



広告会社として 秋田の元気を考える

[秋田市観光クチコミ大使]
(株)博報堂 常務執行役員

しばた やす ゆき
柴田 康之氏

高校を卒業し、秋田を離れて早40余年。歳を取るとともに、日本酒への愛が増してきました。それに比例するわけではありませんが故郷秋田への思い、そろそろ秋田のために何かしなければという気持ちが日々強くなっていくのを感じています。酔いに任せてカミサンに、「秋田に戻るか」と言っただけは、緊張状態に突入する昨今の我が家です。

の運営を行っています。北海道では、140年前にクラーク博士が持ち込んだ乳牛の子孫の牛のミルクを使った新しいお菓子のプロデュースを始めました。新潟では、三越伊勢丹と一緒に地元の名品を再価値化し「越品」として売り出しています。この他の地域でも、様々な形で取組は進んでいます。

広告会社の新しい仕事

広告会社に入社し、メディアの担当からスタートし、営業、経営企画、マーケティングなどを渡り歩いて、現在は国内ネットワークを担当しています。北海道から沖縄までの地域拠点の担当で、仕事は各地元の企業の広告活動のお手伝いが主になります。

それとともに今、力を入れているのが「地域プロデュース業務」です。こちらは当欄とも関係があるので、少し詳しく説明します。日本の各地を訪れると、地域の持つ多様な資産に驚かされます。それは、モノだけではなく場所や人、時間、物語であることもあり、そしてその資産に地元の人気が気づいていないケースも数多くあります。広告会社が持っているマーケティングナレッジを活用して、そうした資産のブランド価値を高めて、新しいビジネスチャンスを作り出して、地域の活性化を図っていく仕事、それが「地域プロデュース業務」です。

もう少し具体的に紹介しましょう。瀬戸内海に面する7県では、自治体や地銀等で組成する「せとうちDMO」とともに、広域アイドルグループ「STU48」(SeToUchi)の活動を通じて各地域の魅力を域内外に発信しています。せとうちDMOとは瀬戸内の古民家再生にも一緒に取り組んでいます。五島列島では自治体や観光会社とともに観光ツアーの造成やその拠点となるインバウンドのお客さん向けのパン屋

チームで元気な秋田に

こうした仕事を通じて、秋田の活性化に向けて感じたことが2つあります。ひとつは「外」の目が大事だということです。地元には気づかない秋田の魅力を外の目で引き出してもらうことが大切だと思います。秋田人は謙虚です、その一方で私もお国自慢の気持ちが強いところがあります。「自慢」が自己満足の「自満」にならないように、上手く外の力を借りたいものです。

もう一つは業種きわの際を越えたチーム作りです。これも秋田人は少し苦手かもしれませんが、単独で秋田を活性化していくには限界があります。いまや、自動車メーカーと住宅メーカーが協業する時代です。異業種同士が足りないところを互いに補いながら、そして刺激を受けあいながら新しい価値を生み出していくことが必要だと思います。単なる異業種交流に終わらないように、具体的なチーム作りのイメージをしっかり持ちながら、様々なテーマに対して強いチームで秋田を元気にして欲しいと思います。

■略歴

昭和32年 秋田県秋田市生まれ
昭和51年 秋田県立秋田高校卒業
昭和56年 東北大学工学部資源工学科卒業
同 年 (株)博報堂入社
現 在 同社 常務執行役員

秋田市観光クチコミ大使 … 秋田市に縁のある経済人や転勤等で過去に秋田市に在住経験のある方々に、身近な人々へのクチコミやインターネットでの情報発信を通じて、秋田市の観光PRにご協力いただくため委嘱している。