

[論文]

鶴居村における民間主体となった滞在型観光事業

A stay-type tourism business in which the private sector works as a business in Tsurui Village

河田 真 清

要 旨

北海道鶴居村は、釧路市に隣接し、国立公園に指定されている釧路湿原を含む人口約2,600人の村である。広大で特異な景観や特別天然記念物のタンチョウという観光資源がありながら、以前は通過型観光地に甘んじており、観光客の滞在時間が短く、宿泊数も伸び悩み、観光による経済効果が薄かった。しかし、民間事業者が、「ここにしかない観光資源」「ここだから体験できる観光資源」を発掘、発見し、それを体験型観光資源として磨きあげ、観光ビジネスに取り組んだ。天然素材を使った料理や自然を味わうアドベンチャー・ツーリズムの観光メニューの構築を進めた。そのことによって、来村客を増やし、観光入込数、宿泊数の増加に結び付けた。現在は、新型コロナウイルス感染症による影響を受けている状況にあるが、テロワールの考え方に類似した地域の本物の資源を活用した観光事業としての回復を期待したい。

はじめに

新型コロナウイルス感染症の流行を受け、国内の観光事業者は大きな打撃を受けている。特に、外国人観光客が多く訪れていた地域は、国内感染状況のみならず海外渡航事情にも左右されるため、先行きが不透明であるとともに、国内観光需要よりも大幅な回復の遅れが懸念される。

北海道鶴居村は、釧路市に隣接しており、国立公園ともなっている釧路湿原を含む地域にある。ここも、海外からの観光客が多く来訪している地域であり、感染症拡大の中で、来訪観光客の減少に加え、休業自粛要請など大きな打撃を受けた。しかし、当地には従来から滞在型観光を志向した民間事業者が多く育っており、行政・支援機関のサポート体制も受け、村を挙げて、商工・農・観光をそれぞれ担う人が滞在型観光を演出し、事業として努めてきた。そこに、民間を主体となった観光事業で村を盛り上げる源泉が活気付いている。そのようなポテンシャルを活かし、新型コロナウイルス感染症の中でも、ピンチをチャンスに変える新たな方向性を探してみたい。

1. 鶴居村の現状

鶴居村は、釧路市の北西部40kmに位置し、面積571.8キロ平方メートル、南部は釧路湿原を中心と

する湿原・湿地帯、北部は丘陵地帯となっている。良質な牛乳を生産する酪農を基幹産業とする人口約2,600人の小さな村である。村の人は「人口をつるい=ツー(2)、ルー(6)、イー(00)と覚えている」と言う。気候は冷涼であり、夏季は釧路沖で発生する海霧(ガス)に覆われることがあるものの、内陸型気候で比較的温暖である。特別天然記念物タンチョウの生息繁殖地でもあり、全国でも特色のある自然環境に恵まれ、村としても「日本で最も美しい村連合」¹⁾にも加盟している。

歴史を見ると、1885(明治18)年、27戸が移住し農業に従事して本村開発の創始となって以降、農業中心の村づくりが行われてきた。1928(昭和3)年には、殖民軌道馬力線が開通して、交通インフラの整備が進められた。また、1935(昭和10)年にはタンチョウが天然記念物に指定、さらに1932(昭和27)年には特別天然記念物に指定されている。1987(昭和62)年には、釧路湿原が国立公園に指定され、本格的な観光地としても注目される契機となった。

人口は減少を続けてきたが、昭和の末期から平成にかけて下げ止まり傾向がみられる。しかし、2019(令和元)年には15~64歳の生産年齢人口割合が55.5%である一方で、65歳以上の高齢者人口割合が32.4%と生産人口割合の減少が進む中、高齢者の増加も顕著になっている。

