

～繋がるキャンパス～

第4回 飛騨高山学会

令和4年

日時 12月10日(土) まちづくり分科会 13:30～18:00
12月11日(日) 自然環境分科会 13:30～17:45

会場 飛騨・世界生活文化センター 飛騨芸術堂

地域住民や地元小中高校生が大学や大学生と**繋がる**

地元企業や経営者と大学が**繋がる**

高山のまちづくりと先端的な手法・提案、技術が**繋がる**

大学生の情報発信により、高山が国内外の多くの人と**繋がる**

大学同士、大学生同士が飛騨高山を通して**繋がる**

主催 一般財団法人 飛騨高山大学連携センター

共催 高山市 / 岐阜県中部山岳国立公園活性化推進協議会

飛騨・世界生活文化センター指定管理者 飛騨コンソーシアム

～繋がるキャンパス～ 第4回 飛騨高山学会 プログラム

12月10日(土)

まちづくり分科会

- 13:30-13:40 オープニング 飛騨高山大学連携センター 理事長 田中 明
- 13:40-14:00 ①岐阜県高山市におけるCOVID-19流行前・流行時の外国人観光客の変化と宿泊施設への影響 —中国人観光客を中心に— … 1
奈良教育大学地理学研究室 HU ANZHENG (大学院生) ほか1名
- 14:00-14:20 ② 高齢者のICT活用推進に向けた個別相談会の検討 … 3
～高山市デジタルなんでも相談会の実施を通して～
名古屋大学大学院情報学研究科 長元 真実 (大学院生)
- 14:20-14:40 ③ 高山市におけるデータ利活用推進 … 5
～店舗でのデータ利活用とワークショップの開催～
名古屋大学大学院情報学研究科 堀 涼 (大学院生)
- 14:40-14:55 ④ 地元企業による食料品アクセス問題に対する取組みと課題 … 7
名古屋経済大学経済学部 鍼田 明理 (大学生) ほか2名
- 14:55-15:15 ⑤ 高齢者の買い物行動に伴う潜在的リスクの可視化 … 9
名古屋経済大学経済学部 加藤 滝登 (大学生) ほか2名
- 15:15-15:35 ⑥ 真宗大谷派高山別院照蓮寺の地域文化史的存在意義 …11
同朋大学文学部 安藤 弥 教授
- ～ 休 憩 ～
- 15:55-16:15 ⑦ 廃止スキー場施設の利活用と地域振興の可能性 …13
地域ネットワーク構築による独自性の高い滞在型の交流・体験学習拠点事業の
提案
岐阜協立大学経営学部 山口 栞奈 (大学生) ほか3名
- 16:15-16:35 ⑧ 将来の飛騨エリアの交通事業の活性化に対する提案 …15
～鉄道車輛の新たな活用策による地域活性化方策ついて～
東京都市大学都市生活学部 西山 敏樹 准教授
- 16:35-16:55 ⑨ 飛騨高山古い町並の看板文字の特徴について …17
愛知学院大学文学部 北 千華弥 (大学生) ほか3名
- 16:55-17:15 ⑩ デジタルアーカイブによる新たな価値創造 …19
岐阜女子大学文化創造学部 久世 均 教授 ほか2名
- 17:15-17:50 ⑪ 【共同研究】持続可能な「観光まちづくり」に関する調査研究 …21
丹生川地区調査の中間報告 —農村社会学の観点から
國學院大學観光まちづくり学部 松本 貴文 准教授
- ⑫ 【共同研究】持続可能な「観光まちづくり」に関する調査研究 …23
丹生川地区調査の中間報告 —地域性の観点から
國學院大學観光まちづくり学部 藤岡 麻理子 准教授
- 17:50-18:00 クロージング 國學院大學観光まちづくり学部 教授 梅川 智也氏

12月11日(日)

自然環境分科会

- 13:30-13:40 オープニング 飛騨高山大学連携センター センター長 六角 裕治
- 13:40-14:00 ① 高山市における見守り・支援の担い手の現状と課題 …25
日本福祉大学社会福祉学部 二村 央佑 (大学生) ほか3名
- 14:00-14:20 ② 中部山岳国立公園の活性化におけるマーケティングの視点 …27
～中部山岳国立公園南部地域におけるエリアセールス及びプロモーションの
選択と課題～
岐阜協立大学経営学部 山口 葉奈 (大学生) ほか2名
- 14:20-14:40 ③ 中部山岳国立公園エリアの活性化に資する高山本線の活用可能性の研究 …29
東京都市大学都市生活学部 西山 敏樹 准教授
- 14:40-15:00 ④ 「松本高山Big Bridge」内における観光プログラムの提案 …31
～自然に寄り添う秘密基地 松本高山エコグランピング～
文教大学国際学部 秋庭 光希 (大学生) ほか6名
- 15:00-15:15 ⑤ 高校生×商店街 経営改善プロジェクト …33
飛騨高山高等学校 商業研究部 3名
- ～ 休 憩 ～
- 15:35-15:55 ⑥ ヘルスツーリズムによる福地温泉観光促進 …35
名古屋外国語大学現代国際学部 松本 大輝 (大学生) ほか1名
- 15:55-16:15 ⑦ 奥飛騨温泉郷における学生インターンシップ制度 …37
名古屋外国語大学現代国際学部 滝浪 香織 (大学生) ほか2名
- 16:15-16:35 ⑧ 高校生×中部山岳国立公園 …39
斐太高等学校2年 地域活性化プログラム研究グループ4名
- 16:35-16:55 ⑨ 自然保護と観光政策の両立 ドイツと日本の比較について …41
龍谷大学法学部 中原 実華 (大学生) <<リモート発表>>
- 16:55-17:15 ⑩ 乗鞍岳縦断サイクリングツアー検証 ～Eバイクによる乗鞍岳の利用促進～ …43
松本大学情報経営学部 奥原 陸斗 (大学生) ほか3名
- 17:15-17:35 ⑪ 乗鞍岳におけるEバイクツアーの可能性と運営課題 …45
松本大学情報経営学部 中澤 朋代 准教授
- 17:35-17:45 クロージング 岐阜県環境生活部 次長 藤田 宏志氏

各発表に用いられたスライドは、後日飛騨高山学会専用ホームページに掲載する予定です。

出展大学・高等学校

岐阜大学 / 岐阜協立大学 / 中部大学 / 文教大学 / 愛知学院大学 /
日本福祉大学 / 同朋大学 / 山口大学 /
ユーターンシップサポーターズ事務局 /
飛騨高山高等学校 (地元特産品を使った加工食品販売)

岐阜県高山市における COVID-19 流行前・流行時の外国人観光客の変化と宿泊施設への影響 －中国人観光客を中心に－

HU ANZHENG (奈良教育大学大学院)

1. はじめに

高山市商工観光部観光課「平成 31 年・令和元年観光統計」によると、外国人観光客数は宿泊ベースで過去最高の 61 万 2 千人となり、対前年比で 10.85%の増加となった。日本の少子化や高齢化による観光市場の縮小が続くなか、地方観光事業においては、外国人観光客に対する期待は大きい。また、近年、岐阜県高山市では中国人観光客が際立って増加している。その観光行為や地域経済の影響については未解明であり、それらは欧米諸国の観光客とは大きく異なっていることが予想される。特に 2018 年の中国観光客は 2017 年に対して 27.79%増加し、増加を続ける中国観光客への対応など、観光地は数多くの問題を抱えている。

2020 年からの COVID-19 により多くの産業が影響を受けている。海外からの旅行客が激減している現在においては、今後、在日中国人の観光需要が高まることが予想される。外国人旅行客の動向に関するこれまでの研究の多くはインバウンド観光に注目している。すなわち今後予想される在日中国人観光客の動向については、まだ十分に検討されているとは言えない。

その結果としての外国人観光客の変化などについてはこれまで、観光客が旅行サイトの高山市関連のクチコミと中国観光客へのアンケートの分析などが試みられてきた。

2. 発信内容による中国観光客の行動変化

2019年1月から2021年まで中国人観光客が中国のSNS「WEIBO」ユーザーから発信された高山市関連の内容、日本人観光客が日本の国内旅行の分野の代表的な旅行予約ウェブサイト「じゃらん」から高山市関連のクチコミ収集したものであり、KH-CODERを使用して解析を行い、抽出語の特徴について分析を行った。

図1ではCOVID-19流行前中国人観光客の発信内容。A部分では中国人観光客が考える高山市の魅

力に高山市の伝統文化と歴史建築と強い共起度がある。

B部分では高山市の飛騨牛は中国人観光客の高級牛肉に対する需要が高いことが明らかにした。

C部分では岐阜県高山市が「小京都」と呼ばれることに深い影響を受けている。

D部分では高山市の積極的な広域連携戦略にあると考える。高山市は周辺の人気観光地(白川郷、飛騨市)などと緊密に連携するは観光客を誘致することに成功している。

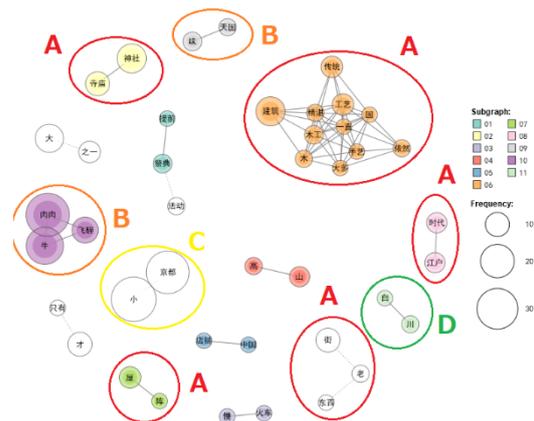


図1 COVID-19 流行前中国人観光客の発信内容
KH-CODER 作成

図2ではCOVID-19流行前、日本人観光客のクチコミ。A部分からみると、日本人観光客は中国人観光客よりも飲食の種類が豊富であり、歩きながら食べることに強い関連度があることが分かった。

B部分は日本人観光客が同様に高山市一白川郷コースが大きな需要を持っていることを示していた。

C部分は日本人観光客が高山市の温泉や宿泊施設に対してより大きな期待値を持ち、季節の風景や伝統的な行動を好むことが明らかにした。

D部分は、高山市での日本人観光客の活動範囲

高齢者の ICT 利活用推進に向けた個別相談会の検討 ～高山市デジタルなんでも相談会の実施を通して～

長元 真実 浦田 真由 遠藤 守 安田 孝美 (名古屋大学大学院情報学研究科)

1. はじめに

社会全体のデジタル化が進められるなかで、デジタルデバイドの解消が政策課題となっている[1]。総務省は令和3年から全国でスマホの講習会を行い高齢者などのデジタル活用を推進する「デジタル活用支援事業」に取り組んでいる。この事業は5年間で延べ1,000万人の高齢者を対象にスマホの使い方講座を実施することを目指している。この事業は現在もさまざまな論点があり、講習会のフォローアップとして相談会の実施や体験コンテンツの充実など、活用支援の形式の検討も行われている[2]。

2. 先行研究

高齢者を対象としたデジタル活用の支援に関する研究はこれまでも行われてきた[3]。しかし、多くは講習会形式のマニュアルを用いた画一的なものである。高齢者がデジタルを活用するには、利用するなかで出てくる疑問を相談できる身近な場所が必要である。しかし、高齢者個人のデジタルに関する悩みを解決する相談会の形式に関する先行研究は非常に少ない。そこで、本研究では個別形式の相談会の体制を検討する。

3. これまでの取り組み

本研究室では本研究の以前から個別形式のデジタルに関する相談会を実施している。名古屋市北区では2021年11月に北区在住の高齢者を中心の対象にしたデジタル相談会を実施した。当日受付を行い、高齢者1組あたり学生1名が30分で相談を行った。ここでは相談会の満足度が非常に高く個別形式の有用性が示せた。一方で、参加者からの評価や実施状況から30分では短く、相談時間を延長すべきであることがわかった。

4. 本研究の目的

本研究では高齢者を対象にしたデジタル相談会、体験会を实践し、参加した高齢者と市の担当職員の評価をもとに、実施に係る行政との連携や、

相談会の形式、及び支援の体制を検討する。

5. 第1回デジタルなんでも相談会の取り組み

5.1. 研究の概要

2021年11月23日に高山市図書館煥章館生涯学習ホールにて65歳以上の高山市民を対象にデジタル相談会を実施した。事前にチラシの設置とメール配信で広報し予約を受け付けた。予約は市職員が「年齢、性別、希望の参加時間、相談機器、相談内容」を伺い、学生が共有された内容に合わせ説明資料の作成と学生の割り当てを行った。

当日はブースを4つ設け、市職員が参加者の受付・案内を行い、学生はブースで高齢者の相談を受けた。学生1名が参加者1組(1~2名)に対しヒアリングと解決方法の説明を約60分間行った。参加者が自宅でも説明内容を再現できるように、学生が説明を用紙にまとめ、相談会後配布した。

5.2. 結果と考察

相談会に参加した8名には相談会に満足できたか(満足度)、今後相談会があれば参加したいか(参加意欲)の2項目で5段階の評価を行ってもらった。両項目参加者全員が5を回答し高い評価となった。また満足した点として「説明がわかりやすい」、「対応が丁寧であった」ことが半数以上の人からあげられていた。参加者からは次回日程を聞かれるなど継続の希望もあり、地域で継続的な支援体制を構築する必要がある。一方、要望として参加者の半数が「時間が足りない」ことをあげていた。こうした結果が出た原因としては事前予約にしたことで参加者が質問内容を考える時間があつたからと考えられる。

6. 第2回デジタルなんでも相談会・体験会

6.1. 研究の概要

2022年7月18日に同施設にて65歳の高山市民を対象にデジタル相談会、体験会を実施した。前回の広報に加え、市のHPで告知した。予約では市職員が体験会の希望を追加で聞き取った。

相談会では学生が対応するブース 4 つに加え、地域での継続的支援を想定し市職員が対応するブースを 1 つ設けた。市職員のブースには Zoom を用いて、遠隔で学生が補助を行った。参加者の質問に市職員が答えられないときに、中継先から操作の指示や解決策の提案を行った。



図1 実施の様子

体験会はデジタル活用に対して不安を持ち、活用できていない高齢者に向けて、デジタルの便利さを伝え活用のきっかけとなることを目的に実施した。体験コンテンツは情報通信白書のネットサービスの利用状況を参考に選定し、市からの要望を反映したものである[4]。市への申請にあたるものは市が LoGo フォームで作成したデモ環境を利用した。体験会では資料を用いて説明を行った。

6.2. 結果と考察

相談会に 13 名参加し、うち 4 名は体験会にも参加した。相談会の満足度、参加意欲はどちらも 4.5 を超える高い評価であった。また職員による相談会も学生が対応するときと比べて評価が下がることはなかった。これは今回担当した職員が日常的に機器を利用しており知識があったからと考えられる。ただ、遠隔で学生が補助に入ることもあり、職員からは「(補助が) あるとありがたい」とコメントがあった。一方で、中継先の学生に参加者のスマホの画面を共有できないため状況を共有することが難しいという指摘があり、スマホの操作画面を共有するツールが必要である。

次に体験会では満足度 4.7、参加意欲 4.5 と高い評価が得られた。Zoom や市のクマ目撃の通報などが体験されたことから、娯楽よりも実用的なものの方が選ばれるといえる。ただし、本研究に参加した人数は非常に限られているため、今後も取り組みの継続が必要である。

7. おわりに

本研究では地域で高齢者のデジタル活用を推進する取り組みとしてデジタルに関する相談会と体験会を実施した。

今回の取り組みから、高齢者のデジタル活用には自治体の職員や高齢者と関わる方と連携し地域の実情に合わせた継続的な支援が求められていることがわかった。今後は継続的な支援に向け担い手に必要な知識を明らかにし、地元の高校生などを担い手として選定、育成していく必要がある。また、本研究では実施場所として市図書館を選定した。海外では図書館で市民のデジタルリテラシーの向上を支援する事例もある。図書館は情報へのアクセスを提供する場であり、今後市民にとってデジタルに係る身近な相談をできる場所としての図書館の活用を提案する事例になったと考える。

加えて、相談会で実施した遠隔での補助は参加できない地域に住む高齢者にニーズがあるというコメントを市職員からいただいた。今後は、明らかになった課題に対応し、辺地での支援体制の構築つなげていきたい。

謝辞

多大なご協力を賜りました高山市総務部行政経営課山田雅彦様をはじめとする職員の皆様、高山市図書館の皆様にご心より感謝申し上げます。

なお本研究の一部は、JSPS 科研費 21K12593 の助成を受けたものです。

参考文献

1. 総務省, デジタル活用支援令和 3 年度事業実施計画等, https://www.soumu.go.jp/main_content/000750194.pdf, (2021 年 5 月 18 日),
2. 総務省, デジタル活用支援推進事業の今後の展開に向けて, https://www.soumu.go.jp/main_content/000778618.pdf, (2021 年 11 月 17 日)
3. 須藤 智朱美, 新井田, 統大木(2021), 大学生による高齢者向けスマートフォン講習会の設計とその効果測定. 静岡大学大学教育センター, pp87-93,
4. 総務省, 令和 3 年版情報通信白書, <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r03/pdf/n1100000.pdf>

高山市におけるデータ利活用推進 ～店舗でのデータ利活用とワークショップの開催～

堀 涼 浦田 真由 遠藤 守 安田 孝美 (名古屋大学大学院情報学研究科)

1. はじめに

地方創生の柱として観光は注目されている。しかし、他産業と同じく観光業においても少子高齢化により労働力人口が減少している。この課題に対応するため、近年ではICTを利活用が重要視され、データ利活用もその一つである。データを利活用し根拠ある施策を行い、限られた資金や人的資源などを有効に活用することが求められる。

こういった状況のなかで、筆者らは、高山市の古い町並や商店街エリアにおいて、データ利活用の推進を行なってきた。本稿では、これまでの活動の概要とその後に行った店舗でのデータ利活用とワークショップの開催について報告する。

2. 観光におけるデータ利活用

限られた人的・財的資源を有効活用するために、データに基づく施策が注目されており、第6期科学技術・イノベーション基本計画でも、データを活用し国内システムの改革に取り組まなければならない、とされている[1]。また、経営企画などの分野においてデータ活用やデータ活用に伴うDigital Transformation(DX)は効果的である、という調査結果が存在する[2]。

一方で、観光業は、データに基づいた経営・運営があまり根付いていない産業と考えられている[3]。観光地におけるデータ利活用の研究も存在するが[4]、これらの技術的な研究に加え、観光地を運営する地元観光事業者レベルでのデータ利活用方法の検討も必要である。

3. これまでの活動

筆者らは、高山市において、市役所やNECソリューションイノベータ株式会社、地元観光事業者と産官学民で連携し、データ利活用の推進を行なってきた。古い町並や商店街、櫻山八幡宮の近辺などの14箇所にAIカメラを設置し、人の通行量と、車両の交通量データの収集を2021年6月27日から行っている(図1)。そして、これらのデータを活用し、どのような変化を地域にもたらすこ

とが可能かという点も重要である。そのためには、地域の関係者の声を聞きながら、地域で取り組みやすい形でのデータ利活用の方法を検討する必要がある。筆者らは、収集したデータを分析し、2021年11月に高山市役所において地元観光事業者を中心とした参加者と共にワークショップを開催し、分析内容を共有した。その結果、分析からさらに一歩踏み込み店舗における具体的な活用事例を知りたい、という意見が出た[5]。



図1 AIカメラの設置場所

4. 店舗における通行量データ利活用事例

前章で述べたワークショップでの意見をもとに、筆者らは、高山市本町の店舗と協働し、通行量データ利活用事例の創出に取り組んだ。この店舗は店内飲食・お土産用の食品・食べ歩きの種類を提供する店舗である。店舗付近のカメラの通行量データの分析をもとに、3つの施策を提案し、1つの施策を実行した。

