

第1部 講演

「日光市の栗山地域における地域おこし協力隊の活動と課題」

疋野吾一（日光市栗山地域おこし協力隊）

栗山地域（旧栗山村）は、日光市の北西部にあり、2006年に栃木県最後の村として日光市と合併しました。栗山地域の人口は2017年8月1日時点で1275人、日光市全体の人口からすると約1.5%になります。高齢化率は44%なので、2人に1人が65歳以上の高齢者ということになります。それに対して面積が約427㎢というかなり広い地域になっています。標高に関しては東照宮のあたりは約600mですが、栗山地域の場合高いところでは約1100m、人が住んでいない地域を合わせると2000mを超えるところもあります。

私はもともと静岡県出身で、飲食店で勤務しておりました。2015年の4月1日に栗山地域に移住してきました。現在の主な活動では、栗山地域の外国人観光客の誘致（インバウンド事業）を行なっています。

地域おこし協力隊というのは、人が少ない地域や高齢者の多い地域に移住し、さまざまな事業を行うことでその地域の魅力を再発見していくことを目的としています。普通任期は3年間ですが、日光市では最長5年間勤めることができます。具体的な活動としては、高齢者の巡回相談、住民向けの公民館事業のお手伝い、学校に出向いての講演、地域の伝統的なお祭りへの参加などを行なっています。任期終了後は、私の場合、栗山地域で旅行会社として起業をし、定住することを考えています。立場としては、行政と民間の間にある存在だと思います。日光市地域おこし協力隊の人数は、栃木県内では大田原市に次いで2番目に多くなっています。

私の行なっているインバウンド事業では、外国人は栗山地域のどういうところに魅力を感じているのか、どういうところに不満を感じているのかを調査することを活動の趣旨としております。また、外国人誘致のためにさらに情報発信をしていかなければならないと思っているので、湯西川の女将の皆さんで日本酒を作ったりするなどのPR活動も行なっております。

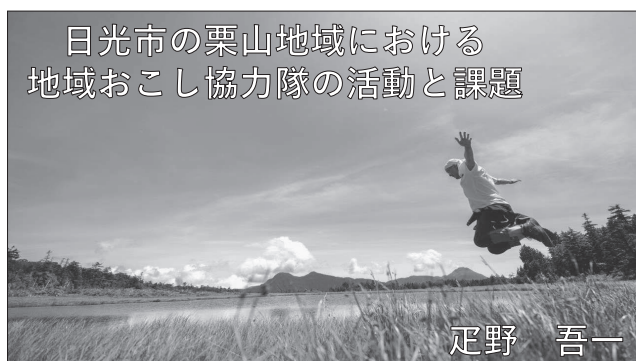
インバウンド事業と地域創生をどうリンクさせるかについても、お話したいと思います。国内の日本人観光客の旅行となると、地域によって賑わいに差が生まれますが、外国人の旅行では、そうはならないと考えています。地方でも、外国人にとっては魅力があるところが多いのではないかと考えています。東京、大阪、京都などは外国人にとっては何度も体験していることが多いと思うので、そういった方々が地方に行きやすいので、地方創生とリンクできるのではないかと考えています。それに加えて紅葉シーズンの京都などでは、宿泊施設が満杯で受け入れることができないということもあるので、観光客を地方に分散させる必要もあると考えています。

私の活動では、外国人観光客の調査に関するサンプルが非常に少ないので、外国人向けの

モニターツアーを2016年と2017年で2回行いました。実際に参加してもらった外国人にアンケートをとり、その結果を今後の改善に生かしていこうということが目的です。ツアーを通して栗山地域でしかできない体験が多いと感じました。今日来ていただいている皆さんにもご協力いただき、着物の着付け体験や着付け舞などをしてもらいました。しかし、アンケートを取って終わりでは意味がないので、事後報告を日本語だけでなく英語で行なう、栗山地域でさらに遊べるようなプランを用意するなどを実施しました。また、ツアーの場所は、2回とも栗山地域内の異なる場所で行いました。わかったことは、外国人と一括りにするのではなく、どの国・地域のどういう人かを明確にする必要があるということや、看板などに外国語表記があるのは良いが、不要な時もあるということが挙げられます。2016年のツアーの参加費は5000円で参加人数は16名でした。2017年は参加費を9800円に設定し、募集も全国各地からにしましたが、5人の参加でした。金額面や、情報が外国人に上手く伝わっていないということもあったと思います。

