

1-4-3. 南アルプスジオパーク協議会

(長野県飯田市・伊那市・富士見町・大鹿村)

(1) アドバイザー派遣申請の背景

●地域の概要

【人口】 約 13,000 人（南アルプス（中央構造線エリア）ジオパークエリア）

【面積】 1084.31km²（南アルプス（中央構造線エリア）ジオパークエリア）

【地勢】

南アルプス（赤石山脈）は山梨県・長野県・静岡県にまたがる山岳地帯で、南アルプス（中央構造線エリア）ジオパークとして日本ジオパークに認定されているのは南アルプスのうち長野県の範囲である。北から諏訪郡富士見町、伊那市高遠町・長谷、下伊那郡大鹿村、飯田市上村・南信濃を含む南北約 80km、東西約 30km の南北に細長い範囲となっている。標高は約 300m から 3,121m に及ぶが、居住地は範囲内を南北に走る国道 152 号の長い谷沿いを中心に、標高約 1,200m までである。

【気候、自然】

夏季に降雨が多く、冬季に乾燥するという太平洋岸の気候傾向を持っているが、東西を 3,000m 級の高山からなる山脈に囲まれた標高の高い谷地であるので、日及び年の寒暖差の大きい内陸性気候となっている。日本アルプスで最も南に位置する南アルプスは、日本列島に存在した氷河の南限であったことから、氷期の遺存種が生育・生息し、また多くの種の分布の南限にもなっている。石灰岩や蛇紋岩などが分布し岩石の種類が多様で、暖温帯から高山帯までの多様な植物が生育している。

【歴史】

現在国道 152 号が走っている谷は、古来人々が行き交い、山と海とをつなぐ物、文化及び信仰の交流の連絡路となっていた。谷を通る道の歴史は、縄文時代、諏訪地方和田で産出される黒曜石と、相良の海で採れる塩の交換が行われたのが起源と考えられている。この交流の道は遠州古道と呼ばれ、縄文時代の遺跡がいくつか発掘されている。戦国時代には戦の道、江戸時代には現在の静岡県浜松市にある秋葉神社に参詣するための信仰の道となり、秋葉街道と呼ばれるようになった。現在もこの道沿いに人が暮らし、物や文化の交流がある。

【観光】

長野県による観光地利用者統計調査によると、南アルプス（中央構造線エリア）ジオパークエリア内の観光地利用者延数は年間合計約 158 万人（平成 26 年）。うち、関東からのアクセスの良い入笠山（富士見町）と日本三大桜として有名な高遠城址公園（伊那市）の 2 箇所の合計利用者数でほぼ半数を占めている。南アルプスへの登山客も 1 割を占めるが、登山前後に観光地へどれほど訪れているかは不明である。

【地域資源の概要】

日本ジオパークに認定されている南アルプスであるが、地質以外の資源も豊富であり、ユネスコエコパークに登録されているように豊かな自然環境が保全され、また秋葉街道を中心とする歴史や独特の文化についても見どころが多い。

地形地質：安康露頭・北川露頭（ともに国天然記念物）他、中央構造線露頭と断層に沿ってできた地形、海底でできた多様な種類の岩石からなる 3,000m 級の山々、その景観、海なし県で産出するアンモナイト化石

生物：氷期の遺存種や固有種、分布の南限の種、高山植物、石灰岩／蛇紋岩植物、ニホンライチョウ・ニホンカモシカ（ともに国特別天然記念物）

歴史文化：霜月祭り（国重要無形文化財）、大鹿歌舞伎（国選択無形文化財）、熱田神社・福德寺（国重要文化財）

●アドバイザー派遣申請の背景・これまでの取り組み

《背景》

2008 年に南アルプスの長野県側が「南アルプス（中央構造線エリア）ジオパーク」として日本ジオパークに認定された。ジオパーク活動の中心となるジオツーリズムを進めるため、2011 年からはジオパーク協議会がジオパークガイド養成講座を開講し、これまで約 100 名をジオパークガイドとして認定した。2014 年には、熱心な認定ガイド約 30 名が中心となり、「南アルプス（中央構造線エリア）ジオパーク認定ガイド会」を設立した。

