

平成 22 年度 調査研究事業

女性のパワーを活用した観光振興に関する調査研究

報告書

平成 23 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会 熊本県支部

は じ め に

熊本県では平成 23 年 3 月の九州新幹線全線開業を控え、観光産業への波及効果がおおいに期待されています。

熊本県としても「ようこそくまもと観光立県推進計画」を推進しており、その計画内容として次の 4 つの戦略と 13 のプログラムが進められています。

- 戦略 1. 歴史と文化の香り高い観光地熊本を形成する戦略
～歴史回廊くまもとの形成～
プログラム 1. 地域を結ぶ歴史回廊の形成
プログラム 2. 競争力の高い旅行商品による集客力の向上
- 戦略 2. 訪ねてよし住んでよしの熊本おもてなし戦略
～県民総参加で歓迎し、心を癒すおもてなしあふれる熊本へ～
プログラム 3. 日本一のおもてなし意識の醸成
プログラム 4. ようこそおもてなし県民運動の展開
プログラム 5. おいしい食によるおもてなしの展開
プログラム 6. 多様な旅行ニーズに応える人材の育成
プログラム 7. 優しいくまもと旅行の推進
- 戦略 3. 発信力を強化し国内各地から熊本に人を招く戦略
～くまもとブランド戦略を踏まえたキャンペーン展開～
プログラム 8. 九州新幹線全線開業を契機とした取組の強化
プログラム 9. 九州横軸、南九 3 県連携など広域的な観光圏の形成
プログラム 10. 観光と物産が一体となった集客イベントの展開
プログラム 11. 県観光サイトの充実と発信力の強化
- 戦略 4. 外国から熊本に人を招く戦略
～観光資源の魅力の発信と受入体制の整備～
プログラム 12. 海外マーケットに応じた誘客の促進
プログラム 13. 外国人旅行者の満足度向上に向けた取組みの促進

これらの戦略やプログラムを有効に機能させるためには、現場で活躍しておられる女性の力をフル活用することが不可欠であると考え、社団法人中小企業診断協会熊本県支部では、女性を中心に観光産業等に関わっておられる各組織に対して活動状況の調査研究を行うことといたしました。

調査対象及び調査方法としては、観光産業に直接的に関わって活躍しておられる『女将の会』や、女性が中心となって事業展開を図っておられる NPO 組織、J A 熊本県女性組織協議会等に対してアンケート調査を行い、更に観光産業の要であり、アンケート調査結果から先進的な取組を図っておら

れる『女将の会』に対しては訪問調査を行ないました。

この調査結果から先進的な活動事例の収集や女性を中心となって地域活動を行う際の課題の整理を行うことによって、女性を中心となって活動を行っていく際の効果的な事業推進方法や各種支援施策の有効活用に対しての研究を行うことといたしました。

本報告書が観光産業に携わっておられる方々の参考になれば幸いに存じます。

平成 23 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会熊本県支部 調査研究事業委員

中小企業診断士 中村 靖生

中小企業診断士 岩崎 雄司

中小企業診断士 奈須 悦雄

中小企業診断士 堀 浩

中小企業診断士 山下 政計

目次

は じ め に.....	1
第1章 熊本県における観光産業とそれを取り巻く外部環境について.....	5
1. 我が国の観光立国宣言	5
2. 熊本県の観光立県宣言と観光の現状.....	7
第2章 アンケート調査.....	13
1. アンケート用紙.....	13
2. アンケート調査結果.....	16
第3章 先進事例及び問題事例.....	33
1. 黒川温泉観光旅館協同組合女将の会.....	34
2. 阿蘇温泉観光旅館協同組合 ‘ゆうすげ会’	40
3. 人吉温泉女将の会「さくら会」	46
4. 肥後つばき会	57
5. 玉名温泉石 菖 会	59
第4章 提言.....	67
1. 意識の醸成	68
2. 組織づくり	68
3. 組織の体制整備.....	68
4. 協力態勢.....	68
5. 広域連携.....	69
6. 女性による組織が成功するための4カ条.....	70
お わ り に.....	75

第1章 熊本県における観光産業とそれを取り巻く外部環境について

1. 我が国の観光立国宣言

平成15年1月、当時の小泉首相は、施政方針演説において、歴代首相として初めて観光振興を政策として打ち出した。日本を訪れる外国人観光客を2010年までに当時の倍の1,000万人に増加させようとするもので、「観光立国懇談会」を諮問機関とし、政府も「ビジット・ジャパン・キャンペーン」計画を掲げ、我が国は、「観光立国」の実現に向けて第一歩を踏み出した。

その後、平成18年12月に、観光立国の実現は、21世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な国家的課題と位置付け「観光立国推進基本法」が成立した。

平成19年6月には、「観光立国推進基本計画」が閣議決定し、下記の5つの基本的な目標を設定した。

- ① 訪日外国人旅行者数を1,000万人にし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にする
- ② 日本人の海外旅行者数を2,000万人にする
- ③ 国内における観光旅行消費額を30兆円にする
- ④ 日本人の国内観光旅行による一人当たりの宿泊数を年間4泊にする
- ⑤ 我が国における国際会議の開催件数を5割以上増やすとした。

また、平成21年3月には「観光立国推進戦略会議」の提言として、訪日外国人2,000万人時代の実現について、国家成長戦略として位置付け、観光施策として、

- ① 海外プロモーションの強化（日本ブランドの確立）
 - ② 受入体制の整備（円滑、満足、安全な観光）
 - ③ 観光産業の国際競争力の強化（「価格」から「価値」競争へ）
- 等を打ち出した。

さらには、平成21年9月に鳩山内閣が発足し、前原国土交通大臣のイニシアティブの下、訪日外国人旅行者数に関する目標を前倒し・上乗せした。

同プログラムにおける外客誘致目標として

- ① 2013年までに 1,500万人
- ② 2016年までに 2,000万人
- ③ 2019年までに 2,500万人
- ④ 将来目標として 3,000万人

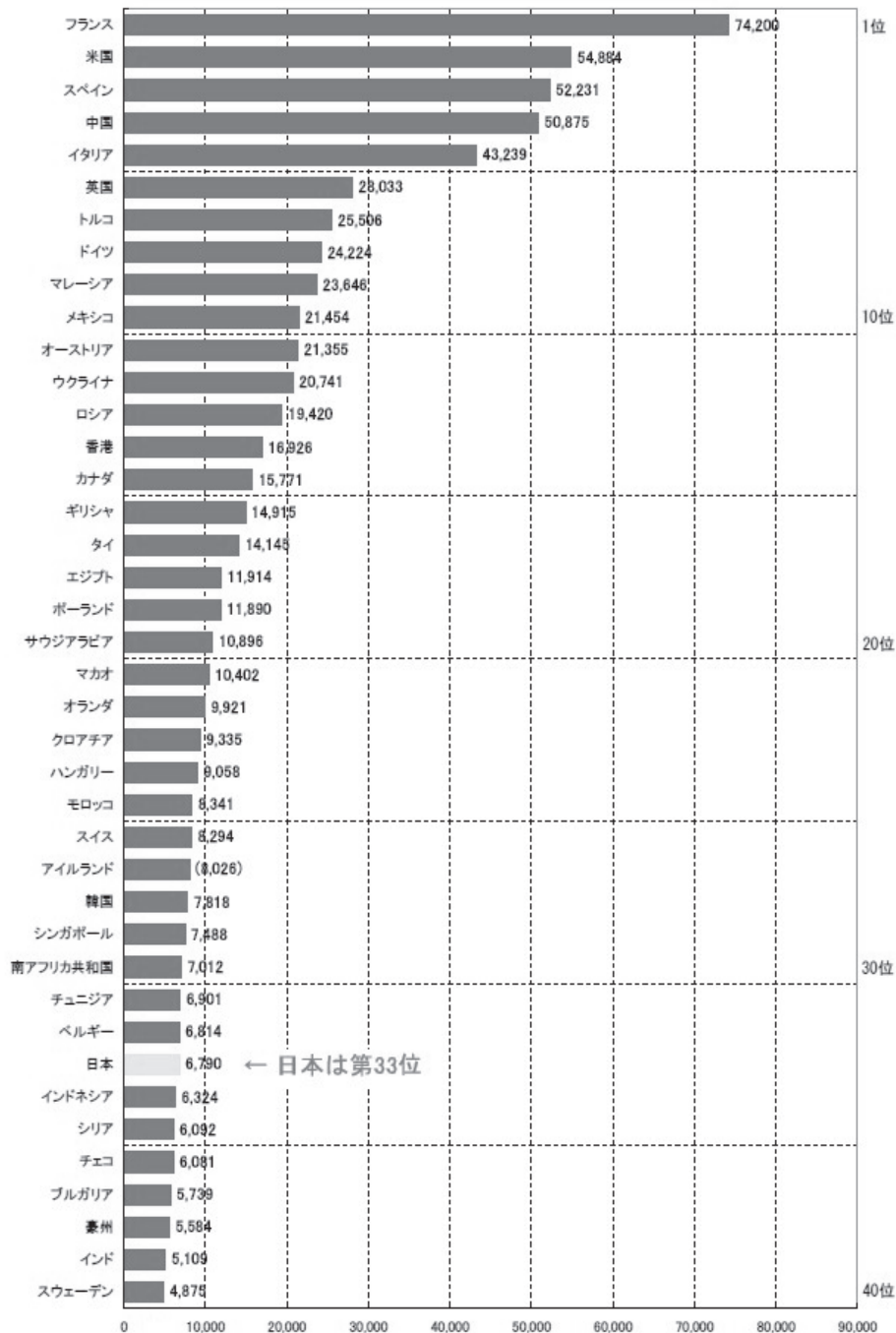
とした。

その後、平成21年10月に「国土交通省成長戦略会議」において、観光をはじめとする5つの成長分野について、内需拡大・国際展開を進め、将来にわたって持続可能な成長を我が国にもたらす戦略を検討し、同年12月には、「観光立国推進本部」を立ち上げ、政府全体で観光立国施策を効果的に推

進するため、前原国土交通大臣を本部長とし、内閣官房副長官・関係府省副大臣をメンバーとした。

参考資料：世界の国際観光の動向

世界各国・地域への外国人訪問者数（2009 年 上位 40 位）（単位:千人）



出典：世界観光機関（UNWTO）、各国政府観光局 作成：日本政府観光局（JNTO）

以上の通り、日本への外国人の訪問客は世界の観光国の間では、33 位と著しく低い

2. 熊本県の観光立県宣言と観光の現状

(1) 観光立県宣言

我が国の「観光立国」宣言をうけ、また、「九州新幹線の全線開業」を間近に控え、平成 20 年 6 月に蒲島県知事は観光立県（歴史回廊くまもと観光立県）を宣言し、熊本県も本格的に観光振興に取り組みを始めた。

具体的な計画として「ようこそくまもと観光立県推進計画」には、

戦略Ⅰ 歴史と文化の香り高い観光地熊本を形成する戦略（「歴史回廊くまもと」の形成）

戦略Ⅱ 訪ねてよし住んでよしの熊本おもてなし戦略

戦略Ⅲ 発信力を強化した国内各地から熊本に人を招く戦略

戦略Ⅳ 外国から熊本に人を招く戦略

以上を網羅し、実行に移している。

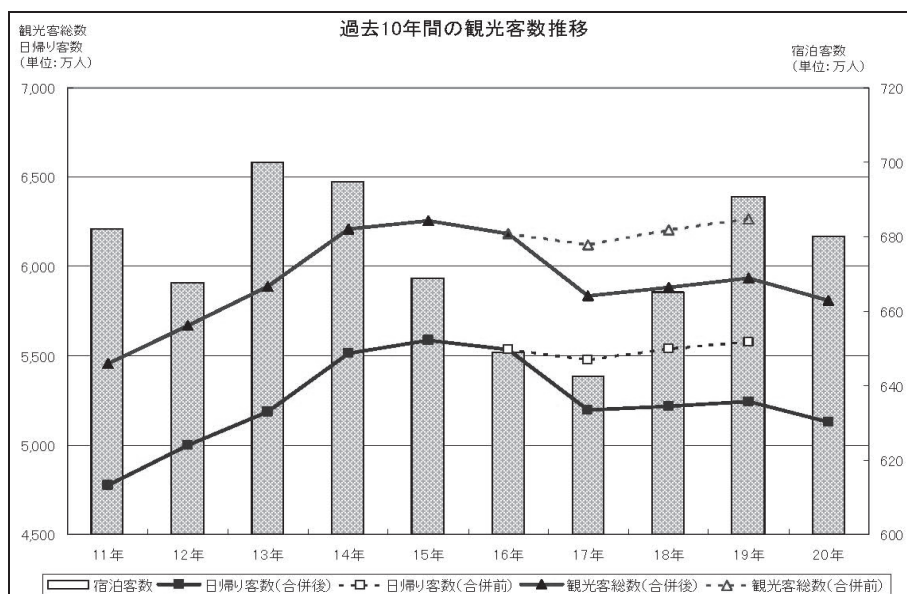
また、九州新幹線の全線開業対策としては、「KANSAI 戦略」を策定し、全線開業でより身近な交流圏となる関西や中国地方をターゲットに、熊本の認知度を高めるためのブランド戦略としている。

(2) 平成 20 年の観光動向

そうした中、熊本県の平成20年の観光動向は、原油価格の高騰や世界的不況の影響等により、宿泊客数は前年を11 万人下回る680 万人（1.6%減）となり、日帰り客も114 万人減少（2.1%減）し、宿泊客・日帰り客を合わせた観光客総数は、対前年比2.1%減と3年ぶりに減少した。

とりわけ外国人宿泊客は、下半期以降の減少が著しく、通年では、過去最高であった前年を約3 万8 千人下回り（9.7%減）8 年ぶりに減少した。

しかしながら、観光消費額は、熊本城「本丸御殿」の一般公開に伴う熊本市の観光客数の大幅な増加により、県全体で 49 億円（1.8%）の増となった。



資料：熊本県

県内観光客動向

(単位：千人)

	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	対前年比
観光客総数	61,146	62,130	59,360	58,115	97.9%
日帰り客	54,722	55,412	52,451	51,314	97.8%
宿泊客	6,424	6,718	6,909	6,801	98.4%
うち外国人宿泊客数	182	297	398	360	90.5%
観光消費額(百万円)	264,447	264,711	274,541	269,490	98.2%
熊本市宿泊客 県外	1,757	1,810	1,915	2,034	106.2%
熊本市宿泊客 県内		34	37	41	111.5%
阿蘇宿泊客 県外	1,995	1,679	1,867	1,731	92.7%
阿蘇宿泊客 県内		450	423	365	86.3%
天草宿泊客 県外	632	315	285	260	91.2%
天草宿泊客 県内		347	305	267	87.5%
菊池宿泊客 県外	416	415	441	437	99.1%
菊池宿泊客 県内		95	88	108	122.7%
県外宿泊客		5,222	5,597	5,552	99.2%
外国人宿泊客		297	398	360	90.4%

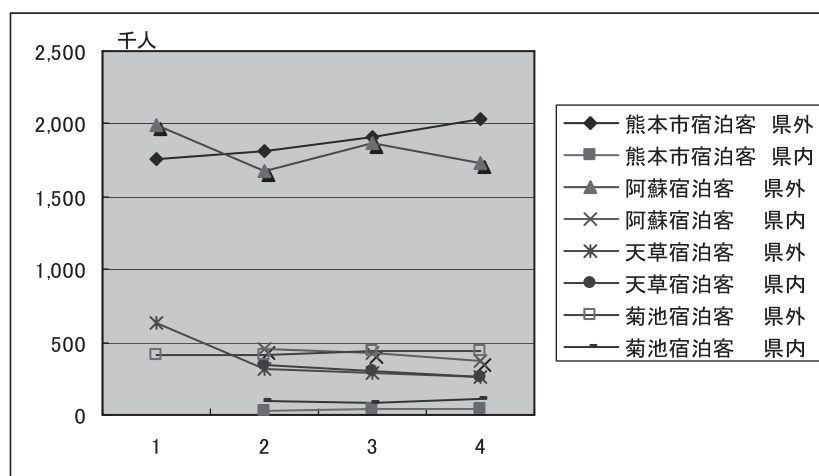
資料：熊本県

地域別に見ると、熊本市が、熊本城「本丸御殿」の一般公開に伴い熊本城の入場者数が204万人（＋82.4万人）と、全国の城郭で1位となったほか、熊本城を舞台とした祭り、イベント等の盛況により、宿泊客と日帰り客を合わせた観光客数は 571.8万人（＋104.8万人）と、大きく増加した。

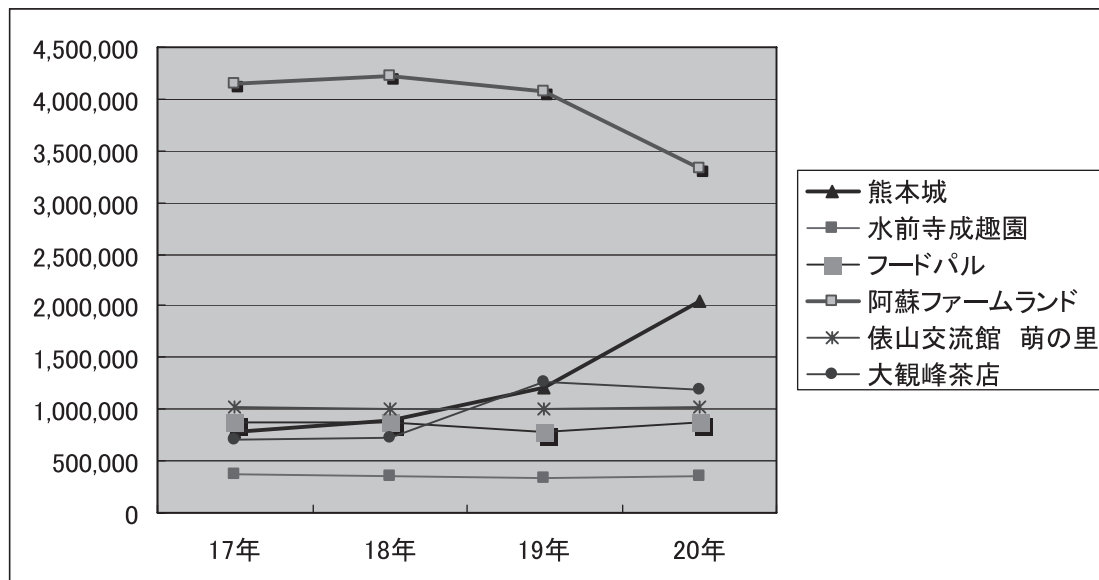
また、人吉・球磨地域も「青井阿蘇神社」の国宝化に伴う入込数増加（＋6.5万人）等によって、宿泊客、日帰り客とも増加したほか、八代地域も「全国花火競技大会」（＋3.0万人）や、「道の駅竜北」（＋24.9万人）等の盛況、宿泊施設の新設等により宿泊客、日帰り客とも増加した。

菊池地域は、大津町、菊陽町を中心に6年連続で宿泊客が増加している。

しかしながら、その他の地域では、原油価格の高騰、景気低迷の影響や、円高による外国人観光客の減少等により、主要観光施設や温泉施設等が集客数を落とし、県全体では宿泊客、日帰り客とも前年を下回った。



また、下記のグラフを見て分かるように、熊本の主要観光施設の入場者数は、熊本城と大観峰茶店を除くと過去の水準を維持するか、阿蘇ファームランドのように下降気味である。熊本城の入場者数が上昇すると同時に阿蘇ファームランドの入場者数が減少するという現象が発生している。



主要観光施設の入場者数推移

主要対象者	分類	地域	施設名称	17年	18年	19年	20年	対前年比	傾向値	要因
県外観光客	歴史建造物	熊本市	熊本城	774,828	897,312	1,215,225	2,039,558	167.8%	大幅上昇	本丸御殿の一般公開
県外観光客	歴史建造物	熊本市	水前寺成趣園	366,707	344,777	338,209	357,944	105.8%	大きな変動なし	
県内観光客	都市・買物	熊本市	フードパル	871,800	868,690	788,240	877,558	111.3%	大きな変動なし	
県外観光客	温泉・健康施設	南阿蘇村	阿蘇ファームランド	4,137,697	4,212,591	4,071,768	3,323,889	81.6%	減少傾向	円高による外国人観光客減少
県内観光客	物産館	西原村	俵山交流館 萌の里	1,023,850	1,009,101	1,009,554	1,027,758	101.8%	大きな変動なし	
県外観光客	物産館	阿蘇市	大観峰茶店	706,700	724,800	1,265,000	1,194,600	94.4%	増加後減少傾向	

