

令和6年度 沼田町着地型観光開発事業 成果報告書・提案

1. 背景

北海道沼田町は、自然環境や地域文化に恵まれているものの、観光資源として十分に活用されておらず、観光地として広く認知されていない。また、観光業として事業化している事業者がほとんど存在せず、観光産業の発展が停滞している。さらに、沼田町の地域商社を目指す株式会社まちづくりぬまたは経営改善にあたり、新規事業の立ち上げが課題となっている。これらの背景から、沼田町として「観光に力を入れたい」、株式会社まちづくりぬまたで「新たな利益を得られる事業展開を望む」という考えのもと、株式会社まちづくりぬまた、株式会社GAROO、沼田町、北海学園大学の産官学連携事業がスタートすることとなった。

2. 目的

本活動では、大学生ならではの視点から北海道沼田町の地域の特性に触れつつ、それらを活かした観光プログラムの開発と実装化を通じて地域経済の活性化を図ることを目的とする。また、着地型観光の先行事例を学び、観光プログラムを新たに企画・実装し、事業化することにより収益を得るというプロセスを通して、社会実装に向けた取り組みについて理解や経験を得ると共に、参加者を招き、沼田町の関係人口の増加を目指す。

3. これまでの活動（令和5年度）

■令和5年4月～7月 事前学習

事前学習として、沼田町、着地型観光についてインターネット、書籍を用いて調査

- ・齋藤雪彦（2022）『むらづくり入門』世界思想社
- ・尾家健生・金井萬造編著（2008）『これでわかる！着地型観光―地域が主役のツーリズム』学芸出版社

これらの書籍で、住民主体のまちづくり、および着地型観光について学んだ。

■令和5年8月28～30日 地域研修

8月に2泊3日の宿泊を伴う地域研修を行った。

事例視察として、富良野市を訪れたのち、沼田町に2泊滞在し、沼田町内の施設や農家さんなどを訪ね、沼田町について学ぶために様々な体験を行った。

・ 1 日目

富良野市での着地型観光の事例視察として、植林体験等を実施している自然塾を訪ねた。その後、富良野市役所で富良野市内で観光に携わる事業者様や市役所職員など、5名の方とのワークショップが実施された。その後、沼田町に到着し、1日目が終了した。

・ 2 日目

沼田町の実地研修として、まず、田島公園キャンプ場、高穂スキー場、ホロピリ湖、化石館、あんどん会館、沼田町役場を訪ねた。その後、班ごとに分かれ、以下のような体験をさせていただいた。

・ 1 班：農家の藤村さん宅で加工用トマトの収穫体験

ここから、廃棄トマトを認知し、廃棄予定のトマトをなにか有効活用できないか、と考えた。

・ 2 班：林業を営む寺木さんの製材所を訪問

沼田町が保有する広大な森林をもっと活かしたいと感じる。

・ 3 班：地域おこし隊が運営する自然学校を訪問

森づくり・アクティビティについて話を聞く。「豪雪」に着目した。

・ 4 班：農家の畑地さん宅で加工トマトの収穫体験

サウナとまちづくりについても話を聞く。

・ 3 日目

沼田町で活用できそうな地域資源の発掘を行い、それをもとに、観光商品を4つのグループが各々に考案した。

■令和5年11月20日 沼田町での素案の発表

それぞれ1～4班が、商品の原案（流しそばやトマト祭り、かまくら祭りなど）を発表し、その後、ワークショップを開き、さまざまなアドバイスをいただいた。ここから、次の発表のために、原案をブラッシュアップした。

■令和6年2月19日 沼田町役場でのプラン発表

それぞれの班が考案した観光プランの報告・発表を沼田町で実施した。

- ・ 1班：豪雪を用いた「真夏の雪中サウナ」と廃棄トマトに着目した「トマト祭り」
- ・ 2班：豪雪を用いた「かまくら祭り」と森林を用いた「森のサイエンスカフェ」
- ・ 3班：SNSを用いた「バズりたい験ツアー」
- ・ 4班：「スキー場を活用したイベント」（流しそば）＝「食」について追求

