旅行形態の変化に合わせた周遊イベント「スマホdeスタンプラリー」の実施

洞爺湖有珠山ジオパーク推進協議会
事務局長　武川正人　　事務局次長　加賀谷にれ　　事務局員　畑吉晃・中谷麻美

はじめに｜洞爺湖有珠山ジオパーク

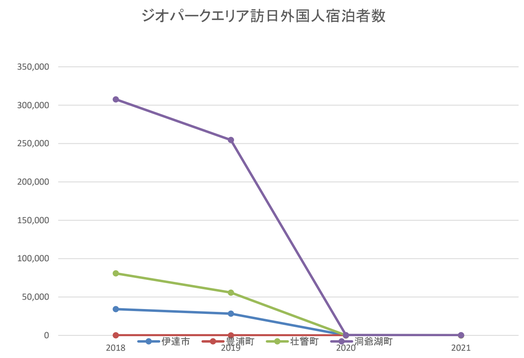
洞爺湖有珠山ジオパーク（北海道伊達市・豊浦町・壮瞥町・洞爺湖町の１市３町）は、「火山との共生」をテーマとし2008年に最初の日本ジオパークに認定され、翌2009年には世界ジオパークに認定された。

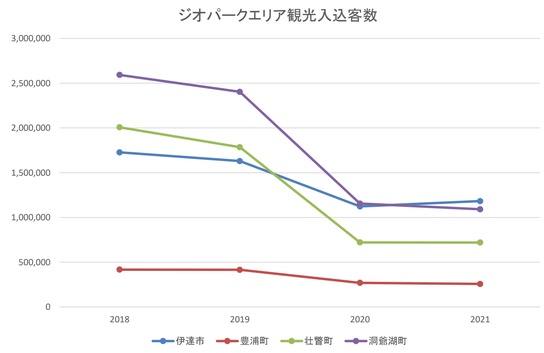
ジオパークの土台となる地学的見どころとしては、約11万年前の巨大噴火で誕生したカルデラ湖・洞爺湖、その南岸に誕生し、現在も活火山である有珠山、1944-45に誕生した火山・昭和新山、海底火山の痕跡がある。また、噴火湾沿岸の縄文遺跡のうち２つが2021年に「北海道と北東北の縄文遺跡群」の構成資産としてユネスコ世界文化遺産に登録され、火山が作り上げた大地の姿と、１万年にわたる人々の営みを垣間見ることができるジオパークである。

有珠山からの眺望（左手が噴火湾、右に洞爺湖・中島）

1｜コロナ禍による観光形態の変化

2020年初めからの新型コロナウイルス感染症の影響で、ジオパークへの来訪者、特に海外からの観光客がほぼなくなり、国内客も大幅に減少した。以下に、過去４年間の訪日外国人宿泊者数（表１）及び観光客入込客数（表２）を示す。





新型コロナ感染症の拡大は、観光客数の減少とともに、観光形態の変化をもたらした。
これまで大きな割合を占めていた「団体」「長距離」「バス・JR移動」が**ほぼゼロ**になり**「少人数（家族単位）」「近距離」「レンタカー」**で小旅行を楽しむ人が増加した。
これまで海外や道外を旅行先にしていた客層が、移動制限に伴い、近場で行ったことのない場所を旅行の目的地とするようになったと考えられる。これは、海外からの観光客の減少割合と比較し、来訪者全体の減少割合がゆるやかなことからも推測できる。

2｜新たなターゲット設定

これまでジオパークが主催する事業の対象は地域住民が中心であり、講座やジオツアーの開催期間はいずれも１～２日（あるいは半日）で、事前申し込みが必要なものが多かった。これは、事故に備えた保険やバス手配等が必要なためである。しかしそのため、集合場所までの移動に時間がかかる圏域外の住民、あるいはジオパークに興味はあっても、事業開催日（土日が多い）に都合がつかず参加できない人にとっては、ジオパークの魅力や現地の面白さを感じる機会が少なかった。

