

報道関係各位

2015年8月11日
株式会社博報堂
株式会社オズマピーアール
株式会社マガジンハウス

地域創生をウチ×ソトの視点でサポートする 地方自治体向けプログラム 「地域エディットブランディング」の提供を開始

広告会社、メディアが地域創生へ向けて、初の連携
兵庫県豊岡市移住戦略プロジェクト「TOYOOCOME(トヨオカム)！」にて実施決定

株式会社博報堂が提供する地域ブランディングプログラム「LoCoBra」、地域への移住をテーマにしたWEBメディア「雛形」編集部(運営:株式会社オズマピーアール)、地域の魅力を発信するWEBメディア「colocal コロカル」編集部(運営:株式会社マガジンハウス)は、地域創生に関わる活動の企画・運営を支援する共同プログラム「地域エディットブランディング」の提供を開始いたしました。

「地域エディットブランディング」は地域が持つ固有の「らしさ」を発掘し、ブランド価値として再構築する活動を地域社会とともに推進する地域応援プログラムです。博報堂の地域ブランディングの視点、地域をテーマにした各メディアの視点(ソトの視点)と地域住民ならではの視点(ウチの視点)を組み合わせ、これまで気づけなかった地域の魅力を固有の「らしさ」として再発見し、ブランド構築、プロモーション戦略の起点として活用いたします。

地域の魅力を掘り起こし、土地ならではの価値として育てるためには、外部の企業や専門家だけではなく、地域に根付いた視点や意見が欠かせません。そのため、多様な意見や価値観の違いを対話によってまとめあげ、一つのコミュニティとして組織化していく「参加の場」づくりが必要不可欠となります。「地域エディットブランディング」は、地域の目線と専門家の目線を連携させ、共に手を取り合いながらブランドを育てる「共創型」プログラムとして、「参加の場のデザイン」「コミュニティ構築」に数多くの実績を持つメンバーがプロジェクト全体をリードいたします。

今後、当プログラムの企画・運営チームは、他メディアをはじめとする様々な企業・団体と連携しながら地域のビジョン開発、産品開発、文化・観光振興、定住促進、シティプロモーションなど様々な各地域の多種多様な課題に対応したプログラムを開発、提供していく予定です。

なお「地域エディットブランディング」は、兵庫県豊岡市移住戦略プロジェクト「TOYOOCOME(トヨオカム)！」にて既に実施が決定しております。今後、2016年2月末までにインタビューツアーやワークショップなどを通して豊岡市への移住・定住を促すプロモーション戦略立案をおこなう予定です。

(※)博報堂、「地域創生ビジネス推進室」を設立(2015年5月14日ニュースリリース)
<http://www.hakuhodo.co.jp/archives/newsrelease/21408>

報道関係者
お問合わせ先

株式会社博報堂 広報室

西本 (TEL:03-6441-6161)

■「地域エディットブランディング」プログラム実施例

ー兵庫県豊岡市移住戦略プロジェクト「TOYOOCOME (トヨオカム)！」よりー

ステップ①
インタビュー・ジャーニー

多様な視点から地域への理解を深めるインプットをおこなう。メディアチーム(博報堂・LoCoBra×マガジンハウス「COLLOCAL」×オズマピーアール「雛形」)と地域への移住希望者の候補となるメンバー(公募)が、地域に住む「人」にフォーカスしてインタビューを実施。

ステップ②
コア価値発見
ワークショップ

ソト視点(博報堂・COLLOCAL・雛形+移住潜在希望者メンバー)と ウチ視点(地域に住み続けている人や移住者)で意見を交わし、地域固有の「らしさ」=価値を再発見・創造していくワークショップをおこなう。

ステップ③
プロモーション戦略の
立案

ワークショップによって明らかになったコア価値をベースにコミュニケーション、プロモーション戦略を構築する。
※ひとりよがりなプロモーション(ウチ視点の偏重)や、地域が疲弊するような観光客・移住者対応(ソト視点の偏重)に陥ることなく、ソト視点、ウチ視点をバランスよく取り入れる。

ステップ④
ソーシャルプロモーション
展開

地域の課題に沿ったソリューションを展開する。
地域の価値を明確にしたコミュニケーション開発、地域と都市との社会関係資本を活用した企画、移住希望者へのアプローチ戦略、質の高い交流人口を創出する通販、イベント、物販など、立体的なプロモーション展開を実現。
※一過性のプロモーションではなく、ステップ 1~3 を共にして地域の深い理解者となった移住希望者たちを中心に、地域とのつながりと外への広がりを創出していく。