

ワインツーリズム山梨が地域にもたらす効果と持続可能性の研究

山梨大学 学生会員 ○藤野 祐弥

山梨大学 正会員 大山 勲

1. はじめに

1-1. 背景

現在、元気のない地域を活性化しようと様々な取り組みがなされている。本研究は観光の視点で、住民が主体となって地域活性化への取り組みをしているワインツーリズム山梨に注目した。この活動は新たな活性化のスタイルであり、住民が主体となって取り組んでいるとともに、新たな地域ビジネスモデルを構築しようとしている点で先進的な事例である

1-2. 目的

本研究では、ワインツーリズム山梨が地域にもたらす効果を検証する。さらに、企画・運営の問題点や課題を抽出し、今後も活動を持続させていくために必要な方策を明らかにすることを目的とする。

2. 研究方法

実行委員会の会議への参加や当日の調査により実態を把握する。また、関係者へのヒアリングや参加者、ボランティアへのアンケートを実施し、そこから地域にもたらす効果と課題を抽出し、持続するための事柄を明らかにする。

3. ワインツーリズム山梨

3-1. ワインツーリズム山梨のなりたち

「住民が主体となり地域活性化の事業を担えるだけの力を持つためには、地域の魅力に住民自ら気付かなければならない」と考えた笹本貴之氏を筆頭にしたメンバー8人が「ワインツーリズム山梨」という任意団体を2006年に立ち上げた。ワインイベントの開催やワイナリーマップの製作などの試行過程を経て、2008年に甲州市を舞台としたワインツーリズムを開催することになった。

3-2. ワインツーリズム山梨の概要

ワインツーリズム山梨はぶどうとワインだけでなく、その産地にある独自のもの（風土・歴史・文化・生活）を全身で味わう旅のスタイルを広め、定着さ

せることを方針としている。それによって、産地そのものの魅力は地域住民の財産（地域資源）であることを自覚し、それらを活用してより価値の高い地域をつくることを目的としている。

参加者にはあらかじめワイナリーマップやガイドマップなどの資料を送付し、資料に書かれないいくつかの散策ルートを参考に、事前に予定を立ててもらうことで主体的にワイナリーを巡ることができるように工夫されている。当日は参加証を首から下げてもらい、それを見せれば期間限定で走っている周遊バスに自由に乗る事ができる。また、散策ルートの途中には民家の軒先を活用した「当日出店」や「縁側カフェ」を設置されており、お茶を飲みながら休んだり地元住民との交流を楽しんだりすることができる。さらに、いくつかのオプションツアーがあり、ぶどう畑や史跡などを巡る。このツアーにはガイドやソムリエなど、地域に詳しい人の案内があり、より詳しくワインや地域について学ぶことができる。

当日の運営は実行委員のほかに、有志で集まった多くのボランティアがサポートをしている。

3-3. ワインツーリズム 2010

2008年と2009年は甲州市（勝沼・塩山）での開催だったが、今回はこれに甲府地区が加わり2日間の開催となった。11月6日（土）に甲府、7日（日）に勝沼・塩山地区で行われ、参加者は約1800人であった。ワインツーリズム2010の組織体系としては実行委員会という形で、事務局長でありワインツーリズムの発起人でもある笹本貴之氏を筆頭に、市役所職員やNPO、ワイナリーなど様々な職種の方々が集まり、計33名で組織されている。昨年まで笹本氏が務めていた実行委員長は、今年度はより地元が主体的となり、地元のワイナリーの雨宮一樹氏が務めた。これに加え、実施地域を8つのエリアに分け、それぞれエリア長を選出し、各エリア内での連携がスムーズ

キーワード ワインツーリズム、地域活性化、住民主体、観光

連絡先 〒400-8510 甲府市武田 4-4-37 山梨大学工学部土木環境工学科

TEL : 055-220-8598 E-mail : ooyama@yamanashi.ac.jp

にいくような工夫をした。エリア長の多くはワイナリーの方である。

また、ワインツーリズム山梨は補助金を得ていたが、今年はもらっていない。ここにはあえて意図したもので、地域の活性化のためにやる事業は、「補助金ありき」ではダメだという考えからきている。補助金はあくまでもスタートのための時限的なものであり、補助金がなくてもやれる方法を模索するべきで、「補助金がなくではできないイベントとは、地域を活性化できなかったイベント」⁴⁾だと笹本氏は述べている。その分のお金はワイナリーや飲食店などからの協賛金という形で補てんした。

4. アンケート

4-1. アンケート概要

アンケートはワインツーリズム 2010 の参加者に対して、平成 22 年 12 月 20 日から平成 23 年 1 月 15 日までワインツーリズム 2010 のホームページ上で実施した。回答数は 63 であった。

