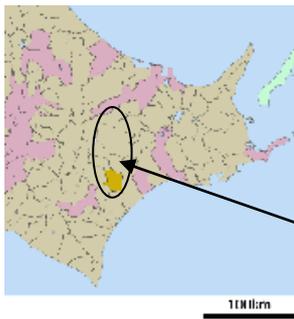


モデル事業名	地域の自然や伝統文化資源を活用した魅力ある地域作り事業
活動団体名	特定非営利活動法人自然体験学校
ホームページ	http://www.shizentaiken.com
所属/ 担当者名	特定非営利活動法人自然体験学校 竹内 みか
連絡先	050-1415-0691、north_dream@netbeet.ne.jp
活動地域	北海道中川郡池田町・本別町、足寄郡足寄町・陸別町の十勝東北部4町

● 活動地域の概要

- ・ 活動地域は十勝の東北部に位置し、縦に並んだ4町の総面積は2780.8k㎡。
東京都や神奈川県より広く、南に位置する池田町から北に位置する陸別町までは約80km。
- ・ 公共交通機関はJR北海道が池田町を通っているが、他3町はふるさと銀河線が廃止になってからは国道を走る路線バスのみでの運行である。池田町から都市の札幌市までは約250キロ（東京ー長野約220キロ）ある。
- ・ 4町の総人口数を見てみると、1996年と比べ2008年は約16%（5,285人）減少、20年前の1998年からは、約30%（10,937人）も減少している。
- ・ 特に2006年のふるさと銀河線が廃止になってから約2年で、鉄道沿線の3町の人口は本別町で4.2%、足寄町で4%以上も減少し、陸別町においては5.4%の減少、人口は3,000人を割り込んでいる。
- ・ 高齢化率はきわめて高く、2008年3月時点での4町平均は60歳以上が40.1%を占める。そのうち80歳以上が9.6%であり、既に池田町は9.8%、陸別町は11.1%、他2町もまもなく10%になる。
少子化についてもここ数年進み、郡部の小学校の統廃合が進んでいる。



東北部4町



【位置図】北海道十勝地方の右記鉄道沿線4町

【ふるさと銀河線廃線後の荒廃したホーム】

● 活動地域の課題

対象地域である4町を貫き100年以上続いた国鉄「池北線」が、平成元年に第三セクター「ふるさと銀河線」へと代わり営業してきたが、地域の過疎化で乗降客が激減し、開業当初は約90万人の乗降客が、平成16年には約45万人と約半分となり、平成18年を以て廃線となった。この池北4町の動脈であった鉄道が廃線となったことにより、陸別町をはじめとした沿線町はますます地域が衰退、4町の中ではすでに限界集落に達した地域も存在しており、今後増えていくものと思われる。

また、小中学校の統廃合も進み、若者の流出も増え、他地域に比べて少子高齢化が急激に進んでいる地域である。

● 活動の内容

・平成21年度

【地域資源の体験メニュー作り】

当該4町の行政以外にNPO法人、体験事業者、地域住民が主となって、産学官の特色ある地域資源を発掘し、活動を展開するとともに、地域や北海道内外の人がそれを体験・習得できるようなプログラムを開発する。

(修学旅行、教育旅行、団体旅行で、4町に滞在し、効率よくその地域資源の魅力を体感してもらえるメニュー作りなど)

また、高齢社会となり困っている農業や林業、除雪などの体験メニューを開発して実施・検証する。

【情報発信】

道内外におけるフェア等への地域PR事業と冊子作成、旅行会社等へのプロモーションを実施する。

● 活動の成果

・平成21年度

地域資源のメニュー作りについては、地域の方と協力しながら教育旅行等の受け入れを視野に置き、40名(1クラス程度)を受け入れることを想定した実証を行っている。豆の産地である本別町では、豆の生産農家のお母さん方と一緒に実施した。まだ改善の必要性はあるが、今後提案できるメニューの一つになると考えている。また、地域調査を行っている中から得た情報や地域で取り組み始めた体験メニュー、旅行代理店の意見などから、新たなメニューも実施検討している。

このような体験メニューの考案は地域に浸透していくには時間がかかるが、興味を持っている地域住民や一次産業従事者にとって、受け入れへの具体的な一歩となり、魅力ある地域づくりにつながっていくと感じている。

外部へのPR等の事業については、首都圏と道内と他団体主催のフェアに参加して、地域のPRを行った。旅行代理店からは2年後の教育旅行などで提案してみたいというお話しもいただき、今後の可能性も期待できると思われる。



【豆腐作り】



【PRフェアの様子】

● 今後の課題及び展望

・課題

メニュー開発に加えて、受入れ体制の整備の必要性を感じている。特に団体の受け入れを行うための整備として、体験に必要な備品の準備など、事前の資金源が必要になる。次に、受け入れを実際に行っていただく地域の人材育成である。対外的に安心して提供できる体験メニューのPRとして、また、受け入れ側の意識としてもなくてはならないものだと感じている。

併せて、その人材の登録や地域リーダー間のネットワーク構築などが課題となる。地域の活性化、高齢者の生きがいにつながり「地域全体でお客様を迎える」ために、地域住民への周知も必要となる。

・展望

今後も継続して、地域と連携しながら「地域の魅力」を調査し、それを具体的な体験メニューとするために実施・検証を継続していく。

現在、体験や観光に求められる「ふれあい」「安全」を提供していくためにも、人材育成も同時に進め、ネットワークや人材の管理などを検討したい。それと同時に、地域をPRするためのプロモーション活動も同時に行うべきと考えている。