平成 20 年 施設別入場者数ベスト 10

(単位：万人)

順位	施設・地点名(前年順位)	入込客数	(対前年比)
1位	阿蘇ファームランド (1)	332.3	-81.60%
2位	熊本城 (5)	203.9	-167.80%
3位	阿蘇山上駐車場(一)	148.6	-93.40%
4位	道の駅竜北物産館 (6)	141.9	-121.30%
5位	七城メロンドーム (2)	132.9	-97.10%
6位	道の駅大津熊本文化の森 (7)	125.6	-110.50%
7位	大観峰茶店 (4)	119.4	-94.40%
8位	俵山交流館萌の里 (8)	102.7	-101.80%
9位	グリーンランド (9)	88.7	-93.50%
10位	フードパル熊本 (12)	87.7	-111.40%

資料：平成 20 年熊本県観光統計表

平成 20 年 祭り・イベント入込み数ベスト 10

(単位：万人)

順位	施設・地点名(前年順位)	市町村名	入込客数
1位	藤崎八幡宮秋季例大祭 (6)	熊本市	30.0
2位	くまもと春の植木市 (1)	熊本市	29.8
3位	JA植木まつり (3)	合志市	28.6
4位	やつしろ全国花火競技大会 (5)	八代市	28.0
5位	火の国まつり (4)	熊本市	26.0
6位	築城 400年祭「エピソード未来へ」(一)	熊本市	19.5
7位	火の国 YOSAKOI祭り(一)	熊本市	15.8
8位	八代妙見祭 (7)	八代市	15.0
9位	城下町大にぎわい市 (9)	熊本市	13.7
10位	うと地蔵祭り (13)	宇土市	12.4

資料：平成 20 年熊本県観光統計表

以上の通り、熊本城の入園者は、平成 20 年全国の城郭の入園者の中でもダントツの 1 位で、204 万人あり、上半期だけでも約 115 万人の入園者があった。

それが、平成 22 年の上半期（4～9 月期）の入園者数は、約 73 万人と過去最大であった平成 20 年上期に比べ、42 万人減少した。

熊本城総合事務所によると入園者減少の要因は、「本丸御殿効果が落ち着いたこと」「不況の影響で日本人旅行客などが減少していること」があげられるという。

この点からすると、本丸御殿効果は約 2 年で、その効果が薄れてきていることになる。

今後、観光客数の減少傾向を食い止めるためには、熊本城内に次々に新しいものを展開していくか、新たな工夫が必要となってきた。

(3) 「じゃらん宿泊旅行調査」からみた熊本県観光の動向

リクルートにおいては、毎年、膨大な件数（7 万件のうち都道府県別に割付を行い 2 万件を抽出）を対象にして、宿泊旅行調査を実施している。

その中で、下記のような結果が出ている。

① 宿泊旅行者の居住地

九州が圧倒的に多い 57.5%

関東が 14.3%

中国・四国が 10.6%

② 宿泊エリア

阿蘇 33.5%

熊本 25.5%

黒川・杖立 18.3%

③ 宿泊旅行の同行者

夫婦二人 25.4%

一人旅 9.0%

④ 宿泊旅行の目的（すべて）

温泉や露天風呂 55%（全国平均 34.3%を大きく上回っている）

地元の美味しいものを食べる 44%

宿でのんびり過ごす 36%

以上となっている。

その傾向値から、熊本県の観光地へ、比較的近辺の九州内からの夫婦二人の観光客が、阿蘇を中心に温泉や露天風呂を目当てに訪れている傾向が読み取れる。

（４）旅の種類を「時間・空間・目的・人・金」の側面から見た熊本県への旅行マトリックス

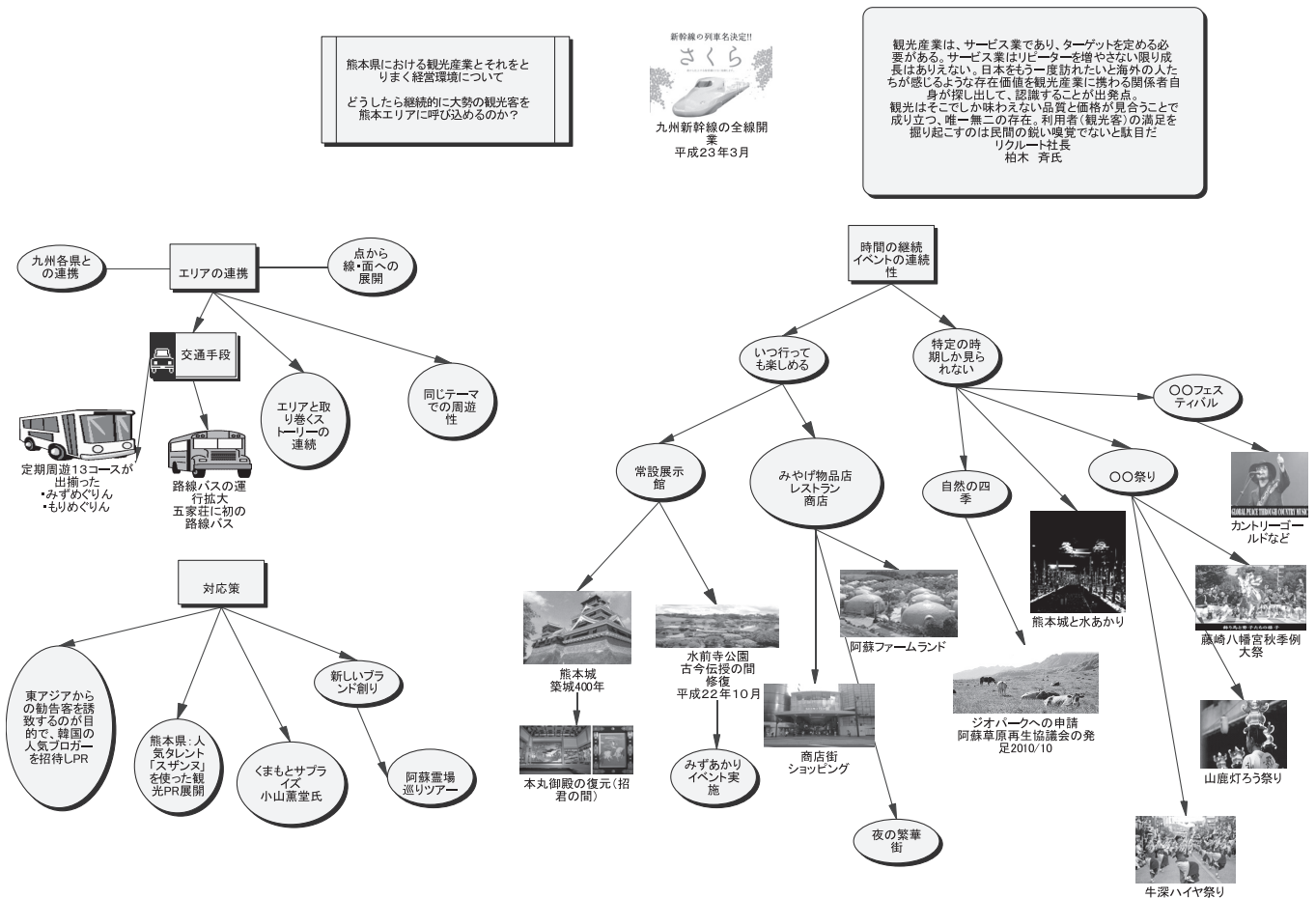
		一人で 少人数で	誰と一緒に？ → ←	大勢で		
高い	遠い 長い	卒業旅行 海外旅行	海外クルーズ	家族旅行 修学旅行	広い	高い
↑ 価格 ↓	↑ 時間は？ ↓	ドライブ ショッピング	「旅」	グルメツアー 海外スポーツツアー (ゴルフ・登山)	↑ 空間は？ ↓	↑ 価格 ↓
安い	近い 短い	気ままな一人旅 少人数旅行 温泉入浴 映画鑑賞	トレッキング パチンコ	国内旅行 バスツアー	狭い	安い
		あいまい	目的は？ → ←	明確		

縦軸に時間・空間・金の座標をとり、横軸に人・目的を座標として位置付けて、熊本県内の旅行パターンを考えてみたが、「安・近・短」とされる最近の日本の旅の傾向値に、熊本県の場合もそのまま当てはまる位置付けとなった。

(5) 熊本の観光の時間と空間軸で関連性

熊本の観光を時間と空間軸で課題及び対応策を検討してみた結果が、下図の通りである。

テーマは「どうしたら継続的（時間軸）に大勢の観光客を熊本エリア（空間軸）に呼び込むことができるのか？」



第2章 アンケート調査

女性を中心に観光産業等に関わっている各組織に対して、下記のアンケート用紙にて活動状況の調査を行った。

1. アンケート用紙

組 織 名	
主たる所在地	
電 話	
記入者名（役職）	()

1、組織(事業)の主な事業目的は次の何でしょうか。(複数回答可。○印をお願いします)

- ①旅館・ホテル ②民宿 ③施設等（①②以外の ）
④観光事業 ⑤地域活性化 ⑥社会貢献（内容； ）
⑦その他（ ）

2、事業開始からの年数はどのくらいですか。(○印をお願いします)

- ①3 年未満 ②5 年未満 ③10 年未満 ④20 年未満 ⑤20 年以上

3、組織(団体・グループ)の形態は次のどれですか。(○印をお願いします)

- ①法人経営(NPO 含む) ②JA ③第 3 セクター ④同業者グループ ⑥その他
()

4、組織の構成はどのようになっていますか。

人員（ 名、内女性 名・男性 名）

5、女性を主体とした組織の取組で重要な課題は何ですか。(○印をお願いします)

- ①家族の協力 ②男性の協力 ③近隣の協力 ④第三者機関の協力
⑤その他（ ）

6、構成員の金額負担はありますか。

- ①ある

(入会費； 円、年会費； 円、その他；年約 円)

- ②ない

①取組んでいる

取組んでいる具体的内容；

②取組んでいない

12、同業組織以外の組織(異業種)との交流はありますか。また、「ある」とした場合に
はどのような組織体ですか。

①ある

組織体例；

②ない

13、今後の熊本観光のあり方や女性主体の組織のあり方、支援機関などの在り方について
のご意見をお聞かせ下さい。

(1) 熊本観光のあり方

(2) 女性主体の組織のあり方

(3) 行政機関や商工団体、農業団体などの支援の在り方

ご協力ありがとうございました。

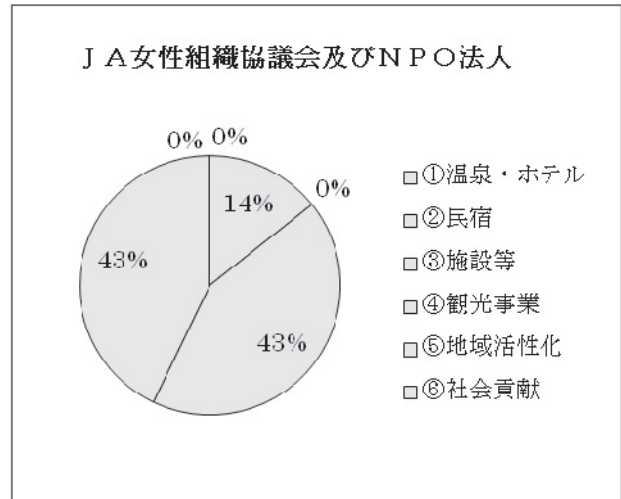
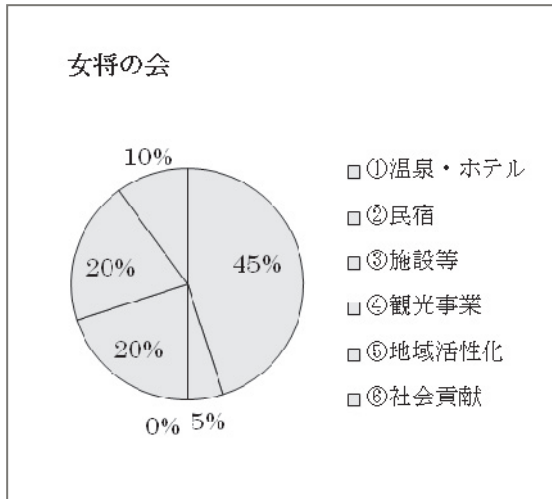
2. アンケート調査結果

アンケートの回答により、下記のような特徴が見られた。

(1) 組織（事業）の主な目的について（複数回答）

女将の会では、温泉ホテル事業を通じて「観光事業」及び「地域活性化」を主な目的として組織されている。

J A女性組織協議会及びNPO法人では「地域活性化」及び「社会貢献」を主な目的として組織されている。

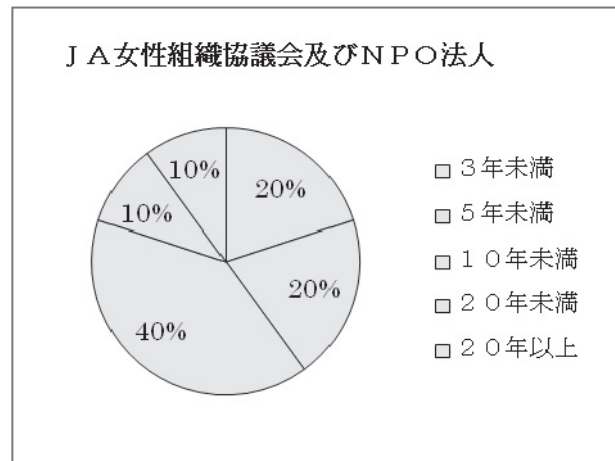
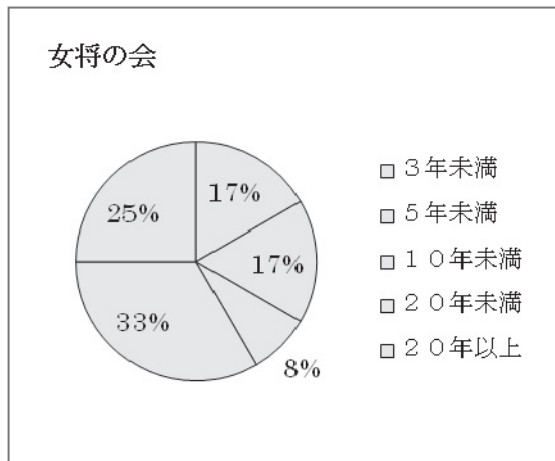


社会貢献についての具体的内容としては、「宣伝活動」、「地域の清掃」、「イベントのお手伝い」、「傾聴ボランティア養成」、「子育て支援訓練」、「地球温暖化対策」、「公園の草取り」、「道路の花植」、「掃除」等多岐の内容にわたっている。

(2) 事業開始からの年数について

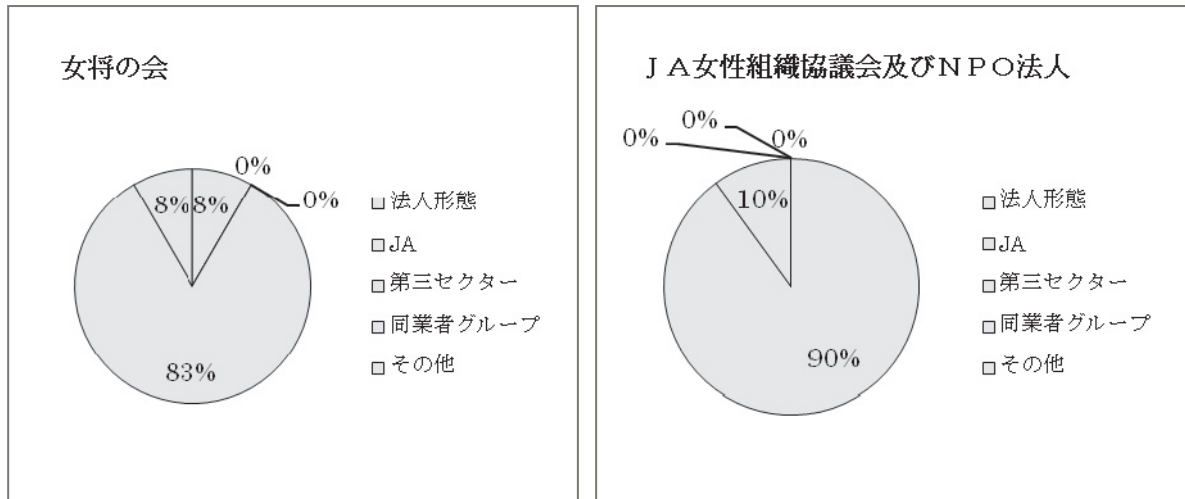
女将の会については10年以上20年未満が33%と最も多く、20年以上を加えると58%と、女将の会の活動は長期にわたっている。

J A女性組織協議会及びNPO法人では5年以上10年未満が40%と最も多く、10年未満の組織が80%を占め、10年以内に作られた組織が多い。



(3) 組織（団体・グループ）の形態はどれですか

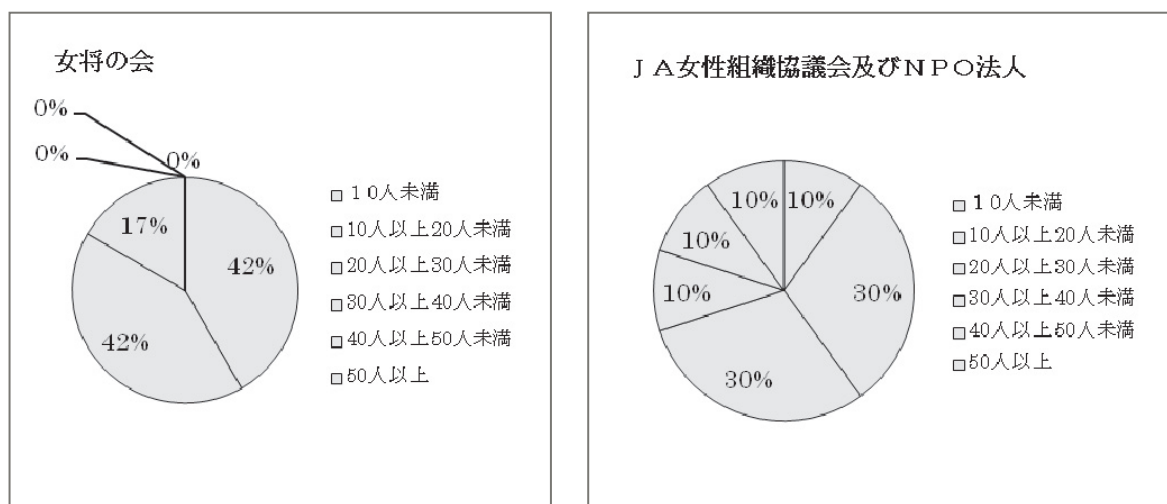
組織形態については女将の会は同業者グループであり、JA 女性組織及びNPO 法人についてはJA 及び法人形態である。



(4) 組織構成について

組織構成員については女将の会は10人以上20人未満が42%、10人未満が42%と、20人未満の組織が84%を占めている。

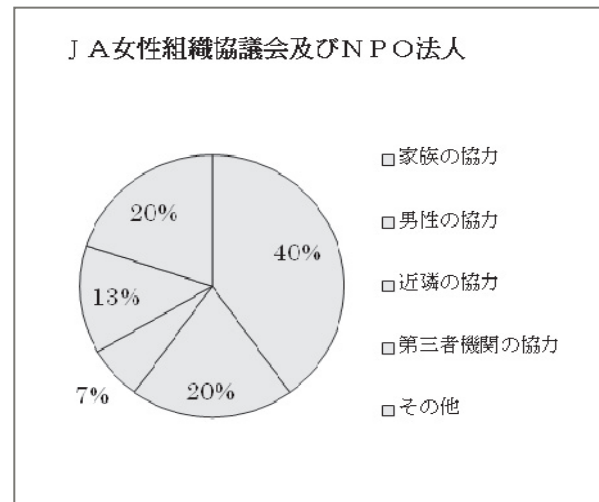
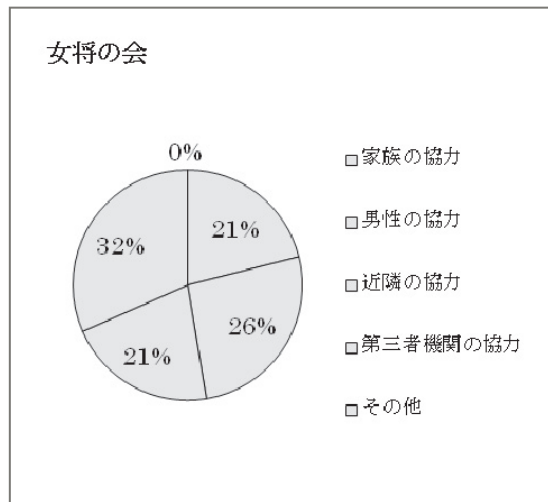
JA 女性組織協議会及びNPO 法人では10人以上20人未満が30%、20人以上30人未満が30%であり、30人未満が約70%を占めている。また、男性の参加者数はNPO 法人に多くみられる。



