



とーりまかし

vol. 74

2023年12月号

心を動かす、
日本を元気にする
観光・レジャーの
プロデューサー
応援情報誌



静岡大学共同研究

「キャリア教育に余暇の過ごし方の
視点を取り込んだ
教育プログラム開発」他

旅は人生の「必修科目」?

旅と教育

「帰る旅」プロジェクトレポート2023

旅人と地域の関係性を拡張せよ!

**「帰る旅」がもたらす
新たな旅の形とは**

連載

＼先進事例に成功のヒントあり／

持続可能な「DMO経営」学

第5回

**自ら創れ! 地域の起爆剤となる
食・買・泊の自主事業**

価値と感動を生み出す人にインタビュー

マエストロの肖像

写真家／会社員

toshibo

Nostalgic but Innovative

ちょっと気になるおみやげ手帖

山形県

ふうき豆

地球コクリ! 2023
探究型教育&人材育成プログラム
子どもと大人で
共創する
地域産業の未来



心を動かす、
日本を元気にする
観光・レジャーのプロデューサー
応援情報誌

とーりまかし

vol. 74

2023年12月号

目次

地球コクリ!2023
探究型教育&人材育成プログラム

2
子どもと大人で共創する
地域産業の未来

14
旅と教育
「帰る旅」プロジェクト2023
旅人と地域の関係性を拡張せよ!
旅は人生の「必修科目」?
旅は人生の「必修科目」?
旅は人生の「必修科目」?

22
「帰る旅」がもたらす
新たな旅の形とは

連載

28
先進事例に成功のヒントあり
持続可能な「DMO経営」学
自ら創れ! 地域の起爆剤となる
食・買・泊の自主事業

32
マエストロの肖像
写真家/会社員
toshibo
価値と感動を生み出す人にインタビュー

34
ふうき豆(山形県)
Nostalgic but Innovative
ちよこに気になるおみやげ手帖

とーりまかし [terima kashi]

インドネシア語で
「ありがとう」の意。

日頃からお世話になっているクライアントのみなさまにありがとう、読者のみなさまにありがとう、そして私たちに知恵を提供してくれるすべてのみなさまにありがとう、という感謝の気持ちを込めて、この名前をつけました。ちなみに、じやらん[jalan]もインドネシア語で、「道」「プロセス」の意味です。「jalan jalan」で、「散歩する」「ブラブラ出かける」「旅行する」などの意味になります。

地域は労働者不足で
生活維持も難しくなっていく

日本の人口減少の影響を最も大きく受けるのは、「地域」である。例えば、リクルートワークス研究所は2023年に「2040年の生活維持サージス充足率」を予測した。それによれば2040年、東京都・千葉県・神奈川県・大阪府では生活維持サージスを提供する労働者が足りる一方で、他の都道府県は、労働者不足で生活維持サージスを満足に受けられなくなる可能性があるという。特に、岩手県・新潟県・京都府では充足率が60%を割るという数値が出た。「地域の担い手不足」の問題はすでにさまざ

まな面で顕在化しているが、このような調査や研究を見る限り、今後さらに進むことは間違いない。

地域の担い手不足を
解消するカギは「小中学生」だ

じやらんリサーチセンターは、2022年から「探究型教育&人材育成プログラム」の研究を始めた。小中学校の「探究学習」の時間を使って、子どもたちに地元の産業について探究してもらう学習プログラムだ。最大の目的は、10年後、20年後に地域産業を盛り上げる「地域社会の未来の担い手」の育成にある。地域に生まれ育つ子どもたちの多くは、成長すると故郷を離れ、大都

市圏に暮らすようになる。そのうちの一定数が地域に残るか戻るかして、地域の担い手になってくれたら、労働者不足を解消・軽減できるはずだ。そのためには、小中学生のうちに地域や地域産業と関わり、愛着を持つ機会が欠かせない。なぜなら、子ども時代の愛着が地域とのつながりを形成するからだ。中学校卒業までに地域産業との関わりを持たないと、高校・大学以降は大都市圏などに進学・就職し、地域産業と関係のない人生を送ってしまう可能性が高いのだ。この取り組みは、学校と地域の人たちが協力してプログラムを創るのが大きな特徴だ。子どもと大人が地域産業の未来を共創するのだ。



塩尻西部中学校でプログラムを受けている生徒たちと関わっている皆さん



地球コクリ! 2023

探究型教育 & 人材育成プログラム

子どもと大人で 共創する 地域産業の未来

じゃらんリサーチセンター(JRC)は、地域の未来の担い手を育てる

「探究型教育&人材育成プログラム」の研究を始めた。その手法と現時点での成果を報告する。

イラスト/武曾宏幸

※1 探究学習（総合的な学習（探究）の時間）／総合的な学習（探究）の時間は、変化の激しい社会に対応して、探究的な見方・考え方を働かせ、横断的・総合的な学習を行うことを通して、よりよく課題を解決し、自己の生き方を考えていくための資質・能力を育成することを目標にしていることから、これからの時代においてますます重要な役割を果たすものである。（文部科学省Webサイトより）



探究型教育 & 人材育成 プログラム

とは？

地域の未来の担い手と意志ある大人たちが 地域産業を共創する「探究学習」

じやらんりサーチセンターは、赤井友美さん^{※2}と共同で「探究型教育&人材育成プログラム」を研究している。これからの社会を生きる上で必要な能力を高めるとともに、学校を中心とした地域の大人たちのつながりも創出する、新しいタイプの探究学習プログラムだ。

子どもたち・大人たちが 「関係の質」を高めることを重視

「探究型教育&人材育成プログラム」は、小学校5年生〜中学3年生に地域産業と親しんでもらい、地域の未来の担い手を育て、中長期的な地域づくりにつなげることを狙う取り組みだ。現在は2022年から、中学3年間のプログラムを展開している最中である。将来的には小学校高学年も視野に入れている。

本プログラムでは、第一に「関係の質」を重視している。なぜなら、成功循環モデルに従えば、関係の質を高めることが、思考の質・行動の質・結果の質の向上につながるからだ(図1)。生徒たちにとって、地域の働く大人たちと接したり、共創したりすることは、学校や机上に閉じない多くの価値観に触れる経験になる。人や地域とのつながりが生まれ、「自分と地域」「自分と社会」を感じ

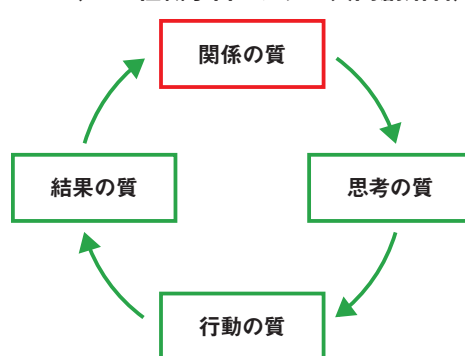
ることが日常的になるはずだ。そうすれば、日常的に「自分はこう生きたいか」「自分は社会や地域とどうありたいか」を考える機会をつくり、行動する人が増えるだろう。行動が結果に表れるようになり、これまでに以上に地域や社会が元気になるっていくことが期待できる。

このような生徒と地域の大人の関係だけでなく、生徒たち同士、学校と地域など、あらゆる面で関係の質を高めることを目指している。

学校と地域の共創体制が より良い地域づくりにつながる

第二に、本プログラムは学校と地域の共創体制づくりを重視している。子どもたちが学校外の社会について主体的に調べて考えるものだから、学校外の知識やつながりが必要になる。多くの先生が多忙を極めることを踏まえると、先生だけでプログラムを制作・実行するのは不可能に近

図1 ダニエル・キムの成功循環モデル
(MIT組織学習センター共同創始者)



い。しかも、中小学校の先生は数年で異動になる可能性が高いから、仮に突出した能力を持つ先生が独力で優れたプログラムをつくれたとしても、その先生がいなくなった途端、再現できなくなる。しかし、地域産業を対象とした学習プログラムは、当然ながら地域ごとに内容が異なるため、全国一律ではなく、各地域・各学校が自分たちに合ったものを用意する必要がある。

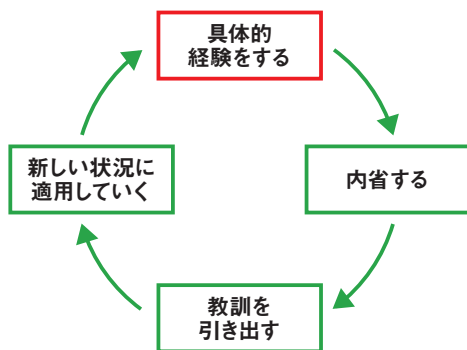
※2 赤井友美さん：(株)4smiles代表取締役。(一社)未来共創イノベーション代表理事。(一社)イマココラボフェロー。神山まるごと高専評議員。熊本県南小国町、山形県鶴岡市、香川県三豊市等の教育委員会アドバイザーを歴任。



そこで欠かせないのが、地域の協力だ。学校の先生たちと地域の共創体制を構築できれば、その地域に根づいた学習プログラムを継続的に用意し、実行できるだろう。その結果として、学校と地域の関係性が深まることは、他の面でも地域にとってプラスにつながるはずだ。

本プログラムは、先生だけでなく、地域の意志ある大人たちにさまざまな面から関わってもらい、学校と地域の関係の質を高め、持続的な共創体制を築くことを目指している。

図2 デイヴィッド・コルプの経験学習モデル



子どもたちの「主体性」を回復する

第三に、本プログラムは小中学生たちに、社会人や大学生と同じように「答えのない問い」に向き合う経験をしてもらい、「自分ならどうするか？」を真剣に考えてもらうことを目指している。なぜなら、小さな頃から社会人・大学生と同じような実践的な探究の訓練を積むことが、自身の経験と自信になり、社会に出たときに役立つからだ。

2017年から改訂された新しい学習指導要領は「生きる力」を最重視している。子どもたちが生きる力を高めるには、まずは自分で考えて行動を起こす姿勢を獲得する必要がある。私たちはそれを「主体性の回復」

復」と呼んでいる。これは生徒たちの主体性を回復させ、生きる力を高めるための学習プログラムである。

本プログラムでは、生徒たちはさまざまなツールを使いこなしながら、自分たちで調査したり、企画アイデアを出したり、成果物を制作したりする。実際にビジネスのプロが行うのと同様のプロセスで、答えのない問いに取り組むのだ。

驚くことに、彼・彼女たちはツールを使いこなすスキルを短期間で身につけ、自分たちの力でやり遂げる。これこそが「主体性の回復」である。

このときに最も大切なのは、先生や親、周囲の大人たちが、生徒たちを信じて任せることだ。

主体性を回復するときには、生徒たちに「デイヴィッド・コルプの経験学習モデル」(図2)を回してもらおうのが効果的だ。本プログラムは、経験学習モデルを回して、「自分たちにも地域産業を盛り上げる糸口をつかむことができる」という成功体験を得てもらおうことを目指している。

まとめると、本プログラムは9つの原則を重視しながら開発している。①生徒たちに答えのない問いを与えること。②生徒たちが主体的に取り組めること。

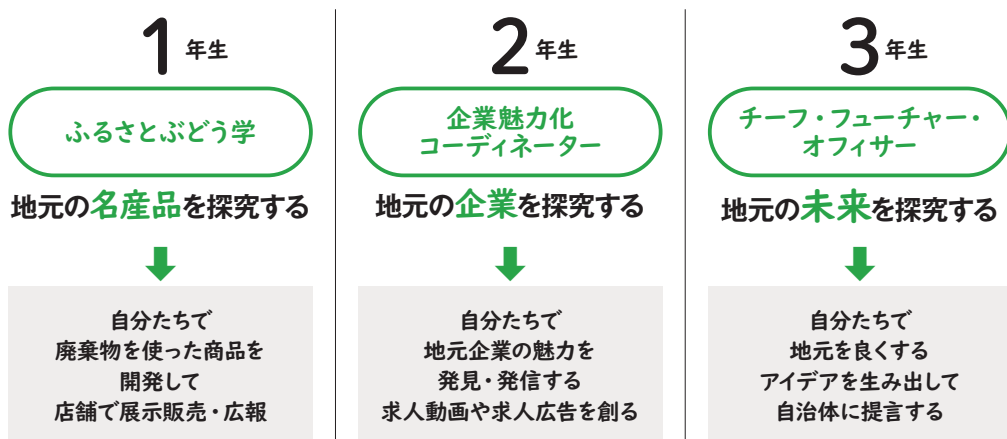
図3 社会変化の流れ

	20世紀	21世紀
社会	工業化、標準化 大量生産、大量消費	VUCA時代 (変動・不確実・複雑・曖昧)、 AI化、持続可能性、少子高齢化
地域	都市一極集中、進学・就職の 都市志向、大企業就職信仰、 画一的、横並び志向	地方分散型、関係人口、 移住・二拠点居住、協働・共創の 地域づくり、質的向上、多様化
資質能力	知識量、答えが1つ 指示を正確に再現できること	学び続ける力、答えがない 課題設定能力、やりがい
教育	知識習得優先 受動的な学び	探究的学習 能動的な学び

③毎年同じように実行できること。
④地域に特徴的な何かを扱うこと。
⑤地域の人たちと接すること。⑥持続可能性の視点を持つってもらうこと。
⑦子どもたちを中心に地域の共創が生まれ、新たな価値を創造すること。
⑧実社会のように顧客を意識すること。⑨生徒たちが自ら経験学習モデルを回すこと。

なお、私たちは探究学習を図3の位置づけで捉えている。本プログラムは、21世紀のVUCA時代、多様性の時代に適した学習方法である。

図4 探究型教育&人材育成プログラムの全体像



探究型教育
&
人材育成
プログラム
実証事例

塩尻西部中学校での実証実験 子どもも大人も変化している

私たちは2022年度から、長野県塩尻市立塩尻西部中学校で実証実験を始めている。2023年度は全学年で異なるプログラムを展開している。子どもたちの学びの成果や生の声とともに、関わる多様な大人たちの声も伝える。

3年間で塩尻を深く知り 地域の魅力を感じ取ってもらう

塩尻西部中学校は、塩尻市西部の宗賀・洗馬地区の生徒が通う中学校だ。ぶどうやレタスの畑に囲まれたのどかな田園地帯にある。

2021年度は1年生が総合的な学習の時間に「桔梗ぶどう学」として、地域の大事な産業であるぶどうを「知る・わかる」探究学習を行った。2022年度からは、じゃらんリサーチセンターと赤井友美さんが関わり、桔梗ぶどう学を発展させる形で「ふるさとぶどう学」を実施している。知る・わかるを超えて、「ぶどうをとりまく地域の魅力を考え、社会に伝える授業」に進化させたプログラムだ。半年間にわたって、ぶどうにまつわる2種類の廃棄物を活用した新商品開発と、広報・販売促進に取り組んだ。

2023年度からは、2年生と3

年生のプログラムも始まった。

2年生の「企業魅力化コーディネーター」は、子どもたちが地元企業を自ら取材して、企業の魅力を自分たちなりに見つけ出し、求人記事や求人動画を作成する探究学習だ。上手にできた求人記事・動画は、実際に企業に使うってもらう予定だ。

3年生の「チーフ・フューチャー・オフィサー」は、子どもたちが塩尻の人たちにインタビューしながら、地域課題と解決策をとらえ、自分たちなりの理想の塩尻を考えて提言するプログラムである。塩尻市では、市長がその提言に耳を傾けている。

