

# 信州諏訪温泉泊覧会「ズーラ」 ～オンパク継続・定着に必要な考え方と方策とは～

講師

信州諏訪温泉泊覧会「ズーラ」実行委員会 運営委員長

北澤 勝己 氏



長野県諏訪郡下諏訪町生まれ。1991年（平成3年）下諏訪町役場入庁。産業振興課等を経て、現在、建設水道課に勤務。住民と観光業・観光行政の間をつなぐズーラに大きな期待を持ち、サポートを続ける熱血漢。信州諏訪温泉泊覧会ズーラ実行委員会運営委員長、一般社団法人ジャパン・オンパク公認トレーナー。

2008年（平成20年）に諏訪湖周辺の3地域で始まった「ズーラ」も今では広域8市町村で取り組む事業へと進化し、官の安定感・信頼感と民の機動力を併せ持った取り組みとして注目されている。「ズーラ」に立ち上げから関わる下諏訪町職員 北澤勝己氏より、ズーラの現状と課題、将来展望等について学び、オンパク継続・定着のために必要な考え方と方策について考える。

## 官民・将来を担う30～40代が 実行部隊に

私は長野県下諏訪町の職員です。1991年（平成3年）に町役場に入って現在は建設水道課に勤務していますが、1996年（平成8年）から2011年（平成23年）まで、ずっと観光畑にいました。2008年（平成20年）から今までの6年間、「ズーラ」という諏訪地方のオンパクにずっと関わってきました。ズーラというのは、諏訪の方言である「ほうずら」「いいずら」をヒントに名付けられました。今回この講義で招かれた講師の方たちと、いろいろな地域の悩みを共有しながらずっとやってきています。

諏訪湖を囲む諏訪地方には6つの市町村があります。その中に岡谷市、茅野市、諏訪市という人口5万人の3つのリーダー的な市があり、お互いすごく仲が悪いんです（笑）。一時は合併するという話が出て、私も1年だけ合併協議会に出向しましたが、結局実現には至りませんでした。

諏訪地方でオンパクが始まった経緯ですが、諏訪市の市長がやりたいと言い始めたのがきっかけです。商工会や観光協会、旅館組合など、観光施策をやっている団体はいろいろありますが、それらを一つにまとめ、お金と人を集中させて事業をしようという取り組みの一つとしてオンパクをやることになり、実行委員会が組織されました。

私は諏訪市の人間ではないので、この時点では関係なかったのですが、4つの組織をまとめるオンパク実行委員会のリーダーが旅行会社出身のホテル支配人で、「諏訪市だけの取り組みではダメだから、諏訪湖を取り囲む2市1町でやろう」ということになりました。彼は「なんとか長」が並ぶ実行委員会とは別に、ちゃんと動ける実行部隊を作りたい、将来を担う30～40代を集めたいということで、行政と民間の両方から人が集められ、その一人として私にも声が掛かりました。

そのリーダーは「いろいろうるさく言う奴は、俺がストップするから好きにやれ」と。すごい人だなあと、言われた通り好きにやって6年間経ちました。

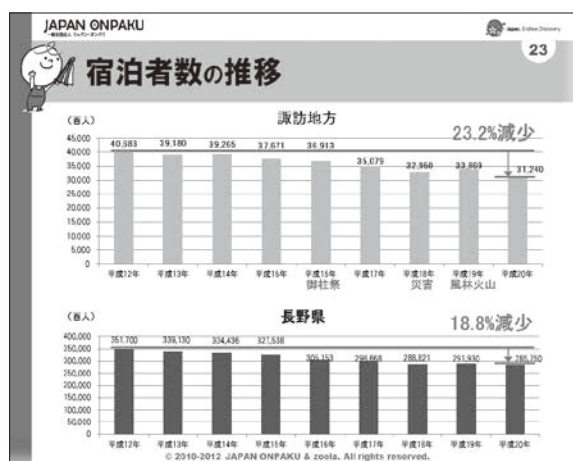
ちなみに初代の実行委員長は2年間在任していましたが、ずっとオンパクのことを「オンパック」と言っていました（笑）。

## 地域共通の課題や悩みの解決に オンパク手法を導入

諏訪地方のオンパク「ズーラ」についてお話しする前に、諏訪地方がどんなところか少しご説明したいと思います。観光資源は自然や温泉、諏訪大社などですが、八ヶ岳のふもとに、日本3大遺跡の一つである尖石遺跡があり、地層からは黒曜石がいっぱい出土しています。黒曜石は武器やナイフとして広く利用されたことから、諏訪から日本全土に流通していたと考えられており、古代から一大文化圏が形成されていたと考えられています。

古事記の「国譲りの神話」にも諏訪の表記が出てきます。建御名方神<sup>たけみ なかたのかみ</sup>という神様がいて、出雲から追われて諏訪に逃げてきて、諏訪大社の祭り神となったとされています。その後、戦国時代は武田信玄が諏訪地方を治めていました。

