

地域人材ネット

現地における当事者(主体)形成と仕組みづくり

中島 淳 (なかしま じゅん)

株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ 代表取締役



○ 登録者情報

所在地

神奈川県厚木市

略歴

■略歴

1. 1988年4月～1994年3月：株式会社リクルートで人材育成、媒体商品企画に所属しておりました。概ねマーケティングの基本と組織活性化に向けた人材育成について経験をつみました。
2. リクルート退社後、アジアならびに国内農村部でのプロジェクトに参加し、現場の現状やプロジェクト運営について学びました。
3. 1995年～2001年3月：民間のシンクタンク（日本計画機構）にて地域づくりに関するコンサルティングを実施し、計画作成、プロジェクト推進のノウハウ等を学びました。
4. 2001年5月：「計画づくり」に終わらないプロジェクト実践を目指して会社を設立しました。地域が自立できる仕組みづくりを目標に、ネットワーク型の運営を心がけ、プロジェクトの特性に応じ、会社自体の規模拡大ではなく多様な実務者とのネットワーク規模の拡大を目指しています。

■最近の登録歴

1. 2005年～2007年度 総務省地域再生マネージャー（山形県遊佐町担当）
2. 2005年～2006年 「小規模事業者新事業全国展開支援事業専門家」派遣登録（主として岩手県担当）
3. 2007年～2008年 中小企業基盤整備機構「地域資源活用支援アドバイザー」登録（主として千葉県担当）
4. 2008年 総務省地域力創造アドバイザー（和歌山県紀の川市担当）、内閣府地域活性化伝道師
5. 2010年 同上 沖縄県石垣市 等

○ 現地における当事者（主体）形成と仕組みづくり

取組の内容

地域の目標をカタチにするため、イメージを実際に実業（ビジネスモデル）にしたり、仕組みをつくったり、実施主体（組織）をつくったりしてプロジェクトをプロデュースします。例えば人に来てもらいたい場合（主に交流事業）には受け入れ側の組織づくり、プログラム実施の当事者づくりを行ったり、ものを売りたい場合には商品力自体をあげるような動きと販売先の開拓を行ったりします。プロジェクトの実施に関しては、ネットワークの形成と都市部ニーズの把握、掘り起こしも重要だと考えていますので、時に長期滞在を行います。基本的には東京を基点とします。民間企業と連携しながら、是非地域の皆様が実現したいことをカタチにするお手伝いをさせていただきます。



町内資源を利用したインバウンドツーリズム商品を開発



地元素材を利用して宿の新しいもてなし料理を開発

実績

■カタチづくりの例

1. 「会津ぐるっとカード」ほか観光集客商品:会津方面での集客向上プロジェクト(2002年～)では、国土交通省に音頭をとってもらい、当時では日本で初めてのJR、私鉄、地域交通バス、市内循環バスの2日間乗り放題切符を企画、商品化し、土産店、宿泊施設のクーポン券もつけ観光客利便を向上させました。現在も継続中で後に仙台切符の造成につながっております。
2. 都市部商店街空き店舗活用型地域直売ビジネスモデル:2007年、山形県遊佐町の東京アンテナショップ(生産者による青果直売所)を都内空き店舗を利用して開設し、10回の定期開催と200万円以上の売上をあげることができました。2009年度は月2回、7ヶ月開催で400万円を突破しました。
3. 東北ツーリズム:大学2003年岩手県遠野市にて「東北ツーリズム大学」を開設(企画運営支援を担当)し、交流事業実践者の人材育成事業に着手。現在宮城県、福島県でのサテライトが開設されるまでになりました。
4. 新たな民宿のカタチ:2005年～ 千葉県南房総地域で新たな観光スタイルをつくっています。花を軸にした食や観光商品を開発したり、道の駅のサテライト拠点「里の駅」を開設したり、JRステーションキャンペーンを利用した新たな滞在商品造成等を行っています。現在、「いける民宿」づくりとして「家族時間の宿」ブランドを展開中です。
5. わかりやすいパッケージデザイン:新しい農業デザイン、パッケージによる加工品等の付加価値づくりを目指しており、多くのデザイナーとアライアンスを組んでいます。プロデュースした山形県生産者の糯米パッケージが2008年のグッドデザイン賞を受賞しました。

工夫した点や苦労した点

実施主体(当事者)は現地においてプロジェクトを実施する方です。私は、その当事者となる農業生産者、商店主、宿泊施設経営者、特産品製造者、各協会など多様な方々が、自らのこととしてプロジェクトに参加、動かしていける環境や仕組みをつくるのが仕事です。そのためなかなか直ぐに結果を出せず、自分の力不足を感じることも少なくありませんが、まずは行政ご担当者(もしくは地域のリーダー)と基本軸をつくることに時間をとります。基本軸が明確になれば手段(戦略)をどんどんと動かしていきます。



交通事業者と共に新たな周遊切符を企画、開発



東京でのアンテナショップ
(商店街空き店舗での定期開催)を実施

ひとことPR

実践を軸にしたカタチづくりだけでなく、いわゆる「事業としての着地」も重要だと心得ています。事業の発注者（例えば市町村）への納品と、事業対象者の思いの実現化との整合性、いわゆる合意形成をしながら、現場で汗を流します。ただし、合意形成という場合にはボトムアップ（低い意識に合わせて高めようとする）のではなく、基本的にこの指止まれ（やるきのある人と手段を構築する）のやり方をとります。おかげさまで単年度で終わる事業は少なく、殆どが何らかの形式で継続しています。経験から2年目がとても重要だと考えています。



生産者とデザイナーが新しいパッケージを検討、開発
(この作業風景でのパッケージは、2008年のグッドデザイン賞を受賞しました)

○ 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

用の美プロジェクト
(弊社業務のうちの1つとして立ち上げましたが、最近の小売部門を休ませています)

<http://www.younobi.com/>

連絡先

メールアドレス	nakashima[アットマーク]c4seasons.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