

グループ：B S S “わくわく”

Bland of south shinsyuu わくわく

「南信州ブランド プロデュース、コーディネート事業」

- 個を束ね価値創出したら、もっと・・・凄いことに-

リーダー：井坪 メンバー：雄長 村田 古島



2008.3

内容

1.商品・サービス概要	3
2.現状の問題点と環境分析	4
(1)「南信州」とは、どの地域を示すのか？	4
(2)「南信州」という言葉から連想されるイメージと認知度	4
(3)各種団体、地域の活動の現状	4
(4)現行ブランド資源	5
(5)現状ブランド構築まとめ	5
(6)担当事業に与える脅威・競合他社状況	6
3.担当市場のセグメンテーション	7
4.サービス戦略案	7
(1)ブランドプロデュース機能	7
(2)人材集め・団体束ねサービス機能	7
(3)四季通じた訪問・滞在イベント企画、開催機能	7
(4)四季通じた地元産品情報発信機能	7
(5)情報発信総合企画・推進機能	7
(6)ブランド・マネジメント機能	7
5.ビジネスモデル（戦略実行による期待効果）	9
(1)事業成果目標指標（2007年対比）	9
(2)事業組織	9
(3)事業モデルと収支	9
6.具体化の例示	10
7.課題および考察	12
資料1 Googleによる「南信州」Keyword 検索	14
資料2 地域ブランドをヒットさせる7つのチェックリスト	16
資料3 プロモーション（PR）と売上 - 驚きと必要性 -	16

1. 商品・サービス概要

当グループでも各人の立場でも先鋭のテーマはあった。ただ今回の南信州ブランドプロジェクト参加者の熱い企画案を眼にし、それぞれの企画が**実践・成功に至るまでのプロセスをイメージした時、各グループに必要となるであろう共通的な課題が予測され**、その共通の課題を深耕することこそが、われわれの使命であり、存在価値となりうるのではないかという結論に達した。

それが

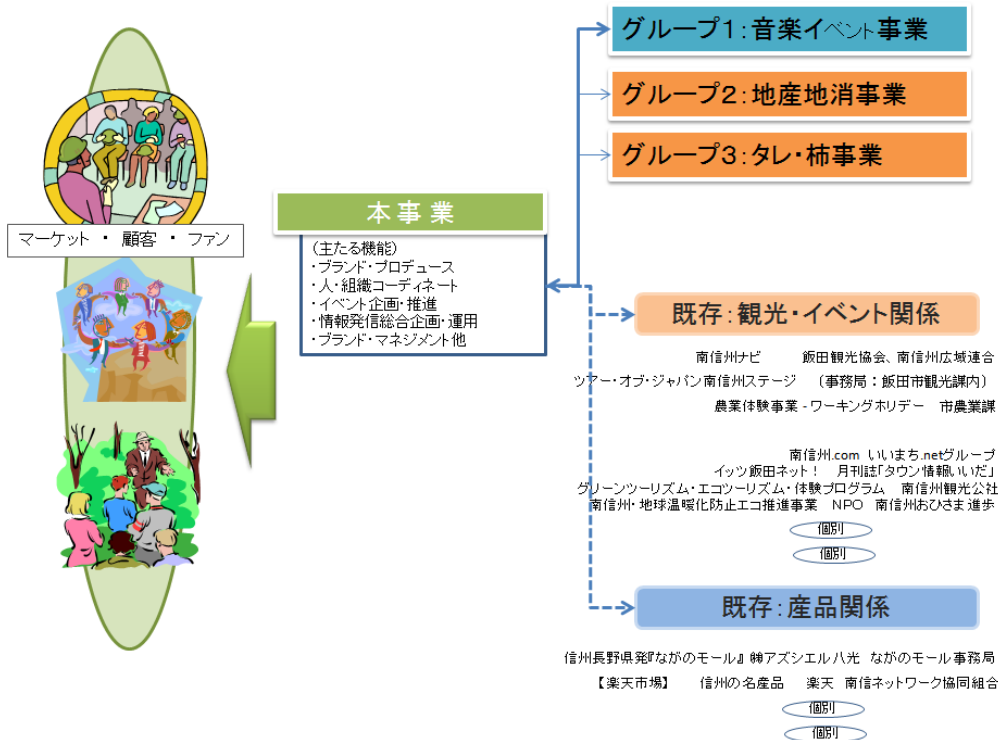
「南信州ブランド プロデュース、コーディネート事業」
（個を束ね価値創出したら、もっと・・凄いことに）

である。

概要としては、以下の概念図にあるように、各グループの支援をする役割、さらには既存の自治体、NPOを含めた団体にも貢献できるブランドプロデュース、コーディネート事業である。

具体的な機能としては「**ブランドプロデュース機能**」「**人・組織コーディネート機能**」「**イベント企画推進機能**」「**情報発信総合企画・運用機能**」「**ブランド・マネジメント機能**」からなる。