4-2. アンケート結果

参加者の年齢は 20～49 歳が 67%となっており、若い人も多く参加している。図 1 より、居住地域は山梨県外が 90%を越え、特に東京圏からの参加が多いことがわかる。ワインを飲む頻度はほぼ毎日、一週間に一度に飲むという人を合わせると 80%を越えていることから、ワイン好きが参加していると言える。

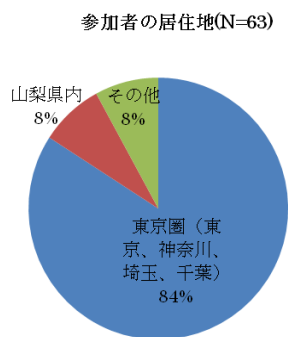


図 1：参加者の居住地

5. 地域に与える効果

このワインツーリズムを実施している期間中の山梨県内での一人当たりの消費金額とその人数は図 2 のようになった。それぞれその合計額を平均すると、宿泊した人は約 20,700 円、宿泊していない人は約 10,100 円で、総消費額は約 2,800 万円となる。平成 21 年度の山梨県の統計調査によると、山梨県におけ

る観光客の一人当たりの消費金額は約 5,500 円なので、それに比べると格段に高いことがわかる。山梨県は電車やバスで東京圏から約 2～3 時間のため、日帰りの観光客が多く、今回のワインツーリズムでも、東京圏からの参加者が 80%を越えている。しかし、その参加者のうち宿泊した参加者は約半数にのぼっていることが、消費金額が高い要因として考えられる。ワインの購入本数は図 3 のようになっており、一人当たり約 4.2 本購入している。多く売れたワインが 1,000 円～2,000 円ということだったので、一本 1,500 円として 1 人あたり 6,300 円、総計で約 1,100 万円となる。したがって総消費額の 6 割にあたる約 1,700 万円はワイン以外で消費していることがわかる。宿泊客は平均 11,400 円、日帰り客は平均 3,800 円に相当し、宿泊、飲食店での食事、土産等で、地域にもたらされる効果は大きい。

