

令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業
(城泊・寺泊専門家派遣)
実施報告書

令和3年3月

令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業（城泊・寺泊専門家派遣）
実施報告書 目次

報告書要旨.....	1
第1章 事業全体の概要	3
1.1 背景・目的.....	3
1.2 事業の内容.....	4
1.3 事業実施体制及びスケジュール	4
1.4 専門家について.....	5
第2章 城泊・寺泊の取り組みの周知.....	6
2.1 城泊・寺泊ランディングページの作成	6
2.2 城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナーの開催	7
(1) 開催概要.....	7
(2) 観光庁との事前協議.....	8
(3) セミナー開催の告知.....	10
(4) セミナー開催の準備.....	10
(5) トークセッションの内容	12
(6) アンケート結果.....	20
第3章 専門家派遣のエントリー	25
3.1 エントリーシートの作成.....	25
3.2 選定基準の作成.....	25
3.3 エントリーの告知.....	27
3.4 支援地域の選定.....	28
3.5 支援地域、専門家との調整	28
第4章 専門家派遣の実施.....	31
4.1 事前準備	31
4.2 支援地域概要及び結果.....	32
城泊	
(1) 白河市.....	32
(2) 岸和田市.....	33
(3) 福山市.....	34
(4) (一社)松江観光協会	35
(5) (一財)丸亀市観光協会.....	36
(6) 白杵のんき屋.....	38
(7) BIOSOPHY ARCHIVES 七部会議	40

寺泊	
(1) 寶林寺.....	41
(2) (一社)加賀市観光交流機構.....	42
(3) 圓立寺.....	44
(4) 法源寺.....	45
(5) 武井坊.....	47
(6) 方広寺.....	48
(7) 妙泉寺.....	50
(8) 浄土真宗本願寺派 覚成寺.....	52
(9) 株式会社 KOMINKA 企画.....	53
(10) 大泉寺.....	54
(11) 立本寺.....	55
(12) 正暦寺.....	56
(13) 海蔵寺・楞嚴寺.....	57
4.3 フォローアップの実施.....	59
第5章 事業全体の考察.....	60
5.1 セミナーの実施について.....	60
(1) オンラインでの実施について.....	60
(2) トークセッションの内容について.....	60
5.2 専門家派遣について.....	61
(1) エントリーについて.....	61
(2) 実施結果について.....	61
(3) ナレッジ集の作成について.....	62
5.3 専門家からの講評.....	63
5.4 今後の事業実施への提案.....	69
巻末資料.....	72
① オンラインセミナーアンケート.....	72
② 支援地域の事業計画書.....	77
(1) 城泊.....	77
(2) 寺泊.....	102

報告書要旨

観光ビジョン実現プログラム 2019」において、地域に点在する城や寺といった歴史的資源を活用し「本物の体験」を提供しうるユニークな新しい体験型宿泊コンテンツである「城泊・寺泊」について積極的に支援し、先行事例を作り上げ、横展開する方針が示されている。一方で日本全国に城と寺は点在するものの、「城泊・寺泊」としての活用事例は一部の城や寺にとどまっており、全国的な取り組みに至っていないのが現状である。

本報告書は、「城泊・寺泊」の取り組みを全国に展開することを目的に、城や社寺を日本ならではの文化が体験できる宿泊施設として活用することに意欲がある事業者に対して、地域住民や自治体への理解・事業化を進めるための専門家派遣及び初動支援について、本年度の実施結果を紹介するものである。観光庁が示す事業内容について、同庁より委託を受けた一般社団法人全国農協観光協会が事務局として実施し、本報告書を作成した。

事業内容・事業の流れ

①城泊・寺泊の取り組みの周知	・ランディングページの作成 ・「城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナー」の実施
②支援地域の選定および支援内容の調整	・エントリー地域から派遣実施地域を選定 ・地域の意向や現状を聞き取り、専門家をマッチング
③専門家の派遣・支援の実施	・現地訪問、Web 会議を実施し、地域の課題の洗い出し及び解決に向けた初動支援
④フォローアップ調査の実施	・事業結果の確認及び効果の検証 ・地域における次年度以降の取り組み方を検討
⑤報告書・ナレッジ集の作成	・事業内容の取りまとめ、結果報告 ・城泊・寺泊の横展開、事業化に向けたマニュアル作成

実施結果

○セミナーの実施について

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、セミナーは完全オンラインで実施した。城泊編・寺泊編共に 200 名以上の方に参加いただき、9 割以上が「よく理解できた」「ほぼ理解ができた」と回答しているため、城泊・寺泊の周知という目的は一定達成することが出来たと考える。

トークセッションは城泊・寺泊の取り組み事例をそれぞれお話頂き、城泊・寺泊に取り組む中でのリアルな部分をお話頂いた。結果アンケートの満足度は各回とも高く、トークセッションはセミナー参加者にも満足いただける内容になったと考える。

一方、専門家派遣エントリーの希望はあまり高くなく、慎重な意見が多かった。今後は城泊・寺泊に取り組む意欲醸成を促す内容を盛り込むことが必要と考える。

○専門家派遣について

新型コロナウイルス感染症の影響を懸念したが、城7件、寺16件、合計23件のエントリーを頂くことが出来た。また、本事業に適した地域を選定する精度を高める（専門家派遣を実施することで事業の立ち上がりを促進させる可能性が高い地域を選定する）目的でヒアリングを実施した。城泊・寺泊事業の立ち上げには、当事者意識（自分たちがやらなければいけない）や事業にかける想い（城泊・寺泊に取り組みたいという熱意）が重要であるため、ヒアリングでその部分を聞くことは非常に有効だったと考えられる。

短い事業期間、及びコロナ禍での事業進行となり、効率的に各地域の対応を進めるため、オンラインミーティングを積極的に活用し、一回あたりの現地専門家派遣の質を高めることを意識した。結果、各地域の課題の洗い出し及び解決に向けた取り組みを進めながら事業計画を作成いただき、次年度以降も具体的に取り組むことが出来る基盤整備を進めることが出来た。

一方専門家派遣を実施する中で、①新しく地域ビジネスに取り組むという意思決定②城泊・寺泊に取り組むに当たって地域住民や組織内部における理解醸成・合意形成③文化財保護法や旅館業法、都市計画法など関連する法制度の確認 の3点が非常に重要であることが分かった。この3点の重要性を今後取り組む方に理解していただくことが大切であり、セミナーや今回作成したナレッジ集での周知が必要と考えられる。

第1章 事業全体の概要

1.1 背景・目的

平成28年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」において訪日外国人旅行者数及び旅行消費額等2020年までの目標数値及び、目標達成に向けた改革の一つとして我が国の歴史や伝統に溢れる公的施設や文化財を観光資源として活用することが謳われた。政府は同28年より「歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」を立ち上げ、古民家を始めとした歴史的資源を観光資源として再生・活用する取り組みを官民連携で推進している。

このような中、「観光ビジョン実現プログラム2019」において、地域に点在する城や寺といった歴史的資源を活用し「本物の体験」を提供しうる新しい体験型コンテンツについて積極的に支援し、先行事例を作り上げ、横展開する方針が示された。

しかし日本全国に城と寺は点在するものの、上記のような活用事例は一部の城や寺にとどまっておき、全国的な取り組みに至っていないのが現状である。その理由として何点か想定される課題がある。

- ①城は地方自治体が所有していることが多く、従来は資料館などの利用を通じて、広く公共施設として住民の間に認識されてきたため、宿泊者だけが利用できる宿泊施設などの新しい利活用に対しては、住民との合意形成が必要となる。同様に、寺院では檀家と呼ばれる寺院を歴史的に支えてきた地域住民との合意形成が必要である。
- ②寺社によっては宿坊を運営しているケースはあるものの、多くが修行・祈祷の便宜を図るために作られてきた経緯もあり、低単価・相部屋など従来の日本型観光旅行における団体旅行を想定した形態が多く、訪日外国人旅行者、とりわけ富裕層に対する磨き上げが行われていない。

こうした背景の下、本会は「城泊・寺泊」の取り組みを全国に展開することを目的に、既に城泊・寺泊に取り組んでいる専門家・自治体関係者による課題把握・アドバイスなど、城泊・寺泊という新たな利活用に向けた課題を整理・解決する初動支援を行う事務局として「城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業（城泊・寺泊専門家派遣）」を提案した結果、観光庁より本事業の事務局に採択された。

1.2 事業の内容

本事業では、地域への初動支援を行う事務局として専門家の派遣業務のほか、城泊・寺泊の知名度向上に資する業務、また、城泊・寺泊が持続可能な地域のコンテンツとなるための取り組みを支援する様々な業務を行い、城や寺などの歴史的資源を活用した体験型宿泊コンテンツの取り組みの全国的な展開を図ることが求められる。

本事業に含まれる主な活動は以下の通りである。活動の詳細は第2章以降に示す。

①城泊・寺泊の取り組みの周知

城泊・寺泊の取り組みの周知と専門家派遣にエントリーする地域の掘り起しを目的にランディングページを作成し、城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナーを実施する。

②支援地域の選定及び支援地域、専門家との支援内容の調整

既に城泊・寺泊に取り組んでいる専門家による課題把握・アドバイスなど、城泊・寺泊という新たな利活用に向けた課題の整理・解決を目的とした専門家派遣を行うため、支援地域の選定及び支援内容の調整を行う。

③専門家の派遣による支援の実施

エントリー内容を検討し、各地域の課題に合わせ、専門家の現地派遣やWEBミーティングなどの支援を行う。専門家派遣による支援の終了後、支援の効果を検証するため、フォローアップ調査を実施し、城泊・寺泊を推進するためのナレッジを取りまとめる。

1.3 事業実施体制及びスケジュール

本事業を効果的・効率的に実施するために、以下の実施体制を整えて、活動スケジュールを計画した。

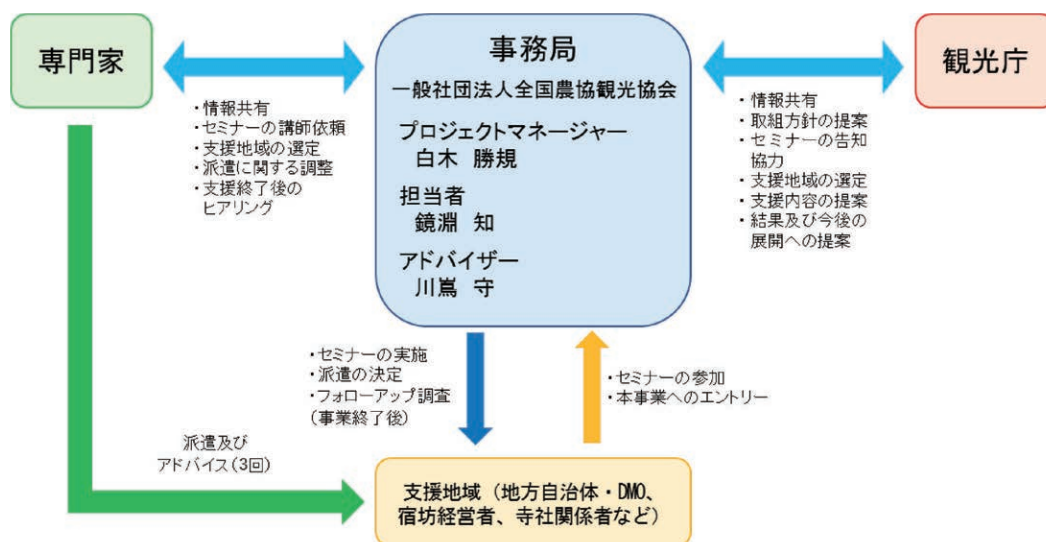


図 事業実施体制図

第2章 城泊・寺泊の取り組みの周知

2.1 城泊・寺泊ランディングページの作成

城泊・寺泊の取り組みの周知、「城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナー」の開催告知及び参加登録、城泊・寺泊専門家派遣のエントリーを目的として、専用のランディングページ（WEBサイト）を作成した。

ランディングページのサイトマップ、及び各ページの説明は下記の通り。「城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナー」の参加申し込み、及び城泊・寺泊専門家派遣のエントリーはWEBから出来るように設定した。また利便性を考慮し、スマートフォンからのアクセスも考えたデザインとした。

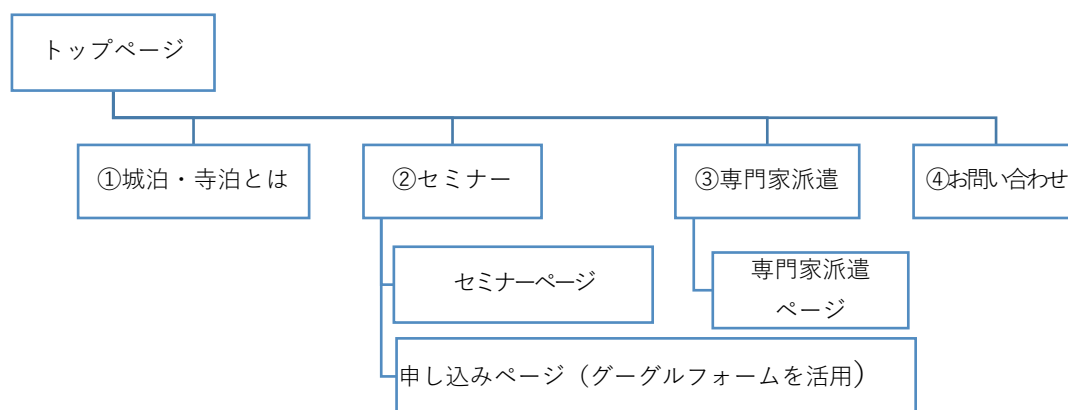


図 ランディングページのサイトマップ

表 ランディングページの内容

ページ	内容
①城泊・寺泊とは	・城泊・寺泊の概要、先進的取り組み事例の紹介
②セミナー	・「城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナー」の概要 ・参加申し込みページのリンク（申し込みページはGoogleフォームを活用） ・セミナー終了後、当日の内容を動画でアップロードしたページを追加
③専門家派遣	・専門家派遣の概要 ・エントリー方法の紹介、及びエントリーシートのダウンロード
④お問い合わせ	・城泊・寺泊について、セミナー、専門家派遣についてのお問い合わせ窓口（お問い合わせフォームはGoogleフォームを活用）



図 ランディングページのトップページ

<https://shirohaku-terahaku.com/>

2.2 城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナーの開催

(1) 開催概要

城泊・寺泊の周知、及び専門家派遣事業のエントリー地域の掘り起こしを目的に、「城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナー」を実施した。開催概要は下記の通り。

なおオンライン配信の関係上、正確な参加者数は把握できないため、配信中にセミナーにアクセス頂いた人数を併記する。

項目	内容
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・城泊・寺泊という新しい概念を周知する ・専門家派遣事業について、エントリー地域を掘り起こす
参加対象者	自身の活動範囲に城郭や寺社があり、体験型宿泊コンテンツとして活用を検討している、もしくは意欲がある方。新しい体験型宿泊コンテンツに興味がある方。地方自治体、観光地域づくり法人（DMO）、旅行会社、宿坊経営者、寺社関係者、その他民間団体など。※一般の方も含む。
実施形態	Microsoft Teams を活用したオンラインセミナー（事前申し込み制）
城泊編	名古屋城本丸御殿孔雀之間（愛知県名古屋市中区本丸1番1号）
日時	令和2年8月6日（木） 13：30～15：40
申込者数	220名（アクセス数：341名）
講演者	13：30～13：50 城泊・寺泊等歴史的資源の活用について 観光庁 観光資源課 課長補佐 平出要 13：50～14：30 城泊の取り組みトークセッション① 株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山康博氏 平戸市文化観光商工部観光課 観光振興班長 藤田親央氏 14：40～15：20 城泊の取り組みトークセッション②

バリューマネジメント株式会社 代表取締役 他力野淳氏
 一般社団法人キタ・マネジメント 事務局次長 村中元氏
 15:20~15:40 専門家派遣について
 一般社団法人全国農協観光協会（事務局）

寺泊編	仁和寺大内の間（京都府京都市右京区御室大内 33）
日時	令和 2 年 8 月 7 日（金） 13:30~15:40
申込者数	250 名（アクセス数：276 名）
講演者	13:30~13:50 城泊・寺泊等歴史的資源の活用について 観光庁 観光資源課 課長補佐 平出要 13:50~14:30 寺泊の取り組みトークセッション① 一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史氏 株式会社シェアウィング 代表取締役社長 佐藤真衣氏 14:40~15:20 城泊の取り組みトークセッション② 一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史氏 株式会社シェアウィング 代表取締役社長 佐藤真衣氏 総本山仁和寺 執行長 真言宗御室派宗務総長 吉田正裕氏 15:20~15:40 専門家派遣について 一般社団法人全国農協観光協会（事務局）

（2）観光庁との事前協議

上記セミナーに先立ち、セミナー開催イメージのすり合わせと、今後の進め方を確認することを目的として、観光庁観光資源課と打合せを行った。協議事項は下記の通り。

表 観光庁との事前協議事項の概要

開催目的	城泊・寺泊を企画・運営をしている事業者と城泊に取り組む自治体担当者、または寺泊に取り組む寺社関係者が討論することで、来場者に対して城泊・寺泊の実施イメージをお伝えし、取り組む際のポイントを理解いただくことで、城泊・寺泊を周知し、専門家派遣のエントリー地域を掘り起こす。
開催方法	新型コロナウイルス感染拡大防止のため、オンラインによる開催とする。
開催回数	城泊・寺泊各 1 回
開催地	城、寺または関係施設
開催時期	令和 2 年 8 月上旬
対象者	自身の活動範囲に城や寺があり、体験型宿泊コンテンツとして活用を検討している、もしくは意欲がある方。新しい体験型宿泊コンテンツに興味がある方。地方自治体、観光地域づくり法人（DMO）、旅行会社、宿坊経営者、寺社関係者、その他民間団体など。※一般の方も含む。 各回 200 名を定員とする。

構成	<p>3つのパートに分けた構成とする。</p> <p>①城泊・寺泊等歴史的資源の活用について 観光庁より城泊・寺泊の施策説明を頂き、城泊・寺泊のイメージをお伝えする。</p> <p>②城泊・寺泊トークセッション 城泊・寺泊に取り組んでいる事業者、関係者に登壇頂き、取り組みの経過や現状、取り組みのポイント等を講演頂く。</p> <p>③専門家派遣について 事務局より、専門家派遣の事業概要やエントリー方法、エントリーのポイント等を説明し、専門家派遣のエントリーを促す。</p>
トークセッションのテーマ	<p>城泊・寺泊に取り組む上でポイントとなる3点について、登壇者に討論いただく。</p> <p>①城泊・寺泊に取り組む意義 城泊・寺泊を始められたきっかけ、課題・問題意識、城泊・寺泊に取り組む思い</p> <p>②城泊・寺泊に取り組む体制づくり 事業のコンセプトの作り方、具現化するための仲間づくり、組織改革</p> <p>③資源の磨き上げ コンセプトに基づいた宿泊施設の作り込みや体験コンテンツの整備方法など</p>
登壇者	<p>既に城泊・寺泊に取り組んでいる事業者、及び寺社関係者</p> <p>城泊トークセッション① 長崎県平戸市 平戸城での取り組み事例 株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山康博氏 平戸市文化観光商工部観光課 観光振興班長 藤田親央氏</p> <p>城泊トークセッション② 愛媛県大洲市 大洲城での取り組み事例 バリューマネジメント株式会社 代表取締役 他力野淳氏 一般社団法人キタ・マネジメント 事務局次長 村中元氏</p> <p>寺泊トークセッション① 地域の宿坊における寺泊の取り組み 一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史氏 株式会社シェアウィング 代表取締役社長 佐藤真衣氏</p> <p>寺泊トークセッション② 総本山級の寺泊の取り組み 一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史氏 株式会社シェアウィング 代表取締役社長 佐藤真衣氏 総本山仁和寺 執行長 真言宗御室派宗務総長 吉田正裕氏</p>

(3) セミナー開催の告知

前述のランディングページにセミナーの告知ページを作成し、開催概要の周知とグーグルフォームによる参加申し込みの受け付けを行った。



図 セミナーの告知ページ

併せて、本セミナーへの参加告知では、上記ランディングページでの告知や本会から e-mail による関連しうる団体・企業への参加呼びかけに加え、以下の協力を得ながら広く周知を図った。

- ・観光庁・各地方運輸局：観光庁 HP 内での告知、自治体や DMO 地域への告知
- ・農林水産省・各地方農政局：農泊取組地域や自治体への告知
- ・文化庁、総務省：関連自治体への告知
- ・日本ファームステイ協会：メールマガジンによる関連団体・企業、農泊取組地域への告知

(4) セミナー開催の準備

① アンケートフォームの作成

更なる城泊・寺泊の推進に向けた課題を明らかにすることを目的として、本セミナーでは来場者に対するアンケート調査を実施することを決め、観光庁との協議を経て、アンケートフォームを作成した。

オンラインセミナーのため、アンケートはグーグルフォームにて作成した。案内のメールにアンケートの URL を添付することに併せて、セミナー当日は QR コードを案内し、手軽にアンケートを回答出来るようにした。(アンケートの詳細については巻末資料参照)



図 アンケートページ

②資料の準備

本セミナーで準備した資料は下記の表の通りである。セミナー当日は配信システムの画面共有機能を使い資料を公開し、セミナー終了後には、動画のオンデマンド配信と併せて資料をランディングページに掲載した。

表 配布資料一覧

資料名	作成者・特記事項
セミナーの案内	・事務局
城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業	・観光庁（施策情報説明資料）
講演資料	・講演者（発表用プレゼンテーション資料）
城泊・寺泊専門家派遣について	・事務局（専門家派遣事業説明資料）

③配信システムの準備

本セミナーは Microsoft Teams のライブイベント機能を活用して配信を実施した。事前に申し込みいただいた方のメールアドレスに、当日の視聴 URL を案内することで対応した。

配信する PC 以外にカメラを 2 台、資料の画面共有用の PC を 1 台設置し、適宜映像を切り替えたり 2 画面を同時に写したりなど、会場の雰囲気を出る限り伝えるように工夫をした。

また城泊・寺泊を広く情報発信するため、セミナー実施後に配信した映像を YouTube にて公開し、前述のランディングページに講演資料と併せて公開した。



図 ランディングページの動画公開ページ

(5) トークセッションの内容

本セミナーでは下表の通り、7名（城泊編4名、寺泊編3名）の専門家にトークセッションに登壇して頂いた。以下、トークセッション（城泊編：8月6日 寺泊編：8月7日）での議論の概要を記載する。

表 トークセッション登壇者一覧

講演者（敬称略）	会場
①株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山康博	城泊編①
②平戸市 文化観光商工部 観光課 観光振興班長 藤田親央	城泊編①
③バリューマネジメント株式会社 代表取締役 他力野淳	城泊編②
④一般社団法人キタ・マネジメント 事務局次長 村中元	城泊編②
⑤一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史	寺泊編①、寺泊編②
⑥株式会社シェアウィング 代表取締役社長 佐藤真衣	寺泊編①、寺泊編②
⑦総本山仁和寺 執行長 真言宗御室派宗務総長 吉田正裕	寺泊編②

①株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山康博

KLab 株式会社取締役事業本部長を経て2007年、楽天トラベル執行役員に就任。数々の先進事業を開発、新規サービスの立ち上げに従事したのち、楽天トラベルを退職。2012年株式会社百戦錬磨を設立し、同社代表取締役社長に就任。ICTを活用した需要創造型の新たな旅行サービスを切り開く。観光庁観光産業政策検討会委員等を歴任し、合法的民泊を推進している事業者として、自民党の観光立国調査会、内閣官房の規制制度改革分科会等の各種会議に参加。現在は日本ファームステイ協会 代表理事、住宅宿泊協会 代表理事、歴史的資源を活用した専門家会議 構成員に就任。

- ・平戸城で城泊に取り組んだ経緯：2017年に国内初となる天守に泊まる宿泊イベントを平戸城にて実施した。実施したところ国内外問わず大きな反響を頂き、本格的に事業化に向けて取り組むことを平戸市と合意。観光施設として活用されておらず、倉庫のようになっていた懐柔櫓を改修し、365日宿泊できる施設として事業化を予定している。
- ・城泊の可能性：我が国に残る多くの城は、1960年くらいに建築されており、現在の基準からすると耐震基準を満たしていないものが多い。今後数年間のうちに耐震工事が必要となるケースが多いため、この工事と併せて城の更なる活用を考えるいい機会に来ていると考えている。平戸城では一年後に予定していた改修工事を早め、懐柔櫓の改修と同時に天守閣のリニューアルも進めている。
- ・観光の目的地となること：これから旅行会社の存在は小さくなり、お客様が自ら行きたい地域を選び取る時代になる。その中であって地域は「なぜここに行くのか」という明確な移動目的となるものを作り上げる必要がある。そのためには、資源の磨き上げも重要だが、場合によっては「創造」することも考えるべきである。

- ・ J V（ジョイントベンチャー）を活用した事業体：今回事業に取り組むに当たっては、株式会社百戦錬磨のグループ企業である Kessha 株式会社や J A L、株式会社アトリエ・天工人の 3 社による J V を組成した。それぞれが持つ特性を生かし、役割分担をして取り組むことが出来ていると感じている。
- ・ 城泊の挑戦について：今回初めての試みとして城泊を立ち上げたが、もちろんハードルはあるものの、どれも解決をしていくことは可能であった。城泊は地域の誇りである城の活性化だけではなく、地域を活性化する大きな切り札であるので、城を保有している地域は是非取り組んでいただきたい。

②平戸市 文化観光商工部 観光課 観光振興班長 藤田親央

1973 年生まれ。平戸市生月町在住。1993 年に旧生月町役場に入庁し、住民課や教育委員会を経て、2005 年旧平戸市、旧生月町、旧田平町、旧大島村が合併し「平戸市」が誕生。その後、企画財政課や水産課を経て、2019 年に観光課へ異動し、現職。日本 100 名城初となる平戸城の宿泊施設整備を担当する。現在は施設も完成し、運営事業者と開業に向け奮闘中。

- ・ 事業に取り組んだ経緯：平戸市はオランダ商館やカトリック教会など、異国文化の影響を受けた歴史的な建物が多く残るまちである。平戸市にとって観光は基幹産業の一つであり、平戸大橋が開通した 1977 年には観光客は 198 万人が訪れたが、令和元年は 177 万人にまで減少している。平戸城の来場者数も 1981 年は 23 万人 6 千人となっていたが、令和元年は約 7 万人にまで落ち込んだ。そうした状況から市としても、まちの基幹産業である観光を復活し盛り上げていくことが課題となっていた。2012 年吉本興業とのコラボ「あなたの街に住みます芸人」にて平戸城に 4 か月住んでもらった。その後 2017 年に株式会社百戦錬磨からの提案で一日一組限定の天守閣の宿泊イベントを実施した。この時の応募者数が約 7,500 組もあり、外国人からの応募が半分以上を占めていた。この結果を受けて、平戸城を活用した訪日外国人旅行客を呼び込む起爆剤となる宿泊事業化に市を挙げて取り組むことになった。
- ・ 交付金を活用した事業展開：城泊を始めるに当たって、まず課題となるのは財政的な問題である。平戸市では内閣府の「地方創生推進交付金」を活用し施設改修にかかる費用補助を頂きながら進めた。今後城泊に取り組む自治体にあっては、国の交付金を活用することも検討すると良いと思う。
- ・ 地域内外の体制づくり：市を挙げて取り組むために、市の内部でプロジェクト会議を立ち上げ、市長、副市長を始め各部長がメンバーに入り城泊実現に向けた様々な課題を検討した。また当初の事業スタートは 2020 年 7 月を予定したため、とにかく時間が無かった。しかし何より最優先にやるべきという市全体の機運や、J V の協力もあり、何とか間に合わせる事が出来た。城泊に取り組むに当たっては、市内部の体制づくりもさることながら、外部の事業者との連携も重要である。

- ・法制度の整理：城泊に取り組むに当たっては、関連する法制度の確認・整理が必要であった。今回は特に旅館業法許可を取得して取り組んだため、水回りや消防設備の設置が必要であった。また浄化槽の設置が必要であったため、埋蔵文化財がないかの確認を行った。その他、耐震構造の確認も重要である。
- ・地域資源の面的活用：今回のプロジェクトは城だけではなく、城を中心に地域全体を盛り上げること（まちづくり）を目的に取り組んでいる。平戸には城以外にも城下町や春日集落という農山村漁村地域がありそれらも巻き込んだ体験コンテンツを検討している。平戸市では滞在型観光推進協議会という組織を組成し、農林水産省の農山漁村進行交付金を活用してコンテンツ造成を進めているところである。将来的には平戸城の宿泊だけではなく、春日集落での宿泊も造成し、滞在時間の増加及び平戸の様々な魅力を知って頂きリピーターを創出していきたいと考えている。

③バリューマネジメント株式会社 代表取締役 他力野淳

2005年バリューマネジメント株式会社設立、代表取締役に就任。文化財など伝統的建造物、行政の遊休施設の修復運用や、ホテルや旅館、結婚式場などの施設再生を行う。「施設再生から地域を活性化に繋げ、日本独自の文化を紡ぐ」がテーマ。グローバル起業家団体EO OSAKA (Entrepreneurs Organization) 元会長。地域づくり活動支援組織地域資産活用協議会 (Opera) 副会長。婚礼業界活性化組織 次世代ブライダル協議会代表理事、一般社団法人インバウンドベンチャー会会長。内閣官房観光戦略実行推進室 歴史的資源を活用した観光まちづくりユニットメンバー。

- ・大洲城でのキャスルステイの取り組み概要：大洲に来ていただき、大洲の歴史・文化全てを体験いただきたいという想いで取り組んでいる。大洲を多くの方々に知って頂くと同時に、大洲に住む地域の方々に大洲の魅力を再発見してもらうことを目的としている。
- ・事業の目的：城泊は官民連携事業であり、大洲城を中心とした観光まちづくりとして取り組んでいる。また大洲城の保存が大前提であり、保存をするための資金調達として観光活用に取り組んでいる。従来文化財の保全は税金を投資して行っていたが、人口減少による税収減もあり、文化財の保全は税金だけでは難しくなっているのが現状である。そうした際に文化財を活用しそれで得た収益を使って保存をしていくことが、今後は望ましいと考えている。
- ・地域の熱意が重要：様々な地域を見させていただく機会があるが、地域内部での合意形成や取り組みに対する熱の入り方は様々である。大洲の方々は熱意を持ってまちづくりに取り組まれているように感じており、その熱意が地域の様々なことを動かしたと思う。自分もその熱意に動かされた一人。地域の頑張りが無ければ、大洲城も臥龍山荘も「活用できないよね」という一般論で終わっていたと思う。
- ・文化財の活用について最大限出来ることを探す：文化財はそもそも保存が前提であり傷つけるようなことはできない。また公的な資金が入っていることもあり広く一般に公開することが謳われている。しかし大洲城の場合は9時～17時の公開時間以降は公開していなかったの

で、その時間を活用することが可能である。また活用にあたっては、傷つけないように最大限活用することは可能である。大洲でも最大限活用できる方法はないか大洲市と一緒に考えて事業化に取り組んだ。

- ・ 合意形成のための取り組みの積み重ねが重要である：大洲市内部での合意形成に加えて、市議会での合意形成、大洲城を保存している方々の合意形成が重要であり、それぞれに対して丁寧な説明が必要であった。そのため住民向けのシンポジウムの開催（歴史的資源活用の専門家として登壇し、保存を前提とした観光まちづくりの重要性を発信）、大洲市との連携協定締結の発信（大洲市が保存のための活用に舵を切ったということを広く発信）が大きなターニングポイントだったと感じる。こうした取り組みの積み重ねと順を追った推進が大事である。また発信するときは、「なぜ取り組むのか（大洲の未来のために観光まちづくりに取り組み、大洲のまちのアイコンとして、保存のために城を活用する）」ということを正しく発信することが重要である。
- ・ 資源の磨き上げのポイント：お城に関わる体験は全て本物であるため、完成度も高いと感じている。それに加えて、まち全体を体感するためには城下町全体を活用する（磨き上げる）ことが重要である。「大洲に来るから出来ること」（わざわざ来る目的になるもの）をどこまで込められるかが重要である。磨き上げのポイントは、まちの魅力を正しく表現し伝えることであり、それを運営は事業者、運営までの環境整備を DMO が担当するといった役割分担の検討が必要である。
- ・ 城泊はまちの未来を考えること：活用の方法は地域のそれぞれの合意形成によって変わるが、城泊はまちづくりであることと同時に、まちの宝を保存するために活用する取り組みである。お城を開いていくことで地域にスポットが当たり、まちの活性化につながる。是非まちの未来を考えて頂きたい。

④一般社団法人キタ・マネジメント 事務局次長 村中元

大洲市役所入庁後、市教育委員会で文化財を担当。1999 年から大洲城天守閣復元事業を担当。2005 年から市町村合併後の財政を担当。主に地方交付税、地方債など財源分野を担当。2010 年からは、清水裕市長（国土交通省出身）の秘書を務める。2015 年からまちづくりを担当し、歴史的資源を活用した官民連携による観光まちづくりを推進。地域 DMO の設立、城下町での分散型ホテルの整備、城泊事業に携わる。2020 年から地域 DMO の一般社団法人キタ・マネジメント事務局次長に就任（大洲市役所観光まちづくり課職員と兼務）。

- ・ 事業に取り組んだ経緯：地域の歴史的資源を後世に残していきたいという思いから始めた。そのための課題は、地域の歴史的資源の価値をどうやって経済的な価値に換えていくかを考えることである。大洲にとって中心となる歴史的資源は大洲城であるため城を活用した事業に取り組み始めた。歴史的価値を経済的価値に変換していく作業は行政にとっての課題であるが、同時に行政が得意ではない分野である。外部の事業者を探していたところバリューマネジメントと出会い、3 年ほどかけてここまでたどり着いた。

- ・地域住民との合意形成：お城に対して持っている価値は年齢や人によって様々であることに加えて、「保存から活用へ」の価値転換が必要であるため、地域住民の合意形成を得ることは非常にパワーが必要だった。住民説明会を何度も行い、その度に厳しいご意見も頂いたが、大洲市の何十年後を考え、今ある大切なものをどうやって後世に残すかを考えるという観点から説明させて頂いた。その甲斐もあって住民の理解も次第に頂き、今では多くの方に応援頂けるようになった。城主体験提供の際は、非常に多くの地域の方が協力してくださっている。DMOの立場としては、この輪をさらに広げていくことが必要と考えている。
- ・法制度の整理：今回の取り組みを実現させるために、建築基準法、文化財保護法、旅館業法、消防法、様々な法制度の整理・対応が必要であった。構想から考えるとおよそ2年半かかっている。各法制度について、一つ一つ丁寧な確認・対応が必要であり、それらの基盤が出来た上で、合意形成に入っていくことが重要である。
- ・事業者との連携：合意形成のためにもう一つ重要であったのは、保存のための活用事業スキーム（事業第一ではなく、収益がこれからの文化財の維持保全に活用される仕組み）を事業者と一緒に作り上げ、正しくその連携を周囲にお見せしていくことである。また他力野代表は内閣官房の専門家であり、多くの知見をお持ちであることから、非常に説得力があったことも成功の要因である。保存のための活用である前提を正しく理解された事業者を見つけ、一緒に事業を作り上げていくことが重要である。
- ・城泊で旅の楽しみが広がる：先日初めてのお客様をお迎えして、取り組みの目的もよくご理解していただいた。これから城泊の取り組みが全国に広がれば旅の楽しみ方も変わってくると思う。是非全国に広まって欲しい。

⑤一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史

旅・グルメ・情報番組を手がける放送作家・プロデューサーを30年、大阪府公立学校長（府立高校校長）を経て現職。雑誌『寺社 Now』の連載「テラハク」にて、近年全国各地で新規開設の動きが見られる宿坊の先進事例を取材する一方で、宿坊のポータルサイト「テラハク」を企画監修。また、大阪府立大学大学院に在籍する社会人ドクター（経済学専攻／観光・地域創造分野）として、古代インド・西域から現代の日本まで宗教施設による宿泊供給の諸相や宿坊経営の実態、宿坊を活用した観光まちづくりなどをおもなテーマに実践的な研究活動を展開している。

- ・一般社団法人全国寺社観光協会の概要：一人でも多くの方にお寺・神社に足を運んでいただくことを理念に、観光、観光まちづくりの観点から様々な活動をしている。現在はコロナ禍で人の移動が制限される中、オンラインによるお参り（オンライン参拝）を手掛けている。協会会社として株式会社和空があり、そちらでは泊まって楽しむ体験型宿泊コンテンツとして、宿坊「和空 下寺町」「和空 三井寺」などを運営している。また2018年より全国の宿坊のポータルサイト「テラハク」を運営している。全国の寺社とやり取りをしており、宗派を超えた寺社の情報誌として「寺社 Now」を発行している。

- ・宿坊のメリット：宿坊事業はお寺と地域を活性化させる地域貢献事業と考えている。お寺は古くから地域の信仰を集め、地域の中心的な役割を果たしている。そのため地域とお寺は切っても切り離せない関係である。お寺が宿泊者（観光客）を受け入れることで、過疎化が進む地方への誘客、経済効果、空き部屋や空き家の活用促進、人と人との交流が生まれ、結果地域貢献につながる。またお寺の新規ビジネスとして取り組むことで、檀家数が減少し運営が苦しくなる地方の末寺の持続にもつながる。
- ・地域の中心としてのお寺の演出：お寺は地域と切っても切り離せない関係にあるため、お寺の衰退は地域の衰退にもつながる（逆もまた然り）。近年はお寺をきっかけとした地域活性化が進んでいる。青森県大間町の普賢院のケースでは、宿坊で出す食事の食材は殆どが地元大間のものを使っており、お寺の地域貢献の成果が表れていると感じている（お寺が地域の中でしっかりと関係性を築いているからこそ、地域住民も快く食材を提供している）。また地域住民も応援してくれており、地域の方のご厚意でマグロ漁の現場を見学出来たり、新鮮なマグロを食べさせてくれたりする。そうした地域とお寺の関係性を感じられることが宿坊の醍醐味であり、そこに観光客はお金を出してくれる。こうしたことがお寺が宿坊に取り組むべき最大の理由である。
- ・「和空 三井寺」の取り組みの概要：全国寺社観光協会の協力会社である株式会社和空では、滋賀県大津市にある天台宗の総本山の三井寺の空き家（僧房）を借り受けて、1泊30万円で宿泊施設を運営している。仁和寺と同じく、宿泊すると境内貸し切りで楽しめるほか、修験寺院ならではの山伏の体験も可能である。また大津は歴史や文化も豊富な料亭も数多くあり、それらの料亭の食事を取り寄せることも可能である。宿泊者にはバトラーが付き、希望に応じたコンテンツを楽しむことが出来る。
- ・「和空 三井寺」取り組みのきっかけ：かつて大津は大変な賑わいを誇っていたが、現在では京都の陰に隠れてしまい当時の賑わいは影を潜めている。その中心にいた三井寺はもう一度地域を盛り上げたいという思いが強く、三井寺から和空に相談があったことがこの取り組みのきっかけである。大きな売り上げが出ているわけではないが、大津の地域活性化のきっかけとしてまず取り組むという思いからスタートした。
- ・取り組みの体制づくり：三井寺のプロジェクトの資金は全て和空で準備したが、リスクも高くなるためあまりお勧めしない。現在では国からの支援も整ってきているため、これから取り組む方は、是非そうした支援も受けて取り組むことをお勧めする。
- ・コロナ禍における取り組み：仁和寺と同じく、宿泊以外の活用方法も検討しているところであり、例えばワーケーションの場として長期滞在のプランを準備している。観光庁の「城泊・寺泊」の政策はコロナ以前に立てられたものであり、外国人受け入れが前提であるが、今後は国内客の獲得も重要な視点であると考えている。
- ・地域との関わり方：三井寺のような総本山と地域のお寺ではお寺の在り方が異なるため、地域との関わり方も異なる。とはいえ地域という意味では同一なので、地域との関係性をもう一度見つめなおすことが重要である。

⑥株式会社シェアウィング 代表取締役社長 佐藤真衣

埼玉県浦和市生まれ。早稲田大学スポーツ科学科卒業。学生時代にインターンシップでベンチャースピリッツに触れ将来の独立を決意。独立系ベンチャーキャピタルウィルキャピタルマネジメント株式会社にてライフスタイル分野の投資先発掘、投資育成を担当。担当投資先のアロマ空間演出メーカーに転職。2006年26歳にてスパプランニング会社、有限会社ホットマーク創業。14年で120か所以上の岩盤浴、ホットヨガ施設を企画、施工。2016年に長年縁ある雲林院奈央子と上田浩司の3人でシェアウィングを共同代表取締役として創業。ホットでほっとできる、わくわくする場づくりが趣味でもあり、ライフワーク。

- ・株式会社シェアウィングの概要：「お寺とテクノロジーでワクワクする空間を」というビジョンのもとに、2016年に設立。2017年に岐阜県高山市の高山善光寺の宿坊の運営を皮切りに、現在では6軒の運営及び運営補助を行っている。現在高山善光寺では、訪日外国人を中心に年間4,000人が訪れており、収入も4倍近くに増えた。お寺への関わり方は様々あり、高山善光寺のように直接運営をしているパターンの他、運営や情報発信、予約などのコンサルティングという形で関わるパターンもあり、地域・お寺の事情に合わせて様々なサービスを提供している。お寺の宿泊事業「お寺ステイ」の他、「寺ワーク」も始めており、コロナ禍で需要が増えているリモートワークのスペース貸し事業も展開している。
- ・地域によって異なる寺泊の形態：様々な地域のお寺をお手伝いしている中で、地域によって寺泊の運営の仕方も様々あると考えている。高山善光寺では、地域住民の方が行っているヨガ教室や着付け教室も体験メニューとして取り入れ、地域住民との交流をポイントとしている。
- ・宿坊を始めるためにお寺の規模は関係ない：仁和寺や三井寺など、大きなお寺での宿坊が話題になるが、シェアウィングがお手伝いしているお寺には規模の大きいところはなく、高山善光寺では住職は東京に住んでいらっしゃるような状況。宿坊を始める際には、規模の大小よりも、「このお寺を何とか存続させたい」という気持ちが一番大切である。
- ・コロナ禍における宿坊の取り組み：シェアウィングでは9月から「オンライン宿坊」というサービスを始める計画である。これは家にいながらもお寺の体験が出来るオンラインイベント。こうした取り組みからお寺をもっと身近に感じて頂き、お寺に実際に行ってみたいと思ってもらえる場づくりをしていきたい。こうした取り組みは、旅館業法の許可が取れないお寺でも可能であり、寺泊のすそ野を広げることができるものと考えている。
- ・今が絶好の機会：宿坊のビジネスを始めて4年経ったが、当初は全く宿泊業を知らないところから始めた。真剣に取り組めば地域も受け入れてくれるし、国もこのように応援してくれる時代になった。今はとてもいい機会だと思うので、是非挑戦して頂きたい。

⑦総本山仁和寺 執行長 真言宗御室派宗務総長 吉田正裕

1960年広島県廿日市市大聖院に生まれる。1983年種智院大学仏教学部卒業後、1984年から大聖院に勤務。1998年真言宗御室派大本山大聖院第77代座主（住職）を拝命。1998年広島青年会議所理事長、2000年全真言宗青年連盟副理事長、2001年宮島観光協会副会長、2005年真言宗御室派広島宗務支所長、2016年同派宗会議員議長を歴任後、2018年より現職。