4.1. 閉店時間の調整

通行量データの分析で、土曜日は他の曜日より、通行人の減少が1時間遅いことを明らかにした(図2)。店舗と相談したうえ、閉店時間を1時間延長した。しかし、延長した1時間のうち後半30分には来店が少なかったため閉店時間を30分短縮し、最終的に土曜日は、閉店時間を30分延長す

る形となった。2022年7月24日から同年10月1日までの期間に土曜日は11日間あり、延長したことにより、売上は平均6%、最大18%増加した。なお、この売上は食べ歩きや弁当の大量注文などは除いた金額である。冬に向けて観光客は減少するため、閉店時間を短縮に関して議論していく。

古い町並周辺の観光エリアでは、18時ごろに閉まる店舗も多い。通行人がいる時間には、店舗を営業することで、通行人の満足度もお店の売上のどちらも向上させることができるだろう。

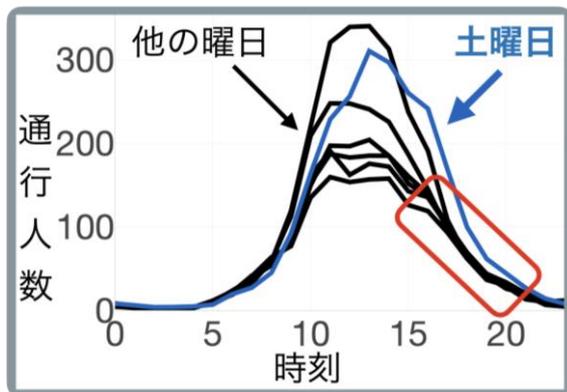


図2 曜日別の通行人数

4.2. 開店時間の調整

通行量データの分析で、午前中に人が増えてくる時間帯を明らかにした。この時間帯と現在の開店時間を照らし合わせ、開店時間が適切であることを確認した。

今後も変化を追い、傾向が変わった際には開店時間を調整することが考えられる他、朝市の周辺の店舗では、同様のデータ分析から開店時間の調整を行い、効率的な店舗営業を行える可能性がある。

4.3. 時間限定キャンペーン

通行量データの分析で、お昼過ぎには通行人が存在するが、来店が少ないことを明らかにした。このタイミングで店舗付近を通行した人に当日の夕方や翌日に来店してもらえようようなキャンペーンを行うことを議論した。最終的には、店舗として継続性のないキャンペーンは望ましくない、という判断でキャンペーンは見送った。

本店舗では、店舗運営の方針上キャンペーンは行わないこととしたが、他の店舗への展開が期待される。

5. 高山でのワークショップ

2022年10月29日に、第2回ワークショップを高山市役所で開催する。筆者らは、地域で取り組みやすい形でのデータ利活用の方法をしており、実際の地域の関係者ワークショップは必須のイベントである。地域で一丸となってデータ利活用を進めていきたい。今回は、今年のワークショップに参加した商店街や町並保存会などの団体に加え、旅館ホテル協同組合からも参加者を募り、パネルディスカッション形式の議論を行う。

6. おわりに

本稿では、高山市本町の店舗と協働し、通行量データ利活用事例の創出に取り組んだ。データ分析の結果から、1つの施策を店舗に提案し、協議の結果1つを実行した。そして、その結果などをワークショップを開催し地域関係者と議論する。

今後の展望としては、分析結果のスマートスピーカーによる発信や、さらなるデータ利活用として通行量の予測によるシフトや在庫調整の支援を行うことなどが挙げられる。

謝辞

ご多忙のなかご協力いただいた今川貴允様をはじめとする有限会社梗糸食品の皆様、高山市の皆様に心より感謝いたします。本研究の一部は、JSPS 科研費 20K12545 の助成を受けたものです。

参考文献

1. 内閣府, 第6期科学技術・イノベーション基本計画
2. 株式会社情報通信総合研究所, デジタルデータの経済的価値の計測と活用の現状に関する調査研究の請負, pp. 74-78
3. 藤貴伸・藤夫慎, 観光産業におけるデータ活用, 北陸経済研究 (468), pp. 10-19, 2018
4. 長尾光悦・藤澤息吹・吉田千鶴・鈴木裕一, スマートフォンアプリにおける位置データ及びソーシャルビッグデータに基づくマーケティング情報の抽出, 観光と情報, 第16巻, 第1号, pp. 79-90, 2020
5. 堀涼・浦田真由・遠藤守・山田雅彦・観光情報学会第18回全国大会, 公立はこだて未来大学/オンライン, pp. 15-6

地元企業による食料品アクセス問題に対する取組みと課題

鉦田 明理ほか（名古屋経済大学経済学部）

1. 研究の背景と目的

人口減少社会に突入した日本では 2050 年に 1 億人を下回る人口減少が予測され、多くの地方都市において少子高齢化に起因するさまざまな問題が顕在化している。中心市街地の空洞化はそのような地域課題の 1 つで、市街地での生活を続ける高齢者の食料品アクセスの問題が懸念されている（吾郷，2019）。

若者世代ならば郊外の大型スーパーへのアクセスも容易だが、体の不自由な高齢者が毎日買い物に行くには大きな困難が生じる。また、このような問題に直面する中山間部の都市では、若者の多くが就学や就労目的で都心に転出することが多く、高齢者の生活を近くで支える親族も不在となり孤立化も誘発する（浅井ほか，2014）。

高山市中心市街地にある国分寺通や本町通商店街では営業形態が変化し、40 年前と比較すると生鮮食料品を扱う小売店が大幅に減少している（名古屋経済大学，2021）。そのような現状を背景に、既存の店舗販売だけでなく移動販売や宅配などといった新たなサービスを展開する小売事業者が増加している（小野塚ほか，2019）。

そこで、本研究では食料品アクセスやフードデザート問題の解決に資する移動販売サービスなどを展開する地元企業の取組みについてまとめ、消費者に対する簡易なアンケート調査などを基に今後の課題や展望について考察する。

2. 研究の対象と方法

本研究では、高山市を拠点とする生鮮食料品販売の地元企業である高山米穀協業組合、駿河屋魚一、ファミリーストアさとうの三社を分析対象とする。そして、これら企業の主要事業ではなく、中心市街地の課題解決といった社会貢献的な含意のあるサービス（以下、地域支援サービス）に注目する。

2022 年 9 月 6 日（火）に駿河屋とファミリーストアさとうに対して移動販売や宅配といった地域支援サービスに関するヒアリングを実施した。また同日には、高山米穀協業組合の御用聞きサービ

スにも同行し、利用者に対するアンケート調査をおこなった。

3. 地元企業による地域支援サービスの特徴

3.1. 移動販売サービス

移動販売サービスは、買い物難民となった高齢者向けのトラックの移動店舗で、実際の商品を見て買い物行動を楽しんでもらうサービスである。高山市においては駿河屋とファミリーストアさとうの両企業が店舗販売事業とは別に同サービスを提供している。駿河屋の移動販売サービスは 2018（平成 30）年 5 月から営業を開始し、2 トントラックに実際の店舗売り場を模して約 1000 種類の商品を搭載し、高山市隣接の白川村で営業している。一方、ファミリーストアさとうの移動販売は 2017（平成 29）年から軽トラック 4 台を移動スーパー「とくし丸」として登録し、高山市朝日町で週 2 回の移動販売を行っている。主に 1 人暮らし高齢者など対象に、通常販売価格プラス 10 円で食料品などを扱っている。

3.2. 宅配サービス

宅配サービスとは、電話やネットで注文の予約を受け自宅玄関まで商品を配達するサービスで、移動販売サービスとは異なる。高山市では駿河屋が 2016（平成 28）年から同サービスを提供しており、ターゲットは高齢者が中心で、高齢者が運べないような重量ある商品を配達することが多い。また、おそらく親族であろう世代が代わりに商品を注文するといった使い方もされている。一方、ファミリーストアさとうは、人件費や配送コストといった経済的理由から同サービスを未導入だが、将来的には検討したいとのことであった。

3.3. 御用聞きサービス

御用聞きサービスとは、LP ガスなど定期配送の際に必要な食料品などの注文を取り、それらを自宅まで配送するといったアニメ・サザエさんに登場する三河屋のサブちゃんのようなサービス形態である。高山では高山米穀協業組合がサービス提

供しており、外出が容易でなくなる冬季が繁忙期で、9時間で5～10件を巡回している。コロナの影響で注文が増加し、米や灯油、麺類などの人気商品の需要がより一層高まっている。

高山米穀協業組合が展開する御用聞きサービスは食料品などの商品を届けるだけでなく、利用者の困りごとにも柔軟に対応する何でも屋のような側面がある。そのため、サービス利用者とのコミュニケーションを積極的に図ることで配達そのものを楽しみにする顧客も増え、販売実績の向上につながる。数値化こそ難しいが、顧客との信頼関係を築くことが自動的にサービス向上に内包されるこのようなサービス形態は、地域の活性化や賑わいにつながる付加価値創出型のサービス事業といえる（近藤ほか、2022）。

4. 地域支援サービスにみられる課題

御用聞きサービスの利用者アンケートの結果から、70歳代や80歳代といった後期高齢者が御用聞きサービスははじめとする買い物環境に満足していることがわかった。満足すると答えた13名のうち12名が70歳以上という結果であった。これは、高齢であるほど御用聞きサービスの付加価値を受け入れている結果と考えられる。

一方、買い物を困難に感じる理由としては「荷物の持ち運びが大変」と「近くにお店がない」と答える人が多いという結果が見て取れた。それらの回答との関連から考察するに、購入頻度の高い商品が1位から米、灯油、麺類といった重い商品の順であったことから、買い物の持ち運びが不要な点が顧客に評価されていることが分かる。つぎに、レトルト食品や缶詰も多く購入されていたことから、近くに食料品店が少ない生活環境のため

保存の利く商品の購入先として御用聞きサービスが評価されていると考えられる。

消費者の自宅に出向き、注文を受けた後に商品を宅配するというスタイルのため、事業運営には大きなコストが発生する。サービス従事者に対するヒアリング結果では「やるべきことが多く知識が中途半端になりがち」といった課題も指摘されていることから、御用聞きサービスの供給には質量ともに労働力が重要であることが分かった。よって、業務コストの効率化が今後の課題の1つといえる。また、新規利用者は配達員1人あたり年間数件程度とのことで、ある程度の売り上げ維持のためにはリピーターなどの確保も必須条件といえ、高齢化と過疎化が進行中の高山中心市街地での健全な運営には、今以上の付加価値創出がもめられるかもしれない。

参考文献

1. 吾郷貴紀編著（2019）『買い物弱者問題への多面的アプローチ』白桃書房
2. 浅井秀子・熊谷昌彦（2014）「中山間地域における買い物弱者対策に関する取り組み」『日本建築学会技術報告集』, 20巻44号, pp. 269-172
3. 小野塚仁海・橋本雄一（2019）「北海道北部における買い物困難圏と移動販売車の果たす役割」『日本地理学会発表要旨集』
4. 近藤紀章・柏尾珠紀・中野桂（2022）「行商を中心とした社会経済圏の再評価に向けた基礎的研究」『都市計画報告集』, 20巻4号, pp. 471-477
5. 名古屋経済大学経済学部地域政策ゼミ（2021）「中心市街地の買い物環境の復元」『第3回飛騨高山学会予稿集』

	駿河屋	ファミリーストアさとう
創業	1974（昭和49）年	1959（昭和34）年
従業員数	310名	250名
店舗営業	本町店、アスモ店、古川店、エブリスレスポ店、エブリス東山店	食彩館、桐生店、国府店、石浦店、ピュア店、三福寺店、国分寺店
移動販売事業	サービス開始は18年から。2トントラックに実際の店舗を模した売り場を設置し、店舗と同じように買い物可能。 移動販売の場所は白川村。市内ではおこなっていない。約1000種類の商品を扱っており、主な売れ筋商品は、魚、肉、刺身、寿司、果物。	17年より、移動スーパー「とくし丸」として軽トラ4台を登録。週2回の移動販売をおこなっている。移動販売の場所は高山市朝日町。 販売対象は一人暮らし、高齢者、移動手段のない住民など。販売価格+10円で販売。野菜、惣菜、お菓子が売れ筋。
宅配事業	16年より「駿河屋おうち便」として展開。電話とネットの両方で注文受付。	未導入

高齢者の買い物行動に伴う潜在的リスクの可視化

青木 颯ほか（名古屋経済大学経済学部）

1. 背景・目的

近年、日本では食料品や日用品などの生活必需品の買い物を困難または不便だと考える高齢者が多く存在するといった食料品アクセス問題が深刻化している（薬師寺, 2015）。このような問題が生じた背景として、大型ショッピングモールやスーパーの郊外進出によって、身近な距離にあった商店が閉店してしまい買い物する場所が少なくなってしまうことや、過疎化が進み公共交通機関が減便してしまったために買い物に行くことが困難になったなどの様々な要因が挙げられる。こうした人々は「買い物難民」または「買い物弱者」と呼ばれ、日本だけでなくイギリスやアメリカなどでも大きな社会問題となっている。

食料品アクセス問題を解決するための取り組みとしては、マイクロバスなど移動手段の提供が挙げられる。農林水産政策研究所の「食料品アクセス問題と高齢者の健康」という研究報告資料では、店舗までの道路距離が1km以上になると苦労が増える高齢者が多くなるとしており、もし移動手段がなければ苦労がさらに増加することが想像できる。また、買い物距離の近い高齢者と遠い高齢者とでは栄養状態も異なってくることが明らかになっており（中村・浅見・横張, 2019）、宅配サービスや移動手段を提供するという取り組みは地域福祉に通ずる地域課題を改善するための方策の1つとして有効と考えられる。

以上の取り組みは様々な市町村で行われており、実施状況は増加傾向ではあるが、対策を必要としている市町村が沢山あるのが現状である。そのような市町村の中では「どのような対策を実施すべきかわからない」、「財政上の問題から対策を実施できない」といった理由が見られ、円滑な運用に向け多くの困難が存在しており、何から手をつけて良いかわからないお手上げ状態といった地域もいくらか存在している。

このような現状を踏まえ、本研究では新たな販売サービスや移動手段を提供するといった手間とコストのかかる取り組み以外の解決策について検討する。そして、中心市街地に居住する高齢者が

買い物に行く際に使う道路の状態やバスの運行状況といった交通アクセスに関する生活環境が少しでも向上すれば、中心市街地に住む高齢者の食料品アクセスやフードデザート問題の解決につながるのではないかと考えた。

2. 対象・方法

本研究では岐阜県北部に位置する高山市の中心市街地を分析対象とする。高山市の地域別高齢者等の状況(令和2年4月1日現在)によると、高山市の高齢化率は31.2%となっており、全国平均と比べると高齢化が進んでいる地域であることが分かる。また、高山市中心市街地は観光で大変賑わっているものの、宅配サービスなど生活者に対する取り組みにも力を入れていることから食料品アクセス問題が深刻なことが想定できたため、高山市を分析対象とした。

2022（令和3）年9月6日に、交通関連の生活環境が高齢者の生活に影響を及ぼしているかを明らかにするため、中心市街地の駿河屋本店とファミリーストアさとう国分寺店を中心としたまちなかでのフィールドワークを実施した。ワークを通じて高齢者の買い物行動に伴う危険箇所などをリストアップし、それらリスクを地図に可視化することで、中心市街地の買い物環境に関する解決策を検討する。（主題図は作成中につき未掲載）

3. 調査結果

調査エリアの起点とした駿河屋本店とさとう国分寺店へのヒアリング調査の結果から、駿河屋本店が地元高齢者の買い物客が中心であるのに対して、さとう国分寺店は駅からの観光動線に沿った立地であることも影響して観光客の利用が多いことが分かった。そして、営業ピーク時間についても駿河屋が曜日関係なく10時から12時頃、さとうは平日の夕方がピークといった客層の違いが影響した結果となった（次ページの表参照）。

以下、フィールドワーク等で得られたまちなかの店舗集積と買い物行動リスクについて述べる。宮川以東の景観保存地区では日中の観光客が多く、

上三之町や下二之町などでは自家用車やタクシーなどの交通量は高山駅前や国道沿いの地域と比べて少ないが、日常生活に必要な物品を販売する店舗も極端に少ないことが分かった。また宮川以西の JR 高山駅前地区は比較的ビルが多く、それらのテナントとしての日用雑貨を扱う店舗が点在していた。また川西エリアの本町通りや国分寺通りには商店街も形成されており、地域住民が日常的に利用する店が多い印象であった。

しかし両地域の共通点として、それぞれの街並みが形成された区画以外の道路、特に住宅地を南北に抜ける観光客があまり通行しない道路に関しては、車を始めとした交通量が多いにも関わらず舗装状態が万全ではない場所も見受けられた。現地フィールドワークでは、①アスファルトが陥没して大きな段差を生み出している場所、②交通量に対して道幅が狭く歩行者にも危険を及ぼしかねない場所、③交差点の角が視認できず交通事故の可能性が高い場所など、様々な危険箇所が見つかった。高齢者が自転車・シルバーカーを使用した状態で通ると危険かという基準で地図に可視化したところ、高齢者の買い物行動に伴う潜在的リスクが広範囲に分布するということが明らかになった。くわえて、本町通り、国分寺通りの交差点においては歩道にも段差が存在しており、実際に自転車で走行した時には多少の危険を感じたし、歩道内でも私有地との境界部においては大きな段差や工事跡の溝が生まれており、高齢者が転倒するリスクも考えられる。



4. 考察

以上の調査結果から、高山中心市街地には高齢者の買い物行動に伴うリスクが多く潜在化していることが分かった。そして、全てではないが、そのようなリスクには観光開発による負の影響も見受けられ、観光振興と住民生活の都市環境のバランスについての再検討が、高山中心市街地の食料品アクセスやフードデザート問題の解決にも間接的に良い影響をもたらすのではないかと考えられる。

参考文献

1. 中村恵美・浅見泰司・横張真 (2019) 「物理的な買い物距離が高齢者の買い物行動に与える影響」『都市計画論文集』54 巻 3 号, pp. 1365-1371
2. 薬師寺哲郎 (2015) 超高齢社会における食料品アクセス問題』ハーベスト社
3. 農林水産政策研究所「食料品アクセス問題と高齢者の健康」(農林水産政策研究所 HP)

	駿河屋本店	ファミリーストアさとう国分寺店
開店	1973 (昭和48) 年 [現在改装中]	2020 (令和2) 年
売上	50~60万円 (一日あたり)	—
客層	地元客が9割、観光客が1割程度。60歳から80歳くらいの高齢者が客の8割か9割。同じ高齢者が一日に2,3回来店することも。	地元客が3割、観光客が7割程度。地元客の多くは60~80歳。
ピーク	午前10~12時、曜日あまり関係ない。	平日は夕方がピーク。土日は11~15時頃。
売れ筋商品	野菜、和日配、鮮魚、PB商品、ラーメン	さとう限定のPB飛騨牛カレー、野菜、総菜
店舗の工夫	高い棚に商品を陳列しない。商品棚が普通のスーパーより低い設定。	通路を広くするなど工夫。目の届きやすいところに、詰めすぎないように商品を陳列。

真宗大谷派高山別院照蓮寺の地域文化史的存在意義

安藤 弥（同朋大学文学部）

1. はじめに

飛騨高山には照蓮寺という、歴史の古い浄土真宗の寺院がある。鉄砲町6に所在する真宗大谷派（東本願寺）の別院（本山寺院の地方支坊）であり、正式には「真宗大谷派高山別院照蓮寺」という。



