

地域戦略人材塾

第 13 回「観光を手段にブランディングを考える(グループ討議)」に関するコメントシートについて(講師: 柏木千春教授)

今回の Q&A は以下のとおりです。

Q1

離島にある自治体は観光で行こうと思う人はいるかもしれないが、そこに住もうと思うにはハードルが高いと感じます。移住を目的とするブランディングをしている自治体は、施策やまちの治安、景観等に力を入れているところが多いのでしょうか。似たような自治体で参考になるところがあれば教えていただきたい。

A1

島根県海士町の取り組みは、成功事例としてよく取り上げられていますね。

Q2

宇都宮市の事例を伺いましたが、本市では「まつりと雪のふるさと」や「住みよさをかたちに」というキャッチを掲げています。個人的には、「〇〇のまち」というような具体的なものがあつた方がいいと感じておりますが、進め方が分からない状況です。そこで、実際に「プロジェクトチーム」や「ブランド課」を立ち上げる際の事務の流れ(トップダウンなのか、自治体)など、他自治体の事例がありましたらお教えいただけますと幸いです。

A2

トップダウン型が多いと思います。例を挙げます。以前、東京都町田市が市政 50 周年を迎える時にブランディング業務を担当しました。その際、町田市長直結で企画調整課が事務局となり、各課の若手職員で優秀なメンバーを選したブランドプロジェクトチームが結成されました。毎回 18 時以降(業務終了後)から町田市の差別化ポイントは何か、50 年先にどのような姿でありたいかなど徹底的に議論をし、ブランドステイトメントやコンセプト 3 案挙げて市長にプレゼンをしました。そうして決定したブランドコンセプトを体感する 50 周年記念イベントを企画開催されました。

Q3

神戸や宇都宮以外にも戦略的に地域のプロモーションやブランディングを行い、成功している自治体があれば教えてください。(できれば、京都や沖縄といったすでにブランドが確立している自治体ではないところ)

A3

八王子市(東京都)、阿智村(長野県)も優れた取り組みだと思います。また行政区域

を超えた観光圏（雪国観光圏）としてのブランディングもお手本になります。

皆さまからのご質問は以上です。ご確認ください。

その他のコメントは以下のとおりです。

- ・「まちのブランドで大切なことは意思を持つこと。」本当に大事なことだと改めて感じました。
- ・まちのブランド化は戦略的に行う必要があることを、考えながら事業に取り組みたい。
- ・ブランド化を、再確認できたし、多様なブランディングを知ることができた。
- ・ブランド化には各部署が同じ方向を向くことが大切。
- ・ブランディングとマーケティングの違いや、「まちのブランディング」と「まちづくり」の関係性が少しわかった気がした。まちを住民とともにブランド化することが、住民が望むまちづくりとマッチするのだと認識した。パブリックコメントなどで住民のニーズを把握することが大切だと思った。
- ・行政が目指すまちづくり(施策や制度等)と既存の住民、及び外部から移動してくる住民(観光客含む)のニーズをできるだけすり合わせていくことが、行政が行う仕事だと再認識した。行政が売り出したいものに住民の理解が得られないとまちのブランド化とても難しいものだと感じた。
- ・まちのブランディング・マーケティング・まちづくり・シティプロモーションなどなど…。言葉だけ聞けば「なんとなく」分かった気でいたものでした。今回改めて言葉の定義を伺い、その意味や関係性などを学ぶことが出来ました。また、実際に「まちのブランド化」に取り組んでいる事例を聞き、本市ではどのような「まちづくり」「まちのブランド化」ができるかを考える良い機会となりました。
- ・ふるさと納税担当であるため、本市のモノの返礼品や体験型返礼品など、どう売り出していきたいか、その結果、まちや返礼品提供事業者をどうしていきたいか、また住民や事業者はどうなっていきたいか、それぞれによく話を聞き、これからの方向性を固めていきたいと感じました。また、広報担当も兼務しておりましたので、これからのまちの広報だけでなく「シティプロモーション」などをけん引していくポジションとして、「まちづくり」「まちのブランド化」についてプロジェクトチームなどを立ち上げ、戦略的な広報を実施していかなくはないと感じました。
- ・ものともちのブランディングの違いがよく分かりました。
改めて考える機会となって大変良かったです。
- ・まさにまちのブランディングをしている部署であり、どうゆう点に着目し、どう PR すべ

きかというところを見直す必要があると感じました。ブランディング自体の考え方も参考になりました。

- ・「ブランディング」「ブランド化」という言葉は、まちづくりにおいてもよく耳にし、使用していたが、改めてブランディングとはなにか？を体系立てて考えることができた。
- ・当市では様々な分野で〇〇のまちという名称があり、各課及び民間団体がバラバラに動いてしまっている現状がある。それぞれの活動は素晴らしいことではあるが、外部からみると分かりにくく、ブランド化にはつながらないことが改めて認識できたとともに、今後の課題が明確になった。(その分バラバラなものをまとめることも、なかなか難しいことも)
- ・闇雲に特産品を売り出して行くだけではいけないと感じました。
- ・町の特産品や観光資源をマーケティングから一から組み立て直さないといけないと思う。

お忙しい中、皆さまからいろいろご質問、ご感想等を頂戴いたしました。
いろんな気付きがおありだったようで、良かったです。
お疲れさまでした。

地域戦略人材塾 事務局