

社団法人 近畿建設協会 支援シンポジウム  
“ 水源地の村 ” からの提言  
「源流学的スローライフのすすめ」  
報告書

平成23年8月24日開催

基調講演 JTB西日本株式会社 奈良支店 森 真也 支店長  
「地域交流による活性化をめざして」

事例報告と紹介

「お越しく下さい！ 水源地の村へ」

かわかみPRタイム

川上村に暮らして…(定住促進制度の紹介・事例報告)



財団法人 吉野川紀の川源流物語

社団法人 近畿建設協会 支援シンポジウム

## “水源地の村”からの提言「源流的スローライフのすすめ」

2011年8月24日(水) 橿原市商工経済会館 7階大ホール

主催 森と水の源流館 (財団法人 吉野川紀の川源流物語)  
後援 国土交通省近畿地方整備局 紀の川ダム統合管理事務所  
奈良県、環境省きんき環境館(近畿環境パートナーシップオフィス)  
吉野川紀の川流域協議会  
(和歌山市・岩出市・紀の川市・かつらぎ町・高野町・九度山町・橋本市  
五條市・下市町・大淀町・吉野町・川上村)  
奈良県川上村、川上村教育委員会  
一般財団法人奈良県ビジターズビューロー  
協力 NPO 法人 奈良 21 世紀フォーラム  
奈良県「山と森林の月間」協賛イベント



---

### プログラムと目次

13:30	ごあいさつ 大谷 一二(川上村長・財団法人 吉野川紀の川源流物語理事長) ..... 2
13:40	基調講演 ..... 4 森 真也 氏(株式会社 JTB 西日本 奈良支店長) 「地域交流による活性化をめざして」
15:10	休憩
15:20	事例報告と紹介 「お越しく下さい! 水源地の村へ」 かわかみPRタイム(「水源地の村づくり」DVD上映 川上村に暮らして...(定住促進制度の紹介・事例報告) ..... 22
16:20	まとめ 辻谷 達雄(森と水の源流館 活動指導顧問“源流学師範”) ..... 33

なおこの報告書は、後日音声記録から聴きお越したもののため、講師ならびに発表者に文責はありません。

## ごあいさつ

---



川上村長

財団法人 吉野川紀の川源流物語 理事長 大谷 一二

本日は暑い中、大勢お越しいただき、本当にありがとうございます。

川上村にはダムが二つできています。「ダムを作って栄えた村がない。」と言われますが、「ダムを作って栄えた村もありますよ。」といえる村づくりをめざして、私は村長に就任させていただきました。そして、まず始めに和歌山と奈良の上下流の交流をやりたいと思いました。和歌山市長とは、衛星によるテレビ会議で「和歌山の海の魚にも大変良い影響をもたらすので、川上村からきれいな水を流してほしい。」と言われました。その後、和歌山市と川上村が『水源地保護に関する協定』を結び、「和歌山市民の森」を設けて、森づくりに取り組んでいただいています。一度伐採した森は放っておけば立派な原生林になるのか、これは絶対違います。大雨にも台風にも遭う中で、やはり手入れをしなければ立派な山にはならない。おかげで今「和歌山市民の森」は、風雨に耐えながら立派な森林に変わってきた。これは事実です。

このように下流域から大きな刺激を与えていただき、川上にいるものも頑張ろうと、原生林740ヘクタールを頑張って守っています。

また一方、奈良県内でも大和平野土地改良区の皆様から川上村に対して、感謝のお米「おかげ米」を贈呈させていただきたいというお申し出をいただきました。私はうれしかったです。ダムを造るにあたっては、いろいろな経緯がありましたが、いま大和平野のほうから、水を送る上流に感謝の意を表したいということで、本当にありがたい極みです。下流域のみなさんから、感謝の気持ちを表していただけるということ、私は胸を張って村民に申し上げたいと思っています。

流域交流をテーマに、来月9月11日には、川上村で「源流まつり」を開催します。ぜひみなさま方には、川上村のほうにお運びいただきたいと思います。そのほか、毎年夏に「剣道交流大会」を開催します。今年で9回目を数えるまでに成長しました。小学生選手をはじめ、600名ほどが川上村に来ていただいています。橋本市、和歌山市の選手も大勢来ていただいています。

本日このあと、川上村のためになる良いお話があると思います。ぜひ、最後までお付き合い賜りますよう、お願いをいたします。同時にみなさま方のますますのご健勝をご祈念申し上げて、私の御礼、ご挨拶に代えさせていただきます。ありがとうございました。

## 開催の趣旨

---

### 【司会】

「水源地の村からの提言」と題し、毎年、山や森の持つ多様な価値をみなさんと一緒に考えています。これまで歌人の故前登志夫先生、森林ジャーナリストの田中淳夫先生、東京農業大学の上原先生には「森林療法」について、昨年度奈良は平城遷都1300年に沸き、このシンポジウムでも切り口を歴史において、橿原考古学研究所所長の菅谷先生にお話をいただいてまいりました。しかし、例えば一昨年のテーマ「森林療法」では、最近、川上村のお隣の吉野町におかれて、森林セラピー基地の認証をお取りになり、具体的な取組みに入られたということを知っています。毎年面白い問題提起や話題提供を先生方にいただきながら、川上村では具体的な動きにつながっていないことを、自らの課題として今回の企画に取り掛かりました。

奈良県では森林環境税の導入に基づき、平成18年度から5年間、時限的に「森林環境教育の促進」に取り組んでいただきました。その間、このシンポジウムのテーマの一つを森林環境教育におきながら、一方からは違う切り口のテーマを設け、森林環境教育のためのヒントを見つけることを目指してきました。

奈良県の森林環境教育は、これからも森林環境税と共に継続いただくそうですが、ひとまず5年が経過したので、このシンポジウムでは森林環境教育という枠を外してみます。したがって今日は、毎年恒例の学校教育機関からの事例報告がございません。その分、視野を広げ、たとえば後援団体においても、昨年までは奈良県教育委員会であったところを、今年は奈良県全体で後援をいただき、今年から奈良県庁にできた「南部振興課」とも、うまくつながっていきたいという思いを込めて準備にあたってきました。

山村の希少な価値を大切にしながら「いかに川上村を売っていくべきか」、今回は例年にも増して、積極的にPRをさせていただこうとも思っています。

川上村にはいろいろな分野の研究者や実践者がお越しになり、さまざまな資源、宝物に光を当てていただきます。それらを例えばツーリズムとしていかに発信していくべきか。そして地域の魅力や価値について理解を広げていくか。つまり「宝物の生かし方」について考えていかなければなりません。源流館では「源流学」を推奨しています。源流地域で培われてきた山や森に生きる技や知恵など、経済優先の社会の中で忘れてしまいがちなこと、生きる力を見出すきっかけとなるもの。それを川上村で見つけてもらえるのではないかと。そんな宝物についても触れてみたいと思います。

そこで、本日最初にお話をいただきますのは、宝物、素材を生かすプロの方です。と言っても料理の世界ではございません。JTB西日本さんが取り組まれる地域交流ビジネスについて大変興味深く、お聞きしてみたいと思います。



森 真也（もり まさや）氏

株式会社 J T B 西日本 奈良支店長。

1962年 兵庫県明石市生まれ 49歳

北海道大学経済学部経済学科卒業。1986年株式会社日本交通公社（当時）入社。

6年間の北海道勤務を経て1992年より関西に赴任。

2007年東京本社旅行事業本部国内政策課長、2011年より現職。

J T B 西日本の地域交流ビジネス

Find Local Act Globally～地域を再発見し、世界的な交流促進～をテーマに、地域の交流人口の拡大と活性化を目指して活動に取り組んでいる。

奈良県内での取り組みの一例

- ・ 過疎の村魅力づくり事業（奈良県より受託）・・・川上村を含む県内16市町村の観光資源発掘と調査、モデルルートづくり
- ・ 中南和おもてなし事業（奈良県商工会連合会より受託）・・・天川村・黒滝村での着地型旅行商品とおもてなしの魅力づくり 等

## はじめに

いろいろと環境が変わる中、考え方を变えて、旅行会社が地域活性化に取り組みはじめたことについて、どんどん活用していただきたい。そんなところを本日はご認識いただければと思い、お話をさせていただきます。

前半では、私どもは一応、旅行業界のリーディングカンパニーということでやってまいりましたので、その歴史をちょっとご説明させていただきます。どうかたちで旅行業が進んできたかという話と、現在どういう問題にぶち当たっているか、そんな話をさせていただきます。後半は、地域活性化の展開について、地域交流に取り組むやり方と、最後は、私がいろいろ過去に学んできたことから、少しお話をさせていただきますと思っています。

私はこの会社に入りまして26年ほどになります。出だしは北海道です。学生時代に浪したとき、思い切って大自然の北海道に憧れて行って、入社しても北海道にしばらくいました。それから関西に戻り、直近は東京にもおり、この4月に奈良支店のほうに赴任してまいりました。

