2021年4月　書籍

（2019）岩崎邦彦　地域力を生み出す　観光ブランドの教科書　日本経済新聞出版

・概要

　日本47都道府県の中で、イメージが浮かぶ地域はどこだろうか。北海道や京都府、東京都、大阪府、沖縄県などはイメージが湧きやすいのではないだろうか。海鮮が美味しいや歴史建造物が多い、日本の首都、第二の都市、海がきれいなど様々なイメージが浮かぶだろう。イメージが浮かぶ都道府県はブランドがある。しかし、イメージがわかない都道府県は、ただの地名である。　現在、全国で観光ブランド構築がなされている。観光客が集まる場所は、誘致されたわけではなくその地域にひきつけられている。強いブランド力とは何か。地域引力を高めるためにはどのようなことが必要か。マーケティングの観点から探る一冊。

・感想

　都道府県のイメージ。観光地としてのブランド構築について知識を得られた。私が今まで訪れてきた都道府県の中で観光地として完成されている場所はブランド力が高く、観光地化されていないところはブランド力が低いと思った。このブランド力というのは観光としてのブランド力であり、都道府県のブランド力に繋がるという点に納得がいかなかった。観光地されていない場所は地域密着型の場所が多いからである。