



京都駅からバスで1時間半の京北地域。農家民宿情報も提供している



京都の過疎地 インバウンドで脚光

京都駅から、国道を車で1時間ほど北上した地域・京北^{けいほく}。農村と杉の森林で囲まれた過疎化の進んだ地域に、外国人観光客が、古き良き日本の姿を求めて足繁く通い始めているという。その仕掛けを作ったのが、都市部からの移住者が設立したクリエイティブ集団「里山デザイン」だ。移住者だからこそ見える視点で、地域社会の課題に取り組んでいる。

(寺町 幸枝)

「京北は、京都市内の一部。大阪市とほぼ同じ広さにもかかわらず、人口は4千人足らず。森林に住む8千頭の鹿の半分しか人が住んでいない」

里山デザインのプロデューサー・太田みどりさんはこう説明する。地域の93%が森林で、水運を利用し、古代から京都御所や寺社仏閣の材木供給地として林業が盛んだ。一方で、過疎化、高齢化、耕作放棄地、獣害といった地域課題も山積みだ。

そんな中、4年ほど前から都市部からの移住者たちが集まり「里山デザイン」を設立した。メンバーは、太田さんのほか、海外での経験豊富なフォトグラファターの福元宏徳さん、デザイナーとしてグッドデザイン賞の受賞経験もあるデザイナーの國松繁樹さん、外国語を得意とし里山のガイドもこなすコミュニケーショントレーナーの中山慶さんらだ。

彼らが採用した社会課題へ

のアプローチ方法が「ソーシャル・インパクト・デザイン」である。ソーシャルインパクトとは、企業や組織の活動が、その地域を良くすることと、社会に対するポジティブな結果を生み出す活動全般を指す。

里山デザインは、「統一的デザイン」というアプローチを通じて、京北という地域の価値を一つにまとめ、地域の良さを国内外へ定期的に配信する役割を担っている。

対外的なイメージを統一

里山デザインは、2年半前に法人化して以来、京都市内のデパートやホテルで、行政や商工会、林業家や農家、作家や地元のお店を巻き込み、何度もイベントを実施した。

「全国の地方で『地域おこし』の多くが単発で終わってしまいうのは、既存のヒエラルキーや力関係に縛られ、地元住民が主体にならず、根の張った取り組みが育っていないから

ではないか」(太田さん)

里山デザインは、こうした力関係に影響を受けないフラットな京北地域全体のライフスタイルをPRする「KEIHOKU Style(ケイホクスタイル)」というプラットフォームを構築することで、対外的なイメージの統一ができるようになったという。

さらに、訪日外国人(インバウンド)向けの宿泊施設や体験ツアーの提供や、地元商品のパッケージの企画制作を行うことで、対外的な京北のイメージの一本化を図ってきた。

6月には、民泊事業を牽引する「エアビアンドビー」と本格的に事業展開を開始するほか、大手企業からも事業参画に名乗りが上がっているという。観光庁や他国の教育機関からも、スタディーツアーの要望が入る。

里山デザインの手法は、日本全国の地方自治体の問題解決への手がかりになるかもしれない。