(5) 女性を主体とした組織の取り組みにおける重要な課題（複数回答可）

女将の会では第三者機関の協力が32%と最も高く、次に男性の協力が26%と続いている。これは女将の会が行う事業が観光事業や地域活性化を目的として組織されていることから、地域を巻き込んだ第三者機関の協力が不可欠であることを物語っている。

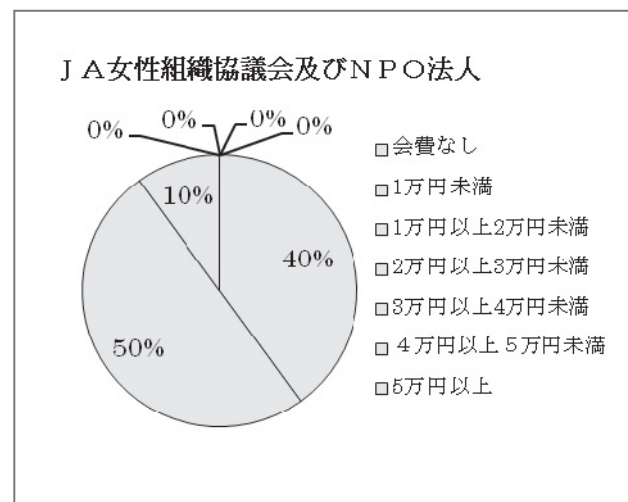
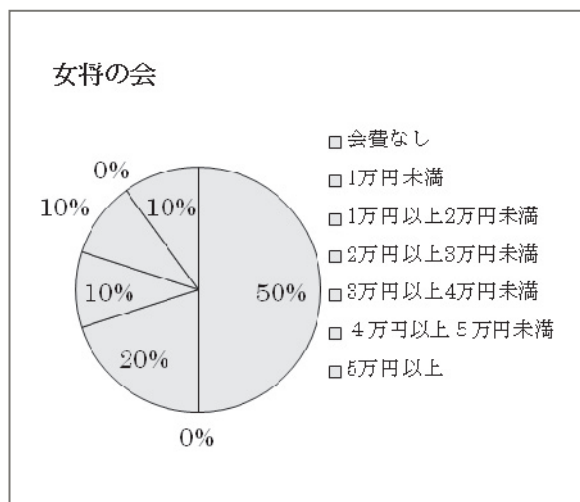
J A女性組織協議会及びNPO法人では家族の協力が40%と最も高く、次に男性の協力が20%と続いている。



(6) 構成員の金額負担（年会費等）について

金額負担については女将の会では会費なしが50%と最も高く、1万円から最高9万6千円までが残りの50%を占めている。会費の使途については主に親睦会や旅行などに使われるケースが多い。

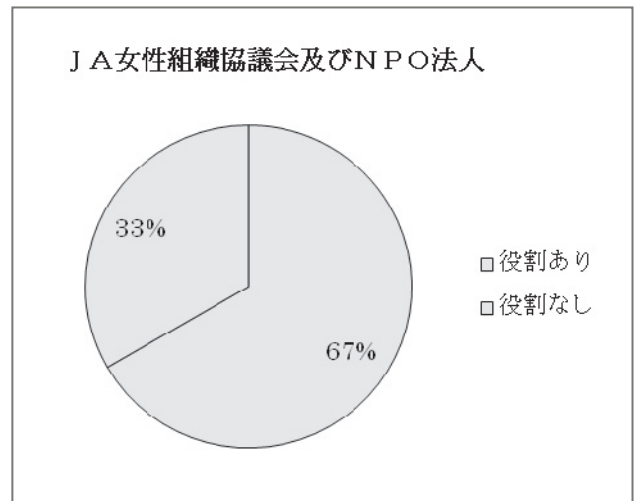
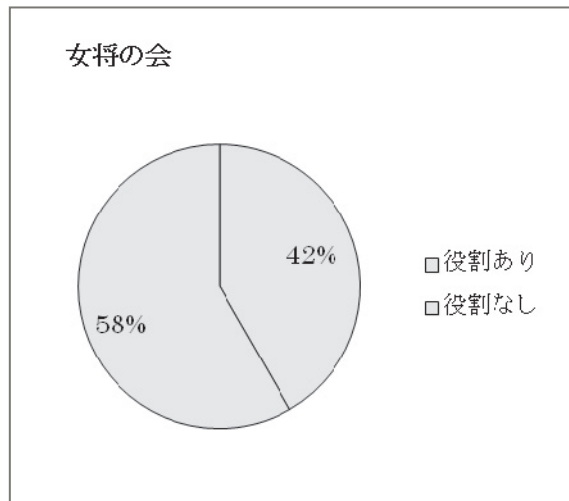
J A女性組織協議会及びNPO法人では1万円未満が50%と最も高く、次いで会費なしが40%と続いている。女将の会に比べて会費負担は少なく、事業運営等に充てられているケースが多いと思われる。



(7) 組織内で構成員に決まった役割がありますか

女将の会では会長、役員、会計等の役員が決まっている組織が42%あり、残り58%は特に決まった役割はない。

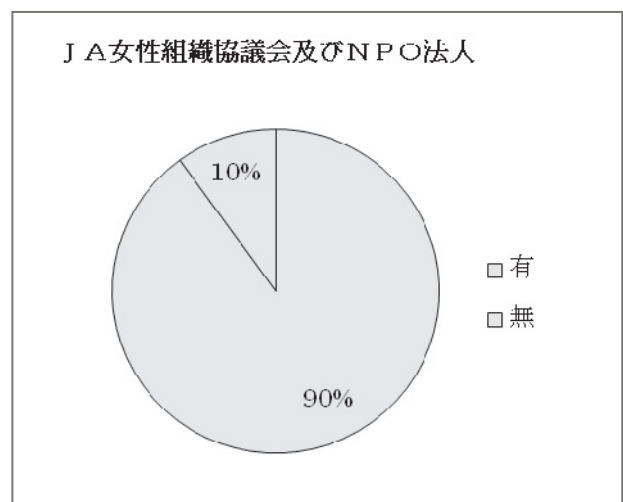
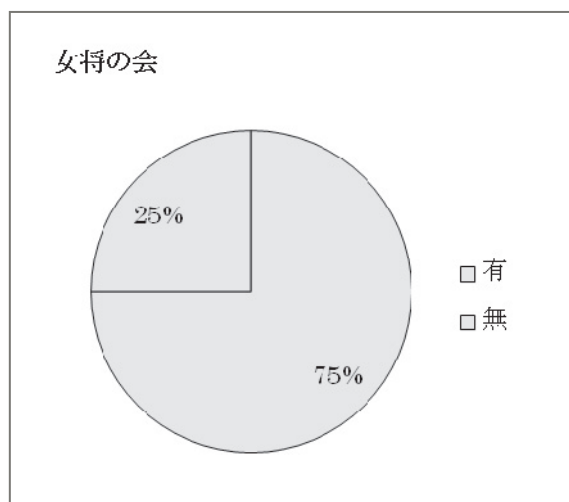
J A女性組織協議会及びNPO法人では67%が決まった役割をもって運営がなされている。



(8)

① 組織で実施した具体的事業の例はありますか

組織で実施した事業の有無については女将の会では75%が「有」と答えており、J A女性組織協議会及びNPO法人では90%が「有」と答え、いずれの組織においても具体的な事業への取り組み実績は高い。



➤ 女将の会で取り組んだ事業

○天草はまゆう会	21年10月よりヘルスツーリズム
○玉名温泉 石菖会	①おもてなしの研修（従業員の接客サービスマナー、盲導犬対応、ユニバーサルデザイン、お茶、挨拶） ②経営に関する講演会 ③料理開発・・・玉名の食材を使った料理 120 品目（トマト、イチゴ、鷹取牛、薬膳料理）
○肥後つばき会	過去（平成 12 年まで）には年 4 回、情報誌「かめりあ」発行、資金難から中止（広告協賛が不況で集まらない） 修学旅行誘致（沖縄） 県とタイアップしての明治座、大阪 JR 各駅での熊本セールス
○人吉温泉さくら会	人吉球磨ひな祭り昼食宿泊プラン 青井神社創建 1200 年祭りの折に特別プランで対応 肥薩線開通百年記念日にイベント「ノスタルジック人吉」を催行 会のオリジナル商品の開発
○菊池温泉おかみ湯恵の会	菊池わいふのひなまつり 菊池温泉の温泉水を使用した石鹸
○日奈久温泉 YOU 湯の会	晩白柚の香りで石鹸作り
○植木温泉こまち会	女将たちによる日曜朝市
○上天草市おもてなし部会	上天草 PR のために 3 月は小倉駅でのイベント 6 月は筑紫野市でのイベント
○阿蘇内牧温泉ゆうすげ会	博多座プロモーション（女将の花道の舞台で阿蘇を PR し物品の販売を行った）
○黒川温泉女将の会	地産地消（食の安全、お客様に地元野菜をアピール） 環境保護（EM 菌、生ごみ等のリサイクル）

➤ J A女性組織協議会及びNPO法人で取り組んだ事業

○JA 熊本県女性組織協議会

地産地消運動
エコ活動（マイ箸）

○NPO ワークショップ「イフ」

本の出版、調査事業、評価事業、商品開発

○NPO ネット八代

バリアフリーモデル事業
うまか八代日替わりの店

○NPO きらり水源村

おいしい村づくり
ふるさと楽校
子供村 など

○NPO シニアサポートキーステーション協会

養成講座終了後老健施設や地域の独居家庭訪問

○NPO くらしコンシェルジュ

子育てイベント
母親向けエンパワーメント講座
多世代向けイベント
就労支援講座
子育て親子サロン

○NPO ケアプランセンター笑顔やっちょろ

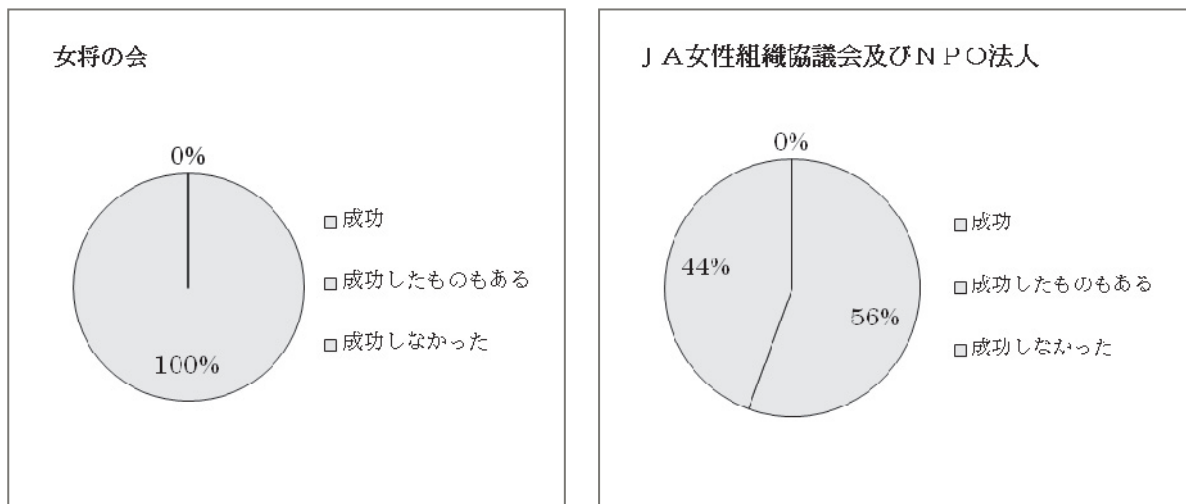
ケアプランセンター事業
地域支援事業

○NPO 歩実の会

地域の縁側事業
配食サービス事業
無認可保育事業
通所介護事業

② 実施した事業の成否について

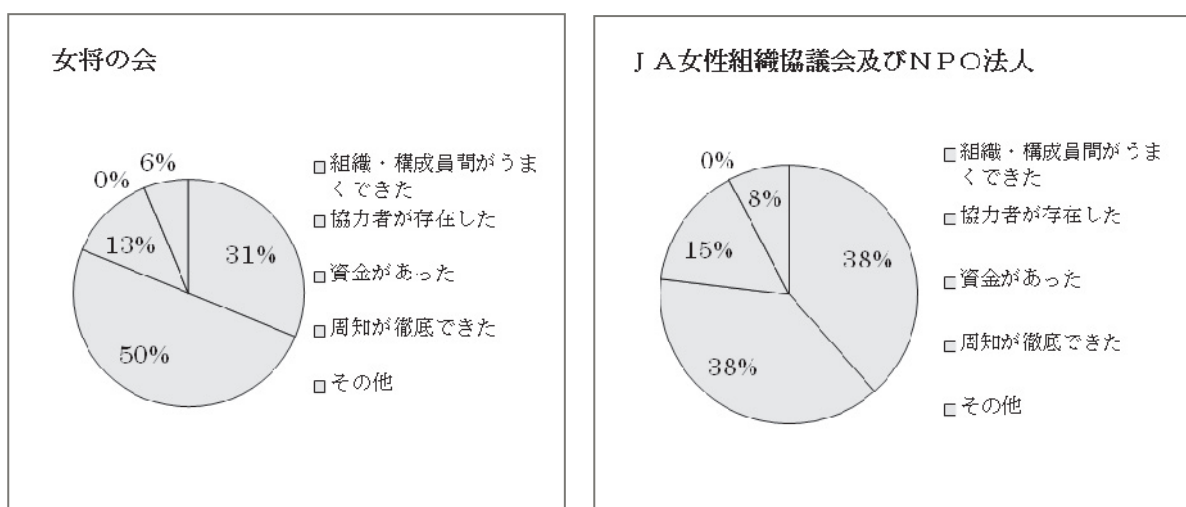
実施した事業の成否については、成功したが女将の会では100%、JA女性組織協議会及びNPO法人では成功したが56%、成功したものもあるが44%で、いずれの組織でも成功しなかった事業はない。



③ 事業の成功要因について

事業の成功要因については女将の会では協力者の存在が一番多く50%を占め、次に組織・構成員間の連携が31%と続いている。JA女性協議会及びNPO法人においても協力者の存在と組織・構成員間の連携がそれぞれ38%で1位となっている。

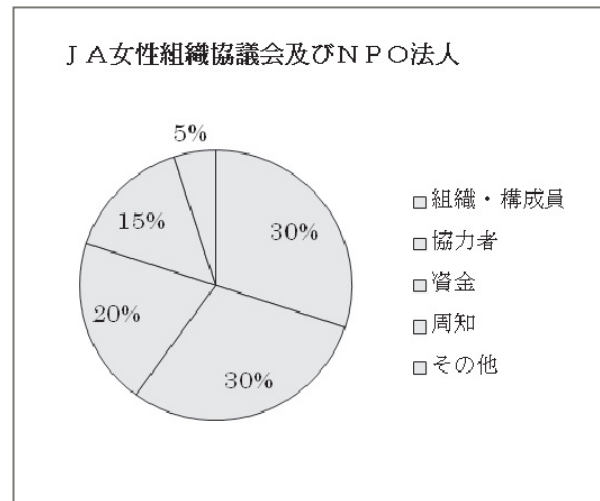
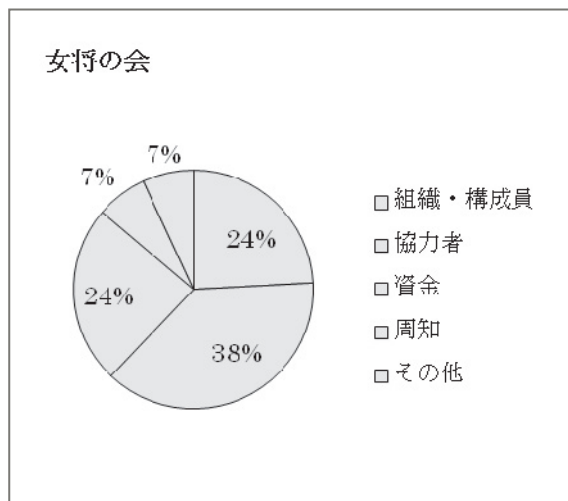
反面、資金があったからの回答は13%と低水準であり、事業の立ち上げに際しては資金よりも協力者や組織・構成員間の協力体制が事業成功の重要な要素を占めている。



(9) 今後の事業を成功に導く要因は何であると思いますか。

今後、事業を成功に結び付けるための要因としては女性の会、J A女性組織協議会及びNPO法人のいずれも、協力者の存在を第1番に挙げており、組織・構成員の連携、資金と続いている。

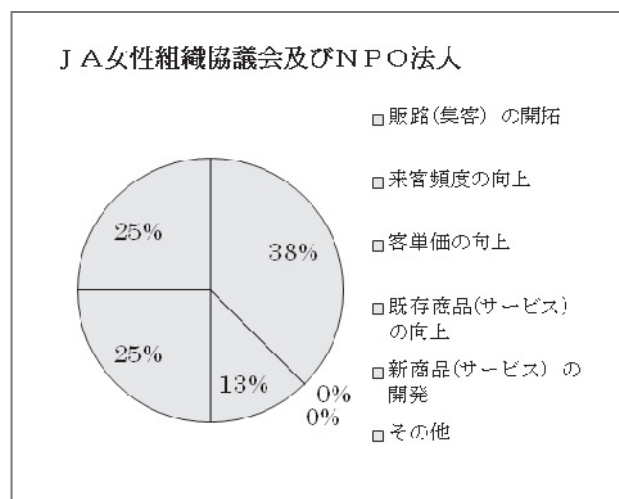
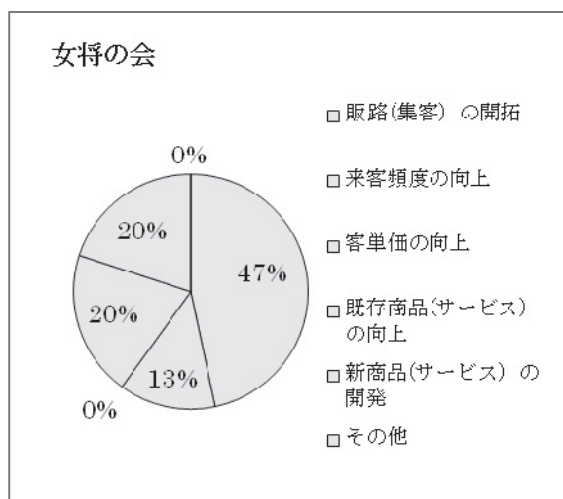
これまでの事業においては協力者の存在と組織・構成員の連携によって事業運営がなされてきたものの、更に事業を展開するためには資金面の課題も重要である事が認識されている。



