

シーニックバイウェイ北海道
ベスト・シーニックバイウェイズ・プロジェクト
2009 の講評

Scenic Byway Hokkaido 2009

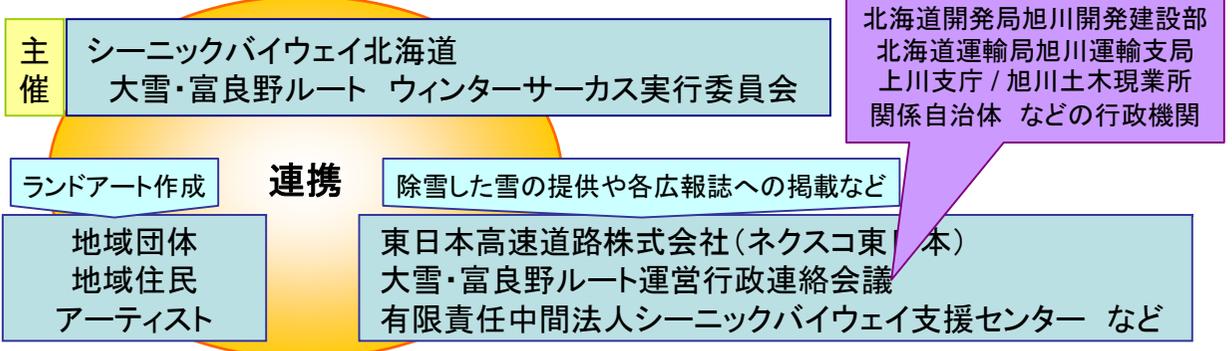
平成 22 年 5 月 17 日
シーニックバイウェイ北海道推進協議会

カテゴリー	景観 交流促進	活動名称	雪のアートプロジェクト「ウィンターサーカス」
地域ブロック	北海道	ルート名称	大雪・富良野ルート

①活動概要

大雪・富良野ルートでは冬の地域資源を活用した冬期観光活性化の取り組みとして、2006年より地域のNPOや商工会などの活動団体と地域住民、アーティストが協働し、ルート内各地にランド・アートを展開する「ウィンターサーカス」を実施。夜にも作品が楽しめるようプロジェクターによる映像の投影やキャンドルによる灯りの演出なども行っている。4回となった2009年は、全7会場で実施。

②活動の体制



③苦勞した点や工夫した点

- ・苦勞した点→活動費用の捻出が課題があり、企業協賛などを行い活動費用の捻出を行ってきたところ。H20年度は補助金申請を行い、採択され、事業継続。
- ・工夫した点→地域に根ざした活動としての位置づけを目指し、地元小学生を対象にしたワークショップや地域の雪まつりとの共同開催などを行っている。

④活動の効果

ランド・アートを鑑賞する旭川駅発着の無料バスツアーは、常に満員となるほどの好評であり、観光活性化の可能性が見て取れる。また、制作ボランティアや地域住民には、ランド・アート作品を通して地域を見直すきっかけにもなり、地域への愛着の醸成などの効果も期待される取り組みとなっている。

⑤今後の活動

継続的な実施を目指すとともに、内容や企業など連携機関の充実を図り、冬期観光活性化及び地域に根ざしたイベントにする。



ワークショップの様子

様式2 (★指定ルート)

