

# 米国におけるシーニック・バイウェイの取り組み

---

2001年11月

北海道開発土木研究所  
道路部防災雪氷研究室

## 米国におけるシーニック・バイウェイの取り組み

防災雪氷研究室 加治屋安彦\*

### 1. はじめに

近年米国では、シーニック・バイウェイの取り組みが盛んに行われている。シーニック・バイウェイは、道路自体が観光資源になり得ることに着目し、沿道の景観や歴史、文化、自然、レクリエーションなどの地域資源が傑出した道路を公的に認定するとともに、それらの価値を積極的に保全・活用しようとする施策である。筆者は、最近 TRB (全米交通運輸研究会議) の年次総会などで米国を訪れる機会が多くなりつつあるが、展示会などでこの取り組みをよく目にするようになり、北海道の道路のあり方を考える上でも非常に示唆に富んでいると感じられたので、この紙面を借りて紹介することとしたい。

### 2. シーニック・バイウェイの取り組み

シーニック・バイウェイの取り組みは、非常に多種多様である。民間レベルのものから、地域レベル、州レベル、そして後述の連邦レベルのものまで、その定義や要件も千差万別である。

例えば、有名な A A A (American Automobile Association) などは、会員に提供するドライブ地図の中でシーニック区間を区別して明示しており、ドライブ旅行計画検討時のルート選定の参考に供している。

地域レベルでも多様な取り組みが長年にわたって行われているが、州レベルでは現在 45 以上の州とワシントン D.C. が独自のシーニック・バイウェイ・プログラムを有している。

これらに対し、連邦レベルのシーニック・バイウェイの取り組みは比較的新しいものである。1991 年の Intermodal Surface Transportation Efficiency Act (ISTEA) が、ナショナル・シーニック・バイウェイ・プログラムの始まりであり、その後 1998 年の Transportation Equity Act for the 21st Century (TEA-21) に引き継がれて今日に至っている。

### 3. ナショナル・シーニック・バイウェイ・プログラム ナショナル・シーニック・バイウェイ・プログラム

の目的は、景観、歴史、文化、自然、レクリエーション、考古学的に意義のある道路を認定し、その資源価値を向上させるとともに、州のシーニック・バイウェイの取り組みを支援することにある。すなわち、連邦レベルでのルート指定と補助金による財政的支援が 2 本社になっている。

このプログラムにもとづくシーニック・バイウェイの指定は 1996 年に始まり、その後 1998、2000 年と続い

ている。現在、最高位に位置するオール・アメリカン・ロードが 15 ルート、そしてこれに次ぐナショナル・シーニック・バイウェイが 57 ルート、計 72 ルートがシーニック・バイウェイとして指定されている。また現在の年間予算は、\$ 25 million 程度とのことである<sup>1)</sup>。

米国連邦道路庁 (FHWA) のホームページ内の National Scenic Byways Program<sup>2)</sup> によると、このプログラムによる事業費の連邦負担割合は 80% とのことである。

この予算でカバーするのは、

- 1) 州レベルのシーニック・バイウェイ・プログラムの策定
- 2) 街道マネジメント計画の策定と導入
- 3) シーニック・バイウェイ指定によって必要となる交通安全事業
- 4) 歩行者、自転車、休憩施設、旋回場、路肩改良、追い越し車線、展望台、説明施設の整備
- 5) シーニック・バイウェイから水辺などレクリエーションの場へのアクセス (道路敷地内など直近のエリアが原則だが新たな用地取得も可能)
- 6) シーニック・バイウェイに隣接する景観的、歴史的、レクリエーション的、文化的、自然的、考古学的な資源の保全
- 7) 旅行者向けのシーニック・バイウェイ情報を作り、提供すること (必ずロゴを付けるとか連邦道路庁の制度の冠を付けるなど)
- 8) シーニックバイウェイのマーケティング計画の開発と導入。なおマーケティング関連の予算規模とし

では、

|                 |              |
|-----------------|--------------|
| ・広告             | \$ 10,000 程度 |
| ・展示会出展          | \$ 30,000 程度 |
| ・ショー開催          | \$ 10,000 程度 |
| ・プレスキット作成       | \$ 10,000 程度 |
| ・マーケット・リサーチ     | \$ 30,000 程度 |
| ・ホスピタリティ・トレーニング | \$ 20,000 程度 |
| ・ビデオ制作          | \$ 20,000 程度 |

