

丹波山事典 コンテンツ・メニュー

ワーキングチームからあつめた
丹波山事典に盛り込みたい項目の一覧です。

このすべてを、旧廣瀬邸に反映するということではなく
宿全体での連携で、検討します

1- 丹波宿再生事典 『 泊まる 』

丹波山村ならではの民泊プログラム

サービス内容

- ・故郷に帰ってきた時の安らぎを感じることができる
- ・都市生活者と地域住民との交流
- ・田舎体験+キッチンとお仕事
- ・健康増進のための体験プログラム

意図と背景

「滅びゆく過疎の村・丹波山村に再び灯りをともしたい」という気持ちから。



利用者・顧客のターゲット

- ・村民の皆さん
- ・一人暮らしの人
- ・料理を作る時間がない、作りたくない日がある人

1- 1 『丹波食』

ヤマの暮らしを支えてきた山村の味と食文化を味わう

サービス内容

村民が日常的に食べている煮物や、総菜、昔ながらの作り方で作ったこんにゃくなどを、味わってもらう。

コース料理や、小量多品目の料理を解説付きで提供する。

イメージは築地本願寺の18品目朝定食



意図と背景

ジビエ、キノコ、山菜など、山の食材は知られているが、山村に暮らす人がどのような食生活をしてきたのかは知られていない。

ヤマの食材にも、わずかししか採れず地元でしか知られていないものがたくさんある

村の食事、村の味付け、村の食材など、地域に残る食文化を味わってもらうことで、日本の食文化の多様性を未来に継承する

利用者・顧客のターゲット

単に美味しいもの、快適なものを求めるのではなく、文化や自己発見を求める人

従来型の観光に飽きている人

1-2 『ハレとケの日ごはん』

里山の暮らしに息づく食文化を味わう

サービス内容

ハレの日のごはん
折箱料理 おしのぎ 癒しの食



ケの日のごはん
一汁三菜 健康 治癒力 パワー

バクめし おねり おこじゅう
ちゃんころりん どぶづけ よ
ごし



意図と背景

【晴れと褻】ハレ/ケ という日本人の世界観がある。ハレの日は儀礼や祭り、年中行事という非日常を言い、衣食住にも贅沢をする。ケの日は、それ以外の日常を指す。

飽食の現代はハレの食事が日常になってきている。

丹波山のハレとケの日のごはんは、旅人が里山の文化に触れることで、希薄になってしまった日本人の世界観を改めて見出すことができる。

利用者・顧客のターゲット

田舎の人がどんなものを食べるてるのか知りたい

作り方を知りたい人 健康に興味がある人

日常と非日常のオンオフを持ちたい人

1-3 『南蛮味噌』

丹波山の調味料「南蛮味噌」はご飯のおかず

サービス内容

丹波山村では、家庭の味で、味噌や南蛮味噌を各家庭それぞれの味付けて持っている。

ご飯のおかずをしている家庭も多く、以下のように飛騨高山では朝食のメイン料理にしている旅館もある。



意図と背景

豪華な食事を提供することはコスト面や専門の料理人が必要であり、困難であるため、地域に根差している素朴でありながら、意外とおいしい食事を発掘し、宿泊者に提供する。

丹波山村に根差す調味料として、南蛮味噌やそれを活用した料理を地域資源とする。

利用者・顧客のターゲット

旅先で豪華なものではなく、地域の特色のある食事を取りたいと考える人

1-4 『畑』

急傾斜の畑で、汗を流しながら苦勞して作り上げた農作物を味わい、感動を味わう。

サービス内容

水はけのよい傾斜地で育った村のジャガイモは、だれが食べてもおいしいと評判。村民には当たり前だけど、自分で苦勞して作った味は格別である。

水田のない村で食べられてきた、そば、こんにゃくを種から育て、収穫し、村に伝わる作り方で自分たちで作ってもらって食べる。

農業者が育てた農作物をお土産として買ってもらおう。

地元の食材を使ったものを食堂等で提供する。

意図と背景

水田がない村で少ない農地を利用して食べ続けてきた農産物。これまで、村民が食べてきた味を知ってもらおう。

傾斜地が多い村の畑に合う作物の種類や作り方があり、それを受け継ぐことも手伝ってもらおう。

耕作放棄地が増えてきていることが大きな問題となっている。この遊休地の解消へもつながる

利用者・顧客のターゲット

ちよときつめの農作業をしたい。体を鍛えたい人

自分で作り上げ、食すまでをやりきりたい人

1-5 『ジビエ料理』

国産ジビエ認証を受けたジビエを産地で味わう

サービス内容

鹿肉がどのような工程を経て料理になったかを映像や写真などで説明し、料理を味わってもらう。

実際に料理がどのようにできているかということを理解し、食べることで料理のありがたさなどを学ぶきっかけになってほしい。



意図と背景

現在当村で丹波山村の鹿肉料理を味わえるのは、道の駅軽食堂のみである。

丹波山村のジビエ施設は今年国産ジビエ認証を取得しており、国内で19番目の認証施設になるそう。

利用者・顧客のターゲット

村に特産品を食べに来る人

狩猟文化に興味がある人

命をいただくことを学びたい人

1-6 『新丹波食』

みんな大好き新しい丹波食

テイクアウトを可能としたレストラン。

サービス内容

テイクアウトを可能としたレストラン。

家族客が気兼ねなく利用できるソファ席、大きなテーブルで食事ができ、ジビエを全面にというより料理にジビエを使ったものとしてメニューを開発する。

テイクアウトメニュー

・鹿汁 ・アユ揚げ棒 ・韓国式アメリカン鹿ドッグ

イートインメニュー

・ジンギスカン鍋を使ったジビエ焼肉（鹿ロースと野菜のセットメニューとし、1人前用量での提供）

・アユのから揚げ自家製タルタルと丹波山産ワサビタレ 他等

意図と背景

TwitterやInstagramで丹波山をエゴサーチすると道の駅軽食堂の鹿バーガーやジビエの注目度が高く見える。（TwitterやInstagramは一次ソースなため遜色なく意見が見れる）

小菅村では、ヤマメを使った商品開発が盛んで道の駅では、ピザやヤマメの揚げ物等の食事ができテイクアウトも可能。（味付けがしっかりされていて昔ながらというより、最近めな味付けがされている）

利用者・顧客のターゲット

- ・家族客（小さな子から大人まで）
- ・一人客
- ・カップルなどゆっくりとしたい客

1-7 『豆腐』

おかずあと一品

丹波の清流を使った豆腐

サービス内容

- ・毎日のおかずにあと一品欲しいと思っている人のために煮物、お惣菜、カレーなどを小さなパックに詰めて販売する
- ・丹波の清流を使った豆腐
- ・働く女性の為にあと一品食卓という時のおかず
- ・村内に住む若者にも煮物、焼き魚などおふくろの味を食べてもらう



