

山梨ブランドの確立



創 甲斐TALK



創・甲斐
プラン21
を考える

▶ 勝 良三
(山梨県商工労働部長)



ブランドの時代と叫ばれる昨今。山梨発の地域ブランドづくりについて語ってもらった。

勝 山梨には県外に、また世界に誇ることできる技術を持った地場産業があり、数多くの優れた特産品があります。しかし、それらは特産品としては有名でも、ブランドとして確立しているわけではなくとも思います。これから「山梨ブランド」を確立し販路を拡大していくことが必要であると考えています。

久津間 これまで山梨県の特産品は個別の製品として全国へ販売してきており、積極的に産地ブランドというものを意識してこなかった。これが山梨ブランドであるという認識が希薄になってしまっている理由なんでしょう。

勝 私たちが目指す「山梨ブランド」はまさに産地ブランドなんです。特産品が単に特産品にとどまるのではなく産地をイメージできるものにしていく必要があります。

久津間 その取り組みというのはいろいろあると思うのですが、デザインも大きな役割を果たすのではないかと思います。「デザインはブランド確立への近道」といわれています。生産者自身がデザインというものに重きをおいてこれまでの製品に付加価値をつけて、チームバリューをあげるような個々の企業努力も必要です。

勝 県でもデザインの重要性というのはい前から認識していました。

Profile
久津間 等(くつまひとし)
1950年生まれ、(有)ケイスリー代表取締役。山梨デザイン協会会長、山梨グッドデザイン選定事業審査委員、山梨県商工会連合会ものづくりアイデア審査委員等。平成15年度、山梨ブランド推進懇話会会長。

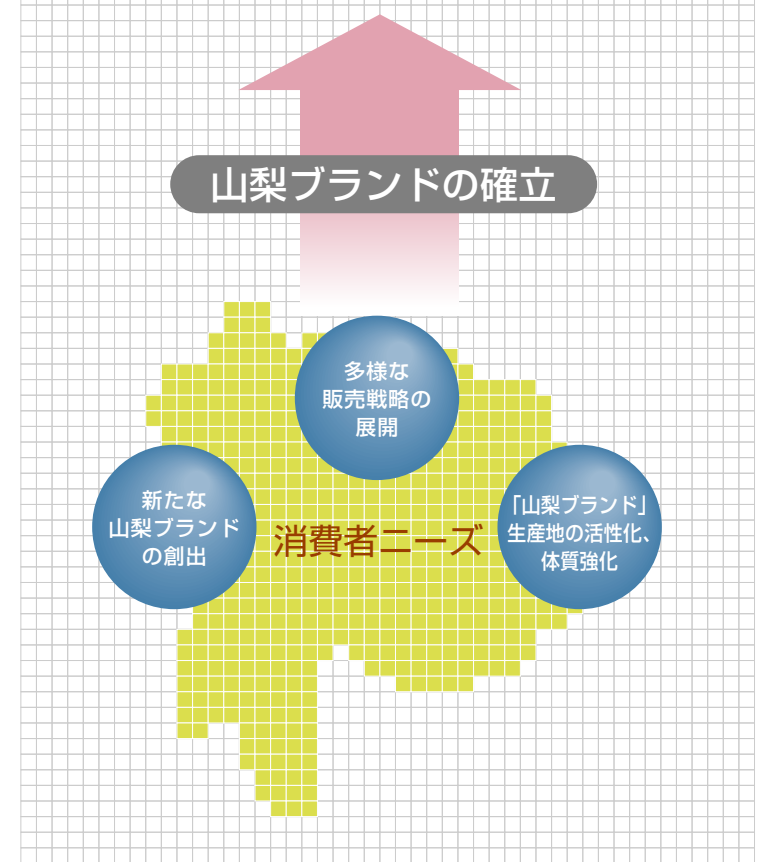
「県デザインセンター」を設置したり「山梨グッドデザイン」制度をつくったりしています。そこで、民間企業をいかに巻き込むかが大切だと思っております。

久津間 山梨はデザインにおいても先進的ですし、ブランド確立の潜在力は高いと思います。いかにそれを対外的に売り込んでいくかということも必要ですね。

勝 「創・甲斐プラン21」の実施計画の中で、「山梨ブランド確立プロジェクト」を挙げています。この中には大きく三つの展開方向が示されています。「新しい山梨ブランドの創出」と「創出したブランドの活性化」そして「多様な販売戦略の展開」です。デザイン開発力の強化や新商品開発の支援とともに、販路開拓に向けた販売戦略も積極的に推進していきたいと思っています。