(10) 2011年3月に九州新幹線が全線開通します。それに向けて組織で取組を強化する最も重要な課題は何ですか？

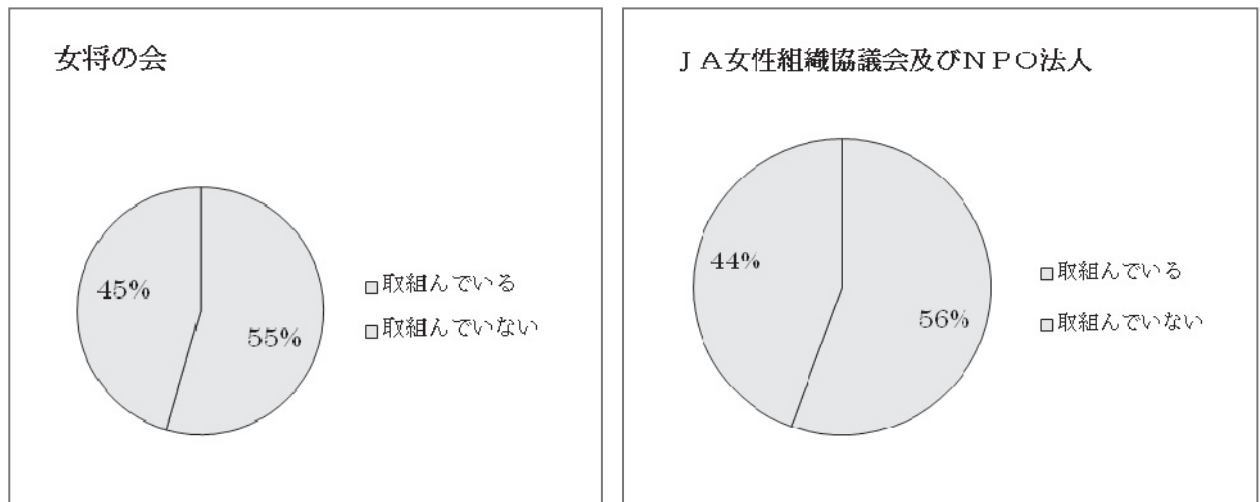
新幹線の全線開通に関して取組を強化する項目としては、女将の会では販路（集客）の開拓が47%とほぼ半数を占めており、既存商品（サービス）の向上、及び新商品（サービス）の開発がそれぞれ20%と続いている。

J A女性組織協議会及びNPO法人については新幹線全線開通が事業に与える影響はさほど大きくはないものの、販路（集客）の開拓を一番に挙げており、新幹線全線開通を販路拡大等の事業拡大の機会として捉えられている。



(11) 前項 10 の課題を解決するため、組織として取り組んでおられますか。

新幹線の全線開通に対して、組織としての取り組みを行っている割合は女将の会、J A 女性組織協議会及びNOP 法人ともに 55 % 程度である。



新幹線の全線開通に伴う、具体的な取り組み事例は次のとおりである。

➤ 女将の会

○玉名温泉 石菖会	熊本県主催の PR 活動参加（東京明治座、博多座、薬草料理開発、駅弁（みかん弁当）
○肥後つばき会	馬肉中心の郷土料理を開発 料理「肥後の味 桜しゃぶしゃぶ」を 4 軒の旅館で提供
○人吉温泉さくら会	新幹線開業を目前に如何に集客をするか検討中
○菊池温泉おかみ湯恵の会	接客マナー講習会(年 1 回) への参加
○日奈久温泉 YOU 湯の会	チラシ配布
○上天草市おもてなし部会	中国語講座を開始
○黒川温泉女将の会	地産地消（地元の農家と協力して食の安全に基づいて料理に取り組む）

➤ J A女性組織協議会及びNPO法人

○NPO ネット八代 HP を開設し、内容的にはこれから充実させる
本町商店街の空き店舗を「まちなか語らいの駅」にする

○NPO きらり水源村 広報

○NPO シニアサポートキーステーション協会 熊本県外の行政に PR している

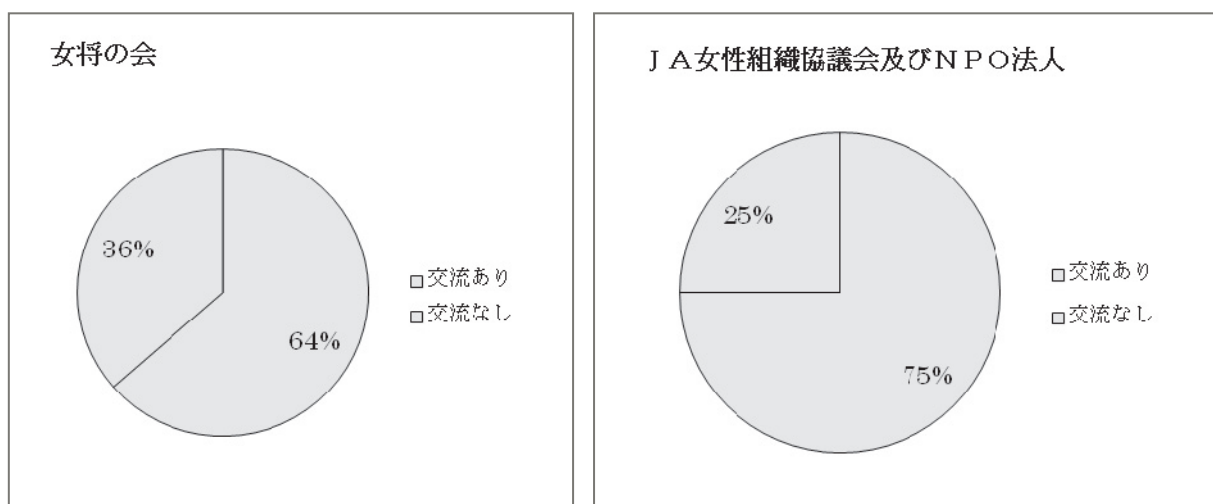
○NPO ケアプランセンター笑顔やつちろ 質の向上、マンパワーの開拓

○NPO 歩実の会 職員の質の向上
地域との交流、地域への発信力の強化
基本的な業務を確実に
第三者評価事業に対するシステム作り

(12) 同業組織以外の組織（異業種）との交流はありますか。

また「ある」とした場合はどのような組織ですか。

異業種との交流の有無については、女将の会で 64%、J A女性組織協議会及びNPO法人で 75%と、ともに高い比率で異業種との交流を行っている。



異業種交流を行っている組織としては次の事例が挙げられている。

➤ 女将の会

○天草はまゆう会	各商店
○玉名温泉 石菖会	県内女将の会 薬草生産者 JA（地産地消）
○肥後つばき会	地産地消：農業関係者と交流（但し1回で終わった）継続する必要がある
○菊池温泉おかみ湯恵の会	商工会 観光協会 第三セクター連絡協議会
○日奈久温泉 YOU 湯の会	婦人会、JA 婦人部
○上天草市おもてなし部会	熊本県内の女将の会との交流
○黒川温泉女将の会	農家の方々 第三セクター

➤ J A 女性組織協議会及びN P O 法人

○NPO ネット八代	福岡マルシェ出店 （西日本新聞主催）
○NPO きらり水源村	行政、民間組織など
○NPO くらしコンシェルジュ	男女共同参画 地域づくり 子育て 高齢者福祉
○NPO くまもと温暖化対策センター	熊本県、熊本市
○NPO ななうらステーション	福祉関係
○NPO 歩実の会	社会福祉法人

(13) 熊本観光のあり方について

女将の会の皆様のご意見	おもてなしは女性の力だと思います 観光に携わる皆様が一生懸命になるといいのでは 地元ではなく他地域の勉強会が必要だと思います
	「癒し」を中心とした観光。 食べ物、風景、歴史を癒しの感覚で構成したツアー（旅）の提案
	熊本の魅力をアピールできていない→上手に打ち出す 新幹線が開通しても素通りでは困る→方策を思案中 拠点化も必要→熊本城を中心に整備して魅力アップ
	熊本の観光はともすると県北（阿蘇、天草、山鹿、熊本）が重点地区と られているようですが、是非、この県最南端の温泉、人吉温泉とた くさんの歴史遺産を熊本の最重要ポイントに加えてくださいます ようお願いします。
	観光のあと植木温泉へのルートづくり
	新幹線開通は喜ばしい事ですが、駅からのバス等の便がなく、 年々減少している状況です
	十分女性を重視してあると思う
	県単位として広報活動、集客活動を進めていかないと熊本県 としてのイメージがわからないのでは？
	熊本の歴史、文化を恵まれた自然環境（例えば阿蘇山）の中 で、より分かりやすく体験してもらうコースづくりや、楽しい 思い出旅行にするためのガイドの方々の育成に力を入れる。 熊本での滞在時間を満喫していただく観光を
	県内の集客は伸び悩んでいるので、県外、特に本州から足を 延ばしてもらいたい

NPO法人の皆様 のご意見	消費者動向を的確に把握し、熊本のもつ観光資源を魅力あるパッケージで売り出す事 見て、食べて、買っての消費者ニーズに対応したアプローチに欠けている お財布の紐をもつのも、行動を起こすのも圧倒的に女性が多い。熊本における年代別の行動分析や消費行動を知ることが重要。
	食と人を中心とした観光発信をもっと充実すべきだと思う。 ローカル的な場所、食べ物にもっと熊本の宝がある
	熊本には阿蘇や天草など山と海があり、素晴らしい自然と熊本城などの史跡があるにもかかわらず、十分なアピールがされていないと思う。 一つは交通アクセスが困難なところがあると思う。新幹線開通によりこれらが少しでも解消されるとよいのではないかな。
	転勤族の私から見て、熊本には素晴らしい地域資源があると思っています。しかし、残念なことに熊本にはそのPR仕方があまり上手ではないのでは？（県民性？） まず、熊本の人々がもっと熊本を知り自信を持ってPRしていくことが大切だと思います。
	環境先進県としてのPR
	もっと地域の産業を活性化し全国や海外にトップセールスをするべきだと思います。 鹿児島や宮崎に比べPR下手だと思います。
	宿泊滞在型のルートづくり 来熊の機会が多くなるように、熊本での催し物を多く開催できればいいと思います。 そこでの出会いをずっと続けられて来熊が重なれば発展につながっていくと思います。 とにかくたくさんの人を熊本に招くことだと思います。

(14) 女性主体の組織のあり方について

女将の会の皆様のご意見	大変に難しいところがありますが、年間に何度も例会などを行い、親睦会などを行い情報（各地）を話し合う
	旅館の女将は外に出て活動する事が困難である。 経営が厳しい時代で最小限の人員で運営しているため、外に出る人的余裕がない。 会合を活発にしたいが、現状維持で精いっぱい。
	活動できるメンバーが増えない。 その原因としては、女将が子育てや仕事に忙しく、会合に出席できないところが多い。 不況下で経営が厳しく人手が足りずに女将の負担が重くなっている。 年々厳しい状況になっている。 女将の会という存在は必要であり、情報交換の必要性もある。
	私共の会は同業者の会でこじんまりした会ですので、大変良好な組織作りができているように思います。 常に会の運営を第一に、そして必ず、全会員が平等な立場を維持するよう努めています
	女性がもっと外に出やすい組織を作っていきたい（外に出るのを嫌う殿方がいる）
	MAN パワーより WOMAN パワーの方がまとまりやすいと思うので、まずは同業種の女性の会の立ち上げを進めていき、組織化していくべきではと思います。
	県内の女性の会皆様が一体となり、「おもてなし運動」に取り組んでいただけたらと思います。 サービスの向上も図る

NPO法人の皆様 のご意見	女性、男性と区別する方がおかしい。同比率で双方が主体となる共存の組織であるべき。
	グリーンツーリズムや道の駅、直売所等女性中心にしないと成り立たない現状なのに、JAとか観光協会、行政等の縦社会に飲み込まれている気がする。もっと自由に連携し、顔が見える横のつながりを作り上げるべき。
	数多くの女性団体がありますが、熊本の女性団体が認め合い、協力し合いあいながら進めていけると、熊本の女性のパワーが生かされると思っています。（他県に比べると女性の足の引っ張り合いも多いような気がします。それだけ頑張られているからかもしれませんが？）
	私は男性より女性の方がこの介護業界ではとても「女性としての気質」に合う仕事だと思っています。 今は組織でも上司としての「女性」が増えてきていますが、同じ女性でも「前向きで悪口の少ない人」の方がうまく組織の中で活かされると思っています。もっと他業種でも能力のある女性を採用してくださいと切に願います。
	女性ならではのきめ細かいサービス（気がついた事すべて）を徹底し、お客様に満足として頂けるサービスを常に心がけるようにしていければ、少なくとも女性のお客様は獲得できるんじゃないかと思います。

(15) 行政機関や商工団体、農業団体などの支援のあり方について

女将の会の皆様のご意見	今回ヘルスツーリズムで行政機関、農業団体の協力をいただき成功しました
	薬草料理の開発では「農商工連携」の補助事業で取り組む事ができ、助かっている。 広告宣伝活動や誘致活動にも財政支援があればありがたい。
	東アジアからのお客様に対応するため、言葉と生活習慣、食文化を学ぶ場を支援してほしい。 地産地消を推進するため農業団体との交流の場づくり
	お陰さまで行政の皆様には大いに助けていただいております。 他の団体とも連携を図り、協力できる事はしながら頑張りたいと思っております
	地域の商工会議所、JA 婦人部、婦人会等結構仲良く協力体制はあるかと思っています。自分たちの頑張りがもうひと押し
	行政機関へ宣伝活動にはぜひ協力したいのでお声掛けお願いいたします
	交通アクセスの充実！ 行政機関が旅館の支援(パンフレット作成等)を、一定の旅館のみ宣伝するのは絶対やめてほしい。(平等でない)
	十分協力していただいていると思う
	女性の視点から見た支援を進めていくためにも、できれば女性の担当者の配置を検討していただきたいと思います。
	今のところ考えておりません 必要に応じて支援を求めていく

NPO法人の皆様のご意見	行政、商工、農業各団体はどのような組織でどのような活動を行っているのか分かっていないので、支援のしようがないのでは？ 生保団体や医療機関のように、助成事業実施の内容を公表し、広く一般に公募するシステムを作り、支援の門戸を広げるとよいと思う。
	経済活動の委員等に女性が少ない気がする。 女性の短所を補いながら（例えば企画力、文章力）、長所であるサービス、物を売る、しゃべる等を活用するよう実際やってみると、そこから何か生まれるので、まず実行！
	予算の限られた団体にとって、行政等の団体からの予算の支援や人材、バスの貸出などの物的支援は大いにありがたい。 私たちの周りでは取組や目的を理解して支援してくれる人が少なくないので、これからもますます増えてくれるとよいと思う。
	困った時の協力や相談窓口であって欲しい
	行政機関が「保守的」な人が多く、全く住民の立場に立った反応がないです。 また、地産地消を住民と行政がタイアップして行っていくことの必要性を感じています。 特に最大の食料品輸入国日本の台所事情は、先々懸念されることです。 食料品の自立を日本は目指すべきであり、国、県、市町村は一丸となり取り組む問題だと思います。 食料品の依存ほど怖いものではありません。
	行政はだいぶ緩和してきているように思えますが、なかなか、体質は変わっていません。 もっと現場を見てくださって、現場が少しでも明るくなるような前向きな支援であってほしいと思います。

第3章 先進事例及び問題事例

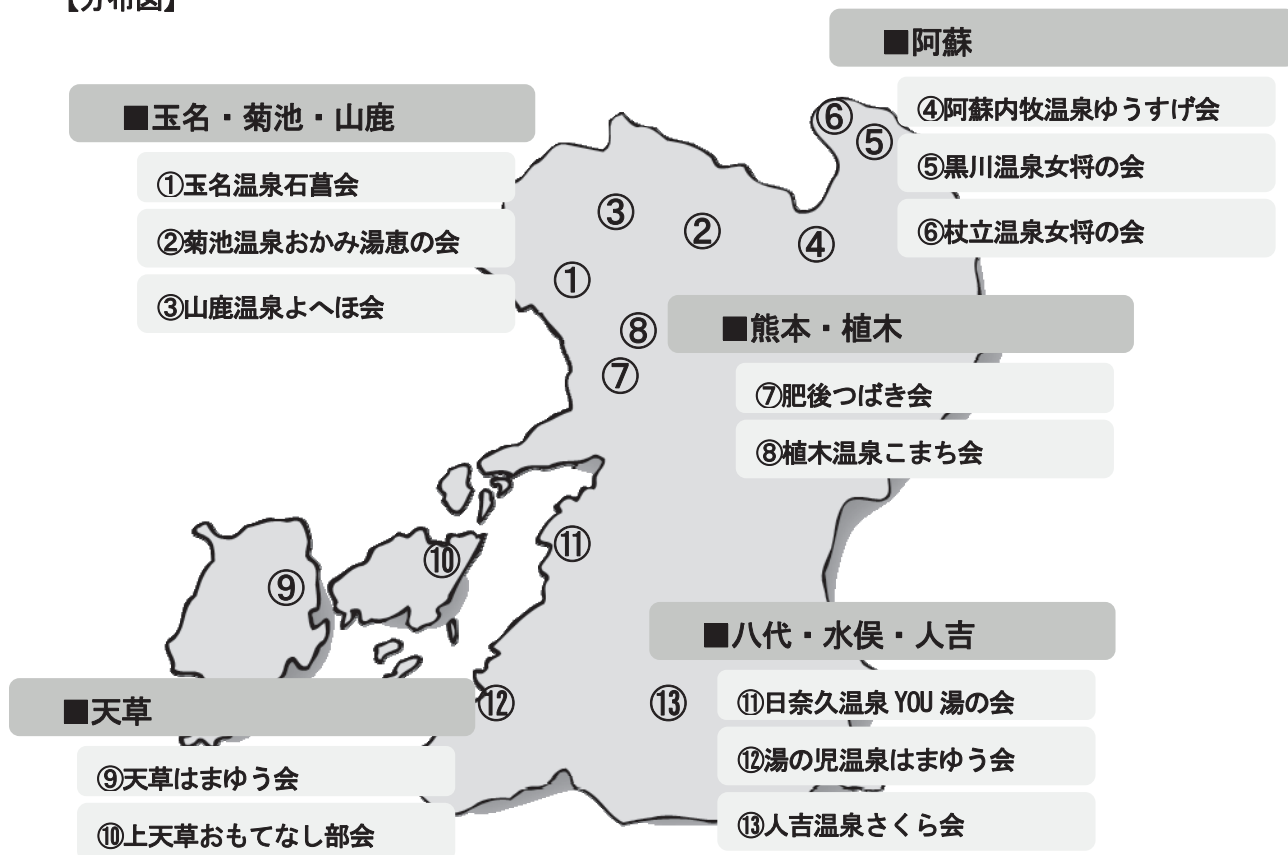
アンケート調査結果に基づき、先進的な取り組みを行っている「女将の会」に対して、訪問調査を行い、以下5ヶ所の先進事例について報告する。

熊本県地域「女将の会」一覧

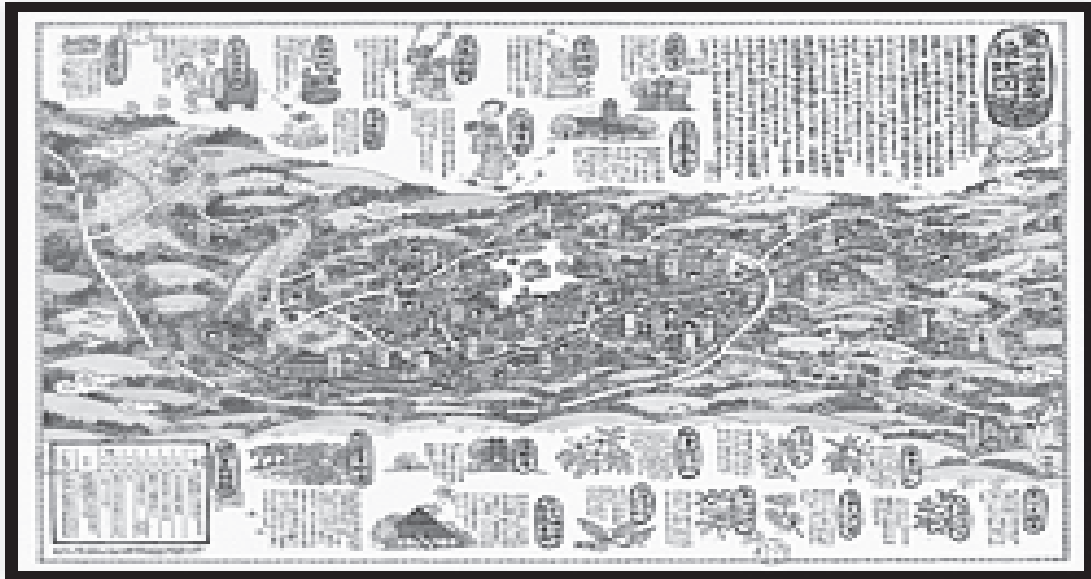
NO	名称	会員	事例紹介
①	玉名温泉石菖会	8	○
②	菊池温泉おかみ湯恵の会	6	
③	山鹿温泉よへほ会		
④	阿蘇内牧温泉ゆうすげ会	9	○
⑤	黒川温泉女将の会	22	○
⑥	杖立温泉女将の会	18	
⑦	肥後つばき会	14	○

