◎ワークショップ研修１

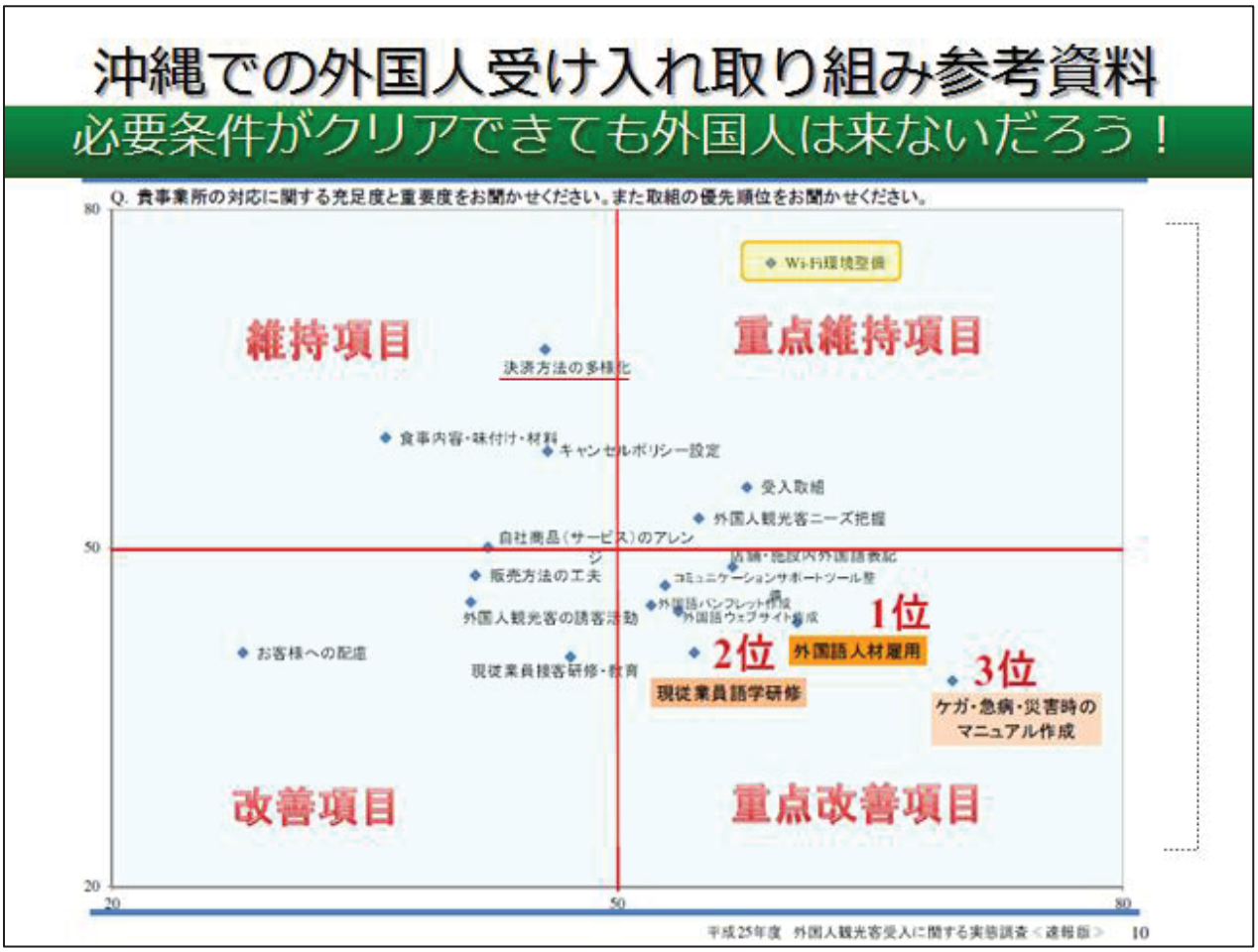
「インバウンドGTの体制整備、本当に必要なことを洗い出す。インバウンドGTの十分条件を知る」

ファシリテーター　福井隆氏　東京農工大学客員教授

２人の話を受けて総括を頂き、共通するポイントは「世界がうらやむ暮らしに誇りを持っておすそわけすること」ではないかと説明した。

他にも、ロコミやリピーターになるにあたってのポイントは「行って本当によかったと思える場所であること」、競争相手は世界であるから「全く新しいマーケット」を作ることが大切であるという。

事例として、1)山梨で成功しているワインツーリズム。これは、お酒を造る免許は通常、取得が難しいのだが、山梨の農家は明治時代に自家用ワインを作る許可を付与されていて、それを活かした山梨でしかできない取組として成功。2)フランスのプロバンスは、ラベンダーの美しい景色としてあこがれの場所。でも実は、赤土のひどく痩せた土地で、仕方なく麦とラベンダーを昔から作っていた歴史がある。また、今では日本でも有名な化粧品の「ロクシタン」もプロバンスのブランドとして成功している。3)バリは日本と同じ稲作文化だが、その棚田の風景と信仰を魅力として成功している。棚田の見学には入場料をとり、また周辺ホテルはは棚田の維持(ホテルの魅力の一つであるから)の為に資金を支払っている。



【早島フィールドワーク】　9:00-10:30
　会場：早島いかしの舎

① ゲストハウスいぐさ見学
・中村慶生氏より、い草の栽培について説明
・1 階ゲストルーム、茅葺屋根を各自見学

② いぐさ田の見学
＜安原氏の説明＞
早島町でいぐさは主要産業。児島湾の干拓地で塩分を多く含んだため、綿やいぐさに適した環境だった。昭和 30 年代がいぐさの最盛期で、岡山県でも主産地となった。また、織り機で加工まで行っていました。しかし、今では職業としていぐさの栽培をしている人はゼロになった。理由は過酷な労働。しかし、いぐさは早島町の歴史そのものであるから、今後も早島の顔として残していきたい。

③ 早島歴史民俗資料館見学
ボランティアガイドからいぐさの歴史についてのビデオを見せていただく。
その後、機織り機や染められたいぐさ、いぐさで作られた籠やござの展示品を見学。

◎インバウンド観光のための WS：地域の魅力を生み出す 10 個の作戦づくり
◎WS まとめと作戦を各自発表

１．
・ゲストハウスは、ひとの魅力があれば人を呼べるのではないか
・外国人が来るには英語が必要である
・何でもこだわることはすごい。有鄰庵の看板の角度など
・ゲストハウス同士の連携が大切
・ダメなゲストハウスの情報を出すと、情報を提供したゲストハウス自体の価値も下がる

２．
・牧山（岡山県）を桃源郷にしたい
・美しい自然を守る
・ゲストハウスやカフェをつくる
・空家、廃校の有効活用、若い人たちを増やす
・文化教室を開催する
・住民たちとの交流を大切にする
・高齢者サービスを充実させる
・資金調達が課題

３.
・子供の遊び場があるゲストハウスづくり
・虫取りや秘密基地をつくる
・メディアの有効活用
・SNS やブログの有効活用
・衣食住体験メニューの企画

４.
・誕生寺（岡山）を旅の拠点にする
・徒歩宿の組合に入る　本州に来てもらうきっかけをつくる
・関西の人に来てもらいたい　近場の田舎
・地元の商店街との交流
・大学に営業　若者の旅離れを防ぐ
・岡山県北の魅力を伝えたい
・自転車屋、ロードバイクへ営業
・山陰地方の安宿の連携
・外国人の受け入れ
・ヘルパーの教育　経営者と同じレベルのスキルをつけてもらう
・ツアーの企画

５.
・山陰地方を検索キーワードでヒットさせたい
・広報の充実
・地域との連携
・衣食住体験メニュー　座禅、地産地消レストランなど
・ツアーデスクの活性化　同じ思いを持っている仲間たちと

６.
・大山（鳥取県）幸福度ＮＯ１計画
・空家問題　４月までにシェアハウスをつくる。風と土の助け合い
・暮らせる田舎→暮らしたい田舎
・「今がしあわせ」ということを伝えたい。外の人の方が気づく
・学生との関わりを持つ　地元の魅力を知ったうえで外に行ってもらいたい
・日常でＰＲ　クチコミしてもらう

７.
・篠山（兵庫県）をリトリートハウスとして発信したい。癒しの場の提供
・祭りを観光資源化する

・マラソン大会の有効活用

８．
・自分が好きだった地元の風景を取り戻す
・空家の活用
・耕作放棄地対策。奇跡のリンゴ木村式導入
・自然栽培の料理を提供できるようになる
・寺小屋のような学校をつくる

９．
・名所をみんなで探検して発掘するゲストハウスをつくりたい
・レンタサイクリングで行動範囲を広げる、旅人の情報交換
・名所を集めてツアーやガイドブックをつくる
・地域の人たちと交流できるスポットをつくる
・ゲストハウスセミナーの企画

１０．
・地域おこし協力隊として、地域の仕掛け人になりたい
・成功事例をつくりたい　唐辛子で「べんがら商品」をつくる
・物語をつくる　風刺画など一目で歴史がわかるものをつくる
・地域住民と交流　唐辛子の苗を育てて地域の高齢者に無料で配る
・できた唐辛子を加工し、全国に発信
・ゆずこしょうＮＯ１決定戦企画
・資金が回る仕組み　働き口、セミナー企画

１１．
・オーガニック食堂経営中
・ゲストハウスを来年中に開業する
・古き良きものを体験してもらいたい　不便だけどいいもの
・べんがら染め、ピオーネ農家と連携
・行政との連携
・2020 年までに移住者増やす、吹屋小学校再開
・オリンピックに向けて外国人観光客増やす
・他の地域にも役に立つモデルケース作り

１２．
・札幌でゲストハウスをつくりたい
・札幌の DNA を掘り起こす

・仲間集め　行政・民間
・ゲストハウス同士の連携（北海道内）
・特色のある商品企画
・住む視点での SNS 発信
・地元のひとに旅行者視点を知ってもらう
・ゲストハウスをインフォメーションセンターにする
・現地ツアーの認知
・除雪体験→地域に貢献
・学生にも知ってもらう

１３．
・住みたい！という地域づくり
・福祉の整備
・働き口の整備
・運営主体の組織作り
・資金の確保
・広報の強化
・地域の DNA を活かした体験メニュー
・地域住民との連携　特技を生かした役割分担
・宿泊場所の確保

１４．
・大島に古民家買った
・外国人観光客を大島でよく見るようになった
・古民家のリフォーム中
・観光コースをつくる　島遍路→高野山

１５．
・河童カワウソが住む川、子供があそべる川へ
・豊かな川とは？生物、水質、安全確保、暮らし成り立っている、資金、人のこころ（地元の川を大切にしよう）
・暮らしが成り立つ　山に手を入れる半林半Ｘ
・子供に安全の知識をつけてもらう
・寄付をいただき自立する

１６．
・クリエイターが集まる場所をつくりたい
・クリエイターと場所のマッチング

・アトリエの貸し出し
・食事、寝床の確保
・大学との連携

１７．
・日本でものづくりを続けていきたい
・電気をつかわないでキャンドルをつかう→家族のコミュニケーションが増える、環境や季節をより感じることができるようになる
・ろうそくの原料が枯渇している→廃食油をろうそくの原料にできないか？学校から回収
→ろうそくつくる
・日本らしさがある付加価値を考え中　ハンプ、いぐさパウダーなど
・メディアの活用

１８．
・大学にチラシを置く
・ブログでのコンセプトづくり　文章や写真にこだわる
・地元のひととの関わり合い→地域の宝を発見→旅人に伝える
・東京の自転車屋に営業
・ホタルや桜やお祭りアピール
・魅力ある食べ物　ハスバーガー、地ビール、おこわ

１９．
・観光客ゼロから外国人を誘致したい
・いぐさのアピール、ゲストと一緒にいぐさを刈り取る体験を企画する
・収穫したいぐさでものづくり、最高級品として売る
・畑でイベントする　畑の有効活用
・地元のひとにもお金が落ちる仕組み作り
・周辺情報も伝える　倉敷、後楽園、直島、吹屋
・サイクリングコースをつくる、地元のひとたちも知らないスポットで
・いぐさについて研究、いぐさ仙人になる

