

WANOWA NETWORKSの活動

コミュニティ・ソーシャル・サポート(CSS)を

〇2〇で推進

2014.4

WANOWA NETWORKS

wanowa-

community.com

wanowa.com



WANOWAコミュニティの本格的活動展開 — ライフスタイル志向のコミュニティインテグレーション

多様なコミュニティ活動の拡充と強化支援ビジネス

020

ネットメディア
Web活用

&

充実のステージ
リアル会場

<ライフスタイル・スキル・ディベロップメント>10年間継続

TOKYO URBAN LIFE 2005~2014

WANOWA つながり/絆/和/輪

・2005年からスタートした
TOKYO URBAN LIFEは10年目の区切りとして
コミュニティビジネスを本格的に推進します。
ライフスタイル別の価値観に基づく
人のネットワーク化(人と人をつなぐ
wanowa)ネットワークスが力強く推進します



価値観が共有できるライフスタイル別コミュニティづくりへ

多様なコミュニティ
優良モデルを100創出(2014)
ベンチャー型/社会起業型/学習・研修 etc.

リアルとデジタルの相乗効果を
活かし多様な
ライフスタイルコミュニティ
(コト起こし、まち起こし)の創出を
ビジネスとして推進
wanowa-community.com

かつてのコミュニティは、伝統や歴史がつむいだ地域共同体として機能してきましたが、ネット情報社会の加速に伴い、時空を超えてライフスタイルや価値観の共同体が新コミュニティとして無数出現する時代を迎えています。

伝統や歴史に裏付けられた
コミュニティ活動

ネットやロコミによる
価値観共同体の活動

活動

<コミュニティ・ターミナルステーション — 独自性のあるコミュニティの総合ネットワーク化>

多様なコミュニティのためのプラットフォーム wanowa-community.com

2014年4月スタート

020

ネットメディア
Web活用

&

充実のステージ
リアル会場

の相乗効果を発揮

●ライフスタイルの最新・最適情報

all round レシピ(住~美)

各分野を代表するヒト・コトの提唱



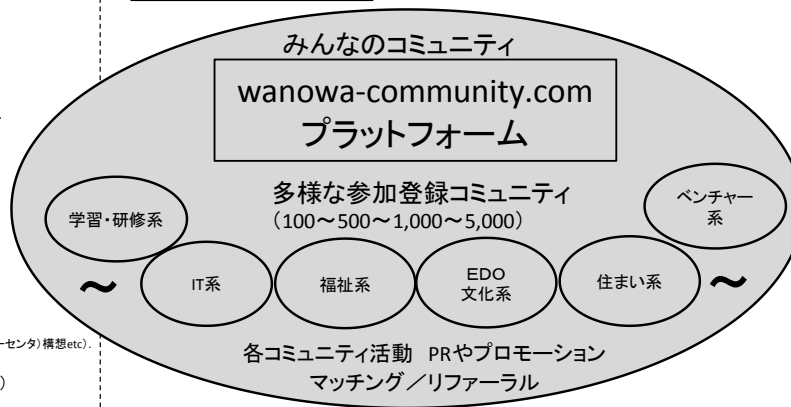
- 住 ①荒川ショールームトークショー
②住まい空間 質レベルアップ etc.
- 食 6次産業化/だし文化
- 衣 →美・衣のハイブリット化
・ショッピングサイト
・連携したサイトとの互換性
- 知 ①サスティナブル事例
②さがみはら未来物語
③ビッグデータ活用(オープン化)
- 交 たびぶらアプリの活用
- 遊 江戸 文化・風俗~エコ
ワールドカフェを中心に!
・日本橋に総合情報センター(フューチャーセンタ)構想etc.)
・MYライフスタイルマネジメントSYSTEM
・ベストセレクション(ショッピング機能付)
・資格認定(各分野)
・表彰制度(各分野)
・最適アプリの推奨
・助成金/寄付情報 etc.

●多様な各コミュニティの活動最新情報の発信・交流

ライフスタイル特化の多様なコミュニティの紹介

020

ネットメディア
Web活用



020

充実のステージ
リアル会場

- ワークショップ/フォーラム/セミナー/ワールドカフェ/交流会などのプロデュース
- テーマ別プレゼンテーションなどのマッチング(紹介・アレンジ)etc.

