「域の取り組み・移住定住情報を発信する ディア『LOCAL LETTER R

るなどある一定の効果は実感できるが、東 は県外からの移住者が1000人を超え フェーズに入ろうとしている。地方創生と と創生総合戦略」が、今年度で総仕上げの す内閣府の5カ年計画「まち・ひと・しご 京一極集中はさらに進んでいるのが現状で いう言葉は定着化し、愛媛県でも昨年度 方創生と東京一極集中の是正を目指

域創生に参入する例も少なくない。様々な そんな中、首都圏のベンチャー企業が地

グもせず、 やヒアリン にリサーチ ながらろく が、東京の 組んでいる 事業に取 地域活性化 を落札し、 自治体のプ 企業が地方 デスクに居 ロポーザル ŋ

古民家を改修した墨田区にある WHERE のオ フィス

の取り組みを紹介したい。 る。その中のひとつ、株式会社WHERE 寄り添いながら日々汗をかき、誠実に活動 例も多く耳にする。しかしながら、地域に しているベンチャー企業もたくさん存在す

地域に寄り添って活動するWHERE

る。 SNSのコンサルティングからDMOの立 という田舎体験プログラムからスタート 東京と地方を行き来し、幅広く活動してい ち上げ、空き家の利活用を手掛けるなど、 による奈良県東吉野村での「現地ツアー」 画や運営、自治体のWEBサイト制作や する。その後、地域や都内でのイベント企 株式会社WHEREは代表の平林氏

ディングや、独自で運営するWEBメディア

LOCAL LETTER」・SNSでバ

資金調達として使用したクラウドファン

ズったことが要因となった。都心の求める

ニーズと地域資源をマッチングした彼らの

ま

ト運営費

で、この地域ならではの特色を活かした。 の生地をランタンの素材として使うこと 個のスカイランタンを空に飛ばすというイ ベント。富士吉田に古くから伝わる機織り 「ランタン祭り」は、富士山を背景に数百例えば、山梨県富士吉田市で行われた

都内に住む大学生の意見を知りたいとい

しみ方を一緒に考えてみようという企画。

が、地域の食材を囲みながら、根羽村の楽 村長Night」は、長野県根羽村の村長 成功例のひとつといえる。

また、都内で行ったイベント「U2・根羽

りの悪質なコンサルタントのお粗末な事 功事例をそのままコピペするという名ばか 標としていた 約3000 るかに上回る 初の予定をは が、なんと当 0) 当初数百 集客を目



昨年バズったこのイベントは、 今年も実施を予定している。

コンシェルジュ 板垣 義男

えひめ移住



う。まさに関係人口の入り口を構築したと への旅行計画まで立てることになったとい ベントの参加者同士がLINEでグルー きたのである。なによりすごいのは、このイ 地域ブランディングの参考とすることがで 深めた。都会の若者の感覚を知ることで、 は、20代前半の若者が10名以上が集まり、 村長と直接ディスカッションを行い交流も う村長のオーダーから始まったこの企画 フを作り、その後も交流をしながら根羽村

地域のリアルが読めるメディア LOCAL LETTER

運営しているWEBメディア「LOCAL LETTER」が大きな役割を果たしてい 人口を生み出すなかでも、WHEREの このように、地域での観光振興や関係

報を中心に更新している。 を集めるキュレーションサイトとして、月 初は、地方創生に関する全国各地の情報 に見ることのできる情報発信メディア。当 の取り組みなど、地域に関する情報を一挙 各地域が行っている地方創生・移住定住へ なるような記事を独自取材やイベント情 層に向けて地域でアクションを起こしたく ていたが、地域で活躍する人々やイベント にフォーカスをするなど、都内の地域関心 100本もの記事をアップして運営を行っ 「LOCAL LETTER」は、日本の

> OCAL LETTER 沖縄の田 §21 ながら 沖縄県名護市

地域の情報を発信し続ける WEB メディア「LOCAL LETTER

生の割合は? にトライアル移住する3つの理由 | Uターン・地元で就職を考えている学 生粋のCITY GIRLの私が茨城

住民を巻き込み、 町の危機に一人で挑んだ公務員。 成功した「まちづく

Š. り」とは・・・ などなど、興味深いタイトルの記事が並

現在、メルマガ会員数1万人、LINE@

響力の強いメディアとして日々情報発信を に興味関心のあるターゲットに向けた、影 SNS9000フォローと、若年層の地方 0 00ユーザー、ツイッターなどの

f

若い世代が発信をする、強いメディア

どこにあるかわからないし、どの地域も同 ち上げから担当する高山奈々さんは、 たいです。」 るこの世代にしっかりアプローチしていき し、その発信元の本人とコンタクトをとる をネットで見つけるとSNSですぐ検索 す。私たちの世代は、面白いと思った情報 地方移住や関係人口に興味を持っていま 同じような環境で育った同世代の友達も じように見える。この課題を解決するため WHEREと関わっている。地域の情報は ンターンを含めると1年半ほど前から 2018年4月入社の新入社員だが、イ んです。このスピード感と思考を持ってい 育ちにとって田舎は憧れの場所です。また、 育てていきたいと語る。「私のような都会 に「LOCAL LETTER」をしっかり この「LOCAL LETTER」を立

会社WHEREに今後も注目したい。 者独自の思考を知るためのツールとして 若い人材が発信するメディア、これこそが この会社の強みと言える。都会に住む若 LOCAL LETTER」、そして株式 求めているニーズを自ら体現している