3年間を通して、子どもたちは地域の特産品、地元企業、地域課題を深く知り、塩尻の魅力を感じ取ることができる。なお、各プログラムのスケジュール

図5 ふるさとぶどう学のスケジュール

5月	オリエンテーション／ぶどう農家さんの話を聞く
6月	ぶどうについて調べよう
7月	ぶどうの廃棄物について調べよう／ぶどう笠かけ
9月	ワインメーカーさんに話を聞く／ぶどうの収穫体験／商品企画のアイデア出し／アイデアを周りに知らせるチラシを作る
10月	試作品候補決定のための校内投票／ジャムのパッケージ作り／「株式会社塩尻西部中学校」の担当チームに分かれよう
11・12月	チーム活動（パッケージチーム、コンセプトチーム、ホームページチーム、チラシチーム、動画チーム、メディア・広報チーム）
1月	これまでの学びを整理して、プレゼンテーション資料をまとめよう、練習しよう
2月	発表会／自分の学びを振り返ろう

地域教育協議会のボランティアが 授業を行い、先生はコーチ役に

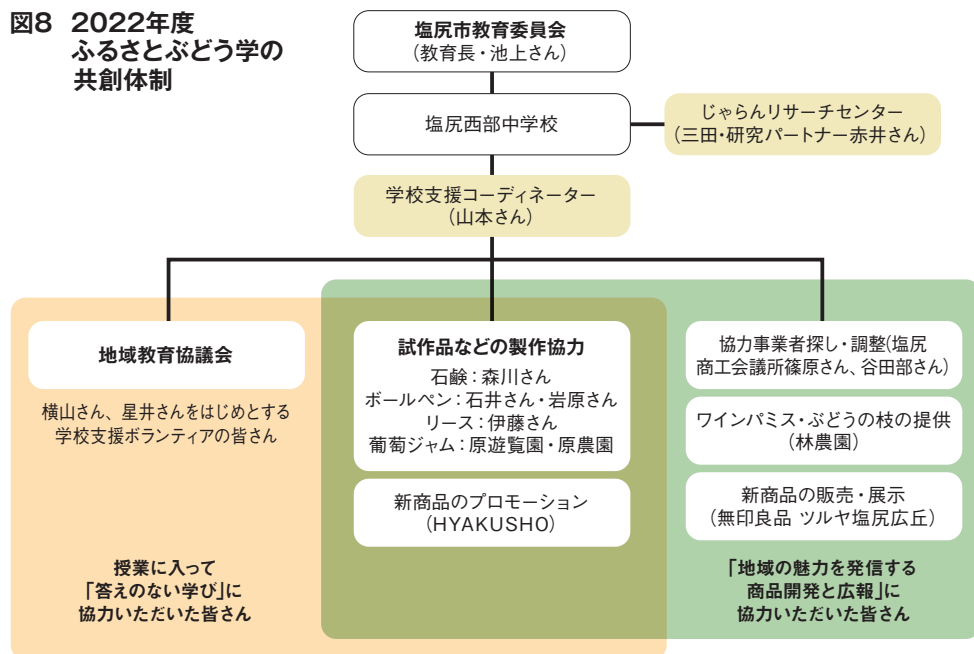
この学習プログラムの大きな特徴の1つは、先生たちとじゃらんリサーチセンター、赤井さん以外にも、塩尻市のさまざまな人たちに関わってもらうことにある（図8）。

は図5・図6・図7のようになっている。



田園地帯にある塩尻西部中学校

図8 2022年度
ふるさとぶどう学の
共創体制



学校と地域のつなぎ役を担うのは、「学校支援コーディネーター」の山本さんだ。塩尻市内での長年の営業経験を活かして、コーディネーター力を十分に発揮してもらっている。

探究学習の授業を先導するのは、先生ではなく、横山さん、星井さんをはじめ、校内で読み聞かせなどを

行ってきた「地域教育協議会」の学校支援ボランティアの皆さんである。一方で、先生はコーチ役として生徒たちを見守り、悩んでいるときや行き詰まっているときに相談に乗ってもらうようにした。なぜなら、このプログラムの目的の1つは、多忙な先生方の負担をできるだけ増やすことなく、生徒と地域の接点を創ることにあった。

図6 企業魅力化コーディネーター
スケジュール

5月	オリエンテーション／さまざまな求人広告があることを知ろう
6月	自分の価値観や職業観を整理しよう／エントリーシートを書こう／求人動画チーム・求人記事チームに分かれよう
7月	担当する業界・仕事・会社について調べよう／質問作り、問い作り／話の聞き方、接遇マナー講座／人事担当者にも話を聞こう
9月	実際に企業に行き、取材しよう
9・10月	取材してきたものを形にしよう／企業の人に見てもらい、嘘がないか確認しよう／これまでの学びを整理して、プレゼンテーション資料をまとめよう、練習しよう
11月	発表会／自分の学びを振り返ろう

全体アドバイザーは、「塩尻商工会議所」の篠原さん、谷田部さんをお願いしている。ふるさとぶどう学では、どの廃棄物を活用するか、製造・販売を誰にお願いするかといった相談に乗ってもらった。企業魅力化コーディネーターでは、2年生が取材する地元企業の選定やコーディネーションに関わってもらっている。

図7 チーフ・フューチャー・
オフィサーのスケジュール

5月	オリエンテーション
6月	自分の価値観と、それを大事にしたシーンを思い描いてみよう／自分の理想の環境、地域を描いてみよう
7月	理想の未来をまとめよう／問い作りをしよう／インタビュー対象を決めよう
7～9月	仮説・自分なりの考えを出して、仮説対象者にインタビューしよう／自分だったら、こんな解決策が考えられるのではないかな？／プレゼン資料作成／ミニ発表会＆ブラッシュアップ
9月	発表会／自分の学びを振り返ろう
11月	発表会



学校支援コーディネーターの山本さん（写真中央）

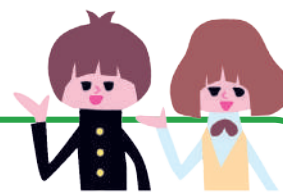
さらに、ふるさとぶどう学では、ぶどうのジャムは原遊覧園・原農園に、試作品と商品は森川さん（石岐）、石井さん・岩原さん（ボールペン）、伊藤さん（リース）に作ってもらった。廃棄物は林農園の提供である。プロモーションはHYAKUSHOに支援してもらい、新商品の展示・販売は、無印良品ツルヤ塩尻広丘に協力してもらった。



学校支援ボランティアの横山さん（写真左）がふるさとぶどう学の授業をした

また、企業魅力化コーディネーターでは、地元塩尻にある銀行・メーカー・建設業・病院・老人介護施設・小売店・飲食店・サービス業などの皆さんに協力してもらっている。

以上の皆さんには、必要に応じて生徒たちと直接関わってもらっている。社会人との接点が少ない中学生にとって、「地域の働く大人たち」が働く姿を生で見る機会は貴重である。



主体性の回復に欠かせない
「オリジナル授業用スライド」

ふるさとどう学では、生徒たちは6種類のチームに分かれて、4人1組でチーム活動を行う。その際はオリジナルの「授業用スライド」を使用する(図9)。特徴は、「生徒たちが主体的に取り組めるようになっていく」ことだ。スライドに沿って進めれば、自分たちだけで新商品のアイデアを考えたり情報を調べたり、広報物・販促物を制作したりできるのだ。生徒たちが主体性を回復させるために欠かせないツールである。

制作の際には、グラフィックデザインツール「Canva」をはじめ、さまざまなツールを使用する。生徒たちは、たった4カ月でこれらのツールを使いこなし、チラシやニュースリリース、商品パッケージを創り上げるまでになるのだ。

図9 授業用スライドの一部

各チーム（部署）紹介	
エンターテインチーム	エンターテインユーザー、娯楽を中心とする需要で、商品以外のサービス、コンテンツにも注力した商品開発と、新規事業を推進する
パートナーチーム	買い手として注力するパートナー企業を積極的に関し、パートナー化を推進する
ブランドチーム	商品販売を促進するためのブランド推進活動を積極的に行い、力をつける
ホームページチーム	商品販売を促進するためのホームページを推進する
製播チーム	商品販売を促進するためのコンテンツを積極的に関し、推進を推進する
メディア・広報チーム	ニュースリリースなどの作成、メディアへの取材などの活動と実施

生徒たちはこの6種類のチームに分かれて探究学習を行った

パッケージチームの11月12月の流れ	
	やること
11月12日	競合調査、何よりより強固なサポートを求めているパッケージを調べよう。
11月13日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月14日	ある1つのパッケージについて、競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月15日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月16日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月17日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月18日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月19日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月20日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月21日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月22日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月23日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月24日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月25日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月26日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月27日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月28日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月29日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。
11月30日	競合調査の1つは自分の得意分野である。とあるのはいいが、やはり7割程度は学ぶべきであるパッケージを探る必要がある。

最初に、3カ月間の学習の流れを提示し、スケジュール感を示した

ホームページの構造はどうなってるの？

書房、私たちが出ているホームページは通常のページで構成されています。

一般的な会社のホームページなどは、最初に来るトップページから

会社概要・事業内容・お問い合わせなどのページが並べられています。

これらのページは並列に存在するのではなく、次のような「階層性」になっています。

```

graph TD
    A[トップページ] --> B[会社概要]
    A --> C[事業内容]
    A --> D[お問い合わせ]
    B --> E[事業概要]
    C --> F[事業内容]
    D --> G[お問い合わせ]
  
```

次に、各チームに必要な基本の方法や型を手渡した。たとえばホームページチームなら、サイトマップ構造である

コンセプトの言葉のFinal Answerを決めよう

質問が与えるヒントを整理し 問題文と照らし合わせる	条件を整理する 計算式	答えの整理 (最終)

↓

コンセプト

コンセプトの言葉のFinal Answerを決めよう

受け取った心(心を動かす) 単語・語句 (単語・語句)	心動かす要素を 抽出する 動詞	動詞の活用 (活用)
あなたの言葉が響きました。 wow!!感動です!!	心動かす	リース

コンセプト あなたの家を華やかに。
ここにしかない心動くリース。

良いと思ったニュースリリースを探そう！	
ニュースリリースを 出していた会社名	
ニュースリリースのタイトル	
リリースの掲載されていた サイトのURL	
このリリースが 良いと思ったポイント	
調査番号	

そのうえで各チームに向けて、このように書き込んだり貼り付けたりしていけば、自分たちだけで主体的に取り組めるスライドを用意した

3つの新商品を開発し
地元の無印良品で展示販売・広報を展開

2022年度、生徒たちは3つの新商品を開発した。普通は廃棄されるぶどうの枝を自然のままに使った1点もののボールペン「EDAPEN」と、ぶどうの枝を活用した「枝リース」。ワインの搾りかすとしてやはり廃棄されているワインパミスを使い、肌に優しいポリフェノールなどを含んだ「信州塩尻ワイン石鹸」の3つだ。試作品制作や製造は地域事業者が支援したが、3商品のパッケージ、コンセプト、チラシ、ホームページ、動画の制作とニュースリリースはすべて生徒たちが行った。

さらに2023年2月、無印良品ツルヤ塩尻
 広丘の協力を得て、生徒たちは展示販売を
 行い、広報宣伝を展開した(写真下)。また、
 学校内や塩尻市コミュニティ・スクール市民
 集会で、取り組んだ内容を自分たちでプレゼ
 ンテーションした。地元のテレビ局や新聞
 社が取り組み取材し、大きく取り上げてく
 れた。



無印良品ツルヤ塩尻広丘での展示販売の様子

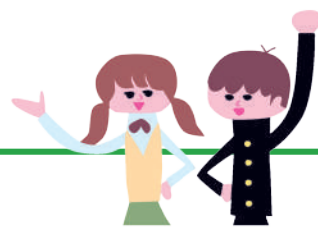
2022年度ふるさとぶどう学の研究成果をまとめた映像です。ぜひご覧ください。



生徒たちの声①

- 最初は、本当に自分たちでチラシなんて作れるのかなと思いました。でも、実際にやってみるとデザインを考えるのが楽しくて、でき上がったときには達成感がありました。地域とちゃんと向き合ってみたいと思うようになりました。(青柳結唯さん・1年生)
- 一人だったら、きっと途中で投げ出していました。チームの仲間が存在が心強かったです。原さんたちの話を聞いて、塩尻で働くことに興味が湧きました。今度は自分から地域の人たちと交流する機会をつくれたらと思います。(小川太一さん・1年生)

企業魅力化コーディネーター



企業魅力化コーディネーターの発表の様子



チーフ・フューチャー・オフィサーの発表の様子



実際に生徒たちが制作した求人記事の一部

生徒たちが地元企業を取材して 企業の魅力をチームで探究し、求人記事・動画を創る

企業魅力化コーディネーターでは、生徒たちは求人記事チームと求人動画チームに分かれて、地元企業を取材する。2023年度は取材時に先生が同行せず、学校支援コーディネーターの山本さんや塩尻商工会議所の谷田部さんが付き添いながら、子どもたちが自らインタビューや撮影を行った。

取材後は、動画編集ツールなどを使い、動画と記事の編集をチームで行った。もちろん彼らはまだ働いたことがないが、チームで協力して想像力を働かせれば、求人記事・動画を制作できるのだ。なお、いくつかの企業は、彼らの求人記事・動画を実際にコーポレートサイトに掲載してくれる予定だ。ある企業担当者からは「求人動画を見て、今の中学生はここまで制作してしまうのかと驚いております」というコメントをもらった。



チーフ・フューチャー・オフィサー

各チームの提言 (仮説) テーマ一覧

- 塩尻市を子育ての街に
- 教師雇用数を増やすことで教育環境が改善される
- 地元で採れた農作物を販売できる場所や機会を増やす
- 奈良井宿をPRすることで塩尻市をより活発にする
- 地域資源を活かした交流の促進
- 伝統工芸品やワインを観光資源として有効活用する
- 域内循環システムを形成するために農業に関わる若者を増やす
- 塩尻市の食材・料理を活用して、町を活性化させていくために
- 暮らしやすい街を作るための木質バイオマス
- 医療現場や感染症に対する興味をもってもらう
- 災害時に防災倉庫は役に立つのだろうか
- 高齢者がたくさん活躍することができる地域にしてい

塩尻市の総合計画を読み解いて考察し 最後は市長などに提言する

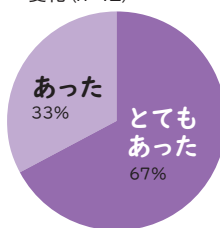
塩尻市の「未来の最高責任者（チーフ・フューチャー・オフィサー）」となり、30年、40年後の塩尻市をより魅力あるまちにするために、何をすべきかを提言していく。最初に塩尻市の総合計画を読み解き、「子育て世代に選ばれる地域の創造」「住みよい持続可能な地域の創造」「シニアが生き生きと活躍できる地域の創造」の3つの基本戦略のいずれかを選んで、チームテーマを作る。そのテーマに沿って、仮説づくり、実験・調査、考察を行い、最終的には市長などに提言する。

