

# アワードで後進を育成



宣伝会議賞(1962年創設の広告コピー賞)



BOVA - Brain Online Video Award  
(ウェブ動画のコンテスト)



三井のゴールデン匠賞  
(優れた工芸品を顕彰)



# 多様なイベントを開催



宣伝会議インターネット・マーケティングフォーラム

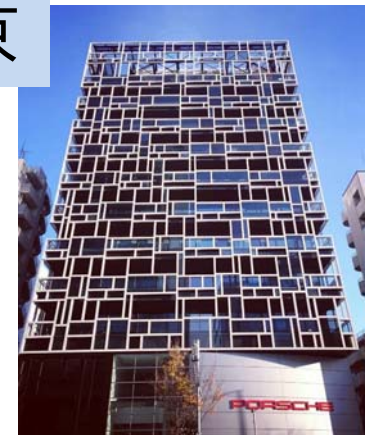
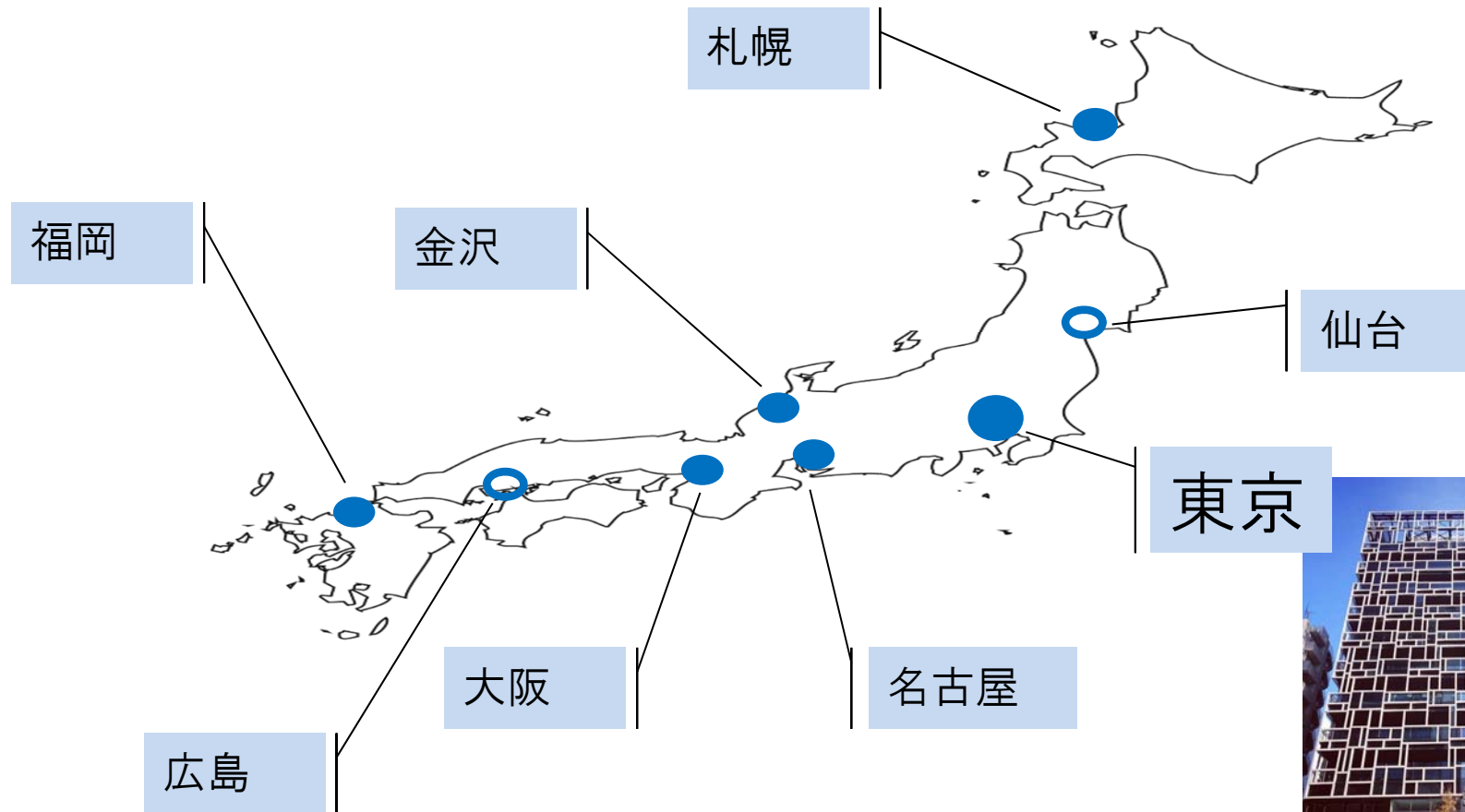


