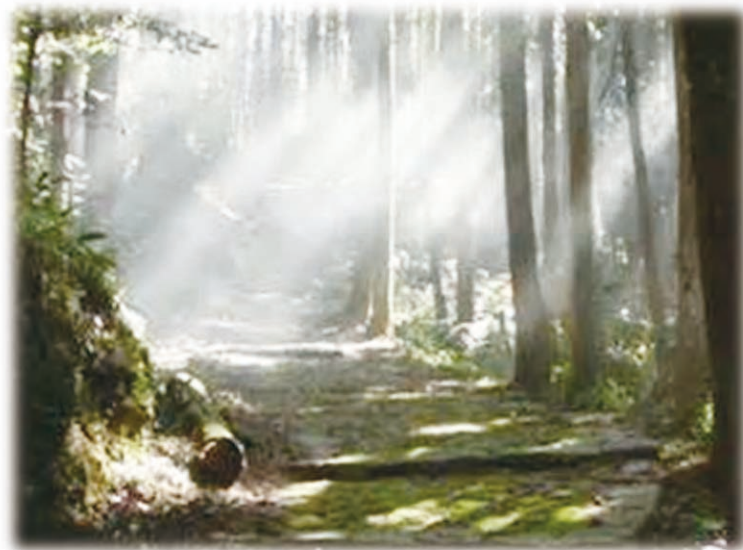


福知山公立大学 2016
地域活性化策コンテスト「田舎力甲子園」報告書

世界遺産体験学習ツアー & 体験型オーナーシェアリング



未来へつながる道

学校名：和歌山県立神島高等学校
学科名：経営科学科
学 年：3年
氏 名：小篠優花 玉井望 大谷愛美

■目 次■

1. これまでの神島屋の取り組み

- (1) 地域にある唯一の商業系学科として
- (2) 商品開発
- (3) 梅をPRするレシピ開発
- (4) 各種イベントへの参加
- (5) 石神梅林をプロデュース
- (6) UME-1 グルメ甲子園

2. 地域課題への取り組み

- (1) 田辺市の現況と課題
 - ① 2040年問題？
 - ② 田辺市について
 - ③ 人口の自然減と社会減
 - ④ 現況分析
 - ⑤ 仮説
- (2) Iターン者の増加を目指して
 - ① RESASでの資料調査
 - ② 企画（2つのビジネスプラン）
 - ・ 世界遺産体験学習ツアー
「2040年問題と世界遺産の今後を考える」
 - ・ 体験型オーナーシェアリング
「わかやまclub」
 - ③ 実践
 - ・ フィールドワーク
 - ④ 検証（i）
 - ・ ビジネスプランとして
 - ⑤ 検証（ii）
 - ・ 企画実施による効果とヒアリング

3. 持続的な地域活性化のために

- (1) 特産品である梅を使った地域ブランド創設
- (2) 私たちの思い ～商品開発から地域づくり・人づくりへ～

1. これまでの神島屋の取り組み

(1) 地域にある唯一の商業系学科として

神島高校では平成24年度より、課題研究として「商品開発」の講座を設け、地域にある唯一の商業学科として、特産品である「梅」の消費拡大に協力できるように「梅」を用いた商品開発に取り組んでいます。また、開発した商品は販売実習店舗「神島屋」として、地域内外の様々なイベント等で販売しています。

「梅」は私達の住む田辺地域の主要農産物であり、「梅」の味に親しんでもらえるような商品を開発し、梅の消費拡大・地域の活性化に結びつくような活動をしようと考え取り組んでいます。

◆課題研究「商品開発」のコンセプト

- ・ 特産品である「梅」の消費拡大
- ・ 高校生として地域（街づくり）に係る
- ・ 梅と地域（田辺市）をPRする

(2) 商品開発

・ 梅あられ（平成24年度）

平成24年度に開発した商品で、開発テーマは「商品として実際に市場で流通する商品」ということでした。高校生のイベント等で販売するだけでなく、実際に一般の店舗の店頭にも並ぶ商品を開発しようということで開発に取り組みました。現在では年間に15,000袋を販売する人気商品となっています。



・ 梅やきとりのたれ（平成26年度）

平成26年度に開発した商品で、前年度に開発しイベント等で大人気となっている「梅やきとり」を家庭でも手軽に食べていただけるように開発を行いました。主成分となっている梅酢は、梅干の製造工程で自然発生する副産物であり、食中毒の予防や食欲増進、疲労回復、風邪の予防などたくさんの健康増進効果も実証されています。



・ 観梅バスツアー（平成26年度）

平成26年度より継続している、紀州田辺梅林（石神梅林）をプロデュースする活動として、平成26年度に実施したバスツアーです。観梅に来られるお客さんと高校生が開発した「梅」を用いたご当地グルメを結びつけることで、新たな観光需要を作り出すことを目的に実施し、実際に高校生がバスに添乗し地元を案内しました。



(3)梅をPRするレシピ開発

・梅やきとり（平成25年度）

梅酢に鶏肉を浸すだけのお手軽レシピとして以前より地域の中でも親しまれている梅やきとりをご当地グルメとして地域ブランド化することを目的に地域内外のイベント等で積極的に販売をおこなっています。

→第4回F級グルメ甲子園 最優秀賞

→第3回ご当地グルメ甲子園 優秀賞（あじわい賞）



・やにこーうめえで！紀州あがらの家族丼（平成26年度）

開発した丼のネーミングは地域性をPRするために田辺の方言を用いたネーミングとしました。「やにこー」は「とても」、「あがら」は「私達の」という意味で、直訳すると「とてもおいしい紀州の私達の家族丼」という意味になります。

→第3回うまいもん甲子園 審査員特別賞（AKB賞）



・カレーなるトルティーヤ ～紀州うめどりと共に～（平成27年度）

キーマカレーをトルティーヤで巻き込んだカレーは、エサとなる配合飼料に梅酢を混ぜて食べさせることで健康で安全・安心な鳥として、和歌山県がブランド化を進めている「紀州うめどり」をコーンフレークの衣でから揚げにした「うめどりのから揚げ」がPRポイントとなっています。

→ちちんぷいぷいカレー甲子園2015 優勝



・めはりんとおにぎらずんの出会い（平成27年度）

めはりんとは和歌山の特産品である「めはり寿司」のことで、食べるときに目を見張るようにして食べることから、その名がつけました。3種類のおにぎらずのそれぞれに、異なる形で梅を使っているところがポイントです。

→第4回うまいもん甲子園 準優勝（食料産業局長賞）

→近畿地区ファミリーマートでの商品化（販売：H28年2月～3月）



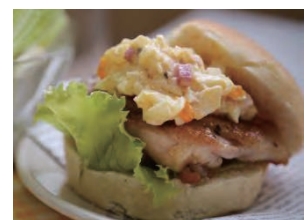
・紀州うめどりの親子バーガー

～カリカリ梅のタルタルソースを添えて～（平成28年度）

紀州うめどり・うめたまごを用いた親子バーガーのポイントは、カリカリ梅をピクルスの代わりに用い、南高梅で味を調節した「カリカリ梅のタルタルソース」です。カリカリ梅を加えることで、独特の食感が心地よく感じられるように仕上げています。また、バンズには熊野米の米粉を加えて焼いたオリジナルの熊野米パンを用いています。

→第5回うまいもん甲子園 優勝

→全国ファミリーマート・サークルKサンクスでの商品化が決定



(4) 各種イベントへの参加

年間を通して地域内外での販売実習をおこない、開発商品をPRするとともに地域との係わりを深めるよう活動しています。特に梅酢で味付けしたさっぱり味の「梅やきとり」は各種のイベントでも大人気となっており、この「梅やきとり」を地域ブランド化することで新しい観光需要につなげられると考え、活動を継続しています。また、高校生が参加できる様々なコンテストにも積極的に挑戦し、自分たちの取り組みを発信するだけでなく、他の地域での取り組みについて学ぶ機会としています。



(5) 石神梅林をプロデュース

また、平成25年度より紀州田辺梅林（石神梅林）をPRする活動をおこなっています。石神梅林は田辺市が誇る梅林で標高の高い石神地区にあることから「天空の梅林」とも言われます。標高400mの「大蛇峰展望台」から眺めるすり鉢状に広がる梅林は絶景で「一目30万本」とも形容されています。



◆日帰りバスツアー実施

平成26年度には神島高校生プロデュースの観梅バスツアーが実施されました。株式会社農協観光より全面的に指導援助いただく中でのツアー決定となりました。また、広告販売に関しては株式会社阪急交通社の協力で阪急友の会の会報誌に掲載していただくことができました。



→第7回高校生観光フランコンテスト 優秀賞

(6) UME-1 グルメ甲子園

これまでの各種コンテストへ参加の経験をもとに、地元でのコンテストについて検討していたところ、隣接するみなべ町において特産品である紀州南高梅誕生50周年記念事業について検討していることがわかり、梅を用いた高校生の料理コンテストの企画を提案させていただきました。



企画に関する検討委員のみなさんの反応もよく、後日実行に向けての実行委員会が組織されることになりました。コンテスト名は「UME-1 グルメ甲子園」とし、県内・県外から参加者を集い実売形式での高校生による料理コンテストを実施することに決定しました。提案させていただいた内容が実際に採用され、コンテストが実施されることにも驚きましたが、行政だけでなく民間の各種団体が時間とお金を惜しまずに取り組んでいることに、改めて責任の大きさを感じ、同時にやりがいも感じることとなりました。

◆UME-1 グルメ甲子園について

コンテスト実施に当たり、「実行委員会」にお願いしたのが若い人たち(高校生を含む)が主体的に運営に関われるイベントとしたいということでした。イベント当日のサポートとして関わるだけでなく、企画・運営に地域の方々と一緒に参加することで経験する様々な問題や苦労が、同時にやりがいや面白さ、達成感につながるのではないかと考えたからです。



