

「関西（KANSAI）ブランド」の検討について

平成 25 年 1 月 24 日
関西広域連合本部事務局

1 目的

- ・「関西（KANSAI）」が持つ個々の地域資源ブランドや各分野事業のテーマ等と結び付けてブランド展開を図る「地域イメージのブランド化」を検討し、「関西ブランド」としての確立・発信を行っていく。

2 当面の活動

- ・「関西ブランド」の先行事例として、関西経済連合会（関経連）が「関西ブランド」の構築と発信のために提唱する『はなやか関西』、近畿地方整備局が近畿圏広域地方計画の「文化首都圏プロジェクト」として進める『はなやか関西～文化首都年～』の取組・情報発信など、策定の経緯や考え方、策定後の活動等について勉強会を実施。
- ・関経連の『はなやか関西』については、策定に携わった関西ブランド力向上研究会の村田座長（アートコーポレーション（株）専務取締役）及び関経連事務局から、基本的な考え方、検討過程・内容、展開の取組を聴取済（第 1 回勉強会を 1 / 11 に開催）。
- ・ 3 月末までに、先行事例を取組の参考にしながら広域連合の視点でブランド資源を再確認。

3 今後の方向

- ・『はなやか関西』など既存の取組を活かし連動する方向で、観光、産業等各分野と検討を進める。
- ・「関西ブランドコミッティ」のような官民連携のもとでブランド広報活動を行う仕組みを検討する。

上記の方向性で、平成 25 年度以降、「関西ブランド」の考え方、検討方法、スケジュール、役割分担（仕組みづくり）、具体的な取組内容等を検討し

- ① “コア・コンセプト” の検討を通じた「関西ブランド」の策定
- ② 広報・コミュニケーション活動の仕組みの検討と具体的な展開を目指す。

4 「関西ブランド」確立・発信により期待される成果

- ・「地域イメージのブランド化」による関西のイメージアップ
- ・住民に共有される地域アイデンティティの形成
- ・広域連合の各分野事業での統一イメージを活用した情報発信