

平成 30 年 11 月 8 日

大七酒造株式会社 太田英晴

●二本松市のブランディングについて

～二本松市を対外的にどうアピールし、私達のアイデンティティをどう描くか～

歴史のある城下町であり、安達太良山の麓、起伏に富んだ地形の美しい自然。

中核的イメージは、戊辰戦争の悲劇、勇気と高潔の市民精神。

会津との差別化…二本松は悲劇を乗り越えて世界に雄飛した。

【象徴的な三人】

朝河貫一…学問の世界で、日本人初の海外有名大学教授に

山田脩翁…ビジネスの世界で、日本初の株式会社を創り、NY 支店まで出した

高村智恵子…光太郎に愛された対象、病身という受け身の智恵子像から、新しい女性として男性優位社会と戦った先駆けへ、イメージ転換

●初等教育日本一を目指す

～市民の自信、誇りを醸成し、次世代のリーダーを育成するために～

(中等・高等教育に比べて) 達成が容易である。大きな予算がいらぬ。

故郷に自信が持てる。

小中学生を持つ若い世代の優秀なお父さんお母さんが、単身赴任でなく、教育に不安なく二本松に住むことができる。

高等教育の段階で、市外、県外に流出することは構わない。子育てをするなら二本松、というだけでよい。その子が大きくなって家庭を持った時、また二本松に帰ってくる。

●インバウンド誘致、観光強化のための課題

～観光の一番の魅力である「食」の弱さを、どう底上げするか～

食に質素なこの町で、どうやって良い食材を生産し、どうやって美味しいレストランを定着させるか

伝統そのままからの脱却～創意、工夫、サービス精神が未来を創る

外部からの交流人口を増やすしかない (鶏と卵の話になるが)