



『Nature Tokyo Experience』

多摩・島しょの自然を活用した
新たな体験型エンターテインメント創出事業

先進事例集

目次

はじめに	1
新たに事業を始める際のポイント	2
Nature Tokyo Experience 概要	3
選定プロジェクト	4
Circus Outdoor Tokyo	5
TOKYOガストロノミーリズム	9
星降るプレミアムデッキ&島コンシェルジュ	13
全国における先進事例	17
全国における先進事例 概要	18
糸島国際芸術祭「糸島芸農」	19
太陽と星空のサーカス	21
夜空と交差する森の映画祭	23
ニジゲンノモリ	25
大村湾～無人島～滞在記「田島」	27
へんぼり堂	29
飛騨の森でクマは踊る	31
東京チエンソーズ	33
猪鹿庁	35
みなと新潟春フェスタ～光の響演～	37

東京には、多摩・島しょ地域などに、魅力ある自然豊かな地域リソースがたくさん存在します。

今年度東京都は、この地域リソースを活用し、多摩・島しょ地域で新しい余暇の過ごし方を提案する事業『Nature Tokyo Experience』を行いました。

この事業は、自然を活用した新しい民間事業者の取組を「モデルプロジェクト」として選定・支援を行い、新たなエンターテインメント空間を創出することで、東京の自然の価値を顕在化させるとともに、都民だけでなく、国内外の皆さんへ「新しい体験の時間」を提供していくことを目指したものです。

この度、東京都で採択した「モデルプロジェクト」、及びその他の地域において、「自然を活用した体験型エンターテインメント」を展開している先進的な事例について、事業プロセスや立ち上げ時の課題、地域住民・行政との連携状況等について、取りまとめました。

この事例集が、東京の各地域において、新たな事業展開を検討される方や自治体の皆様の一助となれば幸いです。

新たに事業を始める際のポイント

プロジェクトに選定された3事業及び全国の先進事例の内容を踏まえて、事業者が事業を始める際に起こりうる課題・必要な対応と行政側として出来るサポートについて、そのポイントをまとめました。

事業者		行政
事業を始める際に起こりうる課題	必要な対応	出来るサポート
● 事業展開エリアの選定	● 事業に適した場所に関する情報収集	● 利用可能な公有地等の情報提供
● 事業展開に際しての許認可	● 事業展開において必要な許認可の洗い出し ● 許認可を管轄する行政機関への早期かつ頻繁な相談	● 許認可の申請についての助言 例) 事業展開エリアが国立公園内にある場合、自然公園法に基づく申請を行うことが必要 例) 宿泊を伴う事業の場合、旅館業法の旅館営業の許可が必要 ※2018年中に法改正予定 例) 食事を提供する際には保健所での飲食店営業許可が必要
● 連携事業者の確保 ・ 事業を推進する上で重要な役割を担う連携事業者の確保	● 事業を共に推進する上で最適な地元事業者の選定・確保	● 連携事業者の紹介 例) 「TOKYOガストロノミーリズム」(p.9参照)では事業を推進する上で重要な「郷土料理研究家」を行政が紹介
● 地元住民との良好な関係構築(地域への入り込み)	● 地元住民への丁寧な姿勢での説明	● 地域住民との調整(橋渡し役としての機能) ・ 地域住民向け説明会をサポート(会場の紹介、自治会や住民への案内等)
● 事業展開エリアにおける利害関係者との調整 例) 無人島への航路開設に伴う漁業権侵害	● 利害関係者への丁寧な姿勢での説明	● 利害関係者(地域のキーマン)の紹介 ・ 実際の利害対立の調整・解決は当事者同士が行うことを前提に
● 集客の工夫	● 事業に関する広報・情報発信を通じた集客	● 行政の広報媒体(ホームページ・広報誌等)を活用した広報支援 ● 事業(イベント)の後援 → 行政の後援が事業者の活動に信頼感を与えることも

Nature Tokyo Experience 概要

Nature Tokyo Experienceプロジェクトの概要

「Nature Tokyo Experience」とは多摩・島しょの自然を活用した新たな体験型エンターテインメントの創出に向けたモデル事業です。

東京都の多摩・島しょ地域においては、豊かな自然があり、これまでも魅力発信に取り組んでいますが、さらなる集客力の向上のためには、これまで親しみのなかった方も訪れるような訴求力の高い取組が必要です。

そこで、多摩・島しょの自然や地域リソースと、新しい自然の活用方法を組み合わせた、「体験型エンターテインメント」を創出する事業を開始しました。

モデルプロジェクト選定について

当事業では、他地域のモデルとなるプロジェクトを3つ選定しました。
プロジェクトの選定にあたっては、独創性、事業性、地域性、実施体制という4つの視点から審査し、選定を行いました。

【審査項目】

独創性	類似事例が少ない新しい取組か
事業性	誘客の仕組みやネットワーク、メディア等を有しているか
地域性	地域の魅力を事業に反映できているか、地域との連携が図られているか
実施体制	事業実施の実績はあるか、ノウハウ・リソースを有しているか

<プロジェクトに選定された3事業>

CIRCUS OUTDOOR グランピング

奥多摩湖を眺望できる場所に、常設のグランピング場を設置。



NOX
INTERVILLAGE CO.

代表事業者
(株) NOX Intervillage

多摩と島をつなぐ ガストロノミーツーリズム

島の玄関口である調布を基点に島食材の調理体験や、島での体験プログラム等を実施。



**UNIQUE
USP Japan**

代表事業者
(株) USP ジャパン

星降るプレミアムデッキ & 島コンシェルジュ

八丈島のリゾートホテルの敷地で、1日1組限定の星空観察スポットを提供。LINEで、穴場のスポット等を紹介。



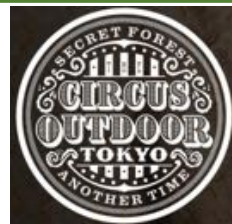
Akatsuki
Live Entertainment

代表事業者
(株) アカツキライブ
エンターテインメント

選定プロジェクト

Circus Outdoor Tokyo

事業名称 Circus Outdoor Tokyo
取組主体 株式会社NOX Intervillage (CEO: 石山学氏)
実施エリア 東京都西多摩郡奥多摩町
事業開始 2018年1月



NOX
INTERVILLAGE CO.

「Circus Outdoor」ブランド初の常設のグランピング場(※)をオープン。 全国各地で注目を集めてきたグランピング集団が、 最後に巡り着いたのは奥多摩の森。

※グランピング・・・「グラマラス(魅惑的な)」と「キャンピング」を掛け合わせた造語で、テント設営や食事の準備等の煩わしさから旅行者を解放した「良い所取りの自然体験」に与えられた名称。

【事業のポイント】

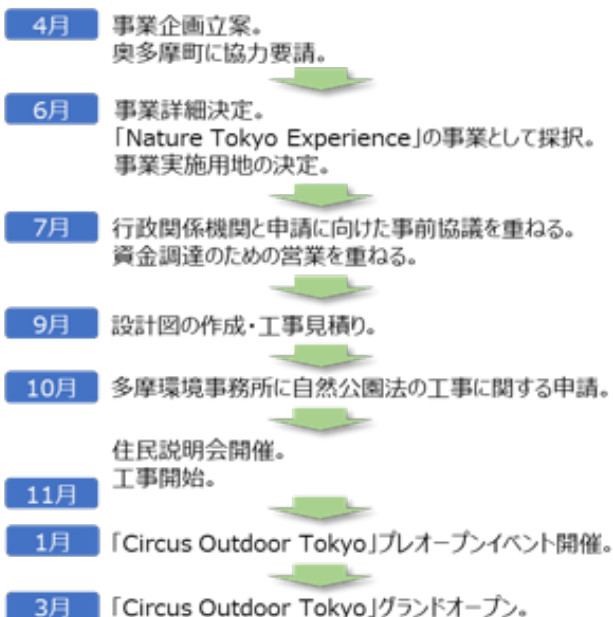
- 全国各地で、グランピングイベントを実施してきた「Circus Outdoor」が、奥多摩湖を望む絶景のロケーションの地で初めての「常設グランピング場」を開設。ウェルカムドリンクやシェフによる本格ディナーコースなどサービスを徹底追及。
- 未利用町有地を活用したい奥多摩町と利害が一致。地元住民の雇用等により、町の活性化を目指す。
- 自然公園法や旅館業法等の法規制をクリアするため、行政関係機関と何度も協議し、申請をクリア。

1. プロジェクト概要

<概要>

「Circus Outdoor Tokyo」は、東京都西多摩郡奥多摩町に作られたグランピング場。奥多摩湖のほとりに、価格帯の異なるグランピングテントを計5張用意。シェフが調理する本格的なディナーコース等を楽しむことができる。

事業スケジュール (2017年度)



<コンセプト>

「Circus Outdoor Tokyo」は、「東京の森に世界で一番美しいアウトドアフィールドをつくる」がコンセプト。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

アウトドアが苦手な人にとっても、上質な非日常体験ができる手段として、「グランピング」に着目

自然を満喫し、キャンプを楽しむためにはアウトドアの知識や装備が必要。しかし、道具を揃えるにはある程度の初期投資が必要である他、テントや寝袋に慣れておらず、野外での宿泊が苦手な人にとっては、キャンプのハードルは依然として高い。

そこで「Circus Outdoor Tokyo」を運営する「NOX Intervillage」(以下NOX)代表の石山学氏(以下石山氏)は、自然を感じながら、ホテルに泊まっているかのような上質な非日常体験ができる方法を追求。「寝袋ではなく、ベッドがあればもっと自然を楽しむことへのハードルは下がる」と模索していった結果、現在の「グランピング」の形に行き着き、「Circus Outdoor」を始めた。

「Circus Outdoor」は、2015年から移動式のグランピングサービスを展開。都内各地のイベントへの出展や、全国各地の農場やキャンプ場でのグランピングサービスの実施をしてきた。

都心からアクセスが良く、美しい自然が体験できる奥多摩に注目

「Circus Outdoor」は、発足当初から「東京の森に世界で一番美しいアウトドアフィールドを作る」ことを目標に掲げ、様々なリサーチを重ねながら事業を展開してきた。

日本中のフィールドを周り最適な土地を探す中、奥多摩の美しい自然に魅せられ、ここが世界で一番美しいアウトドアフィールドの場所としてふさわしいと考え、奥多摩町に相談。「Circus Outdoor Tokyo」の企画をスタートさせるに至った。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
資金調達の問題 事業立ち上げの際の課題として、資金調達の問題があった。当初石山氏は、アウトドアフィールドを整備していくための費用として、金融機関や民間企業複数社から資金調達を予定していたが、想像以上に苦戦したという。前例がない事業であり、出資先が「本当に成功するのか」という点で確証が持てなかったためだ。	過去の実績をアピールし、スモールプランから出発 資金調達に苦戦しつつも、石山氏は「Circus Outdoor」が積み重ねてきた過去の実績を出資先に応じる。特に各イベントでの入場者数や売り上げ、リピーターの数といった客観的な数字を積み上げることで、事業立ち上げに必要な資金調達に成功した。 またオープン当初は、予算の範囲内で可能な建設プランに変更。実際にオープンして営業実績を積み重ねていくことで、更に資金調達し、フィールドを拡大していくことを目指している。

4. 行政や地元関係者との連携

行政との連携

「NOX」の石山氏は、奥多摩町に「Circus Outdoor Tokyo」の企画概要やコンセプトを説明。奥多摩町にアウトドアフィールド建設のための協力を求めた。

奥多摩町としても、利用することができていなかった町有地を持っており、積極的に土地を活用していきたいという思いがあった。

そのような経緯で、「NOX」と奥多摩町の利害関係が一致。奥多摩町から土地を借用し、事業をスタートすることができた。

地元関係者との連携

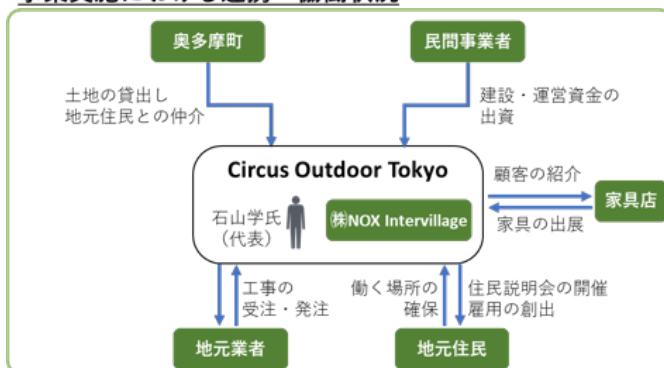
「Circus Outdoor Tokyo」を準備していく過程で、地元住民や関係者と、良好な関係をいかに築くかという点も重要だった。「NOX」は、奥多摩町の協力の下、近隣住民に対して、計画案の事前説明会や工事にあたっての事前の挨拶周り等を行い、「工事期間中やオープン以降の運営にあたって、迷惑をかけずに実施していく」ことを説明し、理解を得ることができた。

また工事を行うにあたっては、「Circus Outdoor Tokyo」の理念を説明しながら、地元奥多摩町の建設事業者、水道事業者、電気事業者に工事を依頼。一緒にアウトドアフィールドを作り上げていくなかで、徐々に地元一丸となって事業を応援してくれるようになったという。



「Circus Outdoor Tokyo」の実施エリア。起伏のある地形を活かして、宿泊者の目線が合わないようテントを段々に配置。プライバシー性を確保した。（左写真）
実施エリアに元々あった階段は、安全面への配慮から手すりを設置した。（右写真）

事業実施における連携・協働状況



5. 法規制の問題

自然公園法について

「Circus Outdoor Tokyo」の実施エリアは、秩父・多摩国立公園内に位置しており、自然公園法に則って、様々な規制をクリアしなければならなかった。

具体的には、敷地前を通る道路から20メートル以内に建築物を建てられないことや、自然に調和する色彩の配色や、看板等の設置に関する規制に対応する必要があった。

そのため、「NOX」は、申請前に自然公園に関する事務を所管している環境事務所に通い、図面等を含む申請内容について綿密な打ち合わせを行い、許可を受けることができた。



「Circus Outdoor Tokyo」の実施エリアのイラスト。

Circus Outdoor Tokyo

旅館業法について

グランピングを実施する上で、旅館業法上の旅館営業の許可が必要になったため、保健所と事前の協議を何度も実施。

「NOX」は、施工やオープン後の運営方法について協議を重ね、旅館業法の条件としてある、客室の数に応じたトイレや洗面台を整備。グランピングでの宿泊が可能となった。



「Circus Outdoor Tokyo」の様子。写真上の右側の場所には、お風呂が出来上がる予定。

保健所（厨房設備）について

食事の提供についても、飲食店営業許可が必要だった。飲食店営業許可を得るには、キッチン設備と、宿泊者用・従業員用それぞれのトイレが必要となる。

2018年3月のオープンに向けて、厨房設備・トイレの整備等を進めていたが、1月のプレオープンには間に合わない可能性が高かったため、キッチンカーと仮設トイレを設置した。



「Circus Outdoor Tokyo」では食事も充実。



朝食時の様子。

6. 実施プログラム・イベント内容の詳細

「Circus Outdoor Tokyo」プレオープンイベント

日時：平成30年1月18日（金）～20日（日）

場所：東京都西多摩郡奥多摩町

価格：1名1泊24,500円～105,000円

応募者数：243組

宿泊組数：9組

常設のアウトドアフィールド「Circus Outdoor Tokyo」では、平成30年3月以降のグランドオープンを前に、3日間のプレオープンイベントを実施。

常設フィールド「Circus Outdoor Tokyo」

日時：平成30年3月グランドオープン予定

場所：東京都西多摩郡奥多摩町

価格：1泊1名35,000円～150,000円

5つのコンセプトや内装の異なるグランピングテントに宿泊しながら、ウェルカムドリンク、軽食、朝食、シェフによる本格ディナーコース等が宿泊者に提供される。

5つのグランピングテントのコンセプト

【Jump'n Jackalope（ジャンピンジャカロープ）】

- ・サーカスクレーの控室がコンセプト

【Sheep Ship（シーブ シップ）】

- ・サーカス団の衣装チームが使っていた部屋がコンセプト

【Blueberry Unicorn（ブルーベリーユニコーン）】

- ・サーカスの上級クレーの控室がコンセプト

【Pink Elephant（ピンクエレファント）】

- ・サーカス団の団長控室がコンセプト

【Royal Griffin（ロイヤルグリフィン）】

- ・迎賓用のお部屋がコンセプトで、最高級家具がある



グランピングテントは、それぞれで装飾の雰囲気異なる。

実施プログラムに対する参加者の評価

- ・信じられない、これがグランピングなのですね。
- ・なんでこんな辺鄙なところにとったのですが、この場所にした理由がやっとわかりました。
- ・ベッドのすぐ横に布があって、その外は大自然だと思うとワクワクする。
- ・テントのすぐ横で鹿が鳴いていた！すごい！
- ・シェフの料理、豚が苦手な私でさえ美味しく感じた。
- ・全部のお部屋が見てみたい。必ずまた来ます。
- ・食事から戻って寝ようとしたらベッドに湯たんぽが入っていた。感動しました。