検討に当たっての基本方針として、明治大学大友教授他よりご指導頂いた知識、プロセスを十分に活かし、「**マーケティング戦略実行計画シート**」に従って実践してみることとした。



2. 現状の問題点と環境分析

(1) 「南信州」とは、どの地域を示すのか？

ある団体が示す南信州は「飯田・下伊那」であり、また別の団体が示す南信州は「飯田線の範囲＝岡谷以南」である。

「飯田・下伊那」という区切りで捉えるのか「長野県の地図の南の部分」と捉えるのかでは、ずいぶんその範囲に誤差が生じる。又、居住区としている私達と、県外の人々が示す「南信州」では、連想する範囲が違う。

「南信州ブランド」を掲げ、発信していく際には、慎重に検討すべきテーマである。私達のグループとしては、「長野県の地図の南の地域」としたい。



(2) 「南信州」という言葉から連想されるイメージと認知度

「信州」(さわやか、温泉、ウィンター観光など)という言葉の部分連鎖としてのイメージが強い。

信州人からみて「信州の中では暖かい」、「春が早い」イメージがある。

推進実態は自治体ベースの飯田・下伊那広域であり、全国的な連想イメージとは異なる。

地域「南信」はあるが、それとは異なる。

県外者の認識という捉え方では、「信州の南の方」と連想できる。

「信州の南」・・・「飯田市」「りんご並木」・・・と、詳細に具体化できるものが少ない。

「南信州」を客観的に捉えた場合、インパクトの弱さ、認知度の低さといった現実を抱えていると認識するべきである。しかし、そこを「弱み」とするのではなく、「これから磨きをかけていく素材」と捉えることが必要である。

(3) 各種団体、地域の活動の現状

地域経済活性化、ブランド化の取り組み

飯田・下伊那地域(南信州)は自然環境に恵まれ、山林資源や養蚕等はじめとする豊かな産物を基に繁栄してきた。

現在は、各団体(企業)・地域毎に、経済の活性化・発展・繁栄への取り組みがなされているが、経済自立率は50%に満たない状態である。

近年、当地域でも分野・業界を越えての情報交換の場を持ち、共通する活動を地域一丸となっていく必要があるという認識が高まり、活発化してきている。

現在、飯田商工会議所・南信州牛ブランド協議会・南信州菓子ブランド協議会・南信州漬物ブランド研究会・市田柿ブランド推進協議会・飯田精密機械工業会・各市町村の団体・活動

等々・・・60以上の団体があり、活動を行っている。

- a. 「南信州ブランド推進協議会」の立ち上げ締結
- b. 多くの団体における「地域経済活性化プログラム協定」が締結
- c. 地域活性化のための大学との協定が締結 etc...

様々な、取り組みは始まっている。しかし、各団体が一同に会し、協力体制に到っているか？
というと、未だ足並みが揃っていないとは言えず、模索状態であるといえる。

観光業の取り組み

(「地域経済活性化プログラム(2008版)(作成：飯田市役所 産業経済部)」参照)

- 1) 飯田下伊那地方における観光消費額の中心は、温泉宿泊施設が集中する地域となっており、全体の約37パーセントを占めている。
- 2) ここ10年間では、飯田下伊那地方の観光客及び観光消費額ともほぼ横ばいとなっている。
- 3) 平成17年では、観光客の約8割が日帰り客となっており、観光客一人あたりの消費額は長野県平均の3,730円を下回る2,955円となっている。
- 4) 飯田下伊那地方は、スキー場や大規模なリゾート施設などは少ないが、日帰りの温泉施設や地域の生活に密着した施設、名所・まつり・イベントなどが豊富で、多様な資源を保有している。
- 5) 地域の資産を活用しながら商品の企画販売につなげている「体験教育旅行」などについては農家体験の受入町村が増加するなど、確実に裾野の広がりを見せている。下伊那全体でも観光消費額の拡大に繋がる活用が期待されている。
- 6) 体験教育旅行やエコツーリズム事業の手法を活用したツアーの充実などで、団塊の世代をターゲットにした誘客を進めながら、子供達含む幅広い年代層から集客、宿泊を進めている。

(4) 現行ブランド資源

< イベント >	< 文化・歴史・観光 >	< 地場産品・産業 >
音楽 人形劇カーニバル ツアーオブジャパン (南信州ステージ)	人形(浄瑠璃・歌舞伎・獅子舞) 祭り(地域ごとの祭り・太鼓) 文化人(菱田春草・タテタカコ) 文化財(赤門) 歴史 桜	市田柿 飯田のタレ 安全・安心な農作物(穀物・果実) 半生菓子 水引 精密

