

「みんなで歩いてまちづくり」

～単なる観光事業で終わらない？フットパス～

岐阜県飛騨市 山下 譲太



1. はじめに

飛騨市は平成26年5月に発表された通称「増田レポート」により、「消滅可能性自治体」として名指しをされた。ただこの言葉は地方に残る貴重な文化や歴史、人間らしい豊かな暮らしなどの大きな魅力を伝えることなく、いたずらに地方の閉塞感を増幅させ、ふるさと回帰意識の低下や転出を助長させることも懸念され、更なる過疎に拍車をかけかねないとも考えられる。しかしながら、迫り来る人口減少対策の特効薬となる事業があるわけでもない。市では実施できることを確実に且つ積極的に、例え小さな事業であっても、そうした積み上げが中長期視点で飛騨市の人口減少に歯止めがかけられるものとして、取組みを進めている。

そこで、このレポートでは特別な地域資源のない地域においての小さな事業として、「フットパス」が地域活性化の取組みの一つに成り得ると言う前提に基づき、フットパスを展開する上での課題や方策を検討する事を目的とする。そのために筆者の出身地である宮川町（旧宮川村）を具体例として検証し、限界集落でも“楽しく継続できる地域活性化”を目指した仕組み・仕掛けを提言する。



図－1 飛騨市宮川町 筆者作成



2. 過疎地域における現状と課題

① 現状

宮川町は、本庁から最も遠い地区であり、人口約700人、高齢化率43%、この10年で人口が270人減少しており、合併後2集落から人が消え、5集落が3軒以下となっている。住民は、生活必需品を買う場所が遠い、仕事場が遠いとの理由から、行政への要

望としてバイパス整備の促進が最も多く、現在41%の進捗率（事業ベース）で宮川町への交通基盤は徐々に整いつつある。これらにより買い物や通勤にかかる時間は短縮され、生活環境は少しずつ改善されている。しかし、これまでと同様に若者は婚姻や出産をきっかけに、保育園は4人、小学校は15人しかいないという教育環境や生活環境への不安から中心地、他市、他県へ転出していくことが増えており、道路の整備だけでは根本的な解決となっていない。若者が減るということは必然的にまちおこしをする人材が不足し、他人と交流する機会が減り、暮らしにくさを感じるようになっていく。その結果、住民が減少する速度を加速させていると考えられる。

筆者の近隣地区の子供からお年寄りまで、約60人に意識調査をしたところ、地元への愛着を感じる人は69%と非常に多い。まちづくりに関して興味を持っている人が56%と半分で、また、まちづくりの事業やイベントを計画または協力したいという人は62%と多く、その気質のおかげか宮川町ではこれまでも様々な組織によりイベントが計画されている。例えば宮川小学校と合同で開催する宮川町民大運動会や、健康増進を目的としたノルディックウォーキング、夏には有志を募り、自らが花火の打ち上げ師となって花火大会を開催し、冬は雪深い地域ということで親雪まつりを26年間継続して開催されてきた。特に、花火大会と親雪まつりはSNSと口コミで少しずつ広まっており、町外からもたくさんの方が訪れる一大イベントへと成長している。いずれも住民に少しでも楽しんでほしい、少しでも残ってほしいとの思いから続けられてきた。飛騨市では11月にユネスコ無形文化遺産に古川祭の起し太鼓が登録されたところであるが、宮川町でも伝統芸能文化として春に獅子祭りを毎年行っている。集落毎に舞い方や神社の神様が違うためそれぞれで開催されているが、どこも人手不足により限界を迎える日は近い。最近では周辺集落の若者が集まって、継続していくことを目標に合併も視野に入れた話が進んでいる。このように若者が何とかしたいという気持ちは高まっているものの、減り行く人口、増え行く高齢者の中では個人負担が増し、無理が生じていずれ廃れていくことが予想される。さらに雇用、教育、医療、生活の環境等の不便さに伴い、暮らす魅力と理由を減少させている。

② 課題

先にも述べた通り、地域住民のまちづくりに対する意識は高い。しかし、現在の取組みを分析するとこれまでの取組みはイベントに限定されてしまい一過性で、地域の特色が出ていないように感じられる。例えば親雪まつりで考えてみると、カップに入れたロウソクが来訪者を迎えるべく会場に散りばめられている。幻想的で綺麗な雰囲気を出している