- ・ 仁和寺の取り組み及び「いろはにほんプロジェクト」の概要：仁和寺では日本財団の「いろはにほんプロジェクト」に参画して、境内にある「松林庵」を改装し、1泊100万円の宿泊を伴う文化体験に取り組んでいる。「いろはにほんプロジェクト」は、日本文化に興味をもつ外国人旅行者をターゲットに、原則非公開である寺院などの歴史的建造物に滞在しながら、他では経験できない限定的な文化プログラムを提供することで、日本文化の価値を発見・認識し、日本に対する理解と文化財に対する関心を、国内外ともに高めてもらうことを目的としたもので、利用料の一部は文化財保護プログラムに活用し、日本文化の保護継承に充てられている。「松林庵」は文化財指定を受けていない建物だが、歴史的に価値があるもので取り壊すことも出来ず空き家となっていた。活用方法について検討していたところ、日本財団の紹介を受け、「いろはにほんプロジェクト」に採択を頂いた。
- ・ 宿坊を取り組むきっかけ：仁和寺は総本山であると同時に、観光寺として拝観料による収入を得てきたが、少子化に伴う修学旅行の減少や末寺からの協力金の減少もあり、多くの文化財の維持が難しくなっている。末寺からの協力に頼ることなく、自ら文化財、仁和寺を守るための行動を起こさなければならないという危機感を持ったことがきっかけである。
- ・ 仁和寺の体制づくり：初めての取り組みということもあり、仁和寺に宿泊客の受け入れ体制はなかった。また京都市内でも仁和寺は外国人の受け入れ体制（多言語対応など）が遅れていた。今回の取り組みをきっかけに、様々な方の協力も得ながら、数年かけて整備を進めているところである。また内部でも意識醸成が進み、やる気がある若手の僧侶が中心となって進めている。「松林庵」の紹介ビデオも、編集は僧侶自らが行っている。またこの取り組みはお金があったから出来たと思われがちだが、お金が無かったからこそ、様々な形で支援を頂けるよう知恵を絞って奔走した結果である。
- ・ コロナ禍における今後の取り組み：コロナ禍において、外国人はおろか国内の流入も制限されている。現在は国内客を対象に、宿泊だけではなく様々な活用方法（プライベートツアー）を検討し、仕掛けの準備をしているところである。
- ・ 体験コンテンツの磨き上げ：仁和寺は宇多天皇により創建された門跡寺院で、「御室御所」と呼ばれた天皇家ゆかりの寺院であるため多くの歴史的・文化的な資源が残っている。かつて仁和寺で行われていたこと（月見会など）を仁和寺に伝わる様々な記録から整理し、それを再現したものを体験コンテンツとして宿泊者に提供している。例えば仁和寺には御室流華道が伝わっており、宿泊者向けに華道を教えるコンテンツを提供している。また宿泊客には事前にリクエストを聞くようにしており、そのリクエストに沿ったオーダーメイドな体験を提供している。

- ・「どうしたら出来るか」を考える：現在は仁和寺を任されているが、元は地域のお寺の住職をしていた。他のお寺にも寺泊を始めてみないかということをお話しすることが多い。出来ない理由を探すのではなく、「どうしたら出来るか」を考えることが大切である。国も寺泊に力を入れて頂いている今は絶好の機会だと思うので、色々な方の支援を受けながら是非挑戦頂きたい。

(6) アンケート結果

ここではセミナー参加者のアンケート結果を示す。各回の回答者数と回答率は下記の通りである。オンライン配信のためか、回答率が低い結果となった。アンケート協力の周知を強化する必要があると考えられる。

会場	回答者数	回答率
城泊編	26	7.6%
寺泊編	50	18.1%

①回答者の属性

参加者の所属団体の上位3つを見ると、その他民間団体（28.9%）、地方自治体（15.8%）、旅行会社（13.1%）という結果であった。概ねセミナーの対象としていた方にご参加いただいたものの、寺社関係者の参加割合が4番目と少し低い結果となった。寺社関係者への更なるアプローチが必要と考えられる。

項目	城泊編	寺泊編	合計
性別			
男性	14	31	45 (59.2%)
女性	12	19	31 (40.8%)
年齢			
10 歳代	0	0	0 (0%)
20 歳代	0	5	5 (6.6%)
30 歳代	4	7	11 (14.5%)
40 歳代	11	18	29 (38.1%)
50 歳代	9	18	27 (35.5%)
60 歳代	2	2	4 (5.3%)
70 歳代以上	0	0	0 (0%)
所属団体			
観光まちづくり法人 (DMO)	0	4	4 (5.3%)
地方自治体	6	6	12 (15.8%)
中央官庁 (出先機関も含む)	0	0	0 (0%)
観光協会	0	1	1 (1.3%)
まちづくり組織 (農泊協議会など)	2	4	6 (7.9%)
寺社関係者 (寺社経営者、宿坊経営者、関連団体)	1	8	9 (11.8%)

教育機関	0	1	1 (1.3%)
金融機関	2	3	5 (6.6%)
旅行会社 (関連団体)	4	6	10 (13.1%)
その他民間団体	10	12	22 (28.9%)
個人	1	5	6 (7.9%)

②セミナーの内容について

セミナーの内容は、各コンテンツ7割～8割程度の方が「期待以上」「期待通り」と回答頂いており、おおむね満足度の高いセミナーであったと考えられる。一方事務局の説明は、他の回答と比べて「期待はずれ」「どちらともいえない」と回答頂いた割合が多かった。ここでは専門家派遣の事業概要やエントリー方法についてお伝えしたが、参加者に上手く伝わっていなかったと考えられる。より具体的で分かりやすい説明に改善する必要がある。

また具体的な内容へのご意見として、城泊では「自治体あるいは余裕があるところしか難しい…。もう少し周辺を巻き込む話もほしかったです」、寺泊では「仁和寺や三井寺など地域資源の開拓というには対象が有名すぎ、小さな地方寺院やそのコミュニティーに対する勧誘としては逆効果ではないかと感じました」といった声が寄せられた。今回のセミナーでは観光に取り組んだことのない地域（城を持つ自治体、新しいビジネスに取り組みたい寺院共通）が観光に取り組むにはどうしたらよいかというテーマの元に内容を組み立てていたが、それが上手く伝わっていないということが考えられる。取り上げるテーマの精査から、そのテーマを明確にお伝えすることが出来るような工夫が必要と考えられる。

項目	城泊編		寺泊編		
	人数	割合	人数	割合	
観光庁説明	期待以上	0	0%	8	16.0%
	期待通り	19	73.0%	34	68.0%
	期待はずれ	2	7.7%	2	4.0%
	どちらともいえない	5	19.2%	6	12.0%
トークセッション①	期待以上	1	3.9%	17	34.0%
	期待通り	15	57.7%	24	48.0%
	期待はずれ	4	15.4%	2	4.0%
	どちらともいえない	6	23.0%	7	14.0%
トークセッション②	期待以上	5	19.2%	18	36.0%
	期待通り	16	61.5%	22	44.0%
	期待はずれ	0	0%	1	2.0%
	どちらともいえない	5	19.2%	9	18.0%
事務局説明	期待以上	0	0%	5	10.0%
	期待通り	15	57.7%	23	46.0%
	期待はずれ	2	7.7%	3	6.0%
	どちらともいえない	9	34.6%	19	38.0%

配布資料	期待以上	1	3.9%	6	12.0%
	期待通り	14	53.9%	23	46.0%
	期待はずれ	2	7.7%	1	2.0%
	どちらともいえない	9	34.6%	20	40.0%

③城泊・寺泊の理解度

セミナー開始前と開始後での城泊・寺泊編の理解度を聞いたところ、各回とも8割前後の方が城泊・寺泊の意味を知っており、セミナー参加後も9割以上が「よく理解できた」「ほぼ理解ができた」と回答している。回答者数の少なさや回答者の属性に偏りがあるため有意性は検討する必要があるものの、一定の理解を得ることが出来たと考えられる。

一方で「少し理解できなかった」「あまり理解できなかった」と回答いただいた方からは「実際に利用されているお客様の意見がききたかった」「海外からの観光客が見込めない状況で、どのような経営戦略を立てられているのか、知りたかったです」という声が寄せられている。コロナ禍における城泊・寺泊の方向性や宿泊者の声など、より具体的な話題を盛り込むことで、取り組みの意義や効果を伝えることが出来たと考えられる。

セミナー参加前に「城泊・寺泊」の意味を知っていたか

項目	城泊編	寺泊編
知っていた	20 (76.9%)	41 (82.0%)
知らなかった	6 (23.1%)	9 (18.0%)

セミナー参加後、「城泊・寺泊」を理解することは出来たか

項目	城泊編	寺泊編
よく理解できた	6 (23.1%)	22 (44.0%)
ほぼ理解できた	18 (69.2%)	28 (56.0%)
少し理解できなかった	1 (3.8%)	0 (0%)
あまり理解できなかった	1 (3.8%)	0 (0%)

④城泊・寺泊への取り組み意欲

城泊・寺泊への取り組み意欲については、「さらに意欲が高まった」「意欲が高まった」と回答頂いた方の割合は、城泊では23%、寺泊では48%と高い数字とはならなかった。特に城泊については、城を所有している自治体が判断をすることが多いため、比較的慎重な回答をされたと考えられる。

「しばらく静観したい」「難しいと感じた」と回答いただいた方からは、城泊では「価格、高額なため」「体力があるところしか難しいと感じた」、寺泊では「設備と氏子の資産でもある神社に不特定多数の人を泊めることに理解を得ることが難しい」という意見が寄せられた。頂いた意見は、専門家派遣にエントリー頂き、解決まで検討頂きたいものもあり、こうした意見を頂いた地域に対して、本事業の案内をすることが出来ればより良いと考える。また共通して新型コロナウイルスの状況を不安視する声が見られた。

「その他」と回答頂いた方からは、「まちづくり全体の構想に寺泊も組み込める可能性があるなど感じました」「日本もこうした文化財活用が進んできたことに感慨深さを感じました」という肯定的な意見を頂いた一方で、「意欲はありますが、大きい寺の宿泊何十万や100万の話の聞くと意欲ダウンです」という意見も頂いた。幅広い城泊・寺泊の可能性を示すことが必要と考える。

項目	城泊編	寺泊編
既に城泊・寺泊に取り組んでおり、さらに意欲が高まった	3 (11.5%)	6 (12.0%)
城泊・寺泊に取り組もうとしており、意欲が高まった	3 (11.5%)	18 (36.0%)
取り組んでみたいが、しばらくは静観したい	7 (26.9%)	10 (20.0%)
取り組むのは難しいと感じた	3 (11.5%)	1 (2.0%)
その他	10 (38.5%)	15 (30.0%)

⑤ 専門家派遣へのエントリー希望について

専門家派遣のエントリー希望を聞いたところ、「エントリーの予定はない」という回答が多かった。前述④の通り、城泊の方が比較的慎重な回答となったと考えられる。

また「エントリー済み」「エントリーを希望する」と回答いただいた方に専門家に協力を仰ぎたい内容を聞いたところ、寺泊における法規制の項目以外はほぼ満遍なく回答があった。寺泊に取り組む方にとって、法制度に関する事項はあまりなじみの深いものではないためと考えられる。

今後実施する「城泊・寺泊専門家派遣」にエントリーするか

項目	城泊編	寺泊編
エントリー済み	0 (0%)	6 (12.0%)
エントリーを希望する	1 (3.8%)	7 (14.0%)
エントリーの予定はない	25 (96.2%)	37 (74.0%)

「エントリー済み」「エントリーを希望する」と回答された方にお聞きします。これから城泊・寺泊に取り組んでいく上で、専門家に協力を仰ぎたい課題は何ですか。(複数選択可)

項目	城泊編	寺泊編
取り組みを始めるために何から手を付けていいか分からない	2 (7.7%)	6 (12.0%)
地域の合意形成が取れない	1 (3.8%)	3 (6.0%)
事業を進める中心人物(リーダー)がいない	2 (7.7%)	5 (10.0%)
組織の立ち上げ方が分からない	1 (3.8%)	3 (6.0%)
開業までに必要な資金がない	1 (3.8%)	6 (12.0%)

事業に関わる法規制が分からない	2 (7.7%)	10 (20.0%)
訪日外国人旅行客や富裕層の求めるニーズが分からない	1 (3.8%)	3 (6.0%)
魅力的な地域資源が見つからない	1 (3.8%)	3 (6.0%)
取り組む予定はない	17 (65.4%)	20 (40.0%)
その他	5 (19.0%)	16 (32.0%)

⑥オンライン配信について

今回は Microsoft Teams のライブイベント機能を活用した完全オンラインのセミナーとしたが、当日機材トラブル等で映像や音声に不備が出てしまった。配信の品質について（特に寺泊編について）「問題あり」の回答が多いのはそのためである。今後もオンラインによるイベントは増えると考えられるため、配信の品質管理は重要なポイントと考えられる。

また配信後のフォローアップとして、セミナー当日に配信した映像を YouTube にて公開し、前述のランディングページに講演資料と併せて掲載した。1 月現在で各回 100 回以上の再生数があるため、参加者へのフォローアップとして効果があったと考えられる。

項目	城泊編		寺泊編	
	問題なし	問題あり	問題なし	問題あり
参加準備 (Teams へのログインなど)	22 (84.6%)	4 (15.4%)	47 (94.0%)	3 (6.0%)
配信の品質 (写り具合や音声の遅延など)	4 (15.4%)	22 (84.6%)	39 (78.0%)	11 (22.0%)
チャットによる質問	23 (88.5%)	3 (11.5%)	45 (90.0%)	5 (10.0%)

第3章 専門家派遣のエントリー

3.1 エントリーシートの作成

本事業では、専門家派遣を希望する地域を公募し、応募があった地域から選定基準に基づいて選考をした上で支援地域を決定する方式を採用した。

そのフローの最初として、支援を希望する地域にエントリー頂くため、観光庁と協議しエントリーシートを作成した。作成したエントリーシートを下記に示す。

エントリーシートでは、地域の概況や活用したい城/寺の概要のほか、地域の抱える課題や目指す事業構想（どのような城泊/寺泊を目指すのか）、専門家に相談したい内容、エントリーした動機などの質問項目を設けた。出来るだけ詳しく書いて頂き、採点に反映するため、ほとんどの項目を自由記述に設定し、記載頂きたい内容及び評価ポイントを解説した記入例を作成し、ランディングページに掲載した。

記入例 城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業
城泊・寺泊専門家派遣 エントリーシート

令和2年 月 日

記入日を
ご記入ください

■基本情報 **必須項目は必ずご記入ください**

① 団体名 (必須)	(よみがな) いっぱんしゃたんほうじん○○しかんこうまらづくりきこう 一般社団法人○○市観光まらづくり機構
② 代表者氏名	(よみがな) ふるいの すみお 吉井野 浩夫
③ メールアドレス (必須)	s.furino@example.com
④ 電話番号 (必須)	090-0000-0000
⑤ 団体所在地 (必須)	○○県○○市○○町○○1-2-3
⑥ 活動地域	○○市
⑦ 団体活動概要	(地方公共団体の場合は不要) ○○市内の観光協会や経済団体、金融機関、行政など観光にかかわる多くの関係者が連携し、観光振興のかじ取り役として観光戦略を推進し、観光によるまらづくり、観光を産業の柱とすることを目標とした観光地域づくり法人(財団)です。

■地域の状況、事業構想について **全項目必ずご記入ください**

DMOが申請主体、またはDMOとの連携が想定されている(加点)

⑧ 地域の状況

○○市は10年ほど前の市町村合併により出来た市であり、県内でも人口・面積ともに奇数の広さを誇ります。市の西部は日本海に面している一方、南東部は山間地域であり、古くから修験道を中心とした山岳信仰の場として繁栄しました。現在でも門前町には宿坊が残り、歴史的な街並みを形成しています。市の中心部は江戸時代に藩庁であった城があり、城下町として繁栄しました。現在、城の建築物は残っており、城跡は公園として活用されています。また江戸時代に始まった養蚕・絹産業はその後の市の中心産業として発展しました。当時の工場など産業遺産も残っています。歴史的な街並みや建築物が多く残ることから、市は歴史的風致維持向上計画を策定し、国からの認定を受けています。また日本遺産にも認定されています。このように魅力的な観光資源が多い一方で、観光客は減少傾向にあります。また冬は観光客が著しく少なく季節変動が大きいことが課題となっています。乗客層の分析をみると、50歳以上の年代が多く、周辺からの乗客者の割合が目立ちます。訪日外国人や若年層など新たな客層の取り込みや、滞在時間の増加が課題であり、訪日外国人の取り込みと宿泊を織り込んだ体験コンテンツの造成が必要と考えています。

⑨ 活用したい城・寺の詳細

※関連する資料、写真等がありましたら添付ください。

治城・社寺との関係性については、協力的な関係性について具体的に記載ください。

活用を希望しているのは以下のエリアです。

①修験道の聖地と宿坊群
この地が開山したのは500年代といわれており、この地にある山それぞれに神社が立っており、古来より修験道の聖地とされ、江戸時代には日本三伏修験山に数えられました。現在でも多くの修験者が修行しています。

修験道の聖地として繁栄したことに伴って形成された宿坊群には、現在でも30軒程度の宿坊が残っており、それぞれの宿坊で山伏修行体験や精進料理の提供を行っています。

②禅寺での宿泊・禅体験
○○市三伏修験所の一つである禅寺で、平安時代が始まりとされています。龍神の伝承が残るため、龍神信仰の寺として航海安全を祈願する海運関係者や火油を祈願する漁業関係者などから信仰されています。座禅や精進料理などの禅体験を行っています。

その他、歴史的風致維持向上計画に認定されている歴史的な街並みも順次活用していきたいと考えています。

⑩ 事業構想

①宿坊群
宿坊群を訪日外国人旅行意向の宿泊施設に改修して活用したいと考えています。また訪日外国人向けに山伏の修行体験や写経体験などを考えています。

②禅寺での宿泊・禅体験
宿泊及び座禅体験、作務、祈禱、精進膳などの体験を考えています。また若い女性向けのストーリーとして、禅寺でのヨガ体験や健康食としての精進料理などを考えていきたいと考えています。

また精進料理はヴィーガン・ベジタリアンの方向けの料理として提供も可能なため、地産の活用していない施設を改修し、精進料理を気軽に食べることで食中毒、宿泊施設として活用したいと考えています。

施設の改修には2,500万円を見込んでおり、DMOに連携する地方銀行や市と連携して交付金を活用し、3年程度かけて回収する見込みです。

その他にも日本遺産に認定された江戸時代の養蚕の歴史や城

地域の状況について、数字の根拠を併せて記載

活用の推進体制の現状を具体的に記載

地域の特色を踏まえた事業構想を記載

新たなターゲットを具体的に記載

活用する物件と活用方法を記載

事業で連携するステークホルダーを記載

地域の課題に合わせた事業構想を記載

図 エントリーシートの記入例

3.2 選定基準の作成

エントリーシートの作成と併せて、エントリーシートの内容を採点し、選考するための基準を作成した。審査については、観光庁及び専門家からの意見を頂き、「コンセプトの有効性」「事業に対する熱意」「事業の具体性」という基本的な3つの視点からなる評価項目と、加点要素となる評価項目に分類の上、それぞれに採点基準を設けた。各評価項目及び採点基準は下表の通り。

表 エントリーシートの採点基準

評価項目

基本的評価項目：下記3つの視点から評価

→評価項目ごとに5点満点で採点し、評価係数を乗じたものを基本点とする。

基本的な視点	評価項目（着眼点）	評価係数
1 コンセプトの有効性	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の状況が、数字の根拠を伴う記載されていること。 ・地域の抱える課題に対する解決策（事業構想）が合致していること。 ・地域の観光資源の特色を踏まえた事業構想が示されていること。 ・事業構想に面的な活用（物件の複数活用、もしくは地域の観光資源と組み合わせた事業構想）の観点が含まれていること。 	1.0
2 事業に対する熱意	<ul style="list-style-type: none"> ・事業実施の結果、地域の観光まちづくりにおける目標（ゴール）が記載されていること ・城泊・寺泊に取り組むべき理由（動機）が明確に記載されていること。 	2.0
3 事業の具体性	<ul style="list-style-type: none"> ・訴求するターゲットが具体的に記載されていること。 ・活用する物件が特定されており、活用方法が具体的に記載されていること。 ・事業の実施に向けて連携するべきステークホルダーが特定されていること。 ・相談内容が明確に記載されていること。 	1.0

加点点目：エントリーシートに記載があった場合、右の点数を加点点する

加点点目	点数
観光地域づくり法人（DMO）が申請主体である、もしくは事業における連携が想定されている	5点
富裕層（訪日外国人旅行者を含む）をターゲットとした事業構想となっている（対象とする層が根拠とともに明確に示されている）	5点
事業を推進するにあたって中核となる人材の特定がされている、もしくは人材育成の仕組みの考慮がされている	5点
地域の関連団体が連携した城泊・寺泊の活用の推進体制が検討されている	3点
事業構想にユニークベニュー等（文化財、重要伝統的建造物保存地区、歴史的風致維持向上計画認定地域、農泊地域等）の活用の観点が含まれている	1点
事業構想に数字の伴う事業計画が含まれている	1点

評価点について

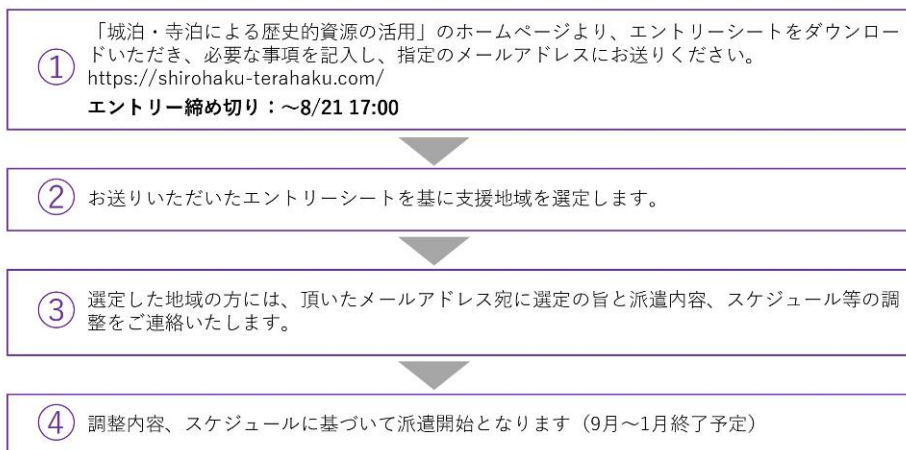
基本点と加点点目の点数の合計を評価点とする。（80点満点）

3.3 エントリーの告知

エントリーシート及び記入例を、先述のランディングページ及び観光庁のホームページにて掲載し、エントリーの周知を図った。また城泊・寺泊セミナーにおいて、事務局より事業概要と併せてエントリー方法とエントリーシートのポイントについて説明を行った。

セミナー参加者には、後日メール及び電話にてエントリーを促した。

専門家派遣のエントリー方法と流れ



4

専門家派遣のエントリー方法と流れ



「城泊・寺泊による歴史的資源の活用」のホームページ
<https://shirohaku-terahaku.com/>

こちらからエントリーシートをダウンロードください
 ※記入例は下のリンクからダウンロードください

エントリーシートはこちらから >
[▶エントリーシート記入例はこちらから \(PDF\)](#)

電子メール：castlestay.templestay.adviser[★]gmail.com ※[★]を@に変更し担当：鎌淵、白木までお送りください。

城泊・寺泊の取り組みを進めるにあたっては、城や寺院・神社の活用に対する地域の理解が重要です。また、事業立ち上げに必要な資金の調達や、体験型宿泊コンテンツの運営ノウハウなど、課題は多岐にわたります。本事業では、城泊・寺泊の取り組みを希望する地域を対象に、城泊・寺泊を取り組むための課題解決のアドバイス、初動支援を目的とした専門家派遣を行います。

エントリーシートは電子メールにて事務局にお送りください。
[castlestay.templestay.adviser\[★\]gmail.com](mailto:castlestay.templestay.adviser[★]gmail.com)
 ※[★]を@に変更

5

図 エントリーの流れとエントリーシートの説明資料（セミナー資料より抜粋）

3.4 支援地域の選定

支援地域の選定に際しては、前項の選定基準のほか、エントリー内容についてのヒアリングを観光庁同席のもと実施した。これはエントリー頂いた方との面談を通じ、エントリーの経緯や事業への熱意などエントリーシートには書かれていないが事業の立ち上げに不可欠な要素を聞き取ることで、本事業に適した地域を選定する精度を高める（専門家派遣を実施することで事業の立ち上がりを促進させる可能性が高い地域を選定する）目的で実施した。ヒアリングは全て Zoom を使ったオンラインミーティングで実施した。実施概要は下表の通り。

表 地域選定のためのヒアリング概要

事前ヒアリング実施概要	
目的	エントリー頂いた方との面談を通じ、エントリーの経緯や事業への熱意などエントリーシートには書かれていないが事業の立ち上げに不可欠な要素を聞き取ることで、地域の選定の感度を高くする
内容	エントリーシートの深掘り ①事務局より事前ヒアリングの趣旨を説明 ②エントリー頂いた方より相談内容について説明 ③事務局及び観光庁から、エントリー頂いた経緯、地域や物件の状況の確認（ステークホルダーとの合意形成の状況、活用予定物件の概要、関連法令の整理状況など）
出席者	エントリー頂いた方、観光庁、事務局

3.5 支援地域、専門家との調整

エントリーシートの採点及び事前ヒアリングの内容を一覧表に取りまとめ、城泊・寺泊それぞれの専門家と打ち合わせを通じて、選定地域及び選定に関する考え方などの意見を伺った。その内容を踏まえ、観光庁との協議の結果、城泊7件、寺泊14件、合計21件を採択した。

支援地域が決定した後、早期の事業実施を目指し各地域及び専門家との初回の打ち合わせを設定した。初回の打ち合わせはヒアリングと同様 Zoom を使ったオンラインミーティングで行い、事務局進行のもと、解決すべき課題の洗い出しや専門家派遣の目的のすり合わせ、今後のアクション（現地視察日程の調整やそれまでに準備することなど）について確認した。採択結果及び初回打ち合わせの概要は下表の通り。

表 初回打ち合わせ実施概要及び採択結果概要

初回打ち合わせ実施概要	
目的	エントリー頂いた地域の状況や相談内容を共有し、専門家派遣の中で解決するテーマ、課題を洗い出し、支援の方針を決める
内容	①事務局より事業内容、目的について説明 ②エントリー頂いた方より相談内容について説明 ③専門家からの意見、及び意見交換

④まとめ、今後のアクションについて

出席者 エントリー頂いた方、専門家、観光庁、事務局

採択結果概要**城泊**

応募団体名（地域名）	担当専門家	対象物件	初回打ち合わせ日時
白河市 （福島県白河市）	上山康博氏	白河小峰城	10月23日 9時
岸和田市魅力創造部観光課 （大阪府岸和田市）	上山康博氏	岸和田城	10月12日 16時
福山市 （広島県福山市）	他力野淳氏	福山城	10月9日 16時30分
（一社）松江観光協会 （島根県松江市）	上山康博氏	松江城	10月6日 11時30分
（一財）丸亀市観光協会 （愛媛県丸亀市）	他力野淳氏	丸亀城	10月12日 14時30分
臼杵のんき屋 （大分県臼杵市）	他力野淳氏	臼杵城	10月6日 13時
BIOSOPHY ARCHIVES 七部会議（宮崎県綾町）	上山康博氏	綾城	10月6日 16時

寺泊

黄檗宗眞福山寶林寺 （群馬県邑楽郡千代田町）	和栗隆史氏	寶林寺	10月13日 10時30分
（一社）加賀市観光交流機構 （石川県加賀市）	和栗隆史氏	実証院	10月5日 15時
宗教法人圓立寺 （福井県大野市）	和栗隆史氏	圓立寺	10月5日 13時30分
宗教法人法源寺 （山梨県南アルプス市）	佐藤真衣氏	法源寺	10月16日 16時
武井坊 （山梨県南巨摩郡身延町）	佐藤真衣氏	武井坊	10月8日 13時
大本山方広寺 （静岡県浜松市）	佐藤真衣氏	方広寺	10月8日 15時
妙泉寺 （静岡県富士宮市）	和栗隆史氏	妙泉寺	10月1日 10時30分
浄土真宗本願寺派 覚成寺 （岐阜県安八郡安八町）	佐藤真衣氏	覚成寺	10月8日 11時
株式会社 KOMINKA 企画 （滋賀県長浜市）	和栗隆史氏	光明寺	10月15日 15時

大泉寺・路地 ing (京都府京都市上京区)	佐藤真衣氏	大泉寺	10月13日 13時
株式会社ティ・エー・エス (京都府京都市上京区)	佐藤真衣氏	立本寺	10月14日 13時
宗教法人正暦寺 (京都府綾部市)	佐藤真衣氏	正暦寺	10月7日 13時30分
宗教法人海蔵寺 (和歌山県東牟婁郡那智勝浦町)	佐藤真衣氏	海蔵寺	10月1日 15時
宗教法人楞嚴寺 (和歌山県東牟婁郡那智勝浦町)	佐藤真衣氏	楞嚴寺	

第4章 専門家派遣の実施

4.1 事前準備

専門家派遣を開始するにあたり、支援地域に関する情報をまとめた支援カルテを作成した。これはエントリーシートや地域選定の事前ヒアリングなどの情報をまとめ、専門家へ共有する資料として作成した。前章に記載した初回打ち合わせについては、この支援カルテを専門家に共有した上で、エントリーシート及び支援カルテに基づいて実施した。支援カルテの記載内容については下表の通り。

表 支援カルテの記載項目

項目	説明	記入項目
1 地域概要	専門家派遣をするに当たって、地域の概要についてエントリーシートを基に取りまとめ。事業展開における課題や支援方針を立てるために内部環境（活用できる地域資源や強み、特徴）と外部環境（周辺地域の観光の状況）を分析。	エリア住所（地図など） 団体名 団体の活動概要 内部環境 外部環境 物件概要
2 相談内容	エントリーシートに基づき相談内容を整理。また相談者側でイメージしている事業内容（将来像）や城泊・寺泊、及び専門家派遣にエントリーした動機をエントリーシートや事前ヒアリングの内容を基に取りまとめ。	相談内容 事業構想
3 支援方針	地域概要、相談内容に基づいて、城泊・寺泊実施に当たって解決すべき課題（仮説）と対応策、地域の目指すべき姿（城泊・寺泊に取り組んだ結果、どのような地域になるべきか）を整理。その中から、今回の専門家派遣事業で取り組む支援の目標を記載。支援スケジュールや各回の目標について、決まり次第記載。	地域の課題と対応策 地域の目指す姿 支援全体の目標 支援予定日と各回の目標
4 支援内容	各回の支援内容について、議事録を記載。各回の所感や今後の支援内容（ToDo）を整理。	支援内容の議事録 所感 今後のToDo
5 総括	支援終了後、「3 支援方針」で立てた仮説の効果検証（支援内容が有効であったか）、支援の達成度（支援によってどんな変化があったか、城泊・寺泊の取り組みが進んだか）、次年度以降に積み残しとなった（新たに発生し取り組むべき）課題、それに対する支援展開を整理。	効果検証 支援による達成度 今後の課題 今後の支援展開

4.2 支援地域概要及び結果

本項では各支援地域の概要及び専門家派遣の実施結果の概要を報告する。なお各地域の事業計画書は巻末に掲載する。

城泊

(1) 白河市

1. エントリー概要	
エントリー主体	白河市（観光課）
対象地域	福島県白河市
2. 支援概要	
Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月23日 9時 第2回 2021年 2月25日 10時
支援方針	<ul style="list-style-type: none">・白河小峰城内における城泊の可能性を法令の面から検討。・併せて城周辺の古民家を活用した観光まちづくりを検討。
専門家視察	第1回 2020年12月23日 第2回 2021年 3月22日
専門家からアドバイスした内容	<ul style="list-style-type: none">・城の宿泊については衛生部局に旅館業法を取ることが出来るか確認して頂きたい・また城下町の歴史的建造物については、宿泊施設として活用する（アルベルゴ・ディフーズ）方向で検討してはどうか。・またワーケーションのような長期滞在の検討もよい。
3. 専門家からの講評（上山氏）	
<p>初回の打ち合わせから一貫して、エントリー主体である観光課だけでなく、文化財課、都市計画課、まちづくり課など、関係課が参加して下さり、横断的に取り組む姿勢は素晴らしいと感じた。城泊は市を挙げて取り組むべきであり、こうした姿勢は今後の取り組みを検討する自治体にとっても参考になると考える。</p> <p>ただ、今後は城泊を起点とする観光まちづくりにおいて戦略的視点を持ち、取り組みの更なる具体化に向けて積極的な意識を醸成することが必須である。</p> <p>専門家派遣では、白河市にとって現代の城下町の在り方とはどうあるべきか、現存する古民家や白河市の強みを持つコンテンツを活かした城下町とはどの様に考えられるか、という視点で助言を行った。</p> <p>結果、天守が工作物という位置づけとなっており、城そのものに宿泊するためには建築基準法に適用させた改修が必要になるなど、法制度の整理が必要であるため未だ活用に向けては確認・整理が必要ではあるが、城下町泊として城内での戦国風グランピングや、地域の古民家を活用してのアルベルゴ・ディフーズなど城だけではない城下町を活用した観光コンテンツを検討するに至った。</p> <p>今後はDMOの組成や具体的に事業を実施する組織の選定など、より具体的な取り組みを進めていくことが望ましい。</p>	

(2) 岸和田市

1. エントリー概要

エントリー主体	岸和田市（観光課）
対象地域	大阪府岸和田市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月12日 16時 第2回 2020年12月 1日 16時 第3回 2021年 1月 8日 11時
支援方針	・城郭内での宿泊が可能か、法令の確認を担当部署に確認しながら検討。 ・城下町に残る古民家の面的活用も併せて検討。
専門家視察	2020年11月13日 2021年 1月14日 ※新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言発出に伴い、2回目の訪問は行わず、Zoomにて打ち合わせを実施。
専門家からアドバイスした内容	・岸和田全体の観光戦略について、岸和田の歴史的町並みや文化に光が当たっていない。行政でしか動かせないプロジェクト（城、五風荘などの市の持っている物件を活用した観光まちづくり）を進めるべき。城での宿泊と併せて城下町での宿泊も検討頂くと岸和田らしさを表現できると思う。 ・天守閣や周辺の櫓を使った宿泊が可能かどうか、制度の確認・整理を進めて頂きたい。

3. 専門家からの講評（上山氏）

以前から市長が城泊に意欲を見せており、市長のリードにより検討が始まっていたものの、現場の担当者との意識に僅かではあるが相違があるように見受けられた。今回の専門家派遣に参加頂いたことで一層の具体的検討が進められたと感じている。

「市長からは城泊に取り組むべしといわれているものの、何から始めたら良いかわからない」というのが第一の質問であったため、法制度の整理やステークホルダー（関係各課）への確認などを宿泊施設として活用する為に必要となる手続きの確認をお願いした。これにより関連する法令が整理されると同時に、地域住民の意向確認、岸和田の文化の在り方、事業性の検討が行われた。

結果、令和4年度の市制100周年に向けた城泊イベント及び城下町での分散型宿泊の実現を目標に、スケジュール及びタスクが決まり、次年度以降の予算措置など具体的な検討に向かうことが出来た。実証実験を実施する中で出てくる課題整理、解決方法の検討など引き続きの支援を続けることで平戸城、大洲城とは異なる都市型城泊の典型例となる可能性を秘めた事例となった。法令の整理やステークホルダーへの確認など地道な取り組みを積み重ねたことに加えて、専門家派遣を通して取り組みたい内容が明確となり、市長を始め積極的に取り組む姿勢を醸成出来たことは大きな成果である。今後の取り組みを検討する自治体にとっても参考になると考える。

(3) 福山市

1. エントリー概要

エントリー主体	福山市（文化振興課）
対象地域	広島県福山市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月 9日 16時30分 第2回 2020年11月24日 13時 第3回 2020年12月24日 13時 第4回 2021年 1月18日 10時30分
支援方針	・2022年の築城400年に向けた様々な取り組みの中で、城をより開いていく取り組み（城泊）を検討。
専門家視察	第1回 2020年11月6日 第2回 2021年1月29日
専門家からアドバイスした内容	・2022年の築城400年に向けて様々動いている。城泊を進めるのであれば、このタイミングでどこまで進めるかが重要。 ・「城泊」を行う意義・価値は、「福山市として観光誘客の姿勢を全国に示すこと」にある。市を支える産業の1つとして「観光産業」を育てるかどうかが検討頂きたい。 ・福山城公園エリア内の多くが史跡のため「保存」の側面が強くなる。そうすると「保存」の意識を強く持った上での活用に理解がある事業者を探すべきである。

3. 専門家からの講評（他力野氏）

2022年に築城400年を迎える福山城は、福山駅周辺エリアの活性化において非常に重要な位置づけである。福山城を中心とした体験・滞在型コンテンツを造成することで、エリア内の長期滞在・消費額増加を目指す構想がある一方、運営体制、事業構想等にて具体的な相談事項をお持ちであった。立地、城及び城郭内の活用候補物件等、非常にポテンシャルの高い地域であるため、具体的な活用における構想を描くべく、専門家派遣事業が開始した。

現地視察時の際、改修中の福山城や城郭内の物件を拝見し、具体的な活用イメージについて議論を重ねた。MICE施設及び宿泊滞在が可能な施設としての活用について、「地元の方に愛される場所」であり、「観光で訪れる方にとってもわざわざ訪れたくなる場所」としての在り方について検討を進めていった。また、福山城築城400年記念事業に併せて「城泊」としての事業も開始することで、相乗効果を生み、福山における「城泊」が全国に認知されるため、当初想定から実施スケジュールを早め、2022年度に城泊の実証実験を進めることを指標とした。

また、福山城は福山城公園内の他施設も開かれていることから、活用を官民連携で推進するにあたり、以下3点「エリアマネジメントの視点」「文化財（史跡）の保存に理解がある」「リスクを背負い運営・活用する」の観点で、プレイヤーを探していくことが重要であることも整理した。

各種法令等の対応は、個別具体的に関係省庁や部局との調整は必要であるが、大洲市での事例含め、法的整理の前例や、先般からの法改正（例えば、文化財保護法の改正等）に即して、協議を進めていくことで、事業は進んでいくことについても目線合わせを行った。

福山市長にご説明した内容を踏まえて作成した事業計画に基づき、いかに次年度以降具体化していけるかが非常に重要となるため、築城400年である2022年でのプレ実施、2024年度の本格実施に向けて、関係部局と民間事業者が連携して取り組みを進めることが望ましい。

(4) (一社)松江観光協会

1. エントリー概要

エントリー主体	一般社団法人松江観光協会
対象地域	島根県松江市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月 6日 11時30分 第2回 2020年12月22日 10時30分 第3回 2021年 2月15日 15時
支援方針	・国指定史跡における城泊（城郭の活用）について検討を進める。
専門家視察	2020年10月26日
専門家からアドバイスした内容	・松江城は戦いのために作られたお城。その特徴を活かすのであれば、平戸のようにフルリノベーションせず、出来るだけそのままの姿で活用する方が良い。 ・武家屋敷は城のすぐ近くの物件であるにも関わらず、空き家となっている所も見受けられる。観光客も多く通る表通りが寂しく見えてしまうのは、松江全体のイメージ低下につながる。指定管理制度でも赤字運営ということなので、民間に投資を促し、逆に賃料をもらうようなスキームに改善を図ることをお勧めする。 ・市長から慎重なご意見を頂いたが、事業を正しく理解いただくためにも、今後の実施方針と作成し、次年度以降に市に提案・協議が必要。

3. 専門家からの講評（上山氏）

市の観光協会からのエントリーであり、観光協会の城泊に対する取り組む意欲が高く、具体的な実施イメージも持っていたことは素晴らしいと感じた。一方で、行政側は選挙など重要なイベントを控えていることもあり、城泊の実施に対して慎重に進める姿勢であった。

文化庁の意向を確認するため、観光庁から文化庁に問い合わせいただき、文化庁も前向きである旨を伝えたが、文化庁との城泊に対する具体的なやり取りについては実現せず、今年度については観光協会が主体となり今後の実施方針と作成し、次年度以降に市に提案・協議をする方向性となった。

観光協会が作成した事業計画案は、城を主体とした城下町でのアルベルゴ・ディフーズを標榜しており、古の武家社会を想像させ、世界に対しても圧倒的な説得力をもつ提案である。MICE、ワーケーションなどの新たな観光需要を創造する取り組みと相まって観光戦略として充分評価出来る。

今後は国宝である松江城をアフターコロナ時代のキラコンテンツとなり得る資源として捉え、事業計画について市と協議を進め、実現に向けて具体的に検討する事が重要である。

(5) (一財)丸亀市観光協会

1. エントリー概要

エントリー主体	(一財)丸亀市観光協会
対象地域	香川県丸亀市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月12日 14時30分 第2回 2020年11月16日 14時30分 第3回 2021年 1月26日 16時
支援方針	・市の意向を確認しながら丸亀城で何をやるかのイメージを膨らませ、事業計画を組み立てる。 ・事業イメージを持ってもらうため、大洲の先進地視察を実施。
専門家視察	第1回 2020年11月2日 第2回 2021年3月18日
専門家からアドバイスした内容	・城泊に取り組む目的は、①文化財の保存を前提とした活用②日帰り観光から宿泊型観光に変え、滞在時間を伸ばすこと。 ・現在管理が市の文化財保存活用課となっているとのこと、担当課の意向を踏まえながら丁寧に事業を組み立てていくことが必要。何をやりたいかを考えて頂きたい。
その後の支援内容	城泊の実施イメージを持っていただくため、先進地である大洲の視察を実施。 2020年12月15日-16日

3. 専門家からの講評 (他力野氏)

国指定重要文化財の現存木造天守及び大手門を有する国内有数のお城であるが、通過型観光地としての危機感もあり、いかに滞在型観光の誘致促進を行えるかとの課題感を持ち、専門家派遣事業が開始となった。

城郭内の京極家に纏わるお屋敷を滞在拠点として整備することや、大手門を利用可能な形に開放していく等、見る文化財から活用する文化財にシフトしていくべく議論を重ねていった。重要文化財を維持保存してきた、丸亀市文化財課の皆様へ、大洲の事例をご紹介しながら文化財を傷つけることなく、活用していく方法や草案についてもご説明をした。実際に大洲にも視察にお越しいただき、改めて丸亀で取り組むためのイメージが沸くよう、やりとりを進めた。

丸亀市、観光協会 (DMO) の連携に留まらず、香川県観光協会との連携や、隣町である多度津町にもエリアを広げ、歴史文化資源が残る地域の活用についての意見交換も行った。当初は「活用できる歴史的資源がない」とのお話があったが、延寿閣、中津万象園等天守以外の歴史を感じる場所が数多く存在し、改めて丸亀城を中心としたエリア開発の可能性を感じた。例えば、隣接する多度津町にも視察を行い、商家や町割りが今もなお残る、歴史的なまちなみとして非常にポテンシャルの高い地域であったと感じる。地域の名士の邸宅を中核とした、分散型エリア開発が進むことを期待する。

町割りが残る場所を今から手を加え、保存しながら活用するエリア開発を行うことで通過型観光から滞在型観光へシフトしていくことが出来る、可能性が十分にある旨を市長へご説明する運びとなり、市長からも前向きなコメントを頂戴した。

本事業の成果として、丸亀市の観光戦略プランに城泊について記載され、文化財の保存活用計画の基本構想に城泊の検討について加えられたことから、更なる城泊の取組み推進を期待する。

今後の展望としては、民間事業者と連携し地域に存在する歴史的資源を滞在可能な拠点としていくことで、消費者が訪れ、税収以外の収益が上がり文化資源の保存資金にしていくことで、丸亀の大事な資産を残しながら、観光消費額の増加を見込むことが可能となる。これまでの「お城好き」の来訪者の幅を広げ、地域ならではの文化価値・付加価値を感じられる層も十二分に獲得できるポテンシャルがあるため、継続的に取組みを進めていただくことが非常に重要となる。

(6) 臼杵のんき屋

1. エントリー概要

エントリー主体	臼杵のんき屋
対象地域	大分県臼杵市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月 6日 13時 第2回 2021年 1月15日 16時30分 第3回 2021年 2月16日 10時
支援方針	・行政及び民間団体が積極的に進めたいという意向のため、官民連携の調整、城泊事業を取り進める組織体の特定（または新設）を進める。
専門家視察	第1回 2020年11月19日 第2回 2021年 2月18日
専門家からアドバイスした内容	・臼杵の街は保存・整備が既にされており、地域全体でも合意が出来ているため、活用のフェーズに進める段階と考える。 ・事業者については、投資と回収のバランスが整えば集まってくると思う。プレゼンテーションを発信していくことで集めることは出来る。ただ、整備については行政がする必要がある。 ・ポイントはチームを小さく組成し、まずは取り組むこと（スモールスタート）である。住民にも色々な意見の人がいるが、始まって目に見えて人が増えて、地域にとってプラスということが分かれば、協力者は増えていく。まずはスピード感をもって運営を始めること。

3. 専門家からの講評（他力野氏）

臼杵は、城下町のまちなみや歴史的建築物が数多く残る一方、滞在可能な宿泊施設不足や、観光地としての磨き上げの要素が十分な地域である。オンライン初回打合せの際、申請主体である地域内任意団体と市役所の方々が密に連携を図っている様子が見受けられ、活用意欲が非常に高く、地域の実施体制もおおよそイメージができる状態で、専門家派遣事業が開始した。

現地視察時の協議及び助言として、臼杵市が元来造船業や醸造業が基幹産業であり、今後観光を基幹産業の一つとするか否かを、市として方向性を示す必要があることをお伝えした。また、実際に城や城下町の歴史的資源を活用する実施主体の連携先についての検討も進めた。臼杵城は城跡であり、復元された大門櫓の活用及び城下町の古民家等の歴史的建築物の活用が主軸となり、まちの滞在をどのように創出するか構想や協議を行った。具体的な活用に向けて、「住民理解」の必要性、「運営主体」の決定、「ハード整備」に伴う環境整備について、大洲での取組事例等を参照しながら、臼杵での場合をデザインしていった。

