

## 平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書

(1) 取組名	魅力と活気あふれる「めがねのまち鯖江」元気再生事業		
(2) 実施団体名	「めがねのまち鯖江」元気再生協議会	(3) 対象地域	福井県鯖江市
(4) 代表団体名	福井県鯖江市	(5) 推薦団体名	
(6)実施した取組の内容	<b>取組①</b>	「オリジナルブランド構築」実証実験	
	実施主体	主担当：NPO法人 ローカル・メディア・クリエイティブズ	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・実施内容：カリスマ読者モデル等との連携によるサングラスの開発、ファッションショーでの発表、テレビを使った産地情報の発信、販路開拓ならびに産地PR</li> <li>・実施時期：平成20年9月～平成21年3月</li> <li>・実施場所：鯖江・東京</li> <li>・対象者：若年層女性(10代後半～30代前半)</li> </ul> <p>・取組の目的：トレンド仕掛人等との連携による消費者嗜好のオリジナルブランド(サングラス)の開発を通じ、「新たな製品づくり」や、「ブランド構築」、「販路開拓」等を産地企業が実体験することにより、産地企業自らが新たな可能性を見出すことでOEM依存型産地からの脱却を目指す。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実施内容：アパレルブランドとの連携によるサングラス開発、東京ガールズコレクション(TGC)での製品発表と販路拡大、BS12chでの産地情報番組の放映による産地PR</li> <li>・実施時期：平成20年10月～平成21年3月</li> <li>・実施場所：鯖江：眼鏡企業2社（①ポストンクラブ(株)、②マコト眼鏡(株)） 東京：アパレル企業3社（①FREE'S SHOP、②Rich、③Kitson）、 国立代々木第一体育館(TGC09S/S会場：平成21年3月7日予定)</li> <li>・対象者：若年層女性(10代後半～30代前半)</li> </ul> <p>・取組の結果：計4型のサングラスを開発。若者に絶大な人気を誇るTGCのステージで「人気アパレルブランド×sabae」の連携商品を発表と同時に発売予定。ファッション商材としての新規市場参入と、ブティックやWEB通販等の新たな流通開拓が期待できる。</p> <p>・NHKや人気ファッション誌「Sweet」で取組が報道され、計画以上のPR効果を得た。</p> <p>・BS12chでの全国放映後、東京のショールームに視聴者が来店する等の効果を得た。</p>
<b>取組②</b>	後継者育成に向けた実証実験		
実施主体	主担当：鯖江市		
実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実施内容：眼鏡工場の見学、眼鏡の素材と道具を使ったものづくり体験と、参加者アンケートの実施</li> <li>・実施時期：平成20年11月～12月、平成21年2月</li> <li>・実施場所：市内(イベント会場、眼鏡工場)</li> <li>・対象者：市内小学生</li> </ul> <p>・取組の目的：工場見学と職人との交流、眼鏡の素材や道具を使った「ものづくり体験」により、地域の子供達に産業への関心を喚起する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実施内容：眼鏡工場見学、眼鏡の素材と道具を使ったものづくり体験、アンケート</li> <li>・実施時期：①平成20年11月22日(土)、23日(日)【もみじまつり期間中に実施】 ②平成21年2月21日(土)、3月14日(土)【体験と工場見学を併催】</li> <li>・実施場所：市内：①市民ホールつつじ、②市内眼鏡企業</li> <li>・対象者：市内小学生計50名(予定)</li> </ul> <p>・取組の結果：①は18名が参加。②は32名が参加予定。アンケートの結果、全員が体験を「面白かった」とし、「また参加したい」とする回答が約9割を占めた。加えて、「メガネを作ってみたい」とする回答も約6割を占め、一定の効果を確認した。</p>	
<b>取組③</b>	ICT活用による産地情報発信の実証実験		
実施主体	主担当：鯖江市		
実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実施内容：産地の「ものづくり」をテーマとしたWEBサイトの構築</li> <li>・実施時期：平成20年11月～平成21年2月</li> <li>・実施場所：市内</li> </ul> <p>・取組の目的：ICT活用により、産地が誇る高技術・高品質の「ものづくり」を広く全国に発信。産地のブランド化と、産地の高度な精密金属加工技術を「異業種」向けにアピールすることで、新たな受注機会の創出効果を検証する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実施内容：産地情報発信、高度な加工技術のPRを目的としたWEBサイトの構築</li> <li>・実施時期：平成20年11月～平成21年2月</li> <li>・実施場所：市内、東京</li> </ul> <p>・取組の結果：異業種からの加工受注を目的とした「BtoBサイト」と、産地PR、ファッション業界等からの新規OEM受注獲得を目的とする「BtoCサイト」を2月末に開設予定。両サイト上に企業情報の掲載希望社を募ったところ、計33社の申込があり、本サイトに新たな受注のきっかけを期待する企業が予想以上に多いことが判明した。</p>	

