



しりべし地域スタンプラリー 2017 徹底研究

しりべしケース15



※本報告書は右綴じとなっています。

小樽商科大学
マスコットキャラクター

プロジェクト
イメージキャラクター

商大くん

ニセ子さん

商大くん^{マークツー} MKII



しりべし地域は北海道有数の観光地であり、地域周遊を促すイベントとして、様々なスタンプラリーが開催されています。

私たち自身もイベントを3度にわたり開催してきましたが、成功体験も失敗体験も全て含めて、しりべし地域のスタンプラリーには、さらなる可能性があるという考えに至りました。

スタンプラリーは地域を活性化するか。

主催機関の垣根を越えて取りまとめた本書が、その答えの一端を示すことができれば幸いです。

2018年2月

キャラクターでつなげる地域の輪プロジェクト

はじめに

小樽商科大学が所在する「しりべし地域」は、観光地として名高い小樽市、俱知安町、ニセコ町を含む地域であり、全20市町村で構成されています。

豊かな自然と食材に恵まれながら、大都市札幌に隣接しているという地理的要件を持ち、将来的に北海道新幹線の延伸を予定しているこの地域は、魅力と可能性に満ち溢れています。



	人口(人)
北海道	5,370,807
札幌市	1,947,494
しりべし地域	215,948
(うち小樽市)	(120,769)

平成29年住民基本台帳(平成29年1月1日現在)より



一方、しりべし地域の観光は通過型になりがちであり、一部の市町村に観光客が集中しているなどの課題もあることから、観光客の滞在時間を延ばし、地域全体の周遊を促すツールとして、「スタンプラリー」が積極的に開催されています。

本報告書は、しりべし地域で数多く開催されているスタンプラリーについて、主催機関の垣根を越えて「しりべしケース15」として取りまとめ、地域活性化ツールとしてのスタンプラリーの効用と課題について考察するものです。

しりべしケース15について

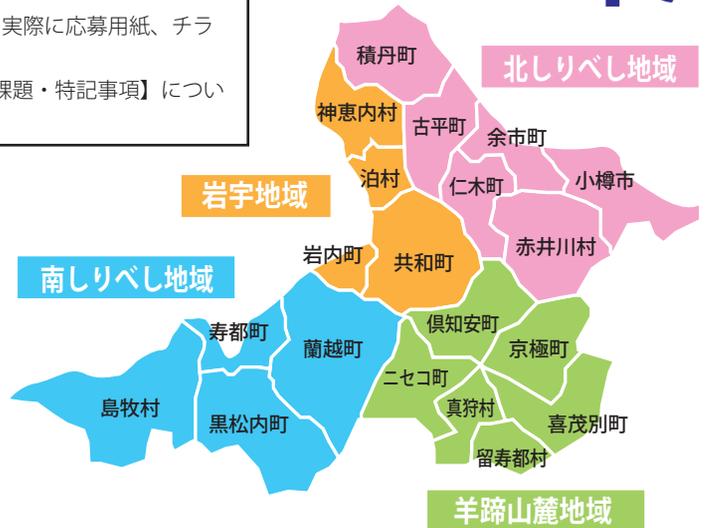
しりべしケース15の大きな目的は、2つあります。

1つは、自治体、観光協会、商工会、企業など、多種多様な主催機関の垣根を越えた連携を実現することによって、お互いの取組を改善するためのヒントを共有し、しりべし地域全体の活性化を図ること。

もう1つは、魅力ある観光上のコンテンツがありながら、誘客上の同様の課題を抱える地域に、しりべし地域の事例を広く情報発信することによって、北海道全体の活性化に寄与することです。

なお、しりべしケース15においては、一般的に公表されることとが「応募者数」を掲載しているため、この数値が目を引きたくも知れませんが、しかしながら、イベントの規模、開催期間、応募要件、特徴や工夫等の様々な条件と併せて数値を見ることによって、初めて意味を持つものであり、単純に応募者数の多寡をもってイベントの効果と比較、分析するものではないことをあらかじめ申し添えます。

- しりべし地域20市町村のいずれかをイベント会場に含み、地域活性化を目的とした陸路のスタンプラリーを調査対象としています。
- プロジェクトスタッフが一般観光客の視点で地域を周遊し、実際に応募用紙、チラシ等を入手できたイベントのみを取り上げています。
- 記載内容は各主催者との意見交換に基づいたものですが、【課題・特記事項】については、本プロジェクトの見解を含んでおります。



15	らんこし湯めぐりスタンプラリー
14	NISEKO食べな!遊びな!
13	ニセコ温泉郷湯めぐり名人
12	仁木町スタンプラリー
11	赤井川×神恵内村道の駅スタンプラリー
10	しりべし「道」展スタンプラリー
9	美しい村スタンプラリー
8	南しりべし「道の駅」スタンプラリー
7	北しりべし味覚とつるぎスタンプラリー
6	積丹半島ブルーラインスタンプラリー
5	北海道スマホスタンプラリー
4	トドックスマイルキャラバン
3	道の駅スタンプラリー
2	知産志食スタンプラリー
1	ご当地キャラクターシールラリー

③ 道の駅スタンプラリー2017



【開催期間】
2017年
4月15日
～
2018年
3月21日
(341日間)
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
現地応募

主催・事務局 北海道地区「道の駅」連絡会

イベント開始年 **1993**

【応募数】

2015	2016	2017
42,776	40,715	現在開催中

【応募要件】

全道 117 か所の道の駅スタンプ 5 駅以上で、いずれか 1 つの賞に応募可能

【景品】

- スタンプブックカバー (5 駅:2,000 名)
- 道の駅特産品セット (50 駅:117 名, 80 駅:117 名, 115 駅以上:117 名)
- W チャンス (シーニック賞:12 名)

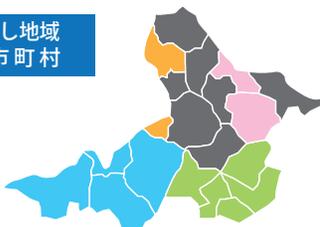
【特徴】

北海道におけるスタンプラリーの草分け的存在。
スタンプ台紙となる**スタンプブックを有料 (200 円) で販売する参加者負担方式**は唯一であり、参加者の数も突出している。

【課題・特記事項】

- ・営業時間内に来館できない参加者のために、証拠写真での応募を認めているが、応募すること以上にスタンプを押したいという要望があり、営業時間の延長を求める声がある。
- ・開始当初のスタンプブックは無償であったが、10 年ほど前から有償化。経費の削減と併せて、無償ゆえに発生していたスタンプブックの複数持ち帰りや散逸等の問題が解決した。
- ・道の駅スタンプラリーは「オンリーワン」の存在でありたいことから、他のスタンプラリー等との連携予定はないが、ブロック単位や道の駅単位では連携実績がある。

しりべし地域
参加市町村



② 知産志食スタンプラリー2017



【開催期間】
2017年
6月1日
～
11月30日
(183日間)
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
郵送

主催・事務局 「知産志食」キャンペーン実行委員会

イベント開始年 **2015**

【応募数】

2015	2016	2017
2,596	4,396	3,193

【応募要件】

スタンプ 5 個で 1 口応募 (MAX は 25 個で 5 口)

【景品】

- しりべし特産品・食事券 (95 名)
- 5 口応募で W チャンス賞あり (ペア宿泊券 5 組)

【特徴】

2017 年は後志総合振興局との連携により「このおいしさ、しりべし応援店」(34 店舗) が会場として参加しているが、イベント開始時から一貫してしりべし地域の「食」をテーマとしている。
スタンプの数に応じて応募口数が増える仕組みにより、参加者の積極的な地域周遊を促している。

【課題・特記事項】

- ・昨年度は 4/29 ～ 11/30 の開催であったが、2017 年は GW を実施期間に組み込まなかったため、応募数が減少している。
- ・しりべし全域にスタンプと台紙を設置しており、印刷費を中心にコストがかかっているが、経費の大部分を小樽商工会議所が負担している状況。
- ・しりべし地域の魅力的な「食」をツールとして、将来の人口減少対策や雇用創出につなげる目的があるため、単純に数値の伸びでイベントの是非を論じることにはできないが、費用対効果を含め、単独でのイベント実施については再考が必要である。

しりべし地域
参加市町村



① ご当地キャラクターシールラリー2017



【開催期間】
2017年
7月21日
～
10月1日
(73日間)
【参加形式】
シール
【応募方法】
郵送

主催・事務局 小樽商科大学COC事務局

イベント開始年 **2015**

【応募数】

2015	2016	2017
824	1,714	1,560

【応募要件】

シールを 5 枚以上集めて応募 (MAX10 枚)

【景品】

- しりべし特産品 (30 名)
- 参加記念トレカ (300 名)
- 10 枚応募で W チャンス賞あり (キャラグッズ等詰め合わせ (10 名))

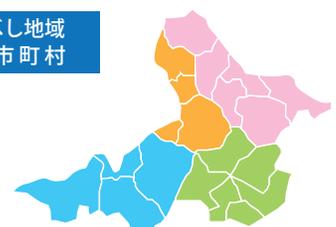
【特徴】

スタンプの代わりに、しりべし全 20 市町村のご当地キャラをモチーフにしたシールを使っており、**子供とファミリー層をターゲット**に実施していることが最大の特徴。
2017 年はユーザの要望を採り入れ、全てのシールを貼るスペースを台紙に追加し、応募終了後も地域周遊を促す形式で実施した。

【課題・特記事項】

- ・2017 年は補助金を使わずにイベント運営に取り組んだが、コスト面から長期間の開催は難しく、開催期間を 93 日間から 73 日間に短縮した結果、応募数が約 9% 減少した。
- ・シールの使用が特徴であるが、原価は 1 枚約 1 円であり、会場別シール帳の自作、会場におけるシール帳の補充など、イベント運営にかかるコスト及び労力がスタンプに比べて大きい。
- ・イベント参加促進ツールの「ご当地キャラトレカ」の配布を廃止したところ、特徴であった 19 歳以下の参加比率が 26.0% → 20.8% に減少した。

しりべし地域
参加市町村



⑥ 積丹半島ブルーラインスタンプラリー



【開催期間】

2017年
7月22日
～
10月31日
(102日間)

【参加形式】

スマホ
スタンプ

【応募方法】

スマホ
郵送
現地応募

主催・事務局 しゃこたん半島観光振興会

イベント開始年 **2017***1

【応募数】

2015	2016	2017
362 *1	276 *1	850 *2

*1 2014～2016は「積丹半島ブルーライン」ぶらり湯めぐりスタンプラリー」として温泉を会場に開催（スタンプ3つで応募可能）

*2 スマホで会員登録をした638名のうち、周遊記録がない364名を除く

【応募要件】

「積丹半島ブルーライン」(R229)の対象スポットのスタンプを集めて応募（スマホ3スタンプ、専用台紙5スタンプ以上）

【景品】

70名にプレゼント（景品の記載はなし）

【特徴】

「じゃらん」とタッグを組んで実施しているため、応募台紙の観光パンフレットとしてのクオリティは別格であり、TVやラジオを含むプロモーション活動は群を抜いている。

また、**スマホ、郵送、現地応募の全ての応募方法に対応している唯一のスタンプラリー**である。

【課題・特記事項】

- ・androidユーザがデジタルスタンプを押せない現象が発生したほか、アナログスタンプの応募台紙に一部不備があった。
- ・海沿いの景観スポットには、アナログスタンプを設置できないため、道の駅などの別会場での押印となる。
- ・2018年度は仁木町及び赤井川村の参加により、積丹半島9町村の広域連携による事業展開を予定している。

