

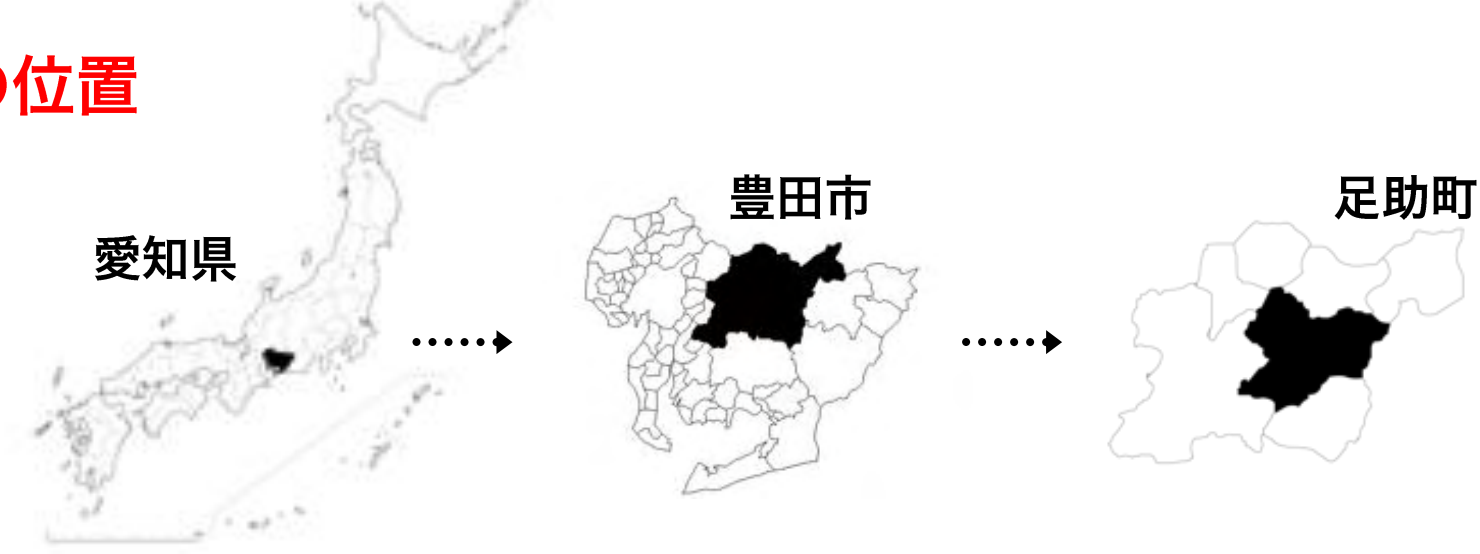


A
suke



2011

足助の位置



足助の歴史

- 江戸 塩の道（中馬街道）の宿場町として栄える ⇒歴史的な町並み
香積寺の和尚が飯盛山に楓を植樹 ⇒後の香嵐溪
- 明治・大正 人々の往来が活発化し町は繁栄のピークを迎える
- 昭和 人口減少、商店街の衰退化
第一回全国町並みゼミの開催
- 現在 様々なまちづくりイベントの開催
2011年6月、愛知県初の重伝建地区選定

