

地域コミュニティブランド 17箇条

- 第1:モノ作りを通じた地域コミュニティの構築
- 第2:活動、繋がりをブランド化
- 第3:全員が同じ活動ブランド名を名乗る
- 第4:企業(組織)ブランド、商品ブランドを使用しない
- 第5:プレイヤーであると同時にコネクターの役割も担う
- 第6:人、アイデア、技術、モノ、情熱、興味、やる気貢献、共感などの自律的な繋がり
- 第7:企業もプレイヤーの一つとして参加
SCBブランドと企業ブランドの使い分け
- 第8:専門家集団・技術者集団を積極的に活用
- 第9:誰もが参加自由
- 第10:物語を発信する
- 第11:メディアの保有、連携による物語づくり
- 第12:コミュニティ、共感、繋がりを可視化

- 第13: 地域コミュニティを支えるICTシステムの開発、運用
- 第14: 社会的、工学的な学術評価
- 第15: コミュニティビジネスの創発を目指す持続可能な活動
- 第16: セキュアな場を提供。組織がなくても信用あり
- 第17: イトコの重視、とコミュニティへの注入(※)

(※)

イトコとは色の3原色のように、コミュニティの3原色として定義。

インセンティブ、トラスト、コネクターの略で、ブローカレス的なコミュニティ構築には、この3つが必須となり、これをコミュニティに注入することが必要となります。

インセンティブ : やるき、動機づけ

トラスト : 信用、安心、セキュアなプラットフォーム

コネクター : 誰もがコネクターの役割を果たす