

市民参画型道路管理の実践事例紹介

長岡技術科学大学

国土交通省 北陸地方整備局 長岡国道事務所

パシフィックコンサルタンツ（株）

正会員 丸山 暉彦

村田 藤麿

正会員 大石 健二

○正会員 戸谷 康二郎

1. はじめに

新潟県湯沢町および旧塩沢町を通過する国道 17 号（約 42 km）は、国内でも有数の豪雪地帯であるとともにスキー場が密集し、冬期の交通集中が顕著な地域である。長岡国道事務所（以下、長国という）は冬期間の安全・円滑な交通を提供すべく路面管理として主に、①消融雪施設、②除雪作業の実施、③凍結防止剤の散布、④気象および道路に関する情報の提供を行っている。同時に、コスト縮減とサービスの維持・向上を考慮し、ユーザー志向を踏まえた管理を実施していくことを考えている。このため、ユーザー意見を反映させるための意見交換や、冬期路面管理に市民が参画できる仕組みづくりを検討し、実現可能なものについて実際に活動するための場として官民協働の地域懇談会（※）を設立し、地元と道路管理者の役割分担など地域活動として継続的に活動できる内容と運営体制を構築した。

本稿は、これまでの検討経緯と活動の検証を踏まえた結果を報告するものである。

※湯沢地区冬期道路懇談会（平成 15 年 9 月設立）

行政のほかには有識者や地元活動団体、観光協会や青年会議所、地元 FM 局、県内外の事業者など 20 人の委員で構成

め、取得方法を知らなかったり、情報があることを知らなかったりするなど、ユーザーに必ずしも適切に伝わっていない。

2. 2 市民参画の取り組み内容

近年のスキー観光客の減少などから地域活性化が課題として取り上げられており、訪れたスキー観光客が事故や渋滞などに巻き込まれずに、満足して（いいイメージを持って）帰っていただき、また来てもらいたいという地域の思いと、情報を活用して早めのチェーン装着による事故や登坂不能の減少、経路変更や時差帰宅による交通分散をはかりたいという道路管理者の思いから、道路交通に関する情報をスキー観光客に直接的に伝えるものとし、この仕組みを構築する中で市民参画として取り組むことができると考えた（図-1）。

具体的には宿泊施設、スキー場、飲食店、コンビニエンスストア、ガソリンスタンドなど道路交通情報を発信する活動に賛同いただけた一般の店舗等を道路情報提供パートナーとして登録し、国道 17 号および関連自動車道に関する緊急情報をスキー客等に発信する活動（雪みち情報活動）を試みた。

2. パートナーシップ型の冬期道路交通情報の提供

2. 1 冬期道路交通情報の課題

道路にはさまざまなユーザーがおり、地元は勿論、遠方からの観光客や運送業者など、雪道に不慣れなドライバーも少なくない。特に対象地域においては関東圏からのスキー観光客が多くを占めることもあり、道路管理者としては安全・円滑な路面の確保と同時に、状況に応じた行動を判断・調整できるようにユーザーに確実に情報を伝えることが必要である。

一方で、現状は雪道に対する認識の甘さや、情報の活用について電話、FAX、インターネットなどユーザー自らがアクセスする必要があるものが多いた

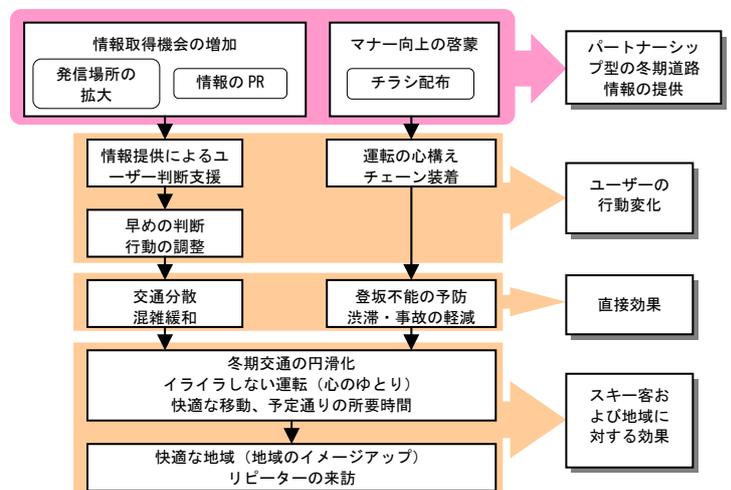


図-1 活動内容と期待する効果（事前の仮説）

Key Words: アカウンタビリティ、市民参画、維持管理、情報提供、冬期路面管理、パートナーシップ
 連絡先：〒206-8550 東京都多摩市関戸 1-7-5 Tel 042-372-6627 Fax 042-372-6676