足助の魅力

①歴史的な町並み



- 様々な時代の建物が残る
- 平入りと妻入りが交じり変化に富む
- 街道と、街道に交差する狭い路地
- 昨年6月に重伝建地区に選定



②豊かな自然



- 紅葉の名所「香嵐渓」
- 街道に沿って流れる足助川
- 足助の町を囲む山々

足助の魅力

③素朴な人々



足助人

- ・おもてなしの精神
- ・あたたかい心意気
- ・こだわりを持つ

④こだわりの食



- ・豊かな環境
- ・おいしいもの
和洋菓子
こんにゃく
味噌漬け…

足助PJについて

経緯：豊田市からの委託

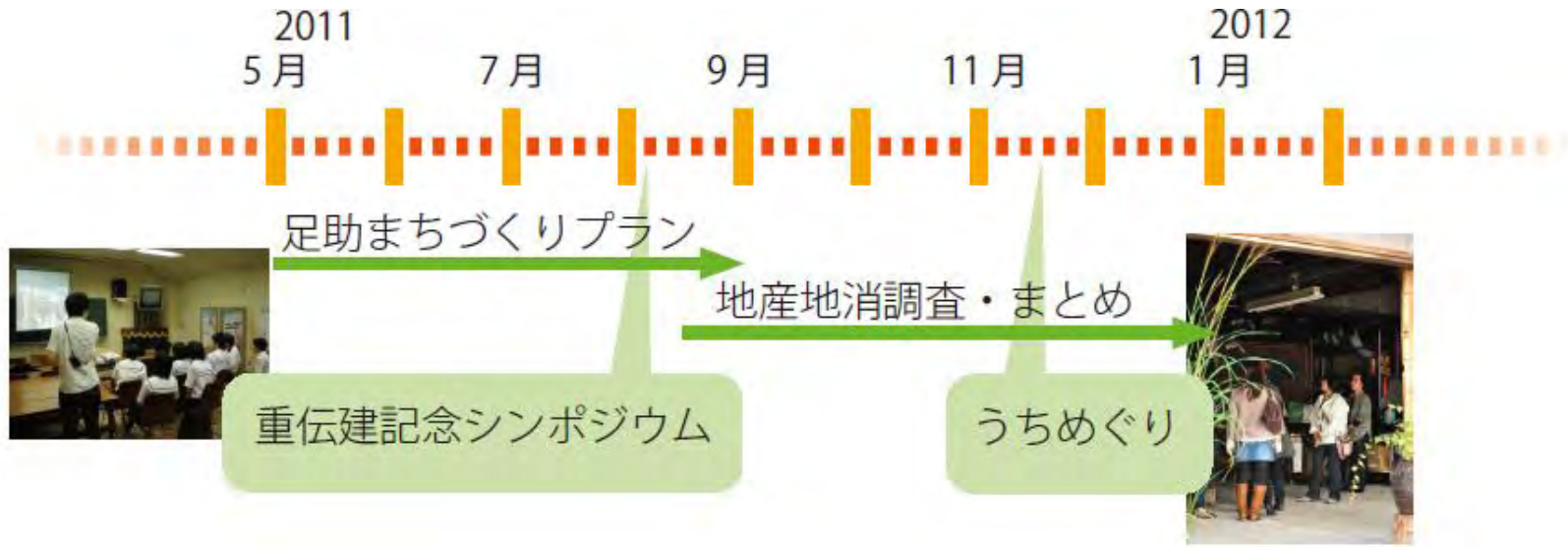
期間：2008年度～2011年度

メンバー：窪田先生、永瀬助教のご指導

M2 三名、M1 一名が中心に活動（2011年度）



2011年度の活動：足助まちづくりプランの作成
地産地消調査
うちめぐりのサポート



足助のまちづくりの方向性：「生活と観光の融合」

2010年のまちなか社会実験「あすけうちめぐり」の成果を踏まえ、「生活と観光の融合」というまちづくりの方向性に向けた具体的な取り組みについて、地域の方々と共に検討を行った。その内容を足助まちづくりプランとしてまとめた。



