

地域資源を掘り起こす

活用するために「磨き上げ」をする

ニーズをつかみ価値が伝わるように

前は地域資源を掘り起こす方法や見つける手法をいくつか紹介させてもらった。では発見した地域資源をどう活用できるものにしていくか。今回は地域資源の磨き上げについて書いてみたい。

掘り起こしによってたくさん地域資源が発見されるところが、いざ活用する

(有)アグリテック代表取締役社長

中田 浩康

なかだ ひろやす
東京農業大学卒業。1997年(社)農山漁村文化協会入り。2001年から北海道を拠点にフリーの農村ライターとして活動。03年アグリテック設立と同時に入社し、12年から現職。地域資源と観光を結び付けた「観光まちづくり」ビジネスを展開する。1975年栃木県生まれ。



際には、まずその地域資源について整理・分析しておくことが必要だ。目的に沿っているもの、意外な発見だったもの、希少性のあるものなど、グループやカテゴリーに分けて整理する。例えば観光をテーマにしている場合「景観」「食」「お土産」「歴史や文化」「アクトビティ」などで分類する。

ここで注意してほしいのが「この地域資源は必要ないな」と削除してしまわないことだ。前回でも書いたように「そこにあるもの」全てが地域資源になり得る。ただ、普通に生活しているときに「当たり前」過ぎるものを見落としがちなもの。その当たり前の中からせつかく見つけ出したものも、そこで削除してしまうと、また埋もれてしまうのだ。見つけた地域資源は「見つけっ放し」にしておかず、分類、整理をして、確かな地域の資源として積み重ねていく。

析するといふ。例えば同じトマトでも、世界には8000を超える品種があるという。数多くあるトマトの中でどのような特性のある品種なのか、生食用か加工用か、栽培方法にもこだわっているのかなど、その地域資源の特徴を一つ一つ深掘りして整理する。そしてそれらを一覧化し、どの地域資源が目的に沿って有効的に活用できるものかを分析してみる。

図1 VRIO分析による地域資源の評価

| | |
|-----------------------|-------------------------------|
| Value (経済的価値) | 高いお金を払っても価値のあるものか |
| Rarity (希少性) | 希少性は高ければ高いほど良い |
| Inimitability (模倣困難性) | 他者が模倣しやすいものか |
| Organization (組織) | 有効に活用するための組織体制やネットワークができていないか |

分析の際によく使う手法として「VRIO分析」というのがある(図1)。それに沿って分析していくと、掘り起こした地域資源自体が保有する強みや質、優位性を明確にでき、戦略的な活用策を見いだしやすい。こうした作業や考え方は「RBV(リソース・バースト・ビュー)」と呼ばれるが、私は分かりやすく「地域資源化」と言っている。

は、料理に例えれば立派な「材料」として使えるわけだが、それがなければいわゆる「素材」ではない。この素材を材料にする地域資源化の作業については、特にワークショップなどを開いて関係者みんなで一緒に整理していくと、地域資源の価値や活用方法などをより具体的に明確にしやすくなる。ぜひやってみてほしい。

農村での観光ニーズも年別別にさまざま

さて、実際に地域資源を活用していく場面では、どうしたらその価値を相手に理解してもらえるかが重要になる。当社のように観光での活用を主体にしている、と、地域資源を「シーズ」、

活用は「ニーズ(需要、必要性、市場性など)」として捉え、このニーズからシーズを磨き上げていくことが多い。

このような農村観光があるのも、都市部の人が癒やしやゆとり、安らぎなどを、農山漁村などに求めるようになってきた社会全体の大きなニーズによるものもある。

例えば当社では年に1回ほど、都市部住民を対象にした農村での観光ニーズ調

品としての磨き上げを行っていく。皆さんがスーパーやネットなどでモノを購入する際には、そのモノのブランドや内容、価格、パッケージや説明書きなどを見て購入を判断すると思う。サービスはそこが見えづらいため、購入するための判断基準をしっかりとつくり、商品の「見える化」をすることが大切である。当社は5W1Hにニーズの目安である「P(プライス)」と「T(ターゲット)」を加えて商品開発を行っている(図2)。商品化についてはまた機会があれば詳しく説明したい。

図2 観光商品開発における商品の「見える化」シート

| 体験観光プログラムを構成する要素 | |
|-----------------------|--|
| 5W1H + Price + Target | |
| 5W1H | 体験観光での項目 |
| Why | なぜ(このプログラムを行う背景・企画内容) |
| What | どのような体験(プログラム名) |
| Who | 誰が行うのか(ガイドやインストラクターは誰?) |
| Where | 場所(どこで行うのか) |
| When | ・プログラムの所要時間(体験に要する目安の時間) ・実施期間(通年、季節もの、曜日指定もの、単発もの) ・対応時間(9:00~18:00までならいつでも可、午前の部、午後の部など) |
| How | ・実施内容(プログラムの流れ、どのような体験内容か) ・参加条件(年齢制限や経験値など) ・必要な物(参加者に持参してもらいたい物) ・対応人数(最大~最少人数) ・支払い方法 ・キャンセル、中止などの対応 |
| Price | 価格(体験料金) ※体験料金に含まれるものも明示 |
| Target | プログラムの対象者(ファミリー向け、個人向け、団体旅行向けなど) |

アグリテック

5W1H+「Price」商品「見える化」する

そこで、いわゆる「5W1H(いつ、どこで、誰が、何を、何のために、どのように)」を考え、観光商

さて、私の連載は今回が最終回。いま世界中で新型コロナウイルスが猛威を振るい、感染拡大予防のため不要不急の外出が自粛されている。家にいる時間が多い今こそ一度、自分の住んでいる地域を見直し、地域の宝物を探してみたい。そして本連載が皆さんの課題解決に少しでも役立てば幸いである。