

シーニックバイウェイ北海道における情報提供の手法と効果*

Measures and Effects of Information Provision for Scenic Byway Hokkaido Projects *

山田直美**・原文宏***・星ちひろ****・田村桂一*****

By Yamada Naomi**・Hara Fumihiro***・Hoshi chihiro****・Tamura Keiichi*****

1. はじめに

シーニックバイウェイ北海道は、2年間の試行期間を経て平成17年より本格的に展開し、地域発案のもと地域住民と行政が連携し、地域自然の保全・改善による「美しい景観づくり」「活力ある地域づくり」「魅力ある観光づくり」に取り組んでいる。現在、シーニックバイウェイルートは4ルート、候補ルートは5ルートが指定され、地域資源を保全活用した広域的な地域連携活動が展開されている。活動団体は、景観づくり・まちづくり・観光空間づくりなど多岐に渡り、参画する活動団体数は約230団体に及ぶ。

シーニックバイウェイ北海道の本格的な全道の展開に際し、円滑なルート運営を図り、シーニックバイウェイの理念の浸透や活動の活性化を図るため、活動団体・行政関係団体に対する内部向けの情報提供、ルートへの誘客を図るための旅行者・観光事業者などに対する外部向けの情報提供はますます重要な役割を担う。

シーニックバイウェイ北海道が本格的に施行して1年。本論文では、シーニックバイウェイ北海道が実施した情報提供の手法を整理するとともに、その効果について考察する。

2. シーニックバイウェイ北海道の概要

シーニックバイウェイ北海道は、北海道固有の景観、自然、歴史、文化、レクリエーション資源など地域資源を最大限活用し、競争力ある美しい個性的な北海道を実現することを目的に、地域住民と行政の連携の下、平成17年度から本格的に展開されている。

現在、シーニックバイウェイルートは「支笏洞爺ニセコルート」「大雪・富良野ルート」「東オホーツクシーニックバイウェイ」「宗谷シーニックバイウェイ」の

4ルートが指定されている。また、本指定に向けたルートストーリーや活動計画を検討する候補ルートには、「函館・大沼・噴火湾ルート」「南十勝夢街道」「十勝平野・山麓ルート」「釧路湿原・阿寒・摩周ルート」「萌える天北オロロンルート」が指定されている。

シーニックバイウェイ北海道の事業の推進に際しては、地域住民の取り組みを支える推進母体として、民間と行政の全道規模の関係団体・機関をメンバーとする「シーニックバイウェイ北海道推進協議会」が平成18年3月に設立された。同協議会では、シーニックバイウェイ北海道制度の運営、指定ルートの公表・PR、指定ルートにおけるルート運営に対する助言などに取り組んでいる。

平成17年7月にはシーニックバイウェイの理念の浸透や活動の活性化を図り、持続的な推進・普及・発展を支援するため、有限責任中間法人シーニックバイウェイ支援センター（以下、支援センター）が設立された。支援センターでは、シーニックバイウェイに関わる情報共有・発信・連絡、広報プロモーション活動、各種調査研究などの事業に取り組んでいる。

3. シーニックバイウェイ北海道の情報提供

平成17年度におけるシーニックバイウェイ北海道の情報提供の手法を下記に整理する。活動団体・行政関係者などに対する内部向けの情報提供、ルートへの誘客を図るための旅行者・観光事業者などに対する外部向けの情報提供に分類した。

表1 平成17年度における情報提供の取り組み

内部	シーニックバイウェイ北海道フォーラム
	コミュニティメール
外部	制度パンフレット
	シーニックバイウェイ北海道ホームページ
	集中活動月間情報紙
	新聞報道などパブリシティによる情報発信
多分野と連携した支援組織の運営	

