

地域ブランド戦略 ハンドブック

B5判
定価3,000円
(本体2,857円+税) 送料340円
※定価は5%税込価格です。

— この1冊で、明日から地域のブランド戦略が企画できる! —

ブランド戦略コンサルタント ふたむら ひろし くんじゅうぼう **二村 宏志** (薫習房代表) 著

中小企業にとって、地域ブランドはかけがえのない経営資源です。その資源を育て、管理し、十二分に活用するためのノウハウ・ヒントが満載です。

著者は全国約70カ所の地域ブランドを実地に調査・研究してきました。

本書では、その経験をもとに、効率の良い地域マネジメント実施のための事例・ノウハウを多数紹介しています。

(特産品開発/観光地のブランディング/中心市街地の活性化/地場産業振興など)

地域と企業の強みを
“外から見える
魅力”
に変える!

2部構成のうち、「理論・読解編」では目からウロコの「ブランド論」が展開されます。

また、今すぐブランド戦略の企画を実践しなければならない方は、「実務・事例編」からお読みいただくと効果的です。

刊行にあたって (一部抜粋)

“あなたの『ブランド』という言葉の使い方は、間違っています” — 本書は、それをお伝えしたくて書かれた。

少し大胆な口上から始めたが、ホラではない。あなたが普通の生活者の顔で日常会話として使う「ブランド」という言葉と、世界の市場を相手に戦っている一流企業が使うマーケティング用語としての『ブランド』は、大きく違うものだと思えばよい。

あなたがもし、マーケティングという言葉聞いてモヤッとしたものしか思い浮かばず、やや後ずさりしてしまうようなら、おそらくこの指摘は当たっている。

あなたがもし、普通の市民で企業経営や地域マネジメントに責任のない立場なら、どのようにこの言葉を使おうが自由だ。

しかし、あなたが中小企業経営者でふだん狭い世界で仕事をしているとお感じなら、ぜひ本書を読んでいただきたい。

送り手である企業は、『ブランド』とは何かをしっかりと理解しない限り、商売にならない。受け手のこころを捉えきれない。

このダイナミクス(モノコトが受け手の関与によって『ブランド』に変質していくくみ)は、地域においても何ら変わらないというのが本書の主張だ。地域の活性化、地域マネジメントを成そうとする人は、ぜひ『ブランド』を正しく理解して欲しい。

地域マネジメントに携わるすべてのプレーヤーに、本書を読んでいただければ幸いだ。

- 地域経済や生産に関わる国の機関部署、地方自治体
- 地域を代表する商工団体や農林水産業の諸団体、観光業および小売流通業者
- 自らの発展を通して地域に貢献する中小企業などの現場のプレーヤー
- 各地を結ぶキーマンとなる旅行業や交通キャリア企業

すべての主体にブランド・マネジメントの知見を少しでも深めてもらえれば本望である。

第1部 理論・読解編

第1章 なぜ今、ブランドが注目されるのか？

- 1 “まち”(=ブランド)は、こころの中のイメージ
- 2 時代背景——その革命的变化
- 3 “まち”は、受け手が創るもの
- 4 読解のための用語解釈

第2章 “まち”(ブランドとしての)とは何か？

- 1 地理的範囲と地域の特性
- 2 地域の類型実例／その現状
- 3 “まち”の活性化要素／送り手組織の自覚
- 4 ブランド・モデル手法の導入
- 5 “まち”の組織構造／ブランド体系として捉える

第3章 ブランド・マネジメントとは何か？

- 1 受け手はどのようにブランドを記憶するのか？
- 2 受け手にとってのブランド／その利益
- 3 送り手にとってのブランド／その利益
- 4 “まち”事例——静岡市呉服町名店街
- 5 ブランド・マネジメント

第4部 なぜその“まち”は活気がないのか？

- 1 その“まちモデル”を磨き出せていない
- 2 独自性を伝えきれていない
- 3 一見、活気があるように見える
- 4 “まち”の課題類型

第2部 実務・事例編

第5章 地域マネジメント実務①/“まち”の開発

- 1 調査
- 2 “まち”の体系の作図
- 3 “まち”のモデル設計
- 4 “まち”の将来像の共有化
- 5 送り手組織の設立

第6章 地域マネジメント実務②/“まち”の活性化

- 1 “まち”のデザイン
- 2 ブランド・コミュニケーション
- 3 ブランド・マーケティング
- 4 シンボリックな事業開発
- 5 伝えるに足る相違

「中小企業のブランド戦略」

(第3章P132 コラム③より 一部抜粋)

中小企業にとって、地域ブランドほど、戦略的にかつ効果的に活用できる経営資源はない。地域に根ざす企業だからこそ、たとえ零細規模であっても、送り手にとっての地域ブランドの利益を十二分に活用したい。

格立されたブランドはまた、送り手にとって、資産(エクイティ)だ。資産は、うまく運用すれば利益をもたらす。良好な地域イメージを、最大限有効に活用できるのは、地域に根ざした中小企業の特権である。

本書は地域ブランドをテーマとしているが、もちろん参考になっているの

は企業におけるブランド戦略だ。よく「ヒト・モノ・カネ」と言われるがこれに「技術」あるいは「情報」が加わり、そして最近では当り前のように、企業の第5の経営資源として「ブランド」が挙げられる。ブランド戦略とは、経営資源としてのブランドをどのように活用して、市場での地位を勝ち取るのかという計画であり、その結果得たブランド・エクイティをどう管理・運用・再開発していくかという経営手法だ。

中小企業は残念ながら、経営資源が乏しい……(つづきは本書で)

商品に関するご照会・お申し込みは

フリーコール(通話料無料)
電話受付時間:月～金 9時から17時

TEL : 0120-953-431
FAX : 0120-953-495

Web
サイト

URL : <http://www.gyosei.co.jp>

FAXの方は下の「キリトリ線」以下を切り取り、フリーコール番号へお申し込みください。また、インターネットの方は「アマゾン」が便利です。

送料無料の「アマゾン」が便利です

Amazon.co.jpから
書名か「二村の戦略」で検索

または直
Web
サイト

<http://www.amazon.co.jp/gp/product/432408551x>

キリトリ線

申込書

地域ブランド戦略ハンドブック

B5判・定価3,000円

部

—この1冊で、明日から地域のブランド戦略が企画できる!— (本体2,857円+税) 送料340円

上記のとおり申し込みます。

ご住所(〒)

公用 私用

平成 年 月 日

フリガナ

お名前

印

TEL

*お客様の個人情報は、契約の履行、弊社からの商品・サービスのご案内以外の目的には使用いたしません。

*定価は5%税込価格です。



本社 東京都中央区銀座7-4-12 〒104-0061
本部 東京都杉並区荻窪4-30-16 〒167-8088
電話(03)5349-6652・6666 FAX(03)5349-6677

URL : <http://www.gyosei.co.jp>

●取扱者