

令和6年度 沼田町着地型観光開発事業 成果報告書・提案

本事業の内容

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新規事業の立ち上げが喫緊の課題となっている。

これらの課題を解決するため、沼田町は包括連携協定を結んでいる北海学園大学に協力を仰ぎ、大学の学生たちとともに課題解決に取り組むこととした。学生ならではの視点やアイデアを活かし、同世代である若者を呼び込み、沼田町の知名度を上げていく活動を展開することを目指している。そのためにはSNSを活用することが必要と考え、「バズり体験ツアー」の発案に至った。

こうした背景のもと、沼田町、北海学園大学、株式会社まちづくりぬまた、活動の支援として株式会社GAROOが連携し、実装化にむけて活動している。

2. 目的

本活動では、北海道沼田町において、大学生ならではの視点から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。

現時点、株式会社まちづくりぬまたでは事業体制やヒト・カネといったリソースが十分ではない状況であるため、短期的には利益が少なくともまずは現状のまちづくりぬまたの事業体制や持ち合わせるリソースを考慮し、運営可能な規模感のプログラム構築を目指す。これにより、将来的に運営体制を整え、持続可能な基盤を築いていくきっかけとなることが期待される。

本事業の活動内容

3. 令和5年での活動

令和5年度の活動は、観光プログラムの実装化に向けた活動として、沼田町における観光プログラムのアイデアの発掘と提案をおこなった。

4～7月	ゼミ活動における課題の理解と学習
8月28～30日	2泊3日で富良野市での事例視察と沼田町の現地調査（沼田町訪問）
9～11月	アイデアの創出とアイデアの掘り下げ
11月	町民とのワークショップ（沼田町訪問）

11～2月	フィードバックをもとにしたアイデアの掘り下げ
2月	成果発表（沼田町訪問）

4月～7月 ゼミ活動における課題の理解と学習

座学を通じて着地型観光の基本的な概念を理解し、それについて議論を行った。その後、沼田町の特性を学び、地域の課題を認識し、観光プログラムの可能性を探るための基盤を築いた。

- ・地域づくりを解説している書籍やテキストの輪読・議論
- ・沼田町の地理歴史、観光、産業やまちづくりを研究
- ・観光プログラムの発案

8月 2泊3日で富良野市での事例視察と沼田町の現地調査

着地型観光の先進地である富良野市で意見交換や観光体験を行い、そのうえで沼田町内の観光資源の調査を行った。そのうえで観光プログラムの具体的な案をブラッシュアップした。

- ・富良野市で自然を活用した観光体験
- ・富良野市で観光業に携わる人々とのワークショップで意見交換
- ・沼田町内の観光資源（萌の丘、明日萌駅、中村旅館、スキー場、ホロピリ湖、ほろしん温泉など）を見学し、複数の班に分かれて農家でのトマト収穫や林業体験、自然学校の訪問などの現地調査

9月～11月 アイデアの創出とアイデアの掘り下げ

現地調査の結果をもとに観光プログラムの具体的な案のブラッシュアップを行った。その案を11月に沼田町で発表し、意見をいただいた。

- ・廃棄トマトを活用した「トマトまつり」、豪雪地帯ならではの雪を活用した夏のアウトドアサウナ、林業を生かした自然体験、SNSを利用した地域特有のコンテンツ発信による「バズり体験」、夏の間に使われていないスキー場の斜面を活用した流しそばの提供などを提案
- ・ワークショップで地域の関係者と意見交換

11月～2月 フィードバックをもとにしたアイデアの掘り下げ

町民からのフィードバックをもとに観光プログラムのアイデアを具体化した。2月には、年度の最終活動として、町長をはじめ沼田町民に対して観光プログラムの提案を発表した。

- ・11月に提案したプランの掘り下げ
- ・フィードバックをもとに、次年度に向けたプロジェクトの準備

4. 令和6年での活動

今年度の活動は、昨年度提案した「バズり体験ツアー」を実践することを目的として行った。バズり体験ツアーは、ツアー参加者に沼田町で撮った動画をSNSに投稿してもらい、バズらせて若い世代に沼田町を認知してもらおうと発案したツアーである。

研修日程

4月～6月	「体験交流型ツーリズムの手法」を輪読し、着地型観光の理解を深めた。
7月	まちづくりぬまたの青柳さんと協力し、バズり体験プレツアーを計画
8月30～9月1日	二泊三日で沼田町でゼミ生だけのプレツアーを開催
9月～11月	実際にお客さんを呼ぶバズり体験ツアーの実証実験の計画
12月	実際に学生が主催となり、お客さんを呼んだ実証実験を開催
1月～2月	沼田町発表会準備

