

更新日 平成23年3月24日

イベント報告

平成22年度「広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会シンポジウム」 開催報告

産業部流通・サービス産業課 コミュニティビジネス推進チーム

平成23年2月24日(木)、流通・サービス産業課コミュニティビジネス推進チームは、広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会との共催で「広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会シンポジウム～課題解決の秘策は？新たな視点が地域の再活性化につながる～」を開催いたしましたので、その概要をご報告します。

今回のプログラムは、以下のとおりでした。

- 広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会活動報告
- 事例発表
“ローカル鉄道”で地域活性化 いすみ鉄道株式会社 代表取締役社長 鳥塚 亮 氏
ご当地B級グルメでまちおこしとブランド戦略 富士宮やきそば学会 会長 渡辺 英彦 氏
“ゲゲゲ”でまちおこし 調布市民放送局 事務局 長友 真理子 氏
- 「コミュニティビジネス起業プランコンペ in 新潟／埼玉2010」中間報告会
- 懇親会

例年好評をいただいている事例発表では、コミュニティビジネスを大きな枠組みで捉え、まちおこしに繋がっている事例3団体にご発表をお願いしました。また、その後の「コミュニティビジネス起業プランコンペ in 新潟／埼玉2010」中間報告会は、新潟県魚沼市と埼玉県さいたま市で実施したコミュニティビジネス起業講座から立ち上がったビジネスプランで、協議会がブラッシュアップしたものについて、メンター及び6名のCB起業者にご発表いただきました。

次に、3団体の事例発表の内容について詳しいご報告をさせていただきます。

【“ローカル鉄道”で地域活性化 いすみ鉄道株式会社 代表取締役社長 鳥塚 亮 氏】

鳥塚氏は、外資系航空会社に長く勤務した後、いすみ鉄道の社長公募に応募して採用された異例のキャリアの持ち主です。元々大の鉄道好きでしたが、大学卒業時は丁度国鉄が民営化されて新規採用がなかったため就職できず、かなり遠回りをして漸く鉄道会社で活躍の場を得たということになります。

そのいすみ鉄道は、千葉県夷隅郡大多喜町といすみ市を運行する26kmのローカル鉄道で、春には沿線に菜の花がいっぱい咲く風光明媚な路線です。しかし、この路線が赤字続きで廃線寸前となり、鳥塚社長が就任しました。一般に、ローカル線に乗ってもらって残そうとして本当に残ったものはないそうです。だから、鳥塚社長は「乗ってください」とは訴えません。その代わりに、お客さんを惹き付ける意



外なアイデアを繰り出して、この路線の立て直しを図っています。

まずは話題性が重要ということで、廃車両をインターネットオンラインで「カートに入りません」と銘打って210万円で販売しましたが、このような試みはいすみ鉄道が初めてだったこともあり、これだけでテレビ、取材が殺到したそうです。

また、JR大糸線(長野県松本～新潟県糸魚川間の高地を走る路線)の古いディーゼル廃車両を購入し、「過酷な環境を走ってきた大糸線車両が温暖な南房総で余生を送ります」とPRして走らせたところ、これだけのために1,100人のお客さんが来られたそうです。

鳥塚社長は「いすみ鉄道をブランド化することで、その良さが分かる人だけ来てくれればいい」と話します。「ローカル鉄道が混んでいては興醒めする。空いていて、のんびりしていなければならない。でも、存続しなければならない」。そのために、首都圏の人の力を借りたいそうです。

「枕木オーナー制度」は、その首都圏の方々の力を借りた立て直し策の代表的な例であり、枕木オーナーになってくれた人の名前をプレートに書き込み、枕木に打ち込みます。そうすると、オーナーは必ずそれを確認にやって来るそうです。更に、確認したら、今度は家族か友達を連れてもう1回来てくれるとのこと。

また、いすみ鉄道が走る地域をムーミン谷に見立てて「ムーミン列車」というユニークな列車も走らせています。ムーミンのファンは30～40代の女性が多いので、その女性が来てくれれば男性も付いてくるだろうとの狙いです。

このように、都会の人に夢や癒しを様々な形で提供しながら、そして沿線地域の関係者を巻き込みながら、独自の活性化路線をひた走っていることが印象に残る発表でした



【ご当地B級グルメでまちおこしとブランド戦略 富士宮やきそば学会 会長 渡辺 英彦 氏】

B-1グランプリで2回の優勝を果たした富士宮やきそばは既に全国区の知名度を誇りますが、その民間サイドの仕掛け人が富士宮やきそば学会の渡辺会長です。(有)インシュアランスブレイン代表取締役、NPO法人まちづくりトップランナーふじのみや本舗代表理事に始まり、富士宮市の複数の会議委員、中学校のギター講師、そして、Jリーグ清水エスパルス後援会評議員と、書き切れないほどの肩書、受賞歴が氏の多才さとユニークさを表しています。

渡辺会長が語る活性化の秘訣はマーケティングにあります。マーケティング・ミックスにおける4P(Product、Price、Place、Promotion)のうち3Pが揃っているものは多いのですが、それだけでは地域に埋もれたままになってしまうそうです。4つ目のPromotionがあって初めて売れるようになる。そのためには、5つ目のP(Person)、つまり誰がPromotionするかが問題になってくるとのこと。富士宮の特徴は、この活動を市民活動に連動させて行っていることにあります。お金をかけて広告を打てないという状況を克服して、報道につながるよう努力を重ねた結果が現在の状況を形作りました。



