

地域経済ウォッチング

いわき民報 2013年1月17日(木曜日)

地域活性化のマーケティングを考える —風評に負けない地域ブランドづくりを—

地域コミュニティの育成が必須

東日本国際大学経済情報学部准教授

山田 紀浩

東日本大震災の復興事業は、現在日本中の関心事であることは間違いない。震災当初から、大地震と大津波により多数の人命が無残にも奪われた岩手・宮城の三陸地方には、国内外から多くの善意とボランティア等の人々が集結し、また福島県にも多くの善意が届けられた。ただ地震や津波からの地域復興は、これまでの人類の歴史的経験から実証された研究があり様々な研究機関も入りやすい。しかしいわきが抱えてしまった原発事故による風評被害からの克服問題は、人類歴史上、経験的研究はもちろん実証されたものもない。そのため外部の研究機関も簡単には手を付けられず、手探りで当事者の大学がその克服事業に取り組んでいるのが実情だ。本学地域経済・福祉研究所(所長:福迫昌之)では、「いわき市物産品および観光商品の高度化と体制整備による風評被害克服・地域活性化のための調査・実証実験事業」をいわき市と委託契約し事業推進をし、また震災復興プロジェクトでいわき明星大復興事業センターと連携し設立した『いわき地域復興センター』では、「被災地の情報発信による観光まちづくり事業」で地域情報メディアと連携した放射能及びいわき地域に関する情報の国内外への発信等を行っている。こうした取り組みの積み重ねが原発事故による風評被害克服のための貴重な経験的研究となっていくのだろう。ただしこの経験的研究が参考にされることは決してないことを切に願う。

ところで東日本大震災は、特に海外ではすでに過去の出来事と風化しつつある。だが原発事故のフクシマに対する負のイメージは固定化し残ってしまったようだ。また国内ですらフクシマに対するその感は否めない。いわきの復興および活性化はこの負のイメージからであり、これに負けない地域ブランドづくりであることをまず認識しなければならない。

そこで地域ブランドづくりに関しての多くの先行研究を浅学にも検討すると、“ブランドには各々表現したい世界観があり、人々はその背後にある世界観に惹かれる。まちのブランドは単なる見栄えではなく、そのまちが持つ背後の世界観の表現が不可欠となる。そして対象となるモノ(財)が予め存在し、何よりもヒト、そして場所性が重要だ”となるようだ。また地域ブランドづくりで成功したまちの共通点には、必ず地域コミュニティの活性があった。

この点からいわきの現状を私見で検討する。まずいわきブランドの世界観に関してだが、特に今回の震災でいわきは変貌してしまった海岸線、子供でも分かる遺体安置所、学校給食はコッペパン・牛乳・デザートのみ、そして風評被害のやるせなさ等、非情な苦痛を受けたが故の深み、つまり表現したい世界観がうずくまっている。その世界観は文学や芸術の素養にもなるが、ここでは汚濁水から美しい花を咲かす蓮のごとき発想から、いわきが表現したい世界観とモノをいわき人たちが検討すべきだろう。

そしてモノ(財)についてだが、いわきの風評払拭の個人的な目安は、震災前に普通に見られた光景だが、いわき沖で獲れためひかりやかれいをいわきの空気で天日干しし、その干物が市場に出回った時と思う。ところでいわきの風評被害は原発、つまり現代社会の中でも最も高度に発達した科学技術の事故による。この地は高度な科学技術で傷付いた。復興も最高の科学技術だと思う。今原子力と双壁を担う高度な科学技術は宇宙開発だろう。先進国間で技術開発及び市場獲得で昼夜凌ぎを削っている。内向きな技術開発でガラパゴス化した日本の電子産業の失敗を繰り返さず、高度な科学技術産業をいわきから世界へということ、素人思案である。もちろんモノ(財)は、いわき人のエネルギーが創り出して行くものだ。

またブランドづくり成功には必須の地域コミュニティの活性についてだが、現在小名浜で大型商業施設進出の対策の意見交換会が月1回、小名浜まちづくり市民会議を中心に多い時には50名程の人が集まり行われているが、ここでの屈託のない話合いは難題を乗り越え前進していこうという力を感じる。こうした動向が他地区でもあるようだが、成功の基盤である活発な地域コミュニティがより育成されてほしい。

いわきは地理的に海と山に囲まれ昔から食べる物に困らなかったため、対外交流の必要がなく地元交流だけで生きていけた。その伝統が現在のいわき人の気質となっているため、対外交流は下手とよくいう。しかしこれはいわきばかりでなく日本全体の問題のように思える。日本は高度経済成長を成し遂げ、1億2千万人を超える人口を抱える日本国内を対象に事業を起しても成り立ってきたかもしれない。しかし世界人口が70億人といわれる中で、内向きなガラパゴス化した日本産業や今の政界から外向きな姿勢は見受けられない。いわきの復興は日本の再生に繋がるのではなかろうか。いわき伝統のモノ(干物)で風評払拭、そして新ブランドで再生をと切願する。