NO	名称	会員	事例紹介
⑧	植木温泉こまち会	9	
⑨	天草はまゆう会	8	
⑩	上天草おもてなし部会	15	
⑪	日奈久温泉 YOU 湯の会	6	
⑫	湯の児温泉はまゆう会	25	
⑬	人吉温泉さくら会	11	○

【分布図】



1. 黒川温泉観光旅館協同組合女将の会



黒川温泉観光旅館協同組合 HP「黒川温泉マップ」より引用

(1) 黒川温泉の概要

黒川温泉は、熊本県の東北部の阿蘇郡南小国町に位置し、緑と水がきれいな小さな温泉地で、数十年前までは阿蘇の山奥で地図にも載らない衰退の一途をたどるひなびた温泉地でした。

しかし、個々の旅館の危機意識から、地域の素朴な風情を活かすための植樹や個性的な「露天風呂の開発」などの旅館再生への努力や「入湯手形」を始めとした黒川温泉観光旅館協同組合（以降、黒川温泉協同組合と称す）の地域の強みを活かした企画力。また、旅館のみならず地域住民が一体となった「地産地消の推進」などの地域活性化への取り組みで、今日では黒川温泉は、阿蘇の山奥で雑木林に囲まれた‘いで湯の里’として、また、素朴で美しい日本の風情を残した温泉地として人々を魅了し、国内でも有数の「ブランド力」がある人気温泉地となっている。

(2) 黒川温泉観光旅館協同組合‘女将の会’の概要

この黒川温泉の再生の一翼を担ってきたのが各旅館の女将さんやそこに働く女性、さらに地域の女性たちのパワーである。

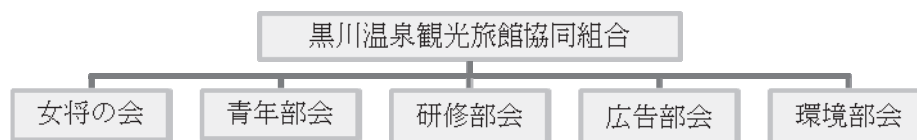
ここにご紹介する女性パワーは黒川温泉旅館（24軒、22事業体）の「黒川温泉観光旅館協同組合女将の会（以降、女将の会と称す）」です。

「女将の会」の特徴は、22事業体旅館の全員が会員となっており、会長と副会長の2名が組織運営に携わっている。また、会員から会費は徴収されておらず「入湯手形」などの収益源を持つ黒川温泉協同組合の運営予算で活動されている。

「女将の会」の女将さん方は地元出身者で、お互いが古くからの知人であり、気心も知れている

のでコミュニケーションが取りやすく一体的な協力体制が図れるなどの特徴がある。同会は黒川温泉協同組合の下部組織として「青年部会」「研修部会」「広告部会」「環境部会」と共に置かれ、各部会との連携のもとで活動してすでに20年以上を経過している。

・黒川温泉観光旅館協同組合組織図



・黒川温泉観光旅館協同組合女将の会メンバー

	旅 館 名	露 天 風 呂
1	旅館 山みず木	幽谷の湯、風人の湯、森の湯
2	旅館 こうの湯、ふもと旅館	森の湯、立ち湯、もみじの湯、野天の湯
3	ふじ屋、 別館 お宿のし湯	千の湯、千壽の湯、野天の湯
4	旅館 奥の湯	奥の湯、洞窟風呂、川風呂
5	御客屋旅館	代官の湯、姫肌の湯
6	旅館 湯本荘	あじさいの湯、かじかの湯
7	旅館 壺の井	木立の湯
8	いこい旅館、 お宿 野の花	美人の湯、滝の湯、ぎんねずの湯
9	旅館 わかば	ひょうたんの湯
10	夢龍胆、 夢龍胆 花泊まり	花泊まりは内湯のみ、龍胆の湯、天女の湯
11	お宿 玄河、 湯の里 和らく	玄河は内湯のみ、野天の湯、穴湯
12	やまびこ旅館	仙人風呂
13	黒川荘	びょうぶの湯、観音の湯、切り岩の湯
14	旅館 にしむら	地獄の湯
15	源流の宿 帆山亭	客室露天風呂
16	旅館 南城苑	星の湯、月の湯
17	いやしの里 樹やしき	満天の湯、華の湯、立ち湯
18	旅館 やまの湯	こだまの湯
19	和風旅館 美里	美郷の湯
20	新明館	岩戸の湯、洞窟風呂
21	湯峡の響き 優彩	溪流の湯、樹彩の湯
22	旅館 山河	もやいの湯

順不同

(3) 女将の会の活動

① 地産地消活動

「女将の会」は、黒川温泉協同組合及び各部会との定例会（八日会）でのお互いの意見交換や提案を通して、これまで地域住民、特に農家の方々の地元生産物の活用や南小国の総合物産館「きよらかアサ」との産品開発の連携、また、それらを活用して旅館の板場さんの協力を得ながら地元ならではの「安心」、「安全」な料理メニューの開発を行い、開発・採用した料理をそれぞれの旅館でお客様へ提供する「地産地消の推進」活動を行っている。



② 研修活動

黒川温泉旅館では、「女将の会」の構成員が高齢化しており、徐々に若女将への承継が進んでいる。承継される若女将には地元以外の出身者も多く、また、従業員や住民などにも地元の南小国町や黒川をよく知らない方々が増加している。そのような方々が、黒川温泉や周辺地域を訪れるお客様を接客する機会が増えつつある。

温泉旅館の命は‘おもてなしの心’であり、それを実践できる源は女性パワーと考え、黒川温泉協同組合の研修部会などの協力を得て、より地元を知ってもらうためにマイクロバスを使った‘地域巡回’を始め、各旅館の‘露天風呂体験’などの体験や「黒川温泉協同組合事務所‘風の舎’」の下にある集会場（べっちゃん館）での‘おもてなしセミナー’や‘地元産品開発’などを行い‘おもてなしの質’の向上に努める研修活動を行っている。

③ 情報発信活動

女将さん曰く、「それぞれの旅館や住民が、訪れるお客様に違った内容をお伝えしたのでは黒川温泉の信用はできてこなかったと思います。」

黒川温泉ブランドは、この地域一体となって統一された情報発信が今日の黒川温泉ブランドが定着した大きな要因になったと考えられる。

「女将の会」では、各旅館の女将や従業員が同じ言葉で、同じ内容をお客様へお伝えできるように「研修活動」を通して教育・育成するとともに地元の住民とも密にコミュニケーションを図り、お客様へ統一された情報を地域で一体となって発信できるように推進している。

(4) 現在の取り組み

① 環境保護活動（EM菌）

「女将の会」では、黒川の環境を守る取り組みとして、廃油せっけんやエコバック作りを行ってきた。現在は環境保護活動の一環として、素朴で美しい黒川温泉の風情を後世に伝えるため、温泉街の中央を流れる筑後川の源流を浄化する活動を地域が一体となって実施している。

その浄化に使われているのがEM菌といわれる有用微生物群である。

1) 環境保護活動の背景

筑後川は福岡県筑紫平野の中央を流れ、その流域は熊本県、大分県、福岡県、佐賀県の広大な地域を潤して有明海に注ぐ九州随一の一級河川です。その源流は南小国町の阿蘇外輪山といわれ、その支流が黒川温泉街の中央を流れ、田の原川で合流して南小国町の田畑を潤している。

数年前に地元農家の方々から黒川温泉を流れる清流が汚れてきているとの指摘があり、日頃何気なく垂れ流している生活用水が、清流を汚し環境を汚染している原因の一つであることを知った。そこで地元農家の方々から畑の土壌改良に活用していたEM菌と研究者の紹介を受け、研究者を交えて一部の女将さん方でEM菌の勉強会を始めた。

3年前にEM菌の「どろ団子」を作り、源流の上流に流すことから始めたのがきっかけとなった。

黒川は、かつては多くの源氏ホテルが乱舞し、素朴な温泉街の美しい夏の風情となっていたが、近年ではホテルの生息が少なくなり上流の一地域のみとなっていた。EM菌を活用して、源流から黒川温泉街の中央を流れる支流や田の原川がホテルの乱舞する美しい風情のある温泉地へ変貌することを目指して「女将の会」を中心として地道な努力を重ねている。

2) 活動状況

「どろ団子」による浄化活動は、「女将の会」だけでは困難な面が多く第二回目の浄化がなかなかできないでいる。しかし、日頃の生活用水の浄化は地道な努力で可能であることからEM菌の勉強会（月一回実施）への参加を各旅館や住民へ働きかけ、現在では各旅館の厨房やトイレなどの清掃、また住民の家庭排水の浄化にも利用して頂いている。

環境保護の活動は即興性があるものではなく、将来を見据えて継続できる活動である必要が高い。その認識のもとで学校等にも働きかけ生徒の環境学習の一環として、各家庭や旅館で出た「米のとぎ汁」をペットボトルに入れて学校へ持ち込み、学校でEM発酵液を作り、プールの浄化や教室、トイレなどの清掃に活用して頂いている。

○EM菌の作り方（黒川温泉観光旅館協同組合女将の会研修資料より）

【使用材料】

米のとぎ汁（濃いもの） 2ℓ（ペットボトル）

EM菌	20cc（キャップ約3杯）
糖蜜又は、砂糖	20cc（慣れるまでは、少し多め）

【作り方】

①ボウルに入れてよくかき混ぜる。

②漏斗^{じょうご}を使ってペットボトルに入れる。

③しっかりと蓋を閉めて密封状態にする。

（注）ペットボトルが膨らんでいきます。開けたり、閉めたりしてはいけません。

④暖かいところにおいて、4～7日で出来上がり。

⑤出来上がったら、容器（スプレー）に入れて使用する。

（注）7日間くらいで使い切ってください）

⑥酸っぱい匂いがしたら、酸化して失敗だと思って下さい。

（少しEM菌を入れて、排水に捨てて下さい。）

環境活動は、植樹や露天風呂開発など男性パワーを必要とする温泉地の箱モノとは違い、お客様の満足を高めるための‘おもてなし’の大切な運動と考えられ、継続力ある女性パワーが発揮しやすい分野である。このことから黒川温泉では「女将の会」が中心となって地元の主婦を巻き込み、子供のころからの地道な環境保護活動を推進することで、将来を見据えた環境浄化が更に黒川温泉街の風情を高めていくものと考えられる。

・EM菌（有用微生物群）の概説

EM菌は、琉球大学農学部 比嘉照夫教授が1982年に土壌改良など農業分野での利用を主な目的に開発された‘有用な微生物が集合された’ものです。形態は黒または茶色の液体状で、液中に複数の微生物を共生させた微生物の集合体です。

通常、微生物は単一体として扱われますが、この複数の微生物の集合体である点がEM菌の最大の特徴となっています。

私たちが健康診断を受けた際、「善玉菌」と「悪玉菌」という用語を耳にします。「善玉菌」は、私たちの身体の中で繁殖しようとする「悪玉菌」の活動を押さえ込み、身体を健全な状態へ整える働きを持っています。この「善玉菌」の役割をするのがEM菌です。

EM菌は、食品加工に使われる安全で有用な微生物種類（乳酸菌、酵母菌など）ばかりで、人には無害でありその上汚れやにおいの元を分解する力もあり、水質浄化に役立つとされて各地の地方自治体や学校、企業等で河川などの水質改善に利用されています。

EM菌の使用方法には、「①水で希釈する」、「②米のとぎ汁で発酵させる」、「③糖蜜等を加え活性化させる」などの方法があると言われます。

（ウィキペディア「フリー百科事典」及びEM販売エコマートHPより引用・加筆）

(5) 商品開発活動（消臭袋の開発）

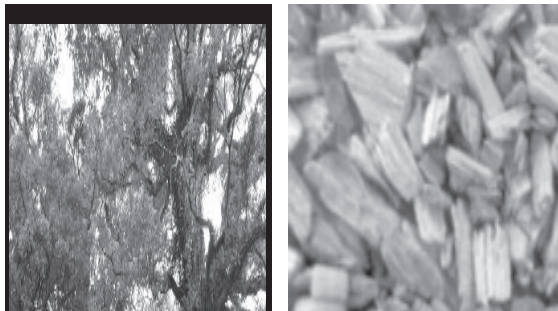
最近「女将の会」で商品開発に取り組んでおられるものに「消臭袋」がある。

① 商品開発の背景

黒川温泉は山奥にあるためムカデやゴキブリなどの害虫並びにイタチやモグラなどの害獣等も多く、その駆除に頭を痛めておられたところ、楠（樟）のチップに防虫効果があるということを知り、楠チップを取扱う会社（福岡県）を訪問されて旅館の厨房や外庭などに小さな穴を開けたペットボトルなどに入れ置いたところ高い効果が表れた。

また、楠はかつて「天然樟脳」として防虫効果だけでなく、芳香剤や消臭剤としても使用されていた。

「女将の会」では、お客様の‘おもてなし’の一つとして旅館のお部屋の芳香剤として森林浴効果を高め、また、お下駄箱の消臭やお客様の靴の消臭剤としても活用できると考えたのがきっかけとなった。



左；熊本県藤崎台の楠群（天然記念物）

右；楠（樟）のチップの拡大写真

② 活動状況

「楠チップ」の商品開発は、現在各旅館のお部屋の芳香剤として、またお客様の靴などの消臭剤などに活用されている。また、「楠チップ消臭袋」は、旅館などで不要となった着物などをリサイクルして各旅館の特徴ある外装袋を作り、その中にチップを入れる作業を各旅館の女将さん達で行っている。



旅館 山みず木HPより引用

現在は、美しく着飾った芳香剤が各部屋の卓上や壁掛けとして使用され、森林浴効果もお客さまから好評を得ているそうである。また、着飾った芳香剤は、現在はまだ一部の旅館でしか販売されていませんが近い将来には各旅館のお土産として、また黒川温泉ブランドのお土産の一つとして販売することも検討されている。

2. 阿蘇温泉観光旅館協同組合 ‘ゆうすげ会’



◆阿蘇市HP 観光マップより引用

(1) 阿蘇市と内牧温泉の概要

阿蘇市は、阿蘇五岳を中心として、それを取巻く外輪山に挟まれた火口原にあり、その北部を中心に東部・西部の一部を含んでいる。

阿蘇市内の各所には旅館・ホテル、ペンション、民宿、温泉センター、公共の宿などが点在しその数80軒以上（阿蘇市HP）にのぼっている。

阿蘇市観光の中核を担っている「阿蘇市観光協会」は、平成22年9月に阿蘇市、大分県竹田市、宮崎県高千穂町の3観光協会で「真ん中九州 阿蘇・高千穂・竹田3県3地域観光協会連携協定」を締結し、県境を越えた広域の旅行企画を計画（連携企画第一段が平成22年11月実施される）されている。また、阿蘇市観光協会のもとで「阿蘇温泉観光旅館協同組合（以降、阿蘇温泉協同組合と称す）」は、平成21年11月に「第三種旅行業」を取得し、阿蘇市に宿泊したお客様を対象として阿蘇の魅力をいろいろな角度から紹介する‘阿蘇カルデラツーリズム’を実施し活発な活動を行っている。

阿蘇市の中でも内牧温泉は、阿蘇外輪山の展望所‘大観峰’の眼下に広がる阿蘇火口原エリアで最も集積がある温泉地で、夏目漱石の小説『二百十日』にも登場し、与謝野鉄幹・晶子夫婦や種田山頭火、吉井勇など多くの文化人が訪れ、記念館や文学碑、歌碑がある古くからの温泉地で大型ホテルや旅館、民宿、町湯など大小の温泉施設が30軒余りある。

(2) 阿蘇内牧温泉女将の会「ゆうすげ会」の概要

阿蘇市内牧温泉の活性化の一翼を担ってきたのが内牧温泉及び周辺のホテル・旅館の女将さんで構成された「阿蘇温泉観光旅館協同組合女将の会「ゆうすげ会」（以降「ゆうすげ会」と称す）」である。

「ゆうすげ会」は、内牧温泉の女将さん有志で任意に設立されて4年目で、「熊本県旅連女将の会」14団体の中でも新しい女将さんの団体です。昨年度から「阿蘇温泉協同組合」の組織の一部会として活動を行うようになった。

現在「ゆうすげ会」の会員は内牧温泉の女将さんが主体となって9事業体で構成されているが、阿蘇市内には内牧温泉に限らず周辺の赤水地区や坊中地区などかなり広範囲にホテル・旅館が存在している。これからの阿蘇市全体の観光の活性化には、更なる女性のパワーを結集する必要も高く、阿蘇温泉協同組合員ホテル・旅館25事業体の内で未入会の女将さんに「ゆうすげ会」への参加を呼び掛ける活動を行っている。

・阿蘇温泉観光旅館協同組合お女将の会「ゆうすげ会」会員（平成22年11月末現在）

	ホテル・旅館名	所 在 地
1	阿蘇プラザホテル望蘇閣	阿蘇市内牧 1287
2	阿蘇ホテル 一番館、二番館	阿蘇市内牧 129-1
3	蘇山郷	阿蘇市内牧 145
4	和風旅館 金時	阿蘇市内牧 1131
5	親和苑	阿蘇市内牧 1354
6	ほこすぎ荘	阿蘇市内牧 415-10
7	阿蘇の司ピラパークホテル	阿蘇市黒川 1230
8	竜田荘	阿蘇市内牧 201
9	湯巡追荘	阿蘇市内牧 385-1

順不同

(3) 「ゆうすげ会」の活動

① 地産地消活動

「ゆうすげ会」では、地元農家などの生産物の紹介・試食会などに参加し、地元生産物を板場さんと協力し、各ホテル・旅館の個性あふれる「安心」、「安全」な地元の料理メニューとして開発して宿泊客へ提供する活動を行っている。

② 阿蘇温泉観光旅館協同組合企画の推奨

「ゆうすげ会」は、阿蘇温泉協同組合の一員として平成22年度より阿蘇市観光協会や同組合が

企画するツアーやイベントなどを各ホテル・旅館に宿泊予約されたお客様の方に、阿蘇を満喫して頂く楽しい旅行の思い出作りのコーディネーターとして積極的にご案内し申込を推奨されている。

旅行ツアー及びイベント例

○阿蘇カルデラツアー

阿蘇のあらゆる角度からの魅力を活かした各種体験プログラムなど、年間（春、夏、秋、冬）を通して実施するツアーで阿蘇温泉協同組合が第三種旅行業を取得して第一弾として平成22年冬テーマから宿泊客を対象として企画したツアーです。

●阿蘇カルデラツアーの4テーマ

- ・「観」（観て楽しむ。触れて楽しむ）
- ・「楽」（阿蘇を歩く。人とふれあう）
- ・「癒」（阿蘇を知る。心を癒す）
- ・「験」（本場直伝。楽しく学ぶ）



○幻想的イリュージョン久住高原光ファンタジー

（真ん中九州 阿蘇・高千穂・竹田3県3地域観光協会連携企画）

久住高原の花畑の夜間照明を始め、竹田市の「食彩市」、幻想的な「竹灯籠」など冬の久住高原を満喫する企画です。

③ 博多プロモーション活動への参加

平成22年1月5日～27日に福岡「博多座」で開演された『女将の花道～笑売繁盛物語～』で九州各地の温泉地（熊本県参加温泉地；阿蘇地区、人吉地区、玉名地区、天草地区等）の本物の女将さんが日替わりで舞台上上がって花を添える演出があり、内牧温泉女将の会（‘ゆうすげ会’）として参加して舞台で阿蘇や内牧温泉のPRとロビーで特産品の販売などを行い、来場者がお帰りの際には玄関でお見送りを行った。

（4）現在の取組み

① 新商品開発への取組み

「ゆうすげ会」では、現在計画中的の新商品「阿蘇高原ダイエット村」計画の中心となるべく、同計画の全てを知り、お客様の新商品体験のコーディネーターとしての役割を担い。宿泊されたお客様に阿蘇を満喫して頂くとともに新商品に対する満足度が高い‘おもてなし’を実践するために日々努力をされている。

