

セミナー

「地域の魅力発信と新たなメディアの支援」

(一財)北海道開発協会では、地域活動の持続的な発展に向けた方策を探るセミナーをYouTubeで公開しています。その概要をご紹介します。

(一財)北海道開発協会開発調査総合研究所

黒崎 (司会)

北海道の地方部は、1960年頃から人口が減り始め、今日、様々な分野の業種で担い手不足などの影響が顕在しています。この課題を乗り越えようと、地域では多様な活性化に向けた活動が行われています。しかし、魅力的で元気な活動も担い手や資金不足などによって、継続が厳しい活動も少なくはありません。

本日のセミナーでは、地域の活動を支援する取り組みの報告と併せて、現地で活躍される方々とともに、活動の発展に向けた地域の魅力発信と新たなメディアの支援について、ディスカッションを行います。

第1部【新たなメディアの支援と地域の取り組み紹介】

『ドット道東の取り組み』



中西拓郎 さん

道東は、オホーツク、十勝、釧路、根室の北海道のほぼ右半分、人や町が点在し暮らす広大な道東をフィー

ルドにしています。

道東には、遠くて知らなかったこと、遠くて一緒にできなかった等の課題があります。町と人をつなぐことで、何かが生まれると思い、ブランディングや情報発信、最近では求人情報サイトなどの事業を行っています。

創業初のプロジェクトとして、道東の情報をまとめたアンオフィシャルガイドブック『.doto』を発行しました。初版5,000部は1カ月で完売し、さらに日本地域情報コンテンツ大賞で地方創生部門最優秀賞(内閣府地方創生推進事務局長賞)を受賞するなど私たちの名刺代わりとなる本になりました。

一般的なガイドブックは、観光客を呼び込む情報を載せるイメージですが、『.doto』は、いろいろな人がつながる、道東の人に道東をもっと知ってほしい、そんな思いで作っています。

そのためクラウドファンディングのリターンとして『.doto』制作お手伝いプランを用意し、本を作る過程でもいろいろな人を巻き込むような仕掛けを仕込み、約50人の方々に参加していただきました。

出版後、TwitterなどのSNSで多くの感想をいただきました。私たちは関係性を紡ぐみたいなことをテーマにこのメディアを作ったこともあり、こういうリアクションはうれしく思います。

『.doto』を読まれた方の中には、道東への移住やUターンに踏み切った事例もあります。元UHBアナウンサーの川上椋輔さんもこの本をきっかけに、弟子屈町へ移住され、地域おこし協力隊として活躍されています。また東京で働いていた帯広市の農家の娘さんも、地元で楽しく暮らせようと、Uターンをされて実家の農家で働いています。

ドット道東は、道内外のテレビ、新聞など多くのメディアに取り上げていただいたほか、SNS上で学生が話題にした注目企業のトップ200に名前が挙がったり、中小企業白書にも掲載されました。また昨年末には週刊誌AERAに2023年を動かす114人の特集が生まれ、私がランクインする謎の事態も起こっています。

「ドット道東」また「道東」という名が、いろんな方に知ってもらえたことは、私やドット道東がすごかったということではなく、「関係性を紡いでいきたい」との思いに共感し、応援してくださる方が本当にたくさんいたということだと思います。

2022年9月には2号目として、アンオフィシャルビジョンブック『.doto vol.2』を発刊しました。1号目ではガイドブックをつくりましたが、2号目は1,000人の道東でやりたい、道東で実現したい理想を掲載した本を作りました。

事業を進める中では、道東に帰りたい、道東に住みたい、という話もたくさんいただきました。一方、地域では担い手不足で働く人がいないという企業が多くあります。そこで、仕事探索メディア「#道東ではたらく」という求人情報のwebサイトを2020年秋から始め、26件の募集に27名の採用が決まるという高い採用率を実現しました。この事業をさらに展開するため、経産省の2022年度中小企業経営支援等対策費補助金（若者人材確保プロジェクトの実証）に応募し、全国で20件が採用されたうち、北海道ではドット道東が採用されました。今後は、人材の領域に一層力をいれて取り組みたいと思います。

『NHK北海道ローカルフレンズの取り組み』



ローカルフレンズ・プロジェクトは、「あらゆる人が地域活動しやすい社会へ」というビジョンを掲げてテレビ番組やイベント、ウェブコンテンツなどで発信をしています。

「ローカルフレンズ」は、今回の企画の中で作られた造語です。地域で活動する人で、人脈があり、キーになるような人をローカルフレンズと呼んでいます。放送は毎週木曜日のほっとニュース北海道（NHK総合・18時00分～）です。