と例示されている。

ホームページには、シーニック・バイウェイの選定基準々選定手続きなど、かなり実務的な内容も含めて詳細に記載されており、さしずめ補助金申請要綱のような内容になっている。

#### 4. プログラムの意義

このプログラムの意義は、上術のような景観や自然、歴史・文化などの点で傑出した道路を国あげて指定することで、それらの一層の保全が図られるようにするとともに、観光客の増加という地元への経済的な還元をもたらすことでそれらの保全が現実的に実施可能になるところにある。

とりわけ、全米レベルでのシーニック・バイウェイのブランドイメージ別出効果が犬音いと Sharon Hurt Davidson 氏は指摘している。同氏いわく、シーニック・バイウェイも、ブランドがなければよくありかちな“ただの街道”だが、ブランドが形成されると“アメリカ人の心の琴線に触れるようなアメリカ物語の語り部”になり得る、と言う<sup>3)</sup>。

実際、ここで言うバイウェイとは、アメリカにインターステートハイウェイ（州間高速道路）が建設される以前から、街道として広く知られたものが多い。インターステート・ハイウェイは、もうアメリカ人の生活にとってなくてはならないあって当たり前のものだが、それが建設される以前に想いを馳せるとアメリカの古き良き時代が甦ってくるというのである。プログラムのキャッチコピーとして、“Before there were interstates, there was America. It's still there.”というコンセプトを打ち出ししているのもうなずける。

道をドライブするという行為が、古き良きアメリカの歴史にまで想いを馳せることにつながって、はじめてシーニック・バイウェイはブランドとしての価値を築くことができるということなのである。

シーニック・バイウェイは、“シーニック”という

言葉で“景観”が前面に押し出されているようにとらえられがちだが、実にアメリカ人が忘れたくない“あるいは”旅行者がアメリカに期待する”極めてアメリカ的なものを保全し、また演出する道路と言えるのである。

また Cheryl Newman 氏は、高齢ドライバーがゆったりとしたドライブを好み、結果として長時間車を運転することになっても気にしないと指摘している<sup>4)</sup>。確かに、筆者の周囲にも一般道路をのんびりドライブして行きたいと考える人がまま見受けられる。高齢ドライバーにとっては、時間はそれほど重要な制約条件ではなく、むしろ自分のペースでゆったり走れることの方が重要なのであろう。シーニック・バイウェイは、そのような目的にはぴったりの道路である。高齢化が急激に進展する現在、そうした高齢ドライバーの嗜好というものも見逃せない視点と言えよう。

#### 5. シーニック・バイウェイが地域にもたらすメリット

シーニック・バイウェイが地域にもたらすメリットとしてコミュニティ・ガイド<sup>5)</sup>では次のように例示している。

- ・観光ビジネス、雇用、税収の増加
- ・街道マネジメント計画の策定に対する連邦や州政府の財政支援
- ・景観など地域資源の保護のしやすさ
- ・重点的な道路の維持管理予算付け
- ・街道マネジメントに対する技術的支援
- ・各種道路マップでのルート明示と観光客の流入
- ・地域の経済開発に対する連邦や州政府の財政支援

具体的な数字は、Scenic America のホームページに詳しい<sup>6)</sup>が、一例をあげると、

- ・AAA の調査では、1997 年にアメリカ人の 2/3 が楽しみ目的のドライブを 100 マイル以上しており、総トリップ数は 9 億 6,300 万に達している。
  - ・バーモント州の調査では、シーニック・バイウェイのドライブ目的で訪れた旅行者は、その他の旅行者より 25% 以上多く消費をする。
  - ・コロラド州の調査では、シーニック・バイウェイ沿線の観光業者は 10% 以上の売り上げ増があった。
  - ・ニューハンプシャー州の調査では、96% の旅行者が旅行計画においてシーニック・ルートを“いつも”あるいは“ときどき”考慮している。
- などと、シーニック・バイウェイ指定のメリットを強調している。