諏訪地方は土が肥えておらず、米作りにあまり適していないということで、明治時代は桑の栽培が行われていました。このため、ちょうど日本が外貨を稼ごうという時代にシルク産業が発展し、諏訪では製糸業が発展し機械化が進みました。その後、戦争が起こり、セイコーやヤシカなどのメーカーが東京から疎開してきたことで、諏訪で精密機械工業が発達し



JAPAN ONPAKU 27

### 諏訪地方の現状 [整理]

1. 経済の基盤を支えてきた製造業の衰退
2. 観光産業の停滞感
3. 人口減少、高齢化に伴う地域の衰退

↓

何とかしなければ……！！

何もしないと・・・

- ・どんどん寂しい「まち」になる
- ・魅力のない「まち」になるから、子供たちが成長すると外へ出てしまう
- ・若者のいない「まち」へ → 高齢化率の更なる進行
- ・更に衰退した「まち」へ・・・

© 2010-2012 JAPAN ONPAKU & zoola. All rights reserved.

JAPAN ONPAKU 11

### 岡山県真庭市の課題

～オンパク事業者ヒアリングから～

- 1 疲弊する温泉街（「ダメだ」「何もない」という声ばかり耳にする）
  - ⇒ 湯原を好きと言える人が増えないとまちは良くならない。
  - ⇒ 「湯原を好き」と言える人を見つけたい。
- 2 湯原が好きなのが夢を実現する場がない（チャレンジする）
  - ⇒ まちづくりは、旅館経営者、温泉街の人たちだけがする空気・・・
  - ⇒ チャレンジや参加の場づくりの必要性。
  - ⇒ 多様な人々が参加できるまちづくりへ。
- 3 これまでの取り組みで本当にまちが活性化するか
  - ⇒ 地域資源の再発見、人材の発掘、育成が必要。
  - ⇒ 多様な人々が参加できるまちづくりへ。

© 2010-2012 JAPAN ONPAKU & zoola. All rights reserved.

ました。というわけで諏訪地方は観光のまちではなく、ものづくりのまちです。観光は製造業の20分の1の売り上げしかありません。

長野県全体の観光入込客数は、2000年（平成12年）は9660万人だったのに対して2008年（平成20年）は8680万人と、10年間で約1割減少しました。一方、諏訪地方は同じ10年間で7.7%減少しています。長野県全体よりは少し減少率が低いのですが、宿泊客数の推移を調べると、長野県全体の場合、この10年間の減少率は18.8%なのに対して諏訪は23%以上となっています。諏訪地方は宿泊客が減っているんですね。2005年（平成17年）から2009年（平成21年）の5年間で諏訪地方の人口も約4000人減少しています。

諏訪地方の現状と課題をまとめると、この通りです。何とかしなければ、という危機感がオンパクをスタートした背景にあります。他の地域もそれぞれ課

題があって、一つの解決手段としてオンパクをやっているのだらうと思います。ではどんな課題があるのか、オンパクを開催している2地域について調べてみました。

一つが岡山県真庭市です。人口は約5万人、鳥取県との境に面した温泉地です。平成の大合併で9つの町村が合併しましたが、その中で旧湯原地区の資源を大切にしたいということで、オンパクも「湯原っしい」という名前を付けています。

担当者に聞いて、出てきた課題は主にこの3つ（左右図）です。ではオンパクを実施したらどんな効果があったかと聞くと、「メンバーの中から若い人材が発掘できた」「多様な人の関わりが生まれた」「地域資源の発掘や新たな活用方法が分かった」「関わってこなかった人たちにも評価された」といった効果が挙げられました。

もう一つ、うべ探検博覧会「うべたん」を開催して

JAPAN ONPAKU 10

### 岡山県真庭市

どんなまち

岡山県の北部に位置し、平成の大合併で9町村が合併した総面積は、約828㎡で岡山県の約11.6%を占める。

人口	国勢調査より	
2005年(H17)	2010年(H22)	増減
人口 51,782人	48,964人	▲2,818人
世帯数 16,782戸	15,458戸	▲1,324戸

産業

湯原温泉、神庭の滝など多くの資源を有する。

- ・蒜山(セルビソ)高原(焼きそば) 大阪から2時間30分
- ・露天風呂番村(西の横綱) (主要マーケット)

特記

平成の大合併で旧9町村が合併した。その中で、旧湯原地区の資源を大切にしたい。湯原らしさを取り戻したい。⇒ 湯原っしい! オンパクの名前

© 2010-2012 JAPAN ONPAKU & zoola. All rights reserved.

