

ゲストハウス、葉山町、ライブハウス、奥多摩、ご当地ナンバープレート、福岡の屋台、
Jリーグ×地域密着、こども食堂、地方銘菓、音楽フェス、無人古着屋 etc

地と人と

With the earth and people

コロナの時代、日本の地方・地域に根差して生きる人々の物語。



ガイドブックにはない旅を 街の玄関「ゲストハウス」

DENIM HOSTEL float の一室からの風景。
壮大な瀬戸内海が見渡せる。



あなたはゲストハウスを知っているだろうか。簡単に言えば宿泊施設。しかし、その一言では表しきれない多くの魅力がゲストハウスにはある。通常の宿泊施設と違うのは、宿で出会った人と友達になれる点だろう。一期一会の出会いが、自分にとって一生の出会いになることもある。ネットにもガイドブックにも載っていない、地域が持つ真の魅力を教えてくれるのがゲストハウスなのだ。

デニムの聖地に浮かぶ宿

DENIM HOSTEL float



左側に立つのが、兄の山脇耀平さん(29)。
右側が弟の島田舜介さん(27)。

岡山県倉敷市児島唐琴町
1421-26
TEL
086-477-7620



岡山の人にも地元の魅力

「どれだけかっこいいことをしていても、地元民から興味を持たれない場所は寂しい」。山脇さんはそう話した。

山脇さん自身も、全国を回った際に行っただけは、街中から離れていても地元を支える、農家や職人のところだった。

地元民から、「あそこは頑張ってるよ」と言ってもらえることが山脇さんの理想。

そのために、DENIM HOSTEL floatでは、地元の人も気軽に来られるカフェ営業もおこなっており、カレーなどが味わえる。

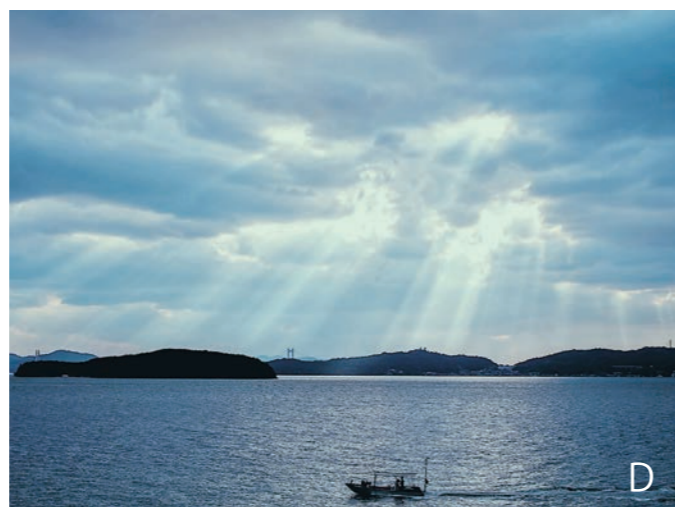
それに加え、海を見に来る地元客も多い

そっだ。

「泊まりに来た旅人と、地元民が話せるような場所になることで、地元の魅力がさらに旅人に伝わってきます。その場所を作られて初めて、地元で根差すということができると思います」と山脇さんは続けた。

さらに、宿の魅力については、「交流のあるゲストハウスと、一人ひとりがもてなされるホテルの中間のような、不思議な雰囲気が強みです」と話した。

海を見ながらゆっくり過ごす人もいれば、ほかのゲストや地元民と交流する人もいたり、旅の目的に合わせて過ごし方を提供しているので、老若男女問わずたくさんの人が楽しめる場所だ。



モノづくりの原点に触れてほしい

「誰しもが、誰かの作ったモノで日々生活を送っていますが、どういった経緯で作られているかを意識している人は少ないと思います。この宿に来ていただくことで、モノづくりの原点に触れてもらい、もっとモノを大切にできるような機会を提供していきたいです」。山脇さんは最後にそう話してくれた。

美しい海を眺めながら、たくさんの想いが込められたモノに触れる。そんな非日常を送れるDENIM HOSTEL floatをぜひ訪れてほしい。あなたの人生観を変えるきっかけになるだろう。

