



第二部：
exclusive-tokushima
世界に一つだけの徳島

e-Tokushima.net

元木 新(もとき あらた)





本日の具体的構成

①徳島を知る

②ブランドとは？

③徳島への想いを形にする





みんなが想う徳島の形を大切にする





①徳島を知る

あなたは徳島何レンジャー？

<p>・徳島大好き情熱アカレンジャー</p>	
<p>・徳島大好きちょっと控えめクールなアオレンジャー</p>	
<p>・徳島大好きマイペースキレンジャー</p>	
<p>・徳島大好きちょっと微妙なモモレンジャー</p>	





東京での徳島

＜東京で見える徳島の形＞

自分の家の料理 徳島で一番のもの

＜生徒たちに持ってきてもらう＞

①徳島を知る

徳島ってどういうところ？

1) 東京では徳島がどのように写っているのか？

2) 自分が思う徳島ってどういうところ？

- ・自分の知っている徳島の確認
- ※自分は徳島をどう思う？
- ・徳島は最高によい
- ・徳島はまあまあよい
- ・徳島はあまりよいところがない
- ・徳島はよいところがない
- ・徳島はまったくよいところがない

※注意・ポイント

人それぞれ、よいと思うものの認識がそれぞれ違う。

徳島の見方が人それぞれ異なる。

自分が思っている当たり前ことが当たり前ではないことがある。

徳島	東京(世界)





①徳島を知る-1

東京で見つけた徳島！！！！

ナチュラルローソン

鳴門金時コーナーの発見！！

ローソンと徳島県のコラボレーション

今後、このような形での商品展開が増えていくと思われる。

東京にも、結構、徳島はあるようだ。





①徳島を知る-2

東京で見つけた徳島！！！！

鳴門金時とすだちを発見！！
東京にも、結構、徳島はあるようだ。





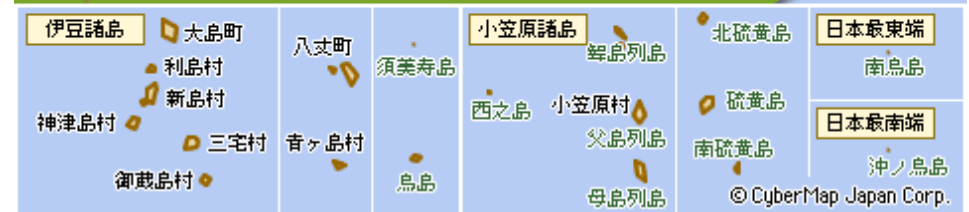
①徳島を知る-3

東京で見つけた徳島！！！！

・阿波踊り
東京都内で23箇所の
阿波踊りの開催

※東京では阿波踊りに
触れる機会が多い

※阿波踊りの認知度は
高いと思われる



<高円寺の阿波踊り>

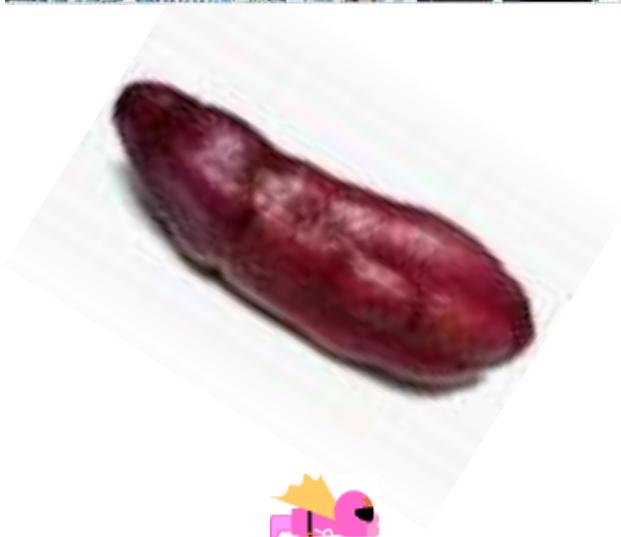
: 引用http://stat.ameba.jp/user_images/dc/2a/10001784578.jpg