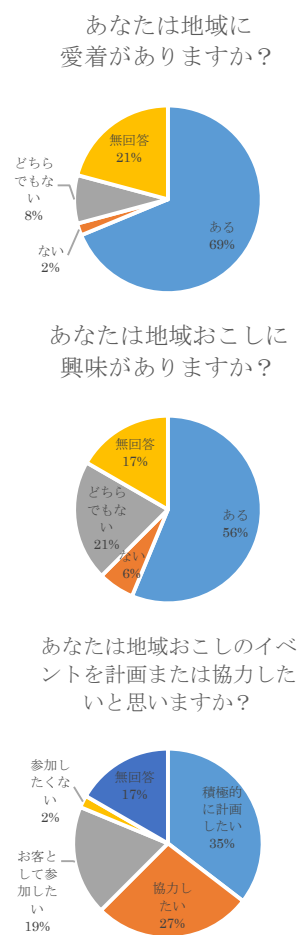


図-2 アンケート結果

るが、どこにでもある演出とも言え、且つ小規模である。さらに小規模とはいえロウソクやカップ等の備品は毎年買い足しており、もともと資金が少ない中で開催しているにも関わらず、予算を逼迫させている実態を見ると、行政的な補助金・助成金頼りの部分が垣間見え、創作性がなく地域らしさが出ていない。

先の調査の中で地域に魅力があると答えた人は75%いるが、それは何かと問うと、“自然が豊か”“森、川、空気などがきれい”等の自然が織り成す風景に魅力を感じている人が多いことから、“雪”を使ったイベントの着眼点はいいだろう。ただ次点で“みんな仲がよい”“人と人のつながりがある”という意見が出ているものの、43%もいる高齢者はまったく活かしていない。これは私自身が実行委員として参加しているため感じていることだが、なぜか高齢者を取り込むことに消極的な人が多い。実際に高齢者の女性に話を聞くと「こういうことをやれば面白いのにとすることはあるけど、お話できる機会が無い。」「気の合う者で小さいグループを作りたがるから、他の人と話すこともなかなか無い。」とのことであった。人と人のつながりがあるとは感じながら、それは限定的であり、事例のないものを寄せ付けけない気風が残っているのではないかと考えられる。

つまり、まちづくりの課題としては、地域の資源を活かしながら、一過性のイベントではなく継続でき、色んな人々を巻き込みながら地域を活性化させる取組みや仕組みを考えていくことが必要である。

3. 全国的に展開しつつある【フットパス】

ここではじめに記述した取組みの一つの方法として、【フットパス】に注目する。神谷由紀子氏編著の「フットパスによるまちづくり」によると、フットパスは東京都町田市を中心に、徐々に全国的に広まりつつある。一見すると単なる歩くイベントにしか見えないようであるが、実際に取り入れた市町村ではその多くが交流人口獲得に効果をあげるとともに、他地域との間でフットパスを通じた交流も進んでいる。また、自然を感じることでできる道そのものを資源として活用するものであり、まちおこしを始めるために必要となる資金、資源、人材が少なくても始めることができ、リスクがほとんど無い。特別な観光地が無い過疎地域においても、施策を展開できるという意味で、持続可能で普遍的な地域活性化の一手法として注目されている。

① フットパスとはなにか

もともとフットパスはイギリスが発祥地で、貴族たちが囲い込んでいた私有地の中を国民が歩くことが出来るように主張した通行権の獲得運動が発祥である。日本では約20年前に地域を歩いて新たな発見を楽しむ活動が各地で始まり、イベントが催されるようになった。この活動がイギリスのフットパスに似ているということでこの名前が定着したと言われている。それではなぜ今日本でフットパスに関心が持たれているのか、1つ目の大きな要因はまちづくりに大きな効果を与えていることにある。それはまちづくりの基礎となる5つの要素（①資源の発見、②ファンづくり、③共同体の再生、④プラットフォームの形成、⑤経済効果）において効果が発揮されるからだと考えられている。2つ目の大きな要因はどんなまちでも始める事ができることである。それは自治体の大小や都市部、過疎

