

平成 14 年度部局共同研究チーム報告書

観光を基盤とした地域活性化  
(足柄上地域) について

平成 15 (2003) 年 3 月

## まえがき

神奈川県自治総合研究センターでは、研究事業の一環として、自治体の行政運営上の課題を研究テーマに設け、テーマに関連する県部局や市町村の職員及び大学院生の公募研究員と当センターの職員とで研究チームを設置して研究を行っています。

この研究チームによる研究には2種類あり、そのうちの一般研究は、政策形成への寄与と研究参加職員の人材育成を目的としています。もう一つの部局共同研究は、部局から要請のあったテーマについて調査研究し、その成果を直接施策へ反映させることを目的としています。

平成14年度は、一般研究チームを1チーム、部局共同研究チームを2チームの計3チームを発足させ、各チームの研究員は、それぞれの所属の担当業務を遂行しながら、原則として週1回、1年間にわたり研究を進めてきました。

本報告書は、部局共同研究チームによる「観光を基盤とした地域活性化（足柄上地域）」を研究テーマとした調査研究の成果をまとめたものです。

今回の研究活動に際して、チームアドバイザーとして年間を通じご指導をいただいた立教大学観光学部の橋本助教授をはじめ、関係者の皆様からご支援とご協力をいただいたことに対し、心より感謝の意を表します。

本報告書が、今後の行政施策の推進の一助となれば幸いです。

平成15(2003)年3月

神奈川県自治総合研究センター  
所長 片山 胖

# 目 次

本 編 .....	1
第 1 章 研究の目的 .....	3
第 2 章 足柄上地域の観光の現状と課題 .....	5
第 1 節 足柄上地域の観光客の動向 .....	5
第 2 節 自然を求める観光客が観光を評価する基準 .....	6
第 3 節 主な観光資源と参加利用状況 .....	8
第 4 節 地域住民団体等の活動について .....	10
第 5 節 自治体施策について .....	11
第 6 節 足柄上地域の観光の課題 .....	12
第 3 章 観光による足柄上地域の活性化策 .....	17
第 1 節 あしがらの自然を生かした取組 .....	19
第 2 節 交流を進める仕組みづくり .....	21
第 4 章 提言 .....	24
第 1 節 あしがらの自然を生かした取組 .....	25
1 遊ぶ～アウトドアスポーツ .....	25
2 憩う～農林業体験 .....	39
3 魅せる～花 .....	53
第 2 節 交流を進める仕組みづくり .....	61
1 ふれあい～交流を進める支援体制の確立 .....	61
2 知らせる～情報発信と地域 P R 体制の確立 .....	77
資 料 編 .....	91
足柄上地域の観光施設等についてのヒアリング結果 .....	93
団体等ヒアリング概要 .....	95

## 研究チーム員等名簿

### 研究チーム員名簿

氏 名	所 属	備 考
赤 坂 真寿美	企画部企画総務室	
木 村 覚	足柄地域農業改良普及センター	
守 屋 卓 宏	県土整備部都市計画課	
山 口 和 裕	足柄上地区行政センター企画調整部 企画調整課	サブリーダー
勝 又 茂 徳	足柄上地区行政センター商工労働部 商工課	
山 口 隆 司	足柄上地区行政センター農政部 地域農政推進課	チームリーダー
山 崎 隆 子	山北町産業建設部産業観光課	
権 守 章	中井町民生部生活環境課	
赤 津 慎一郎	横浜国立大学大学院 国際社会科学研究科	
平 良 英 貴	横浜国立大学大学院 国際社会科学研究科	
菊 間 一 郎	自治総合研究センター研究部	
西 出 祐 子	自治総合研究センター研究部	

平成 15 ( 2003 ) 年 3 月 31 日現在

### チームアドバイザー

橋 本 俊 哉	立教大学観光学部助教授
---------	-------------

敬称略

---

報告書名 観光を基盤とした地域活性化（足柄上地域）について  
（平成 14 年度部局共同研究チーム報告書）

発行日 平成 15（2003）年 3 月 31 日

編集・発行 神奈川県自治総合研究センター  
〒247-0007  
横浜市栄区小菅ヶ谷 1-2-1-3  
電話 （045）896-2932（研究部直通）  
FAX （045）896-2928  
e-mail [soken.1119@pref.kanagawa.jp](mailto:soken.1119@pref.kanagawa.jp)

印 刷

---

# 本 編



# 第1章 研究の目的

---

神奈川県は東高西低の傾向にあり、県西地域の活性化を推進するために「かながわ新総合計画 21」においても、「富士箱根伊豆交流圏整備による県西の活性化」の重点プロジェクトに取り組んでいる。しかし、山間地の占める割合が高く、人口の少ない足柄上地域では、依然として停滞感があることは否めない状況にある。

一方で、この地域は人口が集中する京浜地域から「日帰り圏」に位置するにもかかわらず、丹沢山塊や箱根外輪山等の山岳、酒匂川とその支流の河川、水田や丘陵地の農村等「豊かな自然」に恵まれた地域で、昨今の社会的ニーズである「自然への回帰」に応えることができる特性を持っている。

本研究は、足柄上地域の活性化（＝多くの人たちが行き来し、交流すること）を図ることを目的としており、そのために「観光」が果たす役割の重要性に着目した。

観光の定義については、1995（平成7）年4月の国の観光政策審議会による答申で、以下のものが示されている。

**「観光とは人が余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な行動であって、ふれあい、学び、遊ぶということを目的とするもの」**

この定義をみると、従来の「見る」に終始していた観光が、現在では、「ふれあい、学び、遊ぶ」ことを目的とする様々な活動に範囲を広げていることが分かる。

「ふれあい、学び、遊ぶ」観光（＝体験する観光）を地域に根づかせ、地域の人と観光客が交流を深めることが活性化のための重要な手段となると考えられる。

しかし、足柄上地域においては、体験する観光のニーズへの対応が遅れており、観光資源はあるものの、必ずしも十分に活用されていない面がある。また観光に対する地元の取組は行政が主導する形が多く、住民が参加した交流という面での盛り上がりは十分とはいえない。

こうした中で、本研究では、地域観光をめぐる現状把握と課題抽出を踏まえ、「足柄上地域の自然を生かした取組」と「地域の住民と観光客の交流を進める仕組みづくり」を骨子とした現実的な方策の提案を行うことを研究の目的とした。



## 《本書の構成》

第1章 研究の目的

第2章 足柄上地域の現状と課題

**地域活性化に資する観光の検討**  
(足柄上地域の観光客の動向等から観光ニーズを把握)

**観光資源等の現状把握と分析**

**観光の課題の抽出**

<b>1 個々の観光資源</b> 小規模な(=集客力が弱い)観光資源 自然を生かした観光資源の活用 魅力が薄れつつある既存の観光施設	<b>2 観光への取組体制</b> 体験したい・学びたいという ニーズに応えていない 地域住民の参加・協力体制が不十分 情報発信の不足
---	---

第3章 観光による足柄上地域の活性化策

**課題解決のための活性化策の視点**

<b>1 あしがらの自然を生かした取組</b> アウトドアスポーツ、農林業体験、フラワーカントリーの推進
<b>2 交流を進める仕組みづくり</b> 交流を進める支援体制の確立、情報発信と地域PR体制の確立

第4章 提言

**活性化策の視点に添った具体的な提言**

<b>1 あしがらの自然を生かした取組</b>	
アウトドアスポーツ	・足柄の空を彩る～パラグライダーの振興 ・サイクルスポーツの促進 ・芝のオアシスをあしがらに
農林業体験	
花(フラワーカントリーの推進)	
<b>2 交流を進める仕組みづくり</b> 交流を進める支援体制の確立	・観光ボランティアガイド ・体験インストラクターの活用システム ・総合的学習の場の提供 ・住民参加の体制づくり～地域通貨の活用～
情報発信と地域PR体制の確立	

## 第2章 足柄上地域の観光の現状と課題

本章では、足柄上地域の観光客の動向等から、地域活性化に資する観光について検討する。その上で地域の観光資源等の現状を概観し、課題を探る。

### 第1節 足柄上地域の観光客の動向

主要な観光スポット等の入込観光客数は、表のとおりである。年間100万人規模を集める観光スポットは大雄山最乗寺と丹沢湖周辺である。ほかには、山歩き・ハイキングやキャンプ等で従来から観光客に人気のある南足柄市の足柄峠・夕日の滝（地藏堂）周辺や、山北町の洒水の滝周辺、松田町の寄周辺等が、10万人前後である。

表： 主要な観光スポット等の入込観光客数<sup>1</sup>

市町名	観光スポット等	入込観光客数 (人)
南足柄市	足柄森林公園丸太の森	43,000
	大雄山最乗寺	929,000
	夕日の滝	94,000
	足柄峠	111,000
	足柄金太郎まつり	55,000
松田町	寄	64,000
	ハーブ園	98,000
山北町	丹沢湖周辺	1,012,000
	洒水の滝	211,000
	大野山	60,000
	高松山	42,000
中井町	美・緑なかいフェスティバル	3,000
大井町	大井よさこいひょうたん祭	33,000
開成町	開成あじさい祭	140,000

では、観光客はどこから、何を目的に観光に来ているのだろうか。足柄上地区行政センターが、観光客331人を対象に行ったアンケートの結果<sup>2</sup>によると、次の諸点があげられている。

観光客の23%が横浜、川崎から、また18%が東京から訪れており、これらの地域で約4割を占める。

<sup>1</sup> 平成13年神奈川県入込観光客数調査による。中井町、大井町、開成町は町独自の集計による。

<sup>2</sup> 平成5年8月～9月に南足柄市、中井町、大井町、松田町、山北町、開成町の各調査地点で実施。足柄上地区行政センター商工部「かながわ観光プラン あしがら地域課題調査報告書」平成6年3月より。

観光客の約73%が、夫婦、家族、友達等少人数・グループであり、団体客は少ない。訪れた理由は、「前に来て気に入った(約18%)」、「知人、友人からの口コミ(約19%)」との回答が併せて37%と多く、複数回訪れている観光客が存在し、「あしがらファン」ともいうべきリピーターがいるようである。

訪れる目的は自然やキャンプを楽しむ観光客が多く、また地域から得た印象についても、自然に恵まれた地域という印象を受ける人が92%を占め、豊かな自然を評価する傾向が見られる。この点については、平成13年に花と水の交流圏づくり推進協議会が行ったアンケート調査でも同様の結果が得られている<sup>3</sup>。本アンケートの対象である県西地域の観光スポットの中から選ばれた「もう一度行きたい場所の上位5位」のうちに、足柄上地域にある4つの施設、「西平畑公園」、「開成水辺スポーツ公園」、「洒水の滝」、「いこいの村」という、いずれも自然と景観に恵まれている施設が選ばれている。

利用する交通機関は自動車と鉄道、バス等の公共交通機関の利用者がほぼ半々である。

以上から、足柄上地域は横浜、川崎、東京圏の都市部在住者を中心に、身近で豊かな自然を提供している観光地であり、少人数で自然を満喫して帰る観光客が多いと言える。

一方で観光客の数は減少傾向がみられる。神奈川県観光振興対策協議会の調査資料によると足柄上地域への入込延観光客数(日帰り客と宿泊客を合わせた総数)の推計は、2001(平成13)年、1年間で342万人であり、ピーク時(1994(平成6)年)の367万人に比べると、7%程度の減少となっている。こうした傾向は、今後も続くものと考えられる。「良いものには消費するが、見せかけのものには消費しない」という本物志向により、人々は個々の価値観にあった観光を求め、観光が多様化し<sup>4</sup>、また限られた支出でより高い満足度を求める傾向は続くと思われるためである<sup>5</sup>。

このように厳しい環境のなかで、観光により地域の活性化を図るためには、観光客に評価されている当地域の「自然」という観光資源において、どのように少人数・グループが楽しめる多様な活動を展開するかがカギとなってくる。

## 第2節 自然を求める観光客が観光を評価する基準

ここで、自然を求めて旅行する観光客の傾向について考えたい。近年、アウトドア指向が高まり、自然の風景を楽しむことに加え、自然の中で何かをする等の体験型の観光が注目を浴びている。例えば、観光ツアーのパンフレットをみても、自然での体験プログラムを取り入れたものが多くなっている。

実際、財団法人 地域活性化センターが2002(平成14)年3月にまとめた調査<sup>6</sup>によれ

<sup>3</sup> 足柄上地域、西湘地域2市8町を訪れ、スタンプラリーに参加した観光客を対象に行った調査。

<sup>4</sup> 小谷達男「観光事業論」学文社、2000年3月25日、p74-75

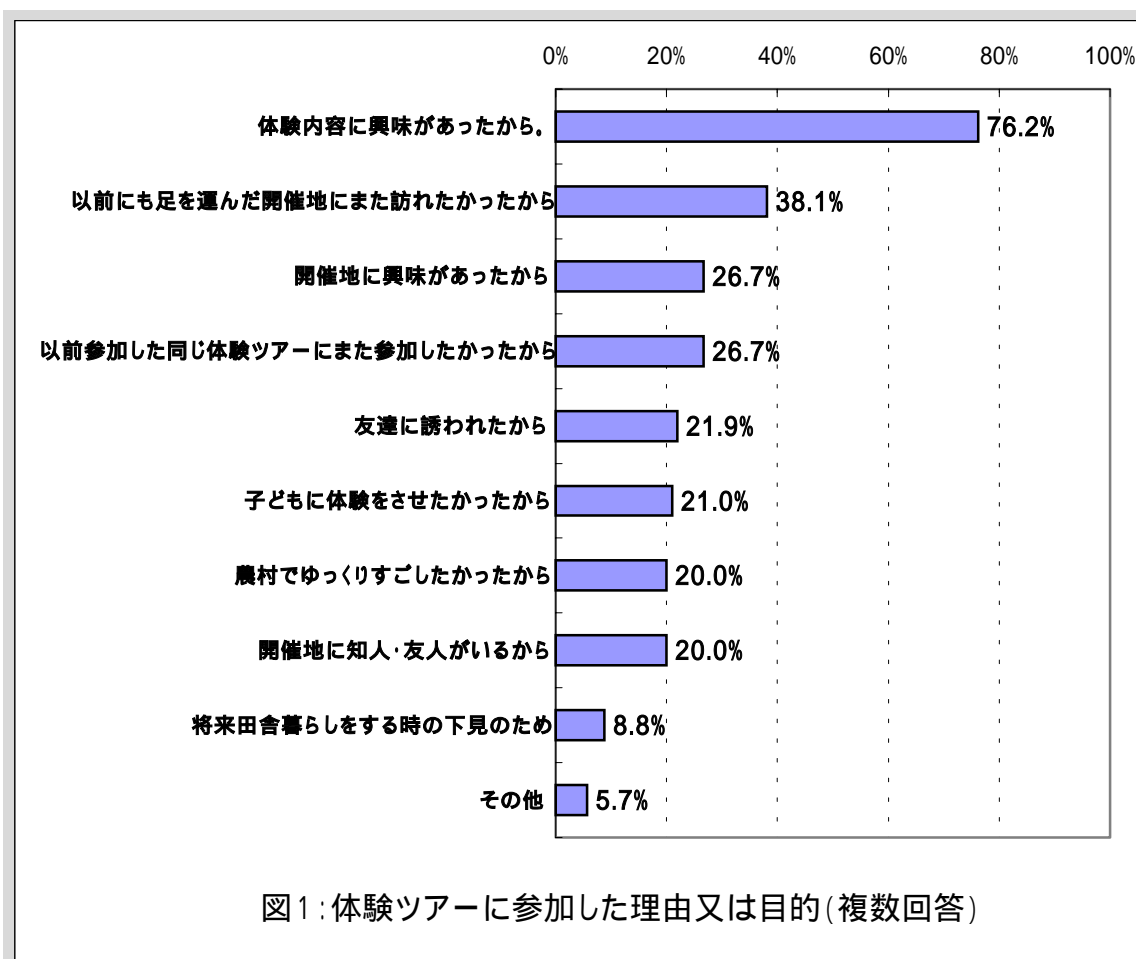
<sup>5</sup> 国土交通省「平成14年度観光白書」

<sup>6</sup> 財団法人 地域活性化センター実施、「『ふるさと体験』事業参加者へのアンケート」。本アンケートにおける「ふるさと体験」事業とは特定の事業を指すものではなく、都市近郊在住者が行った地方への体験型観光を総称したものである。

ば、東京、千葉、埼玉、神奈川、大阪府、愛知等の在住者が地方での体験型観光に参加したきっかけは「体験プログラムの内容に興味があったから」が76%を占め（図1参照）、旅行を評価するポイントとしても、体験プログラムの内容と答える回答者が約46%、豊かな自然環境が約28%を占めている（p8図2参照）。自然を重要な観光資源とする地域にとって、魅力的な体験プログラムを提示することが、観光地としての評価基準のひとつになることが分かる。

また、同じ調査質問のなかで、体験型の観光を評価するポイントとして、約35%の観光客が「地元の人との交流」をあげていることは注目に値する（図2参照）。観光客が求める地元の人との交流は本研究が目指す地域の活性化（=多くの人々が交流する）と合致していると言える。

以上のことから、足柄上地域において地域の活性化を図るためには、体験型の観光の場としての「自然」の魅力のより一層の開拓と観光客と地元の人との交流の場の充実という観点から、地域の観光のあり方を考える必要がある。



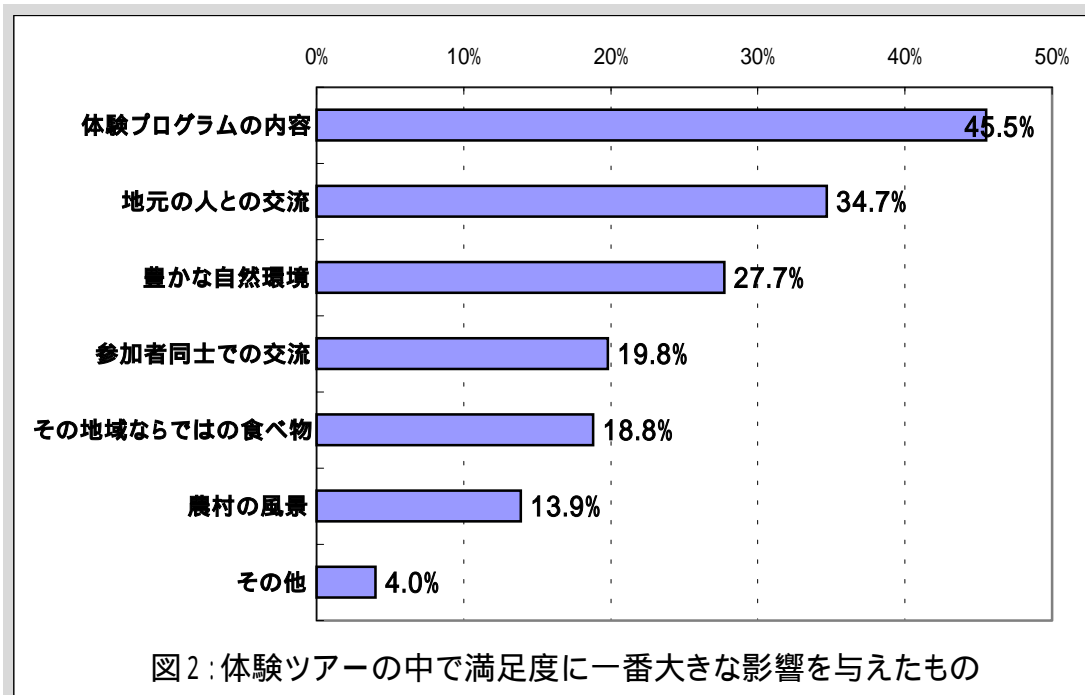


図1・2共に財団法人地域活性化センター取りまとめ平成14年3月「ふるさと体験」事業参加者へのアンケート調査結果より作成。

次に、こうした「自然体験の場」、「地元の人との交流の場」という観点から、足柄上地域の観光資源の現状について述べる。

### 第3節 主な観光資源と参加利用状況

足柄上地域は、小田急線、東名高速道路等を利用して、東京、横浜、川崎方面からほぼ片道2時間以内の時間距離にあり、首都圏の人々が身近で気軽に訪れることのできる恵まれた立地条件にある。当地域には、丹沢湖、中川温泉、寄（やどりき）等に代表される山間部や湖、箱根外輪山の一部を形成する金時山や明神ヶ岳に代表される山岳、なだらかな起伏に富み、豊かな表情をもつ、南足柄市、中井町、大井町の里山の丘陵、酒匂川沿いを中心に広がる田園風景を構成している平野、川という豊かな環境があり、温暖な気候に恵まれている。

以下に、地域の主だった観光資源をあげる。

#### (1) 自然景観・アウトドアレジャー

山岳、丘陵部と平野部の自然が複合したこの地域は、首都圏の人々が手軽に豊かな自然を味わうことのできる多様なレクリエーションの場として親しまれている。例として、以下がある。

丹沢湖、洒水の滝、足柄峠、矢倉岳、金時山、夕日の滝等の中高年を中心としたハイキ

ング、登山

丹沢湖での釣り 河内川におけるカヌー 松田山におけるパラグライダー  
酒匂川沿いのサイクリング 西丹沢や箱根山麓でのキャンプ、トレッキング

## (2) 史跡・文化財

長い歴史を持つこの地域には、多くの史跡、文化財、寺社仏閣がある。

地域の代表的な寺院である大雄山最乗寺は、創建 600 年の歴史をもつ史跡であり参道沿いの杉並木やあじさいはつとに有名である。訪れる観光客は年間 100 万人近くにのぼる。

このほか、五所宮八幡神社、巖島神社、河村城跡等がある。

## (3) イベント・祭り

地域のイベント・祭りには金太郎まつり、まつだ観光まつり、大井よさこいひょうたん祭、開成あじさい祭等数多くのものである。なかでも、開成あじさい祭は、PR を効果的に行って、都市部からの中高年、女性の観光客の固定客層を増やしている<sup>7</sup>。地域の新しい取組である松田町桜まつり等、季節の花に関連するイベントへの来訪者も増えている<sup>8</sup>。

## (4) スポーツ・公園系施設

地域の丘陵、山頂の自然景観、樹花木を生かした公園が多い。

足柄森林公園丸太の森、(南足柄市)、県立 21 世紀の森公園(南足柄市)、最明寺史跡公園、西平畑公園(松田町)等：都市部からの家族連れで、桜の花の時期はにぎわう。

中井町の巖島湿生公園(周辺部の整備は現在進行中)：貴重な地域の自然環境である動植物と湧水を保全し、憩いの場や自然観察の場所となることをねらいにしている。

中井中央公園や開成町水辺スポーツ公園：都市公園として整備され、野球場、サッカー場等の施設に加え、パークゴルフ場や親水施設等が設置され、地域内・近隣の来訪者に多く利用されている。

## (5) 農業・産業系施設

農業系の観光施設：

くり、さつまいも、ミカンを扱う観光農園がある。利用者は減少傾向にあるが、ミカンの収穫体験ができる松田町や大井町の「みかんオーナー制」は人気が高い。当研究チームで行ったヒアリング調査においても、横浜、東京等からの観光客が 7 割を占め、全体の 3~4 割程度がリピーターとして定着していることが分かった。

農産物直売所：地域内各所にあり、地元住民の交流の場となっている。開成あじさい祭等のイベント開催期間中には、地域外の観光客にも多く利用されている<sup>9</sup>。

<sup>7</sup> 平成 14 年度開成町 開成あじさい祭アンケート結果

<sup>8</sup> 平成 13 年入込観光客数調査

<sup>9</sup> 平成 14 年 6 月~7 月に主に博物館、資料館、公園等の施設を中心に、35 箇所に対しヒアリングを行った。調査内容は主に、施設の規模・設備状況、観光客の利用状況、地域住民との関わり方、広報の状況についてであった(巻末資料 足柄上地域の観光施設等についてのヒアリング結果 p93 参照)。

産業観光施設：

ビール工場：2002（平成14）年7月に南足柄市怒田の丘陵地にオープンした。自然と調和した環境の中で、ビールの生産を目指すと共に、生産工程を見学できる施設である。

ビール園（レストラン）と地元の運営による、地場産品を展示販売する「あしがら物産館」が併設されており、施設のオープンした夏以来、来客者の増加傾向が見られる。

当研究チームでヒアリング調査を行った<sup>10</sup>植物園、郷土資料館、記念館、博物館等の公営の施設：設置年数の経過に従って利用客が減少する傾向にある。

#### (6) 宿泊施設

キャンプ場、民宿、山小屋といった夏季の利用客を主な対象とした夏型の施設が多い。その他、保養施設や中川温泉等に旅館がある。また最近では、果物等の収穫体験ができる民宿等もでき、固定客とともに、家族連れを中心とした層に人気がある。なお公営の宿泊施設は、山北町や大井町にあり、企業等の研修等の利用は減少傾向にあるものの、身近な保養施設として日帰り客も含んだ利用者は漸増の傾向にあり、リピーターも多い。

## 第4節 地域住民団体等の活動について

地域住民団体等の活動についてみると、足柄上地域において活動しているボランティア等の団体は、58団体ある<sup>11</sup>。県内の他地域では、観光ボランティアガイド等の観光関連の団体もあるが、これらの58団体のほとんどは福祉、文化等の団体であり、観光に特化した団体は見あたらない。ただし、大井町の大井まちづくりコミュニティ研究会や山北町の河村城址保存会等、まちづくり等に重点をおくものの、観光の要素も含むものはある。

また、地域住民と郷土資料館、博物館等公営に準ずる観光施設との関わりは薄いのが現状である。研究チームで行ったヒアリング調査<sup>12</sup>では、いくつかの施設に対し、運営や企画等での地元住民等との関わり等を尋ねたが、ほとんどの施設で「関わりがない」という回答が返ってきている。

なお、観光に関わる団体は、足柄上地域全域を対象としたあしがら観光協会があり、この他に各市町を単位とする、南足柄市観光協会、松田町観光協会、山北町観光協会がある。足柄上地域の1市5町が構成員である、あしがら観光協会は地域の魅力を広くアピールし、観光振興を図るため、観光案内マップを作成、配布したり、「あしがらの観光物産展」を開催している。

---

<sup>10</sup> 前述のヒアリング結果（p93 参照）

<sup>11</sup> 神奈川県民活動サポートセンターのホームページ「活動団体の情報」（<http://www.kvsc.pref.kanagawa.jp/db/dantai1.html>）より

<sup>12</sup> 前述のヒアリング結果（p93 参照）

## 第5節 自治体施策について

### 1 神奈川県の実策

神奈川県では観光のビジョンを明らかにして、今後行う観光施策の方向を具体的に示す「かながわ観光施策推進指針（仮称）」の策定に取り組んでおり、2003（平成15）年度中の策定を目標としている。但し同指針は、県全体としての方向は示すものの、地域ごとに目指すべき方向や、取り組むべき分野等については、言及しない予定である。

他にも神奈川県では、県西地域活性化の立場から、様々な政策や施策が展開されている。まず、足柄上地域と西湘地域を含めた県西地域を対象に展開されている、花と水の交流圏づくり推進事業では、「花と水」をキーワードとして、観光・交流スポットの整備、イベントの企画等を行っている。富士箱根伊豆交流圏づくりの推進事業では、山梨、静岡、神奈川の3県と県境とされる県西地域の市町村が連携し、地域活性化のための推進体制づくりを進めている。酒匂川流域においては、この地域を一つのまちととらえ、地域の豊かな自然環境、歴史、文化を生かした質の高い都市づくりを目指す、酒匂連携軸総合整備構想の推進事業が進められている。

### 2 市町の施策

各市町においては、それぞれの総合計画のなかにおいて地域振興あるいは観光振興を施策の柱として位置づけ、観光への取組が進められている。

その代表的な例をみると、金太郎伝説や足柄古道の歴史を中心に、山里の暮らしが息づくふるさと創生を目指す、南足柄市の「金太郎の里づくり構想」、地域の美しい景観や文化を生かし、都市住民との交流を目指す開成町の「ふるさとあしがり郷構想」、そして山北町の周辺のふれあい交流拠点を目指す「山北つぶらの歳時記の杜構想」等がある。

この他、中井町では、新たな観光拠点となる巖島神社周辺を水に親しめる憩いの場として整備するとともに、観光農業の推進を図っている。大井町については、いこいの村あしがら周辺で農業と連携した観光推進を図っており、松田町では寄の自然環境を活用した観光施設整備の推進と西平畑公園の管理体制の強化等を図っている。



## 第6節 足柄上地域の観光の課題

本節では、足柄上地域の観光をめぐる課題を提示する。研究チームでは、これを、個々の観光資源についての課題（特色を持った観光資源の開発やその運営方法に関する課題）と観光への取組に関する課題（観光を支える人や仕組みに関する課題）とに分けて整理する。

### 1 個々の観光資源についての課題

#### (1) 小規模な（=集客力が弱い）観光資源

まず、足柄上地域の観光資源の特徴として、全体に小規模なものであるという点があげられる。ここで規模とは、個々の観光資源の集客力を基準にしている。

具体的にみると、足柄上地域で年間100万人規模の観光客が訪れる場所は、大雄山最乗寺と丹沢湖周辺の2カ所である（p5表「主要な観光スポット等の入込観光客数」参照）。

また、観光・産業まつりや花火大会等、数多くの集客イベントが実施されているものの、その集客効果は各市町とその周辺に限定されたものがほとんどである。都市部等地域外から多くの観光客が訪れるのは、開成町の開成あじさい祭、松田町の松田町桜まつり等に限られる。

（財）日本交通公社調査部が作成した観光資源の評価基準として<sup>13</sup>、全国の観光資源を特A級、A級、B級、C級の四ランクに分けたものが用いられることがある。

表：観光資源の評価基準

ランク	内容	例	足柄上地域の場合
特A級	我が国を代表する観光資源	富士山 華厳の滝 等	-
A級	全国的な誘致力のある観光資源	芦ノ湖 鶴ヶ岡八幡宮 等	-
B級	地方スケールの誘致力を持つ観光資源	江ノ島 大山 等	最乗寺・丹沢山塊
C級	県民及び周辺地域住民の観光利用に供する観光資源	片瀬海水浴場 猿島 城ヶ島 等	上記以外の観光資源

財団法人 日本交通公社調査部による「観光読本」をもとに、研究チームで作成

これによれば、足柄上地域の観光資源は最乗寺と丹沢山塊、塔ノ岳がB級（主として県民及び周辺地域住民の観光利用に供する地域レベルの観光資源）に挙げられているのみであり、それ以外の資源については、C級（県民及び周辺地域住民の観光利用に供する観光資源）に該当している。

このように小規模な観光資源により多くの観光客に来てもらうためには、小ぶりでも地域の持つ魅力を最大限に発揮する工夫が必要である。

<sup>13</sup> （財）日本交通公社調査部、「観光読本」、東洋経済新報社、2000年3月

## （２）自然を生かした観光資源の活用

前述したように、観光客に評価されている足柄上地域の観光資源は、都市部から身近で豊かな自然環境ある（p6 参照）。これは、地域に住む人々が評価する地域の魅力という点からも同様である。足柄上地域の1市5町がそれぞれ行った市民・町民の意識調査によれば、「この町に住みたい理由」や「この町のよいところ」として、「豊かな自然に恵まれているから」という答えが高い順位を占めている<sup>14</sup>。また、先述の足柄上地区行政センターが行った調査において、地域住民に対し今後の足柄上地域における観光の方向を問いつけている質問の回答として、「自然や景観を生かした観光」が一番多い<sup>15</sup>。観光客と地域住民の交流を活性化するという視点から考えると、観光客にはもちろん、地域住民にとっても、受け入れやすい観光を推進することが望ましく、この点を考慮しても、自然を生かした観光資源の活用を進めることが重要であると言える。

足柄上地域では、自然の中で様々な体験型観光を提供できる素地があると言える。しかしながら、例えば、パラグライダーやカヌーの体験できる場所の数は1箇所に限られていて、初心者から上級者までの幅広い利用者の対応ができる状況ではない。また、農林業体験については、もぎとり体験ができる場所はあるものの、体験できる果物や作物の種類が数種類に限られていたり、オーナー制度については、ミカン1種類にとどまる等、メニューの多様性に欠いていて、変化に乏しい。自然志向やアウトドア志向の高まりを考えると、足柄上地域においては自然という観光資源に重点を置いて魅力を高め、より多くの人のニーズに応えられるよう、さらなる活用を進めることが求められる。

## （３）魅力の薄れつつある既存の観光施設

現地ヒアリング調査<sup>16</sup>で聞き取りを行った観光施設の多くは、昭和50年代～昭和60年代に整備され、また整備当時からその内容（ハード、ソフト）に変化がないところが多く、概して、これらの観光施設は観光客にありきたり感を与えるスポットとなっている。

以下、研究チームで行ったヒアリング調査の結果から得たものをあげる。

地域の公園の多くは、自然を生かしたものであるが、反面、似かよったものが多く、このことが利用者減の理由ではないかと推測される。もっとも、松田町の西平畑公園のように、従来から扱っているハーブに加え、新たに早咲き桜を植えることで話題性をつくる等、観光客に目新しさをアピールしている施設では、利用者の増加も見受けられ、新しい魅力を作る取組の重要性が分かる。

農工具等の郷土資料を集めた資料館については、いずれも展示に工夫が必要であり、立派な映像装置があっても故障しているという状況もあった。また、丹沢湖周辺にある観光施設についても、展示内容の特色が薄く、各施設同士の役割・目的がわかりにくいものとなっている。

各施設で提供している交流・体験型のプログラムについては、一部の施設では、観光客

<sup>14</sup> 平成11年度「松田町町民意識調査」、平成6年度「開成町町民意識調査」、平成10年度「山北町町民意識調査」、平成11年度「中井町町民意識調査」

<sup>15</sup> 足柄上地区行政センター商工部「かながわ観光プラン あしがら地域課題調査報告書」平成6年3月による。

<sup>16</sup> 前述の研究チームによるヒアリング結果（p93 参照）

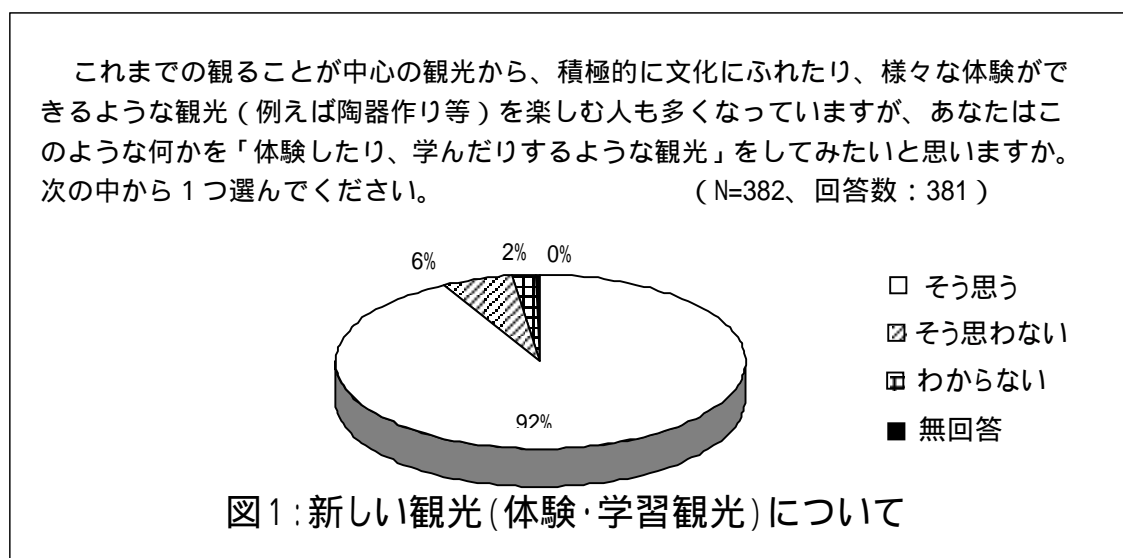
が作りたてのものを作る教室等多様なニーズに応える取組や、自然観察教室等の新しい取組を進めており、観光客の支持を得ている。一方で、プログラムの多くはパターン化して、利用は多くない。

