

## 信越県境地域の連携事例に学ぶ

### 新幹線飯山駅開業に向けて ～ グリーンツーリズムをベースとした広域観光の展開



一般社団法人信州いよいよ観光局事務局次長・飯山駅観光交流センター所長

#### 木村 宏 氏

昭和36(1961)年東京都生まれ。日本大学文理学部ドイツ文学科卒業後、斑尾高原でのペンション経営等を経て、平成9年に飯山市振興公社入社、なべくら高原・森の家支配人。平成15年にNPO法人信越トレイルクラブ事務局長となり、信越トレイルの立ち上げや運営のほか、道の駅や日帰り温泉施設の運営などにも携わる。平成22年から振興公社が信州いよいよ観光局へ経営統合したことに伴い、着地型旅行商品の開発・販売、情報発信、人材育成事業等を推進し、平成25年から現職。なお信越トレイルは、エコツーリズム大賞(H23)や地域づくり総務大臣表彰(H25)等受賞。

### 100年後も雪国であるために ～ 越後湯澤HATAGO井仙と「雪国観光圏」のあゆみ



一般社団法人雪国観光圏代表理事 / 株式会社いせん代表取締役

#### 井口 智裕 氏

昭和48(1973)年新潟県湯沢町生まれ。東ワシントン大学経営学部マーケティング科卒業後、平成8年に家業である湯沢ビューホテルいせん入社、平成17年に4代目社長に就任し、「越後湯澤HATAGO井仙」としてリニューアル。自社の経営改革に取り組むとともに、平成20年に周辺7市町村で構成する「雪国観光圏」、平成23年に雪国食文化研究所を立ち上げ、代表に就任。平成25年に一般社団法人雪国観光圏を設立し、代表理事に就任。着地型旅行商品や雪国A級グルメのほか、観光品質認証制度などを企画開発。著書に「ユキマロゲ経営理論」。





# 新幹線飯山駅開業に向けて ～グリーンツーリズムを ベースとした広域観光の展開

一般社団法人信州いいやま観光局事務局次長

・飯山駅観光交流センター所長

木村 宏氏



## 1. はじめに

皆さんこんにちは。今ご紹介いただきました、隣のまちから参りました木村でございます。今日は知っている顔がちらほらございまして、ちょっとやりづらいいいいますか、また先進地というふうに銘打っていただいておりますが、別にそんなに先に進んでいるわけじゃなくて、皆さんと同じくらの速度で歴史を歩んでおりますので、そういう意味では共にこれから頑張っていこうという地域として、我々の取り組みをお話しさせていただこうと思います。

また戸田先生の後のお話ですので、大変やりづらいいいいますか、データに基づく示唆に富んだお話の後に、全くデータに基づかない、感覚で物を言う飯山の観光についてでございますので、気楽に聞いていただいて。井口さんの話はきっと重い話になると思いますが、私の話は軽く流していただければと思っております。

飯山ということで、皆さんもよくご承知のとおりだと思いますし、春日山城の出城が飯山にあたりということで歴史的なつながりがあったり、瞽女（ごぜ）道でつながっていたりですね。それから上越とは10近い峠が飯山との間にありますので、い

ろんな交流をしてきたまちでございますので、そういう意味では共にいろいろ考えていかなければいけない地域ということで。私は今日観光という立場でお話をしますので、これから一緒に観光で頑張っていこうではないかという気持ちでお話をしたいと思います。

## ● 本日のテーマについて

お題はグリーンツーリズムをベースとした広域観光の展開ということで、いわゆるグリーンツーリズムは、上越もだいぶ前から取り組んでいらっしやいますので、何だ同じことをやっているじゃないかということも多いとは思いますが、前半はグリーンツーリズムでどんなことをやってきたのかということをお話しします。後半に広域観光の展開ということで、広域で共に頑張っていきましょうという話もお聞きいただきたいと思います。290枚ほどの画像でございますので、諦めていただくか、しっかり見ていただくか、どちらかにしていただいて皆さんも頑張ってくださいと思います。

## ● 飯山市の紹介

新幹線飯山駅開業に向けて  
～グリーンツーリズムをベースとした広域観光の展開～



高橋まゆみ人形館はもうご存知の方もいらっしゃるかもしれませんが、今飯山の集客マシンになっているミュージアムです。この近くにいそようなお年寄りがこのように人形になっておりまして、これが街の中にミュージアムとしてあります。開業当時は20万人ぐらいのお客さんがいらっしやっていたんですが、今は10万人を少し越えるかなというくらいで、だいぶ落ち着いてきたかなという感じなんです。まだご覧になっていない方はぜひお越しいただきたいと思います。というようなペースで話

していると時間がなくなりますので。新幹線開業まであと20日ということで、まさにここでしゃべっている場合じゃなくてですね、やらなきゃいけないことが実は山積みでございまして、我々も20日ですし、上越の皆さんもあと20日です。本当にあと3週間で大丈夫なんでしょうか。新幹線は多分走るとは思いますけど。我々の駅はこんな駅でございまして、来られたことありますか、上越並に建設は進んでおります。

そんなことはさておき、飯山ってこんな所ですよということを、ちらちら見ていただければと思います。後ろに映っているのは斑尾山です。お米がおいしいよといった所で、何か上越と変わらないと思いますので、それも聞き流していただきたいと思います。

### 飯山の食文化



「笹ずし」と「富倉そば」

日本のふるさと いちやま

食文化も大体似たようなものでございまして、笹ずしであったりおそばであったりとかですね。まあ仏壇は上越で作っていないんじゃないかなと思いますが、気候としては仏壇を作るのにちょうど良いそうなんです。寺は高田に負けるかもしれませんが、飯山の街なかにも22か寺あります。

### 長野県スキー発祥の地 飯山 上越で聞いてきました



それから、長野県スキー発祥の地、飯山といつも言うんですが、これは上越で聞いて来ました、ということですね。レルヒ少佐から市川達讓さんが上越で話を聞いてスキーを伝来させたのが飯山です。飯山はスキーのメーカーも大変多い所です、そういう意味では上越に学び上越を越えたというのがスキー産業ではないかなと思っておりますが、果たしてどうか。スキー場は今3つあります。最盛期には7つありましたのでかなり厳しいというのは皆さんと同じじゃないかなと思います。

さっきの戸田先生のお話からこの斑尾を思い出したんですが、ちょうど斑尾に県境が走っています。ホテルの事務所のちょうど真ん中に県境が走ってまして、リゾートマンションも県境が走っている部屋がありまして、納税も両方の県にしているという、ちょっと面白いリゾート地です。これで両県にいい顔ができるというような、そんなリゾート開発が行われた所でございます。

## 2. グリーンツーリズム、 ニューツーリズムの取り組み

### ● グリーンツーリズムの展開と体験型学習旅行の受け入れ

グリーンツーリズムは、都市と農村の交流を地域資源を活用しながらお客さんを受け入れていきたいと思いますということで、皆さん方の所もやっていらっしゃるところがたくさんあってですね、我々も良く情報交換などをしていますので、上越でやっていることと同じです。最近ではスキーシーズンのお客さんがグリーンシーズンのお客さんと大体同じくらいになってきて、今グリーンシーズンのお客さんの方が多くなりました。

学習旅行の受け入れもかなり進んでいます。冬を含めると100校を超える学校が今飯山に来ています。

## ● なべくら高原・森の家の開設

### ～グリーンツーリズムの推進拠点の整備

#### なべくら高原 森の家（1997年開業）



グリーンツーリズムを進めるにあたっては、ちょうど牧峠を越えた所になべくら高原・森の家という施設がございまして、ここがグリーンツーリズムの推進拠点でもありました。私も実はここからスタートしたといいますか、この立ち上げから行政関係の観光に関する仕事をしてきました。こういった任務を受けまして、いろいろなメニューを作ってきたのがこの森の家でございます。



いわゆるスキーの観光だけではなくて、地域の資源を十分に活用して、それを楽しんでいただく仕組みを作っていこう、というのがこのグリーンツーリズムでありまして、それが地域にどれくらいのお金が落ちてくるのかとか、地域の人たちが生きがいを持てるようにとか、それによって地域が元気になっていけばというようなツーリズムでありますけれども、いろいろと手を変え品を変え、ない知恵を絞りながら、いろいろやってきたというところでございます。



例えば、炭焼き小屋の跡がちょうど上越との境目の関田山脈にはたくさんありまして、皆さんの地域にもあると思いますけど、このようなものを活用しながらいろいろと都会の人に喜んでいただけるようなものを作ってきたという話でございます。

## ● グリーンツーリズムから広がるニューツーリズムへの展開

今まさに、飯山は最近まれにみる大雪でして、積雪がすごいなというのを実感しているところですが、上越もどうでしょうか。まあそんなこととはつゆ知らず、都会の人たちは喜んで遊んで帰っていくというところです。

このグリーンツーリズム、良いこともあるんですけど大変なこともあったりして、試行錯誤しながらいろんなジャンルの観光へと形も変えていきました。

例えばブナの保全をする、それもボランティアの人たちに集まっていただいて、多くの資源を守っていただくという活動もしてきました。関田峠の西の方、黒倉山と双壁を成すのが鍋倉山でして、この山麓の自然環境の保全をしていこうということなんです。実は当時の板倉町と一緒にやりましょうと言ったんですが、鍋倉山は飯山のものだから、鍋倉と黒倉の保全活動だったら参加するけれども、鍋倉は飯山の方でやってくださいと言われてまして、かなり壁があるなと思ったのは17、8年前の話です。そんな保全活動もだんだんとボランティアの皆さんが集まってくれるようになりまして、こういった里山の保全活動みたいなものも旅行商品になっていくなということで、例えば、荒れた田んぼや畑を解放してきれいにしていこうという活動も10数年続いて

います。これによって地域のお年寄りが少しでも元気になるとかですね、荒れていた田んぼや畑をもう一回やってみようかなという人が出てくるとかですね、そんな効果も出てきているところです。

それから何より景色がきれいになりまして、ソバの花が10月になるときれいに咲いて、里山の風景を楽しむ都会の人たちが喜んでくれるという、まさに日本の原風景であります。

### ● ボランティア参加型の観光商品

また、放ったらかしになったお寺を再生する活動もやりました。きれいなブナの林があるのに荒れてしまっているのを、これをボランティアの人たちと直していこうということです。夜逃げ同然のようにして出ていった風景にも見えるかと思いますが、これを、よし片づけていこうじゃないかという活動です。ボランティアの人たちから何度も通ってもらえるよう、いろんなメニューを作って工夫してきました。



こうやってガラクタ掃除から始まりまして、途方に暮れるような寺だったんですが、だんだんと地域の人も手伝うようになってきましたね、村の中の左官屋さんや電気屋さんが、俺も手伝ってやるというようなことで、だんだんとお寺がよみがえってきました。子どもたちも喜んで参加するようになり、荒れてしまった参道も、何だここの石段だったのか、なんて地域の人が言うようになったりして、きれいになっていきました。少し補助金ももらいまして、一般人では直せないような所を職人に直していただくこともしながらですね、だんだんとこの中で寝転がれるようにもなってきました。きれいな床が

出てまいりまして、さっぱりした感じです。お茶室もできちゃったりして、トイレも近代的なものができました。シンポジウムなどを開いて、先ほどのお茶室でお茶をやったり、語り部に語っていただいたりもしました。

今はボランティアの人たちが集まる拠点として、また村の人たちがちょっと宴会をする場所として、あと子どもたちが寝泊まりする場所としても使っています。皆さんも使っていただけますので、良かったら使っていただきたいと思います。関田峠を越えて、下りた所の温井集落にあります。

### ● 森林を活用したプログラムの構築

#### ～「森林セラピー」の取り組み

それから森林セラピーということで、森からもらうエネルギーを旅行商品として、徐々にではありませんがやっているところです。この地域のお母さん方には郷土食を作るだけじゃなくて、健康に配慮したカロリーの少ないお弁当を作ってもらったり、少し手伝っていただいています。それから地域の人も含めて、お年寄りの方、それから寝たきりの方、いろいろな方に森を散策していただけないかなということで、こういった森の家という施設の中にチップ舗装の遊歩道を作りまして、そこに病院で寝たきりの人、在宅の人、いろいろな方をいざなうような活動をしています。



皆さん、寝たまま森に入ったことはないかもしれませんが、意外とすごいエネルギーを感じられます。特にお年寄りなどは昔、森で遊んだ記憶がよみがえるんでしょうかね、表情が豊かになったり声を出さなかったお年寄りが声を出すようになったり

とか、涙が出てくるとか、いろいろな効果があったりしてですね、これもグリーンツーリズムから展開した中で、一つの大きなメニューといえます。

### ● 飯山市の景観配慮の取り組み

それから飯山は、景観を大事にしましょうという取り組みをしてきたまちでもあります。千曲川の堤防沿いを走られたことがあるかと思いますが、あそこもかなり工夫がされているところです。



このように電柱もなく電線もなく商業看板もなく、山並みがきれいに見えるだけという景観。

「日本のふるさと」とかというキャッチフレーズが今日お配りしたパンフレットにも出てきますが、このパンフレットを見てがっかりしない、「何だ、パンフレットはきれいだけど、行ってみたらがっかりだな」、という感じにならないようにしましょうということから、この取り組みが始まったそうでした、もう30年近く行っています。ですので、私も東京に行ってこっちに戻ってくるとですね、何も人工物がなくて何かホッとする景色が広がっているといえますか、「やっぱりいい田舎は」と、そんなことを感じます。

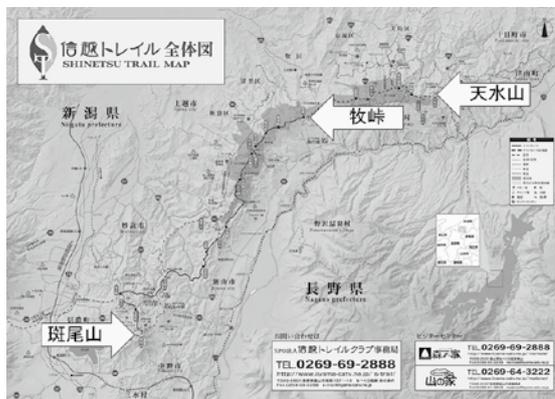
商業看板などを外す活動は、約200か所で行ってきました、看板のある所もかなり低く設置してあります。本当はのぼり旗もいけないんですけども。山並みを侵す景色はきれいにしていきたいと思います、観光地として素敵なまちを作っていきたいと思いますという取り組みをグリーンツーリズムの推進と共に行ってきました。特にお客さんは、田舎のイメージをずいぶんと持って来られますので、それを壊さないようにしていくとか、それからおもてなしの心も地域

