

政策提言書

～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

○チーム紹介

班番号	4班
チーム名称	木村ゼミナール
学校 学部	九州産業大学 経営学部

○チームメンバー

氏名	紹介
リーダー 藤本 凌真	九州産業大学 経営学部 産業経営学科 3回生
西村 涼太郎	九州産業大学 経営学部 産業経営学科 3回生
押川 怜	九州産業大学 経営学部 産業経営学科 3回生
北薊 竜司	九州産業大学 経営学部 国際経営学科 3回生
平田 翔紀	九州産業大学 経営学部 国際経営学科 3回生
田中 愛梨	九州産業大学 経営学部 産業経営学科 3回生
刀根 慎太郎	九州産業大学 経営学部 産業経営学科 3回生

○チームPR

私達は福岡県の九州産業大学木村ゼミナールの学生であり、主に地域活性をテーマに活動している。

構成メンバーは同じ九州でもみんな県が違い、それぞれの個性をもっているため考え方や地域性が違うし、とてもおもしろいメンバーが揃っている。

今回の政策提言では、フィールドワークで得た意見を踏まえて提言する。

提言要旨

基本方針

集落全体ホテル化計画の冬の誘客からその先の定住まで

政策1:古民家を活用した体験付き民宿

- (1) 約400軒が空き家となっている古民家の利活用
- (2) おおい町ならではの伝統的古民家と山里景観という魅力の再評価

政策2:古民家一棟を使った陶芸教室の実施

- (1) 今谷焼の知名度を高め、陶芸の可能性を有効活用する

政策3:歴史的文化財の有効活用

- (1) 古き良き歴史的文化財を積極的に発信し、観光地としての認知度を高める

政策4:DMO的なネットワークの形成

- (1) ネットワークの形成を通じて、民宿経営をしやすくする
- (2) 情報発信を行い、集落全体ホテル化を目指す

1章 はじめに

私たちはおおい町の良さを活かして、観光客が常に訪れるような提言を目指し、冬場の誘客促進策をテーマに海側ではなく、まだ未開発な陸側での政策提言案を考えるため、実際に現地で調査を行った。

おおい町にはたくさんの観光資源や歴史的文化財がある。しかし、それをうまく発信することができていない。また、出生率は高いのに関わらず、人口減少という問題。イベントを起こしても一過性に留まり、経済波及効果も見られていない。そこで、観光協会や地元の方々のお話を聞いた様々な情報を元におおい町の課題解決をしつつ、観光資源をうまく活用した集落全体ホテル化計画に関する事業について検討した。

