

好きから
生まれる

おもてなし

皆さんは1年にどのくらい観光をしますか？

目的地を決めて、その土地に行き、楽しむと思いますが、それは、その土地の方々に受け入れてもらって、楽しめているという事ですよ。いわば、おもてなしを受けているという事です。では、逆はどうでしょう？岩見沢に観光で来た方を受け入れて楽しませる。観光客をおもてなしするという事です。



どこで受け入れるの？誰がおもてなしするの？
住んでいる私たちには関係ない…。

いや、そうではないんです。今月は、ちょっと観光のことを考えてみましょう。

問合先 市観光物産振興課



今回の主人公と言ってもいい人。
観光という分野とどんな関わりがあるのか…

気付いていますか？

最近、観光地やスキー場、ショッピングモールなどで、よく外国人観光客を見かけると思いませんか？

でも、そう思うという事は、皆さんもそういった場所によく行くという事。岩見沢市から比較的簡単にけるからこその言葉です。

生活していると気付かないかもしれませんが、岩見沢市は札幌市や新千歳空港に比較的近く、高速道路のインターチェンジやJR岩見沢駅、北海道中央バスターミナルがあります。そして、札幌と旭川や富良野などの有名観光地の間にあり、交通ア



クセスやロケーションがとても良い
ところです。

可能性を秘めている？

他にも、欧州をほうふつさせる、のどかな田園風景や雪などの自然、ワイナリー、遊園地やバラ園、農産物、有名な音楽イベント、炭鉱遺産などの豊富な地域資源があります。

交通アクセス、ロケーション、豊富な地域資源の三つが岩見沢市の強みと言えます。

旅行業の視点からも、札幌や小樽、富良野、美瑛といった定番観光ルートが飽和状態となっています。新たな観光素材や商品を求めている現状の中で、岩見沢市の魅力を国内外に広く伝えることで、将来的に観光客が増える可能性が十分に高いと思いませんか？

観光の今後？

岩見沢で観光？

ピンとこない方が多いのではないのでしょうか。これは、岩見沢市が観光という分野で後れを取っているという証拠でもあります。

観光を取り巻く環境は、観光ニーズの多様化や外国人観光客の急激な増大など、大きく変化しています。観光は、昨年1月に策定した岩見沢

2016年度
観光振興推進基盤の確立
観光マーケティング・ブランディング戦略を具現化し、事業の推進基盤を確立する。

2017年度
観光・マーケティングの本格稼働
戦略的なプロモーションを促進し、販売チャネルの拡充と集客力の強化を図るなど、事業を本格稼働。

観光振興戦略の内容と、それに基づく取り組みを一部紹介します。

策定しました。JTB北海道の協力をいただき、旅行業の専門企業としてのノウハウを活用し、観光客の来訪を促す戦略的な取り組みを分析・検討した、今後の観光施策の方向性をまとめたものです。

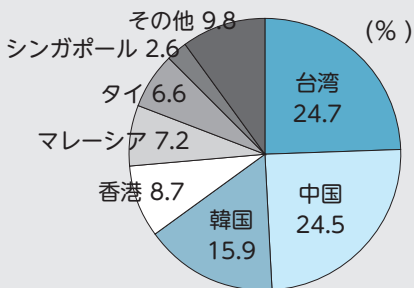
※着地型観光

観光客の受け入れ先が、地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する観光の形態。出発地の旅行会社が企画して、参加者を目的地へ連れて行くのが、従来の発地型観光。

市総合戦略の基本目標の一つである「新しい人の流れをつくる」ための重要施策として期待が高まっております。地域資源を活用したオリジナルティーのある「着地型観光」を推進し、交流人口の拡大を図っていくことが求められています。

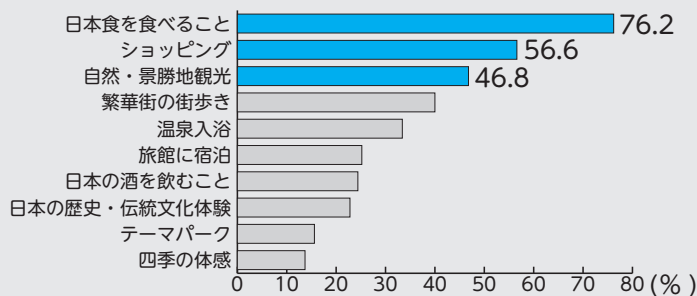
そんな中で市は、昨年3月に「岩見沢市観光振興戦略」を

訪日外国人来道者数
(平成28年度第1四半期)



