



第37回寒地技術シンポジウムのお知らせ

第37回寒地技術シンポジウムを
札幌市(会場:札幌市教育文化会館)で開催いたします。
寒地技術に関心を持つ多くの皆さまのお申込み、
ご参加をお待ちしております。
詳しくはホームページ
<http://www.decnet.or.jp/project/ctc/>をご覧ください



「寒地技術シンポジウム」ウェブサイト

■開催日:2021年11月17日(水)~19日(金)

■会場:札幌市教育文化会館(札幌市中央区北1条西13丁目)

■内容:

- ★聴講(無料).....【受付締切】10月22日(金)
- ★論文(査読・報告論文共通で口頭発表を行います)
 - (1)査読論文→申込・査読用概要提出.....【受付締切】受付は終了しました
 - (2)報告論文→申込・概要提出.....【受付締切】9月3日(金)
- ★原稿提出.....【受付締切】10月20日(水)
- ★技術展示(今年はオンライン展示会となります)→お申込み...【受付締切】9月17日(金)
- ★講演論文集(CD-ROM)・概要集(冊子)→お申込み(有料).....【受付締切】10月22日(金)



「シーニックドライブマップ 2021年度版」発売中! 定価200円(税込)

今年のテーマは、地域の景色を満喫できる「シーニックデッキ&おすすめビューポイント」です。その他、地域イチオシの食を楽しむ「おいしい道の駅」や、眺望良し!食べて良し!の「おすすめシーニックなカフェ」、寄り道スポット、ビューポイントと一緒に、シーニックバイウェイ北海道のスタッフがおすすめするドライブコースを紹介します!



「道の駅」マップ付き! 全道の道の駅で購入できます!



北海道のよりみちドライブ情報 「Scenic Byway vol.27 夏秋号」

本号の特集テーマは、「ドライブ&Jump!」。待ちわびた北海道の夏の訪れ。そして季節は移り、大地の息吹を感じる実りの秋までを楽しめる旅を「Jump」をテーマにご紹介します。北海道内の道の駅などで配布中です。ぜひ手に取ってご覧ください。

halnoさんの表紙!!



編集後記

約20年前に働いていたデザイン会社に、新入社員として入ってきた男の子がhalnoさんでした。他の支店から応援という形でやってきた彼は半年間だけ札幌にいたのですが、不思議ととても仲よくなり、一緒に道東旅行に出かけたりするほどに。当時halnoさんはイラストをよく描いていて、家に遊びに行った際、似顔絵を描いてくれました。忸怩に描いた似顔絵はとてもかわいらしく今でも宝物です。そんな少年だった彼と長い年月を経て一緒に仕事をできるようになるとは...涙。これからもまた一緒に仕事してねーくじらん!※恋バナとかではないです。(MK)

約20年前に描いてもらった似顔絵(批判等は一切受け付けません)▶



dec monthly vol.431

2021年8月1日発行

発行人 山口 登美男

編集人

発行所 一般社団法人 北海道開発技術センター

〒001-0011 札幌市中央区北1条西2丁目2番17

TEL (011) 738-3363 FAX (011) 738-1889

URL <http://www.decnet.or.jp/>

E-mail dec_inf001@decnet.or.jp



Hokkaido Development Engineering Center

dec monthly

2021.8.1 vol.431 デックマンスリー



● Monthly Topic (マンスリートピック)

〈寄稿〉地元自慢のとびきりの道あります。
シーニックバイウェイ「秀逸な道」はじめました。

● dec Report (デックレポート)

SBWと道路協力団体の制度を活用した事例

dec Interview >>> フォトグラファー、インスタグラマー halno 氏

道東・斜里町の「天に続く道」(国道334・244号)。緑のなかを一直線に突き抜ける道路上に、ふんわり浮かぶ、ほうきに乘った赤シャツの男性。国内外各地の絶景を飛んできた、この「ほうき男」の正体がhalnoさん。世界に27万人のフォロワーを持つ有カインフルエンサーに「インスタの世界」について伺うことができました。

シーニックバイウェイ北海道の情報誌「Scenic Byway」最新号(27号 2021年夏秋号)の表紙では色鮮やかな美瑛の丘を飛んでおられます。巻頭エッセイでは青春時代の北海道旅行の思い出話も。