2章 観光に関わるおおい町の現状

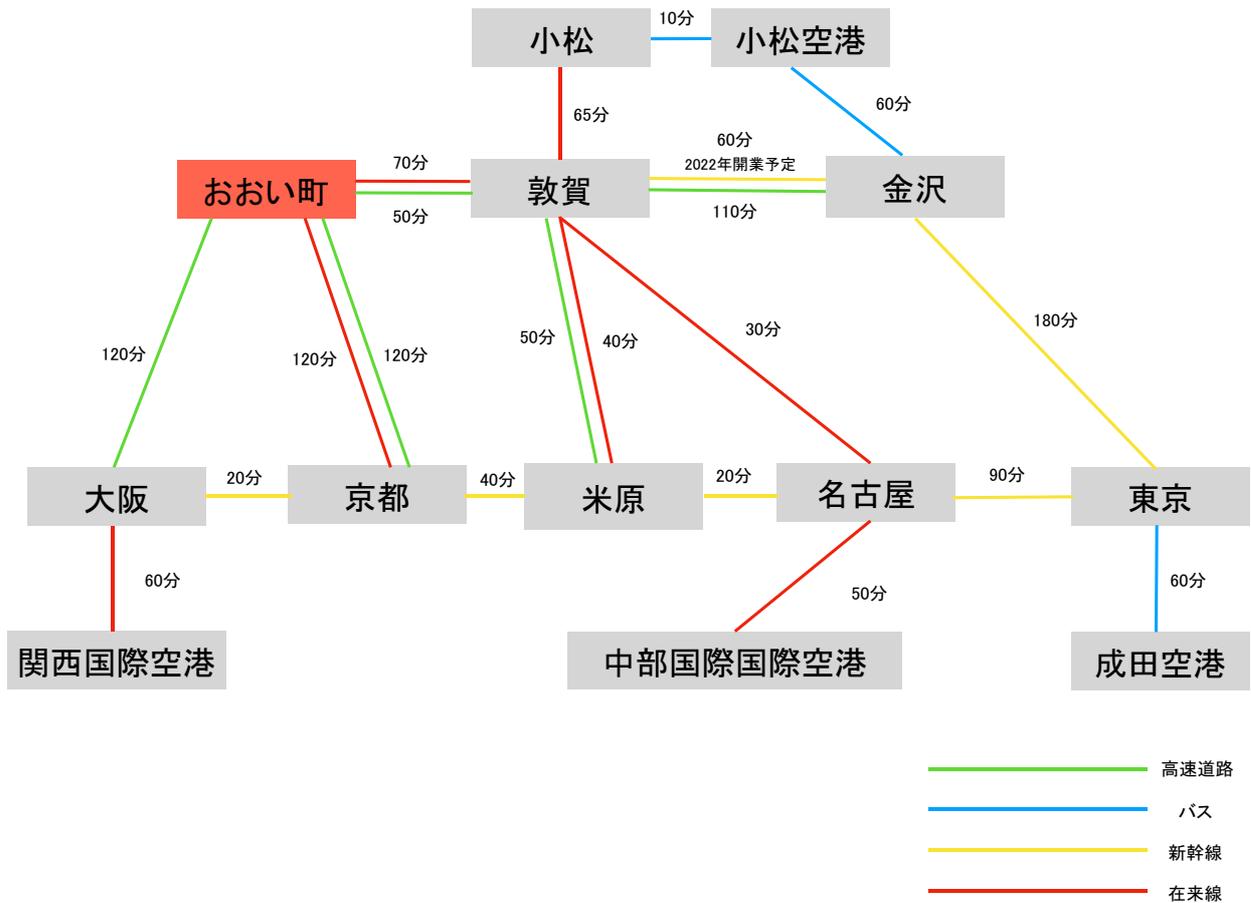
2-1. 交通の現状

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。特に、自家用車・バスでの移動に関しては、舞鶴若狭道の大飯高浜インターがあるため非常に便利である。天橋立と越前地域の通過点であることから、おおい町を通過する観光ツアーも多く、一泊立ち寄り地点としての潜在力を持っている地域である。

また、2022年に金沢～敦賀間で新幹線が開通されると、関東圏からのアクセスが便利になる。空港からのアクセスも公共交通機関で可能。

図1 おおい町への交通網



2-2. 観光客入込状況

おおい町には年間 1,174,000 人の観光客が訪れている。隣の小浜市や若狭市と比較すると、約 450,000 人少ない。少なくともそれだけの観光客がおおい町を通過していると考えられる。

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、越前ガニを目的とした旅行者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。

ヒアリング調査でも明らかになったことだが、スーパー大火勢は 70,000,000 円の補助金で運営しているが、収益としては清掃協力金が 200 万円、その他出店者の収益のみであり、ほとんどの客が日帰りのため、大赤字イベントである。

一過性のイベント依存の集客では、おおい町内の経済波及効果は期待できないと考える。

市町名	入込数	春	夏	秋	冬
敦賀市	2,064,000人	330,000人	657,000人	671,000人	406,000人
小浜市	1,616,000人	363,000人	508,000人	581,000人	164,000人
美浜町	874,000人	195,000人	379,000人	209,000人	91,000人
おおい町	1,174,000人	289,000人	454,000人	300,000人	131,000人
若狭町	1,777,000人	486,000人	533,000人	557,000人	201,000人
福井県計	29,956,000人	8,109,000人	9,234,000人	8,476,000人	4,137,000人

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>

2-3. 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 下森弘之氏

主な意見

1. 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ほしい。

2. 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観光ツアーが定着している。
- ・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。

3. 観光資源に関するもの

- ・牡丹鍋も押しでいて、ツアーも企画しているが、提供できる場所は 3 軒のみ。
- ・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て 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文庫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になってしまっている。

3 章 政策提言

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。

おおい町も時期によっては大きなイベントを起こして、たくさんの人を集客することは成功しているが、それに伴う経済波及効果がほとんどないことが1つ課題としてもあげられている。よって、一過性の大きなイベントによる集客ではなく、1年間を通して集客をし、町に人もお金も潤うような政策提言をする。

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宿が再度注目されている。国も「農泊」を強化している。しかし、グリーンツーリズム¹をはじめとする、従来の体験型農家民宿は、「点」の動きばかりで大規模集客が見込めないという課題がある。

そこで、私たちは、遊休化した伝統的古民家が存在する、佐分利・名田庄エリアを中心として、集落全体ホテル化計画を提案する。

民宿を行う上で、私たちはいくつかの宿泊ルールを設けることとした。

① 食事内容の統一

→食事内容はその季節の時期などに合わせて統一メニューを作成する

統一理由として...

