



# 地域が稼ぐ力とは



株式会社 日本経済研究所

執行役員 調査本部長 兼 社会インフラ本部長

宮地 義之

人口減少、地域経済の衰退に対して、交流人口を増やし、地域経済を向上させる目論見では、頻繁に「地域が稼ぐ力を高める」というフレーズが用いられている。地方創生関係の各種事業においても、審査の際の重要なチェック事項となっている。

では、どうしたら稼ぐ力を高めることができるのか？ここでは、そんな課題に対する2つの取組を紹介する。

## ■新庄・とりもつのアヒージョの開発

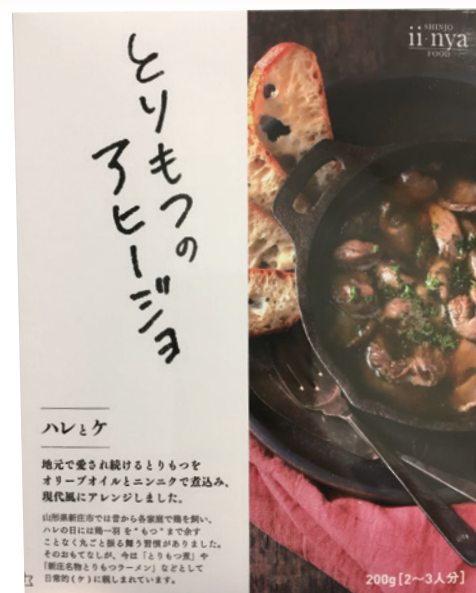
山形県新庄市の新庄商工会議所では、平成26年から「地域力活用新事業∞全国展開事業」の補助金を活用し、雪を活用した冬季観光への取組に着手している。雪国にとっては当たり前の雪を資源として捉え直し、これを積極的に活用して雪に馴染みの薄い首都圏等からの誘客を図ろうという狙いである。この取組を進める中で、担当者は「地域経済が外貨を得るためには、せっかく来訪した交流人口がお金を落とす仕掛けを用意する必要がある」と感じ、次年度も同補助金を活用し、食の開発に着手する。これにより平成29年12月に「とりもつのアヒージョ」が完成・販売開始することとなった。

新庄市の食文化・郷土食であるとりもつをこれまで地元では発想しなかった調理法でアレンジすることで、新庄らしさをアピールしつつ、ターゲットとした都市部の30代以降の女性が手に取ってくれる事を狙ったお土産商品である。

食べる「モノ」ではなく、新庄を訪れて観光した思い出を語りながら食べる「コト」を購入してもらい、願わくは次の訪問のきっかけや口コミへとつなげてもらいたい考えである。

新庄エリアには、最上地方の特徴ある食文化があり、この開発方法を応用することで、第2弾、第3弾の新しいお土産商品の開発が可能となる。実際、既に第2弾として別の郷土料理のアレンジ構想も始動している。

新庄の取組において特筆すべきは、巷にあふれ



■写真:パッケージのデザインは地元デザイナーが考案した郷土色を出したものやユーモアを交えたものの複数案の中から選定し、最終的には中味の様子が分かり市内の店舗でも扱ってもらえるようなスタイリッシュなものとした。([SHINJO ii-nya FOOD (新庄いいにゃ風土)]とは新庄市等が、雪国で受け継ぐ伝統食を現代風にアレンジした統一ブランド。)

るプロダクトアウト的6次化商品の開発ではなく、観光交流の拡大による地元経済の活性化を目的とする中で、呼びたいターゲット像の設定、ターゲットに買ってもらえる商品開発の検討、そのための売り場を想定するというマーケティングを行った点と、この一連の取組を商工会議所の担当者が地元の飲食店関係者、デザイナー、女性達をうまく組合せて、商品開発のプラットフォームを構築したことにある。今後はこのプラットフォームが、継続的な商品開発を担い、そもそもの出発点である観光面との連携を図ることで、地域が稼ぐインフラ化することが期待される。

## ■豊後高田・南蛮落花生チョコレート最中、男のねぎ油等

大分県豊後高田市は、中心市街地の活性化「昭和の町」の事例で有名な地域である。人口2万人程度の人通りの途絶えた商店街に年間40万人近くの観光客が訪れるようになり、今では住みたい田舎ランキングに選ばれ、テレビドラマのモデルや映画のロケ地にもなった。この町も、来街者にかにお金を落としてもらうかの課題に長年取り組んでいる。

昭和の町のブレイクで商店街に観光客が訪れるようになった頃から、市では厚生労働省の補助事業である新パッケージ事業を活用し、地域の雇用創出や特産品開発、着地型観光商品の開発を行ってきた。しかし、当初その効果はなかなか厳しいものであったと記憶している。引き続き実践型地域雇用創造事業を活用し、取組を進める中で変化の兆しが表れたのは、新パッケージ事業時代から事業に関与していたひとりの事業推進員が様々な催事への参加を通し、消費者やバイヤーとのコミュニケーション、地元生産者や事業者との対話等を繰り返した結果、地域が有する真に活用可能な資源、地元事業者のノウハウや事業化に取組むことのできる余力、マーケットのニーズをとらえ、これに対する提案力をつけ始めたことにある。



■写真:昭和の町の商店街で和菓子屋を開いたお店と地元の特産品の落花生を使って空港土産用に開発した「南蛮落花生チョコレートもなか」、商店街に来た男性観光客用の土産物が少ないことから地元特産品の白ネギをと菜種油を使った「男のねぎ油」は、全国の選りすぐりを扱う日本百貨店でも売れ筋の商品となっている。

販売シーン毎に求められる商品の開発を地元の事業者の説明し、協力を得て試作を重ね、同時に自らが培ってきたネットワークで地元にはいない外部のデザイナー等を活用し、販路を開拓するという黒子役に徹したことで、今では複数の“売れる”商品を作り出すに至っている。

当初は事務作業のアシスタント的立場であった担当者は、今では一人で地域商社としての役割を担えるプレイヤーとして期待が高まっている。

## ■地域が稼ぐ力とは

新庄や豊後高田の事例からイメージできる地域が稼ぐ力は、イメージするターゲットや求められている場所、可能性のある隙間に対し、地域の資源や情報を用いて説得力や納得感のある提案ができる能力であり、その強さは、筋力としてその能力を発揮できる仕組みや人材をより厚くし、瞬発力を発揮するだけでなく持続性、継続性を高めることである。

稼げる商品開発を求めるあまり、この部分の組み立てを疎かにすると、結果としては力が出ない、あるいは出ても弱いものになるということではないだろうか。