

## snow peak land station 白馬 視察報告書(2021 年度)

(2021 年 12 月 4 日 河津作成)

### ■視察日： 2021 年 11 月 29 日 (月)

・先方ご対応者：

株式会社スノーピーク白馬 取締役執行役員 事業本部長 河合秀明様  
白馬村役場 観光課観光商工係長 山岸大祐様

・富士見町からの視察者：富士見町商工会建設部会・視察研修

河津含め 6 名 (建設部会長：宮坂さん、久保井さん、細川さん、  
工業部会長：野口さん、商工会の原様)

### ■SP のコンセプト、企業理念

※カタログからの抜粋 PDF もご参照ください

- ・ SP が「衣食住働遊」を提供するという考え方。
- ・ 文明が発達すると人間性が低下し、人は自然に癒しを求めるようになる。  
SPLS でキャンプに親しみ、人間性を回復して幸せになってもらいたい。

### ■snow peak land station 白馬 (以下 SP) 概要

・グランドオープン： 2020 年 7 月 構想から 4 年越しで開業

・設立背景：

もともとスキー客用の駐車場だったスペースが、  
スキー客の減少 (データ資料あり) により空き地となり、  
所有する民間業者が SP に活用の話しを持ち掛けた。  
民&民で企画され、白馬村役場が補助金獲得などで支援した。  
白馬村としても、スキー人口減少の中、スキー以外での観光客誘致が課題。

また、冬季に偏っていた白馬村へ年間訪問者の平準化が課題  
である中、キャンピングというコンテンツとブランド力、  
顧客を持つ SP との連携が歓迎された。

※別添：白馬村の観光客の推移データ

- ・総面積 12000㎡ (イベント用エリアは4000㎡)
- ・360 度、どこからも山の絶景。スキー場からは少し離れている  
(スキー場の中と勝手に想像していました)。
- ・Land Station と名付けているのは、原宿、嵐山に続き  
3 拠点目。中でも白馬は SP にとって「地方創生」を可視化する場  
であり非常に重要な拠点。

※Land Station の意味：

自然と人、人と人を繋ぐ案内所。

SP の Land Station が起点となり、その地域 (白馬村) を回遊し  
旅人が人や自然と交流して頂くきっかけになる。



外観 (正面)



レストランからの眺め



ショップからの眺め

- ・基本的に投資をしない。  
連携や施設開業（経営不振のところの活用など含む）の依頼は多数あるが、投資はしないスタンス。投資したのは、新潟の本社と白馬だけ。それだけ重要拠点としている。
- ・2つのテナント：
  - ①白馬村の観光局
  - ②スターバックス： SP から声がけ。スタバにとっては採算が取れるかチャレンジだったが、成功事例となっているそう。
- ・来場者比率... 夏：冬＝3：2くらい



白馬村の観光局

#### ■運営状況、今後の展望

- ・初年度（2021年）の事業計画と達成度：  
インバウンドを見込んでいたがコロナで無くなった。それでも、目標達成。  
全売上で2億円位。将来は4～5億円が目標。
- ・今後の展開  
他の場所にもランドステーションを作りたいが、目下はもっともっと様々な形で地域と連携し白馬村の活性化に貢献することが目標。
- ・アウトドアビジネス動向について：  
キャンパーは全人口の7%ほど。93%の新たな開拓余地がある。  
SPがきっかけとなり、自宅でもアウトドア要素を取り入れることで、豊かなライフスタイルになることを願う。

#### ■ご来場者の状況：

- ・ここでしか買えない商品（マグカップや手ぬぐい）が来場のフックに。
- ・リピーターが非常に多い。  
お気に入りのスタッフから購入したいため、関西など遠方からわざわざ来る。  
→関西のショップで顧客だった人が、関西から異動した河合さんに会いに来る。  
スタッフとおしゃべりするために会いに来るお客様も多数。おしゃべりだけの時もある。
- ・SP目当てに白馬に来る→白馬への誘客  
スキー目的で白馬に来る→SPを知るきっかけに ...相乗効果！
- ・SPの社員が自社商品のファンでありヘビーユーザー。新商品が楽しみ。買いまくっている。
- ・年間来場者数... ドア通過者は30万人（数回通過する人も）  
実際の数字はつかめていないよう。

#### <参考>

- ・SPの会員は70万人。  
※会員登録は無料。毎年充実したカタログを送付

## ■各エリアの詳細

### ●キャンプエリア：

- ・「住箱」というトレーラーハウス2つ+キャンプ6つ立てられる広さ。
- ・「住箱」は商品。(400万円+設営300万円)お試しの機会にもなる。
- ・キャンプの手ぶらプランは、何も持たずに都会からやってきて、全てレンタル。スタッフと一緒に一からキャンプの設営を行いキャンプデビューできる。



