

地域の魅力を伝える 「地域まるごとホテル」とは

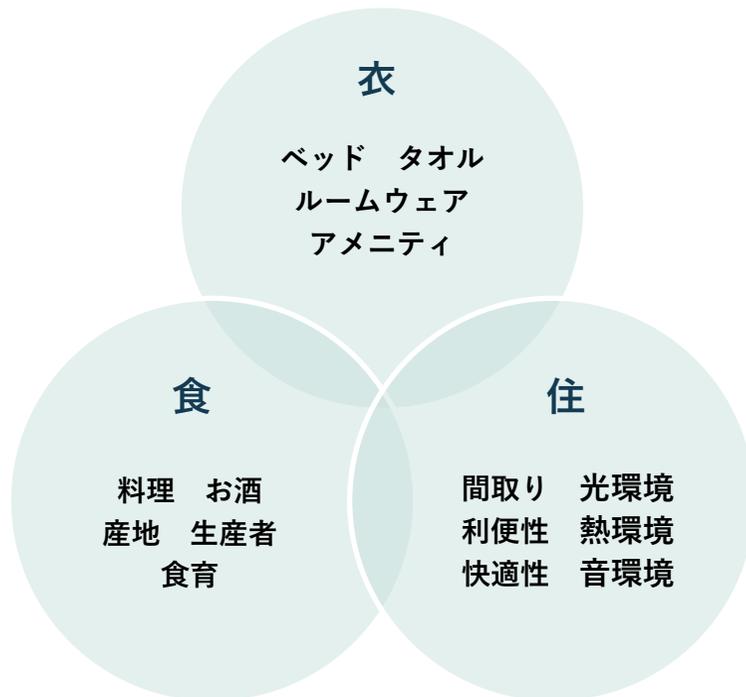


なぜ「地域まるごとホテル」なのか？

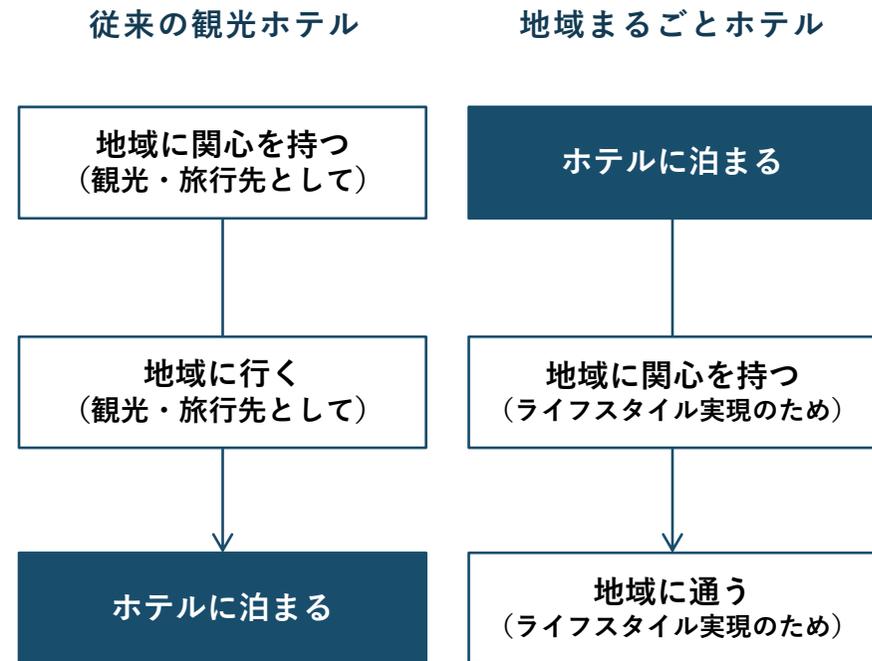
・ホテルは、衣・食・住を包含した施設であり、「地域の暮らし」（衣・食・住の集積）を表現する上で適した施設である。「ホテルへ宿泊する」とは、その宿泊の間だけ、ホテル側が作り上げた世界の中で暮らすこと。「地域まるごとホテル」を通じて、これまで地域に訪訪していなかった層に「地域の暮らし」を届け、新たな繋がりを生むことができる。

・事業者のメリットとしては、各事業者が個別にサービスを提供するのではなく、宿泊や飲食等の事業者同士が連携して地域一体として「地域まるごとホテル」のサービスを提供することで、事業のブラッシュアップ、サービスの高付加価値化、新たな販路開拓等の既存事業のさらなる収益化や新たな稼ぐ力の創出に繋げることができる。

