

令和2年度 大学生の力を活用した集落復興支援事業 報告書

南会津町 木賊集落

×

東洋大学 国際観光学部 佐々木茂ゼミ



目次

はじめに	3
研究室概要	3
当事業における主な活動内容	4
I. 集落概要	4
1-1. 位置について	4
1-2. 資源について	5
1-3. 人口について	5
1-4. 令和元年度の調査時に判明した課題	5
II. 令和元年度に発見した課題の中から緊急を要する課題への提案と追加調査	
ー木賊の広瀬の湯に供給する電力を産出するための取り組み：観光の資源化を視野にー	6
1. 地域住民のご理解とご協力をお願い	6
2. クラウド・ファンディングの実施と返礼品の開発	6
3. CFの広告効果を考える	6
4. 発電方法の検討	9
5. 発電を長期間維持するための組織作り	9
6. 発電量についての検討	9
7. 地域間連携によるカーボン・オフセットを通じた関係人口と観光誘客	9
8. 新たな観光資源としての水車	10
9. 国の支援策を活用して推進	11
10. 5市町村で実施という選択肢も	11
11. 木賊集落の小水力発電の参考事例	12
12. まとめ：館岩支所の木賊集落に小水力発電を設置する意義	14
13. クラウド・ファンディング返礼品のご提案	15
III. 今後に向けて	21
IV. 謝辞	21
V. 参考文献・ホームページ	22

はじめに

研究室概要

東洋大学国際地域学部国際観光学科佐々木茂ゼミナールは、佐々木茂先生の御指導のもと、主に「地域活性化」と「マーケティング」について学ぶゼミナールである。ゼミナールの活動の内容としては、2年生の秋学期に入ゼミしてから半年間はマーケティングに関する文献を読み、マーケティングについての知識をつける。その後、地域活性化を実践的に学ぶのは3年生になってからである。3年生になると、グループ分けを行いグループごとに福島県南会津町の課題を抽出し、新規提案までの流れをグループ論文としてまとめ上げる。グループごとに南会津町を訪問する回数は違うが、訪問するたびに町の職員の方、地域住民の方と議論、交流を図っている。4年生は南会津町の館岩地区にある木賊集落の活性化に向けて、年に数回木賊集落を訪問し、調査や集落住民の方と意見を交換する機会を作っている。

また、佐々木茂ゼミナール（以下佐々木ゼミ）は、現役生とOB・OGの繋がりがとても強いのが特徴の1つである。OB・OGを学校に招いてビジネスに関する講義の開講や、就職相談会等を毎年開催している。

以下に当ゼミナールの教授である佐々木茂教授のプロフィールを記載する。

佐々木茂教授 プロフィール

佐々木 茂（Sasaki Shigeru）

- ・ 所属：国際観光学部国際観光学科
 - ・ 職位/学位等：教授/博士（商学）
 - ・ 専門分野：マーケティング、流通システム、地域発国際戦略、国際観光交流
 - ・ 著書・論文等
 - ・ 新版・地域マーケティングの核心－地域ブランドの構築と支持される地域づくり（共著）
- [同友館]
- ・ 「おもてなしを考える－地域マーケティング論」（共著）[創文企画]
-
- ・ 研究キーワード
 - ・ フランスの経済と文化事情、ニュージーランドの観光と農業、米国のまちづくり
 - ・ 地域発国際戦略（自治体）、地域ブランド、地域マーケティング
 - ・ 国際観光交流、観光まちづくり、社会起業家

（出所）東洋大学ホームページより

図1：佐々木茂教授のプロフィールについて

（東洋大学公式ホームページの内容を参考にゼミナール生作成）

当事業における主な活動内容

当事業において、本年度、我がグループ（東洋大学国際観光学部佐々木茂ゼミナール）は6名のゼミナール生で活動してきた。昨年、当事業とは別にゼミ活動として南会津町全体の調査を行った。本年度はその際の現地でのヒアリングを踏まえ、当事業の中で南会津町木賊集落をフィールドとして現地に住民の方の話を伺いながら地域の現状及び課題を把握し、集落独自の活性に必要な手がかりを模索するため現地調査・アンケート調査、それらを踏まえた分析を行った。

I. 集落概要

1-1. 位置について

木賊集落は福島県南会津郡南会津町の館岩地区内に属し、野岩鉄道の会津高原尾瀬口駅から車で40分の場所に位置している。駅から県道352合線を館岩地区方面にまっすぐ進み、木賊入り口交差点を1度左折するだけなので、比較的わかりやすく、行きやすい場所である。南会津町の玄関口である会津田島駅からは車で県道289号線、401号線をまっすぐ進み、約1時間で到着する。また、集落沿いには西根川が流れており、さらに対岸にはさいたま市立小中学校の生徒が体験利用する、さいたま市立館岩少年自然の家がある。

【木賊集落の位置】

福島県



(出所)福島県庁公式ホームページ
<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/01010d/koho-chizu.html>

