
株式会社WAKUWAKUやまのうち の取組事例 (説明資料)

2017年4月13日

WAKUWAKUやまのうち
代表取締役社長
岡 嘉紀

湯田中温泉のある長野県山ノ内町

基礎情報①

- 山ノ内町は、湯田中渋温泉郷、志賀高原、北志賀からなる県内有数の観光地として知られる。



湯田中渋温泉郷：湯田中温泉、新湯田中温泉、星川温泉、穂波温泉、安代温泉、渋温泉、角間温泉、上林温泉、地獄谷温泉

基礎情報②

長野県
山ノ内町

人口

1.3万人

アクセス

長野電鉄
高速道路（バス含む）

観光業の
位置づけ

主たる産業

観光資源

湯田中渋温泉郷、
志賀高原 など

課題

- ・ 宿泊客の減少
- ・ 観光資源の有効活用
- ・ 冬季への偏重 など



スノーモンキー



金具屋



よろづや（桃山風呂）

スキーブームだったH2年をピークに観光客は減少。

観光地延利用者数は**ピーク時対比 46%**

H2年 985万人 ⇒ H26 459万人

(うち湯田中渋温泉郷/H2年 223万人 ⇒ H26 121万人)



スノーモンキー

地獄谷野猿公苑には、
**年間約8万人（2015年）の
外国人観光客**が訪れているといわれています。
山ノ内町全体での外国人宿泊者数は、年間2.7万人程度。
うち**湯田中渋温泉郷**では**1万数千人**に留まっています。