JAPAN ONPAKU 13

### 山口県宇部市

どんなまち

山口県西部の瀬戸内海に面した市。明治以降に宇部炭鉱での採炭が本格化し、炭鉱都市として急速に発展した。石炭産業は、後に宇部興産の一部となり、現在では、同社を中心とする。大工業地帯が形成されている。

人口	国勢調査より	
2005年(H17)	2010年(H22)	増減
人口 178,955人	174,064人	▲4,891人
男 85,444人	82,871人	▲2,573人
女 93,511人	91,193人	▲2,318人

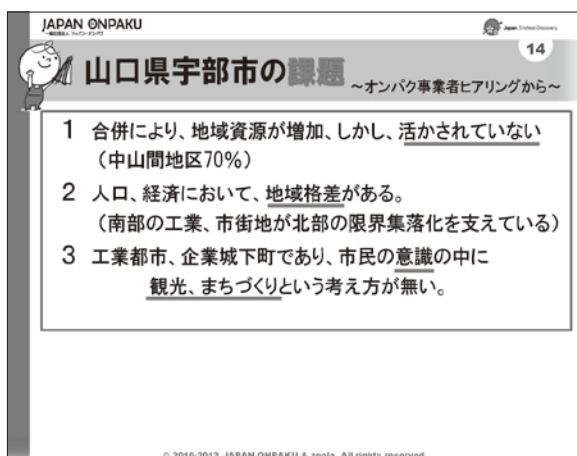
産業

- ・宇部興産を中心とした重化学工業が基幹産業。
- ・製造 品出荷額は、山口県第5位 (48,131,355万円)
- ・観光(宇部興産の工場等を見学するツアー)

特記

- ・歴史ある彫刻展と町を彩る彫刻
- ・魅力いっぱいのおきわ公園
- ・充実した医療機関

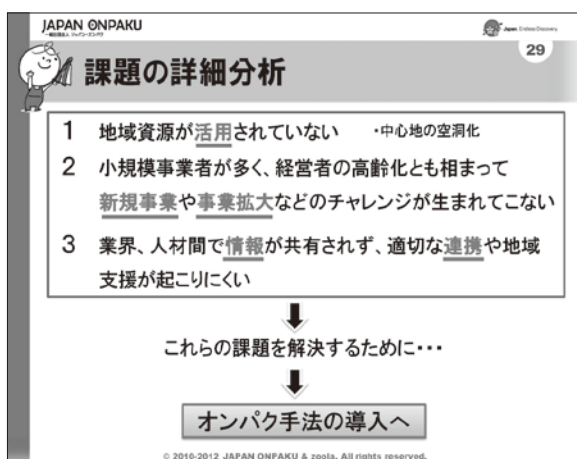
© 2010-2012 JAPAN ONPAKU & zoola. All rights reserved.



いる山口県宇部市にも聞いてみました。人口は約17万人、主な産業は宇部興産を中心とした重化学工業です。観光は宇部興産の工場などを見学する産業観光のツアーが行われています。

担当者に聞いて出てきた課題は、①合併により、地域資源が増加、しかし、活かされていない②人口、経済において、地域格差がある③工業都市、企業城下町であり、市民の意識の中に観光、まちづくりという考え方が無い、主にこの3つです。ではオンパクを実施したらどんな効果があったかと聞くと、「コアリーダーや地域外の参加者がいて自信につながった」「まちづくりに興味を持つ人材が増えた」「新たなビジネスチャレンジが生まれた」などが挙げられました。

こうしてみると、諏訪地方も真庭市も宇部市も、地域の課題は変わらないんです。まとめてみると、ポイントは①地域資源が活用されていない②小規模事



業者が多く、経営者の高齢化とも相まって新規事業や事業拡大などのチャレンジが生まれてこない③業界、人材間で情報が共有されず、適切な連携や地域支援が起こりにくい、この3つに集約されると思います。同じような問題は、全国の地方都市は大なり小なり抱えていると思います。

地域の資源が活用されていない、小規模事業者が多く、経営者の高齢化と相まって新規事業や事業拡大などのチャレンジがないといった問題は、(オンパクを実施するような)中間支援組織が入ることでもかなり解決されるのではないかと思います。オンパクという手法をきっかけに地域にプラットフォームができることは、これらの課題を解決するのに役立つのではと思います。

## 回を重ねるごとに圏域拡大プログラムも多様化するズーラ

では、諏訪地方のオンパク「ズーラ」についてお話しします。先ほどお話したように、第1回は2008年(平成20年)9月に開催されました。最初の開催地は諏訪市、岡谷市、下諏訪町の3カ所だけでした。16のプログラムを実行委員会のメンバーたちで考えました。

2回目になると、富士見町、原村、茅野市が加わり開催地域が6市町村に拡大しました。自分たちでプログラムを考えるのは限界があったので、公募をしました。各地域を実行委員メンバーが訪れ、「こういうことをやるので、プログラムを作って参加してください」と説明会を行いました。公募で75のプログラムが集まりましたが、決まるまでは大変でした。

