

<p>(企業名)</p> <p>株式会社ブランド総合研究所</p>	<p>対応可能社数の目安</p> <p>5社</p>
<p>(支援の概要)</p> <p>ハラール・ベジタリアン対策で海外展開と、海外向けブランド戦略</p>	
<p>(支援の概要等を紹介する動画) (外部リンクになります)</p>	
<p>(支援内容)</p> <p>海外や国内市場、インバウンドに向けたブランディングを実施している。具体的な支援内容は以下の通り。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 市場調査、消費者調査、ブランディング調査 <ul style="list-style-type: none"> 特定商品・分野の市場調査、インターネットによる消費者調査、ヒアリング調査、事例調査、テストマーケティングなどの実施にあたり、調査企画、設計、実施、集計・分析、報告書作成まで一貫または一部を実施 2. 研修、セミナー <ul style="list-style-type: none"> 地域ブランド、商品開発、海外戦略、インバウンド、マーケティングなどに関する研修やセミナーの実施、講師の派遣など 3. 戦略策定、商品開発 <ul style="list-style-type: none"> 調査結果をもとに、企業や商品、地域の課題抽出と、ブランド戦略の策定。輸出およびインバウンド対策の戦略策定や、外国人向けの商品化や飲食メニュー作成など 4. ハラル、ベジタリアン、ヴィーガン対策 <ul style="list-style-type: none"> 海外輸出およびインバウンド対策としてのハラール認証、ムスリムやベジタリアン、ヴィーガン向けの商品化、販売戦略。関係者の研修や勉強会など 5. テストマーケティング、輸出サポート <ul style="list-style-type: none"> 中国、シンガポールなど東南アジア、欧米でのテストマーケティング実施。輸出拡大に向けたサポートも実施可能 6. ギネス世界記録サポート <ul style="list-style-type: none"> ギネス世界記録の公式サポート。国内および海外での実施可能 7. 体験観光プログラム作成 <ul style="list-style-type: none"> 外国人に向けた体験プログラムの設計、実施サポートなど 8. ネット販売（ECサイト）の作成支援 <ul style="list-style-type: none"> ECサイトで売れるような商品化、情報コンテンツの整備などの支援など 	
<p>(支援の特徴)</p> <p>海外や国内市場、インバウンドに向けたブランディングに関して、以下のような特徴を有している。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 市場調査、消費者調査、ブランディング調査 <ul style="list-style-type: none"> 全国に約450万人の調査モニターを活用し、様々なインターネット調査が可能。「都道府県の魅力度ランキング」で知られている「地域ブランド調査」など、豊富な調査実施の経験があり、分析力を有している。また、農水省などの省庁や自治体から市場調査やヒアリング調査などの委託調査も豊富に実施。海外市場や国内でのインバウンドや在留外国人向けの調査も実績豊富。 2. 研修、セミナー 	

年間100回前後の地域ブランド、商品開発、海外戦略、インバウンド、マーケティングなどに関する研修やセミナーを実施。ワークショップの運営、進行なども実施可能。

3. 戦略策定、商品開発

輸出およびインバウンド対策の戦略策定から、外国人向けの商品化や飲食メニュー作成などの具体的なアクションプランの作成などの実績豊富。特に、地域や業界全体の将来に向けた計画作成や、シナリオ作成などには定評がある。

4. ハラル、ベジタリアン、ヴィーガン対策

「おいしい食をすべての人に」をモットーに、日本の食文化を世界中の多くの人に伝えるための組織「一般社団法人日本フードバリアフリー協会の事務局として、海外輸出およびインバウンド対策としてのハラル認証、ムスリムやベジタリアン、ヴィーガン向けの商品化、販売戦略。関係者の研修や勉強会など実績が豊富にある。

5. テストマーケティング、輸出サポート

中国、シンガポールなど東南アジア、欧米でのテストマーケティングを実施した実績あり。上海高島屋、シンガポール高島屋など協力会社・店舗での実施が可能

6. ギネス世界記録サポート

ギネス世界記録の公式パートナーとして、英国ギネス・ワールド・レコーズ社と提携して、国内および海外での実施を行っている。挑戦する内容のコンサルティングや、既存の世界記録の検索も実施

