

3-8. 原村観光連盟（長野県諏訪郡原村）

(1) アドバイザー派遣申請の背景

●地域の概要

【人口】 人口 7,855 人、世帯数 3,119 世帯（平成 28 年 1 月 31 日現在）

【面積】 43.26 k m²

【地勢】

原村は八ヶ岳と諏訪湖の間に広がる高原（標高 900m～1,300m）に位置する村です。

新宿から特急「あずさ」でも中央高速道を車でも約 2 時間半。名古屋から特急「しなの」（塩尻乗換え）でも、中央高速道でも 3 時間程度の手軽さです。

長野県でも、こんなに山や谷が少ない村はないでしょう。ほとんどの集落が、村中心部まで車で 5 分以内です。また、遠方の別荘地からでも 10 分程度です。

このため小中学校、保育園がそれぞれ 1 箇所です。公共施設の全てが役場から半径約 250m 以内に集中していて、コンパクトな行政がなされています。

原村は、人が自然とともに安らげる保養地を目指してきました。そのため、土地利用のゾーニングを行い、村独自の「環境保全条例」をつくって建物の建築を規制し、自然保護に努めています。

【気候】

一年を通じて降水量は少なく、湿度も低いので気候はさわやかです。冬の寒さは厳しい（1 月平均気温 -3.2℃）ものがありますが、雪の量は心配するほどではありません。

【歴史】

今から 400 年程さかのぼる江戸時代初期、諏訪大社神域のお狩場である神野を新田開発して集落が形成されたのを始まりとします。明治 8 年村政が施行されて以来約 140 年、1 度の合併を経ることなく「原村」としての歴史を刻んできました。

【地域の概要】

村の基幹作物は冷涼な気候と長い日照時間を利用しての高原野菜と花卉、それと水稻です。夏場のセロリーは 70 万ケースを出荷し日本一、ハウス栽培のアネモネも日本一の出荷量です。この他にレタス、パセリ、ほうれん草、又花卉ではスターチスや宿根かすみ草、シクラメン等多岐にわたります。

八ヶ岳山麓の避暑地として観光業も盛んで、ペンションビレッジがあります。ペンションビレッジは昭和 48 年 9 月に PSD（ペンション・システム・デベロップメント）により 6 軒が着工され、営業が開始されました。現在は 60 軒を超すペンションが営業しており、第 1 と第 2 の二つのペンションビレッジがあります。

【地域資源の概要】

●自然資源

- ・ 一年を通して水産資源に恵まれる。海藻も豊富である。
- ・ 春には野菜に困らない程の山菜が山に自生している。
- ・ 天然記念物のオオミズナギドリとその営巣地の存在。

●文化的資源

- ・ 島の中で培われてきた食文化（「ワッパ煮」、「芋たこ」、「じばさとりろろ」、「つる藻の油炒め」、「鮑の酒蒸し」、「芽かぶのからし酢味噌」、「貽貝の竜田揚げ」等とそれに関する作業や知恵・技術）。
- ・ 獅子舞、神楽、民謡等の伝統文化（「釜谷獅子舞」「内浦神楽」「さっこい三下がり」など）。

●アドバイザー派遣申請の背景・これまでの取り組み

原村には60軒を超すペンションがあるが、一時期のペンションブームのピーク時（平成4年）には38万人あった観光客は、平成22年には18万人まで減少し、ここ数年は19万人～20万人で推移している。減少傾向に歯止めがかかっている状態ではあるが、宿泊施設を活用した滞在型観光が課題となってきた。今後は、地元住民が主体となるガイドやガイド団体の育成が必要と考える。村内にあるさまざまな資源を取り入れたエコツーリズムを活発化させ、地域住民の啓発、人材の発掘、取組体制の構築を行い住民・観光事業者・行政の係わり方の方法を明確化したい。

【これまでの取組】

- ・ 観光関連でのランチミーティング（原村の観光に何が必要か）
- ・ エコツーリズムに関連した商品の洗い出しと、提案
- ・ 地域住民を対象に「観光地域づくりを考える会」の開催（観光、移住に何が必要か）

(2) アドバイザー派遣の実施概要

日	時	【1回目】平成28年2月7日（日） 【2回目】平成28年2月27日（土）～28日（日）
場	所	長野県諏訪郡原村
アドバイザー		JTIC. SWISS 代表 山田 桂一郎氏
参加者		【1回目】計50名 【2回目】計42名
スケジュール		【1回目】「選ばれ続ける地域とは」 講演会 【2回目】 1日目 村内視察 地域資源の素材探し 2日目 前回講演会の振り返り、ワークショップ、エコツーリズム（稼げる地域にするため）に必要な仕組、組織について議論、まとめ

