

## 第69回(2025年度) 北海道開発技術研究発表会論文

# 地域を輝かせる人材づくり

## —るもい未来観光創生チーム 活動報告—

留萌開発建設部 地域連携課 ○渡部 優花  
唐澤 智紀  
次長 北村 さおり

第9期北海道総合開発計画（令和6年3月閣議決定）策定により、地域の課題解決や価値の向上など、多様な主体による「共創」の取り組みが進められている。留萌管内では、深川留萌自動車道の全線開通等により観光客数が増加傾向である反面、今後の観光振興を担う次世代の人材育成が課題となっている。これらを解決するため、地元NPO法人が市内在住の若手を中心に観光人材の育成を目的とした「るもい未来観光創生チーム」を発足させ活動を行っている。

本稿では、当部職員も参画している本チームの取り組みや今後の展望などについて紹介し、地域における「共創」の取り組みについて報告するものである。

キーワード：共創、人材育成、地域づくり、観光

### 1. はじめに

第9期北海道総合開発計画<sup>1)</sup>の主要施策の1つとして「多様で豊かな地域社会の形成」が掲げられ、当部においても人への投資と多様な人材・主体による共創の取り組みの必要性が求められている。

近年の留萌市をはじめとする管内全体の観光人口は、令和2年の深川留萌自動車道全線開通、道の駅るもいオープン、みなとオアシスるもいの登録などにより、増加傾向にある。



図-1 留萌市の観光人口の推移  
(出典:留萌振興局 留萌管内観光入込客数調査)

また、現在留萌市では道の駅るもい周辺で「アウトドア・アクティビティ拠点施設」の整備や、ホテルなどの開業に向けたプロジェクトが進められている。さらに令和8年度には全国の道の駅が抱える課題や将来の展望について議論し発展を目指す「全国

道の駅シンポジウム」が留萌市で開催されることもあり、これらが契機となり今後も地域の核として管内全体へ観光振興の効果が波及することが期待される。

一方で、留萌管内的人口は減少し続けており、令和7年3月時点で4万人を切っている。そのうち留萌市の人口は約1万8千人と、昭和42年のピーク時の半数以下となっており、人口の年齢層割合では地域の未来を担うとされる20代～30代が占める割合が年々低くなっている。これは少子高齢化に加え、進学や就職をきっかけに市外へ転出する者が多いことが原因と推測される。このため、これから地域を支え、地域を盛り上げていく人材の育成が急務となっている。

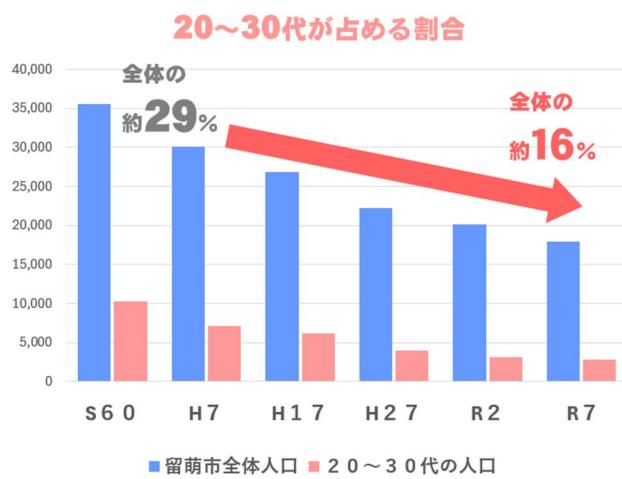


図-2 留萌市の人口の推移  
(出典:国勢調査及び住民基本台帳)

留萌観光協会では、この課題を解決するため、地

元に居住し、地元の観光地域づくりに携わる官民の若手が1チームとなって、観光振興策の実践と人材育成を目的とした「るもい未来観光創生チーム」を令和2年度に発足させ、活動を行っている。

## 2. るもい未来観光創生チームについて

### (1) 構成員

当チームは、まちづくりや観光を通じて自己成長を希望する10代～30代の若い世代を対象としており、令和7年度は民間、NPO法人、留萌市、留萌振興局及び留萌開発建設部から参画している。

チーム発足当初から継続して関わっているメンバーもいるが、職種上転勤を伴う者もいるため、構成員は毎年入れ替わっていく。継続して参画するメンバーが持つ経験や知見は、チームの軸として活動の安定性や継続性を支える重要な存在である一方、転勤が多いメンバーは、これまでの転勤で様々な街に暮らした経験を持っている。市外での居住経験による外部からの視点や発想も、活動の盛り上げや新たなアイデアを生み出す上では欠かせない。

