

令和4年度
ポストコロナ時代の北海道観光に関する研究会

報 告 書

令和5年3月

一般財団法人 北海道開発協会
開発調査総合研究所

令和4年度

ポストコロナ時代の北海道観光に関する研究会

< 目 次 >

・ ポストコロナ時代の北海道観光に関する調査研究 「総 論」 北海道武蔵女子短期大学 学長 町野 和夫	・・・ 1
・ 事例研究 「北海道から、世界をちょっぴり面白くクリエイティブに。 ～岬の湯しゃこたんの今とこれから～」 (株)SHAKOTAN GO 代表取締役 五十嵐 慎一郎	・・・ 17
「新旧の観光資源を掛け合わせたまちづくり ー 観光地域商社 株式会社 karch の取組 ー」 (株)karch 地域戦略部部長 板橋 正智	・・・ 27
「小さなまち南富良野町の観光について」 NPO 法人南富良野まちづくり観光協会 事務局長 小野 寿樹	・・・ 37
「ポストコロナ時代の新しい人材確保のカタチ『おてつたび』 ー お手伝い×旅 で“人手不足解消” そして“地域活性化” も ー」 (株)おてつたび 代表取締役 CEO 永岡 里菜	・・・ 45
「大型観光地ではない地域の宿泊施設の有様」 地域ビジネスプランナー&プロデューサー 東村 有三	・・・ 51
・ 調査報告（事務局） 現地調査報告レポート	・・・ 61

ポストコロナ時代の北海道観光に関する調査研究

総 論

北海道武蔵女子短期大学

学長 町野 和夫

ポストコロナ時代の北海道観光に関する調査研究

総 論

2023 年 3 月 27 日

北海道武蔵女子短期大学 学長 町野和夫

今年度の調査研究の目的

昨年度から始まった本調査研究の初年度の目的は、コロナ禍で壊滅状態といってよい北海道観光について、コロナ禍直前にアジア諸国からのインバウンド客の急増で見えにくくなっていたマストツーリズムから小規模旅行スタイルへの転換というトレンドを再確認し、このトレンドがポストコロナ時代の小規模地域の観光業にとってどのような意味を持つか考察することであった。事例研究から、オーベルジュのような食の高付加価値化が時代と地域にあわせて進化し、深化してきたように、アウトドア系トラベルなど、その地域やターゲットとする顧客層に合わせた最適な観光のスタイルを見つけなくてはならないということ、また「道の駅」が小規模地域の特性や事情に応じて様々な方法で地域活性化の原動力になりうる事が分かった。

本年度は、昨年度から一歩進んで、観光を関係人口創出・拡大に繋げられないかという視点を中心に、道内のいくつかの事例について調査した。上士幌町（6 月 27 日）、南富良野町（6 月 27 日）、鶴居村（11 月 10 日）については当該地域全体の観光や人口に関する政策について、厚沢部町（9 月 28 日）については、子育て世代をターゲットにした短期滞在事業について、積丹町（8 月 2 日）では営業停止した公営施設の民間の力で経営再建の試みについて、現地調査を行った。また人手不足の事業者と、働きながら旅をしたい旅行者をつなぐ人材マッチングサービス「(株)おてつたび」の永岡代表取締役 CEO にも寄稿していただいた。

人口創出と観光

人口創出・拡大のための方策は、言い換えると人口の自然増と社会増を促す政策である日本では死亡率を今以上に大きく引き下げることは難しく、出生率も短期間で大きく引き上げる可能性は低いので、地域の人口を増加させるには、社会増を目指さなければならない。社会増を実現できれば、若者が増えることによって出会いの機会が増えて、長期的には結婚、出産という自然増をもたらすことも可能である。

人口の社会増は人口の流入を増やし流出を減らすことによって達成される。人口の流出に最も大きな影響を与えるのは生計を支えるための働く場があるかどうかである。石炭産業の栄枯盛衰による産炭地の人口のドラスチックな増減が端的にそのことを示している。

2020 年の最新の国勢調査では、北海道 179 市町村のうち 12 市町村の人口が 15 年調査比で増えた。¹ 表 1 から分かるように、増加したのはインバウンド（訪日外国人）の多いリゾートである占冠村、赤井川村、ニセコ町、倶知安町、留寿都村と、札幌市とそのベッドタウンの千歳市、恵庭市、江別市の札幌圏がほとんどで、その他は東川町、鶴居村、上士幌町である。表 1 で人口が増加したこの 12 市町村の増加人数を見ると、札幌圏の比重が圧倒的である。札幌圏とリゾート以外の 3 町村については、人口増の原因は移住者の受け入れに熱心であることだと見られている（脚注 1）。それぞれ旭川市、釧路市、帯広市、というその地域の中心的な都市の通勤通学圏内にあることも大きな要因であると考えられるが、他にも近郊市町村がある中でこの 3 町村だけが人口増を実現しているということは、移住者の受け入れに熱心であることが影響している可能性も否定できない。このうち鶴居村と上士幌町は本調査の対象地域であるので後で詳しく検討する。

表 1 人口の増加した市町村（平成 27 年から令和 2 年）

(単位：人、%)

増 加 数					増 加 率				
市町村名	令和 2 年	平成 27 年	増加数	増加率	市町村名	令和 2 年	平成 27 年	増加数	増加率
札幌市	1,973,395	1,952,356	21,039	1.1	占冠村	1,306	1,211	95	7.8
千歳市	97,950	95,648	2,302	2.4	赤井川村	1,165	1,121	44	3.9
恵庭市	70,331	69,702	629	0.9	東川町	8,314	8,111	203	2.5
江別市	121,056	120,636	420	0.3	千歳市	97,950	95,648	2,302	2.4
東川町	8,314	8,111	203	2.5	ニセコ町	5,074	4,958	116	2.3
ニセコ町	5,074	4,958	116	2.3	札幌市	1,973,395	1,952,356	21,039	1.1
倶知安町	15,129	15,018	111	0.7	鶴居村	2,558	2,534	24	0.9
占冠村	1,306	1,211	95	7.8	恵庭市	70,331	69,702	629	0.9
赤井川村	1,165	1,121	44	3.9	倶知安町	15,129	15,018	111	0.7
鶴居村	2,558	2,534	24	0.9	江別市	121,056	120,636	420	0.3
上士幌町	4,778	4,765	13	0.3	上士幌町	4,778	4,765	13	0.3
留寿都村	1,911	1,907	4	0.2	留寿都村	1,911	1,907	4	0.2

出典：北海道総合政策部（2022 年 12 月）『令和 2 年国勢調査 北海道の人口・世帯数等の概要（確定値）』

なお、表 2 で直近の 2 年間の市町村別人口の変化を住民基本台帳ベースでみると、人口が増加しているのは、上述の札幌圏 4 市と更別村、東川町のみである。上士幌町と鶴居村の減少数はわずかであるが、それまでインバウンド等の観光業で成長していた 5 町村は軒並み大幅な人口減となった。これは明らかに新型コロナウイルス感染症による観光関連産業従事者の減少の影響だと思われ、コロナ後の回復が期待される。更別町の人口増は帯広市のベッドタウンとしての宅地造成や企業誘致の成功の結果だと考えられる。²

¹ 日本経済新聞、2021 年 7 月 17 日「12 市町村で人口増加：20 年国勢調査、上士幌町は 65 年ぶりプラス」

² 「十勝管内の市町村、人口増減で明暗」北海道建設新聞社オンライン記事、2022 年 9 月 12

表2 人口の増加した市町村（令和2年から令和4年）				
市町村	令和2年	令和4年	増加数	増加率
札幌市	1,959,313	1,960,668	1,355	0.1%
千歳市	97,552	97,716	164	0.2%
江別市	119,580	119,701	121	0.1%
恵庭市	70,049	70,108	59	0.1%
更別村	3,157	3,177	20	0.6%
東川町	8,380	8,390	10	0.1%
（参考1：その他の2015-2020年人口増町村）				
上士幌町	4,957	4,935	-22	-0.4%
鶴居村	2,509	2,481	-28	-1.1%
赤井川村	1,273	1,115	-158	-12.4%
留寿都村	2,070	1,895	-175	-8.5%
占冠村	1,613	1,229	-384	-23.8%
ニセコ町	5,403	4,946	-457	-8.5%
倶知安町	16,892	14,789	-2,103	-12.4%
（参考2：その他の今回調査地域）				
南富良野町	2,434	2,363	-71	-2.9%
厚沢部町	3,792	3,599	-193	-5.1%
資料：住民基本台帳(各年1月1日現在) より筆者作成				

観光は、まず観光関連産業が発展することによって働く場が増えて人口の流入を増やし流出を抑えるという人口の社会増への直接的効果がある。しかし、観光産業がその地域の主力産業になるような規模を持つ地域は上述のリゾート5町村など限られた地域である。本調査研究の対象地域では、観光業及び関連産業の発展による従事者の増加は、あくまでも人口増加のため一つのルートである。

直接の雇用増以外に観光が人口増に関して期待されるのは、他の地域の人々に関心を持ってもらい、訪れてもらってその地域を好きになってもらい「関係人口」の創出・拡大に発展し、最終的に移住につなげるためのきっかけになることである。「関係人口」とは、「移住した『定住人口』でもなく、観光に来た『交流人口』でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉」である。³ その地域へのリピーターや、ふるさと納税でその地域を応援する人、など様々な関わり方が考えられる。ふるさと納税自体は観光とは言えないが、返礼品であるその地域の特産物や他の理由でその地域に関心を持っている可能性が高く、様々な人口増対策のための財源として重要な役割を果たしている。

当然ながら、観光で訪れる人と移住を考えて訪れる人の目的は異なる。LoCoBra（博報堂の地域共創型ブランディング専門部門）は、独自の調査に基づき、移住意向者の価値観を「こ

日、(<https://e-kensin.net/news/151205.html>)

³ 総務省『関係人口』ポータルサイト

(<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html>)

だわりモノづくり志向」、「スローライフ志向」、「アーリーリタイア志向」、「教育移住志向」、「地域コミュニティ創造志向」、「スタートアップ志向」、「地域(社会) 貢献志向」の7タイプ(2016年)に分類し、観光意向者の価値観を「定番・名所周遊志向」、「自然満喫志向」、「文化体験・学習志向」、「癒し・リフレッシュ志向」、「アクティブ体験志向」、「自由気まま志向」の6タイプ(2019年)に分類している。この二組のタイプ群の相互関係は多種多様で、例えば、子育て中の母親たちが移住を検討する理由としては、自然に触れ合えるような豊かな環境のなかで子育てをしたいと考える「教育移住志向」が多いが、観光においては「癒し・リフレッシュ」を求めていることが多い、という結果が得られた。⁴

山田(2022)は、現在の観光で「経験」が重要な意味を持つようになっていること、それが地域のライフスタイルと重なる部分が多いこと、に注目している。例えば、美しい景観や気持ちの良い散策路、ゆっくりと歓談できる雰囲気の良いカフェ、選択肢の多い物販施設、治安の良さ、といったものは、生活環境として望ましいものであるが、さらにそれが観光プロモーションによって広報されることで、そこに「住む」ことの自負心も高めと考える。山田によると、欧米においても、観光は観光客を呼び込むものではなく、地域に有為な人材を呼び込む手段として使われている。例えば、フランスのニースは古い海浜リゾートであるが、環境や健康に配慮した地域づくりを積み重ねたことで、ミレニアル世代に「新しい地域」として認知され、IT技術者やトレーダーなどの人材の移住につながっていると言う。⁵

両者の分析から言えることは、様々なタイプの移住者がいるが、ターゲットとする移住者の求めるライフスタイルを提供出来なければ、どのタイプの観光意向者を引き寄せても移住にはつながらないということである。逆の観点から言えば、地域によって提供できるリソースは様々であり、その違いがどのようなタイプの移住者をターゲットにすべきかを決める重要なポイントである。

総務省の「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」(平成30年1月)でも、段階的な移住・交流を支援するため、地方公共団体は、自らの「関係人口」を認識し、継続的なつながりを持つ機会を提供していく手法の一つとして、市町村が「関係人口」を募り、その取組に賛同する者との関わりを継続する仕組み(図1)を設けることを提言して、そのため「地域おこし協力隊」など各種制度も創設している。また、コーディネート機能・プロデュース機能を担う人材の育成プログラムの開発や研修の実施も提言している。

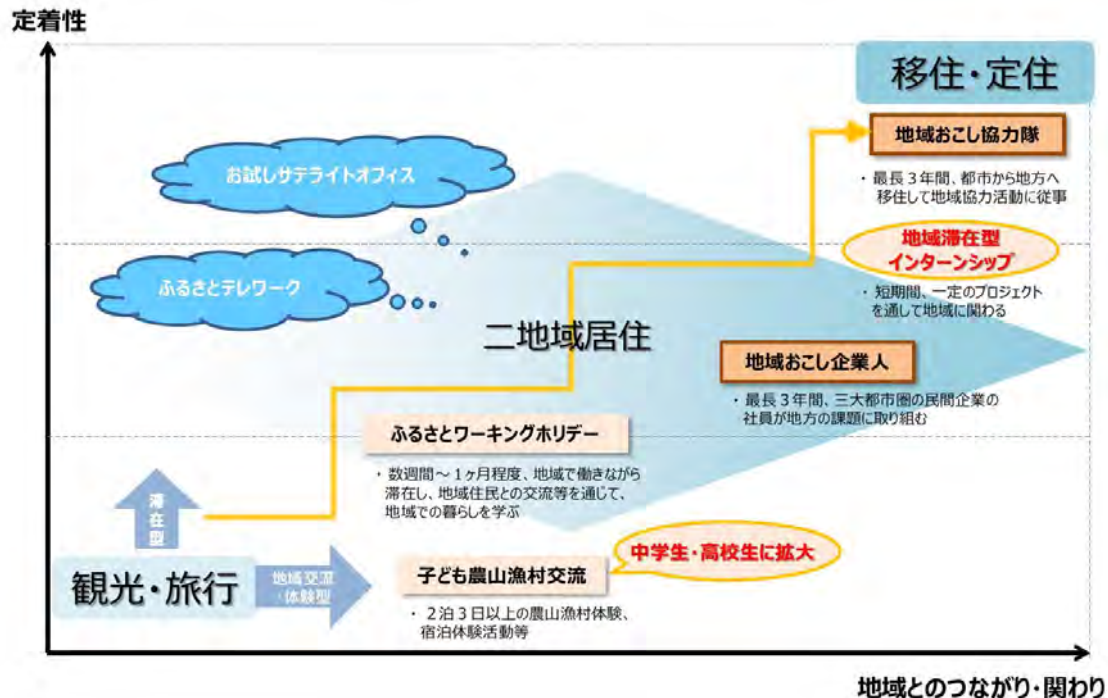
調査対象地域の観光資源の活用と移住政策

以下では、今回の調査対象5地域がどのようなタイプの移住意向者を惹きつけるリソース

⁴ 「地域創生のブレイクスルーを目指す新たな方法論：『観光』と『移住』をつなげる『人流市場』マーケティング構想 2019.10.04 (<http://www.hakuhodo.co.jp/magazine/61707/>)

⁵ 山田(2022)「(ポストコロナの観光地域づくり第2回)観光は『人口縮小』問題への対抗手段 顧客の思い入れ獲得で高付加価値創出」日経グローバル No.435 2022.5.2

図1 段階的な移住・交流の支援



出典：総務省（平成30年1月）「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書（概要）」3頁（https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei08_02000136.html）

を持っていて、それをどのように活用しようとしているかを、主に観光資源との関係に注目しつつ現地調査、関係者の寄稿、その他の資料から検討する。

■ 上士幌町

上士幌町は表1で見た通り2015年から2020年にかけて札幌圏や大規模観光地以外で人口増を実現した3町村の一つであり、その後のコロナ禍の2年でも人口をほぼ維持しており、人口増政策の成功例と言える。成功の理由は2018年5月に上士幌町の観光地域商社として設立された(株)karchの様々な活動とそれに先立つ諸施策に見いだせる。本報告書現地調査レポートや板橋氏の寄稿にあるようにkarchは上士幌町などの官民共同出資による株式会社形態の第三セクターで2022年3月には「登録観光地域づくり法人（登録DMO）」として観光庁より認可も受けている。同社は、観光関連施設の指定管理者、地元の農産物、酪農製品を使った土産物・商品の開発、地元の観光資源を使ったアウトドアプログラムの運営、ドローンショーなどのイベント企画、といった観光関連事業を行うが、バイオマスプラントによる家畜の糞尿からの発電で町内の電気を賄う「かみしほろ電力」も運営している。町からの出資はあるものの、独立採算制であり財政的な自立を求められている。

上士幌町は karch の設立以前にも、ふるさと納税を 2008 年の制度開始後すぐに始め、半分は財源として残し残りの半分は子育てに使うことにし、無料の幼保一体型認定こども園のオープンし、高校生までの医療費の無料化をした。小学校の教員などのスタッフの充実を実現した。こども園の無料化は、ふるさと納税によって建てられた、アイス、パン、オリーブの工場や karch のスタッフなどで働く母親を支えるといった好循環を生んでいる。⁶ 表 3 から、ふるさと納税では他地域に比べ先行しており規模も大きく、計画的に利用していることが分かる。また、町長の方針もあって大規模な施設の建設を避けてきたことで他の地域にみられる過去からの財政的な重荷が無いことも、様々な新しい試みを可能にしていると言えよう。

表 3 2021年度の歳入とふるさと納税受入額						
市町村	歳入総額 A (千円)	ふるさと納 税受入額 B (千円)	道内ふる さと納税 順位	B/A	ふるさと納税を財源として実施した事業に よる効果 (or期待している効果)	参考：202 0年人口 (人)
積丹町	3,569,200	78,330	127	2.2%	ふるさと振興基金に積み立て	1,831
南富良野町	5,922,827	64,224	139	1.1%	将来のまちづくりに活用するための基金に積み 立て	2,376
上士幌町	9,274,764	1,529,428	17	16.5%	高校生世代までの子ども医療費助成拡大事業、 子育て世代住宅建設事業、こども園保育料・給 食費完全無料化事業、小・中学校教育充実事業 等	4,778
厚沢部町	5,520,328	32,257	156	0.6%	町の特産品をPRする事業を通じ、関係人口・ 交流人口の増加につながっている。	3,593
鶴居村	5,700,014	74,430	132	1.3%	老朽化した施設の整備、子ども子育てに対する 支援事業の実施、村鳥であるタンチョウの保護 活動等を実施することにより地域のイメージが	2,558
資料：総務省「令和3年度ふるさと納税に関する現況調査」，「国勢調査」より筆者作成						

新しい試みの一つである町内全域への光回線の整備は、移住へ繋がりやすい観光とも言えるワーケーションにも有利に働く。さらに 2021 年に「SDGs 未来都市」に選定され環境省のゼロカーボンの補助金にも採択された。SDGs もこれからのライフスタイルに欠かせない要素であり、移住意向者に強くアピールできるポイントである。

その他にも karch も町も観光から移住に繋がるような、社会課題解決を目指したプロジェクトを多く手掛けている。観光向けサービスでもあるドローンの活用は、ドローンショーだけでなく、西濃運輸や J A L と連携し、タブレットで注文し商品を農村部地域まで届ける実証実験に発展している。また、高齢者の移動手段確保やバスドライバーの確保という課題解決のため 2017 年度からソフトバンクの子会社などと協力して自動運転バス

⁶ (総務省ふるさと納税ポータルサイト、ふるさと納税の活用事例より
(https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20180330_case_study.html)

の実証実験は、国土交通省の事業にも採用され、補助金の交付を受けている。⁷ また、無印良品とは、ムジハウスの企業滞在型施設をワーケーション施設化している。移住定住事業は、スギ花粉のない町ということで、「スギ花粉症リトリートツアー」で全国的に注目を浴びたことがきっかけになり、2006 年から始めている。NPO「上士幌コンシェルジュ」は、町が用意した住宅と移住希望者と物件をいで各種サポートも行っている。⁸

もちろん課題が無いわけではない。コロナ禍の最中にオープンした道の駅は、開業間もないこともあり、食事、商品の品揃えに関しては、高付加価値の観光客向けのものと、地元や一般のドライバー向けのものをどのようにバランスを取るか試行錯誤中のように見受けられた。また、長い伝統のある糠平温泉地区の宿泊施設の顧客層と karch が手掛ける観光関連施設や新たなワーケーション向け宿泊施設のターゲット層は大きく異なると思われる。

既述のように観光も移住も多様な志向を持つ層が存在する。多様な観光志向を持つ人々を「関係人口」に転化させる多様なプロセス、多様な「関係人口」の多様な移住志向を満足させる多様なプロセス、それぞれプロセスの中で上士幌町の強みを生かせる有望なマーケットを見つける努力が続くだろう。