南会津町



(出所)南会津町公式ホームページ
<http://www.minamiaizu.org/kanko/map/>

図2：木賊地区の位置について

(図内に記載のあるホームページの内容を参考にゼミナール生作成)

1-2. 資源について

集落内の資源は、①温泉と②自然の2つに種別することができる。①の温泉についてだが木賊集落は、別名木賊温泉という温泉のある集落である。その歴史は深く 1000 年になると言われている。古くより“会津の隠れ湯”と呼ばれており、温泉周辺に木賊が群生していたことが名前の由来だそう。木賊温泉には広瀬の湯、岩風呂の2件の共同浴場がある。中でも岩風呂は、西根川沿いにある混浴露天風呂であり、ここ数年は毎年豪雨による土砂災害で建物が流されてしまっているものの、集落住民や根強いファンの協力によって幾度と無く 再建され、現在に至る。また、木賊温泉にはそれぞれの宿に根強いファンがいる宿泊施設が営業されている。②の自然については前述にあるように、木賊集落は西根川沿いにある集落である。この西根川では岩魚が良く獲れることで定評があり、溪流釣り解禁の時期になると多くの釣りが客が訪問する。旅館、民宿では釣り券を販売している。また、集落周辺には長卸山という登山ができる山がある。この山は比較的楽に山頂まで行くことができることから、登山初心者の方が訪問することも多いそうである。昨年ゼミ生も実際に登ってきたが、30 分から 45 分程度で登山口から山頂を通り、ゴールまで登り終えることが出来た。

1-3. 人口について

木賊集落の人口についてだが、住民基本台帳のデータによると平成 30 年 4 月 1 日で男性が 41 人、女性が 49 人の計 90 人となっている。その内の 49 名が 65 歳以上である為、高齢化率は 54.44%と高齢化が進んでいる集落と考えられる。

1-4. 令和元年度の調査時に判明した課題

区長さんをはじめとした住民の方々との意見交換会にて、住民の方々が日常的に使っている共同浴場の「広瀬の湯」の経営が厳しく、来年にはなくなるかもしれないという危機的状況にあることがわかった。意見交換を行うことで住民の方々との距離を縮め、本音を聞くことにつながるということがわかった。

この意見交換会を踏まえて、「広瀬の湯」の現地調査を行った。

問題となった広瀬の湯は源泉のままだと 37 度ほどしかなく、ボイラーを使って沸かしていることがわかった。この光熱費が、経営難を引き起こしている問題であると考えられた。ここで、木賊地区には長卸山での登山や、釣りなどのアクティビティを楽しむことができる。ここに着眼し、夏場のアクティビティの後であれば、少しぬるいお湯の方が長く浸かることができるのではないかと考えた。このことから、夏場は資源をそのまま生かし、ぬる湯で経営することで、コスト削減になることを、事例を調べた上で提案した。また、ホームページの解説など、広瀬の湯を認知してもらうための情報発信をしていくことも必要であると考えた。

こうした前年度の調査結果を踏まえて、木賊集落内で、地域住民にも観光客にも愛用されている広瀬の湯だが、現在の経営の赤字をどうするかについて喫緊の課題として解決しなければならないと考えた。

そこで、令和2年度は、発電システムを導入するための考え方を地域住民の方たちと共有し、特に、資金調達に向けたクラウド・ファンディングの返礼品の開発にも関心を持ってもらうべく、住民との会合を行った。

Ⅱ．令和元年度に発見した課題の中から緊急を要する課題への提案と追加調査

ー木賊の広瀬の湯に供給する電力を産出するための取り組み：観光の資源化を視野にー

1. 地域住民のご理解とご協力をお願い

住民の皆様が日常使いする「広瀬の湯」の改装と温め直しの熱源の確保

特に、後者は、喫緊の課題であり、永続的に熱源が確保される、つまり、広瀬の湯を維持続けられる仕組みの確立が待ったなし

住民と共有する必要がある問題点

- ・維持費が継続的にかかり、赤字の状態が続く電気代80万、燃料代70万
- ・ブランド・イメージの一新が必要とされ、それに付随して情報の発信力の問題、地域住民との協力の必要性
- ・水車を起点としたPRで、南会津町民にも広瀬の湯を活用してもらえる仕組みづくり
- ・南会津の伐採した木を水車への再利用の可能性
- ・運営主体（組織）はどこか →p. 21-22

2. クラウド・ファンディングの実施と返礼品の開発

- ・クラウド・ファンディング(CF)は、委員会（新組織）で実施
- ・木賊の人たちと東洋大学・佐々木茂ゼミが協働
- ・食；農産物、蕎麦などの加工食品、そば粉から作る加工食品、4つの酒蔵による協賛
- ・木工品；置物から家具まで
- ・アクセサリー；農業や林業で使う道具のアクセサリー化
- ・宿泊（券）；
- ・入湯券；