本題に入る前に、二つお話をさせていただきます。支店でも言っていますが、旅行業の研究、仕事をする中で、サービスと経験ということをいろいろ勉強してまいりました。高萩徳宗さんという先生がいて、旅行業をしながらサービスのコンサルティングをされている方で、私とは十年来のお付き合いです。

「サービス」と言いますけれども、よく八百屋さんとかで「今日、サービスしときますわ」とおまけをつけたりします。それから「値引きしときます」といったことで「サービス」と使われますけれども、そういうことがサービスではなくて、本当のサービスとは、お客様を幸せにするためにいかに貢献するか。どんなサービスをお客様が望んでいるか。そんなことを先生から勉強しています。

もう一つの「経験」という観点では、藤村正宏さんという方がいらっしゃるで、その方曰く、モノを売ろうとするから値引き競争になる。モノを買ってどういう経験をするか、その価値をいかに伝えるかということが大事。そんな勉強をしながらこの会社で仕事をしております。お二人にお金をもらっているわけではないのですが、非常に勉強させていただいていますので、よかったら、みなさんもお興味がございましたら、そのホームページをご覧くださいと思います。

## ・ J T B の歴史に見る ツーリズム産業の変遷と現状の課題

マス・ツーリズムからニュー・ツーリズムへ。

では最初に「JTBの歴史に見るツーリズム産業の変遷と現状の課題」です。私ども実は、外国人旅行者の誘致ということを目的に設立されたのが最初です。ここは他の旅行会社と違うところで、明治時代、岩倉具視が近代国家づくりでいろいろ研究をしたり、鹿鳴館という外国人の接待所があった頃の話です。

明治26年に「貴賓会」という外国人観光客誘致機関がありました。いかに外国のお客様に来ていただいて、良い宿泊施設をご案内するかとか、ご案内するための案内書を作るなど、今でもやっているようなことを実は明治時代でもやっていました。その流れを引き継いで明治45年、1912年に「ジャパン・ツーリスト・ビューロー (Japan Tourist Bureau)」というものができます。それが私どもの会社の設立でございます。

「ジャパン・ツーリスト・ビューロー」の設立のきっかけになった「外客誘致論」というものがあります。木下淑夫さんという、鉄道作業局の方ということですが、当時は日露戦争の時代で、「英米の方たちが残念ながら日本の真の実情を理解しておらず、日本は文化程度の低い、アジアの一小国くらいにしか考えていないらしいのを見て、残念に思った。日本を外国人に理解させるのはどうしたらよいのか。それには外国人客を日本に誘致して、実際に日本を見てもらうのが一番の早道であります。」と書いておられます。

「外国人客を世界中から誘致して、国益に貢献することはできないものか。」「国益」という言葉で、今も日本国中で取り組んでいることが、明治時代にもあったということです。日露戦争で得た5億ドルの賠償金額、そのうちの1億ドルを使って、富士山を国立公園にしたらどうかとか、瀬戸内海を一大遊覧地帯にしたらどうかとか、そんな壮大な話もあったそうですが、このような来客誘致から、会社が始まったということです。

1912年に「ジャパン・ツーリスト・ビューロー」ができたあと、「東亜旅行社」とか、「財団法人日本交通公社」といろいろ名前を変えながら1963年に現在の前身、株式会社化した日本交通公社になりました。私が入社した時も日本交通公社で「公社さん」と言われていた時代でございます。

その後、東京オリンピックとか海外旅行の自由化などがあり、今ではおなじみのパック旅行で「サンライズツアー」、実は最初の生い立ちから来ているのですが、一番最初にできたパック旅行は、外国人向けのパック旅行だったということです。その次に「ルック」という海外旅行のパッケージができ、その次に国内旅行の「エース」ということで、本当は国内の「エース」が最初に行きそうな感じですがけれども、海外旅行、国内旅行という順番でパッケージ旅行ができた流れです。

1988年に社名は「日本交通公社」のままだったので、対外名称を「JTB」にしまして、2001年に「株式会社ジェイティービー」に社名を変更しました。2006年に分社化をして、私ども「JTB西日本」という会社になっています。来年3月12日に、創業100年を迎えます。

1945年の財団法人日本交通公社ができてからの取扱額の推移を見ます。戦後、国内旅行にみなさま行かれるようになり、ずっと国内旅行販売を伸ばします。今のJRさん、当時は国鉄の切符を売るようになったところから始まり、クーポン券の制度を作ったという時代です。旅館、ホテル、あるいはバスなどに代わって、お客様に販売することで手数料をもらう、「代売」と言われるところで当初は販売を伸ばしてまいりました。

株式会社化をして、1964年に海外渡航が自由化されます。ここにいらっしゃる方で、昔は海外に自由に行けなかったということをご存じない方もたくさんいらっしゃるかと思いますが、日本人が自由に海外に行けるようになったのは1964年、東京オリンピックの年です。しかし海外旅行とは言っても1ドル360円の時代でしたので、そんなにいろいろな方が行けたという時代ではないです。その後、変動相場制に移りまして、海外旅行が非常に伸びてきました。1991年のバブルの年までずっと右肩上がり、取扱額を伸ばしてきました。「この当時の社長は黙っていても数字が上がって楽だった」と今の社長がよく言いますが、バブルが崩壊した後は、取扱額が伸びたり落としたりと、ちょっと不安定な状況になってきます。この頃、阪神大震災や、一番大きく動いたのは、2001年アメリカの同時多発テロです。それから2003年のサース(SARS)とか、リーマンショック、新型インフルエンザもありました。そして今年、東日本大震災と、世界的にいろいろなことが起こってきました。

旅行というのは、平和でないとなかなか行こうとはならない、何か起きてしまうと非常に厳しい環境となります。もう一つ、インターネットの普及により、既存の旅行会社がかなり厳しくなっています。





次にツーリズム産業を取り巻く環境として、私ども旅行業、ツーリズム産業が現在どのような状況に置かれているかについてご説明します。

まず「デモグラフィック」といわれる人口統計学な話で、高齢化とか出生率低下による国内人口の減少。次に「国際環境」として、ボーダーレス化、アジアの拡大、政情不安、災害、疫病リスクなどです。アジアの貿易が自由化されるかというような話もあるくらいで、いろいろな国との競争が激しくなる状況です。「情報技術」とは、コミュニケーション手法の変化で、携帯電話、インターネットから始まり、最近ではスマートフォンです。次に「社会・文化」です。お客様の消費のニーズが多様化し、余暇の過ごし方も変わってきているという状況と、若年層の旅行離れということがあります。携帯電話など旅行以外にお金を使うところがあって、なかなか旅行にお金が回らなくなってきた、そんな社会状況です。「経済」の観点では、景気がずっと低迷をしています。日本の円が強いわけではありませんが、アメリカ、ヨーロッパとかが非常に厳しい状況で、円高傾向にあります。私どもとしては、海外旅行の費用が安くなるなどのメリットがありますが、一方で国内の企業が不振になれば、旅行に行かれる方も減ります。「政治」で、観光が国の新成長戦略の七つの中の一つになり、訪日観光キャンペーンなどをどんどんやって外国人旅行客を日本に呼ぼうという動きがあります。2012年の「WTTC会議日本開催」は、世界のツーリズム産業がかかわる組織があり、その全世界大会を2012年に日本でやります。最後に未曾有の災害、東日本大震災がありました。そのような環境が取り巻いています。

今話をまとめますと、左側にありますのが「機会」、私どもにはチャンスで、ニューツーリズムというものです。長期滞在とか、グリーンツーリズムやエコツーリズムなど、いろいろな言葉が出てきていますが、そういった新しい旅行が出てきたり、国を挙げた観光への取り組みや、海外からのお客様も増えそうという、非常に良い部分もあります。

一方で人口減少の中でいかに戦うか、お客様ニーズの多様化においていかに戦っていくか。競争も激化しています。旅行業以外で、例えば楽天さんの宿泊などは、最初は日立造船が作られたシステムで、旅行業ではないところから新しい仕組みが参入してきています。

旅行業の現在の課題は、今までやってきたビジネスモデルをいかに革新して収益を拡大していくか。それからインターネットとかインバウンドとか地域交流ビジネスとなど、新たな成長マーケットに投資をしていく。その中で利益を上げていかなければなりません。

国家戦略としての観光の推進についてお話しすると、最初に観光を国家戦略にしようとおっしゃったのは小泉首相です。2003年の年頭所感で方向性を打ち出させていただきました。その後2008年に観光立国推進基本法というものができ、観光庁ができました。

その後、民主党政権に移りましたが、引き続き観光は、国の新成長戦略として、観光産業が日本経済の成長戦略の柱になると位置づけられています。観光庁の予算も平成22年には前年の2倍になっていますが、今年は蓮舫さんらの仕分けで若干減っていますが、それでも非常に大きな予算をもって、国全体で観光を産業として取り組んでいくところで、これまでのマス・ツーリズムからニュー・ツーリズム、いろいろなかたちで変化をしてい