7. 体験観光プログラム作成

外国人に向けた体験プログラムの設計、実施サポートなどの実績が豊富。「食農体験ソムリエ」の資格を発行している

8. ネット販売（ECサイト）の作成・運用

ECサイトの利用が高まっている。国内外に向けた商品の販売経路として、ECサイトの重要性はますます高まっていくが、店舗型の商品をECサイトで販売しても、成功する確率は決して高くはない。商品コンセプト、情報発信（コンテンツ）、ターゲットの絞り込みなどをしっかりと行うことが重要である。弊社は「地域ブランドお取り寄せ」、「大人の週末お取り寄せ倶楽部」などの知見を活かしたアドバイスを行う。

（どの様な事業者にご利用してもらいたいのか）

- ・ ハラル認証、ベジタリアン対策を実施したいと考えている方
- ・ 海外や、国内外外国人に向けたブランド戦略を希望している方
- ・ 海外や国内での市場調査、消費者ニーズ調査、事例調査などを希望する方
- ・ 中国や東南アジアなどへの海外展開を希望している方
- ・ インバウンドへの対策を検討している方 など

（支援実績の例）

（1）結城紬の中国及びシンガポール市場展開

伝統的工芸品・結城紬の海外市場展開において、2016年5月から2018年3月にかけて、結城紬海外展開協議会および奥順株式会社による事業の企画、サポート、ブランド戦略を担った。

具体的には、古来から伝わる手摘みの絹糸を用い、伝統的な技法を活用した絹製のスーツやスカーフなどの商品化し、中国およびシンガポールにおいて展示会を開催、シンガポール高島屋、上海高島屋においての販売会を実施した。

同展示会では、実際に日本から織機を持っていくまたは現地で組み立てるなどにより、地機織りの実

演や体験や、情報発信、輸出・輸送におけるサポートを行った。また、輸出市場開拓や同イベントを実施するにあたり、シンガポールおよび中国市場のマーケティング調査を実施。商品コンセプト作成にあたってのブランド戦略やマーケティング戦略、価格設定などのサポートを行った。特に海外市場でのイベント出展においては、その後の持続的な展開に結びつける必要があるため、その海上における即売に重きを置くのではなく、展示会来場者に魅力を伝え、彼らが結城紬の産地に訪問するなどにつなげるべく、観光情報なども同時に発信し、産地としての魅力を伝えるような内容を重視した。結果的には、シンガポール政府の高官や高所得者、上海のエグゼクティブなど複数の方の来訪や購入につながるなど、出展による効果があった。また、同産地に対しては 2011 年に震災復興の一環として弊社主催で実施した伝統的工芸品産業支援事業（東北及び北関東の 13 の産地を集めた展示会の開催）では、新たに開発した結城紬の紳士用スーツは大人気を博し、その後の持続的な販売につながっている。

同様の取り組みについては、益子焼や越前和紙など多くの伝統的工芸品でも行っており、その中でも特に四日市萬古焼の藤総陶芸所の中国市場および全国展開のサポートでは、一人用の急須「ひとしづく」を使った体験プログラムを作成し、お茶の旨味を実感できる試飲体験を構築。同商品のヒットに貢献。また、平成 29 年度コンテンツ産業強化事業費補助金（ものづくりサプライチェーン再構築支援事業）において、事業主体は高島屋と、国内アパレル企業 5 社（オンワード、三陽商会、フランドル、山喜、バーズファクトリー）と寝具メーカーの西川が参加し、「J∞クオリティ」の商品の中国市場開拓をサポートした。

（2）インバウンド戦略、ハラール・ベジタリアン対策

全国各地での外国人観光客の受け入れ対策の一環として、食のグローバル対策としての取り組みを展開している。外国人の中には、ハラールやベジタリアンなど、食に関する規制・規律のある人が少なくないが、日本における現状としては、料理メニューのグローバル対応や、外国人にもわかりやすいメニュー表示の方法などにほとんど対応できていない。そこで、一般社団法人日本フードバリアフリー協会の事務局として、訪日・在日外国人および国内消費者においても、自らが、安心して日本の食事を選び食べられるような原材料や調理方法の表示の普及の取り組み、ICT を活用したメニューや情報の配信などを事業者や、地域ぐるみなどで実施する際のサポートを行っている。