意図と背景

コンビニが村内にない中、ちょこっと食べられるものを提供したい。

一人住まいの人がカレーなどを作るのはなかなかできないと思うので食べたいときに手作りカレーが食べられれば。

利用者・顧客のターゲット

- ・村民の皆さん
- ・一人暮らしの人
- ・料理を作る時間がない、作りたくない日がある人

1-8 『丹波焼』

一汁三菜2021

村民のレシピを生かした1970年代メニューの再現

サービス内容

・来村者、在来者、外部卸に対する、村民のレシピを生かした1970年代の懐かしく、健康に寄与するメニュー



丹波焼：ほうとうの麺の素材を外皮に使い、中味は丹波山の郷土料理や地元総菜を入れたおやき風独自のメニュー

意図と背景

1975年の日本食の特徴
「いろいろな食材を少しずつ食べる」
「揚げる、炒めるは控えめ」

一汁三菜 = 主食（米）、汁物、主菜、副菜 x 2 をベースに置くことでいろいろな食材を食べることができた

利用者・顧客のターゲット

- ・村民の皆さん
- ・一人暮らしの人
- ・料理を作る時間がない、作りたくない日がある人

2-0 『丹波山年間パス』

丹波山へ移住する前に知ってほしいから

サービス内容

- ・丹波山の空間、人を使ったプレ丹波山体験
- ・1年を通して、村のメリット、デメリットを伝える
- ・山村留学や移住希望者の窓口

意図と背景

移住してからスムーズに地域コミュニティに入っていけるように。

丹波山での経済活動に繋がるスキルがあるかの判断

丹波山でどんな工夫をして生活していくのかの自己分析やアドバイスが必要。

利用者・顧客のターゲット

- ・田舎への移住希望者
- ・丹波山に興味を持った子供のいる世帯
- ・山村留学家族から話を聞きたい人

2- 1 『まつり』

お祭は、見て・触って・参加するもの。

サービス内容

祭道具などの展示/唄の体験/お囃子楽器の体験

祭会員になると…

村の伝統的な祭りに参加できる。

参加者が木遣り唄を八レの日に歌う。

祇園祭での“道中”に衣装を着て参加できる。



★修羅を飾るイメージ写真（里山十帖HPより抜粋）

意図と背景

奇想天外な祭や珍しい神事は、里山の象徴として旅情に浸りやすい。丹波山で行う（行っていた）歴史的にも興味深いものを無形・有形を問わず掘り起こし、有益な価値づけを観光によって行なっていく。

