

資料

令和2年度に実施したワークショップ

令和2年8月22日(土)から4回にわたり、町民と役場職員による、地域の魅力を発見する事業として地域ブランディングワークショップを開催。組織名称を「芽室魅力発見隊」と命名しました。



■目的

ワークショップの目的は、芽室町を商品に見立て、魅力を発見し、魅力を発信する、といったブランディング戦略を作るもので、次の3つを具現化するものです。

- (1)芽室の未来図(ビジョンマップ)づくり
- (2)その事業推進体制づくり
- (3)その販売計画の作成

ワークショップでは、芽室町の魅力的なヒト・モノ・コトなどを数多く出し合って、その中から絞り込み、最後には芽室町の「強み」や「売り」を見つけていきます。

そして、これらを芽室町の魅力として「見える化」していこうと考えています。

■メンバーと講師

メンバーは大人と高校生の町民の方12人(うち高校生3人)、職員10人、地域おこし協力隊員6人、合計28人で、のべ18時間のワークショップを行いました。

講師は東京都恵比寿のオフィスの山本聖氏(一社地球MD代表理事)がオンラインによる指導、現地ファシリテーターは地域プロデューサーの中村真也氏(一社北海道プロデュース代表理事)により、オンラインとリアルのハイブリッドで実施しました。

■ワークショップ開催日時・場所

- 1回目:8月22日(土)13:00~17:30 めむろーど
- 2回目:9月5日(土) 13:00~17:30 めむろーど
- 3回目:9月19日(土) 13:00~17:30 めむろーど
- 4回目:10月3日(土) 13:00~17:30 ふれあい交流館

■各回の参加者数

- 1回目:20人(町民の方7人、高校生1人、役場職員7人、地域おこし協力隊員5人)
- 2回目:18人(町民の方6人、役場職員6人、地域おこし協力隊員6人)
- 3回目:20人(町民の方6人、高校生2人、役場職員10人、地域おこし協力隊員4人)
- 4回目:25人(町民の方7人、高校生3人、役場職員10人、地域おこし協力隊員5人)

■各回の概要

資料1「はっけんたより①~④」参照

■各グループのビジョンマップ

資料2「ビジョンマップ」参照



はっけんたより

#1

芽室町の魅力、強み、売りを発見する芽室魅力発見隊の活動報告

2020.9.2

ありたい姿
ビジョンマップ
をつくる！

芽室魅力発見隊の今回の活動は 4 回のワークショップで芽室のありたい姿、将来像のビジョンマップづくりに向け参加者で対話を重ねています。このビジョンマップができると芽室のありたい姿は見える化(可視化)され、そのために必要なステップも見えてきます。ご期待ください！

いつでも
参加者
募集中
↓↓↓



8 月 22 日ワークショップのキーワード

エモい、ムーンショット、バックキャスティング

8 月 22 日(土)、芽室魅力発見隊活動の第 1 歩である第 1 回ワークショップが開催されました。この日は町民の方 7 人と高校生 1 人、役場職員 7 人、地域おこし協力隊員 5 人の 20 人が参加して開催されました。

町の魅力発見しましょう！とのうたい文句ですが、よくある付せんを貼っていく手法ではなく、町の魅力を商品に見立てて「ブランディング」という視点から「地域資源の洗い出し」「協力してもらえそうな仲間集め」「月別歳時記作り」などそれぞれの「思い」を出し合ってワークショップを行いました。



ポイント

今回は 3 チームに分かれてワークショップをし、各チームで名前を付けてもらいました。チームフロンティア・チーム税収・チーム溢れる。こちらも個性満載のチーム名です。

オンライン、オフライン混合での開催

今回の講師は地域ブランディングの師匠と言われる山本聖氏(一社地球MD代表理事)、ファシリテーターは地域プロデューサーの中村真也さん(一社北海道プロデュース代表理事)。山本氏は東京からのオンライン指導、中村氏は現地進行という新たなハイブリット形式での開催となりました。



←山本氏(本人のフェイスブックから借用)

↓中村氏



キーワード連発！

山本氏からは「これからは、地域をブランディングしていく成功のポイントとしてエモい！エモーション＝情緒がキーワードになる」と話されました。これからはモノが持つ機能だけではなく、感情や思いが備わっていることが重要ということでした。

