

北軽井沢コンソーシアム協議会・公開講座部会

移動開設型サテライト大学院公開講座

「地域づくりと意思決定プロセス～北軽井沢の活性化を事例として～」



参加者から提起された
北軽井沢活性化の
ビジョン・課題・解決策

平成21年6月29日

(取りまとめ 群馬大学社会情報学部社会情報学研究センター)

ビジョン

◆Aグループ

自然に囲まれた町

花の名所をつくって多くの人にきてもらう
観光に一度きた人が、ここに住みたいと思えるような自然に囲まれた町
観光に来た人々が心を癒されて帰っていきける町
北軽井沢のすばらしい景観十景が全国的に有名になる
夜景(星空、月)を宣伝して多くの人に来てもらう

特産品をつかった集客

北軽のおいしい食べ物、料理が10個以上全国的に有名になる
特産品をつくって多くの人に味わってもらう
農産物直売の里をつくって地域の人が集まれて、お客も寄れる場所をつくる
名産品の開発

誰でもガイド

住んでいる人が皆このいいところを100個以上言える
インタープリターの育成活用

自然を活かした学問の里づくり

学習や体験をするなら、ここに行けばいいと他の町の人にも思ってもらえる町
動物に接することができる場所をもっとつくる

ミュージックのふるさと

ミュージックホールを活用して、ミュージシャンの育成の町

◆Bグループ

自然に囲まれたライフスタイルがしたい

環境に合わせた生活スタイルを楽しんでいける町
住む人が快適に思える町づくり
農畜産物の地産地消
日時計で生活する
近くで買い物ができる商店がある
地元の人が地元でお金を落とす
昔に戻る

大自然の中でのびのび子育てのまち

冬場でもお客を呼ぶために、浅間園のスキー場を整理する。ソリのりには最適で期待しているファミリーも多い。
子供たちが北軽井沢の自然の中で育ったことを自慢できる町にしたい
「北軽井沢がすきですか?」と聞かれたら、「大好きです」と即答できる町

自然とふれ合える町

来軽した人がいやされる空気、緑豊かな場所
都会での生活に疲れた人が週末にバカンスに訪れたい。長期に滞在してもらえよう環境

を整える。

食と風景を活かした観光

原生林・泉・草原・野の花・イワナ・ヤマメ・おいしいチーズ・ミルク・野菜・馬や牛のいる
風景・地元おいしいものが食べられるレストラン
避暑地として有名な町(穴場として)
ソフトクリームだけでも食べに来たくなる町
おいしいアイスクリーム・おいしい牛乳・おいしい野菜・美しい花畑
もう一度、「みるく村」を地元で作りに立て直す

大地を愛する町

牛乳と草地、酪農の主体
ドロ臭い仕事の有る所
地域の人々、外からの人々が、ありえない程触れ合っている町にしたい

農業を活かした観光

環境と農業の共生
酪農・野菜農家・別荘地が調和のとれた北軽井沢
農業地帯と観光の接点
牛やニワトリが身近に感じる観光地
農業と観光の調和

◆Cグループ

スローフードの推進

地産地消・スローフード・飲食店で掲げる
安全でおいしいものが食べられる地域
野菜のレストランがたくさんある
おいしい水をのもう
レストラン(バイキング)・直売所・農業体験・一体となったもの
新しい商品作り・野菜・肉・パン 北軽バーガーなど

16 季浅間スタイル

日本のアルカディア・〈自然〉と〈人〉と〈動物〉の共生する(いやしの里)
森林資源有効活用モデル地区(ロマンチック街道沿線の整備)
自然の乱開発はしない
活火山浅間山を活かした観光

人と夢が集まる町

住むことと働くことと楽しむことが一体である地域
次世代に自信を持って渡せる地域
自分の生き方が表現しやすい地域
4世代目が北軽井沢で生きていける(農業)を目指す

ふれあいのあふれる地域

水遊びのできる公園
四季の花が見られる

地域産業活性化

日本農業再生のモデル地区
地域資源を活かした産業—ブランド化—

ホテルと共生する地域

ホテルの飛ぶ川を作る

楽しめる町

自転車競技大会
映画撮影ロケ地
たまに別荘を持つ(別荘を借りる)
夏期限定：屋外映画鑑賞(大スクリーン)

コミュニティ復活

区民の意識付けをはかろう(例：夏の花火大会、炎の祭り等・・・)

