

来年の議案にそのまま使える背景・目的

背景 地域ブランドの確立を目指す!

私たちの地域には多くの魅力ある地域資源がありますが、それらが十分に活用されず、経済的価値へ結びついていないことで、地域経済の衰退につながっています。その原因は、地域資源の価値や魅力が十分に理解されていないことにあります。そのため、地域に暮らす私たち自身が、その魅力に気づき、住民とともに地域資源として価値を確立することで、地域内外で経済が循環しつづける地域である状態にする必要があります。

目的 地域ブランド確立に向けたアクション!

地域の魅力をあらためて見つめ直し、その価値を地域ブランドとして確立することで、将来にわたり地域が発展し続けることにつながるという認識を醸成し、当事者意識を持って主体的に行動する地域の人々が増えることを目的とします。

運動手法

① 地域資源を決める(事業)

まずは地域資源の候補をできるだけ多く挙げます。(例:農産物、観光資源、文化、技術など)その上で、「行政(観光・農林水産担当)」「協働できる生産者や関係者」と意見交換を行い、「市場性があるか(売れる可能性)」「継続できるか(持続可能性)」の視点を取り入れて、候補を3つ程度に絞ります。その後、協働候補の中から**最も熱量が高く主体的に動ける生産者を選定**することで、事業の自走性を高めます。

② 商品・サービスとして形にする(推進)

選定した資源について、「誰に届けるのか(ターゲット)」「どのような価値を伝えるのか(ストーリー)」を明確にします。その後、専門家の意見も取り入れながらマーケット調査を行い、LOMの事業(例会)やイベントを活用して試験販売やお披露目を実施し、実際の反応をもとに改善を重ねます。これにより、仮説検証を繰り返しながらブランドとしての完成度を高め、認知拡大へとつなげていきます。

③ 地域に定着させる(事業)

ブラッシュアップされた資源について、「行政」「地元企業」と連携し、販路拡大や継続的な発信を行います。LOMはあくまで支援の立場として関わり、最終的には**生産者や地域主体で継続できる仕組みを構築できる**ようにします。さらに、地域内での認知を高めること(LOM事業で使うなど)で、外部だけでなく地域住民にも価値が共有される状態を目指します。

どんなLOMに向いてる? 魅力ある資源はあるが、気づき、行動、連携につながりきっていないLOM

それぞれの地域には独自に発展した理由があり、その理由をもとに今のまちがあるはずですが、しかし、何もないと地域住民が言ってしまうがちで調べようとあまりしない地域や、それぞれの活動が点になっていて横との連携が取れていなかったりする地域は、実は魅力があるにもかかわらず本領を発揮できていない地域です。そんなLOMにはとても向いています。

この運動をするとあなたの地域はどう変わる? 地域の魅力が再認識され、地域の発展に繋がります

どの地域にも発展した理由があり、そこには文化や資源が眠っているはずですが、そんな魅力を再認識し、あきらめかけていた地域へのマイナスイメージを域住民の人たちが自信をもって活動しポジティブに地域とともに発展しようという気持ちになります。

Point 運動構築におけるアドバイス

- 資源をブランド化する前に、候補をいくつか選定し、地域の資源として持続可能か専門家と話し合おう。
- ※ 専門家の手配が難しい場合は、行政の担当部署に相談することで有益な情報が得られます。
- 地元企業、行政、専門家と一緒に協働してみよう。
- 協業する関係団体は熱量の高さを考えて選定しよう。
- 単年度ではなく少なくとも中期的な視点をもって取り組もう。
- モノ消費だけでなくコト消費も含めた視点で考えると、なお持続可能性の高い地域ブランドになる。
- 家族と一緒に自分たちの住む地域の魅力を考えてみよう。

