

## 朝日町

朝日町位於山形縣中部，  
一個人口只有7500人的小鎮。朝日代表日出，  
就像我們這個閃耀又快樂的大家庭



# ASAHI TOWN



Asahi Town is a very tiny town with population of about 7500 located  
at the center of Yamagata Prefecture. Asahi means sunrise.  
Yes, that sounds pretty much like us. We are one shiny happy family.

山形 | 朝日町 品牌建立的4大關鍵

# 影片 01

跑酷在朝日町

# 跑酷 (PARKOUR)

源自於法國全新的街頭運動

街頭運動？ 滑板等！



# 只有上傳介紹當地的影片 到YouTube時...!?

## 但是 如果影片當中有街頭運動!



# x2

山形 朝日町 影片



跑酷 影片

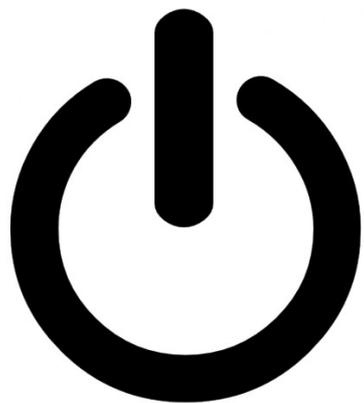


# 重點是？

## 僅僅一部地方創生的影片 也會因創意的關係 改變其傳播方式



拍照 OK  
攝影 OK



ASAHI-MACHI  
BRANDING TEAM

ASAHI  
TOWN



# 朝日町？

山形縣（東北地方）的小鎮

少子高齡化使得人口僅約7000人

電車站、高中通通沒有

群山環抱的豪雪地區

小鎮多數人務農維生

以盛產蘋果著稱



# 謝謝！

朝日町的挑戰

朝日町的經驗

朝日町的品牌策略

## 我們一起來學習！



# 鎮長在雜誌上看到 我的特輯 . . .



# 辦理移民手續 | 當兩年的鎮民！



東京 ⇒ 山形縣朝日町



# 2014~2017年的朝日町？

## 品牌化讀書會的參加人員

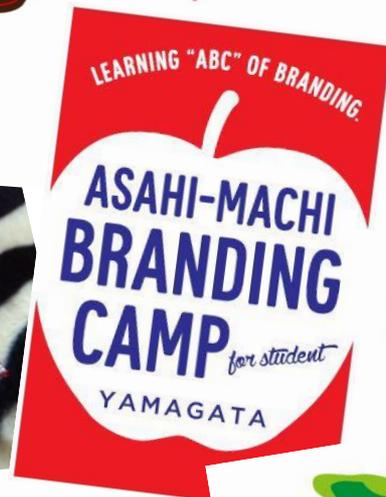
# 5284人



# 2014~2017年の朝日町？

## 全新誕生的品牌標識

# 64個



MEAT MARATHON SERIES  
お肉と出逢い、両方満ちますマラソン大会



MEAT MARATHON SERIES  
お肉と出逢い、両方満ちますマラソン大会

2017年~今天呢...?

日本首創！

運動用品品牌

進化成贊助小鎮的品牌！



# 鎮民共同參與 如火如荼的兩年之間

做了哪些事？  
就是把小鎮品牌化！



HI-MACHI  
ING TEAM

Copyright © Starbrand All rights Reserved

# 品牌建立（品牌化）的種類？

企業品牌建立

商品品牌建立

個人品牌建立

國家品牌建立

區域品牌建立



acer

ASUS®

# 品牌建立（品牌化）的種類？

企業品牌建立

商品品牌建立

個人品牌建立

國家品牌建立

區域品牌建立



# 品牌建立（品牌化）的種類？

企業品牌建立

商品品牌建立

個人品牌建立

國家品牌建立

區域品牌建立



# 品牌建立（品牌化）的種類？

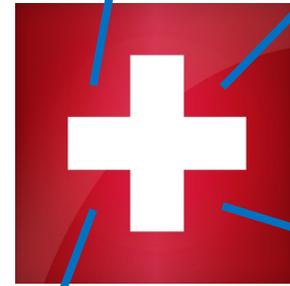
企業品牌建立

商品品牌建立

個人品牌建立

**國家品牌建立**

區域品牌建立



# 品牌建立（品牌化）的種類？

企業品牌建立

商品品牌建立

個人品牌建立

國家品牌建立

**區域品牌建立**



不能只「學習成功」  
「從失敗中學習」更重要



# 今天要和各位 一起學習的內容有？

- ~~1 · 前言（介紹朝日町）~~
- 2 · 品牌到底是什麼？
- 3 · 朝日町的戰略（4大重點）
- 4 · 總結 & 結語



2



**品牌到底是什麼？**

An Award-Winning Author

商業書作家 村尾隆介

# Ryusuke "Ryu" Murao

ビジネス書作家 村尾隆介 



[www.ryumurao.com](http://www.ryumurao.com)

# 不打折 照样卖翻天!



安売りしない会社はどこで努力しているか?

