

Design Management project

県デザイン経営塾4「地域資源を活かした観光発信」

富山県・富山大学芸術文化学部・砺波市連携事業

富山大学芸術文化学部教授 渡辺 康洋



開催趣旨

観光は様々な要素から成り立っているサービスです。決して一人の人間や企業一社で作りに上げられるものではありません。観光者の時間と空間に作用するのは、航空や鉄道などの輸送機関、旅館やホテルなどの宿泊機関、あるいは観光地について知識や興味を与えてくれる観光ガイド者だけでなく、物産、飲食、二次交通、情報コミュニケーションなどの分野にもわたっており、それぞれが観光サービスの提供者として機能しています。旅行者は、これらの提供者と常に関わりながら観光行動を続けていくのです。また、観光のステークホルダーには、このように観光サービスを受ける旅行者側と提供側の他に、観光地の住民も重要な利害関係者として存在しています。

観光におけるデザインマネジメントとは、このように裾野が広く、また関わる人間が広範囲にわたるサービス環境の中で、それら要素をどのように調整し、どのように組み合わせ配置して機能させれば、観光者の感動を興し、地域の社会経済の活性化に貢献し、また住民のプライドや満足感に働きかけることができるかを考えていくものです。人口減少、高齢化が進みつつある現代では、社会経済の活性化を促進するツールとして観光に期待を寄せる地域がどんどん増えてきています。そしてボーダーを越えた観光の競争が始まっています。今や地域には、観光デザインマネジメントを実践していくことができるリーダーが求められているのです。

このような現状を背景に、富山県と富山大学芸術文化学部が連携して開催する第4回のデザイン経営塾は、県西部の有力観光資源を数多く持つ砺波市を舞台に、「地域資源を活かした観光発信」をテーマに掲げ、観光デザインマネジメントを通じて地域の活性化手法のあり方を探ります。

主催

富山県
富山大学 芸術文化学部

共催

砺波市商工農林部 商工観光課
砺波商工会議所

プロデューサー

前田一樹 芸術文化学部教授

県デザイン経営塾実行委員会（富山大学芸術文化学部）

実行委員長：渡辺康洋

委員：貴志雅樹

武山良三

長柄毅一

矢口忠憲

沖 和宏

横山天心

スケジュール

- ① デザインマネジメントセミナー
2009年9月10日 19:00 - 20:30
- ② フィールドサーベイ・ワークショップ（1）
2009年9月29日 14:00 - 17:30
- ③ ワークショップ（2）
2009年11月13日 13:00 - 16:00
- ④ ワークショップ（3）
2009年12月1日 14:00 - 17:00
- ⑤ 講演・成果発表会
2009年12月18日 18:30 - 21:00



講師

大谷洋子 氏
Yoko Otani

いきいき富山館アドバイザー



講師

石田林太郎 氏
Rintaro Ishida

いきいき富山館セールスマネージャー

Design Management Seminar

デザイン・マネジメントセミナー

2009.9.10 19:00-20:30 チューリップ四季彩館

講演 「いきいき富山館から見た富山の物産・観光」

県デザイン経営塾の1回目は、デザイン・マネジメントセミナー。講師には、東京における富山県のアンテナショップ「いきいき富山館」から大谷洋子氏と石田林太郎氏をお迎えし、「いきいき富山館から見た富山の物産・観光」について、ご講演をいただきました。まずは石田氏に、いきいき富山館の概要、物産の販売状況、首都圏での情報発信事業などをご紹介いただいた後、大谷氏から、物産・地酒アドバイザーとして携わった事例やイメージアップ戦略などを解説していただきました。

(大谷講師発表内容から)

売れる商品開発のヒントとは？

地域に根ざした「食文化」の発信

富山には、魚に合う「海の酒」、漬物や燻製に合う「山の酒」がある。昆布かまぼこは「よろこぶ」につながり、その背景には北前船の歴史があることを伝える。

商品にドラマを語らせる

どんな地で、どんな人が、どんな思いで作っているのか？
どんな時に食べる？ どうやって食べる？

マイナスをプラスに転じる発想

氷見の「こんかいわし」を「氷見のアンチョビ」の名でアピール！「生産できる量は限られている」「この時期しか食べられない」を付加価値に。

思いを形にできる人とのコラボ

地元の生産者や女性グループ等、作る側の思いをキャッチして共有する。

Field Survey & Workshop 1

地域文化の活用

2009.9.29 14:00-17:30 散居村ミュージアム

2回目は砺波市内の観光・文化資源を視察するフィールドサーベイを実施しました。塾生の皆さんにとっては、ふだんから見慣れている風景、知っているはずの施設でしたが、「資源」という視点で見ると、新たな気づきもたくさんあったようです。

