

第5回チーム“SUNAGAWA”団結ワークショップ 振り返り

ワークショップ **とき** 平成31年3月15日(金) 16:00~18:00
ところ 地域交流センター ゆう

今回で7度目の砂川となる講師 (一社)地球 MD 代表理事 山本 聖(さとし)氏
第5回ワークショップの出席者は56名、今回もたくさんの皆さんに出席いただきました。

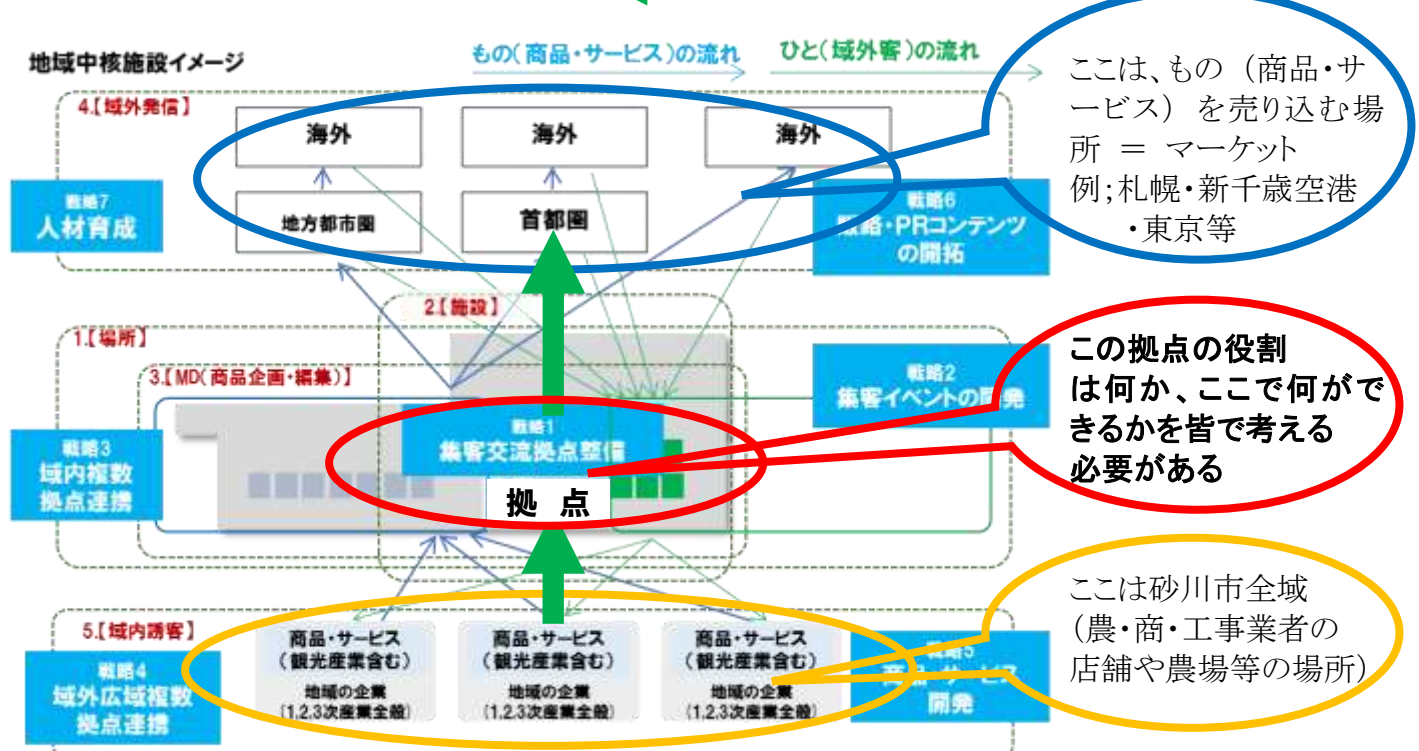


善岡市長からは、「ここに集う皆さんは、2年間この事業に参加していただいているが、これから何を作り上げてどうなるのか不安だと思う。パーラーグランド周辺に建設することを考えている施設を 2019 年度に決定する地域ブランドの成果を出せる場所とし、砂川に賑わいを創出して欲しい。」との挨拶がありました。

