

Omiya station East entrance Conference

大宮街づくり月報 OEC 12月例会

魅力的な地域づくり 人と人を繋ぐOEC

例会
スケジュール

第162回1月30日
新年祝賀会
ホテルプリランテ
17時30分～

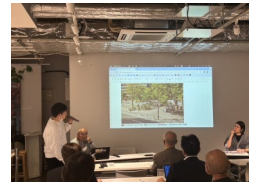
第163回2月22日
おおみやまちラボ
18時30分～

久世長 挨拶



UDCO、行政報告

・大門三丁目 開発報告



事務局報告

- ・2024新年祝賀会について
- ・12月8日要望書提出について
- ・12月8日エンタメとまちづくりについて
- ・vol.2 冊子CUEについて



次 第

- ・会長挨拶
- ・UDCO報告
- ・事務局報告

・例会主題

魅力的なまちづくりに必要
不可欠なブランディング、
コンセプトとは

柴田洋子事務所
シニアディレクター
中原真理氏

魅力的なまちづくりに必要不可欠な ブランディング、コンセプトとは

柴田洋子事務所 シニアディレクター 中原真理氏





「選ばれる」街（ブランド）となるために、
 コンセプトは必要不可欠。
 コンセプトがあることで、チーム皆で色鮮やかにゴールを
 共有することができ、プロジェクトは前に進む。
 そして、長期的な売り上げ向上や、暮らす人・働く人の誇り、
 生き甲斐、働き甲斐、訪れたい価値ある、
 唯一無二の魅力ある街の実現につながる。

「選ばれる」を取り付ける基本の3つの感情=ブランド設計の際の基礎となる感情>

<p>好き</p> <ul style="list-style-type: none"> 愛せる 可愛い/カッコいい/素敵 自分に似合っている 選んでいる自分が素敵に見える きゅんとする ギャップにときめく 懐ける/懐れの人が使っている 	<p>信頼</p> <ul style="list-style-type: none"> 尊敬できる 正直、素直、嘘が無い 志が高い 真剣、真面目 親切 隠さない、必要な情報を公開してくれる 顧客を大切にしている 	<p>賛成</p> <ul style="list-style-type: none"> 正しい 共感する 正義がある 社会に貢献できる 社会課題に対する考え方が同じだ 応援したい
--	--	---



なぜブランド/ブランディングが必要？

- 現在、競態も見ただ目もある程度履いたものが多く、右の様なことを実現している。
- D2C等やSNSの存在もあり、更にお客様との距離は短縮されている。
- SNSでの口コミなど個人の発信が当たり前のようになった現在、かつてのように広告で認知を得るだけでは届かなくなっている。
- そんな今、人がモノやサービスを選ぶとき、安心安全で買いたい人は人を選びたい。
- 信頼できる「私はこれ好き」「懐ける」「共感できる」「応援できる」
- 賛成できる背景・哲学がある等の「感性価値」が、差別化での重要な情報にもつながる。

ブランディングとは？

ブランディングとは、「かたまり」(ブランド)の価値を高めるため、コンセプトを設定し、その実現に向けて、対象者ターゲットに選ばれるための全ての抜点をコントロールし、戦略的に形にしていく活動のこと。

一定の水準以上のモノやサービスであらねば、自れに価値は生まれない。

顧客からの「信頼」を創造する。敬意、愛。

「選ばれる」の感情となるコンセプトとは何？

- シバジムが考える、「選ばれる」に必要な3つの要素
- 市場競争力がある** (選ばれる個性がある)
- 長く続く** (信頼なりではなく、普遍的なもの)
- 内部の人が共感する** (選ばれる人から抱かれ、みんな1つの目標を共有できる)



中原 真理
 シニアディレクター
 有限会社柴田陽子事務所

