

新 報 5

2017 vol.2



一般社団法人奈良青年会議所
<http://www.nara-jc.or.jp>

〈題字〉薬師寺 高田好胤師

新 報 5 2017 VOL.2



Special Talk

「前へ

～世界に誇れる奈良を目指して～

～分析:フェラーリのブランディング戦略を学ぶ～

- ・分析:フェラーリのブランディングとは?
- ・奈良JCのブランディング確立のために必要なこと
- ・卒業生紹介
- ・2017年度7月入会者紹介

Ferrari club of Japan

第14期会長 五十嵐 正幸

一般社団法人

奈良青年会議所

第58代理事長 西田 新

前へ～世界に誇れる奈良を目指して～



通巻450号 2017年12月発行
一般社団法人奈良青年会議所

会員募集のご案内

奈良のために!
自身の修練のために!

まずは、お気軽にご連絡ください!

一般社団法人奈良青年会議所[奈良JC]は、明るい豊かな社会を築くために、
また、より良い奈良のまちづくり、ひとづくりを目指し、20歳以上40歳以下の青年経済人で組織された団体です。

|| 運動内容 ||

前へ

～世界に誇れる奈良を目指して～

2017年度スローガンのもと、奈良JCの運動を力強く展開していくために、新しい仲間を広く募集しております。

ご入会に関するご説明などは、奈良JCメンバーがお伺いいたします。

是非、お気軽にご連絡ください。

|| 入会資格 ||

- ①年齢が2017年12月31日現在、満20歳以上38歳以下であること。
- ②奈良市・生駒市・田原町・山添村に、自宅または、勤務先(営業所・事務所など)があること。
- ③他の青年会議所に所属していないこと。
- ④青年会議所のメンバーとして人格・品位ともに優れていること。
- ⑤国籍は問いません。

本入会月: 1月/7月 (仮入会は随時受付中)

◎ 1月入会 ○○○ 前年の7月～12月末日までに入会を認められた方は、1月の入会となります。

◎ 7月入会 ○○○ 1月～6月末日までに入会を認められた方は、7月の入会となります。

*例会・事業見学は随時歓迎しております。

*仮入会制度もごさいます。まずは、気軽にお問い合わせ下さい!

“奉仕”や“修練”の活動を行なうなかで、きっと良き友人にも出会うでしょう!

あらゆる相談にのってくれる、さまざまな職種の仲間がきっとできます!

変わる“なご”、今!
出会う“なご”、今!
進む“なご”、今!

活動を通じた人脈作りや自身のスキルアップで、きっと新しい発見や経験ができます!

鹿や大仏だけではない“古都奈良”の魅力を一緒に発信しましょう!

ご自身の会社や職業にも、きっと役に立つ各セミナーにも参加できます!

我々と明るく豊かな奈良のまちを
創る活動や手法を共に学びましょう。

まずはご質問など、お気軽にご連絡下さい!

入会に関するお問い合わせ/お申し込み

一般社団法人奈良青年会議所 事務局 〒630-8213 奈良県奈良市登大路町36-2
TEL:0742-26-0112 FAX:0742-23-5519 E-Mail:info@nara-jc.or.jp

奈良JC

検索

Special Talk

「前へ」世界に誇れる奈良を目指して

分析：フェラーリのブランディング戦略を学ぶ

「フェラーリのブランディングを分析」

西田理事長

まず始めに、本年奈良JCではさらなるブランディングの強化を目標の一つに挙げております。そこで、たくさんある業種や企業の中でも、世界有数のブランド力を持つフェラーリ社から公式に認められている、日本の公認クラブであるフェラーリクラブオブジャパン（以下FCJ）五十嵐会長に、ブランディングについて、お話を伺えたらということで対談の機会をいただくことができました。

貴重なお時間をいただき誠にありがとうございます。それでは質問に移らせていただきます。フェラーリは、自動車メーカーの中では決して大きくない規模で限られた予算の中、自動車業界トップともいわれるブランド力を、他の大資本を擁する自動車会社を押し



のけて、どのように構築し、また、維持してきたのだと思われませんか？

五十嵐会長

若い時からフェラーリ

という車に魅せられ、いちファンとして感じてきたことですが、まず大き

く3点あるのではないかと感じます。

それは、スポーツカーやスーパーカーといった、誰にでも「わかりやすいコンセプト」と、

レーシングスピリットへの「こだわり」によって創り出された「優れた車」を創り、また、コンセプトに合った「効果的」で、「効率的」にターゲットを絞った「宣伝方法」と、それらの方針を守り続ける「継続力」が、ブランディングに成功するための大きな要素であると思います。

