

平成19年3月20日(火) 岐阜経済記者クラブ配付資料		
担当課(室)	担当者	電話(内線)
(財)岐阜県産業経済振興センター 情報支援部	長井	058-277-1085

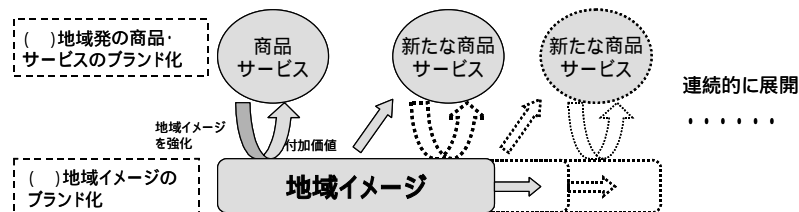
## 「地域ブランド化に関する調査研究」結果について

### 調査研究の趣旨

- いま全国的に「地域ブランド化」への取組が本格化している。そこで、「地域ブランド化」による地域経済の活性化を図るはかるため、県内中小企業が「地域ブランド化」に取り組むための方策を検討する調査研究を行った。

### 調査研究結果のポイント

- 「地域ブランド化」とは  
「地域ブランド化」は、『地域発の商品・サービス』と『地域のイメージ』が上手く影響し合い、商品と地域の両方の評価を同時に高めて、地域活性化を実現する活動である。



出所/独立行政法人 中小企業基盤整備機構「地域ブランドマニュアル」(2005年6月)

- 中小企業における「地域ブランド化」の有効性と必要性
  - (1) 中小企業が地域間競争に勝ち残るために、『他地域との差別化(差別的優位性)』を図るための方策として、地域のブランド力を高めることが有効。
  - (2) 3つの視点、消費者的視点(消費者からの信頼や評価)、商品としての視点(商品の付加価値の向上)、地域の住民の視点(地域経済活性化のために地域の魅力を向上)から「地域ブランド化」が必要。
- 中小企業が「地域ブランド化」に取り組むための方策
  - (1) 活動を推進(牽引)する『リーダー(先導役、クリエイター)』を見つけ出す。  
リーダーに適した人材 見つけ出す手段
  - (2) 活動を外部から支えることのできるスポンサーの確保  
運営面 資金面
  - (3) 中小企業の積極的な関わり(やる気)  
参加企業(メンバー)の『共通認識』 「地域ブランド」の『理解と意識高揚』  
「地域ブランド化」の目的と目標の設定 「地域ブランド化」の評価指標

### 担当者コメント

- 「地域ブランド化」の取組は始まったばかりであるが、その地域の活性化を実現する活動として、さらに広がりを見せるものと思われる。
- 今後、県内中小企業が「地域ブランド化」に『積極的』に取り組むことにより、地域が活性化するだけでなく、全国に波及するような「地域ブランド」として展開することが期待される。