



はっけん たより④

2020.10.8

最終回、花咲く！

芽室魅力発見隊、いよいよ最終回、第4回目のワークショップが10月3日(土)に開催されました。

今回は史上最大 24 人参加で開催し、会場は熱い気持ちで埋めつくされました。

いつもどおりインストロとして山本講師から過去 3 回の復習をしてもらい、記憶を鮮明によみがえらせたところから、最終回に入りました。

結論を先に言いますと、今回は今までの経過が一気に花咲くものとなりました！



テーマ1 ブランディング設計その4 ターゲットから考える マーケットとターゲット

過去3回で芽室町の魅力や資源、仲間など出てきましたが、今回は「それを提供する対象は誰？ WHO？」と、そのターゲットに「それを使ってもらうシーンの提案 HOW WHEN WHERE」をワークシートで考えました。

地域をブランディングして目指す最終目的は「定住自立」です。なので移住者や関係人口、ハードリピーターの獲得が最終目的になります。

ということで「誰、WHO？」は「地域住民+地域で暮らしてほしい地域外の方々」になりますが、もっと具体的に「どこの誰？」を絞り込んでいきました。さらには、その方々に「使ってもらうシーンの提

案」も考えました。これが意外と難しい感じでした。

[一例を抜粋]

都会に住む、疲れている働き手に

⇒自然に癒されることができる場所を提供

一人でご飯を食べたくない人に

⇒住んでいる人たちとの交流の場を提供

雪のない国の人々

⇒新嵐山で初心者向け雪遊びの提供

芽室ブランディングシートの「5W1H」

1. マーケット&ターゲット 何処？ who	4. 商品の特徴【素材・技術・文化等】 どの様なシーン？ 体験価値の場
2. 地域の紹介、産地の特徴 what	5. 消費者の使用シーンの提案 how when where
3. 企業の歴史【今と歴史】	6. ビジョン・将来展望（未来図） 「定住自立促進」が目的のためメインターゲットは 「地域住民+地域で暮らしてほしい域外の方々」

テーマ1 ブランディング設計その5 “未来を可視化する”をまとめる もしかして、これが 「全部ストーリーだから！」？

いよいよ地域ブランディングを考える最終段階に入りました。

ブランディングシートの最後の課題「WHY？」。

地域ブランディングの最終目的は前述のとおり「定住自立」です。住む人、関わる人を増やし、地域の持続を可能にするために芽室町をブランディングするのです。

でも「定住自立」だけでは不明確です。「なぜ」それをするのか… その答えが「ビジョン、将来展望、未来図」なのです。これが着地点、ムーンショットなのです。

その実現に「HOW」「WHAT」のムーンショットが必要になっていくということなのです。

「WHY」を考える前にサイモン・シネック氏のゴルデンサークルの動画を見ました。視聴後、誰しも頭の上に「なるほど！」という吹き出しが見えた

瞬間もありました。

あっ、そうか、WHY を明らかにすることで今までやってきたことがすべてつながる。これが「全部ストーリーだから！」なのではー???