かないといけない。そのためには地域の皆様と協力してやっていく必要がある。そんな状況です。

地域のみなさまと連動して、

地域の良さをいかにお客様に伝えるか、それが非常に重要です。

次は「拡大する世界の国際観光市場」についてです。世界観光機関というところが試算した国際観光到着客数、要は外国から来るお客様の数を予測したものです。東アジア・太平洋地域では、2010年は1.95億人ですが、2020年には約4億人、倍近くなるということです。世界人口の拡大と共にビジネスチャンスがあるわけで、特にアジア太平洋というところには非常に大きな期待が持てるという数値です。一方、外国人旅行者受入数の国際比較を見ますと、2009年のデータですが、フランスが7400万人でトップです。ヨーロッパという行き来のしやすい土地柄ということもあります。それに対して、679万人で、世界では33番目。アジアで8番です。同じような島国のシンガポールが日本より上にありますので、日本は苦戦をしていますが、これからまだまだ伸びしろがあると言い換えることもできます。「ビジット・ジャパン・キャンペーン」から始まり、外国のお客様を増やそうというところに、一生懸命取り組んでいます。

観光庁、観光立国推進基本計画の目標で掲げているのは、2010年で861万人の訪日外国人を3000万人にしようとする計画があります。2011年では1000万人を達成したいという目標です。東日本大震災があり、かなり外国のお客様は減っていますが、目標では2013年に1500万人、2016年に2000万人、2019年に2500万人、最終的には3000万人。現在のイギリスと同じくらいのところを目指しているところです。

実際はどうかと言いますと、東日本大震災がございまして、今年3月から6月のところは前年の半分に落ち込んでいます。原発の関係で、成田空港に帰国の外国人の方が並ばれている映像などもご覧になったかと思いますが、ちょっと厳しい状況でした。しかし徐々に外国のお客様は増えており、この目標に向けて政府も含めて取り組んでいるところです。

私どもでは海外にいろいろな拠点を設けております。その役割の一つは、日本から行くお客様の受け入れがあります。もう一つは、海外から日本にお客様に来ていただくために、いかに海外から発信できるかということです。

お隣、韓国ではロッテグループという非常に大きな企業と一緒にロッテJTBを作り、中国では先日ニュースにもなりましたが、中国人の海外旅行を扱える、世界で三つの旅行会社の一つにJTBを選んでいただきました。中国の旅行は、今、団体旅行で非常に格安のツアーが多いのですが、格安ツアーで「日本というのはこんなところか」と思われてもいけないこともあり、中流から富裕層に向けたパック旅行を今後販売し、中国の皆様にも日本の良さを分かっていたいただけるような取り組みをしています。

国内旅行市場の現状についてお話をさせていただきます。バブル経済の最中には、3億人でピークでした。そこから横ばいになり、このところは国内旅行で宿泊をするお客様は若干、減少傾向にあります。これは、お客様ニーズの多様化や、昔に比べて団体旅行が減少し、日帰り旅行が増えるなど、いろいろな原因で国内宿泊旅行は苦戦をしています。

観光立国推進の中の目標に、国内宿泊旅行の回数と宿泊数があります。平成17年では年間に1.78回の国内宿泊旅行に行っておられたのが、平成22年には1.34回に減少しています。一人当たりの年間での宿泊数の目標が4泊ですが、これも平成17年の2.92泊から2.12泊に減っています。なかなか国内の魅力が伝わっていないということも一因ではないかと思えます。やはりもっとお客さまには日本の良さを知っていただき、国内旅行に行っていただきたい。そんな取り組みをしていかなければいけないと思えます。そのためには地域のみなさまと連動して、地域の良さをいかにお客様に伝えるか、それが非常に重要です。

海外と比較したWebマーケットの動向予測では、国内旅行の商品におけるインターネットの利用率が一番高いのは、スカンジナビア、北欧で50%。イギリスとかアメリカでは38%とか45%です。日本は21%で、まだしばらくインターネットの申し込みが拡大し、欧米並みに40%くらいにはなるのではと予想しています。

アメリカのインターネット利用率について、実はずっとインターネットが増えてきたのですが、ここにきてオフライン、店頭で人を通じて販売するほうが盛り返し始めたということです。みなさんもインターネットでいろいろお買い物とかされると思いますが、情報がたくさんあって、選ぶのが面倒とか、何を買ったらいいか分からないとか、届いてみたら思うものと違ったなどあるかと思えます。また、何か間違っただけを言いたいときに、インターネットを自分でやっていますから、なかなか文句も言えない。そんなこともあり、アメリカでは少しインターネットの伸びが落ち、オフラインが増えていています。日本もこの先インターネットはまだしばらくは拡大すると思えますが、私どもの得意とするオフラインの部分をいかに伸ばしていくかということも重要です。

ツーリズム産業は観光消費額で直接的には23.6兆円ですが、周りのいろいろな産業を含めると、経済波及効果として51.4兆円の効果があります。雇用にすると、直接雇用で220万人、波及効果で430万人で、非常に大きな要素を持っています。

## ・大交流時代の旅行会社の新たな戦略

### ～ J T B グループの成長戦略～

お客様の感動と喜びのために、地球を舞台にあらゆる交流を創造する。

交流によってビジネスが生まれる。

「The JTB Way」として、経営理念を定めました。ちょっと大きく出ているのですが、「地球を舞台に、人々の交流を創造し、平和で心豊かな社会の実現に貢献する」。感動のそばに、いつもJTBがいますよというスローガンを挙げています。

実は2009年から3カ年の中期計画というものがありましたが、マーケットが大きく変わってきたということで、2010年で打ち切り、2011年から2年間の中期計画で今、仕事を進めています。その基本となるのが、「地域密着」と「テーマ別営業」ということです。旅行業の用語で言いますと、「発営業」と「着営業」というものがあります。今までは旅行会社、例えばJTB奈良支店では、奈良からどこかに行かれるお客様の旅行を全て対象として取り扱ってまいりました。これを「着営業」、つまり、いかに奈良に来ていただくかのミッションが奈良支店に加わりました。双方向でビジネスを行う点で大きく転換をしています。

それから、「テーマ別営業」では、インターネットや商品造成、インバウンドなど、それぞれの専門部署を持っています。それらを併せ持ちながらやっていこうとするのが、新たな中期計画の経営理念です。その中のメインになるのが交流文化事業です。地域の活性化をJTBとやっていきましょうという話です。

旅には五つの力があると言われます。まずは「交流の力」です。国際間や地域間で人々が交流や友好をすることで平和な社会を実現する、そういう力です。続いて「文化の力」です。多様な国とか地域の歴史や自然、川上村にもいろいろな自然や歴史がありますが、それらを掘り起こし、育成し、保存に寄与するのが「文化の力」です。それから「経済の力」です。旅行観光産業を通して雇用を拡大したり、環境整備をやったり、いろいろなかたちで貢献し、お金の流れを生み出す、そういう力があります。「健康の力」は、「癒し」とよく言いますが、それ以外にメディカルツーリズムなどがあります。例えば車椅子のお客様が旅行で屋久島に行って、屋久杉を見たところで立ち上がって歩かれたとか、旅行に行くまで杖をついて歩いていたお客様が、旅行から帰ってきた時には杖無しで歩いておられたなどもあります。健康になるための力を旅は持っていることです。最後に「教育の力」です。自然とか人の触れ合いを通じて異文化交流をする。修学旅行も単なる旅行から修学旅行中にいかに生徒の人生に学びを与えるかということも出てきたり、家族旅行では、家族の絆を作るなどの力です。

これら五つが「旅の力」です。この力を利用して旅を通じてみなさまに幸せになっていただきたい、そのための活動をしていきたいということです。私どもは、これまでは総合旅行業という旅行会社でしたが、これからは交流文化事業、もう旅行会社からは脱却しようという取り組みです。お客様の感動と喜びのために地球を舞台にあらゆる交流を創造すること。交流することによってビジネスが生まれて、会社として成り立つ。そういう考え方に変わっています。

そのメインになりますのがDMC、ディスティネーション・マネジメント・カンパニーへの進化と、グローバル企業への進化です。DMCは、まさに地域をマネジメントする会社ということで、地域にあるいろいろな優れた素材を活用することと同時に、世界的に通用する、世界的有用性の高い企業になる。そういったグローバルの観点の両方から取り組んでおり、そのメインになるのが、今日の本題である「地域交流による活性化を目指して」ということで、JTBでは、地域交流ビジネスということです。