人生を変えた旅先での出会い



旅先で出会った人たちに書いてもらった寄せ書き。全国の作り手に聞いた、モノづくりに対する考え方が、二人の価値観を大きく変えた。

DENIM HOSTEL floatにもその経験が生かしているそう。

全都道府県の旅で変わった価値観

「デニムの聖地」児島で宿を構えている山脇耀平さん、島田舜介さんは諸事情で苗字は異なるが、実の兄弟。二人はホテルを始める前からデニムが好きで、2019年に、自ら立ち上げたブランド「EVERY DENIM」を販売していた（現在は「ITONAMI」に改名）。

「自分たちが迎え入れる側になる」。そう考え、ゲストハウスを建てることにした。「旅の後、地方のことが好きになった」。そう答えてくれた山脇さんは、旅に出る前は、人通りが多い街にホテルを作ったほうが良いのではないかと考えていた。しかし旅の後、人が多く賑やかなビル街よりも、ありのままの自然が溢れる場所に魅力を感じるようになり、デニムの工場が多い児島でやりたいと思った。

その後、「せっかく遠くまで行くなら、販売だけではなく、その地域でモノづくりをしている人に会いたい」との想いでキャンピングカーを購入。2018年の4月から、15カ月間かけて47都道府県を回った。

「多くの人が、デニムに興味を持つきっかけになれる場所にしたい」。そう考えた二人は、デニムを内装に使用することを決意。色落ち防止や防炎の加工を施し壁紙、ソファ、襖などに使用している。

- A. 館内に使われているデニム生地。壁、襖、ソファなど、いたるところにデニム生地が使用されていて、デニム好きにはたまらない空間が広がっている。
- B. 持ち込んだ服をインディゴに染めている様子。染めることで自分だけの一着を手にする体験ができるプランもある。デニムやモノづくりへの理解を深められる。
- C. 併設しているカフェで食べられるカレー。岡山の食材にこだわった料理を食べに、旅人だけでなく地元民も訪れるので、食事の場所としてだけでなく、人と繋がる場所になっている。
- D. 部屋から見渡せる瀬戸内海。3つあるすべての部屋から、壮大な瀬戸内海が見渡すことができ、この景色を楽しみに来る人も多い。インスタ映えること間違いなしだ。



地域との繋がりも大切に

NINIROOMでは早朝にヨガ教室(写真上)を開き、毎月22日に地元の自営業者を招いてマルシェ(写真下)をおこなっている。

「地域の方にも宿に訪れてもらいたい」との思いで、これらの活動を始めた。

ゲストだけでなく、地元の人との繋がりも大事にすることで、誰からも愛されるゲストハウスになっている。



観光地以外の名所へ

きつとどの地域にもある、「地元の人だけが知ってる名所」を知ることができるのもゲストハウスの醍醐味。知られざる名所を教えてくれるだろう。例えば写真上は、NINIROOMの近くに流れる鴨川付近にある道。

下の写真のように、その日に集ったゲストとスタッフで、公園で音楽を演奏することもあり、友達もできる。



長期滞在者の声

「リモートワークが始まったことを機に、京都へ来ました。

東京での一人暮らしとの違いは、仕事で疲れて休憩したいときに1階のラウンジに降りると、スタッフやゲストさんとお話ができることです。

個室で自分の時間を確保しながら、部屋を出たらみんなと楽しく過ごせます」(4カ月滞在のIT企業勤務の女性)。



素敵なスタッフが集まるNINIROOMで、泊まるだけではできない体験をしてみるのはいかがだろうか。

「地元の人が集まる場所に行きたい」と考える人にとって、NINIはぴったりの場所です」と西濱さんは語る。
ガイドブックやネット情報で決めた観光地より、地元の人が行く場所」にこそ、その土地の文化はある。情報を得るには地元の人とのコミュニケーションは不可欠。併設しているカフェやマルシェには地元の人常在しているので、交流のきっかけ作りができる。
「自分の世界を広げるには、人の介在は絶対に必要」。そう話す西濱さんは、「今ではホテルでも、NINIと同じ値段で泊まれる場所もあります。しかし、NINIで人と出会い、繋がることで、自分の世界を広げていける」とゲストハウスの魅力を話した。



