

01 北海道むかわ町 恐竜化石を軸としたむかわ町恐竜ワールド構想に基づくまちづくり

What▶

観光

シビックプライド



左からむかわ町 穂別総合支所 経済恐竜ワールド戦略室の太田 耕司さん、むかわ地域商社 株式会社 M Dino 専務取締役の田所 隆さん、同社の遠藤 研二さん、中田 幸宏さん。

お話を伺った方々

地域再生マネージャー

株式会社 JTB 経営企画チーム
なかがわ あきこ
中川 晶子さん

行政

むかわ町 穂別総合支所
経済恐竜ワールド戦略室
おた こうじ
太田 耕司さん

民間

むかわ地域商社
株式会社 M Dino 専務取締役
たどころ たかし
田所 隆さん

「むかわ竜」でまちに活気を。ブランド価値を高めて人を呼び込む

国内最大の恐竜全身骨格化石「カムイサウルス・ジャポニクス（通称：むかわ竜）」が発見されたことをきっかけに、恐竜化石を軸としたまちづくりを押し進めてきた北海道むかわ町。2018年度に起こった北海道胆振東部地震やコロナ禍など社会的な危機を経験しながらも、唯一無二の「恐竜ワールド」をつくり上げ、まちに活気を呼び込んでいる。

課題

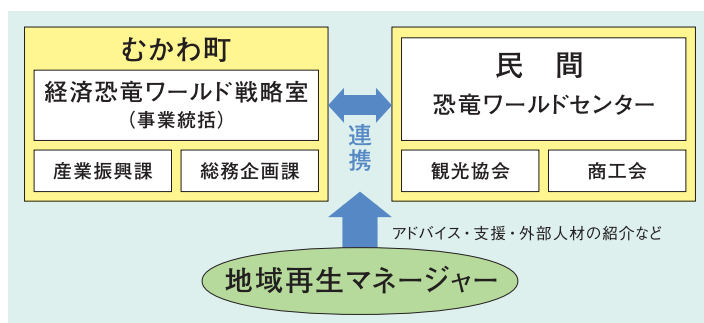
北海道南部、胆振地方に位置するむかわ町は、豊かな自然に恵まれた農業・漁業が盛んな町。以前から少子高齢化と人口減少に頭を悩ませる中で、地域資源である「恐竜」を核としたまちづくりによる交流人口拡大と産業振興に取り組むこととなった。

目的

以前より北海道有数の化石産出地として知られていた同町だが、2003年度に国内最大の恐竜全身骨格化石「カムイサウルス・ジャポニクス（通称：むかわ竜）」が発掘されたことで全国的に注目を集めて以降、恐竜化石を軸とした地域活性化を推し進めてきた。本事業では2017年度に策定した「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」に基づき、地域資源である「恐竜」を核とした活気あふれるまちづくりに取り組む。

地域再生マネージャー事業 実施期間（2018年度～2020年度）

事業実施体制



町からは「経済恐竜ワールド戦略室」、民間からは地域の有志メンバーによる「恐竜ワールドセンター」が参加し、事業を推進。地域再生マネージャーの中川 晶子さんは、ツアー商品のコンセプト設計や専門人材の紹介など多岐にわたって支援を行いながら伴走した。また、観光協会や商工会とも協力関係を構築。3年目には地域商社を立ち上げ、特産品開発・販路拡大にも取り組んだ。

●「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」に基づく商品開発と人材育成

What — 何をしたのか？

2017年度に策定した「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」に基づき、魅力的な観光商品および特産品の開発に着手。地域再生マネージャーのノウハウと人脈を生かしながら、独自性のある高付加価値商品の開発と、それらを生かすガイド人材の育成を行った。

How — どのようにしたのか？

●質にこだわったエンタメ性の高いツアーで「恐竜ワールド」を具現化

地域住民が見落としがちな“地域ならではの魅力＝身近にある自然”を外部人材の視点で再構築し、雄大な自然環境を舞台とする化石発掘体験「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」を考案。脚本家によるシナリオ作成やコンセプトに沿ったガイド養成によって質を高め、エンターテインメント性・独自性にこだわった。また、販売開始前に地域住民向けモニターツアーを開催。実際の運営を想定したロールプレイングで課題を洗い出し、参加者からのフィードバックを反映してマニュアルを作成した。

