

北海道内のみなとオアシスの活性化方策

北海道開発局 港湾空港部 港湾計画課 ○曾根原 真秀
北海道開発局 港湾空港部 港湾計画課 竹部 公章
北海道開発局 港湾空港部 港湾計画課 古屋 武志

みなとオアシスは、みなとを核としたまちづくりを促進し、地域の賑わい創出やみなと利用者の利便性向上を図るため、北海道内の12港が登録されている。本報では、道内のみなとオアシスの活動実績や運営体制等の現状を整理し、課題を抽出する。さらに、みなとオアシスの魅力度の向上、認知度の向上、運営体制の改善に向けた活性化方策を提案する。

キーワード：みなとオアシス、地域活性化、Sea級グルメ

1. はじめに

「みなとオアシス」（以下、オアシス）とは、地域住民の交流や観光の振興を通じた地域の活性化に資する「みなと」を核としたまちづくりを促進するため、住民参加による地域振興の取組が継続的に行われる施設として、国土交通省港湾局長が申請に基づき登録するものである。

北海道開発局港湾計画課では、平成23年7月より「北海道みなとオアシス活性化協議会」（以下、活性化協議会）を設立し、オアシス相互の情報・意見の交換、オアシスの振興・PR手法に関する取組について、道内12か所のオアシス運営協議会（以下、運営協議会）等と議論を重ねてきた。これまでに、オアシスが抱える共通認識として、①魅力度（海とみなとの魅力を十分に活かしきれていない）、②認知度（オアシスのコンセプトがわかりにくく名称も知られていない）、③運営体制（活動の担い手・財源不足）等の課題が挙げられている。

本報では、令和4年12月に開催した第11回活性化協議会における各オアシスへの調査結果をもとに、各オアシスの現状整理と課題抽出を行う。さらに、港湾計画課及び運営協議会より発案された活性化方策について、参加者との意見交換を踏まえた考察を行う。

2. みなとオアシス制度の概要

みなとオアシス制度は、平成15年度に中国及び四国地方整備局で創設され、北海道開発局では平成18年度に北海道みなとオアシス制度を創設し、みなとオアシスわからないを道内第1号として認定した。その後、平成29年2月、国土交通省港湾局は、みなとオアシスの機能や運営者の役割等を見直し、国土交通省港湾局長が

登録する全国的に統一された新しい制度「みなとオアシス運営要綱」（以下、新制度）を制定した。令和4年12月末現在、全国で157か所、北海道で12か所のオアシスが認定されており、全国津々浦々で様々な活動を通じ、みなとの活性化に寄与しているところである。

オアシスは、新制度第3条に定める5つの機能（表-1）を有する代表施設とその他複数の施設（構成施設）により構成される。なお本報では、便宜上、新制度でいう交流・休憩機能を交流機能と休憩機能に区別する。

機能	機能の例
交流	イベント等の開催やクルーズ旅客の待合所等、来訪者が集える機能
休憩	トイレ・ベンチ等、来訪者が休憩できる機能
情報提供	地域や観光、交通情報等を提供する掲示板、無料WiFi、パンフレットスタンド、情報端末等にて情報を提供する機能
災害支援	被災者の受入や支援物資の受入、配布、備蓄等を行える機能 災害発生に備え適切な避難が行えるよう避難訓練の実施機能
商業	地域の特産品等の販売、飲食物を提供する機能

表-1 みなとオアシスの5つの機能

3. 道内のオアシスの現状整理と課題抽出

道内12か所の運営協議会への調査結果をもとに、各オアシスにおけるイベント等の活動実績、情報発信の取組、運営協議会の開催実績等について現状整理と課題抽出を行った。

(1) 活動実績

各オアシスの魅力度向上に向けた取組を把握するため、年間活動報告書をもとに、過去4年（令和元年4月～令和4年12月）のイベント等の活動実績について、5つの機能（①交流、②休憩、③情報提供、④災害支援、⑤商業）別に体系的に分類し、活動の回数・特性を整理した（表-2）。