の人たちに出していただけるように、我々としては地域の皆さんにもいろいろお話をしながら、観光客を迎えていきましょうねと、そんな活動もしているところです。

これは道沿いにある桜の木なんですが、1,500人を越えるオーナーがおりまして、これを見に毎年いらっしゃる方もあります。そうしますとこの沿道をきれいにしなきゃとか、ごみも捨てられないとか、何か作戦を立てたわけじゃないんでしょうけれども、そんな効果も出ているところです。

### ● 広域で取り組む「信越トレイル」の発想と展開

このあたりから今日のテーマなんですが、広域連携、広域観光ですね。特に信越トレイルは、我々飯山と上越の皆さんが共にやってきましたね、という思いを私は持っています。平成12年に取り組みが始まるんですけども、当時上越の副市長さんもこの取り組みのメンバーに入っておられまして、長野と新潟の県境にトレッキングルートを作っていこうじゃないかという取り組みで、今も続いています。



ちょうど上越と飯山の間の道ができていたんですが、80キロを越えるルートです。斑尾山からスタートしまして、妙高市との境や上越市との境を通っています。かつての板倉町とか大島村などは合併して上越市になりましたけど、当時はそれぞれの町村の人たちと連携をしながらこの道を作ってきました。

いまは天水山という、十日町市と栄村と津南町の境で道は止まっていますが、実はあと3年後くらいにこのあたりに来る予定になっております。どこだ

かわかりますかね？実は苗場山までこの道を延ばす計画をしています。そうしますと、例えば新幹線の飯山駅で降りて信越トレイルを歩いて上越妙高駅から帰るといような、そういうパターンでも使えるんですが、今度こちらに行きますと、後でお話しされる井口さんのテリトリーになりまして越後湯沢から帰れるというですね、そんな連携ができるんじゃないかなと思っていますところす。

まだ歩いたことがない方はいらっしゃらないと思いますが、もし歩いていない方がいらっしゃたら、春から歩けるようになりますので、ぜひ上越との境を歩いていただきたいと思います。まあ6日間仕事を休めば全部一気に歩けますので、すぐに実行していただきたいと思います。ちなみにテントに泊まりながら歩きますと3日ぐらいでいけますので、お時間のない方はテントを担いで歩いていただきたいと思います。



これはボランティアの人たちが力を合わせて、地域の人たちが汗をかいてできた道ですので、そういう意味では連携軸は誰かが決めるんでしょうけれども、やっぱり地域の人に関わるることによって次の世代まで残していけるんじゃないかなと考えています。今日も山に入って草刈りをしてくれる方々がお越しいただいてますけれども、8年間で約2,000名の方々からこのトレッキングづくりに力を貸していただきました。ゆえにですね、この熱い思いを次の世代に残していかなきゃというのが我々の思いでもあります。

例年、道がどんな状況か調査を行ってまして、脆弱な箇所が出たらそれを回避していこうとかです

ね、ただ作っただけじゃなくて維持管理にもボランティアの人たちが力を注いでくださっています。今日お話ししましたので、またここから先ですね、この会場の半分くらいの人たちが手伝ってくれるんじゃないかなと思って期待しているところですが、我々の宝物だと思いますので、そう思われた方はぜひ一度足を運んでいただきたいと思います。

それから、ガイドをしていただく皆さんの養成をしたりとか、救急救命の講習などをして、上越の皆さんも何人かいらっしゃいますけれども、40名ぐらいの方々からガイドをしていただいています。また、維持管理をする区分表がありまして、このあたりは上越市の皆さん、このあたりは他のまちの人たちと、こういう形で皆が分担をして、維持管理をしていく仕組みができております。

ちなみに入山者調査もしております。赤外線が走っておりまして、そこを通ると一人一人を数えます。昨年度は3万6,000人ぐらいの人が歩いているんじゃないかというところす。今年で全線開通から7年目になるんですが、全線を歩いて登録された方が667名です。

これによって、ただ歩く人が増えただけじゃなくて、公共交通を使う人が出たりとか、ここまでやってくるための食料を調達するとか、宿に泊まるとかですね、多少の経済効果も生まれているんじゃないかと思っています。これから更なる地域の活性化のために、こんなようなことを続けていきたいなと思いますので、皆様方のご協力をよろしくお願ひしたいと思っています。

### **3. 信州いいやま観光局による 新たな取り組み**

こういったグリーンツーリズムから派生したいろんなツーリズムの流れの中で、飯山はこれからどうしていくのかというところをお話したいと思います。今、私が勤めておりますのは信州いいやま観光局といういわゆる観光協会です。先ほどの森の家ですとか、温泉施設、道の駅、人形館、そういった施設を運営しつつ、いろいろな観光の仕組みを作っ

ています。

### ● 歩く目線で楽しむ観光商品の達成

例えば、あまり観光地ではなかった所を歩く目線で観光地に、というか歩く場所として見立ててですね、新幹線でさっと来ていただき、まちの中ではゆっくり歩いていただくというような仕掛けを作っていたりします。

### ● 旅行商品のブランド化

それから「着地型商品」という言葉を聞いたことがあるかもしれませんが、飯山駅に降りたときに旅行商品がラインナップされているという仕組みも作ってきました。「飯山旅々。」といいます。



きっと皆さん、JALバックとかエースとかは利用したことはあるかもしれませんがね。飯山旅々は利用したことがないかと思いますが、それに匹敵する旅行商品です。常時300以上のプランがあって、いろんなニーズに応えられるようにその商品を作ってきました。

例えば、「涼・山・泊バック」という少し長く滞在していただくようなプランですとか、冬の滞在プランで「雪人28号」というのを作ってみたりとか、名前だけは良かったんですがほとんどお客さんが集まりませんでした。あと、駅から3分の所に日赤病院がありますので、そこで人間ドッグができるとか先ほどの森林セラピーもできるといったプランも作っています。

### ● 街なか回遊のための仕組みづくり

それから街なかを歩く仕組みづくりです。上越のガイドさんたちにも何回か案内させていただきましたが、ガイドの養成だとか、楽しみながら街の中を歩けるような仕掛けづくりをしてきました。例えば飯山にまつわるいろいろな神様がいてですね、それを探して歩くと。店先にいろんな神様がいますのでそれを見つけてキーワードを集めていくとですね、最後に観光案内所で粗品がもらえ

るんですね。まあそれぐらいのものですが、そういったゲームがあります。

それから、自分ちに寄って下さいよ、道案内しますよ、トイレお貸ししますよというお店には、こんな貼り紙を出していただいたりですとか、飯山のあちらこちらのお店から集めたスイーツのイベントを行ったりとかしました。ちなみに道の駅には、このスイーツを全て並べたアンテナショップをつくっています。



このように、既にあるものをいろいろと利用しながら、街の中を歩く仕組みを作ってきました。

街なかや寺町にはいろんなガイドがいて、こういった方々のスキルを上げるための講習会や連絡会などを開いて来ました。そのほかにも信越トレイルのガイドさんたちとか、森林セラピーのガイドさんたちとも勉強会をしているところです。

### ● 広報・プロモーション

プロモーション活動については、これは今日お配りしたパンフレットを作っていますし、観光局のホームページもこだわって作っておりますので、ぜひご覧いただきたいと思います。



例えばお店の紹介するページなんですけれども、お店自身が紹介するんじゃなくて、第三者が紹介をして客観的にこのお店の判断ができるようになっています。よくあるのは「日本一のラーメン」って書いてあって、行ってみると何が日本一なんだかよく分からないようなお店がありますけど、お店の情報発信だとなつてそう書きちゃうんですね。このホームページは、かなり客観的に書かれていますので、店に行ってもはずれがないという、そんな情報だったりします。

それからいろいろな特集記事をつくってまして、年に8本組んでいますので、10年後には80本の特集ができ、それが飯山の読み物になるという、そんな構成になっています。あと、先ほどの「飯山旅々。」という着地型商品は、ネットから申込みができる仕組みになっています。いろいろ条件を入れて検索しますと、自分の好みのものが見つかるようになっています。

それから特産品を買えるショッピングのウェブサイトですね。これは「飯山謹製堂」と呼んでいますが、かなり充実していて今80品くらいのもをインターネットで買うことができます。

あと、SNSというと年配の方は何だかわからないかもしれませんが、私もこの間覚えただけですが、ネットを駆使していろんな情報を発信していますよ、ということもしています。

それから「飯山応援団菜の花大使」ということで、今4,000人ぐらいの人たちから飯山の応援団になっていただいております、いろんな情報発信を行っています。

#### ● プラットホーム準備室開設 広域連携を模索

こういうことをやっていながら、平成25年には観光プラットホームの準備室を開設しました。まさにあとでお話しされる雪国観光圏は、日本を代表する観光プラットホームの一つとして、我々のは小さなプラットホームですが、これを作っていくということです。プラットホームって何かといいますと、情報が一元化されていて、そこから情報の発信ができたりとか、いろんな観光のことはこの窓口に

聞けば大抵のことは収まるよということで、ワンストップ窓口ともいいます。



それを広域連携で取り組みますので、例えば雪国観光圏であれば群馬、長野、新潟を舞台にしたプラットホームですし、我々の所は「信越自然郷」と呼んでいます。飯山駅から20キロ圏内にある市町村を中心とする情報を集約して情報提供する、そんな仕組みでございます。

このほか信越観光圏というのがありますが、これは長野、飯山、上越という三つの新幹線の駅の連携軸ですね。まあ、いろんな形で連携軸ができていて、よく「広域連携は上手くいきませんよ、特に観光の場合はね」と言われたりするんですが、先ほどの戸田先生のお話によれば、連携軸として一番多いのは観光だというデータも示していただきましたし、いろんな意味で地域にとってプラスになるような連携をしていけばそれはそれで良いんじゃないかなと思っています。そのあたりのお話は、井口さんからも聞けるとお思います。

#### 4. 新幹線飯山駅の現況

そんな心構えで飯山駅は今何をやっているかというと、上越妙高駅とどっちが格好良いかとライバル意識を燃やしています。飯山駅ですが、このあたりの自然の豊かさを表現しようということで、上越もそうですけれども、木をふんだんに使っています。

## ● 観光案内所



これは、今私がいる観光案内所の入口ですが、ちょっとカフェのような雰囲気にしてあって、なるべく中に入ってもらえるような、そんなしつらえを心がけています。今、この観光案内所に何百というパンフレットを置いておまして、広域観光、広域連携のパンフレットも置いてあるんですが、一番取られるのは何だと思います？実は皮肉なことにですね、金沢なんですね。悔しいかな、金沢のパンフレットは1日でどんどんなくなっていきます。次が富山でして、この2つにはどうしてもかきません。ただお客様のニーズとして、飯山に来て何を知りたいかという、新幹線のことなんですね。金沢のことだったり富山のことだったり。ということは、自ずとお客様のニーズに合わせた観光案内所を作っていないと、今までと同じやり方では流行らないと思っています。

もっと言うと、京都とか大阪とかのパンフレットを持っていく人もいます。外国人が来て何を質問するかというと、野沢温泉に行くにはどうしたらいいか、長野に行くにはどうしたらいいか、これは定番の質問であるんですが、京都でどこに泊まったら良いですかとかですね、大阪で美味しい店を教えてください、というような質問もありますよね、それに応えていこうじゃないかということです。そこまで広域に連携していく必要があるか分かりませんが、お客様が広域な情報を求めているのは確かですので、観光案内所も一つのまちの観光案内所に成り下がっている場合ではないな、というのが実感です。



これが今の観光案内所の中なんですけど、ちょっとおしゃれ過ぎてお年寄りとかは入りづらいよ、なんて怒られますけれども、若い人たちや海外の方々はこちらで何時間も過ごすような場所にもなっています。お土産もあります。今日の朝も、引っぱりなしにお客さんが入ってきているというところです。



2階にはカフェを作る予定になっておりまして、これからあと20日ででき上がります。本当にできるのかちょっと心配で、ここに立っている場合じゃないんですが。こういうふうになる予定なんですよ、あと3週間で。

## ● 信越自然郷アクティビティーセンター

### 信越自然郷アクティビティーセンター



それからこっちの方がもっと心配でして、アウトドアのフィールドに出ていけるワンストップ窓口というのを作っています。飯山駅で降りると、階段を下りて正面にこの「アクティビティセンター」というのができます。ここで、例えばトレッキングのウェアだとか、カヌーの道具だとか、自転車だとかも借りられて、そのままフィールドに出ていける。また帰ってきたら着替えをして新幹線に乗れるという、そんな施設を作っています。多分、新幹線の駅の中でこういうものを作っている所は飯山だけだと思いますが、まだできていないので何とも言えません。

### ● おわりに

さて、新幹線が来るまで何とあと20日しかありません。交通網の整備が進むと新たなお客さんが増えてくるんだろうなという中で、先ほどもちょっとお話ししましたが、訪日外国人の数はかなり増えていますし、想像以上になるのではないかと考えています。もう既に増えている感じもあります。

最後に、これはこじつけたような話かもしれませんが、お隣の駅との交流も必要じゃないかなと考えているところです。ただ、このパンフレットは上越市のどこが出しているんでしょうかね、この地図を見ましたら、この中に上越妙高駅はあるんですけど飯山駅が載ってないんですね、上越妙高の次は長野になっているんですよ。ちょっとこれは訂正をお願いしたいと思います。我々は隣の駅は大事だと思っているので、ぜひ早めをお願いしたいと思います。隣同士で信越トレイルはもちろん、ぜひ連携しながら、ちょっとうるさいぐらいあと20日なんですけれども、一緒に頑張っていきましょう。というようなお話でございました。でもライバルかもしれないなと思ったりですね、でもやっぱり頑張って連携していきましょう、というところで私の話をおしまいにしたいと思います。どうもありがとうございました。