ホテルの空間・時間の構成要素



地域への来訪プロセスの変化



事例紹介

地域での事業化の5つのポイント



小菅村と沿線まるごとホテルの事例を元にお話します。

地域での事業化の5つのポイント

1 カテゴリを創出・独占できる**コンセプト**の立案

- ・ 突出性を生み出す「カテゴリ」をつくれているか？
- ・ 地域要素、面的要素、自分要素を活かしているか？

2 客単価・客数から逆算したハード・ソフトの計画

- ・ 客単価で勝負するのか？客数（稼働率）で勝負するのか？
- ・ 客単価を実現できる、ハード・ソフトになっているか？

3 付加価値、コスト柔軟性を生み出す地域の巻き込み

- ・ 都市型ビジネスでは出せない、情緒・ホスピタリティ・関係性を提供できているか？
- ・ 地域住民を巻き込んだ運営によって、固定費を下げる事ができているか？

4 愛着・誇りやアイデンティティに基づく圏域の設定

- ・ 巻き込む住民が愛着・誇りやアイデンティティを感じられる圏域か？
- ・ 想定顧客にイメージ訴求できる、共感してもらえる圏域か？

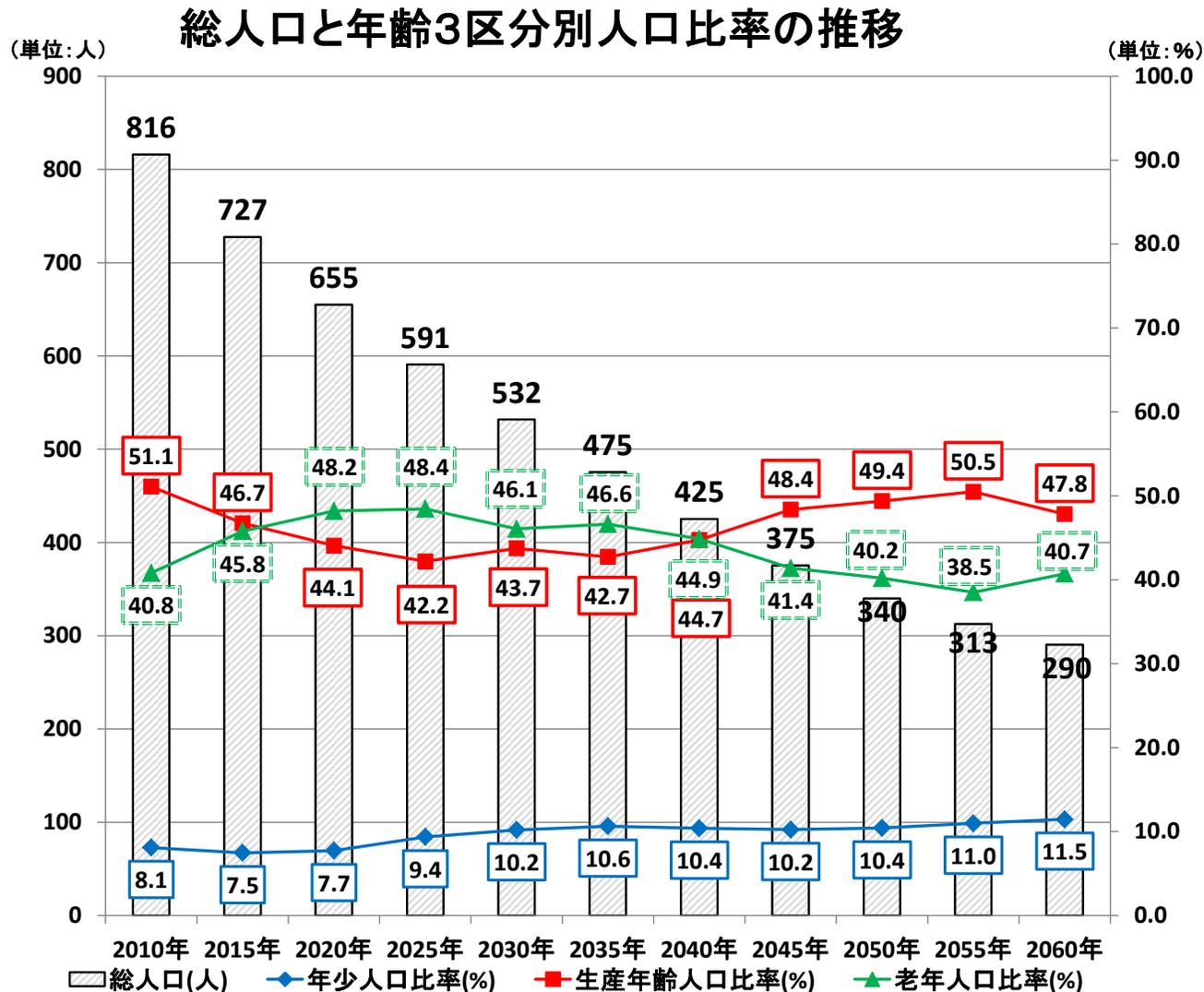
5 コンセプト・コンテンツ・客単価等の徹底的な実証

- ・ コンセプト・コンテンツが、客に感動を与えるか？
- ・ 計画通りの客単価を、本当に払ってもらえるか？

山梨県小菅村



小菅村の人口シミュレーション

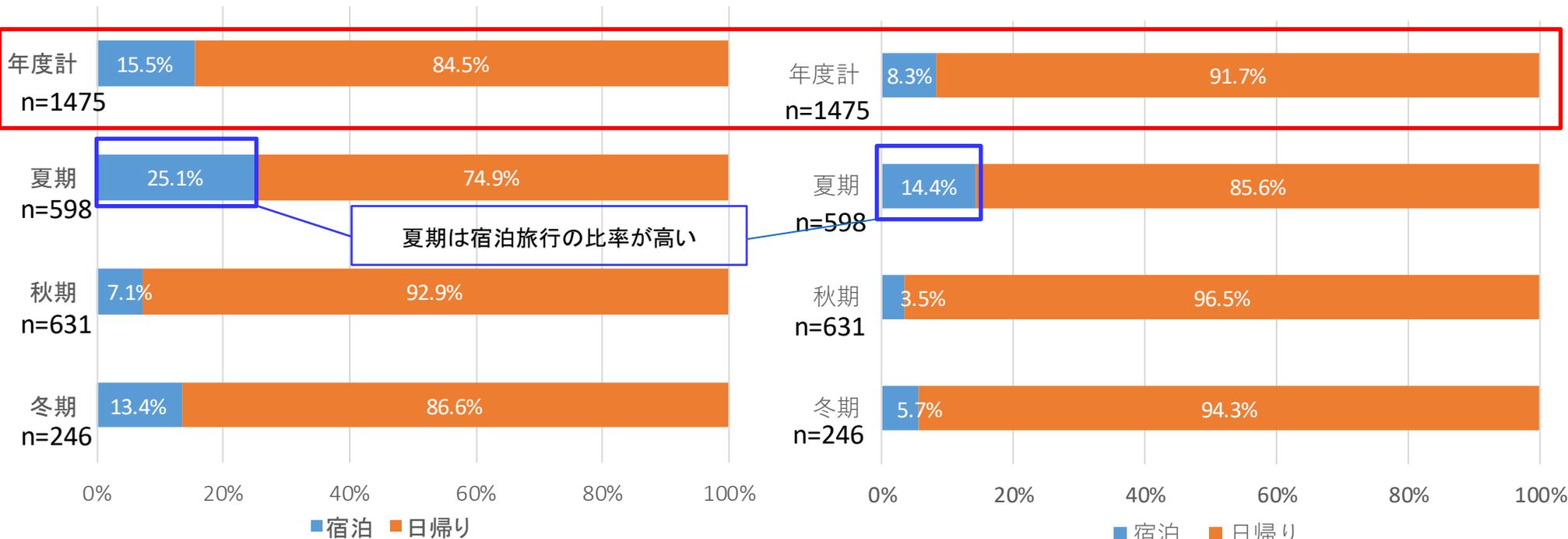


小菅村の観光統計～宿泊か日帰りか～

- ◆年度を通じて、ほとんどが、「日帰り」。
- ◆年度を通じた「宿泊」の比率は村外宿泊率で約15.5%、村内宿泊率で約8.3%。

訪問形態(村外宿泊含む)

訪問形態(村内宿泊のみ)