3. CFの広告効果を考えるー

①ターゲットに適した広告媒体とメッセージの重要性

- ・メディア・ミックスの意義……4大媒体＋交通広告など屋外媒体とSNS
- ・クロス・メディアの効果……ターゲットによって組み合わせを変える
- ・社会的意義の深さを訴求することが共鳴を呼ぶ……共感した人が自分の仲間にもアピールすることから多様な人々に共鳴を呼ぶ
- ・メッセージ性……社会的意義を伝えられるストーリーの展開と、そこから生まれるメッセージ
- ・メディアに取り上げられるコンテンツと社会的な関係構築……既存メディアに取り上げてもらえるパブリシティによって社会的認知と信頼度を高める工夫&多様なステークホルダーとの関係づくりで効果的に情報発信

②CFで当該地域や新製品や人々の存在をグローバルにアピールする

〔問題意識〕

地域ブランドや中小企業が独力でネットワーク地域や新製品やそこで頑張っている人たちをアピールしたくても、予算がないだけでなく、そもそも身近な人にする存在意義が理解されていない。

しかし、本当に必要としている人がごく限られた数の人々であったとしても、課題の根が深ければ深いほど、解決することによる価値も大きく、小さくとも1つの成功が、やがて大きな社会問題の解決にもつながることを予感できれば、共感してくれる人は増加する可能性がある⇒キャズムを乗り越えることに通じるものがある。

③クラウド・ファンディングは、誰が発信するか（who文脈）＝「この人」を応援したい、何をするのか（what文脈）＝「これ」を応援したいをいかに生み出すかが重要

a. who文脈の広告戦略

基本的には「身近な人（自分を知ってくれている人）」にしっかり支援してもらえることが重要。その手法として、自身のSNSや自分の所属コミュニティにおいて、自分のプロジェクトにかかる想いや実施に至ったストーリーをCF開始以前からも含めて積極的に発信していく必要がある。

まずは「身近な人」に共感を得ることで、「あなたが頑張っているなら応援するわ!」という直接的な支援や、「私の友だちがこんな事頑張っているんです!!ぜひ応援してください」といった間接的な支援につながる。

特にこの間接的な支援がSNSで起これば起こるほど支援の輪は同心円状に広がっていく。

また、CFはスタートダッシュがとても重要。開始5日以内に目標金額に対して10%の支援が入っていた場合。そのプロジェクトの成功率は約70%。公開から5日以内に目標金額に対して20%以上の支援が入っていた場合、そのプロジェクトの成功率は約90%であるため（※）、スタートダッシュ時に「身近な人」の支援を得られているかがキーポイントとなる。

○有効な手法：個人SNS/所属コミュニティにおける直接的な紹介

b. what文脈の広告戦略

what文脈の支援を生むためには、CFが達成された暁に何が起こるのがより魅力的である必要がある。（例：こういうイベントなら参加したい、このリターン品なら欲しい、こういうことが達成されるなら応援したい）

特に、応援を引き出すためには、どんな人が応援してくれるのか、その人はどんなことをしてもらったら嬉しいのかのペルソナを具体化し、設定する（今回の福島の場合で考えると、福島出身の人を動かすには？温泉好きを動かすには？など）。またこの具体化したペルソナがより多くある状態が望ましい。

what文脈はSNSで発信するだけでなく、パブリシティも獲得しやすい。

また、what文脈はwho文脈による支援が多く集まっているとなお効果的。これは、多くの人が参加しているということでの内容に対する信頼性を高めることにつながるため。

○有効な手法：パブリシティ、SNS（団体アカウント等でも可）

※参考サイト：<https://readyfor.jp/sapuris/1>

c. 中山間地域の特色を活かした物産開発の参考例ービエンナーレ（2年に一度の芸術の祭典）@群馬県中之条町ー



4. 発電方法の検討

小水力か、他の方法か、複数の方法の組み合わせか

他の方法；太陽光、バイオマス、風力、地熱

初期投資のコスト&運転資金の捻出の視点

5. 発電を長期間維持するための組織作り

(1) 役割

資金繰り

機器のメンテナンス

地域的美観を観光地として保守することも念頭に

(2) 組織の立ち上げに向けた構成メンバー

○木賊地区の地区長及び5名程度の住民代表者

○南会津町で地域づくりに取り組むNPO(公募?)

