

「北海道価値創造パートナーシップ会議in札幌 ～新たな北海道総合開発計画に向けて～」

お伝えさせていただきたいこと

1. 北海道**ガーデン**街道とは？
～北海道初の広域観光周遊ルート～
2. 地方創生・**観光イノベーション**（新結合）
3. 地方活性化に必要な「人と情報と意識」
4. 地方創生の**新しい**取り組み
～ガーデン街道システムを応用・町村映画イノベーション～
5. **ガーデン街道**ができるまでの詳細（参照）

2015年3月8日
北海道ガーデン街道協議会
会長 林克彦

1

北海道ガーデン街道について

北海道を代表する8つのガーデンが集中している大雪～富良野～十勝を結ぶ全長約250kmの街道。北海道の気候、景観を生かし、体験・食も充実した観光ルートになっている。（北海道ガーデン街道協議会運営）



(出典)北海道ガーデン街道HP

上野ファーム代表

- | | |
|-----------------|--------------|
| ①大雪 森のガーデン(上川町) | ⑤真鍋庭園(帯広市) |
| ②上野ファーム(旭川市) | ⑥十勝ヒルズ(幕別町) |
| ③風のガーデン(富良野市) | ⑦紫竹ガーデン(帯広市) |
| ④十勝千年の森(清水町) | ⑧六花の森(中札内村) |

北海道ガーデン街道チケット

8施設の中から4施設が利用できる割引チケットがあり、来場者の増加に寄与している

8施設の中から4施設をご利用いただける便利でお得なチケット
北海道ガーデン街道チケット

■実施期間:2014年4月26日～10月19日 ■料金:お一人様 2,000円(税込)



全体入場者数

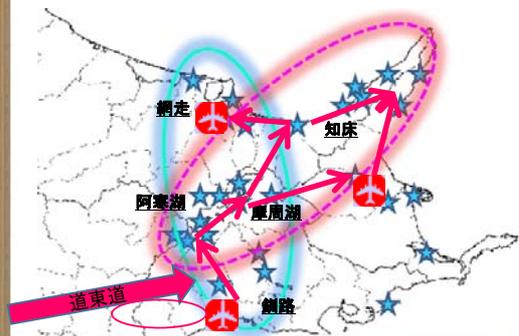


北海道ガーデンショー開催

ひがし北海道3つ星街道について

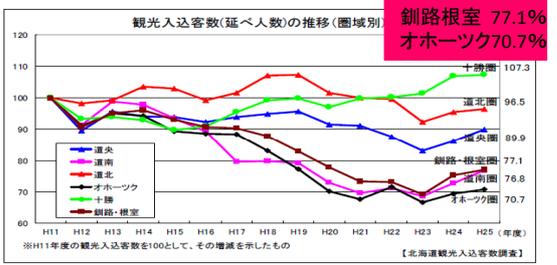
ひがし北海道で、知床、摩周湖、阿寒湖を中心に観光資源の商品化と販売など着地型観光コーディネート体制を広域で進めるプロジェクト活動をしているルート。

(ひがし北海道観光事業開発協議会が主催)



ひがし北海道3つ星街道パスポート

阿寒パスポートに始まり知床、摩周地域も加えたセット商品が発表(15年3月)



地方創生・再生のためには観光振興が重要 観光イノベーション（新結合）推進が必要

～特に道東・道北のように札幌のような大都市圏やインバウンド客が利用するハブ空港・新千歳空港から離れたエリア～

北海道ガーデン街道

の広域連携方法に**ヒント**が隠されている
と私は考えます。

私は小樽商科大学でマクロ経済学イノベーション・企業家精神などを指導する教授に32歳で師事し、イノベーションを学び実践しました。

北海道ガーデン街道

を構築したシステムとは？

キーポイント

◇行政区域を超えた250キロ**広域連携**

～県だと2～3つの連携～

◇点⇒線⇒**面**⇒**新しい概念創造**

～連携による新しい地方価値の創出～

◇大きな**市場**が反応する・動く

～生業として継続するために～

北海道ガーデン街道ができるまでの詳細ノウハウは
14～28ページにございます。ご参照くださいませ。

5

北海道ガーデン街道を手本にしたい
地域連携で観光客数やブランドUPを望む
人口数千～2万人の町村から依頼が多い

課題は**共通**している。

↓ ↓ ↓

地域資源は**ある**・人は**いる**。

イノベーション(新結合)のために

必要なものが無い。

6

何が足りないのか...



