

研修参加報告書

令和 2年10月27日

会派名 無会派
会派代表者 尾関 昭

(参加者： 尾関 昭)

研修参加の結果について、次のとおり報告します。

①

年月日	令和 2 年 10 月 23 日 (金)
研修時間	13:30 ~ 16:00
研修場所	藤枝市郷土博物館 講座学習室 (蓮華寺池公園内)
研修内容	誰でもできる! まちの宝の探し方! (講師: 渡村マイ)

研修参加報告書

①

年月日	令和 2 年 10 月 23 日 (金)
研修時間	13:30 ~ 16:00
研修場所	藤枝市郷土博物館 講座学習室 (蓮華寺池公園内)
研修内容	誰でもできる! まちの宝の探し方!
■目的 まちづくりの着眼点を既存の施設とその周辺から構成される街並みに主眼をおき、更なるまちの宝を発掘・創出することにより、持続可能で地元からも愛される観光拠点を形成する当地域を学び、今後の地方における観光行政のあり方を考える。	
■内容 講師 渡村マイ 氏 (一般社団法人 SAKURABO 代表) 琉球大学法文学部卒 元・藤枝市観光協会 着地型観光商品企画開発事業担当 ・現組織は I ターン、U ターン組で形成され起業、現在に至る。今までの実績として「藤枝おんぱく」(藤枝温故知新博覧会)を毎年開催(「おんぱく」は別府市の温泉博覧会からの名前に由縁)。れんげじオーガニックマーケット(毎月第3日曜日開催)ほか多数の事業を実施。静岡空港が出来、静岡県が県下各市町に対し観光へシフトするよう要望したことも大きい。 ・「地元はつままない」と沖縄での学生時代、東京(大学院時代含む)で地域差のギャップに悩む。高校時代は面白く感じなかった地元・藤枝市だったが、地元の観光協会に転職したことをきっかけに、まちの宝の発掘を仕事として任され、現地取材を重ねる事でまちの多くの可能性ある要素を知ることとなる。 若かりし頃の視野の狭さ → 自分が成長したことで、たくさんの「ステキ」に出会えたこと。景色を変えるには「見方」を変えること、地域を変えるにもまずは意識を変えることも大切である。 ・地域を旅するローカルツーリズムという考え方。 → 人は人との出会いや経験によって「気づき」が生まれ、自分の世界を広げることができ、成長することができる。 → 遠くへ行かなくても地元での「出会いのトビラ」を作る、という発想。	

・おんぱく手法の事業【着地型観光】→ 観光スタイルが団体型から個人型へ変化する中で、従来の旅行会社が企画し参加者を目的地へ連れて行く「発地型観光」に対し、個別ニーズに応え地域の人がプログラムを企画し、招き入れる新しい観光の形態としての「着地型観光」を組み込む。

・藤枝の「人」の魅力こそが最大の地域の魅力であり、新しい観光の目的地となる。
ふじえだ体験プログラム → たびいく, 五感で感じる体験, ふじえだ旅 ほか
地域素材を集めた体験プラン集 100 → 地域の「人」「地域」の魅力を紹介。

・実施例

【中山間地・移住定住促進事業, 民泊コーディネート】

○夏山!せとや 山村ノアソビカタ (2012): ファミリー向け、山の体験を組み込んだキャンプパック

○玉露農家+民宿 : 台湾の修学旅行を誘致。 年間 600 人の実績

・色々な試行錯誤と経験より…

○体験プログラム (対子供) は大人からの押しつけによるもの

→子供が求めているタイミングで提供する事が大切。

○観光事業においても、必ず「KPI」を設定することが大切。

・地域イベント (本件においては「藤枝おんぱく」) は「苗床」であること。

○各プログラムの質の向上→地域素材のブラッシュアップ

○「つながり」の構築 →地域内での横の繋がり的重要性

→最終的には、地域への「自主性」を育てることも

・まちづくりの考え方

○「シビックプライドの醸成」…自分の住む地域を大切に思うことと精神的な豊かさ

↑

内部目的と外部目的を相乗効果で両立させていくこと

↓

「地域ブランドの創出」 …この地域ならではの良さを評価され続けられることの重要性

・まちづくり団体の内部環境として (もったいないところを減らしていく)

○来場者のニーズを把握していくこと

○負担=税金という公共性を担保に入れた活動域の意識

○地域内経済の流出をいかに最小限にとどめるかの戦略

■所感

行動（イベント）を同時多発的に行い、また自ら融資を受け物件を所有し、賃貸借物件として活用し複数の店舗展開も行うなど、まちづくりを「経営している」その手法や活動内容は、今後見習うべきモデルだと思われる。

慈善団体ではない念入りなリサーチとそれを支える地元の複数のキーマンが上手く噛み合っていて、確実に着実な観光産業を構築しつつあり、近隣からのリピーターに支えられ静岡県下では多くの方が知った事例であった。

「あるもの×あるもの」の発想は、実態としての目新しさは感じないが、PRを上手く行う事により興味をそそるイベントへと作り上げられているものが多い。