【グループワーク（Aグループ）】

（コーディネーター 伊藤 氏）

・前回までは施設の運営状況を中心に議論を進めてきた。今回は、ナビゲーターとして嶋田さんにお越しいただいているので、嶋田さんの話を踏まえながら意見交換をしていきたい。

　今回初めて参加される委員もいるので、改めて自己紹介から始めたいと思います。

（委員１）

・大阪生まれ。小学生の頃に北海道に移り住み、高校生の頃に芽室町に住んでいた。現在は都内の大学に進学しており、授業の休みのタイミングで今回の会議に参加した。

・新嵐山を利用したことは、数回程度でそれほど無い。

・地域のために何かできることがないかと思い、参加した。

（コーディネーター 伊藤 氏）

今回のナビゲーターの話で共通していたのは、「そこに住む人たちと一緒に魅力をつくる」という部分であったと思う。芽室町でも新嵐山をテーマにこうした会議を進めているので、今回は、その点をポイントに議論していきたい。

（委員２）

・嶋田さんの事例（山梨県小菅村）は、地域住民が町を活性化したくて、外から人が呼べないか

という前提での意識が強いと感じた。新嵐山に関しては、外から人を呼ぼうという意識が強く

なっているが、町民の声を聞くと町民はそう思っていない人が多く、隔たりが大きい。外から

人を呼ぼうという認識が町民にないのが故のこれまでの意見だと思うので、しっかりと意思

統一（ターゲットの明確化）を図らないと上手く進んでいかないと感じた。

（コーディネーター 伊藤 氏）

前回の議論で、外の人が価値を感じているものを住む人が魅力に感じてくれるようになれば

良いという意見があったが。

（委員３）

・住んでいる自分たちがその価値に気づかないことがあると思う。外から人を呼び込むことは、

外貨を得るためのツールではあるが、外から来られた人の価値観というのは、地元に住む人にとっても、この町の魅力や価値観、良さに気づくきっかけになると思う。外から多くの人が来ることで、それらの人と接することで、地元の魅力を再発見し、次世代につなげるきっかけにもなると思う。

・（ナビゲーターの話を聞いて）外側から来た人の目線によりブラッシュアップというか、魅力

を掘り起こす、活性化する仕組みを掻き立ててくれると感じた。ただし、どのように関わるか

というきっかけがないので、行政やコンサルなどが住民を巻き込む手法でやってきたと認識

した。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

地元の人が感じている地域の良さとか魅力は、外の人が感じるものと必ずしも一緒ではない。

外からの見え方や魅力の出し方などは、いろいろな地域を見てきた人の視点が重要だと思う。その上で、めむろ新嵐山では、外の目線をインプットする役割を誰がやるのかという点をこの場で議論できればと思う。

（コーディネーター 伊藤 氏）

小菅村の場合、住んでいる人が何とかしなければならないという状況から始まったのか。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

なんとか人口700人を維持しなければならない。人口シミュレーションでは、今後3分の1に

減る見込みであり、観光客など外から人を受け入れていきながら、観光を楽しんでもらうだけ

ではなく、村づくりに関わってもらわないと村が持たないという危機意識は一致していた。

そのため、小菅村では住民か観光客かという視点での議論はなかった。皆さんの議論を聞くと、

芽室町は観光で進めていこうという意思統一が図られていないと感じた。

（委員４）

人口が3分の1に減ることで困ると感じた人、稼がなければいけないと感じた人がどの程度

いたのか。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

人口が一気に減るのではなく、じわじわと減少する状況なので、地域の人すべてが危機意識を

持っていたかというとそうではなかった。地方総合戦略を策定した時に算出した人口シミュ

レーションに基づき、何もしなければ20年後に人口が半分に減るという結果を全ての集落（8箇所）で座談会を行い、共有した。そこで観光に舵を切っていくこと、観光から移住・定住につなげていく流れを作っていき、危機意識が共有できるようになった。

（委員４）

人口が減少するということで本当に困ったと住民が感じたのか。例えば一次産業も二次産業も成り立たないということで危機意識を感じたのか、実際のところはどうなのか。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

