

.....
明日を開く、地域活性化のための情報誌
.....



1 巻頭エッセー／見ざる言わざる聞かざるじゃあもったいねえ！
～こでらんねえ 栃木県～

福田富一（栃木県知事）

特集

地域資源を生かした多様なツーリズム

全国各地で、自然や歴史・文化、食などの魅力を生かした様々な旅のスタイルが提案されている。観光が経済に占める重要性が増す中で、地域が主体となった持続可能な観光まちづくりの在り方を考える。

- 2 基調論文 地域資源を活用したコレクティブなツーリズムと観光まちづくり 小林裕和（國學院大學教授）
- 6 株式会社おてつたび（東京都） 「お手伝い×旅」で地域と人をつなぐ 永岡里菜
- 8 一般社団法人ワインツーリズム（山梨県） 地域課題改善のためのワインツーリズム 大木貴之
- 10 一般社団法人信州千曲観光局（長野県千曲市） 未来へつなぐ「NEOネオンプロジェクト」 小沼浩栄
- 12 合同会社HITTiSYO（長野県生坂村） 関係人口増やすリジェネラティブ・ツーリズム 星野亜紀子
- 14 一般社団法人四日市観光協会（三重県四日市市） 「ふるさとの光」を観る 岡田良浩
- 16 公益社団法人ひょうご観光本部（兵庫県） 五国が織りなす「兵庫テロワール旅」 岡本考喜
- 18 一般社団法人キタ・マネジメント（愛媛県大洲市） 城下町の魅力生かした観光まちづくり 伊賀綾乃
- 20 一般社団法人黒潮町観光ネットワーク（高知県黒潮町） 人と自然のつきあい方を考える防災ツーリズム 高石麻子
- 22 特定非営利活動法人おぢかアイランドツーリズム協会（長崎県小値賀町） 「ただいま」と言える関係を 木寺智美
- 24 大分県竹田市 健やかな人生のためのウェルネスツーリズム 佐藤淳一
- 26 副基調論文 地域資源を生かすインバウンド観光事業の概況 竹内潤一郎（観光庁文化・歴史資源活用推進室専門官）

レギュラーレポート

- 30 移住・定住・交流推進支援事業 千葉県匝瑺市
魅力ある「マルシェイベント」へ磨き上げ
鈴木優介
- 32 地域活性化センター 40周年 創立40周年に寄せて
村上誠一郎（総務大臣）
- 33 地方創生セミナー
ゲーム×地方創生
- 34 センター通信
ふるさとの魅力発信を応援します！

- 36 首長の思い
竜王町コンパクトシティ化構想を実現し
持続可能なまちに
西田秀治（滋賀県竜王町長）

グラビア

- 35 都道府県漫遊 【鹿児島県】
手前みそですが… 【徳島県鳴門市】

オンライン情報 地域活性化センターの最新情報はコチラ!!

地域づくりデジタル版

4月号以降のデジタル
版誌面がオンラインで
閲覧できます。

研修の開催情報

地域づくりを担う人材の育成
や交流のための各種セミナー・
研修などを開催しています。

助成金に関する情報

まちづくりなどへの各種助成金
の交付、人材育成や人口・
地域経済分析の支援などを実
施しています。

古代ハスの実から発芽した大賀ハス

問い合わせ先 水郷佐原あやめパーク
電話 0478(56)0411
(写真提供 水郷佐原あやめパーク)園内の水路を「サツパ舟」と呼ばれる小舟に
乗って巡りながら、スイレンやハスを楽しむこ
ともできます。ハスの花は早朝から開き始め、
昼ごろには閉じてしまうので、午前中の観覧が
おすすめです。「あやめ祭り」で知られるほか、7月から8月
にかけては「観蓮会（はす祭り）」が開催され、
色や形が様々なハスが鑑賞できます。
300品種以上という日本有数の品種数を
誇るハス回廊には、2000年前の種から発
芽した「大賀ハス」や花弁の数が1000枚以
上ある「千弁連」など非常に珍しい花も咲いて
います。水郷佐原あやめパークは、水郷筑波国定公園
内に位置し、約8ヘクタールの敷地内には、島
や橋・水面などを配置し、昔懐かしい水郷の情
緒が味わえます。
150万本のハナショウブが咲き誇る6月の

水郷佐原あやめパークのはす祭り

表紙

（千葉県香取市）

見ざる言わざる聞かざるじゃあ もったいねえ!

～こでらんねえ 栃木県～

栃木県知事 ● 福田 富一



栃木県は、関東平野の北部に位置し、緑なす山々と広い平野、日光国立公園、ラムサール条約に登録されている奥日光の湿原や渡良瀬遊水地など豊かな自然に恵まれた県です。また、日本で唯一の特別史跡・特別天然記念物の二重指定を受け、今年植樹開始400年の節目を迎える日光杉並木街道やそれに連なる世界遺産「日光の社寺」日本最古の総合大学といわれる「足利学校」など、深い歴史と文化を有しています。加えて、56年連続で生産量日本一となったいちごをはじめ、かんぴょう、とちぎ和牛など農畜産業が盛んである一方、大手企業や技術力の高い中小企業が集積する「ものづくり県」でもあるなど、各産業がバランスよく発展した魅力・実力にあふれた県です。

しかしながら全国的に深刻度を増している人口減少・少子高齢化の進行は、本県においても例外ではなく、人口減少問題の克服は喫緊の課題であることから、栃木県では官民連携による「栃木県人口未来会議」を本年4月に設置し、県や市町はもとより、産官学金労言各界の関係団体等の皆様と人口減少問題に関する認識の共有を図るとともに、結婚支援の充実や子育て環境の整備、働き方改革の推進、移住・定住促進等の施策にオール栃木体制で取り組んでまいります。

このうち、移住・定住の促進においては、昨年度から県内に「移住促進コンシェルジュ」を設置し、移住相談者のニーズに応じた県内広域のオーダーメイドツアー等を実施しているほか、転出超過の著しい若年女性や移住相談の半数以上を占める子育て世帯を対象としたセミナーや移住体験ツアーの開催など、ターゲットに応じた取り組みを展開しています。このような取り組みの成果や、東京圏へのアクセスがよいなどの地理的優位性が相まって、「2024年ふるさと回帰支援センター窓口相談者が選んだ移住希望地ランキング」において、3年連続で3位となりました。さらに、「地域おこし協力隊」の任

期後の定住率が高いことが本県の特徴ですが、さらなる定住率向上を図るため、「とちぎ地域おこし協力隊ネットワーク」を創設し、協力隊経験者による県域での現役隊員へのサポート体制を強化するとともに、現役隊員同士の横のつながり構築や活動の深化を図るプラットフォームを創設し、イベントや交流会等を実施し、全県的な地域おこし活動への支援も行っています。

さて、栃木県では今年の11月7日から9日にかけて「第41回地域づくり団体全国研修交流会栃木大会」を開催します。本大会は、全国の地域づくり団体や行政関係者が一堂に会し、自主的・主体的な地域づくりに資する全国レベルの研修や情報交換を行うとともに、本県の地域づくりを全国に発信することを通して、県内外の地域づくりネットワークの強化・活性化を図ることを目的としており、本県では初の開催となります。

栃木大会では、本エッセーのタイトルに記載した「見ざる言わざる聞かざるじゃあもったいねえ!」こでらんねえ 栃木県」をテーマに、県内で13分科会に分かれ、全国の皆様にとちぎの多種多様な地域づくりの取り組みを体験いただきます。各分科会では、「自転車ツールづくり社会実験」「高齢化地域で住民同士が支えあう移送サービスを中心とした地域づくり」など、様々な地域・幅広い年代の方が取り組む地域づくり活動をご紹介します。

大会のテーマに盛り込まれた「こでらんねえ」は「堪えられないほど良い」といった意味の栃木弁です。皆様には、この機会にぜひ、栃木県にお越しいただき、各地域づくり団体との交流を通して、ひと・歴史文化・自然環境・食事など様々な「こでらんねえ」とちぎをご堪能いただきたいと思います。

地域資源を活用したコレクティブな ツーリズムと観光まちづくり

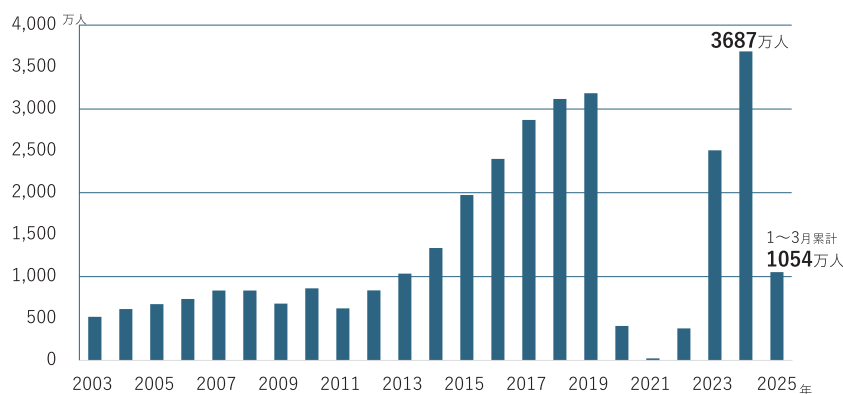


國學院大學観光まちづくり学部教授

● 小林 裕和

経験なき状況迎えたツーリズム

日本はこれまで経験したことのない規模の訪日旅行市場を迎えている。2024年に訪日外国人客数は過去最高の3687万人に達し、インバウンド消費額は8兆円を超えた。今年に入ってもその勢いは衰えず、3月までの累計は過去最速で1000万人を突破した。自然や歴史、文化など日本の多様な地域資源が世界中の人たちに経験される機会が増えている一方で、オーバーツーリズム（観光公害）などツーリズムによる負の影響が社会課題として顕在化している。今年度は、3か年計画として進められてきた第4次観光立国推進基本計画の最終年度にもあたり、地域活性化に資するツーリズムを問い直す好機ともなろう。そこで本稿では、地域資源を生かしたツーリズムによる、観光まちづくりにつながる集合的（コレクティブ）な取り組みの重要性を共有したい。



出典：日本政府観光局（JNTO）より筆者作成

図 訪日外客数（総数）年別推移

筆者プロフィール

小林 裕和 氏（こばやし・ひろかず）

博士（観光学）。研究テーマは、持続可能な観光、DMO、DMC、観光まちづくり、観光DXなど。近著に「地域旅行ビジネス論」（単著）、「観光まちづくりの展望 地域を見つめ、地域を動かす」「1からの観光事業（第2版）」（分担執筆）。訪日インバウンドウェブメディア「やまごころ.jp」等に執筆。

国土交通省社会資本整備審議会技術部会／交通政策審議会技術分科会臨時委員、観光庁DX関連事業委員等。日本観光研究学会賞論文奨励賞（学術）受賞。

地域が主体的に進める観光の 取り組みの現状と課題

地域資源をツーリズムに活用する動きは21世紀に入って加速した。観光立国推進基本法の施行前夜、2003年の観光立国懇談会の報告書において、観光立国の基本理念が「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を実現することであり、（地域の貴重な自然資源や文化資源を持続可能な方法で活用する「持続可能な観光」を念頭に、地域の人々が主導的に展開する「自律的観光」の実現化を図ることも重要である）と明記された。その後、地

域が主体となつて地域の資源を生かして観光を推進しようとする動きは、ニューツーリズムや着地型旅行（着地型観光）、そして最近ではDMC（DESTINATION・マネジメント・カンパニー）に関する議論など、地域で多くの実績が積み重ねられてきた。中でも着地型旅行は、その「着地型」という言葉のニュアンスに、「発地」の旅行会社へ送客を頼るのではなく着地側が主体的に旅行企画を進めるという意味が強調され、2003年頃から始まった。その後の地方創生の動きとも相まって、国や自治体の助成金や補助金などを活用したコンテンツを企画する動きが全国各地に広がり、多様な市場に対応するだけでなく、地域の関係者の協業を通じてシビックプライドの醸成につながることも期待された。

一方で、地域が主体的に進めるツーリズムの課題も顕在化した。着地型旅行は観光地独自の体験交流として、普段は観光に携わらない住民や農家などを巻き込んで企画実施されることが多い。地域外の旅行者とのコミュニケーションは新鮮で、日常的な生活の中に新たな価値を気づかせてくれる機会になるが、慣れない接客や、利益が目的ではないとはいえ十分な報酬もない仕事（シャドーワークと呼ばれる）を続けるモチベーションを維持することは簡単ではない。また、天候や関係者の体調の変化などによるプログラム変更や参加者への連絡など急な事態への対応も必要となる。そのため全体の調整役を観光協会やDMO（観光地づくり法人）が担うケースが多いが、その対価の収受の是非や金額については十分な合意形成がされていないことも多い。そもそも収益性の低

い旅行手配事業の経営は営利企業でさえ簡単ではなく、したがって地域の人々の善意に頼るだけではない、持続的に続けるためのしくみが必要とされる。

◆◆◆ 地域資源の活用を後押しする 法改正

地域資源に関する法制度の面では、近年、保存／保全・保護から活用に大きくかじを切っており、ツーリズムの推進には追い風となっている。2019年の文化財保護法の改正は、文化財をまちづくりの核として継承に取り組み、活用しながら保存する方向性を大きく打ち出した。文化財には有形無形など多くの種類があり、「文化的景観」のように地域の生活に根差した身近な景観も保存活用の対象となっている。たとえば、重要文化的景観として、アイヌの伝統と近代開拓による沙流川流域の文化的景観（北海道平取町）、大谷の奇岩群と砕石産業の文化的景観（栃木県宇都宮市）など全国で73件が選定されている。また、2020年に施行された文化観光推進法では、文化と観光がより接近することで地域活性化を図ることがより明確に示された。文化の振興を起点とした観光の振興が、往来や購買・宿泊等の消費活動の拡大、地域の活性をもたらし、その経済効果が文化振興に再投資される好循環が創出されることを目指し、現在57件の地域／拠点計画が認定されている。さらに自然資源においても活用の流れが進む。2021年には、自然公園法が一部改正され、地域資源として自然公園の活用を進めることでさらなる保護につなげる、という保護と利用の好循環

を目指すと考えた。国立公園・国定公園ならではの自然体験アクティビティを促進したり、自然と調和した滞在拠点の街並みを整備したりするなど、地域が主体となつて法律に基づき計画を作成しており、環境省による国立公園満喫プロジェクト、ステップアッププログラムなどが推進されている。国が国立公園に高級ホテルを誘致する方針に対して懸念を示す報道もされ話題になったが、日本の国立公園は土地所有にかかわらず区域を指定する「地域制自然公園」であり、一つの地域として人が住んでいるため、地域社会の維持・発展のための国立公園活用による地域活性化の視点は欠かせない。

表 地域活性化、観光、まちづくりにおける地域資源の活用にかかわる主な動き

年	主な動き・法律（施行）等
2003（平成15）年	観光立国懇談会報告書 －住んでよし、訪れてよしの国づくり－
2007（平成19）年	観光立国推進基本法 「観光基本法」全部改正
2008（平成20）年	地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（歴史まちづくり法）
2015（平成27）年	日本遺産 認定開始
2017（平成29）年	文化芸術基本法（文化芸術振興基本法一部改正）
2017（平成29）年	文化経済戦略 策定
2019（平成31）年	文化財保護法一部改正 「活用しながら保存」へ
2019（令和元）年	環境省「自然公園制度のあり方検討会」
2020（令和2）年	文化観光推進法 「文化・観光・経済の好循環、文化への再投資」
2021（令和3）年	自然公園法一部改正 「保護と利用の好循環」