民宿を行うときの課題として食事の内容を考えるのが負担になるケースが多い。

メニューを統一することで、新規参入希望者の負担を軽減することに繋がると考えた。

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」などのように、おおい町の米を使って造られたお酒を提供する。

→福井県には名水百選にも選ばれる名水が県内に6箇所もある。

¹ グリーンツーリズム...農山、漁村を訪問して、その自然と文化、人々との交流をありのままに楽しむ余韻活動。

写真1：おおいの米で作られた「妙正宗」



- ③ 食事で使用するお皿は、「今谷焼」の陶器で統一
→おおい町での有名な陶器、そして海外でも高い評価を得ている「今谷焼」を料理のお皿として活用し、統一することで器を楽しむという付加価値を与える。
また、外国人観光客やゆったりと非日常空間を味わいたいと考えるハイエンドユーザーをターゲットとしたとき、陶器と料理の調和は特徴になると考える。
- ④ 必ず囲炉裏があること
→冬の提供料理の1つとして、おおい町で有名な「ボタン鍋」もオプションとして考えている。その鍋を囲炉裏で楽しむのはもちろん、鍋でなくても囲炉裏があることで、囲炉裏がある生活を体験したことのない人からしてみると、珍しく、自然とその囲炉裏を囲んで、お酒を飲んだり楽しく話したりというコミュニケーションの創造の可能性を備えている。
- ⑤ 体験があること
→体験の内容は各民宿にできることとする。
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）
 - ◎芋堀り、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）
- ◎五右衛門風呂体験（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」で陶芸教室が行われているが、これを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。

陶芸には、精神の安定にも効果があると言われている。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ことから、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と考える。

今谷焼とは？

6世紀に若狭地方一帯で栄えた古窯を復活させた、おおい町の焼き物。今谷焼は2017年3月にクールジャパンでも選ばれ、有田焼を抜いて売上1位となっている。パリ市内のショールーム「メゾン・ワ」において1年間展示販売されていた。

写真2：パリで評価の高いシリーズ



◎「きのこの森 陶芸館」での陶芸体験

ここでの体験は「きのこの森 陶芸館」での陶芸を体験プランとして組み入れる。そこで作った陶器を持ち帰ることで、今谷焼の認知度を体験者に広めてもらうことができる²。また、陶器は乾燥と窯で焼くという工程があるため、その日には持って帰ることはできない。完成後取りに来てもらうか、後日郵送する必要があるため、リピーターとなる可能性を生むことができる。

² 長浜黒壁事例:ガラス作りには冷ます工程が必要になるため、後日取りにくる、送るということで関係性が深まったという事例がある。また、ここのガラスは結婚式の引き出物にも使われている。

○政策3：歴史的文化財の有効活用

情報発信の弱さがヒアリング調査の結果から明らかになっている。おおい町の地域の観光地として「暦会館」や「若州一滴文庫」などの文化的価値の高いものがあるのにも関わらず、その素晴らしさを発信できていない。実際、地域の方もその良さを気づいていない方も多い。

若州一滴文庫は美術館としても、建造物としても文化的価値が高い。水上勉が主宰する若州人形座の拠点として建設され、竹人形文学劇場なども行われている。竹紙漉き体験などのワークショップも定期的に行われている。劇場舞台での音楽コンサート開催や、学会開催など、様々な使い方ができると考える。

