野迫川村観光まちづくりへの提案

平成27年度 近畿観光まちづくりコンサルティング事業

2016年3月

はじめに

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議では今年度、野迫川村を重点支援地域に選定し現地調査や会議を通じて、野迫川村の観光まちづくりの方策について検討してきました。

多くの委員が野迫川村を「知らなかった」という中で現地を視察。肌感覚で「すごくいいところ」というイメージを持ったものの、こと観光まちづくりという観点では未開拓であることを確認しました。

その要因として、私たちは①情報がほとんど発信されていないこと②行こうと思ってもなかなかいけない交通アクセスの不備③「いいところ」を示せていない＝“見える化”できていないことではないかと考えました。

そこで、本提案書ではこの３つに関して仮説を立て、より具体的にイメージを持っていただくため委員それぞれのアイデアを例示することにしました。それらは我々の考えを押し付けるものではなく、観光まちづくりの方向性を示したに過ぎません。同様に、観光まちづくりが持続可能な取り組みになるよう、村でできることに落とし込むよう努めました。

野迫川村が観光まちづくりを推進するきっかけとして本提案書の一部分でも生かされることを願ってやみません。そのために私たちも、野迫川村サポーターとして随時お手伝いさせていただくことをお約束します。

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議　一同

1.「いいところ」という肌感覚

(1)現地視察の結果から

野迫川村を訪れた評価は自然の豊かさ、出会った人々の温もりなど、交通アクセスの悪さを補って余りあるポテンシャルを感じさせ高かった。ただ、視察した箇所の多くは一部を除き観光利用がほとんどされておらず、個々に点として存在しているに過ぎなかった。

視察した素材の中で評価が高かったのは①小辺路（2.1pt）②高野豆腐伝承館（1.9pt）③ホテルのせ川の昼食（1.8pt）だった。

視察箇所以外では、宿泊した委員から「星空」「雲海」を絶賛する報告があったほか、別日程で訪れた委員は「立里荒神社こそ村の資産」という意見もあった。

いいところ･･･だけど

1.「いいところ」という肌感覚

(2)「いいところ」を構成する素材

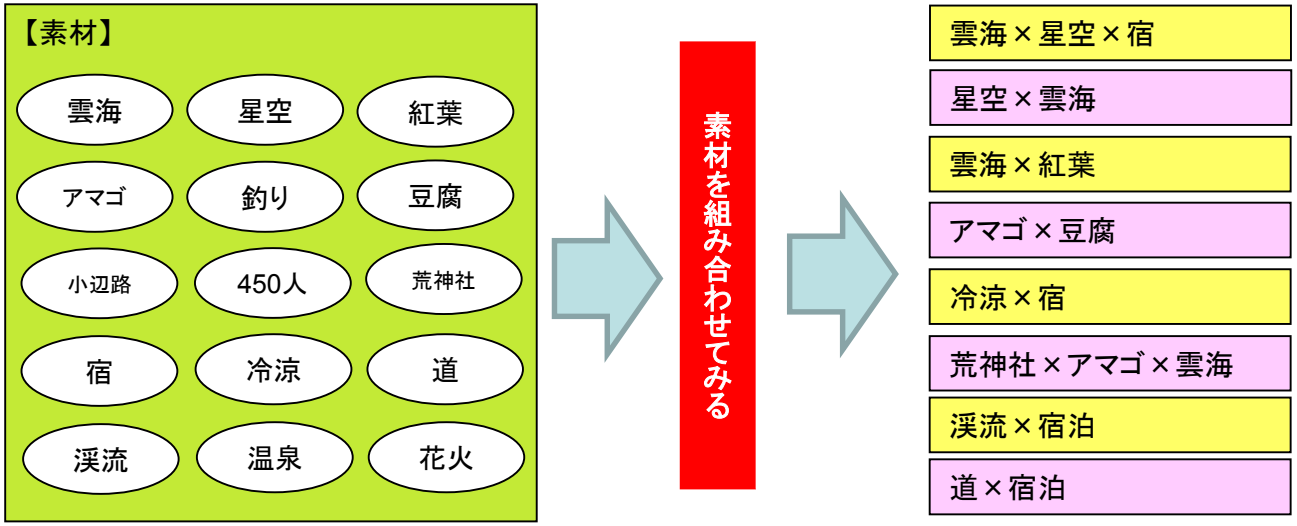
現地視察、村長はじめ村の方々と意見交換を踏まえて、野迫川村の観光資源となりうる素材を下記のように捉えた。