城や城下町の歴史的資源の活用はあくまでも手法の一つであり、「市を挙げて観光まちづくりを推進する」と決断する事が大切である。次に、受入環境整備、情報発信、認知度向上、更なる展開として、核となる滞在拠点を整備し、すそ野を広げる。住民理解については「百聞は一見に如かず」であるため、実物が見えると納得していただける側面が強い旨も併せてお伝えした。

また、観光は「産業」であることから事業者は「投資」と「回収」のバランスを鑑みて参入してくる点や、地域内事業者の巻き込みあるいは外部参入の促進についても、丁寧に検討する必要がある旨、根本は臼杵市としてどのような観光まちづくりを推進するかに尽きるという点を踏まえ、目指すべき方向性について議論を重ねていった。

二度の視察及び、市長へのご説明を経て、城下町泊の推進に向けて官民連携での推進体制と次年度の具体的な活用のアウトラインが描くことが出来た。次年度以降、運営事業者を改めて選定し、具体的に活用（例えば大洲城のスキームを参考に実施体制の決定、志ある観光まちづくりを推進する事業者との連携、地域金融機関との連携、城下町の滞在拠点の整備等）に向けて進めていくことが望ましい。また、臼杵の豊富な資源を活用し、食文化創造都市への発展、城下町泊の推進、地域の観光推進体制の構築等並行して進めることが非常に重要である。

(7) BIOSOPHY ARCHIVES 七部会議

1. エントリー概要

エントリー主体	BIOSOPHY ARCHIVES 七部会議
対象地域	宮崎県東諸群綾町

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	2020年10月6日 16時
支援方針	<ul style="list-style-type: none">・城及び周辺の施設の活用を含めた城泊として取り組むことを検討。・農村地域であるため地域資源を生かした農泊を検討。
専門家視察	2020年11月18日
専門家からアドバイスした内容	<ul style="list-style-type: none">・中世の城ということもあり、一般的にイメージされるお城とは趣が異なるため、非常に面白い。周辺の活用されていない施設と組み合わせれば、十分宿泊事業は可能。・また綾町は有機農業で有名な地域。有機野菜の体験と組み合わせれば農山漁村進行交付金の活用も検討してはどうか。

3. 専門家からの講評（上山氏）

エントリー主体である地域組織が比較的若い住民によって組成されており、現代のニーズに沿った検討がなされていた。今後、行政サイドとの折衝を行う段階へ進むこととなる。

これから城泊を検討したいが何から始めればよいかという相談内容であったため、他の地域同様、法制度の整理やステークホルダー（関係各課）への確認など城を宿泊施設として活用する為に必要となる手続きの確認し、進めていくように助言を行った。

また綾町は有機農法に取り組むことで有名な地域であり、農林水産省の農山漁村振興交付金活用を検討することで地域らしさが増し、地域訪問の目的及び城泊に付随するコンテンツとしてよいと感じた。綾城は江戸時代ごろの城の外観を復元した一般的な例と異なり、戦国初期の風貌を再現した珍しい例であるため、この点も地域らしいコンテンツになる可能性が高いと感じた。

城の指定管理者としての可能性なども探っている様なので、今後行政側との折衝が進み、具体的に動き出すタイミングで伴走していくことで、大いなる成果を上げる可能性を感じる。

寺泊

(1) 寶林寺

1. エントリー概要

エントリー主体	黄檗宗眞福山寶林寺
対象地域	群馬県邑楽郡千代田町

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月13日 10時30分 第2回 2020年11月12日 14時30分 第3回 2020年12月24日 15時
支援方針	<ul style="list-style-type: none">・市街化調整区域内における開発許可制度の弾力化が示されているため、物件の用途変更は可能。担当となる群馬県への確認及び調整を行う。・寺周辺が農地であり、檀家にも農家がいるため、農泊に取り組む可能性を検討。
専門家視察	2020年11月30日
専門家からアドバイスした内容	<ul style="list-style-type: none">・旅館業法の取得には時間がかかると考えられる。民泊新法を活用し開業するのも一つ。時期を逃さないように、地域でも機運が高まっている今始めた方がよい。・ターゲット（客層、単価）、事業内容から逆算して、収支の計算をした上で、どちらでやるべきなのか（どちらから始めるのか）を判断することが大切。

3. 専門家からの講評（和栗氏）

宿坊運営会社のスタッフとして経験とノウハウも持ちあわせている若い住職の日頃の実感により、ターゲットをSBNR（Spiritual But Not Religious）層と狙いを定めてプランニングがスタートした。SBNRとは、無宗教型スピリチュアル層を意味し、欧米豪などでその拡大が潮流になりつつあり、日本国内においてもおそらくそうした潮流と無縁ではないであろうという仮説に基づいている。

本堂に隣接する民家を活用しようとする本件の進行にあたっては当初、旅館業法での開業を想定していたが、寺院境内が市街化調整区域にあるため、そのハードルを越えるには相当な時間がかかるであろうことが予想され、最終的には住宅宿泊事業法による「民泊」を選択することになった。地元で生まれ育ち、檀家や仲間の信頼も厚く、地域の反対もなく、町長をはじめ町ぐるみで応援しようとしているにもかかわらず、スタート地点に立つことすら容易ではなく、多くの時間を確認作業に費やすことになった。

民泊を新規に開設して運営するにあたっては、運営オペレーションやエリアマネジメント等を担当する法人を立ち上げることになった。施設に関して寺（宗教法人）と賃貸借契約を結び、町をはじめとするステークホルダー各位はその法人を支援するという事業スキームである。そうすることで資金調達の対象にもなりうる。こうしたスキームは、宗教法人が事業を展開するに際しては、スタンダードな方策であると考えられる。

なお、今後の課題としては、観光とは無縁の地にあって、いかに集客・誘客するか、ゲストにいかなる滞在価値を提供できるかなどについて、引き続き町ぐるみでの熟考が求められる。

(2) (一社)加賀市観光交流機構

1. エントリー概要

エントリー主体	(一社)加賀市観光交流機構
対象地域	石川県加賀市大聖寺

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月 5日 15時 第2回 2020年10月14日 15時 第3回 2020年12月22日 15時30分 第4回 2021年 2月25日 15時30分
支援方針	<ul style="list-style-type: none">・ DMO からのエントリーのため、寺側の意向の確認が必要。打ち合わせ、視察では檀家総代にも参加いただきながら取り進める。・ まずはワーケーション施設としての開業を目指すため、施設改修に必要なポイントや事業スキーム（檀家やDMOそれぞれの役割など）を検討する。
専門家視察	2020年11月25日～26日
専門家からアドバイスした内容	<ul style="list-style-type: none">・ 全国的に廃寺、空き寺が多くなっている中、実証院は檀家のつながりもあり、空き寺ではない。単なるインバウンド向けの宿泊施設ではない形で進めるべき。・ 寺の財政再建が目的なのであれば、外部事業者を入れると手元に残る収益が減るので要検討。・ 事業は多角展開（宿坊、ワーケーション施設など）しておいて、それぞれの運営が分かれていてもいいと思う。

3. 専門家からの講評（和栗氏）

自治体と加賀大聖寺藩主の菩提寺（宗教法人）によるコラボレーションという「公・宗」連携のモデルケースにもなりうるという期待もあって、初回会合に地元メディアが立ち会うなど注目のプロジェクトとしてスタートした。

そもそも観光庁「寺泊」事業は、体験型宿泊コンテンツとしての「寺泊」の推進を主たる目的としているが、本件に関して市側は、当初より全国的にも有名な地元の温泉郷を宿泊の拠点とするワーケーションのプロモーションを展開するにあたり、温泉に宿泊してアクティビティとして寺院での座禅体験などを提供することを「寺泊」と解釈・理解し、その「広く解釈した寺泊」をツアープランに組み込むことで他地域のワーケーションと差別化できると考えていた。一方、住職不在で実質的に檀家が運営している寺院側は、歴史的建造物の維持保存と寺院そのものの認知度アップを最重要課題としており、そうした目的に資する方策として境内で空き家となっている民家を活用した「寺泊」に期待していた。

こうした異なる目的を持つ当事者間のコラボレーションは、その調整に時間がかかることが予想されたが、結果として今回の寺泊事業が年度内事業という時間的な制約もあって、まずは市の当初プラン通り、温泉郷のワーケーション目的の滞在客に提供されるオプションのアクテ

ィビティとしての寺院施設の一時利用（座禅、リモートワークの場所提供など）という位置づけで、旅行商品が販売されることになった。「寺泊」の主旨である寺院関連施設での宿泊については、ワーケーションの手応えや調査等を踏まえて、その実現は2年後ということで一旦の決着を見た。

先々を見越して寺院側は、将来的な宿泊の提供については諸条件から「民泊」を選択することとし、そのために民泊登録の申請と運営の一部を外部の住宅宿泊管理業者に委託するというスキームを選択することにした。そのスキームを実現する理解のある地元の協力会社をみつけることもできた。

今後の課題としては、地域のシンボルともいえる寺院を活用するにあたって、①公宗民連携のそれぞれの役割の再確認、②自治体のプロモーション目的の活用にとどまらない継続的な寺泊運営のための試算、③誰が責任を持ってプロジェクトをプロデュースしていくかその主体を明確にすることなどが挙げられよう。

(3) 圓立寺

1. エントリー概要

エントリー主体	圓立寺
対象地域	福井県大野市錦町

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月 5日 13時30分 第2回 2020年12月17日 14時
支援方針	・寺泊に対する知識を住職及び近隣住民、檀家に知って頂き、寺泊挑戦に対する合意形成を図る。
専門家視察	2020年12月27日
専門家からアドバイスした内容	・宿坊はそもそも寺院存在の基本的な理由でもあるため、積極的に行っていくことを考えるべき。 ・その際は、公的資金に一方的に頼るべきではなく、早く自走できるような経営計画を立てるべき ・祈祷の寺としての性格や住職のキャラクターを活かした宿坊とし、ゆくゆくは寺町全体が人を呼べるエリアとなり、この地域を盛り上げていく一助となること。

3. 専門家からの講評 (和栗氏)

現地は「越前の小京都」として知られる城下町で、朝市でも賑わい、オシャレなゲストハウスも近年次々と出現している。まちの中心部に寺町があり、本件寺院もその寺町に位置し、絶好のロケーションといえる。そうした地理的な特性を活かして、寺院存続と地域の活性化に寄与しようと今回のエントリーが意図された。

宿泊施設としては庭の庭園を望む庫裡の2部屋を活用する。住職とのオンラインでのミーティングを実施する中で、寺院単独ではなく、地域の応援があるとより望ましいという共通認識に至り、それを受けて住職が、これまでに築いてきたコミュニティのネットワークを活かして、檀家総代はもちろんのこと、プロジェクトの進行にあたって支援者になってくれる可能性のある様々なプレイヤーを一堂に集めて現地でのキックオフミーティングが実施された。

そこで各人の熱い思いや意見が交わされ、実現のための資金が懸案材料であり、まずは補助金ありきではないかとの意見が複数あった。一方で補助金頼みでは継続的な活動にならないのではという意見もあり、さらに知恵を出し合って議論を深めていこうという方向になった。申請主体の諸事情により、残念ながら年度内に事業計画書をまとめることが困難な状況となってしまった。このことは、地域のプロジェクトが属人性に依拠している場合のリスクを示している。一日も早い事業構想の再開と地域ぐるみのプロジェクトの再開が待ち望まれる。

(4) 法源寺

1. エントリー概要

エントリー主体	弘経山法源寺
対象地域	山梨県南アルプス市十五所

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月16日 16時 第2回 2021年 2月15日 10時30分
支援方針	<ul style="list-style-type: none">・寺を中心とした古民家活用（歴史的資源の面的活用）という今までにない寺泊の事業モデルを検討する。・周辺が農地、及び檀家にも農家が多いため、農泊の取り組みを検討する。
専門家視察	2020年12月21日
専門家からアドバイスした内容	<ul style="list-style-type: none">・寺泊事業開始に向け着々と進んでいる印象。あとは運営方法や情報発信などを整備していくことが必要。・既に朝のお勤めや掃除の取り組みをしているので、お寺ならではの体験として提供できると良い。地域らしさを出すことが必要なので、近くの染物屋に協力いただき、例えばノベルティグッズとしてオリジナルの手ぬぐいを作るのはどうか。外国人観光客にも受ける可能性は高い。・1軒目については水回りもしっかりしているので、すぐにでも始められる。2軒目は面積も大きいので、中を見ないと分からないがかなり手をかける必要があると考える。その場合ハード整備に資金調達が必要なので、農泊など補助金の活用も検討すると良い。

3. 専門家からの講評（佐藤氏）

お寺の敷地に隣接していない空き家物件のリノベーションによる寺泊ということで、お寺と物件の距離やどのような物件が候補地なのかエントリーシート段階では実現可能性など判断しにくい面があった。2 物件候補地を視察し、お寺からの距離や事業性など実際に現地で見ること確認し、より具体的なアドバイスや宿坊準備に必要なこと、集客など事業の具体的計画についてアドバイスを実施した。

土地柄や公共交通機関などのアクセス性、1日1組貸し切りの宿坊という特徴を鑑みて、現実的な売り上げ計画とどこまで自前でやるか支出の計画を立て、利益と投資回収についてのイメージを作成した。

併せて、単なる一棟貸しの民泊のようになると宿坊としての魅力を出しにくく、周辺の民泊施設との価格競争になってしまうため、既にお寺で実施している朝のお勤めなどを活かしたコンテンツの充実やゲストとの接点をどう持ち、宿坊の魅力を高めるかソフトの魅力づくりを共に検討した。

通常の OTA（楽天トラベルや airbnb など）に掲載するだけでは十分な集客が見込めないこと

も想定し、独自の方法で集客をすることに労力を割く（例えば専門会社へ依頼するなど）ことに予算を割くといった、限られた資金における目的に合わせた選択と集中の戦略を議論した。

宿坊事業規模や事業の新規性に関係なく、新たな挑戦には資金投資と人的投資両方が必ず伴うため、事業立上げにどれくらいのリソースを投入できるかが事業の成否を分けると考えている。エントリー段階での投資の優先順位や配分について議論を重ねながら共に検討し、自己資金以外の資金調達の実現性検討、準備を行っていく必要がある。

また周辺の果樹園農家が檀家であり、果物狩りなどのプログラムが提供できるため単なる寺泊ではなく、農泊というエリアの良さをより生かしたプランを助言した。都市部以外での寺泊を検討する場合は、農泊の助成金の活用も検討することで、実施における資金調達につながると思われる。

(5) 武井坊

1. エントリー概要

エントリー主体	身延山宿院 武井坊
対象地域	山梨県南巨摩郡身延町

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月 8日 13時 第2回 2020年12月 1日 15時30分 第3回 2020年12月28日 10時
支援方針	・既に宿坊は運営しているため、新たな客層を呼び込むための情報発信の方法を検討する。 ・住職のキャラクターや身延の農・自然（農泊）を生かした武井坊オリジナルの体験コンテンツを造成し、販売方法を検討する。
専門家視察	第1回 2020年10月29日 第2回 2021年 2月17日-18日
専門家からアドバイスした内容	・体験コンテンツの価格は、想定するターゲットに対しては、現在の想定より高額でも販売は可能。むしろ継続して提供し続けるためには、時間のコスト等をしっかり織り込んで値付けをした方がよい。 ・走ることが瞑想とリンクすることが重要だが、登りではなかなかわからない。コース設定はターゲットに合わせ、より魅力的になるよう再考した方がよい。 ・定期開催と、不定期開催（受注型）で内容を変え、定期開催は極力年間スケジュールに落とし込んで、早目にリリースしていった方がよい。ここにいつくれば、トレイル瞑想ができるかわかる状態にすることが、軌道に乗る早道。

3. 専門家からの講評（佐藤氏）

武井坊は日蓮宗総本山久遠寺の塔頭寺院として長年宿坊を運営し、参拝者を受け入れてきた経過がある。従来は団体や檀家の参籠が主であったが、その数も年々減ってきているため一般客の受け入れを増やすための戦略、強みを磨き上げ、事業の計画づくりを実施した。身延山という霊山の中にあり、総本山のお膝元に位置するという環境を活かすこと、また住職自身がトレイルランナーでもあり、町おこしとして8年以上もトレイルランニングの大規模イベントの主催を行っている実績とネットワークを活かし、仏教瞑想とランニングを掛け合わせた独自のメンタルトレーニングメソッドをプログラムとして完成させた。サービス設計にあっては顧客目線で一度体験することでターゲットがより明確になり、プログラムの言語化、コースの選択、事前準備やアウンスの内容決定、そして価格と開催頻度を現実レベルで計画に落とすことができた。

プログラムの周知と販売促進が今後の最重要課題であり、PRにも投資が必要であるため、販売もお寺単独だけではなく専門会社に依頼することや、助成金の申請検討など資金繰りについても踏み込み具体的なアクションリストを作成した。

(6) 方広寺

1. エントリー概要

エントリー主体	大本山方広寺
対象地域	静岡県浜松市北区引佐町奥山

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月 8日 15時 第2回 2020年12月 9日 14時 第3回 2020年12月22日 14時
支援方針	<ul style="list-style-type: none">・団体旅行から個人旅行へのシフトという既存宿坊における課題解決のモデルとして検討する。・本山という大きな組織における寺泊の取り組み方法を検討する。
専門家視察	第1回 2020年11月11日 第2回 2021年 1月22日
専門家からアドバイスした内容	<ul style="list-style-type: none">・既に施設は出来上がっているなので、明確なターゲット設定（新しい客層の開拓）とそれに基づくプロモーション（必要に応じて軽微な改修）がポイント。・現在始めている個人客受け入れも同時並行で進めると良いと思うが、彼らが求めているのは安くてそれなりの質の宿泊場所なので、方広寺が受け入れるべき客層とは異なる。・お寺のグレードが高いので、しっかり価値の分かる客層（例えば禅寺体験などを希望する経営者など）をターゲットとするのがよいと思う。

3. 専門家からの講評（佐藤氏）

方広寺は臨済宗方広寺派総本山であり、1371年からの歴史のあるお寺である。広大な敷地には団体の企業や学校を400人まで受け入れ可能な宿坊も持ち、坐禅、写経などを含めた宿泊研修を実施していた。個人への週末修行なども販売を始めてはいたが、認知度が低く販売も自社サイトのみであったので、より販売を拡大していくためのアドバイスと事業計画、予算計画づくりの支援が主とした。職員が任期制である大きな組織による寺院運営は行政機関にも近く、住職1名で意思決定し実行できる宿坊とは体制が大きく異なるため、現状お寺が抱える問題の洗い出し・共有から、組織運営と意思決定の規則など、宿坊事業発展に着手するために必要なタスクの整理から始めた。

小さな1寺院と違う本山ならではの格の違い、所有する有形無形の資産は非常に価値が高いものの、面積の大きさに伴い管理や修繕のコストが大きくなるため、その規模がゆえの難しさがあった。また務める職員や僧侶の方も、大きな本山であるため宿坊以外の業務で手いっぱいであり、新たな取り組み、特にITを駆使した業務には不慣れであったこと、人員増強やハード面の改善に投資を行う意思決定は年間で決められ、委員会での合意形成が必須であるため、そういった合意形成や手続きに時間と労力が必要となる難しさもあった。

今回は一般顧客をオンラインで集客するために必要となる業務を講義形式で関係者の皆様にご説明をさせていただき、年間予算を決める委員会での検討材料を整理した。また宿坊運営の集客強化に投資を実施していくために、その投資によって今後どのくらいの売り上げや利益の増加が見込めるのかの説明が必要となるため、事業の目標計画づくりを支援した。未来の計画を具体的な数字で立てること、計画達成に必要な投資や人員計画をどうするか、組織内で検討をし始めたことが、お寺にとって、またご担当者の方にとっては変革の第一歩で意義のあることであったと感じている。ワーケーションなど新たな旅のスタイル、企業のオフサイトミーティングなど会議室としての需要など今まで実施してきた大規模集合研修とは異なるニーズも潜在的に大きいと考えられるため、その受け入れを想定し、Wi-Fiを強化する設備投資や代理店との提携などハードとソフトの投資に使用できそうな公的な助成金情報も観光庁、事務局より提供した。

(7) 妙泉寺

1. エントリー概要

エントリー主体	妙泉寺
対象地域	静岡県富士宮市上柚野

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月 1日 10時30分 第2回 2020年10月16日 14時 第3回 2020年12月 9日 16時30分 第4回 2020年12月18日 14時
支援方針	・「寺ンピング」のモデルケースとして検討するため、グランピングの専門家である株式会社 glass 橋本勲氏を招聘し、検討を進める。 ・農村地域であり、自然体験学校とも連携した事業を進めているため、農山漁村進行交付金の活用を検討する。
専門家視察	2020年11月16日
専門家からアドバイスした内容	和栗氏 ・お寺から始まる地域貢献、布教活動としての寺泊というコンセプトは非常によく、近年増えている寺泊も正にそうした流れ。 ・一方でビジネスの観点を持たないと長続きせず、ましてや行政の補助金頼みになってしまっただけでは当初の目的が達成できない。検討している事業にいくらならかけられるか、かかる費用を何年で回収できるか、ぼんやりでもいいので算出して頂きたい。 橋本氏 ・自然も豊かで景色もいいので、グランピングは非常に良いと思う。また住職の想いも素晴らしい。 ・一方でグランピング実施において、法規制の確認が必要である。特に富士宮市では景観条例などが制定されている場合がある。市役所にも確認し、問題なく事業が実施できるか、問題があるとすればどのように対応すればよいか検討頂きたい。

3. 専門家からの講評（和栗氏）

応募の段階では、朝のお勤めや瞑想、朝のお散歩（観照術）などを通して心と体を調える「ビジネスマンのお悩み相談宿」とターゲットを限定し、境内の裏山を整備してテランピング（お寺でグランピング）、あるいはコテージやキャビンを設置するなど大がかりな初期投資が想定されていた。そのため、グランピングとキャンプの専門家を紹介し、住職が予定地の現況を撮影

した動画をもとにオンラインのミーティングを繰り返した後、現地視察を実施して、具体的な図面や施工デザイン、収支計画にまで話が及ぶに至った。

一方でそれ以前の問題として、予定地が市街化調整区域内であることと市の都市景観条例などの規制により、グランピングやコテージなどの実現が容易ではないことが判明し、軌道修正を余儀なくされることになった。しかし、そのことによって改めて地域の特徴や地域の人たちとの関わりを見つめ直す機会ができた。結果として、地域全体が棚田で構成され、信号が1つもなく、どこからでも富士山を眺めることができるという絶好のロケーションを活かした、ビジネスマンに限定しない心を整える「お寺の森宿」というコンセプトを明確に描くに至った。

檀家や周辺の方々のごほとんどが農家であることを活かした「農泊（アグリツーリズム）に特化した寺泊」という特徴をもたせる構想である。その上で、まずは手はじめに初期投資が小さく準備期間も長くなくスタートできる「寺キャン」（お寺でキャンプ）による宿泊の提供をベースに、地域のネットワークを最大限に活かした農泊的要素（援農、焚き火、森の学校、ワーケーションなど）を盛り込んだ形で弾力的に試運転を開始する方向となった。

今回の一連のプロセスのなかで、農山漁村にある寺院での「寺泊」と「農泊」の親和性が高いという知見を得ることができた。最後に本件の課題として、お寺と地域の人たちが継続的に笑顔で関わり続けることができる持続可能な「寺泊」の運営を実現するために、収支計画についてより慎重に再検討することが望まれる。

(8) 浄土真宗本願寺派 覚成寺

1. エントリー概要

エントリー主体 浄土真宗本願寺派 覚成寺

対象地域 岐阜県安八郡安八町

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時 第1回 2020年10月 8日 11時
第2回 2020年12月28日 11時15分

支援方針

- ・寺を中心とした古民家活用（歴史的資源の面的活用）という新しい寺泊の事業モデルを検討する。
- ・歴史的な地域資源を活用した面的な観光コンテンツの造成について検討する。

専門家からアドバイスした内容

- ・現状をお伺いして、庫裏の改修にはかなりの金額がかかると予想される。まずは知り合いの設計士に見て頂き、おおよその改修の見積もりを取ると良い。やりたいことを書き出した中で、それぞれどのくらいの費用がかかるかをイメージすることで事業の土台が見えてくる。
- ・併せて旅館業法の許可が取れるかの確認が必要。設計士に平面図を起こしていただき、それを管轄の自治体に持参し相談することで何が必要か教えてくれる。
- ・運営に檀家や地域住民に入って頂くことを考えると、事前に話をして協力体制を築いておくと思う。

(9) 株式会社 KOMINKA 企画

1. エントリー概要

エントリー主体	株式会社 KOMINKA 企画
対象地域	滋賀県長浜市高月町

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月15日 15時 第2回 2020年12月18日 17時30分
支援方針	・寺を中心とした古民家活用（歴史的資源の面的活用）という新しい寺泊の事業モデルを検討する。 ・歴史的な地域資源を活用した面的な観光コンテンツの造成について検討する。
専門家視察	2021年1月12日
専門家からアドバイスした内容	・KOMINKA 企画が中心となってしまうと、見た目上地域の人が手伝っている感じがなくなってしまうので、地域の協力を得られるように、寺が中心となる方がよい。 ・観光だけではなく、町や観音をどう守るかという目線を大切にすべき。町を挙げたムーブメントになって欲しい。市を動かすためには、市の観光計画に合致していることを確認し、市と相談する必要がある。 ・観音以外では道の用水路や鯉、花も町の魅力。それらも地域資源として活用すべき。例えば写真や動画などビジュアルで訴えかけることでもっと獲得できるのではないかな。

3. 専門家からの講評（和栗氏）

古民家再生と宿泊施設の運営を手がけている地元企業と、地域で飲食店（手打ち蕎麦）も経営している寺院住職・副住職による、新たな地域活性化プロジェクトとしてスタートした。家々のあいだを縫うように鯉が泳ぐ水路が張りめぐらされ、水車が今も現役でまわっていることに象徴される自然に恵まれた現地は、歴史好きには「観音の里」としても知られ、歴史的芸術的価値のある観音様およそ120体が地区ごとの観音堂にお祀りされており（中には国宝もある）、信仰が日々の生活の中にいきづいている。

しかし、この観光資源を活用しようとしても、各地区それぞれが独立して管理しているため横の連携がなく、実際に旅行者が観光の里を訪ねても、各地区のお堂が開いているのかどうかの情報すらない。そうした根本的な課題の解決をも含意している本プロジェクトでは、エリアマネジメントなどプロジェクト全体をプロデュースしていく事業主体としての団体を立ち上げることにした。寺・民間企業・自治体（地域振興課・歴史遺産課）・観光協会・地元商工会・地域金融機関などがビジョンを共有して、相互にサポートしながらプランを実現していくスキームである。地域ネットワークのハブとなっている寺院住職がプロデューサーとしてプロジェクトを牽引していく。

まだまだスタート地点に立ったばかりだが、これまで連携が十分ではなかった関係各所が、今回の観光庁「寺泊」事業を契機として地域の活性化をめざすその端緒につくことができたことは積極的に評価できるのではないだろうか。ちなみに宿坊開設資金の一部は、マーケティングを兼ねてクラウドファンディングを活用する。今後の課題としては、拠点となる宿泊施設を整備する一方で、地区間を調整して情報を集約・発信する仕組み作りが望まれる。

(10) 大泉寺

1. エントリー概要

エントリー主体	大泉寺・路地 ing
対象地域	京都府京都市上京区室町通

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	2020年10月13日 13時
支援方針	・宿坊運営と組み合わせたカフェの運営方法や事業計画の立案を検討する。
専門家視察	2020年12月3日
専門家からアドバイスした内容	・宿坊との組み合わせと考えると、宿坊のラウンジにあるカフェのイメージがよいと思う。宿坊とお寺の付加価値を高めるための投資として捉えるとよい。 ・クラウドファンディングは様々な方法を様々な会社が行っている。それぞれ特徴があるので、ご自身の事業規模やリターン出来るものなども考えながら、合うものを選択していただきたい。ポイントとなるのは、「支援いただく方の目線で考えること」、「支援いただきたい方が誰で、どのように感じられるかをイメージすること」である。

3. 専門家からの講評（佐藤氏）

お寺周辺の空き家3軒を一棟貸しの宿坊として運営中であり、京都全体で宿泊施設が急増する中で競争激化を想定し、事業の持続可能な成長と運営形態を模索することを主の支援とした。

本堂横の建物が現在空いているので、そこをカフェとして改装し、地域の人と宿泊者が交流できる場とし、現在素泊まりのプランのみで販売しているので、地元の野菜や京料理を楽しめる朝食プランを作るなど、カフェを基軸とした既存宿坊の価値を高める事業計画の作成を支援した。

宿坊事業を強化する新たなコンテンツとして、空きスペースにおいて飲食業許可取得可能か、実際にどのくらい改装コストがかかるかなど、具体的な相談は設計会社などに依頼し計画をするとし、カフェ開業によって今後の宿坊事業がどう成長するか、カフェ投資のための銀行融資に必要となる事業計画づくりを支援した。

宿坊での食事の提供は宿泊業としては最もよくある追加サービスであるため、今後同様の事例は増えると予想される。カフェ単独での事業採算が厳しくても、宿泊者への付加価値として実施することで宿泊単価や顧客満足度が上がり、複合業態となることで寺泊を強固なビジネスにすることに繋がる。宿泊事業を数年間取り組んだ宿坊におけるコンテンツやサービスの向上に資する事例である。

(11) 立本寺

1. エントリー概要

エントリー主体	株式会社ティ・エー・エス
対象地域	京都府京都市上京区一番町

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	2020年10月14日 13時
支援方針	・寺泊のブランド化、展開方法について検討。
専門家視察	2020年12月3日
専門家からアドバイスした内容	・既に宿坊を開業しており、訪日外国人旅行客を中心に十分な受け入れをしているため、現段階で宿坊の経営については申し分ない。 ・寺泊の全国的な周知は観光庁で検討頂いている事項であると同時に、専門家派遣もすそ野を広げるための事業と理解している。引き続き意見交換をさせて頂き、寺泊の認知度を高めるための活動を進め、専門家として観光庁にも働きかけをしていきたい。

3. 専門家からの講評（佐藤氏）

立本寺は京都の町中、本山敷地内の一棟を大きく改装し民間企業により運営されている宿坊である。その運営を株式会社ティ・エー・エスが担当している。今後、民間企業が寺院と提携し、建物の所有はお寺、運営は専門会社である民間企業が入る事業連携、所有と経営が分離するタイプの宿坊も増えていくと予想される。宗教法人では大きな借入れが困難な場合があり、規模の大きな宿坊の経営は運営コストも大きくなるため、宿坊の運営を専門的な民間企業に任せ、お寺は安定的な地代家賃を受け取り、宗教文化体験を提供する部分に特化するなど役割分担することでより質の高い寺泊を展開することが出来る。

本専門家派遣では、経営アドバイスや事業計画づくりの支援ではなく、今後、日本から世界に「宿坊」「寺泊」という日本独自の個性的な宿泊体験をどう発信し、発展させていくか、宿坊業界全体による連携を検討することが主目的となった。立ち上げから開業までに至る問題や超える必要のあったハードルの情報交換や成功、失敗の事例の蓄積、業界全体の底上げを連携するパートナーとして、1 寺院の宿坊立ち上げや発展だけにとどまらず、この宿坊そのものの魅力を国内、海外に発信するための提案や議論を行った。

海外の旅行博覧会に観光庁の支援を受けながら業界として出展する、御朱印やグッズなどを組み合わせた運営、宿坊を渡り泊まるプログラムなど、全国に魅力的な宿坊が増えている中で、それぞれの宿坊が連携していくことで寺泊全体の魅力が向上すると考えられる。次年度以降の専門家派遣事業の中でこうした広がりを検討する価値は十分ある。

(12) 正暦寺

1. エントリー概要

エントリー主体	宗教法人正暦寺
対象地域	京都府綾部市寺町堂ノ前

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	2020年10月7日 13時30分
支援方針	<ul style="list-style-type: none">・宿坊経営の安定化を第一に、受け入れ人数及び部屋数の拡大を検討。・地域の巻き込みのため、農山漁村進行交付金の活用も検討。
専門家視察	2020年12月3日
専門家からアドバイスした内容	<ul style="list-style-type: none">・既に運営をしており、設備も十分。足すところは殆どないので、どこまで多くの人を受け入れるかがポイント。→玉川氏が殆どの対応をしているので、現状では拡大が難しい。玉川氏が対応しなくてもいい部分を増やし、体制整備を進めることが必要。・ホームページは玉川氏が作成しているが、今後の多言語対応やPR動画の作成などが必要となるため、計画には目標を書きつつも、段階を踏んで改修していく方がよいと思う。

3. 専門家からの講評（佐藤氏）

正暦寺は京都駅から電車で1時間半の綾部駅から車で10分、山に囲まれ川を一望できる宿坊である。住職自ら腕を振るう食事に個性が光っており、オリジナリティのある価値であると感じた。開業から1年経ち、宿泊受け入れに慣れてきた段階であったため、より積極的な集客をオンラインで実施する計画をたて、住職夫婦のみでの運営から檀家や地域の方と運営会社を立ちあげ運営体制を強化していく計画を進めた。

コンテンツや宿坊運営のホスピタリティなどすでにより高いレベルにあり、ハード面も十分に整っているため、課題は①高価格での販売と②滞在日数や1組当たりの宿泊人数を上げることでのコストダウンの2点に絞られた。食事の質が高いため食材原価が高く、また1日1組なので稼働率を上げることが困難であるため、販売価格を下げずにいかに顧客獲得ができるか、事業計画に落とし込む作業を行った。人件費や清掃費用など自前で行っている部分のコスト計算を細かく洗い出すことからはじめ、利益をどう出すか収益計画を月次で立てることで、より具体的なアクションプランにまで落とすことが出来た。

また地域農業体験や自然体験に恵まれる場所なので、今後は地域事業者と委員会を立ち上げ、農林水産省の農山漁村振興交付金を活用することの検討も並行して進めた。具体的な運営形態や地域連携の話まで進めることが出来たことは大きな成果である。

(13) 海蔵寺、楞嚴寺

1. エントリー概要

エントリー主体	宗教法人大泰寺
対象地域	和歌山県東牟婁郡那智勝浦町下和田

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2020年10月 1日 15時 第2回 2021年 2月19日 9時30分
支援方針	<ul style="list-style-type: none">・宿坊の面的展開という寺泊の先進モデルを検討。・寺の維持管理を目的とした宗教法人の解散、新法人による寺の所有といった新たな寺の存続方法について検討する。
専門家視察	2020年12月10日-11日
専門家からアドバイスした内容	<ul style="list-style-type: none">・楞嚴寺は残す価値のあるお寺と感じている。そして同時にとても難易度が高い。資金調達もそうだが、ビジネスに乗せるまでがかなり難しく、すぐに解決はしないと考える。・資金調達については、お寺の価値を正しく理解してもらえる出資者（パトロンのような存在、個人法人不問）を探すこと、その出資者にお寺を預けることに対しての住民・檀家からの理解を得られるような意識醸成が必要。・来年度には登録有形文化財の手続きが終わるとのこと、文化庁の補助金の活用も検討してもよい。・宗教法人を解散させるかどうかについては、檀家さん、地域住民とのやり取りも必要。寺の保有資産の保全については、社団法人や財団法人の総有（団体の財産として保有し、財産持分及び利益分配をしない）としてみてはどうか。

3. 専門家からの講評（佐藤氏）

楞嚴寺は同地域にある大泰寺の住職が兼務している寺院であり、海蔵寺は住職のお父様が住職を務めている寺院である。両寺院とも置かれる状況や課題は異なるが、人口減少地域において檀家からの布施収入に頼った運営に限界が来ていることに住職が問題意識を持っており、解決の1手段として宿坊事業に着手したいという相談であった。

大泰寺の宿坊で成果が見え始め、1寺院だけではなく、周辺の複数の寺院にて宿坊を開き、その清掃や管理業務、体験の提供などにおいて協力体制を作り、面として宿坊を基軸に寺泊を展開することで、地域創生に取り組む構想を住職が持っており、このような住職、地域が出てきていることはお寺業界の希望の星であるとともに、今後全国でこうした流れが広がっていくことが望ましい。1つの小さな宿坊だけでは魅力は乏しくとも、地域全体で数を増やし、価値創造していくことが実現することで寺泊における運営形態の多様性が増し、より多くの寺泊が

展開される可能性を秘めていると感じた。この2寺院については、詳細な事業計画を立てることよりも、現在の課題を整理し、数年後の立ち上げを見据えた計画を作ることが第一であった。

海蔵寺は寺院規則に宿坊運営の項目がないため、まずはその変更から必要である。また現在お父様が住職を務められているので、お父様からの意向も聞きながら具体的な事業計画を作成することが今後求められる。

楞嚴寺は檀家の数も少なく、お寺の建物自体の老朽化が著しいため、再建には相当額が必要となることと、立地が人里離れた山の上であり、具体的な事業プランを描くには非常に時間を要すると推察される。

楞嚴寺は国の登録有形文化財となることが今年決まった。これから100年、200年地域の宝として残していくためには、民法上4つある保有形態のなかで、どれが最適なのかを探っていく必要がある。それに際しては地元（檀家）の声を聞きながら合意形成を図ること、また合意形成の過程に様々なステークホルダーに参加してもらうことで時代を超えていく「新しいあたりまえ」（現在、宗教法人法や一般認識においても、宗教法人の目的として営利事業や社会的事業は含まれていないが、今後は様々なステークホルダーに参加してもらうことで宗教法人が社会的事業を布教活動とは別に行っていくこと）を形作る可能性を提言した。それが「良き先祖」（未来から現在を見たときに、我々が未来の人に誇れることをしているか、よい先祖と見られる取り組みが出来ているか）という感覚の共有にも繋がり、結果として、宗教法人法の本来的な目的である教義を広めることや儀式行事を行うこと、信者の教化育成の実現にも繋がる。財産、人、地域という3つの観点からの整理が必要であり、「正解」を一旦手放した上で、起こりうる未来形と一緒に想像（創造）しながら具体的に考えていくことを住職と議論した。

専門家派遣の中で、両寺院が現在抱える問題については整理できた。今後具体的に進められる材料は整ってきている。今後の住職の活動に期待したい。

4.3 フォローアップの実施

専門家派遣が終了した後、必要に応じて事務局にてフォローアップを実施した。

○農泊に関するフォローアップ

次年度以降の展開として、農林水産省の農山漁村進行交付金（農泊の推進）の活用を予定している6団体に対して、個別説明及び担当部署への紹介を行った。

①個別説明及び担当部署の紹介

日時	2021年1月29日 14時～15時
相談者	寶林寺 海野氏
支援内容	・農泊の活用について、関東農政局の担当官との相談機会を調整（関東農政局） ・その他補助金の申請に向けてのポイントを伝える

②個別説明及び担当部署の紹介

日時	2021年2月4日 14時～15時
相談者	法源寺 横山氏、妙泉寺 川手氏
支援内容	・農泊の活用について、関東農政局の担当官との相談機会を調整（Web） ・その他補助金の申請に向けてのポイントを伝える
その他	通信状況が悪かったため、2者に対して後日事務局より別途説明

③個別説明及び担当部署の紹介

日付	2021年2月3日
相談者	正暦寺 玉川氏
支援内容	・農泊の活用について、近畿農政局の担当官との相談機会を調整（電話）

④個別説明及び担当部署の紹介

日時	2021年2月24日 9時30分～10時分
相談者	大泰寺 西山氏
支援内容	・農泊の活用について、近畿農政局の担当官との相談機会を調整（Web）

⑤個別説明及び担当部署の紹介

日付	2021年2月24日
相談者	武井坊 小松氏
支援内容	・農泊の活用について、関東農政局の担当官との相談機会を調整（Web）

第5章 事業全体の考察

5.1 セミナーの実施について

(1) オンラインでの実施について

セミナーは城泊・寺泊の取り組みの周知及びその後の専門家派遣希望地域の掘り起こしを目的として実施した。城泊・寺泊という新しい取り組みに初めて触れる方を考慮し、「城泊・寺泊とは何か」「取り組みのポイントは何か」などについて、写真や動画を使いイメージしやすくお伝えすることを意識したことに加え、トークセッションという会話形式でのセミナーとすることで堅苦しくなり過ぎないように努めた。

提案段階ではオフラインでの開催も検討していたが、観光庁との協議により、会場に参加者を入れずオンラインのみでの開催となった。オンラインのみの開催となったこともあり、城泊・寺泊のイメージをつかみやすくするため、配信の会場を実際の城及び寺とした。結果、オンライン開催によって参加の物理的ハードルが下がったため、各回 200 名以上の参加を頂くことが出来た。またアンケートによると、セミナー参加後 9 割以上が「よく理解できた」「ほぼ理解ができた」と回答しているため、城泊・寺泊の周知という目的は一定達成することが出来たと考える。

一方でオンライン開催になったことにより、通信環境や機材の不具合により十分な内容を届けことが出来なかった。特に城泊セミナーにおいては、途中カメラ等の不具合があり参加者からも厳しい意見を頂いた。オンラインでの実施については、安定的な配信のため、より万全な準備をする必要がある。

またアンケートはウェブ回答方式を採ったが回収率が思わしくなく、参加者の意見を多く集めることが出来なかった。設問内容や設問数など回答率が上がるような工夫が必要と考えられる。

加えて、コロナ禍におけるセミナー実施であったため、公共施設である城を会場として使用するに当たっては、施設の使用可否の決定に時間を要した。次年度以降も状況が続くことが予想されるため、公共施設を使用する場合は注意が必要である。

(2) トークセッションの内容について

先述の通り、トークセッションは写真や動画を使いながら、会話形式で進めることにより堅苦しくなり過ぎずイメージが伝わりやすい演出を意識した。城泊・寺泊の立ち上げにポイントとなる 3 点をトークセッションのテーマとし、その後の専門家派遣で取り組む課題や取り組むイメージをお伝えした。登壇者にはそれぞれ城泊・寺泊に取り組んだ方に依頼し、城泊・寺泊に取り組む中でのリアルな部分をお話頂いた。結果アンケートの満足度は各回とも高く、トークセッションはセミナー参加者にも満足いただける内容になったと考える。

一方でその後の専門家派遣エントリーの希望はあまり高くなく、慎重な意見が多かった。回答者の属性もあるが、ハードルの高さを感じてしまった部分もあると考えられる。もちろん現実的に様々な確認・調整が必要となることやその大変さを伝えることも必要だが、「やってみたい」と感じて頂けるような内容を盛り込むことが必要と考える。

5.2 専門家派遣について

(1) エントリーについて

事業開始後、できるだけ専門家派遣の期間を長くするため、セミナーの準備と同時並行でエントリーシート及び選定基準の作成を進めた。結果的に事業開始から3週間弱でエントリー開始まで漕ぎつけることが出来た。また出来るだけ詳しく記載いただくため、地域の抱える課題や目指す事業構想(どのような城泊・寺泊を目指すのか)、専門家に相談したい内容、エントリーした動機などほとんどの項目を自由記述とし、詳細な選定基準を作成、基準に做った記入例を作成した。新型コロナウイルス感染症の影響を懸念したが、城7件、寺16件、合計23件のエントリーを頂くことが出来た。城・寺合わせて10件程度の採択を予定したため、定員より多いエントリーを頂くことが出来たのは成果である。

また、本事業に適した地域を選定する精度を高める(専門家派遣を実施することで事業の立ち上がりを促進させる可能性が高い地域を選定する)目的でヒアリングを実施した。ヒアリングでは、エントリーシートには表現されていない地域の現状や課題、当事者の想いを伺い、派遣地域の選定に非常に参考になった。城泊・寺泊事業の立ち上げには、当事者意識(自分たちがやらなければいけない)や事業にかける思い(城泊・寺泊に取り組みたいという熱意)が重要であるため、ヒアリングでその部分を聞くことは非常に有効だったと考えられる。

(2) 実施結果について

専門家からの意見を踏まえ、城7件、寺14件と当初の想定よりも多い件数を採択した。併せて今回は短い事業期間、及びコロナ禍での事業進行となったため、効率的に各地域の対応を進めるため、以下の方針を立てて取り進めた。

- ①打ち合わせはZoomを使用して実施し、1時間で終了するように時間を配分する。また打ち合わせのまとめ、今後のToDoを必ず確認する。
- ②現地訪問は回数を抑え、専門家及び観光庁、エントリー地域と相談し、必要に応じて実施する。併せて訪問一回の質を高めるため、事前の打ち合わせにて課題と訪問目的を明らかにし、確実に前に進めることを意識する。
- ③次年度以降も地域にて事業が進むように意識し、専門家派遣の目標を「城泊・寺泊の事業計画の作成」と定め、各地域には資料の作成を依頼した。また城泊については、城を管理する地方自治体の首長に面会の機会を頂き、城泊に取り組む意義・効果や今後の方向性についてご説明し、次年度以降具体的な取り組みが進むように促す。