取組内容

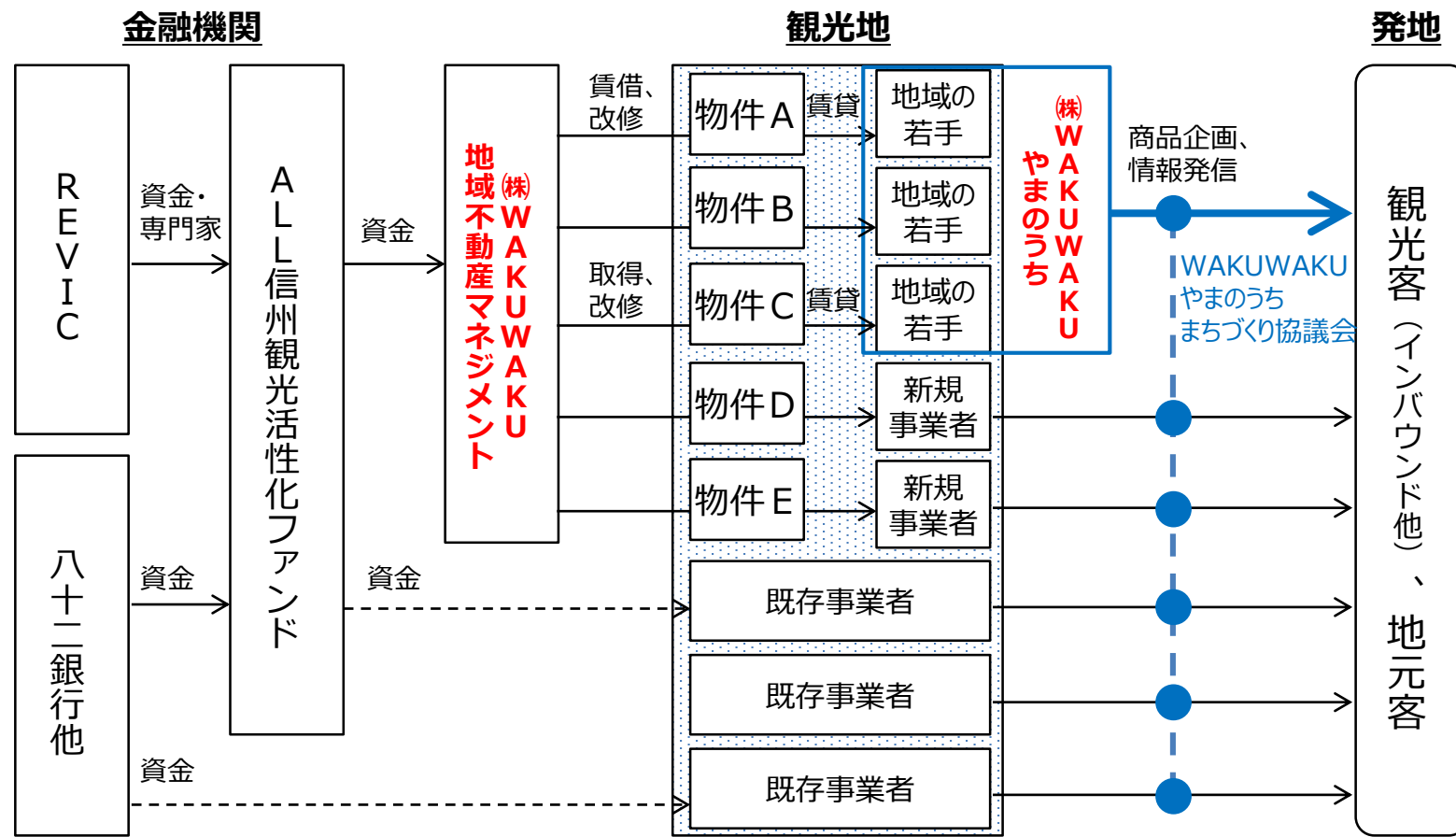
【参考】「かえで通り」



事業スキーム

- 本取組の主体は、直営店舗の運営及びDMOとしての情報発信等を行う「WAKUWAKUやまのうち」と、未活用物件の取得・改修／賃貸等を行う「WAKUWAKU地域不動産マネジメント」からなる。