さらに、ブランディングに必要な基本的な考えとしては「ありたい姿・あるべき姿」となるゴールを先に設定し、そこから現在の間に何をすべきか考えていくというバックキャスティングという思考法も教わりました。このバックキャスティングと同義語ムーンショットも教えていただきました。かつてのアメリカ大統領 JF ケネディが「10 年以内に人類が月面に行き、無事に戻って来る」という壮大なゴールを設定し、そのゴールに向かってしっかりステップを積み重ねてきたというものです。

次回は



次回は、今回の「地域資源の洗い出し」「協力してもらえそうな仲間集め」「月別歳時記作り」でできた資料を基に、もう一歩進めた第 2 ステップ「地域の棚卸」「コネクティングマップ」「月別産業」作りに取りかかります。



はっけん たより② 2020.9.7

いつでも
参加者
募集中
↓↓↓



発行者

芽室町役場シティプロモーション担当

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。



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。



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



はっけん たより③ 2020.9.21

芽室魅力発見隊、第3回目のワークショップが9月19日(土)に開催されました。

今回は新メンバーとして芽室高校から奥村愛可さん、佐藤力也さん(ともに1年生)の2人と、町内で営農されているタール・クレイガンさんにも参加いただきました。発見隊は回を増すごとに多様なメンバーに進化しています。



今回も序盤には山本講師から前回と前々回の復習をしてもらい、記憶をよみがえらせたところから、第3ステップに入りました。

今回も収穫盛りだくさんのキーワードや、苦悩もあった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3

「定住自立～地域に“暮らす人”を増やす政策～」

国は今から10年以上も前に「定住自立圏構想」を打ち出しています。要は「今後人口減少、少子高齢化が急速に進む中、地方の地域全体で必要な生活機能を確保し、地方圏への人口定住を促進する」という政策です。

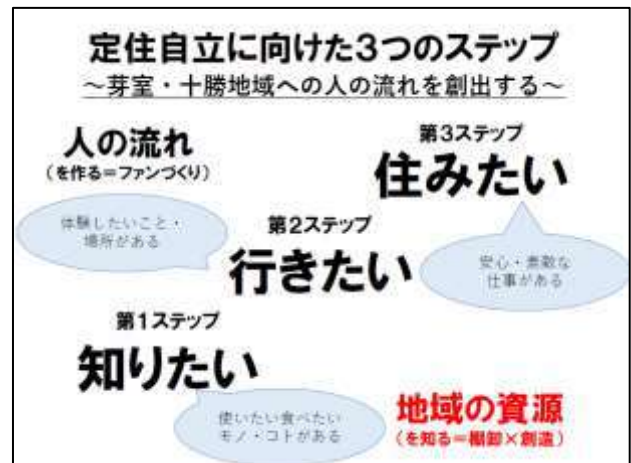
では地域に人の流れを作り出すにはどうしたらいいのでしょうか？

今回はその極意、3つのステップについて教えていただきました。



まず第1ステップは「知りたい」、次に第2ステップは「行きたい」、そして第3ステップは「住みたい」という流れです。

いきなり第3ステップの移住は大きなハードルがあります。そのためまずは関係人口となってもらい、その地域のファンになってもらう流れが重要ということでした。



過去2回のワークショップで出しあった「地域の魅力」を総動員して「行きたい街、芽室・十勝」のワークシートづくりに取りかかりました。今までのワークショップから出てきた魅力の中でも「芽室町の中心市街地」と「新嵐山」は必ず入れることをマストとしました。

個人ワークでは「伝えたいコト、伝えたい場所」を記入したのですが、グループワークでは、それをひとつにまとめ、地図化しながら模造紙にまとめる作業となり、各グループ、悶絶していました。



3班フロンティア作成のマップ。模造紙全体を芽室町にし、上が北、下が南でモノやコトを配置しました。新嵐山エリアの付せんが多いようですね。

テーマ2 事業体制の構築 その3

誰が？何を？担う？

こちらも前回作成した「産業・仕事ネットワーク」のステップアップ編です。まずは芽室町の聖地を設定し、前回各人が作った産業とそれに関する仕事を地域内に配置して地域内循環をさせる。次は地域外に飛び出し「道内」「国内」「海外」へどう販売し、どう誘客し、どう地域内に来てもらい、どう消費してもらうか、その「ストーリー」を考えました。