TOKYO URBAN LIFEの長年(10年以上)の活動基盤を活用したwanowa-communityの参加・利用料は月1万円(各コミュニティのメンバーでシェア (例) メンバー5人→各2千円ずつ/10人→各千円ずつ) 契約期間2年間

Copyright ©2014 wanowa All Rights Reserved

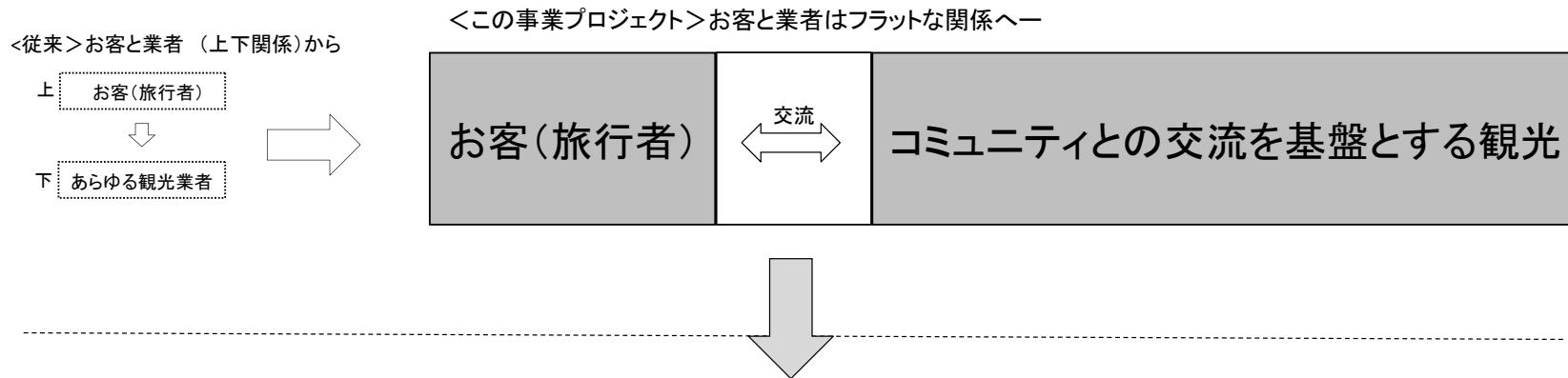
Reserved

2

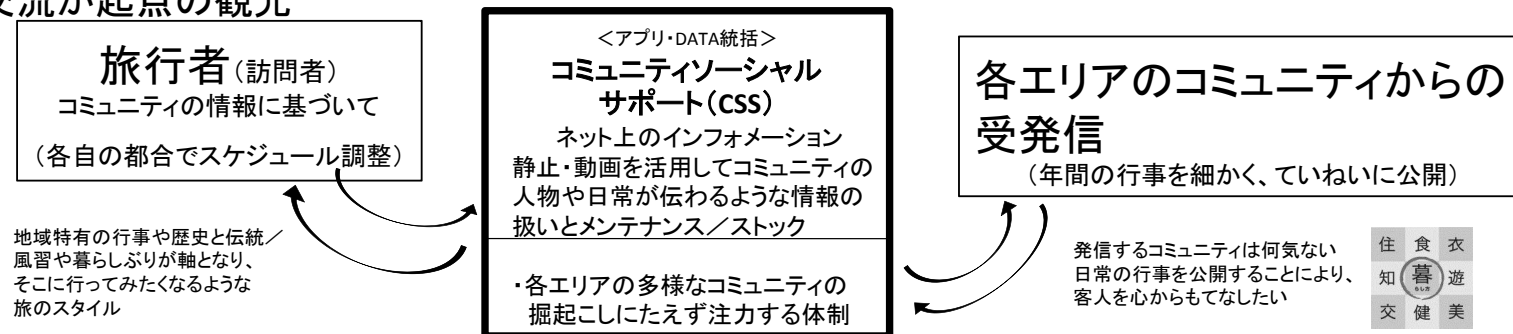
2

従来 観光産業は、お客を獲得する業者と支払う旅行者という上下の関係

これからは ＜自然環境エコランドさがみはら＞はコミュニティとの交流が前提



コミュニティ重視の発想は、旅行者をして、まるで親戚や知り合いを訪ねるような気持ちの交流が起点の観光



交流・体験型の観光事業の創出

地域企業とコミュニティが連携する仕組みづくり(シェアードエコノミー)

住民参加の地域経済活性化

グローバル化と少子高齢化の加速が、
地域経済の自立を促す

地域におカネが まわる仕組みづくり (地域経済の活性化)