暮らしして新発見
京都の新しい魅力

HOSTEL NINIROOM

京都府京都市左京区東丸太町30-3
TEL 075-761-2556

右側に映るのが、妹の西濱萌根さん(36)。
左側は、姉の愛乃さん(38)。



写真上・ホステルの1階で、テレワークをしている様子。自宅のようにリラックスして生活する人が多い。

写真下・誰かと雑談しながら仕事をする。そのほうが捗る人も、意外と多いのではないだろうか。

「泊まるではなく住む」滞在プラン

「こんな街に住みたいな」。旅先でそう思う人は多いのではないだろうか。1週間から1カ月滞在できるNINIROOMのマンスリーウィークリープランは、そんな願いをかなえてくれる。「観光目的で訪れる人とは、過ごし方が変わります」。姉の愛乃さんと共に、NINIROOMを営む西濱萌根さんはそう語る。元々はコロナ禍により、リモートワークが流行ったことで、長期滞在のニーズがあると思い、このプランを始めた。狙いどおり、長期滞在者の多くはリモートで仕事や、オンライン授業の受講をしていて、自宅のようにリラックスして過ごす人が多いという。

「京都に住む友達の家に行く感覚で」

「うちには接客マニュアルが無いんです」。インタビューでも、この言葉がとくに印象的だった。「お客さん、というよりは友達を迎え入れる、という感覚をスタッフが共通認識で持っています。お客さん一人ひとりに合わせた、程よい距離感の接客をできるところが、ほかにはない強み」と話してくれた。この暖かい接客こそがゲストハウスの醍醐味であり、NINIROOMが愛される理由なのだろう。
なんでもない誰かの日常を過ごすことが、西濱姉妹にとっての理想の旅だった。「だからこそゲストにも、気を張らずにいつでも帰ってこられる感覚で訪れてほしい」と西濱さんは話した。

WhyKumano



館内をオンラインで紹介しているのが、経営者の後呂孝哉さん（32）。

和歌山県東牟婁郡那智勝浦町築地
TEL0735-30-0921
5丁1-3



01



03



02



04

01. オンラインで宿を紹介している様子。ツアー感覚で回りながら一通り説明してくれるので、画面越しでもイメージが掴みやすい。
02. オンライン宿泊後に送られてくる、WhyKumano 周辺を紹介する動画のひとコマ。実際に観光している気分になれる。

03. 実際のゲストハウスで味わえる珈琲。オンラインで楽しんだ後は、ぜひ WhyKumano まで足を運び、珈琲や地酒を味わってほしい。
04. 外国人のゲストと会話。コロナ前はインバウンドの需要が高かった。オンライン宿泊でも、海外から参加する外国人がいるそうだ。

きっかけはオンライン銭湯

コロナ禍で世間は外出自粛ムードが漂い、ゲストハウスは大きな打撃を受けた。そんな中、和歌山県の世界遺産・熊野古道の近くにある「WhyKumano」では、オンライン宿泊という画期的な方法で、「人と繋がる」というゲストハウスの良さを提供し続けてきた。その気になる中身と始めた動機を紹介する。

経営者の後呂孝哉さんは、「オンライン銭湯（銭湯の湯が流れる映像をライブ配信する）」が YouTube で多くの再生回数記録しているのを見かけた。「銭湯ができるなら宿泊施設もできるだろう」と考

えたのがきっかけで、2020年4月からオンライン宿泊を始めた。

「オンラインでやることのメリットは、コロナ禍関係なく多くあります」と後呂さんは語る。

参加者のなかには、子どもが小さくてなかなか旅行に行けない家族や、足が不自由、ペットを飼っているなど、さまざまな理由で旅行に行くことへのハードルが高い人たちがいた。そうした人たちが「オンラインなら…」と気軽な気持ちで参加し、多くの人たちと交流ができる。

需要はこれからもずっとあるはずなので、アフターコロナ後も、オンライン宿泊を続けていくそうだ。



Zoom で乾杯している様子。その日集まった旅人同士で会話するゲストハウスの醍醐味をオンラインでも体験できる。

実際、オンラインで何をするの？

参加者は1,500円のチケットをWebで購入後、時間が来たらZoomの部屋に入室する。進行役の後呂さんから、WhyKumano についての説明を受け、実際に宿の中をツアー感覚で紹介してもらった後、上の写真のように、その日集った仲間と会話を楽しむといった内容だ。