高齢化率45％であっても、年金を受給しているし、生活に困っている状況ではない。ただし

将来を見据えると、今から手を打たないと手遅れになるのは明らかであった。そのため、行政

や民間事業者がリーダーシップを取りながら、危機意識を持つ住民を巻き込み、動き始めた。

（委員４）

新嵐山の維持管理に毎年税金が投入されている。新嵐山にスキー場があった方が良い、パーク

ゴルフ場があった方が良いという町民の要望を受け、税金投入されているが、それ以前に税金

投入している新嵐山を再度活性化しながら、外貨を稼げる仕組みを作り、そこに外から来た人

がお金を落としてくれる状況を作り、町民もその場を共有しながら楽しむ方が良い。将来的に

税金が投入されなくなれば、結果として町民のためになると思っている。

小菅村の住民がどこまで本気で考えていたのか。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

小菅村は産業が盛んではない。新しい産業を作っていかなければという認識はあった。

（コーディネーター 伊藤 氏）

小菅村は全員ではないが、漠然とした将来への危機感からスタートしており、芽室町の場合

とは少し状況が異なると思う。新嵐山に対する危機感よりも楽しむという視点が求められて

いると思われるが。

（委員５）

小菅村の住民も危機感というより、活性化しながら楽しさを感じ、それがムーブメントとして

広がっていったのではないかと想像する。もちろん危機感も必要であるが、新しい風が入って

くることで、生み出すことへの楽しさなど、引きつける力があると思うので、新嵐山にもそう

した動きを求めている。

（委員３）

小菅村では、危機意識がきっかけになったとの話であったが、住民のマインド的にはどう変化

したのか。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

危機意識が村づくりの原動力となった訳ではなく、うれしい、楽しいといった気持ち。道の駅

ができたことで、村の人口700人のうち、150人ほどの住民が野菜を出すようになった。これ

までは自分たちが消費できる分しか作っていなかったが、野菜が売れることへの喜び、それが

野菜を作る＝生きがいとなり、高齢者が元気になったと村長が話していた。

また、道の駅やホテルがメディアに取り上げられることが増え、村民の誇りになっている。

危機感を植え付けたら人々が動くということではない。

（コーディネーター 伊藤 氏）

楽しいと思うから、運営する側に住民が関わっているということなのか。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