# SALE

不打折? 太傲娇! 但上帝照样痛痛快快掏钱包!  
经营新思维出没, 请注意!

〔日〕村尾隆介 著  
张印 译

10个降价销售隐患, 14个创意定价策略, 58个成功经营实例

## 除了降价, 你还有更重要的事!

提升品牌价值, 培养忠实顾客, 打造特色品牌, 永远摆脱价格战!

新星出版社 NEW STAR PRESS

天下

不花成本  
打造獨特  
擺脫賤賣的  
終極品牌策略

# 小公司 大品牌



Brand Promise  
品牌承諾

Vision  
遠景

Corporate Message  
公司訊息

Tone & Manner  
語調與風格

Contact Point  
客戶接觸點

村尾隆介 著 方顯謙 譯

品牌策略

巫立宇

別董蒂

品牌策略

葉明桂

黃麗燕

陳榮明

林上文

許書揚

陳玲玲

謝文憲

# 枠にはまるな。

技術は頂点で磨け。  
常識にしばられない、自由な創造力で挑め。  
つかむべき未来は、いつも枠の外にあるのだから。

**HONDA**  
The Power of Dreams

**Marlboro**

たいてい、正義は勝てやしない。たいてい、夢はかなわない。  
そんなこと、現実の世の中ではよくあることだ。けれど、  
それがどうした？ スタートはそこからだ。技術開発は失敗  
が99%。新しいことをやれば、必ずしくじる。腹が立つ。  
だから、寝る時間、食う時間を惜しんで、何度でもやる。さあ、  
きのうまでの自分を超える。きのうまでのHondaを超える。

# 負けるもんか。

**HONDA**  
The Power of Dreams



# 村尾隆介 RYUSUKE MURAO

電視廣告及企業影片的腳本作家  
在高中教授創業家課程



**START-UP STUDENT  
PROJECT** by  第一学院高等学校  
2017-2020 w/ Ryu Murao



# START-UP STUDENT PROJECT

by 第一学院高等学校

2017-2020 w/ Ryu Murao





100%  
Tomato Juice

ENS

100% TOMATO JUICE

CHARITEENS

OKAYAMA

Students Support Studies  
[100%完熟トマトジュース]

