

## 講演「日本のローカルの価値と可能性と課題！—野遊びを活かした地方創生」

講演者：スノーピーク地方創生コンサルティング(株) 代表取締役社長 後藤 健市

前段の話で日本のローカルの価値と可能性についてはほぼ言い尽くされている感がある。では、課題は何なのか。地域のまちづくりの現場には民間の人も行政の人も含めて、それぞれ観光や環境に従事して地域活性化をしているとする仕掛け側の人が集まっている。しかし、仕掛けだけ頑張ってもダメで、それを楽しんでもくれる側の人在那里に参画していないといけない。これはマーケティング的に言うと、プロダクトアウトかマーケットインかということ。もう1つは、住民の行政への依存意識があまりにも強いこと。変えないといけないのは、それぞれの地域に暮らす住民の意識だと考えている。私は、実際に現場に関わり、そこに関わる人が本気で楽しみながら動く自主的な仕掛けをどうやったらできるのかということにこれまで取り組んできた。

地域が抱えている課題はいろいろあるが、まずは地域の現状を正しく受け入れられていないことだと思う。地域づくりの話は、具体的に何をしないとイケないかを議論することが重要だが、現状に文句を言ったら国や自治体が何とかしてくれるという意識から脱却できていない場が多い。地域の現状であり、その課題を客観的に受け止めない限り次に進めない。今を素直に受け止めて、その上で何をするかを考えることが必要。自然景観、空間、さらに海外から日本への期待も含め、地方には素晴らしい資源が豊富にあるが、その地域の人たちは何もないと言う。何もないと言っている人に何が無いのか聞くと、だいたい答えられない。地域に今あるものの価値をどうやって見つけ出すのか。それを私たちは、野遊びというキーワードでうまく仕掛けようとしている。。まずは、自分の中でグローバルな状況を意識する。人間は言葉の生き物なので、言葉をうまく使うことが必要。なので、私はバリューとエッジという言葉にグローバルという言葉を加えたグローバルバリュー、グローバルエッジと使ってくださいといつも話をしている。

地域の活性化というと、最初に出てくるのはモノの販売。。地域のモノをどうやって売っていかうかという話だが、すでにモノ、人、情報、そしてお金が世界中をノンストップで24時間動き回っている子の今の時代のモノ売り戦略は、グローバルを意識することが不可欠である。モノの本質的な価値を世界的なバリューにつながるようにするためには、地域のそのものである地域の歴史・景観・環境などを使うことが重要。グランピングも野遊びもそうだが、その場所だからこそその楽しを提供することが重要。そして、さらに重要な地域資源は人。タイは観光での外貨獲得を仕掛け、微笑みの国として日本を始め、世界に売り込んでいるが、まさに人を軸にした戦略である。私は、場所という言葉にこだわって活動してきたが、場所にはコンプレックスもあるし、場所には匂いも文化もある。そういうものを意識していくと、地域に暮らす自分達の個性も含めて、その地域の魅力を再認識することができる。地元の人がある地域を何も無い・ダメな所だ言ったら誰も行かない。自分達が客観的に地域の価値を認識をし、発信しないとイケない。多くのみなさんが自分の地域に対して場所コンプレックスを持っていて、どこかの都市と比較をして、オレのところには何もないと言う。そのコンプレックスをプラスに活かせないと全うなアクションは起こせない。今日は国立公園を中心に話があったが、ただきれいな水が流れているだけでもものすごいグローバルバリューがある。それをどうマネタイズするのか、ということ

をこれからやらないといけない。場所には旬があるので、1年中ずっと凄くなくてもいい。ある季節や気候の時にその場所を思いっきり楽しむことが重要。花見や月見など、日本は場所の旬を活かした野遊びを各地で昔からやってやってきたことで、我々が新しく言っていることではない。それを仕掛ける時に大切なことは、量ではなく質だという話をいつもしている。豊かさをものではなく、時間に求めるという意識が重要。オーストラリア、ニュージーランド、欧米などでは、そういう楽しみ方をすでにちゃんと仕掛けて地域の観光を組み立てている。日本において、我々はまだそれをうまくできていない状況にある。その状況を正しく意識した上で仕掛けることが重要だということを私自身も感じている。豊かな時間を過ごす仕掛けをするためには、モノの質も重要。これは働き方改革にもつながることなのだが、自分達が地域でどう豊かに暮らすのかを考える時、まず自分達の足元をしっかり見たら地域に今ある価値がちゃんと見えてくるという話をしている。実際にどんなことをしているかという、楽しいと美味しいで、場所と人、人と人をつないでいくこと。美味しいものを食べたり飲んだりすると、みんないきなり笑顔になる。その仕組みをちゃんとデザインして仕掛ける。スライドにS級と書いてあるが、これまで地域で取り組んでいるB級グルメもいいしA級も当然いいが、あえてS級を仕掛けることを提案している。人を遠くからわざわざ呼んでくるためにとき、地域にある景観と食どうつなげてデザインしていくのが重要。河原で何かしようとなると地元の仲間の集まりだとBBQをして焼肉になるが、それをちょっと変えてS級にするだけで外からわざわざ来る仕掛けになる。大した金をかけなくても出来る。そこにはセンスが必要だが、そこをしっかり仕掛けることによっていろいろなことがS級になっていき、来た人がそこで豊かな時間を過ごした時に1,000円でも高いというレベルではなく、10万でも安いと感じる場を提供できる。

