



ETHIOPIA CHAMPION PRODUCT APPROACH

『チャンピオン商品アプローチ』の概要と、シープレザーブランドの開発について

1. チャンピオン商品アプローチについて

エチオピア産品の魅力を伝える「チャンピオン商品アプローチ」のご紹介

2. 'MADE IN ETHIOPIA'のブランディング

エチオピア産品のプロモーションビデオのご紹介

3. エチオピアのシープレザーのブランディング

エチオピアのシープレザーブランド開発の経緯について



チャンピオン商品アプローチについて

エチオピア産品の魅力を伝える「チャンピオン商品アプローチ」のご紹介

ETHIOPIA???



ETHIOPIA



海外の消費者にとってのエチオピアのイメージ

ETHIOPIA

‘数あるアフリカの国々のひとつ。’

日本をはじめとする海外の消費者は、
エチオピアについてあまり知らないのが、現状。

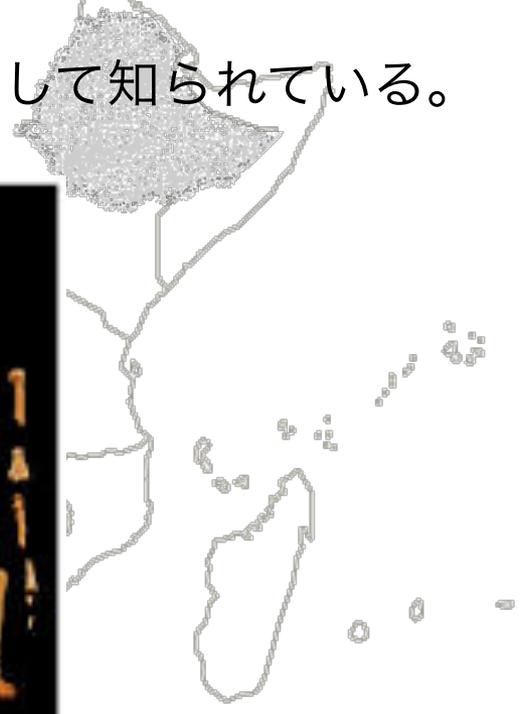
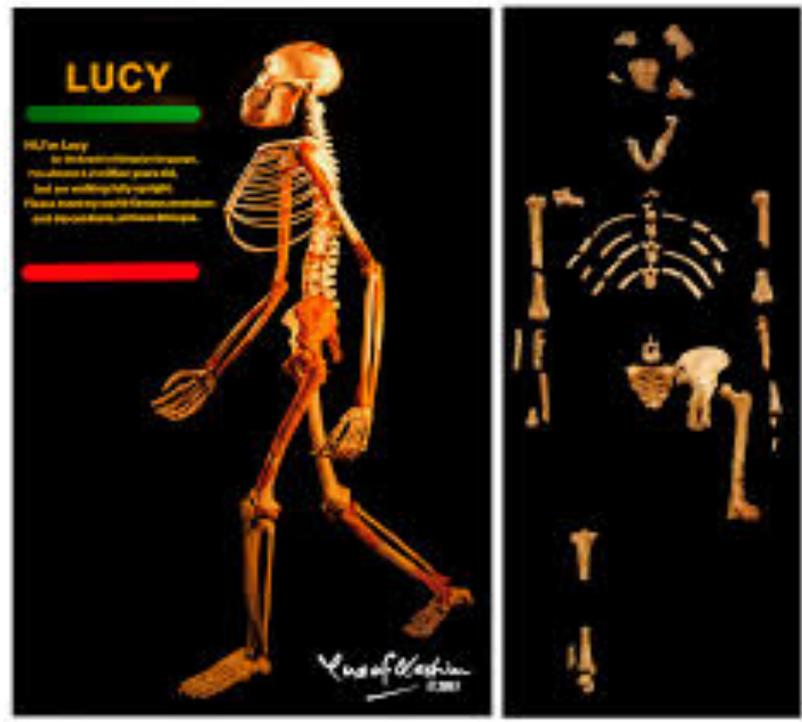
「エチオピア＝アフリカの一部」という
漠然としたイメージしか持たれていない。



