

### 第3回交流部会（10/19） 議事録要旨

十勝の有名な食べ物は、本州の人には知られていない。そばの産地である新得・鹿追も対外的には同じである。産出量がナンバー1でないとPRしづらいのだろうけど、表現、PRの方法を工夫したほうが良い。直線道路の長さだけでも、本州からの客は喜ぶ。映画・テレビ・CMで紹介されたロケ地や写真撮影のスポット、例えば、ナイタイ高原牧場のツリーハウスや食べ物としては臭くないジンギスカンをPRしてみてもどうか。

食については、菓子、豚丼、海産物を分けて考える必要がある。

畑の中を観光バスが通るルートを作り、食糧基地をアピールする。

市民に対して大規模なアンケート調査を実施してみると、おもしろいのでは。

池田といえばワイン、帯広といえば、川西の長イモや大正のメークインはあるのだが、都市とブランドのキャッチフレーズが明確でない。観光宣伝においては、マスコミ・パブリッシングを上手に使っていく方法を考えることが必要。

名寄のファームレストランでは、宣伝広告費ではなく素材に経費をかけている。広報活動（パブリシティー）をうまく活用し、地域の強みである景観と食べ物を何かストーリー性をもって個々に作り上げていき、連携することでブランド化につながる。

大自然と食べ物が、北海道のイメージである。六花亭のマルセイバターサンドは素晴らしい観光ブランドである。長崎のグラバー公園（観光農園）も嘘のストーリーをうまく利用している。池田は、丸谷町長が赤字債権団体から脱却するためにワインで街づくりしたように、帯広も豚丼を開拓の歴史と組み合わせるとストーリーを作ってみると面白い。

帯広のブランドは農産物、乳製品、豆、菓子というイメージ。市民対象に観光についてアンケート調査を実施してみると、その考え方もわかるし市民の意識も変わるのではないかな。

観光情報センターの様子をみれば、その土地の観光の力がわかる。

帯広を宣伝していく場合、空港の名前にもなっている「とかち帯広」として農村景観や食を宣伝していった方がよい。例えばスイーツの西の札幌、東のとかち帯広という具合に、食に関してはストーリー性が必要ということはそのとおりで、農業体験や花観光とスイーツを組合せたり、豚丼やそば、屋台をスイーツ主体に考えてみると良いのではないかな。

中心市街地の活性化とも連動したり、農村景観と食をテーマとしてファームレストランを都市の近郊で数を増やしてみると面白い。また、ファームレストランを起業する人をサポートする仕組みづくりを進めると即効力がある。札幌の円山地区のレストランは成功しているので参考にしてみると良い。最終目標は、ゆったりと滞在できる旅をとかち帯広で実現することである。

十勝は、帯広を拠点に東西南北に観光ルートコースがあるので、ファームレストランが現在、点であるが数を増やし線でつなぐことをしていくと良いのではないか。

十勝の開拓は、豚とひとつ鍋（一口ガイド）というように晩成社を語りつくすような歴史の仕掛けで、野外博物館的に中心街のストリートでも表現するとおもしろい。

空港から市内中心部に入る導線には畑がづらなっており、こちらの農家の「一戸当りの耕地面積は　　ヘクタールなんですよ」と印象を与えるため語り継ぐことが必要。

東銀座通りには豚丼屋さんが多いので「豚丼横丁」としてメディアにアピールしてはどうか。

十勝は、コマーシャルでチーズが有名になっており、メディアを活用して集客を図ってみると良いのではないか。

私の好きな景観は然別湖だが、然別湖よりは一本道の牛の見える牧場の風景が旅行者から喜ばれる。

畑の作物を紹介した看板（外国語表記した）があると良いと思う。

空港線（ウェルカムロード）に畑の看板表記はとても良い。

イモも種類が多くなっていて、料理人も種類がわからない。種類に応じた食べ方を提案してみると良いのでは。

食を提案する場合には、食材をきちんと説明でき、心のこもったもてなしとメニューづくりが大切であり、客を呼び込むための一流になるには市内の飲食店ごとの勉強が必要。

紙媒体、ネット、現地の看板の情報により、実際に見た人から口コミ効果が生まれる。媒体より接客や評価が悪いとマイナスになり、良ければ宣伝効果上がる。

十勝にも、最近郊外型のカフェやファームレストランの素晴らしい店が出来ているので、視察し参考にすると良い。

新得では市民らによるワークショップを開き、町内の景観のよいスポットを出し合い、フィルムコミッション用に写真で紹介するため、町のホームページにアップする作業をしている。

農作物の知識をガイドは説明できない。情報提供だけでなく市民の理解や教育（バス学習）が必要ではないか。

市の広報誌などを使い、十勝の自慢できるものを紹介していくコーナーを設けて、市民に対してPRすることにより、市民が来訪者にきちんと説明や案内が出来るようになる。

観光をPRするには、市民レベルの意識によって、お土産品ひとつとっても変わると思うし大きく違ってくる。

ご当地検定ガイドなどを活用し、地域の人材を活かした観光の街づくりを進めるべきである。

豚丼の店もいろいろある。豚丼の好きな店ランキングなどを市民に選んでいただくと、おもしろいのではないか。

帯広のお菓子が一個150円には理由がある。企業の広告看板や廃屋など観光客を迎える場所では景観の大掃除の必要性がある。

とかち帯広の冬は日高山脈がとても綺麗であるが、インフォメーションがない。

屋内スピードスケート場を売りにしたり、農家の冬の生活をお伝えしたりして観光と農業のクロス展開が必要。札幌はスープカレーを売りにしているが、シチューを売りにしてみるのも良いのではないか。帯広でシチューのコンクールを実施してみてもどうか。

スノーモービルを所有している農家が多いが余り使っていないので、活用する事業を考えるとおもしろい。

十勝支庁ではとかち管内の観光モデルルートをCDやネットにて紹介に努めている。2011年には道央と高速道路でつながり、これまで1泊していた観光客が日帰りとなる可能性が高まるので、今から対策が必要である。

デジカメが大変普及してきたので、写真スポットを発掘すると観光に活かしたり、女性から自慢マーケットを募集すると良いのではないか。

以上