個々の素材はいい

2.「いいところ」を“見える化”する

(1)「いい」素材を組み合わせる

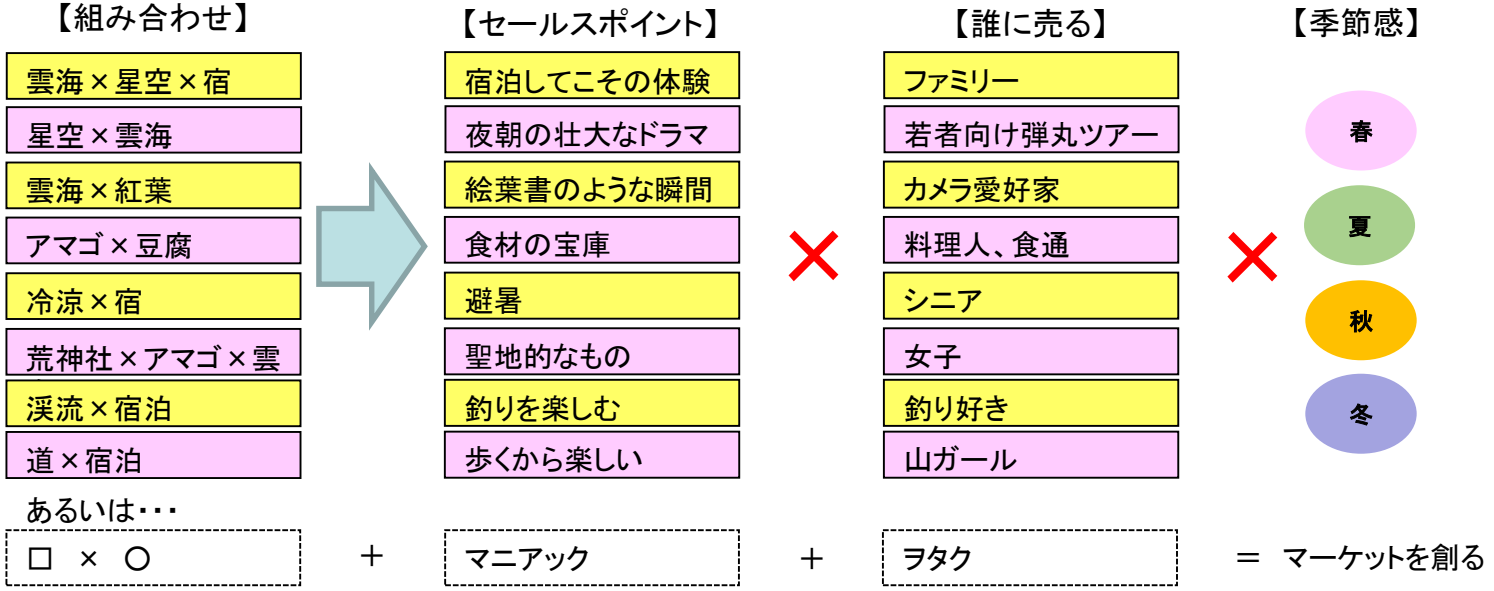
素材を組み合わせることによって、野迫川村＝「いいところ」のイメージが明確になるのではないかと考えてみた。