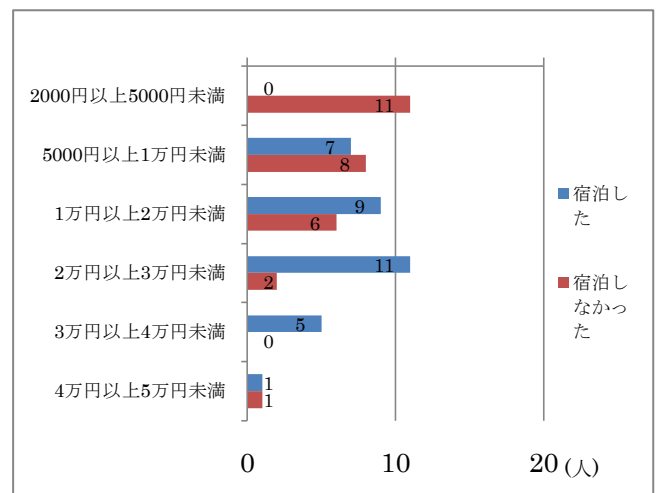


図 2：山梨県内における参加者の消費金額

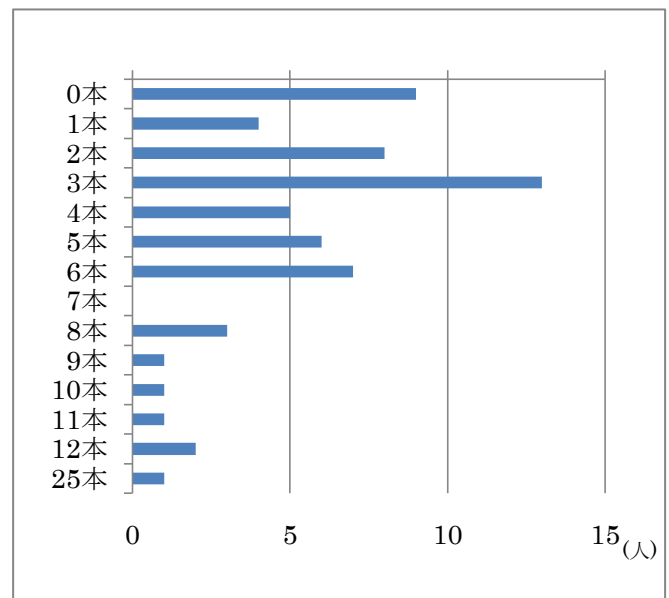


図 3：参加者のワインの購入本数

また、半数以上の参加者がワインツーリズムに参加したことで地域の印象がよくなったと回答している。その理由として、図4で示されているように、ワインだけでなく、「自然や街の景色、ぶどう畑」といった景観、「歴史・文化」といった雰囲気、さらに「スタッフや地元の人のもてなし」といった交流が挙げられている。また、地元住民と交流があったと回答した参加者は約65%であり、参加者と交流があったと回答したボランティアも90%近くになっていることから、地域住民と参加者との交流が盛んに行われていることがわかる。そして、図5によると、その交流によって地域の良さを再認識したというボランティアは、甲府では約70%、勝沼・塩山に至っては100%にもなる。さらに、図6で示されているように、参加者のボランティアに対する評価は70%近くが良い評価で、悪いという回答はなかった。ボランティアの方々が明るく、とてもよい雰囲気を作ってくれていたと思うといった回答や思い入れが伝わってきたという回答もあり、参加者に地域の人々の思いが届いていたことがわかる。また、図7より、ボランティアとして参加した人もワインツーリズムというものがきっかけとなり、今後も地域活性化やまちづくりに関わっていききたいという気持ちになっていることがわかる。

以上のように、ワインツーリズムは単にワインの消費の効果だけでなく、参加者が地域全体の魅力を発見する効果や、住民のもてなしに感謝するという効果がみられる。参加者による地域魅力の発見は地域ブランドの後ろ盾になろう。さらに、もてなす側の住民は、参加者に喜んでもらえたことで、地域に対する誇りの回復や、地域資源を活かすこのような活動へのモチベーションが高まるなど、さらなる効果につながることを期待できる。