また、来場してもらおうお客さんとしても地域の小・中学生、高校生に多く来てもらえるようなイベントとすることで、来場した小・中学生が高校生になった時にはイベントの運営に関わるという循環が作れるのではないかと考えました。

◆UME-1 グルメ甲子園を通して期待する循環



◆UME-1 グルメ甲子園（交流会）

生徒実行委員の司会で始まった交流会は、最初こそ緊張した面持ちでしたが各チームのPRや、チームをシャッフルして編成したグループでの各種ゲーム、地元食材を用いた交流夕食会を経て、期待していたとおり和やかな雰囲気となりました。

午後9時過ぎに交流会が終わった後も、同じホテルに宿泊することでチームを超えた交流がおこなわれました。



◆UME-1 グルメ甲子園（当日）

当日は販売開始前から多くのお客様に会場にお越しいただき、どのチームのブース前にも行列ができました。参加チームだけでなく、生徒実行委員会や地域の方々等、会場にいる全員が力を合わせたことで無事に第1回の UME-1 グルメ甲子園を実施することができました。



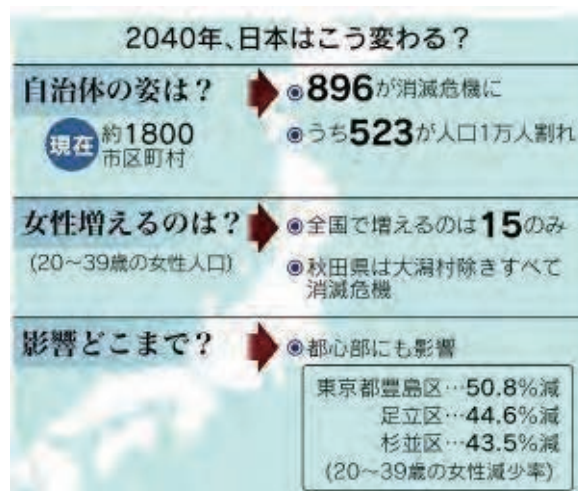
2. 地域課題への取り組み

(1) 田辺市の現況と課題

① 2040年問題

民間の有識者による日本創成会議（座長：増田寛也東京大学大学院客員教授、元総務相）の人口減少問題検討分科会が公表している「全国1800市区町村別・2040年人口推計結果」によると、地方からの人口流出が続く前提で、2040年にまでに若年女性（20—39歳）の人口が50%以上減少し、消滅する可能性がある市区町村は全国に896あり、なかでも人口が1万人未満で消滅の可能性が高い市町村は532にのぼるとい結果となっています。

自治体の存続を左右するのはその地域の人口、特に、出産適齢期とされる若年女性の数であり、消滅可能性都市として選ばれた自治体では、この世代の女性人口が2040年には現在の半数以下に減少してしまい、その事によって全体のほぼ半数の市区町村が消滅の可能性のあるという事実が明らかになっています。

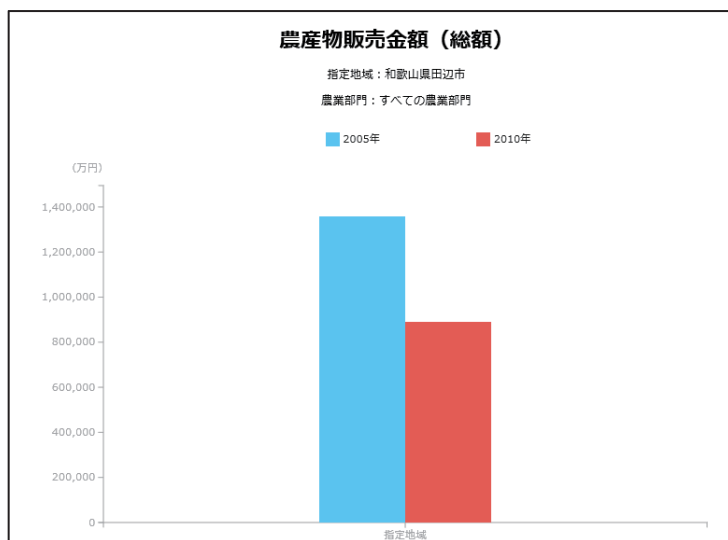


【2014/5/8付 日本経済新聞より】

※分科会が指摘している「消滅」とは行政体としての機能を成し遂げるのが極めて困難になるケースを指しています。

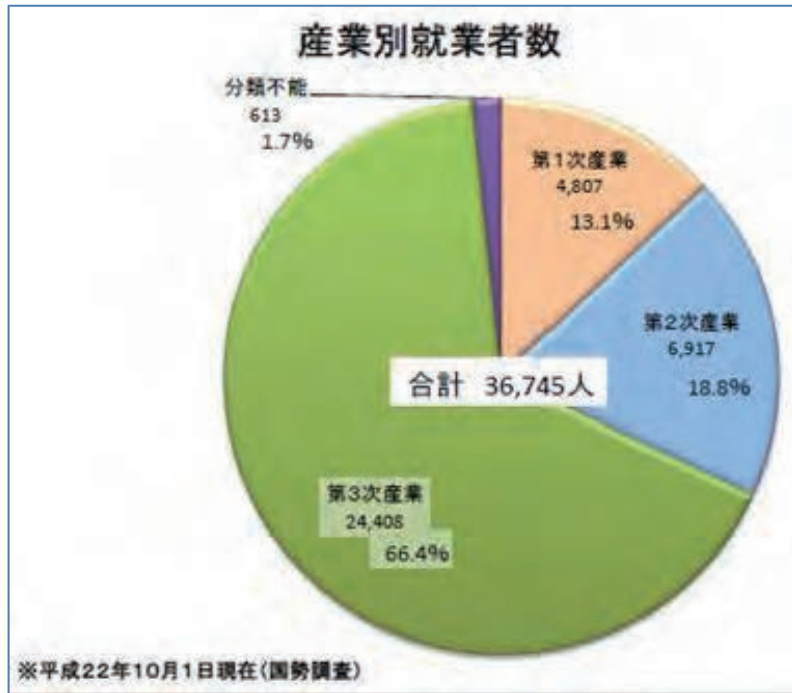
② 田辺市について

製造業の占める割合が低く、水産業と梅に代表される農業が盛んな地域となっています。県内において、紀南地域と呼ばれているように南北に長く伸びる和歌山県の南部に存在するため、物資輸送の面からも工場誘致が難しいのが現状となっています。比較的少ない、製造業も大部分が「海産物」か「梅」の加工業となっており、1次産業とそれに付随する形での2次産業が主力となっています。人口の減少は以前より起こっていましたが、近年特に減少率が大きくなっています。その要因として、「梅」に代表される農業や水産業の不振による、若年層の地域外への流出が大きいと考えられます。特に、1次産業においては後継者不在のまま、高齢者が事業を営んでいるケースも多く見られ、事業の継続自体も危ぶまれる状況にあると考えられます。