部などには関係ない。むしろ限界集落にこそ里山を感じる事の出来る優れた景観、昔ながらの生活が残っており、フットパスの資源が豊富にある。

② フットパスのノウハウ

それではフットパスとはどのように作っていくのであろうか。重点的に考えていくべきことは“いいみち”を作ることである。観光地めぐりのような名所旧跡を繋いでコースを作ることではなく、心に残る景観を繋いでコースにしていくことが大事であると言われている。自ら歩いてコースを選定し、次は“いいマップ”を作り上げていく。それはデフォルメしたイラストマップではなく、都市計画図のようなきちんとした地図を基にすべきと言われている。それらにはフットパスに適した小さなみちが網羅されているため、いい道を見つけやすい。マップが出来たらモニターツアーを開催し、第三者の視点から道の歩きやすさや行程のメリハリ等を確認していく。モニターツアー後には、地域住民からの見せ方と外部からの見せ方の意見を集約し、新しい課題を分析して条件がクリアできるような“いいみち”を求めてまた歩き始めることになる。このような工程を繰り返すことにより、ようやく一本のいいみちとして出来上がり、フットパスを始める第一歩が踏み出せるのである。その後、イベントに限らずマップのみで楽しむフリー客にもわかりやすい案内看板やトイレ・休憩所といったハード面を整備していくことにより、フットパスは自然と動き出すことになっていく。しかし、まずは住民にフットパス自体が根付くことが大切なことである。

4. ただやるだけでは無意味！地域の特色を考える

① 先進事例の紹介

ここでフットパスによるまちづくりを進めている各地を参考にしたい。

(1) 東京都町田市の「多摩丘陵フットパス」

町田市は典型的な都心のベッドタウンであり、高度経済成長に合わせて人口増加が始まり、現在も増え続けている。また、交通結節性の高さから駅周辺では古くから多くの商店が並んでおり、大型店も多く出店し、近隣では最大の商業集積を誇っている。そのような商業都市、住宅都市の顔を持つ一方で、町田市では少しでもみどりを残す政策をとってきた。バブル景気の後退の影響で大規模な土地区画整理事業が破綻し、田畑や山林が手つかずのままに残されてしまったものを市が取得し、里山の農とみどりを活かしたまちづくりが進められている。その中でフットパスが重要な役割を果たしている。もともと環境保全活動に取り組んでいたNPO法人がイギリスのフットパスを知り、考え方を取り入れたのが始まりであり、市が進めていたまちづくりに活かせると考え、協働して取組みを進めようと提案し、市としても考えている里山の農と緑の保全やまちの魅力発信に繋がるため、協働して進めている。フットパス導入によって観光に全く縁遠かったにも関わらず新たな観光都市となり、高い評価を得るようになった。

(2) 熊本県美里町「美里フットパス」

美里町は石橋の町で、大小合わせて36基の石橋が現存している。町としては観光資源としてこれら石橋群を積極的に活用したいと考えていたが、それぞれが遠いことや駐車場

がないために有名ないくつかの橋を見て次へ行ってしまう「通過型」の観光となっていた。このため、滞在時間を延ばしてもらえるようフットパスを取り入れている。美里町では石橋を通らないと暮らせないほど密着しているため、石橋を通るフットパスを行うことで、住民の生活の一部を体験できるのが特徴である。美里町のフットパスは運営の統括は協会が担いながら、地域住民が主役となっている。具体的にあげると、コースの維持については、コース作成時に意見を出した地域住民が自主的に草刈りや倒木の処理を行っている。また、地域住民は最低限のルールの中で自由に「声掛け」や「地元料理」のおもてなしが出来る。このようにフットパスの要と言えるコース作成・維持やおもてなしを地域住民自らが行っており、来訪者の声が直接地域住民に伝わるようになっている。フットパスを通じて地域住民は外の人と交流が出来ることにより、自分で作った野菜やお漬物を出した際に「美味しい」「ごちそう様でした」と言ってもらえると「またやろう」という気持ちになり関わり続けている。また、地域住民が自らの住む地域を見直すきっかけとなっており、長年住んでいる土地でも知らないことを発見でき、楽しい、おもしろいと感じている。