# 100年後も雪国であるために ～越後湯澤 HATAGO 井仙と 「雪国観光圏」のあゆみ

一般社団法人雪国観光圏代表理事  
株式会社いせん代表取締役  
井口 智裕 氏



皆さんこんにちは。一般社団法人雪国観光圏の代表の井口と申します。今日はこういった機会をいただきまして誠にありがとうございます。私は年に何回か講演をすることがあるんですが、実は今日ほど話しにくい講演会もないかなと思っております。前段、戸田先生に地域の県境を越えた取り組みで非常に先進的なお話を聞いて、また具体的な事例としては、木村さんの飯山駅の取り組み、または信越トレイルのお話を聞いている中で、私の立ち位置、どんな形でお話をしたらいいのかなとずっと考えていたんですが、私が多分今日呼ばれた理由というのはですね、成功事例のお話をするというよりも、私の本業は温泉旅館をやっておりますのである意味民間の事業者なんですが、何でそんな旅館の人間が広域連携みたいな大きな話を含めてやっているのか、逆に言うと私が何でこんなことをやりたいんだという、その気持ちの原動力みたいなものを実は今日シェアした方が、この後のパネルディスカッションにつながりやすいのかなという思いも込めまして、今日は何も格好つけずにおなかの中をそのまま出す気持ちでお話しした方がいいと思いますので、よろしくお願い致します。

## 1. 旅館経営を通して見えた地域の課題

### ● 自己紹介

私の簡単なプロフィールでございますが、今年で41歳になりまして、本業は越後湯沢の駅前で「HATAGO井仙」という旅館をやっております。それ以外に旅館仲間3人と合同会社をやっています、道の駅に飲食店を2つ、それから食品の加工工場もやっておりますが、「雪国食文化研究所」という会社を立ち上げております。



そして、一昨年から立ち上げました「一般社団法人雪国観光圏」の代表もやっております。雪国観光圏をご存じない方もおられると思うので、簡単にご紹介させていただきますと、3県7市町村の広域観光圏でございます。新潟県は湯沢町、南魚沼市、魚沼市、十日町市、津南町、長野県は栄村、それから群馬県はみなかみ町というような構成になっております。

それで観光圏のお話をする前に、私の自己紹介も兼ねて、簡単に本業についてお話をしたいと思います。



HATAGO井仙はですね、実は2005年にリ

リニューアルをしまして、元々はうちの旅館、湯沢ビューホテル井仙という名前ですっとうちの父の代までやっておりまして、それを私が戻ってきました今この形にしました。ちょうど約10年経つんですが、それまでの旅館はどちらかというと、同級会の宿みたいな感じで有名で、地元の方がよく利用する団体向けの温泉旅館だったんですが、これを越えた形にしたいと、旅館の寛ぎと昔ながらの旅籠という風情とホテルの機能性を持った建物にリニューアルをしました。

#### 魚沼キュイジーヌ むらごっつお

魚沼産の食材にこだわった  
和食をベースとしたコース料理



夕食は、「魚沼キュイジーヌ」といまして、地元の食材に少しアレンジを加え、コース料理を出しているというようなスタイルです。

それから売店については、いわゆる観光物産のようなお土産品ではなくて、うちの旅館で普段から仕入れている米とか味噌とかお惣菜とかそういったものを販売するというをやっております。

それ以外に、うちの会社でやっておりますのが、越後湯沢の駅なかにあるイタリアンレストランとスイーツのお店、先ほどの食文化研究所というところでやっておりますのが、南魚沼の道の駅にある「ちゃわんめしたっぼ家」と十日町クロステンの中にあります「ユキマツリ」というお店、こちらをそれぞれ経営しております。

#### ● 旅館は地域のショールーム

こういった形で旅館をやりながら、また周辺で飲食店をやりながらというのが私の本業なんですが、つくづく思うのがですね、やっぱり旅館って「地域のショールーム」なんだなということです。今、県外、国外から非常に大勢のお客様が来られます。

たった一泊かもしれませんが、その旅館の滞在を通じて何となくその地域の文化とか生活とか、そういったものを知れるわけですね。

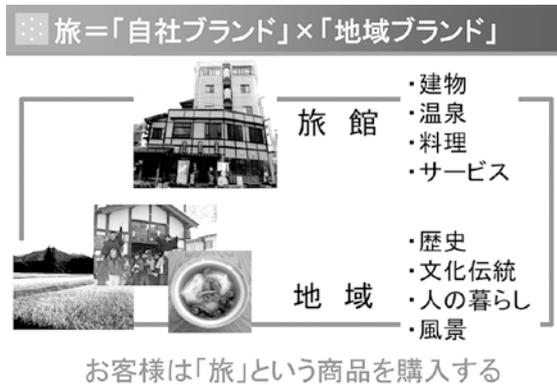
例えば、新潟ですとお酒が有名ですが、外国のお客様からすると新潟の地酒というイメージはないわけですよ。そのときにいかに新潟のお酒って美味しいかってことをですね、スタッフが説明したり絵で見せたりする。そうすることによって、たまたまスキーで来たオーストラリアのお客様が新潟って酒が美味しいのかと、日本の酒はフランスのボルドーみたいなものなんだという認識を持っていただくと、もっとこの地域につながってくると。そこで、雪というものを通じて、ここは昔から着物とか織物の文化もあるのか、お米も美味しい所なんだということを知っていただくということで、そうした部分においては非常に温泉旅館というのは、一泊を通じて地域そのものを知っていただくようなショールームだな、ということをつくづく感じるわけです。

#### ● 旅＝「自社ブランド」×「地域ブランド」

それで自分の旅館のことを考えたときに、そういった県外や海外からお越しになるお客様のことを考えたときに、先ほど飯山の木村さんのお話にもありましたが、旅というものを一つの商品として考えていかなきゃいけないんじゃないかと、つくづく感じるようになりました。

例えば、うちもリニューアルをしてからですね、海外からもお客様が来ていただくようになりました。今まではそんなに有名な旅館じゃなかったんですけど、リニューアルをしてから比較的雑誌とかテレビとかに紹介される機会が多くなったので、うちの旅館を目的に来ていただくお客様が非常に多くなりました。そのときに私はいつも申し訳ないなという気持ちでいっぱいだったんですね。例えば九州から高い飛行機代を払って時間をかけてわざわざ来ていただくと、その中でうちの温泉旅館がいくら美味しい料理を出しても良いサービスをしてですね、九州からの交通費分の元を取れるだけの内容のものを提供できるかということ、少し不安なところは実は

あります。お客様が九州からこの土地に来るということは、井仙に泊まるというのは一つの目的かもしれませんが、もっと地域そのものを旅するために新潟に来ていただくということを考えたときに、私は自社での取り組みも大事なんですが、地域の取り組みというものも考えなきゃいけないんじゃないかなと感じました。



例えば、お客さんに対してうちの旅館でできることというのはですね、きれいに建物を保つとか温泉をいつもきれいにメンテナンスするとか、料理を一生懸命誠意を込めて作るとか、サービススタッフのスキルを上げていくとか。こういったことは私たち温泉旅館の役割として、お客様に良いものを出そうということで日々努力できることなんです。

ただ、お客様は旅という商品をお買いになっている、その時間を買っているということを考えますと、例えばその地域の持つ歴史、伝統文化、人々の暮らし、風景とか、こういったものはうちの旅館だけでいくら努力してもどうにもならないことですよね。

そう考えたときに、私たちは地域という商品をどういうふうにしてコントロールするのかっていうことをすごく考えるわけです。例えば海外とか東京から来るお客さんのことを考えたとき、まず旅行先を決めるときにですよ、九州や沖縄もあつたり北海道もあつたりと、いろいろあるわけです。いろいろな地域が。そのときに新潟に来るお客さんってそもそもどういうお客さんかっていったら、例えば新潟といえば酒処だから美味しい酒が飲みたいよねとか、本当に美味しい新潟コシヒカリを食べたいと

か、スキーがしたいとかそういう気持ちを持ってまず新潟に旅行に行こうと決めるわけですよ。その中で美味しいコシヒカリが食べられる旅館って調べたときに、例えばH A T A G O井仙が載っているということです。

ということは、どっちが先か。旅館が先か地域が先かっていったらお客様の選択肢にとっては地域の方が先なんです。例えばどうでしょう、いま新潟は酒処って言われていますけど、もしかしたら岩手県の方がこれから美味しいお酒がどんどん注目されるかもしれない。コシヒカリも北海道の方が美味しいと言われるようなことになってしまったら、うちの旅館がどんなに一生懸命地元のものを使ってお米を出そう、お酒を出そう、サービスをしようとしても、そもそも美味しいお酒を飲みに行こうよ、岩手に行こうよということになってしまったら、僕の努力が何の意味もなくなってしまうんじゃないかなということ考えたときに、やっぱり僕は旅館のことも大事なんだけど、もっと大事なことは地域のブランドをしっかりと作るんじゃないかなということを感じたんです。

#### ● 商売のベースとなる地域ブランド。

##### だれが、どのように品質管理を行うのか？

そのときに少し疑問を持ったんです。うちのH A T A G O井仙という商売を考えたときには、旅館としての品質も守らなければいけないけれども、商売のベースは地域なんだろうと。地域というところにしっかりと価値がなければ僕の商売はなかなか難しいんじゃないかということを考えるわけです。

じゃあその商売のベースとなる地域のブランドは、誰がちゃんと品質管理、コントロールしているんですかと。誰が地域のブランド価値を高めているんですかということを見回してみるとですね、実は地域ってこんなような状態になっているんですよ。

例えば商工会が地元のゆるきゃらを作ってPRをしたり、市役所の方がイベントをやったり、振興局がB級グルメをやってPRしたりということです。こんなふうに相当ごちゃごちゃしているわけです。

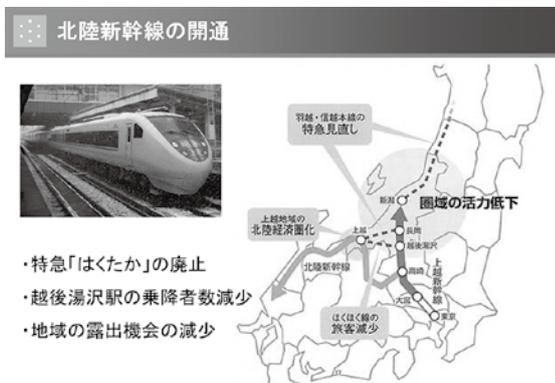
よ。これは地元の人からみると、これは商工会の事業で、これは町の事業で、これは観光協会の事業でとわかるかもしれませんが、県外の人から見ると、あの町はゆるきやりながらガイドやったりB級グルメやったり、一体何をやっているんだろうというのが、多分大多数の人の地域の見方なんです。実は全国にごちゃまぜちゃんぽん状態の地域が結構あるわけです。

おいちょっと待てよと、僕はHATAGO井仙でしっかりと地元の物を使った旅館をやって、それに合わせた商売のやり方をやっているのに、肝心な地域がもしこんな感じになっていたら、僕がやっていることが上手にお客さん伝わらないじゃないかということを感じたときに、やはりこの流れを少し変えなきゃいけないんじゃないかと思ったんです。

## 2. 雪国観光圏設立の経緯と想い

### ● きっかけは2014年問題

そういった時にたまたま重なってきたのが、いよいよ20日に迫った北陸新幹線の開業なんですね。私がこの雪国観光圏を発足した一番のきっかけが、実はこの2014年問題だったんです。



第四銀行さんが2006年頃に湯沢町で調査をしたんです。今後北陸新幹線が開業したときに湯沢の経済的な打撃はどれくらい大きいのか、そのときに湯沢はどういう方策で生き残るんだってことをですね。

その時のお客様アンケートで見たことというのは実はこういうことだったんです。越後湯沢は結構魅力ありますよ、今のままでも十分お客様を楽しませ

せる資源はありますよと。ただその情報は十分に伝わってないと。これがおたく、湯沢町の課題ですよということを言われたんです。

ご存知のとおり、湯沢は結構マンションがいっぱいありますよね。そして、リピーターさんも多いんですよ。旅館だけでも多分45、6%はリピーターなんです。湯沢の温泉は、例えば黒川温泉とか湯布院とか、そういった所に比べればそこまできれいじゃないですよ、伊香保みたいに階段があるわけでもない。でもなんだかんだ言って、皆さん湯沢にお泊りなんです。

そういったリピーターのお客さんが何をしているかといったら、別に湯沢温泉に泊まってアルプの里のロープウェイに乗っているわけじゃないんですよ。湯沢に泊まっていながら、実は何回も来ている人は自分たちでみんなプランを持っていて、八海山の方に行って美味しい蕎麦屋さんで食事しようとか、あるいはちょっと寺泊まで行って魚買って、帰りに長岡へ寄って博物館を見て帰ってこようとか、場合によっては飯山とか野沢温泉に行ってこようとか、そういった方が多いんです。中には佐渡に日帰りで行ってくるお客さんもいましたね。ということで、意外と地元の方は認識していませんけれども、お客様って結構湯沢を拠点に佐渡まで含めてずっと周遊している、そのときに湯沢が便利だっていうことなんです。

けれども、今までだったら湯沢の情報発信、例えば観光協会がやっていることは昔から同じように湯沢町だけの紹介をしているわけですよ。だから初めてのお客さんには、このような湯沢の過ごし方って伝わっていないんです。

そりゃ最初は良いですよ、アルプの里いいね、大源太湖いいねと。だけど2回目、3回目の方にとってみれば、そんなだったらもっと他の温泉地に行くんですよ。運よく自分でいろんなプランを見つけた、楽しみ方を見つけてくれたお客様は、そんな観光パンフレットはあてにしないで、どんどん周辺市町村を旅行されているんです。

だからこういう事に気付いたんです。例えば、

うちの旅館のパンフレットラックを見ても湯沢町の紹介しかなかったり、せっかく隣町の商工会でこんなイベントをやっているのに、連携していないから全然観光協会が知らなかったりとか。隣町の商工会の取り組みなんて、まず知らないですよ。もったいないですよ。こういうことなんだと、湯沢の問題は、何か新しいことをするんじゃなくて、もう少し情報をきちっと整理してあげればいいんじゃないかということが、雪国観光圏をやる一番のきっかけでした。

### ● 自治体や業種の壁

とはいっても、「広域連携」っていうのは簡単だけど結構やるのは難しい。例えば自治体や業種の壁っていうのがあります。やっぱり市町村を7つも束ねていると、なかなか一つの方向に持っていくっていうのが難しかったり。あと業種の壁もあります。観光協会とか商工会とか、同じ町の同じ人が役員をやっているのに会長が違うだけでやっている人はみんな一緒みたいなものなのに、何でも事業を一緒にできないのかなって、そういうことがよくあるんです。