さらに、その大切な要素をうまく「センス良く」、「バランス」をとることで、たくさんの人たちに「注目され」、「認められてきた」からこそ、今日のフェラーリの圧倒的なブランド力へと結びついたのではないのでしょうか。

まず、「わかりやすいコンセプト」とは、

F1で培った技術が惜しみなくフィードバックされた、市販車のスポーツカーやスーパーカーに特化した車造りです。そして、フェラーリの「こだわり」とは、

レーシングスピリットに徹底的にこだわった車を造る事と、売れても売れなくても、その時々たつた数種類の現行モデルのみに絞り、決められた少ない台数しか製造しないという事です。

さらに、フェラーリの「宣伝方法」とは、他の自動車メーカーのように、雑誌やCMなどに宣伝費を使わず、コンセプトに一番合致するF1での活動に絞

になります。

そうすると必要のないラーメンとなり、もちろんブランディングは頓挫します。

「美味しいラーメン」と、「効率的よい正しい宣伝」は、両輪です。その両輪を、「センス良く仕上げ」、「バランス良く」、「回し続ける事」が、大切なのです。

このように、「ごだわりのある良いもの」を創り、しっかりとそのものの「コンセプトに合致した宣伝活動」を「センス良くバランス良く」、「継続」していく事ができれば、自ずとブランディングは構築されていくのではないのでしょうか。

ブランディングのスタート地点である、「認知され共感され、必要」とされる活動を、

今まで以上にさらに強く心がけ、奈良の地に当てはめて企画実行していく事を「継続」できれば、必ずブランディングは成功すると考えます。

そして、「ブランディングが成功すれば、注目され、発信力が増し、説得力も増す」ことになります。

奈良JCの皆さんが掲げる理念や信念、考えや思いを、さらに一層増して地域の方々に伝えることが出来るでしょう。

先日、FCJ会員であり奈良JCの皆さんの会員でもある方から奈良の野菜をいただき、大和の伝統的な野菜であると教えていただきました。ししとうや大和丸茄子などをいただいたのですが、簡単な調理方法で大変美味しくいただきました。

そこで、大和伝統野菜とよばれる野菜があるということ、その時初めて知ったのです。

そこで、ブランディングの話になりますが、例えば、この美味しい野菜が地方のローカル野菜で終わらないように、的確な宣伝が必要だと感じました。



たこと。

また、フェラーリの「継続力」とは、「わかりやすいコンセプト」と「こだわり」と「宣伝方法」を、F1の黎明期からブレずに長年続けてきた事だと考えます。

このように、大きく分けた3点がセンス良くバランス良く融合し、

注目され、認知され、共感を呼び、憧れられることで、認められ、ブランディングに結びついたのではないのでしょうか。

繰り返しとなりますが、

「フェラーリと言えば高級スポーツカーまたはF1レーシングカー」という、わかりやすくイメージしやすいコンセプトを構築し、宣伝はそのイメージに最適なF1の活動に絞り、生産は、予算を惜しまず、優れたデザインと圧倒的性能を持つ、こだわりの強い高級スポーツカーのみに特化し、少量生産を守る。

このような活動を常に意識し、長期間継続してきた事で、フェラーリがたくさんの人に認められ、今の圧倒的なブランド力へとつながったのだと思います。

私自身、フェラーリの性能とデザインやF1への徹底したこだわりに共感し、魅せられてきた1人です。

この美味しい奈良

の伝統野菜を、奈良を宣伝しブラン

ディングするアイテムの1つとして、

これからさらに宣伝すれば、もっとたくさんの方に知名度が根付き、需要が拡大することで、代表的な名産品となり、ブランド化していけるのではないのでしょうか。



フェラーリにおいても、一度購入すればそのコンセプトにさらに「共感」し、これからも乗り続けたい、次もフェラーリを買いたいと、たくさんのお客様に思ってもらえるようなセンスの良い「ごだわり」を持った車作りを続けているからこそ、需要が生まれ、さらに高額かつ希少価値を守ることで、誰でもが乗れない車だからこそ、憧れられ、そしてブランディングに結びついていると思います。