しりべし地域
参加市町村

2018年は●の町村まで
エリアを拡大予定



⑤ 北海道スマホスタンプラリー



【開催期間】

2017年
7月14日
～
11月6日
(116日間)

【参加形式】

スマホ

【応募方法】

スマホ

主催・事務局 NEXCO東日本

イベント開始年 **2017冬**

【応募数】*

-	2017冬	2017夏
-	1,614	3,612

*各賞の延べ数。参加登録数は下記のとおり。
【2017冬】：2,293 【2017夏】4,655

【応募要件】

全道209か所のスタンプのうち、集めたスタンプ数（1～150個）に応じて全8種類の賞に複数応募が可能

【景品】

北海道グルメ1年分、特産品、施設利用券、旅行券、オリジナルグッズなど（計354名）

【特徴】

北海道全域を対象とし、**参加も応募もデジタルスタンプ（スマホ）のみ**となる新規性・独自性の高い取組であり、2017冬の初開催（スタンプ156か所、71日間）から拡大して実施。

【課題・特記事項】

- ・専用アプリではなく、webブラウザを利用したシステムのため、推奨環境（safari, chrome）以外での動作保証ができないほか、参加者側で端末のブラウザ履歴をクリアするとスタンプも消えてしまうなどの現象が起こり得る。
- ・開催期間が終わるとサーバーにアクセスできなくなり、スタンプが手元に残らない。（認定証制度あり）
- ・スマホで会場マップ・スタンプ設置個所が確認できないため、紙媒体のチラシを併せて見なければイベントに参加できない。

しりべし地域
参加市町村



④ トドックスマイルキャラバンfor179スタンプラリー



【開催期間】

2016年
11月1日
～
2017年
10月16日
(350日間)

【参加形式】

スタンプ

【応募方法】

郵送

主催・事務局 コープさっぽろ

イベント開始年 **2017***1

【応募数】

*スタートは2016/11/1

-	-	2017
-	-	3,248

【応募要件】

全道179市町村に設置されたスタンプのうち、集めたスタンプ数に応じて、いずれか一つの賞に応募が可能

【景品】

- 文房具セット（スタンプ10個：100名）
- 道産品セット（50個：50名）
- トドックぬいぐるみ（100個：全員）
- 完全制覇賞（上記景品等を全員に）トドックが直接プレゼントを持参するWチャンスもあり（3名）

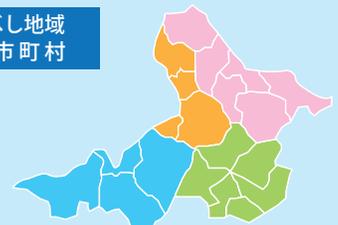
【特徴】

「宅配システムトドック」の10周年事業として、マスコットキャラのトドックが道内の179市町村を訪問して観光PR等を行う「トドックスマイルキャラバンfor179」の達成を記念して実施したスタンプラリー。北海道との協働事業であり、**全道179市町村全てにスタンプを設置**した唯一のスタンプラリーである。

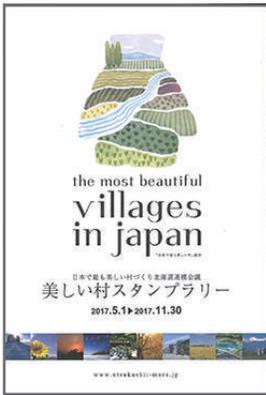
【課題・特記事項】

- ・全道にまたがる大規模なスタンプラリーであるが、北海道との包括連携協定に基づく取組であることから、179市町村の各会場の選定には北海道が協力するなど、行政との連携により事業が進められている。
- ・記念事業として実施したスタンプラリーのため、現段階で来年度の実施予定はないとのこと。

しりべし地域
参加市町村



⑨ 美しい村スタンプラリー



【開催期間】

2017年
5月1日
～
11月30日
(214日間)

【参加形式】

スタンプ

【応募方法】

郵送

主催・事務局 日本で最も美しい村づくり北海道連携会議

イベント開始年 **2013**

【応募数】

2015	2016	2017
209	201	565

【応募要件】

9町村1地域のスタンプを5～10個集めて応募

【景品】

■スタンプ5つ (3,000円相当の特産品: 40名), スタンプ8つ (5,000円相当の特産品: 10名), 完全制覇 (10,000円相当の特産品: 20名)
※応募用紙には当選数の記載なし

【特徴】

「日本で最も美しい村」連合に加盟する北海道9町村1地域のスタンプを集める広域型スタンプラリー。
ハガキサイズ6枚相当分を1枚のサイズに折りたたんだコンパクトな台紙は携帯性に優れ、応募ハガキとは別に、旅の記念用のスタンプ押印欄が用意されるなど、**参加者目線に立った工夫**がなされている。

【課題・特記事項】

- ・昨年度より2か月前倒しし、GWを含んで開催した効果もあり、応募数が昨年度から2.8倍に伸びている。
- ・道内10か所で実施する広域スタンプラリーであることから、スタンプの設置場所が地理的に離れており、参加のハードルが少し高めである。
- ・応募台紙は7,000部作成しているが、過去にはイベント後半に台紙がなくなったケースがあるため、参加者の要望に応じてレジで台紙を渡すなどの工夫をしている。



⑧ 南しりべし『道の駅』スタンプラリー2017



【開催期間】

2017年
7月15日
～
10月31日
(109日間)

【参加形式】

スタンプ

【応募方法】

現地応募

主催・事務局 南後志地区道の駅運営連絡会

イベント開始年 **2010**

【応募数】

2015	2016	2017
643	300	598

【応募要件】

南しりべしの道の駅5駅全てのスタンプを集めて応募

【景品】

■A: 宿泊券, B: 道の駅利用券, C: 温泉利用券, D: お食事券等から選択応募 (当選数: 59)
■5駅の完走賞として、アイス等の割引が受けられるサービスがある。

【特徴】

現地応募の中でも、投函ではなく道の駅スタッフに**手渡しで応募**する形式が特徴的。これにより、スタンプラリーでありがちな、実際には参加していない家族の名前で応募するなどの**水増し応募を抑制**できると考えられる。
また、景品の大半は、南しりべし地域で利用可能な利用券であり、当選者に対して南しりべし地域再訪を促す目的効果がある。

【課題・特記事項】

- ・2016年の応募数減少は、イベントチラシが白黒で目立たなかったことや、会場でのポスター掲示が無かったことが原因と考えられる。2017年にはチラシをカラーとし、また、チラシを拡大したポスターを掲示したところ、応募数が元に戻っており、現地での広報の重要性が確認されている。



⑦ ぐるっとまわる味覚&くつろぎのスタンプラリー



【開催期間】

2017年6月10日
～10月15日
(128日間)

【参加形式】

スタンプ

【応募方法】

郵送

主催・事務局 北後志ブロック商工会広域連携協議会

イベント開始年 **2008**

【応募数】

2015	2016	2017
186	286	386

【応募要件】

積丹町、古平町、仁木町、赤井川村の4町村のスタンプ全てを集めて応募

【景品】

■それぞれの町村の特産品 (各10名, 計40名)
景品内容及び当選数は応募台紙に記載がないが、スタンプ設置会場のポスターで告知しており、2017年はジュース詰め合わせ、たらこ、海産物など

【特徴】

北しりべし地域の4つの商工会が連携して実施しているスタンプラリー。
スタンプ枠4つ全てを埋めれば達成というシンプルさ、4町村のほどよい距離感、魅力的な景品が揃っており、**参加の容易さ、達成のハードルとリターンのバランスがよい**と思われる。
長年シンプルな形式で継続実施していることからリピーターも多く、実施する町村の住民の参加も多い。地域に根付いており、**続けることの重要性**が感じられる取組と言える。

【課題・特記事項】

- ・商工会が用意する景品の魅力も相まって、口コミレベルで応募者が増加しており、現状では課題らしい課題がない。
- ・補助金頼みではなく商工会の連携により実施していることから、今後の継続可能性も高いと考えられる。



⑫ 仁木町スタンプラリー

くだもの町 仁木町スタンプラリー
※期間：6/1～10/31※

第1回締切 6月30日
第2回締切 7月31日
第3回締切 8月31日
第4回締切 9月30日
第5回締切 10月31日

★仁木町特産品★
新米5kg、くだもの詰め合わせ、ジュースセット、利用券等(計134名)※景品数未公表

【スタンプ印刷場所】
■仁木町観光センター
■おしゃべり美術館
■スタンプラリー参加農園
※各農園ではスタンプラリー参加者専用スタンプを準備しています。

仁木町スタンプラリーアンケート
このスタンプラリーに参加したいですか。
このスタンプラリーに参加した理由は何ですか。

参加費が無料
収入が上がる
収入が上がる
収入が上がる
収入が上がる

【開催期間】
2017年
6月1日
～
10月31日
(153日間)

【参加形式】
スタンプ

【応募方法】
現地応募

主催・事務局 仁木町観光協会

イベント開始年 2009

【応募数】

2015	2016	2017
1,148	1,208	846

【応募要件】

仁木町内のスタンプラリー参加農園(14か所)のいずれか1つと、仁木町観光管理センターの2か所のスタンプで応募可能

【景品】

■仁木町特産品：新米5kg、くだもの詰め合わせ、ジュースセット、利用券等(計134名)※景品数未公表

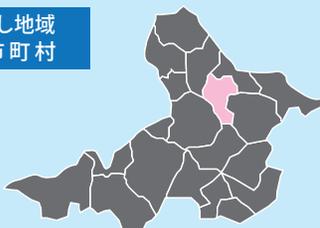
【特徴】

農園の利用が応募要件であり、通過型になりがちなスタンプラリーの欠点を解消している。また、**応募締切を毎月(計5回)設定**しており、応募者のコメントからは当選発表まで時間がかかるとの不満の声は見受けられない。景品数は一般公表していないが、例年135名程度が当選しており、抽選機会がWチャンスを含めて最大6回あることから、当選確率が高いことも魅力。

【課題・特記事項】

- ・2017年の応募の減少は、さくらんぼシーズンの週末の天気が悪かったことが影響していると考えられる。
- ・抽選を毎月実施し、webで当選者名を発表している点は、他のスタンプラリーにない工夫である。
- ・施設利用を応募要件とする⑩⑫⑬⑭⑮の中で、応募数が突出して多いのは、施設利用が1か所でもいいという参加ハードルの低さも要因だと考えられる。

しりべし地域
参加市町村



⑪ 赤井川村×神恵内村道の駅スタンプラリー

赤井川村 神恵内村 道の駅スタンプラリー

第1回締切 5月31日
第2回締切 6月30日
第3回締切 7月31日
第4回締切 8月31日
第5回締切 9月30日

【スタンプ印刷場所】
■赤井川村観光センター
■神恵内村観光センター
■道の駅スタンプラリー参加農園
※各農園ではスタンプラリー参加者専用スタンプを準備しています。

【開催期間】
2017年5月1日
～9月30日
(153日間)

【参加形式】
スタンプ

【応募方法】
現地応募

主催・事務局 赤井川村・神恵内村

イベント開始年 2016

【応募数】

2015	2016	2017
-	803	2,087

【応募要件】

赤井川村と神恵内村の道の駅スタンプ2つで応募可能

【景品】

- それぞれの村の特産品
- ①5月1日～6月30日 各5名
- ②7月1日～9月30日 各10名

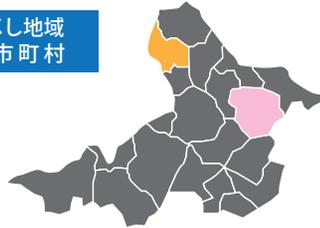
【特徴】

しりべし地域で最も人口が少ない2村が連携して実施したスタンプラリー。応募台紙はコンパクトで携帯しやすく、既存の道の駅スタンプを有効活用している。**2つの村の訪問のみで現地応募が可能**であり、シンプルかつ参加のハードルの低さが特徴。景品数は昨年の計6名から計30名に大幅増加しており、応募時に選択できる景品は、赤井川村＝農産物、神恵内村＝海産物と、それぞれの村のイメージと直結する特産品となっている。

