

令和7年度 地域循環共生圏づくり支援体制構築事業 実施計画書（継続団体用）

活動団体の本事業での活動テーマ

『西川町の日常を物語にするツーリズムの構築』

活動団体の活動地域	：山形県西川町
活動団体名	：ツキノワ合同会社
中間支援主体名	：西川町地域資源活用イノベーション推進協議会

参加団体の基本情報

(1) 活動団体の基本情報

団体名	ツキノワ合同会社
活動地域	山形県西川町
専門性・強み	
# 一級建築士 # 建築設計 # 空間デザイン # リサーチ # 管理栄養士 # 飲食 # 観光 # ツアーガイド # アパレルデザイン # プロダクトデザイン # 空き家再生 # シェアハウス # シェアアトリエ # シェアキッチン # ゲストハウス # イベント企画 # ワークショップ # 地域コミュニティ # 地域おこし協力隊 # 官学民連携	

団体概要
地域で生きることの豊かさや可能性を追求するために、課題の発見から解決までを一気通貫で行うまちづくり事業を目的として設立。多種多様な地域のニーズに応えるため特定の業種に縛られない分野横断的なアプローチを目指し、空間・ランドスケープなど〈場所をつくる〉ことから、プロダクトなど〈物をつくる〉、イベント・ワークショップ・ツーリズムなど〈出来事をつくる〉ことまで幅広い事業に取り組んでいる。現在は〈衣・食・住〉で専門性の異なる3名が在籍している。

(2) 中間支援主体の基本情報

団体名	西川町地域資源活用イノベーション推進協議会
活動地域	山形県西川町
専門性・強み	
# 行政 # 地域づくり # 公的機関との連携・調整 # つなぐ（人材、資源、補助金、企業など） # 対話 # やりたいことを後押しする	

団体概要
地域の豊かな自然や資源を活かして活動する団体を支援し、つなげることでイノベーションが次々起こり、自ら地域課題を解決していく持続可能なまちづくりを目指す協議です。行政が構成メンバーに入り、地域の人や団体の想いをつなぎ、信頼と安心のもとで挑戦を後押しします。対話を重ねながら、地域に新たなつながりや事業が生まれる土壌を育てています。

活動団体と地域の紹介



伊東 優

- ・長崎県長崎市出身
- ・一級建築士
- ・博士（工学）
- ・自転車で大陸横断



伊東 絵里子

- ・山形県酒田市出身
- ・管理栄養士
- ・地域おこし協力隊
- ・2児（娘×2）の母



長谷川 瑞輝

- ・山形県天童市出身
- ・服飾デザイナー
- ・地域おこし協力隊
- ・教員免許（美術）

メンバー全員が西川町外からの移住・起業経験者

活動団体と地域の紹介



にしかわイノベーションハブ TRAS

- ・ コワーキング機能を中心とした町の複合施設
- ・ 町民との対話を通じて空間のプログラムを構築
- ・ 企画、設計、運営のすべてのプロセス携わる
- ・ 約2年間で計30回のイベントを開催（当社実施のみ）



樹木布のコーヒー染めワークショップ



空き家活用のまちづくりワークショップ

活動団体と地域の紹介



Creative Village 叶屋

- ・ 築180年の古民家を活用
- ・ シェアハウス兼コミュニティカフェ
- ・ 土蔵は工業用ミシンのあるシェアアトリエ
- ・ 地域に開かれたイベントを定期的開催

く な ら ず Vol.2

わたしたちの
ワークシヨップ
衣・食・住を見つめ直
して、日々の暮らしを
ちよつぱり豊かに。
みんなで食べるものや
使うものを自分たちの
手でつくる。
なんでも手に入る時代
だからこそ大切にしたい、
そんな時間。