### ● ビジョンの欠落

あと私は、一番問題なのが「ビジョン」の欠落だと思っています。観光協会とか商工会とか町もですね、今年は何をやるかとか、来年度はキャンペーンとか、再来年度は天地人が来るからみたいなこと、戦術の話はするんですね。じゃあ10年後、20年後、この地域がどういうブランドでありたいのかとか、どういう社会資本を増やしていくのかということって、まず議論されていないんですよ。

でも考えてみてください。うちの旅館ってね、10年前に2億円をかけてリニューアルしましたけど、1年後のことを考えてやっていませんよ。だって商売はみんなそうじゃないですか、設備投資って20年後ぐらいの将来のことをイメージしながらするじゃないですか。なのに、肝心要の商売のベースになっている地域は、まったくそういったことが議論すらされていないことに非常に不安を感じましてですね、おいおい待てよと。のんびりうちの商売

やっている場合じゃないと、根底のところこそ壊れてきちゃったら、僕がいくらいい旅館を作って維持したってこれは意味ないと思って、雪国観光圏というのを始めることになるわけです。

### ● 観光庁の発足

ちょうどこの時にシンポジウムをやりまして、広域連携をやっていかなきゃいけませんよね、というお話をしたときに、たまたま観光庁が発足して、広域観光圏の発想が出てきました。観光庁としても私どものような事業を応援したいというお話をいただきまして、だったら一緒にやりましょうということでエントリーをしました。それが2008年頃です。観光庁が4割も補助金を付けてくれるという事業だったんですが、私もそうですし親父もそんな国の補助金とか、行政の動かし方も全然分からなかったんです。ただ思いとしてはこのままじゃいけないということもありましたし、やっぱり誰かしら動かないと何も始まらないんで、とにかく僕たちが始めましょう、ということでした。

ただ、雪国観光圏というのを立ち上げるときに、どこの自治体も商工会も、事務局なんて受けてくれないですよ。面倒だし国の補助金が付くともっと面倒だと。なので、仕方ないので湯沢温泉旅館組合がそのまま事務局受けますよということで、僕が半分以上事務をやりつつ、事務の職員の人に嫌な顔をされながら、自分で申請書を作って出したというのが、実は経緯です。

### ● 雪国観光圏設立時の想い

#### ——次の世代の子どもたちが誇りをもって生活できる地域づくり

そのときに7つの市町村には、そんなにお金の負担はないですよ、とにかく一緒にやる場だけ作りたんですっていう話で、何とか入ってもらいました。最初はそれぞれの市町村で説明会をやったんですね。その時から言っているメッセージがこの言葉で、全く変えていないんですが、なぜ観光圏というものを作るのかっていったときに、「次の世代の子どもたちが誇りを持って生活できる地域を作ろう」、これが広域観光連携をやる僕たちのミッション

ンです。

確かに2014年問題がきっかけではありましたが、いろいろ議論している中で、単に観光客数を増やすということだけだったら、これは湯沢の温泉旅館がやっているだけの話だと、そこに国の補助金が付いて応援しているとなると、かえって僕たちもイメージが悪いわけです。まあ、そこが問題というわけではありませんが、そもそも僕たちがやろうと思ったのは、こういったことです。やはり先ほども言ったような地域を作ろうというときに、湯沢もそうだし雪国観光圏全体で見ても地酒で有名であり、お米で有名な所です。じゃあそのお米を作るのは誰だと言ったら、それは僕じゃない、地元の農家さんなわけですよ。美味しいお酒を作っているのは地元の酒屋さんなんです。だから旅館の僕だけが頑張ったところで何も、とは言いませんが、それだけじゃ足りないんです。やっぱり酒屋さんも繁栄してもらわなきゃいけないし、米屋さんも繁栄してもらわなきゃいけないし、さらに言うと隣の旅館も繁栄してもらわなきゃいけないんです。商店に元気になってもらわないと町として盛り立てられない、そのためには何が一番大事かって言ったら、まず自分たちの後継者がしっかり帰ってきて、更に地域を盛り上げるっていう機運を作らない限りは、何をやっても無駄だと。小手先でお客さん集めたって、それは意味がないんじゃないかっていう話をしました。

ですので、観光圏という広域連携をするのは、お客さんを増やすことが目的ではありません。皆さんの商売がきちんと次の世代に引き継げるように、また地域にどんどん若い人が帰ってくるために、この広域連携というもので考えましょうということです。このことを設立当初からずっと話していました。

### ● 子どもたちが地域に誇りをもつための3つの課題

じゃあ子どもたちが地域に誇りを持って帰ってくるためには、どういことを我々は準備しなくちゃいけないのかということで、3つの課題を整理しました。

第1に、しっかり付加価値を生むブランドを作り

ましょうということをお話ししました。ここにしかないもの、できれば世界唯一の価値、そういったものが一品あれば、やっぱりその地域は強いですよ。まずそういったものを地域全体で作ろうということです。

第2に、持続可能な事業をちゃんと継続的にやりましょう。一過性のイベントとか補助金でバサッとやるんじゃなくて、毎年毎年小さくても良いから続けられる事業、そうしなければ意味がないので、こういことをやっていきましょう。なるべく行政の負担をかけないようにして、できれば民間主導でやれるような事業を目的としてやりましょうということです。

第3に、これが一番大事な事なんですが、満足していただくお客を増やそうということです。これは商売をやっていれば当たり前のことなんですよ。いくらその時にいっぱいお客さんが来たって、そのお客さんがみんな「この店最悪だ」って言ってしまったら全く意味がないわけですよ。お祭りで1万人お客さんを集めました、だけどそのほとんどがこのお祭り最悪だったって言われたらやる意味がないですよ。でも1,000人しか集まらなくても、このお祭り最高だ、この事業最高だと言ってくれば、絶対そっちの方が価値があるということです。ただこういことを考えるときに、お客様の満足という視点がなかなか地域づくりの議論の中になかったので、まずお客様に満足していただけるかどうかという指標を大事にしようということ掲げました。

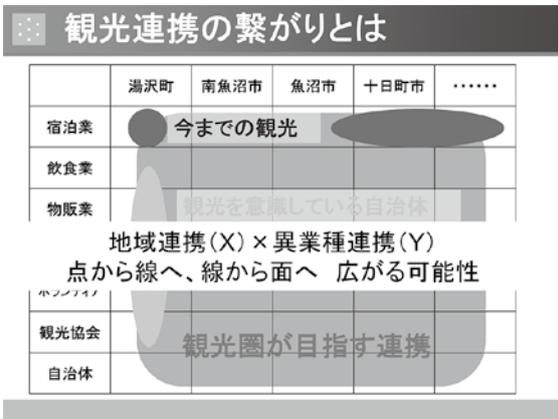
この3つをしっかりとやっていけば、多分地域は良くなっていくのではないかなということを、当時から考えていました。

### ● 観光＝連携

それを考えたときに、やはり観光というキーワードが一番しっくりくるんだと思いました。この後の議論にもつながるんですが、観光ってどういうことかと言ったら、連携じゃないかなと、観光＝連携だと僕は思っています。決して何か新しいものを作るのではなく、いろんな自治体を越える、業種を越え

る、つながるっていうことが、まさに観光ではないかなということですよ。

よくいう観光って、一部の旅館の人たち、例えば越後湯沢温泉の人たちが何かしましたとか、新潟県の女将の会が東京でPRしました的なことが、マスコミのニュースになるような観光ですよ。でも一歩進んだ自治体なら、地元の農業と商業と観光協会さんが一体となって商品開発をしたり、事業をしたりとか、いわゆる6次産業化とか農商工連携というようなことを積極的に取り組んでいると思います。僕たちがやろうと思っている観光連携、目指しているところはこういうものなんです。



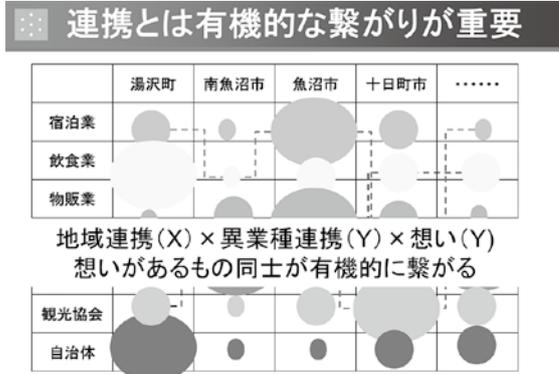
点から線じゃなくて、面でやる。これが観光圏の一つの考え方ではないかなと思います。要するに今まで一つの点でつながっていたものをですね、線につなげて更に面としてしっかり戦っていこうと。

これぐらいのキャパシティがないと、これから新幹線ができました、海外からお客さんが来ますというときに、当然選択肢に上がってこないということです。これぐらいでなければ僕たちの地域、雪国の地域というのは、わざわざお客さんに来ていただけるような地域になり得ない。京都や奈良に負けてしまふ、九州にも負けてしまふ。だからこういった地域をしっかりと作ろうということが僕たちの考えの発想です。ですから点から線へ、線から面へということで、観光圏の取り組みを始めています。

● **有機的なつながりが重要**

とはいってもですね、先ほどもありましたが「連携」って言うのは簡単なんですけど、結構難しいです。皆さんの中でも、こんなにうまく周辺市町村の

いろんな業種の人たちの心を一つに合わせられたら苦労しないよって、多分思われると思うんです。僕も実際そう思います。当然ですよ、市町村によっては旅館とか宿泊業の強いところもあれば、農業が強いところもあります。雪国観光圏の中でも、市町村の温度差とか強み弱みもあります。



ですが、私はこれでいいと思っています。別にみんなを平らに、一つのシートに基準を合わせる必要はないと思います。大事なことは、本当にやる気のある人たちが有機的につながる場を提供できれば、僕は良いと思っています。例えば、湯沢の旅館の人たちと隣の農家の人たちと十日町のメーカーさんとタイアップして、海外にこういったブランドを発信していこうとかいう事業があったって良いんです。無理に皆さん一律のことをする必要はない。だから思いがあって実際に動き出そう、動いても良いよ、汗流してやろうという人たちを上手に出会える場を作るのが、僕は広域連携の一つの役割なんじゃないかなと思っています。皆が一斉にやる必要はない、ただその場だけは提供して一緒にやれる人が一緒に動けばいい。

それから次のポイントなんですけれども、地域連携×異業種連携、これだけでは何も動かない。大事なことはそこにかかる思い、本当にやる気のある人たちがつながっていく、実際に動くということが広域連携においては一番大事な要素なんじゃないかと思っています。

### 3. 雪国観光圏の取り組み

#### ● 雪国観光圏の運営理念

「100年後も雪国であるために」———これは、私たち雪国観光圏が掲げているビジョンですが、これも先ほど言いましたように、一つずつでは埋もれてしまうような地域資源をしっかりと発掘し、つなぎ合わせて磨き上げるということを、一つの広域連携のミッションにしています。

一般社団法人雪国観光圏の運営理念

ビジョン(運営理念)

## 「100年後も雪国であるために」

ひとつずつでは埋もれてしまう地域資源を発掘し、  
つなぎ合わせ、磨き上げることで世界に通用する価値を生み出します。

クレド(価値基準)

- ・ 世界レベルで通用するための「価値」を追求していきます。
- ・ 持続可能であり、中長期にわたりブランド構築できる事業を重視します。
- ・ 地域や立場にこだわらず、お客様にとっての価値を重視します。
- ・ 雪国ならではの文化を大切にし、先人の知恵を学びます。
- ・ 広域に点在するものをつなぎ合わせ、新しい価値を生み出します。
- ・ 古いものを磨き上げ、新しい価値を生み出します。
- ・ 豊かな自然や地域固有の資源を残すための環境保全に尽力します。

その下にクレド(価値基準)というものも作っています。やはり広域連携ということになりますと、いろいろな方々がいろいろな立場でものを言うわけですよ。そうすると、自分たちが何をやるべきかということを見失っちゃうので、とにかくこの基準に合う事業だけをやりましょうということです。ですから、僕たち雪国観光圏は、B級グルメグランプリみたいなことは今のところやる予定はないですし、むやみにやたらに旅行会社に販売するようなこともしないです。とにかく自分たちの価値基準に合ったところから、徐々にやっていく、ここだけはなるべくブラさないようにするということです。

僕たちが目指すものは、自分たちの子どもや孫たちもずっと雪国で暮らしたいと思えるようにすることなので、そういった意味ではそんなに急いで経済的な効果だけを追わないように、どれだけコンセンサスを取ってやれるかということが大事ななと思っています。

#### ● 雪国観光圏の取組体制

雪国観光圏の組織を簡単にご紹介させていただきます。雪国観光圏には、実は二つの事業体があります。これがベストだというわけではありませんが、

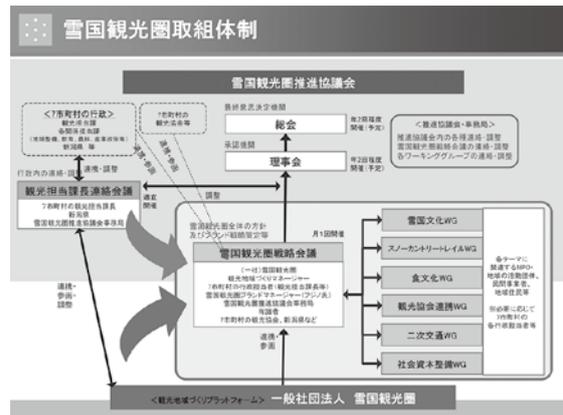
今現在の体制はこういうことです。

一つは、雪国観光圏の推進協議会というのがあります、7市町村の首長さんと観光協会が所属をしています。これはどちらかということ行政側の役割です。

僕が代表を務めております一般社団法人雪国観光圏というのは民間側のプラットフォームです。こちらはいろんな事業主さんとか旅館の会員さんとかそういった方々で構成されています。

大事なことは、月に1回雪国観光圏の戦略会議を設けまして、行政側と民間側がそこで情報共有をするということなんです。

それから、この戦略会議の中にワーキンググループというのを作ってまして、今6つのワーキンググループがそれぞれ個別のテーマに取り組んでいます。



一つは雪国文化のワーキンググループで、これは各市町村の学芸員さんが中心です。学芸員さんって意外と横のつながりがなかったりして、専門分野もみんな違うんですけども、その方々をみんな集めて、とにかくこの地域の特徴、雪国らしい特徴って何だということを半年間にわたって議論してきました。その中で見えてくる地域の特性みたいなことをしっかりと明文化して、これをきちんと観光のコンセプトにしようということです。

