

## 閑散期における効果的な誘客を行いたい

### ■原因・背景

北海道は観光入込の季節格差が大きく、夏・冬をピークに春・秋の入込が大きく落ち込む傾向がある。地域での安定した雇用、受入体制を実現するため、閑散期における効果的な誘客施策が必要とされている。

### ■解決方法

#### 新たなニーズに合わせた施策の策定

##### 【ワーケーション】

宿泊施設が新型コロナウイルスの影響でインバウンド(日本を訪れる外国人観光客)などの需要が減少したことに伴い、ワーケーション向けに、仕事ができるような環境を整え、また休日には体験プログラムなどの参加もできる。

##### 【農業と休暇を組み合わせたアグリワーケーション】

農家のもとで農作業を行い、残りの時間を休暇やテレワークに充てるというもの。このプログラムを実施することで関係人口を増やし、将来的に地域農業を担う新規就農者を確保することを狙いとしておこなわれている。収穫時期の人手不足解消に期待が高まっている。

##### 【ウェルネスツーリズム】

従来のヘルスツーリズムには“効果が見えにくい”という課題や、医療事業者の企画が中心だったためエンターテインメント性に欠け、面白くない、といった難点があった。ウェルネスツーリズムはこうした課題解消を目指す新たな旅のスタイルという位置づけ。「観光」と「健康」、「IT(情報技術)」をキーワードに運動プログラムに参加し、滞在するホテルでは医食の専門家により開発されたレシピのものを食べて、心拍数や消費カロリーなどを計測する。

尚、プラスアルファの期待として以下の効果も期待できる。

- ・関係人口の増加

### 《参考事例》

- ・石狩市 いしかりアグリ・マッチング創出実証事業(P.13)
- ・千歳市 しこつ湖鶴雅リゾートSPA 水の譚でのワーケーションの取り組み

## イベントの実施に特色をもたせたい

### ■原因・背景

従来型の観光ではない、新たな様式の観光コンテンツが近年続々と開発されている。域内への長期滞在やスポット周遊を目的とした謎解きコンテンツや観光周遊アプリゲームの他、アニメーションとのコラボレーション、プロジェクションマッピングの活用など時代のトレンドに応じた資源づくりが地域に求められている。

### ■解決方法

#### 地域のコンセプトを適切に表現できるイベントの検討

##### 【謎解きイベントや周遊スタンプラリー】

地域回遊性のある「謎解きゲーム」や「スタンプラリー」はポイントとなる様々な場所を歩き回りながら自由に遊び、飲食を楽しむことで地域事業者への消費に寄与する。

##### ●実施までの流れ(謎解きイベントの例)

- ※打合せ～キット納品まで1ヵ月～3ヵ月程度(企画により異なる)
- 1. お問合せ 2. 打合せ 3. 現地調査 4. 企画 5. デザイン作成
- 6. 謎解きキット納品

##### 【プロジェクションマッピング】

建造物や自然に対して新たな見方を提案するプロジェクションマッピングは、観光の面でも注目されており、話題性があるため集客に効果的とされている。

##### ●実施までの流れ

- ※打合せ～開催まで半年程度(企画により異なる)
- 1. お問合せ 2. 打合せ 3. 現地調査 4. 企画 5. 開催
- 尚、プラスアルファの期待として以下の効果も期待できる。
- ・地元の人にとっても、観光コンテンツの新たな面の発見となる。

### 《参考事例》

#### ・千歳市 アイヌ文化関連の観光プロモーション事業

##### 【千歳アイヌ文化活動プロモーション】

アイヌ文化をテーマとした道の駅での体験・学習イベントの開催  
謎解きイベント2020年「神の魚を手に入れろ」、2021年「めざせ！約束の海(アトウイ)」  
「サケのふるさと千歳水族館」全体を使った周遊型の謎解きイベント  
開催場所: 道の駅 サーモンパーク千歳とサケのふるさと千歳水族館  
・定山溪観光協会 札幌湯の杜『定山溪温泉』イベント(P.14)

#### ・千歳市 アニメとのコラボレーション(P.15)

・江別市 「～小麦のまぢめぐり～えべつ パン&スイーツ スタンプラリー」や「リアル謎解きゲーム」等の取り組み

#### ・恵庭市 えにわマルシェ(P.16)