祭事の担い手を次世代に継承していくには、今ある知的資源を無駄にしないことが重要。

お松曳き、祇園祭、七ツ石の祭典などの関連展示が見られたり、祭の参加に繋がるような唄や舞の体験できる場所をつくるなど、人を惹きつけるコンテンツが欲しい

利用者・顧客のターゲット

異種交流したいという社交性がある人

祭との一体感や躍動感を求める人

田舎の文化に興味があり写真好き、自己表現型

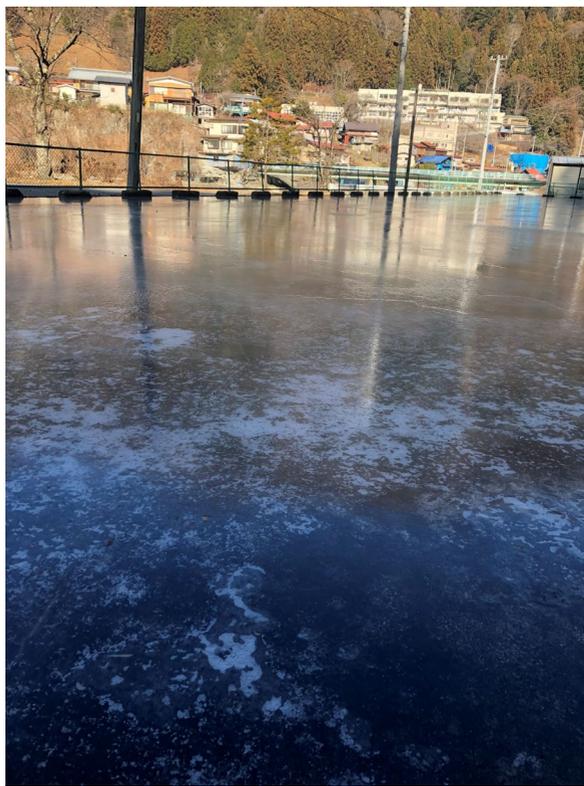
2- 2 『アイススケートリンク』

天然凍結のアイススケートリンク

サービス内容

丹波山村には天然凍結のスケートリンクがある。現在は、小中学生や極まれに村外からの利用者もいるが、収入は乏しい施設である。

利用者がいないことを逆手に取り、宿泊者等にスケートリンク体験プログラムを用意し、スケートリンクを体験させる。



意図と背景

夏季のアクティビティを十分すぎるほどあるため、冬季のアクティビティとして現在所有する施設を活用するだけで用意できるアクティビティであること。

天然凍結のスケートリンクとしては恐らく本州最南端であり、希少性もあること。

利用者・顧客のターゲット

旅先のアクティビティとして、他の地域では体験できない体験を味わいたい人。（それを目的でいくというよりは、おまけ程度に体験できれば良いなと考える人）

2-3 『丹波の蔵香浴』

丹波山の季節の香りを楽しめるサウナ

サービス内容

- ・蔵を改修した本格フィンランドサウナです。地域で取れた果樹や木の皮で採れた芳香水をロウリュウに使用します。
- ・サウナ火たき代：1回5,000円、使用料：1人1,000円（ロウリュウ、季節のドリンク、ハンドタオル付）



意図と背景

「蔵でサウナ！？しかも地場の香りのロウリュウ！？」と聞けば、この場所・この季節でしか味わえない希少性とわざわざ来訪したくなる分かりやすい魅力がある。気軽なエンターテインメント性が重要。

丹波山や広瀬邸のポレンシャルを活かしたサウナ後の水風呂@川、雪、地下水や落ち着いた日本庭園での外気浴も可能。

利用者・顧客のターゲット

- ・全国2700万人のサウナ愛好家のうち、普通のサウナでは満足できないヘビー愛好家（推定300万人）
- ・ここだけの体験を求める来訪する観光客（SNS発信のタネを提供）
- ・丹波山の地元民、及び地元の人と緩やかな交流をしてみたい観光客

2-3 『丹波の蔵香浴』

スモーク結構です！

サウナの仕組み



サウナストーンで焼き芋

蔵前におかれた水風呂



サウナの楽しみ方 HOW TO ENJOY SAUNA ?

1 香りを楽しむ。

木の皮 果実 芳香蒸留水 アロマオイル