そこでコロナ禍をきっかけに増加した**「少人数（家族単位）」「近距離」「レンタカー」**の客層を新たなターゲットに設定し、ジオパークにまだなじみのない近距離圏（札幌市含む）の住民が、日程や時間に捉われず、行先と達成度を自ら選択して参加できる事業として、世帯保有率が８割を超えた（引用『日本のデジタル度』2021　デジタル庁）スマホを利用し、SNSの中でも77.8%が利用しているLINE（引用：同）で行う「洞爺湖有珠山ジオパーク　スマホdeスタンプラリー」を企画した。

3｜スマホdeスタンプラリー

スタンプラリー参加者の基本手順は、以下のとおりである。

① LINEで洞爺湖有珠山ジオパーク公式アカウントを友だち登録する
② 自分のスマホの位置情報をON
③ 洞爺湖有珠山ジオパーク内に設置されている看板まで行き、メッセージを自動受信
④ 任意の地点を周遊し、一定の箇所数に達すると、賞品がもらえる

スマホdeスタンプラリー2020〈洞爺湖巡り編〉

期間：2020.8.8～10.31
参加登録人数：785名
・１か所達成（A賞）　：259名
・３か所達成（B賞）　：196名
・９か所達成（特賞応募）：13名

特記：環境省との連携事業として実施。国立公園エリアの看板設置等について助言・協力を得た

告知チラシ（ジオパーク圏域内道の駅、関連施設、JR駅等で配布）

設置看板（スタンプラリー期間内のみ設置。看板裏にビーコン付）

賞品交換

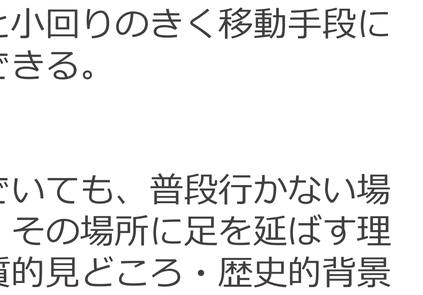
この企画の特色・効果として、以下の点が挙げられる。

【参加者が選べるコース設定】
参加者（少人数グループ、レンタカーの使用）は自ら訪れる日時、地点、地点数を選択できる。期間の長さと小回りのきく移動手段により、参加者自身が目標・コースを設定できる。

【行くきっかけができる】
ジオパークの見どころには「近くに住んでいても、普段行かない場所」が多い。スタンプラリーへの参加が、その場所に足を延ばす理由となり、実際に行ってみると眺望・地質的見どころ・歴史的背景等の情報が得られ、満足度が高まる。

【圏域内事業者との連携】
「ジオパークで人が来るようになるのか？」という問題は、GP地域が必ず考える問題であるが、当地域においてはスタンプラリ―の実施の際、圏域内の事業者（公的展示施設、個人事業者、道の駅等）に加わってもらい、賞品受け渡しやスタート時の「指令の書」の配布等を実施してもらった。これは参加者の利便性を高めるためでもあるが、事業者側においても、ジオパーク（の取組み）で人が来るようになることを、数値として実感できるようになった。

まとめ｜



３ヵ年のスタンプラリ―の実施により、当地域では新たな顧客層を開拓することができ、参加者のほとんどから、終了後に好意的な意見が寄せられた。

・ｽﾏﾎで手軽に参加できるのが良かった
・ｽﾀﾝﾌﾟﾗﾘｰが無ければ知らなかった場所が多かったので新鮮だった
・目的地を探すことにワクワクしました

ヒントやクイズについては、もっと易しくしてほしいという声と、もっと難易度を高くしてほしいという意見が拮抗し、参加者の層の厚さが読み取れた。
年ごとに少しずつゲーム性を盛り込み、参加の度に新しい発見のあるプログラムとして、今後も継続予定である。