● 鶴居村

鶴居村も上士幌町と同様 2015 年から 2020 年にかけて札幌圏や大規模観光地以外で人口増を実現し、その後のコロナ禍の 2 年でも人口をほぼ維持しており、人口増政策の成功例と言える。鶴居村は、村名の由来であるタンチョウ鶴を中心に、村の美しさを維持する努力をしている。「日本で最も美しい村」連合に加盟し、定期的な審査のために市街地の清掃活動や釧路湿原の景観整備などを続けている。また、酪農を生かした「農泊」の推進やワーケーションの誘致、エゾシカ料理などが評価され、2022 年度に「美しい村・鶴居村観光協会」が観光庁から「観光庁長官表彰」を授与された。⁹

近年の人口増は、こうした自然環境の良さという要因もあるものの、釧路市に隣接し、釧路市中心部や釧路空港まで、車で 1 時間圏内に位置する利便性の高さを活かした住宅開発と移住促進の資金的補助や子育て支援の効果が大きいと考えられている。¹⁰ 現地調査からは、管内を転勤する学校の先生たちが管内のどこでも通勤ができるという理由で移住してくるケースも多いという指摘があり、釧路への隣接であるという以上に立地条件が良いことが分かる。

子育て環境も整えており、保育園や児童クラブ、子育て支援センターの機能を集約した

⁷ 朝日新聞 2022 年 12月1日「完全自動運転へ、バス出発 上士幌で実証実験、来年度にも操作者なし」

⁸ 日本経済新聞、2022 年 4 月 9 日「観光 NPO、北海道でも脚光 付加価値高める体験発掘 浜頓別 森林の保全再生/鶴居 農業と宿泊融合」

⁹ 観光庁ホームページ(https://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000485.html)

¹⁰ 日本経済新聞 2023 年 3 月 17 日「鶴居村、中心部に宅地造成 移住促進・子育て支援に力」

「鶴居村子どもセンター」を 20 年に開いた。乳幼児から高校生までの医療費が無料で、給食費の完全無償化を実現している（脚注 10）。

移住に関しては、村独自の事業化支援制度もあり、それを活用して、幹線道路沿いに新しいホテルができたり、廃校になった小学校の体育館を利用してクラフトビール工場を誘致したりしている。クラフトビール工場は、雇用の受け皿になっているだけでなく観光素材ともなっている。

以上のように現在の鶴居村の人口増は観光以外の要因が大きいと思われるが、タンチョウ鶴、釧路湿原、「日本で最も美しい村」など恵まれた観光資源を活かした子連れワーケーションは、ワーケーションをするために来てもらうのではなく、家族で旅をする中で、仕事を切り離すことが難しければ、ここで仕事ができるとアピールをしている。

こうした恵まれた観光資源をもっと活かすことで、ワーケーションを含めた観光をきっかけに「関係人口」、さらには移住者の増加へとつなげる余地は大きい。

■ 南富良野町

観光協会では、知名度の高い「富良野、美瑛」の 6 市町村の中で南富良野町は観光において一番認知度はとても低いと考えている。しかしトマム、サホロ、富良野市に宿泊する観光客もラフティングなどのアウトドアアクティビティをするのに当地の空知川を利用している。かなやま湖のカナディアン・カヌー、釣り憧れの「イトウ」など観光地としてのポテンシャルは高い。1985 年に南富良野町へ移住し、カヌー製作者・カヌーガイドとして著名な小林氏をはじめ、カヌーガイドの多くもこの町に住んでいる。しかし、お金が落ちる仕組みができておらず、観光資源を活用できていない。また、かなやま湖畔に町の振興公社が運営している「かなやま湖ログホテルラーチ」があるが、オープンしてから約 30 年間、一度も黒字になっていない。

しかし、2016 年の大型台風による空知川が決壊からの復興のシンボルとして 2022 年に道の駅に複合商業施設ができ、大規模アウトドアショップやレストラン・フードコートがオープンし、隣接地には世界的ホテルチェーンのマリオットの宿泊特化型ホテルもオープンし、町の観光にとっては今大きなチャンスを迎えている。マリオットが南富良野町を選んだのは、富良野、トマム、サホロあるいは旭川、美瑛へもアクセス可能なこの町の地理的ポテンシャルを示している。上述の既存ホテルも本報告書東村レポート（○頁）にもあるように魅力的な施設であり、収益改善の余地は大きい。

■ 積丹町

積丹町の「岬の湯しゃこたん」は元々町営の観光施設で、20 年前のオープン当初から赤字続きで経営危機に陥っていた。主な理由は、冬期の利用客が圧倒的に少ないことである。積丹町は民間譲渡の道を探るが、施設の老朽化で 1 億円以上改修費用が見込まれ売却先も見つからず閉館を決定した。しかし、2021 年秋に設立された積丹のまちづくり会社「(株) SHAKOTAN GO」が経営に名乗りをあげ、道内外の企業 5 社から資金を調達し、2022 年

4月1日に譲渡された。¹¹

2022年のゴールデンウィークに営業を再開したばかりであり、現時点ではまず収支の改善のための価格の適正化、物販や飲食の強化に取り組んでいる。また、サップやカヌーをして、ジンの蒸留所を見学して、温泉に入って帰るといった今まで無かったパッケージでの開発も重要と考えている。それには同時期にできたアウトドア会社との連携など地元との協力も必要になってくる。周辺ではシーカヤック、電動マウンテンバイク、バックカントリースキー、スノーシューツアーなど多様なアウトドアプログラムも構想中である。

大きな課題は、これまで町営だったため、近隣宿泊業者に配慮し宿泊施設を作らなかったことである。冬は雪道を車で来て、温泉だけ入って帰る客を想定することは現実的ではない。冬季に来てもらうには、宿泊機能が不可欠である。宿泊機能と、キャンプ場、RV（Recreational Vehicle）パーク（オートキャンプ場）を備えたりリニューアルを計画している。

「岬の湯しゃこたん」は、南富良野町の「かなやま湖ログホテルラーチ」と同様、公営の施設で長年赤字経営を続けてきた。交通アクセスが悪い地域で公営で宿泊施設の経営を軌道に乗せる難しさは明らかである。とくに「岬の湯しゃこたん」は、宿泊機能も食事提供機能も備わっておらず、周辺のアウトドアアクティビティもまだ十分展開されていないなど、経営健全化のハードルは高いと言えよう。

■ 厚沢部町

厚沢部町で2021年に始まった「保育園留学」は、1~3週間の短期滞在プログラムで、滞在期間中は、町のWi-Fi通信環境完備の移住体験住宅を利用し、子供は一時預かり保育制度を活用して認定こども園「はぜる」に通園し、親はテレワークが可能というプログラムである。子供は豊かな自然環境の中で地元園児と交流、休日は地元農家での農作物収穫などもプログラムに組み込まれている。¹²

親はスマホで園内の様子や連絡事項を共有し、地元医療機関に小児科は無いが、オンライン診療が利用でき、処方薬は町内薬局で受領できる。2022年度の問い合わせは首都圏を中心に約1,600件、実際の留学は150家族、キャンセル待ちは約1,500家族に上った。コロナ禍でのテレワークの普及という要因も大きいと考えられる。

地元経済への経済的な効果としては、滞在期間中における一家族平均の消費支出金額（生活費。留学パッケージ費用は含まず）が約30万円とされ、22年度は総額で約4500万円と推計されている。地元園児にとっても地域外の子供との付き合いでコミュニケーション向上や地元外への関心拡大につながるなど、メリットは大きい。さらに、内閣府「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム2021年優良事例」に選ばれたことで、広告宣伝効果とともに

¹¹「崖っぷち温泉の再生を目指し、ユニークなまちづくりの拠点に」くらしごと まちおこしレポート2022年11月3日公開
(<https://kurashigoto.hokkaido.jp/report/20221103110000.php>)

¹² 北海道銀行「調査ニュース」2023.4

に、町民の誇りや政策への関心にもつながっている。

老朽化した3つの公立保育所の建替えに当たって、今まで町内になかった幼稚園の機能も併せて一つの認定こども園にしたこと、2年がかりで、色々なところを視察し、認定こども園という教育保育施設に変わったことで、新たな教育保育スタイルを工夫したこと、地域活性化支援を主業務にする株式会社キッチハイクの社長の子育てのタイミングと一致したこと、「一時預かり保育制度」と移住体験住宅の活用が可能であったなど好条件が揃った面もある。また、希望者の受付から始まり事務仕事は全部キッチハイクに任せられ、園の職員は現場の仕事に集中できることも成功の要因である。

上述の積丹や南富良野の施設とは業態は異なるが、官民の連携で地域に人を呼び寄せる仕組みの成功例として参考になるのではないだろうか。じっくり時間をかけて子育ての基盤となる「こども園」な施設は官が公共財として作るべきであろう。またその前提として保育と教育の両機能を統合できるという制度改革も必要であった。他方でマーケットのニーズを捉えて「保育園留学」というプログラムを素早く考案・企画し、価格設定、PR、予約の調整などのシステムを作り実務を担うのは、特にサービス供給能力に限りのある小規模地域では、民間でなければ採算がとれるように運営できなかったと思われる。

まとめ

今回の調査では3地域2施設について、観光を「関係人口」創出・拡大に繋がらないかという問題意識を持って調査した。人口の増加、維持という観点から判断すると上士幌町と鶴居村は成功例と言える。しかし、観光（政策）がそれに貢献したかどうかを評価するのは難しい。両町ともそれぞれ帯広市、釧路市とその周辺地域のベッドタウンという立地条件を活かして、教育環境を整備したり宅地を造成したりすることで人を引き付けている。積極的な教育政策や住宅政策は観光政策とは言えないが、例えば上士幌町ではその積極性は観光政策にも現れており、観光関連施設の強化や多彩な企画を次々と打ち出している。観光をきっかけに「関係人口」を増やすことで人口増にも間接的に貢献していると言えるだろう。こうした積極的な政策を支えているのは財政の健全性である。(株)karchという独立採算制の組織を中心にふるさと納税や国の各種制度を活用して政策資金を調達している。

財政の健全性は、南富良野町と積丹町の観光施設の事例からも重要なポイントである。赤字経営は自治体に財政的負担を課すだけでなく、公的施設ということで赤字状態を長く続けられるため、当該プログラム・施設の改善が進まず、新たな試みも認められにくくなる。

個別プログラム・施設の運営手法については、厚沢部町の「保育園留学」プログラムが官民連携の成功例として参考になる。この例は施設の建て直し時期、こども園という新制度、連携する民間事業者の子育ての時期、のすべてのタイミングが合ったという幸運にも恵まれていたが、官民が得意分野を分担することで小規模地域でも都会から人を惹きつけるプロジェクトが可能であることを証明した。

小規模地域はヒト・モノ・カネという経営資源のすべてを自地域だけで賄うのは難しい。しかし、近年はふるさと納税、クラウドファンディング、様々なソーシャルビジネスなど、

自らの努力や工夫次第で、地域外から経営資源を調達する方法が増えている。本報告書寄稿者、永岡氏の経営する「(株) おてつたび」も人手不足の事業者（ホテル・旅館など）と、働きながら旅をしたい旅行者をつなぐ、新たな発想の人材マッチングサービスを運営するソーシャルビジネスである。また旅行者が訪問先で働き手になるというスキームは、観光から「関係人口」への移行の第1ステップの一形態でもある。

公共経済学では、住民が、自分にとって好ましい行政サービスを提供してくれる地域に移動することによって、地域の納税収入等が変動し、地域間の競争メカニズムが発生するという「Tiebout の『足による投票』」という有名な理論がある。¹³ 日本ではあまり現実味の無かったこの理論が、現実的な理論として受け入れられる時代になったのかもしれない。

¹³ Tiebout, Charles M. (October 1956). “A pure theory of local expenditures”. *Journal of Political Economy* 64 (5): 416–424. doi:10.1086/257839.

事 例 研 究

「北海道から、世界をちょっぴり面白くクリエイティブに。

～岬の湯しゃこたんの今とこれから～」

株式会社 SHAKOTAN GO

代表取締役 五十嵐 慎一郎

「北海道から、世界をちょっぴり面白くクリエイティブに。 ～岬の湯しゃこたんの今とこれから～」

株式会社SHAKOTAN GO
代表取締役 五十嵐慎一郎

0 zero 前書き

2022年4月、北海道は積丹町にある町営温泉施設「岬の湯しゃこたん」の民間譲渡が行われました。今回の寄稿では、その背景と民間譲渡の経緯、そして1年経過する現在の状況とこれからの展望を含め、現在進行系のストーリーをお伝えさせていただきます。課題先端地域とよばれる北海道において、積丹町は、さまざまな課題がもれなく集積しており、半島の先っぽという地理的にも、課題先端地域の先端を走っていると言って過言ではないかと思います。いま全国のローカルが直面する過疎化するまちのこれからについて、一つのケースとして、新たなチャレンジが動き出している積丹町に興味をもって頂けたら幸いです。

まずは、自己紹介から。私は株式会社SHAKOTAN GOの代表取締役 五十嵐慎一郎と申します。1983年北海道小樽市生まれ。小さいころ言葉を覚えられず親族を戦慄させながらも、大自然のなかすくすく育ち、札幌南高校卒業後上京。紆余曲折を経て、東京大学建築学科卒。不動産のベンチャー会社に入社。2016年「北海道から、世界をちょっぴり面白くクリエイティブに」と、株式会社大人を設立しました。現在、札幌にて「大人座」「SAPPORO Incubation Hub SAPPORO」といった店舗や施設のプロデュース・運営業務をはじめ、「北海道移住ドラフト会議」など地域活性化イベントの企画運営や移住・起業支援、ウェディング事業etc.を行っています。2021年にまちづくり会社(株)SHAKOTAN GOを立ち上げ、積丹の温泉の再生に取り組んでいます。



1 one 地域の背景など

北海道積丹半島の先端に位置する積丹町。積丹ブルーの海、神威岬、島武意海岸、ウニをはじめとした豊かな海鮮、多くの人を訪れるこの景勝地には年間約100万人の観光客が訪れています。半島の断崖の海岸地形は、ニセコ積丹小樽海岸国定公園として、小樽、余市、ニセコとともに風光明媚な景勝地を構成し、最近では日本酒、ウイスキー、ワイン、ビール、ジンの酒造の集

積が進み、世界的な酒造エリアとしても注目を集めています。山と海の織りなす豊かで厳しい自然に満ちたこの半島は、グローバルに誇れる自然資本のポテンシャルを秘めた地域です。

また、後志自動車道余市ICの開通により札幌から1時間45分、新千歳空港からでも2時間30分とアクセスが飛躍的に短縮されましたし、さらに、将来の新幹線延伸によるニセコ、小樽の新幹線駅開設等により、さらなる広域的な流動が期待されます。



積丹町の現状と地域課題に目を向けてみますと、現在人口は1,862人（2022年9月末時点）、2045年には682人になると推計されています。もともとニシン漁をはじめとして漁業の町として栄えた積丹町は、今も基幹産業である水産業と、夏季中心に賑わう観光・商業が主となっていますが、ともに生産額は減少傾向。沿岸部に散在する漁村群の連合体であり、集住は進んでいないので、人口減少により、各集落はもはや機能的に自立できないものが殆どとなってきているのも事実です。

北海道内市町村の中でもワースト1位を争うレベルの年間出生数であり、町内4つの小学校も数年以内には順次閉校が予想されています。また、2023年9月には地域住民向け路線バスが撤退し、域内交通についても、待ったなしで手を打たなければならない状況にあります。

2two 岬の湯しゃこたんについて

さて本寄稿のテーマとなる「岬の湯しゃこたん」は、町民の健康増進及び都市との交流の促進並びに観光等の振興を目的に、2002年1月にオープンした日帰り温泉施設です。日本海に臨む露天風呂の眺望が人気の町設町営温泉として「岬の湯しゃこたん」は、20年間地域の観光名所として運営を続けてきたものの、その内実としては毎年数千万円の赤字経営となっており、近年、プロポーザルを実施し、民間譲渡先を探していた状況でしたが、譲渡先が見つからず、経営に区切りをつけるべく2022年1月末に閉館が決定した施設でした。

北海道内、全国の積丹ファンにとって、海を眺望できる岬の湯しゃこたんは、キャンプや海産物の思い出とともに唯一無二の存在であり、道内外から閉館への落胆の声が寄せられていました。赤字とはいえ年間10万人弱が訪れる、積丹町の主要観光拠点で、かつ、町民の憩いの場でもあった本温泉は、今後の町の持続的な活性化において必要不可欠であり、行政・議会含めこの大切な地域の財産を失ってはいけないという認識が強くありました。



20年間右肩下がりの来館者数・売上高のなかで、大型施設を維持する電気代・重油代の高騰と、夏期と冬期の繁閑差が大きい営業状況。また通年雇用を前提とした人件費、そして時を経て補修・更新しなければならない温浴設備の数々と、課題は山積みでした。

いよいよ閉館が決まった上での最後の民間譲渡のプロポーザル実施に際し、いろいろなご縁とタイミングから「岬の湯しゃこたん」の隣接地でクラフトジン蒸留所を営む「株式会社積丹スピリット」の代表岩井宏文氏とともに、本案件に取り組む意思を固めます。

個人的に、積丹は、幼少期から家族で海水浴・キャンプと親しみ、自然の美しさや面白さを教えてもらった場所でもありました。札幌から2時間の距離に、圧倒的な自然資本がまだまだ手つかずと言っても良い状態（観光・体験の成熟度という意味で）である積丹半島は、東京圏にとっての伊豆半島のような関係性・発展性があることを考えると、まだまだやれること・やるべきことがあると考えています。

今までどちらかというと札幌をはじめとして都市におけるコミュニティ・場づくりに関わるが多かったのですが、より自然豊かで課題にあふれるローカルで、未来につながる場づくり、にチャレンジしたいという思いもありました。



3^{three} SHAKOTAN GOの設立

2021年10月14日に㈱SHAKOTAN GOを設立。社名の由来は「そうだ積丹にいこう」というキャッチフレーズとしてのGOという意味に加え、「宇宙船地球号」の表現のように、積丹の未来に向かって「未来への積丹号」という意図を加えており、ジン(GIN)と温泉(ONSEN)の頭文字ともなっています。

㈱大人と岩井が代表を務める㈱積丹スピリットが発起人となり法人設立後、プロポーザルを通過、そして㈱北海道新聞社や北海道中央バス㈱、北海道コカ・コーラボトリング㈱等の出資と、三菱地所㈱からの積丹町に対する企業版ふるさと納税による支援を得ることで、当面の資金調達、そして関係企業の輪を広げました。

何処の馬の骨ともしれない株式会社大人の代表という私に対し、当然、役場も議会も、一体どんな人物なのか？温泉を任せて大丈夫なのか？そもそも財務的に大丈夫なのか？半信半疑からのスタートです。取り組んでいる事業やプロジェクトを紹介し、見学してもらい、出資についても信頼感を高めるべく道内の企業からお願いしました。

SHAKOTAN GOは、温泉会社ではなく、まちづくり会社として設立しました。岬の湯しゃこたんを再生していくことはもちろんですが、新たな観光や遊びのシーンをつくり、新たな産品や経済を生み、この半島を世界に誇るワンダーランドにすることが、この会社の目標です。

4_{four} 営業再開から現在

2022年4月1日、正式に積丹町からSHAKOTAN GOへと施設と温泉権が譲渡されました。スタッフの多くを町営時代から引き継ぎ、4月29日から温泉の入浴のみ先行して再開しました。リニューアル期間において新体制を築いてからのリスタートも検討しましたが、職員の引き継ぎの点で、雇用を継続しなければスタッフが離れてしまうこと、そして町営時代のデータはデジタル化されておらず、経営状態・お客さんの動向等、やってみなければわからないことが多いため、GWからのリスタートをきりました。積丹町は、地域おこし協力隊を新規事業等に取り組む企業へ配属する取り組みを行っており、SHAKOTAN GOも1名町外からの移住組に、協力隊枠で入社してもらいました。



リスタートをきるに当たり、最小限の投資で施設内の雰囲気を変えるにはどうしたらよいか？また、一般の人にも民間運営に変わりこれからどんどん変わっていくという期待感を持ってもらうにはどうしたらよいか？悩んだ結果、館内に垂れ幕を配置し、そこに文章とデザインでコミュニケーションを生み出す広告的なスタイルをとることにしました。もはや開き直って「GAKEPPUCHI温泉」というフレーズで、経営もロケーションもがけっぷちですというブランディングに。

まずは、客単価をあげつつ、コロナ前の令和元年の入館数にまで戻すことで収支を改善することを第一目標に設定しました。入館料620円→900円に値上げ敢行し、一方で地元向けには町民限定の回数券を発行(600円)。また酒販免許を取得して、隣接する積丹スピリットで製造しているクラフトジンを販売。またオリジナルのシャコタニアンTシャツを製作販売することで、高価格帯の商品が売れるようになったことで、物販の客単価も向上。

(※シャコタニアン: 積丹で、地域と自然を愛し、サステイナブルな未来に向かう人やスタイルのことをシャコタニアンと呼ぶことにしました。)



6月からは、食堂も再開。近隣で食事のおいしい旅館に業務委託という形態でスタートしました。地元の事情や海産物の仕入れを考慮したものの、実際の営業がはじまると、お互いはじめてのことも多く、なかなかうまく回らないため、10月からは自社での営業へ切り替えました。