図1 高山別院照蓮寺本堂（写真）

照蓮寺は歴史的に、飛騨高山の地域文化に大きく関係してきた。観光の観点からは現在、境内地を駐車場として提供していることが知られるが、同寺が持つ歴史的性格はさらなる地域活性化につながる可能性を有している。

ここでは、高山別院照蓮寺の歴史を簡潔に紹介し、歴史資産を用いた地域活性化という観点から、他地域の事例にも触れつつ、飛騨高山の地域社会における同寺の存在意義について考えてみることにしたい。

2. 照蓮寺の歴史

照蓮寺の開基は嘉念坊善俊という伝説上の人物である。寺伝によれば、鎌倉時代に善俊が伊豆国三島で関東から京都に帰る途中の親鸞（浄土真宗の宗祖）に会ってその弟子となったという。この善俊が後に飛騨国白川郷鳩ヶ谷に来て、さらに飯島に移り信仰拠点となる道場（寺院の前身）を創建したといい、これが照蓮寺のはじまりである。

以上は飛騨における浄土真宗のはじまりとして語られる内容であるが、史実としては鎌倉後期～南北朝時代に親鸞の系譜を引く信仰集団が北信越方面から飛騨に入り、白山信仰等ともつながりつつ、展開していったものとみられる。照蓮寺には南北朝・室町時代の十字名号本尊、九字名号

本尊が伝存しており、古い由緒を跡付けている。

飛騨真宗と照蓮寺の歴史がはっきりと見えてくるのは戦国時代である。本願寺蓮如が飛騨地域に展開しつつあった「白川善俊門徒」を名のる集団に布教活動を行い、結びつきを強めた。

照蓮寺十一世に数えられる明心は蓮如そしてその後継である本願寺実如の支援を受け、同じく白川に拠点を置く室町幕府奉公衆の内ヶ島氏と友好関係を結んで1504（永正元）年、白川郷中野に九間四面の本堂を建立した。その後、飛騨地域に照蓮寺末の道場が40か所ほど開かれたという。

大坂（石山）にあった本願寺と織田信長が戦った「石山合戦」では、照蓮寺は徹底抗戦を主張した教如（東本願寺初代）と結び、その後、飛騨では羽柴秀吉の配下として侵攻してきた金森長近と協調関係を構築した。長近の招請で照蓮寺は1588（天正16）年、白川から高山に移り、現在地に二十間四面の本堂を建てた。また、教如との強い結びつきも続き、1599（慶長4）年に親鸞絵伝を修復し、翌年には太子・七高僧を授与され、いずれも現蔵している。ちなみに、親鸞絵伝の図画には狩野山楽が関与したとも伝えられている。

照蓮寺は、江戸時代初期に金森家から従純（法名宣心）が住職として入り、東本願寺宣如の娘（佐奈姫）と婚姻してさらに力を伸ばした。飛騨・美濃・越中・信濃に門末90か寺を有する触頭寺院となっている。しかし、1692（元禄5）年に金森氏が出羽に移封され、飛騨が幕府直轄領となると、照蓮寺も変容を余儀なくされる。1703（元禄16）年には住職が退出して、同寺は東本願寺に移管された。以降は本山から輪番が派遣される御坊となり、明治には「高山別院」と改称された。

江戸から明治・大正・昭和にかけて、照蓮寺は飛騨高山の政治的・社会情勢のみならず地域文化史にさまざまな関わりを持った。たとえば私塾・寺子屋、幼稚園等の教育面、あるいは同寺のみならず各寺院への真宗門徒の参詣にまつわる生活文化面（御齋のタカタカマンマなどは象徴的事象の一つ）などである（ただし、すでに失われていたり、消滅の危機にあつたりする事象も多い）。

現在の高山別院照蓮寺の本堂は1963（昭和38）年に再建された間口14間、奥行21間、高さ11間の鉄筋コンクリート製建物である（山門は1974（昭和49）年落成）。飛騨高山の真宗門徒の懇念により同寺は今もあり続けている。

なお、白川郷中野に残っていた照蓮寺本堂は、ダム建設に伴い1959（昭和34）年に高山市内の現在地（堀端町）に移転して現在に至る。最古の真宗寺院建築として貴重な国指定重要文化財である。

3. 地域社会と寺院（別院）

近年、地域活性化や町おこしに関して寺院を活用する取り組みが全国的に見出される。

ただし、寺院の地域社会における役割は、新しく生み出されるものもあるかもしれないが、すでに歴史的にあったものもまた多い。たとえば、集会所（公民館）・相談所（カウンセリングルーム）、寺子屋（学校）・貸本屋（図書館）、御齋場（食堂）といった機能などが挙げられ、境内はまさに地域住民の憩いの場であり、子どもの遊び場（公園）であった。劇場や遊園地、博物館展示施設の機能を果たす場合もあった。近代になって社会的機能の分化も進んで失われたものも多いが、もともとあったものだけに、機能の再発見や再整備が可能な場合は十分にある。

そもそも歴史的に言って、各地の都市的な場は寺社を核として形成されることが多いのである。

こうした寺院という場、歴史資産としての意味を理解して活用することが地域社会への確かな貢献につながるという可能性は、前向きに議論して実践してもよいであろう。

別院を地域に開いていく実践例を二か所、紹介したい。

一つは真宗大谷派名古屋別院（愛知県名古屋市）である。2013（平成25）年より「なごや寺町まちづくり協議会」と連携し、「東別院てづくり朝市」（毎月8・18・28日開催）などの企画実行に取り組んでいる（同別院HP等参照）。この朝市では境内・門前にさまざまな店が出され、遠近より多くの人たちが集まり、にぎわいを見せている。

また、近隣の寺院、とりわけ浄土真宗本願寺派名古屋別院（西別院）との間に「まちめぐり」ゾーンを形成し、商店街の活性化にもつながっている。地域の文化や歴史を語り合い継承していくことを目的とした実践も行われている。



図2 東別院てづくり朝市（写真）

もう一つは真宗大谷派姫路船場別院本徳寺（兵庫県姫路市）である。「NPO 特定非営利活動法人歴史と出会えるまちづくり船場城西の会」と連携し、「船場御坊楽市」が開催されている。この取り組みも歴史資産の顕彰に強い関心を持つ姿勢が見出され、携わる人たちの熱意がうかがえる（同別院HP等参照）。

他にも多くあるが、ここでは筆者とゆかりの深い別院2か所に関わる実践例を代表させて紹介した。いずれも、企画そのものの内容のみならず、携わるさまざまな人たちの協働がまさに地域の財産である。学ぶべき点があると考えられる。

4. むすびにかえて

ただし、名古屋や姫路で行われていることを、そのまま高山で実践してはどうかと提案したいわけではない。寺院（別院）がすでに持っている機能性と、「まち」と「てら」をつなぐ高山ならではの持ち味を見つけ出す、というよりも、さらに深く自覚し直すことが重要であろう。そして、すでに実現している点もあろうが、本堂・寺宝館・境内等、さらなる積極的な連携活用を考えてみてよいのではないかと。

最後に、何よりも「人が集まる場所」としての寺院の機能性・社会性は、歴史的に裏付けられ、もたらされる安心感とともに、そのまま地域文化的存在意義を十分に有するものと指摘し、ささやかな話題提起としたい。

参考文献

1. 『高山別院史』上巻・下巻・史料編（真宗大谷派高山別院，1985年）
2. 『別院探訪』（東本願寺出版部，2012年）
3. 拙稿「〈オトキ〉という場」（『ひだご坊』No. 339，2017年）

廃止スキー場施設の利活用と地域振興の可能性

地域ネットワーク構築による独自性の高い滞在型の交流・体験学習拠点事業の提案

小林 奈央 中町 光汰 近藤 薫（岐阜協立大学経営学部）

1. はじめに

岐阜県高山市久々野町は、岐阜県大野郡に存在する町であり、2005年2月1日に大野郡内白川村を除いた6村および吉城郡の2町村とともに高山市へ編入された地域である。

国勢調査によると1990年には人口規模は4,283人であったが、2020年には3,184人へ減少し、30年間の人口減少率が74.34%となっている。人口減少に加えて高齢化率が39.1%、高齢者増加率が106.83%、移住者が52人という状況から、町全体の人口減少と高齢化に歯止めがかからないという現状である。

久々野町の代表する農業は果物や野菜の栽培が盛んであり、高山市地域別農業販売額においては、久々野町が高山市全体の77%を占めている。また、久々野町は標高が高く、高冷地特有の気候条件の中でリンゴなどの栽培が行なわれている。気温の寒暖差によって生み出される特有の甘みと歯応えのある果物はこの大地において栽培される果物特有である。そのほかにも桃やなしといった果物や野菜の栽培が盛んで、別名「桃源郷」とも呼ばれる豊かな自然に恵まれた環境に特徴がある。

そういった環境の中で、久々野町には複数のスキー場が整備され、2022年度シーズンの利用客数は「モンデウス飛騨位山スノーパーク」は23,480人であり、「飛騨舟山スノーリゾートアルコピア」は16,347人であった。共に高山市の指定管理者として指定管理料約31,000千円以上が支払われている。そして収益性をふまえて「飛騨舟山スノーリゾートアルコピア」が来シーズンをもって閉鎖となることが市議会で決定している。

年度毎に変動はあるものの、年間20,000人以上の交流人口を有する公共施設が閉鎖することで、地域内における経済効果も見込めなくなる可能性がある。

そこで本研究の目的は、久々野町における地域振興を基本として、「飛騨舟山スノーリゾートアルコピア」の施設閉鎖による逸失効果を補うこと

の可能性を探るほか、地域活性化を実現するための代替コンセプトを検討することにより、更なる久々野町内の活性化と経済効果創出の可能性をふまえた施策提案を目指すものである。

2. 地域経済の縮減問題

現代では、人口減少が著しい町村が増加することで、単なる地域づくり事業では周辺の同様な市町村との地域間競争に敗れてしまうという状況も生じている。さらに財政面でも国や地域の財政逼迫は地方交付税にも影響を与え、地方自治体の行政改革が強く求められる中で、地域経済の縮減が続く地方では、地方公布税などの減少や偏りを招き、行政にも多くの歪みをもたらしていることが指摘されている。こうしたことから地域行政の立場からも地域づくり事業への支援のあり方が問われるようになり、地域づくりの難しさは、より一層増してきているといえる。

また、今後も地域の高齢化はとどまることなく進行すると考えられており、そういった時代の中で集落が限界を迎え、地域が疲弊していく可能性を有していることから、これまで連綿と引き継がれてきた地域産業の灯火も消滅していく可能性をもつことになる。これまで地域を支えてきた地域産業の縮減は、すなわち自治体の歳入減少をよび、財源規模縮小にも直結していくことが想定される。そうなるると必然的に行政サービスの縮小・撤廃へとつながる可能性があり、さらなる人口の流出、特に子育て世代の流出が進行してしまう可能性がある。こうした厳しい現代において、赤字物件を維持管理し続けることが困難であることは自明の理であり、地域経済の状況も併せて地域住民がそれを許さないケースも出てくると考えられるため、この度の「飛騨舟山スノーリゾートアルコピア」の閉鎖はやむを得ない。具体的な財政の仕分けや「選択と集中」の効果に関しては、様々な意見が散見されるが、スマートシティ政策や里山資本主義を機能させることが、今日の地域社会に求められているといえる。

3. 地域づくり事業の実態

これまでの「地域づくり事業」を具体的な全国における地域プロジェクトの整備施設内容で分類すると「タワー・モニュメント、交通関連施設、産業振興施設、展示施設、歴史・文化体験施設、スポーツ・レクリエーション施設、動植物園・水族館、ホール・劇場、コミュニケーションセンター・交流施設、宿泊・研修施設、温泉・健康増進施設・福祉施設、公園・森、街並み環境整備、名所旧跡等歴史的・自然の保存・修復・・・」などといったものが多く、全国の地域が地元で根ざした歴史文化温泉健康増進街並みなどの整備を図っており、地域資源を活用した交流滞在拠点づくりに注力してきた状況が伺える。

これらから主に以下の三点による基本条件を想定する。

- ・農業体験を織り込んだ交流施設機能開発と地域間ネットワークによる活性化
- ・地域文化資源を活かした集客環境の整備による新たな事業の育成
- ・健康と福祉、教育などの拠点整備による住民生活の充実

これまで国の地域振興政策に滞在型施設を織り込んだ事業は、従来からも実施されてきている。特に自治体の類型としては、農山村の地域が多いことから、地域づくり型滞在施設開発を含む国策として、農林水産省の振興政策が占める割合が高かったことも特徴的である。

4. グリーン・ツーリズムの推進

1987年に制定された「総合保養地域整備法」、いわゆる「リゾート法」などによる大規模リゾート開発やレジャー施設整備ではなく、景気低迷や災害、社会状況の変化といった影響もあり、国民のレジャー・観光などに関する動向も自然志向へと変化しており、家族連れで楽しめるキャンプ、オートキャンプなどの比較的安価で気楽に行えるレジャーが人気となっている。

国の施策もこれらの状況の変化に呼応するように、「民活導入」から「官民協働」もしくは身の丈の「公共投資型の官活」へと回帰し、それまでの「大規模リゾート開発」から小規模な「農村型リゾート」や「ファミリーリゾート」など、いわゆる「グリーンツーリズム」関連政策が重視されるようになってきている。

5. 地域ネットワーク型事業を目指して

地域活性化事業は、遊休地の活用のみならず、市内の該当地域や産業、拠点等をネットワークで連結し、相乗効果の創出を基本として計画していくことが求められる。本事業拠点整備は、既存のインフラを活用し、できる限り投資の抑制を前提として、既存資産利活用型の開発を前提としたい。

6. 事業化に向けての施策内容

本事業における目標については、①安全安心でやすらぎを創出、②地域価値で豊かさを提供、③連携と協働による新たな価値の創造という三点の視点を重視し、「豊かな自然や歴史文化資源の保全・活用に努めた地域振興を目指す」「産業・教育・研究・福祉・スポーツなど多様な連携により、地域の経済活性化につながる交流を推進」「多様な地域資源や人財を活かした地域間交流・国際交流などを進め、地域価値を高める」「既存の地域資源・人財の有効活用を目指し、柔軟な管理運営を実現する」といったコンセプトを基本とする。

7. 交流促進拠点整備事業

本計画は、滞在型交流促進事業を中核とし、「親子や仲間が協力・協働しての宿泊・調理など、様々な活動を行うことで親子や仲間とのコミュニケーションを醸成する」ことを可能とする拠点として再整備すると共に、「集団生活を通じて子どもの自主性、協調性を育むという研修教育拠点」といった趣旨での拠点整備を目指す。

また、イベントなどにおいて自然保護の理解と自然教育の推進を促進すると共に、集団活動に関わるほか、コミュニティ能力を醸成する。土と水と緑の豊かな日本の農村環境の中で生産される食料は健康づくりの源である。地域の気候・風土、歴史・文化に磨かれた独自の食文化を再評価するとともに、リフレッシュのための農村型健康拠点を目指すものである。また、食材・食品の特産品づくりの場や農園や農家で生産される特産品を原料とした食品などの製品開発を進め、特産品化を図ることも目指していきたい。

本計画拠点は、市内の各地域拠点の中核をなし、各地域の総合的な運用のコントロール機能を有することで、効果的なPRや集客施策、事業管理などの効率化を実現させるものであり、地域間交流拠点の統括機能を有するものとしていきたい。

将来の飛驒エリアの交通事業の活性化に対する提案 ～鉄道車輛の新たな活用策による地域活性化方策について～

西山敏樹・小林隼世・小山田祥・二宮伊真里・松本和樹（東京都市大学都市生活学部）

1. はじめに

コロナ禍で、テレワークや外出の自粛及びマイカーへのシフトが進み、鉄道事業の経営がかなり厳しい状況に陥っている。しかし、高齢者の免許返納も進み、With コロナ時代の鉄道活用戦略構築も重要である。筆者の研究室では永らく鉄道車輛の新たな活用策をベースに地域活性化戦略を研究してきた。本稿ではその代表格である「走るスーパー・買い物列車」の研究、「市場列車・マルシェトレイン」の研究を紹介し、飛驒エリアでの地域活性化に貢献する考え方として、提案をまとめる。

2. 「走るスーパー・買い物列車」の研究

当グループでは、東京都市大学都市生活学部のプロジェクト演習(学部3年のゼミ)の中で、研究フィールドの東伊豆エリアの問題として買い物難民の多さが際立つことを問題意識として研究活動を展開した。筆者の研究室では、永年、情報技術と電気自動車技術を活かした在宅型の買い物支援システムを研究し一定の実績がある。今回はその実績もふまえて、買い物難民の問題を解決する為に、地域を貫き走る所も判りやすい鉄道を活用出来ないか、研究室の学生諸君が中心に検討した。そこで、東伊豆エリアを走り東京都市大学と同じ東急グループに位置する伊豆急行の鉄道車輛を「走るスーパー」に仕立て、普段買物が出来る所が無い生活者、買物に難儀する生活者の為に列車を主に無人駅へ停め、30-60分の停車の間に買物をしてもらうシステムを構築した。

2021年10月06日に初の実証実験を実施した。買い物商品の仕入れ等の交渉や、伊豆急行の沿線住民への各種広報等も全て応募代表者の学生が中心になって行った。状況は静岡放送や静岡第一テレビ、伊豆急ケーブルテレビ等の地元報道番組でも取材され放映された。また、静岡新聞や伊豆新聞等の地元新聞、FM熱海湯河原でも取り上げられ高い注目を得た。いわゆる自動車配達を伴う通信販売型でなく、鉄道経営維持に向けた新しいビジネスの可能性を示したこと、エリアのランドマークである駅へ買物に行き健康的な効果も期

待出来ること、自分で商品を選び、買い物自体の満足度も高いこと等、多様な地域への効果を示す事が出来た。その状況は図1-図3の通りである。

第1回目の実証実験では、1日で306名の買い物客が実際に走るスーパーを訪問して、買物をした。買い物客の総合的な満足度評価でも5段階で3.85ポイントを得られ、高い評価を得ている。定期運行化した場合の利用意欲についても、89%の方が使いたいと回答した。第1回目の実証実験では30,000円ほどの利益が派生したものの商品が思いのほか売れてしまい、商品点数・商品種類の増加が課題として残された。また、鉄道車輛を用いることで、会計の行列が出来てしまい、待ち時間が長くなる事が問題になり、改善が望まれた。

そうした課題を克服する形で、第2回目・第3回目の実証実験を継続した。2022年1月12日の第2回目は計210名の来場者があり、5段階中4.02、2022年7月27日の第3回目は計238名の来場者があり、5段階中4.24の満足度を得ることが出来た。いずれも実用化されたら繰り返し日常的に使っていききたいという声が目立ちアイデアの妥当性が実証されている。全国からの現場視察も増えており鉄道事業の維持・活性化に貢献する新たな方策になっている。買い物難民の救済策と鉄道維持策の同時解決策としても、高評価を得た。

計3回の実証実験を経て、買い物列車のニーズを実証出来た。リピーターも多くおり買い物列車への期待と実用化ニーズを示す生活者も多く確認でき、今後の実験についても検討を継続している。

本研究は、東京都市大学と伊豆急行が協働して推進したものである。東急グループのもとで実業



図1 東伊豆での買い物列車の運行の様子



図2 鉄道車内での物販の様子



図3 買い物列車の横でカフェも実施

とアカデミックの機関が連携して、より学術的なデータを重視した運営を具現化出来たことも意義深い。地方都市の買い物難民救済、コロナで更に維持運営が困難になりつつある鉄道事業の新ビジネス可能性、更には通信販売の増加で懸念されるエンジントラックからの二酸化炭素削減可能性等を示している。即ち一石三鳥的アイデアである。

