

研究所だより

価値総研の視点

新年、明けましておめでとうございます。

突然ですが、皆さまは「地理学」という学問をご存知でしょうか。大体の方は小・中・高校の授業の中で、気候や人口、地名やその地域の産業などを授業で学ばれたことと思います。

覚えるという要素が強いため、学校教科の中で地理は不人気ということを聞いたことがあります。実は、それは地理を把握する上で最も基礎的な「知る」ということに繋がっています。何故なら「地理学」は文字どおり『「地」上の「理」（ことわり）を明らかにする学問』であるからです。

ご存知のとおり、世の中は、様々な事柄や要素が複層的に関わりあって動いています。たとえば、色々な流行も、“こうありたい”“こうしたい”という欲求、すなわちニーズという点と、その期待に応えるシーズという点が結ばれた時に生まれ、その線が人々の共感・共鳴により次第に太くなる、あるいは、他のニーズとも繋がって面的に広がった結果です。

そうなるためには、提供する側に様々な知恵や工夫、汗が必要となりますが、その一方で、そのニーズが生まれた、あるいは求められた背景を的確に知る必要があります。その背景には、これまでの社会動向や気候、経済状況、環境、歴史、文化、心理的状況・・・etc と様々なものが複層的に絡まっています。そして、地理学は、その状況が生まれた背景やその流れを的確に把握し、様々な角度から分析して、その「理」を明らかにする学問です。このため、地理学は様々な分野や物事への関心が求められている学問といえましょう。

そして、それは、私どもが行っている調査・研究・コンサルティングに求められている姿勢に通じています。

今年も、私ども価値総研は、様々な分野に関心を持ち続け、あらゆる物事の「理」を明らかにしながら、価値ある提言や提案、効果を高める事業サポート等に、積極的に取り組んでいく所存であります。

本年も、どうぞよろしくお願い申し上げます。

編集者から

小誌でもご紹介したとおり、近年、地域活性化の一つの方法として、都市 - 農山漁村交流が注目を集め、様々な取り組みが行われています。しかし、一方で、地域の方から“都市住民のニーズに応える、ある意味、都市住民に迎合して交流を行うことは本当に地域のためになるのか？”という疑問やご意見をよくいただきます。確かに、交流には、今までと違った価値観を持つ人達ともリアルに交わる訳ですので、摩擦や軋轢、あるいはトラブルといったケースも良く見聞します。

しかし、多くの人達に支持されるために、消費者ニーズに応えるべく、一生懸命に取り組むのも活性化の一つの姿だと思いますし、反対に、頑固親父的に己にひたすら拘わって取り組むのも、その姿の一つだと思います。そして、頑固親父的な取り組みも、それが“良さ”“売り”となって人気が出てくるケースも数多く見られます。

つまり、使う人が自分の志向や嗜好に最もフィットする物やサービスを選ぶように、提供する側も使う人を選ぶのも、地域活性化を進める上で大切な視点であるといえます。

また、それこそ地域活性化の道筋は、都市 - 農山漁村交流だけではなく、色々な方法があると思います。

ただ、地域活性化の取り組みは、短期的に成果が出るものではなく、息の長い取り組みともいえますので、その地域や人の事情に合わせて、やり方を選び、進めていくことが大切だと思います。

今回は、地域活性化を視点に、ある分野にスポットを当てて整理してみました。拙い内容ではありますが、少しでも皆さまのお役に立てれば、この上ない幸いと存じます。

Best Value では、今後も、皆さまのお役にたてるよう、様々なテーマに取り組みたいと考えておりますので、引き続き、よろしくお願い申し上げます。