

「観光林園（仮称）」による試験的な木曽地域の活性化について

長野県林業大学校 2年 青柳大輝^{あおやぎだいき}

要旨

地域おこしには様々な方法がありますが、近年自然に関する体験学習、いわゆるグリーンツーリズムが特に人気となっております。しかし、現在のグリーンツーリズムは農業をメインとして行う場合が多く、林業をメインとして行われることはあまりありません。そのため、森林・林業をメインとした観光資源を企画すれば、比較的競争相手の少ない市場で木曽地域の地域活性化ができるのではないだろうかと思い、「観光林園」を新たな観光資源として確立を目指し、研究を行いました。

はじめに

木曽地域は有名な観光地であり、近年は学習旅行として木曽を訪れる児童・生徒も多い。その訪問目的は様々ですが、「自然体験」「農林業体験」「手作り体験」等の自然に関する体験学習が特に人気となっています。それらをメインに、新たな観光資源を企画すれば木曽地域の活性化に貢献できるのではないだろうかと思い、私は「観光林園」を新たな観光資源として提案しました。

「観光林園」とは、林業をメインとして行う農村滞在型余暇活動の企画です。現在の農村滞在型余暇活動、いわゆるグリーンツーリズムは農業をメインとして行う場合がほとんどであり、林業をメインとして行われることは非常に少ない。そのため、木曽に多く存在する林業関連の観光資源をメインとした、新たなグリーンツーリズムを確立することができれば、比較的競争相手の少ない未開拓市場で木曽地域の地域活性化ができると思い企画しました。

また、2017年9月16日に行われたベンチャーコンテストにおいて、観光林園に関する構想の一部を発表したところアイデア部門で準グランプリを獲得し、審査員の方からも高い評価を得た事からも、実現性の高いプランであると考えられます。

1 目的

- ・木曽地域の豊富な森林資源を活用した、地域活性化のための新たな観光資源の確立を目指します。
- ・テストイベントを実施し、「観光林園」により地域を活性化することができるか検討しました。
- ・テストイベントを実施し、「観光林園」の実現性について数値計画も含めて検討しました。
- ・林業の新しい働き方としてのグリーンツーリズムの可能性を「観光林園」で模索しました。

2 方法・調査項目

- ・取材・インタビューを行い、テストイベントや観光林園の実現性について調査する。今回は木曽町観光交流課古畑課長（写真1）と地域おこし協力隊榎本さんに取材を行いました。
- ・テストイベントを実施し、集客性、開催に必要な経費を調べ、運営試算を行う。テストイベントスタッフには林大生に協力を依頼しました。
- ・イベント参加者を対象にアンケート調査を行い、価格、参加者の傾向、満足度を調査しました。



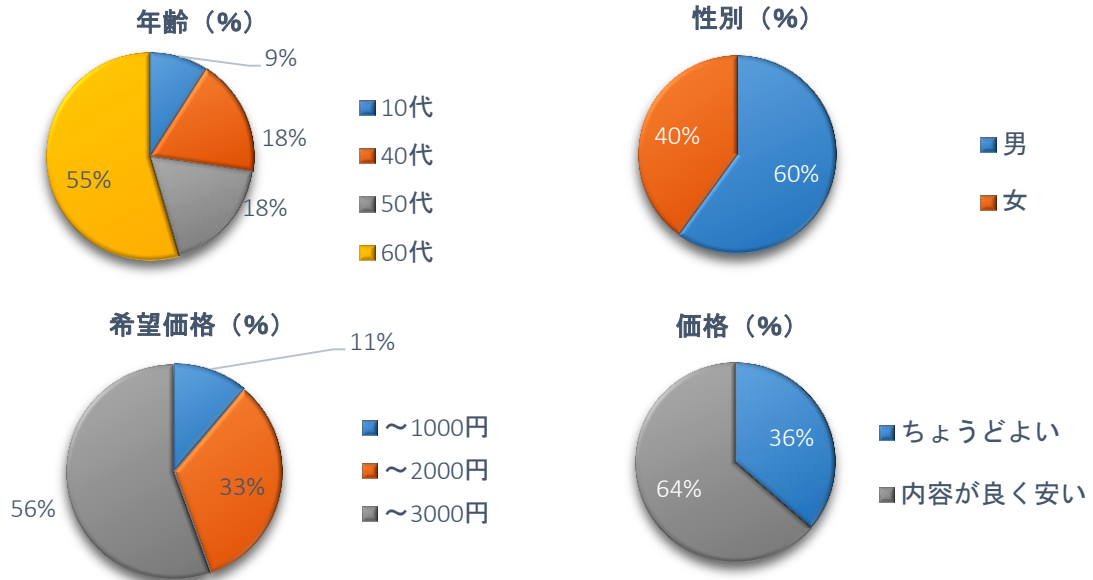
写真1 木曽町観光交流課
古畑課長

3 結果・考察

テストイベント実施に向けた調査で実現性が明らかになったため、2018年10月21日にテストイベントを実施しました。テストイベントでは、きのこ勉強会、きのこ狩り、きのこピザ、きのこ汁、きのこの炭火焼きを体験する事ができます。定員16名、参加費2,500円でテストイベントの参加者を募集したところ、11名の参加がありました。

