

関西の地域ブランディングにおけるコア・コンセプトの検討について

平成 25 年 9 月 21 日
本 部 事 務 局

1. 検討の経緯

関西広域連合として、観光や産業分野において関西ブランドを発信する取組を進めていく際の統一したコア・コンセプトの検討を行う。

2. 検討にあたって

- 検討の目的は、魅力ある「関西」のイメージづくりの根底となるコア・コンセプトを策定し、統一したコア・コンセプトに基づき「関西」の認知度を高め、人・モノ・情報が関西へ集まることにつなげていくこと。
- 検討の場として、「関西ブランド検討担当者会議」及び「ワーキングチーム」を設置。
- 関西経済連合会 関西ブランド力向上研究会が 2009 年にまとめた研究報告書を参考。
※研究報告書の中で、関西のコア・コンセプトを「はなやか関西」と提唱している。

3. これまでの検討状況

- 関西の特徴・特性や各種資源を洗い出し、再整理、分析することでコア・コンセプト案を検討。
- 独自のコア・コンセプト案に併せ、関西経済連合会の研究報告書で提示する考え方や内容、及び広域連合の概念や事業方針等との整合性などを精査、確認。

4. コア・コンセプトの策定

検討の結果、下記の事由等により、「関西」を統一感を持って効果的に発信するため、「はなやか関西」を官民が共同で取り組む際のコア・コンセプトとし、関西経済連合会が検討報告書で提示する地域ブランディングの考え方や今後の展開方策等をベースに、官民が共同で取組を進めていくことが有意義と判断。

- ・「はなやか関西」は、経済界には一定認知されており、発信・周知拡大に理解が得られやすい。
- ・近畿地方整備局が文化首都圏プロジェクトの推進に当たり、「はなやか関西」をコア・コンセプトに事業を展開しているなど、関西広域連合、国、経済界の3者での取組が期待できる。
- ・「はなやか関西」をコア・コンセプトに、官民共同で取り組むことについては、関西経済連合会も歓迎している。



関西経済連合会が提唱する「はなやか関西」を、官民が共同して取り組む「関西」の地域ブランディングのコア・コンセプトとする

5. 今後の展開

- ①関西広域連合として、観光・産業分野において、コア・コンセプトを活かした関西ブランド発信の事業展開を図っていく。
- ②関西経済連合会と共同で「はなやか関西」の発信・周知拡大を図っていく。
 - ・関西の魅力を伝えるブランドストーリーやブランド活動に取り組むためのアクションプランの見直し、リニューアルを行い、「関西」を効果的に発信するためのシナリオづくりや戦略的な実践体制の検討を行う。

はなやか関西

(2009年4月 関西経済連合会 関西ブランド力向上研究会 提唱)

国際的な地域間競争が激しくなる中で、人、モノ、情報呼び込む活力を生み出すため、他地域と差別化していく「地域ブランディング」の考え方が有効

「**関西ブランド**とは、関西全体で認め合う唯一無二の資源・素材であり、また関西が共有する雰囲気・イメージでもある」と定義

- 関西全体で「関西にはどのような特徴・魅力がある地域か」という軸となる概念(コア・コンセプト)を共有
- 概念によりブランド資源を再整理し、魅力・特徴が際立った資源をストーリー化し、関西ブランドを打出す
- “関西”という視点で関西全体をとらえたブランド力向上の施策を検討、実施

関西のコア・コアコンセプト

「はなやか関西」

「はなやか」という言葉が持つイメージ

- ① 王朝文化や自然美に代表される「**きらびやかで美しいさま**」
- ② 先端のものづくりと中小企業群の連携による「**栄えて勢いがあるさま**」
- ③ 資源・魅力が多様で高度に集積している「**きわだっているさま**」

官民でリニューアル

①

関西の魅力

- ・千年を超える政治・経済・文化の中心地としての蓄積
- ・歴史的経緯とそれに裏打ちされたさまざまな資源
- ・多様な魅力にあふれた地域

②

関西ブランドの現状

- ・魅力の整理が不十分
- ・関西主体の情報発信が不足
- ・海外における知名度がほとんどない

関西全体を特徴づけるもの

- ・はなやか関西

③

関西が誇る4つのブランドの柱をストーリー化し、関西を効果的に発信

- ・歴史文化と共に生きる・関西
- ・環境先進地域・関西
- ・エンターテインメント・関西
- ・知とモノづくり・関西

④

関西ブランド力向上・集客促進のアクションプラン

- ・ブランドセンター機能の構築
- ・「関西」の知名度アップを図る活動