

# ～おおい町の観光客促進～

田舎ならではの古民家を活用した体験付き民宿

九州産業大学 木村ゼミナール

藤本 凌真 北蘭 竜司 押川 怜  
平田 翔紀 田中 愛梨 刀根 慎太郎

## 目次

方針	3	政策提言	15~16
観光に関わるおおい町の現状	4	政策1	17~21
アクセス	5	政策2	22~24
観光客入込状況	6	政策3	25~26
ヒアリング調査の結果	7	政策4	27~28
住民の意見	8	販売促進方法と収支計画	29
観光の取り組み	9	ターゲット	30~31
観光資源	10	告知方法	32
事例紹介(春蘭の里)	11	収支計画	33
事例紹介(安心院)	12		
事例紹介(かやぶきの里)	13		
事例紹介(ブルーパーク阿納)	14		



## 方針

集落全体ホテル化計画を実施し、  
冬の誘客促進及び定住者の増加を目指す

3



アクセス

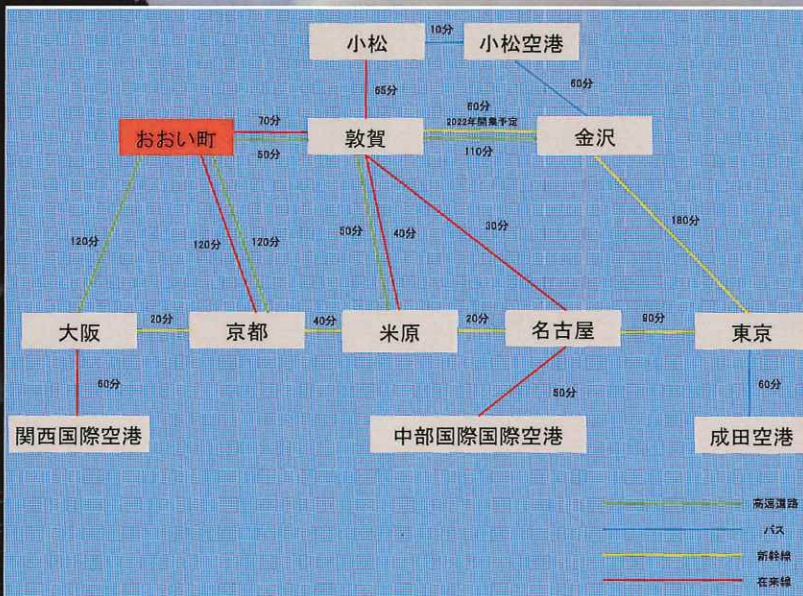
観光に関わる  
おおい町の現状

観光客入込状況

ヒアリング調査  
の結果



## アクセス



22年に金沢～敦賀間で新幹線が開通される予定になっている。そうすると、もっとおおい町が行きやすい町となり観光客も増えてくと予想される。

観光地として活性化するためには交通アクセスは重要な課題となるが、おおい町は陸路・空路ともに都心からのアクセスが整備されている地域である。

大阪・京都から約2時間、東京から約5時間と、1泊旅行として選ばれる距離にあると考えられる。



## 観光客入込状況

市町名	入込数	春	夏	秋	冬
敦賀市	2,064人	330人	657人	671人	406人
小浜市	1,616人	363人	508人	581人	164人
美浜町	874人	195人	379人	209人	91人
おおい町	1,174人	289人	454人	300人	131人
若狭町	1,777人	486人	533人	557人	201人
福井県計	29,956人	8,109人	9,234人	8,476人	4,137人

(単位:千人)