ただ、「良いもの」（良い車や、美味しい野菜、地域に必要なとされる活動）は、そう簡単には創れず、産み出す事はなかなか難しいものです。

ですが、それさえ創ることができれば、あとはコンセプトに合致した宣伝を行って「認知してもらい」、良い活動が「共感され」、「認められ」、「必要」とされる。事で、ブランドとなっていくはず。

奈良JCの皆さんの活動は、まず「良いもの」として確立出ていますか。

その地域が求めている、もしくは必要としていることを検証し、伝わりやすい事業を、需要があるところに供給しないといけないのではないのでしょうか。また、新たな需要を生み出すようなイベントなどを企画、実行をする事も大切だと思います。

五十嵐会長

例えば、どれだけ美味しいラーメンを作っても、宣伝が足らず知らなければ食べてもらえず売れません。逆に、美味しくないラーメンを宣伝してしまうと、一度は食べてもらえるかもしれませんが、リピーターの期待もできず、美味しくないマイナスの宣伝をしているようなもの

メンバーの皆さんが常にそう思い続けることが、まず始めの第一歩となるはずですよ。

フェラーリは、高級車で希少でもあり誰でも購入できるものではありません。

JCの皆さんの活動も、面接があり活動に必要な時間や会費を考えても誰でもが会員にはなれないはずですよ。決して傲慢になれということではありません。その機会が自らに訪れたことに「感謝」し、「使命感」を持っていただきたいのです。

誰でもなれない会員が集まった奈良JCの皆さんが、使命感を持って奈良の地から「必要とされる活動」を「継続」できれば、奈良JCさんのブランディングや、延いては奈良の地のブランディングは成功し加速すると信じております。奈良JCさんの今以上のさらなるブランディングを成功させる為に、まずは、新たに「必要とされる活動」を模索し挑戦して、奈良の地を想うそのスピリットを「しっかりと宣伝」して欲しいと思います。

「奈良のブランド力を高めるには」

西田理事長

わかりやすい例え話と激励の言葉をいただきありがとうございます。意識を変化させ、わかりやすいコンセプトやこだわりを持ち、しっかりと宣伝し、さらに「地域に必要とされる団体」とならなければいけないことを、しっかりとメンバーにも伝えさせていただきます。それでは、次の質問に移りたいと思います。我われ奈良青年会議所は、日々、奈良を良くしようと活動しております。北海道にお住まいの五十嵐会長の目線から見ると、現在の奈

良はどう見えますか？ また、奈良をさらにブランド力を高めるには何が重要だとお考えですか。

五十嵐会長

まず一つ、奈良にも大学がいくつかありますね。学生の皆さんが卒業後に働きやすい職場や、住みやすいまちづくりを行い、若者を県内に留める工夫を意識してはどうでしょうか。人が増えれば自ずと活気が溢れてきます。そして、人口が増えることで税収が上がり、福祉やインフラなどの予算が増えるでしょう。そしてさらに住みやすくなる。そのような、良いスパイラルができ、まちづくりへと繋がるのでないでしょうか。

また、歴史的遺産の多い奈良の良さや特徴が、具体的に知られて無さすぎるのではないのでしょうか。

他の地域が決して真似できない、歴史深い古都奈良ですが、地方のFCJ会員に奈良のイメージを聞いてみると、大仏や鹿といった、特にこの2つの個別のイメージが極端に先行しすぎているように感じました。

このような個別のイメージに頼るのではなく、「地域名」に直感で想像しやすいブランドイメージを定着させられる



ように明確に方針を創ってはどうでしょうか。北海道であれば広大な土地や海産物な

いても1時間、京都市内まで40分〜50分ほどと近いですよ。日本中探しても、これほど住みやすくベッドタウンに相応しい地は、なかなかないのではないのでしょうか。

こういった特徴を、上手くブレずにアピールし続け、奈良JCの皆さんが、率先して奈良の地を盛り上げるファンとして、「まず誰より、さらに奈良を知り、愛し、好きになる事」で、西田理事長の掲げられたスローガン「世界に誇れる奈良」を、さらに目指せるのではないのでしょうか。

奈良にはまだまだ、興味を持って調べれば調べるほど、他の地域にはないポテンシャルを秘めている、興味深い優れた立地や優れた環境と、歴史的な良いところがたくさんありそうですね。