○南会津町役場館岩支所及び本庁

○南会津森林組合／館岩支所

○地元の建設会社（設置場所の具体的な検討に）？

○東北電力・会津若松支社もしくは会津電力株式会社

○さいたま市役所

○オブザーバーとして、資源エネルギー庁と農水省

○アドバイザーとして、東洋大学国際観光学部教授・佐々木茂

6. 発電量についての検討

・木賊地区に限定した発電量とするか

・さいたま市立館岩少年自然の家（さいたま市民用施設）への供給も含めるか

・館岩支所全体（木賊も含めた旧・館岩村管内）にも供給するか

7. 地域間連携によるカーボン・オフセットを通じた関係人口と観光誘客

○日本の都市特性評価、さいたま市21位に上昇、19年、民間調べ、「生活・居住」改善めだつ 2019/9/11 日経新聞地方経済 埼玉 40ページ

「生活・居住」分野が急上昇した			
分 野	2018年	→	2019年
経済・ビジネス	15位	→	16位
研究・開発	21位	→	20位
文化・交流	30位 圏外	→	30位 圏外
生活・居住	30位 圏外	→	20位
環 境	30位 圏外	→	30位 圏外
交通・アクセス	11位	→	12位
総 合	22位	→	21位

しかし、図からも明らかなように、さいたま市に対する環境評価は……？

・さいたま市のように人口密集地帯で環境対策を行おうとすると、投下するコストに比べて効果が上がらないのでは……。その分、南会津町に環境投資すれば、はるかにコストの良い環境対策ができる。つまり、地域間連携によるカーボン・オフセットである。

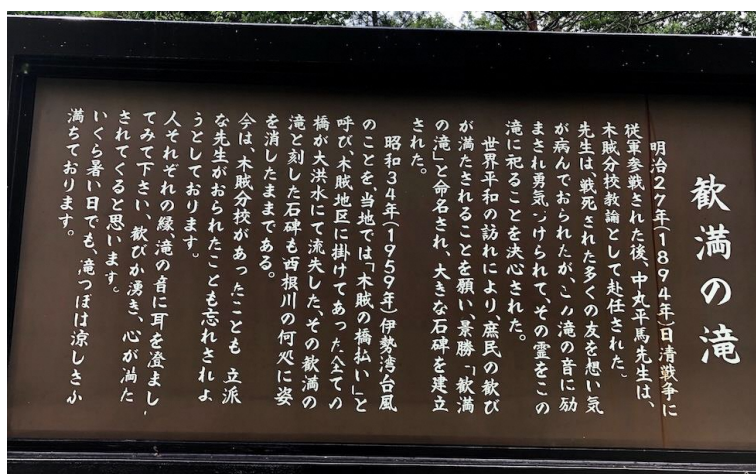
木賊の発電所が「館岩少年自然の家」も含めて木賊地域の電力を賄う発電を行えば、環境対策にもなって、木賊の人々も電気を自由に使えるようになる。これにより、姉妹都市や関係性を有する地域に環境投資をすることで、環境対策として認められれば、投資を行った地域の住民にとっては、自分たちが関係を持ったという認識ができ、投資先を訪問してみようという動機につながるのではないだろうか。そして、福島県内の他地域でも応用できるのではないだろうか。

8. 新たな観光資源としての水車

今どき、水車だけでは観光資源にはならない。どんなストーリーが興味の対象となるか、体験のできる水車があるとしたらどんな価値を提供できるか？



この滝を訪れた人に幸せが満ち溢れるようにとの願いから「歓満の滝」と呼ばれるようになった。



<ストーリーの一例>

喜びをエネルギーに！水力で、木賊地区では色々なことが始まります

今度は、この歓満の滝の落差をお借りして、電気を起こしたのです。

まずは、木賊を訪れる人の疲れを癒やそうと、「広瀬の湯」をリニューアル。朝5時から夜の10時まで楽しめるようになりました。

山奥から流れてくる砂の除去で水質も浄化。阿賀野川にきれいな水を流します。

木賊集落の公共施設にも電気を供給

そして、喧噪を離れてワーケーションをしたい人にも電気をプレゼント！



9. 国の支援策を活用して推進（資源エネルギー庁より）

○地方創生交付金による支援（内閣府）

推進交付金は、自治体が申請し、自治体に交付することになるため、町を中心に事業の制度設計等をする必要がある。町から交付金Tの担当（交付金Tでは都道府県ごとに担当を張り付けています）に連絡し、相談に応じていくプロセスとなる。つまり、プロジェクトが具体化してから、役場からの相談となる。

○農水省による支援

農業用水路を使って発電するのであれば、農水省の支援策がある。

https://www.maff.go.jp/j/nousin/mizu/shousuiryoku/rikatuyousokushinn_teikosuto.html

10. 5市町村で実施という選択肢も；地域コミュニティの活性化を図る「地域・企業共生型ビジネス導入・創業促進業」という補助金

○南会津町&さいたま市→檜枝岐村（&？）→只見町（&柏市）→下郷町（&西東京市）

△余剰電力を東北電力に買い取りは可能かなどを検討する。

事業の目的；「地域・企業共生型ビジネス導入・創業促進事業補助金」は、地域の単独もしくは、複数の中小企業等が地域内外の関係主体と連携しつつ、複数の地域に共通する地域・社会課題や付加価値について、技術やビジネスの側面から実証する取組を行う事業（以下「補助事業」という）の経費の一部を補助することにより、中小企業者等の地域・社会課題解決と収益性との両立を目指す取組である「地域と企業の持続的共生」を促進し、地域経済の活性化を実現することを目的とする。

