平成20年度「立ち上がる農山漁村」選定事例概要書

◎取　組　分　野：【交流】

1．都道府県、市町村　千葉県南房総市（みなみぼうそうし）

2．団　体　名　株式会社ガンコ山

3．取組みの名称　ガンコ山ツリーハウスヴィレッジのツリーハウスマスターツアー

4．取組概要等

◇概　要

ガンコ山ツリーハウスヴィレッジは、放置された山林森林を活用して造られた自然体験施設で、ツリーハウス造り「ツリーハウスマスター」をはじめ、ユニークなマスター制度で自然体験のメニューを開発し、森林の整備活用と自然体験事業を両立させている。

放置された中山間部森林の活用と整備再生を目指し、1998年に（株）ガンコ山と地元集落、有志により活動開始したもので、今までと違う価値観で森林をプロデュースして、経済林としてツリーハウスを通し自然体験を行うに至った。年間2,800人（H20年度予想）の人が訪れ、また日本人だけでなく外国からのインターンシップも受け入れていることは、特別な資源特産物のない中山間部の放置山林でも、アイディアと活用次第では事業価値を持つことの証明となっている。

冒険と挑戦、子どもが大人になるための修行の場というコンセプトで自然の中で遊びながらも知恵を磨く自然体験メニューの中でも、親子でツリーハウスを造るファミリー向けの「ツリーハウスマスター」の体験は申し込みが殺到するヒット体験になり、メディアでも広く紹介されている。

また、マーケティングの特徴として顧客層を重層化させており、ファミリー向け以外に学校向けのツリーハウスマスターや成人向けのツリーハウスマスタープロ、ＪＲの企画募集による夏休み隠れ家作り体験や大人の休日倶楽部ツリーハウスマスター、外国人向けのツリーハウスマスターなど、幅広く通年で展開されている。

体験商品のコンセプトをターゲットごとに分けていて、ファミリー層→アウトドア自然体験市場　成人層→ＤＩＹ市場　外国人層→エコツーリズムと色分けてしている。一方で、ガンコ山以外でも「ツリーハウスマスター」はパッケージドプログラムとして広域展開が行われ、県民の森や市民の森などでも行われ、参加者から大きな反響を得ている。

◇活動の規模

項目		H15	H16	H17	H18	H19
売り上げ		180	250	420	1,050	1,600
	解説	単位：万円　H18年度よりマスター制のプログラムが確立				
来客数		260	320	530	1,530	2,350
	解説	単位：人　H18年度よりHP集客、メディア露出高まる。H20年度は外国人増				
雇用者数		3	3	6	20	30
	解説	単位：人				

◇活用している地域資源

・放置山林の活用（ツリーハウスの材料となる木材の利用で自有林の間伐促進、竹によるクラフト、地元の杉材）

・自然エネルギー（太陽光発電、風力発電）

◇地域活性化のポイント

事業推進にあたり**地域文化として「今そこにある資源の最大活用」を図ること、間伐材利用や太陽光発電など自然エネルギーを生かし、環境との両立を図る**ことで地域のプライドを保ち、かつ日本の人だけでなく外国人市場にアピールできることとなり、さらに次のような点を証明することとなった。

① 特別な資源に恵まれない放置された山林森林でも、活用次第では社会に貢献する価値を持ち得ること。

ガンコ山は全くの交通機関不便過疎の地であるが、ＪＲなどの観光機関から支持を集め、日本国内外を問わず、世界のメディアにニュースを提供し続けている。

② 価値の報酬として、自然体験提供が事業として成立すること。

③ 自然体験そのものが、森林の整備活用につながり、環境と経済が両立すること。

◇事業の今後の展開方向

パッケージドプログラムとして「ツリーハウスマスター」を広域展開することにより、遊休森林の整備と地域活性化の両立に役立つことから、自然体験推進事業、観光施設で採用されると考えられる。特に、特別な資源の無い地域やスキーリゾート地域などではオフシーズンの対策に、またツリーハウスマスターのプログラム導入は軽投資で済むものであり、採用されやすいと思われる。主催者に宿泊施設が無くとも近在宿泊施設に任せればよく、地域全体の活性化につながり、ＪＲ等との連携もとりやすくなり地域の宣伝が促進される。

ツリーハウスマスター体験後の特徴として、参加者は継続して自発的に森林整備活動に参加したいという希望が強く、新しいコミュニティが形成され地域が活性化する。ツリーハウスマスターは、冒険、挑戦という子どもらしさを取り戻す自然体験ということだけでなく、日本の森林から派生した大工文化を学ぶ点では、エコツーリズムの市場にも対応するものである。森林活用整備の面で企業のCSRや県民の森、公的森林でのプログラム導入が増えていくと思われる。