２０．
・倉敷を世界に発信する
・地域住民の連携
・ツアー　地域の自慢できるものを伝える
・有鄰庵を通して日本の伝統文化を知ってもらう。いぐさでつくったものを有鄰庵に置く

２１．

・県の外国人観光客増やす
・お客様のニーズを知る
・国別で何に興味を持っているか調査する
・体験型受入メニューの企画
・多言語で情報発信（SNS で）
・営業ツールの作成
・地域へのフィードバック
・行政なしで事業主が自分たちで発信できるようになる

２２．
・地域住民とゲストハウスの交流
・地元の商店で買い物をする
・地元イベントに参加する　楽市
・農業体験のイベント企画
・固有の魅力を発見する　味のある雰囲気
・地元のひとも読める地域の情報誌をつくる
・いぐさの民芸を発信
・早島の野菜畑をつくる、ゲストと収穫体験
・畑でピクニック

２３．
・県外の人が来る高知市になる
・地域住民との連携　体験型メニュー　観光資源の発掘
・メディアとの連携　プレスリリース　発信の強化
・仁淀川アピール
・商店街の活性化　イベント企画　シャッター通りを盛り上げる
・地域に根差した衣食住の提案
・お金が落ちるシステム作りを検討中

２４．
・行ってみたい、また行きたい、というまちづくり
・地域に根差した体験メニュー企画
・情報発信　SNS

２５．
・地域に根差して循環するゲストハウスづくり
・地域住民との連携　今は点と点の繋がりしかない　買い物、挨拶で交流していく
・早島の不動産との連携　早島ブランディングプロジェクト

・地域農家との連携の強化
・農業イベントへの参加

◎相談会
相談対応講師は、中村氏、鈴木宏氏、福井氏。

(6)アンケート集計
回収数：16

回答内容：
1) 基調講演 1
・自分自身の活動で「人の活性化が何よりの地域おこし」だと思っており、今日のお話を聞いて自分の考えに自信が持て、そして頑張ろうと思った。
・幸せプリンの取組と口コミの伝播力の大きさに驚きました。思いを実現するための仕掛けづくり、戦略術は人気の要かと思いました。
・外国人は日本人が気づけない魅力を教えてくれる。日本の地域は宝物が埋まっている。
・中村さんの熱いハートを感じる話だった。基本は人にあることを改めて感じた。
・地域の DNA をしっかりと把握し、地元を大切にしながらスタッフやゲストにその魅力、夢を与える活動を楽しく精力的にされているに感動しました。
2)基調講演 2
・日本で普通なことほど海外の人には人気がある。背伸びより日常にプライドを。
・地域に住む人だからこそ作れる旅の企画も外からの視点が重要と学びました。今あるニーズではなく、人の潜在的な「want to！」に響く企画が必要と思いました。
・ここにしかないもの(希少価値、特別感)。 小規模事業を結合し、価値を再評価してもらえる場所(富裕層)に売る手法が勉強になった。
・海外の観光客がほしい。言語が一番の課題だ。外国人の観光客の宿泊はまだ厳しい。
・一次産業が主要産業であること、資源は自然と食であること、等。自分の地域にもそのまま応用できる事例が非常に多く興味深く聞かせてもらった。
・仕事で GT に関わっているのでとても勉強になる。地域の魅力をしっかりと発信できるように頑張ろうと思った。

3)基調講演 3

・外国人が求める日本で得たい体験は、地域独自の文化に根差した地域の個性(DNA)を感じられる特別な体験を提供できることが重要だと思った。
・来たくなるような一言で伝わるコンセプトが本当に大事だと思いました。
・来る人にとって特別な場所であることをうまく伝えられるかどうかが自身の課題。
・十分条件についてしっかりと考えを重ね、地域で共有していく必要性を感じました。
・帰ってグリーンツーリズムの会で話したいと思います。勉強になりました！

4)フィールドワーク

・いぐさの生産地の歴史初めて学びとても興味深かった。ゲストハウスの感じ素敵でした。
・よく知っている早島に初めて来た人がどういったことを感じるのか知ることができた。
・観光客０の土地でゲストハウス経営。厳しい草の栽培など現在進行形の事例に直接触れることができて良かったです。
・風から見た土(地元の方)の話は心を打ち、初めてイグサ畳に目が向きました。
・いい町ですね。いぐさはわずかでも、それが作った風景は生きていると思います。
・いぐさのことを全然知らなかったので感動した。

5)2 日目(ワークショップ２・発表会・その他)

・頭の中のアイディアを整理する機会とてもよい経験になりました。
・まだまだ大まかなことしか考えてなく具体的な計画を考えなければと思った。
・地域の魅力を発信するための 10 個の作戦を考え意見交換できる貴重な機会でした。
・夢・想像力が大切。そこから広げていく。最終的には収入にしないと。
・素晴らしい研修会でした。もっともっと意見交換がしたかった。
・家に持ち帰り、もっと突き詰めて考え、地域をもっともと知っていこうと思いました。
・地域を思う自分の思い自体が地域をよくできるのではないかと自信がついた。くじけずに自分に火をつけていきたい。
・わざわざ北海道から来てよかったです。地元で生かし日本を盛り上げたいと思います。

(7)会場

倉敷ゲストハウス有鄰庵

早島いかしの舎

2.2 長崎県小値賀町

(1)開催概要

日時：平成 26 年 11 月 18 日（火）18：00～11 月 20 日（火）11：00

場所：小値賀島 島内

参加費：無料＊滞在費は自己負担（25,000 円／人：民泊体験１泊２食＋古民家ステイ宿泊＋朝食＋お弁当＋保険を含む）

定員：30 名

【研修の対象者】

◎グリーンツーリズムに取り組む自治体、地域協議会、観光協会

◎宿泊施設・体験施設、NPO 団体

◎田舎で働き隊員、地域おこし協力隊員

など、現在グリーンツーリズムに関わる事業を企画・実施・コーディネートし、現在または今後、インバウンド受入を行いたい団体・個人の皆さまです。

【内　容】

◎宿泊体験①

「世界ナンバー１のおもてなし＝民泊（島暮らし）を体験」（各民家 4 名程度）

◎ワークショップ研修１：古民家レストラン「藤松」

「古民家の魅力を引き出す再生の視点」

東洋文化研究家　アレックス・カー氏

◎基調講座１

「世界標準の観光と地域の魅力発信の切り口を語る～小値賀古民家、祖谷などの事例をもとに」

アレックス・カー氏

◎基調講座２

「NPO 法人篪庵（ちいおり）トラストの取り組み」

井澤一清氏　NPO 法人篪庵トラスト副代表

◎ワークショップ研修２

「外国人（特に欧米人）向けの島の街歩きプログラム」

歌野沓氏＆ブレット・ラスムッセン氏　五島エクスペリエンス

◎基調講座３

「なぜ、アメリカの高校生は小値賀島を世界一に選んだのか？観光まちづくりの仕組みとその到達点について」

高砂樹史氏　株式会社おぢか観光まちづくり公社 代表取締役

◎ワークショップ研修３

まとめ

◎特別企画
「外国人受入グリーンツーリズム実践個別相談会」（回答者：高砂氏、梅崎）

(2)参加実績
参加者数：20 名
アンケート回収数：20 名

(3)講師
アレックス・カー氏　東洋文化研究家
アメリカ合衆国メリーランド州ベセスダ生まれ。日本では京都の町屋再生事業、コンサルティング事業を手がける株式会社庵（いおり）を 2003 年に創業し講演、執筆、コンサルティング事業も手がける。 外国人観光客の誘致や各地域での古民家再生、コンサルティング活動等がきっかけとなり、2008 年 2 月より長崎県北松浦郡小値賀町の「観光まちづくり大使」などに任命され、各地でインバウンド観光の促進活動を行う。

井澤一清氏　特定非営利活動法人篪庵トラスト　副代表
アレックス氏の原点でもある徳島県祖谷にある篪庵（ちいおり）を拠点として活動する、2005 年に設立された特定非営利活動法人篪庵トラストの副代表。アレックス･カー氏のビジネスパートナーとして、篪庵での宿泊･見学を通じて国内外から多くのゲストを受入れ、祖谷の生活体験を提供する活動を支える。2009 年からは地元の三好市と共に落合集落でのプロジェクトにカー氏とともに携わり、現在は 4 件の茅葺き民家を改修して、古民家ステイとして運営している。

歌野沓氏＆ブレット・ラスムッセン氏夫妻　五島エクスペリエンス
五島列島出身の歌野沓氏が、パートナーのブレット･ラスムッセン氏とともに島の魅力を伝える活動を 2014 年から開始。日本人のほか、欧米人向けにも島を巡るガイドツアーを実施している。島に住む人々と信頼関係を築き、地元ならではの体験や島民との交流の橋渡しを通じて、島の魅力を伝えている。

高砂樹史氏　株式会社おぢか観光まちづくり公社 代表取締役
大阪生まれ。10 年間の「わらび座」での劇団生活を経て、自給生活をしながら子育てのできる場所として小値賀島を選び家族で移住。平成 18 年には「小値賀アイランドツーリズム推進協議会」の立ち上げに携わり、翌年から「NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会」を設立。「自然体験活動ツアー」や民泊事業の展開で、島を訪れる観光客数は増加している。平成 21 年、事業としてのまちづくりをスタートするために公社を設立、町から支援を受けて古民家を改修し、古民家ステイ事業を軌道に乗せるなど、観光を通じて小値賀町の活性化に取り組んでいる。

(4)進行

一日目（11 月 18 日）
18：00　オリエンテーション
　　民泊
二日目（11 月 19 日）
8:40　藤松にて、集合
　　アレックス・カー氏による藤松のガイドウォーク
9:20　　アレックス・カー氏講義
10:40　井澤氏講義
10:55　井澤氏終了
11:00　宿泊する古民家へ移動
　　各自昼食
13:00　五島エクスペリエンス　小値賀島ガイドウォーク
15:00　古民家「鮑集」にて、古民家のリノベーションの実際を見学、質疑応答
17:45　プログラム終了
18:00　交流会
22:20　終了

三日目（11 月 20 日）
9:00　高砂氏講義
10:30　相談会
11:30　終了

(5)結果報告
◎宿泊体験①
「世界ナンバー１のおもてなし＝民泊（島暮らし）を体験」（４軒の民家に各５名程度）
　民泊による島暮らしの体験と交流を通じて、来訪者の視点から、地域の魅力を伝えることを考える宿泊体験。自分たちの地域にプライドを持つ魅力的な人たちが、地域の文化、食べ物の魅力を伝えるおもてなしと、来訪者との個人的な交流が再び訪れたいと思う大きな理由になることを参加者たちは実感したようだ。

民泊で参加者を迎える方々の紹介

◎ワークショップ研修１：古民家レストラン「藤松」
「古民家の魅力を引き出す再生の視点」

アレックス・カー氏

日本の古民家の特徴は、「暗い」「せまい」「寒い」。そこに現代的なセンスで手を加え、古民家本来の持ち味を活かしたまま「明るく」「広く」「暖かい」空間へとリノベーションしたのが、古民家レストラン「藤松」である。この「藤松」を題材に、都会や海外からの客層にとって魅力的な古民家リノベーションの視点を、参加者とのやりとりを通じて解説いただいた。

例えば、暗さに対しては、天窓の設置や照明の増設により、自然な明るさを確保する。
家屋のせまさについては、間取りの変更や柱の継ぎ足しなどにより空間を拡げる。そして、寒さにはすき間をふさぐほか、断熱材をしっかり入れることや、エアコンなどの設備面を充実させることで対応している。ほかにも、イスやテーブル中心の現代的なライフスタイルに慣れている利用者が快適に過ごせるよう、テーブルやソファなども取り入れている。

エアコンやテーブル、ソファなどが古民家のもつ持ち味を損なうことのないよう、様々な工夫を施すことで、快適性と古民家の魅力が両立させる視点に、参加者は熱心に耳を傾けていた。