中にはこれって本当に取り上げていいのか、というプログラムもあるんですね。それで応募した人にアポを入れてヒアリングのために訪問することにしました。しかし、話はすぐには始まりません。まず行政の批判で1時間、ようやくプログラムの話ができるようになって1時間、1件の訪問で大体2時間かかりました。そういう経緯を経て、開催できたときは自分なりに本当に感動しました。

**JAPAN ONPAKU**  
 事例: 地域開発  
 38

新たな「食材」でまちおこし  
 ペンションとの連携

取っチャお！作っチャお！食べチャお！  
**10/25(日) 09-0051** 11時 30分 2時間  
 高元の赤いルバーブを丸ごと召し上がれ

**10/25(日)・11/1(日)** 会場 萩県・富士見町高元のルバーブ産地  
 ケーキ&ジャム作り:富士見高原ペンションレタス  
 高っ赤なルバーブ(ハーブ)/収穫体験/スイーツワークショップ/ランチ マップP45

富士見高原ならではの食材、真っ赤なルバーブ(欧米ではパイの具として有名)を皮で包み、ルバーブを使ったランチを味わいます。デザートは「熟なルバーブクラム」のアイスクリーム添え。午後は、ルバーブをジャムやパウンドケーキに加工させて、お土産にします！

スケジュール  
 9:45集合受付→10:00開会→10:30ルバーブ収穫→11:00ペンション体験→11:30スイーツ作り→12:00昼食→ジャム&パウンドケーキ作り(お持ち帰り) 15:00閉会

定員 10/25(日)・11/1(日)  
 料 金 10,000~15,000円  
 料 金 3,800円(ランチ+材料費)  
 定 員 各10名 ※参加費1人様 3,800円  
 集 合 JR富士見駅  
 講師 萩県立農業学校 萩校 萩校 萩校  
 持ち物 汚れても良い服、長靴、雨具で畑作業を盛り込んだランチ  
 備 考 ペンションで畑作業を盛り込んだランチ  
 講師 ルバーブ産地 萩県立農業学校 萩校 萩校  
 ペンション 萩村マヨール 萩村マヨール 萩村マヨール  
 ペンション レタス 萩村マヨール 萩村マヨール  
 ペンション マーティン 萩村マヨール 萩村マヨール  
 主 催 ルバーブ産地萩校

© 2010-2012 JAPAN ONPAKU & zoola. All rights reserved.

**JAPAN ONPAKU**  
 事例: 商品化  
 40

歴史を活かしNHK大河ドラマを活用した商品化

江戸時代のひとときに想いを馳せて・・・  
**宿場町でお姫様気分**

**11/1(日)・3(火祝)・5(木)・7(土)** 会場 萩県萩かめや  
 皇女和宮/お姫様御膳/昼食でお披露

十四代将軍徳川家茂のちとへ降嫁した皇女和宮、江戸へ向かう途中、下宿坊にお泊りになりました。その時に召し上がった料理を再現し、和宮おひとときを過ごした「上段の宿」にて昼食を兼ねながらお披露をお楽しみください。

スケジュール  
 10:45集合受付→11:00皇女和宮御膳再現→12:00昼食(お披露御膳)→13:00上段の宿にてお披露→14:00閉会  
 (お菓子付き)→14:00閉会

開催日 11/1(日)・11/3(火祝)・11/5(木)・11/7(土)  
 時 間 11:00~14:00  
 料 金 5,000円  
 ※参加費1人様 5,000円  
 定 員 各20名 ※参加費1人様 5,000円  
 集 合 萩防大社下社萩宿場前  
 講師 萩県立農業学校 萩校 萩校  
 持ち物 お姫様セット(和服の方) 11/5(木)は皇女和宮が再現されたお披露御膳をご用意。お披露御膳は、その日の昼食です。  
 講師 萩県立農業学校 萩校 萩校  
 ペンション 萩村マヨール 萩村マヨール  
 主 催 萩県立農業学校

© 2010-2012 JAPAN ONPAKU & zoola. All rights reserved.

3回目は77のプログラムを公募で実施しました。外からも認めていただけるようになり、「信州イノベーション大賞」という賞も受賞しました。

4回目は初めて子供を主対象として「キッズズーラ」を開催。ズーラは毎年10月から11月の約1カ月開催してきましたが、子供が対象ならやはり夏休みだろうと、夏に開催したところ、これがウケまして、電話がパンクするほど殺到しました。

またこの年は、今まで実施したプログラムのストックから、通年あるいは一定期間できるプログラムを集めた「通年ズーラ」というガイドブックを作り、諏訪地方のホテルなどに配りました。

2012年(平成24年)に行われた5回目は、さらに塩尻市と辰野町という2市町が加わり、8市町村での開催となりました。新しく加わった地域には説明会、ヒアリングも行い、48のプログラムが実施されました。

ズーラのスタッフとして関わりたいという人も出て

きたので、そういう人を公募で集めて一緒に活動を始めています。主に30~40代のまちづくりに関心のある女性が多いです。また、「通年ズーラ」のガイドブックの評判が結構良かったので、子供を対象とした「通年キッズズーラ」ガイドブックというのも新たに作りました。