みなと オアシス	機能別 (回)					計 (回)	主なイベント (交) : 交流、(休) : 休憩、(情) : 情報、(商) : 商業
	交流	休憩	情報 提供	災害 支援	商業		
わかかない	5	0	0	0	1	6	(交) WAKKANAIみなとコンサート、(商) みなとオアシスSea級グルメ北海道大会in室蘭
網走	4	0	0	0	3	7	(交) オホーツク網走夏まつり、(商) みなとオアシスSea級グルメ北海道大会in室蘭
江差	5	0	0	0	3	8	(交) 江差姥神大神宮渡御祭、(交) 江差かもめ島まつり
苫小牧	10	8	0	0	5	23	(休) 花いっぱい活動、(商) みなとオアシスSea級グルメ全国大会in八幡浜
れぶん	6	0	0	0	1	7	(交) 礼文ふるさとまつり海峡まつり、(商) 水産まつりうめ〜ペヤフェスティバル
室蘭	13	1	0	0	2	16	(交) むろらん港鉄人舟漕ぎ大会、(商) みなとオアシスSea級グルメ北海道大会in室蘭
函館	9	0	0	0	0	9	(交) 函館港まつり、(交) はこだてクリスマスファンタジー
おしどまり	4	0	0	0	2	6	(交) みなと絵画写真展、(商) みなとビアガーデン
もんべつ	7	3	0	0	3	13	(交) 遊びたガリヤフェスティバル、(商) みなとオアシスSea級グルメ全国大会in八幡浜
くつがた	3	0	0	0	1	4	(交) 利尻みなとフェスinくつがた、(商) みなとオアシスSea級グルメ全国大会in八幡浜
釧路	10	3	0	0	1	14	(交) クルーズ船おもてなしイベント、(休) 釧路みなとオアシスエリア清掃活動
るもい	2	1	2	0	1	6	(交) みなとオアシスるもい海の日親子体験、(情) みなとオアシスるもいパネル展
計	78	16	2	0	23	119	

表-2 機能別のオアシスの活動回数・特性

機能別の活動回数については、総数119回に対し、交流が78回、商業が23回、休憩が16回と多い一方、情報提供は2回、災害支援は0回と少ないことが確認できる。
①交流機能：コンサートや舟漕ぎ大会等の各運営協議会が毎年継続的に行う活動のほか、「稚内みなと南極まつり（わかかない）」や「厳島神社祭（れぶん）」等の伝統祭事に参加する例が多い。

- ②休憩機能：花植えや植栽、清掃活動等が多い。
- ③情報提供機能：令和2年度に認定されたみなとオアシスるもいで、オアシスや留萌港をPRするパネル展を実施している。
- ④災害支援機能：避難訓練の実施等が想定されるものの、活動実績はなかった。
- ⑤商業機能：「みなとオアシスSea級グルメ大会」に関連する取組が半数を占めている。

Sea級グルメとは、(一社)ウオーターフロント協会の登録商標であり、オアシス及びその周辺で、名物として日常的に提供され、もしくは祭り等のイベントで提供されるご当地グルメのことをいう。同全国大会は、オアシスの認知度向上や利用促進等を目的に、平成23年度以降、全国各地のオアシスで13回開催されている。道内では、その内、第3回苫小牧(H25.8)、第11回もんべつ(H30.8)の2回開催している。大会への参加資格は、オアシス運営者(運営協議会)又は運営者が認める団体に限定されており、オアシス間の連帯感の強化に寄与している。令和4年度は、8月にみなとオアシス室蘭の主催で北海道大会in室蘭が開催され、北海道・東北の10オアシス運営者等の13店舗が出店し、2日間で1万6千人が来場した。同年11月に開催された第13回全国大会in八幡浜には、道内4オアシスが参加し、第1～3位をそれぞれ「苫小牧」「もんべつ」「くつがた」が独占した。これは、道内の各オアシスが全国大会へ継続的に参加・改善を行い、食のイベントの実行力・商品の魅力度強化をしてきた成果といえる。

以上を踏まえて、道内のオアシスはその活動で①交流機能と⑤商業機能が多様性や強みを持つ一方、②休憩機能(海辺の魅力や憩いの場の提供)と④情報提供機能(学びの場の提供)はさらに多角化させる可能性があり、⑤災害支援機能(行政の避難訓練との連携等)は活動自体がないことが課題として挙げられる。

(2) 情報発信

各オアシスの認知度向上に向けた取組を把握するため、活性化協議会の資料をもとに、令和4年12月末現在の①代表施設への標章(シンボルマーク)の掲示、②道路標識の掲示、③情報発信ツール利用の取組状況について整理した(表-3)。