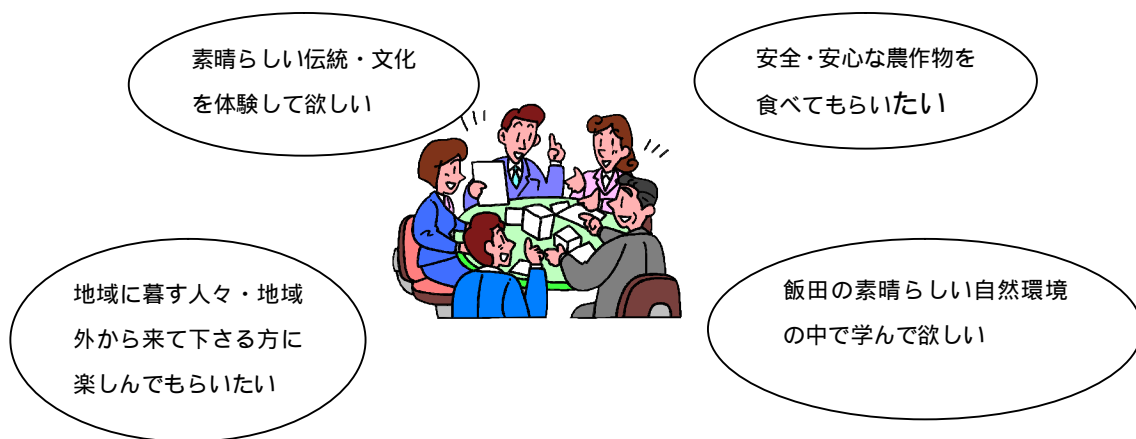
(5) 現状ブランド構築まとめ

前述(1)～(4)を整理、まとめると以下の通りとなる。

- a. 今回の大友教授の講義で示された「意味的価値を創造する人材・組織」が少ない。
- b. 各自治体、観光、商工等団体で個別の活動は行われているものの、完全にブレークスルーできているとは言えない。
- c. 自治体単体では業務領域に限界があり、自治体と民間の協働体制が不可欠である。
- d. 南信州というのは、どの範囲までを指すのか、自治体組織単位でなく、顧客・来訪者から見た南信州をイメージすべきである。
- e. 観光資源、産業、物品などについても、決定的なものがない。

(6)担当事業に与える脅威・競合他社状況

当事業自身の外部環境としては、いくつもの地元先行組織がある。我々としては、競合でなく、まして脅威と位置づけるのでなく、「連携・協力できる協働型パートナー」と位置づけたい。今回、南信州ブランドを立ち上げるというプロジェクトに関わることになり、既存の団体、活動グループの状況を調査し、まだ代表の方との面談を行った結果、わかった点がある。それは、この南信州には、**明確なビジョンやポリシーを持ち、賛同するスタッフも整い、情熱を持って取り組み、一定の成果を出している団体が数多く存在する**ということである。当然、各団体を運営する事務局が存在する。代表の方に面談を申し込むと、好意的に面談の機会を下さり、自分達の活動について雄弁に語っていただくことができた。



異口同音に聞こえてくるのは、この地に対する思い、情熱、大切な何かを自分達の手で育み、浸透させ、地域外にも発信していきたい。というものであった。

産業界、農業、文化、観光、既存の団体、それぞれが垣根を超え、連携を果たした時に、「南信州ブランド」が実現すると感じた。

3. 担当市場のセグメンテーション

時間軸：

「現状、数年先までは通年は難しく、季節限定など季節スポット型市場をターゲットに」

誘客対象となる地域軸：

「将来的には全国を目指す、先ずは、愛知、静岡など近県と県内、さらに南信州出身者に」

年齢・ライフスタイル軸：

「年代、生活パターンの特定もせず、子供～学生～若者～大人～熟年に～海外の方に」

4. サービス戦略案

当事業の商品にあたるサービス戦略構想は以下の6つのサービスから構成される。

(1) ブランドプロデュース機能

ブランド構築に向けたシナリオを描く・既存のシナリオ・個々を束ねる
< 意味的価値 > を一緒に創造していく

(2) 人材集め・団体束ねサービス機能

< 地域の人たちを巻き込み、取り込む > キーステーションとなる
想いのあるメンバーの集約機能を持ち、企画、コーディネート役を果たす。
継続性のある長期スパンの戦術実行が必要になり、「人」が大きなリソースとなる
(当地出身または地元OBへの参加依頼など)
ボランティア、協賛企業、団体集め機能

(3) 四季通じた訪問・滞在イベント企画、開催機能

南信州広域的発想(岡谷以南)で行われている「観光」「体験」「参加」「滞在」「イベント」
を束ね、物理的効用、意味的効用を高める機能。

(4) 四季通じた地元産品情報発信機能

地元産品に意味的価値を付加する機能
生産者ブログにて、産品に関わる人・暮らしぶりを知ってもらい、親しみを持ってもらう
機能

(5) 情報発信総合企画・推進機能

情報発信企画・デザイン機能
インターネットを活用した「南信州物語 ポータルサイト」の構築、運営

(6) ブランド・マネジメント機能

南信州ブランドのマネジメント機能を、各団体の代表者と共に担い、果たす
a. ブランド品質水準を設定し、< ブランド認証審査機能 > を果たす。
不足している部分は補完していく(地域ブランドをヒットさせる7つのチェックリスト)