イノベーション(新結合)のために
必要なもの... **イノベーター**

さらには

◇中央とローカル・ローカルとローカル
を結ぶ人脈と**情報**

◇国内外の豊富な経験をもつ
クリエイティブで危機意識のある人

◇連携を**マネジメント**できる人

7

イノベーションに必要な下記3つを
同時に**解決**できる方法

◇中央とローカル・ローカルとローカル
を結ぶ人脈と**情報**

◇国内外の豊富な経験をもつ
クリエイティブで危機意識のある人

◇連携を**マネジメント**できる人

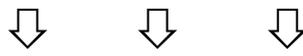


北海道ガーデン街道
構築した**システム**を活用

地方イノベーション推進
のための**新しい**取り組み

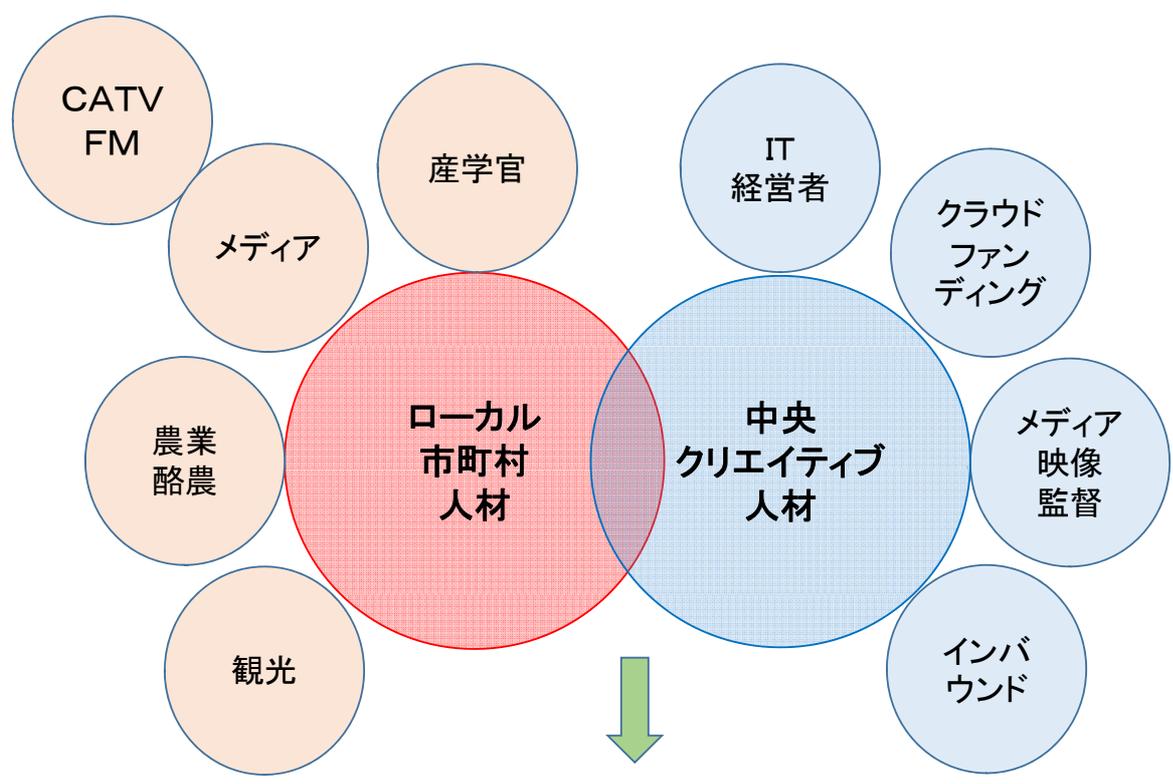