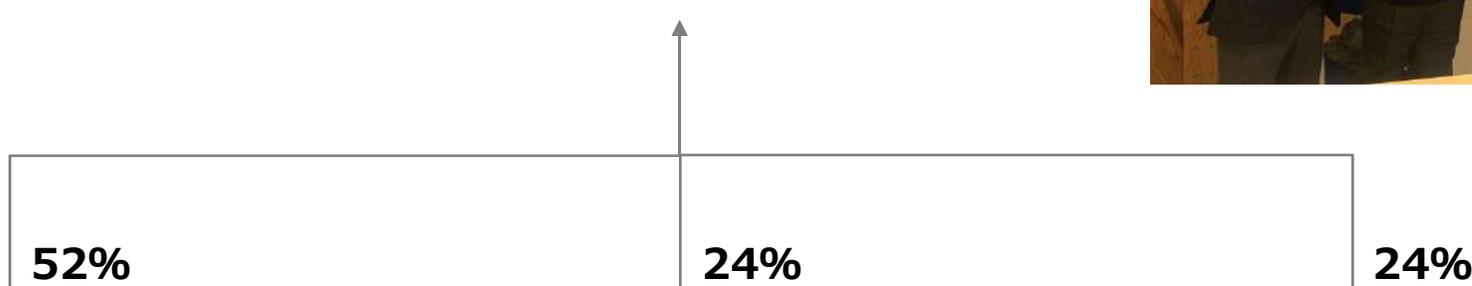


夏期は宿泊旅行の比率が高い

空家問題



株式会社EDGEの設立



52%

24%

24%

100%



さとゆめ

～ふるさとの夢をかたちに～



株式会社 源
m i n a m o t o

NOTE

株式会社 NOTE



多摩源流
小菅村

卍
NIPPONIA

小菅 源流の村
KOSUGE
VILLAGE

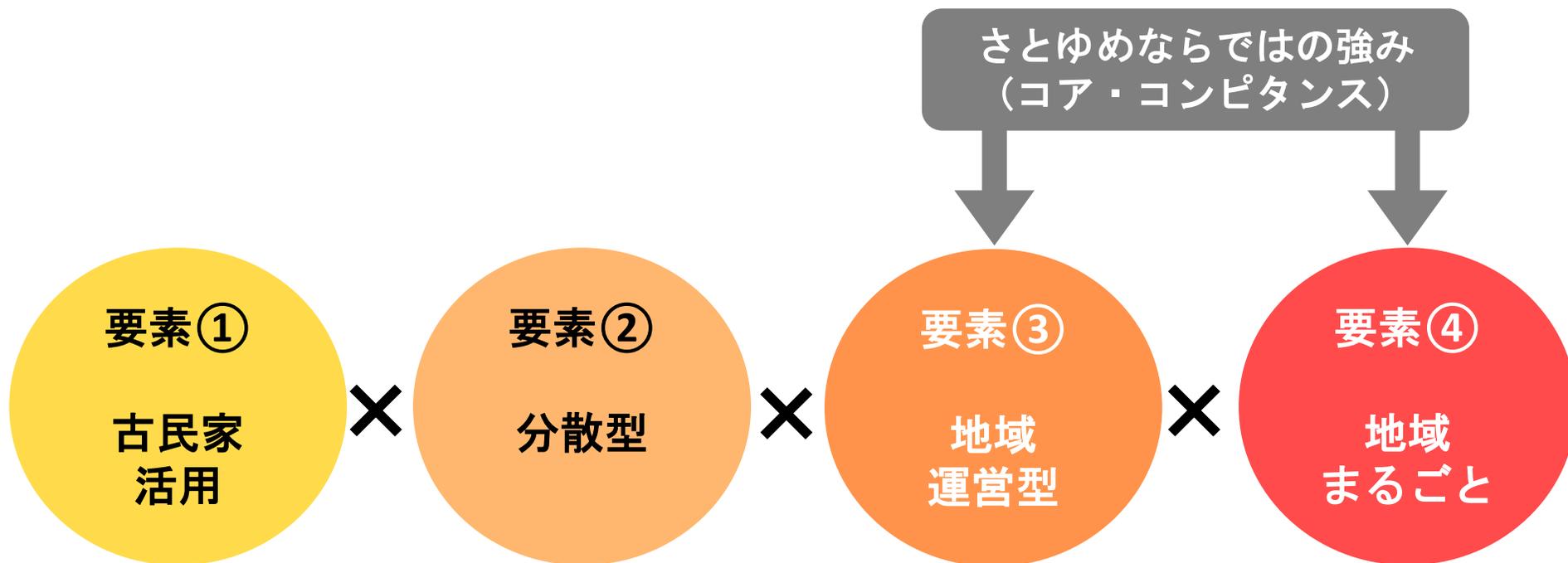
700人の村がひとつのホテルに。

(村まるごとホテル)



「村まるごとホテル」とは

長年地域と伴走してきたさとゆめの実績を活かし、独自のホテルを構築中



広島県竹原市、石川県能登町、京都府京都市など
全国複数エリアで先行事例多数あり

集落丸山（兵庫県篠山市）等の先行事例あり

この4つの要素を総合的に実装することで、さとゆめ独自のホテル・サービスを実現できる

地域での事業化の5つのポイント

1 カテゴリを創出・独占できるコンセプトの立案

- ・ 突出性を生み出す「カテゴリ」をつくれているか？
- ・ 地域要素、面的要素、自分要素を活かしているか？

2 **客単価・客数**から逆算したハード・ソフトの計画

- ・ 客単価で勝負するのか？客数（稼働率）で勝負するのか？
- ・ 客単価を実現できる、ハード・ソフトになっているか？

3 付加価値、コスト柔軟性を生み出す地域の巻き込み

- ・ 都市型ビジネスでは出せない、情緒・ホスピタリティ・関係性を提供できているか？
- ・ 地域住民を巻き込んだ運営によって、固定費を下げる事ができているか？

4 愛着・誇りやアイデンティティに基づく圏域の設定

- ・ 巻き込む住民が愛着・誇りやアイデンティティを感じられる圏域か？
- ・ 想定顧客にイメージ訴求できる、共感してもらえる圏域か？

5 コンセプト・コンテンツ・客単価等の徹底的な実証

- ・ コンセプト・コンテンツが、客に感動を与えるか？
- ・ 計画通りの客単価を、本当に払ってもらえるか？

要素① 古民家活用

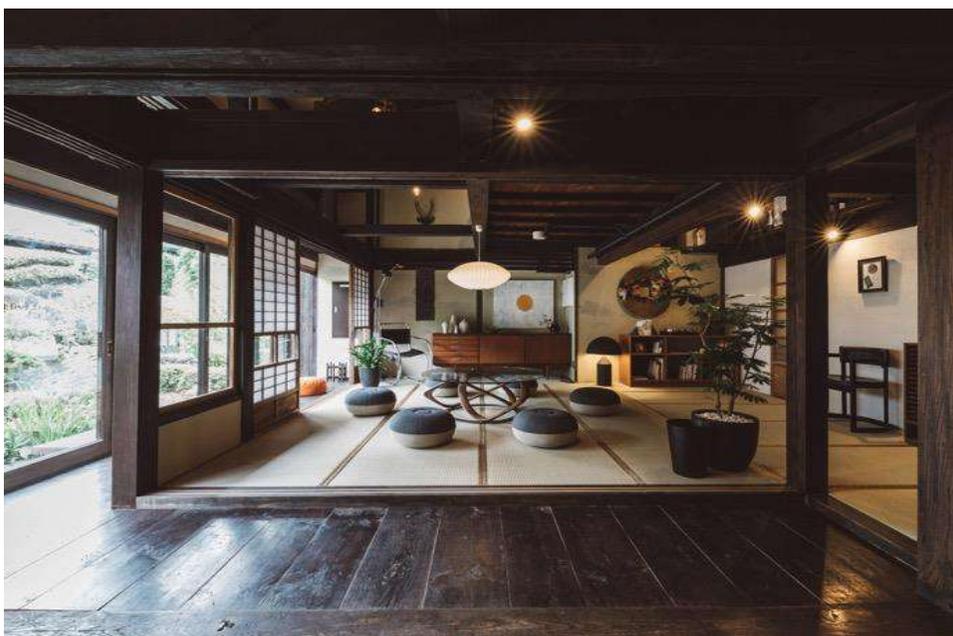
- 小菅村には、村内に約100棟の空家が点在。
- 状態がよい物件、家主の了解がとれたものから改修し、古民家ホテルとして活用。