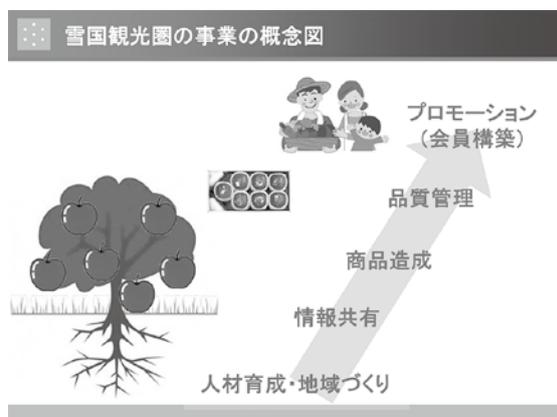
それからスノーリゾート・トレイル、これは信越トレイルさんの真似をして作ったような事業ですが、そういったトレイルもこの観光圏の中で推進していく役割があります。それから食文化に対するワーキング、観光協会同士のワーキングとか、二次

交通を考えるワーキング、社会資本の整備のワーキングもこの中にあります。

とりあえず今、この6つのワーキンググループでいろいろと活動しております。これらで戦略を練ったものを地域の中できっちりデータで共有して、事業として挙げていくというのが今の仕組みです。

### ● 雪国観光圏の事業の概念

雪国観光圏の事業の概念図を少し説明したいと思います。私はこの観光地域づくりっていうのは、まさに木を育てて実を成らせるような取り組みじゃないかと思っています。



一番大事なのは、戸田先生もおっしゃっていたと思うんですが、人材づくりじゃないかなと思っています。例えば、木村さんのいろいろ作られている飯山旅々のような旅行商品をすぐにはできないですよ。まずはいろいろな地域の人たちが参加して勉強をして、ネットワークを作っていくことから考えています。これから旅行商品という実を成らせて収穫するために、一番大事なのはそれに伴う人材づくりだと。

それから地域の観光協会同士とか商工会を經由しているんな方々がきちんと情報を共有できるようにするためのインフラづくりも大切だということで、こういった取り組みをしています。

そうなってくると、地域を体験してもらうための具体的な旅行商品がだんだんとできてくるようになるんじゃないかなと思って、こういったことも今取り組んでいます。

その次に、実は結構大事なところだと思っている

んですが、品質管理っていう取り組みが必要なんじゃないかなと。例えば、何から何まで全部雪国観光圏の商品ですよっていうと、それこそブランドコンセプトがぼけてしまいますよね。雪国っていう特徴を出すためには、その雪国らしい商品を出していかなくちゃいけないわけですよ。そういった意味では、どこかで商品をしっかり選別をする作業が必要です。ただ、これを観光協会とか行政の力でやろうとすると結構難しいです。信州いいやま観光局だったらできるかもしれませんが、通常は何でうちの企画は載せてもらえないんだとか言われるので。

そして、最後にプロモーションです。ただPRするのではなくて、どんなお客様にどういうふうに買っていただくのか、ということが一番大事ですし、むしろプロモーションというよりは地域のファンを作るためなので、会員構築という意味合いの方が雪国観光圏ではむしろ高いです。むやみやたらにPRするのではなくて、ファンを作るということにやっているということです。

今までお話ししました、人づくり、情報共有、商品造成、品質管理、プロモーション、これが一気通貫になっていないと本当の意味での観光地づくりにならないと思っています。皆さんの地域の観光事業も、一度この展開の中に落としてみただくと、本当に観光地づくりに取り組んでいるのかということがわかってと思います。厳しい言い方になるかもしれませんが、ほとんどの場合が上のプロモーションの所だけで終わってしまっているんですよ。あるものをただチラシに載せてPRしているだけ、という所が結構多いんじゃないかなと。その方が楽しいですし、簡単ですしね、楽ですからね。だけどこれをきちんとやるためには、面倒でも品質管理をやらなくちゃいけないし、商品作りもしなくちゃいけない。商品作りのためには人材育成しなくちゃいけないんです。

ですから、たぶん行政の方が本当にやらなくちゃいけないのは、地域づくりとか人材育成、ここの部分ではないかと思っています。商品造成や品質管理は、プロモーションも含めてむしろ民間事業者がしっかり

しなければならない。観光地づくりという一つの流れの中にも、やはり根元のところは行政が中心であって、実となって収穫してお客さんを集めるのは民間がやらなければいけないわけですね。そう言ったことも地域の役回りですっかりやっていたらいいんですが、とにかくプロモーションだけにいってしまう。私はプロモーションって民間がやるべきことだと思っているんですが、そのあたりの役割の線引きができていないと、なかなか地域づくりも難しいんじゃないかなと思っています。

雪国観光圏の場合、それはもうはっきりしてしまっていて、例えば地域づくりとか人材育成という部分では、雪国観光圏フォーラムとか各種ワーキンググループをやっていますし、こういった事業は基本的に推進協議会、行政からの事業費をベースとして取り組んでいます。それからスノーカントリートレイルは、どちらかというと民間事業者さんでやっています。ツアー会社さんとかがいますので、そういった方々に一緒に参画してもらって具体的な商品づくりをやっています。まだ信越トレイルさんみたいに道を整備するようなレベルじゃないんですが、ガイド付きのツアーみたいなものを民間のアウトドア事業者さんと一緒に作っています。

そして、それを7市町村の行政がしっかりと後押しをするためのインフラづくりを今進めています。たまたま観光庁の方から応援していただいて、グーグルマップを背負って登山道を歩いて撮影したという事例もございます。

### ● 雪国観光圏ウェブサイト

ここからは、雪国観光圏の取り組みをご紹介します。まず、雪国で過ごすためのデータベースとしてのウェブサイトをつくっています。各観光協会でのいろいろなホームページとかありますけれども、雪国観光圏の場合は、あまり宣伝するためのホームページではなくて、地域の情報を保管するためのデータベースのような位置付けです。ご家庭のパソコンで、<http://snow-country.jp/> をみていただくとあります。



注目すべきなのは、自分でマイルートというのを登録すると、選択したツアーをA4で印刷できるようになっています。そういったものがあると、例えば旅館のフロントでお客様に「どこに行きたいですか」とお聞きして、ちょっとクリックして「はい、どうぞ」と渡してあげれば、非常に親切なコンシェルジュのサービスができるということです。こういったことをやっております、PRのためのホームページというよりも、バックヤードの人たちがより良いサービスを提供するとか、そのほかホームページで載りきれない情報を細かく拾い上げるためのデータベースとしてやっています。

例えば、検索エンジンで調べるとわかるんですが、結構検索されているのが登山道とかの入口の案内です。これって観光協会のホームページではいつも抜け落ちちゃうんですね。マーケットとしては、そんなに登山道に行く人は多くないけれども、ニーズとしては結構たくさんあるので、そういったところで観光協会さんのホームページでこぼれたものを雪国観光圏で幅広く拾っていくような取り組みですね。

それから体験プログラムについても、今とりあえず「雪旅」というサイトをつくっています。雪国観光圏で体験プログラムを実施されるいろんな事業主に商品登録してもらって、インターネット上で受発注できるようなシステムになっています。

### ● サイン計画の整備

今、地道に取り組んでいるのがサイン計画の整備です。市町村とか県とか観光協会がそれぞれのフォーマットでばらばらで看板やマップ、ウェブサ

イトを作られるので、なるべく同じトーンでこういう基準で作ってくださいねということをお願いしています。でも実際に作るのは市町村だったり観光協会ですから、嫌だと言ってしまえばそれまでなんですけど、なるべく統一してくださいねということです。

海外のリゾートに行きますと、だいたいみんな揃ってるんですよね。マップと看板の情報もちゃんと突合しているんです。日本って、結構マップの文字と看板の情報が合っていないんですよ。下手をすると英訳も間違っているようなこともたくさんあったりするんで、今すぐ変えてくれとは言いませんが、新しく作る時はこういう基準でやってくださいねということで、取り組んでいます。

### ● 雪国観光圏バス

「雪国観光圏バス」と「雪国観光圏テガタ」というものがあります。雪国観光圏バスは、水上から長岡ぐらまでのJRと私鉄さんが全部乗り放題のプランで、今JRさんですと作ってもらっていますし、雪国観光圏テガタは、観光施設の周遊バスポートになっています。

### ● 雪国A級グルメ

品質管理の一例として少しお話ししたいのが、「雪国A級グルメ」という取り組みです。これもホームページをご覧いただくとわかるんですが、この新潟の雪国地域の地場食材を使って、なるべく添加物などを使わないで、どこ産のものだということをきちんと表示できる旅館や飲食店には、雪国A級グルメということで認証しています。



これも行政主導で何かを宣伝するのではなくて、

やる気のある事業主さんがそれぞれお金を出し合っ、自分たちでチームを作ってA級グルメとしてPRをするという感覚です。だけど、やはりこの雪国観光圏に来られるお客様は食のイメージを持って来られるので、そういった期待を裏切らないできちんと提供できる場所は、A級グルメとして認証していこうというようなことです。

### ● 観光品質の認証事業「SAKURA QUALITY」

「SAKURA QUALITY」は、宿泊施設の認証評価です。戸田先生のおられる愛知県にありますシンクタンク、中部圏社会経済研究所さんと一緒に活動しています。これは、旅館を一つ星から五つ星にグレーディングをして、海外のお客様に分かりやすく説明をするものですが、こういったことも日本にはないんですよ。何でないと思います？業界の人が反対するからなんですよ。でも海外のお客様からすると、グレードがないと分からないわけですよ。旅館と民宿と高級旅館の違いって海外の人にはわからないですよ。ここのホテルはここまでのサービスを保証しますよというような考え方の下、取り組んでいます。

名古屋のシンクタンクさんが開発をしたものを新潟の雪国観光圏が使っているんですが、これが今全国的に注目をされている事業で、こういった取り組みを雪国だけではなくて、他の観光圏でも同じように導入してPRしていこうということがあります。これからは一つの観光圏にとどまらないで、全国で同じような観光圏として動いているものが、共同で一緒に事業をやっていこうという発想です。こういう仕組みも一緒に使っていこう、一緒にPRしていこう、例えば海外のお客さんにも一緒に共有してやっていこうということが、今始まりつつあります。

そういった意味でその地域の窓口になるような、要するにプラットフォームといいますが、いろんな事業主さんを束ねて一つの窓口になるような仕組みというのは、これから持っておかないとそういった流れにも参加できないので、この上越においても観光プラットフォームというものは当然必要になってく

るんじゃないかなと思います。

### ● フリーペーパー、ウェブマガジン等の発行

皆さんにお配りしたのがフリーペーパーです。これは年に4回出していますが、この中に雪国観光圏の過ごし方みたいなものを全部まとめて書いております。それ以外に、ウェブマガジンも発行しています。そういったものをご紹介しつつ、情報発信しています。

先ほども言いましたようにプロモーションではなくて、雪国のファンを作るというような発想で、後ろの方にメルマガの会員登録とかもあります。そういったものに登録していただいて、できるだけ地域の情報をお届けできればなと思っております。

## 4. おわりに

### ● 世界に通用する価値を作り上げる

このようにいろいろな事業に取り組んでいますが、僕たちが目指す部分、本当にこれから開発をしなきゃいけないのは、まず小さなピースをどうやって見つけ出すかということです。皆さんご存知かと思いますが、例えば、火焰型土器の破片があるとします。火焰型土器というのは1万年以上の歴史があって非常に価値のあるものなんですけど、多分このかけらを一個見つけても、そこに夢とかロマンを感じる方ってそんなにいないと思うんです。ですが、このばらばらの資源をしっかりと組み上げることで何か魅力的になるじゃないですか。



地域の資源を発掘し、つなぎあわせ  
磨き上げることで、初めてその価値が伝わる

多分この雪国観光圏っていう所をぱっと見ると、さっき言ったように目立つものってそんなにないんですよ。こんな土器がいきなり埋まっているわけ

じゃないんです。ただいろんな地域の中の生活、雪の中で生活してきたという事実とか暮らしとか、一見すると見落としがちなんですけど、本物の価値があるものって地域の暮らしの中にあるんです。そういったものを自分たちで発掘して、自分たちだけで悩むんじゃなくて、実はこのかけらって隣町に落ちていたりするし、他の人が持っていたりするわけですよ。そういったものをみんなで集まって発掘して、一つの形に持っていくことで地域らしさというのも出てくるのではないかなと。

まさに雪国という暮らし、雪国という所の観光は、こういったものを失ってしまっただけです。だからこの宝物がみんな埋もれちゃっている。それをもう一度、自分たちの視点で、みんなで発掘活動をして、一緒に束ねることで、地域として一つのビジョンを目指していこうというのが、雪国観光圏のこれから目指す取り組みです。

### ● 100年後も雪国であるために

私たちがこういった活動をしている思いとして、世界に通用する本物の価値を作りたいというのは確かにありますが、それは今実現できなくなっているんです。だけど自分の子どもや孫のためになるためには、今しゃべっておかないと子どもや孫たちは絶対にそれはしないし、行政も動かない。やっぱり今、メッセージとして発信して動き出すということが僕は一番大事なことだと思っていて、そういった立ち位置で私もやっています。決して1年、2年で結果を出そうと思いませんし、もしかしたら10年後、20年後かもしれませんが、やるからには中途半端なゴールじゃなくて、本当にそれをしっかりと発掘した暁には、世界に通用するような、50年も100年後もちゃんと安心してご飯を食べられるような、そういう仕組みを作らないといけない、そんな発想で雪国観光圏は活動しています。

### ● 上越も飯山も同じ雪国

そういった意味ではこの後のパネルディスカッションでもお話をしますが、飯山とは非常に似ています。まさに兄弟みたいな関係だと思えますし、この上越も同じです。同じように雪国の生活

であったり、こういった昔ながらの集落の暮らしもある、または交通インフラも含めて非常に似たような地域です。

今回このシンポジウムの話をしていただいた時に、ぜひ上越と飯山でしたら、同じ雪国という発想の中で一緒にやっていきたいなという気持ちに思いましたので、この後のパネルディスカッションでそんな話もできればと思っています。時間の関係もごさいますので、ここで失礼させていただきます。今日はどうもありがとうございました。



