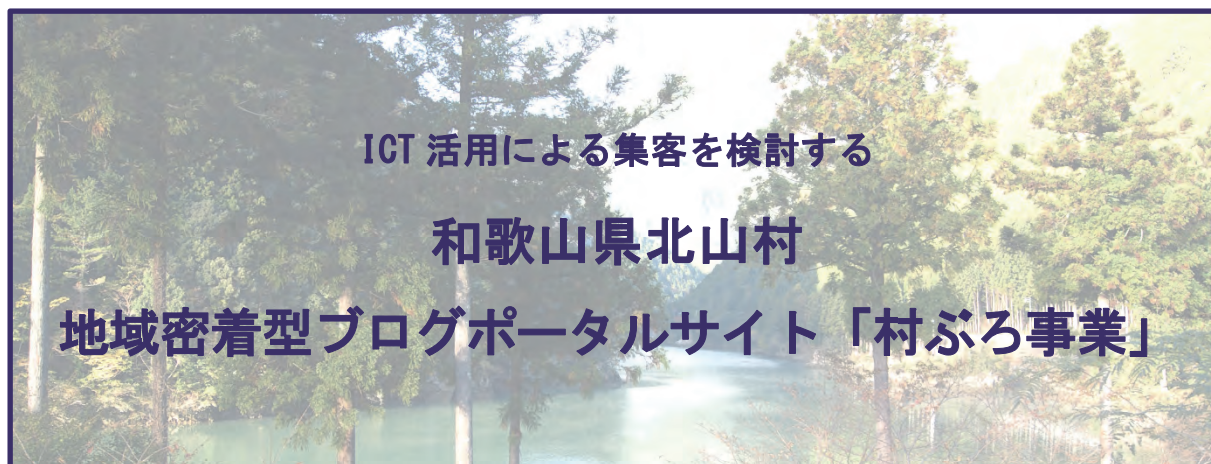




対象地域の属する自治体の概要

自治体名	和歌山県北山村	位置図 
人口	486 人 (平成 22 年国勢調査)	
面積	48. 21km ²	
分野	ICT 活用による特産品販売 と地域コミュニケーション	
キーワード	ICT、過疎、村営、仮想村民、 ネット通販	
【地域特性】 紀伊半島の南部に位置する北山村は、南は三重県、北は奈良県に接する東西約 20 km、南北約 8 km、面積の約 97 ٪が森林の人口 500 人弱、離島を除いては全国で 2 番目に少ない村であり、本州で一番少ない村である。明治 4 年の廃藩置県の時に、木材で繋がりが深かった新宮が和歌山県に入ったのを受けて北山村も和歌山県を選択したため、全国唯一の飛び地の村となっている。		

事例の概要

平成の大合併を拒否し、自らの地域を自らが守り生き抜くことを選択した北山村が、他に例を見ない珍しい柑橘「じゃばら」を村営事業として生産・加工・販売する中で、大手ネット通販を活用して成果を上げるとともに、ICT の威力を実感し、自治体初の地域密着型ブログポータルサイト「村ぶろ」を運営し、じゃばらの販売に活用しながら、地域住民のコミュニケーションを促進した事例である。

【本事例における仮説】

- ①ICT は、多大な費用を要せず、短期間に実施できる地域活性化の手段である。
- ②バーチャルな（ネット上の）集客は、リアルな（現実の）集客を呼び起こす。
- ③バーチャルな集客は、他の自治体や NPO との連携を促進する。

1 事業の経緯

(1) 事業年表

年（月）	内 容
明治 4 年	廃藩置県の際、飛び地として和歌山県に加わることを選択 数百年にわたって林業が盛んだった北山村は、筏流しで木材を河口まで運んでいたため、集積地である和歌山県新宮市とは強い結びつきがあり、明治時代の廃藩置県の際、村民は和歌山県に加わることを選択した。 平成の大合併の際も、飛び地を解消する選択肢はあったが、村民投票の結果として 73% という高い支持で「飛び地の和歌山県」を選択した。
昭和 40 年	林業を支えた筏流しの終焉 数百年にわたって林業の発展を支えた「筏流し」が、発電用ダムの建設により終焉を迎えた。
昭和 54 年	観光筏下りを復活させ大人気に 村の努力により、昔の「筏流し」が「観光筏下り」として復活した。丸太を組んだだけの筏で激流を下るスリルや爽快感が人気を呼び、ワンシーズンに 7000 人を超える観光客が訪れる観光スポットになっている。国交省認可の全国オンリーワンであるが、筏師不足という課題に対し、全国の若者に呼びかけるという方法で対応している。
第 1 期 じゃばら活用から産業化までの苦難の時代	
昭和 54 年	じゃばらは世界に例のない新品種 じゃばらという名称には「邪を払う」という由来があり、正月料理には欠かせない縁起物であったが、「種の少ないユズ」程度の認識だった。しかし、その後の調査により、世界に例のない新品種として認められた。
昭和 54 年	じゃばらの農業種苗法の品種登録承認 世界に例のない新品種と認められたじゃばらが、種苗法の品種として登録され北山村にしかないオンリーワン果樹として承認された。
昭和 54 年	じゃばら栽培を本格的に開始したが売れず じゃばら栽培を本格的に開始したが、知名度がないため売れ行き不振が続き、平成 3 年から 11 年までは余剰在庫を抱え生産調整を行わなければならない状況であった。

年（月）	内 容
第2期 インターネット通信販売で一気に売上拡大の時代	
平成13年 1月	じゃばらを楽天市場に出店 じゃばらの知名度を向上させるため、販売の最後のチャレンジとして楽天市場に出店した。その背景には、地理的に不利な条件を解消して消費者に届けられ、顧客ともコミュニケーションがとりやすいという通販の利点を活かそうとの考えがあった。 ■平成12年度売上 2660万円
平成13年 2月	じゃばらが花粉症に効くという噂をネットで調査 「じゃばらは花粉症に効く」という顧客の話を聞いた北山村販売センターが、ネット上でモニター調査を行うと、2日間で1万人を超える応募者が集まり、そのうちの46%の人が花粉症に効果があると回答した。 ■平成12年度売上 2,660万円
平成14年 2月	じゃばらの注文が殺到、ヒット商品に モニター調査直後から、雑誌やテレビなどの取材が増えるとともに、注文が殺到し始め、平成14年度の売上は1億円を超す勢いとなった。 ■平成13年度売上 5,000万円 平成14年度1億円
平成16年	ネット販売の自立に向けて直販サイトを開設
第3期 村営ブログ「村ぶろ」の活用による販売自立の時代へ	
平成18年 10月	「村ぶろ」の構想開始 地理的ハンデの克服策やじゃばら人気の継続策の検討の中で、北山村応援団の創設を狙いとした自治体初の村営ブログの構想を始めた。 ■基本方針 ①北山村の応援団の結成（仮想村民） ②地域内外のコミュニケーションの活性化 ③じゃばらの販売強化 ④筏下り等の観光資源のアピール ⑤徹底したセキュリティの確保 ■支援企業 ・株式会社プラムザ 株式会社マックスライン
平成19年 3月	「村ぶろ」のプレオープン 構想から6か月という圧倒的なスピードでプレオープンした。

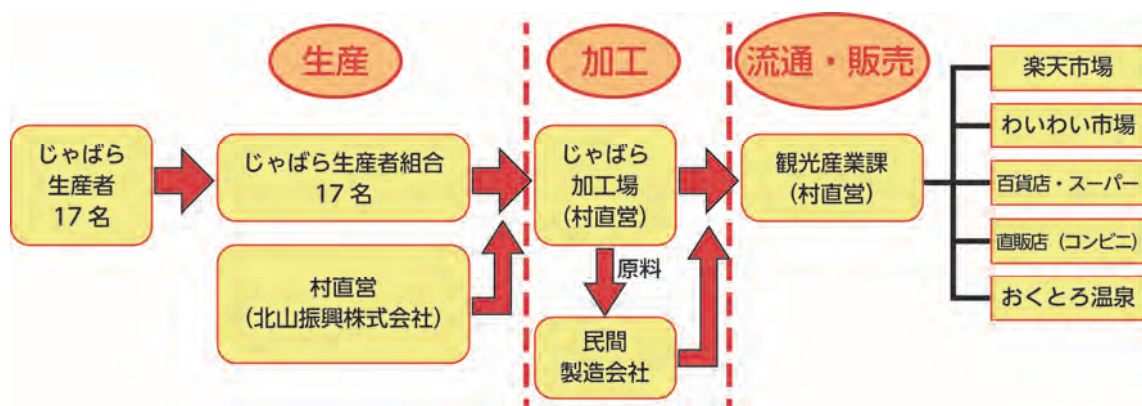
年（月）	内 容
平成 19 年 6 月	「村ぶろ」の本格的オープン 大きなトラブルもなく、プレオープンから 3 か月で本格的に運用を開始 ■費用 ①システム構築・WEB デザイン 3500 万円 （和歌山県 330 万円補助） ②サーバー費用 月間 14 万円
平成 19 年 7 月	日経地域情報化大賞 2007 日経 MJ 賞を受賞
平成 20 年 3 月	7000 人に迫る仮想村民数、10 万に及ぶ 1 日当たりアクセス数
平成 20 年	じゃばらが花粉症に効くことが学会で発表された じゃばらは花粉症に効くといわれる「ナリルチン」という物質を含む。この点について、岐阜大学医学部がじゃばら果汁を花粉症患者に飲用させる臨床実験を行い、鼻づまりや目のかゆみなどの症状が改善されたとの結果を学会で発表した。
平成 21 年	村ぶろによる連携・交流の促進 ・システムのレンタル 北海道上士幌町 NP0 大山大国（鳥取県） ・ブログによる交流 尾鷲市早田地区
平成 24 年	村ぶろによる連携・交流の促進 ・システムのレンタル 長野県筑北村
平成 25 年 7 月	村営コンビニ「ヤマザキショップじゃばら屋」開店 ・パンや弁当、惣菜など約 700 品 ・じゃばらジャムを使った「ランチパック」商品を開発 ・収益確保のため、職員自ら集落の住民を訪ね販売促進を行う

2 事業の内容

(1) 事業主体

じゃばらの生産→加工→販売について、「北山振興株式会社」及び村直営の「じゃばら加工場」と「観光産業課」が中心となって事業を展開している。

北山村振興株式会社の事業内容は、じゃばら営農や林業等の山村に係る業務のほか、観光筏の運航や家庭への灯油配送と幅広い。なお図中の「コンビニ」とは、村営のコンビニエンスストア「ヤマザキショップじゃばら屋」を指し、「おくとり温泉」とは、これも村営の宿泊施設を指す。これらについては後述する。



(2) 事業内容

北山村の事業は、「北山村の事業の経緯」でも取り上げたように多分野にわたるが、調査の対象事業は、主に「村ぶろを活用したじゃばら販売」であり、これを次の3期に分けて検討していくこととする。

- ・ 第1期 昭和54年～平成12年
じゃばら活用から産業化までの苦難の時代
- ・ 第2期 平成13年～平成17年
インターネット通信販売で一気に売上拡大の時代
- ・ 第3期 平成18年～
直販サイト・「村ぶろ」の活用による販売自立の時代

■第1期 昭和54年～平成12年 ジャばら活用から産業化までの苦難の時代

じゃばらは、昔から北山村に自生している自然雑種で、原木の持ち主であり、小さい頃からその味・香りに親しんでいた福田国三氏が「じゃばら栽培は北山村を過疎から守る産業になる」と、村長や村議会に呼びかけていた。

昭和46年秋、みかんの分類で有名な権威者「田中論一郎」博士に調査を依頼し、翌47年、現地で花の分析などの専門的な調査研究の結果、じゃばらは、国内はもとより世界にも類をみない全く新しい品種であることが判明した。一方、味についても試食した料理の専門家から高い評価を受けたため、栽培規模の拡大に踏み切った。



じゃばらとは何？

じゃばらとは、ユズやダイダイ、カボスの仲間の柑橘系果実である。その特徴は、ユズよりも果汁が豊富で、種が少なく、糖度と酸味のバランスが絶妙な、まろやかな風味にある。「じゃばら」とい名は「邪（気）を払う」ことに由来し、村では昔から天然食酢として珍重され、正月料理に欠かせない縁起物である。

昭和52年、農林水産省に対して種苗法による品種登録を出願し、現地調査の結果、種苗名称登録許可を取得した。これにより、じゃばらは自然から与えられた「北山村の宝」となった。



北山村は良いも悪いも「唯一」を大事にする

北山村は、「地域資源を活かした自立性の高い村づくり」を実践している。その主な地域資源は、筏下り・じゃばら・村ぶろであるが、すべて「全国で唯一」であることは注目に値する。国交省が認可した全国で唯一の「筏下り」、国内だけでなく世界にもない新しい品種の「じゃばら」、自治体初の「村営ブログ」のみならず、「飛び地村」という地理的に不利な条件さえも全国で唯一をキャッチフレーズに、北山村のセールスに活用している。いずれの取組みにも、共通して、村民の北山村に対する愛着と誇りが強く感じられる。

昭和57年、村内3区画に農園を確保し、パイロット事業をスタートした。昭和61年には、集出荷施設を新設し、生産活動は順調であった。しかし、知名度がなく、しかも販路の拡大も困難な状況にあり、収穫量が60トンを超えた昭和63年、平成元年には、商品の余剰在庫を抱えるという問題に直面し、以降、平成11年までは生産調整を余儀なくされるほどの苦難の10年が続いた。

（苦難の時代のじゃばら販売の問題点）

- ・知名度が低いため、市場からも相手にされず、値がつかない
- ・地理的に不利な条件から、販売にも限界があった
- ・村の直営事業のため、民間会社のような販売に関するノウハウがなかった
- ・当時は香酸柑橘に人気がなく、販売担当の職員さえ「売れないもの」と認識していた
- ・雇用確保のためなら赤字事業でもかまわないとの考えから、平成 12 年まで赤字

■第 2 期 平成 13 年～平成 17 年 インターネット通信販売で一気に売上拡大の時代

この苦境を打開するため、平成 12 年 12 月、今後 2 年間、最後のチャレンジとして目一杯努力し、それでもダメなら撤退しようと村は決断した。2 年間と決めた理由は、合併特例法の期限である平成 17 年までに市町村合併を行う必要があるが、その合併前にじゃばら販売事業の成否を判断したいとの考えがあったからだ。

そこで、選択したのが成長著しいネット販売「楽天市場」への出店であり、出店費用は年間 60 万円であった。

（楽天市場への出店のメリット）

- ・地理的条件に関係なく販売が可能である
- ・知名度がなくても、全国の消費者の目に触れるチャンスがある
- ・メールマガジンが発行できる
- ・楽天の特別物流プログラムが利用可能である



楽天の特別物流プログラム

10 kgの運送に、宅急便では 1,460 円のところ、楽天の特別物流プログラムではペリカン便で 680 円であったので楽天の特別物流プログラムを利用した。

この背景には、当時は配送各社とも配送網が整っておらず、北山村へ毎日来る業者はヤマト運輸株式会社のみであり、出荷量も限られていたため、送料の値引き交渉もできなかった。さらに、送料が定価では通販の土俵にさえのれないという事情があった。