あすけうちめぐり

まちなかの調査を踏まえ、足助の魅力である、まちと町家の「うちがわ」を公開し、地域資源に触れられ地元と来訪者との交流が誘発される機会を設けた。



足助PJ

足助まちづくりプラン

足助まちづくりプランの構成

足助の今後のまちづくりの方向性や、解消すべき課題と積極的に取り組む必要のある計画や行動をまとめたものが「足助まちづくりプラン」である。

まちづくりプランは大きく以下の3つの部分により成り立っている。

①まちづくり戦略「生活と観光の融合」

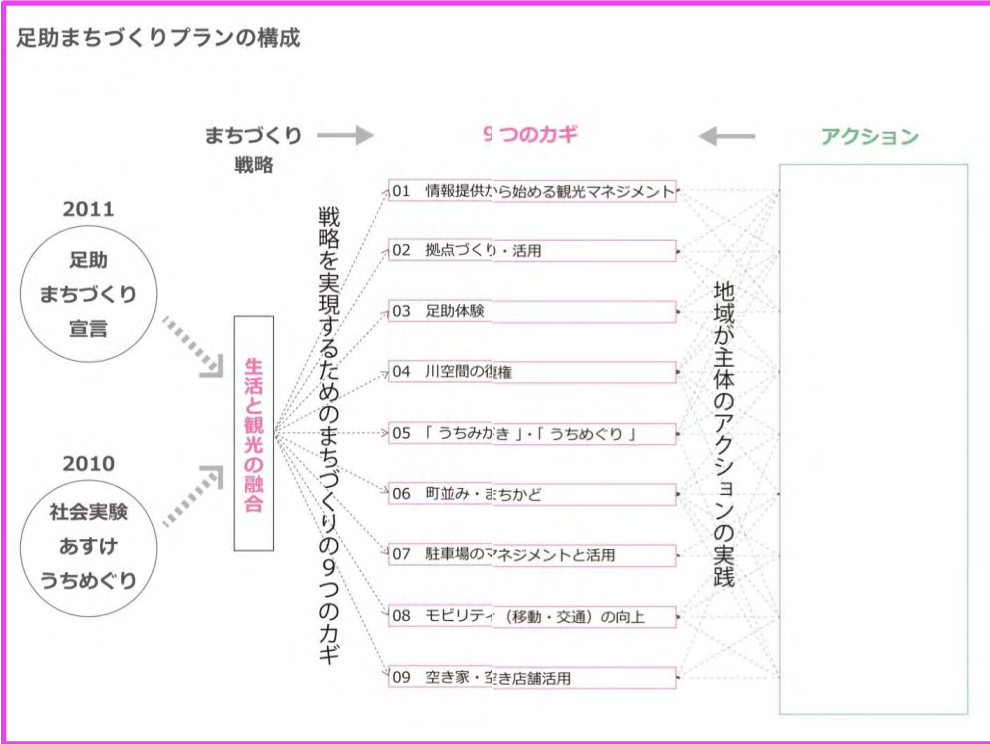
…足助の伝統的な生活空間や歴史・文化を活かし、交流の絶えない、生活と観光が融合したまちの姿こそが、足助の目指すべき将来像である。

②足助まちづくり「9つのカギ」

…まちづくり戦略を実現するためのカギ。テーマごとに「まちづくりの方針」と、「アクション (=具体的な行動・取り組み)」を位置づけた。

③足助まちづくりアクション

…「9つのカギ」で定めたまちづくり方針を達成するために、地域の主体や地域住民が進める具体的な取り組みである。



08 モビリティ(移動・交通)の向上

課題と可能性

①観光客の回遊行動

問題点・課題

香嵐渓付近に車を止め、西町からまちなかに入る観光客が多いため、新田町までは途中で引き返してしまう。また、まちの入口が認識しにくく誘導案内も不十分になっている。

今後の可能性

中央駐車場など、観光客の新たなまちなか観光の起点になりうる施設が存在する。それらを活かして新たなまちへのアクセスと観光客のまちなか回遊ルートをつくりだせる可能性がある。



②公共交通

問題点・課題

おいでんバス、名鉄バスというバス交通があるもののそれほど利用者は多くない。自家用車の方が使い勝手が良いためと考えられる。

今後の可能性

おいでんバス、名鉄バスとも病院を中心にしたルート構成になっているので、バス停の設けや配置などを改善することで、利用しやすくなる可能性がある。通学や高齢者以外の利用者層を広げていく視点が必要である。

③まちなかでの移動手段

問題点・課題

まちなかを移動する際、車を降りてからは徒歩しか選択がない。高齢者のまちなかでの移動の負担が高くなっているとともに、観光客の回遊性を低くしている原因となっている。

今後の可能性

現状では短距離移動用の交通として高工会のレンタサイクルである「進太郎」があり、活用することでまちなかでの移動を充実させることができる。

④高齢者の移動

問題点・課題

まちから出る際の高齢者の移動を助けるバスだが、バス待ち空間があまり整備されていない。また自宅からバス停までの道のりが長い等、外出が不便なことも多い。

今後の可能性

あいま〜るが2011年度より増便される等、交通環境が向上しつつある。あいま〜る等を活用・改善することでさらに高齢者の移動しやすい環境が整う可能性がある。

まちづくり方針

①町へのアクセスの仕方を新しくし、来訪者の回遊性向上をはかる

香嵐渓から離れた位置に新しいまちなかへの入口を作る。来訪者がまちなかを歩き始めるための新しい起点をつくることで、来訪者がもっと足助全体を満喫できるようにする。

②徒歩・車以外の短距離移動手段を整備する

今ある乗り物を利用したり、足助になかった新しい乗り物を導入したり、車以外にもっとまちなかで短距離を移動するのに適した移動手段を用意する。そして移動の途中に休憩できるような場所も、整備していく。

