

♡青森 LOVERS 6

Web連動企画

私が **藤代 典子(八戸)** です。

ブランド・プロデューサー



魅力、驚き、共感世界へ

「青森県にはこんないい所がある、こんな驚きがある、という共感を世界に広めていきたい」。本県の豊かな自然や食材・食文化に魅せられ、2010年4月に東京から移

り住んで6年半。自ら立ち上げた「青森100年ブランド事務所」ブランド・プロデューサーとしてリンゴや青森シヤモロック、温泉など地域資源のブランド価値を高め、本

県と首都圏の出版社やホテル、飲食店などをつなぐ仕事を手掛けている。

「リンゴの国」本県から遠く離れたミカン産地・徳島県生まれ。本県への移住は、知



〈ふじしろのりん〉 1972年 徳島県生まれ、八戸市在住。広島大卒、米・南カリフォルニア大で経営学修士(MBA)取得。マーケティング、

ブランディング専門。八戸学院大学・八戸学院短大地域連携研究センター主任研究員。2012年、本紙夕刊連載「青森発(当地)ヨガを執筆」

人を通じ、I Tビジネスで名をはせた大谷真樹さん(現八戸学院大学長)から本県の地域資源を生かした事業展開を提案されたのがきっかけ。五つ星ホテル「ザ・リッツ・カールトン東京」でマーケティングを担当していたころだった。

08年冬に本県を初訪問。奥入瀬渓流を散策し、こけむした岩に綿帽子のような雪が積もる景色に「こんなすてきな所があるんだ」と感動した。本県を幾度も訪ね、自然や食に触れるうち、どんどん「青森愛」が高まり移住を決断した。

ブランド化という視点で本県を見たとき、発信力をもっと高めたいとの思いを抱く。「自分の暮らす地域に自信と誇りをもって声を上げたい。価値あるものがたくさんあるのだから、何もないと謙遜するより、お国自慢をした方がいい」。県外出身者として「インバウンド(訪日外国人旅行)のような立場で本県の素材を客観的に評価しつつ、見いだした価値を生かし、青森ブランドの「生涯ファン」を世界につくることが目標。「視点はインバウンドでも心はネイティブのつもりですが」と笑う。11月初旬、真っ赤な「ふじ」がたわわに実る南部町のリンゴ園「興陽園」を訪ね、園主の沖田勝裕さん(52)に栽培のこだわりを聞き、県産リンゴの価値の高さをあらためてかみしめた。「外から来た人はリンゴがなる景色を見るだけで心ときめく。そんな何げない日常の中にもある青森の魅力を伝え、人と人をつなぐきっかけ作りをしたい」(岩村史生)

東奥日報社提供

この画像は当該ページに限って東奥日報社が利用を許諾したものです