



心あったかニュース

星降る町の、宝物

星と町といった桃の花の写真を、インスタで見かけます。写真を撮る人は、一度は行きたい長野県阿智村の町おこしの過程が、東洋経済オンラインにありましたので、ご紹介します。かつての阿智村の温泉では、客数の減少により廃業するところもあったそうです。このままでは昼神温泉は急速に衰退する。自分たちの子供たちの世代に、阿智村を渡せないかもしれない」と大きな危機感を持つ人たちもいた。旅館「恵山」で企画課長を務めていた松下さんは、旅行会社大手・JTB中部の武田道仁さんと出会います。2人は、阿智村をより魅力的な観光地にするためにはどうすればよいかを話し合い、阿智村の強みとはなにかを話します。企業の強みを考える際に、VRIOフレームワークが参考にした説明が、なるほどと思えました。温泉は強アルカリ性で「美人の湯」と言われている。しかし日本各地には、すでにトップブランドを確立している温泉郷は多数ある。つまり

顧客にとって「価値がある」が、必ずしも「希少」ではない。実は阿智村には日本一のものがある。花桃の庭園だ。4、5月にかけては5000本の花桃が咲き乱れ、まさに桃源郷だ。しかし花桃は1年間で2週間しか咲かない。残りの50週間は観光客にアピールできない。つまり「希少」であり「模倣しにくい」ではあるが、顧客にとって価値があるのは1年間のうち2週間だけ。年間を通じた集客効果は期待できない。阿智村には「ヘブンスそのはら」というスキー場がある。ロープウェイで15分をかけて麓駅から山頂駅にあるスキー場へ移動する。松下さんたちは、このスキー場スタッフの一人が、夏の夜中に彼女とゴンドラに乗り、山頂のスキー場に行っているという噂を知った。実はそこで見える満天の星空を、彼女と2人っきりで楽しんでいたのだ。温泉郷では旅館の照明が明るいため星はよく見えない。これが山頂にあるスキー場ならば、光がすべて遮られ、すばらしい星空が見える。しかも2006年、環境省は阿智村を「日本一星空の観測に適した場所」と認定していたのだ。スキー場スタッフのような「若者カップル」という顧客層にとっては、大きな価値があるもので、花桃と違い季節は問わない、そして

「日本一の星空」なので希少で、真似しにくい。松下さんと武田さんは、又タービレッツ阿智村」の取り組みを始めた。今や阿智村は「日本一の星空の村」として圧倒的なブランドを獲得し、それが阿智村の地域活性化に繋がっている。

日本一地味な村、阿智村に人が殺到するワケ（東洋経済オンラインより）

編集後記

私も写真を撮るので、阿智村に行ってみたが、この土地のことをよく知る人たちが、頑張ったことを知ると、もっと行きたくなりました。とくに、自分たちの子供たちの世代に、阿智村を渡せないかもしれない」という親心を知ると、感動しました。次の世代に渡したいものは、自然そのものですね。みんなが、うれしいものだと思います。