「ツアー商品の開発は本事業の目玉でもあり、特に力を入れて取り組みました。3年という期限がある中での商品開発は非常にプレッシャーがありましたが、中川さんをはじめとした外部からのメンバーの方々も非常に熱意をもって取り組んでくださり、そのスピード感や質にこだわる姿勢に町も地域住民も大きな刺激を受けましたね。

実は2018年度のツアー開始当初はマイクロバスで現地までお客様をお連れしていましたが、コロナ禍やバスがぬかるみに嵌まるトラブルなどもあり、途中からお客様自身のお車でお越しいただきトランシーバーで適宜フォローを行う形に変更したんです。すると、逆に臨場感があると大好評でした。アンケートでは『ジュラシックパークみたい！』『とても緊張感があって面白かった』と、高い満足度を得ることができました」（田所さん）

また、2019年度には来訪者の町内周遊を促し滞在時間を延ばす取り組みとして、自然体験や農業体験などのプログラムづくりもスタートした。

●質を高める人材育成

ツアーの魅力であるエンターテインメント性を生かすため、演出家を招いてガイド演技講習会を実施。シナリオへの没入感を高め、満足度向上に繋げた。また、スキルアップ講習や安全講習を継続して行い、基礎スキル向上にも努めた。

●地域資源を生かした地域活性化の先端地域を視察

高知県しまんとちょう四万十町の「株式会社四万十ドラマ」や高知県うまじむら馬路村の「ゆずの森加工場」を視察。地域資源を使った商品そのものが地域の魅力を伝える手段となることや、デザインでイメージを視覚的に伝えることの重要性を学び、ブランディングや商品開発の参考とした。

●地域を巻き込んだ商品開発

「恐竜」を打ち出したグルメメニューや土産物の開発に着手。まずは地域住民や飲食店へのヒアリングからアイデアを抽出し、町内事業者と協力しながら商品化を進めた。

「むかわ町には2軒の菓子店がありますが、どちらも店主が高齢で新商品の開発には消極的でした。しかし、地域住民へのヒアリングで『クッキーがほしい』という声が上がリ、『むかわ竜クッキー』の商品化に協力してもらったところ、これが非常に好評でした。そこで意欲に火がついたのか、その後も独自に恐竜をモチーフにした商品を開発し、販売されています」（田所さん）

●価値を高めるブランディングとライツマネジメント、プロモーション

What — 何をしたのか？

「むかわ竜」を用いたまちづくりを進めるにあたり、魅力訴求と価値向上のためにはブランディングが重要となる。また、それを守り活用するため、ライツマネジメント（知的財産権を管理し、その価値を最大化するための活動全般）を適切に運用していく必要がある。

How — どのようにしたのか？

● ライツマネジメントの知識を深め、活用法を検討

地域資源を守り、活用するため「むかわ竜」「カムイサウルス」を商標登録。知的財産権に精通する専門家を招いて勉強会を開催し、管理・運用の基礎知識や他地域での事例を学んだ。その後、具体的な運用方法について議論を重ね、2020年度にはロゴマークの使用要綱なども含めた条例整備を行った。

● ブランドメッセージと統一デザインを制作

ワークショップを開催し、「町として消費者に届けたいメッセージは何か」を議論。恐竜を通じて、食や自然なども含めた地域全体の魅力を伝えたいとの思いから、ブランドメッセージを「1億年の記憶が眠る場所」とした。同時に「自然と人にやさしいこと」「旬を届けること」などの理念を明文化し、わかりやすく伝えるための統一デザインを制作した。これらブランドメッセージや理念の視覚化は対外的なPRだけでなく、地域住民全体がまちづくりのビジョンを共有するきっかけにもなった。

● 戦略的な情報発信

情報発信にあたっては、最新のデジタルマーケティングの動向を調査し、実運用に向けた計画を策定。2019年度に国立科学博物館で行われる「恐竜博2019」に照準を合わせ、恐竜への関心が高まるタイミングを見計らってホームページ「むかわ町恐竜ワールド」をリリースした。