また、秋・冬の季節の景観は目が点になるほどの素晴らしいものがある。

写真3：暦会館と若州一滴文庫の秋と冬



暦会館



暦会館（冬）



若州一滴文庫



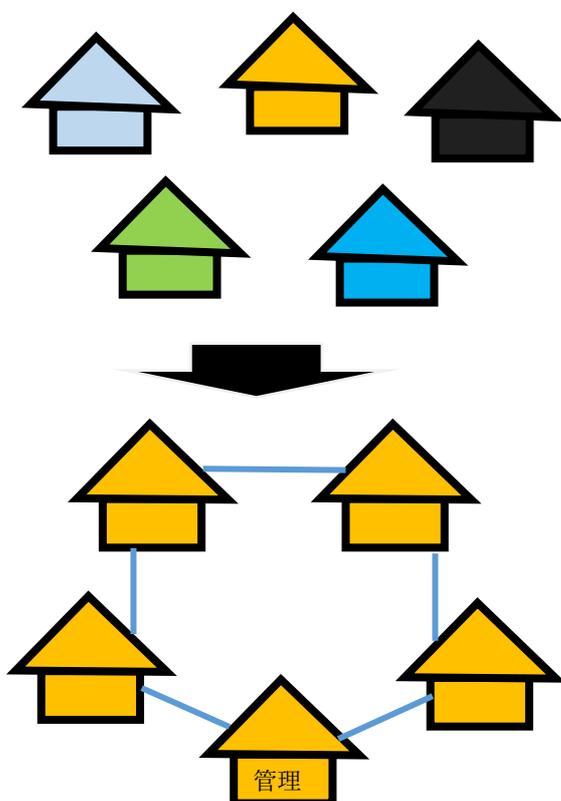
若州一滴文庫（秋）

政策4：DMO³的なネットワークの形成

民宿を営んでいる家庭では、そのほとんどが家事や仕事との傍らで営んでいる家庭が多く、実際にフィールドワークで訪れたときの宿泊先の民宿も家族経営をされており、仕事と家事と兼業で経営されていた。

民宿経営をするうえでのデメリットとして、少なからずとも「負担」があると考えられる。宿泊先の民宿もその1つであった。その「負担」を削減する策としてDMO的なネットワークを形成することを提案する。事務局が中心となり、古民家の修繕、宿泊顧客の管理、宣伝活動、体験窓口等を担うことで、各民宿の負担を軽減することができる。また、町外からの古民家民宿の経営者を募集し、育成指導することで「点」を増やす活動を行う。これらのことは本提言が目的としている定住者増加につながる。

DMO的なネットワークとは？具体的に...



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。

→ ✕

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

→ ○

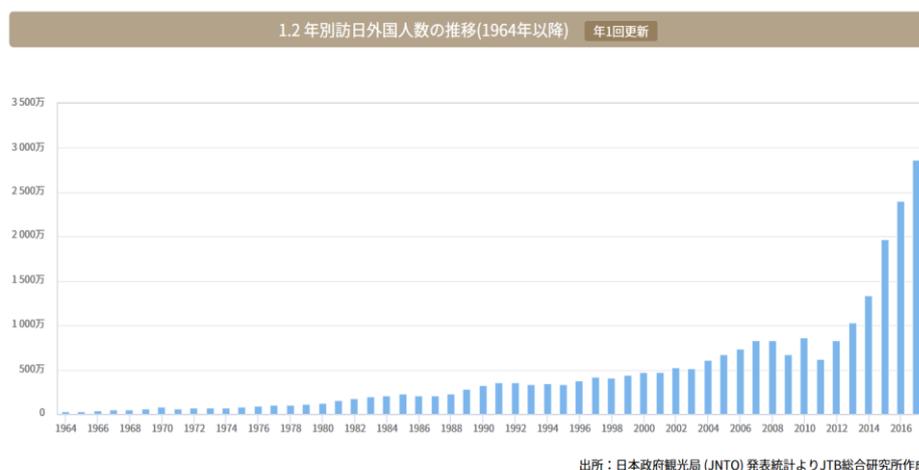
³ DMO...観光地経営の視点に立ち光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と共同しながら、観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人

4 章 販売促進方法と収支計画

4-1. ターゲット

外国人（欧米）

- 陶器「今谷焼」がクールジャパンで1位になったため、その周辺の外国人には「今谷焼」の認知があると考ええる。
- 日本の田舎の生活感、陶芸など日本文化の体験ができる。
- 年々、インバウンドが拡大していることもあり、日本に対する外国人の興味も増してきているといえる。
- 東京オリンピックの際の観光地を探している外国人。