◆Dグループ

交通の利便性

観光人口の誘致(駅でのアピール)(草津温泉に便乗)
交通の利便性(小型バスの利用)
移動が楽(個人の車、公共の交通手段)
観光客の動線が明確

交流の場所作り

直売所の充実
レストランの充実(楽しみ)
温泉(立ち寄り場)
人と人とが交わる場所を多くする
各種コンサートや講座があり、自由に参加できる。そのための組織的整備

写真好きの集まる町

有名な撮影スポットを作る(一般の人でもいける)
撮影スポット紹介を群馬県全体でネットワーク化
夏に写真の専門家や地域の人がよい撮影スポットを教えてくれる
プロの写真家がよく来ていることをアピール

インターネット上での活性化

インターネットでの検索で引っかかりやすい
多くの人がインターネット上に北軽井沢に関する書き込みをしてしまう

整備された観光資源

オーガニックをキーワードにした地域作り・観光化
都市住民との食や自然を軸とした交流の活性化
有機農業有機酪農を軸とした、環境先進地域の実現
有名なおみやげがある
景色の良い所がわかりやすい
北軽井沢の美味しいものがたくさん

鳥の声のもっともっと聞こえる森、地域
行政サービスの充実
充実した緊急時の備蓄倉庫がある
すぐに(気軽に)対応してくれる役所窓口
住民と観光客のコミュニケーションの充実
遊びに来たら気軽にあいさつしてくれる。

◆Eグループ

自然を生かせる町

自然の中でくつろげる場がある
自然の中を歩ける町
各家の庭に楓を植えて訪れたお客様に新芽紅葉を楽しんで頂く
5月、6月の新緑の移り変わり
国立公園から外れて、虫、花が採集可
広い空、谷間より気持ちがよい
雪の中で遊べる
人も歩ける馬も歩ける自転車も走れる自然道
鳥のさえずりで目覚め、東京ならカラスだもの
万騎峠を観光地として皆知っている
開放的な牛牧場を作る。皆で牛飼い生活できるように
南木山系の水がうまい。売り出そう

憩いの町

ベースキャンプにすれば、廻りに温泉もスキー、景色のよい所が沢山
リゾートビレッジ皆が北軽井沢で別荘を持っているような気持ちで来る
別荘に繰り返し来たくなる町

便利な町

食べる店がいっぱいある町
通年で食事ができるお店
軽井沢までのバスを増やす
地元住民移住者観光客が気楽に交流できる場

景観の備わった町

しもた屋の看板のない町



課題

◆Aグループ

地元の人が地元のことの認識不足・勉強不足

- 地元の人が地元の良さを十分認識していない
- 地元の人たちが自然のすばらしさをわかっていない
- 北軽のすばらしさに自信を持っていない
- 来てくれた人を暖かく迎える地元の姿勢がたりない
- 観光客が気軽に行けるようなガイドブックが少ない
- ガイドができる人を育てる方法が分からない
- 花を植える場所がなかなか見つからない
- 地域全般の協力不足

地元の良さのプロモーション不足

- 外に対してのアピールのしかたが足りない
- 特産物を知ってもらうプロモーションがされきっていない
- 特産物のインパクトがまだ弱い
- ミュージシャンが本当に集まってくれるのか(声の掛け方)?

地域住民の活性化のためのコミュニケーション不足

- 特産品をみんなで考えようとしていない
- どんな特産品をつくれればいいのか分からない
- 特産品販売の場所をどこにすればよいか?
- 学習、体験できる施設を誰がつくるのか?

誘客のための施設が不足

- 名所が「行ってみたいくなる場所」として整備されていない
- 学習や体験をするのに魅力的と思えるようなハード、ソフトが整備されていない

芸術家が少ない

- 町に芸術があふれていない

◆Bグループ

地域全般の協力不足

- 観光業と農業それぞれが独立している気がする
- 農協、観光協会のタイアップが出来ていない
- 個々の意見をまとめ具体的にする人がいない
- 他産業との地域内交流が少ない
- 考え、意見を出し、伝えるところがない