過去5年間に開催したズーラから、いくつかの事例をご紹介します。一つが新しい食材を使ったまちおこしです。

富士見町では、茎が赤く酸味があり欧米ではジャムなどの材料として知られるルバーブという野菜が栽培されており、生産組合も作られています。このルバーブを収穫し、ルバーブを使ったランチとデザートを味わい、午後はジャムやケーキを作るというプログラムがペンションで行われました。参加者の反応がかなり良く、その後も参加したペンションでルバーブを使ったスイーツの取り組みに活用されています。

**JAPAN ONPAKU**  
 事例: 新規顧客の集客  
 39

ワンコインで気軽に体験  
 新規の顧客開拓

**10/25(日) 09-0055** 予約/受付/開会 予約TEL.0266-763-1779(直通) 11時 30分 2時間  
 ※予約なしでも、当日会場にて受付いたします。

1コインできれいになるう！！  
**ビューティセラピー**

**毎土・日・月** ハートセラピー(土・月) 会場 ヘルピア2F 機庫  
 ビューティセラピー(日・月) カルチャー(土・日)

心と体のセラピー/クラフト体験/お話しワンコイン マップP45 きー/拡大版F

毎日通っている自分とちょっと違う自分ってありますか？アロマセラピー/ハンドセラピー/ヘッドトートメント/カラセラピー/パーソナルカラー/オラクルカード/アレンジメント/フラワー/ビーズクラフト/ハンドブックセラピーなど女性が気になること盛りだくさんのコースです。ご予約は先ですが、お気兼ねなく体験しにおいでください！

スケジュール  
 10:00~16:00 ※お申し込みは、予約のお披露御膳ですがご自由においで下さい

定員 1名  
 集 合 会場と同じ  
 講師 萩県立農業学校 萩校 萩校  
 ペンション 萩村マヨール 萩村マヨール  
 主 催 ビューティセラピーチーム

© 2010-2012 JAPAN ONPAKU & zoola. All rights reserved.

**JAPAN ONPAKU**  
 事例: コラボレーション  
 41

諏訪を代表する「食・酒」+江戸時代の「茶屋」

諏訪のお姫様も見つけた風景  
**「橋本政屋」でとっておきの地酒と地肴を楽しむ**

**10/25(日) 09-0068** 11時 30分 2時間  
 橋本政屋/地酒「新撰鶴」と地肴/諏訪酒の地景

江戸時代に諏訪酒の発祥地を出ていた茶屋「今」というドライン「今」橋本政屋で、地酒「新撰鶴」と諏訪酒の地肴をお楽しみいただきます。諏訪酒を愛する橋本のコラボレーションと貴重なお披露御膳では、いつもの諏訪酒と異なった感じられることでしょう。かつてお披露御膳に用いられたお披露御膳の食材や地肴の由来など、ご担当の長崎正彦さんにご紹介いただきます。

スケジュール  
 【お披露御膳】10:45集合受付→11:00橋本政屋の案内とガイド→11:30地酒と地肴→13:00閉会  
 【お披露御膳】15:45集合受付→16:00橋本政屋の案内とガイド→16:30地酒と地肴→18:00閉会

開催日 10/25(日) 11時 30分 2時間  
 時 間 11:00~13:00  
 料 金 4,000円  
 ※参加費1人様 4,000円  
 定 員 各20名 ※参加費1人様 4,000円  
 集 合 江戸時代茶屋「橋本政屋」  
 講師 萩県立農業学校 萩校 萩校  
 持ち物 橋本政屋 萩県立農業学校  
 ペンション 萩村マヨール 萩村マヨール  
 主 催 グッドニュース

© 2010-2012 JAPAN ONPAKU & zoola. All rights reserved.

地域の事業者が新規顧客を開拓した例として、ワンコインで気軽に体験できるビューティセラピーがあります。アロマセラピー、リンパセラピーなど、いろいろな先生方に一部屋に机を並べてもらいます。それぞれの施術を1回500円のお試し価格で体験できるというプログラムを実施して非常に好評でした。それぞれの先生が持っている顧客が、別の先生の施術を気軽に体験できるわけですね。

もし気に入れば、お店に行って本格的なメニューを体験してもらおうということで、美に対して意識が高い人たちを同じ空間に集め、互いの顧客を共有することで、それぞれが新しい顧客開拓につながりました。