特に夏のウニシーズンが終わる9月以降は、そもそも半島へ足を伸ばす動機がなくなってしまう、そんな一極集中型の観光シーンに課題があります。9月の中秋の名月に合わせて開催した「祭の音」という秋フェスは新たな可能性がみえたイベントでもありました。岬の湯しゃこたんを応援したいと賛同してくれたアーティストやよさこいソーランのチーム、3x3のプロバスケットチームが集まり、温泉前の駐車場にやぐらを組んで、町内外の方々が集う場となりました。ミュージシャンたちが作ってくれた「シャコタニアン音頭」という曲と踊りは、後日、野塚小学校の学芸会で生徒たちに披露されるという広がりも出ています。



冬、陸の孤島と化す積丹。日常的にホワイトアウトし人気のない半島の先っぽで、電気代・重油代、設備改修....文字通り”お金が溶ける”というフレーズを経験することになりました。

真冬の露天風呂で日本海から吹き上げる吹雪の外気浴は文句なしに国内最凶暴でした。

目標とする令和元年度の来館数



2023年2月には、北洋銀行のSDGsファンドからの出資と、加えてローカル10000プロジェクト(地域経済循環創造事業交付金)に採択いただきました。新聞社各紙でも掲載いただき、2023年の夏以降に向けて、施設修繕と改修、そして宿泊事業をスタートできるよう準備を進めています。

5_{five} これから

総務省のローカル10000プロジェクトに採択。
宿泊施設

本事業の主体となる㈱SHAKOTAN GOは、札幌でコワーキングスペースを営む企画会社㈱大人と、地元積丹のスピリッツ製造会社である㈱積丹スピリットの2社を発起人に設立された会社であり、上に掲げた企業の出資や企業版ふるさと納税による協力を得て、従来の温泉機能の再生だけでなく、地域の子どもたちや高齢者の交流の場として、さらには広域を含む地域経済の活性化の拠点として再生することを掲げている。

新設の会社であるが、企画、メディア、交通、製造等の企業連合による経験や実績は今後の地域課題の解決に貢献するものと確信している。

新旧の観光資源を掛け合わせたまちづくり
—観光地域商社 株式会社 karch の取組—

株式会社 karch

地域戦略部長 板橋 正智

新旧の観光資源を掛け合わせたまちづくり

－観光地域商社 株式会社 karch の取組－

株式会社 karch 地域戦略部

部長 板橋 正智

1. はじめに

2018 年 5 月に上士幌町の観光地域商社として設立された「株式会社 karch（カーチ）以下、karch」は設立当初より、「地域が稼ぐ仕掛けづくりを行う課題解決型の地域商社」として事業を開始しました。上士幌町ほか、複数の民間事業者・地域金融機関・地域メディアの官民共同出資による第三セクターでありながら、株式会社形態で設立、新旧の観光資源を事業に落とし込み、マネタイズさせることで上士幌町の観光地域造成に寄与しています。karch は会社設立時より、上士幌町における観光地域づくりのハブを目指し、観光地域づくり法人（以下、DMO）への申請準備を進め、2019 年 8 月に「DMO 候補法人」に登録後、2022 年 3 月に「登録観光地域づくり法人（登録 DMO）」として観光庁より認可を受け、新たな観光地域づくりの起点と成るべく邁進しています。karch は自社 DMO の位置付けを、まちづくりにおける「舵取り役」と「合意形成の起点組織」と捉えており、そのなかでも関係者団体との合意形成は地域価値の最大化という意味においても重要な要件と思料しています。同認識のもと、登録 DMO 申請準備に至るなかで、2021 年度に上士幌町の関係者団体や有識者との協議を重ね、観光地域づくりにおける合意形成を図る協議会「上士幌町観光地域づくりネットワーク協議会（以下、KAMISHIHORO.net）」を設立、karch を協議会事務局とし、翌 2022 年度に実働開始しました。KAMISHIHORO.net 設立に伴い、2022 年度以降は事業者連携・官民連携をより強固なものとし、上士幌町内の関係者団体全体で持続可能な観光地域づくりを実現すべく、KAMISHIHORO.net を起点とした施策協議やイベント開催、先進地視察、マーケティング調査等を継続的に実施しています。また、登録 DMO としてのミッション遂行と併せて karch は地域商社として観光に纏わるあらゆる課題解決を図りながら①施設運営事業②商品開発事業③電気小売事業④イベント運営企画事業などの各種事業を広く展開しています。

2. 実施事業 概略

上士幌町は 2023 年度 3 月現在、人口約 4,800 人・2,500 世帯の町ですが、2019 年度のナイトイテラス開業、及び 2020 年度の道の駅開業により、2016 年度時点で 36 万人規模であった観光入込客数が 65 万人まで増加し、現在も年間を通して同水準の観光客が訪れています。また、併せて上士幌町内市街地においては、宿泊施設やワーケーション施設、企業型滞在施設のオープンが成され、滞在型観光におけるハード面の構築・DX 化が進んでいます。観光客の動向面においては、十勝総合振興局全体と比較し、道外からの観光客がやや多い一方、宿泊客がやや少ない傾向がありマイクロツーリズムに則した施策展開や観光消費額の底上

げを図るべく以下（①－④）記載の事業セクションにて各施策を推進しています。

① 施設運営事業

指定管理者として「ナイタイテラス」及び「道の駅かみしほろ」の施設運営を行っています。ナイタイテラスは公共牧場として日本一の面積（1,700 ヘクタール）を誇るナイタイ高原牧場の山頂に所在するカフェレストランです。2019 年、既存レストハウスの建て替えに伴い建造され、冬期を除く 4 月下旬－10 月末まで無休で営業しています。標高 800m から十勝平野を一望出来る大パノラマは十勝随一の景勝地としてワンシーズン 12 万人超の観光入込が有り、館内では本町の銘柄牛を使用したハンバーガーや後述のプライベートブランドのひとつ「上士幌フレッシュミルク」を使用したオリジナルソフトクリーム等を販売するレストラン機能と、プライベートブランドや町内特産品をはじめとした土産品を販売するショップ機能、併せて館内正面は全面ガラス窓で構成されており、「ロケーションが主役」というテーマのもと、展望機能としての側面も兼ね備えた複合施設です。道の駅かみしほろは 2020 年 6 月に北海道内 127 番目の道の駅として開業した上士幌町のゲートウェイ施設です。「旅の目的地になる道の駅」をスローガンに、地場産品を扱う洋食レストラン、町内特産品からアウトドアギアまで幅広いラインナップで設えたショップ、町内の人気ベーカリーやハンバーガーショップ、スイーツショップ等、休憩所・観光案内所の枠を超えた上士幌町の新たなランドマークとして運営しています。年間 50 万人を超える集客を生み出しており、2022 年 7 月に 100 万人目の来館を迎えました。また、当館の運営に伴い北海道内外からの雇用創出及び上士幌町の人口増加に寄与しており、2023 年 3 月現在、従業員数 44 名（役員除く/24 年度内定者含む）のうち約 40%が町外からの移住者による組織となっています。ナイタイテラス、道の駅かみしほろの両施設共に、町内周遊の起点施設を目指しており、点在する施設や観光資源を線で繋ぎ、滞在時間増・観光消費拡大を図るべく施策を構築し続けています。



図－1 ナイタイテラス 内観



図－２ 道の駅かみしほろ 外観

② 商品開発事業

１）プライベートブランド開発事業

上士幌町は十勝に広がる雄大な自然の恩恵を受け、畑作・酪農が盛んな地域であり総人口の約 16%が農業従事者です。豊富な農畜産物を広く周知し、消費に繋げる為、或いは農畜産物を契機に関係人口増を図る為、karch は自社プライベートブランド（以下、PB）として現在までに約 30 品の加工品・土産品を造成しました。運営施設での販売の他、十勝管内・管外への卸販売にも注力し、2023 年度は 55 社の得意先に PB をご採用頂いています。現在の当該 PB のほとんどが OEM（委託製造）であり、今後の展望として、町内で加工・製造までを行い、メーカーとして PB に係る工程の内製化を検討しています。人的なコストや加工設備整備などの課題はありますが、上士幌町の農畜産物を上士幌町で作ること訴求力の高い商品が造成出来ると思料しております。



図－３ PB 例 本町の生乳 100%の牛乳（上士幌フレッシュミルク）と二次加工したクッキー

2) 体験商品開発事業

A. ナイタイテラス宿泊パッケージ造成

上述のような、いわゆる「モノ消費」に繋がる開発の他、「コト消費」増に向けた商品造成も並行し行っています。上士幌町は黎明期より、上士幌町航空公園や国設ぬかびら野営場をはじめとしたキャンプ場運営のほか、各地域資源が持つ圧倒的なロケーション力で多くのアウトドアユーザーの誘客に成功しています。karch としても昨年度から道の駅かみしほろにて近郊のアウトドアショップと連携し、アウトドア・キャンパー向けのグッズコーナーを展開、道の駅を起点とした周遊動線を作りました。一方、指定管理者として運営するナイタイテラスは、コロナ禍の営業ながら例年堅調な入込数を記録し、2021 年度はシーズン（4 月下旬～10 月末）あたり 100,000 名の来館に対し、2022 年度は 120,000 名の入込を記録していますが、当該施設の消費動向はその 100%が飲食物、あるいは特産品を中心とした土産品であり、「モノ」に対する消費です。ロケーション価値の最大化を図る為、昨年度より 1,700 ヘクタールの広大な敷地を舞台とした体験商品造成を推進しています。造成事業に伴い、今年度は当該エリアを活用し、平時は閉鎖されている夜及び早朝のナイタイ高原牧場を占有できる宿泊体験プランの実証実験（以下、本実証）を実施しました。実証点は①夜間から早朝にかけての体感温度②害虫・害獣の対応③悪天候時の懸念点の洗い出し④その他の4点を軸に執り行いました。karch から3名の他、キャンプに知見ある町民、観光アドバイザーにも協力を募り複数日にかけて招聘し、テント宿泊並びにトレーラーハウス宿泊の両軸から本実証を実施しました。尚、テント宿泊は悪天候時の検証を兼ね、雨天日に執り行いました。実証から得た意見・懸念を karch にて集約、「1,700 ヘクタールの大自然を満喫する非日常体験」を付加価値とし、占有的なキャンプ空間の実売に向け準備を進めております。快適性を求めた商品ではなく、本来は立ち入ることの出来ない閉ざされた空間で自由度の高い宿泊体験を提供するものです。但し、一定の安全性を担保する為、害虫・害獣避けの施策やブランケットなどの防寒対策、緊急時の連絡体制等を設えます。「占有」の価値を全面に出し、1日の最大予約数は1組から2組に限定します。尚、設備に対する価値設定ではなく、当該宿泊価格は造成したエリアを賃借する料金として徴収する想定です。

B. 社内ガイドを活用したワカサギ釣りツアー造成

冬期の誘客施策は上士幌町の観光地域づくりにおいて重要かつ喫緊の課題であります。昨今のタウシュベツ川橋梁に係るコンテンツの需要高騰により、糠平湖まわりのアウトドアアクティビティは近年一定の誘客実績を記録しています。特に糠平湖の湖上ワカサギ釣りは道内のマイクロツーリズムのコンテンツとして例年賑わいを見せており、今後も持続可能性を持ったアクティビティとして高い需要が続くものと考えています。他方、釣魚料以外の消費拡大が課題のひとつであり、今年度は既存コンテンツの磨き上げの一手として、利用者に持参物を求めない「手ぶらワカサギ釣りツアー」を商品造成し、実売展開しました。糠平湖のワカサギ釣りは最寄り駐車場である五の沢駐車場から1km程度の雪道を、釣り道具やテントをソリに積載し徒歩移動しなければならない、ライトユーザーや初心者には敷居が高いアクティビティです。本商品は、内容に興味はあるものの、設営時間や備品を保有していない等の理由で来訪を断念していた潜在ユーザーに向けて、ワカサギ釣りに係るあらゆる装備（テント・釣り道具・餌・暖房器具）を karch にて設え、ガイドツ

アーを造成したものです。釣り用テントの他、自由に休憩ができるカフェテントや専用のトイレテントを設置しました。ツアー終盤には昼食としてワカサギを挟んだホットサンドを調理し提供。徒歩移動含めて4時間のツアー中は上士幌町や糠平湖の歴史を交えながらツアーの付加価値、利用者の満足度向上に努めました。

C.ドローンを活用した体験コンテンツ造成

上士幌町は「熱気球のまち」として知られており、北海道バルーンフェスティバルをはじめとした熱気球に係るコンテンツが、本町の観光消費に大きく寄与しています。これまでの熱気球による観光地域づくりは引き続き継続しながら、熱気球と同様の「空」をテーマとしたコンテンツとして「ドローン」を活用した地域づくりを関係者団体と連携して推進しています。ドローンコンテンツを活用した誘客取組は先進性と訴求力が有り、今年度はアイディアの具体化・実売化を目指したコンテンツ構築を行い、karch ガイドによる「ドローン操縦アクティビティ」を造成、実売しました。2023年1月より体験内容の協議を行い、アクティビティのボリュームや価格設定、ターゲット設定等を含め協議やリハーサルを重ね、2023年3月に開催されたドローンショー（春のドローンショー2023 in 上士幌/図-5）でのアウトドア体験商品のひとつとして当該体験商品を販売しました。同体験は①ドローンの仕組みや注意事項の説明②ガイドによるデモ飛行③利用者による操縦体験・空撮体験の3工程を15分間で実施するものです。安全性担保の為、利用者が操縦するドローンは高度規制を設定し、30m未満の高度のなかで飛行体験を行いました。モニターも兼ねており、価格は500円（税込）に設定し、利用者の満足度をヒアリングにて抽出しました。関係者含め14組が同体験を利用、利用者によっては空撮も体験頂きました。当初の想定ではドローンの操縦と併せて、基本体験内容の中に上空からの空撮体験を盛り込むことを検討しましたが、全年齢型の体験を想定し本件においては希望者を除き、操縦体験のみの内容にて執り行いました。体験した利用者からは、「なかなか体験できる機会がないので楽しかった」や「写真撮影が無くても飛ばしているだけでも満足できる」との声を頂き、バッテリーが無くなる直前まで飛行体験を楽しんで頂いた利用者も多数散見しました。当該体験商品に参加した利用者は男女比5：5であり、年齢層についても大人・子供の比率は5：5です。簡易かつ直感的な操作が可能な機体を使用しており、今後も全年齢型のアクティビティとして将来性が高いものと考えています。来年度は、道の駅かみしほろやナイトイテラス、各地域資源を掛け合わせ、通年実施可能なドローン操縦体験を造成していきます。また、操縦体験のみならずドローン空撮映像の作成や旅行商品における空撮サービス実施など、観光誘客に伴うあらゆる場面でドローンを活用できるよう立案、実施を図る計画です。

上述の代表事例をはじめとした訴求力の高い各体験商品を造成している他、karchは旅行代理業として町内観光施設や各種スポットと連携したツアー等の旅行商品も造成しています。これまでは帯広市から上士幌町迄のバスツアー等、画一されたスケジュールのツアー造成が主でありましたが、十勝管内の旅行は自家用車やレンタカーでの移動が多数を占めており、十勝管内の各全域と連携した自由度の高いツアー造成が求められています。



図-4 かみしほろ電力 スキーム図

③ 電気小売事業

上土幌町では、酪農・畜産業の規模拡大や生乳生産量増大に向けて、農業関係者が一丸となり、将来を見据えたふん尿処理対策を検討してきました。現在ではふん尿を資源と捉え、地域における資源循環・エネルギーの地産地消を目指しバイオガスプラントによる発電を行っています。発電した電気の一部を活用し、karchが運営する「かみしほろ電力」にて各需要家へ電気小売を行っています。当該事業は、需要家の生活や事業に係るインフラ事業であり、従業員研修や関係者団体の連携を徹底し、専門セクションとして事業拡大にあたっています。

④ イベント運営企画事業

前述の通り、道の駅かみしほろはゲートウェイ機能を有しており、上土幌町の玄関口として、誘客や町内周遊促進に係るイベントを開催しています。入込数がシーズンに左右されず、安定した誘客・消費・周遊に繋げていくことは特に北海道内の道の駅をはじめとした観光施設において大きなテーマと考えています。上土幌町は夏季の誘客は十勝管内全域においても一定の観光入込実績がありますが、冬期の誘客施策は依然課題があるものと思料しており、当該事業を用いて能動的、計画的に観光消費額を増加させていく、という狙いがあります。また、自社運営施設に限らず、町内外の各所でも後述のドローンイベントをはじめとした多岐にわたるイベントコンテンツを造成しています。2021年に道の駅かみしほろにて開催された「クリスマスドローンショー（主催：カミシホロホテル）」は9日間の開催において13,000名の来場者があり、北海道内初となる300機のドローンが夜空を彩る姿は多くの来場者を魅了しました。再開催を希望する声もあり、

今年度は実行委員会形式（上士幌ドローンショー実行委員会/karch も参画）にて上士幌町2回目となるドローンショー「春のドローンショー2023 in 上士幌」を開催しました。前回実施時は道の駅かみしほろ屋内外を活用したイベント造成でありましたが、造成エリア及び駐車場のキャパシティ等を鑑み本件会場は上士幌町航空公園としました。ドローンショーは6分間の短時間イベントかつ、ショーの性質上夜間に開催しなければなりません。誘客促進の為、デイトタイムに同時開催イベントを造成し、ドローンショーのコンテンツ磨き上げを行ったものです。当該イベント「カミシホロデイキャンプマーケット」は食とアウトドアをテーマとした体験型・滞在型のイベントコンテンツとして、①デイキャンプが楽しめるエリア②町内事業者・十勝管内事業者を中心とした飲食ブース③火起こし体験・薪割り体験・ドローン操縦体験等の体験ブースを総合的に設え、町民をはじめ道内全域からアウトドアユーザーを中心とした誘客を促進しました。①はドローンショーの有料席を兼ねており、ショー観覧の際、一般観覧エリアより前方の最前列で観覧出来る付加価値を付け、申込を募りました。ドローンショー当日は2日間の開催で8,000名を上回る来場実績となり、飲食事業者の売上金額も2,000,000円を超える成果を記録しました。上士幌町全体が「旅の目的地」に選ばれるよう、新鮮でインパクトのあるコンテンツを提供するべく、事業にあたっています。



図-5 春のドローンショー2023 in 上士幌 ショー風景

3. おわりに

karch は「既存の地域資源」と「新しい観光資源」の各資源を、どう磨き上げられるか、或いはどう掛け合わせられるか、というテーマを持ち、業務を遂行しています。上士幌町の観光地域づくりにおいて、観光消費額拡大は最も重要なミッションのひとつとして、karch 設立時より達成に向け邁進してきたところですが、今年度は左記ミッション達成に向けた具体策を「体験消費」や「グリーンシーズンに依存しない誘客」、「DX による商品造成」等の観点から関係者団体含め協議の上、推進しています。消費行動に纏わるミ

ッションは国内登録 DMO の根幹的な目的のひとつではありますが、景勝地やロケーションが来訪目的となりやすい上士幌町においても喫緊の課題です。ナイトイテラス、道の駅かみしほろの誕生により、本町観光入込数は年間 60 万人を超えていますが、前述の通り、過半数の消費行動は土産品や食などの「モノ消費」に留まっている状況です。娯楽性や体験性、ストーリーへ「コト消費」を生み出していくことが近年最大のミッションであると捉え、引き続き本町の圧倒的なロケーションを付加価値とした、「雄大な自然環境」と「先進性」のコントラストある商品内容を構築し、ストーリーに裏打ちされたキラーコンテンツを作っていきます。また、「住んで良し・訪れて良し」の観光地域づくりを実現する上で SDGs に基づいたサステイナブルなスキームは登録 DMO のすべての行動指標に密接に関わります。上述の誘客施策造成に加え、かみしほろ電力をはじめとした循環型エネルギーの展開、物流や観光に係るシステムの DX 化、フードロスを念頭に置いた町内産特産品の開発等、本町民の暮らしに直結する施策を地域全体で推進し、「住んで良し」の上士幌町を実現します。DMO・観光地域商社として町民、観光客を一体として捉え、引き続き課題解決に邁進していきます。

小さなまち南富良野町の観光について

NPO 法人南富良野まちづくり観光協会

事務局長 小野 寿樹

『小さなまち南富良野町の観光について』

特定非営利活動法人

南富良野まちづくり観光協会

事務局長 小野 寿樹

「富良野美瑛」は全国において人気があり、全国に 13 か所ある観光圏の一つとして認定されている知名度が高い地域です。富良野美瑛観光圏は 1 市 4 町 1 村（富良野市・美瑛町・上富良野町・中富良野町・南富良野町・占冠村）であり、
【全国展開の大型人気ホテルがある】
【人気テレビドラマで有名になった】
【丘陵地と大雪山の景観がある】【有名な花畑がある】【丘と耕作地の景観が人



