

人のつながりブランド化

先端を走る
Frontier

地域の人のアイデアを取り入れながら、モノやサービスを創出し、人同士のつながりや活動過程を外部に発信して丸ごとブランドにする。崇城大情報学部の星合隆成教授(50)はそんな「地域コミュニティブランド」の提唱者だ。この手法をいち早く取り入れた群馬県桐生市は、伝統の布織物業の活性化に成功している。星合教授にブランドづくりの理念や仕組みなどを聞いた。(隅川俊彦)

「地域コミュニティブランド」を提唱

崇城大情報学部教授 星合 隆成さん(50)

■「地域コミュニティブランド」とはどんなものですか。

「ものづくりに関わる人の活動を、生まれるモノと一緒にブランド化していくことです。従来はモノをブランド化して市場に出すことが重視されてきましたが、それを生み出す人のアイデアや情熱、開発に至る失敗や苦労も情報発信してブランドにしてしまうわけです」

■人の活動をどう発信するのですか。

「ICT(情報通信技術)を応用します。例えば、企画会議の動画をインターネット上で発信したり、開発した商品にロゴを付けたり。ロゴにスマートフォンのカメラをかざすと、その商品の評判がテロップで流れるような仕組みなど、いろんな手法があります。もちろん、フェイスブックやツイッターなど既存のSNS(ソーシャル・ネ

ットワーキング・サービス)も利用します」

■成功例はありますか。

「群馬県桐生市の『nunotech』(ヌノテク)という取り組みがあります。桐生は1200年以上続く織物の町。伝統の織物業に、地元の服飾系専門学校生らさまざまな人のアイデアを取り入れ、iPadケースや撥水性の高いニットキャップなど、デザイン性も高い商品が生まれました。昨年11月に始まった取り組みですが、初期生産分は完売。商品は東急ハンズ渋谷店(東京)でも取り扱われました。ブランドづくりへの人々の活動もネット上で振り返ることができます」

■発想はどこから生まれたのですか。

「私はNTT勤務時代にコンピューター同士がサーバーなしでつながる『ブローカレス理論』を提唱しました。仲介者(プロ

群馬の織物業で成功 熊本でも

「nunotech」から生まれたiPadカバーやクッションを手にする崇城大情報学部の星合隆成教授=熊本市西区の同大



ーカー)のいないネットワークです。これを新しい情報社会の活性化に応用できないかと考えました。仲介者なしで人がネットワークのようにつながっていき、新しいアイデアをどんどん取り入れていく。そこに新しいICTを応用していきます」

■人の活動とモノを一体的にブランド化する利点は何ですか。

「モノが売れなくなってしまっても、人のつながりやノウハウは残ります。活動をブランド化したほうがブランドの寿命が長くなり、モノにも物語性を持たせやすいのです」

■熊本では具体的にどういう取り組みを進めようと考えていますか。

「今月、県内のブライダル会社と崇城大、国府高、早稲田大の研究者と一緒に新しい

ブライダルブランドの構築に向け、研究会を発足させました。今後1年をめどにブランドを形にしたいと思います。ほかにも複数のプロジェクトが進んでいます」



星合教授(左端)と「地域コミュニティブランド」に関わる崇城大の学生たち=熊本市西区の同大

◇ほしあい・たかしげ
徳島市出身。電気通信大学院で工学博士を取得。元NTT主幹研究員。NTT在職中、群馬大客員教授、日本大非常勤講師、米ベル通信研究所客員研究員を歴任。サーバーなしでコンピューターがネットワークでつながる「P2P理論」を世界に先駆けて提唱し、ブローカレス理論と名付けた。2012年4月から現職。早稲田大招聘(しょうへい)研究員。

1998年にP2Pネットワークの理論を提唱した星合教授は、優れた情報技術者でもある。P2Pネットワークは、コンピューター同士がブドウの房のようにがつながるイメージ

取材を終えて

ジ。房は違う房ともつながり、無限に広がっていく。この考え方を元に人の発想をつなげ、活動をブランドにするという発想は斬新だ。今後、熊本でどういう展開を見せるのか注目していきたい。