



バーチャルなつながりを新たな地域の絆に

—小樽の隠れた魅力を発信するプロジェクトから見えてきたこと— (前編)

小樽商科大学・社会情報学科 佐山 公一

小樽での観光時間の短さが言われて久しい。2, 3時間歩いただけで札幌に帰る理由は、狭い運河沿いを歩けば小樽のすべてを見たと思うからである。強い運河のイメージを持って小樽に来るため、そのイメージに縛られて行動している。

どこから来る観光客であれ住んでいる場所があり、小樽観光に来る前に小樽に関する情報を収集している。運河以外の小樽の魅力的な事前情報があれば運河の外へ行く可能性が出てくる。

◎『おたるくらし』プロジェクト

小樽商科大学が、2014年から5年間文部科学省の地(知)の拠点事業の拠点に指定され、小樽や後志の活性化につながる事業を行うことになった。そこで、観光客の方が抱えている小樽運河に対する良いイメージを小樽の他地域にも広げてもらうプロジェクトをしてみよう、と思いたった。そうすることで、小樽を観光で訪れる方に、運河を出て小樽をあちこち歩き回ってもらえるようになる。小樽市民と観光客とのコミュニケーションも生まれる。

ソーシャルメディア(SNS)を地域の活性化や観光振興に使えるかと考えた。SNSの一つ、フェイスブック(FB)を使って、潜在的な観光客と小樽市民のバーチャルコミュニティを作る。

SNSはWebメディアであり、Webメディアを作るには、さまざまバックグラウンドを持った人材が必要になる。本プロジェクトでも、Web技術、Web上の情報の流れやフィルタリング、インターネット広告、人と人とのコミュニケーションなどの専門家や実務者を、プロジェクトメンバーとして、大学内外から募っている。『おたるくらし』フェイスブックページ(<https://facebook.com/OtaruClass>)そのものもご覧いただければ幸いである。

◎小樽の潜在的な観光資源：

歴史的建造物、市場、飲食店街、坂、断崖絶壁…

小樽には、過去にはあったが今では他の街には残っていない古き良き日本が残っている。北海道開拓の歴史、日本の近代国家としての発展の歴史が小樽にはあり、歴史的建造物にその名残をとどめている。小樽の歴史的建造物を語ることは、日本の発展の歴史を知ることにもなる。経済不況にあえぐ日本や世界の人にとって、活力のあった時代の歴史を知ることには意義があると筆者は思っている。

歴史的建造物だけではなく、小樽は、街そのもの

が北海道開拓の歴史の名残をとどめている。南樽や花園には早朝から営業している店がある。早朝3時4時から店を開けるのは、港が朝早くから始動するからである。小樽の人にとっては当たり前のごうしたことが、本州や外国の人にとっては珍しく、そこに活気を感じたりもする。小樽、とくに市場や飲食店街に来ればかつてのにぎわいを思い起こすこともでき、元気になれる。

小樽には、珍しい地形もある。いたるところに坂がある。坂の上り下りには不便を余儀なくされるが、不便であればこそエピソードが生まれ住民どうしの絆もできる。港町でありながらスキー場があるのも珍しい。天狗山には急斜面があり、海へ向かって滑り降りる快感がある。『おたるくらし』FBページにはそうしたエピソードが満載されている。

◎どのように伝えるか：

写真とストーリー性のある少し長めの文章

Web上の文章は400字が限度と言われる。とはいえ、人と人が織りなすエピソードを400字で伝えるのは難しいとプロジェクト開始当初は思われた。そこで、思いきって800字程度で小樽の潜在的な観光記事を発信してみることにした。現在も続けている。

◎誰が伝えるか：小樽市民と小樽商大の学生

『おたるくらし』FBページを立ち上げたあとで、実際に記事を書いてもらう人を、様々なつてを利用して探した。結果的に小樽市民8名にライターになっていただくことができた。筆者が商大で担当する授業の受講生にも(全部を載せるわけではないが)一人4本ずつ記事をここ2年ほど書いてもらっている。

◎小樽市民はふるさと意識が強い

小樽の方は、小樽に強いふるさと意識(帰属意識)をお持ちである。小樽にはもともとリアルなまたはバーチャルなコミュニティがあるし、観光プロジェクトを個人で、しかもボランティアでやっている人までいる。職場を超えた強いつながりが個人レベルですでにある。こうした状況は本プロジェクトの実行には好都合だった。

後編(7月号に掲載予定)では、実際に『おたるくらし』FBページで、どんなコミュニケーションが行われているか、さらにそうしたコミュニケーションを活発にするためにどのような仕組みをとろうとしているかを説明することとしたい。