

【地方創生】

- 8 経済成長
- 9 産業・観光
- 11 持続可能な消費
- 14 海洋資源
- 17 パートナーシップ

人口減、産業の衰退、東京との格差。このままでは持続可能すら危うい。そんな、悩める地方自治体が駆け込むPR会社、大阪にある。数々の街に自信を取り戻させたプロモーション。切り札は「食」だ。

食PRが育む、地方の“自信”。 持続可能な豊かさに光を当てる

これまで手がけた地方からの盛上げ依頼案件は3000あまり。有名なところでは「うどん県」で香川県を、「佐世保バーガー」で長崎県佐世保市のPRを成功させてきたのが、TMオフィスの殿村美樹さん。さほどの有名PR会社であるさぞや、オフィスにはクライアントの目を眩ませる威圧感がと期待したが、いって普通の事務所。拍手は、そんな小事は序の口。殿村さんの仕事は、ことごとく人の予想の逆をゆくのだ。

そもそも「地方は衰退している」という認識こそ逆、と殿村さんは言う。「だって、生きていくための土台、衣食住と豊かな自然が揃っているのは地方でしょ？東京一極集中は、戦後に統制のために作られた流れ。その中で「地方は活性化が必要」という空気が作られたんです。」「地方創生」は、殿村さんによれば、東京の価値観に立つもの。「魅力



TMオフィス代表取締役、内閣府地域活性化化統帥、一般社団法人地方PR機構代表理事も務める殿村さん。左/著書「すこすぎる! 武待たちのPR戦略」(ワニブックス)で、歴史上の人物たちのPR戦略を分析。日本てただ一人の「PR歴女」だ。

常識の逆の発想で 隠れた宝に光を

例えば、静岡市で光を当てたのは、地味な存在だった桜エビ。誰もが推す富士山や緑茶の逆を張った、というのも、桜エビが獲れるのは台湾と駿河湾だけ、しかも生食できるのは港が清潔に保たれている。由比港だけとわかったから。これを「世界オンリーワングルメ」とPR。大きな反響が、半年で2億円以上のメディア効果を観光客を呼びこんだ。

「たいの地域でそうなんですけど、魅力のあるものほど沈んでいる。しかも、魅力を感じたと思込んでいたりする」。佐世保バーガーもそう。米軍基地の街

生の桜エビが食べられるのは世界でこだけ。キャラクターグッズにもなり、桜エビ祭りには多くの観光客が集まったが、地球温暖化のため不漁に。



らしい食文化だが、地元の人には基地のネガティブなイメージを気にしていた。しかし、あえてここにPRという強い光を当てることで、佐世保は「おいしいバーガーを食べにいった街」になった。「この地方の世界オンリーワンはコレです」という発信をどんどん積み上げていったら、そういう空気が生まれてきます。それに乗って大企業が関連商品を作り始めると、地域の経済が回ってゆく。そこで初めて、地元の人が自信を持つんです。官製の地方活性化策が、交付金や規制緩和を上から投下するのに対して、殿村さんの手法は逆。地元と一般の人を巻き込む、ポトムアップのブーム作り。その最強のテーマが、人を巻き込みやすく、動かしやすい「食」だ。



地産品に桜エビのようなユニークさがない場合はどうか。800年前から栽培されているのに宇治や静岡に比べてブランド力や劣る岐阜の美濃白川茶に、殿村さんは「戦国武将のコスチュームで茶摘みをしては？」と提案した。「美濃の武将た

ち、信長や織部も飲んだかも？」という想像は、この地ならではの歴史ロマンとともに、日本人の心に刺さる。「もともとPRって、アメリカのものなんです。それをそのまま踏襲しても地方では使えない」。学べべきは歴史。殿村さんは、語り継がれる歴史上の人物こそが日本流PRの成功者。土地の風土や歴史は、よそにはないブランド、心打つ本物のストーリーの源泉だ。

自信が、地方の豊かさに 気付けさせてくれる

とはいえ、ブームはいつかは終わるもの。その後も、地方は自信を持ち続けることができるのか。桜エビで注目を集めた静岡市は2018年から不漁に見舞われてしまった。このブームが経済効果だけを求めた「土から」活性化策だったなら、桜エビは切り捨てられたかもしれない。しかし、地元はその逆にも動いた。海の資源を研究する海洋産業クラスター協議会が発足。桜エビの生育環境の保護と、持続可能な漁の研究が始まった。産学官、漁師も観光客も。立場の違う人たちが一つに束ね、海と地方の豊かさに目を向けさせたのは、世界オンリーワン、プリプリの生の桜エビの味だ。



地域の産学官などが連携して海洋・水産分野の新事業の創出を目指す静岡市海洋産業クラスター協議会(MICCS)の「由比サクラエビプロジェクト」で、桜エビの群れを撮影するための開発されたカメラシステム(©MICCS/東海大学海洋学部)。

TM オフィス www.tm-office.co.jp

SDGsとは？

SDGs (Sustainable Development Goals) とは、国連が掲げる「持続可能な開発目標」。17の分野別グローバル目標と、それに紐づく169項目のターゲットが盛り込まれ、2030年のゴールを目指し、世界の官・民・企業が共に普及推進活動に取り組んでいる。