みなと オアシス名	標章の 掲示	道路標識の 掲示	情報発信ツ ールの利用
わかかない	◎	○	○
網走	○	—	—
江差	○	—	○
苫小牧	○	—	○
れぶん	◎	—	○
室蘭	◎	—	○
函館	○	—	—
おしどまり	○	—	○
もんべつ	○	—	○
くつがた	○	—	○
釧路	○	—	◎
るもい	◎	—	○

表-3 みなとオアシスの情報発信の取組状況

①標章の掲示：新制度では、オアシスの代表施設への登録証及び標章の見やすい場所への掲示が定められている。道内では全てのオアシスの代表施設で掲示が確認できた一方、標章が小さく目立たない例も散見された。陸上動線からは「室蘭」「るもい」、海上・フェ

リー動線からは「れぶん」で、見やすく目立ちやすい場所への掲示が行われている（図-1）。




みなとオアシス 室蘭	みなとオアシス るもい	みなとオアシス れぶん
		
代表施設の壁面に、標章が大きく（見やすく）目立つ位置で提示されており、遠方からの視認性が高い。		フェリー乗降通路に掲示されており、旅客の目に入りやすい。

図-1 みなとオアシスの標章の良好な提示例

②道路標識の掲示：みなとオアシスの周辺道路への案内標識は「わっかない」でのみ設置されている。構成施設の解説板や標章を用いた案内サイン等がオアシス周辺の7か所に設置されており、オアシスの代表施設への誘導・周知が図られている（図-2）。

なお、その他のオアシスでは道路標識は掲示されていない。



図-2 みなとオアシスわっかないの道路標識

③情報発信ツールの利用：各オアシスの情報発信は、自治体発信の広報（広報誌、Facebook、LINE等）や地方紙、ケーブルテレビ等の地元向けの情報発信ツールを用いた広報活動が行われている。一方、北海道全体や全国等地域外向けの情報発信を行っているオアシスは少ない。特徴的な事例として、「釧路」では、運営協議会のHPとYouTubeを用いた独自の情報発信が行われている。

以上を踏まえ、情報発信の取組が行われているものの、世間一般のみなとオアシスの認知度は依然として低いことから、標章の視認性の改善、構成施設への誘導方法の改善、地域外向けのオアシス情報発信の強化が課題といえる。

(3) 運営協議会の組織体制

各オアシスの運営体制を把握するため、過去4年（令和元年4月～令和4年12月）における各運営協議会の議事内容と開催実績について整理した（図-3）。

議事内容については、Ⅰ型：定期的に事業報告、決算・予算等の事務事項を協議（4港）、Ⅱ型：運営協議会本体で各種企画を検討（3港）、Ⅲ型：部会を設けて、各種企画を小グループで検討（2港）、Ⅳ型：運営協議会を未開催（3港）の4類型に整理された。

開催回数について、

Ⅰ型では、年1回の定例的な議事が多く、参加者の意見交換がされにくいとの意見があった。

Ⅱ型では、開催回数が多い傾向にある。特に「室蘭」では、令和4年のSea級グルメ北海道大会を主催したことを契機に、Ⅰ型からⅡ型へ移行し、協議会員からのみなとの賑わい創出に向けた発言・提案が増え、集まる機会も増えたとの回答があった。

Ⅲ型では、「苫小牧」が17回、「釧路」が14回と特に多い。これは「苫小牧」では事業推進部会、「釧路」ではクルーズ船寄港時に対応するおもてなし部会を設置しているためである。部会を設ける意義として、テーマ・参加者を絞ることにより、日程調整を容易とし、特定の課題に対する会員の専門性を活かして、運営協議会の活性化が期待される。

Ⅳ型では、協議会員が一堂に会する運営協議会は開催せず、参画する団体毎に個別に活動する例もあった。

また、各運営協議会が抱える課題について、以下の意見があった。

- ・運営協議会への新たな協議会員の参加が少なく、協議会員の固定化・高齢化が進んでいる。
- ・新型コロナの影響により活動が停滞し、参加者の減少や協議会員間のつながりの希薄化が危惧される。
- ・協議会員が本業の傍らで協議会活動へ従事しており、協議会の日程調整に苦慮している。
- ・活動資金の確保が困難で、その多くを会員のボランティアへ頼らざるを得ない。