- b. <品質を保つ機能（見守り機能）>を果たし、既存事業の継続的な発展、新規事業の成功のスピード化に貢献する

ブランドを見守り、育てていく機能

「ブランド」を持つことは非常に高い価値である。ブランドを構築するには、長い時間を要するが、失墜は一瞬で起こりうるという特性を自覚すべきである

- a. 失墜防止のリスクマネジメント、類似・イミテーション対策など

ブランド認知度調査機能

- a. アンケート、インターネット調査などの実施。

5. ビジネスモデル（戦略実行による期待効果）

本事業を進めるにあたっての期待効果と推進組織と事業モデルをマクロレベルで検討した。

(1) 事業成果目標指標（2007年対比）

	主な指標	2008	2009	2010	2011	2012
	新規コーディネート数（累積）	2	4	8	10	12
認知	ブランド認知度（無作為調査）	+1%	+3%	+5%	+10%	+15%
経験	観光者・イベント参加者	（非公開）				
	産品売上額	（非公開）				
満足	満足度調査	60%	80%	95%	98%	99%
再来	再来率調査	60%	80%	80%	80%	80%

(2) 事業組織

実質的にこの事業を展開するにあたっては、これらを推進する「人」がキーであることは言うまでもない。継続的な明治大学との連携を図りつつ、他グループとの共同化および統合化、南信州ブランド推進協議会、(株)南信州観光公社など既存推進組織、団体などと良好で効果的な協働化を図っていきたいと考えている。

さらに事業機能の本格的な展開となった場合、事業組織化を行う。新会社法の施行に伴い、合同会社（LLC）、有限責任協同組合（LLP）、特定非営利活動法人（NPO）、株式会社などから選択していくこととなる。

< 2008年 >

明治大学飯田事務所 機能を果たす
南信州ブランド推進協議会 に 参画する

(3) 事業モデルと収支

事業活動を行っていく上で想定しているビジネスモデルは、基本的に以下のとおりである。

- ・ 出資・賛助・スポンサーモデル
- ・ 広告収入モデル・・・ポータルサイト広告収入、アフィリエイト
- ・ 売上成果報酬モデル・・・成果に連動した成果報酬
- ・ ブランド審査料収入・・・ブランド審査および認証に関する収入

6.具体化の例示

(1)人材集め・団体束ねサービス機能について

1) 産業

現状分析

南信州ブランド推進協議会では、「南信州を呼称としたブランドの構築」「地域に存在するすべての商品及びサービス等のブランド価値向上」の推進を図ることを目的としている。飯田商工会議所が中心となり、各市町村・各団体・企業へと多くへ呼びかけを行っている。

解決方法の模索・提案

- a. 多くの団体等に呼びかける。その中で賛同した参加者がまず行動をはじめ、充実した組織も模索し、確立してゆくなかで、年輪のごとく一歩ずつ賛同者を増やして行く。
- b. 情報の開示が必要である。ここで、**身軽な、中立的な我々が**、情報の伝達役を担い、南信州ブランド推進協議会をバックアップする。あとでも触れるが、WEBSITEの活用で、一般者からの目、一般者からの質問に、文字だけでなく、動画も併用して答えるのもいいかもしれない。

2) 文化活動

現状分析

各自治体の文化活動は、市民参加型で事業を決定し、多くのボランティアのよりその事業が行われている。その事業成功は、ボランティアの「熱い想い」により成し遂げられている。人集めはいかに同じ価値感、熱くなることができ「想い」を共有することができるかが鍵であり、それをどのように構築するかにかかっている。価値感が多様化する今日、共通の価値を見出すのは大変である。

解決方法の模索・提案

a.文化活動のボランティアの熱い気持ちの輪を広げる運動

各イベントの実行委員会に参加した人たちが、それぞれ人の想いを情報発信することで、その人の想いに共感する輪を広げる地道な努力。

現在の報道では、行われたイベント内容が中心である。特集番組など、メディアを含めた媒体で実行委員の活躍ぶり、その人たちの想い、飯田市の取り組み方を報道し、アピールする。

(一例)

飯田市の WEBSITE の中に市民欄を設ける

- ・参加メンバーが、どのような活動を行い、がんばっているかを、全国に市単位で発信する

(2) 四季通じた訪問・滞在イベント企画、開催機能について

(例) 人形劇フェス+ (何か) 音楽フェス+ (何か)・・・を、次の季節に繋げる

合言葉は「次は 月 で会いましょう」

4月 桜ツアー (次は ツアーオブジャパンで会いましょう)

- 5月 ツアーオブジャパン（次は アフィニスで会いましょう）
- 7月 アフィニス（次は 人形劇・りんごで会いましょう）
- 8月 人形劇・りんごん（そうだ、子供の宿題を親子で楽しんで帰りましょう）
- 8月 夏休みの自由研究は信州で！（次は 伊那谷文化芸術祭で会いましょう）
- 10月 伊那谷文化芸術祭（次は 柿の皮むきで会いましょう）
- 11月 渋柿の皮むきと天日干し（次は りんご狩り・天竜船くだりで会いましょう）
- 11月 りんご狩り・天竜船くだり（次は 霜月祭りで会いましょう）
- 12月 霜月祭り