● 地域商社を設立

What — 何をしたのか？

恐竜ビジネスの発展を目指し、2019年度より地域商社設立に向けた準備委員会を開催。町や町内事業者、地域外からはメディア関係者や民間の観光関連事業者なども参加し、他の地域資源と恐竜を絡めた展開も視野に準備を進めた。

How — どのようにしたのか？

● 熱意と地道な広報活動が町の空気を変えた

地域商社設立にあたっては、地域住民からの反発が大きかったという。

「地域商社設立には多くの投資が必要です。『そこまでやる必要があるのか』と、地域住民からは否定的な意見が多く上がりました。それに対し、直接説明することはもちろん、チラシや新聞などの広報媒体も用いながら地道に必要な性を訴え続け、最終的に地域住民の合意を得ることができました。中でも、準備委員会に参加して下さった地域再生マネージャーや観光関連事業者など町外からのメンバーが『やるなら今しかない』と熱く取り組んで下さったことが大きな影響を与えましたね。共に動いていた町はもちろん、地域の人々も圧倒され、まちづくりに対する意欲が一気に高まったのを感じました」(田所さん)

● 合同会社としてスタート

胆振東部地震などの影響もあり、まちづくりを担う地域商社の設立は急務であった。設立に必要な資金なども鑑み、まずは2020年4月に「合同会社 M Dino」としてスタート。事業終了後の2021年12月に株式会社化し、商品開発や販路開拓をはじめ、「むかわ竜」「カムイサウルス」に関する知的財産権の管理業務も町から請け負っている。

主な成果

● ツアーの成功と認知拡大

「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」は、2018年度に156人、2019年度に271人の参加者を集め、いずれも満足度はほぼ100%を記録。経済波及効果も通常時の2.8倍に拡大した。3年目はコロナ禍のため中止となったが、ツアー内容見直しの効果もあり、50組の枠が5日で完売するなど今後に繋がる大きな成果を得ることができたと言える。2018年度に実施したモニターツアーでテレビ局3社、新聞4紙に取り上げられたことで効果的にPRを行うことができたが、2019年度は「恐竜博2019」に合わせたホームページでの告知や前年度参加者の口コミで認知が広がり、高い費用対効果が得られたことも大きい。

● 「むかわ竜」クッキーの完成と町外へのPR

町内の菓子店と協力し、「むかわ竜」をモチーフとしたクッキーを開発。複数のクッキーを詰め合わせた「群れ」バージョンと、全身の骨格をデザインした「骨格標本」バージョンの2種類の試作品が完成し、ツアー参加者にモニター調査を実施。「恐竜のまち」らしさのある土産物として好評を得た。また、2019年度から道内の百貨店2社と商談を行い、「むかわ竜」を核とした物販や催事を提案。交渉の初年度は物販ラインアップが不十分であることを指摘されて見送りとなったが、2020年度にはクッキー開発などによる商品拡充の効果もあり、実現に向けて前向きな評価を得ることができた。

●地域商社設立と機運醸成

当初、3年計画で進めていた地域商社を1年で設立。特産品開発やグッズ販売、ライセンスマネジメントなどの機能を集約し、多角的に恐竜ビジネスを展開していく基盤ができた。また、設立への理解を求める過程で地域住民のまちづくりに対する機運も高まっていった。

地域再生マネージャーコメント



PROFILE

北海道小樽市出身。株式会社JTBで観光を基軸に地域活性を行う地域交流事業に長年従事。現在、グループ本社経営企画チーム経営企画担当マネージャー。

株式会社 JTB 経営企画チーム 中川 晶子さん

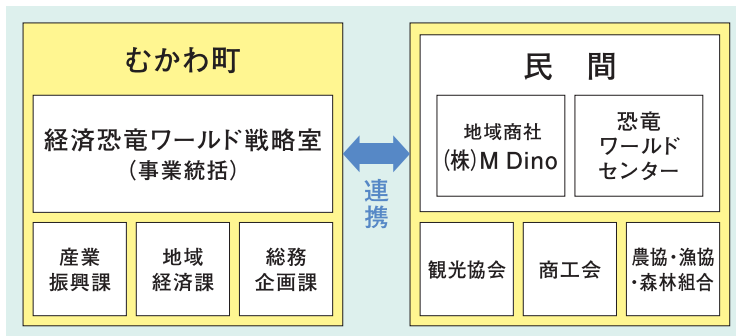
“1億年の記憶が眠る場所”で育まれた挑戦の好循環

初めて町を訪れた際、太古の恐竜時代を彷彿とさせるような大自然、その自然が育む豊かな食、誇りを持って生業について話す人々の姿に魅了されました。ツアー企画「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」や特産品の開発は、こうした価値を地域の人々と一緒に再発見しながら、商品やサービスという形に変えて届ける取り組みでした。

