

「協働」と「連携」によるまちづくり⑥

和歌山県北山村の地域活性化事業

小さな「全国唯一の飛び地の村」のユニークな地域づくり

和歌山県北山村は全国唯一の「飛び地の村」。また、人口479人(平成25年6月1日現在)で全国で最も小さな村のひとつである。



【写真】
1 北山村の「夏の風物詩」観光筏下り
2 北山村特産の「じゃばら」
3 おくとり温泉内のコンビニで販売の各種じゃばら商品

村づくりの基本理念の4つの柱

紀伊半島の南部に位置する北山村は南は三重県、北は奈良県に接する東西約20km、南北約8kmの小さな村で面積の約98%が森林である。

同村は和歌山県でありながら、和歌山県内のだの市町村とも隣接しない全国唯一の「飛び地の村」として知られている。

また、良質の杉に恵まれたこの地域は、約600年前の室町時代から林業と、切り出された木材を筏に組んで熊野川を下り、集散地の新宮まで運ぶ「筏師の村」としてもよく知られる。

しかし、昭和30年代に入り、電源開発に伴うダム建設や道路整備による木材のトラック輸送への転換、輸入材増加などにより、林業を中心と

する住民の生活基盤は崩れ、同時に村の人口も減少していき、全国で最も小さな村のひとつとなっていました。そのため、村は、新たな産業政策による村づくりを目指すこととなった。



■北山村情報■

【人口】479人(平成25年6月1日現在)
【面積】48.21平方キロメートル
【発電所データ】電源開発(株)七色発電所
(ダム水路式:出力8万2千kW)
【本特集問合せ先】北山村 総務課 ☎0735-49-2331
【URL】www.vill.kitayama.wakayama.jp

(左) じゃばら調味料セット
(右) 北山村内の村営じゃばら園



北山村長 奥田 貢 さん

これらの「じゃばら」の加工販売などだ。この発想で、村の直営事業として推進

その基本理念となつたのは、「地域資源を活かした自然環境との調和」、「地域住民参画型自治の推進」、「ハード事業を支えるICTの活用」、「教育環境の充実と子育て支援」という4つの柱だ。これらの柱は、村が「北山村株式会社」として行う観光事業や特産品開発事業にも反映されている。

すなわち、昔ながらの筏流しを観光筏下りとして復活、森林資源を活用するバイオマスボイラーによる温浴施設を整備、村の特産品である

伝統技術の復活・継承と観光事業の融合としての観光筏下り

「人口が多い・少ないは問題ではない。それぞれにメリット・デメリットがあり、大事なのは自分たちの置かれた環境・状況を的確に把握し、

「北山村の夏の風物詩」といわれる観光筏下り。観光客は全長約30mにおよぶ筏にライフジャケットを身につけて乗り込み、両脇の手摺りを掴んで、筏師による櫂さばきを頼りに、激流の中、水しぶきをあげて岩の間をくぐり抜けていく。美しい大自然とスリルを同時体験できるとあって、「北山村観光の目玉」として人気を呼んでいる。

どのようにしたら、地域住民が夢と希望を持ち、安全に暮らせる村づくりができるかを行政がしっかりと考え、実行することです」

北山村長の奥田貢さんは語る。



久保岡 博 さん

「筏師のふるさと」として、北山村に伝わってきた伝統を何とかできないかという村長の熱い想いもあり、

た。そのため、村の若者にとつて、筏師は憧れの仕事であった。その後、当時の村長に誘われ、昭和38年、31歳の時に北山村役場に入り、平成7年に助役を最後に退職するまで村づくりにかかわった。

観光筏下りの事業がスタートした。

しかし、その取り組みはなかなか思うように進まなかった。最初の難関は「筏に観光客を乗せるのは危険」という国の中止勧告。

久保岡さんは、これ乗り越えるために当時の和歌山県知事を巻き込み、観光筏を「小型船舶」とする筏の設計、ダム放水量に関する関係者との調整など、様々な調整を行った。

そんな久保岡さんたちの努力が実って、観光筏運航の承認手続がスムーズに進み、昭和54年に村直営の観光事業として筏下りが復活した。

観光筏下り運航開始当初は60名ほどの元筏師が運航を担って、順調



筏師の櫂さばき



観光筏下りの全景

～和歌山県北山村の地域活性化事業～



中山 敏男 さん



山本 正幸 さん



所 和弘 さん

に事業が進む。ところが、筏師の高齢化問題が浮上してくる。そこで始めたのが「観光筏師後継者養成事業」だった。これは、全国からIターン、Uターンの人々たちを募集し、応募者に対して徹底的に筏流しの技術を教えるというものである。久保岡さん自身も、平成10年より2年間、養成事業に従事した。その間、常に「人の命を預かるのだから、いいかげんな気持ちで仕事に取り組むな」と後継者に言い続けながら筏流しの技術を教えた。