結果、各地域の課題の洗い出し及び解決に向けた取り組みを進めながら事業計画を作成いただき、次年度以降も具体的に取り組むことが出来る基盤整備を進めることが出来た。城泊においては7地域全てで首長面会を設定し、城泊に取り組む意義、城泊の今後の取組の方向性を説明し、次年度以降の具体的な動き方を描くことが出来た。また寺泊においては、農林水産省が推進する「農泊の推進」との親和性が高い案件が見られ、6件の寺が農泊の実施に興味を示した。フォローアップとして、農山漁村振興交付金の紹介及び地方農政局の担当者の紹介、地方農政局の了解を得た上で当該交付金の説明等も実施した。次年度の公募申請に至った寺は確認できていないが、

寺泊の新たな方向性として「寺泊×農泊」は今後も可能性があると考えられるため、寺泊と農泊のスムーズな連携が出来るよう、知見の集積が必要と考えられる。

一方専門家派遣に取り組む中で、課題も見えてきた。城泊・寺泊に取り組む上では、事前に確認すべきポイントとして以下の3点が挙げられる。

① 新しく地域ビジネスに取り組むという意思決定

城泊・寺泊は、城や寺などの文化財を保存することを目的とした観光まちづくりの一つであると同時に、観光による地域ビジネスでもあるため、事業運営までには様々な観点で検討を進める必要があり、事業として運営する際も継続的な運用が求められる。そのため、一時のイベントとしてではなく、地域ビジネスとして持続的に取り組む覚悟を持つことが重要である。

② 城泊・寺泊に取り組むに当たって地域住民や組織内部における理解醸成・合意形成が必要

城や寺を観光まちづくりに活用するためには、物件の所有者・管理者だけではなく、地域に関係する様々なステークホルダーとの合意形成が必要である。エントリーに当たっては、城泊・寺泊に取り組むに当たって関係するステークホルダーを特定し、合意形成を図るなど事前準備が必要である。

また、まちづくりという観点から、様々なステークホルダーが参画した事業スキームを構築することが望ましい一方で、事業主体者が誰なのか、及びそれぞれのステークホルダーと役割分担を明確にする必要がある。

③ 文化財保護法や旅館業法、都市計画法など関連する法制度の確認

城泊・寺泊は、取りも直さず歴史的資源を活用した観光まちづくりであり、その実施には様々な法制度が関係するため、事前に関連する法制度を特定し、対応方法について検討することが重要である。

上記3点の整理が出来て初めて具体的な事業内容の検討が可能となる。特に今年度は多くの地域でこの3点の確認に時間を要したため、事業運営に当たってのスキームや資金計画の検討、体験コンテンツの造成、地域の合意形成を目的としたシンポジウムや実証実験等の実施など、具体的なアクションを取るフェーズに取り組める地域はあまり見られなかった。次年度は上記3点の整理をエントリー段階で各地域に進めていただくよう、事前の周知が必要である。

(3) ナレッジ集の作成について

ナレッジ集は城泊・寺泊に今後取り組みたいと考える地域を対象に、今年度の実施結果から取り組むにあたって直面しやすい課題の整理と課題解決のイメージを具体化し、事業化に向けての手法やステップを提示することに加えて、取り組むにあたって必要な地域のビジネスの強化と歴史的資源等文化財保存の両立の視点や取り組みを紹介することを目的に制作を進めた。

上記の目的を達成するために、専門家派遣を実施した中で得た知見や事例を基に、図表を出来る限り多くした、読者のイメージを膨らませるようなナレッジ集とした。第一章では城泊・寺泊の国内外の事例や経済効果（城や寺の観光資源としてのポテンシャル）について掲載し、これから取り組みたいと考える人がゴールのイメージ及び取り組む意義について把握できるように努めた。また各項目の冒頭にはポイントをまとめたチャートを入れ、項目のポイントが一目で分かる

ような工夫を施し、城泊・寺泊をこれから取り組む人にとっての教科書となるようなナレッジ集を目指した。

また前述の通り、城泊・寺泊を立ち上げる際は、①新しく地域ビジネスに取り組むという意思決定②城泊・寺泊に取り組むに当たって地域住民や組織内部における理解醸成・合意形成③文化財保護法や旅館業法、都市計画法など関連する法制度の確認 の3点が何よりも重要である。今後取り組む方にその重要性を理解していただくため、事業検討の最初のステップにて確認する項目を設け、YES/NOの2択で回答することで洗い出すべき課題が把握できるように設定した。

5.3 専門家からの講評

(1) 城泊

上山氏

城泊という取り組みは新しい概念であり、地域が取り組むためには手探りで進める必要があると感じているものの、地域内で具体的に進めるためには、まずは推進する立場である観光庁及び文化庁など関係する省庁にて、城泊に関する明確なメッセージを作成し、地域に伝える必要があることを痛感した。

具体的には、文化庁、厚生労働省、消防庁、環境省などの宿泊関連行政の法的見解、弾力的運用の可能性も併せて伝える事で、判断を躊躇する自治体での検討がより前向きに推進されると考える。

城泊は法的一般論では前に進まない。より具体的な事例を関係省庁に伝え、どうすれば実施可能になるかの回答を得るように交渉することが肝要であり、本年度の専門家派遣で得た知見について、城泊を検討する全ての自治体に伝えるべきである。そういった意味で本報告書及びナレッジ集の周知が重要であると考えます。

8月のセミナーに関しては、城泊を推進するために城泊の概要や取り組む意義などの周知が目的であることを鑑みると、メディアを使った広報活動をより広範に強化するべきと感じた。自治体の首長や文化財活用を前向きに考えている行政職員に城泊を認知してもらうことで、積極的に取り組む地域の増加が期待でき、地域の特色に合った城泊を創造することに繋がると考える。併せて、上記城泊に関係する省庁のメッセージを表記した上での周知及び公募が望まれる。

他力野氏

○講評にあたり

新型コロナウイルス感染症の影響が広がる中、令和2年度観光庁事業「城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業（城泊・寺泊専門家派遣）」にて、城泊専門家として観光庁様、事務局の皆様、エントリーいただいた地域の皆様とともに、「城泊」の取組みを推進出来たことに感謝の意を述べたい。

弊社は、創業以来「施設再生から地域を活性化に繋げ、日本独自の文化を紡ぐ」をテーマに、文化財などの伝統的建造物、行政の遊休施設の修復運用や、ホテルや旅館、結婚式場の施設再生に携わってきた。全国各地の歴史的建造物の利活用、歴史的資源を活用した観光まちづくりを進めるにあたり、活用する歴史文化資源は「民間」「国・行政」「神社仏閣」のいずれかが保有してお

り、「城・城郭」は「国・行政」が保有する場合が多く割合を占めている。

国や行政が保有する歴史文化遺産は、これまで税金保全が一般的でしたが、特に地方部においては人口減少、若年層の流出、労働人口の減少により、税収が減る一方のため、税金保全の限界を迎えている。ゆえに、保存のみではなく、民間の資金・運営により活用し収益を上げることで、維持する循環を作ることが今後は必要不可欠である。

愛媛県大洲市の木造復元天守「大洲城」や重要文化財の「臥龍山荘」等地域の象徴的なお城と周辺資源を活用した「城泊（キャッスルステイ）」、城下町での分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」においても、大洲市や地域の金融機関と連携して、観光を一つの突破口に大洲エリアに稼ぐ力を取り戻し、地域の魅力を磨き上げまちをマネタイズすべく、観光まちづくりを推進している。私たちの取組も開始して日は浅いが、地域の具体的な課題を一つ一つ解決し、観光まちづくりを推進して来た知見をもって、本事業にエントリーいただいた地域の力になるべく、観光庁様、事務局の皆様と連携しながら地域に伴走してきた。以下専門家派遣事業の講評について述べていく。

○本事業全体を通しての講評

今年度は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、新たな取組みを実施したいと手を挙げる地域は多くないと予想していた中で、7つの地域から城泊を推進したいとエントリーがあったことは非常に嬉しいことである。専門家上山社長とも事前に打ち合わせをした上で、当方は「福山城」「丸亀城」「臼杵城」を担当させていただいた。

地域募集段階で城泊セミナーを開催したことは、日本国内における知名度があまり高くない「城泊」の取組について、啓蒙出来たことは非常に重要なアクションであったと振り返る。次年度も本事業が実施される場合、オンラインセミナー等の啓蒙活動にも重点を置き、先進的な取組紹介や、具体的な進め方、今年度で実際に専門家派遣した地域での実際の様子を伝えることで、更に取組に意欲的な地域が増えることを期待する。

エントリー地域の申請主体が、自治体の場合、観光事業者（DMO等）の場合があり、城はおおよそ地方自治体が所有することが多いため、必然的に自治体の観光部や文化財部局等との連携が必要不可欠となる。そのため、エントリーが自治体・観光事業者問わず、城泊の取組推進に伴う、地域内での合意形成の段階、具体的な座組の検討案等があれば、事前にヒアリングしたうえで専門家派遣を開始できれば、年度の進行イメージが具体的に描きやすくなる。

取組推進に伴う課題は地域ごとに異なるが、「法令への対応」「運営主体の存在」「資金の調達」「具体的な活用方法」等が主な課題として挙げられた。大洲城や大阪城での活用事例を踏まえ、諸課題への対応について各地域と協議を進めていたが、例えば法改正がなされている部分でも、地方自治体ごとに具外的な対応が進められない部分が散見したため、今後の城泊の更なる推進においては、「法令への対応」について相談できる体制を構築すべきであると考え。「運営主体の存在」については、地域の中で事業者を募る場合と外部から事業者を招聘する場合とあり、どちらを選択するかは、地域の目指す方向性や取組むスタンスにより異なってくる。

半年間伴走する中で、当初は手探りで進めていた地域が多かったものの、現地視察において城及び具体的に活用を検討している物件や地域を視察し、活用のイメージを膨らませ、具体的な体

制についても協議を進めていった結果、3 地域全てが市長に対して城泊の今後の取組の方向性をご説明する運びとなった。次年度以降の具体的な動き方を描くことが出来た点においては、各地域とも非常に大きな一歩を進み始めており、大変喜ばしい限りである。

今後は、一つ一つ形にしていき、地域資源である「城」「城郭」「城下町」が開かれた資源として活用され、国内外から訪れる方に、わざわざこの地に来たいと思っただけのコンテンツとして、官民連携で体制を強化し取組の推進と磨き上げを進めていただきたい。特に、城や城郭は文化的価値の高さから、文化財指定や史跡指定をされている地域が多く、活用に向けての更なる推進に向けて文化庁と連携を図り取組みを進めていくことが望ましい。文化観光の推進も含め、地域の核となる資源が活用に動いていくためには、省庁一体となった連携と推進体制が不可欠である。

(2) 寺泊

佐藤氏

○講評にあたり

寺泊（宿坊事業）については、潜在的ウェルネスマーケットおよび観光産業の大きさ、地方創生や地域の安心安全など社会的意義、そして文化や歴史的貴重な資源の保全としての重要性の 3 点から観光庁が掲げる「明日の日本を支える観光ビジョン」の中でも意義深い政策である。

1 日本はウェルネスツーリズムで世界をリードし、主力産業の一つにできるポテンシャルあり

ウェルネス経済市場はグローバルで 500 兆円。主要分野である「ウェルネスツーリズム」は 2020 年には 9,194 億ドル（約 95 兆 4,071 億円）になると推計される。そのなかでも、Spiritual Travel & Tourism（禅や瞑想、宗教施設での特別な体験や宿泊）は SBNR 層（Spiritual But Not Religious 無宗教型スピリチュアル）中心に注目が集まっている。米国の人口の 4 分の 1 が SBNR 層、18 歳以下だと 83% に上るといわれ、次世代中心に超巨大な市場になることが予測されている。寺泊（寺の関連施設での宿泊及びそこで提供する精神性高い体験、健康に良い食、自然体験）は高級志向のインバウンド観光旅行とは異なる顧客層を取り込める観光コンテンツであり、今後、観光庁が力を入れ、支援する意義としては大変高いものである。

2 新型コロナウイルスで心身傷つき不調を感じる人が世界中に急増する中、絆の再構築と心身の回復が全世界的に求められる

世界中の人が行動とコミュニケーションを制限され、ストレスや孤独など新型コロナウイルス以外の原因による健康被害や社会的な孤立が起っており、新型コロナウイルスが落ちつくと予想される 2021 年以降は、人を癒し、心と体を調えることが社会で求められると予想される。観光は平和産業であり、日本の長寿国としてのブランド力や治安の良さ、衛生管理の行き届いた環境など、特にローカル地域での長期滞在が今後の世界の旅行や休暇のトレンドになると予想され、そうした観点において総合的に日本はポテンシャルが高いと考えられる。

3 文化財保護の視点

日本の歴史と文化を引き継ぐお寺の建築と文化財が社寺の収入源が乏しくなることで保全が難しくなり、失われていく問題を解決する必要がある。従来お寺は檀家からの寄付金、本山であれば末寺からの寄付金、文化財に指定されている建物の場合は税金などを原資として、お寺を維持してきた経過がある。檀家の減少や地方の過疎化、それに伴う末寺からの寄付金の減少、人口減少による税金の減少などお寺を取り巻く環境が大きく変容する中においては、お寺を維持する資金源が枯渇していく未来が明確に見えている。こうした問題を宗教法人単独で解決することは非常に難しい。またこれは観光地ではない地方部においてより深刻であるが、そうした地域にも多くの歴史的価値のあるお寺が数多く点在している。それら先祖から受け継いできた歴史的資産を我々の世代で途絶えさせてしまって良いのか、そもそもお寺は誰のものか、という根源的な問いと共に、国の宝、地域の資産という視点を失わず、未来に価値を残していく社会的な意義のある取り組みとして、行政の支援や今回の寺泊を通じた財源の確保などを通じて、議論を進めていくことが重要である。

以上の3つの観点から、寺泊に社会的意義と経済的可能性を感じ、自社のシェアウィングでも事業に取り組んでいる。寺泊全体を盛り上げ、日本が誇る主力産業として発展させることに貢献する志をもち、本事業の専門家としての仕事に携わった。

上記の2と3で述べたように、寺泊は単に宗教法人の営利事業という以上に社会的な意義をもつため、観光庁をはじめとした行政による支援は大きな意義がある。一方、現在の寺泊を巡る行政の支援環境には課題があり、講評の前にその点について提案したい。

現行の宗教法人法の「目的」(1条1項)において、宗教法人の目的として「教義を広めることや儀式行事を行うこと、信者を教化育成すること」などは定められているが、そもそも営利事業や社会的事業は含まれていない。この点について、確かに法律の公布(昭和26年)当時から当面は、歴史的な背景を踏まえたそのような限定的な目的のみでも大きな問題は生じていなかった。

しかし時代が進む中で、寺院と檀家、あるいは地域社会その関係性が変化(主として収益性の著しい低下や人材不足)していったことはもちろん、阪神淡路大震災以降の大規模な自然災害の多発や、人口減少・少子高齢化に伴う様々な社会課題の顕在化により、寺院の新しい役割、あるいは関係資産としての価値の再評価などが生じ始めたことで、実態と目的が必ずしも整合しない場面(言い換えれば、法制度が想定していない場面)が生じている。

この場合、もちろん目的に応じて(宗教法人ではない)別法人を設立の上で、営利事業や社会的事業を行うという方法を取ることが出来るが、それでは必ずしも寺院の持つ資産の価値や地域社会との関係性を長期的に保全することが出来ない。例えば平常時は宿坊として運営しながら、非常時には防災拠点として、また社会的に支援が必要な人の一時避難場所としての役割を果たすような施設整備を計画しても、宗教法人のままで同種の事業を実施する場合、公益性の高い事業でありながら、その宗教性や形式的な政教分離原則との抵触が問題視されてしまう危険性を常に孕んでしまう、というジレンマが存在する。

国の観光支援事業としては寺泊を支援している一方で、地方自治体においてその方向性が統一されておらず、観光資源としては行政広報でも紹介はするものの、肝心の助成金や補助金などについ

ては対象外となる事例も出てきている。平成 18 年に公益法人制度改革関連三法が成立し、その制定過程で宗教法人の公益性についての議論がされたものの道半ばであり、ましてや、寺院自身が、上記目的を逸脱しない、あるいは両立し得る範囲で営利事業や社会的事業を実施することで、地域社会に貢献すると同時に、その資産的価値を未来に引き継いでいくための持続可能な仕組みを見出していくことを許容する法制度は、その必要性・相当性とも、議論がされていない段階である。現在の宿坊をはじめとする宗教法人の宿泊事業に対する行政の在り方については、まだまだこれからという点も多く存在すると感じるところ、地域社会に貢献すると同時に、その資産的価値を未来に引き継いでいくという視点からの幅広い議論を興していく必要性を痛感している。

○本事業全体を通しての講評

開業計画段階のお寺から、既に宿坊を運営して長い歴史をもつお寺、宿坊の運営形態も 1 日 1 組のアットホームなスタイルから 1 日 300 名以上受け入れられる大型宿坊まで、事業のステージ、規模、タイプの異なる 8 つのお寺を担当させて頂いた。各お寺の状況や地域特性を踏まえ、1 つ 1 つ丁寧に対話を重ね進めていくことを最も大切にしながら進めた。

宿坊は個性や規模が異なること自体が最大の魅力であり、そこに人の暮らしと祈りがあり、地域の血が通い、息遣いや思いを肌で感じられることが通常の宿泊施設とも古民家ともまた異なる特徴を持っている。対象と想定するゲスト（顧客）像やお寺の持つ個性に合わせ事業構想を練り、「未来のあるべき姿」「未来予想図」から逆算し、ビジネス横断的に考え、「こんな寺泊をつくろう」とデザインすることが重要である。

一方で 5 年、10 年で事業計画を作る一般的な店舗と同様にビジネスの要素も資金調達においては重要であるため、そこはしっかりと見据えながらも、お寺が「なぜ寺泊に取り組むか」その目的や意味によって事業計画の期間や規模が異なるため、お寺がどんな課題を抱え、どんな未来を描き、寺泊を通じて誰を幸せにし、何を得たいと思っているのか、そのミッションやビジョンを観光庁、事務局、専門家の 3 名がお寺の寺泊立ち上げチームの一員となって伴走することで、多様な可能性の芽を育てていくことを目指した。

今回ご縁を頂いた全国に広がるお寺を訪問し、土地の魅力に癒され、食や様々な体験に触れる時間を通じて、「本当に宿坊は素敵で、最高だな。世界に誇れる素晴らしい宿泊業態だ」と自信を深め、専門家の仕事に誇りとやりがいを感じた。日本中、世界中から一人でも多くの人に寺泊に来てもらい、日本の魅力を伝えていくことを業界に関わる皆で力を合わせ推進していきたい、と強く願う機会をこの専門家派遣事業でもらうことが出来た。

和栗氏

コロナ禍にあってインバウンドは影を潜め、観光を取り巻く周辺環境は一変したが、全国各地に点在する既存の寺院宿坊はその多くが農山漁村に位置しているため、3密回避の観点からグランピングなどと並んで、全体的に集客も他ジャンルの宿泊施設に先んじて回復傾向にある。そうした意味でも、本事業が推進しようとしている「寺泊」は、もともとはインバウンドを対象とした事業として企画された経緯があるが、ウィズコロナ・アフターコロナの世界にあっては、当初目的のインバウンドに留まらず、国内需要を喚起するコンテンツとしても有効であり、より存在価値を増してきていると考えられる。

今回担当した案件を通じて言えることは、まず、都市計画法（第7条以下）に基づく市街化調整区域の問題を挙げることができる。旅館業法に基づく宿泊（ホテル・旅館・簡易宿所）を提供しようと検討する際には、その規模やスタイルの如何を問わず、想定している寺院境内や関連施設の所在地が、市街化調整区域内なのか外なのかを、何よりもまず初めに確認しておく必要がある。市街化調整区域内である場合、原則として新築はできず、既存建築物については建築確認を要しない小規模な模様替え、または修繕工事のみを行う場合やまったく工事を行わない場合であっても、使用目的を変更する行為については開発許可制度の許可等が必要になる。用途の変更については、一般には開発行為を伴わない場合が多いため、許可の手続きは建築許可となるが、同時に開発行為を行う場合は、開発許可が必要となる。これに関して国土交通省が2016年12月27日に、開発許可制度の市街化調整区域における運用を弾力化することを目的として「開発許可制度運用指針」を一部改正したが、相当な施設整備が必要となる旅館業法に基づく宿泊を提供しようとするにあたってはそう容易ではない。本事業の各案件についても、プロジェクトの具体を検討する以前に、市街化調整区域に関する確認作業にかなりの時間を費やすことになった印象がある。そのため、本来の目的である寺院と地域の特性を活かした地域ぐるみの魅力的な宿泊コンテンツの創造とその事業性について十分に検討する時間が限られてしまったことは否めない。次年度以降に本事業が継続されるのであれば、支援対象の公募と選考の過程で、当該エリアが市街化調整区域内なのか外なのか、そのことによって旅館業法での開業が可能なのか、あるいはそれ以外を選択する必要があるのかなどを事前にチェックする何らかの工夫が必要であると思われる。

2つ目に、想定ターゲットと体験コンテンツの問題が挙げられる。「寺泊」では、個別寺院による宗教体験を目的とした宗教ビジネスに留まらず、地域の取り組みであることが期待され、またそのことによって地域特性を活かした魅力ある宿泊コンテンツを提供することが可能になると考えられる。ともすると宿坊を開設して運営することを検討するにあたっては、宿泊者に朝のお勤め・写経写仏・座禅・精進料理などの宗教関連の体験を用意することが必須である、あるいはそれで十分である、それが寺院本来の使命であると考え向きもある。滞在中のあらゆる時間に宗教体験を求める宿泊者を対象とするのか、あるいは世界的な潮流となっている SBNR (Spiritual But Not Religious: 無宗教型スピリチュアル層) も意識するのか。もちろん何が正解ということはないが、本事業を契機として関係者が、改めて寺院とその周辺地域の魅力を再発見する基礎的なプロセスが必要になってくるであろうということ、特に寺院関係者に公募の段階で何らかの方法で衆知することが期待される。

3つ目に、事業主体がいまひとつ明確でなくなるケースが見られ、「寺院という歴史的資源を活用する寺泊事業」という主旨を見失いそうになる瞬間があった。地域の活性化を図るのに必ずしも寺泊である必要はないが、本事業にあっては寺院あるいはその関連施設での宿泊を前提とする地域活性化の計画とその実現を応援したい。この件に関しては、応募書類や選考過程でのヒアリングなどによって、一定の要件をもって避けることができると考えられる。

その一方で、地域特性を考慮した「農泊」と「寺泊」を掛け合わせた事業計画にシフトしたケースに見られるように、当初想定していた寺泊を超えたイノベーション的な発想の転換や方向転換は歓迎したい。全国の農山漁村に点在する歴史的資源としての寺院の活用による寺泊を推進していくにあたっては、この「農泊×寺泊」の考え方は大いに参考になると思われ、今後、観光庁「寺泊」と農林水産省「農泊」のコラボレーションがスムーズにいくナレッジの集積と運用も望まれる。

最後に、「公・宗・民」、場合によっては「学」などさまざまなプレーヤーが参画する町ぐるみの事業スキームによる取り組みが期待される一方で、そうした場合にいつのまにか事業主体が曖昧になってしまうことは注意深く避けたい。寺院の活用が大前提となっている本事業に際しては、地域コミュニティのハブとなっている信頼のおける寺院住職がプロデューサーとしてプロジェクトを遂行していくことがひとつの形として想定しうるが、そうした中心的な特定個人に依拠した場合、何らかの事情でその特定個人が機能しなくなったときにプロジェクトのすべてが中断してしまう恐れがあり、実際に今回体験した。これを「寺泊」にはつきものの仕方のないリスクと捉えるか、あるいは何らかの対応策を取り得るのかについては、今後の課題としたい。

手元のデータによると、最近5年間、毎月1件の割合で宿坊を新規に開設する動きが全国で確認されている。「寺泊」の認知の拡大もあり、現在準備中あるいは検討を始めたという意向を持っている寺院が聞き及ぶ範囲で20件を下らない。これは昨年から今年にかけてのコロナ禍にあってもその流れは大きくは変わらない。今年度のトライ&エラーや事務局によってまとめられるナレッジ集が、寺泊に興味を持つ方々にシェアされ、役立てていただければ幸いである。

5.4 今後の事業実施への提案

(1) セミナーの実施について

城泊・寺泊という概念の周知という目的については、今年度のセミナーで一定達成したと考えられるが、専門家派遣を実施した結果から、城泊・寺泊に取り組むに当たって、①新しく地域ビジネスに取り組むという意味決定②城泊・寺泊に取り組むに当たって地域住民や組織内部における理解醸成・合意形成③文化財保護法や旅館業法、都市計画法など関連する法制度の確認の3点を事前に認識・確認することの重要性が分かった。この重要性を事前にセミナーで伝えることが必要と考えられる。またこれはその後の取り組みについても同様であり、常に事務局が意識し、情報発信を続ける必要がある。併せて、城泊・寺泊の取り組みについて具体例を視覚的に伝える(参加者にとって目指すべき一つのゴールを示す)ことが必要と感じた。

加えて今年度専門家派遣を実施した地域の方からの意見を頂き、城泊・寺泊の立ち上げにかかわるリアルな声を反映するなど、セミナー参加者の深い理解、及びやってみたいと感じて頂ける雰囲気作りが出来ると考える。次年度以降もセミナーを実施するべきであり、その内容について

は今年度の内容をブラッシュアップしたものとすることがよいと考える。

なお、次年度以降も新型コロナウイルス感染拡大防止対策としてオンラインによる開催も視野に入れつつ、セミナーの雰囲気に参加者にしっかりと感じて頂くためにオフラインの開催を検討するとよいと考える。

(2) エントリーについて

今年度は事業の立ち上げということもあり、選定基準の策定から検討しながら進めていった。結果的には想定以上のエントリーを頂くことが出来たが、先述の通り記載内容や分量にバラつきが出てしまった。これは事務局からの説明不足が一因と考えている。エントリー頂く方にも考慮したエントリーシートを作成すると同時に、何を書いてほしいのか、選定のポイントとなる点を分かりやすく説明する必要があると考える。また前項で述べた3つの観点を考慮したエントリー設計にすることが望ましい。

また今年度実施した事前ヒアリングはとても効果的であったため、次年度も実施し、エントリー時にアナウンスをすべきと考える。

併せて初回打ち合わせや視察に行く前に、地域の雰囲気や事業を行う場所（城や寺）を把握したいという専門家からの意見があり、一部の地域では活用予定の場所を動画にして送って頂いたケースがあった。事前にどこでどんなことをしたいかを把握することは、専門家派遣地域の選定にも活かすことが出来ると感じたので、次年度のエントリーの際にはエントリーシートに加えて、地域の紹介や自己PR、どこでどんな事業をしたいかなどを10分ほどの動画にして提出いただくというのも一つと考える。

(3) 選定件数について

今年度は専門家からのご意見を参考に、頂いたエントリーを満遍なく選定することを目指した結果、城7件、寺14件、合計21件という事前の想定の数倍の件数を選定した。加えて城泊の案件においては取り組み開始までに確認・調整・対応すべき事項が多く（地方自治体が当事者となる城泊の方が確認・調整・対応すべき事項が多くなる傾向にある）、事業期間も考慮すると事務局の負担はかなり大きいものであった。次年度は城泊・寺泊に取り組むために確実に前に進んでいただく（例えば専門家派遣を実施したことで、次年度城泊の準備に関する予算が付くなど）ことを目的に、件数を絞って専門家派遣を実施することも一つと考える。ただし選定する件数はエントリー頂いた内容を全体的に俯瞰しながら検討することが必要である。

(4) 専門家派遣について

今年度は短い事業期間、及びコロナ禍での事業進行の中で、効率的に各地域の対応を進めることを目的に、オンラインミーティングシステムの積極的な活用、Web ミーティングや視察一回ごとの課題・目的を設定、毎回のToDoの確認を意識して実施した。こういった専門家派遣の基本的な進め方は、次年度も継続して実施すべきである。

一方で専門家派遣を実施する中で、エントリー地域の方に城泊・寺泊の具体的なイメージ（目指す姿）が伝えて切れていないことを感じた。一部地域では先進地域の視察を実施したことで取

り組みイメージが具体的になり、その後の事業計画書作成に繋がった。次年度は専門家が手掛ける地域を先進地域として視察するメニューをオプションとして設定し、専門家派遣開始時にエントリー地域にも伝え、専門家や観光庁と適宜相談し、必要に応じて視察を実施することも有効であるとする。

また特に城泊については法制度の整理・確認及び対応方法の検討が重要である。その際に先進地域の事例は大変参考となり、特に立ち上げを担当された地方自治体の担当者は専門家に準ずる知見を有していると思われる。次年度については、地方自治体において城泊立ち上げを担当された方を準専門家として事務局が独自に設定し、適宜知見を提供いただくことも有効とする。

巻末資料

① オンラインセミナーアンケート

今回実施したオンラインセミナーにおいては、アンケートはグーグルフォームにて作成した。
なお城泊編、寺泊編でほぼ同一の質問内容のため、ここでは城泊編のみ掲載する。

令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用 セミナー 参加者アンケート（8月6日 城泊編）

この度は本セミナーにご参加いただき、大変ありがとうございました。
今後、城泊・寺泊による歴史的資源を活用した観光まちづくりをより推進するために、本アンケートの結果を活用させていただきます。皆様の率直なご意見をご記入ください。ご協力よろしくお願いいたします。

メールアドレス*

有効なメールアドレス

このフォームでは回答者のメールアドレスを収集しています。 [設定を変更](#)

Q1-1 お名前

記述式テキスト（短文回答）

Q1 2 性別*

- 男性
- 女性

Q1-3 年齢*

- 10歳代
- 20歳代
- 30歳代
- 40歳代
- 50歳代
- 60歳代
- 70歳以上

Q1-4 所属団体名

記述式テキスト（短文回答）

Q1-5 所属団体 *

- 観光まちづくり法人（DMO）
- 地方自治体
- 中央省庁（出先機関も含む）
- 観光協会
- まちづくり組織（農泊協議会など）
- 寺社関係者（寺社経営者、宿坊経営者、関連団体）
- 教育機関
- 金融機関
- 旅行会社（関連団体）
- その他民間団体
- 個人

Q2 このセミナーをどちらでお知りになりましたか。 *

- 観光庁のホームページ
- 城泊・寺泊のホームページ
- 観光庁のニュースリリース
- 日本ファームステイ協会のメールマガジン
- Facebook, TwitterなどのSNS
- 友人・知人
- 行政からの案内
- 所属団体内での案内
- その他...

Q3-1 セミナーの内容は期待どおりでしたか。 *

	期待以上	期待通り	期待はずれ	どちらともいえない
城泊・寺泊等歴史...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
城泊の取り組みト...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
城泊の取り組みト...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
専門家派遣につい...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
配布資料	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q3-2 上記の回答について、具体的に参考になった内容、または期待はずれだった内容をご記入ください。 *

記述式テキスト（長文回答）

Q4 セミナーご参加前に城泊の意味はご存じでしたか。 *

- 知らなかった
- 知っていた

Q5-1 セミナーに参加いただき、城泊を理解することは出来ましたか。 *

- よく理解できた
- ほぼ理解できた
- 少し理解できなかった
- あまり理解できなかった

Q5-2 「少し理解できなかった」「あまり理解できなかった」と回答された方にお聞きます。もっと聞きたかった内容をご記入ください。

記述式テキスト（長文回答）

Q6-1 セミナーにご参加いただき、城泊についてどうお感じになりましたか（取り組む意欲は高まりましたか） *

- 既に城泊に取り組んでおり、さらに意欲が高まった
- 城泊に取り組もうとしており、意欲が高まった
- 取り組んでみたいが、しばらくは静観したい
- 取り組むのは難しいと感じた
- その他...

Q6-2 「しばらく静観したい」または「取り組むのは難しい」と感じた理由は何ですか。

記述式テキスト（長文回答）

Q7-1 今後実施する「城泊専門家派遣」にエントリーを希望されますでしょうか。 *

- エントリー済み
- エントリーを希望する
- エントリーの予定はない

Q7-2 「エントリー済み」「エントリーを希望する」と回答された方にお聞きします。これから城泊に取り組んでいく上で、専門家に協力を仰ぎたい課題は何ですか。（複数選択可） *

- 取り組みを始めるために何から手を付けていいかわからない
- 地域の合意形成が取れない
- 事業を進める中心人物（リーダー）がいない
- 組織の立ち上げ方がわからない
- 開業までに必要な資金がない
- 事業に関わる法規制がわからない
- 訪日外国人旅行者や富裕層の求めるニーズがわからない
- 魅力的な地域資源が見つからない
- 取り組む予定はない
- その他...

Q8-1 オンライン配信によるセミナーについて評価をお聞かせください。 *

	問題なし	問題あり
参加準備（Teamsへのログインな...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
配信の品質（画面の写り具合や音...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
チャットによる質問	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q8-2 「問題あり」と回答された方にお聞きします。どういった点に問題を感じたかご記入ください。

記述式テキスト（長文回答）

Q9 その他お気づきの点がございましたら記入ください。

記述式テキスト（長文回答）

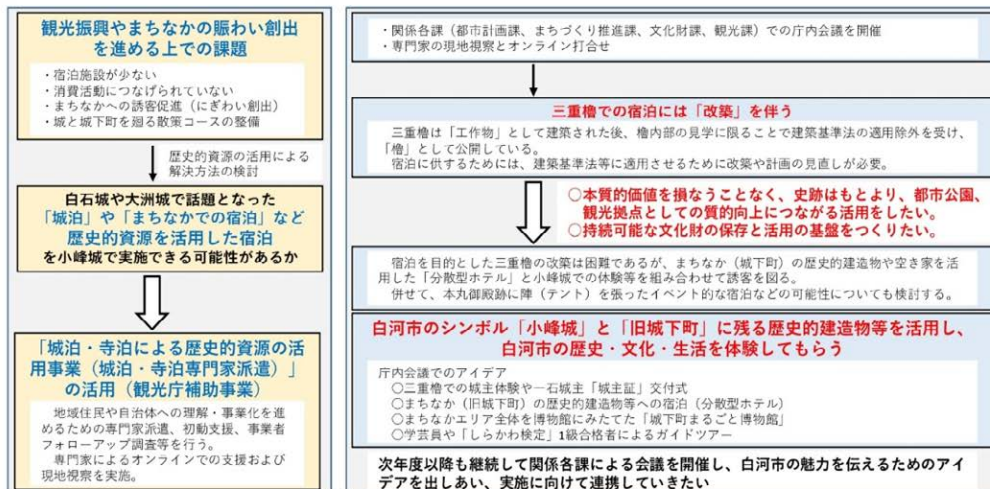
② 支援地域の事業計画書

専門家派遣は「城泊・寺泊に取り組むための事業計画書の作成」を目標とし、専門家からのアドバイス、各種支援の成果として各支援地域に事業計画書を作成頂いた。ここでは支援地域の事業計画書を掲載する。なお都合上一部項目のみの掲載となっている地域がある。

(1) 城泊

白河市

令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業（城泊・寺泊専門家派遣）



活用アイデアのイメージ



岸和田城周辺地区 城下町泊事業計画書

(令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

岸和田市魅力創造部観光課

① 地域概況

エリア名	岸和田城周辺
市町村概要 (名称・人口)	岸和田市・192,736人(令和3年1月1日時点)
主な地域資源	岸和田城、岸和田だんじり会館、五風荘
アクセス	南海本線岸和田駅から徒歩13分程度
その他 (年間観光客入 数など)	年間観光入込客数2,999,383人(令和元年度)



② マーケティング コンセプト

ターゲットは国内の歴史、お城好き。将来的には海外旅行客を取り込みたい。

数日間楽しめるコンテンツがあるのか。
特別な体験ができるのか。

岸和田の伝説（蛸地蔵伝説）になぞらえた、戦（いくさ）を体験できるイベントの検討。

宿泊においては、戦国時代を体験できるグランピングと江戸時代を体験する城下町泊をどちらも楽しめるように画策。

岸和田の海から山まで豊富な自然の農産物を活かし、かつて城内や城下町で食べられていたような食事を再現を試みる。

③ 基本の事業コンセプト



世界に一番近い城下町きしわだ

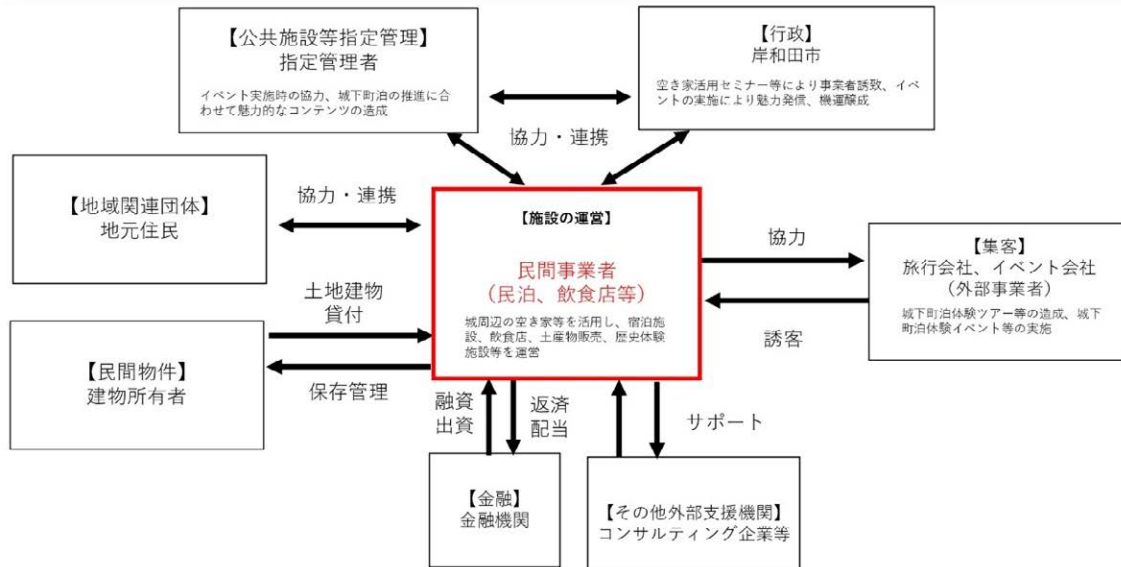
空港へのアクセスが良い城下町。国内外から訪れやすく、様々な歴史的、文化的な体験が楽しめます。



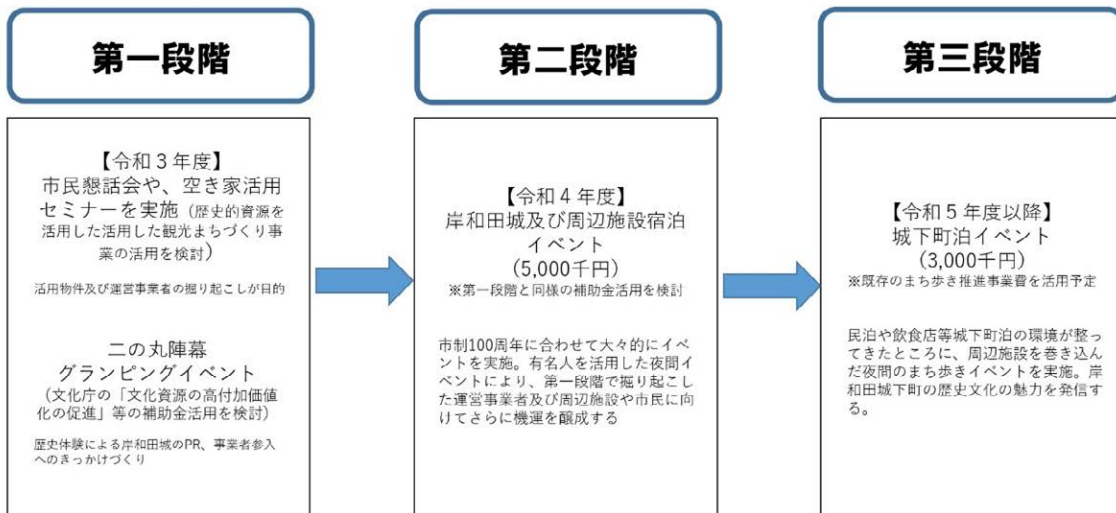
④ 活用物件図



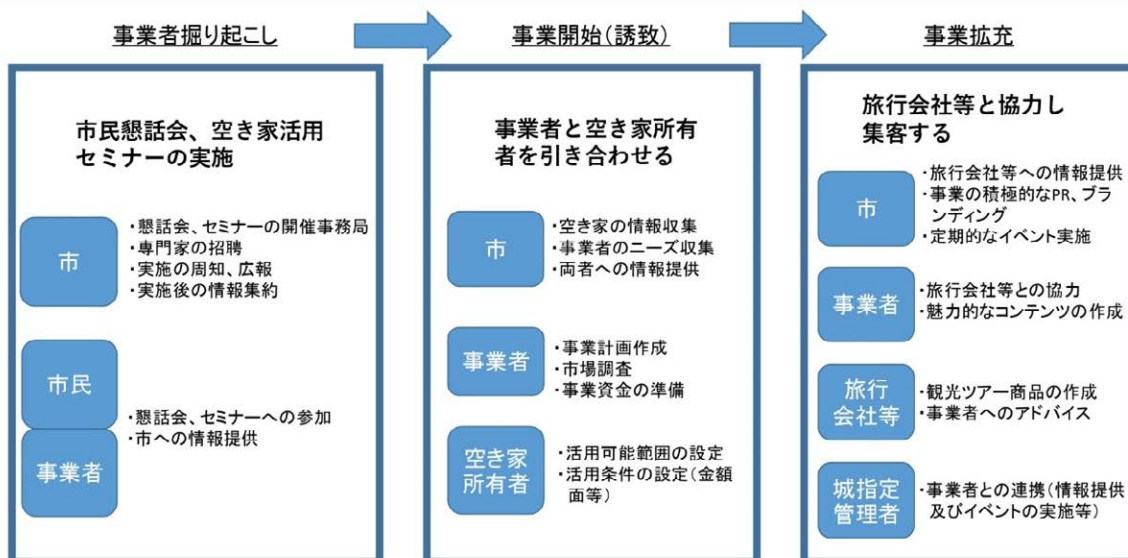
⑤ 事業スキーム



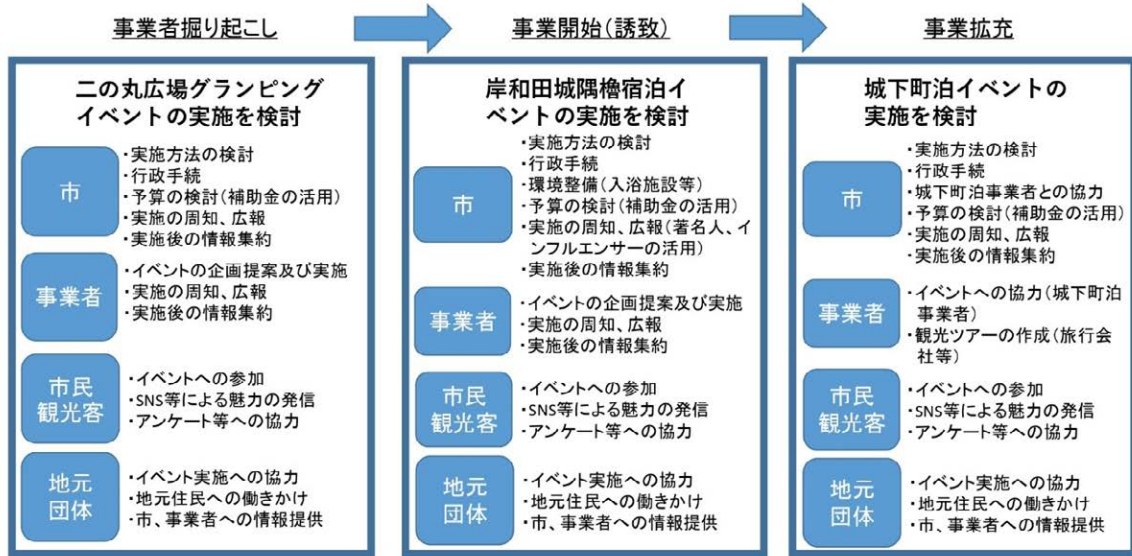
⑥ 資金計画（スケジュール）



⑦ 取組フロー（城下町の宿泊施設化）



⑧ 取組フロー（宿泊イベント）



福山市

観光庁「令和2年度城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業(城泊・寺泊専門家派遣)」に係る事業計画書(広島県福山市)

■検討背景

- 次世代への歴史・文化資源等の継承に当たり継続的な財源確保が必要である。
- 一方で今後本市においても人口減少に伴う地域経済の縮小や稼取の減少による財源減収が懸念されている。
- ▶ 既存の歴史・文化資源等の「保存」を前提としながら資源を有効活用することで収益を上げ、その収益を保存・整備に再投資する仕組みづくりを行う視点が重要となる。その有効活用の一つの手段として「城泊」を検討するもの。
- 【活用検討資源】天守、月見櫓、濠跡、福寿会館等

