

平成29年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討調書／酒蔵倶楽部

提案内容	提案名	鯖江を世界へ
	提案者	明治大学創立者のふるさと活動隊／酒蔵倶楽部
	提案内容	中国の子どもやサラリーマンを対象に鯖江の眼鏡を売り込む
	概要	<p>鯖江産の眼鏡は品質が良いが海外でのシェアが低い⇒海外で鯖江ブランドを確立させる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・近視人口4億人、眼鏡の年間売上1,165億円の中国に着目 ・中国人が眼鏡を購入するときは「かけ心地」と「デザイン性」を気にする <p>中国で鯖江ブランドを流通させる方法</p> <ol style="list-style-type: none"> ①ターゲット層: 中国の子ども、サラリーマン ②デザイン: 中国のニーズに沿った製品開発 ③ブランド創設: 鯖江統一のロゴマークを眼鏡フレームに刻印 ④発信方法: Weibo上に鯖江の眼鏡会社のサイトを閲覧できるアカウントを創設 「トビタテ！留学Japan」で留学する際および日本に来た留学生に眼鏡をプレゼントし、PRしてもらう 費用はCool Japan機構に支援してもらう ヒーロートークン(仮想通貨)の活用 ⇒アリババやソフトバンクからの支援が見込めるかもしれない
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・規模の大きな中国市場に進出することで鯖江の眼鏡小売市場が拡大する ・鯖江産眼鏡の認知度向上 ・鯖江ブランドの構築 	
検討結果	判断	一部採択
	採択内容	・中国市場への進出を協会と協議する
	形態	既存事業に組入れ
	採択年度	開始年度未定
	事業詳細または不採択理由	<p>販路開拓について、現在、県眼鏡協会がIOFTを主催している他、産地企業が各種海外眼鏡展示会への出展を行っており、市としても補助金やJETROの協力を得て、市内企業の積極的な海外市場販路開拓を支援している。対中国市場としては、北京展、上海展、香港展等への出展を通じて販路開拓が行われている。しかし、中国産に比して高額な鯖江眼鏡は、十分な価値づけと販売戦略が必要であること、輸出に際して与信管理等の課題もあり、この10数年間取り組んでいるものの輸出の増加には繋がっていない。以上のことを十分に検討し、県眼鏡協会等に提案していく中で、実現を模索していきたい。</p>

平成29年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討調書／MD課

提案内容	提案名	メガネ×IT
	提案者	明治大学創立者のふるさと活動隊／MD課
	提案内容	若者にスマートフォンを利用したアプリで眼鏡の魅力をPRする
	概要	<p>鯖江市は伝統工芸やものづくりが盛んだが、うまくPRできていない</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若者(10代後半～30代)を対象に、スマートフォンを利用したアプリで眼鏡をPRするアプリ「メガフィー」…メガネ×セルフイー(自撮り) ・性別や年齢を登録し自分の顔を画面に映すと顔に似合う眼鏡が表示される ・表示される眼鏡は鯖江の企業が実際に販売しているもの ・企業の商品情報や広告を画面上に表示できる <p>○アプリ利用者のメリット</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗ではできない撮影を楽しむことができる ・高くても買えないかっこいい眼鏡をかけたい欲求を満たすことができる <p>○眼鏡企業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年齢・男女別でトレンドを情報化したビッグデータを元にニーズ分析を行うことで、新商品開発につなげることができる ・広告により宣伝ができる
期待される効果	・「めがねのまちさばえ」を若者の間で浸透させることができ、将来購買層に効果的にPRできる	
検討結果	判断	一部採択
	採択内容	・ITを活用した眼鏡のPRを協会と協議する
	形態	新規事業として実施
	採択年度	開始年度未定
	事業詳細または不採択理由	<p>ファッションに敏感でSNSやスマートフォンを常用する若い世代に対し眼鏡への興味を持たせることができるため、市場拡大の可能性があると判断できるが、産地の強みを出すためには、通販ではなく、フィッティングやアフターケアができる実店舗での販売が必要である。また、JINSやZOFF等の小売チェーンが既に取り組んでいるが、売り上げ増に繋がっているかは不明である。本提案内容について、県眼鏡協会等との間で検討を重ねていきたい。</p>