11. 木賊集落の小水力発電の参考事例

以下の事例の中から、木賊地域に適した規模の取り組みを参考に例示した。

農水省 農業農村整備事業等による小水力発電の整備事例：農業用水路を使う発電→農水省の支援策

https://www.maff.go.jp/j/nousin/mizu/shousuiryoku/rikatuyousokushinn_teikosuto.html



小水力発電の事例（影石水力発電所）

○普通河川（影石谷川）の取水施設を活用した小水力発電施設

【発電所諸元】

位置：岡山県英田郡西粟倉村
最大出力：5.0kW
年間発電可能量：42MWh
最大使用水量：
有効落差：13.2m
建設費：3,500万円
運用開始：平成28年4月
造成事業名：地域用水環境整備事業（影石地区）
施設管理者：西粟倉村



水車発電機
クロスフロー水車



影石水力発電所



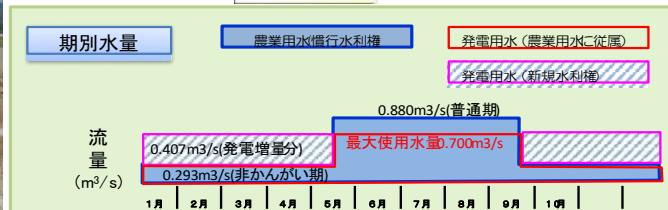
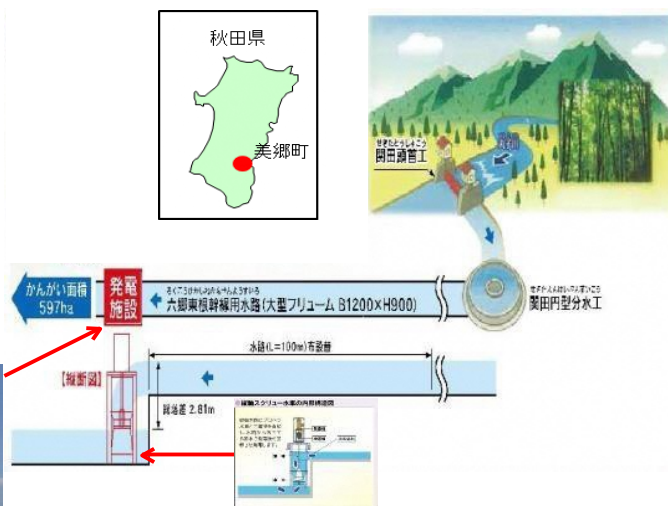
水圧管路敷設箇所

小水力発電の事例（六郷東根小水力発電所）

○県営かんがい排水事業で整備した六郷東根幹線用水路の落差を利用した小水力発電施設

【発電所諸元】

位置：秋田県仙北郡美郷町
町最大出力：11kW
年間発電可能量：57MWh
最大使用水量：0.7m³/s
有効落差：2.7m
建設費：3,800万円
運転開始：平成28年5月
造成事業名：地域用水環境整備事業（六郷東根地区）
施設管理者：秋田県仙北平野土地改良区



また、最寄りの発電所として、近年整備された「会津電力戸ノ口堰小水力発電所」についても紹介した。

会津電力戸ノ口堰小水力発電所

戸ノ口堰土地改良区が管理する農業用水路から取水、19.5mの落差を利用して水車を回し、発電を行います。最大出力は31.4kWです。

収益の一部は会津若松市に寄付させていただきます。

* 土地改良区様の水路を利用しており、近隣には住宅もございます。無断でのご見学はご遠慮ください。

ご見学可能期間

【秋季】10月1日～積雪まで 【春季】雪解け～4月末まで

* 雪の状況を見て判断いたします。詳細な時期はお問い合わせ下さい。

所在地 福島県会津若松市一箕町大字八幡字堂ヶ作山

発電所形式 流れ込み式

有効落差 19.5m

水車形式 ポンプ逆転水車

水車流量 $0.236 \text{ m}^3/\text{s}$

最大出力 31.4kW (定格出力38.0kW)

売電単価 34円/kWh

売電先 東北電力株式会社

工事期間 2017年12月～2018年10月

運転開始 2019年4月



今後、地域住民と南会津町役場が共同で、同発電所等、今回事例で取り上げたいいくつかの発電所を視察して、導入の可能性を探ることとなった。

12. まとめ：館岩支所の木賊集落に小水力発電を設置する意義

○広瀬の湯の加熱を自然由来のエネルギーに依存することで、未来に渡り低コスト・環境に優しい地域づくりに貢献する。木賊や南会津町だけでなく、木賊集落に立地するさいたま自然の家を所有するさいたま市もカーボン・オフセットの恩恵を得られる(SDGs)

○クラウド・ファンディング(CF)によって、発電設備建設の資金を調達するために、地域の物産やサービスを商品化し、CFの後も継続的に土産として生産・販売することで、地域づくりの資金を継続的に捻出

