

地域グループ 地域ブランド確立委員会

地域ブランド確立プロジェクト ～ブラカク～

Action! sheet

<運動の背景・目的>

① 実施背景

認知度の低い地方の伝統工芸品や特産品の価値が正しく評価されるには、ブランド力向上と認知拡大が必要とされている。

② 実施目的

唯一無二の製品とサービスから地域ブランドを構築することで、日本の地方を選ばれる地域へと変容させる機運を高めることを目的とする。

<実施スケジュール>

10月～	各地域の地元製品、サービスの調査を行う
1月～	選定したモノやコトの製品、サービスを創る
6月～	ASPAC、サマコンや連携先との発信活動を行う
7月～	広報、販促活動を行う
9月～	運動の成果を報告を行う
11月～	世界会議で発信する

<運動推進のステップ>

理想とする未来

地域ブランドの確立により、国内外を惹きつける新たなトレンドを生み出し、地域ごとの独自文化がブランド化することで、経済の好循環が創出された未来。

01

発掘 フェーズ

- ・製品創出を行うため、地方における優れた伝統工芸品、特産物の発掘を行う。

02

創出 フェーズ

- ・発掘フェーズで取りあげたモノをもとに、製品、サービス創りを行う。
- ・創るのだけではなく、課題感に着目して創り上げる。

03

発信 フェーズ

- ・JCの各種大会での発信、百貨店での販売営業をかける。
- ・販売していただくのではなく、連携する方々からも製品に関する評価を伺い、フィードバックを行う。

04

定着 フェーズ

- ・ブランド化された製品やサービスを広報推進する。
- ・広報に関しては地元TV局や、PR TIMESに依頼を行う。
- ・市役所をはじめとした地元の行政機関とも連携を図り、地元での定着にも注力する。

運動実行

必要に応じて軌道修正

<パートナー、アドバイザー>

- ・ダイハツ工業株式会社 デザイナー
青山 尚志 氏
- ・株式会社MITAI 代表取締役
三井 陽一郎 氏

地域ブランディング確立のため、専門的な視点からアドバイスやストーリーづくり、発信方法の助言をいただく。

<サマコンファレンスまでの成果>

① 運動としての成果

10件以上の生産者と連携。
5件の製品、サービスを創出。

② 地域の変化

JC発のブランド化により地域に新たなムーブメントと経済活性を創出。

Gian Pocket

誰でも地域に合った運動の構築ができる!
運動の推進議案をチェック!

gian pocket



ACTION!

どうしたらいいかわからない!を解決する
相談・サポートの申し込みはこちらから!
日本JCの会議委員会が、2026年に向けての運動構築方法をサポート!

