

能登半島先端地域におけるグリーン&ブルーツーリズムの体験価値創造マップの作成

指導教員：金沢星稜大学経済学部 教授 澤信俊

参加学生：経済学部「基礎ゼミナールⅡ」（2 年次） 中田三紀子・奥雄紀・新崎あまね・立脇友梨
太茂野景子・中尾文香・西原枝美・宮川真・山口璃沙

1. 調査研究成果要約

この調査研究では、実際に珠洲を訪れることで少子高齢社会の現状を実感し、過疎化の進展と経済の沈滞を知ることができた。そのなかで私たちが最も問題だと感じたことは、能登半島先端地域には魅力のある地域資源があるにもかかわらず、ほとんど知られていないことである。そこで、ICTを活用した新しい体験価値創造マップを試作し、今後の交流人口の増加を図るとともに、持続可能な地域経済を確立するための施策を提言する。

2. 調査研究の目的

能登半島最北端に位置する珠洲市のなかでも、奥能登観光に訪れる観光客の多くは、同市大谷町から大谷峠を越えて、飯田町へ抜ける国道 249 号線を利用するコースをとっている。このコースから主要地方道大谷・狼煙・飯田線を利用して、さらに北部エリアを訪れる観光客数は低迷している。北部エリアに位置する日置地区は、市内 10 地区のなかでも少子高齢化が最も著しく、10 歳未満人口が平成 21 年で 17 人を数えるまでに減少した。

人口減少が進展するなか、近未来の日置地区を考えるにあたって、幸い金沢大学の尽力による三崎町小泊の能登半島里山里海自然学校を拠点とした活動が根をおろしており、また NPO 法人 能登半島おらっちゃんの里山里海の住民活動や市当局の地域振興策も徐々に成果をあげている。



図 1. 主要地方道大谷・狼煙・飯田線エリア

そこで、これらの団体と連携をとりながら、主要地方道大谷・狼煙・飯田線の間地点に位置する狼煙町に昨年 4 月 29 日オープンした「道の駅 狼煙」周辺を調査研究対象地と定め、住民と協働して能登半島先端地域におけるグリーン&ブルーツーリズムの体験価値創造マップを作成する。

3. 調査研究の内容

時には厳しくもあり、優しくもある里山里海の恩恵を受けながら生活する三崎小泊や日置の人々が、「生活の芸術家」として受け継いできた何気ない生活や地域資源を再評価し、能登半島先端地域におけるグリーン&ブルーツーリズムの体験価値創造マップを作成することが緊要である。

今回の私たちの調査活動は、「珠洲の里山里海ミュージアム実行委員会」と協働して行ったものであり、具体的な体験プログラムとして、P①「生活の芸術家との出会い」、P②「日置の里山里海で行う新 activity」、P③「キリコ祭りよばれ風習」、P④「珠洲焼き」、P⑤「須須神社での結婚式」、P⑥「お

茶炭の森づくり運動」を体験し体感した。プログラム体験を通して、住民との交流を深めるとともにインストラクターやインタープリターなどの職業観や就業観を身近に体感することができた。

各プログラムの体験モニターのアンケートを基にプログラムの体験価値評価を行ない、体験価値創造マップ作成に活用した。

表 1. スケジュールおよび調査対象者

	10月8日（金）	10月9日（土）
午前	P①「日置の食材と伝統料理」大坪久美子氏 農家民宿 おおつぼ	P②「里山ノルディックウォーキング」 加藤美紀夫妻，赤石大輔氏，小林貴顕夫妻
午後	P①「大浜大豆の魅力」 二三味義春氏 P①「大浜大豆を使用した”ヒッキー井”の開発 発と品評会」 審査員：住民 6 名	P①「大野製炭工場見学」 大野長一朗氏 P①「珠洲ハーブ唐笠ファーム見学」鍛冶貴子氏 P②「里海 sunset ヨガ」 鍋島奈緒美氏 P③「キリコ祭り」とよばれ風習」 折戸町 出村家
	10月10日（日）	11月6日（土）～7日（日）
午後	「住民・学生交流会および調査体験活動報告 会」の開催 参加住民 5 名と学生 9 名が意見交換を行な う。	P④「珠洲焼き」 権左嘉明氏，天満恵理氏 P⑤「須須神社での結婚式」 後藤佑介夫妻 P⑥「お茶炭の森づくり運動」 唐笠町内山林 NPO 法人 能登半島おらっちゃんの里山里海