かなやま湖ラベンダー園（7 月下旬）

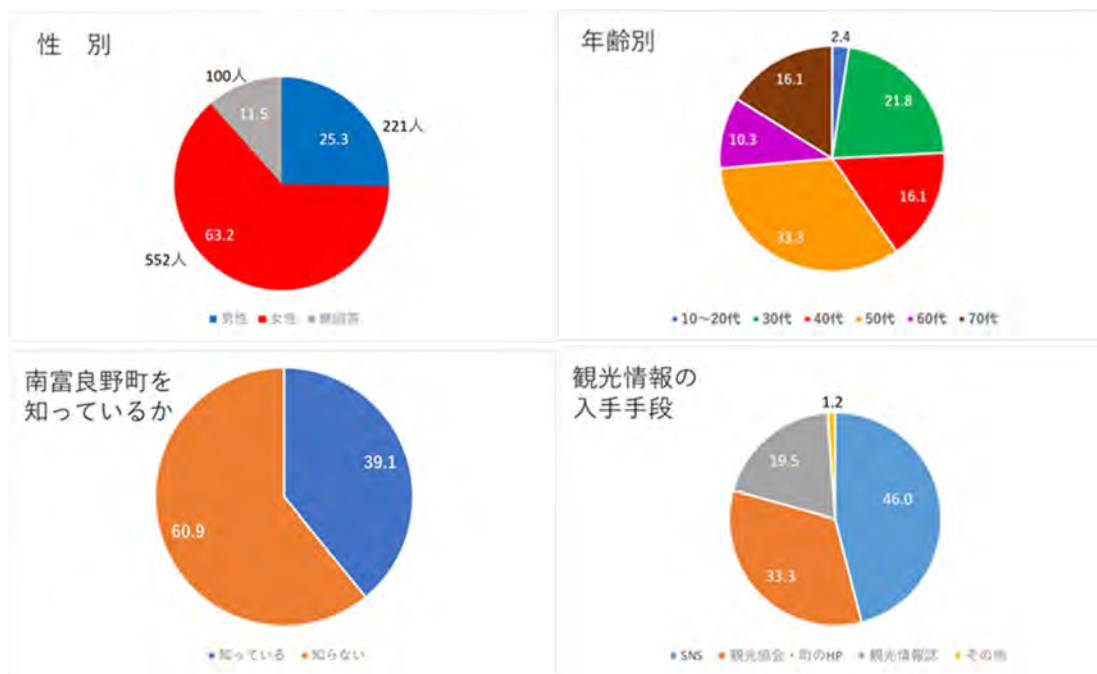
気】【川と湖がある豊富な水資源と景観がある】などそれぞれに特徴的な話題を持っています。共通している点として、豊富な自然を持ち農業が基幹産業ということです。

またこの地域は名実ともに富良野市と美瑛町が観光をリードしています。私の住む南富良野町は観光において 6 市町村の中で一番後進な町となります。南富良野町はこれまで観光において積極的な施策等はなく観光において目立たない地であったため、認知度はとても低く経過してきました。しかし、人口減少が続く社会において、交流人口や関係人口といったところを伸ばして、小さな自治を守っていかなければならないと舵を切りはじめています。観光により町の振興を計り、経済や文化など住民にとっても豊かになる状況を作りたいところです。

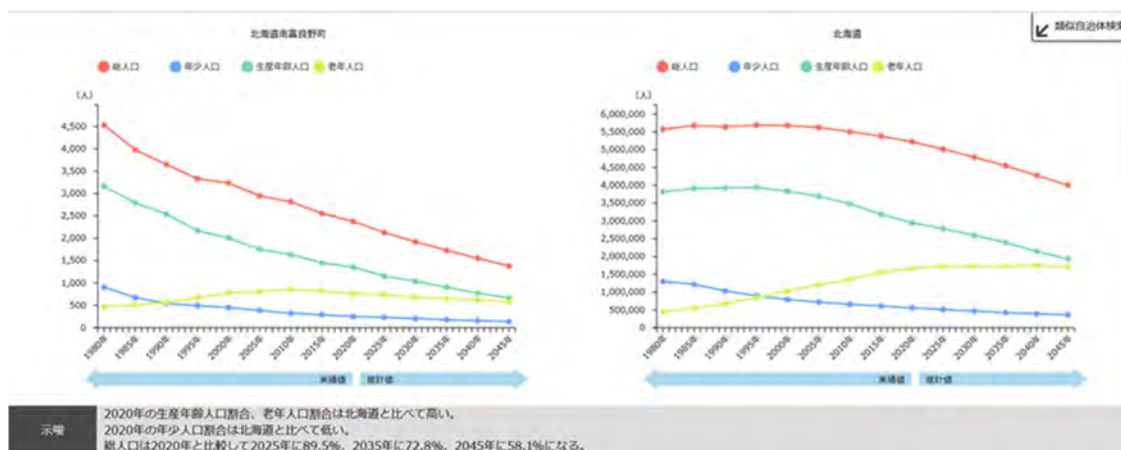
日本社会は人口減少や高齢化社会による様々な問題が懸念される中、地方では既にその問題が広がっており、富良野美瑛は同様の問題に既に直面しています。人口の減少は労働力の低下が大きな問題となっています。近年では東京でも、労働者が足りなくてファーストフード店が閉店したというニュースを何度も聞きました。外国人労働者に頼っていたこともありますが、2019 年に広がった新型コロナウイルスの蔓延は日本の各業界で外国人労働者を失い労働力の低下が深刻となっています。地方においては地域コミュニティの維持が厳しい状況となり、町や村の維持がとても心配されています。厚生労働省は 2023 年 1 月 30 日に長期的な日本の人口動向を予測した「将来推計人口」を公表しました。2060 年の日本の人口は 8674 万人と試算し、2.5 人に一人が 60 歳以上になるという試算を出しました。南富良野町は 2060 年の推計人口が 1,145 人。隣の占冠村が 230 人です。現在の生活が維持することが心配される人口試算となりました。地域が集落として成り立つには食品販売等の

生活を支える小売業がなければなりません。小売業は事業を維持するために事業者が生活できる収益を上げていかなければなりません。問題は山積されています。

南富良野町認知度等調査結果【調査人数 873名】（一部抜粋）



北海道と南富良野町の人口予測



注) RESAS-API より

観光は観光関連事業者だけが潤うでは成り立つことができず、地域が潤わなければ持続可能な観光地となることはありません。インフラ整備、ライフライン、労働力などが供給されなければ観光の維持も発展もないのです。この観光と地域の関係は相乗効果により発展するものであるため、連携を永続的に維持しなければなりません。

観光は観光事業者だけが発展するのではなく地域と一体となり発展するものです。観光自体が名所旧跡、テーマパークを巡るものだけではなく、学ぶ観光、健康を求めた観光など新たな観光に変わってきました。例えば、南富良野の自然を守るテーマの観光や、大自然の中で生活するような観光も成り立つでしょう。食はその旅行の満足度を測定する上でとても重要なものとなります。これに関しては多くの地域において認知されているので、ご当地グルメなど地域の食に対して戦略を練るケースが見られます。その地域の産物でどんなメニューかなど、各地域でじっくり取り組み必要があります。

北海道の地はアイヌの人々が生活する土地であったため、地名はアイヌ語が語源とした場合が多く【富良野】は「フラヌイ」が語源であり「硫黄の香り」の意味です。この地を代表する景観は十勝岳連峰の噴火の歴史です。四季の移ろいは見事なものです。谷に残る雪溪のコントラスト、山の新緑や紅葉など季節ごとに眺めを楽しませてくれます。

南富良野は 1919 年（大正 8 年）に南富良野村として開村しました。1932 年（昭和 7 年）に占冠村を分村して現在の形になりました。その後 1967 年（昭和 42 年）に町制施行となりました。総面積が 665.5 km²であり東京 23 区と同じくらいの面積を有し、大阪市の 3 倍、名古屋市の 2 倍位の面積となります。しかし、現在南富良野町の人口は約 2,350 人です。基幹産業は農業であり、全面積の 90%が森林であることから林業も盛んです。観光においては豊富な水資源を持つ空知川やかなやま湖を利用したアクティビティなど優秀なガイドが多くこの分野において優れた地との認識がされています。しかし観光全体としては富良野美瑛観光圏内の他市町村に比べて知名度が劣っています。空知川の溪流では 1989 年（平成元年）にカヌー国体が行われました。現在ではその川のコースを使ったラフティングが人気であり修学旅行をはじめとした多くの観光入込があります。また、かなやま湖ではカナディアン・カヌーが人気となり「アウトドアは南富良野」と言われるまでに発展しております。しかし、2016 年に同町を襲った大型台風により空知川が決壊し大きな惨事となりました。その後復興への歩みを経て 6 年後には復興のシンボルとして道の駅南ふらのに複合商業施設ができ北海道最大のアウトドアショップやレストラン・フードコートがオープン。隣接地には世界中に会員を持つホテルグループの宿泊特化型ホテルがオープンしました。これは今こそ観光に町の施策をシフトして新たな町を作るチャンスなのです。



道の駅 南ふらの



フェアフィールド・バイ・マリオット

「手付かずの自然と観光」がここに 있습니다。この地域の自然は大切な資源であり開発は望んでいません。しかし、この自然を守りながら自然を理解することはとても重要です。豊かな自然を残しているのです、様々な動植物が生息しています。ネイチャーガイドとその自然に入ると、感動の時間を過ごすメニューがたくさんあります。南富良野町には幻の魚と言われる絶滅危惧種に指定される【鮠（イトウ）】（2009年平成21年「南富良野町イトウ保護管理条例」制定）が生息しています。現状では再放流（キャッチ・アンド・リリース）により遊漁として釣ることができます。また、冬のかなやま湖では40～50cmの氷に覆われた湖面に穴を開けワカサギ釣りが人気となっています。豊富な水資源では様々な自然体験を楽しむことができます。現状の南富良野町では漁業権を持っていないため、自由に釣りを楽しむことができます。しかし、各魚の個体維持の他、様々な整備など経費が掛かりますが、全て町が負担しています。また、冬季には駐車場の除雪・排雪も必要となりますが、これも町で整備するのです。改善すべきサービスです。近年の厳しい自治体運営では限界があります。

2023年1月からNPO南富良野まちづくり観光協会では、マーケティング・データの収集をはじめています。このデータに基づいて観光の様々な方向性を見出そうと考えているのです。まずは毎日かなやま湖で職員が聞き取り調査を行っています。すると「お金を取った方がいい」「お金を取って、トイレや駐車場、駐車場から漁場までの道のりの整備をしてほしい」などの意見を多くもらっています。確かにそうしなければ、サステナブル・ツーリズムとはならないでしょう。

それでは今後の南富良野町はどうすべきでしょうか。人口減少に歯止めをかけられない状況では交流人口と関係人口を増やして町の運営を維持していくことが一つ考えられます。観光に期待されることがより強くなってきます。しかしその反面、労働力の低下がとても懸念されます。政府が少子化対策に様々な施策を出してきています。しかしながら、今その施策により出生数が好転しても、その世代が地域の労働力として社会に出てくるのは20年以上先の話です。それではどのようにして地方に労働力を集めるか。それは発信しかないでしょう。ただ来てほしいということではありません。明確な業務内容を伝えて募集することです。コロナというものは全世界に大きな損失を与えました。しかしながら、社会や企業活動に大改革をもたらしました。大都市にいないければならない、オフィスに出勤しなければならない、この様なこれまでの企業活動を大きく変化させました。地方に住んで仕事をする、オンラインで会議を行うなど居住地が自由に選べる職種がいっぱいある社会になりました。加えて、副業をよしとする社会に変わりはじめています。これは地方にとって大きなチャンスでしょう。Wi-Fiなどインターネット環境の整備が整っていれば地方に住んでいてビジネスが成り立つのです。空いた時間に他の仕事をすることも可能なのです。ビジネススペースを持っていればワーケーションやテレワークに対応できて、住んでいなくても旅行しながら滞在してもらうことができるのです。都市部には高い家賃を支払い生活している人々がたくさんいます。仕事の前や後、休みの日にもいつでも自然に触れて生活できる環境を持つ地方で生活することの豊かさをどんどん発信して、今こそ地方に住んでもらう努力をす

べきでしょう。それは地方の経済を活性化させるだけではなく、地方のコミュニティを維持し守ることにもなるのです。

地方から若者がどんどん流出していきます。都会に憧れる人、職を求める人。様々な理由で故郷を離れていきます。私も高校進学時に南富良野町を離れました。旭川・札幌・東京と移り 50 歳で南富良野に戻ってきました。いろいろ社会を観て学んだことは私の人生の財産として大きなものとなりました。地元の魅力に気付いていない、地元に残りたくても仕事がない、この様な若者も多くいます。若者の流出をどう止めるか。大学生に補助や U ターン I ターン向けの支援制度は一つ有効な手段となるでしょう。同時に若い世代の力と情熱を受入れる器が地域になればなりません。そして生まれ育った若者にこの地の魅力を伝える教育も必要です。その魅力に気付かず出身地を離れ都会に出た若者が多くいるでしょう。もちろん就職では収入も大きく影響します。しかしながら、地域の魅力を常に発信して「我が町 P R」を行ってれば流出を防ぐことができるのではないかと感じます。

私は 2 年前 50 歳になる直前に 35 年間離れていた生まれ故郷南富良野町に戻りました。中学までしか住んでいなかったのですが、両親はこの町で生まれ現在も居住しています。進学から故郷を離れましたが、いつも気にしていました。縁があり『観光で盛上げる』というミッションを受け U ターンすることとしました。私のこの判断には故郷を離れ生活している様々な人にいろいろなことを考えさせたようです。U ターンや I ターンとはよく耳にしましたが、そんな近い人々に情報が発信されればいろいろなことが起こると想像します。様々な業界で新たな発想や力が必要とされると考えると、業務内容等詳細な情報の発信を地方は特にすべきでしょう。

地域おこし協力隊の制度は賛否両論がありますが、うまく活用している町もあります。逆に上手くできていない町もあります。地域に根付いてくれると、住民となり労働力となり長く居住してくれる可能性があります。これもまた、その情報が届くように発信がとても重要となります。地方の情報はなかなか上手く発信されず、届かないという状況を変えなければなりません。

高齢化社会の日本において、老年者の力が必要となっています。私は 10 年以上も前、幼なかった子ども達を連れて家族で北海道上川北部の美深町にある「トロッコ王国」に行った時を思い出します。日本一の赤字ローカル線として知られ昭和 60 年に廃止された旧国鉄美幸線を使ってトロッコを走らせているのです。当時の両親達よりも年上だろうと想像する老年者達がとても元気で生き生きと仕事していました。私はそのとき、高齢者がいつまでも元気であるには素晴らしい事業であると感じました。高齢者が地方の観光に労働力として参加してもらうことにより業界が助かること以外にも、地域の健康や医療体制、コミュニティに大きく貢献すると感じました。

地方自治がサステナブルな社会を未来へとつなぐために観光は地域と共に発展し地方社会を豊かにすることが求められます。そのためにいまこそ地方は様々なことを考えなければなりません。どのように維持と発信を両立させるか。人口減少問題をどのように解決し

ていくか。歳出をどのように減らして、さらには財政を健全化させていくか。そこに情報の整理と発信を行い、様々な力を集めることがこれから必要となります。地方が生き残りをかけて努力すべきことが沢山あると徐々にわかってきました。人口の減少と社会の高齢化が進む中、優れたアクティビティと恵まれた自然環境を持つ南富良野町が観光で地域の活性化と豊かさをもたらすことができることを実証したいと思います。

ポストコロナ時代の新しい人材確保のカタチ「おてつたび」

－お手伝い×旅 で“人手不足解消”そして“地域活性化”も－

株式会社おてつたび

代表取締役 CEO 永岡 里菜

ポストコロナ時代の新しい人材確保のカタチ「おてつたび」

お手伝い×旅 で“人手不足解消”そして“地域活性化”も

株式会社おてつたび

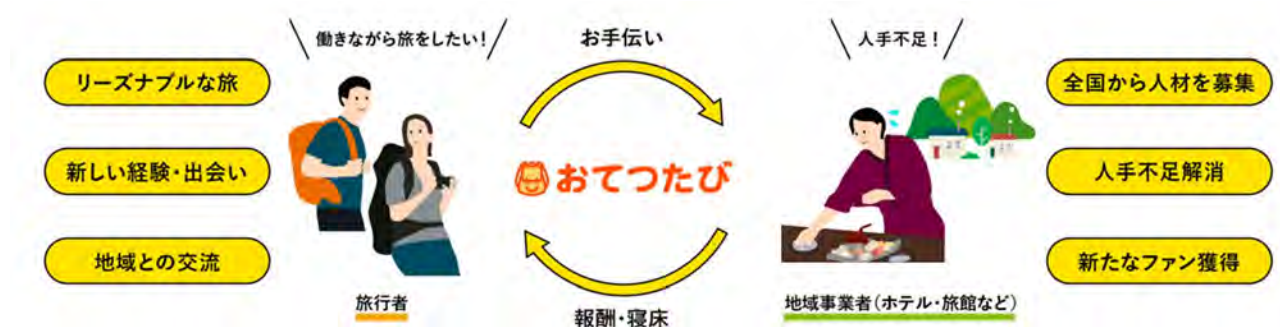
代表取締役 CEO 永岡里菜

1990年生まれ。三重県尾鷲市（おわせし）出身。千葉大学卒業後、PR・プロモーションイベント企画制作会社勤務、農林水産省との和食推進事業の立ち上げを経て、独立。自分の出身地のような一見何もなさそうに見えてしまう地域に人がくる仕組みを創りたいと思い2018年7月株式会社おてつたびを創業。



1. 「おてつたび」とは

「お手伝い」と「旅」を掛け合わせた造語で、人手不足の事業者（ホテル・旅館など）と、働きながら旅をしたい旅行者をつなぐ人材マッチングサービスです。事業者は、旅を切り口にする事で全国各地から人材を集めることが可能です。一方の旅行者もお手伝いすることで報酬を得ることができ、寝床も寮やホームステイのような形で受け入れ側が用意するため宿泊費も無料。空き時間に地域での旅を楽しむことが可能です(交通費は自己負担)。人手不足を人と人との出会いのチャンスに変え、誰もが気軽に“知らなかった地域”を訪れることで、地域や事業者のファンになって欲しい！そんな想いから生まれたサービスです。

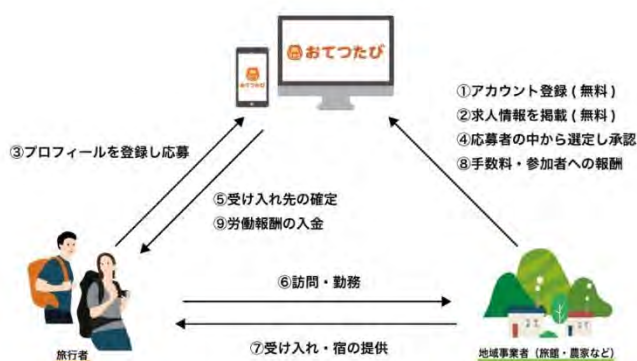


2. 「おてつたび」のシステム

おてつたびへの登録料や掲載料は無料、マッチングしたときのみ成功報酬として受け入れ事業者から手数料をいただいております。おてつたびのシステムは図のようになっています。①おてつたびを受け入れる事業者にはサイト上にアカウントを登録していただきます。そして②人手が必要な期間・仕事内容・報酬・募集の背景などを記入し求人情報を掲載。③旅行者は自分の性別・年齢・性格・自己紹介文・申込理由などのプロフィールをサイト上に登録し、希望する募集に応募します。④受け入

れ事業者が応募者のプロフィールを見た上で選定し、承認します。⑤旅行者に受け入れ先からの「承認」が届き、マッチングが成立。勤務先までの移動手段は自身で確保いただきます。⑥参加日当日には旅行者は勤務先を訪ね、現地でお手伝い（仕事）をしていただきます。勤務終了後にはサイト上で「勤務時間」を登録していただきます。⑦受け入れ事業者

は参加者へ寝床を提供⑧おてつたび終了後に旅行者への報酬と手数料をお支払いいただき、おてつたび経由で⑨旅行者に労働報酬を支払います。最後に受け入れ事業者と旅行者が互いにレビューをつけることで、今後の利用者の判断材料として活用されていくシステムです。



3. コロナ禍でも登録者が倍増。「おてつたび」の今

2023年3月時点で登録ユーザー数は3万人。受け入れ事業者は全国47都道府県930事業者に拡大しました。

ユーザー層も創業当初は学生をターゲットに運営してきましたが、コロナ禍による口コミの拡大により、最近ではフリーランスの社会人や転職活動中の方、子育てを終えた主婦や、アクティブシニアの方にもご利用いただいています。

受け入れ先として登録している事業者は農業などの第一次産業が4割、宿泊などの観光業が4割、酒造やお祭りの補助などその他が2割です。



4. 「働く」だけではなく「旅」の要素を付加価値として伝える

一般的な求人募集の場合、報酬などの条件を重要視されてしまいがちですが、「おてつたび」では条件面だけではなく「地域での体験・出会い」を訴求できるため、「新しい経験をしてみたい」「地域の方と仲良くなりたい」などの思いを持った方が多く登録しています。私たちが提供する「旅」の体験は