参加者は全国から集い、ブラジルからリアルタイムで参加した人もいた。

熊野を訪れてもらっきっかけに

「何も知らない状態で、和歌山の熊野へ行くこつという人は少ない。熊野を知り、来てもらうためのきっかけ作りになれば」と後呂さんは話した。

約2時間半のオンライン宿泊後、ほとんどの利用者から、「熊野に行ってみたくなった」と言ってもらえるそうだ。「ステイホームが日常の中、家でも旅行気分を味わえた」という人や、「実際のゲストハウスより交流ができた」という利用者もいたそうだ。

中には「ほかの宿に泊まった時より楽しかった」との声もあり、オンライン宿泊が実際の宿泊の満足度を上回ることもたびたびあった。

日本がいちばん面白い

大学卒業後、普通のサラリーマンとして働いていた後呂さんは、世界一周旅行をしたいという夢があった。その後、仕事を辞め、「世界の前にまずは日本を知ろう」と考え、日本一周旅行を始めた。その際、多くのゲストハウスに泊まった経験が、後呂さんの人生を大きく変えた。

日本一周旅行でさまざまな人に出会い、話をするうちに、今世界でいちばん面白いのは日本、ということに気付いたそうだ。旅行の際に出会った人たちに、「どの場所

が良かったか」を聞くと、「ゲストハウスでの出会い」と話してくれた。そうした言葉きっかけにゲストハウスの開業を決意した。出身地の熊野にはまだゲストハウスがなかったため、地元で作ろうと考えた。

This is Kumanoへ

熊野へは、東京から6時間。大阪、名古屋からも4時間もかかる。

ほとんどの来訪者が「熊野って何？ WhyKumano? 」という状態。でも実際に来てみたら、熊野古道や温泉がある。さらに、勝浦港は、延縄漁法による生鮮マグロの水揚げ日本一の漁港でもあり、「食、観光、癒し」が揃った素晴らしい所なのだ。

「皆様に、これが熊野と伝えられるように、WhyKumano? から This is Kumano にするため、これからもゲストハウスをとおして熊野の良さを伝えていきたい」と後呂さんは話してくれた。

実際に宿を訪れると、併設しているカフェバーで、こだわりの珈琲や地酒が味わえたり、訪れる旅人と繋がることのできる。オンラインにはない魅力がたくさんある。

しかし、さまざまな理由で訪れるのが難しい方は、ぜひオンライン宿泊を利用して、自宅で旅行気分を味わってみてはいかがだろうか。Zoom をとおした新しい出会いが、あなたを待っている。



#Instagramの写真の一部を役場に展示するため準備中。

#「インスタグラム」の話を聞きませんか。



気になる、葉山町！

インスタに関する気になる

アレコレについて聞いてみました

葉山町はなぜInstagramを始めたのか

葉山町は全国的にも課題である少子高齢化や人口流出、人口減少が課題だった。そこで、移住・定住を促進するために2015年6月、Instagramの公式アカウントを開設した。

数あるSNSの中で、なぜInstagramを選んだのか。それは、若い世代、特に女性をターゲットに、移住・定住を促進するためだという。

SNSを見てくれた若い女性が、結婚や子育てをする場所として、将来、葉山町を選んでもらえれば、町の課題である人口減少がクリアされる。またSNSの中でも、写真がメインのInstagramであれば、葉山町へ移住してきた際の暮らしのイメージをわかりやすく届けられることができると考え、Instagramを選んだ。

Instagramでの情報発信を始めた効果は？

まずはじめに宮崎さんは、「Instagramを始めた目的は、移住・定住の促進だったので、いちばん気にしていたのは移住・定住者の増減でした」と振り返った。

Instagramを始める2年前、葉山町の社会増減はマイナス92人で、その翌年はマイナス1人。2年連続で引越してくる人より、引越す人のほうが多い状況だった。しかし、Instagramを始めた2015年度からは、社会増減がプラス166人に転じ、現在に至るまで、毎年およそプラス70人から90人ほどで、ずっと増加が続いているのだそうだ。

