

1. 「農村癒しのみち」～ロングトレイルを推進する意義

本章では、農村地帯における徒歩による観光と、アウトドアレジャーあるいは自然体験観光とのかかわりについて概括した上で、ロングトレイルを推進する意義について述べる。

1.1 徒歩観光の現状

1.1.1 アウトドアレジャーおよび自然体験活動と徒歩観光の関わり

1.1.1.1 山岳スポーツ

古くからアウトドアの代表的なジャンルとして親しまれている山岳スポーツの面から、近代アウトドアレジャーのたどってきた道筋を概括する。(株)ネイチャーインテリジェンス資料を元に作成)

①山岳登山から「私をスキーに連れてって」へ

日本における山岳地帯をフィールドとしたスポーツとしてのアウトドア活動の歴史を振り返ると、いわゆる近代登山、アルピニズムは、大学山岳部や勤労者山岳会などが牽引役となり盛んなブームを巻き起こしてきた。

戦後はマナスル登頂と登山ブーム 1956年（昭和31年）に端を発して、1970年代に高度経済成長と海外登山ブームが始まり、北海道でもカニ族が黄色い三角テントを担いで列車旅行を始めるなど象徴的なシーンが見られるようになった。北海道では知床ブーム、離島ブームが興り、本州で林間・臨海学校が盛んになったのもこの頃である。

1980年代、バブル経済の時期には、スキー・スノーボードブームが興り、「私をスキーに連れてって」、「見栄スキー講座」などの流行に象徴されるスキーリゾートブームが到来した。

②「私をスキーにつれてって」からオートキャンプへ

「アウトドアスポーツ」という言葉が一般に知れ渡ったのは、1970年代後半以降になってからである。1976年には『OUTDOOR』山と溪谷社、1981年には『BE-PAL』が小学館から発刊されるなど順調に発展を遂げるかに見えたが、バブル経済の崩壊と共にリゾートに付随したアウトドアスポーツは低迷の時代を迎えることとなった。

しかし、その後1990年代からは、お金のかからないアウトドアレジャーとしてオート・キャンプブームが始まり、日本各地にオートキャンプ場が建設されることとなった。

③百名山ブームとスキー場低迷

1990年代には、子育て世代のオートキャンプブームと同時に、中高年登山と日本百名山

ブームが起こった。

しかし、この頃からスポーツとしてのアウトドアの低迷が顕著になり、アウトドア雑誌の廃刊、休刊が相次ぎ、全国のスキー場で経営不振が深刻な問題となっていた。

④教育、ライフスタイル、団塊の世代

1990年代半ばには、犯罪の低年齢化、凶悪化などの社会現象を背景として、野外教育、アウトドア活動の価値が変化した。2003年から始まった学校における自然体験活動の奨励義務や「ゆとり教育」の展開などによって子供たちが自然に親しむ機会の重要性に関する認知が高まった。

なかでも、アウトドア、野外体験、自然回帰などの最大の動機付けが「団塊の世代のライフスタイル」の転換としての「2007年問題」である。この動機により「スローライフ・スローフード・ロハス・歩く時代・エコツーリズム・自然体感型旅行（アドベンチャートラベル）・田舎暮らし・自然学校ブーム・旅の雑誌ブーム」などが提唱されている。



1.1.1.2 日本のアウトドアの現状

日本のアウトドア人口は下記のように記載されている。アウトドアが文化にまでなっているアメリカやEU諸国と比較すると、日本はまだ自然体験を取り入れた観光の一形態として、アウトドア産業の明確な位置づけが得られないまま推移してきた。しかし、ここ数年は、自然体験施設やインストラクター養成学校などの設立も相次いでおり、本格的なアウトドア産業形成への萌芽が見られる。

アウトドア産業をめぐる国内外の動向については、アウトドアジャーナリストの中村達氏の著書などに詳しい。これらの情報を以下に日本のアウトドアの現状について概要を整理する。誰でも楽しめるアウトドアスポーツとしてピクニックやハイキング人口が最大であるという報告がある。

①日本のアウトドア人口

日本のアウトドア人口については、唯一（財）社会経済生産性本部が「レジャー白書」にとりまとめられている。アウトドアのカテゴリーについては、欧米諸国などと比べると、例えば日本では冬の代表的種目であるゲレンデスキーやスノーボードは、米国では“機械力に依存している”スポーツでありアウトドア種目には含まれないなどの大きな違いがあり、一概には比較できないが、米国をはじめとするアウトドア先進国と比べるとその参加

人口には大きな開きがある。

また、登山やハイキング、国内観光などアウトドアに関する多くの種目で、参加人口の50%以上が50歳以上である“シニア化”が進んでおり、今後もしばらくはその傾向が続くものと考えられる。

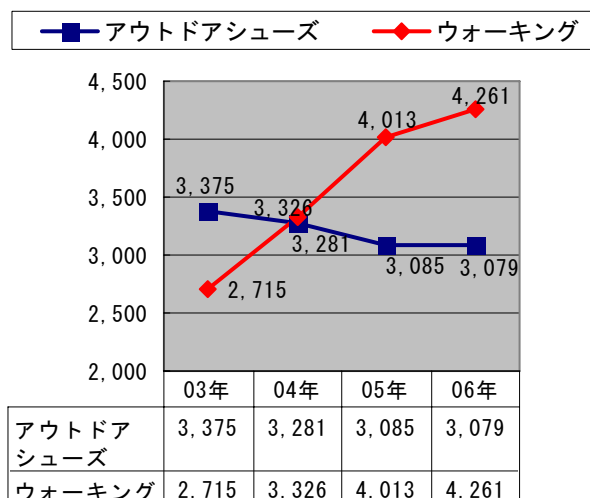
日本のアウトドア人口

(単位：人)