全国から多くのファンが訪れるようになり、うれしそうに過ごしている姿を見て、地域で新しいビジネスの構想が生まれたり、まちづくり組織の設計が進んだり、町全体の求心力が高まってきました。「地元のお客様を相手に販売してきたうちの商品が、この地域を好きになってくれた日本中の人たちに広がっていくなんて思ってなかったなあ」という地域のお菓子屋さんの店主の言葉が印象に残っています。地域の宝がファンの喜びに繋がり、さらなる挑戦が地域で生まれる好循環の礎になったと感じています。

地域再生マネージャー事業 終了後の取り組み (2021年度以降)

事業実施体制



「経済恐竜ワールド戦略室」「恐竜ワールドセンター」に加え、「株式会社M Dino」が取り組みの中心に。新たに策定した第2期「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」のもとで連携を深め、農林業従事者や観光協会などとも適宜協力しながら取り組みを進めている。

事業実施内容

●今後のまちづくりに向けた第2期「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」を策定

What — 何をしたのか？

事業実施期間中の成果を踏まえ、新たに第2期（2021年度から2025年度）「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」を策定。今後のまちづくりの指針をまとめ、各種体験ツアーなどを実施した。

How — どのようにしたのか？

●町内の回遊を促し、恐竜以外の地域の魅力を訴求

第2期「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」では、むかわ町全体を「恐竜博物館」に見立て、核となる施設のリニューアルなどハード面での整備を進めながら、来訪者の回遊を促す施策を展開。目玉である「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」を継続しながら、農業体験やキャンプなどの野外体験、複数の体験を組み合わせた周遊ツアーなども実施している。

●恐竜ビジネスを町全体に波及

What — 何をしたのか？

株式会社M Dinoが中心となり、恐竜に関する新たな事業を展開。触発された町内の事業者が独自に恐竜グッズを開発するなど、町ぐるみで恐竜ビジネスに取り組む空気が生まれている。

How — どのようにしたのか？

●地域商社主導の商品開発

株式会社M Dinoが商品開発から知的財産権の管理、販路開拓まで一貫して担うことで、コンセプトに沿った商品開発・販売をスムーズに行える体制が整った。同社で製作するぬいぐるみなどの恐竜グッズは、町内の事業者に販売を委託。町内各地で目にすることができ、観光客の購買機会を増やすだけでなく、「恐竜ワールド」のイメージ醸成やPRにも繋がっている。

●新規事業で地域に利益を還元

町が体長8メートルに及ぶ「むかわ竜」の全身骨格を復元し、レプリカを製作。全国の博物館や恐竜関連のイベントに無料で貸し出しを行って認知度向上に努めるとともに、搬送の際は株式会社M Dinoが運搬・設置の窓口となり、むかわ町内の企業に依頼をすることで新たなビジネスを創出した。貸出実績は、2020年度から2024年度までで計20回となった。

「化石として見つかったのは、全身の70%程度。専門家に協力してもらいながら、復元を行いました。道内から沖縄まで全国から多くの依頼が来ており、今では1年のほとんどを町外に貸し出している状態です」(田所さん)

主な成果

●交流人口の拡大

コロナ禍で中断していた「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」を再開し、2022年度は112人、2023年度には206人と順調に参加者を取り戻しつつある。2024年度は事業者変更の影響もあり、実施回数は1回、参加人数40人ととどまったが、2025年度は通常通り開催し、実施回数10回、参加人数163人と実績を残している。

「受け入れ人数を拡大することは町のキャパシティを考えると難しい部分がありますが、参加者の満足度は高い水準をキープできています。特に道内での反響が大きく、開催シーズンを楽しみにしてくださっているリピーターの方も多し。今後も質にこだわって、価値を訴求していけたらと考えています」(田所さん)