(3) アドバイスの内容（議事録）

【1回目 2/7 講演会】

○演題：選ばれ続ける地域とは

- ・ 私（講師）がいくら面倒を見ても、地域の方が主体となってやってくれない限りは結果は出ない。
- ・ 地域が稼ぐ事が悪く言われるが、地域が稼がないと、守るものも守れない。
- ・ 住民のエゴ（しらがみ）が出るとうまくいかない。
- ・ どんな事業をやっても良いが、キーワードは2つ「自立」と「持続」。これができないならば止めた方が良い。箱物ばかり作っても意味がない。いずれダメになる。
- ・ 農業だけ、観光だけ…ではダメ。地域がひとつになって、そこに住み、稼ぎ、お金を使って、税金を払う人たちが増えなければ、地域は活性化されない。企業誘致しても地元の採用はなく、ロボットしか動かないのでは意味がない。「稼ぐ力」は行政がやるのではなく、住民の総合力で稼がないと地域は維持できない。農業などの基幹産業だけでは不十分。
- ・ 観光をビジネスと考えて、住民以外の人に来てお金を使う事、外貨獲得をすることが重要。観光客はほしいが、観光者はいらぬ。お金を使ってもらうから「客」である。
- ・ ちょっと日帰りで来るのと、わざわざ遠くから来るのでは、後者の方が明らかにお金を使う。エコツアーを考える時は、わざわざ遠くから来る企画を考えなければいけない。
- ・ 国のデータでは、国民が1人減ると124万円、10人減ると1240万円の消費が1年間で減る事になる。原村では、10年で114人増えているが、生産年齢人口は343人減っている。Iターンの人もいるが、それ以上に若い人が外へ出て行っている。財政力指数は0.37しかない。自分たちで稼げていない。この割合から行くと、道1本直せないはずだ。
- ・ 原村は首都圏が近い。お金を払いたい人が沢山いる。お金を払っても来なくなる魅力があれば価値を上げられる。「ここに来ないと～できないぞ」という事が全面に出ないとダメ。そういう商売が必要。地域の魅力を使って稼いでください。伝統、風習、自然環境を守ってください。あるものを使い、ない物ねだりをしない。新しく作るならば稼げる形にする。山を見て帰るのではお金は落ちない。それがどのくらい良いものか解説してお金を稼ぐ。そこで滞在型エコツアーが必要となる。
- ・ 今後原村でも「宿泊税」が必要。民泊の実態も明らかになる。観光連盟で少々手数料を取ったくらいでは組織の維持管理は難しい。
- ・ エコツーリズムはこの地域のスタイルでやらないと失敗する。他（成功している地域）はお手本になるが、真似をしてはいけない。
- ・ 泊まった方が次の日に2時間いるとお昼を食べる、お昼を食べた方がもう2時間いると物を買ったりと消費に繋がる。さらにも2時間いるともう1泊しようとなる。ツアープログラムを持っていないと時間消費にならない。エコツーリズムは時間を使って楽しんでもらう事で経済効果が高まる。
- ・ 事業にはマーケティングが絶対に必要。マーケティングとは、客が本当に欲しい物を用意して買ってもらう事。売り続ける仕組み作り。
- ・ PRをすればお客が来ると思っている。これでは効果がない。お金がかかって効果がない事はやめれば良い。
- ・ 原村の知名度が上がったことだけではお客は来ない。原村へ来る理由があれば良い。
- ・ 日本の観光のダメなところは、お客様のフィードバックの仕組みがない。個々の宿泊施設、飲食店でやってもそこだけで終わってしまう。顧客データを皆で共有した方が儲かることに気が付かないといけない。