「お金をいただいて美しいところや楽しいものだけを提供する」という、いわゆる観光消費のようなものではありません。地域の方と一緒に、楽しい部分も大変な部分もすべてひっくるめて経験をするのが「その地域でしかできない一番のコト体験」だと考えています。そうすることで、生きる営みと仕事、強くつながった現場を肌で感じることもできます。実際、地域に対して通常の観光や旅行とはまったく異なる関わり方をすることで「自分の視野が変化した」「就職先などを選ぶ基準が変わった」と話す経験者も多くみられます。

5. ミッションは「誰かにとって“特別な地域”を作る」

私たちは、「誰かにとって“特別な地域”を作る」ことをミッションに掲げています。ここでいう特別な地域とは、誰かと一緒に再訪したくなったり、名前を見ると嬉しくて買ってしまったり、ついつい誰かに話したくなってしまうような地域を指してしまっていて、地域の応援団やファン、関係人口という言葉がイメージと近いかと思います。

日本各地には、魅力がたくさんあるのにきっかけがないために知られることが少ない地域に対して「知るきっかけ」を作り、その地域のファンになって欲しいという思いで行っています。

6. 「おてつたび」を立ち上げた理由

原体験は、自分の出身である三重県尾鷲市（おわせし）でした。尾鷲市は三重県南部に位置する漁業と林業の町ですが、上京してからは「どこそこ」と言われてしまうことも多く、尾鷲に足を運んだ事がある方は周りにほとんどいませんでした。その事実で半分諦めながら社会人になり、地域活性化関係の仕事をしてながら全国を飛び回る毎日を送っていたのですが、その際に尾鷲のような地域が日本には沢山あることに気づきました。一見「どこそこ」と思ってしまう地域にも、行ってみると素敵なものが沢山あり魅力に溢れている。ただ、行くキッカケがないだけ。いても立ってもいられなくなり、当時勤めていた会社を退職しました。どうやったら人が来て魅力を理解してくれるのか...東京にいても答えは見つからないと思い、東京の家を半年間解約し、貯金を切り崩しながら全国を夜行バスで巡り作り上げたのが『おてつたび』です。様々な方の声を聞く中で気づいたのが、皆さん「どこそこ」と言われがちな地域へ“行きたくないわけではない”という事実でした。そういった地域ほど、知り合いや出張等の目的がないと行くキッカケがないことや、著名な観光名所がない地域ほど交通の価格競争が起きにくく旅費が高騰しがちで選択肢にあまりににくい。そういった課題を解決するために、「お手伝い」を旅の目的（キッカケ）として地域を訪れ、お手伝いして得られた報酬で旅費交通費を軽減できる『おてつたび』のアイデアが生まれました。



7. 地域を支える未来のインフラに

これから日本を観光立国として推進していくのであれば、やはり都市だけではなく農業や林業などが盛んな地方の魅力が、海外の方にユニークで体験したいコンテンツとして伝わると思います。今後地域が衰退して行かないために、誰もが自分の移住地・出身地以外で定期的に訪れる地域を2～3個ほど持つことで、今後、日本の人口減少がさらに進んでいく中で、人を奪い合うのではなく一人が何役にもなって地域に関わり、支え合える仕組みをつくるのが社会の持続可能性につながると考えています。

「今度はどこに出かける？旅行？それともおてつたび？」と“おてつたび”が日常の選択肢のひとつになるくらい、知らない地域へ行くことが当たり前になった時、もっともっと面白いことが日本で起きるのではないかと考えています。まだ目指す世界は果てしなく遠いですが、地域の方とも協力しながら「地域を支える未来のインフラ」を創っていきたいと思います。



会社概要

会社名：株式会社おてつたび

代表者：代表取締役 CEO 永岡里菜

所在地：（東京オフィス）〒151-0053 東京都渋谷区代々木3丁目31-12

（静岡オフィス）〒430-0907 静岡県浜松市中区高林1丁目8-43

設立：2018年7月

資本金：70,286,500円

人手不足でお困りの方へ

おてつたびでは、短期的・季節的な人手不足で困っている事業者、地域、自治体、JA、等を募集しています。



大型観光地ではない地域の宿泊施設の有様

地域ビジネスプランナー&プロデューサー

東村 有三

－大型観光地ではない地域の宿泊施設の有様－

地域ビジネスプランナー＆プロデューサー 東村 有三

「くうねるあそぶ」平成が始まった頃、こんな言葉が一世を風靡した事がある。「お元気ですかぁ！」と井上陽水が画面から語りかける新車発表 CM、キャッチフレーズの作者は時代の空気を数々つくり出してきた糸井重里。そんな彼が元ネタにしたと思える言葉が古くから旅行業界にある、曰く「アゴ・アシ・マクラ」アゴ＝顎、旅行での食事場所、アシ＝足や脚は目的地までの交通機関&現地での二次交通の選択、マクラ＝枕は言葉どおりの決手の宿泊場所。その時々での市場を活性化する軽いキーワードが飛びかう業界で、**結局、利益を産む元は「この三つにつきる！」**と長年の専門家は言い切っている。この 30 年、来道の足としては Air が当たり前になり、**レンタカーが二次交通のメイン**となりつつある。しかし**宿泊施設の大胆な変化は投資額の大きさもあって、なかなか進まないのが現状**である。そんな中であって今年の研究会では、大型観光地ではない地域の宿泊施設を訪問する機会を得た。そんな施設が提起する現在と有様と今後の課題を整理した。

①唯一無二の大型ログホテル LARCH（ラーチ）／南富良野町かなやま湖畔

ホテル名になっている **LARCH（ラーチ）**とは、**カラマツ（材）の名称**である。ダム湖である金山湖畔のカラマツ林に囲まれた丘に、**道産カラマツでログを組んだこのホテル**の存在は、開業当初から気になっていた。**平成 6 年（1994）オープン**というから来年で **30 周年**、近くまで来ていたり、通り過ぎていたのに実際に中に入ったのは今回が初めて、ログ特有の温かく清しい空気感と日々の丁寧な保守による雰囲気は唯一無二の存在感である。**ツイン 6 室トリプル 3 室の宿泊棟に 50 席のレストラン、30 席のラウンジの構成、加えてコテージ 5 人用 6 棟、8 人用 3 棟（一部ペット可）**が敷地内に



併設され、トータル 9 室 9 棟（最大 18 組 90 名収容）の展開は圧巻である。更に周辺にはオートキャンプ場やキャンプ場の他に、主として工事関係者等が調法している浴場を持つ保養センターも有り、金山湖周辺は、南富良野町の一大滞在ゾーンになっている。





南富良野町は、ニセコと並ぶスキーリゾート地であり、北海道を代表する観光目的地でもある“北の国からの富良野”と“山間に突然出現するタワー等が建ち並ぶトマム”に挟まれた、人口 2,700 人の小さな町である。しかしこの小さな町は平成元年（1989 年）金山湖が国体カヌー会場になったのをキッカに全国的なカヌーのメッカとなり、空知川のラフティングと相ま

って夏のアクティビティの基地としての“知る人ぞ知る”特別なポジションを獲得したのだという。加えて空知川や金山湖に生息する釣人憧れの“イトウ”に対する全国的にめずらしい町独自の「イトウ保護管理条例」の制定等により注目を集め、二大リゾート地の間にあるという利便性と相まってアウトドアガイドが南富良野町に集積する現象につながり、人口比率では、日本一アウトドアガイドの多い町として、その筋や愛好家の間では有名な町となっているらしい。そうした彼らの支えが、このホテルの存在であり、カヌーやラフティング、溪流釣り愛好家たちはもちろん、キャンパーたちのシンボリック位置付けにもなっている。

しかし、より強力なマグネット装置として機能するには、スペシャリティ的な料理メニューの創造や料理人たち自らの強力な発信による業界評価の獲得が顧客層を大きく拡げ新たなファン層拡大につながっていく筈と考える。現在でもホテル仕込みのクオリティの高いメニュー展開になっているが、このホテルならではの“客を呼ぶスペシャルメニューの創出”が必至の課題かもしれない。

②世界の Marriott がなぜ“南富良野町”へ？／南富良野「道の駅」隣接地

かの Marriott ホテルが昨年 2020 年 6 月に南富良野町にオープンした。場所は登山用品やアウトドア用品ブランド mont-bell を誘致して話題になった新装道の駅エリア、国道 38 号線を挟んだ向かい側である。全 77 室 21 m² のツインベットの宿泊特化型。「フェアフィールド・



イン・マリOTT」の名称で、20 年 10 月から 22 年 3 月まで全国 6 府県 15 か所で展開されてきた Marriott インターナショナルと積水ハウスが手を組んだ地方創生事業、「道の駅」プロジェクトのセカンドステージ。北海道では「長沼マオイ」「恵庭」に続く 3 か所目となるらしい。入口扉を開け

シンプルなチェックインカウンターを抜けると外が見える広めのパブリックラウンジ。宿泊客ならセルフオペレーションのコーヒーを呑んだり、宿泊者同志で情報交換をしたりと、思い思いの時間を過ごすことができる。食事は隣接する道の駅のフードコートやレストラン、もちろん町の食事店で食べるのもよし、テイクアウトで自室で食べるのもよし。一泊素泊まり 14,000 円という値段設定は、





ホテルや旅館の集積地では決して高価ではないが、地域の町にとっては、かな



り強気の設定。そのあたりをホテル担当者に尋ねると狙

いは世界に1億6,500万人いるマリオットの会員がベースと自信有り気。目立ったオープン告知についても“まずは会員の方々への告知を先行したい、となるほどの答え。さはさりながら、道の駅新築に伴って mont-bell やこのマリオットプロジェクトに目をつけここまで走ってきた町担当者の慧眼とクレーバーな思いに“乾杯、新しい時代へ向けて「動いている町は従来の“古くさい町づくりの常識、に縛られずに動いているなあ！！”なんて認識を新たにした。

③家族経営のオーベルジュ、丘の上のハートンツリー／鶴居村雪裡（セツリ）

釧路駅から湿原の両端を横切って約1時間弱、弟子屈に向かう道道53号線を見下す小高い丘の上に、目指すオーベルジュ「ハートンツリー」は、童話の世界のように現れた。赤い屋根白い壁のレストラン棟やBBQハウス、宿泊用のゲストハウスやコテージが程よい間隔で建ち、チーズ工房の隣には、“ヤギたちの家”が並び黒い模様の山羊君が親しげに寄ってきて迎えてくれる。阿寒生まれで関西の名門料理学校で料理を学んだオーナーシェフと、関西出身のご主人が出逢い、この場所に3.8haの土地を取得して1999年（平成11年）にオープンしたのがハ



ートンツリーの始まり。その後2013年（平成25年）には、ハーブ工房チーズ工房を整備すると共に農畜産用大型プレハブ倉庫を活用し、加工施設や体験教室に加え、ゲストハウスとして整備、名実とも農業に根ざしたオーベルジュとして現在の姿になったのだという。その結果SNSなどで広く紹介され、アジア方面からのインバウンド利用者の増加に繋がったという。また、今年の7月～9月に運行される道内用遊列車“北海道クルーズトレイン”（東急・JR北海道共同列車）に、イタリア修行を重ね



ハートンツリーにシェフとして戻ってきた息子さんの服部大地シェフが起用されるというニュースが飛び込んできた。ある意味、食のトレンドや旅の流行に振りまわされることを絶妙に避けながら“自分たちの信じる食と農の世界、を創り上げてきた家族経営だからこそこのオーベルジュの有様と歴史。ちなみにこのオーベルジュが建つ丘の住所“雪裡、とは“雪の中、という意味の他に“セッチリ、と読めば“巣鳥の多い場所、という意味もあるらしい。来る途中の畑で見かけた、エサを優雅に啄んでいるタンチョウたちの姿を思いだしている。(以下の Phot は北海道クルーズトレインの新聞記事と途中で出逢った鶴たち他)



④開業 100 年を迎える糠平館観光ホテル／糠平温泉集団施設地区

今回お世話になった糠平館観光ホテルは大正 14 年（1925 年）創業というから、来年 2024 年には 100 年目を迎える糠平温泉地区屈指の老舗旅館である。増改築を繰り返し現在は和室 66 室、洋室 15 室、和洋室 7 室の計 88 室に 170 畳もの大広間を有する等、昔ながらの大型旅館の形態を留めておりある意味懐かしさすら感じる旅館である。筆者が宿泊したのは昨年 6 月の平



日、朝食会場では我々の他は数組、いずれも旅行者というより上士幌の高齢者グループの一泊温泉会合といった風情、かつてあえて層雲峡の賑わいを避けて泊まった渋い雰囲気は、そのまま“時代”を感じる様子となっ



いた。絶品だったのは糠平川のせせらぎを BGM にして入る混浴露天風呂。朝・夕とただけだが両方とも一人占め。なんとも贅沢なひとときをいただけた。もうひとつのサプライズは朝の遊歩道散歩で行きついた国鉄士幌線の糠平川橋梁に出逢えたことと、更に熊さんの出現に怯えながら歩いて行った先の向こう岸に憧れの“タウシュベツ川橋梁”を望めたこと。宿サイドでは遊歩道の案内はあるものの、糠平川橋梁には歩いて行けること、更にタウシュベツ川橋梁を望めるポイントがあることの表示は全くなかったのが残念な気がしたのは事実である。



⑤アフターコロナ禍での地域宿泊業の食提供の考え方

昔々とあるコンビニ代表者から「昔たくさんあった駅前旅館がどんどん減ってくる理由、について話をうかがったことがある。「何故減っていくのか」というと、**食事を出すのが年令と共に苦痛になっていくんだ**ヨ、寝具の上げ下げや掃除は自分でもできるし、いざとなれば業者もいる、でも、夜は町場で食べてもらうことはできても、朝食の支度が辛くなるらしいんだ！**だとしたら僕たちが届けるというのはビジネスになるのかもな**あとと思ってさ、どうせ品物を補充するトラックはアチコチ走っているしさ！！」

今回の「ポストコロナ時代の北海道観光研究会」の現地視察において、僕は**地域の宿泊業の今後の有様、それも食提供の在り方に関心を集中**させてお話を聴いていた。丸3年間のコロナ禍で大きな痛手を受けたのは、観光業界と外食産業業界である。とりわけ地方に取っては宿泊業、都市にあっては外食業の悲鳴が深刻だった。しかし都市では、**多くの飲食店がUber Eats等に代表されるフードデリバリーに活路を見出し調理法やメニューの追求が進んだ**」厨房の存在が食提供の場を拡げる小さなファクトリーにもなったのである。

この変化を前提に**地域宿泊業の課題と今後の展開**を考えてみた。

一番刺激されたのは、南富良野町に進出した世界のマリオットの食提供を切り捨ててしまう考え方「ああこれが地方都市でも成立するんだあ！！」

これと対比的だったのは糠平温泉の旅館における昔ながらの食提供の有り様。「旅館では多品目で豪華なメニューを提供する、という固定概念が現在も連綿と続いている姿にある意味感動すら覚えてしまった。また料理人や厨房の在り方は違えど、ログホテル LARCH でも従来の都市ホテルメンダイ（メインダイニング）の考え方が残り、「**経営的な負担になっているのではないか**、なんてあらぬ心配をしてしまった。朝夕食のメニューによる集客アピールはもちろん、ランチメニューによる立ち寄り客のアップ、また厨房という「生産工房の新しい活用等」への挑戦が望まれていると考えられる。このホテルと対比的だったのは家族経営に徹した「ハートンツリーの生き方、観光産業や外食産業と一線を画した「手作り工房的展開」は、私たちが忘れていた地域の観光や食提供に一石を投じる挑戦になっていた。

どうやらポストコロナの地域観光は「**食提供の進化と深化から**、なんて思ってしまった。

調査報告（事務局）

現地調査報告レポート

- 上士幌町
- 南富良野町
- 積丹町
- 厚沢部町
- 鶴居村

(第2回研究会)

現地調査（上士幌町）

日時：令和4年6月27日（月）

場所：道の駅「かみしほろ」

「まちに稼ぐ力をもたらす」

株式会社 karch 事業統括部長

中田 将雅氏



上士幌町は、農業のまちです。上士幌町という名前は知らないけれどふるさと納税では知っているという方がたくさんいます。ナイタイ高原牧場は、日本一広い公共牧場で、1,700haあり、現在は、約2,200頭の牛が自由に放牧されています。夜も牛舎に戻らず、100頭から150頭で生活しています。糠平湖のタウシュベツ川橋梁は、雪解け水が湖に流れ込み、水位が上昇し、湖面に橋が映り、めがねに見えるということで、7月末までが見ごろです。私どものインフォメーションセンターでゲートの鍵を1人1,000円で貸出をして、ツアーガイドもやっています。もの凄く人気があり、2か月先まで予約でいっぱいです。今年で49回目になるバルーンフェスティバルが開催されます。1973年に日本で初めて熱気球の競技会を開催したまちで、熱気球のまちと言われています。今では佐賀市嘉瀬町のほうが有名になっています。

上士幌町の人口は、昭和45年ぐらいの多い時で、12,000人でいたが、今は、5,100人で、5,000人を割った年もありましたが、人口が増えて5,000人を超えて奇跡のまちと言われています。北海道の町村では、東川町と上士幌町が人口の増えたまちです。

2015年に高校生までの医療費の無料化を実施しました。幼保一体型の認定こども園をオープンし、完全無料化にしました。人口が5,000人復活した2018年には、こども園の園児が1.5倍になり、子供が増えたことで人口も増加し、高齢化率も抑えられています。

ふるさと納税の制度が始まったときには、すぐエントリーをしました。ふるさとチョイスの株式会社トラストバンクと一緒に、ふるさと納税を増やすことを考えてやってきました。今は、いろんな自治体が100億円超になっていますが、上士幌町は、人口の規模と業者のレベルでは、20億円までと思っています。現在の納税額は、15億円から20億円です。この寄付金は、半分は財源として残します。スタートのときから半分は、子育てに使うことになっていて、高校まで医療費無料化、こども園無料化につながっています。小学校の生徒は、1学年30、40人ですが、2クラスに分けて、担任の先生、アシスタントティーチャー、英語専門員、コンピューター専門員を配置しています。教育が行き届く形にしています。

こども園の無料化で入園児が増えましたが、お母さんは、だいたい働いています。働くことによって経済が好循環してきました。テレワークの施設で働いていたり、ふるさと



納税のおかげで、アイスの工場、パンの工場、オリーブの工場ができ、そこで働く方が増えています。カーチのスタッフだけでも社員、パートを合わせて、50 人います。雇用を確保することで、経済がまわり始めたということです。

町長が ICT に力を入れているということで、今では当たり前になっていますが、町の HP、ブログポータルサイトとか、様々なことをスタートからやっていたまして、2 年前には 15 億

円をかけて、農村部地域まで光回線をすべて整備して、町内にはインターネットの難民がいなくなりました。ふるさと納税クレジットカードの活用、地場産品の通信販売「十勝かみしほろ市場」の開設など、他の自治体より半歩先、一歩先にスタート、先陣を切ってきました。

直近では、ドローンの活用にも力を入れています。今、テスト的にナイタイ高原牧場からここ道の駅まで、段ボールを運んで、ドローンによる物流を目指しています。無人の自動運転バスの公道実験もやっています。ドローンでの山岳避難救助コンテストを開催していますが、ナイタイ高原牧場の山奥にマネキン置いて、誰が一番に発見できるか、そこに物資を届けられるか、最終的には救助できるかを競います。一番に救助できたら 2,000 万円の賞金がもらえます。年に 1 回、日本全国の大学、技術関係者が集まり、技術を高めようということをやっています。そこからドローンに関わる事業をやっています。その他、MaaS プロジェクト、5G をつかって、画像認識で白黒の文様で牛の個体管理をすることがはじまっています。

2021 年 6 月に「SDGs 未来都市」に選定され、最近はその取り組みを踏まえて、環境省のゼロカーボンの補助金を 2030 年までに 50 億円をもらう採択がされました。経済、環境、社会を SDGs に置き換えて、2030 年をめがけて構造計算を作っています。

ドローンによる観光向けサービス実証実験では、食材、飲み物等をナイタイ高原に運んで、プライベートの空間でバーベキューを楽しんでもらうという観光商品を造成しているところです。キャンプ場には管理人が必要ですが、管理人がいなくてもドローンによる目線でお客様の対応をすることができます。ラストワンマイルと言われている、物流の仕組みをドローンに置き換えてやるということをやっているのを西濃運輸さんと一緒に取り組んでいます。JAL さんに安全面のマニュアルを作成してもらっています。ドローンの普及によって、規制緩和の動きがあり、今年の 12 月には、包括エリア申請ができ、上士幌町を飛ぶということになれば、それで OK になる。今、ドローンはプロポで運転していますが、来年になると東京のフライトセンターで操縦して、私どもは、機体管理者としてスイッチを入れるだけ

になるので、物流の活性化につながります。全国色々なところで、実証実験が行われています。町民向けに、タブレットで注文をし、商品を農村部地域まで届ける実証実験も併せてやっています。来年の実用化に向けて進めています。

様々な企業との関わりの中で、企業滞在型施設と言われていますが、基本的にはコテージのようなもので、一般の方も予約ができます。こういうワーケーション施設ができています。