私たちが目指すDMCモデルは、地域の方々と一緒に、『地域の資源の魅力を再発見し、』『眠っている宝に磨きをかけ、』そして『日本全国、世界各国からの集客を促す』ことで地域活性化を図る継続的な活動です。「47DMCプロジェクト」というものがあり、47都道府県の県庁所在地にある支店を「DMC支店」とし、それぞれ成功例を作るべく位置付けられた支店です。奈良支店もその一つです。

先日、この話を奈良県の荒井知事がお聞きになりまして、「JTB奈良支店の支店長は、奈良の地域活性化を達成しなければ出世しない」「しめたもんや」とおっしゃっておられましたが、先ほどの奈良から行かれるお客様以外に、奈良県にいかにお客様に来ていただくかという使命を負いながらやっていくことになります。

「新しい旅の形と地域づくり」として、「五感に訴える出会い・感動・発見」を掲げています。いかにお客様に五感で感じていただける旅行を作っていくか。「物語化」が今後のポイントです。五感というのは、みなさまよく聞く話で、「見る」「聞く」「食べる」「におう」「触る」五つです。

なかなか普段生活をしておりまじると感じないところですが、居酒屋の例でちょっと言いますと、最初に店の雰囲気を見て、感じて、それからBGMを聞き、いろいろなおいしいにおいがあります。座ってみた椅子の感覚とか、冷たいおしぼりの感覚。冷たいと気持ちいいなとか、そういったいろいろな感触をお客さまでどう感じられるかということをお客様の立場になって考えないといけません。先ほどの高萩さんの旅行の例で申し上げますと、目の見えないお客様とモンゴルに一緒に行かれたそうです。思い切ってその方に聞かれたそうです。「失礼ですけれども、目が見えなくてモンゴルに来て楽しいのでしょうか」と。そのお客様いわく、「目の見えないぶん、それ以外の他の四つの感覚は高萩さんより上ですよ」と答えられたということです。モンゴルの草原のにおいや風を感じるなど、五感というのは非常に奥深いので、ぜひ、川上村では、お客様が五感でどのように感じられるかについても考えていただければと思います。

さらに五感の例で言いますと、BMWという車がございます。車にはそれぞれ優れた性能がありますが、どの車もほとんど差がつかないこともあり、BMWは「駆け抜ける喜び」といって、運転して楽しいことを訴えるうえで、音を非常に研究している車です。例えばドアを開ける音、閉める音。エンジンをかける音。エンジンをふかす音。音でいかにお客様に気持ちよく感じていただけるかを研究している会社です。そんな奥深いところまでも一緒に考えていただければと考えております。

また他にはないオンリーワンの地域づくりと一緒に考えています。「観光とは地域の良さを再発見すること」ですので、素材が多くある川上村では、オンリーワンの地域を作りやすいと思います。



地域全体でお客様をおもてなしする旅行に変えていきたい。

今まで旅は非日常と言われていましたが、生活体験型に変わってきています。これまでの旅の目的はいろいろ名所を物見遊山に回ることでしたが、テーマ性の強い旅に変わってきています。観光地は、地域とかい離していることが多かったのですが、地域の生活エリアでの交流と触れ合いを進めていくように変わってきています。一点豪華主義から若干リーズナブルで、自分で組み立てて自分に合った旅行を作る、そんなふうにも変わってきています。団体から個人にも大きく変わっています。

旧来型の旅行は旅館、ホテルとか、お土産などの組み合わせだけでしたが、地域で特色を生かして旅行者の求めるニーズに対応していく。「物理的空間」から「意味的空間」へ進化していく。そんなところをこれからの旅行として、地域全体でお客様をおもてなししていく旅行に変えていきたいというところです。

観光やまちづくりのキーワードで、「住んでよし、訪れてよしの地域づくり」というものがあります。行きたくなる、滞在したくなる、住んでみたくなるまちづくりをするために、その土地にしかないものを大切にしたり、その土地に誇りを持つことが重要です。観光客のみなさまがゆっくり楽しめるまちを作る。そのためには、インフラとか、情報発信、が非常に重要になってきます。

「住んでよし」には、二つの意味があります。観光客のみなさまが住んでみたいというもの。もう一つは地域のみなさまが、その地域でいかに楽しく暮らしていच्छるか、そういう観点もあるのではないかと思います。

奈良県ですと、奈良県は観光の町ですからどんどん地域から来ていただきたいというところですが、そのためにはやはり地域の方が地域のいろいろな素材をいかに楽しんでいるか、そういった観点も非常に重要になってきます。

地域の雇用創出の切り札としての観光事業として、地域が元気にならないと観光業は成り立ちません。観光のまちづくりに一緒に取り組み、地域経済に波及効果を及ぼし、雇用促進、地域住民の自信の回復によって日本を元気にする、観光産業はそのような役割を今後持っていくということです。

## 観光はまちづくりの総仕上げ

地域、地方のみなさまが抱えるいろいろな問題に観光の観点から取り組んでいきたい、例えば、第一次産業で言いますと後継者不足がありますが、それを地産地消による商品づくりによって観光として取り組んでいくとか、シャッター商店街といわれる、商業がなかなかにぎわわないという部分でも、街並みの魅力をつくったり、歩く観光などを進めることを観光としてとらえていく。

環境問題、自然の保全、ふるさと景観をどうするかという問題もあります。それらにはエコツーリズムや、田舎らしさの訴求などがあります。それから高齢者問題には、地域文化の伝承ガイドを高齢者に担ってもらうなど、地域のあらゆる問題に観光は関わっており、いろいろな産業と結びつきながらニューツーリズムを通じて地域ブランドを創出していきたいと思えます。

ニューツーリズムの成功のポイントを五つ挙げます。 地域住民を巻き込んだ組織づくりとして、地域が主体となるよう連携をしながら組織を作り、観光だけではなく、いろいろな産業の方と一緒に推進していくことができるか。 観光資源の再検証や地域の宝探しといわれる、まだまだ眠っている地域の良さを発信していく。 それらを担うリー

ダーとなる人材の育成、またガイドとなる人材の育成 地域のオンリーワンの観光資源ということで、先ほどもありました物語化をしてお客様に楽しんでいただく。最後にやはり収益も得られなければ進んでいかないのでそれも目指していくこと。この五つのポイントです。

これはJTBの商品流通プロジェクトで、先ほど言いました47のDCMの支店から、それぞれの地域の良さを発信していきます。仕入れ販売部という、商品を作っているところで流通をして販売をしていくという取組みもしています。

JTBの西日本の商品では、「LOVE EARTH(ラバース)」という商品は、CO2ゼロ旅行とか、エコ体験を展開している旅行です。たとえば豊岡でコウノトリの野生の復帰のプロジェクトをやっておりますが、そこから環境再生のプログラムを勉強する、そういったツアーを作っております。また琵琶湖では、琵琶湖汽船のエコクルーズというものがあります。乗船しながら、琵琶湖の湖底観察と環境問題を勉強します。沖縄の無人島でサンゴを植え付けるというツアーもあります。近くですと熊野古道で道の維持、修復をボランティアで参加いただく、そのようなツアーです。

一般の観光だけのツアーは受け入れられない時代になって、それぞれの地域のいいところを商品に織り込み作る商品では、「地恵のたび」があります。学びながらの旅で、第1弾は大阪の堺で魅力発見、千利休や与謝野晶子などの歴史物を観光に盛り込んだり、「モノづくり」で有名な東大阪などでも取り組んでいます。さらに兵庫県の家島や尼崎、大阪市内では天神橋商店街など、いろいろな地域で展開をしています。要は、地域の宝を生かした旅行を作って、学校や団体などに販売をしていくという取組みが進んでいます。

奈良ではすでに二つあります。「地恵のたびならまち」です。私も4月に奈良に参りまして、「ならまち」の良さになかなか気づけなかったのですが、そこは水の恵みによって、日本酒の発祥になったところなんです。それをテーマにツアーとして、全国に販売をしています。もう一つ、最近発売した商品で、五條の例があります。宿場町であった五條で、歴史の町にタイムスリップしようというテーマで、幻になったといわれる「五新鉄道」の跡を訪れるなどの展開で、五條の商品もできあがっています。

非常にうれしかったのは、この五條の旅を最初にご購入いただいたのが、地元奈良県の銀行さんの職場旅行であったことです。地元のお客様にも、なかなか地元を知らないことがあります。そのようなことにあらためて目を向けていただくことにも使えますし、もちろん、奈良県以外の方にも奈良の新しい、今まで知らなかった魅力を知っていただく機会として展開していくためにも取り組んでいます。

観光促進事業として、「奈良県過疎のむら魅力づくり支援事業」、これは川上村も入った15市町村が対象です。中吉野地域では「地域の魅力おもてなし事業」にも携わりました。これは観光調査等の結果、先ほどの「地恵のたび」のような商品ができないかという検討を行った事業です。奈良県の観光客の動態調査や、よくご存知の「せんとくん」のプレミアム商品券の事業。奈良大学と行った「修学旅行着地プログラム」。修学旅行に来たお客様