図表 1 鶴居村の位置



資料出所：Google Map より転載

図表 2 タンチョウの風景



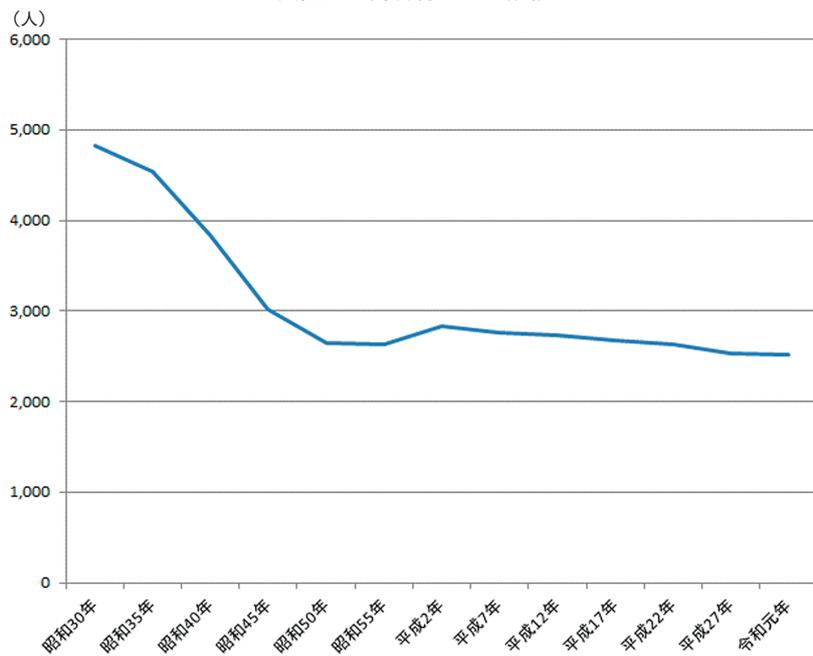
筆者撮影

図表 3 釧路湿原



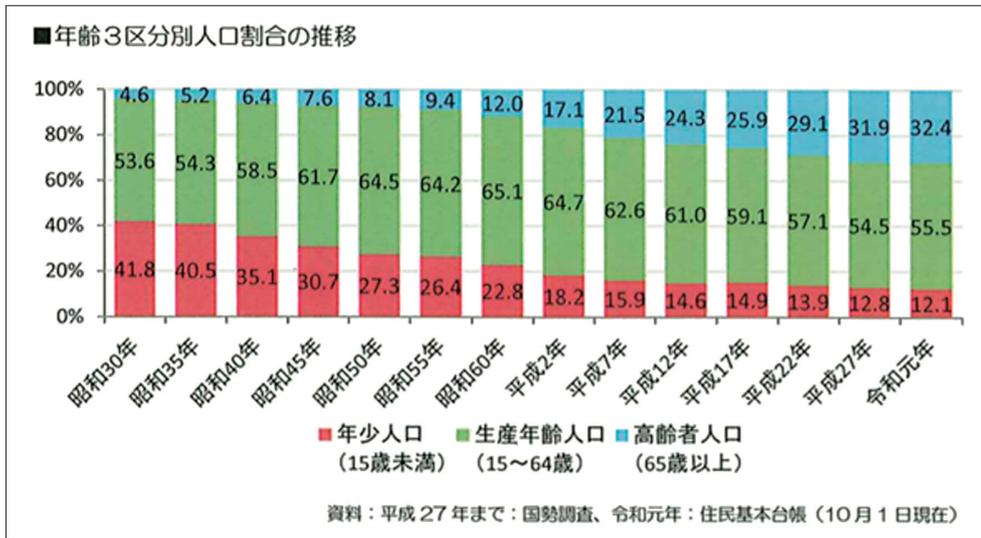
NPO 法人美しい村・鶴居村観光協会 HP より転載

図表 4 鶴居村の人口推移



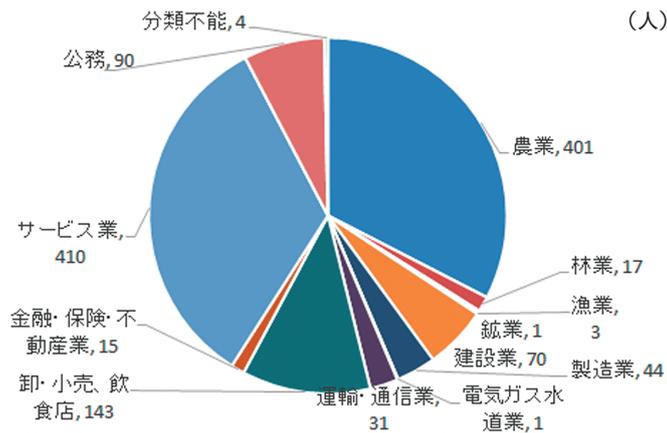
資料出所：平成 27 年まで国勢調査、令和元年 住民基本台帳 10 月 1 日現在

図表5 年齢層別人口割合



資料出所：鶴居村人口ビジョン令和元年度改定版（令和2年3月）より転載

図表6 鶴居村の産業別人口（平成27年）



資料出所：「つるい未来創造プラン（鶴居村第5次総合計画）」より加工

2. 鶴居村の課題

鶴居村を取り囲む釧路湿原は、1987（昭和62）年に国立公園として指定されて以来、その雄大な景観は全国でも特異なものとして価値が評価され観光入込客数においても順調に推移してきた。しかし、2000年代に入るとピークを過ぎ、鶴居村においても観光客の入込数が減少に転じた。特に、宿泊数の減少が顕著に表れた。更に2011（平成23）年の東日本大震災以降は、レジャーに関するニーズが多様化していく中、観光客に対してインパクトのある観光メニューに乏しく、発信力も弱いこともあって、回復傾向が見られない状況が続いた。その理由として釧路湿原での観光要素は、天然記念物であるタンチョウ見学の他はさしたる見どころや施設もないため、観光入込数の減少もさることながら、宿泊客数が極

端に少ない、いわゆる通過型観光地となっており、地域経済への寄与も大きくなかった。また、釧路湿原の体験観光でも同様に鶴居村は一立ち寄り地という感が強く、地域との関係が希薄なこともあって、おもてなしなどの演出効果も含めて観光客が滞在するような要素はなく、飲食やレジャー施設などで時間を過ごす要素もないため、結果として鶴居村での滞在時間は極めて短時間であった。冬期間のタンチョウが観光資源としても、鶴を見るための見学のみでは長時間引き留めることはできず、次の目的地に向かってしまう観光客がほとんどであり、村の商業・観光業として滞在時間を長くすることが大きな課題であった。

