

地域ブランドが地域社会にもたらす効果 —長野県岡谷市を事例として—

齋藤 楓

【要旨】

本論文の目的は、地域ブランドが地域社会にもたらす効果を明らかにすることである。関連する先行研究では、その効果に関する包括的な研究は少なく、また、地域ブランドそのものが、未だ体系的に理論化されていない。

本研究では、地域ブランドの効果が創出されるプロセスや諸要素を多角的に捉えつつ、創出される経済・社会効果を分析する枠組みを構築し、岡谷市の事例研究を通じて、地域ブランドの効果を分析した。

その結果、岡谷ブランドはシルクや製糸業の記憶や記録、それにもとづく産品を地域資源とし、行政や一部民間企業との連携を通じて地域ブランドの形成を図ることで、社会効果を創出していることが見出せた。しかしその一方で、岡谷ブランドの核となる地域資源は、現在の地域経済を支える産業との直接的な結びつきが希薄であり、経済効果の獲得には直結していない状況であることもわかった。そこで、それらを解決しうる地域ブランド戦略を提案した。