



農産物を販売する「源喜能業市」

住 民自らの手で「地域の宝」を掘り起こし、磨きをかける活動を通じて、地域の誇りの醸成や、儲ける観光産業を創出します。既存の観光資源だけでなく、町内各地区の歴史や文化、暮らしを見つめ直すことがポイントです。

「東城地域の宝は何ですか」という住民アンケートやワークショップなどを実施し、地区ごとの「お宝マップ」の作製に取り組んでいます。また、八幡をモデル地区として、地元自治振興区を中心に「お宝磨きワークショップ」や「現地調査」を行っています。

蓄 音機を使ってレコードコンサートを開いている口和郷土資料館を「音の博物館」として位置付け、町内各施設で音や音楽が楽しめる「音の里くちわ」を広く発信し、観光客の

口和地域
音の里構想



川島地区の「お宝磨きワークショップ」



水琴窟を試作

今後は、住民や事業者などによる「推進プロジェクト」を立ち上げ、地域内への浸透を図るとともに、口和地域のPRへつなげていきます。

今後は、地域を案内する体制づくりや、情報発信の方法を検討し、観光施設やイベントとの連携を図りながら、「ものがたり観光」という新たな観光産業の創出に発展させていきます。

増加を図ります。また、備北商工会の「備北シンフォニー事業」と連携し、クラシック音楽を聴かせた特産品のブランド化を目指します。

公募などによる15人のワークショップでは、水琴窟部会、BGM&CD制作部会、コンサート部会の3つの部会を設置。水琴窟を実験的に制作したり、観光施設などでBGMとして流すクラシック音楽の編集をしたり、自然の中でのコンサートの開催を検討しています。

西城地域
時代は癒しから向き合うへ
もてなしの西城

西城は「もてなし」をテーマに、来訪者と地域、相互の豊さを追求していきます。

今後は、農業体験の仕組みづくりや西城のソウルフードの開発を進めるとともに、2010年ヒバゴン出現40周年を契機に、地域アイデンティティを見つめ直すさまざまなプロジェクトに取り組む。ヒバゴンを西城のもてなしの心を伝えるメッセージャーとして、西城の魅力を発信していきます。

東城地域
わがまち自慢「彩」発見
〜足元で眠っている
未来の宝はありますか？〜

今後は、農業体験の仕組みづくりや西城のソウルフードの開発を進めるとともに、2010年ヒバゴン出現40周年を契機に、地域アイデンティティを見つめ直すさまざまなプロジェクトに取り組む。ヒバゴンを西城のもてなしの心を伝えるメッセージャーとして、西城の魅力を発信していきます。

特集
Shobara cluster city
地域の個性を生かした
まちづくり

—クラスタのまち実現プロジェクト—

西日本一の広大な面積の中に、旧市町の市街地が分散する本市。一極集中型ではなく、各地域の個性や特性を發揮しながら、一体的な発展を目指す「クラスタのまち実現プロジェクト」に取り組んでいます。

このプロジェクトがスタートして本年度で2年目。市民や市職員によるワークショップを各地域で開催し、「地域の個性は何か」「どう生かすのか」など議論を重ね、各種事業に取り組んでいます。

今月は、地域の個性を生かしたまちづくりを紹介します。



庄原地域
「まち」は「公園」
リーディング事業
公園とまちなかの
一体化を目指して

年 間約50万人が訪れる備北丘陵公園と市街地を回遊する仕組みを作り、地域経済への波及効果を狙います。事業の目標は、平成19年度から平成23年度で、市街地の観光客10万人増を目指します。

入園者の7割が春祭りと秋祭り、ウインターイルミネーションに集中していることから、テーマを「花」と「光」に設定。これまで地域住民を中心に、公園北入口周辺の森林整理、国道432号線歩道へのプランター設置、まちなかイルミネーションなどに取り組んできました。

今後は、オープンガーデンコンテストの実施、各店舗との連携のほか、自転車でもまちづくり、公園への簡単アクセスに取り組みます。

まちなかイルミネーション



高野地域 中国横断自動車道開通に 伴うわがまち活性化 推進事業

中

国横断自動車道の開通にあわせ、建設が予定される観光交流ターミナル「道の駅」を中心に地域資源の活用を図り、観光客の大幅アップのまちづくりを目指します。

地域住民30人によるワークショップ「地域づくり未来塾」では、どのような「道の駅」にすればよいか市へ提言したり、「道の駅」をどのように地域の



道の駅を視察

発展につなげるのか検討したりしています。また、気象条件が類似した秋田県の「道の駅」を視察し、「道の駅」の役割や機能、地域との関係、雪の有効利用などを学びました。

今後は、特産品など新たな物づくりの研究、情報発信と提供の研究、人材育成・活用など、「道の駅」と地域資源を結び、「儲ける観光」と「儲ける農業」の仕組みづくりの構築を図ります。