(3) 四季通じた訪問・滞在イベント企画、開催機能について - 日本一要素から -

(プレゼンテーション資料参照 添付 資料4)

(4) 今回のグループ案に対する当事業の機能の妥当性・有効性の検証（概略的）

事業機能案	① 音楽イベント	② 産品 おっそわけ便
1. ブランドプロデュース・コーディネート機能	○ 若者～地域全体への共同企画・推進	△ ブランド視点の共同企画
2. 人材集め・団体束ねサービス	○ 運営ボランティア登録・依頼	○ 運営ボランティア登録・依頼
3. 四季通じた訪問・滞在イベント企画、開催支援	△	△
4. 四季通じた地元産品情報発信支援	△ 地元産品紹介	○
5. 情報発信総合企画・推進	○ PR、集客支援	○ PR、広告支援
6. ブランド・マネジメント機能	○	○
(各事業個別主要課題)	・次ステップへの戦略・戦術立案 ・業界連携など	

総括

1. 各機能とも、概ね各事業に貢献できると考える。
 2. 1, および6, の意味的価値付加、ブランド品質レベルの設定によっては、その貢献度はさらに高まることが予想される。
-
1. 3, 4の他事業主体機能については、後方支援的な位置づけとなる。
 2. 2, 5については、不可欠な共通機能として、質および量を専門的に伸長していくこととなる。

7. 課題および考察

今回の講座とグループワークを通して、南信州ブランド構築にあたって、従前の产品生产などの活動に比べ、多くの新たな知識・能力がなければ、目標達成が極めて困難であるというのが実感である。

主なものを例示すると

- (1) 企画段階においてはマーケティング知識と従来の機能的価値に加え、意味的価値を重点にした、画期的効用をもった商品・サービス企画が必要になること。
- (2) 上記、効用を誰でも理解できるような見せ方が重要であること。
- (3) 又、地域ブランドとなるために、他の地域では絶対提供できない、数、量、質など何かの点で、日本一の要素があることが望ましいこと。
- (4) プロモーション戦略、情報露出など情報戦略など広範な専門戦略が必要なこと。

このような理解から、当グループでは敢えて自らの現職からの事業策定でなく、地域ブランド構築を目指す団体、企業、個人に対して、**一緒に考え、行動する後方支援型事業**の検討を行うこととし、ある程度の機能的なフレームワークを検討することができた。

しかしながら、これらが実践的に機能し、成果を創出するためには、多くの課題が考えられる。現在、考えられる当グループの実践上の課題として、以下を上げる。

マーケット視点、顧客視点に立って、如何に高い効用の意味的価値を創出できる能力を育成できるか。

各団体、会社、個人などの的確なコーディネート能力の育成。

ブランド品質レベルの設定とその維持運用ができる仕組み、組織づくり。

類似、イミテーション対策など「真似られない強みづくり」

さらに、

中立かつ公正な組織運営とその意思決定ルールと仕組みづくり。

10年ワンスパンと言われる地域ブランド構築に対して、目標達成のための戦略シナリオの良し悪しが重要であり、如何に好循環のスパイラルに載せられるか、重要かつ難解な課題が残る。

しかしながら、このようなテーマを推進する成功要因は、情熱、思いを持った「人」が最大の源泉であり資源であるとも言える。我々はグループ名のとおり、何より、わくわくしながら、人と協力して、充実感を味わいたい。さらに、今回の束ね機能は、ブランド資源としての束ねの他に、プロジェクト管理で言うPMO的な機能も重要である。実践上は、先行するテーマ、遅延するテーマ、東を向いているプロジェクト、西を向いているプロジェクトなどがあってはベクトルがバラバラとなり分散し集中性が発揮できない、これを取りまとめるオーケストラで言うコンダクター役も重要ではないかを感じる。

最後に、大友教授の講座で「都市の売るべき対象、意味的価値は何か？」でサービス業として都市を考えて、差別化を意識し問題解決を図っていくこと。さらに小川教授のご指導の中にも、地域の意味的価値を勘案した都市開発が必要になるとご指導を頂いた。まさに、自治体行政施策も「選択と集中」の中で、特徴のある都市づくりが連鎖していなければならない時代になってきていることを感じたことを付記しまとめとする。

最後に・・・グループメンバーより一言

井坪 まゆ美

素晴らしい自然。心豊かな暮らし。素敵な人々。南信州に暮らしていることに心から感謝します。今回の講座を通じて、南信州の素晴らしさを発見し、再認識しました。私たち、ひとりひとりの中は無限のエネルギーがあります。湧き上がってくる、この地に対する愛情があります。今、ここに。南信州ブランド構築ははじまったばかりです。大地に、人々に感謝しながら、共に協力しあい、わくわくしながら、豊かな未来を築いて行きましょう。最後に、わくわくグループの仲間。講座の仲間。ご教授下さいました明治大学の先生方に感謝します。＜学びは究極の遊び！＞

