

平成 24 年度 政策研究会の報告(概要)

ふくしま自治研修センター政策支援部

政策支援部では、平成 23 年度から新しい事業として、政策研究会を立ち上げました(但し 23 年度は震災のため中止)。この事業は、特定のテーマを取り上げ県内自治体から参加者を募集し、外部講師との討論や他の参加者との勉強会などを行いながら、有効な対策や事業提案などを研究するものであり、平成 24 年度が実質第 1 回目となりました。

平成 24 年度のテーマは、原発事故で風評被害などに苦しむ福島県の現状を踏まえ、「ふくしまのイメージアップ」としました。そして、自薦他薦により関心をもつ自治体職員(県・市町村)ら有志 13 名が集まり、福島県・市町村への来客や商品・サービスの販売促進につながるような政策や事業提案について考えました。

研究手法としては、関連データなどの積み上げや分析ではなく、関係分野の有識者から話題提供をいただき、それをもとにワークショップ形式によるアイデア出しと参加者による討議を中心としました。ご協力いただいた有識者は、以下に記すとおりです。

平成 24 年 5 月～9 月にかけて、最終回での自主的な討議を含めて 5 回の研究会を行った結果、以下に示すような成果をまとめることができました。

【ご協力いただいた講師とテーマ】

第 1 回「風評被害のメカニズム」東洋大学社会学部 関谷直也先生

第 2 回「民間企業におけるブランド再生」山形芸術工科大学 関橋英作先生

第 3 回「水俣に学ぶ～水俣病から環境都市水俣へ～」地元学ネットワーク主宰 吉本哲郎先生

第 4 回「風評被害と6次化について」福島大学経済経営学類 西川和明先生

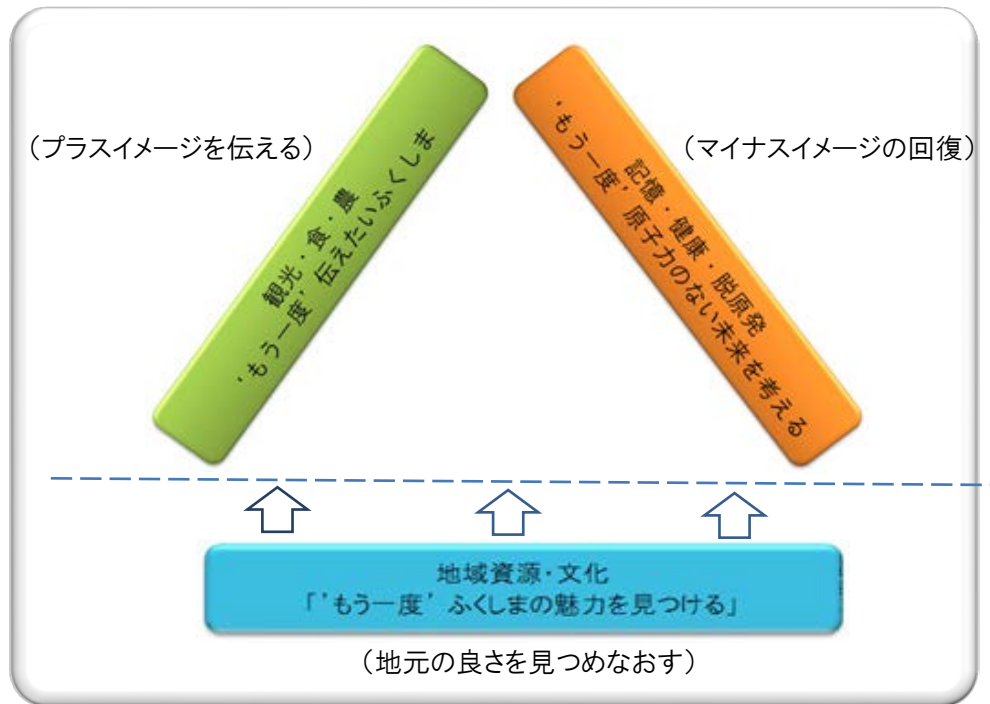
【提案コンセプト】

「ふくしま re-サイクル アクト」 ～やっぱりふくしまでよかった～

政策研究会では、原発のマイナスイメージを払拭するだけでなく、積極的にプラスのイメージを加えていくことを考えました。

まず、目をつけたのは、「ふくしま再生」。県内や県外の人々に「(以前の)福島をもう一度」、というコンセプトは外せません。また、人々の頭の中に根付いた印象というのはなかなか変えられないため、おそらく、イメージアップといっても数年で効果が認められる事業は限られ、かなり長期にわたる努力が必要と見込まれます。このため、誰でも参加できるような、みんなで繰り返し(サイクル的に)盛り上がる事ができる取り組みが必要となります。そのような認識のもと、考えた全体コンセプトが「ふくしま re-サイクル アクト」です。