生徒たちの声②

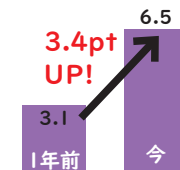
- 働くのは面倒くさいと思っていたけど、広報・メディアチームの活動を通じて、働く大人たちが世の中をつくっていることがわかりました。授業をしてくれたボランティアの皆さんに憧れています。塩尻市への興味は0.01から100になりました。(安藤日向さん・1年生)
- 私が求人動画を作った会社のことを取材前に調べたら、セラミックスを作る会社だとわかりました。工場はとても大きく、いろんな人が働いていました。仕事の面白さを伝えるため、動画に字幕をつける工夫をしました。(塩原江梨花さん・2年生)
- 清沢土建の求人記事を作りました。家やビルを建てる会社だと思っていたので、まちの除雪作業もしてくれていると知って驚きました。取材してみたら、塩尻の暖かい人たちに囲まれて働くのもいいかもしれないと思いました。(義若鉄平さん・2年生)
- 清沢土建の求人記事を作りました。会社の皆さんの話を聞いて、建設業では、建てる専門家以外に、設計や測量などさまざまな専門家が力を合わせていることがわかりました。もっといろんな仕事のことを知りたいと思いました。(石井皇名さん・2年生)

アンケート結果

自分にとって、
学びや気づきが
ありましたか？
先生・地域の事業者の
変化 (n=12)



塩尻への興味・関心を
10段階で
教えてください
生徒の変化 (n=70)



プログラムを通じた自分自身の変化 生徒の変化 (n=70)

ビジョンや目的に向かって クラスメートと協力できた	90
社会の一員であり、社会に影響を 与えられるという思いが高まった	81
課題や問題に対して対応策を 考えることができるようになった	83
わからないことがあるとき、自分で情報を 収集したり、誰かに質問できるようになった	84

大人たちの声



子どもたちの上手な プレゼンテーションや撮影に驚いた

塩尻市長 百瀬敬さん



私は、塩尻西部中学校1〜3年生のプレゼンテーションをすべて見ましたが、現代にマッチした共創の学びだと感心しました。生徒たちが実に上手にポスターなどを制作したり、動画を撮影したり、プレゼンテーションしたりすることに驚きました。これからは一人ひとりが得意や興味を活かしながら、力を合わせる時代です。教科書では学べないことを学び、チームでやり遂げる経験は、きっと今後の人生に役立つはずです。

1年生にはふるさとぶどう学でビジネスの面白さを知り、2年生には企業魅力化コーディネーターで地元企業の魅力を感じてもらえたらと思います。特に、地元企業の経営者の皆さんは、地域を良くしたい、地域で働く人たちを幸せにしたい、という高い志を持っています。2年生が彼らの志に触れ、塩尻で働く意欲を抱いてもらえたら嬉しい。個人的には、3年生がチーフ・フューチャー・オフィサーで塩尻市総合計画を読み解き、市政を真摯に考えてくれたことに感動しました。彼らのプレゼンテーション内容は市の職員にも共有する予定です。

私自身も学ばせてもらった

塩尻市立塩尻西部中学校
校長 小林真さん



探究型教育&人材育成プログラムに取り組んでよかった。学校支援コーディネーターの山本さん、学校支援ボランティアの皆さん、商工会議所やさまざまな地元事業所などの方々とともにに行えること

がありがたいのです。生徒たちが、市長をはじめ学外の皆さんにプレゼンテーションできたことも喜ばしい限りです。私たちの取り組みが想定以上のうねりになってきてい

ると感じます。

2年目になり、学内の理解も深まりました。生徒たちは、正解のない問いに真摯に向き合い、成長しています。たとえば授業が進むうちに、生徒たちは「ああしたいこうしたい」と事業所の方々に要望できるようにまりました。無印良品ツルや塩尻広丘での展示販売も、生徒たちが「多くの人に向けて発表したい」と主張したことがきっかけで実現したものです。なかには、「動画を最高のものにした」と突き詰めた生徒もいます。学

他の授業でも生徒を主役にする ことが多くなった

塩尻市立塩尻西部中学校
教員 中野直輝さん



私は2022年度のふるさとぶどう学を担当し、2023年度は企業魅力化コーディネーターを担当しています。最初は、私も生徒たちも戸惑いました。普段の授業では明確なゴールや目標がありますが、これらの学習は明確なゴールや目標を設定しないことが、最大の価値だからです。

最初の頃、生徒たちには「やらされている感」がありました。ところが、多くの生徒はやっているうちに楽しくなり、「やりたい」に変わっていき、帰宅後にリモートで集まり、自主的に調査や制作を進めるチームまでありました。最終的には、ICTスキルも大幅にアップし、生徒たちがお互いに遠慮なくアイデアを出し合い、「もっと質の高いものを作ろう」と励み合い、高め合える関係になっていきました。

習指導要領が求める「主体的・対話的で深い学び」を実現できている、と感じています。

先生のなかには、この探究的な学びを自分の授業に取り入れたい、ICTを積極的に活用したりする先生がおり、学校全体が成長している実感があります。ただ一番変わったのは、校長の私かもしれない。塩尻を大事に想う多くの方々に出会えたことが、私の財産になっています。私自身も、一個人として何かできるのではと学ばせていただきました。

こうした活動を行う際、教員にとって負担になりがちですが、今回は私たち教員の負担感が少なかったと感じています。私にとって、特に学校支援コーディネーターの山本さんと商工会議所の谷田部さんの存在が大きく、二人は頼れる仲間だと認識しています。この探究学習は、協力してくれる地域の皆さんのおかげで継続できるのです。また、いろんな大人たちと関わることで、生徒たちが自信をつけるとともに、地域全体に大事にされている感覚をもったこと

も重要だと感じています。ふるさとづくり学を経て、生徒たちは「自分たちからもっと意見を出してよいのだ」とわかり、私は「生徒たちは想像以上にさまざまなアイデアや意見をもっている」とわかりました。私は他の授業でも、生徒たちを主役にするような授業づくりを心がけるようになりました。生徒が話す時間を増やし、私は生徒の考えを整理する役に回るようになったのです。生徒たちも私も、探究型教育&人材育成プログラムから多くを学んでいます。

私たちと中学校と

地元企業の想いが一緒になった

塩尻商工会議所 専務理事 篠原清満さん
中小企業相談所 経営指導員 新連携リーダー
谷田部和良さん



全国の例に漏れず、塩尻の各企業も人材不足に悩んでいます。しかし、人材が急に集まることはありません。そこで商工会議所では、以前から地元高校生のキャリア教育に力を入れており、中学生にもさらに拡大したいと考えていたところでした。探究型教育&人材育成プログラムは、まさに私たちが望んでいたチャンスだったので

す。こうして塩尻西部中学校がキャリア教育に道を開いてくれたことを嬉しく思っています。私たちと中学校と地元企業の想いのベクトルが一緒になった、と感じています。学校だけでなく、塩尻全体で子どもたちを育てていく体制が整ってきました。

今回のプログラムの途中で、じやらんリサーチセンターが、学校と商工会議所のメンバーの「コ・クリエーション」の場を設けてくれたことに感謝しています。皆で集まって、お互いの根っここの想いを共有し、「地域のありたい最高の未来」が同じであることがわかったおかげで、先生方や学校支援コーディネーターの山本さんと一心同体になりました。

いに緊張することが多いですが、アイスブレイクに成功すればうまく転がっていきます。2年生の企業魅力化コーディネーターの取材では、子どもたちが企業の皆さんに積極的に質問していく姿が印象的でした。一方の地元企業の皆さんも、生徒たちに自分の仕事について語るとき、一様に目が輝きます。実は大人たちは、子どもたちに仕事のことを語るのが好きなのです。まだ発展途上ですが、この取り組みを起点にして、塩尻に大きな変化が起こっていく可能性を感じています。

建設業に興味を持つ生徒が一人でも増えれば嬉しい

清沢土建株式会社
代表取締役社長 清澤由幸さん

地域の建設業は、地域に欠かせない存在です。たとえば塩尻市の除雪作業は、私たちが市から請け負っています。建設業がなくなると、除雪もままならなくなるのです。そこで最近は、建設業の魅力や必要性を知ってもらうため、いろいろな場所で話したり、高校生インターンを積極的に受け入れたいと思っています。今回の企業魅力化

コーディネーターも、その活動の一環として引き受けました。取材時は常務が生徒たちと一緒に建設現場に行つて、現場作業を見せたり、重機に乗ってもらったり、現場監督の仕事の説明したりしました。この取り組みによって、建設業に興味を持つ生徒が一人でも増えれば嬉しい。良いきっかけになることを期待しています。



探究型教育 & 人材育成 プログラム

将来の可能性

本当はこういう授業を90%にするくらいの 「教育のリ・デザイン」が必要だ

探究型教育&人材育成プログラムは、そして日本の教育はどのような方向に向かったらよいのか。
企業の人材開発・組織開発の専門家である高間邦男さんと、
インドで「教育の再構築」を試みるマニッシュ・ジェインさんに、JRC研究員の三田がインタビューした。

すばらしいスタートだが
もっと根本的な取り組みが重要

——自己紹介をお願いします。

高間 私は、ヒューマンバリューという会社を立ち上げ、40年以上にわたり、人材開発と組織開発の調査研究とコース・ツール開発・研修・コンサルティングに携わってきました。学校教育には詳しくありませんので、今日は企業の人材育成の観点からお話しできればと思います。

マニッシュ 私は、米・ハーバード大学などで学び、ウォールストリートで投資銀行家として働き、UNESCOにも勤務しました。28歳のとき、



き、それらのすべてに失望して、故郷のインド・ラジャスタン州に帰りました。以来、私は古代の叡智に基づく教育の再構築に専念し、さまざまな文脈で革新的な学びの場を創造してきました。例えば、「スワラージ大学」「刑務所大学」「複雑性大学」「おばあちゃん大学」「農場大学」などです。特に、不登校やドロップアウトした人たちとの協働が大好きです。

——私たちの「探究型教育&人材育成プログラム」の取り組みについてどう思いますか？

マニッシュ すばらしいスタートを切ったと思います。ただ、厳しいことを言えば、もっと根本的な取り組みが重要だと感じます。

世界の急速な変化を踏まえると、既存の学校や教科書で学ぶことに大きな意味を感じません。必要がないとは言いませんが、本当は、探究型教育&人材育成プログラムのように、人生に本

マニッシュ・
ジェインさん



インド・ラジャスタン州ウダイプルを拠点として、多様な知識体系を再生し、文化的想像力を解放し、意識を拡大するために、21世紀の新しいアンラーニングのモデルを創造することに深くコミットしている。過去25年間、シクシャターのチーフ・ピーパー(生態系構築者)を務める。地域文化、地域経済、地域エコロジーの再生に特化したインド初の自主設計学習大学である「スワラージ大学」、刑務所に収監されている人たちに深い学びの場を提供する「刑務所大学」、世界が直面する複雑な課題に取り組む方法を研究する「複雑性大学」など、革新的な教育実験の共同創設者である。

高間邦男さん



株式会社ヒューマンバリュー会長。明治大学商学部卒。産業能率大学総合研究所勤務後、1985年現ヒューマンバリューを設立。2015年に代表取締役を退任し、会長に就任した。40年以上にわたり、人材開発と組織開発の調査研究とコース・ツール開発・研修・コンサルティングに携わり、日本の人材開発の質の向上に貢献すべく活動してきた。著書に『日々の易经』(港の人出版・2021年)、『あなたの中の「変える」チカラ』(ダイヤモンド社・2010年)、『組織を変える「仕掛け」〜正解なき時代のリーダーシップとは〜』(光文社新書・2008年)などがある。

当に必要なスキルを学ぶことを優先した授業を90%にして、教科書で学ぶ時間を10%にするくらいの「教育のリ・デザイン」が必要です。マハトマ・ガンジーが言ったように、私たちは頭だけでなく、手や心を使って学び、そして家庭でも学ばなければなりません。ラディカルな意見ですが、あえてはつきりと申し上げます。

企業の皆さんが中学生の話
聞く時間を設けるとよいのでは

高間 私はいま、「オープンダイアログ」に注目しています。オープン

ダイアログはフィンランドで生まれたセラピーの手法で、特に統合失調症の治療に高い効果を上げてきました。私は、オープンダイアログの方法を企業の組織開発・人材開発などに応用できるのではないかと考えています。きっと学校教育の参考にもなるかと思います。

オープンダイアログでは、患者と家族、友人、精神科医などの関係者が一堂に集まり、チームで繰り返し対話を重ねます。その際、セラピストが診断したり、解釈したりしません。対等の立場でいくつかの原則

担当研究員より考察

「地域の担い手不足」は、どの地域でも課題だろう。長野県の場合、大学進学者は71.5%が県外に出て、Uターン就職率は36.5%に過ぎない。約1/3しか長野に帰ってこない計算になる。少子化で子どもの全体数が減っている今、このままでは地域の将来が危うい。

地元に戻る若者を増やすポイントは、子どものうちに地域社会・経済への興味関心を高めることだ。そのタイミングは高校では遅い。高校は管轄が基礎自治体ではなく、生徒たちの意識も進学・就職に向くからだ。高校進学時に地元から離れるケースも多い。中学卒業までに地域への興味関心を高め、答えのない問いに向き合う探究型プログラムが大切なのだ。

このプログラムを受けると、地域の魅力的な大人たちに出逢い、地域で働く実感を持てるようになる。生徒たちは次のような感想を述べた。「働くことは面倒くさいと思っていたけど、事業者の努力に感謝の気持ちが湧いた」「ぶどうが主産業と知っていたけど、ふ〜んと思っていた。今は地域の魅力と捉えるようになった」「地域の大人に憧れるようになった」。強烈に印象に残っているのは、ある生徒に塩尻への関心度の変化を「1から10で表すと?」と聞いたら「最初は0.01。それが100になりました!」と答えてくれたことだ。ふだん家族と先生以外の大人に接する機会が少ない子どもたちは、地域の働く大人たちに出逢い、ともに探究することで見方がガラリと変わるのだ。

コ・クリエーションは「一人ひとりの変容」を重視する。このプログラムでは、関わった大人たちも各々変容している。例えば商工会の方は、このプログラムが業務の一つから「使命」に変わったと言い、学校・商工会・地域の共創を楽しんでいる。新しいことは一筋縄ではいかないが、みんなが本気でコミットして変容しあうからこそ、ともに困難を乗り越えながら未来を創っていける。

今後は、市役所や教育委員会と連携をとりながら、このプログラムを市内の他の学校にも展開していきたいと思っている。他地域への展開については、仕組み化も含めて検討中だ。



じゃらんリサーチセンター
研究員

三田 愛
さんだ あい

人材育成・組織開発を専門とし、集合的ひらめきにより社会変容を起こす「コ・クリエーション（共創）」研究者。官公庁での各種委員を歴任。米国CTI認定コーチ。

企業魅力化コーディネートで、中学生の皆さんが地元企業にインタビューするのはすばらしいことです。

が、その人にとっては事実で、誰が正しいということではなく、相手の話をあ

りそのまま受け止めて聞くことが大切です。そうすると、お互いがつながった「よりどころ」となる場が生まれて、そこから新しい何かが生み出されるのではないかと思います。

オープンダイアログでは、「多声性」を大事にします。対話に参加する一人ひとりが、背景や状況の異なる世界にいます。それぞれの世界はその人にとっては事実で、誰が正しいということではなく、相手の話をあ