チームの成長のため、両者の強みをバランス良く活かすことが重要となる。

### (2) 目標

観光地域づくりへ積極的に取り組む人材の育成と、地域の観光事業の基盤づくりのため、以下を目標としている。

#### ①次世代の観光リーダーを育てる

今ある観光資源をどう魅力的に見せるか、どのような体験を提供するかを、自分たちで考えて実践することで、主体性やアイデアを実現する力を身につける。

#### ②多様な視点から街の魅力を再認識

市外出身者からの視点を取り入れたり、観光客の立場に立って考えることで、留萌市の魅力や価値を改めて認識し、新たな観光資源を掘り起こす。

#### ③人脈を広げ、「留萌ファン」を増やす

地域の観光に携わり活躍する方やメンバー同士の人脈を築くことで、メンバーが転勤などで転居した後も留萌へ訪れ、新しい転勤先で留萌の魅力を伝える「留萌ファン」を増やす。

#### ④未来の観光を描く

事業の実践を通して地域資源を活用し、5年、10年先を見据えた観光資源の発掘や安定的な観光基盤の確保による地域経済活動の発展を目指す。

### (3) 活動スケジュール

令和7年度の主な活動を(表-1)に示す。5月から活動が始まり、12月時点で自主事業を1回、セミナーを3回開催している。

その他、観光に携わる立場として運営側の実務を理解するため、市内で開催されるイベントの会場設営から撤去までの作業に定期的に参加している。

表-1 令和7年度 主な活動

令和7年度 活動スケジュール（予定含む）	
5月	開講式、セミナー①
6月	事業ミーティング①
7月	事業ミーティング②
8月	自主事業（世界磯ガニ釣り選手権）
9月	セミナー②、事業ミーティング③
12月	セミナー③
1月	次年度ミーティング（予定）
2月	閉校式（予定）

## 3. 活動内容

チームの活動は、主に「セミナー」と「事業の企画立案・実施」に分けられる。<sup>2)</sup>

### (1) セミナー

各回において、その時メンバーが学びたいことを中心にテーマを設定し、市内外を問わず多様な取り組みを行って講師を招き講演いただくことで、継続的に知識をアップデートし、地域内にとどまらない多くの価値観に触れる機会を作っている。

以下(表-2)では過去に開催されたセミナーを抜粋して紹介する。

表-2 過去のセミナー（抜粋）

テ　マ
①「留萌の観光の課題と未来へ」 ～自身の活動と共に～
②「できない」を「できる！」に ～常識にとらわれない発想で価値を生み出す～
③「観光による地域経済活性化に向けて」 ～高付加価値化と地域経済好循環を目指して～

#### ①「留萌の観光の課題と未来へ」

このセミナーは、チーム発足後初めて行われた取り組みである。留萌市内で観光事業を手掛け、自然や食文化などを活用した体験型ツアーを企画・運営する旅行会社の方から、最前線で感じている観光事業の現状と課題について自身の活動と共に紹介いただき、自分たちの地域を「知る」ことからチームの活動がスタートした。

#### ②「できない」を「できる！」に

道の駅るもいで地元の珍しい特産品や銘菓を販売するユニークな自販機「ナニコレ自販機」を展開する市内菓子店の代表取締役から、留萌管内で事業を実践する上でのヒントを学んだ。

講演後はチームに分かれ、学んだ知識を取り入れた事業企画を発表して講師からのアドバイスを受けることで、企画力の向上に繋げた。

#### ③「観光による地域経済活性化に向けて」

公益財団法人に所属し、地域経営アドバイザーと

しても活躍する方を市外から招き、観光の起源・ルーツから、観光を通してありたい姿、また地域経済活性化に向けての基礎知識を学んだ。参加者はその場で感じた疑問を講師へ投げかけ、双方でディスカッションすることでより深い理解を図った。



## (2)事業の企画立案・実施

企画段階では、2~3名で1グループとなり、地元でやってみたい事業について目的、ターゲット及びコンセプトを含めて立案し発表する。この時点では、予算やスケジュール、人員や協力体制などの制約にはとらわれず、メンバー1人1人が心から挑戦してみたいと感じる内容を話し合う。

ここでは、必ず成功する企画が求められている訳ではない。たとえ失敗する可能性があっても、若い世代が持つ既成概念にとらわれない自由で柔軟なアイデアが求められ、挑戦の結果失敗することは全く構わない。その意味では、突飛なアイデアも大歓迎なのである。