② 宮川町フットパスで考えられること

先進事例を参考にすると、いかに自身の地域資源を掘り起こし、繋げて活用しているかがよく分かる。宮川町は見渡す限りの山、山、山で、足元に一本の一级河川が貫流している風景が広がっている。“自然が豊かなことしかない”ではなく、“自然しかないことがある”と考えてみる。例えば町内にあるJR高山線、駅と駅の間は約6キロ離れている。この間を歩くと、川沿いで水の流れる音を聞きながら、くねくねと曲がる道によってその都度変化に富んだ美しい自然が目の前に広がる。都会で人工的なものが多いところからすれば、普段感じるこのできない自然が癒しを与えてくれるだろう。

しかし、これだけでは、ただの美しい風景である。美しい風景は日本全国どこにでもあり、誰もが自分の地域が一番だと思っているだろう。全国で約1700市町村と言う農山村地域の中で、都会の住民からデスティネーションとして選んでもらうために、徹底的にソフト面のプログラムを構築していかなければならない。ここに来て、誰と、どんな話が出来て、どんなものを食べてどんな体験ができるのか、宮川町だからこそできる体験と食をプログラムに組み入れていくことを重点的に考えていくことが必要となる。

(1) モニタリング・ツアー「天然物を味わうフットパス」

JR打保駅を出発し、バイパス道路と並走している市道・林道をウォーキングし、JR杉原駅で終わる約10キロのコース。このルートの大半は一级河川宮川と山に挟まれた道となっており、その途中にコンビニはもちろん、信号機すらない。歩くことを一切邪魔されない自然に囲まれたツアーは訪れる四季により景観はもちろん、おもてなしも変わる。春であれば山側にはウドやワラビ、フキなど天然の山菜がところどころに生えている。途



写真－1 一级河川 宮川を望む

中の昼食はおもてなしとして、おばちゃんが地元の食材や料理を持ってきて食べられるようにする。また、参加者自らが採ってきた山菜も、おばちゃんが目の前で天婦羅やおひたしを作りその場で食べることができるようにする。ツアーが終われば、終点の観光宿泊施設「天然温泉おんり〜湯と飛騨まんが王国」に入ることができ、フットパスの疲れを温泉でゆっくりと休んでもらい、地元の人たちとの交流会に参加していただくというモニタリング・ツアーを実施する。

(2) 交流会での狙い

交流会では参加者全員にアンケートをお願いし、モニタリング・ツアーの感想と意見を挙げていただくことにより、地域住民はその感想と意見を直接聞く機会が生まれ、次のツアーの参考とする。そうすることでアンケートを集計し反省会を開いて改善していくトップダウン式なものではなく、住民自らが考え意見を出し合って、より良いものとしていくボトムアップ式の改善となっていくことが期待できる。また、逆に地域住民からは次のツアーをアピールする機会にもなる。「夏になれば鮎が食べられるようになる」「秋には天然キノコが味わえるようになる」といった地域の売り出しポイントを住民が発信することによって、よりリアリティの増した情報発信となり、リピーターの獲得に繋がっていくことになるだろう。

5. フットパスの実現へ向けて

先にも述べたが、フットパスは自然の風景をそのまま利用し、コースを作り、マップを作り、楽しんでもらうだけでは単なるウォーキングイベントとなってしまうため、ターゲットとテーマ・コンセプトを明確にする必要がある。

筆者の住居付近に6年前に名古屋から移住してきた若夫婦がおり、話を聞く機会があった。彼は都会で8年間メーカーに勤めていたが、「30歳で農業に転換したい」という強い思いから移住を考え始めた。もともとは静岡辺りで農地を探していたがなかなか空きがないことから、祖父母が住んでいる宮川町が頭に浮かび、この土地を選んだそうだ。四季の移り変わりによる自然の美しさを感じながら農業にいそしみ、冬期間はのんびりと海外旅行といった生活パターンを楽しんでいる。また、彼らの友人が宮川町に遊びに来たことがあり、世知辛く忙しい都会生活に疲れていたため、自然の癒しを体験しスローライフを楽しんでいったことがあったそうだ。その友人が朝起きて、窓から撮った風景を「ヨーロッパの田舎の風景みたい」とSNSに投稿したところ300人の反応があったという。この反応は地域住民ではなかなか感じることでできない宮川町の価値ではないか。宮川町フットパスは、“都会の一個人”が“自然の食べ物を味わい、自然のままを体験し、自然の暮らしを感じられるもの”として磨き上げていくことによりその個性を発揮していく。

