

北海道のコアな価値を活用した滞在プログラムの検討 第5回ワークショップを開催しました

1. 第5回ワークショップの概要

日 時：平成 29 年 2 月 10 日(金)

場 所：TKP ガーデンシティ札幌駅前

参 加：20 名(会員：15 名、非会員：5 名)

講 演：「北海道のコアな価値を活用した滞在プログラムの検討」

(一社)北海道総合研究調査会 理事長

講 師：五十嵐智嘉子 様

W S：「元気な北海道に向けて」

(一社)北海道総合研究調査会 理事長

ファシリテーター：五十嵐智嘉子 様

2. 講 演

五十嵐講師は、平成 26 年 9 月より内閣官房まち・ひと・しごと創生本部参事官(非常勤)として多くの時間を霞が関での活躍に注力された方です。今回は、ワークショップを行う上でのヒントとして、まちづくりの課題解決に有効な「北海道のコアな価値を活用した滞在プログラムの検討」についてご講演をいただきました。

(1)講演要旨

コアな価値とは、その地域のブランドの中心的な価値であり、顧客価値を創出する展開力があるのが特徴である。地域にはマーケティングとマネジメントが必要で、“旅館が、ホテルが”ではなく、地域全体でどのように観光客を迎え入れるかが大切で、例えば豊浦いちご、隣の洞爺湖温泉で通常なら一泊二日で帰るところを豊浦のいちご狩りで半日遊べるのであればもう一泊追加しようとなるわけである。

また、作るのが上手いだけではなく、訴求力×販売力を高めるべきであり、地域の生産性向上のために「いっしょに考えていきましょう!」という日本版 DMO (Destination Management/Marketing

Organization) の役割も重要なのである。

また、北海道では 3 つの言葉の確認も必要。①しがらみの打破②横並びからの卒業③伝える力の強化。①は北海道の弱みとして農業組織のしがらみなどがある。②はコアな価値として「とがった」ものが必要で、隣にないものとの連携が大事。③は良いものを作れば売れるというのではなく良く考えてきちんと伝えること、地域資源をもう一回見つめ直し、そこにあるものをどう活用していくかを考えること。

昨年 12 月にローカルアベノミクス戦略が改訂され、“ライフスタイルのみつめ直し”として、①地域生活の魅力再発見・発信、②愛着の造成③歴史の発展、地域文化の振興。これらによる地方所得の向上を目指している。小樽でも古い民家の活用を考え始めるなど、北海道にも動きがある。

3. ワークショップ

(1)これまでのおさらい

担当幹事から、これまでの 4 回のワークショップ (WS) のおさらいとして、概要を説明した。

①第 1 回 WS 概要

平成 24 年 11 月 22 日に実施し、WS での発言や議論のルールを確認し、研究会発信のアンケート結果から観光と食、くらしまち・交通、産業技術という 3 つのテーマに絞り議論した。

②第 2 回 WS 概要

平成 25 年 9 月 2 日に実施し、到達すべき北海道の価値として、A 班：独自性を生かしてグローバルな北海道を目指し外国人を含めて全ての人にやさしさを提供すべきと提言。B 班：50 年の自立と観光旅行と題し、食育や農業、体験教育を提案。C 班：北海道独立国として、自給自足型経済の確立と世界のハブへ逆転の発想を提案。

③第3回WS概要

平成26年10月17日に実施し、アクションプランを練った。A班：優秀な高専と連携。B班：観光で1泊3万円、年間480万人の集客を目指す。C班：目標は、北海道は「〇〇大国」と呼ばれること。

④第4回WS概要

平成28年8月19日に実施し、WSの議論を集約したマインドマップから、食と観光を中心にアクションプランのファクターを検討し、何を行うかターゲットを絞り込んだ。A班：ベトナムの女子大生に1ヶ月日本人になってもらう。B班：台湾・東南アジアの家族に北海道の四季を満喫するリピーターになってもらう。C班：ドバイの石油王子に真冬の北海道体験ツアーに招待。

(2)第5回ワークショップ

①第5回WSの進め方

第4回WSで作成した企画に6W1Hを検討していく。その手法はマンダラートによって行う。これは今泉氏が1980年代に考案した本質を完成させる手法であり、日本ハムの大谷選手も一流のプロになるために活用した、キーワードから発想を展開するもの。用途は主に①発想を広げる方法②目標に向かって条件を考える方法③目標に対して構造を考える方法④とにかく思いつくもの考える方法がある。今回は①発想を広げる方法を用いた。

②第5回WSの概要

第4回WSの班構成で、それぞれ企画を検討した。

A班：ベトナムの女子大生には、北海道の四季をそれぞれ体験してもらい、新鮮な食材を楽しみなが

ら冬の露天風呂や流氷や桜を楽しんでfacebookで紹介してもらう。ご褒美として家族を招待しコスメ体験や茶道やカラオケを楽しんでもらいたい。留学や就労について私立大学・道庁と協賛が重要。

B班：台湾人にリピーターになってもらう。夏と冬は黙っていても集客出来るので、平準化のために秋を売り込む。美しき北海道で紅葉の中にて収穫体験の後、露天風呂で日本酒を楽しんでもらう。ハイシーズンの時に四季のポスターなど(アナログ)で売り込む。それを英語や中国語でSNSやInstagramで拡散してもらう。



写真-2 企画発表の様子(B班)

C班：冬の北海道に呼ぶ。ハラルフードの専用工場を作り、温泉三昧+医療(人間ドック)でホテルを丸ごと貸し出す。北海道の病院経営者に動いてもらう。道内を専用のトレインやリムジンで移動し上質な古民家を改装したホテルに宿泊してもらう。北海道の秘匿性を生かす。この企画のプロモーションビデオをトラベルプランナーに売込む。



写真-1 企画検討の様子(A班)

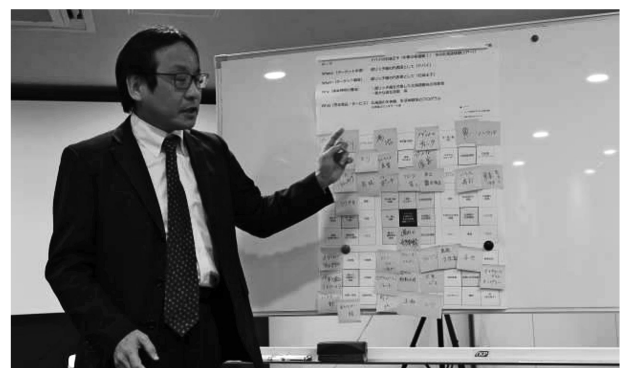


写真-3 企画発表の様子(C班)