キャンプエリア

### ★必ずスタッフと一緒にやることで、親しくなる

→ リピーターはスタッフに会いたくてやってくる！！

- ・もともとある温泉「みちのく温泉」を活用→地元にお金が落ちる
- ・将来的には、地元のキャンプ場とも連携したい。



キャンプエリアのマップ

### ●建屋の目の前に広がる「砂場」と呼ばれるイベントエリア (4000㎡)

- ・地域の公園的役割であり、イベントを開催するスペース。毎週末開催。地域貢献や交流における重要な場所。
- ・毎週末マルシェを開催。地元～長野県限定の事業者による出店。農産品の他、クラフト製品、カフェなどが出店。出展者同士が知り合い連携するきっかけになる効果も。
- ・冬のイベント：気球、かまくら作り
- ・告知はインスタ、HP
- ・河合さんなど、SP白馬の従業員が企画運営。
- ・日帰り修学旅行の受入れも（バーベキュー大会）
- ・防災イベントも人気。信州大学と連携し、地元の学校などが参加。



イベントエリア

### ●レンタルサイクル：

- ・アクティビティの一つ。投資はしていない。外部業者の出典。町を知ってもらうきっかけになる。  
→地域のマップを作り、自然探検ができるようなコンテンツとして販売  
マップ、スタバの珈琲豆、レストランのサンドイッチ、SPのキャンプギアがセットになっていて、行先でキャンプしながらランチするという内容が人気

### ●レストラン

- ・コンセプトは、「地域と育むレストラン」  
→地域に係わりを持った食材を使う、コース料理も提供。お祝いでの使用も多くしたい。
- ・レストランは子会社化し運営。  
子会社化することで全国各地に出店するなど、色々チャレンジできるようにしている。

## ■質疑

- ・海外展開状況は？
  - ロンドン、台湾、韓国、ポーランドに Land Station がある。
  - ポーランドではレストランも経営。
  - 事業拡大の意味からも、基本的にグローバルに考えている。
  - 参考：社訓「グローバルリーダーになる」
- ・隈研吾氏へ建築を依頼した理由：
  - 会長が同い年で親しい関係。自然志向という考え方も共通している。
- ・富士見に展開する可能性は？
  - 長野県はキャンパーの聖地であり、可能性はゼロではない。
  - 出資はしないので資金援助が必要。
- ・課題は
  - 村の閑散期である6月と11月の対応。今年はずっとイベントすれば良かったと反省。
  - また、もっと地元（&長野県）の人に来てもらえるようにしてゆきたい。
- ・白馬にはこれといった有名な「食」が無い。旅において食は楽しみの中の大きな要素である。SPのレストランを目的に白馬に来るようになっており、その点は貢献している。
- ・SPを起点に、人が地域内をもっと循環するようにしたい。

## ●所感

- ・施設を見た第一印象は、YSFに似ている！
  - 平屋の建物で、ガラスの向こうに雄大な山々の景色が広がっている。
- ・規模もYSFの1.5倍くらい。HPの写真からは、もっと大きい施設かと思った。
- ・「リピーターは、スタッフに会いに来る」という言葉が印象に残った。キャンプ設営を一緒にすることが大切とのこと。今年の私たちの学びに通じる。
- ・地域貢献を重要課題としていることも、随所で感じた。SP白馬をきっかけに人の往来が増え、白馬に人々が循環するという流れを作るために、イベントやキャンパー誘致、など多数企画している。
- ・自然回帰もキーワード。コロナで更にその流れがある中で、YSFは野菜や土が人を癒している。その点では、新しい工場見学はIT技術満載。ハイテクとローテク、デジタルとアナログ、自然とITのバランスが必要かもしれない。

ご報告は以上です。

おかげ様で、大変有意義な視察になりました。

企業による社会課題解決の実践が地方創生に繋がるという活動は広がりつつあります。野菜生活ファームはその先駆者であることは間違いなく、プライドと責任を持って今後も運営してゆきたいと思います。