北海道経済部観光局より

訪日外国人旅行者の訪日動機



訪日の動機 平成26年(2014年)より

まずは知る「こと」から

観光におけるさまざまな取り組みを進めるうえで、周りの状況や岩見沢市の置かれている状況を分析しなければなりません。

左のグラフをご覧ください。

新たな定番を目指し

日常的な生活を離れて「非日常」を求めて観光するのではないでしょうか？岩見沢を非日常とするためには、岩見沢らしさを生かし、他地域との差別化を意識した魅力づくりが必要で。

こういった分析から、岩見沢でも恵まれた自然風景を生かし、「食」と絡めた戦略が必要だという事など、いろいろなものが見えてきました。

そこで、岩見沢市の地域資源を生かした具体的な観光施策として、目指す5つのツーリズムを設定しました。

※ツーリズム

観光に対応する英語だが、ツーリズムの概念は観光より広く、目的地での永住や営利を目的とせず、日常生活圏を一時的に離れる旅行のすべてと、それに関連する事象を指す。

5つのツーリズム

アグリツーリズム

豊富な地域資源の「食」「ワイン」などを観光客に提供、地元ワインと地元食材を使った食事を提供できるレストランなど、農業と観光の連携

ワインツーリズム

ワイナリーやヴィンヤードを巡り、歴史や景観も含めた産地ならではの魅力を発信

スノー体験プログラム

豪雪を生かした他地域では体験できないコンテンツやプログラムを提供

ヒストリーツーリズム

炭鉱跡や炭山、その歴史や過去の遺産などを岩見沢市の魅力とともに発信

エンターテインメントツーリズム

全国的にも価値の高い野外大型音楽イベント、道内最大級の遊園地などを有効活用した新たなエンターテインメントおよびイベントなどを実施

オリジナルで勝負

岩見沢市には、他地域に無く、差別化ができ、ブランド発信が可能で、とても強い集客力を抱える施設として、メープルロッジがあります。

- 他地域との差別化が可能なオリジナルの高い宿泊施設
- 宿泊以外の各種観光サービスが提供可能な広大な敷地を誇る（果物狩りや近隣畑から取れたて食材のバーベキュー、スノーモービル体験、雪遊びなどの提供が可能）
- 欧米に類似した独特の雰囲気や周辺施設とのテーマ連携が可能（リトルロックヒルズや宝水ワイナリーなど、欧米型の周辺観光スポットとの連携による“独特の世界感”が醸成できる）



グランピング



また、自然環境の中でありながら、高級ホテル並みの豪華で快適なサービスが受けられる、グランピングをメープルロッジ周辺での観光素材として実験的に実施するため、関係機関と協議しているところです。

岩見沢市が持つ風景・景観や大自然を体験でき、併せて快適で豊かな時間を過ごせる特別なフィールドとしてメープルロッジを活用し、アグリツーリズムやワインツーリズムなどと組み合わせさせたオリジナルコンテンツとして誘客を促進します。



積極的なPR

次のような取り組みで、設定した五つのツーリズムやメープルロッジなどの積極的なPRを行いました。

台湾（台北市）における観光プロモーション

市長と岩見沢市観光協会会長が台北市を訪問し、政府観光機関やメディア、旅行会社などに対して、岩見沢市の観光プロモーションを実施し、岩見沢市の魅力を発信し、具体的な誘客に向けたアプローチを展開しました。



さまざまなツアーやプロモーションの実施

札幌圏内の好立地を生かし、旅行関係者対象のモニターツアーやJICA*モニターツアーなどを実施しました。

昨年8月には、大通ビッセ、JAいわみざわ、岩見沢市観光協会と協力して「ビッセマルシェ 岩見沢フェア」を1カ月というロングランで開催しました。地下歩

大通ビッセでのマルシェ



行空間でのマルシェでは連日大盛況の人で、岩見沢のファンを多く作る事ができました。岩見沢食材を使ったメニューに対しても、イベント終了後も参加したレストランとの継続的な取引につながりました。