出典：筆者作成

一方で、保存と活用を推進する関係者の連携がなかなか難しいという声も聞かれる。

ツーリズム自体の関連分野が広く、また資源の維持、保存とその活用を担う行政の管轄も多岐にわたる。たとえば文化財である重要伝統的建築物群保存地区は観光地となっているところも多いが、地域における文化財を管轄する行政は一般的には教育委員会であり、これまで産業界において、教育委員会と連携し文化財を活用するという視点が希薄であったことは否めない。実際、観光・旅行業界では「重伝建」という言葉自体の認知度がそれほど高くないことを感じる。また、連携を推進したい担当者の思いがあっても組織の壁がはばむこともあるかもしれない。民俗学者の柳田国男は、「良き旅行というのやはり良き読書と同じ」として、人類に新しいものや幸福なことをもたらすとしているように「旅行の進歩および退歩」、本来、旅行は学問のうち、なのである。

そのような連携の難しさは、地域資源を見つめる時間の長さの違いにもある。産業や行政の観光事業や企業活動にとってはその成果を一般的には1年単位で捉えるが、まちづくりは成果が出るまで10年を要することはふつうである。文化的・歴史的資源の保存は江戸時代にさかのほれば1000年単位でとらえるべきものであり、そして自然資源は千年から万年単位でその姿がかわちづく



重要伝統的建造物群保存地区 沖縄・竹富島
(筆者撮影)

れ、保全・保護・活用には超長期的な視点が必要である。そのため、法制度を活用して地域資源の保存と活用をより進めるには、行政の取り組みだけでは限界があり、新たな知恵も求められる。大学教育の場で学生に接していると、ツーリズムを活用して地域活性化を進めたいという思いが若い世代に増えていることを感じる。彼らが地域で活躍する場づくりとしても、地域課題の解決を志向したビジネスなどを育成し、地域資源の活用を通じて関係者が連携しあうエコシステムを形成していくことが大事となるだろう。

資源とくらしの集合体としての観光 ～地域資源を観光事業へ生かす必要性

地域の自然や文化歴史と人々のくらしはそれぞれ単体で地域に存在するだけではなく相互につながっている。そのつながりは目に見えないが、ツーリズムの取り組みを通じて地域の関係者が協働を続けることにより資源の価値が共有される。そしてその過程を経て、地域が他とは異なる独自の集合体としてのアイデンティティが生み出される。その実現を支援するための手法を紹介したい。

まず、フェノロジーカーレンダーは地域資源を自然(動植物)や文化・歴史(祭り、行事、食など)ごとに、1年の季節変化を一覧化して記した暦である。地域の人々は、日常にある要素を書き出す

ワークショップへの参加を通じて改めて地域資源の価値を認識でき、地域活性化の取り組みとしても活用される。フェノロジーカーレンダーの手法はエコツーリズムを推進する中で発展してきたが、それにとどまらず、地域のツーリズムを進める中で活用すれば、地域資源を総合的に理解しその豊かな価値を地域内外で共有できるだろう。

次に「県都物語」(西村幸夫著、有斐閣)を紹介したい。「あらゆる都市には物語がある」をコンセプトとして、建築物だけでなく、まちの成り立ち方から地形、都市の骨格となる幹線道路の構成などを観察し、その変化の「意図」を読むことで、まちの物語を描いている。一見無個性で、駅前はどこも同じようだと言われることもある日本の都市であるが、都市ごとのサブタイトルを見ると、「浦和―線から面への転換都市」「那覇―変転を繰り返すメタモルフォーシス都市」など魅力的で、読み進めるとすぐにでもそのまちを訪れたくなる。これらの手法は新たなガイドの内容としても活用でき、そのまち独自の地域資源に新しい視点を提供し、ツーリズムの楽しみ方を刷新するだろう。

今後の展望 ～地域旅行ビジネスによるコレクティブなツーリズム

今後、地域資源を活用したツーリズムは、関係者による協働による価値創出から一歩進め、コレクティブ(集合的)な取り組みに発展したい。「コレクティブ」とは、たとえば地球規模の気候変動対策のように、個々人のミクロな動きが協働レベルを超え、地球温暖化緩和のような大きなアジェ

ンダを解決する動きを指している。またコレクティブ・インパクトといえば、特定の社会課題に対して、行政や企業、NPO、市民などが互いに強みやノウハウを持ち寄って社会課題に対する働きかけを行うことにより、課題解決や社会変革を目指すアプローチのことである。同様に、産官学民の多様な関係者が関わるツーリズムは、地域課題の解決につながるコレクティブな取り組みを加速する可能性を持つ。

コレクティブなツーリズムの取り組みを推進するために、現在地域において足りない要素の一つ（ミッシングピース）が「地域旅行ビジネス」である。従来の旅行会社とは異なり、地域（デステイネーション）側で事業を営むことによってネットワークや地域資源を持続可能な方法で活用し、一般的な観光とは異なる経験をツアーとして提供する専門性と社会性を持つ。

たとえば、滋賀県大津市を拠点とするツールラックは、琵琶湖畔のサイクリングの後に古民家を訪問し、ホストと餅つき体験等を楽しむ生活文化体験型のツアーを企画している。地域に残る日常を地域の自信へとつなげ、残していくため、協力いただく農家にも対価を支払うなどの地域貢献の工夫も重ね、トリップアドバイザーの口コミでも高評価を得ている。また福井銀行が100%出資する地域商社であるふくいヒトモノデザイン株式会社による「禅の精神を学び、縁（えにし）への感謝」を知る旅」は、地域住民との交流や郷土料理づくり体験などが地域に根差したストーリーとして商品化された。永平寺町周辺の地域に根づく禅の精神文化や生業に触れることで来訪者の価



ふくいヒトモノデザイン社による
「禅の精神を学び“縁への感謝”を知る旅」
写真提供：ふくいヒトモノデザイン

値観の変容を促すことを意図した、最近注目されているトランスフォーメティブ・トラベル（自己変革の旅）であり、地域に寄り添ったユニークな企画内容として高い評価を受け、サステナブルな旅アワードの特別賞を受賞した。

また、昨今注目されるアドベンチャートラベルでは、地域旅行ビジネスの一形態であるDMCが顧客価値提供の主体となる（なお、日本ではDMCがDMOの企業版を意味することもあるが、DMCはもともと1970年代から欧米で始まったMICEに専門性をもつ地域旅行ビジネスである）。現地発着ツアーや体験プログラムなどを提供する分野はツアー&アクティビティと呼ばれ、成長分野として世界中で注目されている。デジタル技術の発展によりJTB、BOKUNのような体験事業者を支援するシステムや、Viatorなど体験商品専門のオンライン予約サイトも多く、訪日客を取り込む流通手段も増え、体験プログラムを提供する中小規模の事業者にとって事業

成長の機会は増えている。

また、近年、社会課題をビジネスの力で解決する社会企業（ソーシャルビジネス）や、経済価値の創出と社会課題解決を同時に目指す「ゼブラ企業」が注目されている。ツーリズム分野においても欧州では観光社会起業家（ツーリズム・ソーシャルアントレプレナー）に対する国際的なコンベティションも開催されており、たとえば若者や女性をアストロガイドとして活用し（星空×ホームステイ）という独自モデルで地域に安定的な収入と経済の地域循環をもたらすインドの事例や、男性中心のネパールの登山業界で長距離トレイルを案内する女性公認ガイドを創設する事例などが表彰されている。今後日本においても、観光社会起業家に対する育成・支援策が積極的に進められることを期待したい。

◆◆◆ 地域の未来をつくるコレクティブ・ツーリズム・イニシアティブ

地域資源を活用したツーリズムを推進することは、地域固有のアイデンティティを未来に繋げる役割を担う、観光まちづくりの取り組みそのものである。その土地特有の気候や地形、そこに住まう人間の生活の営みから生み出された文化や歴史は、顧みられなければ忘却され、その価値も埋もれてしまいかねない。ツーリズムにおけるコレクティブな取り組みが、地域の潜在的価値を掘り起こし、未来へ伝えていく活動となれば、地域資源は過去の資産ではなく、未来の世代からの借りものなのだと、次世代に誇りを持って伝えることができるだろう。

地域資源を生かした
多様なツーリズム

1 株式会社おてつたび
(東京都)

「お手伝い×旅」で地域と人をつなぐ —人手不足を「出会いのチャンス」に—



株式会社おてつたび 代表取締役CEO ・ 永岡 里菜

新しい旅のカタチ「おてつたび」

皆さんは、日本全国をどれだけ知っているでしょうか。47都道府県すべてに足を運んだことがある方は、実は多くないのではないのでしょうか。私自身もまだ勉強中ですが、旅を通じて、一見、なにもなさそうに見える地域にこそ、その土地にしかない素晴らしい魅力があることに気づかされてきました。

私たち、株式会社おてつたびは、日本各地の短期的・季節的な人手不足に悩む



地域の方（農家・旅館など）と、「働きながら地域を旅したい人」をつなぐ人材マッチングサービス「おてつたび」を展開しています。参加者は地域で働くことでアルバイト代を得られるため、旅費などの負担も軽減されます。そして何より、地域のひとと一緒に汗を流すことで、自然と交流が生まれ、第二・第三の故郷のような存在になっていく——。そんな世界を目指しています。

「どこ、そこ？」と呼ばれる 地域に魅せられて

私の出身地は三重県尾鷲市という、漁業と林業のまちです。幼少期に名古屋に移り住んでからも、長期休みは祖父母がいる尾鷲で、山・川・海と自然の中で遊び尽くしました。私にとっては「夢の国」のような場所です。しかし、大学進学で関東に出てきたとき、自分にとって大切なこの尾鷲が「どこ、そこ？」と言われる現実と直面し、強い違和感を覚えました。

社会人として働く中で、全国各地を訪れる機会

に恵まれました。そこで知ったのは、尾鷲のように、知名度は低くても、本当にすてきな文化や人、自然が残る地域が日本中にたくさんあるという事実です。そして、そうした地域の魅力が広く知られていないことに、もどかしさを感じました。「地域を知ってもらいきっかけを作りたい」。そう強く思うようになりました。

夜行バスで地域を巡る旅へ

2017年、私は26歳で会社を辞め、東京の家も解約し、日本各地を夜行バスで巡る旅に出ました。貯金を切り崩しながらの生活でしたが、滞在した地域の人たちに地元の良さを教えてもらい、深く交流できたことが何よりの財産です。

そこで気づいたのは、「どこ、そこ？」と言われる地域の魅力は「住むように滞在すること」や「地元の人と関わること」でこそ見えてくるということ。そして同時に、多くの人がそうした地域に興味はあるものの、訪れるには「二つのハードル」があると感じました。

①金銭的なハードル

知らない地域に行ってみたいけれど、旅費がネック。

②心理的なハードル

観光情報では魅力が伝わりにくく、「どんなところなのかわからない」という不安。

この二つのハードルを解消し、地域の魅力に自然と触れられる仕組みとして考えたのが「おてつたび」です。お手伝いという共通の目的を通じて人と人につながり、働くことで報酬を得て、滞在



高山市のホテルで接客している参加者。休日には市内を観光



浜松市のみかん狩り園でみかんを収穫する参加者



「おてつたび」がきっかけで沖縄から嫁入りした川上村の旅館の若女将（右）

費の負担も抑えられる。気がつけば、地域に愛着が湧いている——。そんな体験を多くの人に届けたいと思いました。

「旅のスポットワーク」で生まれる新たな循環

2018年7月に創業し、2019年1月に「おてつたび」を正式リリース。2025年5月時点で、受け入れ先は全国1900カ所以上、登録ユーザー数は7万5000人を超えました。参加者の約半数はZ世代ですが、近年はセカンドキヤリアを模索するシニア層からの応募も増え、多様な世代が地域とつながっています。

たとえば、インバウンド観光客でにぎわう岐阜県高山市ではホテルのレストランで配膳や接客を行う募集があります。また、静岡県浜松市のみか

ん狩り園では、みかんの収穫や販売の手伝いが可能です。そのほかにも、北海道・礼文島でのウニ剥きや、沖縄・宮古島でのマグロの一本釣り漁など、日常ではなかなか体験できない貴重な仕事に挑戦できる機会もあります。

移住・定住・起業へと広がる「化学反応」

おてつたびをきっかけに、「移住・定住」にながった方もいます。

たとえば、沖縄県に住む女性は「今のうちに国を巡ろう」と、おてつたびを利用して奈良県川上村の旅館で2週間の滞在型の手伝いに参加しました。そこで旅館の若旦那と出会い、交際を経て結婚。現在は若女将として、夫婦で旅館を支えています。

また、徳島県鳴門市とは、移住交流の促進や関係人口の創出・拡大、人手不足の解消を目的に、2024年7月に連携協定を締結しました。その取り組みの一環としておてつたびに参加した方のうち1名が、実際に東京から鳴門市へ移住。現在は、特産のらっきょうの魅力を広めるために起業し、加工品の開発に取り組んでいます。

人の流れから始まる日本の課題解決

日本は今後ますます人口減少が進み、とくに地方は人手不足が深刻になります。地域産業を持続させていくためには、「人」「お金」「想い」の循環が不可欠です。おてつたびは、旅をきっかけに人が地域を訪れ、交流し、その地にお金や関心、愛着が生まれる社会を目指しています。

ただ働きに行く

だけではなく、地域の人とふれあい、暮らしに触れる——。その体験が、訪れた人の心に残り、やがて「関係人口」となって地域に帰ってくる。そんな新しい旅のカタチを、私たちはこれからも広げていきたいと考えています。



地域資源を生かした
多様なツーリズム

2

一般社団法人
ワインツーリズム
(山梨県)

地域課題改善のためのワインツーリズム ―「至らず尽くさず」で再訪促す―



一般社団法人ワインツーリズム代表理事

・大木 貴之

住民との共創によるイベント

私たちが「ワインツーリズム」をスタートさせたのは、日本ではまだ「ツーリズム」という言葉がそれほど一般的ではない2008年でした。私たちが行っているワインツーリズムは、海外のワインツーリズムや既存のツアーとは違い、地域をネットワークのようにつなぎ、移動の自由度を可能な限り上げて地域課題改善を目的として実施しているものです。

地域に点在するワイナリーや飲食店、宿泊施設に加え、バスやタクシーなどの交通事業者、農家や地域住民、行政など、そこで暮らす人たちとの共創によってイベント形式で開催しています。

参加者数は過去最大でも2500〜3000人ほど。消費とコミュニケーションのバランスが地域の対応力を超えていないかを鑑みながら参加人数を調整しています。イベント開始時の2008、2009年は県や市から200万円ずつ補助金を

もらい、それ以降は参加者の参加費で開催している民間の活動です。

イベント概要は、山間などにもあるワイナリーをめぐりやすいよう循環バスと時刻表を独自に準備し、地域の魅力が伝わるバスコース入りのワイナリーマップや、当日のワイナリーおよび近隣の飲食店など地域の情報をまとめて事前に参加者に提供します。これらの資料をもとに参加者自身が地域を予習し自ら予定を立て、当日楽しむというものです。