大家
(2019年8月開業)



崖の家
(2020年8月開業)



要素① 古民家活用 <崖の家> ※2020年8月開業



地域での事業化の5つのポイント

1 カテゴリを創出・独占できるコンセプトの立案

- ・ 突出性を生み出す「カテゴリ」をつくれているか？
- ・ 地域要素、面的要素、自分要素を活かしているか？

2 客単価・客数から逆算したハード・ソフトの計画

- ・ 客単価で勝負するのか？客数（稼働率）で勝負するのか？
- ・ 客単価を実現できる、ハード・ソフトになっているか？

3 付加価値、コスト柔軟性を生み出す**地域の巻き込み**

- ・ 都市型ビジネスでは出せない、情緒・ホスピタリティ・関係性を提供できているか？
- ・ 地域住民を巻き込んだ運営によって、固定費を下げる事ができているか？

4 愛着・誇りやアイデンティティに基づく圏域の設定

- ・ 巻き込む住民が愛着・誇りやアイデンティティを感じられる圏域か？
- ・ 想定顧客にイメージ訴求できる、共感してもらえらる圏域か？

5 コンセプト・コンテンツ・客単価等の徹底的な実証

- ・ コンセプト・コンテンツが、客に感動を与えるか？
- ・ 計画通りの客単価を、本当に払ってもらえるか？

要素② 分散型



送迎・清掃・ガイド・体験等を、地域住民が対応し、
「地域運営型ホテル」へ。



村の・・・

古民家（空家）

道路や畔道

道の駅

小菅の湯

商店がある通り

村人

ホテルの・・・

客室

廊下

ロビー

スパ（大浴場）

ギフトショップ

コンシェルジュ



おさんぽ

歩いて行ける村人おすすめのお散歩コースをご案内しております。ご希望に応じて村人がアテンドいたします。



サイクリング

電動付き自転車を無料にてお貸出ししております。おすすめスポットは、是非スタッフにお尋ねください。



温泉

9つの多彩な湯船で「美人の湯」を満喫できる「小菅の湯」（徒歩5分）に無料でご入浴いただけます。http://kosugenoyu.jp



焚き火

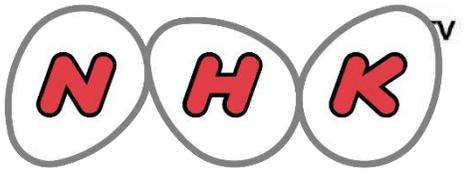
お庭で焚き火ができます。水のせせらぎや虫の声を聴き、火を見つめながら大切な人と語りませんか？



小菅村役場とともに、綿密な住民説明・巻き込み。
(近所⇒集落⇒高齢者⇒全村と段階的に実施)