※ JICA

独立行政法人国際協力機構。政府開発援助（ODA）の実施機関の一つとして、開発途上国への国際協力を行っている。



JICA モニターツアー

テコ入れに

こういった観光に関する取り組みを進めるには、岩見沢市観光協会の機能がとても重要です。JTB北海道から岩見沢市観光協会に派遣され、岩見沢の観光を盛り上げるために頑張っている、大川さんに取り組みの内容などを聞きました。

《岩見沢のイメージ》

岩見沢市の観光のイメージで言えば、バラ園や北海道グリーンランドがあるというのは知っていました。が、正直、観光のまちというイメージはなかったですね。鉄道で来て、空知の中核都市というくらいしかなかったです。

《地元ならではの》

今、求められているものは、地

岩見沢市観光協会
常務理事 大川 伸二 さん

昨年4月にJTB北海道から観光協会に派遣。地方自治体とJTB北海道の事業協定として観光協会への派遣は初めての取り組み。岩見沢市での勤務経験があり、前任地は旭川支店で支店長を務めた。



元で眠っている良い素材を見つけ、磨きをかけて、多くの方と連携をして、魅力的な観光資源・商品として作り上げて、広く宣伝していく事ですね。その裏には、人口減少問題があって、補っていくのには、交流人口を増やさないとならない。外から来てもらい、ここで交流をしてもらって、買い物をする、飲食をする、それで地元の企業も潤う。交流人口に目を向けないと、定住人口が減り、緊縮財政に陥ってしまうと思います。

《みんなが試飲できるように》

そこで、いろいろな取り組みをしています。好評だったのは8月から11月まで実施したワイン&フード観光タクシーですね。ワ

インだけではなく、岩見沢の魅力的な観光素材や食を紹介していくものです。

空知のワインが注目されて、

お客さんが来てくれるようになった。でも、ワイナリーは車でなければ行けなくて、そうなる、運

転手は楽しみのも一つである試飲ができる。それでタクシーがあったら良いよねとなったんです。

《世界に打って出るために》

大きなものでは、観光協会ホームページのリニューアルです。映像が目立つと思うんですが、今は外国人観光客抜きでは、観光は考えられないですね。だから、海外の人が見ても分かるような映像・画像を多くしました。もちろんスマホ対応も。今はYouTubeなど、動画がたくさん流れています。今や動画が一つの重要な宣伝ツールになっているんです。

ただ、まだ撮れていないのが、岩見沢の冬の映像なんです。岩見沢は雪が多いというイメージを持っている方が多いのですが、台湾とかアジアの方は、雪が見たくて来るんです。



ワイン&フード
観光タクシー



岩見沢市観光協会PRムービー
IWAMIZAWA TRIP
YouTubeでご覧いただけます！



フルバージョン
約8分



ダイジェスト
約3分



リニューアルした観光協会ホームページ



《まちの顔を盛り上げるため》

駅舎でガラスシアターというのもやりました。多くのまちでは、駅ってまちの顔なんです。でも、駅周辺にあまり人がいないんです。人を呼び込んで、商店街や飲食店に人が流れて、経済効果が上がればという

事で、駅で何かやりたいなと思ってたんです。駅舎はガラス面が多いから、ここに映像を映したんです。結構評判が良いので、市民の皆さんが、こんな使い方ができるんだ、あんな使い方ができるねと、アイデアを出す動きになればと思います。



《全国に向けて》

あと、JTBの時刻表1月号ですが、表紙が岩見沢で、巻頭では岩見沢特集をしています。鉄道で栄えたまちというので、時刻表を岩見沢にしたら面白いという発想からです。月間8万部発行しているので、宣伝効果はあると思います。岩見沢のブランド化と、全国に岩見沢という名前をアピールする広報宣伝の一環ですね。

《もっと広めたい》

外国人観光客抜きではという話をしました

ですが、世界に打って出るところでは、百餅祭りを磨き上げたいですね。餅つきは日本の伝統で、臼と杵は世界一の大きさなんです。知っている人があまりなくて、市民のお祭りというイメージなんです。JTBや各旅行会社と協力して百餅祭りのツアーなどを作りたいですね。



