

特 集

地域ブランドの創出と地域力

岩重 聡美*

I . はじめに

ここ数年の新たな動向として、「地域力」や「地域活性化」また「地域のブランド化」など地域を中心にとらえた動きが活発化してきている。これは、紛れもなく最近における地域経済の衰退傾向に歯止めをかけ、その地域の経済を再度活性化させ地域の経済力を基礎とした「地域力」を向上させようとするものである。

これが意味することは、地域経営の一環としてその地域に存在する各種地域資源を発掘あるいは創出し、それらを地域活性化への1手段として活用できないかと検討を行うことである。有効活用がある場合には、その地域に根ざしている地域の特産品や産品など地域の資源をその地域の独自性に基づき「地域ブランド化」し、さらに地域の魅力づくりともに地域振興策の1つとしての地域ブランドを定着させることによって、持続的・継続的に地域が発展するような方策の1つとして模索されることをさす。

地域ブランドの定義はとくに定まったものはないが、ここでは、一般的な行政区画を対象として、商品（財・サービス）を広く知らせることで得られるもの（商品や商品認知度の高いもの）あるいは、従来より各種企業が押し進めてきたブランド戦略に準じたものをさす。それら

には、いくつかの有効な要件を内包しておりそれらが重なり合うことによって、1つのブランドを形成することになる。このブランドの内包するさまざまな要件は地域の資源にも同様に存在しており、いくつかの要件が複合しながら地域のブランドを形成している。この地域ブランドの形成により、その地域のブランド・イメージを認知され、それを定着・浸透させ、地域ブランドとして、今後におけるその地域の活力の基礎となれるような努力も必要となる。地域における資源や地場の産品、また、観光資源などを的確に把握し、有効な地域振興の戦略として活用するためには、地域行政の責任も大きくなる。何よりも重要なことは、地域住民が主体になり、地域のさまざまな資源を見出しそれらを活用できるように自分たちの暮らす地域に誇りを持ちながら、地域の資源をブランド化することにより地域の内外から多くの共感を得るとともに、地域の活力を増進できるように努める必要があるということである。

そこで、本論文では、地域活性化のためにはいろいろな視点があるが、そのひとつとして「地域ブランドの発掘や創出、そしてその強化」を行い、さらに、それらを「地域ブランド化」することが重要な課題となるという考え方に基づきながら、長崎県新上五島町の地域資源（内発地域ブランド戦略の1例）を活用し地域産品と

*長崎県立大学経済学部教授

してブランド化し、それを大いに活用することで、地域経済活性化への可能性があるかどうかについてその可能性を実証することを目的とする。具体的には、まず、長崎県新上五島町の地域資源に関する現状をあらゆる角度から詳しく検討し、そこで導き出された問題点や課題を抽出したうえで新上五島町が地域ブランドになりうるかどうかについて模索しなければならない。つぎに、新上五島町に存在する各種の地域資源候補の中から、何が地域ブランド品としての可能性があるか、またその場合にはそれらを生かす方法についても明らかにしていく。さらに、活性化への取り組みについても取り組む必要がある。つまり、新上五島町の各種地域資源を題材にその開発に役に立つことを念頭におきながら、さまざまな方策についても検討を重ねる。その際には、まず、新上五島町が地域資源に対する消費者の認知度などを調査し、他方では、この新上五島町が地域資源という有効な資源に対する地元住民の意識や認識、それらをブランド化し地域の活性化につなげることについての合意などの確認、あるいはこの資源を囲む行政側のサポートや、外部からの支援状況などについても把握しなければならない。

Ⅱ．地域ブランド

1．地域ブランド

地域ブランドとは、地域名（または地域の特徴的な名称）を利用し、商品（財・サービス）を広く知らせる事で得られるもの（商品や商品認知度の高いもの）を指す。その地域資源を生かした地域ブランドは、大きく2つに分類することが出来る。1つは、その地域の天然資源や建物、施設や資本などを含む物的資源であり、