「至れり尽くせり」ではなく参加者に負荷をかける「至らず尽くさず」をコンセプトとし、参加者はこの「能動的」な体験により、地域の情報を自身のものとすることとなり、結果として再訪問につながることを狙っています。

当事者だからこそ見えてきたこと

私は、2000年に東京から故郷である山梨県甲府市に戻り、飲食店「Four Hearts

Cafe」を創業しました。当時甲府駅周辺はシッター街化しており、地方における人口減少と加速する郊外化の影響を受ける当事者となりました。人とお店が減り、消費とコミュニケーションの機会が少なくなり、地域の人々の自信が失われている中で、どうすれば地域を経済的に持続可能な環境にすることができのかを考え、日本一のワイン産地山梨のワインを活用して地域に人の流れを起こそうと考えました。

2000年当時、全国にはおよそ2000のワイナリー（現在は500）が存在し、そのうちおよそ90が山梨県にありました。しかし甲府駅の周辺で山梨県産のワインを飲めるお店はほぼありませんでした。当時は日本ワインに対する需要がまだ「お土産」的な立ち位置で、山梨でも地域の人たちが意識して日常楽しむような存在ではありませんでした。

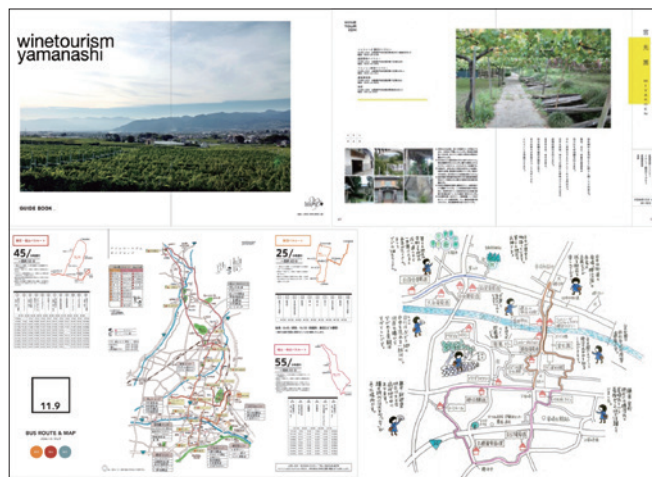
日常につなげる再現性で地域に変化

「ワインツーリズムやまなし」をイベントという形式にしたのは、開催情報を遠くまで届けたいということに加え、迎え入れる地域側も一日、二日だけの限定的な対応で済むこと、それによって「本当は産地はこうありたい」という挑戦が単発的ながら実現可能であることが挙げられます。

予算も少なかった私たちは、お金をかけてイベントのクオリティを上げていくやり方ではなく、イベントではない日の「再現性」を意識し、人の流れが日常化することにこだわりました。調達できる予算で「地域にないモノやヒトやサービ



「ワインツーリズムやまなし」の様子



地域を予習するためのガイドブックやマップ



参加者にワインやブドウを紹介する地域の人々

新たな小商いを育み、地域全体のサービス力を上げていくことを第1フェーズとして取り組んできました。

2008年に初めて「ワインツーリズムやまなし」を甲州市勝沼町の約30ワイナリーの協力ですタートさせたとき、勝沼町の人口は9486人でした。2025年現在、7554人と減少していますが、飲食店は10軒以上、パン屋、ブルワリー、宿泊などを営む若者たち、カメラマンやデザイナーといったこれまでいなかった職業の人たち、そしてワイン醸造やブドウ栽培を希望する若者なども増えています。

また、シャッター街化していた甲府駅周辺では1階の空き店舗も少なくなり、山梨県産ワインを取り扱う店は70軒以上になっています。

プロセスの共有は地域を育てる

ス」をつくり、「地域にあるモノやヒトやサービス」は協力者に担ってもらおうというやり方としたのです。

ワインツーリズムを続けることによって地域外から「地場産業を目的とした新たな消費行動」を生み出し、人口減少していく中でも地域に

こうした地域の変化は、20年近くかけてワインを「地域の文化」に育てていくプロセスを地域内外の人と共有することで起こっています。ものづくりとしてだけでなく、他業種や地域の人たちへと裾野を広げ、地域外の人たちの消費力によって地域内の人たちに山梨のワインの価値を再認識してもらい「ワインが楽しめるまち」にしてみました。この「地域の人たちが地元のワインを楽しむ文化」に地域外の人たちが触れる体験は旅の楽しみでもあり、地域の魅力を伝える有効な手段です。

これまでワインツーリズムは山形、岩手、三陸で、そして鹿児島では「焼酎ツーリズム」をその地域の仲間たちと共に同様の手法で企画運営してきました。こうした取り組みを講演で紹介し、観光庁では「ツーリズム」、経済産業省では「オープンファクトリー」と解釈され、各地で同じような手法でイベントが開催され、それぞれが地域に結果と社会的なインパクトを残しています。

現在、第2フェーズとして、興した人流と消費力を活用して収益化に取り組みながら、地域課題である2次交通改善のためA1タクシの試験的運行をイベント時に実施し、観光シーズン中の運行を目指しています。今後は自動運転や新たなモビリティなど地域を活用して実証実験などを行い、テクノロジーと産地を組み合わせた日本らしいワイン産地としてさらに面白くできると思っています。最終的には地域全体を一つのサービスとし、スマートフォン一つでストレスなく産地をめぐれるような体制づくりを目指しています。

未来へつなぐ「NEOネオンプロジェクト」 —スナックを観光資源に誘客—



一般社団法人信州千曲観光局 専務理事

・小沼 浩栄

他に類を見ぬネオン街

千曲市の戸倉上山田温泉には、県内の他の温泉地に類を見ないネオン街が存在し、多くのスナックが軒を連ねている。現在でも60軒ほどのスナックが点在し、地元民・観光客が気軽に交流できる社交場としての機能を持ち合わせ、街の文化の一つともなっている。

ところが2022年のコロナ禍のダメージで、にぎわっていたスナックの灯りが少しずつ減っていく現状があった。そこで、当地の観光地域づくり法人(DMO)である信州千曲観光局では、地域文化として根付いてきた「スナック文化」を絶やしてはならないと関係者にヒアリングを行い、つないできた観光地の大きなコンテンツの一つとして持続できるネオン街を目指し、「NEOネオンプロジェクト」を立ち上げた。

扉を開けるお手伝い

スナックに対しては、一般的に「男性や常連が多く、踏み入れづらい場所」という固定観念がある。料金設定が提示されておらず、店内も外側からは見えず、重い扉を開くには勇気が必要で、初めての人が入るためのハードルが高いことも事実だ。

しかし、このエリアのスナックの多くは、3000〜4000円程度で90分から120分、基本的なドリンクは飲み放題、カラオケ込みのセット価格となっており、常連客も初めての方を温かく迎え入れ、楽しんでもらおうとするシビックプライドをもっている。

これらの特性を効果的に発信する仕組みをつくり、新たなターゲットを誘客するためのコンテンツ造成を行い、プロモーション戦略を策定し、「新しいスナック文化『NEOネオン』」として戸倉上山田地域のリ・ブランディングを行い、ネガ

ティブな印象を払拭しながら、一人でも多く「スナックの扉を開ける」ことのできるお手伝いをしていきたいとの思いで取り組んでいる。

持続可能なナイトコンテンツに

2022年度からスタートさせたプロジェクトは、3年連続で観光庁の補助事業費を活用できたことで充実した内容になった。

まず、2022年度は、スナック事業者へのヒアリングによって、取り組み内容を理解してもらいながら進めた。初年度の主な取り組みは、店の情報が分かるウェブサイトの立ち上げにより、料金・営業時間・店内写真などを掲載し、店に入る不安を払拭できる仕組みをつくった。

新たな魅力づくりについては、若年層に「刺さる」ものを主眼とし、「NEOネオンキーホルダー」の製作や、そのカプセルトイ販売機の設置、



ネオン管とキーホルダー

オリジナルボトルキーパーの製作など、お店に入ってみたくなる仕組みづくりの戦略を立て、それぞれの店へ取り扱いの周知を図った。

PR活動においては、メディア・インフルエンサー向けのモニターツアーの実施による外部への発信強化のほか、ビジュアルポスター・チラシを作成し、スナック店舗や街中の掲示板などへ掲示することで認知を上げる活動を行った。

2023年度は、今後の新たな顧客となり得るインバウンドの誘致を主な目的とした取り組みを実施した。具体的には、英語版ウェブサイトの製作や外国人向けモニターツアーの実施によるアンケート調査で、外国人趣向調査のモニタリングにより、今後のインバウンド向け展開の戦略策定の基盤とした。

また、外国人インフルエンサーを招き、実際のスナック体験を海外のSNSで発信する事業も行った。

2024年度は、コンテンツの確立を持続する取り組みとして、学生・社会人の2枠でモニターツアーを実施した。ツアーでは、実際にスナックを体験してもらった上で翌日にワークショップを開催し、新たな視点で現状の課題の洗い出しと持



台湾インフルエンサーのスナック体験



モニターツアーの街歩き

続できるために何が必要かをアイデアとして出してもらった。その中には、ウェブサイトの店舗情報が見づらいといった意見があったため、情報の改廃を実施。ほかにも、別地域でのプロジェクトの横展開といったアイデアもあり、現在、上田市がナイトコンテンツのプロモーションをスタートさせている。

こうした取り組みの結果、2024年10月には国際認証団体による「世界の持続可能な観光地TOP100」にNEOネオンプロジェクトが選出された。

地域OTAや回遊アプリも

3年間の取り組みにより、メディアで取り上げられることも多数あり、露出も増えたことから、

スナックを目的に来訪する顧客が増えている。しかし、これらはスナック事業者へのヒアリングや実際の現場での顧客への聞き取りからで、正確な効果測定ができていない状況もある。

2025年度は、これらの課題を解消し、さらに持続可能なコンテンツとするための取り組みを実施する。

現在、当DMOでは「地域OTA（オンライン・トラベル・エージェント）」と「回遊アプリ」の開発を行っており、こちらにスナック予約なども組み込んでいくことにしている。具体的には、地域にある宿泊施設にスナック体験をパッケージした商品開発を行い、OTAサイトで展開していく。OTAサイトは「ふるさと納税」にひもづけし、地域で利用できるポイントを付与する仕組みも開発している。

また、各スナックの入り口に店舗情報が見えるQRコードを設置して、顧客が簡易的に店舗情報を見られるようにし、顧客・入店情報の収集も併せて行えるシステム開発を進めている。

今後の展望として、「NEOネオン」事業の収益化のかたちづくりをしていかなければ、持続させる事業の担保ができないことから、収益事業化へかじを切っていく。前述した地域OTAからの収入に加え、ここまで形をつくってきたノウハウの他地域への横展開をサポートする事業化など、DMOの持続性も担保していく。

最後に、NEOネオン事業は単独コンテンツではなく、観光地域の街づくりの仕組みの一環となっており、最終的には戸倉上山田温泉地が持続できる観光地となることをゴールとしている。

地域資源を生かした
多様なツーリズム

4

合同会社HITTISSYO
(長野県生坂村)

関係人口増やすリジエネラティブ・ツーリズム

―自然の中で学ぶ、生物多様性・脱炭素―



合同会社HITTISSYO ● 星野 亜紀子

何度も訪れたくなるふるさとづくり

長野県生坂村では新たな観光事業の一環として、いくさか『創造の森』を舞台とした「リジエネラティブ・ツーリズム」(再生型観光)である「旅するいきもの大学校!」を始動した。テーマは「ネイチャーポジティブと何度も訪れたくなるふるさとづくり」。約半年間、全6回のツアーを通じて参加者を「生坂村公式自然研究員(ネイチャーファエロー)」として認定する本プログラムは、生物多様性に関心のある方々に新しい可能性を提供した。

この取り組みは観光庁「第2のふるさとづくりプロジェクト」のモデル実証事業として令和6年9月から令和7年1月までの間、生坂村と株式会社松本山雅、クラブツーリズム株式会社、株式会社フューチャーセッションズ、合同会社HITTISSYO(ヒッタイシヨ)、株式会社大広がコンソーシアム形式で協力して進めた。

筆者は、広告代理店勤務を経て、近年では行政と連携した地域活性化を担うプロデューサーとして活動。生坂村に加え、4月からは山梨県丹波山村の地域活性化にも取り組んでいる。

いくさか『創造の森』プロジェクト

長野県のちょうど真ん中に位置する生坂村。東京23区の江東区とほぼ同じ大きさで、長野県の市町村の中では5番目に小さなこの村の人口は約1630人。犀川の清流と溪谷美の山清路、雄大な大城・京ヶ倉など、水辺と里山が織りなす美しい自然に囲まれ、村全体が溪谷のような景観を呈する風光明媚な村だ。

生坂村は令和5年4月28日に環境省の脱炭素先行地域に採択された。いくさか『創造の森』は脱炭素の取り組みに関する啓発活動や村の魅力を発信するコミュニケーションの場である。生坂の豊かな自然を通じて村内外の人々と農業体験をはじめとした体験プログラムを行うことで、すべての世代が

有機的につながる持続可能なコミュニティの創出を目指しており、令和8年度にはエネルギーを自給自足するZEB(ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)100%のオフグリッド型ホテルを建設予定である。

村のファンづくりを目指す

リジエネラティブとは「再生させる」という意味を持ち、これまでの消費中心の観光とは一線を画す概念と言われている。豊かな自然体系を有する生坂村は昨今、自然配慮やエシカルなライフスタイルを好む若年層から関心が集まっている。地域課題として産業の不足や空き家の不足があり移住のハードルは高いため、無理に移住定住者を増やすのではなく、地域の想いや方向性により深く共感してくれる「ファンづくり」にかじを切り、生物多様性・ネイチャーポジティブをテーマに「何度も訪れたくなる第2のふるさとづくり」を行った。住む人とやってくる人が共に自然環境や文化を回復させ、より良い姿に再生する持続可能な観光スタイル。それが「リジエネラティブ・ツーリズム」である。

多様な体験を提供、地域交流も

体験プログラムの特長は以下の点である。

①ハイブリッド形式の採用
プログラムはオンライン・オフライン形式を採用し、旅マエ・旅ナカ・旅アトの参加者のコミュニケーションはLINEのオープンチャットを利用。より多くの

生坂村「創造の森」イメージ図

遊ぶように暮らそう！

いくさか『創造の森』プロジェクト

ここ生坂村「創造の森」はエコロジカルなライフスタイルを実現し、提唱する場。そして地域住民が自由に出入りできる「地域の緑地」。ここにはさまざまな手仕事があります。さまざまな手仕事はコミュニティを円滑にし、遊ぶように仕事をするを可能とします。持続可能な村。それはあなたと家族、あなたの愛する人すべてが続く未来であります。遊ぶように暮らそうここ生坂村で。



いくさか「創造の森」プロジェクト概要



山紫水明の地、生坂村



オフグリッド型ホテルのイメージ図

④ 地域との交流Ⅱ全6回のプログラム各回に、地元関係者らをゲストに招き、地域の文化や課題について理解を深める機会を創出した。

プログラムのゴール

本プログラムへの参加総数は当初の想定を大幅に超え、20名定員のところ38名でスタート。連携企業のスタッフを入れると総勢約50名が生坂村を4回以上訪問した。有料広告を利用せず集客が成功した要因としては、プログラムのガイダンスを担当する立教大の奇正彦准教授による大学コミュニティ派生の学生や関心層への発信、次いで連携企業メンバーによる個人的なSNS等での発信によるものだった。信頼性の高い人物からのクチコミのためか参加者の質が高く、関係人口創出をゴールとする生坂村にとってはまさにターゲットが合致した。