取組の全体像



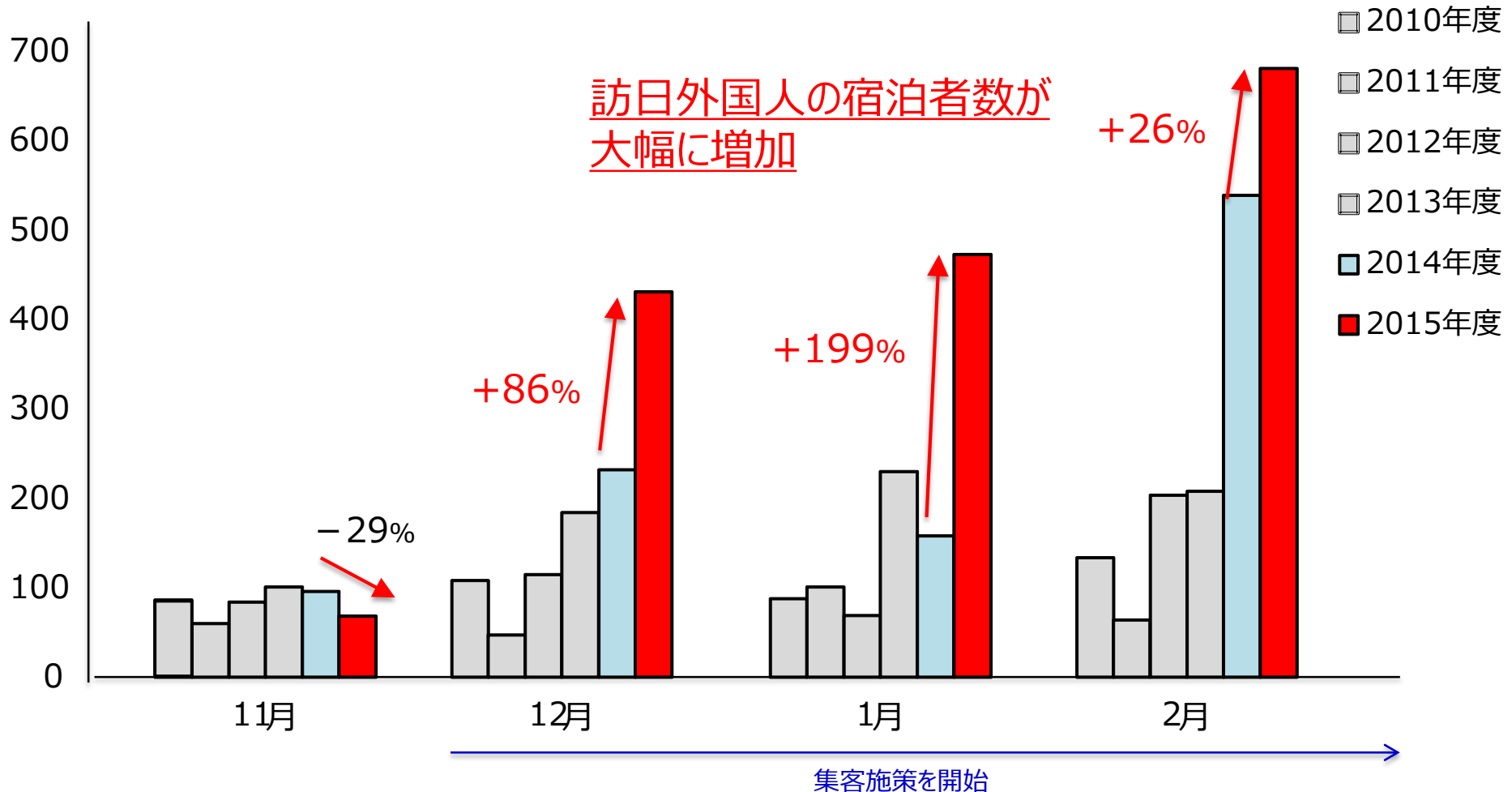
※ (株)WAKUWAKUやまのうちの
初期運転資金も同ファンドからの投融資。

「まちづくり」

「ひとつづくり」

【参考】約1年の活動による効果（例）

- 「かえで通り」の旅館（データを提供頂いた1旅館の実績）では、我々が活動を開始した初年度の冬季における訪日外国人の宿泊者数が大幅に増加した。



「まちづくり」の取組

遊休物件のリノベーション

- 旧青果店や旧洋品店、旅館などの遊休物件を活用し、地域の文化などを踏まえたリノベーションによって、必要な機能を補完する店舗をオープンした。



旧青果店



ビアバー&レストラン



地元食材 × 発酵文化



旧洋品店



カフェ&スペース



‘お茶’のメニュー



旧旅館



ホステル



ホステル&カフェ (ZEN、外部事業者へ賃貸)