■福山城での城泊について(専門家意見より)

福山城における城泊の価値

- ・城泊を行う施設として、福寿会館は設備がそろっていると思われる。
- ・活用の範囲としては、施設をつなげ福山城公園一帯として活用するのがよいのではないか。
- ・ランチやディナー、パーティーなどの活用に併せ、城泊を組み入れることが有効。

民間の巻き込み

- ・市が民間に多額の資金を投入する従来の流れではなく、市が許可する範囲で民間が施設に投資・運営し、収益を施設の維持に充てるという視点が必要。
- ・収益ポイントを作ることが大切。(元店や飲食など)
- ・事業者の募集・選定に当たっては、福山城公園エリア内の多くが史跡のため「保存」の側面が強くなるため、「保存」の意識を強く持ち、活用に理解がある事業者であることが重要。



福寿会館から望む福山城

■利活用の基本的な考え方

- ✓「文化財保護」の視点を前提に活用を検討する。
- ✓収益を上げる利活用に当たり、主な官民の役割分担は以下のとおり。
- 【行政】法令整理及び文化財の保存・維持、修繕に係る整備
- 【民間事業者】利活用の企画立案運営及び必要な設備・コンテンツの整備
- ✓各施設の既存の用途はそのままに、これまで活用していない/利用状況が少ない時間帯において、新たな利活用方法を検討する。

■利活用に当たっての課題

【課題1】各種法令への対応

立地上の法令課題	設備上の法令課題
①都市計画法(第一種中高層住居専用区域)	①放煙業法
②都市公園法(福山城公園)	②消防法
③文化財保護法(史跡福山城跡)	③建築基準法

【課題2】プレイヤーの存在

- 運営・活用したい事業者の有無
- ・史跡の保存に理解のある事業者。
- ・福山城公園一帯のエリアマネジメントの視点を持っている・行える事業者。

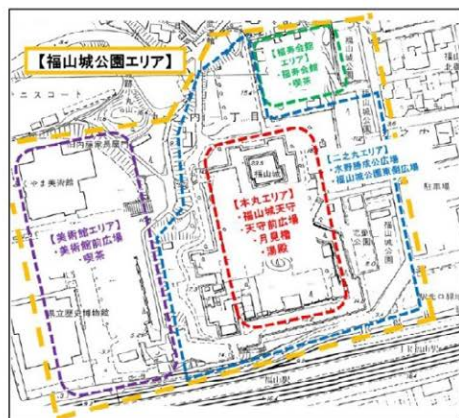


福山城公園全景

■城泊の方向性の検討結果

- 2022年(令和4年)福山城築城400年記念事業として「福山城公園エリア」内の資源を活用し、PRイベントとして「城泊」を含めた利活用のための実証事業を行う。
- 実証実験の結果を踏まえながら、あわせて関係法令等の課題を整理し、城泊の事業化をめざすなど「福山城公園エリア」のパークマネジメント導入の動きにつなげる。

項目	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
福山城公園 パークマネジメント		課題整理	実証計画	事業者募集・ 整備	実施
施設利活用検討		利活用検討(条件等)			
実証実験 ※築城400年記念事業として実施		実証エリア・ 事業者募集	実証実験・検証		
関係団体等 協議・調整		関係団体合意形成及び法令対応等			
福山城整備		耐震改修工事		博物館リニューアルオープン	



香川県丸亀市 京極家をテーマとした 城泊・歴史文化体験 事業計画書（案）

団体名 (一財)丸亀市観光協会
(公社)香川県観光協会
作成者 山田哲也・空山昌弘

① 地域概況

エリア名	香川県丸亀市
市町村概要 (名称・人口)	丸亀市 (人口 約10万9千人)
主な地域資源	京極藩にまつわる歴史文化資源 (丸亀城ほか)
アクセス	【高松】 電車：約20分／車：約50分 【大阪】 電車：約1時間40分／車：約3時間 【東京】 電車：約4時間10分／車：約9時間
その他	



② マーケティング コンセプト (案)

①顧客はだれか (WHO)

- 日本の歴史文化体験をしたい層
※日本人、インバウンド (欧米豪)

②顧客にとっての悩み/痛みはなにか (WHY)

- 丸亀市内に宿泊施設が少ないために、滞在時間が長くとれない。(通過型観光)
- 歴史文化体験コンテンツが分散している。

③私たちは、どのように貢献/解決するか (HOW)

- 歴史文化体験ができる宿泊施設を整備する。(城泊)
- エリア内の歴史文化体験コンテンツを一体的にプロモーションする。(大名庭園、茶室ほか)

③ 基本の事業コンセプト (案)



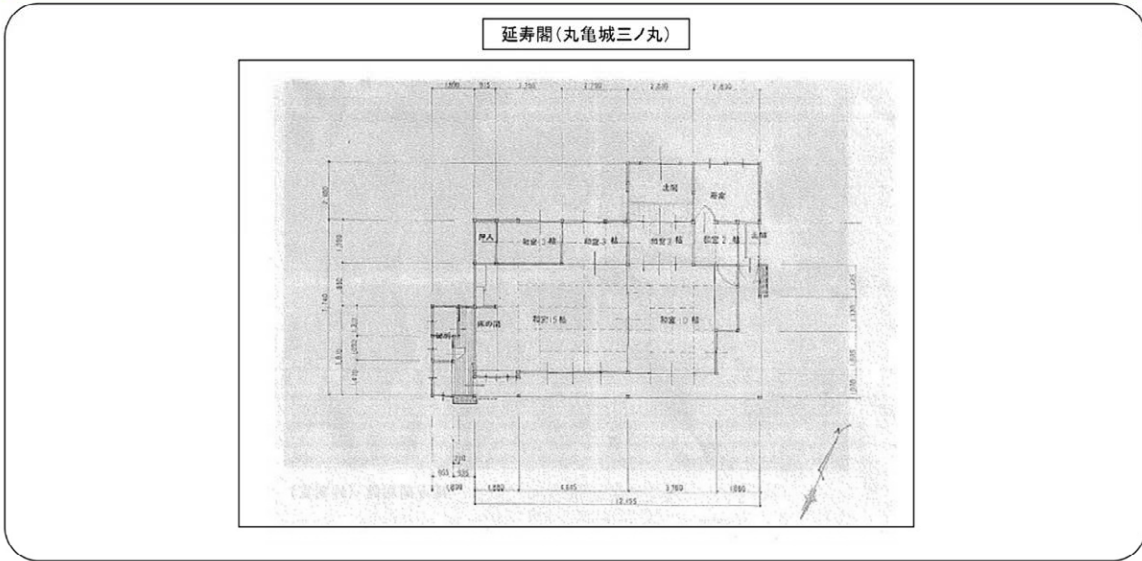
事業コンセプト (キャッチフレーズ)

江戸時代の大名文化が体験できる「丸亀城・城泊」

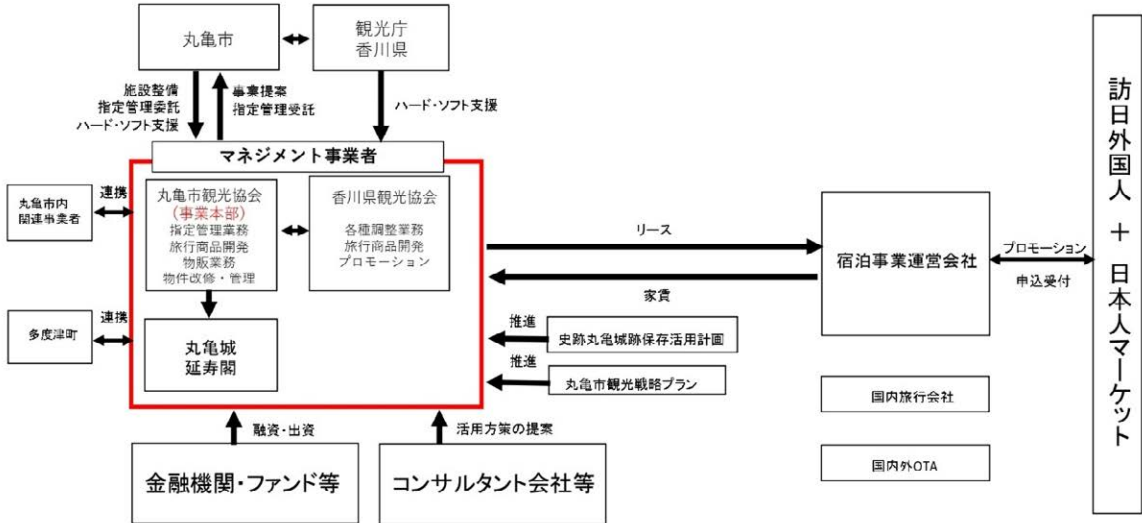
文化の薫り高い歴史を脈々と受け継いできた「京極家」
天下に誇る石垣の名城「丸亀城」や歴代の城主が愛でた文化財の数々
時代を超えて、あなたは今ここで歴史を体験することができます。



④ 活用物件平面図



⑤ 事業スキーム (案)



城下町の資源活用【白杵のんき屋】

保全整備から活用へ

【白杵城泊】

中世以来の町割りを残す白杵城下町は貴重な歴史資源であり、これまで保全整備を中心に取り組んできた。しかしながら中心部の人口減少による活力の低下、空き家の増加等により景観保全への支障の懸念や歴史的建造物(市有物件)の有効活用の必要性(交流・集客、管理コストの問題) 歴史的に価値のある遊休民間物件の活用、維持管理など課題がある

このため、今後はより活用に重点を置き、城下町の特色を活かしたまちづくりにより交流滞在人口を増やし、まちの賑わいと活力を生む取組が必要とされる。

具体的な方策として、食、伝統文化、自然体験などと結び付けた歴史的建物の宿泊活用等を行い白杵独自の魅力を発信するとともに、人が暮らし、ふれあう場として活用することで建物本来の価値を生み出し、再認識することができる。これらを官民が連携し取組むことで貴重な財産である歴史的建造物や城下町の町並みを将来へ継承していく。

歴史的景観を活かしたまちづくりの経過

1. 伝統的建造物等の保全と建築物等の修景
(点の整備)
2. 街路の修景 (点を線でつなぐ)
3. 景観の一体化、にぎわいの創出
(面の整備と交流へ)
4. 町並みを活かした取り組み
(保全整備⇒さらなる活用、**滞在型交流**)

旧真光寺



丸毛家住宅（市指定有形文化財）



1. 伝統的建造物等の保全と建築物等の修景

稲葉家下屋敷（登録有形文化財）



- 土地建物公有化
- 保存整備
- 公開・開放

2. 街路の修景

歴史的な道筋の石畳整備

電線類地中化・道路美装化工事

中央通り商店街



二王座の坂道筋
石垣と伝統的な塀
が立ち並ぶ



大手門筋街路整備

～城跡へ通じる道筋の整備～

商業ビルに隠された
白杵城跡の大門櫓



景観的に分断されていた
城跡と町並み

内 容：電線類地中化、石畳舗装（歩道）
規 模：延長189m
事業期間：H18～19

街路事業の進捗に伴い、
商業ビルが移転し、現れた
白杵城跡の石垣と大門櫓



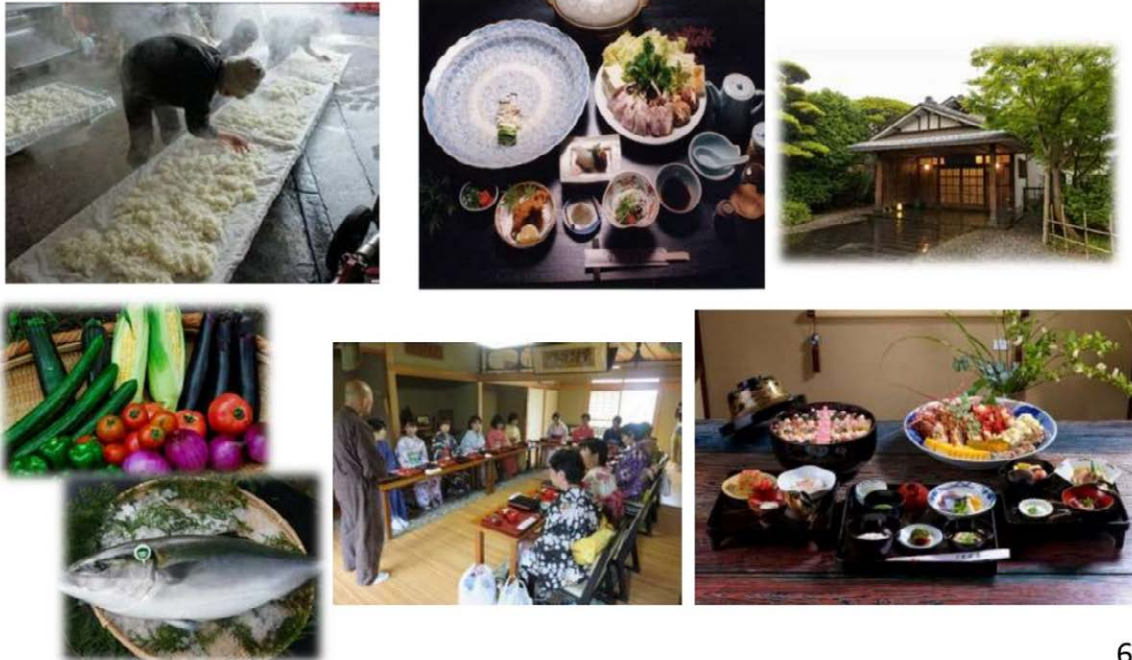
街なかへの玄関口の拠点施設 ～観光交流プラザ～



**観光情報発信の拠点も整備
観光推進体制も新たな局面へ**

ユネスコ食文化創造都市への挑戦

豊かな自然環境にはぐくまれた地域資源と文化
農林水産資源 発酵文化 伝統料理 料亭・飲食店 地域産品



6

臼杵の資源をつなぎ城下町のまちづくりの課題も解決へ

- ◆観光資源の活用・創出による地域活性化
⇒城下町の特徴・資源を活かした交流滞在人口獲得へ
- ◆自然、食、伝統文化など息づいている
⇒本物の資源を体感できるメニューづくりを進める必要
⇒魅力の発信とともに貴重な財産として継承する必要
- ◆規制改革等（民泊新法や文化財の利活用の推進）
⇒城跡、武家屋敷等、市有物件も城下町の特徴を活かした活用により滞在型観光の推進の期待
⇒滞在できる施設は開かれる必要。

7

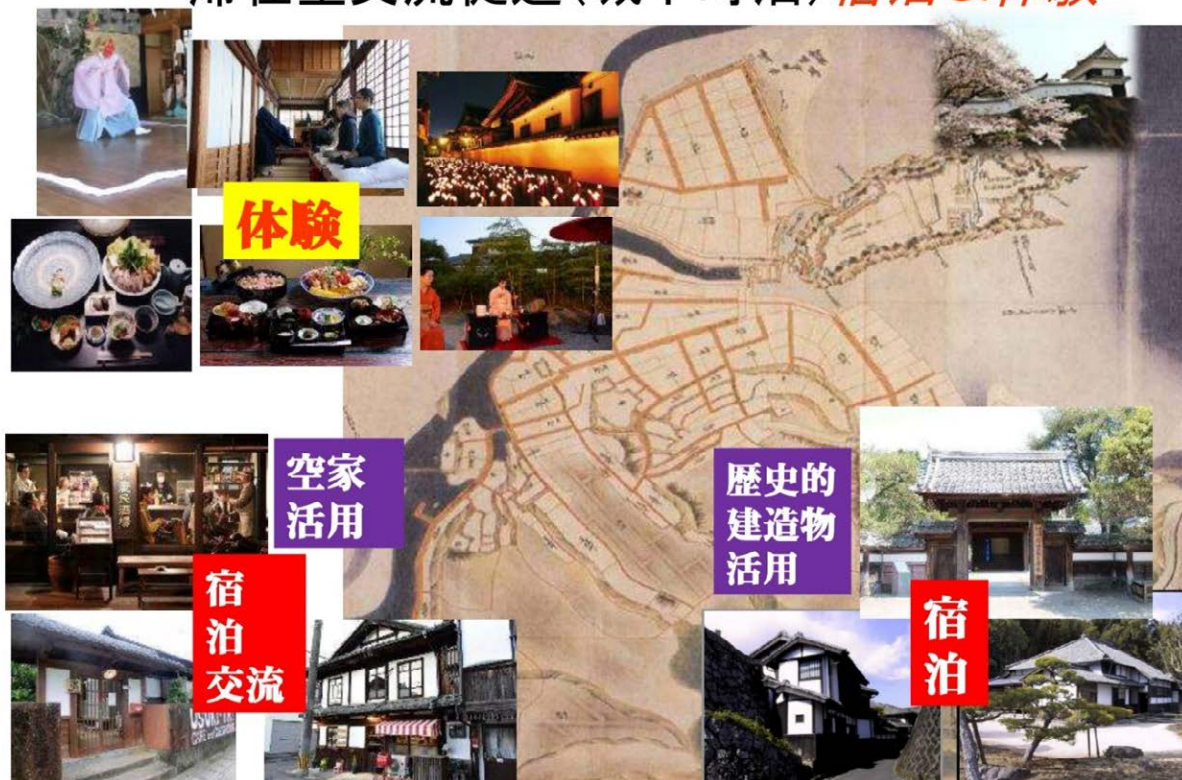
地域資源を活かした産業振興とうすきの魅力創造プロジェクト 推進イメージ

豊かな自然環境と歴史・文化にはくまれた地域資源を活かしてつなぎ、臼杵独自の魅力をうまく発信していくことで交流・滞在人口を増やしまちの賑わいや活力を生むとともに臼杵の財産として継承していく。



臼杵城下町泊プロジェクト

修復再生した歴史的建物の活用による
滞在型交流促進(城下町泊) **宿泊&体験**



城下町泊の実践にあたっては、官民の連携とその連携の趣旨を理解し、実践能力のある実施主体が必要。

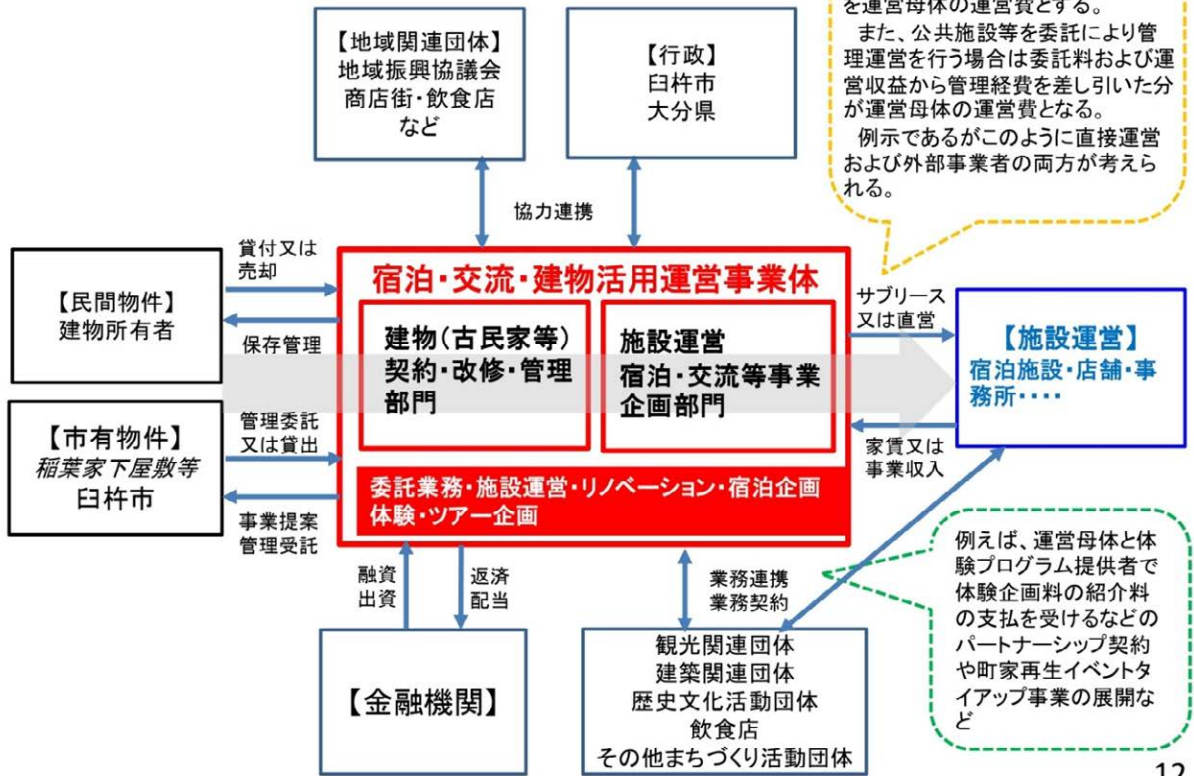
(パブリックマインドを持つ自走できる事業体)

※一般の空家、空き店舗の活用にもつなげたい！！

運営のしくみづくり及び歴史的建物の宿泊施設等の活用
をどのように進めていくかが課題

R2 観光庁城泊・寺泊専門家派遣事業により課題解決
に向けたアドバイスをいただき次年度以降の取組に生かす

事業スキーム(想定)



12

具体的な取組 まずは！！

歴史的建造物の宿泊活用&交流促進

付加価値のある宿泊&交流運営⇒収益⇒交流企画へ投下(⇒リノベーション事業展開)を期待



運営事業体の組成

◆関係者連携

- ・事業体の組成をにらみ、構成員及び直接絡むと想定されるメンバーに取組みや連携についての説明打診から。
- ・想定メンバー(地元金融機関・のんき屋・宿泊事業者・料飲店関係・市・バリューマネジメント等企画系事業者)

◆事業発信・周知

- ・市内の関連ある事業者への説明・周知、市議会への取組説明、状況報告
- ・関係者へは直接説明、お知らせをするほか、市報等も通じ歴史現活用や着地型の交流滞在の取組を広く発信していく。

◆先進地視察・資料収集

- ・取組の参考なる事業例の情報を収集 視察先候補(城泊事業やまち全体をホテルというイメージで事業に取組んでいる自治体等)

◆アドバイザー招聘・事業連携

- ・R2観光庁城泊寺泊専門家派遣事業の延長線上の取組としてもアドバイザー招聘を行い、同時に事業体構成員としても連携を想定する。

◆事業体組成(年度内の組成をめざす)

- ・体制・事業項目・内容・定款・資金計画を作り上げていく
- ・組成に関する基本事項(方針等)を早めに整理し具体的事項について上記関係者を中心に検討していく。
- ・パブリックマインドを持った事業体としての組成が必要。このため事業体自体のほかその上位の機関としての協議会の設置やまちづくり会社等との連携の可能性も一考の余地

◆実証企画

- ・発信や実施に向けた準備のためのシンポジウム、交流企画やモニターツアーを組成を予定している事業体や関係者の連携事業としてアクティビティも含め実施を検討する。

物件検討

※保存整備が完了している公有歴史的建造物を中心に活用

◆稲葉家下屋敷

【法規制等検討協議】

...法的な協議に加え、文化財、宿泊事業者、建築士会、ガイドボランティア等への十分な説明を進める。

【ゾーニング・改修計画】

...運営事業体の事業計画検討とあわせ検討を進める。

...採算ベースの集客を見込む必要⇒水回り整備(箇所)が最重要ポイント

...近年整備施設についての改修の要否は慎重に行う

【管理】

...条例、規則の変更検討⇒変更の要否は慎重に行う。運営しながら実状を踏まえ検討もあり

【工事】

...事業体事業として実施を想定

◆真光寺・丸毛屋敷

※下屋敷と同様の検討(下屋敷を検討する中でサブ的に検討)

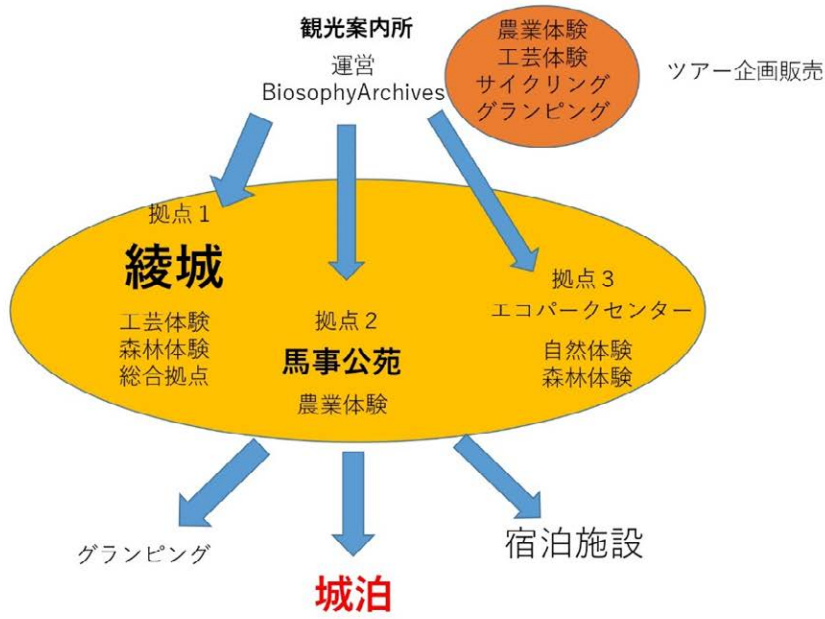
※宿泊のみならず集客・交流・発信のできる施設活用を検討

◆民間物件

- ・事業体の事業としての活用物件ピックアップ
- ・事業構想(採算、改修、用途変更等)の検討

臼杵城下町泊事業立ち上げフロー(案)

項目 / 月	R3.4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R4.1月	2月	3月	4月以降
事業発信・周知	商店街・飲食店・宿泊関係者等へのお知らせ				市報/HP	市議会報告	市報/HP		市議会報告			市議会報告	市報/HP
関係者連携	事業体関係者呼びかけ				事業体関係者連携内容・事業実施協議					人員の派遣等			
先進地視察・調査		視察 情報・資料収集											
アドバイザー・事業連携									アドバイザー→事業連携へ				
事業体組成		基本的事項整理				事業体関係者連携内容・事業実施協議					立上げ手続き	立上 事業企画運営	
PR&実証企画							シンポジウム				モニターツアー		
事業施設検討													
稲葉家下屋敷		ソーニング等構想											工事 宿泊供用準備
真光寺													
丸毛屋敷													
民間物件		活用物件(事業利用)ピックアップ、事業化検討									建物取得、賃貸手続き、工事		活用
※関連事業						防空壕泊・駅泊・フットパス							



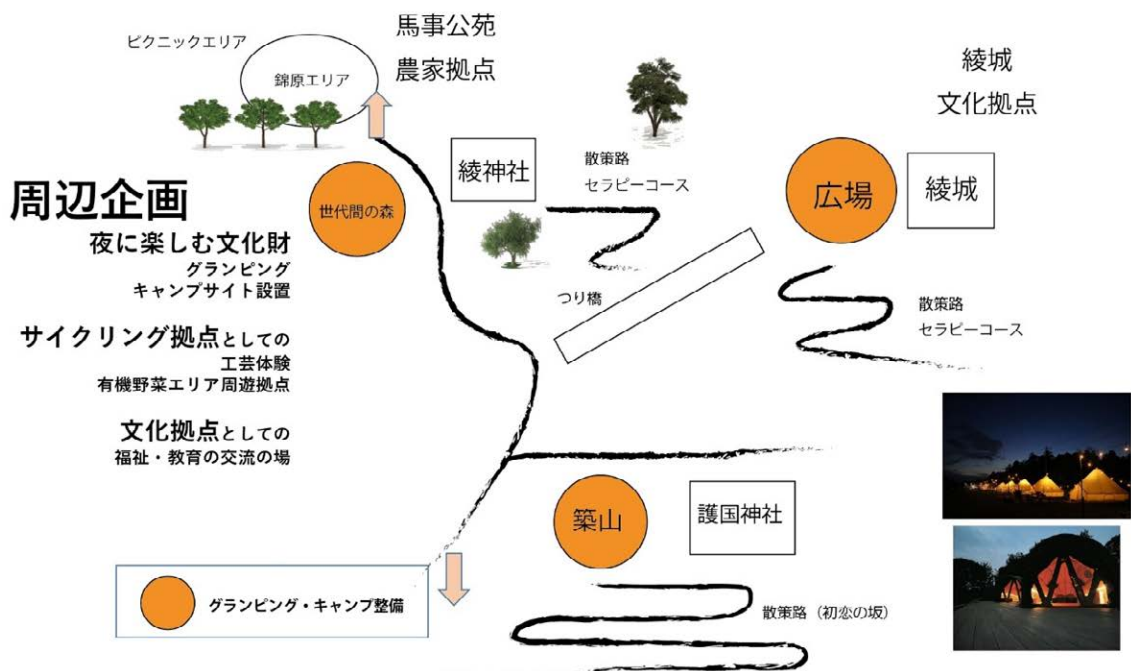
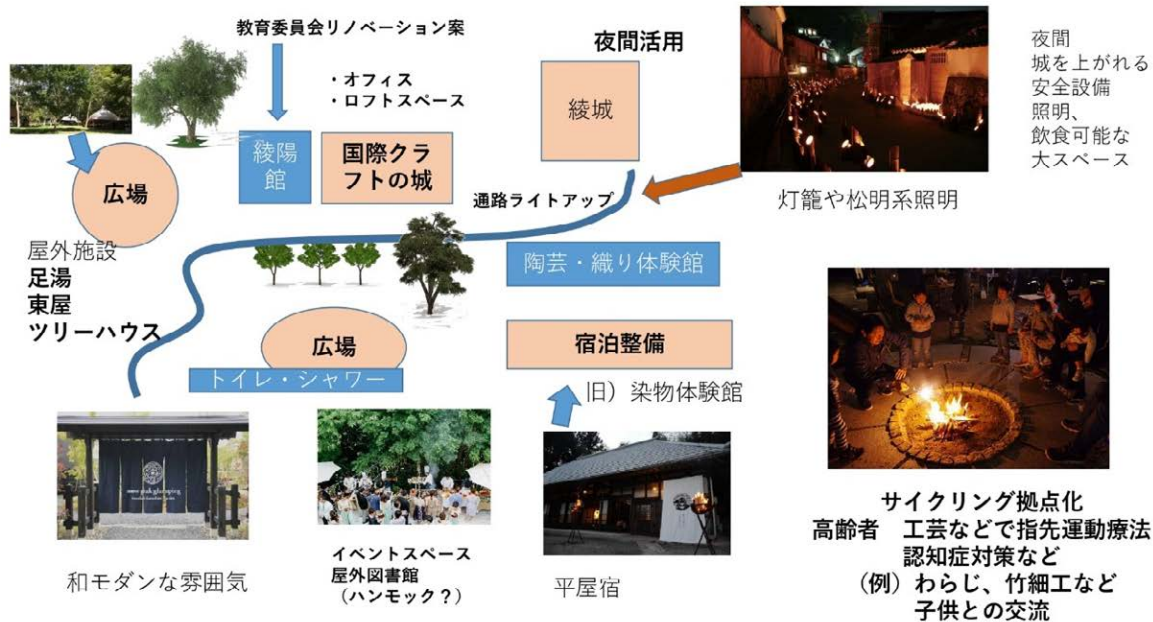


綾城を中心とした農泊

手づくりの里
 自然と共に生きる町
 自然生態系農業の町
 名水百選のまち
 星空の見えるまち

などの地域資源を満喫できる

綾城 城主気分を味わう 城泊



城泊における現在必要な綾城改造案

夜間滞在に対応可能な設備
交代制の夜警システム
入場料無料化の仕掛けづくり
体験館を宿に改装
寄り場としての囲炉裏
風呂・シャワー

サイクリング拠点としてのリラクゼーション機能
屋外図書館
足湯
東屋
ツリーハウス

参考)
イメージ写真
綾で行われているイベントなど

(2) 寺泊

寶林寺

群馬県邑楽郡千代田町地区

寺泊推進事業計画書

(令和2年度城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

宗教法人宝林寺

① 地域概況

- エリア名** 群馬県邑楽郡千代田町
- 市町村概要** 群馬県邑楽郡千代田町
人口: 11,205人 (R2年12月末現在)
- 主な地域資源** 利根川河川敷、サントリービール工場
川施鐵鬼、広大な田園風景
ビール麦、榎木
- アクセス** 太田桐生・館林・羽生インターチェンジより、約 30分
東武伊勢崎線館林駅・川俣駅より約 20分
利根川新橋(赤岩渡船)新設事業着手予定
- その他** 年間観光客入数等: 約 7万人 (令和元年度)
千代田の祭 川せがき例年入出: 約 5万人



<http://www.nepc.or.jp/movie/pdf/tokyo02.pdf>



<https://www.town.chiyoda.gunma.jp/osen/index.html>

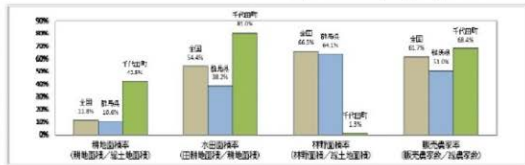
引用 <https://www.town.chiyoda.gunma.jp/ietz/link.html>



<http://www.town.chiyoda.gunma.jp/keizai/rousei/nousei005.html>



<https://www.town.chiyoda.gunma.jp/keizai/syoko/syoko007.html>



<http://www.machimura.maff.go.jp/machi/contents/10/523/index.html>

② マーケティングコンセプト

WHO

年齢: 20~40代

- 属性:
- ・精神的体験、文化資産等に興味がある
 - ・ワーケーション活用層
 - ・ファミリー層
 - ・アウトドア志向
 - ・お寺に興味があるが、敷居を感じる
 - ・自然に触れつつ心を調えたい
 - ・物質的豊かさく精神的豊かさ



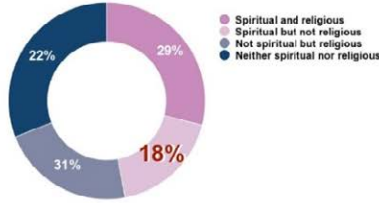
SBNRと呼ばれる層がこういった志向性を持っており、お寺との親和性が高いと仮説。

※SBNR: Spiritual But Not Religious
無宗教型スピリチュアル層

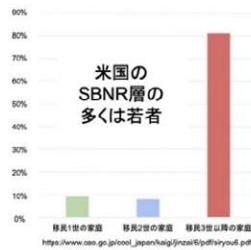
A New Look at American Spirituality and Religiosity

Percent of Americans who identify as...

米国人の5人に1人はSBNR



<https://www.pri.org/research/religiosity-and-spirituality-in-america/>



各国アンケート調査にみる「信仰の有無」と「宗教的な心」

国名 (調査年)	「信仰あり」	「信仰なし」	「この国は「宗教心は本邦である」とする国」
インド 2008	93	7	97
イタリア 1992	88	17	44
アメリカ 2006			
シンガポール 2007			
台湾 2006			
韓国 1987			
フランス 1988			
韓国 2006	64	48	58
香港 2006	38	62	33
日本 2008	27	73	60
上海 (中国) 2006	28	73	37
北京 (中国) 2006	14	86	35

潜在的SBNR層が日本には多い

(注) 1. 本表は「信仰」の有無と「宗教心」の有無を別々に調査し、比較している。
2. 韓国は人口の約10%に「この国は「宗教心は本邦である」とする国」として回答している。

https://meigaku.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=3317&file_id=18&file_no=1

米国に限らず、欧米諸国でもSBNR化は進んでいるという調査もある。一方で日本では、元来そういった捉え方が多く、ターゲットとする年代に刺さりやすいと考えられる。

国内需要だけでなく、今後必ず復活するインバウンド層を捉えることも可能。

② マーケティングコンセプト

WHY



- ・集中できる空間が限られている
- ・クリエイティブな発想ができる環境に行きたい
- ・日々の仕事等に追われてしまっている
- ・都会の喧騒から離れたたい
- ・自然にふれる機会が減ってしまった
- ・情報の荒波にのまれ、思考する時間がない
- ・自分の人生をどうしたらいいか悩んでいる
- ・不確実性の時代に不安を感じている etc...

興味はあるが、宗教性という壁が存在し、足を運びづらい

HOW



インターネット等を通じて気軽に予約ができる宿泊施設を受け皿とすることで、障壁となっていた壁が取り払われ、坐禅や写経、自然にふれる体験を通して、VUCA時代における精神的安定を提供することができる。

③ 基本の事業コンセプト



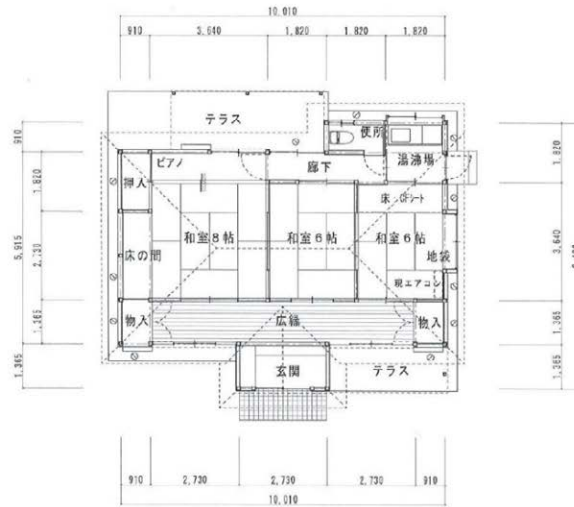
VUCAの時代だからこそ「調い」を^と

不確実で混沌とした時代。通信技術の発達により、いつでもどこでも情報を手に入れることができる一方で、その情報量に押しつぶされ、荒波にのまれかねない現代。情報を手に入れば手に入れるほど、思考する時間は限られる。「いま、ここ」を感じるため、ありのままの自然を見、感じ、ゆったりと流れる刻(とき)の中で、自らを見つめ直し、調える。約700年の歴史とともに、人生に調いを。

※VUCA:「先行きが不透明で、将来の予測が困難な状態」V(Volatility:変動性)U(Uncertainty:不確実性)C(Complexity:複雑性)A(Ambiguity:曖昧性)
事業キーワード: SBNR/HYGGE/VUCA/SDGs

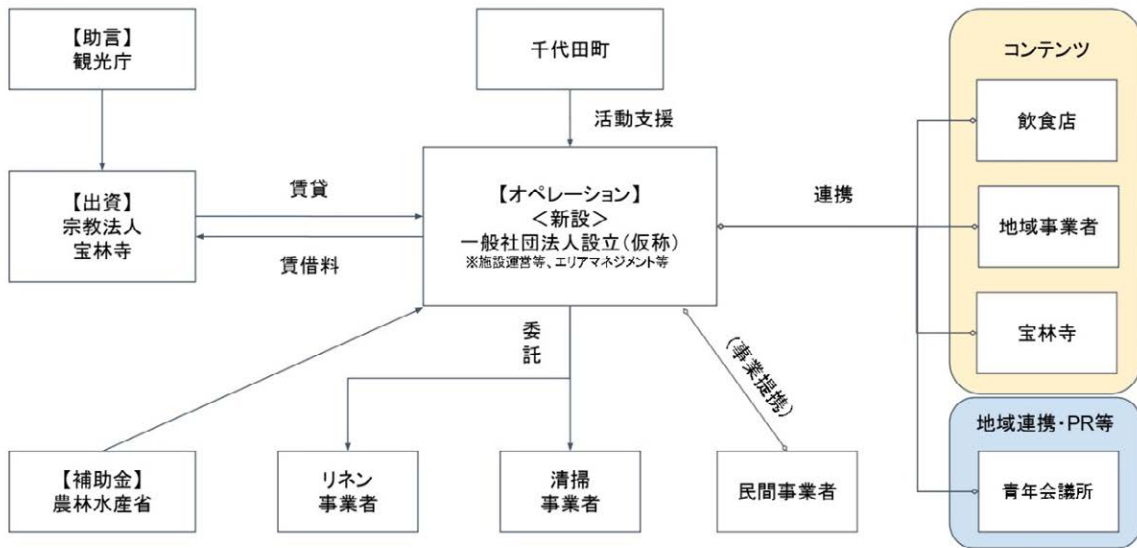


④ 活用物件平面図



現状平面図

⑤ 事業スキーム



⑥ 資金計画

		投資回収期間									
		第1年度	第2年度	第3年度	第4年度	第5年度	第6年度	第7年度	第8年度	第9年度	第10年度
収益	宿泊売上	¥1,327,135	¥1,565,165	¥1,720,160	¥3,003,595	¥3,288,065	¥3,432,175	¥3,761,325	¥3,786,945	¥3,854,265	¥3,891,790
	平均単価/部屋(1部屋/泊)	¥18,000	¥19,000	¥20,000	¥16,000	¥16,000	¥16,000	¥18,000	¥18,000	¥18,000	¥18,000
	平均宿泊人数	3.4人	3.4人	3.4人	3.4人	3.4人	3.4人	3.4人	3.4人	3.4人	3.4人
	予約室数	57	63	64	130	143	149	150	151	154	155
	合計宿泊人数	195	216	221	448	490	512	516	518	529	536
	稼働率	38.4%	39.1%	39.7%	40.24%	41.0%	41.4%	41.6%	41.9%	42.2%	42.3%
	宿泊外売上	¥310,135	¥375,405	¥442,960	¥920,395	¥1,006,465	¥1,051,375	¥1,060,605	¥1,063,905	¥1,086,585	¥1,101,790
支出	常業費用	¥1,261,923	¥2,062,337	¥2,097,713	¥3,899,463	¥3,022,186	¥3,074,287	¥3,099,670	¥3,470,796	¥4,457,574	¥3,472,642
	人件費	¥0	¥360,000	¥360,000	¥600,000	¥600,000	¥600,000	¥600,000	¥960,000	¥960,000	¥960,000
	家賃	¥0	¥360,000	¥360,000	¥360,000	¥360,000	¥360,000	¥360,000	¥360,000	¥360,000	¥360,000
	修繕費	¥0	¥0	¥0	¥1,000,000	¥0	¥0	¥0	¥0	¥1,000,000	¥0
	都市計画税	¥0	¥0	¥0	¥3,603	¥3,603	¥3,603	¥3,603	¥3,603	¥3,603	¥3,603
	固定資産税	¥14,439	¥14,439	¥14,439	¥14,439	¥14,439	¥14,439	¥14,439	¥14,439	¥14,439	¥14,439
	減価償却費	¥433,630	¥433,630	¥433,630	¥393,554	¥393,554	¥363,556	¥324,694	¥324,694	¥283,761	¥283,761
	消耗品費	¥132,714	¥156,519	¥172,016	¥300,360	¥328,807	¥343,218	¥376,133	¥378,695	¥385,427	¥389,179
	外注費(清掃)	¥197,750	¥219,170	¥223,510	¥455,700	¥499,100	¥520,800	¥525,140	¥529,480	¥538,160	¥542,500
	リース料	¥107,250	¥118,250	¥121,550	¥246,400	¥269,500	¥281,600	¥283,800	¥284,900	¥290,950	¥294,800
	通信費	¥80,000	¥90,000	¥90,000	¥90,000	¥90,000	¥90,000	¥90,000	¥90,000	¥90,000	¥90,000
	支払手数料	¥145,800	¥166,534	¥177,024	¥273,744	¥297,552	¥309,456	¥347,846	¥350,525	¥355,882	¥358,560
	水道光熱費	¥80,340	¥83,796	¥85,544	¥101,664	¥105,632	¥107,616	¥114,014	¥114,461	¥115,354	¥115,800
雑費	¥60,000	¥60,000	¥60,000	¥60,000	¥60,000	¥60,000	¥60,000	¥60,000	¥60,000	¥60,000	
その他	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	
営業利益	¥65,212	-¥497,152	-¥377,553	-¥895,868	¥265,879	¥357,888	¥661,655	¥316,149	-¥603,309	¥419,148	
営業外収益	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	
営業外費用	¥300,000	¥0	¥0	¥500,000	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	
経常利益	-¥234,788	-¥497,152	-¥377,553	-¥1,395,868	¥265,879	¥357,888	¥661,655	¥316,149	-¥603,309	¥419,148	

⑥ 資金計画

必要資金計画

資金使途		(円)	資金調達		(円)
A	設備投資金		C	補助金等/クラウドファンディング	
	古民家取得代(あれば)	¥0		補助金	¥5,235,000
	改装費	¥8,470,000		計	¥5,235,000
	その他	¥2,000,000	D	借入	
	計	¥10,470,000			¥0
B	必要見込み運転資金		E	自己資金	
	運転資金	¥1,000,000			¥6,235,000
	計	¥1,000,000	合計	(C+D+E)	¥11,470,000
合計	(A+B)	¥11,470,000			