雄長 仁司

今回の地域ブランド活性化プログラムに参加して、新聞報道・飯田市の広報等に関心が向くようになったこと、また自分には何ができるか考えるようになった。職場・業種が違うグループの方々と同じテーマで討論することは、同じ事柄でも違う見方があることを、改めて感じる事ができた貴重な時間でもあった。

日本文化は古来より新しいものが生まれる場を、水引と呼ばれる飾りひもを結んで祝福してきました。飯田の語源は助けあって田んぼをつくる「結い田」からきたといわれている。

私たちの事業は、水引の「結び」と「結い田」精神を引き継いだ、地理的・歴史的な必然は発想でありとても重要なものであると考えている。

村田茂之

今回、地域外から本プロジェクトに参画させて頂いた。多くの方々との出会いの中で、飯田のいいところを客観的に感じる事ができた。ただ、飯田地域ブランド構築にはまさに「地域力」と表現される難問を抱えていることも実感した。何らかの形で今後も実践で関わって行きたいと感じた。

(ITコンサル&デザインラボ(株)代表取締役、NPO長野県ITコーディネータ協議会副理事長)

資料1 Googleによる「南信州」Keyword 検索

(資料)

Class	seq	サイト表示	説明など	サイト主催者
A	1	南信州サイバーニュース - 14:29	長野県飯田下伊那地域情報「南信州」新聞。ニュース、飯田下伊那写真館、イベント案内、読者と創るWEBサロン、シティー情報など。	南信州新聞社
A	2	長野県南部飯田市他の旅行情報・温泉や宿泊等の観光ガイド-南信州ナビ	飯田観光協会と南信州広域連合が運営する長野県南部の観光ポータルサイト。南信州の観光地や温泉、宿泊等の旅行スポットを紹介。	飯田観光協会
A	5	飯田市/昼神温泉/下伊那エリアガイド[南信州.com] - 14:31	南信州(飯田市と昼神温泉周辺、下伊那郡)のエリアガイド、観光情報サイトです。温泉やホテル旅館などの宿泊先から、信州そば・漬物などの郷土料理・名産物・お土産品、スキー場ゴルフ場のご案内まで、地域情報が満載です。クーポンもあるよ!!	いいまち.netグループ南信州.com代表管理人鈴木健太郎
A	6	イツ飯田ネット! 飯田市・南信州情報ナビ(飯田下伊那地域情報) - 14:31	イツ飯田ネット! 飯田市・南信州情報ナビは、長野県の飯田市・下伊那の地域情報サイトです。情報誌タウン情報いいだ(月刊いいだ)と連動。飯田下伊那の情報満載!	月刊誌「タウン情報いいだ」
A	7	田舎暮らしなら南信州! 信州ネットドットコムは南信州田舎暮らし情報館...	【信州ネットドットコム】団塊の世代の為の南信州(下伊那・長野県飯田市千代)田舎暮らし(田舎生活)情報館「田舎の弟子」... 愛知県から田舎暮らしを目指して「南信州(長野県下伊那・飯田市郊外千代地区)」の山里にアイターンをして来た私達家族...	南信州で田舎暮らし 信州ネットドットコム 戸軽英雄 千399-2223 飯田市千栄3432番地6 電話0265(59)1070
A	10	飯田市地域情報 南信州・飯田NAVI	南信州・飯田NAVIは(株)抗菌美装が運営する飯田市と下伊那郡の地域情報です。	(株)抗菌美装
A	11	ツアー・オブ・ジャパン南信州ステージ	映像配信への入口は南信州ステージ当日、JANISネットのトップページに開かれます。shim大型オーロラビジョン 大型オーロラビジョン設置 ... ツアー・オブ・ジャパン南信州ステージ実行委員会(事務局:飯田観光協会事務局:飯田市観光課内) ...	ツアー・オブ・ジャパン南信州ステージ実行委員会(事務局:飯田観光協会事務局:飯田市観光課内) ...
A	12	長野県南部のグリーンツーリズム・エコツーリズム・体験プログラム...	2008年02月05日 2008南信州ウィンタートレッキング南沢山コース開催報告(2/2)2008-02-05:11:59:05; 2008年02月04日 和歌山県の高校が訪れました(1/30-31)2008-02-04:11:32:47; 2008年01月28日 2008南信州ウィンタートレッキング茶臼山コース開催 ...	南信州観光公社
A	14	南信州「伊那谷でんこもり」南信州の温泉・方言・旨いもん・イベント...	携帯投稿 南信州伊那谷のスナップをケータイから投稿しよう! カメラ付き携帯電話から写真を添付してメールを送信するだけ! 【投稿方法】... 南信州 昼神温泉郷の朝市: 南信州昼神温泉郷ふるさとの味、そば処おんびらの生そばをお届け致します! ...	
A	15	長野県の南信州は飯田市を中心に和菓子屋から洋菓子屋まで一杯	南信州お菓子のポータルサイト 飯田下伊那生菓子組合。	
A	22	NPO法人南信州おひさま進歩 - 14:33	南信州:地球温暖化防止エコ推進事業の公募及び問い合わせの受付は終了いたしました。(2007.11.20)。おひさまエネルギーファンド株式会社が「温暖化防止ファンド」の出資募集を開始しました。(2007.11.16)。10月22日より南信州:地球温暖化防止 ...	特定非営利活動法人 南信州おひさま進歩代表 松江 良夫

