



2009年 第6回

テーマ：：松本政経塾6月第一例会

「続・地域ブランドや地域の産業再生」

開催日時	平成21年6月12日（金）	19時00分～21時00分	
開催場所	Mウイング4-4	参加者	35名
講師紹介	<p>信州大学 産学官連携推進本部（SILO） 信州産学官連携機構（SIS） イノベーション支援部門・地域ブランド分野 研究員 林 靖人(Hayashi Yasuto)氏</p> <p>【経歴】信州大学人文学部、大学院人文科学研究科修了。専門は認知心理学・社会調査。大学院在学中より、民間研究機関の客員研究員や企業との共同研究等を通じて現実フィールドを対象とした「実践研究」に携わる。大学院修了後、信州大学を起源とするシンクタンク「特定非営利活動法人 SCOP」にて、主任研究員・理事として活動。心理統計法を応用した社会調査やマーケティング、行政計画等の策定に従事しながら、専門社会調査士、人文学部非常勤講師として調査リテラシーの普及・教育活動も行う。</p> <p>2008年より信州大学産学官連携推進本部に所属。企業や自治体との共同研究を担当し、マーケティングやブランドの実践的研究をおこなっている。</p>		
内容	<p>ブランド/ブランディングの基礎知識から講義を頂く。</p> <p>ブランド工学は主にアメリカからスタートし、企業ブランドの構築を主に発展してきた。ブランドエクイティ(価値)を高めることは、顧客ロイヤリティを高め、販売促進効果に寄与する。その手法を、地域活性化のために「地域ブランド」として現在に至り、大分での、一村一品運動(1993年より)から始まり、平成の大合併により、地域のアイデンティティを高めることを目的に各市町村で活発となる。</p> <p>地域ブランドには、プロダクト・ブランド(特産など)とプレースブランド(地域)があり、その交互作用を活用し、地域活性化をすることが肝要とのこと。</p> <p>具体的な事例として、徳島県上勝町の事例を紹介。つまもの「彩事業」を活性化策として、展開を行い、現在シェア70%を誇る。過疎化の進む同町では、高齢の方々を巻き込み、意欲・やる気を持ちながら、地域作りを展開する。</p> <p>最後に、ブランドマーケティングの基本原則として、恋愛に例え、自分と相手とそして競合</p>		

や外部環境の三角関係をよく見つめながら進めていくことが重要。
その後、アメリカに住むトムが友人の松本市在中の太郎のところに来てきたというセッティングで、実際にどこに連れて行くか、どのような物を食べてもらうか、宿泊は？といった内容を皆でテーブルワークを行った。
4テーブルに分かれ、ツアーを組むような形で話しあいを進めて発表を行う。
林先生からは、「もっとターゲットをしっかりと絞る・どんなニーズがあるのか、またコンセプトを明確にしてツアーを組んだ方がよい」というご指導を頂く。

その他
当日の
様子



(ブランドについて真剣に聞いています)



(講師の林靖人氏)



(テーブルワークの様子)



(トムが松本市に住む太郎のところにやってきた)