実施プログラムに対する 地元自治体（奥多摩町）の評価

事業に対する印象・評価

「NOX」のグランピング事業は、新しいコンテンツの提供とこれまで課題だった未利用町有地の有効活用に繋がっているため、評価している。

地域への貢献内容

地域での雇用の創出を期待している。また地域の店舗や事業者と連携した事業の展開や、地元の観光スポットとの連携が、地域活性化に繋がるのではないかと考えている。

今後への期待

奥多摩町の農産物や温泉などを活用してほしい。グランピングを楽しむために訪れる宿泊者に地元奥多摩町の農産物が使われた料理を食べてもらうことや温泉に入ってもらふことなどで、町のPRに繋がり、多方面に波及していくものと期待している。

7. 事業を通して得た知見

「東京の森」の価値を再確認

「Circus Outdoor Tokyo」を実施することを通して、改めて、「森のなかでゆっくりした時間を過ごす」こと自体が、一つのエンターテインメントであることを見いだせたという。

都内で忙しく働いている層にこそ、「何もしない時間」を楽しんでもらうため、到着時には任意で携帯・スマートフォンを預かり、預けてくれた人にはカメラマンが滞在中の写真を撮影するというサービスを行っている。

地元の人に地域のことを教えてもらうことが重要

外部から地域に入り、そこで事業を新しく実施していく場合には、事業にいきなり着手するのではなく、「まずは事業理念に共感してくれる地元の人を見つけ出し、その人を通して地元を徹底的に教えてもらう」ことが重要だとわかったという。

一見遠回りのようにも思えるが、「まずはどの人に話を通した方がいいか」というように、地域の実情を知った上で、事業を準備していくことが事業成功の道となることを痛感したとのこと。



宿泊中、奥多摩湖の絶景を見ながら、ゆったりした時間を過ごす。

8. 今後の課題

更なる資金調達・収益化

今後の課題は、施設面をさらに充実させていくための資金調達と事業の収益力の向上である。地元の金融機関との連携や、民間事業者からの出資等で調達を進める予定の他、継続的に宿泊枠を埋めていくため、旅行事業社とのタイアップ等を考えていきたいという。

地元人材の確保

アウトドアフィールドを運営していくための、地元人材の確保も当面の大きな課題だ。地元にいる若者層に、「Circus Outdoor Tokyo」を魅力的に思ってもらえるよう、チラシ等を配布して働きかけていく予定だ。

9. 今後の展望

「Circus Outdoor Tokyo」を地元にバトンタッチ

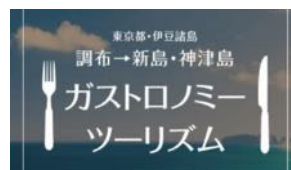
今後の展望として、「Circus Outdoor Tokyo」の運営を地元住民・関係者にバトンタッチしていくことを目指している。「我々がここでずっと運営全てをしていたら、いつまでたっても、地元の雇用も広がらず、地元に根付かない」と石山氏。今後は支配人や企画等の事業の中核を担う人を地元人材の中から育てていくことを検討している。

日帰り客も楽しめる施設の増設

「Circus Outdoor Tokyo」では、今後、日帰り客も楽しめる施設を増設し、施設自体の魅力を高めていくことを目指している。

TOKYOガストロノミーツーリズム

事業名称 TOKYOガストロノミーツーリズム
取組主体 株式会社USPジャパン（代表：新津研一氏）
実施エリア 多摩地域（調布市、府中市） 島しょ地域（神津島村、新島村）
事業開始 2017年7月



UNIQUE
USP Japan

欧米で人気の「ガストロノミーツーリズム」を多摩地域・島しょ地域で展開。 旅行客と地元住民・生産者が繋がり、島へのリピーターが生まれる契機に。

※「ガストロノミーツーリズム」・・・食べることでその土地の文化や歴史と料理の関係を学ぶ旅のスタイルを指す。

【事業のポイント】

- ツアーの企画開発が得意な取組主体と、島しょ地域の生産者とのネットワークを持つ連携先との協業により、両者の得意分野を活かして、島の食文化を体験する「ガストロノミーツーリズム」を展開。
- プログラムの実施により、島しょ地域の住民、多摩地域の住民、プログラム参加者の3者間の交流が生まれる契機に。
- 「ガストロノミーツーリズム」の理解・参加促進のため、椎名誠氏がスペシャルサポーターに就任。認知度向上に貢献。

1. プロジェクト概要

<概要>

「TOKYOガストロノミーツーリズム」は、島の食材の生産元である新島や神津島へ赴き、収穫体験や地元の人々との交流を楽しむイベント。また多摩地域においては、伊豆諸島から調布飛行場に空輸された朝採れ野菜や魚等の新鮮な食材を調理して食べるイベント等も併せて実施した。

事業スケジュール（2017年度）

4月	事業企画立案。 調布アイランドへの協力要請。
5月	椎名誠氏への協力要請。
6月	事業詳細決定 「Nature Tokyo Experience」の事業として採択。 各自治体・生産者への説明・協力要請。
7月	第1回 作家・椎名誠氏講演会開催。
8月	第2回 調布フェスティバル出展。 神津島ガストロノミーツーリズム準備開始。
9月	第3回 神津島ガストロノミーツーリズム 台風のため中止。
10月	第4回 青魚捌き体験開催。 新島ガストロノミーツーリズム準備開始。
11月	第5回 新島ガストロノミーツーリズム開催。
12月	第6回 鍋と大型魚の捌き体験実施。 調布ガストロノミーツーリズム準備開始。
2月	第7回 調布ガストロノミーツーリズム開催予定。

<コンセプト>

「TOKYOガストロノミーツーリズム」は“食体験”を通して地域の文化を知り、人と交わり、その土地のファンを作ることがコンセプト。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

欧米で人気の「ガストロノミーツーリズム」

「TOKYOガストロノミーツーリズム」を企画した(株)USPジャパン（以下USP）は、訪日外国人の約7割が旅の目的に「食のたのしみ」を挙げている点や、欧米で人気の旅のスタイルである「ガストロノミーツーリズム」に注目。東京の豊かな自然と食を堪能してもらうことに集客の可能性があると考えたUSPは、「TOKYOガストロノミーツーリズム」を企画した。

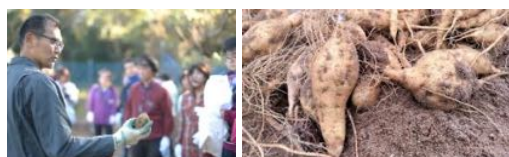
「ガストロノミーツーリズム」の舞台としてポテンシャルが高い「多摩・島しょ」に注目

「USP」が事業実施エリアとして選んだ場所は、新島・神津島等の島しょ地域と、伊豆諸島の玄関口である調布を始めとする多摩地域。

島しょ地域は、東京都とは思えない手つかずの大自然があり、なおかつ島ならではの食材や島料理、島文化が根付いている。

自然豊かな島しょ地域と、都心からの利便性も良い多摩地域を「ガストロノミーツーリズム」の舞台として最適だと考え、企画を立ち上げた。

また企画の立ち上げ当初から、島しょ地域の地元住民や生産者とのネットワークを持っていた（一社）調布アイランド（以下調布アイランド）を連携先として協力体制を構築。ツアーの企画開発に強い「USP」と島しょ地域とのネットワークを持つ「調布アイランド」が連携することで、「ガストロノミーツーリズム」の企画を強力に推し進めることができた。



島しょ地域の農産物を生産者から直接説明を受けながら収穫体験をしている新島でのプログラムの様子。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
「ガストロノミーツーリズム」の理解促進 事業を立ち上げるにあたって、「ガストロノミーツーリズム」に対する理解の促進が大きな課題だった。「ガストロノミーツーリズム」の言葉自体が社会的に一般化されていないため、旅行会社を通して旅行客が集客する、一般的な旅行ツアーのプロモーション方法では、集客が難しいことが予想された。 天候による影響 島でプログラムを開催する上での最大の懸案事項は、天候不順によるプログラムの中止の問題。台風や強風で島までの交通手段が欠航することが予想され、実際に9月の神津島のイベントは、台風による影響で中止となり、予定していた収入が無くなる恐れもあった。 また多摩地域でのプログラム開催時には、天候の影響で予定していた魚が、島から届かないという事態も想定された。	認知度向上のため、スペシャルサポーターとして「椎名誠氏」が就任 「ガストロノミーツーリズム」への理解を促していくため、「ガストロノミーツーリズム」の理念を体現する活動をしてきた作家の椎名誠氏に、スペシャルサポーターとして加わってもらった。世界の辺境地区へ旅をし、その土地の食を堪能することをライフワークとする椎名氏を通じて、「ガストロノミーツーリズム」の理解促進を図った。 中止になった場合の対応策を用意 神津島が台風の影響で中止になった際には、事前に参加料金の返金を周知していた他、希望者には島の食材を詰めた「島はうまい！」セットを販売。中止の場合でも収入が生まれるようにし、参加者・生産者双方から喜ばれた。 予定していた魚が届かない場合の対応策も事前に用意し、青森県の八戸で水揚げされたサバを仕入れるなど、臨機応変な対応を行った。

4. 行政や地元関係者との連携

行政との連携

「TOKYOガストロノミーツーリズム」を実施するにあたって、新島村、神津島村と、イベント実施のための場所の確保、地元住民への呼びかけ等を連携して行った。また、多摩地域でのイベント開催にあたって、調布市、府中市にリーフレットやポスターの設置等の協力をしてもらった。

地元関係者との連携

「TOKYOガストロノミーツーリズム」の企画実施決定後、「USP」は、何度も島しょ地域へ訪問し、地元関係者と企画打ちあわせを実施。イベント参加者に、どのように島の魅力を感じてもらうか、企画の磨き上げを行った。

第5回の新島での体験プログラムでは、新島の地元事業者である「大沼農園」や「新島ファーマーズ」と連携し、あめりか芋の収穫体験や玉ねぎの苗植え体験を企画した他、「宮原酒造」と連携し、島焼酎の焼酎作り見学と試飲を実施。また「新島村ふれあい農園」の施設を利用した、大宴会を開催した。

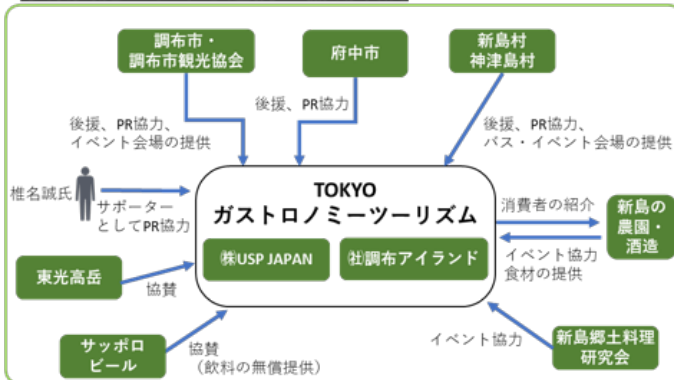


「宮原酒造」での島焼酎作り見学と試飲の様子。



「新島ファーマーズ」での玉ねぎの苗植え体験の様子。

事業実施における連携・協働状況



5. 法規制の問題

屋外での安全な調理提供に向けた準備

神津島の企画では、島内のキャンプ場で食事の提供を含めたイベントを実施する上で、保健所に事前に食中毒管理に関して相談を行った。そこで「USP」は、キャンプ場にあった大型冷蔵庫を借り、事前の食品管理、衛生管理を徹底し、屋外での安全な調理提供に向けた準備を行った。



TOKYOガストロノミーツーリズム

6. 実施プログラム・イベント内容の詳細

第1回 スタート講演会「椎名誠講演：島はうまい！」

日時：平成29年7月28日（金）18：00～
場所：調布くすのきホール（東京都調布市）
参加人数：250人

「第1回ガストロノミーツーリズム体験プログラム」として、作家・椎名誠氏をゲストに講演会を開催。会場ロビーでは、「新島ファーマーズ」のミニトマトの試食、「宮原酒造」の島焼酎の試飲が催された。



第2回 調布市観光フェスティバル出展「伊豆諸島丸ごとマルシェ」

日時：平成29年8月26日（土）～27日（日）
場所：調布市役所前広場

調布市役所前で行われた「調布観光フェスティバル」に、「伊豆諸島丸ごと島マルシェ」ブースを出展。「伊豆諸島丸ごと島マルシェ」では、伊豆諸島の島食材を使った「フードブース」の他、伊豆諸島で採れる貴重な抗火石の砂を使った「砂絵体験ブース」の2ブースを用意し、砂絵体験ブースは整理券が必要になるほど大人気となった。



第3回 【神津島】パッションフルーツ収穫と「島食大宴会」（体験プログラム）

日時：平成29年9月2日（土）～3日（日）
場所：神津島 ＊台風の為、中止

神津島の漁港での水揚げ見学の他、遊歩道散策、島特産のパッションフルーツの収穫体験や、島食の調理体験、そして島の生産者と交流する「島食大宴会」を予定していた。



第4回 島の生産者やプロの料理人によるコーチング「青魚捌き体験」

日時：平成29年10月21日（土）14:00～
場所：府中市市民活動センター プラッツ
参加人数：11名

府中駅前の鮮魚スーパー「浜喜屋」からの新鮮なアジとサバを用意し、魚捌き体験を実施。捌いた魚を刺し身やなめろう、さばの味噌煮に調理。参加者全員で試食をした。



第5回 【新島】あめりか芋収穫と島焼酎の「島食大宴会」（体験プログラム）

日時：平成29年11月11日（土）～12日（日）
場所：新島
参加人数：32名

あめりか芋の収穫体験や玉ねぎの苗植え体験、島焼酎の試飲等を実施。夕食では椎名誠氏も合流し、「新島郷土料理研究会」に所属している地元の方が調理した島食での大宴会が行われた。



第6回 多摩の食材と島の食材がコラボした「鍋と大型魚の捌き体験」

日時：平成29年12月9日（土）14:00～
場所：府中市市民活動センター プラッツ
参加人数：8人

新島の生産農家を講師に招き、島で獲れた金目鯛の捌き体験を実施。金目鯛の刺身や金目鯛の出汁で取った鍋も試食。併せて新島産のミニトマトもふるまわれた。



第7回 あしたば料理とあめりか芋焼酎の「島食大宴会」

日時：平成30年2月17日（土）14:00～
場所：調布市

最終プログラムとして、調布市内の飲食店を会場に、椎名誠氏や島の生産者とともに、島食材と島焼酎の大宴会を実施する予定。

実施プログラムに対する参加者の評価

- ・島食を食べて、島の温かい人々と触れ合い、新島の魅力を感じた1日でした。食文化だけでなく人と人のつながりを意識する日となり、絆の大切さを改めて気づきました。（新島参加者）
- ・本当に楽しいツアーでした。企画されたスタッフの方、島の方の熱意に感動しました。いただいた料理も美味しかったです。あめりか芋を使った料理を家でも食べたいと思います。（新島参加者）
- ・普通の旅行と違い、地元の人と触れ合えることにものすごい良さを感じました。（新島参加者）
- ・作って、食べて、飲む。そして話をするという食の楽しさを再認識できた（魚捌き体験参加者）
- ・料理経験が全然なくてもやさしく丁寧に指導いただき、とても助かりました（魚捌き体験参加者）
- ・新島の話は貴重だった。いろいろな島の話をもっと聞きたいくらい楽しかった。（魚捌き体験参加者）

実施プログラムに対する地元自治体の評価

事業に対する印象・評価

- ・特産品である島の食材を深く理解してもらえる機会だと思い、当初から応援している。（神津島村）
- ・「ガストロノミーツーリズム」という言葉は知らなかったが、体験型観光に可能性を感じている。（新島村）

地域への貢献内容

- ・島外の人と島の住民が交流する「大宴会」は非常に良かった。住民から「またやってほしい」という声が出ている。（新島村）

今後への期待

- ・府中には映像や音響設備の充実したホールや調理設備の整った施設がある。今後もタイアップして一緒にやっていきたい。（府中市）

7. 事業を通して得た知見

これから広がる「食」の旅の可能性

「TOKYOガストロノミーツーリズム」を実施することを通して、ただ美味しいものを食べる普通の旅では味わえない、「食を通して生産者や地元住民とコミュニケーション」ができる旅には市場価値があることを見いだせたという。

