

# ～能登からの便り～

域際収支を改善する「地域経営と地域ブランディング」

(株)アスリック 代表取締役  
ふるさと財団 地域再生マネージャ  
石川県地域づくり協会 専任コーディネータ  
ふじのくにしずおか観光振興アドバイザー

濱 博一

はじめに

事例紹介の機会を頂き

ありがとうございます

# 自己紹介

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, green, red).

濱博一 經歷

# 自己紹介

Google

濱博一 経歴

すべて 画像 ニュース 地図 動画 もっと見る 設定 ツール

約 4,080 件 (0.60 秒)

**usric: 濱博一の経歴 - neting**  
[www.neting.or.jp/usric/staff/hama/keireki\\_hama.html](http://www.neting.or.jp/usric/staff/hama/keireki_hama.html) ▼  
2018/08/02 - 概略 [氏名・略歴] | 勤務先・職歴・学歴・資格等・人財登録等 | 講演・講座・セミナー・人財研修等 | 主要論文・著書等 | 社会活動等 | 主な業務経歴 | 濱博一 [氏名] 濱博一 (はまひろかず) [概歴] 昭和35(1960)年、静岡市生れ  
概略 [氏名・略歴]・勤務先・職歴・学歴・資格等 ... 講演・講座・セミナー・人財 ...  
このページに複数回アクセスしています。前回のアクセス: 18/05/23

**濱博一**  
[www.pref.ishikawa.jp/shinkou/dukurikyoku/coordinator/co11.html](http://www.pref.ishikawa.jp/shinkou/dukurikyoku/coordinator/co11.html) ▼  
濱博一 (はまひろかず) H29年度の活動紹介・コーディネート可能な分野・H30年度の目標など。  
(株)アスリック代表取締役。↳経歴金沢大学工学部建設工学科卒 (建設システム工学専攻) 金沢大学経済学部・金沢星稜大学：元非常勤講師。↳地域づくり活動歴 ...  
このページに 3 回アクセスしています。前回のアクセス: 15/08/31

**濱博一 - 観光振興アドバイザー - 静岡県 | LinkedIn**  
<https://jp.linkedin.com/in/博一-濱-2b952b47>  
世界最大のプロフェッショナルコミュニティであるLinkedInで濱博一さんのプロフィールを表示濱博一さんのプロフィールには8の求人が掲載されています。LinkedInで濱博一さんのプロフィールやつながりをチェックしましょう。

**[PDF] 濱博一 - ふるさと財団**  
<https://www.furusato-zaidan.or.jp/wp-content/uploads/2017/03/37hama-h29-1.pdf> ▼  
濱博一。(株)アスリック。代表取締役。9. ふりがな。住民参加・協働。生年月日。<経歴>。静岡県出身。金





## 【氏名】

濱 博一（はま ひろかず）

## 【概 歴】

昭和35(1960)年、静岡市生れ

(株) アスリック代表取締役

石川県地域づくり協会専任コーディネータ

ふじのくにしずおか観光振興アドバイザー（静岡県文化・観光部観光交流局観光振興課）

石川県市町村職員研修所講師（高度政策立案推進能力開発講座）

地域再生マネージャー（地域総合整備財団〈ふるさと財団〉：地域再生事業のページ）

元：金沢大学経済学部・金沢星稜大学非常勤講師

石川県政上、重要な政策の一部である「石川新情報書府」「石川産業創出デジタルネット」「能登空港」関連事業を始めとして、各種起業政策・産業振興政策、IT関連政策やNPO支援政策など各種主要政策の立案や、遂行・関連プロジェクトに参画。



誰も訪れるものの無かった埠頭に、年間約90万人を集客する七尾港フィッシャーマンズワーフ能登食祭市場の構想立案・事業開発に従事。

直近では、道の駅「のと千里浜」構想立案・施設計画・特産品開発・事業開発などの事業開発プロデュースに従事（同駅は、開業年に2億円超の売上(開業9ヶ月後決算時)を計上。）するなど、地域に根ざしたシンクタンク・ドゥタンクとして活動する一方、石川地域づくり協会のコーディネータの経験を活かして全国の活動現場を支援。