ベストシーニックバイウェイズ・プロジェクト2009

ルート名	大雪・富良野ルート
活動の名称	雪のアートプロジェクト「ウィンターサーカス」
活動期間	平成18年～平成21 (過去4年間) 平成22年も開催予定
評価の視点	①活動の持続性、②活動の地域への浸透・波及、 ③ルート運営の基盤強化、④ブランド形成・活用、⑤人材育成の充実、 ⑥その他 (シーニックバイウェイ北海道の推進への寄与)
1. アピールポイント	
<p>厳寒の地だからこそ『雪』を有効資源として「シーニックバイウェイ大雪・富良野ルート」における独自の広域での取組を活かし、冬期減少する地域の観光活性化及び冬期観光ブランド創出を目指し、「雪とアート」が融合した新たな冬期観光の取組を実施した。道内アーティスト等から『雪』でつくる『ランドアート』のデザインを募集。各地元の活動団体や住民会等がアーティスト発案の『雪のランドアート』の制作をサポートし、今までの雪像とは違う雪とアートが融合した「雪のランドアート」を、西神楽やびえい道の駅前、深山峠、上富良野見晴台公園、道央自動車道砂川SA、岩見沢SA、輪厚PAの全7会場に展開。今年度から、美瑛の道の駅会場が増え、ネクスコの高速道路会場も1会場増えた。また、ランドアート制作やイベントを地元の子供も関わり地域全体でつくりあげる取組とする為に、地元教育機関 (小学校や教育委員会等) と連携し、『雪』や『アート』『地球温暖化』等をテーマに情操教育を目的とした授業を、旭川市聖和小学校、上富良野町教育委員会と連携して展開した。</p> <p>イベント当日は、ランドアートの夜間鑑賞プログラムとして、プロジェクターによる映像の投影やキャンドルでの演出などを行い、旭川発着のバスツアーも実施した。</p> <p>【参加人数】 西神楽会場 (約200人)、美瑛町 (約900人)、深山峠 (約200人)、上富良野会場 (約600人) バスツアー参加者 (61人/2日間) ※美瑛会場は周辺でも冬のイベント開催</p>	
2. 創意工夫、苦労した点 (前回からの改善、向上させた点)	
<ul style="list-style-type: none"> ・新たな開催地として、他地域 (美瑛町・岩見沢SA) との連携し、ランドアート会場数が増加した ・ランドアート作品を公募で募集したことにより、新たなアーティストの創出と新たなランドアート、夜の鑑賞プログラムのアイデアの創出 ・継続展開に向けて教育機関指定会場として、砂川SA会場は東海大学指定会場として実施した ・各会場をまわるバスツアーでは、地域の活動やランドアート自体の説明を行い、各会場ではアーティストによる作品説明を行うことで、参加者の満足度向上を目指した ・継続的な開催に向けて、自立する為に広告の募集や展開など、収入支出に関わる部分はルート法人が担い、道の補助金などを活用して活動を展開した。 	

カテゴリー

情報提供・広報PR、交流促進

活動名称

民間情報拠点“シーニックカフェ”の連携した取組み

地域ブロック

北海道

ルート名称

釧路湿原・阿寒・摩周シーニックバイウェイ

①活動概要

釧路湿原・阿寒・摩周シーニックバイウェイ シーニックカフェプロジェクトでは、既存店舗を活用し、連携した地域情報拠点づくりを行っている。現在、参加カフェは4つであり、定期的にカフェスタッフミーティングを開催し、ドライブが楽しくなる様な企画検討・実施を行っている。今年度は、「Clear Stream Map（手づくりマップ）の作成配布」「オリジナルグッズ“あなたの想いと繋がるエコバッグ”」の販売試行、地域振興イベント「オータムフェスタ2009」の企画、夜間店舗の利活用として「シーニックナイトカフェの営業」等を実施した。

②活動の体制



シーニックカフェ



③苦労した点や工夫した点

【工夫した点】シーニックカフェスタッフが「自ら発案」できる体制をつくり、現場の意見（来訪者のニーズ）を柔軟に受け止めている。
【苦労した点】活動費を最小限に抑えた活動を実施しているが、資金捻出に苦労している。

④活動の効果

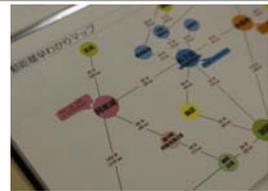
ルート内4つのカフェが地域情報拠点として、情報提供や広報PRを連携実施し、周遊観光の促進に繋がっている。ミーティング等の実施により、カフェスタッフのおもてなしに対する意識が向上し、きめ細かい対応に繋がっている。また、今年は地域振興イベント「オータムフェスタ2009」を企画（実施主体はルート運営委員会）するなど、ルート活動の中核を担う存在になりつつある。

⑤今後の活動

ルートの地域情報拠点として情報提供の充実を図ると同時に、「地域振興の拠点」を目指したい。地域振興に繋がる企画立案・実施やオリジナルグッズ（食品なども含）の検討及びルートの環境保全に繋がる活動等を実施し、地域ブランドを形成したい。

様式2 (★指定ルート)

ベストシーニックバイウェイ・プロジェクト2009

ルート名	釧路湿原・阿寒・摩周シーニックバイウェイ		
活動の名称	民間情報拠点“シーニックカフェ”の連携した取り組み		
活動期間	平成19年度～現在(3年目)		
評価の視点	①活動の持続性、②活動の地域への浸透・波及、 ③ルート運営の基盤強化、④ブランド形成・活用、⑤人材育成の充実、 ⑥その他シーニックバイウェイ北海道の推進への寄与		
1. アピールポイント	<p>●シーニックカフェとは？</p> <p>釧路ルートにおける、民間情報拠点連携による「シーニックカフェプロジェクト」の取り組みは、平成19年より開始され、今年で3年目を迎える。20代のカフェスタッフが中心となり、年2回程度のカフェスタッフミーティングを開催しながら、ドライブが楽しくなる様な企画検討・実施を行っている。</p> <p>●これまでの取り組み</p>		
			