【課題・特記事項】

- ・抽選時期を2回に分けており、前半はGWを含み、後半は夏休みを含む設定だが、後半に応募が集中している。
- ・初年度となる2016年は、応募締切の1週間後の地域イベントにおいて、両村の村長による公開抽選を行っている。2017年はイベントでの公開抽選はしていないが、両村長の抽選風景等がwebで公開されている。

しりべし地域
参加市町村



⑩ しりべしミュージアムロード展スタンプラリー

しりべしミュージアムロード展
おしゃべり美術館

第1回締切 7月15日
第2回締切 8月15日
第3回締切 9月15日
第4回締切 9月24日

【スタンプ印刷場所】
■おしゃべり美術館
■しりべしミュージアムロード5館
■道の駅スタンプラリー参加農園
※各農園ではスタンプラリー参加者専用スタンプを準備しています。

【開催期間】
2017年
7月15日
～
9月24日
(72日間)

【参加形式】
スタンプ

【応募方法】
現地応募

主催・事務局 しりべしミュージアムロード5館

イベント開始年 2003

【応募数】

2015	2016	2017
17	26	47

【応募要件】

荒井記念美術館、有島記念館、小川原脩記念美術館、木田金次郎美術館、西村計雄記念美術館の5館全てのスタンプを集めて応募

【景品】

- 特製手ぬぐい(5名)、開催5館のオリジナル文房具セット(5名)
- 完走記念品(ポストカード)あり

【特徴】

地域が生んだ作家達の作品に触れてもらいながら、しりべし地域の5つの美術館・文学館を結ぶ道「しりべしミュージアムロード」周辺の周遊を促すスタンプラリー。各施設のスタンプは作家の似顔絵になっている。なお、スタンプの押印には**各施設の利用が必要**。

【課題・特記事項】

- ・スタンプラリーを実施していることが、各施設を訪れる観覧者に伝わりきっていない。
- ・2017年は、木田金次郎美術館は⑥積丹ブルーライン、西村計雄記念美術館は④トドック、有島記念館は⑩ニセコ湯めぐり、小川原脩記念美術館は①シールリレーの会場になっているが、他のスタンプラリーの会場として組み込まれることは、施設を訪れる良いきっかけ作りになっていると考えられる。

しりべし地域
参加市町村



⑮ らんこし湯めぐりスタンプラリー



【開催期間】
2017年
9月27日
～
11月5日
(40日間)
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
現地応募

主催・事務局 蘭越町観光協会

イベント開始年 2015

【応募数】

2015	2016	2017
29	6	15

【応募要件】

日帰り入浴6施設、宿泊施設6施設、飲食店3軒の中からスタンプを5つ集めて応募（3つでも景品あり）

【景品】

- スタンプ5つで、らんこし米2kg（新米ななつぼし）又はらんこしアイス6個（先着50名）
- スタンプ3つで、らんこしアイス1個（先着50名）

【特徴】

「米の町」蘭越町らしく、**新米の時期にスタートするスタンプラリー**。アンケート調査結果を基に、入り込み数の落ちる11月までを実施期間としている。要件の達成者に、**応募ではなく先着でプレゼントが当たる**ところが特徴的。

【課題・特記事項】

- ・らんこし米のPRを兼ねて、新米の時期に新米をプレゼントする設定のため、開催期間が非常に短くなっている。
- ・初年度（2月～3月実施）の参加者が一番多いこともあり、新米の時期にこだわらず、冬季の温泉客をターゲットにイベント時期を設定することも検討課題の一つ。
- ・現状では参加者が少ないこともあり、実質全員にプレゼントが当たる穴場イベントともいえる。今後観光協会のHPの改修に伴うweb広報により、参加者の増加に取り組む予定。

しりべし地域
参加市町村



⑭ NISEKO食べな！遊びな！2017スタンプラリー



【開催期間】
2017年
8月19日
～
10月9日
(52日間)
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
現地応募

主催・事務局 ニセコ町商工会

イベント開始年 2010

【応募数】

2015	2016	2017
64	135	72

【応募要件】

参加店舗及び施設の利用によりスタンプを2つ集めて応募（MAX3つ）

【景品】

- ニセコの野菜詰め合わせ又は掲載店舗の商品券（29名）
- スタンプ3つの応募でWチャンス賞あり（ペア宿泊券：1名）

【特徴】

⑬ニセコ温泉郷湯めぐり名人と同様に、「ニセコフェスティバル」の一環として実施しており、イベントタイトルどおり**ニセコ町の「食」と「遊」をテーマ**とした取組。スタンプの押印には、パンフレットに掲載の飲食店又は体験施設の利用が必要となる。応募者の約4割がニセコ町民であり、地元住民に新しいお店の紹介をする効果もある。

【課題・特記事項】

- ・2010年から継続実施しているが、目新しさに欠けることや、近年のスタンプラリーの増加もあり、応募数は伸び悩んでいる。スタンプラリーにこだわらず、クーポン券の提供など、戦略的な取組の転換も検討すること。
- ・スタンプ2つで応募可能であり、応募のハードルそのものは高くないため、イベントの周知にあたり、1件目の利用店舗で積極的に声をかけるなどの直接策が効果的と考えられる。

しりべし地域
参加市町村



⑬ ニセコ温泉郷湯めぐり名人



【開催期間】
2017年
7月15日
～
10月9日
(87日間)
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
現地応募

主催・事務局 ニセコ温泉部（ニセコ中央倉庫群内）

イベント開始年 2015

【応募数】※

2015	2016	2017
14	17	16

※「湯めぐり名人」Wチャンス賞対象者のみをカウントしたもの。

【応募要件】

「ニセコ湯めぐりパス」を購入の上、利用施設数に応じて景品がもらえる。

【景品】

- 缶バッジ（2施設）、■ステッカー（10施設）、■湯めぐり名人タオル&Tシャツ（20施設）、■湯めぐりはスポーツだTシャツ（25施設コンプリート）
- 完全制覇者に抽選でWチャンス賞あり※

【特徴】

「ニセコ湯めぐりパス」の加盟施設をめぐり、「湯めぐり名人」を目指すスタンプラリー。スタンプの押印に当たっては、「ニセコ湯めぐりパス」の**使用が必要**となる。

ニセコフェスティバルのイベントの一つであり、温泉を愛する方々に交流機会を提供し、**地域のコミュニケーションツール**としても機能している。

【課題・特記事項】

- ・抽選によらず記念の品を入手できる現在の規模感では、参加者の満足度が極めて高いと想定される。今後の参加者の増加は望ましいが、増加数によっては景品等の現状維持はできなくなるため、バランスが難しいところ。
- ・将来的には、別府温泉のように88湯を対象とした通年型のイベントを目指したいとのこと。

しりべし地域
参加市町村

2017年はエリアを岩内町、島牧村まで拡大し、加盟店が13会場から25施設に増加

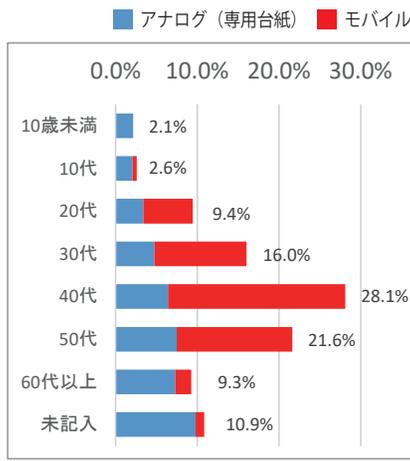


モバイルorアナログ？

しりべしケース15の特徴として、主催機関が連携してイベント結果情報を共有したことにより、単独ではなく複数のイベントデータを比較・分析できることが挙げられます。

例として、2017年には⑤⑥のモバイルスタンプラリーがスタートしましたが、今後スタンプラリーにもデジタル化の波が押し寄せてくるのか、複数のデータを活用して、モバイルスタンプとアナログスタンプの状況を検証していきましょう。

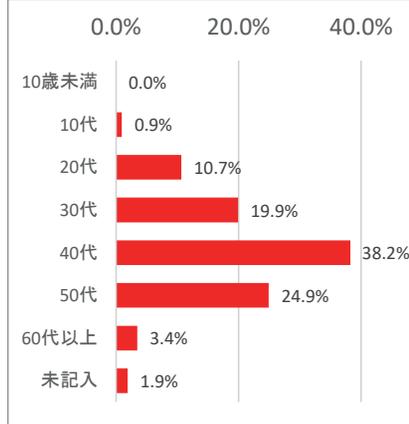
【図1】⑥ 積丹半島ブルーラインスタンプラリー



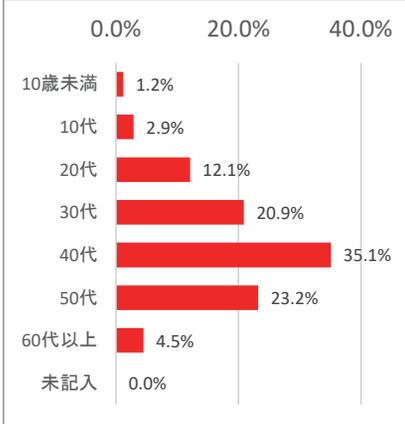
【図1】は、モバイルとアナログを併用した⑥積丹ブルーラインの参加者年齢グラフですが、これをモバイルとアナログのグラフに切り分け、他のスタンプラリーと比較すると興味深い結果が得られます。

モバイルスタンプのデータを、⑤北海道スマホスタンプラリーの年齢グラフと比較すると、**グラフの波形がほぼ一致している**ことが分かります。(【図2】)

【図2】⑥ 積丹半島ブルーライン(モバイルのみ)



【図3】⑤ 北海道スマホスタンプラリー



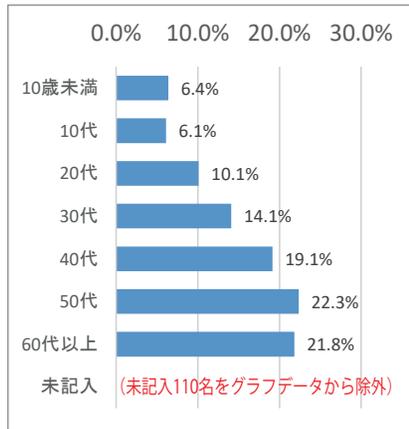
【図3】



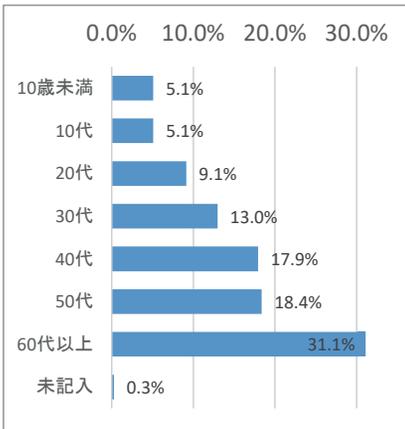
40代の参加が一番多く、次いで50代↓30代の順になっているわ。10歳未満のスマホ保有率が低いことと、60代以上の方がスマホの活用にも多少抵抗があることが原因と考えられるわね。

一方、アナログスタンプのデータを、②知産志食の年齢グラフと比較すると、多少の誤差はあるものの、**年齢層が高くなるほど参加者が多くなる**傾向が確認できます。(【図4】【図5】)

【図4】⑥ 積丹半島ブルーライン(アナログのみ)