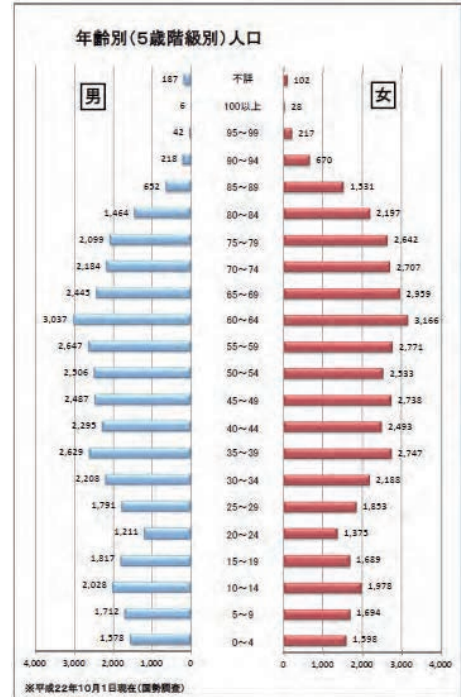


【RESAS(地域経済分析システム)より】

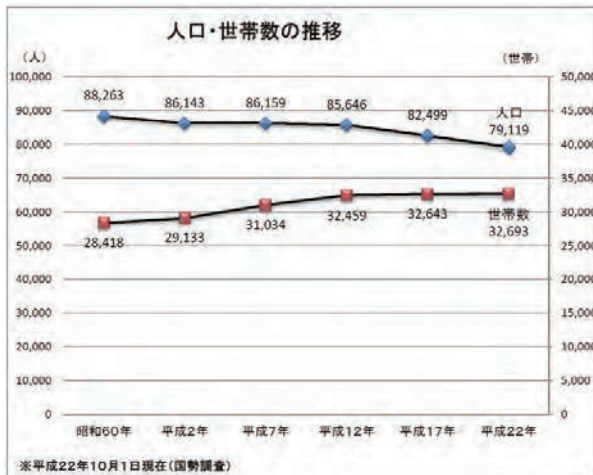
< 田辺市の産業別就業者数 >



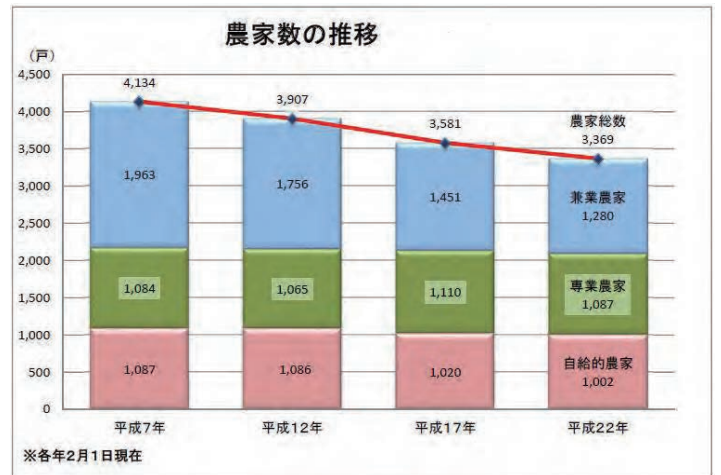
< 田辺市の人口構成 >



< 田辺市の人口・世帯数の推移 >



< 田辺市の農家数の推移 >



【以上 H27田辺市統計書より】

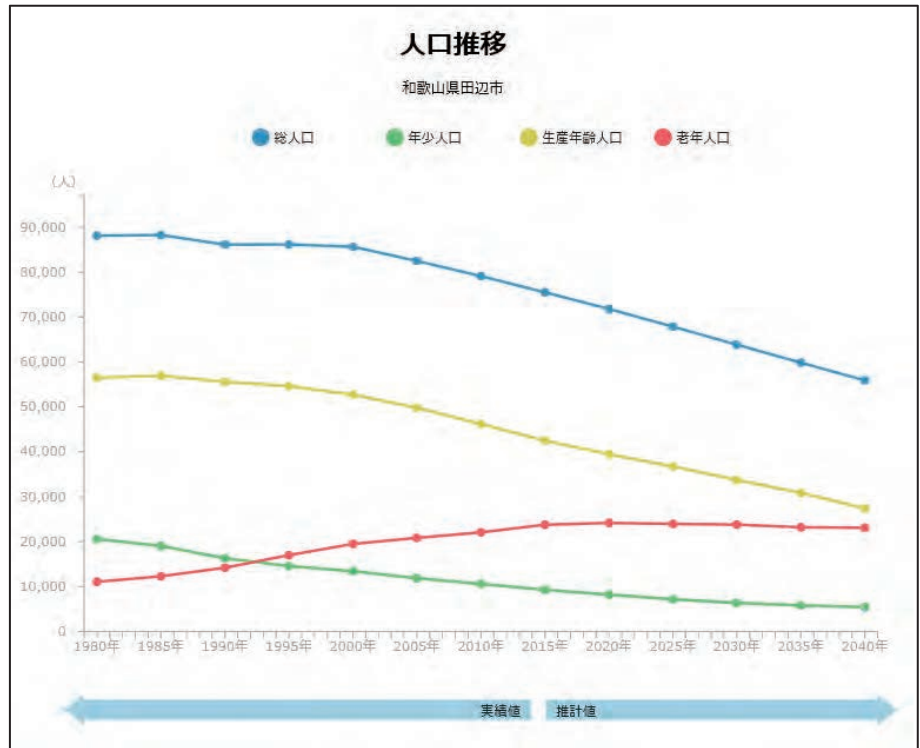
◆田辺市の2040年
和歌山県全体および和歌山市と田辺近郊の各市町村の2040年推計人口を比較してみると、県内で2番目の人口規模を誇る田辺市をはじめとする紀南地域の各自治体の減少幅が大きく映っています。

市町村名	2040年推計人口	2010年人口	人口増減	増減率
和歌山県	719427	1002198	282771	-28.2
和歌山市	281192	370364	89172	-24.1
田辺市	55893	79119	23226	-29.4
白浜町	15438	22696	7258	-32.0
上富田町	12547	14807	2260	-15.3
みなべ町	9417	13470	4053	-30.1

◆ 2040年までの世代別人口の推移

さらに、RESAS（地域経済分析システム）を用いて世代別に人口の推移を分析してみました。生産者人口の減少が年少人口の減少に結びついていることがよくわかる図となっています。

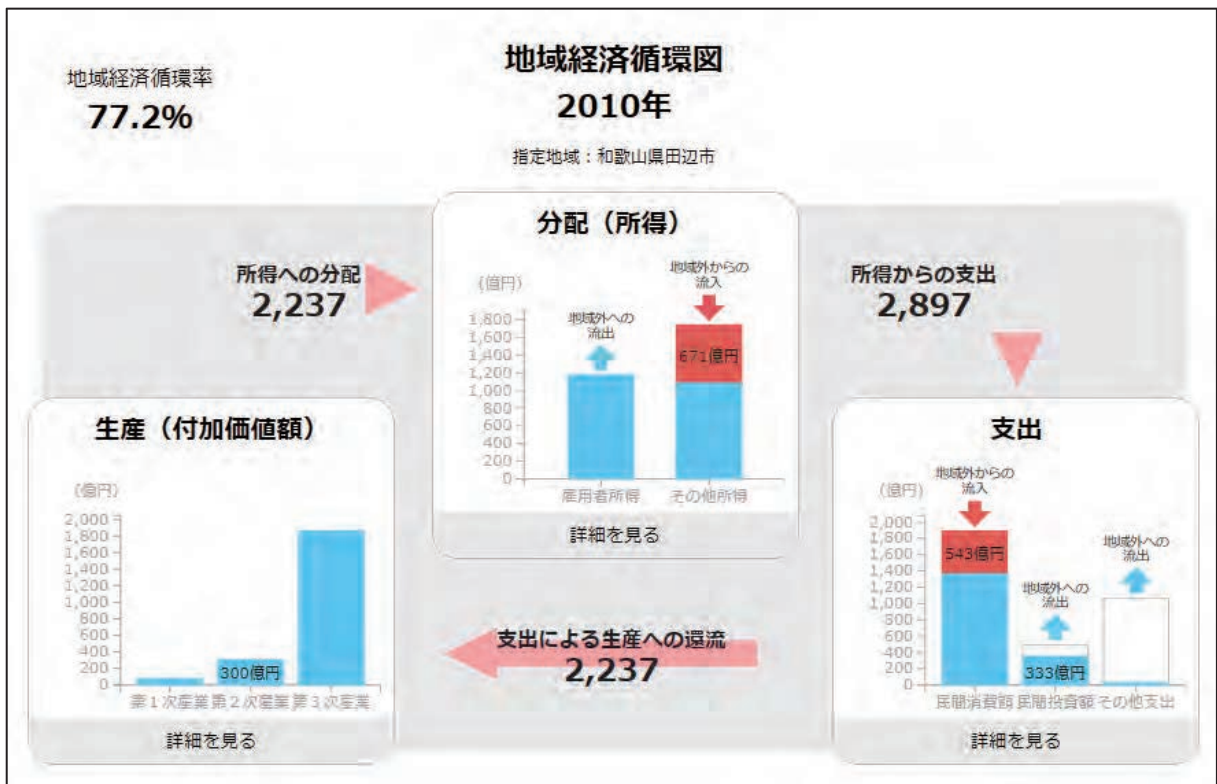
このような若年人口が減少と、高齢者人口の増加が重なって。急速に地域の高齢化が進むと考えられます。



【RESAS(地域経済分析システム)より】

◆ 田辺市の経済循環

田辺市の経済循環をみると下記のように、地域外からの流入所得が一定割合あり、地域経済循環率は77.2%となっています。



【RESAS(地域経済分析システム)より】

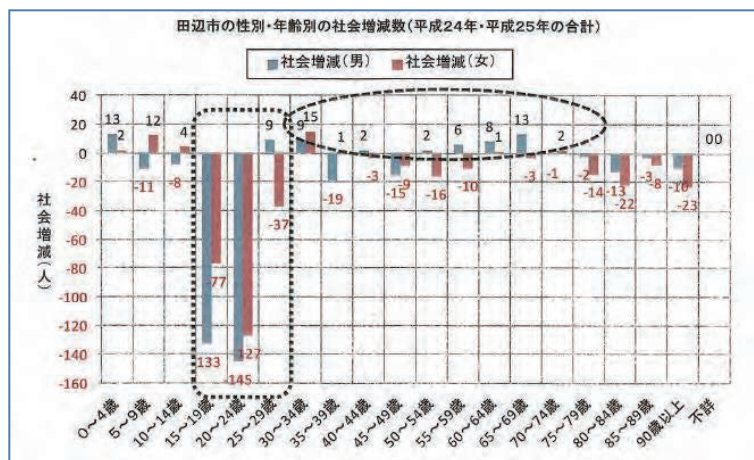
③人口の自然減と社会減

田辺市の人口減少に関してさらに詳しく見てみると、合計特殊出生率に関しては和歌山県全体や全国よりも高い水準を維持していますが、人口構成において高齢化が著しいことから死亡率も高く推移しています。このことから2000年には出生数を死亡数が上回る「自然減」に移行しており、2012年は約400人の自然減となっています。また、田辺市の転入・転出に注目して見ると転入は約2千人、転出は約2千3百人で、約300人の社会減が続いています。これを年齢別に分析すると、男性は15～24歳の転出が大きく、女性は15～29歳の転出が大きくなっています。また、25～34歳、50～69歳の男性は社会増が見られますが、女性はそうではありません。

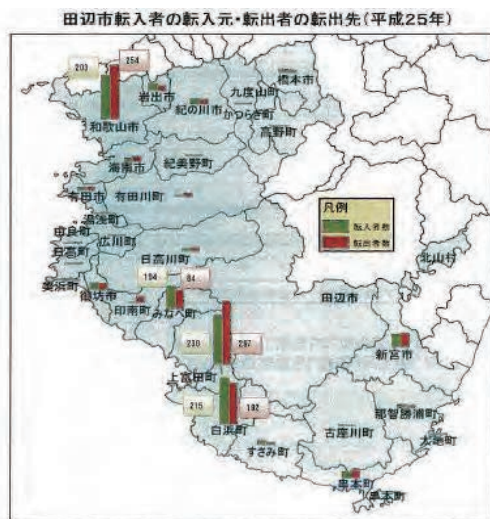
次に地域別に分類すると、転入転出ともに8割は近畿地方、うち5割は和歌山県内の移動となっています。特に県内では上富田町、白浜町、和歌山市とのつながりが大きくなっています。