旅行者を誘客できる「ガストロノミーツーリズム」

「USP」は事業を実施する当初、「ガストロノミーツーリズム」の参加者は、島の文化や人とのコミュニケーションに興味を持って訪れる傾向があり、受け入れ側も、島の文化・暮らしに興味を持ってくれる旅行者を歓迎するだろうという予想をしていた。

実際にプログラムを実施してみると予想を超える反響があり、参加者側にとっては、また「島に訪れたい」という興味喚起に繋がったことが確認できた。

また受け入れ側である島の地元住民にとっても、「もっと島での様々な体験をしてもらい島を楽しんでほしい」、「ガストロノミーツーリズムの担い手として島を発展させていきたい」という、想いを持ってもらうことに繋がった。



第5回の新島での開催では、新島の郷土料理研究会の方々の協力で、島食を食べながら、地元住民と交流する時間を持つことができた。

8. 今後の課題

「ガストロノミーツーリズム」の認知度向上

「ガストロノミーツーリズム」はまだまだ社会的に浸透していない。今後は、認知度向上のため、対象地域の拡大や積極的な広報活動を行いながら、継続的に企画を実施し、事業の理念を広げていく必要がある。

「ガストロノミーツーリズム」の収益化

「ガストロノミーツーリズム」を今後も継続的に実施していくため、採算を取れるような形でツアー料金の設定や原価の管理等を徹底していく必要がある。

9. 今後の展望

他の島での展開

今後の展望として、他の島しょエリアでの展開を目指している。特に調布飛行場から移動可能な、三宅島、式根島、利島、そして、今回台風で中止となった神津島での体験プログラムの実施を検討している。

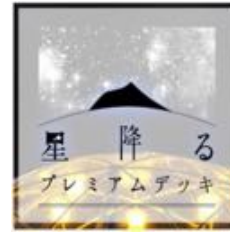
訪日外国人を対象にした新しい「TOKYOガストロノミーツーリズム」へ

2030年に訪日外国人を6,000万人に増やすという、政府の目標が掲げられているなかで、訪日外国人をメインターゲットにした「TOKYOガストロノミーツーリズム」も行っていきたい。

プログラム内容は実施する地域によって多種多様にカスタマイズしつつ、それぞれの地域の魅力を活かした「ガストロノミーツーリズム」を提案していく。

星降るプレミアムデッキ&島コンシェルジュ

事業名称 星降るプレミアムデッキ&島コンシェルジュ
取組主体 株式会社アカツキライブエンターテインメント（代表：香田哲朗氏）
※2017年12月21日より「株式会社ASOBIBA」から現社名に変更。
実施エリア 東京都八丈島八丈町
事業開始 2018年2月



八丈島の満点の星空をひとりじめできるスポットと、友達感覚のコンシェルジュサービスで、八丈島滞在の新たな付加価値づくりに貢献。

【事業のポイント】

- 何度も島に通いつめ、地元住民・関係者との人間関係を構築。地元事業者と連携し、星空観察ができる「星降るプレミアムデッキ」を展開。
- 島の穴場スポットや体験型アクティビティを紹介・予約・決済ができる「島コンシェルジュ」サービスを実施。

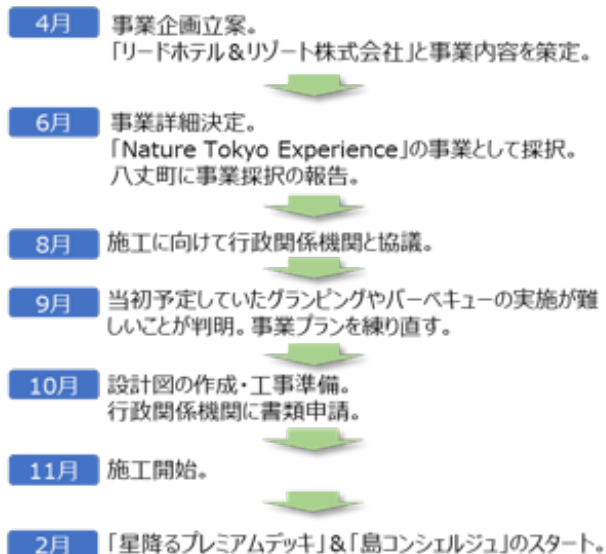
1. プロジェクト概要

<概要>

「星降るプレミアムデッキ」は、1日1組限定で星空観察ができるスポット。360度透明なシートで覆われたテントが用意され、冬でも寒さを凌ぎながら星空観察をすることが可能。

また八丈島での遊びや食事、宿泊等さまざまな疑問に答えてくれる「島コンシェルジュ」サービスも展開。

事業スケジュール（2017年度）



<コンセプト>

「星降るプレミアムデッキ」は、「島での体験をよりラグジュアリーに、より気軽なモノに！」がコンセプト。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

ガイドブックだけでは伝わらない八丈島の魅力に注目

「株式会社ASOBIBA」（企画応募時。以下ASOBIBA）は、「大人のあそび場を作る」をコンセプトに、様々なネイチャーアクティビティ事業を展開する企業。

そのなかで、「ASOBIBA」のメンバーらは、2016年度から八丈町が運営する地域活性化事業に関わる機会を持つことになり、何度も島を訪れていた。

活動に参加する過程で、八丈島には豊富な地域資源があることに着目。羽田から55分程度と好立地で、ウミガメ見学やホエールウォッチングが体験できるという強い魅力を持っていた。八丈島では、ガイドブックやインターネット等、既存の情報だけでは伝わらない魅力が数多くあるに違いなく、こうした魅力を活かす事業ができるのではないかと考えるようになった。

八丈島の魅力をいかに楽しんでもらうか

八丈島には豊富な地域資源があるものの、一方で、八丈島の観光客数は、全盛期に比べると約半数程。かつては有名な観光地だったが、現在ではあまり知られておらず、若年層の間での八丈島に対する認知度は低い。

「ASOBIBA」は、八丈島の魅力を知らない若年層に、その魅力を知ってもらうことで、八丈島の観光は大きく伸びること、八丈島に何度も通わなければ見えてこないような島の魅力を紹介するサービスがあれば、若年層の間で島の認知度も上がり、なおかつビジネスとして成立するのではないかと考えた。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
完成寸前のウッドデッキが台風の影響で破損（星降るプレミアムデッキ） 「星降るプレミアムデッキ」のウッドデッキが、完成寸前に台風の影響で大きく破損。想定以上の大型の台風であったことや、基礎工事が甘かったためだ。 「ASOBIBA」は「星降るプレミアムデッキ」を一から作り直さなければならず、オープンを延期せざるを得なかった。	地元建設事業者との連携でウッドデッキを修復 事業の計画当初から、地元の建設事業者との関係性を構築し、工事実施の際の連携体制を構築していたため、ウッドデッキの修復にも早急に対応してもらうことができた。また基礎をより深く打つなどして、破損する前よりも、より強固なウッドデッキを作ることができた。
雨天時のアクティビティの少なさ（島コンシェルジュ） 「島コンシェルジュ」のサービスを立ち上げていくにあたり、雨天時のサービス展開が課題となった。晴天時の場合、島でのアクティビティの紹介は豊富にできるものの、雨天時は島で楽しめるアクティビティがほとんどなく、紹介できるものが無いことが危惧された。	「ASOBIBA」自ら雨天時のアクティビティを提案 「ASOBIBA」は、自らの得意分野であるサバイバルゲームなどの屋内アクティビティのノウハウを活かし、雨天時でも楽しめる島のアクティビティを開発することを検討している。 また、島の体験型アクティビティ事業者に対して、「ASOBIBA」が事業のアドバイスもしていく構えだ。

4. 行政や地元関係者との連携

行政との連携

「ASOBIBA」は、八丈町役場に何度も足を運び、事業の相談を行った。八丈町からは、今回の事業のキーマンとなる、リードホテル＆リゾート株式会社の歌川代表取締役をはじめ、事業に共感してくれそうな事業者を紹介してもらうことができた。町からの紹介があったことにより、スムーズに関係者との人間関係構築を進めることができた。

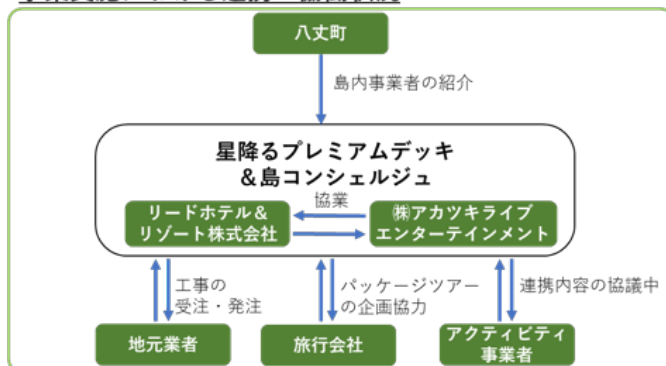
地元関係者との連携

「ASOBIBA」のメンバーらは、八丈島で体験型アクティビティを提供している地元事業者と交流を重ね、八丈島で行いたい様々な事業の可能性について検討。例えば、島内のダイビングショップと意見交換する中で、ダイビングの体験プログラムを「島コンシェルジュ」でどのように観光客に紹介できるか等を検討した。

紹介先のアクティビティ事業者の確保等のため、地元の住民と積極的にお酒も交えた交流の機会を設けたことで、横の繋がりも広がっていった。

「星降るプレミアムデッキ」に関しては、島外の企業である「ASOBIBA」だけでは八丈島での事業運営のノウハウが無く、また、土地を借りて実際に事業運営することが難しかったため、地元事業者のなかでも、新しい取組を積極的に行っている「リードホテル＆リゾート株式会社」と連携し、「リードパークリゾート八丈島」の敷地を活用してもらうことで、事業を進めることができた。

事業実施における連携・協働状況



5. 法規制の問題

旅館業法上の問題

当初、宿泊を伴うグランピングサービスを実施することを検討していたが、ホテルの敷地内の営業であっても、簡易宿所営業の許可が必要であり、入浴・トイレ・消防設備等の整備をしなければならないことが分かった。それらをクリアするためには、準備に時間を要する可能性があった。

「ASOBIBA」では、2017年度内のオープンを優先し、当初の計画を変更。宿泊を伴うグランピングサービスの前段階として、宿泊を伴わない「星降るプレミアムデッキ」をオープンした。

2018年度以降のグランピング営業を目指すという。

星降るプレミアムデッキ&島コンシェルジュ

食事提供の問題

事業準備を進めていくなかで、次に課題となったのは、食事提供の仕方についてだった。

当初、ウッドデッキ上での食事の調理・提供を予定していたが、屋外で食品を取り扱うことは、食品衛生上の問題からできないことがわかった。例外として店舗やレストランに隣接したテラス席であれば料理提供は可能だが、「星降るプレミアムデッキ」の場合は、「リードパークホテル」の建物から離れた場所にあるため、料理の提供は難しかった。

一方で、出前やケータリング、テイクアウト等、一度利用者が購入し、利用者の管理の下、食事をすることは可能。

そのため、「星降るプレミアムデッキ」では、サンドウィッチ等の軽食や、コーヒー、ホットミルク等の飲料をテントの中で楽しんでもらうというスタイルに変更することになった。

6. 実施プログラム・イベント内容の詳細

星降るプレミアムデッキ

日時：平成30年2月1日～

場所：リードパークリゾート八丈島のホテル敷地内

予約数：16件（37人）（2018年1月17日から予約開始、2月2日時点）

八丈島を代表する宿泊施設「リードパークリゾート八丈島」のホテル敷地内にウッドデッキを設置。透明のテントで冬でも寒さを凌げ、八丈島の星空を楽しむことが可能。

「星降るプレミアムデッキ」は、「リードパークリゾート八丈島」の宿泊プランに追加して予約する形式を取るため、利用は宿泊者に限られる。

「星降るプレミアムデッキ」のターゲットは、東京都内の30代前後の層を想定しており、「ハワイ等のメジャーな観光地より、隠れ家的な観光地を好む方へアプローチしていきたい」という。



「星降るプレミアムデッキ」では、冬でも暖かいテント内から星空観賞をすることができる。



「星降るプレミアムデッキ」のある、「リードパークリゾート八丈島」を運営する「リードホテル&リゾート株式会社」は、ホテル以外にも、島内で牧場や飲食事業も手掛けており、「星降るプレミアムデッキ」で提供する八丈島ジャージー牛乳も製造している。

島コンシェルジュ

日時：平成30年2月1日～

「島コンシェルジュ」は、コミュニケーションアプリの「LINE」を活用したサポートサービス。登録すれば誰でも利用可能で、島の達人であるスタッフが訪れる人のコンシェルジュとなって、島での遊びや食事、宿泊等さまざまな疑問に答えてくれる。

通り一遍の回答ではなく、訪問者の友達感覚で親身になってアドバイスしてくれるのがポイント。今後利用者が増えていけば、利用者にキャンペーンや新サービスの告知をサービス内でしていくことも検討している。

島コンシェルジュのサービス内容

- 島内のおすすめスポットやアクティビティを紹介。紹介先は、サーフポイントや釣りスポット、おすすめの飲食店、自然散策スポット等。
- 島内観光で困っていること、希望のアクティビティの情報をチャットにて相談。
- 決定したプランをコンシェルジュが代行予約。
- 予約した内容について、オンライン決済が可能。



「島コンシェルジュ」使用の流れ



「島コンシェルジュ」の公式HP。公式HP内では、八丈島のお店や体験型アクティビティの相談・予約サービスを展開する。ゆくゆくは八丈島以外の島でも展開する予定だ。

実施プログラムに対する地元事業者からの評価

事業に対する印象・評価

八丈島のダイビングショップ「アラベスク」代表の小金沢昌弘氏（以下小金沢氏）は、「ASOBIBA」の事業に関して、「連携して事業をしていきたい」と好意的な評価だ。

特に、「島コンシェルジュ」のサービスを通して、「アラベスク」のダイビング体験プログラムを提供することを前向きに検討している。

今後への期待

小金沢氏自身は島外からの移住者。「ASOBIBA」のメンバーと、「島外者の視点から島を盛り上げていきたい」という。

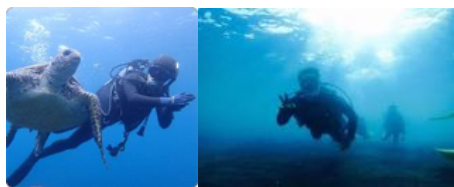
7. 事業を通して得た知見

「モノ」から「コト」へ、そして「フォト消費」へ

「モノ消費」から「コト消費へ」という言葉が近年よく言われてきているが、国内消費だけでなく、訪日観光客の消費動向においても同じ傾向が見られる。

それに留まらず、FacebookやInstagramに代表されるSNSの流行に後押しされ、写真を撮るために体験する「フォト消費」の傾向が顕著に見られる。「ASOBIBA」はこれまで八丈島での事業運営のための準備過程で、「『フォト消費』の考え方が重要である」と気づいたという。

八丈島に来島した観光客にとっても、写真映えるスポットを紹介されることで、より旅の満足度も高くなる。また、その写真をSNSで拡散してもらうことで、八丈島の集客にも繋がるという、好循環が生まれるという。



島の周辺全てがダイビングポイントとも言える八丈島では、「八丈ブルー」と形容される吸い込まれそうなマリンブルーの海が特徴。ウミガメにも接近することができる。

8. 今後の課題

宿泊・食事提供可能なグランピングデッキへ

今後の課題は、現状、宿泊や食事提供ができない「星降るプレミアムデッキ」を、宿泊や食事提供が可能なサービスへと変更していくことだ。

特に、自然公園法や旅館業法関係でクリアしなければならない課題は多い。「星降るプレミアムデッキ」の運営実績を積み重ねていながら、行政側と相談し、段階的にグランピング事業を展開していくことを検討している。

実施プログラムに対する 地元自治体（八丈町）の評価

事業に対する印象・評価

八丈町としては、八丈島を活性化していくため、欧米等の富裕層や個人旅行客を増やしていきたいと考えており、「ASOBIBA」が目指すグランピング事業は、海外の富裕層や個人旅行客を呼び込むきっかけとなると期待している。

今後への期待

現在の八丈島の平均宿泊日数は2.6泊であり、八丈町は島での宿泊数を増やしていくことを目指している。グランピング事業は、観光客の島での宿泊数を増やす上でも非常に有効なコンテンツになると考えている。

9. 今後の展望

アクティビティ事業者・旅行会社と連携し事業拡大へ

今後の展開として、島内のアクティビティ事業者や島外の旅行会社との連携を強化し、様々な島内アクティビティの提供を目指していく。

特に八丈島では、海（ウミガメやクジラ）、山（トレッキングやシャワークライミング）といった豊富な自然資源がある他、八丈島の自然に惹かれた移住者が開いた飲食店も充実している。