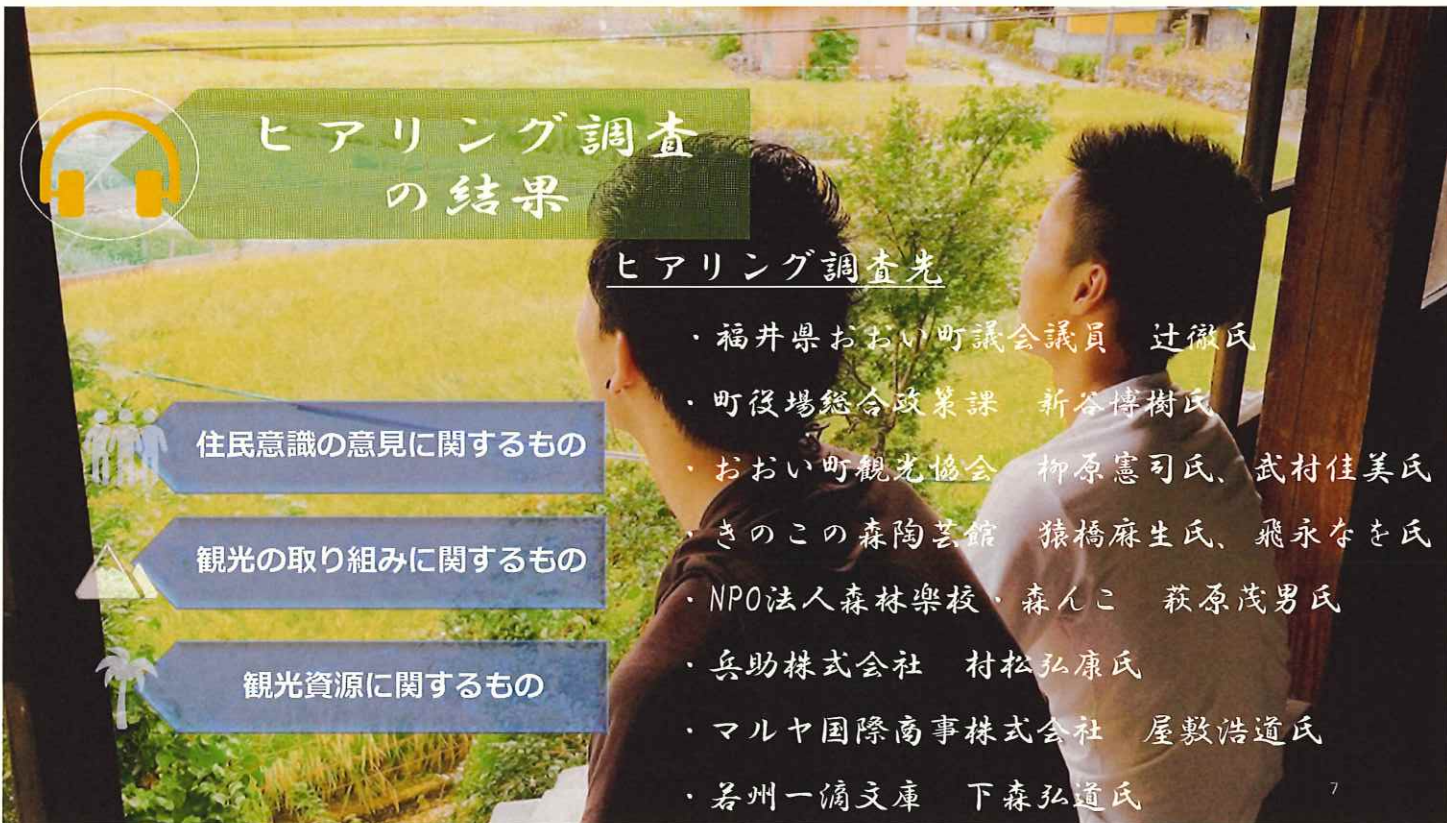
夏場に集客が集中しているが、その多くが海水浴客やスーパー大火勢の集客であり、一過性のイベントや日帰り客に依存している。

そのため、イベント会場のコンビニエンスストアなどでの消費行動はみられるものの、町の経済効果に貢献しているとは言い難い。

冬場の集客についても、越前カニを目的とした旅行客の通過人数がカウントされている可能性が高いと想定される。

表1 嶺南地域の観光客数 (平成27年)