田辺市への移住に関しては、毎年10数世帯、20数名がみられます。県内の各市町村と比較しても田辺市への移住者は多いと考えられます。

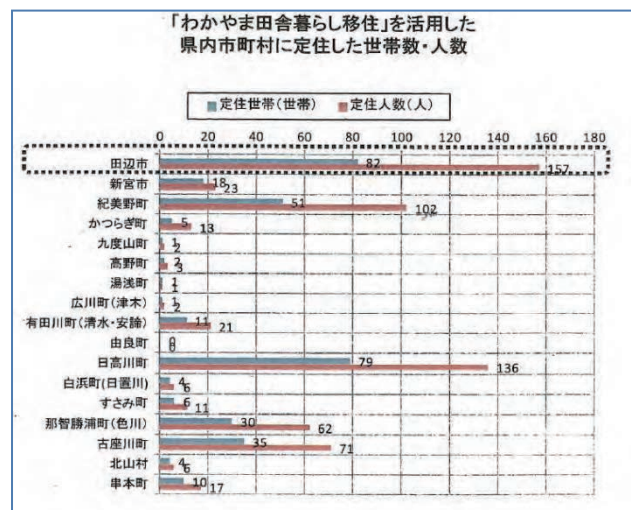
＜田辺市の性別・年齢別の社会増減数＞



＜転入先・転出先＞



＜定住した世帯数・人数＞



【以上 H27田辺市人口ビジョンより】

④現況分析

2040年問題に関する田辺市の課題を考えるにあたって上記の資料調査の結果を基にSWOT分析を用いて現状を整理することとしました。SWOT分析とは、目標を達成するために意思決定を必要としている組織や個人のプロジェクトやビジネスなどにおいて、外部環境や内部環境を強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)、機会(Opportunities)、脅威(Threats)の4つのカテゴリで要因分析し、事業環境変化に対応した経営資源の最適活用を図る経営戦略策定方法の一つである。

地域課題の解決のためには「強み」を活かして「機会」を捉え、「脅威」を克服出来るような取り組みが必要だと話し合いました。

◆田辺市のSWOT分析

強み

- 和歌山県内で2番目の人口規模
- 梅干の高級ブランド品種「紀州南高梅」
- 全国1位の生産量を誇るミカン

弱み

- 製造業(メーカー)が乏しい
- 山間部が多く89%が森林
- 大学等の高等教育機関がない

機会

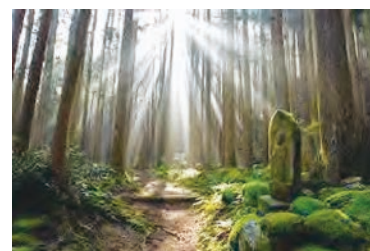
- 世界文化遺産(熊野古道・熊野三山他)
- 世界農業遺産(みなべ・田辺の梅システム)
- 移住者は比較的多い

脅威

- 地域住民の高齢化
- 梅とミカンに偏る農業経営
- 人口の減少(自然減400人・社会減300人)

◆世界文化遺産

2004年に登録された『紀伊山地の霊場と参詣道』は、三重、奈良、和歌山の三県にまたがる「紀伊山地の自然」がなければ成立しなかった「山岳霊場」と「参詣道」及び周囲を取り巻く「文化的景観」が主役であり、世界でも類を見ない資産として価値の高いものとなっています。



◆世界農業遺産

地域の400年以上受け継がれてきた梅栽培を中心とした伝統的な農業の仕組みが、世界的にもすぐれたものであると認められ、2015年に世界農業遺産として認められました。世界に誇れる循環型のシステムを多くの方に知っていただくと同時に後世にも引き継いでいかなければならない貴重な資産だと考えられます。

内部環境分析結果としては、田辺市は和歌山県内で2番目となる人口規模を誇る自治体であり、買い物などの日常生活においてはそれ程不便だと感じることはありません。一方で市町村合併を繰り返す中で広大な面積を抱える市となり、市内中心部と山間部とのインフラ等の格差も広がっています。山間部が多く、全面積の89%を占める過去に植林された森林の有効活用も課題となっています。

梅干の高級ブランド品種「紀州南高梅」の産地であり、また全国1位の生産量を誇る紀州ミカンの産地でもあることから、数年前までは家業を継いで就農する若者も比較的多くいましたがここ数年の1次産業の不振からその割合も減少していると考えられます。

また、地域内に製造業が乏しいことや大学等の高等教育機関が存在しないことから、男女とも高校卒業を契機として県外に出て行く傾向が見受けられます。

外部環境分析結果としては、世界文化遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」は、和歌山県・奈良県・三重県にまたがる広域なエリアであり、そのスケールメリットはメディアを通じて発信される壮大感につながっていると考えられます。地域住民の高齢化が課題となる一方で当該世界遺産には高齢者を中心とした基礎需要があり、観光資源として大きな価値があると言えます。観光客数の推移としては登録前の状況に戻っていますが、その理由としては年月の経過以外にも金融不況や東日本大震災・紀伊半島大水害などの自然災害の影響も考えられます。

また、2015年に登録された世界農業遺産「みなべ・田辺の梅システム」は、世界農業遺産は世界文化遺産などとは違い、過去のものをそのまま保護するのではなく、地域にあるものを発展させるものです。時代の変化に合わせながら持続的な営農・地域活動を目指す「進化する遺産」ともいえます。農産物のブランド化や観光の活性化など様々な活用が期待できますが、認定はスタートです。活用には長期的な取り組みが必要となり、経済的価値だけでなく、住民の意識変化は大きな効果だと感じています。地元の人が見慣れたものを海外から評価されれば、地域の誇りとなり活動の原動力となるからです。

移住に関しては県内の自治体の中では比較的、移住者も多く毎年多くの移住者を受け入れています。転入・転出を比較した人口の社会減はここ数年300人程度となっています。ライフスタイルの多様化が進展する中で、田舎暮らしを求める都市部の人も多く見受けられますが、若年層を中心に都市部での生活を希望する人も多いのが原因だと考えられます。

<世界文化遺産登録後の観光客数の推移>

単位：万人

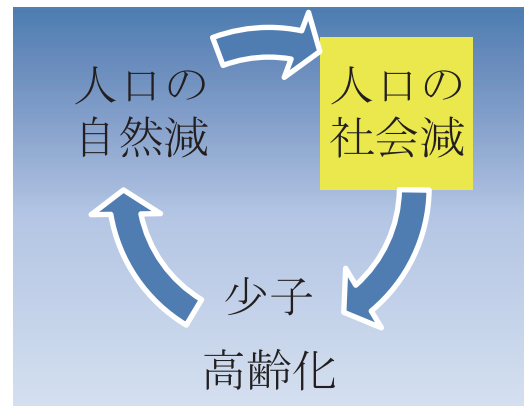
	平成4	平成5	平成6	平成7	平成15	平成16	平成17	平成18	平成19	平成20	平成21	平成22	平成23	平成24
屋久島	24	21	23	26	32	29	32	33	41	39	33	33	32	-
白神山地	18	21	24	36	72	73	68	67	67	56	54	-	-	-
白川郷	68	59	67	77	156	145	144	147	146	186	173	159	131	138
紀伊山地	-	-	-	-	935	1,090	1,160	1,070	1,138	1,101	1,065	1,070	890	964
石見銀山	-	-	-	-	31	32	34	40	74	81	56	51	50	43

※屋久島町資料、青森県資料、白川村資料、和歌山県資料、大田市資料により作成。○は登録年。

【運輸政策研究所 第35回研究報告会資料より】

⑤仮説

SWOT分析で浮き彫りになった課題に対して、高校生としてどのような形で関わることが出来るのかを考えました。2040年問題に関連して田辺市周辺地域の人口が大きく減少します。特に、就職先や進学先が地域内に乏しいことから、高校を卒業したばかりの若年層の社会的減少が大きな課題となっています。また、交通事情や立地の問題から企業誘致が見込めない地域にとっては、この人口の社会的減少や高齢化が絡まりあってより深刻な状況をもたらしています。



田辺市の特殊出生率は県平均や全国平均と比較しても決して低い数字ではなく、人口の社会的流出がもたらす高齢化が解消されれば、必然的に人口の自然減の状態は改善されると考えられます。

◆取り組みのテーマ

上記の内容を踏まえて、取り組みのテーマは「**人口の社会減を抑制する**」と決定しました。

◆人口の社会減抑制のために

人口の社会減を抑制するためには、UターンやIターンといった外部からの転入者を増やす取り組みが必要となります。私たち高校生が「UME-1 グルメ甲子園」のような地域づくりのイベントなどに積極的に関わることがこの問題に対する一つの方法論になるのではないかと考えています。このような経験をした生徒が進学や就職を経て、自分自身のスキルを向上し、仕事を持って地域に戻って来るという新しいUターンの形を創っていくことが出来れば、地域の活性化につながると考えられるからです。

さらにもう一つの方法として、当事者（地域住民）だけでは解決できない地域の課題に対して、非当事者に関心を持ってもらい問題解決に向けて関わってもらうことで、Iターン者の増加につながるような取り組みが出来ればと考えました。

◆仮説

以上の事を踏まえて次の仮説を立てました。

仮説

- ・ **地域課題に関心を持ってもらえるようなビジネスプランを作成することでIターン者の増加につながる。**

(2) Iターン者の増加を目指して

神島高校では、これまでも観光教育に取り組んでおり、平成 26 年度には田辺市にある紀州石神梅林を中心とした観梅バスツアーを実施しています。実際に旅行に訪れた観光客の反応をみると、地域に興味を持って訪れている人が少なくないことがわかりました。

この経験を基に観光をただのレジャーとして終わらすのではなく、地域に関わってもらい最初の一步となるようなツアー企画に取り組むことにしました。



① RESAS（地域経済分析システム）での資料調査

地方創生の実現に向けては、各都道府県・市区町村が客観的なデータに基づき、それぞれの地域の現状と課題を把握し、その特性に即した地域課題を抽出して「地方版総合戦略」を作成しています。