8

全国各地域の
イノベーション推進を
具体的に・実践的に
お手伝いできないのか？

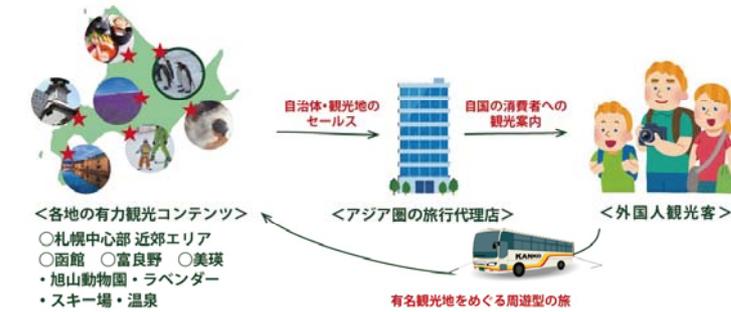


全国各地域で使える
イノベーション推進のための
システム構築
パッケージ化

9



重なるためにマネジメントできるイノベーター
重なりあった時にイノベーションが推進・興る¹⁰

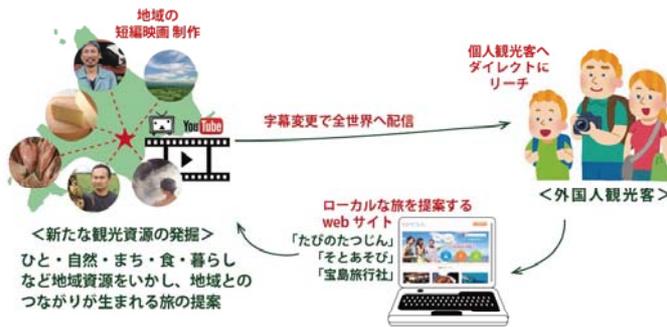


【いままでのインバウンドの特徴】

- 有力観光コンテンツをもつ地域がアジア圏の旅行代理店へプロモーションを実施
- 有名観光地を巡る画一的でピンポイントな旅になりがち
- 新しい観光スタイルへのシフトができていない。地域資源を活用しながら新しい観光魅力の創造に取り組む必要がある。