では、実際に運営し継続していくためにターゲットと目標を考察する。全国フットパスの集い2015の参加者は女性が約6割で50～60代の中高年が半分を占めている。同じところを狙えばある程度の成果は得られるであろうが、先述の移住者の話から推測すると30代にも魅力を感じられるものがあると言える。少人数ではあろうがニーズがあり、特に女性は友人や夫婦、家族で行動することが多く情報発信力も高い。ターゲットとして

狙うことで将来的には移住の可能性も十分に考えられるため、フットパスを通じて宮川町を知るきっかけとしてほしい。そのための集客数の目標として、それぞれの四季により10人程度、年間40人の来訪者を目標とする。

では次にその仕組みと仕掛けを考察する。

① 仕組みづくり

(1) それぞれの組織の役割

日本フットパス協会によると、フットパスは下記の点が噛み合ったときに大きく発展するといわれている。

1. 情熱を持って普及しようと行動する牽引役となる人や団体。
2. コース整備に理解を示し、歩く方をおもてなしする地元の方々。
3. ハード面でバックアップしてくれる行政。

この3点についてフットパスを始める仕組みとして、各々の役割を明確に示す。

「普及しようとする人、任意団体」

地域振興会をベースとし、女性会や老人会等の団体を取り込み、運営協議会として一本化した団体を設立する。コース上の地域住民への周知、コースの選定、マップの作成・販売、イベントの計画、フットパスガイド等の主な事業を担う主催者である。

「おもてなしする地域住民」

暮らしている住民または地域ボランティアで構成される。主にフットパス参加者への声かけ及びおもてなし、コースへの意見、草刈り、コース整備等を担う協力者である。販売ルートに乗らない普段は捨てる農産物を格安若しくは無料で提供してもらえる農家も想定している。

「バックアップする行政」

拠点等の整備、道路設備の修繕や案内看板の作成や設置、簡易トイレの設置等ハード面を直接担う。または起業化促進補助金や地域福祉事業助成金等を利用し、初期段階での資金運用（マーケティング調査20万円、看板作成50万円、マップ及びチラシ10万円）若しくはハード面のサポート資金として活用する。

(2) 住民参加の段階考察

以上の3点の中で、主催者側が一方的に地域住民にお願いし、事業を推し進めていく方法ではこれまでのやり方とまったく変わらない。ここで重要なのは多くの人と直接関わっていくことになる地域住民と共に進めていくことである。そのために2点目の地域住民がより多く参加してもらえるような仕組みを考えていかねばならない。そこで、地域住民の参加に関して段階的に考察してみる。

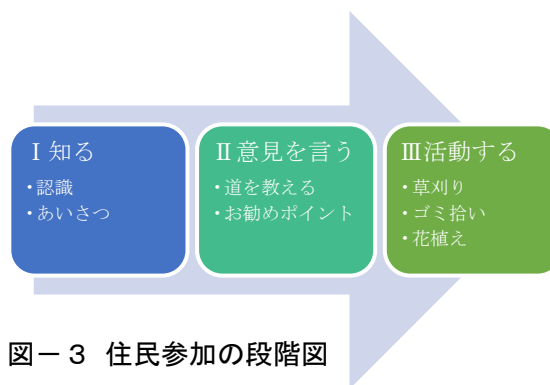
(Ⅰ) フットパスを知る

(Ⅱ) フットパスに意見を言う

(Ⅲ) フットパスで活動する

まずはフットパスを知ってもらうために、地域内への情報発信をしていく。主催者がコース作成のために何度も歩き、出会った地域住民に道を教えてもらうことで知ってもらう

方法や、区長会等の機会を利用して説明をする方法により、住民がフットパスという言葉【知る】ことができ、大まかに何をしているのか認識してもらう。そして何度も歩き地域住民とコミュニケーションをとることで、地域住民は徐々に昔の道や面白い道を教えてくれるようになる。これは地域住民が【意見を言う】ことになる。さらに、せっかくだから綺麗に観てもらおうとコースの草刈りやゴミ拾いしたり、庭に花を植えたりするようになる。これらはフットパスを行っている様々な地方で実際に現れている地域住民の主体的な動きであり、3番目の【活動する】につながる。このように段階的に進んでいくことで、地域住民は自然と仕組みの中に巻き込まれていくことになる。