ここで、じゃばら販売を大きく進展させる出来事があった。

それは、ある突出した購入量を誇っていたお客様に対する聞き取り調査から始まった。じゃばら販売が低迷を続ける時期から、10 キロ、20 キロという単位で定期的買い求める顧客がいることに気がつき、販売担当者が、その購入者に「なぜ大量のじゃばらを購入しているのか」問うたところ、「じゃばらが花粉症に効くので愛用している」との回答であった。それを受けて、すぐさま「じゃばらは花粉症に効くと思うか」という、じゃばら花粉症モニター調査を実施した。100% 果汁 300ml を無料で試飲していただき回答をお願いするという企画で、調査対象者 1,000 人という募集枠に、応募数 18,000 人という大きな PR 活動につなげることができたのである。結果は、有効回答人数 660 人、その内 46% の 303 人が「効果があった」と回答した。このモニター調査には、じゃばらが花粉症に効くか利用者の声による確認のほか、話題性の提供、プレゼント企画による応募者のメールアドレスの確保、余っているじゃばらの処分など、多くの効果があった。この調査結果を受けて、「売れる予感」が湧いたという。



売れるきっかけは身近にあった

販売拡大への道を振り返ると、購入データに着目し購入量が突出した顧客を発見、その顧客への聞き取り調査、その調査結果を実証するためのモニター調査の実施といういくつかの気づきと作業が浮かび上がってくるが、それを一つ一つ短期間で実行し販売拡大の道を開拓していった村の努力には頭が下がる思いがする。おそらく、売れない時期に、何をすべきか悩み続けた結果が、小さなヒントを見逃さず、この成果に結びついたのだと思われる。



花粉症抑制効果に関する学会発表内容

花粉症などのアレルギー症状は、アレルギーの原因となる何らかの刺激を受けて、肥満細胞と呼ばれる細胞に蓄積されたヒスタミンなどが放出される脱顆粒現象に起因している。肥満細胞から放出されたヒスタミンなどは、他の生体組織に作用して炎症をはじめとする様々なアレルギー反応を起こす。この脱顆粒現象を抑制することで、アレルギー反応が緩和されることはよく知られていて、これを利用した抗アレルギー薬も既に販売されている。また、これまでも、いくつかの食品成分が脱顆粒現象を抑制し、花粉症の症状を緩和することも知られている。

和歌山県工業技術センターでは、マウスの肥満細胞を取り出して、試験管の中で培養する脱顆粒現象のモデルを用いて、じゃばらの抽出物についてその作用を検討した。その結果、モデルにじゃばらの抽出物を加えることで脱顆粒現象が抑制されることを見いだした。

ただし、有効成分の特定までに至っていないため、この結果をもって、すぐに人体への効能を論じることはできない状況にある。

アンケート調査は、思いもよらないほどの販売効果をもたらした

アンケート調査を実施した翌年 14 年 3 月には、じゃばら事業開始以来初めての完売となった。これには、1 月に「ワールド・サテライト・ビジネス」というテレビ番組での紹介や NHK や関西系テレビで取り上げられたことが、大きく貢献したと考えられる。3 月上旬からの 2 週間で、それまでの年間売上当たる 2,500 万円の注文が殺到したが、販売可能数量が把握できないなど、販売体制の課題を突きつけられることとなった。

当時の課題

1 あまりにも少ない商品構成

- ・果実、ドリンク、果汁
- ・ジャム、ぽん酢、じゃぶたれ、ドレッシング、天つゆ（めんつゆ）

2 原価が把握できていないという、致命的な状況

- ・商品原価が把握できていなかったため、他社の類似品価格を参考に値付けを行っていた。

（当時の販売価格と原価）

- | | | | | |
|-------------------|------|-------|----|-------|
| ・じゃばらジャム 280g | 販売価格 | 400 円 | 原価 | 420 円 |
| ・じゃばらドレッシング 300ml | 販売価格 | 600 円 | 原価 | 550 円 |

3 販売可能数量さえ把握できない

- ・職員1名、アルバイト1名による販売体制であったため、数千件に及ぶ受注に対応できない。
- ・そもそも完売になるほど売れることを想定していなかったため、販売可能数量を把握する必要もなかった。

課題解決に向けた対策の実施

1 商品構成・価格の変更

- ・原価を把握し、適正な価格での販売に移行した
- ・職員自ら、新商品の開発を行い、委託費の圧縮を行った

2 販売方法の変更

- ・10月1日から予約販売制度を実施した（現在は11月1日から）

3 管理システムの導入

- ・受注・発送管理システム、在庫管理システムを導入した
- ・4人の専門オペレータを育成し、的確な顧客対応を実現した

※ 平成21年からは独自の通販管理システムを導入している。

4 DMの送付

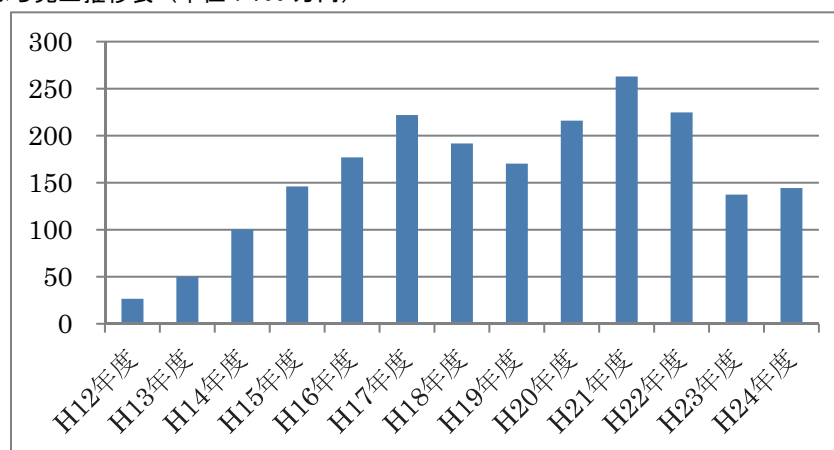
- ・これまでの購入客や昨年度購入いただけなかった顧客に初めてDMを送付した

これらの対策の実施後、満を持して14年10月1日の予約販売に臨んだところ、電話やネットによる注文が続々とあり、ネット販売では2,000本の果汁が2分で完売した。平成14年度は売上1億円を突破、平成15年には、10月1日の予約販売デイリーランキングの1位から6位を独占するという、楽天市場初の快挙を成し遂げた。



じゃばら加工品の数々

表 じゃばら売上推移表（単位：100万円）



これほど売れ始めると、思いもよらない課題が発生した。

売れ始めて発生した思いもよらない課題

- ・他産地のじゃばらもどきの生産が活発化した
- ・結果、じゃばらでないものがじゃばらとして販売された

対策の実施

- ・これまでバラバラだったデザインを統一した
- ・北山村における知的財産を明確にし、特許を出願した
- ・商標の管理を強化した
- ・親密な顧客とのコミュニケーションを図り、北山村のじゃばらしか買わないという支持を得た

このような課題の発見→対策の実施を繰り返しながら、平成 17 年度までは順調に売上を伸ばし、平成 17 年度は過去最高の 2 億 2,200 万を売り上げ、2 億円を突破した。

しかし、その翌 18 年度は 1 億 9,100 万円と、事業開始後初めて売り上げが減少した。これは、単なる偶然ではなく、次のことが原因であると突き止めた。

通販の行き詰まり原因

- ・薬事法が強化され、「花粉症への効能」が一切表記できなくなったこと
- ・ネット上の店舗が飛躍的に増えたため、じゃばらの販売情報が埋もれかけていたこと

このとき、危機感を痛切に感じた奥田村長から、次の指令が下った。

村長命令

仮に市町村合併することがあっても、北山村の地域を存続させるためには、じゃばらの発展は絶対に必要だ。ネット村民制度を研究し、全国に北山村ファンを増やし、販売につなげる方法を検討せよ。

■第3期 村営ブログ「村ぶろ」の活用による販売自立の時代へ

村長から求められた「ネット村民制度」の条件は、次の4点であった。

村長の条件

- ・他の自治体で行っていないこと
- ・運営費用がかからないこと
- ・じゃばらの販売促進になること
- ・口コミでじゃばらと北山村の知名度を上げることができること

これらの条件をみたす地域密着型ブログポータルサイト「村ぶろ」が開設されたのは、平成19年6月であった。冒頭の「事業の経緯」からも明らかなように、構想から6ヶ月後にプレオープンし、その3ヶ月後に本格的に開設するという驚くほどのスピード対応であった。それほど、危機感が強く、その打開策としての期待が大きかったのだろう。

■村ぶろとは

- ・北山村が村内外の一般ユーザー向けに提供する自治体初の運営サイトである
- ・ユーザーは無料で会員登録し、自らのブログを開設することができる
- ・北山村は、会員登録者を仮想村民「村人」として位置づけ北山村情報を配信する

(主な機能)

- ・コミュニティ機能
- ・ブログ機能
- ・ECサイト機能
- ・ショッピングモール機能

(特徴)

- ・自治体初の村営ブログサイトである
- ・北山村内のユーザーだけでなく、和歌山県南部、三重県南部の地域ユーザーから、北山村や周辺地域の日常に関する情報が投稿されている
- ・地域ブログなので、何となく誰だかわかる安心感、地域新聞を読んでいるような親近感がある
- ・村営の名に恥じないセキュリティ機能を備えている



「村ぶろ」の初期画面



ICT の素人職員が立ち上げた村営サイト

この村ぶろを担当した北山村観光産業課 池上輝幸さんは、平成 10 年に、村長から、村のホームページを立ち上げるよう指示されたとき、「ホームページって何ですか」というくらい ICT の知識を有しない素人であったという。

悪戦苦闘されたであろう村の HP の構築や楽天の販売担当を通して培った ICT の知識が「村ぶろ」構築に活かされることとなった。

しかし、その池上さんを強く動かしたのは、ICT 技術に精通しているか否かではなく、「じゃばらのファンに、じゃばらへの想いをネットに書き込んでもらって、じゃばらファンによる口コミを広げたかった」、「陸の孤島とまでいわれた北山村のことを知ってもらって全国に北山村ファンを育てコミュニケーションを深めていきたい」、こういった思いではなかったのだろうか。おそらく、システム構築を委託された ICT 事業者もこの気持ちに応えようと、6 ヶ月という短期間でのシステム構築が可能になったのではないと思われる。



村ぶろを立ち上げた
池上輝幸さん

開設した翌年度の平成 20 年度は、過去最高であった平成 17 年度水準まで回復した。このような経済的効果のほか、平成 19 年に「日経地域情報化大賞 2007 日経 MJ 賞」を受賞している。この結果、北海道上士幌町、長野県筑北村にはこのブログシステムをレンタルするとともに、NPO 鳥取県大山王国や尾鷲市早生地区とは、このブログを通じて連携を図るなど、村ぶろによる連携・交流を促進している。



村営の名に恥じないセキュリティ対策

自治体のネット活用で最も留意しなければならないことは、セキュリティ対策だろう。自治体運営のブログが誹謗中傷の場となったり、不適切な表現や画像がアップされたり、公序良俗に反する行為により自治体の信頼が損なわれるようでは、北山村のファンづくり、じゃばら販売拡大といった当初の趣旨は意味のないものになってしまう。特に、ネット上の問題が拡散してしまった後では、復元が困難になる場合が多い。

そこで、北山村は、次のようなセキュリティ対策を講じて万全を期している。

- ・ IP アドレスを管理し、ブログ内でネットマナーを守らないユーザーのアクセスを禁止している
- ・ ブログ内に問題となる表記が見受けられた場合、それを発見したユーザーが運営事務局に通報できるボタンを設置している
- ・ アップロードされた画像はすべて事務局が閲覧し、公序良俗に反するものは削除する
- ・ 禁止ワードを設定し、公序良俗に反する言葉の使用を禁止している

これまで見てきた「じゃばら販売」事業から「村ぶろ」事業が成功した要因は何であったか、一言で表現すると、「次々と発生する課題を発見し、その課題に対し、村長が指示、職員がすぐさま対策を立て実行する」、この繰り返しが成功要因だと考えられる。

特に、村ぶろについて具体的な成功要因を考えてみると、すぐに次のような点が挙げられる。

■成功要因

- ・ 「この方法しかない」という背水の陣での取組みであったこと
- ・ 小規模自治体ならではの迅速な意思決定がなされたこと
- ・ ICT に対する村長の理解が深く、的確な指示による村営事業が可能であったこと
- ・ ICT には素人であった職員の「一から学ぶ」という覚悟の頑張りがあったこと



村長が社長、村営という戦略

平成の大合併の時、自らの地域は自らが守り生き抜くという「自主自立の道」を選択した北山村は、行財政改革を推進するため、幹部職員を除く役場若手職員からなる「北山村行財政改革推進プロジェクトチーム」を設置し、若手職員の自由な発想で北山村の将来を考えた推進計画を策定、平成 17 年度から行財政改革をスタートさせた。

■北山村地域づくりの基本的な考え方

小さな村だからこそできることがある

地域資源を活かした自立性の高い村づくり

■北山村地域づくりの基本理念

- 1 地域資源を活かし自然環境との調和を図る
 - ・ 筏下り・じゃばら・おくとろ温泉・森林の活用
- 2 地域住民参画型自治と自立の推進
 - ・ 自らの地域は自らが守る
 - ・ 自分でできることは自分で
 - ・ 北山村株式会社（事業はすべて役場直営）
- 3 ハード事業を支える ICT の活用
 - ・ 光ケーブル導入によりブロードバンド化完了
 - ・ 村ぶろ、通販システムの活用
- 4 教育環境と子育て支援
 - ・ 15 歳以下の医療費無料化
 - ・ 無料村塾の運営（英会話・数学・書道）
 - ・ 国際化に対応した英語教育の充実と語学研修を兼ねた修学旅行

■村長のモットー

- 1 地域づくりは人づくり
 - ・ 若者・よそ者・ばか者の 3 者を大切に
- 2 地域づくりは官主導でなく民主導で
 - ・ 民が頑張り、官がしっかり支援するのが理想
 - ・ ただし、最初の仕掛けは官がすることも必要
 - ・ そして、官は必要な支援はするが、口は出さない
- 3 地域づくりは理屈より実践
 - ・ 現場に出て肌で感じ実践する



奥田貢村長

このような村営事業という戦略の下で展開された事業のうち、「じゃばら販売」と「村ぶろ」以外の事業の一端として「観光筏下り」と「おくとろ温泉」を紹介する。



コラム 観光筏下り

かつて木材の搬出方法として利用されていた筏流しは、昭和 54 年、村直営の「観光筏下り事業」として復活した。それ以来、丸太で組んだ昔ながらの筏下りが「体験できる観光」として人気を呼び、年々全国からの観光客が増え、今では北山村の夏の風物詩といわれるようになっている。



杉の丸太 8 本で組まれた筏は一床と呼ばれ、それを 7 床につないで全長約 30 メートルにおよぶ筏に、ライフジャケットを身につけるものの、掴めるのは両脇の手摺りだけ、あとは熟練の筏師による櫂さばきに頼り、激流の中、水しぶきをあげて岩の間をくぐり抜けていく。年間 1 万人を超える観光客が利用し、北山観光の中心となっている。

