

3-7. 南アルプス市 市民部 芦安窓口サービスセンター

(山梨県南アルプス市)

(1) アドバイザー派遣申請の背景

●地域の概要

【人口】 72,523 人

【面積】 264.07k m²

【地勢】

南アルプス市は、山梨県の西側に位置し、東西に細長い形をしている。北は八ヶ岳、南には富士山を望み、名前の由来である南アルプス山脈のふもとにある美しい自然に囲まれた地域である。

【気候、自然】

御勅使川扇状地やそれに続く低地に向け、里山、果樹地帯、そして田園地帯へと広がる。市内のほとんどを山林・農地が占めており、北岳を有する南アルプス山脈やスモモをはじめとした果樹栽培などの農地が多い。盆地特有の内陸性気候は、年間を通すと50度近い寒暖差を生み、四季折々の美しい風景と、おいしい農作物を育み“日本一早いさくらんぼ狩り”など観光果樹園目当ての観光客や登山観光客にとって魅力的な地域となっている。

【歴史】

縄文時代の鋳物師屋遺跡

甲斐源氏ゆかりの史跡

南アルプスの麓での林業

交い（甲斐）の国として、太平洋～日本海の文化が交流している

【観光】

果樹（スモモ・モモ・サクランボ・ブドウ 等）

南アルプス山脈（北岳・間ノ岳（標高日本第2・3位） 等）

【地域資源の概要】

山岳地帯への玄関口である芦安地区は、ほぼ全域が山間部であり、市内の他の地域とは異なる様相で発展してきた。特に芦安の特産品である大豆の発酵食品「しょうゆの実」は、全国で同名の食物がある中、製造方法・外観・食味全てが芦安独自の発酵食品であり、他地域では入手不可能な食物であることが最近になり判明した。

作り手に対しても独自のルールが口伝で伝えられており、現在もその言い伝えが守られているなど地域独自の文化が色濃く反映された食物でもある。



●アドバイザー派遣申請の背景・これまでの取り組み

芦安地区では、これまで山岳観光を主とした行政主導の地域振興策が主流であったが、平成 26 年度に「地域住民が自ら考え自ら実行する」をテーマとして、地域住民有志による「芦安みらいサロン」の立ち上げを行った。現在サロンでは、参加者が定期的な会合を開きながら「地域独自製法の食品しょうゆの実」「地域人材を活用した教育」「そばを利用した拠点づくり」「空き家の利活用」の 4 つの地域資源・地域課題に対しての取り組みが行われているところである。

しかしながら、地域資源をいかに利用するか、情報発信していくか、という点で知識・経験不足等により思うように住民の想いが実現できていないというのが現状であった。

こうした課題を解決するため、エコツーリズムに対する理解を深め、地域住民のアイデアを実現するべく、講義やエコツアーの作り方等を通じて地域の魅力を形にする手法を学ぶため今回の申請に至った。

(2) アドバイザー派遣の実施概要

日	時	平成 28 年 2 月 16 日 (火) 19 時 30 分～22 時
場	所	南アルプス市芦安地区 健康管理センター
ア	ド	バ
イ	ザ	ー
株	式	会
社	生	態
生	計	画
研	究	所
早	川	事
業	所	／
南	ア	ル
プ	ス	生
態	邑	大
西	信	正
氏		
参	加	者
計	12	名
スケジュール・方法		<ul style="list-style-type: none"> ・ 近隣自治体のためアドバイザーには車で移動していただき、その後、2 時間程度の講義形式でのアドバイスをいただいた。 ・ 事前の打合せや電話・メールで関係資料の情報提供を通じて、派遣地域の十分な理解が得られるように連絡を密にとりあった。 ・ アドバイス内容については、エコツーリズムとは何か、といった総論的な内容や現在地域で取り組んでいるいくつかのテーマをもとに、さまざまな分野に応用できるような基礎的な講義をしていただいた。

(3) アドバイスの内容（議事録）

講義内容について

当日は、エコツーリズムとは何か、地域資源とは何か、プログラムにするにはどうしたらよいか。という基礎的な内容で進んだ。

1) ツーリズムとは

体験型・交流型の要素を取り入れた旅行の形態のことで、地域の特性を活かしやすいので、地域活性化につながるものと期待されている。

2) 着地型観光とは

観光客の受け入れ先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する新しい観光の形態のことで、従来の「発地型観光」と比べて、地域の振興につながると期待されている。

