

What is a brand ?

for the future



KYUSHU BRAND

九州らしさとは、なにか

SOUTHWEST JAPAN

Energy

Fertility

Gateway

Fukuoka

Saga

Nagasaki

Oita

Kumamoto

Miyazaki

Kagoshima

ブランドとは何か？

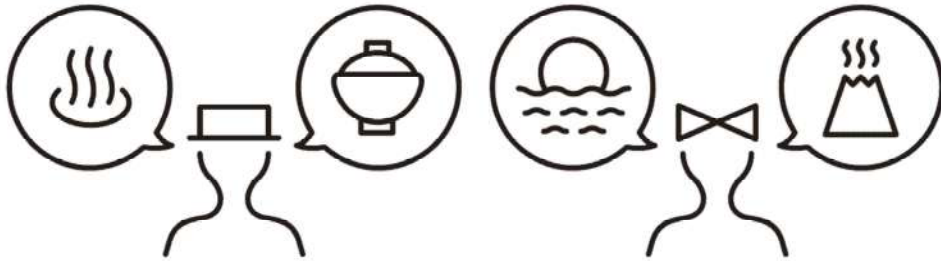
ブランドとは、

「頭の中に存在する価値やイメージのかたまり」

都市の名前を聞いたりロゴを見たりしたとき、ひとはこれまでの体験や知識からその都市のもつ特徴やイメージを頭の中に連想します。

この「頭の中に存在する価値やイメージ」が「ブランド」です。

そして、世界や日本の各都市と比べたときに、九州にしかない魅力（九州独自の価値、九州らしさ）がブランドをつくりあげていきます。



01

問い：なぜ、強いブランドが必要なのか？

ブランドイメージが確立されると、

旅行地として選ばれやすくなります。

情報が爆発的に多くなり、人々の価値観も多様化している現代。

多くの人々から支持・信頼され、選ばれ続ける必要があります。

そのために、強いブランドが求められるのです。



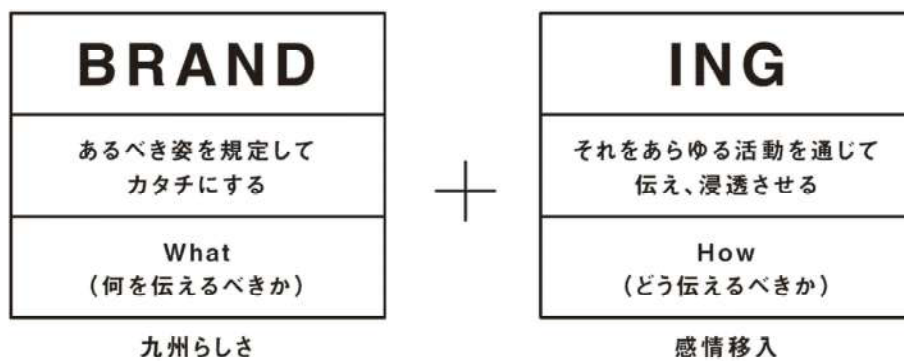
ブランディングとはなにか？

ブランドを人びとの頭の中に作っていくこと、 それが「ブランディング」

ブランディングとは、独自の価値やイメージをつくりあげ、それをカタチにして、
伝えていく取り組みのことをさします。

その際、九州ブランド

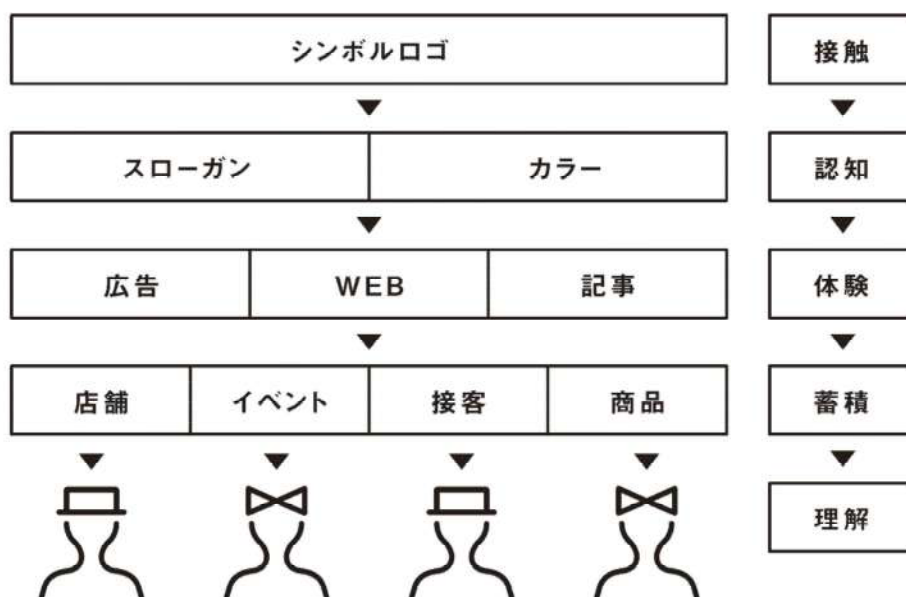
つまり「何を伝えるべきか(what)」、「九州らしさとは何か」を明確にしておく必要があります。