事業計画書

～金龍山 実性院@加賀市大聖寺エリアの活用に向けて～

令和3年3月26日

一般社団法人 加賀市観光交流機構 / 金龍山 実性院

1

加賀市の概要

- 🌀 金沢から電車で30分
- 🌀 小松空港から車で約15分
- 🌀 東京から北陸新幹線で約3時間、羽田から飛行機で約1時間
- 🌀 大阪 & 名古屋から電車で2.5時間
- 🌀 京都から電車で2時間
- 🌀 福井と日本海に接す
- 🌀 半径8キロ圏内に個性異なる3温泉が点在
- 🌀 2024年北陸新幹線延伸予定
- 🌀 江戸時代は、金沢市を中心とした百万石の加賀藩の支藩、十万石の大聖寺藩として栄えた地。



※ここでは加賀温泉郷＝加賀市に点在する3温泉(山代・山中・片山津)を指す。

地図出所：KAGA旅・まちネットHP

2

城下町「大聖寺」地区概要

【城下町～大聖寺(だいしょうじ)～について】 出所：KAGA旅まちネットより抜粋 <https://www.tabimati.net/about/daishoji>

江戸時代に、加賀藩第三代藩主・前田利常の三男利治を藩祖とする大聖寺藩が誕生。以来、明治期に至るまでの230年間、錦城山の麓には藩邸や武家屋敷、その東側には鍛冶町鉄砲町など職人の町、南側には町の防備も兼ねて「山の下寺院群」を配置するなど、町割りのしっかりした城下町が置かれました。そこには小振りながらも加賀百万石を彷彿とさせる風雅な文化圏が育まれたのです。その文化の代表格が九谷焼。藩の施策として始められた九谷焼ですが、絵付けの弓際の筆致や鮮やかな色彩には高い芸術性が見られ、古九谷から再興九谷に至るさまざまな謎を秘めた九谷焼の魅力が「石川県九谷焼美術館」で堪能できます。また大聖寺は、『日本百名山』の著者として知られる深田久弥の生誕地でもあります。晴れた夕暮れには「美しいものの究極」と評した薔薇色に染まる白山が瓦屋根の上に鎮座する町。久弥が愛してやまなかった大聖寺は、素朴な自然と人情が生き生きと息づく町なのです。



5

金龍山 実性院について

【実性院の概要】

藩政時代の大型寺藩主の菩提寺。
実性院は、かつての越前の国（今の福井県）との国境付近であったところに、大聖寺藩が意識的に寺社を集めたとされる「山の下寺院群」の通りの入り口に位置。山の下寺院群には7つの寺があり、すべて曹洞宗、日蓮宗、法華宗、浄土宗といった、武家を檀家に持つ寺院が建ち並ぶ。
実性院は**藩主の菩提寺**であったため、初代から十四代までの歴代藩主の墓が建立され、本堂や御霊堂などは寺院創建当時のままだに残っている。
坐禅堂や、かつて**フランス人のフランソワーズ・モレジャン氏がアトリエとして使っていた離れ**も有す。
なお、**坐禅堂を有する寺院は県内では金沢の大乗寺と加賀の実性院の2拠点のみ。**

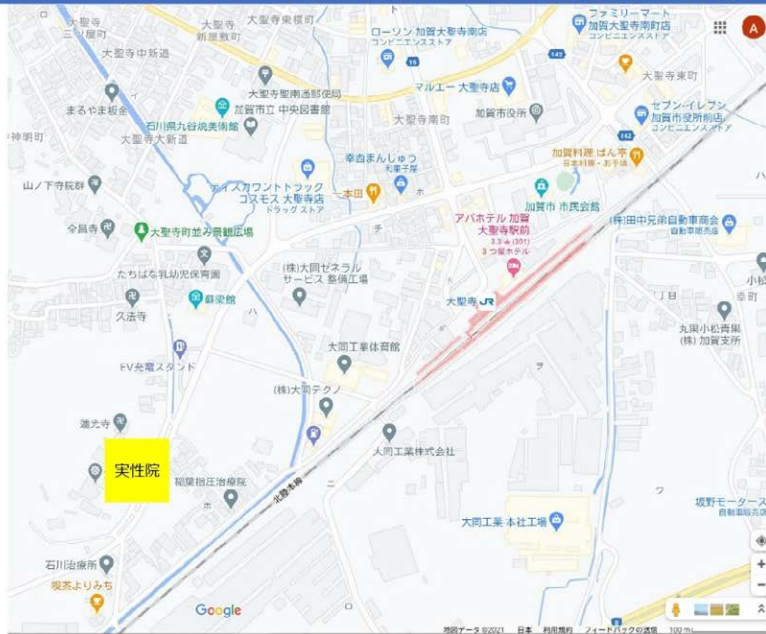
【実性院の課題】

現在、実性院の住職は不在で、維持管理は檀家総代を務める地元住民らがボランティアで行っている。かつては多くの武家が檀家であり、収入もあったが、明治以降はどんどん減少し、今は維持管理もままならない状況。



6

実性院(黄色ハイライト)周辺マップ@大聖寺地区



【実性院から徒歩でのアクセス】

- JR大聖寺駅まで10分
- 加賀市役所まで15分
- コンビニまで10分
- 図書館や美術館まで5分
- ドラッグストアまで5分
- スーパーまで15分

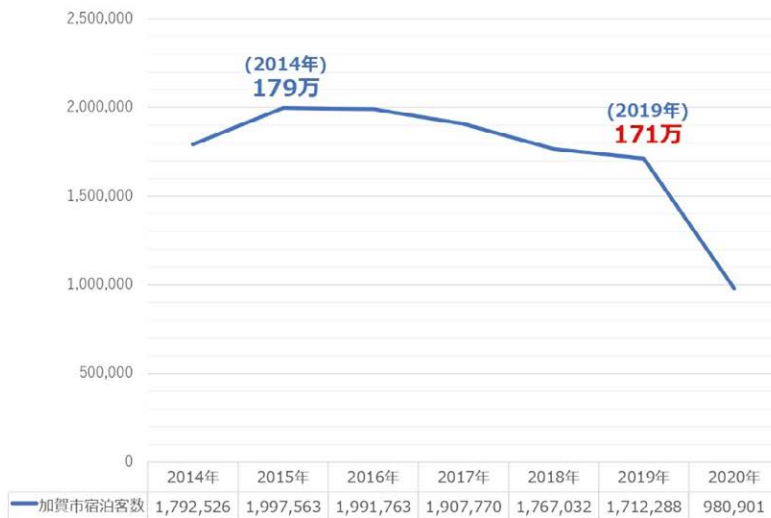
【大聖寺駅発着の公共交通機関】

- JR (金沢まで各駅停車で50分)
- バス (3温泉それぞれへ)

7

加賀市における観光誘客の課題

加賀市宿泊客数の推移 (単位:人、日帰り客含まず)



出所: 加賀市観光統計(短期)より志田が作成

【BEFORE COVID】
コロナ前の時点で北陸新幹線
金沢開通前の数を割っている

【WITH COVID】
コロナの影響により北陸新幹線
開通時から半減

【加賀市訪問客の発地別割合(2019年)】
「関西」24.4%、「関東」12.1%
※金沢は「関東」143.2%、
「関西」19.9%



北陸新幹線開通から5年経つが、
「関東」のシェア伸び悩み。
「関西」も横ばい。
**都市圏からの誘客(=宿泊を
伴う誘客)に結び付いていない**
※なお、インバウンドの割合は全体の4~5%程度

8

双方の課題解決のひとつとして、ワーケーション@実性院@大聖寺

実性院と加賀市の双方が抱える課題を解決すべく、実性院でのワーケーション需要取り込みに向けた施策を考えることに。

1. 目的

- 実性院の維持管理費を少しでも捻出
- 大聖寺エリアのにぎわい創出
- 温泉地⇄実性院の回遊性促進による市内滞在時間の向上
- 市内ワーケーションスポットの多様化
- 移住にも繋げたい

2. ワケーション@実性院の実施パターン

- 寺ワーク（お寺でテレワーク、コワーキングスペースとしての活用）
- 坐禅（や写経）つきオフサイトミーティングの場としての活用
- 寺泊（お寺にステイ、離れを活用）

3. 旅行会社とのワーケーションプラン造成

- CSR活動の一環となりうるアクティビティを含めてパッケージ化する（裏山の掃除や、近くの高校への出張教室アレンジ等）
- 片山津温泉の老舗旅館「湖畔の宿森本」も檀家なので、宿泊場所として「森本」でまずは調整



出所：北陸中日新聞（2020年12月30日）

ワーケーション@実性院

スケジュール概要

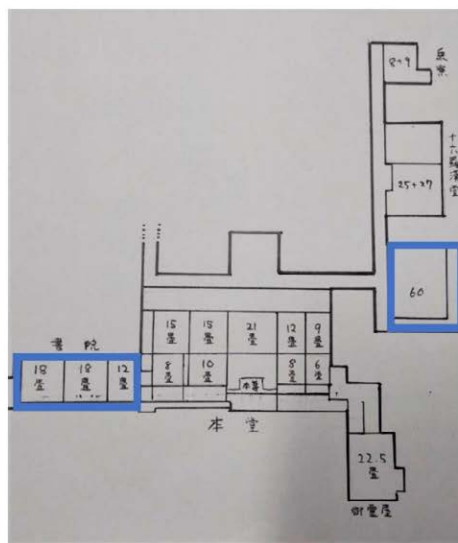
2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
<ul style="list-style-type: none"> • ワケーションプラン造成に向けた旅行会社や企業の招聘&受け入れ（加賀市観光交流機構による実施） • 実性院が登記の件確認 	<ul style="list-style-type: none"> • 宿泊施設運営委託会社による離れのリノベーション及び寺泊販売スタート（実性院から委託） • 旅行会社による坐禅堂を活用したワーケーションプラン販売スタート（宿泊は旅館） 	<ul style="list-style-type: none"> • 宿泊施設運営委託会社による十六羅漢堂のリノベーション及び寺泊販売スタート（実性院から委託） • 外国人向けの受け入れ態勢マニュアル化 	<ul style="list-style-type: none"> • 宿泊施設運営委託会社による外国人の寺泊も対応スタート（実性院から委託）

ワーケーション@実性院

旅行会社と連携した坐禅堂と書院の活用

【出張(合宿)型ワーケーション向け活用】

- 実性院にある坐禅堂と書院を活かし、「坐禅つきオフサイトミーティングの場」として活用
- 裏山の掃除など、CSR活動もプログラム化していく
- 旅行会社と連携し、宿泊は旅館
- 実性院の認知向上に向け、俳優・高橋一生さんに坐禅堂にて坐禅をして頂き、特設サイトで紹介中
<https://www.kracie.co.jp/himawari/visitkaga/sharpenthesenses/>



11

ワーケーション@実性院

宿泊施設運営委託会社と連携した離れ(衆寮)及び十六羅漢堂の活用

【寺泊(宿泊施設)としての活用】

➤ ターゲット顧客

① Jessica (ジェシカ)

宿泊施設運営委託会社がメインターゲットをセグメンテーションしており Jessica と呼称。

- ・国内に住む20歳から35歳までの女性
- ・加賀温泉郷から300km圏内に住み、車での移動が可能
- ・未婚で3から5名のグループを形成
- ・比較的学歴が高く、自分磨きに関心が強い

② インバウンド全般

② afterコロナの主要ターゲット

- ・電車やレンタカーなど交通手段は様々

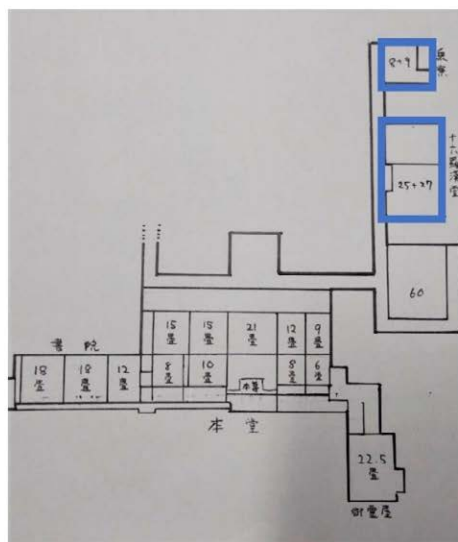
➤ サービス・商品の提供方法・仕組み

- ・非対面式予約オペレーションを採用。ネット予約、ネット決済、メールや電話でのコミュニケーション、定時清掃体制での宿泊所運営管理を実施。
- ・全予約事前カード決済の為売掛債権管理が不要。

・運営と所有を分離する経営戦略であるが、本件に限り予約オペレーションはIROHA、清掃業務は実性院が担当。

・1棟貸しであり、飲食の提供はなく、基本的に炊事若しくは外食を想定しているため、宿泊客滞在中の管理コストが発生しないことが特徴。

・将来的には自社ホームページでの予約受付に一元化することで収益性を高める。



12

ワーケーション@実性院

宿泊施設運営委託会社と連携した1K(衆寮)の活用案

内容：1泊素泊まり（1棟貸し）としてOTAにて販売を行う。
 時間：チェックイン15:00、チェックアウト11:00
 定員：最大4名
 価格：平日 20,000円(税込) ※座禅謝礼5,000円(税込)含む
 休前日 28,000円(税込) ※座禅謝礼5,000円(税込)含む
 特別日 30,000円(税込) ※座禅謝礼5,000円(税込)含む
 改装費用：3,000,000円（クラウドファンディングにて調達）
 ※下記は改装前の現在の様子抜粋

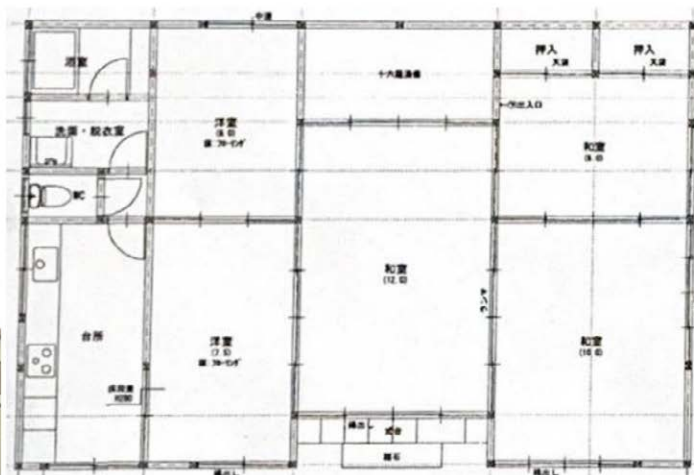


13

ワーケーション@実性院

宿泊施設運営委託会社と連携した十六羅漢堂の活用案

内容：1泊素泊まり（1棟貸し）としてOTAにて販売を行う。
 時間：チェックイン15:00、チェックアウト11:00
 定員：最大8名
 価格：平日 30,000円(税込)
 ※座禅謝礼10,000円(税込)含む
 休前日 40,000円(税込)
 ※座禅謝礼10,000円(税込)含む
 特別日 50,000円(税込)
 ※座禅謝礼10,000円(税込)含む
 改装費用：17,000,000円
 ※下記は改装前の現在の様子抜粋



14

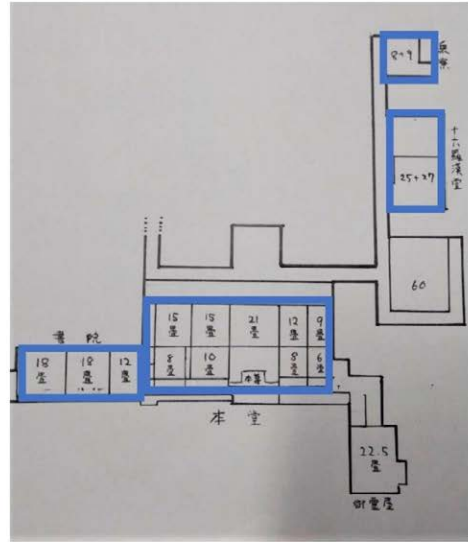
ワーケーション@実性院
Wifiネットワーク整備見積もり

【Wifiネットワーク環境整備見積もり（税込）】

- ①書院、本堂、十六羅漢堂の初期工事費：約17万円～
- ②離れ(衆寮)の屋外LAN配線工事：約6万円～

【Wifi月額使用料】

スマート光ビジネスWifiハイエンド（月額支払い型 5年）
月額基本料：15,070円



15

ワーケーション@実性院
離れの資金計画（宿泊施設運営委託会社作成）

	2021年10月	11月	12月	2022年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2023年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
月最大収容	124	120	124	124	112	124	120	124	120	124	120	124	120	124	120	124	112	124	120	124	120	124	120	124	120	124	120	124
日数	31	30	31	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
離れシェアレーション	2021年10月	11月	12月	2022年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2023年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
平日宿泊(日)	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
平日人数	4	4	8	4	4	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	
平日売上	20,000	20,000	40,000	20,000	20,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	
休前日宿泊(日)	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
休前日人数	8	8	8	8	8	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	
休前日売上	56,000	56,000	56,000	56,000	56,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	
特別宿泊(日)	0	1	4	2	0	0	0	4	0	0	0	0	4	0	0	4	0	0	0	4	0	0	0	4	0	0	4	
特別人数	0	4	16	8	0	0	0	16	0	0	0	16	0	0	16	32	8	0	0	16	0	0	16	0	0	16	32	
特別売上	0	30,000	120,000	60,000	0	0	0	120,000	0	0	0	120,000	0	0	120,000	240,000	60,000	0	0	120,000	0	0	120,000	0	0	120,000	240,000	
総宿泊者数	3	4	8	5	3	6	6	10	6	6	10	6	6	10	14	8	6	6	6	6	10	6	6	10	6	6	10	
総宿泊者数	12	16	32	20	12	24	24	40	24	24	40	24	24	40	56	32	24	24	24	24	40	24	24	40	24	24	40	
平均単価	6,333	6,625	6,750	6,800	6,333	6,333	6,333	6,800	6,333	6,333	6,800	6,333	6,333	6,800	7,000	6,625	6,333	6,333	6,333	6,800	6,333	6,333	6,800	6,333	6,333	6,800	7,000	
売上高合計	76,000	106,000	216,000	136,000	76,000	152,000	152,000	272,000	152,000	152,000	272,000	152,000	152,000	272,000	392,000	212,000	152,000	152,000	152,000	152,000	272,000	152,000	152,000	272,000	152,000	152,000	272,000	
座席謝礼	15,000	20,000	40,000	25,000	15,000	30,000	30,000	50,000	30,000	30,000	50,000	30,000	30,000	50,000	70,000	40,000	30,000	30,000	30,000	30,000	50,000	30,000	30,000	50,000	30,000	30,000	50,000	
水道	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	
電気	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	
リネン	21,600	28,800	57,600	36,000	21,600	43,200	43,200	72,000	43,200	43,200	72,000	43,200	43,200	72,000	100,800	57,600	43,200	43,200	43,200	43,200	72,000	43,200	43,200	72,000	43,200	43,200	72,000	
売上原価合計	49,600	61,800	110,600	74,000	49,600	86,200	86,200	135,000	86,200	86,200	135,000	86,200	86,200	135,000	183,800	110,600	86,200	86,200	86,200	86,200	135,000	86,200	86,200	135,000	86,200	86,200	135,000	
通信費								5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	
販売管理費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	
子約手数料 (OTA)	11,400	15,900	32,400	20,400	11,400	22,800	22,800	40,800	22,800	22,800	40,800	22,800	22,800	40,800	58,800	31,800	22,800	22,800	22,800	22,800	40,800	22,800	22,800	40,800	22,800	22,800	40,800	
IR/HA	11,400	15,900	32,400	20,400	11,400	22,800	22,800	40,800	22,800	22,800	40,800	22,800	22,800	40,800	58,800	31,800	22,800	22,800	22,800	22,800	40,800	22,800	22,800	40,800	22,800	22,800	40,800	
販費合計	25,800	34,800	67,800	43,800	25,800	48,600	48,600	89,600	53,600	53,600	89,600	53,600	53,600	89,600	125,600	71,600	53,600	53,600	53,600	53,600	89,600	53,600	53,600	89,600	53,600	53,600	89,600	
営業利益	600	9,400	37,800	18,200	600	17,200	17,200	47,400	12,200	12,200	47,400	12,200	12,200	47,400	82,800	29,800	12,200	12,200	12,200	12,200	47,400	12,200	12,200	47,400	12,200	12,200	47,400	
税引前当期重利益	600	9,400	37,800	18,200	600	17,200	17,200	47,400	12,200	12,200	47,400	12,200	12,200	47,400	82,800	29,800	12,200	12,200	12,200	12,200	47,400	12,200	12,200	47,400	12,200	12,200	47,400	

16

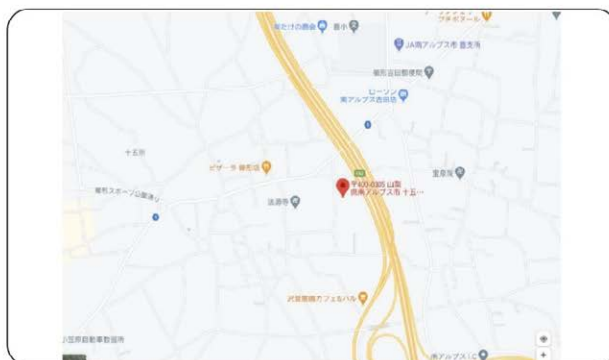
南アルプス市豊地区 法源寺寺泊事業計画書

(令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

団体名 宗教法人 法源寺
氏名 横山 瑞法

① 地域概況

エリア名	山梨県南アルプス市 豊地区
市町村概要 (名称・人口)	南アルプス市 71,408人
主な地域資源	果樹(桃・さくらんぼ・ブドウ)
アクセス	中部横断自動車道 南アルプスI.Cからすぐ 甲府駅からバスで40分(十五所停留所) 新宿から高速バスで2時30分
その他 (年間観光客入 数など)	南アルプス市 令和元年年間観光客入数 659,124人 山梨県全体の1.3% 楡形山果実峡周辺180,614人



② マーケティング コンセプト

首都圏在住者
30~40代女性グループ
顧客はだれか (WHO)

- ・都心の喧騒から離れた時間を過ごしたい。
- ・従来のイメージである名所や景勝地を回る「観光」ではなく、その場所でないと体験することができない、現地の人たちの生活に触れるような体験がしたい。

顧客にとっての
悩み/痛みはなにか
(WHY)

寺も含めて地域内に広く協力の輪を広げ、当宿泊施設のみで完結しない、観光だけでなく一時的な住民として、地域全体の日常を含めた特色をコンテンツとして体験できるようにする。

私たちは、どのように
貢献/解決するか
(HOW)

③ 基本の事業コンセプト



地域の宿から持続可能な地域を作る

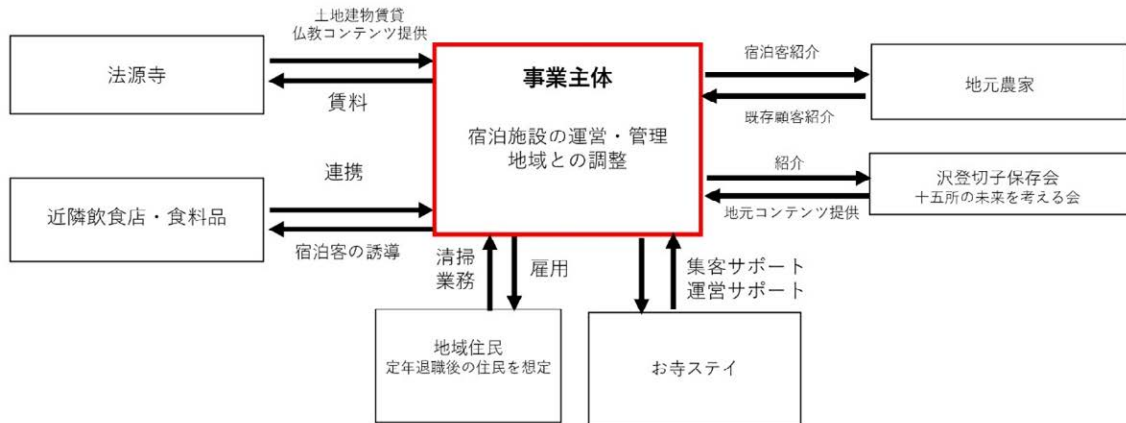
観光資源といえば桃・さくらんぼなどの果樹栽培のみの当地域だが、地域内で宿泊施設を作り地域内の滞在時間を増やすことで地域の価値を再発見・再開発していく。宿泊施設のみで完結せず滞在期間中に地域内の飲食店等にも人の流れを作り、地域の関係人口の増加に寄与していくことで、地域の活性化を目指す。宿の立ち上げから地域内のコンテンツ作りを並行して行い、複数箇所での空き家改修型の宿泊施設の運営を目指す。



④ 活用物件平面図



⑤ 事業スキーム



⑥ 資金計画

事業収支見込		(単位:円)									
		第1年度	第2年度	第3年度	第4年度	第5年度	第6年度	第7年度	第8年度	第9年度	第10年度
主要KPI											
宿泊売上	客室数 (A)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	稼働率 (B)	20.0%	30.0%	40.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%
	客室出賃 (C)	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000
	宿泊売上 (A×B×C×365日*)	2,263,000	3,394,500	4,526,000	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500
飲食売上 (あれば)	稼働数 (D)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	稼働率 (E)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	客単価 (F)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	飲食売上 (D×E×F×365日*)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	オペレーション線売上 (宿泊売上+飲食売上)	2,263,000	3,394,500	4,526,000	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500
事業計画											
①	売上	宿泊売上 (A×B×C×365日*)	2,263,000	3,394,500	4,526,000	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500
	その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	合計 (売上)	2,263,000	3,394,500	4,526,000	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500	5,657,500
②	営業費用										
	人件費	890,600	1,335,900	1,781,200	2,226,500	2,226,500	2,226,500	2,226,500	2,226,500	2,226,500	2,226,500
	OTA広告手数料	339,450	509,175	678,900	848,625	848,625	848,625	848,625	848,625	848,625	848,625
	水道 (あれば)	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000
	光熱水費	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
	リネンクリーニング費	87,600	131,400	175,200	219,000	219,000	219,000	219,000	219,000	219,000	219,000
	修繕費	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
	固定資産税 都市計画税 (あれば)	48,151	48,151	48,151	48,151	48,151	48,151	48,151	48,151	48,151	48,151
	減価償却費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	雑費	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
	その他										
	合計 (営業費用)	2,645,801	3,304,626	3,963,451	4,622,276	4,622,276	4,622,276	4,622,276	4,622,276	4,622,276	4,622,276
③	営業利益 (①-②)	-382,801	89,874	562,549	1,035,224	1,035,224	1,035,224	1,035,224	1,035,224	1,035,224	1,035,224
④	営業外収益	その他 (あれば)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
⑤	営業外費用	支払利息等 (あれば)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
⑥	その他 (あれば)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
⑦	経常利益 (③+④-⑤-⑥)	-382,801	89,874	562,549	1,035,224	1,035,224	1,035,224	1,035,224	1,035,224	1,035,224	1,035,224

※その他売上項目は適用停止。また該当がない項目は記載不要
*年間稼働日数は実態に合わせて要修正 (定休日がある場合等)

⑥ 資金計画

必要資金計画

資金使途	(円)	資金調達	(円)
A 設備投資資金		C 補助金等/クラウドファンディング	
古民家取得代 (あれば)	6,750,000	クラウドファンディング	250,000
改装費	3,000,000		0
寝具・リネン購入	500,000		0
プロモーション関係	500,000		0
その他	500,000	計	250,000
計	11,250,000	D 借入	4,000,000
B 必要見込み運転資金		E 自己資金	7,000,000
運転資金	0		
計	0	合計 (C+D+E)	11,250,000
合計 (A+B)	11,250,000		

※該当がない項目は記載不要

～心と身体を調える 霊山トレーニングを日本から世界へ～

武井坊式トレイル瞑想 事業計画2021

武井坊

2021年3月

『仏教瞑想』×『トレイルラン』武井坊住職 小松祐嗣の思い

静と動の仏教思想を 展開していきたい

今まで積み上げてきた思いと実績

▶ 身延の町と仏教信仰を盛り上げるため、仲間と共に歩んできた8年間



3

なぜ『瞑想×トレイルラン』か



Meditation

Trail Running



仏教とは？仏教のイメージ

➤死を彷彿させ、不幸事というイメージがついてまわる



お葬式や法事？



お参り？



お墓参り？

5

仏教とは

仏教とは今を生きる私たちが
いかに苦悩や心配事、怒りや妬みに
振り回されることなく、
穏やかな心持ちを保つための方法論

6



仏道修行とは心の鍛錬

心の状態と、体の状態は密接に
関係している



「体」の状況は「心」に、
「心」の状況は「体」に影響する

なぜ瞑想？

修行＝厳しい？



瞑想

冬でも裸足？空腹に耐える？滝に打たれる？
などなど
非常に厳しいものをイメージ

自身の心を観察



9

瞑想とは

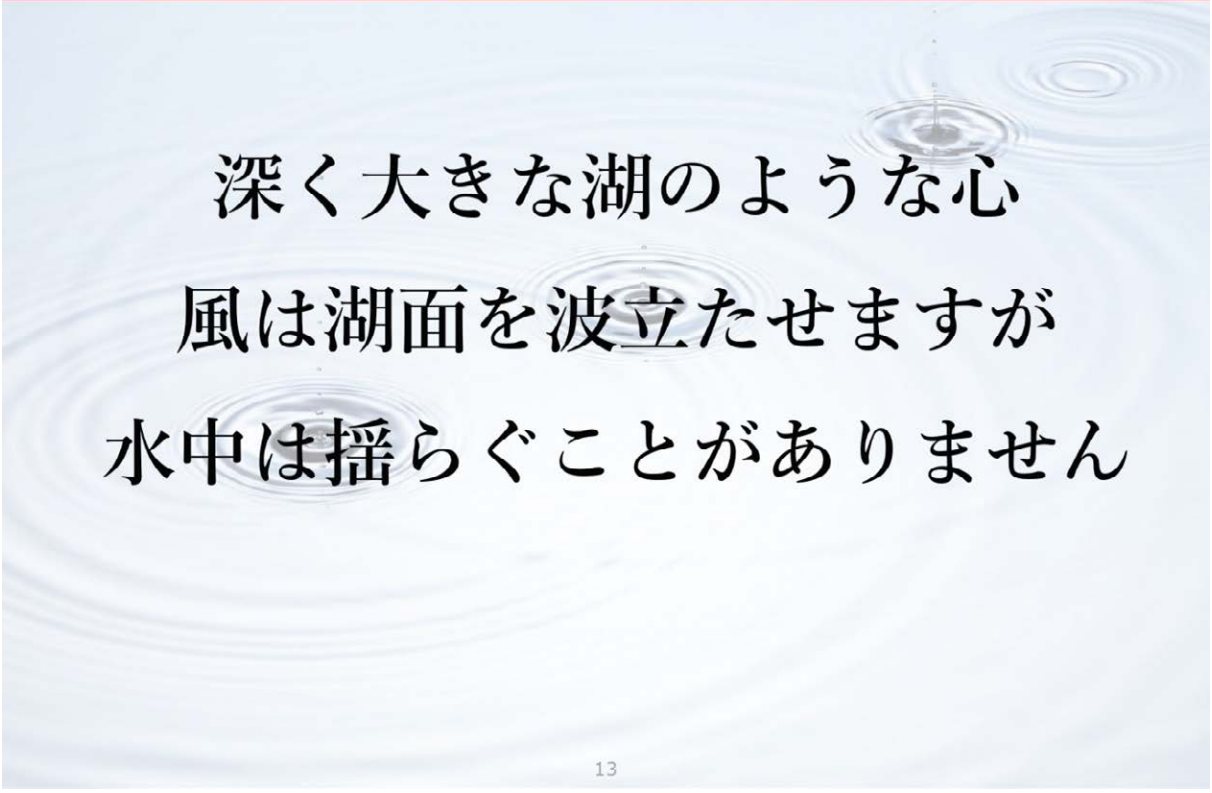
心の鍛錬方法



- お釈迦さまが説いた、私達を苦しみから開放する実践項目（八正道）のひとつ
- 今現在の内と外（心と体）の状況に気づくために自分自身に向き合う鍛錬方法

瞑想は『心の筋トレ』

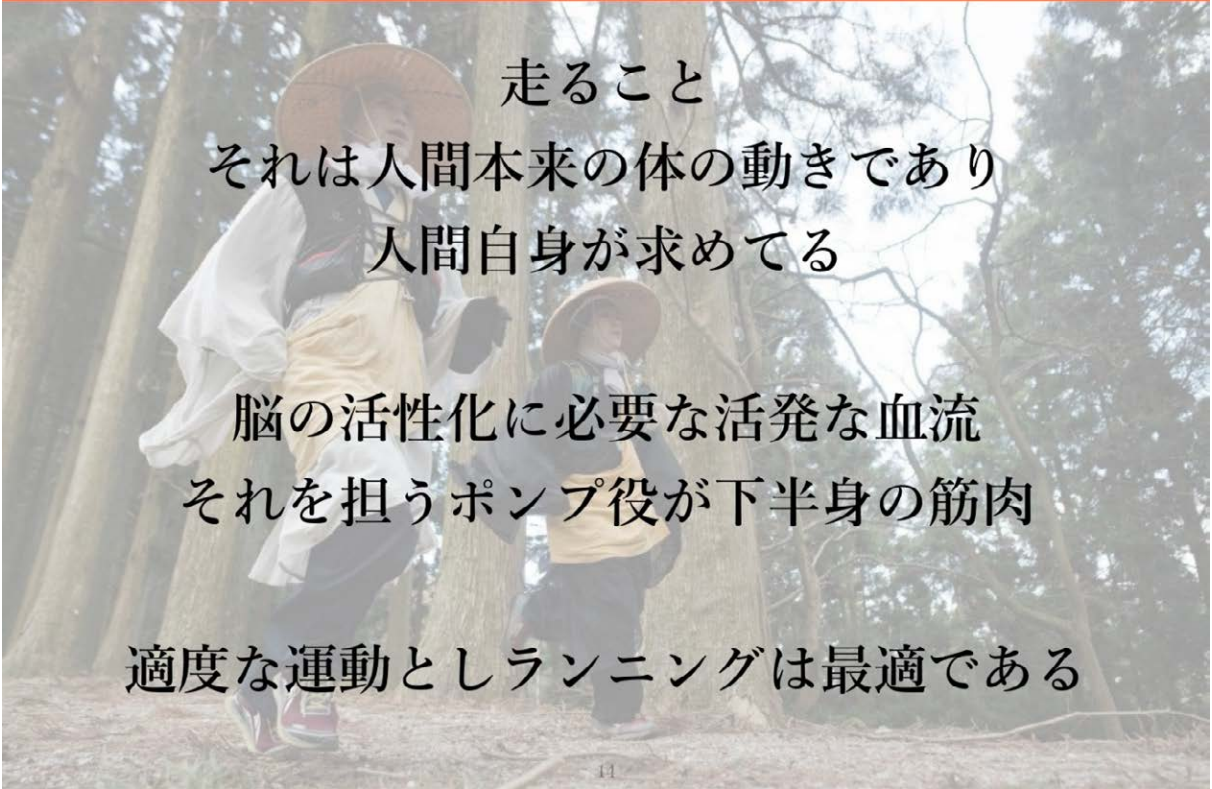
瞑想で得られること



深く大きな湖のような心
風は湖面を波立たせますが
水中は揺らぐことはありません

13

ランニングとは



走ること
それは人間本来の体の動きであり
人間自身が求めている
脳の活性化に必要な活発な血流
それを担うポンプ役が下半身の筋肉
適度な運動としランニングは最適である

14

- ・ 誰でも手軽に実施できる
- ・ 体力増進、心身のリフレッシュ、
ストレス軽減
- ・ 脳を活性化する血流を促す

15

ランニングと姿勢

▶ 心の状態が姿勢に現れる。姿勢=形を正すと心の状態が変わる

落ち込み悩んで
いるとき

背中を曲げ、俯く姿勢



希望に満ちてい
るとき

胸を張り、堂々とした姿勢



ランニングの
姿勢



16

自分の姿に気づき
姿勢を正すことによって
今一度走ることに
意識を集中することができる

実はこの一連の流れは
瞑想も同じ

17

- 本プログラムの特徴は単なるランニングではなく、山の中、大自然の中で行うこと
- 初めから終わりまで走り続けるランニングではなく、自然の美しさや厳しさ、木の力や途中にある史跡に触れながら、五感を研ぎ澄ますプログラム

18

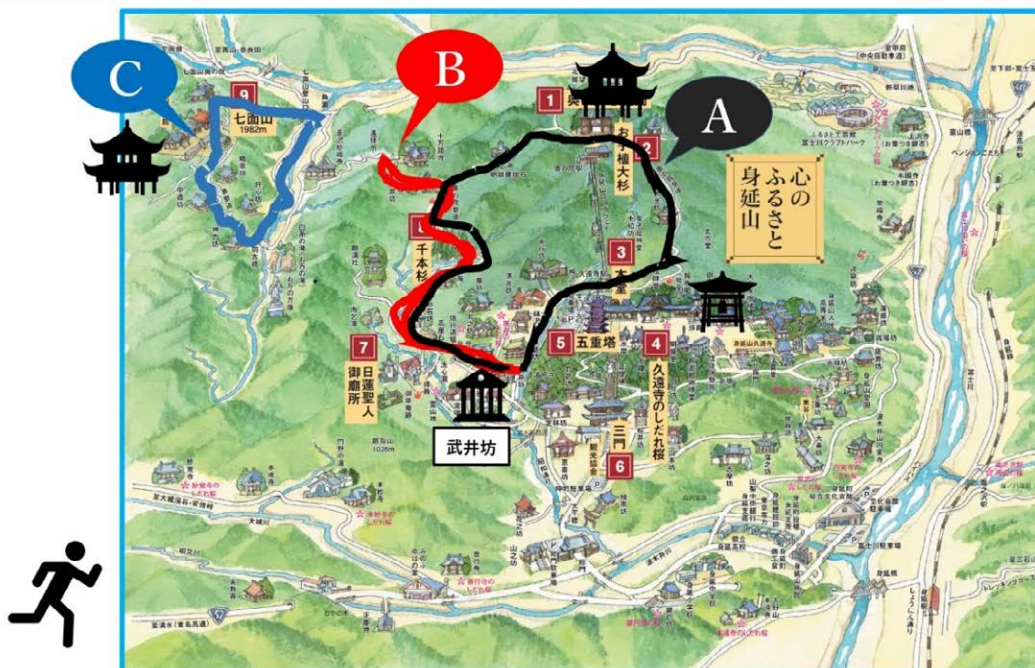
トレイルランニング(体)
×
瞑想(心)

- ・ 山の中で走っていること(呼吸や姿勢)に集中し、「今、ここ」に集中する瞑想方法
- ・ 体と心の両方にアプローチすることで、不安や恐怖に流されない強い心を作り上げることを目指す

19

プログラムの舞台は身延の山全体で3コース (将来像)

▶ ランニングコースは、全3種類! ゲストのレベルに合わせて提供する



20

ランニングコースについて（3コース）※トレイル経験者向け

プランA

TIME	コース
8:00	武井坊出発
↓	鬼子母神堂
↓	丈六堂
↓	大光坊
10:00	身延山山頂
↓	追分感井坊
↓	千本杉
↓	松樹庵
↓	妙石坊
11:30	武井坊着

プランB

TIME	コース
8:00	武井坊出発
↓	妙石坊
↓	松寿庵
↓	追分感井坊
↓	十万部寺
10:00	赤沢集落
↓	十万部寺
↓	追分感井坊
↓	松寿庵
↓	妙石坊
12:00	武井坊着

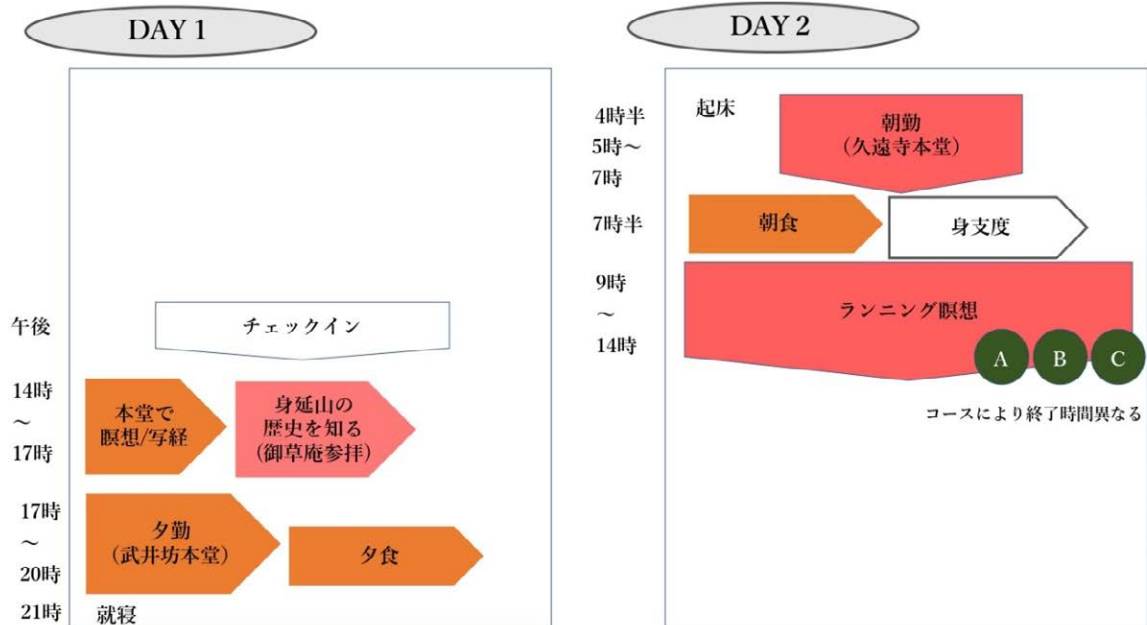
プランC

TIME	コース
8:00	武井坊出発(車移動)
8:45	角瀬出発
↓	赤沢集落
↓	羽衣の滝
9:45	羽衣登山口(登山開始)
↓	13丁 肝心坊
↓	23丁 中適坊
↓	36丁 晴雲坊
11:30	七面山敬慎院
↓	七面山奥之院
↓	明浄坊
↓	安住坊
↓	神通坊(角瀬登山口)
13:00	角瀬着
↓	依屋旅館にて入浴可
14:00	武井坊着(駅・バス停)

21

プログラムの流れ（一例）

・前日から、写経や朝夕のお勤めで心の準備も整えて、ランニングに臨むプラン



22

(2021年) 定期開催の基本コースは1つ定める

- ▶ 武井坊からアクセスしやすく、午前中で完了する満足度高いレギュラーコースをベースとする



標準コースにも2レベル

- ① **ロングコース**
トレイル経験者でしっかり走りこみたい人が参加者全員の場合
- ② **レギュラーコース**
(原則こちら)
トレイル未経験者が参加者にいる場合、登りはロープウェイ

23

(事業計画) 2021年の実施計画

- まず小さくスタートし、プログラムの認知を上げる。目標とする広報宣伝数値を決め、メディアへのアプローチを行う
- 月に一度 (第一土曜～日曜予定) 定期開催 (定価販売) とオーダーメイドでの開催を行う
- ターゲットはトレイル未経験者の個人や研修需要の団体。対象者に合わせたプログラム設計で知見を溜め、プログラムを磨き上げていく
- プログラム開始から終了までのプログラムのブックレット (テキスト) をつくり、価値を文字でも提供する。プログラムの提供内容、質にぶれが出ないようにし、ゲストにとってはテキストが手元に残ること、家での振り返りや次のステップへの動機づけとなる

24

(事業計画) トレイル瞑想の展開

➤ ストレス社会におけるセルフケアを身につける究極のプログラムを日本から世界へ発信する


OTERA STAY
 Japan amazing temple
 & shrine experience
TEMPLE HOTEL TAKEI-BO



団体・企業向け（日本人）



一般旅行者向け（外国人、日本人）

宿坊武井坊と住職、そして身延の土地の個性と魅力を
活かし、日本発の霊山でのメンタルトレーニングプロ
グラムとして、2021年より積極的に発信していく

25

(事業計画) プログラム価格と販売条件

	条件	価格
トレイル瞑想プログラム 宿泊パッケージ (武井坊オリジナル) ※定期開催	<ul style="list-style-type: none"> 最低敢行人数2名、最大10名 土曜にチェックイン、日曜午前プログラム実施 夕食（郷土料理）＋朝食（おにぎり）付 ロープウェイ片道（¥860）付 	¥25,000（税別）
トレイル瞑想プログラム 宿泊パッケージ (オーダーメイド) ※ゲストの希望日にオーダーメイドで開催 ※合宿や研修など団体の利用想定	<ul style="list-style-type: none"> 最低敢行人数なし、10名以上になる場合、トレーナーを増員 原則1泊2日だが、長さもゲストの希望に合わせて設計 夕食（郷土料理）＋朝食（おにぎり）付 	(基本) 宿泊1泊2食（1名） ¥14,000×人数（団体） ※個室希望の場合などオプション追加あり ＋ 企画料

