

雪印、三菱自工と、企業ブランドへの信頼が揺らぐことの恐さを痛感する日々です。信頼を維持していくための方策に王道はなく、地道な努力の積み重ねが大切です。地域のブランドづくりも、地域をしっかりと見つめ、地域を愛する気持ちに支えられた粘り強い連携がなければ、地域発展の戦略にはなり得ないでしょう。(S.K.)

一企業のブランドは企業と市場といったシンプルな図式ですが、地域ブランドの場合は行政、住民、地元企業や団体など、いくつかの要素が複雑にかかわりながら市場と向き合っていかなければならないところに難しさがあります。しかし、まちづくりに積極的なまちや住民の愛着を感じる地域には、やはり魅力があります。そんなこだわりが地域ブランドを育てていくように感じます。(M.S)

● マルシエノルド バックナンバー

- 第1号 「地域経済の自立に向けて」(99年9月25日発行)
- 第2号 「北海道ツーリズムを考える」(00年1月25日発行)
- 第3号 「都市と商業」(00年6月25日発行)
- 第4号 「循環型社会を目指して」(00年10月25日発行)
- 第5号 「地域とアート」(01年2月25日発行)
- 第6号 「地域とIT」(01年6月25日発行)
- 第7号 「北海道の食産業を考える」(01年10月25日発行)
- 第8号 「NPOのあり方を考える」(02年2月25日発行)
- 第9号 「北のものづくり」(02年8月25日発行)
- 第10号 「地域経済の自立的発展と観光産業」(03年2月25日発行)
- 第11号 「地域景観とまちづくり」(03年8月25日発行)
- 第12号 「地域と大学」(04年2月25日発行)
- 第13号 「北海道らしいエコツーリズムを考える」(04年8月25日発行)

● 表紙の切り絵作家 三苦 麻由子

東京都出身。武蔵野美術短大卒業後、広告代理店勤務などを経てフリーに。'94年札幌へ。みとままゆこのペンネームで、水彩、ペン、墨絵、切り絵など、さまざまなタッチでジャンルにこだわらず活躍中。本誌の表紙は、本号テーマ・イメージによるオリジナル作品。

● 「マルシエ:marche」とはフランス語で市場のこと、同音の「マルシエ:marcher」には歩む、行進する、進歩するという意味もあります。北海道(ノルド:nord=北)が、多くの人々が集い、交流し、活気あふれる地域へ発展するようにとの願いを込めて、「開発こうほう」の地域経済レポート特集号として「マルシエノルド」(年二回、九・三月号を予定)をお送りします。地域を考えるきっかけとなるように、毎号、地域経済特有のテーマを取り上げてまいります。

● 理解を深めるために……

Books

※対談

『おおいた文庫⑨ おおやま独立国—わが町かく戦えり—』 ほか
(株)アドバンス大分

※レポート

『旅行者動向2004 国内・海外旅行者の意識と行動』 ほか
財団法人日本交通公社

※地域事例 1 十勝地域

『十勝ブランド確立事業検討委員会 十勝ブランドをめざして 活動報告書』
十勝ブランド検討委員会

『チーズ工房のための衛生管理マニュアル』 ほか
(財)十勝圏振興機構

※地域事例 2 長野県小布施町

『栗と花と文化の町 小布施物語』 ほか
新堀邦司著/里文出版

● 開発こうほう / 地域経済レポート特集号 | KAIHATSUKOHO Regional Economic Report

マルシエノルド

● ご意見・ご感想をお寄せ下さい。

(財)北海道開発協会 企画広報部

〒001-0011 札幌市北区北11条西2丁目 セントラル札幌北ビル

TEL: 011 (709) 5212 FAX: 011 (709) 5225 E-mail: pr-div@hkk.or.jp

開発こうほう 第500号 平成17年2月23日

発行 (財)北海道開発協会

編集協力 釧路公立大学地域経済研究センター

印刷所 (株)須田製版 不許複製

<http://www.hkk.or.jp/>