りそのまま受け止めて聞くことが大切です。そうすると、お互いがつながった「よりどころ」となる場が生まれて、そこから新しい何かが生み出されるのではないかと思います。

オープンダイアログでは、「多声性」を大事にします。対話に参加する一人ひとりが、背景や状況の異なる世界にいます。それぞれの世界はその人にとっては事実で、誰が正しいということではなく、相手の話をあ

人生の最良の先生は 学校の「外」にいる

さらに、地元企業の皆さんも中学生の話を聞く時間を設けると、場所が立ち上がった共創が起きるのではないかと思います。

マニッシュ 高間さんの意見に賛成

します。私の姪は日本で言えば高校卒業後のギャップイヤーで大きく成長しました。多様な地元の人や場所との出会いがあったからです。

インドには、学校教育を受けていない大人たちがたくさんいますが、彼らは植物・野生動物・農業・工芸品・精神性などのことをよく知っています。職業スキルが高い人も大勢います。姪はこうした大人たちと知り合って彼らの知恵の奥深さを知り、地元の歴史や自然を学んで世界を広げたのです。

地域の人たちと触れ合い 伝統や日常を学ぶことが大切だ

姪や娘を見ても、私自身を振り返っても、人生の最良の先生は、学校の「外」にいると感じます。地域の大人と出会い、現実で生きるためのスキルを学ぶ機会が大切です。

——なぜ学校の外を知ることが大切なのでしょうか。

マニッシュ 学校の学びだけでは、叡智や創造性、精神性につながらないからです。食べものや地元の祭り、音楽や踊りなどを通して日常の神聖さを学ぶには、地域の人たちと触れ合う必要があります。周辺を歩いたりして、地域の土や木や川や山や海などから学ぶことも大切です。

地域コミュニティを癒し、再構築するための「古代の神聖な技術」は、おいしい料理と一緒に作って味わう

こと、音楽やダンスをともに楽しむこと、沈黙と呼吸、一緒に歩くこと、自然と深く対話することの5つです。これらの技術が、私たちが生まれたのは競い合うためではなく、互いを完成させ合うためだと思ひ出させてくれるのです。私たちはこれらの技術を取り戻す必要があります。

高間 マニッシュさんの話を聞いて、西田幾多郎の「平常底」という言葉を思い出しました。「平常底」はもと「平常心これ道」という禅の言葉からきています。私の理解では、今ここの日常生活に深く徹底して、自己の垣根がはずれると、周りのものと溶け合っていくイメージです。底でつながりあった場所が生まれると、一人の変化が周りに響いていく、一人の意識が変わるとその場所全体が変わる。それがマニッシュさんのいう新しい学習のように感じました。

静岡大学
共同研究

「キャリア教育に
余暇の過ごし方の視点を
取り込んだ
教育プログラム開発」他

旅は人生の「必修科目」?

旅と教育

今、改めて注目される「旅の学び効果」を若年層の需要喚起にどう活かすか？
静岡大学とじゃらんリサーチセンター(JRC)の共同研究を軸に、
教育界の変化と、学びを意識した旅行業界の動向を紹介する。



静岡大学教育学部
准教授

塩田真吾さん

早稲田大学大学院博士課程修了、博士(学術)。専門は教育工学、情報教育、授業デザイン。「社会とつながる授業」をテーマに、さまざまな企業と連携しながら効率的な授業デザインについて研究している。

「仕事一辺倒のキャリア教育が「余暇」の視点で変わる」
そもそも小中高等学校におけるキャリア教育は、進路指導の場面で、「進学先だけでなくその先の仕事についても考えるべきだ」との考えから始まった経緯があり、そのためキャリア教育＝仕事についての教育と考えられがちだ。しかし、教育工学を研究する塩田真吾さんは「それでは足りない」と指摘する。
「ライフ・キャリアの充実には仕事だけでなく、余暇の充実も含まれるはず。とくに最近では、ITによる効率化で生まれた時間をどう使うか

旅を学ぶ

現代の教育課題において
旅の果たす役割が注目されている
今、なぜ「旅と教育」なのか。
学校教育、生涯教育それぞれの分野で起こっている変化と、
旅が持つ教育面での可能性について専門家に聞いてみた。

という問題もあります」

実際、若者が空いた時間を何に使うかを問うと、スマホのゲームなど、「ヒマをつぶす」に類する回答が多く、実は余暇が貧弱であることに気付かされるそう。

「若者の興味や関心の幅は広がりましたが、好きなことが分散していて、本当にやりたいことは案外見つからない。ですが、人生を充実させるには余暇の充実も不可欠であり、そのためには『やりたいことを見つける』力も必要なのです」

こうした力をつける方法として塩田さんが考案したのが、「好き」と感じていることを深掘りし、広げるというアプローチ。その題材として旅に注目したことが、JRCとの共同研究、「キャリア教育に余暇の過ごし方の視点を取り込んだ教育プログラム開発」につながった。

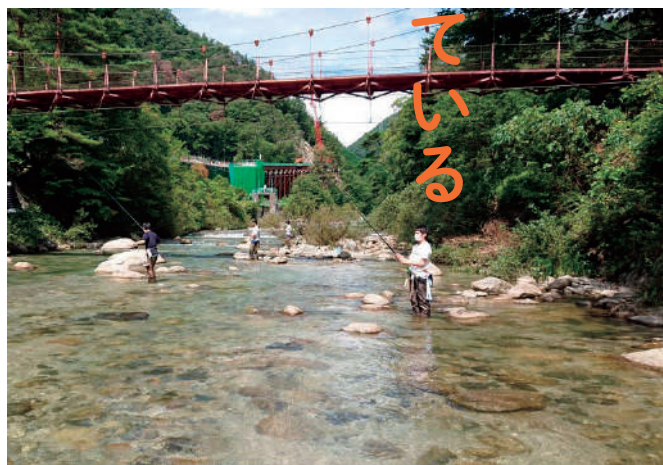
完成したプログラムでは、生徒が自分の好きなことをいくつかの要素に分解し、その要素をもとに「好き

な旅」を探すワークを行う。作業の過程で「好き」の意味が広がり、自らも気づいていなかった「してみたい旅」がわかる仕掛けになっている。

研究を通して塩田さんが感じたのは、余暇開発の題材として旅が非常に優れているということだ。

「コロナ禍からの反動もあるのかもかもしれませんが、若者はみなとても旅が好きで、ポジティブに語り合うことができます。また、旅は全体としてやることが多く、要素分解もしやすい。さまざまな『好き』の要素が含まれていて、自分の『好き』を見つけのに好都合なのです」

さらに塩田さんは、「旅は、大人になるにあたって身につけるべき力を鍛えてくれる」とも感じている。た



たとえば、コミュニティに参画し、その一員となっていく力をつけること。「旅の計画段階で求められるオーガナイズ力や、行き先で地域のコミュニティに入っていく力を、多くの人と関わりながら学ぶことができるのは旅ならではのでしょう」

実際、開発したプログラムで旅を学んだ生徒たちの間では、旅への関心が高まることも確認されている。詳細はP16のパートで紹介したい。

現代人が経験するべき『越境学習』の手段として

「旅と教育」というテーマで注目したいもう一つのキーワードが「越境学習」だ。この分野の第一人者である石山恒貴さんは、この語を、「自分

にとつてのホームとアウェイを行き来することによる学び」と定義。近年は、経済産業省が企業人材を社会課題の現場へ派遣する実証事業を行うなど、主に企業人材育成の分野で注目を集めている。

ビジネスの分野で越境学習が注目される理由を、石山さんはこう語る。「戦後の日本の雇用システムでは、ホワイトカラー、ブルーカラーといった区別が消失して『平等』になった代わりに、正社員は私生活を犠牲にして働くことを求められてきました。しかしこうした日本的なシステムは同質的すぎて世界での競争力に課題があります。こうした既存の組織の常識を打ち破る手段として越境学習が注目されているのです」



法政大学大学院政策創造研究科教授

石山恒貴さん

一橋大学社会学部卒業、産業能率大学大学院修士課程修了、法政大学大学院博士課程修了、博士（政策学）。NEC、GE、米系ライフサイエンス会社を経て現職。専門は越境的学習、キャリア開発、人的資源管理など。



たとえば企業人がホームである会社を離れ、地域やNPOで働くことは、組織内での上下関係や「弱みを見せてはいけない」といった強固な観念のアンラーニングを可能にする。また、社会課題を解決する活動は「何をしようか」というところから始まるなど抽象度が高く、このことが「エージェンシー」という21世紀的なスキルの獲得にもつながるという。「エージェンシーとは、オーナーシップ（主体性）から一歩進んで、社会や他者に影響を与えられる主体性のことをいいます。サステナビリティを目指す社会では一人ひとりの貢献が不可欠ですが、そのために必要な能力としてOECDの教育目標にもなっています」

こうした学習は社会人に限らず「赤ちゃんから大人まで全員に必要なもの」と石山さ

教育課題が旅ニーズにつながるとしたら？

「旅を学ぶ」……………P16

余暇の幅を広げ、豊かなライフキャリアを築くための旅ニーズの可能性

「旅で学ぶ」……………P20

非日常な環境でしか学べないことを学ぶための旅ニーズの可能性

ん。そして、旅は「越境学習そのもの」と語る。

「まず旅はすべてが非日常（アウェイ）です。さらに越境学習では、普段と違う環境で覚えた違和感を観察し『振り返る』ことで固定観念が打破されるのですが、これを旅のように感受性の高まっているタイミングで行うとより効果的なのです」

こうした効果は、必ずしも遠方に旅をしなくても得られる。自分が非日常だと思えば、身近な場所でも旅になり得るのだ。

「ただし、あまり目的を定めずに行くと『冒険』であることが重要かもしれません。昔から『冒険』に価値があることは間違いないですよ」

記事の後半では、こうした旅の越境学習効果に関わる動向についても紹介していきたい。

静岡大学共同研究

「キャリア教育に余暇の過ごし方の視点を取り込んだ教育プログラム開発」 キャリア教育の一部としての余暇学習は 若年層の旅のニーズをどう広げるか？

余暇教育の重要性を説く静岡大学准教授塩田真吾さんの研究室とJRCが開発した「好きな旅」の幅を広げる教材と、これを活かした研究のプロセスをご紹介します。

□研究の狙い

余暇教育の手法開発で
若年層の旅のニーズ増に期待

塩田さんの「余暇教育」研究の出

発点となったのは、子どもたちの「スマホ使いすぎ」問題。「SNSやゲームを使いすぎるのは、それ以外の選択肢が充実していないからではないか？」との発想から、余暇の選択肢を広げる必要性に目を向けることとなった。同時にキャリア教育という観点からも「余暇」に注

目。若年層の間で「趣味を楽しむために仕事をする」という価値観が現れているなか、これまでのような仕事中心のキャリア教育ではなく、「人生を楽しむ」ため、余暇について学ぶことまで含めたキャリア教育が必要だと考えるようになった。

一方旅行市場では、人口減少と

人々の余暇の過ごし方の多様化により、国内旅行実施率が減少傾向であることが課題となっている。中でも、

次世代の旅行者となる若年層の活性化は、今後の国内旅行市場のためにも大きな課題となっている。

学校で余暇教育が行われるようになれば、若年層の旅への関心が高まる可能性は高くなる。JRCではこうした期待感から、今回の共同研究



静岡大学教育学部 塩田真吾研究室の研究紹介ページ
<https://shiotashingo.main.jp/?p=1369>

に取り組むこととした。

□研究の内容 教材作成→授業の実施で 生徒の意識の変化を見る

「旅行」をテーマに、生徒たちが「余暇」に対する視点を広げるためのキャリア教育プログラム（教材）を作成。この教材を使用して、高校生を対象に実証授業を行い、手法の確立を目指す。実証授業は静岡県内の市立、私立の2校でキャリア教育の授業として実施。実施後にアンケート調査を行って意識の変化を見た。

教材作成

SNS風のハッシュタグで 好きを要素に分解する仕掛け

余暇の教育はこれまでも、生涯学習や特別支援の領域で行われている。しかし、いずれも個別の好き嫌いに終止してしまい、「本当にした

い余暇活動」を見つけ出すには至らないという課題があった。

そこで今回は、表層的な好き嫌いではなく、より深いニーズをもとに「してみたい旅行」を探り当てる方法を検討。具体的には、「行動」「状況」「感情」の3つの視点で、どのように「好き」なのか、より細かい要素に分解するワークを取り入れることとした。

好きを要素に分解するために利用するのが、SNSをイメージしたハッシュタグ（#）。「行動」「状況」「感情」のそれぞれの分野に10のハッシュタグが用意されていて、学習者は、これを使って自分の「好き」の「要素」が何なのかを知り、それを手がかりに、「してみたい旅行」の幅を広げることができるようになっていく。ハッシュタグという、高校生にとって使い慣れた方法であることもポイントだ。

①「好きな旅行」を2つ選ぶ

学習者は、ワークシートにある10種類の旅行から行ってみたい旅行を2つ選び、行きたい理由と共にグループで共有する。旅行の種類については、JRCが宿泊旅行に関する調査で使用している分類をもとに作成した。

②「好きなこと」を自由に書き出しとくに好きな3つを選ぶ

自分の好きなことを自由に、できるだけ多く書き出す。このとき書く内容は「ゲーム」「アニメ」「サッカー」「寝る」などどんなことでもよい。さらにその中からとくに好きなこと3つを選んで所定のボックス(右下)に記入する。

☒ 美味しいものを食べる旅行

☐ 家族で行く旅行

☐ 友達で行く旅行

☐ 観光名所で街歩きをする旅行

☐ キャンプ・海などのアウトドア旅行

☐ 1人で行く旅行

☒ 温泉や旅館・ホテルを楽しむ旅行

☐ スポーツ・体験をする旅行

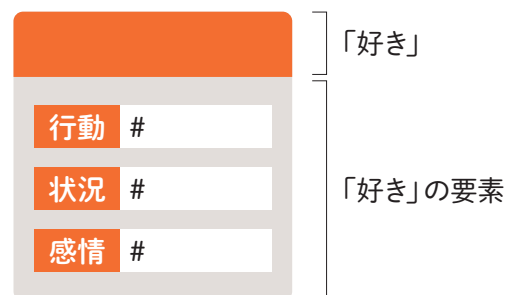
☐ 買い物をする旅行

☐ 音楽・芸術・文化イベントに行く旅行

③書き出した「好きなこと」にハッシュタグをつける

ボックスに記入した「好きなこと」について、「行動」「状況」「感情」のそれぞれに用意されたハッシュタグリストから関連するもの一つずつを選ぶ。同じ「サッカー」でも、人によって選ぶハッシュタグには違いが出る。

行動	状況	感情
# 選ぶ	# 自由に	# のんびり
# 体を動かす	# 友達と	# ドキドキ
# 見る／観る	# 家族	# わくわく
# 聞く	# 自然	# しんみり
# 考える	# 都会	# かわいい
# 触れる	# スポーツ	# おしゃれ
# 食べる	# 話題性	# きれい
# 休む	# 好きな人と	# すっきり
# つくる	# 地域	# おどろき
# 話す	# にぎやか	# ふしぎ