提案コンセプト ふくしま re-サイクル アクトのイメージ



3つの‘もう一度’の取り組みがまわる

その1 ‘もう一度’ 伝えたい ふくしま

(ふくしまの魅力を伝える)

東日本大震災後、福島県を訪れた旅行者への調査では、「福島を訪れて良かった」と答えた方が 91%、さらにそのうち「再訪したい」と答えた方が 94%、という結果があります(※1)。多くの方々が秘めている「もう一度ふくしまに行きたい」「もう一度ふくしまを味わいたい」という思い。とくに訪問理由では、約 6 割の方が「過去に訪れたことがあり、良かったから」と答えています(※2)。そんなふくしまの魅力を ‘もう一度’ 伝えることができれば良いのではないのでしょうか。

(‘もう一度’ おどずれたくなる ふくしまのおもてなし)

ふくしまの強みってなんですか？人々にふくしまをもう一度感じたいと思わせるには、ふくしまの良さを伝えるには、ふくしまの強みを見つける必要があります。「ふくしまはこれだ！」と売り込む強みのひとつに、「おもてなしの心の強さ」があるのではないかと考えました。

【提案事業】

◆ふくしま‘もう一度’ストーリーキャンペーン

ふくしまにまつわる「もう一度〇〇したいけどかなわずにいるストーリー」を全国から公募する。

◆再来る(サイクル)ふくしま

福島の大らかな自然と、余暇産業のなかでも堅調な推移をみせるスポーツ自転車に着目する。裏磐梯、五色沼、猪苗代湖、鶴ヶ城を結ぶプロレースの開催。

◆プッシュ会津(中通り・浜通り)

面積が広く統一的なイメージが創りにくい福島県。そこで、福島県全体をアピールするのではなく、会津、中通り、浜通りの各地域ごとに順番で、数年程度の輪番制により集中的な全国アピールを行うことで、効果的に魅力を発信する。

◆ふくしまに泊まっておまけをもらおう

県内旅館に宿泊した方に、その地方独自の小さな民芸品をプレゼントすることでサプライズ感に訴える。地域ごとに異なる民芸品なので、コンプリートするには全地域に宿泊していただく。

◆青春81きっぷ

内閣府の調査では、高齢者の8割が募金・寄付等により東日本大震災の支援活動に関わっている。このことに着目し、県内老人クラブと全国の老人クラブとの交流事業を実施することで、全国の高齢者に福島県を訪問してもらう。

◆歌・唄・詩でおもてなし

数多くの民謡や唱歌が生まれた福島県。福島のご当地ソングを歌う「うたバス」を運行して、県内の歌、唄、詩のご当地を回ることで、「うた」によるおもてなしをするとともに、福島県の「うた」文化を全国に発信する。

その2 ‘もう一度’ 原子力のない未来を考える

(マイナスイメージからの回復)

