

参加しよう・広げよう ・いいものを伝えよう

～「わが村は美しく一北海道」運動全道セミナー～

北海道開発局 農業水産部農業振興課

北海道開発局では、北海道内各地での住民主体の地域活性化活動を支援し、農山漁村地域の発展に寄与することを目的として、「わが村は美しく一北海道」運動を推進し、その一環として、平成14年度から隔年でコンクールを実施しています。

平成18年1月から第3回コンクールの応募受付を開始するにあたり、地域の魅力づくりのために、地域の資源を活かして、地域住民が主体的に行っているさまざまな活動の輪を大きく広げ、北海道の「いいもの」（景観、地域特産物、人の交流）をできるだけ多くの人に伝えるため、NPO法人「わが村は美しく一北海道ネットワーク」と共催で、昨年11月8日に札幌市で全道セミナーを開催しました。セミナーには、活動団体、運動関係者など250名を超える方々が参加しました。

セミナーは、森北海道開発局農業水産部長の開会挨拶の後、鎌田農業振興課長の「わが村は美しく一北海道」運動と第3回コンクールの概要説明、第2回コンクール受賞団体による活動報告、講演という構成で行われました。



森農業水産部長



第2回コンクール受賞団体による活動報告

【景観部門・銅賞】

七飯町野菜生産出荷組合

岩崎 昇

七飯町では、大根・人参を中心に生産していますが、平成元年頃から線虫(キタネグサレセンチュウ)による被害が目立つようになり、品質や収量の低下が問題となってきました。



線虫への対応策を協議した結果、農薬を使用しないで、有害線虫密度を低下させる対抗

植物・マリーゴールドを、大根・人参の収穫跡地に栽培し、クリーンな農業を実践することになりました。平成2年に実験的に栽培し、6年度からは「野菜品質向上対策事業」による補助を受け、栽培面積が急増しました。マリーゴールドの栽培は4年に1回で効果があり、農薬を使用しなくても被害が減少し、品質の向上と収量の増加に大きな成果をあげています。

この事業開始後、低農薬・クリーン農業を広くPRするために、平成7年には「七飯町クリーン農業広報活動推進委員会」を設置しました。スローガンやシンボルマークは、大根や人参の段ボールに印刷しています。また、12年には、北海道によるクリーン農産物表示制度「YESクリーン」の認証を受けました。

マリーゴールドは、現在、約70haの作付けを行っています。景観にもよく、観光客や住民に安全で安心な七飯町の野菜をPRでき、イメージアップにつながっています。今後は、マリーゴー



ルドの定植、野菜の種まき、収穫を体験、採りたての野菜を味わってもらい、農業の素晴らしさを理解していただく取組みをしていきたいと考えています。

安全性を求める消費者のニーズに応え、クリーン農業の推進に一層努力し、マリーゴールドが地域に根付いた文化となるよう、また、消費者と情報交換できるネットワークを作ることにより、さらに魅力的な「美しいわが村」を育てられるよう活動を展開していきたいと思ひます。

【地域特産物部門・金賞】

標津町地域HACCP推進委員会

熊谷 純郎

標津町では、それまで4千tだった秋サケの漁獲量が昭和60年に一気に1万tを超えたため、迅速にさばくことができず鮮度・品質が低下して、価格も他の産地よりも低くなりました。



平成10年には、道内で加工されたイクラが原因となってO-157

による食中毒が発生したことから、地域全体が注意しなければならないことに気がつき、最終的な製品検査だけでなく、全行程を管理して安全性を保証する食品品質管理手法「HACCP(ハサップ)」を地域に合わせて導入し、本気で取組みを始めたのです。

標津町地域HACCPでは、サケが入る船倉や鮮度保持タンクを、洗剤や殺菌剤を使わずに、海水だけで徹底的にきれいにします。漁港内では海草



や小魚などの生ごみを除去し、鳥が集まってふんを落とすことがないようにしています。出港から帰港までの間、作業者の健康状態、船内の衛生状態、船倉内の海水温度などを確認・記録します。選別したサケは鮮度保持用タンクに移し、タンクは鳥害対策などのためにシートで覆います。タンクにはあらかじめ海水氷を入れて、サケの腹部内温度を4℃から7℃の間に保ち、O-157やサルモネラ菌をまったく増殖させないようにしています。記録表は、誰でも閲覧できる状態になっています。

こうした衛生管理と記録は、漁獲の現場だけでなく、市場、加工場、運送業者も行い、地域の業界が一体となって取り組むことにより、鮮度がよくて安全・安心な水産物を消費者に提供しています。

標津町では、観光客や修学旅行生に荷揚げやセリの様子、鮮度保持管理、漁獲や加工の現場などを体験・体感してもらうエコツーリズムを立ち上げ、標津町水産物の安全・安心・本物を理解してもらっています。