例 サッカーを見る

行動	# 見る
状況	# 友達と
感情	# ドキドキ

例 サッカーをする

行動	# 体を動かす
状況	# スポーツ
感情	# わくわく

例 サッカーを語る

行動	# 話す
状況	# にぎやか
感情	# すっきり



キャリアにおける余暇の重要性について耳を傾ける富士市立高等学校のみなさん。授業後には「余暇も充実させていきたい」という声も上がった

授業の前半は、上記の①②③のように進める。カギとなるのは、自分で書き出した「好きなこと」にハッシュタグを付ける作業だ。リストから選んだハッシュタグには、学習者自身が重視する「好きの要素」が表れる。たとえば、同じ「サッカーが好き」でも、「サッカーについて『話す』ことが好き」なのと、「『わくわく』するから好き」なのとでは好きの「要素」が異なるというわけだ。3つの「好きなこと」にそれぞれ3つのハッシュタグを付けるため、最大で9のハッシュタグ「好きの要素」が抽出されることになる。

「好き」の要素が見えるハッシュタグを選ぶことで

授業の実施へ1
「好き」を分解する

④下の表を使い、③で選んだハッシュタグに○をつける

表には①と同じ10種類の旅行に、関連するハッシュタグが割り振られている。

③で選んだハッシュタグを探して○をつけていくと、好きの要素が多い旅行では○の数が多く、少ない旅行では○の数が少なくなる。

① 美味しいものを食べる旅行 #食べる #休む #選ぶ #自由に #友達と #好きな人と #おどろき #おしゃれ #きれい 2 	② 家族で行く旅行 #選ぶ #つくる #話す #家族 #にぎやか #スポーツ #のんびり #わくわく #すっきり 3 	③ 友達で行く旅行 #食べる #つくる #話す #友達と #好きな人と #にぎやか #かわいい #おしゃれ #ドキドキ 4 	④ 観光名所で街歩きをする旅行 #体を動かす #見る/観る #聞く #自然 #都会 #地域 #わくわく #おどろき #ふしぎ 3 	⑤ キャンプ・海などのアウトドア旅行 #体を動かす #聞く #触れる #自然 #スポーツ #家族 #しみり #きれい #ふしぎ 2 
⑥ 1人で行く旅行 #考える #休む #選ぶ #自由に #自然 #地域 #のんびり #しみり #おどろき 2 	⑦ 温泉や旅館ホテルを楽しむ旅行 #食べる #休む #触れる #好きな人と #地域 #友達と #のんびり #しみり #すっきり 2 	⑧ スポーツ・体験をする旅行 #体を動かす #つくる #触れる #スポーツ #家族 #話題性 #ドキドキ #すっきり #わくわく 3 	⑨ 買い物をする旅行 #考える #見る/観る #触れる #スポーツ #家族 #話題性 #かわいい #おしゃれ #きれい 1 	⑩ 音楽・芸術・文化イベントに行く旅行 #見る/観る #聞く #考える #都会 #話題性 #にぎやか #ドキドキ #かわいい #ふしぎ 3 

⑤①で選んだ旅行と

○が多くついた旅行を比べる

④で○が多くついた旅行は、自分にとって好きの要素が多い旅。今回の例では、①では選ばなかった旅行が実は自分にとって「好き」な旅行である可能性が示されたことになる。授業では、グループで両者の違いを話し合う。

⑥自分の「好き」を表すハッシュタグを確認する

ハッシュタグを選ぶことで、「サッカーが好き」「ゲームが好き」といった表層的な「好き」ではなく、深層にあるニーズを捉えることができ、ニーズから考えることで「好き」の幅を広げやすくなることを確認する。



私立浜松聖星高等学校での授業の様子。どんなハッシュタグを使ったかを共有するグループワークを通じて、自分の「好き」を確認する

最初に選んだ旅行

① 美味しいものを食べる旅行

#食べる #休む #選ぶ
 #自由に #友達と
 #好きな人と #おどろき
 #おしゃれ #きれい

2 

⑦ 温泉や旅館ホテルを楽しむ旅行

#食べる #休む
 #触れる #好きな人と
 #地域 #友達と
 #のんびり #しみり
 #すっきり

2 

○が多くついた旅行

③ 友達で行く旅行

#食べる #つくる #話す
 #友達と #好きな人と
 #にぎやか #かわいい
 #おしゃれ #ドキドキ

4 

自分の「好き」の要素が分かれば、その要素を手がかりに新たな「好き」を見つけていくことができる。そこでこの段階では、③で選んだハッシュタグを使って「好きな旅行」を探すワークを実施。具体的な手順は上の④⑥の通りだが、この作業を通じて、①で選んだものとは別の「好きな旅行」を見つけていくことができる。「サッカーが好き」「温泉旅行が好き」というだけでは、他にどのような活動を「好き」と思えるかは分からないが、要素を捉えることで「好き」といえる新たな活動が見つかることが分かる。

「好き」の要素を手がかりに新たな「好き」を見つける

授業の実施へ②
「好き」を広げる

	0	1	2	3	4(点)
旅行に行きたいと思う	事前				4.16
	事後				4.55
やってみたいこととして旅行の優先順位は高い				3.60	
					4.50
将来は仕事以外の時間を充実させたいと思う					4.68
					4.75

□結果
余暇への意識、旅行意欲が高まり
活動の選択肢が広がった

合、「#友達」という要素が重なっている。つまり同じ「#友達と」を要素に持つ別の旅、たとえば「キャンプ・海などのアウトドア旅行」「スポーツ・体験をする旅行」など、今までも意識していなかった種類の旅についても楽しめる可能性があるということだ。

研究では、授業終了後に生徒たちにアンケートを実施。その結果、「旅行に行きたい思う」という設問に対しては、授業前は平均4・16点だったのに対し、授業後は4・55点となり、授業を受けたことで旅行意向が増したことが分かった。「やってみたいこととして旅行の優先順位は高い」という設問についても、授業

前は平均3・60点だったものが、授業後は4・50点に増加している。また、「将来は仕事以外の時間を充実させたいと思う」という設問に対しても、授業前は平均4・68点だったものが、授業後は4・75点となった(図2)。

これらの結果からは、授業に参加することで、キャリアにおける余暇の大切さへの意識、旅行への意欲ともに高まり、余暇活動の選択肢が広がった様子がうかがえる。

なお本研究で開発した教材については、P16で紹介した静岡大学教育学部塩田真吾研究室のウェブサイトより、指導者用のガイドブックとともにダウンロードできる。

- 「自分が思っている好みとはまったく別の結果で驚きました。結果を見ると、確かに自分の行きたい旅行の種類だったと思いました」(高校生)
- 「好きなことから自分に合っている旅行が見つけ出せて楽しかった。あまり旅行に行くことがないので、これからたくさん行きたいと思った」(高校生)
- 「将来仕事以外の余暇も充実させるようにしたいです」(高校生)
- 「好きなことをハッシュタグで行った時、自分で秘めていた、やりたいと考えていたことが出てきたため、新しい価値観が生まれるなと感じました」(大学生)
- 「分解して考えてみたら、自分はこんな余暇がっているのかも?といったことが見つかった」(大学生)
- 「1人行動が好きだと思っていましたが、案外友達と行く旅行やキャンプなどのアウトドアも向いているということが分かりました」(大学生)

旅の持つ複合的な多様性が
若者の視野を広げる

本研究はマーケティングでいう、いわゆる需要とニーズの構造に倣っている。ドリルを買う人はドリルが欲しいのではなく、穴を開けたいという話だ。旅の表現にはその背景に達成したい思いがある。若いころは無意識に選択し、それが自分の世界を構築するすべてと考えがちで、固執することで自我を確立していくわけだが、その視野を広げてあげるのは大人の仕事かもしれない。そして旅行の多様性こそがその視野を広げ、誘うことを可能にする。彼らのニーズは捉えつつ、私たち自身も柔軟な視点で、旅のトビラを常に開けておきたいものだ。



調査、観光マーケティングを専門とする。「とりまかし」デスク。「じゃらん宿泊旅行調査」、持続可能な観光地研究「三方よしの観光地経営」などを担当。

サッカーを見る

#見る
#ドキドキ

#友達と

温泉旅行

#休む
#のんびり
.....



旅と教育を巡るムーブメント

「越境学習」的旅の教育効果が 若年層を再び旅に向かわせる

旅には実際にどんな学びがあり、どのように評価されているのか、
若年層の旅に関連する話題を取り上げ、具体的な手応えや考えを聞いた。

『さとのば大学』の

ラーニングジャーニー

旅だからできる他者との対話
「他の地域にも」の動機づけにも

さとのば大学は、数ヶ月～1年単位で地域に滞在し、地域の課題に取り組みながら学ぶプログラムを提供する市民大学。ラーニングジャーニーはその体験入学版にあたるプログラムで、



都市部だけでなく地域からの参加者も。異なる環境に身を置くだけでなく「普段身の回りにいない人」と接する意義も大きい

ラムで、2023年夏は全国11地域で開催された。参加者のメインは高校生で、大学生も含めた学生がほとんど。1地域あたり5～6名が参加し、2泊3日の滞在中にさまざまなスポットを回りながら地域の人と交流して過ごす。参加者はオンラインの事前学習を経て参加者同士や滞在先のコーディネーターとの関係を深めた上で現地に入り、帰宅後には事後学習として感じたことの振り返り、他地域の参加者とも活動の報告をし合って終了となる。現地で行き組む内容はいわゆる探究学習に近いが、旅の高揚感からか参加者の学習意欲は高いという。

参加者から寄せられる感想には「自分のことがわかった」という言葉がよく上がる。とりわけ、地域で

『さとのば大学』とは

地域でのプロジェクト学習を軸とした市民大学。学生は実際に地域に住み、オンラインで理論のインプットを受けながら、現地の社会課題の解決などを実践しながら学ぶ。現在全国10の地域が実践の場として協力している。

活躍する「カッコいい大人」と出会うことで人生の選択肢が広がり、「自分も好きなことを好きと言いたい」「気持ちになれるらしい。参加者同士、年齢や居住地もまちまちで、普段顔を合わせる相手でないからこそ「普段は言えないことを口に出せた」という参加者も多い。

参加後アンケートでは30人中29人が「とても満足」と回答。さらに「(同地域に)また行きたい」というだけでなく「他地域にも行ってみたい」という声も多い。旅が異文化体験のツールとなり、そのことで新たな好奇心が広がる好例といえそうだ。

愛知県の

ラーケーション制度

「平日学校を休んで活動」を
公立学校として認める方向へ

愛知県は今年3月、県の「休み方改革」プロジェクトの一環として「ラーケーション」の日の制定を発表。子どもと家族が一緒に活動できる時間を増やすことを狙いとして、事前に届け出をすれば、登校しなくても欠席扱いとされない日(年3日)を設けることとした。県内の市町村立学校での導入については各自自治体が判断する。

「ラーケーションの日」ポータルサイトには、活動例として「地域の史跡を巡る」「公園の植物を調べる」などのテーマが並ぶが、もちろん旅行もその一つだ。前提となるのは、これらの活動も「学習」として認める考え方。そのために「何を学ぶのかは家族で考えてほしい」とする。旅行であれば「文化の違いを見つける」「気候の違いを感じる」といったことでもよく、県としてはそうした話し合い自体も学びになると捉えている。

同様の制度はその後、全国の他の自治体からも発表され始めている。こうした制度が広がれば、教育を意識した旅のニーズの拡大にもつながりそうだ。

『南信州観光公社』の 教育旅行向け体験コンテンツ

地域内外の子どもの心を育む
「おもてなしをしない旅」

長野県飯田市にある南信州観光公社は、2001年の設立以来20年以上、農家民泊を始めとした体験型教育旅行に特化したサービスを提供している。

コンスタントに宿泊を受け入れてくれるも、コロナ禍前には300軒を確保。その後落ち込みもあったが、現在では中学校を中心に年に12〜13校の修学旅行を受け入れる。農家にとっても、子どもたちと交流する機会として、また収穫期までの臨時収入源としてすっかり定着した。

受け入れに際し、農家に

依頼しているのは、「おもてなしをしない」ということだ。農家から子どもたち

に何か「してあげる」ことはせず、普段通りの生活の

まま迎えてもらうのが鉄則。こうし

た考え方を手引書としてまとめ、受

け入れ先と学校の双方に共有し、生

徒たちにも事前に伝えて理解を求め

る。このスタイルの徹底で、子ども

たちは「自分で考えて行動する」経

験をすることができ、「旅は一方的

にサービスを提供するものではなく、

迎える側と訪ねる側が交流し、高め

合うもの」という価値観も自然に身



公社設立当初は1軒1軒受け入れを依頼して回るなど苦労もあったが、今は農家側にも活動が十分に浸透。子どもたちとの交流を楽しみにしている農家も多い

『南信州観光公社』とは

修学旅行における小規模体験型コンテンツのニーズが現れ始めた1990年代半ば、飯田市観光課が現在の形を構想。体験型教育旅行をメインとする旅行会社として2001年に設立。全体の8割を占める中学校のほか、高等学校の修学旅行も受け入れている。

考察

「旅はレジャーではなく教育」
という視点が広げる
新規需要開拓の可能性

旅×教育という修学旅行を想起するが、個人旅行においても需要が高まっている。2020年度にスタートした「新しい学習指導要領」で重視されている「探究学習」のテーマは、「身近な話題であること」がポイント。しかし、身近なことほど課題と認識しづらいため、探究的な学びのきっかけに、旅の持つ非日常性、偶発性への期待が高まっているのだ。地域に住む人にとっては日常であっても、訪れる子どもたちにとってはアナザーワールド。また地域では、都会とは違う生活や生きがいを見つけた格好いい大人や自分らしく生きている人とリアルに出会うことができ、生き方や進路の選択の幅を体感できる機会がある。

学びの視点として欠かせない保護者の意識についても、親から子へのアドバイスが、「勉強しなさい」から「自分のやりたいことをやりなさい」へ変わってきている（リクルート進学総研調べ）。保護者自身も不安を抱える中、子どもの「やりたいこと」を見つめるきっかけとして、旅先での「学び」を求めるニーズが強まっているのではないだろうか。観光業にとっても、保護者の最大の関心ごとである「教育」と「旅」を紐づけるメリットは大きい。家族旅行が「レジャーではなく教育」という認識が社会に広がれば、保護者も休暇を取得しやすくなり平日の稼働向上等も期待できる。費用も教育費の一環となれば、市況影響を受けにくい。そして何より、教育的旅においては「どこへ行くか（モノ）より何をするか（コト）」が重要。有名な観光資源の有無は重要ではなく、工夫次第で多くの地域で取り組むことができる。重要なのは地域の多様な魅力をありのまま体験してもらうことだ。「地域を深く知ってもらう⇒学びへの意欲が上がる⇒満足度が向上する⇒地域の魅力に気づく」という好循環を創ることで、「訪れる人と地域の人お互いが高めあえる旅」こそが、旅×教育の魅力ではないだろうか。