コピーライター養成講座60周年記念「コピージウム」  
(東京、大阪、札幌、福岡など8都市)



全国シティプロモーションサミット  
(品川区主催)の運営

# 全国で事業を展開



# 地域の価値は何で決まる？

ブランド価値規定

何のために社会に存在するか

自分たちはどうみられたいか

を踏まえた上で

情報発信

## ①ニュース性

新しい取組、新商品、新サービス、チャレンジ、季節性

## ②理解、共感、好感

理念や思い、物語(ストーリー)性、意味

## ③ビジョン

社会に新たな価値をもたらすもの

## ④一貫性、継続性

広報の体制、全員がPRパーソン

マーケティング・コミュニケーション

## ブランド価値

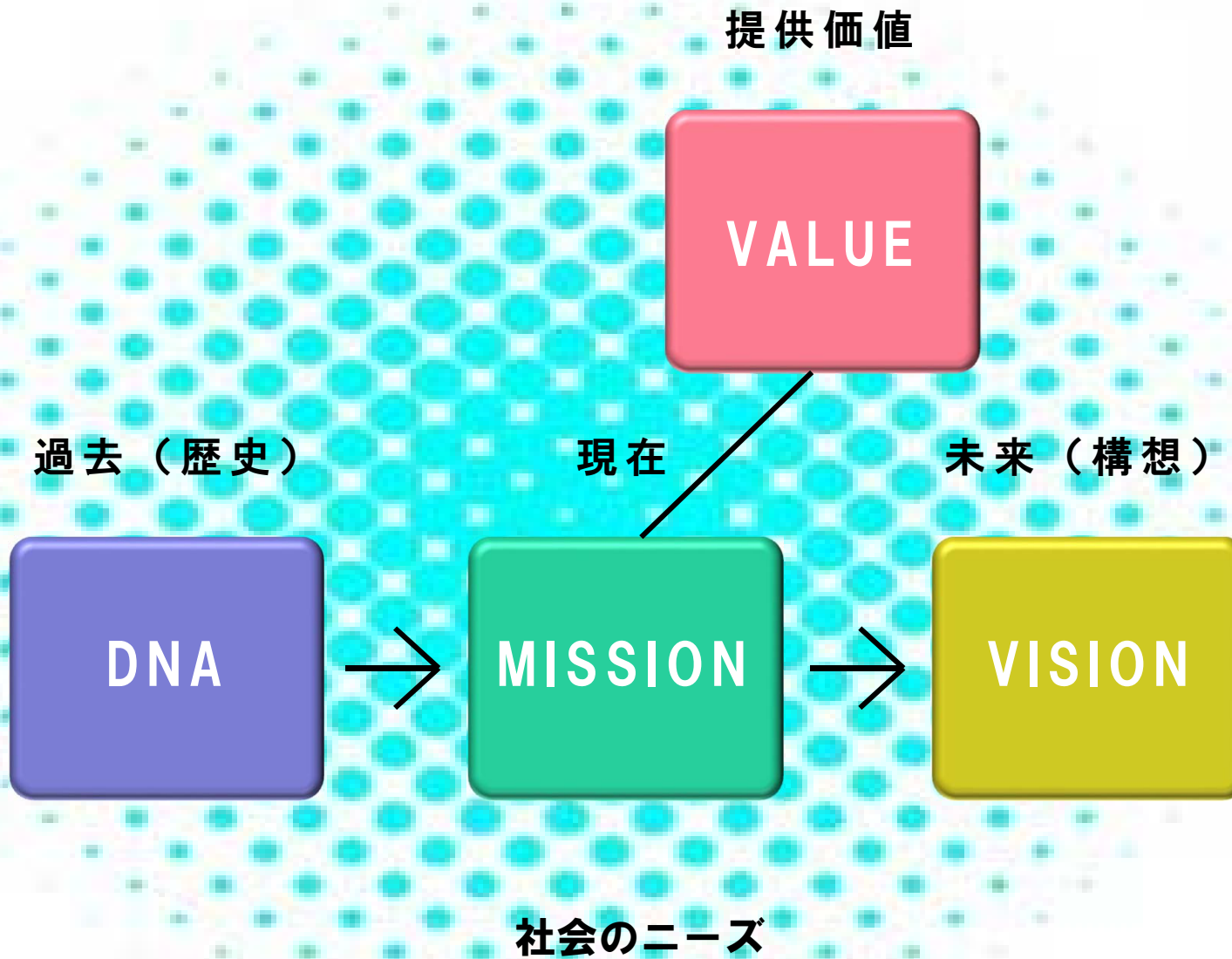
何のために社会に存在するか



自分たちはどう見られたいか

心理的価値

機能的価値