【人の交流部門・銀賞、景観部門・特別賞】

栗山町ハサンベツ里山づくり20年計画実行委員会 高橋 慎

栗山町では、昭和60年に国蝶オオムラサキの生息が確認され、その一帯を「ファープルの森」として、さまざまな昆虫や鳥などがすみやすい森づくりを進めてきました。平成11年には環境省の支援を受けて、栗山町が「ファープルの森」に隣接する離農跡地であるハサンベツ川の沢地24haを購入、自然環境の復元を目指して、行政と住民の話し合いが始まりました。

その結果、自然環境の復元は、放置して自然に任せるのではなく、町民が主体となって知恵と労力を出し合い、人の手を加えた里山をつくろうと、2001年に「栗山町ハサンベツ里山づくり20年計画実行委員会」が発足しました。



里山づくりの具体的な計画は、童謡のイメージになぞらえています。「春の小川はサラサラ」では、2kmの小川を造り、川の動植物の生態を観察し、魚道を造っています。「ホーホーほたるこい」では、ヘイケボタルの繁殖地を造ります。「ミズバショウの花が咲いている」では、ミズバショウの種を採取して育てるのですが、種はネズミの餌になるため、金網をかけて守らなければなりません。「ゴトゴトゴットン水車」では、水車を造り、収穫したそばをひきます。「夕焼け小焼けの赤とんぼ」では、「田」という漢字を子供に教えるために、漢字の形そのままに田んぼを造り、小川に石を組んで瀬と淵を造った結果、ヤゴや魚のすみかになり、夏に田んぼで羽化したアキアカネが、山に移動して、秋に真っ赤になって里に帰ってきました。子供たちは川遊びをして、30種類もの水生動物を見つけ、うれしくていつまでたっても川からあがってきませんでした。

これからは、夕張川をいい川にして、海と川と森のつながりでさらに豊かな里山を再生していきたいと考えています。

講演

『新たな北海道観光スタイルと農村との関係』 株式会社ジェイティービー北海道営業本部 市場開発担当課長 稲村 秀人

現在、観光業界は大きな曲がり角にかかっています。国内旅行が、団体型から個人が自由に動くスタイルに変わってきたのです。

北海道の観光地は広域分散型で、飛行機で北海道に来てから回る足がどうしても必要なのですが、北海道にもこうした変化が現れ始めました。今までは多くが団体旅行で貸し切りバスを使っていましたが、現在はレンタカーと自家用車が4割を占めています。

「シーニックバイウェイ北海道」では3ルートが指定されていますが、北海道は世界的に見てもドライブ観光に適しています。オーストラリアやアメリカでは1日走っても同じ景色なのですが、北海道には山、森、湖、川、海があり、2時間も走れば景色が移り変わります。農村景観も田、畑、酪農と変化があります。北海道のドライブ観光は将来的に非常に有望であり、北海道に最も適した観光スタイルになると思います。



ドライブ観光は、旅行者にとって、自分の好きなどところに行ける、ルートを現地に変更して寄り道ができる、どんな田舎でも訪れることができるというメリットがあります。このことが、観光客が農山漁村に近づく方法論になってくると思います。

こうした状況は、既存の観光業界に大きな変化をもたらします。「安かろう悪かろう」という所は淘汰され、マーケットのニーズをくみ取って個性化、差別化を図ったところが発展し生き残るようになります。また、今まで観光と縁がなかった場所が、一躍脚光を浴びる可能性があります。函館の夜景や小樽運河に代わって、農山漁村が先頭を走るようになるかもしれないのです。

さて、今までの観光シーンは、カニ・温泉・宴会が主体で、北海道の自然を足早に見て、せいぜい1～2時間の体験メニューをこなし、また温泉に戻るといったスタイルでした。これからは、農山漁村にロングステイ的に住んで、その景観や生活にふれ、気が向いたときに観光するというライフスタイルを提供するものが、観光シーンの主役になっていくと思います。

農山漁村が観光シーンに近づくには、宿泊施設

も重要なのです。ロングステイのニーズが出てきたときに、ファームインやコテージなどの宿泊施設が足りないのです。ここにビジネスチャンスが多くあるのではないかと思います。

団塊の世代がリタイアする2007年問題ですが、金銭的に余裕があり、自分のライフスタイルを持つこの世代は、リタイアしても主役であり続け、観光でも変化の起爆剤になります。首都圏等の50～60歳代を対象にした北海道への移住に関する意識調査では、全体の8割が北海道への移住になんらかの関心を持っていることがわかりました。こうした団塊の世代が持つアウトドア、スポーツ、健康といった多様なニーズやウォンツに対して、ロングステイ、季節移住といった多様な住まい方を用意し、新しいライフスタイルを提供することが、これからの観光のテーマとなります。