第3回目では、伊豆急行沿線の稲取高校による手作り食品の販売、駅でのカフェの実施も加えて地域住民の交流機能も付与して行い、好評を得た。買い物列車は、コミュニティマネジメントの観点で、地域の住民を繋いでいく可能性も秘めている。

3回に亘る実証実験では、宮崎県職員の他、遠方からも視察者が多い。鉄道利用促進と買い物難民の支援が共通に必要な地方都市からの期待の声も非常に多く見られている。鉄道同様に事業経営が苦しく、30台以上を保有する事業者の80%以上が赤字のバス事業者にもノウハウの横展開が可能である。既に鉄道事業者やバス事業者では、経営維持の為に客貨混載を推進している。これに加え、買い物の機会を地域に付与していくことは前例がなく社会的な新規性も大変高い。環境分野・社会貢献分野の双方の問題を同時解決するSDGsにも貢献する革新的・即効的な取り組みになっている。



図4 マルシェトレインの活用シナリオ



図5 市場列車・マルシェトレインの車内(1)



図6 市場列車・マルシェトレインの車内(2)

3. 「市場列車・マルシェトレイン」の研究

走るスーパー・買い物列車と共に、筆者の研究室では列車自体を市場にして、そこで購入した品を料理にして楽しめる列車・マルシェトレインも研究を続けている。東伊豆の実験でも地域独自の産物を列車内で販売し、それを列車内で味わえるようにすると観光の面でも面白い、という意見が出た。図4-図6のようなイメージで市場列車を展開することで、観光面での集客がどう変化するか、筆者らは鉄道経営の視点で検討を続けていく。

4. おわりに

本稿で紹介した「買い物列車」と「市場列車」は、観光需要と生活需要が混在する点で東伊豆と共通する飛驒エリアでも援用可能である。具体的にどのような車輛展開が可能なのか、筆者の研究室でも、デザインスタディ等を継続していきたい。

飛騨高山古い町並の看板文字の特徴について

愛知学院大学日本文化学科書道ゼミ（3年）

1. はじめに（背景・目的）

東海地区には古い町並が点在し、そこにある看板には書道文化に対する造詣、関係性が深い。愛知学院大学文学部日本文化学科書道ゼミ（思想と芸術）の研究課題では、所在地である愛知県をはじめとした地域書道文化に関する研究調査を積極的に行っている。

その一環として、2022年8月、書道ゼミ10名（内、学生9名、教員1名）が、東海地区の中でも岐阜県の「飛騨高山」に焦点を当て、古い町並の商家を訪問し、看板文字について調査を行った。

2. 現地調査

2.1. 調査地域

高山市上三之町を中心とした地域で調査する。

2.2. 調査の流れ

2022年8月30日～31日の1泊2日。1日目では高山市内の古い町並を3つのグループに分かれ、ジャンル毎に商家の看板文字について、その店屋の店員に取材を行った。2日目は1日目で不足していた情報を各自収集し、昼過ぎに帰途につく。

3. 書体について

その他の書体について説明する。今回私たちは「漢字仮名交じり」の看板や「日本語以外の言語(英語)」などを使用している看板、暖簾をその他の書体として分類し、五書体の中には加えなかった。また、高山は版画が有名で、版画調でデザインされた看板もいくつか見られた。しかし、書体を分類する中で版画は判別不能と判断し、今回はその他の書体に組み込んでいる。

行書は漢代に隸書を速書きすることから発生し、王羲之を中心とする能書家たちによって大成された実用性と優美性を兼ね備えた書体。点画は丸みを帯び、表現のバリエーションが多種多様で自由で個性豊かな作品が数多くある。今回の調査では看板の書体の割合で一番多くを占めたのが行書(35.60%)であったが、行書かどうか簡単に判別できないようなものも多く、逆にそれが行書の多種多様な点が如実に出ていたと思われる。

高山は地酒が非常に有名であり、酒造店も非常に

多かった。古い町並は観光地だけあって食品を取り扱う店(特に酒造店)も多く存在した。行書体の看板の56.25%は飲食を取り扱う店である。

店舗数:107店舗

参照看板数:93個(暖簾を除く)

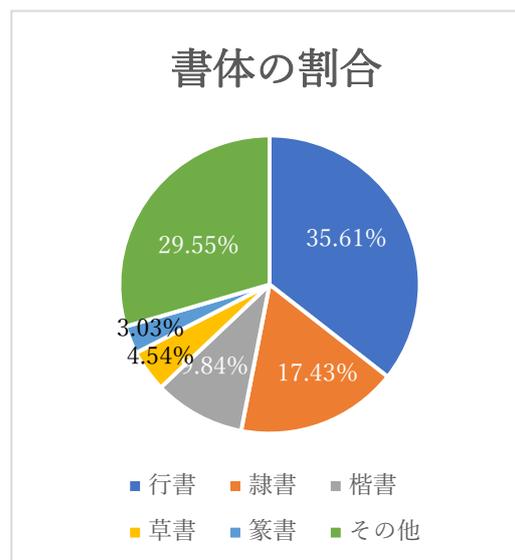


図1 書体の割合をまとめた円グラフ

4. 酒造業の看板について

4.1. 酒と文人の関係 由来

お酒は多くの文人墨客に愛されている。中国では文人の李白について唐時代の詩人、杜甫の「飲中八仙歌」の「李白一斗詩百篇」(李白が一斗の酒を飲むと、詩が百篇生まれる)という話や、書家張旭については「張旭三杯草書伝」(張旭が酒を三杯飲むと、草書の聖人になる)という噂話が残るほど、酒と文人との関係は切っても切れない関係である。

4.2. 高山の例(二木酒造)

酒のラベルや看板は本物の書家が揮毫されることが多く、高山にも書家が書いた文字を酒の銘柄に使用している酒造店がある。1695(元禄8)年創業、二木酒造の看板酒、純米大吟醸「玉の井」であり、ラベル・看板の文字を「貫名海屋(ぬきなかいおう)」という人物が揮毫した。

貫中海屋はまたの名を貫名菘翁と呼び、徳島県に生まれた江戸時代後期の書家・画家で、京都に須静塾を開いて儒学を講じた。特に書に関しては空海の影響を受け巻菱湖(まきりょうこ)・市河米

庵(いちかわべいあん)らと共に「幕末の三筆」に数えられている。そんな貫名海屋は高山の地を好み、1851(嘉永4)年5月、二木酒造の家の中央にある玉の井(玉のように水の出る場所)にしばらく滞在し、酒名を揮毫した。玉の井というお酒の名前の由来はそこから来ている。



図2 二木酒造「玉の井」(貫名海屋 揮毫)

4.3. 酒屋の看板の傾向

書体は隸書体で、酒の種類、創業年等副題等には特に使用されている。隸書を使用するメリットは表条約精を出しやすく、繊細さ・儂さの表現に荒々しい表現の字も書くことが可能で万能であることがある。一方、酒の名前・店名に関しては隸書をはじめ、行書×草書や行書×楷書など書体が混合されたものもあり、酒造店によって分かれている。先ほど解説した「玉の井」は行書×草書で書かれている。



図3 船坂酒造「深山菊」

5. 看板の様式について

伝統的な看板は大きく分けて箱看板・行燈看板、吊り下げ看板、屋根看板、立看板、高札看板、かけ看板などがあげられる。今回の高山調査の結果、横看板と立て看板が多くみられ、形は長方形・四角形・扇形・丸形・変形があげられる。



図4 老田酒造「飛驒自慢」

また、文字の施し方は、墨書看板と呼ばれる墨で文字を書いた看板と彫刻看板と呼ばれる木に文字を彫る看板が多くみられた。

高山の店では、加工していない切り出したままの杢目の美しい一枚板を使用した看板、白と黒のコントラストの美しい版画を利用した看板が目を引く。この地域には、江戸時代から幕府の直轄地にされるほどの良い材木が取れ「飛驒の匠」と呼ばれる木工職人がいる。また、町並や山野などの生活環境が雪に覆われた冬場に限らず陰と陽の世界、白と黒の世界に集約され、それが版画の世界と結びつき発達していった。このように、高山の素材を生かし美しい版画の看板があるのは優れた材木と木工技術、版画技術があるからだ。



図5 伝統工芸品 木童

参考文献

1. 『江戸の看板』松宮三郎著 東峰書院
2. 『時代を映す看板』高村五郎 里文出版
3. 『看板図鑑』内田直幹 美術出版社
4. 『中国酒食春秋 中国文人の愛した酒と食』尾崎秀樹 講談社

デジタルアーカイブによる新たな価値創造

久世 均 望月 頌 久保田 若葉 (岐阜女子大学)

1. はじめに

「飛騨高山匠の技」について地域と連携しデジタルアーカイブの開発を進め、現在約9万件の「飛騨高山匠の技デジタルアーカイブ」としての構築を進めている。

そこで、この「飛騨高山匠の技デジタルアーカイブ」に新たな情報を追加し、「知的創造サイクル」を実現するための「知識循環型デジタルアーカイブ」への再構築と、それを有効的に活用するための教材、教育方法を開発し、デジタルアーカイブによる新たな価値の創造について実践しているのを報告する。

2. 知的創造サイクルとデジタルアーカイブ

飛騨高山匠の技デジタルアーカイブは、2017～2020年の文部科学省私立大学研究ブランディング事業に加え、2022年度岐阜県私立大学地方創生推進事業において収集・管理された飛騨高山匠の技に関する地域資料9万点のデータで構成されている。

この飛騨高山の匠の技に関する総合的な地域文化の創造を進めるデジタルアーカイブは、「知的創造サイクル」を目的とした総合的なデジタルアーカイブとして捉えている。この飛騨高山匠の技デジタルアーカイブを、この「知的創造サイクル」に適用すると図1のような構成になる。

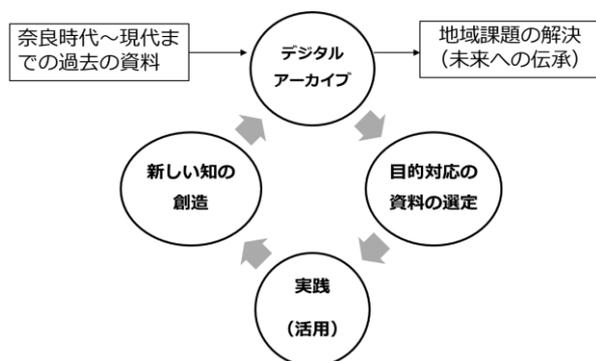


図1 知的創造サイクル

代表的な飛騨高山匠の技である木工家具は、伝統的な産業として国内および海外でも高級家具としてよく知られている。しかし、飛騨春慶塗や一

位一刀彫りなどは、飛騨高山の匠の技の伝統的工芸品とされているものの多くの課題を抱えているのが実情である。そのため、匠の技を受け継ぐ後継者も不足しており、飛騨高山の匠の技やこころが次の世代に伝承することが困難となってきた。そこで、この「知的創造サイクル」を具体的に飛騨高山匠の技デジタルアーカイブに適用し、知的創造サイクルとしての地域資源デジタルアーカイブの開発を試みた。

このことにより、その地域資源データのオープン化と共に有効的に活用し、新たな知を創造する本学独自の「知的創造サイクル」を生成し、この地域資源を生かして新たな価値を創造することが可能になる。

3. 飛騨高山匠の技デジタルアーカイブ

知識基盤社会においては、様々な正確で良質な知識の集合体の整備が重要であるが、知識循環型社会の実現においては、様々な知的資源を集積した知識の集合体をどのように利活用するかが重要になる。また、様々な利用者が活用するためには結果よりもプロセス情報が必要となる。つまり、様々な意思決定結果より、意思決定のプロセスのほうが重要となる。そのために、飛騨高山匠の技デジタルアーカイブでは、一位一刀彫りや飛騨春慶塗の製作過程等の様々なプロセスを中心にデジタルアーカイブしている。

このように、デジタルアーカイブする対象については、知識循環型社会では知識基盤社会とは異なり、利活用することにより、新たな知識を創造する知識循環型社会に対応した新たなデジタルアーカイブを開発する必要がある。

4. デジタルサイネージへの展開

飛騨高山匠の技データベースでは、約9万点の情報を非公開長期保存型データベースに保管している。この地域資源デジタルアーカイブを交通・観光に利活用するために、デジタルサイネージへの展開を考えた。

デジタルサイネージは、一般に「サイネージ」

と呼ばれることもあるが、「電子看板」、「電子広告」などとも呼ばれている。主な用途としては、紙に代わる新しい情報伝達媒体として利用されており、画像や動画などデジタルコンテンツとディスプレイを組み合わせ、紙のポスターやお知らせを置き換えて使われることが多い。今回、飛騨高山匠の技デジタルアーカイブした約9万点の情報から3本の動画コンテンツ(日本語版・英語版)を作成し、現在中部国際空港の国内線(2019年設置)並びに国際線(2022年設置)で展示をしている。

このようなデジタルサイネージを地域文化の広報のために活用することは地域活性化並びに伝統文化の発展としても効果があり、地域資源デジタルアーカイブの新しい利活用として可能性がある。ここで、成果物の還元として、また、地域課題の解決として効果が期待できるのがデジタルサイネージである。

5. 飛騨高山匠の技のガイドブックの作成

飛騨高山匠の技デジタルアーカイブのガイドブックとして、紙メディアとWeb公開型デジタルアーカイブとQRコードで連携した冊子を作成している。この冊子は、観光や教育用として活用している。

特に、この冊子には左甚五郎遺産を取り上げている。左甚五郎は、江戸時代初期に活躍したとされる伝説的な彫刻職人で、講談や浪曲、落語、松竹新喜劇で有名であり、左甚五郎作と伝えられる作品も全国にある。

姓の「左」の由来には諸説あり、江戸時代、腕



飛騨高山匠の技
デジタルアーカイブ

岐阜女子大学

図2 飛騨高山匠の技のガイドブック

利きの大工の代表として「大和大工に飛騨匠」と称されており「飛騨の甚五郎」が訛ったものとする説もある。そこで、飛騨高山匠の技というブランドに新たに左甚五郎というサブブランドを位置づけ、更に飛騨高山匠の技の総合的なブランド力を高めることを提案する。

6. 地域課題探究型学習への利活用

この地域資源デジタルアーカイブをさらに有効的に活用し、新たな知を創造する本学独自の「知的創造サイクル」を生かして地域課題を探求し、深化させ課題の本質を探り実践的な解決方法を導き出すことを高大連携により地域課題探究型学習への利活用を行った。

この活動の中で、高校生により収集・記録された地域資源や資料は、地域資源デジタルアーカイブに追加して蓄積され、地域資源デジタルアーカイブが様々な高大連携の実践により随時増殖するというデジタルアーカイブにおける「知の創造サイクル」が実現できた。

7. おわりに

本学では、デジタルアーカイブを有効的に活用し、新たな知を創造する本学独自の「知的創造サイクル」を生かして地域課題を探求し、深化させ課題の本質を探り実践的な解決方法を導き出す人材を養成する大学に変革することを目指している。

今後、継続して地域の課題を抽出することから始め、大学の知識を集約して地域資源デジタルアーカイブを構築し、これらのデジタルアーカイブを有効的に活用し、地域の課題を実践的な課題解決の方法を導き出す人材養成のための、今後も継続して地域資源のデジタルアーカイブの構築をする予定である。

参考文献

1. 久世均：知識循環型社会とデジタルアーカイブ～デジタルアーカイブを活用して地域課題の解決を～、地域開発、2018.春 Vol.625
2. 久世均：地域資源デジタルアーカイブによる知の拠点形成のための実践的研究【1】～知的創造サイクルによる地域課題の解決手法の開発～、デジタルアーカイブ研究報告、2019.Vol.2, 2020.3.31 他

丹生川地区調査の中間報告－農村社会学の視点から

松本 貴文（國學院大學観光まちづくり学部）

1. はじめに

國學院大學観光まちづくり学部では、観光まちづくりを「地域社会の現状と課題を理解し、地域を主体とした『観光と交流』を軸にしながら、活力あふれる地域の実現を目指した活動のこと」（國學院大學 2022）と定義している。したがって、持続可能な「観光まちづくり」について考えるための第一歩として、地域社会の現状と課題を理解する作業が必要となる。そこで、本報告では、農村社会学の視点から、高山市丹生川地区の地域社会、あるいは地域コミュニティ（以下、「地域コミュニティ」）の現状と課題について、これまで実施した調査の結果をもとに検討する。

なお、ここでは山本（2019）を参考に、地域コミュニティを、①一定の地理的範囲のうえで人びとの生活活動が営まれており、②そこに人びとが帰属意識や「なじみ」意識をもつときに成立する社会と捉えておきたい。山本は、生活を様々な社会集団や社会関係の累積、連関、展開からなる全体と捉えているので、本報告では地域（一定の地理的範囲）に関連する、社会集団や社会関係を主な分析の対象とする。このような意味での地域コミュニティの衰退は、社会関係資本を減少させ、人びとの暮らしに負の影響を与えると考えられている。

2. 調査の概要

報告者は、これまで2021年10月、2022年3月、2022年11月の3回にわたり丹生川地区を訪問し、住民や地区の関係者らとの座談会や聞き取り調査を実施した。今回は、そのなかでも2022年3月と11月に実施した4名の町内会長への聞き取り調査をもとに、丹生川地区の地域コミュニティの現状と課題を整理する。

丹生川地区には、「町（31）」、「町内会（25）」、「地区公民館（8）」、「まちづくり協議会（1）」など、様々な地縁に基づく社会集団が重層的に存在している（カッコ内は2022年3月時点での数）。このなかでも、町内会は、一般に地域自治組織として、一定のまとまりを持つと考えられている。

また、丹生川地区内には36の神社がある。こうした神社には氏子組織があり、祭礼などの行事を通して人びとの地域コミュニティに対する帰属意識や「なじみ」意識を涵養する機能を果たしていると想定される。

そこで、今回の調査では、町内会と氏子に焦点をあてて質問を行った。また、住民生活と深くかかわると想定される、農業や生活交通の現状や課題についてもあわせて尋ねた。ただし、質問内容は町内会ごとに若干異なる。

なお、以下の記述は、これまで実施した聞き取りに調査に基づくものであり、必ずしも丹生川地区全体の傾向を示したものではないことに注意されたい。

3. 丹生川地区の地域コミュニティの現状

まずは丹生川地区の地域コミュニティの現状について、聞き取りから明らかになった特徴を整理する。

丹生川地区の各町内会には、町内会長、副会長、農業改良組合長の3役を中心とする役員（会）がおかれ、総会において意思決定がなされている。町内会費などの収入をもとに、用水路の溝さらいや農林道の草刈り、クリーン作戦への参加、花壇の整備、共有林の管理、獣害柵の設置などの共同作業が行われているほか、地域によっては花見会などの交流活動も実施されている。このほかにも、町内会組織の中に、子どもや高齢者のグループ（「子供会」や「長寿会」など）、女性部、消防団、スポーツ活動のグループなどが設けられている場合もあり、それぞれに活動がなされている。

氏子は、町内会と概ね同じ範囲で組織されることが多いが、町内会の合併などの理由により両社が異なる場合もある。氏子は氏子総代を中心に、神社費による収入をもとに祭礼などの行事を実施している。具体的には、春まつり、例祭、秋まつり（新嘗祭）、越年祭などである。まつりの際は、住民により神楽や獅子舞が奉納される。例祭はもともと大がかりなまつりで、氏子総出で準備をする地域もある。このほか、氏子とは異なるも

の、道祖神や荒神様、秋葉様のまつりが開催される地域や、知人・友人らで観音講、庚申講などが行われている地域もある。

これらの町内会や氏子の活動との関連で注目されるのが、住民以外の人びとの諸活動への参加である。たとえば、旧高山市に住む別居子が、実家のある町内会の活動や神社のまつりの担い手となっている事例があった。徳野（2014）は、自動車などの普及により、近隣の地方都市まで広がる社会的ネットワークを組み込む形に農村の地域コミュニティが変容してきている可能性を指摘しているが、そのような構造が丹生川地区でも部分的に確認された。