2.「いいところ」を“見える化”する

(1)「いい」素材を組み合わせる

素材を組み合わせ、何を売るか、誰に来てもらうかを具体化してみる。



組み合わせるから見えてくる

2.「いいところ」を“見える化”する

(2)素材を際立たせる

村の素材を生かしたイベントの開催、野迫川ならではの素材化を試みたい。

素材のイメージを膨らませてみる

【雲海】＝雲海サミット、雲海をイメージした食の開発
（雲海スポットの眺望を保つ間伐や案内看板の整備）
【小辺路】＝昔の巡礼スタイル（コスプレ）
小辺路ウォーキングで十津川、田辺と連携
しイニシアチブを握る
【アマゴ】【豆腐】＝パッケージをデザイン
【道】＝100mごとの表示を使った坂道ラン、サイクリング
【荒神社】＝高野山との両参りを声高にアピール
【温泉郷】＝ホテルのせ川の温泉を生かし、村内民宿から送迎入浴

周囲の話題を生かす

【遍路人気】＝若年層にも拡大
【京奈和自動車道】＝2017年度に西名阪道までの区間が無料化する

野迫川ならではを素材にしてみる

【ない】＝信号機やクーラーなど「ない」ものを集める
【450人】＝村民ポーカー（年齢ペアづくり）、来訪者とのコミュニケーションが生まれる仕掛けを創る
【深山幽谷】＝こだまスポット
【ロゲイニング】＝村全体でスタンプラリー

素材を組み合わせる方法

「行動ソフト」＝見る、叫ぶ、泣く、集まる、出会うなど
「ターゲット」＝女性1人旅、夫婦、ライダーなど
「地域資源」

行動ソフト　×　ターゲット　×　地域資源
この3つをつなげると、組み合わせは無限

3.「いいところ」を知ってもらうために

(1)知ってもらうために考える

まずは野迫川村のこと、「いいところ」だと知ってもらわなければ何も始まらない。村の価値、魅力を端的に表すキャッチコピー、ネーミング、仕掛けを考えてみたい。

- ○「**不便**」だからこその価値
- ○「**450人しかいない**」価値
- ○「**空海**(弘法大師)ゆかり」の価値
- ○「**世界遺産**」がある価値
- ○**雲海、星空、紅葉、釣りの唯一無二性**
- ○「**清々しさ**」「**巡礼**」「**深山**」などイメージ

村外の人を「行ってみたい」と能動的にする

県や観光協会
キャンペーン
ウェブ
街頭イベント
積極的に参加

村の価値を表す

キャッチコピー

ネーミング

- 村の道路に名前をつける
- 鶴姫公園の名称に展望台を追記

しかけ

- 村民登場のポスター
- 野迫ガワール（女子旅）
- 高野山と立里荒神社で「満願」

3.「いいところ」を知ってもらうために

(2)知ってもらうための軸を据える

アドバイザリー会議委員でキャッチコピーを考えてみた。外から見た者の村の価値の参考例として列挙した

キャッチコピー	ポイント等
「みちの村」(未知、道、魅力の地)	熊野古道の通る村、これからネーミングする道沿いに楽しみ生まれる村、未だ知られていないものがたくさんある村　高野山から寄り道してほしい村　魅力に惹き付けられて訪れたくなる地域を意識して
「天空の人里」(雲海・星空の美しい人里)	
あまごこへいじ	「マツモトキヨシ」のように村を擬人化＝ゆるキャラの名前かも
3つの深海をもつムラ	「雲海」「星空（海）」「空海」
「BEST OF不便。BEST OF幸福」	不便なことは武器にもなる
原住民(ジモティもしくはネイティブ)450人のムラ	人口の少なさをユニークに伝える
「雲海と星空と癒しの楽園　野迫川村」	野迫川村ならではの魅力である、「雲海」と「星空」のＰＲを特に強調する。また「癒し」を求めるであろうターゲット層に対して訴求する
奥高野に3つの海を持つ村	雲海、星海、空海