③今あるものを少しずつ改良し、住民にも観光客にも使い勝手の良いものにする

足助にはバス、自転車、電気自動車など実は様々な交通手段がすでに存在している。交通環境を大きく変えることだけを考えずに、今ある交通手段を組み合わせる良いところをのびしていく。

解説

足助へ訪れる、足助から出かける、まちなかを移動する。もっと生活がしやすくなるように、高齢者の移動を助けるように、また来訪者がもっと足助を満喫できるように、人の動きに寄り添った便利な移動環境を作っていく！



例えば…

「足助川対岸に新駐車場をつくる」
中央駐車場を利用するなど、まちの奥に来訪者の新たな受け皿を用意することで、来訪者にまちを歩く色々なルートを提供できる。

例えば…

「ネオ人力車」導入
いままで足助になかった移動手段を導入してみる。足助ならではの懐かしさと新しさの合わせた乗り物は、来訪者だけでなく高齢者の買い物など足助の暮らしも助ける。

例えば…

「陣屋跡を活用し、おいでんバスをまちなかへ！」
まちの歴史的中心であった陣屋跡を活用。まちなかにバスを通し、高齢者が使いやすい路線バスにする。

18



▼まちづくりプラン検討会の様子

足助のまちにおける生業

歴史あるまちなかの生活空間

⇒もとは塩の道を拠り所とする商業の発展によって育まれたもの

- ・塩をはじめとする物資の中継地
- ・周辺農山村の産品を集め、加工・販売を行う
- ・交通を通じた交流が盛ん

「商い」

まちの歴史や地域構造を形成する上で重要な役割を担ってきた。



地産地消調査

製品のやり取りを通じた周辺地域とのつながりが明らかとなり、「生活と観光」が融合したまちなかの営みを支える、足助地域圏の将来の方向性を示し得るのではないかと考えた。

アンケート、ヒアリング調査

実施日：2011年9月12日（月）～14日（水）

アンケート配布店：115店

アンケート回収店：88店

（飲食店：19店、食品店：16店、
食品を扱っていない商店：53店）

アンケート回収率：76.5%



アンケート項目

①商店の基本情報

- ・業種、商売の形態、後継者
- ・商売を始めた年、何代目
- ・休業先
- ・従業員

②顧客に関して

- ・観光客と地元客の割合
- ・訪れる地域
- ・配達、出張について
- ・自動車で訪れる割合、駐車スペースについて

③商品に関して

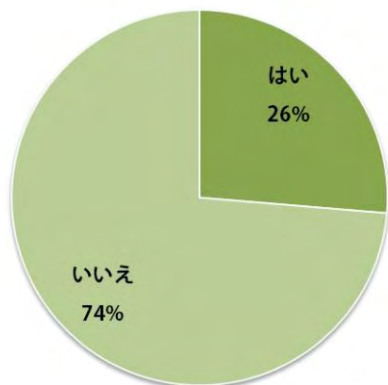
- ・地元（足助地区、豊田市、愛知県）で仕入れる材料、商品について
- ・足助以外に卸している商品について
- ・販売の工夫

「地のもの」を使う取り組み

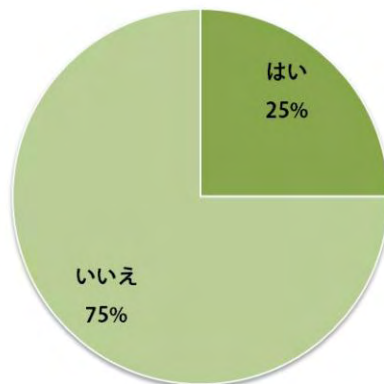
地元産のものを使用、仕入れているかなどについて質問した。

回答の中で、産地を「足助地区」、利用する理由に「品質の良さ」や「意識的に地元産の材料を取り入れたい」等、こだわりが感じられる項目を選択した商店を対象にヒアリングを行った。