	<b>取組④</b>	産業観光の環境整備に係る実証実験	
	実施主体	主担当：鯖江市	
	実施内容、実施結果	<p style="text-align: center;">当初提案により予定していた計画</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実施内容：高速赤外線通信を活用した携帯電話への市内観光情報等の提供、アンケートの実施</li> <li>・実施時期：平成20年9月～3月</li> <li>・取組の目的：身近な携帯電話に市内観光情報等を提供し、来訪者の利便性を高めることにより、産地の魅力を再発見してもらい、産業観光の促進を図る。また、同ユビキタス技術の国内初の実証実験としてアピールすることで、「高技術産地」としてのPR効果を検証する。</li> </ul>	<p style="text-align: center;">実際の取組内容及びその結果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実施内容：「高速赤外線通信」を活用した携帯電話への市内観光情報、商店街情報等の提供と、体験者へのアンケートの実施</li> <li>・実施時期：①平成20年11月22日～24日(市内イベント「もみじまつり」での実施) ②平成20年12月14日(駅前商店街催事での実施)、③平成21年2～3月</li> <li>・取組の結果：①は計128名、②は計22名が体験した。③は、延50名の体験を予定。①、②でのアンケートの結果、体験者の約8割が「便利」と感じた一方で、約1割で操作性や画面の小ささに不満を感じたことが判明。本格運用に向けての改善のヒントを得た。</li> <li>・見学や体験、ショップの整備を望む声も多く聞かれ、産業観光の可能性が確認できた。</li> </ul>
(7)実施体制	<p style="text-align: center;">平成20年度の取組実施における体制・役割分担</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「めがねのまち鯖江」元気再生協議会（下記4団体で構成、それぞれの役割を分担）</li> <li>・鯖江市(主担当:取組②、③、④) 協議会の代表団体。事務局として、各取組の管理、関係者間の調整や広報等を担当</li> <li>・NPO法人 ローカル・メディア・クリエイティブズ(主担当:取組①) オリジナルブランド開発、産地PR番組の製作、放送、産地と製品のPRを担当</li> <li>・(社)福井県眼鏡協会(担当:取組①、②、③) 会員企業の調整連絡、ものづくり教育の場の提供、産地PRサイトの内容検討</li> <li>・鯖江商工会議所(担当:取組④) 会員間の調整連絡、産業観光情報コンテンツの内容検討</li> </ul>		<p style="text-align: center;">取組の実施を踏まえた反省点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取組① NPO法人ローカル・メディア・クリエイティブズの仲介により、TGCの製作会社(株)ブランディングが参画したことで、アパレル企業等との連携開発に加え、TGC09S/Sでの発表発売、同社ECサイトでの流通実験が可能となり、計画以上のPR効果を得た。</li> <li>・取組② (社)福井県眼鏡協会が所有する眼鏡製造道具の使用、体験を指導する際の熟練職人や工場見学の手配が会員企業を通じて、スムーズに行えた。</li> <li>・取組③ 産地PRサイト構築では、(社)福井県眼鏡協会の会員が「BtoB、BtoC」サイトの開発に関し、積極的に関与したことで、掲載内容の充実が図れた。</li> <li>・取組④ 市内IT企業(jig.jp)と、地域FM局「たんなん夢レディオ」が製作関与したことで、地域住民の口コミ情報の投稿を可能にするなど、観光案内情報の充実が図れた。</li> </ul>