もう1つは、人口、労働力、人材や技術、情報などを含む人的資源である。さらに、その際が地域開発戦略としては、成長要素を地域内から調達する内発的地域開発戦略と、成長要素を地域外から導入する外発的地域開発戦略とがある。このような地域のあらゆる資源を活用し、その価値を高める戦略を駆使しながら地域ブランドの創出が可能となるのである。このことにより、地域経済の成長や活性化につなげることが可能といわれている。まずは、各地域に存在する資源を見出し、それらのなかから有効だと思われる資源を確定する。現時点では、ブランド化されていない各種資源をブランド化し、言い換えれば、ブランドに仕立てることも重要なこととなる。

その際に、ブランド化するための要件の何が当てはまるのか、その根拠付けは何かについても明らかにしていく。この点こそが、ブランド化する地域資源に内在する問題点でもあり、この問題点を明らかにすることによって、これらを地域資源としてブランドに仕上げる、あるいは仕立てる大きな要素となる。

次に、地域ブランドとして仕立てられ、さらに、地域ブランドと認識され定着するためには、2つの重要なキーワードが考えられよう。1つめは、その地域資源に対する消費者による購買のリピート率からみることができ、2つめは、その地域資源を求めて消費者がどこから買いに来たかということから地域資源に対する認知度を推し量ることが出来る。そして、これらリピート率、認知度などにより、地域資源がブランド化され確立される可能性を探ることが出来る。

そこで、長崎県新上五島町における地域産品を活用しようとした際に、新上五島町における各種地域資源の中から何がその地域ブランドの

対象となりうるかどうかについて検証するために、当町の各種地域資源についてさまざまな調査を行った。

まず、インターネットによるアンケート調査では、東京や大阪、福岡、名古屋など各都道府県の男女50人ずつをその対象として行い、当町に対する認知度や地域資源になるであろう特産品などについての認知度などについて調査を行った。その際には旅行好きであること、長崎県新上五島町を知っていることを対象条件とした。また、このアンケート調査のほかに、現地視察を行い、各地に点在する地域資源の有効活用性と開発可能性についてその検討を重ねた。また、行政と地元住民との意識の差や地元住民の地域資源に対する意識調査を兼ねてヒアリング調査をも行った。

アンケート調査の結果、当町に対する認知度はわずか3%であり、当地へのリピート率も低いことが分かった。九州内離島への関心と新上五島町での関心には多くの相違点が存在すること、地域資源である特産品についての認知度はあまり高くないことなどが判明した。また、現地調査では開発可能性のある有効な地域資源は点在しているものの、それらに対する地元住民の意識はあまり感じられない。行政に至っても

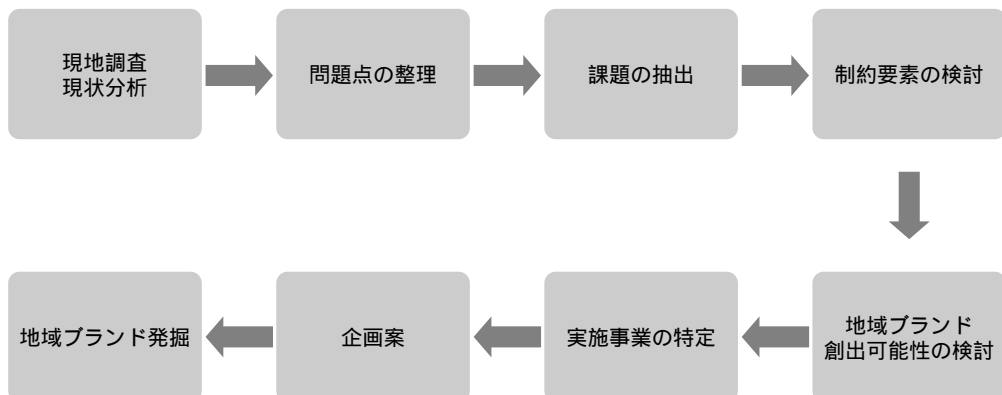
その認識は同様であり、地元住民と行政が一体となり地域資源を地域ブランドとして活用しようとする意識も低いものとなっていた。

