

【百年物語のコンセプトと活動】

[1] 目的

国際市場競争激化と産業の地球環境対応化の中で、新潟県生活産業が生き残り、次代へ発展していくための仕組みづくり。

[2] 新潟県の資源

洋食器や工具に代表される金属製品、桐タンスや家具の木工製品、着物やニットなどの繊維製品など、「良質なモノづくり(素材・技術・デザインの優秀性)」の力と評価を確立してきている。

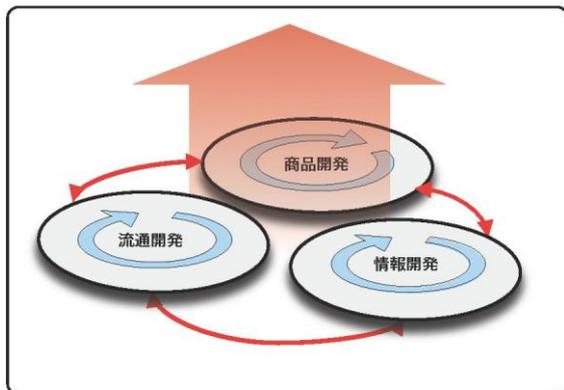
[3] 方向性

これらの産業が連携し、良質な単品が集まって「良質な商品群ブランド」を構成して、国際市場の中で評価を確立していくことで、新潟という産地の価値と商品の価値を次代へ発展させていく。すなわち「国際ブランド from 新潟」が、次代への発展の仕組みとなる。

[4] 進め方

ブランド構築は、商品開発、情報開発、流通開発の三つの要素が大切。

この三つの要素を有機的に連携させ、参加企業と共同で新潟発国際ブランドづくりを進める。



◎商品開発：時代テーマに沿った魅力的な新商品の開発
第一線で活躍するデザイナーやディレクターにデザイン
マネージャーとして就任いただき、月1回開催のデザイ
ンミーティングを重ね、新規商品の開発を行う。

◎流通開発：流通形態に沿った戦略的な商品構成による
展示会出展、販売会などの開催。
新規開発商品をはじめ、これまでに発表した商品等を、
フランクフルトで開催される見本市アンビエンテに出
展。その他にも国内外での展示会・販売会に参加。

◎情報開発：国内外のメディアとのネットワークを活か
した情報受発信。

[5] ブランドコンセプト

【100年後にも大切にしていきたい生活文化を、楽しみ、維持し、継承していくための道具】

◎視点-1：一人一人の価値観や個性に対応し、愛着を込めて使用し、また人に贈れるモノ

◎視点-2：道具そのものが職人的な技やデザインの美しさを楽しめるモノ

◎視点-3：日本・新潟文化を原点として、次代のグローバルな生活文化を創造提案していくモノ

◎視点-4：新潟という産地の力を世界に提供していくモノ