平成 25 年 6 月には、観光筏下りを活用して「婚活イベント」を開催し、出会いのきっかけを提供することで村の人口減少に歯止めをかけることを目的としたものであるが、観光筏下りの宣伝効果も期待できるイベントである。



筏師が不足、それなら全国の若者を呼ぼう

観光筏下り運行開始当初は、約 60 名の元筏師が運行を担っていたが、その後、筏師の高齢化が問題になってくる。この筏師高齢化問題の解決策として実施されたのが「観光筏師後継者養成事業」である。これは、全国から I ターン・U ターン者を募集し、応募者に徹底的に筏流しの技術を教え込むというものである。現在、筏師は全員で 13 名、そのうち I ターン者 4 名、U ターン者 1 名、年代的には 30 代後半が多い。北山振興株式会社の社員として、夏は筏師の傍ら、じゃばら農園や加工工場での仕事や林業に従事している。観光筏のシーズンが終わる秋以降は、就業場所が激減するのでこれ以上の筏師の雇用は困難な状況である。



オフシーズンには
観光筏の整備も行う



おくとり温泉やまのやど

北山村観光の拠点である「おくとり公園」には、「おくとり温泉やまのやど」、道の駅「おくとり」、コテージ、オートキャンプ場、テニスコート、バンガローなどの各種施設が整備されている。「おくとり温泉やまのやど」も村営であり、支配人が不在のなか、産業観光課の池上輝幸さんが副支配人として経営のすべてを担っている。

周囲の山々と調和したコテージ風の建物が特徴的な「おくとり温泉やまのやど」には、渓谷美を一望できる露天風呂や和洋折衷の広々とした客室、地元食材でつくる料理が楽しめるレストランがあり、平成 25 年 7 月 3 日には村営コンビニ「ヤマザキショップじゃばら屋」がオープンした。



ヤマザキショップじゃばら屋の外観



村営コンビニ「ヤマザキショップじゃばら屋」

平成 25 年 7 月 3 日、「おくとり温泉やまのやど」に土産物店を改修したコンビニ「ヤマザキショップじゃばら屋」がオープンした。夏期は午前 7 時から午後 8 時までの営業、店内にはパンや弁当、総菜など約 700 品が並んでいる。特産品のじゃばらやその加工品も置かれている。

北山村には、日用品を扱う店は 4 軒で、住民は生鮮食品は事前に注文し、週 2、3 回来る移動販売車で購入している。なかには、車で 1 時間かかる新宮市や熊野市に週末出かけて必要な品をまとめ買いしている住民もいる。観光客からも「北山村には買い物できる場所がない」という声が何度も寄せられ、こうした声に応えるための開店であった。

大手コンビニとも交渉したが、高いロイヤルティー（経営指導料）がネックとなったため、ロイヤルティーがなく月額固定運営費で開業できる「ヤマザキショップ」と提携することとなった。その際には、村内の小売店との競合を避けるため、コンビニでは酒とたばこは販売しないこととした。



対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名	兵庫県養父市	位置図 
人口	26,501 人 (平成 22 年国勢調査)	
面積	422.78km ²	
分野	廃校活用による集客	
キーワード	廃校、地域資源、地域間交流、高齢者	
【地域特性】養父市は、兵庫県北部の但馬地域の中央に位置するまちである。平成 16 年（2004）、養父郡の八鹿町・養父町・大屋町及び関宮町の 4 町が合併して成立した。市内を流れる円山川の支流、八木川に沿って八鹿、関宮地域が、同じく大屋川に沿って養父、大屋地域が位置する。西部には県下最高峰の氷ノ山や鉢伏山、ハチ高原、若杉高原が、北部には妙見山があり、雄大で美しい自然に囲まれている。		

事例の概要

明延地区は、錫（スズ）などを産出する明延鉱山の下で栄えた地域だが、昭和 62 年の閉山に伴い人口が激減、昭和 63 年には明延小学校も閉校となった。旧大屋町は、元小学校の施設を活かし、あけのべ自然学校を開校（当初は公設民営の形態）。現在は養父市が継承して運営を続けており、最近では鉱山跡の探検坑道や、同じく鉱山に由来する「一円電車」などの産業遺産の活用とも連携して地域の集客に貢献している。

【本事例における仮説】

- ①「学校（廃校）」を有効活用することにより、観光、防災等の視点から、まちづくり拠点として継承することも可能である。
- ②地域資源を取り込むことで住民の求心力が高まり、納得のゆくまちづくりが推進される。
- ③継続的な活動と地域との交流により、新たな事業展開が生まれ、内発型の好循環に結びついていく。

1 事業の経緯

(1) 事業年表

年	月	内 容
昭和 62 年	3 月	明延鉱山 閉山 円高と金属価格の下落により、明延鉱山が閉山に至る。
昭和 63 年	3 月	明延小学校 閉校 鉱山の閉山に伴い人口も減少し、小学校も閉校に至る。
平成元年	5 月	あけのべ自然学校 開設（民間による運営） 自然学校としての運営が始まる。同時に探検坑道も公開。
平成 3 年	4 月	旭山野外活動センター開設 自然学校での活動を拡充するため、野外体験施設を開設。
平成 9 年	4 月	あけのべ自然学校の運営が旧大屋町直営となる 類似の施設ができたため、運営が厳しくなったことから、行政が直接運営に乗り出す。
平成 13 年	4 月	あけのべドーム「森の館」開設 雨天時の活動を可能にするため、全天候型運動場を開設。
平成 16 年	4 月	合併により旧大屋町が養父市へ あけのべ自然学校の運営も養父市に移る。
平成 18 年	—	「鉱石の道」の取組がスタート 兵庫県、朝来市などと連携し、明延鉱山を地域資源として活かす取組が始まる。 「鉱石の道」明延実行委員会発足 明延区、エコマネジメント明延事業所、探検坑道ガイドクラブ、大屋地域局、あけのべ自然学校により実行委員会が発足。
平成 19 年	11 月	鉱山関連施設が近代化遺産に 近代化産業遺産認定遺産リスト（経済産業省）に「明延鉱山探検坑道（旧世谷通洞坑）」他 3 件が選定される。 一円電車が復活 「第 1 回 ふるさと明延まつり」で 20 年ぶりに一円電車を運行。
平成 20 年	7 月	明延鉱山ガイドクラブ 活動開始 鉱山を訪れる人たちのガイドを始める。
平成 21 年	2 月	明延鉱山ガイドクラブが表彰される 明延鉱山ガイドクラブが「第 2 回ひょうご観光ボランティア発表会」で「魅力あるツーリズム賞」「奨励賞」を受賞。
	4 月	明延近代鉱山研究所（自然学校内）開設
平成 24 年	9 月	NPO 法人一円電車あけのべ発足 一円電車のみならず、地域活動の担い手として発足。
平成 25 年	—	NPO 法人一円電車あけのべの活動広がる 受託事業で、地域高齢者の安否確認、ゴミ分別を始める。

(2) 事業の経緯

①あけのべ自然学校の誕生

昭和 62 年の明延鉱山の閉山によって、全国から明延に集まっていた人たちはあるいは故郷へ、あるいは新天地へと散っていった。明延地区における人口の減少は著しく、明延小学校も閉校が避けられない見通しとなった。

こうした状況に危機感を抱いた明延の住民たちは、当時の区長（故人）を中心に立ち上がり、当時の大屋町にも働きかけて、明延小学校を自然学校として活用することを訴えた。その結果、折からの自然学校ブームも手伝って、平成元年 5 月、あけのべ自然学校が開設されるに至ったのである。

開設に当たり、明延地区の有志は明延振興事業組合を結成。あけのべ自然学校の運営と合わせ、地域の活性化に取り組むこととなった。また同年 8 月には、事業組合をあけのべ振興株式会社に改組し、明延振興館（現あけのべ憩いの家）、錫工房などの運営にも携わることとなった。

②行政による運営へ

あけのべ自然学校は当初こそ順調だったものの、その後、類似の施設ができたため利用者は減少し、株式会社としての運営は厳しくなっていた。平成 8 年には株式会社を有限会社化するなどの対策を図ったが改善は難しく、結局、平成 9 年には旧大屋町の直営とすることに落ち着いた。

これは後述するが、このとき、行政があけのべ自然学校を見捨てず、自ら運営に乗り出したことが、一円電車などの地域資源を活かした現在の活性化策に結びついていると考えられる。一方で住民の側も、自らも存続に向けた努力を惜しまなかった。このように、あけのべ自然学校が今日の成功を収めた背景には、当時の行政の英断と住民による存続活動という、一種の協働関係が存在していたのである。



明延鉱山とは

当地の明延鉱山は約 1260 年前の天平年間の開山とされ、東大寺の大仏鑄造にも銅が献上されたと伝えられる古い鉱山である。明治に入り官営となり、明治 29 年に三菱合資会社に払い下げられ「日本一の錫の鉱山」として発展。昭和 62 年、円高と金属価格の下落により、未採掘の有望な鉱脈を残したまま閉山した。

明延鉱山は生野鉱山とともに「我が国鉱業近代化のモデルとなった生野鉱山などにおける鉱業の歩みを物語る近代化産業遺産群」として、「明延鉱山探検坑道（旧世谷通洞坑）」「明神電車と蓄電池機関車」「明盛共同浴場・第一浴場」の 3 件が近代化産業遺産に認定されている。

(3) 周囲の地域活動

前項で述べたとおり、あけのべ自然学校はもともと、地域住民の取組によって支えられている。そうした経緯から、ここではあけのべ自然学校から派生した、周囲の地域活動を紹介しておく。

①「鉱石の道」明延実行委員会

明延区、エコマネジメント明延事業所、探検坑道ガイドクラブ、大屋地域局、あけのべ自然学校で構成され、明延区の三役が参加する。初代会長には明延区長（当時）の中尾一郎氏が就任した。

かつて日本一のスズ鉱山として約 1,200 年の歴史を刻んだ明延鉱山の歴史的遺産（産業遺産、文化遺産等）を評価し、産業を活用した以下の事業の取組を実施することにより、地域の振興を図ることを目的とする。

1. 明延鉱山の歴史的遺産（産業遺産、文化遺産等）の研究・調査
2. 探検坑道等の鉱山施設を解説するガイド養成や体験ツアーなどの実施
3. 「鉱石の道推進協議会」と連携した事業の実施など

②明延鉱山ガイドクラブ

明延鉱山の歴史や文化、産業遺産などを研究し、その魅力を紹介することを通じ、日本の鉱山が果たしてきた役割を次代へ伝え、地域の発展に寄与することを目的とする活動。平成 20 年 7 月に結成され、現在、以下の事業に取り組んでいる。

1. あけのべ自然学校と提携して、明延鉱山探検坑道（旧世谷通洞坑）のガイドを行う
2. 国の近代化産業遺産である、「一元電車」「探検坑道」「第一浴場」をはじめ、明延地域の産業遺産等のガイドを行う
3. 会員の資質向上を図るために、学習会、視察研修を行う



探検坑道を案内する
ガイドクラブのメンバー（右端）

③NPO 法人一元電車あけのべ

それまで、住民によって自主的に行われていた活動を、より発展的に進めるため、平成 24 年 9 月に兵庫県の認証を受け NPO 法人化したもの。一元電車のメンテナンス作業のみにとどまらず、明延鉱山の産業遺産に関する調査・研究や保存・活用、地域活性化イベントなどの事業を行い、活力ある地域づくりに寄与することを目的としている。具体的な事業は以下のとおりである。

1. 明延鉱山の産業遺産の調査・研究事業
2. 明延鉱山の産業遺産の保存・活用事業
3. 地域活性化事業（一元電車まつり等）

2 事業の内容

(1) あけのべ自然学校の概要

あけのべ自然学校は、昭和 63 年に閉校（当時の大屋町立南谷小学校に統合）した旧明延小学校の施設を利用し、子どもたちへの自然体験の場を提供する目的で設立された施設である。集団活動を通じ、人と人とのふれあい等、通常の学校生活からは得がたい体験をすることにより、心身ともに調和ある人間形成を図ることを目的としている。

宿泊室計 12 室、研修室 2 室、体育館、浴室、食堂等を備え、集団による宿泊生活が可能である。収容人員は 225 名、10 名以上の団体での利用が原則。施設使用料は、宿泊利用の場合で高校生以下（1 人当たり）1,570 円、一般（同）2,620 円などとなっている。小学生を対象とする自然体験活動等のほか、社会人の研修等も受け入れており、市内・県内はもちろん県外からの利用も受け付けている。

利用は通年で可能だが、当地の気候もあり春から夏にかけての利用が多い。ハイキング・登山やキャンプをはじめとする一般的な野外活動のほか、明延鉱山跡の坑道、鉱山学習館を利用した理科・社会の学習も可能である。



旧小学校の施設を活かしたあけのべ自然学校の外観

(2) あけのべ自然学校の施設・設備

①本館

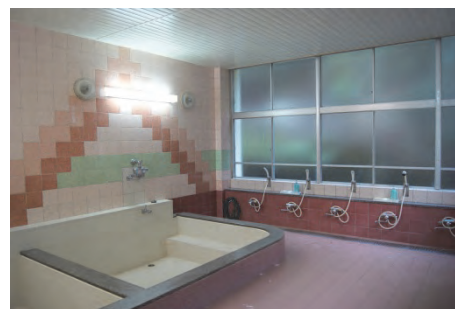
あけのべ自然学校は、前述のとおり自然学校本館及び隣接する体育館、あけのべドーム「森の館」、旭山野外活動センター（キャンプ場）などからなる。

本館は昭和 44 年 9 月の竣工で、鉄筋コンクリート 3 階建てで床面積は 2,012 平方メートル、20 畳～42 畳の宿泊室 10 室と 6 畳の宿泊室 2 室を持ち、収容人員は 225 名である。他に食堂、研修室（2 室）、保健室、男女別の浴場を備えている。

ほとんどの施設は、旧小学校の施設になるべく手を加えず、費用を抑えて転用したものであるが、厨房、食堂、浴場は小学校時代になかった施設のため、開校に当たり新設している。



最低限の改装で転用した宿泊室



自然学校の開設にあたり新設した浴室

②体育館

本館に隣接する体育館は、床面積 609 平方メートルで、スポーツや武道などの活動が可能である。こちらも、旧学校の施設をほぼそのままの形で転用している。



旧施設を転用した体育館

③あけのべドーム「森の館」

平成 13 年に完成した、1,320m² (40×33 メートル) の運動場面積を持つ全天候型運動場である。ゲートボール 2 面又はフットサル 1 面のコート利用が可能。林業構造改善事業の木材需要拡大施設として、あけのべ自然学校のグラウンドに建設された。床はアンツーカー（いわゆる人工土）が敷き詰められ、安全かつ自然に近い環境でスポーツなどを楽しむことができる。自然学校に児童を誘致する上で大きなアピールポイントの一つとなっている。



広大な「森の館」の館内

④旭山野外活動センター（キャンプ場）

飯ごう炊さん、テントでの宿泊生活などが体験できる施設で、平成 3 年に開設された。小学生の野外活動などに向く施設である。5,000 平方メートルという広い敷地を持つキャンプ場のほか、飯ごう炊さんなどが行える 106 平方メートルの炊さん棟、管理棟、避難棟などからなる施設である。あけのべドームとともに、こうした施設が完備されていることは児童誘致の上で大きな利点となっており、本施設の目玉の一つであるといえる。