外だからこそ楽しいということを都会でも仕掛けているが、野遊びで地域を磨く場を作ることを仕掛けていくと、何も無いと言っている地域の当たり前のものに価値を感じるようになる。前段のお話の中に文化のことに触れられていたが、まさに地域にリアルにあるものは本物であり、それをどう活かすのが重要だということを私達も現場で行動しながら感じている。重要なのはデザイン力。本物だからそれだけでいいということではなく、それを楽しむ仕掛けづくりにはグローバルに通用するセンスが必要。地域が主体になり、外からの知恵もうまく活用しながら地域づくりをしていくことで、わざわざ人が来るようにできる。さらに言うと、ついでに人が来るようになる。人が大勢集まる大都市でなくても、人が海外からわざわざ来る主役に地域がなることもある。グローバルバリューというのはものすごい特別なモノだけではなく、地域の当たり前のモノやコトの中にあり、地域の人たちがそこにすごいグローバルな価値があると考えた時、さらに今から自分達から何かが始まるという覚悟を持ってくれた瞬間、みなさんが仕掛けていることの質が変わっていけると私はこれまでの自分自身の現場での経験から考えている。

「何かをやってもらっている、と国や自治体に依存しているのがダメなんだ」というのは、私自身が地域の現場で活動している民間人なので、自らの言葉として現場で活動している人たちに伝え続けている。

「たのがかっこいい」という言葉を作っているが、これは、楽しくてかっこいいということを地域づくりのなかで意識しようということ。楽しいというのは自己評価で、かっこいいというのは他者評価。自分達は地域の為に一生懸命にやっているのに周りがついてこないことも多々ある。それは内輪だけが盛り上がっていて外側は盛り上がっていないということの証であり、自己満足的な活動になっているということ。その一方で予算があるからカッコだけつけたイベントは一時的な盛り

上がりは見えるが、それを仕掛けている自分達が楽しんでいないと自らの金と時間を使ってまで継続する状況にはならない。だからこそ、楽しいとかっこいいをセットにしてやっていくのがいい。お祭りがその象徴で、本物の祭りは自分のお金と時間を使い、内容によっては命をかけてまでやっている。周りの人たちもそれに自らの意思でついてくる。それは「たのっこいい」から。

私が楽しみにこだわっているのは、楽しいこと、遊びには、皆さん喜んで時間も金も使う。今の時代、経済的には厳しいと言っているが、自分の好きなこと、趣味には金を使っている。新たなお金の流れを生み出すには、そういうところを仕掛けていくことが必要。しかし、私の過去 30 年以上の現場活動で感じているのは、まちづくりが真面目になりすぎている、そういう仕掛けができないということ。だから、これからの活動において、野遊びが重要になる。野遊びは今日日本が抱えている少子高齢化や経済成長の低迷などとは関係なく、どの地域でもできる。国立公園はそういう中でもトップクラスの場所。それ以外にも絶景ポイントは日本各地にあり、そこに人が行って楽しむということを仕掛けられるのが野遊び。そして、各地での仕掛けを楽しんでくれる人がいないといけいないので、野遊びのプレイヤーのネットワークも必要である。

国家は百年の大計でいいけど、地方は百年の大望でいい。野遊びをキーワードにして、「野遊び日本」を展開し、グローバルトップリゾートジャパンを創成していく。日本各地にある素敵な地域資源を磨きまくり、世界が憧れる日本再生を、地域の具体的な活動を仕掛けながら生みだしていくことを私どもは夢として持っている。キング牧師の有名な言葉である I have a dream。今こそ夢を持つことが重要だと私は思っている。「楽しいと美味しいで場所と人を繋ぎ、信頼と笑顔で地域を活性化し、全ての人の中にある遊び心で世界をハッピーにする」というを私の夢を見ていただいたが、とにかく、楽しいと美味しいというのが重要。実はこの言葉の順番が私は大切にしている。美味しいと楽しいではなく、楽しくて美味しいという順番。信頼があって笑顔がある状況が必要。今、野遊びでの地方創生をさまざまな地域、さらに行政や民間の方々と連携して、スノーピークの事業の中で取り組んでいる。