

平成25年7月24日
危機管理・広報課（東京オフィス）
担当者 金子、田中
直通 03-3505-1928、0952-25-7219
E-mail: factorysaga@pref.saga.lg.jp

コラボ県はじめます、佐賀県。

佐賀県 情報発信プロジェクト、プロジェクト名・事業概要を決定

～専用ウェブサイトを設置し、県内事業者の参加を募集～

佐賀県は、この度、県の存在感を高めるとともにイメージ向上を目指し、自治体という枠組みを超えて、様々な企業やブランド、メディア等とコラボレーションしていく「情報発信プロジェクト」の名称を『**FACTORY SAGA (ファクトリー サガ)**』とし、事業概要を決定しました。



FACTORY SAGA

FACTORY SAGA

<事業概要のポイント> ※詳細は、次ページ以降をご覧ください

- ・目的は、佐賀県の存在感・イメージの向上
- ・ターゲットは、東京エリアの、情報に敏感で、こだわりを持つ30代女性が中心
- ・企業などとの「コラボレーション」の手法で魅力を開発・発信
- ・東京に専任スタッフを4名配置。「プロデュースオフィス」を設置（今秋予定）
- ・ウェブサイトなどで、「コラボレーション」に参加したい県内事業者／全国の企業を募集

本事業の継続的な実施により、ターゲットが佐賀県の魅力に触れる機会を増やすことで、県の存在感を高め、イメージ向上を狙います。さらには、県への興味・関心が高まることで、県産品や観光などのプロモーションがより効果的になる相乗効果を見込んでいます。

「FACTORY SAGA」

誰もが見たことのある生活感溢れるモチーフを、誰も見たことのないアートに仕上げる天才だった、ポップアートの巨匠「アンディ・ウォーホル」。彼自身が「The Factory」と愛称をつけたアトリエには、友人である多数のアーティストが出入りし、彼と共にコラボレーションによる創作を行っていた場所でもあります。

企業などとの「コラボレーション」を通じ、佐賀県の魅力をターゲットに届けていくプロジェクト名として、「FACTORY SAGA」に決定しました。

<事業の背景>

首都圏での現状は存在感が低い佐賀県

佐賀県には有田・伊万里焼や唐津焼などのやきもの、佐賀海苔、佐賀牛®といった全国あるいは世界に誇れる素晴らしいものがあります。しかし、佐賀県自体の理解度は非常に低いというのが現状であり、残念ながら佐賀県に対する生活者の興味・関心は薄く、佐賀県の様々な情報を発信しても、なかなか届きにくい、気付いてもらえないという状況です。

<事業の目的>

佐賀県の存在感・イメージの向上

本事業の目的は、生活者の佐賀県への理解を深め、存在感を高めることです。また、佐賀県が、生活者にとって「気になる存在」になることで、佐賀県に関する様々な情報が届きやすくなり、県産品や観光などのプロモーションがより効果的に実施できる相乗効果を見込んでいます。

<ターゲット>

世の中の情報に敏感で、こだわりを持つ30代女性が中心

本事業は、日本最大の情報集約地であり、情報発信地である東京エリアで行います。ターゲットは、首都圏に住む世の中の情報に敏感な、こだわりを持つ30代女性が中心。この層は、自分が気に入った情報を仲間やコミュニティとSNSやロコミで共有する傾向が強く、情報拡散のきっかけとなりやすいといえます。さらに、メディアなどの注目を集め、マーケットの流行を作る存在であることから、戦略的なターゲットに設定しました。

<事業概要>

「コラボレーション」の手法で魅力を開発・発信

自治体の東京での情報発信は、アンテナショップなどが一般的ですが、佐賀県は、新しい情報発信のスタイルとして「コラボレーション」という新しい手法を採用します。

佐賀県の誇る県産品や技術といった「いいもの」と、ターゲットとする生活者が愛着を持ち、好意を持つ企業やブランド、イベント、メディアなどを「コラボレーション」させ、ターゲットのニーズや価値観に合わせた新商品・サービスの開発や、イベントなどを展開していきます。生活のシーンの中に佐賀県の魅力を届けることで、毎日の暮らしの中で佐賀県の魅力と触れる「接点」を作ります。

