



愛郷無限

2015年6月2日号 NO.515

写真提供:大山市

土屋館  
どやだて  
通信

発行者：大曲・花火通り商店街  
文責：辻

お問い合わせ：080-1265-7035  
tuck-t@akita-tsujiya.jp

## Subject：地域ブランド創世

地方創世が声高に叫ばれ、市町村や商工会議所、商工会、業界団体を通じて、様々な支援・補助プログラムが民間に向けてジャブジャブと出てきています。

しかし実際に使用するには様々な制限があり、また事務処理も煩雑で専門知識も必要なため、それらの恩恵にあずかれるのは極々一部のみ。さらに言えば利用した中でも画期的な成果を上げているのは、ほんの一部に留まっている印象があります。実際に行政主導で進められている地域創生事業には首を傾けたくなるものが多いのも事実。「補助金出るから何かやらなきゃもったいない」的な発言もこのところよくよく耳にします。

様々なメディアの報道では、日本各地で成功したまちづくりや地域ブランド創世の事例が特集され報道されています。成功している例では地域側のリーダーの奮闘と努力ぶりが取り上げられるケースが多いのですが、民間主導で成功している事例には、一つの共通点があります。

俗に【風の人、土の人】と言われる、地元の有志（土の人）が主導し汗を流しつつ、外部から本当のプロフェッショナル（風の人）が風を吹き込み、その様々なノウハウや人脈の提供や指導をしながら風と土が一体となって支援しているケースです。【よそ者・若者・馬鹿者】なんて俗に言われる現象も近い意味があると思います。

現在、ひなび大曲LLPが進めている「地元映画制作を利用した地域ブランドづくり」でも、ご縁あって素晴らしい風のパートナーが存在し、外部から智恵と手を貸しながら、人脈を繋げてくれています。これらの方々との出会いは偶然に端を発しているものであり、そのご縁に唯々感謝し、ありがたく思っております。

もちろん風が吹くだけでは何も変わりません。私たち地元メンバーが【土の人】として地元で地道に愚直に土を耕しながらプロジェクトを進めていくことも重要です。風と土とがマッチすることこそ重要。

実際には風の人に出会えず、地元の土の仲間だけで闇雲に頑張っていたり、壁に突き当たって断念したりするケースがほとんどじゃないでしょうか。

そんな事例や、仕事の進め方、より良いパートナーを紹介する良本がありました。

### ◆別冊Discover Japan

#### 【地域ブランドクリエイターズファイル100】

榎(えい)出版社 雑誌：62398-43 本体1,800円+税

官民共にまちづくりや観光、地域ブランドにかかわっている人には是非読んでもらいたいです。「地元映画制作を利用した地域ブランドづくり」のパートナーも全国の風の人100人に選ばれて掲載されています。機が徐々に熟しつつあります。下準備を粛々と進めています。