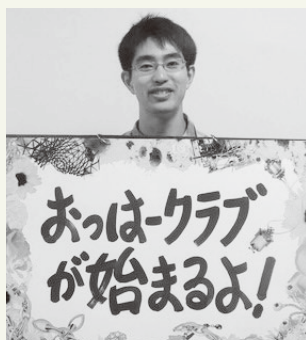


地方創生からつながる・ 始まる地域おこし

【最終回】 「地域“超”密着」を推進して 飛躍させる



井上 貴至氏
いのうえ たかし
長島町副町長

■プロフィール

1985年、大阪生まれ。大阪星光学院高校、東京大学法学部卒業後、2008年総務省に入省。2015年4月、地方創生人材支援制度の鹿児島県派遣第1号として長島町役場に赴任、同年7月から副町長に就任。

週末は地域の隠れたヒーローを訪ね歩く。「ミツバチが花粉を運ぶように全国の人をつなげたい」。

阪急交通社が長島大陸支店を開設

世界一のブリの町・長島町は、自治体として全国で初めて阪急交通社(松田誠司社長)と観光振興に関する連携協定を締結しました。

11月1日から役場内に、阪急交通社が長島大陸支店を開設。鹿児島支店から毎週、担当の職員が長島町を訪問します。常駐の職員はいませんが、九州では、福岡、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄に次ぐ八つ目の支店として、観光庁にも正式に登録しました。人口1万人強の長島町がまるで県庁所在地になったような気分です。

これまで阪急交通社は三大都市圏に本社を置く旅行会社として初めて長島町のツアーを本格的に企画し、既に1600人を超える方々を送客していますが、これから次のようなことに取り組んでいきます。

- 阪急交通社と、役場や事業者が定期的に意見交換を行う
- 地域“超”密着のツアーを販売する
- 長島町の特産品をツアーのお土産品などとして販売
- 経験豊富な観光のプロのアドバイスを頂き、必要な施設改修や環境整備などを行う



もはや行政だけが公共を担う時代ではありません。企業や大学の専門性をうまく活用していくことが極めて重要です。特に、観光については、役場職員が町の中だけで頑張ってもほとんど効果がありません。

外のお客さんは何を喜ぶのか、地元の良さを外の人にどう伝えればいいのか、どうすれば来てもらうのか…中と外の連携、とりわけ大手旅行会社との連携が有効です。

町から「地域“超”密着」ツアーを提案



阪急交通社との連携は、広告効果としても莫大なものがあります。阪急交通社は、長らく、日本で一番新聞に広告を出稿しており、例えば、「長島町で世界一のブ리를食べよう」という広告が写真付きで大きく掲載されることで、卸売り販売が中心で価格が低迷しがちなブリなどの食材の一般消費

者の認知度を高め、高収益化と後継者不足の解消を図っていきたいと考えています。

これまで広告と言えば、大手代理店に丸投げして多額の費用を支払うケースが散見されましたが、長島町では、阪急交通社に対して広告費を支払っていません。むしろ、月額800円とはいえ、家賃をいただいています。

なぜ、連携が実現したのでしょうか。それは、一方的にお願いするのではなく、企業にも魅力的な夢を描いたからです。失敗を恐れず、相手の懐に飛び込んだからです。

旅行業界では、旅行商品の画一化やインターネット上だけで取引を行う旅行会社の台頭により、オリジナリティーと付加価値の高い商品の開発が求められています。

その対策の一環として、阪急交通社に対して、地域“超”密着という新たな事業領域を提案しました。

例えば、ブリと言えば、僕も長島町に赴任するまでは、刺し身や照り焼きしか食べたことがありませんでしたが、地元では特産のアオサでしゃぶしゃぶにし、時期によっては卵を焼いて食べます。あるいは船に乗って餌をあげることや、高品質で統一された餌を人間が食べることもできます。それらをツアーにすることで、オリジナリティーと付加価値の高い商品が生まれます。

毎月の定例会では、関係各課や商工会、漁協、焼酎工場などの事業者、そして海を挟んだ隣町天草市(熊本県)からも市役所や事業者の方々が出席。長島町側からさまざまなツアーの企画を提案するだけでなく、

■長島町はぐるっと一周フラワーロードなど花に力を入れているが、写真を撮れるところが少ない。そういうポイントをつくった方がいい。

■新鮮なブランドブリを漁港のそばで食べられるのは大きな魅力だが、簡単でもいいので料理や部位の説明をすることでより満足度が高くなる。解体ショーのようなものがあればより集客につながる。

など阪急交通社のプロフェッショナルからも具体的なアドバイスをいただき、改善を繰り返しています。



官民連携、広域連携、DMO…などと言われるものをメンバーだけ決めてカタチから入ると、堅い・決まらない会議になりがちですが、ツアーという身近なゴールを見据えて自然にできているのが長島町の面白いところだと自負しています。

小回りの利いたサービスに活路

ところで、地域“超”密着という発想は、鹿児島相互信用金庫(そうしん)の日頃の活動から着想を得ました。

2月25日(土)、城山観光ホテルで開催されたそうしん85周年記念式典。稲葉直寿理事長があいさつの中で「信ちゃん、これは私の名前ではなくて信用金庫の職員という意味ですが、“信ちゃん、ちょっと寄っていけ”とよく声を掛けられた。それが私の信用金庫人生の懐かしい思い出です」と語られていましたが、まさに地域“超”密着を端的に表しているのではないのでしょうか。

先日、そうしん長島支店から川床石油設備工業(長島町)の牧一行社長を紹介いただきました。川床石油設備工業は、水道事業、ガス事業、ガソリンスタンドなど幅広く手掛ける企業。一人一人の職員を大切に、毎年、数百万円の資格取得のための費用を積極的に投資しています。

お願いされれば、どんなに小さなことでも、すぐに対応するのがウリ。水道の修理や豆電球の交換のため、夜間、離島の獅子島までチャーター船を出すことも厭(いと)いません。

ひとつひとつの積み重ねで、地域から愛され、信頼を集め、風力発電所の現地事務所など規模の大きな仕事や新たなビジネスにもつながっています。

不動産や葬儀場などの業種に限られず、都市部の大規模会社単体では対応しにくい地域“超”密着は、田舎が生き残る一つの道だと改めて実感しました。

「地域“超”密着プラス」でアイデアを形に

一方で、田舎の小さな事業者は、その良さがなかなか伝わっておらず、人材確保などに苦しんでいるという問題点もあります。

そこで、長島町では、ビズリーチ社の求人検索エンジン「スタンバイ」にて、設備オペレーター、土木作業員、バス運転手、介護職員など町内のさまざまな企業の求人を一元化・見える化し、全国から広く募集することにしました。ハローワークで取り扱う求人だけでなく、今後は、後継者候補や共同経営者(=嫁)なども積極的に、かつ分かりやすく募集し、U・Iターンに繋(つな)げていきたいです。

お金もほとんどかからないので、前からずっとやりたかったのですが、

- パソコン操作が苦手である
- 何をどのように伝えればいいのか文書にすることに慣れていない

など長島町の事業者にとってはハードルが低いことも事実です。

今回は、町の事業者向けのワークショップを開催するだけでなく、提携するリディラバの担当者が希望する事業者を全て個別に訪問、一対一で丁寧に対応してくれました。

手間暇をかけながら、新しいアイデアを形にする「地域“超”密着プラス」をこれからも進めていきたいです。