「ローカルｔｏローカル」という地方創生、クールジャパンに関わるキーワードご存知だろうか？

それは地域同士が大都市を介さずに連携し、地域単独で興すことが難しい産業をお互いの弱点を支え合い、特徴を活かす上で新しい価値を生み出し、地域経済を発展させるための施策です。では、一体どの様な取り組みが成功を生むのだろうか？

福岡県太宰府市と長野県飯田市のこれから取り組まれるローカルｔｏローカルの施策は、成功の方程式を導き出すにあたり目が離せない。

街の特徴として、太宰府市は太宰府天満宮を中心とした観光資源がある。年間１０００万人を超える観光客を誘致し、国内屈指の観光都市として成功を収めているが、観光産業が固定化され、観光客の消費金額、滞在時間が伸び悩んでいる。一方、飯田市の特徴として抽出されたのは伝統工芸「飯田水引」。日本国産水引のシェア７割以上を誇り、長野五輪の記念品としても関係者に水引細工が贈与され、世界的に注目を浴びた。しかし、中国産などの安価な水引が流通した影響で、生産者が圧迫され後継者が不足、新しい価値を備えた水引を生み出さなければ伝統そのものの存続が危ぶまれている。

では、この２つの地域でのローカルｔｏローカル施策のポイントはどこなのか？

今回の施策の企画運営をする太宰府創生協議会によると、観光都市太宰府の新たな産業として、名産品などの「モノ」文化体験などの「コト」を生み出すという課題を持っていた。街を象徴する「梅」をモチーフにし、歴史と文化の街を表現できる「モノ」「コト」は何かと思案していたがなかなか見つからなかった。そんな中、飯田水引の伝統的な梅結びと太宰府市の市章が非常に似ていることを発見し、伝統の飯田水引を使った梅結び製品を「モノ」として、飯田水引を使った梅結びの作品制作体験を「コト」として新しく生み出したという。

これにより、飯田水引は求められた新しい価値を生み出し、太宰府市を通じて消費者へ水引を届ける事が可能になる。また太宰府市は観光客の消費金額増加と滞在時間を伸ばす事も実現できる。

東京から移住した太宰府創生協議会のメンバーでこの企画の発案者の西島大吾さんは、「移住者の自分がよそ者だからこそできた経験、よそ者だから持てた目線を活かせて良かった。遠隔地が連携してお互いの街が活性化出来るかもしれない」と思いを語った。

ローカルｔｏローカルの成功の鍵はまず地域の客観的な分析と課題の抽出、その上での課題に親和性のある何かを全国的な広い視野で探し出し新しい価値を生み出す地域と地域の連携をする事にある。

売り上げを作るクールジャパンを考える⑪

文 岸本公平 text by Kouhei Kishimoto

太宰府市市章

飯田水引の伝統的な梅結び

Profile

株式会社NEWTRAL代表取締役
HANABIプロジェクトプロデューサー
福岡県出身。日本大学中退後、テレビ番組制作会社入社。その後ディレクター、プロデューサーなどを経て、30歳の時株式会社NEWTRALを設立。メディアで学んだ企画やプロデュースの視点を生かし、企業のコンサルティングはもとより、地方創生事業やクールジャパン事業に取り組む。