アレックス･カー氏

古民家レストランの庭で改装前の様子を語る

天窓をつけることで部屋が明るくなる

エアコンは格子戸に入れて隠す

空間を広くとることで快適に

何気ない古道具も魅力的なオブジェに

◎基調講座１

「世界標準の観光と地域の魅力発信の切り口を語る～小値賀古民家、祖谷などの事例をもとに」

アレックス・カー氏

１．魅力的な観光地作りと公共事業

観光は地方ではいまでも大事にされていない。どちらかというと日本は観光を軽視して、企業誘致などにばかり力を入れてきたこともあるので、マイナーな産業として扱われてきたところがある。しかし、ここ数十年間で観光が世界一の産業になった。観光産業は、車やコンピューター、そして石油よりも大きくなった。世界各地でも、観光に頼る割合が大きくなっている。それでも「日本は物づくりだ」という頭でずっとやってきたので、出遅れた。また、土建に力を入れてきたので、海外旅行者を受入れるインバウンドは5～6年前までは年400万人程度だった。今年はその3倍の1,200万人になったが、それでも世界で30位。世界の観光地図から落ちた感じになっていて、チュニジアやクロアチアなど後塵を拝している。だから、特にインバウンドの観光は、日本ではこれから成長していく期待は充分ある。

一方、国内向けの観光は停滞していて、さえないレベルで終わっている。日本人は日本国内より、「今年はバンコクに。来年はヨーロッパに・・・」という海外志向がいまだあるので、そこに刺激を与えて日本人観光も増やす必要がある。

その中で、日本の観光資産には、棚田、緑豊かな山、神社仏閣など、人間の手でできた文化がある。京都の龍安寺のように世界に知られて定着している名所のほか、現代的なものでは、ミホミュージアム（滋賀県甲賀市）がある。ルーブル美術館の「ガラスのピラミッド」を設計したイオ・ミン・ペイが設計している。ここは、京都に来る文化人の多くが訪れる場所になっている。古くからあるものでは、温泉や旅館も日本の観光資産だ。

しかし現実は、どこもシャッター街になっている。沖縄以外のほとんどは、人口が減少している。日本の人口は年に1%の割合で減っているが、一律ではない。大都市は元気で東京は人口が増えている。名古屋、大阪は横ばい。100万人以下の都市は減り始めて、田舎に行くほど減少の割合が速い。

私の拠点の1つである徳島県は、今後20年間で人口が3分の1に減る。人口減少については、日本だけでなく世界中が直面している。イタリアの田舎は深刻、ロシアはあと数年で日本を追い越す。中国は一人っ子政策で、今はいいが20年後に大きく減る。大なり小なりその問題を抱えている。人口減少学というものがあり、その中で成功例と失敗例がある。

成功例は、人を入れ替えたところ。古民家を宿泊や別荘地にしたところ。住民が出ていくのは止められない流れなので外部から人を入れる。

日本もその例に入るが、失敗例は、農業漁業を補助金で無理に支えて現状維持に力を入れてきたところは、壁にぶつかってしまう。そういう背景の中、崩れてしまう家、限界集落がよくある。

◇事例

岡山県六島（瀬戸内海）では、集落の模型を作った。赤く塗ったところは人が住んでいる家。限界集落なので、あと数年したら日本の地図から消

えてしまう。

日本の中でも北海道は過疎が進んでいるが、小樽は観光で潤っている。

日本の昔からある温泉街も下火だが、黒川温泉（熊本）は、景観に力を入れて大成功した。橋を黒く塗ったり、周囲の宿の壁を漆喰で統一するなどしてきれいにした。

現在の日本における深刻な問題は、街に対するプライドがないこと。ヨーロッパに行くと無数の美しい街が残っているが、観光のために残したのではない。自分たちの街が素晴らしい、美しい。だから残したい。隣に変なものができそうなら猛烈な反対運動が起こる。日本は残念ながら逆の現象で、古いものは恥ずかしい、貧乏、文明的でない。昔の大きな家を壊して、新築したことが素晴らしいという価値観がある。古い森を壊して道路を作り、山をつぶすことを、「きれいになった」という。

僕たちは、京都に行くと古いのがいいと思うが、京都の人にとっては、古い＝貧乏なので、お金を貯めて早くきれいにしたい。古くさい京都から脱皮して現代人であることを示したい。このように、古い町に対するプライドがないのが第1の問題。京都でさえそうだから、小値賀や他の所はなおさら、プライドをどう取り戻すかが大問題なのだ。

自然、文化、古いものが恥ずかしいもの、時代遅れなものとなると、ホテル、エコロッジを始めとする観光産業が、自然や文化を否定する方向になってしまう。

例えば、バンコクの真ん中のシティホテルでは、あえてこういうもの（写真）を作る。宿泊は、滞在時間の半分位かもしれない。

京都はずっと否定の道を歩んできた。1964 年に新幹線が通り、外国人がたくさん来ることが予想された。京都駅のホームからまず目に入るのが、東本願寺の大きな屋根。それが恥ずかしいから京都タワーを作り、京都駅も作り替えた。意図的に 1,200 年の京都の歴史、文化、素材感覚を否定した一種の建築の“傑作”。

街に対するプライドの他に、もう一つ大きな問題がある。それが、日本は土建国家であることだ。

自著「犬と鬼」に書いた内容を簡単に言うと、何十年も前から日本の地域・地方の産業地盤が弱くなっていくのが中央政権はわかっていた。そこで、インフラ整備で地域の経済を支えていこうということで、今のような公共工事のばらまきのシステムができた。

そして残念ながらほとんどの地域がそれに依存してしま

った。徳島県祖谷（いや）などの収入源も、まず土建だ。ほとんどの地域も、公共事業が地域の産業になった。その国土に対する影響を見ていきましょう。

まず、京都の亀岡。護岸工事をされた川がある。諫早湾や八ッ場ダムは有名ですが、地域河川の小規模な護岸工事などはあまり意識されていない。でも、全国で年に何十万件も公共工事が続けられている。残念ながら、フィージビリティスタディ（事業化可能性調査）や景観への影響、そして必要性についてよく検討されないままほとんど予算ありきで進んでしまう。こういう小さいものだけでなく、群馬県のループ道路のように何百億円も使って交通量ゼロのものもある。まったく社会ニーズと関係なく、こういうものがどんどん進められている。

20 年ほど前に、世界の土木･土建分野で分岐点があった。道路をつくってはいけないとか、護岸工事してはいけないという単純な論議ではなく、スイスやドイツなどでは、道路を作るならいかに地味でまわりへの影響が少なく済ませるかを目指す。そのために、かなりのデザイン力をもって、分析・計算の上に作る。ところが日本は、逆方向。大きく、奇抜に、人をあっと驚かせるピカピカしたものが技術だということになっている。

日本の土木現場のコレクションをしているのでお見せしましょう。

行政の仕事なので、護岸工事もその年度予算ありきで、できあがってくるのはバラバラ。ちぐはぐな物ができる。大きな予算があれば、山全体が１つの“前衛芸術”に作り変わる（右写真）。

不思議なものが結構ある。ニーズのない道路や、工事で谷そのものを壊してしまう。例えば、日本の海岸は、6～7 割がテトラポットですでに埋まっている。

僕の先生の白州さんという随筆家のお宅の玄関に、短冊がかかっていた。「犬と馬は難しいが鬼は描きやすい」。白州さんにその意味を聞いたら、「犬のような身近な地味な物はなかなか思うように絵に描けないが、鬼は想像物でグロテスクなので、子供でも描ける」。それにたとえて、「犬と鬼」という本を出した。どういう意味かというと、何百億、何千億円で交通量のない道路を作るということをずっとやり続けてきたが、先進国ではあたりまえになっている電線の埋設ができなかったり、古い町の景観整備ができなかったり、祖谷（いや）（徳島県）の場合は簡易水道の整備すらできなかった。このように、地味だけれども社会のニーズに合った物には手が回らなかった。その中でもう一つ問題になるのが土木技術。

世界のイタリア、フランス、パリなどの世界中の観光地ではあり得ないような物が、日本では、観光地の中心地に公共工事で作られている。いかにも時代遅れで、技術の進歩が 40～50 年前に止まってしまった気がしてならない。地域にとって大きなマイナスを与えている事業だ。

でも、昔からそうだったかと言うとそうではない。私たちのベースになる祖谷の旧街道は、自然と調和した道路を作っていた。祖谷は平家落人伝説があり、そこがセールスポイントになっている。現在の祖谷の道を走りながら、平家落人の伝説を感じられるだろうか？（コンクリートの擁壁で覆われているので、そうはなっていない）

日本ではどうしてもコンクリートによる大きな構造物を作らなくてはいけないとなっているが、果たしてそうなのか？例えば日本は地震が多いというが、同じように地震の多いカリフォルニアのビッグ・

シュール・ハイウェイでは、大きな構造物が見られない。雨が多くても、ハワイのオアフ島では自然景観となじむ工事ができている。山が険しくても、スイスの山道では山の景観を壊さずに道路を作っている。よく見ると、山を壊さないだけでなく、山をさらに美しく見せようという工夫や計算の上で考えられた、健全な公共事業になっていると思う。

もう一つの問題が、スギ植林。日本は戦後すぐ、輸入材に依存せずに済むように、成長の早いスギの植林を進めた。しかし、今となれば大失敗に終わったことは誰の目にも明らか。輸入材は増え、林野庁は莫大な借金を抱え、経済的には完全に失敗している。花粉症が増えて国民が苦しむ。動物が住めないから里まで動物が下りてきて獣害につながる。スギは根が浅いから土砂が流れるので、ダムを造る。すると海岸の浸食が起こるので、テトラポットを置く、というようにどの観点から見ても失敗だった。しかし、日本の官僚の世界では物事を始める「オン」ボタンはあるけど「オフ」ボタンがないから、今もずっと続いている。

一番皮肉なのは、こんな森林の多い国は世界に他にないけど、古民家再生で内装や床に使える木がない。例えば、この部屋（古民家レストラン藤松）の床はアメリカのウォールナット。海外から輸入しないときれいに内装ができない。半世紀前から、ケヤキ、モミジ、サクラ、クルミ、ブナなどを植えていたら世界でも冠たる家具産業もできていたと思う。非常にもったいない。文化面では秋に山が赤く染まるのが日本の紅葉だが、実際には（植林により）まったく紅葉のないところもある。

こういうことが至るところで起こっていると、これが普通になって感覚麻痺が起こる。徳島の観光地で自然景観のきれいなところがあっても、林道を作る土木工事がすぐ入る。予算が毎年付いている。これができても誰も何とも思わない。川下り組合、旅館オーナー、大学、学生、そしてメディアも、「またできたな」と思うだけ。

もう一つは、モニュメントや箱物づくり。宇多津町（香川県）は、岡山県から瀬戸大橋が架かったところに立派なものを作ったが、ほとんど使いようがなくて困っている。

岡山県の奈義町は、有名建築家に頼んで現代美術館を作った。対馬では、1200 人しかいない豊玉町が、モスクのようなホールを作った。神社仏閣でさえ、昔の物では物足りず、立派なものを作らないといけないと言うことで、出雲大社でもコンクリートの社務所がある。

派手な大きなものを作れば観光だという考え方では、数で効果を図る。白川郷では大型バスの駐車場ができて、200 万人／年以上来るようになったので大成功と言っている。しかし、合掌造りが見えない。調べてみると平均滞在時間は 40 分。つまり、トイレ、自動販売機を使って写真を 1 枚撮るだけで、地元への還元がない。潤っているのは駐車場のオーナーだけ。

祖谷は、日本の 3 大秘境の 1 つなので、“秘境祖谷”はセールスポイントとなる。にもかかわらず、秘境祖谷のかずら橋の脇に構造物を作る。

こういう物がなぜできるかというと、「便利」がすべての基準になっているため。「便利」という言葉が、水戸黄門の印籠のようになっている。

典型的なケースとしては、鞆の浦（広島）。数年前ニュースになったが、鞆の浦は瀬戸内海で最後に残る江戸時代の港だ。不便なので埋め立てて橋を作るという計画がある。長い裁判があって今は止まっているが、広島県が日本国民にこの工事がいかに素晴らしいかをアピールするモンタージュを作った。