当サウナは本格フィンランドサウナです。ロウリュ（サウナ石に水をかけて蒸気をだすこと）には、木の皮や皮から採れる芳香蒸留水を使用しています。サウナ室に充滿する森の香りをお楽しみください。

2 クールダウン。

冬 夏

クールダウンにはこの地区自慢の自然のアクティビティをご利用ください。夏の間は、川に木ダルを浮かべ、水を貯めれば天然の水風呂の完成です。冬の間は、真っ白な雪の上にダイブするのもオススメです。

3 地元の人と交流。

当サウナは訪れた人と地元の人をつなぐ、新しい公共の場 'good public space' の提案です。ちょっぴり熱いサウナの中で地元の人と交流してみませんか？田舎暮らしのリアルなお話が聞けるかも。

4 サウナの後は。

森のソーダ 久米屋 森林浴

サウナで一汗かいた後は「森のソーダ」をご用意しております。地元で取れた果実を漬け込んだシロップに炭酸水を注げば出来上がり。ご自由にお飲み下さい。地元の人との交流の続きは「久米屋」での楽しみ。

2-4 『蔵ンピング』

蔵で過ごす、快適さと不自由さの非日常空間

サービス内容

旅館でも民泊でもない、蔵でのグランピングという新しい体験。

夕食には丹波山村の料理を提供。

夜にはキャンプファイヤー。

冬の夜には天体観測。



意図と背景

- ・単なる宿泊施設にするのではなく、より丹波山村の生活になじむ宿泊体験。
- ・地域の観光コンテンツやアクティビティを周回する際の起点

利用者・顧客のターゲット

- ・道具は一式そろってる、設営はほぼ不要、手軽でちょっとリッチなオートキャンプ。キャンプ初心者や、普通のキャンプでは物足りないユーザー向け。
- ・

2-4 『蔵ピング』

Glaminka SAYO集落



2-4 『蔵ピングコンテンツ』



燻製



天体観測



ロケットストーブ



ピザ窯

2-5 『駄菓子屋』

大人のテンションが上がる魅惑のお菓子

サービス内容

- ・駄菓子や軽食店舗

小腹が空いたらここで休憩



* 下諏訪：ちいとお商店 駄菓子の売っているカフェバー

意図と背景

昔懐かしいお菓子や、丹波山らしいおやつが食べられる店が今はないが、宿の裏路地には「とやくぼ」や「やまり」等、昔の店舗が残っているので活用したい。



利用者・顧客のターゲット

旅行地の駄菓子屋等へ行って、テンションが上がって買い込むのは大体大人

2-7 『 旅館 』

コンセプト旅館

サービス内容

- ・山小屋をコンセプトにした旅館
(テントやハンモックを設置する)
- ・シンプルに田舎の民家(平屋)宿泊体験
(ホテルと同様な設備を整え、田舎らしいイメージの機器で外観を合わせる)