以上、展示物や交流・体験型のプログラム等の面で、施設の運営面で独自性を出し、マンネリ化を防ぐ取組を、地域内の施設に広くひろげることが求められている。

## 2 観光への取組に関する課題

### (1) 体験したい・学びたいというニーズに応えていない

都市部在住者が地方を観光する際の評価基準のひとつとして、体験プログラムの内容を重視する傾向があることは前に触れたが（p6 参照）、神奈川県においても同様の傾向がみられる。県政モニターを対象にした調査によると<sup>17</sup>、積極的に文化にふれたり、さまざまな体験をしたり、学んだりするような観光をしていきたい（してみたい）と思う者は92.1%となっており、体験型の観光が求められていることを示している（図1参照<sup>18</sup>）。



体験型の観光においては観光客のニーズに応じたきめの細かいメニューの呈示が必要となる。例えば、農機具の展示を行っている郷土資料館は展示物に名前と使い方が書いてある紙が貼ってあるだけという状況で、体験できるプログラムが用意されていない。また木材加工が体験できるプログラムについても、そのメニューはあまり多くなく、観光客のニーズに十分対応しているとは言えない。西丹沢・丹沢湖周辺にも体験型の観光を行える施設はあるが、同様な傾向がみられる。

さらに、従来、熟年層に人気の高いハイキング、子供・家族連れによる河川の水遊びやバーベキュー、またマス・ヤマメ、鮎釣り等目的志向をもった「足柄ファン」の存在があ

<sup>17</sup> 平成14年度県政モニター課題意見（第1回）「神奈川の観光について」より

<sup>18</sup> 前掲書より

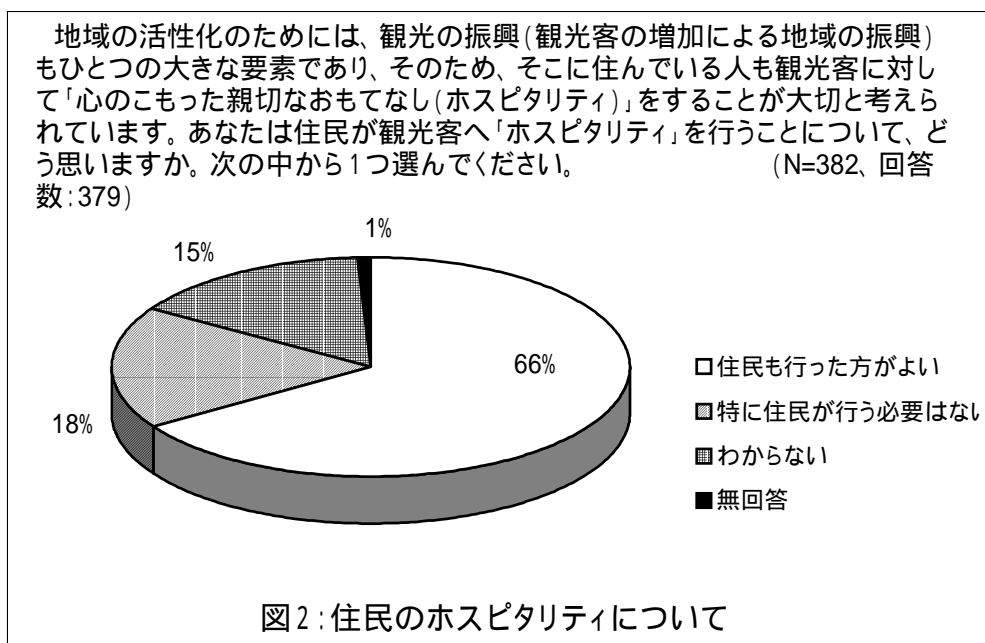
る<sup>19</sup>。こうした「足柄ファン」を拡げるために、多様な目的を持つ観光客が、これまで以上に気軽に楽しめる観光の仕掛けづくりが必要であり、そのためにも体験型の観光施設、観光プログラムの開発が求められる。

こうした観点から見ると、観光客をさらに引きつけるためには、足柄上地域の魅力である、都心に身近な自然環境という特色を生かすこととあわせ、体験したい・学びたいという多様なニーズに応えるための様々な取組が求められることになる。

## (2) 地域住民の参加・協力体制が不十分

観光によるまちづくりは、地域の人々による観光資源の掘り起こし、磨きあげ、宣伝という行動に支えられるものである。そして、その地域に人が訪れ、交流が盛んになれば、地域の人々は一層意欲を持って、地域を良くすることに力を注ぐようになり、その観光資源はより一層、魅力を増す。こうしたいわば「良い循環」が発生することで、地域は活性化する。

前述の県政モニターに対するアンケート調査によると、「あなたのお住まいの地域の自然や文化、歴史、行事、風物等の魅力を見つけ出したり、紹介したりするようなことに、関心はありますか。」との問いに 88.5%のモニターが「関心がある」と回答しており、さらに「住民が観光客へ『ホスピタリティ』を行うことについて、どう思いますか。」との問いに 65.7%が「住民も行ったほうがよい」と回答している(図2 参照<sup>20</sup>)。



地域住民が積極的に観光に参加・協力する体制は、足柄上地域においても一部に見られる。

例えば、開成町では、かつては観光の基盤が弱く、住民の観光の意識も低かった。昭和57～58年に町が、ほ場整備が終わった水田地帯にあじさいを植えたところ、最初は「なぜ観

<sup>19</sup> 足柄上地区行政センター商工部、「かながわ観光プラン あしがら地域課題調査報告書」平成6年3月

<sup>20</sup> 平成14年度県政モニター課題意見(第1回)「神奈川の観光について」より

光客を呼ぶ必要があるのか？」という疑問が投げかけられ、あじさいの苗を切られる等の行為もあったという。しかし、花を観に訪れる人が増えるにつれ、地元から「せっかくだから、お祭りをしたら」という提案があり、現在では、「開成あじさい祭」として定着し、年間およそ 15 万人程度の観光客が訪れるようになっている。また、地域の歴史を残し、活かすために整備を進めている瀬戸屋敷では、その整備計画の策定段階から住民が参加しており、現在では、瀬戸屋敷の企画等について農村文化、自然・四季、食文化といったテーマに分けて開成町との共同作業で検討を進めている。さらに、大井町については、町における望ましい産業振興の分野についての問いに対し、「観光の振興」の回答が 45.1% を占め<sup>21</sup>、観光に対する住民の意識の高さがうかがえる。

このように地域住民が観光へ参加・協力する体制は一部には見られるが、全体としてみると、こうした参加・協力の度合いは少ない。前述（p10 参照）のように、足柄上地域において活動しているボランティア等の団体の中に観光に特化した団体は見あたらないこと、それぞれの観光施設において住民との関わりが薄い等から、地域住民が観光に参加し協力する体制は十分なものとはいえない。

### （3） 情報発信の不足

市販の旅行案内・ガイドブック・旅行雑誌をみると、足柄上地域の観光施設は、「箱根」や「湘南」の一部として、あるいは「その他の神奈川」という括りの中で若干、紹介されているが、当地域を中心に紹介するものは皆無である。また、観光周遊バスやパッケージ・ツアーのルートとして足柄上地域の観光ポイントが取り上げられることは、極めて少なく、ツアールートの一部にアサヒビール工場の工場見学を取り入れたものや、開成あじさい祭の時期に行われるツアーがある程度である。

他方、県政モニターの回答によると、観光情報の入手先は、「新聞・雑誌やテレビ番組」が最も多く、次いで「旅行業者のパンフレット」となっており、観光における情報発信の重要性が伺える。また、足柄上地区行政センターが行った調査によれば<sup>22</sup>、足柄上地域に来るきっかけは、「家族や友人のすすめで」、「前に来て気に入ったから」というものが多く、「新聞・雑誌やテレビ番組」、「旅行業者のパンフレット」を通じて知ったものは少ない。ガイドブック、旅行社からの紹介等で知った観光客もわずかである。同調査の観光に関する自由意見・要望では、PR活動を積極的に展開すればもっとたくさんの方が来るというような声が多い。

このように他の観光地と比較すると、商業ベースで取り上げられることが少ないことから、足柄上地域の知名度が相対的に低いということは否めず、観光客は、この地域に「何があるのか」が分かりにくい状況にあると考えられる。インターネットの普及により情報発信がますます容易になり、観光地からの情報提供が多くなるなかで、知名度が低い足柄上地域では、情報発信を特に効果的に行う必要がある。

<sup>21</sup> 平成 13 年度大井町町民意識調査

<sup>22</sup> 足柄上地区行政センター商工部「かながわ観光プラン あしがら地域課題調査報告書」平成 6 年 3 月

## 第3章 観光による足柄上地域の活性化策

前章では、自然を体験するという視点と地域住民と観光客が交流できる場の提供という視点から足柄上地域の観光の課題を検討した。本章では、これらの課題を解決する地域の活性化策に向けた視点を提示する。

前章で明らかにしたように、足柄上地域の観光をめぐる課題を、大きな視点から2つに整理した。

1つは、**個々の観光資源の現状やその運営方法に関するものである。**

小規模な（＝集客力が弱い）観光資源である。

自然を生かした観光資源の活用が充分になされていない。

既存の観光資源の魅力が薄れつつある。

一言で言うなら、**地域の特性を生かした観光資源が不足している問題**と言える。足柄上地域は、都市部から身近な、自然体験が可能な地域であるにもかかわらず、自然を生かした観光資源の開発が不十分である。また、既存の観光施設が小規模であったり、老朽化していること等によって、今ひとつ観光客に魅力を感じさせない状態にある。

もう1つは、**観光への取組に関するものである。**

体験したい・学びたいというニーズに応えていない。

地域住民の参加・協力体制が不十分である。

情報発信が不足している。

これは、**地域の観光を支える「仕組み」の問題**といって良い。地域の人々の観光に対する取組や観光客をもてなす行動を支える仕組みがあまり整備されていない。さらには、観光資源の存在を外に知ってもらうための情報発信が乏しいことである。

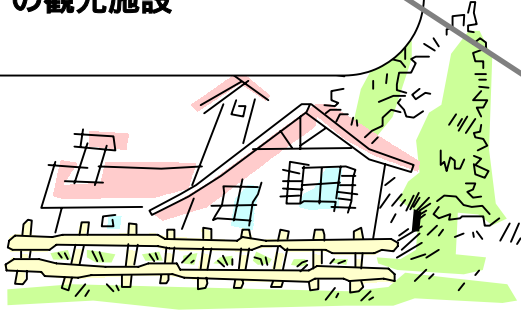
観光に関する課題を整理すると、まず、第一の課題は、小規模で、魅力が薄れている観光資源や足柄の豊かな自然をいかに観光客にとって魅力あふれるものにするのかといった資源の再開発である。二番目は、観光への取組に関する課題であり、地域の人々が観光に参加しやすい体制づくりである。研究チームでは、これを2つの方向性、すなわち、自然を生かした取組に関するもの（第1節）と、交流を進めるための仕組みづくりに関するもの（第2節）として整理した。

### 地域の観光資源は？

小規模な(=集客力が弱い)観光資源

自然を生かした観光資源の活用

魅力が薄れつつある既存の観光施設



### あしがらの自然を生かした取組

#### 遊ぶ~アウトドアスポーツ

「足柄の空を彩る~パラグライダーの振興」  
「サイクルスポーツの促進」  
「芝のオアシスをあしがらに」

#### 憩う~農林業体験

「里山オーナー制度の導入」  
「フルーツパークの整備」  
「農村レストランの整備」

#### 魅せる~花

「フラワーカントリーの推進」

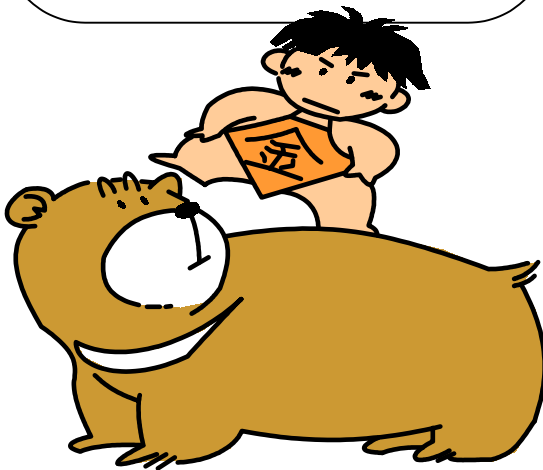
相互補完

### 観光への取組は？

体験したい・学びたいというニーズにできていない

地域住民の参加・協力体制が不十分

情報発信の不足



### 交流を進める仕組みづくり

#### ふれあい~交流を進める支援体制の確立

「観光ボランティアガイド」  
「体験インストラクターの活用システム」  
「総合的学習の場の提供」  
「住民参加の体制づくり~地域通貨の活用~」

#### 知らせる~情報発信と地域PR体制の確立

「情報発信にクロスメディア戦略を」

## 第1節 あしがらの自然を生かした取組

### 1 魅力ある観光地とは？

観光地に人が来るのは、その地域に魅力を感じるからである。そこで、地域そのものが観光客に魅力を感じさせる条件が問題となる。この条件の1つとして、**地域に存在する資源の価値を持続的に高める工夫**があげられる。

これは、主に3つの要素に分けられる。まず、自らのまちに存在する自然、歴史、文化等を再発見し、その価値を再認識することによって、その生かし方に対する問題意識が生まれる（**地域資源の発見・再認識**）。また、その地域資源を生かすためには、イベントの開催、土産物の開発、参加型学習の場の創設等、新たな魅力を加え、価値を高める工夫が必要である（**地域資源価値の向上**）。さらに、こうした地域資源の価値を持続的に発揮するために、既存の地域資源における受け入れの能力等を見極め、いわば資源の利用と保全を調和させる取組も必要である（**利用と保全の調和**）<sup>23</sup>。

以上を足柄上地域にあてはめると、魅力ある地域資源とは、前章までで述べたように、都市部から身近で豊かな自然環境である。これを基本とし、さらに観光客の多様なニーズに応えるように、その価値を高め、老朽化や規模が小さいこと等により、魅力が薄れつつある施設については、運営の見直し等を図る必要がある。

研究チームでは、これを「**あしがらの自然を生かした取組**」と総称することにした。

### 2 あしがらの自然を生かした取組

では、「あしがらの自然を生かした取組」を具体的にどのように進めていくのか。自然を生かした、新たな観光のジャンルとして、以下に注目した。

#### 「アウトドアスポーツ」の取組

新鮮な空気ときれいな水、豊かな緑という足柄上地域の環境は、アウトドアスポーツに望ましいと考えられ、これを打ち出すことは、当地の新しい観光スタイルとして推進する価値がある。

具体的な取組としては、まず「3次元からの観光」として、**パラグライダーの振興**が考えられる。矢倉岳、松田山等で実績がある足柄上地域の丘陵地を利用し地域内に初級から上級者まで楽しめるコースを設置する。次に、酒匂川河川敷等の平野部のサイクリングコースと、丹沢湖周辺の丘陵地等を活用したマウンテンバイクコースの設置による**サイクルスポーツの促進**があげられる。これは地域企業と観光施設の協力を得て、観光客が気軽に楽しめるサイクリングコースを構築するものである。さらに**地域の運動場・グラウンド等の芝化の推進（芝のオアシスをあしがらに）**が考えられる。これは、緑の芝でスポーツを楽

<sup>23</sup> 「観光まちづくりガイドブック」、財団法人アジア太平洋観光交流センター『観光まちづくり研究会』、2000年3月



しみたいという都市部在住者を初めとするニーズに応える環境を整備し、より多くの人が足柄上地域に足を運びきっかけをつくるものである。

### **農林業体験の促進**

足柄上地域は、森林や農地の面積が多くこれらに付随する農林資源が豊富であるが、観光という観点からの取組は少ない。そこで、農林業の活性化の意味からも、最近の観光ニーズである体験プログラムをベースとして農林資源を活用し、体験型・交流型農林業を促進することが考えられる。

具体的な取組としては、現在ある「みかんオーナー制」のほかに、山林を自らが管理し、きのこの等の収穫等をするを通じて森林に親しむ**里山オーナー制度の導入**があげられる。次に、果樹のもぎ取り（お茶の摘み取りを含む）等を基本とし、収穫体験や飲食・交流等の場を提供する**フルーツパークの整備**を提案する。さらに地元産品を加工し、その販売を通じ「食」を通じた交流を実現する場としての、**農村レストランの整備**をあげる。

### **フラワーカントリーの推進**

足柄上地域には、檜洞丸山頂付近のシロヤシオ、最乗寺やあじさいの里のアジサイ、松田山ハーブガーデン、酔芙蓉農道等の花の名所があるが、それぞれの花の時期は短期間である。このため、これらを生かしつつ、地域の花のボリュームをグレードアップすることで、花に彩られた観光地として当地域を売り出すとともに、地元住民も四季折々に咲く花を楽しめる機会を提供する。

具体的な取組としては、観光の玄関口である新松田駅周辺及び大雄山駅周辺の街灯等につり下げ型のフラワーボール等を設置し、花に彩られた観光地を演出する**ウエルカムフラワー（市街地の装飾）の推進**、遊休農地、河川土手、道路法面等を活用して、ボリュームのある花園を出現させる**フラワーフィールドの創造**、そして、地域の農家等が自分の庭を観光客に開放し、交流の場を提供する**オープンガーデンの推進**等があげられる。

## 第2節 交流を進める仕組みづくり

### 1 「新しい観光」と交流を進める仕組みづくり

最近、「見る観光」から「体験する観光へ」と言われることがあるが、いわゆる名所旧跡を見て体験するという伝統的な観光行動は衰退したわけではない。こうした観光ニーズは確実に現在も存在するが、これに加えて、新しい要素である「体験型」の観光ニーズが確実に増えてきているということである。

神奈川県についても同様な傾向がみられる（第2章第6節、p14～）。

観光地の側に受け皿として求められるものという視点から体験型の観光を考えると、次のような要素が重要となる<sup>24</sup>。

#### ホストとゲストの関わりを深めること

体験型の観光においては、ゲスト（観光客）は、ホスト（観光地）との関わりを求める傾向がある（第2章第2節 p6～）。ゲストに接するホスト側は、接客マナーのみならず、知識や教養、地域人としての文化性を求められる。

#### 地域の文化の通訳（インタープリター）が存在すること

自分の住んでいる地域社会とは別な地域社会を体験したいと望む観光客にとって、観光地の文化を通訳してくれる人（インタープリター）の存在は重要である。インタープリターや観光ガイドの人材としては、専門家や地域文化の指導ができる地域住民が考えられる。

#### 地域独自の文化を持つ観光地であること

外から来る観光客が観光地に求めるものは、自己の生活圏とは異なった地域の文化とのふれあいである。地域独自の文化を持つ観光地であることが真の意味での観光地の差別化につながり、魅力ある観光地として不可欠の要素となる。

こうした地域独自の文化をもつ観光地を作るのは、ホストである観光地の住民であり、まず住民が地域の文化を理解し、自分のものとし、これを継承発展させる仕組みを持つことが望まれる。

#### もてなし文化を創造すること

観光地における「もてなし」は、観光客と直接、接する人の対応だけの問題ではなく、観光地全体として対応する必要がある。

この「もてなし」の基本要素は、4つある。まず、第一に「人」である。住民が誇りを持って地域を紹介し、客人として心からもてなすことが大切である。次に、「しかけ」も大切である。観光客がその土地に入りやすくするためのさまざまな工夫が求められる。そ

---

<sup>24</sup>吉兼秀夫「新しい観光と地域社会のあり方（石原照敏・吉兼秀夫・安福恵美子『新しい観光と地域社会』、古今書院、2000年）」を参照した。

れは受け入れのための組織づくりであり、地域の核となる観光施設の使い勝手を不断に検討し、その魅力を維持する努力であり、イベントの工夫や、観光ルートの開発等がこれにあたる。「環境」も大切である。特定の観光施設やイベントだけではなく、まちなみ景観の統一化、地域のシンボルづくり等地域全体で観光客を迎え入れる環境整備が求められる。最後に、「情報」が挙げられる。個人や小グループでの観光が増えるにつれて、明確な目的を持ち観光地を訪れる人が多くなる。彼らにとって、事前の適切な観光地情報の確保は益々、重要になる。観光は試食が出来ない商品であり、事前情報はこれを補う役割を担うためである。

研究チームでは、これを「**交流を進める仕組みづくり**」と総称することにした。

## 2 足柄上地域における交流を進める体制づくり

「交流を進める仕組みづくり」を具体的にどのように足柄上地域で進めていくのか。研究チームでは、仕組みの核となる仕掛け（支援体制）の面と、それらを生かす情報の発信（PR体制）とに分けて考えた。

まず**交流を進めるための支援体制の確立**である。

ホストとゲストの関わりを深めていくための仕掛けとして、観光客に心地よい案内を買って出、適切に地域の歴史や情報を提供できる案内役（**観光ボランティアガイド**）が注目される。もてなし文化の創造の中心となる「人」によるもてなしである。観光ボランティアガイドは、現在のところ足柄上地域には存在しないが、「人」と「人」との関わりの発端として重要な役割を持つ、こうした案内役の導入が求められる。

**体験インストラクターの活用システム**を確立することも大切である。自分の住んでいる地域とは別な地域社会での体験を望む観光客が訪れた場合に、足柄上地域の文化を通訳できる体験インストラクターの存在が重要になる。これは「人」や「しかけ」によるもてなしに通じる。体験インストラクターは一部の専門分野に精通した人だけが担うものではなく、自らの体験や生活文化を解説できる地域住民が広く対象となる。具体的な候補者としては、地元地域における生涯学習や地域活動の分野等ですでに指導の実績がある方や、今後こうした活動を通じて社会貢献をしたいと考えている方がふさわしく、そういった人材を積極的に発掘し、活用できる仕組みの考案が求められる。

足柄上地域独自の文化圏としての観光地となるためには、ホストである地域の住民自身が、地域の文化を理解し、自分のものとし、これを継承発展させる仕組みを持たなければならない。そのためには、地域で共有すべき価値や伝統、大切な資源は何なのかを住民が自ら発見し、これを共同で管理し、育てていく仕組みづくりが重要である。現在全国におけるまちづくりの実例の中で、住民が地域活動へ参加するインセンティブ（動機付け）として**地域通貨の導入**が注目されており、こうしたツールを使った、住民のまちづくりへの積極的な参加の仕組みも利用されて良い。

さらに、**総合的学習の場の提供**も重要である。「担い手の承継・継続」の問題であり、「こども」の問題である。

「地域住民の積極的な参加による観光」と言っても、その担い手に「住民の高齢化」という問題がある。足柄上地域の65歳以上高齢人口比率は2002（平成14）年現在で既に17.2%と、県全体の14.5%を上回っており、<sup>25</sup>これは今後も高まると考えられている。これでは住民参加を実施するにしても、担い手不足が心配される。そこで、次世代への担い手の承継という点を考慮する必要がある。地域の内外に関わらず、こどものうちから教育課程の中で地元の高齢者等をとおして、足柄上地域の自然や文化を体験し、その魅力を感じてもらふ機会を多く設け、将来の観光の担い手として育成していくことが大切である。2002（平成14）年度からは、義務教育課程の中で「総合的学習の時間」が創設され、学校における体験学習や地域との連携の自主的な取組が重視されるようになった。こうした授業時間帯を積極的に使った、次世代の観光の担い手である「こども」の育成が考えられる。

もう一つの重要な取組としては、足柄上地域の**観光情報、地域情報を外に向かって発信し、地域のPR体制を確立すること**である。

「情報」によるもてなしの重要性はすでに触れたとおりであるが、足柄上地域は、伊豆箱根や湘南等の大型観光地の狭間で、相対的に知名度が低い。観光情報の発信は、自治体の広報・ホームページや観光事業者の取組の中で行われてはいるが、知名度が相対的に低いという現実と、それぞれの自治体や団体の取組の実情を考え合わせると、情報発信の量・質とも十分なものではないと考えられる。

具体的には、情報媒体（インターネットホームページ、行政広報誌、企業情報誌、ミニコミ等）の性質に応じた情報の提供が不十分、足柄上地域全体についてまとめた情報発信の媒体の不足、情報の鮮度（情報の「旬」）に欠ける場合があること、情報の希少性（その情報源だからこそ提供出来る）を高める必要があること、等である。

情報発信を効果的に行うために、**提供する情報に併せて情報媒体を使い分ける、クロスメディア戦略、を提案する**。インターネットが普及したといっても、多くの人はず、新聞や雑誌等の紙媒体からきっかけになる情報を得ている。紙媒体をとおしておおよその行く先についての検討をつけて、詳細情報をインターネット等で調べる。この流れに沿って、観光に関する情報を提供することが肝心である。

こういった情報発信にあたっては、足柄上地域全体についてまとめてアピールする必要がある。そのためにも、足柄上郡1市5町の自治体、観光事業者等を構成メンバーとする「あしがら観光協会」が中心となって、1市5町から情報を収集し、戦略をもって情報を発信する体制づくりが重要である。

---

<sup>25</sup> 神奈川県年齢別人口統計調査結果（平成14年1月現在）

## 第4章 提 言

本章では、足柄上地域の活性化に資すると考えられる観光に必要な、具体的な提言を提示する。提言は前述した課題に対応し、2つから構成している。

ひとつは足柄上地域の自然をさらに生かす新しい観光の提示であり、アウトドアスポーツ、農林業体験、フラワーカントリーの推進の3分野からなる。

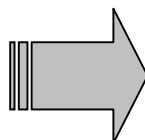
もう一つは、観光客と地域住民の交流を推進する仕組みづくりの提示であり、交流を進める支援体制の確立と情報発信と地域PR体制の確立の2分野からなる。

### 活性化策の視点に添った具体的な提言

#### 1 あしがらの自然を生かした取組

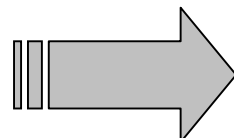
ページ

アウトドアスポーツ



足柄の空を彩る～ パラグライダーの振興	25
サイクルスポーツの促進	30
芝のオアシスをあしがらに	34

農林業体験



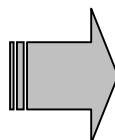
里山オーナー制度の導入	39
フルーツパークの整備	46
農村レストランの整備	49

フラワーカントリーの推進

53

#### 2 交流を進める仕組みづくり

交流を進める支援体制  
の確立



観光ボランティアガイド	61
体験インストラクターの活用システム	64
総合的学習の場の提供	67
住民参加の体制づくり ～地域通貨の活用～	71

情報発信と地域PR体制の確立

77

あしがらの自然を生かした取組

1 遊ぶ～アウトドアスポーツ

## 提言 足柄の空を彩る～パラグライダー の振興～

「鳥のように空を自由に！」1980年代後半、パラグライダーの登場により、この願いを誰もが手軽に手に入れられるようになった。今、週末になると足柄の青空をカラフルなパラグライダーが飛び交っている。

「なぜ、足柄で？」それは、ここがパラグライダーに適した自然条件が備わっているから。そして何より、ここの景色が絶品だから。一度飛ばば、足柄が好きになるに間違いはない。

提言のポイント：

初心者から上級者まで対応できる複数のテイクオフポイントの開発  
フライヤーに分かりやすく、安全な着地点の確保  
ルールづくりには行政の調整も必要  
祭りのエキシビションとして活用し、観光客に広くアピール

### ア パラグライダーの現状

1980年代後半、パラグライダーの登場により、スカイスポーツは誰もが手軽に楽しめるスポーツへと進化した。パラグライダーでフライトを楽しむためには、(社)日本ハングライディング連盟(以下JHF)に登録し、JHFの定める技能講習を一定期間受講し、技能に応じたライセンス(表1)を取得するのが一般的<sup>26</sup>である。交通免許のような法的な規制はないものの、フライトの安全やモラル維持のためもあって、このような制度は一般化している。

表1. ライセンスの種類と技量レベル

A級	練習生の入門クラス。直線飛行ができる程度。
B級	練習生の初級～中級クラス。S字飛行ができる程度。
ノービスパイロット	練習生の上級クラス。高高度飛行ができる。自動車の仮免程度。
パイロット	スクールを卒業。単独でフリー飛行ができる。

現在までにJHFに登録したフライヤー数は10万人を超え、一日体験飛行等による体験

<sup>26</sup> 社団法人 日本ハングライディング協会 HP (<http://jhfskysports.or.jp/>) より

者も含めると、これまでに約 100 万人規模の人がフライト経験を持つことになる。登録フライヤーの内訳を見ると男女比では 3 : 1 で男性が多く、年齢別では 30 代が最も多く 34%、次いで 20 代が 30%、40 代が 23% となっている。また、地域別に見てみると南関東エリアが全体の約 40% を占め、中でも神奈川県は、東京都 14,995 人に次ぐ、9,229 人で全国第二位の登録者がいる。パラグライダーの登場とともに 1988 年以降の 8 年間、登録者数は年間約 8000 人ずつ増加しており右肩上がりであった<sup>27</sup> (図 1)。近年は、不況の影響もあり横ばい状態であるものの、一つのレジャースポーツとしての地位を確保しており、「日常からの解放」、「ちょっとした冒険」という点で潜在人口が相当数あると考えられる。一方で、登録者数のうち現役でフライトを楽しんでいる人は約 3 割程度であることを考えると現時点でビジネスにつなげていくのは、厳しいとする見方もある。

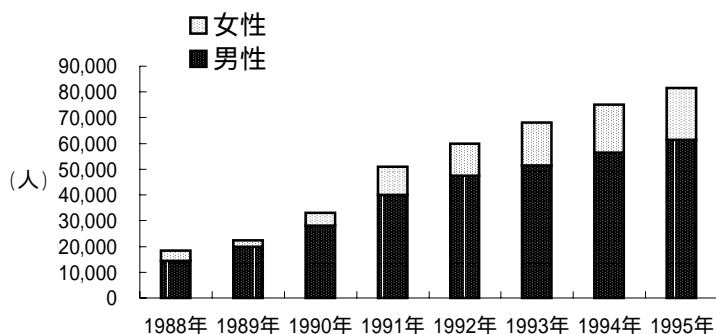


図1 ハングフライヤー登録者数

JHF 活動実績 1995年発行より引用

## イ 足柄上地域の現状

現在、天気の良い週末になると、足柄の空に 20 機前後のカラフルなパラグライダーを見ることが出来る。当地域でのフライトは、主に松田山山頂からテイクオフし、その町並み、豊かな田園風景、酒匂川の流れ、伊豆七島までも望める相模湾、そして雄大な富士山等の絶景を存分に享受することができる。おそらくこれだけの変化に富んだ景色を 1 フライトで見ることが出来るポイントは神奈川では他に見あたらないだろう<sup>28</sup>。ここでのフライトは、東名高速を越え市街地内にランディングするため、一定技量のフライヤーにのみ開放されている。基本的には会員制を布いており、ライセンスを持っていれば誰でもフライトできるわけではない。こうすることで安全の確保や地元との信頼を維持し、自主管理を徹底している<sup>29</sup>。かつて、南足柄市の矢倉岳山頂が関東でも有名なフライトポイントになっていたが、地元とのトラブルから閉鎖になってしまった経緯があり、そうしたこともモラルの遵守につながっているようだ。また、入門スクールとして大井サンデーパラグライダーズスクールが大井町にあり、ここではパイロットになるまでの講習や機材の販売、ポイントの管理等が行われている。ただし、足柄上地域には初級者用のポイントがないため講習は専ら御殿場や須走まで足を運んでいるとのことである。

## ウ ポイントとして優れた足柄上地域

パラグライダーのポイントとしての足柄上地域は前述のように、変化に富んだ絶景を見

<sup>27</sup> JHF ハンググライディングスポーツ活動実績 (1992 ~ 1994)

<sup>28</sup> テイクオフポイントでのフライヤー談話

<sup>29</sup> 松田山パラグライダーズクラブ (会員数 54 名 エリア山崎) へのヒアリング調査より (HP アドレス <http://www.area-yamazaki.com/>)

ることができる他に、地形的な要因がパラグライダーに非常に適している地域でもある。足柄平野は東を曽我丘陵、北を丹沢山塊、西を箱根外輪山に囲まれ、南は相模湾を望む地形になっている。この地形は、海からの南風が入りやすく、この風が山の斜面にぶつかることで、パラグライダーに必要な上昇気流（リフト）をコンスタントに作り出している。

また、北の丹沢山塊や西の箱根外輪山が季節風を遮るため、年間を通じ安定した気流コンディションでフライトを楽しむことができる。この安定した気流コンディションと空からの変化に富んだ絶景は、施設の整備次第で日本有数のパラグライダーポイントになりえる潜在能力を有している<sup>30</sup>。さらに、都心から1時間半の日帰りエリアであるとともに、鉄道を利用して来ることでもできるという立地条件も有利に働くだろう。週末の青空を彩るパラグライダーは、足柄上地域のどこかのんびりした雰囲気とマッチしており「山・空・パラグライダー」といった一連の風景は、一つの景観美として地域のイメージアップに繋がる。パラグライダー愛好者を誘致する手段としても、それ以外の観光客へのアピールとしても、観光資源としての価値は十分にある。

## エ 足柄上地域における活用策

パラグライダーを観光資源として整備するためには、次のようなことが必要である。

### 実施主体

レクリエーションスポーツという性格上、主体となるのはフライヤー自身となるが、パラグライダーを地域の観光資源として捉え、安全を確保し、その振興を図るには、行政が様々な調整役を果たす必要がある。生活空域でのフライトが主となる当地域では、フライヤーのみならず住民の安全確保も重要な課題である。詳細は後述するが、フライヤーと住民が互いに良い関係を維持していくためには、第三者である行政の調整能力が求められる。

### ビギナーから上級者まで対応できる複数のテイクオフポイント開発

「せっかく来たのに今日は飛べないの？」フライヤーにとって現地まで来て、フライトを断念するのは残念極まりないことである。もちろん、自然相手のレジャーであるため安全が最優先されるのだが、**レベルに応じたポイントや気流条件の異なるポイントを地域内に複数持つことで、こうしたフライトの断念を最小限にすることはできる。**「西風が強いときはAポイントから、東風が強いときはBポイントから」といった具合にコンディションや技量に応じ、より安全に、より快適にフライトを楽しむことができる。前述の通り、足柄上地域は地形の恩恵で気流コンディションが安定しやすいため地域内の丘陵地には、いくつかの潜在的なポイント候補はありと考えられる。大井サンデーパラ グライダーズスクールの中村氏<sup>31</sup>によれば、図2（p28）に示すような南足柄市の21世紀の森、山北町の丸山・大野山、大井町や中井町の丘陵地等も候補地としてあげられる。中でも閉鎖された矢倉岳は、優れたポイントであっただけにフライヤーの間で惜しむ声も多く再開が望まれている。