現状写真

鞆の浦埋め立て工事後のイメージ画像

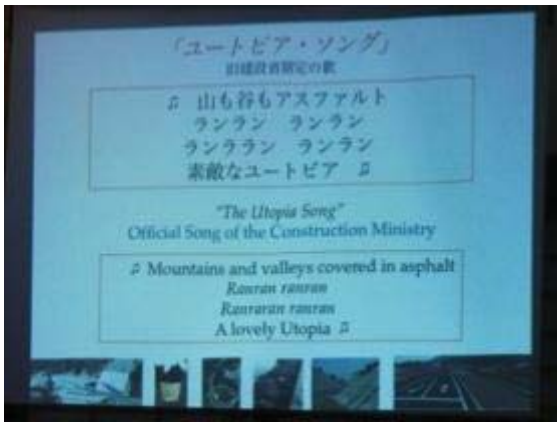
この知恵は、日本だけに留めるのはもったいないので、世界で活かすといい。例えば、ベニスは全部運河なので車が入れないので極めて不便。すべて道路にした方がいい。（笑）

これは公共工事の問題。僕は決して公共工事反対派ではない。善し悪しは別として、日本は公共工事に依存してしまったのでやめるわけにはいかない。問題は、公共工事の中身。道路はこれ以上いらない。無駄になる道路を作るより、たとえば古い町の整備や景観に力を入れることや、いらなくなった施設などの撤去をするといい。日本の国土にはゴミがたまっている。誰も使わなくなった工場や、田舎のさびたビニールハウス。アメリカではこうしたものは強制撤去で、役所の仕事の１つになっている。例えば、今日見たアコウのきれいな木。まわりに海から流れ着いたゴミがたくさんある。韓国中国から流れてくるゴミを拾って処分するのも本来の公共事業なのだ。公共工事をするゼネコンにとっては、撤去作業でも道路造りでも古民家再生でも同じ資金だ。お金のばらまきは同じでいいので、中身を変えれば国としていろんなメリットがある。日本は物を作るが撤去にお金を使わない。

日本は廃墟の国だということが、世界のメディアでも有名になっている。ロンドンタイムズ誌にも「廃墟ニッポン」が特集されている。日本は、富士山や芸者のイメージだったのが廃墟だらけだというイメージが強くなってきている。

「犬と鬼」の執筆で研究していたとき、旧建設省にユートピア・ソングという歌を見つけた。

「♪山も谷もアルファルト
　ランラン　ランラン
　ランララン　ラン
　素敵なユートピア♪」



これは、旧建設省の責任ではなく、国民全員が歌い続けてきたのだと思う。これこそ、エコツーリズムのメインポイントの１つだと思うが、観光客が何を望んでいるかといえば、僕が言う「何でもない魅力」。だが、日本では、大げさな、世界遺産でなくては観光はダメだということになる。

例えば、パリではノートルダム大聖堂も見るが、そのあと裏道の空気を吸うのがパリロマンを感じる旅だ。京都の金閣寺や銀閣寺もいいが、何気ないもののよさもある。僕の祖谷の家の裏にある石垣、亀

岡の僕の家の白壁、石川県の加賀にある江戸時代の土壁の納屋。こうした何でもないものが、深い暖かみを与えてくれる。

福井県の若狭（福井県）の田んぼでは、非常に広いエリアに鉄塔も電柱電線もない。あぜ道でもガードレール、コンクリートの水路、広告宣伝の看板がない、さびたハウスがない、ブルーシートやゴミがない。本来の日本の田んぼの姿なのに、これだけの美しい景観は意外と珍しい。こうしたものが、どれだけ貴重なものかがわかると思う。

これまでは楽しくない写真が多かったけど、おとぎ話のようなきれいな村や町はまだ日本に残っている。例えば、三重･和歌山･奈良の県境の一番奥に瀞峡（どろきょう）があり、奇跡的に開発の手が入っていなくて、神秘的な自然がまだ日本が残っている。これを次の世代に伝承できるかが、現在の課題だろう。

２．何もない篪庵（ちいおり）の魅力

祖谷（いや）が僕のスターティングポイント。今年は、僕の来日 50 年。12 才の時、親に連れられて横浜に来た。19 才で桃源郷探しをする気持ちで日本一周して、見つけたのが祖谷だった。夢のような俗世間から切り離された世界。徳島の一番西。四国の真ん中に位置する。

地形が険しくて日本のグランドキャニオンといわれている。1973 年に 1 軒のかやぶき屋根の家を買った。今から 41 年前。当時、フルートを吹いていたので、笛の家という意味で篪庵（ちいおり）という屋号をつけた。

元禄時代の家で築 300 年。黒光りしていて、何百年もの煙でいぶられて、床、柱、梁、桁などすべて真っ黒。カヤなので定期的に葺き替えが必要になる。丈夫なカヤは祖谷にはあるが、当時は学生でお金がないので、近くの解体される家の屋根のカヤをもらったものの、ススで真っ黒なカヤだった。

現在は、茅場で村の人に教えてもらいながら、研修生に刈ってもらう。この研修生プログラムの延長で小値賀とのつながりができた。

篪庵は、従来の観光的な視点ではマイナス点ばかりだ。遠い、アクセスは不便、有名な場所ではない、世界遺産ではない、建物も「藤松家」のような立派な大邸宅ではなく、小さな農家だ。でも、1990～2010 年の約 20 年間で、日本国内だけでなく数十ヵ国から 3 万人以上のお客さんが来て、2010 年にミシェラン世界ガイド誌から星をもらった。そのことに徳島県が驚いて話を聞きに来た。道路のアクセスはよくないし、観光施設はない。それなのに、なぜ来るかと言えば、「何でもない」魅力。本物の生活文化があり、美しい環境の中でくつろげる。従来の日本の観光では、スキーやゴルフ、〇〇体験など何かの活動がないといけないと思っている。でも、忙しい日常から離れて、どこかきれいなところで静かにしていたい人は多い。だから、祖谷の場合は、縁側に座って本を読むという楽しみがある。谷から霧が湧き上がってくる美しい自然があり、それだけで十分。

３．現代的な視点で古民家を改修する

篪庵の経験から、本物を作れば人が来ることを確信した。1 棟貸しのヴィラレンタルのシステムは、半世紀前から世界で定着している。例えば、イタリアのトスカーナ、フランスのプロバンス、アジアであればバリ島など、たくさんある。なぜ日本にないのか不思議に思って、京都で京町家を直して宿を作った。京都では、10 軒の町家を直したが、その事業で出会ったのが井澤さんだ。ゼネラルマネージャーと

して古民家再生の実現を助けてくれているこのような施設の運営や私たちの NPO が抱える課題については彼から聞いてほしい。

京都の会社は 4 年前に辞めたが、とてもよい勉強期間となった。僕のスタートポイントは祖谷なので、日本の苦しんでいる地方を何とかしたいと思った。京都は大観光地なのでお客は来てくれる。でも、知名度が低く、誰も行きそうにない田舎へどのように人を呼んでくるかというのはチャレンジだ。その中でスタートしたのが小値賀島である。きれいな漁港があり、隠れキリシタンの歴史があり、今日行ったアコウの樹などもある。

小値賀も日本各地の自治体と同じような道を歩んできた。何億もかけて、誰も行きそうにない海水公園、立派なあわび館を整備したが、人が来なくて困っている。

小値賀には素晴らしい古民家がある。小値賀は豊かな場所で、特に内陸にはきれいな農地があって、家もきれいだ。7 軒を直して、古民家ステイの建物とレストラン藤松家を作るプロジェクトが決まった。始めは、雨漏りして、座敷の床も落ちて汚かったのが、直すと素晴らしくなる。

一見すると日本の立派な座敷だが、目に見えないところも直している。床下工事、地震対策、水回り、電気、照明、冷暖房など、現代の暮らしのスタイルに合わせて直した。

外国人だけでなく、日本人も畳生活していない人が多い。椅子、ソファに座らないと窮屈なので堀こたつ式リビングを作った（写真）。これがとても人気。座敷は寝るときだけで、それ以外はずっとここにいる（笑）。こういう家は、新しくしたらいい、という単純な話ではない。蛍光灯、アルミサッシ、ユニットバスでいいかと言えば、そうではない。こういう家の家本来の作りを大事にしないといけない。例えば、大きなテーブルは欲しいが柱があるので入らないというケースは、柱をテーブルの真ん中に持ってきて解決した。ほかにもいろいろある。日本は木の家で改修がやりにくいと思われているようだ。しかし、イギリスの石造りの建物だと、配管を新しく通すのも一苦労。日本の木材建築は、高床で天井もあるので、配管や電気系統を通すにもやりやすい面がある。井戸は下手にさわれないから、井戸そのものを庭飾りとして見せるなどの工夫もできる。

今は LCC（ローコストキャリア＝格安航空会社）があるので、東京から小値賀や祖谷へ行くのと同じ位の費用で、ハワイのホノルルやバンコクへ行ける。相手は世界ということだ。これまでは「便利」が一番の売りだったけれど、便利なだけでは小値賀には来てくれない。日常生活を超えるしゃれた“きれいさ”がないと、なかなか来てくれない。

民家から出てきた道具をきれいに磨くと、飾りになる。また、古民家レストラン「藤松」の大座敷には、片側に天井がある。この天井はきれいだから壊したくない。でも、天井が低いのでテーブルとイスを置

けば圧迫感がある。だから掘りごたつ形式にした。昔の家というだけでなく、今の時代の感覚を入れたいから、大きな 1 枚板のロングテーブルを入れた。

祖谷は、小値賀以上に過疎化している。篠庵からさらに約 30 分、車で奥に入ったところに落合集落がある。僕が学生時代はこのあたりはすべて茅葺だった。今はトタンになってしまったが、8 軒だけ茅葺に戻して、宿泊施設として整備を行い、観光客を呼ぶという事業を祖谷でやっている。

写真奥側は天井が低い

最初の家は、江戸時代の骨格を活かした。傾きを直し、屋根を直してカヤに戻した。こういう事業は、床柱に数百万かけるとか、左官の技術をきちんと入れないといけないなど宮大工の仕事だと思われがちだ。そういう一面もあるが、（史跡を保存する）文化庁の仕事ではないので、現代の家という感覚で、必要に応じて新建材や今の時代の技術を使う。

上はカヤだが、下は防水シート。そのシートにスギ皮をはる。床は床暖房で断熱材も入れている。できあがりは一見、昔の家の座敷。ガラスは断熱効果の高いペアガラス。雪も降るが、結構温かい。

イスとテーブルを置いて、すぐ横に炊事場を付けて、朝起きたらコーヒーを飲んでくつろげるスペースにした。

４．日本の田舎の魅力に光を当てる

小値賀や祖谷など、いろいろなところで何軒も改修をしてきた。篠庵はなかなか着手できなかったが、ようやく 2 年前に大改修した。

床を引き上げて、ケーブルで半年間かけて引っ張り、傾きを戻した。これは、屋根がついたままでないとできない。床下工事をきちんとして、屋根も葺き替えた。

窓はペアガラスにした。家の中はまったく昔と変わっていない。板に番号を付けて元の場所に戻した。見た目は、以前とまったく同じだが、床下は断熱、床暖、電気系統をすべて直した。きれいな水洗トイレ、きれいなお風呂、流し台、炊事場は IH キッチン。古い家だが、都会より却って居心地のいい、快適な空間になっている。

こういう事業の効果としては、新しい観光産業が生まれること。祖谷の場合、2005 年に NPO 篠庵トラストを設立して、各地でいろいろな事業を進めている。

地域再生事業は各地にある。箱物を作ったり、古民家を直したりするが、事業の目的や、運営をどうしたらいいか、という点があまりない。私たちは、改修後の経営管理が大事だと考えて、そこに力を入れている。

小値賀が日本で話題になっている人気の理由は、家がいいだけではない。おぢかアイランドツーリズム協会が、客の出迎え、管理、掃除までを徹底しているからだ。それがあって小値賀の事業が成功している。祖谷の場合は、若者が静岡から入ってきた。島も外部から入ってくる若者が多いので、島が少しにぎやかになる。