2. 地域ブランドの発掘の過程

先のさまざまな角度からの調査結果に基づきながら、地域ブランドの候補となる地域資源を探りだす。その際には、まず現状におけるあらゆる問題点を探りだし、その問題点を整理しなければならない。そして、それら問題点の中から解決できるものとして、いくつかの課題が明らかになる。解決できない課題、つまり制約要素の検討を行いながら、それらが地域ブランド品になりうるかどうかについての創出可能性を検討する必要がある。さらに、多くのブランド品候補から、ある1つのものを選び出し、実施事業の特定を行う。そして、その地域ブランド品についてさまざまな企画案をおこし、最終的には地域ブランド品を見つけ出し、発掘したことになるのである。(図1)

この地域ブランド発掘に向けたフローチャートに基づきながら、長崎県新上五島町における各種地域資源の地域ブランド化を探ってみた。

図1 地域ブランドの発掘フローチャート



(1) 事例研究 地域ブランド発掘可能性の検討

長崎県新上五島町をその対象地域として、観光資源、天然資源そして加工製品をその対象としながら地域ブランド発掘可能性の検討を行った。

新上五島町は、その面積が213.97平方キロメートル、人口は、2009年12月現在で23572人となっている。旧有川町、上五島町、新魚目町、奈良尾町の5町が2004年8月に合併してできた町である。主な産業は漁業であり、五島うどんや椿油などが主な特産品となっている。

先の調査でも明らかになったように、各種地域資源に対する地元住民の認識や愛着そして誇りが希薄であることがわかった。つぎに、各種地域資源に関する公的機関の支援認識が不明確であること、そして、当町が離島であるため地域物産の物流経路の制約要因によるため非効率であることとそのためコストが高くなっていることも明らかになった。

当町における各地域資源を生かし、ブランド化を行うには多くの候補となる既存資源があるが、それらを有効活用し、そして現時点で最も需要があり、短期的よりは、むしろ長期的・持続的発展がなされるような資源を探ってみると、まず観光資源としては、各地に点在する教会、広大な海、大きく広がる美しい景色、温泉などがあげられるが最も可能性のあるものとして教会が考えられる。また、天然資源では、新鮮な魚や町の花であるつばき、塩などがあげられよう。中でも新鮮で豊富な種類の魚を活用した鮮魚があげられよう。さらに、加工製品としては、当地の古くからの特産品であるあごだしやかんころ餅、さまざまな郷土料理があるが、五島うどんが候補として適しているように思える。

さらに詳しく地域ブランドの発掘可能性の検討を行ってみる。分析の方法論として、縦軸にすぐに実行できるかどうかを表す即行性、これは上にいくほどその実行度は高くなり、下にいくほど実行度は低くなることを示している。また、横軸には地域内で実行することが可能かどうかを表す地域指向性を表しており、向かって左に向かうほどその地域での指向性が強いこと、いいかえればその地域で実行可能な事を表しており、逆に右は外部に依存する外部指向性を示している。つまり、右に向かうほど外部への依存度が高いことを示しているということになる。

ここで、この図に、先にあげた観光資源や天然資源、加工品など当町における地域資源を照らし合わせてみることにする。

そこではまず、観光資源を見てみると、新上五島町には多くのヴァラエティに富んだ観光資源にあふれていることがわかる。自然を生かした森林浴や椿スケッチ大会、あるいは朝日初日の出ツアー、またトライアスロンなどがあげられるが、なかでもこれら多くの候補の中から地域ブランドとして現実性の高いもの、つまり、地域の中ですぐに実行可能なものは、教会を生かした観光があげられよう。(図2)

同様の方法で天然資源を探ってみると、新上五島町の新鮮で豊富な種類の鮮魚を生かしたものがその地域ブランドとして成り立つと考えられよう。(図3)

加工製品では、古くからの歴史があり地元住民にも長い間親しまれている五島うどんを活用したものがその候補になりうるようである。(図4)

(2) 事例研究 実施事業の特定

つぎに、多くの地域資源のなかから現地調査

図2 課題と解決の視点 [観光資源]

