

地域人材ネット

感幸(観光)都市のブランディング

柳田 信之 (やなぎだ のぶゆき)

株式会社トム 代表取締役社長



○ 登録者情報

所在地

東京都世田谷区

略歴

成城大学経済学部卒業後、大手専門店に入社。開発室、店長、商品開発部、社長室マーケティング部、営業企画マネージャーなど中枢部要職を歴任。1979年同社退社、主にファッション流通におけるコンサルティングと商品企画・販売を目的として、株式会社トムを設立し、代表取締役に就任。現在、小売業、アパレル・メーカー、ショッピングセンターをはじめとする流通業全般に対してコンサルティングを行うかたわら、異業種へのマーケティングディレクションなどを行う。レギュラーの顧問契約をベースに、新業態開発、出店の市場分析からコンセプト立案、教育まで国内外を問わず幅広く行い、韓国、香港にも支社を広げる。また、地域開発やショッピングセンターなどの企画立案からリーシングまでを手がけ、リフレッシュ計画や店舗活性化なども手がける。ファッション専門誌や業界紙の執筆も継続して行い、ファッション業界だけでなく各種セミナーの講師としても活躍。独特の切り口でマーケティングやマネジメントなど業界の未来を指摘し続けている。さらに近年は、その経験を活かし、持続可能な産業(自然エネルギー、自然農林業、観光産業)創出にも力を入れている。

著書・論文等

「21世紀 商売センス教えます」 織研新聞 1993年
「人間学的ファッションビジネスを再生させる」 織研新聞 2001年

○ 感幸(観光)都市のブランディング

取組の内容

感幸(観光)都市としてのブランディング

「観光」から「感幸」へ、、、一過性、ただ風光を観るだけの観光からその地で幸せを感じる感幸への昇化はこれからの日本の町づくりには欠かせない考え方だと思います。その為には地域の持つ資源の活用をベースにしながら環境ビジネスの調和、歓交(出会い、集い)の企画、歴史や変化の掘り起こし、地域住民のウェルカムマインドの養生等が欠かせません。感幸都市はそこに住み、かかわる人全員でつくり出すものなのです。

従ってまちの全体像を描くコンセプトワーク、それを表現する、ビジュアルマネージメント、地域特産品の創出、アクセスの整備等が平行して行われる必要があります。そのためには街や行政のこれまでの枠組を超えた調整力が必要になります。宮津市はそれを実現出来る可能性を持つまちとして取り組む意味があります。

実績

1.ユネスコ未来遺産運動

毎年10案件を取り上げ支援を続けている ※評価の公平性に苦労

2.加古川グリーンプラザ

衰退して行くショッピングモールの再生により集客売上回復

テナント導入により経済的(家賃)浮上(108%~110%)

ひとことPR

人間の行動を左右する12の感性のマネージメントによる環境プロデュース

○ 参考

取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

	1	地域経営改革		7	まちなか再生
	2	地場産品発掘・ブランド化		8	若者自立支援
	3	少子化対策		9	安心・安全なまちづくり
	4	企業立地促進		10	環境保全
	5	定住促進	○	11	その他(まちのブランディング)
○	6	観光振興・交流			

関連ホームページ

(株)トム	www.tom-kk.jp
-------	--

連絡先

メールアドレス	nobu.yanagida[アットマーク]gmail.com	その他	
---------	--------------------------------	-----	--

※メールを送る際には[アットマーク]を『@』に変えてください。

戻る