原発事故により、今なお県産品や県内観光に風評被害が発生しているとともに、一方では、事故そのものの風化も懸念されています。また、福島産農産物の価格水準は次第に回復しつつあるものの、嗜好性の強い果物等を中心に依然としてなお風評被害が発生しているため、一層の科学的根拠のある情報発信が必要とされています。

そこで、風評被害などのマイナスイメージから回復を図るためには、①放射線に関する正しい知識の普及啓発、②ふくしまの現状の正確な情報発信、③事故の風化防止のための情報発信、という3つの観点からの対応が必要です。

【提案事業】

◆ふくしま版メドックマラソン ～ふくしま できっぺ(d'equipe) マラソン～

放射線について楽しく、正しく、健康的に学ぶため、フランスで行われているメドックマラソンのふくしま版を実施する。1日目が放射線に関する講演会、2日目がマラソンで、仮装したランナーが走り、給水所に地元のお酒や地元料理を準備するなど、明るく、楽しく、前向きなイベントにすることで、人々への放射線知識の普及と今回の事故を風化させない取り組みにする。

◆県内在住外国人はどう思っているのか主張する事業

県内在住の英語指導助手などに、原発や福島県の観光地などを視察してもらい、世界に向けて、ふくしまの今や、ふくしまの魅力について語ってもらう。

◆全世界一斉ふくしまデー

ふくしまを思う世界中の福島県人会と連携し、1日24時間かけて、それぞれの国からリレーアピールすることで、世界中にふくしまを発信する。

◆福島原発産業遺産化

福島第一原発の事故の風化防止と、未来の福島県民へのメッセージとする。

◆ふくしまを贈ろう

原子力発電所の事故で、県産品の贈答が控えられていることから、県民による県産品の贈答を促す県民運動事業を行うことで、風評被害払拭に努めるとともに、事故をわすれないようにする。

◆「なでしこの元気」で復興！

日本女子サッカーチームのトレーニング拠点を、ふくしま復興のシンボルとして会津地方に設ける。

◆被災地の体験・語り部ツアー

支援者、観光客、修学旅行生らを対象として、被災地を訪ね被災者の体験や教訓を聞くツアーを開催して大地震・津波による災害の大きさを疑似体験してもらい、今後の防災に役立てるとともに、風評被害防止に役立てる。

◆絆∞ 福島を忘れない 福島とともに歩み続けるプロジェクト

国連等を通して、国際的な経済団体と大規模なスポンサー契約を結ぶことで、復興や脱原発の取り組みを行う。

◆「ふくしま人」の思いを残すプロジェクト

メディアなどの協力を得ながら、県内震災体験者から「未来のふくしまの人々へのメッセージ」を募集することで、震災の記憶、風化を防ぐ。

その3 ‘もう一度’ ふくしまの魅力をみつける

(ふくましの魅力再発見)

ふくしまの魅力をホンモノにするには、地域の魅力を、その地域に住む人々自身が再発見する必要があります。自分達の良さを見つけること、自信を持つこと、それを周囲に伝えること、それが結局、ふくしまのブランド化と風評被害払拭につながるのではないのでしょうか。

熊本県水俣市が「水俣病」というマイナスイメージからの復活に成功した基礎には、時間をかけて、地道に、ていねいに、ふるさととの良さを見つめなおす取り組みがありました。

【提案事業】

◆僕らのふくしまマチゴト計画

県外の人間の協力を得ながら、県内の人がいっしょになって仕事をおこすプロジェクト。

◆我がふるさとオンリーワンコンテスト

県内自治体から、その自治体の「自慢のオンリーワン」をそれぞれ選んでもらうことで、福島県の着地型観光の発展につなげていく。単に自薦してもらうのではなく、産品が重複した場合には「果たし状対決」して、どちらかひとつに決する。

◆地産地消のカリスマ育成計画

ふくしまの魅力発掘は、企業経済ベースで取り組まなければ、なかなか長期的には続かない。そこで、新たに地産地消などで起業を目指す市民の方を対象に、自治体と金融機関、賛同企業が