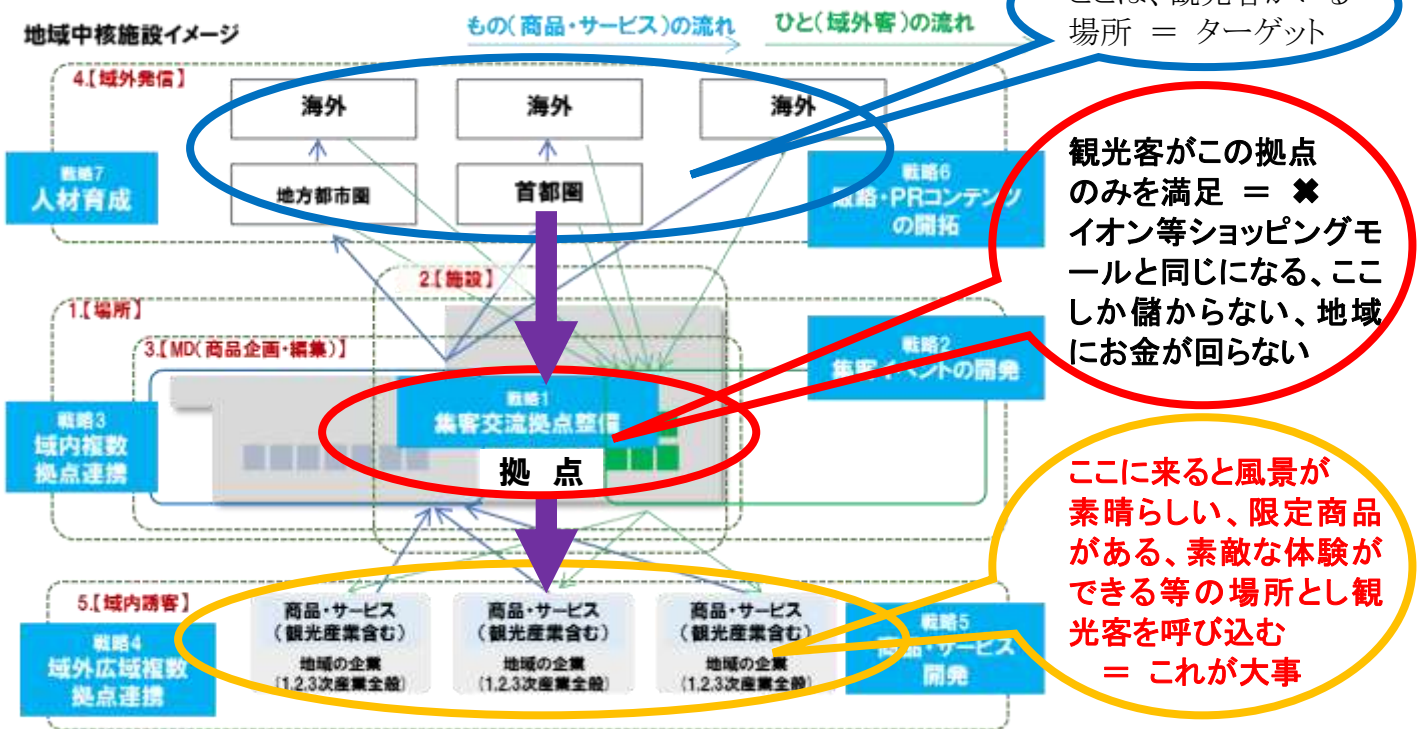
1. 地域ブランドの作り方「拠点＝聖地の役割とは」

これまで地域ブランドの作り方 & 異業種の皆さんがどんな想いで仕事をしてきたかを皆さんと共有
来年度は、地域のもの（商品・サービス）を皆さんの見える形で外に出していく（PRしていく）

このワークショップでは、地域ブランドをPRし、その魅力を感じた地域外のお客様にまず来ていただく場所（＝拠点＝聖地）をパーラーグランド周辺に建設される施設と想定して、その施設の目的を考える
まず ① もの（商品・サービス）の流れ



次に ② 観光客の流れ ←



○ **拠点** = 地域によって異なる(道の駅、デパート、商店街等)が、
「地域をまとめてPRする役割」と「観光客を地域・事業者と結び付ける役割」がある

○これまでの砂川

- 拠点が無いので、強い事業者が自ら商品・サービスを売り込み、観光客を呼び込む
- バラバラ、地域全体に広がらず、地域にお金が回らない

○これまでは日本中どこでも勝手にお客さんが来た、来る人だけをさばけばよかった

- これからは**人口減少** → 来る人が減り、売り上げは減る
- **対応策は2つのみ『外で売る』そして『外から人を呼ぶ』**
- 状況は日本中どこでも一緒、一人では大変、だから異業種のチームになる

○異業種のチームの役割

- ①外に出るチーム = 自社のもの(商品・サービス)だけでなく地域の魅力を伝える
 「この商品は美味しいよ、だけど砂川に来たらもっと素敵な体験ができるよ」など
- ②観光客を受け入れるチーム = 砂川に来ないとできないことを考え、実行する
 → この2つのチームに関係のない人はいない、全ての異業種が関係者になる