それぞれの班のプランに評価をいただいた。以下に、評価の一部を挙げる。

1班：・ トマト祭り、非常に海外チックで面白そう

しかし、投げつける行為はやはり世代の厳しい目がありそう など

2班：・ 森のサイエンスカフェとして、学べる体験イベントは必要

何度も参加できるように、話せるテーマを増やして欲しい など

3班：・ SNSを使うところは若者らしいアイデア

・ 大学生をターゲットとして、ふるさと納税UPにつなげる取組が共感できる など

4班：・ 食について考えていただき嬉しいです。そば・米・トマトなどを使った

イベントへアップグレードされると嬉しいです など

★これらの評価等を受け、令和6年度で企画案を練り、実施した。

4. 今年度の活動（令和6年度）

—ピザづくり体験—

<背景>

昨年度の活動で重視された「町の魅力と活気の再燃」に向けた想いと、大量の廃棄トマトがあるという現状、そしてこの廃棄トマトを何とか活用したいという農家さんの思いをもとに、令和6年2月の報告会では「トマト祭り」と称して、プランの報告を行った。しかし、プラン内容の一部にあったトマトを投げる行為に対して、良い評価を頂けなかったこと、沼田町が食に関するイメージアップを図りたいという意思を尊重し、トマトやトマトソースを使用したピザづくり体験を考案することとなった。

<目的>

沼田町の魅力を「食」に関するプランを通じてアピールする。このプランでは、沼田町の特産品を活用し、魅力を広くアピールすることによる関係人口の増加および株式会社まちづくりぬまたの収益化を目指す。特に、運営可能な形でトマトを効果的にアピールすることに重きを置いている。

<概要>

■令和6年4月～6月 事前学習

- ・事前学習として、沼田町、着地型観光についてインターネット、書籍を用いて改めて学習。
- ・「大社充（2008）『体験交流型ツーリズムの手法』学芸出版社」という書籍を用いた座学をし、着地型観光に対する理解を深める。

■令和6年7月 観光プランの企画

・企画概要

収穫体験を企画したのは、沼田町産の野菜、中でもトマトを使用し、「食」を通じて沼田町の魅力を発信しようとした背景がある。

企画の流れとしては、参加者には野菜収穫を沼田町の畑でしてもらったのち、その野菜を使って自分たちでピザをつくり、食べるというものである。

その後のピザづくりに関しては、沼田町産のトマトとトマトケチャップをどのような料理に活用することができるかを考えた結果、ピザが良いのではないかという提案が出たため、企画内容に取り入れることとなった。

・サブコンテンツ案（雨天時に収穫ができなかったときのための代替案）

①あんどんの端材で工作 色塗りの染料に廃棄トマト・野菜を使用

②（①の+α）ハンカチ、エコバッグを染める、染料は廃棄野菜製
消しゴムはんこも候補の1つとして挙がる

③ストラックアウト

トマトのイメージ付け枠。トマトを模した「ボール」で露店。

トマティーナの代行・今後の先駆け枠として

・ターゲット

お客様が8/31当日に沼田に移動するならば、

旭川：高速で1時間 札幌：高速で1.5～2時間＝ 広報エリア：旭川＞札幌

集客数：10人前後が妥当と考える

・持ち物 / 用意するもの

軍手、長靴、汚れてもいい服装、染めるアイテム

・チラシ、ポスターの作成

■令和6年8月30日～9月1日 地域研修

・1日目

11:00 沼田町到着

14:00 8月31日に向けた準備作業

ピザ生地とキーマカレーの仕込み

・2日目

11:00 植木さん・藤村さんの農場で収穫体験

12:00 畑地さんのもとでピザ、キーマカレー、そばの準備、実食

・3日目

10:00 まちなかホットタウンでの発表準備

14:00 発表

ピザ窯を所有している畑地さんの協力を得て、ピザづくりを企画。実施するうえで沼田産の野菜を使用したかったため、農家の植木さん・藤村さんの協力の下、収穫体験を実施。トマト、ズッキーニ、バジル、ピーマン、ナスなどを収穫した後、畑地さん宅でピザづくりを行った。収穫した野菜と特産トマトケチャップを使って畑地さんにご協力いただき、ピザ・カレーをつくり、前年度の企画案にあった流しそばも合わせて実施。