ピクニック・ハイキング野外散歩	27,500,000
登山	6,500,000
オートキャンプ	6,600,000
スキー	7,600,000
スノーボード	4,300,000
釣り	14,700,000
サイクリング・サイクルスポーツ	15,700,000
国内観光旅行	58,900,000

②アウトドアシューズに見る変化

ピクニックやハイキングに使用するシューズは従来、山岳のプロフェッショナルな愛好家が「山岳スポーツの専門店」で重い登山靴を買う」という消費行動が主なものであったが、現在は散歩の延長としての山歩きとして「通信販売やデパートで軽いウォーキングシューズを買う」という行動に変化している。



出所 矢野経済

研究所

従来の観光振興はエージェン特対応が中心であったが、自治体やNPOが中心となって地域資源を発見してネットワークすることにより観光政策を展開させている。とくに、「浅間山麓ロングトレイル」や「塩の道」に見られるように、国土交通省による「風景街道」ではロングトレイルが位置づけられており、行政を中心とした地域ネットワーク形成が図られている。これらの背景としては歴史・文化の旧跡密度などが北海道に比べて高く、歩

きながらの観光形態が既に形成されていたことが指摘される。

このように団塊の世代を中心として、いわば生き方の価値観の変化に対応して国内スポーツメーカーも新たな戦略を展開している。また、団塊の世代向けライフスタイル誌の出版「ラピタ」「ソトコト」「サライ」などが「歩く」ことを中心にした特集を組んでいる。

- ・ 山登り・登山→旅・ライフスタイル型へ
- ・ 登山から歩く旅へマーケティングをシフト（大手スポーツ用品メーカー）

③将来予測と振興の課題

近年、ウォーキングやトレッキングなど歩く旅の需要は堅調に拡大している。それらのニーズの中心的な存在となっているのは団塊の世代であり、定年退職後のライフスタイルやレジャーのキーワードとして“歩く”楽しみが支持される時代は当面続くと予想される。しかし、これらが一過性のブームとしていずれ衰退することになるか、あるいはアウトドア先進国のように国民にとっての普遍的な生活シーンとして定着するかについては、経済・産業活動や自然とふれあうことによる厚生・文化活動、さらに次世代や未参加の人々に対してライフスタイルを継承・普及させる教育活動などさまざまな機能面のバランスをとりながら、その地域独特の素材を生かした地域資源を、歩く旅の価値を高める高めるためにどれだけ多く提供できるかにかかっている。

- ・ 団塊の世代は歩く時代、歩いて旅する時代へ・・・
- ・ 健康志向と増加する自由時間と生きがい
- ・ 自然志向のライフスタイル　ロハス　スローライフ

1.1.1.3 自然体験教育との関わり

1996年(平成8年)文部省中教審答申の学習指導要領で重視された「ゆとり教育」ではあったが、近年の学力低下問題が「ゆとり教育」の影響があるとの指摘がある。その中でも中核を形成したのは「総合的な学習の時間」であった。

「総合的な学習の時間」は、それまでと全く画一的といわれた学校の授業を変えるために、下記の2点を目的として新たな導入が検討された。

- 1) 地域や学校、子どもたちの実態に応じ、学校が創意工夫を生かして特色ある教育活動が行える時間
- 2) 国際理解、情報、環境、福祉・健康など従来の教科をまたがるような課題に関する学習を行える時間

これらの目的を達成するための具体的内容は、「地域の歴史・文化・産業」、「自

然体験・環境教育」、「英語学習・海外理解」、「インターネット・情報技術」が主流である。特に前2項目については、農村の生活や産業が、国民に対する教育や福祉の面において大きな役割を果たすと期待されていることと深くかかわる。特に少子化や核家族化、青少年の自然体験の不足などを背景として、犯罪の増加や凶悪化が大きな社会問題となっており、国を挙げた対策が求められる中、自然体験と地域の関わり方についても新たな取り組みが必要となっている。以下に農村地帯における青少年教育について検討した内容が公表されており、その内容を要約して抜粋する。

東京都内の女子大生を対象にしたあるアンケート調査によれば、半分の人が農村体験をしてみたいと答え、43%が農村に住みたい、14%が実際に農業をしてみたいと回答しています。女子大生は農村に憧れを抱き、ある意味で救いを求めているとも言えます。それは女子大生だけではなく都市住民全体にも言えることです。農村はこのような要求をもっている都市の人々のために何ができるかを考えてみる必要があるでしょう。過疎であることを心配するよりも、それを逆手にとって都市の人が訪れたいような豊かな自然環境を守り、農村でしかできない生活を体験してもらい、農村のよさを伝えることを考えて欲しいものです。自然体験活動は都市と農山漁村に暮らす人々と文化交流の架け橋になります。これからの自然体験は、農村の側においても都市からの訪問者を特別にお客様扱いしたり、観光気分を助長したりするのではなく、農村の持っている豊かな自然と農村で生活するために培った知識や技術、経験を一緒に体験し、汗をかき、そしてやり遂げたという達成感がもてるような工夫が必要になります。参加する側にとっても、受け入れる側にとっても、共に満足度の高い、しかも長続きするプログラムとなるでしょう。農作業、山仕事、漁業、どれをとってみても自然体験活動として貴重で、ユニークで、生きた教材であり、結果として人間としての生き方や価値観の琴線に触れる体験を与えてくれます。農山漁村の生活の知恵、働くことの厳しさと喜び、そして自然の素晴らしさをいかに伝えることができるかが今求められています。各地で行われている下草刈り十字軍の活動に、多くの女子大生がボランティアで参加していることや、北海道で行われている枝打ち作業体験が高校生の修学旅行で人気があり、地元にとっても山の手入れができるので助かっているという話もよく理解できます。今後こういった汗かき体験や身体運動を伴う苦勞体験がプログラムとして重視される傾向が予測されます。

