

地域ブランドづくりとみしまびとプロジェクト

アナ： 「市長が語る 2015 三島」第3回の今日は、三島市の地域ブランドづくりとみしまびとプロジェクトについてお話を伺います。豊岡市長、よろしくお願いします。

市長： よろしく申し上げます。

アナ： 一口に「地域ブランド」といっても、とても幅広く、人によっていろいろなイメージを持たれるのではないのでしょうか。

市長： そうですね。地域ブランドは、大きく3つの分野で構成されています。皆さんが一番イメージしやすい「特産品ブランド」、それから「観光ブランド」、そして最も大切な「暮らしブランド」が積み重なって、都市としてのブランドが形作られているんですね。

アナ： なるほど。地域ブランドというと、みしまコロッケなど食べ物を中心とした「特産品ブランド」と考えがちですが、「観光ブランド」、「暮らしブランド」といった捉え方もあるのですね。

市長： はい。その中でも私は「暮らしブランド」がとても大事だと思っています。三島に住み、生活を営む市民のライフスタイルそのものを、どのようにブランド化していくかが、今、地方創生で課題となっている少子超高齢、人口減少対策の一番のカギであると考えています。

アナ： 市外の方々に来てください、住んでくださいという前に、今いる市民の皆さんの満足度を上げていくことが大切ということですね。

市長： まさにその通りです。まずは、市民の皆さんに地域に愛着を持って、楽しく暮らしていただく。その様子に共感した市外の方が三島を訪れたい、三島に住みたいと感じてもらえるようにしていくのが理想です。働く場づくりなど、経済的な面の施策はもちろん必要で、様々な手を打っていますが、そのうえで、都市のイメージ戦略を重視していきたいと考えています。

アナ： その戦略の目玉にはどんなものがありますか。

市長： 「みしまびと」という団体が立ち上がり、本格的な映画制作を目指しているというプロジェクトを聞かれたことはありますか。

アナ： はい。先日、プロジェクト紹介ムービーを拝見しました。とても面白そうな取り組みですね。

市長： そうですね。三島市の未来を考える市民有志が立ち上げたプロジェクトですが、彼らによると映画を作ることは手段であって目的ではないというんですね。

アナ： なるほど。では目的はどこにあるのでしょうか。

市長： プロジェクトの目的は、三島の未来をつくるひと、これからのまちづくりを担うひとづくり、また、様々な活動をする個人、団体のネットワークづくりなんです。

すね。

アナ： なるほど、では、なぜまちづくりの手段として映画を選んだのでしょうか。

市長： 一本の映画をつくるには、多くの方々の関わりが必要です。今回のプロジェクトでは映画の質を決定する、配役、脚本、演出、撮影など、技術的な部分は一流のプロにお願いしますが、その他のスタッフは、市民のボランティアが担うことになります。また、出演者の一部は5月17日に予定されている公開オーディションで選び、エキストラも募集するとのこと。

アナ： 映画に出たり、関わったりする、またとないチャンスですね。

市長： はい。まさに市民協働によるオール三島の一大プロジェクトです。みしまびとプロジェクトが、多くの市民の皆さんが参加し、交流する場となることを期待しています。

アナ： 完成が今から楽しみです。

市長： はい。撮影や編集作業などが順調に進めば、ちょうど市制75周年を迎える来年の春にお披露目される予定です。完成した作品は、市内外の大小様々な会場で上映会という形で広げていくことになります。三島発の市民参加型映画を多くの方々に見て頂くことを通じて、シティプロモーションにつながることも期待しています。

アナ： みしまびとプロジェクト。とても夢のある取り組みですね。私も何かのかたちで参加してみたいくなりました。豊岡市長、本日はありがとうございました。

市長： ありがとうございました。