4月～6月 「体験交流型ツーリズムの手法」の輪読

令和6年度も輪読を通して、地域資源を活かす着地型観光について理解を深め、それらについて議論を行った。

- ・昨年発案したものと照らし合わせ、現実的であるのか・商品化に必要なものは何かなど輪読本から知識を吸収

- ・二年生に昨年の案を説明し、互いに理解を深めた

7月 バズり体験プレツアーの企画

昨年案として出たバズり体験ツアーを商品化するため具体的なツアー内容を企画した。まちづくりぬまたの青柳さんと共にツアー内容を細かく設定した。

- ・移動手段や巡回の順序、ゲーム性やルール、バズりの定義、景品授与基準など設定
- ・自分たちが楽しめることができるか、お金を出したいと思えるかに焦点を置いた

8月30日～9月1日 プレツアーの実践

2泊3日の地域研修内でゼミ生のみで計画した内容でのプレツアーを実施。

- ・8月30日：町内散策を行い、自転車を使用して動画撮影を実施。BBQで親睦を深めた
- ・8月31日：ホロピリ湖、スキー場、明日萌駅、萌の丘、田島公園、化石館、ほたる館などで動画撮影を行い、夕食は再度夢未来でBBQを実施
- ・9月1日：撮影した動画の編集を行い、活動内容を発表

9月～11月 実証実験計画

9月から11月にかけては実際にプレツアーを行っての成功と課題を話し合い、企画を再度立案した。

「企画」

- ・12月のツアーでは日帰りに変更
- ・移動は雪のため、バス一本に
- ・時間の関係上素材撮りはホロピリ湖と明日萌駅のみに変更
- ・再生数は1000超、いいね数は10を超えることができれば上出来という認識に
- ・編集時間が結構かかることから一本の動画を分担制に
- ・編集時間を二時間以上確保

「集客」

- ・ツアーの宣伝となるチラシを作成し、大学や沼田町の掲示板で掲載
- ・授業時間外に北海学園大学の他のゼミにチラシを配りに行き宣伝
- ・一年生へのゼミ説明の場でツアーの宣伝
- ・学生だけでツアーのコンセプトや魅力や参加フォームを記載したホームページを作成し、QRコードをチラシやSNSで投稿
- ・北海道新聞社からの取材を受け、そこでの取材内容を新聞にて掲載させてもらいツアーの宣伝

12月1日 実証実験

学生が主催者となり、実際に集客を行い、参加者4人を迎えて実証実験を実施した。

- ・参加者4人と明日萌駅・ホロピリ湖で素材を撮影
- ・班を四つに分けて編集を分担し、一班一つ以上の動画をTikTokなどのSNSに投稿
- ・ツアー終了後いいね数と再生回数をもとに順位付けし、景品を贈呈
- ・企画参加者にはアンケートに参加してもらい、満足度や意見を調査

訪問先と選定理由

- ・ホロピリ湖：美しい景色と炭鉱の歴史的背景が魅力的な上、ドラマ「海に眠るダイヤモンド」での炭鉱ブームにあやかれると予想。また、ほかの方々の映り込みを気にしないでいい点もバズりの素材集めに適しているため選定。
- ・スキー場：夏のスキー場は非日常的な上、背丈ほどある雑草も都会では見れないため素材撮りには魅力的なため選定。
- ・明日萌駅：すでに朝ドラの撮影地として有名。そこに加えて都会にはない過去の雰囲気を楽しめることができ、レトロブームや古着ブームにあやかれるため選定。
- ・萌の丘：町全体を一望でき、四季折々の美しい景色を楽しむため。
- ・田島公園：都会の公園は人が多く、遊具を占領できるため優越感がある。また、花壇や噴水、タコの遊具、アジサイやフジの花は素材撮りとして優秀であるため選定。
- ・化石館：ヌマタネズミイルカやタカハシホタテなど沼田町でしか見られない希少な化石が展示されているため素材は十分なため選定。
- ・ほたる館：本格的なサウナや岩盤浴は若者の注目度が高い。沼田町唯一の宿泊施設のため沼田町を宣伝するにあたって必要不可欠なため選定。

実施結果

12月には、実際に集客を行い、4人の参加者を迎えて実証実験を実施した。ツアーは事前に私たちがSNSで広告・宣伝していた内容を元に進行し、地域の観光資源を最大限に活用するため、事前の各場所の紹介やパンフレット、ホームページも作成し、参加しやすい環境を提