特定非営利活動法人 自然体験活動推進協議会

(出典：「青少年の自然体験活動の充実に向けて（青少年の都市と農山漁村の交流活動推進に関する調査研究事業）」（平成17年度文部科学省委嘱事業）

1.1.2 農村振興と徒歩観光の関わり

「農村癒しのみち」は、農村振興の一方策としての効果が期待される。農村を訪れる人が増え、地域住民と来訪者の交流が活発化することにより、経済活動が促進され、あらたな産業の勃興に結びつくことが期待される。また地域の知名度が高まることにより、そこに暮らす人々の誇りを高めることにも繋がる。農村に息づく生活文化に触れる究極的な例としては、四国の遍路観光のように信



仰や思想などの精神文化に触れることを目的とした徒歩観光の形を見出すことができ、最終的には農家に立ち寄って水をもらったり、開拓の歴史を聞いたり、安心な農作物についてお話しをしてもらったりする相互交流の交流産業の仕組みとしての機能が期待される。

1.1.2.1 農業体験の教育的意義

ジャガイモ掘り、牛の乳搾りなどの農業体験や、アイスクリーム作りやそば打ちなどの加工体験など十勝で行われている多くは本州でも可能な体験メニューが多いため、北海道ならではの優位性を感じた自然教育のためには「北海道のフィールド感」を提供する必要がある。北海道の自然体験型修学旅行に本格的な一日ウォーキングメニューなどを追加することができ、北海道でなければ得られない教育効果が期待できる。

1.1.3 徒歩観光の目的

徒歩観光（トレイル）の目的は多様である。基本は歩きたいという消費者の行動を基盤としているが、歩きたい行動という参加者の行動もいくつかに分かれる。その多くは健康増進を目的にもっており、歩くことが身体に良いことを暗黙の合意事項にしていると考えられる。

巡礼型・・・歩くことそのものに意義があり、できるだけ遠くへ長く歩くことが目的となっている。

趣味補完型・・・野山や植物など歴史などライフワークを高度化させるために歩く。

景勝・観光型・・・観光地で野外活動をおこないリフレッシュをはかるために歩く観光行動。

以上述べたように、歩く目的は多様であるため、取り組み方も多様である。

- ・ アウトドア拠点が自社の体験活動の付加価値化に取り組む。
- ・ 地域農業者が地産地消、安心安全をアピールするための農村交流の視点から取り組む
- ・ 旅行代理店が新しい観光商材として取り組む
- ・ 健康促進や自然環境教育など教育として取り組む

飛行機と自動車による点から点への移動と異なり、歩く観光には地域への線あるいは面的な貢献が期待される。だれでも手軽に高速移動が可能な現代社会にあって、あえて時間がかかることを厭わず、歩くことを積極的に選択する動機を与えるためには、移動行程そのものに十分な魅力が無ければならない。徒歩による移動と乗り物による移動では、同じ空間であっても受け止め方が大きく異なる。歩行者、まして歩くことを観光の目的とする人にとって魅力的な道とは、歩く人の感覚や視点からみて楽しく快適な密度の高い体験空間であることが要求されている。

四国のお遍路さんやお伊勢参りなどは、古くからの歴史をもつ観光形態として、その意義が多く日本の国民の意識の中で高い価値を持ち続けられてきた。これは時代を超越してその価値が受け継がれてきたという意味で一つの文化的到達点にあるということができ、そのような域に達することによって魅力や動機としての安定的な求心力を備えるようになるが、これは一朝一夕に作り上げられるものではない。このような特異な例は別として、今日新たに価値を見出し、トレイルルートとして歩いてみたいとの思い、すなわち動機を与えるためには、その道を歩くことによって初めて得られるものが、余暇活動の対価として十分に魅力的でなければならない。余暇に求められる対価とは、心身のリフレッシュや健康増進、知的好奇心や向上心などの欲求を満足させる事物であり、様々なテーマが考えられるが、地域の特長を見出し生かすことが徒歩観光を受け入れる側の戦略として基本的に重要である。現代社会においては、「自然に親しむ」、「環境を理解する」、「健康を増進させる」など多くのニーズがあり、それらの多様なニーズに対する回答を複合的に用意することが、徒歩観光の目的といえよう。

- 1) 歩く旅のステージを設定し、国民の健康づくりと豊かな自然体験の機会を提供する
- 2) 地域の観光活性化を図る
- 3) 環境教育と自然保護を啓発・促進する