私たちが取り組んでいる事業の 1 つである宇多津は、ゴールドタワーだけでなく、きれいな旧街道が

ある。瀬戸大橋の入口。お遍路さんのお寺があり、きれいなものもあるが、最近どんどん壊されて、きれいでないものも増えている。宇多津町が、要となる場所に2軒並びで買ってきれいに直した。1軒は明治のハイカラで洋的なもの、もう 1 軒は江戸時代の和の家。ワンパターンだとリピーターにとって面白みに欠けるので、差をつけてやっていきたい。そこで、和は床の間や障子をそのままきれいにして、土間にテーブルと椅子を置いた。天井裏のスペースには、和だけどベッドを入れた。

洋の方は全部板の間。町長が、立派なお風呂が欲しいということで、いいお風呂を入れた。山と水をふすまに描き、ベッドの部屋にふすまを入れた。

もう一つの取組は十津川村（奈良県)。これも三大秘境の1つ。祖谷より行きにくい場所で、奈良市内から 3 時間以上。近くに電車の駅もない大変不便な山奥だ。熊野古道を歩く人はいるが、泊まるところがない。田舎によくあるケースは、お客はいるが泊まれるきれいな宿がない。さみしい民宿のようなところはあるかもしれないが。だから、昔の家を直して薪ストーブを入れた。

大分県に竹田というところがある。「荒城の月」ゆかりの城跡がある。竹田は成功例だが、何をしてきたかというかというと、若い職人、書家、竹細工、藍染め職人、和紙漉き等の職人を呼んだ。空き屋バンクを作り、空き家のオーナーと移住希望の若い職人やアーティストのマッチングをした。それに加えて、廃校になった中学校に彼らの作業スペースを作った。すると、類は友を呼ぶで、穴場だが日本の若者のホットスポットになってきている。そして、アート in レジデンスという外部のアーティストを呼んで、滞在して作品を作ってもらう事業をしている。竹田市はきれいな城下町があり、今後発展していくだろう。

もう一つ関わっているのが、福井県坂井市三国湊。北前船の貿易でとても栄えたが、寂れてしまった。旧街道は残っているが手を打たないとつぶれてしまうと言うことで、江戸時代の町家を改修している。2軒の古民家宿泊を来年3月にスタートする。

小値賀の場合は、おぢかアイランドツーリズム協会があったので、運営をやっていただけたが、宇多津も三国も地元でやれる人がいないので、篪庵トラストから人を派遣して、宇多津支部、三国支部をつくって管理していく。

京都で書のイベントをやった。その時に書いたのが、「明珠在掌（みょうしゅざいしょう)」 － 掌に光っている珠があるという意味。ある人が世界一光っている宝石を探し歩く。何十年もかけていろいろなところを回るがどこにもない。最後に、初めから自分の掌にあったことに気づく。

日本の田舎もこれと同じ。道路を作り、大きなホールや美術館などの施設を作る。そういう物に莫大なお金をかけていろんなことをやってきたが、はじめから、自然、山、川、海岸、昔の家、そういうものが掌にある。それをいかに再認識できるかが、私とみなさんの仕事だと考えています。

ニッポン景観論は今日の話をベースにして作った本。パワーポイントを整理した本なので、あとでゆっくり見てください。

◎基調講座２

「NPO 法人篪庵（ちいおり）トラストの取り組み」

井澤一清氏　NPO 法人篪庵トラスト副代表

１．古民家を使った地域再生の取組

現在、徳島県の祖谷では篪庵のほかに 6 軒（落合集落)、香川県の宇多津町では 2 軒を運営している。

なお、祖谷では4人、宇多津では1人を雇用している。

6軒の古民家がある落合集落には、大歩危（おおぼけ）駅から車で山道を走って1時間かかる。篪庵は、落合集落からさらに車で30分。そういうロケーションでやっている。

平成24年4月にオープンして、平成25年度までは3棟、平成26年度から6棟で、稼働率は45～50%。

落合集落は、平成23年までは観光で人が訪れる場所ではなく、宿泊施設もなかった。それが、平成25年は1000人位が宿泊した。

祖谷も宇多津も公共事業で整備をして行っている事業。古民家も所有権は行政にあり、私たちは運営委託を受けて、4人を雇用してやっている。

現在、新たに2棟の整備を進めており、来年の秋にはいよいよグランドオープンで8棟を運営する。

冬場 12～3 月中旬までほとんどお客さんが来ない。最大の問題点は水道がないこと。山から水を引いてタンクに貯めて使うが、冬はタンクの水が凍る。また、水が枯渇して出ないこともあり、インフラが厳しいこともある。昨年改修をして、今年からは冬も入れるようにしていく予定で進めている。

篪庵は、公共事業ではなく自分たちで独自に運営しているので、制約を受けずにやっている。篪庵は、落合地区よりも稼働率がよくて、冬場の3ヶ月を除くと50～60%は埋まっている。

カー氏から、1990～2010年の20年間で3万人が利用したという話があったが、現在はそれよりも少し多い状況。祖谷での活動は、改修計画を立てて改修を行い、料理や掃除は地域住民の方に運営協力してもらっている。理解を得るために、地元向けの説明会や試食会をやってきた。

宿泊施設の運営だけでなく、昨年は博報堂と一緒に祖谷で食のイベントをした。祖谷という地区をブランド価値の高い地域にしていく取り組みをしている。

私たちの特徴としては、

・他地域でも活動をしている
・アレックス･カー氏の独自の視点
・京都などの地域でコンサルだけでなく実務もしている
・PR活動にも力を入れている。

２．運営の実際と課題

実際には、何もかもうまくいくということはなく、悪戦苦闘してきた。

篪庵の改修も簡単にできたのではない。三好市が歴史景観維持計画を策定して、国の認定をとって、それに基づいて国の補助金が下りてきた。改修費の1／3は自己負担している。

その際、資金調達が非常に大変だった。銀行から借り入れるのにも、代表がアメリカ人で、かつ NPO 法人なので、銀行の融資は難しかった。地元の阿波銀行と半年交渉した結果資金の手当てができた。NPO に融資するのは銀行始まって初めてといわれた。

今までの問題点としては、祖谷でこういう事業をするといった時に、祖谷も非常に高齢化してほとんどが70代以上なので、地域の人に興味・関心がなかった。今も、料理、掃除を手伝ってもらっているが、できたらやりたくないというのが本音で、頼まれているからやっている、というのが本当のところ。あと5年もすればその人たちもいなくなる可能性がある。

私たちの 4 人のスタッフは全員移住者。地域から雇用しようと思ったが 1 人も応募がなかった。地元には建築業があり、そこで働けば 1 日 1 万 5 千円もらえる。我々はそこまで給料を出していないことも

あり、実際にはネットで募集したらほとんど関東からの応募だった。

今年の夏4ヶ月だけのアルバイトの募集をソーシャルサイトに出したら20名以上応募、半分東京から、半分以上が女性で会社員。働くニーズは、地元にはなくても全国探せばあると思っている。

ほかには地域的な問題として、コストがかかる。離島も同じだと思う。様々な問題に直面してきた。

第 1 の課題は、収益を上げること。まちづくりや地域の支援をしたいという目標を持ってくるが、儲けがなくてもいいじゃないか、という考えでは持続できない。持続可能な経済活動ができずに続かなければ、元も子もないので、収益を上げて安定的な黒字体質を作ることが重要。

そして、まずは、必ずやり遂げるという覚悟が欠かせない。いろいろな問題が起きて大変だが、関わる人たちと同じ方向性を共有できることが大前提としてある。

私たちはNPOという形で、全員に給料を払っている。土日だけ集まってまち作りをやる団体ではなく、全員を雇用してそこで稼げるという形をとることを念頭にやっている。

第2の課題は、コストの削減。

第 3 の課題として、地域の定住者・移住者を増やすことが挙げられる。地域の高齢者に何もかもお願いするのは無理があるので、この地域に魅力があって、ここに来ても生活が成り立つという仕組みを作ることが最大の課題と考えている。

地域にはいろいろな課題があるし、地域との軋轢、職場の人間関係を始め、ミーティングをすれば、様々な問題をどのように解決していくかという話ばかり。

自分も祖谷に定住しているわけではなく、月2回行っている。行けば必ず問題が起きているのが現状。いかにめげずにやり抜く、という覚悟の下、経済活動が成り立つことを目標としている。

NPOとして、3年前は祖谷だけだったが、今年から香川県の宇多津町でも事業が始まり、来年からは福井でもやっていく。すべて公共事業との絡みの中でやらせていただいていて、自主的に投資したのは篭庵のみ。私たちも、こうすれば成功するというビジネスモデルがあるわけではない。比較的こうすれば失敗は少ないのではないか、という積み重ねの中で進めている。

◇質疑応答（回答者　井：井澤氏、ア：アレックス･カー氏）

Q 公共事業の収益と篭庵の収益のバランスはどの位ですか？

A 井：公共事業は、市から委託を受けている部分。今年は6棟の運営委託費。篭庵は直営。篭庵の売上は3割位。来年は8棟に増えるので、割合として篭庵の方は小さくなる。

ただし、8棟できあがれば、運営委託から指定管理に変わる。その場合は、稼いだ分NPOに入る代わり、費用もその中でまかなうというように変わる。

Q 稼働率は、現在の45%という想定ですか？

A 井：価格にもよるが、6年前に考えていた稼働率は25%。現在は、40%で損益分岐点になるようにコスト計算をしている。今はやればやるほどコストがかかることが見えている。物件の立地によってアクセスが変わる。車で10〜15分かかるため、現在整備中の物件もどの位の運営コストがかかるか精査する必要も感じている。

公共事業は委託なので、市議会が宿泊料を条例で決めてしまう。すると、市場価格にあわない考えられないほどに安い価格設定されてしまう。宇多津は、とてもきれいな古民家だが、現在は 6000 円から。

スタートからこれでは黒字にならないので、1 万 5 千円ぐらいにしたいが地元ではこれが高いとなる。
　祖谷でもトップシーズンであれば少々高くしてもいいのに、条例で決まっていて変えられない。また、海外の新聞記者はタダで泊まらせても記事を書いてもらったほうがいいのにできない。指定管理になれば、自由にできるのでいい面もあるだろう。

Q 国内と国外の利用者の比率は？
A 井：篪庵だけをみれば、30%が外国人。改修する前からこの水準。落合地区は、外国人の割合はまだ 10%に達していない。来る客層は、地理的には関西が多い地域だが、実際には東京・神奈川が 30%、次が四国、その次が関西。2 人客が 40%。女性客が多い。30～40 代の女性グループ 2 人連れ、4 人連れ。

Q 少子高齢化が進んでおり、3 人に 1 人が 60 才以上。人口は 2 万 8 千人。農業、漁業、観光業が中心で、28 万人／年の観光客が来ているが徐々に衰退している。
鯨組の大金持ちの屋敷が持っていた空き家が空いていて困っている。市長を説得して行かねばならないが、予算が付くまでの間、アレックス氏や井澤さんにお越しいただくにはどうすればいいか？
A 井：よくあるパターンは、講演で行く。その時、井澤さんと市役所や関係者と会う。現地を見てから、次のステップをどうするかをみんなと話し合って考える。まずは、市の空き家をどうするかなど、政策がどうなっているかが大切。

Q 民泊の事業をしている関係で、地元の人と地域活性化に取り組んでいる。古民家は、施設を整備して外から人を呼ぶ事業だと思うが、地元との協力関係や地元の方が興味を持って一緒に取り組む工夫はありますか？
A ア：高齢で 80 才近い人たちで、体力もそれほどないし、祖谷は本当に限界集落。気持ちの上では協力的出し、できることはしてくれるけれど、積極的に協力しようという感じではない。今後は、ますます外部からの力を入れて古民家宿泊の事業を進めながら、移住定住に力を入れないといけない。

Q 移住定住で雇用した 4 名の方は、借家を借りて生活しているのか？
A 井：篪庵の事務所棟に、1 人住んでいる。あとの 3 人は 1 軒家を借りたり、市営住宅を利用している。男女 2 人ずつ。家賃は各自負担だが金額は安い。