意図と背景

全国様々な旅館等々があるなかで観光地でしかできないコンセプト旅館がユニークで面白いと思う。

様々な現実離れしたコンセプトを持った旅館等は、ファンや興味を持って泊まることを目的としたお客様が就くのではないか。

利用者・顧客のターゲット

都内在住者等の田舎ぐらしを体験したい客

いったことない場所の体験をしてみたい客

2-8 『ランドリー&カフェ』

洗濯物の乾くまでの時間で何をしようか。

サービス内容

・コインランドリーと、待っている時間をつぶせるカフェの融合施設



意図と背景

日照時間が短く湿気が多い丹波山村では、洗濯物が乾かず困るという村民の声を聞く。

コロナ感染防止の観点からも公衆衛生は関心が高く持たれるであろうことから、村の人々の生活のしやすさに目を向ける必要がある。

さらにカフェを併設することで、ご近所が集まりやすくなり、登山客やキャンプなどで訪れた人にも喜ばれる

利用者・顧客のターゲット

- ・村民
- ・登山、キャンプ客

3- 1 『丹波川』

多摩川の清流からの恵みで、遊ぶ、食べる、癒される。

サービス内容

上流部の良質な水質と適度な水量で、大人から子供まで安心して川で遊んでもらう。

魚とり、シャワークライミング、釣りなど

清流で育った、上質な鮎や貴重なカジカを味わってもらう。

新しい働き改革の中で、川の音をBGMに仕事ができる。



意図と背景

観光資源の中心である丹波川（多摩川）は、釣りではにぎわっているが、まだまだ観光客には、川の生物や、川での楽しみ方を知ってもらいたい。

平常時は適度な水量なので安心して遊べる。

都会では味わえない川が流れる景色の中で、仕事をする価値を味わってもらう

利用者・顧客のターゲット

川で思い切り遊びたい人

上質な自然と触れ合いたい人

都会に疲れた人

新しい仕事の型を探している人

3- 2 『丹波川鮎』

丹波川をまるごと食べる感じで、いただきます。

サービス内容

丹波山でしか味わえないものを提供

創作鮎すし料理の店

にぎり・柿の葉寿司・うるか軍艦

炉端鮎 鮎ひつまぶし かあら干し茶漬け



意図と背景

以前まで主流だった名産のわさび、こんにゃく、そばが生産者の減少によって小さくなっていった。新しく舞茸や鹿肉が新名物にとってかわろうとしている。

そんな中、市場価値の高い鮎の養殖を試みた結果、名産になりうることを確証。

地産地消という地域創生の基本を守り、ここでしか味わえない商品を開発しお客様に来てもらう。山梨県内でも珍しいため、県内需要も期待したい。

利用者・顧客のターゲット

舌の肥えた東京近郊の人

鮎つりをする人 グルメな人 鮎の美味しさを知っている人

3-3 『溪谷』

高くはないけど深い村。

小話から発展して、村内で遊ぶ人がいてもよい

サービス内容

季節ごとの溪谷美を切り取り、写真展企画

ドローン映像で様々な表情を撮影し動画配信



意図と背景

丹波山村は土地のすべてが秩父多摩甲斐国立公園の中にある。公園内を横たわる奥秩父主稜線を分水嶺とした多摩川の源流部にあたる村。そのため深い溪谷で刻まれた風景が丹波山の特徴である。