1.2 国内におけるロングトレイルの現状

1.2.1 全国の事例

従来の観光振興はエージェント対応が中心であったが、自治体や NPO が中心となって地域資源を発見してネットワークすることにより観光政策を展開させている。とくに、「浅間ロングトレイル」や「塩の道」に見られるように、国土交通省による「風景街道」ではロングトレイルが位置づけられており、行政を中心とした地域ネットワーク形成が図られている。これらの背景としては歴史・文化の旧跡密度などが北海道に比べて高く、歩きながらの観光形態が既に形成されていたことが指摘される。

平成 19 年現在、国内において取組みが進んでいる主な例として以下の事例を挙げることができる。

- ・ 信越トレイル (NPO 法人信越トレイルクラブ)
- ・ 千葉房総半島周回トレイル委員会 (NPO 法人千葉自然学校)
- ・ 浅間ロングトレイル委員会 (NPO 法人浅間山麓国際自然学校)
- ・ 八ヶ岳山麓スーパートレイル(NPO 法人蓼科・八ヶ岳国際自然学校)
- ・ 比良比叡ロングトレイル (主管団体 NPO 法人比良比叡自然学校)
- ・ 塩の道ロングトレイル (長野県白馬村観光局)

2. 「癒しのみち」を活用した都市と農村の交流方策検討

2.1 十勝農村癒しのみち（十勝ロングトレイル）の目的

2.1.1 農業と消費者のコミュニケーション

北海道・十勝は、自然に恵まれ、農業も国内最先端の技術により高度に機械化された日本では他に類の見ない生産体系をもち、また自然環境に配慮した大規模生産体制により、海外農業製品とは一線を画す「安心」と「安全」を提供している。

一方、消費者の国内農業のイメージは北海道以外の地域で行われている「小規模」、「米作」、「個人経営」、「兼業農家」の印象が強く、国内の食料安全保障を担保している印象は希薄であると考えられる。

十勝の農業をアピールするためには、実際に消費者がレクチャーをうけて、畑にたつことも重要であるが、ロングトレイルを歩き丘陵から望む平野を俯瞰したときの広大な農業景観を「国内の食の砦」として記憶されることが重要である。



2.1.2 新たな観光サービス産業の育成

ファームインや公共温泉などを連携したルートを設定することにより、既存の観光施設にとっては新たなユーザーを呼び込む可能性が高まることが期待される。

ロングトレイルにおける歩き方は、ハードな山岳登山とは趣を異にしており、例えば、昼食は麓の食堂や当夜泊まるファームインからのデリバリーの利用、あるいは、夕刻待ち合わせポイントでのピックアップシステムの活用などが考えられ、新たな観光サービスの事業化による経済的効果が期待できる。インタープリター養成、宿泊ファームイン整備、農家の民泊システムなどの検討も必要になると考えられる。



2.2 資源、ルートの選定

2.2.1 ロングトレイル整備の基本的な考え方

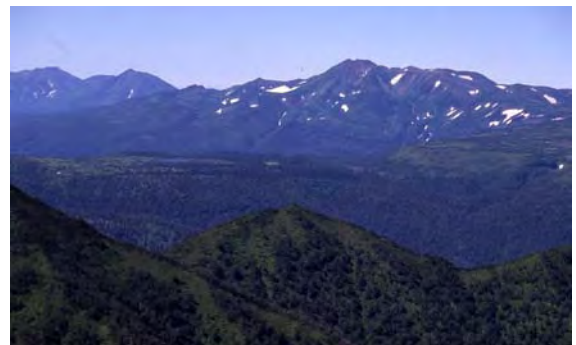
ロングトレイルは既存の道を利用するため、新たな工事等の必要がなく、昔からの歴史や文化など地域の資産・インフラが活用できる。利用者は、特殊な道具や新しく用具をあたえることなく参加できるため予算が低額であり、コースを周遊する費用も少なくすむため、安全であり危険度が低いため、だれでも参加できる（歩ける）。



また、山岳ルートなどと異なり行程の選択が自由（自由なコース設定が可能）である。また地域と結びついているのでルート上の情報の入手が容易で雨天や季節、特殊なイベントなどにより多様な対応が可能である。