宮崎さんは、「必ずしもInstagramを始めたからではないと思いますが、何かしら影響を与えているのかなと思っています」と語った。

また、実際に移住者の中には、Instagramがきっかけで移住した、移住を決めたという人もいるそうだ。

#豊かな発想で撮られた幻想的な一枚。



#葉山町から見える夕映えの富士山。



初心者歓迎 葉山町から学ぶ

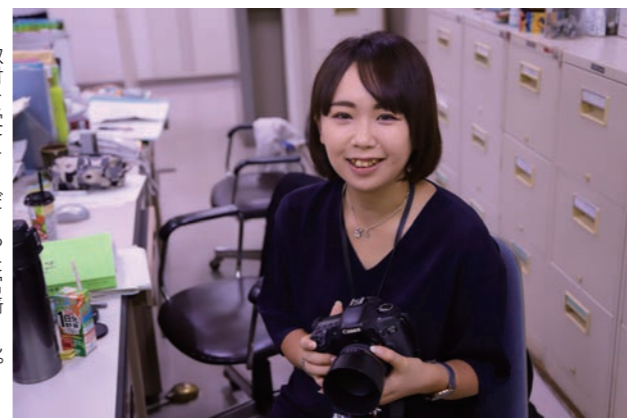
Instagram



神奈川県三浦半島西部に位置し、「御用邸のある町」として有名な葉山町。同町の政策課が運営するInstagramは、地方自治体のSNSであるにも関わらず、フォロワーが約3万6千人もいる。

今回は、葉山町のInstagramを担

当している宮崎愛子さんにインタビューをおこない、なぜ、葉山町のインスタが人気なのか。なぜ、そんなに多くのフォロワーがいるのか。また、魅力的な写真を撮るために工夫している撮影方法、フォロワーを増やすために意識していることなどについて聞いた。



#取材を受けてくださった宮崎さん。

○講師紹介

宮崎愛子さん 葉山町 政策財政部 政策課 協働推進係。神奈川県葉山町出身。

近隣の市役所で働いていた家族の影響もあり、「町のために自分ができることが何かあれば」との思いから、2011年4月に葉山町役場に入職。

はじめは、「広報葉山」という紙の広報誌を担当していたが、若い町民に情報が届いている実感なかった。ある時、新規採用職員として入ってきた20代の女性職員から「それだったら、SNSでの情報発信に力を入れたらいいのでは」とのアドバイスをもらい、若い世代に情報を伝えるため、そして、葉山町への移住・定住を促進するために、Instagramの公式アカウントを開設した。



#葉山町のInstagramのアイコン。



紅葉いっぱい並木道。



桜の枝と枝の間からのぞく葉山小学校。



葉山町民が愛したファミリーレストラン。



高台から見渡す葉山町。

フォロワーを増やすために参考にしたいことは？

宮崎さんはInstagramでの情報発信を始めて、「はじめに困ったことは、フォロワーが増えなかったことでした」と振り返った。

海に夕日が落ちる写真や海水浴場の写真などの魅力的な写真を、ただ発信するだけでは、フォロワーが増えることはなかった。そこで、Instagramですでに人気があった、お笑いタレントの渡辺直美さんや女優の水原希子さんなどの投稿を参考にした。

なお、いちばん反響が大きかったのは、フォロワーを招いてのオフ会を開催したことだそう。葉山町のInstagramでは「#葉山歩き」で投稿を呼び掛けており、積極的に投稿しているフォロワーを中心に招いて、実際にどんな投稿が響くか、それぞれのフォロワーが自分で発信する時に気をつけていること、写真を撮るスポットなどについてなどの意見交換をして、聞いたアイデアをかなり参考にしたそう。

印象に残っている一枚はどんな写真？

2019年1月31日に閉店したファミリーレストラン『デニーズ』葉山森戸店の写真だそう。

閉店の日、『デニーズ』の写真を投稿し、投稿文に、「みんなの思い出を語ってね」と一言入れたところ、140件を超えるコメントがあった。

宮崎さんは、「葉山の特別な景色や、葉山ならではのものはなく、全国のどこにでもあるようなファミリーレストランが、町のひとつの憩いの場になっていて、多くの町民に親しまれていたということがわかりました。そこまで反響があると思っていなかったなので、すごく印象に残っています」と答えてくれた。

Instagramでバズらせる方法？

Instagramでバズらせる方法はあるのかを聞いた。すると宮崎さんは、「私は、Instagramでバズらせようと思っているわけでもなく、バズったわけでもありません」と答えた。

フォロワーが増えたいきっかけは、宮崎さんたちの地道な取り組みを、地域の新聞記者が取り上げて、記事がYahoo!ニュースのトップに一時的に掲載されたこと、そして、そのニュースを見たメディアから、取材の申し込みがあったことだった。なので、意図したものというよりは、地道な取り組みが、自然とフォロワーが増えるきっかけになったとらえているそう。