## 【第3部】 パネルディスカッション

# 地域づくりと広域連携の関係性、 信越連携の可能性

### パネリスト



愛知大学三遠南信地域連携研究センター長・地域政策学部教授

**戸田 敏行 氏**



一般社団法人信州いいやま観光局事務局次長・飯山駅観光交流センター所長

**木村 宏 氏**



一般社団法人雪国観光圏代表理事 / 株式会社いせん代表取締役

**井口 智裕 氏**

### コーディネーター



上越市創造行政研究所主任研究員

**内海 巖**





## 地域づくりと

# 広域連携の関係性 信越連携の可能性



●内海 皆さん、改めましてこんにちは。上越市創造行政研究所の内海と申します。第1部、第2部ですね、お三方から非常に盛りだくさんのお話をいただきました。パネルディスカッションと申しましたも残り時間が30~40分でございますので、基本的には先ほどお話いただいた内容の理解を少し深める時間にできればと思います。ですから、いくつか質問を投げかけさせていただきたいと思ひますし、できましたら会場の方からも、質問、感想等いただければと思いますのでよろしくお願ひします。

### ■ 連携のポイント

●内海 それでは、まず連携についてお伺ひしたいと思ひます。地域の連携ですとか業種間の連携ですとか、まあ簡単に言ってるけど簡単じゃないよってお話もあったと思うんですが、連携をされていく中で、例えばこんな点は非常に苦労したですとか、こういうことでなんとか突破できて今があるですとか、そんなお話があれば教えていただきたいと思ひんですが。井口さんからお願いします。

●井口 どうもありがとうございます。雪国観光圏がある意味突破できたというか、わりと事業が進んだっていうのは、やはり民間主導っていうのが一



つあります。お話ししたように雪国観光圏のメンバーは、それぞれの温泉旅館のせがれとかで7人くらいいるんですね。僕たち旅館の人間は地元でいろんな会議に出てたりするので地元の人たちをよく知っています。で、隣町の旅館の人たちもよく知っていると。まあそういった部分で意外と旅館の人間は地域のハブの役割をしているので、そういった部分が働いて、助け合いでやってるのが一つあります。

全国の広域連携で逆に失敗する例は、ほとんどが行政主導なんです。皆が心から連携したいと思っなくてもお付き合いで連携組織ができちゃったりするので、どうしてもそこは難しい部分がありますよね。まあ僕の考えですけど、行政主導が悪いわけじゃなくて、行政と民間ではそれぞれに長所と短所があるんですけど。行政主導ですと、民間の人たちは「行政は給料もらってるからここにいられるけど、俺たちの休みは誰が保障してくれるんだ」っていう気持ちがあるから、こう斜に構えて見ている。だけど民間の僕たちがやっていると、「ああ、井仙の社長もやってるから、俺たちもやらなきゃな」とか、「たまにだし、しょうがないな」っていう部分があります。雪国観光圏の場合は、ボランティアでやってる人ががんばってるからボランティアで協力してくれるってのはあります。

逆に、僕たちが課題となってること、民間主導でやってるがゆえに課題になってくることもあります。それは事務局機能です。やっぱり民間がやっていると、それに行政が応援するというスキームはなかなか取りづらいです。じゃあ事務局職員はどうするっていうことで、そこは湯沢温泉旅館組合の組合員にお願いしています。多少の事務費はもらいますが、とても人を雇えるほどのお金じゃないです。その点は行政主導だと、ある程度人的な部分をサポートしてもらえますので、そこは行政主導のいいところじゃないかなって思ひます。

ということで、雪国観光圏がうまくやってきたのは、民間のやる気のある人がどんどん前に出てきたからで、逆に課題とすれば、事務局機能とか根回し





と思いながら聞いていました。

●内海 ありがとうございます。今、すごいなあというお話があったんですが、井口さん、木村さんのお話をお聞きしていて、戸田先生なりにここはポイントじゃないかと感じられたことやご感想などお願いします。

●戸田 事業が圧倒的に動いているという感じですね。ビジョンを持つ人がいて、このお2人がそうだと思うんですが、ビジョンを持つ人が集まりを作って、そして事業を動かしていくことですね。で、それをフィードバックできるのがプラットフォームだと思うんですが、それが循環して動いているってことはやはりすごいと思います。

それから、先ほどあった官民の話、これ我々もそうですが、官というのは前に出ると後ろに引かないっていう特性があるんですね、だけどもあんまり前に出ない。で、民は前にバツと出ますけども、ダメになったときはさっと引く。それは良さだと思うんです。それをどう組み合わせていくかっていうことだと思うんですけど。また進め方が非常に巧みであるし、それからやっぱり魅力的ですよ。聞いていて、やってみたい、来てみたいって思う。それが人を引きつけていくんだと思います。

## ■ 観光から地域づくりへの展開

●内海 ありがとうございます。さて、次に連携の分野についてお伺いします。今日の井口さんや木村さんのお話は観光の要素が強いかと思いますし、一方戸田先生がお話しされた連携は、非常に総合的といいますか、医療とか福祉とか教育とか何でもありました。

じゃあ、井口さんと木村さんの話とは違うってことではなくて、お2人とも地域を良くしてこうっていう地域づくりの手段として観光を捉えられているところがあるのかなと。で、そうすると、お2人の取り組みはこれから観光の枠に留まらないで



いろんな分野に波及していくんじゃないかっていう気もするんですが。何かそういうことを感じてらっしゃるのかどうか、井口さん、木村さんお願いします。ちょっと欲張りすぎかなって気持ちもあるんですが、既に波及しているような気もします。

●井口 はい、それは雪国観光圏を今後どうしたいかっていう話に関係するんですが、なぜこの観光圏をやるかっていうときに、大事なことは「100年後も雪国であるために」ってことなんです。この地域が地域らしくあるためにです。ほったらかしにしてたら100年後も雪国にはならないと思いますね。古くていいものとか残したいものは、努力していかないと残せない時代です。黙っていればお店はどんどんつぶれるし、郊外店はどんどん出てくるし地元産業は失われるし、気付いたら田んぼはみんなショッピングセンターに変わっているっていう話ですから、やっぱり努力しないと、100年後に地域って残せないんですよ。

じゃあ、そのためにどうすればいいかと言ったときに、僕はですね、やっぱり後継者が一番大事だと思うんです。商店街もそうだし事業主もそうだし、どうやったら子どもたちが自分のおやじの仕事を継ぐのか、それに尽きるんじゃないのかなと。口で言うのは簡単ですけど、きちんと本業を理解した上で商売を続けるって、やっぱり考えますよね。ちゃんと食っていかなきゃいけないし、仕事しながら誇りを感じたいし、そのためには、いかに意識の高い仲間を作っていくかということが大切で、そこにいろんな可能性が出てくるんじゃないかなと。逆に、そうしていかないと100年後は雪国にならないです。ただ旅館の人たちが盛り上がって、わー、雪国観光圏だなーって言ってたって長続きしないですよ。まずは観光圏として立ち上げましたけれど、僕は5年後10年後、次の僕みたいな人たちをどうやって育てるかってことを真剣に考えていますし、観光分野だけでなく農業の方でもこうやって地域のことを考えてくれる人を増やしたい。酒造りの分野でも中核でやる人を増やしたい、NPOの人たちも増やしたいって思います。どういった分野であれ、継いでい



いうのあります。だからいや、仲悪いのかなーと。

●木村 あのー、上越と飯山といえば関田山脈をはさんでますけど、婚姻関係もけっこうありますし、同じ地名も新潟県と長野県にあるんで、歴史的にみれば同じエリアなんでしょうけど、まあ最近になってレジャーとか買い物という動きになったときにあんまりそういう気持ちはなくなっちゃったのかなと。実際、海に長野ナンバー止まってるときにどうなんでしょうかね（場内笑い）。そう言ったとたんに皆さん笑われたんで、たぶんそうなんだろうな（場内爆笑）。

### ■ 上越は仲間かライバルか？

●内海 まあ、決して悪い意味の笑いではないということで、あとで個人的にフォローさせていただきたいと思います（笑）。

さて、本日のシンポジウムの一つの目的は先進事例に学ぶということなんですけど、学ぶだけではもったいないということですね、もう既にお話に出てきていますけれども、これから上越、湯沢、飯山の連携についても少し考えてみたいと思います。

ただ、そうはいつでも連携できるの？ってことがあると思うんです。例えば、先ほど湯沢では2014年問題とおっしゃいました。最近では減ってきましたけれども、私どもは北陸新幹線が来てチャンスだと、でも上越新幹線はピンチだと、お互い敵同士ということではないけど、決して仲が良い関係とは言われなかったですよ。

それから、木村さんの発表でも「一緒にやってみましょう、でもライバル？」みたいなこともいただきました。あのあたりの微妙な投げかけは本当にそうだなと思ってらるんですが、仲間なのかライバルなのかそのへんの考え方っていうんですか、どういうふうに整理されておられますか？抽象的な聞き方になりますけども、よろしくお願いします。

●井口 はい、私ですね、ぜひそのお話をしたかったんですけど、雪国観光圏を立ち上げたいと、湯沢町と周辺の市町村にお声掛けした時に、まさに今み

たいな話がありました。松之山の人たちが湯沢と組んで大丈夫かと、みんな客取られるぞって話ですよ。腹の中じゃあ皆そう思ってたかもしれないです。そ



れに湯沢町って、バブルの頃には東京からいろいろやってきて、あそこはいいなって思われてた時代もあって、やっぱりそういう気持ちもあったと思うんですよ、ベースとしては。

だけど、連携するときには大事なことは、戸田先生もビジョンって言われましたけど、やっぱりビジョンなんですよ。1年、2年の客の取り合いをしようと思ったらライバルかもしれませんけど、長い目で見ればお客さんを取る取らないじゃないです。お客様が満足したかどうか大事ですよ。だって、そのお客さんにとって松之山温泉がベストな選択肢だったらそれを喜んで勤めるべきじゃないですか。その代わりに、越後湯沢温泉の方がそのお客さんにとっていいだったら喜んで受け入れればいいじゃないですか。だから隣というのはライバルじゃないですよ。一緒にやってる仲間なんだと。大事なことはお客様にとってプラスかマイナスか。お客様にとってプラスであれば地域は長い目で見て発展しますよ。でも隣同士でいがみあってライバルだなんて言って客の取り合い、無理くり自分の客層じゃないお客を取ったりして、あーもう、この旅館もこの地域も嫌だって思われてしまったら元も子もないですよ。だから、木村さんもおっしゃってましたように、お客さん目線になることがすごく大事で、自信を持って他の旅館さんを勧められるような気持ちが必要で、地域に発展はないと僕は思ってます。

そう考えたときに、上越と越後湯沢、これから新幹線の問題どうなんですかってことを考えたら、僕はむしろ仲間だと思ってますよ。申し訳ないけれど、今のままの上越だったら多分お客さんは降りません。僕、厳しいこと言いますが、浦佐だってそうですし、湯沢だってそうですよ。新幹線が停まったからってお客さん来ないですもん。今のままだと、他にお客さんを取られて、みんな子どもたちも





が、共通は再三ですが「雪国文化」っていうことだと思ってます。単に雪が降る文化ではなくて、我々よく議論すると縄文時代の話が出るんですが、やっぱり雪があったからこそできた生活文化とか暮らしというのがあると思うんですよね。我々なんか、1年のスタートって冬から始まるっていう考え方をするんですが、そういう何か人が生きてきた生活の流れとか文化とか、そういうことはたぶん僕たちの地域の共通的な言語なんだろうな、だからふるさとの人たちが妙に温かかったりだとか、そういったことがすごく共通性として感じる部分です。

あとは二次交通の関係もそうですね。地元のローカル線があって高速鉄道もあるっていうこの関係は、飯山も湯沢も上越も一緒じゃないですか。これだけ近い距離感で同じようなインフラを持つてるところっていうのもすごい武器かなと思ってまして、このお互い持つてるインフラ同士をどうリンクするかってことが重要なこと。

ただ、雪国観光圏として飯山ともそういう交通体系をあまり考えてこなかったし、上越ともなかったし、実は今まで議論としてあまりなかったのかなと。これだけ共通性があるのに、行政も観光協会も具体的な話をする場面もなかったじゃないですか。これからはむしろそれをベースに二次交通を考えていった方がいいのかなくらいに思っています。今年中に協議会だけでもいいから、こういったことを議論する場を作ってもらいたいな、ということをお願いします。

あと差異という意味では、さっき言ったように「海のもの」と「山のもの」っていったところが一番大きな違いであると思うんですが、飯山とは意外と「食」だったりします。雪国観光圏は完全に山間地域で、あまりいろんな野菜が採れないんですけど、飯山はそれほど雪が深くないのでいろんな農産物がけっこう採れますよね。そういった違いはあるのかなと。あと上越は魚とかも結構あるんですが、これだけ距離近いんですけど、意外に湯沢とかこの近辺には流通してないんですよ。だからそういった意味ではもっと上越とか糸魚川は消費地として僕らを

考えてもらいたいな、っていうのはありますよね。農産物を含めて。そういった意味ではこれだけ近いのにこれだけとれる食材が違うっていうのはないんで、そういった部分での流通があってほしいなっていうことは思います。

●内海 ありがとうございます。木村さんお願いします。

●木村 井口さんと同感です。実は井口さんとは、飯山in越後湯沢outっていう商品を作ろうと話をしているんですけども、越後湯沢からのほくほく線や飯山線を使った三角形ですね。いま井口さんおっしゃったようなほんとに似たようなところもあるけど、それぞれに特色があって掘り出すのも面白いんじゃないかって、旅行の観点からすればね。そういう意味では、三つ巴で話し合っていくのも必要だなと思います。

あとちょっと違うかもしれませんが、上越の皆さんはきっと「ふみ子の海」という映画をご覧になってるかなと思いますが、私、小さな銀座の映画館であの映画を観た時に、嗚咽してしまったんですよ。周りの人が何だこの男は？って思うくらい涙を出してしまいました。ふみ子さんが育った環境を見て、まさに飯山だと感じたんです。峠を越えてすぐ向こうなんですけども。ああいうふみ子の海の中で出てきた思っているのは、まったく飯山と同じだなんて思ったし、その文化が峠を越えて飯山に来て飯山の人の心に感動を与えたって話はすごく重なりましたね。そういう意味では同じエリアだなんて気がしますので、いいところをお互いに磨き上げていいエリアになっていきたいなと思います。

#### ■ 最後に一言

●内海 ありがとうございます。まだまだ深まっていきそうなんですけども、すみません時間の方が超過してしまいましたので、最後にお一人ずつから、言いたかったこととか今後の展望なりですね、一言ずつお願いできればと思います。まず、井口さんからお願いします。







