



国宝 松江城



国宝 神魂神社



宍道湖

地方創生にかかわる中小企業の役割

尖ったコンテンツを持つ 地域の魅力を発信 ナンバーワンから オンリーワンへ

21



Human Delight株式会社 代表取締役社長

野田 万起子 のだ まきこ

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。

政府の統計データや様々なビッグデータを元に、よく全国都道府県の○○ランキングを見かけます。都道府県ごとの特徴や県民性等が何え、企業のマーケティングにも役立てられています。それが全国市町村になると、更に多くの特徴がクローズアップされ、市町村でも「日本一」、更に日本にしかないものであれば「世界一」を標榜することができます。自治体の取り組みを見ていくと、そのような「尖った特徴」をコンテンツとして上手に情報発信をしているものも多いのですが、地方創生に結び付けていくには更なるアイデアの創造が必要になると感じています。

改めて地方創生の重要課題を整理する

本誌では幾度も提言していることですが、地方創生の最も重要な課題は「人口減少」にあります。地域において人口が自然増していくことはありえず、何もしなければ流出の一途を辿るばかりです。それ故に、手段としては、①Uターン・Iターンの促進、②交流人口を増やす、③国外からのインバウンド促進、④移住・定住の促進、などが挙げられます。要するに、その地域にどれだけのお金が循環するかということがポイントになります。これらは対象となる人へのアプローチこそ異なりますが、実は特徴のあるコンテンツがあれば、それを軸に「まちづくり」の設計図が出来てしまいます。イメージしやすい例を取り上げますと、例えば、素晴らしい海洋と豊富な海洋資源を保有する地域があるとしみましょう。既に産業は存在しますが、新しい産業を興すことで雇用が生まれま

す。その地で生まれ育った若者が外に出てしまったとしても、魅力的な仕事があれば戻ってきます。また、その産業に携わりたいという人は外からでも入ってきます。魅力的なコンテンツは観光を目的とする人たちを惹きつけます。もちろん、国内のみならず海外に発信すればインバウンドにも繋がります。そして、体験ツアーや長期滞在の受け入れができれば、単なる観光ではなく、その土地の良さを様々な視点で観ることができ、住んでみたいと思いを醸成することができるかもしれません。そんなに簡単にいくものではないとお叱りをいただくかもしれませんが、これが「原理原則」であり、あとはそれぞれに何をやるのかという具体的な肉付けをしていけばいいと思います。前述した事例は、2015年9月に国連で採択されたSDGs（エスディーズ）（持続可能な開発目標）の目標にも入っている項目「海の豊かさを守ろう」に繋がっていることを補足します。

地域の「尖った特徴」をどのように打ち出していくか

日本をつぶさに見ていくと、実に魅力的な地域が本当に沢山あることに驚きます。ただ、普通は興味のある観光・旅行などのテーマで調べて情報収集するのが一般的であり、地域が発信したい情報が、必ずしも前項で述べた対象となる人たちへ到達しているかはわかりません。たまたまか、テレビなどのメディアで取り上げられると、不特定多数の人の目にふれることになり

地域がナンバーワンからオンリーワンになるために

松江市の特徴を見ても、日本一から世界一を標榜するコンテンツがあります。あとはそれを軸にどのように「まちづくり」を設計し、より多くの人に訪れてもらい住んでもらうような施策が打てるかが重要です。ランキングの上位に入るともプロモーションとしては重要ですが、「わがまちだからこそ」のオンリーワンを発信していくことこそが、地域のブランドを確固たるものにしていくことになるでしょう。

先