



総務省

Ministry of Internal Affairs
and Communications

地域人材ネット

マーケットニーズと全国の事例による
『地域ブランド戦略とまちづくり』

藤崎 慎一 (ふじさき しんいち)

株式会社地域活性プランニング 代表取締役



○ 登録者情報

所在地

東京都港区

略歴

1986年(株)リクルート入社。抜群の営業成績を収め、全社マネージャーMVPを2年連続で受賞。99年、地域活性事業部商品開発GMとして、観光振興をはじめ、雇用・定住・教育等、地域活性に関する企画・プロデュースを行う。その実績から中央省庁、都道府県等の様々な委員を歴任。

2003年(株)地域活性プランニングを設立。企業コンサルティングを主業務とする一方で、培ったノウハウを活かし、“ロケツーリズム”と“ご当地グルメ”による全国各地の地域活性事業を实践。「まちづくりはひとづくり」をキーワードに“よそ者、わか者、ばか者”を活用した住民参加による自立型地域活性を目指す。また地域独自の資源を再発見でき、マスコミから一般読者まで幅広く支持される国内初のロケ地情報誌『ロケーションジャパン』(3.5万部)を発行。

<主な業務実績>

「あまちゃんロケ地ツアー」	岩手県久慈市
「ロケツーリズム講座」	大分県
「ガマゴリうどんブランド会議」	愛知県蒲郡市
「富士宮観光戦略プロジェクト」	静岡県富士宮市
「成田ソラあんばんブランド戦略会議」	千葉県成田市
「ロケ誘致によるまちづくり」	北海道、福島県、千葉県、栃木県、新潟県、香川県ほか

<主な委員会等>

「ふるさとづくり有識者会議」	委員	内閣官房
「世界にも通用する究極のお土産フォーラム」	総合プロデュース	観光庁
「地域活性化伝道師」		内閣官房 都市再生本部
「地域活性キーパーソン」	座長	内閣官房 経済産業省
「地域中小企業サポーター」		経済産業省
「地域力創造アドバイザー」		総務省
「ロケツーリズム協議会」		観光庁
「観光活性キーパーソン連絡会」	座長	観光庁
「映像版権活用ワーキング」	座長	東京都
「ロケツーリズム勉強会」	座長	東京都
「ロケ地データベース委員会」	委員長	愛知県

著書・論文等

「観光まちづくりは人づくりから」・・・『新たな観光まちづくりの挑戦』 2002年7月 国土交通省観光部

「”人”を生かすまちづくり」・・・『アール・イー』 2003年3月

「ロケ誘致の効果的な活用戦略」・・・『月刊 観光』 2004年5月

「ロケ支援事業による地域観光の魅力向上」・・・『運輸と経済』 2005年6月 財団法人運輸調査局

「まちづくりはひとづくり」現場を知るとのこと・・・『週刊トラベルジャーナル』 2005年7月 連載

「ロケ誘致と地域活性化」・・・『季刊 あおいかぜ』 2005年11月

「地域観光資源の魅力を引き出すフィルムコミッションの効果的な活用戦略」・・・『月刊 レジャー産業』

○ マーケットニーズと全国の事例による『地域ブランド戦略とまちづくり』

取組の内容

・「宮崎青島再勢会議」宮崎県・・・新婚旅行のメッカから衰退著しい宮崎青島地域を再生させるために、地域住民が主体となったまちづくりワーキングを実施。知事の人気に頼らず、37名参加による自主的会議は一昨年70時間行った。地産地消を目指す新名物「あしたぼうどん」の開発や様々な案が続出。現在実現に向けて奮闘中。

・「伊勢志摩再生プロジェクト」三重県・・・北川知事時代の2000年から始まり、丸5年間実施された。どん底に落ち込んだ伊勢鳥羽志摩地域を再生させるために、地域の「ばか者9人」とよそ者の私計10名が指名を受け、県のバックアップのもとプロジェクトとして立ち上がった。月1～2回徹底した議論を展開、同時に行動し、地域課題を解決、そして成果を上げた。現在当時のメンバーは地域を支える人材として各方面で活躍中。



宮崎県での地元ワークショップ

実績

- ・「富士宮観光戦略プロジェクト」静岡県・・・モニターツアー800名期待→1,054名参加その後常設ツアー化に。地域人材を活用し、資源発掘→ターゲット設定という手順で観光街づくり一体化に向けたプロジェクトを成功に導いた。
- ・「兵庫県生野町街づくり事業」・・・2000年度まちづくり自治大臣賞受賞
- ・「浜名湖えんため」静岡県・・・”遠州灘天然とらふぐ”がジャパンブランドとして大ヒットした。住民主体のワーキングを「浜名湖えんため」として組織化することにより、地産地消のふぐを生み出し、大きな経済効果に繋がった。
- ・「ロケ誘致で地域活性」栃木県、新潟県、福島県、千葉県、香川県他多数・・・まちづくり・ひとづくりの次のステップである情報発信において効果的であるフィルムコミッションの立上げと運営、そしてその発展形であるロケ応援団においてのコンサルを実施。伊豆・愛知県東三河・富士宮では特に多くのロケや取材が入り、費用対効果が高い露出と大きな経済効果を生んでいる。

工夫した点や苦労した点

まちづくりの主体となる組織作り・・・縦割りの地域内組織を横断的なワーキンググループとして集め、3回のコーチングセミナーとその間に自主的なインナー会議を実施させ、「誰が、何時までに、何をやるか？」を当事者として決めさせる。ルールは「自ら考え、自ら行動し、自ら責任を取る」。各組織の上層部は承認委員会として設置。行政はコーディネーターとして黒子になる。その組織が地域全体を考える実施主体となる。試行錯誤の末、最後まで関わったひとが地域を支える人材として活躍することになる。

ひとことPR

私の役目は地域の“強み”を引き出すための『コーチング』。地域の皆様が、誰かに頼るのではなく『どうなりたいのか』を自ら考え、一人一人が汗をかいて頑張れるような自立型の地域活性を目指しています。また映画のロケ地情報や、地域で頑張る人々を取り上げた雑誌『ロケーションジャパン』の発行人も務めておりますのでぜひご一読ください。



ロケ地を取り上げた雑誌ロケーションジャパン

ロケ地情報提供サイト、ロケナビ！

○ 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

地域活性プランニング	http://www.chiikikassei.co.jp/
ロケーションジャパンホームページ	http://www.chiikikassei.co.jp/Lj/
ロケナビ！	http://locanavi.com/
LJマルシェ	https://ljmarche.jp/

戻る