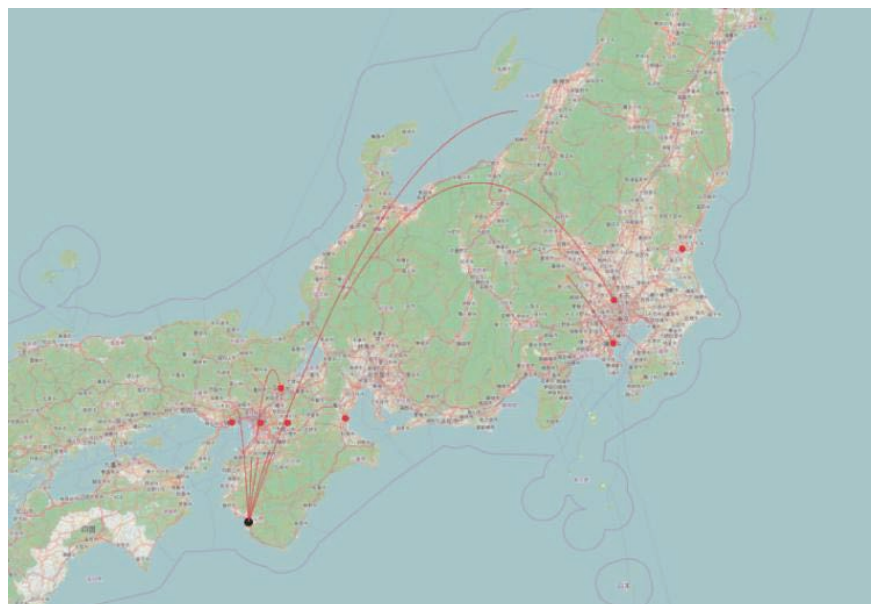
この戦略立案のため、まち・ひと・しごと創生本部は、これまで経済産業省が開発を行ってきた「地域経済分析システム」、いわゆる「ビッグデータを活用した地域経済の見える化システム」を、経済分野に限らずさまざまなデータを搭載することで、地方自治体が「地方版総合戦略」の立案等をする際に役立てられるシステムへと再構築されています。この「地域経済分析システム」は、英語表記（Regional Economy (and) Society Analyzing System）の頭文字を取って、“RESAS”（リーサス）と呼ばれています。



RESAS は、4 つのマップ、具体的には「産業マップ」「観光マップ」「人口マップ」「自治体比較マップ」の 4 つで構成されています。今回、観光ツアーを企画するにあたってこの RESAS を用いて資料調査をおこなうこととしました。

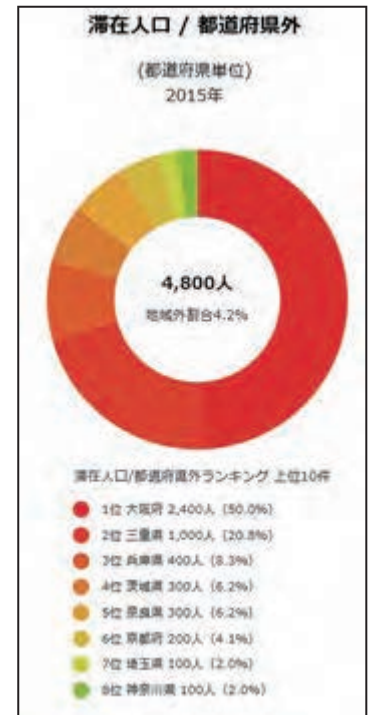
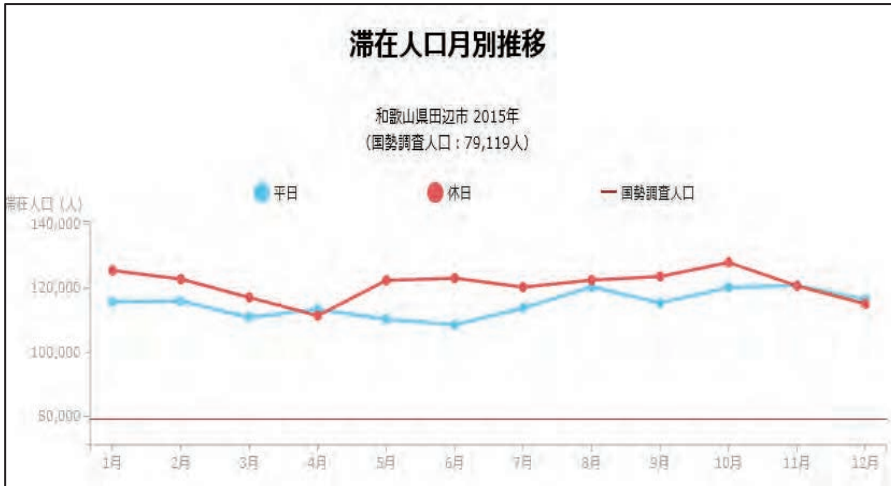
◆観光マップ（From-To 分析）

田辺市への観光客がどういった地域から来られているかを見てみると、大阪を中心とした京阪神だけでなく、東京や埼玉といった首都圏からも観光等で来られる滞在者がいることがわかりました。これには、南紀白浜空港利用による交通アクセスのよさも大きく影響していると考えられます。



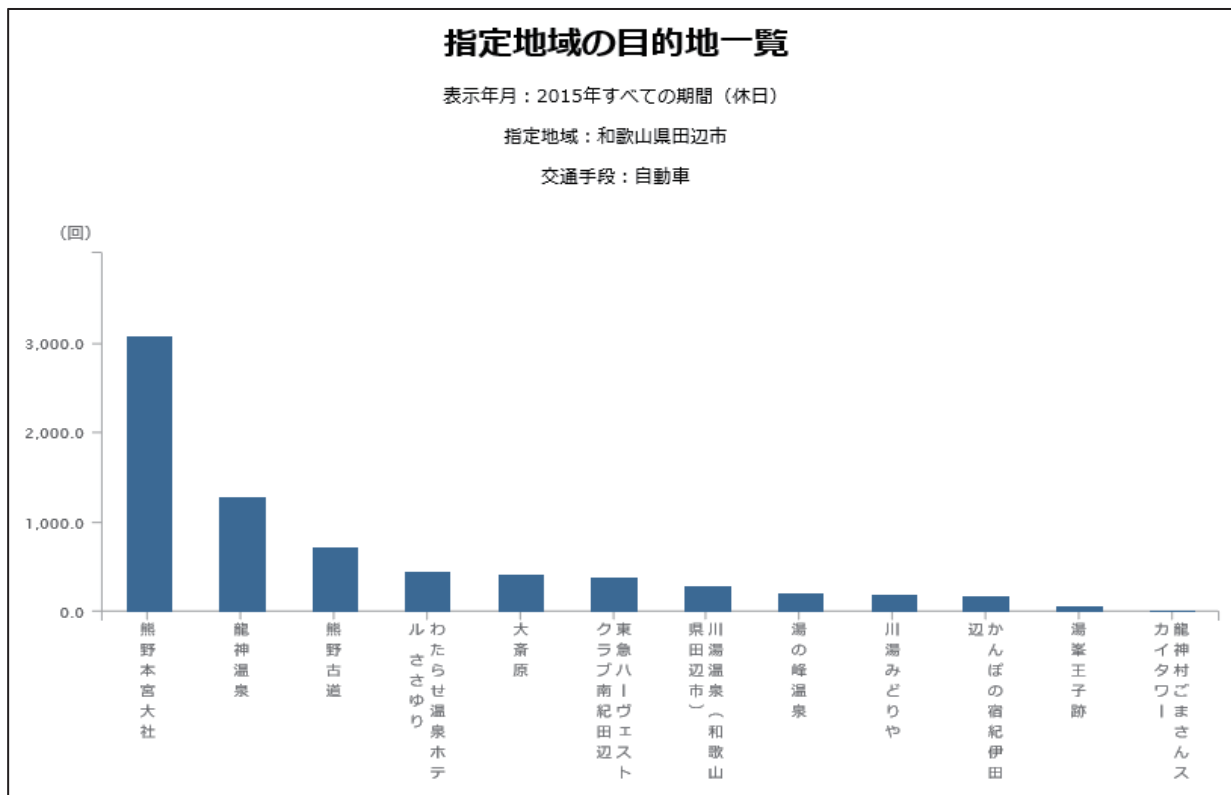
◆観光マップ（滞在人口）

市区町村単位での滞在時間が2時間以上の人口を表す滞在人口を見てみると、1月にあたり4万人前後の滞在者が年間を通していることがわかります。また地域外からの滞在者の約半数は大阪からであり、三重、奈良など近郊地域からの滞在者が多いことがわかります。



◆観光マップ（観光目的地一覧）

田辺市への滞在者を目的地別に集計してみると、熊野本宮大社や熊野古道などの世界遺産とならんで、龍神温泉、湯の峯温泉、川湯温泉などの温泉施設も人気が高いことがわかりました。プランを作成する上で、重要なヒントとなりました。

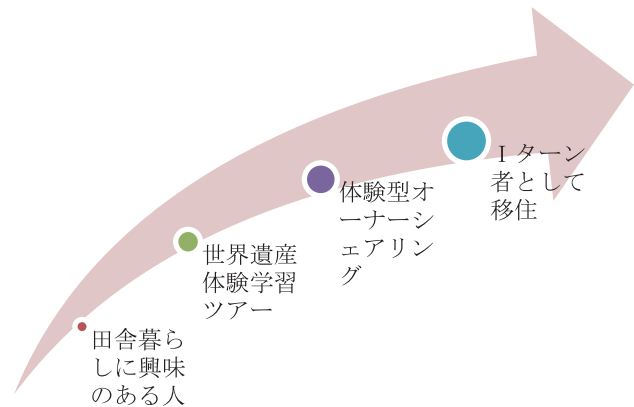


【以上RESAS(地域経済分析システム)より】

② 企画 (世界遺産体験学習ツアー&体験型オーナーシェアリング)