26

【参考資料】世界のウェルビーイング市場

<ウェルネス・ウェルビーイング>

身体、メンタルヘルス、感情、社会性、セクシュアリティ、精神、また自然との繋がりとのバランス、など多方面の「健康」に関係し、訴求するもの全てです



2018年のウェルネス市場は4.5兆ドル（約500兆円）規模にまでなっています

世界の飲食業市場は3.4兆ドル市場（約370兆円）。世界のゲーミング市場は1500億ドル（約20兆円）の中ですから、これは巨大！そして年率6.4%成長していると言われています

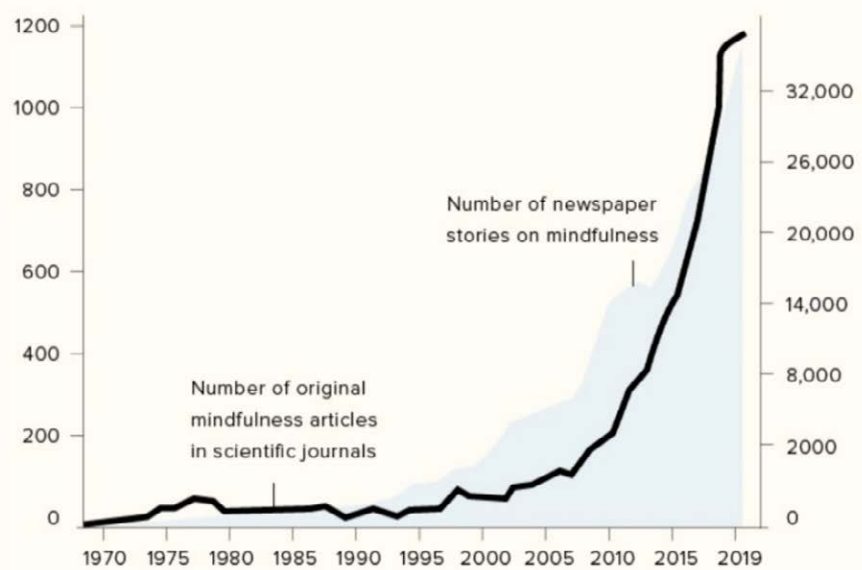
(Global Wellness Institute (GWI)レポートより) <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/>

28

【参考資料】アメリカで拡大する「マインドフルネス」市場

2010年あたりから、マインドフルネスに関する情報がメディアや科学雑誌で数多く掲載されるようになり、メディアでの露出度が年々増加。

全米衛生統計センターでの報告では、瞑想を利用する人口の割合は、**2012年の4.1%から2017年には14.2%と3倍以上増加しており、普及率が上昇**



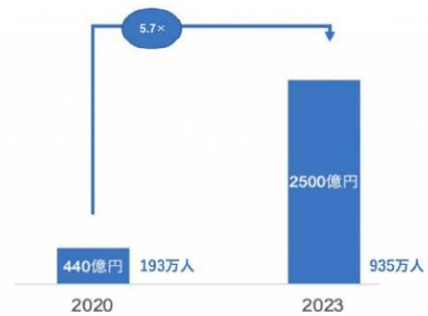
調査会社Appinventiv

29

【参考資料】マインドフルネス市場規模（日本）

現在日本では、マインドフルネスを月に1回以上実践する人口は193万人、金額にして年間あたり440億円が、マインドフルネス関連のコンテンツに使われています。

今後マインドフルネスを行ってみたい人は935万人いるとされ、2023年までに市場規模は現在の約5.7倍にあたる2,500億円の成長が見込み



マインドフルネスを実施する理由

- 「リラックスするため(60.3%)」
- 「心を整えるため(50.3%)」
- 「ストレス発散のため(49.8%)」
- 「疲れを緩和するため(36.8%)」
- 「集中力を向上させるため(27.3%)」



出所:ラッセル・マインドフルネス・エンターテインメント・ジャパン株式会社

調査対象:日本全国の20~69歳男女個人400人

調査方法:インターネットによるアンケート配信

調査期間:2020年5月4日~6日

30 <https://russellme.com/blog/2020/07/13/日本におけるマインドフルネス市場調査を実施/>

大本山方広寺 寺泊事業による活性化計画

臨済宗方広寺派 大本山方広寺

方広寺とは

- 1371年に創建された、臨済宗の大本山の一つ
- 国重要文化財「釈迦三尊像」「七尊菩薩堂」をはじめとした様々な文化財を持ち、また建物のほとんどが国指定登録有形文化財となっている。その観光資源を活かし、拝観を行っている。
- 鎮守の神・奥山半僧坊大権現は古くから広い地域で信仰されており、正月には多くの参拝客で賑わう。
- 臨済宗の修行道場でもあり、坐禅体験や写経体験、精進料理の提供も行っている。
- 宿泊施設をもち、長年にわたり学校や企業の研修受入や、信者のお籠もり（宿泊祈祷）などを行ってきた。

現状の課題

< 宿泊研修事業について >

- 学校や会社の宿泊研修事業は3～5月と8月が繁忙期であり、それ以外の時期は施設の利用が十分に出来ていない。
- 令和2年度は、新型コロナウイルスの影響を受け、大人数の宿泊研修はキャンセルが相次ぎ、75%近い売上減少に陥っている。

< 観光事業について >

- ここ数年、観光事業（拝観）は好調であったが、新型コロナウイルスの影響を受け、団体の拝観は大幅に減少している。
- 一方、個人客は秋からは復調の兆しを見せている。

寺泊事業による課題解決案

- 寺泊事業を立ち上げ、学校・企業研修や信者のお籠もりだけでなく、広く一般に宿坊を解放する。



- 研修の閑散期の施設を有効活用できる
- 新型コロナや少子化による、学校・企業研修の参加者減少に対応する、収益の新しい柱作りをする
- 歴史や文化を感じる「場」をひろく提供する

寺泊事業実施に関わる課題と対策案①

- 方広寺は大本山であり、宗派としての業務や拝観をはじめとした観光事業も行っているため、寺泊事業に対して割ける人員の確保が困難である。
→受付業務の外注、掃除等はシルバー人材などの活用
- 方広寺の宿泊施設は、もともと研修や信者のお籠もりを想定した作りであるため、浴室やトイレが共通であり、個人客の要望に十分応えることが出来ない。
→建物に手を入れることは困難のため、今ある施設を気持ちよく使っていただけるよう工夫する

寺泊事業実施に関わる課題と対策案②

- Wi-FiがADSL回線のため、十分なネット環境が提供できない。
→門前町まで光回線が来ているため、境内に引き込む工事を検討する。
- 寺泊事業の告知を、方広寺のホームページのなかに載せるだけでは、十分なPRが出来ない。
→「他にはない宿泊施設」としての方広寺を打ち出したホームページの立ち上げ。
将来的なオリジナル研修事業の立ち上げや、インバウンドへの対応する布石となるものを作る。

寺泊事業の目標イメージ

- 第一段階（令和3～4年度）
個人客を対象にした寺泊事業が軌道に乗っている
→令和3年度から受入体制の強化を行っていく
- 第二段階（令和4～5年度）
主に企業を対象とした「禅プログラム」を組み込んだ
オリジナル研修の提供がされている
→令和3年度後半からプログラムの作成、告知を行っていく
- 第三段階（令和5～6年度）
新型コロナ終息を受けて増加する、インバウンドの受入を
毎週行っている
→令和3年度後半から4年度中にかけて、インバウンド向けの
ホームページの作成や、ランドオペレーターへのアプローチをする

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
寺泊売上 (A+B+C)	1,166,400	6,123,600	21,578,400	34,117,200	37,519,200

【内訳】

週末宿坊	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
単価	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150
一部屋人数	2	2	2	2	2
一日平均稼働室数	2	2	3	4	4
月間稼働日数	2	6	8	8	8
年間稼働月数	12	12	12	12	12
年間売上 (A)	1,166,400	3,499,200	6,998,400	9,331,200	9,331,200

平日宿坊	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
単価	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150
一部屋人数		2	2	2	2
稼働室数		2	2	4	4
月間稼働日数		4	6	8	8
年間稼働月数		6	10	10	10
年間売上 (B)	0	1,166,400	2,916,000	7,776,000	7,776,000

インバウンド団体	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
単価	12,150	12,150	12,150	12,150	12,150
一部屋人数		2	2	2	2
稼働室数		5	6	7	7
月間稼働日数		4	8	10	12
年間稼働月数		3	10	10	10
年間売上 (C)	0	1,458,000	11,664,000	17,010,000	20,412,000

一般顧客向け（日本人/インバウンド）に宿坊を販売していくために

オンラインを活用した宿坊販売拡大戦略



目次



OTERA STAY

1. 宿坊売上増の進め方（3ステップ）
2. 第一段階について
3. 個人客誘客の可能性
4. 個人客誘客のための施策
5. インターネット予約サイトの一元管理
6. インターネット予約サイト掲載で発生する業務
7. 一貫した設計の必要性
8. 魅力的な宿としての訴求の仕方
9. 不便さの解消 | 支払い手段の多様化への対応
10. 概算費用

Strictly Confidential

ShareWing, Inc

1. 宿坊売上増の進め方（3ステップ）

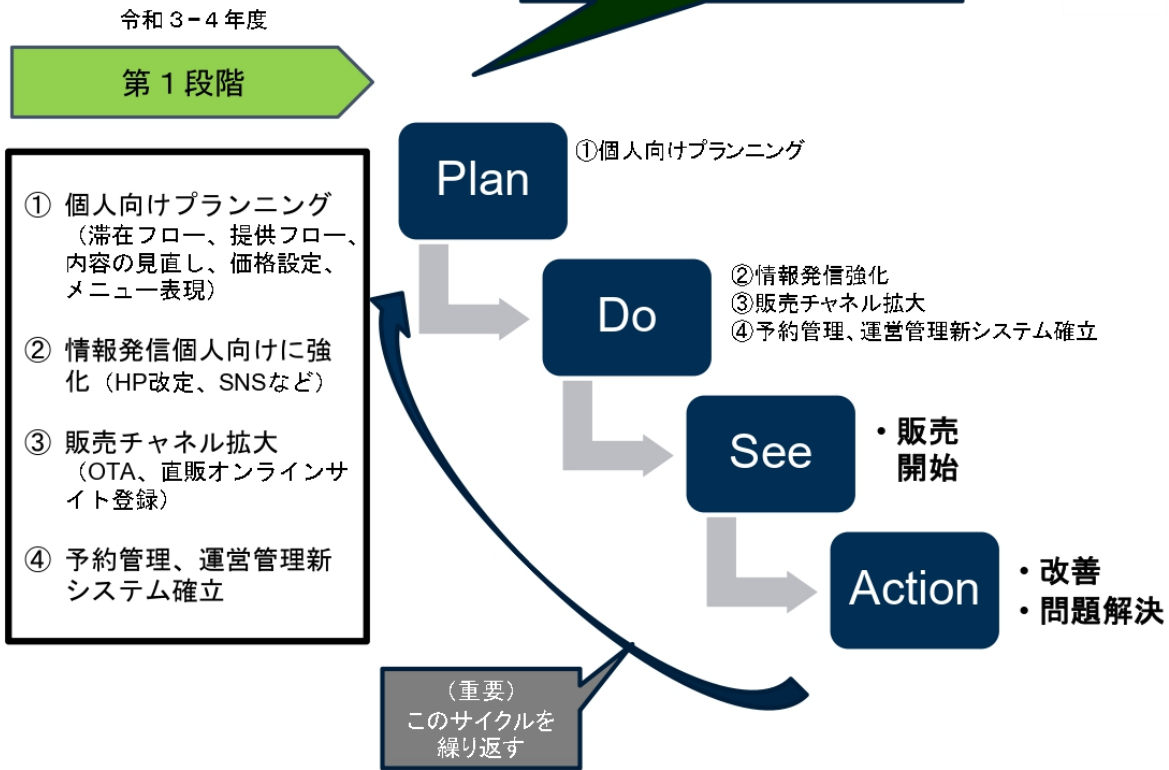


	令和3-4年度	令和4-5年度	令和5-6年度
	第1段階	第2段階	第3段階
目標	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人客（日本人/外国人）を対象にした宿坊事業を本格的に開始 ● 定期的に宿泊者が来るようになり、運営体制を整え、宿坊を開けられる日を段階的に増やす。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業や団体を対象とした「禅プログラム」を組み込んだオリジナル研修が人気になる 	<ul style="list-style-type: none"> ● インバウンドの受入を毎週行っている
To Do	<ol style="list-style-type: none"> ① 個人向けプランニング（滞在フロー、提供フロー、内容の見直し、価格設定、メニュー表現） ② 情報発信を個人向けに強化（HP改定、SNSなど） ③ 販売チャネル拡大（OTA販売登録、直販オンラインサイト作成） ④ 予約管理、運営管理新システム確立 	<ol style="list-style-type: none"> ① 研修会社とプログラム開発 ② 海外エージェンシとの提携 ③ 予算が付けば宿泊施設を一部改修し、高単価での提供可能を目指す ④ 動画撮影などPR強化 	<ol style="list-style-type: none"> ① 英語ページの拡充 ② ランドオペレーターへのアプローチ ③ 英語で対応できるスタッフの採用

Strictly Confidential ShareWing, Inc

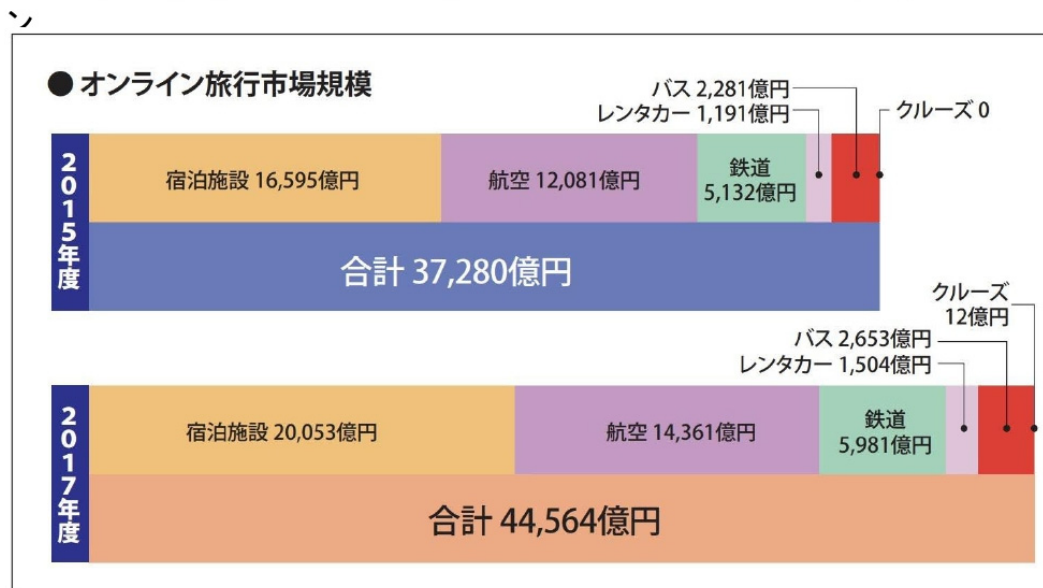
2. 第一段階について

集客基盤の構築が今後の礎となるため
最も重要なフェーズ



Strictly Confidential ShareWing, Inc

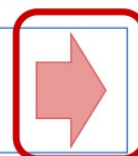
3. 個人客誘客の可能性 | オンライン



出典：「日本のオンライン旅行市場調査第4版」(フォーカスライトJapan)

20XX

COVID-19の影響がオンライン化をさらに促進
オンラインへの対応は急務かつ必須となる。



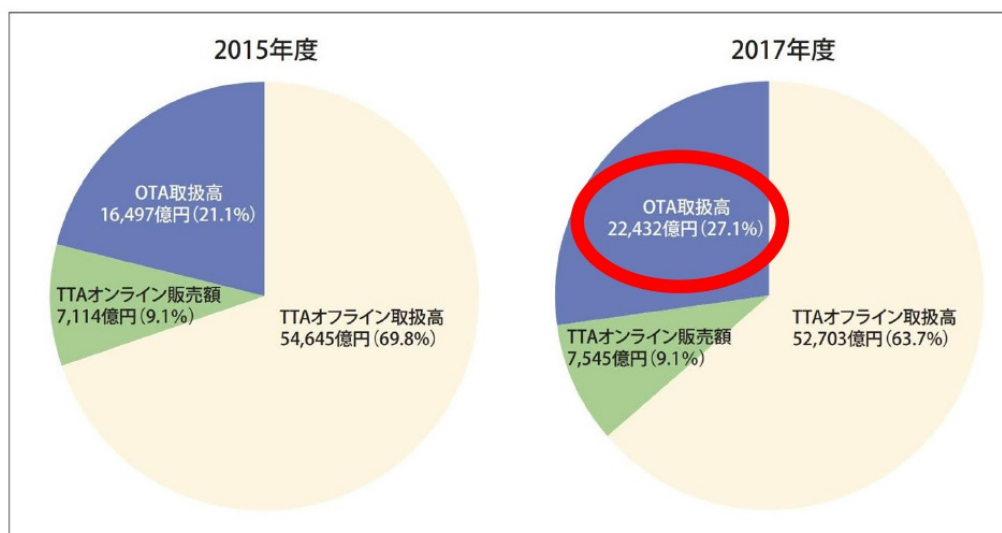
Strictly Confidential

ShareWing, Inc

3. 個人客誘客の可能性 | オンライン



旧来の店舗での旅行予約申し込みは一定の数あるものの、オンラインでの予約は急速に拡大。今後もCOVID-19の影響もあり、店舗での予約はより一層減り、オンラインでの予約が増加する。また、個人での予約、自由な旅程が好まれる傾向にあり、より一層オンライン化が進む。



(注) 1.TTA=トラディショナル・トラベル・エージェント
2.OTA=オンライン・トラベル・エージェント

出典：「日本のオンライン旅行市場調査第4版」(フォーカスライトJapan)

Strictly Confidential

ShareWing, Inc

3. 個人客誘客の可能性と施策 | オンライン



オンライン旅行市場の拡大により、インターネット予約サイトへの掲載は必須。自社広告で賄うより、販売による成果報酬で露出を増やすことが最優先かつ最も効果が見込める施策となる。また、インターネット予約サイトの訪問者数の増加は圧倒的。

旅行業界サイト訪問者数ランキング（2017年6月）

順位	サイトタイトル	サイト	カテゴリ	2017年6月 UU推計	前年同月比
1	楽天トラベル	travel.rakuten.co.jp	メディア	8,820,000 ↓	-5.2%
2	宿・ホテル予約 じゃらんnet	www.jalan.net	メディア	8,590,000 ↑	+7.2%
3	全日本空輸 (ANA)	www.ana.co.jp	ショッピング	4,730,000 ↑	+0.7%
4	日本航空 (JAL)	www.jal.co.jp	ショッピング	4,680,000 ↓	-13.4%
5	トリップアドバイザー	www.tripadvisor.jp	クチコミ・掲示板	4,650,000 ↑	+26.2%
6	東日本旅客鉄道 (JR東日本)	www.jreast.co.jp	製品・サービス	4,240,000 ↓	-7.6%
7	Yahoo! トラベル	travel.yahoo.co.jp	メディア	4,060,000 ↓	-15.1%
8	ジェイティーピー (JTB)	www.jtb.co.jp	ショッピング	3,520,000 ↑	+2.2%
9	Booking.com	www.booking.com	ショッピング	2,760,000 ↑	+50.9%
10	RETRIP[リトリップ]	retrip.jp	メディア	2,490,000 ↓	-27.8%

※UU推計：該当サイトを訪問したと思われるUnique User数。 ©VALUES, inc.
VALUES保有モニタでの出現率を基に、国内ネット人口に則して推測。

引用：トラベルボイス<https://www.travelvoice.jp/20170727-93888>

Strictly Confidential

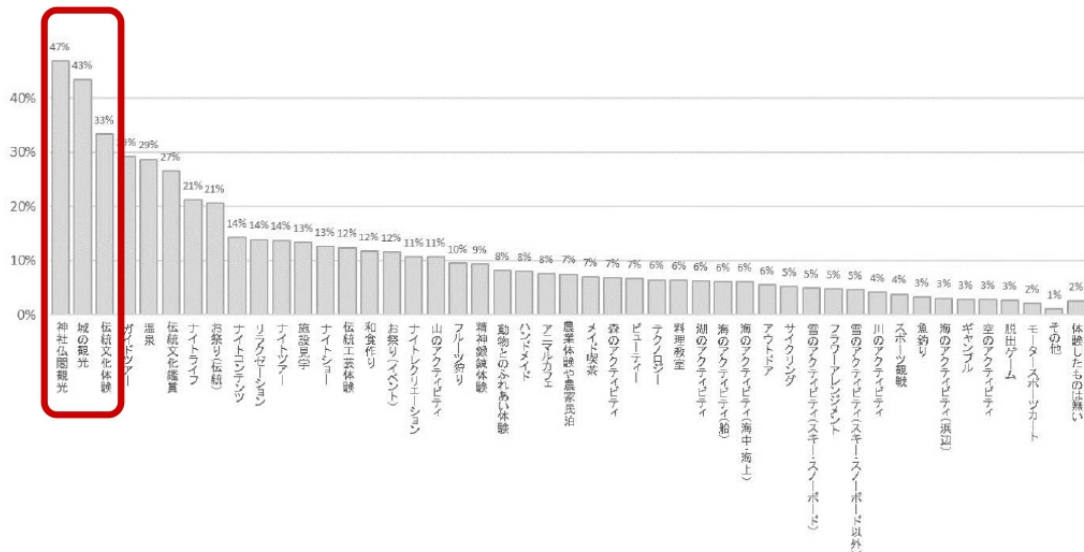
ShareWing, Inc

3. 個人客誘客の可能性 | インバウンド訪日経験者



訪日客が実際に体験したもので最も多いのが神社仏閣観光であり、日本への観光の最も重要な要素であることが伺える。

Q.最近、日本に旅行に来た時のことをお聞きします。以下の中で、日本滞在中に体験したものはありますか。あてはまるものを全てお選びください。(複数回答)



引用：「体験型観光コンテンツ市場の概観」世界の消費と海外旅行者の意識・実態の調査結果
国土交通省 観光庁 観光資源課 平成31年3月

Strictly Confidential

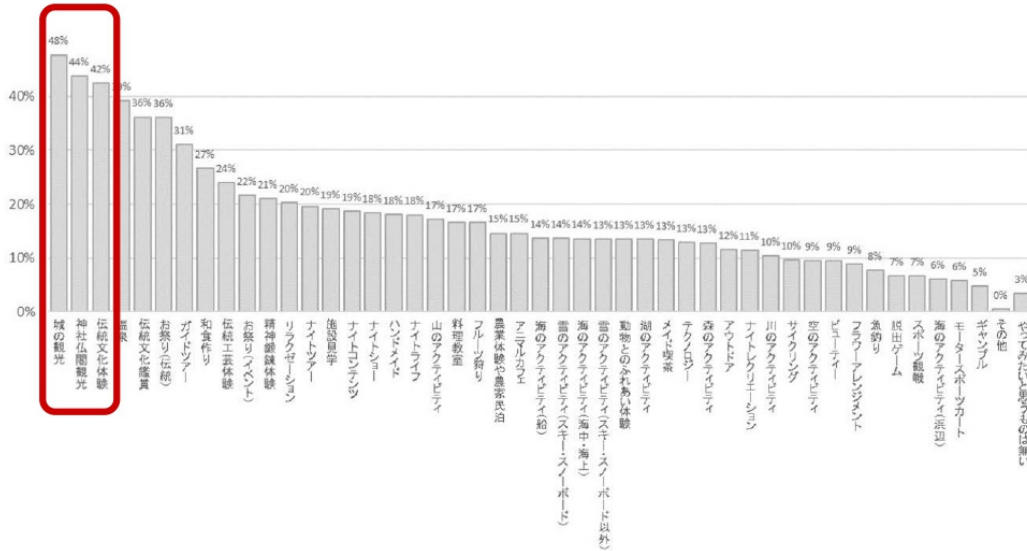
ShareWing, Inc

3. 個人客誘客の可能性 | インバウンド訪日未経験者



日本へ訪れたいと考えている方で、神社仏閣観光がしたいと考える方は半数を占めており、実際に足を運ぶ方も前ページから明らかであり、その期待値は高い。

Q.日本に旅行に行った際に、体験してみたいことはありますか。あてはまるものを全てお選びください。(複数回答)



引用：「体験型観光コンテンツ市場の概観」世界のコト消費と海外旅行者の意識・実態の調査結果
国土交通省 観光庁 観光資源課 平成31年3月

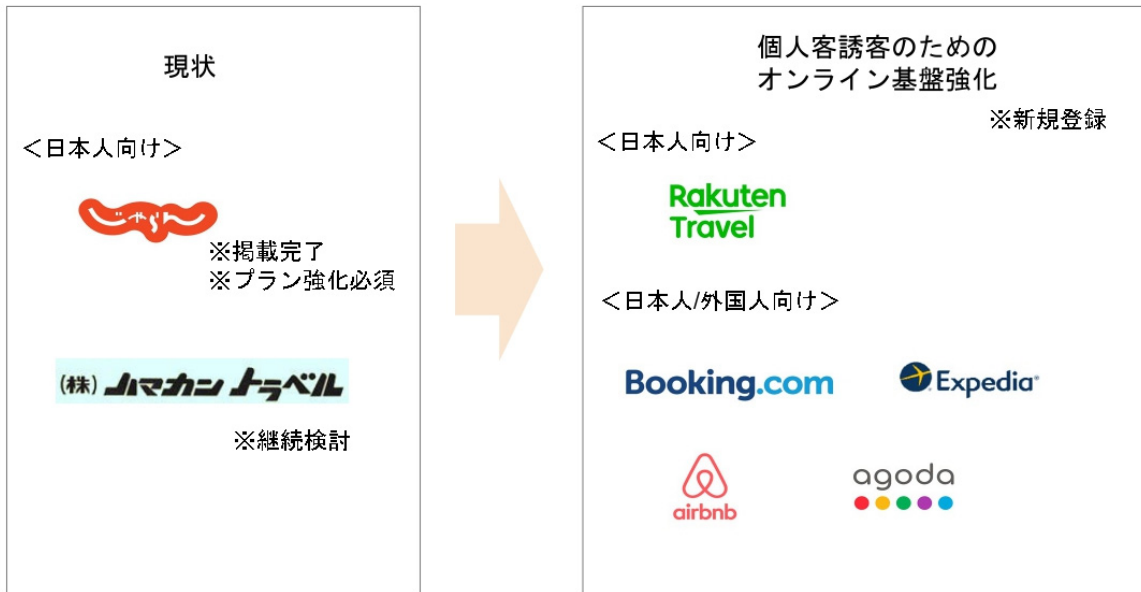
Strictly Confidential

ShareWing, Inc

4. 個人客誘客のための施策 (OTA)



個人客を誘客するためには、様々な導線へアプローチする必要があり、より多くの露出をすることが必要となります。



Strictly Confidential

ShareWing, Inc

5. インターネット予約サイトの一元管理



多数のサイトで販売し始めると、在庫（部屋の空き状況）を管理する自動システム導入が必須



Strictly Confidential

ShareWing, Inc

5. インターネット予約サイトの一元管理



予約情報を一覧で可視化することができ、予約情報や、客室ごとの料金、重複予約の防止等の管理を行うことができる。オンライン基盤強化のため複数のインターネット予約サイトへ掲載する際は必須となる。

今日のチェックイン	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
空室			2 Ka...					2 Erin King (54...		2 YA...		1 Sakashita Tak...					2 M...	2 た...		
チェックイン前			3 Michelle Hern...	2 Ca...			1 越智 信一朗 (...)	2 田...		5 と...		3 お...	1 奥...		1 す...		2 Ri...	2 つ...	2 RE...	1 か...
空室			3 も...							2 大...							2 前野 弘輔 (08...	4 あ...		
空室			4 谷...	2 石...	3 ka...					5 丸...							2 お...	7 矢...		
チェックイン前			6 MA...							2 史...				2 原...	2 Nat...		3 福...	3 chl...		
チェックイン前			2 箭...		2 松...			2 Aki...		1 TA...				1 た...	1 よ...		2 大...	3 Seij...	2 Eri...	
空室							2 わ...										5 麗...	2 は...		
空室							201										101			
空室																				
空室																				
空室																				
空室			2 ky...	3 山...				1 Na...	2 ユ...	1 MU...	1 TA...						2 Tor...	1 Yuj...		
空室										2 も...	1 平...							4 AR...		
空室										1 柳...	2 RE...							3 Els...		
空室										2 Heather McLel...								2 Shi...		
空室			4 た...	3 Miz...	1 や...		2 KE...		2 Aki...	2 Tai...				4 Hir...	2 今...			4 かもがわ あか...		1 Y
空室			2 toy...	1 ふ...				2 Na...	1 あ...	2 い...	1 は...	2 Na...						2 Tat...	2 古...	2 が

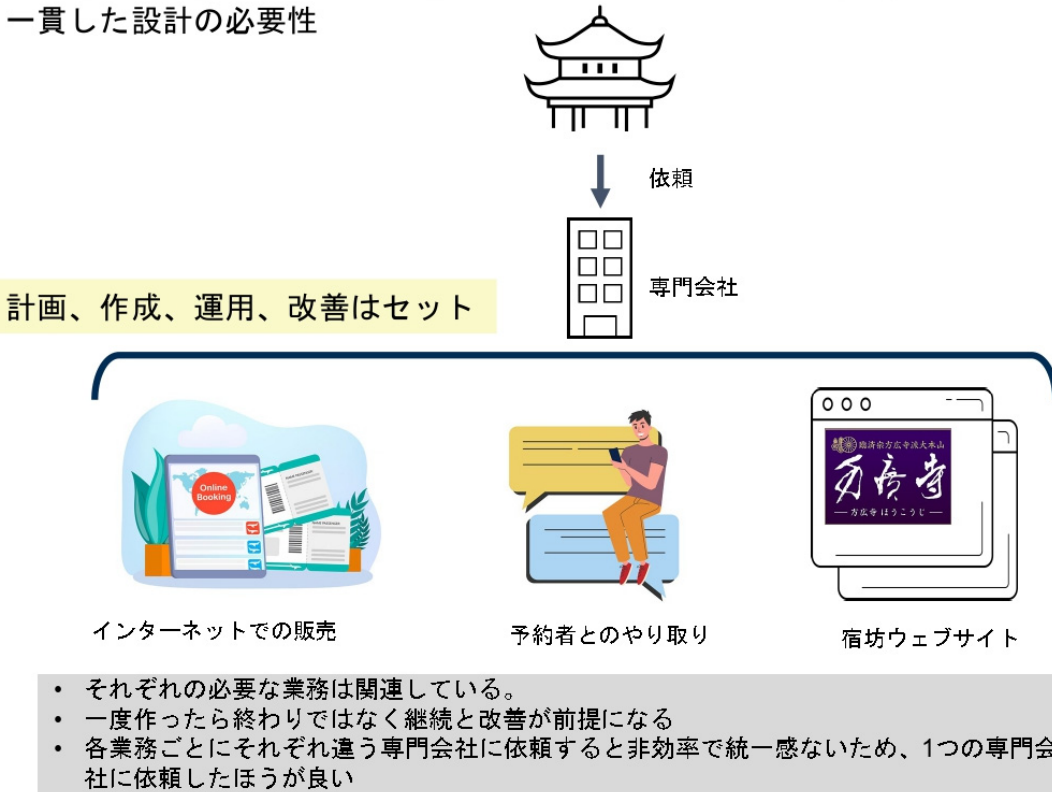
Strictly Confidential

ShareWing, Inc

6. インターネット予約サイト掲載で発生する業務



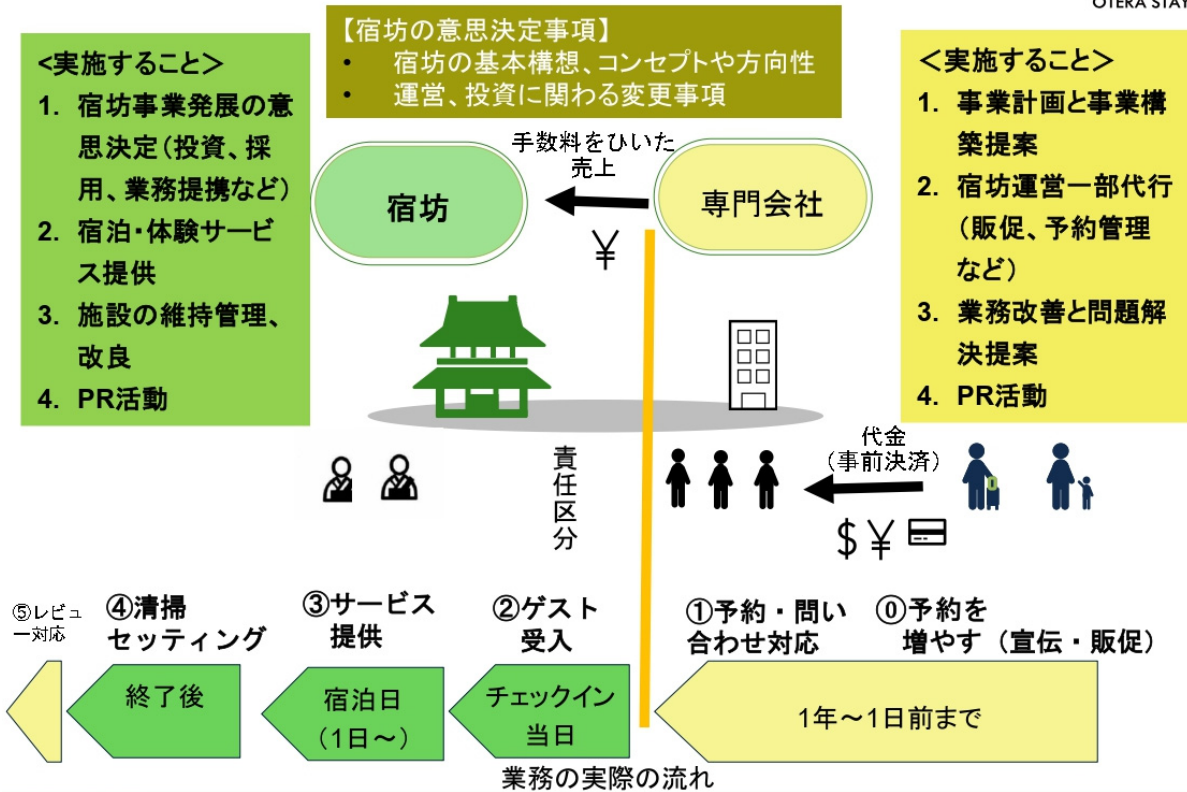
一貫した設計の必要性



Strictly Confidential

ShareWing, Inc

6. インターネット予約サイト掲載で発生する業務（外部を入れる場合）



Strictly Confidential

ShareWing, Inc

7. 一貫した設計の必要性



修行や宿坊をよく把握していない宿泊者が来るので、事前の情報開示、説明、受け入れ態勢準備が重要。トラブル回避やクレームを減らすことになる

企画・事業計画・経営コンサルティング(プロデュース)

<プランニング>

- ・ヒヤリング
- ・市場調査
- ・マーケティング計画
- ・投資予算計画
- ・事業計画づくり
- ・(内装、建築設計)

オンライン開業準備

- ・コンテンツ強化、構築
- ・オペレーション設計
- ・OTAサイト掲載申請
- ・掲載作業
- ・料金など要件設定
- ・予約システム導入
- ・写真撮影/備品調える
- ・HPとSNS (FB/ インスタ/twitter)
- ・現地案内/ハウスブック

Strictly Confidential

ShareWing, Inc

8. 魅力的な宿としての訴求の仕方



より多くの方にご覧いただき、予約いただくためには、魅力的な写真が不可欠。
お寺での滞在がどのようなものなのか、イメージを湧かせ、泊ってみたいなと思っていただくことが重要

■お寺ステイ撮影実績



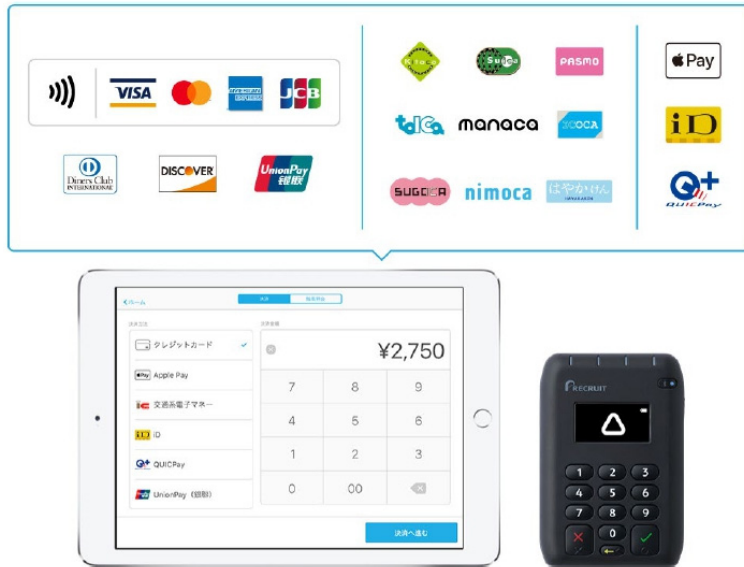
Strictly Confidential

ShareWing, Inc

9. 不便さの解消 | 支払い手段の多様化への対応



宿坊で多いのが、現金のみの支払い。
 事前決済はクレジット対応必須であり、現地も経理の簡略化、現金計算業務を減らすためにもキャッシュレスへの移行がその後の運営が楽になります



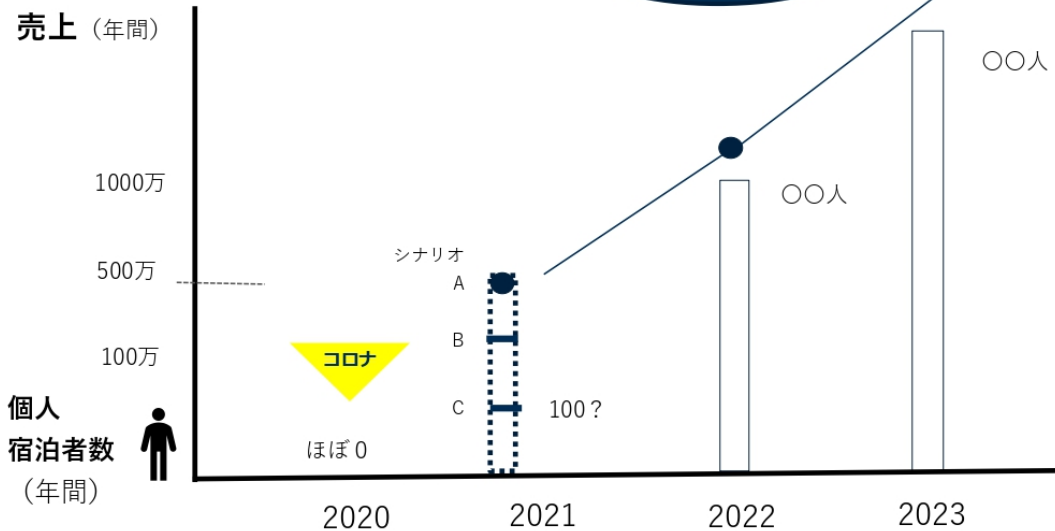
画像：リクルートペイメント

Strictly Confidential

ShareWing, Inc

目標受け入れ人数と売上（方広寺様企画）

巨島様作成
書類参照



受け入れスタート

第1段階 → 第2段階 → 第3段階

目標受け入れ宿泊数			
目標売上			
目標利益			

Strictly Confidential

ShareWing, Inc

10. 概算費用

※内容・条件により異なる



内容	数量	単価 (税抜)	金額 (税抜)
■WEBサイトの企画制作			
企画・サイト設計	★現在のお寺公式HPとは別に宿泊ページを立ち上げる		¥300,000~500,000
ドメイン使用料	ここはセット		※ドメインやサーバーは希望次第で別途かかる
サーバー構築費			
ページ制作費 (ページ数による)			¥500,000~1,500,000
■宣伝写真撮影	1 回		¥250,000
撮影費			
写真加工費			※モデルいるとよりよい (別途)
データ納品			※春と秋2回は実施するとよりよい
交通費等諸経費別途相談			※動画やドローンなどあるとよりよい (別途)
■インターネット予約サイト掲載 (OTA主要大手)	5 サイト	¥50,000	¥250,000
掲載申請手続き			
設定代行 (諸条件、写真、プロモーション含む)			+ 自社予約サイト作成 ¥200,000
■一元管理システム	1 式		¥200,000
システム選定・導入			
システム設定・予約サイト連動			※選定するシステムにより異なる
利用講習			※初期費用、月額費用は別途 (システムにより異なる)
■事前決済システム導入	1 式	¥50,000	¥50,000
申請代行、設定サポート			
マニュアル作成			※決済タブレット端末無料期間であれば初期費用無料
導入支援講習 (1回)			上記導入費は申請代行費、設定、使用指導料 (現地1回)
端末設置			
※上記すべてセットで一度にやる必要はなく、どれをやるかの選択見 種もり (右の合計はすべてやること前提で積算) ※ウェブサイト企画はOTA掲載内容に関係するためセットで実施する 前提の価格想定		合計 (税抜) 概算 合計 (税込)	Min ¥1,500,000~ Max ¥2,700,000

Strictly Confidential

ShareWing, Inc

静岡県 富士宮市 柚野地区
援農と寺泊を連動させ地域とお寺の共栄共生を実現させる

「お寺の森宿 仏法僧」

事業計画書

団体名 日蓮宗 妙泉寺
氏名 川手正順

地域概要

- ▶ エリア名
静岡県富士宮市柚野地区
- ▶ 市町村概要
富士宮市 (人口: 131,548人)
柚野地区 (人口: 2,863人) * 令和2年9月現在
- ▶ 主な観光資源
 - 日本を代表する観光地
 - ・ 富士山本宮浅間入社の門前町
 - ・ 白糸の滝
 - 自然
 - ・ 富士山麓の豊富な地下水
 - ・ 朝霧高原などの産農地帯
 - ・ 田貫湖
 - 文化
 - ・ 富士山の自然に抱かれた優しく元気なまち
 - 特産品
 - ・ 富士宮やきそば・朝霧高原乳製品・地酒・にじます
- ▶ 交通アクセス
 - 鉄道
 - ・ 最寄り駅 JR身延線「西富士宮駅」・ 高速バス 東京駅発高速バスの停車駅「富士宮駅」約3時間
 - 道路
 - ・ 新東名高速道路 新富士ICからのアクセス良好



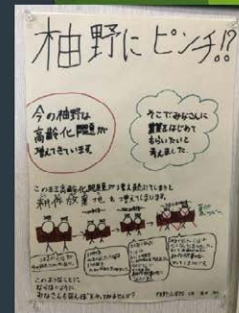
ふじのくに美しく品格のある邑 「柚野の里」

- ▶ 農山村がもつ「地域の宝」を大切に思い、守り、活用し、次世代に継承する活動を行う「**持続可能な理想の農山漁村地域**」として、静岡県と県内35市町により「**ふじのくに美しく品格のある邑**」として認定され、笑顔と活力溢れる地域として活躍が期待されています。
- ▶ 「柚野の里」では裾野まできれいに見える富士山をどこからでも眺められます。
- ▶ 地域全体が棚田で構成される美しい景観として柚野の棚田群は「**静岡県の棚田群十選**」に選ばれています。
- ▶ 信号のない地域です。人も車もゆったりとしています。



「柚野の里」にある 課題から見える希望

- ▶ 宿泊施設が皆無
 - 里山の自然を味わいながら、歴史的資源を活かした寺泊の実現
- ▶ 電車はなく、駅からのバスは一日数本しかない
 - 富士宮市はE-BIKE（電動アシスト自転車）の貸し出しに力を入れている
 - 自転車で移動することで、より美しい里山をゆくりと散策できる
- ▶ 高齢化が進み、耕作放棄地が増えている
 - 寺泊と援農のセットにより、地域資源を活かした魅力的なコンテンツが作れる
 - 農家と宿泊者と地域と寺院が共存共栄できる環境を構築



「お寺の森宿 仏法僧」マーケティングコンセプト (どんなお客様に来て欲しいか) 援農×寺泊から広がる可能性

▶ 顧客は誰か (WHO)

- ・自然を満喫しながらのんびりくつろぎたい方
- ・コロナの不安から解放されて心身共に癒しの場を求めている方
- ・里山の魅力を満喫しながら、寺泊と援農も同時に楽しみたい方



▶ 顧客にとっての悩み・痛みは何か (WHY)

- ・人間関係の悩み、社会の中で抱える悶々とした生きずらさ
- ・ソーシャルディスタンスを守りながらマスクをして生活するストレス



▶ 私たちはどのように貢献/解決するか (HOW)