			
	カフェスタッフミーティングの開催(H19～)	カフェスタンプラリーによるルート内回遊促進(H19～)	共通ラックでのルート内観光情報「おもてなしブック」による観光案内のレベルアップ(H20～)
	●平成21年度にスタートした取り組み		
	①Clear Stream MAP(手づくりマップ)の作成配布		
	<p>来訪者のニーズや地域特性を活かした、オリジナルフリーマップの作成をスタートした。マップはwordで作成し、来訪者のニーズに応じて、柔軟にブラッシュアップが出来る仕組みとしている。現時点では、「移動ルート&距離早見マップ」「ビギナーズドライブマップ」をカフェに設置し、ビューポイント等への誘導を図っている。</p>		
	 <p>移動ルート&距離早見マップ</p>		
	②オリジナルグッズ“あなたの想いと繋がるエコバッグ”の企画販売		
	<p>シーニックカフェを「地域の想いを伝える場になりたい」という意向から、ルート内のCO2削減を目的とし、苗木一本分の寄付代金込みのエコバッグを企画し、カフェ毎のカラーとロゴのデザインで販売している。受け取った寄与は、来春以降の「ルート内植樹祭」で使用する予定である。なお、バッグには寄与証明書を添付し、購入者のうち、希望者は植樹祭に参加していただける仕組みとなっている。</p>		
	 <p>販売の様子 (cafe kaiyodai)</p>		

③カフェを地域振興の場へ オータム・フェスタ 2009 の企画

9月26日(土)にルート内地場産品とルート活動のPRを目的としたイベントを実施し、今後カフェが「地域振興の場」として活用の可能性があるか検討・試行を行った。会場を「道の駅摩周温泉」近くのスペースと設定した事もあり、多くの観光客が来場し好評を得た。また、地域住民も家族連れで来場し、ルート内での周知活動にも繋がった。

今後は、継続性や手法について検討の上、ルート運営委員会とカフェスタッフが連携して、次年度以降も実施する予定である。

<実施した主なプログラム>



シーニックバスの試乗体験



弟子屈産じゃがいも詰め大会



シーニックO×クイズ



シーニックフェグルメ早食い競争

④夜間の店舗を利活用～シーニックナイトカフェ～

弟子屈エリアにある、シーニックカフェ Home Sweet Home では、夜間の店舗利活用を目的に「シーニックナイトカフェ」を夏期限定で実施した。夕食も楽しみたいと言う来訪者からの要望に答え、摩周パークの鉄板焼き等、夜ならではの地場産品メニューを提供し、観光客だけではなく地域住民からも好評を得た。



ナイトカフェの様子

2. 創意工夫、苦勞した点 (前回からの改善、向上させた点)

●シーニックカフェ間で「相互PR・協力」ができる仕組みづくり

シーニックカフェスタンプラリーは、ルート内の回遊促進という目的のほかに、“他カフェをPRするツール”として活用している。実施期間中、カフェスタッフは来訪者に対し「目的地はどちらですか? 途中に●●というシーニックカフェがありますよ」と積極的な声かけを実施している。

●シーニックカフェスタッフが「自ら発案」できる体制づくり

定期的に行っているカフェスタッフミーティングでは、20代のカフェスタッフも積極的に参加し、接客中に感じた来訪者のニーズを柔軟に把握しながら、企画立案を行っている。参加することで「シーニックに関係する方々と情報交換ができた」、「お客様の動向を把握するようになった」、「スタッフ教育の良い機会」等という意見が挙がっており、人材育成の面でもプラスに繋がっていると考えられる。

●「仲良く・楽しく」横のつながりを大切に 息の長い活動へ繋げる

カフェミーティング前には必ず、カフェスタッフやルート関係者での昼食会を実施している。ミーティングの開催は、各エリアで実施しており、開催エリアのカフェは、昼食会の準備を行う。メンバーの親睦とシーニックカフェ連携を深める効果に加えて、新しい地域産品などの情報交換の場にもなっている。



Pan de Pan 主催の昼食会 (H21.5)

カテゴリー

情報提供・広報PR

活動名称

東オホーツクシーニックバイウエイルート
における情報発信

地域ブロック

北海道

ルート名称

東オホーツクシーニックバイウェイ

①活動概要

東オホーツクシーニックバイウエイルートでは、東オホーツクの魅力を多くの方に広めるためにフォトコンテストによる美しい景観の発信、シーニックマップを作製して「美しい景観・美味しい店・癒しの温泉」情報を発信した。一方、これらの情報を集約し、当ルートのホームページを開設し、ネット上で多くの方々に見てもらえる機会を増やした。そこで、今年度は更なる情報発信力を高めるために現在主流となりつつある「動画」によるエリアにある「景観」や「イベント」情報を紹介した。