(8)取組により得られた成果	○成果1→	<p>① 「作るだけの産地」から「作って売る産地」への転換</p> <p>② 製造技術の継承</p>	
	H19	<p>① ファッション業界との連携による情報発信は皆無</p> <p>② ものづくり教育、製造体験の実施無</p>	<p style="text-align: center;">H20(当初予定していた目標)</p> <p>① カリスマ読者モデル等との連携商品開発と本人のブログ等での情報発信(ブログアクセス数) →延べ5万件</p> <p>② ものづくり教育、製造体験等の実施 → 参加者数:延べ200人</p>
	H20(実際に得られた成果)	<p>① 当初予定した「読者モデル」から、更に訴求力のある「人気アパレルブランド」と「カリスマ・ファッションスタイリスト」に変更した結果、NHK総合のファッション番組「東京カワイイTV」(12/17放映)で、産地メーカーとの連携過程が放映されるとともに、その模様が人気ファッション誌(Sweet1月号:発行数約40万部)に写真付きで掲載された。現時点で、日本テレビの全国ニュース番組内で特集(15分間)されることも決定しており、計画をはるかに超える産地PRが実現した。</p> <p>② 計50名の参加を予定。本事業での参加者は予定数を下回ったが、本事業と一体的に企画し9月に開催した市内イベントにおけるものづくり教室では、3日間で263人が体験しており、これを勘案すれば、「ものづくり」と眼鏡産業への関心喚起に関しては、当初想定した成果を得られたと考えられる。</p>	
	○成果2→	<p>③ 産地情報の積極的発信 (ICT活用による産地PRの実証実験)</p> <p>④ 産業観光の促進 (単なる産業集積地から「楽しめ・愛される産地」への転換)</p>	
	H19	<p>③ 市産業PRサイトのアクセス → 3千件/月</p> <p>④ 産直ショップは、市内に皆無</p>	<p style="text-align: center;">H20(当初予定していた目標)</p> <p>③ 産地PRサイト(新規開設)のアクセス数 → 5千件/月</p> <p>④ 産業観光と市場調査を目的とした産直ショップ開設 → 1店舗</p>
	H20(実際に得られた成果)	<p>③ 平成20年度で新たに作るPRサイトは、平成21年2月中旬頃の公開を予定しており、現時点(09年1月)で計測不能。一方で、取組①の影響もあり、眼鏡職人をテーマとした既存の産地PRサイト(鯖江メガネファクトリー)のアクセス数は、月平均3千件から5千件にまで増加。相乗的なPR効果が確認できた。</p> <p>④ 眼鏡の産直ショップ開設に対する補助金制度を今年度、市が新設し、市内企業に開設を積極的に呼びかけたところ、産地初の産直ショップ開設が実現した。同店は、産地でしか購入できない商品を用意するなどした結果、購入を目的とした県外からの来客も増加しており、本事業で来訪者に対し産業観光に関するアンケートを実施中。</p>	