人々が参加できる機会を創出した。

② 専門家によるガイダンスⅡ立教大学の奇正彦准教授をプログラムの監修および各回の講師として迎え、学術的な裏付けのある内容を提供した。

③ 多様な体験の提供Ⅱ生き物の生態や自然の知識を学ぶだけではなく、実際に自然調査や再生活動に参加することで実践的なスキルを身につけられた。

また、プログラムの折り返し地点での参加者インタビューの結果、本プログラムでは「目指すべき共通のゴール」を設定することが重要であるとわかった。令和6年度のゴールは、いくさか『創造の森』が環境省の令和7年度後期の「自然共生サイト」の認定を受けること。参加者はそのための活動計画やモニタリング計画を実践し、自然共生サイトへの登録時の研究者として名前を連ねることをモチベーションに自身の明確な役割を得て後半のプログラムに参加した。

持続可能な観光に一石

リジェネラティブ・ツーリズム「旅するいきもの大学校！」は観光と環境保護、地域活性化を有機的に結ぶ取り組みである。本ツーリズムの成功は、単に一地域の発展にとどまらず、持続可能な観光のあり方に一石を投じる可能性を秘めている。脱炭素先行地域づくり事業は主にハード事業の側面が強く、地域課題の解決までには至らない。環境事業・観光事業の掛け合わせによるソフト面の強化は、生坂村のブランディング価値を高め、移住促進や産業誘致にもつながる可能性がある。

すでに本プロジェクトに対する企業の視察があり、テレビ局をはじめとした9社が参加。令和7年6月にはテレビ東京「田村淳のTaMaRiBa」の密着取材を放映する。さらなる関係人口を増やしながらプロジェクトは継続していく。このように村と民間企業5社のコンソーシアムが連携するプロジェクトが地域の本質的な課題を解決し、関係人口増加による地域活性化を目指している。

「ふるさとの光」を観る

―四日市だからこそそのツーリズム―



一般社団法人四日市観光協会 事務局長 ● 岡田 良浩

見慣れた景観がまちの魅力に

夜空の下で煌めく四日市コンビナート。

2007年に発行された写真集「工場萌え」に取り上げられた幻想的な風景は、海上や陸上、そして地上90メートルからも眺めることができ、四日市コンビナートは「工場夜景の聖地」と呼ばれるまでになった。

当時、四日市では普段見慣れたコンビナートの景観が、まちの魅力やそれを観る観光につながると思われていなかった。身近で当たり前にあるもの、自分たちの「原風景」であつたからだろう。海沿いの石油化学工場や製油所、そしてそれらをつなぎ原料や燃料を融通し合う数々のパイプラインを照らす光は、夜空の下で一層煌めく。四日市コンビナートの夜景は、非日常の光景が観る者の記憶に残り、その歴史を思い起こさせる。

幻想的な夜景と、企業OBのガイドが同乗する「四日市コンビナート夜景クルーズ」は、いまの

四日市を観る観光として2010年に産声を上げた。

きっかけの一つは若者の故郷への思い

2009年9月、東京における四日市出身者の集い「四の会」を主宰する映画監督・瀬木直貴氏がコーディネーターをつとめ、故郷を離れて活躍する若者たち8名による座談会「東京発 四日市への思い」が四日市市東京事務所（千代田区）で行われた。

そのなかで、ふるさとの魅力の一つとして取り上げられたのが「コンビナート」だった。座談会では、その景観をまちの魅力として生かせられないかという話で盛り上がることとなった。

一方、2007年頃のこと。地元四日市にも同じ考えの「人」たちがいた。様々な分野の市民が参加する市の文化振興に関する会議で、企業に所属する委員たちからコンビナートの景観を観光資源に活用してはどうかという意見が出されていた



四日市港ポートビル うみてらす 14（地上90メートル）からの工場夜景

のだ。

さらに、四日市商工会議所の職員や地元の観光事業者たちも、地域資源を生かして企画する「着地型観光」として、コンビナートの夜景を船で案内する企画の検討を始めていた。それは、旅行商品を売る「から」観光を創造する「という新たな挑戦でもあった。

このように、偶然にも同じ時期にコンビナートの夜景を活用して四日市の魅力を伝えるという観光のかたちたちが固まっていたのである。

夜景クルーズ始動

「四日市コンビナート夜景クルーズ」の行程は約60分。毎週末に定期・定時運航というスタイルで2010年7月にスタートした。コースは、試乗会に招いた「工場萌え」著者の石井哲氏、大山顕氏らによって監修され、それをパンフレットにも明記して写真集との相乗効果も狙った。

夜景クルーズの特徴は、お客様に四日市ならではの体験と満足感、そして感動を持ち帰っていただくための、コンビナート企業OBによるクルーズガイドとその語りである。そうした意味から、四日市の観光に欠かすことのできない「人」であるクルーズガイドの人選には、市からコンビナート企業に対しての協力要請が行われた。

クルーズガイドの語りは、①お客様がコンビナート夜景を楽しめること②コンビナートやそこに働く人々が私たちの生活をどのように支えているのか③公害から環境改善までの経緯④四日市の文化や歴史、地場産業やおススメのお土産——などのポイントを解説している。いわゆる製造や技術部門のOBたちは、当日のプラントの様子や、原料などの積み降ろしのために着岸する船の作業などに解説を加え、お客様からの質問にもわかりやすく対応する。クルーズ終盤には自然と拍手がおこ

り、夜景の煌きだけでなく文字では伝えることができない空気を感じることができ。

多くの人にとっては遠い記憶となり、世代によっては直接知らない高度経済成長期における光と陰を経験し、現在の四日市を築き上げてきた企業OBたちによるクルーズガイドは、コンビナートの光とともにそれを一層引き立てる四日市の観光になくてはならない存在である。

以上のように、ふるさとを思う「人」たちによって、いまの四日市の姿を入り口に、これまでの歴史を伝えるという一連の行程が、四日市だからこそこのツーリズムのかたちである。

「人」を観光資源に

「四日市だからこそ」は、夜景だけにとどまらない。市西部の鈴鹿山麓に広がるかぶせ茶の一大産地では、お茶が生む「ホッとひといき」という価値を提供する若手農家たちが活躍している。

自然に恵まれたこの地域では、天然の伏流水を生かした酒蔵や伝統的工芸品「四日市萬古焼」の窯元をはじめ、地域の伝統を継承する「人」たちが、その魅力によってファンを引きつけている。

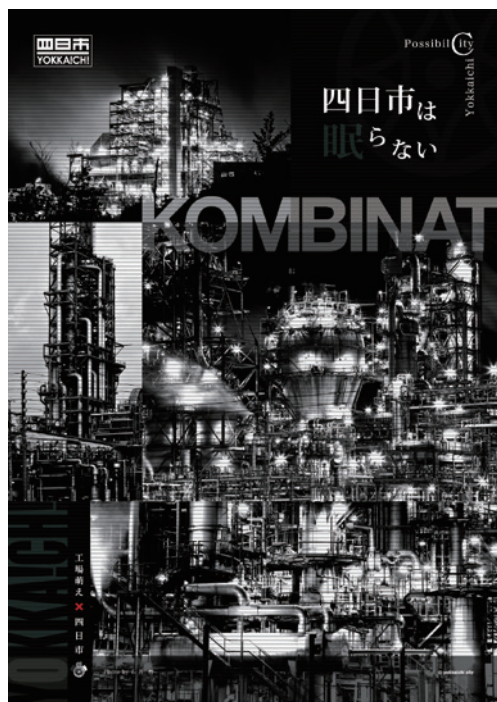
市中心部の旧東海道周辺では、交通ターミナルやホテルなど官民による新たな投資を機に、ナイトカルチャーや食文化を盛り上げることでまちなかを活性化させようと動きだしている。

こうした動きに合わせ、10年後、20年後を見据えた「四日市だからこそ」の観光、まちづくりにつなげるためには、担い手のマッチングや立ち上がり期の支援が重要になってくる。ふるさとを思う外からの視点、アドバイスを耳を傾けることも大切だろう。

四日市にはまだ、つながっていない人たちと、眠っている強みがある。このまちの可能性を信じて、「四日市だからこそ」の強みである「人」を観光資源に、これからの観光のさらなる発展を支えていきたい。



夜景クルーズ 2025 のチラシ



石井哲氏とコラボしたポスター

五国が織りなす「兵庫テロワール旅」

—ここに住み続けたいと思える観光地域づくり—



公益社団法人ひょうご観光本部CMO ・ 岡本 考喜

2023年7～9月に全国規模の観光キャンペーンであるJRデスティネーションキャンペーン(DC)が実施されました。

テーマを「御食国・兵庫五国の食・体験が織りなすテロワール旅」として、「量」から「質」の観光への転換を掲げ、新たな「ひょうごブランド」の確立と地域にとっては「あたりまえ」でも「実はあたりまえじゃない」魅力ある地域資源の発掘と磨き上げを行うことで、今後10年通用する兵庫ブランドの確立を目指しました。プレDCである2022年からアフターDCの2024年までの合計3年にわたり「兵庫テロワール旅」を通じて住民が誇りをもって住み続けたいと願う豊かな地域社会の実現に取り組んできました。2025年の神戸空港国際化を迎えた現在も、視点を海外客にも合わせ、さらなる進化を続けていきます。

量から質の観光へ

2020年の新型コロナ禍により、旅行への意

識や様式にも多様化が進みました。また、SDGs、レスポンスブルツーリズムへの意識も世界中に広がった結果、旅行者の満足度を高めることに加え、地域や環境などに配慮することが求められ、多くの観光客を呼び込む従来の「量」中心の観光ではなく「質」への変革が重要となりました。変革の結果、観光による恩恵を県民が実感し、兵庫県を訪れた旅行者と感動を共有し、誇りを持って住み続けたいと思えるような観光地域づくりを兵庫テロワール旅を通して実現することが可能になりました。

ただし、兵庫テロワール旅を実施したタイミングでは、インバウンドが2019年度水準に回復するのは、2025年と想定しており、DCのプレ、アフターも含めた期間(2022～2024年)ではまだ国内市場(日本人旅行者)がメインターゲットとなっているため、日本人に向けた旅の提案が大半を占めています。

兵庫テロワール旅とは

われわれは兵庫テロワール旅について、以下のように定義しています。

①地域に根差した「食」や「文化」であること(歴史があるか、地元の資産として地域に広く浸透しているか、「兵庫らしさ」や「兵庫五国の地域特性」を包含しているか、など)

・「兵庫らしさ」の例Ⅱ日本における「ルーツ」(山田錦と日本酒、但馬牛、海外文化の受け入れ(パン・ケーキ・乳製品)、国生みの島等)▽日本遺産▽瀬戸内海、山陰海岸ジオパーク、里山▽阪神間モダニズム(上質な和洋折衷文化)

②対象となる「食」や「文化」が生まれた理由やルーツ・背景を知ることができる(風土、土壌、気候など自然環境的背景、もしくは、人の活動や文化の交流など社会的背景)

③生産者、料理人、職人など「人」や「技術の伝承」の魅力を感じることができる

④地域資源の持続可能性(世界が取り組むSDGsの目標や後継者づくり)を意識した取り組みがなされている

⑤観光客を受け入れる体制(ソフト・ハード面、他コンテンツとの連携等)が整備されていること

兵庫テロワール旅の実例

①ターゲットのペルソナ設定

〈属性〉所得Ⅱ中間層以上▽居住地域Ⅱ特に首都

圏▽職業Ⅱナレッジワーカー・専門職、主婦・主夫など

〈性格〉知的好奇心旺盛、直感的、積極的、人生を楽しむ▽自分らしさが大切、価値は自分で判断したい▽価値があると思つたものにはお金をかける▽他人とは互いの価値観を尊重する▽SDGsやLGBT、リベラルアーツ等の世界動向に敏感

〈嗜好〉好きなものⅡおいしいもの、伝統工芸、ウェルネス、寺社巡り、アート、読書（ライフスタイル誌など）▽旅の嗜好Ⅱ食、温泉、リラクセス、ゆっくり滞在、本物志向、イミ志向▽SNSⅡインスタグラム（よいと感じたことを共有）

②インバウンド誘客に向けた進化
2022年から磨き上げた兵庫テロワール旅は、これまで112コンテンツを数えました。現在ではコロナ後の事業会社の様々な要因による受け入れ環境の変化や利用者の要望に合わせ84まで絞り込みました。さらに当本部では、インバウンドの急激な回復を受けて、オーダーメイド型のツアーを扱う海外旅行会社向けに高付加価値型商品を紹介するマッチングサイトを運営しています。その中で兵庫テロワール旅の動画を紹介するだけでなく、タリフ化（多言語展開）を行い、旅行会社が購入しやすい条件整備を行いました。また、一部商品には当日の添乗員や通訳用のマニュアル付きのものもあり、よりきめ細やかな対応を行っています。

③2024年、外国人に人気のコンテンツ（抜粋）
○兵庫のりと塩屋商店街ツアー
〈内容〉塩屋（神戸市）の商店街を地元在住のガ

イドと訪れるほか、明石海峡大橋の絶景やノリ工場などを訪問。

〈ポイント〉海外旅行の元添乗員の武本すみれさんが現地ガイドとなり、塩屋商店街でなじみの理髪店や豆腐店などを訪問。店主と親密な武本さんを通じての人情味ある交流は、彼女の英語力もあり、唯一無二のツアーとなっており、欧州を含めて外国人から人気を博し、リピーター参加も増えています。

○明石の魚の美味しさの秘密を覗く・明石昼網鮎ツアー

〈内容〉鯛やたこで有名な明石で、昼網のセリ市を目の前で見学してもらい、セリ落とした魚を使った鮎を食べてもらいます。



兵庫のりと塩屋商店街ツアー



明石のセリ市の様子

〈ポイント〉明石浦漁業協同組合の一般が入れないエリアで、珍しい昼前に開催される活気あるセリ市を見てもらい、SDGsに関する取り組みなどを説明。観光客向けに整備された市場とは一線を画すライブ感が人気の理由で、通訳用に用意し



丹波篠山の茶畑見学

た当本部作成のマニュアルや説明動画などの仕掛けも奏功しました。

○日本最古のお茶処 1200年続く丹波篠山茶のヒミツ旅

〈内容〉日本最古のお茶処である丹波篠山の茶畑を見学し、希望者には茶娘の衣装を着ての茶摘み体験してもらった後、お茶の製法説明や試飲を楽しんでもらいます。

〈ポイント〉普段、観光客と接点が少ないお茶の生産組合から、丹波篠山市観光協会に窓口が変わっただけで参加者が増加し、満足度が上昇。受付時での案内と現地での対応力で、参加者の意識が大きく変わり、人気コンテンツに生まれ変わりました。

2030年に向けて

2025年4月、神戸空港で国際線の運用が始まり、2030年には国際便の定期化と大阪IR統合型リゾート開業が予定されています。現在、兵庫県では旅館・ホテル宿泊に占める外国人の割合は10%未満で、隣接の大阪・京都と比較すると、まだまだ外国人宿泊に伸びしろがある状況です。