（文責／池内摩耶）

につけていく。

最初は素直になれない生徒もいる

というが、「体験を終える頃には違

う顔になっている」と学校からの評

価は高く、世話になった農家と手紙

のやり取りを続けたり、成長して自

ら再訪する生徒も。「よい体験をさ

せてもらった」と感じた教員が個人

的に泊まりにくる例もあるそうだ。

活動は市内の子ども向けにも広が

っている。コロナ禍前には市内の小

学生を対象にした農泊も実施。将来

同じ中学に通うことになる小学校の

5、6年生が一緒に泊まり、中学校

で再会するという仕掛けを作った。

住民自身が「他地域と比べて何もし

ない」と言ってしまうがちな中で、教

育を意識した旅作りが若い市民が地

元に愛着を感じるきっかけにもなっ

ていると言える。



仲間を増やし、場を広げる
2年目を迎えた「帰る旅」

2022年1月に一般社団法人雪国観光圏とじゃらんリサーチセンター（JRC）の協働によって始まった「帰る旅」プロジェクト。運営事務局である「帰る旅研究会」では、



「帰る旅」 プロジェクトレポート 2023

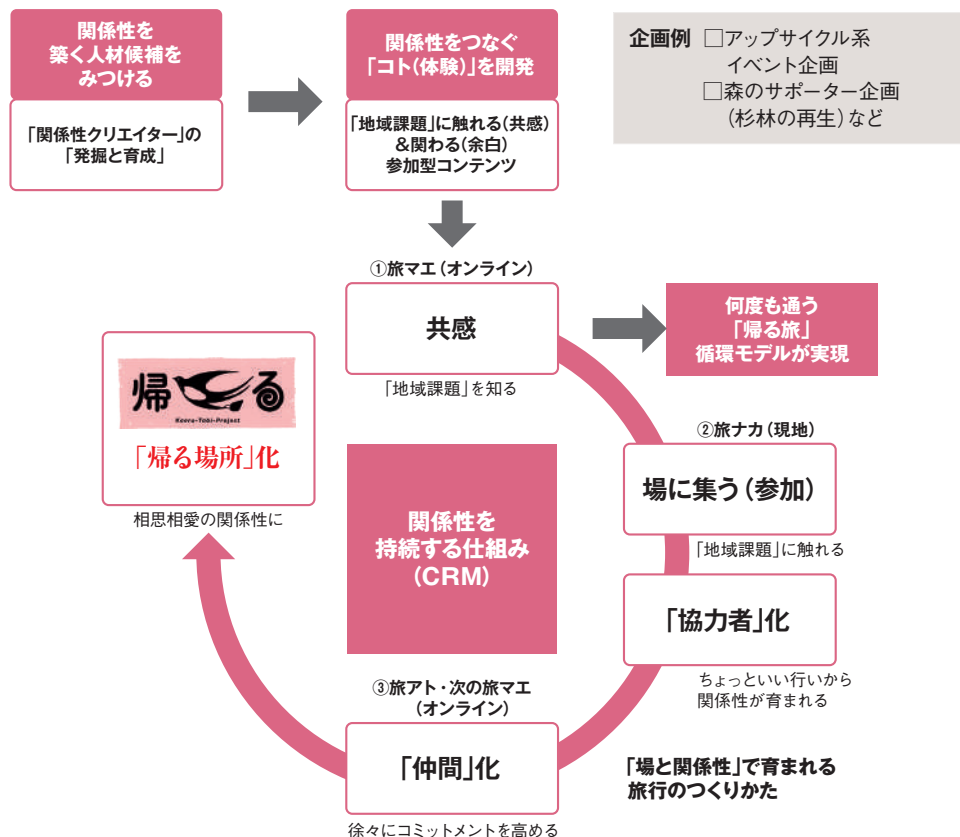
旅人と地域の関係性を拡張せよ！ 帰る旅がもたらす 新たな旅の形とは

「帰る旅」を「何度も、ある地域へ、ある場所へ通う旅」と定義し、その実現を目指している。

図1の通り、「帰る旅」では、旅行者と地域の人々をつなぐ「関係性クリエイター」が中心となってそれぞれのプロジェクトを企画。そこに参加した旅行者と地域の人々が「仲間」になることで、帰る場所が育まれていく。そのため、一つひとつのプロジェクトの「持続可能性」が重要なポイントとなる。どんなに魅力的なプロジェクトであっても、一過性のイベントや受け入れ側の負担が大きすぎるものは続かない。そうなる何度か通いたくなる「場」や「関係性」が失われてしまうからだ。

「帰る旅」2年目となる今年は、昨年から継続して実施されるプロジェクトに加えて、左記の出来事や取り組みがあった。結成時は9名だった運営メンバーは16名に増員（TOPICS

図1 循環を生み出すことで「帰る旅」を実現



「帰る旅」プロジェクトとは

新潟県、群馬県、長野県の3県7市町村を圏域とする「雪国観光圏」とJRCが協働で立ち上げた「帰る旅」。上図の通り、関係性クリエイターが中心となってコト(体験)を企画し、来訪者や地域の人々を巻き込むことで関係性が深化し、第二の故郷のような「帰る場所」が生まれていく。1年目は、「場としごと」を共有するワークインレジデンス「さかとケ」や「帰る森」などのプロジェクトが行われた。詳細は『とーりまかしvol.71』を参照。

「いらつしゃいませ」ではなく、「おかえり・ただいま」で始まる旅。そんな合言葉とともに始まった「帰る旅」プロジェクトが2年目を迎えている。地域課題に触れる参加型コンテンツなどを通じて、旅行者と地域の人々が関係性を育み、何度か通いたくなるような場をつくる。「帰る旅」プロジェクトの現在地をレポートする。

01)。新規メンバーが中心となって新たなプロジェクトとなる「帰る旅スタディツアー」も実施された(TOPICS 02)。秋には「帰る旅」の認知向上を目的としたトークライブ(TOPICS 03)が行われ、冬には「場」としてを共有する交流滞在拠点として複数準備される(TOPICS 04)など、多彩な取り組みが進行中だ。

「帰る旅研究会」のメンバーの多くは、自治体や観光関連施設などで旅行や地域づくりに関わる人。やりたいうことや実現したい地域の未来があるけれど、自分たちだけでは難しい。そんなときに来訪者の力を借りながら地域の課題と向き合えることに可能性を感じて集まった方が多い。ある運営メンバーは「旅行者の『帰る場所』を作ることが、自分たちの『帰る場所』を作ることにつながる」と話す。ところが、「帰る旅研究会」には、自発的に集まり、助け合いながら地域の未来をつくる「自治組織」のような雰囲気醸成されている。

プロジェクト3年目となる2024年も「帰る旅」を巡るさまざまな取り組みが行われる予定だ。一度きりの「行く旅」ではなく、何度も通う「帰る旅」を——。日本の旅や地域を面白くする「帰る旅」という思想に今後も注目してほしい。

「帰る旅」プロジェクト2023年の主な取り組み

TOPICS 02 「帰る旅スタディツアー」を新潟県津南町で開催

新たに「帰る旅研究会」に加わったメンバーが関係性クリエイターとなり、津南町での「帰る旅スタディツアー」を企画。9月と10月に実施されたツアーには全国から参加者が集まり、「温泉宿リニューアルのためのアイデアワーク(第1弾)」や「秋山郷・古民家再興の片づけ&アイデアワーク(第2弾)」などを行った。「ワーク終了後には地域の方と参加者が一緒に食事をしたり、周辺を散策したりする時間も。2日間みっちり時間をとめることで交流が深まり、お互いをあだ名で呼び合うような方も」(北嶋)。ツアー終了後もオンラインコミュニティができるなど、一般的な旅行とは異なる「関係性」が生まれている。



10月の「秋山郷・古民家再興ツアー」には9名の参加者が集まった



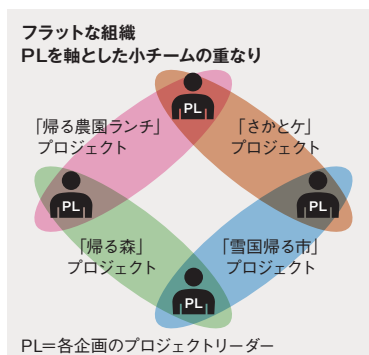
左/「関係性クリエイター」の案内で集落を散策。右/1日目の「片づけワーク」では、家財の片付けや周辺清掃などが約2時間行われた



左/地元の方も参加した夕食は、和気あいあいとした雰囲気。右/古民家の活用アイデアなどを検討する「秋山郷・古民家アイデアソン」も実施

TOPICS 01 「帰る旅研究会」メンバーが増えより広域的で多彩な組織に

当初は南魚沼を中心とする9名で構成された「帰る旅研究会」だが、津南や十日町、湯沢のメンバーも加わり、16名の組織に。「2023年1月の『関係性クリエイター育成研修』が大きなきっかけ。新規企画の検討などを行う研修を通じて『帰る旅』への理解が深まり、『自分ごととして関わりたい』と新たなメンバーのジョインにつながりました」(「帰る旅研究会」共同代表・JRC客員研究員の北嶋緒里恵)



TOPICS 03 「帰る旅」の仲間を増やすトークイベントを都内で開催

「帰る旅」の認知度UPとファン獲得を目的とした「帰る旅Talk Live」を、9月20日に東京・国分寺で開催。「帰る旅研究会」の共同代表・井口智裕さんとクルミドコーヒー店主の影山知明さんが、「これからの旅のあり方」をテーマに意見を交わした当日のダイジェストは、次ページからご紹介する。



TOPICS 04 第2、第3の「さかとケ」を雪国観光圏内で整備中

「帰る旅」を象徴するプロジェクトのひとつ「さかとケ」(南魚沼市)は、ハウスワークを手伝いながらハウステイする“家系な拠点”。その第2弾、第3弾となる交流系滞在拠点が、期間限定で十日町市(3ヶ所)と湯沢町(1ヶ所)にも登場予定だ。





「帰る旅」 Talk Live

「行く旅」から「帰る旅」へ これからの旅のあり方

ここからは、カフェ「クルマドコーヒー」の店主としてローカルカルチャーの構築に取り組む影山知明さんと「帰る旅研究会」共同代表の井口智裕さんによるトークライブの模様をダイジェストでご紹介。ふたりが考える「新しい旅のあり方」や「帰る旅」の可能性とは？



帰る旅研究会
共同代表
井口智裕さん



1973年新潟県南魚沼郡湯沢町生まれ。温泉旅館の4代目として家業を継ぐ。2008年には「雪国観光圏」をプランナーとして立ち上げ、その後15年間にわたり地元の事業者とともに地域独自の暮らしや文化を観光資源に変える取り組みを実践する

クルマドコーヒー
店主
影山知明さん



1973年東京都・西国分寺生まれ。「クルマドコーヒー」を拠点に、まちの仲間とともに、クルマド出版、クルマド大学、地域通貨ぶんじ等を事業化。著書に『ゆっくり、いそげ 〜カフェからはじめる人を手段化しない経済〜』（大和書房）

井口 私は旅館の4代目で新潟の越後湯沢と南魚沼で2軒の旅館を経営しています。25年ほど旅行業界にいますが、コロナ禍になって旅の形が大きく変わっているような気がします。昔は、おいしいご飯やお酒を楽しむ贅沢な旅行が好まれたと思いますが、今は「泊まる」ところはそれほどいいから、その土地ならではの体験をしたい」という方が、特に若い人のなかで増えていると感じます。影山さんは旅行についてどのように感じていますか？

旅に求められるものが
変わってきている（井口さん）

影山 実は僕はあまり旅行が好きではなくて基本的に「家でいるのが一番好き」という人間なんです（笑）。だから旅行のトレンドのことはわからないけれど、ここ数年で印象に残った個人的な体験があります。2年ほど前に井口さんが経営する南魚沼の『ryugon』に泊まらせていただいたのですが、当時はコロナ禍の影響もあって飲食店の経営者として出口が見えないような感覚がありました。それが、全く予定のない3日間を過ごせたことで、ずいぶん精神

的に浮上することができた。仕事や自分の課題とずっと向き合う日々を過ごしていたからこそ、日常の枠からはみ出して「ああ、違う世界に来たなあ」という瞬間が自分にとっての転換点になったんです。

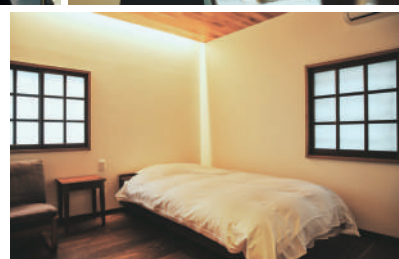
そのときに「旅」と「旅行」という言葉の使い分けが、大事だと感じました。僕の勝手な定義だけれど、「旅行」は決まった予定があつてそれを消化していくもの。「旅」はもっと気ままで、思いがけない出会いがあるようなもの。振り返れば、人生の節目節目で「旅」

をしてきた記憶があるし、そこには色褪せない魅力があると思います。

井口 その定義に沿うと一般的には「旅行」をしている方が多いのかもしれないですね。「旅館に行っておいしいものを食べよう」「スキーに行つて温泉に入ろう」と目的が決まつていて、それをこなしているというか。私たちは受け入れる側なので、わざわざ来てくださっているお客さまの期待や目的には応えたいと思います。ただ一方で、お客さまはそんな予定



「さかとケ」は、南魚沼市の旅館「ryugon」での5時間のハウスクリープの手伝いと自室清掃を行うことで、シングルルームでの宿泊が無償提供される会員制コミュニティだ。旅館の大浴場の利用もできる



「このために自分は旅に出た」

と後から気づくこともある(影山さん)

調和の「旅行」に飽きているのかもしれないとも感じます。その意味で、予定調和の外側にある余白にこそ大きな可能性があると思うし、「新しい旅の文化」とは何かを、今みんなと一緒に考え始めないといけないんじゃないか、と。

影山 タイムパフォーマンスという言葉が流行する時代なので、何が手に入るかわからないものに時間を使うことに對して、ハードルの高さを感じる人は多いと思います。ただ、

新しい旅のあり方を来訪者と一緒に作っていききたい(井口さん)

そこに身を投じさえすれば何かしらの出会いがあつて、世界が広がっていく。「このために自分は旅に出た」と後から気づくこともあると思います。そもそも人生自体がどこにたどり着くかわからないものだし、偶然の出会いが結果的に人生を作っていくきっかけになることもある。最初から狭く考えすぎないことが、「旅」を楽しむコツかもしれませんね。

井口さんは、宿のお手伝いを5時間した方に宿泊場所を無償で提供する「さかとケ」というサービスを行っています。旅行者と受け入れ側の新しい関係性を作るこの取り組み

みが始まったきっかけとは。

井口 「さかとケ」の原点には私の幼い頃の経験があります。うちは実家が旅館なので、お盆や正月などの忙しい時期になると親戚が集まつて、毎年家業の手伝いをしていました。1週間か10日間くらいとこたちと一緒に布団を敷いたり食器を洗ったりして、空いた時間には地元の友達ちとサッカーや野球をする。そんな日々を過ごしていると、普段は遠くに住んでいるいとこたちも新渇にくさん知り合いや友だちができるし、この地域が故郷のようになっていく。そういう関係性を作ることが、新し

KURUMED COFFEE



地域を動かすサードプレイス クルミドコーヒーとは

2008年に影山さんが西国分寺にある生家の跡地に開業した、こどもたちのためのカフェ。影山さんが著書で「お金だけではない価値を交換する場」と表現する通り、お店で働くスタッフや多くの常連客がともに地域の文化を育むローカルコミュニティのハブとして機能。ワークショップやイベントなど、参加型のコンテンツも多数展開する。2017年には2店舗目となる『胡桃堂喫茶店』を国分寺にオープン。



☎クルミドコーヒー ☎042-401-0321
<https://kurumed.jp/>

い「旅」の可能性につながるんじゃないかと感じたんです。

影山 実は「クルミドコーヒー」でも「さかとケ」に近いことをずっとやっています。たとえば僕はクルミを食材として使うことがあるんですけど、クルミを拾ったり皮を剥い

地域に暮らす人々同士が何を生み出せるかに目を向けるべき(影山さん)