〈質疑・応答〉

- 質： エコはお金を使わないイメージがあったが、むしろお金を沢山使って仕組を作らなければいけない事がわかった。生産年齢人口の件で、原村は高齢者の就労人口が多く、死ぬまで働くイメージがある。客観的にこの地域の売りやPRポイントはなにか。
- 答： 農業にしても働き方をどうするか考えて、もっと成果、パフォーマンスを出していかないといけない。大事なことは、どのような地域にしたいか。農業は食べていくための手段。自分たちの息子、娘、孫にどんな将来を築いてあげたいか、将来像から考えないとブランドの話しは出来ない。将来像が決まると手法も決まってくる。
- ブランドを安易に扱くと大失敗する。自分たちのテーマコンセプト（将来像）から外れてはダメ。
- 質： 観光について、いままでは個人で動いてきた。観光連盟等の組織に従ったほうがよいか。
- 答： 村に関しても、皆が積極的に動かないといけない。まずは自らが動いて、行政は後からが成功している地域。
- 質： 成功している観光地では、客の消費額をどのくらい見込んでいるのか。
- 答： 上げるだけ上げてください。高くすることで底辺が広がる。スイスでは年間1億2000万円をレジャーで使える人たちをターゲットにしている。B級を揃えてもダメ。ダメな地域ほど単発イベントをやりまくる。
- 質： 村を外部から見たイメージと住民が見たイメージは違うと思う。（講師が）客人として来た時の印象は？
- 答： 農作物の質の高さはブランドができていますが、村のブランドはセロリだけで、それが地域のブランドになっていない。村のイメージとしては違和感を感じている。稼げて、将来に渡って「やるべき」と思えばやればいいし、「どう見てもダメだ」と思う事は手を付けてはいけない。誰かの責任ではなく、全ては皆さんの責任。最終的には人を育てられるかにかかっている。
- 質： 講演を聞いて、どのような村にしていくか議論が必要で、メリットが出せるビジョンをどう作るかが大切。それを作るのは人間。地方の人材育成はどうやったらいいか、どういう人材を集めたらいいのか。
- 答： 大事なのは、肩書き抜きで話し合える場が必要。実際に活動を通さないと人は育たない。講習会で先生の話しを聞いたくらいでは人は育たない。
- 質： 原村は、役場、観光連盟、住民の役割がバラバラ。うまく行っているところはどのような仕組みになっているのか。
- 答： 稼ぐ事（商売の事）は行政に関係がない。規制緩和は行政の役割。まずは皆さんが議論すること。原村のファンクラブを観光連盟の顧客データベースにしても良い。ある町では、町民カードを作って、村の施設（図書館、プール）等を使うとポイントが付き、ポイントを町の手数料、病院等で地域通貨として使っている。そのような仕組みを連盟が考えるだけでも流れは作れるし、お客様への新しい企画を立てやすくなる。そこに行政は関係がない。

以上

【2回目 2/28 ワークショップ】

○前回（2/7）の振り返り

- ・ エコツーリズムは地域の環境を保全、保護しながら生かすこと。地域が稼いで利益をだし、税金を納めないと社会保障どころか環境保全する資金も得られない。お金の落とし方としては、ガイドが案内するツアープログラムを作り、お金を回す事を考える。
- ・ 観光施設（館物）を作ってもすぐに飽きられ、ランニングコストがかかって役に立たないものが多い。それより、（客に）1分でも長く滞在してもらった方が経済効果が高い。旅は異文化体験。地域に残っている普遍的なこだわりを大事にしなければいけない。うまくいっている地域ほど、ビジョンが明確化されていて、それに向かっての取組が明記されている。
- ・ 日本の悪い所は、単年度の補助事業で予算消化で終わってしまう。この地域ではどんな価値をお客様に提供できるのか、地域のねらい（ものごとを計画的に進められる理念）が必要。テーマコンセプトは決めたら変えてはいけない。ブランドにならない。
- ・ 軽井沢での会議（観光業の人が集まる）で「原村へ行く」と言ったが誰も原村を知らなかった。

○北海道 弟子屈町の事例

○NHKで紹介された事例 2件（ビデオ上映）

○エコツーリズムを推進するのに原村にはどんな仕組、組織が必要か班に分かれて話し合い。（4班に分かれる）

・ 話し合いの結果発表

- 1班： 既存団体をまとめる組織が必要。バラバラになっている組織がそれぞれどんな活動をしているのかを認識し、協力関係を築く。
- 2班： 村内で活動するグループが参加する協議会が必要。観光連盟の法人化を目指す。
- 3班： ①この地域で何ができて、何ができないのかを分析する組織、②前者①を外に説明する組織、③外貨獲得のために外がこの地域に何を求めているか調査する組織、④実際のプログラムを作っていく組織が必要。
- 4班： 自分たちが原村の魅力を理解し、把握する。はっきり説明できる魅力を議論する会がまずは必要。そこから「魅力を確定する会」「仕組を作る会」「稼ぐ会」と育っていけば良い。今は地域の問題点も共有できていない。

○講師 まとめ

- ・ 沢山の議論をしてほしい。それぞれの団体（JA、観光連盟等）がそれぞれに動いていて意思疎通ができていない。地域をどうするか、稼ぐにはどうするか、地域のみなさんが集まって動かないといけない。
- ・ 群馬県のみなかみ町などは、「エコツーリズム推進法認定団体」になっている。認定団体が特定観光資源として指定すると、法指定となり、罰金、立ち入り制限を設けることができる。二次交通も地域内は白ナンバーで送迎でき、ツアーにも使える。これ（認定団体）を検討しても良い。
- ・ 最後に自分の使った椅子、机は片づけてください。このくらいの事が出来なければ他の事は出来ません。