■令和6年9月～11月 地域研修を通しての反省と集客、プランの再考

以下の内容でこの時期は活動した

1, 8月の地域研修の反省

プラス評価

あつあつの出来立てを食べられることに価値を感じた。

ピザづくりを自分の手で行えたという非日常感が面白かった。

”ピザ窯がある”というその場ならではの体験だった。

マイナス評価

雨天時には、収穫体験の開催が難しい。

ピザを焼いている間の待ち時間が長かった。

2, 集客について

a, 集客方法

・インターネットのHPの作成

・インスタグラムなどのSNS

濱田ゼミのインスタグラムから定期的に発信

- ・北海学園大学内での学生へのプレゼン

企画のチラシ（右の画像）を作成し、学内に向けて広報。10/15に北海学園大学の基礎ゼミ生(1年生)に企画紹介を行い、チラシを配布した。

- ・北海道新聞の11/21の朝刊、11/20のデジタル版に掲載してもらう
- ・ゼミ生の友人に声をかける



b, 集客実施期間

開催日の2か月前から実施

c, 申し込み件数

友人への声掛けなどにより、4件の申し込みを獲得

d, 次回への反省

集客期間を十分に取り、ターゲット層に刺さる広告の選定などを行う

3, 12月地域研修に向けた準備、プラン概要について

a, 準備内容

開催場所である「ピッコロ バルバ」店内の配置やピザ生地に関することを把握するために店主である百瀬さんとラインを用いて連絡を取り合う。

ピザのレシピや焼き時間の調査、確定（実際にどんな料理をつくることが可能かなど）

ピザのほかにお菓子の要素として、ピザ生地を使った三角チョコパイを提案していただく

当日の運営の立ち回りの確認

b, 再考したプランの内容

開催人数は4人の申込者含めその他ゼミ生を入れた25人ほどを想定し、このプランにおいては、価格を1500円に設定した。

■令和6年12月1日 地域研修2回目

- ・スケジュール

9:00 北海学園大学集合、バスで移動（2時間）

11:00 沼田町役場到着、ピッコロバルバへ徒歩で移動

11:10 生地づくり、下準備開始

12:00 ピザ焼き開始、出来上がった人からピザを食べる

14:30 片付け終了、ほろしん温泉へバスで移動

15:00 ほろしん温泉到着、各自入浴や休憩

参加者には生地作りと焼きを、学生側はトッピングのカットと生地作りのサポートを行った。

8月のピザづくりがゼミ生及び役場の方々から好評だったため、ピザづくり体験を事業化。実際に集客・集金まで実施することとなった。結果、ピザづくり班は4人の集客に成功。百瀬さんのお店「ピッコロ バルバ」さんにご協力いただき、ピザづくり体験を行う。但し、冬の実施で収穫体験が不可能だったので、具材は事前に店で購入したものを使用した。体験は約3時間で生地作りから食事まで実施し、4班に分かれて進行した。その後、ほろしん温泉にバスで移動し各々休憩・入浴し、終了となった。

お客様の反応含めこの地域研修の成果については、下記をご覧ください。

5. 成果

企画の参加者向けにアンケートを行い、下記の意見が得られた。

■参加者アンケートで得られた好意的な意見

- ・窯にピザを入れて自分で焼く体験が一番楽しかったです。普段は眺めるだけですが、実際に自分で焼く工程を体験できたのは貴重でした。
- ・かまどで焼くことは勿論、作ること自体も初めてだったので、かなり満足感がありました