<プロジェクトにおける「宣言」>

コラボ県はじめます、佐賀県。

<コラボレーションの仕組み>



【県内事業者のメリット】

コラボレーション先（企業など）の持つ、ターゲットのニーズに合致した商品開発力や、情報発信力を活用し、ターゲットに自社の価値や魅力を発信できます。

【コラボレーション先（企業など）のメリット】

佐賀県が保有する技術や原材料を提供することで、コスト削減に加え、新たなマーケットを獲得する可能性が期待できると考えます。

コラボレーション先の選定にあたっては、ターゲットとなる生活者に好感度の高い企業やブランド、カフェ、ショップ、メディアなどの中から、佐賀県の価値を理解してもらえるパートナーを選定します。実際のコラボレーションは、決定次第、随時発表いたします。

<体制>

東京に「プロデュースオフィス」を設置。専任スタッフを4名配置

東京に常駐している4名の専任スタッフ（プロジェクトリーダー1名、プロデューサー3名）が、企業などのコラボレーション先の開拓、交渉、実施や、本事業に関する情報発信を行います。また、新たな「プロデュースオフィス」を準備しており、今秋を目途に開設する予定です。

※「プロデュースオフィス」の概要はp. 5 参照

<参考・ツール> 名刺/コンセプトブック

古川知事をはじめ、本プロジェクトに関わる県職員は、『FACTORY SAGA』のロゴをあしらった名刺を使用します。また、企業などとの交渉にあたっては、佐賀の魅力を表現したコンセプトブックを使用します。



<専用ウェブサイト>

「コラボレーション」に参加したい県内事業者/全国の企業を募集

本日7月24日（水）10時から、「FACTORY SAGA」オフィシャルウェブサイトを開設します。サイトでは、本プロジェクトの概要や、古川知事からのメッセージを掲載しているほか、コラボレーションに参加を希望する県内事業者や、全国の企業を募集しています。

<http://www.factorysaga.jp>

【ウェブサイト内容】

◇「FACTORY SAGA」事業紹介

◇古川知事メッセージムービー

古川知事が、プロジェクトへの想いを語ります。

◇佐賀県の名産・名物・技術紹介ページ

コラボレーションの素材となる、佐賀県の名産・名物・技術などを紹介します。

◇県内事業者向け募集ページ

県内事業者から、名産・名物・技術などを募集します。投稿された情報は、全国の企業に向けて紹介します。

◇全国の企業向け問い合わせページ

佐賀県や県内事業者とのコラボレーションに関心を持つ全国の企業などからの問い合わせを受け付けます。コラボレーションの企画立案や、県内事業者の紹介など、企業のニーズに合わせて、東京の「プロデュースオフィス」で対応します。



<プロデュースオフィス>

コラボ第0弾は、「Open A／東京 R 不動産」

本事業を推進する専任スタッフのプロデュースオフィスを、今秋を目途に東京都港区南青山に設置します。

オフィス名は、プロジェクト名と同じ「**FACTORY SAGA**」。コラボレーションの手法により、佐賀県の新たな価値を生み出し、魅力を発信する拠点となります。

オフィスデザインは、コラボレーションの第0（ゼロ）弾として、リノベーション物件を中心に新たな価値ある不動産を生み出してきた、建築事務所「Open A／東京 R 不動産」に依頼。

「FACTORY SAGA」を舞台に、佐賀県の新しい価値を生み出すオフィスとなります。

「Open A／東京 R 不動産」について

「Open A」は、建築家の馬場正尊氏が代表を務める、建築設計やインテリアデザインから都市計画、編集を手掛ける建築設計事務所です。「東京 R 不動産」は、馬場氏がディレクションを手がけ、リノベーションも視野に入れた物件など、新しい視点で不動産を発見し、紹介していくウェブサイトです。

「FACTORY SAGA」プロデュースオフィスの設計は、佐賀県の新しい価値や、新しい働き方を生み出すオフィスのプロデュース力がある、「Open A／東京 R 不動産」に委託。

なお、代表の馬場氏は、佐賀県出身です。



馬場 正尊（ばば まさたか）

Open A Ltd.代表取締役／東北芸術工科大学准教授／建築家

1968年佐賀県生まれ。広告代理店、編集長などを経て、2003年 Open A Ltd.を設立。建築設計、都市計画、執筆などを行う。同じ時期に「東京 R 不動産」を始める。建築の近作として「観月橋団地プロジェクト」「勝ちどき THE NATURAL SHOE STORE オフィス&ストック」、「房総の馬場家と連棟」、「TABLOID」など。著書に、『「新しい郊外」の家』（太田出版）、『都市をリノベーション』（NTT出版）など。