一方で、鶴居村の酪農業は、農家件数の減少が止まらない状況にあったが、近年になって農家戸数、農業従事者とも下げ止まりの状況になってきてい

る。近年は良質な牛乳を活用したチーズ製造も盛んである。村も乳製品工房「酪楽館」の設置等でPRに努めてきており、鶴居産のチーズも知名度を上げてきた。しかし、多頭化、規模拡大により酪農家が自ら牛乳やチーズを製造し販売を手掛けるような余裕がないことも現状であり、酪農家の取り組みとしてはまだまだ本格化していない。従って、村内では酪農が盛んであるにもかかわらず、村内産牛乳を味わうことができず、またチーズを購入する施設も少ない状況である。村内で大規模酪農を営んでいるA氏の言葉からも加工などの取り組み意識が弱いことがわかる。

大規模牧場を経営しているが、高品質の牛乳として評価されている。そのため、6次産業化などによって加工したり直売するよりも、優良な牛乳の安定生産が務めであると思っている。しかし、鶴居のことを考えると酪農の景観の良さを伝えたいと思う。

近年は、「環境」「食育」といったテーマで来訪する観光客も増えてきており、タンチョウを求めて撮影やバードウォッチングを求める客や、ファームインなどで滞在して景観を楽しむ滞在型観光にシフトしている傾向もみられる。

3. 滞在型観光への取り組み

村民の多くは、鶴居村には、酪農以外目立つ産業もないように思ってきた。つまり「何もない村」という意識である。そのような中であっても、村内には、特徴的な景観、食、体験を事業として展開しようとする意欲をもつ事業者も現れてきた。

NPO 法人美しい村・鶴居村観光協会の事務局長・服部政人氏は、この動きを次のように語っている。

鶴居村の課題は、「そんなに観光地ではない」ということであった。完全に通過型で、冬に鶴を見にバスが来ても5分間に写真を撮って行ってしまう。夏の湿原は、自然愛好家や鳥好きといったいわゆるオタク志向で万人受けしない。

鶴居村は、釧路湿原国立公園に隣接しており、美しい村連合に加盟している。美しい村連合の全国大会の総会を今年（注：2018年）7月に鶴居村で開催する予定で、参加人数300人も村に来ることになる。そうなると、受け入れられるかどうかで、村の観光事業者や行政担当者がピリピリしているのが現状である。

着地型観光で滞在時間を伸ばしたい、1泊2日で帰ってしまうのが常なのが大きな課題である。やりたいことは、着地型観光、グリーンツーリズムである。目指す方向性としては、1つはグリーンツーリズムの延長上で農泊推進であり、農村に泊まってもらうことである。2つめは、鶴のいる村の地域資源の活用。今ある資源をどう活かすか。キーワードは、「ここならではの」「ここでないとだめ」「ここにしかない」、最後に「ここだからできる」。私だからできるようなものを観光の資源にしたい。そして、2,600人の村なので小さくても光るものを作っていきたい。タンチョウは、1,000羽を超えて久しい。タンチョウは、日本で一番大きな野鳥で、羽ばたきする際にバサッなんて音も聞こえるくらいだが、これから守っていかなければならないシンボルである。今は、鶴のお蔭で1～3月には宿泊が満室になる。お客様は世界中から来てくれる。私のハートン・ツリーには宿泊施設もあるが、ほとんど満室状態が続いている。お客様の85%は外国からで、欧米中心から世界中へ広がっている。

地域の資源はタンチョウだけでなく、雪も資源だ。東南アジアからのお客様は雪が大好き。インスタ映えする光景に喜んでくれる。今年は雪が少ないが、雪がないと観光客は怒るくらいだ。

釧路湿原の観光資源は夏のイメージで、湿原散策は30分も行けば、インパクトある景観が見られる。タンチョウもいる。鹿が川を渡る、うさぎ、野鳥も見られる、熊もいるといった景観である。酪農景観も良い。牛の数が16,000頭、域内連携で農業観光も展開していきたい。

これら事業者に共通する意識は、

- ・使える地域資源はないか
- ・地域資源を事業として活用できないか
- ・地域資源に付加価値をつけられないか
- ・事業者をサポートする体制
- ・それらにより継続的なビジネスモデルの構築ということだった。

3-1. 使える地域資源はないか

前述のとおり、鶴居村には特別天然記念物に指定されているタンチョウ以外、特筆できるような観光資源が乏しいように見える。しかも、釧路湿原をタンチョウが雄大に飛び立つ光景は確かに見て感銘を

受けるものではあるが、景色というものは5分も眺めれば、それ以上の広がりには期待できない。さらに、いくら雄大といっても景色を見るだけでは、余程の演出効果を出さない限り、ビジネスの種とすることも難しい。

こういった考え方は日頃、釧路湿原などの景観を見ていることが当たり前と考えている村民の考え方である。しかし、観光に訪れる客は異なる。タンチョウが飛びたつだけでは「すごい」で終わってしまうが、タンチョウにまつわるエピソードなどを聴くことで見識が広がるものである。また、ただ景色を見るだけでは、すぐに観光バスなどに乗車してしまっ、次の目的地へ移動してしまう。そこに、ビジネスとしての工夫、たとえばおいしい食の提供などがあればどうだろうか。鶴居村には、優良な牛乳を生産している酪農家が多く、チーズの製造なども行われている。また、欧米では当然だったが、日本においてもようやく質の良いガイドは有料でも当然ということが普及してきている。