●穂別博物館をリニューアルし、体験ツアーの拠点に

穂別エリアは「むかわ竜」発見以前から古生物化石が発掘されていた場所で、それらを展示する施設として「穂別博物館」が長く親しまれてきた。これをツアーの拠点として整備する方針が固まり、2026年春のリニューアルオープンに向けて作業が進められている。「同施設は老朽化が懸念されていたものの、なかなかリニューアルに着手することができずにいました。改めて町全体を『恐竜博物館』と見立てる指針が固まったことで、もともとある施設の活用の道が拓けたのはひとつの成果です」(太田さん)

●町全体に「恐竜ワールド」のビジョンが浸透

株式会社M Dinoが製作した恐竜グッズの委託販売先は町内で10店舗にのぼる。新たに町内の民間事業者が参入してキャラクター商品を開発するなどの動きもあった。その他、「むかわ竜クッキー」開発に協力した菓子店が恐竜関係の新商品を開発。別の菓子店も新たなスイーツを開発し、いずれもふるさと納税の返礼品に登録された。また、飲食店で独自に「恐竜」を銘打ったメニューが増加するなど、町全体で「恐竜ワールド」をつくり上げていくビジョンが共有されている。

「地域商社設立時にまだ実感のなかった人たちも、恐竜グッズが町内各地で販売され、恐竜に関心のある多くの方々が町外から訪れる現状を見て『こういうまちづくりがしたかったのか』と理解してくださったようです。民間の動きも活発になっており、いい流れが生まれていると思います」(田所さん)

自治体コメント



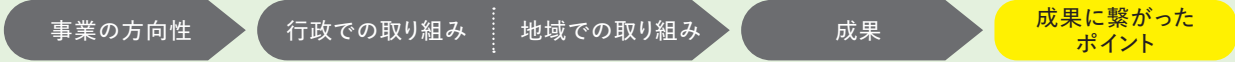
むかわ町 穂別総合支所 経済恐竜ワールド戦略室 太田 耕司さん

6 ファン増加や新たな人の流れが創出された

むかわ町は恐竜化石で注目を浴びる一方、少子高齢化や人口減少、地震からの復興など数々の課題を抱えていました。そうした中で、地域再生マネージャーの力はもちろん、地域住民や外部の方々との連携が大きな推進力になりましたね。恐竜ファンから応援の声が届いたり、地域おこし協力隊として町外からむかわ町へ赴任する方がいたり、以前とは違った人の流れが生まれています。2026年春には穂別地区の博物館がリニューアルオープン予定。これからも町のファンが増えてくれることを期待しています。

取り組みのプロセス

マネージャー事業実施期間中



1年目 (2018年度)

2017年度に策定した第1期「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」に基づき、地域資源である「恐竜」を用いたまちづくりを推進。魅力創出と価値向上に取り組み、交流人口の増加を目指した。

- 経済恐竜ワールド戦略室が事業全体を統括し、内容に応じて各部署と連携しながら取り組みを進めた。
- 「むかわ竜」を地域資源として守り活用するため、「むかわ竜」「カムイサウルス」の商標登録を行った。

- 「恐竜ワールドセンター」が中心となり、観光協会や商工会と協力しながら商品開発や人材育成に取り組んだ。
- 地域資源を生かした地域活性化の先進地域を視察。商品開発やブランディング、デザインの手法を学び、持ち帰った。

- 事業を代表するツアー商品「MUKAWAダイナソー・アドベンチャー」を販売し、156人を集客、好評を得た。
- ブランディングやライツマネジメントに関する勉強会を開催し、まちづくりを収益に繋げていくための基礎を固めた。

成果に繋がったポイント

- 地域再生マネージャーのアドバイスのもと、質にこだわった独自性の強い商品を開発した。
- 「恐竜ワールド構想」というビジョンと「魅力創出・ブランド価値向上」という目的を明確にし、必要な知識やノウハウを得ていった。

2年目 (2019年度)

2018年度に発生した北海道胆振東部地震を原因とする地域住民の流出が新たな課題として浮上する中、引き続きツアー商品の販売やメニュー開発を進め、さらなるブランド価値向上を目指した。