3.「いいところ」を知ってもらうために

キャッチコピー	ポイント等
「自然の宝石」	大自然の中でリフレッシュ
「聖地巡麗(嶺)」	
「どこそれ野迫川」	なにげなさをそのままに…
熊野古道小辺路にある星空と雲海の村	写真を撮りに来て欲しい景観があること
満天の星空…野迫川村	
ほっとする場所…ノセガワ村	
アマゴの里…野迫川村	
涼しいのにHOTする場所…ノセガワ村	
“空気の味”が分かる村	
あまご と わさび と 凍り豆腐の村、奥吉野野迫川	
紀伊半島の奥深く、400人が力を合わせて生きている自然しかない村、野迫川～実は、歴史もちょこっとあります。～	
雲海と共に歩む奥高野 野迫川村	
天空まち 静かなる野迫川村	
誰も知らない奥高野	
世界遺産 小辺路と歩む野迫川村	

3.「いいところ」を知ってもらうために

キャッチコピー	ポイント等
黒伏見　立里荒神	
スカイウェーイ野迫川村	
高野山の南東ダァ～⇒	
元気なうちに来るとえからぉう	「元気なうちに来たら良かろう」を方言で･･･
いかが？　空からのプレゼント♪	満点の星空！（上の空）　壮大な雲海！（下の空）をみてほしい 野迫川村の人たちは、「彼氏・彼女へのプレゼント」をお渡しする、「お膳立て」をさせていただきます
この村には「空海」も訪れたことがあるかも！	
普通の日本の暮らし（失われつつある暮らし）がそこにある	
村人と出会えない村	
「きれいな空」と「魚が息づく」村	
450＝∞　奥高野　野迫川村	

3.「いいところ」を知ってもらうために

(3)ネーミング

村の主要な道路に名前を付けてみる

・紅葉青葉ライン＝村への東入口のインパクトを表す

・雲海ライン＝雲海スポットを道路名からも表現

・立里荒神参詣道＝立里荒神社が存在する価値を道路名から表現

・フェニックスロード＝復興のシンボルとして

・木霊の道＝夏の花火が轟き、大声を発すると山々にこだますること、平維盛と樹々の霊的な雰囲気を表現

・小辺路脇往還＝小辺路に沿った車道

・天空廊道＝満天の星空が観賞できる鶴姫公園へ至る道

・アマゴ街道＝村の特産であり、清流沿いの道を道路名で表現

各道の「走破証」や全ての道を歩いた人への「完歩証」を村から贈呈

3.「いいところ」を知ってもらうために

(4)しかける

我々が「いいところ」と思ったことを言語化して、情緒的価値を仕掛けてみる

ホッとする
癒される
心が洗われる

都会の生活にストレスを感じている人に、
野迫川村に行ってみたいと能動的に思わせる

「心の洗濯。野迫川を選択」

自然や食で「いいところ」なのは間違いない

だけど

立里荒神社と高野山、熊野古道の“地の力”も

スピルチュアルな情緒的な価値

4.「いいところ」に来てもらうために

(1)不便さ解消を試みる

野迫川村へ公共交通機関を使って訪れようとすると、バス路線の乏しさと便の少なさで大変な困難を伴う。マイカーもしくは徒歩にほぼ限定されしまう交通アクセスだ。ただし、それはマイナス要因であるとともに、苦労してでも「わざわざ行ってみる」価値を創出しなければならないのではないかとも考えられる。

【仕掛ける】

①橋本駅前等のレンタカー、カーシェアリング業者と提携する

②高野山との間にシャトル便運行

③ホテルや民宿の送迎オプション

④同行村民（二人）を先達として組織化

⑤高野龍神スカイラインに看板を設置

⑥自転車観光（村内の移動で“遊ぶ”）を推進

⑦自家用有償運送の特区を目指す

【考えられる効果】

①村をサポートする事業者との関係づくり

②ＥＶを走らせる

③夜の星空、朝の雲海をオプショナルツアーとして送迎つきで実施（見えなければ無料にする）

④徒歩で訪れる楽しさを演出

⑤村の案内とともに、熊野古道と並走している安全（注意）喚起

⑥交通量が少ないこと、ヒルクライム、ダウンヒルが可能なこと（山岳グランフォンドin吉野の開催）

⑦村の新規事業、雇用創出

関連法規の情報を整理してチャレンジ

4.「いいところ」に来てもらうために

(2)不便さを演出する

・不便だからこそ、泊まりで来て

わざわざ行ってみる価値とは、前項に示したような「星空×雲海×宿泊」など素材の組み合わせによって創出することができると考える。宿泊客の送迎とともに、星空観察や雲海観賞は宿の車を使って対応できる。ゆっくりと滞在することが野迫川村の観光と言い切ってしまってもいいのではないか。