○水車型発電、蕎麦の脱穀、地域の美味しい水だからできる木賊蕎麦の提供（民宿と土産物屋と館岩の道の駅など）。集落共通の「食」があると、情報発信につながる

○無料の電気を利用できるようになる(Wi-Fiも設置)ことで、空き家を活用したワーケーションの促進で、関係人口を取り入れる。よそ者と一緒に、地域の行事や地域の食で楽しむ

○木賊の取り組みでも、all南会津町に協力を求め、地域の資産として、全員で応援し、木賊モデルが動き始めたら、他の集落でも、課題にチャレンジする。その時は、木賊の人たちも協力する⇒「南会津町・結(ゆい)」

13. クラウド・ファンディング返礼品のご提案

木工品

提案①20~30代の女性をターゲットに

1. 木賊温泉 × 南会津の木工品

新型コロナウイルスによる自粛

→家でも温泉気分を味わえる。

(例) お風呂の木 (株式会社一十八日)



(出所) トヨタレンタリース福島

南会津の自然、温泉を連想させるもの

→おしゃれで女性が好みそうな木工品

4



【事例】 木のおもちゃ山のくじら舎

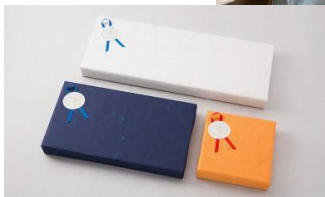
お風呂でちゃぷちゃぷ

高知県産の良質なヒノキを使用

高知県の伝統工芸品である土佐和紙を
ギフトラッピングに使用。

見た目も可愛く、
誕生日などの特別な日のギフトに

親子で
楽しめるものに



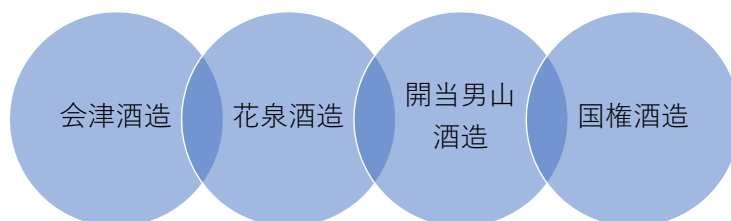
南会津産の木材を使用

→ **温泉 × 南会津**

(出所) 木のおもちゃ山のくじら舎 公式ホームページ

5

南会津の日本酒



県外ではほぼ出回らず、地元消費がほとんど = **地域が認める地域資源**

福島県は全国新酒鑑評会の金賞受賞数で7年連続日本一

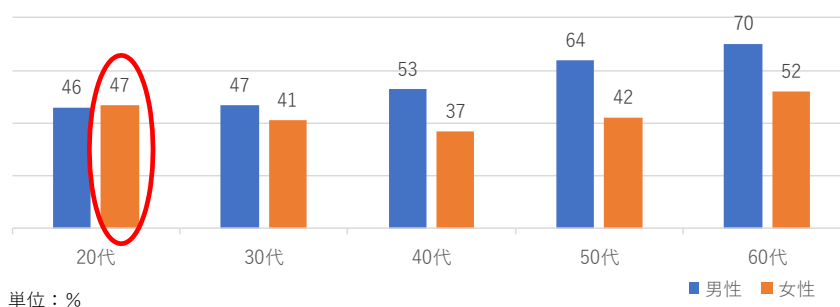
↓
『福島の酒』というブランド力

6

日本酒のターゲット

従来の50~60代だけでなく、
20代女性の注目が高まっている

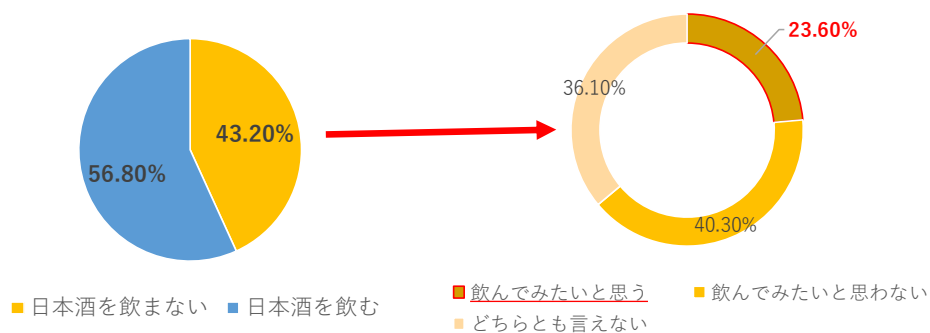
性・年代別 日本酒好きの割合



(出所) クロスマーケティング2016 を基に作成 7

日本酒のターゲット

日本酒の飲用率

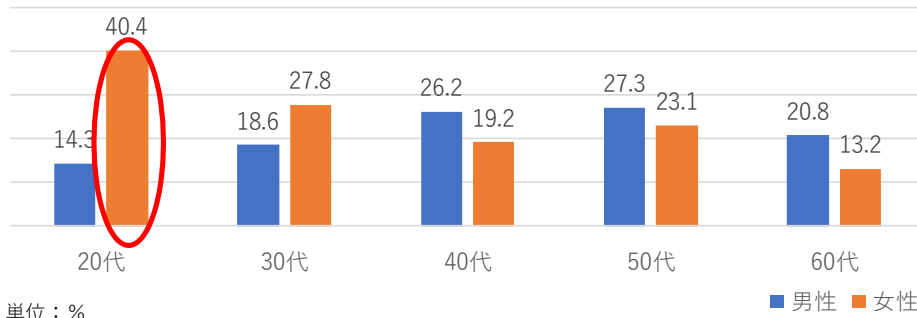


(出所) クロスマーケティング2016 を基に作成 8

日本酒のターゲット

20代女性の今後の需要に
期待が出来る

性年代別 今後の日本酒の飲用



(出所) クロスマーケティング2016 を基に作成 9

日本酒

提案①20代の女性をターゲットに

2.南会津×日本酒スイーツ

南会津の日本酒を使ったスイーツ
4つの酒造と南会津の自然を生かしたもの
SNS映えするもの

南会津の酒、木材を使用
→『南会津らしさ』を



10



(出所) MERY公式ホームページ

【事例】やなぎ茶屋 浅草 新仲見世通り
ひのきの舟に入った抹茶ティラミス

【事例】藤い屋
純米甘酒生キャラメル