## 閉会あいさつ

上越市創造行政研究所長

高崎経済大学名誉教授

戸所 隆

皆さん、本当にお疲れのところだと思いますが、今日は3人の先生方から非常に良いお話をいただきまして、良いシンポジウムになったと思います。

地域づくりと広域連携を考えるという今日のテーマからお話をまとめますと、ビジョンを持つことが、地域づくりと広域連携には重要であるということです。そして、上越、飯山、湯沢を中心とする信越連携の可能性はあるということが、今日の大きな結論・方向性であったかなと思います。

しかし、広域連携を進めるためには、観光なり道路計画なり、何かしらの柱が必要であり、そういうものを勉強しながら進めていくことが必要だと思いました。また、プラットフォームが不可欠という話もあったと思います。

それから、地域ブランドが重要との話もありました。つまり、他とは違ったもの、そこへ来たら確実に良かったと思うようなもの、あるいは顧客満足度の高い一流のものであり、ここへ来たことによって気持ちがどんどん発展していくような、そんな地域にしたいですね。このとき大切なことは、日常空間を生かした観光まちづくりだと思います。私たちの日常にとっていいまち、それはよその人からみれば非日常で素晴らしい観光資源になるような、そんなまちが重要だということをおられたような気がします。

さらに重要なのは、人のつながりです。人が来てもしながりがなければ連携はありません。例えば別荘地や観光地には、結構有名な方が来ます。しかし、人と人とのつながりがなければ、何も起こりません。人がつながることで様々な知恵が生まれ、連携へと進みます。そうでないとただ通過していただくだけです。この人たちを地域に何らかの形で関連付けてリピーターにし、その知恵

をいただく必要があります。実は東京などでは結構やっていることでして、これを地方でもやらなきゃならないと思います。

また連携は、上下関係ではなく水平ネットワークでつながることが重要です。新幹線などで便利になって接近性は良いのですから、そこでいろんな考えの違う人たちが結びつき、新しい創造をして面白いまちにしていく、これがまちを発展させていくためには必要だと思います。常にそういった知恵を入れながら新陳代謝していく。新幹線が来るということになれば、それに対応したまちに新陳代謝をしていって豊かなまちにしていくことが重要だと思います。

そのためには、いろんなことが安心して歩いてできるまちづくり、動きやすいまちにすることが重要だと思います。そして公共交通を中心としたまちづくりが必要です。自動車社会だと地元の人は車でバツバと回るだけで他所から来た人とつながりがないんですね。二次交通の話もありましたが、やはり公共交通が必要だなってことを感じました。

まちづくりは、最低でも10年、20年を必要とします。今日井口さんがおっしゃられましたけれども、100年後まで持続発展するんだと、そういう気持ちが重要だと思いますね。そのためには人材が重要で、町衆を育てる必要があります。町衆とは、自分が生きている地域で過去・現在・未来が語れ、時代の変化に対応してその地域を良くしていこうというような、ここにお集りの方もそうだと思いますが、そういう方々が集まって、未来の子どもたちを育てていくことが重要だと思います。これは3人の先生方が共通して言うておられたことであります。

皆さんのご意見のまとめとして最後に申し上げたいのは、それぞれの地域を虫の目で見ながら、もう一方で全体を鳥の目で大きく見て、その地域をどうするか、地域間の交流や広域連携をどうするか、考えることが大切になります。そのためには自分たちのまちに魅力が必要となり、それを意識しながら、連携を深めかつ広げて、良い地域にしていければと

思います。

最後に、ここにお集りの方にとりまして、今日のシンポジウムが今後の生活をより良くする機会に少しでもなってくれたらと願ひまして、私のシンポジウムのまとめと閉会のごあいさつといたします。

本日はどうもありがとうございました。

## 地域づくりと広域連携を考えるシンポジウム

# 参加者アンケート 集計結果

シンポジウムの参加者からいただいたアンケートの回答をご紹介します。ご回答いただいた皆さまには、この場を借りて厚く御礼申し上げます。

◆ 属性						
性別	男性	女性	職業	公務員	観光関係者	その他
	39	8		17	5	23
年齢	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
	1	4	15	13	5	9

◆ 広域連携の重要性・信越連携の可能性について			
(1) 広域連携の重要性		(2) 信越連携の可能性	
1. よく理解できた	26	1. 大いに感じた	30
2. ある程度理解できた	20	2. ある程度感じた	14
3. あまり理解できなかった	1	3. あまり感じなかった	0
		4. 未記入	3

### ◆ シンポジウムの感想について

(回答は順不同)

#### 第1部 基調講演

- ・視点がとてもおもしろかった。
- ・ユニークな研究で面白く拝聴しました。
- ・非常に興味深いお話でした。勉強になり、参考にしたいです。
- ・分かりやすく説明いただいた。
- ・論理に合ったお話（研究）が紹介され、理解できた。
- ・今までにない、貴重なお話でした。
- ・しっかり学ぼうとすればかなり難しい内容だと推察しますが、事例を交えながら分かりやすい言葉でお話しいただきました。
- ・研究拠点がある事に驚きました。たくさんの先進地事例。今後の活動に大変参考になると思います。
- ・学校の名前は受けていた。（綱引きも）
- ・少し難しかったです。
- ・三遠南信地域を結構歩いた私には大変興味深いものでしたが、南信の立地状況を知らないといつかみどころが難しいと思います。
- ・やや無理のある論理（実践の見えない絆の結び）

- ・ 広域連携の事例が多くあり驚き！！ 必要性を感じた。歴史、文化の背景が色濃く見えた。
- ・ 県境連携という新しい視点に興味を持ちました。
- ・ 県境地域が力をあわせることで、新しい力を創出できる可能性を感じた。そして、それが例外的なものではなく、全国どこにでもあることが分かった。
- ・ 越境の考え方が良くわかりました。広域地域で視野を広げる大切さが理解できました。
- ・ 全国の連携の実態がよくわかりました。ありがとうございました。
- ・ 連携の必要性（大切さ）がよく分かった。全国での取り組みもよく分かった。
- ・ 全国の県境連携の事例や調査、研究に基づくデータの紹介により、分かりやすく理解が深まった。
- ・ 県境にある市町村が多くあること、そこでの取り組みの重要性が理解できた。
- ・ 観光での連携が全国でも多くあることは知っていたが、三遠南信地域の事例は知らなかった。大変良い勉強になった。
- ・ 越境地域連携のあり方について、現状や実際の取り組みなどを交えて説明をしていただいたことは、大変参考になった。
- ・ 広域連携の重要さは認識した。実態が分からなかったが、全国の事例を示していただくことで今の動向が見えた。
- ・ あらためて広域連携の大切さを実感した。より人的交流の大切さが大であると思う。
- ・ 中山間地域との交流の大切さを知った。
- ・ わかりやすく具体的。常識の逆転等があり非常に興味深く聞きました。総論賛成ですが、各論になるとうまくいかなくなると思います。リニアは大丈夫でしょうか。環境破壊になりませんか？
- ・ 県境があるということをチャンスととらえ、様々な分野で連携がとれることが分かった。
- ・ 行政の区域にしばられた生活を行っていると改めて思った。県境、市町村境を気にしなければ、もっと柔軟な取り組みを行えるのではないか。
- ・ 越境が特別でないというのは新鮮であった。周辺部は注目を浴びない分、逆に言えばおもしろいことができると考えればよいと分かった。
- ・ 越境連携は、全国でいろいろな分野で行われていることがわかりました。越境連携は、障害はあるが、まだまだ大きな可能性があるという点も納得です。端っこだからってすねてる場合じゃないですね。
- ・ 県都から遠い地域の連携はそこに住む市民にとっては似たような文化、伝統を持っているだけ。ぜひ必要なことだと思いました。
- ・ 連携することによりいかに壁を越え、大きな効果があるか。
- ・ 県境でもいろいろな取り組み、考えが違っている事はわかるが、どうしたら連携できるか知りたい。
- ・ 広域連携の様子は様々な地区の紹介でよくわかったが、問題点、課題はどのようなのだろうか。その解決策など具体的な活動の様子がほしかった。
- ・ 越境地域政策の重要性をある程度感じた。現状の研究、計画策定の段階かと思います。日本国政として廃藩置県から道州制へのメリットを検討する研究を期待します。
- ・ 北陸新幹線開業を控え、本日のような大きな視点を持つことも大事だと感じた。北陸新幹線開業は、関東と関西を結ぶものですが、中部圏との連携も大事だと思った。
- ・ 少子高齢化など、市や県単位では明るい話題がない中、戸田先生の地域連携のしくみにより可能性が感じられました。ミクロが大切という点が印象に残りました。一つ一つのコミュニティの再構築、新たなデザインが必要ということです。

- ・人材育成、地域づくりが一番に大切。
- ・県境を越えた地域連携は必要であるが、道路、医療、教育、鳥獣害、防災、観光等の問題等が有り、時間と有能な人材が必要と思う。
- ・広域連携を行うのに人材の育成が第一で、それから問題点を解決していく必要がある。
- ・境目を越えると可能性があるということを聞いて、人生も同じだと思いました（自分が勝手に壁と思っていることを越えてみると新たな可能性が…）
- ・小さなことから連携を探っていききたい。講演を受講して改めてそう思った。

---

## 第2部 先進事例報告

---

- ・大変参考になりました。
- ・大変興味深くおもしろかった。（お二人とも）
- ・新しい発想の中に大きな可能性を感じました。
- ・民間にはすごい人がいっぱいいると実感しました。
- ・具体的な先進事例がよく分かり、元気も出るものでよかったです。
- ・飯山のお話が聞けず残念です。（都合により退席）
- ・飯山の案内所で京都のパンフが求められる話に会場中が不思議に思ったようでしたが。
- ・信越トレイルや飯山の取り組みは、上越でも必要。飯山とのますますの連携があるとよい。
- ・お隣の飯山がどのような取り組みを行っているのかすごく参考になった。
- ・こだわりの飯山を感じ取れた。
- ・飯山はすばらしい。
- ・飯山市との交流、トレイルの考えを共有する。地域資源の生かし方。
- ・飯山市の観光の取り組みについて、スピード感あふれる考えが伝わってきました。
- ・木村氏…市民の力を地域資源の活用へつなげ、それによる効果を市民へもどしていることに感心した。（例えば高齢者福祉）
- ・新幹線飯山駅開業に向けて、集客を行うためにグリーンツーリズムをベースにした地域観光の展開に努力されているのに感心した。
- ・先進地事例、非常に細かく、きめ細かい活動（グリーンツーリズム）をされている事に感心しました。特に、信越トレイルの今後の維持管理、客対応が課題と思います。また、外国人対応も課題。広域的観光情報の提供も非常に大切である。
- ・飯山市の市民の方々が生き生きとボランティアされている様子に、郷土愛が根付いていると感じた。雪国という環境を客観的に捉え、どこにターゲットを絞って戦略的に考えるかが大切だと感じた。
- ・新幹線開業で飯山がいろいろ考えておられるのに感心したが、上越は何をやっているのか見えない、大丈夫か。
- ・木村氏…様々な事業を実際に行っていることがすばらしい。上越とは違う。
- ・上越はどうか？「目から鱗」の内容、市民みんなで聞きたい。
- ・信越トレイルでは故加藤氏の考えが精神的な支柱となって、これを引き継ぎ展開させている。井口氏の「100年後も雪国であるために」というフレーズで説明される事業が大きな取り組みになっている様子を見ると、ビジョンを共有し、品質を管理し、継続させる仕組みづくりの重要性を感じました。飯山とは関

田嶋を介して昔は経済的にも人々の生活でも交流が活発に行われていた。新幹線開業で、ぐっと近くなった飯山と現代の新しい交流形態を描いていきたい。

- ・飯山の動きは聞いてはいたが、井口さんの話は改めて伺えてよかった。
- ・井仙の話は参考になった。お客様目線の取り組みは勉強になる。
- ・井口様の考え方は分かりやすく、普段考えている事を指摘され、とても参考になりました。
- ・井口氏の事例紹介にあたり、その想いの部分をうかがえてよかった。
- ・上越に比べて進んでいる点が多かった。特に「雪国観光圏」のビジョンに納得した。私欲のない連携ができるかにかかっている。
- ・井口氏…次世代につなげる戦略を実践していることは参考になった。
- ・雪国観光圏の取り組みが、非常に地に足がついたものだと感じた。
- ・井仙社長井口氏が地域連携に取り組む動機が分かりやすく説明され納得した。地域活動を行う気持ちのある人、人づくりが大切だと思った。
- ・雪国観光圏設立には、次世代の子どもたちが誇りをもって生活できる地域づくりに努力されているのに感心した。
- ・井口氏…事業の考え方、進め方、すべて参考になった。どちらも良いお話をすべて話して下さってすばらしい。
- ・井口さんの話、地域ブランドについて改めて考えさせられた。
- ・来られたお客様に、いかに満足して帰っていただくか、必要な情報をタイムリーに提供することの必要性。
- ・お二人の地域への想いに感銘しました。次の世代の子供たちが誇りを持って生活できる地域づくりを早急にしていかなければならないと思いました。
- ・真剣に前向きに「まちづくり」に取り組んでいる熱意が伝わりました。できれば上越市の代表も加わってほしかったと思います。
- ・「行政においてビジョンの欠落」がみられるという言葉にドキツとした。
- ・いろいろな人達が、自分のできることで、楽しみながらの地域づくりが大切である。
- ・地域を大切に持続可能な事業を継続的に行う。
- ・地道な取り組みとビジョンというものが重要ということを理解できました。
- ・お二人ともタイプは違いますが、地域づくりに対する熱さを感じられ、引き込まれました。自らのホームポジションからスタートし、今日まで地道に輪を広げられたことに敬意を表します。これから山を見るたびに、その向こうにいるお二人を思い浮かべながら頑張っていきたいと思います。
- ・各発表者の個性ある取り組み、考え方を聞く事ができ、よかったと思う。広域連携を考える上で、観光というテーマは身近であり、基調講演とのつながりも感じられた。
- ・1～2年での結果でなく、皆で年月をかけてられる事を見習うべきと考えさせられた。目標に向かって、いろいろな手段、手法を使っている事が感じられた。連携の大切さも。
- ・上越よりまちの規模が小さいことで、飯山、湯沢として取り組みを進めることができているかなと感じた。まさに『バカモノ』として汗をかいているお二人のお話は非常に刺激になった。
- ・お客様が欲しがっている事を担保をすることの大切さを再認識した。地道な取り組み方に敬服した。感謝、合掌。
- ・地域としてのホスピタリティの重要性。(旅という商品の)コントロールをどうやるのか?地域の規律が必要ではないか。地域の6次元化。大イベントは否定。