1年前にオープンした「カミシホロホテル」が市街地にあり、非接触型で、チェックインも無人ででき、ドアも顔認証で開くということです。移住されている方も増えていますが、観光客も来やすい環境になっています。

私どもは旅行会社もやっているの、サスティナブルツアーということで、滞在して、町民の方と触れ合ったり、冬はアクティビティを楽しんだりするツアーも造成しています。昨年 12 月のクリスマスドローンショーでは、日本で初めて 300 機以上の規模でドローンを飛ばし、ドローンショー、イルミネーションショーを開催しました。

上士幌町では、SDGs マップとして 5 本の柱を中心にまちづくりをおこなっています。エネルギー部門の中では、5,000 人のまちに牛が 45,000 頭まで増えました。私どもは家畜の糞尿問題の対策を考えていまして、町内にバイオマスプラント 7 基を設置して、それで発電をし、発電した電気をカーチが「かみしほろ電力」を運営して、町民の方は北電からではなくて、地域のかみしほろ電力の電気をつかってもらっています。

私どもの地域商社も、まちづくりの中の 5 本の柱のうちのひとつ入っています。商品開発、ナイトイテラス、道の駅、観光拠点施設の運営、旅行会社としての機能、電力の販売、様々なことをやっている地域商社です。2018 年にできて 4 期目です。旅行業を取得し、電気の小売事業を取得し、今年の 3 月には、観光地域をマネジメントとする DMO 法人になりました。それ以外にもドローンのビジネス、これから事業が増えていこうとしています。私どもは、課題解決商社ということで、地域でビジネスになるようなものは、積極的にお金をしていく、今まで、できなかったことをできるように変えるという会社です。

ナイトイテラスは、2019 年にオープンし、商品を販売しています。建物ができる前は、約 35,000 人から 4 万人の入込客数でしたが、オープン初年度は、13 万人、昨年も 10 万人の入込客数で、多くの方々に来ていただける施設になりました。



道の駅のコンセプトは、ここが「旅の目的地になる」ということです。熱気球を目当てに、大きな広いドッグランを目当てに、レストランも特別な日に楽しんでもらうようにワインセラーもあります。ここを旅の目的地として来ていただきたいという想いで作りました。私どもが、今まで、町の特産品といわれる乳製品、豆、お肉をオリジナルで商品化しています。

A. 町長は、2001 年 3 月から就任して、最初の 10 年は士幌町との大合併と言われている中で、基本的に何もできなかったです。10 年ぐらい前、ふるさと納税が出てきた頃から、財政も健全化し、やりたいことができるようになりました。きっかけは、スギ花粉のない町ということで、「スギ花粉症リトリートツアー」で全国的に注目を浴びました。コンセプト的にはスロータウンで、平成 18 年に移住定住事業、まだその当時は聞きなれない中で、やりました。現在、町長は、北海道の促進協議会の会長をやっていますが、その頃から移住定住に力を入れ、あわせて、ふるさと納税で子育て支援も増えて、人口が増えていきました。幸いにも、町営の病院がなかったり、お荷物になる温泉施設がなかったり、今までハードがなかったです。ふるさと納税、まちづくり的なものが評価されて、国交省から道の駅をつくることを進められ、重点道の駅に選定されたことがきっかけで、道の駅をつくることになりました。道の駅の運営は、カーチでやっていますが、町からは出資金 500 万円で運営しています。建物を造ってもらったところは、甘えましたが、5 か年かけて指定管理料も満額、満額、半額、半額、0 にすることで、今の収益で指定管理料も賄っています。

Q. 最初から役人ですか？

A. まちの広報、企画、観光は 15 年やり、行政の仕事は、ほとんどやっていません。

Q. 役場からきている人は中田さんだけですか？

A. 地域おこし協力隊での方もいます。基本 3 年たったら社員になります。

年商は 5 億円ぐらいです。道の駅で 2 億円、ナイタイ高原で 6、7000 万円、それ以外の電力の販売で 2 億円、その他まちの色々な仕事があります。なんとか毎年黒字決算です。

Q. 人口が増えているのは、近隣から入ってきたのですか？

A. 関東圏、大阪、名古屋圏から移住してきた方もいますし、十勝の中での圏域移動もあります。10 年前からアパートを一棟建設するのに町が 300 万円の補助をしています。年間 200 室から 300 室増えていますが、転入したくても物件が足りない状態です。町営住宅もありますが、昭和からの古い物件 600 戸ぐらいです。更新もしないで潰して、計画では、その土地は分譲地にします

Q. 子育て世代の方が移住で入ってきて人口が増えていますが、将来子供たちが町から離れていきます。それを戻すために何か今のうちから手を打っていることはありますか？

A. 私が役場に入った頃は、上士幌町で住むには、役場か農協か郵便局ぐらいしか、就職先がありませんでしたが、今は、この地域商社があるのと、もう一つ「株式会社生涯

かみしほろ電力は、町の中に大きなコンクリートのプラントがあり、ここに糞尿を集めて、第一次発酵、第二次発酵で、メタンガスを発生させて、それを燃やして、タービンを回し発電をしています。バイオマスだけで 1,950kwh で、町内の電力をほぼ賄えるぐらい発電しています。それ以外に水力発電、太陽光発電があるので、電力の自給率は、2000%とされています。販売するだけではなくて、電気に見える化をしています。一つのライフラインを使って、町民サービスをこれから充実させていくことも検討しています。

意見交換、質問

Q. 中田さんの職業は何ですか？

A. 行政職員で 24 年以上になります。5 年前から出向で道の駅にきています。片道切符だろうとされています。給料は役場から出ています。

Q. レストランのシェフ、従業員は、どこが運営していますか？

A. 東京からシェフを呼び、横浜からソムリエを呼んで、運営しています。

Q. レストランの単価はどのくらいですか？

A. 3 月までは、5,000 円のフルコースから 3,000 円、2,000 円でしたが、今は、もう少し単価を下げた入りやすくしました。1,800 円で地元十勝のハーブ牛ハンバーグセットが食べられます。

Q. ケーキの販売は、どこかと提携しているのですか？

A. ケーキの販売は、(株) DAYKE というデザイン会社のスイーツ部門です。この会社が私と一緒にナイトイテラス、道の駅の建物の建設から関わっています。

Q. この道の駅の設計は？

A. 設計自体は、札幌の日本都市設計です。

ここの道の駅は、外構工事を含めて 14 億円かかりました。半分が地方創生拠点整備交付金を活用し、北海道



の補助金を一部使っています。残りは過疎対策事業債です。ナイトイテラスは、約 4 億円です。2019 年に 4 億円、2020 年に 14 億円。2021 年に商号調査で 10 億円、その前にも生涯学習センターを 12 億円で建てています。この 7,8 年で建物がどんどん新しくなっています。

Q. 町長が熱気球をやり始めた時から、他の町とはちょっと違う感じがしていました。ここまで総合的にプランを作り上げて、やっているのは、どのくらい前からですか？

活躍のまちかみしほろ」という福祉部門を作りまして、無料職業紹介とか、移住定住の受入れとか、毎月やっています。都会から若者を10人ずつ3週間から1ヵ月滞在させて、働いてもらい、気に入れば、そのまま住んで働けるようなプロジェクトをやっています。

Q. 上士幌町には、高校もありますよね？

A. 道立上士幌高校は存続しています。今1学年2クラスで80人です。

Q. 今、小学校、中学校の生徒が増えているということですが、高校になると町外に出る人が多いのですか？

A. そうです。私の息子、娘たちも帯広の高校に行っています。
上士幌高校の生徒は、上士幌中学出身は1割ぐらいで、ほとんど帯広の高校に行きます。

Q. その人たちが、また戻ってきてくれればいいという話ですね。

A. そうです。上士幌高校は、帯広から通っている生徒の通学費が無料、制服は半額、修学旅行費が無料です。地元の子供たちは、なぜ町外から来る人にお金を割引して、私たちは帯広の高校に行きたいのに補助してくれないのかという話になっています。

Q. 移住してくる人が、コンシェルジュがいて助かるという話を聞いたことがありますが、町の職員としてコンシェルジュの仕事をしているのか？それともボランティアがやっているのですか？

A. かみしほろ情報館に「特定非営利活動法人 上士幌コンシェルジュ」があり、そこが生活体験モニター、移住定住、空き家物件紹介をやっています。町の職員ではないです。10年前、立ち上げたのは、当時の商工観光課でしたが、NPO法人化をし、3年ぐらいは、生活体験の受付で、業務委託をしていましたが、ふるさと納税の一部窓口を行ってから、NPOとは思えない収益を上げて、今は自立しています。

Q. そこと、カーチとの連携はありますか？

A. あります。移住者のケア、ネットワークで、毎月のように移住者同士で集まっています。

Q. 観光は、このコロナ禍ではどうでしたか？

A. この道の駅もコロナ禍の中で、オープンを少し延期しながらでしたが、コロナ禍の前は営業をしていないので、比べられないです。オープン初年度は、6月10日から3月31日までの入込客数が、約45万人でした。2年目も約40万人です。

Q. 観光と移住の関連性はありますか？観光で来られて、移住のほうへ向かっていくということはあるですか？

A. 糠平源泉郷の温泉街もあります。観光客のリピーター率が非常に高い場所です。どちらかというと、観光目的かわかりませんが、1 ヶ月ぐらいの長期滞在をしている方がいて、そのまま、ここで働く方、脱サラする方もいます。

Q. 最近、こういう田舎では、ユーチューブで配信し色々な PR をしているところがありますが、上士幌町でもユーチューブ配信をしていますか？

A. 今年、ユーチューブではないですが、DMO で若者が集まり、動画撮影の企画会議をやっているところです。「かみしほろの歩き方」のような番組を作ろうと動いています。
ホームページは、プロに頼んでいます。SDGs の冊子は、私どもで作っています。

Q. 観光協会との仕事のすり分けはどうですか？

A. 私も観光協会の事務局長をやったことがあります。その時に町長から観光協会の法人化の命を受けましたが、3 年で挫折しました。糠平に「ひがし大雪自然館」がオープンして、その観光協会の事務局長をやっていました。今、観光協会は、国立公園の登山整備、資源を守ることを残して、やっています。

Q. カーチを作ろうと思ったのは、中田さんの発想ですか？

A. 2 つ建物の建設をするための基本構想は、観光課時代のときに移住定住を含めて、ビジョンを策定しました。次に基本計画、実施設計になったときに、私が株式会社で運営会社カーチをつくりました。

Q. 無印良品の家は、そうして可能になったのですか？

A. 無印良品さんもサステイナブル的なまちづくりに、すごく共感をもらいました。博報堂のキーマンが繋いでくれました。かみしほろホテルも東京から来た方々が投資をして作りました。

Q. 電力は、北電との調整はどうなっていますか？

A. 発電部門は、私たちではなくて、JA が 100% 出資して資源循環センターを作りました。そこは FIT で、5 年前から、20 年間固定買取でキロ 39 円で買ってもらっています。FIT で 39 円で売ったものを、日本で唯一の JEPX（電力卸電力取引所）から、この発電量はカーチが買うという契約を結んでいます。今電力はキロ 80 円から 100 円ですが、通常はキロ 7 円、8 円です。それを一般のお客様に 19 円、20 円で売っています。今は、

それより高い金額でみなさん仕入なければいけない状態で、電力会社が潰れている状態です。うちは、出資している北海道ガスさんに、甘えまして、通常 100 円のところを 15 円で仕入させてもらっています。北海道ガスさんからしてみれば、地域貢献だと思えば、小規模な電力は、別に大目に見てもいいということです

現地調査（南富良野町）

日時：令和4年6月28日（火）

場所：南富良野まちづくり観光協会

道の駅南ふらの

フェアフィールド・バイ・マリオット

南富良野まちづくり観光協会 事務局長 小野 寿樹氏

私は、2021年10月まで上富良野町の美術館に勤務していました。上富良野を含めた富良野・美瑛圏域の営業をし、美術館に来てもらえるように戦略を練り、全国の旅行会社、企画会社、出版社等に営業をしてきました。



南富良野出身ということもあり、前町長に、南富良野が富良野・美瑛1市4町の中で、観光が一番遅れている。なんとかして欲しいと声をかけていただき、ここに着任しました。11月1日に町役場入り、22年8月に観光協会に出向し事務局長になりました。この町には15年間しか住んでいませんでしたが、35年間ぶりに帰ってきました、今、必死にこの街を盛り上げようとしています。

意見交換

町野 元の美術館はどういう経緯で入ったのですか？

20年間、美術館にいましたが、その前は、富良野信用金庫にいまして、旭川信用金庫に吸収合併された時に、美術館の増築の関係で営業担当をしていました。その時の館長に誘われて、迷わず信金を辞めて、後藤純男美術館に転職し、営業企画の担当でした。

町野 事前に川口さんから新しい道の駅等の経緯の話を聞きました。この街では、かなり重要なものだと思いますが、どう感じていますか？

今後、7月上旬には観光協会も道の駅に事務所を移転する予定です。道の駅にいれば、色々な業務が観光協会にくると思います。道の駅にお客様が来て、そこから町内、町外を案内する窓口になることが必要だと思います。もう一つは、旅行会社等と話をし、多くの人たちが来る街にしていかなければならないです。前職の時に周辺の行政とやり取りしていました。先日も富良野市の観光課長から、富良野市はアウトドアがないので、アウトドアは南富良野で行い、宿泊施設、食べる場所は、富良野市のほうがある。お互いにあるものを補い

ながら、手を組んでやりましょうと話をしました。

町野 富良野・美瑛は、ここから少し離れている感じがしますが、全体の中で弱いのかなと思います。そこをどう強くしていきますか？

まず一つは、観光では富良野市と美瑛町がリードしています。その他の町村が追随しています。南富良野は、さらに遅れていると思います。ラフティング、カヌー等のアウトドア、町の面積の 90%が森林で、その利点を活かすことが重要です。来年もアドベンチャートラベルワールドサミットが開催されますが、アドベンチャーツーリズムに推進しながらアウトドアは南富良野町と言われるような地位に持っていきたいと思っています。もう一つは、78 室のフェアフィールド・バイ・マリオットがオープンしますが、このホテルができたということが、この街を大きく変えるものになると思います。今までの南富良野は、素通りする通過型の観光地でしたが、滞在型も一部狙えるようになりましたので、ここで一気に観光を変えていくチャンスだと思います。町長からは、街のトータルな観光のプロデュースをすることを命じられています。全体を考えて動いていかなければいけないし、この地域にお金が落ちる仕組みを作らなければならないので今提案をしているところです。

町野 かなやま湖ログホテルラーチを見てきました。素敵なところでした。あそこはどういう位置づけなのですか？



オープンしてから約 30 年間、毎年、町からの予算が 9,000 万円です。でも一度も黒字になっていないです。議会では、まだ予算をつぎ込むのか判断を迫られていた場面がありました。町長からもきちんとコンサルタントを入れて、今後のことをどうしたらいいのかきちんとした判断をしたい。町長も真剣に考えていると思います。2 年前のコロナのときの売り上げは、1 億 3000 万円、人件費が 1 億 1000 万円です。ありえないです。民間だと絶対にやらないことをやっています。

東村 スタッフは何人ですか？

ラーチのスタッフは、料理人が 6 人と多いです。フロアとフロントで 10 人ぐらいです。売上に合った経営をしていないです。南富良野町振興公社が運営をしまして、社長は町長です。実際にやっているのは、振興公社の常務で、元町の職員です。

狙いとしては、マリオットさんは、安価で食事がつかないというフェアフィールド、ラーチでは、ゆっくりしたいお客様層を入れるべきだと思います。この二つを分ける戦略を練り

たいので、ラーチがしっかりとした経営になれば、この町でもできると思います。かなやま湖は、キャンプ場も人気があり、コテージも 9 棟あるので、受入れのバリエーションが増えるというのは見えています。

町野 富良野・美瑛全域という話がありましたが、アウトドア関係では、トマム、サホロとの関係はどうですか？

トマムもサホロも富良野市もアウトドアをするのに空知川に來ています。空知川を利用していますが、この街にお金落ちる仕組みができていません。ただ川を使って帰るだけです。使われてゴミを置いてかれています。今は、プラスではなく、マイナスばかりだと思います。そこをうまく作るには、川まちづくりから入り、お金落ちる仕組みが作れないかと考えています。

町野 川まちづくりは、具体的にどういうことやるのですか？

黒崎 開発局が河川を含めて管理をしていますが、そこを地域活性化のために色々な通常の非営利活動みたいなものも、物によっては許可していく。ダム周辺も含めた地域の活性化に貢献しようという取り組みだと思います。

私は、アウトドアは得手ではなくて、逆にあまりよくわからないのですが、万人が喜んでもらえる観光を作りたいと思っています。例えば農業はすごく大事だと思っています。農と商と官がきちんと組むべきだと思います。今の観光協会の理事長が農業者で女性です。北海道農協女性部の部長をやった人なので、発言力があり、しっかりと見て、私に的確な指示をくれます。基本は農業の町ですから、農業と組みたいと思っています。ただ、この街の農業は、大型農業ですから、すべて機械化で大量に作って、出荷しています。道の駅に少し野菜を入れてほしいということに対応ができません。そこが難しいので、どう農業と関わろうかと思って、理事長とやれば、農業者にも発言ができますし、理解をしてもらいやすいと思うので、観光協会にとってはプラスに持っていると思います。

黒田 小野さんの次にやる人はいますか？若い世代、次に育っていく人はいるのかと心配になりますが、いるのですか？

私も来たばかりですが、地域おこし協力隊 2 人を認めてもらったので、2 人の中から、1 人を事務局長に任せられるようになればと思っています。この 2 人がうまくいけば、来年には、もう 2、3 人か取りたいと思っています。その中から任せられる人がいたら、私は、もう少し自由に街のことをできると思っています。

南富良野まちづくり観光協会 事務局理事 小林茂雄氏

1959 年生まれ長野県で育ち、子供のころから自然好きでした。中高生時代は野鳥観察に熱中していました。探鳥会のリーダーとしての経験を重ねる中で「野鳥を見て自分が楽しむより、野鳥を見て楽しむ人を見て楽しむこと」に楽しさを覚えました。大学時代は帯広畜産大学で野生動物管理学を学びましたが、それよりも熱中したのがカヌー、登山、熱気球でした。1980 年夏、先輩と 2 人でカナダ・アラスカのユーコン川 1600 km をカヌーで下りました。その後、1985 年南富良野町へ移住し、木製カナディアンカヌー製作とカヌーガイドとして起業をしました。



ガイドの仕事は手探りで、釧路湿原を下る 5 日間のカヌーツアーなどの企画をしましたが、参加するお客様はほとんどいませんでした。1987 年に然別湖でカヌー、自然観察、熱気球の体験ツアーを行う然別湖ネイチャーセンターが設立されたとき、私がカヌーを輸入し、崎野隆一郎さんと観光客向け体験ツアーの企画運営をおこなったのがきっかけです。これは現在の北海道でのアウトドア体験観光、修学旅行体験の先駆けとなりました。1988 年には札幌在住のスウェーデン人、スタファン・エンストロームさんと、「The Hokkaido Adventure Tour」の名で、カヌー、MTB、登山とキャンプで大雪山を一周する 7 日間のツアーを国内在住の外国人 7 名を集め実施しました。1990 年と 1991 年には、アルパインツアーサービス（株）の手配で、ユーコン川 12 日間のツアーにカヌーガイドとして同行もしました。この時期は 10 名近くのアウトドアガイドを雇用して、ラフティング、カヌー、犬ぞり、ワカサギ釣りなどの体験ツアー会社を南富良野で運営していました。

2007 年からは現場を離れて、NPO 法人南富良野まちづくり観光協会理事として「ガイドの仕事を作る仕事」をしています。

モンベルさんが南富良野町に来たのは、モンベルの専務さんとカヌーの関係でお付き合いが長いことからお話がありました。店は、地域商社が建てなければいけない。小さな町に店を出すと地域が明るくなるし、首長さん、町民も喜んでくれます。南富良野町は、ガイドさんが住む良い自然がある町で、勝算がある。今まで出してきた店の中で、一番人口の少ない町に大規模な店を出しました。今年から社員の税金が町に入ってきて、家賃は安くしていますが、税金が建てた費用のほうへ流れていくと思います。

意見交換

町野 今、道の駅のエリアを開発し、モンベル、マリオットが来ましたが、そこで変わることはありますか？

住民がワクワクしています。平成 28 年の水害でダメージを受け、人が減った時期がありました。金山ダムを作ったときには人口 1 万人を超えましたが、人口は減る一方で、水害でもあり減っていきました。昨年ぐらいから少し人口増える月があり、今年は 4 月から増え始めています。レストランも日曜日に開いている店はなかったけれど、モンベルがきて、町内のお店が日曜日でも開いているようになりました。

町野 小林さんの本業のほうは、変わったことはありますか？

私自体は、これで一気に変わるとは思っていないです。37 年間アウトドアをやっているもので、そんなに変わることはないです。

南富良野には、これだけのガイドが住んでいます。モンベルの店員は、あえて落合などのコンビニも何もないところの住宅が好きで、まさに過疎地の生きる方法です。川があり、ラフティング、カヌー等のアウトドアがあります。土地の魅力があり、田舎に住んでも良いという若者がたくさんいます。そこをきちんとプロモーションをすることによって、地域に定住していくと思います。そういう若者が地域を支えていく、変えていくのかなと思います。南富良野は、アウトドア人材のモデルケースになると思います。