図－3 住民参加の段階図

① 仕掛けづくり

(1) 運営体制

では、運営協議会の立ち上げから仕掛けまで考察してみる。まずは運営する仲間の発掘として、飛騨市において平成28年11月に新たに発足された「ひだプラス」を利用する。これは市内各地で行われているまちづくりをリストアップし、繋げることを主たる役割としており、思いもよらない人材と連携し協働できる可能性が高くなる。団体としては既存の地域振興会をベースに設立することが望ましい。なぜなら振興会のメンバーは暮らしている住民そのものであるため、フットパスに対する要望を直に改善していくことが出来るためである。また、その他の女性会や老人会、イベント実行委員会等の団体も取り込み、運営協議会として一本化する。これにより、例えばフットパス参加者に女性会は地元料理を提供し、老人会は家で作っている生野菜を道中で参加者に提供する。一本化によりお互いに情報交換をする場が生まれ、その野菜で地元料理を復活させる若しくは名物料理を創作する等といった団体間の繋がりによる発展的な動きが出てくるかもしれない。さらに、親雪まつりとフットパスを繋ぎ、会場にしか無いロウソクを歩く道中まで延長し敷設すれば、フットパス参加者は期待に胸を膨らませながら雪まつりに参加できる。雪まつりでは先に述べた料理の販売や野菜の直売を行ってもいいだろう。いずれにしても一本化することによりこれまで無かった利益を生み出せる。過疎地域の宮川町では、団体の役員も兼務している人が多く且つ地域住民の一人でもある。ここで得られた利益による実感は、瞬間に他の地域住民へと広がり、それはフットパス事業の楽しみから暮らしの楽しみへと繋がっていくことにより、宮川町民であることに徐々に誇りを持っていくこととなるだろう。これは先進事例地でも現れている確かな状況である。

(2) 外部の目を取り込む

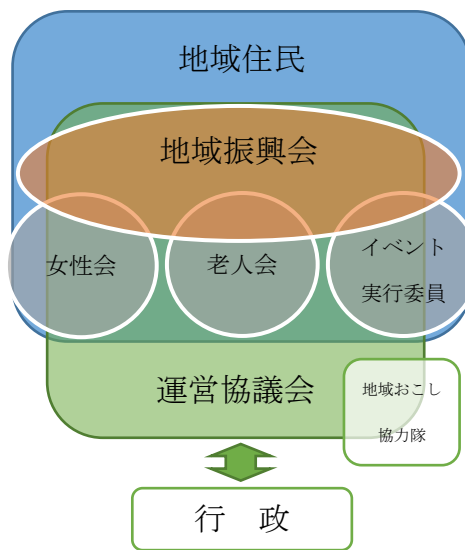
以上、例を挙げて述べたが、もう一点地域住民が宮川町を見直すキッカケとなるものを考察したい。それは本章はじめで触れた“外部の目”である。フットパスで成功している地域の多くを見ると、活躍しているのは地元であるが、その価値に最初に気づいているの

は都市住民や研究者などの外部の目である。宮川町においては地域おこし協力隊を募集し、取り組んでもらうことでこの条件をクリアするだけでなく、同時に若い目をも取り込むチャンスとなる。地域おこし協力隊による地域のいいところの発見と発信は、地元では予想もしない簡単なことが、新しい資源となることを再発見できるに違いない。ところがせっきくの地域おこし協力隊を、自治体によっては地域づくりを丸投げ状態でサポートしてくれないところもある。だがフットパスは地域住民が集まる「場」となり、来訪者と交流する「場」となり、行政がサポートする「場」となっていることは成功している地域からすでに証明されている。地域おこし協力隊にとって目的もはっきりとして取り組みやすい事案となり、地域に溶け込むための「場」となりお互いに利益が生じる。ただこれだけではせっきくの地域おこし協力隊が定住できるほどの収入源とはなりにくい。フットパスは農業もその発展のために必要だと言われているため、農業を主たる生業としていただければいいだろう。農業のノウハウは先に述べた「場」が活用できる。さらにフットパスを通じて地域おこし協力隊同士の横の連携が進めば、そのつながりは何かを創発されるきっかけとして期待ができる。

