

地域資源を経済価値に 「ここにしかない体験」 観光地域づくり ～観光プラットフォーム編～



宮本 昌武 (みやもと まさたけ)

福島県出身。観光業に20年ほど従事。観光プランナーamonとして観光マーケティング、観光講師業務など活動。2023年4月に芽室町地域おこし協力隊に就任。

【芽室町地域おこし協力隊となった経緯】

20年ほど観光業に従事している中で「観光とは何か」、「観光地域づくりとは何か」を考えるようになり、民間だけでなく自治体の観光推進への取組みに関心を持つようになりました。

そんな折、web上で『芽室町における情報集約や来訪者に日高山脈を楽しむ体験を提供するための、重要な拠点となる「アクティビティセンター」の設置を検討し、事業推進していく「北海道芽室町地域おこし協力隊」を募集』する記事を発見しました。芽室町に関心を持ったのはミッション内容、豊かな自然資源と地域資源があること、観光地としてはゼロベースから始める町であり、観光に取組む姿勢が前向きであるという点でした。

芽室町は2024年6月25日に日高山脈（えりも）襟裳十勝国立公園に指定された国立公園を有する地域（採用時は国定公園）であり、自然資源が豊かで新嵐山展望台からの眺望は芽室町の地域遺産であり、観光資源になりうる北海道を代表する傑出景観（けっしゅつ）です。

私のミッションクリティカル（任務の遂行に必要な不可欠な要素）は「アクティビティセンター設置、検討」という観光ナビゲーション機能を創ることですが、芽室町では観光ベースとなる観光プラットフォーム創りからはじめる必要があります、私が民間で得た観光知識、経験（観光プランニング、観光マーケティング・観光地での店舗運営、教育旅行のガイド指導、人材育成等）をベースに芽室町の観光地域づくりに活用していけるチャンスだと思い応募に至りました。

【まちの観光課題】

芽室町には魅力ある地域資源が点在しており、地域住民の定住意向も他地域と比べ高い水準にあります。その一方で、観光への取組み、観光プラットフォームの整備が十分でなく、地域が目指す方向性・ストーリーが明確に設定されていないのが現状です。地域特性の乏しい一過性のトレンドコンテンツの開発を進めることは、一時の収益は得られても交流・関係人口への発展、持続性はなく地域への還元、地域の理解を得られることは難しいと考えます。人口減少に伴う税収減、交流・関係人口の停滞等、地域の課題解決のためにも明確なシンボル、観光対象の設定による持続性のある観光プラットフォーム創りが必要です。

