

長崎

だより

長崎の情報を
お届けします

FFG調査月報の姉妹誌「ながさき経済」を発刊している、ふくおかフィナンシャルグループの長崎経済研究所。長崎の旬な情報を提供するコーナー「長崎だより」の今月号は、トミーズバーガー・BASEcafe 代表 陣野真理様に「得意を集めて魅力的なまちづくり～地域で活かす地域の才能～」と題し、寄稿していただきました。

長崎経済研究所による「ながさき経済web」がスタート!



当研究所が発信する最新の情報をメールでお届けします。

メールマガジンの登録はこちら▶



お問い合わせ

株式会社長崎経済研究所

長崎市銅座町1番11号
十八親和銀行本店内
TEL095-828-8859



ながさき経済web画面

長崎経済研究所とは

長崎県の経済・社会・産業動向などに関する調査研究及び企業経営や県民の生活のお役に立つ情報をご提供するとともに、各種経済・文化団体の事務局活動等を通じて、地域社会に貢献することを目指しております。



得意を集めて魅力的なまちづくり

～地域で活かす地域の才能～



「もう店を畳もうと思う。」私が
 Uターンをしたきっかけは、親から
 もらった一本の電話でした。私の実
 家は1981年創業のハンバーガー
 ショップを営んでいます。その時私
 は、就職活動もろくにせず大学を卒
 業。そのままフリーター生活をして
 いる中、「どうせ自由になんでも出
 来るのならやりたい事をやろう！」
 と、四国のお遍路参りの旅をしてい
 る最中でした。これまで、何不自由
 なく生活できていたのは、両親が飲
 食店を営んでいたこと、そしてその
 飲食店に長年、地元の方がお客様

はじめに



Profile

トミーズバーガー・BASEcafe

代表 **陣野 真理**

1985年 長崎県諫早市生まれ
 2005年 九州大学芸術工学部入学
 2010年 諫早にUターンし家業を継ぐ
 2014年～ 諫早グルメフェスティバル代表
 2018年～ ながさき黄金プロジェクト代表
 2019年～ BASEcafe オープン
 2020年～ 頂プロジェクト代表
 2021年～ GooGooMarche代表

として来店いただいていたお陰だ
 と感じました。そこで、このお遍路
 が終わったらすぐに実家に帰省し、
 お店をもう一度再建するととも
 に、これまで支えてくださった地域
 の方々への恩返しができるような取
 り組みをしていきたいと強く思い
 ました。



お遍路中の写真 40日かけて四国を1周
 2度死にかけました(笑)



ジビエキーマの長崎和牛バーガー

まずは自店の再建から

帰省してからまず行なったのはも

ちろん自店の再建からでした。今になつて考えてみると、よくあの時、廃業せず生き延びたなと思えるような状態でした。右も左もわからなかった当時は、無知ゆえ恐怖心はななく、ただ自分で好きにできる環境にワクワクした気持ちだったのを覚えていません。その一方で、愕然としたのは、商店街の人通りの少なさでした。大学生の頃もちょうくちよく帰ってきてはいたのですが、大学生の時に見た光景と、いざそこで商売しようと思つて見た光景とは全く違った風景にうつりました。「これまでのように商店街のお客様や、近隣の方だけをターゲットにしている店はもたない。」そう思い、商圈を広げるべく、広告宣伝方法を一新したり、店舗を改装したり、長崎和牛を使用した広域に集客が見込める新商品の開発をするなど、思いつく限り、できる限りのことをやり尽くし

ました。もちろんかなりきつい時期もありましたが、2年ほどで客足が戻りました。

自店を再建していく中、自店のみが成長したとしても、このまま商店街が衰退し、さらに地域経済が衰退していったのでは長期的に成長していくことは難しいだろうと同時に感じていました。またその一方で、廃業間際に追い込まれた自店を復活させる事が出来たことは自信に繋がっており、目標を見据え行動し一歩一歩進んでいけば、商店街や、街全体も新たな顧客を掴み、また復活していく事ができると感じていました。

諫早グルメフェスティバル

何か地域を盛り上げることはできないだろうか？そんなことを考えながら過ごしていく中で「諫早って何もないよね。」という言葉をよく耳にしていました。その言葉を聞くとたびに、諫早には沢山の「いいお

2019年の諫早グルメフェスティバル 来場者数3万人





店、いい食材」があるにもかかわらず、それをこの地域の魅力として感じられていないということを感じて、初開催より9年がたった今、空き店舗の多かった中心市街地に新たに十数店舗の新規出店が相次ぎ新たな賑わいを見せています。

街を開いていく

気があるんですね。」という嬉しいお声を沢山頂きました。その効果もあつて、初開催より9年がたった今、空き店舗の多かった中心市街地に新たに十数店舗の新規出店が相次ぎ新たな賑わいを見せています。