従来のメディアではディレクターが主体となっており、取材開始からコンテンツの出来上がりまでを制作しますが、「ローカルフレンズ」の番組では、初めに地域で暮らしている方々が地域をどう描き、どういう人を紹介したいかを考えます。それをどの様にすると社会に伝わるか、この町の豊かな暮らしをどういう方法なら上手く伝えられるかをディレクターが一生懸命考え、最後は責任を持って編集するという方法が、他のテレビ番組とは決定的に違います。

私が初めて滞在した喜茂別町は、人口2,000人の町でしたから4本のテレビ番組を放送するには、業界で言う“ネタがない”ことになるのではないかと不安になりましたが、ローカルフレンズの加藤朝彦さんは、「個々にすごく面白い人がいるので大丈夫」ということでした。1カ月間暮らしてみて、彼らが豊かな自然の中で、都会とは全く違う時間を体験していることがわかりました。

番組の内容としてもすごく面白いものができた上、取材をした人の中には、その後、雑誌の表紙を飾った人や、町内でアクティビティを作り発信される人もいました。また放送終了後にも町に変化が見られています。例えば、これから町をどう考えていくのか、というイベントを商工会青年部の方々が企画をされています。

す。もし私が単独で行っていたら、喜茂別町をフォーカスすることや、こんなにも素敵なお人たちは出会えなかったと思います。

「ローカルフレンズ」は、遠軽町出身の佐野和哉さんという地域に詳しい方が、地域のプレイヤーが主体となって、こういうコンテンツを作ると面白い、ということでNHKに持ち込まれた企画です。

「ローカルフレンズ」は公募制によって地域活動がされる人々に光をあて、多種多様な考え方を持った人たちと一緒に放送を作っています。

既に道内には30組ぐらいの仲間がいて、2022年も60本ぐらいの放送を作っています。札幌では10人中1人ぐらいしか「ローカルフレンズ」を知らなくても、地方では10人中2人が知っており、さらに滞在した地域になると半数の人たちが番組を知っています。社会の空気や人の行動を変えることができるプロジェクトになってきたと思っています。

これからのメディアの役割についてですが、「ローカルフレンズ」の番組担当ディレクターとしては、地域で既に成功している人ばかりではなく、これから地域のシンボルツリーになるような人たちをローカルフレンズの皆さんと一緒に探し出し、一瞬でもテレビという強い光を当てることで、活動を応援していくことができればと思っています。

『^{ピルイ}PIRUY』で知ってほしいディープな広尾

広尾町に移住し10か月ほど経ちました。以前は、東京で「ヒトサラ*1」というUSENのグルメサイトの編集部で働き、猟師さんの取材をきっかけに自身も生産者側になりたいと猟師を始めています。東京に住んでいたときは地方に通って猟をしていましたが、3年ほど鹿は捕れずにいました。2021年11月に人生で初めて鹿のハンティングに成功し



中村まやさん

たのが広尾町だったということもあり、ここに移住を決めました。今は、東京で働く主人がいるため、東京と広尾町の二拠点生活をしながら、猟師と編集者どちらも本業としてがんばっています。今日は編集者側にフォーカスしたお話をします。

広尾町のガイドブックPIRUYを知っている人は少ないと思いますが、PIRUYは広尾町を意味するアイヌ語からとっています。PIRUYの制作コンセプトは、“人とつながる”人情ガイドブックです。広尾町は1次産業が盛んな町で、観光地や飲食店を載せるより、人を観光対象として、この人に会いに行くと面白い、というきっかけを与えるように制作しました。

基本情報はGoogleに任せて、ネットには載っていないローカルネタも仕込んでいます。例えば、広尾町にはカラオケ屋がありません。高校生は何処で歌っているのか取材すると、潰れたスナックでカラオケだけが機能し、ディープな紫のネオンが光る下で高校生たちがカラオケを楽しんでいます。自分で足を運んだ不思議な発見を私のペースで文章にしています。

PIRUYを作ったきっかけは、広尾町の観光振興やアテンドを行うピロツーリズム推進協議会から、広尾町のパンフレット制作を依頼されたことです。しかし、小さなパンフレットは、すぐに捨てられることが多いため、厚みや大きさのある本としてデザイン性や文章を重視した制作を提案しました。“コンビニよりも自然が近い町”をキャッチコピーに制作が進められました。