各地の産業振興等の政策立案、地域再生・地域経営ビジョンや計画策定、町おこし・地域づくりなどの各種団体・組織の設立と運営などの地域活性化事業に関わり、

- ・地域ブランドから企業・商品に至るブランドの創造・開発
- ・道の駅などの事業創造・開発

# 事例紹介の姿勢

## 街づくり・地域づくり演劇論

ビジョン：最終目的・地域の姿 ..... 主題・テーマ

地域経営・振興シナリオ ..... シナリオ・台詞

主役：住民 - 役者：交流 - 観客：来訪者 ..... 役者・観客

ハードウェア：インフラ・拠点施設 ..... 大道具

# 事例紹介の姿勢

Why? Vision どうなりたいのか Being

How? 方法論 どう具体化したのか Doing

What? 結果 何が得られたのか Having

# 紹介事例の分析

Why?-Vision-Being

~~どうなりたいのか~~

NGな理由

How?-方法論-Doing

どうやったのか？(手法)

上手くいかない時に応用が利かない

What?-結果-Having

結果はすごいのか？(数字)

# 紹介事例の分析

Why?-Vision-Being      どうなりたいのか  
Why-How (志向性・Vision)へ      いかにならアプローチしたか？  
Why-How (What) : 目標をどのように設定したか？  
How?-方法論-Doing      どうやったのか？ (手法)  
Vision-方法論の接続が真っ当であれば、  
結果は自ずから付いてくる  
What?-結果-Having      結果はすごいのか？ (数字)

# 紹介事例の分析

## Visionの3Dサイズ

志・志向性の高さ × 広さ × 深さ

∞

## 結果の3Dサイズ

売上等の大きさ × 持続性の長さ × 波及の深さ

# 紹介事例の共通点

Why?-Vision-Being

どう接続したか!?

How?-方法論-Doing

What?-結果-Having

## 域際収支の黒字化

地域経営の視点：内発的发展論  
その持続 → 地域資源ブランディング

## 産直(資源活用)事業開発

地元資本によるテナント入居  
地域商社機能の創造  
(ノウハウの地元蓄積)

## 黒字経営・着実な波及



# 能登食祭市場



出典：能登食祭市場 公式ページ



# 七尾市中心市街地再生

Why? - Vision-Being

路線バスのルート変更  
→一本杉商店街の往来激減

能登島定期航路廃止  
→ふ頭来訪ゼロに

川淵通りの往来激減

中心市街地の衰退加速

七尾駅



出典：Google Map

# 七尾市中心市街地再生

## Why?-Vision-Being

七尾JCが「市民大学講座」を開催

複数の専門家を招聘 / 複数回

キーコンセプト「マリンシティ」が発案

Why? : 港町七尾の再生

# 七尾市中心市街地再生

Vision-方法論の接続

Why? : 港町七尾の再生

キーコンセプト「マリンシティ」

W F 開発先進都市への視察研修

S.F.・モンレーへ 計21回継続(のべ415人)  
政財界の多くのリーダー層が参加・体験

# 七尾市中心市街地再生

Vision-方法論の接続

Why? : 港町七尾の再生

キーコンセプト「マリンシティ」

Grand Designの必要性

七尾JC「七尾マリンシティ構想」を提唱

運輸省「ポートルネッサンス」で調整・合意形成

# 七尾市中心市街地再生

## Vision-方法論の接続

### GD「七尾マリンシティ構想」



目指したのは...

