

研究種目：基盤研究(C)  
研究期間：2006～2010  
課題番号：18530331  
研究課題名（和文） エリアブランド構築の研究

研究課題名（英文） Studies in Areal Brand Planning

研究代表者

和田 充夫 (WADA MITSUO)  
関西学院大学・商学部・教授  
研究者番号：00119041

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経営学・商学

キーワード：マーケティング、地域ブランド、地域と企業、アクター論、経験価値カテゴリー

1. 研究計画の概要

1960年代から始まったわが国の高度経済成長体制は、規模の拡大と効率化といった、まさに小売業で言えば、チェーン・オペレーション拡大の時代であり、アメリカのモダン経済社会の日本への移入であった。そこには中央官僚支配、全国集中格一化の社会構想があった。そして、わが国は世界第二位の経済大国となった。やがてバブルがはじけ、わが国は長期にわたる不況に陥り、高度成熟社会の下で将来の姿を見失ってしまった。

不況へのさらなるダブルパンチは、少子高齢化、過疎化である。成熟社会にあってこのような状況下で、日本全国が消費力を失い労働力を失っていった。結果として、多くの地方自治体の財政危機があり、平成の自治体大合併である。今や地方自治体は1800あまりにまで減少し、財政再建を目指して合併を繰り返し、中央では地方分権を唱え、自治体再建の目玉として地域ブランドの構築をあげている。しかし、その効果は局地的であり、地方分権の錦の御旗もまだ成果を上げていない。

自治体の合併、財政再建、地域ブランドの構築がいまやお題目のように各地で叫ばれている中で、われわれは地域ブランド研究会を立ち上げた。日本経済新聞社の地域ブランド・プロジェクトの立ち上げもあり、研究を重ね、そして研究の中心を現場に置くことにする。

「ふるさと」という発想をベースとした地域ブランドづくり。そしてわれわれがそこで主張したいのは、地域ブランドづくりにあたって必要な要件は何かということである。地

域ブランドづくりの基本は、投資発想、計画発想、分析発想である。本研究でわれわれは、計画プロセス、調査計画と技法、コミュニケーション計画、組織計画、企業との連携、ゾーニングなどの概念を提案する。われわれはこれらのことを着実に実行することによって、地域ブランドは構築しようと考えている。

そして、最も大切なことは、地域ブランドづくりは、名産品特産品づくりではないという認識である。近年の食品産地偽装事件でどれだけ多くの地域が傷ついたことだろう。地域ブランドづくりのわれわれの基本的なスタンスは、「買いたいものがあるまち、訪れ滞在したいまち、交流したいまち、そして住みたいまち」なのである。つまり、地域ブランドは総合的な体系であって、単なるブランド品の構築ではないということである。

2. 研究の進捗状況

本研究プロジェクトは、月に一回定例会を開催し、エリアブランド構築について初年度に収集した事例から、プランニング・モデルの議論を重ねてきた。その中で、地域ブランドの評価指標や地域ブランド・コンセプト、経験価値カテゴリー（ゾーニング）、アクター論、コミュニケーション、地域と企業の関わりといった重要な概念が抽出され、そのうち2本が論文化された。また、地域と企業の関わりについては、事例の補強のために小布施へのフィールドワークを行った。次年度は引き続き地域と企業の関わりについて、事例分析を強化していく予定である。小布施の事

例研究は小布施堂との面接取材を中心に行なったが、この事例では、先に研究を行なった伊勢市における赤福株式会社の事例と同様、企業が地域開発に深く関わった点が指摘できる。しかし、赤福の事例が商店街づくりとの関わりに留まっていたのに対して、小布施の事例は、小布施という行政単位の限定性もあって、その関わりがさらに広範囲に渡っている事が分かった。したがって、小布施の事例については、今回の取材を踏まえてさらに個々の関わりや行政と複数の企業との全体的な関わりを調査取材することによって、包括的な企業・地域の関係性モデルを構築する予定である。

本研究の最終的な成果としては、これまでの定例会での議論やいくつかの事例研究分析を踏まえて、地域ブランド構築の為の計画プロセス・モデル、地域ブランド構築への実践的な示唆を抽出したいと考えている。

### 3. 現在までの達成度

②概ね順調に進展している。

確実に月一回ペースで検討会を行い、メンバーの一体化が強化された。

### 4. 今後の研究の推進方策

当年度6月に地域ブランド・マネジメントの著作を発表する予定であり、さらなる地域ブランド計画の検討を行う。

### 5. 代表的な研究成果

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計 2 件)

①菅野佐織、ブランデッド・シティ構築戦略と資産 - 価値評価モデルの開発、季刊マーケティング・ジャーナル 27 巻 3 号、PP.82 - 96、2008 年、査読無

②和田充夫、コーポレート CSR アイデンティティ作りと地域ブランド化の連携、関西学院大学商学研究会 商学論究、55 巻 1 号、PP. 1 - 17、2007 年、査読無

[学会発表] (計 1 件)

①菅野佐織、ブランデッド・シティ～買いたい・訪れたい・住みたい地域ブランドの創造、日本商業学会関東部会、2007 年 4 月 21 日、専修大学神田学舎

[図書] (計 0 件)

[産業財産権]  
○出願状況 (計 0 件)

○取得状況 (計 0 件)

[その他]