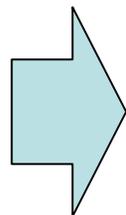
②活動の体制

東オホーツクシーニックバイウェイ連携会議

【シーニックマップ】(H17~H20)



◇シーニックデッキ設置箇所、
情報拠点、ビューポイント
を記載
◆印刷費用が高い
⇒短期間のみ配布



【東オホーツクシーニックバイウェイホームページ】(H19~継続中)



◇Google MAPを使用することでシーニックデッキ設置箇所、情報拠点、ビューポイント、美味しいお店、温泉などの16種類のコンテンツを一度に表示することができるようになった。(シーニックマップよりもコストを抑えることができた。)
◆定期的な更新が必要になる。(シーニックマップよりマンパワーが必要)
<http://www.scenic-okhotsk.com/>

③苦勞した点や工夫した点

- ・天候の変化により、美しい景観などをお送りすることが困難であった。
- ・単に美しい景観やイベントの様子をお届けするのではなく、これらの話題に関する「人物」にスポットを当て、インタビュー形式で地域の魅力を語って貰った。

④活動の効果

「音や声が聞こえるので臨場感がある」「とにかくかばかばかしくて面白い」「自分達の地域の魅力を伝えようとする一生懸命さが汲み取れる」など、おおむね友好的な意見が多かった。また、HPのアクセス数も2割程度増えたことから、新たな情報発信コンテンツを獲得できた。しかしながら、一部の動画には批判もあったことから、配信前に映像を複数人で入念に点検できる体制が必要であった。

【シーニック・ムービー】(H20、今年度)



- ①「動画」は景観やイベントを中心に、1情報数分程度とした。
- ②動画のコンテンツはGoogleの「YouTube」を利用した。
- ③撮影時には、エリア情報を紹介する案内人を「シーニックマン」と称してキャラクター化した。

⑤今後の活動

今回の配信を通じて小規模の宿泊施設から、有料で施設宣伝を兼ねた動画制作の問い合わせがあった。このことから、動画情報の制作・配信を請け負うことにより、連携会議の自主財源確保に繋がる可能性もあり、引き続き「動画」の製作を行なっていく予定である。

様式2 (★指定ルート)

ベストシーニックバイウエイズ・プロジェクト2009

ルート名	東オホーツクシーニックバイウエイルート
活動の名称	東オホーツクシーニックバイウエイルートにおける情報発信
活動期間	平成19年度～平成21年度
評価の視点	①活動の持続性、②活動の地域への浸透・波及、 ③ルート運営の基盤強化、④ブランド形成・活用、⑤人材育成の充実、 ⑥その他シーニックバイウエイ北海道の推進への寄与)
1. アピールポイント	<p>今回行ったシーニック・ムービーの活動は、視聴者側の趣味や嗜好などもあり、一部の動画では批判的な意見もあり、賛否両論になった。しかしながら、一般的なホームページでは、集約された情報を一方的に発信することが多く、閲覧者側の意図を汲み取ることは難しい。一方、動画の場合、地域の雰囲気、臨場感や伝達者の意思(地域への思いなど)なども短い時間で伝えることも可能である。受け取る側の嗜好などによって印象は大きく変わるが、地域の方々が自分の言葉で魅力を伝える良き手段になるものと考えられる。</p> <p>今回の取組みは、ビデオ一台で簡単に撮影をして、地域の魅力を映像にして発信することは困難を伴う作業ではなく、誰もが情報の発信の主役になれることを先駆けて行った活動であり、他のルートでも行ってないことであり、活気的な取組みと考えられる。</p>
2. 創意工夫、苦勞した点(前回からの改善、向上させた点)	<p>前年度は試行的にホームページ上で動画を定期的に配信することを念頭においた取組みを行ったため、どのような映像や演出がよいのか試行錯誤する状態だったが、定期的な配信と視聴者の意見等から、今年度は、ある一定のスタイルを見いだすことができた。特に「景観」や「イベント」を紹介するにあたり、これらに関連する「人物」に視点を置いて、「シーニックマン」がインタビュー方式で対話を中心とした動画を撮影することにより、地域の魅力を映像の臨場感とともに伝えることができるようになった。</p>

カテゴリー

その他

活動名称

観光業界の広域連携実現へ向けて

地域ブロック

北海道

ルート名称



宗谷シーニックバイウェイ

①活動概要 / 観光客の入り込み減少という危機感に直面し、その閉塞感の打開策として、自治体単位の個体ではなく、ルート内広域での連携活動を分科会で積み重ねて、「宗谷」という地域をブランドとした観光誘致の仕組みを構築するための具体的な取り組み