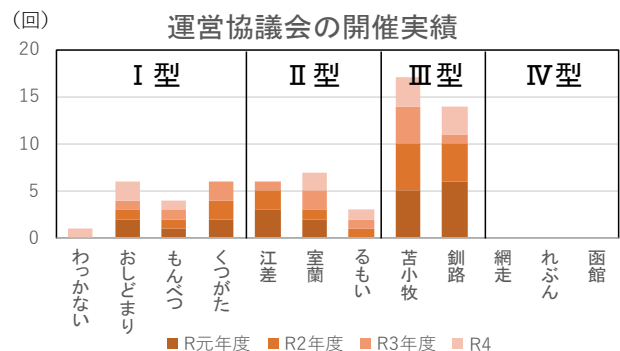


図-3 みなとオアシス運営協議会の開催実績

4. 北海道のみなとオアシスの活性化方策

3章の現状整理及び課題抽出をもとに、第11回活性化協議会において、(1)魅力度の向上、(2)認知度の向上、(3)運営体制の改善の3つの観点からみなとオアシスの活性化方策について意見交換を行った。活性化方策は港湾計画課及びみなとオアシスのもいより提案しており、既存の運営体制で持続的に実施可能なこと、開発局職員の人的支援・協力が可能なこと、運営資金を極力抑えることを主眼に立案している。

(1) 魅力度の向上

みなとオアシスの5つの機能について、魅力度の向上に資する a)～ g) の方策を提案する。

①交流機能

a) **ガチャピンズラリー**：道内の道の駅では、道の駅ガチャピンズラリーを開催している。本事例は、設置されたカプセルトイを回して道の駅のピンズ（名称を除き統一されたデザインのもの）を集めるもので、観光の思い出とお土産として人気を博している（図-4）。みなとオアシスにおいても同様の取組を行うことで、旅行者の周遊性や収集癖をくすぐり、立ち寄るきっかけづくりや各オアシスの連携企画として相乗効果を発揮することが期待される。

なお、運営面では専門業者がカプセルトイ本体やピンズの製作・設置を担い、オアシス運営者は設置場所の提供と保守管理のみを担うため、オアシスにはピンズの売上の一部が入る仕組みとなっている。現在、提案したみなとオアシスのもいを中心に、来年度からの実施を目指して計画 중이다。



図-4 道の駅もいのガチャピンズラリー

b) **スタンプラリー**：長崎港のみなとオアシスNAGASAKIでは、令和4年度、第1回となる「みなとさるくスタンプラリー」を開催した。参加者は、構成施設のグラバー園等の観光スポットに設置されたQRコードからモバイルスタンプを取得し、地元産品があたる抽選会に参加できるもので、10日間の開催に100名超の参加があった。運営面の工夫として、無料(14日間限定)でモバイ

SONEHARA Mashu, TAKEBE Hiroaki, KOYA Takeshi

ルスタンプラリーを作成できるアプリ「RALLY」を活用したことで、(一社)ウォーターフロント協会の助成事業を利用し、広報用ポスターを作成して、財政負担を軽減できたことが挙げられる。

道内オアシスへの展開については、オアシス及び構成施設自体の魅力度が高いことが前提となるものの、周遊性・認知度の向上に有効と考える。

②休憩機能

c) **マリピンング**：江差町では、みなとオアシス江差の構成施設であるかもめ島において「日本財団 海と日本PROJECT」と連携し、海辺のグランピング+海洋体験をマリピンングと定義して、海の資源を活用した観光施策を実施している（図-5）。参加者は、地元の食材を用いたバーベキューや江差港の静穏域を活用したスタンドアップパドルボード(SUP)等の海洋体験ができる。令和4年度は、延べ634名が利用し、海洋体験への校外学習等の団体利用がされるなど、若年層の地域や海洋環境の理解促進につながった。

オアシス構成施設やその周辺には、良好な親水環境を有する港湾緑地がある一方、人材面・企画面の不足によりその魅力を十分に引き出せていない場合がある。令和4年11月の港湾法改正では、港湾緑地等で、収益施設(カフェ等)整備と当該施設から得られる収益を還元した緑地等のリニューアルを行う民間事業者に対し、緑地等の貸付を可能とする認定制度(港湾法第51条)が制定された。みなと周辺でのアウトドアや海洋体験を提供したい企業・団体と連携して、港湾緑地等の施設整備・企画運営の強化が図られることにより、オアシスの魅力度向上に寄与すると考える。