旭山野外活動センターでの活動風景

(3) 周辺施設の概要

①探検坑道

自然学校の付帯施設である探検坑道は、昭和 62 年に明延鉱山が閉山した後、旧坑道の一部を当時の明延鉱業株式会社が青少年の鉱山学習施設として整備、平成元年から公開しているもので、近代鉱山の姿を残す貴重な産業遺産である。現在は養父市が管理し、坑道の総延長は 650m。



鉱山の学習ができる探検坑道の内部

②一円電車

鉾山鉄道として「一円電車」の名で親しまれた明神電車は、昭和 62 年、明延鉾山の閉山に伴い廃止された(客車としての一円電車は昭和 60 年に廃止)。平成 19 年に近代化産業遺産認定遺産リスト(経済産業省)に選定され、同年の「第 1 回 ふるさと明延まつり」で 20 年ぶりに運転を行い、好評を博した。現在は春季～秋季に月 1 回の運転を行って観光客の体験乗車を受け入れており、うち秋季の 1 回は「一円電車まつり」として地域ぐるみの盛大なイベントとして開催される(後述)。



年に数回運転される一円電車

③明延近代鉾山研究所

あけのべ自然学校内にあり、明延鉾山が残した貴重な産業遺産や資料等を調査・研究し、その成果を広く公開し、地域社会に還元することを目的に、平成 21 年に設立された。諸事情により、実質的な活動は現在休止中であるが、近い将来の再開を目指している。

(4) あけのべ自然学校の利用概要

①利用対象

あけのべ自然学校の利用対象(利用できる人)は、以下のとおり定められている。

1. 兵庫県で実施している自然学校を行う児童・生徒及び指導者
2. 自然学校以外の自然学習、体験学習及び集団宿泊生活を目的とする 10 名以上の団体
3. その他、校長が特に認める団体

上記のうち、1 が自然学校本来の目的であり、これについては次項で詳説する。2 は最近増加している子ども会などでの利用を想定している。3 はいわゆる一般利用である。実質的には、公序良俗に反しない一般的な団体利用であれば認められていると考えてよいであろう。

②利用料金

あけのべ自然学校の利用料金は以下のとおりである。これを見ても分かるとおり、学校や諸団体が限られた予算で自然学校をはじめとする各種行事を実施するに当たり、現地までの交通費等を考慮しても、十分に利用価値のある料金設定といえるであろう。

分類	区分	使用料
宿泊費	高校生以下（1名当たり）	1,570 円（1泊）
	一般（1名当たり）	2,620 円（1泊）
宿泊以外（※）	本館（各室ごと）	2,000 円（4時間）
	体育館	5,000 円（4時間）
	あけのべドーム	210 円（4時間・1名当たり）
	野外活動棟	100 円（4時間・1名当たり）

※本館に宿泊中は無料

（5）あけのべ自然学校の活動プログラム

①概要

あけのべ自然学校は、兵庫県が小学 5 年生を対象にカリキュラムに組み込んでいる「自然学校」に合致したプログラムを実施している。この場合の利用対象は県内の児童及び指導者である。自然学校の実施主体は各小学校であり、引率・指導も基本的には小学校の教員が行う。あけのべ自然学校の職員は、これら学校教育を側面から支援するというスタンスであるが、実際には、各種の活動サポートなどを通じて職員が直接、児童たちとふれあう機会も少なくない。



指導員の高田和幸氏



自然学校とは

「自然学校」とは、兵庫県が昭和 63 年度から全国に先駆けて取り組んでいる事業であり、自然体験を中心とした長期宿泊体験のことである。平成 3 年には、県内すべての小学 5 年生が、5 泊 6 日（現在の要件は 4 泊 5 日以上）で参加することとなった。

全員参加であることが特徴で、共同生活を誰もが経験することにより、普段の学校では得られない友達との交流や各自の得意分野が浮かび上がり、学校側もそれらを十分把握することが可能になる。また、児童自身のプログラム作りへの参画や、終了後の自己評価なども重要なポイントとされている。現在、県内合わせて毎年約 5 万人の児童が参加している。

②自然学校のプログラム内容

自然学校のプログラムは、県のカリキュラムを基に、各小学校が策定するものであるが、あけのべ自然学校としては、以下のようなメニューを用意して、各校の活動をサポートしている。



自然学校での川遊び

カテゴリー	活動名	内 容
地域に学ぶ	鉱山学習 (探検坑道)	明延鉱山跡の坑道や鉱山学習館を利用し、金属・鉱石・鉱山の暮らし・労働など、理科・社会の学習をする。
	鉱石拾い	探検坑道付近での鉱石拾いを行う。
自然に親しむ	天滝登山 サイクリング	落差 98m の景勝地「天滝」に登山し、心身の鍛錬と自然探索をする。現地までサイクリングの場合は往復 30 km。
自然に親しむ	川遊び	山奥の美しい流れの川で自由に遊びを見つけ、魚釣りなどを楽しむ。
	オリエンテーリング	グループで協力し、地図を頼りにポイントを探し、課題に取り組む。
	星の観察	美しい星を見ながら伝説を聞く。天体望遠鏡 5 台が使用可能。
自然から作る	竹細工	竹とんぼ・竹箸・竹鉄砲・竹笛などを作る。
	焼き板工作	板を焼いて美しい木目を出し、記念品を作る。
	まが玉作り	まが玉の記念品を作る。
	わら細工	昔、わらが果たしていた重要な役割を学び、手作りのぞうりやタワシなどを作る。
	草木染め	山歩きをしながら植物観察をし、採取した草木で木綿のハンカチを染める。
生活体験活動	炭焼き	木切りや木割りを体験し、炭の火入れや取り出しを行う。
	石うす体験	炭おこしをして豆を炒り、石うすを引いてきな粉を作る。
	炭おこし体験	炭をおこして魚焼き、バーベキュー、パン焼きなどを行う。
野外活動	野外炊飯	友達と協力して調理をし、食事の楽しさを味わう。
	テント設営	テント設営の技術を身に付け、協力することの大切さを学ぶ。
	キャンプファイヤー	仲間との生活を振り返り、友情と親睦を深め、ゲームや歌で楽しく過ごす。

各活動にかかる経費は、鉱山学習の場合は入坑料が1名につき210円（小中学生料金）、川遊びの場合は魚代1匹330円から、魚運搬費1,000円、川場設営費1か所6,300円、ものづくりの場合は各材料費（1名当たり100円から数百円程度）となっている。また、川遊びやものづくり、野外活動などで指導員が必要となる場合は、指導員1名につき4,200円が別途必要である。

③自然学校以外の利用

自然学校以外にも、10名以上の団体を対象に、自然学習、体験学習及び集団宿泊生活を目的とする活動を受け入れている。

具体的には、地域内外の子ども会活動による利用のほか、豊富な施設を活かしてスポーツ、武道などの活動にも利用されている。自然学習や体験学習では、雨の場合の代替施設が複数あることが利点とされている。一方、武道などの場合は、練習場所に隣接して宿泊できる施設が少ないことから、練習のできる体育館やあけのべドームと、宿泊できる本館とが一体的に運用されている点が利用者の評価を受けている。



武道による利用も多い

(6) あけのべ自然学校の収入と利用件数

①収入

あけのべ自然学校における、年度別・施設別の収入は以下のとおりである。これによれば、平成20年度をピークとして、その後やや減少してはいるものの、最近の年度においても年間1,400万円超の収入があることが分かる。一方で、ピークである平成20年度と平成24年度との差額がおよそ700万円に上ることから、今後はこの分に相当する潜在需要をどれだけ取り込めるかが事業運営上の課題といえるだろう。

(単位：円)

年 度	施設使用料収入			実費収入 (※)	合 計
	自然学校	旭山野外活動センター	あけのべドーム		
平成16年度	8,590,650	145,020	128,100	11,648,611	20,512,381
平成17年度	5,583,620	126,800	150,990	8,649,004	14,510,414
平成18年度	6,558,080	106,370	143,955	9,941,833	16,750,238
平成19年度	6,187,660	142,690	125,895	9,518,941	15,975,186
平成20年度	8,303,170	43,280	121,065	13,042,646	21,510,161
平成21年度	6,916,850	74,680	68,670	9,261,114	16,321,314
平成22年度	6,789,400	171,040	48,720	9,173,608	16,182,768
平成23年度	5,942,190	83,330	80,220	8,693,040	14,798,780
平成24年度	5,636,380	57,760	66,255	8,890,078	14,650,473

※探検坑道への入坑・案内料などを含む実費収入を指す

②利用件数

あけのべ自然学校における、年度別・利用者別の利用件数は以下のとおりである。これによれば、前項で収入がピークを示した平成 20 年度の年間 47 件に対し、平成 24 年度は年間 42 件と、減少はしているものの件数としてはまずまずの数字を示しているといつてよい。また、収入ピークの平成 20 年度を見ると、自然学校の件数が 7 件でピークとなっており、1 件当たりの収入が多い自然学校の利用が望ましいことが分かる。一方で、直近の平成 24 年度では子ども会等の利用増によって施設の利用件数が盛り返しているが、収入面からみると改善の余地があるともいえるかもしれない。

(単位：件)

年 度	自然学 校(※)	その他 小学校	中学校	高校	教職員	子ども 会等	一般	合計
平成 16 年度	6	4	2	1		10	13	36
平成 17 年度	4	2	1	1		11	13	32
平成 18 年度	4	3	2	2		19	18	48
平成 19 年度	4	1	3	2	1	19	18	48
平成 20 年度	7		2	8		16	14	47
平成 21 年度	5	1	5	6		14	17	48
平成 22 年度	5		3	6		16	13	43
平成 23 年度	5	1	4	3		13	6	32
平成 24 年度	5	1	1	3		25	7	42

※県のカリキュラムに従った自然学校の実施を指す

なお、利用人数についてはここに詳細なデータを示していないが、あけのべ自然学校によれば、平成 24 年度の利用者数はのべ 3,296 名に上るとのことであり、これを利用概要に照らすと、同様の条件を持つ施設の中では優秀な部類に入ると考えられる。

3 事業の効果

(1) 集客効果

①高い利用率

大阪から JR／高速バスで約 3 時間、さらに最寄り駅から路線バスで約 1 時間という不利な立地でありながら、夏場を中心に、施設として高い利用率を維持している。あけのべ自然学校所長の長瀬邦彦氏によれば「特に、自然学校がピークを迎え、また当地での野外活動に適している夏季シーズン中は、予約が取りにくい状況が続いています」という状況だ。



あけのべ自然学校
所長の長瀬邦彦氏



一層の利用拡大に向けた取組は

小学校の行事は長期間にわたり固定化する例が多く、新規利用の獲得は容易ではないという。あけのべ自然学校でも、過去に実際に神戸市まで出向き、小学校を回って営業活動を実施したこともある。しかし、先方の小学校では「これまでの実施先から変更する労力を考えると、新たにあけのべ自然学校を利用するのは難しい」との反応が多かったそうだ。

このように、自然学校を取り巻く環境は厳しいものがあるが、同校では既存の利用校との連携を密にすることで、「あけのべに行けば安心して自然学校の活動ができる」という信頼感を築き、実績を積み重ねてきたことにより、安定した利用層（リピーター）の獲得に成功している。もちろん、毎年の受入体制、及び実際の活動プログラムが充実していることも大きな要因であろう。

②幅広い層の集客

客層の中心は小学生等の野外活動であるが、それ以外に社会人等も含めた幅広い層の利用が見られる。同窓会や、グループの会合など、地域の内外からの利用がある。

ただし、現状では、自然学校を中心とせざるを得ないため、新しい利用形態の開拓までは難しいという。限られた職員数で夏季の自然学校を運営するため、冬季の閑散期には施設のメンテナンスや燃料用のまき割りなど、諸作業に追われている。そのため、閑散期の利用者を単純には増やせない点が悩みであるが、今後、経営を一層安定させてゆく上では、年間を通じた利用率の向上が避けて通れない課題ではある。

(2) 地域活動への波及効果

あけのべ自然学校は、さまざまな地域活動への波及効果を生んでいる。同校と関連を持ちながら継続している地域活動として、次のようなものがある。

①明延鉱山ガイドクラブ

明延鉱山ガイドクラブは大変精力的に活動しており、携わる人たちは誇りとやりがいを持って参加を続けている。具体的な活動は、明延鉱山を訪れる児童・生徒や一般の観光客に対し、探検坑道や周辺施設に関するガイドを行うことである。

ガイドには、鉱山にまつわる技術的な話題から、閉山の原因となった日本経済の動向に関する話題まで、非常に広範な知識が要求される。また、当然のことながら参加者の安全に関する知識や配慮も不可欠である。このように、要求される水準の高さもあってガイドのなり手が少なく、また、希望してもなれるとは限らない「狭き門」であることが課題である。逆に考えれば、児童・生徒にとってはそれだけ頼もしい「先生」であるともいえるだろう。

同クラブは、平成 21 年 2 月に開催された第 2 回ひょうご観光ボランティア発表会で発表を行い、「魅力あるツーリズム賞」及び「奨励賞」を受賞した。その後、公益財団法人ひょうごツーリズム協会が主催する観光情報サイト「ひょうごツーリズムガイド」で取り上げられるなど、明延の魅力を全国に発信する役割も担っている。

②NP0 法人一円電車あけのべ

NP0 法人一円電車あけのべは、それまで「鉱石の道」明延実行委員会が担っていた活動を、平成 24 年 9 月に兵庫県の認証を受け NP0 法人化したものである。同法人の理事を務める正垣智子氏によれば「NP0 法人になったからといって、大きく仕事が変わることはありませんでしたが、これまで自分たちが続けてきた活動が公的・社会的に認められたことは、大きな励みになりましたね」ということだ。



理事の正垣智子氏

同法人は、一円電車の定期運転や、将来の軌道延長に備えた募金活動などに従事している。また名称とは別に、最近では一円電車以外の活動も充実させている。例えば、平成 25 年度からは高齢者の安否確認やゴミ分別の手伝いなどを行う「ご機嫌暮らしプログラム」を事業として明延区から受託しており、今後はこうした地域活動にも積極的に参画していく予定である。

③旧鉱山社宅修復事業

平成 25 年度、養父市は現在も残る鉱山社宅「旧北星社宅」(昭和 11 年建造) の改修に乗り出し、NP0 法人一円電車あけのべが市から委託を受け実際の修復を担当することとなった。これに伴い、NP0 法人では屋根や外壁等の修復、ペンキ塗装、周辺の除



平成 25 年度に改修された旧北星社宅

草作業などの作業を手伝うボランティアを募集し、ここから新たな人的交流も生まれている。

(3) 地域拠点としての効果

①観光拠点としての役割

あけのべ自然学校は、探検坑道や一円電車に関する問い合わせ先として、またこれらを訪れる諸団体の活動拠点としても機能している。探検坑道や一円電車はその性質上、常時公開されているものではない。例えば、一円電車は、普段は車庫にしまわれており、施設も無人である。そのため、養父市観光協会のホームページ等においても、問い合わせ先としてあけのべ自然学校の電話番号が掲載されている。