Q 海外の方の食事でベジタリアンなどへの対応は？
A ア：来る前に聞きます。
井：基本は郷土料理。ソバや芋を中心にした物で、祖谷は肉はおろか、魚すらない。野菜中心。コンニャク、いもなどを出している。
Q 祖谷の客の 30%が外国人というお話でしたが、祖谷へはどこで情報を知っていらっしゃるのでしょう？
A 井：私どもに来られるお客さまに関して言えば、ダイレクトにウェブサイトを見てくる。
きっかけは、おそらく、本、ミシュラン、Facebook、口コミだと思う。私どもは JTB 等の旅行代理店はこれまで利用してこなかった。来た方に聞くと、本で見たとか、メディアで知ってウェブサイトに来た

方が多いようだ。広告を出すことは一切なくて、雑誌などのメディアに取り上げてもらえるように考えている。昨年、博報堂とイベントしたときは、大分、有名雑誌に出してもらった。

Q そのイベントは効果があったか？
A 井：いいイメージで祖谷を紹介できた。祖谷でもこんな食材を使っていい料理を作ることができることや、祖谷の文化的なすばらしさを外にアピールできたのはよかった。
ア：篭庵に関しては、著書「美しき日本の残像」が英訳されて「ロストジャパン」という本が出て、その本経由で篭庵は来ている人も多い。
海外の観光客は大都会だけでなく、日本の美しい田舎に行きたい。ネットで調べると祖谷が出てくる。外国人も高知空港でレンタカーをチャーターしてくる。

Q ハード面からの質問です。近くに、イングリッシュキャンプ（外国人との活動や宿泊生活を通じて、「生きた英語」を学び、国際感覚を磨く英語漬けのキャンプ）のような事業をやろうとしているグループがいます。
ケンブリッジ大の学生や東大の留学生を絡めてイングリッシュキャンプをしたが、外国人が泊まる家がなかなかない。宿泊提供できる準備してもらえないかといわれて、今回参加した。外国人の宿泊を考える上で必要となる最低限のポイントがあれば教えて欲しい。

ア：都会の日本人も外国人も同じ感覚。昔の家は、冷暖房、トイレ、お風呂が気持ちよくできていないと、泊まりたくない。泊まっても苦労になってしまう。少なくとも水回りをきちんとする。次は、冷暖房。照明も大きな問題。明るくする。気持ちいい照明で、清潔に。それがベースです。
　長い目でその場所が人気になってもらいたいのなら、感性が大切。どこかに美しさがないと、外国人にも日本人にも人気が出ない。それはデザインの問題でもある。とはいえ、最低限、水回り、照明、冷暖房をしっかりしないと、きれいな古民家でも楽しくない。
　ただし、アルミサッシ、蛍光灯などを入れて新しくしたとしても、いいと思えない。遠くまで行って泊まる価値があるかどうか、というバランスは注意しないといけない。古民家が持つ良さをどこかできれいに残しておかないといけない。

Q 主に郷土料理を出すということですが、作る人はどう見つけていますか？
A 井：地元の料理屋と小さい民宿をしている方、そして調理できる方の計 3 組に頼んでいる。

◎ワークショップ研修２

「外国人（特に欧米人）向けの島の街歩きプログラム」

歌野沓＆ブレット・ラスムッセンご夫妻　五島エクスペリエンス

五島エクスペリエンスは、小値賀島を歩きながら、島の歴史や文化、島で暮らす人々との交流を通じて、島の魅力を体感するツアーを提供している。外国人向けにも島内ツアーを行っている。

今回は徒歩ツアーとして、笛吹地区を歩きながら、島の暮らしや歴史、文化をご案内いただいた。

ポイントをまわりながら歩いて行くと、島の人から声をかけられて会話が始まることもあり、地元ガイドならではの島の魅力を体感できる内容であった。

徒歩ツアーは、古民家ステイで整備された建物「鮑集（ほうしゅう）」で終了。その後、建物の見学とともに、外国人向けのツアーを行う際のポイントなどを伺った。

少人数のグループを案内する場合は、ツアーに町の商店での買い物をいれることもあるという。スーパーや食料品店は、その地域の特産品が置いてある地域文化のわかるところなので、外国人にとっては興味深い場所。ガイド自身が普段使う店をツアーに組み込むと、地元の暮らしの一端を体験できるので、喜ばれるという。

また、地域の人たちと普段からよい関係を築くことで、ツアー中に声をかけられて、「コーヒー飲んでいかんね？」と言われることも自然と起こり、参加者に島の暮らしや文化を感じてもらう助けにもなるという。

地域の方に声をかけられて立ち話

鰹節の工場前にて

◇質疑応答

Q ツアー参加者は、五島エクスペリエンスに参加するために来るのか？訪れたついでに参加するのか？

A 今までは、個人的なつながりのある人やその紹介で来るので、参加が来訪の目的となっている。

ウェブサイトで集客する場合は、交通手段なども含めてすべて英語で案内しないと難しい。また、私

たちはプログラムの実施なので、宿の手配のようなプログラム以外のところはアイランドツーリズムに助けてもらっている。

外国人には言葉がわからないので、東京から小値賀島まで来るのは大変なこと。ウェブサイトにも案内は載っているが、アクセス方法の提案と港からの送迎はしている。

Q 平均滞在時間は？

A 私たちがいるから来るという人が多い。アメリカから 6 人来たときは、計 2 週間の滞在のうち、5 日位を小値賀、五島縦断のツアーに使った。やりたいことをすべて入れたら足りないぐらいだった。小値賀は 3 つの島があり、行くところがたくさんある。

Q 通訳案内士の資格がハードルになるが、どのようにクリアしている？

A 外国語を使って日本のことを紹介する場合は、資格が必要になる。

日本語で話された内容を外国語のできる人が通訳するのであれば、通訳案内士の資格がなくても可能。また、通訳案内士が必ずしも地元の生活文化や歴史に通じているわけではないので、現状では 2 人組で対応するのが現実的。島のことがよくわかっている人がいれば通訳案内士 1 人で案内できる。

言葉の問題だけでなく、文化の違いもある。日本とは常識が違うのでどのように準備すればいいかが難しい。これについては、民泊が参考になる。言葉以外のところで通じることがたくさんあるが、最終的にはそんなに心配しなくてもいいと思う。

ただし、エアコンの表示が「入」「切」となっている場合などは、簡単な表示でも外国人にはわからない。また、和式トイレやお風呂などは、外国人には使い方がわからないので、わかりやすい案内が欠かせない。細かなことではあるが、経験しながらノウハウを積み重ねることが必要。

Q 民家の庭先で魚を洗っているおばさんと話したが、事前の打ち合わせはしているのか？

A 地元の人との交流は構えないのが一番だと考えている。事前に行くことを伝えると、たくさんごちそうが用意されていたりするので、通常は事前打合せしない。人数が少なければ、立ち話をしてコーヒーをごちそうになったりするが、地元の人との交流は構えないのが一番だと思う。

上五島では塩作りしている人も多いが、事前に行くことを伝えたら、昼食やたくさんの塩のお土産を用意して、もてなそうとしてくれた。訪れたアメリカ人は、塩作りをサポートしたいからお金を払おうとしてけんかになった。

だから、島の人とは、偶然ばったりあって会話するのが、一番自然でいい方法だと思う。

◎基調講座３

「なぜ、アメリカの高校生は小値賀島を世界一に選んだのか？観光まちづくりの仕組みとその到達点について」

高砂樹史氏　株式会社おぢか観光まちづくり公社 代表取締役

小値賀島の島暮らし体験を活かした民泊や、国際交流、古民家ステイを拠点にした大人向けの島旅などの事業を展開して、年間約 1 万人の観光客の誘客に成功している。

特に、アメリカの高校生を世界に送り出す教育旅行ピープルトゥピープルの満足度調査では、小値賀

島での体験が 2 年連続で世界一に選ばれている。

１．本物の体験を提供

3 泊 4 日の島の暮らし体験は、普通に島の人がやっていることをそのまま体験してもらうホームステイプログラムだが、このプログラムの満足度が世界で一番高かった。ステイ先は十数軒に分かれるので通訳を配置することができない。そのため当初は英会話教室をしたが、今では各民家で小値賀弁教室をしている。最終日には、最後になると、「うまかぁ」「よかぁ」「お父さん、お母さん」と涙を流しながら手を振るようになる。嘘がないことがとても大切で、地域の本物を届ければ、国際的にも通用するということだろう。修学旅行も大人も海外の人に対しても同じことがいえる。

当初は、自分たちの半農半漁の暮らしに価値があると自信が持てないので、お金をもらうことがすごく高いハードルだった。ここに住んでいて、自分たちの暮らしや自分たちの島がすごく好き。ここに住んでいてよかったという瞬間がある。でも外からの人が価値を感じてもらえると思えない。このロジックを変える必要があり、都会から来た人がいいと思う、ということに、いかに確信を持ってもらえるかが核心部分。

２．ブランディング

観光にはまったく適していない場所だが、逆転の発想で地域づくりのために観光で外貨を稼ぐことが必要なので、観光を成功させないと 40〜50 年後には無人島になってしまう。だから絶対やらないといけないこと。不便だからこそ残されているものがある。この島にしか残っていない者があればわざわざ来てもらう理由ができる。

観光地域作りプラットフォームを考えるとき、ワンストップ窓口だけが役割ではない。もう一つ大きいのが、島のブランディング。地域づくりの政策に関わっていくことが大切で、小値賀町役場とブランディングを進めることを重視している。貫くのはコンセプトとリアリティ。商品開発や広報営業、そして島の人の協力を得るにもコンセプトで貫くのが重要だと考えている。

３．リスクマネジメント

海外に来る人に対して気をつけないといけないのは、リスクマネジメントへの特別な配慮。

①事故を未然に防ぐこと

特にアレルギーや、宗教上の理由で食べられないものがある場合の配慮など。事前の情報収集など、事故を未然に防ぐための対策が必要。対策をしていても、想定外のことが起こるかもしれない。事故が起こったときにどうするか。ドクターヘリ、佐世保へ緊急搬送、診療所。血液型も確認する。事故が起こったらどうするか。事故がもし起こった場合は、添乗員を通じて本国に連絡を取ってもらう。修学旅行やキャンプでも同じ。第 1 報を入れて相談しておくこと。

②事故発生時に適切な対応ができる体制作り

島なので、診療所に 2 人しか医師がいないので、緊急の対応時に対応できるよう通訳できる人を確保して診察時の対応ができる体制をとる必要がある。

③保険への加入

旅行保険、海外の場合は特に確認が必要。団体の場合。個人の場合も、自分たちの保険が適用できるか確認しておくのが大切。

４．大人向けの個人旅行受入のポイント

民泊、自然体験だけだと、8割が青少年層。修学旅行、キャンプ、家族。日本人で旅行される方のほとんどは大人。特に女性にどう来てもらうか。プライベートな空間が必要。

民泊で個人客の受入をしようとしていたが、民泊はプライベートな空間がない。

海外からのお客さまは、宿泊と食事、昼間はレンタカーや自転車の相談はあるが、あとは自由に過ごします、という感じで、田舎での過ごし方をよく知っている。古民家ステイ 1 棟貸しでプライベート空間を保証して、古民家レストランからケータリングで地元食材の食事を届けている。

こういう交流の仕方がありますよ、というのをパンフやウェブだけで紹介しているのでは不十分。ワンストップ窓口があって、過ごし方のリクエスト、相談の提案、やりとりが、団体客にも個人客にも必要。古民家泊＋ワンストップ窓口＋過ごし方の提案がそろって初めて、個人旅行のお客さまに来ていただけるポイントになる。

◎相談会

「外国人受入グリーンツーリズム実践個別相談会」（回答者：高砂氏、梅崎）

Q 民泊 7 軒から増えてきたということだが、大変だから辞めてしまうと言う方はいたか？

・負担をかけないように配慮している。次から次にお客さまが来るということはしていない。

・辞める理由は、高齢化。８０代のご夫婦。赤ちゃんが生まれたのでお休みというのはある。

・実際にはお申込みいただいて NPO の理事会で決定。極端にお父さんが酒癖悪い、特定の宗教を進められる、という場合はお断りすることもある。この人であれば大丈夫、という方に民泊やりませんか？と声をかけている。