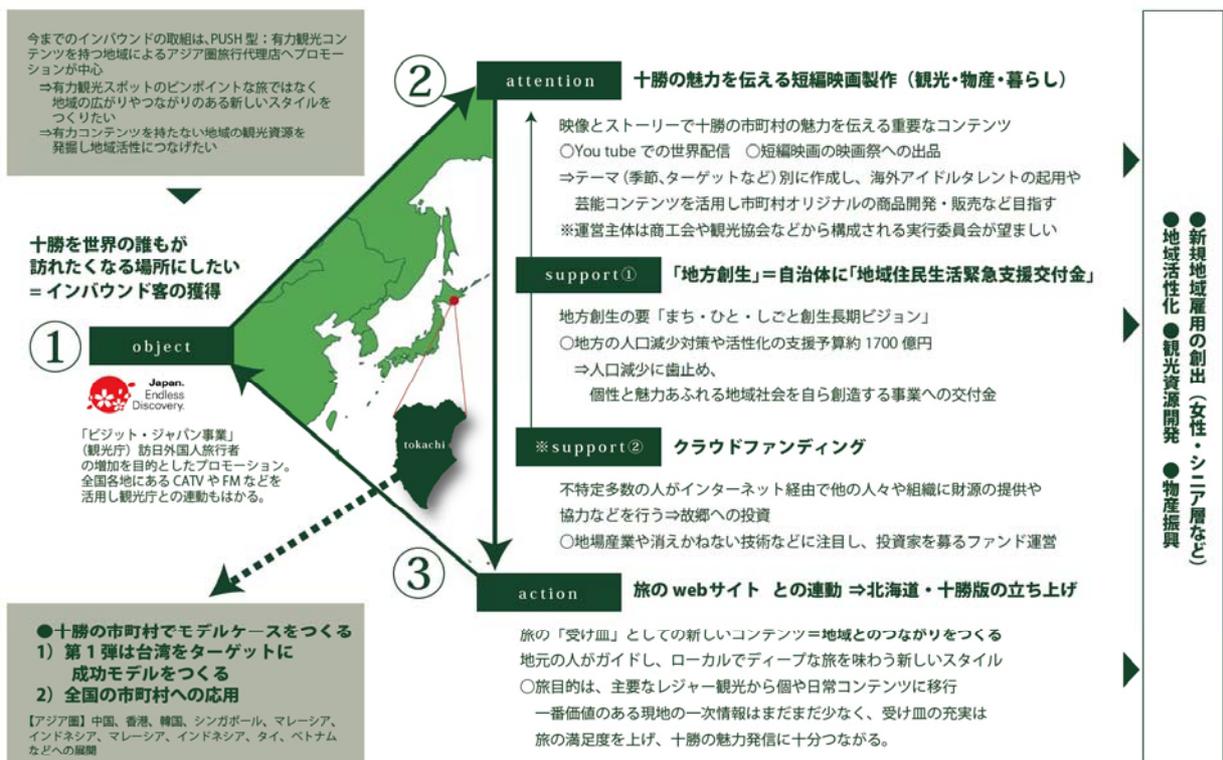
○観光スタイルの変化

- ⇒団体から個人への旅、オーダーメイド型ツアー 個人・グループに対応したきめ細かいサービスが不可欠
- ⇒「産業ツーリズム」など地域資源を多面的に活用し産業振興、地域経済の活性化、まちづくりなど様々な分野での波及効果が期待される。



【新しいインバウンドの特徴】

- 海外の旅行代理店を介さず有力観光コンテンツをもたない地域でも発信が可能になる。
- 「団体から個人の旅」へのニーズに応えられる
- より魅力的なローカルでディープな旅を味わえる⇒地域とのつながりがうまれる
- 地域振興や物産の拡大、シニア・女性層などの新たな雇用創出



attention

十勝の魅力を伝える短編映画製作
(観光・物産・暮らし)

映像とストーリーで十勝の市町村の魅力を伝える重要なコンテンツ
○You tube での世界配信 ○短編映画の映画祭への出品
⇒第1弾のターゲットは「台湾」
2013 年度訪日台湾人旅行者 221 万人 (21.3%)

support①

「地方創生」=自治体に「地域住民生活緊急支援交付金」

経済対策の目玉
「地域住民生活緊急支援交付金」
(総額 4200 億円) に、
地方の人口対策や活性化を
支援する枠 (1700 億円)
が設けられた。

⇒人口減少に歯止め、
個性と魅力あふれる地域社会を
自ら創造する事業への交付金

○地元の観光ガイドなどの
新規業務開発で「雇用創出」
を狙う

action

旅の web サイトとの連動⇒北海道・十勝版の立ち上げ

「たびのたつじん」



「たびのたつじん」 <http://tabitatsu.jp/>

いままでのツアーにはできなかった現地人の遊びや暮らし方などその土地を最大限にたのしみするための個人ツアーを提供しているサイト。現在はアジア圏を中心にサービスを提供。今後は北海道版を立ち上げる予定。旅行代理店を介さず、個人がツアーを担当するので割安でかつガイドブックに載らないディープなローカルを楽しむ旅ができる土地との結び付きも強く、新しい旅のスタイルとして注目。