2.2.2 十勝における候補ルート

十勝は新得町で大雪山と日高山脈が分かれていると考えることができる。そのため新得町を中央に北回り大雪山ルートと南回り日高山脈ルートを考えることができる。

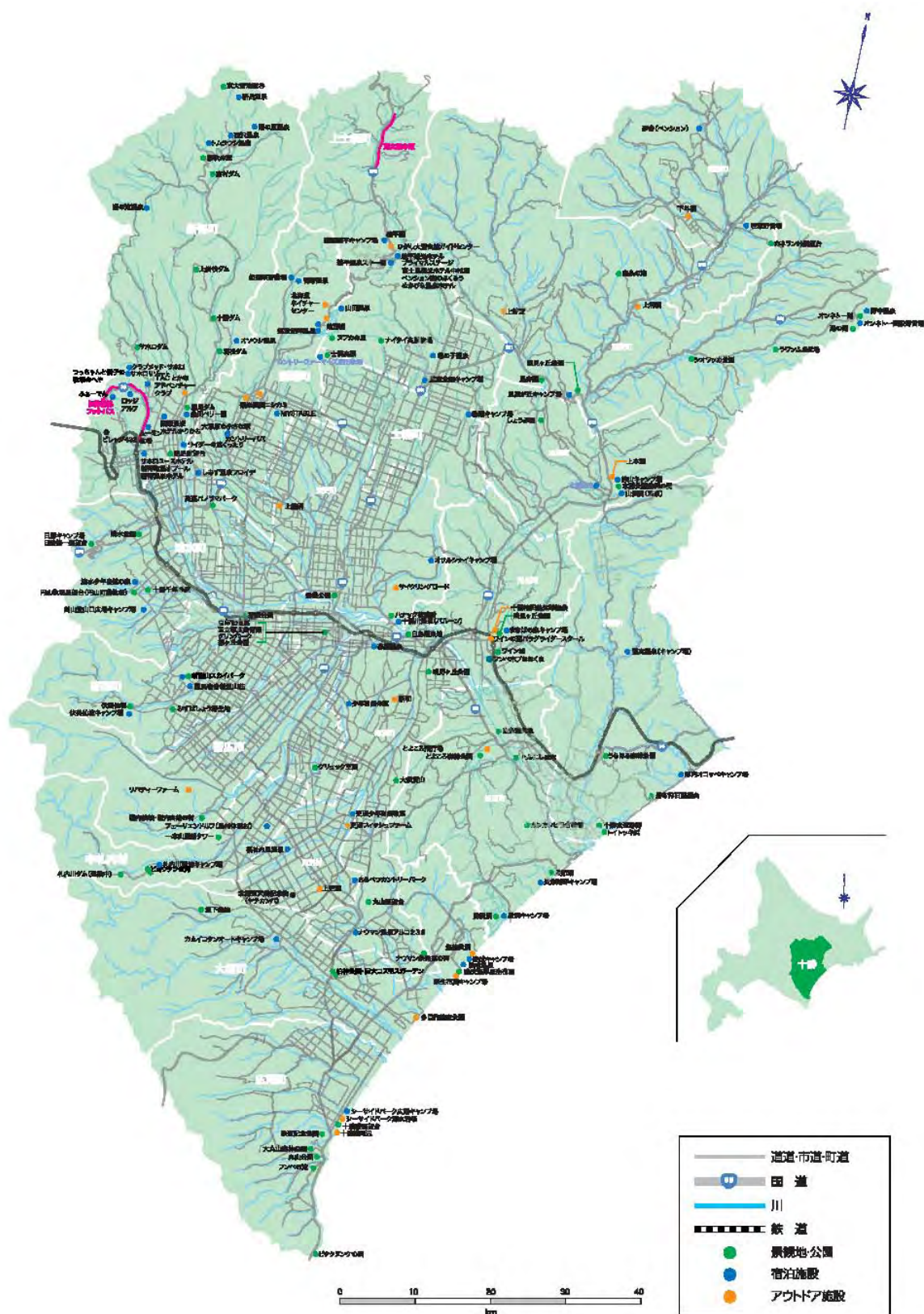


① 日高山脈ルート

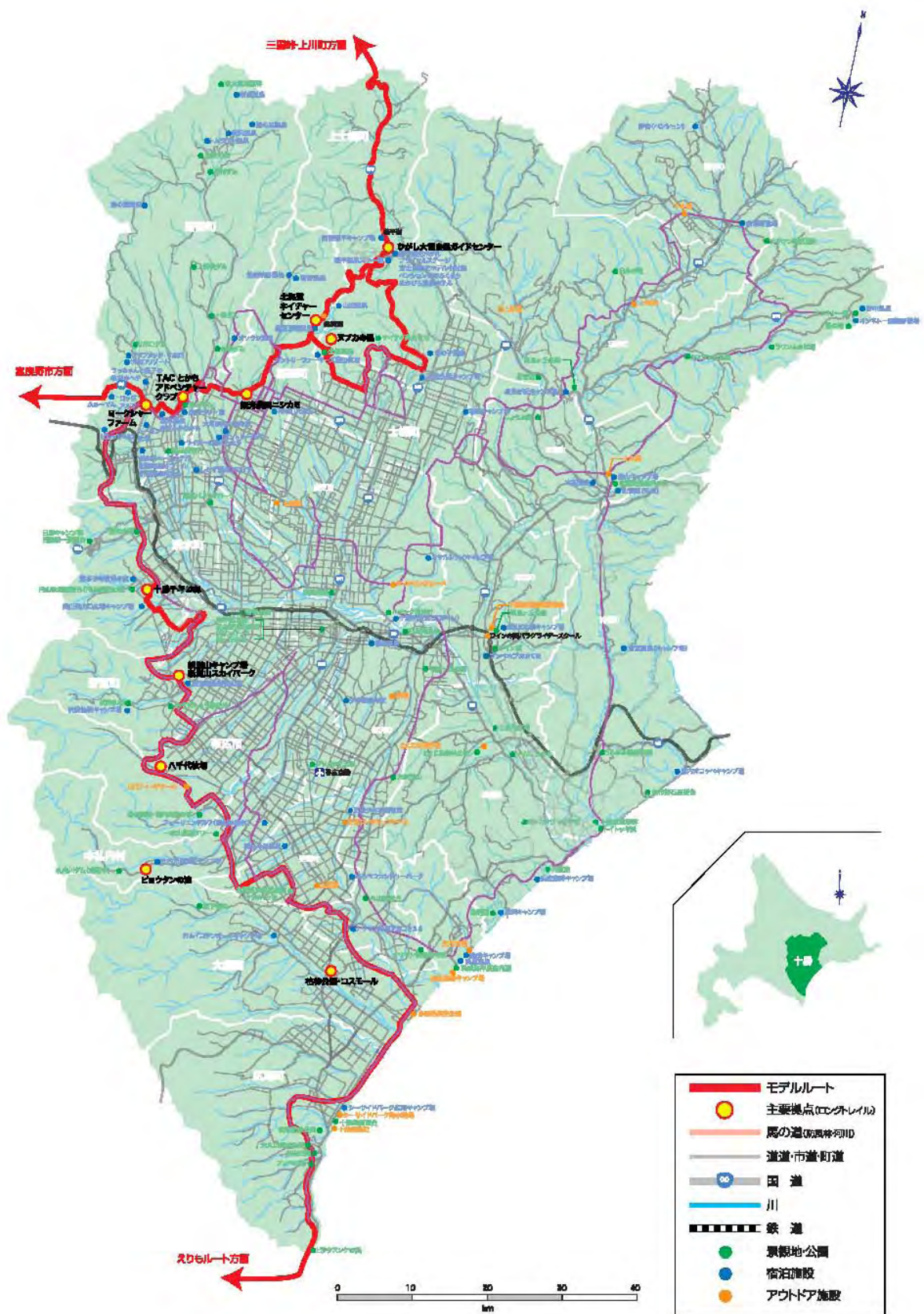
新得町から清水町日勝スキー場、ムーミン牧場、芽室町嵐山、帯広八千代牧場、岩内仙境、中札内ピョータンの滝に至るルート