<sup>30</sup> JHF へのヒアリング調査より

<sup>31</sup> 中村氏へのヒアリングについては資料編「団体等ヒアリング概要」p109 参照



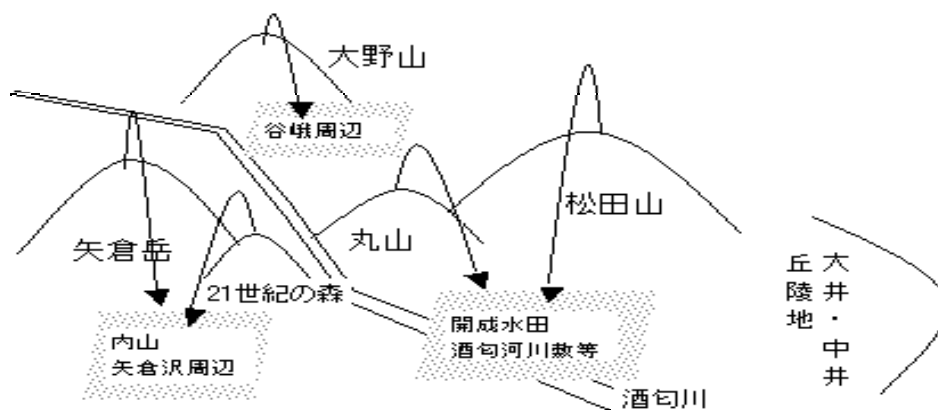


図2 足柄上地域におけるフライト可能地域

### 着地点（ランディングポイント）の確保

空域圏が市街地にまたがる足柄では、道路・鉄道・電線等の障害物もあり、安全への配慮は考慮されなければならない。安全なフライトのためには技量に応じたテイクオフポイントの開発とともにランディングポイントの確保は欠くことができない。現在、松田山からフライトした場合のランディングポイントは、松田町内の酒匂川河川敷としているが、この様な「ここから飛んだらここに降りる」といった明確かつ安全な着地点の確保はテイクオフポイントの開発と同時に進めなければならない。前述した候補地で例を挙げれば「21世紀の森 内山付近」「丸山 大口付近」「大野山 谷嶺付近」というポイントが想定される。農閑期であれば水田は格好のランディングポイントになろうし、それ以外でも遊休農地は、足柄上地域に相当数ある。これらを利用して景観作物を植え、地元的美観を形成すると共に上空からも見ても目立つランディングポイントを提供するのも大切である。周辺部に花をあしらったランディングポイント(図3参照)を観光施策として整備することを提言する。

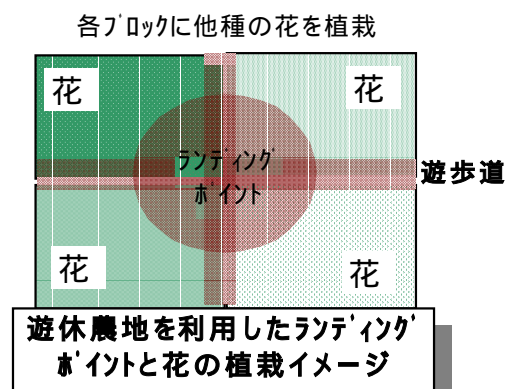


図3 ランディングポイントの整備イメージ

### フライトのルール作り

現在スカイスポーツは、文部科学省の管轄下で生涯スポーツとして位置づけられており、厳格な法規制は少ない。その分、JFHでは、自主規制によりフライヤーの技術、モラルの維持向上に努めているが、足柄上地域では矢倉岳の閉鎖という残念な前例からも、**きちんとしたルール作りは不可欠**であろう。例えば安全なフライトを維持するための定員制限、フライヤーの技量を把握するための会員登録制度やビジター受け入れ制度、また、物損事故時の保証システム、発着ポイントの維持管理や利用料金の設定等々、安全に皆が楽しめるための取り決めは必要である。また、こうしたルール作りには行政が調整役として地元住

民・フライヤーとの間に立つことが必要になることもある。

祭りのエキシビジョンにパラグライダーを

足柄上地域には、各市町を代表する祭りがある。これら**市町の祭りの一企画としてパラグライダーのランディングをエキシビジョンで行うことが考えられる**。例えば、松田町観光祭りならパラグライダーに何かのメッセージ性を持たせ、松田山より会場にランディングさせる。

その際、パラグライダーから見た町内上空の風景をスクリーンに映し出すとか、百八手の松明を持ってフライトし花火会場で点火式を行う等々何かの企画も考えられる。祭りに変化を持たせ、地元ならではの色を出すという点で、パラグライダーは御輿や大名行列とは違った魅力を観光客に打ち出すことができる。



松田山上空の航空写真

フライヤーはこの景観を楽しんでいる

あしがらの自然を生かした取組

1 遊ぶ～アウトドアスポーツ

## 提言 サイクルスポーツの促進

一般に観光が発展している地域では、レンタサイクル等の看板を目にすることが多い。

自転車は、旅先での移動や散策に便利であり、自らの力で風を切って走ることは、旅の開放感とあいまって心地よい爽快感を与えてくれる。自転車の利用は、その地域に住まう人々との距離の近さから、ふれあいをもたらすこともあるだろうし、また比較的安価でレンタルできるという手軽さも魅力の一つである。

足柄上地域でのレクリエーションにおいて、もっと積極的に自転車を利用してもらえるよう、ここでは、観光におけるレンタサイクルの利用について提言する。

提言のポイント：

地形に合わせた自転車を用意

観光客の行動経路に合わせたレンタサイクル施設の設置

企業の協力を得て、安価なレンタル料を実現

### ア レクリエーションとしての自転車活用

足柄上地域における特徴として、観光資源が点在していることがあげられる。また地形的な条件に目を転じると、開成町を中心とした平野部と、山北町、中井町にみられるような丘陵部があり、これらの特性を活かすレクリエーションとして自転車の活用があげられる。

自転車の利用は、地域の観光資源・観光施設を周遊するためにも有効である。また平野部を回遊するルートと丘陵部にチャレンジするルートが考えられ、観光客は趣向の違った自転車の楽しみ方が体験できる。

自転車の利用は環境にもやさしい移動手段であり、自然を主眼においた足柄上地域の観光促進にも適している。

しかし、観光客が居住地から自転車に乗って当地域まで来ることは少ないことから、気軽に観光客が利用できるレンタサイクルの整備が必要となる。

#### 平野部での活用

開成町の瀬戸屋敷や、南足柄市の文命堤、酒匂川の松並木等は先人の歴史を今に伝え、その趣ある風情は地域の特徴ある町並みを形成している。開成町の水辺スポーツ公園等は

観光・レクリエーションの場として多くの人々に親しまれている。また、酒匂川沿いにはサイクリングロードが整備されており、松並木や周囲の山々の景色がすばらしく支流の狩川沿いと併せてサイクリングには最適なコースである。観光客が自転車を利用してこれらの観光資源・観光施設を巡ることで、自動車やバスの移動では見過ごしてしまうような小さな発見も期待でき、その道のり、そのものもレクリエーションとなりうる。

自転車では、代表的な観光資源・観光施設の回遊はもちろんだが、テーマをもって地域を回遊する楽しみ方もある。例えば「水辺」をテーマとして、洒水の滝や夕日の滝等清らかな環境だけでなく、その言い伝えや歴史にふれることもできる。また「花」をテーマに回れば、季節ごとに違った風景を望める。春には大井町の菜の花が、梅雨の時期には開成町のあじさいが、秋には南足柄市の酔芙蓉が、早春には松田山の早咲き桜が楽しめる。

### 丘陵部での活用

中井町には厳島湿生公園や中井中央公園、山北町には洒水の滝、松田町にはハーブガーデン等があり、どれも圏域の内外を問わず、比較的多くの観光客を招く観光資源・観光施設であるが、これらに至るルートは丘陵の起伏を越えたり、急勾配の坂を登らなければならない。こういった観光資源・観光施設を訪れる際にも自転車を利用し、スポーツとしてのサイクリングを楽しむことができる。この場合、むしろ目的はサイクリングであって、観光資源はそのための目的地となるだろう。足柄上地域が自転車を使ったスポーツレクリエーションの場としても楽しめる地域であることを観光客に認識してもらいたい。このような場合、利用される自転車はマウンテンバイクタイプがふさわしく、その対応が必要である。

### イ 足柄上地域のレンタサイクル施設<sup>32</sup>

現在、丹沢湖や開成水辺スポーツ公園でレンタサイクルが実施されている。

丹沢湖では、山北町環境整備公社が実施主体となり、レンタサイクルが配置されている。利用料金は、1時間300円、1日1,500円等で丹沢湖周辺のサイクリングに利用されており、夏期には1日50人程度の利用がある。丹沢湖周辺にある県立丹沢湖ビジターセンターや、西丹沢県民の森、丹沢湖森林館・薬草園等の観光施設の周遊にも利用できる。

開成水辺スポーツ公園では、開成町が実施主体となり、大人用3台、こども用2台のレンタサイクルが配置されている。放置自転車を改修して利用しており、利用料金は無料となっている。レンタサイクルの利用範囲は開成水辺スポーツ公園とサイクリングロードに限られているが、春、秋等利用者の多い時期には、月に延50人以上に利用されている。

このように、現状のレンタサイクルは、利用地域が限られているものの、多くの人々に利用されている。

<sup>32</sup> 足柄上地域におけるサイクルスポーツの現状については、(株)足柄グリーンサービスより多くの示唆を頂いた(資料編「団体等ヒアリング概要」p111参照)。

## ウ レンタサイクルの活用策

### 実施主体

レンタサイクル施設を設置し、運営する主体としては、市町村、第三セクター、NPO、民間企業等様々なものが考えられる。足柄上地域においてどのような主体が運営するかは、実施場所や目的に応じて詳細に検討する必要がある。

#### (全国でのレンタサイクルシステムの運営例)

茨城県つくば市では実施目的の一つに、観光・レクリエーションの振興をあげ、コミュニティーサイクルを実施している。これは企業から寄付された自転車をのりのり号と名付け、市内に設置された専用駐輪場であればどこでも乗り捨て可能とし、誰でも無料（100円のデポジット制）で利用できるものである。この場合、事業主体はつくば市であり、運営をシルバー人材センターに委託している。

千葉県市川市ではNPOが事業主体となって放置自転車を整備し、誰でも無料で利用できる自転車として配置している。この自転車はあらかじめ決められた専用駐輪場に乗り捨てればよく、整備費等は自転車に付けられた広告の収入で賄われている。

横浜新都市交通では定期券利用者に自転車を貸与し、シーサイドラインの6つの駅に設置された専用駐輪場に自転車を置き、通勤に利用できるシステムを実施している。

このように主たる目的が観光ではないものもあるが、レンタサイクルのシステムには事業主体、運営方法、有料か無料かといった点も含め様々な方式が検討・実施されている。

### レンタサイクルのPR

レンタサイクル施設のみならず、最寄りの駅での広報等、観光客に対してもっと積極的なアピールをすればより利用者が増加する。

また、自転車の利用案内や、おすすめのスポットを記載したパンフレット等を配置することで、自転車がより観光客にとって利用しやすく、また利用してみたいものとなる。

### レンタサイクル施設の設置

より多くの観光客にレンタサイクルを利用してもらうためには、既存のレンタサイクル施設だけでは、十分な規模であるとは言い難い。そこでレンタサイクル施設の充実を図るため、施設の設置を検討する。

**レンタサイクル施設は、観光客が利用しやすい場所に設置することが重要**になる。鉄道を利用して訪れる観光客を想定した場合、鉄道駅に近接した場所に施設があることが望ましい。小田急線の場合には、周囲が平坦であること、駅の東側には酒匂川がありサイクリ

ングコースの利用も可能であることから、開成駅周辺への設置が有効である。また、小田急線・JR線の両駅とも近接しており、観光情報の提供の場として「コスモス館」が設置されている新松田駅周辺への設置も有効である。

既存の観光施設にレンタサイクル施設を併設することは、施設に訪れた観光客の行動範囲を広げ、地域の魅力に触れる機会を増やすことにつながる。さらに、サイクリングという活動が既存施設の楽しみ方の一つに加わることになり、観光施設の活性化という側面においても効果が期待できる。

**自転車の配置においては、平野部にはシティーサイクルタイプ、丘陵部にはマウンテンバイクタイプの自転車を配置する等、利用者のニーズを的確に把握し楽しく利用できるものとする**ことが求められる。

### **企業等の協力**

前述の事例からも分かるように、レンタサイクルの実施に企業の協力を得ることは、システムの検討や持続可能な発展への大きな要素となっている。**レンタサイクルに企業広告を付け、企業から支払われる広告費をレンタサイクルの運営費とすることで、無料、もしくは安価で利用できるレンタサイクルのシステムを構築できる。**

また、レンタサイクルのシステムの検討においては、観光施設を運営する企業や団体にその施設の利用客の人数、利用交通機関、アクセス方法・ルート等のデータを提供してもらうことで、効果的な運営システムの構築につながる。地域の観光にとって有効なレンタサイクルシステムを構築するためには、それぞれの機関が地域の活性化へ向けてお互いに協力し合う姿勢が重要である。

あしがらの自然を生かした取組

1 遊ぶ～アウトドアスポーツ

## 提言 芝生のオアシスをあしがらに！

美しい緑の芝生フィールドで思い切りスポーツを楽しむことは、スポーツを愛する者にとっての憧れであり、そのニーズは非常に高い。足柄上地域の各市町には、1ha 規模のグラウンドがあり、これらのグラウンドを芝生化することによる観光客の誘致、地域住民参加の醸成と、地域住民と観光客の交流の促進をここでは提案する。

芝生化には高い維持費という障害があるが、低コストでも芝生維持が可能となる最新の研究を紹介するとともに、グラウンドの芝生化が足柄上地域にもたらす効果について言及する。

提言のポイント：

低コストを実現する芝の選定、管理技術の導入

アドプト制度を導入し、地域利用者に芝の管理を委託

複数のグラウンドの連携により芝グラウンドの良好状態を維持

### ア グラウンド芝生化の流れ

1993 年の Jリーグ発足に伴い、これまで「冬には芝は枯れるもの」という常識から、真冬でも芝は緑色というのが常識になりつつあり、プロリーグやサッカー・ラグビー等の全国規模の大会が冬枯れの芝で行われること自体が稀な光景になった。更に、2002 年のサッカーワールドカップの日本開催は、日本各地に多くの芝グラウンドを生み、芝グラウンドは国民にとってより身近な存在になり、芝に対する社会的関心は高まっている。こうした関心は、校庭の芝生化推進という形で顕在化しており、神戸市内や都内の小中学校を中心に現在、全国で 200 校以上が取り組んでおり、文部科学省もこれに助成金<sup>33</sup>を出している。

### イ 足柄上地域グラウンドの現状

各市町は、別表の通り概ね 1ha 規模のグラウンドを最低 1 つは所有している。この地域の人口とグラウンド数から単純に計算すると 8000 人毎に 1 グラウンドが割り当てられていることになる。これを近隣市町と比較すると、例えば小田原市では 40,000 人毎に 1 グラウンドの割合で、足柄上地域の約 5 倍となっている。このことから足柄上地域のグラウンド利用には比較的ゆとりがあることが分かる。県全体でみても、1 つのグラウンドがカバーする人口は、県東部の人口密集地ほど多くなっており、こうした事情を反映して県東部からグラウンドのみならずスポーツ施設を求めて足柄上地域を訪れている人は少なくない。実際、研究

<sup>33</sup> 文部科学省「屋外教育環境整備事業」による造成費の 1/3 助成

チームで足柄上地域の代表的なグラウンド<sup>34</sup>を調査した結果、週末土日の市町外利用者は、40～60%となっていた。過半のグラウンドでは市町外利用者が半数以上と言ってよい。しかもこれは市町内スポーツ団体への優先枠を含めた数字となっているため、市町内外者問を問わないオープンな利用枠のみで計算すると、この数字は更に数十%高くなる。また、利用率<sup>35</sup>の面から視ると平日は5%未満、週末では、季節による変動が大きいものの年間トータルでは50～60%程度である。このように市町が所有するグラウンドの利用には、市町民利用に支障を来すことのない範囲内で市町外者に貸し出す余地は充分にあると言える。

表1. 足柄上地域にある1ha以上の主なグラウンド

	各市町の主なグラウンド
南足柄市	運動公園多目的広場・体育センターグラウンド 総合グラウンド2カ所(広町・大口)
大井町	大井町山田総合グラウンド
開成町	開成水辺スポーツ公園
中井町	中央公園多目的広場・総合運動場
松田町	町民親水広場・寄りやま運動広場
山北町	山北町スポーツ広場
民間・県	第一生命グラウンド・いこいの村多目的グラウンド 県足柄上合同庁舎グラウンド

## ウ 低コスト化を実現する技術的提言

グラウンドの芝生化において、最も危惧される点はその後のランニングコストである。県立保土ヶ谷公園サッカー場(1.3ha)と藤沢市引地川親水公園(1.6ha)に維持費の調査をしたところ年間管理はともに約1,300万円と、非常に高額な経費が掛かっており、詳細は不明だが、人件費が半数近くを占めている。千葉大学園芸学部の浅野教授<sup>36</sup>によれば、現在の芝の管理技術は、ハイコストを前提に体系化されており、既存の芝生化した施設のランニングコストを危惧するとともに、このことが芝緑化にブレーキを掛けていると指摘<sup>37</sup>している。浅野教授は、芝生化普及のため低コスト管理をテーマに研究を行っており、次の3点をポイントにすれば低コスト管理が可能であるとしている。以下、浅野教授の論文<sup>38</sup>より、その手法を解説する。

### 高刈りの実施

「芝は低く刈り込まなくては駄目だ！」この思い込みは、観賞用の芝に該当することであり、スポーツフィールドでは、この思い込みが芝に大きなダメージを与えてしまう。植物は本来、緑葉で光合成を行いエネルギーを作り出している。つまり緑葉を多く残すこと

<sup>34</sup> 中井中央公園、南足柄市運動公園、開成水辺スポーツ公園、寄りやま運動広場等

<sup>35</sup> 使用時間 / 使用可能時間 × 100 (%) で算出

<sup>36</sup> 浅野教授へのヒアリングの詳細については、資料編「団体等ヒアリング概要」p113 参照

<sup>37</sup> 「都市緑化技術」(2002 summer) No.46 『校庭の芝生化 - 草種と管理 - 』 p32-35

<sup>38</sup> 前掲書



は光合成代謝をより活発化させることとなる。代謝が活発に行われることで、葉の再生能力が上昇し、根の張りや吸肥力が良くなり、結果として強い芝生ができる。また、高刈りは葉密度が高くなり、雑草の侵入を防ぐ効果やそこに住む昆虫類を多様化させ、一種類の害虫の異常発生を抑制する効果がある。更に緑葉は、クッション効果があり高刈りにすることで、そのクッション効果は増大し、踏圧による根茎へのダメージを低減する効果もある。従ってこれまで芝刈り高は1~2cmとしていた常識を改め、5cm前後の高刈り管理することが低コスト管理を可能とする前提条件となる。ただし、芝刈り頻度に関しては、これまで同様に月に2~3回程度行う必要はある。



図1 芝生「高刈り」のメリットと「低刈り」のデメリット

『NHK趣味の園芸 2000年7月号』(日本放送出版協会)より

### 二種芝の混植による相乗効果

かつて芝は冬には枯れるものであった。しかし、現在は暖地型芝への寒地型芝の混合播種技術により、どこのスタジアムも冬でも緑の芝を提供している。ただし、こうしたスタジアムレベルの寒地型芝を提供するためには、毎年追加播種することが必要で、その種苗費は、100万円を超える<sup>39</sup>。ここでは、暖地型芝をベースに寒地型芝を混植し、自然に両者を交互に主役交代させ、低コスト化を実現しようと言うものである。従って、スタジアムレベルのフィールドではなく、冬も「うっすら緑」というレベルであることが前提となる。

次に二種類の芝が共存することの利点を説明する。冬季に寒冷地型芝の緑葉が存在することで、前述した光合成の活発化やクッション効果による踏圧耐性強化等の効果がある。特にクッション効果による暖地型芝の保護作用は大きい。休眠中の暖地型芝は、冬季の踏圧に対し極めて弱く、芝が剥げる大きな要因でもある。また、芝の緑葉はアレロパシー物質と言って他植物の生育を阻害する物質を放出しており、このことが冬季の雑草侵入を防ぐのに大いに役立つ。更に二種類の芝は、加害する病害虫がそれぞれに違うため、病害虫の大発生に対し抑止効果を持つ。

ポイントとなる管理の時期は、寒地型芝から暖地型芝に交代するときにある。寒地型芝が優勢になりすぎると、暖地型芝の生育を抑え、初夏にかけて共倒れの危険を有する。この共倒れを防ぐためには、適度な肥料濃度を維持し、前述した「うっすら緑」という冬の状態を春まで維持しなければならない。この時期の肥培管理は最も重要となる。

<sup>39</sup> 茨城県鹿島郡波崎町の芝フィールドの実例より

## 土壌改良、造成

「芝は排水性の良い砂が良い」これも芝管理の定説で、確かに芝は乾燥に強く、過湿に弱い。また、雑草をもしのぐ程の低肥料要求性である<sup>40</sup>。土壌の排水性を良くし、乾燥・低肥料状態を作り出し、芝が占有種となるためには土壌を砂にすることは理にかなっている。ただし、これには頻繁なかん水と施肥が必要となり、低コスト管理とはかけ離れてしまう。低コスト管理を行うにはある程度の保水力と保肥力を持ち合わせた土壌を使う必要があり、大掛かりな砂を入れる造成工事は必要としない。言い換えれば過剰な初期投資を行わなくとも、その地域にある土壌（関東ローム等）をベースに、有機物を施し、根が健全に生育するような土づくりをするのが良い。ただし、芝は過湿には弱いいため常に水溜まりができるような場所は局部的に土壌の改良工事が必要である。

## エ 足柄上地域における活用策

### 実施主体

実施主体は、公共公園、運動場等のグラウンドの施設管理者となる。行政の役割としては、自らが施設管理者である場合は、施工の責任者としての役割はもちろんのこと、それ以外にも後述の、アドプト制度による地域利用者への管理委託のルールづくりや、複数の施設間での利用のローテーションを組む等、円滑な利用のためのルールづくりが考えられる。

### 維持管理システムの提言

前述したとおり、芝の管理コストの半数近くは人的コストである。では、この人的コストをどうするか？**アドプト制度による地域利用者への管理委託を提案する**。現在、公共のグラウンドを有料、無料を問わず使用した際、利用者の善意でグラウンド整備が行われている。

わずか一人当たり十数分の作業とはいえ、20名以上の使用者が行うのだから、仮に一人で行うとすれば4～5時間の仕事量である。また、このグラウンド整備に対し「金払ってのにグラウンド整備するのか！」というクレームをグラウンド管理者側は聞いたことがない。スポーツをする者のモラルを感じる場所である。こうしたバックボーンは、アドプト制度の導入に可能性を感じる。単純に考えればこれまでの「トンボかけ」が乗用機械での「芝刈り」か「雑草抜き」や「肥料散布」に代わるだけであり、整備作業の内容は変わっても、利用者に充分受け入れられると考える。そして、作業を通して利用者は、自分たちのホームグラウンドという意識を持つようになり、フィールドや地域に対する愛着も沸く。小中学校生であれば、環境情操の育成という教育にもつながるだろう。さらにこうした取組の先には、文部科学省の推奨するヨーロッパ型の地域総合スポーツクラブ<sup>41</sup>の育成があり、地域のスポーツ文化の礎を築くことにもなり得る。

### グラウンドの芝生化がもたらす効果

「それを作れば、彼らはやってくる」。映画フィールドオブドリームスからの引用だが、神奈川県下のグラウンド事情からして、芝生のグラウンドというプレミアムを作ることで相当

<sup>40</sup> 「芝草研究」vol.28（2000）p 27-34

<sup>41</sup> 総合型地域スポーツクラブ育成モデル事業（H.7～）より

数の「彼ら」、観光客増が見込まれる<sup>42</sup>ことは確かである。仮に企業の運用で1時間当たり2万円という高額な使用料を設定しても利用の需要は十分あると考えられる<sup>43</sup>。

グラウンドの芝生化が観光施策として直節結びつくものではないが、足柄上地域のような観光のエアポケットにはきっかけはどうあれ、まず来て、地域を知ってもらうことから始めなければならない。

そうした意味で、芝生化したグラウンドは交流のためのきっかけづくりに充分な「観光資源」になると考える。ヨーロッパでは「芝の景観は、その地域の文化レベルを示すバロメーターである」という通説があり、その街の、その住民の評価項目としてみられるほどである。このことを当てはめれば、グラウンドの芝生化を足柄上地域の全市町で取組み、地域全体がスポーツ文化で県東部地域を一步リードするよい機会である。

また、芝生化には適度な養生と使用時間制限が必要<sup>44</sup>とされるため、各市町がバラバラに行っては利用が集中し、如何に前述した技術を駆使しても芝生を傷めてしまうことも考えられる。そのためにも市町が協力し、**複数のグラウンドで使用のローテーションを組むことが、地域に芝グラウンドという財産を末永く維持するために必要**となる。神戸市内の校定芝生化に取り組んでいる NPO 法人芝スピリッツ神戸<sup>45</sup>によれば地域に芝が根付くためには、行政のみならずボランティア、NPO 等地元の協力が必要であるとしている。地元の参加を得ることで単なるスポーツ施設としてではなく、地元に愛された憩いの場として地域の財産となり、当研究チームが提唱する「交流を進める仕組みづくり」（p21～参照）の役割をも果たしうるものとする。



写真 足柄上地域にある民間の芝生グラウンド

遠からず、写真のような緑の美しいフィールドが足柄上地域各地で見られることを期待したい。

<sup>42</sup> 保土谷公園サッカー場の利用競争倍率より

<sup>43</sup> 藤沢市、横浜市に位置するミッドコート(人工芝 20×40m)の土日使用料1時間 12000円より推察

<sup>44</sup> 芝生とスポーツ国際シンポジウム96 「『Jビレッジ』の設計計画と施設内容について」 p29-36

<sup>45</sup> 神戸21世紀復興記念事業に採用された「校庭の芝生化プラン」実現に活動している NPO 法人 (ホームページアドレス <http://www.shibafu.com/>)

あしがらの自然を生かした取組

2 憩う～農林業体験

## 提言 里山オーナー制度の導入

都市部在住者の間でアウトドア志向が広がり、グリーンツーリズムが注目されており、足柄上地域においてもみかんのもぎ取りやオーナー制度等が実施されている。都市住民をターゲットに新たなオーナー制度を導入すれば、リピーターの定着も見込める。都市住民の間で広がっている森林における活動への関心に応えるべく、足柄上地域の森林を満喫できる、里山オーナー制度の導入を提案する。

提案のポイント：

所有者の負担軽減を考えた契約形態の導入

事業の実施には国の補助制度を活用

オーナーの講習には森林インストラクターや林業普及員の活用を

### ア オーナー制度について～全国の動向と足柄上地域

オーナー制度は、棚田、みかん等果樹、たまねぎ等野菜、アジサイ・桜・杉等花や樹木、そしてワカメ・牡蠣等海産物に広がり、最近では、里山を区画割りにして一定期間、各区画を希望者に貸す、里山オーナー制度も登場している。このように様々な分野に広がったオーナー制度はそれぞれの分野において着実に定着しつつある。例えば、棚田のオーナー制度は、1992年に高知県橋原町ではじまり、2001年4月には全国60数カ所で行われている<sup>46</sup>。

足柄上地域では、松田町や大井町においてみかんの木のオーナー制度が展開されている。大井町でオーナー園を営む農家と町の職員の話では、開始年度(平成11年度)以降、応募人員は安定して微増傾向にあり、利用者全体のうち3～4割程度はリピーターとして定着している。また、利用者全体の約7割程度が東京・横浜・川崎在住者であり、残り3割は地域の住民の利用となっている。地域住民にも都市住民にも魅力的なプログラムと言える。大井町の例をみると、オーナー制度は一定のリピーターを確保し、安定した観光客を見込めるといふ魅力がある体験型プログラムと言える。

このような魅力をもつオーナー制度を里山についても導入し、オーナー制度のメニューを増やすことで足柄上地域の観光を活性化することを提案する。足柄上地域は、従来から水源の森林づくりが展開され、豊かな森林に恵まれていることに加え、森林づくりボランティア等も受け入れており、里山オーナー制度を展開する素地は十分にある。

オーナー制度は、その種類によってオーナーと地元住民の間での制度の負担に偏りが生

<sup>46</sup> 早稲田大学総合研究機構 水稻文化研究所 第3回研究報告会 テーマ「棚田での教育体験と地域活性化」報告者：中島峰広 教育学部教授より

じることがあり（棚田等）、地元住民側の負担が重くなることがある。これでは、地元住民と観光客が一緒に楽しむということは難しい。地元住民の負担が軽減され、観光客と同等な立場で交流を楽しめるオーナー制度の一つとして、里山オーナー制度を紹介する。

## イ 里山の定義とニーズ

### 里山の定義と関心の高まり

里山の定義は広く、あいまいであるが、一般に「様々な人間の働きかけを通じて環境が形成されてきた（省略）二次林<sup>47</sup>」と考えられている。このような里山での団体の活動内容は自然観察会、雑木林の管理等多岐に渡る。また団体以外にも個人レベルで森林に対する関心は高まっており、夏場のスキー場近辺の森林での自然観察会や、木登りスクール等が話題になっている<sup>48</sup>。

### ニーズの分布と足柄上地域の地理的な位置

里山でのフィールド活動を展開する団体の分布図をみると（データは里地も含んだものである）、団体は「都市近郊に集中しており、都市住民の身近な里地里山に対するニーズの高さが反映されている」<sup>49</sup>。特に、東京をはじめとする3大都市の中心から半径50km圏内に全体の34%が分布していることは注目に値する（図1参照）。

足柄上地域も、東京、横浜からおおよそこの圏内に属し、都市住民を対象とした里山活動の展開はニーズにかなったものと言える。

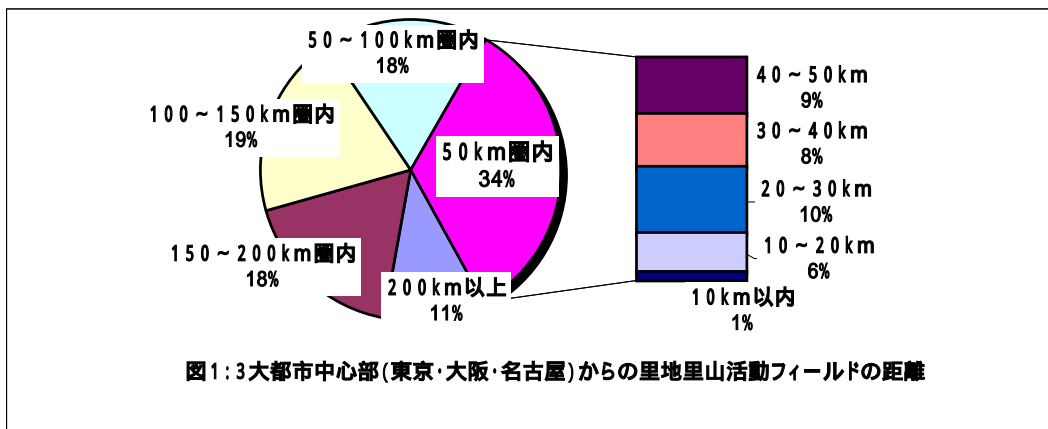


図1: 3大都市中心部(東京・大阪・名古屋)からの里地里山活動フィールドの距離

(前述環境省自然環境局とりまとめの中間報告内グラフを元に作成)

## ウ 足柄上地域における活用策

### 制度の仕組み

里山オーナー制度は一定の区画に割り付けた里山を所有者や森林組合等事業実施主体がオーナーに数年間に渡り貸し付ける賃貸契約制度である。契約期間中、オーナーは、区画内の木の伐採、山菜の採取、原木きのこの栽培、森林浴、バーベキュー、森作りに必要な

<sup>47</sup> 環境省自然環境局とりまとめ「日本の里地里山の調査・分析について(中間報告) H11~13」より

<sup>48</sup> 日経新聞 2002.8.5~7「夏 森に夢中」参照

<sup>49</sup> 環境省自然環境局とりまとめ「日本の里地里山の調査・分析について(中間報告) H11~13」より

小屋の設置等様々なことができ、地元住民との交流も楽しむことができる<sup>50</sup>。ここでは具体例として、山形県、石川県、兵庫県の制度を比較（p42 表 1）しながら、足柄上地域で実施するにあたっての望ましい形を提案する。

### 実施主体

ヒアリング結果をみると（次ページ表 1）、地元の森林組合または市町が事業主体となっている。事業実施主体はオーナー制度を実施する場所の選定と調整、オーナーの募集、契約の手続き、オーナーの研修規格等の事務を行うため、地元の森林状況はもちろん、研修の人材確保のために、地域の人材についても良く把握している機関が望ましい。このようなことから足柄上地域についても森林組合や市町が事業実施主体となることが望ましい。

オーナーの活動指導・講習の実施は人材の提供等の形で県が関わり、技術的面でフォローすることが大切である。例えば、林業普及員はインストラクター等指導的な存在として最適である。「森林組合員はチェーンソーの使い方等技术的なことは説明できる。だが、森林を良く知らない都市住民等に対し、全体的なことをかみくだいて説明できるのは林業普及員」である<sup>51</sup>。

### 制度の目的と考え方

里山オーナー制度は森林放置の問題と都市住民等のアウトドア志向を背景に、より多くの方に森林に親んでもらいたいという狙いがある。森林保護が強調されるためか、一部自治体では、都市住民と地元住民の交流についても目的としてあげながらも、制度の実施は事業を直接担当する林務関連部署が単独で行っており、観光業務関連の所属と連携して事業を進めているところはなかった。足柄上地域での里山オーナー制度の実施に当たっては、オーナーを観光客ととらえ、他の観光プログラムとあわせて制度を実施することが望ましい。それにより、同じコストで、里山オーナー制度が幅広い観光客にアピールできる。

<sup>50</sup> 各地の市町村レベルの先進事例としては、平成 10 年から取り組んでいる山梨県丹波村等があるが、県レベルでの取組は山形県の取組が最初（平成 11 年度より）であり、平成 13 年度に国庫補助事業になってから、各県で導入されている。

<sup>51</sup> 石川県森林管理課職員

表1 里山オーナー制度 事例比較

実施県名	兵庫県(H13~)	石川県(H14~)	山形県(H11~)
制度の目的	森林活動に参加してもらうこと、地元住民と都市住民の交流が目的	森林に親しんでもらい放置された森林を有効活用すること。	放置されている森林を有効活用すること。オーナーと地元住民との交流も目的。
事業実施主体	森林組合・町担当課	県(実施にあたっては、(社)石川県森づくり推進協会に委託)( )	森林組合・生産森林組合及び林業者で組織する団体等
県の関わり方	補助金の交付、オーナー募集の広報及び助言・指導	事業全般(立ち上げ、地域選定、説明会、契約まで)	補助金の交付と指導・助言が主
里山選びの基準	特になし(事業実施主体が手を挙げた地域) 但し、広葉樹林、傾斜がゆるい等基本的な要素は地元担当者が判断。	地元の協力が得られること。 土地の所有関係がはっきりしていること。 広葉樹が広がり、傾斜がなだらかなこと。	自動車で来るオーナーが多いので、道路に隣接した土地が望ましい。 土地の所有関係がはっきりしていること。 傾斜がゆるい広葉樹林
1区画の広さ	1000m <sup>2</sup> ~1500m <sup>2</sup> (事業実施主体により違う)	1000m <sup>2</sup> 程度	1000m <sup>2</sup> ~2000m <sup>2</sup> (事業実施主体により違う)
賃貸期間	3年~10年(事業実施主体により違う)	5年間	5年~10年間(事業実施主体により違う)
賃貸料(年間)	1万円~4万円(事業実施主体により違う)	15000円	18000円程度(立地条件による)
契約留意点	オーナーへのオーナー制度趣旨の周知徹底	契約開始後、短期で解約されることを防ぐため、3年分の利用料を前払いしてもらう。(納付後の還付なし)	契約開始後、短期で解約されることを防ぐため、3年分の利用料を前払いしてもらう。(納付後の還付なし)
入山ルール徹底について(罰則等)	罰則規定はない。但し、ルール違反が判明すれば、契約解除。	ルール違反が判明すれば契約解除。オーナーが入山する際は、会員証携帯を徹底し、不審者入山を防止。	罰則規定はない。但し、ルール違反が判明すれば、契約解除。
交流会	実施主体により回数等やりかたは様々	2~3ヶ月に1回オーナーを集めて会議開催。	実施主体が独自で実施。
実施にあたっての留意点	森林所有者は第三者に森林を貸すということに抵抗を持つケースが多い。事業実施主体の力のいれ具合により理解が得られるかどうか分かれる。 都心から遠方になると契約者も減る。 貸したら終わりではない。根気強くつきあう姿勢が大切。	オーナーになったものの、実際の活動方法がわからない方も多く、講習希望の声が強。森林組合を中心に講習を企画し、活動しやすい状況を作るのが課題。	実施件数が増えるに従って、オーナーの区画当たり応募状況が鈍化している。当初マスコミで取り上げられた頃とは募集環境が変化しているので、広報の方法を考える必要がある。需要はあると思われるので、その掘り起こしが大切。 オーナーの希望をくみとり、活動しやすい環境をつくる工夫が必要。場合によっては、オーナーが契約の中途解約を希望するケースもある。
今後	今後できれば、事業実施地域を広げたい。	1地区につき、1地域の規模で拡大予定。来年は2地域(30~40区画)増やしたい。	スタートしてから毎年2~3ずつ事業実施主体が増加。全体的に運営状況は順調なので、今後もこのペースで進めたい。