たりする作業をお客さんと一緒に行う。そのとき、お客さんに現金で時給を払うことはせずに、無償ボランティアもしくは国分寺の地域通貨でお支払いします。そうするとお客さんは地域通貨を使って僕らのカフェのコーヒーを飲んだりするので、結



2023年10月に新潟県津南町で開催された「『秋山郷』古民家のある日常 再興ワークショップツアー」には関東圏を中心に8名が参加。地域の人と参加者がともに汗を流し、秋山郷の未来を考えた



果的に売上は少なくなります。ただ、お店のスタッフとお客さんが一緒に汗を流して「仲間」になることは、売上には代えられない価値があると思うんです。それに「仲間」が増えることは、入ってくるお金が減る代わりに、出ていくお金も減るということでもある。日本の経済成長が右肩上がりではなくなった今、多くの経営者は「売上を伸ばさずにお店や会社が成り立っていく仕組み」をどう作るかという問いに直面しています。僕らや「さかとケ」がやっていることは、その答えのひとつだと思います。

井口 旅館経営をしているとどうしても目先の売上単価や稼働率のことを考えてしまうけれど、もうそんな時代じゃない。お客さまとの関係性を作って、本当に困ったときにお互い助けたり、助けてもらったりできる場を作りたい。「帰る旅」に関わり始めてから、ずっとそう考えています。「さかとケ」などを通じて私たちの「日常」を体験してもらえれば、きっと地域のファンが増えて、地域が元気になる。そうすれば、この土地に根付いた雪国の文化を後世に残



すこともできると思うんです。

影山 「雪国観光圏」は3県7市町村で構成されていますよね。広域で連携して「帰る旅」に取り組まれていることは、本当に刺激になります。

井口 逆に広域で取り組まないと新しいことがなかなかできないんです。3県7市町村という大きく聞きますが、圏内の人口はおそらく8万人ほど。高齢者の比率も高いので、若い人は驚くほど少ないのが現状です。だからこそネットワークを作って頑張っています。「帰る旅」に関しても、やっぱり人が大事なんですよね。みんなが自分ごととしてプロジェクトに取り組んで、そこに生きがいを見出すことができれば、いつか地域が変わっていく。そんな思いで続いています。

人が文化を育て、地域の魅力ができる
そのプロセスを端折っちゃいけない(影山さん)

参加者も役割を担い
自らが旅のつくり手になることが
「帰る旅」の流儀

「帰る旅」の運営母体である「帰る旅研究会」は、雪国観光圏からスタートしたが、メンバーに参加の強制力はなく、何度も通う旅・帰る旅を自らつくことに共感し、自らの意志で参加したメンバーたち全員が主体者となり構成されている。部活動のような自治組織となっている。未来に向けた次のステップとしては、雪国観光圏外も含めて、「帰る旅」を自ら実現したい新メンバーを全国に広げていきたい。地域単位でも事業者単位でも良いと考えている。「おかえり・ただいま」で始まる「帰る旅」を自らつくことに関心がある方は是非手を挙げてほしい。



じゃらんリサーチセンター
調査開発グループ 客員研究員
北嶋緒里恵
きたじま おりえ

小さな輪を広げながら
新しい旅の価値を作りたい
(井口さん)

これからの旅は、「観光」と「文化」をちゃんと同じ重さで考えていくことが必要だと思えます。長い時間をかけて育まれた「文化」があるから、その地域に人が集まる。けれど、「観光」主導で考えすぎてしまうと、「文化」が消費されて薄くなってしまうかねない。だから、観光地にこそ新しい文化を積み上げていく意識が必要だと思えます。そのためには、そこに暮らす人々が「何が生み出せるか」ということに目を向けることが大事だし、「帰る旅」のように土地に関心のある人の手を借りるときも

者が「文化」をともに作り上げ、お互いに学び合っていくことが大きなキーワードになるかもしれませんが、「帰る旅」はまだまだ始まったばかりですが、小さな輪を広げながら少しずつ新しい旅の価値を作っていくことが、地域にとっても非常に大事なのではないかと思います。



帰る旅
公式サイト

帰る旅プロジェクトの公式サイトでは、「帰る旅」のコンセプトや内容、参加メンバーや関連リンクなどを掲載している。ぜひ、公式サイト (<https://jrc.jalan.net/kaerutabi/>) や帰る旅研究会X (@kaerutabi_prj) などで発信される情報をチェックしてほしい。



27 December 2023

持続可能な「DMO経営」学

Vol.5

自ら創れ！地域の起爆剤となる食・買・泊の自主事業

イラスト／武曾宏幸

先進事例から、持続的なDMO経営に必要な手法を学ぶ集中連載企画。

DMOは観光地域づくりの司令塔機能を果たすことに加え、自主事業を回すことも重要だと伝えてきた。しかし、「民業圧迫にならないか」「自ら観光事業者になる必要性は？」と懸念する声も。そうした疑問へのお答えとして、飲食・物販・宿泊を手掛ける小浜の事例を紹介したい。

DMO経営を一緒に考えていくのは…

じゃらんリサーチセンター 研究員

森 成人

もり・なるひと●2013年4月より経済同友会の被災地支援プロジェクトにて被災地気仙沼市へ出向。地元人材育成や観光振興、6次産業化など地域活性に携わる。2016年3月にスイス・ツェルマットのDMO視察。2017年4月よりDMO法人の（一社）気仙沼地域戦略の理事に着任、気仙沼市復興アドバイザーも務める。2018年12月より観光庁の広域周遊観光促進専門家派遣に登録。2023年より先駆的DMOの専門家として地域伴走も行っている。

愛称
もりなるん
が
ナビゲート



小浜よっぱらいサバに若狭まはた、ふくいサーモン…。古くは朝廷に食料を献上する「御食国」として栄え、今も良質な若狭湾の海産物を自慢とする福井県小浜市。そんな地元の幸満載の新商品の提供が、今年7月より「お食事処 濱の四季」で始まった。海鮮丼は見た目にもこだわって桶盛り。「サバをはじめ若狭湾の幸は鯖街道を通じて京都へ運ばれました。往時の行商人が魚を運んだ桶をイメージして、その器にしたんです」。

赤字を黒字化、商品開発…と、段階的に飲食事業の価値向上へ

Step.

1

飲食・物販の自主事業で収益を伸ばす

そう話すのは小浜市から「お食事処 濱の四季」の指定管理者に選定されたDMO組織・まちづくり小浜のCEOを務める御子柴北斗さん。商品刷新後7月～9月の客数はコロナ禍前2019年実績を上回り、滑り出しは順調。しかし「小浜らしさ」を打ち出したこのメニュー提供に至るまでには紆余曲折があったという。

小浜市は2001年に全国初の「食のまちづくり条例」を制定し、小浜の食文化を伝える中核施設として04年に市直営の「お食事処 濱の四季」を開業。15年より、同DMOが自主事業として運営している。運営

今回取り上げる先進事例は…

株式会社まちづくり小浜

福井県小浜市／地域DMO

DMO経営タイプ：
観光事業・直営型 経営

◎設立：2010年4月 ◎スタッフ：62名

主な事業

- ☐ 指定管理業務受託「道の駅若狭おばま」「お食事処 濱の四季」
- ☐ 一棟貸しの分散型古民家宿「小浜町家ステイ」開発・運営
- ☐ 廃旅館を活用した宿泊施設「若狭佳日」開発・運営
- ☐ 観光動態調査分析業務の受託
- ☐ その他 ECサイト運営、着地型観光商品の開発・運営など

地域の観光業の担い手不足を受け、積極的にDMOが主体となって事業を展開。道の駅や飲食業を自主事業として収益化。国の重要伝統的建造物群保存地区「小浜西組」を中心に町家一棟貸しの宿を開業した他、2023年8月には廃旅館を活用した宿「若狭佳日」を開業。新たなターゲット層の観光客を獲得して地域が変わる先導役を務める。



今年3月リニューアルオープンの「道の駅若狭おばま」。巨大なサバを描いたのれんが迎える

「お食事処 濱の四季」の商品の変遷



「お刺身御膳」1690円



2021年6月～
「若狭のお刺身御膳」2500円



2023年7月～
「贅沢！小浜ブランド海鮮丼」2500円

ありふれた刺身定食から、小浜産の魚6種の船盛りにして高価格化。さらに小浜産の魚7種を盛った桶入り海鮮丼へとバージョンアップを果たしている

改修できるよう、道の駅の施設のうち物販館部分を市から譲与してもらう手続きを実施。改修費用は自己資金と国・県の補助金を活用してリニューアルにこぎ着けたのだ。譲与を受ける代わりに道の駅の指定管理料は削減

を引き継いだ当初も客足は悪くなかったが、コストに比して安価で提供していたため赤字続きだと判明。まずは黒字化に向けてコスト優先の商品構成へと改定を行った。そうして黒字化を果たすも、当時の食材は仕入れ値の安さ重視だったため「小浜産」に限ったものではなかった。19年に同DMOに着任した御子柴さんは、この状況を変えようと考えた。実は前職が農林水産省職員であり、小浜をサバの名産地として復活させるプロジェクトを担当したのが小浜とご縁の始まりという御子柴さん。その際に誕生した、酒粕で育てた小浜よっぱらいサバをはじめ、小浜の海産物に対しては地元の人以上に自信を持っていた。しかし食事処のスタッフに地元のカキやサバの使用を提案しても「高くて売れないのでは」「カキは値段の割に小粒らしいし」と

反応はいま一つ。小浜の海産物は高品質なものとして県外出荷が多く、地元住民とはいえ馴染みが薄かったのだ。そこでまずはスタッフと一緒に地元の漁師や養殖業者を訪れ、生産者のこだわりや実際のおいしさにふれる機会を設けた。そうして地元の魅力を実感したスタッフと一緒に、小浜産にこだわって企画した新商品の提供を21年にスタート。よい反響を受け、さらに小浜らしさを伝える商品へと改善したのが冒頭で紹介した今夏の新商品なのである。提供商品の価格帯は改定前よりアップ。しかし商品の内容、演出が受け入れられたため客数は前出の通り伸び、客単価も16年の約1200円から23年9月時点は約1700円へ。「小浜はよいものを持っているのだから、安売りせずに自信をもって単価を上げるべき。価格に見合う価値

があれば、高いと思われずに払ってもらえると考えています」。

指定管理料に依存し続けずに物販の飛躍を目指す道を選択

「道の駅若狭おばま」は2011年より指定管理を受託し、開業と同時に運営を担ってきた。こちらは立地のよさもあり小浜の玄関口として機能し、開業以降は入込客数も客単価も右肩上がりに成長していた。しかしさらなる発展を目指し、建物が増え、売場構成も変更して今年3月にリニューアルオープンした。

され、今後5年間で段階的に廃止したうえで物販館の土地賃借料をDMOが負担する計画だという。

そもそも黒字経営ができていたのに指定管理料がなくなるリスクを負ってまで、自社物件への変更に踏み切ったのはなぜか。「僕らDMOが目指すのは小浜を一流の観光目的地にすること。一流とは、ファンを作って持続的に何度も来てもらえること。そのためには常に新しい価値を見出し、付加価値を生んでいかねばなりません。付加価値を高め単価を上げることは『持続可能性』にもつながります。現状維持でいくのは楽なように思えて先細り。指定管理料があればいいと考えず、一歩踏み出すことが大切でしょう」。

食事処しかり道の駅しかり。常に付加価値を生むために必要なことを考え、実行する姿は見習いたいですね。



道の駅は「鯖街道ワンダーランド」がコンセプト。行商人の笠と背負い籠を着用できるフォトスポットなど、鯖街道の起点・小浜を体感できる仕掛けを随所に用意

Step. 2 事業収益を元手に新たな試みを率先

空き家活用の1棟貸し宿運営で
逃していた宿泊客の受け皿に



今年4月開業「西津湊ふるかわ」をはじめ、町家ステイは素泊まりが基本。宿泊者には提携飲食店を案内する他、カフェや温浴施設の利用特典付きチケットを配布

DMOのもう一つの自主事業として宿泊事業がある。国の重要伝統的建造物群保存地区「小浜西組」エリアを中心に、空き家の古民家を活用するために始めた1棟貸しの宿「小浜町家ステイ」の運営だ。物件の改修費用は2017年に開業した1棟目のみ市の全額負担で、2棟目以降は道の駅の収益を元手にしたDMOの自己資金・プラス補助金等を活用。今年4月には8棟目の開業を迎えるなど、事業を拡大している段階にある。

民宿も「廊下でいいから寝かせてくれ」と言われるほど賑わったという。だが海水浴、ブームも去り、宿泊者数は年々減少。市内の宿泊需要を支えてきた民宿も廃業が相次ぎ、08年の86軒から町家ステイ立ち上げ時の17年は61軒に、22年は48軒にまで減った。一方で観光入込客数は09年・10年は減少に転じるも、以降はコロナ禍前19年まで増加基調にある。つまり観光客は増えても宿泊客を取り逃がしていたのだ。

DMOでは道の駅を訪れた観光客に対するアンケート調査を行っており、それによると小浜の主な観光客像は50代・70代の夫婦で、関西圏からのリピーター。「つまり、かつて海浜によい思い出を持っているから再び来てみた、けれど宿がないから日帰りしていた」という姿が浮かび上がり「家ステイが受け皿に…、となるはずだが開業当初はうまく機能できていなかった。1棟目は定員8名で開業し、座敷



代表取締役社長・CEOの御子柴北斗さん。2015年に農林水産省から小浜市に出向、「小浜よっぱらいサバ」養殖プロジェクトを担当。18年に農水省へ戻るも19年には退職し、小浜に移住した

に布団を敷いて寝るようなグループ向けのスタイル。素泊まり宿泊料金は、利用人数により上下するが1棟あたり平均約2万5000円だったという。「当初はあまりコストをかけずに試験的に始めたこともありこのスタイルでした。しかし調査を基に小浜リピーターであるシニア層夫婦を主要客に設定するなら、彼らは雑魚寝をしたいわけではない。そこで定員を減らしてベッド式にするなど設備に凝り、宿泊単価を上げていきました」。現在1棟あたりの宿泊料は3万9000円ほど。19年時点では全4棟で約520組だった年間宿泊組数は、21年にはコロナ禍でも全7棟に約1000組が宿泊。稼働率も4割を超え、堅調に成長している。

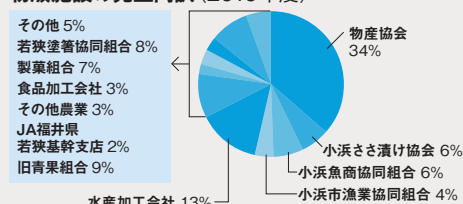
地域に必要なものを体現する、果敢な姿勢もDMOの使命

今年9月には市内の阿納地区に全13室の宿「若狭佳日」を開業。2名1室利用時の1泊2食付きで1名2万

地域事業者への経済的貢献

物販施設で取り扱うのは地域事業者の商品がほとんど。商品が売れるほど仕入れ元である地域事業者の実入りも増えるし、DMOの利益も上がるため自分事として売上アップに励める。

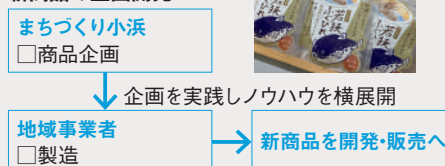
物販施設の売上内訳 (2019年度)



新商品の企画開発

道の駅ではオリジナル商品も販売。従来の大袋入りではなく、土産に適した小分けのヒレ酒用ふぐヒレなど、地元食材の魅力を引き出す新機軸の商品を生み出している。地域事業者が思いつかなかったアイデアを形にし、刺激を与える役割も担う。

新商品の企画開発



DMOとしての公益性

持続して経営するためには自主事業による収益が必要ではあるが、儲けることがDMOの目的ではない。まちづくり小浜の事業は収益性と公益性がバランスよく機能している。道の駅を例に、その機能を見てみよう。

8100円という高価格帯だ。宿が建つ阿納地区は漁港に面し、古くから大半の住民が漁業と民宿で生計を立ててきた。同地区には大型旅館もあったが、20年に廃業。地域の象徴でもあったその旅館を残せないかと地域住民から相談を受けたことが「若狭佳日」立ち上げのきっかけだと御子柴さんは話す。「古民家とは規模が違い、DMO単独で旧旅館の買い取りや改修はできません。それに地域のシンボルとして残すなら、地域の方たちを主体としたほうがいい。そこで旧旅館の債権を持つ地銀の協力も得て、地域住民と一緒に株式会社を立ち上げました」。阿納地区の住民有志、地銀、DMOが出資した株式会社建物を保有し、補助金も活用して改修。そしてDMOが建物を賃借し、町家ステイの経験を活かして運営を担う構造だ。

さて、ここで根本に立ち返りたい。

もりなるんに聞く!