○概要

日時:2022年11月20-21日

場所:長野県小布施町

目的:小布施町の景観を生かした地域循環共生圏のまちづくりについて

参加者:富士見町商工会建設部会、商工部会 9名

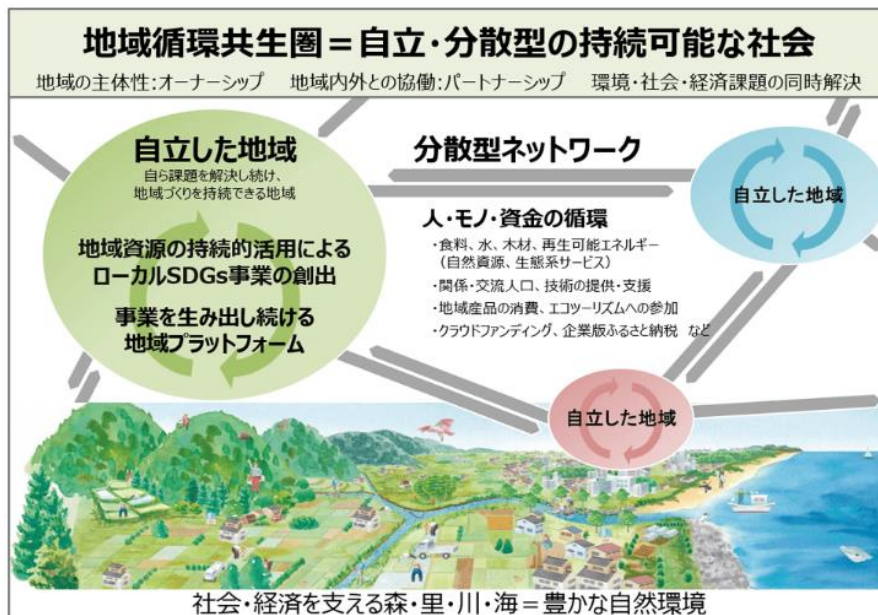
○これまでの経緯、活動の背景

・長野県小布施町は、人口が11000人と富士見町とほぼ同規模の北信の町である。町中心部の北斎館及び栗菓子店舗のあるエリア約16000㎡を「街並修景事業」により、民間企業、個人、行政と連携して実践したことを契機に、長野県内有数の観光拠点として成長した。その後、景観づくりから発展して大学等とも連携した住民との協働のまちづくりが進められる中、2018年ごろから長野県と連携したスマートテロワールの町づくり、それを発展させ2020年より地域循環共生圏のまちづくりが展開されてきた。

・スマートテロワールとは、元カルビー(株)相談役であった松尾雅彦氏が提唱した概念で、地元の人が使用する土地に農業的な適性(土壌、気候、地形)を生かして生産される農作物を地域内で加工し、その土地(農地、農村、地域)の魅力を表現する地産地消の「農村地域経済圏」のことである。

・地域循環共生圏は、第五次環境基本計画に位置付けられた概念で、地域の資源を地域内で活用することを通じて自律分散型のまちづくりを進めながら、地域の社会課題解決と経済の活性化を同時実現するSDGSのまちづくりのビジョンでもある。

・長野県においてスマートテロワールの推進を始めていたところ、故松尾氏と故元市村良三小布施町長、当時長野県副知事だった私との懇談を契機に、小布施町でのスマートテロワールの取組の検討が始まった。当時大学生として景観まちづくりに関わりその後も小布施町のまちづくりの中心的な存在であった信州大学キャリア教育・サポートセンター勝亦達夫氏をコーディネーターにあて、市村町長のリーダーシップの元取り組みがはじまった。その後スマートテロワールとほぼ共通の理念である環境省の地域循環共生圏のプラットフォームのモデル事業に応募し、「北信スマートテロワール事業」として採択され、具体的な事業が進められている。



・今回の視察では、「街並修景事業」から現在の地域循環共生圏のまちづくりに至るまでの流れを元市村町長より、北信スマートテロワールの取り組みの全体像を勝亦達夫氏より学んだ。その後北信スマートテロワール事業の具体的な取り組みとして「NUOVO」の視察、中心エリアの街並み散策を行った。

○小布施町における北信スマートテロワール事業の内容

北信スマートテロワール事業は、農業を核とした自立分散型農村による共創ネットワークづくりを目指している。

- ・事業①の「土（持続するインフラ）づくり」としては、ソーラーシェアリングや地域木材を使ったウェルネス住宅の体験等の住宅や地域交通を対象としたエネルギーの地産地消の実証事業。
- ・事業②は、耕作放棄地を使った酒米づくりや有休農地を牧場に、たい肥を用いて輪作可能な畑作推進による多様な果実栽培の地産地消などの「循環するものづくり」
- ・事業③は、平時に楽しみ有事の備える農業×防災テーマパークの NOUVO などの人（全員参加の共同体）づくり

これらの取り組みを地域循環共生圏の理念のもと緩やかなプラットフォームをつくり、具体的な事業を担う意思のある関係者と様々なステークホルダーをつなげることで、少しずつ具体的な事業として立ち上げ、展開している。