②防災拠点としての役割

あけのべ自然学校は、大屋地区（旧大屋町エリア）に9か所ある市の二次避難所（大規模災害時避難所）の一つに指定され、防災拠点としての役割を担っている。もともと宿泊施設であることから、避難所としての宿泊利用も当然可能であり、食糧の備蓄も行っている。また、災害時の利用も想定して、自家発電機（明延区が保有）や孤立防止対策用衛星電話を備えている。

③地域拠点としての役割

災害時だけでなく、日常的な存在としても、市の施設が地元にあることの意義は小さくない。明延地区には、他に市から明延区に無償譲渡された施設として「あけのべ憩いの家（明延振興館）」があるが、こちらは喫茶スペースなどを備えるものの、週1回の開館（毎週火曜日）であるため、職員が常駐するあけのべ自然学校の存在価値は高い。



「自然学校」が持つ拠点性とは

ここで、あけのべ自然学校が持つ「拠点性」についてまとめておく。

第一に、観光拠点としての性質である。鉢山関係の施設は、公開日以外は各施設とも無人である。また、市の観光課等に問い合わせてもらいよりも、施設に隣接したあけのべ自然学校の方が、より詳細かつ具体的な回答が可能である。このような点から、あけのべ自然学校は観光拠点として有効に機能していると考えられる。

第二に、防災拠点としての性質である。旧大屋町地域の中でも、明延地区は中心部からやや離れており、また当地へ至る道路の脇に河床の高い河川が存在するため、大雨などの際は集落が孤立しやすい環境にある。あけのべ自然学校が二次防災拠点としての機能を有していることは、地域住民の大きな安心感につながっていると考えられる。

第三に、地域拠点としての性質である。あけのべ自然学校は「学校」という性質上、基本的に年間を通じて市の職員が常駐している。また、元が学校の建物だけに、地域活動などのために住民が集まれるスペースも備えている。さらに、一円電車まつりなどのイベントが開催される場合や、それ以外でも市職員が周辺地域へ業務で出向く際などには、待機場所や連絡所として活用されており、市民と行政との貴重な接点となっている。このような施設が常時、地域に向けて門戸を開いていることは、地域住民にとっては行政に対する信頼感を抱かせるものと考えられる。

あけのべ自然学校をこのようにとらえてみると、廃校活用の一つの方向性として、この「拠点性」をいかに引き出すかが重要なポイントであるといえるであろう。

4 事業の成功要因

(1) 継続的な活動

①閉校後の素早い立ち上げ

昭和 62 年の閉校、同 63 年の小学校閉校から間を置かず、平成元年にはあけのべ自然学校と探検坑道を開設している。このような素早い取組を可能にした背景には、「閉校となった校舎を放置してはいけない」という関係者の危機感と問題意識、それに基づく確かな行動力・実行力があつたことは想像に難くない。これには当時の全国的な「自然学校ブーム」も追い風となった。

当初は、あけのべ振興株式会社という民間企業を設立し、自然学校の運営に当たっており、相応の利益も生んでいた。しかし、前述の自然学校ブームが一段落すると、民間による運営は厳しさを増し、結局、平成 9 年には大屋町直営の体制に移行した。このとき、運営が厳しいからといって安易に事業を停止せず、当初の問題意識を行政が適切に引き継いだことが、今日の成功に結びついているといえるであろう。

(参考 あけのべ振興株式会社 略年表)

年	内 容
昭和 62 年	
平成元年	明延地区住民有志で明延振興事業組合が発足。
同年 8 月	あけのべ振興株式会社に改組。あけのべ自然学校、明延振興館（現あけのべ憩いの家）、錫工房などを運営。
平成 8 年	有限会社として登記。
平成 9 年	大屋町直営となる。

②その後の活動の継続

平成元年の開校から、多少の波はあるにせよ、次々に周辺施設を拡充してきた。ハードウェアの建設は旧町時代にほぼ完了しており、当時の資産が現在の運営にメリットをもたらしていると考えられる。この点は、いわゆる「箱物」を無駄にすることなく適切に管理・運営し、成果を上げている好例といえるであろう。

一方、平成 18 年度に「鉱石の道」明延実行委員会、平成 24 年度に NPO 法人「一円電車あけのべ」を設立するなど、地域ぐるみとなった継続的な活動が認められる。途中、平成 16 年の市町村合併を経て、なお活動を継続してこられたのは、あけのべ自然学校が当初から地域住民との関わりを重視していたことも一因であろう。



地域ぐるみの取組の意味は

あけのべ自然学校では、自然学校の活動に地域住民が参加する取組を続けてきた。例えば、野外活動や工作などの指導員は、市が地域の高齢者などに依頼することで、子どもたちとの交流を図ってきた。このことは、地域住民が地域づくりに直接参画する機会を提供しただけでなく、子どもたちにとっても、「おじいちゃん、おばあちゃん」世代から生きていく知恵を学ぶことにつながり、学校の先生とは違った意味での「教え」を受けるまたとない機会であった。

また、シルバー人材センターとの協力も行い、子どもたちの食事を地元の人たちが作るという取組も行っていた。もちろん、使うのは地元の食材である。これもまた、子どもたちにとっては、自然の中での暮らしを肌で感じる絶好の機会となっていた。

残念ながら、最近では主に担い手の高齢化によって、ここに挙げた活動は影を潜めてしまっている。しかし、こうした取組こそ、外部から（それも多くは都会から）訪れた人たちと地域が一体となり、まちづくりを進めていくために不可欠の考え方を含んでいるのではないだろうか。

あけのべ自然学校では現在、地元の学生が夏休みの帰省時に自然学校の活動を手伝うなど、新たな交流の動きも生まれつつあり、今後、以前とは形を変えた新たな取組が生まれることも期待される。



リーダーシップと住民の総意との関連は

あけのべ自然学校は、小学校閉校当時の明延区長を中心とする住民の取組で形になった。大屋地域局長を務める和田祐之氏も「歴代の区長の頑張りがなければ、今のあけのべ自然学校や、周囲の地域活動はなかっただろう」と振り返る。故中尾一郎区長は、あけのべ自然学校の存続を模索しただけでなく、今日の NPO 法人の礎を築き、また明延近代鉱山研究所を開設し自ら所長を務めるなど、地域資源に関する研究にも非常に熱心であったという。これは、強力なリーダーシップを持つリーダーの存在が、旧明延小学校をあけのべ自然学校として甦らせ、今日に至るまで地域活動の中核であり続けさせた原動力であったことを物語っている。このように、特に事業の立ち上げ期においては、強力なリーダーシップの存在がしばしば見られるものである。

そのため一般に、何らかの理由でリーダーを失ってしまうと、地域活動の活力そのものが失われてしまうケースも散見される。しかし、あけのべ自然学校

は、中尾一郎氏の逝去後も立派に存続し、同時にまた、地域活動の数々も周囲の人々に受け継がれて続いている。これは、一つにはあけのべ自然学校がすでに四半世紀の歴史を持ち、その存在が行政にも住民にも受け入れられているためであろう。一方で、地域活動がすでに成熟期に入り、強力なリーダーシップもさることながら、地域住民の総意に基づくことが重視されるような段階に至ったことの表れでもあるといえよう。このようにみてくると、あけのべ自然学校及び周囲の地域活動は、立ち上げ期から成熟期へと、順調に成長の階段を上っていると考えられるのである。

(2) 地域資源の取り込み

あけのべ自然学校は、明延鉱山、一円電車といった地域資源を巧みに取り込み、「ここでしかできない」体験ができることをセールスポイントにしている。県が実施する自然学校という観点で考えると、県の歴史を体験的に学習するのに適した施設であり、このことも高い利用率に反映されていると考えられるのである。

①明延鉱山

貴重な地域資源である明延鉱山を、探検坑道として効果的に取り込んでいる。これは、現在鉱山を保有する企業が、閉山した坑道の一部を無償で市に貸し出し、保守点検などでも全面的に協力していることが大きい。もともとは県内の小中学生等を対象とした学習用に残した施設であるが、現在は一般向けの公開なども日時を限って実施されている。

気になるのが安全対策であるが、専門業者が2か月に1回の点検を行い、落盤等の危険がある場所の補修・補強を行うとともに、報告書を作成して次年度以降の対策に反映している。保険は、市が加入する通常の保険の範囲に含めることができないため、別途傷害保険、賠償責任保険に加入しているが、この年額は約14万円であり、現在のところ市の財政負担にならない範囲に収まっている。

②一円電車

一円電車は観光の目玉の一つであるとともに、地域の人たちにとっては「地元の誇り」でもある。20年以上前の電車を走らせることに伴う苦労は大きく、また、現状では理想の公開状態にはほど遠いが、「人口100名の集落に1,000名の見物客が訪れる」という一円電車まっりの集客効果は絶大といえる。



一円電車まつり

一円電車まつりは、一円電車の復活運転を中心とするイベントである。通常の運転（体験乗車会）は現在、春季から秋季にかけて、月 1 回の割合で実施されているが、年 1 回、これにさまざまな催しや模擬店、グッズ販売などを加えて盛大に実施されるのが「一円電車まつり」である。平成 19 年、明延鉱山の閉山 20 周年を機に開催された「ふるさと明延まつり」が始まりで、平成 22 年に一円電車の復活運転が実現したことから、以後は「一円電車まつり」として開催され現在に至っている。



多数の観客が乗車を楽しんだ

平成 25 年度は 10 月 20 日（日）に開催された。「ふるさと明延まつり」からの通算で、平成 25 年度で「第 7 回」としての開催である。本年度に限っていう

と、天候が悪かったことと、市内近隣で別のイベントが開催されていたことから、観客の出足は例年よりも悪かったが、それでも主催者によれば 600～700 名の参加はあったと見込まれており、遠地から観光バスで訪れた団体も見受けられた。条件がよかった年度には、約 1,000 名の参加者でにぎわったというから、まさに集落を上げての一大イベントである。



模擬店が並ぶにぎやかな光景



産業遺産は一部のマニアのものか

産業遺産と聞くと、ともすると一部のマニアのもの、という印象を受ける。一円電車まつりの参加者も、いわゆる「鉄道マニア」ばかりかと思いきや、意外にも小さな子どもを連れた家族などの一般客が多い。主催者によれば、鉄道マニアの参加はほぼ一巡した感があり、最近では一般客が中心となっているのだという。これは、一円電車まつりが決して特殊な趣味のイベントなどではなく、地域の「まつり」として定着したことを示しており、地域資源を活用した集客施策の成功例として、他地域の参考となる点を多分に含んでいると考えられる。

(3) 交付金・補助金の活用

あけのべ自然学校では、平成 23 年度の「地域活性化（きめ細かな）臨時交付金事業」によって、社会教育施設等整備事業に対する地域活性化交付金として 7,531,650 円の交付を受け、トイレの改修工事を行っている。

これ以外の交付金・補助金については、主として一円電車まつりや探検坑道のガイド養成等に主眼が置かれているが、これらを総括する組織である「鉱石の道」明延実行委員会にはあけのべ自然学校も活動主体の一員として加わっていることから、以下に関連する交付金・助成金を挙げておく。

区分	年 度	金 額		内 容
地 域 活 性 化 交 付 金 (※1)	平成 22 年度	5,101,950 円		・坑道内の保坑工事（明延鉱山探検道安全対策事業）
	平成 23 年度	7,531,650 円		・あけのべ自然学校トイレ改修工事（社会教育施設等整備事業）
「 鉱 石 の 道 」 魅 力 発 信 事 業 (県・協議会補助事業)	平成 18 年度	県・協議会	620,000 円	・産業遺産魅力体験ツアー ・産業遺産ガイド養成
		市	600,000 円	
	平成 19 年度	県・協議会	700,000 円	・産業遺産ガイド養成 ・ふるさと明延まつり（閉山 20 年イベント支援事業）
		市	800,000 円	
	平成 20 年度	県・協議会	500,000 円	・産業遺産ガイド養成 ・ふるさと明延まつり
		市	500,000 円	
	平成 21 年度	県・協議会	360,000 円	・産業遺産ガイド養成 ・ふるさと明延まつり
		市	360,000 円	
	平成 22 年度	県・協議会 (※2)	400,000 円	・一円電車まつり ・一円電車復活プロジェクト事業（※3）
		市	200,000 円	
		市	1,250,000 円	
	平成 23 年度	県・協議会	400,000 円	・一円電車まつり及び関連事業
		市	200,000 円	
	平成 24 年度	県・協議会	200,000 円	・一円電車まつり及び関連事業
		市	400,000 円	
	平成 25 年度	県・協議会	400,000 円	・一円電車まつり及び関連事業
		県	180,000 円	
食と地域の交流促進対策交付金	平成 23 年度	2,500,000 円		・食と地域の交流促進（田舎で働き隊）事業の研修生の受け入れ

※1 地域活性化（きめ細かな）臨時交付金事業

※2 鉱石の道推進協議会

※3 レール敷設工事は明延区の事業として実施（県補助、ふるさと自立支援事業）

5. 今後の課題と展望

①施設の維持管理

多くの周辺施設を持つことによる補修等の維持管理は、小規模なメンテナンスは職員自身が行うなどして節約を図っていることもあり、現状では行政が負担可能な範囲に収まっている。しかし、今後は諸施設も徐々に経年が増していくことから、将来的には維持管理費用が課題となる可能性がある。



養父市 産業環境部交流
・観光課課長の井上隆司氏

②観光等との関連づけ

平成 16 年の合併後も、本施設の位置づけは変わっておらず、市の重要拠点の一つであることは間違いない。

養父市産業環境部交流・観光課課長の井上隆司氏も「市は明延鉦山及び周辺施設を重要な観光資源と捉えており、今後は『自然学校』と『観光等』——これは探検坑道等、一般の観光とは異なる要素を含みますが——をどのように関連づけていくかを検討しています」と語る。この点に関しては、先述のとおり、あけのべ自然学校はすでに問い合わせ窓口や活動拠点として機能し始めている部分もあるので、こうした機能を必要に応じて、また実現可能な範囲で拡充していくことにより、展望が開けてくると考えられる。