→シニア層に対応

・不便だからこそ、歩いて来て

高野山から小辺路を歩いて野迫川村へ。ただ歩くだけではなく、ともに歩く村の人（同行村民）がいてもいい。

→車を持っていない若年層に対応

・高野山に小判鮫

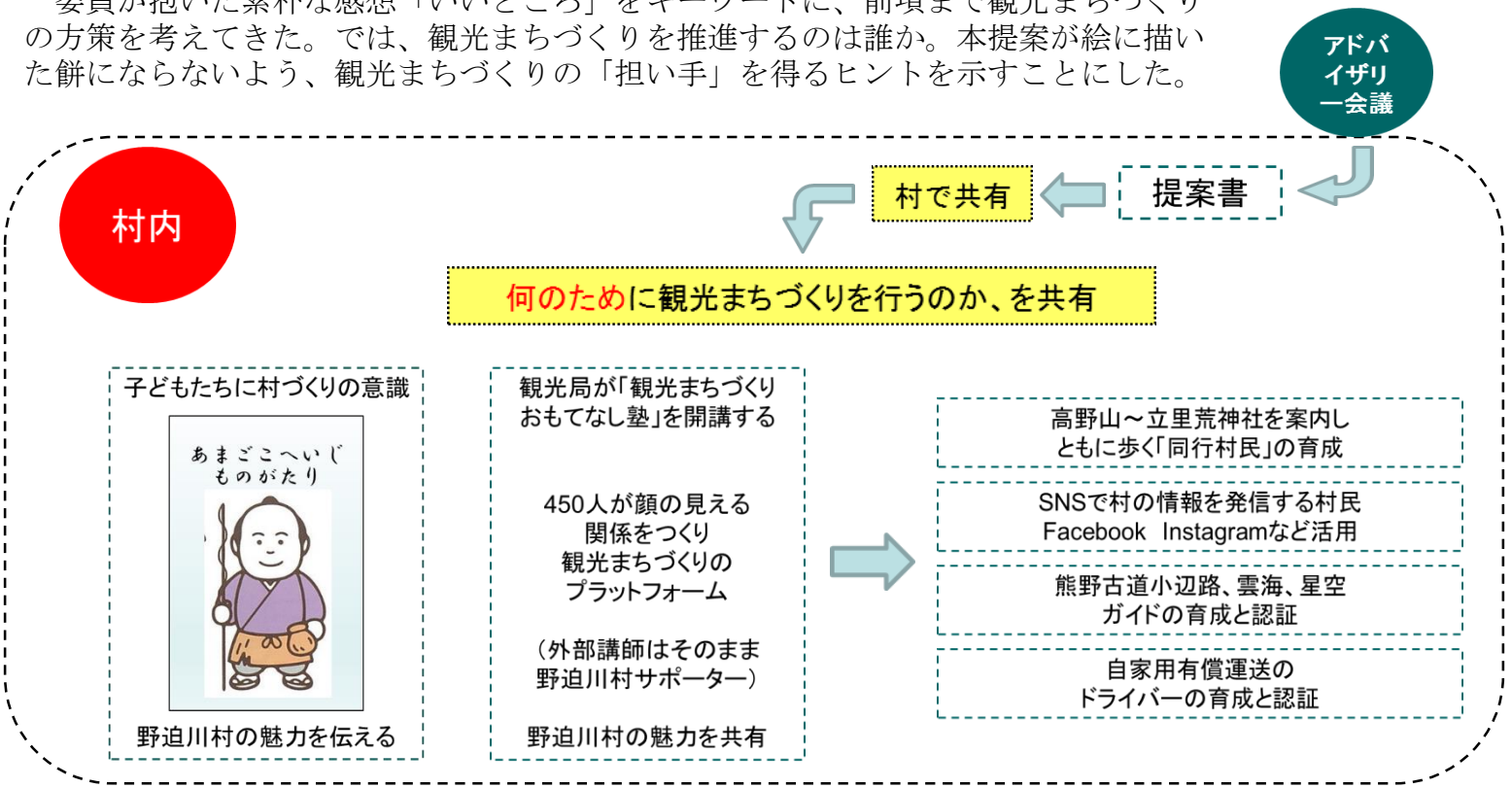
高野山の知名度を徹底的に生かす。立里荒神社と高野山の関係を再度深掘りし、両参りの人の流れを太くすることによって、高野山―野迫川村にシャトル便の開設を促す。