1) 新商品開発の背景

阿蘇市は「阿蘇くじゅう国立公園」を共通の観光資源とする周辺の観光地や地域住民と連携した複合的な取組みを実践し、お客さまにより長い時間を過ごして頂くための滞在交流型観光の拠点として国土交通省から「阿蘇くじゅう広域観光圏」として平成20年に認定され、その中核センターとして「阿蘇地域振興デザインセンター（以降、デザインセンターと称す）」が設置されている。

「デザインセンター」では、「阿蘇くじゅう広域観光圏整備計画」に基づき観光圏整備計画などを実施されている。

その一つに‘交流型健康サービスの開発’というコンテンツで、今回の新商品「阿蘇高原ダイエット村」計画がある。



阿蘇くじゅう広域観光圏

阿蘇市、南小国町、小国町、産山村、高森町、南阿蘇村、西原村、山都町、大分県竹田市

2) 新商品とニューツーリズム

「阿蘇高原ダイエット村」計画は、日本ダイエット協会からの提案で、平地と阿蘇の高地差を利用した低酸素環境下での「高地トレーニング」などの運動で、平地で行うよりもより高い運動強度を養うとともに血糖値が上がりにくい食品を組み合わせることで、宿泊参加者のダイエットと健康の維持・改善に貢献しようとする計画である。

この計画は、平成19年6月に策定された「観光立国推進計画」（国土交通省観光局）の中で新たな旅行として位置づけられている「ニューツーリズム」の考えた方とも合致するものである。

食 品 例		G I 値
穀物	精白米	83
	玄米	55
パン	食パン	90
	全粒粉パン	49
麺類	うどん（乾燥）	84
	そば（乾燥）	53
野菜	ジャガイモ	89
	さつまいも	54
果物	パイナップル	64
	オレンジ	30
乳製品	アイスクリーム	64
	牛乳	24
※G I 値は食品 100 g 当り、ブドウ糖 100 とした場合の血糖上昇率で、G I 値 60 以下が目安といわれます。		

ニューリズムの定義

厳密な定義付けはなされていませんが、従来の物見遊山的な観光旅行に対し、「テーマ性」が強く、「体験型・交流型」の要素を取り入れた新しい形態の旅行を指すとされています。

(国土交通省観光局「ニューツーリズムの概要と環境庁の施策について」(平成22年1月14日資料3より抜粋)

「ニューリズム」は、観光立国推進本部第一回観光連携コンソーシアムで6つの取組み例があげられている。

- ①エコツーリズム
- ②グリーンツーリズム
- ③文化観光
- ④産業観光
- ⑤ヘルスツーリズム
- ⑥その他(長期滞在型観光等))

今回の「阿蘇高原ダイエット村」計画は、2泊3日の宿泊参加者を対象に宿泊期間中に2Kgのダイエットメニューを体験していただくとするもので、「ヘルスツーリズム」の一つの形態と考えられる。

・ヘルスツーリズム

ヘルスツーリズムとは、観光連携コンソーシアムで定義されたように、人々の健康回復・増進・保持(以降、健康活動と称す)に繋がる新しい観光形態で、医療に近いものからスポーツ、レジャーに近いものまで様々な形態が含まれます。

・ヘルスツーリズム例

●温泉療法 ●森林療法 ●海岸療法(タラソテラピー) ●医療観光(メディカルツーリズム) ●美容観光 ●禁煙観光など

3) 活動状況と女将さんの関わり

「阿蘇高原ダイエット村」の計画は現在(平成22年10月末)進行中で、宿泊客に体験して頂けるプログラムの単品メニュー案(【例】ゴルフ、ウォーキング、カヌー体験等)が揃ったところである。

今後は、単品メニューを組み合わせることで宿泊参加者のダイエットや健康維持・改善に適したコースの設定や各ホテル・旅館の「おもてなし」の質の向上と健康に良い提供料理の開発、お客様の募集方法等の課題も残されているが、これらも平成22年中には具体的なものとして整備

を終える予定となっており、平成23年初頭にはモデルコースの設定を終え、九州新幹線全線開業に合わせモニターツアーの募集ができるように進んでいる。

このような計画が進行の中で、「ゆうすげ会」の女将さん方は、宿泊参加者をお迎えする第一線のトップとして「阿蘇高原ダイエット村」計画の全てを熟知しておく必要が高く、平成22年には、提案者である日本ダイエット協会の勉強会（毎月一回開催）に参加し、同計画のメニュー内容などにも主体的に参画し、また、お客様の健康のインストラクターとしての知識の習得に励んでいる。

「ゆうすげ会」を始め、阿蘇温泉のホテル・旅館の女将さんは宿泊参加者の予約からお客様に適した体験コースの推奨や実体験コースへのご案内、お客様個別の提供料理の提案、健康管理のインストラクターとしての役割など「阿蘇高原ダイエット村」を満喫して頂くためのコーディネーターとして、質の高い‘おもてなし’を実践する女性パワーの中核となり宿泊・体験参加者へより満足度が高いサービスを提供することを目指して活動をされている。

3. 人吉温泉女将の会「さくら会」

人吉は九州の小京都とも呼ばれ、相良藩 700 年の歴史を持つ古くから栄えた城下町である。熊本県最南端の温泉と多くの歴史遺産を有し、県内でも有数の観光地としての地位を確立している。

さくら会は、人吉温泉内の観光旅館業者の女将さんたちが地域の活性化、景気浮揚を意図して立ち上げた団体であり、「会全体の平等な立場の維持」による運営により、着実に実績を積み上げている。

単純な寄り合い組織ではなく、その長きにわたる継続性や女性の立場に立った目線での企画・実行ができているという点で組織の成熟度は非常に高く、行政を始めとした他の関係団体等との連携は、他地域のモデルとなり得るものである。

元々、地理的な制約要因から、当地域における観光業者の危機感是非常に強く、九州新幹線の全線開通という大きなビジネスチャンスにおいても、いかに当地域への集客に結び付けるかが課題となっている。さくら会はその中心的なリーダーとして、様々なイベントや地域振興策に取り組んでいる。

(1) 結成の目的

- ①人吉温泉の活性化
- ②女性が活動することでイメージアップ
- ③人吉の誘客力の結束

(2) 構成メンバー

1	国際観光旅館 鍋屋本館
2	ひとよし温泉 純和風旅館 芳野
3	人吉旅館
4	和風旅館・健康風呂 丸恵本館
5	御用蔵 しらさぎ
6	清流山水花 あゆの里
7	翠嵐楼
8	天然公衆温泉 あおやぎ
9	旅館 一富士
10	HOTEL 朝陽館



さくら会の皆さん

(3) 活動経緯

平成6年10月	さくら会結成
平成9年	「人吉球磨はひなまつり」開始
平成10年	「おひな御膳」会員施設で開始 会員統一名刺作成
平成11年	人吉便利マップ、宣伝用うちわ制作
平成12年	さくら会WEBサイト制作 九州ひなまつり広域振興協議会に参加（現在も継続）
平成14年	京都研修実施 「ひざかけ」「人吉温泉石けん」制作 さくら会共通お土産用紙袋制作
平成15年	県観光連盟より観光功労賞受賞 ラフティング試乗会参加 人吉温泉水と馬油で「人吉温泉石けん」制作
平成16年	沖縄への宣伝隊 女将おすすめの球磨焼酎キャンペーン実施
平成17年	「母から娘へ娘から母へ」の便りコンクール主催 人吉温泉マラソン大会実行委員会参加
平成18年	人吉ロータリークラブより地域貢献賞受賞 地域の食材を活かした料理の勉強会実施 「女将おすすめの球磨の逸品」を選定
平成19年	市能力開発センター主催観光サポート養成コース講師派遣 名古屋、大阪方面へ宣伝隊 オリジナル和タオル制作（肥薩線百周年協賛） ミニ芸能お披露目会の開催 がんばるさくら会のポスター制作
平成20年	下天草観光協会女性会との交流会 「外湯巡りプラン」「手ぶらでチェックイン」企画実行 ポッポー鍋開発、SL 御膳企画発売（SL 開通記念） JR九州取締役のおもてなし講演会主催 韓国の新聞に人吉の広告を掲載 人吉温泉観光協会より観光功労賞受賞 オリジナル白いエプロン制作 「ノスタルジック人吉」主催

さくら会では、約 16 年間の長きにわたり、様々な地域振興に貢献してきた。それは、まさに女性ならではの目線に立った具体的な活動であり、着実に地域社会にその軌跡を残している。

以下ではその活動の一部を紹介する。

(4) 活動内容

① 「人吉球磨はひなまつり」

「人吉球磨はひなまつり」は、さくら会が最も力を入れて取り組んだ催しである。もともとは 2 月 3 月の閑散期対策として始めたイベントであり、球磨郡相良村の専徳寺の所有する約 1,200 体のおひな様の公開と、九日町商店街の協力を得て、店舗等へのおひな飾りを行った。

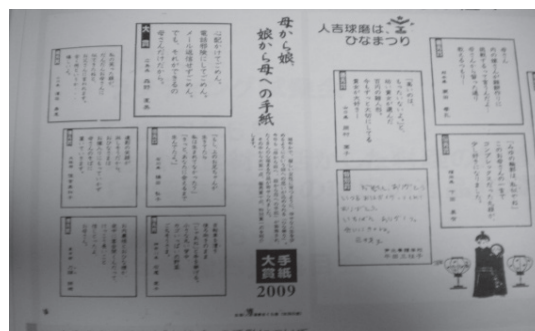
また、域内での様々なイベントと呼応し、地域全体での取り組みとして多くの観光客を呼び込んでいる。この時期、人吉球磨地区はひな祭り一色に盛り上がる。

【各地のひなまつり会場】

①	人吉クラフトパーク 石野公園	素朴なおひな様と、手作り工芸体験 ・「土びなと全国の郷土玩具展」開催 ・「作るひなまつり」工芸体験
②	ひとよしおひな通り 九日町・五日町	通りを華やかに彩る、受け継がれたおひな様 ・着物来訪者への特典 ・舞妓はん体験（応募の上 15 名）
③	ひとよしおひな通り 鍛冶屋町	風情漂う石畳の道で、ぶらりとおひな散策 ・おひなウンスンカルタ
④	専徳寺	愛娘への想いあふれる、ひなの寺 ・古今ひな等約 3,000 体の展示

② 「母から娘へ、娘から母への便りコンクール」

ひな祭り期間の新たな取り組みとして、「母から娘、娘から母への手紙大賞」を毎年募集している。全国各地や海外からも応募があり、大賞一点、特別賞一点、優秀賞十点、入賞三十点はパネルに仕立てて、会員施設の旅館に展示される。



2009 年度ひなまつりイベント

開催時期	開催イベント
2 月 1 日	人吉球磨はひなまつりオープニングセレモニー（神城文化の森、専徳寺）
2 月 1 日～3 月 21 日 （毎週土曜日）	おひなウンスンカルタおけいこ会（人吉市鍛冶屋町 ウンスンカルタの家）
2 月 1 日～3 月 31 日	押し花展示と体験（鍛冶屋町通り）
2 月 1 日～3 月 15 日	専徳寺住職のパッチワーク展（歴史民俗資料館／山江村）
1 月 31 日～2 月 8 日	第 24 回にしき植木市（錦町）
2 月 2 日	谷水薬師大祭（あさぎり町）
2 月中旬～3 月中旬	ポッポ一館ひなまつり（あさぎり町）
2 月 14 日～3 月 15 日	この町昔懐かしい写真展（九日町おひな通り）
2 月 15 日	牛深ハイヤ踊りの祭典（五日町おひな通り）、第 6 回ひとよし春風マラソン ぜんざいふるまい・しょうが湯（九日町おひな通り）
2 月 15 日～3 月 15 日	手作りのひなまつり展（湯前町）
2 月 22 日	第 35 回人吉梅まつり（人吉市）
2 月 25 日～3 月 15 日	時代の着物展（九日町おひな通り）
2 月 28 日	ひなまつりコンサート（石倉）
2 月 28 日～3 月 1 日	石野公園ひなまつりイベント（人吉市/クラフトパーク石野公園）
2 月中旬～3 月中旬	ポッポ一館ひなまつり（あさぎり町）
3 月 1 日	くま川下り川開き祭（人吉発船場）、たらぎひなまつりイベント（多良木町）
3 月上旬	健康ウォーキング大会（相良町）、若宮歌と踊りの会（五日町おひな通り） くじ引き大会（五日町若宮神社）
3 月土・日・祝日	球磨川遊覧舟「梅花の渡し」（人吉市）
3 月 3 日	女性限定！温泉の無料開放（人吉市/九日町おひな庵）、くまむらのひなまつり（石倉）
3 月 7 日～15 日	えびす植木市（多良木町）
3 月 7 日・8 日	新春えびす市（多良木町）
3 月 8 日	春のコンサート（九日町おひな通り）
3 月 14・15 日	着物ぶらり歩き（九日町・五日町おひな通り）
3 月 15 日	舞妓さん体験「あなたも京は舞妓はん」・日舞協会パレード（踊り歩き）（九日町・五日町 おひな通り）、伝統芸能ショー（九日町鍋屋本館）
3 月中旬～3 月下旬	湯山温泉桜まつり（水上村）
3 月中旬	湯楽里 11 周年記念イベント（湯前町）
3 月 18 日～24 日	淡島神社春の彼岸祭（山江村）
3 月 20 日	相良三十三観音めぐり「春の一斉開帳」（人吉球磨 全 35 札所）やまえ願掛け巡り（山江村）
3 月 22 日	おひな通りエンディング（九日町夫婦えびす神社）
3 月 28 日	おひなウンスンカルタマスターズ大会 午後 1 時～（九日町・五日町おひな通り）
3 月 31 日	人吉球磨はひなまつりエンディング「流しびな」（人吉発船場）

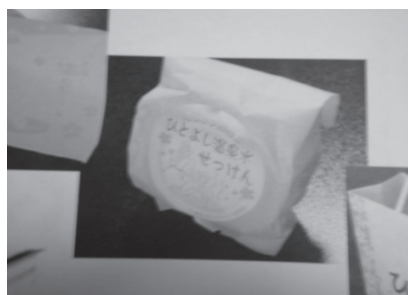
③「さくら会オリジナルグッズ」

人吉温泉全体としてのイメージ商品として、オリジナルグッズを開発、制作している。主な商品は以下のとおりである。

- | | |
|------------------|----------------|
| ■人吉温泉石けん | ■ひとよし湯情（薬用入浴剤） |
| ■和タオル | ■雨傘 |
| ■おひな箸袋 | ■下駄 |
| ■人吉絵はがき | ■そらぎゅう |
| ■球磨焼酎古酒「ひとよし女将桜」 | |

【オリジナルグッズの数々】

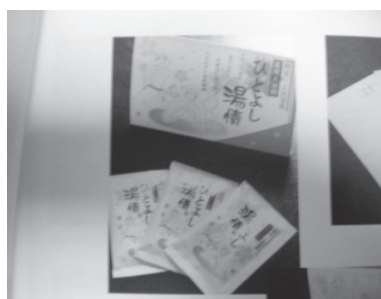
（石けん）



（紙袋）



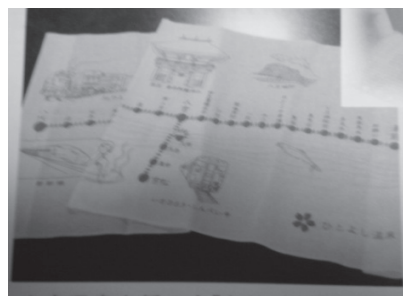
（入浴剤）



（下駄）



（和タオル）



④ 「女将おすすめの球磨の逸品」選定会

魅力ある人吉球磨地域の食材を活かし、これらを使用した料理の勉強会を実施している。さらに、地区で生産された農林水産物を原料にした加工品を「女将おすすめの球磨の逸品」として選定している。

【女将おすすめの球磨の逸品】一覧

	地区	商品名	製造元
①	人吉市	みそ万十	濱田屋（菓子）
②	人吉市	鮎の甘露煮	人吉水産商事株式会社
③	人吉市	鮎〆蒲	人吉水産商事株式会社
④	人吉市	椎茸しぐれ煮	立山商店
⑤	あさぎり町	豆乳	あさぎり町ふるさと振興社
⑥	球磨村	梨むすめ（万能たれ）	物産館かわせみ
⑦	五木村	山椒味噌	四季の里
⑧	五木村	山うにと豆腐	有限会社五木屋本舗
⑨	山江村	栗の渋皮煮	山江村物産館ゆっくり
⑩	湯前町	カリカリ大学いも	株式会社クマレイ

（選定品のポスターより）

⑤ 「SL ポッポー鍋開発と SL 御膳発売

平成 21 年度には SL 復活運行、肥薩線全線開通百周年記念での誘客の取組みとして SL ポッポー鍋を開発、SL 御膳として発売した。販売に先立ち、2 月 19 日には関係者を招いて披露試食会を開催し、マスコミにも大きく取り上げられた。

ポッポー鍋には、運行される SL8620 型の雄姿が描かれており、モロッコ料理などに使われ三角形のふたが水蒸気を効率的に循環させるタジン鍋がヒントとなっている。

鍋が温まってくるうち、てっぺんから蒸気が噴き出し、あたかも SL が走っているように見える。それぞれのポッポー鍋の中身は、各旅館がそれぞれ工夫を凝らしており、いろいろな味が楽しめるようになっている。

SL 御膳発売に際しては、「ご昼食プラン」「ご宿泊プラン」を企画してキャンペーンを実施、さくら会の会員旅館で提供している。

鍋の蓋上部から蒸気が SL のように吹き出る「ポッポー鍋」に、鮎の塩焼き等地元の食材を活かした昼食プラン

- 料金 2,625 円
- 時間 11:00～14:00
- その他 2 名様以上（要予約）



（写真は一富士旅館）

⑥ 人吉・球磨「焼酎三昧」の企画

情報誌、各蔵元、さくら会の協力による企画であり、宿泊の夕食時に地元人吉・球磨の蔵元推薦の銘酒を五種類セットにして、利き酒気分で飲みくらべることができるものである。顧客は其中で気に入ったものを飲むことができる。

店で薦める際も五種類を同時に出すことができ、さらにお客様自身に選んで頂ける自由度があるため薦めやすいことも利点となっている。



⑦ 「のすたるじっく人吉」(100年前にタイムスリップ)

肥薩線全線開通百周年記念として、平成21年11月25日に行われた「のすたるじっく人吉」にも参加した。この催しは、1日だけ人吉駅前を100年前、すなわち肥薩線開通当初にタイムスリップさせるものであり、

- ・昔の衣装を着た参加者による記念列車のお出迎え、お見送り
- ・「カフェさくら」でのおもてなし
- ・古民具展示、ウンスンカルタ実演、人力車体験、演奏等 を実施した。

さくら会では、統一ユニフォームとしての白いエプロンを制作、「カフェさくら」の運営を行い、観光客へのおもてなしに従事した。



⑧ 博多座への出演

人吉温泉のアピール活動は、広く県外でも行われている。平成 22 年 1 月 15 日には、博多座で公演中の「女将（おかみ）の花道～笑売（しょうばい）繁盛物語」にゲスト出演した。

この物語は、過疎化が進む村の旅館を舞台に、女優の浜木綿子さん演じる女将が再建に向けて奮闘するストーリーであり、舞台の最後に九州各地の温泉地から本物の女将が出演し、舞台上でそれぞれの地元を P R するという演出である。



⑨ 薬膳料理の提供

九州新幹線鹿児島ルート全線開業を控え、平成 22 年 10 月 29 日に薬膳料理の講習会を開いた。健康志向や食への関心が高まる中、観光客を薬膳料理でもてなそうとの趣向で、11 月から各旅館などでメニューに取り入れる。

市内の旅館で開かれた講習会には、さくら会メンバーの女将や調理長ら約 20 人が参加した。国際薬膳師の千代田路子さんの指導で、サンマの焼き物や地鶏と秋根菜の鍋、地元産の梨を入れた粥など、秋の食材をふんだんに使った 6 品を調理、試食している。



写真は読売新聞朝刊（H22. 10. 30）

⑩ その他いろいろな取組み

上記以外にも様々な企画を立て、会としての存在感をアピールしている。

- ・ラフティング試乗会（平成 15 年）
- ・ミニ芸能お披露目会（平成 19 年 6・7 月）

（５）今後に向けて

さくら会では、さらに人吉温泉をアピールするため、以下の目標を設定している。

① 連泊型観光を目指す

- ・じゅぐりつとウォーキングコース
 - ・じゅぐりつと自転車コース
- などの設定

「じゅぐりっと」とは、物の周囲をぐりぐりと一回りするという意味の人吉球磨地方の方言である。元々は「ぐるり」というまわり、めぐりとか、まわりを取り巻くという意味の言葉であるが、少々勢いのある動作にするための接頭語「じゅう」と格助詞「と（つと）」が組み合わされている。