② 大雪山系東南麓ルート

新得町から屈足温泉、鹿追西上観光農園・然別湖、士幌ヌプカの里、上士幌ナイタイ高原牧場・糠平に至るルート



資源分布図



農村癒しの道「ロングトレイル」モデルルート

2.3 ルート整備の課題

ルート整備の課題として、例えば、ひがし大雪自然ガイドセンターの河田氏は以下の点を挙げている。

- ①今後の延長等の整備が未定である
- ②行き止まりのため、ほとんどが糠平から3km区間の往復になってしまう。
- ③旅をする道でなく、単なる観光遊歩道としての位置づけにとどまっている。
- ④体験プログラムとしては、線路跡ばかり歩くので面白みに欠ける。
- ⑤自然歩道からの寄り道のビューポイントが必要である（タウシュベツ橋など）。
- ⑥観光歩道とはいいいながら、ヒグマがすみ、希少植物がある場所のため、心構えを説くインタープリターとビジターセンターが必要である。

このような意見から窺えるように、ルート整備に際しては、旅行者や地域住民の意見を反映し、魅力的なみちづくりを進める必要がある。

トレイルルートを含め徒歩による観光ルートに求められるのは、大規模に造成された道ではなく、変化に富み手作りの良さが実感できる道であることが必要である。従ってルート整備に際しては、先進事例に倣うと共に、地域特有の課題が顕在化することを前提として試行錯誤を重ねていく必要がある。更に言えば、不自由なところをその都度、手直ししながら道を造っていく過程そのものがトレイル整備の面白さの一つになっているということもできる。このような認識に立って、行政機関である国や道、市町村の役割と民間事業者らが連携し、協調しながら整備を進める必要がある。

2.4 「癒しのみち」の推進方策

2.4.1 推進のポイント

歩く旅の効果

- ・利用者の視点

森林保全などの環境教育や地域住民の健康・体力づくりのステージ、個人のライフワークの実現

- ・地域活性化の視点

地域の自然体感型観光の活性化、宿泊や滞在需要が喚起できるなど新たな観光マーケットが広がる可能、地域連携、地域の再発見の可能性



2.4.1.1 コンセプトの確立と理念の共有

グリーンツーリズムの担い手はお金や名誉よりマインドや志などの言葉を重視しているそのため、行政の地域振興計画や旅行代理店の体験観光ビジネスに「利用される」感覚をもちがちである。ロングトレイルが個人の趣味を超えて地域の資源となるために社会資本を投下すると言うことは、社会性をもった資源でなくてはならない。そのため、担い手のマインドを十分理解して共通の目標の提示を行う必要がある。

2.4.1.2 ネットワークと拠点

ツーリズム拠点ごとに一日コースをもちそれらが連携することにより、長いコースになるとも考えられる。ビジネス化を考えるためにも既存の宿泊施設の付加価値としてコースを設定する

2.4.2 連携方策

各地で既に取り組みされている活動を尊重し、基本理念を共有しながら緩やかな連携体制を構築する。具体的方策としては、相互の情報交換、共通のシステムに拠る情報発信、また目指す方向を常に確認し、将来像を共有する組織体制作りなどが求められる。

2.4.3 来訪者の受入れ方策

「道の駅」との連携と携帯電話等の活用

ロングトレイルに登録したトレイラーは地域の情報端末でチェックインを行う。情報端末は役場や体験拠点などのコンピュータや道の駅の情報端末なども対象とする。登録するとその記録はデータベースに記録され、WEBでも自分の歩く道筋などを確認できるようにする。また同様の情報はGPS携帯などでも見ることができる仕組みを作る。

2.4.4 推進の課題

癒しのみちを今後整備していく上での課題を整理する。

2.4.4.1 地権者との調整

ルートは国道、道道、市町村道、林道、林業作業道、明渠の管理用道路などのほか、保安林の中や農場の連絡通路、河川敷地など歩くことが可能な場所をルートとして設定する可能性がある。ルート検討には土地所有データの把握と関係者の合議が必要となる。そのため関係者が集まる調整会議を開催して、ルート案の作成と円滑な利用方法を検討する。