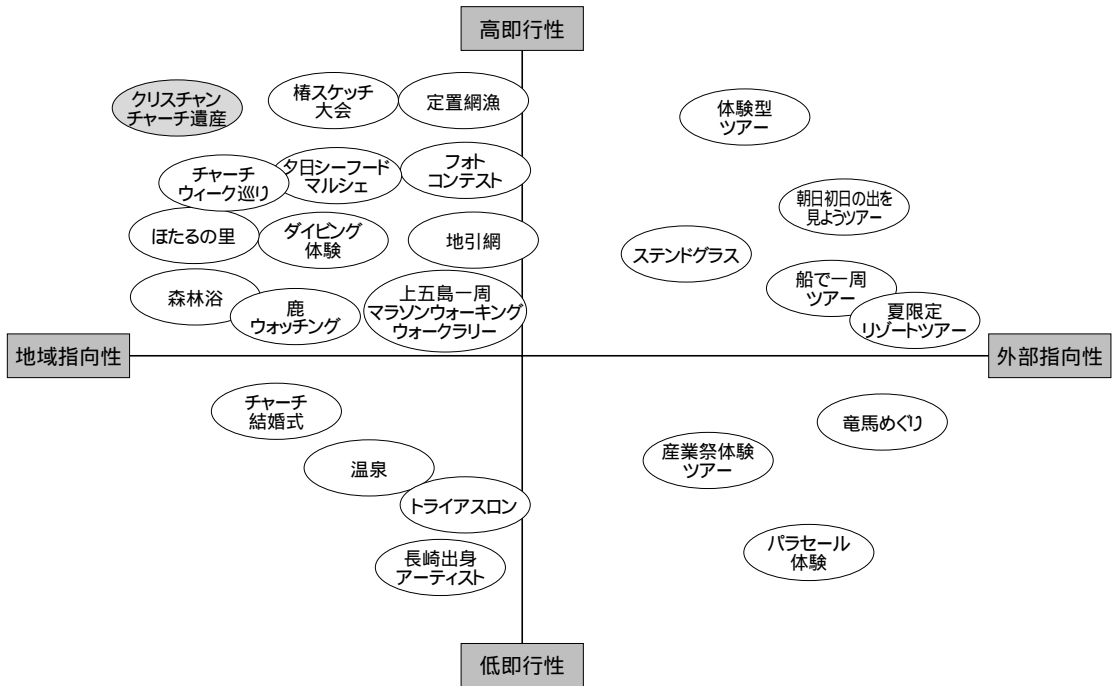


図3 課題と解決の視点 [天然資源]