1) 足助産の材料を使用する



▲「足助産の食材を使用している」 飲食店（左） 食品店（右）



▲近くで育った鶏肉を使用しているカレーうどん

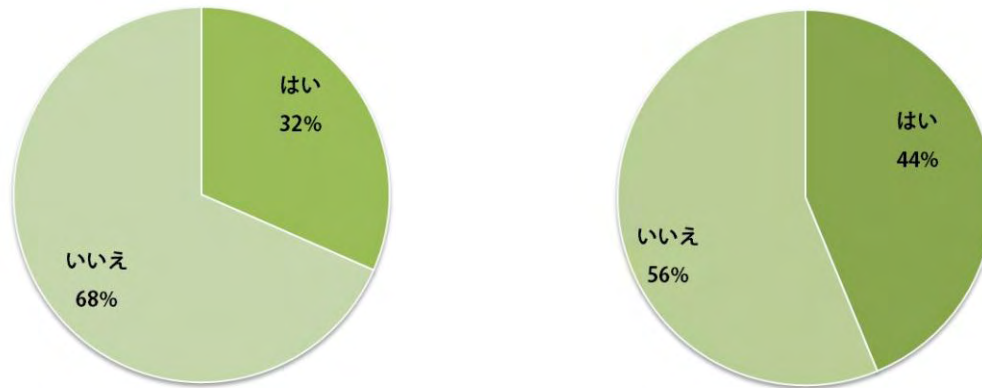


▲湧水を餡に使用している最中

調査対象地域の飲食店の約1/4で、足助産の食材が使用されている。食品店でも同様の結果が得られた。

「地のもの」を使う取り組み

2) 豊田市内産の材料を使用する



▲「豊田市内産の食材を使用している」 飲食店 (左) 食品店 (右)

豊田市内産の材料を使用している飲食店は21%であり、食品店は44%を占め飲食店の倍以上の値を示し、扱う商品が多い分、産地の範囲に広がりがあることがわかる。

調査結果より

■ヒアリング結果

地域で採れた果物や鶏肉、湧水を商品に取り入れる理由として、

- ①「新鮮である」という品質面でのこだわりだけでなく
- ②昔からの知り合いである等、人づきあい等の社会的関係 が影響している。

■地産地消の実態

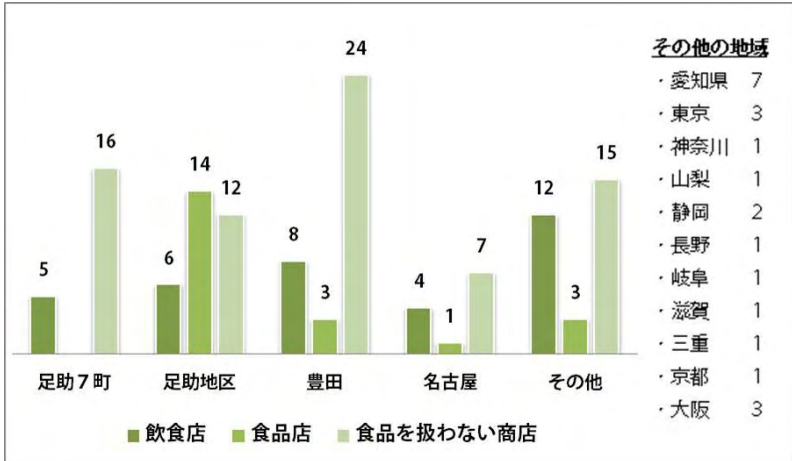
足助地区では2005年の専業農家の割合は4.3%であり、農業が必ずしも盛んであるとは言えないが、足助産と豊田市産の食材の利用率に大きな開きはないため、生産地の面積の違いを踏まえれば、**足助産の食材が積極的に利用されている**と言える。



