

目的と課題の整理

目的/GOAL

民間投資を呼び込める地域ブランド化

和歌の浦地区のもつポテンシャルを最大化し、持続可能な地域発展を目指す。

民間投資を呼び込むための必要要素

- ①投資家/有識者からの助言を踏まえた再生プランの作成
- ②地域振興の実績がある企業の誘致と協業
- ③スタートアップ等が活躍しやすい土壌を作り積極的な企業の誘致(特別特区等)
- ④日本随一の観光エリアとしての立脚とそれに伴う「和歌の浦」の認知拡大・ブランディング

地域ブランド化の為の具体的な課題

- **未活用の空間資源**
新和歌浦観光ホテル、グラン・リゾート和歌の浦、太公望等の未利用・低利用空間資源
- **観光地の周遊性と回遊性の改善**
点在する観光スポット間の接続性が弱く、回遊性が低い
- **観光体験の不足**
「見る」・「食べる」の観光が中心で、体験型コンテンツの不足
- **ブランディング不足**
地域全体としての統一的なイメージや発信力が弱い

目的を実現するためのプロセスについて

和歌の浦地区の課題に対して、有識者会議及び地域WSの中で検討しながら、具体的な実行施策の検討を行う。

上記で定めた実行施策の、実現可能性の最大化をするために、リンクタイズ社が保有するネットワークを活用。

- ①地域の人々の暮らしの豊かさと、経済的な豊かさの両立を目指すための、地域における丁寧なヒアリングと魅力の再発見。
- ②エリアビジョン策定の段階で、投資・活性化プレイヤーを巻き込み地域との接続を図る。
- ③メディアである強みを活かし、有識者会議等の課程のプロセスを追って、地域ブランドの確立を行い、投資の機運を高める。

基本構想

①現状確認

地域へのヒアリングはもちろん、外部からの評価について、有力な定性情報を収集する。収集対象は、**国内外の投資家や地域デベロッパー、企業エグゼクティブ、スタートアップ等**、分類分けを実施。

②関係事業者との意見交換

今回パートナー企業になっていただく**株式会社ツギト様**をハブとし、地域関係事業者との意見交換を実施。ミニмум2回程度を検討。

③有識者会議

Forbes JAPANでの過去の取材企業・関係者より相応しい人材を選定。特に、「**中長期に投資が集まるスキーム**」について設計を図る。

④和歌の浦再生サミットの開催

地域事業者・外部のスタートアップや企業様よりピッチも実施。
プレイヤーを選定しながら、良質なアイデアを収集し、その際に、Forbes JAPAN・OCEANSでの**発信**にも注力。
※P11にて記載

和歌の浦再生エリアビジョン

①関係事業者との意見交換

引き続きツギト様をハブとしながら、基本構想からの具体的な課題抽出と方針をワークショップにて検討。

②核施設やソフトコンテンツの検討

OCEANS編集部の知見を用いた、他地域で成功している事例を元に、施設の具体的なブランディング・地域経済を活性化させるソフトコンテンツについて、有識者と共にディスカッションをして設計。

③パース作成

イメージが醸成可能なパースに落とし込み、10カ年の発展の構想を具現化する。

④実現化方策の検討

具体的な事業者のアドバイスも収集する。
実施実現に向けた方策に紐づくスキームと役割分担等、**投資を中長期的にサポートし得るサポーター**を巻き込みながら

和歌の浦再生サミットの構想

■和歌の浦再生サミットの位置付け

和歌の浦再生サミットは、それまでのプロセスを纏めた上で、地域への開示とディスカッションの場であり、外部プレイヤーを招き、エリアビジョンを一緒に作り上げるプレイヤーが集うキックオフの場とします。また、「和歌の浦のブランディング」の始まりとし、集った方々へはもちろん、そしてメディアを通じた発信でより多くの方々へ届けます。