もともとは、イラストレーターにならなかったんです。あちこち旅して、いろいろな景色を見たいという憧れが強く、大学1年のときには原付バイクで北海道1周旅行へ。親にバイクを買ってもらったその日に福島県の自宅からもう少し、もう少しと北上し、結局、北海道のテッペン(稚内)まで到達。野宿したりバイトしたりの20日間ほどの旅でした。就職して入社1年目に仕事でも北海道に半年ほど滞在し、そのときも道東の旅を満喫しました。振り返ると北海道とはご縁があるなあ、と思います。

学生時代はサッカーでも忙しい毎日を送っていました。Jリーグのチームにスタッフとして所属し、試合で全国各地に遠征。他のメンバーは飛行機や新幹

線で地元へ帰るところを僕は鈍行列車でゆっくり旅しながら帰還。だから、19歳ぐらいで沖縄県を除く全都道府県を踏破していました。

そんな調子でサッカーや旅に熱中していたから、今思えば大学は真面目に行っている方ではなかったかもしれません。でも、作品についての成績は行っていない割には良かったかも(笑)。卒業後はデザイン会社に就職し、商業デザイナーとしてキャリアを重ねるうちに、イラストは徐々に趣味に近いものになっていきました。ブログなどでイラストを発信するうちに、たまたま見つけたのが、サービス開始間もない写真投稿アプリのインスタグラム。2010年10月のことで、気軽な気持ちでイラストを毎日書く励みにしようと思ったんです。

投稿は間もなくイラストから写真中心になり、ほうきに乘って飛行する姿が瞬く間に話題に。それから10年、「halno」アカウントには世界各地の美しい「飛行」写真が満載です。

最初にほうきに乘って撮影したのは、当時住んでいた兵庫県明石市の自宅近く。道端に、百均で売っているような小さなほうきが落ちていて、カメラマンの仲間「これで飛んでみいよ」と言われて、またいでジャンプ。撮影してみたら凄かった。普通の日常の何でもない道路の景色ががらりと変わって見えたんです。

「旅とファンタジー」が僕のキーワード。瞬発力が勝負のインスタで、アカウントを育てていくためには、何より個性と統一感が大切ですね。

dec Interview

はるの(本名:鯨岡遥乃)

1978年福島県生まれ。デザイン会社、大手飲料メーカーなどでデザイナーとして勤務の傍ら、インスタグラム草創期の2010年から投稿を始め、旅先を背景にした「浮遊写真」で一躍、人気インスタグラマーに。テレビ、雑誌、講演などでも活躍。著書に「今宵、空で会いましょう」(2015年)がある。趣味は「子どもと遊ぶこと」。

本当に浮いているように見える面白さもあるけれど、僕にとってはイラストの表現で目指してきたファンタジックな要素が写真でも表現できる、という発見がありました。旅先の風景をそのまま背景にして、僕自身が旅したときの服装や雰囲気、におい残しながら旅のシーンをファンタジックに表現する作品を発信していけると。

「飛行写真」の反響は上々で、「いいね」が激増。米国のインスタグラムの担当者も注目してくれて、おすすめアカウントにたびたび挙げてくれたので、フォロワー増は加速しました。まだ日本でインスタが知られていなかったころなので、フォロワーの主力は米国など外国人。「ジャパニーズ・ハリー・ポッター！」というコメントをよくもらいました。その後、日本のフォロワーは増え、現在、6対4ぐらいで日本人が多いですね。

飛行写真はもちろん合成ではありません。撮影方法のタネあかしは投稿のな



斜里町「天に続く道」

かでもしていますが、ジャンプしたところを連写機能でとらえ、飛び上がった足元の地面をトリミング(写真を切り取る)をすると浮いているように見えます。撮影するのは、旅に同行した人。極端に言えば、行きずりの人でもいい。こちらで露出など細かくカメラの設定をしておき、撮る人には位置や角度などわかりやすくポイントを伝えてシャッターを押してもらおう。撮る人が迷わないように、ほとんど「押すだけ」を頼んで撮影しています。

「halno」が、多くのフォロワーを長く獲得し続けてきた理由は何だと考えられますか。

SNSは、ただ個人的な記録を発信したいのであれば、その人の好きなようにすればいい。でも、「アカウントを成長させる」つまり、いろいろな人に見続けてもらうためには、見た瞬間に、その個性や人となりが伝わらなければダメですね。

