HighLight
今月の注目 1

【開催日：12月14日（金）・15日（土）　会場：寸又峡温泉翠紅苑】

寸又峡温泉開湯50周年記念まちづくりフォーラムPart2

「先輩も若者も地域を変える」

6月30日・7月1日に開催された「若者が地域を変える」（本紙8月号№82参照）の第2弾。
50周年を迎えた寸又峡温泉の活性化と持続可能なまちづくりを考えようと開催。
「これからも応援団以上の連携と支援を」と望月理事長がお願いをして締めくくった。

フォーラム基調講演「Be Creative!で地域の元気を取り戻す」

新しい価値を創り出そう

クリエイティブシンキングとは、従来の考え方を変えて、全く新たな価値を生み出していくこと。これは捨てるという意味ではなくて一度過去の歴史を断ち切り、延長線ではないところから考えてみようということです。これは人々の価値観の変化に伴う欲求の多様化という時代の要請です。

50年前に寸又峡温泉が誕生し、3つの申し合わせを作りました。当時は先進的な取り組みで、時代に逆境するような革新的なことをやってきました。このDNAが必ずこの地域にはあります。今、同じような事を考えることです。

クリエイティブシンキングでまちの活性化を

▼マイナスの要因をいかにプラスに転じていけるかを考える。

▼従来の資源に違うものを加えたら、新しい魅力になりうる。新たなエッセンスを加えることで新しい客層を呼び込めます。

▼感動が起きる場所にリピートします。今や観光から幸せを感じる感幸、そして感じて興す感興にシフトしています。地域として一過的集客でないリピートを創り出していかなければならない。これがブランディングという考えです。

ブランドの基本構造

▼差異性（優位性）

「他の地域と比べて違うもの、自分たちの優れているもの」は何か。この優位性を地域で共有し、認識することが大切です。

▼標識性

そして、この優位性や想いを「目に見える形で伝えていくこと」が標識性という考え方です。

▼行動性

自分たちの想いを「体を使って、人々に伝えていく」こと。この差異性・標識性・行動性を三位一体で進めていくことが大事なんです。

▼保証性

「一過的なキャンペーンと違うこと。いつ来ても、いつ買っても期待を裏切らないこと」が保証性という考え方です。そして、常にPDCAサイクルでチェックして、繰り返し見直しを図っていくこと。

▼忠誠心

その営みが忠誠心につながっていきます。顧客がリピートし、頼んでもいないのに口コミしてくれる。これがブランドパワーなんです。繰り返し人々が訪れ、情報をシェアして広げてくれます。

このブランドの基本構造に照らし合わせて、自分たちの活動はどうなのか、再生するにはどうするか、検証していくことが大切です。クリエイティブな発想で地域を盛り上げていきましょう。

▶講師の㈱シーアイセンター代表取締役
甲賀雅章氏（関連記事5ページ）

フォーラム1日目　先輩・若者の交互リレースピーチ

「とにかくみんなが喜ぶ顔が見たい」

NPO法人
かわね来風
事務局長
浜谷友子（はまたに ともこ）

「食と遊び」をテーマに、まちづくりに関わる事業を手当たり次第にやっています。それはこの地域でずっと幸せに暮らしていきたいから。そしてみんなが喜ぶ顔が見たいから―。

四季折々に旬のプログラムを提供、楽しんでもらうことを心掛けています。企画を考えることが本当に楽しいです。

小さなつながりが連鎖することで、大きなつながりに変わっていくことを目指して取り組んでいます。

「“地域”の魅力とは そこに住む“人”の魅力」

藤枝市
観光協会
渡村マイ（とむら）

観光企画を通じて地域の未来を豊かにしたいと考え、〝たびいく〟という年刊誌と体験プログラムを企画しています。たびいくとは食育と同じ感覚で、旅を通して育まれるものに注目したいと考え、名付けました。

たびいくのコンセプトは「出会いと体験」です。地域に住む人にスポットを当て、その人間と体験の魅力を伝えることでファンを作り、長い視点でリピーターを作っていきたいと考えています。

「温泉と吊橋を結び付けて ブランド力を高めていきたい」

寸又峡温泉
「湯屋 飛龍の宿」
望月静馬（もちづき しずま）

この寸又峡温泉が50年存続できた理由は、山間地の知恵を生かしながら、「芸者を置かない」「ネオンサインをつけない」「山に看板を設置しない」という3つの申し合わせを守ることで、数ある温泉地と差別化を図ってきたからだと思います。

次の50周年に進むためには次の世代に対し、この経緯と現状を伝え、革新を取り入れていかなければならないと思います。ブランド力を高め、上を向いて頑張っていきます。

「これからの地域づくりは ブランディングが求められる」

浜名湖
えんため
事務局長
稲葉大輔（いなば だいすけ）

お客さんに来てもらうためには地域資源を活用し、旅行商品を作り上げていくことが必要です。そのためには観光振興が地域振興につながるということを地域の人たちと認識を共有し、バランスを取りながら協働してやっていくことが大切です。

いろいろな人がそれぞれの立場で地域資源を生かして、まちづくりを考えていくようになれば、地域のブランド力が高まり、地域全体が魅力的に輝き出します。

「都会にはない、ここにしかない 魅力を発信していきたい」

寸又峡温泉
「晴耕雨読」
馬場泰寛（ばば やすひろ）

リゾート開発会社を3年前に退職しました。子どもと自然の中で過ごす時間を大切にしたかったこともあり、今まで何とも思わなかった妻の実家のある山深い寸又峡温泉の魅力に気が付きました。

落ち着くスペースを目指し、せんべい・カフェ・ここにしかないものを販売するコーナーの3つの構成で50周年記念の年に開業。寸又峡に来て良かったな、そしてリピートしていただけることを心掛け、おもてなしをしています。