町野 ガイドの人が 40 人前後ということですが、数は増えていますか、減っていますか？

今は、少し減っています。水害の後に少し減りました。今もコロナで減っています。

私の会社にガイド 2 人は、辞めてミニトマトの農家になり、がんばっています。もう一人は、今年道の駅の出店に応募し、餅屋さんを始めています。一回住んでしまうと、この地域が良いと思い仕事をしています。この地域が好きだという、若者が住むことにより、彼らはそれなりに仕事を見つけないかと思っています。

フェアフィールド・バイ・マリオット北海道 南富良野支配人 富山裕史氏

なぜここを選んだのかは、ここホテルのオーナー様が積水ハウスです。我々が選定したのではないです。ただ、色々とお話を聞くと、ちょうどここが帯広、旭川に行くときに必ず通る交通の要所で、今まで通過点になっていたということもあり、ここに建てたと聞いています。



現在、全国に道の駅プロジェクトとしているのが、全部で18拠点あります。5月26日に恵庭と長沼が同日にオープンしています。岐阜県がこのプロジェクトの出発点となっていますが、2020年10月からプロジェクトが開始して、全国に展開をしています。部屋の広さは、北海道だけ少し狭いですが、基本的には宿泊特化型のホテルで、どこのホテルに行っても、ほぼ同じです。料金も同じで、部屋のタイプも同じ、ロビーの基本的なコンセプトも一緒です。ここ宿泊して、お食事は、地元のもの食べてもらう、お土産も地元のものを買ってもらう、観光地も地元のものを使ってもらう。今までは、道の駅が通過点でしたが、あくまでも道の駅を拠点にその街を渡り歩いてもらうというコンセプトです。18拠点どこも変わらないコンセプトです。

東村 ルームチャージという販売方法ですか？おいくらですか？

ルームチャージです。今広報で出している値段が14,250円からです。季節とか曜日によっても変わりますが、オフィシャルとしての値段です。キングサイズのベッドが一つの部屋とツインベッドの部屋があり、全部の部屋が21平米です。

町野 この道の駅のプロジェクトは、マリオットさんとしての何か戦略はあるのですか？

そこに関しましては、私が入社する前、このプロジェクト自体が積水ハウス様とマリオットインターナショナルのアメリカの本土の話になりますので、今、全世界にマリオットグループホテル8000以上のホテルがありますが、日本国内での今後の開業は、ほとんどこの道の駅プロジェクトのホテルです。

東村 デザインは最高だと思いますが、日本の感覚で見ると都市の真ん中にあるホテルは、スーパーインとかですが、それが道の駅ということをやり、小都市ではないけれど、小さな町の玄関口に作るという、どういう客層を狙っているのですか？

富良野から40キロ離れています。けど、ここを拠点にトママも同じぐらいの距離です。サホロも同じぐらいです。旭川方面、美瑛方面も距離はありますが、拠点にすれば行けない距離ではないですと説明すると、みなさま、泊まりますという方が非常に多いです。マリオットボンヴォイという、マリオットグループで全世界共通で使える会員プログラムがあります。会員プログラムのポイントを利用して、ここにステイして旭川に行こうかなという意見が実際開業してみたら多かったです。7月の稼働率は、南富良野がダントツでトップです。それだけポテンシャルがあるところだなと感じています。予約は伸び続けています。

黒崎 スタッフとかを集めるのに人口が少なく、雇用する人がいないのではと思うのですが、その辺のご苦労はありますか？

このプロジェクトは、地方創生で地元の方の採用にも力を入れています。今回、南富良野に関しては、役場の方の斡旋も多くしていただき、地元の方の採用もしています。どうしても人口の兼ね合いもあるので、ここだけとはならないですが、ほとんどが道内の方、地元の方です。最初は、もっと苦労すると思っていましたが、比較的うまく採用はできました。

黒田 今コロナ禍で外国人が来ないですが、いずれ外国人もターゲットになってくると思いますが、どのぐらいの外国人の比率をイメージで考えていますか？

一応オフィシャルでは、ターゲット何パーセントは、定めていません。国内外問わず、日本国内でも年齢層を問わず、どちらかというと会員プログラムに登録していただいている方に多くご利用いただいて、新規にもっていくというところです。実際、このプロジェクト自体が立ち上がった時は、まだコロナ前でしたので、インバウンドの方向け、海外の方向けにも想定した作りと聞いていました。2019年にコロナに陥ってしまいましたので、その後はターゲットを特段定めなくて、運営をしています。

黒崎 この通過型だったところで、あまり勝算がない中で任されるということは、営業成績が下がってしまうのではないかと。そのようなことをどう解消していくのか。そういう心配はありませんか？

心配はないです。それは南富良野町のポテンシャルが非常に高いからです。それは胸を張って言えます。

こういう地方のメリットは、街の方全員が知り合いで仲がいいので、情報共有が早いです。何かをやるにしても、こちらから提案する前に、色々と提案してもらったりしています。非常に早くて、今まで、温泉街に新しいホテルを建てるとかだったら、逆に締め出されるようなことがあったと思いますが、このプロジェクトは、そういうことはないのです。逆に協力し

ます体制なので、今までにないやり方ができるので、まったく心配はないです。

町野 具体的に情報が早くてということの、例とかありますか？

役場、観光協会の方々と仲良くしています。なんでもすぐに連絡してくれたり、役場の方からすぐ連絡が来たり、そういうところの速さです。それを実行できるかは別ですが、ただその情報を共有できるか、できないかだけで、動き方が全然違います。

黒田 南富良野のポテンシャルが高いと言っていましたが、富山さんから見て、恵庭と長沼のポテンシャルは、どう思いますか？

恵庭はある意味都市部で、恵庭、長沼は旅行客が増えてきて、航空便が元に戻れば、千歳空港から近いので、そのポテンシャルは、基礎稼働として取れば、高いと思います。けれども北海道の冬を考えると、食べるものがないとツアーが来てくれないので、朝食、夕食ができる場所ではないと来てくれないです。それも重々承知をしていて、ツアーを取っていくのであれば、お弁当対応、食事対応をしないと冬はできません。恵庭、長沼は、ポテンシャルは高いけれど、まだまだやることあるかなと思います。

冬の時期も心配はしています。どうやってもお客さんが来ない時期があるので、でもこの辺は、ニセコとかと違うパウダーゾーンです。雪がすごく軽いので、それを求めるニセコからのバブルがはじけはじめている海外の方々が、富良野周辺に流れてはきています。この辺でしか味わえない雪もあるので、ここにホテルが建ちました。我々のホテルは、乾燥室もあります。スキーのチューンナップ台を入れました。今までと違う方が冬に動くかなと、夏を見ていて思っています。トマムに行くのも、富良野に行くのも、サホロに行くのも、ここから、冬道を自分で車を運転するのが苦ではない道内の方でしたら、パウダーゾーンを選んで、トマム、サホロ、富良野に行くか、もう少し足伸ばせば、旭川方面のカムイも行けます。旭岳もあります。この町は選択肢が多いです。



現地調査（積丹町）

日時：令和4年8月2日（月）

場所：岬の湯しゃこたん

（株）SHAKOTANGO

代表取締役 五十嵐 慎一郎氏



「岬の湯しゃこたん」を引き継ぐ経緯は、町として、毎年の赤字を税金で補填するのは、もう限界で、数年間、民間譲渡先を探していました。プロポーザルを何回もやりましたが、結局、名乗りも上がらないことから、最終的には、昨年プロポーザルが最後で、これでも出てこなければ、温泉を閉めるというタイミングでした。積丹スピリットの岩井さん（SHAKOTANGO の取締役）とタッグを組み、プロポーザルに出ることになりました。

実は、一年前に我が社と数社でプロポーザルを直前に出したことがありました。今まで名乗りが出てない中で、「積丹しおかぜ羊」という羊飼いちームがあり、その会社の社長から「岬の湯しゃこたん」が潰れると言われ、何かできないのかと思い、その時に一緒に出ました。あまりにも準備期間がなかったのと、翌年の赤字が3、4000万円なので、入札金額もマイナスで入れて、そのお金を整備費にするというプロポーザルをだしました。当然だめでした。ただ企画は、評価をしていただき、それも有り、最後のプロポーザルなので、もう一回改めてどうですかという声がかかりました。

町野 五十嵐さんは、調べたら、コアワーキングスペースとか、ベンチャーキャピタル的なことをしていますが、実際にここを運営するのは違うような感じがします。

温泉なのでやったこともないです。個人的には、元々建築学科でしたし、不動産の仕事をしています中で、ビルを建てることにあまり興味がなく、お金になることにもっと興味があれば、今は違う暮らしをしていると思います。

生まれが小樽市で、小さい頃から家族で積丹に海水浴で来て泳いでいた場所です。海ってこんなに綺麗なんだとか、ウニは、こう取るんだとかを知った場所なので、愛着もあります。個人的な興味は、地域と自然とハードも含めた、ソフトとの関係性、そういう美しい場というものに興味をもちました。こういう場所で、やってみたいことの一つでありました。

町野 何が課題ですか？一番乗り越えなければいけない課題は何ですか？

課題が多すぎです。単純には、赤字を黒字にしなければいけないというシンプルなことです。資金が無くなり終わるという目の前に現実があるので、コストをどこまで下げるか、売

上をどこまで上げるかということです。シンプルに客単価を上げることと客数を増やすことです。そのための施策としては、入館料を 620 円から 900 円に上げさせてもらいました。町民向けには 600 円の回数券を発行しています。これだけ赤字の施設で 620 円の入館料では、赤字でラーメンを出し続けているようなものです。あとは、物販の強化、飲食の強化です。物販の単価は、町営の時と比べると大分上げました。町営当時は、売上の種類別のデータがなく、何が一番売れているのですかと聞いても、受付の人の感覚みたいな答えしか返ってきませんでした。ラインナップも変えました。今月、ジンの販売で、酒販が降りて売れるようになったのが大きいです。結構時間がかかりました。



町野 働いている人は、前の従業員ですか？

今 11 人の従業員がいます。7 人は元々働いていた方です。4 人は外からです。1 人は地域おこし協力隊です。今年から積丹町として、役場配属の協力隊ではなくて、企業配属という形で、協力隊相当の資金を援助するという、割とアクロバティックな仕組みを採用して、我が社、積丹スピリッツもその仕組みを利用しています。アウトドア会社にも、新しい産業として、協力隊の仕組みを使って人材を投入するということです。一応全額ですが、交付税とかで調整をしているみたいです。

町野 アウトドア会社というのはどういう会社ですか？

アウトドア会社は、我が社と同時期にできた「株式会社しゃこまる」という会社です。代表が奈良亘さんという方で、北海道のアウトドアガイドの第一人者です。元々南極越冬隊のガイドをしていた人です。今は、「サッポロロッジ」というゲストハウスをやりながら、アウトドアガイドやっています。彼は積丹半島の海遊び、山遊びで、この積丹半島をワンダーランドにしたいと言っています。アクティビティとしては、ツアーを組んでいる SUP（サップ）です。スタンドアップパドルで海の上を漕いでいくものです。あとはシーカヤック、電動マウンテンバイクで山、神威岬まで行くツアーもあります。電動アシストがついているので、老若男女が楽しめます。冬は、雪のアクティビティです。スキーを担いで山に登り降りて来るバックカントリー、スノーシューのツアーもあります。

町野 道の駅で活性化した方が言っていたのは、第三セクター的なところだと、ビジネスマインドを社員に持ってもらおうのが、大変だという話を聞きました。

すごく苦労しています。僕も常にここにいてフルコミットしてればいいんですけど、通い

で週に 2, 3 日ぐらいです。こうしようという指示とかが、結局一つ一つ全部伝えないと進まなかったりするところは、苦勞しています。外から入ってきたメンバーに、うまく動いてもらいつつ、日々格闘しています。

町野 お客様の数を増やす策はありますか？今のレベルをどのぐらいまで上げなければいけないですか？

令和元年、コロナ前の水準をベンチマークにしています。コロナ前の水準まで戻れば、今の売上の構成的には、黒字になりそうな状態です。

4 月 1 日に譲渡で、ゴールデンウィークから営業をスタートしています。入込客数だと 5 月で 38%、6 月で 49%、7 月が 60%ぐらいで、順調に伸びています。町民の中にも温泉が復活したことを知らない人が相当います。閉じたことも知らない人が多く、閉じていたのは、1 月に閉じて、3 ヶ月ちょっとです。

町の人への告知は、再開の段階でチラシを新聞の折込で配ったり、全戸にテレビ IP 電話が入っているので、CM を流してもらったり、あとは町民優待の回数券があります。地域の住民向けの会を開いたりして、ある程度は認知されました。どうしても WEB や SNS の発信だけでは、どう伸ばせるかを勝負しなければいけないし、一方で、SNS 等を見ない層がいます。ミドル層以上が圧倒的に多いので、その層に向けたテレビ、新聞、ラジオ、雑誌でしか発信ができないので、7 月末からテレビの CM15 秒を決死の思いでいれたり、各テレビ局の取材を入れてもらったりしているところです。

資金の関係では、私はお金が全くなかったんで、初期段階で出資を募りました。プロポーザル前にペーパーカンパニーとして作って、2 回プロポーザルがとおり、議会の承認を得たときに、一千万円を 4 口、道新、中央バス、コカコーラー、ALC という港のコンサル設計をしているところに出資していただきました。

黒崎 それは、五十嵐さんの力で持ってきた出資なのですか？

いろんな方のご支援です。あともう一つ三菱地所が企業版ふるさと納税という形で、温泉に限定して出資しています。この顔ぶれがなぜお金を出資しているのは、ちょっと面白いです。三菱地所に至っては、企業ふるさと納税の実績はほぼなく、初めての例です。大々的に発表すると全国からくるので、そんなに大々的に発表はしていません。

東村 客単価がいくらで、何人来たらいいのですか？目標数値、損益がなくなるのは？

元々の客単価の判断がしにくいですが、620 円で、町民回数券が 400 円、500 円でした。多分客単価は 1000 円にはいってなくて、多分 700 円ぐらいだったと思います。コロナ前で

年間 7 万人ぐらいのお客さんでした。今、客単価が 1000 円ぐらいで、7 万人の数字でいくと、大分見えてくる感じです。1000 円でギリギリ赤字なので、千数百円ぐらいまで、もしくは 7 万人を超してくれると、これがプラマイゼロのラインに乗ってくるという感じです。お客さんは、現状では 2 割ぐらいが町内です。これからは、客単価を上げることと、客数上げるということで、この温泉内とこの地域内での滞在時間をどこまで増やせるかということです。結局、ウニ丼、海水浴、温泉パッケージは、これ以上伸びていないので、例えば、サップやカヌーをして、ジンの蒸留所を見学して、温泉に入って帰る。今まで無かったパッケージでの、ここの地域で滞在のバリエーションを作り、認知してもらえるかというのが、これからの勝負です。あとは、食の部分をテコ入れしたいです。

町野 交通は、やっぱりかなり厳しいですか？

ここまで来るのに道が一本しかありません。この道が通行禁止になることは、はなかなかないですが、なくはないです。冬を通して数回通行禁止になることもあります。冬は本当に街が止まっているので、いくら気持ちの良い温泉でも、雪道を車で来て、温泉だけ入って帰るというのは、現実的ではないので、そこに宿泊をどう組み合わせるか、雪の中でのアクティビティをどうするか、サウナでは雪に飛び込みたい人たちがいるので、そういうプログラムを作っていけばいいと思っています。春秋冬をどう伸ばせるかです。

今、この施設は宿泊がないです。20 数年前に町営で作った時に、近隣宿泊業者さんに配慮したみたいです。それが圧倒的なネックになっています。例えば、ファミリー層でいうと、日帰りで往復 4 時間は、子供のきついという声もありますし、ファミリーだけではなくても、宿泊と組み合わせたパッケージを作っていないと、小樽もそうですけど、お金は落ちません。近隣の宿泊施設とのコラボをどうするかということがあります。自社でもどう宿泊機能を作っていくかというのは、目の前でのチャレンジです。近隣の宿泊施設は、基本的に昔ながらの民宿です。

リニューアルをして、宿泊機能と、キャンプ場、RV パークをやってみたいです。この秋冬の第一のリニューアルは、そこの離れと、離れ前の芝生のところを団体向け一組限定のキャンプ兼宿泊でまわそうと思っています。

東村 メディアネットとしては最高だけど、収益的には影響をどうとらえていますか？

ある程度の人数、多分家族でしたら、四組、五組ぐらい。20 人ぐらいをイメージして、1 組だけ泊まれるようにすると、その料金と温泉も入れるのでいいと思います。近隣の空きそうな民家をゲットして、少し綺麗にして泊まれるようにしたいなとも思っています。

黒田 宿泊は、自社でこれからどうするか、今考えている構想はどんな感じですか？

宿泊は、一組限定のキャンプ&離れの部屋。RV パークについては、駐車場が町有地になるので、町との協議が必要です。本当は夜間だけゲートをつけて、お金を取り、水場とトイレを置いとくというのが、オペレーションとしてはいいです。あとは充電できる場所を作るという感じです。そこを調整していけるかです。一応、数年後、ここを道の駅にするという方向性の検討を進めたいです。

黒田 温泉とサウナと景色以外の、例えば先ほど食と言っていました、わざわざ食べにきたい人だったら来ますが、何か考えていますか？

今年、飯田さんという食堂旅館とコラボしましたが、結局、夏場旅館が忙しすぎて、なかなか手が回せないということになり、来年以降は難しいとなりました。ここのインシップの出し方を変えなければならいんです。

みんな海鮮丼を食べにきます。ウニ丼は、みんな食べに来ますが、そこで勝負してもどうしようもないので、今、隣のボタニカルハーブと組んだカレーで勝負したいです。積丹のイメージとギリギリ結びついたりしていますが、新しいものをこの秋、冬で作り、来春に向けて出そうとしています。ジンとの相性で見るとカレーは、すごく面白そうです。本当は、ブリ、マグロは、凄く推しても良いコンテンツです。



現地調査（厚沢部町）

日時：令和4年9月28日（水）

場所：厚沢部町認定こども園「はぜる」

厚沢部町 政策推進課 課長 安田 光氏

厚沢部町認定こども園 橋端 純恵氏



安田 第三セクターを立ち上げて移住の促進をしています。短期滞在施設、体験施設を4棟建設協会に建ててもらい、道外から人を受け入れています。こども園が平成31年4月にでき、二つを組合せて保育園留学を考えました。ワーケーションをしながら、子供はこども園に預ける。その取組みを始めたばかりです。結構、取材とか視察が多いです。

(株)キッチハイクの取組みで、実施していることにより、円滑に回っています。たまたまキッチハイクの山本社長が、別の企画で町内に来ているときに、自ら子供を預けて滞在したのがスタートです。これを事業化しました。

橋端 厚沢部町には、公立の保育所が3カ所ありましたが、建ててから50年がたち、耐震の関係、老朽化もしていることから建替え案がでました。3カ所を同時に建替えることが難しく、1つの園にまとめることになり、町長から認定こども園にし、町の子供は、町で見るということになりました。実際に建てる時には、私たちの思い、保育教育を町の子供達が受けるには、どうしたらいいのかから始まり、2年がかりで、色々なところを視察し、保育士目線の中で検討し、建ったのがこの認定こども園「はぜる」です。

現在83名の子供たちが通ってきています。鶉町、館町、厚沢部の3地区から来ていて、鶉と館はへき地なので、園バスが出ています。でも鶉地区は3歳以上の子供がいなくて、今年度は館地区からだけのバス利用になっています。園バスは、町の持物なので、バス会社に委託はしていますが、自由に保育の中で、教育目的で使えるので、例えば、園外に菜園があるのですが、地域の方に借りている畑があり、そこにバスで行ったり、昨日は、4、5歳児は米狩り行きました。地域の方が田んぼ貸してくれて、春には田植えをして、秋には米狩りをして、この後、地域の方が精米に来てくれて、駐車場で見せてくれます。育てて、収穫して、食べるという食育にも力を入れていて、農家の町なので、地産にすごく拘っています。菜園は、園内にもあり、ものを育てています。園内だけでなく、園外でも地域の方々に声をかけもらい、提供してもらっているところがあります。

現在、始めた保育園留学ですが、きっかけは、(株)キッチハイク代表の山本さんが厚沢

部町で仕事をして、このこども園のホームページを観て、子供を通わせたいとなり、昨年の夏にお子さんを連れて来て、園に預かり保育をしました。認定こども園は、必ず園の中に子育て支援センターを置かなければいけないと国の決まりがあります。子育て支援センターでは、園とは別の一時預かり事業があります。一時預かりは、理由は必要ありません。何でもいいです。しかし保育は子供を見ることができない理由が必要になります。保育は町に住所がないとダメという決まりがありますが、この子育て支援センターでの預かりには、そういう決まりをつけませんでした。山本さんもそれを利用して、ここに子供を預けて仕事をしていました。これを事業にしたかどうかという発想で、始まったのが昨年12月です。昨年は、お試しで2件、全部で3件でした。本格的にスタートしたのが4月からです。現在、80人近く来ています。主に首都圏が多いです。