「インスタ」というぐらいだから、じっくり見ないとわからないというのではフォローしてもらえない。ちょっぴり見て「いいな」と感じてフォロー、という瞬発力の世界ですから。アカウントを開いたときに、サムネイルに並んでいる画像から個性や雰囲気がすぐに伝わるかどうか。そこにかかっています。

僕も当初はイラストとあわせて旅の写真を載せたりして統一感がなくバラバラでした。それで「halno」のアカウント・オンリーの作品たちを載せるようにしたいな、と模索していた矢先、偶然、道端にほうきが落ちていた(笑)。これ、本当なんです。以来、このスタイルを貫いてアカウントを育てていこうとやり続けてきたんですね。

ほうきにも歴史があり、軌道に乗りそうだなと思ったころは京都に住んでいた。京都の専門家に相談して、少し上等なほうきを新調しました。見るからにしっかりした上質なほうきでお気に入りだったけど、長くて持ち運びが面倒。海外に行ったときなど、あちこちの空港で「空飛ぶつもりで来たのか」と聞かれたり(笑)。東京に住まいを移してから、インスタグラマーとして所属していた事務所(2020年退所)が専門業者に頼んでくれて、分解して持ち運べる、特注のほうきをつくってくれました。今は、それを持って旅をしています。

こんなふうに「旅とファンタジー」というキーワードで発信し続けているうちに、観光庁や自治体、旅行代理店などから情報発信のお手伝いの依頼を受けるようになり、各地で作品をつくるようになり

ました。コロナ禍の前は海外も多くて、これまで30カ国ぐらい行ったかな。

今もぼちぼちオファーがあるので、インスタグラマー専業でやれなくもないと思うけれど、本業のデザインの仕事も好きなので、別々に切り分けながらやっています。同じクリエイティブな仕事だから親和性がある、うまくやれているのかなと思います。

halnoさんに情報誌「Scenic Byway」に登場いただいたように、シーニックバイウェイ北海道でもSNS活用による魅力的な情報発信に力を入れているところです。

シーニックバイウェイ北海道の活動はとても幅広く、一言では伝えられない難しさがありますね。ホームページでは活動全体を紹介する必要がありますが、インスタでの発信に限って言えば、いろいろと盛り込むと個性が見えなくなり、フォローは増えません。また、地域の人を対象にするのか、北海道に観光に来た人を対象にするのかなど、ターゲットを絞ることも必要です。

旅の写真は、風景や道だけでなく人物が入っている方がいいのでは。もし、インスタグラマーとコラボして情報発信するならば、僕のように1枚でバッチリ決める「一枚もの」タイプよりも、1カ所の魅力についていろいろな角度、場面をとらえた複数の写真で伝えるタイプの人の方がいいかもしれませんね。自然の風景あり、カフェのランチあり、地元の人姿あり、というように、ここに行けば、こんな



昭和新山(杜野町)



香港

体験ができるということが伝わりやすい。そんな手法で美しく効果的な発信をしているインスタグラマーもいます。

また、キャラクターをつかって統一感を持たせる方法もある。例えば、「ぬい撮り」というのはぬいぐるみを登場させる方法。キャラクターのぬいぐるみを決めて、その子が旅をしているストーリーにすると個性がはっきり出る。

重要なことは、一つのアカウントの統一感です。複数の人による写真をアップする場合も、あちこちでいろいろな人がかかわっているようなバラバラなイメージは良くない。トーンをよく揃えて、一人が運営している感じが大事でしょうね。

Instagramは2014年に日本語版公式アカウントが開設されてから国内ユーザーが飛躍的に増え、17年ごろには「インスタ映え」という言葉が流行語になりました。今、Instagramはどのようなメディアになっているのでしょうか。

もう「インスタ映え」は古いですね。以前は、自分の生活をいかに素敵に発信するのか、ということで流行ったけれど、今はそんな感じではない投稿がたくさんある。マンガを書く人もいれば、元気になる言葉だけをアップしたり、節約術を披露したり、と多種多様。動画も増えています。もともとはアーティスト的な表現をしたい人のアプリだったのが、今は「何でもあり」の一般的な生活の発信アプリになっている。もう