■産品を通じた「足助地域圏」の広がり

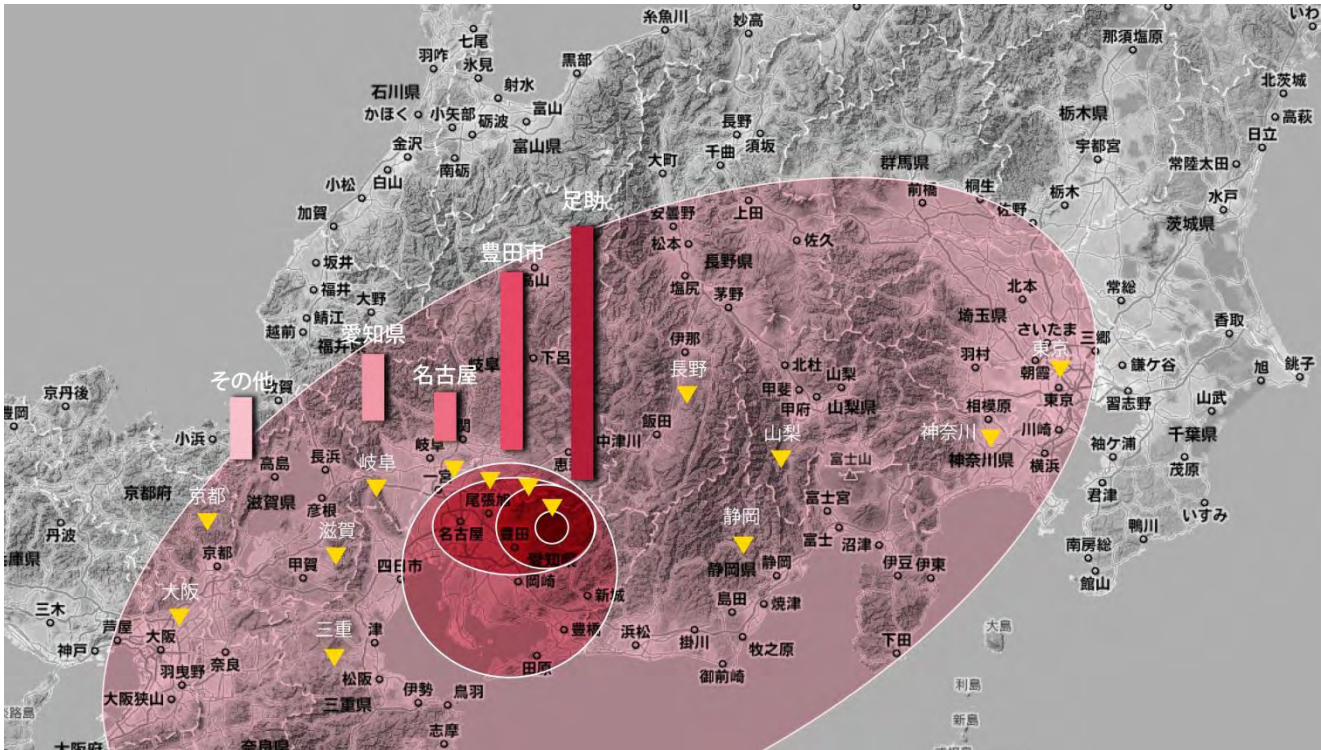
調査より「足助」として認識される地域圏の広がりが、浮かび上がってきた。

顧客の範囲

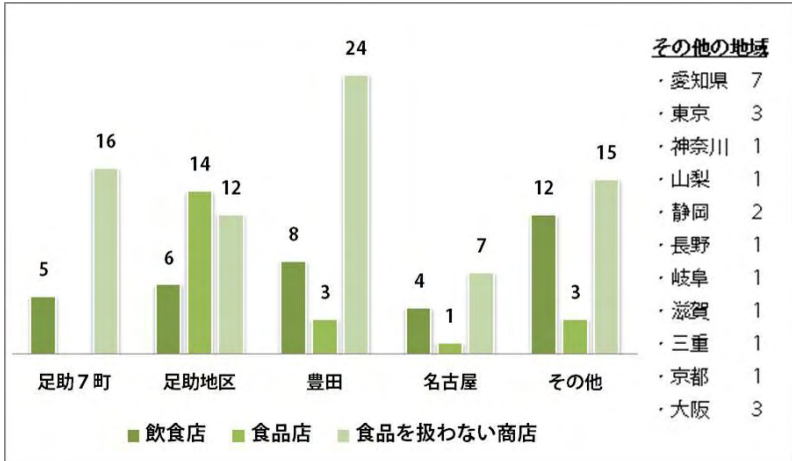


顧客の住む地域は足助地区が最も多く、次いで豊田市である。豊田や名古屋方面だけでなく岡崎方面から訪れる顧客がいるケースもある。

観光客の割合が高い商店は顧客の地域に広がりがあり、そのため全体の顧客の範囲は広範囲に及んでいる。



商品の卸先の範囲

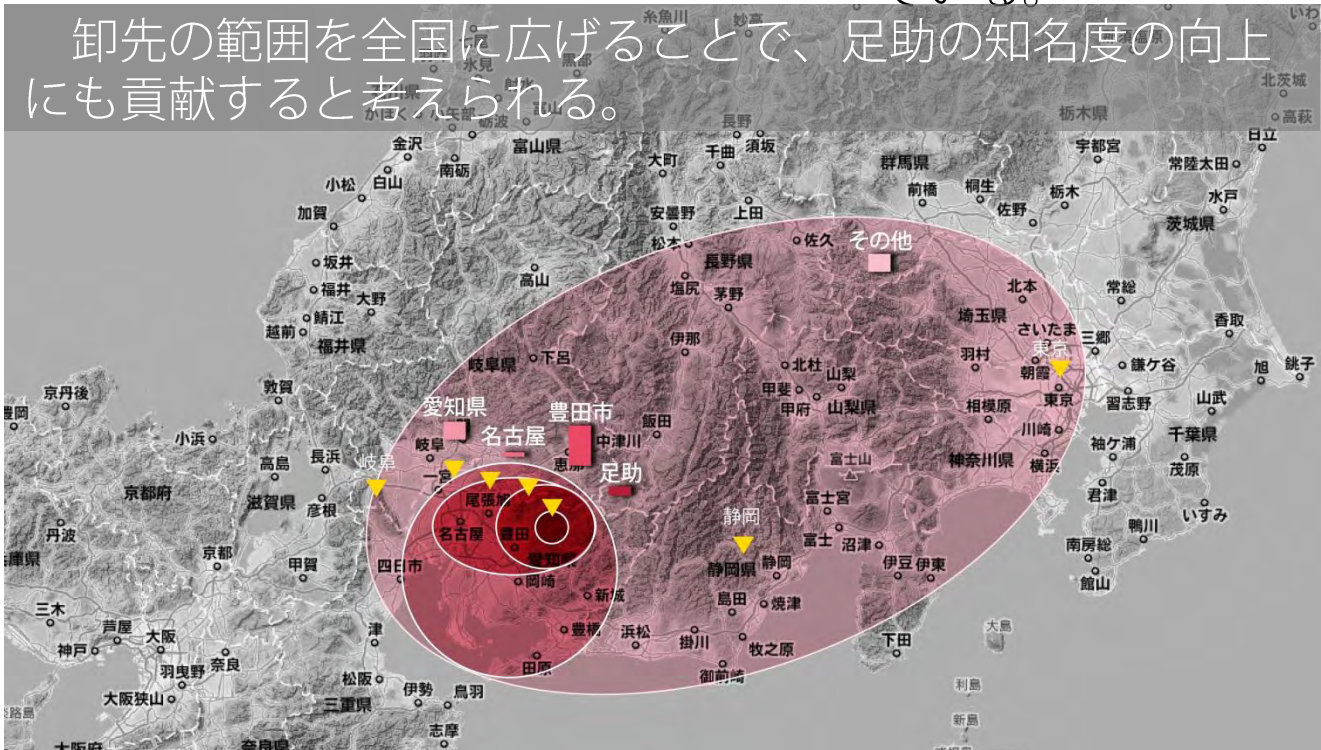