(出所：JTB 総合研究)

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となっている。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となる。

都心部に生活していて、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。

4-2. 告知方法

○PPC 広告⁴

3つのプラットフォームを使って行おうと考えている。

・リスティング広告

→小学校の体験学習で使ってもらうため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。

・Face book 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 を活用する。

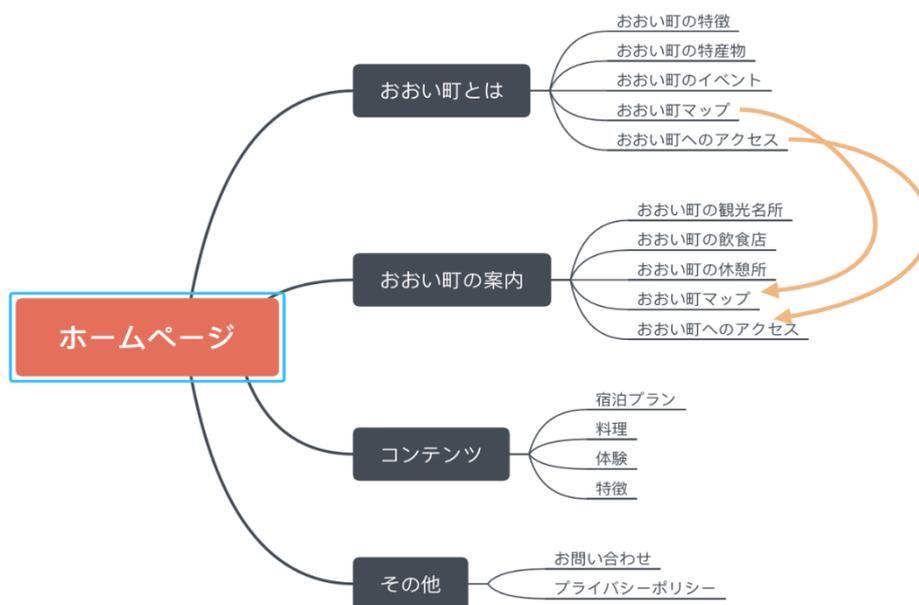
・Instagram 広告

→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。

○web サイトを作成

クラウド翻訳に英語、フランス語、の翻訳を依頼することによって欧米の人や日本以外の観光客にもこのビジネスを知ってもらうことができる。

4-3. サイトマップのイメージ



⁴ PPC 広告：クリック型課金広告。クリックされるごとに料金が発生する。

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
クリーニング 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)

基本料金は1泊2食付きで、1名1室(15,000円)、2名1室(11,000円)、3名1室(9,000円)。

1週間のうち合計10名(週中6名、週末4名)の方に来客していただいた場合、1年間(52~54週)のうち45週のみの営業でも1名1室(15,000円)だと年間675万円。料金平均の13,000円で計算した場合でも約600万円もの売り上げを上げることができる。

また、5年目(10軒)からは学校などの団体客も宿泊が可能になるため、さらなる集客、収入が見込まれる。

5章 事例紹介

春蘭の里

石川県輪島町にある集落で、グリーンツーリズムの成功事例としても全国的に注目を集めており、国内外から年間一万人もの人が訪れている。約 50 軒の民宿群を形成しており、年間で 400 万円の売り上げを出すことを目指している。年間一万人以上の集客を実現しておりそのうち外国人は二千人弱である。体験の内容としては、農作業・米づくり・炭火焼・風呂焚き・薪割りなどがある。

春蘭の里では決められたルールとして、宿泊料金の統一、輪島塗りのお膳・お箸を使用、宿での食事は地元の食材を使用、砂糖や化学調味料は使わない、一日一客として囲炉裏があることが定められている。

かやぶきの里

京都市内から 1 時間半程度の距離でありながら、かやぶき集落の美しさを特徴としてカメラマンなどに注目されている。京都美山の自然を活用したアウトドア体験や文化もあり幅広く楽しむことができる。季節によってアウトドア体験は多々あり、一年を通して集客を得ている。特に、冬場は白川郷の関西版として、多くの観光客を集客しているがその中でも、外国人ターゲットは中華圏を主なターゲットとしている。