CHARITEENS





# 平日工作是？

# 改造後



# 改造前



# 平日工作是？

# 改造前



# 改造後



# 平日工作是？

# 改造前



株式会社 市村工務店

# 改造後



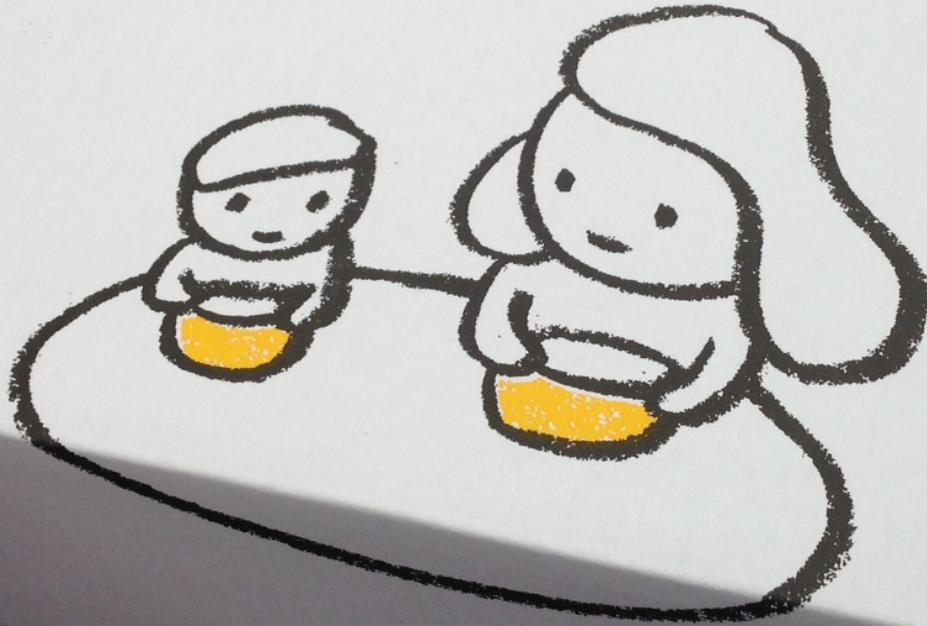


# 改造前 & 改造後



# MY FIRST DISH

*iiwan*



*iiwan*

INCLUDES SOUP CUP, MUG, SALAD BOWL, SPOON, FORK, LUNCH PLATE

# OUR PROMISES

私たちのお客さまへのお約束

1. 子どもにとって安心・安全な植物原料素材を使い続けることをお約束します。
2. 子どもにとって優しい・使いやすい職人の手仕上げによる高い品質をお約束します。
3. ブランドポリシーとして、「かわいいね、うれしいね、たのしいね」をお約束します。



# MADE FOR CHILDREN

最近、子ども向けの食器はずいぶんお洒落なものが増えてきました。しかし、それらの中には安価で「安全性」に疑問を感じるものがあります。そんな現状で、私たちは自分たちの子どもにどのような食器を使わせるのがよいかはじめて使う食器は安全であり、なおかつ子どもの感性を刺激する「食」によってカラダとココロを育ててほしい。そんな想いから生まれたのが、この幼児向け食器。安心な素材でできていて、子どもの食生活を支えること、使うこと、そんな家族の時間を大切にしたい。

# iiwan

MY ACCOUNT

0 ITEMS

カートの中を見る

よくあるご質問

お問い合わせ

Facebookページ

トップページへもどる



私たちがiiwanをつかった理由



iiwanがギフトに選ばれる理由



iiwanのカラーバリエーションの秘密



iiwanを使った方のご感想

iiwanは、  
とうもろこしと愛情で  
できています。



iiwan ギフトセット

●●●○ 8,300円(税抜)

iiwanの主要6アイテムが詰まった、ギフトに最適なBOXセットです。



iiwan おちゃわん

●●●○ 1,700円(税抜)

ごはんにもスープにもちょうどよく、使い勝手のよい取っ手付きおちゃわんです。



iiwan ミルクカップ

●●●○ 1,800円(税抜)

お子さんがしっかり持ちやすいように両サイドに取っ手がついています。

iiwanは、  
出産祝いの新定番です！



# 改造前 & 改造後



創業明治二十三年

# 小沼源七商店

嚴選



謹製



たこ一筋

HIRAISO









タコの魅力をもっと伝えたい。



正

創業明治二十三年  
株式会社  
小沼源七商店  
〒311-1203 茨城県ひたち



正

創業明治二十三年  
株式会社  
小沼源七商店  
〒311-1203

茨城県ひたちなか市平磯町1656

T.029-263-5131

F.029-263-5532



小沼源七商店 公式キャラクター  
源七くん

タコの魅力をもっと伝えたい。

正



タコの魅力をもっと伝えたい。

魅力をもっと伝えたい。

魅力をもっと伝えたい。



タコは高タンパク、低カロリーで健康にいい食べものです。  
タウリンを含みますので、栄養ドリンクよりもタコを!  
世界中の沿岸部では夏バテ防止にも好まれて食べられています。



タコは高タンパク、低カロリーで健康にいい食べものです。  
タウリンを含みますので、栄養ドリンクよりもタコを!  
世界中の沿岸部では夏バテ防止にも好まれて食べられています。



創業明治二十三年  
小沼源七商店



低カロリーでタワリンを多く含み夏バテ防止になる  
残念ながらタコ焼きにはほとんどタコが入っていない

ブランドマネージャー

小沼 展子

info@yamashow.co.jp

〒311-1203

茨城県ひたちなか市平磯町1656

T. 029-263-5131

F. 029-263-5532

①ご注文方法は、裏面をご覧ください。

創業明治二十三年  
小沼源七商店



店主  
小沼 順一郎

info@yamashow.co.jp

〒311-1203

茨城県ひたちなか市平磯町1656

T. 029-263-5131

F. 029-263-5532

①ご注文方法は、裏面をご覧ください。



地方創生中的「品牌化」是什麼？

1.

# 精雕細琢區域的魅力 (包含商品與人)



地方創生中的「品牌化」是什麼？

2.

提升價值來取代降價

( 呈現出價值 )



地方創生中的「品牌化」是什麼？

3.