足助でつくられた商品などを足助内の他の商店や他地域の商店に置いている例は少ない。しかし、卸先が広範囲にわたる店もある。

例えば…

牛蒡の味噌漬けを、銀座のミシュラン星付きの寿司店や静岡、岐阜など各地に卸している。

卸先の範囲を全国に広げることで、足助の知名度の向上にも貢献すると考えられる。



▲牛蒡の味噌漬け

今後の地域圏の可能性

足助の商業に関わる圏域は、中部地方のみならず大阪や東京に至るまでの広域に及んでいる事が明らかとなる一方で、かつては確固とした関係があった信州方面との関係が薄い。

⇒足助の商業が大都市を中心とする流通体系に

組み込まれている事も改めて認識

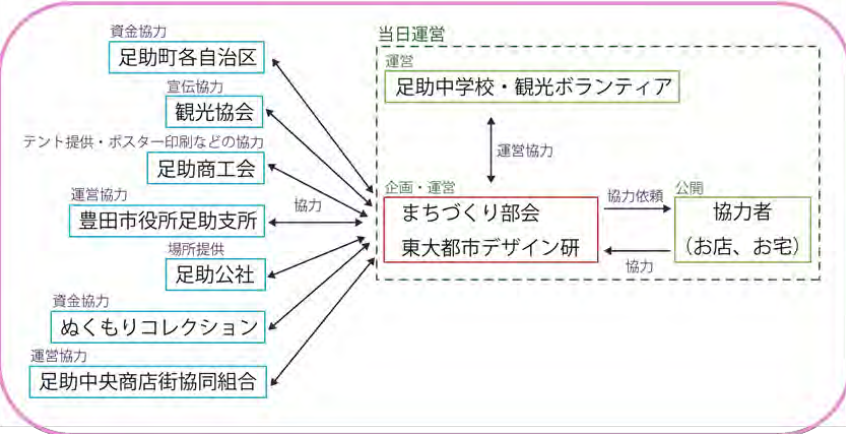