では、まず「今この地域に住んでいる人たちに、今ある魅力を再認識してもらおう」ところから始まるのではないかと感じ、諫早の飲食店が諫早の食材を使って美味しいものを提供するイベントを立ち上げました。それが「諫早グルメフェスティバル」です。

初年度から30店舗、来場者数一万五千人という結果で地域の方々に求められていたイベントなんだと確信しました。2019年開催時はグルメ店舗40店、雑貨店35店、来場者数3万人という諫早最大の食の祭典へと成長、開催日当日の経済効果は一千万円を超えます。参加される市民の方々にも「諫早ってこんなに魅力的な食材があるんですね。」「諫早の個人店ってこんなに魅力的で元

商店街で商売をしながら、市全体を巻き込んだイベントをしていく中で感じた違和感がありました。それは街の中心である商店街が街に開かれていないという感覚です。それは店主と街の人との間に認識の乖離があるのが原因だと考えました。私自身、商店街で商売をしていく中で、商店街とは商売している私たちの商売の場であるという意識があります。しかし市民の方々にとっては広い意味で街の中心だという意識があり、買い物をする場所以上の意味を感じているように思いました。

その差を埋めるために、「サービスを提供する側の店主対、サービスを受ける側の市民」という構造ではなく、市民にも、まちづくりや商店街の活性化の活動に加わってもらう。つまりサービスを提供する側に市民を巻き込んでいくことが必要だと感じました。それによって市民の方々の街への参加意識が芽生え、街がもつと身近で魅力的になっていくのではないかと、考えました。そこで「商店街×得意なこと」をテーマに、商店街で表現の場を作る取り組みを始めました。具体的に言うと、地域内で「何かイベントをやりたい」とか「得意なことをみんなに見て欲しい」を商店街に集めて表現していく取り組みです。またこの取り組みでは必ず「子供達も楽しめる」をテーマにしています。と言うのも地元商店街に小さい時からなじみを持ってもらうことで継続的な集客と、まちづくりの次世代の育成につながると思っています。

を提供する側の店主対、サービスを受ける側の市民」という構造ではなく、市民にも、まちづくりや商店街の活性化の活動に加わってもらう。つまりサービスを提供する側に市民を巻き込んでいくことが必要だと感じました。それによって市民の方々の街への参加意識が芽生え、街がもつと身近で魅力的になっていくのではないかと、考えました。そこで「商店街×得意なこと」をテーマに、商店街で表現の場を作る取り組みを始めました。具体的に言うと、地域内で「何かイベントをやりたい」とか「得意なことをみんなに見て欲しい」を商店街に集めて表現していく取り組みです。またこの取り組みでは必ず「子供達も楽しめる」をテーマにしています。と言うのも地元商店街に小さい時からなじみを持ってもらうことで継続的な集客と、まちづくりの次世代の育成につながると思っています。

まだまだ沢山の取り組みも行いながら、買い物だけじゃない商店街を積極的にアピール。イベントスペースとしての商店街のあり方を新たに提案、発信していくことで、様々な団体の方にイベントスペースとして利用していただく機会が増えていきます。

街の魅力を発信していく

これまでのイベント的な盛り上がりを見せる活動に加えて、日常に寄り添った持続性のある取り組みも同時に実施しています。そこで、重要視しているのは、差別化ポイントを明確にし、そこを重点的にアピールしていくことです。諫早の差別化ポイントは、この2点にあると私たちは考えました。

①人口が多い

諫早市は田舎のわりに人口が多い。九州内で12番目の人口規模。

②地域内に1次産業から3次産

業のどれもが存在している



どれか一つが得意な地域は沢山あるが、どれもが存在している地域は稀である。

これらを考えていくと、諫早の強みは6次産業化の取り組みにあるのではないかと考えるようになりました。生産者と企業がタッグを組み製品を開発、そのテストマーケティングを地域内で行うことができる。これだけのことを諫早の中だけで行えるのは強みと言えるのではないかと考えました。そこで以下の2つのプロジェクトを開始しました。

ながさき黄金^{こがね}プロジェクト

2017年より栽培が始まったばかりのながさき黄金というジャガイモを使って焼酎を作るプロジェクト。資金は市民の方からクラウドファンディング形式で募集。約150万円の資金が口伝いに集まり、2019年に600本を製作。2022年春の一般販売に向けて取り組んでいる最中です。味は

大変好評で、ながさき黄金独特のナッツのような香りと甘みが表現されたまるで洋酒のような焼酎が完成しました。希少品種により、毎年限定300本での製品化を考えており、現在ご注文受付中です。QRコードよりご予約お待ちしております。



