

第9回チーム“SUNAGAWA” 団結セミナー&ワークショップ 振り返り

と き : 令和元年 11 月 7 日 (木) 16:00~18:30 ところ : 地域交流センターゆう

今回で 11 度目の砂川となる講師 (一社) 地球 MD 代表理事 山本 聖 氏
セミナー&ワークショップは54名と、今回も多くの皆さんに出席いただきました。



1. トークセッション 高校生が取り組む「地方創生」を紹介

日本旅行総研 砂子隆志さんの紹介 日本三大旅行会社のひとつである(株)日本旅行のシンクタンク(研究機関)のトップ、地域活性化のため観光地及び観光事業者を支援し、日本中飛び回っている方

愛媛県宇和島市の地方創生プロジェクトの紹介

高校生が主役、大人も参加しているプロジェクト、
現在2年目、全国的に注目されている取り組み。

地域を元気にするプロジェクトで、今の大人たちだけで未来を語っていいのか？ **未来の大人である高校生と大人が、性別・年齢等関係なく、人口減少・環境問題等も真剣に考えて、暮らし続けることができる地域の未来を創造する必要がある。**

私たち 『OASIS REPUBLIC -SUNAGAWA BASE-(以下「オアリパ」という)』 のプロジェクトも、この地域にあったらいいな、できたらいいなという、今ないものを創造し、20年後のこの地域のあるべき姿、目指す未来(目標)を形(絵)にしていきたい。

宇和島は練り物の産地、「練る」という言葉を徹底的に考えて「ネリーランド」という国、「ネルーくん」「ネリーちゃん」というキャラクターが生まれ、昨年右のビジョンマップを高校生が市長に提出した。

オアリパの「安心」「やすらぎ」とは？域外にこの地域の商品を売るだけではなく、地域の魅力や誇り、我々のビジョンをどう伝えていくかが大事。



2. セミナー 「地域資源をうまく活かした着地型観光」 日本旅行総研 砂子隆志

観光とは ; 観光＝誘客、域外から来ていただき、滞在していただき、砂川の良さを知っていただき、お金を落としていただくこと

砂川には目的がないと来ない、その目的には移動（時間）という高いハードルがあり、旅行スタイルの変化（団体旅行から個人旅行へ）を考えることが大切

砂川市の観光資源

一言で言うと、「すごい！」



水色は、砂川オアシスパークをイメージ
黄色は、日本一まっすぐな道路(国道12号)をイメージ
緑色は、公園、森、木、自然をイメージ

→ 既に十分な資源です。

私は、この「オアリパ」のロゴを見て、十分な観光資源があると感じる。実は関東は平野が続き、数多くの自治体があるが、特色を出すのに非常に苦労している、それと比べると砂川は非常に魅力的。



砂川市の地域資源と観光における強み

景観、観光スポット、具体的な飲食店や事業者名以外にも

- 日々多数のお客様の通行がある！
- 高速道で名前が出ている！
(ハイウェイオアシスの存在)
- 特急停車駅 しかも大動脈
- 道内観光、どこに行く時も通る
- 絵になる風景が多い！
- スイーツをはじめ何もかもおいしそう！
- お米がおいしい！
- ずっとまっすぐな国道！

砂川市のここがすごい！

利便性



砂川は、高速道路・特急列車が停まる駅・国道 12 号がある北海道の大動脈、札幌・旭川の人々のほとんどが砂川を知っている。通行量が多いのは大きな強みであり、ちょっと立ち寄っていただくなど、いくらかでも引き込むことができる。そのため、砂川での観光は地域資源を活かしやすい、年間 162 万人来る観光客数を活かし、お客様が砂川に来る理由をこのオアリパプロジェクトで作ってほしい。



この写真は、砂川 SA で札幌に向かう時の写真。左に行けば子どもの国・オアシス館、右に行けば札幌に向かう高速道路の本線。ここに初めて来た人に子どもの国や、お土産等の種類が多いオアシス館があることを伝える表示がほしい。最近の観光客はわざわざ行ったのにがっかりしたくない気持ちが強く、地域資源をしっかり伝えることが大切です。

砂川と言えば、「立川市砂川町」を思い浮かべる都民は多い。五日市街道で「砂川〇番」というインパクトがある地名が続く立川市は昭和記念公園などがあり都民の憩いの街、例えば立川市でオアリパの販売会等をやると色々な連携やチャンスを活かすことができるのでは。

砂川といえば



豊かな緑と
甘い香りに
包まれて

砂川

砂川市
17,185人(市HPデータ)



立川市砂川町
16,812人 →立川市 18万人



ららぽーと立川立飛
240店舗
3150台

着地型観光とは？

着地がつくる商品(体験プログラム)