《地域課題》

ジオパーク認定ガイドは現在有料ガイドとして活動しているが、最初のうちはボランティアガイドだったため、ガイド認定にそれほど厳しい基準を設けておらず、ガイドのレベルにばらつきがある。また、せっかくガイド認定されても実際にガイドをする機会が少なく、それがレベルアップしにくい原因にもなっているが、ガイドをする機会を積極的に作ることもあまりしていない。

《これまでの取り組み》

これまで最大のガイドの機会は、2014 年 9 月に南アルプスで開催された第 5 回日本ジオパーク全国大会の後、7 コースのエクスカッションが実施され、ガイド総出で案内をしたときである。また、ガイド会企画で、予行として同年にそのうち 3 コース、またメモリアルとして翌年に 4 コースを、南アルプスジオパーク協議会会員のバス会社でツアー参加者を募集し、両年とも 2 コースを催行した。

(2) アドバイザー派遣の実施概要

日	時	平成 29 年 3 月 1 日（水）～平成 29 年 3 月 3 日（金）
場	所	長野県伊那市 南アルプス長谷ビジターセンター、零磁場ミネラル株式会社、溝口露頭、戸台の化石資料室、熱田神社、伊那市創造館
ア	ド	楠部真也氏（株式会社ピッキオ マーケティングディレクター／取締役）
参	加	者 計 23 名 伊那市世界自然遺産登録・エコパーク・ジオパーク推進室係長、同主査、同専門職員 南アルプスで活動するガイド 20 名
スケジュール・方法		【1 日目】 現地視察 南アルプス長谷ビジターセンター、零磁場ミネラル株式会社、溝口露頭、戸台の化石資料室、熱田神社 【2 日目】 伊那市創造館 3 階講堂にて講義 座学①自然ガイドの現状とガイドの必要な資質について 座学②ガイドプログラムの企画＋売り方 実習①ツアーコース作成 実習②ツアーコース作成、講評 【3 日目】 伊那市創造館 3 階講堂にて講義 座学③現場から見た日本のエコツーリズム 座学④地域に自然型観光を定着させるには

(3) アドバイスの内容（議事録）

【現地視察】

《視察地》

○南アルプス長谷ビジターセンター

道の駅内にある。ビジターセンター横にあるパン屋への来客は多いが、ビジターセンターへ立ち寄る人は少ない。冬期間、ビジターセンターは無人開館である。

○零磁場ミネラル株式会社

伊那市と大鹿村の境にある分杭峠はパワースポットで、多数の登山客が訪れる南アルプスの山々を除けば、伊那市長谷地区で最も誘客力のある場所である。零磁場ミネラル株式会社は、分杭峠で採取された水を分杭峠行きシャトルバス乗り場そばで販売し、その店自体も見どころとなっている。

○溝口露頭

日本最大級の断層、中央構造線を観察できる。アクセスの良さ、わかりやすさなどから、伊那市長谷地区で一押しのジオパークの見どころである。

○戸台の化石資料室

溝口露頭のすぐ近くにあるので、セットで訪れることが多い。近くで産出するアンモナイトやサンカクガイなどの化石を収蔵し、化石の一部は展示されている。今は高い山となっている南アルプスの大地が海の底でできたことの証明となっている。

○熱田神社

地元の浄財のみで建てられた、国重要文化財。彫刻が見事で、伊那日光とも呼ばれる。日本武尊にまつわる伝説もある。

《助言》

- ・零磁場ミネラルの店で方位磁石が勝手に回る現象は、かなり面白い。無料駐車場の大きさも十分なので、ここを発着にしたツアーをつくれればどうか。
- ・地学的な見どころは、他の季節に訪れても見た目はあまり変わらない。一度見れば十分なので、リピーターを生みにくい。
- ・ジオパークだからといって客が来るわけではない。ジオパークを続けるのか検討することも大事。
- ・熱田神社にある、分杭峠と同じ氣を発するという氣場がおもしろい。

【講義】

○自然ガイドの現状とガイドに必要な資質について（3月2日 9:15～10:45）

- ・海外では自然ガイドが職業として位置づけられているが、日本では職業としてとらえられておらず、自然資源がお金をとれるものとして認知されていない。
- ・ガイドは地域と観光客を結びつける人であり、地域の代表ともなりえる。良質でないガイドは地域にとってマイナスの評価になる。
- ・知識は学べば得られる。ガイドはまず、人が好きなことが大事。
- ・エコツーリズムを成功させるには、ビジネスとしての成功が不可欠。