ETHIOPIA

= 人類が初めて生まれた国

人類最古の化石が発見され、人類発祥の地として知られている。



ETHIOPIA

=実は、たくさんの
ユニークで魅力的な製品の宝庫。



レザー



テキスタイル



宝飾類



農産品



コーヒー



観光

CHAMPION PRODUCTS



エチオピア
の
固有性

高い
クオリティ



農産品



コーヒー



観光

CHAMPION PRODUCT APPROACH



エチオピアのユニークで上質な商品
「**チャンピオン商品**」を通じて、
エチオピアの**カントリーイメージの向上**
に取り組む**輸出振興策**。

CHAMPION PRODUCT APPROACH

2013-14

フェーズ1: キックオフ

- チャンピオン商品の選定
- グローバルビジネスの活性化に向けたワークショップや研修の実施
(ワークショップ, ビジネス研修, VMD サポートなど)
- チャンピオン商品のテストマーケティング
(TICAD, トレードショー, 日本のデパートでのテスト販売 など)



これまでプロモーション活動(東京)

Showcased the champion products in African Fair, a part of TICAD V



これまでのプロモーション活動（東京）

Test Marketing in Department Store in Tokyo



これまでのプロモーション活動(アジスアベバ)

17 companies participated from 6 sectors

CHAMPION PRODUCT APPROACH

2014-15

フェーズ 2: 実践的なアプローチ

“作れるものを売る。”から、
“売れるものを作る。”アプローチへ。

チャンピオン商品のプロモーションにより実践的な視点を取り入れ、
効果的なマーケティングの促進を行う。



'MADE IN ETHIOPIA'のブランディング

エチオピア製品のプロモーションビデオのご紹介

“売れるものを作る。”



市場競争力を高める。

過当競争の国際市場において

戦える商品となる。



市場競争力を高める。

商品そのものの力

+

カントリーイメージという力

市場競争力を高める。

商品そのものの力

+

カントリーイメージという力



ここに、パラダイムシフトを。



エチオピアは、

この10年、アフリカで

最も経済発展した国。

つまり、

Made in Ethiopiaを語る際、

過去の歴史的資産に加え、

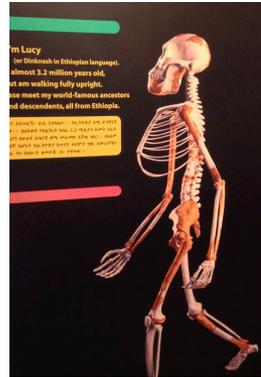
現在の発展も含めたさまざまな

資産を考える必要がある。

これまでの資産

歴史 / 起源

- 地理的特徴
- 人類の起源
- 歴史と文化



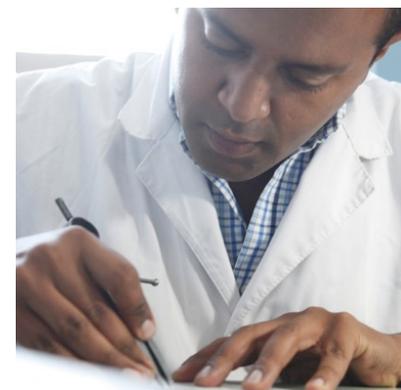
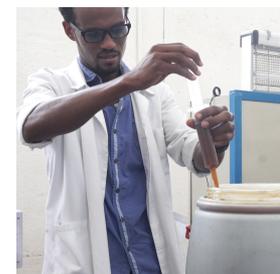
伝統 / 文化

- さまざまな農産品の原種・起源
コーヒー、ハチミツ、ショウガなど
- 伝統的な知恵と技術

現在の資産

人 / 人材

- 国民性：熱意と誠実さ
- クラフトマンシップ

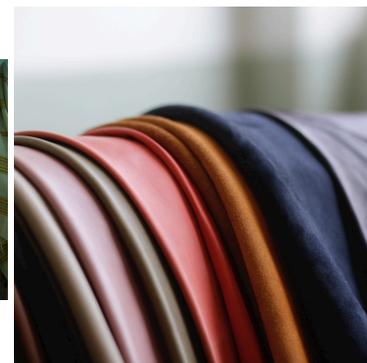


ビジョン

- 国の発展を支える強いビジョン
- アフリカにおけるリーダーシップ

発展著しい軽工業

- 繊維産業
- 皮革産業
- 宝飾品
- 農産加工品 . . .