<p>(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アパレル企業の選定に時間を要したことで、製品の量産期間が十分に取れず、開発製品に素材、形状、加工等の制約が生じたほか、ファッションやデザインを重視する「アパレル」と、品質・機能を重視する「産地」で、考え方のズレや、商習慣・言語の違い等の課題が本事業を通じ明らかになった。</li> <li>・アパレル業界等の異業種との連携開発体制を確立するには、今回得たこれらノウハウや人脈を活かした継続的な取組が必要。また、今回、開発に参加できなかった産地企業も多く、今後、「作って売る産地」への転換に向け、産地としてのポテンシャルを上げるためにも、更なる連携事例を増やす必要がある。</li> <li>・アパレルブランドとの連携で「Wネーム」として用いた「sabae」というネームを今後、ブランド化していくためにも、更なる洗練された商品の市場投入とPRが必要不可欠である。</li> <li>・「ものづくり教育」において、市内イベント「丹南産業フェア」（開催日：9/13～15）で同様の取組を行い、計263名の参加を得たが、市の補正予算成立前だったことで、国との契約締結が出来ず、元気再生事業内で取組むことが出来なかった。本取組み全体を通して「ものづくり」と眼鏡産業への関心喚起に一定の効果があることが明らかになったが、単に「ものを作る」だけではなく、「売れるものを作る」ことが今後の産地にとって重要であり、製品企画や流通に関する教育も併せて行えるような改善が必要と考える。</li> </ul>										
<p>(10)平成21年度以降の活動の見込み</p>	<p>今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="349 363 1032 592"> <p>1. 若年層女性をターゲットとした製品開発、販促手法の拡充、対象セグメントを変えてのブランド構築実証実験の実施 (例. こだわり消費者で可処分所得の高い団塊、同ジュニア世代) (H21～22年度)</p> </td> <td data-bbox="1032 363 2112 592"> <p>1. 対象セグメントを変えてのブランド構築実証実験の実施(H21～H23年度) ・実施主体：鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・若年女性層を対象としたアパレルブランドとの連携開発で得たノウハウを活かし、異なる消費者層(例: こだわり消費者で可処分所得の高い団塊世代や団塊Jr.等)への販路拡大を図るため、訴求力のあるメディアや著名人等との連携により、新たな製品開発手法と販路開拓、産地PR効果を検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額1,500万円)]</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="349 592 1032 930"> <p>2. 「ものづくり教室」のカリキュラムと教授陣の充実による取組の継続、プロ(職人)の養成に向けた実施体制の確立(H21～24年度)</p> </td> <td data-bbox="1032 592 2112 930"> <p>2. 「ものづくり教室」のカリキュラム充実と対象者拡大による取組の継続(H21～22年度) ・実施主体：鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・上記1. で構築したブランドを販売する眼鏡小売店も含め、販売員(研修担当者を含む)を対象に、工場見学や職人との交流、眼鏡の素材と道具を使った「ものづくり」を体験させる。産地が誇る品質重視のものづくりと、眼鏡づくりの難しさを直接肌で感じてもらうことで、販売の現場で最前線に立つ販売員に「産地鯖江」と「産地製品」に愛着を持っていただき、産地の良き理解者としてのアナウンス効果を検証する。</p> <p>・子供を対象とした「ものづくり教室」で、「作る」ことに加え、「売る」ことの難しさや、製品を企画し販売することの面白さを知ってもらうため、眼鏡の素材を使い自ら作るものを商品として企画し、模擬販売を通じ、企画、製造、販売を疑似体験させることで、眼鏡産業への関心喚起の手法として検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額300万円)]</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="349 930 1032 1145"> <p>3. 既存の人気サイトとの実験的連携による産地情報発信の新手法の検討(H21年度)</p> </td> <td data-bbox="1032 930 2112 1145"> <p>3. 既存の人気サイトや著名人との実験的連携による産地情報発信の新手法の検討(H21年度) ・実施主体: 鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・今年度新たに製作した「産地PRサイト」への更なる集客と、高級品の産地としてのブランド化を図るため、眼鏡に関心を持つ著名人の内、自身のブログ等のメディアを持つ人と連携。各人が考える眼鏡を具現化(試作)し、自身のメディアで「鯖江産地を選んだ理由」等の産地レコメンド記事を書いてもらうことでの産地PR効果を検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額300万円)]</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="349 1145 1032 1289"> <p>4. 