叶屋

Nishikawa Creative Village

「西川のお野菜パウンドケーキと刺し子でお茶会」



4月26日(土) Creative Village 叶屋

○時間：13:00-16:00 ○参加費：大人 1000 円 子供（中学生以下）500 円



「眠っている布で刺し子コースター」

おうちで眠っている古い布や着なくなったお洋服などをお持ちいただき、刺し子を施してコースターに生まれ変わらせてみましょう！



「西川町のお野菜パウンドケーキ」

協力隊の伊東絵里子が作る西川町で採れた旬のお野菜を使ったパウンドケーキと一緒にお茶をしませんか。自分で作ったコースターを使ってみなさんでお話ししましょう！



Google Map

Instagram



主催：ツキノワ合同会社

お問合せ：080-6290-8255(長谷川)

活動団体と地域の紹介

- ・ 山形県のほぼ中央に位置
- ・ 出羽三山信仰で栄える
- ・ 山や川など豊かな自然
- ・ 日本有数の豪雪地帯

基本データ

総面積 : 393.23km²
人口 : 4,534人¹⁾
高齢化率 : 47.9%²⁾ (県内1位)

※1)令和6年12月時点

※2)令和4年10月時点



活動団体と地域の紹介



1

3

5

7

9

1



Sauna in snow



Canoe



Illuminated igloo



Soba festival

Hot spring



Snow shoe trekking



Gastronomy tourism



Autumn leaves



Backcountry ski



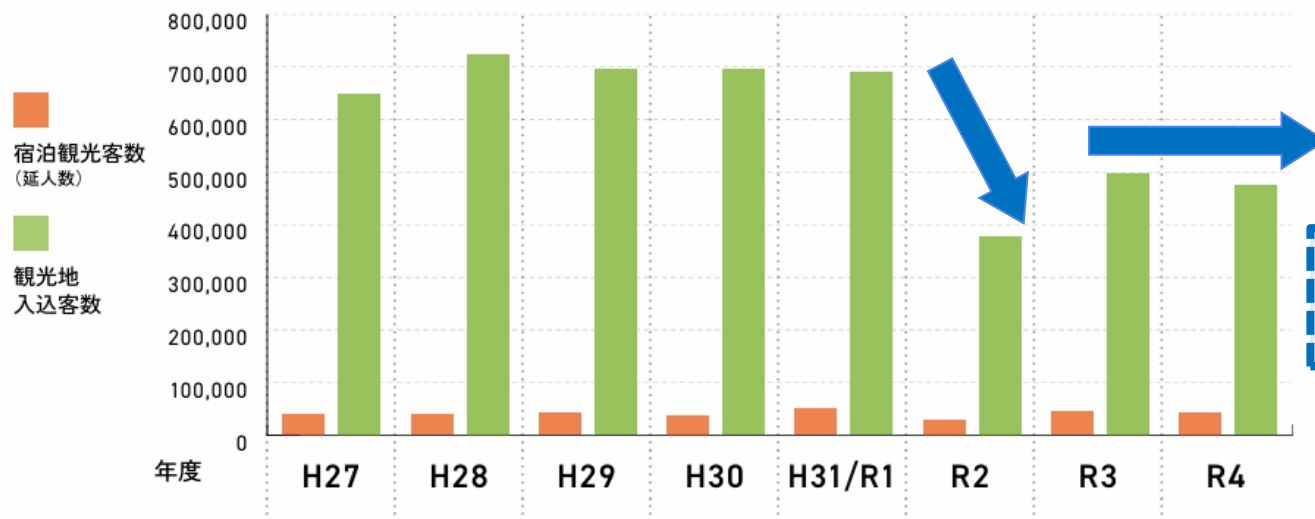
River fishing



Natural mashroom

活動団体と地域の紹介

■観光客の低下とその要因



コロナ禍以降、観光客数が低迷している

西川町の強み

- ・湯殿山信仰
- ・山菜、蕎麦
- ・月山（山登り・夏スキー）
- ・メリハリのある四季
- ・匠の技があること
- ・人柄

西川町の弱み

- ・二次交通の不便さ
- ・外国人の受入整備不足
- ・豪雪による足を運びにくいイメージ
- ・自然、体験ガイドの不足
- ・町民が西川町の良さに気づいていない
- ・強みを活かした誘客の実行力