このモニターツアーは、やったということだけで終わらせるのではなく、私が旅行会社を起業するという事も併せて、この経験を踏まえた上で、外国人観光客向けの商品を増やしていきたいと考えています。観光客の人には、2泊、3泊してもらえると良いと考えています。今までは、ツアーのための情報発信をピンポイントとしていましたが、それだけでは栗山地域の魅力を伝えきれないため、定期的に英語などで情報発信をしていきたいと思いません。

インバウンドに限らず、地域おこしや町おこしの活動は、3年という期間は短すぎるのではないかと思います。むしろ5年、10年という長いスパンで自分はどのように過ごしていくことで目標達成ができるのかを考えることが大切だと考えています。また、私は起業して定住することで、その目標達成に向かっていくことができると考えています。任期終了後は当然給料がもらえないので、翻訳やライターのお仕事をいただいたりするなどして、自分で稼ぐ方法を探していく予定です。また、日光には鹿が多く、猟師さんたちが狩りをした後は鹿の皮を棄ててしまうので、その皮を利用したアクセサリーを作ったりすることもしています。自分が栗山地域を楽しみつつ、観光客の方々にも栗山地域の魅力を楽しんでもらいたいということが私のこれからの目標となっております。

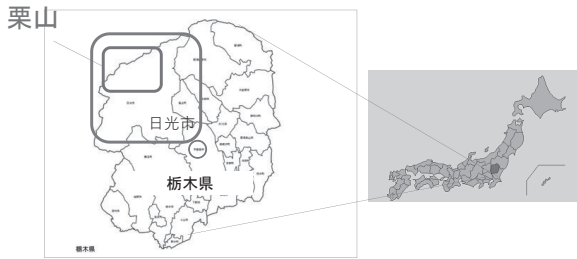


目次

- 1.栗山地域について
- 2.プロフィール
- 3.地域おこし協力隊とは
- 4.協力隊としての活動と課題

1. 栗山地域について

日光市の最北西部に位置する旧栗山村。2006年、栃木県最後の“村”である栗山村は日光市と合併。



栗山地域の概要

- ・人口：1,275人（日光市全体の約1.5%）※2017年8月1日現在
- ・高齢化率（65歳以上の人の割合）：44%
- ・面積：427.37km²（横浜市と同じくらい）

・標高600～1100m(居住地域)
参考：日光東照宮付近約600m

※2006年3月、旧日光市、今市市、藤原町、足尾町、栗山村が合併し、現在の日光市となる。

2. プロフィール

疋野 吾一（ひきのごいち） 32歳

前職 飲食店勤務

2015年4月1日 静岡県静岡市から栃木県日光市旧栗山村に移住（地域おこし協力隊として赴任）
現在、日光市民、栗山村民の3年生

地域おこし協力隊としての主な活動：栗山地域への外国人観光客の誘致

ちなみに…
今の活動は前職や経歴とは一切関係ない活動

3. 地域おこし協力隊とは

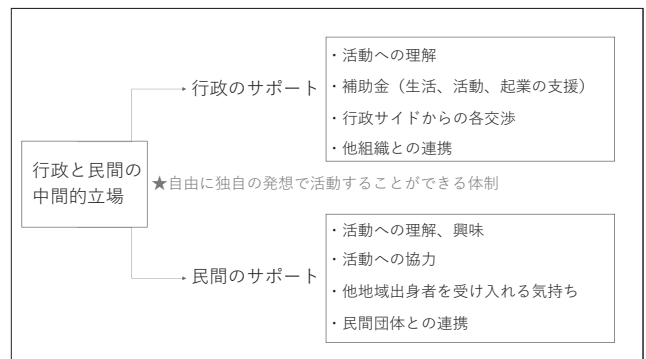
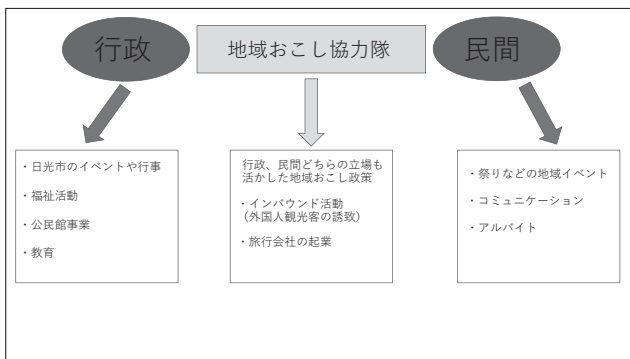
地域おこし協力隊概要

・都市地域から条件不利地域（人口減少、少子高齢化が著しく加速している地域）に移動し、地域に生活しながらその地域を外部の視点で見つめ、地域おこしに携わる活動を行なう。
（活動する内容は、地域、人によって様々）