3) エコツーリズムの3要素

エコツーリズムには三つの要素がある。1つめは、旅行者にとってより旅を楽しく感じてもらうこと。2つめは、自然文化にとってより自然・文化が守られるということ。3つめは、地域の人々にとってより良い暮らしにつながること。

4) 地域資源とは

地域資源とは場のメッセージである。地域とは、文化的要素、地質的要素、生物的要素からなっており、他の地域と違う「〇〇地域らしさ」を求めて顧客はやってくる。従って、地域独自の物語があり、その場所にしかないものや、周りから見ると非日常的なものが商品になりやすいが、商品として「らしさ」が売れるかどうかは別物である。

5) プログラムにするには

ニーズとターゲットを研究することが重要。ニーズにはBe ニーズ（潜在）、Do ニーズ（行動）、Have ニーズ（獲得）の3つがあり、目的であるBe ニーズと、手段のDo ニーズHave ニーズに分けられる。一番大切にしたい部分は、Be ニーズ。ターゲットがどのような目的を求めているのかを分析することで、売れるプログラムになるかどうかが決まる。

6) パーフェクトデーの作成（ワークショップ）

これまでのことを踏まえて、パーフェクトデーの作成を行った。「お客様」に対してではなく「自分の大切な人」に向けてプランを作成。2人1組でお互いのプランに対しての意見交換を行った。

7) 良いチラシ・悪いチラシの違いについて

（実例を見ながら）良いチラシとそうでないチラシの違いは、お客様がわかりやすいチラシになっているかどうか、お客様が求めているものかどうかを見るとわかりやすい。

良いチラシは誰に対して情報発信しているかが明確になっており、実施内容も関連したものになっているためお客様に伝わりやすい。逆に、誰に対して発信しているのかターゲットがわかりにくいチラシはお客様に届きにくい。

【記録写真】



(4) アドバイザー派遣実施の効果

1) 参加者や関係者に与えた効果

エコツーリズムとは何か、地域資源とは何か、といった知識が共有されたことで、芦安地区にある魅力の再発見につながりやすくなった。

2) 今後、期待される効果（具体的な活動の展開など）

既に取り組んでいて、一見すると成果が期待できないような資源であっても、一ひねり加えることや顧客のニーズを汲み取ること、ターゲットに対して的確に伝えることでの重要性が理解できたので、現在取り組んでいるものをPRする時にこれまでと違ったPR方法が活用できる。

3) 今後の取り組み

地域で取り組んでいる様々な振興事業やイベントについて、「芦安らしさ」を加えてみることや、伝えたい相手に対するニーズ研究を行った上でものごとに取り組む。

現在一部の地域住民で取り組んでいる地域振興を、エコツーリズムの概念等を周知することで、地域の住民の輪を広げ、集落全体でガイドをして観光客等を受け入れられるような地域づくりを進めていきたい。

(5) 今後の取り組み推進にあたり参考となった事項、その他感想

1) 参考となった事項

山梨県早川町 南アルプス生態邑 ヘルシー美里

<http://www.hayakawa-eco.com/misato/>

2) その他感想

ニーズ研究の重要性やアドバイザー自らの失敗談など、実際の事例を交えた講義内容だった為、参加者に継続することが重要ということが伝わった。また、地域を大事にすることの大切さがわかりやすく、エコツーリズムを通じて地域への愛情や誇りが持てるような講義であった。

(6) エコツーリズム推進アドバイザーから地域へのアドバイス

大西 信正氏 (南アルプス市芦安地区 健康管理センター)

1) 地域における取組の現状と課題

①現状の取組

平成 26 年度より地域住民が様々な意見や取り組みを話し合える「芦安みらいサロン」を作り、定期的に集まって活動している。様々な取り組みで自主財源も確保し、今後も活動が継続できる事業の成果が出てきた。地域資源も見つかり始めている。

②課題

地域住民が魅力ある資源を発掘しているが、その資源をどのようにとらえ、発信する仕組みがわからない状態である。またこの資源を使用してツアー等でお客様を集客したいがその方法がわからない状態である。消費型のツアーにならないようにするための概念も理解する必要があると思われた。