地域資源・人的資源を生かしていない

- 地域資源を活かしきれていない
- また来たいと観光客に思わせる魅力や資源が少ない
- 名産品・特産物が少ない
- 住民の意識付け不足

人的資源の活用をもっと出来るようにする
住民が北軽井沢の良さ素晴らしさに気づけてない

地域内外に対するピーアールの不足

食・住まいなどの情報が少ない
アピール不足
地域情報が乏しい
高原のアピールに乏しい(貴重な資源の)
北軽井沢の資源をうまく表現し外へ伝えられない

浅間山麓の総体的なビジョンがない

ランドデザインがない
ビジョンのない開発

地域のために使える時間がない

農業の繁忙期と観光時期が重なる
生活リズムにゆとりが無い

◆Cグループ

やんちゃな浅間山

噴火予知に限界がある
災害やリスクに対する責任と適切な情報提供が仕組み化されていない
浅間山の影響で成分不的確の水がある(飲料として)
活火山に対する住民等の知識が不足している
防災無線が畑にいると聞こえない
浅間山の売り込みが足りない

地域のネットワーク不足

ビジョン戦略の明確化がない。モデル中心環とは何か
地域の人と専門家の相互協力が不足
専門知識を持つ人が見つからない
商品開発のノウハウと人材が不足
野菜(素材)を加工して付加価値を付けて販売するという考え方、研究開発の努力が足りない
働く場が、そもそも乏しい

観光客と住民参加の減少

地域全体の開発ルールが確立されていない
看板・建物の統一性がない
自然保護が地域の利益になるという意識が乏しい
現世代が、自信を持っていけない

農家と商工業者の連携が希薄

農家と飲食店の流通作りが足りない
賛同する飲食店が少ない
メニュー開発が必要

財源・アイデア不足

- 公園建設費を負担する人がいない
- 財源の確保が難しい
- 孀恋村の二番煎じ

住民参加のルール作りの機会不足

- 観光客の減少
- 観光客の入り込みは少ない
- イベントが開催された場合、住民自ら参加しない

◆Dグループ

周囲へのアピール不足／周囲の認知不足

- 北軽井沢のポータルサイトが無い
- 宣伝不足 アピール不足
- 観光客の動線上に目を引くものがアピールされていない
- 町・観光協会等のHPが機能していない
- 町のHPだけでなく町民の多くが個人(名産を作る人など)HPを作成していない
- 軽井沢⇄草津の通過点としてしかとらえられていない。
- 北軽井沢のキャッチーなイメージがない。

地域内の情報共有不足

- 地域の情報が共有されていない
- 地元の人が地元の良さをわかっていない
- 北軽井沢の名所や道路の詳しい地図がない
- 昔から北軽井沢に暮らす人の意見の吸い上げが不十分
- 町民の観光スポットとしての意識が薄い
- 住民と観光客が日常的に交わりコミュニケーションを取る場がない

北軽井沢農業の再生が必要

- 北軽井沢の農産物を総合的に生かした名物料理がない
- 有機農産物・酪農生産物の販売先市場の獲得
- 農業就労者の高齢化
- 群馬県の中で北軽井沢の名産が浸透していない
- 有機農業技術の取得が困難
- 有機農業の成功モデルがない

他地域との継続的な関係の構築

- 都市住民交流のカウンターパートナーの選定が課題
- カウンターパートナーとの交流が十分に認識されていない

観光交通の利便性確保

- 観光スポットが広範囲に分布している為、徒歩での行動が困難
- 北軽井沢に来るには、自家用車以外、バスで来るしかない(本数も多いとはいえない。)

地域資産の活用ができていない

- 施設の有効利用ができていない

箱物的な考えではなく工夫する熱意が不足(アイデア) 価値をつける(駅舎+歴史)

災害時の対策

緊急時の備蓄倉庫が少ない

自然環境の保全

森林管理者の不在。人手不足。

◆Eグループ

設備の過不足

大型バスの入れるような駐車場のトイレがない

廃墟がある

使わない、いらぬ、よごれた看板がある

サイン、案内板に交通アクセスの時間表示がない、

情報提供の仕方が悪い

情報の提供ができていない

自然があるのに、自然の具体的なよさのPRがない

観光案内のセクト主義。隣町も紹介しようとしてない

独特な、代表的な自然観光地探し、いくつかの観光活動、農業見学など計画がない

観光PRのPR対象が狭い、今来ている人だけになっている

通過客の足止策がない

冬遊ぶ場所がない、お店がクローズしている

若者が遊べる場所が少ない

宝探し、探検、サバイバルゲームなど遊びが無い

付加価値のある食品の生産ができていない

地元のよい素材、牛乳、野菜を活かしていない

特産品を活かし揺れない

お土産がない

美味しい原料を生産するだけではなく、美味しい料理まで提供していない

意見の集約ができない

地元住民の交流が少ない

団体がまとまらない

学びの機会が足りない

人格形成の場所がない、観光は人也

文化的施設が足りない、(美術館、資料館)



