

「ブランド戦略」

仙北市長
門脇 光浩

ブランドの語源は「焼き印」と言われています。そう、あの牛の体にジューッと押す、あの焼き印です。最近ではブランドと言つと、バックや時計、洋服などを連想します。どれも企業マークが付いていて、「他とは違う」価値を主張しています。マークのあるなしで、価格がケタ違いになるような気さえします。

さて、季節から思いつくのがサバ。このうち、大分県の佐賀関漁港に水揚げされ、県漁協佐賀関支店が取り扱った商標タグシールが貼ってあるのが関サバ。同じ漁場で捕れても他の漁港に揚がり、ノーマークだと、ただのサバ。やっぱり価格はケタ違い…。

ブランドは、商品の価値(信頼性)を高め、価格を跳ね上げる力になります。つまり品質確保に対する努力を、勘定に含めて評価いただけるかどうかです。この手法をまちづくりに導入したのが「地域ブランド戦略」です。

有名な温泉地は、泉質のよさもありますが、お客様を持たず心配り、そこにしかない素材を守り育てる努力が評価されてのことです。

仙北市はと言うと、文化も自然も食材も、素材としては一級品です。地域的に散在していた素材は、合併でブランド化の環境が整いました。

私の使命は、「この町よりも豊かな市民生活」の実現です。目的を果たすため、まずは外貨獲得作戦として統一観光ブランド「田沢湖・角館」を育てます。並行して産品のブランド化も加速します。

市民の皆さんには、今できることの枠に囚われない、将来到達したい姿もご議論いただきたいと思っています。

こんにちは！

男女共同参画推進委員会です

第1回/ワーク・ライフ・バランスって何だろう!?

はじめまして。仙北市男女共同参画推進委員会です。

昨年3月、俳優の柳葉敏郎さんをお迎えしてトークショーを開催した、あの団体です、と言ったほうがわかりやすいかもしれません。

私たちの生活はどうしても仕事に比重を置いてしまいがちです。確かに、仕事をしなければ、自分も家族も生活を送ることができません。でも、それだけでいいのでしょうか。

● 家事や育児や介護といった労働を、女性だけにまかせてはいませんか？

● 趣味やスポーツで、リフレッシュしていますか？

● ボランティアや地域の活動に、積極的に参加していますか？

仕事と生活の調和、それが「ワーク・ライフ・バランス」です。うまくバランスがとれることによって、仕事と生活、お互いにより影響を与え合うこともあるのです。

男も女も仕事も家庭も。直売所で働くお母さんをサポートするお父さん。残業のママに代わって保育園のお迎えをするパパ。「男女共同参画」を実現している一例です。

毎月、私たちの活動や提案をお届けします。いっしょに仙北市の「男女共同参画」と「ワーク・ライフ・バランス」について考えていきましょう。

これまでの活動



2009年3月「柳葉さんちのワーク・ライフ・バランス」



2009年11月「やさしいで女も男も元気に！」



委員たちによる朗読劇