特に、散居村ミュージアムでは、砂田館長から散居村について、野原学芸員から増山城趾について興味深い解説をいただきました。視察後のワークショップでは、視察箇所の印象をふまえ、検討を深める資源を選定。観光対象としてどう活用していくかを討議しました。

散居村ミュージアム

散居村ミュージアムの使命は、散居村を訪れた観光者の知的好奇心を満たすことにもあります。サーベイは、観光者の目線で、ミュージアムや民具館の展示がどのように映



るか、また情報発信状況が適切であるか等の問題意識をもって行われました。

チューリップ四季彩館

花をテーマとした観光施設は、最も幅広い層にアピールできる観光資源です。このため、チューリップ四季彩館が、あらゆる観光者にとって魅力的な展示内容となっているかを確認。また大型観光施設にとって必須項目であるショップや飲食施設についても視察を行いました。

夢の平スキー場

コスモス鑑賞ができる観光資源は全国に少なくありません。資源としての特徴づけ、差別化といった観点から、コスモスウォッチングでの開催イベント、ナイトウォッチングの計画、また交通アクセスについての説明を受けました。

散居村展望台

散居村を「見せる」既存展望台と、新たな景観鑑賞場所となる予定の敷地を視察。立山連峰や日本海も眺望できることの説明を受けました。後のワークショップでは、観光者の滞在時間を延ばすような工夫が必要であることも指摘されました。

水記念公園

「水」をテーマとした展示施設の他、庄川地域の特産品展示・販売、美術館、足湯、飲食などがありますが、旅行者が訪れやすくなるための新たな観光ルートの開発・整備、あるいはさらなる観光情報の発信が求められるとの意見が聞かれました。



講師

渡辺 厚氏
Atsumi Watanabe

(株)情報伝達研究所
代表取締役

Workshop 2

交流人口を拡大するための仕掛け

2009.11.13 13:00-16:00 砺波商工会議所

講演 「コンベンション誘致による交流人口の拡大」

3回目のテーマは、「コンベンション」。講師には、株式会社情報伝達研究所代表取締役の渡辺厚氏をお迎えし、「コンベンション誘致による交流人口の拡大」について、ご講演いただきました。講演終盤には、渡辺氏の指名で、(株)PCOの羽根代表、富山県観光地域振興局観光課コンベンション誘致班の下川班長とのトークセッションへと進展。富山県におけるコンベンション状況や、砺波での開催を想定した場合の仕掛け方などにも話が広がり、会場は大いに盛り上がりを見せました。

コンベンションへの関心度は予想以上に高く、講演後のワークショップでも、さまざまな感想や意見が交わされました。

ポイント1 地域ならではの食・土産との出会い

“meeting is eating”

ポイント2 地域ならではのおもてなし

「ならではのもてなし」を地域で蓄積、共有しよう。

1. 「もてなしの舞台」として、散居村を検証してみると？

展望台からみるだけでは不十分。祭りやイベントと結ぶ。
→散居村の成り立ち、維持のされ方、住んでいる人が感じている魅力を関連づけてアピールできないか？



2. ハード（受け皿）について考えてみよう！

散居村に泊まる。

インターに近く、アクセスは良好。

曳山会館・美術館・散居村ミュージアムでのレセプション。

→ 100人、200人のコンベンションから始める！

3. コンベンション誘致のための組織はどうする？

市？ 観光協会？ 商工会議所？

砺波地区の他市町村との協力体制も必要では？

→情報の共有が必要！

4. 考えられるコンベンションテーマ（関連性キーワード）

→「砺波ならではの」のテーマ

→「住」のテーマ

→「食」のテーマ

Workshop 3

滞在型観光の推進

2009.12.1 14:00-17:00 砺波商工会議所

講演 「最新観光動向・旅行者が求めているもの」

近年、滞在型観光の促進が強く叫ばれているのは、主としてその経済効果に注目しているためです。長時間の滞在が地元に必要な経済効果をもたらすの言うまでもありません。

観光は今、どう変化しているのか。長旅時代の地域づくりの課題とは？ 観光地活性化のための戦略とは？ 等、(株) JTB 中部営業担当部長の長野隆氏に最新の観光動向についてお話いただきました。

