

地方創生 way

國內第一本 深度關注地方創生議題的獨立刊物

LOCAL
MEDIA

地方 通信

ちほう
つうしん

情
感
連
結

的

串起人與地方

以最在地的角度，放送在地魅力的「地方通信」
非關乎視野寬窄，也不一定得要有知名人物的趣聞軼事
擷取置身其間才會發現到街道巷弄裡的生活風景
帶你隨著書頁的翻動，彷彿置身當地

以最在地的姿態遊走其間，發現不同區域、不同產業的活趣味

03

地方發聲號



© 甘樂文創

地方看國際

- 004 在地發聲·尋找無限可能·謝明達
- 005 地方關鍵字：支持年輕人到地方生活的可能性·謝子涵

地方向前走

- 010 運動品牌×城鎮品牌·村尾隆介
- 014 地方特色產業 商圈推動與地方創生政策的聯結·中衛中心地方創生工作小組 詹偉正
- 019 社區營造 地方創生與街區經濟·周奕成
- 024 運動賽事×地方創生

企業助創生

- 028 百年稻香家族 與地方共生共好
重新定位及擦亮稻米產業，藉以繁榮農村經濟並將其推向世界

地方最前線

Cover Story 地方通信LOCAL MEDIA

- 034 台灣的地方通信
串起人與地方的情感連結
- 036 《貢丸湯》從年輕的視角採集老新竹不為人知的精彩
「見域工作室」樂當文化知識的收集者與轉譯者
- 042 《深溝年報》以詼諧圖文詮釋農村大小事！
「田文社」讓你瞥見農村最KUSO的一面
- 048 《甘樂誌》從線下到線上
持續用動人的故事為地方帶來正面的力量
- 052 《食通信》從日本到台灣
用地方食材與生產故事 傳遞土地與人的情書



© 螢火蟲書屋

地方創生人

- 060 讓愛重新出發的布包
「大愛縫紉工作坊」縫出地方的希望與未來
- 066 打造「50+」再生職涯環境 與地方共好
「台東卑南」創生新願景
- 070 將蹦火漁業 豐饒山產 風華老街串在一起
「北海創生」再現金山風華
- 074 以科技養菇 種出地方可預見的新未來
「螢火蟲書屋」要讓孩子照亮石碇的創生之路

製作出版 財團法人中衛發展中心 | 發行人 謝明達 | 編輯顧問 曾旭正、鄭秋霜 | 總編輯 朱興華
行副總編輯 詹偉正 編輯委員 袁威五、朱家賢、林孟麗、李彩嘉 主編 林燕翎 編輯群 姜述尚、林志、黃鈺雯、王郁華、邱德明 | 智財執行秘書 姜欣伶 | 刊名書法題字 陳章甫 | 封面內頁設計 賴世

總經銷 聯合發行 (02) 2917-8022 定價120元 | 2019年8月發行

本刊所載內容之版權為本刊所有 非經本刊同意不得做任何形式之轉載或複製
財團法人中衛發展中心官方網站 www.csd.org.tw 中衛產業行腳臉書粉絲團 www.facebook.com/csdtraveller



運動品牌 × 城鎮品牌

山形縣朝日町與世界運動品牌 聯手打造地方居民的自信與驕傲

撰文、圖片提供
村尾隆介



Profile

村尾隆介 Ryusuke Murao

Starbrand共同創辦人及顧問。

以商業書籍作家、企業品牌經營顧問、演講者等多重身分活躍於世界各地。在日本客戶數高達300間企業，可稱是日本頂尖顧問。主要從事品牌經營顧問事業，目前不只侷限於企業，也涉及至地方自治團體。2014~2017年應邀擔任「山形縣朝日町」地區營造整體策劃人，獲150間以上的媒體採訪，為一廣為人知的城鎮品牌案例。



鎮公所年輕職員走上伸展台，展示MIZUNO與朝日町合作的服裝

位於東北山形縣的朝日町，是一個人口僅有7,500人的小城鎮。2014年4月時町長（相當於鎮長）因為「想打造城鎮品牌(Town Brand)」而邀請我到鎮上。該計畫從開始到執行完成為期兩年，2016年3月，還特別在朝日町的社區活動中心舉行了記者發表會。

活動前，當地居民完全不知道記者會的內容，也只有少數鎮公所職員獲知記者會的訊息。記者會一開場，會場流瀉著響亮輕快的流行音樂。觀眾座位分置在舞台兩旁，能清楚看到鎮公所的年輕職員如同模特兒般走在伸展台上，聚集在現場的新聞記者以及電視台人員紛紛露出一臉困惑的表情。

接下來，會場中的觀眾陸續發現模特兒身上衣服為何的時候，會場中響起了此起彼落的驚呼聲。這些擔任模特兒的鎮公所職員，身上穿的是世界知名運動品牌——MIZUNO（美津濃）為鎮公所製作的職員制服，以及活動人員的工作服。接著登場的還有鎮公所職員模特兒展示MIZUNO替農家設計的工作服，以及贈送給參與當地馬拉松大會選手的T恤與志工身上的制服。

時裝發表會進行中，不時會聽到觀眾席傳來「好酷！」、「設計好創新！」的讚嘆聲，這些感想都是因為「MIZUNO為朝日町設計的衣服，跟

過往朝日町街道上會出現在鎮民身上的服裝對比之下，看起來酷多了」。

雖然我很高興這些服裝廣獲好評，但我對這個「小城鎮和世界知名運動品牌的合作」目標並不僅限於此。



時裝秀結束時記者發表會上登場的是鎮長（左）、MIZUNO的董事（右）以及我本人（中）。

不只是讓「鎮民外表變酷」，更是要打造出「鎮民的自信與驕傲」

我在這場記者會上強調的是，不只是一要讓「外表看起來很酷」，而是要打造出「提高當地人對於未來的自信」以及「年輕一代為自己的城鎮感到驕傲」。

為此我特地企劃這次的合作，把ASAHI TOWN Wears的logo放入MIZUNO設計的衣服中。在世界知名賽事中能發現這個MIZUNO跟城鎮名結合的logo，這個創舉雖然是一項艱鉅的工作，但即使遭遇各種困難卻沒有放棄，因為我深信「這個標誌會改變一個城鎮」。

果不其然，從記者發表會開始迄今，朝日町居民仍非常珍惜這個跟MIZUNO合作的logo。就算我已離開朝日町數年後的今天，這個合作案例仍持續被各家媒體報導。朝日町的居民們也把這次合作事例，當作是城鎮的榮耀。最近也有媒體朋友傳來令人高興的消息，說當地的居民還曾從住在其他城鎮的朋友口中，獲知他們也非常羨慕朝日町與MIZUNO的合作。



MIZUNO與朝日町合作的限定logo，形塑地方居民的自信。

而且只有在朝日町才有販售這個logo的MIZUNO商品，時值今日，仍有許多民眾為了買到這個地方限定商品而特別來到朝日町，這個商品已成為當地紀念品商店的重要收入來源。

朝日町中小學的運動社團，以及為了健康而開始運動的人、高齡者等也都認為「如果要買運動服就要買MIZUNO」，進而提升地方居民對於MIZUNO品牌的認同感。

MIZUNO與朝日町的合作不僅止於單純的商品生產以及logo的設計開發，甚至於與MIZUNO簽約的運動選手也曾陸續到朝日町演講跟舉辦體操教室等活動。

此外，朝日町居民多是生產蘋果的農家。因為這個關係MIZUNO美津濃也開始著手準備推出為農家設計的專業工作服。藉由跟朝日町合作的機會，加速了從運動用品的領域，拓展到工作服製造的新商機。🏡