2) 特に魅力を感じた地域資源等

①魅力を感じた地域資源

南アルプス自然。南アルプスの登山の玄関口としての集落。また、山奥の集落での暮らし。その山奥での生活で食べている、そば、しょうゆの実など。特にしょうゆの実。

②上記地域資源に魅力を感じた理由

日本で二番目に高い北岳では、1871 年より登山の歴史がある。その登山のブランドが出来ており、年間何万人もの登山客が来ていることも重要な点である。集客に難しい地域が多い中、登山をいう Do needs で集客が出来ています。その南アルプスは世界的にみても貴重な資源だという点も注目されます。また地域資源を保護する活動は有名です。それを観光につなげる取り組みは、今後も注目され地域の活性化にはとても有効だと思います。登山以外にも観光により保全できる地域の自然や暮らしがあるので、そこへの取り組みがあることによって、年間通じて観光の方がこられると思います。

地元食の「しょうゆの実」は、全国で 4 県でしか作られておらず、芦安地域は独自のものである。

山奥の暮らしは都会の方には非日常で新鮮である。また、都会の方の生活を見直す機会につながると、来客された方はファンになりやすい。登山は通過型だが、自然や文化を資源とした、滞在型の観光の可能性を強く感じています。

3) アドバイス（講義等）の概要

- ・ 南アルプス市からの希望により、2 点に絞り「エコツーリズムについて」「ツアーで集客するためのマーケティングの視点」の講義をした。
- ・ 「エコツーリズムについて」は、サステイナブルな取り組みのための 3 つの視点、着地型観光などを伝え、例を挙げて他の地域の取り組みを話した。
- ・ 「ツアーで集客するためのマーケティングの視点」では、ニーズのとらえ方、ターゲットの重要性についての講義をした。

4) エコツーリズム推進全体構想への取組状況・意向について

①全体構想への取組状況について

- ・ 未定

②全体構想策定への意向について

- ・ 未定

③全体構想認定に向けて、今後必要なこと

- ・ 地域の取り組みは始まったばかりで、エコツーリズムの理解を進めることが必要。
- ・ 観光に関わる以外の方もいらっしゃるの、ボトムアップで少しずつ、エコツーリズムの取り組みを進める必要性を感じた。

5) 地域に対する印象、今後地域に期待すること（メッセージ）

◆観光を2つに分けて考えることが重要です。

- ・ 登山で来ている観光客への戦略
- ・ 観光客を呼び込むための戦略

登山のお客様は地域には通過型のお客様だと思われます。通過型は消費観光客になりやすいので、芦安地域を目的に来られるお客様を作ることが、観光を使った地域保全と活性化には重要です。

◆地域資源の整理

しょうゆの実等とても良い資源がありますが、それ以外の資源の整理が必要です。その視点は、地元の視点・お客様の視点など違った立場での地域資源の価値を整理することです。地域にお住まいの方は、地域色に突出している資源はわかりやすいですが、その他の資源はお客様の立場になれば見えてくるものもあります。資源の整理をすると、保護・保全しないといけないものも見えてきます。

◆ターゲットによるセグメンテーション作り

まず、地域の方がニーズの理解を深める。そしてターゲットを見据えて資源を提供する方法を考えることが重要です。いいものは売れるとは限りません。資源をほしい人に届ける・資源をほしいと思うニーズを作る、ことが重要です。観光には欠かせない視点です。

◆地域資源の保全

既に取り組みされているかもしれませんが、自然への保護・保全へのルール作りも重要だと思います。自然環境は、観光により消費され、地域個体群が絶滅するようなことが多くみられます。そのようなことが起きないためには、1. 自然（状態）の把握、2. 評価、3. 保全対策、4. 実行が重要かと思えます。特に南アルプスには貴重な生物（植物）がたくさん生息しています。国立公園内は保護されていますが、芦安地域でも保全をする仕組みを作られることをお勧めします。

◆ガイドングの重要性

ツアー等を開催するためには、地域資源の良さ以外に、ガイドの存在が重要です。芦安みらいサロンに集まっている方が、担っていくことになると思いますが、それぞれの個性・力量に合わせたガイドの方法の確立が必要かと思えます。そのためにガイドのテクニックやホスピタリティを学ぶ機会を定期的に持たれることが必要です。

◆コーディネーターの確立

上記の事業を進めるには、コーディネーターの存在が重要です。誰がどのように行うのか？そのサポート体制なども作っていかれるとよいと思えます。