兵庫テロワール旅を国別・年代別の嗜好に合わせカスタマイズして提案することと食への取り組み「旬なものを、旬の場所」を具現化する現地ガイドの育成や、「兵庫の旬の食」を気軽に楽しめる「ナイトタイムコンテンツ」や「ユニークベニュープラン」の開発等を通して、旅の滞在型・高付加価値型を図るとともに、兵庫テロワール旅の定着を推進していきます。

城下町の魅力生かした観光まちづくり ―課題解決から始まった持続可能な取り組み―



一般社団法人キタ・マネジメント ・ 伊賀 綾乃

風情ある町並み

愛媛県南西部に位置する大洲市は、中心部に古い町並みと城下町としての景観を残し、その周辺には美しい田園風景や山並みを有している。また、1級河川である清流・肱川がまちの中心を蛇行しながら瀬戸内海に向かって貫流している。

明治・大正期において木蠟や生糸の生産が全盛期を迎え、瀬戸内海を通じて関西圏や海外にも輸出されるほどであり、大洲城下町エリアは川港として隆盛を極めた。現在も、当時の豪商の屋敷や別荘など、歴史的価値のある古民家が残っており、風情ある景観を形成している。

人口減少で増える空き家

大洲でも2000年代から、人口減少に伴う空き家・空き地の増加が顕在化してきた。一方で、行政が中心となって町並みを残すための景観条例

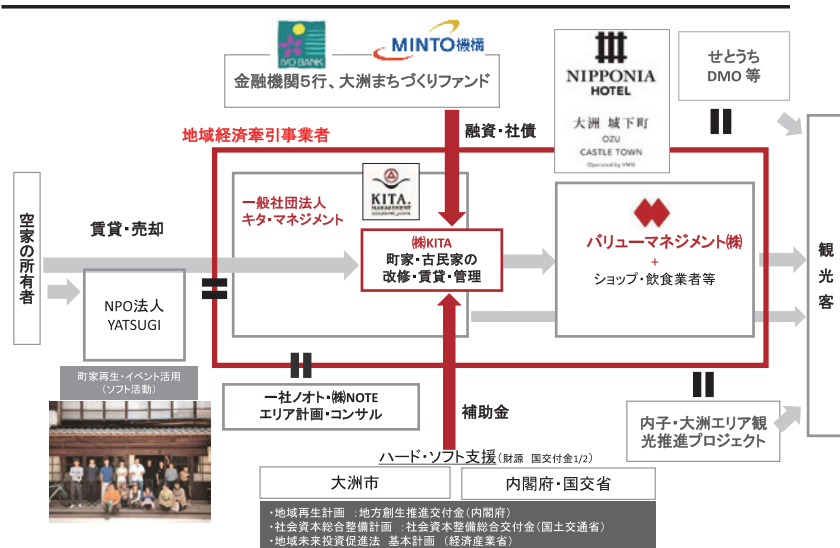
の制定や、景観に配慮した建築に対する補助制度を整備したが、2016年ごろから所有者の高齢化や相続による市外在住者への所有権移転が相次ぎ、管理に費用や手間がかかるため、古民家の放置や更地化が急速に進行し始めた。

江戸後期から昭和初期にかけての地域固有の文化を内包した古民家によって形成されている町並みが無くなると、これまで培われてきた歴史や文化が景観から失われ、まちとしてのアイデンティティの喪失にもつながることから、どうにかしてこの町並みを守り残していく方法が必要だった。

古民家再生の始まり

歴史的景観を保全するため、古民家を残す方法を模索する中で、所有者の多くが古民家を活用したいが運用方法が分からず仲介する組織がないため、どこへ相談すべきか困っているといった状況が見えてきた。そこで課題解決のため、2017年4月に「YATSUGI」という若者を中心と

全体スキーム図 (総事業費: 約12億円)



したNPOを立ち上げ、清掃や障子の張り替えといった簡単な修繕による建物管理を行うとともに、所有者と利用者を仲介する活動を始めた。清掃された古民家は、100年前の大洲を再現する「城下のMACHIIBITO」など、様々なイベントで活用され、建物が持つ魅力と価値を再認識することができた。

また、兵庫県丹波篠山市では歴史的建造物を改修してホテルとして活用している事例があることを知り、実際に町家の改修・ホテルの運営を学ぶため現地を視察し、その考え方を学んだ。

産官金による体制構築



NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町の外観

こうした過程を経ながら、大洲市でのまちづくりの仕組みが少しずつ動き始め、その基盤となる「大洲市観光まちづくり戦略会議」が2017年に発足。翌2018年4月に地域DMO（観光地域づくり法人）を形成する大洲市、ホテル運営を担うバリューマネジメント株式会社、古民家改修のノウハウを持つ一般社団法人ノオト・株式会社NOTE、資金面を支援する株式会社伊予銀行が連携協定を締結し、産官金それぞれが強みを生かした役割分担により責任を持って取り組む体制が構築され、大洲市の歴史的資源を活用した観光まちづくりがスタートした。

その結果、26棟31室を有する国内最大規模の分

散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」が整備されるとともに、ホテルの1階部分や別棟へのテナント誘致などによって計32棟の活用、28事業者の進出、153名の雇用創出（うち33名の移住）を実現した（2025年3月末現在）。半径1キロの範囲にホテルやショップが点在していることから、まちの周遊性が高まるとともに、高価格帯のホテルの効果により、域内での消費が増えるなど、経済への波及も徐々に感じられるようになっていく。

また、メディア露出にも精力的に取り組む、日本初の「大洲城キャッスルステイ」を中心に大洲市の観光まちづくりの取り組みを発信。広告費換算で約15億円（4年間累計）の効果を生むなど、少しずつではあるが全国的に大洲市が認知されるようになってきた。

持続可能なまちの形

5年間で様変わりしたまちは、観光地として注目を浴びるとともに、産官金が連携して取り組んだまちづくりとして国内外で評価され、2024年9月にオランダの国際認証団体グリーン・デスティネーションズから「世界の持続可能な観光地アワード」でシルバーを受賞した。

また、この取り組みを多くの方に体験いただけるよう「OZU STORYIES—大洲城下町再生の物語—」というガイドツアーを造成。「紡ぎびと」であるまちのガイドが、改修前の古民家を案内し、地域事業者である「まちびと」と交流することを通して、大洲のまちづくりを学んだり考

えたりする内容となっている。

観光産業でまちのにぎわいを創出した一方で、人口は徐々に減少しており、昨年は市内の人口が4万人を切ってしまった。その現状を受け、2023年度から関係人口プラットフォームとして「大洲カンパニー」を立ち上げた。「FANTS（ファンツ）」というアプリ上で、既来訪者や出身者などの登録者が地元で活躍している人々と交流し、大洲に興味を持ってもらうことで再来訪を促進し、2拠点生活や移住のきっかけづくりにつながっていきたいと考えている。

ノウハウを提供する側へ

持続可能なまちづくりを実践している大洲市について学びたいと、視察などでの来訪者が増加している。まちを残すことから始まった大洲市の事業が、結果的に持続可能な地域づくりの取り組みになっており、まちづくりの新しい形として視察などの需要につながっているのではないかと感じている。

この知見を踏まえ、ここ5年の大洲市のまちづくりの取り組みをベースに、経営者として中長期的将来を見据える力を養うことができる新たな研修「ウェルビーイングリーダーシップ研修」を昨年度から提供開始し、企業の人事担当者から好評をいただいている。ここでの視察や研修から、大洲市のまちづくりを学んでいただき、こちら側も研修を通して交流し、多くのことを学ばせてもらっている。今後は、大洲への再来訪や関係人口の増加につなげていけるよう取り組んでいきたい。

地域資源を生かした
多様なツーリズム

8 一般社団法人
黒潮町観光ネットワーク
(高知県黒潮町)

人と自然のつきあい方を考える防災ツーリズム ―独自の防災文化が地域資源に―



一般社団法人黒潮町観光ネットワーク事務局長 ● 高石 麻子

自然とともに生きる町

太平洋に面した高知県西部に位置する黒潮町は、黒潮がもたらす豊かな自然が広がり、ホエールウォッチング、サーフィンなどの自然体験やカツオの一本釣り漁業、天日塩など海からの恵みとともに産業・文化が育まれている。また、4キロに及ぶ長く美しい砂浜を美術館に見立てた「砂浜美術館」があり、企画展ではTシャツをキャンバスとして描かれた多様な作品が砂浜に約1000枚展示され、潮風に舞う作品を見に多くの人でにぎわう。様々な文化や産業を自然から生み出し、自然とともに暮らす町だ。

しかし、2012年に内閣府から公表された南海トラフ巨大地震の新想定、「国内最大級の津波高34・4メートル」により、町を取り巻く空気は一変した。当時、町外からの企業誘致のみならず既存の町内事業者においても新規の設備投資などが困難な状況を生んだほか、旅行のキャンセルや

被災を恐れる住民が町外に流出するという震災前過疎が深刻化した。こうした危機的な状況は、町が直面する課題を住民が真剣に考える機会となり、「避難放棄者ゼロ、犠牲者ゼロ」を目標に掲げ、官民が連携して独自の防災対策や防災教育を推進した。この先進的な防災の取り組みは、やがて黒潮町の強みとして町独自の防災文化へとつながった。その防災文化が今では地域資源となっている。

防災視察からツーリズムへ

黒潮町では、津波想定が公表されてから現在に至るまで、ハード整備やソフト事業など様々な取り組みが、行政を中心に住民の協力を得ながら積み上げられてきた。町担当課によって2012年から始まった防災視察案内は、町内6基の津波避難タワーの完成に伴い年間1000名以上を受け入れるまでに増加。これらの対応のため、本来の町の防災対策業務に支障を来すようになった。

そこで自主防災組織「防災かかりがま士会」



黒潮町観光
ネットワーク

黒潮町観光ネットワークロゴ



黒潮町防災ツーリズム HP

による受け入れ体制を整え、地区防災の日々の取り組みや活動を体験プログラム化した。また、防災ツーリズムの窓口を一本化したことで、情報発信が必要な要素や来客傾向などが分かるようになり、参加者からの様々な要望に合わせ、町内関係者と連携しながら新たな防災プログラムを企画・造成していった。防災プログラムの多様化により、県外からの視察や教育旅行の受け入れの幅が広がり、現在は通年の観光資源に成長している。

恵みと災いの二面性伝える

防災ツーリズムを実施するに当たり、黒潮町では震災発災前に災害に備える視点で、人と自然のつきあい方を考えるという町ならではの考え方で推進している。歴史的に大きな被害をもたらした過去の南海地震は概ね90年から150年おきに発生しているが、それ以外の長い年月の大部分は、海からの大いなる恵みを享受して日々暮らしている。わずか0・001%にも満たない災いに焦点が当たり、「日本一危険な町」といわれ続けているのは理不尽ではないだろうか。

防災プログラムというと、災害やその恐ろしさが注目されがちだ。しかし、黒潮町では防災ツー



地域防災実感プログラムの津波避難タワー体験



地場産業体験でカツオの薫焼きタタキづくり



「砂浜美術館」のTシャツアート展

今年、改めて出された新たな津波想定をふまえ、災害後を視野に入れた取り組みも始まっている。多くの課題を整理しながら自分事として向き合い、考えていく必要がある、その機会として黒潮町から他地域へ、また他地域から黒潮町への情報交換の場となるよう努めていきたい。

生まれる経済の好循環

津波想定風の風評被害から始まり、視察対応に追われ町の防災対策の時間確保が困難になる状況から、地区住民や観光関連事業者が防災プログラムを提供していったことで、誘客促進など様々な面

が好転し始めた。中でも、地区住民が「自主財源」を確保する経済的好循環がある。これまで地区住民が防災備蓄品を購入する財源は行政頼りだったが、プログラム参加費が地区の収益となり、その収益で地区独自に必要な備蓄品の購入やさらなる防災活動につながっている。

また、町内に生まれる経済効果はもろんのこ、地域にとって町を訪れる人々との交流は情報交換の機会であり、様々な年代での体験者の防災意識の向上と自然とのつきあい方に対する意識の醸成につながっている。それぞれの経験的・質的な向上を含めた相乗効果があるということを防災ツーリズムを推進していく中で感じる。こうした黒潮町の防災ツーリズムを含む防災の取り組みは、防災面、観光面など様々な視点での評価をいただいている。

持続可能な観光地域づくり

各地で特色を生かした地域づくりが行われる中、黒潮町では「防災」を一つの地域資源と捉え、町の魅力を発信していくきっかけとなった。災害はどこにいても起こりうるもの。黒潮町では、防災文化が地域の持続可能な観光産業の一つになるよう推進している。

黒潮町が掲げる「避難放棄者ゼロ・犠牲者ゼロ」の目標は、町民だけではなく、町を訪れるすべての人が対象である。防災ツーリズムを通して実施事業者が町内に増え、受け入れ対応を重ねることや、町外からの参加者を増やしていくことは、安心・安全を提供しながら町の魅力を伝え、町内外の関係人口が拡大していくこと。その参加

「ただいま」と言える関係を

―暮らしをまるごと届ける小値賀の観光―



特定非営利活動法人おちかアイランドツーリズム協会 事務局長 ● 木寺 智美

長崎県五島列島の北端、小値賀町。人口約200人(2025年現在)、有人無人合わせて17の島々からなるこの町は、平成の大合併において「合併しない道」を選び、自立したまちづくりの道を歩む決断を下した。

主産業である農業・漁業の低迷、進む人口減少、そして県内随一の高齢化率という課題を抱える中、町と住民は「観光」を新たな柱として位置づけ、地域の力で産業化を図る挑戦を始めた。

◆◆◆ 観光資源で島の課題解決

この流れの中で、業務を集約化しながら民間的な経営感覚で観光を推進すべく、2007年にNPO法人おちかアイランドツーリズム協会が設立された。観光協会、自然学校、民泊組織という三つの組織を、町に支えてもらいながら地元住民が力を合わせて一本化したものである。

私たちは、島の抱える地域課題に真正面から向き合う観光組織として、「観光を通じて島の課題

を解決するソーシャルエンタープライズ」を活動の基盤に据えてきた。観光窓口の一本化による集客力の向上、民間経営による柔軟な対応、受け入れ家庭への伴走支援などを通じて、持続可能な観光モデルを島ぐるみで築いている。

◆◆◆ 子どもとの出会いが民泊に

現在、私たちの観光事業の中心となっている民泊(島暮らしホームステイ)は、2002年の子ども向け体験プログラムに端を発する。野崎島での13泊14日の長期キャンプ途中で、地元家庭に2泊3日滞在するホームステイを行ったところ、「日常の暮らしを体験したい」という声が次第に広がっていった。

観光客向けの受け入れが始まったのは2005年。当初は7軒からスタートし、ピーク時は約40軒まで増えたが高齢化の波には耐えられず、現在ではやや減って20軒近くが参画している。修学旅行、家族連れ、大人の個人旅行など、多様なニ-

ズに込めている。

民泊の本質は、演出された「体験」ではなく、島民と旅人が日常の暮らしを共にすることにある。家庭菜園で収穫した野菜や釣った魚を使って一緒に夕食をつくり、島の話をしながら食卓を囲む――。そんな風景が、滞在中に自然と生まれていく。現代ではなかなか体験できなくなった家族だんらんの時間を共にする中で、自然に心が通い、再訪者や移住者も生まれている。