昔から親しまれている溪流つりはこの地形ならではで、近年になってシャワークライミングが人気になっている。

関東の高千穂峡をめざす

利用者・顧客のターゲット

4- 1 『森のアロマ』

森をぎゅっと凝縮したアロマ

サービス内容

古くから人々は、ごく身近にあった植物を薬草として食べたり、塗ったり、香りを嗅いだりして、傷や病気を治すために利用してきました。日本では芳香植物は「香薬」と呼ばれ、薬の原料としての役割を担っていました。その中でもヒノキやスギ等の身近な森の原材料から抽出された天然のアロマyuicaをワーキングスペースでデモンストレーションし販売する。

- ・エッセンシャルオイル
- ・フレグランス
- ・ヘアケア&ボディケア



意図と背景

ワーキングスペースで、よりリラックスし、よりクリエイティブなアウトプットをサポートするため集中力の高まる香りを提供。

「パソコンやスマートフォンを見ることの多い現代の生活。視覚は脳の脳新皮質を働かせます。一方、嗅覚は脳辺縁系を働かせます。悪い菌を抑える免疫機能、消化液などが働く内分泌など、無意識に行われている機能は脳辺縁系が司っているんです。ところが現代社会では、視覚から入ってくる情報が圧倒的。つまり脳新皮質ばかり活性化させてしまって、脳辺縁系が弱まりがち。どんなに頭のいい人でも、気分がすぐれないときには情報は入ってきません。両方のバランスが大切なのです」

利用者・顧客のターゲット

- ・観光客
- ・テレワークや仕事で来村しに来た人

4- 2 『森林（もり）』

村の大半を占める森林から与えられる多くの機能を受けながら暮らす。

サービス内容

水、空気 → きれいな水、新鮮な空気を味わえる

材 → 建築材、薪、木工品

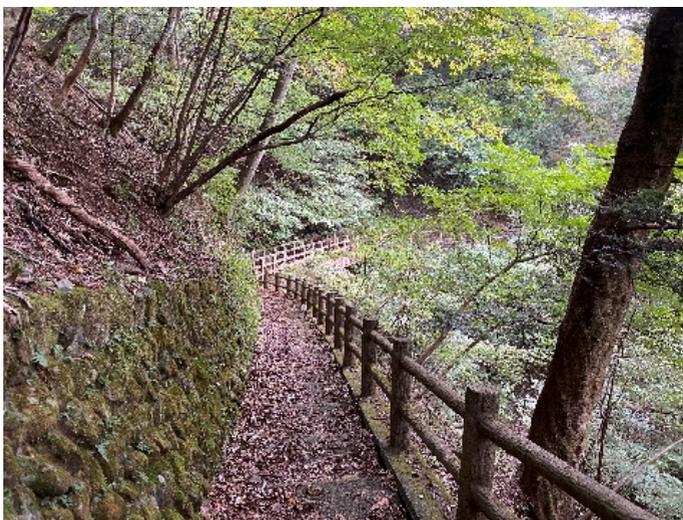
食 → きのこと、山菜、

遊び → フィールドアスレチック、キャンプ

学び → 林間学校

仕事 → 林業

健康・癒し → 遊歩道 森林浴



意図と背景

山に囲まれ、ほとんどが山林であることを利用していく。森林の持つ機能を、多くの人に知ってもらい感じてもらいたい。

木を育て、成長した木をどう利用するかを考え、体験することによって、わかることがある。

森林から恵まれる食材を食べたり、森林に住む生物を手にとってみることで、森林の大切さを知っていく。

森林の中でマイナスイオンに囲まれながら歩く、遊ぶ

利用者・顧客のターゲット

森林について学習したい子供たちや大人

取り立ての食材を食べたい人

都会で疲れている人

4-3 『ストーリーテラー』

山で語ろう。想像しよう。

サービス内容

登山を単なる登山にしない、ガイド付きの山歩き

トレッキング企画

平将門迷走ルート（七ツ石山・雲取山）

塩交易と物々交換（大菩薩嶺）

小説のヒーロートレイル（忍者丹波大介）

金山衆の仕事現場（黒川金山跡）

狼と修験者の通った道（三峰山）

猟師体験企画

オオモノウチとトマリヤマ

Eバイクツアー企画

焚き火とEバイク

ソロテントとEバイク



意図と背景

2つの日本百名山に抱かれる村だからこそそのトレッキングを提供し、他地域との差別化を図ることで、登山者やピーター、丹波山ファンをつくりたい。伝説や小説を引用したストーリーテラーによる語り部トレッキングを定期開催する。