「ASOBIBA」は今後、コンシェルジュサービスとして、島内のアクティビティ事業者とのパッケージツアーを整備し、PRを行っていくことを目指している。

八丈島の魅力を伝えるため、コラボイベントを推進

「ASOBIBA」の「アカツキ」グループへの参画により、「アカツキライブエンターテインメント」（以下ALE）と社名も変更。それまでのサバイバルゲーム事業だけでなく、レストラン事業やウエディング事業も展開していくことになった。

そこで「ALE」は、本土で展開している自社事業の一つ、「チーズレストラン DAIGOMI」と、八丈島乳業とのコラボイベントを計画中だ。今後は、その他の島の事業者とも連携して、コラボイベントを増やしていくことを目指している。



近年八丈島近海にて、ザトウクジラを見られるようになり、冬の観光資源として注目されている。



八丈島ジャージー牛乳から作られる、八丈島ジャージープリンが島で人気の特産品だ。

全国における先進事例

全国における先進事例 概要

選定プロジェクト以外にも、全国に目を向けると、「自然を活用した体験型エンターテインメント」を創出している事例があります。そこで、今回、全国における先進的な事例を抽出し、事業プロセスや立ち上げ時の課題、地域住民・行政との連携状況等について取りまとめました。

先進事例の選定基準

- 独創的で新しい取組を行っている
- 自然等の地域リソースを活用した体験型エンターテインメントを実施している
- 事業展開実績がある
→概ね2-3年の実績があり、スタート時の関係者が現在も中心で活躍している

先進事例一覧

事業名	地域	取組主体	ジャンル	事業概要
糸島国際芸術祭 糸島芸農	福岡県 糸島市	糸島国際芸術祭 糸島芸農 実行委員会	野外アート イベント	国内外のアーティストが糸島に集い、作品の展示会やワークショップ、パフォーマンスが行われる野外アートイベント。田畑や神社にアート作品を展示。
太陽と星空の サーカス	全国各地 (東京都世 田谷区二子 玉川等)	(株)遊放浪	野外イベント／ フェスティバル× キャンプ	全国各地で開催される、映画上映やライブ演奏、飲食が楽しめる野外イベント。また、牧草地を利用した毎年夏季限定営業のキャンプ場「一番星ヴィレッジ」で音楽フェス等も開催
夜空と交差する 森の映画祭	愛知県 西尾市 (第4回)	森の映画祭 実行委員会	野外映画祭	キャンプ場や離島といった野外のロケーションを活かし、短編映画の上映を中心とする野外映画祭。映画を五感で楽しむ仕掛けを用意。
ニジゲンノモリ	兵庫県 淡路市	(株)ニジゲンノモリ	自然×メディア アートイベント	兵庫県立淡路島公園内の「アニメ×自然×テクノロジー」のテーマパーク。公園の地形を活かした巨大アスレチックやプロジェクションマッピングのアトラクションがある。
大村湾～無人島～ 滞在記「田島」	長崎県 西海市	(株)大村湾 リゾート	無人島滞在型 プログラム	無人島を活用した、自然体験や農作業、キャンプなどができるフィールド。子供向けの自然体験プログラムや企業研修などでも利用されている。
へんぼり堂	東京都 西多摩郡 檜原村	東京ひのはら村 ゲストハウス へんぼり堂	古民家 ゲストハウス	古民家を改修したゲストハウス。地元住民を講師にワークショップも数多く企画されている。
飛騨の森で クマは踊る	岐阜県 飛騨市	(株)飛騨の森で クマは踊る	林業体験／ ものづくり体験	飛騨の伝統技術と外部のクリエイターの力で新商品の開発ができる場を展開。国内外の大学生や一般客を受け入れて、宿泊付きの製品開発・林業体験プログラム等を提供。
東京チエンソーズ	東京都 西多摩 郡檜原村	(株)東京 チエンソーズ	林業／ エコツアー	「1本の木を使い切る」ことを目的に、これまで捨てられていた枝葉等を活用したワークショップや山林でのツリークライミングなどを展開。
猪鹿庁	岐阜県 郡上市	猪鹿庁合同会 社・郡上里山 株式会社	狩猟体験／ エコツアー	郡上八幡を拠点に、狩猟体験ツアーやジビエワークショップ、学校向けの自然体験プログラムを展開。
みなと新潟 春フェスタ2014 ～光の響演～	新潟県 新潟市	新潟市	自治体主導の プロジェクション マッピングイベ ント	新潟市内の歴史建造物を利用したプロジェクションマッピングの他、信濃川沿いの河川敷・橋のライトアップが実施されるイベントを展開。

糸島国際芸術祭「糸島芸農」

事業名称 糸島国際芸術祭「糸島芸農」
取組主体 糸島国際芸術祭「糸島芸農」実行委員会
(代表：松崎宏史氏)
実施エリア 福岡県糸島市二丈松末、深江地区
事業開始 2012年



アーティスト・イン・レジデンス（※）を基盤に、芸術祭を展開。 住民との交流を経て、地域の文化的ポテンシャルも開花。

※アーティスト・イン・レジデンスとは、芸術活動を行うアーティストを一定期間招聘し、その土地での作品制作を支援する事業。

【事業のポイント】

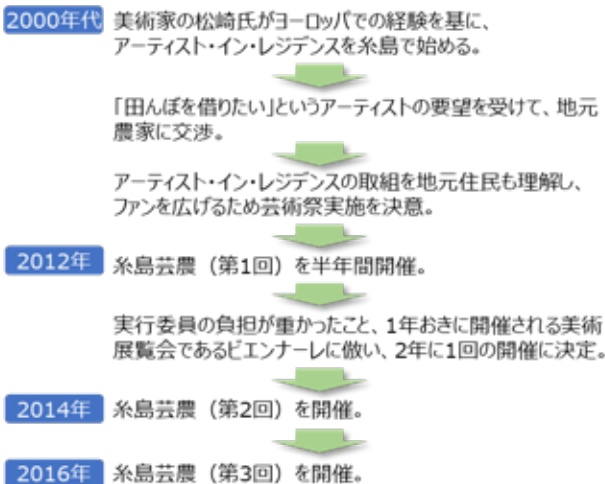
- 福岡・糸島の田園風景を活用し、アーティストと住民が交流する芸術祭を展開。
- 実行委員会メンバーで地域の神社を整備する等、糸島の地域文化を保存する動きに発展。
- アーティストが始めた芸術祭が、地元に根付く活動に。アートの裾野を広げること貢献。

1. 事業概要・事業コンセプト

＜概要＞

「糸島国際芸術祭『糸島芸農』」（以下糸島芸農）では、国内外の画家や写真家、デザイナーが福岡県糸島市二丈松末地区に集い、作品の展示会やワークショップ、パフォーマンスを実施。2012年から隔年開催しており、地区内の山中や神社、古民家に国内外の約20人の作品が点在して展示されている。

「糸島国際芸術祭 糸島芸農」の成り立ち



＜第3回（2016年）の取組＞

- ・会場である松末権九郎稲荷神社にて、アーティストによる粘土を使った現代美術史の流れを解説するワークショップを実施。
- ・アートプロジェクト「思い出の壁、幸せの食卓」では、地元住民と共同作業でモザイク絵画を制作。会期中は、地元住民が会場で食事を振る舞った。

＜コンセプト＞

「糸島の魅力を再発見し、生活と密着したアートのあり方を提示する」ことがコンセプト。地域でのアートへの関心や理解を深めていくことを目指している。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

ヨーロッパをヒントに、アーティスト・イン・レジデンスを糸島で実施

「糸島芸農」代表の松崎宏史氏（以下松崎氏）は、アーティスト・イン・レジデンスを利用しヨーロッパを周った際、様々なアーティストから日本で制作をしたいという要望を受けた。実家に使われていない米蔵があった松崎氏は、地元である糸島でのアーティスト・イン・レジデンスを思い立ち、日本に帰国。糸島を拠点に、アーティストの受け入れを始めた。



アーティストからの要望をきっかけにアーティスト・イン・レジデンスでの取組を芸術祭で披露

当初海外から訪れるアーティストに自身の米蔵を作品制作の場として提供していたが、滞在中のアーティストから「田んぼを借りて作品制作をしたい」という申し出があり、地元農家と交渉をすることに。

「地元住民に協力してもらう必要があるなら、芸術祭として作品を披露しよう」と、松崎氏は2012年から仲間を集めて、「糸島芸農」を始めた。



「糸島芸農2012」では、田んぼや車の修理工場を展示場所として利用。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
長期開催で実行委員メンバーが疲弊 2012年の第1回では、田植えから稲刈りの時期に合わせて半年間にわたってイベントを開催。しかし、長期間の開催だったため、実行委員会メンバーの負担が大きくなり、次々に離脱してしまおうという事態が発生した。	2年に1回、週末のみの開催に変更 実行委員メンバーの負担を減らすため、年に1回ではなく2年に1回の開催にすることを実行委員会で決定。また2016年の第3回からは、それまで平日も開催していた日程を週末と祝日のみの開催に変更し、平日に働いている実行委員会メンバーに配慮した。

4. 行政や地元関係者との連携

地元の神社を盛り上げ地元住民から信頼を得る

「糸島芸農」のメンバーらは、地元住民との信頼関係を築く一環で、二丈松末地区にある神社の祭りの手伝いをしている。高齢化で祭りの維持が困難になっていたため、現在は祭りの実施に実行委員会メンバーが一役買っている状況だ。

アーティストが地元住民を巻き込む

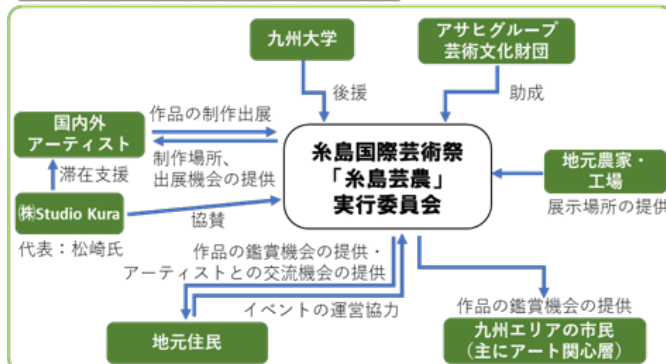
「糸島芸農」を実施してきたことで、芸術に関心を持つ地元住民も増えてきた。「地元の人々の想いを絵にする」という海外アーティストの取組に、多くの地元住民が協力してくれ、展示会では住民が自主的に解説をするといった場面も見られた。アーティストが作品制作の過程で住民を巻き込んでいったことが、住民のアートに対する理解向上にも繋がった。

福岡アジア美術トリエンナーレとコラボ

2014年の第2回開催時には、福岡アジア美術館が実施する3年に1度のイベント「福岡アジア美術トリエンナーレ」と連携した取組も行った。会期の日程がたまたま同じだったため、トリエンナーレと連携し、会場間を結ぶバスツアーを企画。作品をアジア美術館の学芸員が解説する等、他団体との連携を図った。



事業実施における連携・協働状況



※Studio Kuraでは、平均5組のアーティストが1か月程滞在しながら作品を製作。滞在中には成果発表の場も用意される。滞在費はアーティストが一定額をStudio Kuraに支払う。

5. 今後の展開

アートに関心の無い人にも芸術祭に参加してもらい、アートの裾野を広げることが目標

現状の「糸島芸農」の課題は、PRが足りていないために、イベントに参加する層がアートに関心のある人に限られているという点だ。アートに関心の無い人でも、まずは気軽に参加してもらうために、今後はウェブサイトやパンフレットのデザインを刷新する等して、広報を充実させていくことを考えている。

地元のお祭りとして定着させることが最終目標

松崎氏は、今後の「糸島芸農」を神社の祭りのように、開催メンバーが気負わなくても続けていくことができるイベントにしていきたいと考えている。そのため、大物アーティストを呼ぶのではなく、身の丈にあった事業運営を続けていくという。



「糸島芸農2012」では、「糸島芸農海の家」が運営され、「糸島芸農」オリジナルグッズの販売や、ワークショップ等も開催された。

太陽と星空のサーカス

事業名称 太陽と星空のサーカス
取組主体 株式会社遊放浪（代表：中村智裕氏）
実施エリア 【太陽と星空のサーカス】 二子玉川ライズ（東京都世田谷区）、
京都梅小路公園（京都府京都市）等
【一番星ヴィレッジ】 千葉縣市原市
事業開始 2012年



クリエイター自らが、触発されるほどの高いクオリティを持った様々なコンテンツを、大人から子供まで誰もが楽しめるエンターテインメントとして展開。

【事業のポイント】

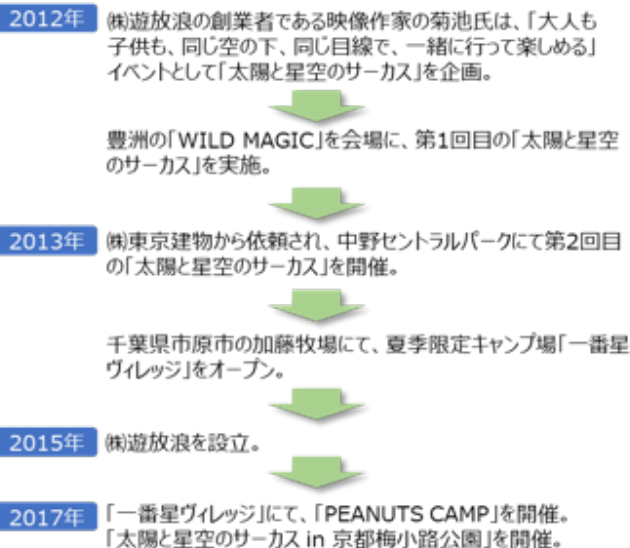
- 公園やキャンプ場といった身近な自然空間のなかで、映画、音楽等のステージイベント、ワークショップといった複合型エンターテインメントの体験を提供。
- 「大人も子供も同じ空の下、同じ目線で、一緒になって楽しめる世界」というコンセプトが受け入れられたことで成功。クリエイティビティのクオリティを保つため、世界観への理解がある事業者とだけ連携した。

1. 事業概要・事業コンセプト

<概要>

「太陽と星空のサーカス」は、企業や自治体からの依頼を受けて、全国各地で選りすぐりのワークショップや物販、飲食店が出店するイベント。また、千葉縣市原市にて、牧草地を使用した期間限定のキャンプ場「一番星ヴィレッジ」を運営している。

「太陽と星空のサーカス」の成り立ち



<2017年の取組>

- 2017年10月に京都の梅小路公園にて、「太陽と星空のサーカス」を開催。ライブ演奏、映画上映の他、物販、飲食、ワークショップを実施。また「映画の体験」として撮影用のクレーンに乗る体験も実施。
- キャンプ場「一番星ヴィレッジ」にて、「PEANUTS CAMP」を開催。ライブ演奏の他、ワークショップや凧揚げ、トランボリン等、大人も子供も楽しめるコンテンツを用意。

<コンセプト>

「大人も子供も同じ空の下、同じ目線で、一緒になって楽しめる世界」がコンセプト。太陽と星空の下で、多くの人と同じ時間を共有したいという理由から、「太陽と星空のサーカス」とした。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

クリエイティビティが触発される場を目指して

「太陽と星空のサーカス」を企画した菊池久志氏（以下菊池氏）は、多数のCMを世に出してきた映像作家。映像作品を多数製作するなかで、自分自身のクリエイティビティが触発される場が必要だと感じるようになった。

そこでライブ演奏や良質な製品、飲食物等によって、自分たち、来場者のクリエイティビティが刺激される場を作る目的で、「太陽と星空のサーカス」を始めた。

ファミリー層の需要にマッチしイベントは成功

第1回は豊洲にあるBBQを楽しめるアウトドアフィールド、「WILD MAGIC」を貸し切って開催。1～2か月という短い準備期間だったものの、多くの集客もあり成功。子供と一緒に「野外フェス」を楽しみたいというファミリー層の需要にマッチしたことが、大きな成功要因だ。第2回以降は、企業や自治体から依頼される形で「太陽と星空のサーカス」を運営するようになった。

