



# 生みだす。 つながる。

## Vol.2

## 「GREENable」ブランドを活用した 新商品・サービスの開発をサポートします！

「GREENable (グリーンナブル)」とは

“自然共生と洗練”をコンセプトに、点在する優れた観光資源や文化を活かした横断的な取り組みを行うためのコミュニティ・ブランド。地域資源の価値を掘り起こし、新しい視点で商品・サービスづくりを推進します。

ブランドの  
理念と基準は  
こちら→



CENTRAL 真  
GARDEN 庭  
MANIWA 市



株式会社 阪急阪神百貨店

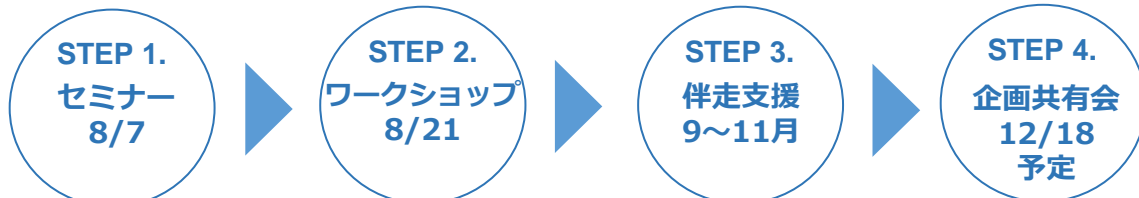


## 新たな価値創造に取り組む皆様とともに走ります!

### 取り組みの ポイント

- ✓ 「GREENable (グリーンابل)」 基準の認証に向けたサポートを行います。
- ✓ 経験豊富なバイヤーや売場マネージャーの視点で具体的なアドバイスを行います。
- ✓ 有識者 (マーケティング研究者ほか) が実効性の高いサポートを行います。

### スケジュール



※令和4年度 真庭市価値創造型伴走支援事業

### ▽STEP1. セミナー 8/7 (日) 14時~16時 会場: 勝山文化センター 1階研修室 ※オンライン設定あり

- ① 「GREENable」とは、昨年取り組みの紹介 (株)阪急阪神百貨店 小栗
- ② マーケティング基礎 これから売れる商品づくりのコツ、機能と価値の違い・今日的競合の捉え方について等  
大阪公立大学 准教授 圓丸氏、農山漁村発イノベーションエグゼクティブプランナー 片桐氏
- ③ 伴走サポートの進め方、ワークショップ事前課題について (株)阪急阪神百貨店 小栗

### ▽STEP2. ワークショップ 8/21 (日) 14時~16時 会場: 久世エスパセンター 1階学習室

- ① 開発プロセスのケーススタディ「MEGURU GELATO (ホエイゼラート) ※昨年度阪急取り組み」の商品開発  
好事例の深掘り イルリコッター口竹内氏、ゼラート醍醐桜山本氏を交えたディスカッション  
【ファシリテーター】農山漁村発イノベーションエグゼクティブプランナー 片桐氏、大阪公立大学 准教授 圓丸氏
- ② 商品・サービス開発のアイデアの種探し/伴走支援エントリについて 片桐氏、圓丸氏、小栗

### ▽STEP3. 伴走対象企業決定→伴走支援スタート 9月から11月 ※応募多数の場合は有識者会議にて対象事業者を決定。

- ① 支援体制の構築 対象事業者の業種、事業課題やニーズ等を踏まえて最適なサポート体制を構築します。
- ② 伴走支援 有識者、(株)阪急阪神百貨店の適任者で構成する支援チームを各社ごとに設定、オンライン・オフラインを活用し、隔週頻度で開発ミーティングを実施、新商品・サービスの企画を取りまとめます (3社・3企画程度を想定)  
※対象企業向け納品物: 商品・サービス企画資料製作 (取材・撮影・デザイン)、商品ラベル (GREENableデザイン)、認証取得費用一部補助

### ▽STEP4. 企画共有会 12/18 (日) 予定 ※オンラインのみ

- ① 商品・サービス企画資料の共有 伴走対象企業による成果報告、セミナー参加者へ向けて企画内容を共有
- ② 取り組み総括 農山漁村発イノベーションエグゼクティブプランナー 片桐氏、大阪公立大学 准教授 圓丸氏

### 【有識者プロフィール】



**片桐新之介氏**: 農山漁村発イノベーションエグゼクティブプランナーや兵庫県まちづくり政策審議員等を務める。奈良市まちづくりタウンマネージャーとして地域活性化に関わり、関西で食・農・地方の複合的な課題解決を考えるコンサルティング業務を行う。



**圓丸 哲麻氏**: 大阪公立大学経営学研究科准教授。研究領域は消費者行動とマーケティング、ブランド研究、地域活性化・再生化研究等。「ブランド・イノベーション戦略」共著、有斐閣、2020年が、日本マーケティング学会主催マーケティング本2021大賞を受賞。

### お申し込み 方法

下記URLよりWEB (Googleフォーム) 申し込みをお願いします。

締め切り: 2022年 8月5日 (金) <https://onl.sc/rwD9pLi>



【お問合せ】(株)阪急阪神百貨店 阪急本店 グリーンエイジ開発部 小栗

Tel : 070-2916-1182 Mail : yuta.oguri@hankyu-hanshin-dept.jp



株式会社 阪急阪神百貨店

### 運営: 株式会社 阪急阪神百貨店

H2Oリテイリンググループの中核事業として、関西を基盤にしながら、阪急・阪神の2ブランドの百貨店を展開。「モノ」にサービス、コト(体験) ITを組み合わせることで、リアルとデジタルを

融合した「OMOモデル」の構築を推進。求められるものを提供するだけでなく、一步先の「未来価値」を創造し、当社独自のOMOビジネスモデルを通じて、百貨店の枠に留まらない幅広い事業を展開。