また、岩見沢と言えば農作物というイメージが強いので、単体の農協では、収穫量が日本一のハクサイや、塩ゆでラッカセイをもっと広めたい。タマネギもあるし、これらを利用した名産品を作りたいです。どこの店でも取り組んでいますよという、帯広の豚井のイメージです。



ハクサイ収穫体験

《利用しない手はない》

岩見沢は、すごく面白くて、可能性を秘めているまちです。一番良いのは、札幌が近いということ。観光客はもちろん、住んでいる人が多いです。1時間圏内で来れるのはすごく良いですね。海外旅行では、現地でオプショナルツアーに参加するじゃないですか。バスで片道1時間の移動なんて当たり前で、岩見沢で考えると、札幌に来た観光客に向けて、日帰りオプショナルツアーとして楽しんでもらうことが十分できる距離なんです。

《観光地の仲間入りを》

来年度は、観光協会で旅行業の免許を取得する予定です。観光協会は、まちの観光業を主体的に盛り上げる役割がありますから。旅行業の免許がないと、ただ案内するだけで一方通行なんです。でも、旅行業免許を持って、商品化して、販売することで、責任が出てきますし、人気の度合いを肌で感じる事ができます。観光客に対する利便性を上げるといふ部分では、免許が必要ですね。観光地と言われるところの観光協会は、免許を持っているんです。そこに岩見沢も名乗りを上げたという事です。



《まちを愛することが》

私の中で最終的には、市民の皆さんが、岩見沢って面白い、魅力的で住みやすく、良いまちだと実感して、自分のまちを愛し、市民一人一人が岩見沢市をPRして活性化していくことが目的なんです。そこにいきつかなないと、本当の観光振興とは言えないので。

岩見沢流のおもてなし

岩見沢市観光協会や市観光物産振興課は、岩見沢の観光を盛り上げることが主な仕事ですが、ボランティアとして支えてくれている方々がいます。

観光ボランティアいわみざわの岸本さんに話を聞きました。

観光ボランティアいわみざわ

岩見沢を訪れる観光客にあたたかいおもてなしで快く楽しんでいただけるように、自然風土や歴史、文化を郷土愛とボランティア精神をもって奉仕的にガイドすることにより、人によるあたたかいまちづくりや地域活性化の一助となることを目的とし、平成15年に発足。

観光ボランティアいわみざわ
事務局長 岸本 美穂 さん

《活動内容》

活動は、主に駅舎とバラ園のガイドで、今は25人で活動しています。高校1年生から、年配の方で80歳代ということで、幅広いですね。

《十人十色のガイド》

ガイドは、こういった紙芝居のよなもので説明しています。みんながそれぞれ作って、自分なりの伝え方をしています。伝えるポイントと同じだけど、その人の推しがあつて、個性があるんです。

ただ、質問に答えるのが大変で、分からないものは分からないって伝えようねって言いながらやっています。それが一番大事で、この紙芝居もどんどん改訂されていくんです。

みんな努力家で、それぞれ自主研究するんです。駅の中を紙芝居を持ってボソボソ言いながら歩いていますね。あと、ガイ

《私たちのイチオシ》

バラ園でも同じようなものを作っています。テントを張ってお迎えします。6月・7月は毎日、8月からは土日曜日ですね。来れるときに来るとい感じ、交代でバラ園に行ってガイドをします。午前10時から午後3時くらいま



です。私たちが重点を置いているのはバラ園なんです。リニューアルして、かなり評価が高くなってきました。リピーターも増えています。日本一のバラ園になる可能性は高くなっていますね。

ただ、市民の皆さんはバラ園の事を知らないんですよ。無農薬でバラを育てているんですけど、それについてもすごい事で、管理をする側にとっては、ハードルが高いんですよ。あと、あの規模で無料というのは他にはないですね。そういった事をたくさん伝えていきたいですね。

《目立たないけど一番大事なこと》

25人の中で、しゃべることができない人はほんのわずかで、実はその後ろで、「ここで説明しますよ」「ここに並んでください」「ここは通路なので、こっちに寄ってください」と言う人が大事なんですよ。