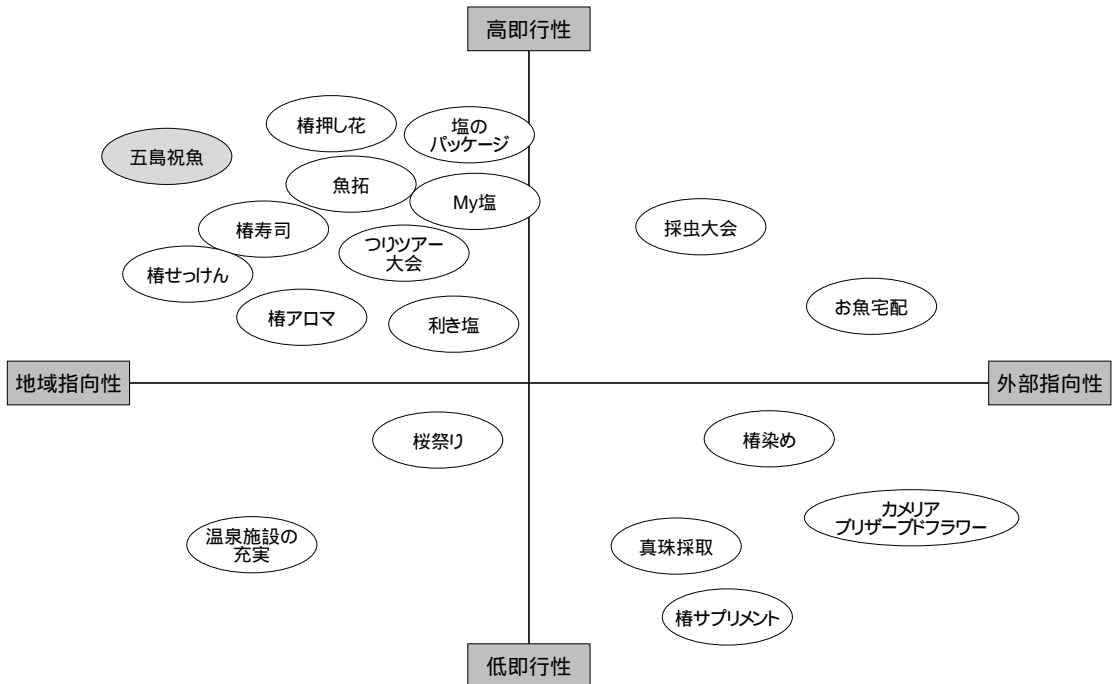
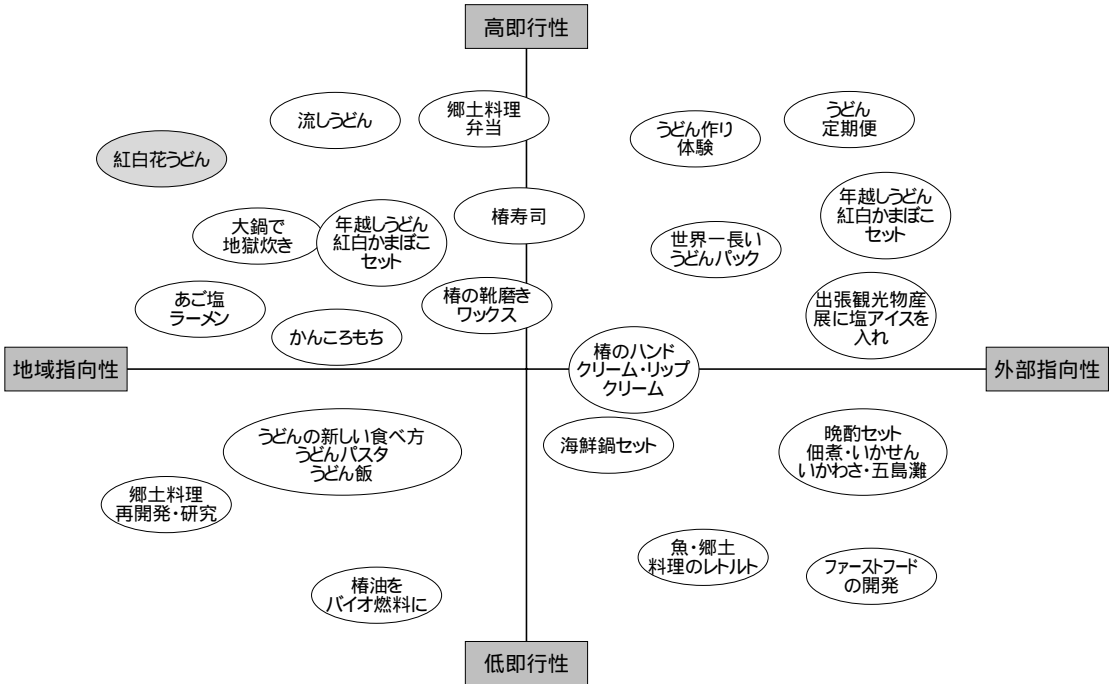


図4 課題と解決の視点 [加工資源]



やアンケート調査、そしてヒアリング調査の結果と先のフローチャートに照らし合わせながら、今ある地域資源の中から実際に事業として成り立つ可能性のある地域資源に絞る必要がある。ここで、再度各種地域資源を確認すると、まず、観光資源として、当町には多くの歴史に基づいた由緒ある青砂ヶ浦天主堂や頭ヶ島天主堂のなどといった教会があげられた。つぎに、天然資源としては、タイやイサキ、太刀魚など新鮮で種類が豊富な鮮魚が当てはまる。加工品としては、当町の特産品である五島うどんがあげられた。