- 相模原市に於けるコミュニティの活路開拓
多様なライフスタイル別のコミュニティを見出し、観光を活性化する活動を継続。このうち観光に資するコミュニティを選出。
- これらの地域コミュニティの
運営基盤は弱いので活動強化やPR活動費の捻出は困難を極めるのが実情。
- そこで地域観光に係る企業との相互連携に依り、コミュニティソーシャルサポート(CSS)が認定したコミュニティ活動の存在意義と運営強化体制づくりに尽力。

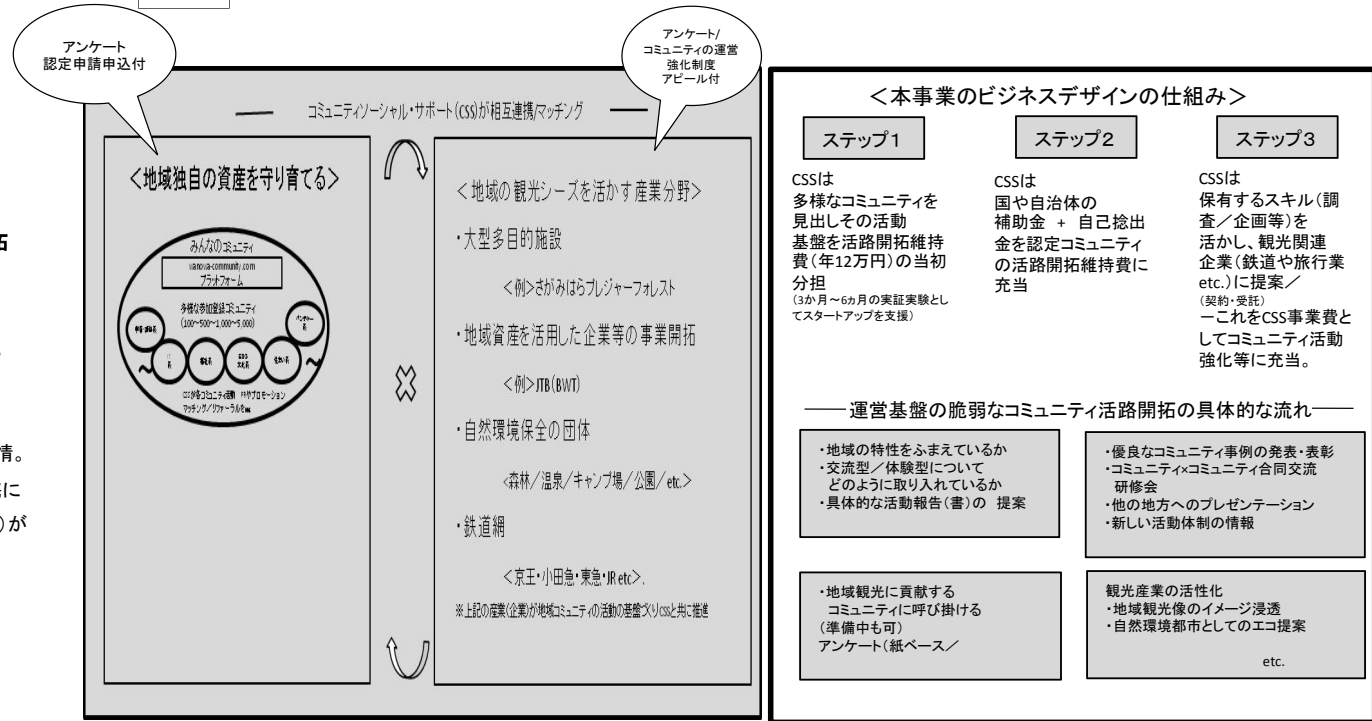
各認定コミュニティ

CSS

多様な地域産業賛同

7-1.wanowa-NETWORKSの
活動

目的 <地域独自の貴重な歴史・伝統文化を訪問客とシェアし、ともに価値を分かち合う>

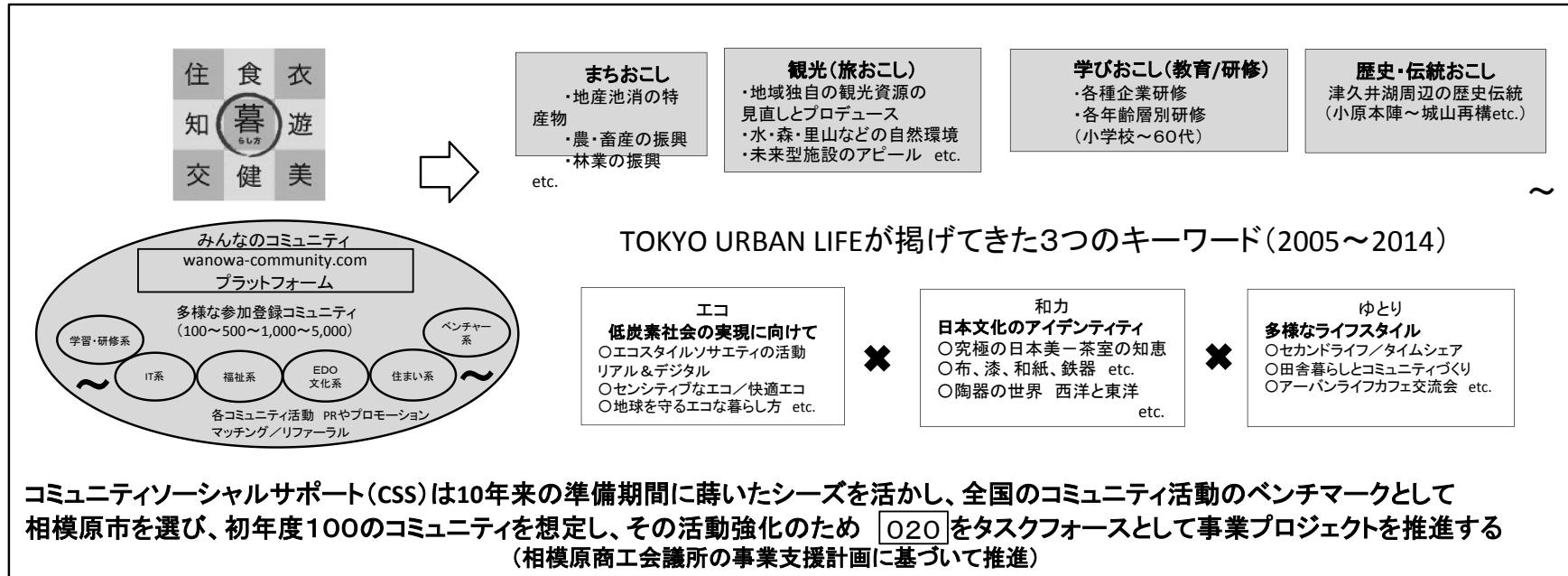


地域のコミュニティが誇りと活力を持って活動 ★wanowa-communityの O2O 推進の対象領域例

- まちおこし**
 - ・地産地消の特産物
 - ・農・畜産の振興
 - ・林業の振興
 - etc.
- 観光(旅おこし)**
 - ・地域独自の観光資源の見直しとプロデュース
 - ・水・森・里山などの自然環境
 - ・未来型施設のアピール etc.
- 学びおこし(教育/研修)**
 - ・各種企業研修
 - ・各年齢層別研修(小学生~70代)
- 歴史・伝統おこし**
 - 津久井湖周辺の歴史伝統(小原本陣~城山再構 etc.)

地域経済活力アップの牽引役は交流・参加型観光

有力機関(大型多目的レジャーランド/旅行会社/鉄道網etc.)と観光認定コミュニティの連携



観光に資する地域事業おこし(新規・拡大)は、CSSにより選定されたコミュニティ活動強化支援

- 観光を活性化するとして認定されたコミュニティ活動の支援
- コミュニティソーシャルサポート(CSS)と企業(CSR)等の事業連携委託(マーケティング～商品開発業務の契約等)から支援活動費捻出