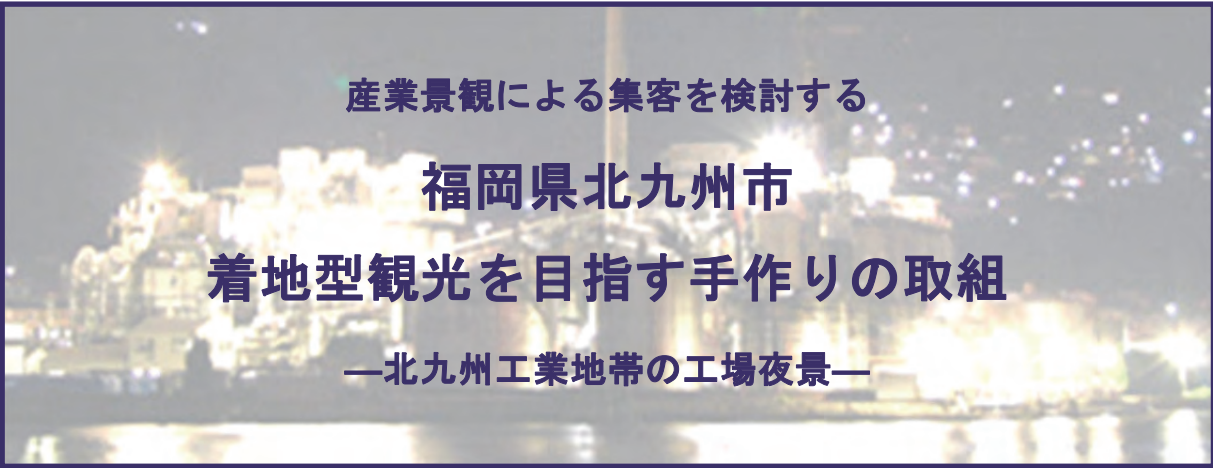
③自然学校のプログラムの拡充

自然学校のプログラムを拡充し、より魅力あるものとするために、外部の専門家を招いて改善を図ることも検討している。実際には、費用対効果の点で課題が残るため、ただちに実現することは難しいのが現状であるが、施設の集客効果を一層高めていくためにも、今後の検討課題の一つであることは間違いないであろう。

④ガイドや指導員の高齢化

探検坑道のガイドや、自然学校の指導員が高齢化しつつあることも課題である。先述のとおり、高齢化によって従来行っていた子どもたちと地域住民のふれあいも難しくなりつつある。

一方で、学校職員としては少数ながら若手の配置も行っている。また、地元の学生が夏休みの帰省時に自然学校の活動を手伝うなど、新たな交流の動きも生まれつつある。自然学校の繁忙期は学生の休み期間と重なるので、このような試みは将来に向けて明るい材料といえるだろう。



対象地域（事業拠点）の属する自治体の概要

自治体名	福岡県北九州市	位置図 国土地理院承認 平14地認 第149号 
人口	976,846 人 (平成 22 年国勢調査)	
面積	489.56km ²	
分野	地域資源による集客	
キーワード	産業観光、地域資源、地域間交流	
【地域特性】北九州市は、福岡県北部にある都市である。地理的には九州の最北端に位置し、関門海峡に面している。昭和 38 年に 5 市（門司・小倉・戸畑・八幡・若松）の対等合併により誕生し、九州で初の政令指定都市となった。明治以来、製鉄業をはじめとする工業都市として発展したが、公害の発生や産業構造の変化を経て、現在ではエコビジネスの集積や観光地として注目されている。		

事例の概要

工業都市として発展してきた北九州市は、活性化策として観光に注力しており、中でも、市内に多数存在する製造業の「工場」などを観光素材として活用する「産業観光」は観光振興の大きな柱となっている。そのような中、首都圏の都市などではいわゆる「工場萌え」ブームが起き、北九州市でもこの流れに乗って、新たな「産業観光」の取組として「工場夜景」の活用に成功し、課題であった宿泊型の観光客の増加を図っている。大都市でありながら、職員の「手作り」による取組であることも特徴である。

- 【本事例における仮説】
- ①担当者数名による「手づくりの事業」でも、意欲と創意工夫が発揮されれば、新たな集客施策は実現できる。

②継続性・持続性を持たせるためには、身の丈に合った事業規模からスタートすることが重要である。

③参加者の安全面などのリスク管理を含め、企業の協力を得ることは必須条件である。

1 事業の経緯

(1) 事業年表

年	月	内 容
昭和 63 年	—	市が観光分野を強化する取組を開始 それまでの重工業都市のイメージから脱却し、観光都市として活性化することを目指す。
平成 18 年	2 月 11 月	北九州市観光振興プラン策定 北九州市にぎわいづくり懇話会設立 この時点では工場夜景は未記載ながら、観光都市に向けた計画作りや、実現に向けた環境作りが始まる。
平成 19 年	7 月	北九州市集客交流計画～にぎわいづくりプラン～策定 前年に続き、観光都市に向けた具体的な計画作りが進む。
平成 21 年	4 月 12 月	「ディスカバー北九州」を実施 年度内の取組を「ディスカバー北九州」と名付け、官民協働による取組を実施。 市議会により工場夜景の活用が提案される 市観光部で市内の工場景観スポットの発掘を開始 市議会の提案をきっかけに、工場夜景を観光資源として活用する取組が動き出す。
平成 22 年	5 月 11 月	市民から鑑賞ポイントを公募 当初は手探り状態であったため、市民の協力を得て鑑賞ポイントの発掘を試みる。 工場夜景ツアーを試験催行 職員の手作りにより、工場夜景ツアーを試験的に催行。
平成 23 年	2 月 12 月	工場夜景ツアーを本格催行（モニターバスツアー） 以降、定期催行となる。 神奈川県川崎市において「全国工場夜景サミット」開催 工場夜景観光を推進する 4 市（北九州、室蘭、川崎、四日市）による「日本四大工場夜景共同宣言」を行う（その後、山口県周南市が加わり「五大」となる）。 ツアー参加者が 1,000 名を超える
平成 24 年	1 月	「工場夜景・美の祭典」フォトコンテストを初開催 五大工場夜景の各都市の部門賞を設定。
平成 25 年	4 月 7～10 月 11 月 12 月	工場夜景等を対象とするガイド養成講座始まる 案内ガイドの養成に注力する。 「工場夜景・美の祭典」フォトコンテスト 2013 開催 フォトコンテストの継続的な開催が方向付けられる。 北九州市において全国工場夜景サミット開催 九州初開催。企業等の協力も得て盛り上がる。 ツアー参加者が 2,000 名を超える

(2) 事業の背景——市の観光に対する取組

北九州市は、明治 34 年に設立された官営八幡製鉄所でも知られるとおり、古くから製鉄をはじめとする重工業で栄えた都市である。しかし、世界的なエネルギー革命や円高などの要因によって、国内の重工業は停滞期に入り、北九州市の活気も失われつつあった。

そこで、昭和 63 年、市を活性化させるため、旅行業、宿泊業、飲食業など、幅広い産業にまたがる分野として「観光」に着目し、振興の取組に注力することとなった。その後現在までに、明治の姿を残す門司港駅舎を中心とする街並み「門司港レトロ」や、宇宙を題材にしたテーマパーク「スペースワールド」などが誕生し、観光客を集めている。また最近では、都心でありながら歴史・文化を感じることものできるエリアとして、小倉城や小倉城庭園のある小倉都心地区なども注目を集めている。

順調に成長してきたかに見える北九州市の観光であるが、最近の来訪者数は平成 23 年度約 974 万人、平成 24 年度約 1,083 万人と、多少の増加はあるもののほぼ横ばいとなっている。さらに、当地の特徴として、消費が期待できる宿泊客の割合が 1 割程度と低く、集客数のわりに経済効果が生じにくい点が問題となっていた。これは、福岡や別府といった大観光地を近くに控える地理的要因も大きいと考えられる。



近代化産業遺産に認定されている
八幡製鉄所の東田第一高炉

(2) 事業の契機——ブームに着目し集客へ

前項のような状況の下、北九州市は原点を見つめ直し、「ものづくりの街」としての歴史に着目し、当地ならではの素材として「産業観光」の強化に乗り出した。「工場夜景」の取組も、「環境修学旅行」などと並ぶこうした取組の一環である。

平成 21 年頃、川崎、横浜といった首都圏の都市で「工場夜景鑑賞ツアー」が実施されたり、工場景観を扱った写真集や DVD が発売されたりといった、いわゆる「工場萌え」ブームが起きた。当初は、一過性のもの、あるいは一部のマニアのもの、という見方もあったが、先行した地域ではツアーが一定の成果を上げており、また書籍や DVD の売上も好調であった。北九州市においても、同年 12 月議会において、市内の「工場萌え」スポットを観光素材として扱えないかという提案がなされるに至った。

市では、夜景を中心とする工場景観を観光資源として活用すれば、夜型、すなわち宿泊を伴う観光客の増加につながり、市の観光が抱える課題の解決に結びつくと考えて、この分野の取組を強化することを決定した。

(3) 事業の準備——手作りでいけるという手応え

北九州市では、議会の提案をきっかけに、平成 21 年夏、先進地域の動向に着目した。神奈川県川崎市で実施されている工場夜景ツアーの担当者のもとに赴いた。市職員は当初、そうした大都市のイベントは「業者に丸投げ」の形で実施されていると考えていた。しかし、実際に見てみると、現地の職員はいわば「手作り」でツアーを準備、催行しており、当時、観光課係長を務めていた井上保之氏は「これなら自分たちにもできる」と手応えをつかんだという。

そこで、北九州市に戻ると早速、市職員 3 名で、工場が見えるスポットを探しに出かけた。人気のない場所を車で回ってビュースポットを探すという、なんとも地味な仕事であるが、これこそが後のツアー成功の礎になっている。また、目標は夜景を主役とするツアーであったが、手始めということもあり、まずは昼の工場景観を集めて観光パンフレットに掲載した。一方、平成 22 年 5 月には企画作成の一環として、工場景観の鑑賞ポイントを市民から広く公募した。このときは 19 点の応募があった。



当時の観光課係長を務めた
井上保之氏



事業を「手作り」することの意義は

北九州市では、当初は予算的な問題もあり、大都市でありながら「手作り」で工場夜景を観光に結びつけた。もちろん、最初から大規模な事業予算が確保できれば、もっと効率のよい手法もとれたかもしれないが、事業を手作りすることによる意義も確かにあったと考えることができる。

それは、課題や問題点が自らの問題として認識でき、来訪者を満足させるきめ細かな対応につながっていくということだ。例えば、担当者が実際に景観を目の前にして、「もっとこの方角から見られないか」などと考えて、新たなスポット探しにつなげていく。あるいは、実際に歩いてみて「ここが危ないから対策が必要だ」と実感して、何かしらの対策を用意する——。

手作りであればこそ、担当者の実感をそのまま施策に直結させることができる。そうした小さな努力を積み重ねた結果として、今日のツアーの成功があるのだと思われる。

(4) 事業の開始——予想を超える参加者

前項のように準備は進めていたものの、この時点ではまだ、関係者の中にも「工場景観はマニアの世界」であり、したがって「手応えは未知数であり期待できない」という考え方が根強かった。そのため、予算面からも、事業の準備は担当者の手作業に頼らざるを得なかった。

北九州市を大まかに見ると、洞海湾に面した JR 鹿児島本線の海側はほぼ工業地帯である。そして、昼と夜とでは見え方が大きく異なる。ツアー開催が現実味を帯びてくると、井上氏らは実際に夜、自ら車で現地を回って時間を計り、コースを作成していった。また、集客する上で必要となる安全面の確認や、トイレや休憩場所などの確認など、一つ一つ進めていった。最後に、これも自分たちで撮影した写真をチラシに掲載し、まさに「手作り」の観光商品が出来上がった。

そして平成 22 年 11 月、「モデルツアー」として試験実施の位置づけではあるが、北九州市初の「工場夜景ツアー」が催行された。いざふたを開けてみると、実施 2 回、計 60 名の募集に対し、4 倍を超える 258 名もの応募があり、工場景観に対する関心の高さは、「素人が企画立案したツアー」に最後まで自信を持てなかった担当者自身も驚くほどであった。この成功を受けて、同ツアーはその後にも継続していくこととなる。

なお、このときのツアーは応募者から費用を徴収しないモニターツアーの形をとった。また、経費に関しても、既存予算から数万円のバス代を支出したのみであり、その意味でも「手作り」と呼ぶにふさわしいものであった。

(5) 事業の継続と発展——民間企業との協働



民間企業として協力する
JTB 九州の坂田攻氏

前項のモデルツアーの成功を受けて、市では事業の継続を決定した。しかし、今後の継続的な実施を視野に、市は全体のコーディネーターの立場で、民間企業との協働を模索することを選択した。

これは、市が企画、催行するツアーでは、民間に利益が生じず、市全体の活性化につながらないという考え方からである。そこで、市は新たなスポットの開発、魅力アップのための取組、広報、市外の旅行会社などへのセールス、といったコーディネートに注力し、実際のツアー催行は市内の民間企業に任せることにしたのである。

そこで井上氏らは、市内の旅行業者に集まってもらい「逆コンペ」を開催した。つまり、市で作成した企画は「ただで使って構いません」と宣言し、手を挙げた会社に催行を委ねる方策をとったのである。これは、市の活力を高める施策となっており、同時に、最初は手作りの企画でも、発展段階で民間業者の手を借りることで、より本格的なツアーの実施が可能になるという、望ましいサイクルにつながっていく施策であるといえる。

その結果、最終的に株式会社 JTB 九州がツアー催行を担当することが決まり、今日に至っている。同社の営業課担当課長・坂田攻氏によれば『やらせてもらう』とい

うより『一緒にやりましょう』という感覚でした」ということだ。その後の体制等については後に詳述する。

2 事業の内容

(1) 北九州工場夜景クルーズの概要

いわゆる「工場萌え」が各地で話題となったことを受け、北九州市主催のバスツアーとして平成 22 年に初めて開催された。平成 23 年 2 月には、株式会社 JTB 九州・北九州支店主催で実施され、即完売という好調ぶりだった。市の取組は、平成 21 年 12 月議会において北九州市議が提案したことで始まった。

北九州の夜景は、工場群が市街地に隣接しており、また背後には山があるなど、北九州ならではの景観を構成していることが特徴。ツアー参加者には他県の工場夜景を巡ってきたマニアもいたが、約 6 割が女性というケースもあり、幅広い集客効果を生んでいることがうかがえる。

(2) ツアーの概要

①洞海湾トワイライトクルーズ

市内を横断する洞海湾を船上から巡り、工場夜景を楽しむ、本事業の中核をなす観光商品である。現役で稼働する奥洞海地区の化学コンビナートなどが見られる。

ツアー参加費は大人 3,500 円、子供 2,800 円、定員は 45 名（最低催行人員 25 名）。季節によって若干異なるが、JR 小倉駅を 17 時頃出発し、20 時前後に帰着する（数字はいずれも平成 25 年度）。



工場夜景クルーズの光景

②皿倉山

旧来の市内観光スポットである皿倉山にケーブルカーで登り、「新日本三大夜景」にも選定された北九州の夜景を楽しむ。現在は、上記①に付加して「プレミアムコース」を構成するという位置づけであり、皿倉山を含むコースは参加費が大人 4,700 円、子供 3,900 円となる。所要時間も 1 時間ほど延びて、21 時前後の帰着となる（数字はいずれも平成 25 年度）。



皿倉山から望む北九州市の夜景

各スポット間は貸切バスで移動する。その間、車窓からも化学コンビナートなどの工場夜景を楽しめる。現在の主催は株式会社 JTB 九州・北九州支店であり、北九州市にぎわい推進課が企画協力の形で参画している。

(3) 周囲の活動

①ガイド養成講座

平成 25 年 4 月から、北九州市と北九州商工会議所、北九州市観光協会の連携により、「産業観光」と「工場夜景」を案内するガイドの養成講座が行われている。工場夜景をはじめとする新たな観光資源の PR に力を入れる試みの一つである。