通常の編集では、「台割*2」や「絵コンテ*3」に基づいて写真を撮るのですが、今回はカメラマンが一番テンションが上がったものを撮影していただきました。裏表紙に放尿する牛の写真を載せていますが、これでPIRUYを覚えた方も多かったようです。

取材では、取材したい人や店とのコミュニケーションを大事にしました。そのような人との会話がすごく楽しく、今の自分の人脈にも影響しています。

“人とつながる”がコンセプトですから、PIRUYの

*1 ヒトサラは、(株)USEN Mediaが運営する飲食店検索や予約、グルメ情報の発信などを行うグルメメディア。

*2 「台割」は、冊子等のデザインとして、ページごとの内容や入れる写真のレイアウトを決めること。

*3 絵コンテは、映画、テレビドラマ、CM等の映像作品の撮影前に用意されるイラストによる表。

各ページには、その人とつながれるようにInstagramや、その人がいま推したいページにつながるようにQRコードを付けています。広尾町の食材を掲載したところシェフからの視察依頼が増え、実際に東京のレストランで使われるようになりました。

2022年4月1日にPIRUYの出版記念パーティを帯広市内のレンタルスペースで行うと、ありがたいことに100名の方々に来場いただきました。

ガイドブックPIRUYは、町の資料として北海道立図書館に置かれ、また書店では人文学のスペースの雑誌『BRUTUS』の隣に置かれています。

最後に、いまはPIRUY2を作っています。今回はTake freeですが、移住者促進を目的とする広尾町のパンフレットです。今回のキャッチコピーは、“みんながなにかの主役な町”です。パンフレットは基本的に札幌、大阪、東京で配布する予定で4月以降に見ていただけたらうれしいと思います。

いろんな町の行政の方もPIRUYいいねと言ってくれ、中には私の町でも作りたいという意見も多かったです。北海道の各地域でもこういう人情ガイドブックの制作に携わることができるとうれしく思います。

『日本一町民に必要とされる「道の駅」を目指して』



堀田悠希 さん

士幌町の道の駅ピア21しほろは、“日本一町民に必要とされる道の駅”をビジョンに5年前に移転リニューアルしました。その運営にat LOCALが携わってきました。

士幌町は、人口6,000人の町に7万頭の牛がいたり、馬鈴薯ばれいしょの作付け面積が2,100haと、牛と馬鈴薯の町と思われるのですが、士幌町は、道の駅などによって観光産業にも取り組んでいます。

道の駅の移転に際しては、大手コンサルから士幌町

らしくないコンセプトの提案書が出されたことから、私たちは、当事者意識を持ち、士幌町の魅力を道の駅で表現したいと、2016年春にat LOCALを立ち上げました。仲間を集め、丸一年かけて準備を重ね2017年4月23日に新たにオープンしました。

私自身、会社経営や飲食業での経験はありませんが、町民の協力を得て進めてきたこともあり、大成功すると思っていました。

オープン当初に8,000人が来場し、目の前の国道が3km渋滞という大盛況でスタートしましたが、同時に課題も山積みでした。食堂の入店に1時間待ち、そこから料理提供まで1時間。カフェ「寛一」の目玉商品“しほろ牛ハンバーガー”はオープン10分で完売。士幌町特産品としてあるのは生産者還元用のポテチだけ。従業員達は日々の接客で疲れ、オペレーションも当初のシミュレーションを大きく超え、10日後には社員が一日、また一日と倒れ地獄の3カ月となりました。

こうした問題を乗り越えることができたのも、やはり町民の声だったと思います。まちづくりを担える会社になりたいと立ち上げたat LOCALには、町民からのクレームが押し寄せられましたが、道の駅は町民の大切な税金によって建てられた公共施設で、貴重な意見と思い耳を塞がず目を伏せずに対応しました。なかでも買いたい商品が何もなかったという意見が一番多かったことから、士幌町らしさを活かしたオリジナル商品開発に舵を切りました。

士幌町の人たちが食べたくなる、そして町外の人に紹介・自慢したくなるような商品作りを心掛け、生産現場に出かけて食材を調達し、デザイナーには農家さんのことを細かく伝え、対話をしながら商品を作りました。こうして商品開発に取り組んだ結果、自社商品も50アイテムとなり、売り場面積がオープン当初の3倍に広がりました。士幌町に根ざしたオリジナル商品や、地元産の魅力が伝わる売り場が評価され、2022年じゃらんの人気道の駅ランキングでは、堂々4位に選ばれました。