和歌山にある2つの世界遺産をより多くの人に知ってもらい、ここでしか出来ない体験を通して和歌山の魅力を発信すると同時に、地域が直面している課題について旅行者が関心を持てるような企画にしようとして話し合いました。

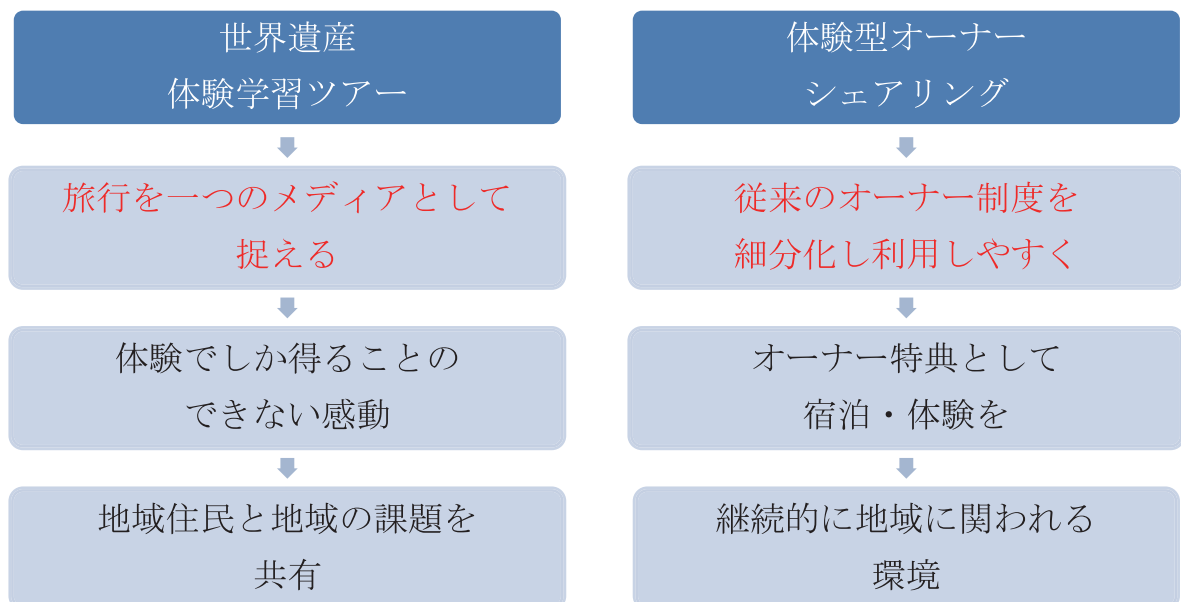
ツアー名は「世界遺産体験学習ツアー」とし地域課題を旅行者と共有するところがポイントとなります。また、このツアー企画と関連して、継続的に和歌山に興味を持ってもらうための「体験型オーナーシェアリング」システムを計画することとしました。



◆世界遺産体験学習ツアー(企画の概要)

具体的な行程は1泊2日とし、1日目(みなべ・田辺)、2日目(熊野古道・熊野三山)を訪れます。それぞれの世界遺産において体験プログラムを用意し、旅行者に紀州和歌山の伝統文化やライフスタイル、環境を意識した循環型農業のあり方を理解してもらいます。特に、宿泊先である秋津野ガルテンにおいては、地域の方々と交流しながら地域の現状や課題(産業従事者の高齢化・耕作放棄地の増加)についても学習し、旅行者からも課題解決に向けての客観的な意見や提言をいただくような機会も持ちたいと考えています。

当事者(地域住民)だけでは解決しない問題に対して、非当事者に関心を持ってもらうためのアプローチの一つとしてこの企画を実施したいと思います。旅行を一つのメディアとして捉え、インターネットや冊子等では出来ない感動的な体験を通して、旅行者自身にとって新しい一歩を踏み出すきっかけとなることを期待しています。



◆企画の目的(なぜ)

地域の魅力を客観的に考えてみると、農産物や海産物以外にも、世界文化遺産に登録されている「紀伊山地の霊場と参詣道」や世界農業遺産に登録されている「みなべ・田辺の梅システム」など世界的にも注目されている観光資源も多数あります。

しかし、一方で**農業所得の低下から新規就農者数が低下し、農業従事者の高齢化・耕作放棄地の増大といった地域にとって深刻な課題**も発生しています。

これらの社会的な課題をあえて旅程に加えることで、旅行者には地域や地域課題に関心を持ち人生を考えるきっかけとし、地域住民には旅行者との交流をきっかけに新たな発想を持ってもらうことができると考えました。

◆企画の実施時期(いつ)

梅の花が咲き誇る観梅の時期でもあり、かつ農繁期で地域の方々の協力も得やすく、実際の運営を担当する神島屋のスタッフにとっても活動しやすい時期なので2月上旬の実施を考えています。

◆企画の対象(誰に)

将来的に田舎暮らしを考えている人や潜在的に里山ボランティア等の地域づくりに興味を持っている人など、旅程を通して地域の現状を理解し課題に関心を持って関わってくれる人を募集したいと考えています。

◆実施の主体と協力者(誰が)

田辺市役所観光課様や(株)農協観光様にご指導を受けながらこの企画を実施できるように深めていきたいと考えています。実際の運営は神島屋のスタッフがおこないます。

◆集客・運営の方法(どのように)

若い世代は Web での口コミ情報を判断材料として用いる傾向があるので、旅行会社が作成するパンフレットやチラシだけでなく SNS 等を用いた Web でのコミュニケーションを重視した集客・運営方法を考えています。具体的には集客目的だけでなく旅行参加者がその後も地域に関わりを持てるような、「**体験型オーナーシェアリング**」等のシステムも有効だと考えています。

③ **実践** (フィールドワーク)

企画を決定するために、フィールドワークをおこない実際に自分達の目で確認し、地域の方々の話を聞きました。

◆対象地域(どこで)

紀州田辺石神梅林

紀州石神梅林は田辺市が誇る梅林で標高の高い石神地区にあることから「天空の梅林」とも言われます。標高400mの「大蛇峰展望台」から眺めるすり鉢状に広がる梅畑は絶景で「一目30万本」とも形容されています。

集落も梅林と共存しており、400年続いた循環型農業システムを理解する代表的な地区となっています。



秋津野ガルテン

平成18年3月まで実際に田辺市立上秋津小学校として利用されていた建物を利用して、平成20年にオープンした施設となっています。地元の農家や地域の未来について考える方々が出資して、農業体験を取り入れた体験型の宿泊施設として運営されています。体験として、農業体験、ジャム・スイーツ作りなどがあり、個人でも団体でも申し込めるようになっています。また、併設されているレストランやカフェでは地元の特産品を活かしたランチやデザートなども用意されています。

また、この秋津野ガルテンは地域住民が主体的に地域作りに取り組み成功した事例としても有名で、県内外から様々な行政関係者なども視察に来られます。

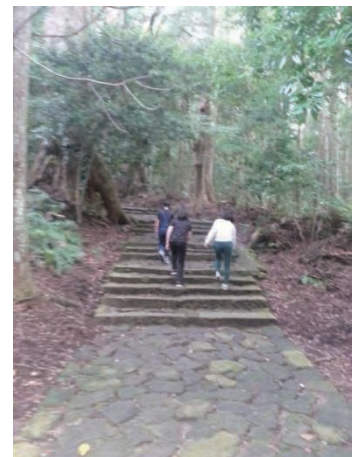


大門坂

大門坂は、熊野詣で栄えた当時の面影を特に美しく残しており、聖地「那智山」へと全長約600メートル、高低差約100メートルの石畳が続きます。

古の関所跡や霊場への入り口といわれた「振ヶ瀬橋(ふりがせばし)」、登り口にそびえる樹齢約800年の「夫婦杉」などが、参詣者を出迎えます。かつて坂の到着地点に大きな門があったことから、「大門坂」と呼ばれています。

古来より、多くの参詣者たちを受け入れてきた熊野古道。大門坂は、その面影をもっとも色濃く今に残している場所です。



那智大社

熊野那智大社は、那智山青岸渡寺とともに熊野信仰の中心地として栄華を極め、古来より多くの人々の信仰を集めました。

467段におよぶ石段の上に建つ6棟からなる社殿は、標高約500mに位置し、夫須美神(ふすみのかみ)を御主神としてそれぞれに神様をお祀りしています。

伊弉冉尊(いざなみのみこと)とも言われる夫須美神は、万物の生成・育成を司るとされ、農林・水産・漁業の守護神、縁結びの神様また、諸願成就の神としても崇められています。



本宮大社

全国の「熊野神社」の総本宮にあたる熊野三山。三山の中でもとりわけ古式ゆかしい雰囲気漂わせるのが、聖地熊野本宮大社です。

熊野参詣道のなかでも、多くの人々がたどった「中辺路」を歩くと、難行苦行の道のりを終え最初にたどり着くのが熊野本宮大社です。最初に熊野本宮大社を望む「伏拝王子」の名は、やっとたどり着いた熊野大社を伏し拝んだ、との由来からと伝えられています。