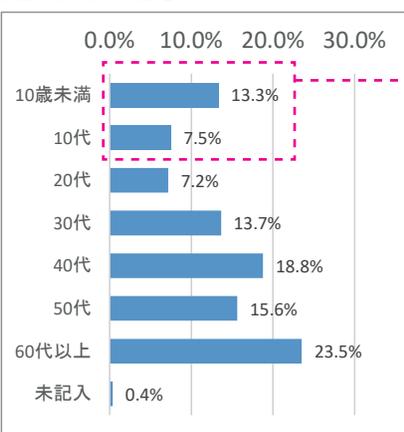
【図5】② 知産志食スタンプラリー2017



【図4】【図5】

複数のデータを活用して参加者の年齢層を比較すると、**高齢年齢層におけるアナログスタンプのニーズは根強い**ものと考えられることから、モバイルとアナログは棲み分けができており、スタンプラリーのデジタル化が一方的に進むことはなさそうです。

【図6】① ご当地キャラクターシールラリー2017



ちなみに、我々の①シールラリーは、スタンプの代わりにシールを使っており、子供とファミリー層をメインターゲットにしているイベントなので、**低年齢層の参加が多い**という結果が出ています。(【図6】)

なお、モバイルスタンプラリーはまだ仕組み上の課題も多く、発展途上ではありますが、これらのデータ比較から、参加者の年齢層が高いスタンプラリーにおいて、**新たな参加者層を開拓**したという点で、モバイルスタンプラリーが登場した意義は大きいと考えています。

しりべし地域のスタンプラリーは、今後も多様な形式で実施されることにより、お互いに補完しながら共存していくことが望まれます。

地域主催型と外部主催型

しりべし地域のスタンプラリーは、主催元で「地域主催型」と「外部主催型」に分類すると、その傾向と特徴が見えてきます。

「地域主催型」は、会場となる施設の所有者や関係者が自ら実施し、「外部主催型」は外部の団体等が地域の施設を借りて実施する形となります。道の駅連絡会が主催する③道の駅スタンプラリーが前者、小樽商科大学が主催する①シールラリーが後者の例です。(⑤については、所有施設である高速道路を会場に含みますが、道の駅等の外部施設を併用することから、外部主催型に分類しています)



外部主催型のみが、しりべし地域20市町村をつなぐ全域実施を実現しています。

【図7】スタンプラリーの主催元分類

地域主催型	外部主催型
① [2] ③ [13]	<div style="border: 2px dashed red; padding: 5px;"> ① [20] ② [20] ④ [20] </div> ⑤ [14]
⑫ [1] ⑥ [7]	
⑬ [8] ⑦ [4]	
⑭ [1] ⑧ [4]	
⑮ [2] ⑨ [3]	
⑩ [4]	

外部主催型は、個人情報を含んでいる「応募箱」を管理することが難しく、現地応募形式がありません。

応募方法 **スマホ** **郵送** **現地応募**

【 】内の数字は参加市町村数 (MAX20)

⑮	らんこし湯めぐりスタンプラリー
⑭	NISEKO食べな！遊びな！
⑬	ニセコ温泉郷湯めぐり名人
⑫	仁木町スタンプラリー
⑪	赤井川×神恵内村道の駅スタンプラリー
⑩	しりべしミュージアムロード展スタンプラリー
⑨	美しい村スタンプラリー
⑧	南しりべし「道の駅」スタンプラリー
⑦	北しりべし味覚&くつろぎスタンプラリー
⑥	積丹半島ブルーラインスタンプラリー
⑤	北海道スマホスタンプラリー
④	トドックスマイルキャラバン
③	道の駅スタンプラリー
②	知産志食スタンプラリー
①	ご当地キャラクターシールラリー

この調査の開始当初は、「しりべし地域のスタンプラリーは、会場の重複も多く、乱立しすぎではないか」というどちらかという否定的な仮定を設定していました。しかしながら、各スタンプラリーの会場の重複状況を調査したところ(図8)、しりべし地域は、観光地ゆえにスタンプラリーが多数存在することによって、**意識的な連携はしていなくても、自然発生的に連動しているという、「しりべしスタンプラリーネットワーク」とでもいふべき特殊な状況下にあることが確認されました。**

【図8】しりべし地域スタンプラリーの連動状況

15	25	25	15	2	5	3	5	9	41	19	20	14	79	31	しりべし地域会場数(常設会場のみ)				
⑮	⑭	⑬	⑫	⑪	⑩	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①					
湯めぐり	食・遊	湯めぐり	ニセコ	仁木町	神恵内村	赤井川村	ミュージアム	しりべし	美しい村	南しりべし	北しりべし	積丹ブルー	北海道スマホ	トドック	道の駅	知産志食	シールラリー		
0	0	1	1	2	1	3	5	4	6	13	14	12	19	19	12	14	12	①	シールラリー
1	1	0	1	2	0	3	5	3	7	14	12	14	14	14	9	12	14	②	知産志食
0	0	0	0	2	0	3	5	1	2	14	9	12	14	12	14	12	14	③	道の駅
1	0	1	1	2	1	2	2	4	4	10	9	12	14	14	13	13	13	④	トドック
0	0	0	0	2	0	3	5	3	4	10	14	14	14	13	13	13	13	⑤	北海道スマホ
0	0	2	0	1	1	0	0	5	4	4	2	7	6	6	6	6	6	⑥	積丹ブルー
0	0	0	1	1	0	1	0	5	3	4	1	3	4	4	4	4	4	⑦	北しりべし
0	0	0	0	0	0	1	0	0	5	2	5	5	5	5	5	5	5	⑧	南しりべし
0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	3	2	3	3	3	3	3	3	⑨	美しい村
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	⑩	しりべしミュージアム
0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	⑪	赤井川村・神恵内村
0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	⑫	仁木町
4	1	0	0	1	0	0	0	2	0	0	1	0	0	1	0	0	1	⑬	ニセコ湯めぐり
0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	⑭	NISEKO食・遊
0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	⑮	らんこし湯めぐり
6	2	10	4	13	4	17	23	23	32	68	63	62	82	81	81	81	81		会場重複数合計
3	2	6	4	8	4	8	6	9	9	9	13	9	12	12	12	12	12		スタンプラリー連動数

特に2017年に関しては、外部主催型のスタンプラリーの存在が、しりべしスタンプラリーネットワークの形成において特徴的だったと言えます。

スタンプラリーに関しては、リピーターを除けば、地域の施設等で応募用紙を直接手にしたことが、イベントを知りきっかけや参加動機につながっていると考えています。1会場でも他のスタンプラリーと重複（＝連動）することは、お互いに広報上の効果があると言え、この意味において広域実施型である外部主催型のスタンプラリーは、イベントをつなぐ効果があったと考えられます。



例えば④トドックは、他のスタンプラリーと調整の上会場を設定したわけではありませんが、結果として最多の13のスタンプラリーと連動していたと言えます。北海道の全179市町村に1つずつ会場を設定していますので、他の地域でもそうした役割を担っていた可能性がありますでしょう。

また、【図8】で会場重複数が「0」となっているスタンプラリー、例えば⑦北しりべしと⑧南しりべしなどは、直接的な連動関係にはありませんが、⑦の参加者が外部主催型の①②④⑤に同時に参加することによって、⑧のイベントを知るきっかけが生まれることも期待されます。

【図9】外部主催型イベントの効果



一方で、先に述べたとおり、現在の連動状況は自然発生的であり偶発的なものと言えます。

例えば、⑩しりべしミュージアムは、4つのスタンプラリーと連動している状況です。

- 小川原脩記念美術館Ⅱ①
- 西村計雄記念美術館Ⅱ④
- 木田金次郎美術館Ⅱ⑥
- 有島記念美術館Ⅱ⑬
- 荒井記念美術館Ⅱなし

スタンプラリー同士で会場を調整したわけではないため、現在の状況は偶然ですが、全5館との連動が実現すれば、より効果的だと考えられます。

また、⑬ニセコ湯めぐりと⑮のらんこし湯めぐりは、会場が4つ重複していますが、開催日程がわずかに13日間しか重複していません。（P11【図13】参照）
現在⑬はニセコフェスティバルの環境として、また、⑮は新米のシーズンに開催していますが、開催日程がもう少し重なれば、両方に参加ができるため、温泉ファンは喜ぶかも知れません。



しりべし地域は、スタンプラリーが乱立しているように見えて、多数の多彩なスタンプラリーが存在することによって、自然と良い関係が生まれていると考えられます。

しかしながら、2018年は外部主催型のスタンプラリーが減少することが想定されますので、今後は偶発的な連動から、意識的な連携へと少しずつ移行することが期待されます。

【図10】応募によるスタンプ等の行方

手元に残らない		手元に残る	
⑪	②	①	
⑫	④	③	
⑭	⑤	⑧	
	⑥	⑨	
	⑦	⑬	
	⑩	⑮	
参加方法	スマホ	スタンプ	シール

初心に帰れば、スタンプを集める行為そのものが、スタンプラリー参加の動機になり得ると思う。参加者目線に立てば、スタンプ自身の魅力についても検討する余地がありそうね。

上で⑩しりべしミュージアムの話が出ていたけれど、学芸員さんが描いたという、美術館ゆかりの作家の似顔絵スタンプは、デザインが可愛くて気持ちや和むわよね。

旅行の記念にスタンプを残したい人も多いため、こういう工夫は大切ですね。

でも、応募しちゃうとスタンプが手元に残らないケースも多いっすね。



① シールリレーの会場で、どのくらい他のスタンプラリーが行われているかを調べてみたけど、道の駅は本当にスタンプラリーが多いわね。



訪問先の施設でイベントを偶然知ることが、スタンプラリーに参加するきっかけになるので、訪問者が多い道の駅会場は、イベントの広報上ありがたい存在ですよ。



複数のスタンプラリーを同時に周る人にとっても、色んなスタンプが置いてある道の駅会場は便利ッス！



広報上のメリットや参加者の利便性を考えると、道の駅を会場に選ぶことは合理的よね。

ただ地域周遊を促すことがイベントの趣旨ならば、黙っていても人が集まる道の駅じゃなく、魅力的けどあまり知られていない施設を会場に選ぶのも一つの方策だったと思うわ。



そう言われてみれば、会場については、ほとんど前年度ベースで設定したツスよね。こうして他のスタンプラリーの状況が分かっていたら、イベントの企画段階で見直しもできたかも。

【図11】 ① シールリレー会場における会場の重複状況

会場重複数		シールリレー実施会場
8	道の駅「あかいがわ」	
7	道の駅「オスコイ！かもえない」	
6	道の駅「いわない」	
6	道の駅「みなとま～れ寿都」	
6	道の駅「くろまつない」	
6	道の駅「よってけ！島牧」	
6	道の駅「名水の郷きょうごく」	
5	道の駅「らんこし・ふるさとの丘」	
5	道の駅「シェルプラザ・港」	
5	道の駅「230ルズツ」	
5	道の駅「真狩フラワーセンター」	
5	道の駅「ニセコビュープラザ」	
5	仁木町観光管理センター	
5	岬の湯しやこたん	
4	ふるびら温泉しおかぜ	
3	小樽市観光物産プラザ	
3	郷の駅「ホツときもべつ」	
2	リフレッシュプラザ温泉998	
2	余市観光協会	
2	田中酒造 本店	
2	田中酒造 亀甲蔵	
2	駅なかマート「タルシェ」	
2	小川原脩記念美術館	
2	まちの駅「ぶらっと」	
2	まっかり温泉	
1	原子力PRセンター「とまりん館」	
1	かかし古里館	
1	古平町商工会	
1	余市センター	
1	石原裕次郎記念館	
1	森林学習展示館	