に大学で講義を受けていただき、その後、大学生と一緒にまち歩きをする。そのようなプログラムの開発を一緒に検討しております。

高速道路開発さんでは、「中南和ドライブ周遊観光」という、ETCを使った情報発信の事業に取り組んでいます。それから「奈良フェスティバル」は、今年度から取り組みを始めて、今後続けていこうというものですが、今年はイベントとして、吉野に歌舞伎の方をお呼びします。今後も続けて、奈良で芸術を楽しんでいただく展開もやっています。

飛鳥地方の映画『朱花の月』を通じて、飛鳥地方を全国にPRする観光キャンペーン事業もやっております。

インフラ整備では、自転車の観光に取り組んでいます。奈良県土木部さんや、郡山市の土木事務所さんの「古都りん事業」や、自転車を使って二次交通を開発するなどもやっています。吉野山の桜のシーズンの交通対策事業で、駐車場をいかに上手く回して地域に貢献するかの研究をJTB法人東京というところでやっています。

みなさまご存じの「奈良まほろば検定」は、商工会議所さんと連携しながら、おもてなし向上事業としてやっています。APECや世界歴史都市会議、RETREATなどの、コンベンションにも従事し、単なる旅行業だけではなく、旅行から離れたところも含めていろいろな事業を展開しています。



## ．過去に学んだことより

モノが氾濫し、価格で判断されてしまうことが多いなかで

買ったり、行ったり、経験することで、「何が得られるか」を伝える。

3年前の12月にアメリカの研修に旅館やホテルの方と一緒に行かせていただいたことです。シアトルという街に行きました。イチロー選手が行ったシアトルマリナーズのあるところ。イチロー選手が行ったことで日本人が年間8万5000人増えました。あちこちにイチロー選手みたいな方がいっぱいいるのですが、そういうわけにもいきません。

シアトルでは、ダウタウンという市中に人を集めるためにどうするかをNPO法人の「ダウタウン・シアトル・アソシエーションズ」というところが取り組んでいます。ここにはボーイングやマイクロソフト、スターバックスなど非常に世界的に有名な企業がたくさんあります。本当に住みやすいダウタウンを作るために、自治体と連携し、企業からの会員を募り、お金を集めて取組みをしています。街にはダウタウンスタッフという方がおられ、掃除や観光案内をしてくれて、その方はボランティアではなく、給料・保険の制度も充実し、モチベーションが高いです。このダウタウンスタッフを見て、市民一人一人も街全体をきれいにしたり、観光客を歓迎するなど、とても気持ちのいい街になって、全米で住みたい街のナンバーワンに輝いたところです。私も観光地はいろいろ回りましたが、必ず地元の車が止まってくれるところは、町全体が歓迎してくれているのだと感じました。逆にこの前、北陸のある空港からレンタカーに乗る機会がございました。たまたま大雨の中を同僚が運転していました。地元の車とぶつかりはしなかったのですが、後ろから、怒鳴られたり、付きまとわれたりしたことがありまして、この方はレンタカーの観光客を歓迎してくれていないと感じたこともありました。

街全体でお客様を歓迎する。それが「ディズニーランド」ですが、ホスピタリティや、また来たいと思わせる何かがあります。先日、川上村に行かせていただいて感じたことは、非常に小さい範囲にいろいろな素材がたくさんございます。ですので、村全体をテーマパーク化することを考えてはいかがでしょう。テーマパークのディズニーランドやUSJなどに行きますと、地図を見ながら「ここに行ったらこういうものがある」「ここに行けば家族で楽しめる」と楽しみながら見て回っておられますが、そのように川上村を展開するのも面白いのではと考えたりもしました。そのためには、素材を掘り起こしながら駐車場を整備するとか、どこで何が食べられるかなどの情報を整備しなければいけません。

二つ目は、同じアメリカの研修で、ピータードラッカー経営大学院というところに行きました。ロサンゼルスから少し行ったところで、『もしドラ』のピータードラッカーです。そこで先ほど話をしました藤村の「経験に基づくマーケティング」ということを勉強して

まいりました。

これまでは消費者が必要とするものを知る。どこからお客様が来て、何を買ったとかを把握したいのですが、これからはトータルで得られる経験を重視して、五感を通じて感情的に経験をお持ち帰りいただくか、いかに満足をしていただくかを考える必要があります。

例えば、お客様が川上村に行こうと考えたときに、情報を得るときに感じられること、行く途中で感じられること、実際に来られて感じられること、それらの全体を通じて、経験されること全てによって、いかに満足を追求していくかという考え方が、「経験に基づくマーケティング」です。そのために、サービスをブランド化し、このブランドは誰を対象に、いかにその価値を伝えるかを考えていかないといけません。世の中、モノが非常に氾濫し、価格で判断されてしまうものが多いので、その商品を買ったり、行ったり、経験することで、何が得られるかという考え方をしていけないといけません。

先ほど言いましたサービスとも関連してくるのですが、長野県の白馬に五龍館という旅館があります。ここでは、経験に基づくマーケティングを実践されています。そこはリピート率が60%ぐらいあるのですが、例えばキャンプですが、キャンプというのは全部食料を持ってきて、その場でやるのが当然と思われるかもしれませんが、五龍館さんでは、お母さんがキャンプなんかしたくないと思うなら、お母さんは、キャンプの間、旅館のお部屋が使えるプランを作っています。

お客様には、本当にいろいろなお客様がいらっしゃいますので、お客様ニーズの多様化に貢献するプランをいっぱい作ることによるリピート率60%ということです。

経験と言えば、例えばワインを飲むときに、家で飲むのと、きれいな景色を見て飲むのでは、きれいな景色を見て飲むときのほうがおいしく感じます。お祭りを例にしますと、お祭りに行って、イカ焼きとかリンゴあめを食べると非常においしく感じます。しかし家に持って帰ると、それほどおいしくない。そんな嗜好、五感という、広い意味でお客様がいかに経験されるかを考えていく、そんなことを学んできたので、参考になればお話ししました。

ちょっと端折りましたので、お聞き苦しい点もあったかと思いますが、私の話は以上で終わらせていただきます。

私どもの地域交流ビジネスの取組みを7分ほどのDVDにしていますので、これをご覧いただき、終りにさせていただきます。

旅行だけではなくて本当にいろいろなことをやっておりますので、地域のみなさまと一緒にやるJTBとして今後も取り組んでいきたいと思っております。どうぞよろしく願います。本日はありがとうございました。

#### 【司会】

森様、ありがとうございました。

私たちは、現地におりますと、地域の素材に対してうぬぼれてしまうか、あるいは何も感じなくなっていくか、どちらかになる場合が多いと思います。今お話を聞かせていただき、お客様のニーズとか、取り巻く環境をしっかりととらえて発信していくということがすごく大事と思いました。今日はたくさんグラフも登場しまして、例年のシンポジウムとは違う、経済セミナーのような感じでもありましたが、お客さまと素材の中間にいらっしゃるJTBさんのようなところと、我々もしっかりつながりながら、ある時は知恵をいただきながら活性化していきたいと感じました。

## 質疑応答

当日アンケート用紙裏面に記載いただいた質問に対し、後日森支店長より回答をいただきました。

#### 【質問】

「地域資源の魅力を再発見」という言葉が度々出てきましたが、普段は気づいていない魅力をどのような発想方法で発見しているのでしょうか？

わかりやすいアプローチを教えてください。(40代男性 大阪府)

#### 【回答】

基本的に地域のことは地域の皆様が一番詳しくご存知です。よって、私達が地域の皆様と相談をしながら、地域に潜在するコンテンツを利用して、お客様目線でどういったお客様にどういった価値をご提供できるかを考えることが新たな発見に繋がると考えております。また、観光に来られるお客様のことだけを考えるのではなく、地元で暮らす皆様が同様に価値を見出せるかという観点も忘れてはいけないと考えております。

#### 【質問】

奥吉野(川上)へ、プロから見て行きたくなるキーワード・コンテンツには、何がありますか？

旅における「吉野の食」に対して、「あったらいいメニュー・サービス」(希望)が、もしありましたらお願いします。(30代女性 大淀町)

#### 【回答】

2つの質問に共通することですが、まず、思いつくのは「ヘルスツーリズム(森林浴・湧水・健康に良い食事等)」ですが、その他にも「五感」で考えること、「ニーズに応じてお客様が経験する」、それに対して「どういったサービスを提供するか」とい

う観点で考えることで新たな価値を見出せると考えております。

キャンプのお話をしましたが、キャンプに慣れていてすべて自前で準備することに価値を見出すお客様がいれば、出来るだけ面倒なことはせず、食材などすべて用意されていて野外で食べることに価値を見出されるお客様もいらっしゃいます。