また、以前盛んだった青年団活動や地域のまつりの際の「よびひき」などを通じて、地域外との社会関係の構築がなされていたことも明らかになった。このようなタイプの社会関係は、いわゆる「弱い紐帯」として、「橋渡し型社会関係資本」を生み出し、住民や地域コミュニティにとって良い効果をもたらしている可能性がある。

4. 地域コミュニティの課題

前節で確認した通り、これまで調査では、（少なくともコロナ禍以前までは）丹生川地区の町内会や氏子による活動は活発で、地域コミュニティによる地域環境の整備や住民同士の生活上の相互扶助、祭礼を通じた地域文化の継承などがなされてきた。さらに、様々な機会を通して、地域外との社会関係が構築されており、現在では別居子らによる地域活動への参加も行われていた。

また、トマトやほうれん草を中心に農業も盛んで圃場整備も進んでいるほか、野菜出荷組合など地域単位での農家による共同も維持されていた。さらに、高山市中心市街地にも近く、道路などのインフラ整備もなされており、生産・生活上の利便性も担保されていた。

しかしながら、やはり高齢化の進展にともなって、共同作業の負担増加、町内会役員のなり手不足、各種行事の参加率低下、自動車を運転できない高齢者の生活交通の確保など、それぞれの地域コミュニティごとに様々な課題が徐々に顕在化しつつある（あるいは、将来的に顕在化する可能性が高まってきている）。

また、青年団活動や「よびひき」のような慣習も今日では衰退している。こうしたことが、地域

コミュニティにとって有用な橋渡し型社会関係資本の減少につながっている可能性も危惧される。今後、地域外の友人や知人との関係が地域コミュニティにどのような効果をもたらしてきたのかを明らかにできれば、その影響が明確になるだろう。

5. 今後の研究に向けて

以上、これまでの調査から丹生川地区の地域コミュニティの現状と課題を整理してきた。最後に、今後の研究課題について述べておきたい。

まちづくりに向けて地域コミュニティの分析がなされる際、一般に危機が強調されがちである。もちろん、危機を認識することは非常に重要だが、そればかりに目が向けば、「若年人口の減少」や「働く場所が足りない」など、多くの地域に共通する抽象的、一般論的な課題に目を奪われやすくなってしまふ可能性がある。しかし、こうした抽象的、一般的な課題は、地域コミュニティが取り組むにはハードルが高すぎると感じられたり、地域コミュニティで取り組むべき課題ではないと感じられたりするかもしれない。

そこで、今後の研究では、むしろ丹生川地区の暮らしの良いところに着目し、それを支える具体的基盤を明らかにする作業に重点を置きたい。このような作業を通して、丹生川地区の住民や関係者の方々とともに、実際の生活の文脈に即した形で、地域コミュニティの持続可能性を高めるために取り組むべき課題とは何かの把握に努めていきたい。

参考文献

1. 國學院大學, 2022, 『観光まちづくり』とは, 國學院大學観光まちづくり学部ホームページ (2022年11月25日取得, <https://www.kokugakuin.ac.jp/education/fd/tourism>).
2. 徳野貞雄, 2014, 「限界集落論から集落変容論へ」徳野貞雄・柏尾珠紀『T型集落点検とライフヒストリーでみえる家族・集落・女性の底力——限界集落論を超えて』農山漁村文化協会: 14-55.
3. 山本努, 2019, 「地域社会学入門／都市研究から」山本努編著『地域社会学入門——現代的課題との関りで』学文社: 1-38.

持続可能な「観光まちづくり」に関する調査研究 丹生川地区調査の中間報告 一地域性の観点から

藤岡 麻理子（國學院大學観光まちづくり学部）

1. はじめに

地域固有の歴史・文化・自然等の資源を活かし、持続的で魅力ある地域づくりを進めていくという考え方は今日、広く普及している。地域性に根ざした個性は、内外の人々を惹きつける力ともなる。

高山市ではこれまで、観光は歴史的町並みのエリアに過度に集中していたが、合併前の旧町村もそれぞれに異なる豊かな魅力をもつ。そうした魅力を含む地域性をその背景とともに検討することは、これからの地域像を描くうえで貴重な知見となる。本稿は、高山市と國學院大學による観光まちづくりに関する共同研究の一環として、地域性の観点から調査を行ってきた中間報告である。

2. 研究の方法

2.1. 対象地

対象地は高山市丹生川地区である。丹生川地区は旧高山市に隣接し、乗鞍岳を源とする荒城川と小八賀川沿いに古くから集落が発展している。田畑やハウス栽培の農村風景が広がるが、観光マップをみれば、観光資源としての地域資源は点的に認識されてきたにすぎないことが伺われる。

2.2. 研究の視点

地域社会の特性を捉えるひとつのアプローチ方法として文化的景観がある。文化財保護法に基づく文化財カテゴリーのひとつであり、人々がその土地の風土の中でどのように環境を住みこなしてきたかが現れた景観を指し、本質的に、地域の環境、社会、文化の持続性と密接に関わる。際立った特徴をもつとして重要文化的景観に選定された地域が現在 71 あるが、丹生川のような「ふつう」に見えるかもしれない農村風景も文化的景観の概念によって歴史や文化、自然、生活等に関わる特性を読むことができるのではないかと。丹生川では北方・法力地区が、特徴ある景観構造をもつとして、景観計画における景観形成重点地区に指定されているが、他地区にも各々の特性があるのではないかと。これがひとつの視点である。

丹生川地区の主たる生業のひとつが農業である。稲作は当初、平坦な土地が広がる西部で始まり、

諸技術の発達とともに、稲作が適さず、畑作や養蚕、林業等が営まれていた東部や開拓地へと広がっていった。その背景には水利の発達があったと考えられる。見る者をほっとさせるような農村風景の背景には、地形や環境の制約の中、その土地で暮らす知恵があり、水環境はそのひとつではないか。これがもうひとつの視点である。

以上の考えから、水環境、特に用水に着目し、丹生川の地域性を物語る要素を検討するための調査を行った。方法は、明治から大正期の字地図、現況地図の確認と踏査である。その過程では、市および地域の方から話を聞く機会も得た。

3. 水環境をめぐる地域資源

3.1. 事例調査の対象

『丹生川村史』には複数の用水に関し、記述がある。本稿では、同書で小八賀川筋の開発に決定的な役割を果たし、その開削前後では周辺の景観は全く異なっていたと推測されている若林用水、川から離れた集落の水環境、用水に関する地域資源、を事例調査として検討する。

3.2. 事例調査

3.2.1. 若林用水の景観

町方・坊方地区等を潤す用水である。整備、拡張されているが、一部空石積みが残し、用水に面して建つ家々の前には、水路に降りることのできる石段がみられる。地域の方によれば、昔は用水で野菜を洗い、乾かし、漬物づくりの準備をする風景が広がっていたという。一部は旧平湯街道と並行していたため、道祖神等の石仏も多くみられ



図1 若林用水と旧平湯街道



図2 中江用水と城山隧道



図3 板殿地区のため池と畑地の景観

る。拡幅時に用水沿いの植木が一部伐採されたというが、なお、家屋・植栽・水路・歩道・水田の関係性がある。字絵図にも、宅地の多くは用水・道路沿いに建っていたことが伺われる。旧国道、バイパスの整備が進む中で土地利用も変わった部分があるとのことであり、景観の変化も伺い知ることができる。今日の丹生川での移動は目的地の点と点を結ぶ移動であり、車で国道を走ることが一般的であろうが、用水は古道とともに土地の履歴をみるための軸として位置づけることができる。

3.2.2. 川から離れた集落の水環境

丹生川地区の集落の多くが川沿いに形成されている中、川から離れて立地する集落もある（板殿地区）。ここでもまた、用水やため池等の水利施設を用い、斜面地を利用した農耕が営まれている。

明治期に個人が私財を投じて開削した中江用水や1960年代に公共事業として整備された用水等が農地を潤す。斜面地には棚田や段畑が広がるが、地域の方によれば水田が開けたのは用水開削後という。私設の用水は集落での農業のために無償で提供され、集落で管理する形態がとられていると隧道脇の石碑に記されている。また、集落上方の山林との際にはため池が複数あり、下方の田畑に水を供給している。地形に合った水利とそれが生み出す景観としてみるることができる。



図4 上野平用水の隧道

3.2.3. 用水と土木遺産

1953年に完成した上野平用水は用水に適した勾配も考慮し、小八賀川上流から取水されており、延べ30kmに及ぶ。山林を抜ける隧道、道路と河川を横断するためのサイホン、水力発電所、既存の用水路との分水設備等があり、近世以前の用水とは異なる規模・技術をみることができる。用水建設事業にかかる記録は図面とともに残されており、土地開拓や農業技術の観点からの評価は進んでいると考えられる。しかし、台地であり稲作には適さなかった土地で農と暮らしとその風景が営まれるようになった基盤を構成する地域の資源としての評価は十分にはなされてこなかったのではないか。用水に関わる設備を土木に関わる地域の遺産として位置づけることもできると考えられる。

4. まとめ

日常の当たり前の風景を新たな視点でとらえ直し、新たな地域のすがたを探ることを目的に、水環境を切り口とした地域性の検討を試みてきた。この他にも、段丘に応じた水路のネットワーク等を字地図と現況から確認しており、土地の環境に応じた水利が明らかにみられた。用水に関しては、水の「路」として線的にみる視点、集落の骨格として面的にみる視点等、土地に合わせた捉え方があることも確認できた。こうした水環境とそれに伴う緑は、地域の風景を生み出すが、維持管理を要することからその持続性は地域社会の持続性に依存する。翻って、地域の未来を描くうえで、どのように地域が形成されてきたかの視点を欠くこともできない。引き続き、土地の履歴と地域の魅力について検討を重ね、地域の将来像といかに関連づけられるか、考えていきたい。

参考文献

1. 丹生川村史編集委員会編（2000・2002）『丹生川村史 通史編1・2』丹生川村

高山市における見守り・支援の担い手の現状と課題

二村央佑 福崎謙剛 梶翠希 樋浦伶 松原七海 西出百花 長坂歩
野村拓未 駒田成臣 眞井佳人 土井翼 莫易欽 (日本福祉大学社会福祉学部)

1. 研究の目的

従来から一人暮らし高齢者などの孤立が課題となっていたが、covid-19によって、より深刻化しているといわれている。孤立の防止には、地域住民による見守り・支援が重要である。このことから、本調査は、住民による見守り・支援の実態と課題を把握し、活動に取り組む住民を支援するための体制づくりを考えることを目的とする。

2. 研究の方法

花里地区、高根地区のまちづくり協議会、民生委員・児童委員、見守り推進員へのグループインタビュー

実施日 10月3日(月)・10月17日(月)

3. 調査結果

(1) 対象地域の概況

高根地区：人口 283 人 高齢者数 193 人
高齢化率 68.2%

民生委員 6 人 見守り推進員 11 人

花里地区：人口 5200 人 高齢者数 990 人
高齢化率 19%

民生委員 13 人 見守り推進員 12 人

(2) 高根地区

高根地区では、右上の図のように地域見守り推進員、民生委員、社会福祉協議会、関連機関の連携により、見守り支援を行っている。隔月地域ケア会議を行い、見守りの様子などを話し合っ情報共有している。

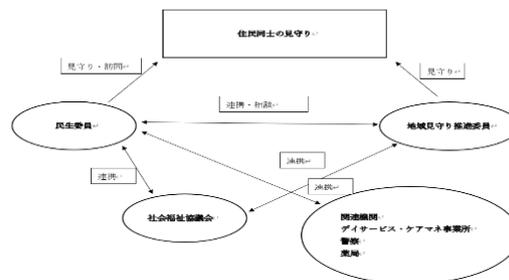


図1 高根地区見守り支援体制

このような体制の中で、命のバトンや日常の回覧板などでの訪問、声掛けを行っている。日常時の訪問や声掛けは、毎日のように顔を合わせコミュニケーションを図っている。電気のつけっぱなしやゴミが溜まっている様子が見られたら、民生委員が家に訪問し家の中の様子や本人の様子を観察し、様々な機関と連携しながら見守り支援につなげている。

高根地区では、他の地域と同様に covid-19 の影響を受けており、年 3 回ほど祭りを行っていたが、今は年 1 回しかできておらず、今までの行事が中止・延期になっている。少し covid-19 が落ち着いてきた現在のような状況であっても高根地区では行事の開催頻度が増えておらず、「covid-19」が行事を開催しないことの口実になっているという意見もある。また、住民同士のコミュニケーションの取り方も変化しており、対面できてきたことが Zoom や電話に置き換わっている。

(3) 花里地区

花里地区は、以下の図のように花里まちづくり協議会を中心として高山市や町内会、各団体と連携し様々な活動に取り組んでいる。花里まちづくり協議会は、『人の顔がわかる

『地域づくり』を基本方針とし、各町内会や地区各団体、協力 NPO 法人等々と連携・協力している。

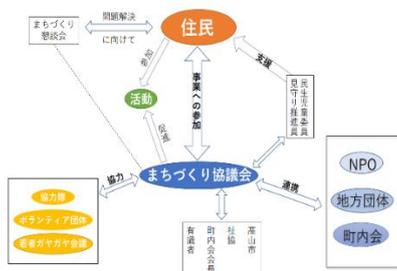


図2 花里地区見守り支援体制

見守り活動の内容は、ゴミ出しの確認や顔を合わせた時に声かけを行う、定期的な訪問で様子を伺うなどを行っている。COVID-19 が心配な時期では、訪問は控えて電話などで様子を訊ねている。基本的な活動として、声掛けや連絡を取るといったことを行っている。また心配な人には、COVID-19 の時期ではあったが月に1、2回の訪問を実施している。また住民の方から近隣住民に関する情報を得て見守りにつなげている。COVID-19 以前は、敬老会や寺子屋など多くの集まりがあったが、COVID-19 により行事が行えなくなった。そのため、交流の場が減り、見守り活動自体の規模が小さくなっている。

(4) 高山市社会福祉協議会

様々な機関が連携し合い、見守り支援を行っている。例えば、民生委員、見守り推進員が年に1回地域懇談会を行っており、高齢者の日頃の様子を共有している。警察署では、特殊詐欺被害防止研修会を開催したり、緊急時に連絡を取ったりしている。研修会では高齢者だけでなく、家族も参加することができる。ボランティア団体では経済的格差が広がらないようにフードバンクやマルシェなどを行っている。

社会福祉協議会は市民と機関をつなげる役

割がある。しかしあくまでも主体は住民であり、社会福祉協議会は基盤を作る機関である。地域の声に耳を傾け、ニーズを拾い上げることに力を入れる活動を行っている。

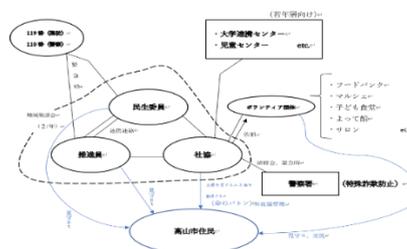


図3 高山市社会福祉協議会支援体制

4. 考察

現在の高山市の現状として、市内全体が十分に支援が行き届いていない地域もあり、顔の見える関係性ができている地域とできていない地域がある。この地域の違いとして2つ考える。一つ目は、町の規模の大きさが関係していると考えられる。社会福祉協議会は地域が主体としてまちづくりを行うための体制の基盤を作ったり整えたりしている。しかしCOVID-19 で十分に基盤を作ることができていないため、社会福祉協議会として繋がりが希薄にならないように基盤を作っていく必要があると考える。

二つ目は、住民同士の関わりの強さが関係していると考えられる。見守り推進員を順番に行うなどの住民が、地域に関われる機会を作ることにより、住民同士のつながりを強めれば、顔の見える関係に近づくのではないかと考える。また、花里地区では見守り推進員が人口の割合に対し少ないため、地域見守り推進員の人数を増やす、または見守り推進員、民生委員、町内会の役割を分担することが見守り推進員の業務を効率化させ、よりよい地域見守り活動が実現できると考える。

中部山岳国立公園の活性化におけるマーケティングの視点

～ 中部山岳国立公園南部地域におけるエリアセールス及びプロモーションの選択と課題 ～

山口 栞奈 大庭 孝斗 笠塚 遥仁（岐阜協立大学経営学部）

1. はじめに

中部山岳国立公園は、1934年12月に国立公園に指定され、その広さは約17万ヘクタールと国内で4番目の広さを有し、我が国を代表する山岳国立公園として位置づけられている。

環境省は2016年3月に政府がとりまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき、日本の国立公園を世界水準のデスティネーションとして上質化し、ブランド化を図る「国立公園満喫プロジェクト」を推進することとし、2021年度から2025年度までの5年間の具体的な行動計画が「中部山岳国立公園南部地域利用推進プログラム2025」として策定され、新たな中期計画へと移行している。「中部山岳国立公園南部地域利用推進プログラム2025」では、本地域の利用における課題をもとに、「17のプロジェクト」が定められており、その取り組み状況と課題が整理されていた。その中には「ブランディング」と「プロモーション」という項目が加わり、かつては本地域が特別な場所であるという価値を十分に伝えられていないという、ブランド構造上の課題があると指摘されていたためか、その点が重点施策として掲載されている。

2021年に実施した独自の調査では、中部山岳国立公園を訪れる観光客の割合は、外国人と日本人では60歳以上の高齢者が多い傾向が示されており、マーケティングの視座では来訪者の中核となるのは高齢者世代であるため、その世代をターゲット・マーケットとしていく必要がある。中部山岳国立公園南部地域利用推進協議会がまとめた課題には「認知度」についての項目は見当たらないが、昨年の調査で、地元の方々への聞き取り調査やアンケート調査により認知度の低さが課題として明確となった。今年度も項目を増やし、インターネットを通じたアンケートと現地による訪問客への聞き取り調査を行った結果、中部山岳国立公園の認知度調査項目では、昨年の調査で62%、今年の調査では80%がその存在を「知らない」と回答しており、改めて認知度の低さが明らかとなった。また、「知っている」と回答した人を対象に「どこで知ったか」という問いでは、約30%が家族・知人の紹介となっており、次にインターネット検索、テレビと続いた。一方でチラシ、ポスター、SNSでは認知されておらず、現状では自

発的に発信したものでは認知されていない。

アンケート調査にて「中部山岳国立公園」を認知した人に対し「訪れてみたいか」という質問をしたところ約70%もの人が「はい」と回答しており、認知度の向上が来訪者の増加に直結すると予想される。そこで本研究の目的は、中部山岳国立公園南部地域によって整理された利用推進における課題の中で、特に利用実態の把握、認知度向上・プロモーション・情報発信の拡大といった項目に着目し、交流人口の促進と有効なマーケティング戦略の方向性を探るものである。

2. 現状

これまで中部山岳国立公園の認知率向上のための広報として「テレビ、雑誌、ラジオ、インターネットの検索、旅行サイト、チラシ、ポスター、SNS・ブログ、家族・知人の紹介」などが行われている。これらの現在中部山岳国立公園が行ってきた広報施策では、活動的で家族単位で行動する40歳代以上には約30%程度しか認知されていない。

また、「認知情報源はどこか」のデータでは、「家族・知人の紹介」が最も多く、29%となっている。次いで「テレビ」の16%、「インターネット検索」が17%、「雑誌」13%、「旅行サイト」11%、「SNS・ブログ」6%という順である。