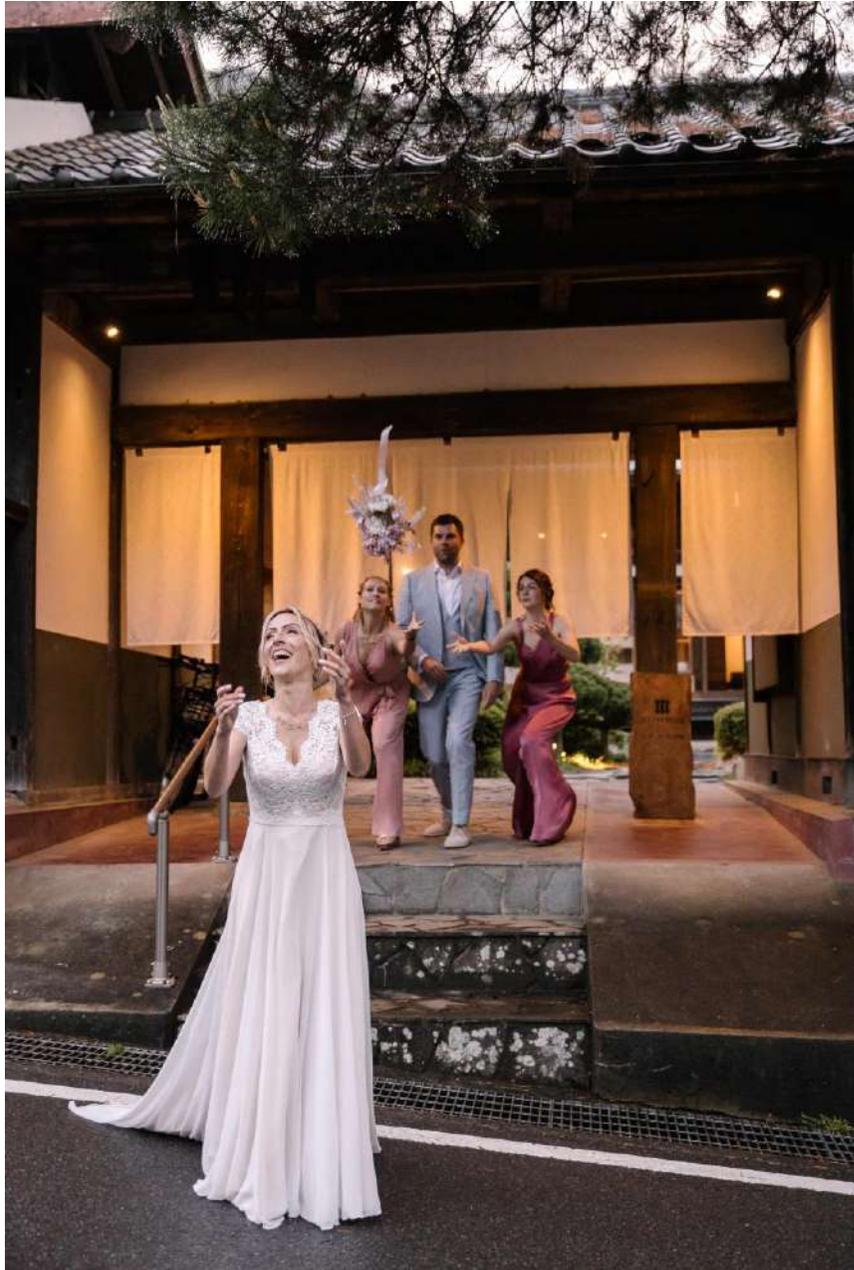
開業後のメディアの反響



村まるごとウェディング、始めました！



フォトウェディング、増えてます！



地域での事業化の5つのポイント

1 カテゴリを創出・独占できるコンセプトの立案

- ・ 突出性を生み出す「カテゴリ」をつくられているか？
- ・ 地域要素、面的要素、自分要素を活かしているか？

2 客単価・客数から逆算したハード・ソフトの計画

- ・ 客単価で勝負するのか？客数（稼働率）で勝負するのか？
- ・ 客単価を実現できる、ハード・ソフトになっているか？

3 付加価値、コスト柔軟性を生み出す地域の巻き込み

- ・ 都市型ビジネスでは出せない、情緒・ホスピタリティ・関係性を提供できているか？
- ・ 地域住民を巻き込んだ運営によって、固定費を下げる事ができているか？

4 愛着・誇りやアイデンティティに基づく**圏域**の設定

- ・ 巻き込む住民が愛着・誇りやアイデンティティを感じられる**圏域**か？
- ・ 想定顧客にイメージ訴求できる、共感してもらえる**圏域**か？

5 コンセプト・コンテンツ・客単価等の徹底的な実証

- ・ コンセプト・コンテンツが、客に感動を与えるか？
- ・ 計画通りの客単価を、本当に払ってもらえるか？

**「まるごとホテル」を、JR沿線で展開し、
沿線の活性化に貢献したい。**



『沿線まるごとホテル』



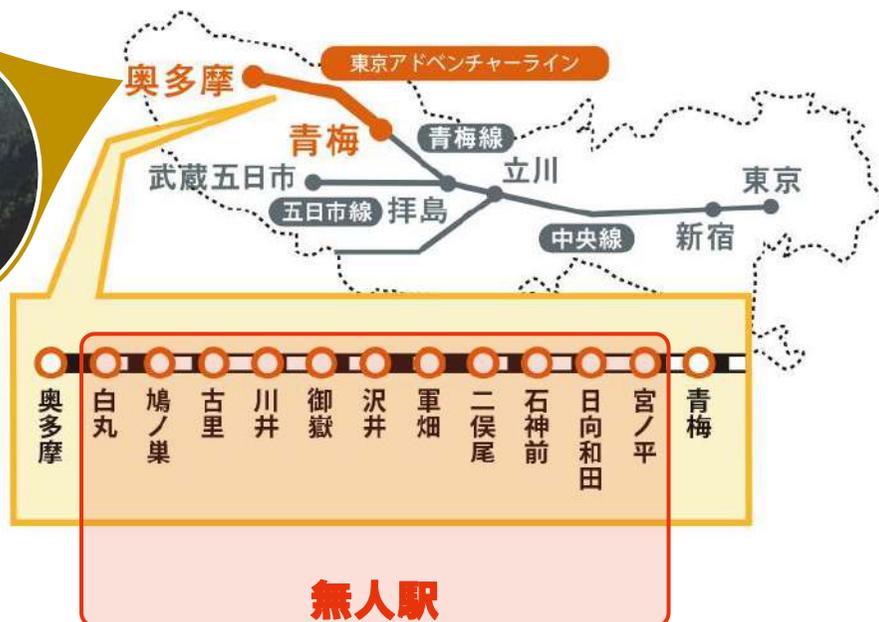
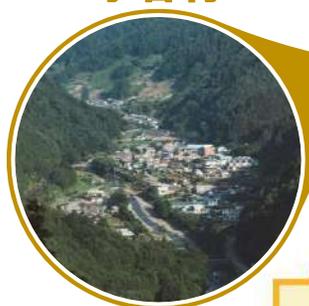
乗降客数減の課題を抱えつつ、マイクロツーリズムで注目される

「JR青梅線沿線」から！

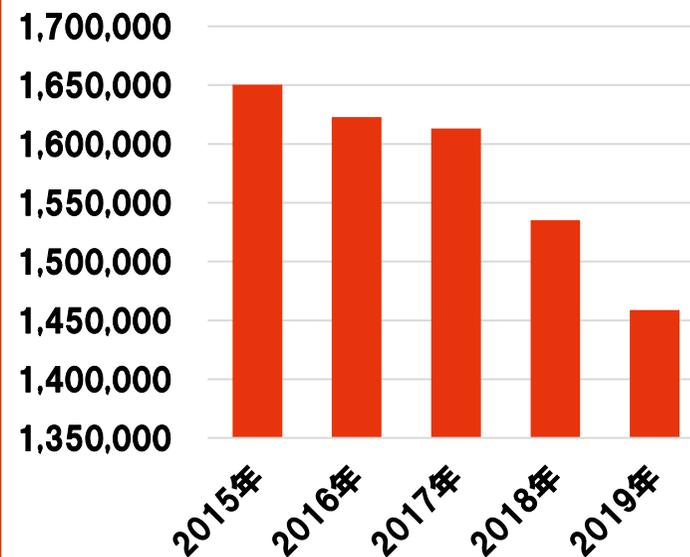
JR東日本との協業の方向性

- 青梅駅～奥多摩駅のアドベンチャーライン区間で事業化を検討中。
- 青梅駅と奥多摩駅以外は無人駅ですが、それらをホテル事業の中で活用。
- 奥多摩駅の先の小菅村とも、一体的に事業展開する。

小菅村



アドベンチャーラインの降車数(人)



「沿線まるごとホテル」とは

要素① 沿線遊休 資産活用

沿線の無人駅、有休スペース、廃屋、古民家等の活用。

要素② 分散型

風景に溶け込むように泊まる、村人になった気持ちで過ごすという価値付け。さらには、分散した客室が鉄道および二次交通で接続されていることで利便性も確保。

要素③ 地域 運営型

住民の非常勤勤務による固定費削減、独自のあたたかみのあるホスピタリティ

要素④ 地域 まるごと

「沿線まるごと」の物理的な圏域は？
「沿線まるごと」の世界観をどう感じてもらうのか？

「地域まるごと」を実現するものは何か？

- 「愛着、アイデンティティ」（ふるさとの的な何か）があるからこそ、その地域のために協力しよう、手伝おう、そこに来るお客様をあたたかくお迎えしよう、もてなそうと思うのではないか。
- 住民が「愛着、アイデンティティ」を感じるエリア（面的な広がり）を最小ユニットとして、「まるごと」を実現していかないと、「まるごと」の世界観を構築していけないのではないか、顧客価値につながらないのではないか。
- 「NIPPONIA 小菅」の場合、「700人の村がひとつのホテルに。」というコンセプトを打ち出しているが、実際には、大家は中組集落、崖の家は小永田集落の住民の協力を得て運営している。自分が住んでいる集落にホテルができたことを喜び、運営者である我々に協力し、お客様をあたたかく受け入れてくれている。



