



地域ブランディング

企業と社会の協働によるブランド価値創造の研究

【キーワード】	地域ブランド	CSV	関係性マーケティング	価値共創	コミュニティ・デザイン
---------	--------	-----	------------	------	-------------

■ 概要

地域創生の具現化には、それに携わる組織が地域の資産や価値を適切に把握し、それらを地域内外へ有効に伝えなければなりません。また、現代の企業にあっては、地域ブランド向上や社会課題の解決に積極的に取り組むこと(CSV:Creating Shared Value, 共通価値の創造)が求められ、それによって社会との関係性を育み、ブランド向上や企業の創造性が高まることが報告されています。

我々の研究室では、意欲の高い企業、自治体、諸団体とともに、地域ブランディングやCSVの調査、研究、社会連携に取り組んでいます。

■ 詳細

〔自治体〕

地域ブランド構造モデルに基づいた定量調査を実施し、地域ブランド資産、地域ブランド価値などを把握することにより、観光、交流、定住促進の施策立案の基礎データを整えることができます。さらに、インタビューなど定性調査を実施することで、生活者や組織心理への深い洞察を得ることができます。これまでフォーカスしたい成果によって、調査項目をカスタマイズして、調査を進めてきました。

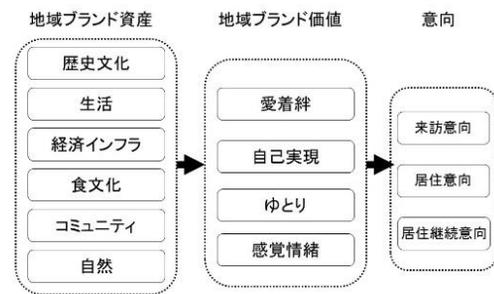
(実績) 県内自治体

〔企業〕

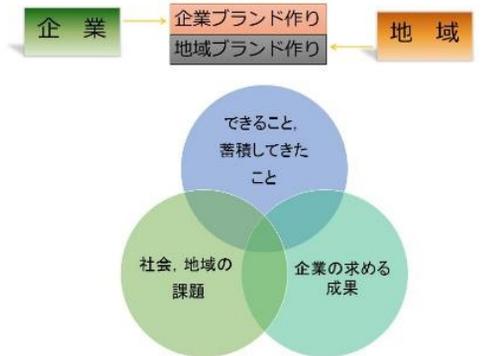
業種やブランド展開に応じ、適切なCSV戦略の方向性を定量調査や定性調査を組み合わせ提示します。

(実績) 醸造メーカー、衣料サービス業、不動産・建築業など

地域ブランド構造モデル



CSVの考え方



○ 主要な出版物

『地域ブランド・マネジメント』(共著, 有斐閣)

『地域ブランド・イノベーション』(共著, 新潟日報事業社)

『超高関与消費者へのマーケティング』(共著, 有斐閣) など

■ 応用を期待する分野

- ・地域ブランディングを理解し、資源配分に積極的な自治体や団体。
- ・地域や社会への貢献、協働を志向する企業や団体。

本技術の問い合わせ先

新潟大学 地域創生推進機構

TEL:025-262-7554 FAX:025-262-7513 E-mail:onestop@adm.niigata-u.ac.jp