話すのは苦手という方でも、活躍するところはたくさんあって、しゃべるだけがガイドではないんです。むしろ、お客さんに迷惑をかけないように気配りをするのが、すごく難しいです。誘導の仕方で気分を悪くしたことはありませんか？だから、それぞれが得意なところを伸ばしていこうという感じですよ。



駅舎でのガイド



バラ園での講習会



観光ボランティアいわみざわの皆さん

《岩見沢を好きに》

ボランティア活動をするに当たって、大事なことが二つあって、「人が好き」「岩見沢が好き」、この2点に尽きますね。話が上手だとかは二の次ですね。お迎えする気持ちだと思っんです。若い人たちにも参加してもらいたいんです。ファンになってもらうことが、大事だと思うんです。とにかく、子どもたちにも岩見沢を好きになってもらいたいです。

若い千カラム

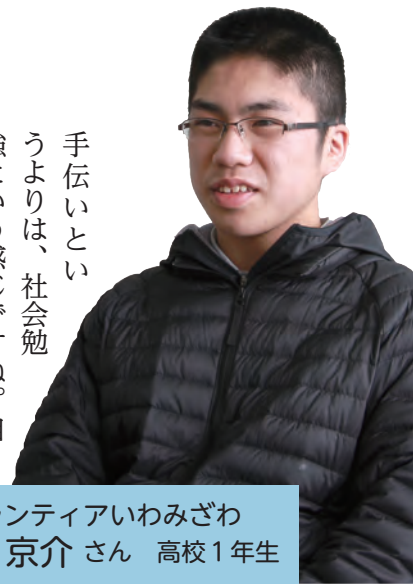
観光ボランティアいわみざわで、活躍している高校生メンバーの鈴木さんにも話を聞きました。

《身近なバラ園がきっかけ》

観光ボランティアいわみざわに入ったのは、去年の4月からです。母親がバラ園で働いているというのがあって、小さい時からバラ園には遊びに行っていました。観光ボランティアのバラ園での活動やイベントに参加したり、ちょっとしたお手伝いをしたりしていました。バラ園が身近な存在なんです。それで、高校生になったので、正式に加入しました。大人と同じようにはできないけど、イベントでは、人手が必要になるので、参加させてもらっています。

《社会勉強》

土・日曜日だけなんですけど、都合の付くときに参加しています。お



観光ボランティアいわみざわ
鈴木 京介さん 高校1年生

手伝いというよりは、社会勉強という感じですね。自分の成長にプラスになると思っています。

《札幌でもお手伝い》

大通ビッセも行かせていただきました。若いので、力仕事を頑張っています。大通ビッセでは、商品を並べるとか、品出しとか、袋に詰めるとかでしたが、やりがいがあったり、すごく楽しかったです。

《人との接し方》

活動に参加して、どのように人と接したら、上手くいくのかが、何となく分かってきたような気がしています。ただ、しゃべるのが得意じゃないので、どちらかと言うと裏方で頑張りたいです。

《もっと盛り上げたい》

同じ年代の人がもっと増えたらいいなと思います。もう2、3人入ってくれば、盛り上げることができるかもしれないです。岩見沢にしている限りは、続けていきたいです。

市は、観光振興戦略を基に、新たな人の流れをつくるべく、さまざまな取り組みを進めています。他にも欠かせないものがあります。皆さんが、観光に行つて良かったと思うことは何ですか？

その土地の景色や歴史、風土、食など、そこでき触れることのできない、味わうことのできない体験といったところでしょうか。ですが、たとえ食べ物がいしくても、対応してくれた方の接客が悪ければどうでしょうか。あまり良い印象は残らないと思います。その土地の人との交流：これも観光の楽しみの一つとなっているはずですよ。

そう考えると、観光に携わる方だけでなく、市民の皆さん一人一人の意識や行動がとても大切になります。観光ボランティアいわみざわの皆さんのような活動が広がってけば、訪れた方が笑顔で帰ってくれる観光地になるはずですよ。

そして、市民の皆さんが、岩見沢つてこんなところだよ。こんな良いところがあるよ。など、岩見沢のことを市外の方に話をする。これが情報発信にもなるんです。

言うなれば、「市民みんなが観光大使」です。岩見沢の観光が盛り上がると思いませんか？