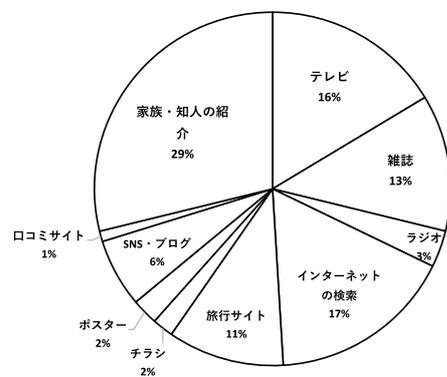


図1 中部山岳国立公園の認知情報源

さらに、中部山岳国立公園の認知度では、「知らない」としたのは80%であり、「訪れたことはない」とするのは82%という結果をみると、そもそも存在

を認知されておらず、訪問体験も 20%しかないという結果であった。

昨年のデータでも同様の結果が出ており、現状における宣伝告知の手法では、訴求力をもたらす効果は低いといえる。

3. マーケティング戦略

マーケティングの効果を正しく求めるには、一般的に「製品・場所・プロモーション・価格」の設定が重要な手段となると考えられる。それら手段を別々のものとして追求するのではなく、各ファクターを全体として考え、全体効果を得ることにマーケティング戦略の意義がある。つまり、市場や競争者といった環境の動態を考慮しながら最適の構成を得ることによってマーケティング目標を効果的に達成することができる。また、これらの機能すべてがマーケティング戦略を立案する際に考慮され、国立公園エリアや付帯サービスなどの効果的・効率的な交流促進に必要な戦略を創り出すためにミックスされなければならない。また「プロモーション」は、消費者や自社製品に対する認知を高めたり、好意的な意識変化や実際の購買につなげたりすることを目的とした一連の活動であり、「①広告宣伝」、「②広報・PR」、「③人的販売」、「④セールス・プロモーション（SP）」の4つの取り組みからなっている。広告宣伝は、テレビ、ラジオ、新聞の3マス媒体や雑誌、インターネットなどを通じて行うプロモーション手法であるが、基本的には「ターゲット」の設定が求められるものであり、単独の手法で全ての市場に訴求させることは困難である。仮にターゲットが市場全体である場合には、それぞれの特性に応じた対応が必要である。また、日常生活のなかで目に留めてもらうためには、「いつ」、「どこに」広告を出すかといった、媒体選択や掲載タイミングの選択も極めて重要である。この「ターゲット」に多く着目してもらうためには、ターゲットの行動や嗜好などを深く理解することが重要であり、表現・メッセージの内容によっても対象者（ターゲット）の反応は異なるため、広告表現にも十分な検討が求められる。

4. 世代別の特性と戦略

世代別の特性をみると、40歳代の認知率は36%であり、「知らない」が大きく上回るが、50歳代では逆転し、認知割合は64%と過半数が認知している。そして60歳代となると83%が認知している。さらに70歳代でも82%と高い認知率であった。

これらから、現代のマーケティング手法の主力となっているインターネットの活用は、困難であり、テ

レビや新聞などのマス媒体が主戦力となる可能性が高い。マス媒体は多額のコストを必要とするだけでなく、効果測定も難しく、現代では敬遠されがちであるが、それらの活用も有効な手段となる。これらの調査結果から、高齢者ほど認知率が高いため、中高年40歳以上の市場の名古屋、富山、岐阜を中心としたエリアを重点エリアとし、新聞やテレビなどのパブリシティなどを多用していくことも効果的である。さらには、バスツアーの商品化、鉄道会社のツアー商品化などが有用である。若年層は、育成層として、全く異なるアプローチを必要としている。

世代別のマーケティング戦略を立案し、それぞれに訴求力の高いアプローチ手法が必要である。

5. まとめ

20代～40代には、インターネットの活用によるデジタルマーケティングを推進していくことが効果的である。「スマートフォンの所有状況」によると、2021年9月時点でのスマートフォン所有率は86.9%で、増加傾向にある。また年代別所有率は10～20代で約98%、30～50代で9割前後、70代で8割弱である。総務省の調査によると令和2年のSNS国内利用率は73.8%で、20代では90.4%となっている。このように、SNSがもたらす影響力は大きく、効果的なSNSマーケティングの実現によって、集客や売上の向上が期待できるといえる。現代では高齢者を一括りにするのではなく、さらに、全体の20%を占め、660万人ともいわれるボリュームゾーンの「パッシブシニア」、在宅志向が強く頻繁に出かけないといわれる「ノンアクティブシニア」、65歳～75歳で自由時間と資産にも余裕があり、独自の価値観で主体的に趣味や様々な活動に取り組む元気な層である「アクティブシニア」などに細分化し、対応していく必要がある。こうした「アクティブシニア」にアプローチする方法は、マス媒体を活用するほか、資産家、シニア定期購読者、年間5回以上旅行に行かれる方向け会員誌、フリーマガジン、病院内広告などの店舗内広告などのシニア媒体の活用が有効であるとされている。

このように各世代別のアプローチを必要としており、若年層には育成世代として、後の見込み客へと育成していくプラットフォームが必要である。また、シニア層（高齢者層）には旅行プランの質が高く、既存顧客に対して約300万部の自社媒体を発行するなどしている高いリピート率を誇る「クラブツーリズム」などへの掲載やマス媒体を活用するマーケティングが求められる。

中部山岳国立公園エリアの活性化に資する高山本線の活用可能性の研究

西山 敏樹 田中 晴美 安藤 貢 小林 隼世 高橋 秀明
(東京都市大学大学院環境情報学研究科)

1. はじめに

飛騨地域への公共交通でのアプローチとしてはJR高山本線の利用が最も有力である。名古屋・岐阜との間に1時間1本程度の特急が確保されており、京都・大阪・富山への直通便もある。一方で、高山本線の主な運行を担うJR東海は、特別な観光列車は殆ど投入しておらず、都市間輸送の特急「ひだ」の運行に終始している。高山本線の富山側や京都・大阪側を担うJR西日本は、観光列車、すなわち乗りたくなる列車の投入に積極的である。以上から、観光客の中には、高山本線はつまらないという声も根強くある。筆者は岐阜県、高山市と飛騨高山観光コンベンション協会にヒヤリング調査を行い、高山本線沿線でのフィールドワークを交え中部山岳国立公園エリアの活性化に資する高山本線の活用可能性について、研究した。

2. ヒヤリング調査の経過と結果

筆者は2022年8月23日に飛騨高山観光コンベンション協会、高山市の都市計画課、観光課へヒヤリング調査を行った。同年10月24日に岐阜県公共交通課、観光誘客推進課にヒヤリング調査を行った。上記の調査結果はつぎのようになった。

・高山本線の現状の問題点はどのようなことか

JRが単線のままで速度は決して早くない。すれ違い等で時間短縮も実現し難い。対東京では高山の住民も名古屋回りを遅く感じている。対東京については、富山廻りアクセスのブランディングが必要である。北陸新幹線が開通し東京アクセスは富山廻りの方が早い時間帯もある。気分的に在来線区間が短い富山廻りの方が良い、との声もある。

富山直通の「ひだ」が永らく1日4往復のまま変わらないのも問題である。猪谷で会社が変わるのが問題で、高山-富山間のアクセスが良くない。会社が違い普通列車の乗り換え抵抗も大きいままである。直通列車で富山-高山を結ぶ意義があるし、直通希望も多い。JR西日本かJR東海に高山本線の運行会社を統一するのも、一つの考え方である。富山との観光ネットワークを強くするのもあり。新しい道路も出来て、富山との関係も深く出来そうな機運である。鉄道での高山~富山間の直

通要望も考慮し、高山市民へ北陸(富山)を一層見させて、鉄道と道路で富山を意識させる雰囲気作りも必要である。そして「飛騨は富山廻り」のブランディングを行うことが、今後は期待される。

・高山本線の今後の展開に期待することはどのようなことか(運行担当 JR2社に対する高山本線関連の要望について、Withコロナ/Afterコロナを見据えたこれからの高山本線への期待について)

主に高山本線を担当するJR東海もイベント性の高い列車を考える担当者が、これまでもいた。JRを使い飛騨にきたい、と思わせる観光用車輛に期待する声もある。高山本線の歴史を振り返ると、時間短縮や電化ばかりに飛騨エリアの目が向いてしまったことは反省材料である。観光地故に来てもらうことが目的になり、まちには降りてほしい。乗って満足、完結してしまう観光車輛は未知数である。むしろ飛騨地域との連続性があり、向かう・降りるきっかけになる列車こそが、今後は必要である。その意味では、地元の食を愉しめ飛騨地域でさらに食を味わう楽しみが増すようなマルシェ車輛、高山の匠の技を色々と楽しめる文化的車輛等は一案となる。イベントに臨機応変な対応が可能な多目的観光車輛を導入することも、今後は期待される。時間はかかるかもしれないが、飛騨地域での楽しい滞在につながり、わくわくさせる列車や高山で降りたくなるきっかけになる車輛がキーワードになる。引退するワイドビュー車輛を活かすアイデアもあり、今後の実現を期待する。

急行「ぬくもり飛騨路」のようなワイドビュー車輛を活用した列車はある。車内ではおみやげを提供していたが、コロナ禍で休止している。沿線自治体及びJR東海の協働事業で、一定の集客も出来ていた。やはりこうした取り組みを見ていると、実際の飛騨の観光地につながる特別観光車輛があれば良いと感じる。インバウンド需要も今後戻る筈で、観光商品化にもつなげることが出来る。

観光の現場でお金を落としてほしいという声はやむなく地域に存在する。地域通貨のさるぼぼコインを鉄道車輛内でチャージすることで更なるお得感を付与し、旺盛な地域経済活動を喚起する考え方もある。地域通貨との連携も一策ではある。



図1 JR東日本が運行する観光列車「B. B. BASE」

また、飛騨でのアクティビティを考慮すると自転車やキャンプ用の大きな荷物を運べるような車両、つまり荷物スペースを大きく確保した車両は、高山本線にも必要である。今後は、フリースペースの多い車両を計画してほしい。フリースペースは、客層によってイベントにも活用出来、集客にも利用可である。山登りの人も多く、客層へ柔軟に対応出来る車両も希望したい。

時間帯による料金割引等も柔軟に行い、高価な鉄道運賃を高速バスのように弾力的に決めていく(日や時間帯により、値段を高くしたり安くしたりする)ことも希望したい。それにより集客が望める部分もある。しかし、高山本線を担当する会社が猪谷で分かれ、JR東海とJR西日本の間でも調整がとりにくい現状があり、改めて改善を希望する。

・高山本線の活性化に向けて出してきた意見等

やはり、「列車を愉しむ」という視点がこれまでは抜けており、これは改めて訴えていく必要性が生じている。併せて、インターネット等が苦手な方々のための宿の予約サポート、各種観光施設の電話予約のサポート、観光案内等を担えるアテンダントを一部区間だけでも乗せてはどうかというアイデアを出したこともある。飛騨地域の語り部を載せる等のアイデアも、出したことがある。

高山まで JR で来るとあとは奥飛騨方面の観光路線バス・タクシーの利用になる。JR と路線バスや JR とタクシーの連携みたいなものがなくその連携は今後必要である。さるぼぼコインとの連携でお得に移動出来るシナリオも描ける。高齢者が行ける雰囲気づくりも改めて必要でバリアフリーや、ユニヴァーサルデザインの推進も必要である。

3. 高山本線活性化を伴う地域活性化のシナリオ

上記の関係各機関への調査に基づき、高山本線



図2 高山本線×さるぼぼコインの観光デザイン

への観光列車投入のニーズは大変高い。自転車や登山、キャンプ等、飛騨地域ならではのアクティビティも考慮した観光車両が望ましい。例えばそうしたアウトドアに向けた観光列車としてはJR東日本「B. B. BASE」がある(図1)。自転車の利用者を主な対象者としているが、アウトドアの観光に向く仕様である。フリースペースの車両もあり柔軟性もある。参考にすべき観光車両である。

こうした観光列車内で、飛騨での観光に連続性のある食サービス、文化を知らせるサービス等を展開することが望ましい。コンシェルジュも乗せ、高齢観光者等の支援をすることが望ましい。

筆者は、観光を中心とした高山本線の地域活性化策として、関係各機関のヒヤリング結果も参考に、「高山本線*地域通貨」での活性化モデルを図2のように整理して提案する。観光列車や特急「ひだ」等の車内で、地域通貨のさるぼぼコインをチャージしてもらい、高山本線チャージ特典を用意する。これにより、飛騨地域に降り立った時の旺盛な経済活動を喚起できる。また路線バスやタクシーの連続利用で運賃を低減することで観光支援になる。図2にあるような電動ミニ乗合車両は観光支援サービスのアイデアである。こうした車両が、公共交通利用支援の点で鉄道利用者が安く利用できるようにする事も、効果的である。

4. おわりに

今回の調査研究では、高山本線への観光列車の投入ニーズが明らかになった。そうしたハード面と共に、さるぼぼコインを活用したソフト的観光客支援のシナリオも提案した。こうしたハードとソフトの提案が一体化することで、飛騨エリアが望む「地域内での旺盛な経済活動」が生まれると考えている。鉄道は、線路があれば走れるという魅力もある。観光列車は、高山と各地を結ぶクルーズトレインにもなり、今後の実現が期待される。

「松本高山 Big Bridge」内における観光プログラムの提案 ～自然に寄り添う秘密基地 松本高山エコグランピング～

代表者 秋庭 光希（文教大学国際学部国際観光学科3年）

1. はじめに

中部山岳国立公園エリアの活性化を考える中で、中部山岳国立公園を間に挟み松本市街と高山市街をつなぐ「Big Bridge」という観光圏の構想があること分かった。松本と高山を繋ぐこのエリアは、通過するルートとして利用されることが多い。また、上高地や平湯温泉など、各所に観光地が点在しており、点ごとの観光になってしまっている。そのため、このエリアに観光客を滞在させることで、Big Bridge 構想で考えられているような観光圏を創造することができ、観光を面で捉えることが可能になると考えた。さらに、このプログラムによって、松本市高山市全域の観光促進にも繋がると考えた。

2. 調査

2.1. アンケート調査

この構想が実現したとき、主な発地となる首都圏に住む若年層は、どんなことを期待するだろうか。このことを知るため、大学に通う学生を対象に、松本高山 Big bridge 構想についての印象と、旅行に対する意識についてのアンケート調査を行った。アンケートは Google Form を用い、9月26日から10月11日までに首都圏内6つの大学の学生から回答を得た。回答は214件集まった。回答者属性は以下の通りである。

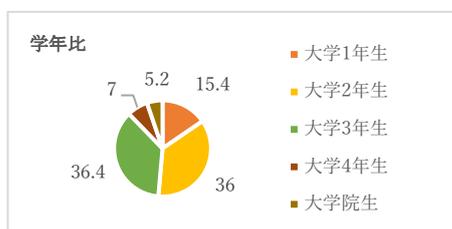


図1 学年毎のパーセンテージ

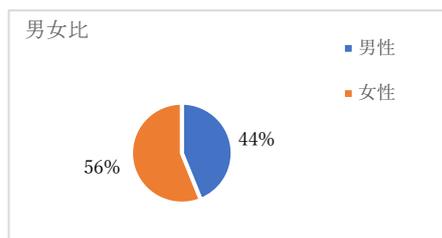


図2 性別におけるパーセンテージ

明らかになったのは下記の点である。

- Big Bridge 構想内で行きたいところとして、松本、高山、上高地の三か所に票が集まった。
- 槍穂高、乗鞍岳、乗鞍高原、新穂高などの山岳部よりも白骨、平湯、沢渡などの温泉地域の方が行ってみたいところとして挙げられた。その理由として、自然や景色を楽しみたい、歴史に興味があるなどが多く挙げられていた。
- アクティビティとしては、川下りやジップライン、サイクリングが人気。
- Big Bridge 構想で挙げられているプログラムでは、温泉地を拠点とした魅力的な体験プログラムの開発の注目度が高かった。
- 観光地に求めるものとしてはグルメという回答が最も多かった。そのほかには、自然や景色、温泉など、癒しを求めている人が多い。
- 再訪したいと思う理由としては、その土地ならではの経験や食事などと出会ったときという回答がほとんどであった。なお地域の人との関わりが生まれることで「また来たい」と感じる人も多い。
- 観光についての情報収集方法として、Instagram が最も多く、ついで YouTube やホームページが多い。

2.1.1. 考察

若年層には自然を感じられるアクティビティや温泉に入りたいという欲求が高い。

2.2. 現地調査

10月1日（土）から2日（日）にかけて、松本高山 Big Bridge 内（風穴の里、上高地、新穂高ロープウェイ）での現地調査を行った。

明らかになったのは以下の点である。

- マイカー規制があるところにはしっかりと移動手段が確保されているが学生にはやや高い
- 拠点が離れており、1日に何か所も観光地を巡ることはできない。
- 高山市内や上高地には外国人の方も多く訪れているように感じた。
- 若い世代の観光客は少なかったように感じた。

2.2.1. 考察

若い世代が少ない要因は高山市・松本市は内陸部にあり、自動車が最も主要な交通手段であることから、車移動が難しい若年層にとって足を運びにくいのではないだろうか。

2.3. ヒアリング

現地調査後、一般社団法人松本アルプス山岳郷の代表理事である齋藤元紀氏へZoomでのヒアリングを行った。ビッグブリッジ内での観光の在り方や、観光客の特徴などについて詳しいお話をうかがった。

明らかになったのは以下の点である。

- ・長期滞在を目指しているため、少ない観光客でお金を落としてもらうことを目指している（富裕層向け）。
- ・自然を保護したり整備したりすることで環境を保っている。
- ・富裕層は民家に泊まりたい。
- ・ヨーロッパの観光地の在り方として、観光地が課題を隠すのではなく見せるという方法で、旅行者に環境理解を促進させている。
- ・旅の思い出は、時間がたつにつれて幸福度が高まるものである。
- ・若者の温泉利用率は低い。
- ・温泉客の客層は平均して50～60代が多い。
- ・観光客の目的として第一に自然、そして四季がある。朝昼夜の見え方や天候によって、自然の風景が変化し、一期一会である。自然に飽きることはない。

2.3.1. 考察

首都圏の大学生には移動費が負担になっているが、現地には客単価を上げたいという思いがあるのではないだろうか。

3. 提案

筆者らはアンケート調査、現地調査、現地の方へのヒアリング結果から、エコツアーとセットとなったグランピングプログラムを提案する。ビッグブリッジ内には温泉や自然を楽しむスポットが多くあるため、その地域でグランピングプログラムを行うことで、観光客の環境に対する理解も高めることができるのではないかと考えた。

- ・グランピングの建設地として、平湯キャンプ場周辺が適しているのではないかと考えた。その

理由として、十分なスペースを確保できること、高山市街地や上高地、乗鞍高原など、主要な観光地へのアクセスが良いという点が挙げられる。また、アンケートの結果より、温泉を楽しみたいという意見も見られたため、近くに平湯温泉があるという点も挙げられる。

- ・グランピングの施設の宿泊施設はコテージとガラスドーム付きの二つのタイプを考えた。コテージについては、飛騨高山が古くから林業が盛んであったという点から、飛騨高山の木材を使用したものとする。また、ガラスドーム付きについては、寝室をガラスドームとすることで、星空を楽しむことができるものとする。

4. まとめ

高山・松本間 Big bridge 構想を利用した旅行を通して、この観光圏の自然を楽しみつつ環境理解を深めることができるだろう。

5. 謝辞

アンケートにご協力いただきました東京大学、東京都立大学、立教大学、東洋大学、筑波大学、杏林大学、文教大学の先生及び学生の皆様に感謝申し上げます。

そして一般社団法人松本アルプス山岳郷の代表理事である齋藤元紀様に、ヒアリングでは多くのご多言、激励をいただきました。厚く御礼申し上げます。

参考文献

1. 松本高山 Big Bridge Project
https://chubusangaku.jp/bigbridge_project
2. National Parks of Japan 「中部山岳国立公園」
https://nationalparks.goldwin.co.jp/story/chubusangaku/?fbclid=IwAR1qUESrtmzpMU07rCPrjCMW61bkezLMF48VC_g0vtVjHhx8pnLxZfeUJ0c