「眼鏡スタイルブック」(ヘアーカタログの眼鏡版的雑誌)の刊行による鯖江製眼鏡の潜在的需要や販促効果の検証実験 (H21年度)</p> </td> <td data-bbox="1032 1145 2112 1289"> <p>4. 「眼鏡スタイルブック」等の刊行による鯖江製への潜在需要や販促効果の検証実験(H21年度) ・実施主体：鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・鯖江製眼鏡のイメージアップと販促を目的に、トータルファッションを意識した提案型の「眼鏡スタイルブック」等を製作し、眼鏡小売店向けに配布することで、販促効果と産地PR効果を検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額900万円)]</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="349 1289 1032 1479"> <p>5. 産直ショップ・工場見学等の整備拡大と、携帯電話への産業観光情報提供の充実による更なる観光客誘導(H21～22年度)</p> </td> <td data-bbox="1032 1289 2112 1479"> <p>5. 産直ショップ・工場見学等の整備拡大と産業観光情報提供の充実による更なる観光客の誘導(H21年度) ・実施主体：鯖江市と鯖江商工会議所の連携による ・産直ショップや工場見学等の受入体制の整備拡大を行うと共に、高速赤外線通信による携帯電話画面への情報提供における情報の充実や、情報発信拠点の拡大、操作性の改善等による来訪者の利便性向上を図ることで、アンケートを通じて、消費者(観光客)ニーズを検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額200万円)]</p> </td> </tr> </table>	<p>1. 若年層女性をターゲットとした製品開発、販促手法の拡充、対象セグメントを変えてのブランド構築実証実験の実施 (例. こだわり消費者で可処分所得の高い団塊、同ジュニア世代) (H21～22年度)</p>	<p>1. 対象セグメントを変えてのブランド構築実証実験の実施(H21～H23年度) ・実施主体：鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・若年女性層を対象としたアパレルブランドとの連携開発で得たノウハウを活かし、異なる消費者層(例: こだわり消費者で可処分所得の高い団塊世代や団塊Jr.等)への販路拡大を図るため、訴求力のあるメディアや著名人等との連携により、新たな製品開発手法と販路開拓、産地PR効果を検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額1,500万円)]</p>	<p>2. 「ものづくり教室」のカリキュラムと教授陣の充実による取組の継続、プロ(職人)の養成に向けた実施体制の確立(H21～24年度)</p>	<p>2. 「ものづくり教室」のカリキュラム充実と対象者拡大による取組の継続(H21～22年度) ・実施主体：鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・上記1. で構築したブランドを販売する眼鏡小売店も含め、販売員(研修担当者を含む)を対象に、工場見学や職人との交流、眼鏡の素材と道具を使った「ものづくり」を体験させる。産地が誇る品質重視のものづくりと、眼鏡づくりの難しさを直接肌で感じてもらうことで、販売の現場で最前線に立つ販売員に「産地鯖江」と「産地製品」に愛着を持っていただき、産地の良き理解者としてのアナウンス効果を検証する。</p> <p>・子供を対象とした「ものづくり教室」で、「作る」ことに加え、「売る」ことの難しさや、製品を企画し販売することの面白さを知ってもらうため、眼鏡の素材を使い自ら作るものを商品として企画し、模擬販売を通じ、企画、製造、販売を疑似体験させることで、眼鏡産業への関心喚起の手法として検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額300万円)]</p>	<p>3. 既存の人気サイトとの実験的連携による産地情報発信の新手法の検討(H21年度)</p>	<p>3. 既存の人気サイトや著名人との実験的連携による産地情報発信の新手法の検討(H21年度) ・実施主体: 鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・今年度新たに製作した「産地PRサイト」への更なる集客と、高級品の産地としてのブランド化を図るため、眼鏡に関心を持つ著名人の内、自身のブログ等のメディアを持つ人と連携。各人が考える眼鏡を具現化(試作)し、自身のメディアで「鯖江産地を選んだ理由」等の産地レコメンド記事を書いてもらうことでの産地PR効果を検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額300万円)]</p>	<p>4. 「眼鏡スタイルブック」(ヘアーカタログの眼鏡版的雑誌)の刊行による鯖江製眼鏡の潜在的需要や販促効果の検証実験 (H21年度)</p>	<p>4. 「眼鏡スタイルブック」等の刊行による鯖江製への潜在需要や販促効果の検証実験(H21年度) ・実施主体：鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・鯖江製眼鏡のイメージアップと販促を目的に、トータルファッションを意識した提案型の「眼鏡スタイルブック」等を製作し、眼鏡小売店向けに配布することで、販促効果と産地PR効果を検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額900万円)]</p>	<p>5. 