



人文社会科学系 准教授

長尾 雅信 NAGAO Masanobu



<http://www.eng.niigata-u.ac.jp/~nagao/>

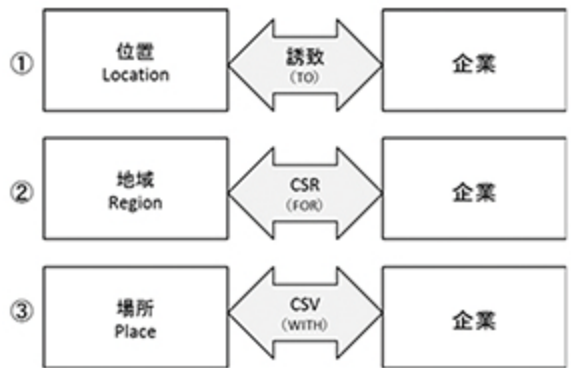
企業のエシカル・ブランディング

●キーワード● ブランド力の向上、エシカル消費、価値共創、SDGs(sustainable development goals)

研究の目的、概要、期待される効果

現代の企業は、単なる企業の社会的責任の追求から、地域社会の経済活動や社会条件を改善しながら、自らの競争力を高めることが求められています。これは共通価値の創造(Creating Shared Value, CSV)として認識が広がっています。また持続可能な開発目標(SDGs sustainable development goals)は、重要な経営課題として企業と社会の関わりのあるあり方を問うています。

本研究室では県内外の企業とCSVに取り組んできました。例えば、新潟市内の貸衣装店、県内の織物メーカーと卒業式用の晴れ着の商品開発「カワイニイガタキモノプロジェクト」を実施しています。新潟の若い女性が卒業式という晴れの場で、新潟の伝統衣裳に袖を通すという感動体験を通して、新潟の織物あるいは新潟という地域に愛着を抱いてもらうことを目的とし、県内織物産業の活性化と伝統文化の継承に寄与しています。プロジェクトでは大学生の発想を引き出すワークショップによるデザイン決定、マーケティング調査による価格帯の導出により、製作を行いました。製作後は大学内での着物撮影会、新潟美人100人会議などにてのファッションショー、SNSを通じたプロモーションを展開しました。



企業と地域との関わり方の変容



伝統工芸の活性化の取り組み(カワイニイキモノプロジェクト)

関連する知的財産
論文 等

『プレイス・ブランディング』有斐閣, 2018
「カワイニイガタキモノ-斬新デザインで若者に的」日本経済新聞, 2018/9/19付 朝刊
「地域創生と伝統工芸#1~3」電通報, 2015

アピールポイント

国内外の企業に対する社会性を意識したブランディング、マーケティングのアドバイス経験をもとに、貴社のブランド価値向上に結び付く調査、プロジェクトの展開が可能。

つながりたい分野(産業界、自治体等)

・地域のブランディング、社会課題の解決に積極的に取り組みたいと考える企業、団体。