「映え」はなくてよくなっているんです。

フォローの楽しみ方も多様でしょう。ひまつぶしもあり、クスッと笑えることを探したり、自分が興味を持っていることについて、それに長けた人の発信をフォローして情報を得ようという場合もある。一言では言えないですね。

ただ、アカウントに個性があった方がいいのは確かです。個性や主張の出し方がさまざまあるなかで、僕の場合は写真を美しくきらきらと見せる方法がいいと思っている。でも、僕のように一発撮りでアーティスティックに美しいものを見せようというスタイルは、どちらかというと古くなってきているのかもしれないね。

今回はご多忙のなか、東京から来道いただいています。最後に北海道への思いをお聞かせください。

以前は精力的に海外に出かけていたのがコロナ禍で出かけられなくなり、代わりに国内各地の旅が増えていきます。それによって知らなかった国内の見どころをたくさん知ることができて「日本は凄い、素晴らしい」と見直しているんです。特に北海道のポテンシャルはズバ抜けている。「天に続く道」もそうだけれど、北海道では非現実的な体験ができますね。

道内で特に好きなのは、若いころの旅の思い出もあり、稚内からオホーツク海側かな。猿払、紋別、網走、知床などがいいですね。知床はもっと回って

みたい。それから、最北の島・礼文島はイラストレーターの仕事をしながら暮らしてみたいと以前、とても憧れたところです。アイヌ文化については学生時代から関心をもってきたし、北海道は僕にとって最高の場所です。

常々、旅で見てきた地球の美しさを自分の子どもたちにも見せてやりたいと思ってきました。昨年は、家族で道内をドライブ旅行しましたが、子どもたちはすっかり北海道好きに。だから、今回の単身の北海道行きに家族はメッチャ、ムカついてます(笑)。



支笏湖での撮影。この日は快晴!この時に撮影した写真がツイッターでバズりました!(12万イイネ!!) その写真がコチラ!↓



カラーでお見せできないのがとても残念!!ぜひ、Instagramやツイッターでチェックを!



Instagram



ツイッター

または
halno ほうき
で検索!

寄稿

地元自慢のとびきりの道あります。 シーニックバイウェイ 「秀逸な道」はじめました。

北海道開発局建設部道路計画課 道路調査官 宮崎 貴雄 氏

地域がおすすめる魅力的なみち。このみちの魅力を地域のみなさまと行政が協力して守り、育て、そして、道内外の人に知っていただく。このみちをきっかけに、北海道各地をドライブしてまわっていただく。そんなシーニックバイウェイ「秀逸な道」(以下、「秀逸な道」)という新たな取組みを多くのみなさまのご協力をいただき、今年からスタートしました。

「秀逸な道」で目指すこと

北海道には、豊かな自然環境、雄大な景色や生産活動の中で形成された農村の風景など、とても魅力的な観光資源がたくさんあることなどから、私たち北海道開発局は、その北海道の強みを活かして、北海道を『世界水準の観光地』にすることを目指しています。

しかし、北海道は、とても広く、都市間や観光地間の移動に多くの時間がかかるという弱みもあります。このため、北海道の各地域を観光客のみなさまに訪れていただくためには、速く移動できる道路を整備していくことに加えて、各地域がまとまりとして訪れなくなる地域であることが必要です。そのために大切なことが、地域内の資源を見つけ出し、磨き上げること、そして、移動そのものを楽しくすることだと考えています。

シーニックバイウェイ北海道では、これまでも地域の方々が中心になって、移動そのものを楽しむドライブ観光をもっと楽しくするためのいろいろな取組みに挑戦してきました。今回、新しく始めた「秀逸な道」は、地域にある魅力的なみちを大切な観光資源として見つめ直し、その魅力を守り、育て、活用していく。「秀逸な道」を訪れた方々に、そのほかのまわりの観光資源やお店も訪れていただき、もっともっとドライブ観光を楽しんでいただく。さらには、北海道の各地域の元気や地域にお住まいの方々の誇りにつなげていく。それが、

「秀逸な道」の目的です。

「秀逸な道」はどんなみち?

