

# Smart Times

ハズフォルニアをご存じだろうか。カリフォルニアではない。ハズフォルニアだ。愛知県西尾市の寺部海水浴場「旧幡豆(はず)郡」のこと。地元の一部の人たちが、この地域を盛り上げ

ようと幡豆からもじってつけた名前と聞く。我々は地域活性化という言葉を使っている。地元民からすると、これに違和感があるという。主語が違うというのだ。確かに、その地域に住んでいる人間の言

インディゴブルー会長

柴田 励司



1985年上智大文卒。マーサー・ジャパン社長、カルチュア・コンビニエンス・クラブの最高執行責任者(COO)などを経て、2010年インディゴブルー社長、15年から会長。

## 夢のハズフォルニア

葉ではない。なんらかの企や施政者だ。当事者が自由画を奉行して地域に人を呼に楽しいことをやる環境を、お金を落としてもらうを整えること、その成果を仕掛け人が使う言葉だ。地世の中に知らしめること。域の話はあくまでも地元のそれが地元外からの正しい人たちが主体であるべき影響力の行使の仕方だ。

という目標はなく、あるのねていくと社会規範という自分たちが楽しいこと。見えない鎖につながれがち彼らの話を聞くと、その様だ。そうではない。鎖など子を見に行きたくなる。仲間をみつけて自分なんでもそう。いわゆるの居場所をより楽しくする営業トークに遭遇すると一気に冷めてしまう。買うか買わないかは、合理的な判断に委ねることになる。商品・サービスの提供者の(57歳)が趣味で写真を撮る楽しさに触れると違う。買ってアップしている。楽しんでやってみよう。

だ。地元の人たちが、自分ハズフォルニア運動の中たちが楽しくなることを自心人物の鈴木達朗さん、松由にやる。その魅力に外の澤聡さんとはともアラサー人が引き寄せられる。このの若者だ。高校卒業後、海外放浪の修行に出てハズフ女性活性、多様化のオルニアにたどり着いた。多くの地域から若者が流出り上げた方、はたまた大推進。こうした言葉をよく古民家を改造して民泊施設目にするが、いずれも地域にしたり、海の家を開設し活性化と同じ使われ方だ。たり、コミュニティFMその言葉を使っているのはとコラボして番組を放送し、自由に楽しいことをや当事者ではない。仕掛け人たりしている。そこに集客ればよい。ただ、年齢を重みではどうか。