

生活見なおし型

観光と

ブランド形成

～北海道&地域をビジネスにする～

本書の 視点

- 観光振興は人口減少下の地域振興策になりうるのか
- 時代は拡大、発展から成熟、安定へ。観光は安定した生活を送るための雇用を各地で作り出せるか
- ブランドは地域力の反映である。そこでは社会関係資本（ソーシャルキャピタル）の蓄積がものをいう。地域はそれをどう蓄えていくのか
- 21世紀のもうひとつのキーワードは環境。環境との調和、自然との共生に観光はどう寄与するのか

生活を見なおしていく観光イノベーションが、
新時代の北海道の地域づくりをエンパワーする。



小林好宏・佐藤郁夫編著
(財)北海道開発協会 発行

第1部

- 1章 北海道という地域の現状と新しい観光の意味
- 2章 地域経済と観光
- 3章 観光関連産業のライフサイクル活性化
～マスツーリズムからセグメンテーション～
- 4章 観光と地域ブランド
～ブランドの市場関係性～
- 5章 観光とホスピタリティ
～旅人の心をつかむ地域と人～
- 6章 地域資源と内発的發展
～「ほんもの」づくりがもつ意味～

第2部

- 7章 グリーンツーリズムの展開
- 8章 食とツーリズム
～大きな北海道ブランドと小さな地域ブランド～
- 9章 北海道の地域資源の評価とまなざし
～まなざしの形成と未開拓資源～
- 10章 森林保養地とフットパス
- 11章 地域のブランドづくりの現場から
～東村有三氏の「地域ブランド最前線」～