

住民によるシーニックデッキ設置の効果と課題*

Effects and Issues of Communities' Scenic Observatory Installation *

佐藤寛人**・原文宏***・大川富雄****・菅野順二*****・奥山英明*****

By Hiroto SATO**・Fumihiro HARA***・Tomio OKAWA****・Junji KANNO*****・Hideo OKUYAMA*****

1. はじめに

シーニックバイウェイ北海道は、平成15～16年度に試行的に2つのモデルルートで実施された。平成17年度からは本格運用が行われ、住民が主体となって沿道景観の保全と利活用を推進してきた。¹⁾

シーニックバイウェイ北海道に参加することで、従来から、自主的に活動を行ってきた活動団体が連携し、景観形成をキーワードに、地域づくり、観光振興・教育・文化等の活動を推進している。²⁾その中で特筆すべき活動の1つである、みちをきっかけにして地域の景観ポイント等を紹介する、新たな視点場としての木製展望所(以下シーニックデッキ)の設置が各ルートで拡大している。

本論文では、各ルートにおいて設置されたシーニックデッキの現状を整理し、設置に至るまでのプロセスや設置条件及び機能等について把握した。また、実際に設置し、活用された上での効果と課題を明確にするとともに、今後の展開方向について考察を行った。

2. シーニックデッキの現状と目的

シーニックバイウェイ北海道のルート上に、初めてシーニックデッキが設置されたのは、試行期間2年目の平成16年9月である。当初は、モデルルートの千歳～ニセコルート(現支笏洞爺ニセコルート)に5箇所、旭川～占冠ルート(現大雪・富良野ルート)に1

箇所、計6箇所に設置された。本格運用が開始された平成17年度は、各ルートに拡大し計16箇所に設置された(表-1)。シーニックデッキ設置の共通の目的は、景観・地域資源の活用、景観ポイントの創出、休憩ポイントの創出であり、設置条件は、景観が良い、駐車場がある、管理者がいる、記名サインを設置することである。これらをもとに各ルート毎の設置条件を検討し、それぞれの地域に設置されてきた。

表-1 平成17年度シーニックデッキ設置実績

ルート名		設置数
指定 ルート	支笏洞爺ニセコルート	8箇所
	大雪・富良野ルート	1箇所
	東オホーツクシーニックバイウェイ	6箇所
候補 ルート	釧路湿原・阿寒・摩周ルート	1箇所
計4ルート		計16箇所

3. 調査概要

本調査は、平成17年度に設置実績があるルートのうち、本格運用している指定3ルート¹⁾を対象として、シーニックデッキの設置主体である各ルートの地域活動団体と実際にシーニックデッキを利用した地域住民及び観光客に対してヒアリング調査を実施した。また、団体ヒアリング調査結果から、最も利用頻度が高いと予測される大雪・富良野ルートのシーニックデッキ(ジェットコースターの路)において利用実態調査(ビデオカメラでの撮影による定点観測)も実施した。

表-2 調査概要

調査方法	実施日	被験者	調査対象	調査項目
団体ヒアリング調査	H17.7	地域活動団体	指定3ルート	設置条件・機能・課題等
利用者ヒアリング調査	H17.7	地域住民 観光客	指定3ルート	満足度・今後の需要等
利用実態調査	H17.7 ～8	地域住民 観光客	大雪・富良野ルート	入り込み数・移動手段・利用目的等

* キーワード：シーニックバイウェイ、景観、観光、市民参加

** 正員、(社)北海道開発技術センター
(北海道札幌市中央区南1条東2丁目11番地
TEL:011-271-3028、FAX:011-271-5366)

*** 正員、工学博士、(社)北海道開発技術センター

**** 非会員、NPO法人 WAOニセコ羊蹄再発見の会
(北海道虻田郡倶知安町南4条東1丁目10
TEL:0136-22-6100、FAX:0136-22-6100)

***** 非会員、有限責任中間法人 シニッガ`イイ大雪富良野ルート
(北海道空知郡上富良野町西11線北33号
TEL:0167-45-0880、FAX:0167-45-0881)

***** 非会員、NPO法人 東林ツツニッガ`イイ`トセンター準備室
(北海道網走市字潮見49番地8号
TEL:0152-43-8214、FAX:0152-43-8214)

4. 調査結果

(1) 団体ヒアリング調査

シーニックデッキ設置の主体である地域活動団体に対して、設置条件及び機能等に関するヒアリング調査を行った。その中で得られた共通の効果は「地域住民及び観光客にシーニックバイウェイ活動の理解が得られた」ことであり、共通の課題は、「維持管理が難しい」ことであった。以下に全体の調査結果を示す(表-3)とともに、各ルートの調査結果を整理する。