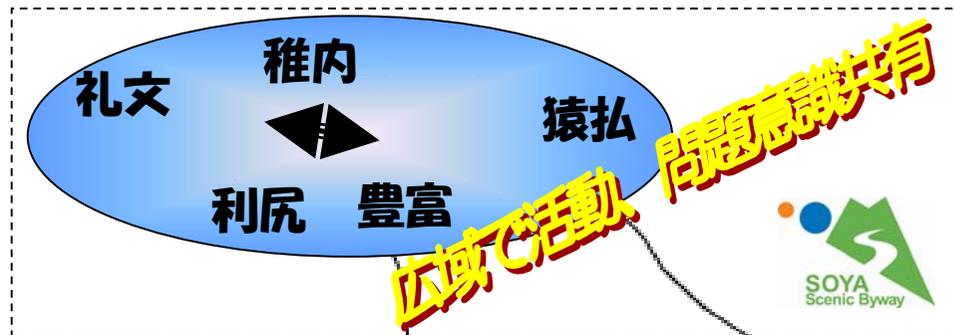
②活動の体制 / 宗谷シーニックバイウェイ観光・情報分科会、稚内観光協会、利尻富士町観光協会、利尻町観光協会、礼文町観光協会、豊富町観光協会、猿払村観光協会、宗谷バス(株)、ハートランドフェリー(株)、北宗谷広域観光推進協議会

③苦労した点や工夫した点

- ・点で行っていた観光誘致を、エリアで展開したこと
- ・共通の課題を見出し、それを面で解決できないかという取り組み
- ・弱い地域を強い地域がカバーする助け合いの仕組みづくり
- ・情報、資金、活動における共有化

④活動の効果 / これまで各々観光業界に従事していた関係者が、ルート内を“点”ではなく“線”や“面”で捉える意識が醸成されてきている。また、ルート内の市町村で「北宗谷広域観光推進協議会」を設立するに至り、平成21年9月には稚内・利尻・新千歳を結ぶチャーター便就航が実現した

⑤今後の活動 / 従来のトップセールスと旅行会社招聘活動を続けながら、近年の観光客のニーズの多様化、小グループ化にも対応するための基盤整備も並行して推進する。それぞれの地域の問題点を、自治体という枠を越えて道と航路で結ばれるルート内広域で共有しながら、一緒に考え改善にすることをはじめ、景観・環境分科会に対して観光産業界として積極的に支援をしていくことで活力ある地域を創出していきたい



首都圏・中部圏に各観光協会長がトップセールス訪問

(平成19年9月)

(平成21年1月・11月)



旅行会社からの要望と、当地の魅力や思いを意見交換

(平成20年1月・9月)



稚内・利尻・新千歳を結ぶチャーター便の就航が実現

(平成21年9月4～6日)



様式2 (★指定ルート)

ベストシーニックバイウエイズ・プロジェクト2009

ルート名	宗谷シーニックバイウエイ
活動の名称	観光業界の広域連携実現へ向けて
活動期間	平成19～21年度
評価の視点	<p>① 過去3カ年にわたり継続的に実施してきており、今後も可能な限り永続的に続けていきたい</p> <p>② これまで個々に活動してきた事業がこの取り組みにより相互で連携を取るようになり、今では各観光協会でも年中事業として捉えていただいている</p> <p>③ “みち”をきっかけとした「魅力ある観光空間づくり」に直接寄与する形となり、連携による公的な協議会の設立はルートにとっては頼もしい</p> <p>④ 観光関連業者や自治体とも連携した「北宗谷広域観光推進協議会」へ昇華させた</p> <p>⑤ これまで各々従事していた関係者同志が、ルート内を“点”ではなく“線”や“面”で捉える意識が醸成された</p> <p>⑥ この管内における広域連携が、やがて全道一円で観光の広域連携のモデルケースとなるよう努力していきたい</p>
1. アピールポイント	<p>ルート内の各市町村は、それぞれ日本全国に誇れる観光資源を持っていながら、不況やニーズの多様化のあおりを受けて、観光客数や経済的効果は右肩下がり傾向を続け、現在においても底を見せていない状況です。</p> <p>しかし、この強い危機感を背景に抱えながら、観光分科会(現:観光・情報分科会)の活動である「観光協会長サミット」などを通じて顔をつきあわせていくうちに、閉塞感の打開策として広域でプロモーションをしようという気運が出てきました。広域での活動を分科会内で具体的に積み重ねて、新しい形の観光エリアを構築しようとしているのがこの取り組みです。</p> <p>東京を中心とする首都圏と名古屋を中心とする中部圏を主なターゲットとし、全日空様の協力を受けて、ルート内の各観光協会長と、アクセスの中心を成すバス会社、フェリー会社がトップセールス訪問団を組織し、両地で旅行会社を招いての説明会を3度開催しています。また、質の高い旅行商品の企画・造成につなげてもらうことを願い、当ルートへ旅行会社の方々に実際に足を運んでもらい、当ルートの魅力の認識度向上と地元の関係者への要望をお互いに肌で感じてもらう取り組みも2度行っています。</p> <p>これらの活動が実を結び、ルート内市町村で「北宗谷広域観光推進協議会」を設立するに至り、平成21年9月には稚内・利尻・新千歳を結ぶチャーター便就航が実現しました。この協議会はANA総合研究所からアドバイザーを招いて、ルート内の個人型観光客の基盤整備も3カ年計画で実施していきます。</p> <p>一連の活動は自治体を跨いだ波及効果として現れています。利尻島は2町別々に観光パンフレットを製作していましたが、2町合同で「ひとつの島」として製作するようになり、その翌年には礼文島も含めた離島エリアで1冊のパンフレット製作が実現したことなどが好例としてあげられます。</p> <p>ルート内の観光に関する取り組みは“点”の集まりから“線”のつながりへ進化し、迎える人々も訪れようとする人々も“宗谷”という“面”でとらえてもらえることを理想として、今後も精力的に活動を続けていきます。</p>
2. 創意工夫、苦労した点(前回からの改善、向上させた点)	<ul style="list-style-type: none"> 点で行っていた観光誘致を、エリアで展開したこと 共通の課題を見出し、それを面で解決できないかという取り組み 弱い地域を強い地域がカバーする助け合いの仕組みづくり 情報、資金、活動における共有化

