

1. 長野県に対して持っていたイメージ

長野県のイメージは山が多く、清涼で夏の避暑地である軽井沢や上高地がある県、そのような気候や環境によって育まれるさまざまな作物や昆虫食の文化があるというもの、善光寺や松本城といった歴史的な建造物が多く残るといったイメージだった。長野県は長野県という1つの塊として認識しており、長野県の中の地域が持つ魅力を「長野県」という単位で見えていた。



2. 実際に来てみて気づきたいところ

長野県の中にもさまざまな地域があり、それぞれの地域に住む人々が自分の住む地域に対して興味を持っていることが多いという印象を受けた。自分たちの地域について知ってほしい、また来てほしいという思いが強く、観光客であるとわかると途端に「いいところでしょ、また来てね」という言葉や「これ、せっかく来てくれたから」という温かい言葉をかけていただくことが多く、観光に携わる人だけでなく、住民一人ひとりが自分の住む場所に対して誇りを持っていることがとてもすてきだと思う。また観光客らしい人々、あたりをキョロキョロ見渡して、困っていきそうな人を見つけると、そっと声をかけてくれる人や普通に話しかけてくる人が他地域より多いような気がする。古くから善光寺や温泉地、上河内や軽井沢の有名観光地を擁し、地域住民にとって自分たちの地域に観光客が来るが多々ある環境から育まれた性質なのではないかと考える。

3. もう少しこうだったらいいなと思うこと

観光に公共交通機関を推奨する割には電車やバスの本数が少なく、バス停の場所もわかりにくいいため、1日で1カ所回るのが限界。ただ、前述したように人々の交流も生まれるため、情報が少ないこと自体を課題と決めつけるのは早計かもしれない。

自分たちの持つ魅力の発信不足（届けたい層に届いていない）のではないかという疑問を抱いた。「NEO ネオン」のように上山田温泉街のスナックを若者にも楽しんでもらうためのリブランディングプロジェクト・イベントが行われていることを今回初めて知った。スナックという場所に興味がある若者はたくさんいると



思うが、実際に訪れるのはハードルが高く難しい。そのためこのような活動があると分かれば興味をもつ人が増えそうだが、まずは知ってもらわないことには参加もできないので、面白いイベントの広告をより行っていただけると嬉しい。

小諸：観光地として売り出している割にトイレが少ない（綺麗なトイレは重要だと思う）

また、個人経営の店が多いために、自主定休のお店が何軒もあり、せっかく訪れてみたはいいがやる事がなくなってしまう、休めるような店も閉まっているためそのまま立ち去ろうとしている観光客を何人か見かけた。メインである懐古園エリアを訪れていないので一概には言えないが、もう少しわかりやすく、正確な情報がほしい(ただそのフリーダムさが個人経営の良さであり、旅の魅力でもあるため、情報の確実さが上がると、良さが消えてしまうのではないかという懸念点もある。)



4. ローカルヒーローの話/フィールドワークを通じて記憶に残っていること



全員の話それぞれに気付かされるが多々あったが、その中でも「姨捨ゲストハウスなからや」オーナー鍛冶さんの話が印象に残っている。自分は正直なところ、普段の旅行での宿泊先は二の次であり、いかに翌日の行動に影響しないか、交通アクセスが良いかを重視した選択をしてきた。旅は人と会うものではあるが、宿泊先にまでそれを求めてしまうと疲れるし、キャパオーバーになってしまうのではないかと話を聞いた後でも思う。しかし、旅の休憩地点である宿泊先というリラックスする場所で人と出逢い、つながることで新たな自分を見つけることで自身の人生がより面白くなり、誰かの人生も面白くしていくことができるのではないかという気づきを得た。今

回のローカルヒーローたちの話に繰り返し登場してきたのが「人とつながること」と「面白い」という言葉である。面白いという言葉の語源は目の前が白く明るくなり、目の前の美しい情景がよく見えるようになることから来たとされている。人と出逢うことがなくとも、美しい景色には出会うことができる。しかし人と出逢うことで、その美しい風景が面白いものとして捉えられるようになる。人と出逢う化学反応によって、風景の見方さえもが変わることを学んだ。

もう1つ印象に残ったのが「地元住民は自分の住む土地を特別視しているけれど、他の人々にとっては単なる地域の1つと思われている」という話だ。この言葉を聞いた時、自分

の中で非常に腑に落ちるところがあった。自分の出身である浜松は静岡県の1部に帰属する。自己紹介では静岡県出身ということが多く。しかし静岡県は横に長く、県内における地域差が非常に色濃く出る。誰かに「静岡出身なんだよね?」と問われるたびに、自分は静岡の単なる一地域出身なのではなく、浜松の〇〇出身だと言いたい気持ちが強かった。長野県も同じく縦に長い地域であり、さまざまなエリア、地域に分かれている。自分が出身地を一括りにされると違和感を覚えるにも関わらず、長野県を長野県という1つの単位として認識していた。まずここを反省していきたいと思う。そしてもっと納得した話