将来的には市町村を実施主体にしていきたい。

### オーナー契約の形態

第三者に森林を提供することに抵抗を感じる所有者が多いことを考慮すると、所有者の契約に関する不安や負担をできるだけ軽減できる契約形態<sup>52</sup>として、事業実施主体が所有者やオーナーとそれぞれ契約を結ぶ方法が考えられる（図2参照）。

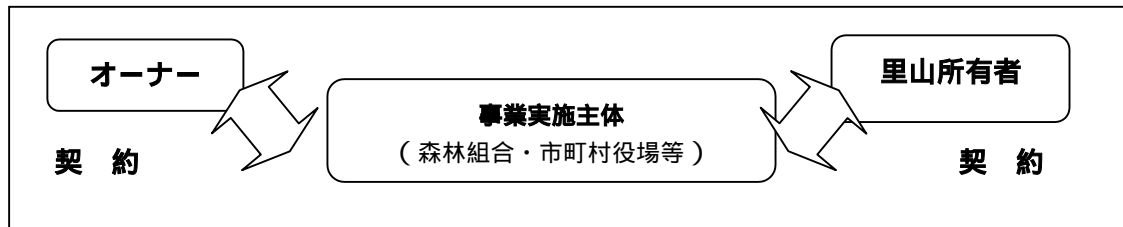


図2 契約形態

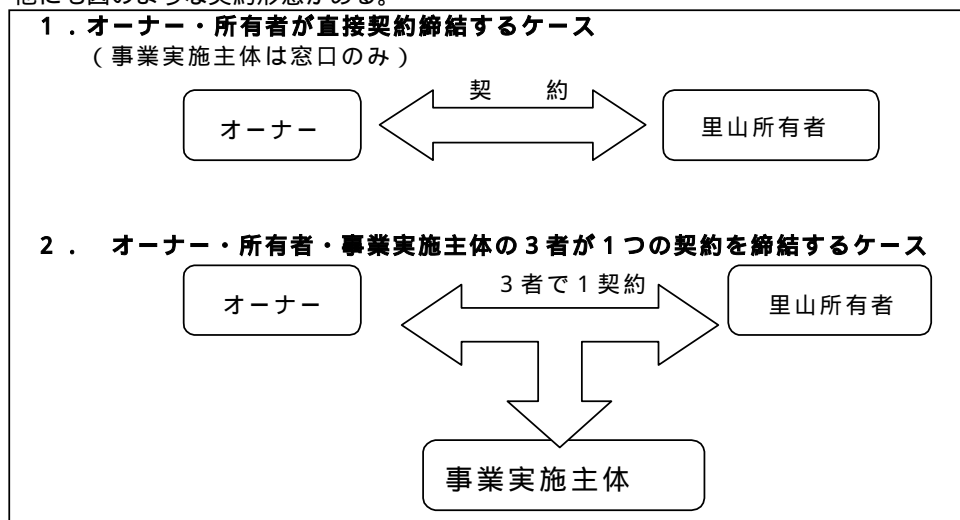
### 区画の広さと利用料、実施場所等

区画の広さや利用料は森林の立地条件により幅があるものの、1区画 1,000 m<sup>2</sup>で年間利用料 1 万円強が多いようだ（前掲表1参照）。実施にあたっては、地域の森林の実情や管理費用等を勘案して検討する必要がある。なお、実施場所としては、箱根外輪山のすそ野付近（南足柄市方面）や、大井町、中井町の丘陵地等が考えられる。

### 国の補助事業の活用

事業の実施にあたっては、里山の一部に共用の道具等を用意したり、それらを配備する施設づくり、ほかにもソフト面ではオーナーのための講習会開催等が必要になる。林野庁計画課では、こういった事業の支援対策を「里山林の新たな保全・利用推進事業」として、平成 13 年度から平成 17 年度の期間に設けており、市町村や都道府県に補助率 1/2 で事業の支援を行っている。実際、今回ヒアリングを行った自治体においても、こういった制度を生かしてオーナー制度を立ち上げている。

<sup>52</sup> 他にも図のような契約形態がある。





## エ その他実施にあたっての留意点

### 地元住民の理解<sup>53</sup>

森林所有者は第三者に森を貸すということに抵抗を持つケースが多い<sup>54</sup>。所有者の理解を得て、スムーズに事業を実施するためにも事業実施主体のリーダーシップ、制度への力の入れ具合が大切になる<sup>55</sup>。

森林所有者の理解に加えて周辺住民の理解も重要と言える。京都府綾部市で里山活動を展開している里山ねっとあやべ<sup>56</sup>事務局塩見勝洋氏は地元の理解を得ることの重要性を指摘する。里山ねっとあやべは活動拠点となっている事務所近辺の250戸の家々<sup>57</sup>にA3版の通信を配り歩き、活動への理解を求めた。その結果、活動に興味を持ってくれる方が現れ、新たな活動のインストラクター発掘につながった。森林所有者に加え、地元住民の理解を得ることが事業の円滑な実施、活動の発展のキーと言える。

また、制度の周知徹底により、地域住民がオーナーの存在を意識し、オーナー以外の者がみだりに里山に侵入するのを防いだり、オーナーが仮にルールに反する活動をした場合のチェック機能も果たす<sup>58</sup>。このようなことから、地元への地道な情報発信は欠かせない。

### オーナーのための講習会等の実施

里山オーナー制度は貸したら、終わりというわけにはいかない。実際、石川県森林管理課によれば「オーナーになったものの、なたの使い方を知らない」等、活動に当たっての技術習得を希望するケースが多い。平成11年から制度を実施している山形県においても、各地域でさまざまな講習を行っている（以下参照）。

#### 山形県ふるさとの森林オーナー推進事業において実施した講習内容（H11年～H12年）：

チェーンソーの使い方  
森林内での安全対策  
きのこの栽培方法  
燻製作り（インストラクターによる講習）  
森林探検（インストラクターによる講習）

「山形県ふるさとの森林オーナー推進事業 事業説明資料（平成13年度版）」p5 より

<sup>53</sup> ヒアリングを行ったどの自治体も共通して制度実施にあたっての重要事項と認識している。（前掲表1参照）

<sup>54</sup> 兵庫県豊かな森づくり室談。また、石川県森林管理課職員によれば、地域選定基準としては、「地形、立地条件等よりもまず、地元の理解が得られるか、否かが選定の大きな基準となる。」

<sup>55</sup> 兵庫県豊かな森づくり室談

<sup>56</sup> 里山ねっとあやべは京都府綾部市が市政施行50周年を記念して、2000年7月に市が中心となって発足した。閉校した小学校の校舎を拠点に田舎暮らし初級ツアーや森林ボランティアによる里山づくり等、都市との交流推進とゆるやかな定住増をテーマにした活動を展開し、将来はNPO法人化を目指している。

<sup>57</sup> 里山ねっとあやべは廃校した学校に事務局をおいていることから、以前の学区の住民に焦点をあて通信を配布した。250戸は学区内の世帯数。

<sup>58</sup> 石川県では、オーナーが入山する際に会員証を携帯するよう徹底している。これにより、地元住民も声をかけ、不審者かどうか、その場で確認できる。

**足柄上地域においてこうした講習会を行う際には、森林インストラクターの活用を提唱したい。**森林インストラクターは、社団法人かながわ森林づくり公社により平成2年より養成され、平成15年2月現在223名の方々が登録され、年間延べ約600名の方が活動している。社団法人かながわ森林づくり公社によれば、制度発足以来、インストラクターの派遣実績は増え続けてはいるが、派遣の申し込みを断ったことはなく、今後派遣の依頼が増加しても対応できる余地は十分にある。希望者は、社団法人かながわ森林づくり公社をとおして森林インストラクターの派遣を依頼でき、自然観察やクラフトづくりを楽しむことができる。また、何を受講すればよいかわからない希望者については、研修内容についての相談にも応じてもらえる。依頼費用はインストラクターの移動費となっており、利用しやすい。前述の、森林全般についての指導ができる林業普及員と併せて、具体的な活動のノウハウを学ぶことができる、頼れる存在である。

以上のような形での講習会の機会等の、オーナーが顔を合わせる場で相談にのったり、オーナー同士の話し合いの場を新たに設け、オーナー間で「森づくり」のイメージを共有する取組も大切である<sup>59</sup>。こうした会や場は活動の啓蒙につながるだけでなく、「お互いの顔が分かることで、入山ルールの徹底には一番効果がありそうだ」と石川県森林管理課職員は指摘している。

---

<sup>59</sup> 石川県の交流会や、兵庫県山崎町のコーポラティブ方式、山形県南陽市・新庄市のオーナー会等がそのよい例である。

あしがらの自然を生かした取組

2 憩う～農林業体験

## 提言 フルーツパークの整備

ミカンのオーナー制度が好評を博しているように、観光による農業振興は兼業化の顕著な足柄農業に一つの方向性を示している。観光客は、あしがらの自然とそれが育む食を求めている。あしがらでは、雨天時でも多様なフルーツのもぎ取り（お茶の摘み取りを含む）体験ができる施設の展開を可能にする素地がある。

提言のポイント：

周辺に集客能力の高い施設がある場所で  
雨天時対策と果実品質の向上を狙ったハウス栽培  
加工品を中心としたサイドビジネスの展開

### ア 足柄上地域の果樹と観光農園

現在、足柄上地域の果樹類は直売を除けば、どの果物も生計を営むには厳しい状況にある<sup>60</sup>。その冴えたるものがミカンであったが、オーナー制度の導入により収穫作業の削減と一定額の単価保証を生産者にもたらし、今後の農業振興のあり方に一つの方策を示した。しかし、ミカンのオーナー制度は小田原を中心とした西湘地域でも相当数が計画されており、今後新たにこれを足柄上地域で展開しても過当競争を招くことが予想される。

この地域は、その温暖な気候から柑橘を中心に様々な果樹の栽培が行われてきた。キウイフルーツ、ウメ、イチジク、ナシ等はミカンや水稻の転換作物として導入され、また、少量ではあるがブルーベリー、ブドウ、モモ、カキ等も生産されている。

一般に果物という範囲で見ると、イチゴやメロン、スイカ、高糖度トマト等もこの範疇であり、これらの内、観光もぎ取りとしてポピュラーなものは柑橘、ナシ、ブルーベリー、ブドウ、モモ、イチゴ等である。果物以外になるがお茶が山北町、南足柄市、松田町で生産され、特産物となっている。

そこで、足柄上地域では、西湘地域にはない多様な果物の栽培が可能であり、お茶が栽培されていることから、様々な果物のもぎ取りやお茶の摘み取りを体験でき、果物の加工品も味わえる施設、フルーツパークで観光農業を展開することを提案する。

### イ 足柄上地域における活用策

#### 実施場所の選定

もぎ取り観光では場所の選定は重要な要素であり、より多くの方の目に触れ、手軽に行

<sup>60</sup> 足柄上地域農業改良普及センター普及員

ける場所が望ましい。そうした観点に立つと周辺部に集客能力の高い施設があり、帰りに手軽に立ち寄れる様な場所で、さらに多様な果物（茶も含む）の栽培が可能な素地がある地域が候補になる。具体的には、松田山ハーブガーデンから開成あじさい公園、福沢公園を経て怒田のアサヒビール園に至るライン上、矢倉沢から大雄山を経て小田原に通じる広域農道沿い、いこいの村を中心とした相和地区の里山ゾーン等が候補となり得る。

### 求める品質

観光客がもぎ取り園に求めるものは、その場での食感である。環境の良さや接客等もあるが、まずは「食べて旨い」が顧客満足度を満たす最大の要因となろう。そうした意味では前述した候補地は「旨い果物」を収穫するにはやや不利な地域である（特に柑橘・落葉果樹類）。いずれも作土層が深く土壤が肥沃であるため、収穫量は高いが「旨さ」という点ではやや劣る<sup>61</sup>。実際、全国的に見ても果樹類の銘産地と呼ばれる所は土壤がやせたところが多い。そこで、**一部のもぎ取り園をハウス施設化し、雨よけ栽培を実施することを提案したい**。雨よけ栽培により果物の糖度が増し、「旨さ」を向上させるとともに、雨天時にも、もぎ取りが可能になる。足柄上地域の観光資源は自然系のものが多く、雨天時には、その魅力を失ってしまうものが殆どである。もぎ取り園を雨天時に対応できる観光資源とすることで、帰路に就く観光客の引き留め策となることが考えられる。また、山梨のモモに例を見るように、樹種によってはハウスを花見客に貸し出すことも展開可能である。

	雨天	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ハウスミカン(加温)													
晩柑類(無加温ハウス)													
モモ(無加温ハウス)													
ブドウ(無加温ハウス)													
イチゴ(加温ハウス)													
トマト(加温ハウス)													
ウメ(露地)	×												
キウイフルーツ(露地)	×												
ブルーベリー(露地)	×												
ナシ(露地)	×												
ミカン(露地)	×												
お茶(露地)	×												

図1 フルーツパークの暦

### 担い手問題

担い手は、高齢化と兼業化が著しい足柄上地域では最も難しい問題である。理想的には、一つの地域内にある農家が法人化し、集約的にフルーツパークを展開するのが望ましいが、農地の貸借や集積という問題があり、現実的には難しい。ただし、高齢化と兼業化が進む当地域では、近い将来、多くの果樹園地が遊休農地化する可能性は高く<sup>62</sup>、早い段階での

61 農業振興課果樹専門技術員

62 関東農政局神奈川統計情報事務所「2000年農林業センサスから見た神奈川の農業」による。

対策は必要と思われる。現状からすれば前述の候補地内を一単位に、地域内で果樹園やハウスをネットワーク化し、観光農園同士のゆるやかな結びつきでフルーツパークを形成するというのも一つの方策である（図2参照）。この場合も、オーナー制同様、組合組織を整備し、紹介機能を有する事務局を置く必要がある。

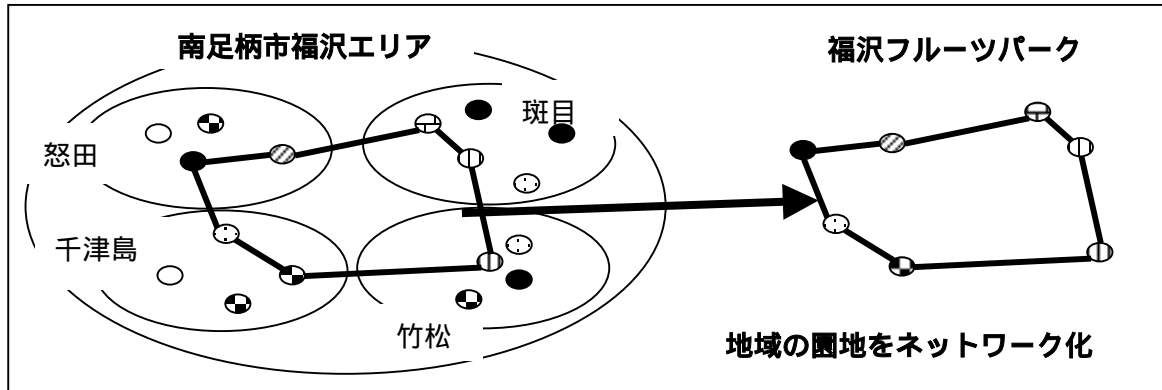


図2 フルーツパークイメージ図

### ウ サイドビジネスの展開

もぎ取り園では、新鮮な果物を食べてもらう他、一つ手を加えたものを提供したい。例えば、フルーツパークで採れたものを使ったフレッシュジュースやジェラード等がある。これらは小田原市に成功例があり参考にすると良い。具体的には、自園で採れた柑橘類を絞りたてのジュースとして提供している「ファーマーズカフェ」<sup>63</sup>や、地場産の牛乳をベースに各種のフルーツジェラードを販売している「小田原牧場アイス工房」<sup>64</sup>である。ともに観光地をバックに控え、観光客の「地元の物を！」というニーズを上手く捉えている。

もぎ取り園では不特定多数の人間が園内に入ることで、青果としての商品価値を損なってしまうものも少なからず出てくる。こうした「傷物」を加工品として商品化し、ロス分を充填する事も考えられる。加工品というと「～ジャム」、「～ジュース」や「～ワイン」が連想されるが、本当にそのフルーツがジャムやワインにして旨いのか、よく見極める必要がある。トライ&エラーは重要だが、産地にありがちな「とりあえず加工」では在庫リスクを抱えるだけである。昨年、足柄産イチジクの規格外品を用いて湘南や西湘地区の有名洋菓子店が行った商品試作では<sup>65</sup>、生産者レベルの加工とは次元の違う試作品が並んだそうである。地場産品やハンドメイドへのこだわりも大切であるが、異業種を巻き込んだ加工品開発は、全く新しい発想をもたらしてくれる。

田舎の素朴な加工品戦略を採るか、湘南や西湘といった近場ではあるが洗練された地域の風を吹き込んだ加工品戦略を採るか、どちらの戦略が良いかは言及できないが、幸いなことに観光農園では、多くの顧客に試食してもらえらるチャンスがある。試作した加工品のプチマーケティングができるという強みはある。観光客に好評なものができれば、地域のありきたりな土産物と一線を画すものとなり得る。

**また、お茶については手揉み体験やお茶席体験を設け、幅広いニーズへの対応が大切である。**

<sup>63</sup> 小田原市江ノ浦 148-7

<sup>64</sup> 小田原市曾我別所 194-12

<sup>65</sup> 地域資源活用新製品開発事業 第一委員会（H13.10.5）

あしがらの自然を生かした取組

2 憩う～農林業体験

## 提言 農村レストランの整備

農村生活への関心や新鮮で安全な食文化への期待の高まりの中で、足柄上地域においても、地場農産物を食文化としてトータルに演出し、さまざまなメッセージを込めて消費者とのコミュニケーションをとることができる場づくりが必要である。

そこで、体験型・交流型農林業を「食」の観点から捉えた農村レストランの展開を提言する。

ここでは、農村レストランを、観光を基盤とした地域活性化をテーマとしたコミュニティビジネスとして捉える。地域資源の見直しと有効活用に基づき、地域でつくる住民と観光客との交流拠点を目指すビジネスの展開である<sup>66</sup>。

提言のポイント：

身の丈にあった経営展開

地場農産物を使用したメニュー

あしがらの「食」のイメージをアピール



農村レストラン：栃木県馬頭町陶里庵<sup>67</sup>

<sup>66</sup> コミュニティビジネスとは、地域の労働力や原材料、技術力を活用して地域のニーズを満たすビジネスのことで、地域課題の解決や地域経済活性化に貢献するものとして期待されている。

地域で必要とされながら、行政も民間企業もあまり取り組んでいない分野が主な事業範囲であり、内容は観光も含め、多岐にわたる。要するに、行政が行う非営利の公の事業と、民間企業が行う営利の私的事業の中間にある。個人の利益ではなく、地域のニーズに応えることを第一としながら、採算性も両立させることがコミュニティビジネスの大きな特徴と言える。実施主体は、NPO(民間非営利活動団体)、企業組合、農業法人、有限会社、株式会社等で、任意団体や個人でも構わない。

<sup>67</sup> [http://www.pref.tochigi.jp/minaminasu-nsj/shisetsu/tyokubai/map1\\_32.html](http://www.pref.tochigi.jp/minaminasu-nsj/shisetsu/tyokubai/map1_32.html)より

## ア 食と交流の場としての農村レストラン

農村レストランは、「農家ないし農業関係者が主体となって経営し、農家自ら生産した食材、または地域の食材を使って調理・提供しているもの」が一般的な定義とされている<sup>68</sup>。

農村レストランは農家の有望な副業の一つとして位置づけられ、国際的にも定着している。例えば、フランスでは、500カ所近い農村レストランがあるといわれており、国民生活にも定着している。

日本においても、ここ数年の間に農村レストランへの取組は活発化した。背景には、都市部在住者の農業・農村への関心の広がりとともに、新鮮で安全な食文化への期待の高まりがあげられる。農村レストラン経営者にとっては、このようなニーズを新たなビジネスに結びつける契機であり、都市部在住者にとっては、新鮮でおいしく安全性の高い手作りの食事を楽しめる契機となっている。

## イ 足柄上地域の現状

地域における「食」を扱う活動としては、農協の敷地等を利用した地場農産物の直売所があげられる。直売所では、生鮮品だけでなく、地域の女性農業者が地元の農産物を加工し、すぐに食卓にだせる惣菜等も多く扱っている。

また、開成町の「あしがり郷」では、地域住民が参加して、瀬戸屋敷の活かし方をテーマ別にグループに分かれて検討しており、その一つとして食文化グループがある。食に関する活動例としては、平成14年6月に行われた開成あじさい祭において瀬戸屋敷敷地内で収穫した梅の販売、地域や瀬戸屋敷内の食材を生かしたレシピの収集・整理等がある<sup>69</sup>。

他にも、結成から40年の歴史を持つ農家生活研究会は農業経営の向上を目指し、女性農業者のネットワーク化を図り、平成14年度現在で68名の会員を有する。その活動の中にも各会員のこだわりの味を披露しあう場が設けられている。

このような食の活動の展開に加え、活動を支える人材も、地域で蓄積されている。例えば、足柄地域農業改良普及センターでは、地域の食等を中心とした伝統の生活技術を伝承している方を「ふるさとの生活技術指導士」として認定し、指導士の技を披露する場（「ふるさとの味展・生活技術展」）を定期的に設けている。現在57名の技術指導士が登録されており（平成15年2月現在）、指導内容も漬物、茶饅頭、みそ、かりんとう等伝統食から、ブルーベリージュース、ジャム、お茶パンまで幅が広い。

さらに、地元でとれた新鮮で安全な生産物を地域で消費してほしいという考えに基づいた流通ネットワークの取組がある。「足柄地産地消 こだわり家」は、思いを同じくする生産者、商業者、消費者が自主的に立ち上げたネットワークである。会では無農薬、有機肥料等こだわりを持って生産した商品を取り扱い、観光イベントへの出店、商品紹介の開催で積極的にアピールしており、現在、会員は120名余になっている。

**地域の食に関する活動は広がり、人材も蓄積され、ネットワーク化も進みつつあり、これらを生かした農村レストラン事業を実施・展開することを提言する。**

<sup>68</sup> （財）都市農山漁村交流活性化機構企画編集 『農家レストランとグリーンツーリズム』、（財）都市農山漁村交流活性化機構、2000、p3

<sup>69</sup> 詳しくは、開成町のホームページに瀬戸屋敷の活動を紹介している「瀬戸屋敷ワークショップ通信」等がある。

## ウ 足柄上地域における活用策

農村レストランを実施・展開する際は、次の4点がポイントになると考えられる。

### 「身の丈」で質の高い経営展開

コミュニティビジネスの典型は、「身の丈」で質の高い初期投資と経営展開である。足柄上地域において、農村レストラン事業を実施するに当たっても、**初期投資は全般に少なく、既存の施設の活用や補修によって、農家らしさを大事にした、「身の丈」で質の高い経営を行うことで、確実な顧客の確保を図る必要がある**<sup>70</sup>。

そのための手法として提言したいのが、「弁当・惣菜の直売事業からレストラン方式への段階的に規模を拡大する事業展開」である。

まず、あしがらの地場産物を生かした仕出し弁当や惣菜等の販売を中心に事業を展開する。この弁当・惣菜の直売事業をある程度軌道に乗せることが重要である。なぜなら、いきなりレストラン規模で事業を大きく展開しても、初期投資だけが大きくなり、事業がうまくいかなかった場合に、投資返済額だけが增大する可能性が出てくるためである。

弁当・惣菜直売事業がある程度軌道にのってきたら、段階的にレストラン事業実施・展開のための設備投資を行う方法をとるほうが望ましい。

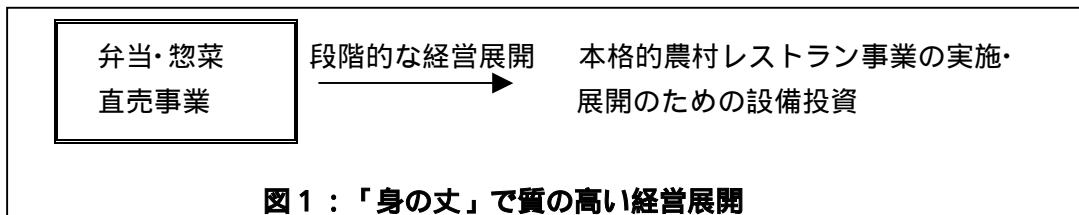


図1：「身の丈」で質の高い経営展開

また、コミュニティビジネスは、生活に根ざした地域の課題を解決し、地域経済を活性化しようとする個人や団体の自発性・主体性をもとに実施するのが基本である。したがって、農村レストラン事業に対する行政（県）の役割としては、支援機関として、事業の具体的実施・展開にかかる専門アドバイザー的役割を担うことが求められる。

### あしがらの特色を生かした個性的メニューと食材調達面での地域間連携

**あしがらの地場農産物を使った、地域の特色を生かしたメニューを開発し、提供することが、最大のポイントとなる。**キーワードは、郷土の味（足柄の空気や香りを感じさせる素材と提供法）、強い一品、ヘルシー感・素材の良さ、であり、あしがらの独自性を生かしたメニュー内容が求められる<sup>71</sup>。これについては、前述の瀬戸屋敷ワークショップ

<sup>70</sup> 農村レストランは、一般的に、以下の3点について地域として関係者が連携して取り組むことから、コミュニティビジネスとして位置づけられる。立ち上げに必要な施設、資金、労働力の調達、利用客のニーズに応える新鮮・安全な地域食材の安定的確保、地域伝統料理調理法の継承習得・地域食材の良さを生かす調理法の工夫

以上、（財）都市農山漁村交流活性化機構企画編集、前掲書、p7

<sup>71</sup> 武田真理子 「食への期待 旅館を例に」（株）日本観光協会『月刊観光』、No.419、2001、p27  
ここでは、郷土料理を中心に述べたが、将来的には、若い人の洋食志向が今後も続くことから、顧客ニーズを考えると、次世代の農村レストランとして、地場農産物を生かしたパスタやピザをメニューに取り込むことが重要であり、これらのメニューは、若い女性を中心に取り組んでもらいたいとする意見も



のグループでレシピが蓄積されていることや、生活技術指導士による下写真のようなお弁当づくりの取組があることから、十分対応できると考えられる。

フランスやイタリアの農村レストランのように、食材は全て地元調達という原則が確保できれば理想である。しかし、自給できるものには限界があることを勘案すれば、地域間の連携による食材の確保が必要である。



### 「食」のイメージのアピール

地域における「食」のイメージをアピールすることが、農村レストラン成功の鍵を握っているといっても過言ではない。そのためには、地域における情報ネットワークを充実させることが重要である。

この情報ネットワークは、口コミが基本になると考えられるが、「食」のイメージを地域の内から外へとアピールするには、観光協会等が、HPに情報を掲載し、広く提供する必要がある。

また、初期段階におけるお弁当の事業等を開成あじさい祭時に瀬戸屋敷で販売する等、イベント時に試験的に販売することで、短期ながら、観光客に直接アピールできる。こういったイベントで実施されているアンケートを通して、運営側はメニュー等への観光客の反応を知ることでもでき、次へのステップにつながる。

以上のようなアピールを通じて、地域における「食」のブランドイメージを確立した段階で、共通したステッカー等誰にでも親しみやすい表示を提示することも考えられる。

---

ある。(前日本農業新聞記者 山本 和子氏、「農家レストランのマーケティング」「農家レストランとグリーン・ツーリズム」財団法人 都市農山漁村交流活性化機構 平成13年12月)

あしがらの自然を生かした取組

### 3 魅せる～花

## 提言 フラワーカントリーの推進

花は人々に「やすらぎ」と「うるおい」を与え、古くから観光との関わりが深く最近ではフラワーツーリズム（花の観光地への旅行）等も提唱されている。

足柄上地域においても「花と水の交流圏づくり」を進めているが、花の観光ポイントが少なく、手軽に鑑賞できる街中から郊外にかけてポイントを増やし、地域全体が「四季折々の花に彩られた地」となるように、花いっぱい運動を展開することが必要である。

提言のポイント：

地域との連携による地域の玄関口（駅周辺）の装飾

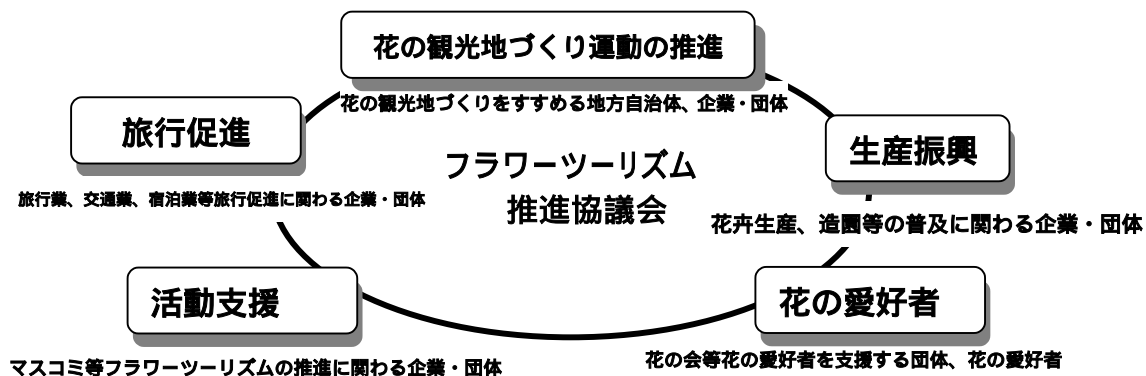
農地を活用した花のスポットづくりにコンセプトを持って取り組む

オープンガーデンによる「憩い」と「交流」の場づくりはルールの徹底を

### ア 全国的な花の観光の動向

花と観光の関係は古く、代表的なものは(サクラの)花見で、身近な名所に出かけることが観光の中心となっていた。その後、梅園、ぼたん園、菖蒲園等の庭園や「ツツジ」、「ミズバショウ」、「ニッコウキスゲ」等の群落が自生する山野等が観光の対象になった。最近では、観光地化を目的に作られた花のテーマパークや農地を利用した大規模なフィールドフラワーづくりの取組が見られるほか、イベント会場での花の装飾等、観光と花の関わりが多くなっている。競技場周辺や各種のテーマパーク等においても装飾に多くの花が利用され、美しい景観の形成とともに「いやし」や「もてなし」等の精神的な面での果たす役割も大きく、これからの観光に必要なものとなっている。

このような動きの中で、花の観光地づくりとそこへの旅行促進により、「花による国内観光の振興」を目指して、2002(平成14)年11月に「フラワーツーリズム推進協議会」が設立されている（下図参照）。



フラワーリズム推進協議会の事業展開計画<sup>72</sup>

ネットワークづくり	花の観光地、フラワーリズムに関わる産官学、花の愛好者のネットワークづくり
イベント事業	花の観光地づくり大賞の開催 花の観光写真コンテスト等各種イベントの開催
広報・宣伝事業	フラワーリズムガイドブックの発行 ホームページの開設、インターネットを利用した情報提供
研修事業	フラワーリズムセミナー等各種研修会の開催
調査・研究事業	花の観光地づくり、フラワーリズムについての調査研究

## イ 足柄上地域の現状

### 花資源の現状

地域に自生している花としては、箱根ほど多くの名所は無いが、丹沢山塊や箱根外輪山等の山野に木や山野草の花が咲き、多くのハイカーを楽しませている。例えば、檜洞丸山頂付近の「シロヤシオツツジ」はその代表例である。しかし、最近では一部の種類は減少傾向にあり、特に里山周辺に多く自生していた「ヤマユリ」の減少が著しくなっている。

一方、人工的な花の名所としては、大雄山最乗寺の「あじさい参道」、山北駅周辺や大口文命堤の「桜並木」等が古くから有名であり、新しい所では「あじさいの里」「松田山ハーブガーデン」等が整備されている。最近では松田山の「早咲き桜」、ふくざわ公園周辺の「酔芙蓉」、酒匂川左岸の金手地区の「菜の花」等が加わり、さらに、酒匂川沿いに広がる水田のあぜに「彼岸花」を植える等、花の名所づくりが進められている。

また、街中ではスポットガーデンの整備やプランターの設置等による景観づくりも行われている。

### 花を活用した観光の取組と課題～花と水の交流圏づくりについて

西湘地域も含めた県西地域での取組として「花と水の交流圏づくり」が進められている。「花」と「水」をキーワードにした観光・交流スポットの整備と情報発信等の事業により、集客力を高め、地域の回遊性を増し、観光客の滞在時間を延ばすことを目指すものである。

この中で、直接花に関連する取組としては、南足柄市が取り組んでいる「あしがら花紀行」があり、花による景観づくりを進めることで集客を図り、イベント開催や農産物等の交流型販売等を目指している。また、県観光協会のホームページ「観光かながわNOW」を利用して「かながわWEST花と水の交流圏」を開設し、花の見頃やイベント等の情報を提供している。

しかしながら、「かながわWEST花と水の交流圏」の「花の見頃」に掲載されている足柄上地域の花のスポットは21カ所で、西湘地域の48カ所に対し半分以下と少なく、また、鑑賞時期の多くは4月に集中(11スポット)し、うち鑑賞対象植物が「サクラ」であ

<sup>72</sup> p53の図と共に『特集 フラワーリズムの推進』、「月刊 観光」、(社)日本観光協会、2002年11月号 p39より

るスポットが9カ所となっている等、鑑賞時期や花の種類に偏りがある。

これは、行政中心の取組であることから、地元住民や団体等からの情報把握が十分ではないためと考えられる。必ずしも鑑賞価値のある花のスポットを網羅しておらず、既存スポットの活用を主眼に置いていることから、開花時期・花の種類や見せ方等に戦略的な取組が不足している。

これらスポットは公共的オープンスペースが多く、花の維持管理や周辺の清掃等の多くは行政対応で行われており、経費等の面から限界もある。地元住民等の参加を進め、地域全体で取組を進めていく一層の取組が必要である。

## ウ 足柄上地域における活用策

花の活用にあたっては、既存の花スポットを補う形で、花資源を掘り起こし、街中や郊外の特性を生かした新たな花スポットづくりを進め、観光客が何度も訪れたいくなる仕掛けをつくること（**リピーターの確保**）が大切である。また、こうした仕掛けについて、住民自らが作ることを楽しみ、花が咲いたら嬉しい、訪れる人がいたら、「もてなし」の心を持って接すること（**住民による「嬉しい」と「交流」の場づくり**）が大切である。