○ガイドプログラムの企画＋売り方（3月2日 11:00～12:30）

- ・ツアープログラムを考える前に、入込客数、季節変動、入込客層、消費額、観光客の流れなど、自分たちがどのような市場なのか知ることが必要。

- ・ターゲットを絞ったうえでツアーを考える。ターゲットがない商品は売れる確率が格段に下がる。
- ・地域性のある素材は重要。

○現場から見た日本のエコツーリズム（3月3日 9:15～10:25）

- ・エコツーリズムの認知度、エコツアーへの参加意向は、ともに低い。エコツーリズムはしばしば環境教育と混同され、旅に出て勉強などしたくないと敬遠されることがある。
- ・エコツーリズムは行政には浸透してきているが、観光市場では悪化傾向。しかし持続可能な観光にするためには、行政ではなく民間主体が理想。
- ・欧米人のエコツアー経験者は日本人の約6倍で、参加意向も日本人より高い。海外に対する情報発信が必要。ただし国によって趣向は異なる。

○地域に自然型観光を定着させるには（3月3日 10:35～11:50）

- ・自然型観光の定着には、観光客を呼べる資源だけでなく、観光産業（宿泊施設）やツアーを実践するガイド、地域の理解、事業者が生活できる所得も必要。
- ・地域内外での軋轢が課題になっていることが多い。

《意見交換》（3月3日 11:50～12:30）

- ・「晴れていればこのような景色が見られるのですが」ではお客様はがっかりする。雨天時用のプログラムや補償になるものを作ったほうがよい。ピッキオでは、ムササビウォッチングでムササビを見られなかった場合、次回に使える無料券を配布することがある。
- ・地域にガイド団体が複数ある場合、統合するもよし、統合せずにそれぞれが独自の味を出すもよし。ただしお客様にとっては同じようなもの。一元化するのは便利。
- ・日本全国で、縦割りの弊害がある。ガラパゴスでは観光、保護、教育をすべて同じところで行っている。
- ・長野県内で最も外国人が訪れているのはスノーモンキーのいる地獄谷。それが報道されると日本人客も増える。
- ・行政は規制（ルール作り）が上手。客をとってくるのは民間。
- ・ホテルにコンシェルジュが設置されているのが理想的でよいが、設置するのは観光協会の役割か。ホテルに知人がいれば、直談判してガイドが常駐という手もある。
- ・伊那特産のグルメ、ローメンは自分で味付けができるのがおもしろく、美味しい。売りになる。

【実習】

○ツアーコース作成（3月2日 13:45～15:15）

居住地、ガイド種別などに応じて4つのグループに分かれ、ツアーコースを試作。

○作成したツアーコースを発表、講師から講評（3月2日 15:30～17:00）

- ・ジオパークガイドグループ1「石ころからわかる南アルプスのふしぎ」

年間シリーズで行うツアーの春の巻。地元の小中学生対象、参加費5,100円。石投げ大会、岩石標本作成などを行う。

（講評）石に集中し、よくまとまっているが、地元民がそれだけの参加費を払うかどうか。名古屋など都会の子供をターゲットにしてみてもよい。その際、学校の先生に直接売りこむとよい。また、近くで産出する化石探しを入れるとより魅力的になる。

・ジオパークガイドグループ2「秋葉街道巨木めぐり～夜泣き松編～」

定員 20 名、10 月下旬～11 月上旬実施、参加費 3,500 円。宗良親王ゆかりの夜泣き松を見たあと里山ハイキング、お弁当を食べて下山後は温泉へ。

(講評) 論理的に考えられている。「夜泣き松」とは何なのかわからないので、「南北朝」などわかりやすい言葉を入れ、ターゲットを絞る。秋はツアーが売れない。パンフを置くだけで終わらせずに、口コミを使う。

・観光ガイドグループ1「高遠桜と史跡めぐり」

観桜期に、天下第一の桜として有名な高遠城址公園と周辺の史跡をめぐる。家族連れ対象、参加費 1,000 円。

(講評) タイトルがわかりやすいので、旅行会社に売りやすい。中身が濃いので、午前・午後の 2 本のツアーにできる。バラのほうが売りやすい。宿でツアーを紹介してもらえるよう、宿のスタッフに無料体験してもらおうとよい。

