

第5回地域の魅力まるごとブランド化検討委員会

- 日時 平成22年5月24日(月曜日)午後6時00分～午後8時10分
- 場所 ピパオイの里プラザ
- 議題
- 平成21年度事業報告について
 - 1泊モニターツアーの結果分析について
 - 先進地視察実施報告について
 - 美唄まるごとフェア(札幌駅)の報告について
 - 平成22年度の事業説明について
 - 道外PR(東京)事業
 - まるごとブランド化推進モニター事業
 - 広域観光部会の開催
 - 今後の取り組みについて
 - その他

出席者(委員)

吉岡宏高、島津勝一、佐藤直幸、谷村明紀、川島浩、渡部貴司、脇田陽一、森田敏、吉田譲 欠席～前川和子、津田潤、田島優子、山田優子

(事務局)

中井英雄、奥山隆司、津田雄二、置田孝浩、佐藤政直、森川治、土屋貴久

議 事

1 平成21年度事業報告について

1泊モニターツアーの結果分析について

平成22年2月25日～26日に実施された「1泊モニターツアー」について参加者アンケート結果を事務局から報告。委員からの主な意見は次のとおり。

若い人と話をしてみると、炭鉱に対して暗いイメージを持っている人が多い。美唄は自然にしても遺産にしても素晴らしいものがあるので、もう少し違う見せ方を考えてみてはどうか。(脇田委員)

炭鉱のイメージについて、アルテピアッツァ美唄と同様、アートとしての観点など違った方向性を持ったほうが良いのではないか。(吉岡委員長)

先進地視察実施報告について

平成21年11月26日～27日に実施された「先進地視察」について、実際に参加した委員から意見。

北の屋台への取り組みについて、継続していくことの大切さ。(森田委員)

清水町は世間で言われているほど大したものではないのではないか。(吉岡委員長)

美唄まるごとフェア（札幌駅）の報告について

平成22年3月26日～27日に札幌駅で実施された「美唄まるごとフェア」について、事務局から説明。各委員からの意見については次のとおり。

他のフェアとの比較はどうか。また、ここに来た人が、どういう実感が得られたのが大切である。（吉岡委員長）

イベント会場では美唄に関するクイズを開催していたが、その解答については物販会場に行かなければ解答がわからない仕組みとなっていたことから、物販会場へ足を運ぶお客さんが多くなり、売り上げも高かった。物販会場は北海道貿易物産振興会の販売所だったので、今後、他の市町村ともうまく連携できれば更に効果的ではないか。（事務局・中井）

2 平成22年度の事業説明について

- ・道外PR（東京）事業
- ・まるごとブランド化推進モニター事業
- ・広域観光部会の開催

各事業について資料に沿って事務局から説明。その後、各委員からの意見は次のとおり。

今後のスケジュールが記載された資料の「広報・PR」欄に、「地域資源磨き上げ」として看板製作と書かれているが、何か具体案はあるのか。（谷村委員）

美唄は国道12号線のスタート地点であり、看板付近で記念撮影をしている方も多いが、現状の設置場所では交通面で危険が懸念されている状況であり、安全な場所を含め検討をしている。また、炭鉱メモリアル森林公園の看板製作も予定しているが、ガイドがないので説明を書いた看板について内容を検討している。（事務局・奥山）

何が目標で看板を設置するのか？美唄のポリシーをしっかりとPRする方法として検討していくべきである。（谷村委員）

アルテとツーリズムが好評だったとのことだが、実際に農家民泊を行ってみてどうだったか？（吉岡委員長）

実施したのが冬だったため新鮮な野菜はなかったものの、鹿肉や漬物などを食べてもらったが、好評だった。農家とのつながりのない人ばかりで、見知らぬ者同士で話しをする状況を新鮮に感じていたようだ。その他、農作物についての知識を得られることも良かったようだ。なお、農家民泊を行うのは構わないが、自らの家族の協力なしには出来ないの、その兼ね合いがある。また、繁忙期とそうでないときがあり、農業体験の一環で手伝ってくれるのは助かるが、怪我をすることもあるので、その兼ね合いも難しい。（川島委員）