渡辺会長の言葉で印象的だったのが、「味がいいのが伝わるのではない。言葉がつながる。だから、話題づくりが鍵、インパクトのある言葉で伝えること。美味しいのは前提、それに付加価値、感性価値を付けなければならない」との件です。これを渡辺会長はひたすら「おやじギャグ」で実践しているそうです。「面白い、楽しい、怪しい」情報が効果的なのであり、「やきそば学会」「やきそばG麺」「三者麺談」「天下分け麺の戦い」「麺罪符」等々、話題を作ってそれを形にしていくことが重要とのこと。更には、例えばこれらの企画に市長が絡むと、その絵が撮れるのでマスコミの注目が

集まる。すると、これが報道につながり、それを見た企業が興味を持ってくれ、カップ麺の商品化につながったりする。やり方とちょっとした工夫で大きな差が出るとの指摘は、地域活性化を目指す参加者の方々の参考になるとともに、大変勇気付けられる一言だったのではないかと感じられました。

最後に、渡辺会長は行政との関係についても触れています。今まではお金を使ってやらないといけな思われてきたが、これはうまくない下手なやり方。行政等が補佐役になり、足枷のない市民団体が表に出た方がうまく回るだろうとのこと。富士宮市のフードバレー構想や、大学、商工会議所、観光協会、地場産業、商業者と連携しながら、地域一体の取り組みにつなげたことが富士宮やきそば成功の要因となったようです。



【“ゲゲゲ”でまちおこし 調布市民放送局 事務局 長友 真理子 氏】

NHK連続テレビ小説「ゲゲゲの女房」の撮影地として、また漫画「ゲゲゲの鬼太郎」の作者水木しげる氏と布枝夫妻の居住地として一躍有名になった調布市ですが、その調布市の長友貴樹現市長の妻として市政を支える一方、市民団体（調布市民放送局）の中心人物として調布の活性化に活躍されているのが、長友真理子氏です。

前述のいすみ鉄道や富士宮やきそば学会が企業や地域の活性化という果実をもぎ取った事例であるのに対し、長友氏の調布市民放送局は今まさに飛躍を遂げようとしている現在進行形の事例と言えるのではないのでしょうか。調布市民放送局は、マスメディアで流されない地域の情報を、



市民により市民のために発信していくことを目的に、長友氏他の市民団体が集まって立ち上げた手作りの放送局です。開設当初は資金ゼロ、TV番組の制作技術・経験なし、放送局の運営ノウハウなし、あったのは市民のネットワークだけという厳しい船出だったにもかかわらず、会員からの会費収入、市内の企業・個人からの寄付、企業からの機材提供の他、中央大学による技術指導、J.COM、調布FMからのアドバイス、番組放送枠の提供、更には調布市や電気通信大学からの協力を得たことで、着実に発展を続け、次のような活動を展開するに至りました。

①J.COM「調布CATCH」で調布の人・もの・事を映像で紹介、②調布FM「調布わくわくステーション」で調布に関する人のインタビュー番組を放送、③「調布市民放送局ニュース」（紙媒体）で番組表、市内のホットな話題、ゲスト・取材先の情報掲載、④メールマガジン、⑤ホームページ、⑥図書館での貸出し、⑦上映会（市内各所、イベント参加等）。

このうち、特に「調布わくわくステーション」「調布CATCH」の放送では、「ゲゲゲの女房」原作者の武良布枝氏他、水木しげる氏の次女・水木悦子氏、深大寺参道の鬼太郎茶屋店長の金城氏等のインタビューや、境港妖怪検定、深大寺ロケ、ゲゲゲの女房推進委員会の様子を放送する等、行政によるPRと歩調を合わせて、ゲゲゲの街づくりの一角を担いました。

幸いドラマも高視聴率のまま終了し調布の取り組みは成功を納めたわけですが、調布市民放送局は更なる発展を展望しています。長友氏によれば、市民放送局から様々な情報を発信する過程で、自然とネットワークが生まれ、地域の課題が見えてきたそうです。これは課題解決の手助けをするチャンスを得たということ。今後の市民放送局は、地域のネットワークをつなぐ役割（コーディネーター）や地域情報をアーカイブする活動から、地域の問題解決・地域の活性化・コミュニティの再生を担えるよう発展させていきたいそうです。



以上が事例3団体の発表になります。この他、「コミュニティビジネス起業プランコンペ in 新潟／埼玉2010」中間報告会では、「地域のネットワークでサポートする自分おこし支援事業～育ちの種～」「里山食堂」「『農と食』を基盤にした豊かなまちづくり事業」「高齢者に『美』を届ける訪問カット うさぎ」「突板を使用した授産施設工賃アッププロジェクト」「正しい介護知識・情報の普及と明るく健康な老後支援」の6テーマについて、メンターの間藤雅夫氏((財)埼玉りそな産業創造財団)及びCB起業者の方々から発表がありました。

また、今回のシンポジウムから初めて導入した“O×ボード”が、事例発表後のトークセッション(コーディネーター: 広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会幹事・柳田公市氏)において大いに威力を発揮し、壇上と客席がボードを通じてコミュニケーションを図る一体感あるシンポジウムになったと思います。

このように、平成22年度のシンポジウムは盛会のうちに幕を閉じましたが、出口の見えない閉塞状況打開に向けて、SB/CBにはより一層の期待がかけられます。経済産業省の平成23年度のSB/CB施策の視点は「企業とSB/CBの連携」です。もちろん企業だけではなく、社会・地域の課題解決のために、地域経済活性化のために、様々な主体が戦略的に連携しながら挑むことが一つの鍵を握っています。こうした活動の一翼を担えるよう、当局及び広域関東圏コミュニティビジネス推進協議会も活動して参りたいと思います。



[過去の「イベント情報」はこちら](#)

[ホームページへ戻る](#) | [TOPへ戻る](#)

発行元:

〒330-9715 埼玉県さいたま市中央区新都心1番地1 さいたま新都心合同庁舎1号館
関東経済産業局広報室
電話:048-600-0216 FAX:048-601-1310