人びとは、あらゆる接触ポイントで「ブランド」を評価していきます。

写真や動画のイメージだけでなく、一人ひとりが「ブランド」との接触ポイントで感じた
体験や記憶の集合体がブランドになっていきます。

そのため、ブランディングには、一貫性が需要であり、
表現や行動の統一が重要になってきます。



九州ブランドとは？

語りつくすことができないほど、さまざまな魅力がある九州。

九州ブランドを浸透させていたために、

その価値を整理し、そして明文化していく必要があります。

01. 独自の価値

独自の価値とは、九州にあるヒトやモノ、都市、環境から得られる機能的な価値、旅行者が感じる情緒的な価値のことを指します。これらの価値は、具体的な事実や特徴に基づき、旅行地としての「九州ブランド」を支える基盤と位置づけられます。また、九州らしさとも言い換えることができます。



02. ブランドステートメント

ブランドステートメントとは、「九州ブランド」の指名や目的を定めた憲法のような存在です。独自の価値や体験価値をまとめて表現したもので九州ブランドの理解を深める手助けになります。「九州ブランドとは何か?」「九州らしさとは何か?」と思ったときに、必ず振り返って欲しい原点と言えます。



03. ブランドコンセプト

「九州ブランド」が目指すべき方向性を、ワンフレーズで表現したものがブランドコンセプトです。ステートメントを要約したもので、九州ブランドの価値やイメージを表すとともに、世界中の旅行者に対する約束となります。



04. ブランドロゴ

ブランドロゴとは、九州ブランドがもつ独自の価値や込められたメッセージを、ひと目でわかるようにデザインとキャッチコピーで表現したものです。旅行者一人ひとりの頭の中に、イメージや情報、体験等を少しずつ蓄積させ、やがてブランドとして浸透させる効果があります。上記3つと関連付けながら使用していくこととなります。

01.九州独自の価値

旅行地としての九州の魅力をあらためて見つめなおし、
具体的な事実や特徴から大きく3つの価値(特徴)を導き出しました。

これらの独自の価値は、世界や日本の観光都市とは異なる
九州ならではの強みとも言えます。

Energy

【活きた火山とともに生きる】

九州は活火山のすぐそばで人びとが生活を営む、世界でも珍しい島。
自然の景観や温泉からも火山のエネルギーを感じることができる。

Fertility

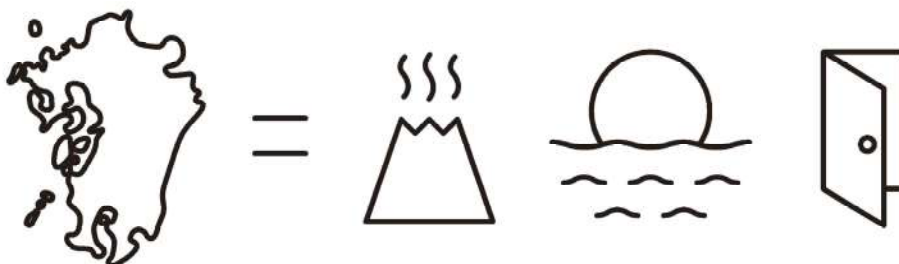
【海に囲まれた豊かな大地】

2つの暖流による温暖な気候と独特の地形、島を囲む多彩な海。
豊かな海と大地の恵みを味わえる九州は、「食のアイランド」。

Gateway

【人と文化が融合する日本の玄関口】

古来から日本の玄関口として、異国文化と交流を行ってきた歴史の舞台。
現在、利便性の高い都市機能を有し、活気に溢れるアジアの玄関口



活きた火山とともに生きる

05

Energy

九州には、火山が創り出した素晴らしい世界があります。世界有数の規模を誇る阿蘇カルデラに広がるのは、広大な草原と山々が織りなす絶景。放牧や野焼きなど、1,000年以上に渡り人の手で維持されてきた