(a) 支笏洞爺ニセコルート

支笏洞爺ニセコルートにおけるシーニックデッキの特徴は、全箇所カフェ機能を盛り込んでいる点である。また、デッキを設置せずに既存施設を活用

し、カフェを実施していることも特徴の一つと言える。その中で得られた効果は、団体間の連携が深まった、地域に具体的な活動のビジョンを提示できた、コミュニティビジネスの可能性が検証できたことがあげられた。また課題は、設置撤去費用等の工面が難しい(財政不足)、運営・管理者が少ない(人材不足)、カフェの許認可手続きが難しい(知識経験不足)等があげられ、複合的な機能を盛り込んだことにより、他のルートよりも課題が多く見受けられた。

(b) 大雪・富良野ルート

大雪・富良野ルートにおけるシーニックデッキの特徴は、ベンチとサイン以外の機能はなく、必要最低限の機能としている点である。その中で得られた効果は、地域住民及び観光客に新たな観光ポイントを提供できた、民地への立ち入りが減った、

表-3 シーニックデッキヒアリング調査結果

ルート名	NO	名称 (市町村)	設置条件 (ルート毎)	設置条件 (デッキ毎)	敷地条件	デッキ 潜在性	面積 (㎡)	ベンチ (基)	テーブル (基)	バアル (基)	駐車場 (台)	利用者 (人/日)							
支笏洞爺ニセコルート	1	シーニックデッキ in そうべつ	カフェ機能を盛り込む	仮設とする デッキは設置しない	町営施設 敷地内	景観が良く、休憩施設需要がある	デッキの設置なし	16	4	4	50	100以上							
	2	公園カフェーグル(ニセコ町)		常設とする 既存施設を活用する	町営施設内		8	4	4	50	10~20								
	3	シーニックカフェ曾我の散歩道(ニセコ)		仮設とする	民営宿泊施設内		民営牧敷地内	20.0	6	3	3	4	5以下						
	4	シーニックカフェ牧場タカラ(喜茂別)												農地・民地	3.3	4	1	1	20
	5	シーニックデッキ in 真狩																	
	6	シーニックデッキくっちゃん in 北4線												51.9	8	4	4	15	10~20
	7	シーニックデッキ in くっちゃん駅前		仮設とする 景観ポイントにはしない	農地・民地		20.0	6	3	3	30	5以下							
	8	シーニックデッキらんこしバームホール		休憩ポイントに重きをおく	民営施設敷地内														
大雪・富良野ルート	9	ジェットコースターの路(上富良野町)	シンプルにする 安全性を確保する 人を極力停留させる	仮設とする	沿道 農地 民地	景観が良く、休憩施設需要がある	17.3	2	なし	なし	5(新設)	100以上							
東オホーツクシーニックバイウェイ	10	藻琴山山荘(大空町)	仮設とする 各地域にデッキを設置する 印象的な記名サインを設置する	情報提供機能を盛り込む	民営宿泊施設敷地内	景観が良く、休憩施設需要がある	19.4	4	2	2	30	20~30							
	11	原生牧場(網走市)		-	民営牧場敷地内						50	50~60							
	12	じゃがいも街道(小清水)			沿道・町敷地						20	20~30							
	13	季風クラブ知床(斜里町)			民営宿泊施設敷地内						15	50~60							
	14	静岳荘(清里町)		沿道・町敷地	50														
15	コミット(清里町)	景観ポイントにはしない 休憩ポイントに重きをおく	町営施設敷地内	景観阻害要素が多いが、休憩施設需要が高い	50	50													

