



地方創生にかかわる中小企業の役割

地方創生の取り組みにおける シティプロモーションの 意義と可能性



静岡県出身。東京国際大学経済学部国際学科卒業。米国オレゴン州TIUアメリカ校卒業。1993年株式会社ベンチャー・リンク入社。2010年同社取締役就任。11年同グループのMBOにより独立。インクグロー株式会社代表取締役社長を務めたのち、15年より現職。地方自治体の地方創生プロモーションの支援に従事する一方、経済産業省「女性起業家等支援ネットワーク構築事業」の静岡県主宰としても活躍している。

Human Delight株式会社 代表取締役社長

野田 万起子 のだ まきこ

今後、急速に加速すると見込まれる人口減少・高齢人口比率の上昇を背景として、地域の消費市場規模の縮小や人材不足などによる将来の地域の経済力・活力低下が大変懸念されています。このような状況下、地域の活力を維持・増進し、持続的な発展を可能とするためには、住民や企業・団体に「選ばれる」ことが必要です。これを実現するために、産業の振興や生活環境の充実する取り組みにより地域の魅力を高めるだけでなく、その魅力を「選ぶ」主体者に適切に伝える努力が必要不可欠です。地方創生を実現するための手段である「シティプロモーション」に今、多くの地方自治体が創意工夫をしながら取り組んでいます。

地域の特性を生かした シティプロモーションの方向性 ゴールとアプローチ

地方自治体を取り組んでいるシティプロモーションの方向性は、大きく3つの視点があります。一つは「地域イメージの向上」・地域の知名度、認知度の向上・地域ブランド価値の向上を目的とします。2つ目は「交流人口の増加」・地域への来訪者の増加・地域内で活動する人や事業者、団体の増加。3つ目は「定住人口の増加」で、住民の地域への愛着の向上・地域住民の定住志向の高まりと転出者の抑制・転入者の増加を目的とするものです。単に「わが町をアピールする」ことがシティプロモーションではなく、そのゴール（達成目標）を明確にすることでプロモーションのアプローチ（手段）が異なってくることは周知の事と思います。また、この3つの視点はマトリクス表をイメージすることで相互的な施策を生み出すことができ、その上で施策の優先順位

を付けていけばよいのですが、自治体組織においては縦割りの組織になっており、このマネジメントが難しいのが現実です。とはいえ、組織がそれぞれの役割を全うし、本来の目的を実現するため奮闘している活動には注目すべきところがあります。

「ならでは」から創造する 静岡市のシティプロモーション 〜しずおか葵プレミアム始動〜

静岡市は、2003年旧静岡市と旧清水市が合併し05年に全国では14番目の政令指定都市に移行しました。10年の人口は71万6197人（1990年比では3・1%減）となり12年政令指定都市20市の中で最下位となり、25年の人口は65万2514人と推計されています。この状況に市政は多大なる危機感を持ち、地方創生元年の数年前「静岡市総合計画」を打ち出し推進してきました。様々な施策を並行して推進し、計画通りに行われていること、軌道修正をしながら進めていることがあります。やはり主題は人口減少に対する課題です。そこでまず解決すべきは、「静岡市に生まれ育ち住み続ける環境を創る」ことを重視した政策です。昔はこの概念が当たり前でしたが、交通網・物流網が整備され情報社会となり、物理的にも近い首都圏にどんと人が流れ出しました。情報社会は情報が集まる所へ引き寄せられ、田舎には興味を失います。その結果、生まれ育った地域の宝物を知らない、知る機会が失われていることが多くなったのではないのでしょうか。

静岡市は早くからシティプロモーションの概念を取り入れた都市です。中でも09年から着手した「しずおか葵プレミアム」は、市内に所在する文化や技術、自然など多彩な地域資源を活かした付加価値の

「市民から選ばれる」 「地域の宝物」を発信する プロジェクトへの進化

「しずおか葵プレミアム認証事業」は、当時、7つの認証基準（①静岡市ならではの製法又は技術により生産されること、②静岡市ならではの素材を原材料として生産されること、③静岡市ならではのアイデア又はこだわりがあること、④主として静岡市で生産されており、シティプロモーションに資すると見貯められること、⑤機能性、外観又は味に優れる等、他に誇れる高い品質を有していること、⑥安全で安心して消費することができ、かつ、環境に配慮されていること、⑦静岡市にちなんだ伝承、物語、取組又はエピソードを有していること、を指標として専門家により組織された静岡市ブランド認証専門委員会が審査していました。現在は49商品が認証商品とされています。しかし実際には、専門家の目から見た評価が市内・市外の評価ではありません。そこで、静岡市の田辺信宏市長は、「静岡市で愛される商品こそ本物である」との考えから認証商品の「市民投票」を導入され、17年度の「市民が選ぶ静岡市逸品しずおか葵プレミアムアワード」が市民2万票の投票にて選出されました。この方向性がどのように開花するか、次号でご紹介したいと思います。

先