

Corporate Public Relations Division

tel:03-6441-6161 fax:03-6441-6166 www.hakuhodo.co.jp

2014年1月16日

博報堂、企業と地域社会の良質な関係作りを支援する 「コミュニティ・ベースド・ブランディング」を提供開始

「街づくり」をテーマに対話する"共創型"のプロジェクトを運営

株式会社博報堂(東京都港区、代表取締役社長:戸田裕一)のブランディング専門組織博報堂ブランドデザインは、地域社会との良質な関係作りによって企業・団体のブランド価値向上を支援する「コミュニティ・ベースド・ブランディング」の提供を開始いたしました。当プログラムは、主に商業施設や観光施設、教育機関、医療機関、鉄道・交通、行政・自治体など、地域社会との関係構築を課題とする企業・団体へのご提供を予定しています。

これまでの地域ブランディング(新商業施設のローンチ、観光資源の再活性化など)では、企業が主語となり、一方的に魅力を伝える広告宣伝(to C 型コミュニケーション)が一般的でした。これに対し、コミュニティ・ベースド・ブランディングは、地域社会と企業・団体が共に「街づくり」を共通テーマに対話する"共創型"のプロジェクトを運営するプログラムです。(with C 型コミュニケーション)生活者を攻略すべき「ターゲット」ではなく、街づくりの「仲間」として捉え直すことで、企業と地域社会の深い関係づくりを支援いたします。また、地域社会との"共創"のプロセスは生活者の深い関心と共感を生むため、新商業施設などのローンチ時点で、既に多くのファンが形成されることが特長です。

プロジェクトは「参加の場のデザイン」や「コミュニティ構築」に専門的な知見を持った博報堂ブランドデザインのコンサルタントチームが運営し、最短で6カ月の実施期間を想定しています。

■標準的なワークデザイン

News

1.事前作業・事前調査	2. 実行委員会の構築	3.地域コミュニティづ くりのコア施策の実施	4.コア施策の露出・ 認知度向上施策	5.実ビジネスへの反映 〜出口戦略・持続化
ビジネスが成立するため の「商圏の考え方」や 「顧客像」の精緻化を行 います。 ・メンバリング ・スケジュール ・リサーチ ・予算	プロジェクトのコアとなるメンバーを集め、実行委員会を立ち上げます。また、地域の重要なプレイヤーと関係を結びます。 ・街づくりNPO ・青年会議所や商店街などの事業者 ・行政や地方議員 ・教育機関や学生	実行委員会の主催でのイベントや住民参加活動を通じて、コミュニティを駆動させていきます。 ・大規模ワークショップ・地域の魅力発掘・地域の広告を制作・自社とのコラボ企画・参加者による自発的活動のサポート	コア施策をプロジェクト に参加していない層にも 広げます。 ・広告 ・PR ・参加者による自発的 活動の拡散	プロジェクトの盛り上が りを自社ビジネスに反映 し、活動実施後も継続的 にプロジェクトを運営す るための設計をおこない ます。 ・プロジェクト参加者との コラボレーション企画 ・団体化、仕組化 ・引き継ぎ
1ヶ月~	2ヶ月~	2ヶ月~	通常の広告制作・ PR業務に準ずる	2ヶ月~ +アフターサポート

ご参考

「相模大野宣伝部」の取り組み(ボーノ相模大野 開業ブランディング)

■「商業施設を宣伝する」のではなく、「街を宣伝する」

2013年3月に開業した「ボーノ相模大野」。商業施設のオープンにあたり「新商業施設の魅力を伝える」という一方通行のコミュニケーションではなく、「相模大野の街の魅力」の一つに「これからできる新商業施設(=ボーノ相模大野)」を位置づけ、街のために活動している人たちをサポートしたり、街の魅力を世の中に発信する任意団体「相模大野宣伝部」を2012年3月に立ち上げました。街づくりNPO、公益社団法人の大学連携組織、地元青年会議所などに声をかけ、賛同するメンバーで組織化。市民、市役所、学校、駅ビル、商店街なども巻き込みながら相模大野という街を盛り上げる活動を展開しました。

相模大野宣伝部公式 HP: http://sagamiono-sendenbu.com/



■活動事例:未来の相模大野を語る「100人ワークショップ」

生活者が互いに話し合い「理想の相模大野」を形にする大規模ワークショップを実施しました。ワールドカフェというワークショップの手法を用いて、街の魅力を発掘、未来の相模大野のために自らが取り組みたい事柄を挙げていただきました。このワークショップから「ダンスや音楽を通じて街を盛り上げる」「ご近所の縁を大切にする隣人祭りを実施する」「相模原の地元のものを食べ歩く」「市民参加で公園をつくる」など20を超えるプロジェクトが立ち上がりました。



■活動事例:地域と共に作る「街の広告」

プロジェクトの活動として相模大野の「街の広告」を、大学生からシニアまでの幅広い生活者と共に制作。ワークショップで立ち上がった活動のサポートや、地域の魅力を発掘していきました。

※街が持つ魅力、ニュースの一部として「ボーノ相模大野」の情報も発信









■活動総括

「相模大野宣伝部」の活動を約1年間実施することで、開業オープン時には2013年3月の「ボーノ相模大野」の認知度、ファンは当初の予測を大幅に上回る成功を収めました。また、商業施設の開業コミュニケーションとしては、開業時に既にブランドが完成している、という全く新しいブランディングモデルを確立したことも大きな実績と言えます。

「コミュニティ・ベースド・ブランディング」のベースとなった「相模大野宣伝部」は地域社会と企業の良質な関係を構築することで、地域に深く根付く"共創"を実現しました。

■博報堂ブランドデザイン

博報堂内の次世代型コンサルティング専門チーム。マーケッター、デザイナー、コピーライター、一級建築士、組織開発コンサルタント、リサーチャーなど、多彩なバックグラウンドを持ったメンバーより構成され、戦略からアウトプットまでをワンストップで実行するのが特徴。ブランド戦略立案をはじめ、組織・風土改革、ビジョン策定、新事業開発、商品・サービス開発、CI・VI、ネーミング、空間デザインといった様々なビジネス領域をカバーし、クライアントや外部専門家と深くコラボレーションする「共創型」のプロジェクトを得意としている。(リーダー:宮澤正憲)



博報堂ブランドデザイン公式 HP http://www.h-branddesign.com/

【企業ご担当者の問い合わせ先】博報堂ブランドデザイン 兎洞・山田 TEL:03-6441-7984 【報道関係者の問い合わせ先】 博報堂広報室 西本 TEL:03-6441-6161/FAX:03-6441-6166