

2014 年

川上村地域づくりインターンシップ報告書

武庫川女子大学生生活環境学部情報メディア学科 3 年
東夕加

2014 年川上村インターンシップ日程表

月	日	曜日	体験内容
8 月	12	火	午前 ー 午後 インターン事業概要説明、村長挨拶
	13	水	午前 村内散策 午後 総合計画、川上 ing 作戦について
	14	木	午前 森と水の源流館見学 午後 水源地の森探索
	15	金	午前 施設見学 午後 東川盆踊り手伝い
	16	土	かみせ祭り手伝い
	17	日	自由行動
	18	月	午前 箸作り見学 午後 環境基本見学について
	19	火	林業学習、下多古村有林見学
	20	水	午前 林業学習、伐採体験 午後 樽丸見学
	21	木	自由行動
	22	金	かわかみんぐツアー手伝い
	23	土	午前 かわかみんぐツアー手伝い 午後 報告書まとめ
	24	日	報告書まとめ
	25	月	午前 報告会 午後 ー

1.インターンに参加しようと思った理由

- ・地元が奈良県であるにも関わらず、奈良県南部地域にはどういう魅力があり、どんな問題を抱えているのかを以前は殆ど知らなかったもので、知りたいと考えたため。
- ・大好きな奈良の地域づくりに貢献したいと考えたため。

2.現状・印象

- ・林業、自然環境、特産品、木工、野菜、施設(杉の湯、匠のむら)など沢山の魅力的な場所や物があった。また、村民の方が人情味豊かで温かいのが印象的である。
- ・水源地のむら、吉野杉、後南朝の歴史、山、川、施設など巡って、川上村が観光 PR を行っていること、水源地の村だということ、吉野杉の大部分が川上村で採れているものだということがわかった。

がしかし…

私は同じ奈良県に住んでいるが、名前もほぼ聞いたことがなく、このインターンで訪れるまで、殆ど知らなかった。また、「川上村」に対するイメージが「なんとなく山奥」「不便」くらいしか持っていなかった。これは私だけでなく、川上村を訪れたことのない人のイメージである。現に自分の身の周りの同世代の友人からの声もあった。