(出所) 瀬戸内・広島おみやげガイド公式ホームページ

(例) プリン・キャラメル・
大福・クッキー・シフォン
ケーキ

南会津の木材を使い、食べた後も使ってもらえるようなものに

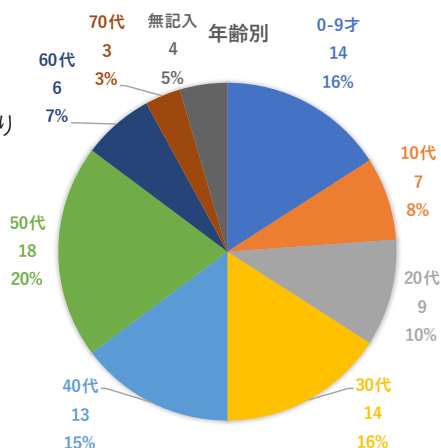
11

アロマのターゲット

第5回 アロマ祭り アンケート結果より
(2019年9月1日 開催)

男女比 9:1 →ほぼ女性

30～50代の女性への
アプローチ



(出所) 第5回アロマ祭り アンケート結果 12

アロマ

提案②30～50代の女性をターゲットに

おうちでアロマ

南会津の和精油をアピール

新型コロナウイルスによる需要

・殺菌スプレー、マスクスプレー

会津木綿のマスク

+

南会津のアロマも可能??

13

その他

提案③南郷トマトを堪能しよう

南郷トマト関連のものの詰め合わせ

- ・トマトジュース、ソース
- ・南郷トマトで作ったお菓子やスイーツ
- ・南郷トマト

→南会津の方々が勧める、
おすすめレシピと一緒に送る。

家でも南郷トマトを
家族で楽しめるもの



南郷トマト



(出所) 南会津町公式ホームページ

問題意識：インフラ整備

移動手段が限られている（車）



十分な集客ができない

→自転車、バスの運行を充実させる →観光地や宿泊施設の連携

ターゲット：アクティブ思考な人→男性
(旅行が好き、サイクリングが好き、登山が好き …)

15

アプリでレンタサイクル

【事例1】ハローサイクリング

運営：OpenStreet株式会社

アプリから会員登録



使いたいステーションを検索



アプリ上で発行される暗証番号を自転車のパネルに入力し、開錠



使ったらステーションに返却

○都内をはじめとした全国展開

【料金】使った分だけ発生
(短時間向き)

・15分70円

→15分ごとに加算

(上限12時間1000円、都内標準価格)

上限を超えると、次の12時間まで再び
15分70円ずつ追加

支払いはアプリで登録したクレジット
カード、電子マネーで

16

アプリでレンタサイクル

【事例2】COGICOGI(コギコギ)

運営：コギコギ株式会社

アプリから会員登録



ステーションで車体番号を指定、開錠

○東京、鎌倉、湘南、京都、大阪、福岡（現在）

○岩手県釜石市、奈良県桜井市、福島県須賀川市（実験エリア）

長時間の利用の想定のため、ステーションが少ない

【料金】長時間の利用プラン

・12時間…2100円

・24時間…2400円

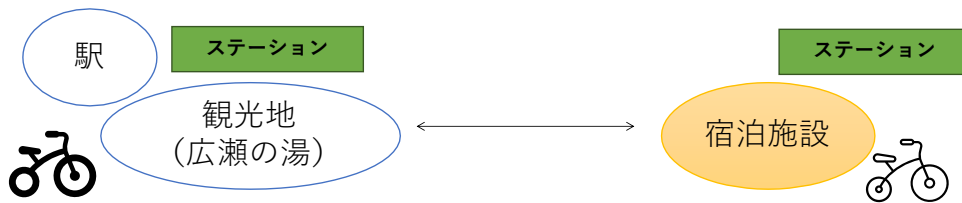
・48時間…3600円

→超過1時間ごとに100円延滞料金

支払いはアプリで登録した
クレジットカードで

17

提案③サイクリング＋入湯券＋宿泊券



サイクリング割引券、入湯券、宿泊施設等の割引クーポンもつける。
 ○メリット…観光したい人は帰りも自転車、送迎バスを利用するのも可能。
 →観光の幅が広がり、自由がさく。
 ○デメリット…雨の日、雪の日の保管場所