以下、こうした観点に立って、市街地、農地、個人の住宅というスポットごとに具体的な活用策を述べる<sup>73</sup>。

### ウエルカムフラワー（市街地の装飾）

花による観光を目指すには、まず訪れた人に、当地域は「花がいっぱいきれいだ」とのイメージを植え付けることが大切となる。このため**足柄上地域の玄関口となる松田駅や新松田駅、大雄山駅周辺等に花のデコレーションを設置し、明るく華やいだイメージを創造することを提案する。**

このように、駅周辺に花の植え込みを増やす際には、一般的なプランターを設置するだけでなく、花文字や絵を描いたフローラルウォール、照明施設等のポールを利用して吊り下げたフラワーボールやハンギングバスケット、フラワータワーやフラワーピラミッド等三次元的な装飾を取り入れることで、変化のある、モダンな雰囲気を醸し出すことができる。こうした街づくりは、訪れた人を「歓迎する」という気持ちを表すことが主眼であるが、話題性もありマスコミや口コミによる宣伝効果を発揮する。また、地域の住民にとっても街に明るさが出てきて、周辺の商店街等の活力につながる。

事業の実施については、当初のハード整備は行政が行うことが考えられる。他方、年2、3回の植え替えや水やり等の**維持管理を「誰が行うか」が課題となるが、制作については栽培技術のある農家や農業学校等へ委託し、水管理等は自動灌水装置を設置したり、地元商店街や自治会等が行うシステムが考えられる。**

<sup>73</sup> 具体的な活用策については、サカタのタネ(株)造園緑花部から多くの示唆を頂いた（資料編「団体等ヒアリング概要」p115 参照）。

フラワータワー



フローラルウォール



フラワーボール



以上3点、(株)サカタのタネより写真提供

### フラワーフィールド（農地の活用）

#### a 農業生産による花の景観

黒米等の色の違った水稻等の品種を利用して畑や田んぼに文字や絵を描くフラワーフィールドは、農業委員会や農業者の協力を得ることで、実施が可能である。

例えば、小学生等による「米づくり体験教室」実施すれば、出来上がりを楽しみにして「遊び」の感覚で農作業に取り組むことができる。このような田が地域に数枚作られると、観光客は驚きをもってこれらを眺め、また報道関係が取り上げる可能性も高く、更なる地域への観光客の集客につながる。作るに当たって注意すべき点は、種籾を確実に保存することと、描く文字や絵をシンプルにして植えやすくするとともに、輪郭をはっきりさせることである。



黒米による文字『完走』（大井町）

また、鑑賞価値のある花を咲かせる農産物の導入等、農業生産と合わせた花の観光スポットづくりも取り組む価値がある。このような事例としては、曾我の「ウメ」、

秦野の「八重ザクラ」、山梨の「アンズ」や「モモ」、富良野の「ラベンダー」や「バレイショ」、各地の「ナノハナ」や「ソバ」等がある。この他、「ハナマメ」「オクラ」「サフラン」「ナシ」等も花のきれいな作物・果樹であるが、これらはまとまって産地化されることで、同じ作物の花が一面に咲く景観ができ、鑑賞価値が上がる。

現在、当地域では南足柄市で生産されている「キクイモ」のほかは、ほとんど見受けられないが、例えば、露地での「パンジー」や「ハボタン」等の花壇用苗の生産は、開花から販売までの期間に畑で鑑賞することができる。また、直接消費者が自分で欲しい物を選び、必要な量を畑から掘り取ってもらい販売方法を導入することもできる。しかし、導入の初期にあたっては、行政が販売面や生産技術の指導において支援する必要がある。

ここで取り上げた提案は、あくまでも農業生産活動を基本としたもので、花等の景観づくりは副次的なものとなるが、担い手である生産者や行政等が、農業生産の取組において、「ちょっと観光を意識する」ことで可能となるものである。



### パンジーの生産

#### b 花の非営利栽培による遊休化農地の活用

農地は本来、農業生産に利用するものであるが、担い手の不足等からこれが困難となった場合は、農地が遊休化から荒廃地化する恐れがあり、地域の景観を損なうのみならず、地域活動の停滞感を引き起こす。

このため、遊休化が懸念される農地を活用してある程度面積のまとまった花園（フラワーフィールド）を作り、地域の花の質・量とともに充実させることを提案する<sup>74</sup>。既存の花スポットを補完する形で花の種類や開花時期を調整し、このフラワーフィールドを生かしたお祭り等イベントの開催により観光客を誘致する。

実施にあたっては特別な整備を必要としないが、耕耘・整地・種まき・草取り等の管理作業は必要となる。しかし、農地所有者の労力は期待できないことから、行政、住民、ボランティア等が協力して管理作業を行う体制づくりが不可欠となる。また、フラワーフィールドは、花がただ「咲いていれば良い」というわけではなく、「見せる」ことを念頭に置いて、開花時期、花の色、草丈等を勘案して花の種類を選び、管理においても「省力化はしても手抜きはしない」をモットーに取り組むことが大切である。実施にあたっては、一定の試験期間を設け、花が順調に育つか、地域住民の印象はどうか、等を確認すること

<sup>74</sup> 秦野市堀山下では、農地一帯に菜の花が栽培されている。1983年から市が市内の農家に栽培を依頼する取組をはじめ、現在では市内で計8万m<sup>2</sup>に菜の花畑が広がっている（<http://mytown.asahi.com/kanagawa/>より）。

も重要である<sup>75</sup>。

推進役としては農業委員会等が想定され、農地所有者と農地の利用について調整を行う必要がある。また、地区の住民を巻き込んだ管理母体をつくり、楽しみながらみんなで花づくりを進めることが、長続きの秘訣である。

管理の上で一番の課題となるのは雑草取りで、特に、夏場は雑草の生育が早いため、雑草が生えた初期の段階に行う必要がある。予防策としては、花の種を全面にばら撒くのではなく、畝を作って畝に種を播くことで草取りがしやすくなるとともに、畝間に腐植布等でできたマルチを敷くことで雑草の繁茂を抑制できる。また、種を播く時にシーダーテープ等を利用すると均一に播けるとともに、文字や模様を描くことも簡単で、変化に富んだフラワーフィールドを作ることができる。一年草を利用すると同じ農地で毎回違う花を咲かせることもでき、花が終わった後に耕運することで雑草を抑えることができる。しかし、このように同じ農地を利用する場合は、前作の花の種が自然にこぼれて発芽し、新しく作る花と混合してしまう恐れがあるので、実を結ぶ前に必ず刈り取る必要がある。

見せ方については戦略的なものが必要で、以下のように、地域である程度統一したコンセプトの基に協力することでより効果的な観光客の誘引につながる。

\*コンセプトの考え方(例)

春、夏、秋の一時期に、地域にある全てのフラワーフィールドで一斉に開花させるようにし、個々の場所ではテーマを統一する(例えば市町のシンボルマーク、アニメ、文字、迷路等)とか、花は全て同じ種類に統一して、色を個々の場所です変える等、地域全体でまとまりのある見せ方。

地域の花の観光スポットが端境期になる時期を補完し、早春から晩秋まで、いつでも地域内のどこかに花が咲いているスポットがあるように、個々のフラワーフィールドの開花時期を調整した見せ方。

既存の花の観光スポットを強化し、魅力をアップする意味で、開花期に合わせて近隣の場所に種類の違う花が咲くようにし(例えばサクラの名所に合わせたナノハナ畑)、相乗効果を上げる見せ方。



フラワーフィールド(㈱サカタのタネ提供)

ほかにも、花の時期にイベントを開催し、農産物等の販売等で収益を上げ、花の種代や肥料代等を賄う工夫や、最終日には地元住民や観光客が花を摘み取れるようにする等の取組も考える必要がある。

<sup>75</sup> 香川県宇多津町等がこの例である。

## オープンガーデンの推進

オープンガーデンは、イギリスの慈善団体が個人の庭園等を有料で一般の人々に開放し、その収益を看護・医療等の公益団体に寄付する活動から始まり、現在は、交流の場としての意味合いが強くなり、カナダやニュージーランド等でも盛んに行われている。日本では最近になって普及し始めた状況で、地域の花や庭好きの者同士が交流を目的にして開いており、年中無料公開や日時限定の有料公開等様々である<sup>76</sup>。個々のオープンガーデンにおいては、ホストとゲストの関係で、訪問者と園主がお互いに交流を楽しむ形となるが、一つ一つの庭の規模が小さいことから、訪問者は地域に公開されている庭園を数箇所見て回るケースが多く、トータルとして新しい観光資源となっている。公開方法としては、園主がそれぞれの庭に咲く花等の状況に応じて公開の時期を決め、地域で定めた一定のルールに基づいて一般に供する。オープンガーデンは個人の庭園を公開するものであることから、継続させるためには訪問者によくマナーをわきまえてもらうことが一番大切となる。



農家の庭（山北町）

足柄上地域でオープンガーデンを考える場合、一般の住宅に比べ庭が広く、庭園樹や草花、庭石や池等に彩られた日本庭園風の庭が多い農家の前庭が一つの候補となる<sup>77</sup>。また、旧家等によく見られる「藤」「梅」「枝垂れ桜」等の老木や巨木が1本、庭にあるような庭も候補となる。最近のガーデニングブームに見られるように、花を主体とした庭づくりを行う者は増えており、こうした家の庭はこじんまりしていても凝ったものが多く、オープンガーデンに適している。実施に当たっては、**趣旨に賛同する個人の庭が対象となるので、当初の動きかけは行政が一定のルールをつくりながら進めていくこととなる。**

ルールについては、受け入れ側の共通した取り決めとともに、個人の敷地を開放することとなるので、訪問者への「お願い」という形で、利用の際のマナーを示す必要がある。先進事例等からルールの例を示すと次ページのようなものが考えられる。

<sup>76</sup> 日経新聞 2003.3.6(夕刊)

<sup>77</sup> 千葉大学園芸学部安藤教授の示唆による。



\* 受け入れ側の取り決め<sup>78</sup> (例)

オープン内容(時期、庭の特徴、茶の接待や物販の有無等)を事務局に登録する。

入口にオープン期間・時間、オープン場所を明示し、入園料が必要な場合は金額等を明示する。

茶等の無料接待は行わない。ただし、有料での接待や農産物等の販売は園主の自由とする。

庭及び周辺にゴミ箱を設置しない。

オープン時間中は、特別な場合を除いて水やりを行わない。

在宅時は訪問者とあいさつを交わすとともに、交流を深めるように努める。

不在の時に庭をオープンする場合は、戸締まり等をきちんとする。

\* 訪問者へのお願い<sup>79</sup> (例)

「オープンガーデン」の表示が無い庭に入るのは、絶対にやめましょう。

「本日の入園はご遠慮ください」「これより先はご遠慮ください」等の表示があるときは、これに従いましょう。

生活者や他の鑑賞者に迷惑とならないように、節度を持って鑑賞しましょう。建築物・器具等を傷つけたり、植物を抜いたり、折ったりすることは絶対にやめましょう。

敷地内での喫煙や飲食は、特別の場合を除いてやめましょう。

ゴミは敷地内や周辺道路等に捨てず、必ず持ち帰りましょう。

写真を撮るときは室内に向けず、周辺の家にも迷惑をかけないようにしましょう。

敷地内への入退場時には、一言声をかけ、庭の持ち主や他の鑑賞者に合ったときは、気持ちよくあいさつをしましょう。

ペットの持ち込みはやめ、小さなお子さんは走り回らないように気を付けましょう。

お茶等の有料サービスや物販を行っているお宅以外で、トイレの借用を遠慮しましょう。

このほかに、**参加しているオープンガーデンのマップ作成やオープンガーデンに統一した表示を掲げる等、訪問者が訪れやすい環境づくりが必要である。**

<sup>78</sup>小布施町 HP ( <http://www.town.obuse.nagano.jp/hana/openG/open.html> ) 及び伊豆オープンガーデンクラブ HP( <http://www.i-younet.ne.jp/~opgarden/opg-outline.html> )を参考に作成

<sup>79</sup> 前掲のHP

交流を進める仕組みづくり

1 ふれあい～交流を進める支援体制の確立

## 提言 観光ボランティアガイド

観光ボランティアガイドは、多様な目的を持った観光客に適切に地域の情報を提供し、心地よい案内を買って出る、地域の歴史や情報に精通した案内役である。ホストとゲストの関わりを深める「人によるもてなし」の中心となる。

提言のポイント：

予約制と待機スポットの併用

公表を前提としたボランティアガイドの登録

地域情報に精通したボランティアガイドの活用

### ア 観光ボランティアガイドの意義

観光ボランティアガイドのイメージと役割については、いわゆる「観光ガイド」と共通し、ガイド役として地元の観光地や観光スポットを案内する案内人である。しかし、提言が意図しているのは、単なる観光案内ではなく、それを通じた地域によるもてなしであり、地域の人と観光客の交流である。

もてなしを受ける観光を好むのか、一人で気ままな旅を好むのかの志向は、個人差や年齢による違いもあると思われる。

しかし、2003（平成14）年度に神奈川県が、県政モニター課題意見「神奈川県の観光について」の中で、400人の県政モニターの方を対象に、観光ボランティアについて聞いたところ、「機会があればしてみたい」という割合が全体の64.4%を占め、「特にしてみたいとは思わない」という割合の31.7%を大きく上回った。この傾向は年齢層が高くなるほどより強いものとなっている（図1参照<sup>80</sup>）。また、観光客に対する地域のもてなしは、「そ

□機会があればしてみたい  
■してみたいとは思わない  
■したことがある

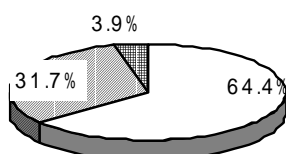


図1：観光ボランティアについて

□住民も行った方がよい  
■住民も行った方がよい  
■無回答

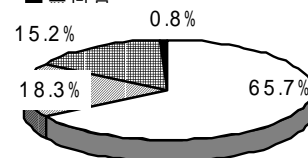


図2：住民のホスピタリティについて

<sup>80</sup> 平成14年度県政モニター課題意見（第1回）「神奈川の観光について」より

ここに住む住民も行った方がよい」とする割合が 65.7%を占め、「特に住民が行う必要はない」とする割合の 18.3%を大幅に上回った<sup>81</sup>。

このような観光ボランティアガイドに対する需要は今後確実に増えていくと考えられる。また、地域住民がボランティアとして参加できる道を開くことは、地域全体の観光地づくりの機運にとってもきわめて重要な手段となる。

## イ 足柄上地域における活用策

### 実施主体

観光ボランティアガイドは、本来、地域の自主的・自発的な取組であり、自主的な団体や組織によって担われることが望ましい。しかし、現状では、自治体の組織力と広報宣伝の力で事業を立ち上げるところが多く、足柄上地域の場合も、まず、地元の市・町の自治体が音頭をとってボランティア制度を立ち上げることになる。

そして、その後の制度の活用状況を見ながら、実施主体をより広域的な活動団体である「あしがら観光協会」等の団体に移行し、あるいはボランティアの協議組織の自立を促して、自主的団体とすることが望ましい。

### 募集方法

観光ボランティアガイドの募集は、市・町の広報誌やホームページ上の案内によって行うことになる。これは、既存の媒体を使うことになるので比較的容易に出来る。

募集にあたっては、応募する観光ボランティアガイドの方に、連絡先、自分の活動できる時間帯や曜日、さらに案内の際の得意分野等を、公表を前提にして応募してもらうことが重要である。

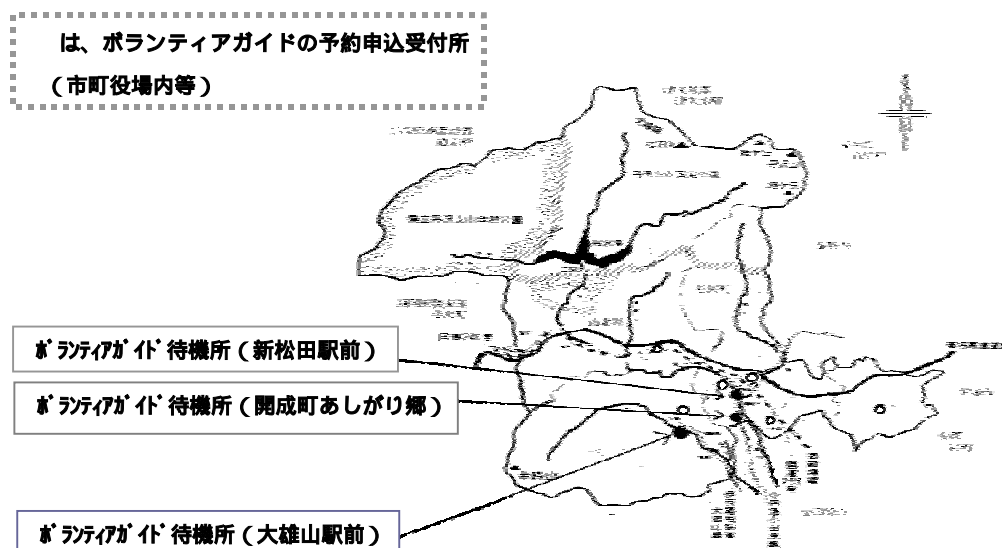


図3 観光ボランティアガイドイメージ図

<sup>81</sup> 前掲書より

### **案内方法**

案内の方法は、原則として観光客とそのボランティアとの個別の契約により、自由であるが、いくつかの中心的なモデルコースを用意しておいた方がよい。また、原則として、予約制とし、観光客が事前に実施主体に対して申し込みを要するが、観光客が多く集まるポイントにボランティアガイドの待機所を設け、当日の随時受け付けも併用することが考えられる。

この待機所としては、大雄山線大雄山駅前、小田急線新松田駅前等の乗降客数の多い駅周辺に常設することが考えられる。

また、「開成あじさい祭」のように、一時期に多数の観光客が集まるイベントに合わせて、小田急線開成駅前やあしがり郷等の場所に、非常設の待機所を設けることも考えられる。

### **発展のための工夫**

実際の取組事例として、湯河原町の観光ボランティアガイドの運営状況をヒアリングした（資料編「団体等ヒアリング概要」、p95 参照）。その結果を参考に、発展のための工夫を述べたい。

- ・観光ボランティアガイドの実施にあたって、担い手であるボランティアの確保は比較的容易だが、観光客の反応に関しては実際行って見なければわからない要素が強い。初めからあまり幅広に行うのではなく、もっとも観光客の需要が見込まれる地域等に絞って始める。
- ・頻繁に利用される観光ルート、評判が良い案内等の利用の実態は、実施事務局が個々の観光ボランティアガイドの方とよく連絡を取らない限り、実施主体には分かりにくい。そのため、実施側の用意したメニューが実際の需要と乖離するということが起きる可能性がある。よりよい実施のためには、観光ボランティアガイドと実施事務局が連絡を密にし、さらには利用した観光客の意見を把握する仕組みを作ることが必要となる。

交流を進める仕組みづくり

1 ふれあい～交流を進める支援体制の確立

## 提言 体験インストラクターの活用システム

体験インストラクターは、地域の文化の通訳（インタープリター）である。

自分の住んでいる地域とは別な社会での体験を望む観光客が東京や横浜等の都市部から足柄上地域を訪れた場合に、体験学習の場を通じて、地域の文化を通訳してくれる体験インストラクターの存在が重要になる。

体験インストラクターは、それぞれの分野での専門家だけではなく、地域文化の体験指導ができる多くの一般住民の参加が望まれる。そのためには生涯学習や地域活動の分野等で、すでに地域において指導の実績がある方や、今後こうした活動を通じて社会貢献をしたいと考えている潜在的な人材を積極的に発掘し、活用できる仕組みが必要となる。

提言のポイント：

地域の文化に精通したインストラクターの積極的な登録と活用  
個々の施設と連携した登録システム  
観光客の多様なニーズに応じた体験型プログラムの用意

### ア 体験インストラクターの意義

体験インストラクターとは、地域の観光施設で体験型プログラムを実施する場合に、参加者である観光客に対して指導を行う人のことをいう。例えば、地域の歴史や文化についての講義をする講師、レクリエーションやスポーツの指導者、木工教室や工芸教室の指導者、さらには農業体験を行う際の指導者等が該当する。

各施設がこうした事業を実施する際に、観光客のニーズに応じて、いつでも使いやすい形で体験インストラクターが配置されていることは、体験型観光の質を高める上で、不可欠である。

具体的には、**地域全体で体験インストラクターの存在と所在を共有出来る登録・活用制度を作ることが必要となる。**これを「**体験インストラクター登録システム**」とする。このシステムに併せて、個々の観光施設の側でも、体験インストラクターについての情報を名簿等の形で備え置くことも必要となる。

### イ 足柄上地域の現状

観光施設では、体験型プログラムを実施できる設備を持つところは多い。しかし、現地ヒアリング等から得たものとしては、かつては体験学習や指導教室を実施していたが、適当な講師がいない、あるいは常設で開催する程のニーズがない等の理由で、現在では体験

型プログラムが休止状態になっている施設が見受けられた。他方で、観光客のニーズに即する形のプログラムを実施している施設については、年々受講者の増加が見られるところもあった。

こうした点から、各施設がその特色を生かし、観光客のニーズに即した事業メニューを考えるとともに、他方で、**体験型プログラムを担う指導者の存在について各施設が適格に把握できるよう、使い勝手の良い仕組みを用意することが重要である。**

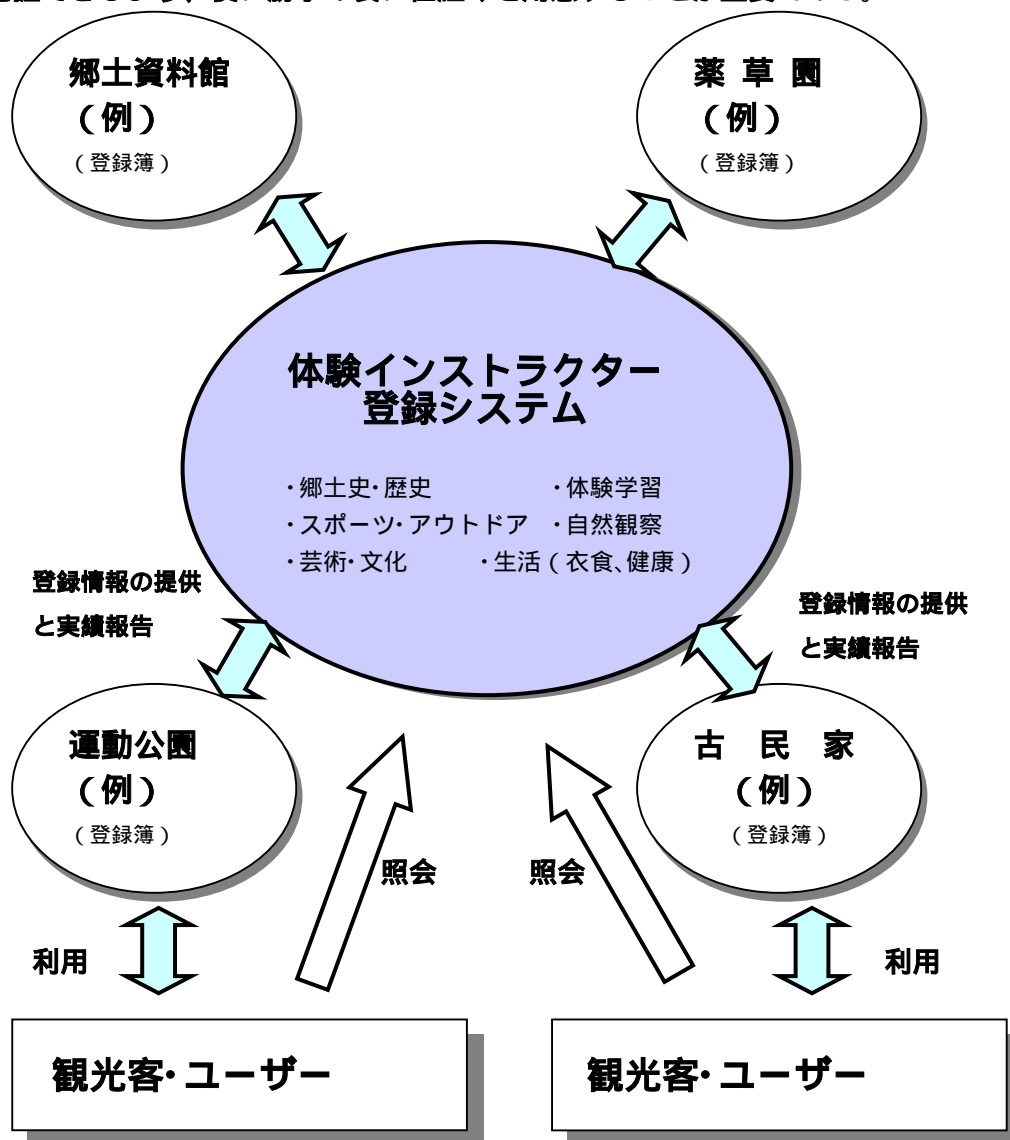


図1 体験インストラクター登録システムイメージ図

## ウ 足柄上地域における活用策

### 実施主体

体験インストラクター登録システムに登録される人材は、歴史・文化、スポーツ、芸術、食文化、農業等いわゆる生涯学習と呼ばれる分野で活動を進めてきた人材と多く重なる。そして、これらの人材については、従来から自治体の社会教育・生涯学習担当部局が情報を蓄積しており、またこうした人材情報についてのノウハウも兼ね備えている。したがっ

て、この蓄積された情報に「観光インストラクター」という分野を加えるとシステムは容易にできるので、各市町が体験インストラクター登録システムの実施主体となることが適当である。

### **募集方法**

体験インストラクターの募集は、それぞれの自治体の広報誌、インターネットホームページ上で行う。すでに、それぞれの自治体では人材情報を保有しているところが多いが、こうした人材情報は「口コミ」や、自治体の職員の個人的関係で知ったケースが多く、そのままでは公表を前提とした登録情報としては使えない。

体験インストラクターとしてシステムに登録するためには、広く公表するという前提に改めて、人材募集を行う必要がある。

### **案内方法**

体験インストラクターの登録簿には、氏名、住所、活動できる分野、指導可能日・時間帯等を掲載し、各観光施設とそれを利用する観光客が自由に閲覧できる状態にしておく。そのためには、登録簿を自治体で閲覧するという方法よりも、既に開設している各自治体のホームページ上に登録システムとして位置づけることが望ましい。

また、この「体験インストラクター登録システム」とともに、各施設においても、登録情報が利用者に閲覧できる仕組みが必要となり、これは登録名簿のようなものでも良い。

### **発展のための工夫**

実際の取組事例として、生涯学習の分野で登録システムを運用している相模原市総合学習センターに対してヒアリングを実施した(資料編「団体等ヒアリング概要」、p97 参照)。その結果を参考に、発展のための工夫を述べたい。

- ・体験インストラクターとして、実際の活動を担える人材を集めることは、それほど困難ではないと考えられる。地域でこのような活動に参加することを希望する人は潜在的には多い。

ただ、観光という分野に特化した単独のシステムとして立ち上げた方が良いのか、すでに見たように生涯教育・社会教育の行政分野と連携してその一部として立ち上げた方が良いのかは、それぞれの地域の実情に応じて選択する。

- ・登録システムを運用する際に問題となるのは、体験インストラクターが実際どのように活用されているのか、実態がわかりにくいという点である。こうした実態が分からないまま放置すると、登録システムの運用者が作るメニューと実際の需要とが乖離する。例えば、地域芸能の分野のインストラクターをメニューとして沢山用意したが、実際は殆ど使われていないにもかかわらず、システム開始時のメニューがいつこうに改善されないまま何年も続くこと等が考えられる。

利用者に対してアンケート調査を行うとか、体験インストラクターの更新を1年ごとにし、その際に報告をしてもらう等の工夫が必要となってくる。

交流を進める仕組みづくり

1 ふれあい～交流を進める支援体制の確立～

## 提言 総合的学習の場の提供

地域住民の積極的な参加による支援体制を確立し、持続可能なものとするためには、次代を担う者の存在が欠かせない。圏域の内外を問わず、次の世代を担う子どもたちに足柄上地域のすばらしさを認識してもらい、将来、交流を推進するような存在となってくれることを期待したい。

このためには、あらゆる場面で子どもたちが足柄上地域の魅力に触れる機会を設けることが重要である。そこで圏域内のみならず、圏域外の子どもたちにも体験学習の実施場所として足柄上地域へ来てもらい、教育課程の中でその魅力を体験してもらうことを目指し、総合的学習の場の提供を提言する。

提言のポイント：

足柄の魅力伝えるプログラムの提案

利用しやすい施設の活用

情報発信のための窓口の設置

### ア 総合的学習と次代の担い手

2002(平成14)年度から、義務教育課程の中で「総合的学習の時間」が創設され、学校の自主的な取組として、教科の枠にとらわれず創意工夫を活かした授業をすることが可能になった。

こうした自然の豊かさを認識できるような課題を与える等、地域の魅力を体験できるような授業は教育上有意義であると同時に、そのような体験は、地域の観光を支える次代の担い手を育成するという意味においても有効である。

一方で、この「総合的な学習」に対して、授業を担当する教師からは、「何でもやっていいというが、何をやっていいかわからない」「負担が大きい」といった戸惑いの声が聞かれ<sup>82</sup>、有意義なプログラムが教育の現場で求められていることが推測される。

このような状況から、総合的学習の場として、地域の魅力を活かしたプログラムを考案し、教育機関に対し足柄上地域を積極的にアピールしたい。これにより、地域の子どもたちだけでなく、東京・横浜といった都市圏の子どもたちの来訪が期待でき、このことは次代の足柄上地域の観光を担う人材を育成することにもつながる。

<sup>82</sup> 毎日新聞「『何教えて良いかわからない』総合的学習に戸惑う教員」2003.1.29。



## イ 総合的学習の場として求められること

ここで具体的に、総合的学習の場としてどのような条件が必要とされ、どのようなプログラムが求められているのか、ヒアリングを行った横浜市を例に検討したところ次のような方向性が得られた。

### 横浜市の取組<sup>83</sup>

横浜市では、横浜市立小学校体験学習実施要項により4、5年生を対象とし、1～2泊の宿泊体験学習を実施している。これは豊かな自然環境の中での自然とのふれ合いや体験的活動等を通して児童の育成を図ることを目的としている。

また、この体験学習の実施場所として公的施設をあげ、それらの施設および同等の料金体系の施設において実施するとしており、保護者にあまり費用負担がかからないよう配慮している。

### 求められる条件等

この宿泊体験学習の実施に際して、受け入れ先として求められる条件やプログラム等について横浜市教育委員会指導第一課にヒアリングしたところ次のことがあげられた。

- ・ 例えば自然が豊かである等、横浜と違った環境で集団生活が学べるようなプログラムがよい。
- ・ 生徒自身がグループで課題を解決する要素があるプログラムが望ましい。
- ・ 具体的な課題を明示し、いくつかの場所（施設）をまわるプログラムのほうがよい。
- ・ 継続的な対応が可能となるよう、しっかりした窓口があることが望ましい。

以上のことから、体験学習の実施には、プログラムの作成、実施施設、宿泊施設、受け入れ体制（窓口等）が課題になることが分かる。

これらのことを参考に、こどもたちに総合的学習の場として足柄上地域へ来てもらうための方策をまとめる。

## ウ 足柄上地域における活用策

### 実施施設

足柄上地域には、自然を生かした体験学習を実施することができる施設が充実していると言える。

- ・ 松田山ハーブガーデンでは145種のハーブを観察できるだけでなく、ハーブクラフトづくり等の工作活動も可能である。
- ・ 丹沢のひだまりの里や河内川キャンプ場では炭焼きが体験できる。
- ・ 丹沢森林館・薬草園では工房を備えており、薬草を使った学習が展開できる。
- ・ 大野山の県立乳牛育成牧場には雌牛約80頭があり、おだやかな気候の中、乳牛が育成される環境に触れることそのものが貴重な体験となる。

<sup>83</sup> 詳細は横浜市教育委員会へのヒアリング、資料編「団体等ヒアリング概要」p99を参照のこと

ここに挙げた施設は一例であり、体験学習の受け入れ先として有効に機能しうるハードを備えている。このような施設を積極的に活用するプログラムの作成が必要である。

### **プログラムの作成**

プログラムには「自然」「生徒自らが解決する」といった要素が求められている。また選択の自由度を高めるためにも複数のプログラムを組み合わせ、なおかつそれぞれのプログラムについて目的、課題、効果、場所、内容、所要時間等、詳しい説明をつけることが出来れば理想的である。宿泊体験学習が実施されるのは5月～10月の6ヶ月であり、そういった実施時期にも留意してプログラムを作成する必要がある。

プログラムの作成にあたっては、地域をよく知る行政や前述の体験インストラクターの活用等も考えられ、また地域の小中学校ですでに実施された総合的学習でのプログラムを提示する等の方法も有効である。

参考としてプログラムの一例を示した(p70)。プログラム作成の一助とされたい。

### **宿泊施設**

宿泊体験学習では宿泊が前提となっており、1学年2～3クラスで、約70～80名程度が宿泊でき、費用が少なくてすむ施設が必要である。前述のように横浜市立小学校体験学習実施要項には実施(宿泊)場所として県立ふれあいの村が記載されており、足柄上地域がこの体験学習の実施場所として適していることが分かる。

県立ふれあいの村では一人1泊大人300円、高校生200円、小・中学生100円(日帰り利用は半額)で利用でき(その他に食事代、リネン代等の諸経費が必要)、神奈川県内の学校が教育活動の一環として利用する場合は施設利用料が免除される。

足柄上地域での総合的学習の展開を考えた場合、このように有効な宿泊施設があることから、移動時間も短く、充実した内容のプランを立てることが出来る。

また、ふれあいの村のホームページにおいて、「『総合的な学習の時間』を展開するためのふれあいの村活用ガイド」や、施設で実施できるプログラムを提示しているので、これらと併せてプログラムを作成することも有効である。

### **総合的学習の場としての窓口**

作成したプログラムをもとに教育委員会や学校に対し、総合的学習の場として積極的にアピールしていく必要がある。このため地域として外部に対する窓口を持ち、継続的に取り組んでいく体制を持つことが重要である。この場合、プログラムが足柄上地域の複数の市町にまたがることや、観光の振興を目的としていることを考えると「あしがら観光協会」等の団体が窓口になることが望ましい。

## ～プログラム例～

■テーマ：水生昆虫の採取により、河川環境の理解を深める

■目的：自らが自然の中から生物を採取し、記録することにより、自然観察能力を育成する。

また記録した生物（データ）について文献を用い検証することで、調査・研究能力を身につける。体験学習と文献調査を組み合わせ、子どもたちが話し合い、考察することで総合的な学習力を高めることができる。

■場所：酒匂川 詳細は別図（省略）

■経路：（省略）

■用意するもの：網またはザル、透明な容器、バケツ、筆記用具、ノート

■内容：・1グループ5名程度のグループをつくる。

- ・各自網と透明な容器を持ち、グループで1つのバケツを用意する。
- ・各自水中の手頃な大きさの石（直径15cm程度でよい）を見つけ、その石の下流側に網を置く。
- ・石をこすり、網に入った水生昆虫をバケツに入れる（所要時間40分）。
- ・採取した水生昆虫の中から、グループのメンバーで相談したうえで、5種類の水生昆虫を選択し、1人1種類を透明な容器に移しスケッチする。
- ・各自その水生昆虫を採取した場所の風景もスケッチする。
- ・同時に状況を文章で記録する（所要時間40分）。
- ・採取した水生昆虫を川に返す。
- ・使用した道具をかたづける（所要時間10分）。

（計 所要時間90分）

- ・後日、グループごとにスケッチした水生昆虫の名前等を図鑑等で調べる。
- ・水生昆虫の調査結果と風景の記録をもとにグループごとに話し合い、考察する。
- ・これらをグループごとにレポートにまとめ発表する。