「OHYA 様」が建つ集落の「キャスト」の皆さん。地方の閑静な村のイメージを覆すほど小菅村の人たちはウェルカムなスタンスだ

村民の一人々になれる旅のはじまり

<小菅村マメ知識>

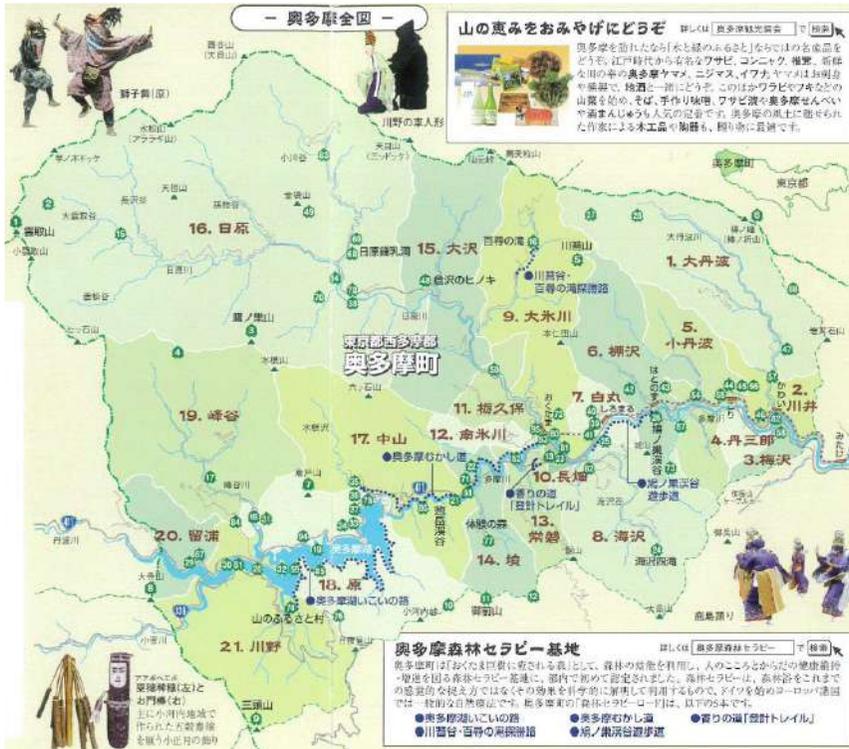
- 1889年(明治22年)の町村制の施行以降、小菅村として単独で自治体を形成。
- 橋立、川池、田元、中組、東部、白沢、小永田、長作の8つの集落で構成されている。

Discover Japan 10月号 (9/4発売) 掲載写真

大家棟が立地する中組集落の皆さんとの集合写真。この写真が、まさに「地域まるごとホテル」の世界観を象徴するものと言える。この写真をどう、青梅線沿線で実現するのか。

「沿線まるごと」の最小ユニットは何か？

- 「沿線まるごとホテル」も、目指すところは青梅線沿線全域、あるいはアドベンチャーライン沿線全域であるが、「まるごとホテル」の世界観を実現していく際には、住民が愛着、アイデンティティを感じられるエリアを最小ユニットとして、事業を進めていくのが望ましい。
- 例えば、一言で奥多摩町と言っても、3つの旧村（旧氷川村、旧古里村、旧小河内村、1955年合併）に含まれていた15の集落（大字）から成り立っており、住民の地域への愛着、アイデンティティは、奥多摩町よりも、集落のほうにより強いのではないか。
- 1944年に開通した青梅線の駅も、多摩川流域の主要な集落に近いところに設置されたと考えられる。よって、この「駅と集落」というエリアが最小ユニットになってくるのではないか。



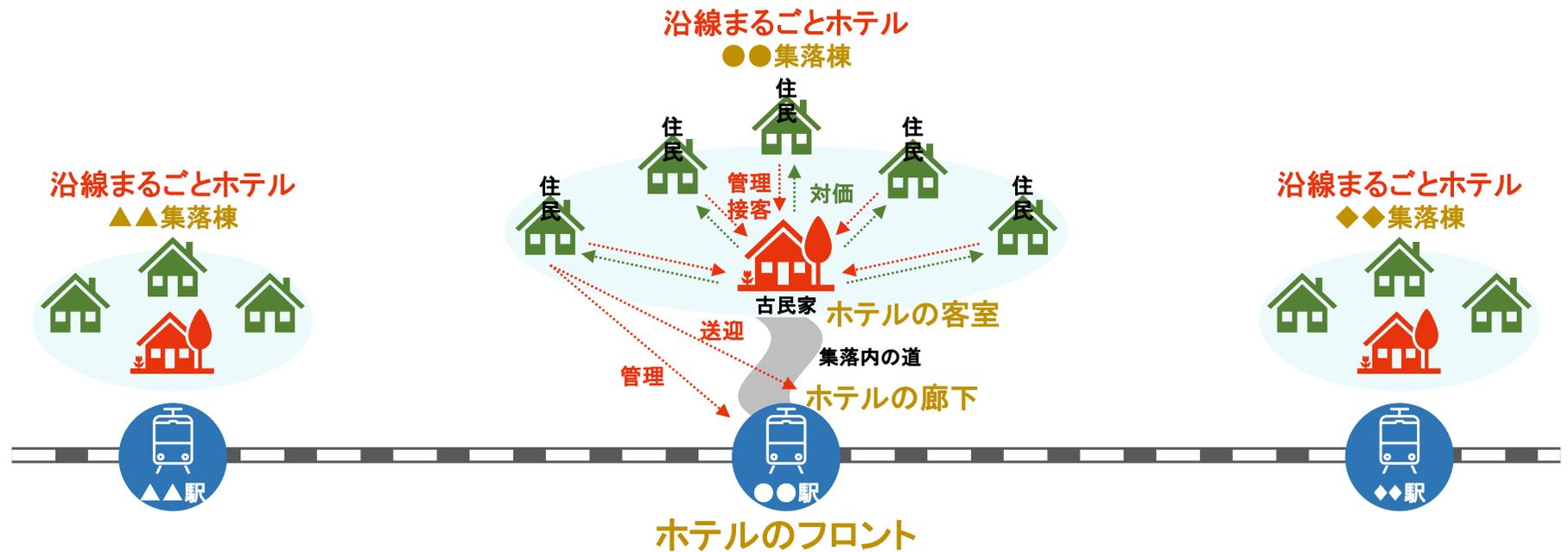
＜奥多摩町内の「駅と集落」のユニット＞

- 奥多摩駅と、氷川集落・境集落
- 白丸駅と、白丸集落
- 鳩ノ巣駅と、棚沢集落
- 古里駅と、小丹波集落
- 川井駅と、川井集落

奥多摩町集落マップ
各集落と青梅線の駅の関係が見て取れる。

「沿線まるごとホテル」の基本構造

- 集落ごとに、無人駅を「ホテルのフロント」、古民家を「客室」、住民は「キャスト」と見立て、無人駅や古民家の管理・接客を、集落住民が行う。
- 住民のアイデンティティを守り、かつ金銭的メリットを発生させることで、自律的な運営を実現。