培養比顧客死忠的粉絲  
( 重要的是回流 )



# 區域的品牌化是什麼？（彙整）

- 1 · 精雕細琢區域的魅力
- 2 · 提升價值來取代降價
- 3 · 培養比顧客死忠的粉絲

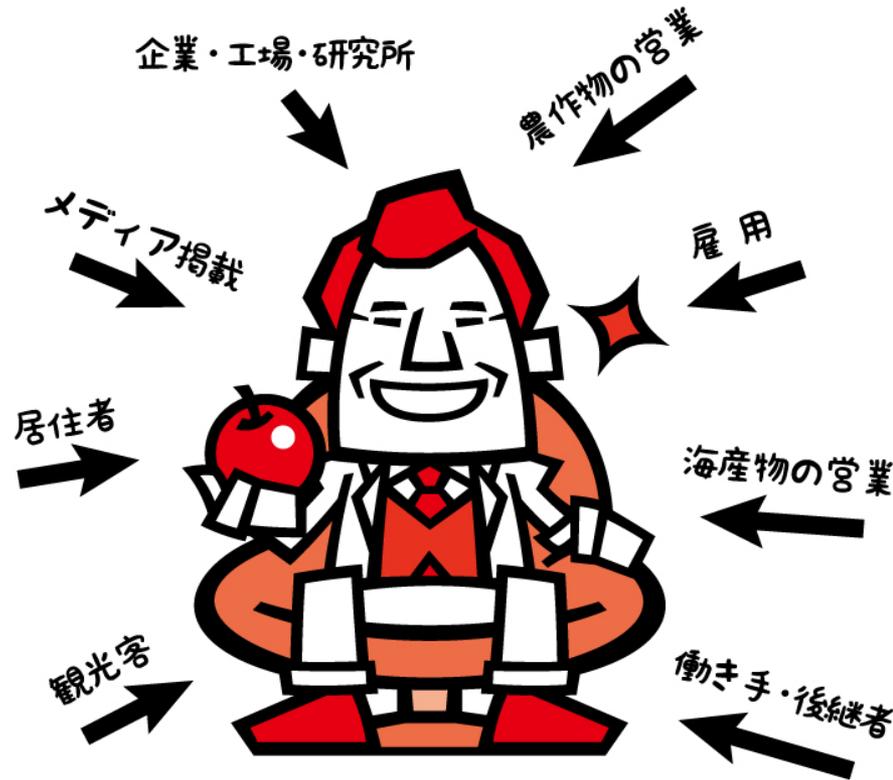
若區域獲得「品牌力」  
會產生什麼變化？



# 提升小鎮的品牌力時？

各種事物自然而來靠過來！

效率高！



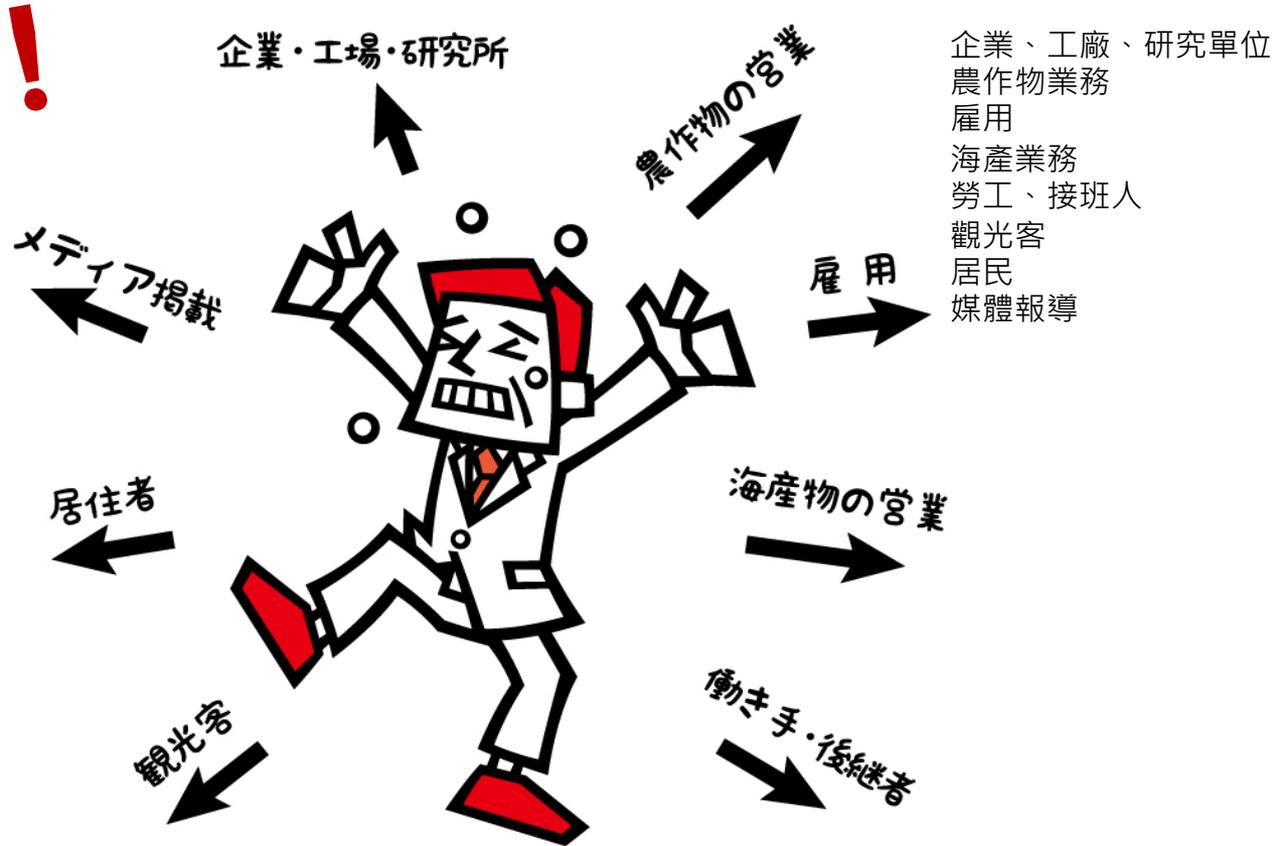
企業、工廠、研究單位  
農作物業務  
雇用  
海產業務  
勞工、接班人  
觀光客  
居民  
媒體報導