頂プロジェクト

先にも触れた6次産業に適した地域としての魅力を発信すべく、1次産業である生産者と2次、3次産業をつなぎ、新たな価値を生み出すプロジェクト。

1回目が2021年の夏に終了し、現在2月開催の準備を進めているところです。1回目は「イノシシ肉」をテーマ食材に、市内14店舗が独自の料理を開発しました。イノシシ



PRムービーはこちらから



NAGASAKI KOGANE PROJECT

シは農林水産業に経済的被害を及ぼし、諫早だけでも4,000万円を超える被害が起きています。捕らえられたイノシシを有効に活用しさらに諫早の観光資源として成長させて行きたいと考え、諫早の猟友会と、処理加工施設と協力して実施。徹底した管理のもと加工された諫早産イノシシ肉は臭みがなく、とても食べやすく参加された店舗様、食事をされたお客様両方からかなり好評でした。この取り組みは諫早のみならず、市外県外からも高い注目を集めており、農林水産省のホームページにて紹介されることになっていきます。

2回目は「諫早産いちご」をテーマ食材に準備を進めています。参加店舗は25店舗で、期間中は諫早がいちごの町として盛り上がることを思います。諫早には魅力的な食材がまだまだあります。年に1つ食材をピックアップし、5年10年と続けていき食を目標での交流人口を増やすべく、地域のホテルと組んで観光



プランも同時に進めています。現在ライター、カメラマン、デザイナー他、学生や主婦など幅広い方々に参加していただきプロジェクトを進めています。うち一人は県外からの移住者であったりメンバーの半数以上が女性であったりと、様々な視点からこの地域の魅力発掘を行なっています。

BASE CAFE

2019年、これまで街の拠点となる場所がないことが課題としてあげられることが多く、「だったら自分で作ろう!」とベースカフェをオープン。イベント開催や、地域商品の販売、活性化イベントの活動拠点となっている。「体を基礎(BASE)から整える料理」の提供と「街の基地のような場所になる」の意味からネーミング。

今後の展開

これからも「地域内の魅力的な食

材と企業をつなげて新たな製品の開発や魅力の発信「日常に密着した形でイベントの開催」を継続し行なっていきたいと考えています。また、これまでの活動をまとめる形で会社設立の準備を進めており、今後の活動をさらに加速させていただきます。

最後に

これからの地方都市には、これが正解だ、という共通の答えはないと思います。

一つお遍路の時に経験したことで、今でも大切にしていることがあります。高知県の海岸線を歩いた時のことです。海岸線のほとんどがいわゆる過疎の状態でした。しかし、ある1箇所だけ大勢の人が集まっている場所がありました。その場所はとても良い「波」が来るらしく、サーファーたちが集まっています。その周辺には宿泊施設があり、他の場所に比べて賑わっているよう

でした。この光景を見て、どの地域にもそんな「波」のような存在があるのではないかとそう考えるようになりました。その「波」を自分たちで見つけ、磨き、発信していくことが必要なんだと考えています。すでにある魅力に気づくというのは意外と難しいことです。しかし、様々な人と交わりながら活動をしていくことでその波を見つけ、一緒に乗っていかれたら、そう考えています。

多種多様なメンバー(一部)





イベント紹介

グーグーマルシェ



諫早ではこれまで色々な場所でマルシェが開催されてきました。

しかし、雑貨市に近いマルシェが多く、1次産業が盛んな諫早としては物足りなさを感じていました。また、コロナによって3万人が集まるグルメフェスティバルの開催が難しくなったことにより、感染対策が取りやすく、また諫早の1次産業の盛んさをアピールできるようなイベントとして「食と暮らしのGooGooMarche」を2021年11月に初開催。生産者の朝どれ野菜を始め、県内の80店舗のお店と5,000名の集客がありました。2回目を2022年4月24日に控えており、すでに160店舗を超える出店の応募があり、中心市街地の新たな活性化イベント、県下最大級のマルシェとして注目を浴びています。実行委員会には商店主はもちろん、地域の主婦や大学生にも参加してもらい委員会自体も街に開かれています。



アエル農園



商店街に農園を作るプロジェクト。2017年に一般栽培が始まったばかりの「ながさき黄金」と言うジャガイモを栽培し、収穫、調理しみんなで食べるイベント。地域の研究機関や、農家、学校や学童など様々な人が混じり合うイベント。

学童対抗綱引き大会



街と接点を持ちたいと言う学童保育さんと組んだイベント。子供たちに商店街で何をしてみたいか聞いたところ「人歩いてないし、長い商店街だし、みんなで並んで綱引きやりたい!」との意見から開催を決定。当日は6つの学童保育と100人の児童、またその保護者が応援に集まり大いに賑わっている。

ものづくり教室



クラフト作家さんと一緒に作りあげるイベント。クラフト作家さんと子供達を繋いで、夏休みの工作の宿題を商店街で終わらせよう!という親御さんにも大変喜ばれるもの。毎年700人以上の親子連れが参加。

落書き大会



再開発のため取り壊しになるビルをみた子供達の「このビルに落書きしたい!」との声から開催。100人が集まり好き勝手にビル全体に落書き。言ったことが実現する喜び。取り壊しになるビル、そしてそこからまた立ち上がっていくビルを体験してもらうことで変わりゆく街の真ん中に参加していることを感じてもらう街に愛着を持ってもらう。