以下(表-3)では過去に実施した事業を抜粋して紹介する。

表-3 過去の事業（抜粋）

事業	
①個人観光誘致チャレンジ事業	今ある資源を活かしたグランピング
②人流創出事業	道の駅～市内商店街を舞台とした謎解きイベント
③大規模観光誘致チャレンジ事業	夏の定番レジャー「磯ガニ釣り」を競技化

### ①「個人観光誘致チャレンジ事業」

小規模単位の旅行者をターゲットに、今ある資源（場所、モノ、人）を活用して実施。海を見渡せる施設に市内から集めた家具などを配置して居住スペースを演出。また地元食材を活かしたディナーや市内のBARのマスターを招いてお酒を提供しながら花火観賞をしてもらうなど、衣食住において新たな留萌の可能性を感じられる事業となった。

### ②「人流創出事業」

道の駅るもいを拠点として、留萌商店街一体を街歩きのフィールドとして設定し、謎解きを楽しみながらエリア内での人の流れを生み出すことを目的として実施した。

その後も、決められた時間内に徒歩又は自転車で

チェックポイントを回り、得点を集め「ロゲイニング」への参加や、観光客のレンタサイクル利用促進に向けて、道の駅るもいを発着点とした「市内周遊ルート」の考案など、街のにぎわい創出のため継続した取り組みを行っている。

### ③「大規模観光誘致チャレンジ事業」

留萌市民にとって夏の定番レジャーである「磯ガニ釣り」に注目し、新たな留萌らしいイベントの創出により交流人口を増やすこと目的として実施。この事業については、この後詳しく説明することとする。



## 4. 世界磯ガニ釣り選手権について

### (1)磯ガニ釣りとは

留萌では、昔から夏になると海岸沿いの岩場で磯ガニを釣るレジャーが市民及び観光客に親しまれている。釣ったカニはキャッチ&リリースが鉄則であり、食べることが目的ではない。釣り上げるまでの「過程」を楽しむのである。

カニは臆病なため、釣り上げるためには集中力と駆け引きが重要となる。釣れそうで釣れないもどかしさが子供はもちろん大人も夢中にさせる留萌の夏の風物詩でもある。

### (2)事業化へ

市民にとっては当たり前の光景でも、市外の人から見れば目新しい。そうでありながら誰でも気軽に楽しめる磯ガニ釣りに注目し、そこにルールを設けて競技化しようと、当チームの発案で誕生したのが「世界磯ガニ釣り選手権」である。



令和7年度で3回目を迎える当イベントは、参加者が年々増加し、第1回目が56名であったのに対し、今年度はその倍以上の125名となるなど、大好評事業に成長している。

ルールは簡単。30分間で誰が1番多く磯ガニを釣り上げられるかというもので、個人・団体それぞれで最も多くのカニを釣り上げた人を世界王者として表彰する。

以下では、当日までの準備の流れを紹介する。

### (3) 当日までの準備

チーム主催の事業は、基本的に全て自分たちで準備を行う。当日までは主に次の作業を行った。

- ①ルールの見直し:昨年度のアンケート結果を振り返り、好評だった内容（競技時間等）は継続、課題が挙げられた部分（ルールの伝え方や順位の付け方等）については改善策を検討。
- ②参加賞及びポスターのデザイン考案:参加者全員に配るアクリルキーholder（写真-3）と広報用のポスターのデザインを考案する。
- ③各種POP制作:イベント当日に使用する順位表（写真-3）や大会のルールなどを模造紙に手書きで制作する。
- ④受付及びアンケートフォーム作成:参加申込とアンケート回答用の専用フォーム及びアクセス用のQRコードを作成。
- ⑤広報活動:SNSでの情報発信に加え、チラシを発注し市内の商業施設に直接掲示を依頼。

これらの準備の結果、当日は個人の部3回、団体の部1回の計4回実施し、各回定員30名となっていたが、全ての回で満員御礼となった。



写真-3 参加賞と順位表

### (4) アンケート結果

今回のイベントでは、参加者に任意でアンケートへの回答をお願いした。アンケート調査は令和6年度から行っているため、以下では令和6年度と令和7年度の2回分の結果を合算し、設問を抜粋して示す。

