

ホワイトステージ・しりべし

いきいきしりべしシンポジウム

# 白い大地から、 いきいき後志の発信

～産消協働とシーニックバイウェイ北海道  
のさらなる可能性～

後志管内の羊蹄山麓は、豊かな自然環境と安全な農作物などの恵まれた地域資源により、四季を通じて北海道内でも人気の観光エリアとして注目されていますが、さらに近年は、オーストラリアをはじめとする海外観光客入り込みの急増やオーストラリア資本によるリゾート開発などの新しい動きもあり、より魅力ある地域づくりの取り組みが求められています。また、昨年5月には「シーニックバイウェイ北海道」の指定ルートとして「支笏洞爺ニセコルート」が認定され、地域内の団体がさまざまな活動を進めています。

こういったなか、3月18日、ニセコ町民センターで、NPO法人しりべつリバーネット、NPO法人ニセコマちづくりフォーラムなどの主催による、産消協働とシーニックバイウェイ北海道の可能性について考えるシンポジウムが、約300名もの参加者を得て行われました。

## ■基調講演

『地方の時代の感動に出逢える旅・地域づくりとは  
～シーニックバイウェイによる地域活性化～』

福岡 政行氏 白鴎大学法学部教授

実証的政治学を研究し、多方面にわたって活躍中の福岡氏は、今後の地方のあり方について、



「地方自立」、「地方勝負の時代」といった言葉を使い、全国の観光地の成功例などを紹介しながら持論を展開しました。



## 五つの時代のキーワード

一つ目は、「人口減少時代」。人口減少時代に団塊の世代などのシルバーやファミリーをどう獲得するかを考えないと、自然だけでは厳しい。

二つ目は、「安・近・短」から「安・帰」へ。羽田からニセコまでの3時間半という時間をどうするか。途中にビューポイントで休みながら写真が撮れる場所があるとコンセプトができてくる。

三つ目は、「ゆっくり滞在、リピーターの確保」。二番目の「安・帰」の反対で、ゆっくり3、4日滞在できる受け入れ体制が充実していれば、リピーターは必ず戻ってくる。

四つ目は、「ランブリング（散策）」。「旅行では歩いた方がいろいろな思い出が残る。歩くというコンセプトが大切で、この地域でそれが可能かどうか。

五つ目は、「イマジネーション（企画力）」。「生き残るためには、企画力が必要不可欠。例えば、ビューポイントを作るなど。この地域にはその可能性がある。

## シーニックバイウェイで考えるべきこと

そして、「シーニックバイウェイ」というコンセプトに基づいた地域づくりで考えるべき視点として、次の三つのキーワードを挙げました。

### ①連担観光

- ・後志地域ニセコを軸に札幌と千歳との関係を考える。
- ・移動に要する2時間をどう克服し、いかに「休ませ」「歩かせるか」。

### ②恵まれた自然

- ・歴史では京都には勝てない。
- ・自然の活かし方をどのように考えるか。

### ③環境との共生

- ・スローライフを求める人たちを受け入れるシ

ステムやソフトをどのように作るか。

- ・地産地消の考えが大切。付加価値を付けなければ難しい。

そして、最後に、家族で手軽に体験できるメニューや、羊蹄山を一望できるビューポイント整備などの必要性を挙げ、「観光空間は、しょせんは心の空間」、「まちづくりはみんなでやるのが大切」と締めくくりました。

## ■トークセッション

### 『しりべしの魅力発掘と活性化への“鍵”』

#### パネリスト

湯浅 優子氏 つっちゃんと優子の牧場のへや

工藤 達人氏 NPO法人北海道アウトドア協会理事長

小森 堂男氏 JT北海道国内商品事業部地域担当部長

和泉 晶裕氏 北海道開発局建設部道路計画課道路調査官

伊東 和紀氏 北海道後志支庁長

#### コーディネーター

小磯 修二氏 釧路公立大学教授

トークセッションでは、「シーニックバイウェイ北海道」と「産消協働」を切り口として、しりべしの魅力発掘と活性化への「鍵」をテーマに、終始活発な意見交換が行われました。

はじめに、和泉氏が「シーニックバイウェイ北海道」の政策提起者として、制度の導入に至った経緯や現状、今後のあり方などについて提起しました。

- ・「地産地消」の取り組みがないと地域の景観は守れない。
- ・シーニックバイウェイは景観づくりから始まったが、地域づくり、観光空間づくりが一体となった取り組み。
- ・最近の個人型のドライブ観光では、地域特有の文化や歴史を知りたいという部分が重視されている。
- ・農業者や漁業者の活動とシーニックをもっとリンクさせ、地産地消の考えも取り入れようという動きになっている。
- ・地域に散りばめられている真珠をつなぐ糸の役割がシーニックバイウェイ。
- ・最終的には地域が元