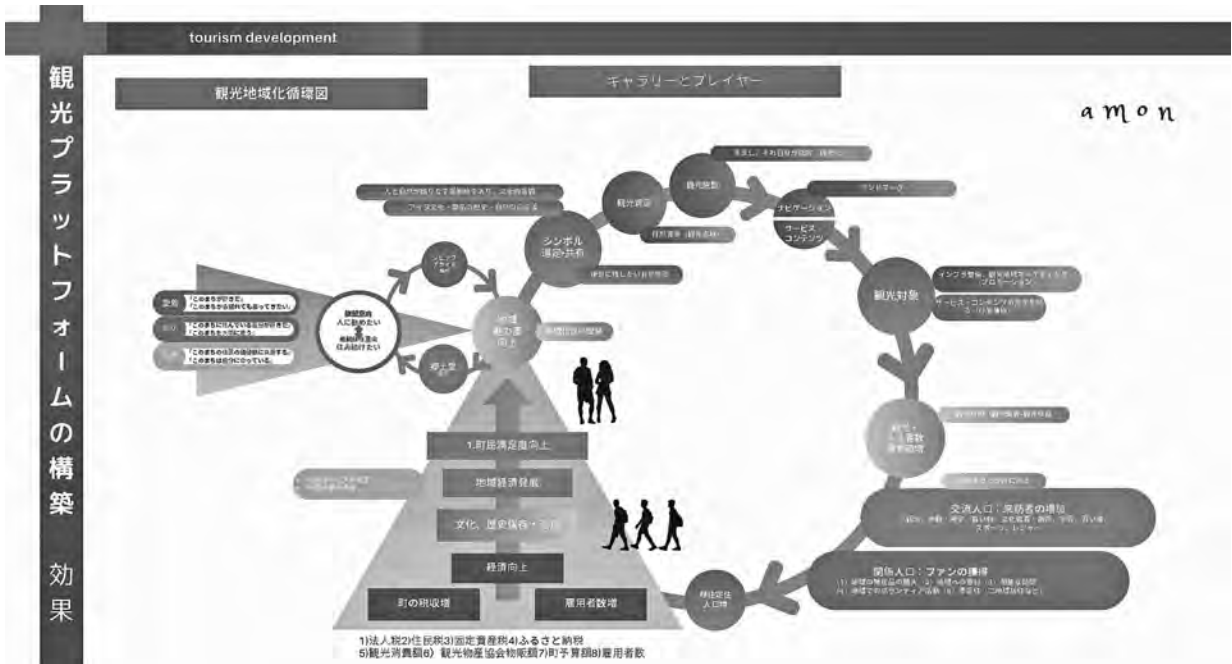
【芽室町のシンボル・観光対象とは】

芽室町は十勝平野と自然資源豊かな国立公園山脈を一望できます。また、新嵐山エリア・美生川（びせいがわ）対岸には、丸山チャシやコロポックル伝承など芽室町特有のアイヌ文化を体験でき、アイヌ先住者と移住者の共作による芽室町開拓、畜力開墾技術により十勝平野開拓を（し）発展させた歴史や風土をパッチワークのように識ることができます。

アイヌ文化、開拓の歴史、国立公園自然を体観できるこの新嵐山展望台からの景観こそが町が後世に残したいシンボルであり、観光資源です（全ての市区町村においてシンボル≠*観光資源ではない）。



新嵐山展望台からの景観（等倍、地上より40mドローンにて撮影）



この素晴らしいシンボル・観光資源である茅室町景観を魅せ・受入れ、それ自身が収益・集客機能を有する観光施設の新嵐山展望台のデザイン案、地域特性を活かした付加価値サービス・コンテンツ考察、そして観光資源と観光施設からなる茅室町のランドマーク（目印）までのナビゲーション（アクティビティセンター）機能の構築デザインを企画しています。これら（シンボル+観光資源+観光施設+ナビゲーション+サービス）を整備し発信することで初めて観光客に認知され、地域に訪れてお金を落としてもらえ「観光対象」となります（図参照）。

上記取組みを地域住民の方にも周知、共有するため、広報誌、ワークショップ、セミナー等を開催・または参加しプロセスから官民連携を心がけています。

【今後の観光地域づくりに向けて】

観光地域づくりにおける課題の分析・抽出には、観光分析手法の一つGAP分析（課題抽出方法）を活用します。観光地域づくりを達成するために何が必要で、それが現状とどれほど違うのかを理解し、マーケット・イン（観光客のニーズに沿って売れるものを創る）、プロダクト・アウト（地域の創りたいものを創り提供する）、どちらか一方が答えでなく、多角的かつメタ思考の視点で分析しプロダクト・アウトとマーケット・インを同時に実現させる身体的な思考が観光地域づくりには必要です。

観光交流の拡大を図っていくには観光客と受入地域側、相互の目的を考察し、茅室町に来る目的は何か、目的となる目印は何か、目的となる場所で体験できる付加価値（サービス・コンテンツ）は何か、そして目的までのナビゲーションを正確に伝える必要があります。観光プラットフォームを整備していくことで観光客に地域を知って訪れてもらい、観光資源・施設（サービス・コンテンツを含む）の魅力の向上・ブラッシュアップしていくことでロイヤルカスタマー（関係人口）を創出し、これらの観光推進をしていくことでその先にある移住定住意欲へと結びつきます。観光プラットフォームづくりは観光振興に寄与するだけでなく地域振興の課題解決にも大きな役割を与えます。

ダイバーシティ（多様性）に対応したデジタルとフィジカルを融合した人・モノ・金・情報が継続的に集まる観光交流拠点の設置、地域特性を活かした付加価値体験（ここにしかない体験）の提供、観光地域マーケティング（市場調査や分析、商品開発、広告宣伝活動やプロモーション、販売促進、顧客管理）、資金調達、インフラ整備等、観光地域づくりへの課題は山積みですが、1つ1つ課題解決へ向けた取組みを官民連携し、「観光を通じて地域資源を経済価値に結びつけ地域住民の質の維持向上を目指す取組み」＝茅室町特有の特異性の高い観光地域づくりを進めていきたいと思います。

* 「≒」ニアリーイコール、限りなく近いイコール。