安心院町グリーンツーリズム

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することができる。「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、まごころをもって行っている。基本 1 泊 2 食付き、農村、農業体験 2~3 時間。金額設定は、大人(中学生以上)8,950 円、子供(小学生以下)7,450 円となっている。

農泊家庭はそれぞれの家庭で内容が異なる。野菜の収穫、竹箸作り、ドジョウ料理、囲炉裏、タケノコ掘り、などといった様々な体験をすることができる。旅館や民宿と違い、民家に宿泊することで田舎の親戚に帰ってきたようなリラックスした気持ちになることを売りにしている。

また、温泉地の強みを活かして入浴に関しては基本的に町内の温泉を利用できる。

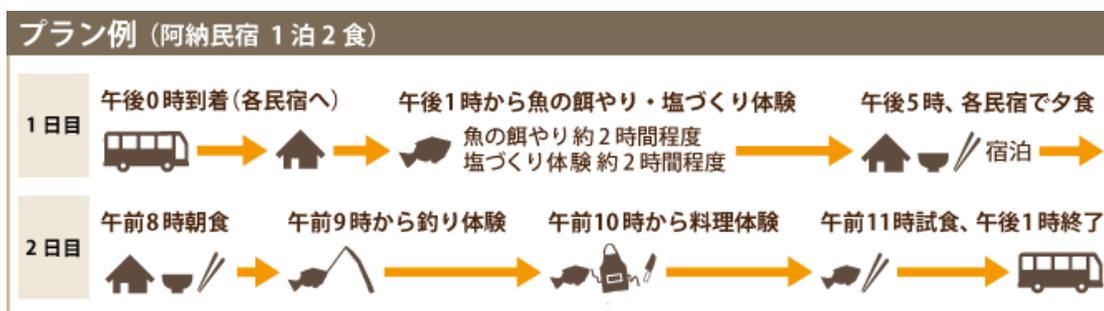
ブルーパーク阿納

福井県小浜市の体験型交流施設ブルーパーク阿納は(食育=食の大切さ)を体験できる海の食体験ステージである。主な趣旨として、都会の子供たちに漁村の暮らしや食の大切さと感謝の気持ちを知ってもらおうと、「食育体験」と連動した教育旅行の受け入れを行っている。県内外か

らの学校行事の小・中学生や一般の親子連れなどが主に訪れている。

体験は、毎年4月～11月の期間に実施しており。魚釣り体験以外にも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。

下の図が一連の流れとなっている。



引用 ※<http://bluepark-ano.com/group>

中学校の体験学習旅行での利用者数は、年々増加している。日帰りでの利用者数も一般と小中学生を合わせて、2,500人を超えている(平成24年)

6章 最後に

おおい町には十分に活用できる自然資源や人的資源が存在している。この資源を生かしたプランとして自分たちは古民家を利用した集落全体ホテル化計画をしようと考えている。

おおい町には今谷焼という世界に誇れる陶器がある。今谷焼はクールジャパンにも選ばれているので日本だけではなく世界に注目される機会が少しずつ増えていくと予想される。また私たちがフィールドワークに行って泊まらせていただいた「アルプス」や「森んこ」を中心としてネットワークを形成するなら実施可能であると考え。最初は1軒、2軒からのスタートになるが最終的には15～20軒まで増やしていき、生活ができるため起業家も呼ぶことができ定住に繋がると予想している。課題として住民との協力、古民家の改修費などに多くの資金が必要なこと、彼らのコミュニティの活性化があげられる。

今後の課題として資金面の問題があるが、DIYなどの手法により少ない金額で改修ができるリノベーション事例が増えており、その手法を活用することができる。例えば、福岡市ではアパートの一室をスケルトンにして材料費100万円程度でDIYを通じてリノベーションする事例がたくさん存在している。耐震補強の問題などは地元の建築士に依頼し、内装などはDIYで進めていくことで資金的に抑えることも可能だと考えられる。

また、資金面では補助金に依存するだけでなく、クラウドファンディングを活用するのが望ましい。これは、宣伝効果も兼ね備えている。

人的資源も課題になるが、住民の協力は必要不可欠である。地元の主婦層を巻き込むことで、地域で作った農作物を活用した料理を提供できる。また、遊休化した古民家を安価で解放することで、山里で起業しようと考えている起業家の誘致を促進する。可能であれば、DMO的な存在に地域おこし協力隊を投入してもらった方がいいのではないだろうか。