高校生×商店街 経営改善プロジェクト 【発表用資料抜粋】

岐阜県立飛騨高山高等学校 商業研究部

飛騨高山高校 商業研究部
今年度の活動について

1

本日の発表内容

- ①高校生×商店街
経営改善プロジェクト
- ②前年度からの継続活動

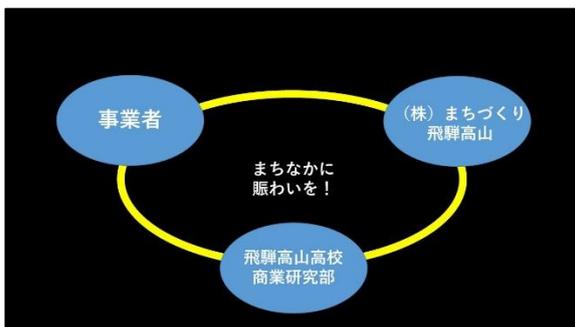
2

①高校生×商店街
経営改善プロジェクト

3



4



5

②前年度からの継続活動

6

商品開発（雪国ぶどう）




飛騨高山高校商業研究部×高山プリン亭

7

商品開発（山椒入りチョコレート味噌煎餅）




飛騨高山高校商業研究部×飛騨山椒×井之廣製菓舗

8

【飛騨高山高等学校 パネル】

飛騨山椒 × 井之廣製菓舗 × 飛騨高山高校商業研究部





私たち飛騨高山高校商業研究部では、地元飛騨山椒の活性化を目標とし活動に取り組んでいます。今年度は、飛騨山椒と井之廣製菓舗のご協力のもと、新たな商品開発を目指し研究に動んでまいりました。中部山岳エリア内の特産品である飛騨山椒と、飛騨古川の老舗製菓店である井之廣製菓舗の味噌煎餅を生かした「飛騨山椒入りチョコレート味噌煎餅」が完成しました。山椒の風味とチョコレートのかかった味噌煎餅の個性がとてもよい仕上がりになっています。文化祭で販売しますので、ぜひご賞味ください。



飛騨山椒 × 井之廣製菓舗 飛騨高山高校商業研究部

私たち飛騨高山高校商業研究部では、地元飛騨の活性化を目標とし活動に取り組んでいます。今年度は、飛騨山椒と井之廣製菓舗のご協力のもと、新たな商品開発を目指し研究に動んでまいりました。その結果、中部山岳エリア内の特産品である飛騨山椒と、飛騨古川の老舗製菓店である井之廣製菓舗の味噌煎餅を生かした「飛騨山椒入りチョコレート味噌煎餅」が完成しました。山椒の風味とチョコレートのかかった味噌煎餅の個性がとてもよい仕上がりになっています。文化祭で販売しますので、ぜひご賞味ください。

飛騨山椒の特徴は・・・

- ★一握ずつ手作業で収穫！
- ★種干しと天日干しに時間をかける！
- ★香り・辛さ・しびれのバランスが最高！
- ★柑橘系の香りが強い！

—他、の山椒よりも優れた商品—




井之廣製菓舗 × 飛騨山椒





今後は、井之廣製菓舗と飛騨山椒の協力のもと、新たな商品の開発・研究を進めてまいります。山椒の威力が最大限に引き出せるように、随で一丸となり新しい山椒の味噌煎餅の商品開発を実現し、文化祭で販売できることをとでもうれしく思っています。たくさんの方にこの商品を知ってもらうために、今後はPR活動に取り組んでいきます。

ヘルスツーリズムによる福地温泉観光促進

松本 大輝 江戸 咲良 (名古屋外国語大学 国際教養学科)

1. はじめに

福地温泉は自然に囲まれた場所に位置し、古風な雰囲気を残す温泉地である。その温泉や自然は数多くの観光客を魅了している。そこで、それらの特徴を生かしつつ、より健康を意識した観光地づくりをすることで、「ヘルスツーリズムの福地温泉」を定着させて観光促進を図る。

2. ヘルスツーリズムとは

ヘルスツーリズムとは、国連世界観光機関で「健康維持に関する養生法、エクササイズや食事管理、各種療法、医療サービスを通して、肉体的、精神的に良好な状態に改善することを主要な目的としたリゾートディステーションへの転地やヘルスパ旅行」と定義付けられ、日本では観光立国推進基本計画(2007年)において「自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する観光形態」(国立大学法人琉球大学ウェルネス研究分野 n. d.) と定義されている。

3. 現地調査からみる福地温泉の実態

2022年9月3日から10月10日にかけて、福地温泉訪問者の観光意識・動向について、現地での街頭調査及び、福地温泉にある11軒の宿泊施設で留置調査を実施した。留置調査の回答数は254件で、うち有効回答数は185件であった(有効回答率72.8%)。調査結果では、福地温泉宿泊者について以下の項目の傾向がより顕著に表れていた。

- ①50代をピークとして40代~60代の範囲が多い。
- ②居住地は、愛知、岐阜だけで46%と際立って多く、中部地方(愛知、岐阜、静岡、長野、富山、石川、福井)で見ると、約66%である。
- ③訪問目的は「温泉・保養」が一番多い。
- ④福地温泉の魅力の一番は「温泉」、次に「街や自然などの景観」となる。

これらを踏まえて、特に近隣県に住む中高年(40代~60代)をメインターゲットとした観光促進の方策を考える。

4. 現代社会の状況

内閣府によると、2021年の総人口に占める高齢者の割合は28.9%となった。高齢になるほど健康に対する関心は高くなり、健康のための投資意欲が高まる。また高齢者は日々の自由な時間を如何に満喫できるかについての関心が高い(前田2013)。これらのことから、今後の高齢化社会を意識した観光施策を講じることには意義がある。

また、株式会社インテージが2021年に実施したストレス実態の調査によると、コロナ禍の現在、ストレスを「よく感じる」人を年代別に見ると50代が一番多く、コロナ前の2019年に比べ2.4倍と伸び率も最も高かった(株式会社インテージ2021)。つまり50代は仕事疲れやコロナの影響で最もストレスを抱えていると思われるので、彼らのストレス解消に繋がる施策も効果的である。

5. 福地温泉におけるヘルスツーリズム

福地温泉におけるヘルスツーリズムを考えるうえで重要な要素は、温泉・自然・運動である。これらは健康面での効果が高いとされており、温泉・自然に関しては福地温泉の強みでもある。そこで、この強みに、ヘルスツーリズムで重要な要素である「運動」も加えた「温泉」・「自然」・「運動」を三本柱として、それぞれのかけ合わせによるヘルスツーリズムを提案する。

5.1. 「温泉×自然」による「畳敷き風呂」

福地温泉では、どの宿にも自然に囲まれた露天風呂があるので、温泉や自然による健康効果を得ることができ、大きな魅力である。しかし、その魅力をさらに増強するために「畳敷き風呂」を提案する。畳敷き風呂とは、一般的にはタイルや石など硬い素材が使われている浴室の床に畳を敷き詰めた風呂のことである。畳には特殊な加工が施されており、畳上でお湯が溢れかえることや、腐食して不衛生な状態になることはない。畳敷き風呂は風情ある趣があり、福地温泉の落ち着いた雰囲気にも調和すると思われる。したがって、入浴者が自然のぬくもりや柔らかさをより感じ、癒され

ることが期待できる。また、高齢化社会を意識したバリアフリーの点から見ても、滑りづらく怪我しにくい畳は最適である。加えて、この風呂は日本文化を最大限に堪能できる場として国内からの観光客はもちろん、海外からの観光客にもとても魅力的に映るのではないだろうか。

5.2. 「温泉×運動」による“温泉水中ウォーキング”

温泉と運動のかけ合わせによるヘルスツーリズムとしては、「温泉水中ウォーキング」を提案する。水中運動は身体への衝撃が少なく、トレーニング効果も期待でき、持病がある人や高齢者であっても行える運動である。水中ウォーキング施設は日本中に存在するが、温泉を用いている場所はそれほど多くない。また、その施設のほとんどが一般的なプール造りやタイル張りで作られている。そこで、福地温泉では景観を壊さないように、木や石を基調とした温泉水中ウォーキングができる場を設けてみてはどうだろうか。他施設との差別化をしつつ、温泉の効能を感じながら軽い運動が行えるので、ヘルスツーリズムに最適であると言えるだろう。

5.3. 「運動×自然」による“福地温泉周遊ウォーキング” & “福地山トレッキング”

運動と自然のかけ合わせでは、福地温泉の資源を生かした「福地温泉周遊ウォーキング」と「福地山トレッキング」を提案する。歩行と自然はともに健康効果が高いのでヘルスツーリズムに最適である。「福地温泉周遊ウォーキング」では、福地温泉の宿が短距離の間にまとまっている地形を生かして、せせらぎの小径など、福地温泉全体を巡りながら自然を直接感じてウォーキングする。福地温泉バス停横から伸びる福地山の山道を登る「福地山トレッキング」は、既にそれ目当てで来る観光客も多い。しかし、これらを実行するうえで改善すべき部分は、道の整備、看板設置、入浴手形の復活である。本調査では、「せせらぎの小径の道のりが分からずやめてしまった」といった意見や「福地山の入り口が分かりにくい」という意見が見受けられた。よって、せせらぎの小径や福地山山道の整備、特に入り口を整備して明確化する試みが必要である。加えて、ルート上には、「〇〇メートル歩行達成！」などのような看板があれば、

道案内にもなり、健康目的で歩く人のがんばりを“見える化”することにもなり、モチベーション向上の手助けに繋がるのではないだろうか。それに付随して、福地温泉を巡るうえで入浴手形も復活させれば、さらに健康効果と観光客の満足度は向上すると考えられる。

このように、「福地温泉周遊ウォーキング」と「福地山トレッキング」の両方を推し進めることで、観光客は各個人の運動レベルにあった選択を行えるだろう。

6. まとめ

「ヘルスツーリズムの福地温泉」を目指すためには、「温泉」・「自然」・「運動」の3要素を意識しながら活用することが重要である。本調査の結果を踏まえると、近隣の社会人が週末や連休時に気軽に訪れて疲れを癒せるような環境や、高齢者が魅力的に感じる環境づくりが必要である。それらを満たすことができれば、福地温泉訪問者の満足度や観光地としての魅力は向上し、さらに多くの観光客を呼び込めると考えられる。

参考文献

1. 株式会社インテージ[2021]「働く50代、ストレスを「よく感じる」人はコロナ禍前の2.4倍～ビジネスパーソンの6割がストレスを感じている～」
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000133.000036691.html>
(最終閲覧日：2022年11月7日)
2. 国立大学法人琉球大学 ウェルネス研究分野 [n. d.] 「ヘルスツーリズムとは」
<https://health-tourism.skr.u-ryukyu.ac.jp/health-tourism>
(最終閲覧日：2022年11月5日)
3. 内閣府[2022]「令和4年版高齢社会白書」
https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2022/html/zenbun/s1_1_1.html
(最終閲覧日：2022年11月5日)
4. 前田展弘[2013]「高齢者市場開拓の視点～100兆円市場が求める商品サービスとは」
<https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=40469?site=nli>
(最終閲覧日：2022年11月7日)

奥飛騨温泉郷における学生インターンシップ制度

酒井 春菜 滝浪 香織 古川 愛菜 (名古屋外国語大学国際教養学科)

1. はじめに

奥飛騨温泉郷の平湯温泉では、インバウンド観光客の増加をめざした新たな取組みは余り行っておらず、その理由として、約20%の旅館が人手不足を挙げている(名古屋外国語大学2021)。それゆえ、人手不足の解消は、インバウンド観光も視野に入れた奥飛騨温泉郷地域の観光促進に寄与すると考える。

そこで、本論では、観光に関心を持つ学生を呼び込む学生インターンシップ制度の導入を提案することで、奥飛騨温泉郷地域の人材確保・育成をめざす。

2. 現地調査

調査期間:

2022年9月9日(金)～11日(日)

調査対象:

事前調査で「学生インターンシップ制度に興味関心がある」と回答した奥飛騨温泉郷の平湯温泉の宿泊施設9軒、福地温泉の全宿泊施設11軒(計20軒)

調査方法:

聞き取り

調査結果:

対象の20軒の旅館の客室数の中央値より「大きい旅館」と「小さい旅館」にわけて分析を行った。その結果、「大きい旅館」10軒は全て、労力面(注1)や食事面、宿泊面の3つの項目からインターン生の受け入れが可能であると回答した。

一方、「小さい旅館」10軒のうち3軒が3つの項目のうちいずれかで受け入れ態勢が整っていないと回答した。また、今までに日本人及び外国人のインターン生を受け入れたことがある旅館は4軒であり、そのうちの3軒は「大きい旅館」であった。

以上から、学生インターンシップの受け入れ経

験のある旅館は少ないが、受け入れ態勢が整っている旅館は多いことがわかった。また、受け入れ態勢が整っていない旅館でも学生インターンシップ制度に興味を示していることも明らかとなった。

さらに、聞き取りを行う中で、旅館側は学生が旅館の通常業務をこなし、一従業員としての働きを担うことを求めていることが判明した。加えて、学生に旅館のホスピタリティやマネジメントについて理解してもらうことも望んでいる。

3. 学生インターンシップ制度について

3.1. 制度の利点

旅館側の利点:

学生のインターンシップを受け入れることで、人手不足の問題に短期的にも長期的にも対処できる。短期的には、人手が特に足りない農繁期に学生を受け入れ、手薄な業務をカバーできる。

長期的には、そのインターン生がそのままインターンシップ先に就職する可能性が考えられる。インターンシップに参加することで、学生のインターンシップ先への入社意欲や旅館業界への興味が高まる。(パーソナル総合研究所2019)

よって、将来の人材確保の手段としてもインターンシップ制度が旅館にもたらす有効性は大きいと期待できる。

学生側の利点:

利点として2点挙げられる。

1つ目は学生各人が学んでいる専門分野の強みを業務に活かすことができるという点である。例えば、外国語系の大学であれば外国人観光客への対応、経営や経済系であればマネジメント、観光系であればおもてなしや接客など、それぞれのインターン生の特性を旅館の業務に活かすことができる。

2つ目は、インターンシップを通じて、学生が奥飛騨温泉郷地域の特性を知ることができるという点である。様々な背景を持つ学生が奥飛騨温泉郷地域の特性を知ることによって、新しい視点からのアプローチ方法を考えることができる。それは、旅館側に新たな企画提案をするという副産物ももたらす。

3.2. 学生インターンシップ制度のパイロット事業

まず、試験的に、調査を実施した平湯温泉及び福地温泉の旅館の中で受け入れ態勢が整っている旅館と名古屋外国語大学との間で学生インターンシップ制度を試行する。

受け入れ人数：

- ・各旅館の希望に沿う

受け入れ期間：

- ・学生の夏休み

受け入れ条件：

- ・宿泊場所・食事の提供及び初日と最終日の交通費支援が可能な旅館

学生に期待すること：

- ・通常業務を行うこと
- ・語学力を活かすこと

(外国人観光客への対応や通訳、ガイドの役割等)

4. 今後の展望

パイロット事業の結果と教訓をもとに、奥飛騨温泉郷に大学連携の学生インターンシップ制度を設立する。このようなインターンシップ制度を導入することで、全国の学生に奥飛騨温泉郷地域と旅館業について知ってもらうきっかけが増え、人材確保・育成に結びつくことが期待される。

さらに、人手不足を解消することは旅館が新たな企画を行い、インバウンドを含めた観光客の増加及び奥飛騨温泉郷地域の活性化へと繋げることができるであろう。

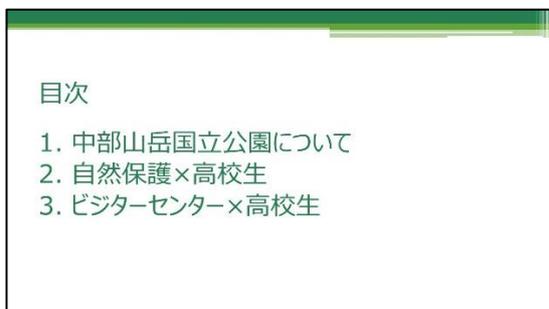
注1:「労力面」とは、学生のインターンシップに対して、業務を教えるなどの労力的側面を意味する。

参考文献

1. 名古屋外国語大学現代国際学部国際教養学科佐藤ゼミ3年生 [2021]
「奥飛騨温泉郷平湯温泉観光地調査:結果報告書」
(最終閲覧日:2022年11月6日)
2. 山川 和彦 [2018]
「観光地におけるインターンシップの意義に関する考察」
https://reitaku.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=1071&item_no=1&page_id=13&block_id=29
(最終閲覧日:2022年11月6日)
3. パーソナル総合研究所 [2019]
「企業インターンシップの効果検証調査」
https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/assets/internship_1.pdf
(最終閲覧日:2022年11月6日)

高校生×中部山岳国立公園 【発表用資料抜粋】

西田 早穂 牛丸 ひかり 中林 創夢 林 裕高
(岐阜県立斐太高等学校二年)



1



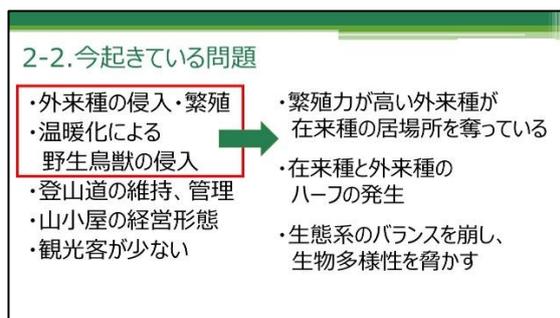
2



3



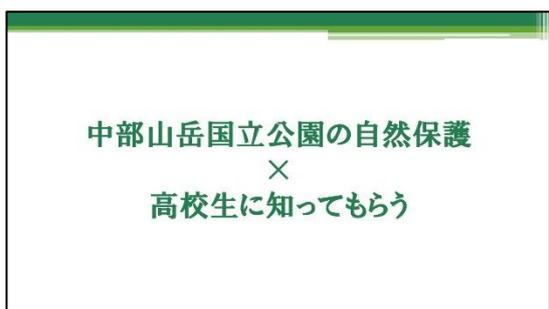
4



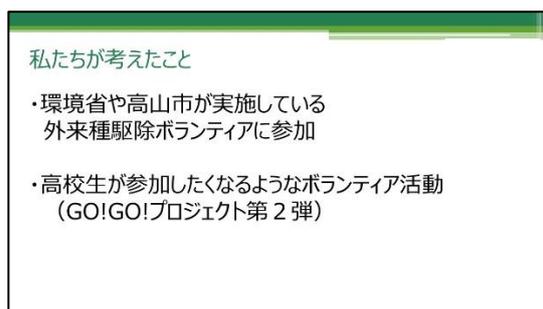
5



6



7



8

3-1.ビジターセンターとは

全国に116か所 (環境省HPより)
※令和2年時点で閉館中も含む

中部山岳国立公園エリアのビジターセンター等

- ・ 飛騨・北アルプス自然文化センター (休館中)
- ・ 新穂高ビジターセンター「山楽館」
- ・ 樺平ビジターセンター
- ・ 上高地ビジターセンター
- ・ 上高地インフォメーションセンター
- ・ 沢渡ナショナルパークゲート
- ・ 乗鞍自然保護センター