なお、回答の比率は四捨五入のため、合計が100%とならない場合があることを付記しておく。

#### a) 参加者の居住地について

当イベントでは多くの交流人口を増やすことを目的としていたため、市外からの参加状況は知っておきたいところである。参加者に対してどこから来た

のかを聞き取ったところ、(図-4)の結果となった。

### 当日どこから参加したか

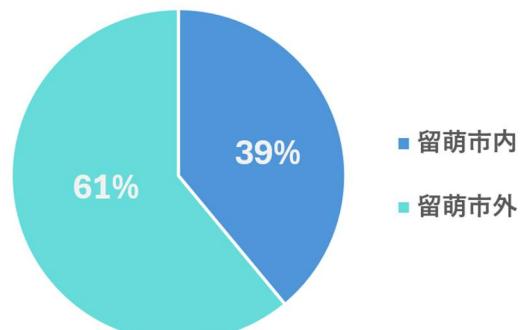


図-4 参加者の居住地

「留萌市内」からの参加者が39%に対し、「留萌市外」からの参加者が61%となっていることから、地元に住む市民よりも留萌市外からの参加者の方が多いことがわかる。

留萌市外の内訳は、近隣の旭川市や札幌市からの参加に加えて、道外からは福岡県や海外出身者からの申込もあり、大会の名のとおり「世界」規模に近づき、魅力が着実に広がっていることが分かる。

#### b) イベントを知ったきっかけについて

今後の効果的な宣伝のため、参加者が何でイベントを知ったのかを聞いたところ、(図-5)の結果となった。

### このイベントを何で知ったか

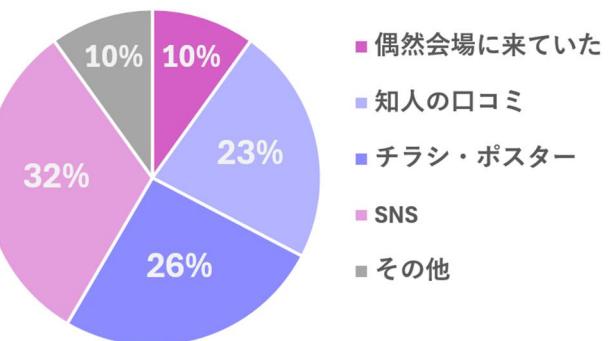


図-5 イベントを知ったきっかけ

最も割合が大きかったのは「SNS」の32%となつたため、来年以降はより多くの媒体を活用した宣伝周知に力を入れていきたい。

また注目したいのは、「知人の口コミ」を聞いて参加してくれた人が23%もいるということである。第2回、第3回と継続して開催することで大会の認知度が上がり、それだけ話題にしてくれる人が増えていると推測できる。

#### c) イベントの満足度について

次に、イベントの成功度を客観的に測るための満足度について、最も高い評価を5、最も低い評価を

1として5段階評価をしてもらったところ、(図-6)の結果となった。

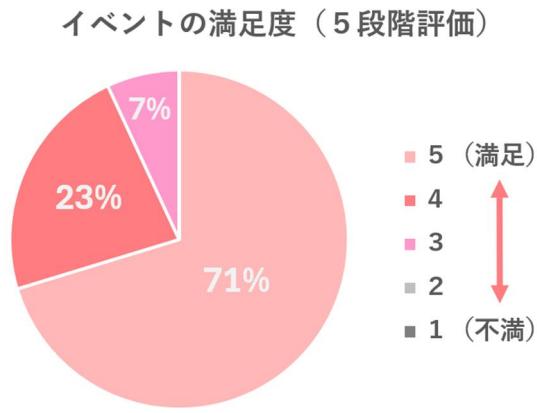


図-6 イベントの満足度

「5」が71%、「4」が23%、「3」が7%と、7割以上の参加者から最高評価を得ることができた。

イベントに参加したが、中々コツを掴めず、結果1匹も釣り上げられなかつたという参加者は少なくないのだが、ここまで高い評価が得られたのは、単純に釣れた、釣れなかつたの「結果」ではなく、参加者同士で競い合う「体験」を楽しんで貰えたからだと考える。

#### d) 感想・意見（自由記述）

アンケートの最後に、自由記述で感想と意見を記入してもらった。主な感想を以下に記載する。

- ・大人から子供まで楽しめる素晴らしいイベントだった。参加賞も、来年も参加したくなる工夫がされていてよかつた。
- ・手作り感いっぱい楽しかった。
- ・留萌に引っ越してきて3年目。ずっと気になっていた磯ガニ釣りに参加できて楽しかった。
- ・暑かったので、説明はもっと簡潔でよい。日の当たらない休憩場所があるとありがたい。
- ・無心になれて、心地よい時間だった。
- ・市外からの参加のため、予定を組むためにも案内をもっと早くして欲しい。
- ・大会名に「世界」と銘打っているところがとてもよいと思った。
- ・このイベントをきっかけに留萌観光も楽しんでいる。今年は留萌市海のふるさと館、旧駅前のラーメン店、地元の菓子店に行った。来年は留萌市周辺のイベントも組み合わせて参加したい。