プランディングの本質

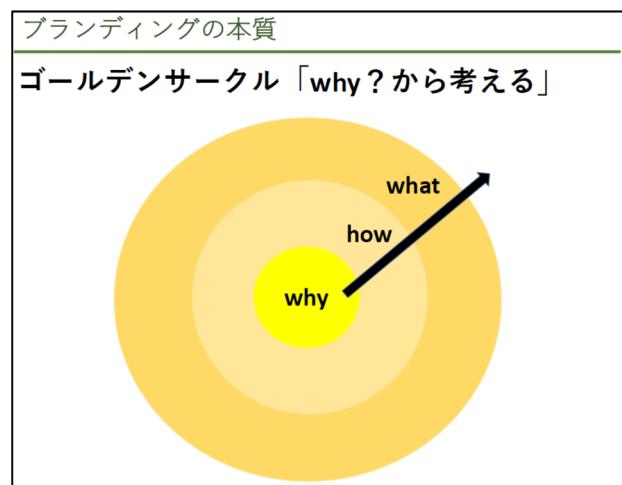
ゴールデンサークル「why?から考える」

サイモン・シネック Simon Sinek
2009年のTEDトークに登壇し「WHYの力」を紹介。その動画は、視聴者数ランキンング第3位となる3700万回再生を記録し、45言語の字幕がつけられた。書籍「WHYから始めよう!」は全世界で100万部を突破するベストセラーに。彼のビジネスリーダーシップに対する型破りでイノベティブな視点は、アメリカン航空、デズニー、ドイツ銀行、マースといったグローバル企業から、警察といった公的組織でも採り入れられている。



プランディングの本質

ゴールデンサークル「why?から考える」



テーマ1 ブランディング設計その6 “未来を可視化する”を仕上げる 夢づくりに没頭、未来地図完成！

最後は、今まで文字としてワークしてきたことと、埋め尽くしたブランディングシートの6つの課題をすべて一つに凝縮し、20年後の「あったらいいな」マップ(ビジョンマップ)を作り上げました。

前回もお話ししたようにビジョンマップはユニバーサルデザインということで文字は入れません。絵や色で表現をしていきます。

驚いたのは、各グループすぐに作業にとりかかったことです。

何を中心にして、周りに何を配置し、それらがどのようにつながっていくのか、しっかりとストーリ

ビジョンの可視化事例

参考事例: 地域資源を活用した共通の地域イメージづくり



一を組み立てて作っていく。そこには対話があり、新たなアイデアがあり、笑いがあり、和やかではあるものの夢づくりに没頭している時間でもありました。

各グループのビジョンマップは
P4以降をご覧ください！

町長も感激！

各グループのビジョンマップとそのストーリーの発表後、来場してた町長からの講評がありました。

皆さんの真剣な取り組みの姿、そして芽室愛に感動していました。

当日の町長フェイスブック(下)にも載っているように「的確」そして「感激」という言葉も出ていました。

手島 旭
日曜日 12:08 ·  · 10 likes

まちの課題に対して、ありたい姿を可視化するビジョンマップ。多くの町民、職員そして高校生のみなさんが、ホントにしっかり考え、案を考えてくれました!! 的確です👍あとは、実現するためにどうするか。長期的な取り組みもありますが、まずはできることから...自分もワクワクしてます👍メンバーのみなさんありがとうございました😊

#芽室町
#北海道芽室町
#ビジョンマップ
#課題解決
#可視化
#素晴らしい視点
#感激しました



芽室愛な時間に感謝です！

各グループの発表が終わり、それぞれが思う芽室町の未来のストーリーとマップが描き出されました。

今回の一連のワークショップを一言でいうのであれば「芽室愛」に他ならないと感じました。

毎回毎回会場は「芽室愛」にあふれ、この町が好きだから、もっと楽しいまちにしたい、もっと住みやすい街にしたい、前向きに、ひたむきに対話を重ねました。



8月22日に第1回目が始まり、2週ごと4時間半の長時間ワークショップでした。

皆さんのご協力を得て無事、全4回のべ18時間、町民の方12人(うち高校生3人)、職員10人、協力隊員6人、合計28人のご協力を得てワークショップをやりきることができました。

こんなに充実感がある最終回を迎えると思いませんでした。



今回作っていただいた3グループのビジョンマップは今後、それぞれの視点を重視して山本講師と事務局、そして場合によっては役場職員、協力隊員でひとつの地図に融合していきます。

少し時間はかかりますが、年度内に作り、できれば今回のワークショップの成果として町長に報告会をしたいと思っています。その時にはまたお声掛けいたしますのでよろしくお願ひいたします。