◆◆◆ 外部視点と地域の共鳴

観光の土台づくりにおいて、よそ者の視点も重要な役割を果たしてきた。東洋文化研究家アレックス・カー氏の古民家への着眼は、島民にとって当たり前であった風景や暮らしの価値を可視化し、観光資源として再発見するきっかけとなった。全国初の取り組みとして、町が公共事業として築100年以上の小値賀に残る古民家を7棟改修し、宿泊施設やレストランとして再生。東京や神奈川などの大都市圏から「小値賀島の古民家に泊まりたい」と島を訪れる観光客が増加した。

こうした外部視点と、島の人びとのおもてなしの心、そして行政の後押しが相まって、民泊、古民家再生、自然体験といった複合的な観光コンテンツが形づくられていった。現在では、観光案内から宿泊、体験までをワンストップで提供する体制が整っている。

◆◆◆ 観光で島に人が戻ってきた



古民家ステイ



民泊での夕食風景



カヤックでゴミ拾い



おぢかアイランドツーリズム協会のスタッフ

観光がもたらした最大の変化は、「人が戻ってきた」ことである。Uターンした若者が観光客をターゲットとした飲食店やダイビングショップを開業し、メディアを通じた露出等をきっかけにIターン移住者も増えてきた。観光が新たな雇用と暮らしの選択肢を生み出し、島の持続可能性に寄与している。

現在、当協会では10名のスタッフが日々の運営に携わっており、半数がUターン者、半数が移住者である。地域おこし協力隊との連携による人材育成にも力を入れており、担い手づくりと環境整

備を並行して進めている。

ワンストップ対応と他地域への示唆

また、私たちは観光のすべてを1カ所で受け付ける「ワンストップ窓口」を観光サービスの要と位置づけている。旅行相談、体験プランの作成、宿泊手配、情報発信までを一元化することで、訪れる人も、受け入れる側も、安心して関わられる仕組みづくりを目指している。

小さな島という特性がこの連携を後押ししているものの、観光を地域全体で支える仕組みや価値観は、地域の規模や環境に応じて応用できる汎用性を持つと考えている。

観光で課題と向き合い未来へつなぐ

一方で、磯焼けによる海産物の減少、気候変動による農作物への影響、空き家空き地の増加、受け入れ家庭の高齢化、海岸漂着物といった現実的な課題も山積している。観光はそれらを直接解決する手段ではないかもしれない。しかし、島の暮らしに関心を持ち、共感してくれる来訪者の存在が、新たなつながりと支え合いの循環を生み始めているのも事実である。

私たちが目指すのは、「消費される観光地」ではなく、「暮らしを支える関係人口」を育むこと。小値賀を知ってもらい、訪れてもらい、ファンになってもらう。そして再訪を経て、移住や地域への貢献につながる関係を育てていきたい。

観光は、島の暮らしを未来へつなぐ手段である。私たちはこれからも、島民とともに試行錯誤を重ねながら、「暮らしをまるごと届ける観光」の実践を続けていきたい。

健やかな人生のためのウェルネスツーリズム ―湯治文化を生かした保養温泉地づくり―



竹田市商工観光課長補佐

・佐藤 淳一

取り組みの背景

竹田市は多くの地方都市と同様に1980年代から始まった支社・事業所の機能移転や製造業の生産拠点移転により産業構造が脆弱化し、地域の経済や社会構造にも深刻な影響が出ています。若者が都市部へ流出し少子高齢化が進む中で、これまでのような「大きく、広く」という発展モデルはもはや持続不可能となっています。

そこで2015年3月に、国の地方創生の流れに先行し、人口減少による地域社会の将来リスクの検討、定住・移住促進策や自治体のブランド力を高める施策展開を「竹田市定住促進ビジョン」としてとりまとめるなど、将来に対する危機意識を強くもって臨んできました。その後、こうした取り組みを竹田市地方創生総合戦略として継承しています。

世界に通じる個性的温泉地へ

竹田市地方創生総合戦略の取り組みの一つとして、市内全域が竹田温泉群として「国民保養温泉地」に指定されている強みを生かし、世界に通じる個性的な温泉地形成を推進しています。湯治文化を生かした温泉療養保健システム制度の普及拡大や長期滞在者の受け入れ促進のために、宿泊や体験のできる受け入れ施設の整備、温泉利用型の健康増進モデル事業を全国に先駆けて展開しています。

また、厚生労働省認定・温泉利用型健康増進施設（連携型）などで活躍する有資格者や、企業の健康保険組合等と連携を強化し、温泉などの地域資源を活用した健康増進プログラムの開発、利用拡大を進め、新たな産業として育成しました。

さらにこうした取り組みと連動し、健康増進プログラムを市民向けの健康増進につなげ、運動習慣の定着化や下肢の筋力向上などの健康寿命の延

伸、医療費の抑制、介護保険における新規認定の延伸を図り、超高齢化社会に向けた先進的な取り組みを推進しています。

竹田式湯治の展開

竹田市が取り組んでいる「竹田式湯治」（温泉療養保健システム）とは、「歩く」「温泉に浸かる」「食べる」「笑う」を組み合わせた現代版の湯治スタイルです。年に数回の「ちよつと湯治」を推奨し、竹田式湯治パスポートによる宿泊料や入浴料の割引などの特典があります。これにより、自然治癒力や免疫力の向上を目指しています。

国民保養温泉地としての長期滞在者の受け入れ整備とヘルスツーリズムの推進では、温泉や自然、食などの地域資源を活用した健康づくりを支援するため、竹田市独自の資格「竹田市総合インストラクター」を養成しています。「温泉利用相談室」を拠点として、健康運動指導士や温泉利用指導者、温泉入浴指導員らを有する合同会社元気づくり支援研究会に健康プログラムに関するすべてを委託して、プログラム指導・健康チェック・健康相談・個別入浴プログラム提案などが行える体制を確立しています。

また、竹田市観光ツーリズム協会との共同企画である「健康ながゆ旅」等を造成しています。この旅行ツアーは、健康チェック、森林浴、飲泉体験、有機食材を使った食事、温泉入浴などがセットになっており、九州で唯一のヘルスツーリズム認証を受けています。

このほか、65歳以上の市民を対象に、身体機能



「クアパーク長湯」内での湯中運動プログラム



健康ながゆ旅のイメージ

の改善や自立生活の支援を目的とし、長湯温泉の「クアパーク長湯」内で湯中運動プログラムである「ホッ湯元気塾」を行ったり、市外の方も対象とした「らくらく湯んなか体操ぶろぐらむ」を実施したりするなど、温泉利用型健康増進施設を活用した健康増進プログラムを開発しています。

新たな旅行スタイルへ

最新の旅行・観光トレンドとして「ウェルネスツーリズム」が注目を浴びています。旅先で「健康と幸福」を追求するこの新たな旅行スタイルは、インバウンドをはじめ国内の若者世代でも需要が高まりつつあります。

「ウェルネス」とは、健康を広義的に捉えた概念です。身体的な側面だけでなく心理的な側面にも着目し、豊かな人生に向けて働きかける行動全般を指します。ウェルネスツーリズムとは、この「ウェルネス」を提供する旅の総称です。

ただたウェルネス滞在プランは、竹田市でつくる、より自分らしく健やかに生きるためのプランです。城下町、温泉、高原などの懐深い歴史文化と滋味深い天然資源を活用した「健康増進プログラム」と、ワーケーションや観光、農業体験、歴史文化体験を目的とした「テーマ別スポット」を、自身で組み合わせる滞りプランです。観光客全般をターゲットとした他地域と違い、社員のウェルビーイング（心身の幸福）に配慮した意識の高い企業をターゲットとし、福利厚生としての取り組みや健保組合、社員研修での受け入れ推進を考えています。

このプランを通して訪問者が心から元気になって企業に戻ってさらに活躍できる環境を整えることで、企業としての健康経営・福利厚生の視点から再来訪につながる仕組みづくり・売り出し戦略を今後、構築していきます。

さらに連携協定の締結や取り組みのプレスリリースなど地域と企業で継続的に関係人口として関わる仕組みも構築。また、地域住民との交流を通して、企業が自社のサービスやノウハウを活用して地域課題の解決などを行い、地域へ還元できる仕組みを築いていきます。



高原での癒やしも滞在プランの一つ

地域資源を生かした多様なツーリズム

地域資源を生かすインバウンド観光事業の概況
―日本の現状・課題、そして自治体の役割―

観光庁観光資源課文化・歴史資源活用推進室専門官

● 竹内 潤一郎

はじめに

日本の観光市場はコロナ禍からの急速な回復を遂げており、訪日外国人旅行者数と観光消費額は過去最高を更新する勢いを見せています。令和6年には、訪日外国人旅行者数が3600万人を超え、観光消費額は8・1兆円に達しました。これは、観光が一部の産業ではなく、地域経済を活性化させる上で極めて重要な柱になっていることを物語っています。特に、人口減少と高齢化が加速する地方において、観光を通じた交流人口の拡大は、経済再生と地域社会の持続可能性を支える重要な鍵といえるでしょう。

筆者は三重県の伊勢市役所に所属し、令和6年度から観光庁に出向しています。伊勢神宮が鎮座する伊勢市では、毎年約700万人の観光客が訪れますが、一方でインバウンドを含め日帰り客の割合が多いことが課題であり、滞在時間の長期化や観光消費額の向上を目指しています。



伊勢神宮内宮、近年インバウンドも増加傾向

ところで、定住人口1人あたりの年間消費を訪日外国人旅行者の平均消費額に換算すると、約6人分の消費に相当することになります。人口減少

がますます進む昨今、特に伊勢市のような地方の自治体では、インバウンド誘客の重要性も高まることと思います。石破内閣においても「観光は成長戦略の柱であり、地方創生の切り札」と位置づけていますが、人口減少により失われる消費を取り戻し、さらに成長していくためのエンジンとなる観光は、筆者のような自治体職員の立場からすると、まさに「地方創生の切り札」であると感じています。

本稿では、このような日本の観光政策の現状と課題を概観しつつ、地域の事例を踏まえ、自治体出向者の立場から、地域資源を活用した観光事業の可能性とその推進における自治体や関係機関の果たすべき役割について私見を交えながら論じていきたいと思います。

インバウンド観光事業の
現状と課題

政府は、ポストコロナにおける新たな観光戦略を定めるため、令和5年3月に「観光立国推進基本計画」を改訂し、持続可能な観光、消費額拡大、地方誘客促進の3点を重点目標として掲げ、本計画に基づき、関係省庁とも連携しながら観光政策を実施しています。

現状では冒頭示した通り、来訪者数・消費額ともに過去最高の水準となっていますが、インバウンドによる宿泊需要の偏在が課題になっています。特にコロナ後においては三大都市圏への需要の偏在が顕著に表れており、宿泊の約7割が東京、大阪、名古屋といった三大都市圏に集中しています。「地方創生の切り札」としての観光という視

第4次観光立国推進基本計画（基本的な方針）

- 観光はコロナ禍を経て成長戦略の柱、地域活性化の切り札。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やこれまでの課題を踏まえ、2025年(万博開催)に向け、我が国の観光を持続可能な形で復活させる。
- 「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

取り組む3つの戦略

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 自然、文化の保全と観光の両立等、持続可能な観光地域づくり

インバウンド回復戦略

- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進

国内交流拡大戦略

- 国内需要喚起
- ワークेशन、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

目指す2025年の姿

※個別の施策については、主な内容を記載

- 活力に満ちた地域社会の実現に向け、地域の社会・経済に好循環を生む「持続可能な観光地域づくり」が全国各地で進められ、観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が世界的潮流を捉えた観光地として脚光を浴び、「持続可能な観光」の先進地としても注目されている

観光立国推進基本計画 基本的な方針

は、宿泊に関してはかなりオンライン専用旅行会社（OTA）での予約・決済環境が整ってきたように思いますが、体験の予約や観光コンテンツの情報などについてはオンライン化できていないケースが散見されます。旅行者の約8割がオンラインで旅程を決定する中で、オンライン上での認知が進んでいない地域は訪問先として選ばれにくい状態になってしまったため、現在のグローバル市場に訴求する形でサービスを提供していく必要があります。

また、滞在中の体験についても磨き上げが必要です。インバウンドが日本に求めるものは、単なる有名な観光地巡りだけではありません。とりわけ欧米の旅行者を中心に、日本の文化や歴史、人々の暮らしぶりに対する深い理解や学びを得られる「教育要素の強い旅行」や、特定のテーマに特化した「テーマ型旅行」を目的とするケースが目立ちます。また、欧米の若者世代を中心に、「モノ消費」から「コト消費」へ消費の価値判断がシフト

している点も重要です。特に若者世代は、SNSを通じて他者の体験を共有することが日常化しているため、他の世代が思っている以上に観光に関する情報を簡単かつ大量に入手することが可能です。そのため「わざわざその地域を訪れなければならない理由」を作れるかどうかが地域側に求められることとなり、より質が高く、その土地を来訪しなければ得られないような非再現性や参加性、没入性の高い体験が必要と考えられます。

体験型観光の重要な要素となるのは、地域に眠

る多様な地域資源を掘り起こし、ストーリーとして再構築、いわゆる「磨き上げ」を実施することです。伝統的な歴史や自然だけでなく、地場産業、食文化、地域に根付いた暮らしや価値観なども、魅力的な観光資源となり得ます。重要なのは、それらの背景にある物語や日本人の精神性を、外国人にも理解できる形でストーリーとして内在化させ商品化していくことだと考えています。このような体験の商品化について、次項において触れたいと思います。

体験商品化の重要性と地域の取り組み

日本交通公社の「都道府県・市町村の観光政策に関する調査研究」等を参照すると、地方自治体の多くが観光地としての認知度について問題意識があり、また地域に観光資源が存在しても、それを効果的に魅力化し、発信する仕組みが整っていないと感じています。観光客を引き寄せることができないその背景には、予算不足以外にも①観光資源の活用方法が不明確②プロモーション戦略の欠如③人材の育成・確保や受け入れ環境が不十分——といった課題があります。

先述した体験型観光を推進し、地域における滞在価値の向上を図っていくことは、これらの問題への対応にも寄与するものと考えています。例えば、いくら風光明媚（ふうこうめいび）と言われるような自然景観や歴史的な価値を持った文化財があったとしても、ありのままの地域資源では、認知度不足によって十分な消費につながりません。従来の物見遊山の観光から脱却し、地域資源を活用した体験の商

品化から始め、さらに高付加価値化などの磨き上げが進むことで、消費単価の向上などの購買行動を実現できる可能性がより高まります。そしてそのような形で少しずつ収益化が図られていくことに呼応して、人材育成や受け入れ環境整備に投資できる環境が整っていくことになります。その点では、まずインバウンドの消費ポイントを作るという意味において、体験商品を造成していくことは地域でインバウンド誘客を進める上で極めて重要なテーマだといえます。

また、このような商品化を進める過程においては、単独の市町村のみならず、複数の市町村が連携して一つの商品を作り上げていくことも有効と考えられます。

こうした体験商品の造成が進展し、より大きな経済効果を狙う際には、地域で提供する体験を高付加価値化し、より単価の高い商品へと育てていくことが重要となります。そのような高付加価値化に向けた方策として、①規制緩和による特別な体験の提供（史跡や博物館などの夜間貸し切り、国立公園等の制限区域への限定開放など）②コト消費とモノ消費の連携（職人との交流を通じた伝統工芸体験など）③価格差による収益向上（スポーツ観戦や地域の伝統行事のプレミアム鑑賞シート）——等の取り組みが考えられます。