他のスタンプラリーと重複していない「かかし古里館」と「とまりん館」には、応募ハガキで好意的なコメントがたくさん寄せられましたよ。



両方とも今年初開催の会場だけど、参加者の評判がとてよくて、「知ることが出来てよかった」という声がたくさんあったわね。これは今回のイベントの大きな成果だったと思うわ。



ちなみに施設側にとっては、お客さんがたくさん来るから、スタンプラリーが集中するのは嬉しいことツスよね？



そうとも言い切れないわ。特に商業施設では、台紙やスタンプ台の置き場、スタンプの押印場所のために**貴重な店舗スペースを割いてくれている**ことを忘れないようにしないとね。



スタンプラリーが増えすぎて、今年のスタンプラリーコーナーのレイアウトを見直した施設もありましたよ。



北海道のスタンプラリーは、どうしても道の駅が主軸になるけれど、会場の集中と分散のバランスを考えながら、幅広い地域周遊を促せるといいわね。

開催期間の設定

① シールリレーの28会場を実際に訪問してみたところ（19ページ参照）、しりべし地域全20市町村を1〜2日で周るのは難しく、開催期間の設定は、広域型イベントになるほど長期間必要になるといえます。

また、イベント開始時期の設定に関しては、GWを含んで実施した場合、応募数にプラス効果があるようです。前年度から開始時期を2か月前倒しした⑨⑪は応募数が増加し、1か月遅らせた②は応募数が減少しています。

【図12】 開始時期の変更と応募数の変化

⑪	⑨	②		
赤井川村 神恵内村	美しい村	知産志食	2016	開始日
7/3	7/1	4/29	2017	
5/1	5/1	6/1	2016	応募数
803	201	4,396	2017	
2,087	565	3,193	前年度比	
260%	281%	73%		



参加者の意見からも、GWに1回、夏に1回、秋に1回くらいのペースで、季節ごとの特産品を楽しみつつ、無理なくスタンプラリーに参加できるようなパターンが、しりべし地域周遊の理想だと考えられます。

【図13】 スタンプラリー開催期間一覧

⑮	⑭	⑬	⑫	⑪	⑩	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	開始日
湯めぐり らんこし	NISEKO 食・遊	湯めぐり ニセコ	仁木町	赤井川村 神恵内村	しりべし ミュージアム	美しい村	南しりべし	北しりべし	積丹ブルー	北海道スマホ	トドック	道の駅	知産志食	シールリレー	7/21
9/27	8/19	7/15	6/1	5/1	7/15	5/1	7/15	6/10	7/22	7/14	2016/11/1	4/15	6/1	7/21	
															4月
															5月
															6月
															7月
															8月
															9月
															10月
															11月
															12月
															1月
															2月
															3月
															終了日
11/5	10/9	10/9	10/31	9/30	9/24	11/30	10/31	10/15	10/31	11/6	10/16	3/21	11/30	10/1	
40	52	87	153	153	72	214	109	128	102	116	350	341	183	73	開催期間 (日)

しかしながら、主催者が開催期間をどのように設定しても、「開催期間が長すぎる」又は「開催期間が短すぎる」という声が寄せられます。

参加から当選発表までの期間が長いという意見に関しては、⑫仁木町スタンプラリーのように、毎月抽選している

事例もありますが、開催期間が短いという意見に関しては、参加者がイベントを知るタイミングによるものであり、開催期間の長期化によって解消するのではなく、イベント情報を参加者に早い段階で伝える広報上の取組が必要だと考えています。

Aの時期に応募した人は、期間が長いと思うけど、Bの時期にイベントを知った人は、期間が短いと思うよね。



新たな連携に向けて

本プロジェクトでは、しりべしケース15の作成を通して、また、シールリレーをはじめとしたこれまでの取組を通して、次の2点を確信しています。

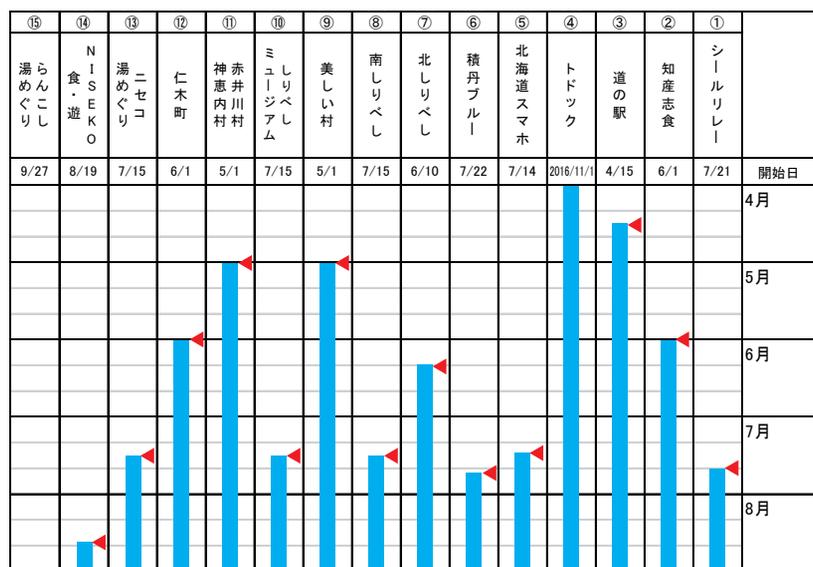
- I. しりべし地域は、訪問者を満足させる観光コンテンツが揃った魅力的な地域である。
- II. しりべし地域のスタンプラリーは、地域の特産品等が当選する確率が高い、魅力的なイベントである。

I に関しては、しりべし地域の魅力を伝え、活性化を図るためには、普段しりべし地域を訪問しない「無関心層」の誘客が最大のミッションだと考えています。

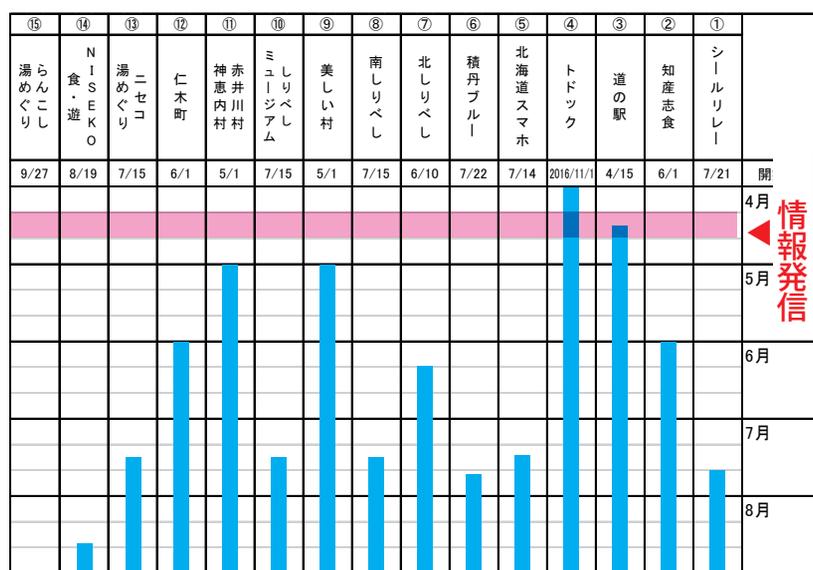
一方でIIに関しては、スタンプラリーの意義や効果を感じつつも、そうした無関心層を動かすツールとしては機能していないことも実感しています。

換言すれば、しりべし地域の訪問がきっかけでスタンプラリーに参加することはあっても、スタンプラリーの参加を目的にしりべし地域を訪問するケースは少ないというのが現状でしょう。

【図14】情報発信の早期化イメージ



イベント情報は、通常は会場にチラシ等が配置される、各イベントの開始時期◀に発信されますが・・・。



イベント開催前から情報発信することによって、参加者が早期にイベント情報入手する機会が生まれ、前ページで述べた「開催期間が短い」という参加者の不満を解消する効果も期待されます。

4STEP!

1. 情報の共有
2. 情報の一元化
3. 情報発信の早期化
4. 情報の拡散

しかしながら、しりべし地域のスタンプラリーは、【情報】をキーワードとした次の4STEPで、新たな連携に移行することにより、無関心層に地域訪問を促すツールに発展する可能性があると考えています。

1については、この「しりべしケース15」のように、主催者が連携して情報を共有することによって、イベントの改善につながる可能性があります。2については、一つのスタンプラリーの情報では、無関心層を動かすには至らないかも知れませんが、次ページの【図15】の例のように、しりべし地域のスタンプラリーの情報を一元化して一斉発信することにより、無関心層の興味を喚起する可能性があると考えています。

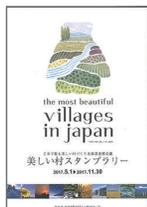
3については、2で一元化した情報を、開催予定イベントを含めて早い時期に発信することによって、無関心層が各イベントを知る機会を拡げ、参加のきっかけを作ることができるでしょう。(図14)

最後に4については、3で情報を発信を早期化しても、情報の受け手に届かなければ意味がありません。情報を効果的に拡散する工夫が最も重要と言え、ここにおいては、新しい取組の提言が必要だと考えています。

【図15】しりべし地域スタンプラリー情報の一元化と一斉発信イメージ

しりべし地域はスタンプラリーが熱い!

③ 美しい村スタンプラリー



【開催期間】
2018年 5月1日
11月30日
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
郵送

【応募要件】
9町村1地域のスタンプを5~10個集めて応募

【景品】
■5つ(3,000円相当の特産品)・8つ(5,000円相当の特産品)・完全制覇(10,000円相当の特産品)

当選期待度? ★★★★★

② 道の駅スタンプラリー2018



【開催期間】
2018年 4月15日
2019年 3月21日
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
現地応募

【応募要件】
全道117か所の道の駅スタンプ5駅以上で、いずれか1つの賞に応募可能

【景品】
■スタンプブックカバー(5駅:2,000名)
■道の駅特産品セット(50駅:117名、80駅:117名、115駅以上:117名)

当選期待度? ★★★★★

① 知産志食スタンプラリー2018



【開催期間】
2018年 4月28日
11月30日
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
郵送

【応募要件】
スタンプ5個で1口応募(MAXは25個で5口)

【景品】
■しりべし特産品・食事券(95名)
■5口応募でWチャンス賞あり(ペア宿泊券5組)

当選期待度? ★★★★★

⑥ 仁木町スタンプラリー



【開催期間】
2018年 6月1日
10月31日
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
現地応募

【応募要件】
仁木町内のスタンプラリー参加農園と、仁木町観光管理センターの2か所のスタンプで応募可能

【景品】
仁木町特産品(・新米5kg・果物詰め合わせ・ジュースセット・利用券等)

当選期待度? ★★★★★

⑤ NISEKO食べな! 遊びな! 2018スタンプラリー



【開催期間】
2018年 8月
開催予定
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
現地応募

【応募要件】
参加店舗及び施設の利用によりスタンプを2つ集めて応募(MAX3つ)

【景品】
■ニセコの野菜詰め合わせ又は掲載店舗の商品券(29名)
■スタンプ3つの応募でWチャンス賞あり(ペア宿泊券:1名)

当選期待度? ★★★★★

④ 北海道スマホスタンプラリー



【開催期間】
2018年 7月14日
11月6日
【参加形式】
スマホ
【応募方法】
スマホ

【応募要件】
全道209か所のスタンプのうち、集めたスタンプ数(1~150個)に応じて全8種類の賞に複数応募が可能

【景品】
北海道グルメ1年分、特産品、施設利用券、旅行券など(計354名)