士幌高校との連携にも取り組んでいます。きっかけは、かぼちゃ1トンが傷ついて、売り物にならなくなったと農家さんから相談を受けたことです。at LOCALは、全量を買取り士幌高校の生徒たちと1年かけてそのかぼちゃを原料とした商品開発に取り組みました。そして完成したのが「かぼちゃのピューレ」です。士幌高校の生徒は町外の子どもたちも多く、卒業後には士幌町を離れてしまいます。在学中に地元の産業や私たちのような企業人と交流することで、この町を誇りに思い巣立ってもらいたい。そして将来、士幌町で働き、生きる選択肢があることを感じてほしいと思います。

道の駅は、年間40万人が来場するまでに成長しましたが、一方で、私自身がどれだけ町の魅力を理解しているのだろうかという思いがありました。中西さんのところの“#道東ではたらく”でインターンを募集し、社長の右腕として、男子2人を採用しました。士幌町に縁もゆかりもない2人の大学生と一緒に商店街を爆走しながら取材して作ったのが商店街マップと25店舗のショッピングカードです。2年目には、観光客がショッピングカードを手に町内のお店に立ち寄ってくれるようになりました。商店街の魅力を士幌町の人にも知ってもらいたいと思って作った『ミルシルしほろブック』を町内全戸に配布しました。

at LOCALの企業理念は、地域の良さや価値を引き出し、社会貢献することです。起業当初はまちづくりを担える企業になりたいと思っていましたが、それは私たちが全力でこの町の魅力を見出し、町内外に発信することが重要だと思います。

また私の使命は、スタッフ一人一人を全力で愛し、全力で彼らの幸せを実現することです。一緒に働く仲間の個性と強みを最大限に引き出し、そして地域に必要とされる企業であることが、ローカル企業が生き残る唯一の秘訣です。

そうした思いから士幌高校をはじめ中学校の授業にも出かけて、士幌町を盛り上げるためのアイデアなど

を一緒になって勉強しています。

企業は目先の利益も大切ですが、この町の楽しさを広げ、町に住む人を増やすことを目指していくことが大事だと思います。そのきっかけづくりを継続していくことによって、日本一町民に必要とされる道の駅になると信じ活動を続けたいと思います。

第2部【地域の魅力発信、地域で生きていくこと】 (パネルディスカッション)



パネルディスカッションの様子

黒崎 皆さんの取り組みによる成果を教えてください。

中西 ガイドブック『.doto』が出版され、道外に暮らす方が、道東をもっと知ってもらいたいと、個人で10冊、20冊と購入され周囲の方に配った方がいました。道東にはいろんな魅力的な町があって、それを知ることができるきっかけの一つになったのは、ありがたいと思います。私の経験でも道外の方のほとんどは道東の地名や場所はわかりません。北海道の右側が地元と説明する方がわかりやすいくらいです。

大隅 通常のテレビ取材では、取材者との関係性は単発に終わり、継続することはほとんどありません。「ローカルフレンズ」は、友達関係という言葉の持つ魔法みたいなところでつながり続け人間関係がストックされ、テレビがネットワークを構築しています。全国のNHKからも注目され、地域のコミュニティをエンパワーメントする可能性がある番組と見なされ始めました。

中村 広尾町のガイドブックPIRUUYを作ったことで、町の方も自分たちの町がアピールしやすくなったと、

喜んでいただいた印象を受けました。広尾町の高校生たちにもPIRUYを配り、編集者、カメラマン、デザイナーとの関わりを持つ機会が与えられたことで、職業の選択肢として意識されたようです。現在では、PIRUYを見て興味を持った高校生たちと一緒にデザインの仕事を教えるプロジェクトにも取り組んでいます。

堀田 道の駅ピア21しほろは、2017年のオープン後、2019年はNHK朝ドラ「なつぞら」ブームに乗ってお客さまが大入りとなりましたが、2020年以降は、新型コロナウイルスの影響を受けています。

一方、コロナ禍でも、地元の中学校で道の駅に関わる授業を行ったり、道の駅の南側にある多目的広場を活用した公園創造プロジェクトを進めるなど、結果的に町民と関わる機会が持てたと思っています。

at LOCALは、道の駅を運営するだけの会社ではなく、何かやってくれる会社として町民からも認識されたと感じています。去年亡くなった町長からは、道の駅が町民の憩いの場、コミュニティスペースでありたいとの思いを受け継ぎ、そういう空間になってきたのではないかと、6年目でようやく実感できるようになりました。