比和地域

比和まちなか活用プラン 〜暮らし活き活き 十人十色のまちづくり〜

宿

場町の面影が映える比和の「まちなか」を資源ととらえ、観光客の増加や地域の誇りの醸成を図ります。広島牛のルーツ「あづま蔓誕生秘話」や、芸術家「岡本太郎」と民俗学者「宮本常一」が歩いたまちの秘話など、さまざまな「比和の秘話」を物語とし、比和自然科学博物館と比和温泉施設「あけぼの荘」などと連携して、まちなかの賑わいを創出していきます。

地域住民による「比和まちなか活性化推進チーム」では、「比和スローリズムの勧め」をテーマにワークショップを開いたり、バスツアーを受け入れたりしています。

今後は、空き家を利用した手作り商

まちづくりは 市民が主役

「クラスタのまちづくり」に参加する人たちに、事業への思いを聞きました。



庄原地域

あらゆる媒体で庄原をPR

本庄博美さん(西本町)



「まちなかイルミネーション」で、県大生を中心とした私たち「さくらプラニンング」は、紅梅通りの約80軒にベッソポトルを使った灯りを並べ、観光客の足を照らしました。前回に比べ、市街地のイルミネーションも増え格段に良くなりましたが、観光客にとって市街地の道は複雑なことから、公園北入口から誘導しやすい仕掛けや、飲食店との連携など、もっと多くの人が関わるのが今後必要だと思っています。これからは、大学生の視点から庄原を見つめ、インターネットやショートムービーなど、あらゆる媒体を通じて庄原の魅力を発信していきたいと思っています。

西城地域

比婆山検定で魅力を発信

竹下 敦さん(西城町油木)



西城には、古事記にまつわる比婆山御陵や熊野神社があり、昔から多くの人が訪れています。この資源をまず地元の人々が知って、より多くの人にその魅力を発信していくことと「比婆山検定」を考案しています。円卓会議では、この他にも「ヒバゴン」が出て40年になるので何かしようなど、さまざまなアイデアが出ます。だんだんこの会議が定着してきて、次は「自分のアイデアを出してみよう」という人も増えています。

東城地域

地域資源を掘り下げたい

米花一司さん(東城町川島)



八幡自治振興区の支部ごとに「地域の宝を出し合うワークショップ」を開催し、史跡のいわれなど、改めて地域資源を知ることができ、地域の一体感も出てきました。これを地域の歴史資料として残したい、そしてみながら「地域歩き」をして地域資源をさらに掘り下げてみたいと思っています。現在は、有名な観光名所を巡る旅より、農村そのものを楽しむ旅が注目を集めており、地域資源を生かして観光客を呼び込みたいと思います。

品の展示や販売、まちなか散策が楽しくなるモニュメントや散策マップの作成などに取り組み、活性化につながる拠点づくりを進めます。



まちなかで手作り商品を展示・販売

総領地域

湖畔の水辺と山野草 〜里山を楽しむ総領地域〜

日本一の「節分草の自生地」を軸に、山野草を生かしたイベントや環境保全活動、特産品開発などを行い、地域ブランドの向上、農産物や



節分草自生地を整備

特産品の販売拡大、観光客の増加を図ります。現在、自治振興区やNPO法人「節分草保存会」、里山を楽しむ町イベント実行委員会など地域団体が連携、協力しながら、節分草自生地調査やボランティアガイドの養成、里山の景観保全に取り組みんでいます。今後は、灰塚ダム湖畔の「なかつくに公園」などを活用し、環境学習や関連イベント(菜の花まつり、健康ウォーキング)の実施、散策道の整備に取り組み、里山を楽しむ総領地域の実現を目指します。

口和地域

水琴窟をまちに広めたい

三吉龍次さん(口和町湯木)



口和郷土資料館の個性を生かし、「口和町はあらゆる所でいるんな音楽や音が楽しめる」と観光客に感じてもらえるような地域にしたいとがんばっています。その一つが水琴窟です。水琴窟は、かめに水を張り水滴がキーンと落ちる音を楽しむもので、とても澄んだいい音がします。先日は、口和郷土資料館のコンサートでライアー(西洋琴)と水琴窟のコラボが行われ、それがとても評判が良く、ますます手応えを感じているところです。