当選期待度? ★★★★★

⑧ 南しりべし道の駅スタンプラリー2018



【開催期間】
2018年 7月
開催予定
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
現地応募

【応募要件】
南しりべしの道の駅5駅全てのスタンプを集めて応募

【景品】
■A: 宿泊券、B: 道の駅利用券、C: 温泉利用券、D: お食事券等(当選数:59)

当選期待度? ★★★★★

⑦ ぐるーっとまるる味覚&くつろぎのスタンプラリー



【開催期間】
2018年 6月10日
~10月15日
【参加形式】
スタンプ
【応募方法】
郵送

【応募要件】
積丹町、古平町、仁木町、赤井川町の4町村のスタンプ全てを集めて応募

【景品】
■それぞれの町村の特産品(各10名、計40名)

当選期待度? ★★★★★

【免責事項】
この一覧は、小樽商科大学のプロジェクトが情報提供を目的として作成したものです。スタンプラリー主催者の提供する情報となり、掲載内容の不備による損害については責任を負いかねます。
また、「当選期待度?」は、昨年度の実績を基に独自に予想したものであり、当選を保証するものではありませんので、ご了承ください。

SAMPLE

2018. X. XX 版

情報の拡散に関しては、特にしりべし地域の中核的存在である「北海道後志総合振興局」との連携が肝要だと考えられます。

例えば、週末の予定を立てるときには、「地域名 イベント」といったキー

ワードでweb検索する人が多いと思いますが、しりべし地域のイベント情報を検索した場合、検索結果リストの最初に表示されるのは、後志総合振興局のイベント情報ページです。



私たちのイベントは、集めることを競う「シールラリー」ではなく、地域と地域、地域と人をつなぐ意味から、「シールラリー」と名付けました。

私たちの取組が、文字どおり地域をつなぐボタンになることを切に願い、本書のまともに代えさせていただきます。

特に、魅力的な観光コンテンツを持ち、多種多様なスタンプラリーが開催されているしりべし地域においては、地域と地域、主催者と主催者、イベント情報と参加者など、様々な要素をつないでいくことによって、その可能性はより高まるものと考えています。

現状では全面的に肯定しうる状況はないとしても、この答えは「YES」であると私たちは信じています。

「スタンプラリーは地域を活性化するか」

後志総合振興局のイベント情報ページには、イベントリストが公表されていますが、このリストにスタンプラリーの情報を追加することや、一元化した情報にリンクを張るなどの連携方策が考えられます。多くの方が訪れる可能性があるサイトとの連携は、情報の拡散に極めて効果的と言えるでしょう。

キャラクターでつなげる
地域の輪プロジェクト
Circle Of Characters



SHODAI-KUN



NISEKO-SAN



SHODAI-KUN MK2

キャラクターでつなげる地域の輪プロジェクトは、大学職員による地域活性化プロジェクトです。大学が所在するしりべし地域の活性化のために、教員や学生とは違うアプローチを模索した結果、しりべし 20 市町村の全てにご当地キャラクターが存在することに着目し、キャラクターを介した広域連携に取り組みました。

ご当地キャラクターシールリレーは、本プロジェクトの主軸となる取組であり、スタンプラリー形式の地域周遊促進イベントです。

ご当地キャラクターシールリレーイベント台紙サンプル

(実物はA3二つ折りサイズ)

小樽商科大学 PRESENTS
ご当地キャラクター
シールリレー-2017
開催期間 2017.7/21▶10/1

シールを集めて楽しみ
たい人は、右のシール
台紙に貼ってね♪

5枚以上集めてプレゼントに応募する人
は、下の応募ハガキにシールを貼ろう!

もちろんシール集めと
応募の両方だつてOK!
各会場のシールは2枚
までお持ち帰りができます。

シールリレー-2017 応募ハガキ

見本

どらごん太
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。どらごん太は、旭川市を代表するキャラクターで、旭川市の観光大使として活躍中。

ムーゴン(夢呼猿)
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。ムーゴン(夢呼猿)は、旭川市の観光大使として活躍中。

たら丸
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。たら丸は、旭川市の観光大使として活躍中。

共ん8和ちゃん
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。共ん8和ちゃんは、旭川市の観光大使として活躍中。

岩宇地域

ふるっぴ〜
所属：旭川商工会 誕生年：2015年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。ふるっぴ〜は、旭川市の観光大使として活躍中。

ソーらん坊や
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。ソーらん坊やは、旭川市の観光大使として活躍中。

ソーラン武士!!
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。ソーラン武士!!は、旭川市の観光大使として活躍中。

おたる運がっば
所属：旭川商工会 誕生年：2007年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。おたる運がっばは、旭川市の観光大使として活躍中。

ニキボー
所属：旭川商工会 誕生年：2004年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。ニキボーは、旭川市の観光大使として活躍中。

あかりん
所属：旭川商工会 誕生年：2014年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。あかりんは、旭川市の観光大使として活躍中。

商大くん
所属：旭川商工会 誕生年：2007年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。商大くんは、旭川市の観光大使として活躍中。

タルビー
所属：旭川商工会 誕生年：2013年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。タルビーは、旭川市の観光大使として活躍中。

北しりべし地域

風太
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。風太は、旭川市の観光大使として活躍中。

らぶらちゃん
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。らぶらちゃんは、旭川市の観光大使として活躍中。

ピープルミルちゃん
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。ピープルミルちゃんは、旭川市の観光大使として活躍中。

シマくん8マキちゃん
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。シマくん8マキちゃんは、旭川市の観光大使として活躍中。

南しりべし地域

じゃが子ちゃん
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。じゃが子ちゃんは、旭川市の観光大使として活躍中。

じゃが太くん
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。じゃが太くんは、旭川市の観光大使として活躍中。

ゆうくん8ずいちゃん
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。ゆうくん8ずいちゃんは、旭川市の観光大使として活躍中。

羊蹄山麓地域

ゆり姉さん
所属：旭川商工会 誕生年：2004年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。ゆり姉さんは、旭川市の観光大使として活躍中。

ニッキー
所属：旭川商工会 誕生年：1993年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。ニッキーは、旭川市の観光大使として活躍中。

るすっぴー
所属：旭川商工会 誕生年：2014年
旭川市にある旭川商工会のキャラクター。るすっぴーは、旭川市の観光大使として活躍中。

シールは台紙にコレクションできます。

シールを5枚集めると応募可能です。また、10枚集めて応募すると、Wチャンス賞の対象になります。

実物大!



2017年度から、応募してもシールが手元に残せるシール台紙を新たに追加しました。応募ハガキの10枚を達成した後、引き続き地域を周遊してくれた方も多いようです。また、各地のご当地キャラクターの紹介文を載せ、キャラクターの知名度向上を図っています。

各地のキャラクターをディフォルメしたオリジナルデザインのシールです。公式アナウンスはしていませんが、実は80枚に1枚の割合で、シークレットシールが混じっており、探して楽しんだ方もいたようです。



【表1】ご当地キャラクターシールリレー過去3年間結果推移

平成27年度		平成28年度		平成29年度		昨年度比較
824		1,714		1,560		
6,761		14,309		13,405		② 応募シール貼付総枚数
8.21		8.35		8.59		③ 応募シール平均貼付枚数
23,160		65,090		71,373		④ 会場シール配布総枚数
道内	道外	道内	道外	道内	道外	⑤ 応募者居住地
92.8%	7.2%	79.6%	20.4%	84.1%	15.9%	
25.0%		26.0%		20.8%		⑥ 19歳以下参加率
51日間 (H27.9.19-11.8)		93日間 (H28.7.2-10.2)		73日間 (H29.7.21-10.1)		⑦ 開催期間
27		43		28 (31施設)		⑧ 会場数 (臨時を除く)
常設会場	イベント会場	常設会場	イベント会場	常設会場	イベント会場	
24	3	26	17	28	-	⑨ トレカ配布
全会場		イベント会場のみ		なし		

今年で3回目になるので、知名度も多少上がって、リピーターも増えているツスよね！

シールを使う関係上、普通のスタンプリレーと比べて、会場となる施設のスタッフに負担をかけてしまう形式だけど、それを見合うだけの結果を残せていけばいいわね。実施結果を項目別に見ていきましょ。



まなかつたとも言えますね。



とはいえ、期間が20日間短縮になったことを考えれば、それほど大きく落ち込まないですね。



⑨ご当地キャラトレカの配布中止も、このイベントの大きな特徴である⑥19歳の参加率に響いたツスね。



【表1】はシールリレーのこれまでの実施結果概略ね。今年度は、初めて補助金に頼らないイベント運営に取り組んだけど、予算都合による⑦開催期間の短縮や、⑧実施会場の減少等の影響もあり、昨年度よりも数値が下がり気味ね。

【表2】シール配布数一覧

順位	会場No	会場名	配布数	H28	H28順位	H28比
1	25	道の駅「230ルスツ」	5,558	10,560	1	52.6%
2	28	道の駅「ニセコビュープラザ」	4,488	4,446	2	100.9%
3	24	郷の駅「ホツときもべつ」	4,195	3,200	6	131.1%
4	23	道の駅「名水の郷きょうごく」名水プラザ	4,180	4,240	3	98.6%
5	9	道の駅「くろまつない」	3,892	-	-	-
6	4	道の駅「いわない」	3,686	2,945	7	125.2%
7	1	道の駅「オスコイ！かもえない」	3,384	2,880	8	117.5%
8	6	道の駅「らんこし・ふるさとの丘」	3,310	3,874	4	85.4%
9	18	小樽市観光物産プラザ(運河プラザ)	3,115	-	-	-
10	14	道の駅「あかいがわ」	3,032	2,400	11	126.3%
11	20	石原裕次郎記念館	2,991	2,071	14	144.4%
12	8	道の駅「みなとま〜れ寿都」	2,759	3,568	5	77.3%
13	26	道の駅「真狩フワワーセンター」	2,733	2,448	10	111.6%
14	10	道の駅「よってけ！島牧」	2,328	2,864	9	81.3%
15	7	道の駅「シェルプラザ・港」	2,313	2,320	13	99.7%
16	16	余市iセンター	2,104	1,973	16	106.6%
17	17	田中酒造(本店/亀甲蔵)	2,017	2,062	15	97.8%
18	22	まちの駅「ぶらっと」	1,831	1,165	18	157.2%
19	19	駅なかマート「タルシェ」	1,643	1,590	17	103.3%
20	3	原子力PRセンター「とまりん館」	1,623	-	-	-
21	15	余市観光協会	1,571	846	21	185.7%
22	13	仁木町観光管理センター	1,471	960	20	153.2%
23	11	岬の湯しゃこたん	1,451	2,379	12	61.0%
24	27	まっかり温泉、森林学習展示館	1,329	1,089	19	122.0%
25	5	かかし古里館	1,288	-	-	-
26	12	古平町商工会、ふるびら温泉しおかぜ	1,053	791	22	133.1%
27	21	小川原脩記念美術館	829	337	23	246.0%
28	2	リフレッシュプラザ温泉998	716	288	24	248.6%
-	-	extra: 輪厚パーキングエリア	483	-	-	-
			71,373	65,090		109.7%