特定の商店が持つ圏域の広さが、足助の生業全体に関わる圏域の範囲を広げる要因であるため、商品の魅力によって、足助の商品を発信する圏域を広げることが可能である。「足助」と認識される地域圏全体で連携しながら、情報発信と一体となった地産地消の取り組みを進めていく事が、

地域の生活にも観光にも寄与する「商いのまち」としての足助のこれからを切り拓く。

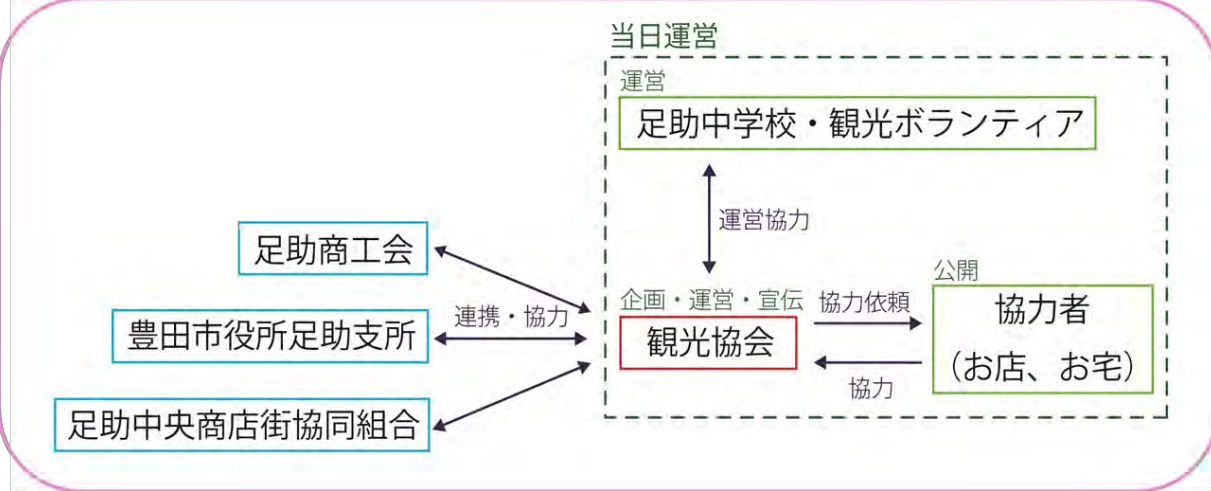
地元主体で「うちめぐり」を行う

2011度は足助観光協会が主催となり、前年より規模を縮小して、地元が自分たちで行える範囲で「うちめぐり」を実施。我々は、当日のお手伝いを行った。

2010年度 社会実験「あすけうちめぐり」



2011年度 「あすけうちめぐり」



ご清聴ありがとうございました



足助プロジェクト