「秀逸な道」は、この目的に沿って、「魅力の程度が大きいこと」「地域の活動団体(と道路管理者)が「秀逸な道」として取り組みたいと考えていること」「観光振興に取り組む地域の市町村や観光協会などがこのみちを観光資源として活用すること」を要件にしています。

この要件を踏まえて、シーニックバイウェイ北海道の各指定ルートからおすすめるみちを提案いただき、有識者委員会での検討を経て、関係機関で構成されるシーニックバイウェイ北海道推進協議会で道内各地の12の魅力的なみちを「秀逸な道」(選定区間)に認定いたしました。なお、このほかに、「秀逸な道」となるポテンシャルは高いものの、今後、さらに魅力を高めるための取組を通して「秀逸な道」となることを目指す6つのみちを候補区間としています。



秀逸な道ポスター

何に取り組むの?

取組内容は、地域の方々と行政の協働による「良好な景観の維持・形成」と、知って、訪れていただくための「情報発信」の2つです。

「良好な景観の維持・形成」としては、道路管理者による役割を終えた道路附属物の撤去や標識の集約などの取組と、

地域のみなさまによる沿道の除草、除雪、清掃活動などの取組を進めていきたいと考えています。

「情報発信」としては、道内各地に「訪れたい」という気持ちをつくるためのものと訪れる際の旅行計画づくりに役立てていただくための取組があります。「訪れたい」をつくるためには、「秀逸な道」という魅力的なみちが道内各地にあることを伝えることが大切です。一方、旅行計画づくりの情報発信としては、その地域には他にどのような魅力的な観光資源があるか、どうやって行くことができるのかといったことを伝えなくてはなりません。こうしたことを、推進協議会と各ルートが連携・役割分担しながら、多様なツールを活かして、情報発信していきたいと考えています。

具体的には、シーニックバイウェイ北海道推進協議会では、7月15日に報道機関に発表したことを皮切りに、ホームページ・SNSの開設、「秀逸な道」ハッシュタグキャンペーンとして人気インスタグラマーhalno(ハルノ)さんとコラボしたSNSへの投稿、札幌圏をはじめ全道各地でのポスターの設置、12区間を紹介した動画の公開などなど、シーニックバイウェイ北海道に関わるいろいろな機関のみなさまとの連携により、「秀逸な道」を知っていただくこと、そして、「訪れたい」をつくる取組を展開しております。今後は、札幌圏や首都圏でのイベントでのPRなどにもさらに取り組んでいきます。

また、情報発信を行うときには、このみちを訪れたらどのような素晴らしい体験ができるのかを伝えなければなりません。「秀逸な道」も候補区間も、それぞれのみちの魅力をどのようなストーリーで伝えるかというソフト面の磨き上げにも、取り組んでいくことが大切です。地域のみなさまには、こうした磨き上げや、市町村・観光協会と連携したホームページやマップなどを活用した情報発信、そして、各ルートの強みや特徴を活かした取組を進めていただくようお願いしたいと考えています。

「秀逸な道」はシーニックバイウェイが次のステージに進むための一手

シーニックバイウェイ北海道では、地域ごとの活動団体のみなさまの集まり又はその活動エリアを「ルート」と呼んでいます。その取組は、複数の市町村のエリアでの広域的な連携による地域発案を基本としたいろいろな活動です。人口減少が各地で進む中で、こうした活動そのものやそれに取り組む活動団体

01 道路管理者による景観改善の取組例(イメージ)

役割を終えた道路附属物の撤去による道路景観の改善



02 地域の活動団体による取組例(イメージ)



03 推進協議会による情報発信例(イメージ)



写真右上:秀逸な道ハッシュタグキャンペーン/
人気インスタグラマーhalnoさんとのコラボ
写真左:札幌圏でのイベント
写真右下:動画の配信

のみなさま、そして、その活動につながるプラットフォームとしてのシーニックバイウェイ北海道の大切さはますます高まるばかりです。

一方、景観・シーンの形容詞「シーニック」と、わき道・より道を意味する「バイウェイ」を組み合わせた「シーニックバイウェイ」という名称やイメージから一般の方が想像するとき、このいろいろな活動があるという素晴らしさが、ともすれば「シーニックバイウェイ北海道って何?」というわかりにくさにもつながりかねません。制度創設10年目の有識者委員会による制度の点検では、シーニックバイウェイ北海道を知っていただき、活動への参加者や地域への来訪者の増加につなげるため、「みち」を舞台に、制度をわかりやすく伝える全道レベルでの象徴的な取組が必要、「特に『シーニックバイウェイ』という制度名と合った景観、風景に関する象徴的活動に取り組むこと」、「各ルートは、ルート内を代表するメインルートを設定すること」などの提言をいただきました。この長年の課題を解決し、シーニックバイウェイ北海道が次のステージに進むための一手がこの「秀逸な道」です。