平成 30 年度の内閣官房オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査に係る施行プロジェクトとして、全国 7 か所（北海道札幌市（飲食店）、栃木県宇都宮市（餃子会）、福井県福井市（シティホテル 6 社）、長野県大町市（温泉郷組合）、長崎県ハウステンボス（ホテルおよび飲食店）、沖縄県糸満市（民宿および飲食店）にて実証実験を行い、オリ・パラに向けた受け入れの一環として導入したほか、オリ・パラ以外での日常的な取り組みとして普及にむけた取り組みとして継続している。

その他、各地で外国人に向けた食のバリアフリーの研修および人材教育、インバウンドが喜ぶ（求める）メニュー作り、外国人やベジタリアン、ヴィーガン向けのお土産や食品などの開発アドバイス、ハラール認証取得に向けたサポート（認証機関との連携などを含む）、食のバリアフリーや食物アレルギーのピクトグラム（アイコン）の作成と配布なども行っており、2021 年 4 月時点でこうした活動の利用者（会員）は合計で 619 社になった。

（3）蒜山ジャージーの商品開発・新市場開拓（ブランド戦略および EC サイト展開を含む）

岡山県蒜山高原の特産品である蒜山ジャージー牛乳をつかった商品開発を「ものづくり支援事業」を活用して開発（牛乳、ヨーグルト、加工食品等）したほか、長期間にわたって蒜山酪農農業協同組合の

ブランド戦略およびECサイトの拡充、体験プログラムの開発などを行った。

蒜山高原には日本最多のジャージー牛を飼育しており、その牛乳は乳脂肪分が5.0（ホルスタインは3.5程度）と高く、濃厚であることを武器とするため、戦略商品として“史上初の成分無調整 5.0%”をプレミアムブランドとして設定、牛乳の商品名とパッケージを「蒜山ジャージー牛乳 Premium 成分無調整 5.0」とネーミングし、ダークブラウンのパッケージに変更し、「黄金のミルク」として売り出したところ、売れ行きは変更前の5倍に拡大。また、牛乳パッケージコンテストで金賞を受賞するなど、大人気を博し、同社を象徴する中核的な商品に成長した。

同時にプレミアムヨーグルト、プレミアム飲むヨーグルト、プレミアムシュークリームなどを開発し、大幅な売り上げ改善につなげたほか、ECサイトの改善と、インターネット販売専用の商品開発（濃厚ぷりん・濃厚ぱんなこった、蒜山カタラーナなど）を開発し、話題づくりおよび新規市場開拓に結び付けた。さらに、「蒜山ジャージー牛肉」のブランド化、蒜山ジャージー牛肉を活用した、インスタ映えのするご当地メニュー開発（ローストビーフ丼、タワーソフトなど）を開発したほか、有名フレンチ&イタリアンシェフによる地元の飲食店や観光関係者などに蒜山ジャージー牛乳や、牛肉の魅力を知ってもらうためのグルメイベントを開催し、その後のB to Bでの需要開拓、販路拡大につなげた。

（問い合わせ先）

事業者名 株式会社ブランド総合研究所
代表者名 代表取締役社長 田中 章雄
メールアドレス project@tiiki.jp / 電話番号 03-3539-3011
ホームページ http://tiiki.jp / https://news.tiiki.jp/

料金表

1. 現地作業、社内作業の場合 （税込）

資格	日給	時給	備考
代表・役員	55,000	8,800	
コンサルタント・アナリスト	38,500	5,500	
一般社員	33,000	3,850	

2. 講演、セミナー、アドバイス等 （税込）

資格	1回	備考
講演（代表）	110,000～165,000	資料作成を含む
（代表以外）	55,000～110,000	”
パネラー登壇	33,000～55,000	資料作成は行わない