4. 内部向け情報提供の手法

(1) シーニックバイウェイ北海道フォーラム

シーニックバイウェイ北海道フォーラムは、平成17年5月30日（月）に北海道札幌市内で開催した。同フォーラムは、シーニックバイウェイルートの活動団体・関係

*キーワード：市民参加、観光・余暇、シーニックバイウェイ

**正員、有限責任中間法人シーニックバイウェイ支援センター（北海道札幌市中央区南1条東2丁目11番地南1条タカハタビル、TEL011-204-7107、FAX011-204-7108）

正員、工博、同上、*非会員、同上、*****正員、国土交通省北海道開発局建設部道路計画課開発専門官

機関が一同に介し、シーニックバイウェイ北海道の理念・趣旨を共有するとともに、互いの活動状況など情報を共有し、競争力のある美しい個性的な北海道の実現を目指す契機になることを目的に開催した。

同フォーラムは約300名が参加し、シーニックバイウェイ北海道の今後の取り組みについて議論するルート運営参加活動団体によるセッション、基調講演・パネルディスカッションが行われた。セッションでは、ルート運営に関する課題や今後の取り組みなどの議論によって、ルート運営に対する活動団体の考え方の違いが明らかにされた。これらの議論を通じて、「ルート運営は公的支援が不可欠」と考える行政依存型の活動団体が、「ルート運営は先ず自ら行動することが不可欠」と考える自主自立型の考え方に意識を見直すきっかけとなった。

ルートを超えて様々な意見を持つ活動団体と議論することによって、シーニックバイウェイ北海道の理念や取り組みを再認識し、共有する大きなきっかけとなった。

(2) コミュニティメール

a) コミュニティメールの概要

コミュニティメールは、シーニックバイウェイルートにおける相互の情報共有・発信・意見交換を目的として、モデルルートにおける試行期間より運営されている。現在は、日常的に行われる内部向けの情報提供手法として、支援センターが管理運営するものである。

登録対象者は、ルート運営代表者会議の活動団体の代表者またはシーニックバイウェイ担当者、行政連携会議における行政担当窓口、シーニックバイウェイ北海道推進協議会、その他推進協議会および支援センターが推薦する団体・個人を対象としている。新規登録に際しては、コミュニティメール登録者の推薦が必要である。

登録者は、平成18年3月時点で689名に上る（現在、新規ルートの指定により登録作業の調整中）。登録者の内訳は、活動団体17.4%に対し、関係行政者69.1%と関係行政関係者が大多数を占める。また、わずかではあるが、ルートに関係するマスコミ、観光・運輸事業者なども登録している（3.6%）。

コミュニティメールの内容は、各ルートで行われるイベント・地域活動、シーニックバイウェイ北海道からのお知らせ、資金確保など活動支援制度の情報、関係機関主催による勉強会・フォーラムのお知らせ等が中心である。コミュニティメールで発信された情報は、ホームページと連動し、トップページの「シーニック・トピックス」、支援制度に反映している。

b) コミュニティメールの効果と課題

コミュニティメールは、ルートからの情報交換・意見交換を目的とし、誰もが自由に発信することができる情報発信ツールである。しかし、発信元は支援センターに

集中しており、ルートからの主体的な情報提供・発信・意見交換の場として必ずしも役割を果たしているといえない。平成17年度に投稿されたコミュニティメールは計277件である。このうち支援センターから情報提供した投稿数は、全体の65.0%（180件）を占めている。コミュニティメールの登録者から支援センターに寄せられた主な意見を下記に記す。

表2 コミュニティメールに対する主な意見

コミュニティメールの評価
・他ルートの取り組みや活動状況がわかった
・資金獲得のための支援制度情報を入手することができた
・関心のあるテーマの勉強会の開催を知り、参加することができた
コミュニティメールの課題
・パソコン操作が不慣れなためメールの送受信自体が困難
・登録メンバーがわからず、意見や提案を発信しにくい
・情報提供数が多く、量的に全てを見ることができない。また、自分にとってどれが必要な情報がわかりにくい。
・行政関係機関の移動に伴うメーリングリストの引き継ぎに関するコミュニケーション不足