大隅 高校生や大学生を巻き込み取り組まれています。若い世代は、どんなところに関心を持っていると思いますか。

堀田 ドット道東さんと商店街のパンフレット作りに取り組んだ後、全国から7人の大学生がインターンシップで士幌町に来ています。4カ月間の就業体験を終え、士幌町を羽ばたいた後も士幌町と同じような地方で仕事に就いたインターン生もいるようです。

中西 ドット道東にもインターン希望者はたくさん来ます。何が刺さっているかわかりませんが、常に楽しそうに活動に取り組むよう心がけ、そういうところに面白味を感じていただいたのかもしれない。

中村 スナックで歌う高校生がアウトプットされたことで、地元で自分の意見や日常を発信できる場ができたようです。高校生にとってもモチベーションがアッ

プしたのかなと思います。

堀田 士幌町の中学校で授業を行った際、若い世代こそが、地方創生の鍵と感じました。小学生や中学生のうちから町づくりを経験し、子どもたちの夢を周りの大人たちが実現しようと努力する過程が大事だと思いました。

大隅 道民3千人を対象に番組に関するアンケートを行いました。自分の地域情報がどのくらい届いたかの問いに、半数以上の人がもっと若い時に地域情報がほしかったと答えていました。メディアの役割として小・中・高校の生徒にも情報が届けられるようになればいけないと強く受け止めています。

中西 北海道のニュースは、お店の開店情報も札幌近郊が多く、地方とは縁が遠く感じていました。「ローカルフレンズ」のように歩み寄ってくるメディアにすごく親近感が湧きました。

大隅 「ローカルフレンズ」の番組に関しては、地元のケーブルテレビが放送日を宣伝したり、IP告知端末を通じて各家庭に音声で周知したり、自治体が広報誌に折り込みチラシを入れた地域もありました。地域独自のメディアの力によって、番組は観たことがなくても「ローカルフレンズ」は知っている方も結構いて、大変ありがたく思っています。

大隅 堀田さんと中村さんも既にメディアとしての影響力を持っているように思いますが。

中村 両方、本業という感じです。

堀田 私は士幌の魅力発信に努めていますが、メディアだとは思っていません。



パネルディスカッションの様子

黒崎 皆さんとは世代も違い、自身が若い頃は、新聞やマスメディア、中央のテレビで取り上げられたものしかアクセスできませんでした。皆さんが様々なメディアを使い自由に発信し、そして一般の方も簡単にアクセスできる。それが北海道の地域に役に立っていると思います。時代に合ったメディアの伝え方、利用の仕方があるのだと感じています。

中西 地元を離れた人に情報を届けたいという思いで独立して「リトルプレス^{*4}」を立ち上げたのですが、webで発信しても誰が読んでいるのか手応えがありませんでした。現在は訪問した先々で困りごとや、やりたいことを聞きながら一緒に取り組み、あるいは力になれそうな人をつなぐことが多いです。情報を発信するより、人の困りごとに力添えをする方に価値があると気づき、ひたすら続けている感覚です。

黒崎 困りごとを手伝うことで、生業は立っていますか。また「ローカルフレンズ」の放送では、光ったものではなくて、光の下にあるものを掘り出すことを目指していますが、NHKやテレビのメディアが、価値あるものとして、認めてくれそうですか。

中西 ドット道東でいうと、特にフリーランスで仕事をするメンバーは、行き詰まり感みたいなものを思っているかもしれません。地域の人口が減っていく中で、経済が縮小し先細りしている感じはありました。道東でやりたいというより、自分たちの切実な課題感から、この道東でやる。成り立たないからやっている感じです。理想を実現にできる道東を掲げ、それを応援、手助けできる組織であつたらいいと思っています。



パネルディスカッションの様子

大隅 NHKでは、ある現場にカメラを据え、そこで起きる様々な人間模様を72時間にわたって観測する「ドキュメント72時間」を2013年からレギュラー放送しています。他局では、成田空港に来ている外国人に声をかける番組や、家について行く番組など、テレビ業界でもゲームチェンジが起きています。

また、「ローカルフレンズ」で撮影した素材をディレクター目線から再編集した「30DAYS」を年4本程度放送しています。この番組は都市部の視聴率がよいのです。人気コンテンツになれるようがんばろうと思います。