解決策

◆Aグループ

寄り合い会議を増やす

コミュニケーションができるグループをつくる。勉強会をする。フォトコンテストをやる
地元の人同志が集まる機会を増やす。仲間を多くつくる
地元の人が地元のよさ(自然、特産品 etc)をよりよく知れるイベントを開く
お茶のみ話をもっとして、情報を仕入れる
地域の物知りを集めて学習会をする
特技を持つ人を集めて開発する

観光施設の充実

様々なジャンルの芸術を発表できる場(イベント、展覧会等)をもっとつくる
お休みしている施設を復活させたりして有効活用する
看板や案内表示のデザイン、書式を統一して、立ち寄ってみたいくなる空間を演出する

いいところ発見ツアーを定期的で開催する

地元同志で地元を散策する
地元の自然を歩くイベントをして、もっとよさを知る

口コミによる北軽のPR

今いる芸術家と交流をして、新しい人にも来てもらうよう頼む
県外の親戚にも地元のよさをアピールして、ほかの人にも伝えていってもらう

成功例の調査、報告をする

先進地域の視察

◆Bグループ

地域を理解するための場の形成

専門家をよんで定期的な勉強会を持つ
地域資源が何かを理解する勉強会を開催する
自らが行動できる有志を集めたチームを作る
浅間山を中心にした浅間山麓連絡協議会を作り、定期的な話し合いを持つ
地区住民が相互理解し合う会を設ける
他産業が交流をできる場を設ける
異業種間の交流を図り、それぞれ不足している事柄を補うことで、新たな展開とする
web上でコミュニティーできる場をつくる

地場産の活性化

農業を主体とした新しい農業観光協会設立
特産品をつくる
農家の主婦の郷土料理講習をする場を

内外への情報発信

北軽井沢新聞(ホームページ)の発行
世界的な規模での情報の収集・先進地の視察・情報の発信

北軽井沢アンテナショップを銀座に作る

音楽会・フリーマーケット・収穫祭などのイベントをやり、地域間交流を持つ

内外からの情報収集

観光客に対して、どのような情報が必要かを積極的に聞く

町民の声をひろい上げ解決する会を作る

浅間高原を生かした年間集客

この地域は、観光と農業が主な産業だから、観光客に来てもらい、地元農畜産物を提供し、リピーターになってもらう

年間通して集客を実現する

浅間山をもっと利用する

浅間山麓の課題、問題点を整理し、ビジョンを明確に

◆Cグループ

バイオマス活用

資源(牛糞)の完熟堆肥の有機農法への活用

〈北軽井沢〉をブランド化した商品開発

浅間火山灰の産業的活用

バイオマス事業を進める

資源(森林)をエネルギー化する(バイオマス)、化石燃料に頼らない地域ブランド

コナラ林の保護と活用を推進する

コーディネーターの育成

意識改革(現状維持→現状打破)

①ピーアールが必要②意識を持ってもらえるよう指導する③住民が参加できる仕組みを作る
地域改革リーダーの育成の場を作る(チェンジ)

地域住民が参加するフォーラム(広場)を作る

浅間のピーアール

夕方の「寝観音」夕焼けを一緒に作りましょう

防災の地域ネットワークと観光案内(インタープリテーション)の結合

浅間山の視覚的な時間スケールを売込み、スローライフの提案

噴火に強い観光を追求する

地域ブランドづくり

キーワード(スローガン)を基に農家と飲食店に働きかける

有機農業と高原野菜による、地域ブランドを作る

生産者が自ら販売できるような指導、アイデアを生産者に指導する

農業と商工業の連携による地域特産品の開発

自然学校の設立

小学校・中学校で北軽井沢の自然講座を増やす

自然を活用した事業(自然観察、ネイチャーガイド等)を興す

浅間山(火山)のことをよく知る。Ex:誰も興味深くなる工夫されたビジターセンター

防災情報の高度化

噴火したときはマスコミ正確な情報を伝えるように依頼する
浅間山の活動状況を的確・リアルタイムに情報公開する
防災無線を付けてほしい(財源確保してほしい)