牧草地を使って期間限定のキャンプ場を運営

「太陽と星空のサーカス」は、イベントの開催と並行して、千葉縣市原市の牧草地で、期間限定のキャンプ場「一番星ヴィレッジ」をオープンさせた。菊池氏のキャンプ場を運営したいという想いと、牧草を収穫できない夏季シーズンを有効活用したい牧場側の考えが一致。キャンプ場を始めることになった。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
出店者の確保の問題（太陽と星空のサーカス） 「太陽と星空のサーカス」を企画・運営する際、出店者の確保は毎回の課題。イベントごとに店者を変え新鮮味を出していく必要があり、常に新しい店者を探し出さなければならなかった。 前例のなかった農地からキャンプ場への一時転用（一番星ヴィレッジ） キャンプ場自体は秋から春にかけて牧草地として使用される場所。牧草が夏枯れで収穫できない5月から8月までの期間、農地からキャンプ場へ一時転用する申請を牧場側から千葉県に対して行った。 県ではそれまで、農地からキャンプ場への一時転用の前例がなかったため、「当時、千葉県の理解を得るのに、苦労した」という。	新規店者を開拓する営業担当の採用を検討中（太陽と星空のサーカス） 現在も店者探しは苦労しているが、今後の新規店者を探す専属の担当の採用を検討している。 牧草地の維持に繋がることを示して行政を説得（一番星ヴィレッジ） 前例のない申請だったため、千葉県の理解を得るのに時間を要したが、副収入を得られることで牧草地（農地）の維持に繋がると、牧場側が千葉県を説得。県側の理解が得られ、5月から8月までの農地の一時転用を行うことができた。

4. 行政や地元関係者との連携

世界観を共有できる担当者が関わるのがイベント成功のカギを握る

「太陽と星空のサーカス」は、全国各地から依頼が来るが、クライアントの考え次第ではイベントを断ることもある。東京都世田谷区にある商業施設、二子玉川ライズでのイベント開催では、担当者が「太陽と星空のサーカス」の「大人も子供も楽しめる場」という世界観をよく理解してくれ、建物の管理会社の間に立って奔走してくれる等、イベント開催に非常に協力的であった。

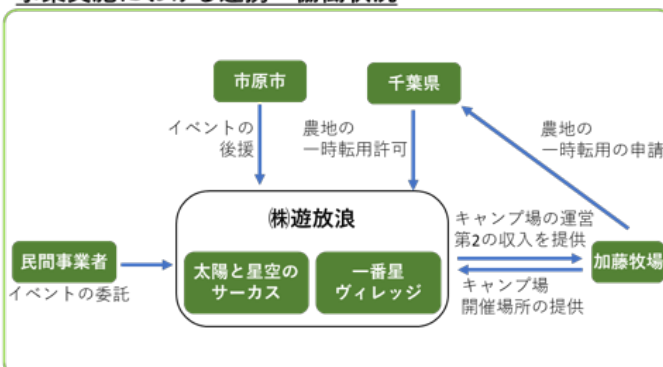
二子玉川ライズのように、担当者がイベントの理念をよく理解し、「太陽と星空のサーカス」の世界観を好きになってイベントに関わってくれるかどうか、イベント成功の重要なカギになっている。

キャンプ場の運営にあたり行政・地元関係者と事前調整

キャンプ場を開設する際には、牧場側の紹介で市原市や地元町内会と事前調整を行った。市原市には事業計画を説明し、イベント実施の際の後援を要請。地元町内会に対しては、キャンプ場の趣旨や夜間に騒音を出さないための取組について説明し、理解を得ることができた。



事業実施における連携・協働状況



「一番星ヴィレッジ」の敷地内の様子。キャンプ場の営業期間には、仮設のBAR等も営業されている。

5. 今後の展開

イベントの質を高めていく取組を推進

「太陽と星空のサーカス」は今後、イベントの質をさらに高めていくことを目指している。特に「来場者が純粋に楽しめる度合」を高めるため、クライアントと協力しながら、来場者のニーズの把握を徹底して、事業の企画を行っていく。

夜空と交差する森の映画祭

事業名称 夜空と交差する森の映画祭
取組主体 森の映画祭実行委員会（代表：佐藤大輔氏）
実施エリア 第1回（2014年）埼玉県長瀬町フォレストサンズ長瀬
第2回（2015年）・第3回（2016年）山梨県白州の森・名水公園べるが
第4回 愛知県西尾市佐久島
事業開始 2014年



「野外音楽フェスの映画版」にとどまらないクリエイターのストーリー作り、仕掛けのクオリティの高さがイベントの信条。

【事業のポイント】

- 夜の森の中で映画を観るという行為自体がエンターテインメントとしての高い魅力を持ち、第1回から若い層の支持を獲得。
- ロケーション選定とコンセプト設定、パンフレット作成等を重視しており、世界観演出には心血を注ぐ。
- 2017年のイベントは、行政側との二人三脚で、初めての離島開催を成功させた。

1. 事業概要・事業コンセプト

＜概要＞

「夜空と交差する森の映画祭」（以下森の映画祭）は、野外の様々なロケーションに設置されたスクリーンと会場を彩る電飾／装飾の中、オールナイトで長編のメジャー作品から新進気鋭作家によるショートフィルムまで、会場を移動しながら映画を楽しむイベント。

「夜空と交差する森の映画祭」の成り立ち

- 2009年** 森の映画祭実行委員会代表の佐藤大輔氏は、大学4年時に映画製作にハマり没頭。大学卒業後、映像製作の道に進む。
- ↓
- 野外音楽フェスを訪れた際、インディーズの知られていないバンドが脚光を浴びている様子に注目。
- ↓
- 野外映画フェスを企画して、インディーズ映画が世に知られる機会を作りたいと思うように。
- 2013年** 大学時代の仲間と共に、キャンプをしながら野外上映のプレテストを実施。
- ↓
- 2014年** 森の映画祭のHPを作成。運営スタッフの募集も同時に開始。
- ↓
- PRのため、クラウドファンディングを実施。当初は300人の来場者数を想定。
- ↓
- 森の映画祭を開催。来場者数1000人を動員。
- 2017年** 第4回森の映画祭を実施（愛知県西尾市佐久島開催）。

＜第4回（2017年）の取組内容＞

- 第4回開催（愛知県西尾市佐久島）では、ステージ間の移動経路にプロジェクションマッピングを設置する等、島全体を一つの会場にする仕掛けを用意。
- 3つの上映会場ごとにストーリーを作り、世界観を作りこんだ。（メインステージ：「真夜中を抜け出して」、サブステージ：「放課後、伸びた影と」、「祭囃子の隙間から」）

＜コンセプト＞

開催場所のシチュエーションを活かして五感でまろりと楽しめる映画体験をコンセプトに、オールナイトでインディーズ作品からメジャー作品まで、野外で映画を幅広く上映する。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

映像制作の道へ

「森の映画祭」の代表である佐藤大輔氏（以下佐藤氏）は山梨県甲府市出身の映像クリエイター。大学在学中から映像製作にのめり込み、インディーズ映画を製作。卒業後は映像製作の道に進んだ。

野外音楽フェスをきっかけに野外映画フェスを着想

佐藤氏が「森の映画祭」を着想したのは、野外音楽フェスがきっかけ。「インディーズ映画を知らない人に届けるのは大変難しい。野外音楽フェスのように、偶然の出会いが生まれるような仕組みを作りたい」。その思いつきが、野外映画フェスを作る原動力となった。

野外フェスのイメージにマッチしたロケーションが重要

立ち上げ時、会場選びの条件として重要だった点は、「オールナイトで音が出せること」と、「都心からのアクセスが良い場所であること」の2点。さらに、森の映画祭にとっての「良い場所」とは、会場内にバリエーションのある複数のエリアを配置できること。会場の雰囲気と映画の雰囲気をマッチさせる必要があるからだ。

毎回テーマに合わせた世界観醸成に腐心。映画祭の魂といえるパンフレット作りには特に心血を注ぐ

森の映画祭では、物語性を大事にしている。パンフレットも毎回こだわっており、映画上映エリアに向かうまでの間に世界観に没入できるような仕掛けにしている。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
実際に行動に移すことのハードルの高さ 「野外映画フェス」の構想は佐藤氏の中であったものの、実現に向けて行動に移す段階が「一番大変だった」という。仲間に「野外映画フェスをやりたい」と言い続けていたが、ウェブサイトの開設や、スタッフ集め、会場での設営等準備することが多く、実現には超えなければいけないハードルが多くあった。	得意分野を持つ友人たちと協力し準備を開始 映画祭の協力者を集めるため、佐藤氏は知り合いに紹介してもらったデザイナーに、映画祭に理念を説明。立ち上げメンバーとして一緒に創り上げていった。 また当日準備に向けたスタッフ集めでは、映画祭の理念に共感した、知り合いの大学教員と連携。映像を学ぶ大学生が「森の映画祭」にスタッフとして参加すると、課外授業の単位となる仕組みを作り、多くの大学生スタッフを確保することができた。
映画祭開催に対する地元住民の不安 2017年は愛知県西尾市と連携して、230人の住民が住む佐久島で開催。開催に際して、まず住民の不安を払拭する必要があった。島民のなかには静かに暮らしたい人もいれば、飲食関係者や民宿関係者等イベントを歓迎する人もいる。イベントに対する住民間の温度が異なるなかで、どのように進めていくかが課題だった。	熱意を持って話し合いを重ね、信頼関係を構築 開催まで10回程度、島を訪問し、佐久島の町内会長や漁協関係者、観光協会会長といった方々と膝を詰めて話し合った。地元住民からは「ここまで丁寧に対応してくれた人は過去にいなかった」と評価され、信頼関係構築に繋がった。

4. 行政や地元関係者との連携

行政側の積極的な姿勢が事業成功を左右する

佐久島での実施が成功した理由として、西尾市の担当者のイベントに対する積極的な姿勢があった。担当者が「森の映画祭」のコンセプトに共感し、「佐久島で新しい取組をしたい」という熱意があったためだ。「行政の担当者がイベントに前向きになってくれた」ことで、地元住民との協議の場を用意してくれる等、開催のために様々な働きかけをしてくれたことが、事業成功に繋がったという。

実施に際し地元住民の不安を取り除くプロセスを重視

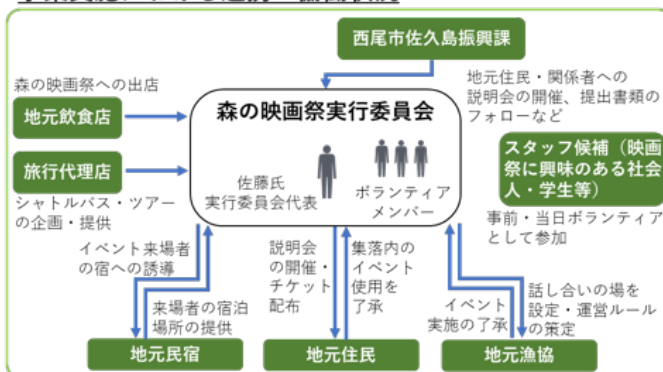
部外者である佐藤氏は、島民に警戒されないよう、佐久島の島民向け説明会を行い、島民50人が参加した。佐藤氏からイベント開催の経緯、目的、取組内容、島民への配慮について詳しく説明することで、「この人はしっかり対応する人だ」という信頼を得た。

国定公園での実施に際して多くの申請書類を準備。行政側の支援もあり、計画を妨げる要因にはならず

国定公園内でイベントを実施するには、都道府県に対して、どのような仮設の工作物を設置するか等、イベントの実施概要を提出し許可を得なければならない。

佐久島も三河湾国定公園内にあり、イベント実施の際に愛知県から許可を得なければならなかった。その申請に関しても、イベントのコンセプトを理解してくれた行政担当者が親身にアドバイスをしてくれたことで、スムーズに申請することができ、開催にたどり着くことができた。

事業実施における連携・協働状況



5. 今後の展開

常設野外映画館の設置が最終的な目標

最終的な目標のひとつとして、「野外の常設型の映画館」を目指している。「リバイバル映画を1か月連続で上映し、装飾も映画の作風に合せて変える」映画館をコンセプトに、事業の舞台として東京からアクセスの良い東京都西多摩郡あたりを検討しており、協力者を探している。



「第1回森の映画祭」の様子。会場内の装飾のテーマは統一されている。

事業名称 ニジゲンノモリ
取組主体 株式会社ニジゲンノモリ（代表：山本絹子）
実施エリア 兵庫県淡路市
事業開始 2017年



夜間のプロジェクションマッピング・アトラクションなど、「アニメ×自然×テクノロジー」の融合が自然のフィールドをエンターテインメント空間に演出。

【事業のポイント】

- 自然に恵まれた県立公園に二次元コンテンツの世界観を体感できるテーマパークを展開。
- 地道なコミュニケーションを積み重ねることで、行政や地域（特に自然保護団体等）との良好な関係を構築。

1. 事業概要・事業コンセプト

＜概要＞

「ニジゲンノモリ」は、県立淡路島公園内にある、人気アニメ、漫画作品のアトラクションを備えたテーマパーク。昼の時間帯には、水上ジップラインや巨大アスレチックが楽しめる他、夜の時間帯には、プロジェクションマッピング等を用いて光と音で演出された1.2kmの幻想的な森を歩いて楽しめるアトラクションがある。

「ニジゲンノモリ」の成り立ち

2008年 パソナグループが淡路島の土地を借用し、農業人材を育成する「チャレンジファーム」を開始。様々な人材育成事業を実践。

パソナグループは、インバウンド需要の取り込みが弱い淡路島の課題に着目し、漫画やアニメのテーマパークを考案。テーマパークの候補地を探す。

2013年 兵庫県が県立淡路島公園の活性化策を公募。パソナグループが提案したアニメのテーマパーク案が採択。

計画当初は、アニメ美術館の案も想定していたが、独自性が出せないという理由から撤回。「クレヨンしんちゃん」と「火の鳥」のアトラクションに決定。

計画の発表と同時に、地元住民・関係者の一部から反対も。説明会を複数回実施し、説明を重ねる。

2016年 環境保護団体や公園ボランティア関係者と協議しながら、アトラクションの整備工事を開始。

2017年 ニジゲンノモリがオープン。

＜2017年の取組内容＞

- 夜間のアトラクション、「ナイトウォーク火の鳥」では、手塚眞氏監修のもと、プロジェクションマッピングを活用して火の鳥の世界観を演出。
- 「クレヨンしんちゃん」を題材にした、水上ジップラインやアスレチックコース「アップレ！ 戦国大冒険！」では、難易度別の3つのコースを用意。多世代が楽しむことができる。

＜コンセプト＞

「アニメ×自然×テクノロジー」をコンセプトに、アニメ・漫画等の二次元コンテンツの世界観を体を動かしながら体験できる、純日本産のアニメパークを運営。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

淡路島で「人材誘致」を実施

なぜパソナグループがテーマパークである「ニジゲンノモリ」を開設するに至ったのか。「まず地方で事業を興して雇用を生み出すという目的が念頭にあった」と（株）ニジゲンノモリ運営本部長の坂田隆二氏（以下坂田氏）は語る。同社は、兵庫県淡路島で2008年に、農業人材を育成する「チャレンジファーム」を開始。それ以降様々な人材育成プログラムを実施してきた。

ポテンシャルを感じた淡路島

兵庫はインバウンド需要の取り込みで課題があったが、潜在的な魅力は京都や大阪に比べても負けていないと感じていた。そこで兵庫県の新たな目玉コンテンツとしてテーマパークの建設を考案。アクセス面、天候面等で優れている淡路島を候補地として模索していたところ、兵庫県から県立淡路島公園の利用促進に関する民間事業公募の話が舞い込む。外国人にアピールできるコンテンツとしてひねり出したのが、アニメパーク構想だった。



株式会社ニジゲンノモリ 取締役運営本部長 坂田隆二氏。



兵庫県立淡路島公園の全景。公園内には貴重な動植物が多数生息している。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
計画案変更に対する説明責任の問題 計画当初は、複合体験型漫画アニメ美術館も整備する予定だった。しかし、計画が具体化していくなかで、「美術館では独自性が出せない」と、美術館構想を撤回。 一方で、兵庫県側は当初の計画案を予定通り実施することを想定しており、県が納得する説明をしていく必要があった。 慎重意見の地元住民や関係者の不安を払拭 「ニジゲンノモリ」の計画を発表した当初、地元住民・地元商工関係者からは、「通行量の増加による住環境の悪化」、「人の流れの変化による集客減」といった懸念を持たれた他、自然保護団体や公園内ボランティア関係者から、「動植物への影響」、「公園利用者への配慮」といった要望を受けた。	兵庫県側と目的意識を共有し事態を開 兵庫県側と目的意識を共有するため、徹底的に協議を重ねていった。特に当初の「ニジゲンノモリ」側が提示していた計画案から変更した部分について、変更案が淡路島の発展に繋がるものであることを説明。県側から理解を得ることができ、事業を推進させていくことができた。 地道な説明会や協議を実施 地元住民・関係者に対しては、説明会の回数を増やし、自分たちの理念や事業内容について、両者の理解度が一致するまで根気強く説明することでようやく理解が得られた。また工事に関しては、公園の地形や自然を活かしたテーマパーク作りをすることを約束し、自然環境に配慮した工事の実施を説明した。