・観光ガイドグループ2「中央構造線めぐり」

一般対象、7 月頃実施。中央構造線を観察できる 3 つの露頭をめぐり、大鹿村中央構造線博物館で学ぶ。

(講評) 一般ではなく、修学旅行などとしてターゲットを学校団体に絞ってみては。伊那市で推進している民泊と組み合わせるものよい。



現地視察で訪れた零磁場ミネラル株式会社

グループに分かれツアーコース作り



作成したコースを発表し講評を受ける

講義の様子

(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

- ・行政には任せずに民間で持続可能な観光をめざすという考え方が得られた。

2) 今後、期待される効果

- ・実習で作成したツアーを更に練り、他のコースも作って実際に売りに行く。

3) 今後の取り組み

- ・ジオパーク活動、ガイド養成を今後も続けていく
- ・ガイド養成講座で、案内に必要な知識を学ぶだけでなく、今回の講座のような視点を学ぶ機会を作る。

(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

- ・持続可能にするためには、行政や補助金に頼るのではなく民間主体でという視点
- ・ジオツーリズムやジオツアーだけでなく、エコツーリズムの認知度、エコツアーへの参加意向の低さ
- ・自然資源は売りにできるということ、海外の方をターゲットにするということ
- ・しくじり事例

2) その他感想

- ・ガイドだけでなく観光協会職員も話を聞くようにすればよかった。

(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

楠部真也氏（株式会社ピッキオ マーケティングディレクター／取締役）

1) 地域における取組の現状と課題

①現状の取組

伊那市は南アルプスジオパークとして認定されており、地域にはジオパークガイドと、従来からある観光ボランティアガイドの2種類がある状態。地域おこし協力隊にいた方がガイド業として自立を目指している。

②課題

伊那市の観光は現状は高遠の桜に集まる観光客が最も多く、みはらしファームなどの体験施設はあるものの、観光収入はあまり多くない。ジオパークではあるものの、それが起爆剤になっているわけではなく、ガイドも存在するものの、それを職業としている人はいない状況である。

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

高遠の桜

②上記地域資源に魅力を感じた理由

高遠の桜は全国的に有名であり、それだけで国内観光客を呼んでいる自然資源。そのような強力な観光資源をもった自治体（市町村）は多くなく、そこに集まった観光客をリピートさせたり、口コミ効果を高める事で、観光消費額を増大させられる可能性がある。

3) アドバイス（講義等）の概要

以下のスケジュールでアドバイス（講義等）を実施

初日：フィールド視察

二日目：講義 「ガイドの現状とピッキオの紹介」「プログラムの企画立案」

ワークショップ：ガイドツアープログラム作成と販売方法の検討

三日目：講義 「エコツーリズムの実態」「地域にエコツーリズムを定着させるには」

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

現在のところ、まだ取り組んでいる状況ではないように見受けられた。

②全体構想策定への意向について

エコツーリズム推進よりもジオパークを重視しているように見える為、全体構想策定意向については未知数であった。

③全体構想認定に向けて、今後必要なこと

桜の季節以外の季節の観光客誘致、エコツーリズムの地域内の認知向上（現状はジオパークの中の一

環で事業は実施されており、“エコツーリズム”の認知率は他地域と比べても低い可能性がある。)

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）

伊那市を総合的にとらえると前述の通り高遠の桜があり、体験施設としてみはらしファームなどもある。中央アルプスと南アルプスに挟まれた天竜川の景観は美しく、ローカルな食事としてローメン、ソースかつ井といったものまであり、観光客をリピートさせる仕組みはある程度揃っている。

ジオパークの考え方としては保護活動が前提としてあり、素晴らしい考え方であるが、観光資源としてとらえると、中央構造線だけで観光客を呼べるものとは今の段階では言い辛い。従って、ジオパークを単独でアピールするのではなく、他のスタイルの観光と組み合わせる事で誘客を図る事も必要ではないだろうか？

これは、地域外（市外）の連携も同様である。観光客は“伊那市”だけを目指して来訪することは少ない。高遠の桜を見に来る観光客も次の日は別の町に移動する事も多いと思われるので、近隣の市町村と Win Win の関係を築ける部分では協力し、場合によっては競争もしながら観光振興を図る必要があるであろう。