

「もったいない」

多胡秀人
2017/1/1

去年の晩秋、20年ぶりにX市を訪ねました。

X市は風光明媚な某地域の中心都市です。かつては近隣市町村の住民を吸引し、大いに栄えたようですが、交通網が整備されて首都圏へのアクセスが良くなってからは衰退しました。街中を回りましたが、デパートが撤退するなどかつてのような活気が感じられません。

じっくり観察したわけではなく、数多くの人の話に耳を傾けたわけでもないのですが、ショートステイながらも直感的な印象を3点、現地でお目にかかった方々にお伝えしました。いつも通りの辛口です。

その①「物語がない」。

つねづね地域の認知度を高めて、人を呼び込むためには「物語」が不可欠だと思っています。

旧聞に属しますが、知名度の高くなかった石見銀山が2007年に世界遺産登録されました。登録に向けて尽力された方からその時の経緯をうかがったことがあります。第一回目にダメ出しを受けた石見銀山の関係者の方たちは、リターンマッチにおいて「環境に配慮し、自然と共生した鉱山の運営」というしっかりとした説得力のある物語を組み立てて世界に向けて発信。それを環境問題への意識の高い国々(ドイツなど)が高く評価し、賛成票を入れたことで世界遺産登録につながったのです。

昔から人が住んでいたところにはどこにでも物語があります。それをホコリをかぶったままに放置するか、魅力あるものとして発信するかは地域のヒト次第です。NHK大河ドラマの誘致合戦はよく知られるところですが、ここでも地域のヒトによる物語の発信が決め手になっているように思います。

「天地人」(主人公は直江兼続)のケースでは、米沢信用金庫(「直江兼続伝」を出版している)の役員の方が長年にわたりNHKに辛抱強く働きかけていました(放映が決まった時にはお亡くなりになっていたのは残念です)。

本年の「おんな城主 井伊直虎」(地元での知名度は低い)のケースでも地元で熱心に動いていたヒトがいたとの話を先日、浜松で聞きました。「おんな城主」での街おこしは美濃の岩村が町ぐるみで非常に熱がこもっていたように感じるのですが、軍配はハッピー・エンド・ストーリーの井伊谷(浜松市)に上がりました。

X市もそうですが、物語作りができていない地域は全国にたくさんあります。それどころか、物語を発信する上での貴重な素材すら地域住民の多くは知らないようです。かつては中学校で郷土史や地元の文化について、授業の一環で教えていたように記憶していますが、いまはどうでしょうか？もし、高校受験に関係ないからとの理由で除去されているとしたら残念以外のなにものでもありません。

その②「素材を活かしていない」。

X市において「地元の名産品は何か？」と質問したところ、出てきたものはすべて自然の恵み(一次産品)でした。

北海道を思い出しました。福岡の明太子も名古屋の某銘菓も差別化要因は北海道産のスケトウや小豆です。優れた素材を持つ北海道ではなく、それを生かし付加価値加工を行なった福岡などに儲けの大部分が落ちていると思われまます。

X市も北海道に劣らず一次産品が豊富なようですが、せっかくの素材の良さを生かした加工品をブランド化するところが脆弱と感じました。

九州の有名な某焼酎は地元に行ってもめったに飲むことができません。ほとんどすべてが県外に移出されています。当該焼酎メーカーの出荷価格は、我々が東京で目にする消費者の購入価格とは桁違いの低さだそうです。私もかつてはありがたがって飲んでいましたが、出荷価格を知って「何で流通業者に高い金を払わないといけないのだ。」と憤慨し、飲むのをやめてしまいました。

これはブランド力のある加工品があっても、その恩恵が地元(加工業者自身も含めて)に還元されていない事例です。地元に行けば飲めるという仕組みづくりが欠けているのが問題です。この仕組みこそがインバウンド(外国人だけではなく、東京からの観光客も)の鍵になるのではないのでしょうか。ブランド焼酎を目当てに来た観光客は地元のホテルに宿泊し、地元の交通機関を利用し、お土産も買ってくれるでしょうから。

③ 「学生がいない」。

X市に隣接するZ市には複数の大学があり、街中は大学生や高校生で賑わっています。学生たちによる"町おこしイベント"もしばしば話題になります。それに対し、X市の方は学校(高校も)が郊外に移転しているせいか、街中に若者の姿をあまり見ることができません。

かつて某県庁所在地Q市の中心部に若者がおらず、そのことを地元銀行の方に指摘したところ、「老舗の国立Q大学のキャンパスが郊外に移ってからは、学生が街中に現れるのは黄昏どき。飲食店や居酒屋でのバイトだけに中心街に来るのですよ。」

別の県庁所在地R市は学生数の多い総合大学が街のど真ん中にあるためか、街の中心部の繁華街では昼も夜も多くの学生の姿を見ます。そういえば東京の大学の郊外移転がブームになり、多くの著名な大学がキャンパスの大部分を移したものの、それが故に受験者数が落ちたという話もありました。

歯抜け状態の商店街の空き店舗を若者に提供して活性化を図るといふ試みをよく聞くのですが、学校自体が郊外に拡散しているようでは実現性は乏しいと言わざるを得ません。

X市は大変魅力があり、非常に魅力的で暮らしやすい町(私が仕事をしているいくつかの地域のうちでは屈指)と感じました。誤解を恐れずに言いますが、恵まれているせいか、地域の人々に「物語づくり」にしても「素材の活用」にしても貪欲さが弱いように感じました。

実に"もったいない"。一般に経済環境・生活環境の厳しい地域ほど貪欲です。恵まれている地域の人たちに危機感を持ってといっても簡単に変わるものではありませんが、愛する郷土を何とかしようとして立ち上がるヒトたちの登場を強く望みます。手遅れにならないうちに。

(了)

【お知らせ】

金融ジャーナルの2017年1月号に、筆者の論考

「今こそ、真の顧客本位経営を～異存ないはず、共通価値の創造」

が掲載されています。ご一読いただけますと幸いです。