「杉の木」のにおいを感じながら何かをすれば、普段していることと同じことをしても違った価値が見出せる可能性があります。

「食」に関しても、この時間のこの場所の景色を見ながらこの椅子に座って と食べる とか、あまりお腹が空いていない時にでもおいしく食べれる など、単なるメニューではなく、お客様が食べられる際のメンバーやシチュエーションを考えると食材を活かした新たな発想が生まれるのではないかと考えております。

#### 【意見】

『水曜どうでしょう』『桜 稲垣さき ブログ旅』『旅猿』等、地方のテレビ局がキー局となって、タレントを使って旅をする番組が流行っています。奈良県も通過していますが、他の地方のローカルテレビのプロデューサーの知識が乏しく、その地方の核のルートを通らないものがある。こういう地方のテレビ局とうまくタイアップすることで、地方の活性化を向上できる番組が作っていければ、おもしろいものができそうです。質問というより意見です。(40代男性 五條市)

#### 【回答】

地デジ化によりテレビのチャンネルも増え、この先双方向の技術が進化すれば、様々な取り組みができると考えています。地域活性化に向けた地元のニーズとテレビ局のニーズがうまく融合し、同時に旅先の受け入れ体制もアピールできて、訪れてみたいと感じていただけるような旅番組ができれば可能性は広がるのではないのでしょうか。





## 事例報告と紹介 「お越しく下さい！ 水源地の村へ」

かわかみPRタイム（「水源地の村づくり」DVD上映

### 定住促進制度（住まいるネット）の紹介・実例報告

川上村 水源地の村づくり課 大前卓巳

定住促進制度『住まいるネット』を利用し、現在川上村にお住まいの

坂本亜也子さん

泉谷 勲さん 清子さん

山村かわかみへ、まちから移住された方々の生きた声をお聞きしました。

#### 【司会】

先ほどのDVDは、村づくりの指針、憲章である『川上宣言』を軸に構成していました。この『川上宣言』の三つ目には、「私たち川上は、都市や平野部の人たちにも、川上の豊かな自然の価値に触れあってもらえるような仕組みづくりに励みます。」と謳われています。その仕組みの一つとして、川上村が以前より「住まいるネット」という事業に取り組んでいます。今日はこの「住まいるネット」の取組みについて紹介します。では川上村役場水源地の村づくり課の大前さんをお願いします。



【大前】

川上村を見てもらい、好きになった方に移住いただき、  
お客さんとしてではなく、行事等にも参加し、地域の方と交流し、  
村民として生活してもらえたらと考えます。



川上村では昨年行われた国勢調査で、5年間で2,045人から1,642人(速報値)まで人口が減少し、全国的にも減少率で6番目に位置するほどの結果となりました。この結果を重く受け止め、改めて過疎問題を考えて行くために、定住促進を強化していきたいと考えています。

それでは「川上住まいるネット事業」についての説明をさせていただきます。

ここ数年、定年後はのんびり田舎暮らしをしたいという方が増え、川上村にも空き家の問い合わせが多くなりました。そこで、2006年6月から村では「川上住まいるネット」と名づけ、空き家バンク制度をスタートさせました。この制度は、空家情報のデータベース化 居住希望者(借りたい人)への村内情報の提供 貸したい人と借りたい人の紹介の3つのサービスを行っています。

まずこの制度が利用できるのは、あらかじめ「空き家希望者登録」を済ませた人です。これは申込書に必要事項を記入してもらい、過去2年間の納税証明書と移住する人の集合写真を一緒に役場に送っていただきます。移住希望者の方には年間を通じて川上村で生活できること、地域の付き合いができることなど、一定の条件が設けられています。そして登録が完了すると、空き家情報を提供します。空き家情報には築年数、間取り、修復が必要であるかといった家の状態など詳細を載せています。この情報を見ていろいろと検討していただき、現地見学を行い、最終的に移住登録者の方の希望にかなった物件が見つかるとう所有者を紹介します。(ちなみにこの空き家情報の詳細については、業者の介入を防ぐため、ホームページ等インターネットには掲載しておりません)その後、賃貸条件などは当事者間で話し合っ決めていただき、契約



が決まりますと、最初の1年間は賃貸として生活していただきます。その際に、地元区長さんへの挨拶、地元住民の方との交流、お祭り事や草刈りなどの参加への橋渡しを村で行っています。移住者の方にできるだけ早く村に馴染んでもらいたいと思い、お手伝いをしています。そして、1年が経過した時点で今後も継続賃貸するか、または家を購入するか決めてもらいます。以上が「川上住まいるネット事業」の主な流れです。

空き家バンクを進める上で、どれだけの方に移住してもらうかはもちろん大事ですが、地域の方は、どんな人が空き家に入るかが気になるころだと思えます。良い人が空き家に移住すれば、地域も活性化すると思えます。地域の方の協力無くしては、この事業は進められないと思えます。役場が紹介する以上、貸す側、借りる側双方が安心して契約できるよう注意を払って行わなければならないと思えます。

現在「川上住まいるネット」では7軒の空き家が登録されており、32名の空き家希望者がいます。その内2件が交渉中です。9組(18名)の方が川上村に移住しており、田舎暮らしを満喫されています。田舎暮らしをしたい方はもちろん、実際に来ていただいて、川上村を見てもらい、好きになった方に移住いただき、お客さんとしてではなく、川上村に馴染んで行事等にも参加して、地域の方とも交流する、村民として生活してもらえたらと考えています。

最後に、この空き家の有効活用で、「地域に活力を！地域を安全に！地域が綺麗に！」になっていくことを願っています。以上で、簡単ですが説明を終わります。

続いて、この「川上住まいるネット」を利用されて川上村に移住されている、坂本さん、泉谷さんご夫婦に移住者の方の生の声を聞いていただき、是非、参考にさせていただいたと思います。よろしくお願ひします。

#### 【坂本】



初めまして、坂本亜也子と申します。

私は川上村に来て丸4年たちます。実家は東京です、ずっと田舎暮らしをしたくて、でも物件を買うにはちょっとお金もないし、怖いというのもあって、たまたま出会った役場の方の紹介で安く借りています。

## 【泉谷 勲】



泉谷です。私は平成20年12月から川上村でご厄介になっています。小さくて恐縮ですが、写真を今日お持ちしました。私が今、住まいさせていただいているところ、高原（たかはら）というところの風景です。標高700mらしいのです。山の真ん中にちょっと白いものがありますが、これは雲です。裏の階段道を少し上がったところ

からデジカメで私が撮影したものです。

非常に空気が爽やかで澄んでおり、もちろん騒音は一切ありません。空気がおいしく、静寂この上ない。近くに湧水があります。本当においしい生の水を利用させていただいています。私は奈良県出身です。王寺町に住まいし、会社勤めをしておりました。ずいぶん昔から温泉が好きなものですから、女房と2人で、杉の湯にも年に1~2回は宿泊に来たり、日帰りで温泉に入ったり。川上だけではありませんで、十津川、西吉野、下市、黒滝、天川、室生、大宇陀、榛原、宇陀、曾爾、それから御杖。この辺は日帰り温泉を兼ねたドライブで、休みのたびにそうしておりました。その時に、仕事が終わったらゆっくりしたいな、こういう静かなところ、あるいは田舎で生活できたらなということを絶えず女房と話をしていました。

そのなかで何箇所かロケーションがいいなとか、雰囲気がいいなというところがあったのですが、空き家らしきものはあるのですが、聞いてみると、どなたがお住まいになっているか分からないとか、あるいは日頃ずっと閉まっているのだけれども、貸す気も手放す気もないみたいですよとか、役場に聞いても「ちょっとそれは分かりませんな」というのが大半でした。平成20年の6月ごろでしたか、いよいよ、さあ仕事を辞めるぞということになったときに、「これからどうする？」と女房と話をしましたら、女房は「ちょっと待って下さいよ」と、ごそごそと何か本箱から引っ張り出してきました。それが実は「住みいるネット」の制度ができたという朝日新聞の小さな囲み記事だったのです。

たぶん、その制度ができたときに新聞で発表されたのではないかと思うのですが、日頃、田舎暮らしとか、ゆったりした生活をしたいなということをやっていたものですから、女房が切り抜いていたみたいなのです。早速、いっぺん聞いてみようかということで、役場へ電話をおかけしたら、その記事にあった担当の方が出て来られ、資料を送っていただき、そこから現実に移住させていただくような手続ということになったわけなのです。

川上村というのは、それまでは、日帰り温泉を利用するにしても、何かずいぶん遠

いように思っていたのですが、実際はそうでもないのです。道路事情が非常にいいものですから、今、住まいしております高原から大阪市内まで車で2時間、電車では大和上市を利用して特急で1時間10分の距離です。道路が走りやすく、安全な感じですので、思っている以上に近いのです。