Q 民泊の料金の割り振りは？

・事務局が一括徴収している。できるだけ２週間以内にお支払いしている。

・料金は、一泊 2 食で８千円（税別）。民家さんに渡すのは 5600 円。２人以上で催行にしているので、最低 11200 円入る。修学旅行だと、４～５人受入れてもらい大体２泊なので、手取りで７～８万円。

・民泊は、女性が主人公。民泊部会には民泊部会員の登録をしてもらい、お母さんに入ってもらう。お母さんにお金も渡す。できるだけ早く女性に現金を渡すことがポイント。

・民泊は副収入として年 100 万円を目指していた。数件 100 万円を超える民家が出てきた。修学旅行のみが 20 軒、半分。個人も受け入れるところは 50～100 万円の収入。

・確定申告のための経費のあげ方などの勉強会もしている。

Q 修学旅行はどこからが多い？

・関東、関西が多い。受入人数が 240 名までなので、都会の学校は少ない。関東の公立中学校、関西の大阪の公立・私立中学校が多い。

・修学旅行受入は、海が比較的荒れない５～６月と１０～１１月。昨年は１０月に台風が来て、２校分 800 万円キャンセルになった。

Q 修学旅行の宿泊は 2 泊とも民泊？
・2 泊とも民泊、もしくは野崎島に 1 泊する。野崎島は 120 人受入れ。元小中学校の校舎があり、そこが宿泊施設になっている。

Q なぜ NPO だけでなく株式会社を作ったのか？
・平成 19 年に NPO を作った時は、ほかに選択肢がなかった。いまなら一般社団、一般財団を選ぶ。株式会社を設立したのは、資本蓄積をして銀行から資金を借りて事業型の経営をしていくのに適しているのが 1 つめの理由。もう一つは、宿泊業やレストラン業をするワンストップ窓口である旅行業が、今の NPO 法人法の「その他営利事業」にあたる。そうすると、「その他営利事業」である旅行業の取り扱い高が売上高のほとんどを占めてしまい、NPO 法人にそぐわない。そのため苦肉の策で株式会社を作った。
・これからであれば、一般社団などがいい。法人が 2 つあると、それぞれに経理担当者を立てて、2 つの法人で契約書を交わし、請求書や領収書のやりとりをすることになる。
・株式会社でもいいが、利益追求のようにいわれる。例えば、トヨタ財団は株式会社でも助成金を受けられるが、三井物産環境基金や、日本財団は NPO や一般社団でないと助成金を受けられない。

Q NPO の非営利事業とは？
・NPO 法人法の中で、青少年育成事業、環境保全事業など、定められたものを指し、それ以外は、すべてその他事業となる。民泊や体験活動は、青少年育成事業としている。

Q スタッフの人数は？
・株式会社と NPO 法人の両方で１６人。現在は、半々。

Q 年間の宿泊ベースで２万人ということだが内訳は？
・島全体の人数が 2 万人。旅館、民宿の方が多い。民泊をやるときは、旅館や民宿は猛反対したが、役場が公的な認知を事業に与えてくれて、理屈で説明して納得してもらった。
・事業を進める中で小値賀の観光ブランドが拡がることで、民泊よりも旅館や民宿の客数が伸びている。島の魅力が伝わると、旅館民宿のニーズも高まる。
・民泊は、ホテルや旅館のお客さんを増やす効果があると実感しているので、沖縄などでも民泊を公認してやるといいだろう。

Q 誘客を増やすためには、民泊が適した形？
・民泊はひとつの魅力。ブランドができてくると旅館、民宿にも泊まっていく。
・旅館や民宿、食堂も客層が変わると対応も変わる。かつては、事業者のみを対象にしていたが、観光客が増えると、食堂のうどんも普通から五島うどんになった。
・民泊で観光客が増えることで、現在のあり方を見直すことにもつながる。
・募集型の企画旅行は、モニターツアーか研修会か、子どもキャンプ。全体の１割もない。
・修学旅行は JTB と 2 人 3 脚でやっているが、募集型企画旅行は９割以上が個人の申込み。

Q リアリティの維持、コンセプトを大事にしていると言うことだが、どういう基準で取り組んでいるのか？気をつけていることは？
・民泊部会で具体的にお客さまからのクレームを伝える。修学旅行のクレームが多いのは、テレビを見せること。テレビを見せて、食事作り体験をしていないと、先生や親御さんからのクレームになる。実施後に旅行社、学校を通じてコメントを回収している。

Q 民泊受入側からのクレームは？
・客が夜、外にタバコを吸いに行くということもあったが、あまりそういうのはない。
・一般のお客さんで、民泊のコンセプトを説明しきれずに、上げ膳据え膳だと思ってきてしまい、ミスマッチにより双方からのクレームがある場合もある。
・民泊のことを理解してもらう。その日の食卓を普通に囲むことが民泊なので、ごちそうを期待する人には民宿を紹介して、ミスマッチが起こらないように配慮している。
・修学旅行は、学校の事前説明、入村式で説明する。
・一般客受入の時には、ワンストップ窓口が説明して、適切なところを紹介することが継続的に実施していく上で必要。

Q リピートの民泊は？
・同じところに泊まりたいというリクエストが来るので、同じ所に泊まれるようにする。
・古民家ステイの場合は建物によって個性があるので、違うところに泊まる人が多い。

Q 旅館と民宿の料金は？
・旅館は、１泊２食 7,500 円
・民宿は、１泊２食 6,000 円
・勘違いしてくるお客さまを防ぐために、民泊（8,640 円）のハードルをあげている。
・料理だけ見て申し込んでくる人がいる。料理目的ならば、漁師さんがやっている民宿を紹介している。

Q これまでの取組の中で参考になった事例や受けたサポートは？
・民泊は、すでに始めていた安心院（大分県）を参考にした。価格帯や事務局の取り分などは九州の基準に合わせた。
・全体をどのように回すかはいろんなものから学んで、暗中模索しながら進んできた感じ。
・山の頂の旗を取りに行けばいいという目的はわかるけど、どの道を通っていけばいいかはわからない。総合的にやっているところが当時他になかったので、試行錯誤しながらやってきた。

Q 修学旅行の受入１週間に１つということだが、重なったときはどうする？
・続いてしまい民家さんの負担が増える場合は、受入日程を別にしてもらう。
・続けていくことが大事。稼ぐことが最終目的ではなく、稼ぐことの先に目的がある。
・この島で修学旅行を受け入れるのはハードルが高いので、それほど申込みがあるわけでなく、こちらから営業していかないとなかなかとれない。JTB グループに営業をお願いしているので、見積は北海道か

ら沖縄まである。仙台ぐらいまで修学旅行担当のところへ営業に行く。JTB グループの中で、小値賀島の民泊の質が高いというステイタスはあっても、船が出ないかもしれない上に、往復 7 時間の時間がかかるのはハードルが高い。
・営業マンの方たち向けにする小値賀のレクチャーの中で、小値賀の魅力やここでしかできない体験という説明をしつつ、コンセプトに共感してくれてマイナス部分を一緒に乗り越えてくれるような熱い先生を探してくれ、とお願いしている。お客さんを選ぶというのはそういう意味。そのためにパンフ、ホームページ、Facebook、雑誌の対応をする。

Q 民泊でトイレがきれいだった
・お客さんが来ることで変わってくる。当初はくみ取りが多かったが、今は一軒もない。下水道を引き込むお金を出そうという感じになってきた。
・島は軽自動車が多いが、修学旅行だと５人を受け入れる。そのため、大きな車を用意する家も出てきた。

Q スタッフの動きは？
・事務所だけで 3 カ所ある。野崎島、ターミナル、古民家レストランのそれぞれで朝礼をしている。
・シフトは全体で作り、１ヶ月単位でシフト調整する。
・ＮＰＯと株式会社の意思疎通のために、夕礼で翌日の動きを確認。
・スタッフはもっと欲しいが、人件費のことを考えるとあまり増やせない。人件費率は高い。
・グループ全体の売上が１億４千万円。１億円が旅行受入れ、４千万のうち５００万が町の委託料。他の委託も受けている。
・常勤職員の人件費が、４～５千万／年。非常勤職員（プログラム、掃除、ガイド）、民泊への人件費も入れれば、かなりの額になる。だから、地域づくりにとって効果的。

Q 建物のリフォームなどの資金はどうしている？
・古民家は町の建物。町との契約により、指定管理料はなし。１０万円以内の補修は公社。それ以上は町が負担している。

Ｑ古民家ステイのもともとの大家さんはどうしている？
・基本的には空き家。町長が寄付依頼をした。公的なお金で改修して、1 年に 1 回、お墓参りで帰ってきたときに無料で通常と同じサービスを受けてもらえるようにしている。実際は、１０年以上空き家だったところなので１年に１回帰ってきたらいい方。

Q 東京の場合は寄付しようという人はいない。
・京都も寄付しない。事業主が買うか、運営会社のイメージに合うように持ち主が改築をして、家賃を払うパターンもある。
・月２０万の家賃でも、４人泊まったらペイするような所もある。
・小値賀は、建物の価値はない。土地の値段も 200～300 万程度。まわりからシロアリを何とかしろとい

われ、全部片付けるのに同じ位の費用がかかるので、それを考えれば寄付した方がいい。
・寄付した人がうれしいのは、自分が生まれ育った家が残されること。改修後、最初に来られたときは本当に喜んでもらえる。

Q 古民家の改修資金の調達は？
・総事業費 3 億円の半分が農水省・国交省からの補助金。残り半分は、離島振興事業や、農林水産省の共生対流事業のハード整備。例えば、藤松レストランの改修費 7000 万円の半分は地産地消の農家レストランを作る農水省の補助金を利用した。1 億 5 千万の内の 8 割は、総務省からの過疎債、返さなくてもよい借金。町の一般財源からは残り 2 割ぐらい。
・まちづくり公社も資本金を使って設備の充実を図っている。布団だけで 100 万かかった（20 セット）。布団は重要なので、アレックスさんがやっている京都の 1 泊 5 万の町家と同じ布団を入れた。

(6)アンケート集計
回収数：20
回答内容：
◎宿泊体験．1「世界ナンバー１のおもてなし=民泊（島暮らし)」
・小値賀の人に、昔の小値賀のこと、今の小値賀の話を聞きながら、ご飯を食べる。ぜいたく。
・同じ民宿受け入れる側として、すごいおもてなしに逆にプレッシャーみたいな気分にも。プライベートの部屋もちゃんとあり、相手に気を使わせないお父さんお母さんの対応が素晴らしかった。
・とても良いご家族で田舎のおばあちゃんの家に来たようなくつろげた。ご飯もとてもおいしくて、お布団もきれい。特にトイレがきれいだった。
・お母さんの料理、お父さんとのいろんなお話と通常の宿泊施設とは違う、心に残る体験。
・民宿受入側の取り組んだ感想等、それから小値賀の中での協力体制、関係性など。色々話も伺えてよかった。
・民宿や旅館では聞くことのできないような、現地に住んでいる方の生の声、島に対する想い等を聞くことができ良かった。ご飯も美味しい！
・受入側の考え方なども参考になった。私もこれから民宿に取り組むのだが、料理がどこも豪華なので、まねていくのは大変だと感じた。
◎座学講習会．1 アレックス・カー氏
・世界から見る”日本”、”島”、”田舎”について、初めて知ったことが多かった。私の島にもたくさんの魅力があるけど、どの魅力をどう発信するか、考えていきたいと感じた。
・何度か講演を聞いてるがいつも以上に生の現場での話を聞けた。
・少子高齢化による空き家の活用、地域との関わり方について当市も課題なので、とても参考になった。空き家バンクの仕組みは取り入れたい。
・世界標準の意味を理解し、コミュニティの重要性を再確認できた。
・私たちの住む島にも来て、島の住民にも話を聞いてほしい。
◎ワークショップ 「海外向けの島の街歩きプログラム」体験
・私がやりたい事はこんな事だーっと、すごく楽しかった。