# シビックプライド(海外)



マンチェスター

**Civic  
Pride**

**シビックプライド**  
都市のコミュニケーションをデザインする

責任者 伊藤 啓伸 岡本 山伸子  
編集者 シビックプライド研究会  
印刷制作 株式会社都市生活学舎

富坂会社  
Business Town

# シビックプライド(国内)



【国内編】

## Civic Pride 2

### シビックプライド 2

都市と市民のかかわりをデザインする

監修-伊藤賢雄+豊田伸子  
編著-シビックプライド研究会  
企画協力-読売広告社 都市生活研究所

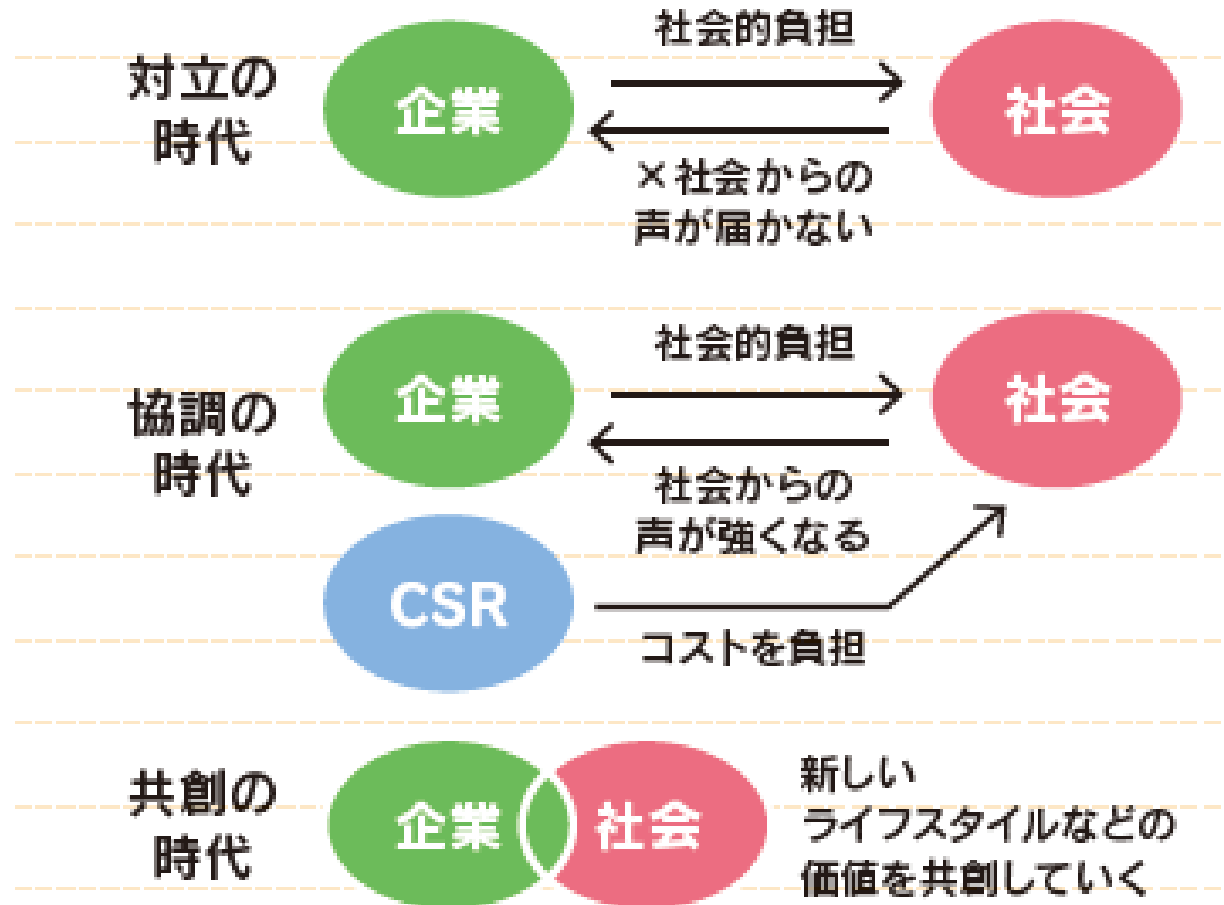
## たまプライド



# 住民視点とは何か

ニーズ、インサイト  
もの→こと→体験  
共感→ファンをつくる

# 企業と社会の関係の変化



出所/藤井剛著:『CSV時代のイノベーション戦略』(ファーストプレス)