フランスでは農家の納屋を宿泊施設として貸し、農家は清掃だけを行います。食事をつけると人手が必要になってしまい、片手間ではできなくなってしまいます。施設は宿泊者の自炊が前提で、その用意がしてあり、宿泊者は村へ行って食材を買うので、村の中で消費が発生するのです。こうした片手間にできるシンプルな宿泊施設は、農山漁村を観光シーンに近づけるビジネスモデルとしておもしろいのではないかと思います。

「わが村」運動では、地域づくりやものづくりなどに皆さん真剣に取り組んでいるのですが、これをどう外部に伝えていくかが重要になってくると思います。マーケットが求めている新しいライフスタイルを提供し、農山漁村を観光シーンに近づけることができれば、多くの人の目に触れてくるのです。マーケットを見ながら「わが村」運動に取り組み、人が集り、さまざまな経済活動が生まれ、好循環になれば素晴らしいと思います。

『魅力ある農地・農村景観を考える』

「わが村は美しくー北海道」運動コンクール

審査委員（景観部門）

中井 和子

景観とはなにかということですが、漠然と見ても考えずに見る眼前の眺めは風景です。でも、見る人が意思を持ってきちんと見ることによって、風景は景観に変わっていきます。見る人の価値観

や立場が、景観の評価につながっていくのです。

では、どういう評価の仕方があるのかというと、大きく二つの視点が考えられます。旅行者的な評価と地域住民の立場からの評価です。旅行者の評価ですが、初めて訪れた人は、その地域を先入観のない第一印象で見ますから、文句なく美しい景観、地域らしさのある景観、自分が住んでいる場所とは違う非日常的景観を体感したときに、ここに旅行に来てよかったと思い、旅行者としての高い評価につながります。同じ風景を見ても、地域に暮らす人々はそこで毎日生活していますから、美しいとか地域らしさということは当たり前になっていて、あまり景観の地域性や魅力に気がつきません。日常の生活実感からの評価ですから、地域住民は、快適で暮らしやすい景観、愛着のある景観、心の記憶がよみがえる景観などに、高い評価を与えます。

しかし、同じ場所を両方の視点で評価し形成しないと、景観はよくなっていきません。旅行者的な目線だけでは、観光客を誘致したいがために、話題性を提供しようとやたらと派手にする場合があります。地域住民の目線も大事にしなければ、日常の生活景観が快適にならないのです。

景観を考える五つの基本姿勢を提案します。まずは、「総合性」に配慮しなければなりません。道路だけ、河川だけ、住宅地だけを考えるのではだめです。例えば、道路を整備すること、あるいは河川を整備することで、街並景観にどのような影響を及ぼすのか考えないと、気がつくとも街の総合的景観がおかしなものになってしまいかねません。観光客や来訪者は、ビューポイントから地域の眺望景観を見がります。眺望点から眺める街の総合的景観を、住民は再認識してほしいと思います。

二つ目は「連続性（シーケンス）」です。見る人は、同じ場所にずっと立っているのではなく移動します。そこで景観を考えるには、視点の移動への配慮が必要です。この連続性は、車や自転車の速度、人の歩く速度などに応じて、それぞれ見えてくる内容が違ってきます。車のための景観とフットパスの景観は異なるでしょう。

三つ目は「公共性」です。例えば、洋服や車、家の内装などのデザインは、個性が要求される内

容ですから、自己主張あるデザインの採用もあります。しかし、建物の外観など公共的な場を形成するデザインでは、個人のもので極端なデザイン表現は避けて、周辺の街並景観に配慮することが大切です。公共的視点の欠如は、無秩序な街並景観の形成につながります。行政の場合は、景観の総合性と持続性、そして公共性の立場から、その役割を実行しなければなりません。個人の場合も景観を公共的視点で考えることは重要です。

四つ目は「地域性」です。地域の気候風土を反映した景観は、旅行者に多くの満足感を与えますし、無理のない地域景観の形成につながります。

最後は「可変性」です。景観は時間の経過とともに変化しますから、成長・変化を読み込んでデザインすることが大切です。例えば、植物の成長を考慮しない街づくりでは、10年後、20年後の景観が大変なことになります。こうした五つの基本姿勢を根底に置きながら、住民と行政が協働し地域の景観形成を話し合う中で、コミュニティが再生し、人材育成が図られていきます。

行政は社会資本としての良好な骨格的景観を整備する必要がありますが、市民は暮らしの文化という生活の活気を肉付けしていく。例えば、花を飾ったり祭りを催したりなどが、地域住民の重要な役割であると思います。このように多様な景観形成への取組みが蓄積されて、地域景観の文脈が形成されます。

美しい景観は住民の誇りです。現代人の望むスローライフは、魅力ある農村景観において実践され、都市と農村の交流が促進されます。その結果、農産物や加工品の販売網が徐々に構築され、人とモノと情報が相互に交流するなど、さまざまな波及効果が望めるのではないのでしょうか。

皆さんの「わが村は美しく」の活動を楽しみにしています。