産直ショップ・工場見学等の整備拡大と、携帯電話への産業観光情報提供の充実による更なる観光客誘導(H21～22年度)</p>	<p>5. 産直ショップ・工場見学等の整備拡大と産業観光情報提供の充実による更なる観光客の誘導(H21年度) ・実施主体：鯖江市と鯖江商工会議所の連携による ・産直ショップや工場見学等の受入体制の整備拡大を行うと共に、高速赤外線通信による携帯電話画面への情報提供における情報の充実や、情報発信拠点の拡大、操作性の改善等による来訪者の利便性向上を図ることで、アンケートを通じて、消費者(観光客)ニーズを検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額200万円)]</p>
<p>1. 若年層女性をターゲットとした製品開発、販促手法の拡充、対象セグメントを変えてのブランド構築実証実験の実施 (例. こだわり消費者で可処分所得の高い団塊、同ジュニア世代) (H21～22年度)</p>	<p>1. 対象セグメントを変えてのブランド構築実証実験の実施(H21～H23年度) ・実施主体：鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・若年女性層を対象としたアパレルブランドとの連携開発で得たノウハウを活かし、異なる消費者層(例: こだわり消費者で可処分所得の高い団塊世代や団塊Jr.等)への販路拡大を図るため、訴求力のあるメディアや著名人等との連携により、新たな製品開発手法と販路開拓、産地PR効果を検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額1,500万円)]</p>										
<p>2. 「ものづくり教室」のカリキュラムと教授陣の充実による取組の継続、プロ(職人)の養成に向けた実施体制の確立(H21～24年度)</p>	<p>2. 「ものづくり教室」のカリキュラム充実と対象者拡大による取組の継続(H21～22年度) ・実施主体：鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・上記1. で構築したブランドを販売する眼鏡小売店も含め、販売員(研修担当者を含む)を対象に、工場見学や職人との交流、眼鏡の素材と道具を使った「ものづくり」を体験させる。産地が誇る品質重視のものづくりと、眼鏡づくりの難しさを直接肌で感じてもらうことで、販売の現場で最前線に立つ販売員に「産地鯖江」と「産地製品」に愛着を持っていただき、産地の良き理解者としてのアナウンス効果を検証する。</p> <p>・子供を対象とした「ものづくり教室」で、「作る」ことに加え、「売る」ことの難しさや、製品を企画し販売することの面白さを知ってもらうため、眼鏡の素材を使い自ら作るものを商品として企画し、模擬販売を通じ、企画、製造、販売を疑似体験させることで、眼鏡産業への関心喚起の手法として検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額300万円)]</p>										
<p>3. 既存の人気サイトとの実験的連携による産地情報発信の新手法の検討(H21年度)</p>	<p>3. 既存の人気サイトや著名人との実験的連携による産地情報発信の新手法の検討(H21年度) ・実施主体: 鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・今年度新たに製作した「産地PRサイト」への更なる集客と、高級品の産地としてのブランド化を図るため、眼鏡に関心を持つ著名人の内、自身のブログ等のメディアを持つ人と連携。各人が考える眼鏡を具現化(試作)し、自身のメディアで「鯖江産地を選んだ理由」等の産地レコメンド記事を書いてもらうことでの産地PR効果を検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額300万円)]</p>										
<p>4. 「眼鏡スタイルブック」(ヘアーカタログの眼鏡版的雑誌)の刊行による鯖江製眼鏡の潜在的需要や販促効果の検証実験 (H21年度)</p>	<p>4. 「眼鏡スタイルブック」等の刊行による鯖江製への潜在需要や販促効果の検証実験(H21年度) ・実施主体：鯖江市と(社)福井県眼鏡協会の連携による ・鯖江製眼鏡のイメージアップと販促を目的に、トータルファッションを意識した提案型の「眼鏡スタイルブック」等を製作し、眼鏡小売店向けに配布することで、販促効果と産地PR効果を検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額900万円)]</p>										
<p>5. 産直ショップ・工場見学等の整備拡大と、携帯電話への産業観光情報提供の充実による更なる観光客誘導(H21～22年度)</p>	<p>5. 産直ショップ・工場見学等の整備拡大と産業観光情報提供の充実による更なる観光客の誘導(H21年度) ・実施主体：鯖江市と鯖江商工会議所の連携による ・産直ショップや工場見学等の受入体制の整備拡大を行うと共に、高速赤外線通信による携帯電話画面への情報提供における情報の充実や、情報発信拠点の拡大、操作性の改善等による来訪者の利便性向上を図ることで、アンケートを通じて、消費者(観光客)ニーズを検証する。</p> <p>[活用を希望する制度: 上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額200万円)]</p>										