令和2年度 地域循環共生圏プラットフォーム構築事業 2020.11.30

## 地域循環共生圏「北信スマートテロワール」マングラ図

**戦略的都市計画と資源の組み合わせ**  
現在の施工エネルギー割合

**目標**  
RE 100

**小布施版ソーラーシェアリング**  
なかの電力  
環境にやさしく持続可能なインフラ

**土（持続的なインフラ）づくり**  
① 3 3 3  
① 3 3 3  
① 3 3 3

**農業のEV化、地域交通の電源**  
電気農業利用（農業分野の自立エネルギー創出）  
四時を遡るべき作物を試験栽培

**地域木材を用いたウェルネス（健康）住宅**  
① 980年以降、あるいは100年を超えて更新、造材計画を検討  
② 県産材を用いることで、室内環境、景観にも寄与  
③ 暖かい住宅の実現により、福祉以上に生活環境の向上として選定される

**地域レジリエンス 災害復興のための、しなやかな強さ**

○防災パーク NOUVO

台風19号の経験をふまえ、平時より災害や防災への意識を楽しみながら高めていくという観点から体験型ライフアミューズメントパーク NOUVO が小布施町の遊休地を

利用して立ち上げられた。

災害時に必要となる重機のオペレーターの人材育成を幅広い年代が楽しむアミューズメントとして体験、資格がとれるプログラムにより実践。また、このパークでは参加者が農業体験もでき、災害時には必要な食も提供できる農×防災のパークにもなっている。

この事業をたちあげたのは日本笑顔プロジェクト代表の林さんで小布施町の浄光寺の副住職を務め、現在全国の寺院のネットワークを生かして取り組みを横展開しようとしている

#### ○総括・所管

・小布施町のこれまでの景観から始まったまちづくりが、行政、住民、大学等との連携により着実に小布施町全体及び環境、農業、地域活性化等様々な側面で着実に進展している。

・官民が連携して、スマートテロワールや地域循環共生圏という持続可能な地域づくりに関する概念を共通理念として掲げることで、具体的な事業に取り組みたい様々な人たちを集めることができた。さらに地域内外の関係者をつなげ、スモールスタートで始めながらも具体的なアクションに移すことで、具体的な成果につなげている。このようなプラットフォーム運営を国の事業も活用しながら、行政と民間の協働で実現していることに注目したい。

・富士見町にも様々な地域資源があり、具体的な事業に関心のある若者も多い。行政と民間が連携して、本気で何かやりたい人達がつながるプラットフォームづくりとそれをサポートする行政との関係性づくりが求められる。

・NOUVO は、富士見の土地と人材をあわせれば、実践できそうな具体的な事業。この視察を契機にできるところから地域資源活用型の新たなビジネスの芽が出ることを期待。

・最後に、小布施町のまちづくりに長年貢献、尽力された市村良三町長に貴重な話を聞くことができる機会であり、私にとっては最後にお会いする機会となった。市村町長のご冥福をお祈りしている。



## 群馬県川場村視察報告書(2023 年度)

今年の 11 月 23・24 日に、富士見町商工会の視察研修で群馬県川場村へ行ってきました。人口 3,066 人でコンビニもない村なのに、ここの道の駅「川場田園プラザ」に年間 250 万人の来訪者がある！と聞いて驚きました。総面積 85 km<sup>2</sup>その内森林面積が 86.5%で耕地が 7%で基幹産業は農業です。1970 年代に人口が減り出し、村存亡の危機に何とかしたいと、第一弾として 1977 年から 2012 年までにホテル SL 事業・テニスコートなどスポーツ施設整備事業・スキー場・天然芝サッカー場を作ったそうです。



二つ目は都市交流事業があります。東京都世田谷区の「世田谷区民健康村づくり」で 52 市町村の中から川場村が選ばれました。その理由は「川場村には何もないから」（観光地も繁華街もコンビニも駅もない＝豊かな自然と田園風景が残る）だそうです。素晴らしい選考理由ですね。その後世田谷区で交流拠点を作り、毎年世田谷区民が訪れるそうです。

第三番として「田園プラザ事業」があります。村の中心にある 6ha の土地に多種多彩の飲食施設やパン工房・チーズ工房などがあり何回行っても飽きない場所です。最初から道の駅として予定されていたわけではないそうです。東京から 2 時間半、自然に触れていやされる、が当初の触れ込みでした。その後メニューの開発、接客サービスの向上（東京ディズニーランドに研修に行ったとか）や