18

まとめ

南会津町の地域資源は
たくさんある



南会津町を
アピールできるものがある！



地域住民の協力が
必要不可欠



『南会津らしさ』を認知してもらう

『木賊温泉』を認知してもらう

ターゲットを若年層に、クラウドファンディングでまちおこしを！

19

2-2. 視察スケジュール

本年度の視察スケジュールに関しては以下のように活動を行った。

日付	内容
令和2年 11 月 7日－8日	・集会所の方と意見交換 ・集落の視察 ・周辺の野山の調査 ・温泉の調査 ・クラウド・ファンディングの返礼品に適したクラフト製品の調査 ・集落の方へ調査報告と意見交換

表 1：本年度の視察スケジュール



木賊地区で作られているクラフト・グッズ

Ⅲ. 今後に向けて

今後は、木賊集落の地域活性化のため、本年度行った調査で分かった内容を元に案を具体化しつつ実行していきたいと考えている。提案を具体化していく中でターゲットとしては今回アンケート調査の分析を踏まえ、南会津町の自然の豊かさに惹かれ、何度も訪れるような根強いファンではあるものの木賊集落には訪れたことがないという人々をターゲットにしていきたいと考えている。年代としては 40 代から 60 代にアプローチをしていきたいが、それらの年代にどのように情報発信を行い認知してもらうかということが問題となる。

現在、南会津町を訪れた人の約 5 割以上の人が木賊温泉を認知するきっかけとして友人の勧めで木賊温泉を知ったという状況となっているが、その他の情報発信手段として温泉に関する情報を載せるホームページの作成や集落の観光マップの作成などによる情報発信を行うことでさらに南会津町を現在訪れている観光客の木賊集落への認知度を高めていく必要があると考えている。

Ⅳ. 謝辞

木賊集落に入り、直接住民の方と交流させていただくことや、アンケートなど住民の方の温かいご協力で調査を進めることができました。この場をお借りし、木賊集落の皆様、南会津町の皆様のご支援に感謝申し上げます。今後とも木賊集落の皆さんと東洋大学佐々木茂ゼミナールとの交流をさらに深めていきたいと思っておりますので、今後ともご協力お願いいたします。

V. 参考文献・ホームページ

- ・東洋大学公式ホームページ(<https://www.toyo.ac.jp/ja-JP/>)
- ・福島県庁公式ホームページ(<https://www.pref.fukushima.lg.jp/>)
- ・南会津町公式ホームページ(<http://www.minamiaizu.org/>)
- ・google マップ公式ホームページ(<https://www.google.co.jp/maps>)
- ・加賀屋姉妹館あえの風公式ホームページ(<https://www.aenokaze.jp/>)
- ・東洋経済オンライン「押し入れも！「場所ちょい貸し」で小遣い稼ぎ使わない場所をシェアするビジネスが台頭」2018 年 3 月 19 日
(<https://www.google.co.jp/amp/s/toyokeizai.net/articles/amp/212985%3fpage=3>)
- ・日経ビジネス「空き家にも儲けのチャンス」『「民泊の現場」最新レポート(上)』
2016 年 4 月 7 日(<https://business.nikkei.com/atcl/skillup/15/234564/040400007/>)
- 福岡民友新聞web版（最終閲覧日：2020/11/05）<https://www.minyu-net.com/gourmet/sake/news/FM20201028-551299.php>
- 木のおもちゃ山のくじら舎公式ホームページ（最終閲覧日：2020/11/05）
<https://yamanokujira.jp/fs/yamanokujira/t001>
- CrossMarketing 飲酒・日本酒に関する調査（最終閲覧日：2020/11/05）
<https://www.crossm.co.jp/news/release/20160328/>
- 福島県南会津町公式ホームページ（最終閲覧日：2020/11/05）
<http://www.minamiaizu.org/kanko/>
- 南会津町観光物産協会公式ホームページ（最終閲覧日：2020/11/05）
<https://www.kanko-aizu.com/higaeri/>
- 瀬戸内・広島おみやげガイド（最終閲覧日：2020/11/05）
<https://miyage-guide.jp/goods/item-885/>
- MERYweb版（最終閲覧日：2020/11/05）https://mery.jp/box_items/22968826
- 第五回 アロマ祭り アンケート結果