これら、それぞれの地域資源の中から教会、鮮魚、加工品を題材としてそれらを生かした地域ブランド品として事業可能性が高いと見込み、それぞれ教会を生かした「五島クリスチャンチャーチツアー」鮮魚を生かした「五島祝魚」うどんを生かした「五島花嫁うどん」と名付け、

新上五島町の地域ブランドとして推進し、事業の可能性が高いと推測するにいたったのである。

Ⅲ．地域ブランドとしての形成要件

1．形成要件

知名度、認知度ともに低い地域ブランド、ここでは新上五島町における「五島クリスチャンチャーチツアー」「五島祝魚」「五島花嫁うどん」を、地域ブランド化するためには何が重要であり、今後の地域ブランド化へ向けた有効な戦略について考えなければならない。いいかえれば、今後は、地域ブランド化に必要な要件が重要となってくるのである。この点について先のアンケート調査や現地調査、ヒアリング調査をもとに検討してみると、まず、その資源の認知度の低さに最も大きな問題があり、この点こ

それを強化しなければこの資源のブランド化は難しいと考えられる。

ここで、地域ブランドの形成要件について探してみる。さまざまな視点から多くの要件が考えられるが、そのなかでも重要な要件は、①伝統産業などの地域資源、②生産基盤や生産技術などの地域生産可能性、③地域資源を継承する人材の育成や、それを生かせる環境づくり、④産・官・学の連携などによる地域参加、⑤地域住民の地域ブランド化に対する合意や意思、熱意などにもとづく地域住民の地域資源に対する支持、⑥地域ブランドを仕立て、そして、地域ブランドとして仕上げるための有効なマーケティング戦略の模索などが考えられよう。

ここであげた形成要件のそれぞれが満たされているかどうかで地域ブランド化できるか否かに作用する。いいかえれば、これらを組み合わせブランド化へ仕掛けることこそが必要であり、まさに地域ブランドを作り上げ、育成し、地域活性化へ役立つように発展させるためのマーケティング戦略そのものになる。さらに地域ブランドを形成する際に忘れてならない点は、消費者がその地域外で購入しているのではなく、その地域に消費者を呼び込み、現地で購入されてはじめて地域ブランドのより深い意味合いを持ってくることである。これこそ、まさに地域ブランドを生かした地域活性化につながるのではないだろうか。

2. 新上五島町の地域ブランド発掘と地域力

さきに明らかになった地域ブランド化への形成要件を新上五島町の地域資源に当てはめてみると、以下のようなことがわかった。すなわち、伝統的地場産業としては認知されてはいるものの、その製品は現代の消費者ニーズにはあまり合致しておらず、今後は、消費者ニーズを的確

に把握しそれらを生かした製品の開発や生産体制に変更しない限りは、地域ブランド品としての可能性はあると推測したものの、そのブランド化への道のりは遠いように思われる。しかしながら、当町の各資源を生かしたものは、品質を保証する技術やそれに基づく生産体制・実績が積まれている。つまり、新上五島町という地域内ですでに生産されている、言い換えれば、地域指向性が高く、また、即行性も高く、すでにブランド化へ向けた基盤は出来上がっていると考えられる。このような実状を考えると、先に明らかになった当町が抱える問題点は少なくはないが、この点を克服すれば地域に根差した地域ブランドとしての可能性は十分に成り立つのではないだろうか。

さらに、地域ブランドの地域ブランド化へは、地域のあらゆる分野からの参加が必須であり、今回行われた産・官・学連携の試みはその一方といえよう。地域を活性化するためには、その地元だけではなく、産・官・学の連携は欠かせないものである。この推進方法は最も有効な方法の1つである。支援システムなどの行政側のサポートやコンサルタントとして外部からの支援など、地元の取り組みには限界があるため、産業はもちろんのこと、行政や、コンサルタントなどそれぞれ環境の異なる機関が1つとなり、地元を支える地域ブランド化へ向けたシステム作りは欠かせない。