カテゴリー

その他

活動名称

ヒラメ底建網オーナーin遠別

地域ブロック

北海道

ルート名称

萌える天北オロロンルート

①活動概要

日本海に面し、地場でとれる魚介類の質の高さは定評があるが製品のブランド化には遅れを取っている状況下において、都市と地方の交流はもとより、地域で更なる活動展開（まちづくり、経済など）すべく、底建網船三隻を一口10,000円総数120名でその日とれた魚を配分するオーナー制を実施するもの。

②活動の体制

遠別町内の活動団体、自治体の協力はもちろん、ルート内で、不得意分野などを補うため、たくさんの活動団体が参画し、遠別農業高校などの実践協力なども合わせ、実行委員会方式のプロジェクトを組む

③苦労した点や工夫した点

実際、当日の漁が悪天候や不漁であった場合などの心配があった。

オーナーをインターネットなどで募るなど情報の受発信におけるスキルはルート内活動団体のFM局など、また、物販やPRなど各町村商工会など、得意分野を補完する形をとったこと。漁の臨場感を味わっていただくための遊漁船を準備したり、生簀の見学、捌き方講習なども行った。

④活動の効果

開催2年目には、ヒラメのブランド化を研究する会が組織されるほどの影響力を持ち、地元料理屋などへの地域内経済循環への足がかりとなった。ルート全体への波及効果も大きく、情報受発信の重要性を認識し、連携が図られやすくなった。

⑤今後の活動

漁業従事者の思いが一番肝心のプロジェクトだが、今後はカーボンオフセットなどの環境活動にも連動するよう、更なる展開を模索していく。ブランド化について、連携を取れる仕組みづくりも検討していきたい。



網から水揚げする様子



水揚げ作業を遊漁船から見守るオーナー



水揚げされた魚を生簀に運ぶオーナー



捌き方を学ぶオーナー



来場できないオーナーへ発送



ルート内物産の紹介販売

様式2 (★指定ルート)