引用: <http://www.pref.fukui.lg.jp/doc/w-kankou-chiiki/database.html>



## ヒアリング調査の結果

### ヒアリング調査先

- ・福井県おおい町議会議員 辻徹氏
- ・町役場総合政策課 新谷博樹氏
- ・おおい町観光協会 柳原憲司氏、武村佳美氏
- ・きのこの森陶芸館 猿橋麻生氏、飛永なを氏
- ・NPO法人森林楽校・森んこ 萩原茂男氏
- ・兵助株式会社 村松弘康氏
- ・マルヤ国際商事株式会社 屋敷浩道氏
- ・若州一滴文庫 下森弘道氏

住民意識の意見に関するもの

観光の取り組みに関するもの

観光資源に関するもの

### 住民意識の意見に関するもの

- ・おおい町は原発の助成金依存に慣れているため行政任せの風土が見られる。
- ・名田庄地域は、住民自治が残っている。
- ・町内の起業家は、地域が儲かる事業であれば参加したい。
- ・地域コミュニティを復活させるような活動が欲しい。



## 観光の取り組みに関するもの

- ・ 毎年夏にスーパー大火勢を行っているが、観光客はお金を落としていかない。  
→約55,000人の集客。年間7000万円かかる。花火に2000万円 補助金5000万円。清掃協力費（駐車場）200万円
- ・ スーパー大火勢は京阪神方面からのバスツアーなどのツアーも定着している。
- ・ 冬には雪灯籠祭りを行っているが、積雪にムラがありあまり観光客を呼び込めていない。
- ・ サーモンを押しではいるが珍しいものでもないのであまり効果を感じていない。

## 観光資源に関するもの

- ・ 牡丹鍋も押ししていて、ツアーも企画している。提供できる場所は現在3件だけ。
- ・ 陶芸館は、古民家に10台くらいを並べ、精神的に疲れている全国の人々に対し、1週間くらいの今谷焼の陶芸体験を行いたいと考えている。
- ・ 竹を探すところからスタートする若州一滴の竹紙づくりがある。
- ・ 古民家を活用した自然体験活動を行うNPOが頑張っている。
- ・ 小中学生の体験宿泊のニーズはあるが、漁家に声をかけたところ現在の大島の民宿はビジネス客中心

## 春蘭の里

- ・国内外から年間1万人もの人が訪れている
- ・年間約400万円の売り上げに成功
- ・約50軒の民宿群を形成
- ・宿泊ルールとして
  - 輪島塗りのお膳・お皿を統一
  - 地元の食材を使用
  - 1日1客。囲炉裏があること

11

## かやぶきの里

- ・国内外から年間1万人もの人が訪れている
- ・かやぶき集落の特徴としてカメラマンに注目
- ・冬場には白川郷の関西版として多くの集客に成功
- ・外国人ターゲットは中華圏を主なターゲット

12

## ブルーパーク阿納



- ・ 年間の一般客、小・中学生の利用者数は年間2500人以上
- ・ 「食育体験」と連動した教育旅行の受け入れを行っている
- ・ 養殖魚餌やり体験や梅収穫・梅ジュース作り、海水で塩作り、お寺での座禅体験など、ひとつの集落で体験できる

13

## 安心院



- ・ 「一回泊まれば遠い親戚、十回泊まれば本当の親戚」のキャッチフレーズのもと活動している
- ・ 農村の民家に泊まり、家族同様の時間を過ごしながら農村の生活そのものを体験できる
- ・ 農泊家庭はそれぞれの家庭で内容が異なる  
→ 「点」で動いている