今回の芽室魅力発見隊の活動は、あくまでも最初の1歩に過ぎないと考えています。

また今回の地図づくりは、山本講師のおっしゃる「ムーンショット」になります。

今後はこのムーンショットを実現するための活動を進めていくことになりますので、

その際にはまた皆さんと一緒に活動していきたいと思っています。

今後さらに仲間を広げ、もっと多くの意見を取り込みながら、このマップを進化させていこうと考えています。このご縁を大切に、これからもお付き合いをお願いいたします！

to be continued

最後になりますが、参加していただいた皆さんそして山本講師&チーム山本の皆さんに、心から感謝申し上げます。ありがとうございます！



ビジョンマップ

1グループ 溢れる



【解説】

■コンセプト

芽室愛が中心にある、「ハート」と芽室町の「芽」と木の芽の「芽」をかけている
多様(地域内外のいろんな人)みんなで、いろいろな角度から(じょうろで)育てる

■キーワード

①遊び ・メインとなるエリアは新嵐山

キャンプ、スキー、ジップライン、巨大ブランコ、バナナボートなどアクティビティ
サイクリング、川釣りも

②暮らし ・ゲストハウス 老若男女男女国内外いろんな人が来る

→住民も使え一緒に食事をとる→芽室で暮らす人との接点を持つ場

・田舎暮らし 定年後のゆったり暮らしとか

・食デリバリー

・おすそ分け文化(優しい気持ち) 無印(夢) バーガーショップ(人が来る)

③産業 ・農業と工業

④その他キーワード ・通学路に立ち寄れるお店

・足となる地域交通

ビジョンマップ

2グループ 税収



【解説】

■コンセプト

人が重要

場所は新嵐山と中心市街地 そのつなぎ

そして稼ぐ

■キーワード

①人

都会と芽室の人の行き来

都会から芽室→都会の良さを知っている人が田舎にきて、スキルを活かす

自主性のある豊かな子どもたちを育てる

→大人になって都会に出る、スキルを持ちいつか芽室に戻るかも(人の回遊・人の循環)

人が行き来する流れを作る

②フィールド

新嵐山と町をつなぐもの→拠点や立ち寄れる場所、交通機関・無料送迎バス、自転車巡り

新嵐山→各種自然をいかしたアクティビティ、テーマパーク、サッカー場

　ウインターアクティビティ以外に冬場も屋内で遊べる場所を作る

③駅前をおしゃれに→人が来る 例えおしゃれなカフェストリート

④芽室の食を活かした加工品づくり→企業誘致

⑤稼ぐ

町民だけではなく、ラグジュアリー 富裕層な方にも来てもらう

町民の方全員がホスト計画→おもてなしの心→みんなが心地よく過ごせる町

それが結果、税収アップに繋がる

ビジョンマップ

3グループ フロンティア



【解説】

■コンセプト

超高齢化を迎える中、高齢者もまちづくりの中心に
中心市街地、新嵐山の魅力拡大
魅力をつなぐ

■キーワード

住民は町内循環型完結型で経済活動が町内で循環
外からの人を受け入れる新嵐山、中心市街地

住民は中心市街地で高齢者や若者のお金を落とせるまちづくり
高齢者が子育て若者世代(共稼ぎ世帯)も支える社会→高齢者はお金持っている、知恵もある、
高齢者の知恵活用、継承をしていくための場所・環境づくり

外から来られる方 地域の方との触れ合える場→市街地全体をおしゃれにリノベーション
→おしゃれなカフェバー、ホテル、グランピング、マルシェ、フェス、アクティビティ(屋内外)で地元住民との
交流

新嵐山→イベントなどのメインエリア、ただし参加しやすいもの、敷居を低く
アクティビティや環境整備を→一気にお金をかけられないで徐々に整備
音楽フェス、星空観察会など活用できる資源はたくさんある、掘り起こし、つなげて、大きなものに

山村留学をもっと大きくPR→移住につなげる、力を入れる
芽室町に興味を持った方々のための「職」の場づくり
商品づくり→お菓子、愛菜屋(産直野菜)、ワイナリー、バーボンづくり