「川上村」の認知度を高めたい。川上村の良さを知ってもらって多くの人に足を運んでもらいたい。

そこで、考えたのが

『川上村を知ってもらい、好きになってもらおう作戦』

多くの子どもに、川上村を知ってもらい、好きになってもらいたい。子どもが好きになれば親も好きになる。家族で好きになってもらう。

また、ファミリー世代だけでなく 20～30 代の若い世代の人にも好きになってもらいたい。子どもから 20 歳代の若い層をメインターゲットに。

『川上村を知ってもらい、好きになってもらおう作戦』

PLAN①

「ゆるキャラ」作戦

地域おこしのために、川上村の“ゆるキャラ”を作る。

ゆるキャラを一般公募する。募集対象者は子ども限定。奈良県教育委員会にかけあって小中高の公私立学校に募ってもらう。

優秀者の作品を決め、表彰式を実施。キグルミを作成。ホームページなどにも掲載。

ゆるキャラの使用料は無料として、ネットでの使用を許可する。(くまモンと同じ)
子どもと女性に受けがいいかわいいイメージが良い。

例) かわかみさま



ポイント1

川上村という名前を沢山の人に認知して貰う為に、ネーミングに「かわかみ」を入れた。

ポイント2

かわいいビジュアルで子どもたちの心を掴む。

ポイント3

「ゆるキャラ=子ども受け」

だけでなく大学生などの若い世代から年配の方にもゆるキャラでインパクトを与える。

ただし、地域の人を「置き去り」にしない仕組みが必要。

持続していくには、地域の人達に納得してもらわないといけない。

PLAN②

川上村 photo 動画

川上村の写真を使い、村の紹介動画を作成。

楽しさ・面白さの要素を動画に入れて、子供に興味を持って貰う。

ネット(youtube 等)での波及効果。

とにかく川上村の大きなインパクトを与える。

【流れ】

川上村を知ってもらう→川上村に対する魅力・好感を与える→実際に川上村に足を運ぼうとする気持ちを掻き立てる

しかし、足を運ぼうとする気持ちを掻き立てるだけでは、ただの観光客に過ぎない。
今回私が目的とするのは川上村の移住者・定住者を増やすことである。

観光客として来た人並びに川上村に魅力・好感を持った人に対して、「川上村で住む」という積極的イメージを持ってほしい。

杉の湯に泊まるのではなくて、昼だけ過ごすのではなくて、実際に村人の家で、談笑しながらご飯を食べて、お酒を酌み交わして、布団であくびしながら起きて、といった私がインターンシップで体験した川上村での「日常」を感じてほしい。

私は14日間の滞在を経て川上村を大好きになり、今まで無かった「川上村に住む将来のイメージ」を持った。

PLAN③

「村民の受け入れによる民泊」

村民の家で生活することによって人脈が広がりやすい。

祭りをするならば、お客としてだけではなく、祭りの運営に参加させる。

→人との交流機会が増える。

→川上村での生活のイメージに繋がる。

「着地型観光」…観光客や旅行者を受け入れる地域が自分たちの持つ観光資源を活かして企画するツアー。地元の人を外の観光地に送り出す従来の「発地型観光」とは異なり、旅行者を呼び込むことで、地元でお金を使ってもらえる利点がある。観光庁も推進している。
(朝日新聞掲載「キーワード」解説より)

民宿…一般の民家が営業許可を得て営む宿泊施設。

民泊…民家に宿泊すること。

→「着地型観光」に相当

民泊促進によるメリット

来る人 ⇄(交流) 住む人

地元住人との交流から成る「思い出」(あのおばちゃんともう一度会いたい!)や「人脈」がリピーターを増やす要因になる
例)

東京ディズニーリゾートのリピーター率は97%

ゲストとキャストとの対話による「思い出」の効果大きい。

→人との対話の中でストーリーが生まれる。

【補足：私が感じた川上村】「意外と！！」

川上村にインターンで来るまでは、川上村のサイトやパンフを見ただけのイメージとして、川上村は本当の山奥で、買い物も殆ど出来ずにとんでもなく不便だろうと考えていた。が、いざ2週間住んでみると、川上村の生活は自然に馴染んだ。

意外と良い点

- ・ 隣の吉野町のスーパーまで車で20～30分で行ける。
→ 買い物好きな人は厳しいかもしれないが、そんなに拘らない人には十分事足りる。
- ・ 虫嫌いの私が虫にも慣れる。(化け物級の虫が出ると思っていました)
- ・ 山登り初心者で計3回登ったが、楽しくはまりそう。
- ・ 村民や職員の方々が、皆さんやさしく親切で大好きになる。
- ・ 小中の学力が高くて勉学面については安心。
- ・ 少人数で寂しいが、その分仲間意識が強く絆が深い。
- ・ 保育園の体制がしっかりしている。
- ・ 診療所が1つしか無いが、隣町の病院に車で20～30分で着く。
- ・ 橿原市や桜井市、大和高田市も車で1時間ほどで着く。
- ・ もろに古民家！が苦手でも、村営住宅など、都会であるような住宅があり、都市部と差異があまり無い生活ができる。

⇒ かなり山奥で不便だと想像してみたが、意外と便利なので生活に馴染みやすかった。

意外と悪い点

- ・ 子どものちょっとした熱でも、隣町の病院に行かないといけないのは不便。
(全国的に見ても小児科担当の医師がごく少数しかいないため。)
- ・ 想像していたよりも子供が少ない。
- ・ 車無しでは本当に行き来するのは本当に不便。

→ 「意外に便利！」は川上村のPR対象になりそう。