多様なコミュニティが主体の交流体験型観光の創出

行きたくなる時に役立つキメキ交流情報

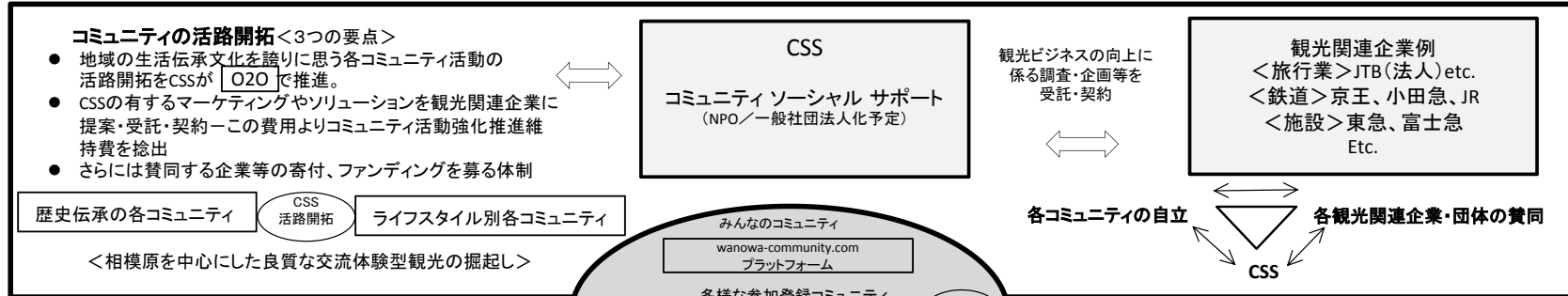
コミュニティ交流目的の明確化

地域情報をみかく

24節紀が基本

季節/行事etc.

リピータを増やす

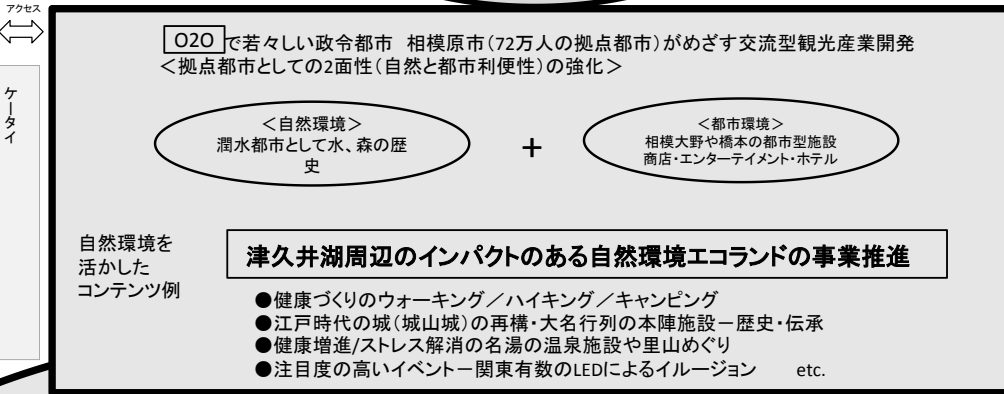


＜知り寄る観光客の交流＞

・首都圏はもとより、関東一円、名古屋、大阪～全国各地、アジア、アメリカ、ヨーロッパetc.

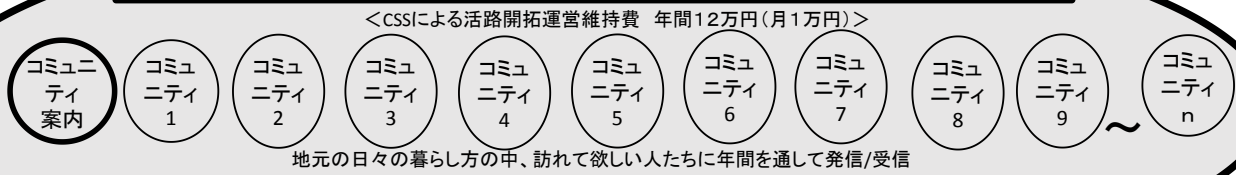
の日本の自然と伝統文化に

- 関心が深い層
- 目的
 - ・人間性回復
 - ・日常からの解放 (ストレスフリー)
 - ・リフレッシュ/リゾート
 - 交流観光客
 - ・家族/友人/会社研鑽/学校etc.の研修
 - タイプ
 - ・日帰り
 - ・1泊
 - ・2泊以上
 - ・一週間以上
 - ・1か月以上
 - ・長期滞在
 - ・半定住
 - 手段
 - ・鉄道
 - ・バス
 - ・自転車
 - ・ヒッチハイク
 - ・ウォーキング
 - ・自動車



＜現状のメディアとの友好関係＞の検討

- 報道の機会づくり
 - ・ミニコミ
 - ・マスコミ
 - ・自治体などの広報に取り上げられるための努力
- エリア対応のメディア <紙ベース>
 - ・ばど
 - ・ショッパーズ
 - ・サンケイリビング
 - 全国～世界 <ネット対応>
 - ・楽天他
 - ・じゃらん
- 有力なアプリケーション活用
 - ・さがみはらシティセールスの未来物語
 - ・コミュニティを対象にした旅ぶら
 - ・その他 他の自治体等のコラボ etc.



＜地元の多種多様なコミュニティがおもてなしの意識でコンテンツの編集/実行/総括PRまでの活路開拓＞
神社仏閣/特定エリアの祭りや伝承行事/特産物/交流会 etc.