①徳島を知る-4

徳島の人・もの・自然





①徳島を知る-5

徳島と東京の違いってなに？
それぞれ個々人が
徳島と東京の違いを考えてると
何かわかってくるだろうか？

違いはあるだろうか？

みんなが考えてみよう。





②ブランドとは？

・ブランドって何？

ブランドって……

※漠然としてあいまい。。。どういふことなんだろうなあ。

PRADA
プラダ

文字商標



徳島県も『新鮮なっ&つくしま』地域ブランドを活性化するための活動しているよね。

※新鮮なっ！&つくしま

<http://s-nattoku.com/enquete/index.asp>



最近では地域団体商標という制度を作り、商標法制度も整備されたし。。

=>商標法ってなに？

※特許庁で詳細は確認した方がよさそうである。

http://www.jpo.go.jp/quick/index_sh.htm



図形商標

※商標とは？

商標とは、事業者が自己の取り扱う商品・サービスを他人の商品・サービスと区別するために、その商品・サービスについて使用するマーク(標識)をいいます。





②ブランドとは？

ブランドとは、他者と差別化されるひとくくりの価値の象徴として広く受け手である人々に認識され、その価値への評価が一定程度以上確立しているものを指す。

参照文献：地ブランド(弘文堂)

具体例：鳴門金時(さつまいも)と紅芋の違いは？

⇒ 同じ土地でも普通の紅芋と鳴門金時、見た目はあまり変わりはない。

⇒ なぜ消費者は、鳴門金時を手にするのか？



理由：

鳴門金時は、通常の紅芋以上の品質管理(出荷、品質維持)を行っている。

鳴門金時のブランド力は、自然発生的にできあがったものではなく、関係する人々の努力によって構築されるものである。





②ブランドとは？

『ブランド＝高級品』というわけではない。

参照文献：地ブランド（弘文堂）

ブランドの本質は、人々（受け手）が価値を感じるものすべてにある。
ブランド（商標、ロゴなどのマーク）から連想される様々な価値観や世界観が「ブランド」としての魅力と深くつながっている。



その世界観を見る機会として、いろいろな方法で受け手に露出される。
例えば、
広告、キャンペーン、その他様々な企業活動等。

つまり、ブランドは、受け手となる人々の頭の中にできるイメージをいうのである。

⇒その結果、受け手の期待に答える商品として、
『鳴門金時』等の徳島ブランドが出来上がったのです。
受け手の期待に答え続けてきた結果といえるでしょう。





②ブランドとは？

- ・強いブランドとは？
(参照：地ブランド(弘文堂))



※強いブランドの4つの特徴

- ・他と比べてそのものならではのもの(そのものらしさ)
- ・あいまいなイメージをしっかりとした形に変えて、受け手に伝えられるもの
(アップル社：think different(比類なきことを考える)、
ディズニー：magic kingdom(夢と魔法の国))
- ・内なる人々を巻き込むもの(みんなが強く惹きつけられるもの)
- ・継続性
(阿波踊りは400年近く継続されている。)





③徳島への想いを形にする

・みんなが想う徳島の形を大切にする

さあみなさん、やってみましょう。自分なりの表現の仕方、徳島への想いを形にしましょう。=>難しく考える必要はない。

スポーツ、学問、歌、楽器、絵、文字、写真、弁論、情報等、自分にできることは何かあるはずですよ。





③徳島への想いを形にする



・みんなが想う徳島の形を大切にする

さあみなさん、やってみましょう。自分なりの表現の仕方、徳島への想いを形にしましょう。=>難しく考える必要はない。

スポーツ、学問、歌、楽器、絵、文字、写真、弁論、情報等、自分にできることは何かあるはずです。

『日本の中にある徳島ではなく、徳島がある日本にしよう。そして、徳島があるアジアにしよう。』





③徳島への想いを形にする

・みんなが想う徳島の形を大切にす

さあみなさん、やってみましょう。自分なりの表現の仕方で、徳島への想いを形にしましょう。=>難しく考える必要はない。

スポーツ、学問、歌、楽器、絵、文字、写真、弁論、情報等、自分にできることは何かあるはずで

『日本の中にある徳島ではなく、徳島がある日本にしよう。そして、徳島があるアジアにしよう。』

明日の徳島、日本、世界を作るのはあなたたちです。

皆さんのこれからの活躍が徳島を明るくし、徳島の未来を創るのです。

私たちe-tokushima.netと共に徳島を発見し、発信し、発創していきましょう。