3. 試行の実施と検証

3. 1 情報伝達・発信の仕組み

基本情報は、道路管理者と地元で連携して運営している道路情報 Web サイト「i Show You（あい・しょう・ゆう）」を活用するものとした。パートナーはメール配信サービスに登録し、緊急情報（通行止め、チェーン規制、渋滞等）が送られてきた場合に統一したデザインの掲示板（記入式）やアナウンス等でスキー観光客等に伝達する（図-2）。

パートナーには雪みち情報活動に取り組んでいる証として共通にデザインしたアイキャッチステッカーを配布した。さらに、マナー向上や情報活用の働きかけとしてチラシ配布やラジオからの呼びかけなどを懇談会委員が行った。

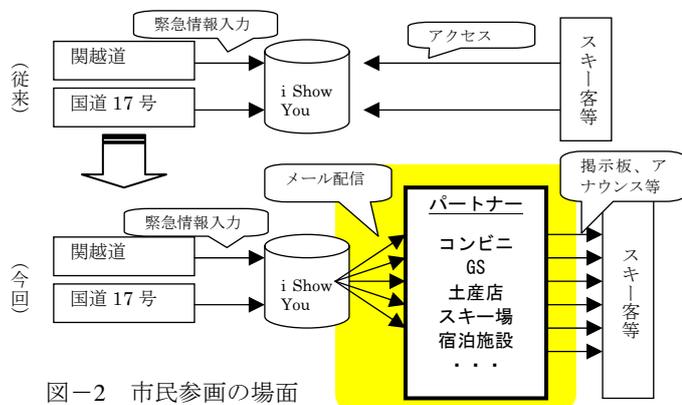


図-2 市民参画の場面

こうして、これまで道路管理者だけではカバーしきれなかった場所からも情報取得の機会を与えることが可能となった。また、活動の PR とパートナーのインセンティブを高めるために協賛施設の位置図を示したチラシを作成し、観光施設、関越自動車道 SA・PA 等に設置したほかに、新聞折込みによる配布を行った（図-4）。



ガソリンスタンド



スキー場



図-4 活動 PR チラシ

3. 2 検証結果

雪みち情報活動の関係者として、①地域、②パートナー、③スキー観光客、④道路管理者に対する効果を把握するためアンケート調査を行った。アンケートの対象は実際に道路情報を発信したパートナー（52 施設）とスキー観光客

（インターネット調査により今シーズン当該エリアに車で来た経験がある 542 人）とした。

情報発信したパートナーからは活動の複雑性やスキー観光客の反応などに対しておおむね良好の評価が得られた。次にスキー観光客の認知度は 21%あり実際に情報を見た人の 9 割以上が役立ったと評価し、チェーン装着や時間調整などの行動の変化があったことが明らかになった。また、情報を得たことで予想した時刻に帰宅できた（44%）、地域としての取り組みは地域イメージが向上する（90%）、情報によって滞在時間を延長する（17%）、飲食や入浴する（37%）、情報がある施設へ立寄る（83%）など、道路交通情報に対する高い関心と、雪みち情報活動に対する好意的な意見が得られ、活動が新たな経済効果を生み出す可能性も見出すことができた。

さらに、雪みち情報の活用経験によって道路に対する満足度に差（54%→73%）が生じており、除雪等ハードの強化による路面管理水準を高めることはコストに大きく影響するが、情報等のソフトを充実させることで道路への満足度が高まることも注目できる（図-5）。

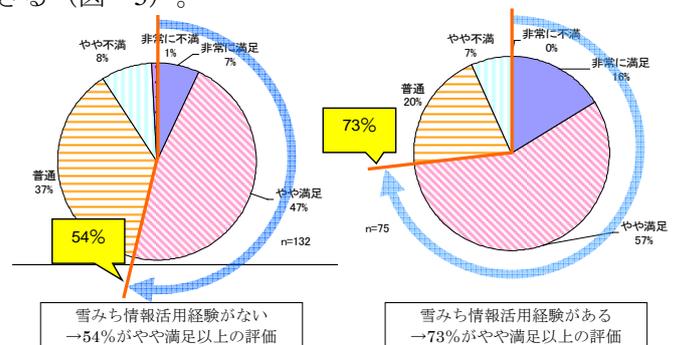


図-5 情報活用別の道路満足度

3. 3 地域を中心とした運営体制の構築

検証結果より、雪みち情報活動が地域にとっても有意であることが明らかとなったことから、次年度以降の運営に対して地元が積極的な姿勢となり、湯沢町、観光協会および地元活動団体等を中心とした地域活動として実施する体制が構築された。長国は地域活動を支援する立場となり、活動を評価する機関には従来の地域懇談会を活用するなど、継続した活動となるような仕組みとした。

今後はこの活動を支援しつつ、ユーザーニーズを把握し、路面管理水準のあり方について検討を続けていく予定である。