- ・都市としての軸性の再生
- ・成功体験の伝播
- ・都市ブランディング

市街地への波及効果

Fisherman's Wharf

シンボルロード  
・沿道街並み整備

七尾駅前再開発

# 七尾市中心市街地再生

How?-方法論-Doing

七尾FW「能登食祭市場」の事業開発

地元資本によるテナント入居

事業運営ノウハウの地元蓄積

能登国際テント村のイベント企画・開催

市民に対してVisionを可視化;擬似体験・期待値↑

業態開発・テストマーケティング

開業・第3回テント村を同時開催→集中効果



# 能登食祭市場

地域資源：食(海産物)、祭礼(演出・協働)

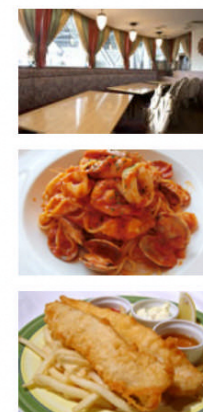


出典：能登食祭市場 公式ページ

# 能登食祭市場

地域資源：食(海産物)-祭礼(演出・協働)

加賀屋 (和食処)



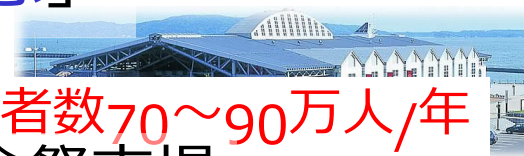
出典：能登食祭市場 公式ページ



# 七尾市中心市街地再生

How?-方法論-Doing

