

■ テーマ名

地域ブランドの構築と広報展開の研究

■ キーワード

ブランド、地域、マーケティング、消費者行動、神戸、インスタグラム

■ 研究の概要

地域が元気になるためには、地域ごとの特徴をふまえて、それらを他者にアピールすることが必要です。そのためには、最初に地域のことを知り、そこから現在に合致したアピールポイントを見つけます。次にアピールを誰にするのかを考えます。これはターゲットを絞ると言います。さらに、ターゲットの人々のニーズを分析し、その人々たちが喜んで地域の製品やサービスを受け入れてくれることを見つけます。そこから地域の人々が今、何をすべきなのか、作るべきなのか、アピールすべきなのかを提案します。これらの一連の作業は学生たちと一緒に実施します。現場をリサーチすることは、学生たちにとっても良い経験になりますし、若者の視点を入れることによって、未来の地域の宝物が見えてくることもあります。私たちには当たり前のことでも、若い人たちから見れば新鮮に思うことも多くあります。世の中にカバー曲や古着がたえないのは、古い曲や服でもアレンジが加わり、その曲や服が流行した当時を知らない人々には新鮮に感じるからです。

さて、インスタグラムをキーワードに入れている理由は、インスタグラムはアピール力が高いからです。話題になる商品やサービスは、人々がこれまで求めていたもの（ニーズ）です。誰がその商品情報を求めているのか、インスタグラムのフォロワーを見れば理解できます。逆にその層の顧客が興味を有するものを分類し、選択することができます。つまり、インスタグラムという刺激に反応する消費者を割り出し、そこに特化した広告という情報を発信できるのです。

■ 他の研究／技術との相違点

マーケティング・リサーチによって数値化されたデータから、企画・開発をすすめます。大学生だけでなく、企業とのコラボレーションによって、より実践に近い形での取り組みになります。

■ 今後の展開、実用化へのイメージ

大学と地域との結びつきの第一歩として、三宮の神戸マルイとの地域連携のための企画やフェアトレードを通じた商品紹介などに挑戦します。企業インタビュー、商品選択を実施し、そこから若者が感じる商品やサービスの魅力を発信します。また消費者目線での提案もします。

■ 関連業績（特許・文献）

辻の単著は白桃書房から『ブランドと日本人』『こだわりと日本人』『リサーチ・ビジョン』『流行と日本人』『持続可能な社会のマーケティング』『京都とブランド』が、嵯峨野書院から『京都こだわり商空間』があります。共著は白桃書房から『アート・マーケティング』『流行とブランド』『地域ブランドと広告』『キャラクター総論』があります。その他にも嵯峨野書院から『消費社会とマーケティング』『マーケティング講義ノート』『持続可能な社会のマーケティング』などがあります。

■ 研究者から一言

リサーチすること、つまり本当に見ることからはじまる研究です。また、客観的なデータを用いて分析し、そこから事物の本質を探究することは、地道ではありますが、とても楽しい研究です。人がいる限り、そこにはニーズがあるし、ニーズが流行を生みます。地域がそれに気づくように提案したいと思います。