

意図や戦略を持って「ある物」を生かす

地域資源を掘り起こす

「持ち出せない資源」で体験型観光



(有)アグリテック代表取締役社長

中田 浩康

なかだ ひろやす
東京農業大学卒業。1997年(社)農山漁村文化協会入り。2001年から北海道を拠点にフリーの農村ライターとして活動。03年アグリテック設立と同時に入社し、12年から現職。地域資源と観光を結び付けた「観光まちづくり」ビジネスを展開する。1975年栃木県生まれ。

地域資源を掘り起こすといっても、ただやみくもに掘り起こすだけでは意味がない。当然のことだが、どのように活用を考えているのか、どんな課題を解決したいのか、地域資源を掘り起こす前に、その目的やテーマをある程度絞っておいた方がいい。それはなぜか。地域資源の範囲はあまりにも広過ぎるからだ。今回はそんな地域資源に対する

私なりの考え方を書いてみたい。

「ない物ねだり」せず「ある物生かし」へ

さて、あらためて「地域資源を生かす」ことを考えてみよう。文字だけ見ると「お硬い」感じだが、分かりやすく表現すれば「ない物ねだり」などせず「ある物生かし」をするということだ。地域に「ある物」であれば「何でもいい」のである。

例えば、徳島県上勝町の「葉っぱ」ビジネス。里山で収穫した葉っぱを料理の「つま」として出荷し、年間数億円も売り上げるだけでなく、高齢化率の高い地域において高齢者の生きがいと所得向上、また地域産業のけん引役にもなっており、「葉っぱ」という地域資源を活用して地域再生を成し遂げている例として有名だ。

また道内でいえば、オホーツク管内・津別町の津別峠から見る「雲海ツアー」がある。地元では昔

から見慣れた雲海（写真）の光景に、津別の温泉宿に支配人として愛知県から移住した上野真司さん（現NPO法人森のこだま）が感動し、ガイドツアーを始めた。それを続けていくうちに多くの観光客が訪れる観光スポットになり、今ではJTBの「日本の絶景・感動の瞬間100選」にも選ばれている。普段の何気ない光景が観光コンテンツに生まれ変わったのだ。

働き掛けがなければ「ただそこにある物」

このように身近にある「葉っぱ」や、地元の日常的光景である「雲海」のように、地域資源の範囲は大変広い。その上、初めから「これだ」と断定して見つけ出せるものではない。何が地域資源になるかは誰にも分からないのだ。ただ言えることは、地域にあれば何でも地域資源になり得る

が、活用するための意図や戦略がなければ「ただそこにある物」でしかない。その地域に「ある物」に対

し、何かしらの働き掛けをすることで「地域資源になる」のである。

とはいえ、働き掛けをするしないにかかわらず、地域にどんな物があるか知っておくのは大切である。地域資源を見つけるには、さまざまな物に対し、少し見方を変えてみる必要がある。さらにそれが課題を解決するのに利用可能な物なのか、有効な物なのかを捉える力も必要である。また、すぐに「ない物ねだり」になつてしまわないよう、そして地域の持つ多様性を知っておくという意味でも、地域にある物の把握は重要だ。

少数派のニーズに合う素材が眠っている

ここで私が代表を務めている体験型観光の企画会社・(有)アグリテック（本社・東川町）での地域資源の活用方法について紹介したい。

まず会社はコンセプトとして「地域の自然や歴史、文化、景観、食、そしてア



写真 JTbの「日本の絶景・感動の瞬間100選」にも選ばれた津別峠の雲海

クティビティーなど、ここに来なければ楽しめない、ここに来なければ味わえない、たくさん地域の宝を訪れる皆さんにお裾分けとうたっている。ここでも「地域の宝」というのが、つまりは「地域資源」であり、当社はそれをもつばら「観光資源」として活用している。観光資源とは、文字通り観光に活用するための材料である。少し観光について触れて

みよう。近年は物見遊山的な「周遊型観光」ではなく、その地域の自然や歴史、文化、そして人との交流などを楽しむ観光が主流だ。トレッキングツアーや「マチなかガイド」、収穫体験、スノーシュー体験など、地域の魅力など地元をよく知るガイドやインストラクターと一緒に体験するコンテンツが多い。旅行スタイルも団体旅行からファミリーやグループなど数人の個人旅行型に変わってきている。

観光の目的も多様化している。いわゆる「撮り鉄」と呼ばれる鉄道ファンの他、アニメやドラマ、映画のファンが物語の舞台など訪ね歩く「聖地巡礼」、さらには「秘境屋巡り」や「廃屋巡り」など

数人の個人旅行型に変わってきている。

もあって、一般の観光客があまり訪れないような場所や、地元ではマイナスのイメージを持たれる場所などが旅の目的になることもある。このような観光スタイルはあくまで少数派だが、こうした多様な少数派が高さんいるということは、そのニーズに合った地域資源（観光の素材や材料）が地域に眠っている可能性も高いということだ。