以上

(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

- ・ それぞれの団体の活動ではなく、「稼げる地域」のために地域全体（農業、商業、工業）のまとまりが必要な事に気づかされた。
- ・ 「稼げる地域」にするために議論、考える組織が必要。
- ・ この地域の「あたりまえの魅力」を「真の魅力」にしなければいけない事がわかった。

2) 今後、期待される効果（具体的な活動の展開など）

- ・ 講演会、ワークショップ終了後、参加者（若手）が実際に行動に移し、「地域が、観光連盟が稼げる部会を作る」という気運が高まっている。

3) 今後の取り組み

- ・ まずは、原村の魅力を理解する。
- ・ 地域が連携でき、議論できる組織（部会）を立ち上げる。
- ・ 地域が稼げるエコツーリズムツアーを考える。

(5) 今後の取組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

○北海道 弟子屈町の事例

- ・ 色々ある協議会を集約し、8つの専門部会を作った。
- ・ どの部会でも、住民は自由に参加できる。
- ・ 自分たちで出資して、旅行会社を立ち上げた。

○NHK放映事例

- ・ 地元の小学生、園児のツアーガイド

2) その他感想

- ・ 「稼げる地域」を作るため、それぞれではなく、地域住民全体でひとつのビジョンに向かって行動に移さなければいけない。原村は地域のまとまり（ひとつのビジョンに向う）という一歩から始めなければいけないと感じた。
- ・ 村の魅力を考える事も発信する事もそして行動することも住民。住民一人一人が村の資源に誇りを持ち、発信していくことで、若い世代の都会への流出防止、Uターンに繋がると考える。地元の小学生や園児までも巻き込むくらいのガイドの養成は将来の地域振興に必要なと思った。

【記録写真】

2/7 講演会・2/28 ワークショップ 写真



2/7 山田先生「選ばれ続ける地域とは」講演会 質疑応答



2/28 ワークショップ 写真



村内視察 (水路)

2/28 ワークショップ



2/28 グループセッション 「原村に必要な組織は？」グループセッション 発表

(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

山田 桂一郎氏 (JTIC. SWISS 代表)

1) 地域における取組の現状と課題

①現状の取組

原村では、第5次総合計画を策定する中で下記の様な施策を推進しようとしている。

◎観光を中心とした、各産業間の連携と「原村ブランド」の創出

○住民参画による体験型観光の育成（重点施策）

体験型・滞在型の観光の促進のため、地域特性を活かした体験施設のネットワーク化、情報発信拠点の設置

○農業との連携による活性化

観光農園の整備、宿泊型農業体験システムの構築

○その他：森林を活用した観光振興、各種地域資源を利用した活性化、観光推進体制の充実、観光バス利用対策の推進

◎原村ブランドを活かした観光の振興

○観光拠点の再生とネットワークの整備（重点施策）

総合案内機能の整備、情報発信の強化

○星・音楽をテーマとした観光ブランド

原村ならではの観光ブランドをホームページ、観光キャンペーン（イベント）により情報発信し、宿泊・滞在へ誘導

現在、原村観光連盟と村内の若手が中心となり、原村の観光事業に関するランチミーティングやエコツーリズムに関するプログラム・ツアー等の商品提案だけでなく、村民を対象にした「観光地域づくりを考える会」等の観光産業を活性化するための活動が始まったところである。

②課題

これまで、原村の観光産業は約60軒のペンションを中心とした宿泊事業者であった。平成4年度をピークとしたペンションブームには約38万人の観光客が訪れたが、平成22年には約18万人へ減少、近年は約19万人～20万人で推移している。現在、観光産業の主役であったペンション経営者の高齢化（ほとんど後継者がいない）と共に多くの既存事業者がやる気を無くした状態になり、多くの事業や活動が停滞している。

今後、策定中の第5次総合計画にある施策を具現化する上で、特に長期宿泊化による滞在型観光が大きな課題となっているが、既存の宿泊事業者とボランティアを中心とした多くの関係者の意識の低さと既存の活動だけでは将来に向けた事業の継続性は極めて難しい。

まずは活動を始めた若手が稼ぐことを前提とした事業化を推進するためのしくみと組織を構築する必要がある。地域全体の活性化のためにも、観光産業事業者だけでなく村内の他産業との連携（特に農業や林業）と地域全体のマーケティング、人材育成等が急務である。