できたので、実際のイベント参加者は昨年度よりも減っていると思うわ。



ただし、今年は応募用のシールの他に、訪問の記念にもう1枚持ち帰ることが



シールの配布総数は、昨年度よりも少し増えましたね。

観光シーズンに実施できなかったことが影響したかも知れないわ。



逆ピンク部分は、昨年度からの減少が気になるところね。今年は7月上旬の

うに、昨年度からの伸びが大きい会場にも注目ツスね。イベント効果が昨年度よりも高かったことになるツス。



施設自体の訪問者数が異なるので、配布数の多寡だけじゃなくて、緑部分のよ

【表3】シール応募数一覧

順位	会場 No	会場名	応募数	H28	H28 順位	H28比
1	28	道の駅「ニセコビュープラザ」	865	1,084	1	79.8%
2	4	道の駅「いわない」	781	852	5	91.7%
3	23	道の駅「名水の郷きょうごく」名水プラザ	744	884	4	84.2%
4	25	道の駅「230ルスツ」	681	943	2	72.2%
5	26	道の駅「真狩フラワーセンター」	675	916	3	73.7%
6	24	郷の駅「ホツときもべつ」	606	682	8	88.9%
7	14	道の駅「あかいがわ」	604	770	6	78.4%
8	16	余市iセンター	595	752	7	79.1%
9	9	道の駅「くろまつない」	594	-	-	-
10	22	まちの駅「ぶらっと」	585	529	13	110.6%
11	1	道の駅「オスコイ！かもえない」	557	584	11	95.4%
12	6	道の駅「らんこし・ふるさとの丘」	553	658	10	84.0%
13	15	余市観光協会	501	439	16	114.1%
14	13	仁木町観光管理センター	481	452	15	106.4%
15	8	道の駅「みなとま～れ寿都」	454	559	12	81.2%
16	7	道の駅「シェルプラザ・港」	453	663	9	68.3%
17	18	小樽市観光物産プラザ(運河プラザ)	409	-	-	-
18	3	原子力PRセンター「とまりん館」	385	-	-	-
19	17	田中酒造(本店/亀甲蔵)	381	513	14	74.3%
20	5	かかし古里館	379	-	-	-
21	10	道の駅「よってけ！島牧」	366	437	17	83.8%
22	19	駅なかマート「タルシェ」	347	430	18	80.7%
23	12	古平町商工会、ふるびら温泉しおかぜ	260	204	22	127.5%
24	21	小川原脩記念美術館	249	200	23	124.5%
25	11	岬の湯しやこたん	241	215	21	112.1%
26	20	石原裕次郎記念館	230	313	20	73.5%
27	27	まっかり温泉、森林学習展示館	225	359	19	62.7%
28	2	リフレッシュプラザ温泉998	171	80	24	213.8%
-	-	extra: 輪厚パーキングエリア	33	-	-	-
			13,405	14,309		93.7%

応募数について



応募用紙に貼られたシールを会場別にカウントしたのですが、ニセコビュープラザが3年連続1位になりました。



98が伸びているツスね。緑部分の会場、特に温泉9



応募用紙に貼られた平均枚数は、8・35枚から8・59枚に増えたので、昨年度よりも一人当たりの訪問会場数が増えていますね。



応募用紙のMAX10枚を超えたシールはカウント外としたけれど、10枚以上貼ってくれた人も多かったわね。SNSで、全会場コンプリートの画像を送ってくれた人もたくさんいて嬉しかったわ。

【表4】応募率一覧

順位	会場 No	会場名	応募数	配布数	応募率	H28 順位
1	13	仁木町観光管理センター	481	1,471	32.7%	3
2	22	まちの駅「ぶらっと」	585	1,831	31.9%	4
3	15	余市観光協会	501	1,571	31.9%	2
4	21	小川原脩記念美術館	249	829	30.0%	1
5	5	かかし古里館	379	1,288	29.4%	-
6	16	余市iセンター	595	2,104	28.3%	5
7	26	道の駅「真狩フラワーセンター」	675	2,733	24.7%	6
8	12	古平町商工会、ふるびら温泉しおかぜ	260	1,053	24.7%	13
9	2	リフレッシュプラザ温泉998	171	716	23.9%	11
10	3	原子力PRセンター「とまりん館」	385	1,623	23.7%	-
11	4	道の駅「いわない」	781	3,686	21.2%	9
12	19	駅なかマート「タルシェ」	347	1,643	21.1%	12
13	14	道の駅「あかいがわ」	604	3,032	19.9%	8
14	7	道の駅「シェルプラザ・港」	453	2,313	19.6%	10
15	28	道の駅「ニセコビュープラザ」	865	4,488	19.3%	15
16	17	田中酒造(本店/亀甲蔵)	381	2,017	18.9%	14
17	23	道の駅「名水の郷きょうごく」名水プラザ	744	4,180	17.8%	17
18	27	まっかり温泉、森林学習展示館	225	1,329	16.9%	7
19	6	道の駅「らんこし・ふるさとの丘」	553	3,310	16.7%	19
20	11	岬の湯しやこたん	241	1,451	16.6%	23
21	1	道の駅「オスコイ！かもえない」	557	3,384	16.5%	18
22	8	道の駅「みなとま～れ寿都」	454	2,759	16.5%	20
23	10	道の駅「よってけ！島牧」	366	2,328	15.7%	21
24	9	道の駅「くろまつない」	594	3,892	15.3%	-
25	24	郷の駅「ホツときもべつ」	606	4,195	14.4%	16
26	18	小樽市観光物産プラザ(運河プラザ)	409	3,115	13.1%	-
27	25	道の駅「230ルスツ」	681	5,558	12.3%	24
28	20	石原裕次郎記念館	230	2,991	7.7%	22
-	-	extra: 輪厚パーキングエリア	33	483	6.8%	-
			13,405	71,373	18.8%	

応募率について



応募率=応募数÷配布数ですが、スタンプではなくシールを使っているからこそ算出可能な数字ですね。

訪問の主目的がシールリレー



訪問の主目的が別



応募率の高い会場ほど、シールリレーが目的で会場を訪問した可能性が高いともいえるツスね。

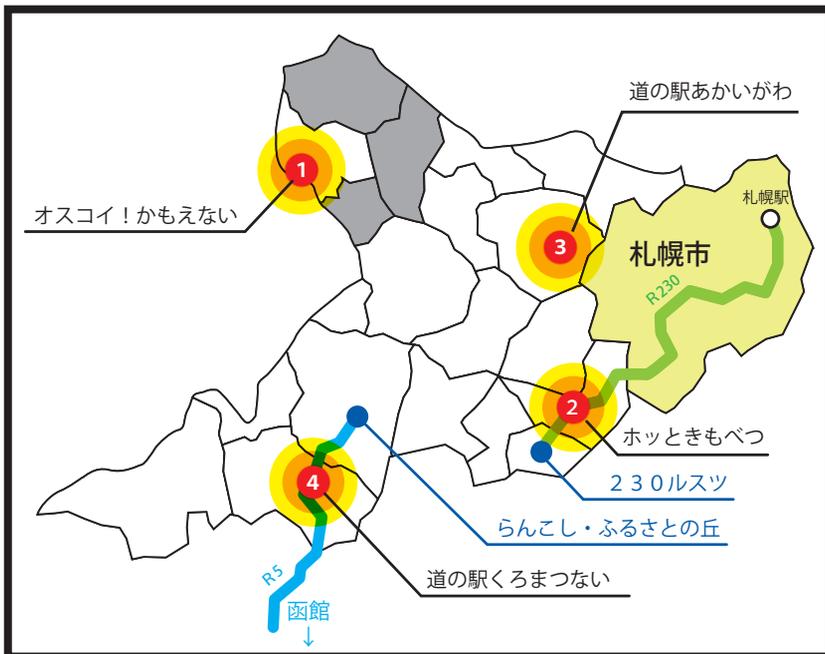


自然と人が集まる道の駅よりも、一般的に観光客が訪問する機会が少ない施設の方が、イベントによる誘導効果が大きいようね。スタンプラリーは、そうした施設への訪問を促すきっかけ作りにも効果的なツールといえるわね。

【表5】始点数一覧

順位	会場 No	会場名	応募数	始点数	H28	H28 順位
1	1	道の駅「オスコイ!かもえない」	557	135	117	3
2	24	郷の駅「ホツときもべつ」	606	134	138	2
3	14	道の駅「あかいがわ」	604	107	89	8
4	9	道の駅「くろまつない」	594	104	-	-
5	25	道の駅「230ルスツ」	681	89	213	1
6	6	道の駅「らんこし・ふるさとの丘」	553	80	113	4
7	10	道の駅「よってけ!島牧」	366	74	99	6
7	23	道の駅「名水の郷きょうごく」名水プラザ	744	74	92	7
9	28	道の駅「ニセコビュープラザ」	865	72	104	5
10	17	田中酒造(本店/亀甲蔵)	381	64	70	10
11	5	かかし古里館	379	54	-	-
12	18	小樽市観光物産プラザ(運河プラザ)	409	47	-	-
13	8	道の駅「みなとま〜れ寿都」	454	46	87	9
14	4	道の駅「いわない」	781	42	52	14
14	3	原子力PRセンター「とまりん館」	385	42	-	-
16	16	余市iセンター	595	41	67	13
16	26	道の駅「真狩フラワーセンター」	675	41	24	18
18	13	仁木町観光管理センター	481	40	34	16
19	19	駅なかマート「タルシェ」	347	38	70	10
19	22	まちの駅「ぶらっと」	585	38	46	15
21	12	古平町商工会, ふるびら温泉しおかぜ	260	36	9	23
22	20	石原裕次郎記念館	230	31	20	19
23	15	余市観光協会	501	28	5	24
24	7	道の駅「シェルプラザ・港」	453	21	70	10
25	11	岬の湯しやこたん	241	20	34	16
26	27	まっかり温泉, 森林学習展示館	225	15	13	20
27	2	リフレッシュプラザ温泉998	171	9	10	21
28	21	小川原脩記念美術館	249	7	10	21
-	-	extra: 輪厚パーキングエリア	33	31	-	-
			13,405	1,560		

【図①】始点数上位会場の状況



【表6】始点会場と居住地の関係

始点会場	参加者居住地			
	道外・道南	札幌	小樽	左記以外
1 道の駅「オスコイ!かもえない」	19.3%	27.4%	11.1%	42.2%
2 郷の駅「ホツときもべつ」	17.2%	43.3%	2.2%	37.3%
3 道の駅「あかいがわ」	15.0%	32.7%	15.0%	37.4%
4 道の駅「くろまつない」	41.3%	24.0%	4.8%	29.8%

始点数について



始点数は、応募ハガキの1番に貼られたシールをカウントした数値であり、イベント参加のスタート地点です。



始点となった会場は、本イベントを知りきつかけになつているので、主催者のにはありがたい会場ツよね。



始点数で上位となつている会場は、このイベントに限らず、しりべし地域を訪れる観光客の行動起点、玄関口になる施設とも考えられるわね。



ただし、始点として上位となつた理由は、それぞれ違いますよね。例えば4位の「道の駅くろまつない」は、函館方面から、国道5号線経由で移動してきた人が多いことが理由ですわね。



【表6】からも、くろまつないを始点とした参加者の居住地は、道外・道南が多いことが分かるツスね。道外居住者が多いのは、北海道新幹線の開業効果かも知れないツス。



3位の「道の駅あかいがわ」は、隣接する小樽から参加者が若干多いですが、スタンプリリーの最多実施施設であることが始点効果につながっています。



2位の「郷の駅ホツときもべつ」は、札幌方面から国道230号線経由で移動している人が多いということツスね。



1位の「道の駅オスコイ!かもえない」は、隣接する古平町、積丹町、泊村に道の駅がないことが理由だと思わ。そう考えると、ドライブ中に気軽に立ち寄れる数少ない施設なので、冬場に閉鎖されてしまうのは少し残念ね。

