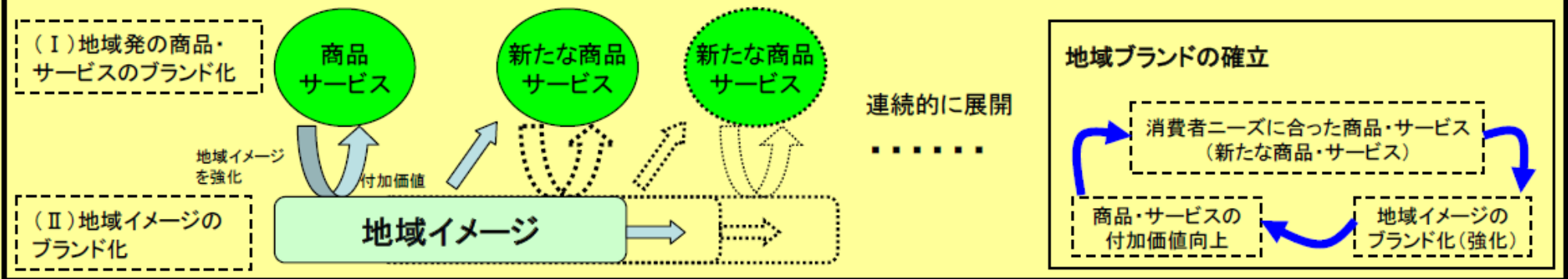


「地域ブランドの創出」とは？

1. 地域ブランド化とは

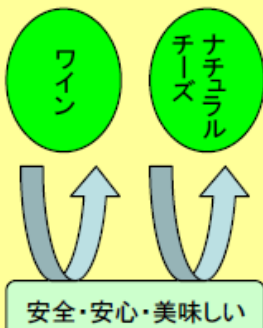
地域ブランド化とは、(Ⅰ)地域発の商品・サービスのブランド化と(Ⅱ)地域イメージのブランド化を結びつけ、好循環を生み出し、地域外の資金・人材を呼び込むという持続的な地域経済の活性化を図ること。



2. 具体例

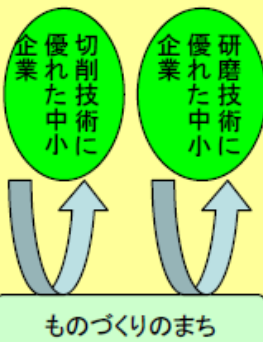
(1) 商品・サービスの高付加価値化による地域ブランド

例) 十勝



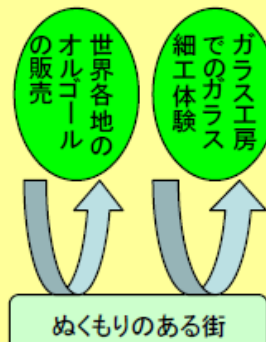
(2) 商品・サービスの集積化による地域ブランド

例) 東大阪



(3) 商品・サービスの多様化による地域ブランド

例) 小樽



- ✓ 「地域ブランドの創出」においては、「地域発の商品のブランド化」とともに、「地域イメージのブランド化」が進展することが重要
- ✓ 地域ブランドの確立によって、商品の売上アップ、雇用促進、地域イメージアップ、観光などへの相乗効果が期待される

上・左の図の出所)

知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会 日本ブランド・ワーキンググループ(第1回)経済産業省提出資料(2004年11月24日)