■費用：特に必要なし（各自で道具を用意）。

■時間：一カ所につき90分程度

■工夫：2カ所（上流と中流）で行うことにより、採取される水生昆虫の違いから環境の違いを体験、認識できる。後日の文献による調査で水質等により水生昆虫の生息範囲が異なることが認識できる。

同様の学習を横浜市内の河川で行い、足柄上地域での結果と比較することで河川環境の違いを認識できる。

■ポイント：酒匂川の良質な水環境が体験学習を可能にしている。うすばかげろうの幼虫やトビケラの幼虫等、川には水生昆虫が生息していることを知り、流域全体の景観を観察することから、生態系の学習に役立つ。酒匂川の上流と中流または横浜の河川環境を水生昆虫の種別で比較することにより、河川環境の理解を深めることができる。

交流を進める仕組みづくり

1 ふれあい～交流を進める支援体制の確立

## 提言 住民参加の体制づくり ～地域通貨の活用～

地域通貨は、ボランティア活動の交流と連携を促進するためのツールとして期待できる。近年「経済」や「コミュニティ」の活性化を目的として、全国で地域通貨を活用した取組が検討・実施されている。

足柄上地域においても、目標や目的を明確にした地域通貨の提示により、住民主体で行われる様々な活動を互いに結びつけることができる。

地域通貨の活用により、地域の魅力ある施設やスポットの管理・運営に住民が参加する体制を確立し、これにより地域住民だけでなく圏域外の人々にも親しんでもらえるような場をつくることができる。

提言のポイント：

地域で共有できる目標づくりを  
観光施設の管理運営と結びつけた地域通貨  
運営組織には、様々な地元組織の参加を

### ア 住民参加の体制づくりと地域通貨

観光を基盤とした地域として確立するためには、地域が一体となって圏域外の人たちを招き入れ親しんでもらうことが重要である。そのためには地域住民が積極的に地域の魅力を高める活動に参加する姿勢が要求される。

足柄上地域においても、観光を主たる目的としたものではなくとも、地域の魅力を高める様々な活動が行われている。

しかし、それぞれの活動はそれのみで完結する 경우가多く、様々な活動間での交流や連携はほとんど行われていないのが実情である。

地域通貨は住民主体のボランティア活動等様々な活動の交流と連携、さらには活動の活性化と発展をもたらすためのツールとして活用できる。また地域通貨の活用は地域経済の活性化や、コミュニティの醸成といった効果も期待でき、例えば、地域住民のボランティアによる河川の清掃活動が、地域通貨の活用により、地元商店街の活性化や、これまでつながりのなかった者との交流をもたらし、地域づくりの関係が広がることが考えられる。

このように足柄上地域の観光を支える体制づくりにおいても有効なシステムであると考えられる。

地域通貨は、すでに全国でかなりの実践事例があり、足柄上地域およびその周辺においてもすでに検討、実施されている<sup>84</sup>。

#### 地域通貨について

地域通貨とは「人々が自分たちの手で作る、一定の地域でしか流通しない、そして、利子のつかない金」のことをいい、信頼を基盤として互酬的交換（二者間の贈与と返礼というやりとりではなく、多数の自発的な参加者が必要なモノやサービスを互いに提供しあうこと）でやりとりが行われる。

一般貨幣と違い、原則として換金は出来ないが「価値尺度」や「交換手段」として利用される<sup>85</sup>。

## イ 足柄上地域における活用策

### 地域通貨の実施に向けて

地域通貨の実施には、対象とする地域において、既存のボランティアグループや商工会、自治会等の活動が活発に行われていることや、住民の中に中心的役割を担える人物の存在が必要である。そして、それぞれが共有できる目標を持つことが重要である。

逆に、足柄上地域で地域住民の多くが誇りにしていることは、前述のように豊かな自然環境であり、これを守り、育むために、すでに様々なボランティア活動が行われている。

このようなことから、足柄上地域で観光をテーマとした地域通貨の活用を考えた場合、これまで行われてきた豊かな自然環境を守るためのボランティア活動を結びつけ、観光資源の管理・運営体制のサポートに役立てることが一例としてあげられる。

### 地域通貨の運営組織を立ち上げる

地域通貨の実施にあたっては、まず運営組織を設立する必要がある。

運営組織は地域通貨を始めたいと思った有志で始められる。中心となって運営を行う人が数人集まればよいが、なるべく**様々な分野から集まった方がよい**<sup>86</sup>。

地域住民による有志でも構わないが、観光振興を目的とし、地域全体で推進していくためには、行政（市町）、観光協会、自治会、商店会等の組織がメンバーとなり運営組織を設立した方がよい。もちろん他の既成組織やボランティアグループの参加が望めるならば、これを拒む必要はない。

### 地域通貨の目的とシステム

地域通貨を運営する組織が設立されたら、まず地域通貨について理解を深める必要があ

<sup>84</sup> 開成町では平成13年9月～平成14年2月にかけて、地域通貨「ハート」の流通実験を実施している（神奈川新聞 2002年8月28日）。また小田原市、箱根町、湯河原町、真鶴町で構成する西さがみ連邦共和国では、観光施設の利用金額に応じた特典ポイントを還元する方式を検討しており（日本経済新聞 2003年1月15日）、相模湖町でも平成13年12月に地域通貨「リバー」が発行されている（神奈川新聞 2003年1月24日）。

<sup>85</sup> 西部 忠、「地域通貨を知ろう」、岩波ブックレット、2002

<sup>86</sup> エコマネーネットワーク東京事務所へのヒアリングより（資料編「団体等ヒアリング概要」p100参照）。

る。講演会や研究会の開催、他の実施事例について研究し、十分に検討をする必要がある<sup>87</sup>。

その上で、まず地域通貨を実施する目的とシステムを決める。この場合、目的は圏域内外の人々に親しまれる観光資源の管理体制づくりとなるが、具体的には、観光資源の管理に関するボランティア活動の交流と連携を促進することである。将来的にはこの目的の発展により、地域経済の活性化への効果も期待できる。

システムは通貨発行方式により大きく3つに分類され、「口座方式(記帳方式)」、「紙幣方式」、「手形方式」に分けられる<sup>88</sup>。

**表1 地域通貨発行方式のちがいによる長所と短所**

方法名と内容	長所	短所
<p><b>口座方式</b> (記帳方式)</p> <p>紙幣は発行しない。参加者が残高ゼロから出発する口座を持ち、モノやサービスを提供した時に黒字、提供してもらった時に赤字を記帳し、取引を決裁する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各個人が交換時に通貨を発行</li> <li>赤字の把握が可能</li> <li>流通範囲を限定できる</li> <li>会員制なので、コミュニティの構築が容易</li> <li>流通経路が特定可能。不正防止になる</li> <li>赤字限度が設定可能</li> <li>電子マネーによる短所の克服が可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>記帳に手間がかかる</li> <li>運営や管理が必要</li> <li>モラルハザードが生じる可能性あり</li> </ul>
<p><b>紙幣方式</b></p> <p>発行委員会が紙幣を発行し、人々の取引を通じて転々と流通するタイプ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>匿名で利用できる</li> <li>現行通貨に似た使用感覚で、利用しやすい</li> <li>不特定多数に広がりやすい</li> <li>お札自体が象徴となってアピールしやすい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>発行権限の集中</li> <li>発行ルールの整備、発行量の管理が必要</li> <li>流通経路、取引集計が困難</li> <li>流通範囲の限定が困難</li> <li>偽造の可能性あり</li> <li>法的問題が生じる恐れあり</li> </ul>
<p><b>手形方式</b></p> <p>モノやサービスの提供を受けた個人が自ら新たに手形を振り出すか、第三者から受け取った債務証書に裏書して使うかのいずれかによって取引を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各個人が交換時に通貨発行</li> <li>赤字の把握が可能</li> <li>取り扱いが簡便 (口座の集計や管理が不要)</li> <li>遠方の相手とも取引可能</li> <li>お札自体が象徴となってアピールしやすい</li> <li>不特定多数に広がりやすい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>発行に手間がかかる</li> <li>流通経路、取引集計が困難</li> <li>流通範囲の限定が困難</li> <li>偽造の可能性あり</li> <li>管理や監視は困難</li> <li>赤字限度が設定不可能</li> <li>モラルハザードが生じる可能性</li> </ul>

西部 忠著「地域通貨を知ろう」p43の表を基にp36-42の説明を加えて作成

<sup>87</sup> 西部 忠、前掲書

<sup>88</sup> 西部 忠、前掲書

それぞれの方式に一長一短があるが、限られた地域で行うこと、参加者のコミュニティの醸成が図りやすいといった効果を考えると、ここでは「口座方式（記帳方式）」が有効であると考えられる。

その他、運営団体や地域通貨の単位の名称、通帳のデザイン、規約やルールを決めた上、流通実験を行う等十分な検討を経て、実施することが重要である<sup>89</sup>。

### 地域通貨モデルイメージ

足柄上地域の観光に地域通貨を生かした一つの例をモデルケースで示した（次ページ参照）。

### 発展のための工夫

実際に地域通貨の活動支援を実施しているエコマネーネットワーク東京事務所に対しヒアリングを行ったところ、地域通貨についてのノウハウが聞かれたのでここにまとめる（資料編「団体等ヒアリング概要」、p100 参照）。

- ・ 地域通貨は現状に存在する活動を活かすためのツールでしかなく、何も無いところに地域通貨を行っても、何が起これとも言えない。地域で表現すべき価値観や守りたいものが存在するという背景があってはじめて地域通貨を活用することの意味が出てくる。
- ・ 行政の役割としてはまず、地元の人たちがやっている活動を集約することが大切。これにより、団体同士をつなげるツールとして活用ができる。これがスタートである。
- ・ 意識が高い人たちばかりとは限らないが、とにかく参加してもらうことで、楽しさをわかってもらうことが大切。
- ・ はじめは小規模でよく、中心となる者は少人数でも構わない。
- ・ 足柄地域での実施を考えると一つの共通の地域通貨を実施して、実際には実施区域をグループ化しておけば、利用する側も利用しやすい。また観光客も、足柄の1地域で地域通貨を利用して、また別の地域でも利用し、回を重ねるごとに、自分にあったグループを見つけられるようになる。

---

<sup>89</sup> 西部 忠、前掲書

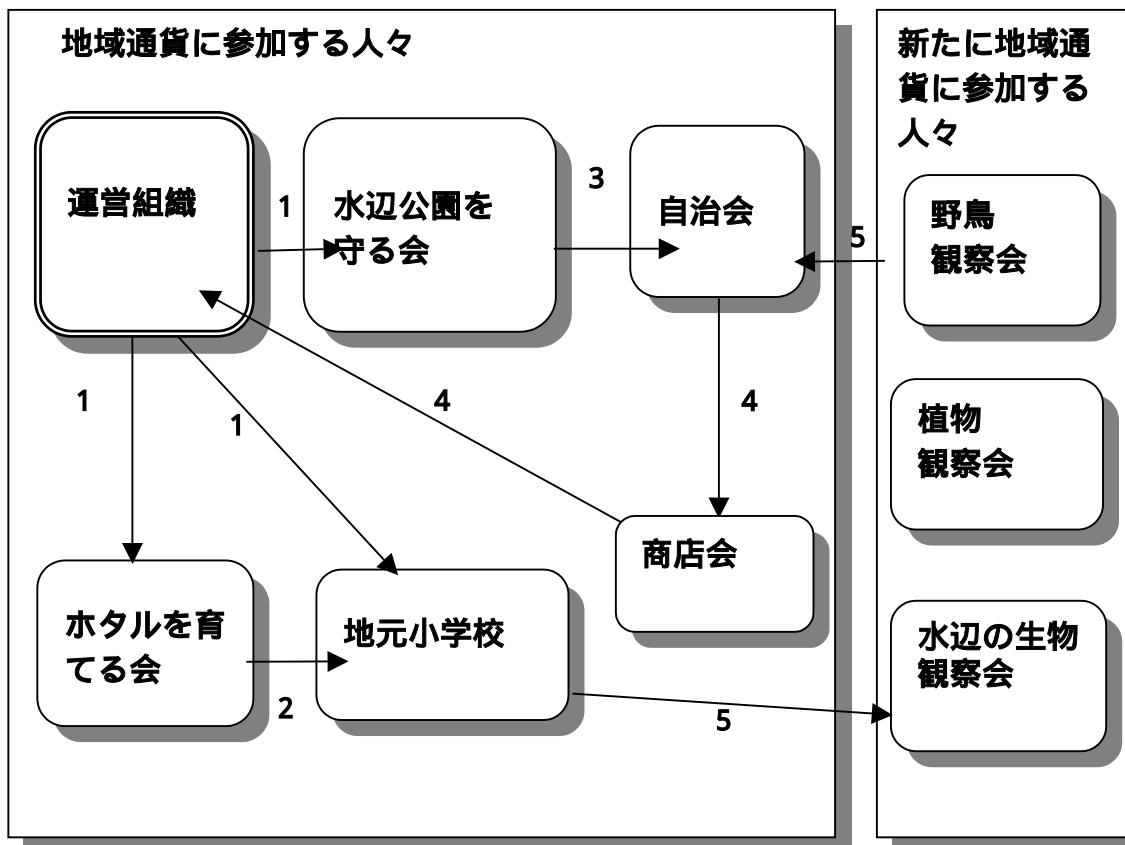
## 地域通貨モデルイメージ

～ 地域通貨を活用した観光資源の管理運営体制～

### モデル地

A水辺公園。A水辺公園は、水辺を有し、小動物が生息する貴重な湿地帯であり、貴重な動植物と湧水地の保全に努めながら、憩いの場、自然観察・自然学習の拠点となる公園として整備。市では今後、地域の協力を得ながら公園の維持管理を行い、圏域内外の人々に親んでもらえる公園づくりを目指す。

### 地域通貨活用イメージ





### 地域通貨の実施方法（番号はイメージ図に対応）

1. 公園の管理をするためのボランティア活動に参加した方々に対して地域通貨が支払われる。
  - ・草刈りをしてくれた水辺公園を守る会のみなさん
  - ・水藻の除去を手伝ってくれたホタルを育てる会のみなさん
  - ・めずらしい植物のネームプレートをつくってくれた地元小学校のみなさんに対して運営組織は地域通貨を発行する。
2. 地域通貨を受け取った方たち同士のやりとりが行われる。
  - ・ホタルを育てる会の方は水辺公園を守る会の方に公園に生息する生物やその特徴を教えてもらい、お礼に地域通貨を支払った。
3. 公園の管理をするボランティア以外で、地域通貨の取組に参加している方々とのやりとりが行われる。
  - ・水辺公園を守る会は自治会の協力を得て、公園にやってくる野鳥の冊子をつくってもらい、お礼に地域通貨を支払った。
4. 地域通貨の取組に参加する地元商店で商品との交換が出来る。
  - ・自治会の方は貯まった地域通貨を地元商店で商品と交換する。交換された商品に相当する金額は運営組織が負担する。
  - ・このための費用は、行政による公園の管理費の一部、自治会、商店会からの寄付等が充てられる
5. 新たに取組を知った方々が参加し、取組の輪が広がる。
  - ・公園の貴重な生物と地域通貨という新しいシステムにひかれ、水辺の生物観察会、植物観察会、野鳥観察会が取組に参加する。
  - ・水辺の生物観察会は、公園に生息する貴重な水辺の生物について地元小学生を対象に勉強会を開催し、小学生はお礼に地域通貨を支払う。

交流を進める仕組みづくり

2. 知らせる～情報発信と地域PR体制の確立

## 提言 情報発信にクロスメディア戦略を！

観光客をひきつけるために情報発信は欠かせない。足柄上地域の魅力を効果的に伝えるためにも、観光客と情報の関わり方を念頭においた情報発信戦略が必要である。

観光客が利用する情報を段階ごとに誘発情報と計画情報に分け、それぞれの情報に適した宣伝メディア(紙とIT)を使い分ける、クロスメディア戦略がポイントとなる。

提言のポイント：

旅行のきっかけ情報は紙媒体で提供  
詳細情報はITを使って多彩な提供  
地元観光協会が中心となった情報発信

### ア 情報発信におけるクロスメディアの意義

#### 観光客と情報

観光客が利用する情報は大まかに2つに分けられる<sup>90</sup>。

- (1) 誘発情報：「その地域へ行こう」と思わせるための情報(写真、イベント情報等)
- (2) 計画情報：実際に旅行するのに必要な情報(時刻表、道路地図、宿のリスト等)

例えば、雑誌や新聞の温泉特集(誘発情報)を見て、温泉に行きたくなる。行きたい温泉地について宿泊先や行き方、食事等(計画情報)をガイドやパンフレット、インターネットでさらに調べ、旅行に行く。旅行先で、電車等の時刻表、博物館等の利用時間等(計画情報)を調べることもある。このように、観光客は旅行のきっかけをつかむところから旅行に行くまで、誘発情報と計画情報を基に行動する。こういった観光客の情報の使い分けを念頭においた情報発信戦略が足柄上地域においても重要になる。

#### クロスメディア

##### a 情報の流れを作るクロスメディア

観光における広告というと、インターネット上の宣伝強化に目が行きがちであるが、実際には情報の使い分けを考慮した、複数のメディアによる攻勢(クロスメディア)が大切である。これはインターネット(特にホームページ。以下HPと略す)に偏った情報発信をしても、利用者が検索をかけた場合、時に「何十万件もヒットする場合があります、見る人は混乱するだけ<sup>91</sup>」で、結局HPに辿り着いてもらえないという事態が起こるためである。

<sup>90</sup> 匹田 篤、「自治体チャンネル」No.16,11月号1999

<sup>91</sup> 月刊誌東京カレンダー 副社長平沢和夫氏、朝日新聞ニュース2002/4/14記事内より

このようなことから現在、雑誌業界等においては「雑誌で厳選した情報を提供し、詳しくはネットで見てもらうというやり方」が注目されている。つまり、紙媒体できっかけを作り（誘発情報の提供）、インターネットで詳しい情報を提供（計画情報の提供）して、利用者の行動に沿う情報の流れを作ることが大切である（図1参照）。

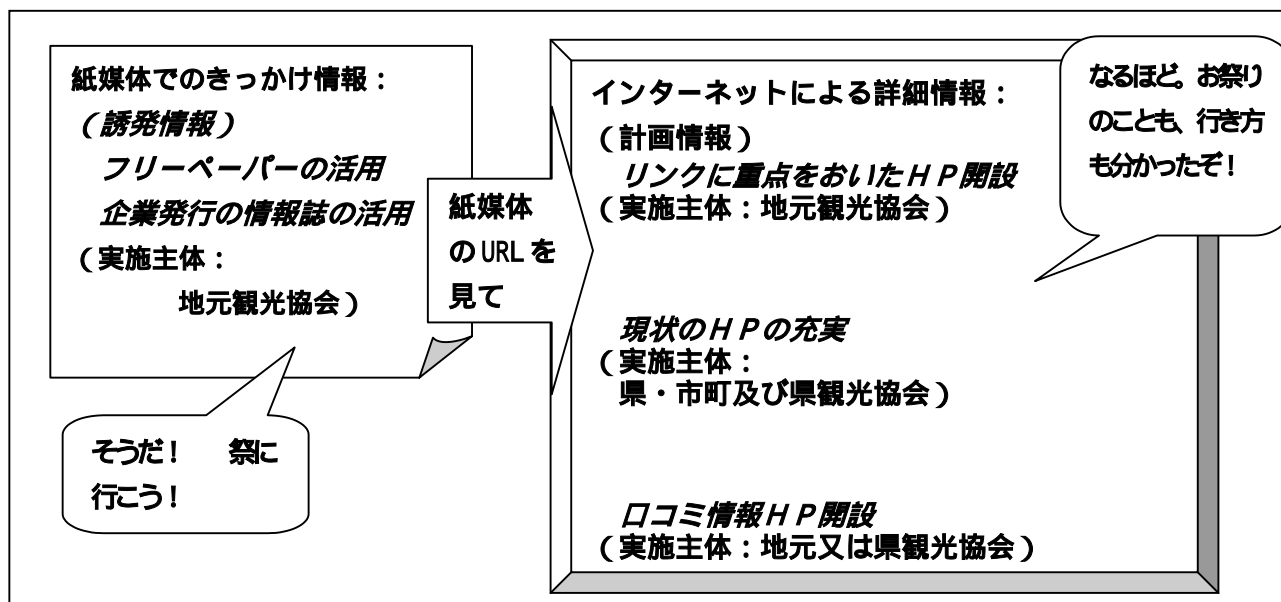


図1 クロスメディアによる情報発信

#### b より多くの人の目にふれるように

どのような情報発信戦略でも大切なのはまず、情報を手にとってもらい、見てもらうことである。そのためにも、以下の性格を兼ね備えたメディアが望ましい。

- ・誰でも気軽に入手できる無料・安価なメディアであること
- ・見てもらうのを待つのではなく、利用者の手元まで情報を届けること

以上の性格を持つ紙メディア（誘発情報の媒体）としてフリーペーパーと企業発行の情報誌、またインターネットによる広報（計画情報の媒体）を推奨したい。特に、インターネットによる広報については、以下の利用者のニーズ<sup>92</sup>に配慮し、リンクに重点を置いたHPと口コミHPの開設が望ましい（図2参照）。

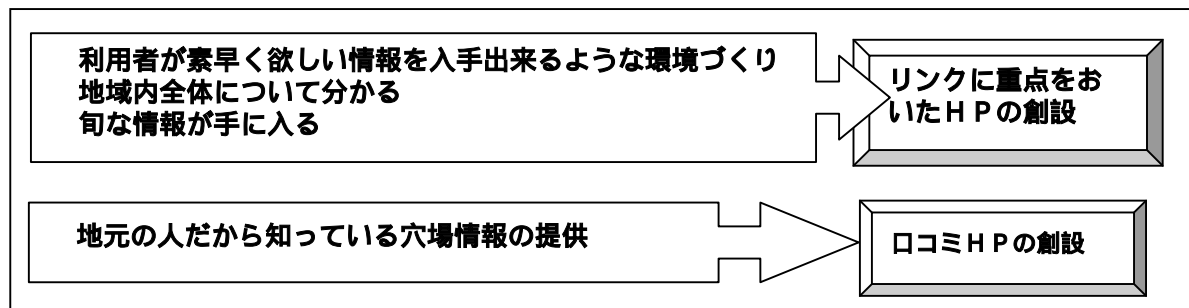


図2 インターネット利用者のニーズとHPのあり方

<sup>92</sup> 日経マルチメディア実施「第7回インターネットアクティブユーザー調査」1998年12月や（株）三和総合研究所 寺島大介著「地域観光情報サイトの方向性」japan.internet.com デイリーリサーチ等による

次に、具体的な実施方法について、メディア別に紹介する。

## イ 紙メディアの実施方法

旅のきっかけになる誘発情報の発信は、できるだけ多くの人にアピールするために、誰もが無料で入手でき、確実に読者の手元に届く、さらに情報発信者の経費負担が軽いメディアが望ましい。ここでは、そのような紙メディアの例として、フリーペーパーと、企業が発行する情報誌を推奨する。

### フリーペーパーとは

フリーペーパーとは、「地域情報（有料広告等）を掲載し、無料で配布する」情報誌であり、日本では98年以降、急速に発行部数を伸ばしている<sup>93</sup>。消費者の生活に根をおろすフリーペーパーにより、低コストで数多くの人々に地域をアピールできる。

### フリーペーパーを利用したPR<sup>94</sup>

効果的な情報発信にあたっては、パンフレットの作成方法と同じく、配布方法についても留意する必要がある。公的施設等での配置のみでは、必ずしも観光客の手元に届くとは限らない。東京、横浜、川崎の在住者を観光客のターゲットとするなら、確実に彼らの生活圏まで届ける必要がある。戸別宅配をするフリーペーパーは、その最適なツールとなる。

#### a 折り込み広告で地域のイメージを確実にアピール

地域全体のイメージをアピールするパンフレットはフリーペーパーの折り込み広告による配布を推奨する。以下に留意点をあげる。

- (1)足柄上地域全般の概略が分かるパンフレットを大量に作成する（一つ、一つは簡単な作りでよいので、量をたくさん）。サイズは折り込むフリーペーパーに合わせ、読む方に読みやすく、届ける方にも扱いやすくする<sup>95</sup>。
- (2)広告の配付地域は、観光客のターゲット層や観光地に来てもらうルート等から絞り込む。配付時期は、各フリーペーパーにより異なるが、観光客が週末に外出することを考えれば、平日（水曜日以降等）に配付するものが望ましい。

#### b インターネットと組み合わせてイベントを効果的にアピール

インターネットとフリーペーパーを組み合わせることで、効果的にイベント情報を提供できる<sup>96</sup>。フリーペーパーにイベントの主だった情報を載せ、その詳細情報が見られるHPアドレスを掲載する。図3（p80）では、実在する大井町産業観光課のみかんの木のオー

<sup>93</sup> 2002.5.1 夕刊、日本経済新聞より。日本生活情報誌協会の調べによると2001年の年間発行部数は2億2087万部と98年の3倍となっている。これは年間雑誌発行部数にせまるものであり、新聞紙（朝夕1セットとした場合）の4倍の数字である（2002.6.3 日刊、日本経済新聞）。

<sup>94</sup> フリーペーパーとして多くの発行部数を持つ(株)ばどから、地域観光情報の掲載や活用について多くの示唆を頂いた（資料編「団体等ヒアリング概要」p102 参照）。

<sup>95</sup> 観光客の手元に確実に情報を届けるには、広告のサイズにも注意が必要である。紙の広告作成の際は、配布箇所ですぐに扱われているサイズ（駅ならその広告用の棚等）を確認しておくことで、広告配布に関わる人たちに扱いやすく、結果として、客の手元にも届きやすいものができる。

<sup>96</sup> グリーンツーリズム関連の記事はフリーペーパーでも最近実績（北海道小清水町等）を増やしつつある（(株)ばど談。詳細は巻末資料 p102 参照）。

ナー募集の HP を例に、これと連動するフリーペーパー広告例を考えた。ここでは、HP アドレスを掲載しているが、利用者の入力の手間を考え、アドレスの代わりに簡易な番号やキーワードを提示する等、欲しい情報に簡単に辿りつける配慮が求められる。

（フリーペーパーと連動するHP：大井町産業観光課 HP より）



↑  
オーナーだけのフォトコンテスト↑  
川島真神さん撮影↑  
「初めてのみかん狩り」↑

皆さんご存知の「ひょうたんのまち おねり」↑  
大井町はみかん栽培北限の名産地でもあります。↑  
その味は香なからの甘酸っぱさ！↑  
大井町のみかんをぜひ味わってみてください。↑

**オーナー制度とは**

1. お客様にオーナー契約を結んでいただきます。↑  
下の価格表からご希望の木をお選びください。↑  
美味しいみかんでできる木を惜しげもなく提供します。↑

産中↑ (任のかに産等のある甘さ)↑	品 種	大津・香島↑ (濃厚な甘さが自慢)↑
価 格	収 穫 量	価 格
7,500円	30kg	6,000円
9,500円	50kg	8,000円
	70kg	10,000円

フリーペーパーの記事のアドレスを入力すれば、このHPがでてくる。読者のアドレス入力の手間を考えると「大井みかん」等のキーワード入力で検索できる方法が便利だろう。

図3 フリーペーパーに記事を掲載し、HPで詳細を案内する例

### 企業発行の情報誌

地元の観光関連企業が独自で発行する一般向け情報誌も情報発信ツールとして活かしたい。特に鉄道会社の情報誌等は、地元から適度な距離に住む人が読者であることから、観光客候補として理想的な読者の手元まで情報を宅配できる。ここでは、小田急電鉄株式会社営業推進部（以下、営業推進部に省略）が編集・発行する「小田急生活情報誌 CUE!（以下CUE!に省略）」を紹介する（p81「小田急生活情報誌 CUE!について」参照）。CUE!は企業独自の判断で編集発行され宣伝広告は受け付けていないため、情報を提供しても必

ずしも掲載されるとは限らない。ただし発行部数が多いことから、掲載されれば多くの読者に無料でアピールできる。CUE!の編集者が興味を持つ分野等に配慮しつつ、地域全体でまとめた情報を地道に提供し続けることが、掲載の可能性を高めるポイントである。

**小田急生活情報誌 CUE!について**（資料編「団体等ヒアリング概要」p104 参照）

概要：小田急線の利用促進及び小田急グループの販促支援ツールとして、平成9年6月に発刊。新聞折り込みを中心とし、沿線顧客約65万世帯の手元に直接届蹴られる。掲載記事の主な情報源は小田急グループであるが、これだけでは情報が偏り、読者があきる。このため、沿線にある地元の店等の情報も掲載している。なお、行政側からの情報提供は現在のところほとんどなく、編集側としても特にそういったことを意識したコーナーは設けていないが、最近はじめた「saijiki」というコーナーでは一部地域のイベント紹介も行っている。情報提供については、市町単位で別々に提供されるよりも、足柄上地域単位で、行われるイベントを一ヶ月分程度にまとめた形（CUE!は月刊発行であるため）が望ましい。

（小田急電鉄株式会社 営業推進部 水島氏談）

発行日・総武数：毎月1日発行・70万部

発行エリア・部数等：

新聞折り込み：約65万部（朝日新聞・読売新聞）

駅・店舗置：小田急線全駅、小田急OX全店、小田急百貨店全店

新聞折り込みエリア



小田急生活情報誌 CUE!

## ウ インターネット広報～HPの設立

紙メディアで観光客を惹きつけた後は、詳細な情報をわかりやすく提供することが大切である。ここでは、観光客が、欲しい詳細情報にすぐにたどり着ける取組例として、リンクに重点をおくHPの開設と地元の人が教える地域の穴場情報を提供するHPを提案する。

### リンクに重点をおいたHP～Monthly Ashigara Wind 創設の提案

リンクを利用してイベント情報を提供するホームページの具体事例としては、神戸市観光局観光交流課が作成、管理運営している Weekly KOBE FAN がある。これは、観光（特にイベント）に関する問い合わせによりきめ細かに対応し、市として積極的に情報を発信する目的で、2001年4月から神戸市のHP上で始まった。編集、管理のすべてを市観光局観光交流課の職員が行う。HP上ではイベントの概要等簡単な説明のみが掲載され、利用者は興味があるイベントのリンク先をクリックすると詳細情報を提供するHPに移動できる。掲載情報は基本的に公営の観光施設で開催されるイベントであり、市のプレスから観光交流課に随時、資料提供してもらうよう、情報の流れを作っている。神戸市観光交流課によると、トップページについては月平均のアクセス件数はおおむね9000件程度と利用者に好評のようで、リンクをつなげたいという申し入れも頻繁にあるそうだ<sup>97</sup>。

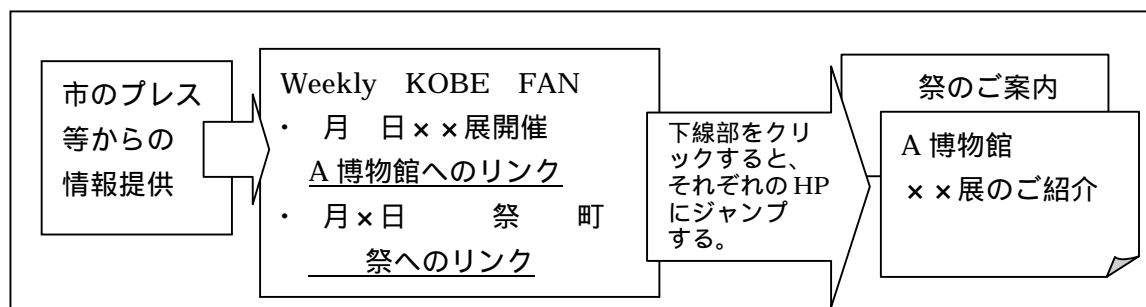


図4 Weekly KOBE FAN の仕組み

この Weekly KOBE FAN にならい、足柄上地域では、Monthly Ashigara Wind というHPを推奨する(図5参照)。Monthly Ashigara Wind は、Weekly KOBE FAN 同様、提供する情報の項目だけを呈示し、詳細は別のHPにリンクを貼るだけですむるので、HP管理者にとって作成・管理しやすいうえ、利用者にとっては欲しい情報をすぐに入手できる。

「Monthly Ashigara Wind」は、地域の観光情報を月1回まとめて提供する。例えば、図にあるミニSLの詳細をクリックすれば、場所、日時、交通等の詳細情報を提供するHP(松田町が管理しているHP等)にたどりつく<sup>98</sup>。

その月の情報に関連する交通情報、宿泊情報等は「各種情報」から見てもいいし、現地についてところで、携帯電話のi-modeを利用してみることもできる。

出発の前に、周辺情報として直売施設や口コミ情報が知りたければ、特集コーナーの「口コミ情報(後述)」や「直売施設情報」をクリックすればいい。

<sup>97</sup> 神戸市観光局観光交流課が作成、管理運営している「Weekly KOBE FAN」のアドレスは [www.city.kobe.jp/cityoffice/17/010/index-j.html](http://www.city.kobe.jp/cityoffice/17/010/index-j.html) である。

<sup>98</sup> 例えば、松田町のトップページではなく、SL情報が掲載されているHP画面にとぶことが大切。

# Monthly Ashigara Wind



<p>ニュース ・最新号 ・これからの話題 ・バックナンバー</p> <p>特集 ・ガイドボランティア ・ロコミ情報 ・直売施設情報</p> <p>各種情報 ・交通(i-mode版) ・宿泊(i-mode版) ・気象情報 ・瀬戸屋敷ワーク シヨップ通信 ・地元の情報(自治会から)</p>	<p><b>4月1日～ミニSLお山のポッポ鉄道の運行がはじまります。</b> ミニだけれども、本格派。ポンポコ駅からコンコン駅まで30分の旅、お楽しみ下さい。 <a href="#">詳細</a></p>  <p><b>4月上旬やまきた桜まつり</b> 約130本の桜が植えられた山北駅周辺が会場となります。まつりの期間中は沿線の桜がライトアップされ、その姿は電車からも楽しむことができます。 <a href="#">詳細</a></p> <p><b>4月29日 五所ノ宮八幡神社例大祭・鷲の舞</b> 太鼓と笛の調律に合わせて舞う古典的な祈禱舞です。全国的に見ても神奈川県の大磯町と福島県の熊野神社にしか残されていません。 <a href="#">詳細</a></p> <p><b>4月29日 大野山開き</b> 広々とした放牧場で、乳牛や羊が沢山見られることから家族連れや子供達に人気の大野山の山開きです。山頂で牛乳の無料配布(先着1000名)、地元の山菜や農産物、シカ汁の即売等が行われます。 <a href="#">山開き詳細</a> <a href="#">大野山ハイキングコース</a></p> 
--	--

図5 Monthly Ashigara Wind 作成例(各市町のHPを基に研究チームで作成)



## 口コミ情報を提供するHPの創設

「その土地の穴場情報」を求める観光客のニーズに応えるHPの創設は行政センターが中心になって実現できる。利用者はHPから、旅行に役立つ地元住民（コンシェルジェ）の口コミ情報を入手でき、彼らとのやりとりを通じて地域に興味を持つ。具体的な取組例として、ここでは(株)富士通総研が開発、事務局となっている、「関西コンシェルジェ」をあげる<sup>99</sup>。関西コンシェルジェの取組を参考に足柄上地域についても口コミ情報提供のHPを創設することを提言する。神奈川県でも、関西コンシェルジェのようなHPから地元情報を発信する取組があるが、地元の方々の紹介や、町の名所の掲載にとどまっているものが多い。その点、関西コンシェルジェは、地元の人が雑誌・TV等では得にくい、稀少な情報を提供するので、利用者はホームページを通じて、地元の方々や地域への愛着心が湧き、旅行に行く前からすでにその地にいるような気持ちを体験できる。

