

2014年11月 Japan Brandと地域振興 日本の底力

「モノが売れない時代」とも言われている今、日本の産業はいかにして生き延びていくべきか。日本製品といえば「高品質」で知られていますが、そこに「伝統に根差した地場産業」が加わることで生まれた「Japanブランド」が注目を集めています。今回の展示は、地域相互協力図書館合同主催公開講座「地域産業の現在：JAPANブランドによる今治タオルの復活」（11月2日開催）と関連して、日本のブランドという観点から「地域振興」「地場産業」を軸とした資料を紹介します。

2014/11/1 (11/19 改訂)

請求記号	書名	著者名	出版社	出版年
※請求記号斜字のものは、通常配架場所にあります。				
318.6//Ta16	地域再生のブランド戦略：人口1000人の村の元気の秘密	多田 憲一郎	イマジン出版	2012.2
318.6//Y96	地域再生学	湯浅 良雄	晃洋書房	2011.3
318.6//Y96	地域創生学	湯浅 良雄	晃洋書房	2014.3
332.107//To79	なぜローカル経済から日本は甦るのか：GとLの経済成長戦略	富山 和彦	PHP研究所	2014.6
332.15//Sh74	名古屋経済圏のグローバル化対応：産業と雇用における問題性	塩見 治人	晃洋書房	2013.1
335.21//G95	創業三〇〇年の長寿企業はなぜ栄え続けるのか	グロービス経営大学院大学	東洋経済新報社	2014.1
335.216//Ma86	事業承継と地域産業の発展：京都老舗企業の伝統と革新	松岡 憲司	新評論	2013.3
335.2163//Ko63	大阪の注目20社：「やったるでえ!」の心意気が光る元気企業たち	米田 真理子	ダイヤモンド社	2013.9
335.35//Ma26	岐路に立つ地域中小企業：グローバリゼーションの下での地場産業のゆくえ	前田 啓一	ナカニシヤ出版	2005.4
335.35//Su96	中小・ベンチャー企業の進展と政策課題：地域・国家・国際関係・世界の連関体制と中小企業政策の理論構造	鈴木 博	税務経理協会	2005.4
338.92//G52	グローバル化時代の地場産業と企業経営	吉田 良生	成文堂	1995.11
383.81//A27//1/2	遥かなるコンブロード：北海道から沖縄へコンブの辿った道	味の素食の文化センター	農山漁村文化協会(発売)	[1996]
383.81//A27//1/4	京湯波を造る：日本的乳(豆乳)文化の生成	味の素食の文化センター	農山漁村文化協会(発売)	[1996]
383.81//A27//4/4	麺のふるさと：三輪のそうめんづくり	味の素食の文化センター	農山漁村文化協会(発売)	[1998]
383.81//A27//別	かつおだし	味の素食の文化センター	農山漁村文化協会(発売)	[2006]
501.83//Ku21	ニッポンの老舗デザイン	久家 靖秀	マガジンハウス	2011.3
509.21//Ki39	中小企業ですがモノづくりでは世界でトップです	木村 元紀	洋泉社	2005.6
509.21//Ku77	地域産業：危機からの創造	黒瀬 直宏	白桃書房	2004.3
509.21//Se24	ニッポンのモノづくり学：全国優秀中小企業から学べ!	関 満博	日経BP社	2005.8

509.21361//Y19	日本のモノづくりイノベーション：大田区から世界の母工場へ	山田 伸顕	日刊工業新聞社	2009.1
585//Sa71	紙つなげ!彼らが本の紙を造っている：再生・日本製紙石巻工場	佐々 涼子	早川書房	2014.6
601.1//C43	地域力(ちいきぢから)：渾身ニッポンローカルパワー	地域振興総合研究所	講談社	2010.1
601.1//C43	地域ブランドと地域の価値創造	地域デザイン学会	地域デザイン学会	2013.9
601.1//D61	地域ブランド・マネジメント	電通abic project	有斐閣	2009.6
601.1//H32	地域デザイン戦略総論：コンテンツデザインからコンテキストデザインへ	地域デザイン学会	芙蓉書房出版	2013.1
601.1//H32	地域ブランドのコンテキストデザイン	原田 保	同文館出版	2011.5
601.1//I89	産業集積の変貌と地域政策：グローバル時代の地域産業研究	伊東 維年	ミネルヴァ書房	2012.11
601.1//Ka45	地域ブランドを引き出す力：トータルマネジメントが田舎を変える!	金丸 弘美	合同出版	2011.7
601.1//Ka84	地域資源とまちづくり：地理学の視点から	片柳 勉	古今書院	2013.5
601.1//Ka84	地域活性化への試論：地域ブランドの視点	片山 富弘	五絃舎	2014.1
601.1//Ma73	日本のクラスター政策と地域イノベーション	松原 宏	東京大学出版会	2013.3
601.1//N81	地域産業の振興と経済発展：地域再生への道	西田 安慶	三学出版	2014.9
601.1//O18	地域の力：食・農・まちづくり	大江 正章	岩波書店	2008.2
601.1//O38	地域活性化ビジネス：街おこしに企業の視点を活かそう	岡田 豊	東洋経済新報社	2013.4
601.1//O65	グローバル時代の地域づくり	恩田 守雄	学文社	2010.9
601.1//Sa75	地域経営の課題解決：震災復興、地域ブランドそして地域産業関連表	佐々木 純一郎	同友館	2013.2
601.1//Sa75	地域ブランドと地域経済：ブランド構築から地域産業関連分析まで	佐々木 純一郎	同友館	2009.1
601.1//Sa75	地域ブランドと魅力あるまちづくり：産業振興・地域おこしの新しいかたち	佐々木 一成	学芸出版社	2011.2
601.1//Se24	21世紀の地域産業振興戦略	関 満博	新評論	2000.12
601.1//Se24	地域ブランドと産業振興：自慢の銘柄づくりで飛躍した9つの市町村	関 満博	新評論	2006.5
601.1//Se24	地方小都市の産業振興戦略	関 満博	新評論	2004.6
601.1//Sh51	地域産業の再生と雇用・人材	下平尾 勲	日本評論社	2006.4
601.1//Ta82	ブランドの誕生：地域ブランド化実現への道筋	田村 正紀	千倉書房	2011.12
601.1//Ts41	地域ブランドと広告：伝える流儀を学ぶ	辻 幸恵	嵯峨野書院	2010.6