ブランド化について、ブランドを作るのが目的なのか、美唄を認識してもらうのが目的なのか。ブランド化を考えた場合、「知る」というのがキーワードになる。美唄には「知ってもらくと、美唄はいいところ」というような魅力があり、真の美唄を知ってもらうためにどうしたいのかを皆で考えていくべきではないか。美唄といえば「の美唄」という言われ方が多いが、「美唄の」と言ってもらうにはどうしたらいいのか。やり手婆の

ように、人とのつながりをどうやって広げられるかの視点が大切である。(吉岡委員長)

人と人との触れ合いが非常に大切であり、アツい市民がまちをPRしてリピーターを作るような仕組みづくりが必要ではないか。こちら側からアツくなることによって、「発信」を行っていったらどうか。(脇田委員)

美唄には何か足りないという印象が強く、例えば札幌の人でも美唄焼き鳥は知っているが、美唄がどこなのかを知らない人が多い。もう一息ドカンと訪れるに値する魅力が必要ではないか。美唄は個々では魅力があるが、それらをまとめると不味い。(渡部委員)

「アルテから～へ」「宮島沼から～へ」というような循環を、各々が共通認識をもって行うことが大切である。(脇田委員)

例えば湯布院である店へ買い物にいったとき、その店では自分の店より、他の色んな店をPRしていたのが印象的であり、地元を愛しているのだなあと感じた。多くの人に知ってもらうには人と人とのつながりが大切であり、そのためには、地元が協力し合うことが大切である。美唄市民が地元を知ること、色んな場所から美唄の魅力が発信される環境づくりが必要だ。(佐藤委員)

地元がブランド化するのではなく、誰かがブランド化をしなければ、人を呼ぶのは難しい。人を呼ぶには、例えば「北の国から」で有名な富良野や函館の夜景(圧倒的な景観)などの要素が必要だが、美唄ときいてもイメージが浮かばない。炭鉱をアートでみせるといっても、お土産もなく、焼き鳥も昼間よりは夜の世界であり、スイーツもない。このような中で、誰に美唄をPRしてもらうのか?そして、どこでブレイクスルーさせるのかを考えるべきではないか。(島津委員)

美唄市民全員が美唄ファンになれるよう、それをコーディネートするのが私たち(まるごとブランド化検討委員)の役割である。そうした観点から、役所には人に対して時間とお金を投資してほしい。(谷村委員)

かつて「おーいお茶」という飲料水が日本で2番目の売り上げとなったが、この背景には社員全員がこの飲料水を常時持ち歩いて、いろんなシーンで美味しく飲む行動を続けていったことがあり、これを美唄の魅力のPRにも応用させてほしい。(脇田委員)

美唄にとって、「たくさんの観光客に来てほしい」のか、それとも、「どんな人に来て欲しい」のか、美唄として見極めるべきではないか。例えばアルテピアッツァ美唄や宮島沼に、たくさんの観光客が来過ぎたらどうなってしまうだろうか。空知という地域は、「来てみると満足するが、来るまでは来たくない」という感覚があるが、美唄には「アルテに石を彫りに来る人」や「宮島沼のマガンを見るために早朝から来る人」など、いくつかの手がかりはある。こうした手がかりをもとに教育や人とのかかわりなど、どこかを突破口とできないか。(吉岡委員長)

3 今後の取り組みについて

「食にこだわったまちづくり」市民推進会議について、この推進会議は13の団体等によ

って構成されているが、「地域の魅力まるごとブランド化検討委員会」も構成団体のひとつであり、佐藤委員が推進会議の委員となっている旨、今後の連携をもった取り組みについて事務局から概要説明がなされた。

- 4 その他
特になし

決 定

- ・今回の意見をたたき台にして議題を設定のうえ、次回会議にて検討を行う。
- ・次回は7月5日午後6時に開催予定。

以 上