すべて住民を巻き込めば良いというのではなく、押し付けにならない、大きな負担にならない

程度に調整する必要はある。

（コーディネーター 伊藤 氏）

芽室町に置き換えた場合、新嵐山の運営に住民が関わる仕組み・仕掛けづくりができるか。

（委員３）

地元が関わり過ぎるとあつれきが生じると思うので、外の視点など違う人を介して広げる方

が良いと思う。

（委員６）

会議で説明のあった情報などは、一町民として普段知り得ることができない内容なので、町民

の意見を聞くことはすごく大事であるし、決まりかけている情報もみなさんに伝えることが

重要と感じた。新嵐山はとても良い場所であるが、伝えきれていない部分が多く、自分も考え

ていかなければならないと思った。

（委員１）

小菅村と芽室町では、地域の繋がりの強さが異なると思う。芽室町では地域のためという意識

がそこまで強くはなく、小菅村が成功したのは、地域の繋がりの強さと感じた。

小菅村では構想段階でどこをターゲットに設定したのか。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

道の駅の隣には、元々温泉施設があったが、毎年数千万の赤字を計上していた。客層も常連客

や高齢者しか利用しない施設であり、道の駅を設置するタイミングで新たな客層を取り込む

ことを目指した。観光に来てもらうだけではなく、村づくりに関わってもらう、移住して家族

を増やしてもらうため、30～40代の夫婦やカップルをターゲットに設定した。現在運営する

ホテルも30～40代をターゲットにしている。実際に20代の利用が20％、20～40代が70％を

占めている。これが「モノ消費」から「コト消費」への変化を実感した事柄であった。

現在の若年層は、マイカー・ブランド品・マイホームにはあまり興味がなく、そこでしか体験

できない、他の人が体験したことがないような体験に価値を感じているし、それにお金を使う。

訪れたら写真を撮りまくり、スタッフに話しかけたりして情報収集し、それを毎日インスタで

小出しにアップしている。

（コーディネーター 伊藤 氏）

道の駅などを高付加価値化するまでは、地域住民も普通に買い物していたと思うが、変わった

時に住民側の行動に変化はあったか。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

村内には商店などがなく、村民は外で買い物をしていた。源流イタリアンというコンセプトの

レストランも最初から受け入れられた訳ではなく、良くも悪くも仕掛け側とそれ以外の人と

のギャップはあった。開業当初は道の駅のレストランも村民利用が少なかったが、2年、3年

経過すると徐々に地元の利用が増えてきた。

したがって、新嵐山のレストランに関しては、住民が求める昔ながらのメニューを続けるのか、

10年・20年後を見据えながら若い世代を取りに外貨を稼ぐための見直しを進めるのか、何れを選択するかは、行政をはじめ、皆さんのように意識の高い会議体で方向付けすることが得策

と思う。

（コーディネーター 伊藤 氏）

委員からも発言があったが、「覚悟」なのかもしれないですね。小菅村の事例のように最初は必ずギャップが生じる。しかし、覚悟を持ってやり続けることで結果が付いてくる。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

ホテルの宿泊料金も設定次第では村民が泊まれないという批判を多く頂いた。しかし、ホテル

の値段が上がることは、村の資源に付加価値が付くということであり、付加価値の部分が利益

となって地域に残り、それが所得に繋がる。日用品を購入する感覚では理解できないと思うが

その部分は深く考える必要があると思う。

（委員７）

小菅村は、いくつかの要素を掛け合わせることでオンリーワンになったという話に共感した。

新嵐山に置き換えた場合、何を掛け合わせるとオンリーワンになれるのかと考えたが、色々な

ものがあり過ぎて、どれを組み合わせると良いのか煮詰まってしまった。要素を掛け合わせる

際のアドバイス等があればお聞きしたい。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

認知されるためには、溢れる情報に埋もれないよう突出しなければならない。突出するには、

「他にない圧倒的な差別化要素（世界遺産・日本一広いなど）がある」か「カテゴリを作る」

である。これといった差別化要素が無ければ「カテゴリーを作る」しかない。

カテゴリーを作れば、そのカテゴリーのトップに検索される。メディアも特定企業名のPRは

しない（広告を出さない限り）が、カテゴリー（例：村まるごとホテル）は紹介する。

したがって、新嵐山スカイパークがオンリーワンになれるカテゴリーを考えればよい。その際

に一つのストーリー（施設を手作りしたなど）が入ると簡単には真似されなくなる。

（委員８）

産業観光まつりが行われた頃は、新嵐山も賑わっていたが、それが無くなり廃れてきた。

現在様々なことに取り組んでいるが、地元に住む人が理解していない状況の中で、新嵐山改革

が進んでいるように感じる。

（委員９）

小菅村の取り組みであるが、どれくらいの時間をかけて決まっていったのか。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

地域づくりは時間がかかる。良い方向に進み始めていると思うが、現在でも様々な課題を抱えている。過去に遡ると30～40年前から「源流の村」というコンセプトで行政サイドは事業に取り組んできた。コンセプトは大事である。そして、取り組み中で感じることは、一つの手段で上手く進めようとするのではなく、常に何かをやっていることが重要。これがすべてを解決するという事をひとつ生み出すまでは、色々な事に取り組むべきである。

（コーディネーター 伊藤 氏）

いろいろな所で小菅村は話題になっている。いま上士幌町で行っているドローン配送を最初に始めたのが小菅村である。買い物に行けない村民のためにドローン拠点を作り、そこまで配送している。新技術と住民のつながりを上手くつなげる取り組みである。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

最近では「小菅村ってドローンの村でしょう」と言われるようになった。

地域の人が新嵐山を使いながら様々な取り組みを地道に続けていくことも重要と思う。

（委員１０）

新嵐山への投資が増えれば、町民への負担も増える。経済効果のないものに投資を続けることの必要性を考えなければならない。新嵐山には経済効果があって、町の財政にも負の要素ではなく、プラス要因があるという状況にならないといけない。事業継続するのであれば、明るいイメージで取り組むべきである。芽室町の観光が良ければ、町民も情報発信すると思う。

