

内閣府

美ら島のブランド化に向けた取り組み

〔美ら島ブランドシンポジウムの開催〕

1 なぜブランド？

（前号より続き）

次に、なぜ、この時代、ブランド戦略だとか、ブランド構築ということが大事だと言われ始めたのでしょうか。

今、市場に、店舗に選びきれないほどのモノがあふれ、ほかとの差異化を図ることがとても難しい時代です。差異化を図ることが難しいので、ブランド化することにより付加価値を高めることの重要性が高まりました。

また、お客様の意識も変わったという側面もあります。自分のライフスタイルや価値観にあったモノを選んで心を満たしたい。間違いないものを、共感できるモノを選びたいという思いが強くなってきています。

このようなことからブランドというものが必要だといわれるよう

なぜ、今、ブランドか？

【背景】

- ①あふれるほどモノがある。モノ余りの時代。
- ②モノを売る時代
→ 買っていただく時代に

【意識の変化】

勧められて買うのではなく、自ら選んで買いたい。

売る側にも変化が必要、

- ①モノが売れない
- ②他社の商品との差異化が難しい
- ③押しつけは×
→ お客様に主体的に選んでいただく

買う側、売る側両方の思い、必要性がブランドへの流れを作っている

買う側が変化、

- ①間違えないモノを選びたい
- ②モノで自らを表現したい
- ③心を満たせるモノがほしい
- ④ライフスタイルにあったモノがほしい

2 島々の現状

沖縄県の島々の面積は、全て合計すると沖縄本島の半分近くになる非常に大きな存在です。住んでおられる皆さんが最もよく御存知だと思いますが、人口や産業などの面ではどうでしょうか？ちなみに人口は約一割だそうです。様々な見方があると思いますが、まだまだ大きな可能性が残されている、そんな思いを抱きます。

近年の沖縄への関心の高まりを受けて、東京などでも、頻繁に沖縄の物産展が開催されるようになりました。物産展だけでなく、アンテナショップなども見かけるようになりました。そのような場所で離島のモノがないかと探しますと、なかなか見つかりません。離島のモノが、前面にはあ

3 グループブランド？

素晴らしい資産を活用し、付加価値を高め、これを的確に人々に伝えていくためには、島々を包む大きな一つの傘（グループブランド）の下に、島々の大きな物語（ブランドストーリー）を作り出し、存在感を打ち出すことが有効ではないかと考えます。同時に、全体だけでなく、一つの島、それぞれのブランドストーリーも磨き上げ、それぞれの島の持つ素晴らしい資産の価値をさらに高めることが必要不可欠です。

財団法人日本交通公社のアンケート結果によれば、日本人が最も行

ってみたい南の島は、沖縄の離島です。このアンケート結果などにも示されているとおり、今、多くの方の関心が離島に向いています。これを見て、ただ「良かった」とだけ思うのではなく、チャンスと捉え、正しく離島を理解してもらおうではありませんか。正しく理解していただくこと、これもブランド化の作業の一つの側面です。

一つ一つの島を知らない方々も、沖縄の離島と、大きな括りにすれば理解されます。いくつもの島々が一つにまとまれば、大きな括りで見えれば、離島のモノが前面に見えてきます。そして、もともとある素晴らしい資産に磨きをかければ、それは一つ一つの島のブランド化であり、グループブランドがさらに魅力的なものへと成長する助けになります。グループブランドは、一つ一つの島のブランド化の助けとなり、島ごとのブランドはグループブランドを助けます。

全体のブランド化は、一つ一つの島のブランド化への早道にもなるのです。多くの方の関心が沖縄の島々に向いている今は、取り組みをスタートさせる絶好の機会です。グループブランドは、一つ一つの島が個性をなくすものではなく、

グループブランドにより引き出される島々の大きなポテンシャル（可能性）

本島以外の島々（離島）の面積は、本島の約半分 → 人口や産業の存在感は？

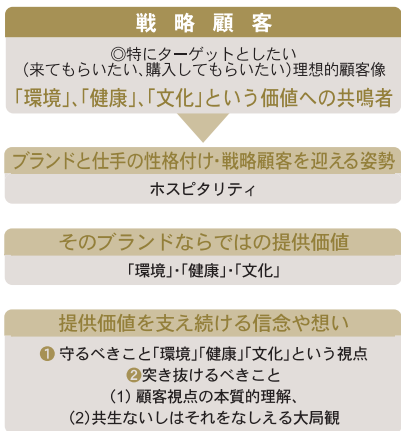
島々には大きなポテンシャル（可能性）

今、沖縄県外の人々は、本島以外の島々（離島）に大きな関心

- ①本島以外の島々（離島＝美ら島）という大きな括り（グループ）でみせることは有効
- ②ブランドは、企業などだけでなく、地域の活性化にも非常に重要であり、有効※多くの地域でブランド化の取り組みが行われている
- ③ブランドを構築する作業は、決して難しいものではない※美ら島ブランド委員会メンバーなども応援

●グループブランドは、美ら島のポテンシャルを引き出すもの

●ブランディングコンセプト仮説

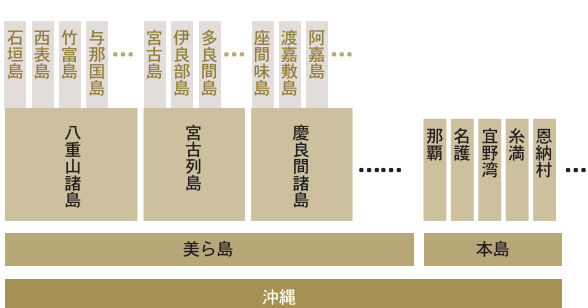


みんなで力を合わせてやっていくではありませんか。グループブランドは、旗印です。皆さんの取組の求心力となります。この旗印の求心力は、皆さんの取組とともに、日々その力を増していくことでしよう。

4 むすび

美ら島ブランド委員会の提言は、地域全体のブランド化、一つ一つの島のブランド化、そして、それぞれの島の産品やサービスも磨こうというものであり、三重奏になっています。ブランドは実体がなければなりません。いいものがなければお客様も喜ばれません。今回のプロジェクトは、実体をつくり、そして、実際に裏付けられた物語を整理するという点がユニークであり、他に

●ブランド構造39の離島を包括するグループブランドの構築



ブランド階層構造は2段階、全体の物語と島ごとの物語がお互いを輝かせる。
 ●39の離島を括るブランドがエンドース
 ●個別の離島のブランドが全体をリフト
 ※ただし、39の物語だけでなく、諸島・列島などの中程度のまとまり毎の物語も検討。

問い合わせ先

◎内閣府沖縄担当部局企画担当参事官室
TEL: 03-3581-2763
 ◎内閣府沖縄総合事務局調査企画課
TEL: 098-862-2367
 ◎沖縄県企画部地域・離島課
TEL: 098-866-2370