景観は、他に類がありません。さらに、都市と隣接する桜島、208の島々からなる九十九島、火山の熱を活用した地熱発電など、地球の鼓動を間近で感じとれます。また、火山から生み出される湧水や温泉は、そこに暮らす人びとの生活を豊かにしています。ゆったりとしたこの島の暮らしには、訪れる人びとの心を解きほぐす特別な力が宿っています。



01



02



03



04



05

06

01 / 桜島

活火山と人々が共生する世界でも珍しい島。今も多くの人が火山の麓で暮らし、日常的にダイナミックな自然の鼓動が感じられる。

02 / 阿蘇

火山が創り出した壮大な自然の造形美が、九州のいたるところに点在。他にはない感動的な景観がたくさんの人々を魅了する。

03 / 八丁原

火山の恩恵を活かした人の英知と技術に触れられる場所が各地に点在。自然の力強さを間近で体験することができる。

04 / 黒川温泉

世界有数の湧出量・質を誇る火山の恵みは、人々の心身を癒す活力の源。時代を超えて人の手で大切に受け継がれる九州の財産。

05 / 久住高原・九十九島・青島・ミヤマキリシマ

南北に連なる九州は、亜熱帯から温暖帯まで多様な自然が息づく世界でも珍しい島。四季折々に彩り豊かな風景を楽しめる。

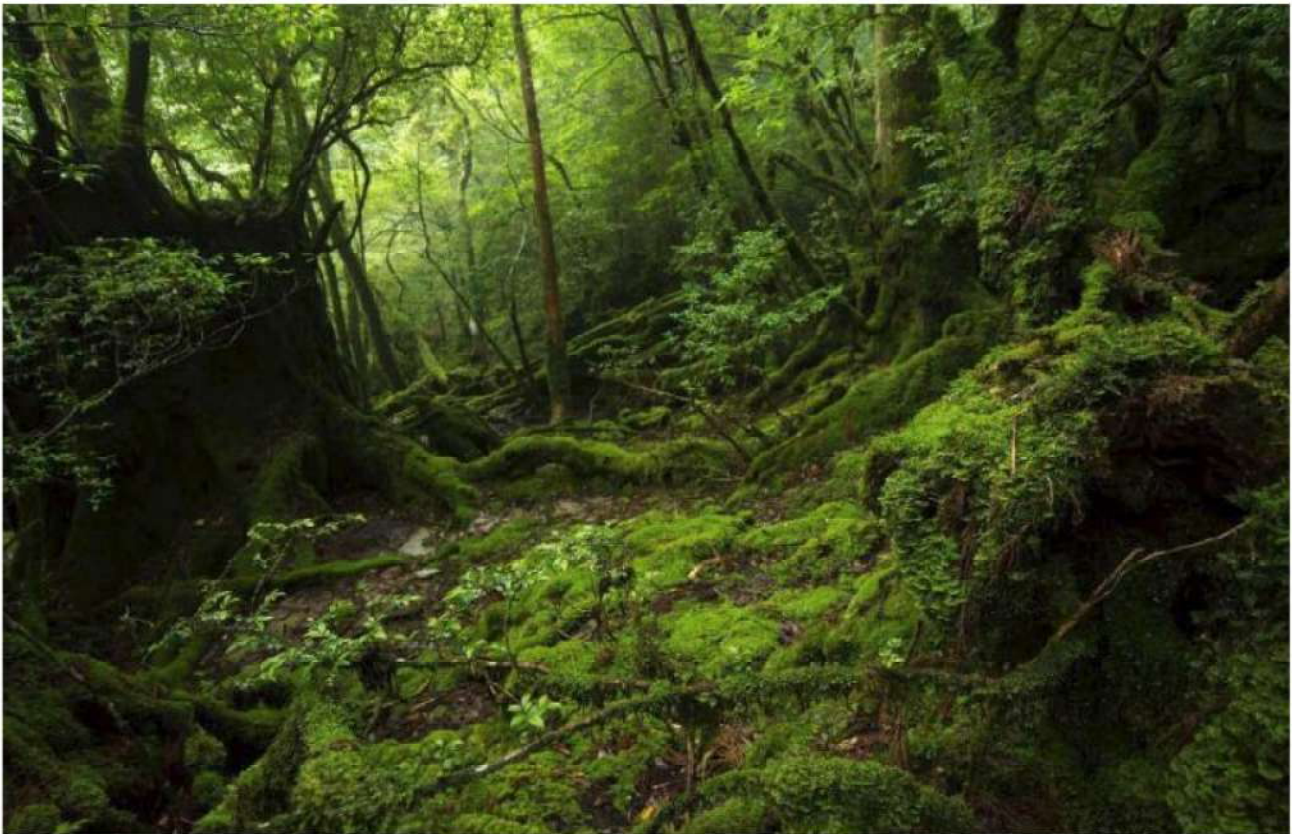
海に囲まれた豊かな大地

07



Fertility

対馬・黒潮の2つの暖流による温暖な気候と、火山活動による変化に富んだ地形は、九州を「食のアイランド」にしています。この島を囲む海は魚介類の宝庫であり、豊かな大地は穀物や野菜、果物など数多くの食材を育みます。異国の食文化を取り入れた独自の味付けや調理方法も、九州の食の魅力といえるでしょう。大地の恩恵は食材だけに留まりません。原生林に覆われた屋久島など、太古から続く手つかずの自然は、生命の力強さを感じさせてくれます。また、神話の地である高千穂には、美しい渓谷や神楽など昔ながらの民族芸能が受け継がれています。



08



01



02



02



03

01 / 屋久島・与論島

太古から受け継がれてきた神秘的な原生林。紺碧の海、ゆるやかに流れる島の時間、島の人たちの素朴な優しさに心が癒される。

02 / 神楽 椎葉村・高千穂

九州各地の山神信仰や、五穀豊穡を願う祭。人から人へ受け継がれてきた伝統芸能、静と動が融合した幻想的な舞が感動を誘う。

03 / 食文化

豊かな大地と温暖な気候、人の手が育んだ新鮮な食材の数々。九州の旬の味覚を活かした郷土料理・グルメが人々を笑顔にする。

Gateway