また、この講座の一環として、産業遺産の専門家を招いた勉強会なども実施している。

②産業観光ツアー助成金

北九州商工会議所では平成 25 年度、市外の旅行会社向けに、産業観光ツアー助成金を用意している。これは、募集型企画旅行「産業観光ツアー」に助成金を交付するというものである。

要件は、日帰りの場合「北九州市内工場の 1 か所以上の見学」を含むこと、また宿泊ツアーの場合は「市内工場の 2 か所以上の見学」を含むこととされている。助成される金額は貸切バス代の名目で、日帰りの場合 31,500 円、北九州市内 1 泊の場合 73,500 円である。

③工場夜景ツアーへの協力

ツアー催行には、北九州市渡船事業所、関門汽船株式会社が協力している。北九州市渡船事業所の「若戸渡船」は、若松区と戸畑区とを最短距離で結び、今も通勤・通学をはじめ地域の足として活躍している市営の渡船である。海上からの景観が売りの本事業であるから、これらの事業者の協力は不可欠であり、緊密な連携を保っている。また、移動に利用するバスに関しては北九州市営バスなどの協力を受けている。

3 事業の効果

(1) 集客効果

①工業都市から観光都市へ

ツアー参加者数は下表のとおりであり、毎回ほぼ満席である。

弾	開催時期	内容	コース	実施	参加者
1	H23. 2～4	バス (3,600 円弁当付き)	響灘埠頭～南二島～黒崎バイパス～西港	7 回	295 名
2	H23. 5～7	バス (4,600 円食事付き)	皿倉山～黒崎バイパス～南二島～西港	7 回	229 名
3	H23. 8 ～ 12	バス＋クルーズ (3,500 円)	洞海湾クルーズ～黒崎バイパス～西港	13 回	518 名
4	H23. 2 ～H24. 4	バス＋クルーズ (3,500 円)	洞海湾クルーズ～黒崎バイパス～西港	9 回	273 名
5	H24. 7～8	バス＋クルーズ (5,900 円・皿倉山頂ビアガーデン付)	洞海湾クルーズ～皿倉山	3 回	114 名
6	H24. 9 ～H25. 2	①バス＋クルーズ (5,900 円弁当付き)	洞海湾クルーズ～皿倉山～黒崎バイパス～西港	4 回	123 名
		②バス＋クルーズ (5,900 円)	洞海湾クルーズ～黒崎バイパス～西港	5 回	216 名
7	H25. 5～6	バス＋クルーズ (3,500 円)	洞海湾クルーズ～皿倉山～黒崎バイパス～西港	2 回	80 名
計				50 回	1,848 名

※ 北九州市では、参加時期によって第1弾～第7弾として区分している。

現在のところ、具体的な数値が計上されるほどではないが、上記人数が来訪することで、宿泊客の増加や飲食施設の利用者増など、一定の効果があると北九州市では考えている。

また従来、観光都市よりも工業都市のイメージが強かった北九州市だけに、こうした来訪者からの口コミや、ツアー情報を発信するメディアの取材などを通じ「観光都市」としてのイメージアップにつながる効果は小さくないと思われる。

②幅広い層の集客

当初は「工場萌えマニア」しか集まらないのではないかと危惧された工場夜景ツアーであるが、実施して集まった観光客を見渡したところ、杞憂であることが明らかになった。

宣伝が限られたこともあり、当初は地元客が中心であったが、昔、工場で働いていたという年配者やその家族など、高齢者や女性が多いことが目に付いた。参加者の内訳は、回数を重ねるごとに多少の変化を生じているが、それでもいわゆるマニア層ではなく、女性を含む一般の参加者が多数を占める傾向は変わらないという。また、現在の参加者は市内・市外がほぼ半々で、遠くは関東や東北からの参加者も少なくないとのことである。工場夜景はメディアへの露出が多く、その発信力には市の担当者も舌を巻くほどだという。

このことから、工場夜景は単にマニアだけでなく、女性も含む幅広い層から支持を受けていることが分かる。本事業によって、北九州市はこうした幅広い層の集客に成功しているといえるのである。

同時に、市の側としても、これまで観光資源として捉え切れていなかった「工場景観」が観光資源になり得ることを実証したともいえる。

初期のツアー参加者の構成

項目	内訳	
性別	男性	約 40%
	女性	約 60%
住所	市内	約 45%
	市外	約 55%（うち県外 18%）
年齢	60 代	約 20%
	50～40 代	約 30%
	30 代	20%
	20 代	12%



産業景観は一部のマニアのものか

北九州市の場合、当初はマニアの比率が高かった時期もあるが、それが一段落したあとは、家族連れや高齢者、あるいは若い女性などの参加も増えてきている。また、最近の傾向としては、全体的な年齢層が上表よりも低下しているほか、小グループなどが増えてきており、これは例えば、職場のレクリエーションとしてツアーを利用する層が登場してきたことなどが理由である。また、最近では若い女性の 1 名参加なども目立つようになってきたという。こうした利用実績から、産業景観はもはや一部のマニアのものではなく、広く一般に認知された存在になったのだと考えられる。

③他地域との交流

工場夜景をきっかけとして、同様の取組を行う全国の「工場夜景都市」とのつながりができた。現在は、北海道室蘭市、神奈川県川崎市、三重県四日市市、山口県周南市と北九州市の5都市による「工場夜景サミット」を開催しており、北は北海道から南は九州まで、文字とおり全国的な結びつきとなっている。

また、平成25年の第4回サミットは北九州市で開催されており、これは全国的な結びつきというだけでなく、実際に北九州市に人が集まり、活性化効果を生むという意味でも重要な意味を持っている。

このほか、同様の枠組みで「工場夜景・美の祭典」としてインターネットを通じたフォトコンテストも実施しており、今すぐ現地を訪れることは難しいという人たちにも、北九州市（をはじめとする全国の工場夜景都市）の魅力を発信し、興味を喚起する取組が続いている。



継続的な取組と他地域との交流が広がりを生む

行政の集客施策にとって、継続的な取組が重要であることは論をまたない。北九州市の場合も、工場夜景ツアーが回を重ねるごとに認知度も高まり、一層の集客につながるといふ好循環が見られる。

しかし、一自治体だけで施策を継続していくのは、必ずしも容易なことではない。地域資源には限りがあるし、継続すれば逆に話題性は薄れていく。その点、工場夜景に関しては、同様の取組をする全国の自治体が連携して「夜景サミット」へと発展し、新たな交流が生まれている。これにより、例えばフォトコンテストのような、全国に発信できる話題性のあるイベントを開催したり、地域を超えた観光施策が生まれたりといった、新たな広がりが生まれつつある。

本事例は、すべてが好循環によって成功につながっている例ではあるが、施策の継続が難しい場合などに、同様の取組をしている他の自治体との連携を模索することも、一つの打開策になり得るのではないだろうか。

4 事業の成功要因

(1) 継続的な活動

①継続的なツアーの催行

平成 22 年の試験催行から現在に至るまで、ツアーは毎回ほぼ満席という好調ぶりである。その成功要因として、ツアーを通年ではなく期間を区切って実施し、かつ月 2 回程度に抑えていることが挙げられる。

「毎回満員」というフレーズはメディアの注目を集める大きな要素となり得るし、また「なかなか参加できない」という渴望感が、より「参加したい」という思いを強くさせるのである。

もちろん、ただ回数を絞るだけではない。市では、常に「飽きられたらおしまい」という危機感を持ち、新しいビューポイントの開発や、食事等の周辺分野でも魅力的なツアー作りの努力を怠らない。その結果、次回はまた新しい楽しみを味わえる、という期待感から、リピーターの獲得にもつながっていると考えられる。

②活動を継続するための枠組み

現在、ツアーは株式会社 JTB 九州・北九州支店が主催している。自治体が出したツアーだからといって、それを自治体が抱え込むのではなく、協働という形で利益を民間に環流させている。これは、市が旅行業登録を行っていないという事情よりも、「市内に活力をみなぎらせたい」「そのために事業を実施する」という市の方針によるところが大きい。この方針が確立しているからこそ、民間との協働がうまく機能しているのである。

また、市が全部面倒を見るのではなく、ガイド養成は商工会議所や観光協会、助成金は商工会議所というように、役割を分担して、自然に事業への協力者が増えるような形をとっている。このことも、成功要因の一つに挙げられるのではないかな。

とはいえ、市が何もしていないということではない。先述のとおり、現在も市の担当者が新たな観光資源の発掘を続け、ツアーの魅力を常にブラッシュアップしている。このように、関連する各主体がそれぞれに取組を積み重ねることで、総体としてのツアーが成功を収めていると考えるべきであろう。

(2) 地域企業との関係

①地域企業の協力を得る

工場夜景ツアーで忘れてはならないことは、歴史的建造物はさておき、見学対象のほとんどが今も現役で稼働中の生産現場だということだ。

そこで、担当者は先述の「手作り」ツアー作成で各ビュースポットを回る際、企業を訪れて企画の趣旨を説明し、各社の協力を求めていった。当初は、いわゆる「工場萌え」を理解してもらえず、時間はかかったが、やがては地道な取組が認められ、徐々に地域貢献活動の一環として、一定の理解を示してくれるようになったという。



三菱化学株式会社黒崎事業所の夜景



産業経済局観光部
にぎわい推進課
環境・ものづくり担当係長
生野和彦氏

地元の有力企業である三菱化学株式会社黒崎事業所もその一つで、今ではポスターなどに「登場」してもらうなど、良好な関係が維持できている。

また、先述の工場夜景サミットでは、式典に参加してもらうなど、これが新たなまちづくり、地域づくりの推進力にもなり始めている。市の事業が契機となり、新たな交流が生まれたことの副産物である。



企業の協力を得るにはどうするか

最先端の生産現場には、企業秘密も多く存在している。当然のことながら、対象となる企業には、十分な配慮を持って望まなくてはならないといえる。

本文で例を挙げたとおり、企業に対しては、一方でツアーによる集客実績を作りながら、同時に粘り強く交渉することが必要である。そうすることで、最初は必ずしも協力的でなかった相手でも、安全面・管理面など多様な面で協力を得ることが可能になる。

本事例でも明らかなおとおり、ひとたび協力者となった企業は強力なサポーターである。それは、単に集客施策といった個別分野にとどまらず、まちづくり、地域づくりの原動力ともなり得る大きな力なのである。

②安全な実施のための努力

クルーズ船から眺めるだけなら安全面は船舶に関する一般的な注意事項のみだが、バスで陸上からアクセスするとなると、相応の配慮が必要になる。先述のとおり、企業秘密を扱う可能性のある先端工場ならなおさらだ。ツアーの初期には、参加者が立入禁止区域に足を踏み入れてしまったこともあったという。

そこで市の職員は、これも「手作り」で自分たちがセーフティーコーンを設置（回収も）してエリアを区切ったり、足元の悪い場所では懐中電灯で照らしたりして、参加者の安全を図ってきたという。現在はツアーのノウハウも蓄積され、また企業側の協力もあってトラブルはほとんどないといい、場合によっては企業が「立入禁止」の場所にツアーに限って見学許可を出してくれることもあるようだ。



職員によるツアー客の誘導



多様な工場見学の歴史がある（TOTO 第一工場）

こうした点は、北九州市が昔から「工場見学のメッカ」であったという歴史も関係しているという。官営八幡製鉄所の時代から、工場見学は長い歴史を持っており、先に挙げた以外にも、TOTO 株式会社や株式会社安川電機など、地元で縁の深い企業が率先して取り組んできたことも背景の一つである。最近では、こうした企業も、「工場」が観光資源になることを認識し始めており、今後の取組が大いに期待される。



安全性の確保について

集客施策を実施する際に、行政として気がかりな点の一つは、安全性に關してだろう。しかし、北九州市の例を見る限り、来訪者の安全確保についても、できることから一つ一つクリアしていけば、行政にとって必ずしも不可能なことではないと考えられる。この点でも、先に述べた「手作り」の手法によって、担当者が自らの目で安全を確認し、施策につなげていったことが奏功している。

もちろん、行政の手に余る部分は企業の協力を得たり、適切な保険の活用を図ったりすることでリスクを回避する必要があるが、北九州市の場合でいえば、その点も一般的な旅行保険等でカバーできる範囲だという。利用者の視点に立って、必要な配慮を重ねていけば、問題はないと考えてよさそうだ。

5 課題と展望

(1) 現状の課題と解決策

①継続のための新たな魅力発掘

何度か述べてきたように、北九州市では工場夜景ツアーの継続に向け、新たなビュースポットや、周辺施設の開拓に力を入れている。しかし、実際には限りある観光資源の中で、ツアーに活用できる魅力ある観光ポイントはなかなか見つからないのが現状で、この点は苦勞の種だという。

この点に関して、市では企業の協力が欠かせないと考えている。例えば、有力スポットでありながら、現在は見学が許されていない企業との交渉が好転することに期待をかけている。市では今後も、企業との関係を良好に保つ努力を続けながら、粘り強く取り組んでいこうと考えている。

②ガイドの養成

案内ガイドの養成は、多くの観光地で課題となっている点である。なり手をいかに集めるかと、集めた候補者をいかに育て上げるかは、地域を選ばない難問といえる。

北九州市では、観光協会に属していたガイドに、工場夜景の知識を学んでもらい、新たな担い手となってもらう道筋を描いている。そのために、市では平成 24 年度に「ガイドマニュアル」を作成したのに続き、平成 25 年度には「工場夜景ナビゲーター養成講座」を開催し、ガイドの養成に努めている。こうした取組の結果、担い手の問題は平成 25 年度中にほぼ解決に向かう見込みである。このほか、先にボランティアガイドを始めていた川崎市や、前後して開始した室蘭市などを参考に、ガイドの質の向上に努めている。



案内ガイド研修

③市内観光業者との協力

工場夜景ツアーは、もともと市内の観光業を活性化させることが大きな目的の一つであるが、現状では、ホテルや飲食などの観光業者から十分に認知され、活用されているとはいいきれないという。

そこで、工場夜景をキーにした宿泊プランの企画作成や、これまで立ち寄らなかった地域にも足を伸ばすような新しい航路の開設などを行うことで、これまで以上に幅広い観光業者に認知され、相互に協力できるような環境を醸成しようと努めている。これが実現すれば、市内の宿泊客の増加や、逆に観光施設からの紹介によるツアー客の増加など、相乗効果が見込めると市では期待している。

(2) 今後の展望

①観光都市としての成長を目指す

再三述べたように、市では継続的な取組によってツアーの魅力を発信し続け、事業を維持・拡大しようと考えている。その先にあるのは、やはり当初の目的であった、市外からの宿泊観光客の増加である。そのために今後は、市外の旅行会社などにも積極的なリクルートを進め、市外からのツアーを増加させる施策を強化していく予定である。

また、北九州市は市内に循環型社会を目指す工業団地「北九州エコタウン」を持ち、環境国際協力や循環型社会づくりを進め「世界の環境首都」を目指したまちづくりを進めている。景観とは直接結びつかなくても、例えばエコタウンの見学と工場夜景を組み合わせたツアーなど、まだまだ魅力あるプランを生み出す可能性を秘めていると考えられる。もちろん、景観という面でいえば、先述した門司港レトロなどもあり、こうした市内の観光資源と工場夜景を組み合わせ、新たな北九州市の魅力を発信していくことが、今後の取組の主題となっていくのであろう。