2.4.4.2 民間事業者の参画

ロングトレイルはアウトドア拠点の利用向上や、アウトドアビジネスの新しい商材として地域産業振興に新しいインパクトを与えるが、相互に連携を進めなくてはならないものであり、そのぶん他社とのネットワークのルールを決めなくてはならないことから民間会社の相互関係の調整も必要となる。

2.4.5 推進体制

平成 19 年 9 月、帯広市においてシンポジウムが開催されたのを機に、「十勝ロングトレイル研究会（準備会）」が発足した。この研究会は、平成 20 年 1 月に、新得町、鹿追町、清水町、上士幌町の 5 つの民間事業者らによって正式に発足した。

今後の推進体制として、地域の民間事業者を中核に、関係自治体、旅行業者、経済団体等の参画を得ながらこの事業に取り組んでいくこととなった。

① 参集範囲

民間事業者	アウトドア事業者、ファームイン事業者、農村レストランほか
行政機関	市町村、北海道、開発建設部
地域住民	NPO あうるず、十勝アウトドアネットワークほか

② 検討課題

運営システム	全体システムの検討（登録受け付け、施設割引、農産物連携など）
ルート検討	利用可能ルートの検討（環境省、林野庁、開発局、北海道、自治体、個人など用地所有者の洗い出しと調整）
周知システム	日本の制作委員会への参加、メディアへのアピール

2.5 基盤整備の方向

2.5.1 ルート整備

ルート整備にかかる最も基本的な方針は、「地域の特性を生かし旅行者が安全に楽しく歩ける道を造る」ことである。

英国のフットパスや米国のロングトレイルの例を見ても分かるとおり、既に存在する道路や河川敷地、防風林なども含めて歩行可能な空間を上手く活用しながら少ない投資で道路基盤を整備する姿勢が求められる。

十勝をはじめ北海道では、自動車の通行には便利であっても歩く人にとっては必ずしも安全・快適ではない道が少なくないことから、ルートの整備に当たっては先の基本的な考え方と参加者の意見を反映したルート整備が進められることが期待される。

2.5.1.1. 参加型の基盤整備

トレイルルートの基盤整備においては、必要最小限の造成や舗装、保安設備の設置等は行政機関が関与しながら計画的かつ効率的に進められる必要があるが、維持管理や簡単な工事等は、旅行者や地域住民が参加して行う方法も考えられる。信越トレイル（長野県・新潟県）などでは、ルート作りが目的となったプログラムも用意されている。

多くの人々が整備に関わることによって、交流が促進され、関わった人がトレイルルートに強い愛着を抱くようになれば、長期的には文化的な価値も高まることが期待される。

2.5.2 情報システム

ロングトレイルを推進する上で、情報システムの構築に必要なシステムのキーワードは、「PR」、「地図」、「サイン」、そして「交流」である。

2.5.2.1 PR情報

PRとは、地域外の人に認知してもらうための情報であり、集客の段階で必要な情報の領域である。知名度は付加価値を構成する要素の一つであり、可能な限り多くの人に周知

することが望まれるが、ニーズの在り処を探りながら効率的な情報発信に努めることも必要である。

インターネットや、専門雑誌、旅行会社の活用などの方策が考えられる。トレイル観光を楽しむ前の情報が網羅されていることが望ましい。

2.5.2.2 地図情報

地図情報は、事前、事後を含めてトレイル観光の最も重要な情報内容である。トレイルマップ等を別途制作し、利用者の便宜を図る。詳細情報については、インターネットを活用するなどして輻輳的に発信する。ルート情報はウェブサイト上で公開するとともに、現地での携行を想定した印刷物も用意する必要がある。

地図情報には、ルートや地形などの基礎的情報はもちろん、これを下図にして見所や注意点など旅行者に必要な様々な情報が付加されることが必要である。常に最新のきめ細かい情報を提供できることが望ましく、バーコードを介したインターネット情報とのリンクなど IT を活用した機能的な地図情報の形態が広まりつつある。

内容の管理、更新に際しては、適当な区間に分けて担当者が適時更新するほか、参加者からの情報（別途）の提供、書き込みを求めることによって、後述する「交流」にかかる機能の一端を担うことができる。

2.5.2.3 ルートサイン

ルートサインは、現地を実際に歩く際に、道に迷うことを防止したり、行程等を確認するために適宜設置することが望まれる。そのポイントは次のように考えられる。

- ・ 道標・ルートサインは、極力少なくする
- ・ サイン等は最小限の大きさにとどめる
- ・ サインのデザインを統一する
- ・ ルートマップのほか、GPS 付携帯電話や電子地図情報とリンクさせる



ルートサイン

2.5.2.4 交流情報

ここでいう交流情報とは、来訪者と地域で受け入れる人らが相互に情報を交換し、交流を深めるための情報システムを指す。このような情報は、実際に訪れた人が自らの体験を披露したり、これから歩きたいと希望している人が必要な情報を求める場合などに使い易いシステムであることがまず大切である。

またトレイルルートの付加価値を高めるために、その整備活用を通じて、多くの人に参加できるしくみが必要である。誰でも参加できる整備基金の設置や会員制度の創設などに

より日常的に利用することができない人に対しても参加できる機会を用意するなどの方法が考えられる。

2.5.2.5 会員制度

心理的なつながりを形にする方法として、記名や記念のモニュメントなどを設置する方法もあるが、継続的な経済活動としての機能を付随させる方策として会員制度の導入が考えられる。