さらに、海外、特にアジア方面からの観光客としたら、「雪」「氷」も日頃見なれない、言い換えれば北海道に来たから見るができる資源である。その点、鶴居村も雪も氷も豊富にみることができる。雪・氷も重要な地域資源であることに気が付いた事業者が出てきたのである。

3-2. 地域資源を事業として活用

景観は見ているでも5分も経てば多くの観光客は次の観光スポットへ行ってしまう。しかし、そこにおいておいしい食の提供があれば、観光客の滞在時間が生まれ、村にとっては収入が得られる。

ここでしか見られないという景観であっても、文字通り「ただ」で見せている分には何も生まれないが、釧路湿原のことを熟知している村民だからこそ、

長い年月親しんだ景観であり動植物の息吹や季節によって大きく異なる光景も知っている。これらを観光客に提供していくためには、ガイドという役割が重要になってくる。

そこで、村の中の宿泊業や飲食店を営む事業者の中から、観光客に「ここでしか見られない」「今しか見られない」景色を案内するガイドとしてビジネスに乗り出しはじめた。それも事業者の持つ「強み」を活かして特長付けたガイドである。

- ・カヌーやトレッキングなど専門的事業者と連携し、そこにスローフードを提供する滞在型観光事業
- ・釧路湿原の動植物を撮影するガイドツアー
- ・移り行く季節を庭園で表現しながら料理とともに提供
- ・広大な景観を走行する自転車ライドツアーを取り入れた観光事業

などである。

これら取り組みによって、観光客の滞在時間を引き延ばすことになり、早朝のガイドツアーで宿泊する必要も出てきた。今までになかった地域資源を活用することで滞在時間の延長とビジネスチャンスの拡大の成果が出てきた。

図表7-1、2は鶴居村にあるファームレストラン「ハートン・ツリー」である。ここでは、地域食材である牛乳、チーズ、ハーブを活かした食事を楽しむことができ、さらにゲストハウスを営業している。経営者の服部佐知子氏の取り組みである。

1999（平成11）年に総面積3.8haの現在地の土地を取得、阿寒連峰と釧路湿原が見渡せる丘の上に、小動物のふれあい牧場とファームレストラン「ハートン・ツリー」を開店した。地元食材の牛乳にこだわった手作り料理を提供するとともに、ここで開催

図表7-1 ファームレストラン



資料出所：筆者撮影

図表7-2 レストランから見える風景



図表 8-1・2 地域食材を活かした料理



資料出所：ハートン・ツリー HP より転載

した料理教室をきっかけに村に住む女性たちが集まり、交流を行う中から活動がスタート、地元食材の牛乳にこだわった手作り料理を提供している。その後、都会では味わえないのんびりした時間を提供したいとオープンした。

ハーブのもつ自然治癒力に着目しハーブを活かした「安心・安全・健康」志向のアイデアを共有しながら、鶴居産の食材にこだわった食と鶴居村ならではの地域資源を活かした商品開発を手掛けるなど農村女性の視点から地域活性化に取り組んできた。ファームインにも取り組み、道内外の参加者への複数体験メニューの対応等、滞留時間を考慮し、体験者専用の宿泊施設を設置した。

農作業のサポートと田舎からのグローバルな情報発信を目的に、海外青年のホームステイも受け入れている。他に村内の酪農家と協力して、グリーン・ツーリズム組織「鶴居村あぐりねっとわーく」を立ち上げ、農業体験や農泊の企画・運営を進めるなど、地域に溶け込んだ新しいビジネスの展開や、外国人との交流による鶴居村の魅力発信など、第2のライフスタイルを精力的に満喫している点が評価された。

2013（平成 25）年には、創業補助金を得て「農と食」を体験する事業に本格的に乗り出し、2014（平成 26）年に株式会社丘の上のわくわくカンパニーを設立。ハーブ工房、チーズ工房を整備するとともに、既存の D 型ハウス（農畜産用大型プレハブ倉庫 162 m²）を活用し、加工施設、体験教室に加え、交流施設、ゲストハウスとしても整備した。その結果、SNS などによって広く紹介されたこともあり、アジア方面からのインバウンドの利用者も増加するとともに、道東地域からの体験研修の利用も増えている。

このように農と食による事業展開で顧客の手応えを感じたことから、更にこの他の地域にない自然環境を活かした観光資源と酪農を中心とした農村の営

みや暮らしを感じてもらおう農村観光に特化した地域づくり型の商業施設を介して、新しい観光による地域経済の広がり、域内雇用の充実を目指そうと考えた。

3-3. 地域資源に付加価値をつけられないか

海外観光客の全国的な増加が顕著になり、観光立国として国を挙げての取り組みが進んできた。一方で、海外観光客も従来の団体ツアー型からファミリーや小グループでの個人旅行を指向する動きも顕著になってきた。このような動きの中、全国的にも滞在型観光を指向する観光地、事業者は増加してきている。

そうすると、「ここならではの」「ここでないとだめ」「ここにしかない」そして「ここだからできる」という観光メニューの提供が不可欠である。

地域の特産品が「北海道の安心安全」というだけでは販売が難しくなっているように、観光事業においても地域の特色を全面に出すメニュー作りが必要になってきた。特に、観光客は「わくわく感」「特別感」を演出することが求められる。