・期間限定の仕事で、公務員ではない。期間終了後は、就職、企業、継業、他地域へ移住、など進路は様々。

・家賃、給料、活動費などは全て税金で賄われている。

★行政（公務員）でもない、民間企業に勤めているわけでもない



栃木県内の地域おこし協力隊
制度を利用している自治体と人数

| 自治体名 | 人数 | 自治体名 | 人数 |
|-------|----|------|----|
| 足利市 | 2 | 上三川町 | 1 |
| 栃木市 | 2 | 益子町 | 2 |
| 佐野市 | 4 | 茂木町 | 5 |
| 鹿沼市 | 2 | 市貝町 | 2 |
| 日光市 | 10 | 芳賀町 | 1 |
| 大田原市 | 11 | 野木町 | 1 |
| 矢板市 | 4 | 塩谷町 | 2 |
| 那須塩原市 | 2 | 高根沢町 | 2 |
| 那須烏山市 | 3 | 那須町 | 8 |
| | | 那珂川町 | 6 |

平成29年11月1日現在

4.協力隊としての活動と課題



インバウンドと地方創成

- ①まだまだ新規市場！
→顧客の奪い合いが起りにくい（地域全体で連携しやすい）
- ②田舎らしい風景、伝統文化や歴史、生活様式が魅力になる
- ③リピーターの増加で旅行のニーズが多様化
- ④東京、京都などの人気の観光地や宿泊施設は飽和状態
- ⑤国が推進する事業でもあるので活動しやすい＆後押しがある



【栃木県在住の外国人対象】
日光市栗山郷 モニターツアー
NIKKO KURIYAMA HIKYO EXPERIENCE

イベント概要

| | |
|--------|----------------|
| 日付 | 6月4日(土)~5日(日) |
| 申込期間 | 5月27日(金) 20時迄 |
| 参加費 | 5,000円 |
| 定員 | 15名 |
| 申込 | 先着順 |
| 募集 | 外国人向け観光モニターツアー |
| 募集期間 | 5/27(金) 20時迄 |
| 申込方法 | Webサイトにて |
| 問合せ | 日光市観光センター |
| Webサイト | 9:8m.jp/ke2016 |



Hikyo Experience 2017 Tour Overview

| Day | Activity |
|-------|---|
| Day 1 | Arrival at Nikko Kuriyama Village, Introduction to the village and its products. |
| Day 2 | Visit to the local market, experience of traditional crafts, and a guided walk through the village. |

外国人向けモニターツアー

目的：日本人が気づかない魅力の発掘及び利便性に関する問題点の調査。
→栗山地域の外国人観光客増加に役立てるため。

内容：栗山の魅力が目一杯詰まった1泊2日のツアー

参加者にはアンケートに協力してもらい、魅力を感じた点と今後の改善点を記入してもらった。

参加者属性：2016年 11カ国 16名が参加
2017年 2カ国 5名が参加



| 2016年と2017年の比較 | | |
|----------------|---------------------|---------------------------|
| | 2016年 | 2017年 |
| 参加費 | 5000円 | 9800円 |
| 対象者 | 栃木県内の外国人 | 全世界の外国人 |
| 広告 | 日本語 | 英語 |
| 言語サポート | 特になし | 事前に体験内容の英文資料を用意 |
| 雨の日の対応 | 両日とも快晴 (代替プランなし) | 天候に左右されるプランに 対して代替案を用意 |
| 食事制限 | 対応可 | 対応可 |
| ツアー体験 | 若間、野門、川俣 | 湯西川、土呂部 |

モニターツアーの結果をどう活かすか

課題① ターゲットの明確化
普段、英語を使用しない国の人に詳しい英語の資料や説明を用意しても効果が薄い

対策① 英語圏もしくは親日国の外国人にターゲットを絞る

- ・ツアーを商品として考えた時に言語対応の範囲を明確にしたうえで募集を行なう。募集用のチラシを配布する時点で、中国語のチラシもほしい、という問い合わせもあった。
- ・日本在住の外国人をターゲットにするのか、海外旅行者をターゲットにするかで、提供する内容や準備する言語対応も変わってくる。今年度はどちらも募集対象としていたが、今後商品として考える時は区別する必要がある。

☆現状では多言語対応（中国語、フランス語、スペイン語など）は難しい。
明確なライン（今回で言うところの英語のみ）を決めて、ターゲットを絞りつつ誘客を推進していく。