その久保岡さんから観光筏後継者育成事業1期生として、筏流しについて徹底的に教え込まれたのが、現在、筏師養成者の中山敏男さん。

中山さんは近隣の紀和町（現熊野市）出身で、郵便局員をしていたが、平成10年から始まった筏師後継者育成事業に応募して、筏師として修業を始めた。最初は筏作りと筏運航技術の取得から始まり、その後、観光筏運航に従事した後、筏師育成にかかわって現在3年目だ。中山さんによると、北山村の筏下りは櫂を使うのが特徴で、最初にダム湖で1ヶ月間練習をし、その後、川に入っ

た。練習となる。練習のほとんどは、櫂の使い方だという。「先乗り・舵取り・後乗り」の3名で運航を行う。

「15年筏師としての経験を積んできたが、水量はダムで一定に保たれているものの、風の状況等で運航条件が刻々と変化するため、今でも勉強の毎日」と中山さんは言う。

現在、筏師のリーダー役として、観光筏運航を務めるのが、山本正幸さん。山本さんは北山村出身のUターン者で、大阪でサラリーマン生活を送っていたが、以前より、将来は自然に恵まれたところで生活したいと考えていたこともあり、観光筏師公募に応募し、平成11年に筏師になり、現在15年目。

岐阜県出身の27歳で、祖母が北山村に住んでいたという縁で筏師になつて、現在3年目という所和弘さんにも話を聞いた。最初はこの仕事の辛さが身にしてみたが、今では風の状態などで変わる微妙な運航技術なども少し解るようになってきたという。

今や北山村観光の目玉となつている観光筏下りだが、使われる観光筏は、かつて筏流しに使われていた筏と長さ・幅がほぼ同じで、20名程度

の乗船が可能。激流の中での運航のため、3年おきぐらいに製作更新をしている。

筏師は全員で13名（そのうち、Iターン4名、Uターン1名）。年代的には30代後半が多い。夏の時期は、筏師をやりながら、じゃばら農園や加工工場での仕事や林業に従事している。観光筏下りの運航シーズンは終わる秋以降は、就業場所が激減するので、今以上の筏師の雇用は望めない。それが今後の課題でもある。観光筏下りを楽しむ乗船客は関西

地域資源活用 of 観光拠点 「おくとろ公園」

見渡す限り緑の山々に囲まれ、ダム湖沿いに位置する「おくとろ公園」は北山村観光の拠点。敷地内に観光センター（道の駅「おくとろ」）、コテージ、オートキャンプ場、テニスコート、バンガローなど各種施設が整っている。その中心施設が、平成23年5月にリニューアルオープンした「おくとろ温泉やまのやど」だ。

ここは村の溪谷美を一望できる露天風呂や和洋折衷の広々とした客室、地元の産物を可能な限り利用した料理が味わえるレストラン、お土産品や日用品・食料品を取り揃えたコンビニエンスストアなどからなる。

エリアからが中心であるが、近年、名古屋エリアからも増加している。しかし、運航シーズン中の乗船客数は平成10～12年、約1万人をピークとしてここ数年は、不況や昨年の台風12号の影響で減少気味である。また、ピークの夏休み時期とそれ以外の時期の乗船客数の差が大きい。

観光筏のPR等、この差を少なくする取り組みを行うことによつて、現状の筏師の数でも、フル体制での運航で過去最多レベルの乗船客数は可能だと山本さんは語る。

この「おくとろ温泉やまのやど」では、様々な方法で集客施策を行っている。現在の利用がレス



北山村観光センター（道の駅「おくとろ」）



おくとろ温泉内にあるコンビニエンスストア「じゃばら屋」



トランと温泉の日帰り利用に集中している。季節に応じた宿泊プラン（宿泊・温泉・宴会利用）等の商品も開発している。

また、このおくとろ温泉の特色のひとつとして挙げられるのが、地域資源としての森林資源の活用。間伐材を主に、筏の廃材などを燃料として活用するバイオマスボイラーの採用だ。