各班、前回・前々回の個人ワークシートを見ながらいろいろと配置をしていましたが、全体のストーリーを組み立てる部分が難しく、こちらも悶絶していました。

これを書き込むことで、足りていない部分が見えるということにもなるのでしょうか。



テーマ2事業体制の構築 その3

「適時」のタネ。いつ、どのタイミングで始めるか

何をするにしても思い付きでやるのではなく、適時を大切にするために 12 か月のカレンダーを作って、「年間の歳時記」と「季節のできごと」をまとめる作業をしました。

意外にも、各班の貼り出したイベントが重なっていない部分が多かったのですが、改めて表に見てみると、モノによっては 1 年以上前からタネを仕込む必要と言いうことにも気が付きました。

改めて気が付くのは、モノを売り出すということは「何を」「誰が」「いつ」が重要なんだということな

んです。当然ですが思い付きや行き当たりばったりでは「目指す姿」を手に入れることはできません。

1 回目のキーワード「バックキャストिंग」を復習しつつ、「エモーション」を持って前に進んでいかなければいけません。(自戒)

第 3 回目のワークショップも長時間ではありましたが、あれこれ考え、話し合い、内容の濃い時間をお過ごしだったと思います。

ぜひ、いったん今回のテキストを振り返ってみて、1 回目、2 回目のテキストも振り返ってもらうと「なるほど～」と思うところがいろいろと出てくると思います。

それから、グループワークでメンバーから出された魅力や気になる場所やコトなど、一度見に行ったり、調べて「共有」していただくといいかもしれません。例えば乗馬とか、日野テストコースとか、新嵐山のキャンプ場とか。新たな魅力が発見できると思いますよ。

ということで次回は最終回のワークショップになります。最終回はビジョンマップの作製だけに集中した時間になります。私たちの芽室町がどのような将来になればいいか、それを地図に落とし込んでいきたいと思っています。

よろしくお願いいたします！

→今回は砂川市から奥山商工観光課長補佐がお見えになりました。砂川市は地域ブランディングの先進地ですので、今後も情報交換していきたいと思っています！ありがとうございます。



Special Thanks!

←講師の山本氏

進行役の中村氏→





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

雪のない国の人に

⇒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? 誰?	who	4. 商品の特徴【素材・技術・文化等】	
2. 地域の紹介、産物の特徴	what	5. 消費者の使用シーンの提案	
3. 企業の歴史【今と歴史】		6. ビジョン・将来展望(未来図)	

どの様なシーン?
体験価値の場

「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＋地域で暮らして欲しい域外の方々」

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・シネック氏のゴールデンサークルの動画を見ました。視聴後、誰しもの頭の上に「なるほど!」という吹き出しが見えた

瞬間もありました。

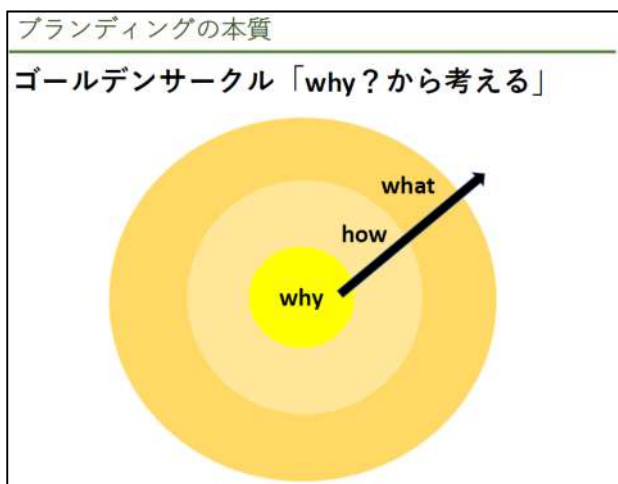
あっ、そうか、WHY を明らかにすることで今までやってきたことがすべてつながる。これが「全部ストーリーだから！」なのではー???

ブ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トークに登場し「WHYの力」を紹介。その動画は、視聴者数ランキング第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」は全米で100万部を突破するベストセラーに。彼のビジネスとリーダーシップに対する型破りな視点、アメリカン航空、ディズニー、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。



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。

何を中心に置き、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ー



ー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

まちの課題に対して、ありが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。

皆様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いいたします。

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！



Special Thanks!

←講師の山本氏

進行役の中村氏→



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
・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

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

ウィ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 例えば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 富裕層の方にも来てもらう

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、税收アップに繋がる

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ので徐々に整備
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