また宮崎さんは、「どんな取り組みでもひとつのことに絞らず、いろいろなことを試すことが大切だと思います。いろいろな人の反応を得ながら、どんどん変えていけるのがSNSの強みだと思うので、コミュニケーションを大切にしながら見てくださっている方の反応をちゃんとチェックし、より良く改善させていくことが、フォロワーが増えることに繋がります」とアドバイスしてくれた。

情報発信する際に意識していることは？

さまざまなことを意識しているそう。例えば、最初のプロフィール画面を見て、華やかな印象を持ってもらえるように、色合いに気をつけている。また、さまざまな投稿がある中で、Instagram利用者の関心が高いものをつねにキャッチし、発信するようにしているのだそう。Instagramは加工にもトレンドがあり、その時期に流行している色合いを意識しているそう。

思わず海まで駆け出したくなる道。



小さな足で少しずつ歩く花の木公園。



にぎわいを見せるInstagramフォロワーによるオフ会。



南郷上ノ山公園の冬景色。



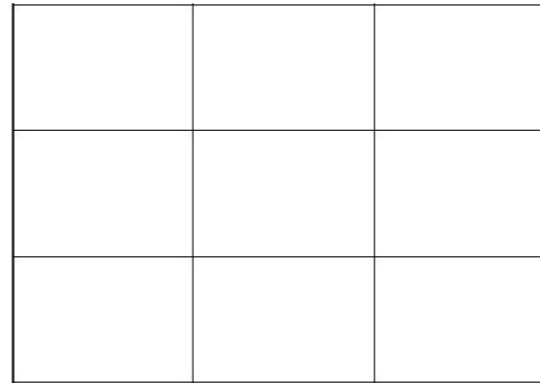
Instagram 上達への道

ここでは、宮崎さんが Instagram の写真を撮る際に普段から意識していることを、筆者自らが再現しながら紹介していく。
※筆者は普段から写真を撮らない写真初心者だ。

三分割法をやってみよう！

はじめに実践してみるのには三分割法だ。通常、三分割法とは写真の縦横それぞれを三分割し、その交点や線にメインとなる被写体を配置する構図の基本だ。

宮崎さんによれば、「基本的に真ん中に被写体を持ってこない構図ならOK」とのこと。この技法は、宮崎さんが、どの写真でも意識していることだそう。



三分割構図。

#Before

#After



ここでは、江戸川大学・駒木いこいの広場。写っているのは駒木いこいの広場の看板だ。
左上の写真は、三分割法を意識する前のもの。では三分割法を意識して、中心にある被写体を中心からずらしてみることにする。すると、どうだろう。看板を中心ではなく、右側に移動させたことによって、写真の印象が変わった気がする。

三分割法を意識する前と後、どちらの写真が印象に残るだろうか。

前ボケをやってみよう！

次に実践してみるのは、前ボケだ。前ボケは、撮りたいものとカメラの間の部分をぼかすことである。一般的には、主役の手前にぼかす何かを置いて画面に奥行きを出したり、色味を加えたり、アクセントにするような撮影テクニックのことを指す。

背景ボケは被写体にレンズを向ければ、特に意識しなくても写るものだが、前ボケは意図的に画面に入れようとしないとできないのだ。



被写体の後ろをぼかす後ボケも活用している。

教えて宮崎さん

この写真で見せたいところは、遊具で遊ぶ子どもたちだが、桜の要素も入れたい。その場合、ピントは子どもたちに合わせ、桜の印象が強すぎない程度に、前ボケを活用して映り込ませることで、桜と、遊具で遊ぶ子どもたちが、ちょうど良いバランスとなっている。



宮崎さんが前ボケを活用して撮影した写真。

#Before

#After



正面に写っている建物は、江戸川大学のC棟だ。左上の写真は、前ボケを意識する前のもの。この写真には、おもに建物と看板が写っている。では、もしここで、筆者が写真を見る人に、建物のほうに注目してもらいたいと考えた場合、どうするのか。

前ボケを活用した右の写真は、看板をぼかしている。そうすることで、視線が建物のほうへ向き、写真のメインが建物になったことがわかると思う。

このように、前ボケを活用することで、写真の見方が変わるのだ。何に注目してもらいたいのかを考えながら、前ボケを活用すると良いかもしれない。