↓

ピザ生地の作成、焼く作業など”日常生活で経験することがない”作業が高評価を得ていた。また、温泉が気持ち良かったという感想も得られた。

■運営側に立つことで得られた成果

- ・スケジュール通りに進めることができた。
- ・百瀬さんと事前に連絡を取り合っていたことにより、食材などの用意は万全だった。

事前準備から当日の運営に至るまで、初めての経験ばかりであったが、最終的には実際に参加者を募って体験ツアーを実施できたため、運営の難しさや今後の課題を得ることができた。また、実際に参加したお客様からの貴重な意見を得ることもできた。

6. 課題

ゼミ生の感想や参加者アンケート結果から、以下の課題が挙げられた。

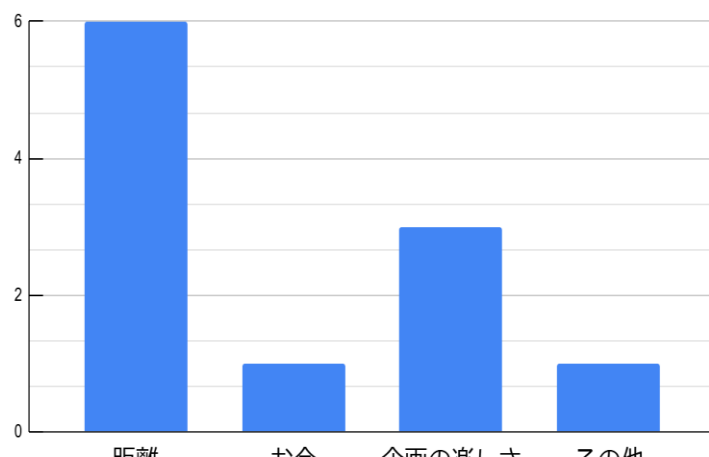
	課題	解決策
ゼミ生の意見	運営者、参加者共に手が余っている時間があった	適切な役割分担が必要
	全体的に作業時間がかかりすぎている	参加者は未経験者が多いと想定されるため、時間配分の見直しが必要
	生地作り、トッピングの作業スペースが狭かった	作業場の広さやテーブルの配置などの調査不足
	人手の不足・過剰	参加者数に対して、ピザづくり経験者含め人手の確保
参加者からの感想	ピザが焼き上がるまでの待機時間の過ごし方	ピザが焼き上がるまでの参加者との交流が必要

今回(12月9日)は、ピザづくり経験者が1名だったため、参加者がより増えた場合、作り方を熟知した教え手がもう少し必要だと考えられる。

全体を通して、作業場のスペースの使い方や空き時間の退屈さ、人手の問題など、より入念な事前準備の必要性を感じる課題が挙げられた。

また、下記のグラフから、プランの参加者数を増やすためには、**沼田町に来るハードルを下げる必要がある**ことが読み取れる。このことから、このプランは比較的沼田町に近い地域に住む方や観光客をターゲットとし、特に観光客については近隣地域への観光ついでに沼田町に寄ることを想定する。

今回のツアーでネックに感じられたものは何ですか。



7. 提案

■タイトル

ピザづくり体験ツアー

■ターゲット

若者世代、3、4人グループ、近隣（妹背牛、旭川周辺のサウナーなど）、近隣のイベント参加者

この方々に、近隣への観光ついでに沼田町に訪れていただくことを想定している。

理由：上記のグラフの説明に加えて、沼田町の到着を第一の目標にする観光客は現状の知名度を考慮するとなかなか難しいと思われるためである。この点を払拭する要素として、砂川方面から旭川へ、もしくはその逆の観光客への寄り道スポット化をねらった。