ここでしか買えないプレミアム商品の開発、子供たちを遊ばせる仕掛けなどがあり、地元の酒屋さんのオーナーが弟さんに酒屋を譲ってここの経営に当たっているそうです。もちろん多くの人の協力がありますが、一人の経営者の構想力のすごさを目の当たりにしました。ここでは村内外の多くの方が働いて収入を得ているそうです。

四番目は豊富な木材資源を利用して、小規模ながらも製材や発電事業を行っています。まだまだ発電規模は小さいですが、SDG s を実現したいという意思がうかがえます。



「何もない」を逆手にとって管民で村の繁栄を考えて実現している川場村ですが、その裏には村存続のための意思と戦略と地道な改善の実行力があることがわかりました。比較してみると富士見町の方がよほど観光資源も豊富だし、交通の便も良いし、農業・林業・工業・商業がバランスよくあるし、とてもめぐまれていると思います。あとは大きめの構想力・民間の知恵と連携・民管の役割分担(実現可能な民間の力と、それを実現するための行政の後押し)動き出した後の地道な改善があれば、まだまだ集客力も上がり移住したくなる町になると思います。





## 【総括】2021年~2023年に富士見町商工会・建設部会の視察研修

### 1.目的

- ・富士見町がもっと魅力のある街になり集客力が上がることで来客が増え、また移住者が増えるにはどのようにすればよいか。
- ・そうなれば外部への人口流出も減り、長い目で見て建設業の仕事も、人材も安定するだろう。商業も当然効果があるし、工業も人材確保の一因に寄与するだろう。

### 2.どこへ行くか

- ・富士見町と行政規模が同じくらいの成功例を視察して、町づくりのヒントをいただいて富士見町の町づくりに活かす。

### 3.学んだこと

- ・視察先での町づくり村づくりに関してはそれこそ10年単位の長期的な視点から、民間が発起人となり行政がそれを後押しして実現していった。
- ・自分たちの課題を長所に変えて魅力ある場所に変えている。
- ・施設を作った後も改善・進化し続けている。
- ・川場村では遊休農地の無い事に衝撃を受けた。  
地域ブランドの価値を高めた高価格の米やコンニャクなどを販売することで、農地が足りないくらい作付けされている。
- ・川場村で道の駅に年間250万人の来客があり、そのPRの仕掛けを富士見町にも導入したい。
- ・小布施町では災害対策の民間プロジェクトがあり、地域外からも一般市民が災害対応のために重機やチェーンソーの操作技術や資格の習得をしている。
- ・小布施町では町づくりの方向性に一貫性があり、独自の魅力を発信している。
- ・白馬村では民間のアイデアに行政が国から補助金を引っ張ってくるパワーに脱帽。  
その前段で、白馬村が国の観光行政に携わってきた人材をスカウトしてきたこともよかった。

### 4.視察研修を通じて

- ・参加された皆さんの富士見愛を強く感じた。
- ・富士見町は土地も広く、施設が点在しているのでそれらをつなぐ何かが必要かと思われる。
- ・民間による事業者の特性を知った上での大きな構想力と未来へのビジョンが求心力となる。
- ・ブランディングは必須：例えば町名変更の検討も必要か？（高原を付ける、八ヶ岳を入れるなど、例えば、富士見高原町、富士見高原駅、富士見高原 IC など）
- ・キラコンが欲しい：例えば「GWでもサクラが鑑賞できる。」  
「\*\*\*\*のスウィーツ」など

- ・地域の資源を活用する。例えば「富士見高原病院をインバウンド用の人間ドックに活用する - 風立ちぬ(宮崎駿)の恩恵を活かす。」「入笠山の植物：高原植物の宝庫！！ - (NHK 春らんまん) にあやかった散策ツアーでバズらせる」など
- ・移住者にとってのハードルは仕事と住居なので、受け皿の事業所に対して一定期間の家賃補助や、寮費(または建築費)の大型補助が必要。
- ・川場村の経験から、農作物のブランドづくりには、農家の個別の努力が成果となって報われる仕組みと付加価値を評価して高く購入してくれる需要家の創出と連動して行う仕組みの必要性を感じた。
- ・視察で学んだことを具体的な富士見町の活動に生かしていくための部会横断のプロジェクトチームを商工会に立ち上げることが重要。

## 5. 提言

### ①視察研修について

- ・富士見町をもっと盛り上げるためには、他地域に行き学びヒントにすることも重要である。このような目的の視察研修は富士見町商工会の本会が主催して、全会員に参加を募った方が良いのではないか。

### ②部会横断プロジェクトチームについて

- ・視察で学んだことを具体的な富士見町の活動に生かしていくための部会横断のプロジェクトチームを商工会に立ち上げる必要がある。

2024年2月19日

富士見町商工会建設部会