②他都市との相乗効果を活かす

先述のとおり、工場夜景を活かした観光に取り組んでいる都市とは、すでに協力を開始しており、その典型が工場夜景サミットであった。現在、先の5都市に加え、オブザーバー都市として今後の連携を目指している都市が6か所ほどある。今後は、こうした都市とも連携を深め、一層の認知度の向上に取り組んでいくことになるであろう。



好評だった工場夜景サミット

協力が得やすくなったとはいえ、企業内はまだまだ写真 NG の場合も多く、企業の理解を深めてもらう上でも、こうした取組によって社会の認知度を向上させ、より幅広い層の理解を得ていくことは重要であると考えられる。

③行政がやり過ぎない事業展開を

これも再三述べたが、北九州市では、自治体が前面に出るのではなく、あくまでも民間の旅行会社がツアーを組み、観光関連事業者も含めてビジネスとして成立させることが、事業を長続きさせる上で不可欠と考えている。

行政としては、ツアー成功のために手間を惜しまないのは当然だが、一方で行政が資金を投入しすぎ、民間だけでビジネスが成立しないようなことになっては本末転倒である。市の担当者は最後に、今、そうした協働関係を築くための仕組作りが求められているのだと締めくくった。

第 2 章 仮説検証

1 北海道東川町事例

写真の町事業 —コンテストによる集客を検討する—

【仮説 1】

「コンテスト開催」は、集客手段として有効である。

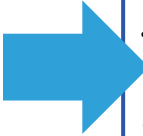
【仮説 1 に対する考え方】

- 
- ・コンテストは、そのテーマに思い入れを持つ人の心に響くとともに、観客の心をも打つ手段といえる。
 - ・施策や町づくりの PR のための手段としても有用といえる。

【仮説 2】

住民参加の仕組みを取り入れることにより、長期的に事業を継続することが可能となり、さらに条例により法的に保護することで安定化を図ることができる。

【仮説 2 に対する考え方】

- 
- ・住民が日常的活動にもイベントにも参加し、行政だけでなく町全体が丸となった取組を行っていることが事業の推進に貢献している。
 - ・住民の声を取り入れる仕組みをもった実行組織を置くことで、行政に対して住民の声を届けやすくすることに成功している。
 - ・事業を条例によって制度的に保護し、事業を根底的に支えている。
 - ・資金面の工夫により、町の自主財源の割合を抑えることが事業の理解に貢献している。

【仮説 3】

コンテストという事業形態は、町づくりに対して多面的に強い影響力をもっている。

【仮説 3 に対する考え方】

- 
- ・外部評価を受けることが容易なほか、双方向的にコミュニケーションをとることができるなど、多彩な交流を行うことができる機能を持っている。
 - ・施策を軸にした自治体間・企業・団体・個人とのネットワークの拡大にも効果がある。
 - ・主催者・参加者ともに事業継続のためのモチベーション維持にも貢献する。

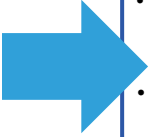
2 北海道むかわ町事例

高齢者による映画製作事業 —映画製作事業による集客を検討する—

【仮説 1】

「素人の高齢者」であっても、制作意欲が強ければ、映画による集客も可能となる。

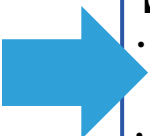
【仮説 1 に対する考え方】

- 
- ・機材は自前のもの、技術は試行錯誤であっても、有識者から指導を受けながら、意欲を持って立ち向かえば映画製作といえども可能である。
 - ・「高齢者中心の素人」を弱点として捉えるのではなく、むしろ“売り”にすることができたからこそ注目を浴び、数々の賞を受賞し、上映集客に成功した。

【仮説 2】

芸術に対する高度な制作技術はなくても、地域の個性が発揮できれば、他の自治体との交流ツールになり得る。

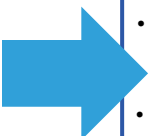
【仮説 2 に対する考え方】

- 
- ・崔洋一監督から指導を受けた素人が、映画製作の経験から自信を付け、他の自治体にいる素人を指導して映画製作し、交流の輪を広げた。
 - ・映画制作を通して、他の自治体を招いた交流イベントが実施可能となった。

【仮説 3】

「集客が町の活力を生み、その活力がさらなる集客を生む」という好循環が生まれるきっかけとなる。

【仮説 3 に対する考え方】

- 
- ・「田んぼ de ミュージカル委員会」の初作品公開後に大きな反響があり、多くの賞を受賞したことが関係者の活力となった。
 - ・活力を持って次作品を作り、その作品がさらに評価されて、また活力を得て次作品を作るという好循環が続く。

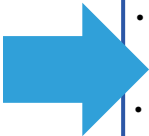
3 岩手県西和賀町事例

学生演劇合宿事業 —合宿事業による集客を検討する—

【仮説 1】

地域に根付き住民の心で育まれた文化は、他地域の住民の心に届き、地域に対するファンを作り出す。

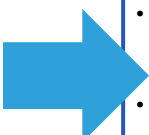
【仮説 1 に対する考え方】

- 
- ・西和賀町は、昔から育まれてきた「演劇の町」としての文化を PR することで、その魅力に惹かれた学生の集客に成功した。
 - ・同じ文化に興味を持つ仲間が集まり、コミュニティを形成したことが定期的な集客につながった。

【仮説 2】

「継続は力なり」の格言どおり、事業を継続させることは交流を深化させ、新たな交流をも生み出す。

【仮説 2 に対する考え方】

- 
- ・合宿という定期開催事業を継続することでより深い交流が生まれ、信頼関係の構築につながる。
 - ・事業の継続により新たな企画が立ち上がり、当初に予定になかった交流をも生み出す。

【仮説 3】

顧客志向により事業内容を更新し、発展させることで、事業は軌道に乗る。

【仮説 3 に対する考え方】

- 
- ・顧客が新しい交流企画やイベントを提案することで、ニーズを直接汲みとることができる。
 - ・顧客からの意見を取り入れることで、より一層事業に協力する意識が芽生える。

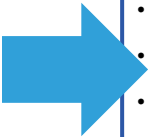
4 山形県米沢市事例

社会貢献アイドル育成事業 ―ご当地アイドルによる集客を検討する―

【仮説 1】

「ご当地アイドル」という新たな活動形態は、イベントやまつり等、市の集客施策において注目される「目玉」となり得る。

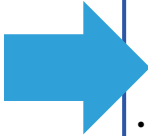
【仮説 1 に対する考え方】

- 
- ・「アイドル」の歌やダンスは、老若男女を問わず楽しませ、惹きつける。
 - ・地域に密着した活動を行うことで、市民に深く認知される。
 - ・グループの知名度が上がると同時に応援するファンの数も増え、出演するイベントへの参加者増加や地域の集客につながる。

【仮説 2】

「ご当地アイドル」という活動形態であっても、社会貢献事業に青少年を参加させることは社会的な学習につながる。

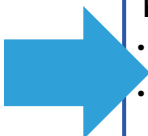
【仮説 2 に対する考え方】

- 
- ・Ai-Girls のメンバー自らがボランティア活動をすることによって、アイドル自身がボランティアを身近に感じ、ファンなど周りの人への啓発活動にもなる。
 - ・社会貢献事業をすることで社会との関わりを持ち、礼節や自らの役割を担う大切さを学ぶことができる。

【仮説 3】

自治体の PR や自治体間の交流の促進には、「ご当地アイドル」という活動形態は効果的である。

【仮説 3 に対する考え方】

- 
- ・「米沢のご当地アイドル」として他地域のイベントに参加しやすい。
 - ・「ご当地アイドル」という活動形態は、エンターテインメント性が強く、メディアに露出しやすいので、自治体の PR になる。

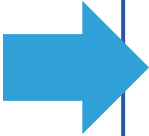
5 富山県舟橋村事例

図書館運営事業 —公共図書館による集客を検討する—

【仮説 1】

公共図書館は、各世代の住民ニーズに応えることにより、従来の図書館にはなかった集客機能を発揮し得る。

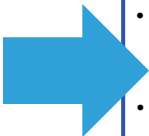
【仮説 1 に対する考え方】

- 
- ・「本を読む」という従来の図書館の機能にこだわることなく、若者、高齢者、子育て世代等の各世代のニーズに合わせたハード、ソフト両面からのサービス充実により、地域内・外から多くの人を呼び寄せることができる。
 - ・職員が来館者に対して積極的に「声掛け」を実施することで新たな交流が生まれ、図書館といえどもコミュニティ形成の場となる。

【仮説 2】

図書館を拠点とした交流人口の増加には、交通の利便性の向上と図書館機能の多様化・高度化が重要である。

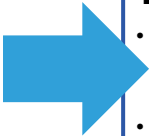
【仮説 2 に対する考え方】

- 
- ・駅舎併設やパークアンドライド方式の採用が交通の利便性を向上させ、交流人口増加の契機となる。
 - ・図書館の利用促進には、蔵書、IT 機器、AV 機器を充実させ、来館者の住み分けエリアに合った整備が重要である。

【仮説 3】

イベントや館外活動における「職員による手づくりの催し」は、住民との交流を生む有効な取組である。

【仮説 3 に対する考え方】

- 
- ・役場や NPO 団体と連携したイベントを開催することで、新たな利用層を掘り起こす。
 - ・本に限らず、“お月見コンサート”や“人形劇”、“夏休み作品展示会”で来館目的を多様化できる。

6 和歌山県北山村事例

地域密着型ポータルサイト「村ぶろ」—ICT 活用による集客を検討する—

【仮説 1】

ICT は、多大な費用を要せず、短期間に実施できる地域活性化の手段である。

【仮説 1 に対する考え方】

- 
- ・ 不利な立地条件を克服し、アイデアや知恵次第でコミュニケーションの効果がはっきりと目に見える ICT の活用は、過疎地域でこそ大きな財政負担なく実現できるまちづくりツールである。
 - ・ そのためには、近隣もしくは大都会の大学や ICT 関連企業をアドバイザーとして連携しておくことも重要である。

【仮説 2】

バーチャルな（ネット上の）集客は、リアルな（現実の）集客を呼び起こす。

【仮説 2 に対する考え方】

- 
- ・ バーチャル村民の中には観光筏下りに参加している村民も多くいると思われるが、アンケート調査等でその検証を行い、バーチャルとリアルの相乗効果を目で見える形で実証することが重要である。
 - ・ 北山村における観光筏下りや「おくとろ温泉」のようなリアルな活動を促す魅力づくりがあって初めてバーチャルな集客がリアルな集客を生み出す。

【仮説 3】

バーチャルな集客は、他の自治体や NPO との連携を促進する。

【仮説 3 に対する考え方】

- 
- ・ 事業成果が上がった取組は、新聞・テレビのようなマスコミやソーシャルネット上の全国のブロガーが必ず取り上げ、他の自治体や NPO にも影響を及ぼし、自治体や NPO との交流を促進する。
 - ・ 村ぶろによる自治体や NPO との連携や交流が実現したように、過疎地域におけるコンビニ経営も広がっていくと思われる。

7 兵庫県養父市事例

あけのべ自然学校 ―廃校活用による集客を検討する―

【仮説 1】

「学校（廃校）」を有効活用することにより、観光、防災等の視点から、まちづくり拠点として継承することも可能である。

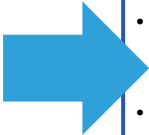
【仮説 1 に対する考え方】

- 
- ・「自然学校」として活用することで、児童・生徒等の集客に結びつくだけでなく、常時有人の施設として、観光拠点としての機能も持たせることが可能である。
 - ・行政的な機能の一部（防災拠点、市職員の活動拠点）が実質的に維持されており、まちづくり拠点としての機能も継承が可能であると考えられる。

【仮説 2】

地域資源を取り込むことで住民の求心力が高まり、納得のゆくまちづくりが推進される。

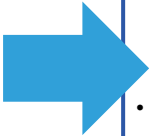
【仮説 2 に対する考え方】

- 
- ・鉱山関連の地域資源を取り込むことは、住民がそれを「地域の誇り」と捉えることにつながり、一体感のある活動に結びついている。
 - ・地域資源は住民の取組に求心力をもたらし、地域ぐるみのまちづくりを呼び起こす触媒のような性質を持つと考えることができる。

【仮説 3】

継続的な活動と地域との交流により、新たな事業展開が生まれ、内発型の好循環に結びついていく。

【仮説 3 に対する考え方】

- 
- ・自然学校の事業が継続し、産業遺産の活用などへ取組が広がる中で誕生した「一円電車まつり」が、新たな事業として定着し、大きな集客効果を上げている。
 - ・自然学校を運営する上で、地域住民にガイドなどの仕事を依頼することを通じ、来訪者（児童・生徒等）と地域の高齢者の間に交流が生まれている。

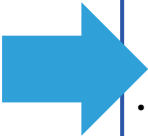
8 福岡県北九州市事例

北九州工業地帯の工場夜景 ―産業景観による集客を検討する―

【仮説 1】

担当者数名による「手づくりの事業」でも、意欲と創意工夫が発揮されれば、新たな集客施策は実現できる。

【仮説 1 に対する考え方】

- 
- ・北九州市のような大都市でも、担当者が「手作り」で事業を生み、育てることで、これまで注目されなかった分野で新たな集客施策が動き出している。
 - ・小規模な市町村でも、地域特性に合った分野に着目し、行政が意欲を持って取り組めば、新たな集客施策を実施することは十分に可能であると考えられる。

【仮説 2】

継続性・持続性を持たせるためには、身の丈に合った事業規模からスタートすることが重要である。

【仮説 2 に対する考え方】

- 
- ・人口の多い北九州市の場合も、話題作りと開催回数のバランスを取る工夫をこらし、その上で来訪者を飽きさせない新たな企画を打ち出すなど努力を続けている。
 - ・事業を継続し、将来にわたり持続していくためには「身の丈に合った事業規模」が一つの重要なキーワードと考えられる。

【仮説 3】

参加者の安全面などのリスク管理を含め、企業の協力を得ることは必須条件である。

【仮説 3 に対する考え方】

- 
- ・手作業の安全管理から始めるなど、地道な取組を続けた結果、現在は事業の実施・広告などの幅広い面で強力なサポーターといえる企業が複数出現している。
 - ・ひとたびサポーターになった企業は、集客施策を後押ししてくれるだけでなく、まちづくりの担い手としても大いに期待できる存在となり得る。

研究員名簿

研究員名簿

岸田	拓士	一般財団法人地方自治研究機構	調査研究部	主任研究員
今井	悠介	一般財団法人地方自治研究機構	調査研究部	研究員
宮崎	晃士	株式会社ジック	本部 調査課	主査
藤田	聡	株式会社ジック	本部 調査課	
平野	秋吾	株式会社ジック	本部 調査課	
石田	玲	株式会社粹文堂	代表取締役	

地域に人を集めるための施策に関する調査研究

－平成26年3月発行－

一般財団法人地方自治研究機構

〒104-0061 東京都中央区銀座7丁目14番16号

太陽銀座ビル2階

電話 03-5148-0661(代表)

印刷会社 アンクベル・ジャパン株式会社