Q.じゃあうちも宿泊事業をやるかな!

A. ちょっとお待ちを! 小浜の場合は「客室数が不足している」「宿運営に名乗りを上げる地域事業者がない」というのがベースにあり、DMOが運営を手掛けています。意欲のある事業者がいる場合は、自らで行う必要性は薄れます。まずは地域の状況をよく把握することが大事です。

「若狭佳日」も町家ステイもDMOが直に宿泊事業を手掛けているが、これはレアケースだろう。地域内や外部の民間事業者ではなく、DMOが宿泊事業者になる意義はあるのか。「現状を分析して戦略上は地域に必要だと考えても、率先して手を挙げよう人はなかなかいない。ならば、まずは私たちが挑戦してみようと考えました。従来とは違うことを始める時は、誰が最初にやるかが問題になりがち。変化は嫌われるし、新しい試みにはリスクもありますから。だからこそ、自分たちが率先して第一歩を踏み出す。何かを始めたいなら主導者がある程度の道筋を作ること、戦略があるならそれを形にしていることが大切だと考えています」。



「若狭佳日」は海に面した眺望と海の幸の食事を用意し、これまでとは違った層の宿泊客を呼び込む狙い。市内の民宿は1泊素泊まりで1名5000円程度、旅館は1泊2食付きで1名1万円程度の価格帯が多く、町家ステイも「若狭佳日」も競合しないため地元事業者からの反発はないという

地域の理想形を描くなら、口を出すだけでなく腹をくくってまず自らが動くことも大事なんです。

Step. 3 共感する仲間を増やしつつゴールへ

理想の一端にふれることで意欲ある追従者が生まれる

DMOが先陣を切って事業を展開する効能は少しずつ、地域に変化をもたらし続けている。「小浜町家ステイ」や「若狭佳日」を通して付加価値を高める意義を目的にしたりすることで、新規客層の獲得に向けて改修を行う旅館や民宿が現れているのだ。

また、町家ステイの宿がある小浜西組エリアでは、これまでに幾度か空き物件を活用して期間限定の店舗を開く町歩きイベントを開催している。その際に多くの来訪者で賑わう様子を見た地域の人からは、「こんなふうに町が活気づくなら活用してほしい」と自身が所有する空き物件の

提供を申し出る声も挙がっている。空き物件を確保できた次の段階としては、カフェをはじめとしたテナント開発も計画中だという。「地域の人たちも、町が賑わうといいな、何とかしたいな」と潜在的には感じているんです。だからその一端でも具体的な形にしてみんなに見てもらうと、共感してくれるし後に続く人も出てくる」と御子柴さん。小浜は在りたい姿を実現する構想の途上にあるが、彼らDMOが切り拓いた道の後に続く人を着々と増やしつつゴールに近づいているようだ。

御子柴さんは地域の観光データに基づき策定した戦略に添って理想像を示しています。だからこそ地域の共感も得られるのであり、「DMOにとってデータ収集は基本」とも話してくれました。

考察

今回の事例を参考にしやすい地域は…

◎新しい挑戦を始めるにあたり、地域をけん引する役割の事業者が見当たらない

『稼げる観光』というキーワードが生まれて久しいが、果たしてDMOを中心にそんな観光産業づくりができている地域が全国でどれだけあるだろうか? DMO自体が一番稼ぎ方を知らない集団になってはいないだろうか。DMOの課題の一つによく挙がる、登用人材のマーケティング力向上。勉強会を実施するだけでは本当の意味でのマーケティング力はなかなか向上しない。地域に必要な自主事業をDMOが持つという圧倒的な当事者意識からマーケティング力を育み、地域に頼られる組織になるという山の登り方もあるのでは? 本事例はそういう地域にぜひすすみたい手法だ。



価値と感動を生み出す人に
インタビュー

マエストロの肖像 65

タイムラインに並ぶ、ダークな空気感をまとった風物の写真。

ありきたりな美しさとは異なる価値や、独自の創作姿勢に、新たな時代のクリエイター像が浮かぶ。

写真／佐藤兼永

朽ちていくものを愛でる価値観を
新たな手法で世に問う廃墟写真家

写真家／会社員

toshibo



「賛否は分かれるのかもしれない。

ただ、自分がいいと思ったものについて

『そうだね』と納得はさせたい。

だから発表し続けるのだと思います」

写真を撮る背後にある
「記録したい」という思い

X(旧Twitter)で日々投稿する写真のテーマは「廃墟」。いわゆる「美しい風景写真」とは違う不思議な世界観が、28万人を超えるフォロワーを魅了する。

なぜ廃墟なのか?という問いには「よく聞かれるんですけど、分からないんです」と困ったように笑う。そして代わりに幼い頃のこんな思い話をしてくれた。

「子供向け番組で、道路に貼り付いているガムを剥がすという企画があったんですけど、それを見てすぐくびつくりしたんですよ!『あれ何だろう?』と思っていた『道路にときどきある黒いマル』が実はガムだったとは…映像になって初めてよくないものだったと分かったわけですけど、それが何だか嬉しかったんです」

何かを見て「きれい」と感じることは少なく、負の側面に心惹かれる。そしてそのことを「記録したい」という思いがある。

「昔はいわゆる珍スポットのようなものを撮ってブログを書いていたのですが、それも『記録』したか



1988年埼玉県生まれ。20代半ばに始めた珍スポット記録ブログがきっかけで、会社員として働きながら廃墟の写真を撮り始める。国内の撮影旅行へは全て自車を駆って出かけ、沖縄県以外の全都道府県を訪問済みだ。

ったんですよ。今も、何かアールトとして写真を撮りたいというより、記録のつもりで撮っているところがあります」

撮った写真は、HDR（ハイダイナミックレンジ）という手法を用い、手作業で仕上げる。明るすぎたり白飛びしたり、暗すぎて潰れてしまう部分がないよう複数の写真を合成する手法で、出来上がった写真はより人の目で見えた状態に近くなる。窓の外の景色や物陰に隠れたもので微細に伝わる写真。「崩れていたり、カビが生えていたり、そういうものも全部見たい」——それは記録のためなのか

もしれないが、だからこそ印象的でもある。

分かりますことから生まれる面白さ

写真の投稿に添える言葉は最低限。撮ったものが「どうなのか」は多くは説明しない。

「分かりすぎちゃうと面白くないと思うんですよね。それより、ざっくり投げて、見る人が想像してくれたらいいな、と」

そんな気持ちで「廃業したドライブインの裏手に隠される様に放棄されていた」との言葉を添えて壊れたクレーンゲーム機の写真を投稿したら、6万近い「いいね」が付いたこともあった。

「マジか、これですか!?と思いましたが（笑）。『こういうのがアニメの敵キャラになる』なんて、自分では全く考えもしなかったコメントをつけてくれた人もいた。本当に面白かったです」

とくに若い世代には「パツと見せて何かを感じてもらおうくらいでいい」とtoshibo氏は言う。そこに見る側が何かを加えることで、SNSを通じた作品は完成するということなのだろうか。

自分がいいと思つものを世に問い続ける

今年初めてヨーロッパの廃墟を撮影して回ったが、そこで改めて感じたのが日本の廃墟の魅力だ。「ヨーロッパの建物は基本石造りで、どれも同じような崩れ方をするんですが、日本の建物は木造で、しかも雨が多いので腐ったり苔が生えたりしていく。神社の鳥居など建造物も独特です。日本の廃墟が好きなのは外国人は多いのですが、それをもよく分かります」

個人的にとくに心惹かれるのは、古い部分に新しく建て増しをするなどして増殖した建物群。夏は緑に覆われていたそれが、冬枯れの時季になると朽ちかけた全貌をあらわにする。その様子こそが好き

SNSで国内外の廃墟の写真を投稿

toshibo氏はX（旧Twitter）のほか、InstagramやTikTokなど、さまざまなSNSで作品を発表中。Instagramでは外国人を意識した投稿にしたり、TikTokではショート動画を投稿したりと、メディアに合わせて投稿の仕方も工夫している。写真は国内のものを中心に、アジアやヨーロッパなど海外で撮影したもの。最近はドローンを使った空撮動画にも取り組んでいる。



『変わる廃墟展2020』出展作品より。
Xアカウントは
https://twitter.com/JIYUKENKYU_jp/

だとtoshibo氏は思う。同時に、自分の感覚は世の中の主流ではないとも思っている。現在には他に仕事を持ちながら撮影活動を続けているが、写真展への出品やイベント登壇など活動の幅は広がっていて、いつそ仕事を辞めて写真に専念してもよいのではとも思えるのだが、「そこまでではなくてもいい」と言うのだ。

「賛否が分かれる写真なのは分かるんです。自分がいいなと思つた場所も、地元の人にとっては嬉しくないものかもしれない。だから批判されることもあります。それでも、いいと思つたものに『そうだね』と納得してほしい気持ちはある。SNSに写真を投稿し続けるのは、そんな気持ちからなのかもしれない」

Nostalgic
but
Innovative

ちょっと気になる

おみやげ 手帖 ⑪

山形県山形市

90年以上も愛される 山形の「白露ふうき豆」

山形市

蓋を開けた瞬間、青えんどう豆の香りがもう美味しい！
口に含めばほろほろほどけ、あつという間にひと箱完食



豆がつぶれやすいのでお土産には箱入りを。260g700円、450g1200円、袋入り250g600円(各税込)。賞味期限は夏期3日間、冬期4日間



朱色に金文字の掛け紙が可愛い包装を解けば、白地に金の花模様が描かれた箱の身に銀色の蓋をかぶせた、懐かしい佇まいの箱が現れる



260g入りからある箱入りの品は、注文ごとにその場でバットから箱詰めし、丁寧に包装して提供される。店先でその作業を見るのも楽しい



取材協力

白露ふうき豆本舗
御菓子司 山田家

〒990-0043
山形県山形市本町1-7-30
☎023-622-6998
FAX.023-622-6668
<https://www.fukimame.com/>

豆の味を感じるほどよい甘さ。豆が崩れてしまう寸前のしっとりほくほくとした食感。豆の皮は除いてあるので、口に含むとすつとつけて雑なものが残らない。砂糖と塩で炊いた「だけ」なのにどうしてこんなにと思うほど唯一無二の美味しさだ。昭和6年（1931年）、七日町通りに創業した店舗には、百年変わらぬ味を求める人々が開店とともに訪れる。スーツケースを携えた旅の人も、近所の常連さんとおぼしき人も次々と。しかし作る量に限りがある「白露ふうき豆」は、早い時間に売り切れることがあるため、午前中に来店するのが良策だ（店舗の他は電話・FAX・ハガキでの取り寄せも可能）。さて、無事入手した「白露ふうき豆」。そのままスプーンで頬張って味うのが王道だが、トーストしたパンにバターとともにのせたり、バニラアイスに添えていただくのもなかなかいける。ぜひ試してみしてほしい。

編集後記

今号では、地域コ・クリエーション研究の実証実験「子供と大人で共創する地域産業の未来」をご覧ください。目的は、地域産業の今を支える大人の背中を子供たちが見て、感じ、将来の地域を支える担い手となる選択肢を持つことです。観光産業の担い手不足は、重大かつ喫緊の課題です。将来の担い手不足を解消するカギは、「中学生時代」と考え、「原体験」として、地元で働く素晴らしさを感じることが、担い手不足の長期的な解決になると信じています。しかし、長期的課題解決策と共に、短期的・中期的な打ち手も同時に行うことが必要です。業界全体で様々なトライを行い、持続的な担い手環境を構築していきたいと考えています。

編集人 沢登次彦

とーりまかし74号
2023年12月発行

発行

じゃらんリサーチセンター
〒100-6640
東京都千代田区丸の内1-9-2
グラントウキョウサウスタワー
株式会社リクルート

発行人・編集人

沢登次彦

デスク

森戸香奈子

編集

米川青馬、木村康子、吉原徹、
大西智与、中野智子、
田村未来、松本法子

デザイン

黒川聡司デザイン事務所

表紙イラスト

小林マキ

印刷・製本

TOPPAN株式会社
Printed in Japan

©RECRUIT 2023

ご注意

本資料の転載・複製での
利用について

本資料は、株式会社リクルート(じゃらんリサーチセンター)の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

じゃらんリサーチセンター事務局

E-mail jalan_rc@r.recruit.co.jp



私たちが目指すもの。

未来に繋がる「ありたい姿」「目指すべき姿」を地域の皆様と共に作り上げること、それが私たちの使命です。



JRCのメソッド ①

みつける
今ある魅力の再発見



JRCのメソッド ②

そだてる
新しい魅力の形成



JRCのメソッド ③

つたえる
伝達力の強化

私たちの活動領域

観光に関する研究

シンクタンクからアクトタンクへ。
地域と共に実証実験を多数実施しています。

○調査・分析

じゃらん宿泊旅行調査、インバウンド調査、ご当地調査など

○実証実験

調査・分析から導いた解決策を実際の地域で実証実験し、具体的な手法や需要の開発にチャレンジしています

観光・地域振興支援

観光に関する様々な事業を
お任せいただいております。

○調査・分析

○PR・誘客・周遊促進

○計画策定など ○ワークショップ・研修

資源を再発見or新たにみつける→そだてる→情報発信→誘客→振り返り→次へ、というサイクルを回しながら、地域の方々と共に地域の新しい価値創造を行っています

情報発信

研究で得た知見を広く発信していきます。

○『とーりまかし』 ○観光振興セミナー、調査報告会など

○WEBサイト、Facebook、メールマガジンなど

観光業界、そして地域経済のさらなる発展のために、JRC(じゃらんリサーチセンター)が得た知見や提案を余すことなく広く世の中に発信していきます



変わる地域の、力になります。

じゃらんリサーチセンター

お電話を承れないことがございます。お問い合わせは左記メールアドレスまでお願いいたします。



とーりまかし

【とーりまかし】

terima kasih

インドネシア語で「ありがとう」の意。