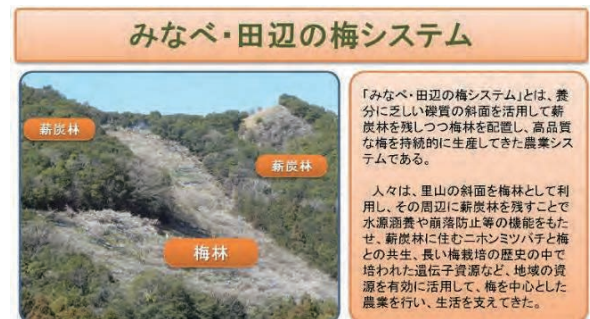


本殿へと続く158段の石段の両脇には幟がなびき、生い茂る杉木立が悠久の歴史を感じさせます。総門をくぐると檜皮葺の立派な社殿が姿をあらわします。向かつて左手の社殿が夫須美大神(ふすみのおおかみ)・速玉大神(はやたまのおおかみ)の両神。中央は主神の家津美御子大神(けつみみこのおおかみ)。そして右手は天照大神(あまてらすおおみかみ)が祀られており、交通安全、大漁満足、家庭円満、夫婦和合、長寿の神として人々を迎え入れてきました。

◆企画の魅力(何を)

世界農業遺産

養分に乏しく礫質で崩れやすい斜面を利用して薪炭林を残しつつ梅林を配置し、400年にわたり高品質な梅を持続的に生産してきた循環型の農業システムが2015年に世界農業遺産に認定されました。限りある資源を有効活用し、人間と自然が共存してきたシステムを後世に引き継ぐためにも、より多くの人に見ていただきたいと思えます。



梅を使った料理体験

石神梅林内店舗において、梅を使った料理(試食)体験をおこないます。これまでに神島屋で開発したレシピの中からいくつかのメニューを旅行者と一緒に調理したいと考えています。神島屋としてのこれまでの活動等も紹介することで、私達、神島屋スタッフと旅行者の交流の場となればと考えています。



農作業体験

紀州田辺石神梅林のある、石神地区の農園で梅の木の剪定作業を体験していただきます。農家の作業だけでなく、普段の生活も含めて体験してもらうことで地域に関する関心が高まるのではないかと考えています。



秋津野ガルテン(研修・宿泊)

秋津野ガルテンでは宿泊以外に夕食をかねて**地域の方々と旅行者が地域の課題などについて意見交換**をおこないたいと思います。旅行者にとって地域の課題解決のために自分の時間を費やしたいと思う体験が、自分自身の人生において一步を踏み出すきっかけになるとともに、地域の方々にも新しい発想をもたらしてくれるのではないかと考えられるからです。

世界文化
遺産の課題

・熊野古道などの環境維持や修復にともなう費用&労働力

世界農業
遺産の課題

・農業従事者の高齢化
・耕作放棄地の増大



世界文化遺産

紀伊山地は、神話の時代から神々が鎮まる特別な地域と考えられていました。中国から伝来した「仏教」も、深い森林に覆われた紀伊山地の山々を阿弥陀仏や観音菩薩の「浄土」に見立て、仏が持つような能力を拾得するための山岳修行の舞台としました。その結果、紀伊山地には、それぞれの起源や内容を異にする「吉野・大峯」、「熊野三山」、「高野山」の三つの「山岳霊場」とそこに至る「参詣道」が生まれ、都をはじめ全国から人々の訪れる所となり、日本の宗教・文化の発展と交流に大きな影響を及ぼしました。



『紀伊山地の霊場と参詣道』は、三重、奈良、和歌山の三県にまたがる「紀伊山地の自然」がなければ成立しなかった「山岳霊場」と「参詣道」、及び周囲を取り巻く「文化的景観」が主役であり、世界でも類を見ない資産として価値の高いものとなっています。

熊野古道健康ウォーキング(大門坂)

「熊野古道健康ウォーキング」とは、世界遺産に登録された熊野古道を歩くことによって得られる健康効果(2004年に和歌山県と(財)和歌山健康センターが連携して調査実証)をもとに、熊野の地形や資源を利用して、健康増進を促すウォーキングです。熊野古道健康ウォーキングでは、「熊野セラピスト」や語り部とともに熊野古道を歩くことで、忙しい日常を忘れどころと体の元気を取り戻す体験をしていただきたいと思います。



熊野三山お参り(那智大社・本宮大社)

熊野の地は古くから「神の宿る場所」と言い伝えられてきました。また、黄泉の国とつながりの深い、心・身体・魂を癒す「よみがえりの地」とも言われています。山深くにある熊野神社の総本山熊野本宮大社を参拝し、石畳の参拝道が続く大門坂を歩き熊野那智大社に参拝することで、雄大な自然と人々の思いを感じてもらいたいと思います。



◆フィールドワークより

観光ツアーに向けた現地調査としてツアー行程の視察および、紀州田辺石神梅林において販売テストをおこないました。














フィールドワークをもとに SWOT 分析をおこないました。

	【機会】 <ul style="list-style-type: none"> ・世界遺産 ・トレッキング ・田舎暮らし ・世界的な和食ブーム 	【脅威】 <ul style="list-style-type: none"> ・他の世界遺産 ・地域の高齢化 ・耕作放棄地の増加 →太陽光発電に利用
【強み】 <ul style="list-style-type: none"> ・絶景の景色 ・パワースポット ・各種体験 	世界遺産をキーワードとし、トレッキングや各種体験を通して癒しを提供するとともに、旅行者にも地域課題に関心を持ってもらえる企画を提案する。	
【弱み】 <ul style="list-style-type: none"> ・交通アクセス ・立ち寄り箇所 ・認知度の低さ 	交通アクセスや立ち寄り箇所の面で観光客を失うことのないようにする。	認知度が低く交通アクセスも悪いので撤退する。

分析の結果は【強み】を生かして市場の【機会】を捉え【脅威】を逆に利用することとしました。具体的な戦略としては、「世界遺産をキーワードとして、トレッキングや各種体験を通して癒しを提供するとともに、旅行者にも地域課題に関心を持ってもらえる企画を提案する」というものとなりました。

◆世界遺産体験学習ツアー(案) ～2040年問題と世界遺産の今後を考える～

ご旅行日程表(案)										
旅行名 神島屋発 世界遺産体験学習ツアー ～2040年問題と世界遺産の今後を考える～					方面	和歌山(田辺・白浜)				
方面	2017年 2月 日()～2017年 2月 日()		人員	大人	小人	その他	添乗員	合計		
	1泊 2日		名	名	名	名	名	名		
日次	月日	日程						朝	昼	夕
1		貸切バス(中型・ガイド付) (途中一回休憩予定) 大阪駅 田辺IC 紀州石神梅林 あぎつのガルテン 7:00集合 9:10 9:40 15:00着予定 ・梅料理体験 ・夕食 ・昼食 ・地域の方々との交 ・農作業体験 ・宿泊    								
2		   あぎつのガルテン 熊野古道(大門坂) 熊野那智大社 7:00発 9:00 10:00 ・熊野古道健康 ・参拝 ウォーキング ・昼食    熊野本宮大社 とれとれ市場 丸長水産 (途中一回休憩予定) 14:00 16:00 19:00発 田辺IC 大阪駅 ・参拝 ・買い物 ・夕食 21:30着予定 ・温泉						1	2	2



和歌山県立神島高等学校商品開発プロジェクト「神島屋」

〒646-0023 和歌山県田辺市文里二丁目33番12号
 TEL 0739(22)2550 FAX 0739(22)2558
 E-mail shouhinrikaihatu_kashimaya@yahoo.co.jp

起案者	3年()組()番 氏名()
-----	------------------

◆体験型オーナーシェアリング(案) ～わかやまclub～

地域の魅力を客観的に考えてみると、農産物や海産物以外にも、世界文化遺産に登録されている「紀伊山地の霊場と参詣道」や世界農業遺産に登録されている「みなべ・田辺の梅システム」など世界的にも注目されている観光資源も多数あります。これらの観光資源を有効に活用し、世界中の



人に紀州和歌山の地域資源を積極的にPRするために、体験型のオーナーシェアリングシステムを考えることとしました。特に、若者や海外の人は、Webでの口コミ情報を判断材料として用いる傾向があるので、紙資料ではなくSNS等を用いたWebでのコミュニケーションを重視したシステムとしたいと考えています。

この体験型オーナーシェアリングシステムでは、**宿泊・体験・特産品をコンテンツとして利用者が必要に応じて各コンテンツを選択できる**ように考えています。従来ある農産物等のオーナー制度を細分化し組み合わせることで、利用者にとっては少量で多種類の特産品を手に入れられる形としたいと思えます。また、コンテンツに宿泊や体験を加えることで、地域に愛着を持ってもらえると同時に、新たな観光需要の創設や特産品の付加価値向上につながると考えられます。

特産品：clubオーナーには、県内各地の特産品を毎月ごとに郵送で届ける。
 (梅・各種みかん・もも・かき・紀州イサギ・太刀魚・紀州うめどり・うめたまご・熊野米・・・) ※海外への郵送は別途

体験：clubオーナーは、県内各地での体験にオーナー価格で参加できる。
 (高野山での修行体験・熊野古道ウォーキング・世界遺産となった梅システム作業体験・・・)

宿泊：clubオーナーは、年に一度県内各地にある宿泊施設を利用できる。
 (高野山での宿坊宿泊・世界遺産となった梅システムみなべ田辺での民各地の宿泊施設・・・)



④ 検証 (i) —ビジネスプランとして—

企画を実際のビジネスプランとして市場に出すために、経済性やプラン内容の優位性についての検証をおこないました。

◆想定している顧客（ターゲット）

将来的に田舎暮らしを考えている人や潜在的に里山ボランティア等の地域づくりに興味を持っている人など、旅程を通して地域の現状を理解し課題に関心を持って関わってくれる人をターゲットとしたいと思います。これらのツアーやオーナーシェアリングに参加してくれた人が将来的にIターン者として地域を支えていってくれることを期待しています。

◆具体的な販売（提供）方法、広告方法

<販売方法>

旅行会社を通しての販売だけでなく、Webでの直接申込み・販売もおこないたいと考えています。興味のある人達と直接関わることで、課題の共有につながると考えられるからです。