供した。この実施を通じて、観光事業としての可能性を検証し、参加者からのフィードバックを得ることができた。

5. 課題と成果

プレツアーの課題

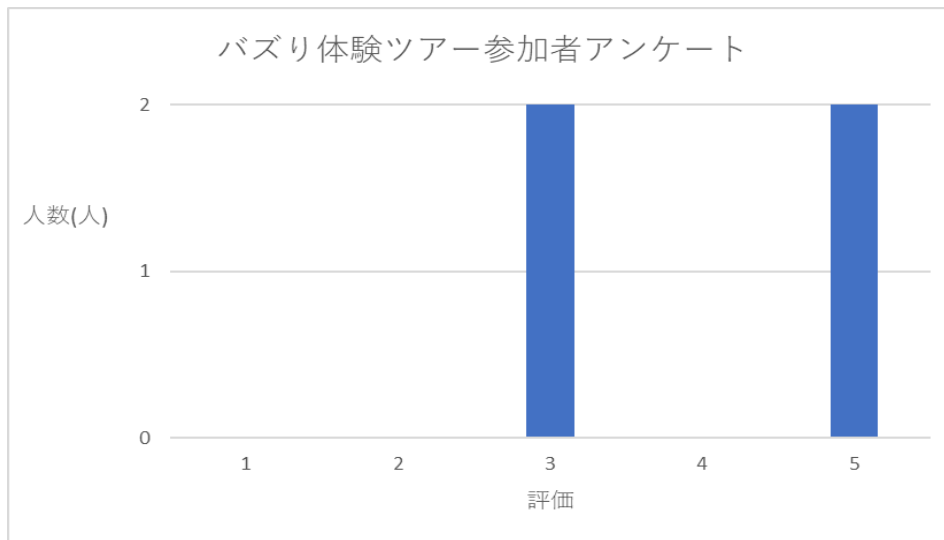
8月30日から9月1日にかけて行われたバズり体験のプレツアーに参加したゼミ生から多くの課題が挙げられた。主に挙げられたのはその地その地に行ってからどのような動画を撮るか決めるのは時間面でもクオリティ面でも厳しいということである。ひとつの場所をただとるだけでは魅力に欠けるため、工夫を凝らさないと高いクオリティの動画はできないし、それをその地で一回一回考えるのは時間がかかりすぎてしまった。また、動画撮影、編集についての深い事前知識がなく戸惑ったため画質や編集の質が低い動画を上げることになってしまったことなどが課題として挙げられた。

12月実証実験の課題

12月に行われた実証実験の参加者からのアンケートからは、「撮影時間が長かった割に編集時間が短く、その結果撮影した動画の活用が不十分である」や「グループで作業を分担したにも関わらず、編集作業が個人に偏り、作業負担の不均衡が生じていた」などの意見があった。また、運営をして感じたのは明日萌駅のコンテンツは現代の「バズる」トレンドに合致せず、参加者や視聴者の関心を引くのに十分ではないことや必要な動画素材が不足していたため、制作に支障が出たことである。ツアー内容についても、参加者が何をすべきか分からず困惑する場面があり、ツアーの掘り下げが足りなかった。さらに、沼田町ならではの特色や魅力がツアーに反映できなかったため、地域性が薄くなってしまった。運営側の課題としても、時間管理に問題があり、スケジュール通りに進行することができなかった。また、参加者とのコミュニケーションが不足しており、参加者の不安や困惑を招いた場面があった。告知が不十分であったため、参加者に必要な情報が十分に伝わらず、事前準備に支障をきたしたといった課題が挙げられる。

成果

実証実験での成果としては下図の通り、参加者4人中2人がバズり体験ツアーの評価を3/5、残りの2人が5/5と回答した。特に明日萌駅の評判が良く、食事が楽しかったとの感想が多かった。全体として満足度は高かった。本年度の活動を通じた成果として、前提として私たちが楽しいことを目指したためツアーの面白さを突き詰められたことが挙げられる。実際に私たちがツアーで動画素材を集め実際にTikTokに投稿した動画では、5本の動画が1,000回再生を超えている。また、1年かけて私たち学生が企画・主催したツアーで実際に参加者からお金をいただいて実施できたことも大きな成果として挙げられる。



6. 提案

ここから、私たちは段階的なバズり体験ツアーを提案する。

『バズり体験ツアー』は、沼田町の魅力を引き出し、参加者に「バズる体験」を提供するツアーである。参加者は動画コンテンツを制作し、SNSでシェアすることを通じて地域の魅力を広めることができる。また、参加者にとってはSNSでバズることを目指しながら、自らのスキルで評価を受ける貴重な機会を得られる。バズることに成功すれば、沼田町の知名度が上がり、関係人口増加にもつながる。