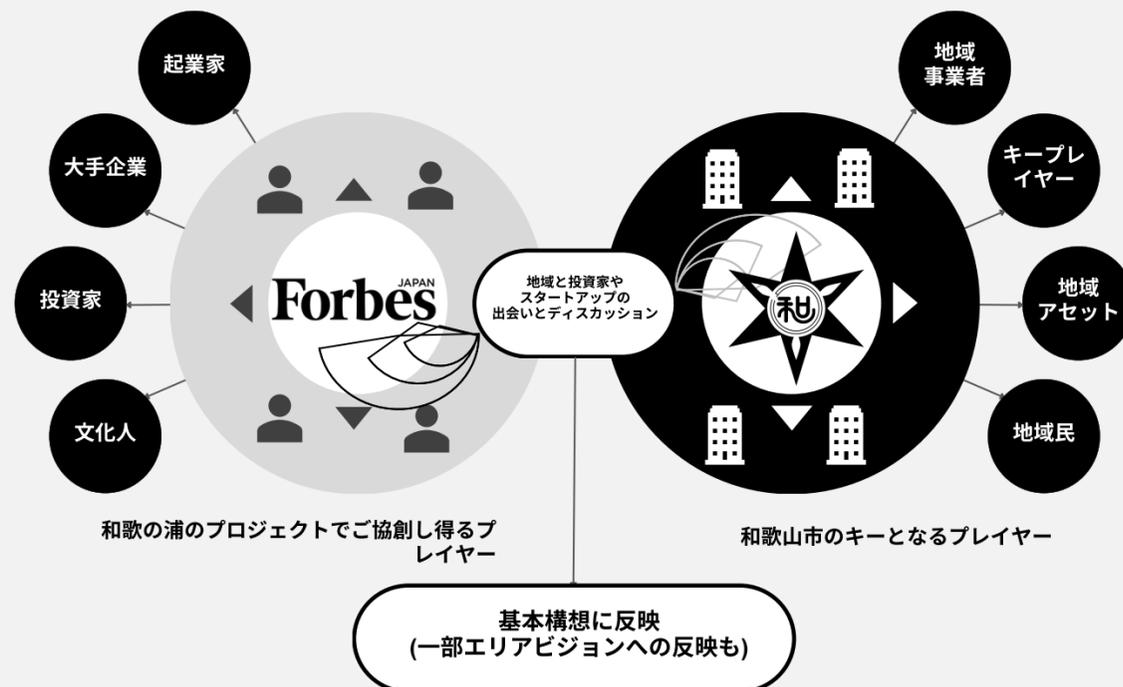


■和歌の浦再生サミットの立て付け

セッションの形をとりながら、これまでのプロセスで得た情報を集約し、お披露目の会とする。また、**地域事業者・外部のスタートアップとの接続をピッチ形式で実施**。プレイヤーを選定しながら、良質なアイデアを収集し、それらを基本構想やエリアビジョンの作成に反映をさせます。また、それらの様子をForbesやOCEANSのWebメディアで取材をし、発信します。(規模や場所についてはご相談)



※実績： Forbes JAPAN Innovation Summit
TOYOTA様 新モビリティi-roadに搭載する機能について
スタートアップより提案を受けるピッチイベントの実施