写真 1. 体験価値創造プログラムの実施



P①



P②



P③



P④



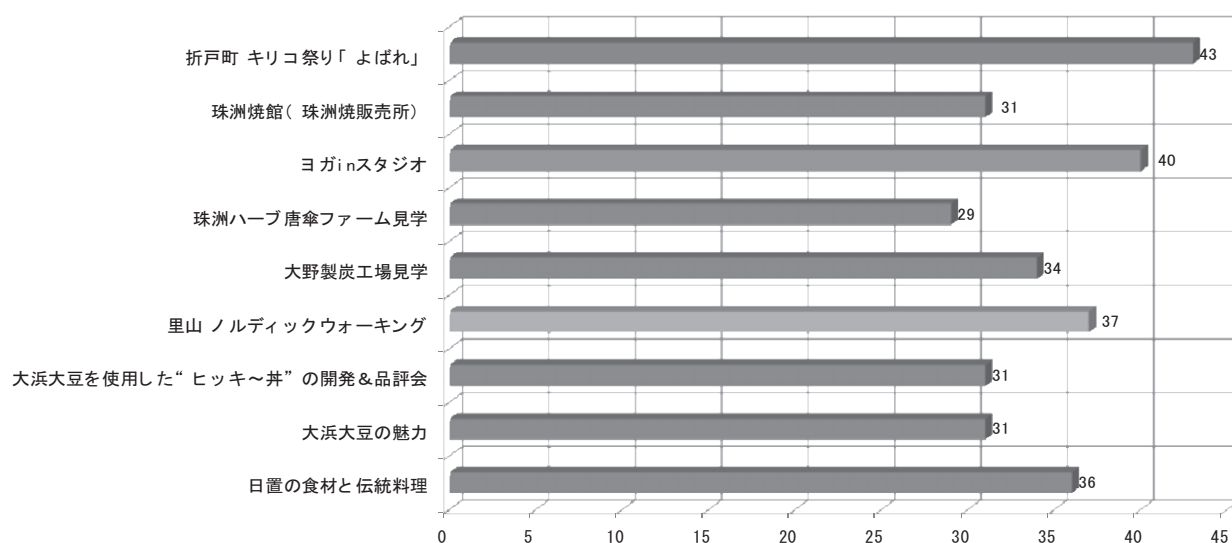
P⑤



P⑥

4. 調査研究の成果

5 段階評価アンケート 結果（まとめ）



	日置の食材と伝統料理	大浜大豆の魅力	大浜大豆を使用した“ヒッキー井”の開発&品評会	里山 ノルディックウォーキング	大野製炭工場見学	珠洲ハーブ唐傘ファーム見学	ヨガinスタジオ	珠洲焼館（珠洲焼販売所）	折戸町 キリコ祭り「よばれ」
全体	36	31	31	37	34	29	40	31	43

図表 1. P①～P③に関する体験価値評価

4－1．私たちが感じた強み

- ・山や海といった自然が多くあり、来訪者がそれを楽しんで参加できるイベントがある。
- ・珠洲で採れた食材を使った伝統料理を食することができる。
- ・地元住民は人柄がよく、明るく楽しい人が多い。
- ・昔のままの作り方で作られた珠洲焼や「幻の大豆」と言われる大浜大豆、伝統料理、祭りのときの「よばれ」といった習慣など昔からのものが残っている。
- ・自然のなかで全身を使ったノルディックウォーキング、ヨガを体験することができる。
- ・日置の時間の流れがゆっくりなので、日常を離れてゆったりとした時間を過ごすことができる。