GD「七尾マリンシティ構想」



入館者数70~90万人/年

FW:能登食祭市場



シンボルロード  
・沿道街並み整備



七尾駅前再開発

出典：国土交通省・能登食祭市場 公式ページ

# 七尾市中心市街地再生

What?-結果-Having  
市街地への波及

街づくり会社設立

FW:能登

空き店舗リノベ開業

シンボル  
・沿道街



青柏祭の日程・経路変更



七尾駅前再開発

出典:各公式ページ



# のと千里浜



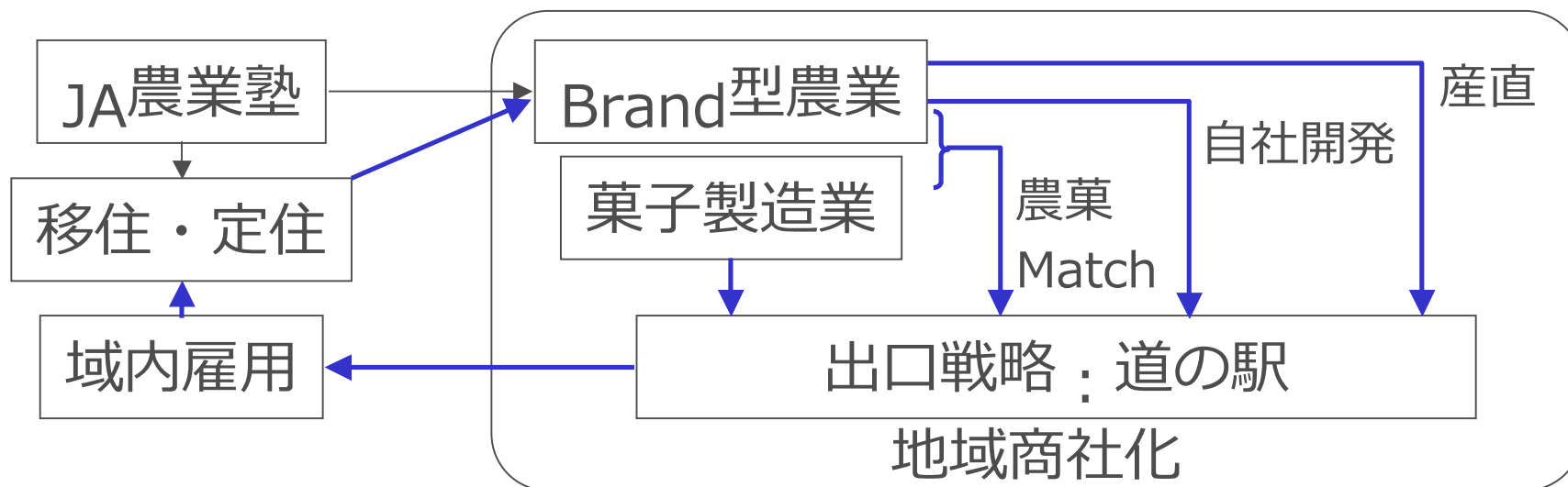
提供：羽咋まちづくり会社

# 羽咋市産業・観光再生

Why?-Vision-Being

Why? : 循環型産業システムの構築

域内の異業種をつなぎ、出口を確保する

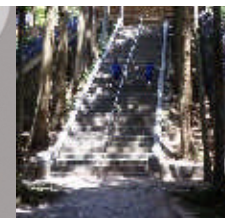
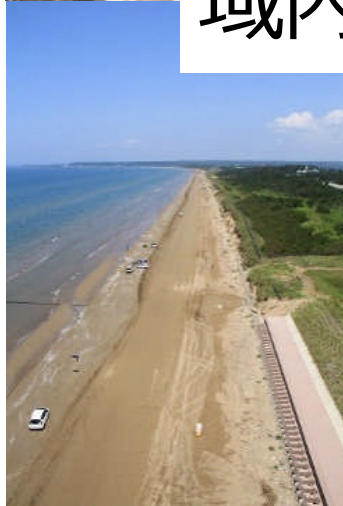
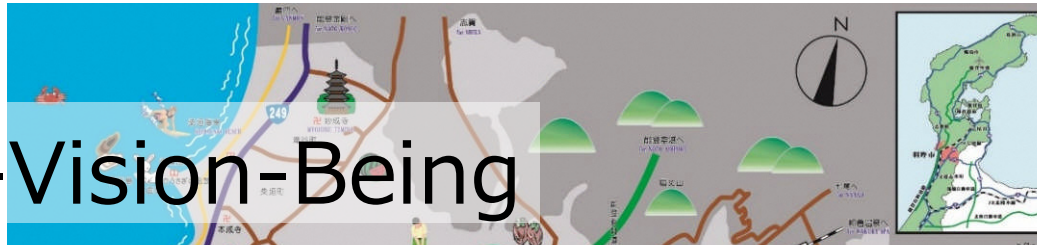