また、地域資源の開発などに対する地域住民のブランド化に対する合意や意思、熱意などの地域住民の支持は現段階においては、不明だがこの点も忘れてはならない重要な課題であろう。地域住民による地域やそこに根ざす資源への思いや情熱の盛り上がりこそ地域資源を活用し、ブランドに仕立て上げる際の第1歩であることは間違いなし。地域住民の地域産業に対す

る意識、言い換えるならば、自分たちの暮らしている地域を愛し、誇りに思いながら、地域産業への情熱や熱意、愛着などの高まりがあってこそブランド化などへの取り組みが始まると思われる。

地域ブランドの成功は、そのブランドを発掘し、育成しただけでは十分ではない。それを成功させるためには、最終的にはマーケティング戦略が最も重要になってくる。今後この分野における研究は急務と考える。今回行ったさまざまな調査をもとに、明らかになった問題点や課題を中心にこの地域の特性や各資源を生かす方法を模索しなければならない。その最も有効な方法として、マーケティング戦略がある。地域の特性やコミュニティーとの組み合わせ、あるいは、地域産品の魅力的なインセンティブの提供、それらの効率的な流通、将来を見込んだ利用者へのプロモーションなどについて積極的で効果的なマーケティング戦略を駆使し、地域ブランド化へと仕組み、仕上げるのが急務の課題として挙げられる。

IV . まとめ

地域経済の活性化のためには、いろいろな視点からの試みがあるがその1つとして地域ブランドの発展や創出が地域を活性化するための1つの重要な課題となっている。長崎県新上五島町にうもれていた各地域資源を対象としてそれをブランド化することにより地域経済の活性化、言い換えれば、地域力の向上につながる可能性を見出したのである。しかしながら、地域ブランドの候補作を見出しただけでは地域力の向上にはつながらない。むしろ、地域ブランドになりうる候補を見出すことは比較的容易なことであるがそれを育成し、多くの消費者に認知

し購入につなげるこそがむしろ困難な作業であり、この地域ブランドとして広く周知する際にとられるマーケティング戦略が重要となることがわかった。つまり、見出した地域ブランドを活用し、地域力の向上につなげていく際には有効なマーケティング戦略が最も重要となりこの点こそが地域ブランドと地域力を結ぶキーワードになるのである。

地域力としての地域ブランドの役割は、何よりもまず、その地域の活性化を促すことである。そして、そのことにより、その地域に暮らす住民たちの所得の増加や地域における知名度の向上、地域ブランドの相乗効果による地域の成長そのものが見込まれる。

地域ブランドの発掘からわかるように、地域ブランドになる候補資源の発掘はさほど困難な作業ではない。

その後の育成と最終的に成功するためには、有効なマーケティング戦略およびそれを支える公的な後方支援システムの構築がカギとなるであろう。

今回、長崎県新上五島町の各種地域資源をその地域における有効な活用資源として発掘し、それを地域ブランド化しながら、それを生かすことによって地域活性化を図ろうとする試みを行った。

地域活性化へのアプローチとしては、さまざまな方法が考えられる。地域ブランドは、地域の資源を活用し、その価値を高めることによって、地域経済の成長や活性化につなげることが可能といわれている。

将来的には、長崎県経済の活性化のための「地域力」として充分機能することが出来る。

地域資源を生かした地域の活性化により、その地域に地元以外の人々をも呼び込み、その人達がその地域ブランド品を購入することによ

て、そこで経済効果が現れることは明らかである。このことによって、地元民の所得増加や雇用の拡大にも大きな影響をあたえるであろう。

地域ブランドの対象としてその可能性が十分に備わっているとされる新上五島町の地域資源を現代の消費者ニーズに合った商品の開発や販路の開拓により、地元の活性化に役に立つよう今回明らかになった課題を中心に組みながら、さまざまな方面から取り組むことこそが現在与えられた重要な使命であり、これを実行したときに地域の経済力・地域力が向上しその地域経済の活性化をもたらすと考えられる。