4. 行政や地元関係者との連携

イベントを複数開催し、行政との協力実績を築く

兵庫県や淡路市と信頼関係を築いていくため、兵庫県に対しては、県主催のイベントの運営を受託し、淡路市に対しては、市内での様々なイベント・事業展開を行うことで、行政との協力実績を築いた。

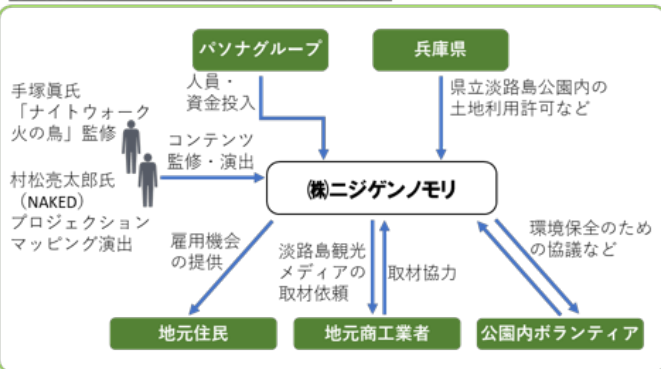
自社メディアが地元住民との関係を築くツールに

地元住民・関係者との関係を築いていくため、淡路島の魅力を伝える自社メディア、「Visit Awaji」を開始。ファン数の8割はアジア圏のインバウンド客で、淡路島内の事業者の広告を掲載する等してきた。その地道な広報活動で「ニジゲンノモリ」に対して理解を示す地元住民・関係者も増えていった。



「Visit Awaji」の公式Facebookページ。海外での再生やコメント数も多く、ファン数は60万人を超えている。

事業実施における連携・協働状況



5. 今後の展開

コンテンツをさらに充実する方向へ

これで完成ではない。今後は、宿泊用にキャンプの豪華版「グランピング」の施設が完成する他、最新の映像設備や音響設備を備えた施設も開設予定。来場者が楽しめるコンテンツを充実させていく計画だという。

他の地域での展開も視野に

「ニジゲンノモリ」は淡路島だけにとどまらず、全国に横展開していくことも目指している。「ニジゲンノモリというネーミングは、コンテンツを集約させるプラットフォームを作りたいという意図があった」という。

これまでの地域活性化の方法では、まずコンサートホールのようなハードコンテンツを作った上で、集客をしていく方法が取られる場合が多いが、それでは肝心のソフトコンテンツの質が担保できない。

「ニジゲンノモリ」では、まず良質なソフトコンテンツを揃えた上で、全国各地の地域性に合った形でカスタマイズして展開していくことを考えている。



クレヨンしんちゃんアドベンチャーパーク。公園内の地形や池を活かしたアトラクション。計画当初は想定されていなかったが、計画を練り直す中で、作り出された。



「ナイトウォーク火の鳥」。1.2kmの公園内の森をプロジェクションマッピング等、最新テクノロジーで演出。来場者は「火の鳥」の世界観を堪能できる。

大村湾～無人島～滞在記「田島」

事業名称 大村湾～無人島～滞在記「田島」
取組主体 株式会社大村湾リゾート
(代表：谷山哲浩氏)
実施エリア 長崎県西海市西彼町田島
事業開始 2013年



「大人も子供も遊んで学べる冒険島」をコンセプトに 無人島での自然体験を通じた人材育成を実施。

【事業のポイント】

- 20年以上かけ無人島の土地全てを購入し、「大人も子供も遊んで学べる冒険島」をオープン。
- 行政の支援が期待できない無人島での事業のため、地元住民との信頼関係の構築を重視。
- 西海市からの委託で自然体験プログラムを企画し、市から信頼を得る。

1. 事業概要・事業コンセプト

<概要>

「大村湾～無人島～滞在記『田島』」は、長崎県西海市西彼町を拠点に、周囲3.2キロメートルの無人島である田島を利用した、自然体験型テーマパーク。カヤック、ツリーハウス、キャンプ、島内散策、農作業体験、自然体験等ができる。個人での利用の他、学校・企業等への研修プログラムも提供している。

「大村湾～無人島～滞在記『田島』」の成り立ち

- 1989年** 谷山氏がヨットで立ち寄った際に田島を気に入り、一部の土地を購入。以後20年かけて全島の土地を購入する。
- 月に1回の頻度で西海市を訪問。地元住民と酒を飲み交わして交流を深める。
- 田島の対岸に事務所と船着き場を購入。友人を島に招待して遊んでいたが、「島を公共的な場所にしたい」と思うように。
- 2010年** 田島の全土地購入完了。本格的な島内整備を開始。
- 島内にある水田や古民家を改修。
島内にある森林を整備。
- 島までの船のルートを通すため、漁協側と交渉。
- 2013年** 古民家改修、水田の復活、遊具の設置などを行い、「大村湾～無人島～滞在記『田島』」をオープン。
- 2017年** 婚活ツアーを開催。
クラウドファンディングを実施。

<2017年の取組内容>

- 西海市商工会青年部と協力し、「さいかい めぐりあい 無人島ツアー in 田島」を開催。参加者同士によるバーベキューや自然体験を通して出会いの場を創出。
- 古民家の修復や井戸の整備のため、インターネット上でクラウドファンディングを実施。整備費用として約80万円を集め、田島の認知度向上にも寄与。

<コンセプト>

「大人も子供も遊んで学べる冒険島」をコンセプトに、自然体験型プログラムを個人・団体に提供している。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

無人島に出会う

1989年、東京の社会福祉法人「いたるセンター」理事長の谷山哲浩氏（以下谷山氏）は、ヨットで大村湾に立ち寄った際、波が穏やかな田島を知る。田島は、1980年頃までに居住していた2世帯が島を離れて無人島となっていた。谷山氏は田島の穏やかな環境に魅了され、一部の土地を購入。以前から構想していた観光農園を作ろうと考えた。



大村湾リゾートの代表であり、社会福祉法人いたるセンター理事長の谷山哲浩氏

無人島の活用方法「冒険島」に方針転換

島の開発を進めていくなかで谷山氏は、観光農園を開発するだけでなく、「子供も大人も遊んで学べる冒険島も作りたい」という想いへと心境が変化。電気や水道の無い田島で、探検や釣り、焚火での食事作りといった様々なメニューを体験してもらうことで、子供も大人も五感を養い、何か成長できた、と感じてもらえるのではないかと考えた。

そう考えた谷山氏は、島の土地を全て購入し終えた2010年から島を整備し始め、農作業体験も含めた自然体験型のテーマパークとして2013年から観光客の受け入れを開始した。



西海市の委託事業の一環として、「幼児・小学生」を対象とした「日帰り田植え体験ツアー」も実施。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
漁協との交渉に難航 無人島で事業を実施していく上で、観光客を送迎する船のルートを確認することは非常に重要だった。一方で、船のルートが地元の漁業エリアを通るため、地元漁協との事前交渉が必要であり、栈橋や海面使用料等の取り決め等をする必要があった。	長年かけて関係を構築 谷山氏は田島に土地を購入後約20年かけて、地元住民・関係者と酒を酌み交わしながら関係を構築。「村のために協力してくれる」と認識されることで、地元有力者から漁業関係者や農業関係者を紹介してもらう等、関係を深めることができた。
無人島のためインフラ整備から始める必要があった 無人島を活用するハードルの高さに、インフラ整備を自分たちで行わなければならない点があった。有人島の場合、国や自治体が整備してくれるが、無人島の場合は、栈橋や道路の整備の他、電気・ガス・水道も全て整備する必要があった。	電気・ガス・水道が無いことを売り 栈橋や道路の整備等、観光客を受け入れる上で必要なインフラは自費で賄う一方、電気・ガス・水道は整備しなかった。「電気もガスもない、水道もない。それが本来のアウトドア。」と、冒険島である田島のPRポイントにすることで、必要最低限の設備投資に抑えた。

4. 行政や地元関係者との連携

酒を酌み交わしながら地元住民と関係づくり

無人島の場合、行政との関係づくりよりも地元住民・関係者との信頼関係を作っていくことが重要だった。

そのため長年かけて、地元住民・関係者と酒を酌み交わしながら交流。地元工務店を利用する等といった取組も継続的に行ってきたことで、信頼関係を構築できた。

教育委員会と連携して体験プログラムを開発

教育委員会と交渉し、地元の中学校の遠足企画を実現。生徒を通じて地元住民から信頼される土壌を作った。また近年では、西海市からの委託事業として、市内の児童を対象とした自然体験プログラムを企画している。

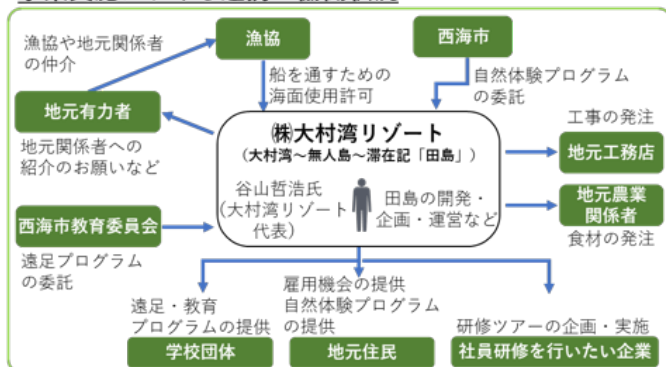
お祭りへの寄付等地域にも貢献

谷山氏は地域への貢献も熱心。毎年催される地元のお祭りには、必ず寄付や運営の協力を行っている。また地元農家から食材を仕入れたり、地域から職員を採用したりする等して、地元住民からの信頼も獲得している。



「大村湾～無人島～滞在記『田島』」では、ツリーハウスやシーハウス等、スタッフの手で作られた建物も多数ある。

事業実施における連携・協働状況



5. 今後の展開

島の自給自足化の推進

大村湾リゾートは今後、オリーブ畑やブドウ畑を整備し、島で完全に自給自足の生活ができるようにすることを目標としている。

障害者グループホームの建設

障害者グループホームを田島の対岸に作ることも検討している。障害者グループホームを作ることを通して、地元での雇用や、作業所での地元農産品の加工販売等も可能になると、谷山氏は期待している。

今後は音楽フェス等のイベントの開催も検討

田島は無人島であるため、滞在中は夜も含めて騒音を気にしないでよい。また、島には宿泊施設もそろっており、最大100人の収容が可能。そのため野外音楽フェスやTED (※) の2018年度以降の開催も検討している。

※TED : Technology Entertainment Designの略。
様々な分野の人がプレゼンテーションするイベント。

事業名称 東京ひのはら村ゲストハウス へんぼり堂
 取組主体 東京ひのはら村ゲストハウス へんぼり堂（代表：鈴木健太郎氏）
 実施エリア 東京都西多摩郡檜原村人里地区
 事業開始 2013年



「東京の村」という異空間での様々なプログラム体験。地元住民の巻き込みで魅力を増大。「新しい暮らしの実験場」としての位置づけも。

【事業のポイント】

- 檜原村の自然豊かな場所にあるゲストハウスでの様々なプログラム体験を提供。
- 地元住民にゲストハウス開業を理解してもらうため、地元住民にワークショップの講師依頼や村祭の運営の手伝いを継続的に実施。
- クリエイターが発想した「あくせく働かなくても生きていける暮らし」の実験場としての意味合いも持つ。

1. 事業概要・事業コンセプト

<概要>

「へんぼり堂」は、檜原村の人里（へんぼり）地区の古民家を借り受けて改修したゲストハウス。ゲストハウスでは、地元住民に教わる蕎麦打ちや草木染め、陶芸、ヨガ、座禅、ソムリエによるお泊まりワイン会等、バラエティに富んだワークショップが数多く開催されている。

「へんぼり堂」の成り立ち

- 2007年** 鈴木氏はIT企業を退社後、「生活コストの低い場所で、暮らしていける仕組み」を作るため、ワークショップやイベントが開催できるゲストハウスの開業を決意。
- ↓
- ゲストハウスの開業場所を探すなかで、東京都西多摩郡檜原村人里地区にたどり着く。
- ↓
- 2012年** 檜原村で信頼のあった先輩移住者の仲介により物件を借り、DIYでゲストハウスへと改修。
- ↓
- SNSで改修の様子をレポートするとともに仲間を募集し、ファンを獲得。地元住民との毎日のコミュニケーションも大切にした。
- ↓
- 2013年** 檜原村観光サイト「HINOHARA+」の運営開始
 へんぼり堂盆踊りに都市部から50人以上が参加。
 10月にゲストハウス「へんぼり堂」を開業。
- ↓
- 2017年** 土日を中心に様々なワークショップを開催。

<2017年の取組内容>

- 檜原村内でレストランを営むシェフを講師に、「ソムリエによるお泊りワイン会」を実施。講師がセレクトした初心者向けのワインを飲み比べ、参加者同士で交流を深める内容。
- 村内の職人を講師に、1泊2日の草木染め合宿を実施。

<コンセプト>

「みんなで作ったバショでみんなにお金が生まれる仕組みをつくる」がコンセプト。地元住民や宿泊者等誰でも講師になってワークショップやイベントを実施し稼げるゲストハウスを目指している。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

あくせく働かなくても生きていける生活の場を作りたい

「へんぼり堂」のオーナーである鈴木氏がゲストハウスを作った背景には、「これからの世の中に必要とされるライフスタイルを考えた時に、過疎地域や農山村地域といった、生活コストが低く資本主義からちょっと離れた場所で、あくせく働かなくても生きていける暮らし方を作ることが重要」という考えがあった。



へんぼり堂オーナーの鈴木健太郎氏。
 都内の大学を卒業後、2007年からIT企業に入社。Webディレクターの他、新規事業担当としても活躍。

檜原村の人里地区でゲストハウスを

「家賃や生活コストも安い過疎地域なら、維持費用を低く抑えられ、事業を継続しやすい」と考えた鈴木氏は、ゲストハウスとして利用可能な空き家を探すなかで、檜原村の人里地区にたどり着いた。しかし目当ての家は築120年の古民家で大規模な改修が必要であり、その上地元縁のない人間がいきなり家を借りることは至難の業だった。

その際鈴木氏が頼ったのは、既に檜原村に移住して地域活性化に関わる活動をしていた竹本氏。地元で信頼のある竹本氏を通して家を借りることができた。そこから鈴木氏はSNS等で知り合いを中心に手伝いを募集。DIYでゲストハウスの改修作業を始め、2013年10月から運営を開始した。



へんぼり堂がある東京都檜原村人里地区は、人口約400人の中山間地域。JR五日市線武蔵五日市駅からバスで50分程かかる。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
地方で空き家を借りることの難しさ ゲストハウスの物件探しに苦労した。檜原村で空き家を借りる場合家賃が1～2万円になることも多く、貸手側にとって貸すメリットが小さく貸したがらないからだ。 地域に入り込むことの難しさ 物件を借りることができても、ゲストハウスに対する地元の理解がなければ継続した運営は難しい。他所からいきなり人里地区に来た鈴木氏は、ゼロから地元住民との信頼関係を築く必要があった。 利用者獲得に向けた情報発信が必要に 集客も大きな課題の1つだった。へんぼり堂は最寄りのJR武蔵五日市駅からバスで40～50分かかり、アクセスの良い場所ではない。へんぼり堂を目的に来訪するファンをいかに増やすかが課題だった。	先輩移住者の力を借りる 既に村の人から信頼されている移住者と組んで、一緒にプロジェクトを進めていく形を採用。その移住者を通じて空き家を借りることができ、へんぼり堂のプロジェクトを進めることができた。 地元住民に講師を依頼。村祭への協力も 地元住民に対しては、へんぼり堂で開催されるワークショップの講師を依頼。住民の持つ生活の知恵や生業の技術を都市部から来る来客者に披露してもらう機会を作った。また人里地区で開催される村祭も、来客者を巻き込んでお手伝い。地元との信頼関係向上に繋げている。 古民家改修の様子をSNSでレポートしファン獲得 Facebookで、改修作業の様子をレポートし、改修の仲間を募集。知り合いを通して、多くの人々がへんぼり堂の存在を知り、手伝いに来るように。開業後の集客にも役立っている。

4. 行政や地元関係者との連携

地元住民との日々のコミュニケーションがカギ

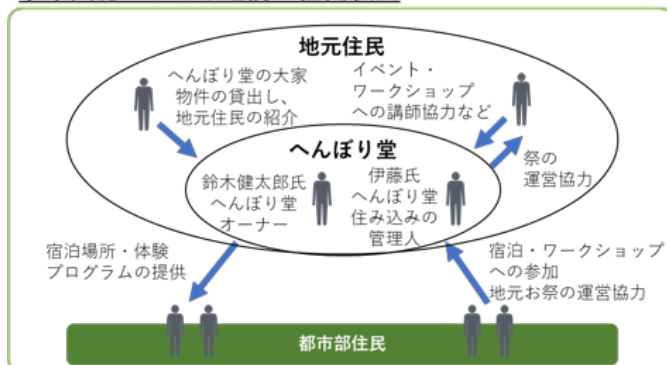
へんぼり堂をオープンするにあたっては、物件の大家さんの紹介で集落の住民に挨拶周りをした。大家さんが集落で信頼されているリーダーであったため、へんぼり堂に対して安心感を持ってもらうきっかけとなった。