村特産のじゃばらを インターネットを活用して6次産業化

「じゃばら」とは柚子やすだちの仲間の柑橘系の果実で、名前の由来は「邪気を払う」から来ている。村では正月料理に欠かすことのできない縁起物の果実だったが、昭和47年に国内はもとより、世界に類のない新品種であることが判明した。昭和52年に農業種苗法による品種登録を出願し、昭和54年に種苗名称登録許

「バイオマスボイラーの採用を決めたきっかけは元々、おくとろ温泉の燃焼用の重油ボイラーが、温泉のリニューアル時期に併せて更新時期に来ていたことです。ボイラー導入にあたっては様々な方法を検討しましたが、搬出間伐材や更新された筏の廃材を利用できるということで、新燃料タイプのボイラーを導入しました」と、北山村観光産業課長の田岡富泰さんは語る。



北山村
観光産業課長 田岡 富泰 さん

じゃばら事業は北山村のお荷物的存在となり、事業廃止も検討された。「飛び地の村」からくる不便さ、販売力の低さといった問題を解決する最後のチャンスとして取り組んだのが、じゃばらのインターネット通販であった。

当時の状況について北山村観光産業課の池上輝幸さんが語る。

「2年頑張っても駄目なら、じゃばらを諦める。でも、村に国道が通っていないので、最後の手段としてインターネット活用しかないということで、インターネットの総合ショッピングモールの出店を決めました」

インターネット通販を始めてまもなくの平成13年2月、「花粉症に効く」という顧客からの情報を手がかりに、インターネットを通じてモニター調査を実施したところ、半数近い人から「効果がある」という回答があった。

当時は珍しかったインターネット総合ショッピングモールへの自治体の出店や、モニター調査の結果をマスクミが取り上げたこともあり、じゃばらの売り上げは飛躍的に伸び、その後も平成17年度まで順調に伸びた。しかし、翌平成18年に初めて売り上げがダウンした。

その打開策として出てきたのが、平成19年6月に開設した地域密着型ブログポータルサイト「村ぶろ」である。池上さんは語る。

「『村ぶろ』を立ち上げた主な理由は、じゃばらのファンにじゃばらの評判を書いて欲しかったこと、北山村とじゃばらファンの双方のコミュニケーションを確立したかったことです。実際に村ぶろを立ち上げた、じゃばらは北山村にしかないものという事を再認識



北山村
観光産業課 池上 輝幸 さん



地域密着ブログ
ポータルサイト
「村ぶろ」のトップページ

～和歌山県北山村の地域活性化事業～



じゃばらドリンクセット

小さな村ならではの 村づくりの今後と課題

北山村では前述のとおり、地域資源を活用した産業振興策を推し進めてきたが、最大の課題は「人口減少」だ。

「かつて人口2,000人を超えていた北山村も現在は500人。さすがに適切な規模からいうと少ない気がする」と奥田村長は言う。

これに対する対策として、公営住宅整備等の各種若者定住策や教育環境の整備等が挙げられる。

なかでも、村が「究極の過疎対策」と力を入れているのが教育施策。その代表例が英語教育・海外研修旅行である。

英語教育は「これからは国際化の

このようにインターネットを活用したじゃばら事業は、6次産業化(じゃばら生産・加工・販売)という形で成長してきた。

しかし、じゃばらの木の老木化に伴う生産量の落ち込みという課題も出てきた。まず、対策として村は近年、苗木を植えて、じゃばらの木を定期的に更新している。その一方で、「村ぶろ」のSNS(ソーシャルネットワークワーキングサービス)への対応が課題だ。現在、民間の知恵を借りながら、検討中である。



公営住宅



北山村
総務課長 藪本 幸一さん

時代。まずは英語から」ということで4年前からスタートした。ALT(外国語指導助手)の外国人教師を雇い、保育所・小学校から週1、2回の別枠英語授業を行っている。また、語学研修を兼ねて、中学2・3年生全員が1〜2週間の予定で海外研修旅行を行っている。

公営住宅についても、全世帯の1割に当たる30数戸を整備している。

また、若者定住施策のポイントとなるのは雇用の場の確保だが、これについて北山村総務課長の藪本幸一さんは「就業の場が温泉とその周辺、行政、郵便局と限られているので、現在は官(村)が直営でやっている。例えば、ここ数年、役場で数名ずつ新入職員を入れたり、生産・加工・販売を一貫でやっているじゃばら事業も、本来なら民間がやるべきものであるが、村が特別予算を組んでや

