



総務省

Ministry of Internal Affairs  
and Communications

## 地域人材ネット

Inbound & Outbound, D. M. O.

吉井 靖 ( よしい やすし )

株式会社うぶすな 代表取締役



### ○ 登録者情報

所在地

横浜市港北区新横浜

## 略歴

現在の役職・肩書

- 内閣府 地域活性化伝道師
- 内閣府 クールジャパン地域プロデューサー
- 総務省 地域力創造アドバイザー
- 東京商工会議所 中小企業国際展開アドバイザー
- 一般社団法人 日本イベントプロデュース協会 参事
- 社団法人 日本イベント産業振興協会 認定 - イベント業務管理者一級
- 民間企業アドバイザー：富士ゼロックス西日本株式会社、富士ゼロックス北日本株式会社
- 総務省地域力創造アドバイザー派遣先：  
秋田県能代市、秋田県三種町、秋田県男鹿市、秋田県秋田市、山形県長井市

略歴

新潟県佐渡島出身。

東洋大学卒業後、番組制作会社(有)ポマトプロ入社、放送作家として活動。

その後番組制作からイベントプロデュースに軸を移し、スポーツイベントプロデュースから始まり、メディア獲得型パブリシティイベント

等のプロデュース事業を手掛ける。

1996年 日本初インターネット動画配信プロジェクトのイベントプロデュースを成功させ、ネット動画配信時代の先端を担う。

2000年 株式会社うぶすな起業。

2001年 小泉内閣タウンミーティング全国50か所ネット中継イベントプロデュース担当。

2004年 新潟県佐渡観光立て直し事業「佐渡百選」の企画運営に携わり、故郷佐渡島の危機的状態を認識し、民間が主

導する佐渡活性化活動に着手。

2005年 野口健佐渡環境学校を招聘し、事業主体社として活動開始。

お笑い芸人を半年間佐渡に滞在させ、ネット動画とblogで佐渡情報を毎日発信する「佐渡、お笑い島計画」を

スター

ト。

2007年 「佐渡、お笑い島計画」は、google検索で吉本興業を抜く人気コンテンツとなり、民間主導の地域情報発信に新たな

手法を確立する。

2008年 「地域に手厚い」国家施策を組み取り、地域を元気にさせる活動を推進。農商工連携等人材育成事業、JAPANデ

ザイン海外販路開拓支援事業、地域中小企業海外販路開拓支援事業、海外展開人材育成事業等を地域に着

地させ、事業社の人材を育成し、商材のレベルを上げ、国内外販路 開拓の支援を開始。

2010年より、秋田市観光アドバイザーに就任。市民参加型観光情報サイトの構築、中国放送局を招聘し秋田地域産品

## 著書・論文等

ピーオーピー出版「企画屋道場」(展コミにて連載)

ピーオーピー出版「Emotional Valueのすすめ」(展示会とMICEにて連載)

## ○ Inbound&Outbound, D. M. O.

### 取組の内容

「IT × 地域」をテーマとして地域活性化、情報化活動に取り組んでいる株式会社うぶすなは、代表取締役吉井の故郷佐渡島の活性化活動からスタートし、今やTOYOTA自動車のGazoo mura活動を始め、全国各地に事業展開している会社です。

その特徴は、

- ・ 民が主導する地域活性化、情報化活動。
- ・ 若者がU・Iターンできる「企業体」を創出。
- ・ 東京で人を雇用し、教育。「志」を共有、仕事の作り方、首都圏マーケットの動かし方を習得して、故郷に帰す。
- ・ これら、活性化、情報化のノウハウを、企業向けに提供。「故郷の会社に仕事を生む。」
- ・ 並行で地域資源商品開発を行い、ネット販売を中心とした販路拡大を目指す。

平成20年度からは「地域に手厚い」国家施策を組み取り地域を元気にさせる活動を推進、また、地域商材の海外富裕層向け販路拡大策を推進した「地産外消」や、インバウンド観光への先進的な取り組みを実践展開し、「地域にヒトとおカネを移動」させています。

### 実績

○ 「佐渡、お笑い島計画」佐渡に新たな観光客層を呼び込むべく、「お笑い芸人」を佐渡に半年間滞在させ、毎日佐渡情報を収集し、動画とブログでインターネット上に発信するプロジェクト。2005年から07年の3年間実施し、google検索「お笑い」で吉本興業を抜き、25位にポジションし、地域コンテンツとして圧倒的に見られるサイトとなる。