また、地域資源を活用して得た収益を、国立公園や文化財の保全や後継者育成といった地域が抱える課題の解決に役立て

ていく取り組みも重要です。例えば、北海道斜里町では、閉鎖されていた知床国立公園の奥地に位置する「カムイワッカ湯の滝」を関係機関・団体が協力し、利用のルールを新たに定めることで、体験商品を含むツアー造成と販売にこぎつけ、新たなにぎわいを創出しました。

事例に学ぶ地域観光の可能性

観光庁では全国にわたり地域資源を生かした体験商品等の造成支援を実施しています。私が所属する観光資源課で支援した事例として、以下のケースを紹介します。

事例①【愛媛県今治市】今治城を夜間開放し、市

川團十郎による歌舞伎公演や宿泊・食事を組み合わせたツアーを造成。東アジアや欧米豪の富裕層向けに特別な体験ができるインバウンド商品として展開。

事例②【沖縄県宮古島市】観光需要の平準化を目的として、既存の体験商品や冬メロンなどを活用し、冬期を中心に年間問わず宮古島への持続的な誘客促進へつなげた。加えて「推し旅」需要に着目したファンツーリズムの展開、「推し」が立ち寄った観光地やお店が聖地化することなどを推進。

事例③【長崎県平戸市】平戸城の「城泊」（日本の常設型城泊施設）と城下町エリアにおいて、面的で持続可能な観光地として、集落全体を一つの宿泊施設に見立てる「アルベル

ゴ・ディフーズタウン」の形成に、官民で連携して磨き上げとハード整備に取り組む。

地域資源を観光に生かす意義と必要性

地域資源を観光に生かしていくことの意義について、筆者は次の通りを考えます。

第一に、地域資源を観光に生かすことは、地域経済の活性化と雇用創出に大きく貢献します。観光客が地域を訪れ、宿泊、飲食、移動、買い物などを通じて消費活動を行うことで、地域経済は直接的な恩恵を受け、税収の増加にもつながります。また、観光産業の



知床国立公園 カムイワッカ湯の滝



今治城の夜間開放

成長は、ホテルや旅館、飲食店、土産物店など、地域における新たな雇用機会を生み出す重要な源泉となります。さらに、観光振興は地域間の交流を促進し、住民の地域に対する誇りや愛着を育む効果も期待できます。

第二に、地域資源を体験商品として磨き上げていく過程で、他には真似できない独自性の発見や可視化が期待でき、地域ブランドの確立に寄与します。他地域との差別化を図り、新たな観光客層の獲得も期待できます。その先においても、観光まちづくりを通じて地域の新たな魅力を発掘し、国内外に発信することで、地域のイメージ向上を図ることが可能です。

第三に地域資源を核とした観光は、持続可能な地域社会の実現にも不可欠です。地域資源を活用して得た収益を、国立公園や文化財の保全や後継者育成といった地域が抱える課題の解決に役立てていくことは、持続可能な地域社会の実現につながり、体験型観光は、地域資源の持続的な活用を促進する上で重要な役割を果たしていく可能性が高いでしょう。

地域資源を掘り起こし、体験商品を開発する過程は、インバウンド誘致に貢献するだけでなく、地域住民自身が地域の価値を再認識し、未来の姿を描ききっかけとなります。地域資源に根ざした本物の体験は、観光客の満足度を高め、好意的な口コミやリピーターの増加につながり、持続的な観光事業を実施する鍵となります。

自治体に求められる取り組み

これまで言及してきたように、インバウンドを含む観光客の需要に応え、地域資源を観光事業へ活用するためには、今後、自治体や観光関連機関が果たすべき役割はますます重要になってきています。先に示した事例から、以下のような三つの観点をもち、観光事業を体系的に推進することが大切と考えられます。

- ① 体験商品の「磨き上げ」＝歴史や文化、なりわいを見つめ直し、外部目線を取り入れたワークシヨップやモニターツアーを通じて、旅行者に魅力を伝える体験商品の造成に取り組むこと
 - ② 広域連携と官民協働＝市町村間の連携による観光ルート整備や、地元企業・団体との協同により、地域資源の活用幅を拡大する
 - ③ 受け入れ環境の整備＝観光地や地域の混雑、多言語対応、ごみ箱の少なさ等に対応していくこと
- さらに前項で示した特別な体験の提供や高付加価値化に向けて事業を設計することで、観光客単価の底上げを図ることができます。

「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりへ

日々の業務において、地域や自治体、民間企業の方と向き合っていると、今、変化が著しい観光業界、その変化のスピードが生み出す様々な課題に対応する必要性を感じます。各地に眠る魅力的な地域資源を掘り起こし、体験商品として磨き上げ、その価値を国内外に効果的に発信していくこと、またそれらをきっかけにした種々の環境整備が、今後の観光立国としての日本の発展に不可欠

な方策の一つだと考えます。

筆者の所属する伊勢市でも、地域資源の磨き上げにまさに取り組んでいるところであり、まず伊勢神宮の価値を改めて問い直すことから始めています。例えば、地域に語り継がれる伊勢神宮を中心とした歴史や文化、それとともに伊勢の人々や伊勢を訪れる日本人が育んできた精神性を再発見する作業に取り組み、そしてそれらを伊勢に紡がれる「無形の価値」として初めて日本を訪れた人に伝えていくために、無形の価値も含めた伊勢の物語をテキストに言語化し、インバウンド向けツアーに活用することとしています。

本稿で論じた、各地の自治体をはじめとする関係機関が連携し、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを目指し、それぞれの地域が持つ個性豊かな魅力を最大限に生かしていくといった内容が、皆様の地域のインバウンドを含む観光振興、ひいては地域の持続可能性を考えるきっかけとなれば幸いです。

【参考資料】 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、同「訪日外国人消費動向調査」、同「世界的潮流を踏まえた魅力的な観光コンテンツ造成のための基礎調査事業」、同「訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート」、総務省「家計調査」、同「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」、JNTO（日本政府観光局）「訪日外客数」、日本交通公社「都道府県・市町村の観光政策に関する調査研究」等

魅力ある「マルシェイベント」へ磨き上げ

— みんなの「好き」で地域活性化 —



匝瑳市観光協会事務局(匝瑳市地域おこし協力隊)

● 鈴木 優介

地元有志で企画

匝瑳市は、千葉県北東部に位置し、成田空港と銚子市の中間に広がる自然豊かな町です。市内では農業や植木といった第1次産業が盛んに行われており、豊かな田園風景が今も色濃く残っています。山・平野・海の全てがそろい、自然とともに暮らすことができる街として移住・定住・交流の促進を進めています。平成18年1月に旧八日市場市と旧野栄町が合併して誕生し、現在の人口は約3万3000人で、そのうち65歳以上の高齢者は約1万2000人、全体の37%を占めています。

全国の地方自治体と同様に、人口減少と少子高齢化が大きな課題となっており、今回、地域活性化センターの「移住・定住・交流推進支援

事業助成金」を活用し、既存のマルシェイベントをより魅力あるものへ磨き上げ、人と人の交流の促進、イベント全体の付加価値を上げるためリニューアル事業を実施しました。

地域おこし協力隊として市の観光情報を発信していると、地域住民の方々から「今週末、匝瑳市でイベントはないの？」という質問をよく受けます。市内には大型のショッピングモールやアミューズメント施設がないため、土目になると、若者や子ども連れの親世代が他市の商業施設へ出かけてしまう傾向がありました。

そのような状況の中で、地域内でマルシェイベントがないこともあり、地元の有志を中心に「自分たちでイベントを企画しよう」という動

きが生まれ、NPO法人匝瑳市観光物産協会が中心となり、「そうさハインドメイドマルシェ」がスタートしました。回数を重ねるごとに、出店者や来場者の数は徐々に増加しており、イベントの定着が見られるようになりました。

2本柱でブラッシュアップ

そのような中で、匝瑳市内の駅前にぎわいをさらに盛り上げ、イベントとしての付加価値をアップさせていくために2本の柱で事業の全体的なブラッシュアップを図りました。

まず一つは、「出店者のスキルアップ」です。これは、様々なジャンルの出店者にイベントへ参加してもらい、出店者同士の交流ができる場を提供することで、いろいろな面での相乗効果を期待することです。

二つめは、「来場者満足度の向上・新規の広報戦略」を行い、多くの来場者を誘客することです。出店者のスキル向上を目的として、起業支援を行っている中小企業診断士を招き、SNSマーケティングやビジネスの基本知識に関するセミナーを実施しました。さらに、農産物の生産から販売まで手掛ける観光協会会員の事業者を講師に迎え、商品ディスプレイ方法や接客術に関する実践的なセミナーも行いました。これらのセミナーは、趣味としてハンドメイド作家活動を行っていた出店者が、より本格的にビジネスとしての活動に取り組むための契機となりました。出店者が継続的に力を入れて活動できるよう、3種類のセミナーを開催し、一人ひとりの付加価値を高めるとともに、イベント全体の価値向上にも寄与できたと感じています。

快適な環境作り

次に、来場者満足度の向上のために、イベント会場の装飾を一新し、来場者が快適に過ごせる環境作りを進めました。具体的には、会場飾り付け用品を新規購入し会場内の統一感を持たせました。またテーブル等の備品を追加で購入し、出店者向けのレンタル用品の拡充と休憩・飲食



来場者でにぎわうマルシェ



出店者を対象にしたセミナー



体験コーナー

スペースを整備しました。さらに、来場した観光客向けに、市内のほかの観光施設へ回遊してもらうため、新たなレンタサイクルを導入し、マルシェ開催時にはお得に利用できるサービスも実施しました。このよう

な会場の改善により、出店者と来場者の参加満足度を向上させることができ、より多くの人々がイベントに参加しやすい環境が整いました。さらに、新たな広報活動も行いました。専用のプロモーション動画を

作成し、これをインスタグラムやYouTubeを活用して配信、ターゲット層を市内外の20〜45歳の女性層に絞って情報を届けました。発信するSNSやターゲット、告知の頻度・回数などいろいろと試し、今後

効率的に集客するための新しい広告手法により、これまで情報が届いていなかった層にも効果的にアプローチできました。

交流人口の拡大を目指して

リニューアル後の「そうさハンドメイドマルシェ」は、来場者数が大幅に増加しました。従来は約1800人だった来場者数が、リニューアル後のイベントでは約3200人に達しました。また、出店者の売り上げも向上し、売上額は約90万円から約120万円に増加しました。これにより、イベントを開催することで、地域経済にも良い影響を与えることが確認できました。

マルシェはリニューアル後も、継続的に開催することが求められます。今後は、今回得られた経験や課題を踏まえて、さらにブラッシュアップを図っていきます。

匠瑤市観光協会は今後も地域資源を活用し、地域の活性化に向けた取り組みを継続して行い、地域に根ざした「そうさハンドメイドマルシェ」を通じて、交流人口の拡大を目指していきます。匠瑤市が「住んで良し、訪れて良し」と感じてもらえるよう、地域に関わる人々を増やし、地域の活力を高めるために引き続き努力していきます。

創立40周年に寄せて

総務大臣 ● 村上 誠一郎



一般財団法人地域活性化センターが40周年を迎えられましたことを、心からお慶び申し上げます。

地域活性化センターは、設立以来、全国各地の「地域づくり」に関する最新情報を幅広く提供し、全国各地の「地域づくり」が一層発展するよう、様々な支援策を展開してこられました。ご関係の皆様方の長年にわたるご尽力に、深く敬意を表し、感謝申し上げます。

現在、我が国では、人口減少、少子高齢化が進み、地域社会を担う人材の確保などが喫緊の課題となっています。

総務省では、地方創生2・0の「基本的な考え方」を推進するため、「地域の担い手」として「女性、若者、シニア、外国人、副業人材」へのアプローチを強化し、関係人口の増加につながる取組への支援を拡充します。

都市部の民間企業社員を即戦力として活用し地域活性化を図る「地域活性化起業人制度」を拡充し、令和7年度から「地域活性化シニア起業人」の仕組みを構築しています。また、「地域おこし協力隊」について、令和8年度に隊員数を1万人にすることを目標とした戦略的な情報発信やサポート体制の強化に努めています。このほか、大学等と地域が連携した課題解決プロジェクトへの支援に取り組んでいます。

また、地域経済の好循環を進めるために、「ローカル10000プロジェクト」の支援件数を大幅に拡大するとともに、事業を継承する人材と地域企業とのマッチングに係る地方公共団体の取組への支援も強化します。さらに、「特定地域づくり事業協同組合」等への支援や過疎対策の取組を推進しています。

地域活性化センターでは、「情報提供」「ひとづくり」「まちづくりへの助成」の3本柱により、個性豊かな地域づくりに取り組んでいる個人、団体を支援してこられました。

平成元年から実施されている全国地域リーダー養成塾では、昨年度末までに1200人を越える感性豊かな実行力あるリーダーが養成され、全国各地で活躍しており、各界からも高く評価されています。さらに、地域活性化センターが培ってきた人材育成のノウハウを活かし、地域の実情に応じた様々なメニューを組み合わせた人材育成パッケージプログラムを全国の地方公共団体へ提供されており、昨年度末までに52団体と連携協定を締結するなど、「ひとづくり」に熱心に取り組んでこられました。

また、地域活性化の実践的なノウハウを全国的に普及するため、地方創生実践塾を特色ある地域づくり先進地で開催し、地方創生に係る成功事例の手法を共有するなど「情報提供」も進めてこられました。

そのほか、まちづくりに関する事業への支援や地域づくり団体への支援を行うなど、「まちづくりへの助成」として地域の自立的な取組を後押しされています。

地域活性化センターの事業は、地域の発展において重要なものであると考えております。地方公共団体をはじめ、各関係団体におかれましては、地域活性化センターの各種事業を大いに活用していただきたく、お願いいたします。

結びに、地域活性化センターがさらに充実した活動を展開され、益々ご発展されることを祈念申し上げます。

ゲーム×地方創生

―地域活性化の新たな可能性―

2024年度新たな知と方法を生む地方創生セミナー「ゲーム×地方創生」地方創生の新しいカタチ」を、2024年12月13日に開催しました。地方公共団体などから現地会場4名、オンライン15名の参加がありました。

継続が重要

講義内容

総務省地域力創造アドバイザーの蛭田健司氏が、ゲームによる地域活性化の可能性について講演しました。地方で若年層の人口流出が加速している状況において、ゲーム関係の職業は若年層の人气が高く、ゲーム業界の市場規模は長期的に拡大を続けています。蛭田氏は、地方におけるゲーム産業の持続的な育成のためには、人材育成、人材の活躍、事業創発の3段階で行うことが必要と指摘しました。

続けて、eスポーツの概要と課題、展望についても触れました。地域でeスポーツのイベントを開催する際には、まず小さいところから実施し、継続して着実に成長させていくことが重要と強調。地方公共団体がイベントのプレスリリースを出す際、ニユース性を意識することでメディア