月例のまちづくり委員会（兼 協議会）

- 月に1回の「まちづくり委員会」を開催し、地域の方々や専門家の意見を聞きながら、店舗のオープンに向けた作業を進めた。

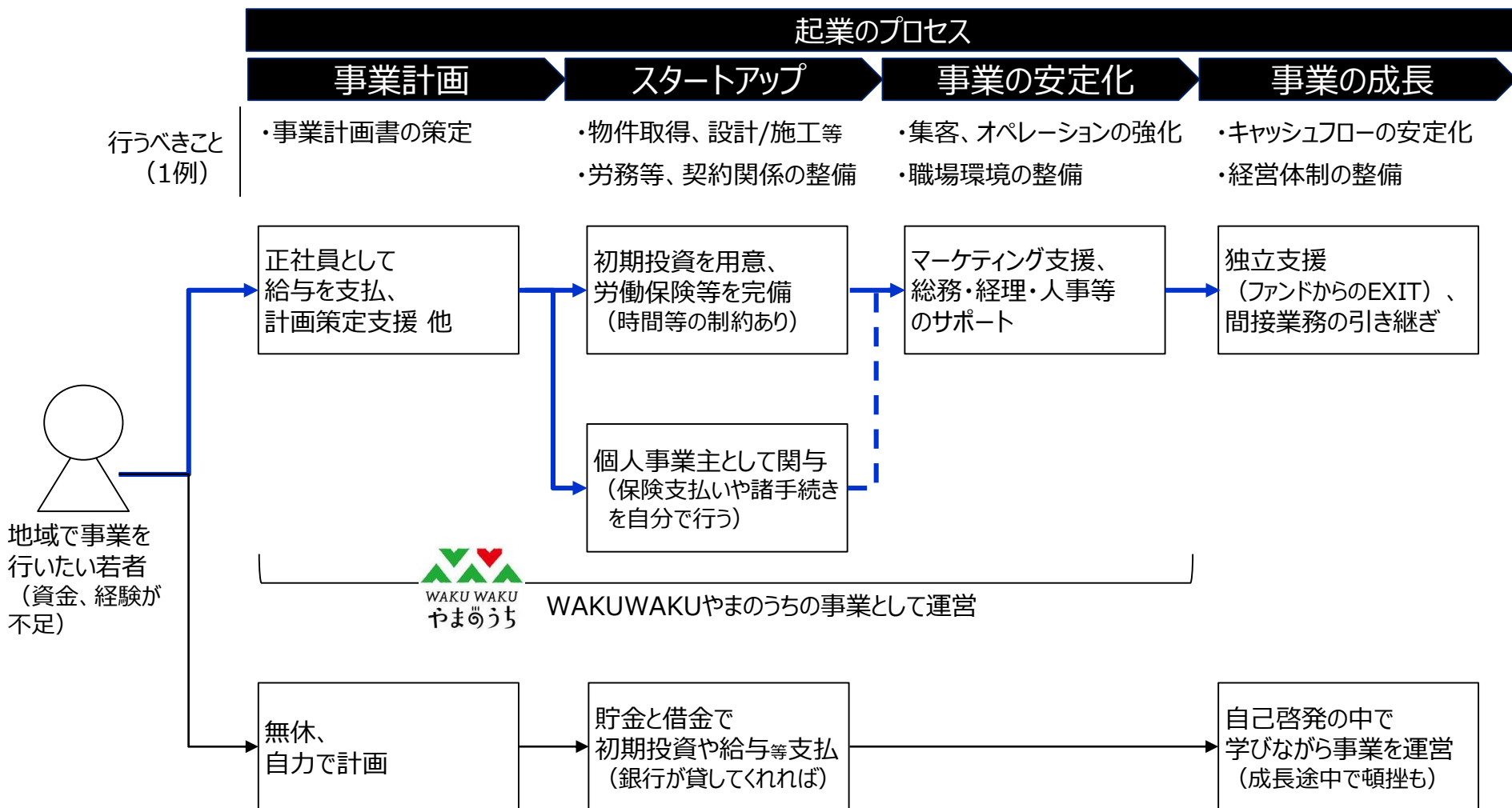


参加者：旅館の社長・女将、不動産屋、地銀支店長、地元事業者、農家、建築士、地元若手 他

「ひとづくり」の取組

経営者人材（雇用主）の育成

- WAKUWAKUやまのうちは、将来の地域の担い手を育てるため、起業のプロセスの初期段階を内部の事業として行い、事業の成長フェーズでの独立も支援する。



(株)WAKUWAKUやまのうち
取締役 飲食事業部長
君島登茂樹



(株)WAKUWAKUやまのうち
取締役 宿泊事業部長
西澤良樹



地域の若手ネットワーク



内部ミーティングの様子



情報発信

step1 : 活動を地域内外に知って頂く

※ 観光庁「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」を活用

*Yamanouchi
Lantern*

真夜中静良・かえで通りがこけろ、紅燈籠の光世界へ生まれ変わります！
歴史ある宿場でのアートインスタレーション、お祭りグッズのありとあらゆる、
足湯やお買いものなどをお楽しみください。