比和地域

みんなが楽しめる町並みに

谷 文人さん(比和町比和)



人口減少で、この10年間に比和の町並みもずいぶん変化して、比和の歴史や文化、伝統を次世代につないでいくために何かできないかと考え、「クラスタのまちづくり」に参加しました。バスツアーの観光客をまちなかに案内すると、「これは珍しい」などと、観光客から「地域の宝を教えられ、普段何気なく見ているものも視点を変えれば、地域の魅力になると感じています。今後は、観光客も地元の人と一緒に楽しめる町並みにしていきたいと思っています。

高野地域

地域資源の魅力を高めたい

瀬尾二六さん(高野町下門田)



高速道路ができると多くの人に高野町に来てもらえるという期待がある一方で、多くの人が流出しストローク現象で町が衰退するとういう危機感を強く持っています。そのため、今ある一つ一つの地域資源をもっと魅力あるものにしなければいけないと思っています。「地域づくり未来塾」では、「道の駅」について議論してきましたが、現在は「道の駅」の議論から離れて、10年・20年後も高野に住み続けたい、住み続けられる「町の仕組み・人づくり」について取り組んでいます。

総領地域

周年観光の仕組みづくりを

山根京司さん(総領町稲早)



節分草自生地公開には、たくさんのお客さんが詰めかけます。この節分草をさらに生かすとともに、節分草の開花時期だけではなく、一年間を通して総領の里山を楽しんでもらう仕組みを作りたいと思っています。昨年は、節分草自生地の整備や「菜の花祭り」を初めて開催しました。今後は、なかつくに公園に遡上する陸封アユの利用や、黒目の岩屋堂、川平山城跡の整備など地域資源の掘り起こしにも取り組むみたいと考えています。

「しようばら繁盛！」

ブランド創りの5ステップ

地域の個性を生かす「まちづくり講演会」が11月12日、かんぼの郷庄原で開催されました。庄原法人会青年部会としようばら産学官連携推進機構が主催。リクルート発行の旅行雑誌「じやらんガイドブック」元編集長で、街づくりカウンセラーの今村まゆみさんが「しようばら繁盛！ブランド創りの5ステップ」と題して講演しました。内容を一部抜粋して紹介します。



街づくりカウンセラー

今村まゆみさん

ブランド戦略を考える

「地域ブランド」とは、他の町にはない、この町にしかないものを特定していくこと。もともと商品を売るためのマーケティング戦略、流通戦略の手法からできた言葉です。「商品を売るときの手法をそのまま地域づくりに応用させよう」というのが、地域ブランドの考え方です。

例えばペットボトルのお茶でも、売る側は、どんな人に売りたいかターゲットを設定し、どのようなパッケージにして、CMに誰を起用するのか、他の商品と差別化されているか、戦略を持って販売しています。このことが地域ブランドを考えるうえで必要です。

地域ブランド戦略で大切なことは次の3つ。①商品の強み、地域の強みを明確にする。他の地域と差別化する。

②売りたい相手、来てもらいたい相手を明確にする。③ターゲットに合わせた商品やパッケージ、ターゲットに合わせた観光コース、スポーツを用意する。それに合わせたPRをすることです。

先日、新潟県のある町に行き、「うちにはサトイモが取れるんだよ」と言われました。しかし、取れるだけでは「強み」になりません。もう少し深く突っ込んで聞くと、「うちのサトイモは品種改良して、他の1.5倍の大きさで、皮をむくと真っ白」という答えが返ってきました。そこまで聞くと、他の地域にはない「強み」になります。「強み」を掘り下げて、「よしこれが強みだ」ということを生かすことが大切です。

次にターゲットです。「ターゲットを絞るなんてもつたない」「いろんな方に来てほしい」という気持ちは分かりませんが、ターゲットを絞らないと、マスコミにも取り上げられにくくな

るなど、不利なことが起こります。どんな人が来てくれるか、どんな人に喜んでもらえるか仮設を立ててターゲットを明確にしてください。

強いブランド創りの方法

地域ブランドはいつたいどうやって作っていったらいいのでしょうか。いきなり特産品開発に入らないでください。まずはこの地域の強みは何なのかをじっくり考えることです。

地域の強みをあげるときに、固有な詞をあげてみてください。私が「じやらんガイドブック」の編集をしていたとき、よくある事例が「うちは自然が豊かで、魚介類が豊富です」と言われました。しかし、大都市圏以外はない。自然は豊富で、そのセリフ先週も他県から聞いたなとも思いました。そうなるからこそ、どう取り上げればいいのか分からないので、その