6. おわりに

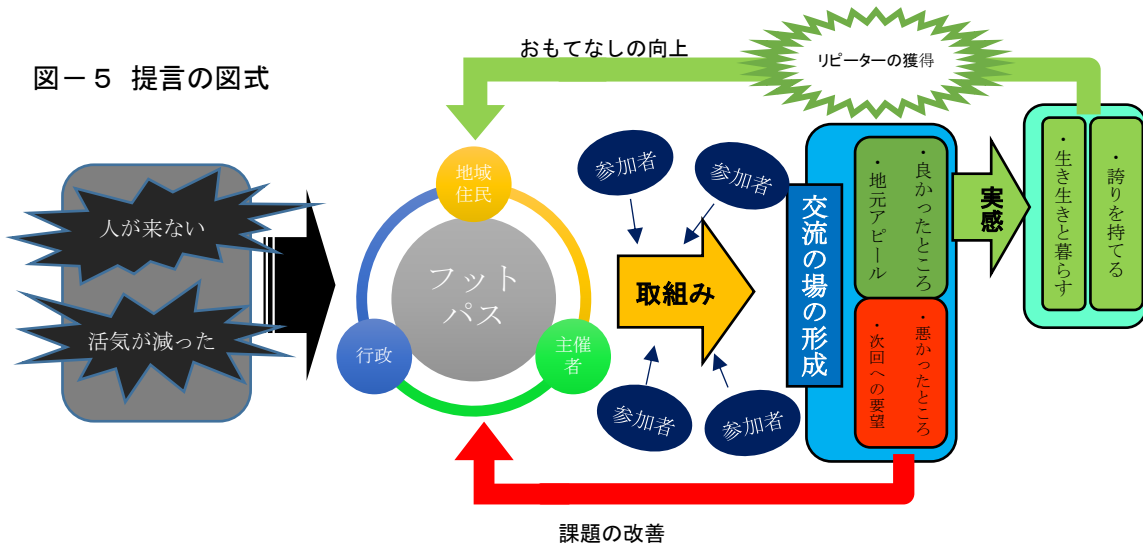
今回のレポートでは、フットパスがいかに地域活性化に寄与しているかを研究し、宮川町に活かすことを目的とした。もちろん一気に人が訪れるわけではないので急に経済効果を上げることは難しく、ローリスクローリターンとなるかもしれない。ただ今回考察したフットパスに期待するのはこういった成果だけではなく、人と人のつながりを作り、地域に暮らす人々と交流することで充足感を得て、その地域に誇りが持てるようになるという広い意味でのハイリターンを目的としている。小さな集落に住む多くの高齢者にとって、外部の来訪者との交流によって対話が生まれ、その結果として自然しかないと思いがちな宮川町に本当はすばらしい資源に溢れていることに気づくに違いない。そして、自分たちに何が出来るのか、どのように魅力ある町にしていくのかを考え、目標に向かって一緒に取り組むことができる「場」となる。それは地域住民自らが人と人の繋がりがあっていることから、「場」が出来れば次々と進んでいくことになるかもしれない。また、農山漁村への都市住民の定住願望のリーサーチによると少ないながらも定住願望は高まりつつあるものの、実際に移住のために行動を起こすものは少ない。そもそも地方を知る機会すら少ないと言えるだろう。今回考察したフットパスは宮川町という小さな田舎を知ってもらうキッカケと十分に成り得る。来訪者がまた行きたいと思う場所は、その地区が生き生きとしている地区であることは言うまでもない。そのために地域活性化とフットパス推進をう

図-4 運営体制 筆者作成



まく連携させていくことで、双方に効果的な成果が得られるよう検討していかねばならない。これはフットパスで作られる「場」によって、みんなで考えていくべき継続的な課題である。

図-5 提言の図式



(参考文献)

- ・フットパスによるまちづくり 神谷由紀子 (2014) 榊水曜社
- ・地方都市におけるフットパス導入による地域活性化の検討と課題 内田 晃 (2013)
- ・美里町フットパス事業にみる住民参加の進展に関する研究
川上友貴 田中尚人 坂本正隆
- ・全国フットパスの集い2015 in 鳥取西いなば報告書
全国フットパスの集い2015 in 鳥取西いなば実行委員会 (2015)
- ・農村漁村への都市住民の定住願望について (一財) 土地総合研究所 (2014.10)