連携してバックアップしながら、カリスマとなるような起業家を育成する。

◆ふくしまのハンサムウーマン 100

『八重の桜』にちなんで、県内で活躍する 100 人の女性に福島の魅力を語ってもらい、自治体の HP などでもアピールする。

◆FUKUSHIMA MUSIC ACADEMY

小中高は高レベルだが、就職などにより、成人クラスになるとレベルの下がるふくしまの吹奏楽、合唱など、音楽活動の底上げを図る。

◆魅力ふくしま発見！！

地名・人名に多い「福島」さんなど、いろんな場所、いろいろな場面での福島を大切にすることで、小さな幸せをみんなでも共有する事業。

◆ふくしま横断再発見ツアー

希望者を対象に、県内の市町村を数か所以上訪問し特長をまとめる。県の広さからくる地域性や文化の違い、魅力を知る。

最後に

研究会で実施したインタビュー調査（福島県などで活躍している中小企業診断士や県内の観光業者）で、次のような話がありました。

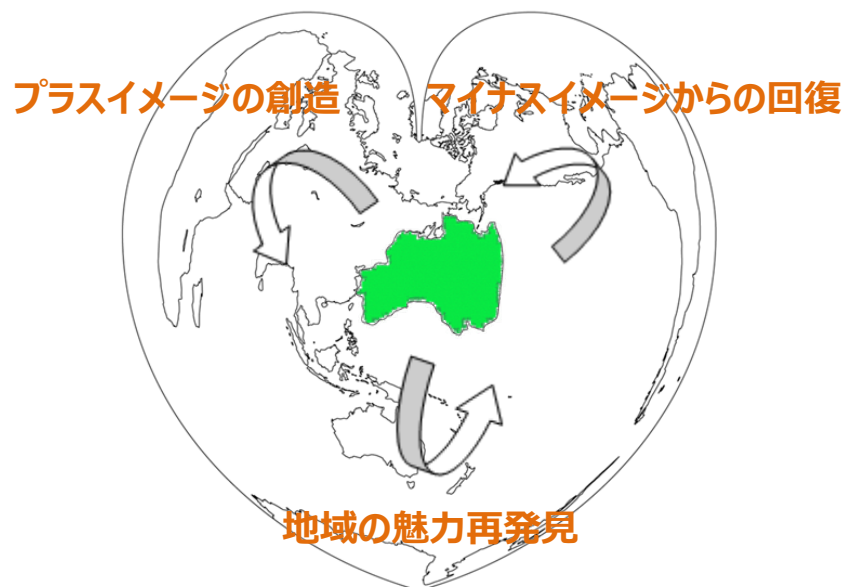
「福島は地域資源がとにかく豊富。住民が集まって、地元の食材や文化・歴史といった素材を見つけきて、そこに外部から専門家がひとり入って、わいわいやると何かしらはできてしまう。そういう地域は全国でも珍しい。」
「人々の旅行ニーズが団体旅行から個人旅行へ変化してきたことで、それぞれの地域ごとに、地元の人々が観光につながる素材を見つける必要がでてきた。誰かがやってくれるのを待つのではなく、地域の一人ひとりが自分がキーパーソンと思って行動してくれたら、すばらしくなる。」

地域資源の豊富な福島県に必要なのは、各地域で積極的な活動（アクション）を起こすことではないでしょうか。以上に記した各提案内容についても、さらに具体的な検討を続けたいと考えています。

最後になりましたが、当政策研究会にご協力いただいた先生方、また研究会に職員を派遣いただいた自治体の皆様に御礼申し上げますとともに、ふくしまの一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

「ふくしまから世界へ」。世界地図の形が「ハートでつながる世界」をあらわし、それぞれの矢印が「ふくしまから世界へ」の心意気を示しています。

「ふくしまから世界へ」



【出典】

(※1)「東日本大震災後の福島県への旅行対象者意識調査」<クラブツーリズム株式会社>(2012.6.19)

(※2)同上