背景として、丹波山では、三峰山や大菩薩嶺という山岳信仰の独特な世界観を引用した小説や伝説が生まれたり、甲州所縁の武将・武田信玄にまつわる史実が残る土地。トレッキングの危険度は低く、単調になりがちなコースなので、山の魅力に+プラスの価値をつけていく。

利用者・顧客のターゲット

小説好きで聖地巡礼旅がしたい人

登山に他の付加価値を求める人

一人旅が好き

5- 1 『スイッチ』

仕事へのON&OFFのスイッチが見つからない方が、緑豊かな自然の中でスイッチを探す

サービス内容

山、川、空気、縁、宴

一人で静かに見つけたい人には自然の中の個室

人と触れ合いながら見つけたい人には、OFFスイッチへつながる人



意図と背景

移住者が増えている中、村にマッチングしないで他へ移住する人も。田舎で暮らしたかったが、話し相手や相談する人もいなかった。村民と移住者、移住者と移住者、村民と観光客など、みんなが気軽に集まって話ができる場所、遊べる場所を作ることが必要。

仕事をしていたりすると、日ごろの暮らしの中でONとOFFの切り替えを、しているつもりでできない日常を、都会から田舎へ場所を変えることによって、もう一つのスイッチをみつけてもらおう。

利用者・顧客のターゲット

田舎で人とのつながりを求めて暮らしたい人

都会で疲れている人

5-2 『丹波ワーク』

小さな村の森の香りのワーキングスペース

サービス内容

秩父多摩甲斐国立公園の大自然に抱かれた丹波山村の森の香り漂うワーキングスペース。コワーキングスペースの利用に加え、リモート会議専用スペースも利用可能。

(要予約)

登録制で副業やビジネスパートナーのご紹介サービスや、二拠点生活用物件の相談も可能。

<特徴>

- ・ヒノキやスギ等の香り漂うワークスペース
- ・セキュアなインターネット環境
- ・リモート会議専用スペース
- ・大型モニター等のレンタル



意図と背景

丹波山村は、都心から2時間半の好立地にあり、日本百名山の雲取山や大菩薩峠など2,000メートル級の山々に囲まれ、多摩川源流の源流部に位置しており、首都圏近郊でありながら都市部では体感できない豊かな自然に囲まれた山村である。しかし、近年では村内の基幹産業である観光業において、少子高齢化の進行による事業所の廃業や観光ニーズの変化等により観光客の減少が続いており、それに応じて人口・雇用も減少している。そこで、都心でのテレワークでは体感できない山村の魅力を楽しみながら仕事に集中できるワーキングスペースを提供し、昨今のウイズアフターコロナのニーズに応えつつ、村における交流人口・移住者の増加を図る。

利用者・顧客のターゲット

- ・サテライトオフィスを必要としている企業
- ・福利厚生の一環としてワーケーションを提供する企業
- ・テレワーク中心の個人
- ・登山や溪流釣りの趣味を持つ個人
- ・起業したい個人等