町民が町の魅力に気付くことで、「人柄」を武器とした観光コンテンツが可能となる？

活動団体と地域の紹介

ターゲット A

すでに西川町に 来訪している層



〈居住エリア〉

日帰り：山形圏・仙台圏
宿泊：仙台圏・首都圏
50代以上の男性・女性

来訪目的

月山や朝日連峰のトレッキング
夏スキー／温泉／釣り／山菜食等

重点施策

- リピート策の企画
- 滞在消費ポイント及びプロモーション整備

ターゲット C

情緒的価値を 重視する層

（日本人／訪日外国人）



〈居住エリア〉

日本人：山形圏・仙台圏

訪日外国人：フランス・

ドイツ等の欧州

40代以上の男性・女性

来訪目的

日々の生活から離れ心身ともに整いたい（日本人）
日本で地域の人たちとの交流や暮らしに触れたい
（訪日外国人）

重点施策

- 西川町の地域文化掘り起こし、整備及びコンテンツ化
- 誘客に向けたプロモーションの整備

実行内容

西川町を訪れ、雄大な自然に包まれた癒しや、古の山岳信仰の中でスピリチュアルな空間に触れるなど、非日常的な体験を味わっていただきます。

- ・出羽三山岩根沢社務所での宿泊特別体験
- ・大井沢湯殿山神社の火渡り神事体験
- ・山伏との滝行修行
- ・最上三十三観音参り（御開帳）
- ・阿弥陀屋敷の参拝（鎌倉殿の13人）
- ・ブナの原生林トレッキング
- ・六十里越街道トレッキング（日本遺産）
- ・伝統的な山菜料理
- ・日本酒と地元ワインとクラフトビール
- ・ONSENガストロノミーウォーキング
- ・オリジナル工芸品づくり
- ・澄み渡る星空見学
- ・施設の高付加価値化（改修支援など）



ターゲット D

雪への憧れ、 雪遊びの 願望が強い層

（訪日外国人）



〈居住エリア〉

訪日外国人：
台湾・東南アジア
30代以上の男性・女性
ファミリー・友人旅行

来訪目的

自国では体験できない雪を目一杯楽しみたい

重点施策

- 圧倒的な雪遊びコンテンツの企画

ターゲット B

アクティブな 若者層



〈居住エリア〉

日帰り：山形圏・仙台圏
宿泊：首都圏
20代（婚活計画に反映している
未来の配偶人口を指す）
友人との旅行

来訪目的

自然体験や温泉、サウナでアクティブ
に満喫したい／地域や人との繋がりを
求め、繋がりに満たされたい

重点施策

- 誘客できるコンテンツの開発、整備
- 誘客に向けたプロモーションの整備

活動団体の目指す地域の姿

■ 地域循環共生圏の構築を通じてありたい地域の姿

西川町に点在する〈ヒト・モノ・コト〉に関する観光資源を地区や世代を超えて町民が自ら知り、町への誇りと愛着が生まれることによって、一人ひとりが地域特有の自然・歴史・文化やここで生きることの豊かさを伝えられるようになり、**西川町の魅力をひとつのストーリーとして体験できるツーリズム**が生まれていく。

■ 地域に必要なプラットフォームの体制や仕組み

- ・ 地域に精通する〈**ローカル・マスター**〉と観光コンテンツとなりうる地域資源を発掘
- ・ 「**ここにしかない**」を町民と再発見する
- ・ 主なプレイヤーとなる**事業者と連携**する
- ・ 活動団体がコーディネーターとなることで、**観光資源のネットワークを構築**する

■ ローカルSDGs事業として取り組む内容

- ・ 関係人口創出に向けた「**共感**」をテーマにしたツーリズム
- ・ 移住定住促進に向けた「**日々の暮らし**」をテーマにしたツーリズム
- ・ 伝統工芸や地域産業の継承に向けた「**なりわい**」をテーマにしたツーリズム