簡易駐車帯を同時に整備したことにより不法駐車が減ったことがあげられた。また課題は、修復費用等の工面が難しい（財政不足）、ゴミのポイ捨てが後を絶たない（管理者等の人材不足）ことがあげられた。特に後者に関しては、機能は少ないが利用者数が非常に多いことが大きな要因と言える。

(c) 東オホーツクシーニックバイウェイ

東オホーツクシーニックバイウェイにおけるシーニックデッキの特徴は、ルート内の各自治体に1箇所づつデッキを設置した試みや印象的な記名サインを設置し、視点場の機能だけではなく、視対象となる機能を盛り込んだ点である。その中で得られた効果は、団体間の連携が深まった、地域に具体的な活動のビジョンを提示できた、地域にランドマーク的空間を提供できたことがあげられた。また課題は、修復費用等の工面が難しい（財政不足）、運営・管理者が少ない（人材不足）ことがあげられた。

(2) 利用者ヒアリング調査

シーニックデッキを利用している地域住民及び観光客に対して、満足度や今後の需要等に関するヒアリング調査を行った。その中で確認できた満足度に関する共通の意見は、「是非今後も継続して欲しい」ということであり、今後の需要に関する共通の意見は、「もっと暖かい時期に設置してほしい」との改善可能な有効な意見であった。しかし、それぞれのルート毎の意見では、団体ヒアリング調査での課題と同様、財政や人材不足等の課題が見受けられる。以下に調査結果を示す（表-4）。

表-4 利用者ヒアリング調査結果

ルート名	満足度に関する意見		今後の需要に関する意見	
	共通	ルート毎	共通	ルート毎
支笏洞爺にセコルート	景観ポイントがでてうれしい	飲食がでてうれしい	もっと暖かい時期に実施して欲しい	特別メニューがほしい 物販コーナーがほしい
大雪・富良野ルート	休憩スペースがでてうれしい	-		もっと駐車スペースがほしい
東オホーツクシーニックバイウェイ	継続して欲しい	印象的なポイントがでてうれしい		飲食が出来る環境がほしい 常勤の観光ガイドがほしい

(3) 利用実態調査

大雪富良野ルートのシーニックデッキ（ジェットコースターの路）において、ビデオカメラを設置し、シーニックデッキを定点観測し、利用実態調査を行った。調査時期及び期間は、利用頻度が最も高いことが予測される観光シーズン（7/15～8/14）の1ヶ月間とし、調査時間はこの時期の日の出から日の入りまでのAM6:00～PM7:40とした。調査後は、ビデオの確認により、入り込み数、デッキまでの移動手段、利用目的等について把握し整理した。以下に調査結果を示す（表-5）。

(a) 入り込み数

入り込み数は、1ヶ月間の合計で3,563人の利用があり、1日平均100人以上の利用があることがわかった。時間比較では、13時をピークに前後の2時間で全体の半数以上の利用があることがわかった。7時前後に訪れる人が比較的多いことは、地域の方の散歩の際の休憩所になっている他、写真撮影で利用されていることがわかった。

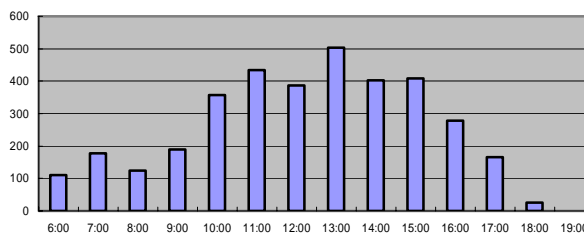


図-1 入り込み数の時間比較

(b) シーニックデッキまでの移動手段

シーニックデッキまでの移動手段の大半が、乗用車であり、長時間滞在車（10分以上の滞在）もその大半が乗用車であった。

(c) シーニックデッキの利用目的

シーニックデッキの利用目的に関しては、利用者の観察、利用者への簡易的なヒアリング、ビデオでの確認を行い把握した。その中で、確認できたことは、90%程度の利用者が10分以下の短時間の滞在で、眺望を楽しみ休憩していることであった。また、乗用車に対して、長時間滞在車の割合が5%程度であることから、その利用者は、景観を眺めることによる癒しを目的としていることがわかり、その他は写真撮影等を目的としていることがわかった。