西田理事長

世界に誇れる奈良の創造という言葉には、まず自分たちが住んでいる奈良の魅力の素晴らしさを再認識しようという意味も込めています。認識することで確立へ向けた行動ができる。確立を成すことで、発信がしやすくなる。上手く発信ができれば、注目され、もっと多くの方々に奈良のまちの素晴らしさを伝え、知ってもらうことができます。明るい豊かな地域の創造するためにも継続力をもって活動を行ってまいります。

五十嵐会長、本日は貴重なお話をありがとうございました。

五十嵐会長

こちらこそありがとうございました。地域への熱い想いが伝わりとても良いお話ができました。奈良JCの皆さんにも是非、奈良のため、延いては日本のため、家族のため、頑張ってくださいとお伝えください。



奈良は「まち全体が世界遺産」と伺いました。ブランドとしてとても発信力があると思います。また、奈良は「国宝の建造物」が日本一たくさんあるまちのようですね。1000年以上古い歴史の木造建築物が、「圧倒的に世界で一番」現存する国が日本であり、その日本の中でも、質も量も圧倒的に集中しているのが奈良の地であるということとを、しっかりと、もっとアピールできれば、「奈良ブランド」の「伸びしろ」は「計り知れない」と思います。そして、「世界一古い国家である日本の建国の地、奈良」を、是非、世界にも向けて発信してください。

あとは、近隣に都会があることを利用して、ベッドタウンとしてもアピールできないでしょうか。

ベッドタウンと聞けばイメージが良くないかもしれません。しかし、癒しを求められる奈良だからこそ、住みやすい土地として、そのイメージを変えていけると私は思います。日本に住んでいれば仕方ない地震も、多くの古い歴史的建造物が残っている状況を鑑みると、おそらく大地震の心配が少ないのではないのでしょうか。内陸でもあり、津波の不安もないでしょう。

台風も、周囲を山に囲まれていてことで風が妨げられ、特別猛威をふるった記録がないと聞きます。積雪も少なく、洪水も少ない。空気がキレイで、大都会の大阪や京都にも電車

で約30分、車でも大阪市内まで30分〜混ん

ど、東京や大阪であれば、都会や国の中心地など、沖縄であれば、独自の文化やリゾート地など。もっと「オール奈良」として、奈良のブランドイメージを構築し、「奈良という地名をブランド化」していくことが、奈良にとって大切だと感じます。

さらに、奈良は現在、大都会を結ぶような交通の要所ではないので、流通経済の発展には限りがあるかもしれません。しかし、京都のように歴史的な部分と都会的な部分の融合ではなく、都会的な要素こそ少ないが、その分ゆっくり時の過ぎていく、落ち着いた気のある、癒しを求める事ができるような、歴史深い観光地として、

「奈良にしか表現の出来ないオリジナルなブランディング活動」を意識し模索し、しっかりと発信していかれてはどうでしょうか。

「率先して奈良を知り、愛し、世界へアピールする」

西田理事長

地域の特性を再認識し、わかりやすく発信することでブランディングにつながるというご意見ですね。ありがとうございます。

将来奈良の地にリニア中央新幹線の駅が設置されることで交通の要所となり得る可能性があります。

奈良は、大阪と愛知の大都会の狭間にありますが、素通りされてしまう「通り道」とならないよう、明確な「目的地」となるには何が大切だと感じられますか？

五十嵐会長

先ほども言いましたが奈良自体をもっとブランド化し、「日本の建国の地」という事をもっとアピールして欲しいですね。



奈良JC 第58代理事長 西田 新

- 1981年 5月17日生
- 2012年 奈良JC まちづくり委員会 委員長
- 2014年 奈良JC 専務理事
- 2015年 奈良JC 副理事長 兼 日本JC 渉外委員会 副委員長
- 2016年 奈良JC 副理事長 兼 日本JC 平成の防人委員会 委員長
- 2017年 奈良JC 理事長