・町歩きは、島の人々との交流が良かった。地元の人々が理解していて、受け入れている包容力がとても素敵。
・その土地や地区の持つ歴史等、深みのあるガイドやツアーが好きなので、内容不足と感じた。
・何でもない光景の価値を見つけて、伝えることは大事だなと思う。外国の方がおもしろいと思うポイントも聞けて良かった。
◎交流会
・全国からいろいろな人が集まり、楽しい時間だった。みんな色々な問題を抱え、他人事ではないもの道しるべというものを感じました。ご縁に感謝。もの足りないぐらい楽しかった。
・地元食材を食べながら、全国からの参加者と意見交換ができたので、とても良かった。
・いろいろな想いで色々な方面からいらしている方々に刺激を受け、私の島に帰って早速いろいろ取り組みたい。
・様々な地域・立場の方が集まり、悩みや課題を共有する事で、幅広い視点で自らの活動を見つめ直す事ができた。
・地域によって課題の細かいところは違えど、大きく見れば共通の課題で悩んでいるということが分かり、全国に地域を盛り上げている仲間ができたことが何より心強かった。
・志を同じくする他地域の皆さんと意見交換ができた。今後の交流にもつながりそう。
◎宿泊体験．2　古民家ステイ
・あの古民家に泊まれることが夢みたいだった。また来たい。
・昨夜とは対照的だが、これはこれで違った満足感！　パンフレットで見るだけよりも実際に行ってみて素晴らしさを味わえて良かった。
・最高でした。絶対地元でもやりたいと思っている。布団が特に良かった。木造の建築が大工さんの存在を感じさせた。
・古民家の改築にかけた関係者の皆さんの創意工夫、「暮らし」に重きを置いた作り、一つ一つの内容に感動。地域づくりにおけるハード整備の一つの「答え」を教えてもらった。
◎座学講習会．2 高砂樹史氏
・島(地域)のための観光まちづくりへの想いがいっぱいの高砂さんの説得力が良かった。
・取組の裏側や苦労について聞けることができて、大変参考になった。運営のポイント・工夫が知れて参考になった。
・島の”ありのまま”を伝えることが大切なことと感じた。地元の良さを殺さず、素を伝えることは難しいが、挑戦していきたい。
・高砂さんの熱い思い、これまでの苦労、やりがいが伝わる素晴らしい講演だった。観光を手段とした地域振興、共に「海風の国」に取り組む仲間として頑張りたいと改めて思う。
◎全体
・講演やプログラムを詰め込みすぎず、良いスケジュールだった。アレックス氏や高砂さんの分かりやすい講演で人柄も良く、また、参加者もいろいろな想いをもった方々ばかりで、今回の、出会いを大切にしていきたい。
・小値賀の取組の裏側が見られて、参考になった。参加者同士の交流ができ大変良かった。
・色々と丁ねいにお答え頂けて感謝している。学びを持ち帰って地元で活かしたいと思う。良い報告が

できるよう頑張ります。
・民宿をスタートさせるにあたって受入民家さんにこの研修を受けていただけたことがとても良かった。観光は、単なる経済活動とは違い、まちづくり、地域おこし、人づくりであることを深く心にきざむことができた。また、次は、民家さん全員をつれて小値賀島で民宿と古民家ステイをしたい。

2.3 北海道

（1）開催概要

日時：2014 年 12 月 3 日（水）8：00-18：00

場所：北海道上川郡新得町、北海道河東郡鹿追町

参加費：無料　＊昼食は自己負担です　　定員： 30 名

【研修の対象者】

◎グリーンツーリズムに取り組む自治体、地域協議会、観光協会

◎宿泊施設・体験施設、NPO 団体

◎田舎で働き隊員、地域おこし協力隊員

など、現在グリーンツーリズムに関わる事業を企画・実施・コーディネートし、現在または今後、インバウンド受け入れを行ないたい団体や個人。

(2)当日進行

8：00）　札幌駅北口「鐘の広場」集合・出発（貸切バスにて研修地を巡る）

10：30）新得町「ヨークシャーファーム」代表・竹田英一氏によるミニセミナーと施設案内

11：45)「ヨークシャーファーム」にてハンバーグランチ（自己負担：1,200 円）

13：00）鹿追町のインバウンドを受け入れている＜グリーンツーリズム・プレイヤー＞施設めぐり

13：10　「三部牧場」　本格的ツリーハウスを見学。

13：40　「カントリーファーマーズ藤田牧場」　酪農体験牧場とファームインを見学

14：30　「カントリーパパ」　体験牧場とファームインの先駆者を見学

「いただきますカンパニー」代表・井口芙美子氏によるミニセミナー

15：30）振り返り・まとめ、および相談会

18：00）札幌駅北口到着・解散

(3)参加実績

参加者数：30 名

アンケート回収数：24 名

(4)講師

新得町「ヨークシャーファーム」代表・竹田英一氏

清水町出身。大学卒業後本州で建築の仕事をしていたが、都会の生活が落ち着かなくなり、Uターン。1988 年から新得町でファームイン「ヨークシャーファーム」を経営している。イギリスの田舎にあるような本格的なファームイン。澄んだ空気、広がる山並み、緑の光景を大切にし、羊牧場での滞在、農村での休日を楽しんでもらうのがコンセプト。

北海道グリーン・ツーリズムネットワーク会長・山岸宏氏

レストラン＆コテージ　カントリーパパ　オーナー

鹿追町出身。畑作農家で育つ。「一人でも多くの人に農業そのものを理解してもらいたい」と 1994 年に

農家レストランカントリーパパを開店。1998 年にコテージを開始。農村景観のあり方や人的な交流に目を向ける。

「いただきますカンパニー」代表・井口芙美子氏
札幌市出身。帯広畜産大学卒業。学生時代から野外体験活動に携わり、卒業後は道立足寄少年自然の家（ネイパルあしょろ)、然別湖ネイチャーセンターを経て、十勝観光連盟に勤務。退職後、農家民泊の窓口を担うノースプロダクションに勤務。保育園のお迎え時間に農家さんの野菜を販売する「おむかえまるしぇ」、働くお母さんたちの育自サークル「こむすび十勝」などの活動も行っている。2012年4月、内閣府の地域社会雇用創造事業の支援を受け、食に関する様々な体験プログラムを企画・運営する「いただきますカンパニー」を創業。

(5)結果報告
1）新得町「ヨークシャーファーム」代表・竹田英一氏によるミニセミナーと施設案内
　1988 年に羊牧場とレストラン、ファームインを始めた「ヨークシャーファーム」は、2000 年にホームページを作成した時に、英語のページを作り、既にインバウンドを意識していた。
①海外向けの広報：日本語ホームページとともに、英語ホームページを自作した。さらに、他では広告を打たない中、台湾版『じゃらん』（旅行情報誌）にのみ 3 年間出稿。香港からの客が定期的に来るようになる。そこからの派生か、現在は、中国本土 15%、台湾 12%、シンガポール 10%、ほかタイ、マカオなど広がりを見せる。また、フォローメールで、トリップアドバイザーのリンクと評価投稿の誘導は行なっている。
②言語：予約を含め、外国人客とのやりとりは、主にメールで対応。宿泊部屋にも、利用案内を英語で設置。使う言葉ややりとりは限られているので、一度作成すれば、それを使い回す、応用すればよい。言語で一番重要なのは当然、お金のやりとりである。料金表を英語で作成することが必須。
③予約：国内客も予約金システムを導入しているが、海外相手のそれは、キャンセルリスクが高いので、期間を予約の 2 ヶ月前としている。一方、一番のリスクはオーバーブッキングなので、その点は注意する。
④地域の連携：新得町全体でお客様を迎えるため、農村ホリデー研究会で周辺地図を作成。毎年、8000 部を印刷。 宿泊・食事をしてもらいながら、地域全体でお客さんが楽しめると案内できることで、長い時間の滞在と多くの人が来てくれることにつながる。
⑤海外視察：ハイシーズンには休暇が取れない業種なので、まとめた休みをとって家族と海外へ行く。イギリスやニュージーランドなど。ファームインの施設や雰囲気作りに役立つだけでなく、海外受入のシステムなどが参考になっている。
⑥ 客の傾向：客単価は一泊 8000～9000 円。宿泊稼働率はピーク年は 50%。現在は 30%で、震災の落ち込みから回復。年間を通していうと、ラベンダーの時期の 7 月は富良野をはじめ、外国人客が多い。中国人客は国際免許がないので、チャーターで来る。国際免許があったとしても、日本と同じ右ハンドルの国シンガポール、香港は期待できるのでは。JR 利用は全体の 2 割くらい。
⑦ スタッフ体制：基本家族で運営しているが、ピーク時（7～9 月）は東京にいるエージェントに中国語など言語できるワーキングホリデーの訪日外国人を手配してもらう。

参考資料１：コテージの部屋に据え置いてある案内（部屋の使い方、WiFi のパスワード、内線使用法、非常口等が説明されている）

WELCOME TO YORKSHIRE FARM

This is a guide to our farm amenities and suggested ways to explore the surrounding nature.
We wish you a relaxing stay in comfort.

ABOUT THE STAY

1. ROOM
   In summer, there are a lot of insects outside at night. Please be sure to close all the windows. Or if you wish to open the windows, making use of the attached screen door will keep you safe from insects. In winter, kindly be reminded to close the shutter of the ventilator when you do not use it.

   Guests staying for more than one night will not be disturbed by any room keeping service. If a new set of towels is needed, please put the used ones in front of the door in the corridor for our arrangement.

2. WIRELESS LAN / WIFI

Wireless LAN is available anywhere in the main buildings, with the network named as '**York.**' and the password set as '**0156644948**'

3. TELEPHONE
   The front desk is at your service by dialing **100, 400 or 500**.

   How to set a morning call

   1) Pick up the receiver and push the "モーニング" button
   2) Enter the alarm time (*e.g. 7:20 a.m., press 0→7→ 2→0)* & then put the receiver back

   How to cancel a morning call

   1) Pick up the receiver and push the "モーニング" button
   2) Press 9 & then hang up the phone

4. DELIVERY SERVICE
   Home-delivery service of your baggage from Yorkshire Farm (to addresses within Japan) is available upon request.

5. CHECK OUT
   Please check out by 10:00 a.m.

6. EMERGENCY EXITS
   North building: 1) restaurant entrance, 2) back door in the kitchen or 3) furnished ladder on the 2/F
   South building: 1) back door in the lounge, 2) furnished ladder on the east balcony on the 2/F or 3) going through the roofed passage to the restaurant entrance

参考資料２：コテージの部屋に据え置いてある案内（施設・周辺で楽しめる自然体験プログラム情報提供）

WELCOME TO YORKSHIRE FARM

This is a guide to our farm amenities and suggested ways to explore the surrounding nature.
We wish you a relaxing stay in comfort.

TO ENJOY THE NATURE

1. FARM, GARDEN & FOOTPATH

   During your stay, you are welcome to have fun with sheep in the pasture, pick & eat some kinds of berries from the berry garden, and/or take a walk (footpath) around the farm and along River Sahoro.

   - The **sheep pasture** is surrounded by electric fences. By going through some triangular wooden gates, you can get into it and thus approach sheep. Before entering the pasture, please change into rubber boots in the barn next to the dog's house.

   - In the **berry garden**, strawberries, blueberries, hascup and silverberries are planted. You can pick them from trees directly and eat them as we never apply any agrichemicals.

   - **Walking along River Sahoro** is another way to spend some time with the nature. We have a walking path designed around the farm, along River Sahoro and then bringing you back into the farm. The whole course takes about 30 minutes. Please feel free to have fun and get some fresh air. Besides, there are three other footpaths in Shintoku. If interested, you may refer to the "Farm Holiday Guide" or ask the front desk for more details.

2. SHEPHERD EXPERIENCE (10:00~11:00 a.m.)

   ¥1,080/person

   You can feed lambs on milk while experiencing some of the following occasional daily work depending on the season you visit:

   - Breeding to be seen for two weeks from March 20 onwards
   - Wool shearing in May and June
   - Gathering sheep with our shepherd dog from July to October
   - Mating to be seen in November

3. HERITAGE OF THE OLD KARIKACHI RAILROAD

   The guide map of the old Karikachi railroad sells at ¥200 at our souvenir shop.

4. RENTAL BYCYCLE

   ¥1080/day

   Let's explore the farm and its neighborhoods by MTB! With a rental bike and the free "Farm Holiday Guide" you can get at the roofed passage, your nature exploration is not limited within the farm.