ブランド化に注力している市町村  
致力於品牌化的城鎮

# 沒用心在小鎮的品牌化時...

每天窮忙！ 每天都在競爭！

效率低！



ブランド化に注力していない市町村  
未投入品牌化的城鎮

# 哪一種才是「更好的經營方式」？



ブランド化に注力していない市町村  
未投入品牌化的城鎮



ブランド化に注力している市町村  
致力於品牌化的城鎮

## 品牌力 = 有如「引力」般

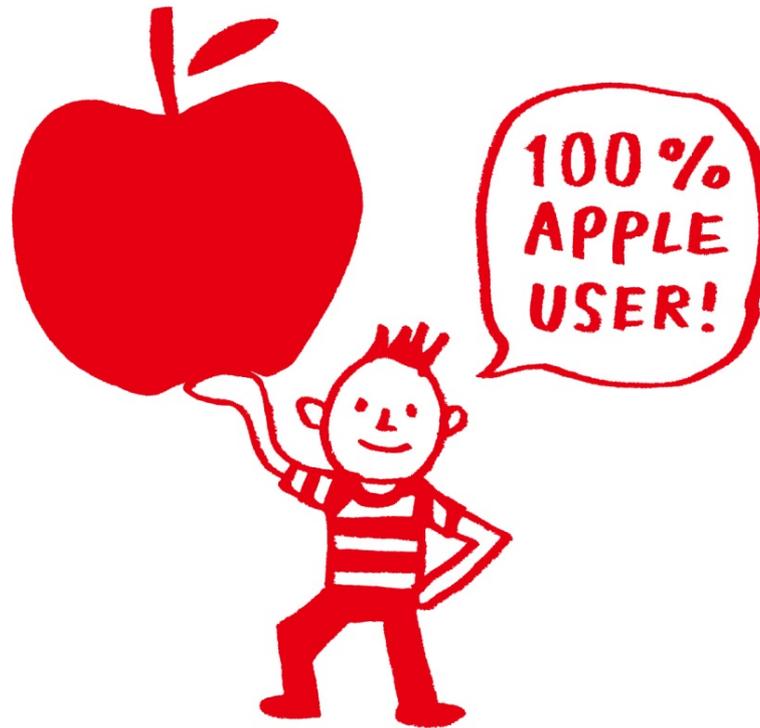
**重點是？**

**小鎮邁向品牌化＝**

**為小鎮帶來「引力」**



# 3



ASAHI TOWN  
YAMAGATA

## 朝日町的策略 (4大重點)

# 重點(1)

# 利用小鎮服飾打造整體感！



# 目的是什麼？

## 讓小鎮改革的 「起點」與「終點」很精確

### 專案不拖泥帶水

### 一舉讓氣勢高昂 投入區域改造！



# 款式各色各樣...



# 重要的是平時也能穿搭



# 太讚了！

# 連鎮長也常常穿著不離身！



其實 . . .

連鎖民專用內褲都有！



# 收益...

# 投入學生志工的活動費



# 引領整個東北地方的潮流！？ 隣進城鎮爭相模仿





# 鎮公所(政府機關)的制服也... 一起進行改造