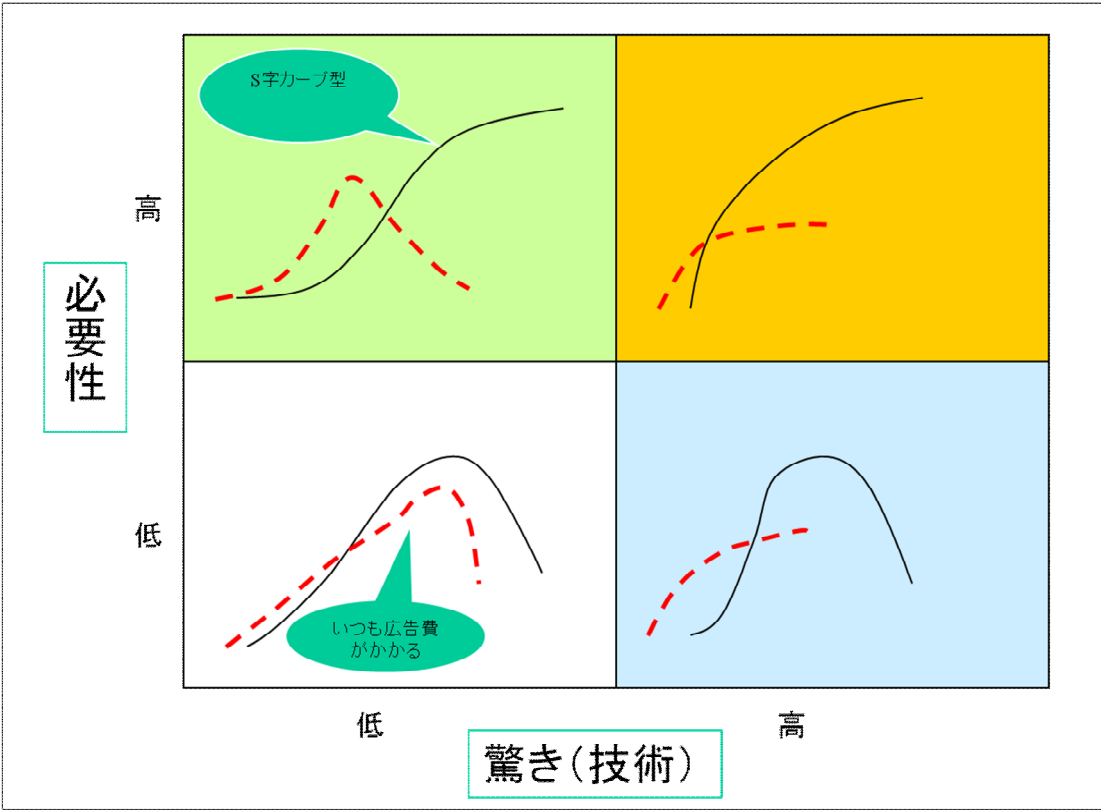
A	34	長野県飯田市の農業体験事業 - ワーキングホリデー飯田	南信州・長野県飯田市の農家に宿泊し、ボランティア形式の農業を体験してみませんか？ ワーキングホリデー飯田。コンテンツのご案内。ホーム・事務局からのお知らせ。ワーキングホリデー飯田とは？ 作業内容のご紹介。受け入れ農家のご紹介 ...	ワーキングホリデー飯田事務局飯田市役所農業課 内Fax:0265-52-6181
B	3	南信州広域連合 - 14:29	南信州圏域は、長野県の最南端に位置し、南アルプスと中央アルプスに挟まれ、天竜川など豊かな自然に囲まれた広大な地域です。三遠南信地域を構成する愛知県、静岡県に接するひとつの圏域として1市3町11村で構成されています。	南信州広域連合
B	8	南信州ビール	スタッフ募集・営業カレンダー・季節限定ビール 駒ヶ岳エール・HPリニューアル工事中 ご迷惑をお掛け致しております。もうしばらくお待ち下さいm(_ _)m。南信州ビール株式会社 長野県駒ヶ根市赤穂759-447 TEL0265-85-5777 FAX0265-85-5630.	南信州ビール株式会社
B	9	南信州道路情報	南信州道路情報へようこそ。南信州道路情報トップページ・交通規制検索・地図検索 ・ライブカメラ・雨量・路面・積雪・凍結・道路情報版・気象情報。	国土交通省中部国道整備局飯田道路事務所
	13	南信州ハヤシファーム	ハヤシファームへようこそ！ ハヤシファームは、信州の南アルプスと中央アルプスの間の伊那谷にあります。昭和初期に主流であった「中ヨークシャー種」を原種豚に、いも50パーセントの飼料と、伊那谷の天然水を活性水に変え飲ませています。 ...	
	16	駒ヶ根・伊那・飯田・木曾などの観光情報 - [信州]All About	南信州：駒ヶ根・伊那・飯田を含む南信濃エリアと、中信州・木曾エリアの総合観光（スポット・グルメ・宿・イベントほか）案内。 ... 南信州： 南信全域 諏訪広域 上伊那広域 南アルプス山麓 飯田・下伊那広域 遠山郷 三遠南信地域 の観光情報 ...	
	17	@WEB南信州	ようこそマイホームページへ！ このページは私の趣味を通して南信州を紹介するホームページです。おいでなんしょ 人目の訪問者だに 本日 人 昨日 人。青い塔のロースカツ丼！！ 更新履歴。1月14日, グルメの部屋に青い塔を追加！！ 10月14日 ...	
	18	[楽天市場]チョットお寄りて南信州:おいしいで、たのんでみてくん...	南信州の旬の果物・野菜や、名産のお菓子、おいしいもの全般を取り扱っております。グルメな方々にオススメ！	南信ネットワーク協同組合
	19	南信州 おいなんヨ！	南信州(長野県飯田市・下伊那郡)の特産品、名産品を紹介、販売するショッピングモールです。長野 南信州ならではの名物、地場産品をお取り寄せいたします。南信州の味をお土産、贈物として、大切な人へ、自分自身へプレゼント。	
	20	南信州・平谷高原の観光情報[ぴーかん.net]	南信州（長野県南部）・平谷高原の総合観光情報ポータルサイト。平谷村観光協会が提供します。	
	21	南信州ビール	南信州ビール株式会社 駒ヶ岳醸造所。〒399-4301 長野県上伊那郡宮田村4752-31。TEL0265-85-5777 FAX0265-85-5630 ... 南信州ビール株式会社 駒ヶ岳醸造所。 恐れ入りますが、「振込手数料」はご負担願います。なお、お振込は注文者のお名前でお願ひし ...	
	23	飯田下伊那(南信州)のさくら	南信州のさくら。長野県の最南端に位置する当地域は、県内で真っ先に桜が咲きはじめる春の訪れを告げます。また、歴史が豊かな地でもあり、数々の古木・銘木があると共に、その桜にまつわる言い伝えなども多くあります。このページでは、当地域の代表的な ...	長野県下伊那
	24	長野県最南端の秘湯と秘境の里・信州遠山郷(飯田市上村・南信濃地区)	南信州ナビ 今月のイベント情報。->>南信州ナビの新着イベント案内を見る。・2/17開催「天龍梅花駅伝」。・2/11開催「大火生三昧・火渡護摩(ひわたりごま)」。・2/10開催「親子で楽しむそり作り・そり遊び」。・2/09開催「大平宿雪おろしとスノーシュー ...	