4－2．私たちが感じた弱み

- ・交通の便が少なく、不便に感じる場所がある。
- ・地域の案内(案内板や標識)が少ない、目に付きにくい。
- ・初めての来訪者には、場所が分かりにくい感じがする。
- ・日置地区での特産品や体験イベントなどの知名度が低い。
- ・見学だけで終わらず、何度も訪れたいような工夫が必要。
- ・体験や見学の種類が少ない。
- ・日置地区の良さを十分に外部へ発信する表現手段に乏しい。

5．調査研究に基づく提言

5－1．弱みを改善するために

- ・サイクリング用の自転車の貸し出しを各観光地で積極的に行う。
- ・若者たちの春休みや夏休みなどの長期休みに、フレキシブルなバス運行を図る。
- ・住民ガイド（インタープリター）を育成し、案内所で紹介する。
- ・各観光地に紙マップのほか、観光客が自由かつ簡単に再生して見ることのできる映像を用意する。
- ・サンドアートなど、家族連れやカップル、団体向けのイベントを開催する。
- ・日置地区で可能な体験プログラムをメディア発信する。

5－2．日置地区を活性化するための具体案

① 日置のイメージキャラクターの作成と発信

提案するキャラクター（右図）は、日置の名産である大浜大豆を編み籠に入れたものをかかげ、日置地区のキリコ祭りでは羽織や前垂れを身に着けている。羽織には日置の魅力である里山里海が描かれている。これは自然の多い日置地区の特徴であり、地域住民の生活の土台となるもっとも重要な部分を表している。足元の黒い下駄は炭を表しており、そばかすは塩を表している。また、珠洲市の花である椿を髪飾りにつけている。

目に留まり、覚えやすいイメージキャラクターを作成することによって、日置に親しみを持ってもらうことを目的とする。こうしたイメージキャラクターに日置の魅力を表現することにより、日置を訪れたいと感じとり、実際に訪れホンモノの豊さと魅力を体感する契機になると考える。



図2．日置のイメージキャラクター

② デジタル体験価値創造マップ

日置の魅力をより多くの人に知ってもらうために、紹介動画を作成した。この動画を「sawa☆netting」という新しい携帯観光ガイド方式に導入することにより、自分の居る場所（シート）と紹介動画を関連付け、その場で見る事が可能となる。これらの集積を体験価値創造マップと呼ぶ。

「sawa☆netting」では、GPS を利用し得た位置情報と、あらかじめ設定された地図上のコンテンツとをリンクさせ、自分が現在居る場所の情報を得ることができる。地図上のコンテンツは1マス25m 四方のマスマスクに設定されているため、より小さな範囲の詳しい情報を得られ、ガイドやボランティアなしで深い知識と体験価値を獲得できる。このシステムは、現地に訪れて初めて情報を得ることができるということが重要なポイントとなっており、そこで得た情報と実際の体験や実感を比較することにより、更なる感動を生むことになる。

また、このコンテンツには動画や静止画、テキストなども設定することができるため、観光地や歴史的背景の説明だけでなく、周辺施設、駐車場、案内図なども表示することができる。パンフレット作成や看板を設置することよりも気軽に Web 上にコンテンツを貼ることができるので、案内図が少ない地域には適していると考えられる。

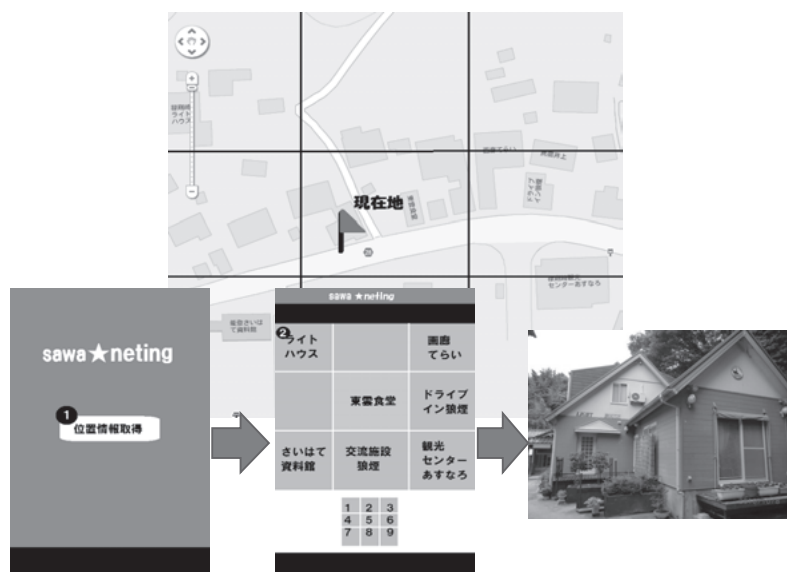


図3. デジタル体験価値創造マップ(「sawa☆netting」)