- ・お寺に宿泊することで、おしえに触れて心を調え、暮らしに役立つヒントを得ています
- ・ストレスから解放されて安心した時間を過ごしています
- ・体験と対話を通してあり方を調え、瞑想や農業体験を通して頭と心を整理させています

「お寺の森宿 仏法僧」事業コンセプト (どんなストーリーの寺泊を実施するのか)



柚野の里で出逢い
共に生き 共に栄え



体験と対話で自らの人生を立ち上げる



「お寺の森宿 仏法僧」の基本コンセプトは 心をつくり、あり方を調べ、人生を立ち上げること

- ▶ **仏**：お寺での体験と対話を通して自己を見つめ、心をつくり、あり方を調べていきます
- ▶ **法**：古き良きおしえと、時代に応じたツールとのバランス
(お勤め、瞑想、援農、焚き火、ワーケーション)
- ▶ **僧**：農家と宿泊者、そこにお寺が関わることで地域と繋がり合い互いに響き合い、自らの人生を立ち上げています



「お寺の森宿 仏法僧」のもう一つの魅力は “農泊に特化した寺泊”であること

～2種類の宿泊プラン～

1、目的が「お寺でキャンプ+αプチ援農体験」

<1日目>

- ・お寺でキャンプ体験がメイン

(テントは持参。森でたき火をして、自炊をして森で宿泊をする)

<2日目>

- ・朝のお勤め+プチ農業体験を楽しむ(午前中で終了)



2、目的が「農家さんの援農+α宿泊場としての宿坊体験」

<1日目>

- ・援農が目的で参加をし、グループで泊る場所として本堂での宿坊を提供する
(がっつり援農をして入浴施設でお風呂に入り、食事を済ませてからお寺に泊まる)

<2日目>

- ・朝のお勤め+がっつり援農(夕方まで)



お寺の森と本堂を活かした

活用物件平面図 (どんな物件をどのように活用するのか)

自然の中で
非日常を体験



<森の活用図>

- 開業までに行うこと
- ・ウッドベンチ
 - ・トイレ
 - ・焚火場
 - ・テントサイト
 - ・ウッドデッキ
 - ・整地作業
 - ・インフラ整備など
- 災害時避難所としても活用可能



<本堂の活用図>

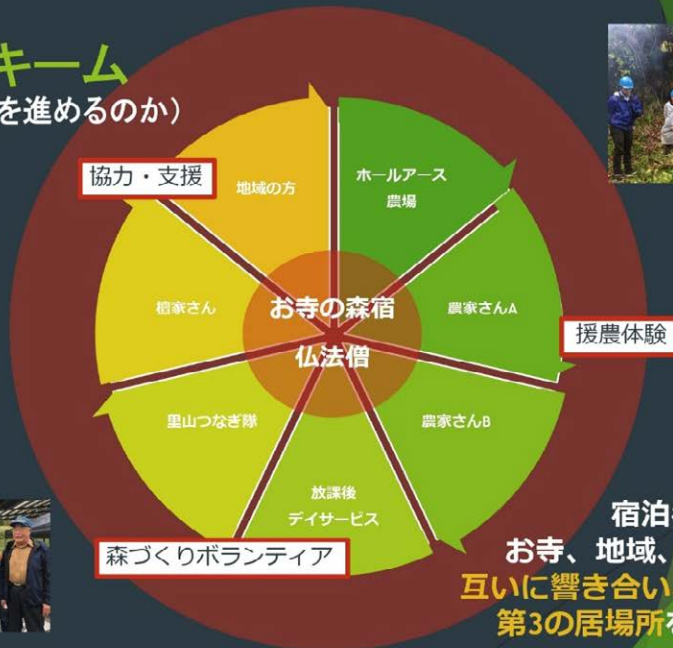
- 開業までに行うこと
- ・エアコン
 - ・シャワー室の設置
 - ・布団セット
 - ・アコーディオンカーテン
 - ・畳の入れ替え
 - ・リフォーム
 - ・電気工事など
- 災害時避難所として
寺葬の宿泊施設としても活用可能



本堂の中で
非日常を体験

事業スキーム

(どんな方と事業を進めるのか)



援農体験

宿泊者と

お寺、地域、農家さんが
互いに響き合い、繋がり合える
第3の居場所を目指します

さらに面白くさせるアクションプラン♪

- ▶ **「森づくりとお寺ごはん」** * 森とお寺に親しみを感じてもらう
 - ・檀家さんや地域の方と森の整備をしながら一緒にご飯をつくり、夢を語り合う。お寺の森に親しみを感じ、興味を持ってもらうためのイベントです。(毎月開催)
- ▶ **「ヒーローの森」** * 放課後デイサービス「えがお」と協働
 - ・発達障害児とその親子、健常者が共に遊び、自然の物を利用して森の中で自分たちの遊び場をつくっていきます。
 - ・子供の「これがやりたい！」という好奇心から生まれたものを大事にし、みんなで協力しながら遊び場をつくっていきます。
- ▶ **「里山つなぎ隊」** * ホールアース自然学校と協働
 - ・竹林の整備や階段づくりなど、里山を愛するボランティアが、より良い豊かな森づくりのために力を貸してくれます



宿泊料金について

- 1、**「お寺でキャンプ」が目的の場合（森でのキャンプ泊）**
 - テント泊。テント・夕食は自前で用意
 - サイト利用料・体験料として、6,500円（大人1人/朝の食瞑想付き）
- 2、**「援農」が目的の場合（本堂に宿泊）**
 - 本堂にて布団泊
 - 本堂宿泊代・体験料として6,500円（大人1人/朝の食瞑想付き）



※ケータリングでの夕食の手配も可能（実費負担）
※檀家さんの利用は無料。柚野居住者の場合は半額

観音の里雨森地区 寺泊事業計画書

(令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

団体名：坊主BAR 一休

氏名 天盛 光信

① 地域概況

エリア名	湖北地域 高月地区 (高月町)
市町村概要 (名称・人口)	長浜市 116,840人 (令和3年1月1日現在) 高月町 9,606人 (令和3年1月1日現在)
主な地域資源	観音・古墳・四季・地域性のおこない等伝統行事・こいのぼり祭り・春の桜のトンネル
アクセス	JR高月駅下車 タクシーで5分 北陸自動車道 小谷スマートインターから7分
その他 (年間観光客入 数など)	長浜市延観光客数(千人) 8,443 (平成30年統計) 令和元年滋賀県観光入込客統計調査結果

高月町は、滋賀県の北部に位置していた町。渡岸寺観音堂の国宝十一面観音で知られ、朝鮮通信使で有名な江戸時代の儒学者・雨森芳洲の出身地。全国でも有数の古墳群である古保利古墳群がある。2010年1月1日に、東浅井郡虎姫町、湖北町、伊香郡木之本町、余呉町、西浅井町とともに長浜市へ編入された。

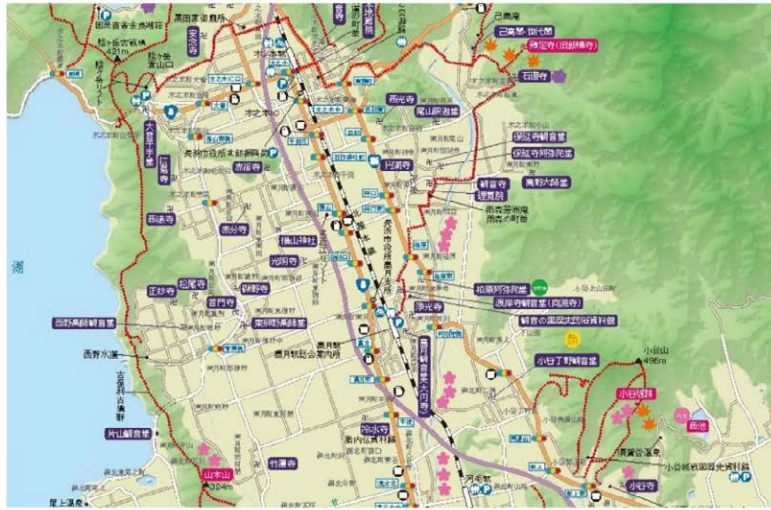


① 地域概況

守り継いできた民衆の歴史

平安時代以降栄えた湖北の寺々は、室町期頃には弱体化し、代わっていわゆる新仏教が勢力を伸ばし、戦国の動乱期にあって、さらに大きく変容しました。村々にあった天台寺院の多くは衰退して無住・廃寺化し、そこに残された尊像たちは、宗派・宗旨の枠を超越して、村の守り本尊として民衆に迎えられていきました。戦乱の焼き討ちにあった際は、村人たちが観音像を川底に沈めたり、地中に埋めたりして難を逃れ守ってきたと伝えられています。そして今日(こんにち)なお観音信仰はこの土地に息づいています。制作年代の新旧や造形的な巧拙や損傷の有無等を越えて、それぞれの村人たちは自分の村のホトケたちに対して、限りない誇りと親しみを持って手厚く守っています。

「観音の里」と称されるゆえんは、ただ単に観音像が、また指定文化財が多く存在するからではありません。これらを献身的に守り継いできた民衆による信仰の歴史と、そこに息づく独自の精神文化や生活文化(観音文化)こそが、真にこの地を「観音の里」たらしめているのです。



② マーケティング コンセプト

①顧客は誰か？

- ・ 歴史探訪の観光客
- ・ 探索初心者

②顧客にとっての悩み/痛みはなにか (WHY)

- 観音堂へのアクセスや観音以外の観光情報が不足しており、顧客が観光プランをたて辛い。
- 世話方の個人の連絡先を公開できないため、長浜市歴史遺産課(観音コンシェルジュ)に世話方の連絡先を聞き、顧客が世話方と直接参拝交渉をする必要がある。休日は、市の窓口も閉まっており、問い合わせもままならない。
- 世話方の高齢化及び地域の過疎化が進み、お堂を運営する人材が不足しており公開できない。多くの観音堂は、平日や冬季は閉館しており参拝できない。

③私たちは、どのように貢献/解決するか (HOW)

- 観音堂の拝観ルート整理し実行可能なツアーの情報発信とアップデートを行う。
- 『宿坊』が住職、僧侶コミュニティと連携し世話方の窓口業務を担う。世話方と長浜市の負担を低減する。
- 開館スケジュールを明確にし可視化する。参拝料や寄付など確実に定量的に確保し、地域活性化への活動資金として活用していただく。

③ 基本の事業コンセプト



僧侶が運営する寺泊事業

地元と深い交流関係にある「僧侶」が自ら観音堂観光を中心とした観光プロデュースをする「観音業」。お堂の収入や人材の確保、地域活用の模索・活用の基礎地盤固めを目的とした、地域を巻き込む地域再生事業

イメージ画像
(物件改修後外観)



高時川 桜並木



おこなえ

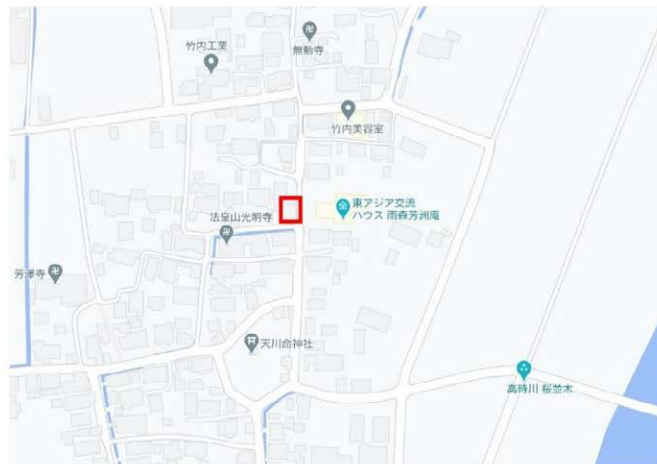


雨森芳圃庵

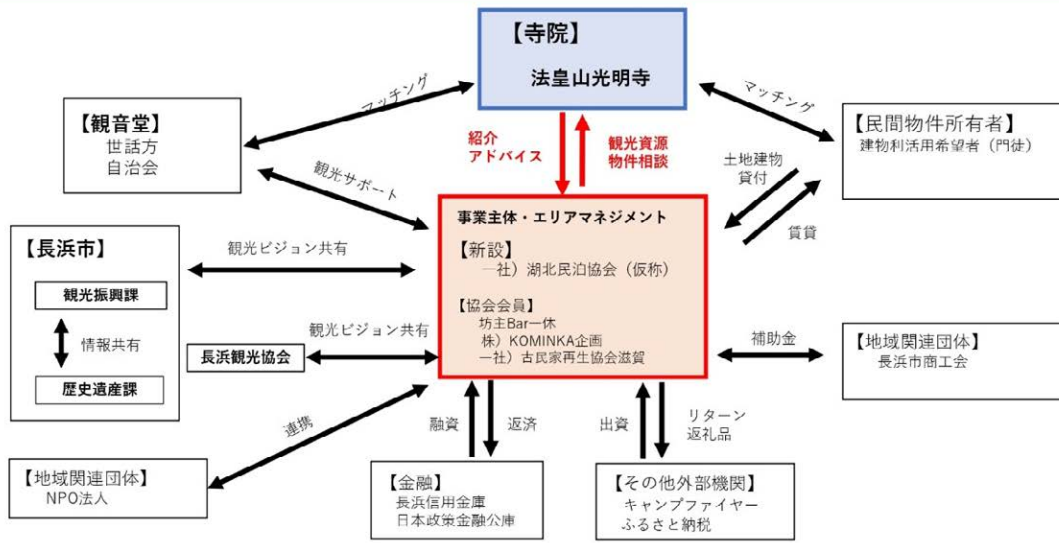
④ 活用物件地図



法皇山光明寺に近く、雨森報酬庵にも隣接している。集落内の河川には、水車が設置され、鯉が放流されており街並みを彩っている。



⑤ 事業スキーム



⑥ 資金計画

必要資金計画

資金使途 (円)		資金調達 (円)	
A 設備投資資金		C 補助金等/クラウドファンディング	
古民家取得代 (あれば)	0	クラウドファンディング	1,000,000
改装費	3,000,000	補助金	500,000
その他 (Webサイト)	500,000	計	1,500,000
計	3,500,000	D 借入	
B 必要見込み運転資金		E 自己資金	1,500,000
運転資金	1,000,000	計	1,500,000
計	1,000,000	合計 (A+B)	4,500,000
合計 (A+B)	4,500,000	合計 (C+D+E)	4,500,000

事業収支計画

主要KPI	単位: 円/年									
	第1年度	第2年度	第3年度	第4年度	第5年度	第6年度	第7年度	第8年度	第9年度	第10年度
売上	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
経常費用	627,000	627,000	627,000	627,000	627,000	627,000	627,000	627,000	627,000	627,000
営業利益	851,000	851,000	851,000	851,000	851,000	851,000	851,000	851,000	851,000	851,000
経常利益	819,200	819,200	819,200	819,200	819,200	819,200	819,200	819,200	819,200	819,200
経常利益	819,500	820,162	820,809	821,443	822,064	822,671	823,266	823,849	824,419	824,977

滋賀県湖北の自然を活かした体験

- ・古墳群トレイルウォーク
- ・観音御朱印サイクルツアー
- ・琵琶湖でパラモーター



古保利古墳群とは

通称「西野山」から「山本山」の尾根約3 kmにわたり分布する古墳群で、前方後方墳8基・前方後円墳8基・円墳79基・方墳37基の計232基で構成され、時期は古墳時代前期から終末期と推定されている。

京都・室町学区

大泉寺・路地ing 事業計画書

京都の食文化発信地となり
宿坊の付加価値を上げる
寺カフェ作り



2021/2/12

今も生きる歴史の交差点・室町

エリア名	室町学区
地域資源	薩長同盟所縁の地：小松帯刀邸跡 応仁の乱発祥の地：上御霊神社 表千家・裏千家 尾形光琳寓居跡 伊藤若冲所縁の相国寺 日本最古の公家一族冷泉家 鴨川 京都御苑 晴明神社
アクセス	京都市営地下鉄「鞍馬口駅」 徒歩3分



マーケティング コンセプト
「暮らすように旅する」とは
言うものの・・・

問題01

人気のお食事処は
どこも一杯なので食
後はさっさと退店

問題02

食べた物を家に帰っ
ても味わいたいけど
お土産を買うだけ？

問題03

あそこは観光客だけ
が行く店で、地元の
人はいかない

寺カフェではまったりと「食と人との出会い」を通じて物のお土産ではなく、
京都人が日常的に食する料理の調理ノウハウをお土産として持って帰っても
らい、自宅でも京都のおばんざいを作れるようにする。

事業コンセプト
宿泊客に京の食文化発信地となる
寺カフェ作り

01

宿泊者に地場食材
を使用した食事を
提供し、京都の食
文化を知ってもら
う

02

カフェで使った
食材を購入可能な
お店の紹介と案内
ツアー

03

調理方法を指導し、
帰宅後の通販によ
る食材販売

01・宿泊者に地場食材を使用した食事を提供し、京都の食材を知ってもらう

ステップ1

庫裏に宿泊者と、近所の方も利用できる**寺カフェ**を開設。

ステップ2

京都の食材を使用した**おぼんざい**などの**料理を提供**し、日本料理とは異なる京都の庶民食文化に興味を持ってもらう。



02・カフェで使用した食材の紹介と購入可能なお店の紹介と案内

・ステップ2

料理のレシピと共に、食材が購入できる**店舗を紹介**。

ステップ3

タクシー会社と連携し、食材購入の為のお店巡りが出来るツアープランを作成。



03・調理方法を指導し、帰宅後の通販による 食材販売への誘導

・ステップ5

カフェにて**料理教室を開講**すると共に調理方法の**動画を作成**。宿泊中もしくは帰宅後にも自分で調理できるようにする。

酒蔵主催の飲み比べ会などの**企業案件のイベント**を本堂で行う。

・ステップ6

調理に必要な食材の**通販サイトを作成**。「大泉寺セレクション」として地場食材を拡販する。



近隣で手に入る京都の食材

京都牛

A5ランクの平井牛を近所のスーパーにてリーズナブルに調達可能

京野菜

・八百屋

何の変哲もない八百屋のようだが、自身で山や畑を持っているので新鮮な季節の野菜を格安で入手できるお店

漬物

日本酒の醸造にも使用される地下水。聚楽第の水を使用したお漬物屋さん。

調味料

・味噌・醤油・酢

かつて御所御用達だった伝統的な調味料を扱うお店が今も健在

湯葉・麩

生湯葉や麩饅頭などを入手可能

酒

活用物件平面図

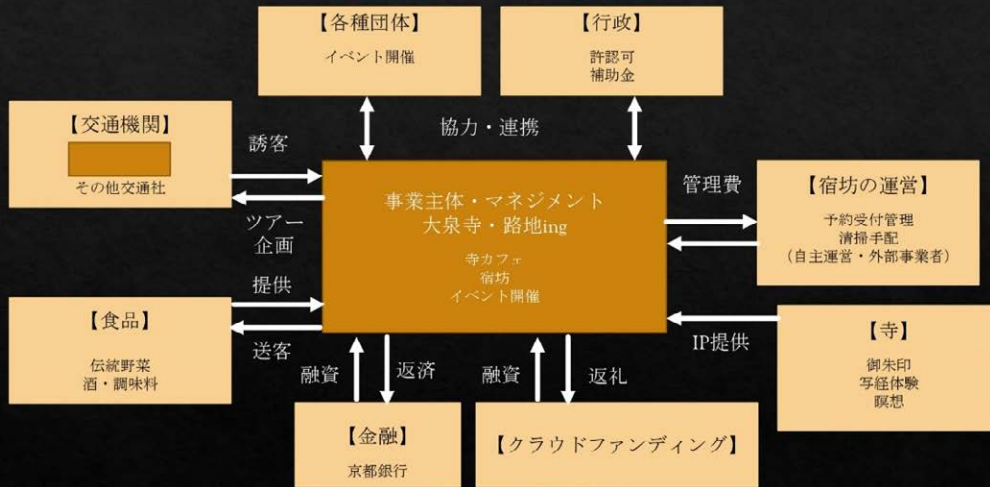


スペック：大正期の京町家

改修予定箇所

- ・キッチンの改修
- ・洋室をトイレに変更
- ・浴室の撤去
- ・計器の購入
- ・畳・壁などの補修
- ・住居空間との区画分け
- ・階段傾斜の改善

事業スキーム



資金計画

・カフェ開業に関わる必要資金

1500万円

(内訳)

キッチン改修

トイレ新設

計器購入

室内改修

・資金調達

銀行借入れ 1000万円

クラウドファンディング 50万円

補助金 500万円

・返済計画

銀行借入れ 10年



カフェの売り上げは勘案・充当せず

正暦寺

京都府綾部市
正暦寺 事業計画書
 (令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

正暦寺 玉川弘信

① 地域状況

エリア名	綾部市
市町村概要 (名称・人口)	綾部市 人口 31596人(3年2月)
主な地域資源	かつてはグンゼを中心とした絹製品のまち。現在は日東精工などの「ものづくり」、河川・森林・農地を利用した特産品・6次産業を目指している。宗教法人「大本教」の聖地がある。
アクセス	(電車) JR京都駅～約60分 (車) 京都市中心～約90分 大阪・神戸～約120分
その他 (年間観光客入数)	日帰り 360221人 宿泊 62519人



綾部市



寺山から由良川を望む



あやべ水無月まつり



特産品 鮎



特産品 茶



府北部唯一の国宝建造物

② マーケティング コンセプト

対象 (WHO)	要望 (WHY)	提供 (HOW)
米日2回目以降の外国人	日本の文化をもっと知りたい 仏教のことを学びたい	寺院としての設え・様々な体験に触れる 合間合間の話による気付き
夫婦・恋人・友人・女子会	日々の暮らしでの疲れ 自分探し 思い出づくり	自然体験などによる心のリフレッシュ 体験や合間合間の話による気付き 寺という非日常での時間・体験
子連れファミリー	ゆっくりしたい 思い出づくり	田舎でのスローな時間・一揆貸しの贅沢 参加型の様々な体験・協力し合う充実感
わけあり客 (大物な人を亡くした等)	心の整理 前を向くためのきっかけ	話を聞く・共感相繼・ちょっとした意見 体験と話 (本来の役割)

③ 基本の事業コンセプト



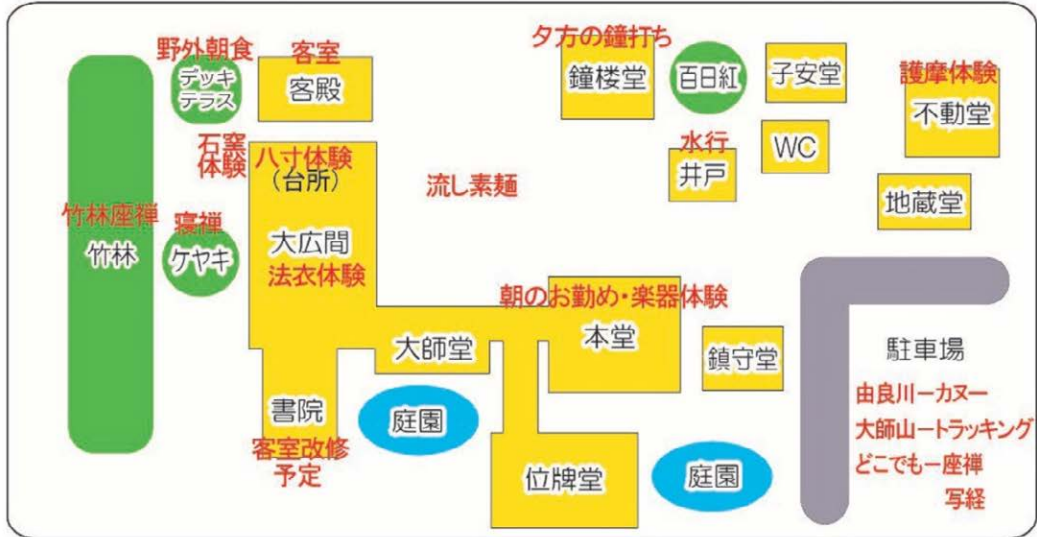
感じよう「癒しと学び」 見つけよう「自分自身」

時代を超えて支えられてきた寺だからこそ持つ 恩情と空間
 仏教が積み重ねてきた 心のあり様とその道筋
 色濃く残るコミュニティーを生きてきた人々の 親身と供養
 その中で生まれた 共感と共生の心

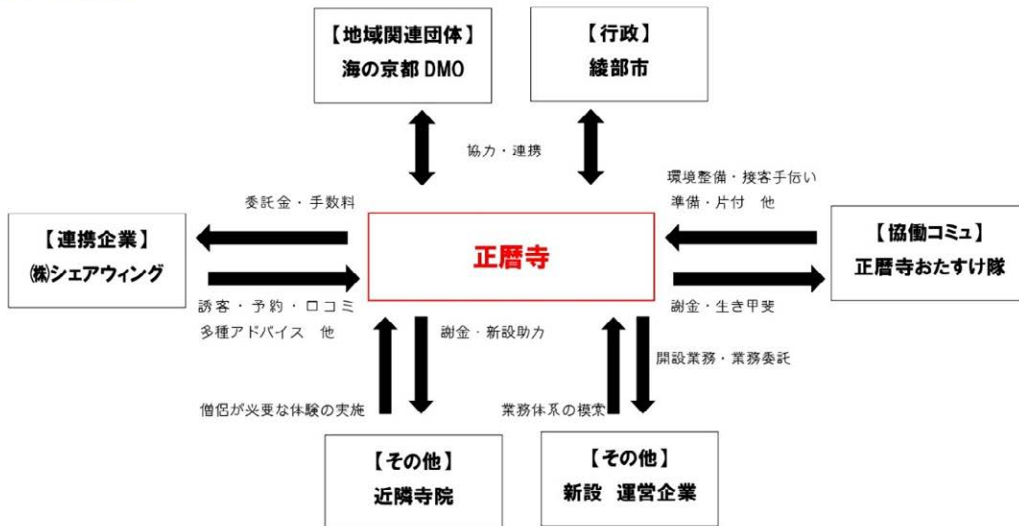
その全てを 人々の明日への原動力に



④ 活用物件平面図



⑤ 事業スキーム



⑥ 経営拡大方針

●販路拡大のために

- ① 集客・申込・決済・アフターサービスの協働
㈱シェアウィング様に外部委託し、宿泊ページ等の運営を任せ、より顧客に届きやすく細やかな事前事後サービスを展開、正暦寺は宿泊者に更に良い場合の提供に専念する。
- ② ホームページの改修（第1次） 1,100,000円使用
㈱シェアウィング様を中心に、ホームページの全面改修を行う。
 - ・より見やすいページの作成
 - ・事前決済システムの完備
 - ・ダブルブッキング予防システムの完備
 - ・現ページは朱印等に特化して残り、リンクで宿泊ページに飛ぶ。
 - ・遅くとも4月1日には稼働予定。
- ③ ホームページの改修（第2次）
補助金との兼ね合いを見つつ、随時以下の項目を行っていく。
 - ・外国人向けページの充実
 - ・体験動画の掲載
 - ・住職メッセージ動画の掲載

●受け入れ体制の強化

現在、住職夫妻により全ての受け入れ業務を行っているが、奔儀等に対応できないリスクを常に持っている。鞍部市内（135/240軒）・京都府北部（15/240軒）は時間調整などで対応できるが、それ以外の遠方（90/240軒）は通夜・奔儀が長い移動距離・宿泊となり対応できない。住職が不在となっても対応できる、また将来を見据え、一組以上の宿泊や連泊にも対応できる体制を整える必要がある。

- ① 僧侶プログラム人材
体験の中で僧侶であることが必要なもの、朝の勤行・楽器・法衣・座禅・護摩、及びそれに伴う話をできる人材を育成する。
近隣1寺院の僧侶からは快諾を得た。こちらの意図する研修を経て、保険として対応できる体制を作る。将来的には、2組以上の宿泊客への対応・各寺院が宿泊開業を行っていくための研修の場も目標とする。
- ② 調理担当人材
夕食・朝食に関する調理はすべて住職が担当している。2日前より解体・西京漬け・スモーク・低温調理の仕込み、前日及び当日に他の調理を行っている。初期段階として、近隣に居住する栄養士資格を持つ住職夫婦に了承済み、今後研修を行い、対応できる体制をとる。
- ③ 設営・体験補助人材
受け入れのための境内地の清掃・建物内の清掃・寝具等の準備片付け・料理の配膳片付け、写経・水行・朱印などの諸体験の実施、及び宿泊客へのコミュニティ的な包容を目的として育成し、バックボーンである正暦寺檀信徒の精神的・経済的な結びつきの強化も効果に挙げられる。令和2年12月開設した「正暦寺おたすけ隊」に委託していく。

●法人設立に向けて

宗教法人では手が届かない・効果的でない部分に対して住職を取締役とした「㈱正暦寺現代仏教研究所」（仮）を設立し、宿泊業務の運営を行う。場合によっては、地代・車庫代の管理運営、朱印・継続的なコミュニティの管理運営も行い、「正暦寺おたすけ隊」も含める。これにより、補助金の申請・必要な業種との手続き、新たな人材の獲得と育成もより広義に可能となる。
現在、檀家である司法書士に手続きを依頼済み。

●ハードでの向上

より高いサービスの提供・提供数の増加の為、補助金の獲得を目指しつつ、以下の改装を目指していく。

① 客殿（現状使用）の改装

- ・ふすまの改修（白孔雀4面・鶴4面・牡丹4面） 各300万円
- ・マッサージ機の導入 各15万円
- ・和風ブラインドの導入 60万円くらい？
- ・屋根の改修
- ・天井板の改修および天井冷暖房の設置
- ・内壁の改修

② 書院の改修と許可申請

- ・「第一種中高層住居専用地域」免除の申請 → 市役所と協議中
- ・府建設事務所申請 → 協議中（市との協議終了後に承認）
- ・消防法に対応した設備構築 → 100万円程度必要
- ・保険所での申請 → 上記を満たせば承認
- ・ベッドルームの改装 → 知友設計士に見積を依頼済
- ・シャワー（風呂）と洗面所の改装 → 知友設計士に見積を依頼済
- ・庭を見渡す1枚ガラスの窓に変更 → 知友設計士に見積を依頼済
- ・和風ブラインドの導入 → 知友設計士に見積を依頼済

- * 現在、客殿一棟貸しによる一組のみの受入体制のため、時間的な空白を作らないためにも、②書院改装および営業許可申請を先に行う。
- * 改装に必要な費用は補助金次第ではあるが、半額分自費は正暦寺から行う。
- * 農泊補助について近畿農政局との電話協議を行ったが、協議会からの提出が必要とのこと。住職が参画する鞍部農泊推進協議会に依頼済、2/26リモート会議にて話し合いを行い、決定すれば改めて近畿農政局へ連絡を取る。

⑦ 今後の計画フォローチャート

	HPの改修	受入体制	補助金申請	法人設立	ハード改修
2020.12	外部委託契約			法人設立に動き出し	
2021.01	撮影	研修期間		法人設立準備	行政アプローチ
2021.02			農泊アプローチ		申請アプローチ
2021.03			農泊申請		
2021.04	1次改修	受入体制動き出し	常に模索して申請していくが、基本的にはランコストに含めず、改修などに使用する運営を方針とする	法人設立	客殿・書院改修計画
	取路拡大 決済システム WB予防	僧侶パート 調理パート 設営パート		新法人へ役割移管	
随時	2次改修	安定した体制作り		常時見直し、正暦寺ではアプローチしにくい事柄に積極的に関与する	可能であれば書院を先に行うが、補助金を前提としながら改修を行っていく。
	多言語化 体験動画 *補助金	客数の見込みを判断しつつ、体制を徐々に構築			

⑥ 資金計画

- ① 令和2年12月、宿泊用ページの作成・今後の計画委託費用として、㈱シェアウィングに対し、1,100,000円を使用した。これは、自費（宗教法人正暦寺 営利事業費・広報費）で賄った。可能であれば令和3年度および4年度で回収したいが、コロナの状況を踏まえ、宗教法人正暦寺としての回収期間の長い投資と考える。
- ② 可能であれば、令和3年度に書院改修を行い2客室での運用を考えたいが、補助金を前提とする。仮に改修費用5,000,000円とし、うち250万円を自費（宗教法人正暦寺より）とする。府・市・保健所・消防署・DMOとの協議が順調に行われた上に、補助金が取れた際に行う。
- ③ 可能であれば、令和5年度に客殿屋根・天井・内壁等の改修を行うが、補助金を前提とする。仮に改修費用10,000,000円とし、うち500万円を自費（剰余金+宗教法人正暦寺より）とする。

必要資金計画

資金使途	(円)	資金調達	(円)
A 設備投資金		C 補助金等/クラウドファンディング	
古民家取得代（あれば）	0		2,500,000
改装費	5,000,000		0
その他		計	2,500,000
計	5,000,000	D 借入	
B 必要見込み運転資金			0
運転資金	0	E 自己資金	
計	0		2,500,000
合計 (A+B)	5,000,000	合計 (C+D+E)	5,000,000

事業収支見込

(単位:千円)

		第1年度	第2年度	第3年度	第4年度	第5年度	第6年度	第7年度	第8年度	第9年度	第10年度
主要KPI											
宿泊売上	客室数 (A)	1,666	2	1	2	2	2	2	2	2	2
	稼働率 (B)	17.0%	35.0%	30.0%	25.0%	25.0%	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%
	客室単価 (C)	71,458	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000
	宿泊売上 (A×B×C×365日*)	7,387,026	19,162,500	8,212,500	13,687,500	13,687,500	16,425,000	16,425,000	16,425,000	16,425,000	16,425,000
飲食売上 (あれば)	座席数 (D)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	稼働率 (E)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	客単価 (F)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	飲食売上 (D×E×F×365日*)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	オペレーション総売上 (宿泊売上+飲食売上)	7,387,026	19,162,500	8,212,500	13,687,500	13,687,500	16,425,000	16,425,000	16,425,000	16,425,000	16,425,000
事業計画											
① 売上	テナント家賃	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	合計 (売上)	7,387,026	19,162,500	8,212,500	13,687,500	13,687,500	16,425,000	16,425,000	16,425,000	16,425,000	16,425,000
② 営業費用	人件費	1,436,000	2,044,000	1,752,000	2,190,000	2,190,000	2,628,000	2,628,000	2,628,000	2,628,000	2,628,000
	家賃 (あれば)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	修繕費	5,045,112	0	10,000,000	0	0	0	0	0	0	0
	固定資産税・都市計画税 (あれば)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	減価償却費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	雑費	2,549,884	5,919,296	2,536,841	4,228,069	4,228,069	5,073,683	5,073,683	5,073,683	5,073,683	5,073,683
	その他	2,692,927	6,898,500	2,956,500	4,927,500	4,927,500	5,913,000	5,913,000	5,913,000	5,913,000	5,913,000
	合計 (営業費用)	11,723,923	14,861,796	17,245,341	11,345,569	11,345,569	13,614,683	13,614,683	13,614,683	13,614,683	13,614,683
③ 営業利益	(①-②)	-4,336,897	4,300,704	-9,032,841	2,341,931	2,341,931	2,810,317	2,810,317	2,810,317	2,810,317	2,810,317
④ 営業外収益	その他 (あれば)	2,500,000	0	5,000,000	0	0	0	0	0	0	0
⑤ 営業外費用	支払利息等 (あれば)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
⑥	その他 (あれば)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
⑦ 経営利益	(③+④-⑤-⑥)	-1,836,897	4,300,704	-4,032,841	2,341,931	2,341,931	2,810,317	2,810,317	2,810,317	2,810,317	2,810,317

※その他売上項目数は適宜修正。また該当がない項目は記載不要
*年間稼働日数は実態に合わせて要修正（定休日がある場合等）

那智勝浦町色川地区 海藏寺宿坊事業計画書

(令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

宗教法人 海藏寺
代表役員 西山義朗

① 地域概況

エリア名	那智勝浦町色川地区
市町村概要 (名称・人口)	那智勝浦町・人口 約 1万4千人
主な地域資源	那智の滝、青岸渡寺、マグロ、温泉 熊野古道、ビーチ
アクセス	大阪・名古屋から約3時間半
その他 (年間観光客入 数など)	135万1千人（宿泊・日帰り含めた総数）



② マーケティング コンセプト

本州唯一の民間ロケット 発射場の見学者

※宿泊施設を開業するに当たって、下記3点をご検討ください。

- ①誰に来てほしいか（顧客）
- ②顧客の悩みは何か
- ③その悩みを開業する宿泊施設でどのように解決するのか

ロケットの発射見学を
きっかけに那智勝浦町を
訪れた。せっかくだから
特別な滞在をしたい。

最先端科学のロケット
だけでなく、お寺に泊
まることを通して、日
本の伝統文化を学べる
機会を創造する。

③ 基本の事業コンセプト

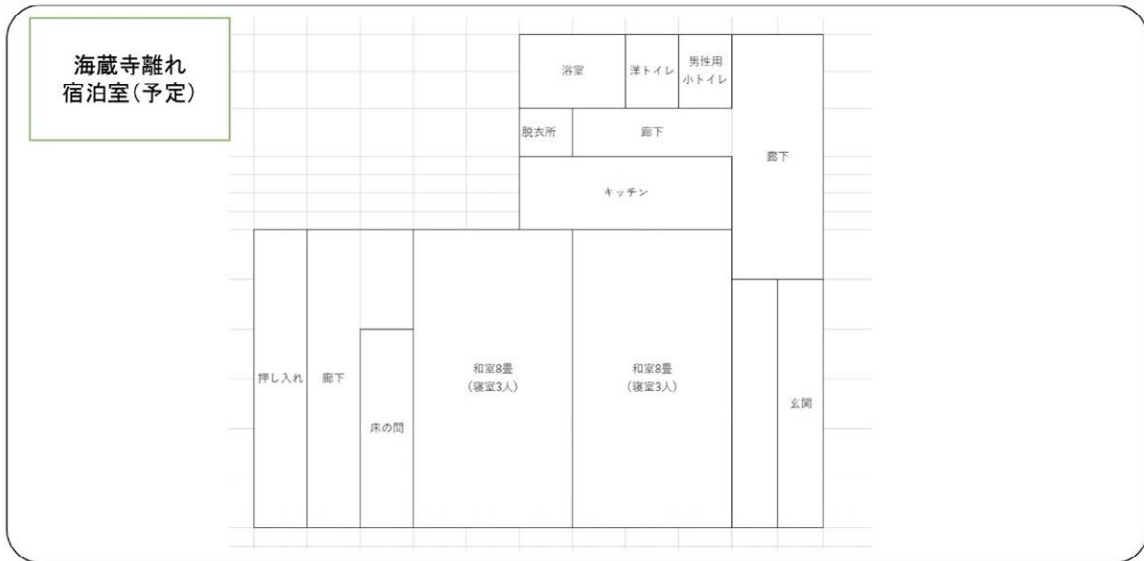


ロケットからお寺まで。日本の魅力を味わいつくす滞在を。

那智勝浦町の浦神地区は、

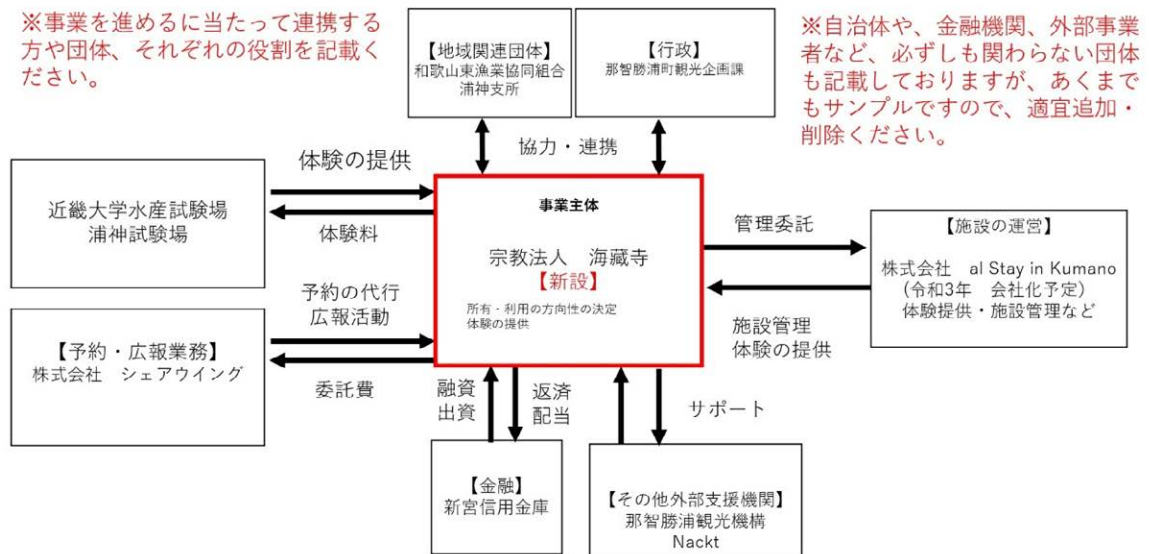


④ 活用物件平面図



⑤ 事業スキーム

※事業を進めるに当たって連携する方や団体、それぞれの役割を記載ください。



那智勝浦町色川地区 楞嚴寺宿坊事業計画書

(令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

宗教法人 大森寺
代表役員 西山十海

① 地域概況

エリア名	那智勝浦町色川地区
市町村概要 (名称・人口)	那智勝浦町・人口 約 1万4千人
主な地域資源	那智の滝、青岸渡寺、マグロ、温泉 熊野古道、ビーチ
アクセス	大阪・名古屋から約3時間半
その他 (年間観光客入 数など)	135万1千人 (宿泊・日帰り含めた総数)



② マーケティング コンセプト

海外の富裕層

※宿泊施設を開業するに当たって、下記3点をご検討ください。

- ①誰に来てほしいか（顧客）
- ②顧客の悩みは何か
- ③その悩みを開業する宿泊施設でどのように解決するのか

日本の文化を体験できる特別な滞在施設がない。

他にない風景、他にない居心地を提供し、一生の思い出に残る滞在を提供する。

③ 基本の事業コンセプト

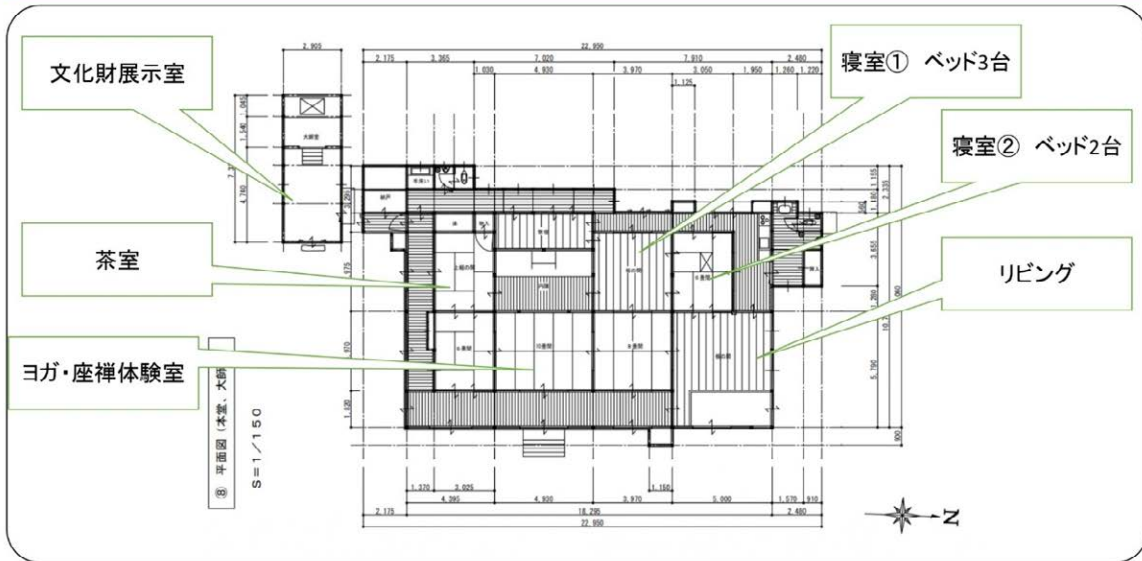


天空の古寺で楽しむ日本の原風景

那智勝浦町の色川地区は、昔ながらの棚田が残り、日本の原風景を今に伝える。また、那智の滝から本宮へ至る道程にあり、熊野古道の中継地でもあり、多くの滝や切り立った山々などダイナミックな自然も残っている。その色川地区の中心に位置する大野地区を一望できる高台にある楞厳寺。本堂の戸をあげれば眼前に雄大な紀伊山地の山々が連なり、眼下には美しい棚田が広がる。その唯一無二の風景をメインに、ここでしか味わえない体験と滞在を提供する。



④ 活用物件平面図



⑤ 事業スキーム

※事業を進めるに当たって連携する方や団体、それぞれの役割を記載ください。