期間：15:00-20:00
会場：宿場町通、かえで通り
(長野県佐田 真田中家すく)

2015.12.11 | 金 | - 2016.3.21 | 月・祝 |

地域の資源を活用した観光地魅力創造事業」を活用して、
100%地元産品を使用したお祭りグッズを販売。

WAKU WAKU
やまのまち

【詳細情報・お問い合わせ】 <http://wakuwaku-yamanouchi.com/>

【参考】パブリシティ（実績）



信濃毎日新聞



日経新聞（長野）



地域情報誌

その他

- NHK 関東甲信越
2月27日 おはよう日本



- NHK長野
12月22日 ニュース特集
(電話中継)

- NHK長野
1月13日 夕方のニュース
(5分程度の中継)

- 長野放送
12月23日 地方創生の特集

- FM長野

など

step2 : 認知を高めながら、成果に繋げていく

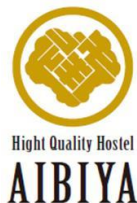
- 2016年度は、インバウンドを対象としたハード整備を一気に行うと共に、snowmonkeyをアイコンとした情報発信を「宿泊と周遊の促進」を目的として行っている。

2016年4月

2016年10月

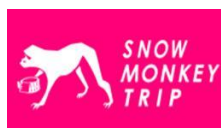
2017年3月

ハード



新施設
(2月1日オープン)

ソフト



「宿泊と周遊の促進」

※ 観光庁「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」を活用

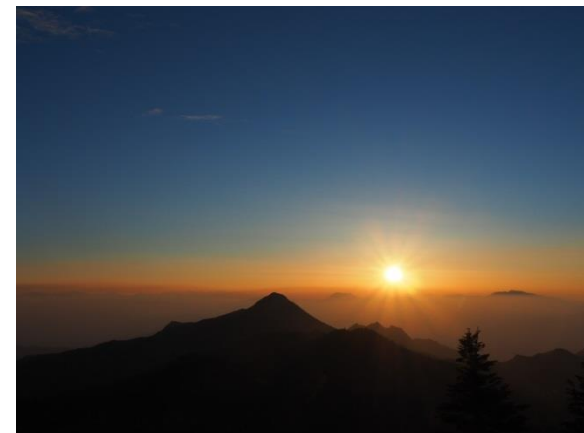
- ・ 周遊マップ
- ・ シブニウミ画展
 - ・ 多言語対応WEBサイト
 - ・ 自転車あさひコラボ
 - ・ 東京での訴求（東京から地方へ）
 - ・ 海外へのWEBマーケティング
 - ・ バスツアーの造成