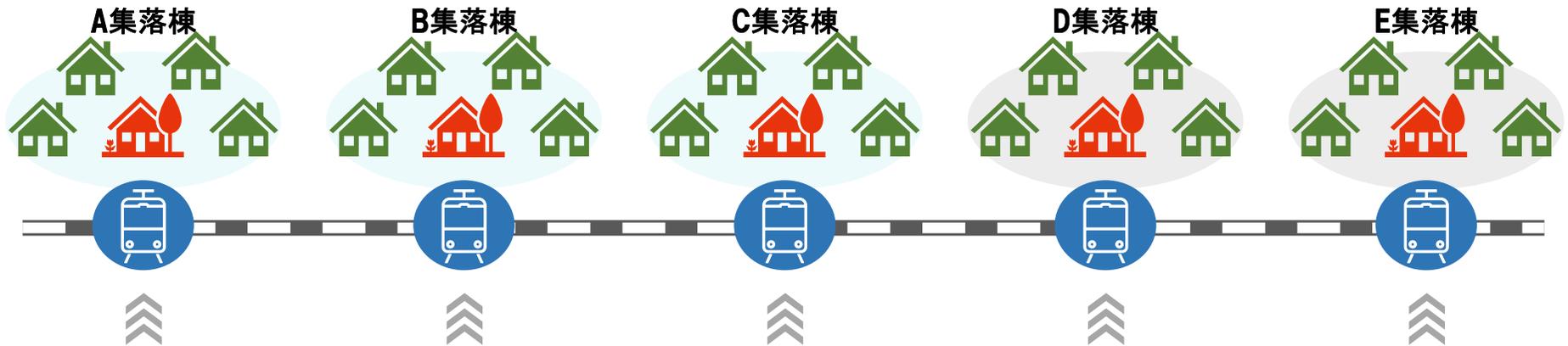


「沿線まるごとホテル」の基本構造

- 「駅と集落」ユニットを増やしていくことで、「沿線まるごとホテル」の世界観が醸成されていく。
- 「集落や駅を選んで泊まる」「無人駅に泊まりに行く」体験価値を提供。
- アプリなどで、宿泊・飲食・体験・送迎・移動・荷物輸送・交流、全てをスムーズに予約・コーディネートできることを目指す。

沿線まるごとホテル

「駅と集落」を最小ユニットとして、「集落まるごとホテル」の世界観をつくり込み



「集落や駅を選んで泊まる」「無人駅に泊まりに行く」体験価値を提供するための仕組み(アプリ等)

地域での事業化の5つのポイント

1 カテゴリを創出・独占できるコンセプトの立案

- ・ 突出性を生み出す「カテゴリ」をつくられているか？
- ・ 地域要素、面的要素、自分要素を活かしているか？

2 客単価・客数から逆算したハード・ソフトの計画

- ・ 客単価で勝負するのか？客数（稼働率）で勝負するのか？
- ・ 客単価を実現できる、ハード・ソフトになっているか？

3 付加価値、コスト柔軟性を生み出す地域の巻き込み

- ・ 都市型ビジネスでは出せない、情緒・ホスピタリティ・関係性を提供できているか？
- ・ 地域住民を巻き込んだ運営によって、固定費を下げる事ができているか？

4 愛着・誇りやアイデンティティに基づく圏域の設定

- ・ 巻き込む住民が愛着・誇りやアイデンティティを感じられる圏域か？
- ・ 想定顧客にイメージ訴求できる、共感してもらええる圏域か？

5 コンセプト・コンテンツ・客単価等の徹底的な**実証**

- ・ コンセプト・コンテンツが、客に感動を与えるか？
- ・ 計画通りの客単価を、本当に払ってもらえるか？

沿線まるごとホテル 4つのコンテンツ



1

無人駅チェックイン



2

集落ホッピング



3

沿線ガストロノミー



4

古民家ステイ

沿線まるごとホテル 実証実験概要

- JR東日本の交通インフラ(青梅線)や沿線集落の古民家(空き家)を活用し、地域住民とともに運営を行う新たな滞在型観光、マイクロツーリズム
- 期間 | 2021年2月17日(水)～3月31日(水)
- 料金 | 1泊2食&体験付き 27,000円/人(税抜)
- 利用駅 | JR東日本 青梅線 白丸駅・奥多摩駅



JR青梅線 白丸駅



JR青梅線 奥多摩駅

1日目

- 13:39 無人駅チェックイン：「白丸」駅にて
土休日4
13:21
青梅線一の秘境駅「白丸」のホームでコンシェルジュがお出迎えいたします。ホームの待合室でご移動の疲れを感じていただきながら、駅の歴史など説明をさせていただきます。
- 14:00 おさんぽ① 白丸集落
駅周辺から始まる集落を、村のお父さんがご案内いたします。地元の方しか知らない秘密の散歩ルートも。
- 14:40頃 ご移動(ハイエースにて)
- 15:00 おさんぽ② 境集落
ワサビ田や湧水、人知れずひっそりと佇む不思議な景観の神社など、地元愛されスポットを巡ります。
- 15:30 山梨県小宮村へ出発
- 16:00 「NIPPONIA 小宮 深沢の村」到着
百五十年の古民家で村人の一人のようなくつろぎを。
- 16:30 「小宮の湯」で天然温泉をご堪能
ホテルより徒歩5分、9つの多彩な湯船が完備された村営の温泉に無料でご入浴。
- 19:00 ご夕食
お隣の長屋門を改装したレストランにて、特別コース料理をお楽しみください。

2日目

- 8:00～ ご朝食(お部屋にて)
ご朝食の前後に、ホテル周辺のおさんぽや、レンタサイクルなどでふらりと村をお楽しみいただけます。
- 11:00～ ホテル発
(ハイエースで奥多摩駅へ)
天候に恵まれれば奥多摩湖の景観を一望できます。
- 12時頃 「奥多摩」駅にてチェックアウト
出しおり付属のチケットと引き換えに、「ゲートおくたま」でドリンク一杯をお楽しみいただけます。よろしければ、引き続きご自由なスタイルで青梅線沿線をお楽しみ下さい。

