

■ 編集後記

多くの消費者から好まれる高級ブランドがなぜ愛されるのか。そこには長年磨かれた高度な技術が込められ、職人による昔ながらの丁寧な手づくりが行われる一方で、消費者が好む最新のデザインやストーリーを融合させています。商品は常に磨かれ、時代の流れに沿って魅力を最大化していることが、多くの支持を集める要因になっていると思います。

このプロセスを地域の産品や地域そのものに置き換えて世に送り出すのが本号で取り上げた地域のブランド化であり、地域ブランドは、全国に数ある地域資源のうちから人々に選ばれるランドマークとしての役割を持っています。

そして地域のブランド化を成功させる鍵を持つのは、やはり地域住民ではないでしょうか。人口減少と少子高齢化の進行により、地域社会が存続の危機に立たされていますが、その対応策も地域の実情に応じて多種多様なものとなっています。

地域住民が主体となって問題意識を共有し、地域の強みや良さを知り、何が人々に支持されるかを見分ける目を持って既存の地域資源や経営資源をブラッシュアップしていく。他地域にはない魅力ある地域ブランドを築き上げるために、残すべき伝統や文化を正しく評価しつつも、新しいものの考え方や技術を取り入れていくのは生易しいことではありません。

地域住民は、地域を構成する企業や学校、金融機関、行政等と協力して知識やアイデアを総動員する。夢と希望のある地域社会の実現に向けて同じ志を持つ仲間としての目的意識を持ち、ステークホルダー同士の信頼関係も構築し、一つの大河となって目標に向かってともに行動していくことが重要です。

本号の特集テーマ「農山漁村におけるブランド化戦略」の中では、ブランド化を実行する上で求められる観点や見識をはじめ、協働による支援体制の確立の重要性、関係各位がどのようにコミットし、いかに価値創造を図ったかについて、先進事例を含めて御寄稿いただいております。

これらの論文等をもとに複眼的な視座から皆様の地域を考察・検証することにより、持続的な地域社会の構築に向けた可能性を見出し、次代を担う若者たちが明るい地域社会の未来図を描かれることを期待しています。 (越智)

Member (平成30年9月30日現在)

調査役 (副理事長)	青野昌司	研究員	越智信之
所長 (専務理事)	豊田秀樹	〃	和田健太郎
特別研究員	水口和壽	〃	中川裕貴
研究部長	白鳥和樹	〃	宮本廉
主任研究員	坂本清幸	〃	吉田一登
研究員	安井良吾	移住コンシェルジュ	板垣義男
〃	有木恒利	事務員	西本美紀子
〃	玉井伸幸	〃	檜垣直子
〃	上本隆弘	〃	善家由佳