14



# 政策提言



## 政策1

- 古民家を活用した体験付き民宿

## 政策2

- 古民家一棟を使った陶芸教室の実施計画

## 政策3

- 歴史的文化財の有効活用

## 政策4

- DMO的なネットワークの形成



## 政策1：古民家を活用した体験付き民宿

近年古民家を活用した体験型農家民  
が再度注目されている

従来の体験型農家民宿じゃ「点」  
きばかりで大規模集客が見込めな

おい町の伝統的古民家を活用し  
集落全体ホテル化計画

オリジナルの  
宿泊ルールを考案！

17

### 集落全体ホテル化の対象地域

佐分利

名田庄

①現在、民宿として使っている古民家が  
いくつかあること

②使われていない伝統的古民家の空き家が  
存在すること

③海側は原発によるお金で開封済みである一方、  
山側はまだ未開発なためであること

## 宿泊ルール

### ① 食事内容の統一

→ 民宿経営で毎回食事の内容を考えるのが負担

↓  
新規参入希望者の負担削減

### ② お酒はおおい町で造られた米限定

→ 酒屋 兵助さんの「妙正宗」など、  
おおい町のお米を使って造られた  
お酒を提供



写真1：おおいの米で作られた「妙正宗」<sup>19</sup>

### ③ 食事で使用のお皿は「今谷焼」の陶器で統一

→ おおい町でも有名 & 海外でも高い評価

↓  
統一することで器を楽しむという付加価値を与える

陶器と料理の調和は特徴になる！

### ④ 必ず囲炉裏があること

→ コミュニケーションの創造の可能性

囲炉裏がある生活を体験したこと  
のない人からすると珍しい！



## ⑤体験があること

→体験内容は各民宿にでき  
こととする

## 体験内容（例）

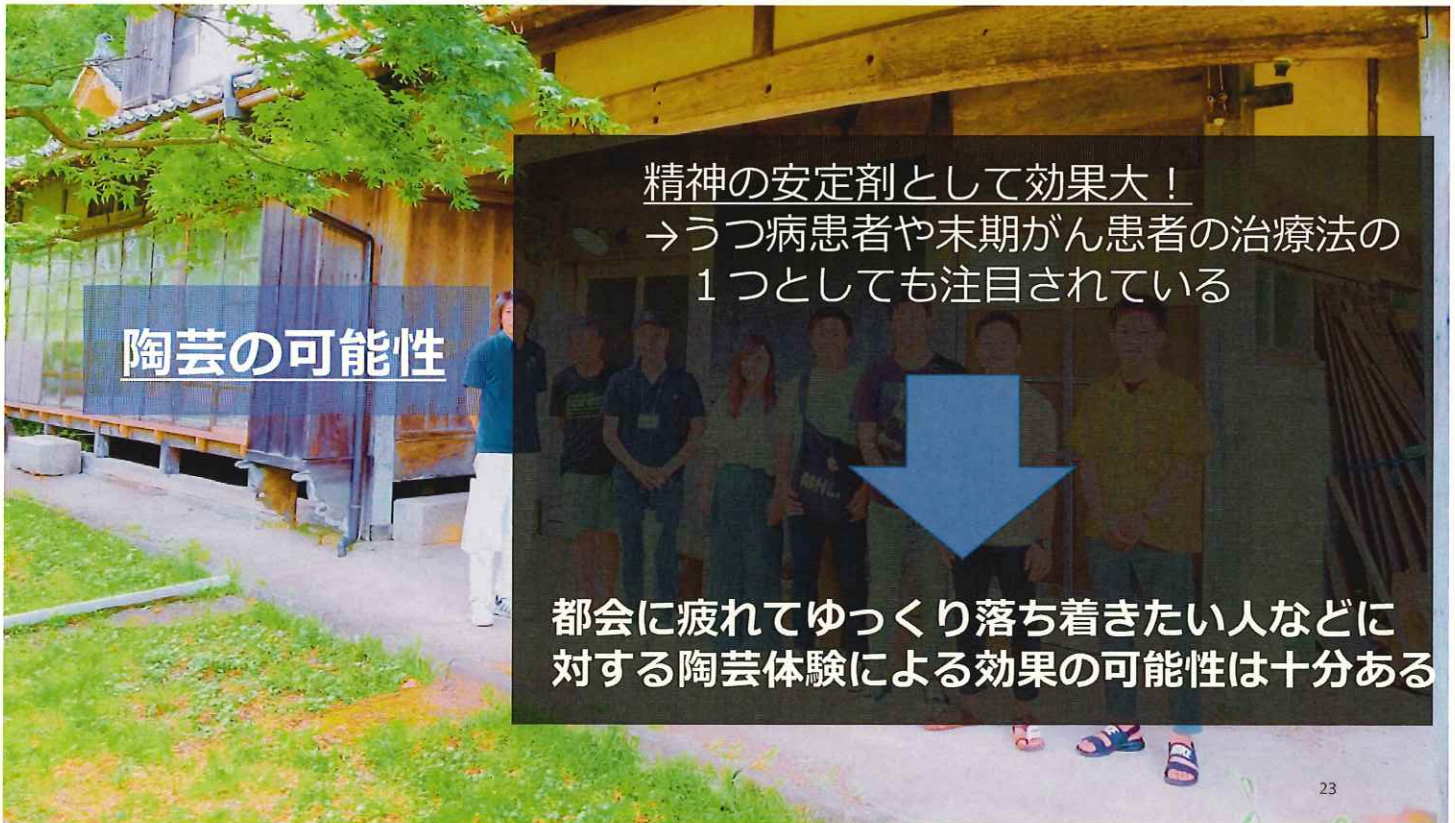
- ◎陶芸体験（年中）
- ◎竹紙作り（年中・冬場に乾燥竹ひろい）
- ◎米作り（5～9月）
- ◎山菜取り（2～4月）
- ◎竹を使ったそうめん流し（年中）
- ◎そば打ち（年中）
- ◎芋掘り、焼き芋作り（秋～冬）
- ◎かまど体験（年中）
- ◎雪かまくらでの食事（冬場）
- ◎五右衛門風呂（年中）

