

# 地域ブランド・マネジメント

2009.10.27  
dentsu



## 電通abicプロジェクトとは。



### 地域問題の深刻化

少子高齢化／若者層の流出／地域文化の消失／  
まちの画一化／アイデンティティの希薄化

### 「地域主権」の時代へ。

地域ブランドアイデンティティの確立が不可欠。  
「産品」発想のブランドから、  
「訪れたい」「住みたい」地域ブランドへ。

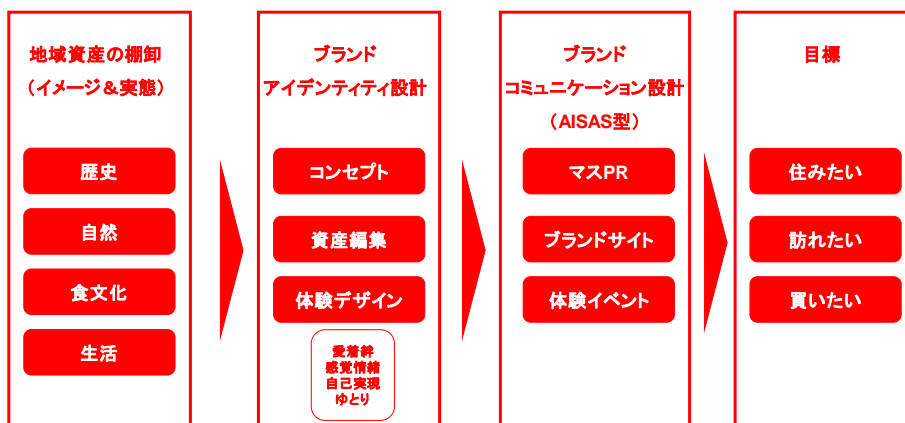
### 「電通abic project」スタート。

ブランド戦略論の第一人者である慶應義塾大学  
和田充夫教授と産学協同研究を実施。  
ブランド知見を生かした「地域ブランドメソッド」の開発へ。  
地域ソリューションに電通グループとして対応する。

abic = area brand incubation core の頭文字をとったプロジェクトチーム名です。

## 地域ブランドマネジメントとは(全体図)。

目標は、産品発想のブランディングではなく、  
「地域そのもの」をブランディングし、人が訪れ、住みたいと感じる地域にすること。



3

## コンサルティングメニュー

### ● 地域ブランド力調査

独自の評価指標による定量調査と連想ネットワーク調査によって現状のブランド力を構造的に測定する。

### ● 地域ブランドアイデンティティ開発

自治体担当者もしくはステークホルダーの方々とabic独自のフレームにしたがってワークショップを実施し、ブランドコンセプトを策定し、ブランドアイデンティティを編集していく。

### ● 地域ブランドコミュニケーション

電通の提唱する新しいコミュニケーションモデル「AISAS」のモデルに従って「地域ブランド体験」を設計していく。特にWEBとPRに注力してブランディングを進めていく。

住民と共に！  
共創型の  
地域ブランド  
開発を目指す。

4

## abicに関するその他の情報

---

- 専用ホームページ開設

<http://www.dentsu.co.jp/abic/>

- 専用問い合わせ先

abic@dentsu.co.jp

- 書籍の出版



「地域ブランドマネジメント」(有斐閣)の出版