

下北沢の商店街×デザインスクール×陸前高田市事業者による 商品ロゴ&パッケージ製作の産学商連携の発表会のお知らせ

※広域気仙エリア（気仙沼、大船渡、住田町、陸前高田）

下北沢北口にある、しもきた商店街（世田谷区）は、デザインスクールのバンタンデザイン研究所（渋谷区）と広域気仙エリア*における物産の認知を強化し販売増につなげるブランディングを目指すプロジェクトをスタートしました。

第1弾は当商店街がつながりを持つ陸前高田市の物産に対して、商品化を見据えたブランドロゴ、ギフトパッケージ（商品パッケージ含む）を製作するもので、9/13（土）に世田谷区ならびに陸前高田市関係者を招き、実商品の採用も視野に入れた提案会を開催致します。

報道関係の皆様には、首都圏の商店街と学生が、地方物産のブランディングを通じて、地域の活性化をサポートする新しい取組みとして、ぜひご取材をご検討いただけますと幸いです。

発表会について

1. 9/13（土）関係者向け提案プレゼン 於：北沢タウンホール（下北沢）

北沢タウンホールにて世田谷区関係者、商店街、町会関係者、メディア、そして採用を検討する陸前高田市の事業者などを集めてバンタンデザイン研究所の学生が作成したデザインのプレゼンテーション会を実施。

※当日は、『共生と創造・新しい街づくり＝バイクふれあいタウン・下北沢』をテーマにしている当商店街がバイク文化発信の街づくり推進にあたり、下北沢における従来にないアイデアのバイク駐輪スペースの発表も行ないます。※詳細別途

名 称：下北沢大学×バンタンデザイン研究所コラボプロジェクト2014秋
Shimokita × KESEN Design Project 発表会

日 時：2014年**9月13日（土）13:00～15:00**

※13:00～はバイクの駐輪スペース発表

※14:00～本プレスリリースのデザイン発表会。

場 所：北沢タウンホール 〒155-8666東京都世田谷区北沢2-8-18

主 催：しもきた商店街振興組合、下北沢大学実行委員会

後 援：世田谷区、陸前高田市、世田谷区産業振興公社

※世田谷区長 保坂展人氏、陸前高田副市長 久保田崇氏他、各関係者が出席予定です。

発表対象

1. ブランドロゴ作成

2. パッケージデザイン

※商品、ギフト用（国内外問わず）

[対象商品例]

- 牡蠣（殻付き牡蠣／むき牡蠣）
- ホタテ
- わかめ（塩蔵わかめ／加工商品）
- りんご他果物（青果／ジュース／ジャム）
- 梅干し／漬物／おかしなど
- 焼肉のタレ 他市内の商品

[今後のスケジュール]

09/13 発表会

09/13～ 採用検討

…陸前高田市の事業者に対して、関係者、webなどを通じて、デザイン案の発表、採用検討
実商品パッケージの製作

12/16～ 12/16,17開催の気仙フェア2014冬（牡蠣ホタテ祭り）@下北沢にて実商品の発売
以後、随時各種イベント、インターネット、実店舗などで販売



イベントの様子

当商店街では2011年10月に長部小学校へ募金をお届けしたことをきっかけとして東日本大震災の風化が進む首都圏において、継続的なサポートをさせて頂くべく、商品の認知と販売増加を目的として、これまで5回の物産イベントを下北沢の駅前にて開催させて頂きました。(本年度は4回以上開催予定)。



高田一中の合唱

今回、さらなる商品力強化サポートをさせて頂くべく、当商店街と密接な関係にあるバンタンデザイン研究所の力を借りて、デザイン力の強化による 講入意欲の促進 を実現する取り組みとなっております。

当商店街が考える陸前高田市の現状

現状

- 1970年代より続いている人口流出が近年さらに加速化し、陸前高田市内で消費が減少していること。
- 東日本大震災の風化に伴う復興支援目的の購買減少。
- 経済の活性化がなくては、地域の衰退がさらに加速しかねないこと。

内部消費は縮小傾向であり、外部需要の獲得が必要不可欠

課題

- 全国各地には、それぞれのエリアの強みを活かした高品質の地域資源があるが、エリア外への認知は困難である。(自治体だけで2000弱)
- デザインパッケージも手づくりのものが多く、温かみはあるが他ご当地商品に比べると視覚的な購買意欲促進へつながりにくい

[1]下北沢とコラボとした販売活動による認知、販売拡大

解決策

[2]デザイン力の強化による 講入意欲の促進

…デザインの専門スクールであるバンタンデザイン研究所における授業カリキュラム内において陸前高田市の商品ブランディングを実施し、陸前高田市の事業者へ提案。優秀作品は実際の商品デザインとして採用

本プロジェクトの意義



本プロジェクトでは、(1) 高品質商品を持ちながらも認知に苦しむ陸前高田市 に対して、(2) 人々の興味、感動を与えるデザイン力を持つバンタンデザイン研究所 (3) 情報発信力を持ち、消費地でもある下北沢(しもきた商店街)他 の3者間のコラボにより、地方物産のブランディングを行なう取り組みです。

豊富な地域資源を持ちながらも、そのブランディングに苦しみ、高齢過疎化に苦しむむエリアは数多くあります。その日本全国課題に対して、今回の取り組みをモデルケースとして、日本全国へヨコ展開し、デザインによる高齢過疎化に苦しむ地方都市を活性化につなげるプロジェクトにつなげていきたいと考えております。

復興支援ではない、本当の良い商品を新たな方法でブランディングし被災地の事業自立をサポートするプロジェクト。かつ沿岸地域ならびに日本全国の地方都市のモデルケースへと。



下北沢大学とは…? <http://shimokita-univ.com/>

しもきた商店街が2010年から主催するアートやデザイン、モノづくりを通じてまちを活性化させる取り組みです。(第8回東京都商店街グランプリを受賞)

現在、春と秋の年2回(小規模は隔月開催)商店街の路上や施設を大学に見立てて、モノづくりのワークショップや作品販売ブース、東日本大震災復興支援活動などのイベントを開催し、地域住民ならびに来街者、そして店舗を巻き込み、まちが活性化する取り組みを実施。

問合先

しもきた商店街：プロジェクト担当 鍛冶川 直広(かじかわ なおひろ)
 直通TEL：090-1426-7550 03-6320-0346 e-Mail：pr@shimokita-info.com

参考までに、8/30に開催された学内関係者向け事前プレゼンで、作成途中段階の商品パッケージの様子です。9/13にはこれらがさらに商品数や品質が向上して、市内の事業者が気に入れば実際に商品化され、早くも12月以降に市場へと出て行くようになります。

