



# 信州ブランドフォーラム 2006

---

## 開催レポート

2006.10.26[木]

於 長野市生涯学習センター[TOiGO WEST 4F]

[ 信州ブランドフォーラム開催実行委員会 ]

## 主催／信州ブランドフォーラム開催実行委員会

長野県デザイン振興協会 長野県 信州大学 (社)長野県経営者協会  
(社)長野県商工会議所連合会 長野県中小企業団体中央会 長野県商工会連合会

## 特別後援／SBC信越放送

後援／信濃毎日新聞社 TSBテレビ信州 abn長野朝日放送  
長野県教育委員会 長野市 松本市 上田市 長野県市長会 長野県町村会  
(財)長野県テクノ財団 長野県印刷工業組合 JA長野中央会  
(社)信州・長野県観光協会 日本貿易振興機構長野貿易情報センター  
(社)発明協会長野県支部 (財)長野県中小企業振興センター  
長野県物産振興協会 長野県農村生活マイスター協会 長野県農業経営者協会

## 特別協賛／セイコーエプソン(株) 伊那食品工業(株) (株)電算 (株)ながの東急百貨店

協賛／アド・コマーシャル(株) 石川島芝浦機械(株) (株)映像出版 (株)エイブル  
オリオン機械(株) カシヨ(株) (株)共立プランニング  
国際コンピュータービジネス専門学校 国際福祉専門学校 松本国際工科専門学校  
THE SAIHOKUKAN HOTEL (有)サンライズ 第一印刷(株)  
(株)デザインカロ (有)デザインスタジオ・エル (株)ながのアド・ビューロ  
(株)長野ダイハツモータース (株)文栄社 (株)八幡屋礒五郎

# 01 開会セレモニー 1

主催各機関代表登壇



左から、本フォーラム開催実行委員長、信州大学、長野県、（社）長野県経営者協会、（社）長野県商工会議所連合会、長野県中小企業団体中央会の各代表者

## 02 開会セレモニー 2

主催者代表挨拶 長野県デザイン振興協会 深沢副会長



地方の再生・自立が叫ばれる中、本フォーラムが提唱する“地元のデザインを活かした信州発のブランドづくり”で発展する明日の長野県の姿を、皆様と共有する場となれば誠に幸いです。

## 03 開会セレモニー 3

主催者挨拶 長野県経営戦略局 浦野局長



地域間競争の時代を迎え独自の優良な資源をブランド化に向けて、県としても昨年策定した「信州のブランド戦略」に沿い、またここで産学官による協議会も設置してより実践的に進めて参るよう計画しているところです。

## 04 開会セレモニー 3

主催者挨拶 信州大学学長補佐 中嶋教授



外部の調査でも、長野県全体のブランド価値は右肩上がりではありません。これまでを助走期間と捉え、3年目となる本フォーラムから実質的な成果が上がるよう、産・学・官が更に連携を強めて取り組むことが大切です。

## 05 開会セレモニー 4

開会宣言 信州ブランドフォーラム開催実行委員会 深沢委員長



長野県下の「ブランドづくり」を实践する仕組みは、徐々に整いつつあります。それを機能させ、本フォーラムが独自の強みを持ったブランドを共に創造して行く契機となることを期待し、開催を宣言します。

# 06 信州ブランドアワード2006発表・表彰式 1

開会



本アワードは、内外に誇れる長野県下の優れたブランドを選定・表彰し、自立的な産業の振興に寄与する目的で一昨年に創設され、本年度で3回目となります。

## 07 信州ブランドアワード2006発表・表彰式 2

経過説明 ノミネート委員会・中村リーダー



今春から約半年掛けて一般公募も含めた選考作業を進め、14のブランドをノミネートしました。9月に選考委員の皆様による審議を行った結果、それらノミネートブランドが入選、その内から大賞1、特別賞4が決まりました。

## 08 信州ブランドアワード2006発表・表彰式 3

選考結果発表・講評 アワード選考委員会 深沢委員長（兼フォーラム開催実行委員長）



今回入賞した14のブランドは過去2回のものも含め、今の信州を代表するブランドとして評価できるものです。以降も積極的な活動を継続して他の目標となり、信州全体のブランド価値向上をリードして行ってください。

## 09 信州ブランドアワード2006発表・表彰式 4

喜びの各賞受賞者



左から、久星食品（株）：特別賞、（株）みすずコーポレーション：特別賞、深沢選考委員長、諏訪圏工業メッセ実行委員会：大賞、（株）まちづくり長野：特別賞、（株）信州東御市振興公社：特別賞 の皆様。

## 10 基調講演 1

「地方の価値を高めるブランド戦略」 法政大学経営学部 教授 田中 洋 氏



ブランド戦略とは、ものごとのイメージのみならず中味も含めて、その在り方・理念を初めに想定して実現させるやり方です。広まったのは90年代以降で、欧米に比べると企業経営においても未だその実践力には差があります。

## 11 基調講演 2



地域（まち）のブランド化は、社会的評価を得ることによってその価値と住民の満足度を高める効果があります。それには、異なる利害を包括する構想力と実行力が欠かせません。目的をはっきり設定して取り組むことが重要です。

