

福島大学経済経営学類 西川ゼミ 集落復興調査下郷町

## 実施目的

十文字地区で進めている「高原側・花・水車による日本一のそばの里づくり運動」、並びに町内各種団体等にて進めている「歴史の道・会津中街道トレッキング事業等の地域元気づくり運動」について、学生の柔軟な視点からの新しい価値創出を目指し、学生と地域住民との交流を実施する。

実施日 第1日目：9月4日（日） 第2日目：9月5日（月）

待合場所 湯野上温泉駅

交通機関 会津鉄道・若松駅 8：52発 湯野上温泉駅9：30着

宿泊先 つるや旅館 〒969-5206 福島県南会津郡下郷町湯野上居平乙752 電話0241-68-2146

下郷町応援隊との交流会の参加予定者<つるや旅館にて6時30分開始>

- 1) 西川和明教授
- 2) 西川ゼミ学生9名
- 3) 西川ゼミOB 星能哲氏
- 4) 十文字地区元気づくり実行委員長（十文字地区区長）阿久津有信氏
- 5) 十文字地区元気づくり副実行委員長：平野庄一氏
- 6) 会津中街道交流実行委員長：佐藤淳一氏
- 7) 十文字地区元気づくり実行委員会コーディネーター：小松弘幸氏
- 8) 道の駅長：佐藤仁夫氏
- 9) 加藤谷川流域協議会 金子政彦氏
- 10) 会津こぼうし会代表若干名
- 11) 町職員（企画係長湯田浩光氏、弓田商工観光係長）
- 12) 商工会職員（稲本太一郎事務局長、渡部隆幸経営指導員）

## スケジュール

### 第1日目：9月4日（日）

視察の対象地である塩生地区（十文字地区がコア地区の一つ）は、観光と農業を融合させた観光農業地区づくりを目指している。

このため、本ビジョン（先行的モデル事業の十文字地区元気づくりや会津中街道イベント等）の実現化に向け、本地域内におけるモデルとした「地区」「事業所」「産業」の役割や立位置（目標設定）が大変重要と考えている。

そこで、今回の体験・交流を通して、現状の把握と課題の整理等をしていただきたい。

9：30 湯野上温泉駅 駅長で迎え・・・下郷町の玄関口の一つ

9：30～9：45 駅の案内

9：45～10：00 足湯体験・・・温泉体験

10：00～10：10 交流会スケジュール確認（事務局）・・・地域活性化のキーパーソンを知る

10：10～10：30 十文字元気広場・・・拠点施設に育てたい！！

10：30～12：30 そば祭りスタッフ体験

12：30～13：30 ご馳走休憩

14：00～15：00 道の駅しもごう・・・下郷町の玄関口の一つ

金子牧場ソフトクリーム試食・・・6時か商品の代表格・物産調査（駅長説明）  
販売最前線の調査

15：00～16：30 クラインガルテン経由→金子牧場→観音沼公園→駒返し碑→日暮の滝の視察、十文字地区の調査（車中案内）・・・地域の観光資源の調査

16：30～17：30 阿久津農園の視察・・・体験観光、6次化商品開発の可能性を調査、農家民宿の調査・トマト・ブルーベリー収穫体験・トマトジュース試飲体験・地鶏卵試食体験

18：30～20：30 夕食（つるや旅館宿泊）

### 第2日目：9月5日（月）

6：00 起床

8：00～8：45 朝食（学生全メンバー、教員）

8 : 4 5 ~ 9 : 0 0 宿チェックアウト

9 : 0 0 ~ 1 1 : 0 0 大内宿での旅人体験→大内宿の現状と課題の把握→連携による相乗効果

1 1 : 0 0 ~ 1 2 : 0 0 昼食休憩

1 2 : 3 0 ~ 1 3 : 0 0 漬物工場 香精→6時化事務所

1 3 : 0 0 ~ 1 4 : 0 0 天翔窯手びねり体験→体験観光

1 4 : 0 0 ~ 1 5 : 3 0 塔のへつり散策

1 6 : 1 6 湯野上温泉駅発

## 調査結果

### 現状

- 1 一次産業は6次化がしっかり形成され、地産地消がなされており、ブランド化しつつある。
- 2 人や、自然、文化、歴史など多様な観光資源がある
  - 優しい人、印象の残る人が多い
  - アットホームな旅館の女将さんなど
  - リピーターが多く存在している
  - 商品販売を電話で行うことでお客さんと直接取引できる
- 3 観光のための文化ではなく、そのままの住民の生活文化を生かした観光
  - 生活の一部になっているため、無理せず観光資源を維持することができる。
- 4 住民自身が地域活性化に熱心に取り組んでいる。
- 5 情報発信が乏しい
  - 広告紙が白黒用紙で、目に留まりにくい場所に貼ってある
  - 有名な観光地以外の地域の情報発信が少なく、差が大きい
  - 交通手段が認知されていない

## 6 後継者問題

→「引き継ぐ若者が出てきそうもない、このままやっていて意味があるのだろうか」という住民の声

→下郷町に残る若者が少なく、後継者不足が問題

## 7 インバウンド観光客に対応するには小さな自治体で、急速に進めるのが難しい

ex) 外国語表記、看板、クレジットカードなど

## 8 観光客のターゲットが明確でない

### 課題

#### 1 後継者不足、跡継ぎがないため、自分の代で終わりにするつもりが生産者が存在

→これまで時間をかけて確立してきたブランド力がここで途絶えてしまう。

今後特産品として売り出すことが危うい

ex) そば祭りなどのイベント、農家の農産物

#### 2 交通手段の PR 部素行

→交通機関（シャトルバス等）の詳細が把握されていない。

#### 3 震災の影響、観光客の減少

→復興してきている現状や街の魅力をもっとアピールする必要性

#### 4 情報発信の乏しさ

→SNS が主流の今、ホームページを始めツイッターやフェイスブックなどの更新をこまめにする必要がある

→人々の注目が集まり、集客につながる。

## 5 そば祭りの位置付け

- 若者が参加していない
- 観光資源として確立していない
- 集客要素が少ない
- 認知度が低い

## 提案

### 1 後継者不足解消のため見学・体験ツアー（ex 農業）を組む

- まずは地域の若者に地元の農業に興味を持ってもらうことが大切

### 2 バスなどの公共交通に力を入れ、地元の人々の暮らしの足を支えるとともに、観光客の移動手段を確保する

- 下郷町の特徴として、観光地点が点在していることから観光地同士を結ぶ公共交通を充実させる必要がある。

### 3 震災後の観光客減少に関して、復興の現状を積極的に開示し、食も土地も安全であることをアピールする。

- 震災から6年が経ち、復興も着々と進んでいるという現状を多くの人に知ってもらう。

### 4 SNS をフル活用して、下郷町の魅力やイベントの情報発信をしていく

- 一人一台スマホを持つ時代なので、積極的に SNS を更新していく必要がある。

### 5 そば祭り

- 小中学校と提携し、生徒に参加してもらう。
- そばだけでなく、地域の6次化商品を出店する
- 観光地やイベント相互の情報提供や提携