会員の種別

正会員 原則として、参加者はすべて個人会員とする。

会費 終身 2,000 円程度 (案)

サポート会員 トレイル上またはトレイル周辺部にあつて宿泊施設 (ホテル、旅館、ペンション、民宿、キャンプ場、その他公共の宿など)、飲食施設、公共施設、コンビニエンスストア、ガソリンスタンド、その他小売店、サービス施設 (浴場、温泉など) など旅行者の支援を行う人々をサポート会員とする。

会費等の支弁

会費は、次のような目的のために運用する。

- ・ 地図・HP等の制作費
- ・ 運営管理費踏破認定に伴う諸費用
- ・ トレイルならびにルート of 整備費
- ・ 環境保護費
- ・ 森林等の管理費
- ・ 人材の育成 その他

入会申し込み方法

会員 運営主体である当該トレイル制作委員会が認定した、サポート会員で行う
サポート会員 当該トレイル制作委員会が認定する。

サポート会員の会員へのサービスと義務

ルート上には公共のトイレ、浴場の利用を可能とする。

サポート会員は会員に対して、トイレやその他施設の利用サービスに努めなければならない (有料可)。

その他会員のサービスとホスピタリティにあたることとする。

イベント等

ルート上および周辺部での記念イベント、祭り、その他地域行事の共催、後援、協力、シンポジウム、フォーラム、完歩者パーティの開催などその他。

2.5.3 送迎システム

宿泊するファームイン、旅館、アウトドア会社などで連携しながら快適な簡便なとれキングシステムを考える。昼食も決めたポイントにデリバリーしてついでにこの地域の話をしてくるようなホスピタリティを検討する。

特に十勝などでは、農村部の人口密度が低く、移動距離が長くなるため、危機管理上の問題も十分考慮し、事前に旅行者と協議し計画を監修するなどの支援策も含めて検討する必要がある。

2.5.4 認定の仕組み

トレイルルート完歩認定証の発行

トレイル完歩認定は事前に申し込み、または登録した会員に対して発行する。踏破の記念になるものであり、PR 方策と連携し知名度や付加価値を高める努力が必要である。

トレイル参加者（会員）は当該日終着地点のサポート会員（旅館・ホテルその他）で、スタンプの押印などを受けることを認定の条件とする。トレイル完歩者に対しては、完歩認定証または認定バッジなどを贈呈する。



認定バッジの例

2.6 拠点の必要性

これまでみた先進的事例からも分かるとおり、ロングトレイルの整備には、ハードとソフト両面においてしっかり連携の取れたシステムを作り上げることが必要である。その骨格を形作る上で特に重要になると考えられるのが総合的情報拠点である。旅行者の便宜を図る情報発信や交流の拠点として利用すると共に、受け入れる地域の活動拠点としての役割も担うためルート上に数キロメートル～数十キロメートルごとにを包括的に支援する拠点が必要である。

このような拠点を適切に配置し機能させるためには、トレイルルートに詳しい民間のアウトドア体験事業者らの協力が不可欠である。しかし、民間事業者の協力が得られにくい地域や場所では公共施設の弾力的な運用などによってこの課題を克服していく必要がある。道の駅や観光情報センターなどは、交通の利便性が高く地域情報が集まり易くなっていることからロングトレイルの推進においても有効活用が可能な施設であると考えられる。

2.6.1 道の駅等の活用

道の駅は、多くの旅行者が訪れ、地域の特色ある産品などについての情報も豊富に取り扱われている情報拠点である。多くの市町村に1箇所程度開設されており、近年、そのネットワークの広さと地域性から人気が高まっている。元来は自動車利用者の利便性を高めることを目的としていたが、トレイルルートと上手く組み合わせることによって、情報交換や飲食・休憩、避難など複合的なサービス機能を発揮することが期待される。

また、駐車公園や道路情報センター、観光情報センターなど、必ずしも物産販売等は行っていないとしても、潜在的な機能を十分発揮しておらず稼働率の向上が求められている公共施設等を、トレイル旅行者らのために一定程度供用することも検討されるべきものと考えられる。

2.7 他圏域への展開

留萌や函館、稚内など他圏域に展開する構想を策定する。留萌では番屋と民宿を中心として日本海沿いを歩く「夕日ロングトレイル」、釧路では既存活動と連携し「釧路湿原トレイル」などが考えられる。

2.7.1 北海道全域での展開

ロングトレイルはハードウェアではなく、ファームイン、ファームレストラン、農家、自然、景勝などのソフトの連結をするための手段であるため、各自が各自の動機で参加できる仕組み作りが重要である。そのためには、旅行代理店や経済団体の参画は重要ではあるが主役にはなり得ないため、トレイルを構成する担い手の参画を促せる仕組みに留意する必要がある。

十勝で検討を進めているロングトレイルを全道に展開していくために、実施主体はもちろん、北海道開発局や北海道等の行政機関、洞爺湖サミットと連携した「洞爺湖フットパス事業」等と連携を図っていく。今春以降、ロングトレイルの推進における全国的な展開が本格化するのに併せて、北海道においても各地の活動をネットワーク化しようとする気運が高まりつつある。関係諸団体と連携し、農村地域の振興に結び付けていくことが期待される。