601.163//Ta84	地域産業政策の実際：大阪府の事例から学ぶ	田中 宏昌	同友館	2014.7
602.1//A47	地元の逸品を世界に売り出す仕掛け方：「知る人ぞ知る」を「カネのなる木」に変える	安藤 竜二	ダイヤモンド社	2009.7
602.1//D16//1	生活と経済の新結合	岸田 孝弥	日本経済評論社	2006.5
602.1//D16//2	大学と企業の新結合	岸田 孝弥	日本経済評論社	2006.5
602.1//D16//3	新地場産業とニューサービス：地方からの挑戦	高崎経済大学経済学部	[高崎経済大学経済学部]	2007.5
602.1//D16//4	新地場産業への産学官からの挑戦	高崎経済大学経済学部	[高崎経済大学経済学部]	2007.5
602.1//I87//3	地場産業の町. 3	板倉 勝高	古今書院	1985.3
602.1//I99//1	日本名産事典：写真で見る	泉 秀樹	日本図書センター	2000.12
602.1//I99//2	日本名産事典：写真で見る	泉 秀樹	日本図書センター	2000.12
602.1//Ki22	地域からの経済再生：産業集積・イノベーション・雇用創出	橘川 武郎	有斐閣	2005.4
602.1//N71	事典日本の地域ブランド・名産品	日外アソシエーツ	日外アソシエーツ	2009.2
602.1//Sa32	地域産業発達史：歴史に学ぶ新産業起こし	坂本 光司	同友館	2005.8
602.1//Ta52	新地場産業と産業環境の現在	高崎経済大学附属産業研究所	日本経済評論社	2007.3
602.1//Y48	日本の地場産業	山崎 充	ダイヤモンド社	1979
602.12//To25	伝統産業新時代!：昔ながらのモノづくりが今に生きる：ふるさと力・地域ブランド力を高める	東北産業活性化センター	日本地域社会研究所	2004.8
602.133//Ta52	現代的教育ニーズ取組支援プログラム：新地場産業の創出と参加型学生教育成果報告書	高崎経済大学経済学部現代GP報告書編集委員会	高崎経済大学経済学部	2008.3
602.133//Ta52	新地場産業と参加型学生教育	高崎経済大学経済学部	[高崎経済大学経済学部]	2008.5
602.133//Ta52	新地場産業と地域総合デザイン：食・職・福祉・環境一体型をめざして	高崎経済大学経済学部	[高崎経済大学経済学部]	2008.5
602.136//Su49	先端産業を創りつづける知恵と技：オリバーケット・シティ江戸から引き継ぐ東京	杉山 雅洋	成文堂	2014.1
602.162//Ma86	地域産業とネットワーク：京都府北部を中心として	松岡 憲司	新評論	2010.3
602.194//Y34	熊本の地域産業	山中 進	成文堂	2013.9
602.197//Se24	鹿児島地域産業の未来	関 満博	新評論	2013.4
602.199//Se24	沖縄地域産業の未来	関 満博	新評論	2012.8
602//N77	日本の地場産業.伝統的工芸編		通産企画調査会	1981
602//Y98	地域産業の永続性：発展を支える3つの要因	尹 大栄	中央経済社	2014.7

673.97//011	B級グルメ地域No.1パワーブランド戦略	王 一郎	商業界	2012.6
674.3//043	地域発のデザイン：特産物からPR誌まで成功した地域ブランド特集		パイインターナショナル	2011.9
674.3//Z3	全国の地域ブランド戦略とデザイン		ピエ・ブックス	2009.1
675.3//Mu62	伝統産業から文化ビジネスへ：「伝統産業グローバル革新塾」の5年間	村山 裕三	マリア書房	2012.3
675//E28	無印良品の「あれ」は決して安くないのになぜ飛ぶように売れるのか？：100億円の価値を生み出す凄いコンセプトのつくり方	江上 隆夫	SBクリエイティブ	2014.2
675//N22	ジャパン・ブランドの創造：クールジャパン機構社長、ソメスサドル会長、良品計画会長が語る	長沢 伸也	同友館	2014.4
675//Sa29	中小企業が強いブランド力を持つ経営	酒井 光雄	日本経営合理化協会出版局	2011.12
686.1//064	鉄道と地域発展	中京大学経済学部附属経済研究所地域政策研究プロジェクト	中京大学経済学部附属経済研究所	2014.3
709//071	創造的地域づくりと文化：経済成長と社会的結束のための文化活動	Organisation for Economic Co-operation and Development	明石書店	2014.9
雑誌	特集記事「世界に誇るニッポンの商品100」（日経ビジネス、1663号）		日経BP社	2012.10
雑誌	特集記事「デザイナーよ救世主たれ：地場産業新時代」（日経デザイン、306号）		日経BP社	2012.12