# 羽咋市産業・観光再生

Why?-Vision-Being

約225万人/年の観光入込があるものの  
90%以上が日帰り・道路利用で通過型  
域内経済への流入効果が極めて限定的



画像提供：羽咋まちづくり会社

# 羽咋市産業・観光再生

## Why?-Vision-Being

JAはくいが「自然栽培」を推進

「自然栽培実践塾」「のと里山農業塾」

全国から青壮年層が参集：8年で計490名

→ Iターンへ

キーコンセプト「環境保全・自然栽培」に収斂

Why?：循環型産業システムの構築

# 羽咋市産業・観光再生

Vision-方法論の接続

Why? : 循環型産業システムの構築

域内人財の能力を活かし、つなぐ

自然栽培農家：羽咋農産物のブランド化

食肉加工処理のノウハウ：害獣の特産ジビエ化

菓子店：地元農産物を活かした商品開発

JA直営ベーカリー事業：ジビエ活用

有名旅館シェフ：新たな飲食メニュー開発

# 羽咋市産業・観光再生

## Vision-方法論の接続

### Why? : 循環型産業システムの構築

自然栽培 : 環境保全による次世代への継承  
ブランド化による営農収入の向上

害獣対策 : 里山保全 + ジビエの特産品化  
自前の食肉加工処理 + 食材の確保  
→ 特産品開発、メニュー開発へ

域内の異業種をつなぎ、出口を確保する



# 羽咋市産業・観光再生

Vision-方法論の接続

Why? : 循環型産業システムの構築

域内の異業種をつなぎ、出口を確保する

農業 + 菓子製造業 + 道の駅

= 農商工連携

= 1次 + 2次 + 3次産業 : 広義の6次化

地域を挙げてマネジメント

確実な出口(販路)の確保、ブランドの維持・管理

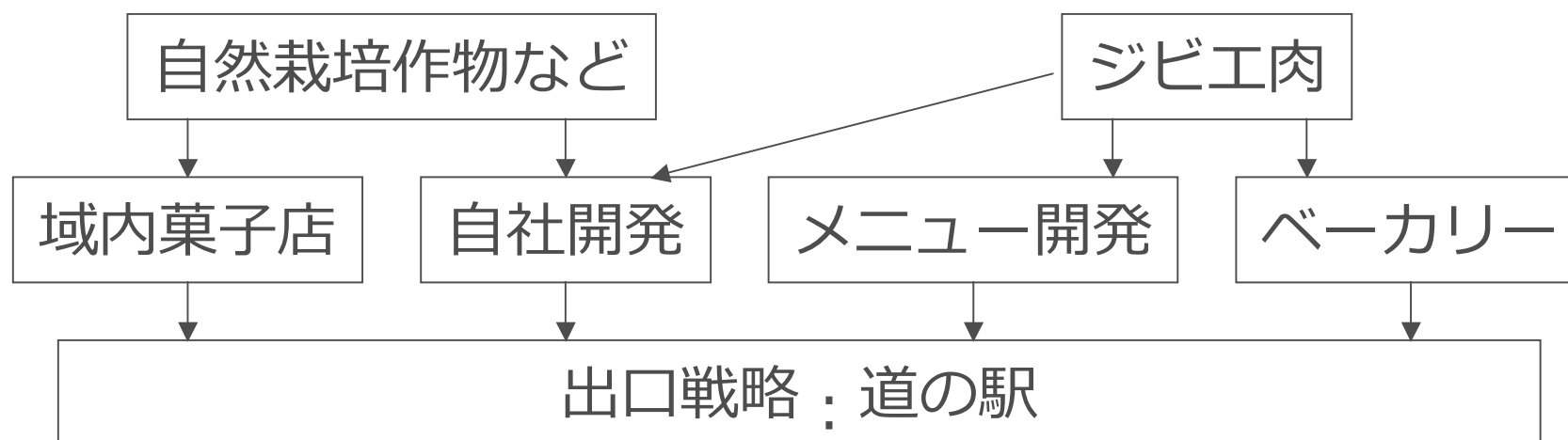
農菓マッチング

# 羽咋市産業・観光再生

Vision-方法論の接続

Why? : 循環型産業システムの構築

域内の異業種をつなぎ、出口を確保する

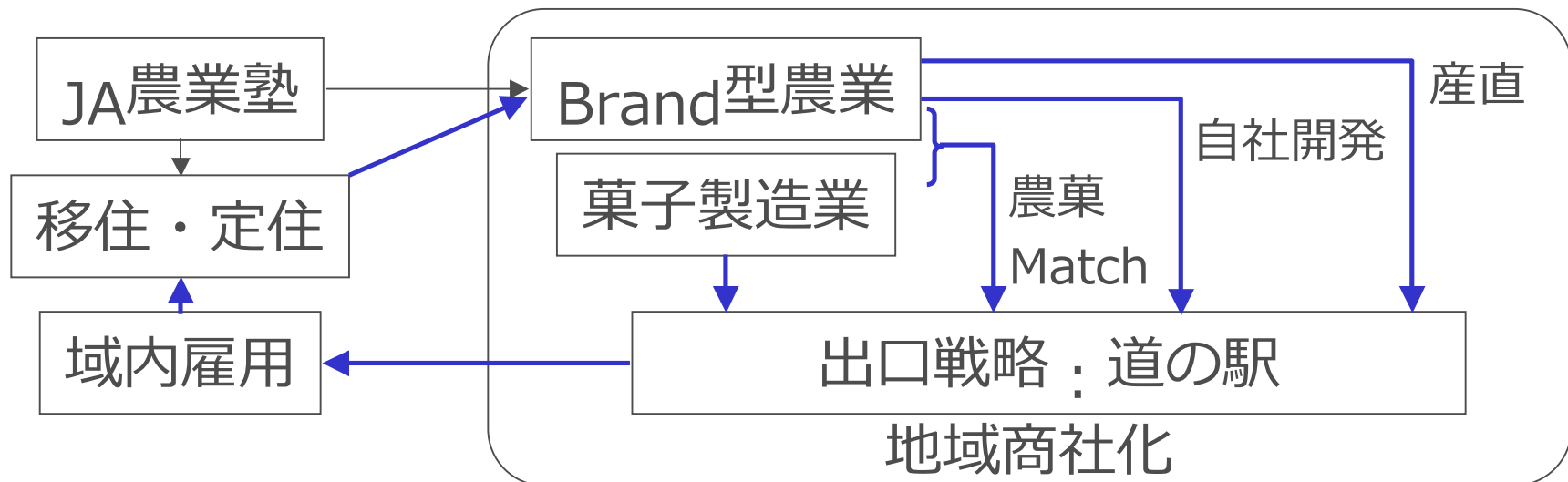


# 羽咋市産業・観光再生

## Vision-方法論の接続

Why? : 循環型産業システムの構築

域内の異業種をつなぎ、出口を確保する



# 羽咋市産業・観光再生

Vision-方法論の接続

Why? : 循環型産業システムの構築

域内の異業種をつなぎ、出口を確保する

産地元商社機能の開発

都市側のニーズ・ウォンツの的確な把握

製品のブランド化：適正価格での提供

確実な出口(販路)の確保

品質の維持・向上と、ブランドの維持・管理

# 羽咋市産業・観光再生

How?-方法論-Doing

How? : 環境保全型農業 聖地化Project