○ 07年新潟中越沖地震で佐渡に風評被害が起き、早期の解決を図るべく「元気です!佐渡キャンペーン」と題して佐渡島民100人の生の声をネット動画で配信。1月間で約2万人が閲覧。

○ 地域商材として、佐渡海洋深層水を使った有機農法米「海 舞・umai」をブランド開発。5k 5000円の高価格帯ながら年間1000パックをネット販売するヒット商品となる。

○ 秋田市観光アドバイザーとして、市民参加型観光サイト[アキタッチ]を開発。閲覧者数を一年で2倍にする。「JWDA Webデザインアワード」審査員特別賞受賞。

○ 岐阜県「BRASIL GIFU 多文化共生プロジェクト」は、在日ブラジル人と日本人が相互理解を深め、共生できる社会を目指す地域に根ざした先進的な取り組みとして、「デジタル・コンテンツ・オブ・ジ・イヤー'11/第17回AMD Award'11」の「リージョナル賞」を受賞。

○ 地方創生に取り組む自治体の支援スキームとして「Inbound,Outbound & D.M.O.」としたサービスソリューションを開発。訪日外国人行動分析～インフルエンサー、youtuberによる情報拡散～海外放送局招へい～留学生によるモニター調査までを一気通貫で提供する。

○ 2016年からは、茨城県鹿行DMOアドバイザーを務め、鹿行地域の魅力を生かした新たな観光ブランドの創出や交流人口を増やすために、地域全体の観光マネジメントを一本化する目的で、茨城県鹿行地区の5市(鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、鉾田市)を中心に「アントラース ホームタウンDMO」を設立した。日本で初めて、プロ球団が参加したDMOとして注目を集めている。

DMOが自律自走するための主な自主財源としては、DMO向け新電力サービスとなる「DMOでんき」や「DMOふるさと納税」の導入も手掛けている。また、インバウンド急増の波に出遅れている同地域に外国人を呼び込むための戦略として、同地域のニーズや強みを紐解いた上で、訪日教育旅行に着目。インドネシアなどのムスリムの人々をターゲットに、ムスリム対応のサッカー合宿所の準備やスポーツ事業を中心としたイベント企画、同地域のムスリム教育事業などを進めている。実際に、平成30年2月には、インドネシアから2つのサッカーチームの誘致が決定している。

## 工夫した点や苦労した点

○ 地域情報化、活性化を推進するにあたり、地域の皆様をいかに巻き込み、その気にさせるか。最終的にその地域に「ヒトとオカネ」を移動し、にぎわいを創出するか。また、若者がUターンできる組織を立ち上げ、地域が自主自立し、誇りを持って住める「産土」を取り戻すための、継続する体制づくり。

## ひとつとPR

人が動く時。情報が人を動かすのではなく、感情が人を動かします。  
事業主体の目標に到達させる為、消費者やユーザーの心を動かし、結果を出す施策構築を我々は実行します。  
Emotional Value=感情的価値創造のマーケティングとは、消費者やユーザーが欲求に至る感情を導き出し、事業目標の到達まで、感情的価値を継続・増幅させるスパイラル・マーケティングの実践です。

## ○ 参考

### 取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

○	1	地域経営改革	7	まちなか再生
○	2	地場産品発掘・ブランド化	8	若者自立支援
	3	少子化対策	9	安心・安全なまちづくり
	4	企業立地促進	10	環境保全
	5	定住促進	11	その他
○	6	観光振興・交流		

### 関連ホームページ

株式会社うぶすな	<a href="http://www.ubusuna.com">http://www.ubusuna.com</a>
	<a href="http://www.facebook.com/ubusunaTOKYO">www.facebook.com/ubusunaTOKYO</a>
TOKYOICTを利活用した地域ブランド創造	<a href="http://www.ubusuna.com/ict/">http://www.ubusuna.com/ict/</a>
秋田市観光サイト・アキタッチ	<a href="http://akitacity.info/">http://akitacity.info/</a>

### 連絡先

メールアドレス	yoshii[アットマーク]ubusuna.co.jp	その他
---------	-----------------------------	-----

※メールを送る際には[アットマーク]を『@』に変えてください。

戻る