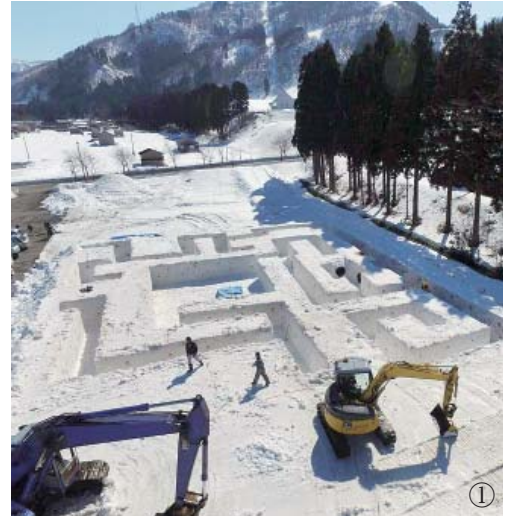


行きます・聞きます・提案します

～商工会の支援事例～ 11

「白山麓の雪、白山麓猪」を活用した冬の白山麓への誘客事業



- ① 目玉企画の巨大雪迷路づくり
- ② 雪の滑り台を楽しむ来場者
- ③ 白山麓猪の串焼きを販売
- ④ 行列ができる猪料理のブース



地域資源を活用した冬の白山麓への誘客増を目指して

白山麓ではスキー場の閉鎖が相次ぎ、かつて六か所あったスキー場は現在二か所となっています。また、観光客もここ六年間で約八万人が減少しています。白山麓では、これまで豪雪地帯の魅力を発信する事業が継続的に行われてこなかったこともあり、冬の観光客を増やすことが急務となっていました。

こうした中、平成二十八年、白山商工会青年部による白山スノーフェスティバル事業の取組が始まり、昨年度、この事業への二年目の支援がスタートしました。

実施体制を見直し

この事業は、当初、青年部内にあった実行委員会で実施していましたが、今回、任意団体にすることで、青年部OBや地元住民の方々も一緒になって活動できるようにしました。

また、この機会に実行委員会の組織体制を、広報、アトラクション、会場・ステージ、飲食、事務局の五つのチーム制とし、業務を特化させて組織の意思決定のスピード化を図りました。

「いしかわ里山振興ファンド」を申請

協賛金やイベント売上以外の資金調達のために県の里山ファンドを申請することになり、その申請をサポートしました。申請書作成のポイントは、「地

域への波及効果」、「事業の独自性」、「事業の継続性」、「資金計画」の四点です。

このポイントに照らして、白山麓の雪、白山麓猪（地域ブランド）をテーマに、白山麓の里山保全につながる事業内容にしました。具体的には、「雪のアトラクションと白山麓のジビエ料理を楽しんでもらおう」というコンセプトです。

地域資源となる「雪」と「猪」は、一方で厄介もの扱いされておりましたが、このマイナスイメージをプラスに転化させたユニークな発想が高評価につながったようで、同ファンドの採択を受けることができました。

フェイスブック等を有効活用

実行委員会内のやりとりを、フェイスブックの非公開グループやメッセージアプリを活用し、ペーパーレス化しました。フェイスブックの非公開グループでは、各チーム会議の議事録資料をネット上で画像ファイルとしてアップすることで、情報共有の場としました。意見交換もフェイスブックのコメント欄に入力することになりました。また、報告・連絡・相談のツ

ルとしてメッセージアプリを使うことで、チーム内の意思疎通が円滑になりました。

イベントの広報宣伝は、これまでのチラシの配布が中心でしたが、今回、フェイスブックをうまく活用するなど、想定したターゲット層に行き渡るよう工夫しました。

二日間で予想を上回る約七千人が来場

このように支援を進めた結果、オープニングイベントには目標の三倍以上となる来場客で大賑わいになるなど、二日間で合わせて約七千人の方々にお越しいただきました。ありがとうございました。

今回のイベントを通して、あらためて「雪」と「猪（ジビエ料理）」のニーズを再確認することができました。

今回の取組によって得られたデータを基にして、今後の白山麓への誘客事業及び魅力発信に役立てて、白山麓の活性化につなげていきたいと思えます。

清水指導員の行った支援は、平成二十九年、石川県商工会優秀支援事例の優秀賞を受賞しました。

担当経営指導員から一言（コメント）

今回の支援を通して、白山スノーフェスティバル事業の実施体制を構築することができました。自分達で企画・運営を行ったことで、手作り感満載のイベント事業になりました。



白山商工会
清水 三郎