

# 「神戸らしさ」を研究し 個性あるまちづくりに生かす

コンサルティング経験から  
「まちのブランド」を研究

私は、中小企業診断士として東京を拠点に活動してきました。商店街にある店から、自動車、化粧品、コンビニエンスストアなど幅広い企業のコンサルティングを手掛け、どうしたら売れるのか経営者とともに知恵を絞る中で興味を持ったのが「ブランド」です。ブランドとは企業の製品やサービスを識別するためのネーミングやロゴ・シンボル等のことですが、90年代からマーケティングの中心的課題、さらに企業全体の戦略としていかにその「価値」を高め、伝えるかが重要になりました。

経営戦略として提案できればと、大学院に入学。都市や地域と店・会社・組織などが互いに良い影響を与え合うという関係を、ブランドの視点から見ること。今でこそ都市や地域、国についても一つのブランドとして捉えることは一般的になりましたが、形ある製品やサービスを対象にした研究がほとんどだった当時は、まだ珍しい視点でした。以来、まちと店や企業の共

創関係をテーマに研究を続け、商店街の活性化にも長く関わってきました。

「もとまちこども大学」の  
お店づくりワークショップ

こちらに移り住んでまだ1年半ですが、私が日々感じるのは神戸というまちの奥深い魅力です。まち自体とそれを構成する店舗や企業などが、お互いに良い影響を与えながら発展してきた、まさに共創関係のモデルのような都市だといつていいでしょう。

なかでも注目しているのが元町。神戸の歴史を象徴する旧居留地のたたずまいとそこに存在する店等が織りなす景観、そして人々の暮らしとのつながりが、神戸のアイデンティティ(核)として根づいています。

そんな元町で、2019年9月、「もとまちこども大学」の新しいプログラムを担当しました。「もとまちこども大学」とは、2017年から神戸学院大学と大丸神戸店が、未来を担う子どもたちの創造性を高めることを目的に、大丸神戸店を教室に見立て、年間を通してさまざまなプログラムを協働開催しています。私が担当したのはそのうちの1つ、小学生を対象とした「もとまちこどもマルシェ」マーケティングで学ぶ売れるお店のつくり方」という2日間のワークショップです。

大丸神戸店のCS(顧客満足)部門担当のブコが接客とおもてなしの心を、兵庫六甲農業協同組合が商品となる兵庫産の農産物の特徴を、私がマーケティングの基本としてお店のコンセプトに合わせた仕入れ・販売計画をレクチャー。大丸神戸店の外廊で「もとまちこどもマルシェ」を開いて実際に販売を体験してもらいました。商品の魅力と



ワークショップ「もとまちこどもマルシェ」

価値をPOPでお客様に伝えることも含め、子どもたちにもサポート役の学生たちにとっても、多くの学びがあるマルシェ(市場)になったと思います。

まちがもともと持っていた  
特徴や個性を取り戻すために

今後は、神戸のまちをベースにしたブランド研究を進展させていきたいと思っています。今、東京にもモノも集まる一極集中が進み、都内のどのまちにも同じようなチェーン店が出店するなど、まちの特徴や個性がどんどん失われています。それと呼応するように地方は人口が流出して活気を失っています。

そうした現状に対して、神戸のようなまちと店・企業のあり方、その結びつきを研究し、どうしたらこのような個性の輝くまちに戻ることができのかが探ります。神戸は自然と都市の賑わいが共存し、行く先々に必ずといっていいほど、心を癒してくれる個性的で雰囲気の良い店舗がある。そしてそれを大切にしている人々がいいます。このようなまちのあり方から「神戸スタイル」を見つけ、まちづくりのモデルとして提案したいと思っています。

経済学部

木暮 衣里  
講師



- ポートアイランドキャンパス
- 法学部 ■経営学部 ■現代社会学部
- グローバル・コミュニケーション学部 ■薬学部 ■大学院
- 有瀬キャンパス
- 経済学部 ■人文学部 ■心理学部
- 総合リハビリテーション学部 ■栄養学部 ■大学院
- 神戸三宮サテライト



神戸学院大学

KOBE GAKUIN UNIVERSITY

神戸市中央区港島1-1-3 078-974-1551(代表)

詳しい内容は大学HPで [神戸学院 in Focus](#) 検索