② 水観光への取組みを計る

- ・ラフティング大会
- ・球磨焼酎の手造りコース
- ・鮎祭り
- ・温泉の利活用をする 等々

また、九州新幹線全線開通を契機として、他地域との交流、連携強化を推進している。他地域においても関西や海外といったターゲットは共通であり、互いにタイアップして地域の魅力を発信していく予定である。そのためのツールの一つとして、コンテンツを全面的に見直したホームページの再構築も準備中である。

こうしてみると、さくら会の活動の特徴として、地域ぐるみの活動が基本であることがよくわかる。これは結成の目的の一つである「人吉の誘客力の結束」が実践されていることに他ならない。

わずか10名程度の団体がいろいろなことをやろうとすると、そこには様々な障壁が存在する。特に資金の調達には相当苦勞されているようである。行政等の助成には限度があり、ほとんどがボランティアである。それでも活動が継続しているのは、地域への貢献という各会員の矜持があるからであろう。

また、強いリーダーシップを持つ会長とその支援態勢が整っていることも会の活動を支えている。「会全体の平等な立場の維持」を常に心がけているからこそ、各会員の結束力が保持できているのである。

さくら会に卓越した企画力と実行力があることは衆目の認めるところであろう。しかしながら、注目すべきはその継続性、持続性ではないだろうか。

女性だけの活動を続けていくためには家庭の協力が不可欠である。また、小さな旅館やホテルでは人手が足らず、会合の時間を捻出することすら難しいことも多いそうである。実績を残すことはもちろん大事なことであるが、それ以上にモチベーションを維持し、会を存続させていくことが結果的に実績を生み出していくものと思われる。

4. 肥後つばき会（郷土料理を売り出す）

熊本市は近代的都市機能の集積や平成 20 年 10 月の富合町、平成 22 年 3 月の城南町、植木町との合併をはじめとする市域の拡大等によって、人口約 73 万人にまで成長し、平成 24 年 4 月には政令指定都市への移行を目指している。現在は、平成 23 年 3 月九州新幹線全線開業に向けて、本市のシンボルである熊本城を核とした中心市街地の活性化、熊本駅周辺の再整備に取り組んでいる。熊本市は水道水の 100% を地下水で賄う地下水都市でもある。その豊かな湧水をめぐらした桃山式庭園水前寺成趣園は熊本城と共に熊本観光の名所となっている。

熊本市では、九州の中央に位置する地理的特性を活かし、人、ものなど多様な交流を基調としながらまちの魅力と活力を創出し、日々の暮らしの中で全ての市民がしあわせを実感できるまちづくりに取り組んでいる



（１）肥後つばき会の経緯と現状

■構成メンバー

丸小ホテル
ホテル白金
大丸旅館
熊本グランドホテル佳松園

- ① 当会は熊本市観光旅館ホテル協同組合加盟の女将の会（小山玲子代表）である。平成 7 年の設立から 10 年以上経過している。会員は 14 名であるが、現在は実質 4 名で活動している状態である。その原因としては、組合加盟の旅館・ホテルの経営形態が都市型ホテルやビジネスホテルへの転換が進み、女将がいなくて多くなってきたこと。また、女将が子育てや仕事に忙しく会の活動に参加できないこと。最近は特に不況下で旅館経営は厳しく、人手を減らさざるを得なくなって、女将の負担が重くなってきたことが挙げられる。
- ② これまでの活動状況は、平成 12 年までは情報紙「かめりあ」を年 4 回発行していたが、広告協賛が得られなくなり資金難から中止せざるを得なくなった。
- ③ 修学旅行の誘致活動は現在も引き続き行っている。主に沖縄の旅行代理店にセールスしている。
- ④ 熊本県と連携した東京明治座や大阪 J R 各駅での宣伝活動に参加している。

- ⑤ 当会の現状は活動そのものが維持できるかどうかという感じであり、新たな事業に取り組む余裕はないのが現状である。熊本市の宿泊施設は10年前からビジネスホテルが増え、旅館からの業態変更や廃業が増えてきたことも会への新規参加者がいない状態となってきた一因である。

当会の現状は厳しいが、小山玲子代表の「女将の情報交換の場は必要である」との思いが現在の活動を維持している。

(2) 九州新幹線開業に向けた取り組み～郷土料理を売り出す

郷土料理として「馬肉が中心の「肥後の味 桜しゃぶしゃぶ」を当会の4軒の旅館で売り出している。馬肉は桜肉とも言い、新幹線「さくら」とも桜つながりで、食べられた人には、より熊本が印象に残る料理となることを期待している。

■ 今後の熊本観光のあり方について

現状は熊本の魅力を上手にアピール出来てはいない。新幹線が全線開業しても熊本を素通りされるような状態では困る。熊本城を中心に更に整備し魅力アップをするなど拠点化も必要だと思っている。熊本城本丸御殿の復元により、平成20年には200万人を超える入場者があったが、平成21年には170万人台となり減少傾向にある。新幹線開業を目指して現在整備中の「熊本城桜馬場の観光施設」には大きな期待を寄せている。一方、熊本城から中心商店街への回遊性をいかに高めていくかが課題である。

■ 行政や商工団体の支援について

今後更に増える東アジアからのお客様に対応する必要がある。このため、言語、生活習慣、食文化を学ぶ場を設けるなどの支援がほしい。また、食材は可能な限り熊本産にこだわり地産地消を推進していきたいので、農業生産者との交流の場づくりを支援してほしい。

肥後つばき会の活動の現状には厳しいものがある。熊本市の都市規模と性格から旅館ホテル業界の業態変化もあって、女将の数が減ってきていること、さらに女将の忙しさも加わって、会の活動に参加できる人が少ない。今後は、女将だけでなく、おもてなしの最前線に立つ、旅館ホテル業界の女性の会として、再編し新たな活動を組み立てることも考える必要があるものと感じた。行政、商工団体との連携や支援策の検討も必要であろう。



5. 薬草料理の開発に取り組む一玉名温泉石菖会

(1) 玉名温泉石菖会

①千年の湯～玉名温泉

玉名温泉の歴史は古く、泉源が見つかったのは1300年も前のことであると言われている。かつては立願寺温泉と呼ばれ、大正半ばから戦前まで、三井三池炭鉱の操業が盛んな頃には、近場の温泉地として、その恩恵を大いに受けた。当時は40軒を超える旅館が建ち並び、九州では有数の温泉街として別府温泉と肩を並べる程であったという。1997年、石炭産業の斜陽化に伴い三池炭鉱は閉山、また、この間に車社会への移行、レジャーの多様化や分散化の進展なども相俟って、客数の減少に歯止めがかからず、現在は旅館11軒と減少した。現在の宿泊収容能力は約800人であり、大会や会議の誘致の側面からは、これ以上の減少は避けなければならない、何とかして現状を維持したいとの危機感がある。玉名温泉は湯量が豊富で、各旅館が自前の泉源を有しており、それぞれ旅館の泉質や温度、効能も違うことから、その特徴・サービスに磨きをかけ誘客に結びつけたいと努力をしている。

平成22年3月には九州新幹線開通に伴って「新玉名駅」が開業する。このチャンスに、玉名温泉の魅力を発信し、温泉街の活性化のみならず地域の活性化につなげたいとしている。



②女将 8 人の集まり「玉名温泉石菖会」

玉名温泉石菖会は玉名温泉観光旅館協同組合加盟の女将により、平成 14 年に設立された。

(代表 草村洋子会長)

■ 構成メンバー

ひのき荘	さつき別荘
尚玄山荘	金峯園
竹水苑	白鷺荘別館
黄金館	八芳園



玉名温泉石菖会の
メンバー

③ 活動の経緯、現状と課題

これまで活動状況は、おもてなしの研修会、経営講演会、料理の開発に取り組んできた。

特に、名物料理はできないものかと 4 年前から研究を始め、地元の食材を使った料理の開発に取り組んでいる。トマト、イチゴ、鷹取牛（地域名の和牛）などを使った 120 種類の料理の試作を行い、一部はすでに料理として提供されている。

「みかん弁当」の創作にも取り組んでいる。玉名市も天水地区を筆頭にミカンの産地である。お米をミカンの果汁で炊きあげるという独特のご飯とブランド化を目指す鷹取牛の牛肉を使用した郷土食豊かな弁当である。旅館での販売に加え、将来は駅弁としての販売を目指している。

しかし、地産地消という意味ではそれなりの効果も意義もあるが、他の温泉地との差別化するにはインパクトが足りないことも感じていた。いわゆる目新しさ、新規性が不足していることから訴求力が無いことをメンバー自身が感じている。

活動上の課題としては、旅館の女将は外に出て活動することが難しいのは玉名温泉の場合も他と同じである。特にリーマンショック後の経営は厳しく、最小限の人員で運営せざるを得ない状況にある。このため、女将の負担が大きくなり外の会合に出る余裕がなくなりつ

つある。女将の会をもっと活発にしたいが、現状の活動が精一杯である。

熊本の観光のあり方としては、「癒し」を中心据えた観光があり得るとの意見である。食べ物や、歴史、風景などの資源を癒しの感覚で構成した旅の提案ができるのではないかという会長の言葉であった。

忙しい中であっても、後述する薬草料理の開発は新幹線開業までの完成を目標に、女将たちが中心になって取り組んでいる。

④ 九州新幹線の全線開業に向けて

平成 22 年 3 月に開業する新幹線「新玉名駅」を単なる通過駅にすることなく、いかに多くの人に利用していただくかは、玉名地域全体の課題であり、一方、その課題解決への取り組みは地域活性化、まちづくりの好機でもある。特に温泉旅館は交流人口増加という新幹線のメリットを直接受けるため、このチャンスを見逃してはならない。更に、宿泊客の増加は食材から土産物、飲食業界など地域経済への波及効果が大きく関係者の取り組みへの意識も高いものがある。そのためには、他の温泉地との差別化を図り、その特徴をアピールすることが不可欠であるとの思いが「玉名温泉観光旅館協同組合」をはじめ玉名市・商工会議所の共通認識として醸成されてきた。各旅館の個性に磨きをかけることはもちろんであるが、更に、玉名温泉全体のアピールをいかにするのか、その取り組みの核のひとつとなったのが玉名温泉石菖会である。

(2) 薬草との出会い～薬草料理開発へ

① 薬草を地域資源へ

名物料理を考える中で、薬草生産者の会との連携が生まれ、薬草料理の開発へ踏み出すこととなった。

平成 17 年に薬草のまちづくりを合い言葉に活動を始め、「小岱山薬草の会」が平成 19 年 1 月に設立された。この会が設立される経緯の中では、崇城大学薬学部 村上光太郎教授との出会いが大きな契機となっている。最初に小岱山に自生する薬草が 150 種を数える程に多いことを調査発見し、地域住民の目を薬草に向けられたこと、次に、薬草栽培が地域資源となること、薬草を美味しく食べることのすばらしさ、薬草によるまちづくりの可能性などの考え方を学ぶ場を用意されたこと、今日の実践に繋がったものと思う。

村上教授の薬草を生かした地域づくりへの熱い思いが玉名を動かした。何か事が動くときはキーマンの存在が大きいということを改めて認識させられた。



村上光太郎教授

薬草の会は「薬草のまちづくりをコンセプトに、小岱山に自生する薬草を保護し、薬草の栽培・管理を通じ、健康増進及び地域や家庭への普及を図る。」ことを目的としている。平成 19 年に薬草栽培を始め、平成 20 年 10 月には薬草拠点「たんぽぽ」を開店。身近な薬草の写真や食べ方などをパネルで掲示、併設の薬草カフェでは、美味しい薬草料理を体験していただくため、薬草料理とタンポポコーヒーなどを提供している。



タンポポ



たんぽぽカツ

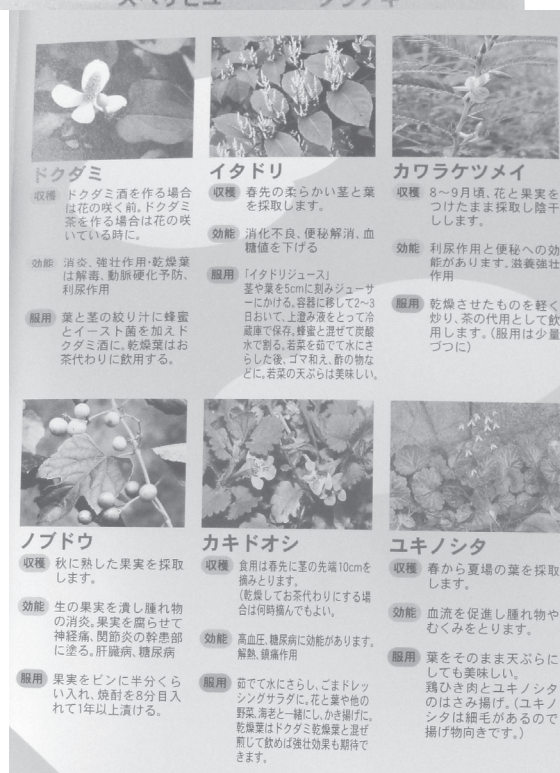


オオバコ



オオバコとエビのかき揚げ

薬草の会と玉名温泉石菖会の関係は2年前から玉名市役所の支援があり、薬草の会が薬草を提供することから始まった。薬草の会の活動が薬草観察会や講演会の開催、玉名地域のイベントに薬草料理を提供するなど市民の目に触れる機会が多くなるにつれ「薬草のまちづくり」の考え方も地域に浸透してきた。「薬草のまち」としてアピールしている地域が見当たらないことや温泉の効能と薬草料理の健康志向との相性の良さから、薬草料理の開発は温泉旅館のみならず玉名市のまちづくり事業のメニューとして位置づけられた。



出典) 小岱山薬草図鑑

発行：玉名市青年育成市民会議

監修：村上光太郎 (崇城大学薬学部教授)

小岱山薬草の会

②薬草料理開発プロジェクト

玉名温泉は歴史と伝統のある地域資源であり、薬草は、これから新たな地域資源として育むという新旧の地域資源が「健康」をキーワードに融合し薬草料理開発への取り組みとなった。薬草のまちづくりを掲げる薬草生産者と特徴のある名物料理はできないものかと思案していた旅館側との考えが合致したのである。

平成 20 年夏、玉名商工会議所に「薬草と温泉の郷・玉名プロジェクト委員会」（草村幸寛委員長）が発足した。この委員会は「小岱山薬草の会」の活動をベースに薬草見学観光コースづくり、薬草料理や加工品の開発による地域活性化を目指している。

平成 22 年 10 月 20 日、「薬草と温泉の郷・玉名プロジェクト委員会」は薬草を使った試作料理 43 点を発表したと熊本日日新聞に写真付きで報道された。

この取り組みの中で、石菖会メンバーの役割は大きく、草村会長によれば、「料理については現場を良く知っている女将と料理長が一緒になって知恵を出すことに尽きる。」とのこと。忙しい女将の仕事をこなしながら、新幹線開業までには完成させ名物料理として売り込みたいとしている。

「薬草と温泉の郷・玉名プロジェクト委員会」は本年度、中小企業庁の「地域資源∞全国展開支援事業」の補助事業として認められた。これまでに至る玉名市・玉名商工会議所・熊本県玉名地域振興局などの様々な支援を得たことも大きな力になっている。

熊本日日新聞

平成 22 年 10 月 22 日朝刊

薬草料理43点試作

玉名商工会議所 玉名温泉の名物目指す

玉名商工会議所「薬草と温泉の郷・玉名プロジェクト委員会」（草村幸寛委員長）は20日、同市のホテルで薬草を使った試作料理43点を発表した。来年1月には完成させ、九州新幹線の全線開業時に名物料理として売り込む。同委員会は今夏発足。地元市民グループ「小岱山薬草の会」の活動をベースに、中小企業庁の「地域資源



九州新幹線開業をにらんで薬草と温泉による町づくりを進めるために玉名市の温泉旅館などが試作した薬草料理＝同市の白鷺荘別館

∞全国展開支援事業」を使って地域活性化策を練っている。薬草地を歩く観光コースづくりや、薬草加工品の開発も進めている。この日披露されたのは、同薬草の会と旅館がオオバコやクズなどを試作したエビ入りベスト5を書き出した。招待された農工商は、お氣を話していた。（山口達也）

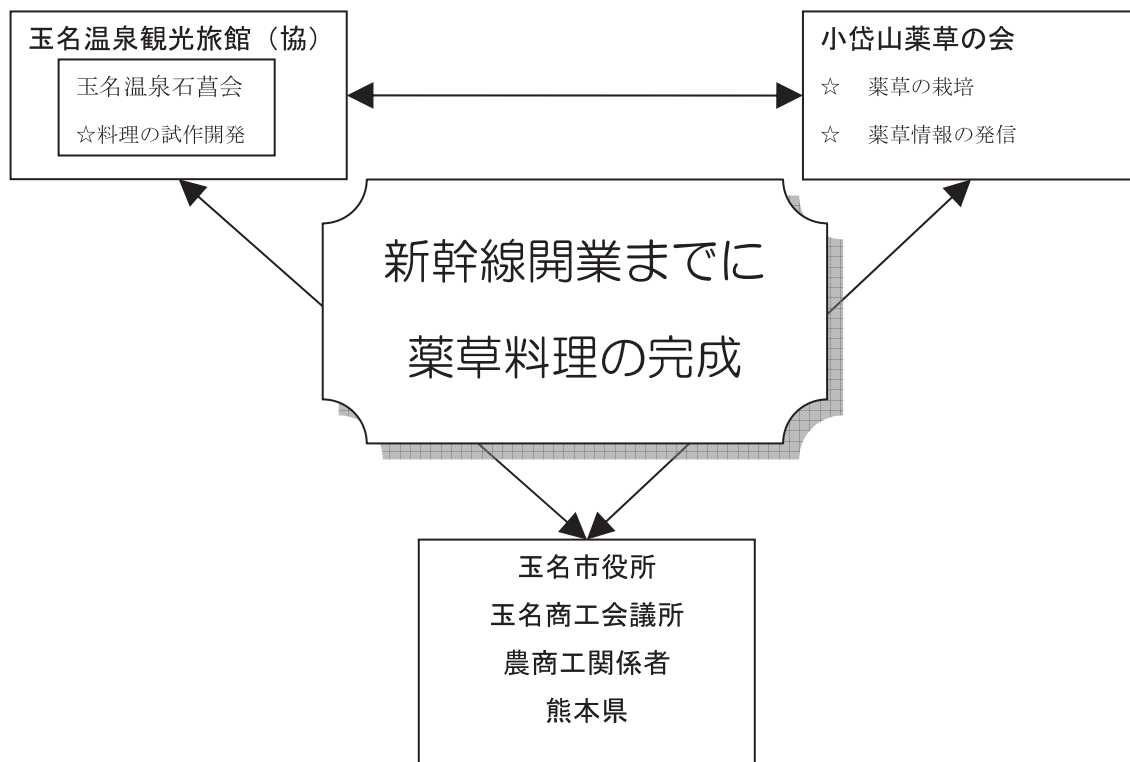


おおばこのミンチ揚げ



葛の花甘エクス梨ゼリー

☆ プロジェクトの体制図



小岱山薬草の会
イベントでの会員

(3) 今後に向けて

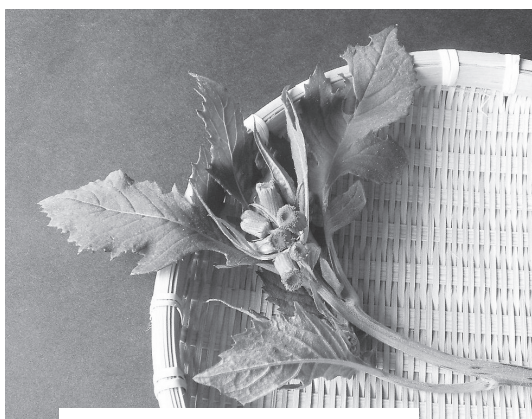
玉名温泉の新幹線開業後の方向性としては、癒しと健康をキーワードに考えているとのことである。現在開発中の薬草料理は温泉の効能とともに健康志向の客層への訴求力は強いと期待できるが、定着には相当の時間を要し、最終的にはクチコミが一番の宣伝であるので粘り強く続けるのがもっとも大事なことであり考えられている。薬草料理の延長線上には薬酒特区の指定を目指す考えもある。更に、玉名市唯一の大学である九州看護福祉大学との連携による温泉とリハビリ、鍼灸、を組み合わせた提案ができるのではないかと考えもきいた。ヘルスツーリズムの取り組みは温泉地に多いが、玉名温泉は地域の資源を生かし、地域の連携の中から特徴を創り出すという考え方である。