### ～関西コンシェルジェ～

関西コンシェルジェは京都、大阪、神戸の各地の穴場情報を地元住民ボランティアが定期的に提供し、また利用者からの質問に答えるHPである（図6参照）。コンシェルジェが口コミ情報としてまとめた情報が月1回程度追加され、利用者は新鮮な情報を入手できる。また、利用者は知りたい情報をコンシェルジェにメールで聞くか、掲示板に質問を書くと、担当のコンシェルジェが答えを書く。利用者が親しみやすいように、コンシェルジェの顔写真と自己紹介も掲載されている。図7(p86)であげたコンシェルジェは、地元神戸の観光客のボランティアガイドとしても活躍しており、この場合、利用者はインターネットを通じて彼らと知り合い、それをきっかけに旅行先で実際に地元を案内してもらい、交流を深めることができる。

### 仕組み

現在までの取組は、国の補助事業としてはじまり、その後の維持・管理は地元の県と市町村が行っている<sup>100</sup>。HP実現にむけての地元市町への参加の呼びかけや、一部維持経費負担等の面で、行政センターの活躍が求められる。受託業者は地元住民からコンシェルジェを見つけだし、彼らが書く記事の内容等HPの管理・運営を全て行う。各記事の内容は、コンシェルジェに一任されており、行政は黒子に徹する<sup>101</sup>。こういった仕組みが結果として、新鮮な、希少価値の高い地元口コミ情報につながる。

### コンシェルジェHPの魅力と工夫～つねにフレッシュな情報を提供するために～

・コンシェルジェの負担軽減：関西コンシェルジェでは、様々な方にコンシェルジェになってもらい、いつでも情報が提供しやすい環境を保つため、コンシェルジェの負担を軽減

<sup>99</sup> (株)富士通総研 安藤氏には、コンシェルジェHPについて詳しく説明して頂いた。(資料編「団体等ヒアリング内容」p106参照)

<sup>100</sup> 現在までの取組は全て国の事業としてはじまっているため、高額な初期費用は、国が負担している。2年目以降は、事業が地元地域に移管され、各自治体等は、維持費としてコンシェルジェに対する手間賃程度(年間数十万円程度)を負担している。負担額は、人数に応じて決めている。

<sup>101</sup> 実際、HP上には受託業者(関西コンシェルジェは(株)富士通総研)の名前は一切、宣伝も掲載もなく、また他業者の広告等もない。こういった工夫がHPの「口コミ」感をもりたてている。

するよう工夫している。コンシェルジェの情報提供は原則インターネット上に限られており、これはプライバシー保護にもつながっている。また、コンシェルジェは各自のパソコンから直接、HPに情報を提供することができ、それぞれのスケジュールに併せて情報を提供できる。さらに、情報提供に当たって、記事のレイアウト作業等に煩わされることのないよう、レイアウト様式もいくつかのパターンが用意されている。コンシェルジェはこの様式にしたがって、情報を記入すればよい。

こういった負担軽減の工夫が、様々な方の参加を可能にし、その職業、年齢層は幅広く、学生、会社員、主婦、ボランティア団体等豊かな顔ぶれが多種多様な情報を提供している。

・ 確実に鮮度の高い情報がHPに掲載されるために：(株)富士通総合研究所は、パソコン等機器を所有し、その利用技術も兼ね備えていることを前提条件にコンシェルジェを選んでいる。パソコン操作をいとわないコンシェルジェであるため、新しい情報がHPに追加される確立は高くなり、利用者もフレッシュな情報を楽しむことができる。




図6 関西コンシェルジェHPトップページ

はいからKOBE	
メニュー	
■ <a href="#">忘れないでね震度7</a> H14/10 UP	■ <a href="#">シャッターを押すならここ！(1)</a> H14/11 UP
■ <a href="#">シャッターを押すならここ！(2)</a> H14/11 UP	■ <a href="#">シャッターを押すならここ！(3)</a> H14/11 UP
■ <a href="#">おいしい神戸(1)</a> H14/11 UP	
■ <a href="#">日本初物語in神戸</a> H14/8 UP	
■ <a href="#">忘れないでね震度7(2)</a> H14/11 UP	
■ <a href="#">シャッターを押すならここ！(4)</a> H14/11 UP	

「おいしい神戸(1)」をクリックすると、詳細記事にとぶ。

### コンシェルジュプロフィール



私たちは現在「KOBE観光ガイドボランティア」のメンバーとして活躍しています。  
阪神大震災の時は、全国のみなさまから、たくさんの勇気と援助をいただき、ありがとうございました。  
感謝の気持ちと元気があった今の神戸を見てもらおうと、2001年春、私たちグループは活動を始めました。

現在、メンバーは老若男女56名で、JR三宮駅と北野異人館街を中心に活動しています。  
今までに、10万人を超える方々におもてなしをさせていただきました。日頃の活動を通して得た活きた情報を4人が発信していきます。  
ここに掲載する場所へは、予約をいただければ一部を除いてほぼ全部にガイド(無料)いたします。

予約申込書は、<http://www.city.kobe.jp/cityoffice/17/010/index-j.html>の「ガイドボランティア」から「KOBE観光ガイドボランティアのご案内」からプリントできます。

山根 晃二	やさしくて力持ち(当グループ運営委員)
中塚 文代	明るく 元気!!(主婦)
藤代 やちよ	いつも笑顔で(会社員)
竹原 泰世	癒されたい癒し系(助産師)

#### おいしい神戸(1)

神戸といえばおいしいものが盛りだくさん！ケーキ、パン、明石焼きなどなど。和洋中とりそろえて、地元の人間でもどこが一番とおいしいがたいほどおいしいお店がたくさんあります。その中から毎月すこしばつおすすめのお店を紹介していきます！とおもいます。

#### ■ 西洋菓子処 Fouquet's(フーク) 生田店

神戸のケーキ屋さんといったらどこ？という質問に年齢をこえてででくる名前がここ「フーク」「和の心、洋の菓子」という気持ちで日本人の食生活気候や季節感を大切にしたケーキ、お菓子づくりをめざしているそうで、なかにはわらびもちやあんこなどを使ったものもありました。旬の果物をふんだんに使った月替りのケーキも常に3種以上、季節ごとにも変わるものも含めていつも30種類以上のケーキがショーケースを飾っています。

図7 KOBE 観光ガイドボランティアの場合

## エ クロスメディア戦略の実施主体について

### 地元の観光協会による情報発信

地域全体の情報を継続的に観光客に発信するために地域単位でまとまった組織の存在は欠かせない。あしがら観光協会は地元市町が参加しており、地域を1つのまとまりとしてアピールするにふさわしい組織と言える。まずは、観光情報が各市町からあしがら観光協会に定期的に、確実に集まる流れを作る必要がある<sup>102</sup>。毎月の期限までにFAX等の形で各市町から観光情報を送る。あしがら観光協会はそれらを整理し、紙メディアと独自のHP開設により、クロスメディアによる効果的な情報発信を実現できる(図8参照)。

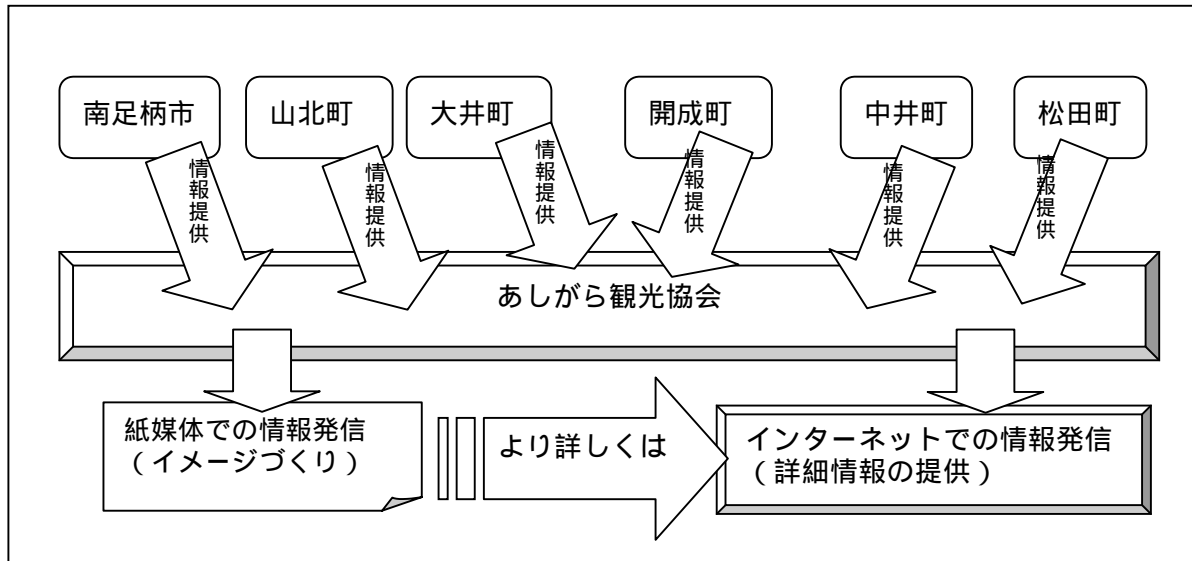


図8 情報の流れ

### 行政センターによる協力

前述のとおり、行政センターは地域の情報発信を支援する者として、口コミ情報HPの解説にあたっての調整や、その画との管理費等の面で協力ができる。他にも、行政センターが解説している観光情報を提供するHPの充実が考えられる。現在のところ、その情報はイベント名の紹介にとどまる等、中途半端なところで止まっている。これを市町等の末端情報までつなげることで、さらに利用しやすいHPができる(p88 図9参照)。

### 県観光協会

地元の観光協会や行政センターによる情報の流れの基礎づくりが固まったら、それをさらに広げるために、県観光協会のHPを充実することが望まれる。現在のHPでは必ずしも足柄上地域の魅力、特にあしがらの自然を生かした観光が十分アピールされているとは言えない。例えば、HPの項目は施設に重点を置いた紹介が主である。旅行者は「町に行きたい」というより、「やりたいこと」を念頭にそれができる地域を探す。重要なのは、施設の場所もさることながら、体験できるプログラムを紹介することである。現在

<sup>102</sup> 足柄上地域の各市町における観光業務所管課は農業、工業、商業業務等も所管している。幅広い分野がターゲットとなる観光の情報源として理想的な存在と言える。

現在の上の点線までの各お祭り等日程と開催市町名のみでの情報提供で終わっている。  
 この欄から各市町の関連HPアドレスにリンクし、さらなる情報収集ができるようにする。  
 (例えば、丹沢もみじ祭りの山北町をクリックすると下記のような山北町のHPにリンクするケース)

11月3日	室生神社流鏝馬	山北町
11月14・15日	西丹沢もみじ祭り	山北町
11月第4日 曜日	美・緑中井フェスティバル	中井町
11月26日	丹沢湖マラソン大会	山北町
11月27日	大雄山最乗寺講火祭	南足柄市

11月12日 (火)	丹沢もみじ祭り千人鍋	<p>千人鍋とも呼ばれるこの祭りは、毎年紅葉の見頃となるこの時期に中山温泉休憩施設前の広場で行われます。会場に設置される100台の直径60cmの大鍋の中には、猪肉や地元産の野菜がふんだんに入りボリューム満点です。10人のお仲間でご申し込みと会話もはずみ、楽しい1日を過ごせます。</p> <p>申し込みは例年9月下旬から募集いたします。(詳しくは山北町観光協会まで)</p>
------------	------------	---

図9 HPの充実(足柄上地区行政センター及び山北町HPを基に作成)

のHPでは、体験できるメニューは「花見」や「ハイキングコース」等の情報に限られている。ここでは、体験できるメニューをさらに充実することを提言する。具体的なイメージは京都府のHPを参考に作成した図10を参照されたい<sup>103</sup>。利用者がやりたいことを選ぶと、それができる地域情報にたどりつく。やりたいことを選ぶだけで、利用者は各自の欲しい情報を入手できる。HPの充実により、観光協会も、足柄上地域の情報ルートを広げ、利用者の幅広いニーズに応えることができる。

<sup>103</sup> 図10については、京都府のHP「エコツーリズム京都」(<http://www.pref.kyoto.jp/ecotour/index.html>)を参考に作成した。



例えば、「スポーツ」のうち、「芝グランド」をクリックすると、芝のグランドがある市町の名前がでてくる。これらをクリックすると、その詳細情報にたどり着く仕組みになっている。

図 1 0 体験プログラムごとに地域を紹介するHPの例（研究チームで作成）

# 資 料 編





## 足柄上地域の観光施設等についてのヒアリング結果

ヒアリングの目的： 足柄上地域の観光施設等の利用者数の動向、地元住民の利用状況、各施設の広報活動と地元住民の各観光施設等における企画・運営への参加状況の現状を調べる。

ヒアリング箇所選定条件： 各市町ごとに観光施策としての取組がある箇所を中心に選定した。

実施方法と時期： チーム員でグループを作り、各担当の市町の観光施設等のヒアリングを平成14年5月30日から平成14年6月30日にかけて実施した。

施設名	所在地	過去5年の年間利用者数	地元住民利用割合 <sup>1)</sup>	宣伝活動 <sup>2)</sup>				地元住民の企画・運営への参加状況 <sup>3)</sup>
				PA	PO	HP	他	
いこいの村・直売所	大井町	やや減少	やや低い					
大井松田乗馬クラブ	大井町	横這い	低い					
上大井駅と大井よさこいひょうたん祭	大井町	増加	高い					
サントーハラパラグライダースクール	大井町	横這い	低い					
相和地区みかんオーナー園	大井町	上向き	やや低い					
あじさいの里	開成町	上向き	やや低い					
開成町水辺スポーツ公園	開成町	上向き	やや高い					
酒匂川サイクリングコース	開成町	減少	高い					
巖島湿性公園	中井町	上向き	高い					
江戸民具街道	中井町	やや減少	低い					
中井中央公園	中井町	上向き	やや低い					
中井町郷土資料館	中井町	減少	やや高い					
休養村養魚組合(マス・やまめ釣り)	松田町	やや減少	低い					
自然休養村管理センター	松田町	減少	低い					
ふれあい動物広場	松田町	激減	低い					
ふれあい農園	松田町	やや減少	低い					

利用者の数については、県青少年課において3年ごとに調査を行っている。ここでは、平成9年度及び12年度の調査結果を参照した。

施設名	所在地	過去5年の年間利用者数	地元住民利用割合 <sup>1)</sup>	宣伝活動 <sup>2)</sup>				地元住民の企画・運営への参加状況 <sup>3)</sup>
				PA	PO	HP	他	
松田山ハーブガーデン	松田町	上向き	低い					
みやま運動広場	松田町	減少	やや低い					
21世紀の森	南足柄市	上向き	低い					
アサヒビール神奈川工場	南足柄市	-	やや低い					
足柄森林公園 丸太の森	南足柄市	減少	低い					
あしがら万葉公園	南足柄市	減少	低い					
大雄山最乗寺	南足柄市	横這い	やや低い					
南足柄市運動公園	南足柄市	上向き	やや高い					
夕日の滝	南足柄市	減少	低い					
河内川ふれあいピレッジ	山北町	上向き	低い					
酒水の滝	山北町	やや減少	低い					
森林館・薬草園	山北町	減少	低い					
丹沢湖記念館・三保の家	山北町	減少	低い					
ぶなの湯	山北町	上向き	やや低い					
道の駅	山北町	上向き	低い					
㈱農協茶業センター	山北町	横這い	低い					

1) 高い: 8割以上 やや高い: 8割以下5割超 やや低い: 5割以下3割超  
低い: 3割以下

2) PA: ペーパー PO: ポスター HP: ホームページ 他: その他

3) 実行委員会等に積極的に住民が参加 講師等で依頼され参加

イベント時に部分的に参加

## 団体等ヒアリング概要

### 湯河原町企画調整部政策課

(概況) 観光ボランティアガイドの可能性を検証するため、すでに観光ボランティアガイド(町では「観光ボランティア」としている)を実施している湯河原町の担当部局に対してヒアリングを行った。

ポイントとしては、観光ボランティアガイドの担い手は募集によって充足が見込めること、他方で、観光ボランティアガイドを利用してもらうために十分、工夫しなければ活用されなくなるおそれがあることである。

訪問日時	平成14年10月31日(木)	応対者	湯河原町企画調整部政策課 副主幹 新磯 一寿 様 主任主事 露木 豊和 様
訪問者	菊間、山口(和)		

## 1 湯河原町のボランティア制度のしくみ(全般)について

### (1) 制度発足の経緯

湯河原町のボランティア制度は、平成11年度に町長のトップダウンの指示をきっかけに、町として住民のボランティア活動を積極的に支援する形ではじめた。

### (2) ボランティアの内容

ボランティア制度は、次の11の分野を想定して、ボランティアを募集している。

「緑化ボランティア」「美化ボランティア」「福祉ボランティア」「送迎ボランティア」「保育・育児ボランティア」「お話ボランティア」「イベントボランティア」「観光ボランティア」「森林ボランティア」「通訳・翻訳ボランティア」「その他ボランティア(講座講師等)」

以上のうち活動実績のある分野は、「観光ボランティア」「緑化ボランティア」「森林ボランティア」であり、その中で一番利用者が多いのが「観光ボランティア」である(平成13年9月には観光ボランティアの会の発足式を行った)。町ではこれらの11分野のボランティア活動を網羅的に支援するために「組織化」が必要と考えている。

また、町では観光ボランティアの活動により、リピータ客の増加を期待しており、観光客増加の呼び水となることを意図している。

## 2 観光ボランティアの実施内容

### (1) 募集方法等

ボランティア募集に関する広報は、町の広報誌と地元新聞で年間3~4回行い、応募は随時受け付けている。

観光ボランティアの登録者は全体で25名おり、その内訳は男女ほぼ半数、居住地は箱根在住の1名を除き、全員が町内居住者であり、職業(前歴)に偏りはない。年齢は50代から60代が多く、最高72歳、最少28歳となっている。若い方もボランティア活動に関心があるようで(パソコン指導の分野で顕著)、幅広い年齢層が参加している。ボランティアの

選考基準は特に設けておらず、応募を断ったこともない。観光ボランティアの方にはボランティア保険に加入していただく（保険料は町負担）。

ボランティア事業に関わる町の予算は年間 14 万円であり、内訳は、ボランティア保険の保険料、講演会経費、事務費等である。町には観光協会があり、職員は 5～6 人いるが、ボランティアまではなかなか手がまわらない。但し、ボランティアの事務所（待機場所）と町観光協会の事務所は同じ建物の中にあり、相互の連携はなされていると言える。

## **(2)観光ボランティアの具体的な進め方**

観光客から、事前の電話予約を役場（政策課）で受け、観光ボランティアの会長に連絡する。会長からそれぞれのボランティアに連絡がいく仕組みになっている。日帰りの家族連れ、グループ客からの利用申込みが圧倒的に多いが、宿泊先の旅館等から紹介を受けた宿泊客も、予約を申し込むことがある。また町のホームページを見て予約される方も多い。

利用料金は無料としている。観光ボランティアは路線バス（箱根登山バス）の優待券を持っており無料で乗車できる。タクシーを利用して案内する場合は、観光客に負担をお願いしている。また、食事を一緒にするときはガイドの食事代は自己負担としている。客からの謝礼は原則辞退するが、会への寄付金として頂くこともある。

案内コースは、万葉公園（独歩の湯）のガイドが中心であり、土日には必ず 3～4 人のガイドが万葉公園に待機している（公園で随時受付）。万葉公園の来訪者からは、もっと町内を巡ってみたいとの希望もあり、可能な限り対応している。その他のコースとしては、平日の「歴史を訪ねるコース」「文人墨客を訪ねるコース」（予約制）もある。

## **3 問題点、課題等**

### **(1)観光客のニーズを汲み上げる工夫が必要**

観光ボランティアの人材集めには、あまり苦労していない。しかし、観光客にとって利用しやすいボランティア制度とするために、日頃から運営方法に工夫を重ねていく必要がある。湯河原町の日帰り客は増加傾向にあり潜在的ニーズは大きいと考えられるので、こうしたニーズをうまく汲み上げるよう工夫しなければ、観光客に利用されなくなってしまう。

### **(2)運営主体について**

現状では町が制度を運営しているが、将来的には、ボランティアの自主組織による運営が望ましいと考えている。昨年発足した、観光ボランティアの会は、こうした自主的運営のための受け皿と考えているが、行政の助成や援助がない形での自主的運営を行うにはまだ時間がかかると考えている。

### **(3)広域的な運営について**

現在のところ、町域をまたがる広域的な周遊観光のニーズは少ないが、将来的には、西さがみ連邦共和国との連携も進めていきたい。

## 団体等ヒアリング概要

### 相模原市総合学習センター

(概況)「体験インストラクター」の導入を検証するために、生涯学習の分野での指導者・インストラクターの登録・紹介システムを運用している相模原市総合学習センターにヒアリングを実施した。

ポイントとしては、指導者・インストラクターへの応募者は比較的多く見込めること、他方で、登録・紹介システムの利用実績を把握することが困難なこと等から利用者のニーズに即した運営に努める必要があること等である。

訪問日時	平成14年10月31日(木)	対応者	相模原市総合学習センター 所長 小野澤 禎子 様 同担当課長 堀内 謙二 様 同学習情報班 大塚 淳紀 様 同 長谷川 一男 様
訪問者	菊間、山口(和)		

## 1 相模原市生涯学習情報システムの概況

### (1)システム設置の経緯

従来は、市内に23ある公民館がそれぞれで実施する事業に付随して「講師名簿」や「活動団体一覧」等を紙ベースで管理していたが、これらを廃止して、市ホームページ上に一元化し、平成13年7月から本格的に生涯学習情報システムとして稼働した。紙ベースの情報を廃止することには賛否があったが、紙と電子情報が共存することによる職員の負担増や、それぞれの内容に矛盾が起こる可能性等を考慮し、電子情報に一元化することとした。その代わりに、すべての公民館等の社会教育施設にタッチパネルを設置し、ホームページ上の情報は、すべてそこからアクセスできるようにした。

### (2)生涯学習情報システムの骨子

生涯学習情報システムの柱は4つあり、「講座・催し物案内」、「講師・指導者リスト」、「団体・サークル情報」、「生涯学習施設一覧」からなっている。市のホームページとは別のサーバーとなっており、総合学習センターの学習情報班(指導主事4名、事務職4名)がサーバー管理者としてシステムの運用を行っている(専任に担当している職員は2名)。

## 2 指導者・インストラクターの登録・紹介システムの概況

### (1)登録・紹介システムの骨子

生涯学習情報システムを支える、4つの柱の一つである「講師・指導者リスト」は、指導者・インストラクターの登録・紹介システムとして運用している。講師登録にあたっては、「教育」、「人文・社会科学」、「自然科学」、「産業・技術」、「芸術・文化」、「スポーツレクリエーション」、「家庭生活・趣味」、「市民生活・国際関係」、「男女共同参画」の9の大分類に分けている。これを更に小項目に分け、全体で69項目になっている。登録者の数は、延べで442名、実数で277名となっている(平成14年10月1日現在)。このうち登録講師数の多い項目は、「芸術文化」、「市民生活・国際関係」、「家庭生活・趣味」、

「スポーツレクリエーション」の順である。

## **(2) 運営方法**

講師・インストラクターの募集は、市内の公民館等、市の施設で常時行っている。応募者には、「登録申請書」を記入してもらい、自分の得意分野・指導が出来る内容等を記載し、個人情報（住所、電話番号、生年月日、指導可能日等）をインターネット上で開示することについての同意欄に をしてもらおう。このデータに基づき、講師情報として登録し、インターネット上で公開する。自主的に応募している方達なので、情報開示について同意できないということはほとんどない。

## **(3) 市の関与**

登録・紹介システムにおける市の関与は、あくまで講師情報をネット上で開示することにとどまり、講師・インストラクターの利用を希望する団体・個人と講師との交渉（講師の招聘、謝礼の支払、その他の具体的な利用）については一切関わりを持たない。

また、登録・紹介システムに関する要綱を定めて、「虚偽の情報」、「政治活動又は宗教活動に関する情報」、「営利性の強い情報」、「公序良俗に反する情報」、「その他教育委員会が不適当と認める情報」に関わるものは講師の登録情報から排除している（要綱第7条）。

なお、講師の謝礼や指導に関わる条件等については特段の制限を設けていない。

# **3 問題点・今後の課題**

## **(1) 登録・紹介リストの整理の仕方**

現在の分類項目は、システム立ち上げ時に想定されたものであり、利用の実態を踏まえて作られたものではない。今後は利用の実態を踏まえてより利用者のニーズに即した内容にしていく必要がある。

## **(2) 実態把握の問題**

実際に、システムの利用の実態を把握するのは難しい。現在のシステムは、個々の講師の利用に関しては一切関与していないので、利用実績や講師の資質・評判等は一切分からない仕組みとなっている。「講師の顔が見えない」、「講師の評判がわからない」、「行政としてその人材の保証が出来ない」等の制度の限界を補い、利用の実態を把握するために、個々のインストラクターからの利用の報告義務を課する等に行っていない。このため、一度登録すると、全く利用されなくても、そのまま登録が継続する。制度の性格上やむを得ない面もあるが、市民により多く利用されるための基礎情報が得られない。ネット上に書き込み欄を作る、色々なチャンネルを通じて情報を得る等して、評価の仕組みを作る必要がある。

## 団体等ヒアリング概要

### 横浜市教育委員会学校教育部指導一課

(概況) 小中学生を中心としたこどもに対する体験学習・課外学習の受け皿としての足柄上地域の可能性を検証するために、横浜市教育委員会に対してヒアリングを行った。

ポイントとしては、利用時間帯に応じたきめの細かい体験学習・課外学習のメニューを用意すること、宿泊を伴う学習が行われる場合の宿泊施設との連携が不可欠なこと等である。

訪問日時	平成14年11月14日(木)	対応者	横浜市教育委員会 学校教育部指導一課
訪問者	西出		本多 智 様 鈴木 恵美子 様

#### 1 横浜市小学校での体験学習の取り入れ方と実績

小学校での体験学習の実施については、横浜市立小学校体験学習実施要綱で定めており、市内の小学校 352 校の高学年(4、5年生)で実施している。

体験学習を実施する際のポイントとしては、まず、概ね宿泊が前提となる。規模は、1クラス 30 名程度で1学年 2~3 クラス、70~80 名程度が宿泊できるところが中心となる。さらに、横浜と違った環境(例えば、自然が豊か)で集団生活を学ぶことができ、プログラムに生徒自身がグループで取り組む課題があること、保護者負担が少なくすむこと等となる。

体験学習の実施状況は、各学校でどういう力を子供たちにつけたいかにより違い、多くの場合、前年のもので対応しているのが実情(予算の関係や、先生の時間帯の関係)であり、統一的なものというのではない。また、学校毎に利用している施設がある程度固定化しており、施設の側ですでに用意しているプログラムをやるだけという面もある。望ましいプログラムの条件としては、横浜の子に魅力的であり、横浜にはないもの、横浜と比較できるものであること、継続可能であること、施設側できちんとした窓口があること等がある。

#### 2 足柄上地域での体験学習の場の可能性について

足柄上地域を体験学習の場としてアピールする場合、次の点に留意して行うと良い。

##### (1) 実施時期

体験学習の実施時期は5月~10月の6ヶ月間が望ましい。

##### (2) 体験学習プログラムの内容

現状では、体験学習プログラムのメニューが少なく、内容もどこも似たり寄ったりであることが否めない。受け入れ側には、いくつものプログラムを用意し、それぞれに変化を持たせて提供してほしい。各学校の先生が、多くのプログラムの中から選択ができ、また、組み合わせることが出来るように用意することが大切である。例えば、草木染なら、材料は外で自分たちで集めてくる等の具体的作業や内容を明記してもらえるとありがたい。また、一箇所にとどまらず、施設の周辺をいくつか回って体験できる様なプログラムが望ましい。

##### (3) P R 先

プログラムパンフレットの送付先としては、各学校に直接送付と、教育委員会総務課を通す2通りがある。毎年、次年度の計画を11月~12月に検討するのでその時期には持ってきてもらいたい。

## 団体等ヒアリング概要

### エコマネーネットワーク東京事務所

(概況) 全国的に広がりを見せているエコマネー(地域通貨)の取組を支援し、取組団体間のネットワーク化を進めているエコマネーネットワーク東京事務所に、全国のエコマネーの取組と実施上の留意点を聞いた。

ポイントとしては、エコマネーは、それ自体が目的ではなく、あくまでも地域における住民の自主的で自発的な運動を促進するためのツールであること、具体的な導入の方法は、地域の実情に応じて様々あること等である。

訪問日時	平成14年10月31日(木)	応対者	エコマネーネットワーク東京事務所
訪問者	守屋、西出		事務局長 近藤 晋弐 様 企画委員 大枝 奈美 様

## 1 エコマネーの全国的動向と代表的事例

### (1) 概況

エコマネーは現在、100以上の地域で使われているようである。日本で最初に導入されたのは、3年前から取り組んでいる北海道栗山町で、これ以降、全国に広がり、利用地域の数は飛躍的に増えている。

### (2) 栗山町の事例紹介

現在は700~800人程度の規模で行っているが、開始当初は250人程度であった。最初に3ヶ月程度、試験的にエコマネーを実施し、参加者の利用状況を調べたところ、エコマネーを全く使用しなかった方たちが結構いることが分かった。見ず知らずの人たちに自分から声をかけて何かを依頼することに抵抗を感じている人が多いことが分かった。

このため、参加者をつなぐコーディネーターが必要だということになり、その役を地域である程度の知名度があり、ボランティア意識の高い方たちをお願いした。こうして、2回目の試験的实施を行ったところ、今度は「自分ができること」と「してほしいこと」について非常に細かな、長いサービスメニューリストができた。エコマネーというものに慣れてきたものと思われる。

サービスのリストについては、情報量が多くなると電話帳程の厚さになってしまう。これでは、エコマネーを運用するのも大変なので、企業と協働して、ネット上で検索できるソフトを開発した。

このような段階を経て、現在では7つのプロジェクトグループに分かれてエコマネーを実施している。

なお、町の関与としては、今後は、町民ができるだけ自主的にエコマネーが運営されるようにしたいと考えており、人材の提供や協力はするが、補助金等の予算的な措置や援助は行わないことにしている。



## 2 エコマネーを実施するにあたっての留意点

### (1) 運営の主体

NPO、自治体が呼びかけて集まった住民グループ、JC,JA の団体等様々にある。特別の制限やこうした団体が良いといったものはない。

### (2) 運営の規模と地域からの参加のあり方

100 名程度が限度であろう。そのうち 20～30 人くらいが中心的グループになると良い。

また、実施にあたっては、まず地元で定着させることが大切である。その後他の地域や都市の住民との交流の輪を拡げていくことになる。利用地域の大きさとしては、例えば足柄上地域で一つのエコマネーを実施して、実施区域をいくつかに分けておけば、観光客も利用しやすい。まず 1 地域でエコマネーを利用し、次に別の地域でも利用して、と回を重ねるにつれて、自分にあった地域を見つけられる。

エコマネーは現状に存在する活動を活かすためのツールであり、何も無いところにエコマネーを使い始めても、何も起こらない。地元で表現すべき価値観、守りたいものがあって、はじめて、エコマネーを利用する意味がでてくる。とにかくまず地元の人々に参加してもらい、楽しさを分かってもらうことが出発点であり、そこから輪を拡げる。いままで講演会等で行ったワークショップでは初めはやる気があまりなかった方々も、会の終わりには楽しく参加している。

行政の役割としては、地元の人たちが進めているこうした活動を集約することが大切である。これにより、まず団体同士がつながり、活動の広がりや発端となる。例えば、団体 A が川の清掃をしたいがノウハウがわからない時に、このノウハウを持つ団体 B を紹介すれば、二つの団体につながりができる。そういった、地元で根付いた活動を活かしていくということが出発点になる。

### (3) エコマネー（通貨）の種類

通貨媒体としては、最初は紙を利用すればよいが、ある程度定着した段階で、インターネットの利用も併用するとよい。姫路大学の岡田先生が代表を務める「千姫プロジェクト」がインターネット上でエコマネーを実践したところ、管理が非常に簡単だったという事例がある。現在では、これをバージョンアップしたものを、アプリケーション・サービス・プロバイダー及びオープンソースで提供していくという動きがある。

### (4) 実施上の問題等

実施にあたっての法律上の問題点については特にはないと考えている。

運営母体の財源確保は、行政の補助金に依拠している例もあれば、会員からの会費でまかなっている例もある。ある程度エコマネーが定着してくるとコミュニティビジネスを展開してそれで自給自足する場合もある。エコマネーは地域の課題を見つけるツールであり、見つけた課題の解決策の一つとしてコミュニティビジネスがある。両者は車の両輪のような関係にあると考えている。

## 団体等ヒアリング概要

### 株式会社 ばど

(概況)フリーペーパー発行部数世界一となっている「ばど」の発行状況や編集方針を聞き、地域からの情報発信にあたってのフリーペーパーの活用の可能性を探った。

ポイントとしては、フリーペーパーは地域の観光情報についても一定の掲載実績があること、戸別配布により、観光客の手元まで情報を届けることが出来るため、地域の観光情報を発信する上で、きわめて有力な媒体であること等があげられる。

訪問日時	平成14年11月7日(木)	応対者	株式会社 ばど 監査役 原 聡一郎 様 総務部課長 岡田 有司 様
訪問者	権守、菊間		

## 1 タウン情報誌「ばど」の発行状況について

### (1)沿革

1987年、(株)荏原製作所を中心としたベンチャー企業としてフリーペーパーの発行が始まった。「ばど」とは、「パーソナルアドバイジング」の略で、アメリカで進んでいる個人レベルでの有料広告の手法を参考にした。その後、(株)荏原製作所から独立し、2001年には、ナスダックジャパン(当時)に上場、現在では、北は仙台から南は広島まで、全国206エリアで、合計1146万部を発行している。発行部数では、日刊紙で最大の発行部数を誇る読売新聞を抜いて、2002年には、フリーペーパー発行部数世界一としてギネスブックから認定されている。

### (2)編集の基本方針

誌面の「100%(原則)」を「個人及び団体からの有料広告」によって作成し、「無料」で「戸別配布する」という基本方針に基づく。タウン情報誌は数多くあるが、それらは「編集者の取材記事で誌面構成し、広告は付随的なもの」、「戸別配布しない」、「有料購読」等の点で「ばど」とは異なっている。

### (3)広告掲載にあたっての考え方

100%有料広告といっても、申し込みのあった広告をすべて、掲載するのではなく、掲載の基準にそぐわないものは掲載をお断りする。そのときのニーズにあったものを特集等で集中的に載せることになる。こうした読者のニーズは、有料広告の集まり方によって自ずと見えてくる。例えば、少し前までは「リサイクル」関係の広告が多かったが、今は「ダンス」や「語学」等のサークルの広告が多い等。

また、広告審査基準として4つの基準があるが常識的な内容であり、それ以外のものは、男女の出会いメッセージ等を除き、原則として全部取り上げている。

#### (広告審査基準)

- ・法に触れるもの及びその可能性があるもの(係争中のものを含む)

- ・他人の利益・名誉・プライバシー等を著しく傷つけるもの及びその可能性があるもの
- ・虚偽および誇大メッセージ
- ・その他「ばど」が不適当と認めたもの

観光情報は、その地域の購読者の行動可能な範囲の情報を広範に扱っており、「ばど」のなかでも大きな割合を占めている。

広告料は、個人は最低で600円(4行分)～、法人については、1行につき900円～、その他写真掲載料等は別途扱いになっている。

#### (4)読者層

読者は、男性30%、女性70%、年齢的には20代から30代が多いが、高齢者にも層が広がっている。また、「ばど」一部当たり平均して2～3人に読まれているとの統計データがある。