そこで、地元の地理や自然に精通したガイドだからこそその釧路湿原の国立公園保護区域に特別に入るガイドツアーの実施、採り立てのハーブを使ったパン作り、自動車では行かない場所へ電動アシスト自転車で行き「ここでしか見られない風景を見る」ガイドツアーの実施などに手掛けることで、「鶴居でしかできないこと」の提供で付加価値の高い商品作りを進めることとなった。

サイクリングを観光商品として考え、事業化を進めている宿泊業 HOTEL TAITO（ホテル・タイト）の和田貴義専務はこう話す。

当社オーナーによって「タンチョウ撮影ツ

図表9 鶴居村の農村風景



資料出所：筆者撮影

アー」や「自然ガイドツアー」の提供によって、特にタンチョウ来訪時期を中心とした繁忙期の宿泊客は増加した。しかし、春、秋の閑散期には落幅が広がっている。このため、春・秋の閑散期の観光客増加策を展開することで、来訪客の通年化を図っていくことが喫緊の課題である。

更に顧客の価値観の多様化を受け、写真撮影を主目的でない顧客や早朝から約4kmの徒歩中心のツアーは難しいと考える顧客も増えている。そこで、もっと気軽に観光を楽しみたいというニーズに応える新たなアクティビティの選択肢を提供することも必要であると考えてきた。

釧路湿原においては、冬以外の季節でもタンチョウは留鳥として、一年中見ることができる。また、湿原観光においても、春は草花の芽吹きから新緑、秋は紅葉など、豊かで美しい自然景観に触れることができる。さらに、湿原そのものの成り立ちから、湿地が乾燥化して居住地になる、あるいは農地になるなど、環境の変化に至る経緯を現地で感じることで、環境学習にもつながる。

このような資源を活用するアイデアとして、徒歩以外の移動手段で、時間にもある程度融通が効き、釧路湿原や野生動物に遭遇出来る可能性の高いアクティビティを検討していた。そのような中で、自転車を持参で来訪する客が増えてきたこともあり、サイクリングを取り入れたツアーを思いつき、「サイクリストに優しい宿」を目指すこととした。

図表9の写真では、広大な農村風景が広がる光景であるが、何もわからない観光客が見ても最初は「す

図表10 サイクリング・ガイドの様子



ごいなあ」かもしれないが、数分のうちに「広いなあ」で終わってしまう。しかし、サイクリングという手段で自分の力でたどり着いたところに広大な農村風景が広がっていることで、「わくわく感」「達成感」が感じられる。さらに、ガイドがつくことで、地元ではありふれたものであっても、観光客にとって異質なものにふれあい、自ら体験し味わう風景の魅力は倍加する。まさに、アドベンチャー・ツーリズムである。ちなみに、HOTEL TAITOでは、長距離を走行できる上級者向けロードバイクから、初心者でも体験できる電動アシスト自転車(E-BIKE)まで準備している。

3-4. 事業者をサポートする体制

鶴居村は、酪農業を基幹産業として発展してきた村であり、一次産業を中心とした施策が中心であった。しかし、観光事業の高まり、海外旅行客の増加もあり、村としてもサービス産業にも支援の力を入れるようになった。村独自の創業支援金制度で創業者支援を行っているほか、鶴居村商工会でも積極的

図表11 鶴居村アンテナショップ「つるぼーの家」



資料出所：筆者撮影

図表 12 鶴居村の地域産業資源活用事業認定事業

認定年度	事業名	事業概要	活用した地域資源	認定事業者
H20	「自分流の観光」を求める旅行者に向けた釧路湿原体験観光プログラムの発掘・提供	自分流の観光を求める旅行者に向けて、「アイヌ文化に関するスポットを巡るトレッキング」「地元食材を活用した食」「海外からのカメラマンを主体としたバードウォッチング」の3本の柱からなる「体験観光型プログラム」の発掘・提供を行う。	釧路湿原	ヒッコリーウインド
H24	写真撮影の同行指導とWEBによる新たなタンチョウ撮影ツアーの提供	顧客の撮影レベルに応じた、プロカメラマンによる撮影指導及び撮影した写真をインターネット上の写真共有サイトに掲載するサービスを提供する「タンチョウ撮影ツアー」を旅行代理店に販売する。	タンチョウ生息地	(有)泰都
H28	釧路湿原における食育、環境、交流を組み合わせた新たな滞在型観光事業の創出と推進	釧路湿原に隣接し良質な牛乳を産出する鶴居村で、乳製品の製造販売とそれらを実体験できる長期滞在型の観光メニュー提供を行う。従来当地域ではなかった滞在型観光拠点を整備し、食と環境、交流促進をテーマとした観光事業の構築を図る。	釧路湿原、牛、チーズ	(株)丘の上のわくわくカンパニー
H29	釧路湿原等を活用したサイクリストに優しい宿とツーリズム事業	本事業では、北海道鶴居村の「HOTEL TAITO」を運営する同社が「サイクリストに優しい宿」をコンセプトに、自転車で観光を楽しむ顧客に向けたサービスを開発・提供する。サイクルツアーを組み合わせた宿泊メニューを開発するほか、自転車の客室内への持ち込みを可能とするなどのサイクリストに優しい宿の整備、自転車のレンタル、釧路湿原やタンチョウのウォッチポイントを中心に自転車で周回するガイドツアーの実施などに取り組む。	釧路湿原、タンチョウ生息地	(有)泰都