ドーム型テントの宿泊とバーベキューを提供する。

海洋体験ではマリウォークやカニ釣りを提供する。

図-5 かもめ島のマリピンング

③情報提供機能

d) **QRコードを活用したオアシス関連情報の提供**：みなとの風景は、船舶の往来や貨物の荷下ろしを行う荷役機械等、移り変わりや動きが見所の一つである一方、それら船舶の名称や行き先、各機械やふ頭の役割等は専門知識がないと理解しにくい。

鹿児島県の志布志港では、フェリー岸壁の防衝板に巨大なQRコードをペイントし、自治体のPRサイトへ誘引する取組を行っており、QRコード自体が新たな観光名所となっている（図-6）。

道内のオアシスの緑地や海岸においても利用者の目に触れやすい周辺マップや港湾緑地の遊具等にQRコードを設置し、オアシスのイベント情報やみななどを紹介する動画等の単独では閲覧者が少ないコンテンツへリンクを貼ることで、利用者の利便性や知的好奇心、学習意欲に応えられると考える。目の前に見える船舶の名前や行き先、クレーンやふ頭の役割をQRコードで簡便に知ることができれば、みなとへの理解や魅力をさらに伝えることができると考える。



図-6 QRコードを活用した情報提供の方策

④災害支援機能

e) 防災訓練：平成29年2月の新制度では、オアシスの構成施設に災害支援機能を有するように努めるものと定められた。みなとを利用した地元の自主的な災害応急対策には、運用主体へ日頃から施設や場所を使いこなしている地元が密着する必要がある、オアシスには、イベント運営等、人が集まる活動のノウハウに長けた運営協議会が存在することから、防災訓練に運営協議会が参加することで、有事の際、災害応急対策を補完する仕組みができると考える。

例えば、みなとオアシス釧路では、構成施設として耐震・旅客船ターミナルが指定されており、オアシス内には緊急物資の備蓄機能を備えている。また、災害時には、災害復旧資材の積み出しや救援物資の荷さばき、災害派遣部隊の拠点等へ対応できるようになっている。避難訓練の際には、運営協議会による炊き出し訓練やAED講習会を行い、より広く市民の参加を促す等の方向性が考えられる。

⑤商業機能

f) ふるさと納税返礼品へのSea級グルメの活用：道内のオアシスは豊富な海産物を活かしたSea級グルメを強みとしている。Sea級グルメ全国大会は、全国を巡回するイベントの特性上、道内からの出店者の負担が大きく、当該オアシスへの来訪やリピーター獲得につながる事が難しい現状にある。

そこで、Sea級グルメをふるさと納税返礼品へ指定し、全国大会等のイベント時にPRすることでSea級グルメ大会をきっかけとしたリピーターの獲得やふるさと納税利用者への認知度の向上を図る。本方策は、大会出店者への負担軽減や参加の動機付けにもつながるものと考えられる。

SONEHARA Mashu, TAKEBE Hiroaki, KOYA Takeshi

g) Sea級グルメ認定の拡大：現在、Sea級グルメの認定においては、Sea級グルメ全国大会への出品が重視される傾向にある。そこで、鮮度や高価格を理由に大会への出品が困難なものについてもSea級グルメ認定を促進し、さらには地元の飲食店やオアシスの代表施設で取り扱うことで、Sea級グルメのご当地グルメ化が促進され、ひいてはオアシスの魅力度の向上につながるものと考えられる。

(2) 認知度の向上

みなとオアシスの認知度向上に資するハード施策 h)、ソフト施策 i)、j)を提案する。

h) 標章・道路標識の設置：海からの旅客動線を踏まえ、フェリーターミナルの動線上にオアシスの標章を掲示し、認知度の向上を図る。また、陸からの旅客動線を踏まえ、施設周辺にドライバーからの視認性の高い道路標識の設置やオアシスの情報の追加、オアシス標章のある構成施設の周遊マップを作成し、旅行者等へオアシスの認知度の向上を図る。なお、国交省の交付金・補助金等の活用も適用可能である。

i) Googleマップへの代表施設の登録：Google社の提供する「グーグルビジネスプロフィール」によりオアシスの代表施設を無料登録することで、「Googleマップ」上でみなとオアシスの写真やHPのURL等を掲載することができる。これは、旅客の目に触れる機会を増加させ、認知度の向上が期待できるほか、登録時に構成施設の情報を合わせて紹介することで、施設群としてのオアシスの認知度の向上が期待される。また、クチコミ機能を活用したフィードバックにより、オアシスの取組改善への気づきが得られる(図-7)。本方策は無料で実施可能であり、港湾計画課と各運営協議会が連携し、早急に登録を進めていく予定である。



