

[特集]

地域ブランドと地域活性化

2006年4月の商標法の改正を控え、地域活性化の切り札として「地域ブランド」が改めて注目されている。しかし、自分の牛を他人の牛と間違えないように押していた「焼き印」がブランドの起源と言われているように、ブランド自体は商品に付与された名前やマークにすぎない。

この単なる名前やマークが信頼の証となり、その商品へのロイヤリティや価格プレミアムをもたらし、さらには地域活性化の切り札となるためには、どのような発想、取組みが必要なのか？

本号ではこの問いに答えるべく、「地域ブランド」づくりの最前線に立つ3者の論文を取り上げた。

C O N T E N T S

- 地域ブランド成功のシナリオ
田中 章雄……………4
- 「廉価大量生産販売競争」の半世紀から
「地域間生活文化競争」の今世紀へ
藻谷 浩介……………8
- 地域ブランドと地域ブランド
中谷健太郎 ……12