



## 高橋 宏明

一般社団法人東北経済連合会 会長

### 東北ブランドは何でしょう？

皆さんは、「住んでいる地域の自慢は何ですか」と問われたら、咄嗟に何を思い浮かべますか。豊かな自然や四季折々の風景をはじめ、伝統的な文化や風習、祭り、街並みの景観、美味しい食べ物や人情など、人によって千差万別ではないでしょうか。

株式会社リクルートのじゃらんリサーチセンターは、2010年、ご当地自慢の全国調査（「ご当地調査」）を行いました。結果は、青森・岩手・秋田・福島の4県では「空気がきれい・水がうまい」、宮城・山形の2県では「四季の移り変わりが感じられる」、新潟県では「米・野菜」、がそれぞれトップとなっています。その他には、「祭り」、「郷土料理」、「果物」などが挙がっています。

こうした東北各県のお国自慢の多様性は、東北の魅力ではありますが、なかなか一つの言葉にはまとまりません。一方、観光地としての地域ブランドが確立している北海道では「雪（ウィンタースポーツ含む）」や「雄大な景色」、京都では「神社・仏閣などの文化遺産」や「和食」、といった確固たるイメージが定着しています。

東日本大震災から早いもので3年が経過しようとする中で、復興への足取りをより確かなものとし、新しい東北を創造していくためには、関連産業の裾野が広い観光振興が重要です。先に挙げた北海道や京都に対し、東北は全体としての観光資源も、質量ともに優りこそすれ、見劣りするものではありません。ですから、東北各県が広域的に連携し、足りないところは補い合い、競うべきところはお互い切磋琢磨すれば、観光地としての魅力をさらに発揮できるのではないのでしょうか。

そこで鍵となるのが、東北ならではの価値を端的に表す「東北ブランド」の構築です。当会では今後、早急に「東北ブランド戦略会議（仮称）」を立ち上げ、「東北と言えばこれだ」という“something”、すなわち「東北ブランド」を見出し、積極的に発信していきたいと考えています。

「TOHOKU」が大震災で世界的に知られた今こそ、禍を転じて福となし、東北の良さを国内外にアピールするチャンスです。是非、“じぇじぇじぇ”とびっくりする素晴らしい「東北ブランド」を探し出して、東北の将来の大躍進につなげたいと思っています。

（東北電力株式会社 取締役会長・たかはし ひろあき）