対策② 詳しい説明が必要な体験と必要ない体験を分ける

- ・着付け舞、着物の着付け体験、水陸両用バスなどは詳しい説明が必要ない体験、ハンターの話やかたりべなどは詳しい説明が必要な体験。

→ 体験するだけで楽しい、見ているだけで楽しい体験は具体的な説明よりも直接体験した方がわかるし楽しめる。逆に体験中に具体的な説明を挟むことで体験の邪魔になってしまうこともある。

→ 詳しい説明が必要な体験は、事前に資料を用意しても話を理解するのが難しい。事前に英語での資料を用意しつつ、同時通訳もできた方がのぞましい。特に方言などは日本人でも聞きづらい箇所があるので、丁寧に対応していく必要がある。

☆全てに対して言語対応、事前準備をするのではなく、必要な箇所を見極めてサポート

課題② 集客、告知宣伝ツールの見直し

2017年度モニターツアーで使用した告知媒体

(1) WEB媒体
HP掲載数：8
内訳：外国人観光客向けサイト：1、日本在住外国人向けサイト：5、道の駅湯西川、5秒でくりやま

↓

Japan Travel.com
HP上にバナー広告を作成。

| 掲載言語 | バナー表示回数 | クリック数 |
|------|---------|-------|
| 英語 | 99,997 | 158 |

(2) 紙媒体（チラシ）

チラシ送付数：約3000部（関東を中心に国際交流協会、日本語教室、国際交流団体など）

→ 昨年度は参加費5,000円で、栃木県内の外国人に限定したにも関わらず、参加人数は16名いた。対して今年度は参加費9,800円、募集対象も広げ、広告を増やしたにも関わらず参加者5名。

対策① 外国人向けツアー商品を多数揃える

- ・どんな国の人にどの体験が人気なのかを把握するサンプルがまだ少ない。今年度、昨年度に実施した1泊2日のツアーだけでなく、1つの体験に絞ったツアーや2泊3日のツアーなど多様に渡るツアー商品を造成していく必要がある。

→ ツアーごとに参加者の評価、傾向、属性を見極め、告知する手段を変えていく。例：台湾人向けの“食”に特化したツアー、ヨーロッパの人向けの“トレッキング”に特化したツアーなど。

対策② ツアーのための情報発信でなく、海外に向けて栗山地域の情報を継続的に発信・単発ツアーの告知だけでは、情報発信期間も内容も限定されてしまう。季節やイベントに合わせた情報発信を年間通して実施し、外国人が栗山の事を知る機会を増やす。

外国人がいつ栗山を訪れても参加できるツアーを用意する。年間計画で季節ごとに栗山の魅力を発信していく。

例：モニターツアーをベースにしたHIKYO EXPERIENCEを季節ごとに開催。年度初めからツアーや栗山の魅力を紹介する。

例：平成30年1月～通訳案内の規制が緩和され、通訳案内士の資格がなくても有償で外国人ガイドの案内が可能になる。日光市を訪れた外国人に日帰りで栗山地域を案内するプランなども作成していく。

まとめ：栗山地域における今後のインバウンド事業の展開

外国人が魅力を感じる資源は多くある。
人・自然・食事・文化・歴史…etc.

“観光”という視点で地域にお金が落ちる仕組み作り

①パッケージ商品としての集客ツールが必要
→商品だけでなく栗山地域を1人でも多くの外国人に知ってもらえるよう情報発信

②ツアー商品や情報発信をきっかけに主要観光地（東京、旧日光市など）から栗山地域へと旅行範囲を広げてもらう（導線作り）
Side trip from Tokyo, One day trip…etc.

③文化的で説明が難しい体験、視覚的变化が少ない体験は、今回のように事前英文資料を用意する。（いつでも使えるように多くの資料をストックしておく）
☆最終的には同時通訳が望ましい。

モニターツアーは目的ではなく1つの手段

協力隊の任期→3年

↓

中・長期的な視点で考えると3年では足りない

↓

定住・起業（旅行会社）することで、5年後、10年後の栗山地域を考えていく。

任期終了後を見据える

| | | |
|----------|--|--|
| 10000009 | am satisfied with the community I live in, the marriage my spouse, my family, the job I'm in | 快適に生活できています。配偶者に恵まれ、家族や仕事にも満足しています。 |
| 10000009 | feel secured and happy as I can share and discuss anything I want to with my friends and family as they are very supportive and caring towards my feelings and stand by me always. | 安心して暮らしていることができています。友人なんでも共有できるし、なんでも話し合えます。家族は思いやりがあり、いつでも私を助けてくれるし、応援してくれます。 |

この記事を書いた人 goichi

このライターが最近書いた記事



自らが栗山地域に住み、観光客増加を図ることで、「住んでよし、訪れてよし」の栗山村を1人でも多くの人に伝えていく。