ベストシーニックバイウエイズ・プロジェクト2009

ルート名	萌える天北オロロンルート
活動の名称	ヒラメ底建網オーナーin遠別
活動期間	平成20年度～平成21年度
評価の視点	①活動の持続性、②活動の地域への浸透・波及、 ③ルート運営の基盤強化、④ブランド形成・活用、⑤人材育成の充実、 ⑥その他（シーニックバイウエイ北海道の推進への寄与）
1. アピールポイント	
<p>当該ルート内（留萌管内）において、生産出荷される農、魚産物が都市部をはじめ全国各地へ流通されています。とりわけ、当該ルートの産物の質の高さは自他共に認知をされているところですが、情報発信力はいつも周回遅れとなっている状況の中、ブランド力強化も思うような展開が出来ず、これまで長年に渡り、課題とされてきました。しかし、ルート内の活動団体が協力、連携をとることで、得意分野を補完しあいながら、遠別町のヒラメを全国に売り出そうという試みを実施しています。元々、高級魚であるヒラメにブランド力をつけることで、漁業者の安定的な収入、生産意欲の高揚を図り、地産地消を活かしながら地元での地域内経済の循環と『暮らしぶり』の中で、一次産業への誇りや自信の醸成を図ろうと、地元自治体のみならず、ルート内全域の自治体でも広報等で連携を図りました。</p> <p>この企画は、ヒラメに限らず、底建網に入った他種目の魚類全てがオーナーさんに配られるところも魅力の一つで、希少で高価な魚もゲットできて訪れた方々に大変好評でした。</p> <p>消費者とこうした漁業従事者とが共に水揚げ、催しなどを通じて交流できることは、まさに社会資本整備の重要性が大きく、都市と地方の交流においても一助となりうる活動と考え推進に力を入れたいプロジェクトであります。ルート内の幹事会において、遠別町担当の幹事が地元の宝物を活かすために幹事会で草案を練り、ルート内の活動団体に呼びかけ、核である地元漁協を中心に各自治体、他町村からの協力、支援があったおかげで、少なくとも新しくかつ多方面の方々が協力し合うことで、今後の遠別産ヒラメのブランド力向上のきっかけ、足がかりとなったことは間違いないと考えています。また、ルート内などで協力、補完しあうことで地元の方々が自主的で発展的な行動に移した実績からも、今後も継続が予測されると同時に新たな展開が期待できます。</p>	
2. 創意工夫、苦労した点（前回からの改善、向上させた点）	
<p>本年度から、地元の方々の理解が深まり、ブランド化を研究しようという会が組織され、活動を始めたり、同じ日本海沿線で、この遠別町ヒラメオーナー制度からヒントにエビ籠オーナーのイベントを催したり、ルート内での刺激創造に繋がって来ています。このプロジェクトで今年度は、オーナーさんと従事者ともっと交流できる場を設けて、遠別そして萌える天北オロロンルートのファンを増やし、新たな戦略を組み立てようと動きました。</p> <p>次年度に向けて、当該ルートにおいて環境活動を絡めた動きが出来ないか、現在模索中であり、一番の向上がこれまで坦々と暮らして来たところから外への発信、新たに動き土倉と考える携わったみなさんの中にポジティブな精神が養われたことが最大の向上点ではないかと考えます。</p>	

カテゴリー	情報提供・広報PR	活動名称	PR・プロモーション事業
地域ブロック	北海道	ルート名称	十勝シーニックバイウェイ・トカプチ雄大空間

①活動概要

「十勝シーニックバイウェイ」「トカプチ雄大空間」を一人でも多くの方に覚えていただくため、さまざまなシーン、さまざまな場所にてスタッフによるPR・プロモーション活動を行いました。

[活動箇所]

- 雪まつり（札幌市）
- かちまい花火大会（帯広市）
- 道新花火大会（帯広市）
- 道東自動車道・十勝平原サービスエリア（下り）（清水町）
- 羽田空港第一ターミナル2階マーケットプレイス（東京都）
- さっぽろオータムフェスタ（札幌市）
- ばん馬まつり（帯広市）
- 十勝大好きフェスティバル（帯広市）

[活動内容]

- 十勝シーニックバイウェイ横断幕の掲示
- トカプチ雄大空間オリジナルはっぴの着用
- クイズ大会・人間シーブドッグショー

②活動の体制

運営主体はトカプチ雄大空間の「感じる部会」

③苦労した点や工夫した点

当初は通常のPRポイントの説明を行っていましたが、注目度に欠けるため途中から戦略を変更し「より楽しく、より面白く」十勝シーニックバイウェイ、トカプチ雄大空間をアピールできるよう「クイズ大会」「シーニックじゃんけん」「人間シーブドッグショー」などのアトラクションを交えて実施しました。スタッフ全員が楽しみながらPRすることからお客様の注目を浴びたことと思います。

④活動の効果

クイズ大会を行ったことからシーニックの内容を理解し、各施設についても覚えていただきました。

⑤今後の活動

楽しみながらシーニックについて理解をしていただく活動として、今後も継続してPR活動を行ってまいります。



人間シーブドッグショー



羽田空港PR



かちまい花火大会



雪まつり会場



とちかち大好きフェスティバル



道東道キャンペーン

様式 3 (◆候補ルート)

