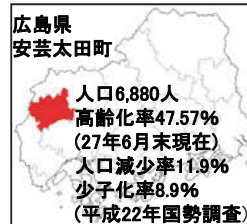


- ◆ 安芸太田町観光協会は、全国公募により着任した同町観光協会事務局長が中心となり、「よそ者」「若者」の協力を得て、町民にとって当たり前の「素材」である、雪かき・神楽・柿(祇園坊柿)などを逆転の発想で「人情田舎ビジネス」(感動共有型交流産業)へ転換。
- ◆ 地元では気付かなかった素材の活用による新たな取組で、町民と小さな「成功」体験を共感・共有し、観光事業、新製品開発などに町民の参加を促し、地域内の好循環を生み出している。
- ◆ 中国財務局では、当事例を少子高齢化が進む過疎地域における先進事例として各財務局へ紹介するとともに、引き続き、当局の有するネットワークの活用により様々な方面へ情報発信を行うなど、今後も地域活性化の取組を支援していく。

1. 安芸太田町観光協会の取組の概要等

(1) 観光協会組織の変化

- 少子高齢化が進んでいる安芸太田町では、新しい発想で観光産業の再生と地域の活性化に取り組むため、同町観光協会事務局長を公募。平成23年5月に吉田秀政氏(元旅行会社社員)が着任。また、同町観光協会の職員8名中7名がUIターン者で一人一人が各分野のスペシャリスト。



(2) 町民の意識を変えた取組

- 町民にとって当たり前の「素材」を逆転の発想で「人情田舎ビジネス」へ転換し、町民を巻き込む活動を展開。
- 日本最南端の豪雪地域を売り物に「雪かき体験ツアー」を企画。申込期限前に定員(40名)が埋まり、参加者からは「来て良かった」との感想。町民は、「お金を払ってまで来る人はいない」と思い込んでいたが、地域の困りごとが人を呼びこむツールになると気付く。
- 地元伝統芸能の神楽を活用し「体験型観光ツアー」を企画。珍しい場所や特別な体験を求める欧米富裕層をターゲットに、神社で行われる練習に参加するプログラムで誘客に成功。ツアーには、地元工房での木杓子製作体験や地元観光地巡りなども用意。日本人が魅力的と感じない日常風景が、外国人を呼び込むツールになると気付く。
- 地域の高齢者(平均年齢80歳)が細々と作っていた祇園坊柿の干し柿スイーツ「チョコちゃん」に注目。町を代表するお土産とするため、町内の若手有志や事業者と商品改良に取り組み、日本有数のパティシエの協力を得て、製造工程を刷新し新味も開発。国内最大級の地方産品コンテスト「おみやげグランプリ2015」で準グランプリを獲得。既存素材チョコちゃんがけん引する形で、他の柿製品や町内産品の売上も増加。
- 既存資源を活用した小さな成功事例を積み上げ、メディアを通じて取組を町内外へ情報発信した結果、来町者数増、消費額増など「風向き」が変わり始めたことを町民が広く認知。地域一体となった取組へ発展。



2. これまでの取組の成果等

- 「雪かき体験ツアー」は、平成24年以降毎年実施され、地元食材による昼食、温泉入浴も盛り込み、募集定員も満員となるなど毎回好評を博している。地元では、雪かきに苦勞している高齢者から感謝されるとともに、2年目からは授業の一環で毎年参加する地元大学生との交流にも拡大。
- 「体験型観光ツアー」では、日本(広島)を訪れても安芸太田町まで足を延ばすことのなかった外国人観光客を呼び込み、宿泊・飲食業者など地元サービス業を中心に購買力の高い富裕層による新たな経済効果(外国人観光客:4組10人(26年9月～27年12月))が生まれた。
- 祇園坊柿のブランディングでは、「チョコちゃん」の販売単価引き上げ(200円→540円)と売上増加(200個→3万個)により生産者、販売業者の収入が増加。「チョコちゃん」がけん引する形で、他の柿製品や町内産品の売上も増加。また、県内大学・企業と連携した新製品開発などの取組にも発展。



《観光振興には、個人と地域の活性化が必要》

- ・ 観光振興のためには、町民自身が「観光協会の取組がうまくいくかもしれない」と前向きに考えられるようになることが必要。
- ・ そのためには、観光協会が町民(地域)と一緒に行動して、小さな成功体験を積み重ねることが重要。

3. 今後の中国財務局の対応

《観光協会の今後について》

- これまで、観光協会の中心となって取り組んできた吉田事務局長は28年3月で任期満了。公募により28年4月から着任する新事務局長のもと、新たな体制での更なる取組に期待。

《今後の中国財務局の対応》

- 干し柿スイーツ「チョコちゃん」のブランディングでは、財政融資資金(過疎対策事業債)を融資。今後も地域活性化の取組などを支援。
- 当事例を少子高齢化が進む過疎地域における先進事例として、当局の有するネットワークを活用し様々な方面へ情報発信を行うなど、地域活性化の取組を支援。