■ 地域の現状と課題

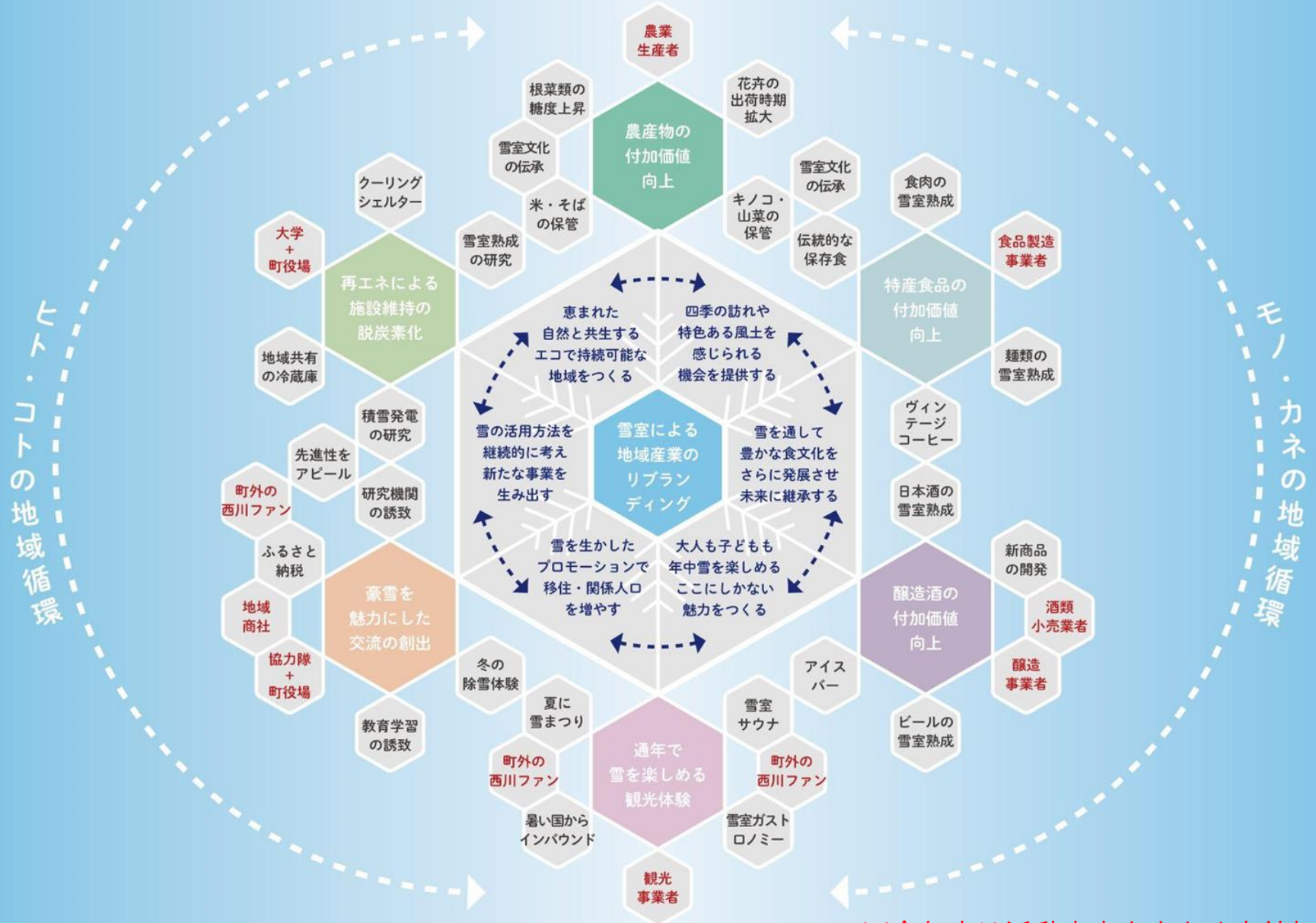
【課題】

- ・ コロナ禍以前の観光客数がまだ戻っておらず、最も多い年に比べると35%減（令和4年）
- ・ レジャーによる観光が中心であり、**時代のニーズに応じた観光需要**の受け皿が少ない
- ・ 魅力的な観光資源に対する**町民自身の認識が希薄**であり、最大限に生かされてない

