

# 池田 弘一

仕

事柄、日本各地を飛び回っているが、最近、二つのことを感じる。

一つは、美しい景観や、おいしい郷土料理など、その土地のすばらしさを再発見すること。その一方で、もう一つは、どこへ行っても街並みが似てきたことである。それぞれの地域には、その土地が誇る産業や観光名所、食文化が多数存在する。長年地域の皆さんが守り、育んできた財産である。その強みをさらに發揮することによって、地域経済の活性化につながるのではないかと考えている。

先日、「ニッポン再生の原動力としての地域経済活性化」と題した提言を発表した。地域経済活性化は国の最重要課題

の一つであるということは、論をまたないであろう。現在、国や地方自治体などで、さまざまな取り組みが進められているが、地域住民・企業が主体となって経済活性化を図っていくべきと考えている。地域経済活性化に向けて、地域固有の資源を再評価し、独自性を磨き、ブランド化を図っていくことが大切である。

ブランドの構築・育成に欠かせないのは、第一にそのものから得られる価値を

## ブランド構築による 地域経済の活性化

副代表幹事  
地方行財政改革委員会 委員長  
アサヒビール  
取締役会長



高め続けることである。地域資源の持つ価値は何か、そしてどのような価値を新たに創造するのか、絶え間ない努力が求められる。

次に、実行していく人の存在である。地域の将来に向けて高い志を持った、キーパーソンの存在は欠かせない。また、携わる多くの人々の言動に対する信頼・共感も、ブランド化の重要な要素だと思ふ。例えば、旅行者に対するおもてなしの心により、その地域への好感度は上がり、ブランド価値も向上する。資源そのものに加えて、そこに込められた人の心も求められているのではないだろうか。

三つ目は、積極的な情報発信である。どんなに優れた資源を有し、すばらしい活動を行っていても、認知されなければ成果は期待できない。最近、積極的に広報活動を行う首長も現れてきたが、地域から中央に向けた情報発信を活発に行ってほしい。併せて、マスコミ関係者も地域にもっと関心を持ち、地域と中央との橋渡しの役割を果たしてほしいと思う。

地域の課題は、地域だけのものではない。われわれ企業経営者をはじめ、多くの国民が「地域の視点」を持ち、地域との関わりを意識して行動することが必要である。それが、日本の元気にもつながると考えている。

## Contents

001 ● 巻頭言 池田弘一	ブランド構築による地域経済の活性化
002 ● 特集	新副代表幹事座談会
010 ● リレートーク 阪本美貴子	理念と軌跡
011 ● 委員長インタビュー	新時代のものづくり基盤委員会 長島 徹 21世紀の労働市場と働き方委員会 有馬利男
013 ● 経済同友会最前線	新時代のものづくり基盤委員会提言 21世紀の労働市場と働き方委員会提言 ほか
022 ● おくやみ	永野健 元副代表幹事を偲んで
023 ● 同友会スケッチ	2008年5月の記録と7月の予定
025 ● 新入会員紹介	2008年5月16日現在の入退会者
026 ● 私の思い出写真館 澤田秀雄	思い出の豪州、中国