村民のおもてなし＋α＝わざわざ来てもらう価値創出

5. 持続可能な観光まちづくり

(1)“担い手”を養成する

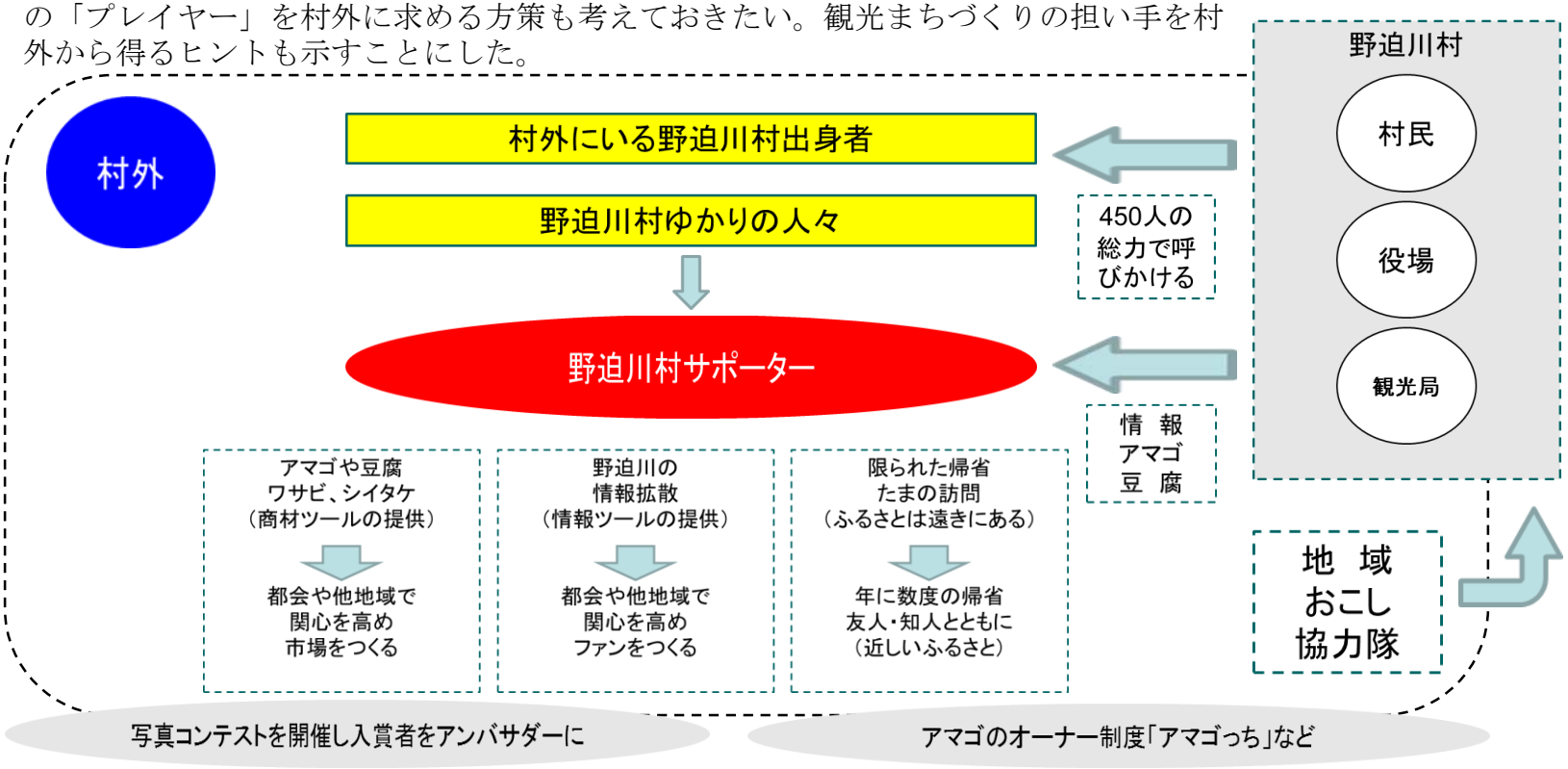
委員が抱いた素朴な感想「いいところ」をキーワードに、前項まで観光まちづくりの方策を考えてきた。では、観光まちづくりを推進するのは誰か。本提案が絵に描いた餅にならないよう、観光まちづくりの「担い手」を得るヒントを示すことにした。