が、この自地域特別視による弊害として、地域住民は自分の地域の魅力を誰もが知っているものと思いき、誰かに知ってもらおうと宣伝をしない。だからこそ、住民が自分たちの知っている良さを発信していくことで、より地域の魅力が広がるのではないかというものだ。この話はその通りであり、情報化の社会の中、人々は誰かの知らない、自分だけの情報を求めている。そこにフォーカスを当て、住民の感じる自地域の魅力を発信していく媒体や方法を発信していくことが、長野県の観光ひいては今後の観光において必要なのではないかと考える。現代の観光において新たな観光施策が多くとられる中、長野県の観光が目指していくべき姿は、レジャー的な観光ではなく、祖父母の家に帰省した時のような安心感と懐かしさではないか。今回のフィールドワークを通して自分は、長野県の人々のおもてなしのこころや優しさを常に感じていた。これは今回の活動に長野県をよく知る人々が同行していたのも大きく影響していると思う。そこで観光客としてもてなす、というよりは、ただ訪れた人に自分たちの住む場所の魅力を伝えるという心持で接することで、長野県という場所をより、身近に感じてもらうことができるのではないか。



5. 貢献できそうなこと

自分にはまだ専門分野と呼べるようなものはなく、視野が狭い。しかし今回のフィールドワークやローカルヒーローとの交流から、自身の強みは言葉にすることではないかという気付きを得た。これまで読書やさまざまな人から聞いた話を通して自分の中にインプットするだけだったが、これからは自分が経験したこと、思ったこと、考えたことを言葉にすることで、誰かの何かのきっかけになれたらいいと思う。誰もが気が付かなかったような地域の魅力を自分が拾い上げ、少しでもその地域の観光および生活や文化に興味を持ってもらえるような文章や映像を発信していきたいと考えた。

6. あったらいいな、こんな取り組み

- ・地域の方がおすすめする地域の情報 (ex.おすすめの食事、場所、体験、生活文化)発信
観光案内所に貼られている広報情報ではなく、小学校の生活の時間で見つけるような些細な感じのもの。

- ・長野県のスーパーにしか売ってないような食材 (ローカルフード)の紹介

自分は TSURUYA に初めて行ったが、甘酒やクルミダレ、多種多様なジャム類などはほかの地域のスーパーにはないものだと思うので面白かった。しょうゆ豆も観光するだけでは知ることができなかったと思うので、そういう紹介があるとコンテンツが作りやすいのかなと思う。(特に最近は健康志向が高まっているため、「発酵食品」というコンテンツで観光客を集めることもできるのでは)



この二点を踏まえ、長野県の交通・食・観光名所・宿泊・面白い取り組みなどを一気に見られるようなアプリを作るのはどうか。旅マエ・旅ナカ・旅アトでも使用可能であり、投稿機能をつけることで観光客と地元住民の相互の情報交換が可能となる。

7. 自分達の時代の旅の在り方

- ・集団旅行→個人旅行 (1~4人ほど)
- ・紹介 (口コミ)旅行
- ・有名観光地だけでなく、その周辺の環境にも目が向くのでは
- ・観光地とされたくないような場所を観光
- ・自分たちの旅の様子を SNS で共有
- ・VR の発展により旅先での体験の価値が変化する

8. 長野県で実現してほしい観光プロジェクト

- ・グリーンスローモビリティ

長野県には二次交通が足りない。タクシーは高価、自転車や徒歩は山道がきつい、レンタカーの駐車スペースがない。そこで2~4人乗りのグリーンスローモビリティを街に配置し、観光客に自由に運転させることで解決できるのではないか。

- ・旅行マッチングアプリ

観光において考えなければならないのが住民との距離である。棚田を例に挙げると、観光客が美しい景観を求めやってくる棚田は、地域の人々の維持保全活動により成り立っている

る。棚田で収穫できる米は少ないため直接的リターンがなく、最近ではどんどんその活動に参加する人は減少しているらしい。棚田という環境において求められるのは棚田を維持させるための財源ではなく、棚田を維持させるための人出である。そこで棚田での農作業(その他もろもろの活動)に参加したいという観光客を、観光地側が選ぶことができればこの問題は解決に向かうのではないかと考えた。また今回の旅を通じて初めてゲストハウスを訪れ、宿泊した。ゲストハウスでは宿泊客、ホスト、地域住民が混ざり合って交流することができ、長野県の観光を考えていくうえで欠かせない役割を果たすと考える。しかしゲストハウスへの宿泊は心理的安全性という課題においてハードルが高く、特に女性にとって旅先での宿泊先にゲストハウスを選択するというのはなかなか難しい選択であることは間違いない。

つまり今求められるのは観光地側の要望と観光客側の要望をマッチングさせ、よりよい関係を結ぶことができるようないわゆる出会い系サイトとよばれるものではないか。