自然栽培：環境保全による次世代への継承  
ブランド化による営農収入の向上

市・JAが環境保全型農業(自然栽培)で提携  
東京にアンテナショップを開設  
自然栽培向け圃場整備

画像提供：羽咋まちづくり会社



# 羽咋市産業・観光再生

How?-方法論-Doing

How? : 環境保全型農業 聖地化Project

害獣対策 : 里山保全 + ジビエの特産品化  
自前の食肉加工処理 + 食材の確保

市が食肉加工施設を設置・運営

地域おこし協力隊員による処理・食肉加工  
冷凍備蓄・販売



画像提供 : 羽咋まちづくり会社

# 羽咋市産業・観光再生

How?-方法論-Doing

道の駅「のと千里浜」の事業開発

物販・飲食直営でノウハウの地元蓄積



「農菓マッチング」開発商品群

画像提供：羽咋まちづくり会社

# 羽咋市産業・観光再生

How?-方法論-Doing

道の駅「のと千里浜」の事業開発

物販・飲食直営でノウハウの地元蓄積

自社開発商品群



米粉ロール



甘えび寿司



のとししソーセージ

画像提供：羽咋まちづくり会社



# 羽咋市産業・観光再生

How?-方法論-Doing

道の駅「のと千里浜」の事業開発

物販・飲食直営でノウハウの地元蓄積

自社開発メニューの一例



のとししミート



バイキング

ベジブロス

画像提供：羽咋まちづくり会社

# 羽咋市産業・観光再生

How?-方法論-Doing

道の駅「のと千里浜」の事業開発

地域資本によるテナント入居



ジェラート



玄米粉ベーカリー

画像提供：羽咋まちづくり会社

# のと千里浜



提供：羽咋まちづくり会社



# のと千里浜



提供：羽咋まちづくり会社



# 羽咋市産業・観光再生

## What?-結果-Having 道の駅「のと千里浜」

開業後12ヶ月で売上約3.6億円  
開業後11ヶ月でPOS通過30万人達成

30万人目の買い物客となった高居さん夫婦—羽咋市の道の駅「のと千里浜」



### H30.6.10 買い物客30万人突破

#### 道の駅「のと千里浜」

昨年7月にオープンした羽咋市の道の駅「のと千里浜」で9日、レジ通過者が30万人を突破し、記念セレモニーが行われた。節目の買い物客である堺市の会社員高居優裕さん(29)、美穂さん(29)夫婦に、道の駅を運営する羽咋まちづくり株式会社(山辺芳宣代表取締役)の山辺芳宣代表取締役(羽咋市長)から記念品が贈られた。

高居さん夫婦は長男の慶ちゃん(1)と家族旅行で和倉温泉(七尾市)に宿泊後、道の駅を訪れた。優裕さんは自然栽培の「羽咋米」やケーキなど記念品を受け取り「旅館で道の駅を紹介されてたまたま立ち寄ったら、こんな幸運に恵まれた」と笑顔を見せた。