資料出所：北海道経済産業局ホームページより

な村内事業者の支援を展開している。

また、NPO 法人美しい村・鶴居村観光協会でも、国の観光施策に合わせて体験型観光、長期滞在型観光へのシフトを目指し、グリーンツーリズム大学で学習し滞在型観光への取り組みを強化するとともに、日本で美しい村連合への加盟をはじめ、農林水産省の農泊事業の採択を受け、宿泊施設の整備への取り組み、また近年はサイクルツーリズムの高まりに合わせたサイクリストの受け入れにも力を置いている。

もちろん、観光客向けのインフラ整備も必要で、早い時期から光回線を引き、Wifi 環境を整えている。このような中で民間事業者が多く育っており、前述のとおり、アウトドア観光、写真撮影などを組み合わせた観光メニューの提供を行っている。

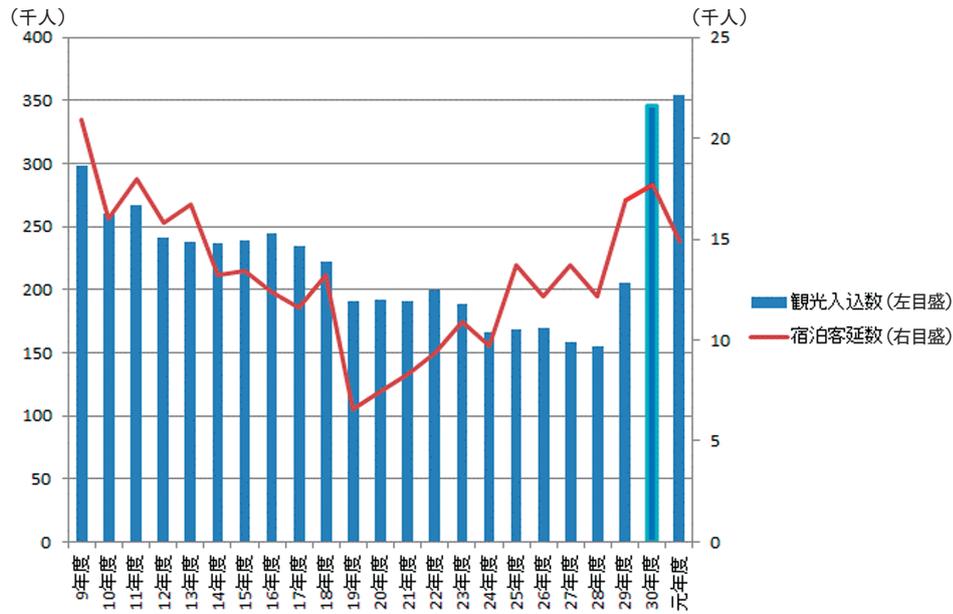
さらに、チーズを産出することから、ワインもできないかと考えており、近年、村内でぶどうの栽培を開始して池田ワインに製造委託してワインの試作に取り組んでいる。近いうちに村内での醸造を目指している。

経済産業省「地域産業資源活用事業」という法律²⁾に基づいた制度がある。この制度は、都道府県が登録した地域資源を活用した新たな事業計画を作成し、大臣認定を受けると補助金や低利融資の優遇措置とともに、各地域の経済産業局、独立行政法人中小企業基盤整備機構の伴走型支援を受けられるとともに、地域の行政・支援機関も連携して事業支援を行うものである。北海道では認定事業が100余りあるが、このうち4例は鶴居村の事業者が認定を受けており、いずれも滞在型観光事業として、ビジネス展開を図っている。

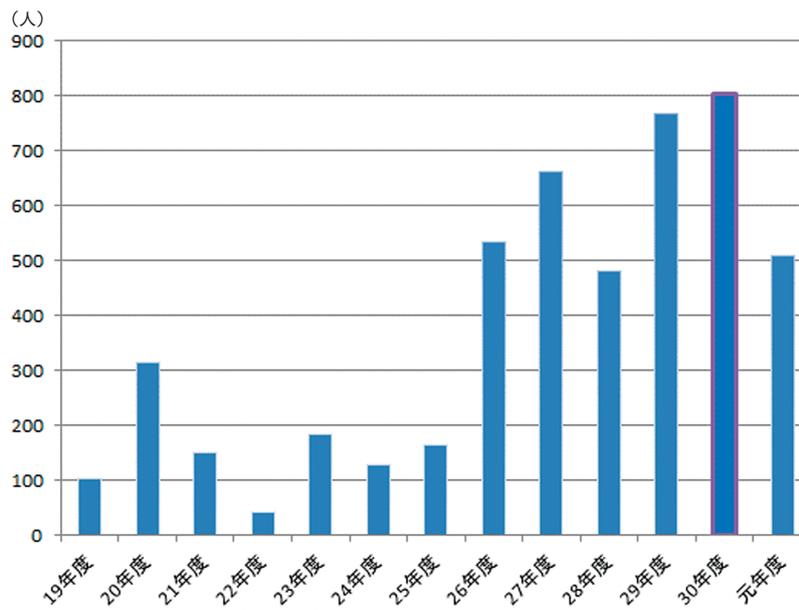
4. 観光事業による成果

このような行政・支援機関のサポート体制がある中、独自の民間事業者が滞在型観光に取り組むようになったことから、観光入込数、宿泊延数とも2017(平成29)年より右肩上がりの傾向に転じている。また、海外からの観光客を見てみるとその宿泊人数が伸びている。長期滞在し、宿泊してもらえる海外客が増加していることがわかる。特に、台湾や欧米