- ・まさに「ミクロ」の実例でした。飯山のニューツーリズムへの展開は上越市では遅れている分野ではないでしょうか。飯山に学ぶべきものがたくさんあると感じました。多様な視点で取り組まれていて、勉強になりました。井口さんもマーケティング的な切り口がちゃんとされていて、民間と行政との連携など学ぶことが多かったです。
- ・やはり地域づくりは人づくりなんだと改めて実感させられた。上越にもお二人のようなキーパーソンとなり得る人材がいるのか？人材育成も必要かも。
- ・飯山市や信越トレイル、湯沢など、今日の講師の話があったところへ実際に行ってみたい。

---

### 第3部 パネルディスカッション

---

- ・ざっくばらんなお話を聞かせていただき、面白かったです。
- ・本音が聞けて良かった。
- ・お聞きしたい事をはじめ、多くのヒントがあり有意義でした。
- ・パネラーの話が更に深い部分で聞けて良かった。
- ・議論により、基調講演、事例発表の内容が深まった。今後のヒントが数多くあったので、取り組みの参考にできればと思う。
- ・自分の良さはなかなか気付かないものだが、外から見た意見を聞く機会があると改めてわかりますね。ライバルか仲間かは良い question でした。
- ・お3人とも、単に講師として来られただけではなく、今日のシンポジウムの趣旨に賛同してご参加いただいたのだと感じました。
- ・上越の団体ももっと話をして欲しかった。
- ・上越が足りないところももう少し聞きたかった。
- ・会場からの発言がなく残念でした。
- ・総括の時間が短く残念でした。上越市の今後の取り組みについてもお聞きしたいと思いました。
- ・テーマが広すぎて、難しかったのではないかな。なくてもよかったかも。話が講演とダブっていた。
- ・上越市に対する提言もいくつかあったように思います。具体化するようお願いします。
- ・失敗例のお話は参考になった。(民間か行政の違い、良い悪い点)
- ・行政の役割、民間の役割が見えた。
- ・行政主導でなく、民間主導でやらないと連携ができてにくい事を感じた。
- ・行政と民間の良い関係。他県との良好な関係を築く必要性。
- ・井口氏の他の広域圏との連携の重要性についてはまさしく同意。
- ・隣接する地域とライバルではなく、連携する大切さを学んだ。
- ・広域連携は難しさがあると思うが、うまく連携を取っている方々の話、取ろうとしている方々を見て、前向きになれると思った。
- ・お客様の視点で考えると、県境は関係ないのはそのとおりだと思う。一方、県や市町村の単位で取り組むときにライバルとして、切磋琢磨して行くことも大切だと感じた。
- ・行政、民、学などでセクションも分野も縦割りではなくて、雪国観光圏のような地域割で進めていく地域戦略が必要。
- ・二次交通を大切にしていかなければならないなと改めて感じました。

- ・三者それぞれのお立場でのご苦労や、これまでの経験を踏まえた考え方を伺う事ができた。連携については、ビジョンをしっかりと持つことが大切であると感じた。
- ・大きく世界を見据えたビジョンを持つことが大事だと思った。進んでいくには、県境を越える前に両県のすり合わせに時間がかかると感じた。身の丈にあった観光意識から始めるのが良いと思った。
- ・木村氏や井口氏のような人材を受け入れ、活躍してもらおうような土壌・環境が、上越には必要だと感じます。
- ・今日はお二人から好意的な呼びかけをいただきましたが、本当の意味で切磋琢磨できるパートナーと認められるような人材が上越からも出てきてほしい…と他力本願ではいけないが、いると思います。
- ・行政を動かす力は、ビジョン、ミッション、行動力でしょうか。ライバルを越えて連携しないと、おいてきぼりですね。是非プラットフォームを。警女（ごぜ）さんの話をきいて、昔からつながっていたのだと実感しました。
- ・井口氏が「自分の旅館だけを考えていてもだめ、地域全体で上がっていかないと」っておっしゃっていましたが、これが広域連携ではとても大事だと思います。自分の地域に宿泊しないお客さんをおもてなしするなんて…と言われかねませんが、皆が納得して取り組めるように、理解を深める必要がありますね。頑張って前向きに取り組んでいる連携の相手方を思い浮かべられるようになるとういと思います。

---

## 全体を通じて

---

- ・良かった。
- ・良いシンポジウムでした。
- ・参加して良かったです。
- ・有意義なものとなりました。ありがとうございました。
- ・堅苦しい雰囲気ではなく良かったです。
- ・いずれも興味深い内容で、有意義なものであった。
- ・貴重な講演ありがとうございました。
- ・先進事例が長く時間をもらってよかった。
- ・せっかくの内容、今年度事業であったならもっと早くやって欲しかった。
- ・行政の上席の方々からも聞いて欲しかった良い内容であった。
- ・ちょっと長いです。2時間くらいで終わると良いな。
- ・上越市として、こうした各層による論議、話し合いが不足しているように思います。
- ・今回のシンポジウムでの発表内容については、多少知っている部分もあったが、改めて内容、取り組みについて、お話を聞けて良かった。今後の取り組みに活用していきたいと思う。
- ・なぜ、この時期にこのシンポなのか、正直当初は疑問がありました。しかし、それぞれの話を聞いてよくわかりました。主催者に敬意と感謝を表します。研究所（上創研）らしい良い着眼点、質の高いパネラーでした。今後、仕事上のつながりも深まるとは思います。微力ながら、私も努力したいと思います。頑張ります。お疲れ様でした。
- ・大変充実していました。上創研だからできたプログラムだと思いました。連携できる相手があり、興味を持っていただいていることを知っただけでも価値があると思った。
- ・ボリュームが多く、自分自身の日頃の取り組みに生かせる内容がたくさんありました。このようなシンポジウムを今後も継続的に開催していただければと思います。

- ・もっと視野を広く持って、周りの事が見えるように、地域の事をしっかりと認識し、その上で他を見られるように取り組みたい。
- ・若い人、エネルギー、実行力が必要な世界…是非継続努力を。
- ・皆様、使命感があり、実業で創造されているところが素晴しかったです。周りの人も動いて行くわけです。“地域”の力、“地域”の考え方、とらえ方、自分なりに考えていきたいと思います。コミュニティデザインの必要性を感じました。
- ・本テーマの実現にあたっては、まずはベースラウンドの整理とミッションを明らかにし、お客様が欲する質を保全する行動展開を保証するシステムの展開が優先される。これらの推進には、地域全体の質と量の確保が必須となっていることなどを広く教宣し、意識改革の実践が肝要。
- ・本日のシンポジウム大変良かったです。板倉区で子どもから老人まで、またバックパッカーなど多くの人々が集まる場所を作りたいです。ありがとうございました。
- ・連携による世界に通じるプランづくり、山と海の連携。地域全体で地域を支える、地域を考える人を増やしていく。
- ・観光＝連携＝想い…通感させられました。（広域連携の大切さ）
- ・意外と全国で多くの連携がある。特徴ある唯一の連携でなければ求心力は生まれない。
- ・広域観光（連携）の考え方と実践を学ぶことができました。中山間地域の問題と深く関係していることに気付かされた。
- ・非常に有意義なフォーラムであったと思う。外国人から見たら同じ日本。日本は良かったと思われる環境整備は、地域連携が重要な部分であると思う。
- ・信越連携の重要性を認識した。
- ・妙高市との連携が同時に必要かなと思いました。
- ・一緒にやる。それができるのか。雪国という同質。交通インフラ。山と海の交流がないのは驚き。
- ・飯山、上越、湯沢、同じ地域として、自分達らしさを大切に長い目で育てていく気持ちで行きたい。
- ・地域連携は必要であるが、実施にあたっては時間と人材が必要になるので、進めるのに苦労があると思います。
- ・広域連携を進めていくには、今日の講師のようなリーダーシップを持った人の養成が必要。
- ・これからの上越市の立ち位置をどうしていくか、新幹線の開業を機に大きく変わるチャンスだと思った。
- ・新幹線開業をきっかけに、信越圏の取り組みの重要性と可能性が高まると思う。広域連携の必要性は、インターネット社会の到来とともに、情報が多量に拡散していることでこれを整理、集約することにもあると思う。
- ・少なくとも、新幹線開業で沿線自治体からの問い合わせ、メディアへの露出は格段に増えている。開業にむけて行われた広域連携で（パンフレットを作っただけと言われるかもしれないが…）顔を合わせて、何かの目的のために取り組んだ人々の関係が次のステップに生かされることを期待します。
- ・県都から遠い上越市も長野・富山の関係市と連携を深める必要があるように思いました。
- ・なぜ、上越が今の立場なのか？隣のエリアと仲良くできないのか？新幹線開業に合わせて広域連携を具体的に進められないのか？最近よく考えます。
- ・教育、福祉、医療などを一つの旅行プランにつなげるには、世界を意識した国外の事例を学ぶなどの人材育成が必須だと思います。それと同様に、県民性を意識した地域づくりの大切さを世代を通して育てていきたいと思います。

- ・今日の熱いシンポジウムを次にどうつなげるか。行政主導では本質的な事は進まないとするならば、官民間問わず意欲的な人々による連携の場をどう作れるか。
- ・上越市では、誰が事業をやるんだってという話になると、引き気味なイメージがあります。なぜでしょう。前向きに取り組む人を生み出し、育て、応援する環境を作っていきたいです。
- ・このような機会をまた予定してもらいたい。
- ・他の地域の特色をよく理解していく必要があり、集まって話し合う必要性を感じます。
- ・信越連携を行う上では、各市の強み・弱みをよく理解できるような情報共有ができる場が、今以上に必要であると感じました。
- ・連携で何が上越市の場合できるのか？との次回のシンポで、市民の皆さんには理解が進むのではないかと思います。

#### ◆ 信越連携の事例について（既にご存じのことやアイデアなど）

- ・食べ物の共通性…笹ずし、サバ缶を用いた若竹煮など。
- ・明治～大正期に上越地域と長野県の合併構想がありました。結局、国の認可が得られませんでした。
- ・高田藩（忠輝時代）は、北信越が領域でした（上杉氏領も同じです）。また、小菅・戸隠・妙高信仰の山岳修験エリアでもあります。縄文・弥生時代などの出土土器の共通性もあります。  
2016年10月に妙高市において地方研究大会を開催予定。現地実行委員会は信越の研究者、学芸員等です。
- ・内山和紙の上越での活用など。歴史、文化の交流を地域の人々が日常化させること。商品開発につなげる。
- ・連携なのかわからないが、以前に寺町サミットに参加したことがある。難しいが、観光への仕組みに取り入れられないか。
- ・「雪国」という共通性の中で、上越の優位性は「城下町」か。
- ・「大地の芸術祭」で飯山を通る人が結構出ると思うので、そこでの連携なども検討はされてますでしょうか。
- ・八十二銀行は市内に3店舗あり、長野県と新潟県をつないでいる。
- ・ないものをお互い補う必要がある。（善光寺と海など）
- ・小木航路（高速船あかね就航）を生かし、佐渡（世界遺産登録）に着目してはいかがか。
- ・直江津の海は長野県の海。直江津港の利用の半分は長野県の企業。民間レベルで交流のきっかけができ、取り組みが進められるよう行政のバックアップが必要。（観光セクションでなく、地域づくりセクションが行うべき）
- ・上越は信州の海ということだが、満足度としてはまだまだではないか。神戸とか横浜のようにもっとデートコースになるような雰囲気のある場所があってもいいのでは。水族館に期待？
- ・飯山から海へ、地引網という話、湯沢から佐渡へというような話もありました。海、地引網という資源を持つ大潟区として、手を打つ必要を強く感じました。
- ・上越の優位性は「標高0m」の海を持つことです。標高差を活かした催しの例としては、4月の第1週は高田でお花見、第2週は飯山・長野市でお花見といった連続観桜会PR（さらには5月の連休は千曲川沿いで菜の花）です。
- ・まずは信越トレイル（飯山～上越妙高～湯沢）プランの作成と窓口の一本化でしょうか。
- ・長野県では、自転車とかカヌーとかの移動を楽しむ「NAGANO モビリティ」という取り組みがあるようだ。ぜひ県境を越えて上越市も仲間に入れてほしい。

- ・上越市は海、山もあり、四季もはっきりしているので「日本の田舎」たりえると思っています。飯山は「日本のふるさと」とおっしゃっていますが、新幹線で行く“ふるさと圏”で連携できるのではないのでしょうか（湯沢も含めて）。観光、文化、教育、農業、食、防災全般で。交流人口を増やすことにつながる事業を実践していければよいと思います。
- ・婚活の連携実施などはどうか。
- ・北陸新幹線は、今までの新幹線と大きく異なると考えています。例えば、長野県で唯一「あさま」が来ない飯山市、新幹線で県庁に行くときに他県を通る上越市、観光客に新幹線には乗ってほしくないJR、突然便利になる県境地域間流動（上越－飯山）などを考慮した取り組みが必要と思います。
- ・市は観光5か年計画を策定（平成27年度）する予定であるが、広域観光（連携）の視点を持ってやってほしい。メイド in 上越の扱い（持っていく方）を議論すべきと思いました。このようなシンポジウムを3年前にやれたらと思いました。ローカル地域経済を支える手段になり得ると思った。
- ・広域連携は、越五の国のように名前だけでなく実質的な連携をしないと意味がない。目的をはっきりさせ、実現するまで活動する意欲が必要。とにかく動かないと何も始まらない！！
- ・木村さんの日常生活での連携に深く賛同。レジャー一つをとってもつい東京とか新潟に向いているが、例えば、週末に上越市民が飯山の街なかを、飯山市民が高田の街なかを歩いて廻るような新しいライフスタイルが拓けるとおもしろい。

地域づくりと広域連携を考えるシンポジウム  
－ 信越県境地域の事例に学ぶ －  
記録集

平成27年3月発行

編集・発行

上越市企画政策部  
上越市創造行政研究所

〒943-8601 新潟県上越市木田1-1-3

TEL (025) 526-5111

FAX (025) 526-6184

E-mail : [souzou@city.joetsu.lg.jp](mailto:souzou@city.joetsu.lg.jp)

<http://www.city.joetsu.niigata.jp/site/souzou-gyosei/>

