

地域ブランド戦略

なぜ北海道・京都・沖縄は地域ブランドの王様なのか?
獺祭・今治タオル・瀬戸内レモンの成功事例から世界のブランド調査、よくある失敗まで、本当に使える実践書

商品開発担当、地場産業関係者、NPO、街おこし関係者、地方公務員、政治家など地域創生に関わるすべての人の参考書

北海道新聞、中日新聞、西日本新聞、河北新報、新潟日報、京都新聞、神戸新聞、中国新聞、山口新聞、四国新聞
すべて朝刊1面サンヤツ2月掲載！



第一部「潮流編」

吉田博嗣(よしだ ひろし)

株式会社地域ブランディング研究所代表取締役。観光経済新聞「観光羅針盤私の視点」を執筆中。

共著

第二部「実践編」

横野 孝人(かしの たかひと)

県立広島大学・事業構想大学院大学の客員教授。400名以上のリクルートOBが組織する「かもめ地域創生研究所」の創設理事。

番線印・書店名	発注日.	書名	冊数
	発注者 様	地域ブランド戦略 著者 横野孝人 吉田博詞 四六判 266頁 定価 1800円+税 ISBN 978-4-910274-11-9 C0036	