黒崎 最後に、これからどのような取り組みをしたいか一言ずつお話しください。

堀田 私は地方に住み続けたいと思います。小さなコミュニティを大切に、そこに暮らす人たちの幸せや暖かさに寄り添える企業でありたいと思います。そういう企業がメディアを通じて増えていくことが、これからの地域の発展や可能性につながっていくと思っています。

中村 今日、登壇された方々のお話でも、人とつながる、というのがキーだったと思います。そういう暖かみある情報を大切にして、ローカルな情報を作りたいと思います。これからも地域の皆さんと支え合って発展していきたいと強く感じました。

大隅 「ローカルフレンズ」を通じ、様々な人たちのネットワークの構築ができることで、NHK北海道としても手ごたえを感じています。「ローカルフレンズ」が地域のポジティブな魅力を発信している人たち一方で、地域を守る人たちの存在もあります。例えば、災害活動や福祉といったディフェンダーたちのネットワークを今後NHK北海道として構築できるような企画を検討し実現できればと思っています。

中西 ドット道東では、道東に興味がある人に対するアプローチやコミュニケーションがとれるようになってきましたが、地域の中で関係性を持続的に築いていくことはまだ難しいと思っています。力を入れて取り

* 4 「リトルプレス」は、個人や団体が自らの手で制作した少数発行の出版物。

組みたいと思います。

今、ドット道東では、求人情報サイトを開設していますが、単に情報を発信するだけでなく、自分たちも東京や札幌に出向きイベントなどを通じて地方で何をやりたいのか、どう関わりたいのかを一緒になって考える勉強会も企画しています。情報発信と共にネットワークを作り、道東の人とのマッチングができればと思っています。



黒崎所長

黒崎 今日は、地域の最前線で活動する方々から貴重な話を伺うことができました。ドット道東さんは、点と点をネットワークでつないでいくというビジョンの本を作られ、第2弾も好評

ですが、ある意味ローカルに関心を持つ方のバイブルになっていると思っています。また2022年にグッドデザイン賞を受賞された阿寒の地域住民向け刊行物『自然の郷ものがたり』は、人口減少に悩んでいる川湯温泉で暮らす人々に対し、自然感、想いを直接聞かれ、まとめられたと聞いています。地域の課題、夢、希望なども共有していくことが大事で、ネットワークのつながりによって新たな力になっていくことと感じました。

「ローカルフレンズ」の取り組みは、単に地域の人と一緒に番組を作るだけでなく、地域と一緒に伴走する新たなステージに入っていると感じ、ぜひとも取り組みを続けていただき、ネットワークを広げていってほしいと思います。

北海道の地方では、若者が高校や大学進学に伴い地元を離れ、その後都会で就職することが多いことから様々な生活関連サービスも手薄になっています。堀田さんは子どもや孫の代まで士幌町が元気であってほしいと、中・高校生と一緒に商品開発やまちづくりに取り組まれていて、今後Uターンを含め士幌町に人が増えるといいと思っています。

広尾町も地域産業における担い手不足は厳しいと思

います。地域の昆布漁師さんたちも、地域産業を守るため一人でも多く人材を確保し育てたいとの思いから、いろんな体験プログラムを作られ取り組まれているかと思いますが、いろんなところで広げていってほしいと思います。

それぞれの取り組みには、課題やハードルがあると思いますが、ぜひ乗り越えて、元気に活躍していただくことを心から願っています。

《プロフィール》

【パネリスト】（順不同）

中西 拓郎 氏（なかにし たくろう）
一般社団法人 ドット道東 代表理事

大隅 亮 氏（おおすみ りょう）
NHK札幌放送局 ディレクター

中村 まや 氏（なかむら まや）
猟師・編集者

堀田 悠希 氏（ほった ゆき）
株式会社 at LOCAL 代表取締役

【司会】

黒崎 宏（くろさき ひろし）
一般財団法人 北海道開発協会 開発調査総合研究所長

◆ YouTube動画

セミナー『地域の魅力発信と新たなメディアの支援』
（令和5年1月20日に札幌市内で開催）

・第1部【新たなメディアの支援と地域の取り組み紹介】

<https://youtu.be/v9BqdhNJ3yM>



・第2部【地域の魅力発信、地域で生きていくこと】

<https://youtu.be/w24fHsp3f0c>

