

「コト・モノ・ミチ」のプロデュース

3月26日(木) 15:30~18:30 | 無料 先着50名様迄

会場: fabbit 小倉北区浅野2丁目14-3 あるあるCity 2号館3階



単純に「品質」だけでは市場での差別化が難しくなりつつある、これからの市場において「いかに自社商品、自社ブランドを展開していくのか?」ということは多くの企業にとっての課題になっていると思います。今回は日本各地の地場産業で培われてきた技術や現状の課題(コト)を見出し、デザインや製造(モノ)で商品を企画開発、そして販売とPR(ミチ)まで一環する活動を通じて日本のモノ作りの次のカタチを考え、作っていくことを目指しているセメントプロデュースデザインの金谷勉氏をお招きして自社プロダクトを企画、生産、流通まで展開することになった経緯や想い、日々現場で企業の経営者とどのようなやりとりをされているのかなど詳しくお話しいたします。

15:30~16:00 北九いいと特別見本市

16:00~17:00 金谷氏講演

17:00~18:30 北九いいと×CEMENT公開コンセプトワーク

講師プロフィール

金谷 勉 Tsutomu KANAYA

有限会社セメントプロデュースデザイン 代表取締役

京都精華大学人文学部卒業後、企画会社で、企画営業担当として就職。転職後、広告制作会社社内ベンチャーでプロダクト制作に関わった縁で、そちらの分野に興味を抱くも事業は会社によって凍結され、その後会社を退社。

28歳、実家の自分の部屋で3000円で起業した企業の名前はセメントマッチから。当初は企画がメインだったが、やはりプロダクトをつくりたい!と想いから「Happy Face Clip」を開発。当時はプロダクト制作はもちろん、販売店開拓のノウハウも乏しい中、試行錯誤を続け自社で流通先を開拓。

その後、**現在の流通先は自分たちで開拓してきた約500店舗の販路**。そこを活かし、地場産業の方の「商品はつくれるんだけど、その先どうやって広げていったらいいのか教えてほしい」という悩みを一緒にリスクを共有しながら解決していく手法は、ガイアの夜明にも紹介されました。



例:

売上げが低迷していた瀬戸物の型を提供する企業→技術を活かしたオリジナル食器がNY現代美術館のSHOPでも販売され大人気。



例:

中国製に押されていた鯖江の眼鏡技術→技術を転用し、1本4,000円近い耳かきに。グッドデザイン賞も受賞した人気アイテムに。



例:

廃業寸前の建具屋企業→技術ノウハウをベースに両面使えるデザイン性の高いまな板を開発。星野リゾートに採用され、各種雑誌で紹介。



北九いいと特別見本市 | 同時開催 15:30~(同会場内にて)

実際に北九いいとの商品をご試食いただき、皆様のご意見をいただく機会をご用意しております。