そのほかに、コンテンツ上にコメント欄や口コミなども書き込めるようになると、その場所を体験した感想や意見を取り入れることができ、問題点や改善策、新しいアイディアのヒントとなり、更なる発展につながる。

作成した紹介動画では、私たちが実際に調査研究を行って体験した活動が収録されている。視聴者にはこの動画で取り上げられている場所を参考に、実際に自ら足を運んで体験することで珠洲の魅力を楽しむことができる。

この日置のイメージキャラクターとマップ動画によって能登や珠洲の更なる観光地としての魅力が高まり、能登半島先端地域における過疎化対策に貢献することができれば幸いである。

③ ツイッターの活用

流行のものであることから、情報が広がることも早いと思われる。フォロワーのタイムラインに自分のツイートを載せてもらうことができ、第三者の目にとまりやすいツイート機能を活用することによって、フォロワー同士の交流から、さらに一歩踏み出した交流が可能になる。ツイッターは、ホームページより手軽で、また携帯電話でいつでも簡単に閲覧することができるため、情報発信する側も情報を受け取る側も気軽に楽しむことができる。

④ 日置のお薦めを紹介する案内手段の多様化

初めて日置を訪れた人でも、存分に楽しむことの出来る日置の良いところを寄せ集めたパンフレットを作成する。パンフレットは、視覚に訴えるものにする。また、なるべくシンプルで情報を取

り込みやすいものにし、煩雑な画面にならないように工夫することを心がける。旅行後にまた日置を訪れたいと思わせるものにし、リピーターを獲得するきっかけをつくる。また、パンフレットの他に、周辺施設を載せた、わかりやすい大きな看板を建てる、休憩所、案内所等に観光客が自由かつ簡単に再生できる日置のプロモーションビデオを設置する。さらに、ビデオを作成し、設置することが困難な場合は、デジタルフォトフレームを活用し、景色のほか、来訪者の体験の様子を撮影した写真を写すとよい。

⑤ 選べるプランのバックツアー・イベント

⑤-1. 少人数向けの体験プログラムの提供

表2. 少人数対象の体験プログラム

プラン A	プラン B	プラン C
・ノルディックウォーキング ・たこすかし	・ビーチヨガ ・珠洲ハーブ（唐笠ファーム） ・温泉	・農家民宿に宿泊 ・茶会（お茶炭を使用） ・珠洲焼き

⑤-2. 大人数向けのイベントの提案

長期休暇（春休み・夏休み）向けのイベントを開催し、家族連れや学生の来訪者を集める。塩作り体験、サンドアート、ハーブ植林などを組み合わせると、大勢の観光客を呼び込むことができる。来訪者の思い出作りとして、バックツアーとイベントの体験後にはアルバムをプレゼントし、満足感を高める。このアルバムとは、日置の観光地をチェックポイントとし、その場所にあるテーマにあった写真を撮る、というものである。それにより、いろいろな観光地を楽しみながら回遊することができ、その場所での思い出をつくることができる。また、すべてのチェックポイントを巡ることができなくとも、再度訪れたときにまたアルバムを埋めたいという気持ちになる。これによって、継続して日置を訪れるリピーターを獲得することが期待できる。