2018年からはまず試行を行いました。その結果、地域のみなさまからも、「来てほしいところを提案することはいいいことでターゲットを絞りやすい」、「道に名前をつけることが愛着につながることに気付けた」、「地元の人たちにとって

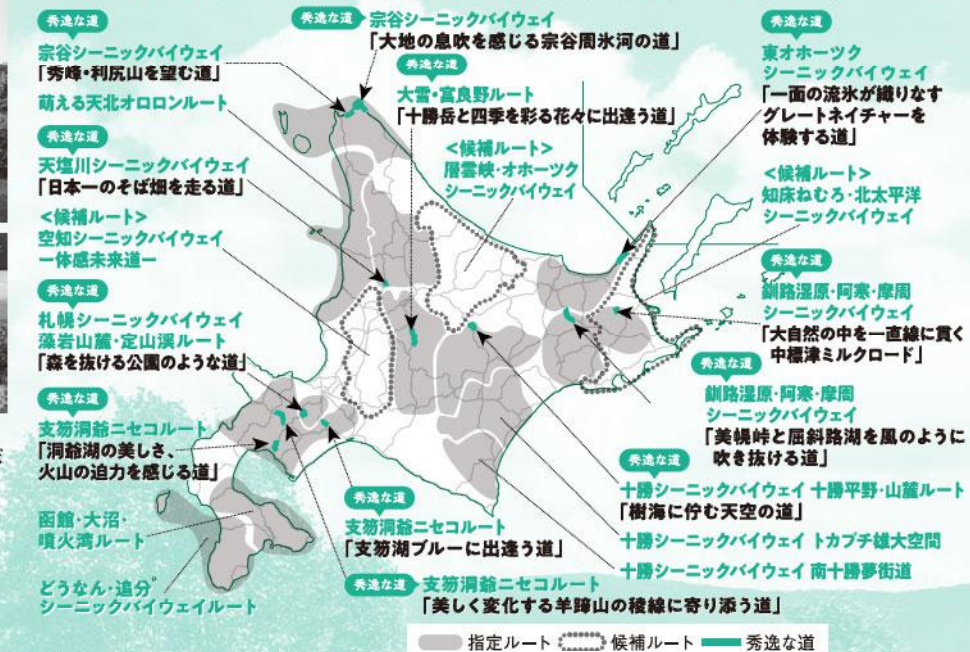
の「自分の道」にしていく機運を醸成していきたい」、「民間との情報共有による道路管理、観光の発信、利用者目線の課題解決に向けた協働、地域の隠れた魅力の発掘などメリットばかり」「ルートへのアイデンティティが育まれる」、「地元の人はいつも使っている道路としか感じていないのが、秀逸ということに再発見してくれた」といった声をいただきました。

その後も準備を重ね、シーニックバイウェイ北海道に関係する多くのみなさまのご協力をいただき、このたび、本格展開を開始することができました。

「秀逸な道」をどう活かすのか?

「秀逸な道」を「シーニックバイウェイ北海道の中の取組の一つ」というだけではなく、道内外の方々に広く知っていただき、本当に訪れていただくためにしたいです。また、地域の方々が自慢に思うこれらのみちを見ていただくことに加えて、まわりの観光資源やお店なども訪れていただき、北海道の各地域の元気や地域にお住まいの方々の誇りにつなげていくことが大切です。そして、これらのみちも景色が綺麗ということだけではなく、シーニックバイウェイ北海道ならではの、もっと楽しんでいただく仕掛けもできるのではない

【シーニックバイウェイ北海道のルートと秀逸な道(全12区間) マップ】



かど期待しています。

この「みち」を舞台にした象徴的な取組により、シーニックバイウェイ北海道そのものもより多くの方々に知っていただき、幅広い分野・世代のみなさまとの連携をより一層広げていくことができると考えています。