（コーディネーター 伊藤 氏）

中長期的に捉えると、若い世代が里帰りした際に、周囲の友達に新嵐山を紹介できるかという部分が大きいと思うが、どういう所になるのと行きたいと思うか。

（委員１）

魅力が地域の特性にコミットしたものでなければならない。地域にしっかり根付けば、これからも続いていくものになると思う。

（コーディネーター 伊藤 氏）

新嵐山の見直しについては、行政サイドで取り進めたイメージを持っているが、それにより、今回の会議体でこうした議論が喚起したと思う。今後のどのように進めていくのか。

（町担当者）

現計画は行政主体で進めてきたが、事業実施にあたっては、計画に記載する民間事業者活力との連携による取り組み（スカイパーク用地活用事業－民間事業者によるワイナリー運営）からスタートしている。町や運営する民間事業者だけで新嵐山の魅力を高めることは難しいため、地元生産者に積極的に関わっていただく事業から始めている。

現在、めむろ野菜スタンドなど地元を巻き込んだ取り組みを進めているが、そうした仕掛けを行いながら、価値を高めることができれば良いと思っている。

（コーディネーター 伊藤 氏）

行政サイドからボールを投げて、それをしっかりと受け取る人を上手く巻き込んでいく考えである。

（町担当者）

昨日まで実施していた「SKI TO CAMP」もその一つである。ゲレンデのすぐ麓にキャンプサイトがあるのは全国でも芽室町だけであることから、今回の実証実験につながった。なお、今回のイベントには首都圏在住の情報発信力のあるインフルエンサーにお越し頂き、新嵐山の魅力を発信してもらっている。委員からも情報発信が課題であるとの意見を頂いているが、行政サイドから発信するよりも圧倒的に効果があると考えたものである。

（コーディネーター 伊藤 氏）

ビギナー向けのスキー場、グランピング、ドッグランなど掛け合わせる要素はいくつかあると思うが、キャンプのあるスキー場をうまく伝えていければと感じているが、新嵐山スキー場は日帰り利用のイメージがある。その中で宿泊やキャンプ場の冬利用はどの程度いるのか。

（町担当者）

スキーを目的とする宿泊利用はそれほど多くない。ここを拠点に管内を周遊するケースの方が多いという認識である。

（コーディネーター 伊藤 氏）

スキー×キャンプが本当に上手くいけば、圧倒的な差別化になると思う。

（委員４）

先日、帯広市内にあるホテルの経営改善（サウナ活用）の記事が掲載されていた。新嵐山でもスキーを滑って、そのままサウナに直行という掛け合わせ（カテゴリー）はできると思う。

（委員２）

占冠では日本一寒いスキー場を謳っている。寒さなら新嵐山でもいけるのではないか。日本一寒い日もあるので。

（委員３）

新嵐山ではファットバイクを活用したダウンヒルなども実施している。掛け合わせる要素としても考えられると思う。サイクルツーリズムは、観光地的なアプローチからスタートした取り組みである。

（町担当者）

現在、民間事業者から運営会社が事業継承し、冬のアクティビティとして実施している。

今シーズンもＣゲレンデで滑走できるようコース分けしている。

（ナビゲーター 嶋田 氏）

本日、新嵐山を見学したが、めちゃくちゃ優しいと思った。小さなお子さんがたくさんいるし、

犬もゲレンデの麓で遊んでいる。また、施設には高齢の方もいらっしゃるなど、敷居の低さや

懐の広さという部分で勝負できるのではないか。具体的には、三世代で楽しめるグランピング

みたいな感じも良いのではないか。グランピング利用層は30～40代が中心であり、まだまだ

シニア層は獲得できていないと思う。これについては、新嵐山で改修した部屋でのトライアル

実施（客室の外でキャンプ体験ができる）の説明を受け、思ったことである。

以上