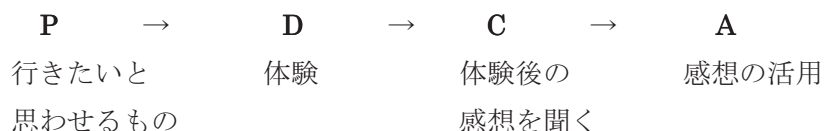
そのほかの提案として以下を挙げる。実際に珠洲に来てもらうことで、来訪者は訪問前に比べると珠洲の良さを知ることができると思うが、より深く知ってもらい、更なる興味を持ってもらうためにはやはり、地元の住民との触れ合いが重要になる。そこで、来訪者からの需要があれば、珠洲を案内するガイドを地元の住民が勤め、住民ガイド（インタープリター）からの話を聞くことで、日常では気づかないことが発見でき、人と人との触れ合いを通して良い印象が生まれ、再び珠洲を訪れてみたいと思うきっかけになる。さらに、来訪者からのガイドの需要が特にない場合でも、観光している来訪者を見かけたら気軽に声を掛け、小さなことでももてなしの心を表し、地域の方々が協力することで珠洲の魅力を伝えることができる。

日置地区の昔からの伝統料理や郷土料理を主体にした食事の提供も考える。伝統料理や郷土料理は、その土地の特徴が出るものなので、それを味わうことは効果的な経験になると考えられる。しかし、ただ料理を食べるだけではもの足りないという人のために、地元の方の協力・アドバイスを受けて自分で食材を用意する段階から参加してもらうプログラムを作る。自分で作ることで、日頃の自分の食事と比べることができ、珠洲の食生活の特徴に触れる手助けとなる。

⑥ 体験後のアンケート

バックツアーで日置を訪れた人には、アンケートを実施し、常に来訪者満足型のプログラム開発

に欠かせない PDCA サイクルを実行する。



常にこれを意識して観光客の増加を図り、もてなすことで日置地区の発展に貢献することが期待できる。

5. 調査研究の自己評価

日置を調査した結果から、学生なりに問題点を見つけ、それを基に観光客を呼び込むための案を考えることができた。これらの案を考えていく際に最も重要である“実現性”について特に意識し、日置の住民が比較的取り組みやすい内容を提案するに至った。

また、「珠洲の“のどかさ”や“あたたかさ”を伝えるためにはどうしたら良いか」という点にも着目し、日置で体験をしてもらうことが一番伝わりやすいと思った。そこで、より多くの人に体験価値の体感を促すためにはどうすべきかをできるだけ客観的な立場で考えた。珠洲を盛り上げるイベントやイメージキャラクターを考えた際には、グループメンバー全員が、こうしたら良くなるという意見を出し合うことで、一人で取り組むのとは異なった案をたくさん導き出すことができた。

これらの珠洲での経験を通して、体験から現状を把握し、そこから問題点と改善点を提起することを学んだ。

6. 終わりに

私たちは能登のグリーン&ブルーツーリズムの体験価値創造マップを作成するため、平成 22 年 10 月 8 日から 10 日、11 月 6 日から 7 日にかけて珠洲市の日置地区を訪れ現地調査を行った。

現地で日置の現状・魅力・地域の課題発見を行い、日置地区には古くから受け継がれている「よばれ」といった慣習がある、地産地消が盛んに行われている、体験活動を行える場所が多いなどの長所のほか、看板が少なく初めて日置を訪れた人にはわからないことが多く不便である、坂道が多く車やバスといった移動手段がないと生活することが難しいといった短所を見つけることができた。

そこから私たちは、これらの素晴らしい日置の長所をさらに活かすために案内図・看板の設置や公共交通の利便性を向上させることのほか、観光地の紹介動画(PV)を使用したデジタル体験価値創造マップを作成することで、日置の魅力をより多くの人に知ってもらおうと考えた。

今回の私たちの提案を通して日置を訪れる人が増え、日置地区のさらなる活性化につながるきっかけになることを期待する。

最後に本課題研究の調査にあたってお忙しいなか、貴重な時間を割いて私たちにご協力して下さった珠洲市日置地区の皆様、「sawa☆netting」作成の指導支援くださった皆様に心から感謝申し上げます。

7. 参考文献およびサイト

文 献：電通 abic project 編、『地域ブランドマネジメント』、有斐閣、2009 年

参考地図：URL <http://www.mapion.co.jp/>

石川県・(社) 石川県観光連盟、「ほっと石川 まるごと観光マップ」