・ 小冊子

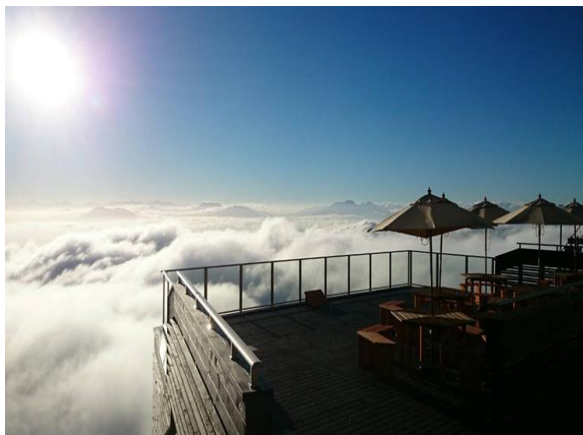
② 10年後、20年後、どんな長野県であって欲しいか

世界に冠たる山岳観光地

- ・ 山々の風景そのものが美しい



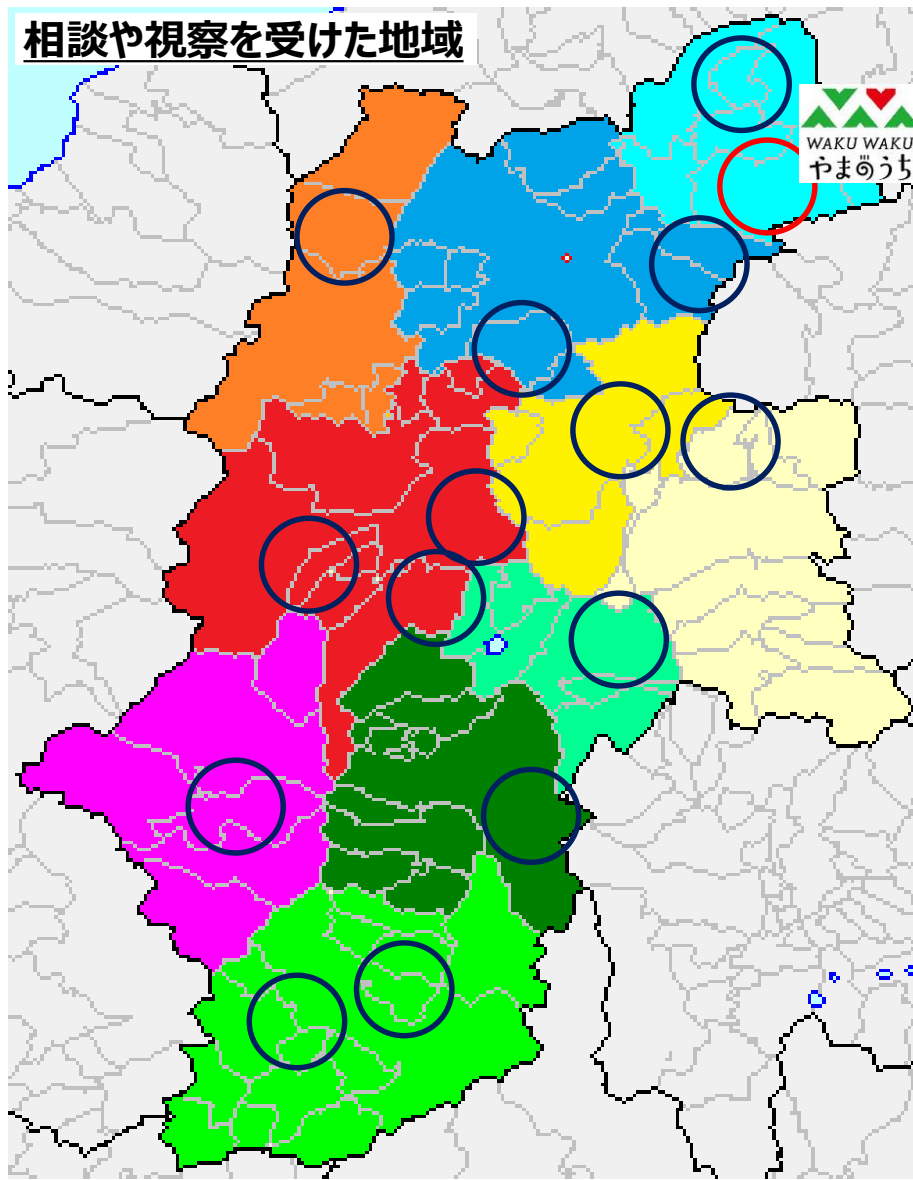
- ・ 都心からのアクセスもよく、農産品も豊富



③ そのために何が必要か

「観光地経営」を各地で推進

相談や視察を受けた地域



まちづくり

- 地域の文化や歴史を踏まえた戦略策定
- ファンド等を活用した休廃業旅館等の利活用
- 街灯など、基礎的な街並みの更新

など

ひとづくり

- 経営者人材の育成
- IターンやUターンによる人材の確保
- 早期の事業承継による担い手の若返り

など

情報発信

- 地域観光資源の磨き上げ
- 発地（海外、首都圏等）での広報強化
- 国内における2次交通（バス等）の拡充

など