コミュニティメールの評価として寄せられた意見は、主に下記の3つに大別される。

ひとつめに、他ルートの取り組みや活動状況に関する情報発信に対して、一定の評価を得ている。全道各地で広域に取り組みられているシーニックバイウェイ北海道では、距離的に各ルートの取り組みを実際に見たり、体験することは難しい。メールを通じた他ルートの情報提供は、ルート運営に対する刺激を与えていると考えられる。

ふたつめには、支援制度の情報提供に対する評価を得ている。支援制度情報は、NPO・市民活動を支える情報サイトや環境保全活動・ボランティア活動に関するメーリングリストなどから、適宜情報収集を図っている。各支援制度は、助成事業の募集開始と同時に募集要綱を公開する機関がほとんどであるため、過去の活動助成実績を持つ機関や支援制度情報のポータルサイトをこまめにチェックしている。平成17年度紹介した支援制度情報は約50件にのぼる。

3つめに、勉強会・フォーラムの開催告知の情報提供によって、関心のあるテーマに関する勉強会への参加の機会を得ることができたことが上げられている。これらの情報は、支援制度同様、全道の組織を持つメーリングリスト、新聞記事などから情報収集を図った。しかし、情報が札幌近郊および道央圏に偏っており、シーニックバイウェイルートをカバーする情報収集ができていないのが現状である。

次に、コミュニティメールの課題としては、パソコン操作に関する課題が主に活動団体関係者に見られる。活動団体数の拡大により、より速やかな情報発信・情報共有を図るツールとしてメールを活用した情報提供は大きな役割を担う。しかし、活動団体のメンバーの中には40

～50代以降のパソコンに不慣れな世代も存在する。また、パソコン操作が不慣れであるため、メールを活用した情報発信が困難ともいえる。

ふたつめの課題として、シーニックバイウェイルート・登録者の拡大によって、意見や提案を発信しにくいとの意見があげられた。特に、登録者の約7割を自治体・関係行政機関等で占めており、ルートを運営する活動団体は全体の2割に満たない。ルート運営に関する意見交換の場として、現在のコミュニティメールは適した環境とはいえない状況にある。

3つめに、情報過多による量的・質的な問題があげられた。平成17年度におけるコミュニティメールの投稿数は277件。このうち4～12月までの9ヶ月における情報提供は143件であり、1ヶ月で約12件が投稿されたことがわかる。そこで、支援センターでは1月以降の投稿については、1週間に1～2回程度にまとめて発信し、情報提供の内容を集約するとともに、レイアウトを工夫をした。この結果、利用者から「情報が整理されて見やすくなった」など好意的な意見が寄せられた。

4つめには、主に行政関係者からコミュニティメールの登録削除に関する意見が寄せられた。行政関係者の登録は、ルートの行政連絡会議に登録する自治体・関係機関の担当窓口を対象に、行政連絡会議事務局が推薦している。しかし、担当者の移動により、シーニックバイウェイ北海道の取り組みやメーリングリストの引き継ぎに関する担当者間のコミュニケーションが不足していることが考えられる。

5. 外部向け情報提供の手法

(1) 制度パンフレット

シーニックバイウェイ北海道の制度を紹介するにあたり、A4版パンフレットを作成した。パンフレットの構成は、シーニックバイウェイ北海道の制度の背景、制度の概要、制度の基本方針とルート運営の仕組み、

シーニックバイウェイルート3ルートの紹介と4本立てとした。制度パンフレットは、シーニックバイウェイに関心のある活動団体、自治体関係者、関係機関などを対象とした勉強会・フォーラムなどで配布された。

(2) シーニックバイウェイ北海道ホームページ

a) ホームページの概要

シーニックバイウェイ北海道のホームページは、シーニックバイウェイ北海道の普及・啓蒙を目的に設置され平成17年7月より支援センターが運営している (<http://www.scenicbyway.jp/>)。ホームページでは、季節に応じた新たなシーニックバイウェイ・ツーリングを特集記事として提案する一方、イベントや活動団体の取り組み、ルート紹介、支援制度などを随時紹介している。