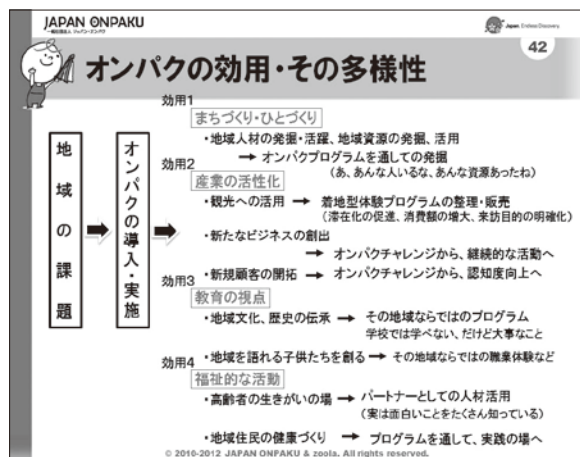
着地型商品も作られました。「宿場町でお姫様気分」というプログラムです。十四代将軍徳川家茂に降嫁し、大河ドラマなどにも登場する皇女和宮というお姫様が、京都から江戸に向かう途中、下諏訪に泊まれたということで、当時召し上がった献立を再現しました。和宮が当時眺めたであろう庭も眺め、お姫様の気分を味わっていただくということです。

もう一つ、諏訪のお殿様が別荘で使っていた空間を使って、地酒と諏訪湖の地魚を楽しむというプログラムもあります。食と酒に江戸時代の茶屋をプラスして、単に料理や飲み物を売るというより、セットにしてそこで過ごすトータルな時間と空間を売るといったコンセプトです。

## オンパクの効果は「定量」と「定性」で考える

このようにいろんなプログラムをやってみて、改めてオンパクというのは多様な効果があるんだろうなと思いました。考えられる効果についてまとめたのがこちらです。

ここでは、まちづくり・ひとづくり、産業の活性化、教育の視点、福祉的な活動の4つのポイントが挙げられています。なぜこういうことを考えたかという、私も行政マンの一人ですので議会に呼ばれたりして、



オンパクの効果について何らかの説明が求められるわけです。具体的にどんな効果があるかを言えた方が行政としては説明がしやすいわけですね。

そこでオンパクの効果測定についてより詳しく説明できるよう、さらに考えたのがこちらの表です。数で測れることと、測れないものを一緒に考えてはいけないということで、まず「定量」と「定性」で、分けて考えました。

例えば、「まちづくり、人づくり」という項目があります。「人材として何人を発掘した」というのが定量ですね。「それによって地域がこんなふうに変った」というのは定性です。

「地域資源の発掘、活用」という項目では、今まで埋もれていた資源を何個発掘したという言い方ができます。これは定量としての考え方です。そして「発掘したことによって、こんなネットワークができ、結果として新しい商品が開発された」というのが定性的な考え方です。

さっき事例としてお話したルバーブの場合は、ルバーブという素材を発掘したことで、ルバーブ生産組合と観光協会、旅館組合に新しいネットワークができたという定性の効果があったと言えます。

「観光面への活用」を定量という観点から見ると、効果測定はより分かりやすくなります。例えば、着地型商品が何個販売できて、何人参加し、いくら消費効果があったと。多分こういう効果測定が一番主流なのでしょうが、さらに定性的効果として、その着地型商品が宿泊とのパッケージ商品になったら集客人

数や売上額だけでなく、事業者間でネットワークが  
できたり、二次交通が整備されたりといったことも、  
効果として挙げられると思います。

また、作った着地型商品が多くの媒体に取り上げ  
られれば、地域の宣伝効果があったという定性効果  
も挙げられます。これは広告費に換算すればいくら、  
というように金額に換算することも可能です。

また、教育的な視点からの効果測定もあり得るか  
など考えています。「キッズズーラ」をやったとき、あ  
るお母さんから聞いたのですが子供がキッズズーラ  
のガイドブックを持ってきたと。今まで、その子は自  
分の言葉で何かをやりたと言ったことがなかった  
そうですが、初めて「これをやりた」と言ってきた  
そうです。そういうのも成果の一つではないかと思  
います。

ちょっと話がそれますが、うちのような地方都市  
で、若者が田舎にいることを親がまるで悪いこと  
のように言うんですね(笑)。「いつまでこんな田舎に

んだ」とか、「早く東京に行って出世してこい」とか。  
そういう言葉を子供の頃からずっと聞かされてき  
て、ここにいやいけないのかという気持ちになっ  
て、よくこうした地域の活動に若者が入ってこない、若  
者にはこういうことは面白くないと言いますね。しか  
し、それにはまず自分の言葉でこの地域が好きだ  
と言える子供を何人作れるか、ではないかなと思  
います。

よくこうした地域の活動に若者が入ってこない、若  
者にはこういうことは面白くないと言いますね。しか  
し、それにはまず自分の言葉でこの地域が好きだ  
と言える子供を何人作れるか、ではないかなと思  
います。

例えば冒頭でお話したような諏訪地方の歴史に  
興味を持ち、自分の言葉で語れるような子供を何人  
作れるかで、その地域の50年後、60年後は変わ  
てくると思います。自分の地域の良さを自分の言葉  
で話せる子供が何人いるかというのは、お金には換  
算できませんが、教育の視点から見ると、かなり大  
きなことではないかと思ます。