Ferrari club of Japan 第14期会長 五十嵐 正幸

1950年生

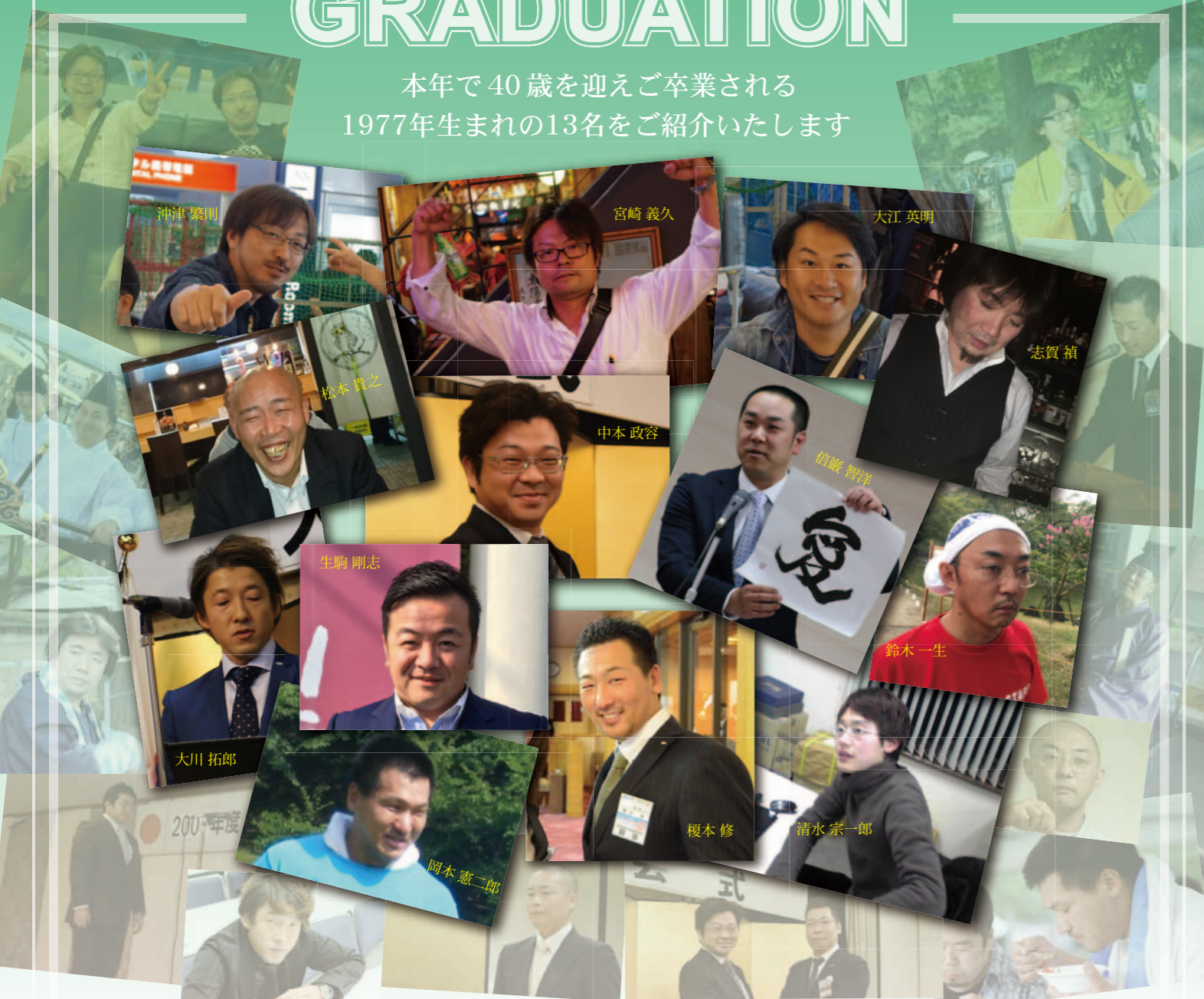
◎現在 株式会社 五十嵐組 代表取締役

- 名寄地区砂利販売協同組合 理事長
- 名寄建設業協会 会長
- 建設業労働災害防止協会名寄分会 分会長
- (公) 上川北部地域人材開発センター運営協会 会長
- 北海道砂利工業組合旭川支所 支所長
- 名寄労働基準協会 会長
- (社) 日本砕石協会旭川支部 支部長 他

◎愛車 ○フェラーリF40 ○ディーノ246GT

GRADUATION

本年で40歳を迎えご卒業される
1977年生まれの13名をご紹介します



前へ ~世界に誇れる奈良を目指して~
皆様の今後ますますのご活躍をお祈りいたします

2017年度 7月入会者紹介



西條 功也君
(さいじょう かつや)

生年月日 / 1987年 6月 19日
勤務先 / 株式会社アドバンス
事業内容 / 観光人力車業

動物占い: こじか
好奇心旺盛

誕生石: ムーンストーン 健康
: パール 長寿

奈良公園にて観光人力車業をしており
ます。奈良のために少しでも貢献出来
るように努力していきたいと考えてお
ります。宜しく願い致します。



山田 大介君
(やまだ だいすけ)

生年月日 / 1990年 7月 8日
勤務先 / 株式会社ヤナセ
事業内容 / 輸入車販売

動物占い: 不死鳥
知徳兼備

誕生石: ルビー 情熱

JC活動を通じて、自分が生まれ
育った奈良を盛り上げていける
よう尽力致します!!