図表 13 鶴居村観光入込数・宿泊延数の推移



図表 14 鶴居村の海外客の宿泊数の推移



の増加が目立っており、台湾はサイクリングが盛んであり、自転車を使った観光を求めて来村する客も多いとのことであり、欧米も長期滞在型観光を求めての来訪客とみられる。

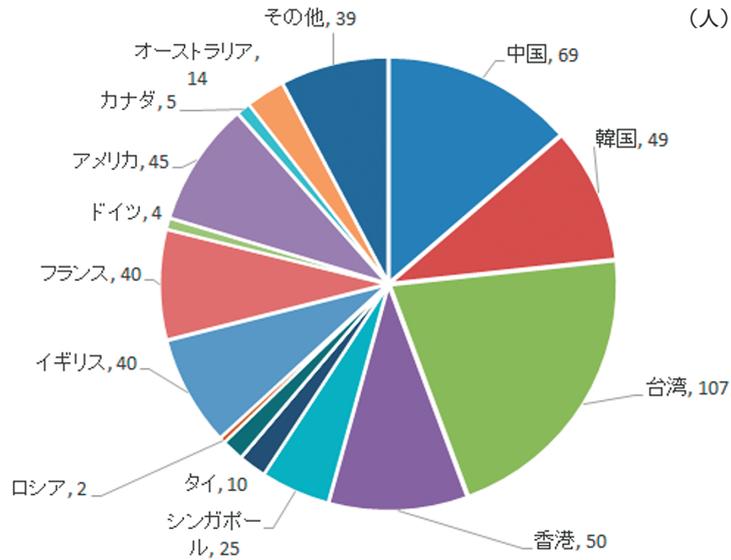
また、鶴居村の特徴として、図表 16 の平成 30 年度月別状況を見るに、観光入込数の山は夏季シーズンに見ることができるが、冬季にもそれほど減少しないこと。つまり、タンチョウのシーズンとなる冬季にも一定の観光需要があるということである。これも他地域と比較して優位性と言えよう。

5. 成功要因の考察

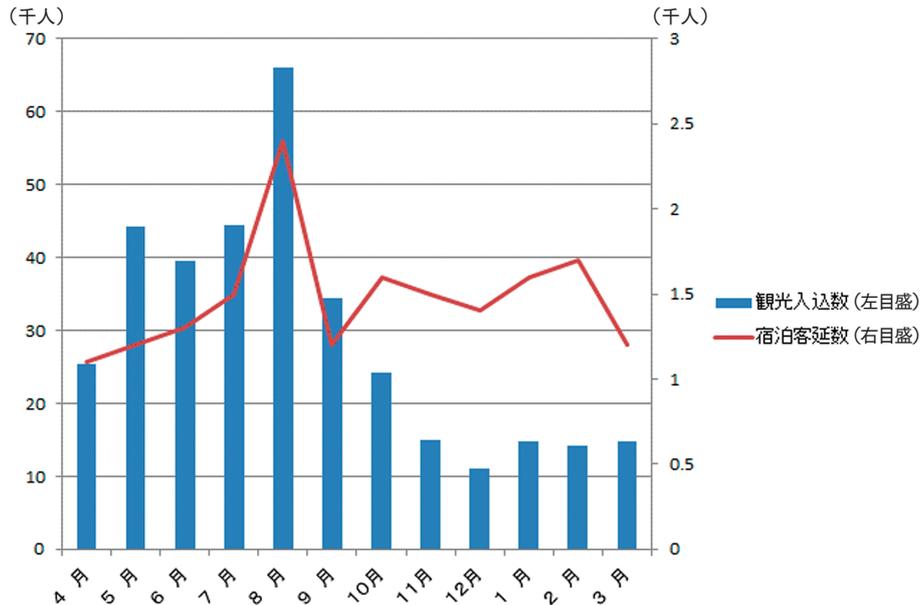
鶴居村に行くと、ファームレストランがあり、例えばレストランのベランダでお茶を飲んでいると何もかも忘れて時間が経つのではない「鶴居時間」が実感できる。滞在型観光には必要なことである。成功要因としては次の通り。

- ・食と観光を地域で巧く活かしている民間事業者の存在
- ・地域の課題を認識し、あるべき姿を目指すという地域戦略の形を捉えていること

図表 15 令和元年鶴居村への海外観光客国別入込数



図表 16 平成 30 年度鶴居村月別観光入込数・宿泊延数



図表 13～16 の資料出所：「観光入込客数について」(釧路総合振興局) の各年データを加工

- ・地域資源をビジネスに変換する事業化へ取り組んでいること
- ・行政、商工会、観光協会が連携し、面的な事業者の支援体制ができていること
- ・その結果として食と景観と観光を地域でうまく活かしている民間事業者の存在があること

かつては、酪農を中心として発展してきただけに、村民の意識は観光に結びつけ、交流人口を増やすことについての温度差があった。支援する側も、商工業支援は商工会、観光は観光協会、行政は基幹産業