5-3 『クリーンでグリーン』

電線の地中化と緑化

サービス内容

- ・電線の地中化
- ・空き家の整備と空き家の庭の手入れ

意図と背景

空き家があっても、庭などの手入れが出来れば町並みはキレイ。

廃墟化しているところは空き地として緑化を進める。

景観のキレイな町並みにコンクリートの電柱や電線は要らない。

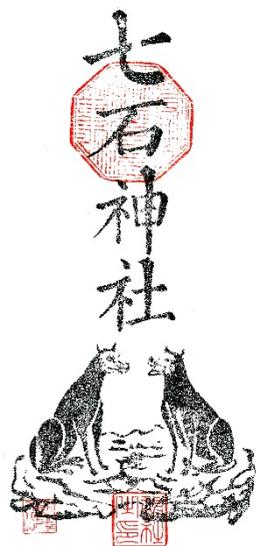
利用者・顧客のターゲット

6- 1 『狼信仰』

かつて生活と共にあった狼信仰を知る

サービス内容

- ・宿場町エリアに七ツ石神社の里宮に類するものを作り、そこで狼の御札を授与する。
- ・再生した古民家で狼絵本の読み聞かせをする。
- ・七ツ石神社の展示を常設して、再建までのストーリーや、生活に関わってきた狼信仰の情報を知ることができる。
- ・七ツ石神社へ登拝する少人数ガイドツアー。
- ・犬連れのお客さんに向けて、狼と猟犬の話を踏まえた、ペットジビエの試食を提供する。



意図と背景

生活の糧の多くを山から得ていた人々にとって、狼は山神や山そのものとの共存のシンボルだったが、狼の絶滅や産業の変遷によって次第にその感覚は薄れてしまっている。

七ツ石神社再建によって再び狼が文化や観光振興のモチーフとなった今、都会では特に忘れ去られつつある自然と人との繋がりを、丹波山村で実感してもらう。

利用者・顧客のターゲット

山の生活に興味のある人。登山が好きで、ただ山に登るだけでなく周辺の文化にも触れたいという段階に居る人。一人旅でじっくりと土地の文化に触れたい人。愛犬家。

6-2 『丹波金山』

金山衆は忍者？丹波山の金山採掘を探る

サービス内容

- ・金鉱跡の探索ツアー
- ・砂金採掘跡やおいらん堂等、金山に所縁のある場所を案内しながら、金山衆の活動を辿る
- ・金山と星信仰の関係をレクチャーし、星空観察
- ・地方に散見される「おもてなし武将隊」のようなものを丹波山でも結成し、そのメンバーが丹波山を案内する（丹波山忍者金山衆）
- ・宿場町の景観整備に、かつての機能を持った名前の暖簾など（「問屋場」や「金山衆詰所」といったような）を掲げる



意図と背景

観光客にとって丹波山には金山のイメージがまだ無い。隠れた金の産出地ということで、ここにも金山があったこと、作業員たちが忍者のような役割を担っていたことをPRして、「忍の里」のようなミステリアスな雰囲気演出する。

金山衆の存在は、景観整備にも文化面で影響していくことが期待できる。

利用者・顧客のターゲット

歴史好きの人。海外からの観光客や移住者。登山客。「日光江戸村」のような、没入感のある観光地を求める人。

6-3 『街道ミュージアム』

宿場町に点在する「活きた展示」で当時に浸る

サービス内容

- ・資料館で雑多に並べられてしまったり、収蔵庫に眠りっぱなしになっている民俗資料を、宿場町で再生した民家の中へ移設し、展示する。
- ・観光客は自由に出入りして写真を撮ったり、或いは当時の衣装や自前のコスプレで撮影スポットとしても楽しめる。
- ・宿場町文化の雰囲気づくりにより、他のストーリー（狼信仰や金山文化）等と組み合わせ活用することができる。



意図と背景

日照条件や換気などの厳しい現行の資料館施設は、十分活用できていると言えないのが現状。今後資料館に専門性を持たせる等して活用する意味でも、現在活用し切れていない民俗資料を、より臨場感のある展示にするため、再生した宿場町に一部移設する。

訪れた村外の人にとってより宿場町を実感でき、景観整備ともなる上、地域住民にとっても当時の雰囲気を感じさせアイデンティティとなることが期待される。

利用者・顧客のターゲット

旅に非日常感、没入感を求める観光客。
写真愛好家や、ぬいぐるみ・人形等を持参して旅行をする人も多いため、「撮影」を主な楽しみとしている人。