久津間 ブランドの確立は、10年後のブランドイメージを思い描き、これを実現するという意識を持って取り組むことが大事だと思います。勝 各方面と協力しながら「山梨ブランド」を確立していかなければと思っております。

県内経済の活性化



活力やまなしプロジェクト

実施計画では、重点的に取り組みを進める施策・事業群を「活力やまなしプロジェクト」として示しています。県民生活に特に関わりが深く、早急な取り組みを要する10の項目について、各分野の連携のもと、施策・事業を一体的かつ効果的に展開していきます。

1 産業技術融合推進プロジェクト
急速な技術革新が進む中で、本県産業・経済の安定的な発展を図るためには、県内の企業や大学、試験研究機関が有する幅広く高度な知識や技術を結集して、新技術・新製品の開発に取り組み、市場競争力を持つ生産性の高い産業を育成していくことが不可欠です。

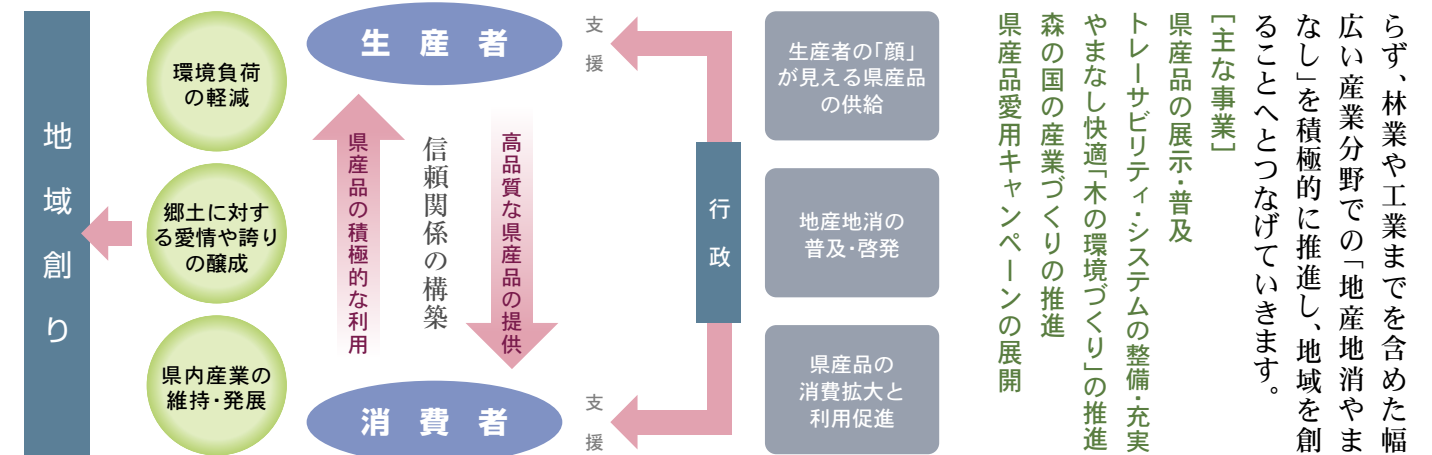
このため、産学官連携の中核となる拠点を設立し、研究者・技術者の交流や共同研究を進めます。また、今後、成長が見込まれる先端技術産業などの集積を図ります。

【主な事業】
山梨総合理工学研究所(仮称)の設立
産学官共同研究成果の普及
「産業集積促進助成金」による支援

2 山梨ブランド確立プロジェクト
本県には、ぶどう、ももなどの果樹や宝飾、ワインなど、見ただけで山梨を思い浮かべてもらえるものがあります。それらに一層磨きをかけてるとともに、山梨をイメージさせる県産品をつくりだすことが求められています。

このため、新たな商品やオリジナル品種を開発するとともに、多様な販売戦略を展開するなど、他との差別化を図る取り組みを進め、山梨ブランドの確立を図ります。

【主な事業】
デザイン開発力の強化
新商品開発能力の育成
研磨・宝飾産地、ワイン産地などの活性化
京浜地域等における物産展等の開催
県産材広域圏マーケットの確立



地域創り