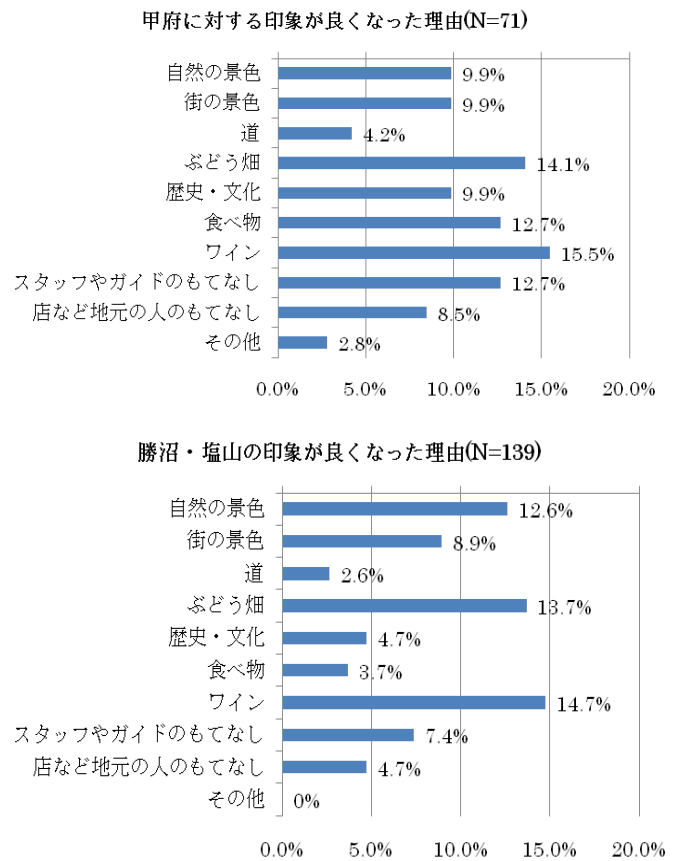


図4：参加者の地域の印象が良くなった理由

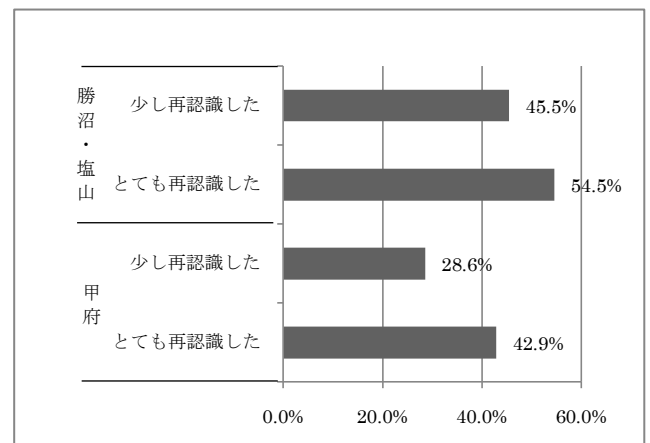


図5：ボランティアの地域に対する再認識

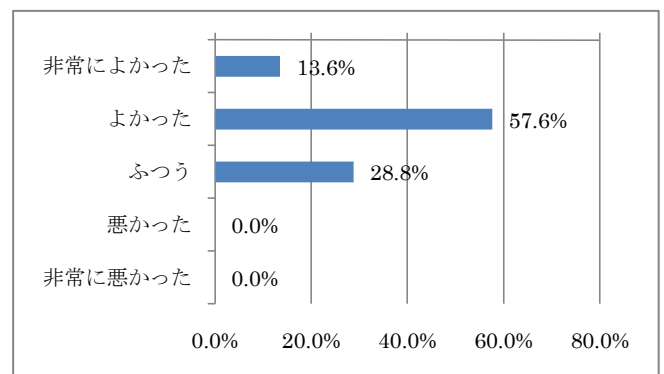


図6：参加者のボランティアに対する評価

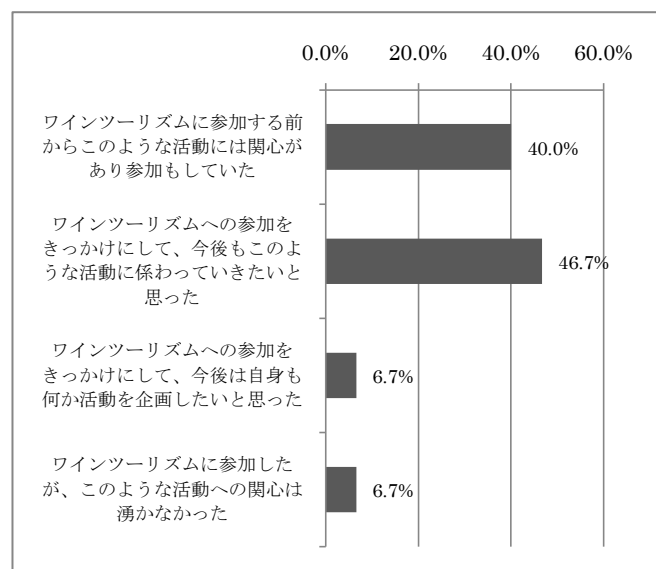


図7：ボランティアの地域活性化やまちづくりへの意識変化

6. ワインツーリズム山梨の課題

2010年度は補助金に頼らずに行い、その代わりに各ワイナリーや飲食店、企業から協賛金をもらい予算を組んだ。そこで出てきた課題として、協賛金を払ってまで参加したくないというワイナリーがあったことや会議における時間の多くがこの議題に割かれ、内容についての話をする時間が少なかったことが挙げられる。また、ヒアリングの結果、実行委員の中でも気持ちや意識にずれが生じてきているという意見があった。忙しくて会議へ出席出来ない人も多く、会議の内容についてはメールなどで配信しているが、直接聞くのとでは大きく異なり、把握しきれない部分も出てきているからである。委員同士での連携を密に取り、情報や意識の共有を行うことが求められる。さらに、明確な仕事分担がされていなかったため、数人に仕事が集中してしまうという事態も起こっていた。実行委員のメンバーは本来の仕事もしながらワインツーリズム山梨の仕事もしているため、負担が大きくなってしまい、モチベーションの低下につながるという意見があった。

7. 持続していくために

以上のような課題から、持続していくために必要な点を3つ指摘したい。

- 1) 安定した財政基盤を構築していること、
- 2) 地域との連携が取れていること、
- 3) 一人一人に掛かる負担を分散させることである。

安定した財政基盤の構築では、あまりお金を掛けずに行うことか、安定して資金を確保できる方法があることか、どちらかが満たされていないと持続するのは難しい。

連携に関しては、ワインツーリズムに対する意識の共有や情報の共有が求められる。これができていれば、たとえ誰かが欠けたとしてもその分を他の人が補うことが可能であろう。

そして一番大切な事は一人一人に掛かる負担を分散させ、無理のないようにすることである。無理をしてしまうとそれぞれに掛かる負担が増え、またやりたいという気持ちが薄れてしまい持続しないからである。

謝辞

事務局長の笹本貴之氏をはじめ、ヒアリング調査にご協力していただいた実行委員の皆さま、アンケート調査の際にご協力いただいた株式会社マナビノタネの森田秀之氏に感謝の意を表す。

引用文献・参考文献

- 1) 山梨県統計データ
- 2) ワインツーリズム山梨のホームページ：
<http://www.yamanashiwine.com/>
- 3) 笹本貴之、サントタウン - 地域の自立 - , 徹熊書房, 2010年8月
- 4) 笹本貴之ブログ～日々、これ学習～：
<http://sasamoto.sblo.jp/>