「秀逸な道」は、選定区間も候補区間も今がスタートラインです。シーニックバイウェイ北海道に関わる地域や関係機関などのみなさまと一緒に、シーニックバイウェイ「秀逸な道」というブランドもそれぞれのみちも大切に育て、シーニックバイウェイ北海道、さらには北海道全体の元気につなげていきたいと考えておりますので、今、これを読んでいただいているみなさまにもご協力いただけると幸いです。

最後に、今はまだ「秀逸な道」は知られていないかもしれませんが、私たちシーニックバイウェイ北海道関係者が自信を持ってすすめるみちです。もしも「秀逸な道」って、ナニ!?!と聞かれたら、こう言いましょう。「行ってみたら、わかるべさ。」

HPはコチラ!⇒



秀逸な道HP

SBWと道路協力団体の制度を活用した事例

道路協力団体制度を活用した道の駅利用環境の改善

桐木 茂雄 氏(釧路湿原・阿寒・摩周シーニックバイウェイ 代表)

道の駅「摩周温泉」駐車場は車中泊車両で混雑

釧路湿原・阿寒・摩周シーニックバイウェイは、釧路湿原、阿寒、弟子屈、中標津の4つのエリアを対象として、清掃活動や景観調査などを行っています。対象エリアには、釧路湿原国立公園と阿寒摩周国立公園が含まれており、日帰り圏内には知床国立公園が位置しています。対象エリアは、特に5月から9月にかけて、多くの観光客で賑わっています。

一方、阿寒摩周国立公園の玄関口に位置する道の駅「摩周温泉」は、車中泊車両による駐車場の混雑が慢性的に発生していました。そこで、全国的に取り組まれているRVパークからヒントを得て、駐車場所の確保と充電が可能な予約制駐車スペースの実施を検討しました。また、混雑緩和に向けて、道の駅裏側に位置する臨時駐車場の有効活用も検討しました。道の駅「摩周温泉」駐車場(一部が国道の道路区域)における看板等の設置や収益活動の実施に向けて、釧路湿原・阿寒・摩周シーニックバイウェイは、道路協力団体の指定を受けました。

予約制駐車スペースによる駐車場所の確保

予約制駐車スペースの取組は、令和元年度より夏期限定で実施し、今年で3年目になります。令和3年度は7月21日(月)～9月27日(月)の期間で開設しており、1日1台あたり1500円で、駐車場所の確保と充電が可能です(写真1)。予約と

料金収受は「タイムズのB」のシステムを活用しています。1500円の収入からシステム使用手数料と電気料金を支払い、残った金額を活動資金に充当するスキームとなっています。

令和2年度予約制駐車スペース利用者に対するアンケート結果から、「再度利用したい」との声が86%あり、利用者からは高い満足度を得ています。



写真1: 予約制駐車スペース取組風景

臨時駐車場への誘導による混雑状況の緩和

図1に道の駅「摩周温泉」駐車場の地図を示します。国道沿い駐車場利用者の多くは、臨時駐車場を知らないため、臨時駐車場をPRすることで、臨時駐車場へ車中泊車両を誘導できるのではないかと考えました。臨時駐車場をPRする看板を設置した結果、コロナ禍にもかかわらず、令和2年度の臨時駐車場の利用台数は、令和元年度より増加していました。今年度設置した看板を写真2に示します。



図1: 道の駅「摩周温泉」駐車場地図

持続的な実施に向けて

持続的な実施に向けて、収益性とトラブル対応が課題として挙げられます。収益性に関して、予約制駐車スペース以外の活動へ充当できるほどの収益には至っていません。過去2年間で延べ24日間実施した結果、29台の利用に留まっています。令和3年度は、広報媒体を増やしてPRを強化するとともに、取組期間を2か月間に延長させて利用者増加を図っています。また、看板設置等の作業を自ら行うことで費用を抑え、収益性を向上させたいと考えています。トラブル対応に関しては、令和2年度取組期間中に弟子屈町内で停電が発生し、充電設備が使用できなくなりました。しかし、その際の対応まで検討できておらず、混乱を招いてしまいました。今年度は対応マニュアルを事前に作成することで、想定外の事案に対する連絡体制を構築しています。