ままになってしまっています。しかし、「帝釈峡」というのがあって、「チューリップが全国で1番です」など具体的に言われると、聞いてみようかという気になります。

マスコミや消費者が好きなのは、「ここにしかない」「日本一」「日本有数」。逆にワーストということも話題になります。他には、意外性、復元、復活、貴重性、元祖、相違、トレンドなどがあります。

一つ一つの素材を掘り下げて「強み」を探し、いくつもの強みの中で、なるべく一つに絞りこんだり、複数あるものの共通点を探したり、複数を組み合わせてたりしてください。あれもこれも8個くらい並んでいると、この町の印象がぼやけてしまいます。「強み」を思い切って絞ることがポイントです。その「強み」に根拠があったり、地元の人一つになれたりすることを選んで方が良いです。

課長に聞く



企画課 課長 大原直樹さん

各地域の個性を磨き、市全体の発展を目指す「クラスターのまちづくり」。事業推進のポイントや今後の取り組みについて、事業全体を所掌する企画課の大原直樹課長に聞きました。

「クラスターのまちづくり」が徐々に定着してきたのでは

次に、その地域にしかない独自性が伝わるキャッチフレーズを考えてください。「森と川と人が美しい庄原市」のようなところでも該当するようなフレーズはダメです。「黒潮香るミカンの里」とか「メタボに本気の小松島」など、どういう町かはつきり分かるフレーズをつけることがコツです。

良い素材を発掘し挑戦を

最後に、「うちには良い素材がない」と皆さんおっしゃいます。しかし、私はその町に入っただけで良い素材を見つけれなかったことは一度もありません。発信不足ではなくて、自分の地元を深く知っていないだけ。気付いていないことが多いです。ですから、どんどん観光素材を発掘し、どんどんチャレンジして、失敗を重ねながら失敗をかてに、良い町に近づけてください。

5 Step 地域ブランドを創る5ステップ

- ①地域の強みを列挙する
- ②地域の強みを絞る
- ③キャッチフレーズをつくる
- ④強みとの接点を考へターゲットを絞る
- ⑤トレンドや話題を意識した商品展開

を見つめ直し、それを生かして地域の活性化につなげていく仕組みを考えた活動に取り組まれています。今後さらに活動内容の周知に努め、より多くの市民参加を得て地域が一体となった取り組みに発展させる必要があります。

事業を推進するうえでポイントとなるのは

各地域の事業を見ると、地域資源をどのように「観光客の増加」や「観光消費額の向上」につなげていき、地域の産業振興を図るかということが大きなポイントになります。

市内には、「節分草」をはじめ特色ある地域資源が多数存在します。その個性を磨き、地域ブランドにしていることで、四季を通じた周遊型観光の確立、そして農産物や土産物の販売額の増加につなげていくことができます。

そのためには、商工会議所や商工会などと連携し、観光公社設立準備室を活用して事業を推進することが大切だと考えています。

市政懇談会では、「市街地への観光客の誘導をテーマとする事業について、周辺地区との関わりを心配する声が出ました。当然、市街地と周辺地区との連携は

欠かせません。また、各地域の事業を連携させて市全体として魅力を高めることも必要です。市街地の課題についても、周辺地区の皆さんに多く参加していただき、地域ワークショップなどで、周辺地区とどのように連携し、地域全体の活性化につなげていくのかアイデアを出してほしいと思います。

市民の皆さんへ最後に一言

地方分権が進み、地域経済が依然厳しい状況の中で、地域の個性や特長を生かす「クラスターのまちづくり」は、今後ますます重要性を増し、市全体が発展する大きな柱になると考えています。そのためには、より多くの市民参加で、地域住民の発意に根ざした活動が持続的に行われることが必要です。

「クラスターのまちづくり」が地域に定着することで、各種団体による特産品やB級グルメの開発、特徴あるイベントの開催など、地域ブランドの育成にもつながり、全国に庄原市をPRすることができると期待をしています。

ぜひ、多くの皆さんに参加いただき、また、さまざまなアイデアやご意見を企画課、または各事業担当課の商工観光課や各支所地域振興室にお寄せください。