最初いただいた資料の中に、現在の住居がありました。その集落には、温泉に来たときに何回も立ち寄っていたところでした。木地ヶ森というところで、アマゴの養殖をされていたり、釣り堀があるところです。本当に原始的なというか、自然そのものだったのです。また、それぞれのお宅の庭先に花が咲き乱れていて、非常に自然を愛しておられるような雰囲気が伝わり、良いところだなという印象が非常に強かったのです。それで、いっぺんに飛びついてお借りするようになった次第です。

申込みをしたのが、すでに定年になってからで、納税の面から見ても、たいした納税もできないので、村のほうでは嫌がられるのではないかと、半分気兼ねみたいなものがありましたが、そんなことは全然関わり無しに受け入れしていただいて、今はいろいろ生活を楽しませていただいているというところです。

#### 【泉谷清子】



田舎暮らしをしたいと思ったのは、こちらのほうだったのです。何とかなるかなと思って取って置いたのが、その小さな切り抜きだったのです。そして役場のほうに行ったら快くいろいろと紹介していただき、私たちの気に入った家を紹介していただき、現在に至っているというところです。

【司会】

実際にお住まいになって、どのような感想をお持ちですか。

【坂本】

自分で畑をしたかったので、理想的です。

私の実家は、家の前が高速道路なのです。1年中暴走族が走っていてすごくうるさいところですが、やっと静かなところに来られたなというのが一番です。あと、自然に囲まれていることと、家が平屋で広く、土地も広くて、自分で畑をしたかったので、理想的です。快適です。

【泉谷 勲】

晴耕雨読といますが、「読」はできないのですが・・・

王寺町に比べて、川上に来させていただいて一番の違いは、行政が非常に生活を身近に感じている点です。どういうことかといいますと、年に1回健康診断を村でやっ  
ていただいているのですが、受診させていただき、基本的な健康状態のデータを頂戴  
しまして、それを持って（大淀町立）大淀病院に行き、担当の先生にお見せしたら、  
さらに詳細の検査をしていただきます。

日頃は、晴耕雨読といますが、「読」はできないのですが、山歩きをしたり、体を動  
かしたりと、大淀町の健康センターを利用させていただき、週のうち3日、半日くら  
い機械を使った筋力トレーニングや、温水プールで歩き、体力づくりをやらせていた  
だいています。非常に満足している生活を過ごさせていただいております。

【泉谷清子】

私は山野草が大好きです。

高原というところは山野草の宝庫です。山野草に囲まれて、今はちょうどツリガネ  
ソウがとても可愛い花を咲かせています。春は山菜採りなど、大変自然を満喫した生  
活を送っています。週に1回、先ほども夫が申しましたように、湧水を汲みに行き、  
それでおいしいコーヒー、ご飯をいただいています。

村が主催いただく講座に、去年から入れさせていただいたのですが、とても充実し  
ています。私は絵手紙を受講させていただいております。夫は陶芸をさせていただい  
ているのです。そして来たばかりで、まだ川上のことも分かっていないし、いろいろ

勉強させていただこうと思い、今年から食育、食生活改善推進委員連絡協議会というところに入れさせていただきました。川上のことについて勉強をさせていただこうという気持ちでいっぱいです。

【司会】

これから川上村に行ってみよう、川上村に住んでみようと思われる方へのアドバイスをお聞きしたいのですが、住まう人へのアドバイスだけでなく、受け入れる側としてのアドバイスについても、みなさんのお気づきのことがあれば話ください。

【坂本】

とにかく興味があったらやってみることだと思います。

私は44歳ですが、ぼちぼち老後のことを考えるのですが、年を取っても安心して暮らせる村づくりを進めてほしいなと、長い目で希望します。

【泉谷清子】

行事などに参加することで、  
みなさまのとても優しいお心遣い、お人柄に、ほれ込みました。

そうですね。私も山村暮らしには、不安いっぱいでした。でも夫が「行こう、行こう」と言うのです。「山暮らしがしたい」と言うので、郷に入ったら郷に従え、そういう気持ちで川上村に来ました。そして第一に、最初に心掛けたことは、自分のほうから声を出して挨拶しよう。そして笑顔も添えて。笑顔っていいですね。心を和ませてくださいます。そして行事には必ず参加しよう。クリーンキャンペーン、お祭りたくさんございます。そこに参加するというので、村のみなさま方のとても優しいお心遣い、お人柄というものに、私自身もほれ込みました。

野菜作りにしても、何も知らない私たちなのですが、「はい、これをまくのよ」と種を持って来て、まき方を教えてくださり、定植の仕方を教えてくださり、そして、クワの使い方も教えていただきました。最近、「奥さんのクワの使い方、上手くなったよ」と言っていただきますが、そうかなと思いつつ、最初私はどんなクワの使い方をしてたのかしらというふうに思うくらいに、みなさん、とってもお人柄のいい人がいっぱいです。今年の12月25日で川上村に越してきて丸3年になるのです。でも、現在の自分の気持ちというのは、本当に川上村の住民、そうなっていると思います。

【泉谷 勲】

今は時間の時代。

もし、自分に車のない生活を考えると不便を感じます。

私は先ほど申しましたように、大阪市内まで大和上市の近鉄を利用しますと、特急で1時間10分。急行で1時間30分です。これに乗り、感じたことがあるのです。上市から橿原神宮前までは、特急でも急行でも「コットン、コットン」と走るのです。ちょっと調べてみたのですが、特急で大和上市から橿原神宮前まで34分です。急行でも51分です。それから、神宮前を出ましたら阿部野橋に向かってすごいスピードなのです。この所要時間が特急で37分。急行でも38分で同じように走っているだろうと思うのです。これは川上村だけではなくて、この周辺を考えましたら、もうちょっと橿原神宮前から上市までスピードアップできるのではないかな。投資も何も必要なしに、ちょっとやり方を考えたらスピードアップできるのではないかな。そうすると、今は時間の時代ですから、10分間早くなることによって、地域振興にどれだけ貢献できるのかなというようなことをちょっと考えますが、私がそんなことができるわけではありませぬので、これは将来の地域のみなさんの宿題というか課題ということで、これによって振興の役に立つのではないかなという感じをちょっと思ったのです。川上村には鉄道が入っておりますので、大和上市から先は、バスか乗用車です。ですのでバスは、鉄道に代わるものという思いが強く、川上村まで上市から鉄道を延長するというような感覚で、取組んでいただいたらありがたいなと思います。そして村内の交通です。私ども夫婦は両方とも免許を持っていますから、プールに行くにしても何にしても、毎日運転を交替でやっています。運転の腕が落ちたら困るからです。乗らないと感覚が落ちる。だから女房は「今日は私が運転する」とか、あるいは「僕が運転する」というやり方です。世の中だんだん年寄りには、押し込められていくような感じがあります。ハンドルを持てる間は、病院に行くにしろ買い物に行くにしろ、不便は一切感じません。いまでも非常に楽しく生活させていただいているのですが、もうちょっとすると、車にマークを付けなさいというご指導が来るはずですよ。そのうちに免許をそろそろ返したらどうですかという話になってくるわけです。今の自分たちに車がない生活というのは非常に不便を感じます。坂本さんがおっしゃった、将来、安心して生活できるという環境からは遠のいていってしまうことになるのではないかな。そういう意味で交通網の充実というものを、ぜひ、今よりももっと進めていただけたらありがたいと考えています。私どもが免許証を手放す前に、何とか実現をお願いできたらありがたいというのが今の感想なのです。

【司会】

それでは会場のみなさん、みなさんが将来、田舎暮らしをすることも頭に描きながら、ご質問がございましたら、挙手いただけたらと思います。

【質問】

1600人の村民がいるとおっしゃっていましたが、救急施設や、高齢になると糖尿病とかあると思うのですが、透析ができる大きな病院というのは、この川上村にはあるのでしょうか。

【大前】

川上村ではないです。専門的なところは都市部となります。



【質問】

今日のJTBさんの話につながるのですが、3名さんそれぞれ1泊2日で遠いところからお友達を呼ぶ。1泊2日の予定で車か何かを使って川上村を案内する。そういうときにどういうところを案内されますか。あと、お昼ご飯を外食するとしたらどこでお食べになりますか。



【坂本】

まず大台ヶ原へ行って、それから鍾乳洞に入って、御船の滝を見て、あとは自然のなかをブンブン走っているだけです。ご飯を食べるとしたら、私の好みで、川上に入るところの五社トンネルの手前に「馬酔木」という焼き肉屋さんがあるのですけれども、私はあそこが好きなので連れて行きます。もうちょっと町のほうのラーメン屋さんなのでも、老夫婦がやっていてすごくおいしいところがあるのです。そこはお勧めです。