まず、「参加賞も、来年も参加したくなる工夫がされていてよかつた。」という感想がある。参加賞として配布しているアクリルキーホルダーには、集めてコレクションして欲しいという想いから、毎回デザインを変えることに加えて、キーホルダー同士が連結できるよう工夫している(図-7)。

同様の感想がいくつもあったことから、当初の期

待どおりに参加賞コレクターの増加=継続的にイベントへ参加してくれるリピーターの獲得に繋がり、企画力の成果も現れている。



図-7 参加賞の連結イメージ

また、「この大会をきっかけに留萌観光も楽しんでいる。」という声がある。「留萌観光」と書かれていることから、おそらく市外からの参加者だろう。この声から、当イベントをきっかけに留萌に訪れ、終了後は地元の観光やグルメを楽しんで帰ってもらう「滞在時間の増加」に繋がっていることも成果となっている。

このような参加者を少しずつ増やすことで、本イベントを通じた地域の魅力浸透と地域経済の活性化に貢献していきたい。

## 5. 今後の課題と展望

当チームは令和7年度で活動開始から5年目を迎え、セミナーを取材した地元新聞社が企画内容を1面に掲載するなど、地元からの期待度も年々高くなっている。一方、現在のチーム構成は市外出身の行政関係職員の比率がやや高く、地元出身の民間人材の増加が求められる。

市内で多様な職種、業種に勤める民間企業の若手人材を確保することができれば、それぞれの仕事で得た経験から、今までの枠を超えた斬新なアイデアの創出が期待される。その結果、組織に新たな活力が生まれ、次世代まで続いていくためのチームの基盤を築くことができるだろう。

そのためには、これまで以上に地元の飲食店や企業との関係性を強め、地域のコミュニティへ積極的に参加することで、チームの顔を広めていくことが必要である。地域に溶け込むことで、地元の学生や若い世代に「一緒に活動したい」と思ってもらえるきっかけを増やしていきたい。

また留萌管内では、豊富な自然環境や景観を活かした観光コンテンツが存在しているが、冬季の観光客数は、吹雪などの厳しい気象条件から夏季に比べて圧倒的に少ないという課題を抱えている。そのため、今ある資源を活かし、世界磯ガニ釣り選手権に次ぐ新たな「冬の留萌らしいイベント」の創出に向けて、引き続き多くの事業にチャレンジしていきた

い。

令和 7 年度に行われた事業ミーティングでは、以下のアイデアが提案されている。

- ・「雪まつり in 道の駅るもい」

子供を中心としたファミリー層をターゲットに、道の駅るもいを併設する船場公園（面積 7.8 ha）の広大なスペースを利用した雪まつりを開催。スノーシューを履き雪原を踏み固めて大きな模様を描くスノーアートコンテストや雪合戦大会を実施したい。

- ・「留萌の冬を体験する修学旅行コースの提案」

降雪が少なく、雪に馴染みのない道外の大学生を対象に、ニシンの工場見学や留萌管内でのみ栽培される希少な小麦「ルルロッソ」を使用したパスタ作り、さらには浜焼き体験など、1 泊 2 日で楽しんで学んでもらいたい。

- ・「日本最北の角打ちイベント」

酒屋で購入したお酒を店内で立ち飲みする「角打ち」を留萌流にアレンジしたイベントの開催。定額でお酒 2~3 杯と、お店オススメのおつまみ 1 品を提供することで、安心して未開拓のお店へ冒険できる機会を作りたい。

## 6. さいごに

チーム発足年度にチーム総括からメンバーへ向けて送られたメッセージを述べさせていただく。

「地域の未来を創るのは、やはり地域の人である。そして、地域の未来を創るのは、地域の若者である。」

そう、地域を輝かせるための主役は未来を担う私たち若い世代なのである。この取り組みを継続することで、将来チームの卒業生が地域の観光を先導するリーダーとして羽ばたき地元の観光振興に貢献し、街の活性化や地元への定住促進、そして、次の世代に引き継げるよう地元の方々と元気ある留萌を「共」に「創」って参りたい。

### 参考文献

1) 第 9 期北海道総合開発計画；北海道開発局

<https://www.mlit.go.jp/hkb/content/001727495.pdf>

2) るもい未来観光創生チーム活動報告書；NPO 法人  
留萌観光協会