

《奈良ブランド開発支援事業》

1. 奈良ブランド開発支援事業の背景

○個人がインターネット等を通して不特定多数に情報発信できる時代に、大量生産、大量販売の大企業的な考え方ではなく、中小企業だから出来る、モノづくりが求められている。



○製品の素材や機能だけを訴えるのではなくて、消費者と接点を持つことで消費者の嗜好、時代感覚などを勉強しながら、モノづくりやその背景にある想いを伝えることで、消費者と信頼関係を構築する事を原点と捉える。



○奈良ブランド開発支援事業
＝個々の事業者の「イノベーションを育むプラットフォーム」

2. 奈良ブランド開発支援事業の概要

個々の事業者の「イノベーションを育むプラットフォーム」

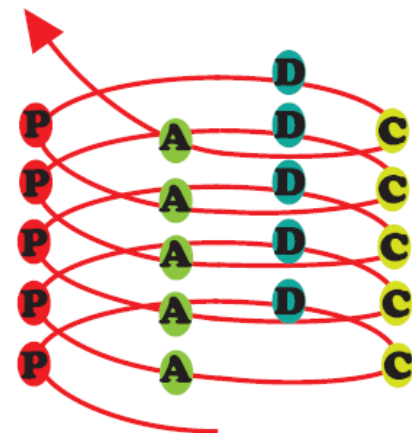
BtoCの発想で、個々のブラッシュアップを図っていく。

■ブラッシュアップミーティング〈毎月1回〉

地域を越えて多種多様な業種が参加し、商業が培ってきた顧客との関係構築を学び、短期的な成果よりも顧客と真摯に向き合うことで、独自の価値観の構築につなげる場。ここでは参加事業者どうしの競争意識が生まれ、互いに切磋琢磨しながら「魅力ある個性」を生み出している。

■展示会（TEIBAN展）

個々の目的、目標、課題を整理し、ブラッシュアップを図ったうえで、参加事業者が独自の価値観を体現し、消費者と信頼関係を構築し共感するファンを獲得する場。そこで得られた評価から次の課題を見出しステップアップを継続。



PDCA(計画⇒実行⇒検証⇒改善し行動)のサイクルを回していく

3. 奈良ブランド開発支援事業のポイント

1. それぞれのブランド化を目指すためのプラットフォーム
2. ブランド構築を通じて、個々の事業者が、「ファン」を獲得
3. 「ヒット商品を目指すのではなく、作り手と使い手の双方が愛着を感じる、永く愛されるロングセラー」づくり
4. 自らの仕事によって社会に何かを働きかけようとする事業者の参加。ものづくりと社会のつながりを真摯に見つめる
5. BtoCを念頭に、事業者が、「商業」の視点で、ベクトルを共有

4. 奈良ブランド開発支援事業まとめ



奈良ブランド開発支援事業は、従来型の地域ブランドとは異なり、モノ単体の開発ではなく、モノ、サービス、空間など全てのコントロールによってブランド化を目指し、共感するファンを獲得しようとする企業を支援しています。

ブランドの最終目標を「共感するファンを獲得すること」と設定し、そのためにブランディングという手法を駆使しながら、独自の価値観を体現し、ブラッシュアップを繰り返すことによって、「魅力ある個性」を生み出し、そのブランドに共感する「ファン」を獲得していきます。

ブラッシュアップミーティングで「魅力ある個性」を見出した事業者は、個々の世界観を構築しTEIBAN展で体現することで顧客とつながる距離をショートカットしていきます。

それらによって個々のブランド化を図ろうとする仕組みです。