「持ち出せる資源」で訪れたい意欲を誘発

私は、ここに来なければその醍醐味を味わえない地域資源を（地域外へ）持ち出せない資源、地元の特産品やパンフレット、雑誌やメディアなどを「持ち出せる資源」と呼んでい

る。この持ち出せる資源を手にとって情報を得ること

で、実際にそこへ行ってみたい、その商品の生まれた場所を訪ねてみたいと考える人は多い。

例えば、ある風景写真を同じ構図で撮りたいと思えば「ここに来なければ撮れ



容量繰出しで正確な施肥を！

優れた性能とすべての機能を備えた施肥播種機！！

二連ローラーで均一発芽！



TJ-4U

- 溝付きローラーによる肥料繰出し方式でトラクターの速度、傾斜地等についても施肥精度が良い。
- 無段変速装置により任意の施肥量の調整が出来る。
- 播種部はいつでも取付可能。
- 従来の繰出しと組み合わせて有機質肥料にも対応。



TEB-4WR

- すべての調節交換がワンタッチ方式。
- 播種部は二連ローラー方式で覆土が均一で播種精度が高い。
- 株間変更も中央のミッションギヤの交換のみで完了。

豊かな農業を築く

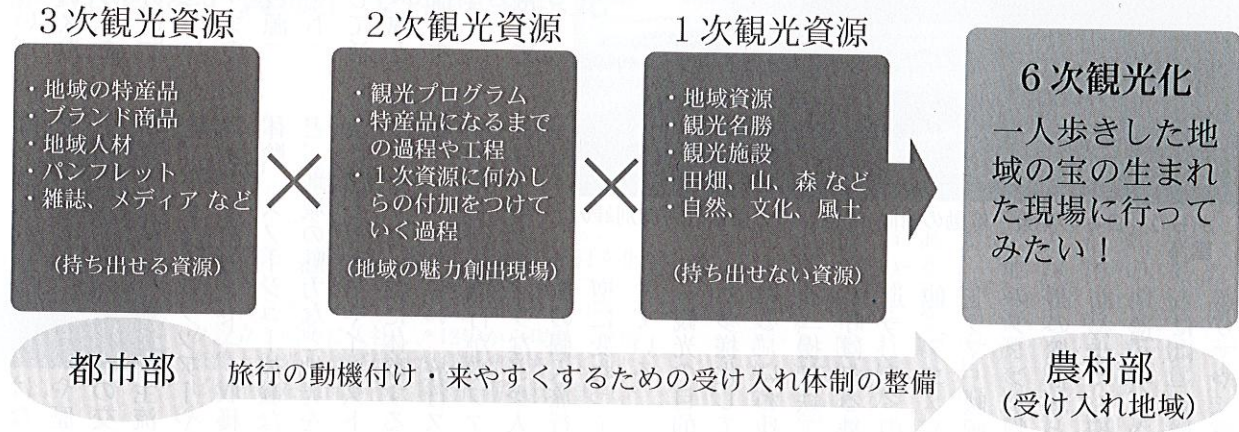
合資会社 田端農機具製作所

本社・工場 北海道帯広市稲田町東2線7番地
〒080 TEL (0155) 48-2324(代)
-0832 FAX (0155) 48-2080

お問い合わせ・お申し込みは
農協・日農機・弊社へ

6次観光化のススメ

6次産業化で地域外に持ち出せるようになった地域資源を地域のPR媒体とし地域に来てもらい交流人口を高めましょう



「景観」「地元ガイド」といった地域資源を活用した「撮影ガイドツアー」という観光プログラムが出来上がる（実際の観光商品にするには、内容の精査やブラッシュアップなどが必要になる）。

このように、私の会社では主に地域資源を「観光」というフィルターに通し、観光プログラムに活用しており、この一連の仕組みを「6次観光化」(図)として提唱している。特に地域を訪れたいという人のニーズを把握した上で、「持ち出せない資源」をいかに多く見つけるかを大切にしながら、観光プログラムの開発を行っている。次回はその地域資源の見つけ方について、もう少し詳しく書いてみたい。

地

北海道にもミネラルは必要!

液体微量要素複合肥料

シーマロックス液肥

収量増が期待できます!

～ミネラルの力～

葉緑素の増大 発根活性化 ビートの糖度アップ 色味向上 光合成活性化

水稲・じゃが芋・玉ねぎ 大豆・蕎麦の増収に

シマニシ科研

(株)シマニシ科研
<http://shimanishi-kaken.com>

〒169-0073 東京都新宿区百人町 2-27-4
 TEL: 03-5338-7650 FAX: 03-5338-7675
 e-mail: info@shimanishi-kaken.com