道外率と夏の北海道

今回は、道外からの参加者比率が、昨年の20・4%から15・9%に低下してしまっただツスね…。



「表7」は、会場ごとの道外者参加率一覧ですが、去年1位だった「岬の湯しゃこたん」が、28位になってますよね？



【表7】道外率一覧

順位	会場 No	会場名	道外	道内	道外率	H28 順位
1	25	道の駅「230ルスツ」	140	541	20.6%	15
2	27	まっかり温泉、森林学習展示館	46	179	20.4%	22
3	23	道の駅「名水の郷きょうごく」名水プラザ	148	596	19.9%	11
4	28	道の駅「ニセコビュープラザ」	168	697	19.4%	13
5	26	道の駅「真狩フラワーセンター」	129	546	19.1%	14
6	6	道の駅「らんこし・ふるさとの丘」	105	448	19.0%	6
7	18	小樽市観光物産プラザ(運河プラザ)	75	334	18.3%	-
8	9	道の駅「くろまつない」	105	489	17.7%	-
9	7	道の駅「シェルプラザ・港」	73	380	16.1%	8
10	14	道の駅「あかいがわ」	96	508	15.9%	17
11	16	余市センター	94	501	15.8%	12
12	22	まちの駅「ぷらっと」	91	494	15.6%	18
13	1	道の駅「オスコイ！かもえない」	86	471	15.4%	3
14	8	道の駅「みなとま～れ寿都」	69	385	15.2%	7
15	4	道の駅「いわない」	113	668	14.5%	4
16	10	道の駅「よってけ！島牧」	52	314	14.2%	5
17	21	小川原脩記念美術館	35	214	14.1%	9
18	24	郷の駅「ホツときもべつ」	80	526	13.2%	19
19	19	駅なかマート「タルシェ」	45	302	13.0%	21
20	15	余市観光協会	64	437	12.8%	10
21	17	田中酒造(本店/亀甲蔵)	43	338	11.3%	23
22	3	原子力PRセンター「とまりん館」	42	343	10.9%	-
23	13	仁木町観光管理センター	51	430	10.6%	20
24	2	リフレッシュプラザ温泉998	18	153	10.5%	2
25	20	石原裕次郎記念館	18	212	7.8%	24
26	5	かかし古里館	29	350	7.7%	-
27	12	古平町商工会、ふるびら温泉しおかぜ	19	241	7.3%	16
28	11	岬の湯しゃこたん	14	227	5.8%	1
-	-	extra: 輪厚パーキングエリア	5	28	15.2%	-
			2,053	11,352	15.3%	



岬の湯しゃこたんは、「表2」の配布数でも昨年度と比べて数値が下がっている

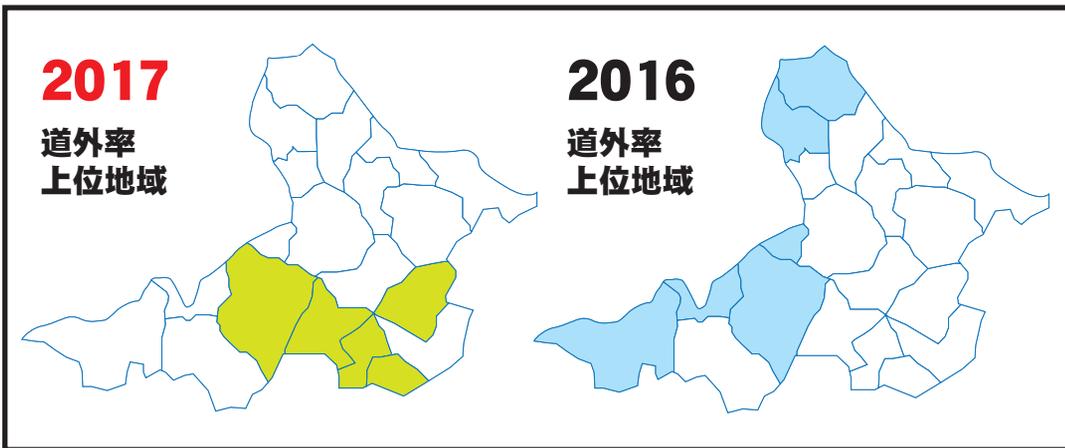
けど、今年のイベントの開催時期が20日ほど短くなって、7月上旬を含まずに開催したことが要因じゃないかと考えているの。



ウニ丼

7月上旬の積丹というと…。分かった！原因はウニツスね!?

【図②】道外率上位地域推移



積丹に限らず、しりべし地域はどこもウニが美味しくて有名ですよ。

昨年度の調査では、道外率の高い地域は海側に集中していたけれど、今年羊蹄山麓側に集中しました。



…ウニが原因とはなんとなく言いにくいけど、旅行の大きな目的は「食」だから、20日ほどの開催時期のずれによって、ウニの旬から外れたことが影響したかも知れないわね。



海沿いの温泉施設は3つとも道外率が大きく下がっていますよ。7月は北海道の短い海水浴シーズンですが、道外者の海水浴後の温泉利用が減ったというとも考えられますね。

開催時期の変更は、イベント結果に大きく影響するということですね。



ちなみに次ページは、イベント参加者の居住地域の全データですが、道外データはサンプルが少ないし、特筆すべき点は見当たらないツスね？



その一方で道内データでは、岩内町と共和町の参加者合計が昨年度の32人から89人に大幅増加していて、その大半が「かかし古里館」や「とまりん館」を利用しているわ。

どちらも今年の新規イベント会場だけど、地元の方にとって身近な施設を会場にしたことによって、地域住民の行動に変化があったことは、注目したいところね。

1	札幌市	457	20	釧路市	12	41	厚沢部町	3	54	津別町	2	67	南幌町	1
2	小樽市	123	22	二セコ町	11	41	江差町	3	54	長沼町	2	67	東神楽町	1
3	岩内町	58	23	浦河町	10	41	遠軽町	3	54	名寄市	2	67	美唄市	1
4	倶知安町	42	24	登別市	9	41	乙部町	3	54	別海町	2	67	美深町	1
5	苫小牧市	41	25	せたな町	8	41	喜茂別町	3	54	芽室町	2	67	富良野市	1
5	函館市	41	25	古平町	8	41	士別市	3	54	夕張市	2	67	増毛町	1
7	日高町	39	25	北斗市	8	41	新ひだか町	3	67	厚岸町	1	67	松前町	1
8	江別市	38	25	留萌市	8	41	壮瞥町	3	67	網走市	1	67	三笠市	1
9	旭川市	35	29	栗山町	7	41	豊浦町	3	67	上砂川町	1	67	むかわ町	1
10	共和町	31	29	八雲町	7	41	奈井江町	3	67	佐呂間町	1	67	紋別市	1
11	余市町	-	31	洞爺湖町	6	41	平取町	3	67	島牧村	1	-	赤井川村	0
12	室蘭市	24	32	大空町	5	41	森町	3	67	清水町	1	-	仁木町	0
13	伊達市	20	32	帯広市	5	41	稚内市	3	67	下川町	1	-	真狩村	0
14	北見市	19	32	寿都町	5	54	足寄町	2	67	積丹町	1			
15	岩見沢市	18	32	安平町	5	54	浦幌町	2	67	初山別村	1			
15	北広島市	18	36	滝川市	4	54	長万部町	2	67	知内町	1			
17	石狩市	15	36	今金町	4	54	神恵内村	2	67	大樹町	1			
17	千歳市	15	36	当別町	4	54	京極町	2	67	弟子屈町	1			
19	蘭越町	13	36	泊村	4	54	黒松内町	2	67	中富良野町	1			
20	恵庭市	12	36	留寿都村	4	54	標茶町	2	67	七飯町	1			

※ しりべし地域

応募者居住地データ

()内は昨年度数値

応募総数 **1560** 通 (1714)
【道内 1312 道外 248】

1312
北海道 (1365)
札幌 457
しりべし 340
その他 515

19 (25)
青森 秋田
岩手 山形
宮城 福島

6 (14)
新潟 福井
富山 山梨
石川 長野

12 (8)
鳥取 岡山
島根 広島
山口

5 (9)
大分 福岡
佐賀 長崎
熊本 宮崎
鹿児島

113 (162)
群馬 埼玉
栃木 千葉
茨城 東京
神奈川

0 (7)
香川 徳島
愛媛 高知

60 (69)
滋賀 大阪
京都 兵庫
奈良 和歌山

33 (55)
岐阜 愛知
静岡 三重

0 (0)
沖縄

1	北海道	1,312	11	京都府	7	20	群馬県	3	-	福井県	0	-	徳島県	0
2	東京都	42	12	岡山県	6	22	石川県	2	-	山梨県	0	-	大分県	0
3	神奈川県	25	12	滋賀県	6	22	富山県	2	-	長野県	0	-	佐賀県	0
3	大阪府	25	12	広島県	6	22	新潟県	2	-	奈良県	0	-	宮崎県	0
5	千葉県	22	15	福島県	5	25	秋田県	1	-	山口県	0	-	鹿児島県	0
6	兵庫県	21	16	茨城県	4	25	青森県	1	-	鳥取県	0	-	長崎県	0
7	愛知県	20	16	栃木県	4	25	岐阜県	1	-	島根県	0	-	沖縄県	0
8	埼玉県	13	16	三重県	4	25	熊本県	1	-	香川県	0	-		
9	宮城県	9	16	福岡県	4	25	和歌山県	1	-	高知県	0	-		
10	静岡県	8	20	岩手県	3	-	山形県	0	-	愛媛県	0	-		

ツールとしてのシール



我々のシールリレーは、スタンプを押せないような小さな子供でも参加できるように、シールを用いて開催しました。この方式はアナログスタンプ、デジタルスタンプに続く3つ目の形態として、浸透していくでしょうか？



参加者のコメントで最も多かったのは、シールに対する肯定的な意見だったツスね。



運営側の正直な感想としては、難しいと思うわ。第一にコストの面ね。1枚当たりのコストは約1円。1冊480枚のシール帳を、254冊作成したので、約12万円かかっているわ。私たちのイベント中最も経費がかかった項目ね。



シールが会場でも品切れになると、イベントそのものが成立しないので、多めに用意する必要があるツスからね。



第二に労力の面。今回は28種類のシールをデザインして、1冊1冊手作りで作成したけれど、作業量が膨大過ぎたわよね。



スタンプは、一度作れば会場に置いておくだけで済むけれど、シールは、会場のスタッフにシール帳を交換してもらう労力も発生しますよね。



ただ、シールというツールには、可能性を感じているわ。「こども震が見学デー」というイベントで、文部科学省の1フロアを活用して6枚のシールを集めるミニシールレーを開催したところ、子供たちにとっても好評だったの。



約1500人の全参加者のうち、100ものブース展示がある中で、我々のブースには500人の子供たちが集まりましたよね。



移動に車が必要な広域イベントよりも、子供たちが自力で移動できるような範囲で小規模に実施する方が、シールを効果的に活用できそうね。

終わりに

ご当地キャラクターシールリレーは、元々地域活性化の補助金を活用して始めた取組です。2017年は、活用できる補助金がなく、開催を取りやめることも検討しましたが、地域の方々のご協力と大学の支援を受けながら、無事開催することができました。特に景品に関しては、イベント開始



時に協賛品を募らず、「私たちのイベントが地域の役に立ちましたら、ぜひ協賛をお願いします」というスタンスで取り組みましたが、多くの方々に協賛をいただき、魅力的な景品を当選者にお届けすることができました。ご協力いただいた全ての皆様に、心から感謝を申し上げます。

本イベントは、柔軟な発想と行動力がある学生でも、高度な専門性を持つ教員でもなく、事務職員による地域活性化プロジェクトですが、大学の一員として、そして地域の一員として全力で取り組みました。

拙い取組ではありますが、私たちの取組が、しりべし地域の活性化に少しでも役立てば幸甚に存じます。

キャラクターでつなげる地域の輪プロジェクト

川本 雅史
前田 美帆子
北川 瑞穂

ありがとうございました。





しりべし地域スタンプラリー 2017 徹底研究

しりべしケース15