ベストシーニックバイウエイズ・プロジェクト 2009

ルート名	十勝シーニックバイウエイ・トカプチ雄大空間
活動の名称	PR・プロモーション事業
活動期間	平成 21 年度
評価の視点	①活動目的・内容の分かりやすさ ②ルートとしての目標の共有 ③幅広い参加、連携への可能性（地域住民、各種団体、民間、行政等） ④シーニックバイウエイ北海道の活動として今後の展開可能性（地域資源の発掘・活用、人材の発掘・育成、活動の継続等）
1. アピールポイント	<p>「十勝シーニックバイウエイ」「トカプチ雄大空間」を一人でも多くの方に覚えていただくため、さまざまなシーン、さまざまな場所にてスタッフによるPR・プロモーション活動を行いました。</p> <p>[活動箇所]</p> <ul style="list-style-type: none"> ●雪まつり（札幌市） ●かちまい花火大会（帯広市） ●道新花火大会（帯広市） ●道東自動車道・十勝平原サービスエリア（下り）（清水町） ●羽田空港第一ターミナル2階マーケットプレイス（東京都） ●さっぽろオータムフェスタ（札幌市） ●ばん馬まつり（帯広市） ●十勝大好きフェスティバル（帯広市） <p>[活動内容]</p> <ul style="list-style-type: none"> ●十勝シーニックバイウエイ横断幕の掲示 ●トカプチ雄大空間オリジナルはっぴの着用 ●クイズ大会・人間シーブドッグショー
2. 創意工夫・苦勞した点	<p>当初は通常のPRポイントの説明を行っていましたが、注目度に欠けるため途中から戦略を変更し「より楽しく、より面白く」十勝シーニックバイウエイ、トカプチ雄大空間をアピールできるよう「クイズ大会」「シーニックじゃんけん」「人間シーブドッグショー」などのアトラクションを交えて実施しました。スタッフ全員が楽しみながらPRすることからお客さまの注目を浴びたことと思います。</p>

カテゴリー

歴史・文化

活動名称

殿様街道ウォーキング～歴史がつなぐ交流のみち～

地域ブロック

北海道

ルート名称

どうなん・追分シーニックバイウェイルート

①活動概要

「道南追分ルート」は、自然・食はもとより歴史に恵まれた地域であり、2015年の新幹線（木古内・函館）開業に向け、1999年より自然・食・歴史をテーマにした参加型イベントである殿様街道ウォークを実施している。

②活動の体制

千軒地域活性化実行委員会を立ち上げボランティア（森の名人・歴史研究会・野鳥の会・千軒そばの会・松前神楽保存会）やとともに魅力ある広域連携にむけ取り組んでいる。行政（国有林・道有林）の協力をいただいている。

③苦勞した点や工夫した点

多くの地域ボランティアの支援が無ければ成立しない。自立できるまで育てるのが苦勞。他ルートとの連携が課題。

④活動の効果

主催することで地域の豊かさを強く認識した。また各地のイベントを意識し、連携の可能性を感じた。

⑤今後の活動

エリア全体には様々な歴史資源があり、各地域でその掘り起こしがなされている。歴史・食など同一資源の活動地域を連携させ、活動及び参加しやすい仕組みづくりや広報活動をすすめたい。



様式3 (◆候補ルート)

ベストシーニックバイウェイズ・プロジェクト2009

ルート名	どうなん・追分シーニックバイウェイルート
活動の名称	殿様街道ウォーキング～歴史がつなぐ交流のみち～
活動時期	平成21年度(毎年実施)
評価の視点	①活動の目的・内容の分かりやすさ、②ルートとしての目標の共有、 ③幅広い参加、連携への可能性(地域住民、各種団体、民間、行政等) ④シーニックバイウェイ北海道の活動として今後の展開の可能性(地域資源の 発掘・活用・人材の発掘・育成、活動の継続等)
<p>1. アピールポイント</p> <p>1) 道南は北海道の歴史の原点であり、古くは縄文、中性の館、松前藩、そして戊辰戦争など 様々な歴史資源の宝庫である。</p> <p>2) 各地域ではこれまでその歴史資源の発掘とまちづくりの活用を行っている。</p> <p>3) 歴史には必ず「道」「人」「交流」が関わっている。</p> <p>4) 特に、全時代的に様々な歴史の道づくりが行われている。 ※木古内の威臨丸の道 ※知内の小谷石の道 ※福島の殿様街道 ※松前の白神山道 ※厚沢部の館城の道 ※江差のいにしえ街道 ※松前から道北にいたるニシン街道</p> <p>5) これらの歴史の道を連携させて、全エリア的なルートを構成して、地域の魅力をつくり あげたい。</p>	
<p>2. 創意工夫・苦労した点</p> <p>1) 各地域とも連携の必要性は考えているものの、その方法論に苦慮している。</p> <p>2) シーニックバイウェイの活動を軸に個々の地域の歴史の道の活動も周知され、相互参加 も生まれてきた。</p> <p>3) 個々の歴史を一層学び合い、相互理解する必要がある。</p> <p>4) 全時代的な歴史の道をどのように組み合わせるかも課題である。</p> <p>5) 地域の人々に歴史の道の重要性と魅力を理解してもらう努力が必要である。</p> <p>6) 同時に各地域の行政との連携も一層図る必要がある。</p>	