【泉谷 勲】

連れて行く人によると思うのですが、ちょっと遠出をしてもいいような人、あるいは本当に自分の足元を案内するという、相手によって二種類かと思うのです。村外へ出るとなれば、東吉野だとか、上北山村だとか、それからぐるっと回って十津川あたりまで足を延ばしますし、村内では、蜻蛉の滝だとか建設ステーションとか。源流館のジオラマは、ちょっと他にないと思うので、孫が来たりしたら必ず連れて行きます。来るたびに「源流館へ行こう」と言うのです。何しにというわけではないですが、ジオラマは何回も見ていますし、去年の夏には、丸太切りをやっていて、切った木の重さを測ってピタッと当てて、商品をもたらしたものですから、気をよくして「また行こう」と言っています。

食べるものは、今までは杉の湯のレストランだったのです。イノシシ鍋の定食がありまして、とても安価で、しかもおいしいので、面白いと思います。

【泉谷清子】

やはり柿の葉寿司というものがお勧めでございます。



## 【司会】

ありがとうございました。では本日の話題をまとめていきたいと思います。

続いて壇上には、昨年度まで森と水の源流館の館長でありました辻谷達雄さんをお願いします。今年からは、山仕事や山での暮らしのなかで培われた技や知恵を都会から来てくれる人々に伝える役割に専念いただけるよう、森と水の源流館の活動指導顧問として活躍をいただいております。「源流学師範」と呼んでいます。源流域の魅力、源流学を語るにあたっては、やはり辻谷師範にまとめていただきたいと思います。



## まとめ 「百聞は一見に如かず、百見は一行に如かず。」

森と水の源流館 活動指導顧問 “源流学師範”

辻谷 達雄



ただ今ご紹介を受けました、森と水の源流館の古ダヌキの辻谷です。どうぞよろしくお願いたします。源流学について少しだけお話をさせていただきます。

吉野川、紀の川の最上流部に位置する源流の村、川上村では「水源地の村づくり」に取り組んでいます。その中で「源流学」というものが提唱されています。「源流学」といいますと非常に難しい学問かなと思われませんが、決して難しい学問でも何でもありません。「源流学」は一口で言いますと、自然のいろいろなことを学んだり、先人の知恵や技術を学んだりということ、源流を通じて、人と自然とのかかわりを考え、そして行動し、一人ひとりがその答えを見出していくというものです。また、源流の自然や文化、歴史とか環境、そして生きものの生活、自然の中での遊びなどを通じて生きる力を養うというのも「源流学」の一つなのです。

子どものころの遊びの中で、  
いろいろなことが身についたことがたくさんあります。

先人が残してくれた地恵とか技には、非常に素晴らしいものがたくさんあります。私もそのことについては、いつも頭の下がる思いです。私が今まで経験した中の一部をちょっとご紹介したいと思います。

子どもの時代の遊びと言いますと、夏はもちろん川です。夏休みになったら朝から夕方まで川に行っていました。川で遊んでいる中で、魚のとり方を自然に覚えていったのです。アユはどういうふうにしたらとれる。ウナギはどういうふうにしたらとれる。またアマゴ

やウグイはどういうふうにしたらとれるか。そんなことが川の遊びの中でみな身について来たものです。それから、秋から春にかけては山です。山の中を遊び、走り、歩いている中で、いろいろ植物に出会います。いろいろ名前を覚えたり、「これは食べられる植物だ」「これは薬になる植物や」「これは毒性で危ない、あかんで」ということと、それから「ああ今頃アケビなっとるで」「もうサルナシの実は食えるで」。そんなことは、やはり山で子どもころに学んだというか知ったことです。

我々の年代は、戦中戦後の食糧難時代を生きてきたのです。それが皮肉と言いますか、そういうことが非常に大きな役割をしたということは今でも忘れずに頭に残っております。そんなことで子どもころに身についたものが、もう70年近くになるのですが、今でもしっかりと頭に残っております。

## 自然の中で起こることに、想定外ということはないと思うのです。

そして私は、川上村で林業を生業としていましたので、ずっと山に行ってきましたけれども、いろいろなことにその間、出会っています。私は、自然の中で起こることに想定外ということはないと思うのです。いつ、どんなところで、どんなことに出くわすか分かりません。先般の東北の震災や津波の時、みなさん方はどう思いましたか。俺だったら、私だったらこんなときこうするか、ああするか感じられたと思います。

私はあるときちょうど山から源流館に帰ってくるとテレビがついていました。津波のニュースが流れていたのです。それを見ていたら、大勢の方がそこに津波が押し寄せているのに、じっと眺めていました。私はテレビに向かって「そんなことをしたらあかんで、早よ逃げな死んでまうで」と叫んだのを覚えているのですけれども、やはり逃げ遅れて亡くなった人が大勢おられたということを知りました。

地震の後、津波が来るまで30分の時間があったと聞きましたけれども、30分もあれば、私だったら小さな山だったら上を越えています。何でみんな危険を回避するという能力に欠けているのかなということを感じたのです。

新しいことで、この間の大雨の台風がありました。あときに大峰山系で1人遭難者が出ていましたけれども、その時も思ったのです。台風が来ることも分かっていますし、雨が降っていたらしいです。何でそんな時にあえて山に登るのか。本当に危機管理というものが全然ないです。それから、時々見るのですが、大雨が降っているのに川にテントを張ってキャンプをしています。本当に危険を回避する能力に欠けていると思います。

先ほど申し上げました通り、いつ、どこで、何に出くわすか分かりません。その時にはそれを克服するだけの知恵と技術というのは、常に持ち合わせてもらいたいと思います。それが本当に私は生きる力だと思っております。そういう場合は冷静に正しい判断をして、それから決断をして、それを克服していく。その力こそが本当の生きる力だと思います。そこに、強い精神力というものをもちろ必要であるかと思えます。

昔の人の知恵とか自然の恵みに感謝しながら、  
もう少しゆとりと癒しのある暮らしをしてみたいと思っております。

世の中は経済優先でずっと駆けてまいりました。その中で、いろいろなよいこと、残したいことが、みな忘れられたり、忘れようとされていることがたくさんあると思います。七十数年、川上村で暮らしておりますが、振り返ってみますと、ちょうど石油の時代が始まってからの半世紀というものは、ただただ忙しい毎日だと思うのです。それに比べてそれ以前の昔の人の暮らしというのは、おそらく、もうちょっとゆとりのあるのんびりした暮らしをされていたと思うのです。そんな中で、やはり昔の人の知恵とか自然の恵みに感謝しながら、もう少しゆとりと癒しのある暮らしをしてみたいなと常々思っております。そのことこそが、今日のシンポジウムのテーマであります「源流学的スローライフ」の原点ではなからうかと思っております。

こんな言葉があるのですが、「百聞は一見にしかず、百見は一行にしかず」ということは、文字通り百ぺん聞くよりいっぺん見ろ、100回見るより1回やって試してみろという教えです。どうかみなさんも、ぜひとも川上村にお越しただいて「源流学」に関わっていただきたいと思っております。

本日はみなさま方には、公私とも大変ご多用のところ、またこの残暑の厳しい中をこのように大勢の方にお越しいただきまして誠にありがとうございました。心より厚く御礼を申し上げます。JTBの森先生には、いろいろと貴重なお話を伺わせていただきまして、これからの我々の地域の活性化に役立てていきたいと思っております。住まいるネットで来られました泉谷さんご夫婦、坂本さんのお話の中にも、我々でも気づかなかった村のよさとかを聞かせていただきました。ご指摘をされた面も十分参考にさせていただきまして、これからの村づくりに役立てたいと思えました。ありがとうございました。

最後になりましたが、本日お集まりのみなさま方のますますのご繁栄とご健勝をご祈念申し上げます、甚だ簡単でございますがお礼の言葉に代えさせていただきます。本日はどうもありがとうございました。

# 川上の生活や魅力紹介

## 榎原でシンボ村への移住者体験語る



村外から川上村に移住した男女らが体験を語ったシンボシウム1124日。榎原市久米町の榎原市商工経済会館

吉野川の源流を守る「川の提言」が24日、榎原市久米町の商工経済会館で行われ、村外から移住者が体験を報告した。

同シンボは、財団法人が運営する川上村迫の「森と水の源流館」が4年前から毎年、榎原市内で開いており、今回は「源流学的スロ

ーライフのすすめ」をテーマに実施。定住促進を図る同村の空き家バンク制度で村外から移り住んだ人たちが現在の暮らしぶりを語り、村の魅力に光を当てた。

この中で、2年半前に夫の定年退職を機に王寺町から移って来た夫婦は「気持ちはずっと

県内外から参加した地域づくり団体や行政の担当者、市民ら約100人が耳を傾けた。

「ライフのすすめ」をテーマに実施。定住促進を図る同村の空き家バンク制度で村外から移り住んだ人たちが現在の暮らしぶりを語り、村の魅力に光を当てた。

最後に、森と水の源流館の辻谷達雄活動指導員が「ゆとりと癒やしのある暮らしを提案していきたい」とまとめた。



〒639-3553 奈良県吉野郡川上村宮の平  
TEL 0746-52-0888 FAX 0746-52-0388  
<http://www.genryuu.or.jp>