気になるシステムを目指している。

小森氏は、旅行代理店という立場から、

- ・何が観光資源につながるかは、地元以外の人々の視点が大切。
- ・地元の人が楽しまないと人は寄ってこない。
- ・観光客が旅行に望むのは、「地元の人食べるものを食べること」「地元の人が行くお店に行くこと」。
- ・商品化するためには、地元のコーディネーター（都市ホテルのコンシェルジュのような）の存在が必要不可欠である。
- ・「リスク管理」、「条件整備」、「受け入れ体制」等のコーディネート機能を地元が担うと良い。



などと述べ、「点としての魅力ではなく、エリアとしての魅力が必要」として、エリア内連携の必要性を強調しました。

工藤氏は、地元在住の観光事業者という立場から、

- ・自分が抱くニセコのイメージは「四季のメリハリのついた高原」。
  - ・初期は、冬型観光を中心としていたが、心地よい夏の期間を活かすことを考え、約20年前から夏型体験観光にシフト。
  - ・豊かな素材を上手に活用することで可能性は生じる。体験型観光も日本人は飽きやすい民族なので、そう何年も続かないと思う。
  - ・地域に住む人が地域の魅力に気づき、磨いて新しい観光資源を生み出すことで地域の活力がもっと生まれる。
- と、地域資源の魅力発掘について述べました。



十勝で農業を営みながらファームインを経営する湯浅氏は、ご自身の経験から次のように述べました。

- ・日々の暮らしの中での実践が産消協働につながってきたと感じる。

- ・6～7割がリピーターであり、そのほとんどが長期滞在をされる。
- ・自分たちだけの単位で考えるのではなく、地域全体として考えることが産消協働ではないか。
- ・農業者の自分が食べ物だけでなく、観光という違った視点を持つことで地産地消から産消協働という人の輪に広がっていった。
- ・スローフードに係わった中で、「食のクオリティは環境のクオリティであり、環境のクオリティは地域の風景のクオリティである」という言葉が心に残っている。



伊東氏は、後志支庁で羊蹄山麓広域景観づくりに関わる立場から、産消協働の可能性について次のように述べました。

・観光と景観はセットであり、観光を進める上で景観づくりは欠くことのできないテーマ。

- ・シーニックはその両方を結びつけ、民間活力を活用して推進力にしていける点が素晴らしい。
- ・広域景観づくりは長期的視点を持って取り組まねばならないテーマ。
- ・産消協働は、日々当たり前に行っていることに一工夫加える、消費者のことを考えてものづくりをすることではないか。

コーディネーターの小磯氏は、イタリアやフランスの事例を紹介しながら、シーニックバイウエイ北海道と産消協働の可能性について提起しました。

- ・スローフード発祥の地である北イタリアのピエモンテ州では、地域が生き抜くためには単なる大量生産的な経営より地域資源を足元からみつめ、新しいまちづくりを始めたことが背景にある。
- ・ワインが有名なフランスのボルドーでは、大量生産型のワイン生産が疲弊しかけた際、改

めて一番大切なのは葡萄生産だということになり、地域が一体となって誰に見られても恥ずかしくない農園づくりをしていこうという地域全体の営みが世界遺産に登録されるほどの素晴らしいまちづくりになった。

- ・「域内循環」によりいろいろな産業と一緒に豊かになる仕組みづくりがまさに「産消協働」。
- ・シーニックバイウエイは、行政だけではなく、多様な地域づくりの担い手を発掘し、さらに育てながら取り組んでいるところに政策の特徴を感じる。



その後、パネルディスカッションは、小磯氏の進行のもと、「地域づくり」や「地域経済の活性化」、「地域循環」という視点でニセコ羊蹄エリアでの可能性や課題等について積極的な意見交換が行われました。

総括して、小磯氏は、「北海道発のオリジナルな施策であるシーニックバイウエイ北海道と産消協働がニセコで初めて議論された。これは北海道における新しい地域のまちづくり、新しい地域政策における一つの提起の場になる」と今回のフォーラムを位置づけ、締めくくりました。

## ■しりべし産消協働交流会

トークセッションの後、ニセコ町で地産地消の料理開発・研究活動を続けている女性グループ「食品加工研究サークル」により、今回特別に企画されたさまざまな手づくり料理を囲んだ交流会が開催されました。

こちら参加者は約120名を数え、盛況のうちに終了しました。