#### (5)インターネットとの関係

インターネットの普及の中で、紙の誌面を編集・発行するとともに、インターネット上の画面に掲載するという方法をとる媒体が増えている。

しかし、当社では、「ばど」の情報をそのままインターネットに載せることはしていない。インターネットは速時性、検索性、蓄積性に優れるが、紙媒体は、一覧性や潜在需要創出性、偶然性に勝る。同じ地域情報やコミュニケーションを扱っても、そのままの情報連動では意味がないと考えている。

情報誌「ばど」としてのあるべきインターネットサイトを現在構築している。具体的には、「ばど」では「ばどタウン」という、インターネット上にバーチャルな地域社会を作り、その住民になってもらうようなコミュニティサイトを運営している。ゲーム感覚で住民どうしがコミュニケーションをする仕組みや地域情報の検索ができるようにしている。

## 2 足柄上地域の地域情報掲載の可能性

### (1)あしがら版「ばど」の発行の可能性

「ばど」が、無料の情報誌として成り立つ最低必要条件として、地域の人口の集積がある。足柄上地域だけを対象とした「ばど」の発行は、現在の都市や人口の規模から言って、(今後とも)無理だろう。

### (2)足柄上地域の地域情報の掲載の可能性

既に横浜版・川崎版等では、他地域の観光情報等を積極的に取り扱っている。具体的には、レジャー、観光特集の他、北海道や長野県のグリーンツーリズムの情報、体験学習の情報、学校の情報等、多彩な実績がある。足柄上地域の情報で、研究報告書の中で触れられているものは、掲載にふさわしい情報であり、どんどん活用してもらいたい。

また、数行の文字広告に独自のホームページのURLを掲載して、インターネットとの連動で情報提供していくことも有効である。

## 団体等ヒアリング概要

### 小田急電鉄（株）営業推進部

（概況）足柄上地域と関連の深い小田急電鉄（株）が発行している生活情報誌の発行状況を知り、地域の観光情報の掲載可能性を検証するためにヒアリングを行った。

ポイントとしては、発行規模等から見て地域情報の提供媒体として有力であること、情報提供（掲載依頼）する側としては、地域をまとめて全体の情報を分かりやすく、地道に提供・依頼を続けること等である。

訪問日時	平成14年10月18日（金）	応対者	小田急電鉄株 営業推進部 山口 哲二 様 高橋 勝仁 様 水島 悦子 様
訪問者	木村、西出		

## 1 小田急生活情報誌 CUE！について

### (1)概況

小田急生活情報誌 CUE！には「紙版」と「デジタル版」があり、紙版の方が先行しており、本年で創刊6年目を迎えた。毎月1日発行で沿線上の朝日・読売新聞にすべて折り込みで約65万部、その他、小田急線のすべての駅と小田急0Xにも配置し、合計で毎月70万部発行している。

デジタル版（HP）の方は、紙版に3年遅れてスタートした。当初は、紙版では間に合わない最新の情報の提供を目指していたが、実際は、紙版の情報の掲載に留まっている。ただし、紙版にはない「駅別の情報」も提供しており、アクセス件数も多く好評である。

### (2)紙版のCUE！の読者層と掲載内容について

主たる購読者としては、新聞をあけてゆっくり折り込み広告を見てくれる専業主婦層が中心となっている。

情報を掲載する基準は特に設けておらず、企画担当者が企画に合った、必要な情報と判断したものになる。なお、広告掲載の依頼はあるが、創刊当初から今まで載せていない。広告は、紙面全体の雰囲気に影響し、他の記事を掲載するスペースがその分限られる等、掲載記事の自由度にも影響するためである。

小田急関連グループからの情報の他に地元の商店の取材等を行い、読者があきないよう工夫している。また、行政側からの情報提供は現在のところほとんどなく、そのためのコーナーも設けてはいないが、最近はじめた「saijiki」というコーナーでは一部地域のイベントを案内している。

### (3)CUE！への情報提供について

観光情報や地域情報については、実施予定のイベント名のリスト及び実施予定内容をFAXで3ヶ月前に提供していただくと、掲載について検討することが可能である（紙面の都合上、必ずしも、提供された情報を掲載できるとは限らないが、掲載する場合には、営業推進

部から2ヶ月前までに詳細情報の追加を依頼する)。なお、行事やイベントの情報等は市町ごとではなく、広域の地域単位で、一ヶ月分程度にまとめて提供してもらえるとありがたい。

#### **(4)小田急電鉄(株)で発行している他の紙媒体の広報(「おだきゅう」等)との関係**

「CUE!」が沿線住民に対しての電車利用促進を主たる狙いとしているのに対し、「おだきゅう」は通勤で電車を利用してくださっている方に、会社自体をアピールすることが主たる狙いとなっている。したがって「おだきゅう」の方が、若干固めの内容となっている。また、取材や情報収集の方法も「CUE!」とは別に行っている。

#### **(5)デジタル版 CUE!について**

トップページへのアクセスは月平均15,000件であり、随時、プレゼント企画を用意して、アクセスを増やすよう、工夫している。また、会員の方には、メールマガジンを月2回送付し、きめの細かい情報提供をしている。

## **2 足柄上地域の観光情報掲載の可能性と、その際の留意点**

足柄上地域というと、ハイキングというイメージがある。こういった広く定着しているイメージを生かして、「お手軽な情報(金がかからず、スケジュールが既に組んであるもの)」を流していくのが良い。

また、「何でこれをここでやるのか?」という疑問が沸くようなことをするよりも、「あしがら」らしさが分かってもらえることを企画すれば、客は来てくれる。ジャンルとしては、「食べ物」のアプローチが良い。また足柄茶の茶摘み体験はできないだろうか。体験プログラムは読者の反応が良く、お茶の摘み取り体験等はあまり聞かないし、やってもらえると好評だと思う。

## 団体等ヒアリング概要

### (株)富士通総研 PPP 推進室

(概況) インターネット上で、「コンシェルジェ」と呼ばれる観光ボランティアガイドが地域の観光情報を提供し、インターネット利用者とのコミュニケーションの推進を目指す「コンシェルジェ」ホームページ(以下HPに略)の運営についてヒアリングを行った。

ポイントとしては、地域の住民や活動団体(NPO等)と連携し、いかに「他のメディア等では入手が難しい地元の口コミ情報」をリアルタイムで提供できるかがあげられる。

聴取日時	平成14年10月11日(金)	応対者	(株)富士通総研PPP推進室 シニアコンサルタント 安藤 日出夫 様
聴取者	菊間、西出		

#### 1 「コンシェルジェ」HPの概況

コンシェルジェとは、フランス語で案内人を意味し、ここでは、地域住民から選定された、地域の観光及び自然、文化、お店、イベント等の地元の活動に詳しく、インターネットの活用に関心を持っている観光ボランティアガイドを指す。コンシェルジェは、グルメ、温泉、ショッピングといった個別のニーズにあった情報を、インターネットのホームページや電子メール等でリアルタイムに提供する。

「コンシェルジェ」HPでは、利用者は特定のコンシェルジェ宛てにメールを送って質問してもいいし、誰に聞けばよいか分からなければ、掲示板に質問を書いてもよい。これらの質問に対し、各担当のコンシェルジェが答える。利用者が質問しやすいよう、HPにはコンシェルジェの顔写真と自己紹介等が掲載されている。また、質問とは別にコンシェルジェが、地元ならではのお勧め情報としてまとめた観光情報も月1回程度更新して掲載される。このようなインターネット上での利用者コンシェルジェのやりとりを通じて、地域への興味を高めてもらい、旅行する際に役立ててもらおうのが「コンシェルジェ」HPである。

それぞれのHPアドレスは、

九州(Q州マイ-コンシェルジェ): <http://www.my-concierge.org/kyushu/>

関西コンシェルジェ: <http://www.my-concierge.org/kansai/>

熱海コンシェルジェ: <http://www.my-concierge.org/atami/>

さっぽろのコンシェルジェ: <http://fnv.jp/pc/index.html>

新居浜コンシェルジェ: <http://www.my-concierge.org/shikoku/niihama/>

四国小豆島コンシェルジェ: <http://www.my-concierge.org/shikoku/syodoshima/>

まつりだ!高松コンシェルジェ: <http://www.my-concierge.org/shikoku/takamatsu/>

日本ラインコンシェルジェ: <http://www.my-concierge.org/n-line/>

但し、本ヒアリング実施当時は九州、関西、熱海での事業実施にとどまっており、それ以外のコンシェルジェHPについてはヒアリング以降に実現されている。

## 2 設立の背景

そもそもは北海道において、平成 10 年度に、旧運輸省の「インターネットによる双方向リアルタイム情報提供（旅のコンシェルジェ）調査」として、（株）富士通総研がインターネットによる観光ニーズ調査を行うと共に、その結果をもとに、地元住民による観光情報発信と、利用者との交流の場としてインターネット・サイトを立ち上げることを企画提案し、これが採択され事業がはじまった。事業は、北海道の各地域において、観光、スポーツ、アウトドア等の各分野で活躍している地域住民の方に「観光コンシェルジェ」としての参加を呼びかけ、従来の観光では難しかった観光客への新しい観光情報提供と交流の実証実験として行われた。

続いて、九州については、国土交通省による「ボランティアの活用による観光交流促進調査」のなかで、平成 14 年の日韓共催ワールドカップに向けて、開催地大分と福岡を結ぶ観光のアピールとして平成 12 年度に観光ボランティアによる観光情報サイト「Q 州マイコンシェルジェ」を開設した。特に、このサイトでは、日韓自動翻訳機能を採用し、日本人と韓国人との間でリアルタイムな情報交流が可能な仕組みについても取り組んでいる。平成 13 年度からは、福岡県と大分県の各市町村と九州運輸局との共同主催になり、平成 14 年 8 月にはコンシェルジェの地域をさらに広げている。平成 15 年度以降については、各県及び市町村による共同事業としての継続を予定している。

関西では、近畿運輸局の「国際観光振興施策に関する調査」の実証実験として、平成 14 年夏に関西コンシェルジェが立ち上がった。特に、東アジア地域を中心とする海外からの観光客に力をいれていることから、九州同様、日韓自動翻訳機能を採用し、さらに、英語・中国語専用の掲示板を設定し、通訳ボランティアグループの協力により、外国人旅行者からの質問に対応している。

## 3 発信する情報の内容

九州、関西の両HPについては海外からの観光客を意識しながら、観光客のニーズにあった情報や、ガイドブックに載っていない口コミ情報等を伝えるということに留意した。

また、体験型観光の様な分野についても一定のニーズは見込まれると考える。実際、当社では同じようなHPを今後四国（小豆島、高松、新居浜等）と中部地方（日本ライン広域地区の4市1町）でも立ち上げる予定があり、これらの地域については、いままで立ち上げたHPの対象地域よりも範囲は小さいが、地域で様々な活動をしているNPO団体や市民グループ団体等と連携し、他のメディア等では入手が難しい、祭や自然、歴史等、地域の貴重な情報をどれだけ提供できるかがポイントとなる。

## 4 コンシェルジェの具体的な募集方法等について

コンシェルジェの募集については、運営事務局が中心に行っており、NPO等の地元活動団体や地元自治体等の紹介等を通じて行っているが、いずれにしても事務局から現地に赴いて、コンシェルジェ候補者と直接会い、両者合意のもとで選定している。契約期間は原則的に実証実験期間中だが、継続の場合にはそれ以降も続く旨、契約時に了解を得ている。

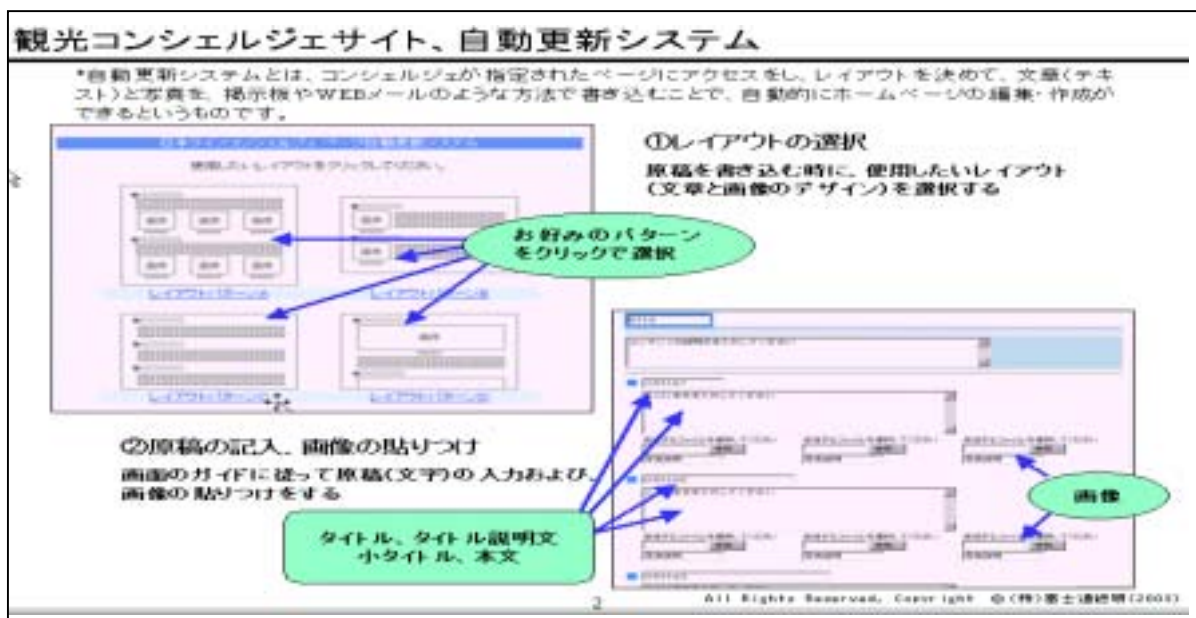
また、コンシェルジェのジャンルと人数については、事業の始めに地域で行うアンケート調査等をもとに、自治体との協議のうえで、対象ジャンルと地域で適切な人数を決めている。

当初1つの地域に個人のコンシェルジェという形が多かったが、数名からグループ単位で担当する地域が増えてきている。

このコンシェルジェをいかに集めるかが最も重要で、魅力的な人材が集まればおのずと良い情報が提供ができる。熱心なコンシェルジェにより、従来のガイドブック等ではなかなか分からなかった新たな魅力を発見できるHPになっており、好評を得ている。

## 5 コンシェルジェの負担を軽減する情報自動更新システム

コンシェルジェが情報をより手軽に発信できるような取組も進めている。平成14年には、HP作成等について専門知識がない方でも、気軽に情報更新ができるよう、自動更新システムを導入した。これは、基本となるHPレイアウトから適当なものを選び、あとは、画面のガイドに沿って、原稿や写真を入力するだけで、簡単に新しい情報をHP上に掲載できるシステムである（図参照）。このシステムを導入したことで、コンシェルジェによるHP作成が容易かつ効率的になり、定期的な情報更新が確実にできるようになった。



## 6 ホームページの活用状況と運営管理について

HPへのアクセス件数は、例えば、九州（Q州マイコンシェルジェ）の場合、トップページで延べ94,000件、それ以外のページで延べ700,000件（いずれも開設～平成14年9月まで）である。定期的に懸賞付きアンケート企画等を行い、アクセスを増やす工夫を行っている。

また、他のHPにリンクを張ってもらうことが大切だと考えており、相手が貼るのは自由としている。逆に、こちらのHPにリンクを載せることは原則、行政機関や行政関連団体等に限っている。

HPの運営・管理を行う運営事務局は、富士通総研とその外部スタッフ（計2名程度）であり、将来的には、管理運営をNPOに委託する予定である。それに向けて、2002年1月にコンシェルジェの運営を事業とする「NPOマイタウンコンシェルジェ協議会」が特定非営利法人として認可されている。



## 団体等ヒアリング概要

### サンデーパラ パラグライダースクール（大井町）

（概況）足柄上地域でのスカイスポーツの可能性を検証するために、地域内でパラグライダークラブを主催し、国体開催時にはエキシビション等も行っている当団体にヒアリングを行った。

ポイントとしては、足柄上地域は、地形や風向等の点からパラグライダーの適地であること、他方で、実施にあたっては、指導者の育成や適地での施設の整備等が必要等の点である。

訪問日時	平成14年10月24日（木）	応対者	サンデーパラ パラグライダースクール
訪問者	山口（和）、守屋		校長 中村 様

#### 1 スクールでのパラグライダーの取組状況等

当スクールでは、現在 100 人程度の会員が所属し、生徒の技量は A 級（直線飛行ができる）B 級（S 字飛行ができる）ノービスパイロット（高高度飛行ができる）、パイロットに分けられる。飛べるようになったと言えるのは B 級以上をいい、半年から 1 年かかる。パイロット過程を修了し、スクール卒業後、自分で飛ぶことができるが、その場合でも、2 人以上で行うのが原則となっている。

授業料は年間 4 万 5 千円で、器具等一式のレンタル料も含んで指導・講習を行っている。器具のレンタルのみのサービスは行っていない。パラグライダーも自分で飛べるようになると器具が必要で（一式 35 万～50 万円程度）、この販売も行っている。

所管行政部局については、昔は（今の）国土交通省だったが、現在では、生涯スポーツとしてとらえられるようになり文部科学省となっている。

#### 2 スカイスポーツとしてのパラグライダーの現状と今後の展望

JHF ハンググライダーの登録者は全国で 16 万人に及んでおり、日本中にいくつものポイントがある。有名なポイントは、筑波山、八郷町、熱海の裏丹那盆地等があげられる。スキー場の夏場の利用策として活用されているポイントが多いが、スキー場は北向きの斜面が多いため、良い風が吹かないといった問題点もある。

#### 3 足柄上地域でのパラグライダーの可能性

##### (1) 地形的な適性について

良い風がくる可能性が高いこと、西風・北風が入りにくいこと、西に箱根外輪山、北に丹沢山系があり北風等をブロックしてくれること、南に海があるため、そこから風が入ること、また、海から 10 km のシェアライン（海からの風と陸からの風がぶつかること）にも当たること等から適地だと言え、このようなことから、当スクールは大井町で活動している。

##### (2) 具体的なポイントの選定について

フライトポイントは 30m 四方もあればよいが、着地点は 100m 四方のスペースが必要であ

り、練習のため斜面があること等も必要となってくる。また、着地点は毎日使うわけではないので観光牧場等にすると良い。具体的には、21世紀の森（南足柄市）から飛んで北足柄中学校あたりに降りるコースが考えられる。ここは送電線もなく、南向きで適地である。松田山からのフライトというコースも考えられるが、東名高速道路をまたぐことから、あまり好ましくない。

### **(3)フライトにあたってのルール作り**

高速道路上を通過してはならないとか、または何m以上で通過しなければならないといった法律上の規制はないが、危険な面もあるので、松田山からは初心者は飛ばない、東名高速道路上を100m以下で通過しない等の自主的なルールを設けている。

### **(4)問題点**

初心者とベテランの差が大きく、中間的な技術を持つ人が少ないため、こうした点を重視した指導者の育成が重要と考えられる。

また、足柄上地域には初心者に教える場所が少ない（候補地としては、村雨山等）という課題がある。

送電線にかかるコースについては、飛ぶルートにかかる送電線に目印をつける等の対策も必要である。

## 団体等ヒアリング概要

### (株)足柄グリーンサービス

(概況) 足柄上地域でのサイクルスポーツ促進の可能性を知るために、地域で各種のスポーツイベント等を行っている(株)足柄グリーンサービスにヒアリングを行った。  
ポイントとしては、足柄上地域はサイクルスポーツの適地であること、他方で一層の促進のためには、宿泊施設の整備や学校との連携が重要となる等である。

訪問日時	平成14年10月24日(木)	応対者	(株)足柄グリーンサービス 社長 小山 勉 様 野外教育事業部 湯川 部長 様
訪問者	山口(和)、守屋		あしがらグリーンファーム 高見 澤哲 様

## 1 サイクルスポーツの現状と足柄上地域での可能性

### (1)現状

サイクルスポーツは、それぞれ個人が自分の嗜好に添って自由に周遊し、楽しんでいるというのが現状である。個人として楽しむなら、どこでも、いかようにでも走れ、その意味で地域全体がフィールドだと言える。また、サイクルスポーツに適する場所、適さない場所、あるいは上級、初級といったような区別も、実際は難しいと考える。

### (2)コース設定の可否

サイクルスポーツのために一定のコースを設定することは可能である。例えば、丹沢湖周辺、大野山山麓、松田山山麓、足柄峠周辺等、さらに広域農道や、255号線沿線、道の尊周辺、大井町の丘陵地帯等も適地である。

もっとも、一定の地域をコースとして、行政機関のお墨付きをもらうというようなことは難しい。行政が使用を許可するのかがどうかが一番大きい。少なくとも競技(イベント)や、レースを行う場合にルートの使用について行政に相談した場合には、そういったことは難しいと言われる。

### (3)足柄上地域での可能性

足柄上地域はサイクルスポーツを振興する上で、いくつかの課題もある。

一つは、宿泊施設の問題である。例えば、箱根には宿泊施設はあるが、遊べる(体験できる)自然環境に乏しい。逆に、足柄上地域は、サイクルスポーツを行うには良い場所だが、サイクルスポーツに参加する人々が気軽に宿泊出来るような施設が少なく、その整備が進むと良い。

また、学校との連携策も重要である。横浜市では自然体験学習(2泊3日)に補助金を出しており、こうした需要を取り込むため近畿日本ツーリストやJTB等も旅行事業者として

色々な企画に力を入れている。地域での取組の情報を各学校や教育委員会に発信していくことが大切である。

## 団体等ヒアリング概要

### 千葉大学園芸学部 浅野義人教授

(概況) 公共施設の芝生化は、利用者に種々のメリットを与え、また観光客誘致にとっても魅力ある手段である。そこで、この問題の研究を進めている千葉大学園芸学部浅野教授に対してヒアリングを行った。

ポイントは、粗放的管理になじむ栽培手法を開発すること、地域の風土に合う種類・品種を選択すること等である。

訪問日時	平成14年11月7日(木)	応対者	千葉大学園芸学部緑地植物学 研究室 教授 浅野義人様
訪問者	山口、平良		

#### 1 公共施設における芝生化の意義

公共施設の運動場・競技場等を芝生化する動きは、全国的に広がっており、特に小・中学校の校庭の芝生化については文部科学省が補助を行っている等積極的に進められている。

芝生化の意義としては、グラウンドの砂埃飛散防止等のほか、児童生徒の怪我の防止や運動機能の向上に有益であることが挙げられる。学校施設における地域開放の動きの中で、芝生化することで、施設を地域のコミュニティの場として活用する意義も出てきた。

#### 2 公共施設の芝生化を進めるにあたっての問題点

公共施設の芝生化を進めるにあたっての最大の問題は、負担が大きいランニングコストである。ランニングコストが大きくなる具体的な要素としては、一度芝生化をした後にも追加播種をする必要があること、また、夏芝と冬芝の転換作業を行う必要があり、そのための管理費用が大きいことがある。

また、芝生化にあたっては、一定の養生期間をとる必要があるが、そのために施設の利用が大幅な制限を受け、逆に施設の利用を優先させると、十分な養生がなされないまま芝が荒れ、その補修のためにさらにコストがかかるといった点もある。

こうした問題点はすべて、ハイコストを前提とした肥培管理技術、造成方法を採用している点に原因があり、そのため、ランニングコストがかかるのは不可避と言える。

そこで、公共施設の芝生化を促進するための現実的な手法として、次に述べるような栽培手法や、品種の選定を行うことにより、従来の方法に比べ、費用があまりかからず、粗放的管理に耐える芝を実現することができる。

#### 3 公共施設の芝生化を促進するための有効な手法

##### (1)粗放的管理に耐えうる栽培手法 ~夏芝と冬芝の混植技術と肥培管理技術~

まず、なぜ芝がはげるかという問題であるが、その原因として、管理体制に依拠して芝生用に適した土壌が違うこと(芝には砂土壌という常識が実は非常識)、浅刈り(1~2cm)や冬季に使用する際の踏圧によって薄くなった芝に雑草が侵入し繁茂する等の点が上げられ

る。

これに対してどうすれば、よりよく芝が定着するかが問題となるが、次のような方法が有効と考えられる。

#### 2種芝の混植による相乗効果

夏芝をベースに冬芝を混ぜるという形で2種類の芝を交互に主役交代させる。冬季の緑葉により、アレロパシー（他の植物の生育を阻害する物質）による雑草の抑制と踏圧耐性をつける。植生の多様化で病害虫発生の抑止効果が生まれる。

#### 高刈り（5cm前後）の推奨

高刈りにより緑葉が十分に残り光合成が盛んに行われ、根の張りが良くなる。密生による雑草抑止効果や多様な生態系が生み出され害虫の抑止効果も生じる。

## (2)種類・品種の組み合わせについて

ベースには暖地型種ノシバ（品種ヒメノ）、混合播種に寒地型のケンタッキーブルーグラスという組み合わせが考えられ、その利点として次があげられる。

ノシバは品種改良が進んでおり、耐踏圧・乾燥に強く、低肥料でもよく育ち、横方向への生長が著しいため葉密度が高く、雑草の侵入を受けにくい。

ケンタッキーブルーグラスは、耐暑性があり草丈も低い。また、寒地型の中では、横方向への伸張が良く、損傷時の回復が早い。

その他の有望種としては、次のものがあげられる。

バミューダグラス（耐踏圧が高く生育も旺盛だが、生育密度が低く雑草の侵入に弱い）  
セントオースチングラス（生育が最も旺盛で、雑草の侵入には極めて強く管理も最も粗放的で良いが、葉が大柄で美しさに欠ける）

センチピードグラス（強アレロパシーで雑草の混入がほとんどない。ただし、他品種との混合播種はできない）

## 団体等ヒアリング概要

### (株)サカタのタネ

(概況)花を利用した観光地づくりの具体的事例とその管理上の留意点を、造園と花についての専門事業者である、(株)サカタのタネに伺った。

ポイントとしては、それぞれの活用の場面(市街地か、公園か、農地か等)に応じた管理方法を良く踏まえること、イメージコンセプトを大切にすること等である。

訪問日時	平成14年10月24日(木)	応対者	(株)サカタのタネ造園緑花部 緑花課 吉澤課長 様
訪問者	山口(隆)、山崎		同 石川 様

## 1 花を利用した観光地づくりの具体的な事例とその特徴

### (1)農地利用の事例(山中湖村)

山中湖村は、夏場のリゾート地であり、訪れる観光客が多い地域である。隣接地に「花の都公園(自然を生かした花と水がテーマの公園)」があり、最近では、ぶどう狩りとタイアップした観光も増加している等、比較的観光志向が強い地域である。

取組の経緯としては、水田転作によりキャベツ生産と遊休地となっていた水田を、リゾート地にあったものに替え、地域の活性化を図る目的で、村長のリーダーシップにより一面の花園にした。当初、37haに花を栽培したが、現在は、換金作物であるブドウ等の果樹が導入され、花の面積は18haとなっている。

導入する花は業者((株)サカタのタネ)が指導しているが、種の播種等は村(村職員及び農家)で実施している。除草等にはシルバー人材センターを活用している。植栽時期は5月の連休から10月上旬までに開花する花の種を直播している。なお、開花面積のピークはリゾートシーズンである夏にあわせている。

来訪者の維持、増加のための工夫としては、まず、花の咲いている農地はオープンにして入場無料としている。そして、全体をいくつかに分けて、花の種類や開花の時期を変えることで変化を持たせ、毎年訪れるリピーターが飽きないようにしている。花の咲いている農地には通路は作らず、農道から景観を楽しむようにしているが、実際には観光客が花畑に踏み入るので、なんとなく道ができる状態である。

### (2)都市公園内の事例(「茅ヶ崎里山公園」)

神奈川県県土整備部による都市公園整備の一つであり、自然景観を取り込んだ公園として整備され、このうちの花壇等を業者が整備した。

公園に接する道路沿いにシーダーテープ(種子を封印したテープ)を利用してボーダー花壇を作っている。

芝(夏芝:コウライ芝、姫コウライ芝)に、秋の目土といっしょに花の種を混ぜ合わせて播種することで早春は花園とし、春から秋までは芝生として利用している(フラワーオーバーシード工法:(株)サカタのタネでパテントをもっている)。

### (3)都市公園内の事例（武蔵森林公園）

面的に広がりをもった花園の花に、自然景観にマッチした野草（オミナエシ、キキョウ等）を利用している。

### (4)市街地公共施設の事例

横浜美術館前噴水広場（池の中に「花いかだ」を設置）

MM21 地区（街灯に吊り下げ型フラワーボールを設置）

JR 関内駅前（ワールドカップ開催時に花文字ウォールを設置）

各地商店街（花苗を植えたプランターを設置）

競技場周辺やイベント会場等（スタンディングバスケットボールに花かごを付けハンギングタイプの花を植える、フラワータワー、花苗を網状のボールに植える等）

障害者が参加できる花壇（車いす利用者が作業できる高さに作られた花壇（セラピー）の設置）

## 2 市街地における花の活用と、その留意点

### (1)街灯等にフラワーボールを吊る等の方法をとる場合の留意点

強風が当たらない場所であること  
適した種類の花を選ぶこと

肥料は、ボールへ花苗を植え込む時に長期効果が持続するものを混ぜれば、開花期間を伸ばすことができる

ボールの花は（種類により異なるが）、できれば年3回程度植え替えるときれいに維持できる

水やり等に対応できる地元体制があること。地元の自治会や商店街で管理できない場合は、花の管理の知識があるシルバー人材の活用も考えられる

ボールをつるす街灯等に灌水チューブを付けることで、つるしたままでの灌水が可能となるが、天候によりボールの乾きが異なるので難しさがある

灌水チューブの設置はさほど難しいものではなく、街灯から街灯にチューブを空中に張ることで可能である

### (2)プランター、フラワーボール、スポットガーデン等によりイメージアップする場合の留意点等

#### イ プランター

一般的によく利用されており、あまりインパクトがないという点を踏まえる

きれいな状態で維持されていないと、踏んだり、空き缶を捨てたりされ、逆に景観を損ねる場合がある

地元の管理意欲により、それぞれのプランターの状態に差が出る

利用できる花の種類が豊富で、花の植え込みも容易なため、誰でも直ぐに取り組むことができる

---

池底に固定式とフロート式がある



## ロ フラワーボール

初期設置に経費が掛かる

利用する花の種類が限定されるとともに、花の植え込みには技術が必要である

水やり等の管理に地元の協力がかなり必要となる

まだ、あまり設置されておらず、インパクトがある

空中にあるので、踏まれたりすることがない

## ハ スポットガーデン

用地の確保が課題となる

何箇所か確保できれば、管理は自治会等に任せてコンクールを実施する等、展開に幅がある

最近のガーデニングブーム等から住民が参加しやすい

きれいに管理されてないと「ごみ」等を捨てられ、かえって美観を損ねる恐れがある

## 3 遊休農地における花の活用と、その留意点

### (1) 適した花の種類と管理法

どの花を選ぶかは地域のコンセプト次第であり、地形、気候、土壌等の条件を加味して検討する必要がある。花の草丈も見場所により異なり、斜面等では雑草に負けないような、かなり草丈が高いものも利用される

### (2) 管理上の留意点

管理については、生育初期の除草が一番手間のかかる作業となるが、シルバー人材やボランティア活動の活用等で対応できる。また、シーダーテープを利用した播種、紙マルチを利用した雑草防除、通路幅を広くとった植栽等で、かなり省力化した管理も可能である。特に、シーダーテープを利用すると、花で絵や文字を容易に書くことが可能で、この場合は 20 アール程度の広さの土地でもインパクトのある花園ができる。

このような花園を何箇所かに設置し、開花期を合わせて周遊できるようにする方法や逆に開花期を変えて、いつでも花が咲いている場所を確保する方法等も考えられる。

## 団体等ヒアリング概要

### 千葉大学園芸学部 安藤敏夫教授

(概況)花を活用した観光地づくりの具体例と、実施にあたっての留意点を千葉大学園芸学部安藤教授に聞いた。

ポイントとしては、地域特性に留意して花の種類やアピール方法を選択すること、他の地域にはない特色を売り出すこと等である。

訪問日時	平成14年11月7日(木)	応対者	千葉大学園芸学部 花卉園芸研究室 安藤 敏夫 様
訪問者	山口(隆)、平良		

#### 1 花を活用した観光地づくりについて(具体例)

##### (1)オープンガーデン(個人の庭を開放して見学させる)

日本でも行われるようになってきている(兵庫県、長野県に事例がある)。農家の庭は日本風庭園としてよく管理されており、オープンガーデンにできれば、多くの見学者を期待できる。

1戸だけオープンガーデンにしても集客効果には限界があり、地域に多くのオープンガーデンがあることが観光資源として成立する条件となる。また、利用者のマナーが悪いと庭を提供した家とのトラブルの原因となるので、ルールづくりとその徹底が必要である(基本的には、前庭のみの開放であり、他への立入は禁止、トイレは貸さない等のルール)。海外では、庭提供者が喫茶場所や物品の販売を行っているケースもある。

##### (2)山道、農道、あぜ道の利用

区画整理が行われていない水田に沿った曲線のある道が最適である。花は平らな緑と組み合わせると引き立つ(海外では、芝、牧草等との組み合わせになるが、日本では水田の稲との組み合わせが良い景観を示す)。また、単一の花がベルト状に続くのは、景観とともに導線としても利用できるし、奥行きがなくても土手等に咲かせると目立つ。

##### (3)町中での商店等のサイン

ヨーロッパ等では店の種類により、展示方法を変えた花をサインに使っている(例えばハンギングバスケットに花を咲かせている飲食店等)。日本でも作り酒屋の正面入口に「スギ玉」がつるしてある等の例がこれにあたる。海外ではリース会社が設置とメンテナンスを請け負っているが、日本にはこのような会社は少ないので、システムから構築する必要がある。

##### (4)プランター等の管理

都心ではリース会社が設置とメンテナンスを請け負っているケースが出てきた。取り替えや水やり等は夜間作業で実施している。このような会社がなくても、最近、底面灌水ができるプランターも開発されているので、水や肥料をこの方法でやるようにすれば管理も

簡単である（底面灌水とは、鉢やプランターの下部にある貯水部分から布等で土に毛管現象を利用して給水すること）。

プラスチック製のプランターは見せるものとしては適していない。展示するからには木のプランターや樽等装飾性のある容器にすべきである。また、冬場の展示に向けた花は限られる（都会ではヒートアイランド現象で亜熱帯化していて、利用できる花が増加しているが）。はばたん、パンジー、ストック等のいろいろな品種を利用することで、対応するしかない。

## 2 花を活用した観光地づくりにあたっての留意点

### (1) 地域による適不適に留意すること

例えば、現在、切り花の産地となっているところは向かない。農家は販売することを目的としているのであって、来た者が見て楽しまれても地域への還元は少ない。逆に、鉢物、花壇苗等を生産している地域では、その生産物を景観づくりに利用できるもので、産地の強化面でも効果がある。

### (2) 景観にこだわりを持つこと

最近では遊休農地を利用した景観形成は各地で進められているので、特に「景観に対するこだわり」が必要になる。例えば、地域で特定の種類の花を定め、そのいろいろな品種を個別農地に咲かせるとか、その地域に行かなければ見られない花等に特化して特徴を売り込む等がある。

### (3) 管理上の留意点

管理（特に雑草対策）の手間を考慮すると、利用する花は一年草が適している（花が終わった後に耕耘することで、雑草を減らせる）。ただし、土手等の傾斜地で簡単に耕耘できない場所では、雑草に強いアジサイ、彼岸花等の利用もある。

## 3 おわりに

花だけで観光地化し集客することは無理があり、花は周辺環境や景観と合わさって効果を呼ぶものと考えた方がよい（汚いところに花があっても誰もきれいとは思わない）。また、誰が管理するか（経費、労力等）をしっかりと詰めないで長続きしない（民間業者等も含めた維持管理システムをつくる必要がある）。