大変ではないですかとよく聞かれますが、私たち現場の保育士は大変なことは一つもなく、ほかの子どもと同じで、留学児が来たから特別何かをすることはなく、来た子供たちを受け入れるだけなので、大変さはないです。ここの子供たちは、1歳、2歳で入ってきますが、過疎の町なので、年長さんまで同級生が変わらないです。いい意味で兄弟、家族みたいに育ちますが、悪い意味では、外部からの刺激が全くなく、あうんの呼吸でやっていけるので、私たちも当たり前だと思っていました。外部から違う人が入ることにより、子どもたちから、引き出されることがたくさんあります。例えば、あまり積極的ではない、どちらかというと、みんなの後ろについている子が、新しい子が入ってきたことによって、すごく積極的にその子に教えたり、一緒に遊んだりしています。うちの園の子供たちがここまでコミュニケーション能力が高いというのも、気づかなかったことです。よそから入ってきた子供に対して、園の子供たちは壁がないです。嫌ったり、よそもの扱いも全くなくて、子どもの世界は壁がないと気づかされました。

やりはじめたときは、こんなに反響がくるとは思っていませんでした。こんなに人が来るとは思ってなくて、こういうふうになったことにびっくりしています。来たみなさんが帰る時に第二の故郷だと思って、また来ますと言って帰る姿を見た時に、受け入れて良かったということと、別れる寂しさと、また会いたいという気持ちになります。

黒崎 今何クラスあるのですか？

橋端 0歳児から5歳児まで、6クラスです。年齢ごとのクラスです。

榎 大体一時期に何人が限界ですか？

橋端 保育園自体はまだ大丈夫ですが、家族が住む場所が 6 棟しかありません。
開園したときは、定員 120 人で、118 人いました。年々少なくなり、今 83 人です。
受け入れの幅はありますが、保育士も少ないです。人員の補充がないので人員不足です。
保育園は園児何人に対して保育士何人という、国で定められている基準配置があります。
小さい子の留学児がたくさん来ると、対応できないこともあり、そこはキッチ
ハイクさんとの間で調整しています。

榎 申し込みがあると、当てはめてくれるのがキッチハイクということですか？

橋端 そうです。私たち現場は、そういう事務仕事を全部キッチハイクさんがやってくれます。
受付はキッチハイクさんで、面談からが私たちになるので、そこは、町とキッチ
ハイクさんと園との三角形が上手くいっています。

安田 14 日間、7 日間と決めているのは、申し込みとが多いこと、要望が多すぎてなるべく
短くしないと他の人が来られないです。

榎 だいたい移住体験住宅は、一週間単位で貸し借りをしています。

安田 今までは、年配の方が 1 ヶ月とか滞在するケースが多かったです。この幼稚園留学
をやるにあたっては、1 週間、2 週間で帰ってもらわないと回りません。

橋端 現場の欲が出てきまして、1 週間では慣れたところに帰ることになります。1 週間目
に見せる顔と 2 週間目に見せる顔が違い、3 週間居られればベストです。次年度は最低
2 週間をメインで行きたという話をしています。

黒田 地元の子と都会の子の交流が一つのメリットで、テーマになっていますが、地元の子
供の数が減ってくると、よその子たちだけになる可能性も出てきますよね。

橋端 元々建てた時に、厚沢部町だけという考え方がなく、支援センターの開放もしていま
す。江差町とか乙部町からも利用する方もいます。檜山管内にこういう開放している
子育て支援センターは、あまりないです。近隣の人が誰でも使える場所というイメー
ジでしたので、もし逆転現象が起きたとしても、ここに来たくて通ってくるのであれば、
町の子供だけではなくても、保育施設、教育施設の意義、意味があると思います。

黒崎 先生方の給料を含めて、町が支援していると思いますが、町の住民ではない人に財政
を投入するということはどうですか？

安田 預かり保育は、料金がかかり、自己負担です。まだ人数を受入れられることができるので、プラスになっています。

「あっさぶ e 街ギフト」という「旅先納税」があります。少しでもお金を落として欲しいということから、例えば 1 万円を寄付したら、3,000 円の商品券が電子クーポンになります。町内の道の駅、飲食店で利用できます。保育園留学でも利用できるようになっています。厚沢部町のふるさと納税の仕組みです。

黒崎 保育園留学の人たちも仕組みを活用すると、町の支援にもなるし、地域のお金が回る支援にもなるということですね。

橋端 保育園留学でも利用できるので、納税が結構あります。もう一つの支援としては、キッズドクターという、携帯のアプリがあり、オンラインでお医者さんの診療が受けられます。山本さんが保育園留学を使ったときに困ったことが、子供が風邪引いた時の診てもらおう病院でした。そこで、オンラインでお医者さんと対面して、診療をしてもらえて、町の調剤薬局で薬をもらえるシステムを導入しました。それは、厚沢部町民も使えるようになっていて、うちの保育士の子供も結構使っています。平日は夜 7 時から 10 時まで受診ができます。普通の病院が閉まっている時間帯にオンラインで受診ができて、薬をもらえて、土日もやっているなので、利便性がいいです。留学だけではなく、町に対しても、キッチハイクさんは、ちゃんと考えてくれています。

安田 不便に感じているところを、どうしたらいいか、色々なプラン、アイデアを出してもらっています。

これだけ申請があり、キャンセル待ちが 100 件もあるようなので、住める住宅を多少建てたとか、空き家を改修して使えるようにしても、まだまだニーズはあると思います。全国で保育園留学をやりませんかという連携する取り組みも進めています。



ポストコロナ時代の北海道観光に関する研究会 in 鶴居村

【日 時】 令和4年11月10日(木) 9:00~11:00

【場 所】 「ハートンツリー」会議室

阿寒郡鶴居村字雪裡 496-4 TEL0154-64-2542

【参加者】 鶴居村側 4名

北海道開発協会関係者(事務局含め 5名)

研究会委員

(座長) 町野 和夫 北海道武蔵女子短期大学 学長
東村 有三 地域ビジネスプランナー&プロデューサー

事務局

黒崎 宏 北海道開発協会開発調査総合研究所長
黒田 秀徳 北海道開発協会開発調査総合研究所
浜本 高行 北海道開発協会開発調査総合研究所

鶴居村

國安 知也 鶴居村役場産業振興課 課長補佐
小玉 聖亜斗 鶴居村役場産業振興課 主事補
片桐 修 (株)むらづくり鶴居 統括マネージャー
服部 政人 NPO 法人美しい村・鶴居村観光協会 事務局長

【内 容(予定)】

1. あいさつ

町野 和夫 研究会座長 北海道武蔵女子短期大学 学長

2. 鶴居村の紹介

鶴居村役場産業振興課

3. 事例紹介

片桐 修 (株)むらづくり鶴居 統括マネージャー

4. 意見交換

5. あいさつ

鶴居村側から



あいさつ

町野 和夫 研究会座長 北海道武蔵女子短期大学学長

この研究会は、コロナ後、個人旅行、グループ旅行が中心になっている北海道で、小さな地域も、そういう観光であれば、経済活性化に役立てられるのではないかという関心から、どうすれば、どう役立てるか、小規模な観光地の宿泊施設、道の駅を中心に視察に行き、ヒアリングを行っています。今年は、一歩進み、違った角度で、ワーケーションや移住定住で有名になってきている鶴居村さんに伺い、観光とワーケーション、移住を決める要素として、観光が重要なのか、観光をきっかけにつなげるのか、いろんな関係があると思いますが、お話を聞き、参考にさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

鶴居村の紹介

國安 知也 鶴居村役場産業振興課 課長補佐

産業振興課で、商工観光を主に担当しています。日本航空の会社から出向できています。今年が2年目です。私の会社との関係は、タンチョウです。鶴居村は、タンチョウが有名ですが、名前の通り鶴が居るから鶴居村です。タンチョウの保護活動、フォトコンテストをやっている関係があります。酪農地域では、チーズを作っていますが、そのチーズを弊社のファーストクラスで提供しています。

コロナ禍で、航空需要も低下して、これを機に余剰人材を、社員の勉強、成長機会と捉えて、自治体に紹介いただき、自治体の課題解決に取組み、発信をしています。

旅行で商売をしていますので、今、観光協会の服部さんと連携して事業をしています。コロナ禍の観光コンテンツは、働き方改革というところでワーケーションが一つのテーマになっています。商工のほうでは、コロナ禍で事業者の経営が厳しくなり、村独自の営業補填を、売上補填として、売上の減少に応じた補助金を交付しています。移住では、鶴居村独自の事業化支援制度があり、新たに宿泊施設や飲食店を作る場合には、最大で500万円、補助率1/2分の補助制度があります。それを活用して、融資活動、例では、53号線沿いに新しいホテルができますし、クラフトビールの工場があり、茂雪裡（もせりつ）地区で廃校になった小学校の体育館を利用しています。8月に完成してビールの出荷が始まっています。残念ながらコロナ禍で資材調達が遅れて、飲食店向けの樽ビールは展開していますが、小売、一般の消費者向け缶ビールの缶詰機が届かなくて、一年ぐらい遅くなりました。問題がなければ、明日には出荷するということになっています。その他にも宿泊施設がいくつかオープンをしています。補助制度を活用して企業誘致を図る。クラフトビール工場は、鶴居村には製造業がないので、雇用の受け皿になっています。実際は、村外からの移住者7人で運営をしています。観光素材としても使える素晴らしいものです。

事例紹介

片桐 修 (株)むらづくり鶴居 統括マネージャー

片桐と申します。昨年9月に東京から北海道に来ました。北海道は、学生時代にオートバイで回り、良いなと思い、いつか住みたいと思っていました。縁があり、地域おこし協力隊で採用されました。鶴居村では、SNS、イベントを通じて魅力発信をする業務をしています。今、鶴居村が出資してできた、「むらづくり鶴居」でマネージャーをしています。ふるさと納税の寄附の促進、SNSで鶴居村をPR、10月10日にオープンした体育館の運営をおこなっています。むらづくり鶴居は、ふるさと納税と体育館運営とイベントの実施をしています。大きなミッションは、村の活性化です。村の活性化につながることであれば、いろんな事業を推進していきます。

鶴居村に観光、ワーケーションに来る方は、子連れが多いです。でもワンストップで鶴居の特産品を買えるところがありません。お店は、「鶴居たんちょうプラザ つるぼーの家」がありますが、そこで全部が揃わないので、ネットでワンクリックで鶴居の特産品が届くサービスができないか思い、まだ事業ベースではなく、実証実験ベースですが、サイトを作り、ワーケーション方にモニターをお願いして、特産品をネットで注文うを受け、届けるサービスを始めたところです。これからどうPRし、どう課金するのかという課題はあります。

私は、自転車が好きで、自転車をキーにして鶴居村をPRするという話があります。「鶴居サイクルスポーツ振興会」に加盟し、今年の6月に鶴居村の美しい道を100キロ走ろうとイベントを開催し、98名が集まりました。8月には、マウンテンバイクで山の中を走るレースのイベントがあり、道東では、初となるマウンテンバイクレースを開催しました。実は1ヶ月前にオープンした体育館の作業が忙しく、ほぼ村づくりの作業はしていない状況です。今後、社員も増えて、鶴居村を面白く、ワクワクするような村にするためにいろんな事業をおこなっていきます。

意見交換

服部 今、できたばかりの会社で、体育館も公費で作られ、15億円をかけて作った、びっくりするような体育館です。その体育館の管理をしたり、鶴居村で、ふるさと納税をやることになりましたので、その中心に片桐さんがおこなっていくという感じです。

人口は2,500人ちょっとです。ここ数十年は減ったり増えたりで、減ってはいますが減る推移が小さいです。村も住宅土地をインフラ整備して、住宅地として土地を販売し、そこに家を建てたりしているので、結構な人が入っています。

町野 どういうところから来ている人が多いのですか？

國安 釧路と聞いています。ベットタウン的な使い方です。学校の先生が多いらしいです。鶴居村は観光協会の PR だと、東北北海道のハブですという言い方しますが、間違っていないです。管内を転勤する学校の先生たちで、鶴居村は、管内のどこで対応ができ、通勤ができるということです。その他は、仕事をリタイアし、田舎でのんびり暮らしたいという方も住んでいます。土地が 200 坪から 300 坪で、数百万円で買えるところです。鶴居村の面白いところは、薪ストーブに助成をしていますので、結構薪ストーブを使っている家が多いです。

町野 遠くからの来ている人はいますか？東京とか札幌とかはいますか？

國安 います。釧路空港から近いのが良いところで、30 分程度で来られます。特に分譲地の下幌呂は、20 分ぐらいで空港に行けるますので、便利なところです。

町野 体育館ですが、どうしてそういうすごいのを作ろうとなりませんか？

服部 鶴居村は、分村して 85 年ぐらいで、過去に建てたものがかなり老朽化をしています。小学校を建て直したり、保育園が新しくなった後に、体育館を建て直しました。前の体育館は、老朽化で耐震に問題があり、建て直す必要がありました。その時の総合計画で、健康を支援する大きな目標がありました。公式な試合もできるよう天井を高くして、良いものを作ろうということでした。町民も結構驚かされているぐらい良い体育館ができました。

町野 分譲地にしても、体育館にしても、新しいものを取り入れる気風とか、今までの村長が進んでいたとか、歴史、経緯はありますか？

服部 鶴居村は、昔から陸の孤島と言われるぐらい、あまり裕福な村ではなかったらしいです。昭和の初期ぐらいは、道がなく、川を渡るしかないとか、軌道の電車が走っているぐらいでした。冬になると道路が閉鎖され、なかなか行き来が難しいところでした。基幹産業は、酪農です。畑作と違い常に安定しているように見えますが、道路事情で流通ができないと牛乳を捨てたりしていたぐらい大変な農業だったと思います。

いろんな国の制度を使い、村の道路が綺麗になり、一般の方も来やすくなりました。酪農農業から観光商工になってきたと思います。鶴の居る村なので、タンチョウがキーワードで、美しさを維持するように景観含めて、費用をかけていると思います。

「日本で最も美しい村」連合に加盟しており、「フランスの最も美しい村」運動に範をとり、失ったら二度と取り戻せない日本の農山漁村の景観・文化を守りつつ、最も美しい村としての自立を目指す運動をする連合です。鶴居村が PR する一つです。加盟して 10 年以上になります。5 年に 1 回審査があり、2 回目の再審査を受けているので 10 年目になります。審査があるので、美しさを維持していかなければいけないので、市街地

の清掃活動、景勝地景観整備として、釧路湿原展望台駐車帯の草刈りなどもやります。片桐さんがおこなっている空き家の対策は、住めるところはリノベーションをして、利活用するという方向になってきたと感じです。「日本で最も美しい村」連合に加盟したことは、村内の景観が良くなったことに大きく貢献しています。

昨年から子連れワーケーションをおこなっています。最終的に来年度が3年目で一応完結させようと思っています。その一環に先ほどの、特産品を泊まっているところまで届けるサービスをやり、検証をしているところです。これをおこなう目的は、村の中では、離れたところにはレストランがなかったり、ゲストハウスでは、ご飯を出さないところも増えています。地域のものを食べてほしいことから、特産品を販売している「鶴居たんちょうプラザ つるぼーの家」がありますが、そこまで行って買うのが面倒だということもあります。それで、鶴居村のチーズ、鹿肉、ワイン、今後は、クラフトビールも入り、少し単価を上げながら買ってもらいたいと思い進めています。

東村 ここは、ほかの自治体と比べて、実に良いところに良いキャスティングをしています。いろんな自治体を見ましたが、鶴居村がそういうことを仕掛けているという役場の声全然聞こえてこないです。それは、どういう構造になっているのか、これを動かしたり、服部さんと一緒に何かをやっている役場サイトがいるのですか？

國安 きっかけは色々ありますが、服部さんも種まきというか、例えば鶴居のワインのスタートは、服部さんです。

服部 試験的にやらせて欲しいと村から50万円の補助を受けてやりました。

東村 この辺が実に絶妙な危ない橋を渡っています。ワイン、チーズ、全部ある種のブランドみたいな部分がありながら、動いています。でも、そこを地産型でやるというケースは、前にはありましたが、今はメディアが発達しているので、そういうふうにはならないのに、やっているのですね。クラフトビールを含めて。

服部 事業者の面白い人が集まってきたのは、ここ10年ぐらいだと思います。政策の中で、起業家支援で補助金をだしたり、SNS、オンライン発信でPRしているので、若い人たちとマッチしたと思います。景観が綺麗、小さな村、酪農というのが、トレンドになり、今の時代の子には好きな人がたくさんいます。

黒崎 今回、「観光庁長官表彰」を受賞されたということですが、それが農泊でしたが、例えば、グリーンツーリングの「そらちDEい〜ね」とか「長沼町グリーンツーリズム推進協議会」という組織で修学旅行とかを受入れています、鶴居村の仕組みはどのような農泊なのですか？

服部 農家民泊ではないので、農家に泊まるということはありません。鶴居村という酪農景観のあるこの町、村で、中長期に泊まっていただくという政策で、これはホテルで

も、温泉でも、ゲストハウスでも構わないということです。

子連れワーケーションは、役場と一緒に進めています。ワーケーションをするために来てもらうのではなく、家族で旅をする中で、仕事を切り離すことが難しければ、ここで仕事ができるという、持っていきかたをしています。ワーケーションは、働く場所とバケーションの組み合わせで、1人で仕事をしに来て、1人で休みの日遊ぶという1人だけが楽しくて、他の家族や子供は家にいるという話です。やっぱり家族で来て、家族で楽しいことをして、かつ少し仕事をする。そういうほうが良いと感じました。今、子連れワーケーションは、一つのキーワードになっていて、ハッシュタグでも出てきます。

私は、観光協会にきて13年目になりますが、最初4つおこないたいことがありました。一つは食で、地域が地域のもの、食べるものをきちん出せるということです。次は景観で、ここにしかない景観、タンチョウ、湿原があるというのはすごく大事です。次は体験で、チーズを作る、タンチョウを見に行く、湿原を歩く。どこ地域でも、この三つはできると思います。最後は、交流だと思っています。地域に来る人と交流をしなければダメです。ここにハマってします人は、何回も来てくれます。交流は、すごく大事で、私たちも成長が見られますし、来る方にも教わるがあるので、交流を軸にしていきたいと思います。

片桐 私は、鶴居村来て1年になります。たまに北海道内を旅行していますが、他の自治体では、色々な取り組みをしていることが見えてきます。鶴居村は、まだまだ足りないと思っています。服部さんがたくさん情報発信をしています。ほかの小さな自治体も色々な情報発信をしています。

鶴居村は、外から見ると、色々なことをやっているように見えますが、実は、ストーリーといのは誰も立てていません。たまたま、成功しているものもありますが、早くに消えているものもあり、続いているものもあります。私は、広告会社出身なので、ブランディングでのストーリーを立てるのはいいと思います。鶴居村が目立っていかなければいけないのに、今のところ戦略を立てる人がいないです。今、道外では、鶴居村と言っても知らない人が多いです。がんばってPRしているように見えますが、すごく負けていて、発信力が足りないです。もっとストーリーを考えて、戦略的にPRしないと、他の自治体に負けるという危機感を持っています。みんな、鶴居村は色々やっていると言いますが、やっているイメージはありますか？

東村 目立っている自治体は、官民を超えて権限移譲のことを行っています。そういうことを平気でやっているところが、道内にもようやく出てきたかなと思っています。鶴居村は、服部さんがやっているは目立つし、あるレベルできちんとやっていると思います。それ以外は、札幌にいながら、こんなに綺麗な所？鶴と白鳥が一緒にいる？ほとんど知らないのではないかと思います。

黒崎 そういう基本的な PR をやるために、むらづくり会社があるのだと思います。

そこを踏み込んだことは、町長さんとかの手腕かなと思います。

片桐 観光でも、移住でも、若い人が鶴居村に来て、住んで子供を産まないと、人口が減る一方です。いろんな施策の中で、行き着く先は、定住をしてもらうことだと思います。農泊にしても、ここに一回来てもらえると好きになってもらえます。観光もいつも鶴居村は、釧路から阿寒町、弟子屈町に行く途中の通過点しかないなので、ここに泊まって鶴を見てください、泊まらせることが農泊の意味があります。泊まったら、もっと交流をしてもらえるようにして、移住で地元民とどう交流ができるかが一番気になる場所です。交流を大事にして、リピーターにして、いずれは住んでもらうというような作戦がいます。

服部 今日は、どうもありがとうございます。私たちは、小さな村にいて、このメンバーで常にやっているの、いろんな人の話を聞くと、気づきが多いのと、私たちの想いも知ってもらいたいという気持ちがあるので、そこが一番の交流です。人の意見と人の想いが交差するというのが非常に面白いと思っています。そういう観光を進めていきますので、是非、また、ゆっくりと来ていただきです。