【資源】

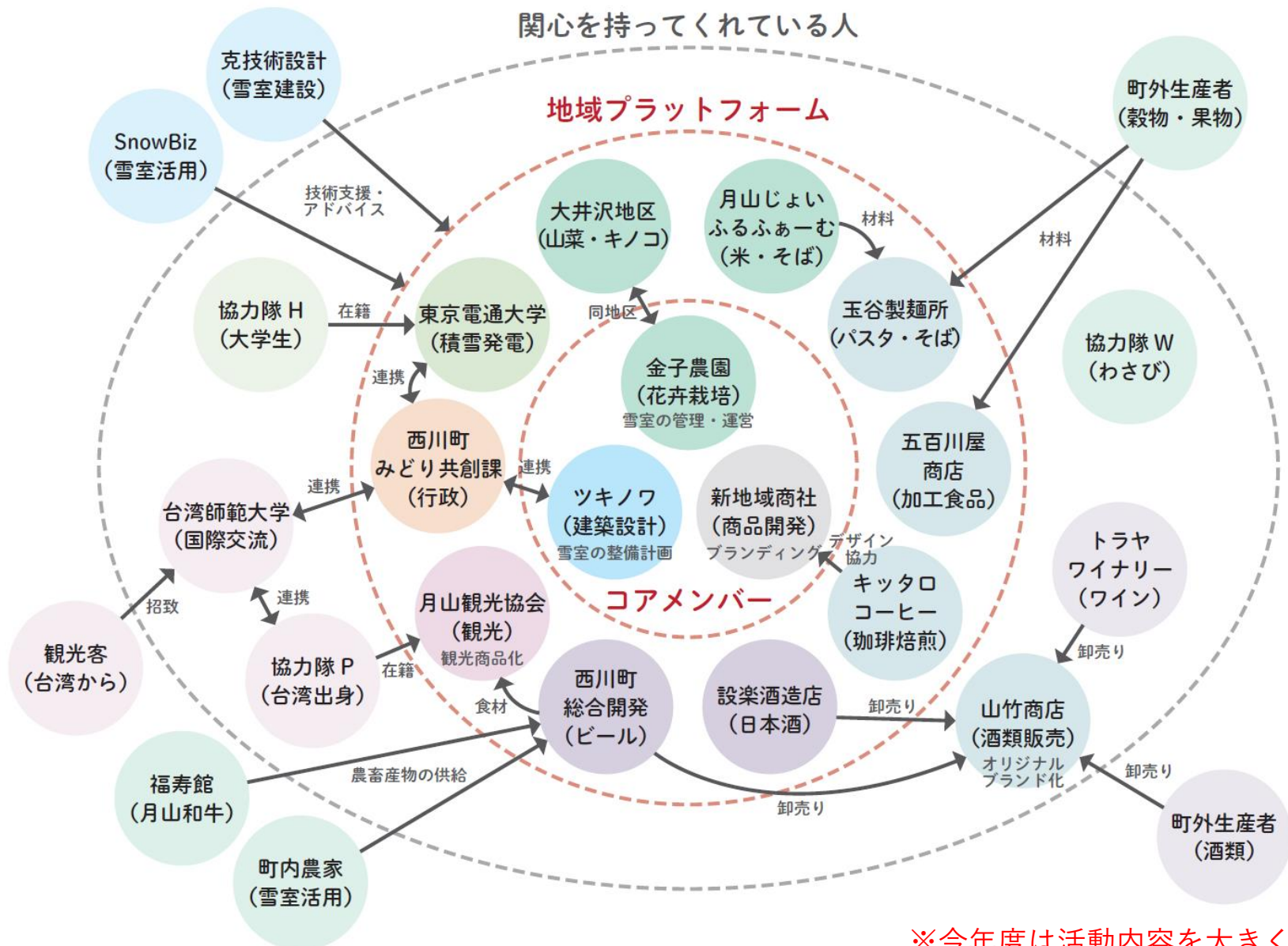
- ・ 出羽三山信仰や伝統工芸など**地域特有の文化**が現在も色濃く残っている
- ・ **風土に根差した食や産業**（山菜、きのこ、そば、雪下野菜、地酒など）が豊富にある
- ・ 厳しい自然環境と三山参りのおもてなし文化が育んだ**おおらかな町民性**