九州は、古来から日本の玄関口として東洋や西洋の異国文化と交流を行ってきた長い歴史があります。例えば、稲作や鉄器など伝来にまつわる吉野ヶ里遺跡、防衛・外交拠点であった太宰府政庁跡、海外交易で栄えた長崎の出島など、国際交流の舞台が数多く残っています。また、かつてヨーロッパを魅了した陶磁器など、モノづくりの技術は今も脈々と受け継がれ、現代の工芸の世界に革新をもたらしています。また、九州の人びとは、積極的に新しい文化と人を受け入れ、自分たちの生活に取り入れてきました。その自然体で人懐っこい気質は、日常のふとした行動や生活からも垣間見えることでしょう。現在、九州は、利便性の高い都市機能を持つアジアの玄関口として、多くの人びとを惹きつけ、活気に溢れかえっています。

09

01 / 福岡空港

福岡に位置し、九州と日本各地を結ぶ、空の玄関口。優れた利便性と快適なアクセスで、世界に開かれ、未来へとつながっていく。

02 / 陶磁器

日本の磁器発祥である有田焼など古くから陶磁器の産地として栄えた九州。伝統を受け継ぎながらも進化を遂げる多彩な美しさが人々を魅了する。

03 / 島津切子

薩摩藩主・島津齊彬が海外交易品として開発し、一時は幻となった島津(薩摩)切子。ぼかし技法や伝統文様、豊かな色彩は日本美の真髄ともいえる。

04 / 長崎キリシタン

日本の布教拠点となった長崎。日本初の南蛮貿易港・平戸には、教会と寺院がひとつとなった景観が見られるなど、東西の文化の融合を感じさせる。

05 / 祭り

九州人の気質が最もよく表す「祭り」。地域の信仰や風習、人の熱気を体感できる。近年では外国人の受け入れも多く、国際交流の場にもなっている。



01



02



03

人と文化が融合する「日本の玄関口」



02.ブランドステートメント

九州。

火山と人々のくらしが隣接する

世界でも珍しい島。

ここには温暖な気候と自然が創り出す

雄大な景観がある。

豊かな大地の恵みに感謝し、

知恵と情熱で育んできた文化がある。

古くから日本の玄関口として、

新しい文化と融合してきた歴史がある。

今もあるがままの自然や交流を

受け入れ共生を続ける、この島のライフスタイル。

ひとつひとつの出会いと体験が、

訪れる人びとの心を自由にする。

九州、暮らすように旅を楽しみ、

ありのままの自分になれる場所。

そして訪れるたびに、笑顔になれる場所。

九州独自の価値をブランドステートメントにまとめました。この島を訪れることで出会える発見や感動を体験していただきたい。そして、一人でも多くのひとに共感頂きたいという想いが込められています。