資料2 地域ブランドをヒットさせる7つのチェックリスト

提供：明治大学 商学部 大友教授

- 過去には見られない画期的効用があるか
- 効用を誰でも理解できる(商品名)か
- 地域性と信頼性は十分か
- 他地域では製造不能か
- 数、量、質などの点でひとつでも日本一はあるか
- 誰でも買える価格か(現金またはクレジットで)
- 情報露出は十分か(媒体数、回数など)

資料3 プロモーション(PR)と売上 - 驚きと必要性 -



6. 企画実施例 音楽イベント企画案に 当事業が共同化したら

- 要約: 各事業に対する当事業案の有効性の評価を検証する
- 「事業評価 地域ブランドをヒットさせる7つのチェックリスト」を用いて考察する
- 6つの機能の側面から、支援する

日本一要素を探した 「あった」 日本一の星空

環境省の「全国星空継続観測」(スターウォッチング・ネットワーク)。
 昨年8月の観測で、長野県阿智村のもみじ平が23.7等級と、日本一夜空が明るく、星の観測に適する場所選ばれた。

引用 : コンシェルジュ『J』のマーケティングブログ



日本一の星空の街で FeelingOf Power 2008

キャッチ・コピーとして・・・
ライブ& 天空観測

<街あげてのイベント>
一斉消灯タイム& 天体鑑賞
紹介イベント
・
・

ダブル・イベントのシナジー効用価値向上

●地域ブランドをヒットさせる7つのチェックリスト

ト

天候に依存、見れないことも

過去には見られない画期的効用があるか

効用を誰でも理解できる(商品名)か

地域性と信頼性は十分か

他地域では製造不能か

数、量、質などの点でひとつでも日本一はあるか

誰でも買える価格か(現金またはクレジットで)

情報露出は十分か(媒体数、回数など)

問題はここ

情報露出されていない、地元でも認知されていない

地元での定着 地域性向上活動が必要！

例えば

・「星空を観よう」

・「星空を撮ろう」

・星空天気予報

・

・