~分析:フェラーリのブランディング戦略とは~

1. 優れた車

『分かりやすいコンセプト』
・ F1で培った技術が惜しみなくフィードバックし、
市販者のスポーツカーやスーパーカーに特化した車造り。

『こだわり』
・ レーシングスピリットに合う徹底的にこだわった車造る。
・ 売れても売れなくても、決められた少ない車種と
台数しか製造しない。

3. 継続力

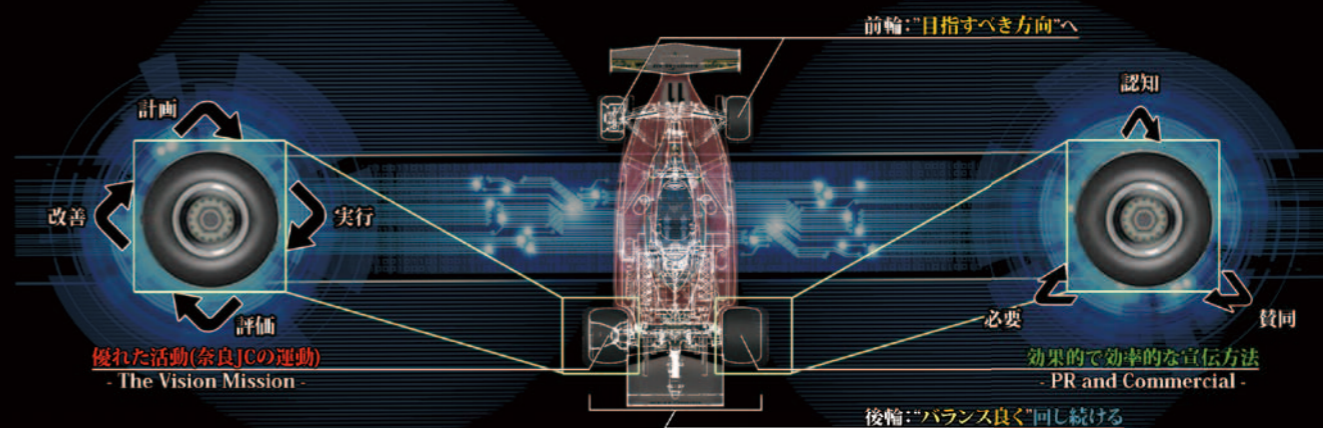
・ 『分かりやすいコンセプト』と『こだわり』を
F1の黎明期からブレずに長年、愚直なまでに続けてきた。

2. 宣伝方法

『効果的な宣伝媒体』
・ 宣伝媒体を、コンセプトに一番合致する
F1での活動に特化する。

『効率的に宣伝を絞る』
・ 宣伝費を、F1での活動に絞り、
ターゲットに集中した宣伝を行う。

『3つの要素を、“目指すべき方向”へ、“バランス良く”
融合させる事で、大勢の人達に“注目され”、“認められる”』 → 『ブランディングの成功』
- Success of Branding -



~奈良JCのブランディング確立のために必要なこと~

まず、広報は、我々が動けば動くほど結果が出るものである。

発信方法の選択(宣伝方法)

多岐に渡る広報ツールの中で、一番効果の高い方法を選択することが必要。(事業・例会ごとに)

ターゲットを絞る(宣伝方法)

やみくもに発信をするのではなく、一番効果が見込まれるターゲットを絞り選択することも必要。(事業・例会ごとに)

年間を通じた戦略をたてる(目指すべき方向)

多岐に渡る広報ツールの中で、一番効果の高い方法を選択することが必要。(事業・例会ごとに)

賛同者を得る(宣伝方法)

活動への賛同者(パートナー)を得ることで、情報を飛躍的に拡散させることができる。

課題解決のために地域や社会をまきこんだ運動を目指すこと(目指すべき方向)

我々の運動の意義、これがぶれていると何も始まりません。

奈良JCの運動に、上記の項目(宣伝方法、目指すべき方向)を加え、継続させることで、さらなるブランディングの確立へと繋がる。