03.ブランドコンセプト

訪れるたびに、笑顔になれる島 九州

世界の旅行者への約束を「笑顔になれる」という言葉に集約いたしました。ひとつひとつの体験が、訪れる人びとの心を解き放ち、自然と笑顔が溢れてくるそんな想いが込められています。

04.ブランドロゴ



ロゴマーク

一番下の三日月形は「青く美しい海」、その上の山形は「緑豊かな山々」、そこから「豊富な海の幸、山の幸」や「暖かいおもてなしの心」など様々な魅力が湧きだっている様子を表現しています。

キャッチコピー

自然や食、温泉をはじめ九州の様々な威力を体験することにより、リラックスして喜びを感じていただきたいという想いを表現しています。

九州ブランドの理解と実践

九州ブランドの理想的なサイクル

九州ブランドは、長期にわたって取り組んでいくものです。

伝えるべきイメージを発信し、アクションをおこすほど、より認知度が高まり、大きな力を持つようになります。ブランド強化にあたっては、九州の生活者・事業者（インナー）と、海外の旅行者・事業者（アウトター）の好循環が欠かせません。インナーは、九州ブランドのコンセプトやイメージをきちんと理解・共有し、アウトターに九州の価値を発信していくことが重要となります。

何を？ (What?)	九州ブランド	
誰に？ (Who?)	世界中の旅行者 (アウトターブランディング)	観光関係者 (インナーブランディング)
どうやって？ (How?)	すべてのタッチポイントで 統一したメッセージを伝える (WEB、PR動画、展示ブース、 パンフレット、担当者行動)	ブランドブックを活用し、 ブランド理解・共感を図る (啓蒙活動、ロゴ利用推進)

九州ブランドが目指すミライ

「九州らしさ」を世界中の人びとに理解してもらい、多彩な魅力に共感を深めること。そして、九州という旅行地に愛着と信頼をもつ、九州ファンを国内外に増やしていくことが目標です。また、旅行者が増大することで、経済波及効果など地域のさらなる活性化が期待できます。さらに、九州ブランドを通して、新たな観光資源の発掘や、商品・サービスなどのビジネスが生まれる可能性も。九州の人と事業者がブランドを磨き上げることで、活気に満ちた九州の未来が見えてきます。

心をひとつに

心をひとつに、
笑顔で繋がるブランディングに取り組もう

観光地としての九州が旅行者にどのような価値を提供し、そして体験・感動して頂けるかを観光関係者一人ひとりが明確に伝えられることが大切です。

そのメッセージがお客様にとって共感しやすいものであればあるほど、九州という観光地が支持されるようになります。

ブランディングに取り組むという向かうべき目標がひとつになれば、九州ブランドにおのずと一体感が生まれます。

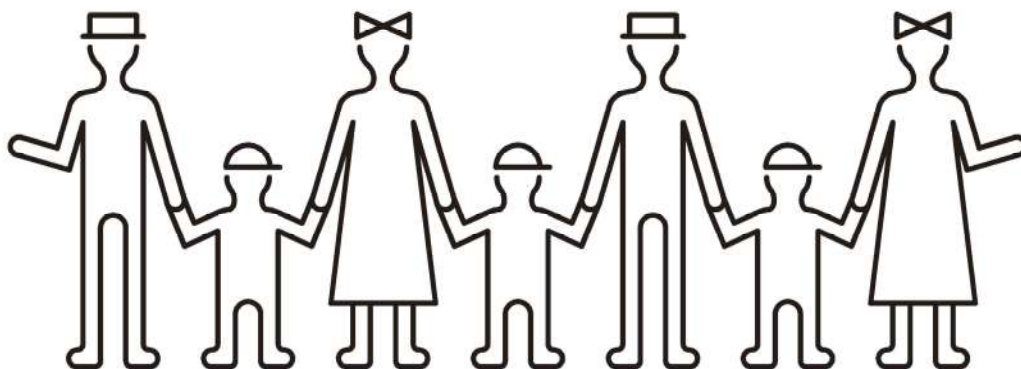
そしてなによりも、観光関係者に一貫した行動基準が生まれます。

どんな人が対応しても、九州らしさを感じることができます。

一貫したイメージを提供できる観光地は、強いブランドをつくることができます。そして、強いブランドをつくることできれば、人びとから選ばれやすくなります。

九州の魅力を語ること、それがブランディングの第一歩です。

心をひとつに、笑顔で繋がるブランディングに取り組んでいきましょう。





Relax & Rejoice
ONSEN ISLAND KYUSHU
JAPAN