歴史 / 起源

- 地理的特徴
- 人類の起源
- 歴史と文化

伝統 / 文化

- さまざまな農産品の原種・起源
コーヒー、ハチミツ、ショウガなど
- 伝統的な知恵と技術

人 / 人材

- 国民性：熱意と誠実さ
- クラフツマンシップ

ビジョン

- 国の発展を支える強いビジョン
- アフリカにおけるリーダーシップ

発展著しい軽工業

- 繊維産業
- 皮革産業
- 宝飾品
- 農産加工品 . . .

これまでの資産と、現在の資産
すべてが、MADE IN ETHIOPIAの魅力伝える構成要素。

CREATIVITY IN MOTION.

CREATIVITY IN MOTION.

人類発祥の地、エチオピア。
ここは、人類が初めてものづくりを始めた地でもあります。

私たちは、多くの画期的な産品を通して、
世界中の日常に、新しい文化を届けてきました。

そして、それは今も変わることなく続いています。

エチオピアには、ものづくりのDNAが脈々と受け継がれている。
新しい喜びを生み出したいという情熱が溢れている。

ここ10年、アフリカで最も成長した国の、新しい挑戦が始まります。

Creativity in Motion.
ETHIOPIA

エチオピアの各地でモノづくりに励む人々の姿を、
そして、彼らのものづくりへの情熱を、LIVE感あふれる映像で切り取っていきます。

そこに見えてくるのは、常識に縛られず、常に新しいものづくりに挑戦する人々。
そんな彼らが生み出す、非常に高品質な製品の数々。
それらを、クールで品質感あふれる映像トーンで仕上げます。

エチオピアのいまを映し出すこの映像が、この国に対するイメージまで一新します。





市場競争力を高める。

商品そのものの力

+

カントリーイメージという力

市場競争力を高める。

商品そのものの力

- フラッグシップとなるセクターを抽出し、ブランディングを行う。

カントリーイメージという力



エチオピアのシープレザーのブランディング

シープレザーブランド開発の経緯

Ethiopian Sheep Leather

エチオピアのシープレザーのファクト

高地で育った「特別な羊」:

エチオピアの高地で育つ羊は、厳しい寒さから身を守る必要がないため、皮膚が非常に薄い。



新しい可能性を持った「高品質なレザー」:

厚さ0.35mmという、驚くほどの薄く、軽く、柔らかいのに、とても丈夫という特長をもったユニークかつ、高い品質。

Currently, consumers believe that...

Leather is Heavy.

Leather is Hard.

Leather is Wild.

Leather is Cold.

Leather is Restricted.



Ethiopian Sheep Leather

Leather is Light.

Leather is Soft.

Leather is Smooth.

Leather is Comfort.

Leather is Freedom.



The Highest Quality Sheep Leather
from the Highlands of Ethiopia

Partnership Example



プロダクトブランドとセットで提示。
HIGHLAND LEATHERが価値を持つことで、
個別ローカルブランドの価値も向上させていく。

BRAND BOOK

エチオピアのシープレザーに関わる**すべての人々**が
共通の言葉でその魅力を海外の人々に伝えられるように
ストーリー・ビジョン・ファクトをブックとして整理。





ブランドの内面化と浸透

- ブランドブック

政府、生産者、プロダクトメーカー、流通など、あらゆる関係者が同じブランド資産と情報を共有するためのツール

テストマーケティング

- ブランドリーフレット

ハイランドレザーの特長や価値を伝える、プロモーションツール

- テストマーケティング & イベント

- 4月24日 - 日本の革卸業者に対する内覧会
- 7月22日-24日 - 日本でのトレードショーへの出展 (International Fashion Fair)

for more information,



www.ethiopiancreation.com



THANK YOU!

A SPECIAL THANK YOU TO THE GREAT NATURE AND THE PEOPLE OF ETHIOPIA



FASiD

dentsu