「そとあそび」 <http://sotoasobi.net/>
「宝島旅行社」 <http://h-takarajima.com/>

support②

クラウドファンディング

不特定多数の人が通常インターネット経由で他の人々や組織に財源の提供や協力などを行う⇒故郷への投資

○クラウドファンディングサイト「Makuake」

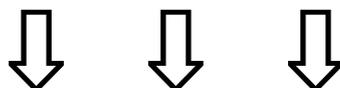


北海道ガーデン街道ができるまで

『十勝千年の森』

とは、どんな所でしょうか？

十勝の山脈、森と草原の接点にある
400ヘクタールの自然環境が豊かな場
1992年から育林を行う。



環境貢献をしてきたが、観光振興はできてない
2000年からチーズ製造、ガーデンをスタート

メドウ(野の花)ガーデン～2012年英国庭園デザイナーズ協会最高賞～
『世界一美しい庭』審査員コメント



15

アース(大地)ガーデン～2012年英国庭園デザイナーズ協会国際賞～
『21世紀を代表する庭』審査員コメント



16

2008年に千年の森
のガーデンが完成してからが
『苦難』のスタート

ガーデンの設計は？
世界的な
ガーデンデザイナー
ダン・ピアソン

17

2008年
十勝千年の森
ガーデンの**オープン**

世界的なデザイナー
メディアに取り上げられるぞ！
人が**来すぎ**たら、どうしよう！？

↓ ↓ ↓

残念ながら観光客はそれほど来なかった。
ただし、まだ1年目のため余裕があった。

有名観光地・富良野でそのとき何が？
風のガーデンの**ドラマ化**

18

2009年
十勝千年の森
2年目だけど、やはり観光客が**来ない**！

関東の旅行代理店営業⇒
十勝には「**見る**」場所という
イメージがない...

ガーデン街道ができるまで十勝は**通過型**
観光地の北海道**代表**として有名だった。

有名観光地・富良野でそのとき何が？
風のガーデンが一般公開・**22万人**来場

19

イメージ無い・悪い
旅行代理店は**動かない**。



愛する**十勝**じゃあダメだ...

ドイツ

ロマンティック街道

を思いつく！

20

十勝の地名では
有名観光地になるには
時間がかかる！



富良野を**取り込み**
北海道ガーデン街道
をつくる事を決心！

21

Q.ロマンテック**街道**
知っていますか？

Q.どこの**都市**を
巡るのか
知ってますか？



大半の方が
知らないのが特徴

22

一枚の**写真**で
行きたくなる！
V
容易にイメージできる
エリアの良い**ネーミング**
V
都市名**よりも**…

23

それが…
ドイツ
ロマンティック街道
でした。

24



写真提供:ドイツ政府観光局 (C) German National Tourist Board
Photographer Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
ノイシュヴァンシュタイン城 (ドイツ、バイエルン州フュッセン)

25

北海道ガーデン街道の延べ入場者数 完成後3年間の観光客の推移

2009年→2012年

ビフォア・アフター

35万人→55万人

十勝の5ガーデンだと…

10万人→35万人

26

2010年 北海道ガーデン街道誕生



だからと言って
観光客が簡単に
来たわけでは**ありません**。

1つの代理店のみが協力…それ以外の大手は動かなかった！
なぜか？ガーデン街道のお客様は**50~70代の女性中心**
時間・お金を持っていて、一番多い年齢層の方々
その層を**ターゲット**にした会社がほとんど**無**かった。
旅行を造成するのは若い女性と男性
現在では日本中の旅行代理店が旅行を造成

27

2010年から5年間でやってきたこと
これ**重要**です！



ターゲットマーケティングの構築

ターゲットを絞り、その年齢層に対する対策を
「見る・食べる・泊まる+運輸」で連携して考える事。
また2泊3日、250~300キロで旅を構築する事。

組織体制の構築

当初は観光協会に旭川・富良野・十勝を依頼…失敗
民間で連携して、行政・観光協会・商工会・銀行
などがバックアップする体制が必要『中間システム』

人と組織の**強み**を見いだす
必要なのはITによるスピーディーな決断
女性や若ものの情熱や責任ある行動
よそもの+グローバルな視点

28