



いつでも参加者募集中 ↓↓↓



地域の「嫌いなトコ」を「好きなトコ」に変え、「ピンチ」を「チャンス」に変える、そうすると「好きなトコしかない地域」に、「チャンスしかない地域」になります。見方や考え方で地域には輝く未来にし

かない！ということになるのです。逆転の発想、なるほどーですね。

芽室魅力発見隊、第2回目のワークショップが9月5日(土)に開催されました。

講師の山本聖氏から前回の第1回目の復習をしてもらい、記憶がよみがえったところで、今回の第2ステップに向かいました。

今回も収穫盛りだくさんのワークショップになりました。

テーマ1ブランディング設計 その2 見方、考え方ひとつで地域が黄金の小麦のように輝く未来へ！

まず第1部の地域資源ですが、前回1回目は資源を集めるところから始まりましたが、

今回は芽室町のここが「好き」ここが「嫌い」を挙げて、今度はグループ内で2班に分かれ、相手チームの「嫌い」という部分を「実はいいトコ」に持っていく作業をしましたね。

次に同じく世の中のピンチを書き出してもらい、それをチャンスに導き出してもらいました。

皆さんには、あれこれひねりながら、考えてもらいました！

これは逆転の発想の訓練で、立場が変わると「ピンチ」を「チャンス」に変えられるというものでしたね。これを「SWOT分析」といい、「好きなトコ」⇔「嫌いなトコ」、「チャンス」⇔「ピンチ」4つのカテゴリーで分析する経営戦略策定方法のひとつでした。



皆さんの発想転換ワーク(抜粋)
(嫌いなトコ)→(好きなトコ)
寒暖差が激しい→野菜の甘味強い
店の商品が少ない→在庫勝負でなく注文に応じられる
除雪が大変→冬の運動不足解消



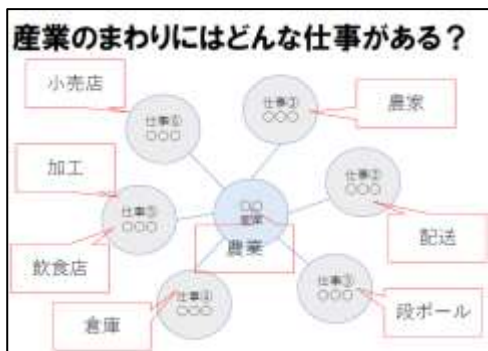
▲皆さん、猛烈に悩んでいます

テーマ2事業体制の構築 その2 芽室・十勝の産業のつながりは？

前回の事業体制の構築では芽室町の「地域内」と「地域外」の仲間集めをしました。

今回は産業を中心に仕事に関するネットワークを作りましたね。

産業とは一言で言っても、「農業」「畜産業」「林業」「工業」「商業」「サービス業」「観光業」... などなどたくさんありますが、それぞれが思う産業の一つを選んで、そこからつながる仕事を発想してもらいました。



普段あまり気にしていませんが、農業を例に挙げてもそれらに関連する仕事を書き出すと、山ほどあることに気が付きました。

次に、グループの皆さんのワークシートを持ち寄りそれぞれ別々に書き出したネットワークが、どこかで重なってるものがないか、共通してるものがないか、頭の中をフル回転してをひねりまくってもらいました。

ここから出てくる共通のものが、もしかしたら芽室町のキーワードになるのかもしれない。

テーマ3販売計画の設定 その2 季節にかかる資源を洗い出す

前回は芽室町における年間のイベントのネタ探しをし、書き込む作業をしてもらいました。

今回は「季節」にかかる資源の洗い出しをしました。例としてお酒が出ていましたが、商品として出されるのが1月としても、それまでに様々な工程を経て製品にたどりつきます。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
SALES										
MARKETING	酒造 準備	出稼先	醸造中	醸造 準備中	醸造中	醸造 準備中				
							醸造	仕込み	仕込み	醸造 準備中



最終的には、前回に引き続き宿題となりましたが、芽室町でいえば農作物なんかは季節ごとに工程を経ていきますね。

また自然や景観も、最もステキと思う時期(人によって違うはずですが)の前後にもいろいろな移り変わりや工程があると思います。新嵐山であれば冬はスキー、その後春になって山が緑になって、放牧され、キャンプ場もお目見えして、星空がきれいに見え...あれこれと出てきますね。

ということで第 2 回目のワークショップを簡単に振り返りましたが、和気あいあいと進んだ時間のなかにも、気付かぬ発見や学びもあったと思います。それでは皆さん、3 回目、4 回目もよろしくお願いいたします！



↑講師の山本氏

進行役の中村氏→