っている」と話す。

今後の村づくりの課題と方向性について奥田村長は語る。

「人口を増やしたいという理想に向けていろいろやっているが、現実とのギャップがあり、苦労している。しかし、小さな村だからこそ、規模だからできることはたくさんある。例えば、役場・議会も小規模なので意志決定が早く、予算も村民のために有効に使うことができる。もちろん、小規模ゆえのデメリットもあると思うが、大事なことはいろいろなことを先々と心配するよりも、その時点でこれがベストと考えたことを信じて前に進むこと」。

「全国唯一の飛び地」の小さな村の積極的な村づくりはこれからも注目される。



英語の授業を行うALT(外国語指導助手)

地域のあらゆるものが「まなざし」の対象に

大幅な人口減少と高齢化により、20世紀末ごろから「観光振興は地域活性化の起爆剤」として、様々な活動が活発になってきている。

その背景には、地域における産業構造の変化や定住人口の減少などの「負」の課題を、観光産業の創出で解決するという考え方があった。大型レジャー施設の誘致や開発、大量の観光客に対応する観光コンテンツの提起など、ハード、ソフト両面で、こうした「マスツーリズム」は一定の経済効果を生み出すこととなった。

しかし、一方で「環境破壊」「文化の真正性の喪失」といった様々な課題を惹起することとなり、必ずしも「経済の域内循環」や「訪問者の持続的な獲得」には至らなかった。

つまり、地域振興における「持続性」というものが大きな課題として浮かび上がってきたのである。

その意味では、「マスツーリズム」は地域振興という観点からは、期待していたような有効性を持たなかったといえる。

そうした中、「そもそも観光とは何か」という議論が沸き起こり「オルタナティブ・ツーリズム(もう一つの観光)」あるいは「ニュー・ツーリズム」といったものが次々と提起されて、地域振興における観光の役割をもう一度見直してみようというのが、昨今の傾向である。

その契機となったのが、イギリスの社会学者J・アーリの言う「観光のまなざし」という概念だ。『観光のまなざし』とは『日常から離れた異なる景色、風景、町並み』に対する『視線』であり、「それは社会的なものとして形成される」というものだ。社会経済的観点から見れば、観光とはホスト

側、ゲスト側を問わず、その「まなざし」を組織化・具体化する行為ともいえる。

すなわち、ホスト側にとっては自らの地域を見つめ直し、地域内の特徴を自覚して、資源化してゆくこと、ゲスト側にとっても、訪れた地域で受ける様々な「刺激」によって自らや、自らの住む地域を見つめ直すということでもある。

地域の景観、産業、産品、歴史、文化、生活など、あらゆるものが、「観光のまなざし」の対象になるのだ。

「ヒト・モノ・情報」を積極的に交換する作業

そうした「まなざしの組織化」として、有力な手法が観光に関連した「交流」というものだ。

本来、「旅」は地点間の移動なので、必然的に「人の人との交わり」は生まれるのだが、さらに積極的にこれを行い、様々な目的で地域を訪れる人々を「交流人口」と捉えていこうとする。ここでいう「交流」とは、地域の人々と来訪者が、様々な内容やレベルで「ヒト・モノ・情報」を、「体験・学習」などの多様なコンテンツを通して、積極的に交換とするという意味に他ならない。

つまり、こうした「観光コンテンツ」を用意して、それを「交流」によって、相互に刺激しあい、新たな地域文化の形成に繋げ、地域を活性化させようとするものである。

それは、訪問者

の側にとっても、地域の人々との「交流」を通じて、自らのライフスタイルを見詰め合う絶好の機会となる。最近では「対流」という言葉で、その双方で行き合う新しいライフスタイルの実現を目指す動きもある。

観光という言葉は、易経の「観国之光 利用賓干王」という言葉に由来するといわれる。「国之光」即ち「美しく輝く地域」を「観る」あるいは「観せる」ことでもある。

あえて言えば、「光り輝かかせていく地域の様々な取り組み」それ自体が、観光の取り組みであるともいえる。なぜならそれは地域に住む人々が「住んでいる地域を誇りに思えるような魅力的な地域をつくる」ことであり、観光の取り組みもまさにこの一点にある。

少なくとも、観光によるまちづくりでは、かつての「マスツーリズム」の時代のような、急激な経済効果を期待することは困難になってきている。経済効果は少なくとも、多様なコンテンツを提起しながら、息の長い「持続的な活動」が必要となっている。

観光によるまちづくりのイメージ