表3 ホームページ特集記事のテーマ

6月	「地域文化の発掘・創出」をテーマに シーニックバイウェイ北海道 集中活動月間を展開中
9月	地球人に還る旅 ～旬を楽しむシーニックバイウェイ・ツアーの提案
12月	雪を待つ楽しみ・雪を迎える楽しさ 冬のホワイトシーニックバイウェイ・ツーリング
4月	春のシーニックバイウェイ・ツーリング

b) ホームページの効果

ホームページのアクセス数は、1年を通じて毎月200～400前後、ページビューは毎月48,000～58,000である。特に観光シーズン、集中活動月間の期間中、シーニックバイウェイに関する新聞記事の掲載等によりアクセス数は大幅に増加傾向にある。ページビューは、集中活動月間にあわせて季節のシーニックバイウェイルートを紹介した特集ページ、地域のイベント情報を中心とした新着トピックスに対するアクセスが中心である。

試行期間における冬季間のホームページのアクセス数は、夏季と比較して減少傾向にあった。しかし、平成18年1月におけるアクセス数は過去最高を記録した。2006.1.19に配信されたyahooニュースでは、ホームページの特集記事「雪を待つ楽しみ・雪を迎える楽しさ」の記事のひとつである「北海道における雪の種類・特性」に関する記事がリンクされ、同日のホームページは5000アクセスを記録した。また、1～3月にかけて全国各地で日本風景街道（シーニックバイウェイ・ジャパン）のモデルルートの公募、協賛プロモーションの開催なども重なり、ホームページのアクセス数は増加したものと考えられる。

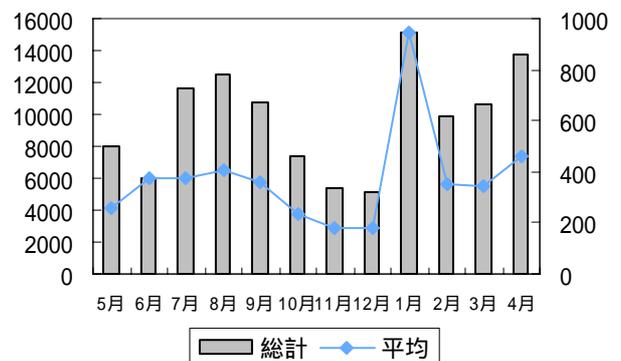


図1 平成17年度におけるホームページアクセス数

(3) 集中活動月間情報紙による情報提供

a) 集中活動月間情報紙の概要

集中活動月間は、シーニックバイウェイ北海道を内外に広くアピールするとともに、関係機関及び活動団体がルート運営における今後の具体的な進め方について共通認識として共有することなどを目的に、平成17年度の春(2005.5.30～7.3)、秋(2005.9.3～10.10)、冬(2006.2～3月)の3期に行われた。集中活動月間では、季

節ごとの北海道の特性を最大限に発揮するため、以下のテーマを掲げて行われた。

表4 集中活動月間テーマ

春(6月)	地球文化の発掘・創出
秋(9月)	地球人に還る旅～地球の食を楽しむシーニック・ウェイ・ツーリングの提案
冬(2月)	もうひとつの輝き～杓伊シーニック・ウェイ

集中活動月間では、ドライブ観光客に対するシーニックバイウエイルートへの誘致・誘客を図ることを目的に、タブロイド版の集中活動月間情報紙を作成し、無料配布した(印刷部数:各50,000部)。内容は、季節に応じたシーニックバイウエイ・ツーリングの魅力、各ルートの見どころ、イベント情報などを中心に構成されている。情報誌は、ルート内の道の駅、情報拠点、オートリゾートキャンプ場、レンタカー事業所、マスコミ関係、活動団体、関係自治体・行政機関などに配布した。

b) 集中活動月間情報紙の効果

秋の集中活動月間にて集中活動月間情報誌の効果に対するアンケート調査を実施した。回答者は、道内居住者が76.4%を占め、旅行形態は宿泊旅行56.3%、日帰り旅行37.9%であった。

