



1. プランの背景

近年、家庭内ゲーム機などの普及により、子供たちの外遊び離れが目立つようになってきている。それに伴い自然との接触が極端に少ない子供が増えている。都会では、カブトムシはデパートで売っているものと思っている子供や、キャンプをしたことがない、昆虫を捕まえたことがないという子どもが増加している。私たちが子供のころ当たり前に行っていたことをできない子供が増えているのが現状である。

蓼科高原は東京、名古屋といった都市部から車で、約2時間30分でアクセスできるエリアに位置する。A5グループは都市部の子供をターゲットとし、自然を大いに体験させるツアーを提供することで、蓼科に観光客を呼び寄せる企画を練った。子供をターゲットにする理由は二つある。第一に、上述した自然体験の欠如が挙げられる。子供の頃の自然体験は、大人になってから新しいことへの意欲や関心を高めるというデータが確認できる。そのため、大人になった後、キャンプや、アウトドアなどに興味を持った際に、蓼科など自然に対してあらためて、関心を持つ可能性があるためである。第二に、子は親を見て成長し、大人になる。自分の子供時代に、家族と蓼科で自然体験をした思い出が残っていれば、自分の子供も蓼科に連れて行き自然を体験させようとするのではないかと、考えられるからである。

2. プランのコンセプト

A5グループは、「非日常的な経験はすべて観光と言える」をコンセプトとし、活動を行った。「非日常的なもの」をコンセプトのなかに入れ込んだ理由は、本グループの活動において、主たるターゲットとする都市部では、蓼科高原のような広大な自然は目にするのができない、という点を念頭におくからである。そのため、広大な自然が存在する蓼科高原の特徴を活かすため、蓼科にとって名物になるものやイベントなどを、新たに企画するのではない方向性で検討を行った。アニメブームやイベントなどによる活性化は、その効果において一時的なものとなる懸念があり、長期的視点に立った際、必ずしも蓼科の活性化につながらない虞があり、設備投資の投資額をブームの期間内に回収できない危険性も伴う。そのため、一過性のブームではなく、富士見パノラマスキー場のように、徐々に集客数を上げる持続性のあるほうが良いと、本グループは考えた。

3. プランの内容

今日において、蓼科高原は基本的に夏季(7~9月)の集客数が多く、それ以外の季節では集客数が多いとは言えないのが現状である。そこで、A5グループでは、夏季以外の集客数を増やし、春季・秋季及び冬季における一泊二日の自然体験の企画を練った。

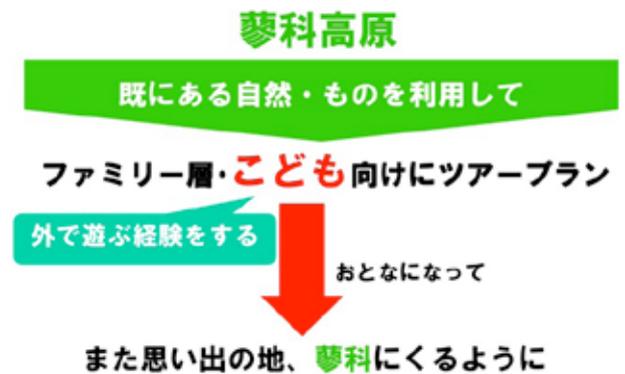
春季のプランの一例として春季は、山菜が採れる時期であることから、一日目は山菜採りを楽しみながら自然体験を行い、各自が採ってきた山菜を用いて、山菜料理を調理するプランを考案した。その際、山菜だけでは、子供のニーズには対応できないこ

とが懸念されるため、BBQなどと併用し、子供のニーズに即したプランも提供する。昼食後は、トレッキングもしくは蓼科高原を散策し春の自然を感じるようにする。春の蓼科高原は、4月の雪解けに伴いザゼンソウが雪の中から芽を出し、5月には、開花するスミシヤ、サクラたんぼぼなどの植物や、カッコウやホトトギスなど季節を迎えることから、それらの草花を観察するコースを提供する。二日目は、一日目のトレッキングや山菜採りの疲れを考え、乗馬やカヌー、陶芸などの自然体験を行う。

秋季のプランとしては、秋季の蓼科高原では数多くのキノコや木の実などが採取できる。そこで、春季のプランと同様に、秋季にとれたてのキノコを用いた料理を提供し、自分が採取した秋の味覚を楽しむ。昼食後は、トレッキングや散策を行える時間を設け、蓼科高原を散策し秋の自然を感じるようにする。秋の蓼科高原では、色鮮やかな紅葉を楽しむことができ、春季とは違う風景を目にすることができる。二日目は、春季と同じく疲れを残さない自然体験で楽しませる、というプランについて検討を行った。

冬季のプランにおいては白銀の世界を楽しんでもらう。一日目は、広大な自然を利用した雪合戦の場を設け、当該プランの参加者との交流を深める。プランの提供時において、他のグループの家族連れ同士には家族対抗の雪合戦の場を設定する。昼食後はスノーシュー体験を行い、一面に広がる白銀の世界の美しさを味わう。冬の蓼科高原では、樹氷や霧氷といった現象を間近で観察でき、春や秋には見られない冬ならではの味わいを楽しむ。二日目は、スキーやソリなど雪と戯れる時間を設ける。どのプランにおいても一日目の夜は蓼科の多くの温泉施設を利用することで、一日目の疲れを癒し気持ちのリフレッシュさせるプランとする。

これらの体験は全て蓼科で行うことができ、子供たちに自然体験を通して外で遊ぶ楽しさを伝え、近年の外遊び離れを解消していただくと共に蓼科高原の集客率を向上を図る。



Rustic