地域の草むしりの手伝い等も積極的に行い、ヨガやワインを楽しむ会等、普段村内では体験できない学びを住民に提供することで、地元住民との繋がりも作った。

補助金を頼らずに成り立つ事業を目指して

運営では、極力行政からの補助金に頼らず運営することを心掛けた。少額の初期投資でゲストハウスを開業・運営する仕組みを作ること、自由に事業を展開することを実現している。

事業実施における連携・協働状況



5. 今後の展開

シェアハウス兼ゲストハウスで人を呼ぶ仕掛けをつくる

今後の展開としてシェアハウス兼ゲストハウスを作ること、を構想。現在檜原村では村民が中心となり、山の杉の木をモミジの木に植え替える作業等、山道をはじめ周囲の景観を良くするプロジェクトを実施している。

上記の、景観を良くするプロジェクトでは、若者層の働き手が必要。鈴木氏は、新たにシェアハウス兼ゲストハウスを作ること、若い人が気軽に滞在・定住しながら、プロジェクトに関わることができる仕組みづくりを構想しており、村の活性化につなげていく狙いだ。



へんぼり堂でのワークショップの様子。ヨガやワイン教室、農業体験等、内容は多彩で、週末に実施される。

飛驒の森でクマは踊る

事業名称 飛驒の森でクマは踊る
取組主体 株式会社飛驒の森でクマは踊る※通称「ヒダクマ」（代表：林千晶）
実施エリア 岐阜県飛驒市
事業開始 2015年



クリエイター×地域資源・伝統技術＝新しい価値の継続的創出。 世界中の人が森林やものづくりを体験する「場」としてのヒダクマ。

【事業のポイント】

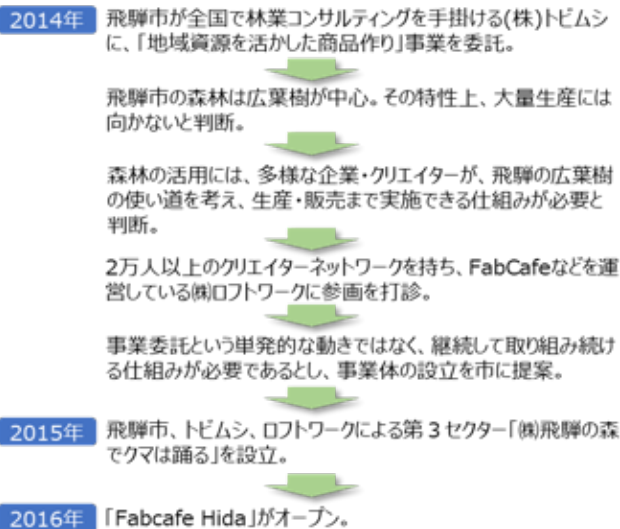
- 飛驒の森林資源と伝統技術を活かし、外部のクリエイターと共同でのものづくりを行う仕組みとして設立。
- 木工房を併設したカフェ兼宿泊施設「FabCafe Hida」を核に飛驒の森を体験できるプログラムを展開。
- 行政からの補助金や事業委託に依存せず、行政と民間事業者が事業会社としてビジネスを生み出すことで継続的な取組に。

1. 事業概要・事業コンセプト

<概要>

「飛驒の素材・技術を活用したクリエイターのプラットフォーム作り」を事業の軸に、クリエイター向けに木材の調達や最新機器を用いたモノづくり支援を実施している他、長期滞在が可能なホステル事業、カフェ事業も行っている。

「飛驒の森でクマは踊る」の成り立ち



<2017年の取組内容>

- 地域の木材を、都市部の店舗や企業のオフィス向けの内装、家具として販売。また、アウトドアメーカーとの共同商品開発や、100万円のペット用家具を開発する等、多様な商品開発をおこなった結果、木材の売上も前年比400%増となった。
- 海外の大学生30人が30日間飛驒に滞在し制作をするデザインキャンプ等多くの合宿を実施。また、一般向けに林業体験宿泊施設として登録し、1泊2日から飛驒の森や木工制作を堪能できるプランもスタートした。

<コンセプト>

「クリエイティブな力と飛驒の伝統技術を使って新しい商品をつくる」がコンセプト。社名は、事業を通して飛驒の森を活用することで、「熊が踊りだすくらいに飛驒の森を豊かにしたい」という想いが由来だ。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

新たな商品が生まれ続ける仕組みを

岐阜県飛驒市は「組み木」に代表される高度な木材加工の伝統技術が息づいている地域。しかしその豊富な資源を十分に活用できていない状況だった。そこで飛驒市は、全国で林業の事業プロデュースを手掛ける(株)トビムシに、「地域資源を活かした商品作り」を委託。

クリエイティブ力で多様な商品開発を目指して

飛驒市では種類が多様で非均一な広葉樹が多く、商品の大量生産には向かない。そこでトビムシは、「様々なクリエイターが飛驒の森に関わり商品が生まれ続ける仕組み」が必要だと考え、クリエイターネットワークとそれを活かすノウハウを持つ(株)ロフトワークに参画を打診した。

委託事業ではなく第3セクターを設立

トビムシが「商品が生まれ続ける仕組み」を作ろうとしたものになったのが、同社が手掛けた岡山県西栗倉村での経験だった。西栗倉では、行政と民間の共同出資で事業体が設立されて以降、その事業体を中心に地域経済が活性化し、様々なベンチャー企業が生まれていた。

行政からの事業委託ではなく、事業体を立ち上げそれぞれがリスクを取って事業を行うことで、単発ではなく継続的に地域に価値を生み出すことができると考えたトビムシは、飛驒市、ロフトワークと共同で、第3セクターである「飛驒の森でクマは踊る」を設立した。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
ヒダクマの事業に対する地元の理解不足や拒否反応 地元住民からは、ヒダクマの事業が分かりづらく、また、新しいものに対して慣れていない地域においては、理解を得るのが困難だった。 また、ヒダクマが「第3セクター」であることで、株主間協定で運営補助は行わない契約であり補助金等は一切ないにも関わらず、行政からの赤字補てんを目的とした補助金や委託事業に頼っているというイメージが強くあったため、協力が得られないこともあった。 事業の拠点を、カフェという地元の人が入りやすいオープンな場としたが、都市部のクリエイターや外国人が入りやすいカフェは地元住民にとっては敷居が高く入りづらいという反応があった。	多様な事業にパートナーとして地元を巻き込む ヒダクマでは、国外や都市部の企業やクリエイターとのネットワークを活かし、例えば木を使ったユニークな商品、空間づくりを行っており、それらはすべて地元の森林組合や製材所から調達し、木工職人へ生産の委託を行っている。 合宿滞在事業では、海外の学生の長期間のデザインキャンプ時に、近隣住民との交流会やイベント、パーティ等を開催する他、地元の方を講師に招いた生け花や着付けの教室を企画している。 カフェ事業では積極的に地元の農家や商店からの調達によるメニューやイベントを企画している。 地域にこれまでにない新しい仕事や交流の機会をつくり、それを地域の事業者や住民と共に行うことで、ヒダクマの事業への関心や理解を得る機会としている。

4. 行政や地元関係者との連携

地元事業者との連携

ヒダクマでは、木材の加工販売事業、合宿滞在事業、ものづくりカフェの運営事業という、関連しながらも多面的な事業それぞれで、積極的に地域の事業者や住民との協業を行っている。その結果、地元のヒダクマへの事業への理解も進み、連携する地元事業者の数も増えてくるとともに、その結果、自社だけではなく飛騨地域全体のリソースを活かした魅力的なサービスを提供することができている。

地元の若者や移住者をスタッフとして採用

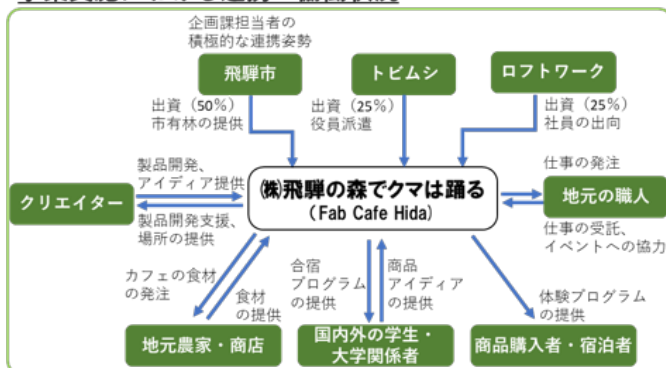
ヒダクマは出資企業からの出向者やUターン者だけでなく、地元住民や地元出身のUターン者である若者を雇用している。スタッフそれぞれが飛騨市の住民として、カフェ運営や合宿滞在事業、木材加工等の事業活動を行う中で、地域の住民や事業者と多様なコミュニケーションをとっている。

行政との関係

「第3セクター」として設立されたヒダクマに対して、株主である飛騨市は、「経営は民間に任せる」という姿勢を貫いており、市からの役員派遣等も行っていない。（適宜、報告相談や情報交換の他、株主総会や議会での報告、監査等は行われている。）

それによって民間企業のノウハウとネットワークを活かしたスピード感のある経営が可能となっている。

事業実施における連携・協働状況



5. 今後の展開

さらに人を呼び込むプラットフォームづくりと価値創出

飛騨市の広葉樹の多様性は世界的にも貴重であり、組木の技術も世界の建築家やデザイナーに高い関心をもたれている。これらの地域資源を起点に国内外のクリエイターを呼び込み、さらに新しい商品や事業を生み出していく。また、交流人口の増加を林業・木材業だけではなく、観光業や農業等、地域全体へ好影響を及ぼせるような機会を創出していく。



ヒダクマ取締役の松本氏。ヒダクマ業務全般をマネジメントしている。



PR担当の森口氏。FabCafe Hidaの女将もしている。

東京チェーンソーズ

事業名称 東京チェーンソーズ
取組主体 株式会社 東京チェーンソーズ（代表：青木亮輔氏）
実施エリア 東京都西多摩郡檜原村
事業開始 2006年

東京チェーンソーズ

「東京の森林」というブランドを活かし、 生活者と木・木材、森林との絆づくりにつながる活動を展開。 様々な活動を通じて、森林資源の持続と価値向上を図る。

【事業のポイント】

- 「東京の木材」を活かすこと、「顧客の顔の見える仕事」を志向して組織を立ち上げ。
- 「東京の森林」という自然のフィールドにおいて、未利用材を使用したイベント、ワークショップや森のオーナー体験ができる植林プロジェクトを展開。

1. 事業概要・事業コンセプト

<概要>

「東京チェーンソーズ」は、東京都西多摩郡檜原村に拠点のある林業事業者。事業内容としては、造林・育林の管理作業の請負、森林整備・調査、森林に関するイベントの企画・制作・開催等がある。

「東京チェーンソーズ」の成り立ち

- 2002年 東京チェーンソーズの代表である青木氏が檜原村森林組合（現東京都森林組合）に入職し林業従事者となる。
- 2006年 林業従事者の待遇改善を目的に、青木氏ら4人が東京都森林組合を退社し、「東京チェーンソーズ」を創業。
- 東京都森林組合から仕事を請け負う形で会社を維持。
- 2010年 より事業を発展させていくため、元請けの事業を始める。
- 東京都の花粉症対策事業などコンスタントに元請けの仕事を受注し始める。
- 2011年 法人化し、「株式会社東京チェーンソーズ」となる。
- 2017年 「東京美林倶楽部」関連イベントの開催。
「木育キャラバン」関連イベントの開催。

<2017年の取組内容>

- 入会費5万円、年会費1,000円で、3本の木を所有できる「東京美林倶楽部」は2017年に3年目を迎え、会員数は、200会員（家族）を超えた。この年、会員の一部の人たちが植樹、下草刈りの体験を行った。
- 檜原村や東京おもちゃ美術館と連携して実施している「木育キャラバン」では、檜原村小学校を会場に全国から良質な木のおもちゃを集めて家族で体験できるイベントを開催。

<コンセプト>

「東京の木の下で、地球の幸せのために、山のいまを伝え、美しい森林を育み、活かし、届ける」ことがコンセプト。山の財産価値を高め、木を身近に感じて貰えるような活動を推進していくことを目指している。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

「東京の木材」を活かし、「顧客の顔の見える仕事」を志向して組織を立ち上げ

「東京チェーンソーズ」は2006年に、当時檜原村の森林組合（現東京都森林組合）に在籍していた若手林業従事者4人が立ち上げた組織。

立ち上げの目的は、「東京の木材」を活かすこと。こんな木材が欲しい、こんな感じの山に整備してほしい、という要望をお客様から直に聞き、こちらから提案も行うという「顔の見える仕事」を志向した。事業をより長く継続させるために従業者の待遇を良くするということを考えた。



東京チェーンソーズの代表である青木亮輔氏。大学卒業後、一般企業に就職するが、自然の中で働きたいという想いが強く、林業に転身した。

売上を高めていくため林業をエンターテインメント化

設立当初は事業が不安定だったものの、行政から直接仕事を受注する等の企業努力を数年かけて実践。事業の売上が安定し始めた2015年頃からは、新規事業として自ら植樹してプチ山主体験ができる、「東京美林倶楽部」を開始。一般消費者に林業への理解を深めてもらうきっかけになっている。

また「森から街へ」をコンセプトに「森デリバリー」を開始。使われてこなかった枝葉や端材を使用し、都内各地のイベントに出展。木の小物の製作ワークショップや枝葉を使ったディスプレイ等を実施している。



東京チェーンソーズが制作している木製玩具「はたるのつみき」。檜原村では誕生祝品として活用されている。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
低い木材価格 木材の輸入自由化以降、国内の木材価格が低迷しており、市場に木材を出すだけでは、コストに見合った売上を確保できず、林業従事者の待遇改善には繋がらないという状況があった。	一本の木を使い切る 東京チェンソーズでは、「一本の木を使い切る」ことを目的に、これまで利用されていなかった枝葉や細い木を活用してワークショップの材料として販売。 またツリークライミング等、森を体験してもらうことで、森に付加価値を加えようとしている。

4. 行政や地元関係者との連携

地元自治体・NPOと連携しツリークライミングを実施

「東京チェンソーズ」では、「東京都檜原都民の森」や、森づくり活動を行っているNPO法人「森のライフスタイル研究所」等と連携し、「都民の森」や「東京チェンソーズ」の社有林にて、「ツリークライミング体験会」を実施。「木の良さをより多くの方に感じてもらいたい」という目的と、森林の有効活用という狙いから、自治体やNPOとともに体験イベントを展開している。



ツリークライミング体験会では、「東京チェンソーズ」のスタッフが、講師となり、ロープと安全帯を使用して、安全に高い木に登るための技術をレクチャー。親子での参加が多いという。

檜原村と共同で木育事業を実施

2014年に檜原村は、木育を広げるための取組、「ウッドスタート宣言」をした。子供が生まれた家庭に地産地消の木製玩具をプレゼントする事業が始まり、「東京チェンソーズ」は、村から委託を受け木製玩具を製作するといった取組も行っており、檜原村との協力関係を深めている。

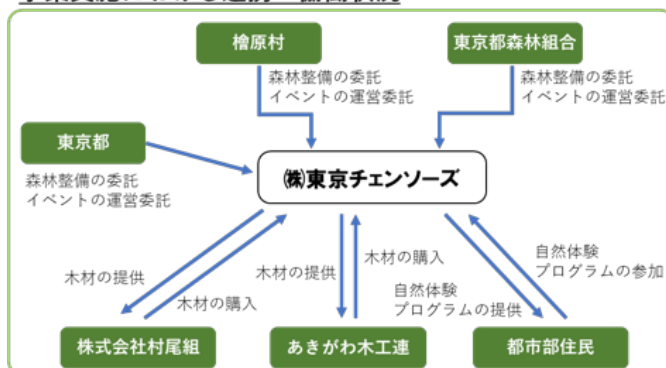
民間事業者と連携して木材を直接卸す

「東京チェンソーズ」は、一般社団法人TOKYO WOOD普及協会やあきがわ木工連と連携して、加工した木材を卸している。木材は家の材料や、保育施設の家具として使われており、収益の確保に繋がっている。