<広告方法>

若い世代はWebでの口コミ情報を判断材料として用いる傾向があるので、旅行会社が作成するパンフレットやチラシだけでなくSNS等を用いたWebでのコミュニケーションを重視した集客・運営方法を考えています。具体的には集客目的だけでなく旅行参加者がその後も地域に関わりを持てるような、「体験型オーナーシェアリング」も含めてWebでのシステムを作成したいと思います。また、行政が発行する公報や機関誌など地域づくりに興味のある人たちが、普段目にする媒体にも掲載してもらうことで口コミでの広告効果に期待できます。

◆必要な経営資源（ヒト、モノ、技術・ノウハウ）

<ヒト>・・・体験ツアー（ガイド・インストラクター）

オーナー制度（事務局・Web管理者）

→ **Iターン希望者などを積極的に受け入れる。**

<モノ>・・・事務所・備品

<技術>・・・Webページ作成

<ノウハウ>・・・広告・販売・添乗

※行政機関や地域と連携しておこなう。



◆実現に向けて考えられる課題（ハードルやリスク）と対処方法

<課題>

- ・スタッフとして働いてくれる人材の確保
- ・システム構築のための初期費用の確保

<対処方法>

- ・神島高校のこれまでの取り組みと活動の趣旨を説明し、理解していただける協力者を探すことを考えています。特に、Iターンを考えている人達の雇用の場として地域外からの協力者を積極的に受け入れたいと考えています。
- ・地域活性化への取組は全国的に広がっていることから、地域の方々だけでなくクラウドファンディングの仕組みを用いて広く出資を募ることで、この問題に興味のある方々と連携できるのではないかと考えています。

※クラウドファンディングとは・・・

不特定多数の人が通常インターネット経由で他の人々や組織に財源の提供や協力などを行うことをいい、群衆(crowd)と資金調達(funding)を組み合わせた造語となっています。

◆ビジネスプラン実施における収支計画

		1年後	[5] 年後 (任意の年を記入)	計算方法
売上高		828万円	2484万円	・1年後 【売上】 体験学習ツアー @20,000×30名×12回 オーナーシェアリング @3,000×30名×12ヶ月 【売上原価】 体験学習ツアー @14,000×30名×12回 オーナーシェアリング @2,000×30名×12ヶ月 【人件費】 日当5000円×20日×12か月 【家賃】 月額50000円×12か月
売上原価（仕入高）		576万円	1728万円	
経費	人件費	120万円	360万円	
	家賃	60万円	60万円	
	宣伝広告費	12万円	24万円	
	その他	3万円	6万円	
合計		195万円	450万円	
利益		57万円	306万円	

世界遺産体験学習ツアー（原価見積内訳）

交通費（バス：大阪～田辺）	5000
梅料理体験	500
農作業体験	500
宿泊費（あきつのガルテン）	5000
交流会	3000
合計	14000

オーナーシェアリング（原価見積内訳）

特産品	1500
宿泊費積立	500
体験費用補助	500
合計	2000

◆同じような商品・サービス(競合品の確認)

文化体験や自然体験、スポーツ体験だけでなく作業体験に関するツアーも市場にはたくさん出されていますが、継続的な関わりを目指すツアーはあまり提案されていないと考えられます。また、神島高校の生徒が開発したオリジナル梅料理体験は他にはない特色となると思います。



◆既製地域体験プランとの比較

	既製地域体験プラン	世界遺産体験学習ツアー
内容	様々な体験を行程の中心とし、体験による満足感を得るプラン。 (備考) 限られた日数の中で、効率的に様々な体験を提供	ここでしか出来ない体験を通して地域に関心を持ってもらうプラン。継続的に地域と関わるための第1歩となる。 (備考) 旅行を一つのメディアとして捉え、ここでしかできない体験を提供
販売	旅行会社 (備考) 農家民泊なども人気	旅行会社・Webでの直接申込み (備考) SNS等での情報発信に努める
価格	12000円～ / 1泊2日 (備考) 行先や体験の内容、宿泊形態によって金額は様々となっている。	20000円 / 1泊2日 (備考) 地域住民との交流費用(飲食代金)を含む。
ターゲット	様々な体験に興味のある人 (備考) 自然・スポーツ・文化体験など	田舎暮らしに興味のある人 (備考) 農作業体験・道普請体験など
PR	すでに市場で販売されている実績	地域住民との交流
課題	自然体験やスポーツ体験などの体験ができる場所としての地域の捉え方	連携者の選定

⑤ 検証 (ii) —企画実施による効果とヒアリング結果—

今回提案する「世界遺産体験学習ツアー」および「体験型オーナーシェアリング」はともに、現段階では実施にはいたっていません。従って実際の経済的効果を計ることはできませんが、企画実施による希望的効果と地域でのヒアリング結果を紹介させていただきます。

◆企画実施による希望的効果

<社会的効果>

- ・世界遺産と体験学習を結びつけることで新たな観光需要を作り出す。
- ・旅行を一つのメディアとして捉え、地域課題解決のための参加者を募る。
- ・地域の方々にも課題解決に向けて考えるきっかけを提供できる。

<経済的効果>

- ・世界遺産をPRすることで、間接的に地域産業に貢献できる。
- ・観光客が訪れることで、地元の各店舗が賑わう。

<対象地域への効果>

- ・観光客が増加することで、新たなイベントを企画できる。
- ・交流を通して地域に関心を持った旅行者が継続的に地域に関わる。
- ・交流を通して地域に関心を持った旅行者がIターン者として地域を支える。

<企画の継続性>

- ・オーナーシェアリングを活用して、旅行後にも継続した関わりを作る取り組みが有効となる。

<地域の将来像>

- ・伝統や文化を継承しながらも、新しい考えや新しい人材を積極的に受け入れ、課題を解決しながら発展する地域を目指します。

◆地域でのヒアリング結果

フィールドワークを通して地域住民から聞いた話しをまとめると以下のようになりました。これらのヒアリング結果をツアー内容決定に活用し、私達の活動を進めていきたいと考えています。

<田辺市が評価できる点>

- ・自然が豊富／温暖な気候／海が近く農産物も豊富
- ・のんびり時間を気にせず過ごすことが出来る
- ・都会と田舎の真ん中で住みよい街／歴史のある街

<田辺市への移住の条件>

- ・格安な住居／金銭的な優遇措置／ある程度の収入の保障
- ・仕事の斡旋／自身のキャリアを生かせる職場の確保
- ・定住していけるための、手に職をつけるためのサポート
- ・商業施設や病院などの充実／生活環境や食生活の良さ
- ・災害等への対策がなされている／住民の人間性が良好

<田辺市出身者が戻らない理由>

- ・十分な収入を得られる仕事がない
- ・遊び場所が少ない／田舎で便利が悪い／刺激が少ない
- ・親戚付き合いがわずらわしい／少し遠すぎる
- ・特にないが戻る理由も今のところない

3. 持続的な地域活性化のために

(1) 特産品である梅を使った地域ブランド創設

持続的な地域活性化のためには、何より地域内での自立的な活動による経済活性化(内発的活性化)が必要であり、そのためにも特産品である梅を使った地域ブランドを創設していければと思います。一次産業従事者の所得減少とそれに伴う人口減少を課題とするこの地域にとって、梅を使った様々なレシピを開発し地域の食をアピールするとともに、毎年大勢の観光客で賑わう梅林や海水浴場等の観光資源と結びつけることで地域外にも発信していくことが出来れば継続的な地域の活性化に繋がるとも考えています。

(2) 私たちの思い ～商品開発から地域づくり・人づくりへ～

地方創世が叫ばれる今日ではありますが、地方にも地域間格差が生じており大規模な企業誘致が見込めない地域においては、私たち若者の地域外への流出(社会的減少)が避けられない状況となっています。当地域もそのような課題を抱えている中で、この問題に対する一つの答えが「高校生の段階でまちづくりや地域活性化に関わる事」だと考え、神島屋として様々な地域の活動に参加しています。

特に、この「世界遺産体験学習ツアー &体験型オーナーシェアリング」では、地域の方々や旅行で来られた方々と一緒に地域の課題について考えることで自分たち自身の進路について考えるきっかけにもなると考えています。若い世代の私たちがこのような取り組みを継続することで地域づくりのやりがいやおもしろさを感じることが出来れば、自分自身の成長だけでなく地域の中で主体的に取り組もうとする若者が増えるのではないかと考えています。

また、昨年度初めて実施した「UME-1 グルメ甲子園」では生徒実行委員会として地域の方々と一緒にイベントを企画し、実現することができました。生徒実行委員会として、このイベントの立ち上げに関わることで得られた体験は何物にも代えがたい貴重な思い出になると考えています。この「UME-1 グルメ甲子園」が継続的に開催されることを期待するとともに、自分達が大人になった際には別の形でこれらのイベントに関わりたいと考えています

神島屋では平成24年より「商品開発」に取り組んでおり、地域を代表する特産品である紀州南高梅を用いた商品を開発し、梅をPRする様々な活動を続けています。

開発した商品の販売のために様々なイベント等に関わらせていただく中で、ただ単に新商品を開発するだけでなく、開発した商品を通して地域とつながり、その事によって自分自身を成長させることが本当に大事なことだと考えるようになりました。

「商品開発」は最終的な目的ではなく、一人ひとりが地域と関わり、成長することが目的であり、これから私達が目指すべき方向性だと考えています。

私たちが住んでいる地域は、65歳以上の高齢者の割合が全体の約3割を占めています。これは、近畿で1位、全国でも5位という高齢人口比率です。高齢者が多くなっている一方で、さらに若者の地元離れが目立ってきています。そのような中、若者でも地域を盛り上げられることや、地元のすばらしさを再確認できることを、今回のような発表の機会を通して知ってもらいたいと思います。また、この生徒商業研究発表大会を通して、地元の良さをもっと多くの人に知ってもらい地元を更に元気にさせたいと考えています。