5. 持続可能な観光まちづくり

(2)“プレイヤー”を見い出す

村の人口ビジョンによると、村民の減少がこれからも続く。そこで、観光まちづくりの「プレイヤー」を村外に求める方策も考えておきたい。観光まちづくりの担い手を村外から得るヒントも示すことにした。



5. 持続可能な観光まちづくり

(3)北股地区の復興を生かす

あれほど大規模な災害だったにもかかわらず、直接的な犠牲者が出ていないことは“北股の奇跡”だと言える。犠牲者がいなかったからこそ、当日の体験をリアルに伝えられたり、今日までの歩みを他者に語ることができるのではないか。だからこそ、北股地区は野迫川村の観光まちづくりにも活用できるのではないかと考えた。

【視察受け入れのためのアドバイス】

語り部さんに災害当時の状況説明と復興の様子を説明頂き、現場を視察する体験学習の場として教育現場に提案を行う。	・旧校舎等を田舎暮らし体験施設として運営。 ・村営で管理人等は設置せずに多額費用はかけずに。 ・来訪者には農産物の耕作や収穫を楽しんでもらう。 ・団体ではなく家族単位、定年を迎えたご夫婦の来訪を狙う。
旧校舎はぜひ教育旅行の勉強合宿などで利用させていただきたい。 勉強合宿の候補地は少ない中、環境も良く、教室設備も整っている。 条件は非常に良いと思う。	「災害復興」を押すなら、やはり上の方まで上げなければならないと思います。学校の中を展示施設にして、うえの斜面までコースを作って全体像を俯瞰できるようにしたうえで、ターゲットを「自治体や学校関係等の土木関係」とすれば成り立つでしょうか

