

【市町村からの取組報告】

地域再生プロジェクトの概要

< 目 標 >

ウニやコンブなどのブランドに続く新たな地域資源の発掘や「海藻押し葉」をはじめとする独自の文化の活用により、通年及び滞在・体験型観光への転換を推進し、経済の活性化や住民の活力あふれるまちづくりをめざす。

< 主な取組 >

- ・交流と体験を核とした新たな観光ルートの策定
- ・冬の観光イベント創出のための「ゆきまるだ・灯りフェスティバル」の開催
- ・「海藻クラフト」の全国コンクールの開催、入賞作品PR移動展の開催
- ・利尻湧水を活用した商品化調査

海藻クラフト

< 取組の主な成果 >

利尻町の独自の文化「海藻クラフト」の知名度が飛躍的に向上。クラフトの商品化と体験メニュー化により、「島の駅」の来訪者が増え、周辺市街地の賑わいが回復。海藻クラフト体験、利尻山十六景スタンプラリー - といった体験型の観光コンテンツが多様となり、観光客の滞在時間が延長。新たな冬の観光イベントとして「ゆきまるだ・灯りフェスティバル」が定着。冬の暮らしに明るさと暖かさをイメージさせ、地域の安心感を高めるとともに、商店・飲食店の連携が促進

< 特記事項 >

- ・「島の駅」での海藻クラフトの体験者数は、雑誌への掲載や大手旅行代理店のツアーに組み込まれたこともあり、平成20年度から平成21年度にかけて飛躍的な上昇（1200人4800人）を見せたが、平成22年度は、道内への観光入込客数の減少と相まって落ち込んできている。
- ・海藻クラフト体験の本来の目的は、利尻島を訪れる「きっかけづくり」であり、ゆっくりと時間をかけて島の良さを知ってもらうことが大切であると考えている。現状は団体ユースの利用が多くなっているが、本来の目的に立ち返り、個人ユースの利用を高める工夫が必要である。
- ・近年、着地型観光をキーワードとした取組が全国的に展開される一方、旅行者は、安価でコストパフォーマンスが高い旅行商品を求めている。利尻島（礼文島）を訪れるには交通費が掛かるほか宿泊費も嵩む。こうした離島のハンデを解消するとともに、高いコストをかけても利尻町に来て頂けるような魅力溢れるコンテンツを創りだして行く必要がある。
- ・「ゆきまるだ・灯りフェスティバル」は、地域の人々が多数訪れるイベントに発展、知名度・認知度が上昇しつつある。今後は、利尻の冬を代表する観光の目玉として育て上げていくためにも、地域一丸となれる取組に向けた仕組みづくりを進めていく必要がある。
- ・多様な観光コンテンツが整備されてきたが、情報発信が弱く、例えば、「島の駅」や「利尻山十六景スタンプラリー」はインターネットで検索してもヒットしない。観光客に訴求力のある効果的な情報発信をしなければいけないと感じている。



ゆきまるだ・灯りフェスティバル

【意見交換の概要】

海藻クラフトの販売促進について

- ・「海藻クラフト」は、荷物にならず、利尻町のイメージが詰まった良い土産物と考えている。「島の駅」でしか販売していないが、フェリーターミナルなど販売先を広げてみてはどうか。

「島の駅」まで足を運んでもらいたいとの戦略から販売先を限定している。(利尻町)

- ・買い忘れた方がフェリーターミナルで残念がっているのを目にしたことがある。「島の駅」を訪れないと買えないとの戦略も重要だが、販路拡大を検討してみてはどうか。

お客様の利便性向上のため検討させて頂きたい。(利尻町)

インターネットを活用した情報発信の充実について

- ・インターネットの普及、個人形態の旅行が増えてきている現状においては、情報発信が非常に重要になってきている。道外客はインターネットからしか情報を得られないため、情報コンテンツの充実を図ることが必要である。
- ・観光客は旅行先の情報を事前に収集してから来る。こうした観光客のニーズや期待感に応えるためにも、積極的にホームページの充実を図る必要がある。

情報発信の弱さは痛感しており、今年度から始めるプロジェクトにおいて充実を図っていきたい。(利尻町)