「着地型観光」


旅行者を受け入れる側の地域(着地)側が、
その地域でおすすめの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態。
 独自性が高く、ニューツーリズムを始めとして、
 その地域ならではのさまざまな体験ができることから、各地域の魅力を味わう上でおすすめです。

キーワードは「体験＝コト消費」、例えば「オアシスパークのこの時間の夕日がきれい」など、まずは、地元の人しかわからない情報(地域資源)に気づくこと、そして、それを観光客向けに地域資源を活かした体験に変え商品にすることが一番大事

事例に見る成功の秘訣:「YOKOSUKA軍港めぐり」

神奈川県

発想の転換で「軍港」を観光コンテンツに



日米の艦船を見られる日本唯一のクルーズ
(毎日運航)
 【出航時間】 10:00 11:00 12:00 13:00 14:00
 15:00 16:00 (例外有)
 【所要時間】 45分
 【乗船料金】 大人:1,400円(中学生以上) 小人:700円
 【ガレ】 有
 【アクセス】 京急線「汐入」駅から徒歩5分
 JR横須賀線「横須賀」駅から徒歩10分

事例のポイント

地域資源への着眼

軍港・海上自衛隊

ガイド機能

案内人の知識と個性

商品づくりのこだわり

横須賀らしさ・イメージ払拭

地域内連携

地元組織との連携

砂川と美瑛の接点



美瑛に住んでいたこともあり、砂川と美瑛は似ていると感じる。絵になる風景「オアシスパーク管理棟」「美馬牛小学校」、水資源の強み「オアシスパーク」「青い池」、お菓子「ホリ・北菓楼」「カルビー」、どこにもない資源「日本一長い直線道路国道12号」「ジェットコースターの路(みち)」、最近水資源を活かす着地型観光事例が多くオアシスパークはまだまだ活かせる。**地域資源を活かすためには、「何に着目するか」と「どう使うか」、それを「どう売るか」をみんなで考えてほしい。**

3. ワークショップ 『オアリパはオアシスパークで〇〇したい』を考える

A班のイチ押し！

「気球に乗って素晴らしい景色を見る」

→気球を飛ばす地域はアクセスが良くなく乗りたいくても乗れない。砂川の強みはアクセスの良さ。砂川の強みとやりたいことを掛け合わせると本当に良い商品が生まれる。(砂子)

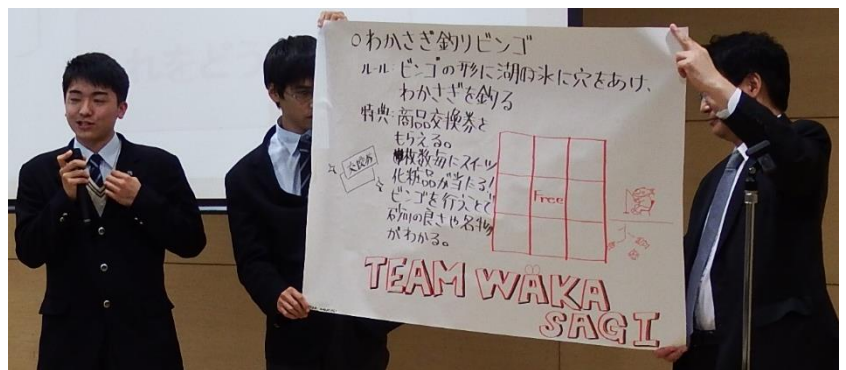
B班のイチ押し！

「SUP(サップ)をしながら湖上でヨガ」

→「〇〇しながら〇〇する」というのは凄いテクニック。自分たちだけが楽しむのではなく、他の人にその楽しみをどう伝えるかを常に考えると情報発信するときの強みになる。(砂子)

C班のイチ押し！「男女2泊3日の合コンプラン」

→情景が目浮かぶ商品は売れる。商品企画のストーリーができていて、2泊で考えていることが素晴らしい。(砂子)



D班のイチ押し！「ワカサギ釣りビンゴ」

→時間制限、罰ゲームなどオアリパならではのルールを決めたら面白い。(砂子)

全体講評

- ・各班それぞれ冬の企画が出ていることが素晴らしい。冬の企画は作りづらいので。(砂子)
- ・春夏秋冬ごとに、ターゲットを決めてできることを考える。「ワカサギ釣り×〇〇」「マリンスポーツ×ヨガ」などコンテンツの掛け算をしていくと地域ならではの特性が出てくる。(山本)

4. 事業所視察訪問 ※セミナーの翌日には、講師が事業者を訪問しています。

▼ 奥山農園



▼ 有限会社ウリ薬局



▼ 有限会社ほんだ菓子司