9

3-1-1.上高地ビジターセンター

- ・ アクティビティプログラム
ガイドウォーク
バードウォッチング
- ・ 館内展示
実寸大の鳥の模型 (バードカービング)
上高地周辺の樹木標本
山岳景観細密画
写真と文芸作品が融合したコラボレーション展示



<https://www.nrv.go.jp/sank/chubu/access/index.html>

10

3-1-2.白神山地ビジターセンター

【設備】

- ・ 映像体験コーナー : デジタルプロジェクターによる映像で
かけがえない自然を後世に伝えている
- ・ 展示ホール : 白神山地の自然の特徴を模型やパネルなど
テーマごとに紹介
- ・ VR体験 : 360度見渡せるVR技術によって、白神山地
にいるかのような没入感をたのしめる

白神山地ビジターセンターでは最新の技術を駆使し、
どんな人にも分かりやすく、楽しみながら学べる。

11

3-2.奥飛騨ビジターセンター (仮称) とは

- ・ 飛騨・北アルプス自然文化センター
(平湯ビジターセンター) を改修
- ・ 建設予定日 : 令和6年夏



http://w/03.sakura.ne.jp/okuhida_tetsi/tourist_facility/detail?id=1766

13

3-2-1.施設の目的 (岐阜県中部山岳国立公園活性化基本構想より)

- 「知る」
 - ・ 地域住民と来訪者が魅力を語り合う機会を創出
 - ・ ジオパーク関連の展示や学習会の開催
- 「創る」
 - ・ 各観光案内拠点と各国立公園利用拠点における情報の相互提供
 - ・ 大学等の研究機関の活動の誘致
- 「伝える」
 - ・ 自然系ガイド人材の育成
 - ・ 各地域の観光団体等との連携による一体的な情報発信の推進

13

3-3.考えたこと

高校生をはじめとした、普段山に関わる人が少ない人でも
気軽に利用したくなるようなビジターセンターにしたい！

↓

高校生はどのような設備やプログラムがあれば、
ビジターセンターを利用したくなる？

14

3-4.アンケート調査

斐太高校の生徒を対象に、
「ビジターセンターに何が欲しいか」を聞きました。

- ・ ツリーハウス
- ・ 勉強スペース
- ・ スタバのカフェ
- ・ ジビエ
- ・ 川魚

15

新型コロナウイルス感染症対策による休校に伴い、研究活動に十分な時間を費やすことが出来ませんでしたことから、上記発表用資料は作成途中の内容が含まれている場合がございます。
当日の発表では一部内容が変更される場合がございますので、予めご了承ください。

自然保護と観光政策の両立 ドイツと日本の比較について

中原 実華(龍谷大学法学部法律学科 牛尾研究室)

1. 今回の研究についての活動の目的と意義

「私たちがなぜ飛騨山脈ジオパーク構想を研究対象にしたのか」

豊かな自然に囲まれた日本。その美しい自然を残し、次の世代へ継承していくには、どのような法律が関連しており、どのような制度が整備されているのか。を根拠として、ジオパークを研究対象とすることになった。そこで岐阜県は、龍谷大学が所在する京都からほど近い県でもあり、飛騨山脈地域は、環境保護と観光政策を交叉させるといふ画期的な先進事例をいち早く採用した地域でもあるため、ぜひ自らの足でその場所に赴き、自然と向き合う手法を学び得る事を念頭に、昨年の10月実際に飛騨山脈を訪れ研究を開始することになった。

また、今回私自身が交換留学生としてドイツへ留学する機会を得たため、環境先進国として名高いドイツの環境政策の事例と日本の環境政策の事例も加えて比較検討しながら、この研究を一層充実させたものにしたと考えている。

2. 飛騨山脈ジオパーク構想と改正自然公園法

2.1. 飛騨山脈—環境コントロールについて

実際に足を運んだ乗鞍山麓の事例をもとに、飛騨山脈地域で採用されている画期的な環境保護政策と観光政策の事例の紹介について。

2.2. 様々な法令の規制の現状

2.2.1. 自然公園法について

優れた自然の風景地を保護するとともにその利用の増進を図ることにより、国民の保険、休養及び教化に資するとともに、生物の多様性の確保に寄与することを目的とする自然公園法の特徴とこれまでの運営について。

2.2.2. 改正前自然公園法による環境コントロールの状況（諸法との関係性を含む）と課題

環境保護をするにあたり、観光の障害となってしまう事例はあるのか。また、どの法令が根拠として挙げられているのかについて

2.2.3. マイカー規制の事例

2.3. 改正自然公園法 改正点について

環境省 HP 引用

2.3.1. 自然体験活動促進計画制度の新設

2.3.2. 利用拠点整備改善計画制度の新設

2.3.3. 餌付け等の行為への規制や違反行為への罰則の強化

2.4. 改正自然公園法と他の環境コントロール手段との関係

改正自然公園法により、より一層充実した観光政策の振興が期待される点について。

2.4.1. 自然公園政策（環境保護）と観光政策の交叉について

2.4.1.1. 各政策・法令の特徴と課題

2.4.1.2. 両政策の交叉とその課題

- ・ごみ問題
- ・道路整備など

2.5. 自然観光政策の俗化・陳腐化防止について

飛騨山脈地域で行われている、様々な取り組み。特に、他の地域にはない独自のツアーによって、どのようにツアーの俗化・陳腐化を防いでいるのかについて。

3. ドイツとの比較

3.1. ドイツの法律の仕組み

連邦自然保護法について

3.2. ドイツの自然公園について

日本とドイツの自然公園の比較、法整備や運営形態など

3.3. ドイツの自然に対する態度

自然保護とは誰のために行うものなのか。ドイツと日本の根本的思想の比較

3.4. ドイツの自然観光政策の俗化・陳腐化防止策

ドイツはエコツーリズムを俗化陳腐化させないためにどのような工夫をしているのか

4. まとめ

研究成果のまとめと今後の展望について

参考文献

1. 『ドイツ連邦共和国における自然保護法則(-)』
著：北山 雅昭 早稲田大学
2. 『エコツーリズムは持続可能なのか』著：フ
ンク・カロリン 地理科学 vol .57 no .3pp
158~167. 2002
3. 『ジオパークと国立公園：地域観光振興にお
ける課題と可能性』著：熊谷 嘉隆
4. 『ヨーロッパの自然公園における関係主体の
関与ーイギリス, ドイツ, イタリアの事例
ー』著：八巻一成 (森林総合研究所北海道支
所) Journal of Forest Economics Vol56 No ,
3 . 2010
5. 『国立公園におけるエコツアーの発展過程と
持続可能性に関する研究』著：丸上 雄哉, 出
口 敦
6. 『ドイツ南シュバルツバルトにおける森と人
の関わりと森林管理の現状』著：野堀嘉裕
7. 『国立公園制度の運用実態と課題 裏磐梯に関
する研究その二』著：川崎 興太
8. 環境省 HP
<https://www.env.go.jp/press/109250.html>
最終閲覧日 2022 年 7 月 18 日
9. Bundesministerium der Justiz
[https://www.gesetze-im-
internet.de/bnatschg_2009/BJNR254210009.
html](https://www.gesetze-im-internet.de/bnatschg_2009/BJNR254210009.html)
最終閲覧日 2022 年 7 月 28 日
10. 飛驒山脈ジオパーク構想
<https://hidageo.com/archives/1094>
最終閲覧日 2022 年月 28 日
11. National Park Eifel
[https://www.eifel.info/natur/nationalpa
rk-eifel](https://www.eifel.info/natur/nationalpark-eifel)
最終閲覧日 2022 年 7 月 28 日
12. National Park Sächsische Schweiz

[https://www.nationalpark-saechsische-
schweiz.de/](https://www.nationalpark-saechsische-schweiz.de/)

最終閲覧日 2022 年 10 月 28 日

13. National Park Schwarzwald

[https://www.nationalpark-
schwarzwald.de/de](https://www.nationalpark-schwarzwald.de/de)

最終閲覧日 2022 年 10 月 28 日

乗鞍岳縦断サイクリングツアー検証 ～Eバイクによる 乗鞍岳の利用推進～ 【発表用資料抜粋】

太田歩夢 大野絢平 奥原軍 奥原陸斗 鎌倉萌

白澤利基 城取直樹 田中駿 松田優 宮澤広武

(松本大学総合経営学部 中澤朋代准教授ゼミナール)

近年、中部山岳国立公園南部地域においてBig Bridgeブランド化構想が進められるなか
様々な交通手段で楽しむコンセプトが掲げられている

↓

自転車を使ってみよう！

1

乗鞍岳はヒルクライム（自転車競技）で有名・・・
→十分な観光資源ではあるが 冬人向けのように感じる

「自転車」を観光資源として活用
→土地の知名度アップ・活性化に繋がる

↳ **大学生がEバイクを用いたツアーを現地調査し、
若年層の乗鞍ファン増加を見込めるか考察**

2

Eバイクとは ...電気自転車の機能を持つスポーツバイクの略称



GIANT



SPECIALIZED

→ **GIANTの方がバッテリーが長持ちする傾向に！**

3

行程

↑休憩を多く取りながら ややスローペース
乗鞍エコーライン(観光センター～畳平) **約4時間**

↓
乗鞍スカイライン(畳平～平湯ゲート) **約1.5時間**
↳アシストを使わず

※乗鞍ヒルクライム2022のリザルトより(エコーライン)
5km/hで走行したヒルクライム選手とほぼ同じ

↓

アシストの恩恵を実感！

4

検証結果

名前	年齢	身長	性別	日常の運動強度	疲労度	残量
A	20	177	男	ほとんどしない	かなり	30%
B	20	177	男	週1運動	適量	15%
C	21	170	男	立ち仕事アルバイト	やや	58%
D	20	170	男	アルバイト 自転車	やや	46%
E	21	160	女	アルバイト	かなり	40%
F	20	151	女	ウォーキング	かなり	60%
G	20	176	男	アルバイト	やや	0%
H	20	166	男	アルバイト	やや	0%
I	21	166	男	アルバイト	やや	0%

→ 比較的体力のある人ほどバッテリー残量が少ない
||
体力のある人ほどアシストの恩恵を受けている！

5

考察

比較的体力の少ない人にアシストがかりづらい状況ができた？

→要因として

- ・サドルの高さの**未調節**
- ・傾斜に対しての**ギアの効率の悪さ**

また、バッテリー残量の過度な**節約**も？

6

行く前のイメージ

- 普段から運動していないことやマウンテンバイクなどに乗ったことがないため、心配
- しんどそう
- 体力がもつか不安
- Eバイクについての知識が無い

↓

あまり良くないイメージ

7

Eバイクに実際に乗った感想

- アシストのおかげであまり疲れることなく**快適**に走れた
- 景色を楽しむ余裕があった
- **達成感**を感じる事ができた
- **非日常**を感じたり、自然に触れることができた

↓

とても良い経験・体験だった

8

感想

行く前のイメージと乗った感想の比較

- Eバイクについての知識が無いため、**不安**を感じる
→実際に乗ってみるとそこまで**不安を感じなかった**
- 体力に関する**心配**
→アシストを使い、休憩を挟めば体力が無い人でも**大丈夫**

↓

Eバイク登山への不安を事前に払拭することが必要！！
Eバイクの魅力をもっと知ってもらう必要がある

9

③参加のメリット・デメリット

- メリットを大きく挙げると、ヘルスツーリズム(健康促進)・自然を直で体感・絶景を見られる・達成感を得られるなど個人的な面が多い。
- **“一期一会”**も魅力。サイクリングですれ違う人々の中で、交わされる挨拶などによって、コミュニケーションが取れ、**社会性も育まれる**。
- 家族で参加する場合、直の自然に触れ、**子どもの社会性や発想力が豊か**になることも見込まれる。
- デメリットは気候がかなり関係し、参加するにあたって天候・季節に變動されることも多い。
- 体力や身長など個人差で疲労度合いが変わってくる。

10

楽しみ方

- 休憩をしっかりとる
- 体力が不安な方は走行距離を短くする
→自分の体力の範囲内で無理をしない
- 自転車で山を登るという非日常を体験することができる
- 美しい景色、頂上まで登った時の達成感
- Eバイクだからこそ風を感じて登ることができる

11

どうすれば若年層を呼び込めるのか

自転車利用に関するアンケート(複数回答)
基礎アンケート

年齢	属性別	回答数	割合
性別	男性	145	23.1%
	女性	175	28.0%
	不明	199	31.3%
	その他	28	4.4%
属性別		347	54.8%
その他		293	45.2%

現状

- 男性が多く女性が少ない
- 20代以下は16%と低い
- アンケートは複数回答が多く、新規の観光客が少ない

出典(乗務自動車利用適正化協議会)

12

どうすれば若年層を呼び込めるのか

- SNSを利用して、若年層の目に留まるような宣伝をしていく
↳ インスタ映える絶景スポットの紹介
Eバイクの乗り方を面白く解説する
- 若年層向けの割引や、防寒着・道具の貸し出しをすることでツアー参加に対する敷居を低くする

13

まとめ

- 多くの人にEバイクツアーの魅力を知ってもらうことで、**乗鞍岳(中部山岳公園) = 自転車のブランドイメージ**を定着
- 自転車競技の知名度に加えて、**若年層の一般的な観光**としても確立させる
- ※標高2702m
- **3000m級の山に自転車で登れるという金銭的にあてはまらない資源**
- 広がる絶景と、達成感

↓

多くの観光客を呼び寄せる高い資源性がある！

14

乗鞍岳における E バイクツアーの可能性と運営課題 【発表用資料抜粋】

中澤 朋代（松本大学総合経営学部）

目次

- 1, 研究目的と方法
- 2, 背景 乗鞍岳自転車利用の現状と課題
- 3, Eバイクレンタルの現状
- 4, 現地調査報告
- 5, 踏査データ
- 6, 安全管理・リスクマネジメントの課題
- 7, 活動の提供と受入れ体制の課題と提案
- 8, Eバイクを含む自転車利用の今後

1

1, 研究目的と方法

●目的
中部山岳国立公園南部地域においてBig Bridge構想によるブランド化が進められており、高山～松木間を様々な交通手段で楽しむ旅のスタイルが発信されている。メインターゲットは20～30代の国内外の若年で、ウェルネス、アドベンチャーはキーワードである。
7～10月中旬の乗鞍岳ではヒルクライムレースをはじめ、自転車による乗り入れがすでに人気となっている。さらにEバイクの普及により利用対象が広がることが期待できるが、乗鞍岳への自転車の乗り入れについては、その受け入れ整備が急務となっている。

●方法
これまでの取組みと現状を調査した上で、学生（20代初心者）による現地調査を行い、自転車利用の地域振興における可能性を整理し、運営課題と展望を述べる。

2

2, 背景 乗鞍岳自転車利用の現状と課題

ヒルクライムレース
「ヒルクライマーの聖地」として認知

	スカイライン	エコーライン
開催回	18回 (2022)	32回 (2022)
走行距離	18.4km	20.5km
標高差	1,342m (2017年調査)	1,260m (2017年調査)
平均気温	7.2%	6.1%

●公式サイトの運営のほか、スポーツ事業や個人の紹介サイトも多数情報公開
●両コースともに、ロードバイクに加え、Eバイクの部が新設された

一般利用

- 観光協会、および地元施設にてMTBやEバイクの貸出し（9:00～17:00等）
- 日帰り利用で、富平までの往復コースが一般的
- 個人の自転車持ち込み利用は多い
- DMOや観光協会によるWEB発信、イベント
- 個人によるコースの紹介サイトは多数存在
- アンケートからは20～50歳代男性、再来訪の利用者が多い

3

乗鞍岳自転車利用遠正化協議会における議論

令和2年4月7日書面報告会での議論
議題3「乗鞍スカイラインにおける自転車利用のあり方検討について」の要点を整理

アンケート調査からみられる課題

- ①道路安全通行 道路補修、看板が必要
- ②自然環境への配慮 トイレが不足
- ③協力金に関すること、意識啓蒙

協議会として 自転車利用者による安全に利用してもらうための対応が必要である。安全、利用制限、遠正利用について早急に検討。

協議会のR4での取り組みとしてできること

- ・岐阜県側の各ゲートにて、安全について声掛け
- ・平湯ゲート仮設共用、夫婦松トイレの利用徹底
- ・利用のあり方について引き続き検討

観光事業者からの課題

- ①道路安全通行 危険を感じる
- ②自然環境への配慮 トイレが不足

ツアー事業者からの課題

- ①安全 道路再舗装、②自然環境 トイレ、③情報公開、④サービスの向上、⑤受益者負担

4

国立公園計画「松本高山Big Bridge構想」

「奥州群温泉郷活性化基本構想」高山市
「乗鞍山頂ジオパーク構想」
「二善地ビジョン」
「のりくらミライズ」

「乗鞍山頂ジオパーク」は、ジオパークと計画に基づき整備するもので、乗鞍山頂ジオパーク、乗鞍山頂ジオパークモデル地区に、乗鞍山頂ジオパークを2020年に完成。

観光局
奥州群温泉郷観光協会/乗鞍山頂観光協会/平湯観光協会/のりくら観光協会/DMOアルプス/高野

「松本高山Big Bridge構想プロジェクト」概要計画

5

3, Eバイクレンタルの現状 (2022)

現状、乗鞍スカイライン（岐阜県高山市）とエコーライン（長野県松本市）側の観光協会で、有料レンタルを行っている。料金は統一、レンタル方法は異なる。
また、当日に大人数の場合は乗り入れ制限がかかり、同観光協会から情報提供される。

平湯観光協会（高山市奥飛騨温泉郷）

無人レンタル
HPから予約
料金：8000円/日
前夜：アランによる
※貸出は一時停止

のりくら観光協会（松本市乗鞍高原）

無人レンタル
電話予約
当日：本人確認、
同協会個人
料金：8000円/日
前夜：前になし

6

4, 現地調査報告

日時：2022年9月5日 6日（月・火）
10月13日（木）
天気：快晴 5月午前強風、午後弱風、気温21℃（平湯）降水量0
13日午前強風、気温11℃（平湯）降水量0

調査者：観光小スタディアール科 中澤 朋代11名
調査協力：乗鞍山頂ジオパークセンター、のりくら観光協会、松本乗鞍観光センター、松本高山、乗鞍バスターミナル、ひらひらの森キャンプ場及びアーク施設

目的：①20代若者世代の一般向けEバイクツアーが可能か
②電柱地や温泉地、観光メニューの若者視点の魅力
③安全管理を含む受入れの仕組み、運営課題

内容：①乗鞍高原観光センター～乗鞍岳～平湯温泉
②平湯地域の観光資源をEバイクにて調査（9/5）
③乗鞍エコーラインの往復をEバイクにて走行（10/13）

7

左のの様子：乗鞍エコーラインの標高2500m地点は景観が美しい。道路が平坦で走りやすい。電動アシストがついているため、大人数でも景色を楽しむことができる。

右の様子：乗鞍スカイラインで岐阜県乗鞍高原山に下る。水が流れる山道は視界が狭くなる。荷重に見えるのは松本側の標高。

左）冷泉小屋が2022年5月にリニューアル。現在は自家発電で暖房で夜を過ごす。9/4カーブの区間。

右）松本側の標高2500m地点は景観が美しい。道路が平坦で走りやすい。電動アシストがついているため、大人数でも景色を楽しむことができる。

右）Eバイクのメーター。消費電力の表示がある。

8

～繋がるキャンパス～

第4回 飛騨高山学会

一般財団法人

飛騨高山大学連携センター



〒506-0032 岐阜県高山市千島町900番地1

飛騨・世界生活文化センター内

TEL:0577-57-5366 FAX:0577-57-5377

E-mail:hidatakayama@renkei-center.jp

Web:https://www.renkei-center.jp/

facebook

<https://www.facebook.com/ht.renkeicenter/>

一般財団法人飛騨高山大学連携センター



活動状況を公開中