また、その参加者に対して満足度などに対するアンケート調査を実施しました。

(1) アンケート結果



イベント参加者の傾向としては、55%と半数を占めた60代の男性が最も多い結果となりました。次に50代、40代の参加者が多く、逆に、その年代以外の参加者はほとんど見られないことから、イベントのターゲットとなるのは主に中高年が対象になることが分かりました。これは、イベント参加者にキノコ栽培に挑戦し始めた人（60代男性）が多く参加していたことが要因だと考えられます。

価格の希望としては、参加費の希望価格が3,000円までという回答が最も多い結果となりました。また、価格（今回の参加費2,500円）に対しても内容が良く安いという回答が最も多かったことから、価格設定も適正だったと考えられます。

普段、私が目にする地域振興のためのイベントは参加費無料のものが非常に多くありますが、今回のアンケート結果から、ターゲット・内容設定が適正なら参加費がある程度高額でも集客が可能だということがわかりました。

表1 参加者のイベントに対する満足度 (%)

| a. キノコ勉強会 | b. キノコの収穫体験 | c. キノコピザ | d. キノコの炭火焼き | e. キノコ汁 | f. 学生とのふれあい | 全体 |
|-----------|-------------|----------|-------------|---------|-------------|----|
| 91 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 98 |

また、参加者のイベントに対する満足度も非常に高いものとなりました（表1）。参加者の肯定的な意見としては、

- ・キノコについて知らないことが多かったので勉強になった。
- ・普段体験したことのないことばかりで感激した。
- ・シイタケを沢山ありがとうございます。
- ・料理がおいしかった。

などでした。一方、要望としては

- ・山の中に行って説明してもらいたい。
- ・もっと講義を聞きたい。
- ・もっと森林の活用を。
- ・キノコ栽培についてもっと詳しい説明がほしい。

という意見が出ました。満足度のうち、キノコ勉強会の満足度のみやや低いのは、これらの要望が反映されたものだと思います。

普段目にする地域振興のためのイベントは、参加費無料のものばかりでしたが、今回のイベントでは高額な参加費を付しても、満足度・希望価格ともに良好な結果が得られました。このことから、内容が参加者のニーズに合っていれば、高額な参加費を課しても集客は可能だということがわかりました。

(2) 運営試算

今回のテストイベントで得られたデータをもとに、実際にビジネスモデルとして運営していくための試算を行います。

まず、前提として、今回は林業大学校で栽培した時の実際のデータを使用します。

昨年の実習では、シイタケ原木 80 本、駒菌 200 駒を使用し、経費の総額は 3 万円でした。

栽培経費を原木本数で割ると、1 本あたり 375 円という計算になります。表 2 は今回のイベントにかかった費用の内訳です。表 2 より、一人当たりの経費は 2,419 円となります。

| 項目 | 金額 (円) |
|-----------|--------|
| きのこ栽培費/人 | 1,500 |
| 食材費/人 | 8,99 |
| イベント保険代/人 | 20 |
| 経費合計/人 | 2,419 |
| 参加費/人 | 2,500 |

このイベントに 100 人参加者が集まると想定しますと、その場合の経費の総額は、表 3 より 246,700 円/100 人となります。参加費を付さない場合はこの金額がそのまま運営費用の総額になり -246,700 円/100 人の赤字となってしまいます。しかし、参加費あり (2,500 円) の場合は表 3 のように 250,000 円/100 人の収入が発生するため、運営費用は +3,300 円/100 人の黒字となります。この場合、人件費を出すことができないほど小さい利益しか出ていないため、一般企業でのビジネスモデル化をすることはできません。しかし、自治体などの公的団体で実施する場合、運営費用に人件費を組み込む必要がない (売り上げから給与が捻出されるわけではない) ため、自治体の負担する費用が大幅に少なくなるビジネスモデルとして成立すると考えられます。

| 項目 | 参加費なし | 参加費あり |
|------|--------------------------|--------------------------|
| 経費 | 246,700 円/100 人 (費用+会場費) | 246,700 円/100 人 (費用+会場費) |
| 収入 | なし | 250,000 円/100 人 |
| 費用総額 | 246,700 円/100 人 (赤字) | +3,300 円/100 人 (黒字) |

おわりに

今回のテストイベントでは、内容がある程度充実していれば高額な参加費を付しても集客は可能だということや、テストイベントを自治体が行う場合はビジネスモデルとして成立することがわか

りました。しかし、今後の課題として参加費だけでなく、会場までの交通費も考慮してみなければ
ならないと感じました。

結びになりましたが、今回の研究・テストイベントに協力して下さった皆様、本当にありがと
うございました。