また、エコツアーの様な商品化やサービス化のために村内の資源をただ活用するだけでなく、環境に対する保護や保全の意識を高め、資源やフィールドを維持管理することに地域で取り組むための体制づくりも必要である。

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

八ヶ岳山麓という素晴らしい環境の中、観光スポットと言える「八ヶ岳自然文化園」や「八ヶ岳美術館」、「原村郷土館」等の個性ある施設を有している。

伝統文化としては、6年毎に開催される諏訪大社の「御柱祭」へ氏子として多くの村民が参加してきた歴史もある。

農業は高原野菜の生産が有名で、特にセロリとアネモネの生産量は日本一。他にも、レタス、パセリ、ほうれん草等の生産も盛んである。

②上記地域資源に魅力を感じた理由

これまで八ヶ岳山麓の避暑地として人気が高かった地域だけに観光地としてのポテンシャルはある。現在、「1,000mの天空リゾート・原村」という新しいコンセプトを揚げ、八ヶ岳の広大な山裾の雄大な景観を活かした取り組みが始まっている。日中はガイド付きのトレッキングツアー、夜は星空を活かした体験等、地域資源を新しい魅力として提供しようとしている活動に将来性を感じた。

3) アドバイス（講義等）の概要

講義としては「選ばれ続ける地域とは」と題して、地域や経済等の全体を俯瞰するマクロ的な視点とエコツアーというニッチ市場に対して商品・サービスを提供するためのマクロな顧客視点を意識した内容とした。

- ① エコツーリズムに取り組むのは何のためか？
- ② 原村の過去と将来予想（人口問題等）
- ③ 村が存続するために必要なこと
- ④ 観光産業という外貨獲得の必要性
- ⑤ エコツアー市場の現状と有望性
- ⑥ お客様の価値。ウォンツとニーズ。
- ⑦ STP と CRM、CLTV
- ⑧ 商品化・サービス化。そして、リピートさせるための CS と ES 推進。
- ⑨ マーケティングの必要性
- ⑩ 人材育成・ガイドの質的向上
- ⑪ 地域と事業が「自立・持続」するためのしくみと組織
- ⑫ 町内外との連携・連動

エコツーリズム推進だけでなく、今後の地域全体の理念（ヴィジョン、バリュー、ミッション）と戦略、戦術、事業化へと繋げて実践することの重要性を強調したアドバイスになった。

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

全体構想の取組は始まっていないが地域ではその必要性の認識は高まっている。

②全体構想策定への意向について

講演後、独自にガイド養成ツアーを実施して4人のガイドを養成している。これらの活動と共に全体構想に対しても継続した活動を続けたいと聞いているが、まだまだ全体構想に賛同してくれる仲間が足りない状況である。現在、講義の受講者が中心となり、仲間を引き入れる活動をしている。

③全体構想認定に向けて、今後必要なこと

今後、芽が出始めた若手の活動を継続させる為にも、外部から彼らをサポート出来る人材が関わる必要性を感じる。同様に、エコツーリズムの事業化においても村の総合計画や総合戦略に取組の指標として明確化することが重要であると考えます。また、住民や事業者が主体的に活動するためにも原村観光連盟が地域のDMOとして機能するようなくみと組織化を考えてもらいたい。

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）

現在、原村で活動している若手が中心となり、ガイド養成部会と農業活用部会の立ち上げ準備と行動計画のための立案が進んでいる。今後、村内の若者たちの手で観光業だけでなく、他産業との連携による村内経済の活性化に期待したい。

原村でのエコツーリズム推進はスタートしたばかりだが、今後、住民と事業者、行政の役割が明確化され、地域が一体となった活動が続くことで地域にとって有益な成果をあげることを楽しみにしている。

私自身はどの地域に対しても同じ期待をしているが、エコツーリズムの推進はあくまでも手段の一つでしかない。しかし、エコツーリズムを推進することは、地域が持つ本質的で本来の価値を残し、将来世代へ継承すると共に自立と持続した収益事業として産業化を実現出来る重要で有効な方法であることは実証されている。例えば、私が住むスイス・ツェルマツトを始めコスタリカ等、世界中にロールモデルとする地域には事欠かない。しかし、自然環境の保護や観光による外貨獲得等のためだけにエコツーリズムに取り組むのではなく、住民自らが真の豊かさと幸せを実感出来る理想のまちを目指し、実現していく為にエコツーリズムに取り組んで頂きたいと願っている。エコツーリズムの目指す地域とは、住民もお客様も関わった人たちが幸せを感じる「感幸地」であるべきだと思う。だからこそ、それぞれの地域のあり方を良く考えた上でエコツーリズムを推進して頂きたい。