「無人駅チェックイン」について

「白丸」駅に、平日13:39着、土休日13:21着の電車にご乗車下さい。裏面に「時刻表」がございます。

「無人駅ランチ」のおすすめ

チェックイン前に、ぜひお隣「地ノ集」駅でランチと散策をお楽しみ下さい。詳細は「旅のチケット」をご覧ください。

おさんぽ①②について

詳細は、「目、沿線のおさんぽ」をご覧ください。

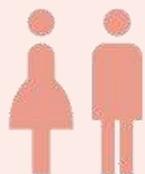
温泉「小宮の湯」について

毎週金曜日は定休日となります。

実証実験結果概要(2/17-3/31)

- 2/17-3/31の1.5ヶ月で60組、120人分完売。
- 稼働率は100%
- 期間中の予約数は70組、キャンセル数は10組。

宿泊組数・宿泊者数



宿泊組数 **60組完売**

宿泊者数 **120人**

稼働率



宿稼働率 **100%**

予約数・キャンセル数



予約数 **70組**

キャンセル数 **10組**

キャンセルはわずか**10組**で、その後空いた予約枠もすぐに埋まり
2/17-3/31の30日間で**60組**、120人分が見事**完売**しました。

「ガイアの夜明け」が3ヶ月密着取材

- 3ヶ月の密着にて、JR青梅線の魅力を”まるごと”紹介。
- 2021年4月16日(金) 30分程度の長尺で放送。



2021年12月、JR東日本との共同出資会社を設立して、本格事業化



2022年6月、沿線まるごとラボの開設



2022年6月、沿線まるごとラボの開設

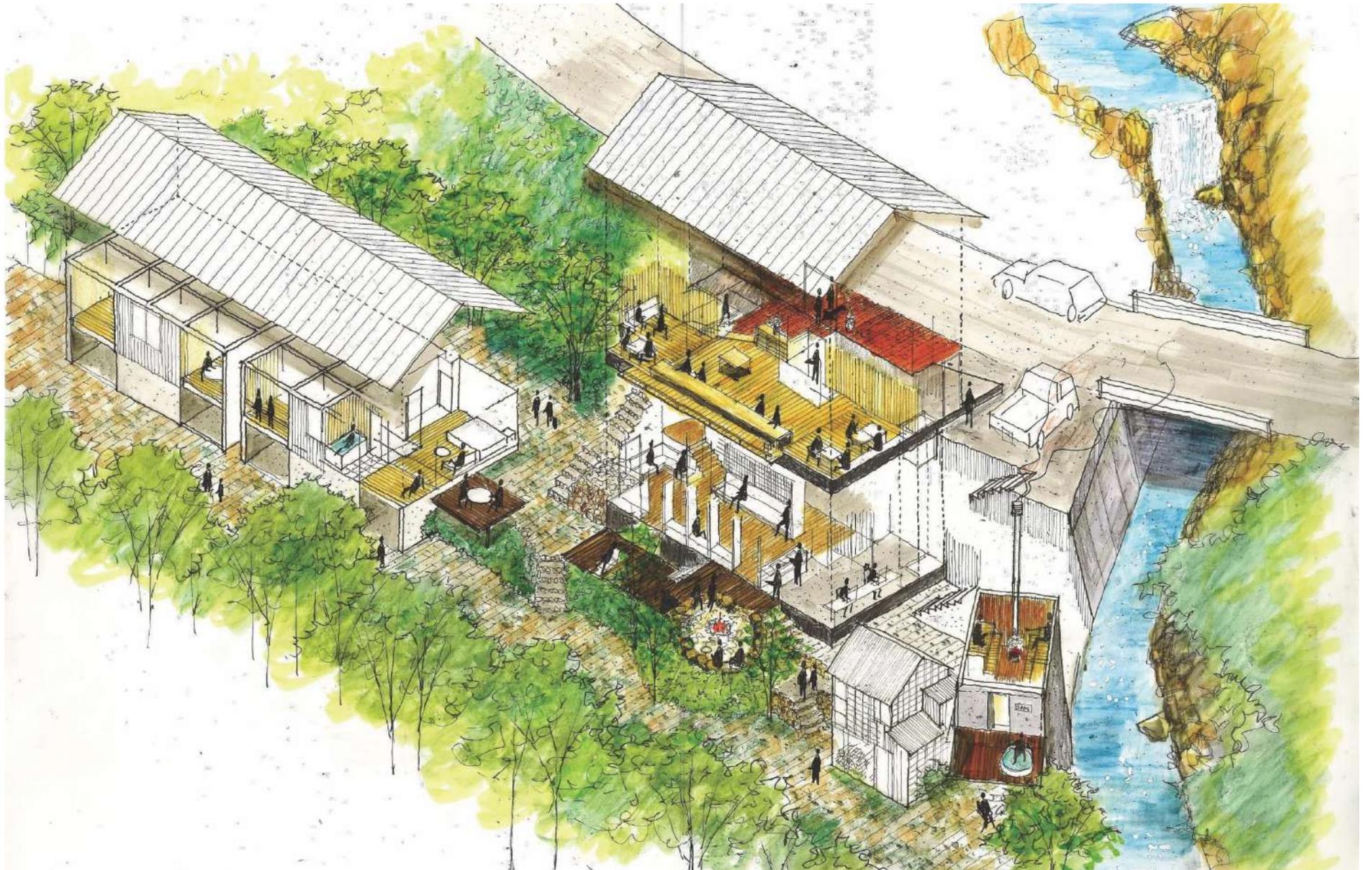


沿線まるとコンシェルジュ





ホテルの建築設計(スケッチ)



ホテルのランドスケープ(スケッチ)



地域での事業化の5つのポイント

1 カテゴリを創出・独占できる**コンセプト**の立案

- ・ 突出性を生み出す「カテゴリ」をつくられているか？
- ・ 地域要素、面的要素、自分要素を活かしているか？

2 **客単価・客数**から逆算したハード・ソフトの計画

- ・ 客単価で勝負するのか？客数（稼働率）で勝負するのか？
- ・ 客単価を実現できる、ハード・ソフトになっているか？

3 付加価値、コスト柔軟性を生み出す**地域の巻き込み**

- ・ 都市型ビジネスでは出せない、情緒・ホスピタリティ・関係性を提供できているか？
- ・ 地域住民を巻き込んだ運営によって、固定費を下げる事ができているか？

4 **愛着・誇り**やアイデンティティに基づく**圏域**の設定

- ・ 巻き込む住民が愛着・誇りやアイデンティティを感じられる圏域か？
- ・ 想定顧客にイメージ訴求できる、共感してもらえらる圏域か？

5 **コンセプト・コンテンツ・客単価**等の徹底的な**実証**

- ・ コンセプト・コンテンツが、客に感動を与えるか？
- ・ 計画通りの客単価を、本当に払ってもらえるか？

上記5つのポイントを元に次のワークショップで、地域まるごとホテル回遊プランを作ってみましょう！