- 引き続き経済恐竜ワールド戦略室が事業を統括し、各部署と連携して取り組みを進めた。
- 地域商社設立に向けた準備を開始。地域住民の理解を得るため、広報活動や働きかけを行った。

- 地域商社設立に向けた準備を開始し、運営方針や事業計画をまとめた。
- まちの魅力伝えるブランドストーリーづくりに取り組んだ。
- ツアーの満足度向上を目指し、ガイド人材のスキルアップを行った。

- 当初3年程度で形にする予定だった地域商社を、1年で設立まで漕ぎ着けた。
- 国立科学博物館で「恐竜博2019」が開催されるタイミングに合わせてホームページを公開。ツアーへの集客に繋げ、271人の参加者を集めた。

- 地域住民への説明や広報活動を丁寧に進めたことや、限られた時間の中でスピード感をもって取り組んだことが地域商社の早期実現に繋がった。
- デジタルマーケティングの動向を調査し、情報発信を戦略的に行った。

3年目 (2020年度)

2年間継続してきた「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」を軸に、事業をより拡大・加速させていくため、町内の幅広い事業者との連携を計画。産業振興の基盤をつくり、地域住民の機運醸成を図る取り組みを積極的に行った。

- 経済恐竜ワールド戦略室が事業を統括し、取り組みを継続した。
- 「むかわ竜」「カムイサウルス」の商標使用に関する条例を整備し、施行。また、知的財産権の管理業務を合同会社M Dinoに委託した。

- 4月に設立した地域商社「合同会社M Dino」を中心とした事業推進体制を構築し、町内事業者とも連携しながら商品開発を行った。
- ツアー商品のブラッシュアップを行い、魅力と価値の向上に努めた。

- ツアーの内容を見直した結果、50組の枠が販売開始から5日で完売した。(ツアーはコロナ禍の影響で中止)
- 高校生や農協・漁協と連携し、ピザや「むかわ竜」クッキー(2種)を試作。ツアー参加者や百貨店から感想を得た。
- ブランドメッセージと基本理念をまとめ、統一デザインを制作した。

- 取り組みに一定の成果が見えたことで、町内事業者の参画意識が高まった。
- 過去2年にわたり丁寧に地域住民とのコミュニケーションを重ねた結果、まちづくりの機運を醸成することができた。
- 地域商社に多くの役割を集約したことで、スムーズな商品展開を行うことができた。

4年目 (2021年度) 以降

マネージャー事業終了後

第2期「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」を推進。株式会社M Dinoが参画し、さまざまな商品開発やブランドの魅力創出、プロモーション展開、また新たなビジネスの創出の中心的役割を担っている。

- 第2期「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」を策定。経済恐竜ワールド戦略室が株式会社M Dinoや恐竜ワールドセンターと連携しながら、取り組みのフィールドを町全体に拡大。
- 2026年春のリニューアルオープンを目指して「穂別博物館」の整備を進めている。

- 株式会社M Dinoが取り組みを牽引し、商品開発から販路拡大、プロモーション、ライツマネジメントまでを一貫して担っている。
- 町内の事業者が積極的に参加し、町ぐるみで「恐竜ワールド」をつくり上げている。

- ツアー商品は安定した人気を誇り、交流人口が拡大。2022年度は112人、2023年度は206人の参加があった。
- 老朽化が進んでいた穂別博物館を取り組みの拠点として活用することになった。
- 町内の事業者から自発的に商品開発などの動きが生まれている。

- 第2期「むかわ町恐竜ワールド構想推進計画」をベースに、町全体を巻き込む施策を展開している。
- ブランド価値の向上を常に意識したことで、「恐竜のまち」としての認知と信頼性が高まった。

2024年度までの実績

「MUKAWA ダイナソー・アドベンチャー」は、2022年度は112人、2023年度は206人の参加者を集めた。2024年度は事業者変更の影響もあり、実施回数1回、参加人数は40人となった(2025年度は通常通り開催し、実施回数10回、参加人数163人に回復)。その他、株式会社M Dinoでは、むかわ竜等身大レプリカの運搬・設置を20回(2020年度から2024年度)実施。開発した商品は、アロマリストやTシャツ、缶バッジ、ボールペンやクリアファイルなどの文具、パズル、恐竜ラーメンや恐竜ふりかけなどの食品まで幅広い分野に及ぶ。