の酪農支援というようにタテ割で動いていた。しかし、ベクトルは皆一緒であり、例えば商工を担っていれば「お客様」、観光関係は「観光客」という違いだけだったことに気づいた。農泊事業であれば、農業者がホスピタリティの精神でお客を受け入れる必要がある。更にガイドなど観光事業者も必要である。

そこに村を挙げて、商工・農・観光をそれぞれ担う人が滞在型観光を演出し、ビジネスとして回るように努めていく。そこに、民間が主体となった観光事業で村を盛り上げる源泉が活気付いている。

6. 新型コロナウイルス感染症流行時の 対応と今後～むすびに変えて

2020（令和2）年に入ってから、新型コロナウイルス感染症の流行拡大を受け、鶴居村においても大きな影響を受けた。まず、海外観光客が渡航制限を受け、来訪できなくなった。さらに、国内も緊急事態宣言を受け、移動の自粛、飲食店の休業要請を受け、ハートン・ツリーでも宿泊客の減少を大きく受けることとなった。

今後の感染症の収束や観光事業を含めた経済の方向については甚だ不透明な状況であるが、鶴居村の強みを活かした策を検討してみたい。

まず、安心・安全・健康を売りにできないか。鶴居村の中では、人が密集するような観光施設や商店街・道路はなく、自然の中で自分の時間を過ごしてもらい「鶴居時間」を大切にしている。自然の中で、きれいな空気を吸い、広大な景色を楽しみ、自分の時間を過ごすことを売りにできないか。もちろん、宿泊施設については、業界ガイドラインで示された感染予防策は当然のことながら実施していく必要があるが、その上での魅力ある地域資源は十分にある。あえて言えば、「空間と時間」である。加えて、従来の鶴居村の飲食・宿泊業では、団体旅行向けのバイキング方式で食事を提供する対応ではなく、地域食材を使ったおもてなしの提供であったことが幸いし、「新しい生活様式」での食事提供やおもてなしもやりやすい体制であることは強みである。

次に、サイクリングや自然探検、自然の景観や動植物の写真撮影なども、健康的であるし、感染予防ルールを順守すれば、今までの通過型、団体向けの旅行から、身体を動かし、非日常の景観に触れるということは売りにできる。エコ、ヘルス、アドベンチャーといったキーワードを売りにする観光商品はつくりやすい。

そして、牛乳、チーズ、ハーブに加え、ワインが製造されるようになれば、景観だけではなく食文化として売っていくことができる。

フランスで「テロワール」という考えがある。元パリ・ソルボンヌ大学総長のジャン＝ロベール・ピット氏は次のように語っている。

テロワールは、何かを小さな形で生産することにとどまるものではなく、地域に根差した農産加工品やそれ以外の工業的な活動、例えば自動車生産といった大規模なものまでを含め、その全般的な活動をテロワールと呼ぶことができ

る。テロワールの考えは、土地の人たちが自分たちの考えを基に作りあげたものということである。そこには3つの基準がある。その一つは、非常に高い品質であるということ。二つ目は土地の文化なり地理を反映した本物であること。三つ目にはテロワールの条件はいかに良いものを知ってもらいプロモーションを行って売っていくかということである。北海道には、雪と自然しかないと言っているが、北海道には潜在的な可能性が限りなくある。やはり、北海道のもつ美しい景観や自然の素晴らしさだ。北海道で作られ、採れた海と山のものを重ね合わせて、それをプロモーションしていくことは必要。スイスが良いモデルであり、スイスは山国でカカオは採れないが、スイスのチョコレートは非常に有名である。それは、自然と他から来ているカカオを使い、なおかつスイスの牛のミルクを混ぜて売るチョコレートが有名になっている。なので、北海道はこれだけの素晴らしい自然の豊かさ、美しさがあるのだから、北海道でつくられたそば、メロン、トマトなどをプロモーションしやすい。（ジャン＝ロベール・ピット「地域づくりシンポジウム2013」より）

鶴居村に置き換えてみれば、地域に根差した農産加工品を活用した高品質の商品、もちろん鶴居産の本物の商品である。そして、観光協会等の地域観光サポート体制ができているため、プロモーションの展開によって、食と景観の鶴居村を売っていくことができる。コロナ後は、テレワークの推進によって都市部でもどこでも仕事ができることが当たり前になってきている。長期間の移住まで行かなくても、短中期滞在での仕事の間と体験観光という売り方も十分可能である。

注

- 1) 「日本で最も美しい村」連合は、素晴らしい地域資源を持つ美しい町や村や地区が、「日本で最も美しい村」を宣言することで、地域の活性化と自立を住民自らの手で推進する取り組み。人口が概ね1万人以下であること、地域資源が2つ以上あることなどが、地域資源を活かす活動があることが参加資格。
- 2) 中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律は、地域の特産品、伝統工芸など地域経済活性化の起爆剤となる資源を活用した事業化の支援を定めており、試作品開発や販

路開拓に対して補助金や融資枠の優遇措置による資金援助, 専門家の助言などの支援を行っている。

引用文献

「鶴居村人口ビジョン令和元年度改定版」鶴居村（令和2年3月）

「つるい未来創造プラン（鶴居村第5次総合計画）」
鶴居村（令和2年3月）

「観光入込客数について」釧路総合振興局（各年）

「地域づくりシンポジウム 2013」公益財団法人はまなす財団（平成26年11月）

（かわだ ますみ 経営管理論）