

From長野



山間の小さな温泉地から 10万人を集める「星の村」へ



開始したのが2012年夏。それからわずか5年で、山間の小さな村に半年の期間中10万人を超える集客を果たしたプロジェクトがある。長野南部の阿智村で行われている「日本一の星空 ナイトツアー」だ。村の名を一躍有名にした、その取り組みと戦略とは？

松下仁さん。スタッフは宇宙服のようなコスチュームに身を包み、足を照らすのはおしゃれなランタンと、演出は細部にも行き届く。

ナイトツアーは年間来場者が10万人を超え、今冬から「ウインターツアー」もスタート。ほぼ年間を通し日本一の星空を楽しめるようになった。冬場はスキー場は使えないが、ゴンドラ山麓駅の広場を会場に、飛び立つ宇宙船に乗っているかのようなプロジェクションマッピングを映写して星の世界へと参加者を誘う。冬は空気も澄み、カウントダウンで照明を消して見上げる星空は美しい。

阿智村の「日本一の星空」を中心にした村づくり。始まりは村が衰退するのではないかという危機感だったという。村の観光を担う昼神温泉の宿泊客数は減少に転じ、若い客は少なく団体中心の客層はシニアばかり。春に日本一を誇る花桃が20万人を集めても、期間は2週間で通年の誘客にはつながらない。それまでにも村では観光振興策を講じてはいたが決め手に欠けた。ピーク時から宿泊者数が2割も低下し、高齢化や過疎化が現実味を帯びるに及んで、2011年、旅館の企画課長だった松下さんをはじめ、有志3人が活動を開始した。最

上／降るような阿智村の星空は銀河も鮮明だ。ツアーでは超強力なレーザーポインターを使い、星の解説も行う。2016年12月からはウインターツアーも開始した



昼神温泉は1973年に温泉が湧出、中京圏の客を集め発展し、約40軒の宿がある◎



山麓駅のカフェ。プロジェクションマッピングが不思議な空間を形づくる

危機感から生まれた 地域活性化の取り組み

えなさん

恵那山系に拓かれたスキー場「ヘブンスそのはら」には、4月中旬から10月中旬の夜、空を見上げる大勢の人たちの姿が見られる。ほとんどは若いカップルや子供連れの家族だ。彼らの目当ては阿智村が誇る「日本一の星空」。「MEGASTAR」で上映するプラネタリウムや星の写真展などを楽しんだ後、「スリー・ツー・ワン…」のカウントダウンで“その時”を待つ。「ゼロ！」の声とともにすべての映像や照明が一齐に消え、見上げた空には降るような星、星、星――。

「スキー場までは15分、暗闇の中をゴンドラで上がっていきますから、そこから非日常感は満点です」。そう語るのは、この「日本一の星空 ナイトツアー」の仕掛け人の一人である

最終的に目指すのは地域全体の活性化だ。そのためには観光を基軸に交流人口の拡大が不可欠と考え、村ぐるみの観光振興や将来にわたる地域ブランド構築に向けて動き出した。

若年層の心をつかむ 星のエンターテインメント

「どうしたら来てもらえるか」「魅力ある資源は何か」と話し合いを重ねるうちに出てきたのが星空だ。実は阿智村は2006年に環境省から「日本一星が輝いて見える場所」に認定されていた。旅行会社や観光客が口を揃える「阿智の星は凄い」との言葉に背中を押され、「星で行こう!」と決めたのは2011年秋。開始を翌年の夏と定め、差別化の方策を練った。当時から全国各地に星を見るイベントやツアーはあり、松下さんも視察に出かけた。しかし、どれも面白いと思えなかった。有識者が星を解説してまるで「お勉強会」だったからだ。

「楽しむための旅なのだから、阿智村では遊び心に響く『星のエンターテインメント』にしようと考えました」。ターゲットはこれまで阿智村に來なかった若い層、カップルやファミリーに絞った。会場は町の灯に邪魔されず、より星に近いスキー場。非日常を演出し、お客がワクワクする仕掛けやロマンティックな演出を散りばめ、日本一の星空をテーマに、感動を届けることを目指した。また、地域活性化をはかるには公式の組織にした方がいいと、ツアー開始1カ月前に村長を会長にスタービレッジ阿智誘客促進協議会を発足させている。

2012年8月1日にツアーはスタートした。運営しつつお客の反応を見て取捨選択や改善を繰り返し、内容を整えていく。特筆すべきは星が見えない夜でも、星空の映像を映してのトークイベントや期間限定で夜の森を歩くナイトトレッキングなども行ってツアーを実施したことだ。せっかく来たのに「見えないので中止」では何の思い出も残らない。少しでも楽しい思い

出を持ち帰って、再度ツアーにチャレンジしてもらえるよう企画を考えた。

1年目の目標は5,000人。最初は5人10人という日が続いたが、徐々に上向き、77日間で6,535名を達成した。この実績を足掛かりに次年度からはさらなる展開へと手を打つ。特に戦略的に重視したのがPRと企業との連携だ。記者発表を実施し、マスコミ関係の120社に情報を配信。またプロジェクトマッピングのNAKEDや望遠鏡のVIXENなど約40社と提携して多彩なイベントや演出、情報発信を行っている。明確な目標設定もポイントで、2年目は1万5,000人、3年目3万人と、次々に高い目標を掲げた。達成できそうになれば、クリアするための努力や工夫が生まれ、結果的には常に上回る成果を出している。

一過性のブームでなく 地域を支える大きな力に

開始から5年、若年の宿泊客はもちろん、首都圏や関西圏からの客は確実に増えた。ナイトツアー期間中はどの旅館もほぼ満館。団体から個人客へのシフトも進み、売るための値引きが不要になり客単価も上がった。地域に対しても旅館関連業務や土産物の製造販売などが上向いて経済の活性化や雇用創出につながっている。村が注目されて、住民が地元の良さを再認識する契機にもなったという。

この5月には協議会や観光協会を一本化して株式会社阿智屋神観光局を立ち上げ、松下さんは企画戦略部長兼事務局長を務めている。「一過性のブームでなくツアーを持続させ、日本中の人々が阿智村のことを知って『行ってみたい』と言われる村にするのが目標です。いつまでも住民が誇れる美しい星の村であるために、環境や景観保護も考えていきたい」。

始めたばかりのウインターツアーでは懸案だった冬の集客を狙う。まだ参加者は少ないが、ナイトツアーのように一晩百人千人単位を目指し、阿智村の熱い挑戦は続いている。



「星の世界へ出発!」。係員のコスチュームも宇宙船基地のクルーを思わせる



参加者は思い思いの場所を占めて、自由なスタイルで消灯の19時45分を待つ



アウトドア企業とタイアップした夜の森を歩くツアーなどイベントも数多い



山麓駅にあるスターショップ。オリジナルの記念品や土産のお土産が多数揃う

協力・写真/株式会社阿智屋神観光局
写真©印は編集部撮影