現時点のマンドラ



※今年度は活動内容を大きく方針転換

“地域プラットフォーム”のイメージ



※今年度は活動内容を大きく方針転換

3 力年状態目標

■ 2026年度末の状態目標

- ・ 町民が地域資源の魅力に気付き、その情報を発信することに積極的な状態であること
- ・ ステークホルダー同士が連携することで、具体的な事業が継続的に生まれる状態であり、かつ観光コンテンツとして実際に提供されていること
- ・ 移住定住や起業就業などに関する地域課題の解決に向けて、行政と協働のもと公益性のある事業展開がなされていること

■ 2025年度末の状態目標

- ・ 新たな観光コンテンツとなる地域資源が発掘され、その情報が整理されていること
- ・ 多くのステークホルダーを発掘するとともに、事業コンセプトを共有できる連携ネットワークが構築されていること
- ・ 行政と地域課題に関連した議論がなされており、課題解決に向けて事業内容のすり合わせがなされていること

※今年度は活動内容を大きく方針転換

■ 2024年度末の状態目標と振り返り

- ・ 現状よりも多くのステークホルダーを発掘し、かつ連携ネットワークが構築されていること。
→ 地域PFイメージの通り、ステークホルダーとの関係構築には一定の成果が得られた。
- ・ 雪室を活用したリブランディングの方針が共有されていること。
→ 雪室の活用方法に対するアイデアは収集できたが、ブランドイメージの確立には至っていない。
- ・ 雪室に求められる立地、規模、空間的プログラムなどの基本的な条件が整理されていること。
→ 個々にヒアリングをすることで最小公倍数としての条件は整理できた。

中間支援主体のありたい姿

■ 中間支援主体としての獲得目標

・ 中間支援を担う人材の充実

本協議会の若いメンバーが、中間支援を理解し身につけることで、将来的に幅広く中間支援ができる体制を目指す。

・ “一歩下がって二歩前を照らす”

昨年度までは受動的なアドバイスが主となっていたことから、二歩前を照らすような先を見越した助言などができるようになることを目指す。

■ 中間支援主体としての本事業終了後の地域づくりへの貢献

・ 本事業において向上・獲得した中間支援機能を活かして、地域で活動したい団体が気軽に事業を始められる雰囲気、支援体制を作るとともに、それら事業で構築したプラットフォームをつなぐ役割を担っていく。

・ 様々な活動団体を地域内外でつなげることで、地域の課題が地域のステークホルダー自らが解決していくようなイノベーションが次々と起こる土壌を作り、持続可能なまちづくりに貢献していく。