「福祉的な活動」というのはこれからのチャレンジ  
ですが、例えば第一線を退いたけれど知識を豊富  
に持っている先輩方の活躍の場を、オンパクズーラ  
で提供できたらなと思っています。「キッズズーラ」  
の次は「シルバーズーラ」はどうかとも考えていま  
す(笑)。

## オンパクは非営利部門、 地域の観光振興をグロスで向上

第6回のズーラが行われた2013年(平成25年)  
は、改めてもう一度、何のためにズーラをやっている  
かという話し合いをスタッフの間で行いました。我々  
の場合、多くの資金は観光協会経由で来ています。  
そういうことから、「それぞれの町や市のまちづくりも  
いいけど、やはり観光もやらなきゃダメだよね」とい  
う話になりました。

そこで、観光に特化した新しい取り組みをスター  
トしました。一つが酒蔵の試飲チケットです。諏訪市  
にある造り酒屋5軒で試飲ができるチケットを作りま  
した。試飲用のおちょこが付いていて、試飲が終わっ  
た後に記念に持ち帰れます。

価格は2000円でホテルや旅行会社などで販売し  
てもらいます。各酒蔵には300円ずつお支払いしま

JAPAN ONPAKU  
43

### オンパクの効果・効果測定 その1

項目	定量	定性
〇まちづくり、人づくり ・地域人材の育成、活躍	・人材として〇〇人を発掘した。 (〇〇は、これまでに開かれたまちづくり の場) (〇〇は、これまでに開かれたまちづくり の場)	・そのことにより、地域が一変した。
・地域資源の発信、活用	・資源として〇〇個を発見した。	・その資源の活用によって、まちづくりが でき、結果として、新たな商品が開発された。
〇産業の活性化 ・観光客への誘引	・観光型体験型プログラムが〇〇回、販売され た。そのことで〇〇人が参加し、〇〇円の 消費効果があった。	・このことにより、地域の活性化に つながり、宣伝効果があった(注: 効果測定可能)
・新たなビジネスの創出	・具体的に商品としてパッケージ商品が〇〇 個販売された。〇〇人が参加し、〇〇円の 消費効果があった。	・観光型の商品とパッケージ商品が〇〇 個販売された。〇〇人が参加し、〇〇円の 消費効果があった。
・既存ビジネスの観光顧客の増加	・新規顧客も〇〇人獲得できた。 そのことにより、〇〇人が参加した。	・その人たちがさらに口伝でも宣伝してくれ、 接客の拡大、継続につながった。

© 2010-2012 JAPAN ONPAKU & zoots. All rights reserved.

JAPAN ONPAKU  
44

### オンパクの効果・効果測定 その2

項目	定量	定性
〇教育の促進 (教育的なプログラムが〇〇 人の子供たちが参加した)	・その地域において、親子や、自分の言葉で 話せる子供たちが〇〇人できた。 ・地域ならではの仕事を、たいと想う子供た ちが〇〇人参加した。	・地域外に出て、自分の地域を誇れる ・何もないでなく、〇〇があって、面白く 見える ・地域があるから、地域に帰ってくる ・地域の誇り(〇〇)が伝わる ・だから、地域が元気になる
〇福祉的な項目、活動 (高齢者パートナーとしてプログラムを 行った)	・自らの生きがいと思える参加する高齢者 が〇〇人できた。	・生きがいを持つ高齢者が〇〇人増えたこ とで、地域の医療費が〇〇円削減された。 ・高齢者間でネットワークが築かれ活動の輪 が広がった。
(地域住民の健康づくりプログラムを 行った)	・自ら、運動を始める人を〇〇人増えた。	・健康を気にする一歩のために運動が必要 だ。 ・地域の医療費が減少した。 ・運動カーブが生まれた。

© 2010-2012 JAPAN ONPAKU & zoots. All rights reserved.

す。200円がホテルに販売してもらった手数料としてお支払いします。これで合計1700円となりますね。残った300円はズーラの運営組織に入ります。

今後、このチケットをどうやって量販していくかは課題ですが、昨年の秋に実際に販売したところ、まだまだ知名度は低いです。1カ月間で10数万円がズーラに入りました。

かなりポテンシャルは高いので継続していかなければと思っていたのですが、この造り酒屋5軒が自分たちで組合を作って自分たちでやると言い出して(笑)。地域にとってはいいことですけどね。ただ、ズーラの自主財源がなくなっちゃったなど。

もう一つの取り組みは下諏訪町でやっている「万治の食べ歩きチケット」です。価格は500円で5枚のシールがついています。添えられたマップに載っている店に行ってこのシールを1枚渡すと、お菓子やコロッケなどいろいろな食べ物と交換ができます。まち歩きと食べ歩きを組み合わせたものです。