## 12 実践プレゼンテーション 1

「ブランドづくりネットワーク信州の紹介」 ブランドづくりネットワーク信州 委員長 鈴木 進 氏



長野県デザイン振興協会に集う知識・経験を有する会員が連携し、県下のブランドづくりに求められる専門性を提供・支援するためにこの6月に設置されました。私たちは、地元本位で活動する人的ネットワークです。

## 13 実践プレゼンテーション 2

「私たちのブランドづくりの概要」 ブランドづくりネットワーク信州 副委員長 五味 英紀 氏



ブランドとは特定の事業者への信頼であり、ブランドづくりとはそれを高めるための一連の活動と捉えています。私たちはこのような考え方を熟成させながら、地に足の付いた活動で成果につなげて参りたいと思います。

## 14 実践プレゼンテーション 3-1

「新ブドウ品種 “ナガノパープル” のブランド化」 (財)長野経済研究所 上席研究員 笠原 勉 氏



長野県の巨峰のシェアは日本一ですが、多くの消費者は山梨県と思っていることが調査結果から判りました。ブドウをはじめとする県下の農産物は、我々が思う程ブランドになっていないのが実体ではないでしょうか？

## 15 実践プレゼンテーション 3-2



農産物のブランド化は企業単独で行うのとは異なり、独立した多くの関係者が集って行われます。産地が連携し、意思統一を図りながら組織的に取り組むことが、大変重要と思います。

## 16 実践プレゼンテーション 4-1

「ブランド野菜のプロモーション」 (株) 共立プランニング プランナー 佐原 義敬



レタス生産は正に川上村の経済基盤であるが故に、産地間競争、価格下降、需要の低迷といった環境変化は行政・生産者・JAの危機感を一致させることになり、結束したプロモーションを行うことになりました。

## 17 実践プレゼンテーション 4-2



この自発的に動き始めたマーケティングを基に、川上村がレタス供給によって顧客に約束するブランド価値やその象徴を確立して行くことが、これからの事業展開の核になる重要な課題であると思います。

# 18 招待講演 1

「Brand Asset & Branding」 ランドーアソシエイツ・インターナショナル・リミテッド 家田 律 氏



企業が発するメッセージであるブランド情報の内、約70%は視覚から摂取されるとされており、メッセージの元になるコンセプトとそれを特徴付ける視覚要素をどうデザインするかは、ブランディングでは大変重要です。

## 19 招待講演 2



リサーチ、ワークショップ、コンセプト化、ビジュアル化、体系化等ブランディングのプロセスで独自のツールを活用し、情報をつくり出して一つのブランドコミュニケーションを組み立てて行くことに取り組んでいます。

## 20 信州ブランドアワード2006 入選展示 1



本年入選した県下14のブランドを、パネルと資料により展示・紹介しました。

## 21 信州ブランドアワード2006 入選展示 2



各ブランドの概要や、「志向性（考え方）」「表現性（デザイン）」「地域性（信州らしさ）」「将来性（継続・発展性）」「情報伝達性（情報発信）」という5つの基準で選考された理由に、高い関心が寄せられていました。

## 22 交流会

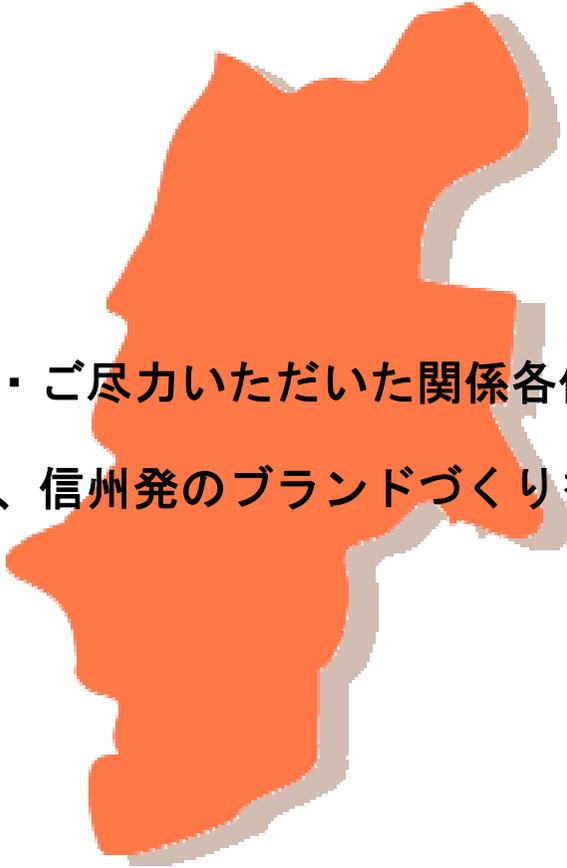


信州のブランドづくりに想いを寄せる県下の産・学・官の関係者が集い、語り合っ相互の認識を深めながら連携を広げました。

## 23 その他の場面



左：司会進行のSBC久保田アナ、右上：長野市生涯学習センター（TOiGO WEST）外観、右下：会場受付。



本フォーラム開催にご支援・ご尽力いただいた関係各位に感謝申し上げます。  
ここに集まった想いを広げ、信州発のブランドづくりを実践して参りましょう。