が取り上げやすくなり、広く関心を集めることができると語りました。最後に、地方公共団体が活用できる支援制度を紹介し、ゲームによる地域活性化のためには、成功事例を積み重ねることで人々の意識を変えていくことが大切であると締めくくりました。

eスポーツを振興

事例紹介

はじめに、群馬県eスポーツ・クリエイティブ推進課eスポーツ係長の木村雅行氏が、群馬県におけるeスポーツを活用した施策を紹介しました。県では、地域コミュニティの活動支援による地方創生、大会・イベントの誘致によるブランド力向上、そしてゲーム依存対策の三つを重要視しています。

県内企業、市町村、県民との連携・協力も進めており、県が蓄積したノウハウを活用しながら、県内各地で

eスポーツイベントを自主的に開催してもらうことを目指しています。さらに、県外企業やIPホルダー、イベント会社、他都道府県民との関係では、群馬県をeスポーツの聖地として認知してもらうことが目標と語りました。

続いて、群馬県庁eスポーツ部の小林実氏が、eスポーツ部について説明。同部は群馬県における社会人eスポーツの普及促進に向けた取り組みの一環として設立された任意団体で、業務外にeスポーツに関する活動を実施しています。eスポーツ部の活動を通して、県内外の人々との交流や新たな趣味の創出につながっているとのことでした。

トークセッション

蛭田、木村、小林の3氏によるトークセッションでは、ゲームやeスポーツの活用に至った経緯や目指す姿について議論が交わされました。群馬県はeスポーツを活用するという枠組みが先に決まった点が意義深く、まずは「eスポーツをやる!」と決めた上で、できることから始めることが重要であるという意見がありました。また、目指す姿については、各地域コミュニティが自発的にeスポーツを活用・継続していくことや、eスポーツが将棋やプロ野球のように多くの人の注目を集め、消費が生まれるスポーツになることといった意見が出ました。

セミナーを終えて

本セミナーでは、ゲームを活用した地方創生の可能性について学ぶことができました。ゲーム業界もeスポーツ業界も成長を続けており、地方公共団体の幅広い分野の施策においてゲームの活用が効果的であることが分かりました。また、できることから着実に積み上げていくこと、担当者が熱意をもって取り組むことが成功につながることが学ばれました。今後、ゲームは単なる遊びではなく、地方創生に大きく貢献する重要なカギになっていくと感じました。

地域活性化センター副参事

● 河北 佐那子

(福岡県から派遣)



トークセッションの様子

ふるさとの魅力発信を応援します！

—地域情報発信支援—

地域活性化センターでは、ふるさとの魅力を発信するプロモーションを支援するため、今年度も「地域プロモーションアワード」を開催します。

通信センター

一般財団法人
地域活性化センター
Japan Center for Regional Development

地域 プロモーション アワード

2025

地域の魅力を
独自のセンスで発信している
優れたパンフレットや
プロモーション動画を募集！

募集期間
2025 6.2 - 8.29

受賞特典

「六本木駅」 デジタルサイネージ 1週間ジャック！

① メディアにリリース配布

② 月刊「地域づくり」
特集掲載

③ 地域活性化センター
HP掲載

昨年度の入賞作品は現在、地域活性化センターのホームページ上で公開中ですので、ぜひご覧ください。地域の魅力をたっぷり詰め込んだこだわりの作品を募集します！

2024 年度受賞作品

パンフレット大賞

受賞作品



大賞 / 鹿児島県南大隅町
まんなかと、すみこと。



経済立、品崎町小旗町
小旗だから、できること



南神埼 / 北崎町北神埼
meets! まつら (vol.19)



福子屋敷 / 新潟県
NIGATA Culture Tourism ミイダ
タマカキ・アサヒ・ミナモト・ニギハヤヒ



パクタン賞 / 山形県鶴岡市
つるおか 食の祭典



マツタケ賞 / 長野県飯田市
藤田焼肉の取説



SHIRAO BOOK
地域活性化センター賞 / 山形県鶴岡市
SHIRAO BOOK

※ 受賞作品の詳細は右のQRコードをご覧ください。



動画大賞

受賞作品

大賞



鹿児島県喜界町
懐かしさ、おすそ分け

優秀賞



埼玉県熊谷市
埼玉県熊谷市グルメCMシリーズ



埼玉県熊谷市
熊谷市観光大使



新潟県新潟市
新潟県新潟市



新潟県新潟市
新潟県新潟市



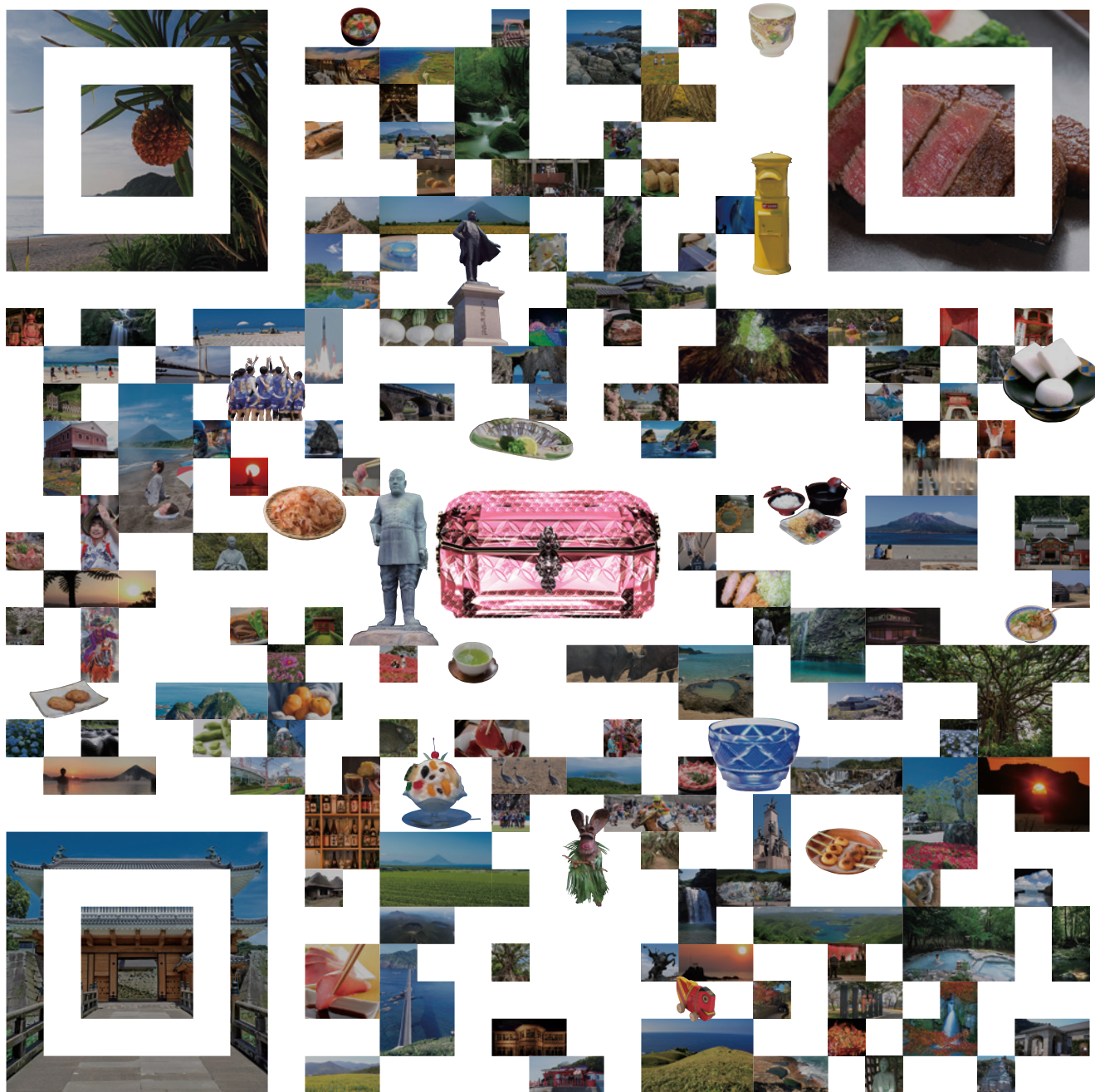
埼玉県熊谷市
熊谷市観光大使



新潟県
NIGATA Culture Tourism
お土産、お土産、お土産、お土産



埼玉県熊谷市
埼玉県熊谷市



南の宝箱 鹿児島

多彩な宝物が輝くテーマパーク
スマホをかざしてみよう！





滋賀県竜王町長

西田 秀治

竜王町コンパクトシティ化構想を実現し 持続可能なまちに

竜王町は滋賀県東南部の蒲生平野に位置し、東に雪野山、西に鏡山に囲まれ、この山々は竜神が祀られていたことから「竜王山」と呼ばれ、町名の由来にもなっています。

面積は44・55平方キロで、東西7・6キロ、南北8・5キロのコンパクトなまちです。総面積の約30%を占める水田からは良質な近江米が生産され、他にも、近江牛発祥の地として畜産業も盛んです。また、近年ではいちご狩りや梨、ぶどうなどの果樹狩りが楽しめる観光果樹園にも力を入れています。町内を東西方向に名神高速道路が横断し、町南西部に名神高速道路竜王ICが立地しています。また、国道8号も町内を横断しており、交通の要衝となっています。これらの立地を生かし、大規模自動車工場やアウトレットモールが進出し、史跡、社寺など歴史的遺産や二つの道の駅などと合わせ、農商工観光の魅力がそろったまちとなっています。

総人口は昭和50年代に1万人を超え、平成7年（1995年）の1万3650人をピークに横ばいから微減傾向が続き、年齢構成では少子高齢化が進んでいます。現在の人口は約1万1100人ですのでピークから2550人減少しており、この人口減少が原因となって様々な課題が生じています。

人口減少の他にも、小学校をはじめとする教育施設の老朽化対応も課題です。また、町内の大部分が市街化調整区域の農振農用地であるため、居住ニーズに対応できず住宅地が不足していることも長年の課題です。長年の課題はもう一つあり、鉄道駅がなく路線バスのみだった町内公共交通の充実も長く求められてきました。

この課題に立ち向かうため、第六次竜王町総合計画において10年後のあるべき姿を「若者も暮らしたい 希望かなえる 輝竜の郷 心弾む 新時代へのチャレンジ」——としました。この将来像を実現し、人口減少に歯止めをかけ、まちの活力を維持するため、若者をはじめ前向きな思いを持つ竜王町に関わるすべての人が、仕事や

子育て、趣味活動などの暮らしの中で地域に愛着を持ち、それぞれが活躍しながら「住み続けたい」と思えるまちをめざしています。

また、出産、子育て、学び、仕事、結婚、健康長寿などの「幸せ」を描き、それを誰かにならなくてもいいのではなく、自身の努力や互いの支え合い、まちのしくみにより実現させ、自然や田園に囲まれた環境の中で、誰もががらりと輝くことができるまちをめざしています。

この計画のエンジンとなるのが「竜王町コンパクトシティ化構想」です。この構想の柱は、①利便性が高く多様な交流を育む中心核整備②地域コミュニティの維持・活性化③中心核と地域コミュニティのネットワークの三つです。

①の中心核整備では老朽化した小学校を移転新築し、その周辺に給食センターや図書館等の教育施設を集約しつつ、小学校の跡地に住宅地を整備することで、教育施設の老朽化対策と住宅地不足に同時に対応します。

利便性の高い中心核整備も大事ですが、同時に、これまでの竜王町を築いてきていただいた既存集落を大事にしたいという思いも強くあります。このため、②の地域コミュニティの維持・活性化に取り組んでおり、現在は、自治会の負担軽減を図るため、行政から自治会への依頼事の見直しを進めながら、自治会内での自発的な見直しを支援しています。

③のネットワーク整備では、中心核と各集落を結ぶAIオンデマンドタクシー（チャイソコリゅうおう）の運行を開始しました。運行当初は、高齢者の利用が多かったのですが、サービスを向上することで学生やこどもの利用も増えてきています。

これら三つを好循環させ、中心核で新たな住民を迎えつつ、既存集落での若者の転出を防ぎ人口減少を抑えながら、新たな住民と既存の住民との交流を促し、女性や若者から選ばれるまち・住みやすい持続可能なまちとなるため日々取り組んでいます。

鳴門市は四国の東部、徳島県の東北端に位置しており鳴門海峡をへだてて淡路島に対峙し、本州と結ぶ四国の東玄関となっています。特に市の北部は瀬戸内海国立公園に指定され、北に播磨灘、東に紀伊水道をのぞみ、鳴門海峡の急流と逆巻く渦潮でその名を知られた景勝地です。

観光においては、「鳴門の渦潮」を筆頭に豊かな自然に恵まれています。その中で、全国的にも高い評価を受ける「鯛」「ワカメ」「さつまいも」「塩」など数多くの地域特産物があります。また世界初の陶板名画美術館「大塚国際美術館」や四国八十八ヶ所霊場（霊山寺、極楽寺）、ドイツ館、大谷焼など文化的な資源も多くあり、豊富な観光資源を生かした取り組みを行っています。

毎年8月9日から11日の3日間、徳島県のトップをきって鳴門市阿波おどりが開催されており、連日、有名連や誰もが気軽に参加できる「にわか連」も繰り出して盛大に盛り上がります。



ドイツ館
板東俘虜収容所で過ごしたドイツ兵たちの活動の様子や、地域の人々との交流の様子を展示した史料館です



鳴門鯛
筋肉が引き締まり、コリコリした歯ごたえと引き締まった身、適度な脂の乗りが特徴です



なると金時
徳島県を代表するさつまいものブランドの一つで、ほくほくとした食感と甘さが特徴です



鳴門の渦潮
春と秋の大潮時には、直径約 30 メートルにも達する世界最大級の渦潮が見られます



大谷焼
江戸時代後期、豊後の焼物細工師・文右衛門が大谷村の赤土で作ったのが起源とされています。2003 年に国の伝統的工芸品に指定



霊山寺（上）、極楽寺（下）
鳴門市には、四国八十八ヶ所霊場の第一番札所霊山寺と第二番札所極楽寺があります



鳴門市公式観光Instagram



鳴門市公式観光サイト



鳴門市阿波おどり
8 月になると徳島県内各地で阿波おどりが行われますが、鳴門市では毎年、先陣をきって盛大に開催されます

鳴門市公式観光Instagram
観光サイト
鳴門市の観光情報やイベント情報を発信しています

地域づくり 7 月号

2025 年 7 月 1 日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター

東京都中央区日本橋 2-3-4 日本橋プラザビル 13 階 電話 03-5202-6131 (代)

<https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社

法律で許可された場合以外に本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えます。編集担当 (03-5202-6139) E-mail: hensyuu6139@jcrd.jp まで、ご連絡下さい。



地域活性化
センターからの
メールマガジン
登録はこちら



消防団防災学習



宝くじ桜



移動採血車



宝くじドリームジャンボ絵本

宝くじは、 みんなの暮らしに 役立っています。

宝くじは、少子高齢化対策、災害対策、
公園整備、教育及び社会福祉施設の
建設改修などに使われています。



一輪車



青色回転灯装備車



検診車



パブリックアート



滑り台広場



パブリックアート

消防団防災学習

検診車

一輪車

宝くじドリームジャンボ絵本

移動採血車

滑り台広場

青色回転灯装備車

宝くじ桜



一般財団法人 日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や
公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。



一般財団法人

日本宝くじ協会

<https://jla-takarakuji.or.jp/>