■集客方法（期間）

1. 集客方法

チラシ、ポスター設置 SNS投稿（Instagram、TikTok）、広告、サイトでの発信（まちづくりぬまたのHP、もしくは専用サイトの構築）、既存のプラットフォームに掲載、口コミなど。友達を呼ぶと割引などの仕掛け。継続的に発信できるように、SNSのフォローを促す。

ターゲット層に刺さる広告の選定。配布エリアは旭川市や周辺市町村を検討。

2. 集客実施期間

開催日のおよそ3か月前から開始

■企画概要

1. 体験内容

生地をのばす、トッピング、焼く、食べる、までを一連の「ピザづくり体験」とし、それぞれの作業に余裕を持たせつつ行う。（計2時間程度を想定）

→近隣地域の観光のついでに沼田町を訪れるのであれば、準備1時間・食事1時間の計2時間が最適な時間であると考えた。

参加料は、4000円を想定している。理由については、下記に記載している。

2, お客様に提供する価値

ピザづくり体験をお客様に体験してもらい、普段の日常生活では味わうことができないようなピザ窯を使った本格的なピザづくり自体に価値がある。

また、トマトケチャップの原料であるトマトなどの沼田町産の特産品を使っているため、沼田町の独自性があるという点もこの提供するサービスにおける価値になっている。

3, 役割分担

ピッコロ バルバ

→ピザ生地（事前に混ぜるだけの状態にしておいてもらう）、当日のお客様への指導、監督
まちづくりぬまた

→予約受付や広報活動、顧客対応、会計処理など、当日の運営以外の部分

4, 参加料

a, 項目

収入：参加料

支出：保険代

食材費

その他～備品購入など(開催に当たって必要なもの、例えばエプロンや三角巾)

広告費～どのツールを使うかは未定なため、今回は除外する

b, シミュレーション

(参加者が4人で店舗を貸切にしない場合)

収入	参加料	16000(e)
支出	保険代	5000
	食材費	2000(f)
	その他	2000

	合計	9000
利益	-	7000(g)

(e) : $4000(\text{円}) \times 4(\text{人}) = 16000(\text{円})$

(f) : $500(\text{円}) \times 4(\text{枚}) = 2000(\text{円})$

(g) : 利益 = 収入 - 支出 = $16000 - 9000 = 7000(\text{円})$

この利益7000円を、「まちづくりぬまた」と「ピッコロ バルバ」で割り振ることとする。

■今後の展望

1, 集客

今後の収益性を望むならば、もっと集客力が必要になる。

・SNSの広告

月どれくらいの費用でどれくらいの閲覧数・集客につながるのかを調査する必要がある、それにより今後の集客方法も変わってくる。また、画像・動画の作成を外部に受注するのであれば、それに応じて金額が変わってくる。

・ピザ作り体験を知った手段（ポスター or SNS or 知人 etc）の把握

今回の企画提案で集客に成功した場合、「ピザ作り体験をどのように知ったか」のアンケートをとり、回答者に温泉の割引券を渡す。

→ 今後の集客の方向性を定める材料にしていきたいと考えている

2, 大学のサークル合宿を利用するアイデア

今回の企画提案で集客に成功した場合、大規模版の提案として、コンパや合宿といった大人数の集客の見込みも立つ。また、我々が実際に大学生という立場で沼田町での活動をしたということもあり、より直接的に想像しやすいサークル合宿を利用したアイデアを下記に記す（あくまでアイデアであり、金額設定などは未定）。

・サークルの合宿の実態として、飲んで泊まるだけであるため、学生としては場所はどこでも良い。

・一般的に大学生がサークル合宿に行く際、一人当たり3万円程度の費用がかかる。それに対し沼田町では、合宿場所や、BBQなどの準備も含め格安で提供することも可能。

→学生にとっては、目的を達成でき、かつ費用が安く済むのであれば多少会場が遠くても選択肢になり得るため、沼田町の地理的な不利が減る。

- ・ピザづくり体験などをオプションの一環として盛り込む、BBQの食材を沼田町の食材から提供する、などによるメリットも考えられる。