## 政策2：古民家一棟を使った 陶芸教室の実施計画

現在「きのこの森 陶芸館」で陶芸教室が実施されている

古民家で実施することによって...

より自然と一体化した付加価値の高い陶芸教室として  
生まれ変わらせることができる



## 陶芸の可能性

精神の安定剤として効果大！  
→うつ病患者や末期がん患者の治療法の  
1つとしても注目されている



都会に疲れてゆっくり落ち着きたい人など  
に対する陶芸体験による効果の可能性は十分ある



## 今谷焼とは？

6世紀に若狭地方で栄えた古窯を復活させた  
おおい町の焼き物



2017年3月にクールジャパンでも選ばれ、  
有田焼を抜いて売り上げ1位！

パリ市内のショールーム  
「メゾン・ワ」において  
1年間展示販売



写真：パリで評価の高いシリーズ

### 政策3：歴史的文化財の有効活用

文化的価値の高いものがあるのに、  
その素晴らしさを発信できていない  
+  
地域の方もその良さに気づいていない方も多い



「暦会館」、「若州一滴文庫」などの景観や用途の有効活用！

### 景観



暦会館



暦会館 (冬)



若州一滴文庫



若州一滴文庫 (秋)

## 政策4：DMO的な ネットワークの形成

傍らで経営しているが民宿経営には負担が伴う

管理する事務局を作りそこを中心とした  
民宿のネットワークを作る

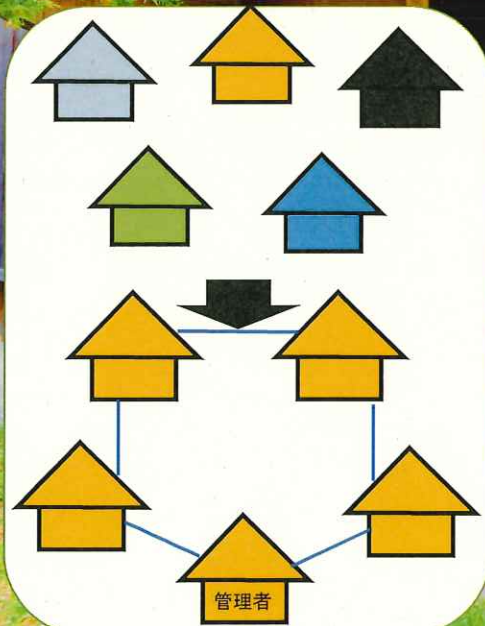
+

町外からの古民家民宿の経営者を募集し、育成指導

定住増加に繋がる！

27

## DMO的なネットワークとは？



現状

それぞれの古民家がそれぞれのやり方（色）でバラバラに活動している（点）で動いている。

→ X

理想

1つだけ民宿経営+管理棟を置き、すべての農家民宿が線で繋がり、料金、食事などのルールを統一させ、オーナーの負担削減と集落全体のホテル化

→ ○

28



# ターゲット

①外国人（欧米）

ヨーロッパの外国人に「今谷焼」の認知ある

日本の田舎の生活感  
日本文化の体験できる

インバウンドの拡大

東京オリンピック時の観光地を探している外国人

1.2年別訪日外国人数の推移(1964年以降) 年1回更新

年	訪日外国人数 (万人)
1964	0.0
1966	0.0
1968	0.0
1970	0.0
1972	0.0
1974	0.0
1976	0.0
1978	0.0
1980	0.0
1982	0.0
1984	0.0
1986	0.0
1988	0.0
1990	0.0
1992	0.0
1994	0.0
1996	0.0
1998	0.0
2000	0.0
2002	0.0
2004	0.0
2006	0.0
2008	0.0
2010	0.0
2012	0.0
2014	0.0
2016	0.0

出所：日本政府観光局 (JNTO) 発表統計よりJTB総合研究所作成

## ②小学校・中学校などの体験学習旅行

ヒアリングからも団体での受け入れ先を探していることが明らか

20軒程度の古民家民宿が生まれるなら、  
100人程度の児童を受け入れることが可能

## ③都心部で生活していて、田舎暮らしを体験したことがない人

文化的建造物や、陶器への造詣が深い高齢者層やハイエンドユーザー

31