中間支援主体の支援・取組計画

■ 中間支援主体の1年間の支援目標

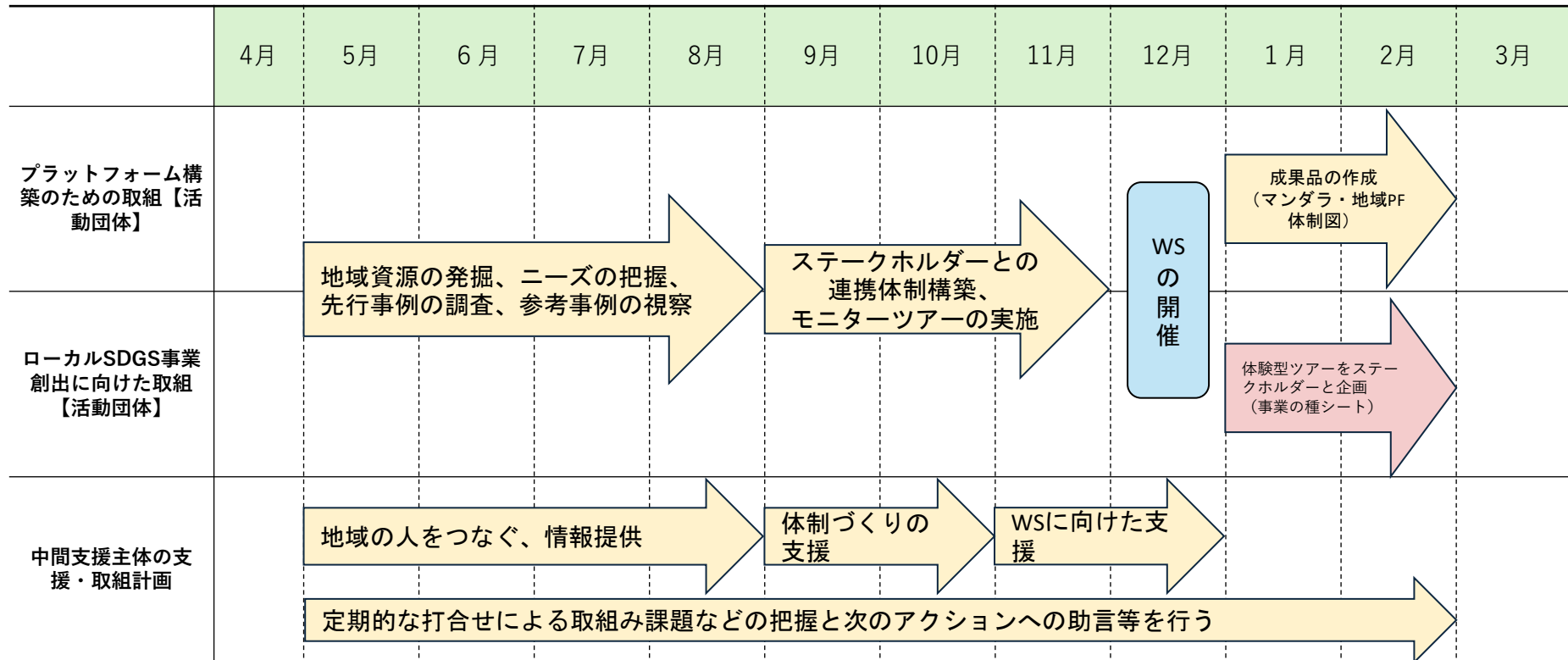
- ・地域の魅力を把握することが1年目の活動のメインとなることから、活動団体が地域の主要なメンバーとつながり、そこから地域の魅力ある人材や文化などをスムーズに見つけていけるように支援する。
- ・先のアクションを想定して、課題等を示していく。

■ 支援計画

	活動団体の取組における現状と課題 (見立て)	課題を解決するために必要と考える手段 (打ち手)
①	これまでの活動から地域内につながりができている部分もあるが、未だつながっていない地域の主要メンバー等もいるため、そこに対するアプローチとさらに隠れている資源（人・文化など）の掘り起こしが課題。	・つながるきっかけを作る。 ・スムーズな関係構築のため地域性や人となり等の情報提供する。 ・必要に応じて、地域に同行する。
②	・地域には表に出たがらない住民も多いので、活動に積極的してくれそうな人材に目ぼしをつけておく必要がある。	・地域内で多くの人が活動を理解することで、みんなで参加する、歓迎するような雰囲気づくりできると、積極的に参加しやすいことから、そういうことを踏まえて地域の人へのアプローチを考えてもらう。
③	・まちづくりと一体的な観光コンテンツの構築を目指していることから、行政のまちづくりとの連携が必要。	・行政側の取組みを共有したり、関係者とのすり合わせの場を設定する。

活動・支援スケジュール

■スケジュール



備考（補足説明など必要な場合は記載）