独立共和国の設立

いろんな人が集まってくる(町の伝統)→自由闊達な地域として町を売り出す
地元の人には観光客を大切にしましょう
行政が移住者優遇政策を実施する

魅力の再発見

今ある条件の活用(人、自然等)
地域資源の発掘と再認識を行う
地域の資源を見直す/再発見、発掘する

人材資源の目的意識活用

別荘人(知識人)の活用
人的資源の情報(人材バンク)を収集・公開する

◆Dグループ

アピールするためのイベント・企画を行う

人が通る場(駅、軽井沢、高崎など)で、イベントを開く
草津長野原駅などにポスター、案内、アピール
調理師専門学校生に北軽の農作物を使った料理を作らせる
北軽の農作物を使った変わったイベントを開く(テレビ映るような)
動画投稿サイトに北軽をアピールする動画を継続的にあげる
大手スーパーなどで北軽の農作物のイベントを開催する
群大生に北軽のイベントに巻き込ませる。(大学にポスター、合宿支援)

情報発信環境の整備をする

北軽の情報を発信するHPの開設と頻繁な更新
新鮮な情報をHPにあげる
個人法人問わず立ち上げているHP間にリンクを作る
町民のHP・ブログ開設を支援する
北軽のフリーペーパーを作る。(高校生などに)
北軽の取る戦略を明確化し、キャッチコピーを作り、方向性を定める

観光スポットの総合的な見直し

観光スポットで行っている事を見直す(自然を生かす方向で)
休憩所を確保する
いろいろな職業・老若男女の意見を取り入れたマップの作成
観光スポットに関わる人が連携する。そして、観光の流れを作る

町民の認識の共有

情報を共有するための協議会の立ち上げ、共有するための仕組み作り
役場・観光協会の連携(コンピュータ)
様々なショック種の人を集め情報の報告会を行う。話し合う

行政が町の情報を管理し、情報発信の先頭に立つ
行政と町民団体の協力をアピールし、町民に認識させる
北軽に住む若者にHPを作らせ、同時に若者に北軽に関心を持たせる
町内全体の問題を把握する町民団体を作る(行政も同時に把握)

姉妹都市の交流促進

姉妹都市交流をし、外部の人を呼び込む
現在交流のある「いすみ市」との交流の拡大(子供だけでなく)
カウンターパートナーとの市民どうしの定期的な交流会をもうける

交通手段を確保する

主要な観光スポットをつなぐ、循環バスを走らせる
シーズン中だけでも循環バス運行(小型)

農産物のブランド化

北軽の農作物を使用する団体・個人を優先的に支援する
農業と観光の連携独自メニューの開発

◆Eグループ

いろいろな楽しみがある観光牧場をつくる

体験形のリゾート施設の多様化
観光牧場を作る、馬、牛、公園、レストラン、お土産
観光牧場を作る
牛のいない雪の積もった浅間牧場スノーシュウ、馬そり、犬ソリ、クロスカントリー

既存施設の整備、有効利用

浅間牧場の中を歩ける遊歩道を作る
駅舎を利用して、コミュニティの場を作る、資料館
浅間大滝をきれいにする
ミュージックホールの有効利用、コンサート、写真展、住民を集まりやすいスペース
学校の合宿場所にする

環境整備における行政の協力

不要看板捨てないで、有効活用、案内標識への再利用、行政が法制面で協力する
廃墟、不用の看板の撤去_行政の協力整備

地域の美化

道路脇にきれいに花を植える、雑草を刈る
北軽井沢周辺の整備(花や木を植える)
高原の花を植える

広く情報を蓄積し発信する

自然満喫事例集める、データベースを作る
情報集約発信基地的なものを作る
観光案内板は隣町の情報の盛り込もう

ネットを利用し情報を発信する

ホームページの充実、常に更新し、新しい情報を流す

ネットで、北軽井沢の美しさを発進する

ネットサイト検索を提供し、積極的に学校、旅行会社と連絡

特産品の開発と販売ルートの工夫

販売ルート確立

ありふれた高菜漬物が「野沢菜」になった。土産物をでっち上げる

食品加工が現地で困難であれば、外へ運び外の資源を利用し現地で販売

大型バスが入れる「道の(高原の)駅」

大型バスも入れるスペース、トイレ、イベント広場がある道の駅

道の駅を作る

観光プランの外部委託

旅行会社など観光計画経験のある組織と相談し観光プランを作る