「東京チェンソーズ」では、伐採した木材の内、細い木材を保育施設や公園内の遊具の資材に利用している。

事業実施における連携・協働状況



5. 今後の展開

森林空間を活用した体験プログラムを実現させたい

「東京チェンソーズ」は今後の展開として、生活者のニーズの高い、「森林を使った体験プログラム」を充実させていくことを目指している。

具体的には、企業の社有林を「東京チェンソーズ」が借り、体験プログラムやワークショップを企画・運営すること等を検討している。

檜原村で「檜原村トイビレッジ構想」を推進

「東京チェンソーズ」は、檜原村、東京おもちゃ美術館と共同で「檜原村トイビレッジ構想」を推進。

構想では、村内に四谷の「東京おもちゃ美術館」の姉妹館となる「森のおもちゃ美術館」を建設し、伐採された木材を見ながら、その木でつくったおもちゃで遊べる場を提供することを目指している。



「森デリバリー」専用車。これで出かけてワークショップを開催。



クリスマス前にはリース作りを実施。

猪鹿庁

事業名称 猪鹿庁
取組主体 郡上里山株式会社（代表：興膳健太氏）
[事業内容：里山保全・鳥獣害対策等]
猪鹿庁合同会社（代表：安田大介氏）
[事業内容：狩猟学校・エコツアー・獣肉販売等]
実施エリア 岐阜県郡上市一帯
事業開始 2009年



狩猟ビジネスの新たなモデルを開発。 狩猟の6次産業化（1次×2次×3次）を推進。

【事業のポイント】

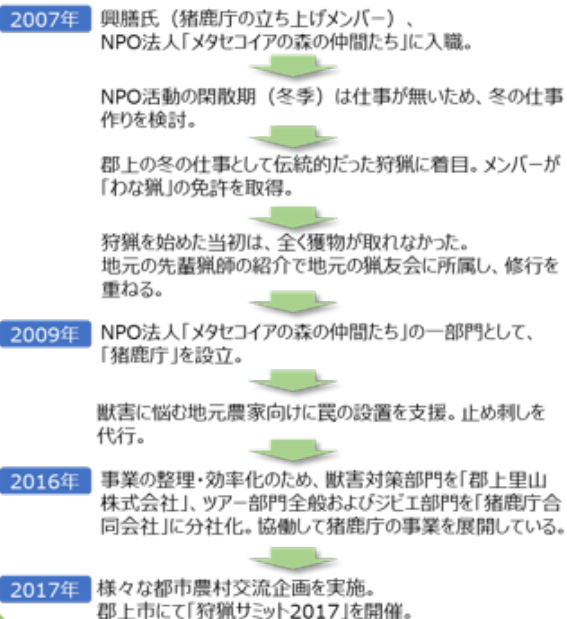
- 冬の閑散期対策として狩猟に着目し、猪鹿庁を設立。
- 飛騨の森を舞台に、「猟師を稼げる職業」にするため、狩猟文化を楽しめる生活者向けイベントも展開。
- 地元の猟友会への所属、イベントに先輩猟師を講師に呼ぶ等、猟師仲間との信頼関係を構築。

1. 事業概要・事業コンセプト

<概要>

岐阜県のNPO「メタセコイアの森の仲間たち」所属メンバーが、2009年に里山保全組織「猪鹿庁」を設立。冬の閑散期対策として地域でかつて盛んだった狩猟に着目し、地元の猟友会に所属し狩猟を学んだ。田畑を荒らす害獣駆除で捕獲した獲物をジビエとして加工する等の活動を通じて、里山の生態系保全、狩猟の6次産業化に取り組んでいる。

猪鹿庁の成り立ち



<2017年の取組内容>

- 猟師の育成、PRのためのエコツアーやグリーンツーリズムの要素を取り入れた都市農村交流企画を実施。2017年には、親子で体験できる「山猟＆ヤナ漁ツアー」、猟師を講師にした「ジビエ体験ツアー」を企画・実施。
- 狩猟をテーマにした勉強会や交流会を行う「狩猟サミット2017」を岐阜県郡上市で開催。

<コンセプト>

「猟師として生き、猟師として山を守る」がコンセプト。

中山間地域での暮らしをつつていくために、猪鹿庁はプロとして、里山の生態系を保全し、狩猟の技術を磨き、里山を最大限に資源化することで「狩猟の6次産業化」を完成させることを目指している。

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

NPO活動の閑散期対策として狩猟を考案

「猪鹿庁」の立ち上げメンバーが所属していたNPO法人「メタセコイアの森の仲間たち」では、郡上市で子供向けの自然体験プログラムを展開。職員は春から秋までの期間は忙しく働いていたが、閑散期である冬の仕事がなかった。

冬の生業を模索していたところ、郡上市でかつてイノシシが盛んだったことに着目。狩猟であれば冬に仕事ができると考えたNPOのメンバーは、狩猟に挑戦した。



「猪鹿庁合同会社」代表の安田大介氏（以下安田氏）。イベント・ツアー、ジビエ販売等を担当する。

目指すのは猟師を食べられる職業にすること

「猪鹿庁」のメンバーが事業立ち上げの際に考えていたことは、「猟師を食べられる職業にすること」ということ。猟師という職業が成り立てば生態系は守られ、郡上の里山を守ることに繋がると考えた猪鹿庁のメンバーは、ジビエの加工・販売から狩猟の体験イベントの実施まで行い、狩猟に付加価値を付けるための6次産業化を目指し、様々な取組を実施し始めた。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
狩猟技術を初歩から学ぶ必要があった 「猪鹿庁」として活動を開始した当初、メンバー3人がわな猟に挑んだが、1頭もかからなかった。狩猟はメンバー全員が素人で、学ぶべきことは山ほどあった。 狩猟単体での事業継続の困難 「猪鹿庁」では、狩猟単体での事業継続は難しい状況だった。猪や鹿の捕獲が不定期のため安定供給が難しく、販売先を開拓するには、「競合するジビエ業者に勝てるだけの質量を確保」しなければならなかった。	先輩猟師に相談して地元の猟友会に所属 地元郡上市で長く活動していた猟師の先輩に活動内容を相談。その後、先輩の紹介で猟友会に所属することになった。地元猟友会の先輩方と繋がり、狩猟の技術を上げていこうとする真面目な姿勢を見せていったことが、地元関係者との信頼関係構築のきっかけとなっている。 「ジビエ×イベント」で独自性を確立 ジビエの加工・販売を事業の主軸とするのではなく、あくまでもイベント実施の際に、「ジビエの美味しい食べ方をレクチャーする際の材料」としたことで、ジビエ商品の有効活用と、イベントの収益向上に繋がっている。

4. 行政や地元関係者との連携

地元農家との協力関係を構築

ジビエを安定的に捕獲するため、簡単に動物を捕獲できるオリを地元農家の畑に設置。「朝電話で農家の方から、捕獲できたので引き取りに来てほしい」（安田氏）というように、獣害対策をして地元農家に貢献しつつ、獲物を頂くという「Win-Win」の関係を構築した。

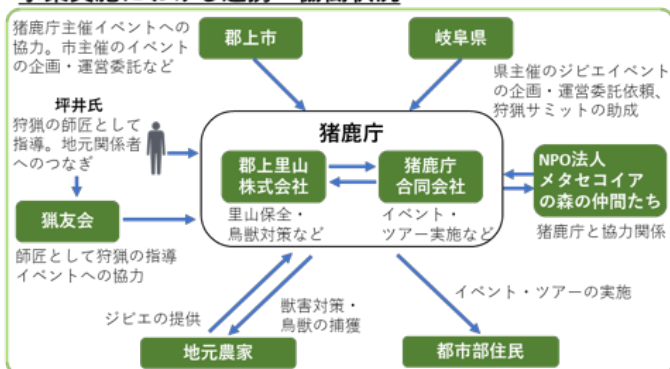
猟師の先輩を立てる

「猪鹿庁」のメンバーは、地元猟師の先輩と信頼関係を作るため、地元の猟友会で地道に修行を重ね、「猪鹿庁」主催のイベントにも猟師の先輩を講師として招待している。またイベントでは、「自分たちはまだまだ未熟であること」を強調。自分たちが「教えてもらう立場」とであるという謙虚な姿勢を持ち続けることが、「猪鹿庁」を地元住民から受け入れてもらっている理由となっている。

市や県と協働で複数のイベントを実施

「猪鹿庁」は、地元郡上市と協働で複数のイベントを実施。イベント実施の際には、市に挨拶周りをし、協賛を得ている。また岐阜県からは「岐阜のジビエPR」を目的に、イベント事業を委託。行政と協働で事業展開することにより、安定した収益と、組織としての信頼感醸成に繋がっている。

事業実施における連携・協働状況



5. 今後の展開

体験プログラムの充実化

「猪鹿庁」のメンバーは、今後狩猟の6次産業化をさらに進めていくため、「イベントを通して非日常体験を提供していく」ことを目指している。今後は特に狩猟の分野だけでなく、「自給自足体験」や「サバイバル要素の強い体験」を提供し、地元住民の生活の知恵、地域に根付いた生業を体験してもらう事業展開も検討している。



中高生向けの自然教育プログラムを企画。

旅行会社と連携して、ジビエ体験ツアーを実施。狩猟現場の体験や鹿の解体、ジビエの加工体験ができる。

みなと新潟春フェスタ～光の響演～

事業名称	みなと新潟春フェスタ～光の響演～
取組主体	新潟市
実施エリア	新潟県新潟市内 新潟市歴史博物館みなとぴあ、万代シティパーク、新潟県政記念館、信濃川の川岸周辺
事業開始	2014年



文化事業を推進する行政側の熱意に地元クリエイターが共鳴。 水辺空間を利用した文化エンターテインメント事業を成功に導いた。

【事業のポイント】

- 新潟市は、新しい「夜の観光コンテンツ」を模索するなかで、プロジェクションマッピングに着目。地元新潟の若手クリエイターを巻き込み、行政主導でイベントを開催。
- 2014年の開催時には、新潟市内の複数個所でイベントを同時開催。街全体を観光客が回遊し、新たな夜の観光コンテンツとして機能。

1. 事業概要・事業コンセプト

<概要>

新潟市で2010年から毎年開催されていた音楽イベント「ラ・フォル・ジュルネ」の新コンテンツとして、2013年から導入されたプロジェクションマッピングのイベント。

新潟市が主導して「光の響演」（みなとぴあプロジェクションマッピング）、国際コンペを主体とした「にいがた☆MINATOPIKA」と形を変えながら継続して実施。2017年には、「みなと新潟『光の響演2017』」を開催。

＊「ラ・フォル・ジュルネ」・・・姉妹都市フランス・ナント市で開催されている音楽イベント。

「みなと新潟春フェスタ2014～光の響演～」の成り立ち



<2017年の取組内容>

- 新潟歴史博物館みなとぴあでプロジェクションマッピングを実施。みなとぴあでは、プロジェクションマッピングに併せて地元新潟市の舞踊団「Noism1」や三味線プレーヤー「史佳」、ダンスユニット「WORLD ORDER」によるパフォーマンスも行われた。
- 信濃川河川敷沿いでは、光のモニュメントやサーチライトによるライトアップを実施。

<コンセプト>

「一連の事業にコンセプトをつけるとすると、新潟の夜に光を灯す」。（株式会社ソルメディエージ代表：丸山健太氏。以下丸山氏）

新潟市の夜間の観光コンテンツの充実化を図るために、プロジェクションマッピングによる「光と映像を使った街づくり」を目指している。



「光の響演」の企画・制作を担当した丸山健太氏

2. 事業立ち上げの背景・きっかけ

新たな夜の観光コンテンツへの期待からプロジェクションマッピングに着目

2014年のJR東日本の行う大型観光キャンペーン「新潟デスティネーションキャンペーン」に向け、新たな夜の観光コンテンツを模索する中で、フランスのシャトルで実施されていたプロジェクションマッピングに注目。新潟市の観光コンテンツの目玉として実施したいと考えた新潟市は、新潟市内でプロジェクションマッピングに知見のあった丸山氏に声をかけ、取組を始めた。

現副市長が文化観光・スポーツ部長時代に、文化プロジェクトを牽引。文化事業への積極性に地元クリエイターが共鳴

当時の文化観光・スポーツ部長（現新潟市副市長）が中心になって、文化プロジェクトを強力に牽引。「中途半端なことはいらない。斬新な方向へ吹っ切れ。」という想いに丸山氏をはじめとする地元クリエイターが共鳴。

文化政策に積極的な新潟市

- 新潟市は、平成23年度（2011年度）に「新潟市文化創造都市ビジョン」、平成28年度（2016年度）には改訂版「新潟市文化創造交流都市ビジョン」を策定し、文化芸術のもつ創造性を活かす都市の活性化を図る取組を推進。

3. 事業立ち上げの際の課題・対応策

課題	対応策
市街地中心部から離れている会場問題 イベント開催にあたっての懸案として、場所の問題があった。プロジェクションマッピングの会場は、駅から離れており、近隣に大きな駐車場を確保することも難しかった。そのため来場者の車による、会場までの渋滞の問題が起きないように工夫する必要があった。	シャトルバス等を充実させ対応 来場者が会場まで自家用車を使用せずに訪れることができるよう、様々な工夫を行った。具体的には、会場から離れた場所に大型駐車場を確保し、その駐車場から会場までのシャトルバスを用意。会場までの交通渋滞を回避した。 また街中から会場までの河川敷沿いに光のモニュメントやライトアップを施し、来場者が楽しみながら会場まで歩くことを可能とした。

4. 行政や地元関係者との連携

国との法規制に関わる調整

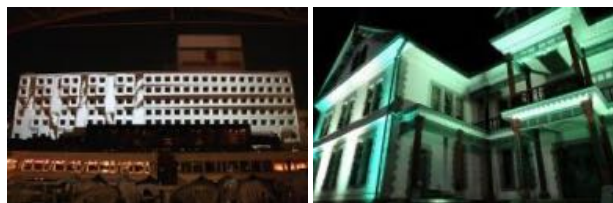
イベントを実施する際には、クリアしなければならない様々な壁に当たった。特に照明機器の配線が苦労した点だった。信濃川の川岸等では、市や国の土地が入り組んでおり、配線工事をするために土地の所有者それぞれに許可申請をしなければならなかった。

プロジェクションマッピングという、これまで新潟において前例のなかったものをゼロベースから実施していく上では、ギリギリまで許可が下りないケースもあった。

新潟市と民間事業者が密に連携

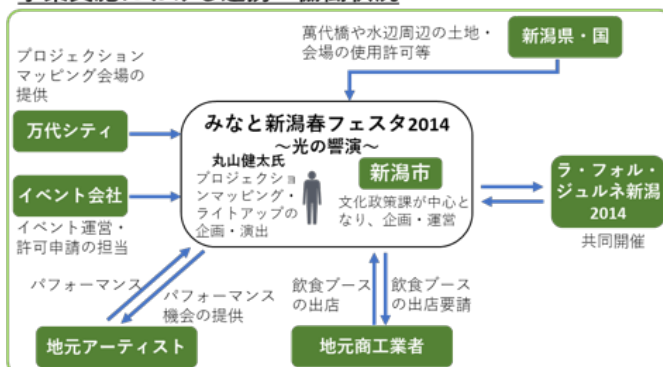
新潟市は、丸山氏等地元新潟市の民間業者と連携し、国に対して照明に関わる詳細な図面を提出。照明が安全であることを何度も説明する等の努力を重ねた。

また民間事業者だけで国との交渉が難しい場面等は、新潟市の担当者と協議を重ね、申請の方向性等进行確認。川岸や橋での照明設置に関する許可申請を進めた。



「光の響演」（2014年開催）では、新潟市内の万代シティパークや、新潟県政記念館等複数の場所でプロジェクションマッピングやライトアップが実施された。

事業実施における連携・協働状況



5. 事業の成果

新潟市民の芸術に対する理解度向上に寄与

イベントを地道に取り組み続けてきたなかで、「新潟市民の目が肥えてきた」という。有名テーマパークで実施されたプロジェクションマッピングに対して、「新潟の方が面白い」という声も届いている程だ。プロジェクションマッピングのイベントを継続的に実施したことで、新潟市民の芸術に対する理解度向上に寄与している。

6. 今後の展開

「新潟開港150周年」や「東京五輪」に向け、新潟市のメインコンテンツの1つとして展開

今後の展開について新潟市は、「光の響演」を、新潟市の観光コンテンツの目玉として育てていきたいという。

特に2019年には新潟港が開港150周年を控えており、その関連行事として「光の響演」を盛り上げていきたいとしている。また2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、海外の観光客が五輪会期中に、新潟に滞在してもらう集客の手段として、位置付けていくことも検討している。

「新潟開港150周年記念事業」として、2018年～2019年に様々な事業を実施する予定。