砺波市が滞在型観光を推進するためには何をしなければならぬのか。講演後のワークショップでは、その具体策について検討しました。



講師

長野 隆氏

Takashi Nagano

(株) JTB 中部 営業担当部長

観光交流の変化を知る

- ・非日常型から生活体験型へ
 - ・一点豪華型からリーズナブルな DIY 型へ
 - ・物見遊山型からテーマ性の高い旅へ
- 観光の実態をふまえた地域づくりが大切

アイデア 1

散居村をバーチャルホテルに、という発想。

- ・古民家を宿泊施設に再生し、「散居村で民泊」
- ・散居村ならではのサービス
- ・散居村ミュージアムを「土地の駅」に

↓

散居村の魅力が、いつでもバーチャルに体験・体感できる場をつくろう！

アイデア 2

「観光」を「感交」というキーワードで考えてみる。

- ・生活が感じられる・地域と交流できる演出
- ・まずは「連泊」から始めてみよう
- ・「観光」に代わるキーワードはないだろうか？

↓

砺波の暮らしや営みを感じられる・交流できる仕掛けをつくろう！



講師

唐沢彦三 氏
Hikoza Karasawa
前小布施町長 観光カリスマ

Lecture

最終講演 2009.12.18 18:30-21:00 砺波商工会議所
「花を活かしたまちづくり」

県デザイン経営塾の最終回は、観光カリスマで知られる前小布施町長の唐沢彦三氏にご講演いただきました。年間120万人を集客する小布施町のまちづくり戦略、花を活かしたまちづくりの具体例など、人と人との交流を産業につなげた「小布施町ならではの」の取り組みは学ぶべき点も多く、塾生にとっては実践の追い風となる充実した講義となりました。

講演後は、これまでのセミナーやワークショップの集大成として、塾生6名が成果発表を行いました。

(唐沢講師発表内容)

小さなまちの大きな挑戦

余所(よそ)者、若者、馬鹿者が、新しい文化を創る

小布施町は、葛飾北斎をはじめとする多くの文人墨客などが訪れている。郷土の豪商・高井鴻山が葛飾北斎の才能を支援したように、他所者を受け入れて協和することが文化の創造につながる。文化の形成には若者の参画が不可欠であり、馬鹿者といわれるくらいの情熱でまちづくりに取り組むことが必要である。

年間120万人集客のキーワードは、

V (visitors) ・ I (Industry)

美しい町並みをつくろう

花による美しい景観や環境づくり

心の文化を育てよう

内面的な心の美しさ、福祉の心を醸成
資源を有効活用しよう
供給基地としての研究と生産農家の援助育成

V I 戦略によるにぎわいと交流の創出

～小布施町の取り組み事例より～

世界の人と花フェスタ in 北信濃

→全国及びヨーロッパ各地から多くの方々が参加
花仲間ガーデニング大楽校

→「小布施ならではの」のガーデニングを推進
フローラルガーデンおぶせ

→花と緑に関する情報発信施設
おぶせフラワーセンター

→セル苗の生産、花卉生産農家支援、農家・消費者の
研修施設

オープンガーデン事業

→個人の庭を開放し、花を介した交流をサポート

Presentation

成果発表会

砺波発—Next Action!

砺波商工会議所青年部 本江 択

「滞在型観光として、アズマダチ家屋を宿泊施設に!」

宝田家具製作所

「自分を思い出す場所～散居村ステイ～マーケティングプラン」

砺波市観光協会 永井 保

「愛知県安城市との相互交流」



(株)アイドマセンサー 河合要子
 「北陸エリア観光の拠点として『里の駅・砺波』(仮称)開設!」

庄川町商工会 川崎和夫
 「庄川水記念公園を核とした庄川温泉郷の短期型滞在観光への提案」

砺波商工会議所 小幡和彦
 「砺波市広域圏の『かんこう』戦略」

散居村 SWOT 分析 (第 1 回ワークショップより)

<p>Strength (強み)</p> <p>世界のオンリーワン 田植え時の夕日 季節ごとに異なる風景 おだやかな人間性 無料</p>	<p>Weakness (弱み)</p> <p>展望台まで手軽に行けない 地元が良さに気づいていない 「ここが散居」というポイントがない かいによ(屋敷林)の減少 無料</p>
<p>Opportunity (機会、有利となる環境要素)</p> <p>ずばりエコ! スローライフへの関心 不自由さを楽しむ人には天国 北陸新幹線の開通 ヒートアイランド防止</p>	<p>Threat (脅威となる環境要素)</p> <p>生活の近代化 どんどん増えている空き家 保存が困難 価値のわかる大人の減少 農業政策</p>