道の駅がオープンした昨年7月から、運営会社の決算期に当たる今年3月までの買い物客は23万5千人で、目標の13万人を大きく上回った。



### 道の駅のと千里浜1周年

### 美食、踊り感謝の祭り

羽咋市千里浜町の道の駅のと千里浜のオープン1周年を記念して「おんちん祭り」は7日始まり、1件の店を合わせて感謝祭(おんちん祭り)が実施された。人口約1万5千人の道の駅「のと千里浜」は、1周年を迎えた。道の駅「のと千里浜」は、道の駅「のと千里浜」の運営する羽咋まちづくり株式会社(山辺芳宣代表取締役)の山辺芳宣代表取締役(羽咋市長)から記念品が贈られた。

画像提供：羽咋まちづくり会社

# ブランドとは

説明しなくても一瞬で「ソレ」と判る

どんな  
ポリシー・レベル  
製品・品質・信用  
なのか

強力・鮮烈な認識：イメージ・印象

# ブランド構築の極意

- ある高級ブランドの最高経営者、曰く
- ○○的でないものは、徹底的に排除する
- ブランディング（ブランド構築活動）とは...
  - 付け加える活動（足し算・掛け算）ではなく
  - そぎ落とす活動（引き算）である！
- ブランド構築のためになすべきことは...
  - 徹底的に『際立つ』こと
    - 他との「徹底的な違い」：唯一性・独自性
  - ⇒ 純粋な存在価値(Being)：軸を立て、ブレない

# ブランディング ベネフィット

## ベネフィット3分類

経営学者：デビッド・アーカー

カリフォルニア大学で名誉教授、別名「ブランドの神様」

※ Benefit：恩恵・利点・利得・特典

機能的ベネフィット ⇒ 直接の効果・効能・メリット

情緒的ベネフィット ⇒ 得られるプラスの感情

自己表現ベネフィット ⇒ 自分らしさ・スタイル



# ブランドの法則

- ブランドには、重力がある
  - ブランドイメージで惹き寄せる引力
  - ブランドのシャワー効果
    - 決して下から上に登れない重力
    - ブランド価値は低下する一方通行
      - 低位のブランドが、高級化することは無い
    - 下位ブランドへの展開
      - 高級ブランドを持つことで、下位ブランドへ優位に展開
      - 優位な商品構成を裾野状に広げられる

# まとめ

## ビジョン構築から始める地域再生

施設・インフラは、舞台づくりの大道具  
地域社会を持続的に変革するシクミの開発・定着を  
地域産品の生産と出口（販路）戦略を同時に  
「地域を表現する場」としての産直・道の駅に

## 地域をブランディングする志向が重要

ブランドは土俵・地域産品は関取の関係  
ブランドのシャワー効果を戦略的に  
ブランドは価値を適正に伝えようとする王道

# ～能登からの便り～

域際収支を改善する「地域経営と地域ブランディング」

ご清聴ありがとうございました