予約制駐車スペースの実施により、快適で安全なドライブ観光を支援するとともに、最終的には、弟子屈町への経済効果につなげたいと考えています。



写真2: 上、下臨時駐車場への誘導看板

自発的に道路の維持、道路交通環境の向上に関するものを行う民間団体を支援する制度である「道路協力団体制度」。北海道開発局管内では全部で10団体が指定されており、そのうち、シーニックバイウェイ北海道関連では8団体が指定されています(令和3年3月31日現在)。ここでは、2つの事例を紹介します。

道路協力団体制度を活用した支笏洞爺ニセコルートの取組み

小野 幸子 氏(支笏洞爺ニセコルート 代表)

支笏洞爺ニセコルートの概要

私たちが活動する支笏洞爺ニセコルートは、平成17年5月、シーニックバイウェイ北海道の指定ルートに登録されました。当ルートは、支笏湖および千歳・恵庭を中心とする「ウェルカム北海道エリア」と洞爺湖や有珠山を中心とする「洞爺湖エリア」、羊蹄山周辺を中心とする「ニセコ羊蹄エリア」の3つのエリアから構成され、テーマを「美しい湖と秀峰、火山に出逢えるルート」としています。18市町村、26の活動団体が、ルート内の道路の清掃・美化活動等を展開しています。

道路協力団体としての活動内容と変遷

当ルートには、ふと立ち止まりたくなる北海道らしい風景の撮影スポットとして、安全かつ景観に優れた駐車場「ビューポイントパーキング」が数箇所整備されています。そこで、シーニックバイウェイの原点と考える「美しい沿道景観づくり」と「快適な休憩スペースの提供」、加えて地域内外に誇れるシーニックバイウェイの更なる認知度向上を目的とし、道路協力団体として申請し、平成28年11月28日に指定されました。主な活動内容としては、道路法第48条の21第1号業務に該当する清掃活動と第2号業務に該当する情報発信から始めました。具体的には、羊蹄山麓周辺自治体の連携によるビューポイントパーキング周辺の清掃・除草活動(倶知安町・京極町・喜茂別町)や、洞爺湖周辺の道路沿道の清掃活動(洞爺湖町・壮瞥町)を継続的に実施しています。

令和元年12月25日には、2号業務

(駐車場等でのオープンカフェの実施)を追加し、収益活動の拡大に向けて活動実施計画を変更しました。(表参照)。それにより、移動販売車による「シーニックカフェ」が出店可能となり、コーヒーや手づくりスイーツの販売、冊子「Scenic Byway」ほか各種観光パンフレットの配布等の情報発信を行っています。



移動販売車によるシーニックカフェ

	業務内容
変更前 (H28～R1)	▶歩道及び駐車帯での清掃・除草(1号業務) ▶道路の駐車帯等に無線標識を設置し、道路の利用者の利用増進に資する情報発信(2号業務)
変更後 (R1～現在)	▶歩道及び駐車帯での清掃・除草(1号業務) ▶駐車場等でのオープンカフェ等による収益活動の実施(2号業務)

(表) 業務内容の変遷



羊蹄山麓周辺の3町連携による清掃・除草活動

利用状況と課題

ビューポイントパーキングの来訪者を対象としたアンケート調査及び利用実態調査(令和2年度実施)では、景観の良さや休憩のしやすさ等において利用者の満足度が総じて高いもの



洞爺湖周辺の清掃活動

の、1台あたりの滞在時間が短く(1～5分以内の滞在が約3割)、ビューポイントパーキングの付加価値を高めるメニューの充実が必要と考えています。また収益活動は小規模に留まっており、現状としては、ボランティアベースの活動に頼らざるを得ない状況が課題として挙げられます。

今後の展望

今後は、清掃・除草活動の継続はもとより、収益活動の拡大にも力を入れて活動するとともに、休憩施設のさらなる利便性向上にも取り組んでいきます。具体的には、洞爺湖エリアで展開している景観保全のために伐採

された雑木を活用した商品加工・販売や過去に開催したインスタフォトコンテスト入賞作品を活用したフォトカードの販売、ビューポイントパーキングでの情報発信の充実(QRコードを活用した映像配信等)

を進めているところです。

道路協力団体制度を活用した活動により、現地を訪れた人への美しい沿道環境の創出や安全・安心して休憩できるビューポイントの提供、地元住民に対しては、地域ビジネスの創出や地域に対する愛着の醸成に繋がることを願って、これからも活動を続けていきます。



伐採された雑木の活用と販売