

独自の地域資源を見つけ、 育て、活用すること

おいしい農作物だけが
北海道の地域資源ではない？！

今年の北海道は、台風上陸もありましたが、秋らしい気候が比較的長く楽しめました。各地域のおいしい農作物の収穫情報が、記事や広告でも多くてワクワクしました。地域といえば、各地域ならではの良さ(この連載ではそれを「地域資源」とします)を活用した活動にも、最近、自分で多様なアプローチが増えてきている気がします。今回は、そんな取り組みが見えてくる新聞広告をご紹介します。地域資源を見つけ、育て、活用することは、これからの北海道にとってどのように重要になっていくのかを皆さんと考えてみたいと思います。

「モノ」として買われる資源より、「体験」資源が北海道は豊富？！

地域資源活用の代表例は、北海道の重要な産業である観光ですね。今年も外国人観光客は増加傾向で活況のようにも感じています。

今回は、豊浦町の豊浦型DMO観光地域づくり事業としての「豊浦町長と巡るツアー」(1)は、とても面白い企画だと感じました。豊浦町の岩屋秘境祭のや小幌駅を豊浦町長と観光するツアーですが、これは、町民自らが「観光地域づくり」として町の魅力を探し、考え、振興策を作り上げていく一連のプロセスを経て生まれたものです。しっかり作り込まれた観光サービスを受けることは楽しいです。でも、一緒に作っている、参加して

いると感じる体験は、他人の評価に左右されない確かな価値になると思います。

地域資源を見つめる視点

北海道には、少子高齢化、過疎、産業の空洞化などの問題がこれから待ち構えています。たくさんのお金があれば何でも解決できるというわけでもなく、工夫から生まれたモノがユニークな進化を遂げ解決につながることも多いです。地域にとって何が大切か、何が面白いのか、住んでいる人には見えづらい時もあります。まずは、自分たちが楽しめることや自分たちならではの解決策を見たいですね。地域の人

リゾート業界大手の星野リゾート代表の星野佳路さんが、株式会社丸若屋社長の丸若裕俊さんとの対談(2)、(3)で、こんなことを言っていました。「季節の移ろいを通じて新たな気付き

です。しかし、インバウンド景気は一過性のブームで終わる可能性が出てきました。観光庁が今年の7月に示した資料(1)では、外国人観光客の消費総額が増加しつつも、「爆買い」の額が減少に転じたことが分かりました(ただし、消費総額で一番大きな割合を占めてはいます)。これは、観光の楽しみ方が、「行った、見た、買った」というような消費型から、「味わった、出会った、体験した」というような体験型へ変化し始めていると考えられます。個人の記憶や思い出となる体験は、他人の評価(「いいね」、書き込みなど)で測ることができない価値であり、日本人観光客でも同じ現象が起きていると思われま

をお客さまに提供し続けてこそ、サステイナブル(持続可能)な売り上げへとつながる(中略)日本の四季こそが21世紀に続く大切な資産」であると。そして、日本の雪の質・量が「ヨーロッパの雪とは根本的に違う」ことや、北海道などに外国人観光客が雪を目当てにたくさん来ていることを挙げて「21世紀の日本の資源は雪だと思ってい

る」そうです。北海道は、雪の宝庫です。しかも、世界有数の質の良さといわれています。しかし、その雪をどれだけユニークな地域資源だと捉え、独自のコンテンツに仕立てて楽しめているのでしょうか。かような私も冬は雪かきに手いっぱい、どうやったら楽しく活用できるかなんてあまり考えられていません。

自分たちが住む土地の地域資源を自分たちで見つけ、育み、活用することは、意外と難しいけれど、とても大事なことなのだと思います。

また、宮坂建設工業株式会社の「地域防災訓練(2)」は、とても独特で意義を感じる内容だと思いました。小学校の防災訓練などもそうですが、意義が分からないと気持ちも動きません、気持ちも動かないと何事も身になりづらいです。防災を考へての訓練は決して「楽しい」体験ではないですが、昨年の北海道での災害



1 「弟子屈町」2017年8月9日 朝刊 全道版 全15段



1 「阿寒摩周国立公園名称変更企画(広告特集)」2017年8月10日 朝刊 全道版(全4Pより抜粋)



2 「宮坂建設工業(地域防災訓練・北広島会場)」2017年9月20日 朝刊 札幌本社版・函館版・旭川版 全5段



2 「宮坂建設工業(地域防災訓練・帯広会場)」2017年9月20日 朝刊 釧路北見版 全5段



3 「豊浦町DMO企画(北海道宝島旅行社)」2017年9月10日 朝刊 札幌本社版 5段1/2

参考・引用文献

- [1] 観光庁 (2017) 訪日外国人消費動向調査, <http://www.mlit.go.jp/common/001158884.pdf>
- [2] QREATOR (2016) 【星野佳路×丸若裕俊】「爆買い」は日本の資源ではない《前編》, <http://qreators.jp/content/487/>
- [3] QREATOR (2016) 【星野佳路×丸若裕俊】「爆買い」は日本の資源ではない《後編》, <http://qreators.jp/content/488/>



ふくだ ひろとし
福田 大年

札幌市立大学デザイン学部専任講師 (教育学修士・造形修士)

1975年、北海道生まれ。デジタルコンテンツ制作会社の起業などに携わった後、2008年より現職。専門はインタラクティブデザイン、デザイン教育。最近はアイデア生成、遊びのデザイン、地域産業サポートなどに取り組む。学会、広告団体、キッズデザインなどでの受賞歴あり。