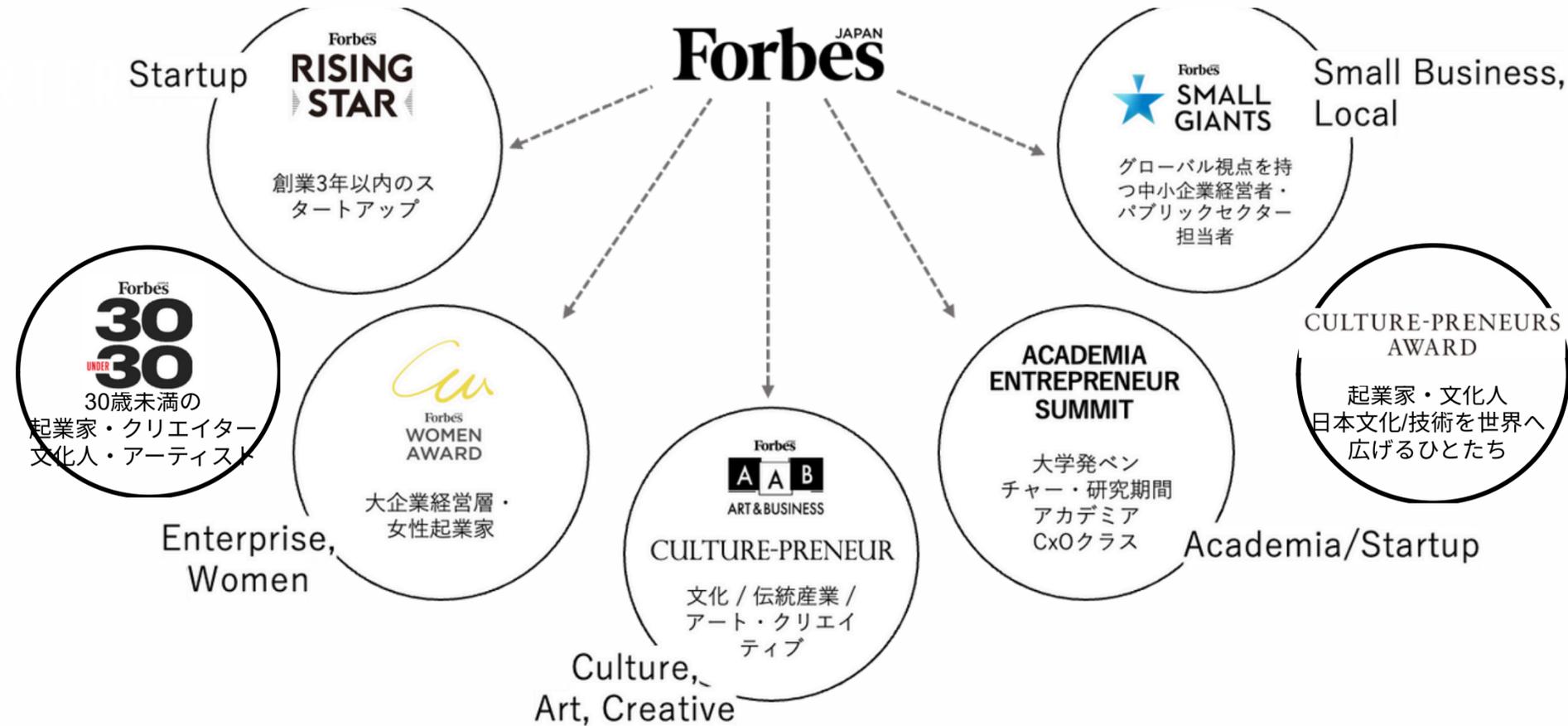


■Forbes JAPAN・OCEANSのネットワークについて

経営者ネットワーク・投資家ネットワークを保有するForbes JAPANと、海洋保全や海があるカルチャーに寄り添ったプレイヤーを囲うOCEANSの媒体を駆使し、和歌の浦の再生に協力をするプレイヤーを理解促進しながら、巻き込みます。



リンクタイズの独自性と特徴について



私たちの3つの特徴 OCEANS Forbes JAPAN

企業と人のネットワーク

常に最先端の企業の取り組みや、個人のlifestyleを見つめてきたForbes JAPANとOCEANSだからこそできる、あらゆる業界でのネットワークを活かしプロジェクトに最適な企業・人物・専門家を繋げることが可能です。また、各アワード受賞者のコミュニティや投資家ネットワーク、「Forbes salon」を活用し、ビジネス層に対して、効果的に和歌の浦地区の可能性を訴求することも可能です。

海外展開

世界約44ヶ国に展開するForbesブランド。和歌の浦ブランド化プロジェクト事業において、今回はサミットのバイリンガルサイトの制作に留まるが、ゆくゆくは海外発信も念頭におく。海外のビジネスリーダー・エグゼクティブを多く保有するForbes.comのプラットフォーム上で、日本随一の観光地域としての和歌の浦のブランディングを目指します。

ブランディング

TO Cはもちろんのこと、企業エグゼクティブが多くいるために、TO Bのリンクタイズは「スタートアップ」や「ウェルビーイング」などの概念を日本社会に浸透させてきました。この強力なブランディング力とメディア影響力を活用することで、和歌の浦地区の新たな価値を効果的に発信し、認知拡大とブランド確立に寄与できます。

ブランディングの改善

統一ブランドアイデンティティの確立

和歌の浦地区の歴史的・文化的価値を編集によって、訪問者の心に深く刻まれるブランドアイデンティティを構築します。



明確なポジショニング

「詩歌と海の聖地・和歌の浦」という独自のポジションを確立し、千年の歴史と海の幸を両立した魅力を発信



統一的なビジュアルアイデンティティ

和歌の浦の海と歴史文化を表現するロゴ、カラーパレット、タイポグラフィを開発し、すべての広報素材に統一的に適用



ブランドガイドライン策定

地域事業者が活用できるブランドガイドラインを作成し、宿泊施設や飲食店など地域全体での統一感を創出

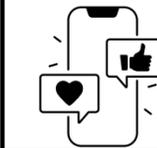
戦略的情報発信の強化

ユーザーのインサイトを深く理解しているリンクタイズだからこそ、ターゲット層に合わせた効果的な情報発信による、和歌の浦のブランド認知度を高め、訪問意欲を喚起することが可能です。



ターゲット別コンテンツマーケティング

企業・観光客のターゲット属性を明確にし、ターゲットにあったコンテンツマーケティングの運用



SNS戦略の強化

ユーザーニーズから逆算した、SNS活用の提案を行います。インサイトを把握していることで、効果的な仕掛けを行うことが可能



多言語対応と海外向け情報発信

関西国際空港を利用して日本に観光目的で来日する、アジア圏のユーザーをコアターゲットと置き、主要言語対応のサミットと連動したサミットサイト制作（日英）を行う。

Forbes JAPANとOCEANSを活用した戦略的メディア展開

リンクタイズの運営する「Forbes JAPAN」と「OCEANS」両メディアを活用した特別企画・施策で、和歌の浦の魅力を効果的に発信します。

Forbes
JAPAN

ビジネス向けブランディング/認知拡大

ブランド化プロジェクト特集企画を通じ、ビジネスエリートに向けた情報発信を実施。Forbesのネットワークを活用したビジネス層向けプロモーションにより、民間投資の誘致PRに寄与。



ビジネス層

Forbes JAPANのネットワークを中心に和歌の浦地区のビジネスサイドをPR

OCEANS

ライフスタイル文脈でのブランディング/認知拡大

「和歌の浦の食と文化体験」をテーマにした企画を組み、本誌及びWebにて発信。海の幸や歴史など、独自の魅力を組み合わせたコンテンツを設計し、ツーリストの誘致に寄与。



家族・カップル

OCEANSを活用し和歌の浦地区のライフスタイルをPR



インバウンド

バイリンガルサイトの立ち上げと、Forbes海外を活用し、海外へ和歌の浦をPR