図-7 Googleマップへの登録イメージ

j) 開建Twitterを活用した広報：現在、オアシスの広報は自治体広報や運営協議会、地元マスコミ等により、主に地元向け・当該オアシスに関心がある者向けにされているが、地域外の者や関心がない者への広報手段が不足している。そこで、平均3千人のフォロワーを抱

える各開発建設部のTwitter、1万人以上のフォロワーを抱える開発局Twitterを活用して、広域的な広報を強化することを提案する。北海道開発局及び開発建設部Twitterの発信内容は「北海道開発局ツイッターの運用手引き」で定められており、「地域のPRや地域活性化の取組」が含まれることから、広報にあたっては開発局職員が運営協議会と協力して行うことができる。本方策は、既存リソースの利用が可能であり、早急に実施していく予定である。

(3) 民間事業者等と連携した運営体制の強化

第11回活性化協議会では、各オアシスより活動資金の確保が困難との意見が寄せられた。しかし、現在、みなとオアシス制度自体に予算の枠組みがなく、本報で紹介した公共団体の補助金等を一時的に活用する方策は有効であるものの、持続的なオアシスの運営・活性化に向けては自主資金の調達方法が必要である。

オアシスで斬新かつ活発な企画・イベントが行われている事例として、千葉港の「みなとオアシス千葉みなと」を紹介する。みなとオアシス千葉みなとでは、「千葉市みなと活性化協議会」が運営者として組織され、港湾管理者やNPO法人のほか、民間企業20社（ホテル、レストラン、立地企業、交通機関等）、サポートメディア（マスコミ）6社が参画している。構成施設にはダイビングショップやフィットネス、シェアサイクル、温泉、アミューズメント施設等が含まれており、イベント等の活動にあたっては、フリーマーケットへ企業・団体が参画するなど、コンテンツの多様性・充実が図られている。一方、道内のオアシスの協議会員はそのほとんどが港湾管理者及びみなとで活動するNPO法人に限られる。運営協議会の協議会員に地域の志を同じとする民間企業等が参画し多様性を育むことで、企画や広報、資金調達の幅は広がり、運営協議会の活性化や新たな会員の参入につながると考える。例えば、道内のオアシスでも地元メディア（FMラジオ、ケーブルテレビ、地方紙等）との連携を促進し、運営体制を強化して、オアシスの活性化につながることを期待される。

5. まとめ

結びとして、今後の活性化方策について整理する。

(1) 魅力度の向上

各みなとオアシスの特性を活かし、5つの機能を充足させる。既に強みとなっているSea級グルメに続き、マリンスポーツやガチャピンズラリー等の道内のオアシスで連携できる企画を充実させ、魅力度の向上を図る。

(2) 認知度の向上

みなとオアシスの理解を深めるために、標章・道路標識の視認性向上に向けた改善を行い、オアシスへの誘導を図るとともに、広域かつ多数のフォロワーを有するSNSツール等を利用して、みなとオアシスへの地域外の層や関心の薄い層にも届くよう、認知度の向上を図る。

(3) 運営体制の改善

運営協議会での部会設置による協議会員間の議論活性化や民間団体の参画を拡充させるとともに、各種支援制度を活用して、運営体制の強化を図る。

本報で提案した方策は、既存の運営体制で持続的に実施可能であると考えられるものが立案されている。そこで、次回の活性化協議会では、本報の方策の検討・実施結果についてフィードバックし、さらなるオアシスの活性化へつなげていきたい。

謝辞：本研究にあたり、北海道みなとオアシス活性化協議会の皆様にご協力をいただきました。ここに記し、感謝の意を表します。

参考文献

- 1) みなとオアシス全国協議会：みなとオアシスハンドブック [増補版]（令和元年7月）
- 2) 片石温美 NPO 法人マリンネットワーク理事長：「みなとオアシスとまちづくり ～道外の事例」（第11回北海道みなとオアシス活性化協議会 基調講演）