地域の資源にこだわる、あるいは地域の弱点を利点に変える発想や、地域全体が潤うような事業を考えたいとの言葉を耳にし、郷土愛の強さから、今後どのような取り組みが生まれるか楽しみである。

薬草を地域資源にというキーパーソン、崇城大学 村上教授の存在、その指導を受け、実践している「小岱山薬草の会」宮永マス子会長はじめメンバーの熱意、玉名市や商工会議所の支援体制も整っており、地域の連携がしっかりできあがっている事にも見逃せない。

薬草料理の開発には薬草の生産者、温泉旅館の関係者、行政や農商工関係団体の関係者など地域の多くの方々が関係している。いわば地域あげての連携による新商品開発であると言える。

このように玉名温泉石菖会は、薬草料理の開発、みかん弁当の創作について、大きな役割を担っている。料理はお客様に提供し、喜ばれて、その価値が認められたと言える。今後、実際にお客様に料理やサービスのおもてなしをする女将の役割は更に大きくなる。



ベニバナボロギク



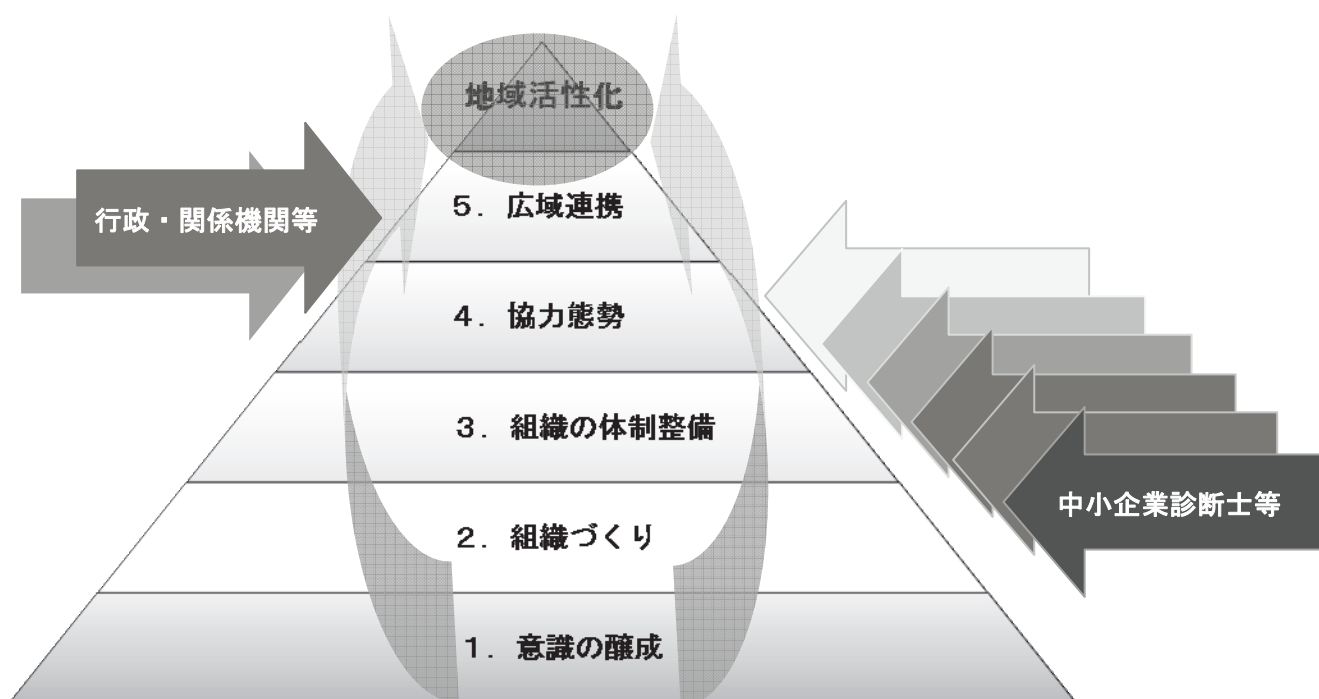
ベニバナボロギクの細巻

第4章 提言

各地での実践例及びアンケートでの結果においては、女性を中心となった地域活動について、様々な取組み状況を確認することができた。各組織においては、その活動内容や期間により成熟度に大きな差があり、その成功要因は一概には言えない。しかしながら、現在活動中や今後活動を予定している組織に有用な共通項もある。

当研究事業では、これまでの調査を踏まえ、その検討結果を以下のとおり提案したい。

【組織のステップアップイメージ】



女性が中心となった地域活動について、最も欠落していると思われるのは明確なビジョンの存在とそれを達成するための組織体制の整備不足である。

自然発生的な集まりや既存組織からのスピンアウト等、設立経緯はどういった経路をたどっても、実績を上げている組織と活動が低迷している組織の相違点は、この点に集約されるのではないだろうか。

以下においては、どのような組織づくりを行うことによって地域活性化に結び付けていくことができるかを考察する。

組織づくりは、一般的に以下のようなステップを経て形成、発展していく。

1. 意識の醸成

共通の目的を認識することは、組織づくりの第一歩である。それは個々の利害追求ではなく、地区や地域単位での共通の利益を享受できるような目的であり、それは将来に対する不安や危機感といった類でも構わない。

組織の構成員が同じベクトルの方向を目指した活動を行うために、まず共通した認識を持つことが必要である。

2. 組織づくり

行動のためには組織が必要である。個人では活動が限定され、その効果も小さい。一定の活動規模を保持するため、組織という形態を活用することは有用である。NPOといった法人格を有したものから「女将の会」といった任意団体等々まで様々な形態がある。

女性が中心であるかを問わず、地域における活動は、このレベルまでは比較的容易に行うことができる。

3. 組織の体制整備

多くの失敗例はこのレベルでの挫折である。誰が何をやるかといった役割・責任分担だけではなく、その組織が何を目的としているのか、どういう方向を目指しているのか、そういった明確なビジョンがなければ組織としての体をなし、活動を継続することはできない。単なる仲良しクラブでは責任の所在が曖昧になり、目的の達成は二次的で、何をやっても中途半端になってしまう。

加えて、強力なリーダーシップを発揮できる中心人物の存在が不可欠である。もともと組織というものは緩やかな結合体であり、強力なリーダーシップは組織をより強固にし、活動をドラスティックに展開することを可能にする。

4. 協力態勢

組織がその活動を拡大していくためには、他組織との連携が重要である。同様の組織を始め、商工会議所などの公的機関や関連団体との連携により相談受付窓口の拡大、助成金や補助金の活用等々、様々な選択肢を採ることができる。

また、地域ブランドとしての売り込みでは、地域ぐるみでの協力態勢が必要であるし、女性が組織活動をするためには家族の協力態勢が不可欠である。

5. 広域連携

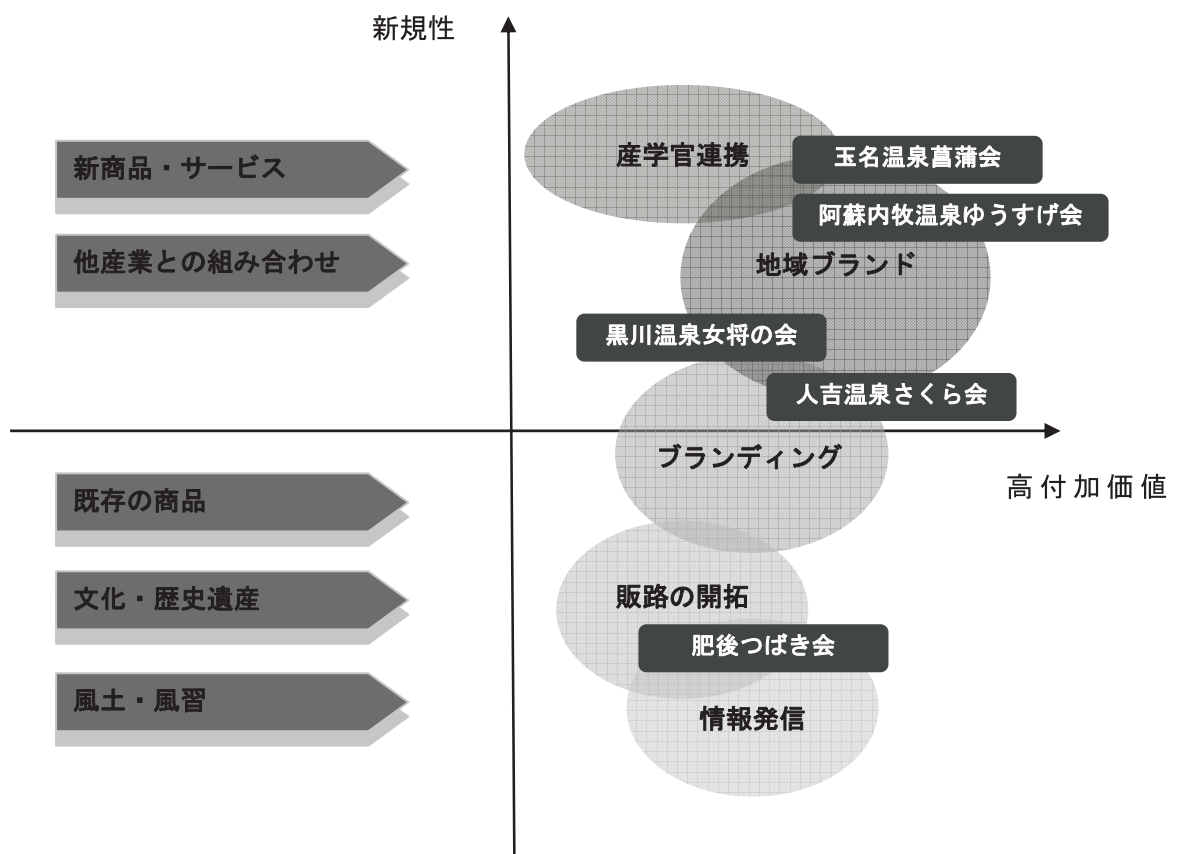
活動の範囲や規模が拡大していくと、広範囲での連携が必要となってくる。行政の垣根を越えた連携や、遠隔地域との連携も情報インフラが発達した現在では珍しいことではない。

より活動の可能性や実現性を希求していけば、こうした動きは今後大きく広がっていくものと思われる。

組織づくりにおいては、その形成過程において、活動をどのように行っていくかが重要である。自分たちが何を目指し、どのようなものをどうしたいのかを明確にする必要がある。

今回取材を行ったNPOや「女将の会」においても、実績を挙げている組織はこうしたところが明瞭になっている。

【ポジショニングマップ】



6. 女性による組織が成功するための4カ条

(1) 協力態勢の構築

① 行政、他関係機関との連携

組織の大小に拘わらず、単独での活動には限界がある。行政を始めとして、商工会議所等の公的機関、各関係機関との連携により、その活動範囲は大きな拡がりを持つことができる。

相談のための窓口を確保できるという観点からも、この連携は重要である。一般に、組織活動の障壁の第一が「どこに相談したらよいかわからない」ということであると言われる。いろいろな機関との繋がりを持つことによって、その後のネットワークを構築・展開していくことも可能となる。

また、これも活動の大きな障壁となっている資金調達の面からも、これら関連団体との連携はその可能性を広げる側面がある。

② 産学官の協力

新しい特産品やサービスの開発には、大学などの研究機関との連携や国や地方公共団体の支援制度を活用することが重要なポイントである。

成功事例をみると、こうした支援制度や助成金をうまく利用して、アイデアを実現させたところが多い。専門家派遣制度等をフルに活用し、どういった支援策や助成があるのかを調べておく必要がある。

③ 家族の協力

女性が活動を続けるうえで、家族の協力は不可欠である。ただでさえ、女性は男性と比べて活動の制約がはるかに多い環境下にある。支える家族の理解がなければ何もできない状況になってしまう。

家族の理解、協力は、女性が活動するための前提条件であるといっても過言ではない。

(2) モチベーションとしての地域社会への貢献

利害関係が絡むと、組織の活動は長続きしない。個人の利益を第一義に考えると、組織の存在自体が成り立たないのである。単独活動ではなく、地域全体の昂揚を図ることによって、最終的に個々の利益に帰結するという考えが必要である。

但し、それは決して結果が保証されたものではなく、ほとんどがボランティアである。結果が出ないことも多いが、こうした意識を保持することができなければ、活動の継続も困難なものになる。

(3) 他地域との差別化（地域ブランドの構築）

観光という視点に限らず、他との違いを強調することは、自らの存在を強力にアピールできる。同じことをやっても顧客を呼び込むための誘因とはなりえない。

そのためにいろいろな角度から様々なアイディアを出し合い、企画を練り上げていかなければならないが、ここで「女性ならではの目線」が大きなポイントとなる。

例えば、近年、観光のキーワードの一つとして「ホスピタリティ（おもてなしの意）」という言葉がよく出てくる。おもてなしの主体は女性である。女性は自分がどうされれば一番嬉しいか、今まででどういう点が感動したのか、それを逆の立場で実践すれば、相手の満足度を高めることができるのではないだろうか。

こうした観点に立った企画は、単に採算性重視であったり、他地域の猿真似であったりすることなく、実効性のある独自の取組みとして評価することができる。

また、近年では具体的な取組みとして、地域資源を活用した地域ブランドの構築がさかんに行われている。地域ブランドとは、

①地域発の商品・サービスのブランド化

②地域イメージのブランド化

であり、両者を結びつけて好循環を生み出し、相乗効果を図りながら、地域外の資金・人材を呼び込むという持続的な地域経済の活性化を図ることである。

地域資源の発掘という観点では、「女性ならではの目線」により、今まで活かしきれなかった商品やサービス（特に希少性や独自性が高いもの）、あるいは名所旧跡や文化風習といったものを取り上げることができるのではないだろうか。これらに新規性を加味し、どう活かすかが地域ブランド構築のポイントである。

【ブランド・ロイヤリティ戦略】

	戦 略
ロイヤルユーザー 常に必ずそのブランドを選択する	満足度を高めて、忠誠度や伝染力を高める
一般ユーザー そのブランドの利用経験はあるが、他のブランドも使用する	満足度を高めてロイヤルユーザーにする
潜在ユーザー そのブランドの利用経験はないが、興味は持っている	阻害要因 阻害要因を究明する （何故ユーザーにならないのか） ■販売している場所がわからない ■販売している場所が近くにくい ■気が引ける ■価格が高い ■利用シーンにあったパッケージがない ■他の商品を使い続ける理由がある

（４）専門家等の有効活用

組織が活動するうえでは、デザイナー、コピーライター、弁理士といった専門家の力が必要となる場合がある。特に我々中小企業診断士は、各々のシーンでの関与が可能であり、逆に有効に利用してもらうことで大きな成果に結び付けることができる。診断士がもつ知識やネットワークを活用すれば、アドバイスを受けながら、単なるアイデアを具体的な事業計画に発展させていくことが可能となる。組織の活動継続のためにはマーケティング的な視野も必要である。

現在は公的なものも含めて様々な支援態勢が整備されており、こうした利用環境をうまく活用することも組織運営を円滑に保つ手段の一つである。例えば、農商工連携、地域資源活用、新連携支援といった国を挙げての取組みは、全国各地で多くの実績をあげ、地域活性化につながっている。

また、一度退職した人たちの持つその豊富な業務知識や経験を活かすために、「新現役チャレンジ」登録制度があり、こうした人材を積極活用することも組織活動の大きな手助けとなる。

参考文献

文献名	制作担当	備考
平成 22 年度観光庁関係予算概要	観光庁	平成 22 年 1 月
ようこそくまもと観光立県推進計画	熊本県観光交流国際課	平成 22 年 3 月
おもてなしレポート	熊本県・(社) 熊本県観光 連盟・“ようこそ” くまも と観光立県県民会議	平成 21 年度
熊本県観光統計表	熊本県	平成 18 年～20 年
じゃらん宿泊旅行調査	(株)リクルート じゃらん リサーチセンター	平成 22 年 9 月

調査協力先一覧

住所	法人名称
熊本市	JA 熊本県女性組織協議会
熊本市水前寺六丁目41番5号	特定非営利活動法人ワークショップ「いふ」
八代市上日置町2697番地の7	NPO法人ネット八代
菊池市原1600番地	NPO法人きらり水源村
熊本市中央街8番1-501号	特定非営利活動法人シニアサポートキーステーション協会
熊本市帯山四丁目27番14号	NPO法人くらしコンシェルジュ
熊本市桜町3番35号産交ビル2F	特定非営利活動法人くまもと温暖化対策センター
八代市上日置町2712番地6	NPO法人笑顔やっちょ
葦北郡芦北町大字芦北2739番地	NPO法人ななうらステーション
天草市亀場町亀川746番地1	NPO法人歩実の会
熊本市上通町11-10 丸小ホテル	肥後つばき会
天草市東町92 天草プリンスホテル	天草はまゆう会
人吉市九日町22 鍋屋本館	人吉温泉さくら会
玉名市玉名2020-1 竹水苑	玉名温泉石菖会
菊池市隈府1228 城山荘	菊池温泉おかみ湯恵の会
八代市日奈久中西町485 潮青閣	日奈久温泉 YOU 湯の会
熊本市植木町伊知坊311-1 悠然	植木温泉こまち会
山鹿市泉町211-2 ビジネス旅館山翠	山鹿温泉よへほ会
水俣市浜4083 山海館	湯の児温泉はまゆう会
上天草市松島町合津4710-2 松島観光ホテル岬亭	上天草市おもてなし部会
阿蘇市内牧135	阿蘇内牧温泉ゆうすげ会
阿蘇郡南小国町満願寺6630-1 壺の井旅館	黒川温泉女将の会
阿蘇郡小国町杖立3365	杖立温泉女将会

お わ り に

平成 19 年 1 月に施行された「観光立国推進基本法」に基づき、平成 20 年 6 月に熊本県は「歴史回廊くまもと観光立県」を宣言し、具体的な計画として「観光立県推進計画」が示され、県内各市町村も観光振興に力を注いでいます。

更に、平成 23 年の九州新幹線全線開業を控えて、(社) 中小企業診断協会熊本県支部ではこれらの観光推進計画を強力に推し進めるためには「女性の視点と行動力」を十分に生かしきることが最重要成功要因であるとの認識のもとに本調査事業を進めてまいりました。

今回の調査研究では、まず女性を中心に活動をされている N P O 法人や J A 組織の中で定款の中に「まちづくり」をうたっておられる 48 件の法人組織、及び県内 13 か所の「女将の会」の組織を対象としてアンケート調査を行いました。

回答を得られた結果からは、各会の様々な活動事例や事業の成功要因、組織運営上の課題、今後の観光産業振興に対する様々なご意見をいただく事ができました。

更に、観光産業に直接的にかかわっておられる「女将の会」に対しては特に先進的な取り組みを行っておられる 5 つの会に対して訪問ヒアリングを実施し、それぞれに貴重な生のご意見を聴かせていただきました。

これらのアンケート調査や訪問ヒアリング結果を集約すると、女性を中心とする観光戦略に対する組織活動には「明確なビジョン」と「組織体制の整備」が不可欠であるという結論に至りました。

明確なビジョンと組織体制の整備を行うためには外部機関である第三者の協力も不可欠であり、産学官による連携体制はもとより、われわれ中小企業診断士等の専門家と有機的な連携を図っていくことが事業の成功につながり、ひいては地域ブランドの構築による地域の活性化につながっていくものと思います。

この報告書が観光産業を推進される方々や関係機関にとって有効にご活用いただければ幸いです。

最後に、今回の調査にご協力をいただきました女将の会の皆様、及び J A、N P O 法人の皆様、また、関係機関の皆様に厚く御礼を申し上げます。

平成 23 年 1 月