# 魅力と活気あふれる「めがねのまち鯖江」元気再生事業(「めがねのまち鯖江」元気再生協議会)

## ◆主な実施取組の内容◆

### 取組①:「オリジナルブランド構築」実証実験

実施主体:[主担当]NPO法人ローカル・メディア・クリエイティブズ

実施内容・結果:

- ・人気アパレルブランド3社との連携によるサングラス計4型の共同開発
- ・東京ガールズコレクション09S/Sでの製品発表と販路開拓(ブティックやECサイトでの流通実験)
- ・産地魅力の映像化とBS放送(BS12ch)を使った全国放映による産地PR

カリスマ・スタイリスト佐々木敬子さんとの連携



人気アパレルブランドとの製品開発



開発した“アパレルブランド×SABAE”のWネーム製品

東京ガールズコレクション09S/Sでの製品発表、産地PR



©TOKYO GIRLS COLLECTION 2008 A/W

### 取組②:後継者育成に向けた実証実験

取組③:ICT取組活用による産地情報発信の実証実験

実施主体:[主担当]鯖江市

実施内容・結果:地域の子供達を対象に工場見学や眼鏡の素材と道具を用いたものづくり体験・教育実施

・産地が誇る高品質の「ものづくり」と高度な加工技術をWEBを活用して全国に発信

ものづくり体験教室・教育の実施



眼鏡製造で培った高度な加工技術や、職人の情熱をWEBサイトを通じ全国発信

### 取組④:産業観光の整備に係る実証実験

実施主体:[主担当]鯖江市

実施内容・結果:

高速赤外線(ユビキタス技術)を活用した携帯電話への産業観光情報の提供と、産直ショップの整備による産業観光促進



ユビキタス技術を活用した観光案内



眼鏡の産直ショップの開設

## ◆取組実施による成果・今後の展開◆

今回の実証実験を通じ、産地はファッションを切り口とした新たな市場参入の可能性を見出した一方、産地における連携体制の不備等の課題が浮き彫りとなった。そのため、産地は、今後更なる異業種業界との連携を通じ、産地企業の意識改革と体質改善を図ることで、「作るだけの産地」から「作って売る産地」への転換を目指す。併せて、恒常的な教育体制の確立による「ものづくり人材」や、企画・デザイン・営業力を備えた人材の育成に加え、見学・体験・購入等が可能な産業観光施設の整備により、「楽しみ・愛される眼鏡のまち鯖江」を実現したい。