

報道関係者各位

地域活性化・地域情報化、コミュニティビジネス創発に向けて、
その新たな手法を熊本から全国に展開するために…

荒木義行合志市長・中山峰男崇城大学長・中里秀則早稲田大学教授・
小野泰輔熊本県副知事・星合隆成 SCB 提唱者が発起人となり
「地域コミュニティブランド協議会」を発足・運営

発足後の活動第一弾として
メディア・学校・行政・企業・市民が協働した
番組制作ワークショップの運営を開始

2013年11月27日

「地域コミュニティブランド」は、星合隆成博士によって提唱された地域活性化・地域情報化、コミュニティビジネス創発のための新たな理論です。そのコンセプトの下に活動するプロジェクトは、アイドルからTV局、行政まで様々な分野に渡り、全国で40を数えるまでになりました。

これまでの地域活性化・地域情報化、コミュニティビジネス創発においては、“問題解決型”と呼ばれる手法が一般的でした。一方、地域コミュニティブランドは、地域活性化・地域情報化、コミュニティビジネス創発のための共通的な基盤（インフラストラクチャー）となる“プラットフォーム”を提供することを目的としています。

すなわち ICT（information Communication Technology：情報通信技術）の世界において一般的である「標準化」の考え方を地域に対しても導入し、熊本から全国に向けて展開しようという考えの下、これを推進するための協議会（正式名：地域コミュニティブランド協議会 以下、SCB 協議会）を、荒木義行 合志市長・中山峰男 崇城大学長・中里秀則 早稲田大学教授・小野泰輔 熊本県副知事・星合隆成 SCB 提唱者が発起人となり、発足・運営する運びとなりました。

SCB 協議会の主な活動は、普及活動（サミット・シンポジウム・セミナー開催、出版事業）、サポート活動（全国の SCB プロジェクトのサポート、新規プロジェクトの開拓）、標準化（理論研究・評価）、各種ワークショップの運営となります。なお、これら具体

的な活動につきましては、11名の運営委員が中心となり運営していきます。

また、SCB協議会発足後の活動第一弾として、メディア・学校・行政・企業・市民が協働した番組制作ワークショップの運営を開始します。具体的には、“活動に物語性を持たせる”との観点から、熊本を中心とした地域活性化事例の紹介と地域コミュニティブランドの理論的な視点をを用いたノウハウの共有を発信していくための番組を市民参加型で制作します。これは、放送業界と協働することによる新たなビジネス領域の創出も目的としています。

合志市をはじめとした行政の協力の下、崇城大学がスタジオ設備を提供（予定）、熊本朝日放送（KAB）・エフエム熊本（FMK）・FM 桐生・くまもと経済のスタッフが講師として参加し、高校生（熊本国府高校等）、大学生（崇城大学等）、市民等に教育プログラムや発表の場（映像コンテストへの参加）を提供します。制作した番組は、インターネット、BS、地上波、FMなどのメディアを活用して全国に配信します。

- ※ ワークショップへの参加者募集告知等は、詳細確定次第、お知らせ致します。
- ※ 協議会、ワークショップ自体も、地域コミュニティブランドの手法に基づいて運営されます。すなわち、参加者はそのロール（役割）に関わらず、すべて平等でフラットな関係を有します。何々が主導するといった、従来のようなトップダウン的、マスタスレブ的な関係に基づいたコミュニティ形成を行いません。それにも拘わらず、コミュニティが崩壊することなく持続的に繋がる仕組み、これこそが、「イトコ」（インセンティブ（報酬）/トラスト（信頼）/コネクター）に基づいて全員がコネクターの役割を果たすことによりコミュニティを形成するブローカレス理論/地域コミュニティブランドの手法なのです。

【本リリースに関するお問い合わせ先】

地域コミュニティブランド協議会

内村（090-7016-5088, uchimura@primeswitch.co.jp）

星合（080-3290-4557, hoshiai@cis.sojo-u.ac.jp）

SCB協議会公式ホームページ：<http://www.scbrand.info/>（11/27リリース予定）

※ 参考資料

【地域コミュニティブランドについて】

地域コミュニティブランドは、星合隆成博士によって提唱された地域活性化・地域情報化、コミュニティビジネス創発のための新たな理論です。これは、1998年に星合隆成博士によって提唱され、新たなネットワーク理論として世界的に注目された「ブローカレス理論」を理論的なベースにしています。

ブローカレス理論は、これまでのトップダウン型、C/S型（マスタスレブ型）のネットワーク構築手法に対して、自己組織化、自律分散協調、ボトムアップ型のネットワークを構築するための新たなネットワーク理論です。このブローカレス理論を、人的ネットワークの形成、地域コミュニティの構築、そこからのビジネスの創発に活用しようという発想が、地域コミュニティブランドの基本的なアイデアです。

現在、地域コミュニティブランドの理念の元、アイドル、TV局から行政までの様々な分野において、全国で約40のプロジェクトが活動しています。

これまでの地域活性化・地域情報化、コミュニティビジネス創発においては、問題解決型とされる手法が一般的でしたが、地域コミュニティブランドは、地域活性化・地域情報化、コミュニティビジネス創発のための共通的な基盤（インフラストラクチャー）となる「プラットフォーム」を提供することを目的としています。すなわち、ICTの世界において、標準化は一般的な考え方ですが、地域はそうではありません。地域コミュニティブランドは、地域に対しても標準化の考え方を導入し、それを全国に展開しようという試みです。

【地域コミュニティブランド協議会 概略図】

