

## GINZA SIX POP-UP SHOP 【11.66 坪(38 m<sup>2</sup>)】の展開商品



GINZA SIX 出店は「燕三条を PR」する絶好の機会となる。また、昨年度から開発・開拓している「酒器」を中心としたラインナップだけでは、商品層が薄くなってしまう。そこで、酒器関連と共に、

- ・燕三条の素材と技術を活かした
- ・燕三条の企画力と発想力が活きる
- ・燕三条が元来からもつ魅力

を表現できる商品をピックアップし、燕三条の商品で囲まれる生活をイメージできるような商品群を揃える。

### 商品選出の目線

#### ■ 酒器、お酒を楽しむための道具

素材と技術を活かしたお猪口。お酒に合わせて素材を変え、形を変え、あなたのスタイルに合ったお猪口が待っている。またそのひと時を、より良い時間へと支えてくれる、楽しむための道具がそろろう。

#### ■ テーブルウェア

お酒と一緒に美味しい肴。テーブル上を食事と共に彩る、大胆なデザイン、かつ繊細な技術が施された燕三条の道具がそろろう。

#### ■ ハウスウェア

美味しい時間を作るため、またそれができる自分の腕をより発揮するための工夫が凝らされた燕三条の道具がそろろう。

#### ■ ビューティー、理美容

さらに自分を磨き上げ、美しく艶やかに。またプロ用ツールとしても耐えることができ、鋭くも仕上りは滑らかに。燕三条の職人技が光る道具がそろろう。

#### ■ ガーデン、他

生活を華やかにする植物たち。その植物たちを慈しむかのように手入れができる。スタンダードなフォルムでありつつも、新しさを体験できる燕三条の道具がそろろう。

## 事業目的

「燕三条ブランド」推進事業が立ち上がり 8 年目。地域のブランディングを目的とし始まったこの事業は、活動の目印である燕三条ブランドのシンボルマークを掲げ、「燕三条プライドプロジェクト」として各種の事業に取り組んでいる。地域が誇る技術や素材を用い、ものづくりの指標とする商品開発事業、地元小路や街並みを、地元の人々が再発見できる「燕三条まちあるき」、地域ならではの事柄を新しいコンテンツとしてプロモーション（事業排出物を利用した「ブランディングアート」として開催）、工業製品と共に由緒ある土壌から生まれる農産物・農家のブランディング「燕三条 畑の朝カフェ」、展示会や見本市への出展といった販路開拓等々。各プロジェクトはそれぞれの推進はもとより、横のつながりによる魅力の「相乗効果」も狙っている。これらの事業に関わるメンバーは、各自が持ちながらも気づいていなかった「燕三条のプライド」を呼び起こし、地域を意識した取り組みへと続いている。「燕三条 工場の祭典」「燕三条ものづくりメッセ」に続くインパクトとして、国内外多くの人が行き交う、現在日本のシンボルとなる場所において、凝縮された「燕三条」を展開し、更なる地域のファンの増加と PR を図る。

## (GINZA SIX POP-UP SHOP コンセプト)

※枠内は、施設が提供する「POP-UP 募集要項」より抜粋

### 施設全体

「G6 クオリティ」

世界有数のショッピングエリア銀座は、世界に裏打ちされた“洗練された大人”の街。「本物」「上質」が最も似合う街です。銀座における江戸時代からの伝統は、数限りない革新によって築かれています。

お客様一人ひとりを「おもてなし」 「上質な日本」の発信

### ターゲット

- Borderless : グローバルな視点とローカルな視点の両方を持ち、文化的な素養を持つ人
- Timeless : 様々な経験を通じて、モノの背景や本質を見極めることができる人
- Ageless : 年齢にとらわれず、自分のスタイルに新しいものを取り入れ、それを楽しめる人

新しいライフスタイルを作るコスモポリタン

### 来街者属性(想定)

- ・30-40 代をコアターゲット
- ・男性: 女性客数比 = 3: 7

### 来街者プロフィール(想定)

- ・クリエイティブ文化人、ファッションista・知的好奇心に富む近隣ナレッジワーカーやグローバルエリート
- ・可処分所得および自己投資意欲の高いニューリッチファミリー

割合

東京圏 50% 東京圏外 35% インバウンド 15%

### POP-UP コンセプト

国内外の高感度かつ上質なお客様に向け、施設イメージの発信・可変性のある情報発信ステーションとして、館のコンセプトである“LIFE At ITS BEST”とリンクし、モノ・コト双方において、ファッション性・新規性・情報発信手段に拘りぬいたテナント様を、幅広いカテゴリから募ります。

## 燕三条期間店舗コンセプト

- ・燕三条の製品であることを納得し、さらに購入できる場として
- ・製品の背景にある技術を、その目で見る場として
- ・燕三条ブランドシンボルのもと、品質と信頼が融合した場として
- ・広がる「燕三条」の名前を、さらに銀座から発信する
- ・来店、対話、購入を経て、(また)燕三条へ脚を運びたくなる

“ 燕三条の上品質でお出迎えする ”

をかかげ、期間店舗と商品の準備を進めていく。