ステップ1 無料で参加できる体験を提供

最初の段階として、参加者に対し無料で「バズり体験」を提供する。これにより参加者は気軽に沼田町でのバズり体験に参加できる。運営はまちづくりぬまたが担い、参加者は自由参加制とする。これにより参加者は日程や時間を気にせず気軽に参加できるため、参加のハードルがとても低く集客が見込める。また、自由参加制は事前申込制よりも運営の負担が少ないというメリットもある。集客方法としては、町外の人が集まる夜高あんどん祭りでチラシを配ったり、SNSで発信したりするのが効果的だと考える。

申し込み形式：オンラインフォームを活用し、参加希望者からの申し込みを受け付ける。フォームには、参加者の基本情報（名前、年齢、連絡先など）や動画制作に関する簡単な意図や工夫、SNSでの発信経験や、参加動機などを送信してもらう。また以下に記述する投稿ルールに沿っているかを確認してもらったうえで、対象とする投稿済みの動画を送信する。

投稿に関する基本ルール：参加者は沼田町内で撮影した素材を使って作成した動画をSNS（Instagram、Twitter、YouTubeなど）に投稿する。動画の内容は沼田町の観光スポットや体験内容を反映させ、ハッシュタグ「#バズり体験沼田町」などの指定タグを付けることとする。評価基準はSNSでの反応（いいね数、再生回数など）により「バズりポイント」を算出。「バズりポイント」は以下の基準に基づいて評価（再生数 × 0.1ポイント）＋（いいね数 × 1.0ポイント）

SNSでの反応に基づき、参加者にはバズりポイントが付与され、バズりポイントの多さによってまちづくりぬまたが運営するECサイトで使えるクーポンを配布する(下図参照)。ただしこのクーポンの使用条件として5000円以上の購入で使用でき、1人1回のみと設定する。このことで運営側は間接的な売り上げを見込め、参加者側はよりいいクーポンを得るためにも動画のクオリティ向上に努めるようになり、結果動画が多くの人に視聴され、沼田町認知につながるという仕組みである。運営の主な役割としては、参加者募集のチラシ作成やサイト運営、参加者が投稿した動画の確認やポイント集計、クーポンの配布である。

バズりポイント	クーポン
10000～	50%オフ
5000～9999	1000円オフ
1000～4999	500円オフ
～999	200円オフ

ステップ2 大学生にバズり体験ツアーを実施、検証

次の段階として、既に沼田町に来ている大学生を対象に実施する。具体的には、青山学院大学、北海道大学、北海学園大学の建築学部の学生など、既に沼田町にくるきっかけを持っている学生を中心に、ステップ1のバズり体験ツアーを体験してもらう。このことで学生の参加状況や参加しやすさを観察し、その反応をもとにプログラム内容の改善を図る。また、このツアーで沼田町やこのバズり体験ツアーが有名になる可能性もあるというメリットがある。

ステップ3 大学にアプローチ

ステップ2の結果をもとに学生にとっても有意義であると確認できた場合、その根拠をつかって主に広告やSNS、経済、経営を学んでいる大学のゼミに売り込んでいく。このステップ3ではバージョンアップさせ、実際に参加することに対してお金を払ってもらう。参加者に提供できる価値としては、SNSでバズる可能性を高める体験や学び、町の魅力を発見し自分のコンテンツにできること、SNSでの反応に基づく競争と賞品などが挙げられる。実施計画としては、多くの大学の夏休みであり、沼田町としても夜高あんどん祭りの後でもある9月を想定し、2泊3日で参加費は1人9000円と設定する。

主な活動内容：1日目は沼田町の各所をバスで巡り、動画制作素材を検討し、夜にBBQ（親睦を深めたり非日常感を提供したりするため）。2日目午前実際に参加者たちが自由に各所をまわり、動画素材を撮影し午後に編集と投稿（1人1本以上投稿）を行う。3日目は発表と

し、まちづくりぬまたや役場の担当者等から講評を得て終了する。ステップ1の投稿に関する基本ルールを適用するが、ステップ3では参加費がかかっているためバズりポイント上位者に沼田町特産品を贈呈する。

収支シュミレーション：収入は参加費の1人あたり9000円。支出は夢未来宿泊代500円×2泊，ほたる館入浴代500円×2回，食事代1食900円×5食，景品代・送料代1500円を合わせると8,000円となる。よって参加者1人あたりの利益は1,000円となる。

運営体制としては、事前に参加するゼミとの打ち合わせ、ツアー当日の案内・引率、ツアー後の集計や景品配布の役割をまちづくりぬまたが担う。