



改めて気がつく わが地域のすばらしさ

東胆振地域ブランド創造協議会
プロジェクトリーダー
うめつあきら
むかわ町職員 梅津 晶 さん

各まちの背景や事情を考えたときに、プロジェクトの方向を決めるにあたって難しさを感じながらのスタートでしたが、他市町の職員の皆さんと何度も意見を交わし、この東胆振という「大きなエリアの職員」との意識を持つことで、各まちの魅力を引き出すために判断を下しながらプロジェクトを進めてきました。

プロジェクトを始めてからは、近隣の市町村に足を運ぶことが多くなりました。一歩まちの外に出てみて改めて感じたことは、食であれ、自然であれ他のまちの良さを見ることで、自分のまちの隠れた良いところを再確認できたことでした。

ぜひ、皆さんも自身の住む地域から、少し足を延ばして、他の東胆振の地域の良さに触れてみてほしいと思います。きっと今まで気が付かなかった、自分のまちの良いところが改めて一つ、二つと見つかるのではないのでしょうか。



ビジョン、戦略を みなさんと共有して

東胆振地域ブランド創造協議会
事務局
よしだ ようすけ
苫小牧市職員 吉田 陽輔

苫小牧市と各まちは基幹産業や、まちの背景が異なり、それぞれのまちの意識をどう共有していくか、当初は難しい面もありました。しかし、違うまちの職員と共通のテーマについて話し合いをすることは非常に有意義で、各自治体幹部職員の方々からも「頑張ってくれればよい」との一言に大変救われる思いでした。

多くの観光業、飲食業の方々とも接しましたが、広域連携を前向きに捉えてくれていることや、地域を盛り上げたいと考える人が多いことを再確認でき、非常に良かったと感じています。

今後、民間事業者との連携も強めていかなければなりません。そのためには共通のビジョンを持ち、戦略と戦術をしっかりと共有していくことが必要となります。まずは、行政がどのような広域連携の形を見せることができるのかが重要と考えています。

食のコンテンツを磨き上げて 観光プロモーション

力を高め、他地域との差別化を図っていくことが求められています。「ここにしかない」という東胆振のイメージ、すなわち地域ブランドを確立することで、今後、より効果的な観光プロモーションが可能となります。

近年、観光においては食への関心が高く、「白老牛肉まつり」や「ししゃもあれとびあ」「苫小牧漁港ホツキまつり」など食のイベントに多くの観光客が訪れています。

こうした背景を踏まえ、協議会では、観光のプロモーションをより効果的に進めるために、昨年度から東胆振の魅力発信する一つのツールとして、食の商品開発に取り組みました。

協議会が主体となり新たに商品開発に取り組みむものと、各まちで食を通してまちおこしに取り組み民間団体への支援の、二つの柱で事業展開しています。

民間団体への商品開発補助は6件の応募があり、各団体がイベント会場でのお披露目に向けて、商品開発に汗を流しています。

東胆振イメージ＝「食」の魅力

～東胆振の観光に関するマーケティング調査より～

項目	観光客ニーズ調査		住民アンケート調査
	道央圏	道外	東胆振
食	38%	25%	34%
レジャー	27%	14%	34%
歴史・文化産業	19%	39%	18%
自然景観	14%	16%	13%
イメージなし	2%	6%	1%

観光に関する地域住民のオススメ度や、観光客へ東胆振の観光イメージなどについて調査を行ったところ、「ホッキ貝やししゃもなどの水産物」を中心に「食」へのイメージが最も高いという結果となった。次いで、温泉や、スポーツなどのレジャーへのイメージも強い傾向。さまざまな魅力を持つ東胆振はテーマをひとつにくることが難しい。一方、市町村間の連携を進めることにより複数のテーマで訴求できる強さをもったエリアとも言える。