※これまで「砂川に来ないとできないことは何か」を洗い出すのに、農・商・工の異業種の皆さんの武器を知らないといけなかった、そのためここまで時間をかけてセミナー・ワークショップを行ってきた



2. 団体戦における7つの基本戦略 = 7つ同時に取り組む

①集客交流拠点整備 … 拠点のターゲットは「地域住民」と「観光客」の両方

- ※ 観光客のみをターゲット → 観光客しか来ない・地元の人に関係ないと思われる
- ※ 地域住民のみをターゲット → 地域住民しか来ない・人口減少でじり貧となる

②集客イベント開発 … 地域振興の課題は、「売上」ではなく「集客」

- 地域に人が来てくれないと、お金が落ちない・ファンになってくれない・住んでくれない
- イベントのみだとお金が落ちない、イベント実施団体が疲弊する
- イベントにおいて「モノ（商品・サービス）」が売れるようにイベントを考えることが大事

③街なか(域内)連携 … 異業種・地域の行事を理解して、お互いに役割分担

- 昨年12月のワークショップで所属する会社・団体・地域の行事を記入してもらった → 見える化

④広域連携 … チーム“SUNAGAWA”の地域の範囲は？砂川だけで仲間は足りるのか

- 医療の範囲はわかりやすい、広域が可能な理由はインフラ = 交通アクセスが良いから
- 帯広チームの地域の範囲は十勝全域（帯広だけでは足りない、牧場やワイン工場は周辺町村）

⑤商品開発 … ブランディング整理シートで考えないと売れない（考えないで売ることから失敗する）

⑥域外商流開拓 … 外で地域をPRするときにもの（商品・サービス）だけではだめ、物流を理解する

- もの（商品・サービス）を物流に乗せて売るには仲間が必要、それは私たち砂川以外の仲間の仕事

⑦人材の育成 … ①～⑥を考えてマネジメントし実行する人、これが日本中で一番足りない

- このブランド構築事業は必ず終わりがくる、最長で3年、その後を考えないと続かない
- 鳥取も帯広もまだ事業は終わっていないが、今までにない新しい団体ができた

※皆さん一人ひとりが、この7つの戦略のどの分野だったら貢献できる・稼げることを考えてほしい

3. ワークショップ「チーム“SUNAGAWA”の①・②・③を考える」

- ①は、チーム“SUNAGAWA”のターゲットを記入
- ②は、パーラーランド周辺に建設される施設で何ができるのかを記入
- ③は、自社（店舗や農場など）に来ないとできないことを記入



上の図は帯広の事例、絵でわかりやすく表現されています。このワークショップで皆さんから頂いた情報をまとめて、チーム“SUNAGAWA”も、砂川らしい一枚の絵を今後作成します。

4. ワークショップのまとめ（山本講師）

○お客様が楽しくないと来ない、お金を落とさない

- **皆さんは真面目でちょっと硬い、おもしろおかしくみんなでワイワイ考えましょう**
- 長野県の諏訪チームでは、酒蔵めぐりの「べろべろタクシー」、参勤交代の宿場町だったことから気球に乗って「VR 参勤交代」の体験、お寺でグランピングをする「寺ンピング」、参勤交代で泊まった大名の「大名漬け」など新たなもの（商品・サービス）が生み出されている

○私は国の機関（経済産業省や文部科学省）からも相談を受けている

- これまで国は商業活性化と観光振興を別々にやってきたが、もう単独では無理と悩んでいる
- 商業活性化と観光振興をコラボさせ、外から人を呼ばないと地域が活性化しない
- **そこで、このチーム“SUNAGAWA”の取組みは全国モデルになる可能性が十分にある**

○皆さん！スイートロードは何を指しますか？「お店？」「レシピ？」「素材？」「色？」「形？」

- 今は答えられない、みんなで考えて答えを決めるのがブランディング
- この2年間は「お互いを知る」ためにやってきた、逆に決まっていないからチャンスである

○次年度は看板商品を作りたい → それを生み出した異業種の仲間のコラボを外にPRしていきたい

○信じてついて来てください！皆さんと一緒に必ず結果を出したい！

事業所視察訪問

今回は、山本講師が『砂川高校』と『カフェ くるみる』を視察訪問しました。



▲横山校長と小田島教頭と高校生と地域ブランドとの関わりについて懇談

▼『カフェ くるみる』で、空知産野菜と砂川ポークチャップカレーを堪能



いよいよ本格スタートする『砂川市地域ブランド構築事業』の『キックオフ』は、**7月23日（火）**です。是非、ご参加いただきますようよろしくお願いいたします。

お問合せ：砂川市 経済部 商工労働観光課 商工振興係 Tel54-2121（内線 347）