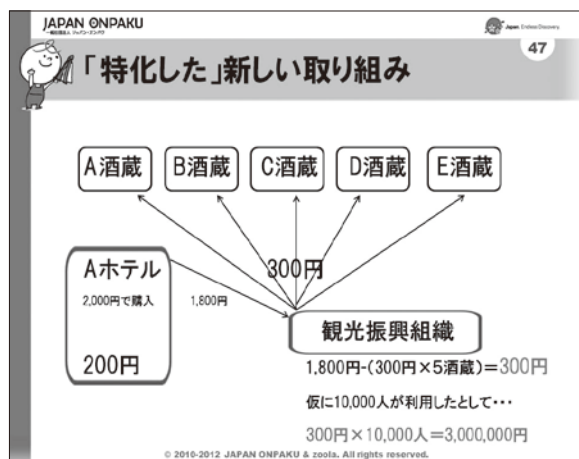
このチケットは既に1万人が利用しています。この商品を作ったとき、私は観光協会にいましたが、行政の名刺を持って一人で旅行会社を回っても誰も相手にしてくれないので、地域のドライブインと一緒にクラブツーリズムやはとバスなどの旅行会社に行き、「このチケットを組み込んだ企画を作ってください」とお願いして回りました。ドライブインは自分のところで食事をしてくださいとセールスし、私はこのチケットを売り込んだ形です。

この2つはオンパクの発展形であり、オンパクが



あったから実現できたと思っています。ただ、ズーラ実行委員会だけではなかなか集客効果が薄いので、地域力を総動員して、いろんな場面で連携をしなければいけないと思います。

今日出席されている方たちもそれぞれ観光振興のビジョンがあり、その中に着地型観光という柱があると思います。それをみんなで支えるときに、オンパク組織がどういう役割を果たすかということを考える必要があると思います。オンパク組織が全てを担





うというのは事実上不可能です。しかし、オンパクをやる組織がないと、地域の資源を発掘することもできません。

オンパクをやれば何らかのお金は入りますが、それで事業が成り立つと思わない方がいいというのは、講義2の野上さんや講義3の鶴田さんと、私も同意見です。オンパクで着地型旅行ができて、独立採算でやれるというところまではいかないと思います。

ですから、同時に他の施策も打つ必要があります。インバウンド誘致やフィルムコミッションなどを同時進行でやりながら、着地型旅行についてはオンパクで掘り起こすということをしていかないと、オンパクをやったから明日からバラ色の人生が待っている、観光施策がうまくいくということではないと思います。

オンパクが収益事業として自立するというより、も

う少し広く考え、地域全体に還元するという形がいいのかなと思います。野上さんのお話にもありましたが、企画部門など非営利部門は、単独ではお金を生まない部門です。だから他の事業と連携した取り組みを行い、地域観光振興をグロスで向上させていくという考え方が必要ではないかと思っています。

活動を継続するために、誰が費用を賄うかという点は私もズーラという活動を継続させるために明確にしたいと思っており、諏訪地方では2014年度（平成26年度）にJTBFさんとこの部分についての調査に取り組む予定です。オンパクをやっている地域にとって評価軸が見える化できれば、非営利部門も評価されるのではないかと思いますし、評価しにくい部分を評価できる仕組みを作っていきたいと思います。



## 質疑応答

**【会場】** オンパクに参加している市町村に、観光面における広域連携の組織はもともとあったのでしょうか。ある場合、その組織とのすみ分けは？

**【北澤】** 諏訪地方には、諏訪地方観光連盟という組織があります。オンパクがやっていることはその組織とかぶる部分もあります。ただ着地型商品という観点でいうと、諏訪地方観光連盟は深く入り込めるほどの知識がなかったんですね。

また、広域の仕事になると、民間の人はどうしても自分のところを優先して考えてしまうので行政や観光協会が中心になる場合が多いと思いますが、異動があるので、知識や人脈が後に残らない。だから、いまいち入り込めなかったというのが実情だと思います。それではダメだということで、オンパクの実行委員会が作られたと。ただ、全てを実行委員会ではできないので、宣伝や広報的な役割は諏訪地方観光連盟が行い、もう少し入り込んだ業者とのやりとりなどは実行委員会が担当する、というすみ分けが何

となくできています。

個人的には将来、諏訪地方観光連盟が諏訪地方観光コンベンションビューローといった民間組織に移行したときに、ズーラという部門を持ってもらえればいいなと思います。

**【会場】** 最初にオンパクのプログラムを公募したのですが、公募の手段は？

**【北澤】** 地元の新聞で、オンパクの説明会をやるという告知を載せてもらいました。あとは、もともと各市町村で頑張っている人たちに話を聞こうということで、その人たちを説明会の会場に呼びました。

説明会は市町村ごとに開催すると大変なので、湖側のエリアと山側のエリア、それぞれ3市町ずつ2回に分けて行いました。プログラムは最初100くらいの応募がありましたが、少し精査させてもらって実施したのは75くらいになりました。準備は手間が掛かりますが、説明会を一度やると、地域にオンパクをやるということが定着しますね。