調査結果によると、全体の49.6%は集中活動月間情報誌によってシーニックバイウエイ北海道を認知したと回答している。情報誌の認知度については、今回の旅行で初めて見た人が45.2%と約半数を占めているが、前回の旅行で見た情報誌を今回の旅行でも持参している人も29.9%を占める。集中活動月間を知ったきっかけは、52.2%が同情報誌である。情報誌を読んだことによる旅行予定の変化の有無については、「行ってみたい場所はあったが、今回の予定は変更せず次回に行くこととした」が48.6%と約半数を占めた。また、実際にその場所に行く観光行動を変容した人は、全体の19.6%を占めた。

これら調査結果から、集中活動月間情報紙は、旅行者の行動変容を促すある一定の役割を機能しているといえる。一方、情報紙はドライブ観光中に入手することが多いため、事前に観光情報を入手する情報提供の方法について、何らかの再考が求められるといえる。

(4) 新聞報道などパブリシティによる情報提供

シーニックバイウエイ北海道が本格的に施行され、ルートにおける具体的な取り組みやシーニックバイウエイ北海道への新たな参画を目指した動きが各地で取り込まれるにあたり、新聞記事掲載の機会が増加した。

北海道で最も販売数の多い「北海道新聞」の記事データベースから、シーニックバイウエイに関する記事を抽出した。シーニックバイウエイに関する平成15年度の掲載記事は18件、16年度は48件、17年度は96件と年々増加

しており、シーニックバイウエイ北海道の具体的な取り組みや広報活動による波及効果が確認される。また、掲載記事の90.6%が地方版に掲載されている。これらの記事は、北海道開発局・開発建設部によるニュースリリース、活動団体関係者による直接的な投げ込みがほとんどである。このほか、パブリシティを使った情報提供として、テレビ、ラジオ、民間情報誌など他メディアと連携した情報提供を実施した。

(5) 多分野と連携した支援組織の運営

支援センターでは、北海道の景観を写真を通じてサポート組織「シーニックフォト倶楽部」を運営している。同倶楽部は、現在120名が会員登録し、投稿写真は全て同倶楽部のホームページに掲載される。また、同倶楽部の写真は、シーニックバイウエイ北海道の普及・啓蒙として、北海道フォトコンベンション、ルート紹介、支援センターが発行する書籍などで利用されている。

6. まとめ

本論文では、これまで実施したシーニックバイウエイ北海道における情報提供の手法について整理した。最後に、今後の展開策策について下記にまとめる。

内部向け情報提供は、インターネットやメールを活用した情報発信・共有は不可欠であるが、様々な意識を持つ活動団体が参画するシーニックバイウエイの推進に際しては、実際に顔を合わせた情報共有・意見交換の場を創出することは、意識の共有化を図るためにも重要である。

外部向け情報提供については、ドライブ観光客に対するルートへの誘客を図るためには、ルートのイベントや地域情報は不可欠である。持続的な情報発信・情報提供を行うためには、支援センターとルート活動団体における密接な意見交換の場づくりが必要であるといえる。そこで、シーニックバイウエイルートの代表者またはルート運営に関わる事務局担当者を対象とした「企画委員会」を設立し、インターネット上の会議室「電子会議室」を設置する(非公開)。これらの設置により、シーニックバイウエイルート運営する活動団体と支援センターの直接的な意見交換の場が創出することができる。さらに、既存のコミュニティメールが果たしていたルートへの誘客目的を分離し、一般旅行者、マスコミ、観光・運輸事業者を対象とした外部向けメーリングリストを立ち上げることとした。また、集中活動月間情報誌など紙媒体による情報提供は、観光行動の変容に効果があるといえるが、観光行動を起こす事前情報として入手することが求められる。紙媒体を利用したシーニックバイウエイ北海道における情報提供は、より効果的な手法を再検討し、シーニックバイウエイルートへの誘致・誘客を図る魅力的な情報提供ツールの検討が求められる。