## 告知方法

### ①リスティング広告

インターネットで宿泊体験を探している人にターゲットを絞りアプローチをするための手段として使う。

### ②Facebook広告

インバウンドはFacebookを使う人が多いのでその層にアプローチするためにFacebookを活用

### ③Instagram広告

若年層や中年女性の田舎体験の宿泊を探している人に向けてInstagramを使って集客を行う。

32



# 収支計画

年	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
月	10月	10月	10月	10月	10月	10月	10月	10月	10月	10月
	1年目 (1軒)	2年目 (3軒)	3年目 (5軒)	4年目 (7軒)	5年目 (10軒)	6年目 (12軒)	7年目 (14軒)	8年目 (16軒)	9年目 (18軒)	10年目 (20軒)
売上高	6,750	20,250	33,750	47,250	67,500	81,000	94,500	108,000	121,500	135,000
週間来客人数 (仮)	10人	30人	50人	70人	130人	170人	210人	250人	290人	330人
1泊の宿泊可能 人数	6~7人	18~21人	30~35人	42~49人	60~70人	72~84人	84~98人	96~112人	108~126人	120~140人
売上原価	6,720	19,660	32,600	45,040	64,200	76,140	88,580	101,020	113,460	125,900
売上高総利益	30	890	2,050	3,710	5,400	7,860	9,520	11,180	12,840	14,500
人件費	3,000	9,000	15,000	21,000	30,000	36,000	42,000	48,000	54,000	60,000
固定資産 税	500	1,500	2,500	3,500	5,000	6,000	7,000	8,000	9,000	10,000
水道光熱費	500	1,500	2,500	3,500	5,000	6,000	7,000	8,000	9,000	10,000
消耗品費	500	1,500	2,500	3,500	5,000	6,000	7,000	8,000	9,000	10,000
クリーニ グ	120	360	600	840	1,200	1,440	1,680	1,920	2,160	2,400
修繕積立	300	900	1,500	2,100	3,000	3,600	4,200	4,800	5,400	6,000
その他	500	1,500	2,500	3,500	5,000	6,000	7,000	8,000	9,000	10,000
広告宣伝 費	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
食事提供 (材料 費)	800	2,400	4,000	5,600	8,000	9,600	11,200	12,800	14,400	16,000
改装費	0	500	1,000	1,000	1,500	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	(単位:千円)									

## 料金設定

- 1名1室-15,000円
- 2名1室-11,000円
- 3名1室-9,000円

ご清聴ありがとうございました。