表-5 利用実態結果

	入り込み数 (人)	徒歩 (人)	乗用車 (台)	タクシー (台)	バス (台)	長時間 滞在 (台)
6:00	110	5	22	0	5	4
7:00	177	9	19	1	7	1
8:00	125	2	58	3	0	2
9:00	189	0	97	6	0	1
10:00	357	8	163	4	0	2
11:00	432	2	200	11	1	6
12:00	387	0	163	13	3	5
13:00	503	0	194	22	4	18
14:00	402	0	186	11	0	10
15:00	408	0	184	18	1	11
16:00	279	8	127	4	0	10
17:00	166	4	80	1	0	5
18:00	26	0	12	0	0	2
19:00	0	0	0	0	0	0
合計	3,563	38	1,505	94	21	77

5. まとめと考察

(1) まとめ

全ルートを通して、シーニックデッキの設置により、得られた効果は、設置主体である地域活動団体の立場では、団体間もしくは団体と地域間の関係性が向上した、地域住民及び観光客に対して新たな価値（景観・休憩ポイント）を提供できた、新たな地域づくりの可能性を検証できたことにより、結果的に「地域住民及び観光客にシーニックバイウェイ活動の理解を得る」ことができた。また、実際に利用した地域住民及び観光客の立場では、地域と団体間の関係性が向上した、新たな価値（景観・休憩ポイント）の提供により、楽しみが増えた、

共に地域を良くしていこうとする意識が向上したことと言える。一方課題に関しては、財政不足（特にランニングコスト）、人材不足（スタッフ、専門家）、知識経験不足（情報、人）があげられ、地域によっては今後維持管理を行うことが困難となり、シーニックデッキの設置ができない箇所も現実的に出てきている。これは、設置主体と利用者の双方に効果が出ているだけに、非常に残念な結果であり、今後、各地域への何かしらの支援を望む声も少なくはない。

(2) 考察

今後、シーニックデッキ設置による課題を解決し、より効果を高めていくためには、ボランティアベースでの展開であれば、団体間及び地域との連携をさら高めていくことが必要となり、ビジネスベースでの展開であれば、コミュニティビジネス化への移行が必要不可欠であると考え。下記にタイプ別の今後の展開方向イメージを示す（表-6）。

表-6 タイプ別今後の展開方向イメージ

	敷地の位置づけ	ビジネスorボランティア	タイプ	既存事例	今後の展開方向	
					キーワード	展開イメージ
シーニックデッキの有効活用	民地	ビジネス	A	くっちゃんin北4線等	高級化 差別化 複合機能	デッキ空間の商品化、ブランド化
		ボランティア	B	ジェットコースターの路等	地域間連携の強化	シーニックデッキを守る会
	公地	ビジネス	C	なし	普及啓発 情報提供	有償ボランティア
		ボランティア	D	静岳荘等	地域と行政間連携の強化	地域と行政の役割分担

6. おわりに

本論文は、シーニックバイウェイ北海道の参画団体へのヒアリングと地域活動団体が設置したシーニックデッキの利用実態把握により調査を行った。今後、持続的・効果的にシーニックデッキを有効活用していくためには、需要を適切に把握し、供給できる範囲を定め、ターゲットを絞るなど戦略的に進めていくことが必要であると考え。最後に、ヒアリング及び利用実態調査にご協力頂いた方々への感謝をここに表す。

参考文献

- 1) シーニックバイウェイ北海道推進協議会事務局：シーニックバイウェイ北海道推進協議会HP, http://www.hkd.mlit.go.jp/zigyoka/z_doro/sbh/index.html
- 2) 有限責任中間法人シーニックバイウェイ支援センター：シーニックバイウェイ北海道HP, <http://www.scenicbyway.jp/>
- 3) (社)北海道開発技術センター：農業生産者と連携したシーニックカフェの効果と可能性、未利用の農業景観の通気での活用についての検証、2005年2月
- 4) 練馬区産業経済部商工観光課：練馬区コミュニティビジネス調査報告書、2005年3月