北股地区

○台風12号の復興拠点

○野迫川村の体験交流拠点

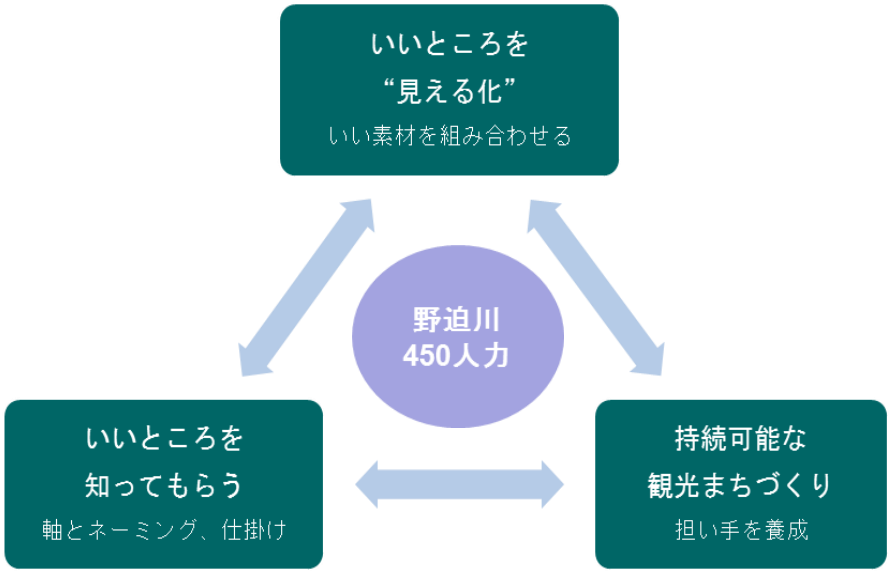
○植樹で野迫川村の来訪記念

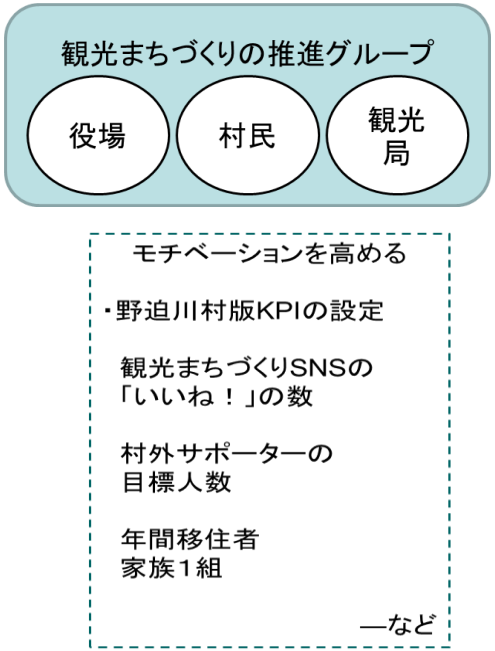
＝まちづくり観光のシンボル的な地区に

5. 持続可能な観光まちづくり

(4)さぁ、はじめよう！

小さくても「できることから」一歩ずつ取り組んでいくのが、観光まちづくり。450人がニコニコ楽しく観光まちづくりに取り組むステージをつくろう。はじめは少人数、小規模で、優先順位を決めて身の丈に合った取り組みから。まずはやってみる！ことだ。





おわりに

「すごくいいところ」という近畿観光まちづくりアドバイザリー会議メンバーの肌感覚を、どう観光まちづくりにつなげていくか。その１点で本提案書は構成しました。

各地の事例に精通し自ら観光まちづくりに取り組んでもいる委員が抱いたイメージは、野迫川村が大きく自信をもたれていいところだと思います。

「はじめに」でも触れましたが、観光まちづくりを進展させる方策について委員の意見、アイデアを具体的に示していますが、これはあくまでも外からの視点。実際には村に暮らし、村で営む皆さんが考え実行していくことです。

いくつかのアイデアを示していく中で「これは一体全体、誰がやるのだ」「誰がひっぱっていくのか」ということが、課題として明確になりました。このことは野迫川村に限らず、どこの地域にも包含されているものですが、野迫川村は人口が450人しかいませんので、観光まちづくりを進めていくに当たってはより喫緊の課題であることは間違いありません。

私たちはそこにも仮説を立ててみることにしました。持続可能なまちづくりのために、まずは村の人たちが野迫川のことを知り、愛すること。そして、村の外にも野迫川を愛するサポーター制度を創れないかと考えました。村の内と外を行ったり来たり、人も物も循環する仕組み―それこそが野迫川村が描くべき観光まちづくりではないかと思っています。

繰り返しになりますが、私たち一人ひとりも、野迫川村サポーターであることを宣言し、本提案書が少しでもお役に立てたら幸いです。

2016年3月

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議　一同