## 6. プログラムの啓発・普及のために

このプログラムの啓発・普及のために、写真 - 1 に示すようなマップやコミュニティ・ガイド<sup>5)</sup>が作成されている。マップには、全米地図の上にシーニック・バイウェイのルートを示すとともに、ひとつひとつのバイウェイについてその概要や問い合わせ先などを記載しており、旅行計画の検討に便利のようにできている。また、コミュニティ・ガイドには、地域の関係者がいかにして”シーニック・バイウェイ”づくりを計画・運営していけばよいのか、が記述されている。

実際、このコミュニティ・ガイドは非常によくできていて、地域の関係者がたどる段階ごとに疑問に答え、またとるべき具体的な行動を分かりやすく記述しているのである。参考のために、その目次を以下に記載することとする。

### “シーニック・バイウェイ・コミュニティ・ガイド” 目次

- 第1章 シーニック・バイウェイとは？
- 第2章 計画づくりを始めるにあたって
- 第3章 あなたの地域のシーニック・バイウェイとしての資源を見直そう
- 第4章 資源の一覧に意義づけをする
- 第5章 キーとなる機関や市民の支持を得るために
- 第6章 街道マネジメント計画の策定
- 第7章 ステップ1：現在の状況
- 第8章 ステップ2：目標の設定
- 第9章 ステップ3：目的の形成
- 第10章 ステップ4：アクションプラン
- 第11章 ステップ5：誰が責任を持って行うのか？
- 第12章 地域コミュニティを積極的に巻き込むために
- 第13章 実展開における取り組み

また、インターネットが広く普及しているアメリカのこと、ご多分にもれず、ホームページでの情報提供も非常に充実したものとなっている。図 - 1 に示すのが“ナショナル・シーニック・バイウェイ・オンライン<sup>7)</sup>”という名称のホームページで、シーニック・バイウェイに関する最新かつ詳細な情報を国民や旅行者に提供することを目的として、米国連邦道路庁(FHWA)が運営・管理しているものである。

特にこのホームページでは、ホームページの訪問者を1)旅行者2)メディア3)バイウェイ・コミュニティ関係者の3つに分類し、それぞれに適した形でメニューを再構成し情報提供をしているのには感心させられ

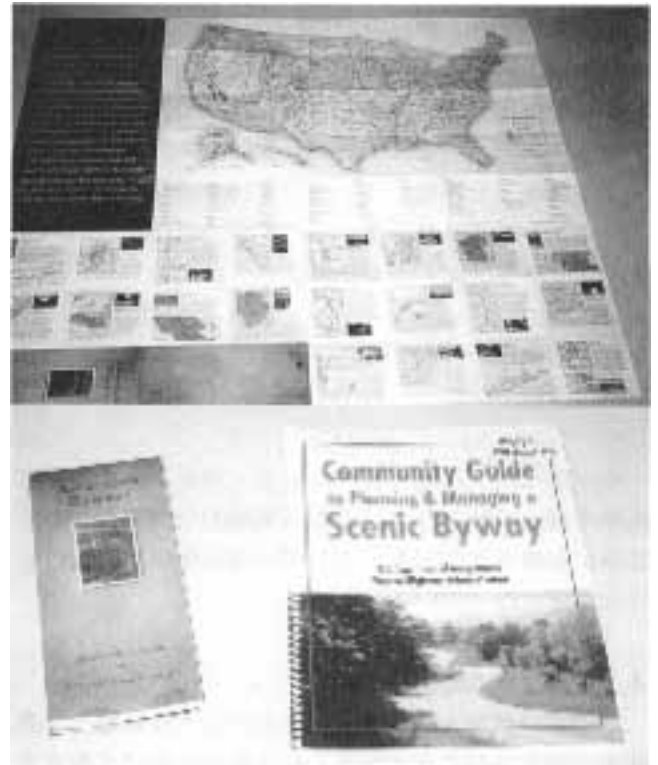


写真 - 1 シーニック・バイウェイのマップと  
コミュニティ・ガイド



図 - 1 ナショナル・シーニック・バイウェイ・オンライン  
(<http://byways.org>)

メディア向けの情報提供では、記者などがシーニック・バイウェイ・プログラムや特定のルートについての情報を簡単に入手して原稿執筆ができるよう配慮されている。図に示すように、各地のシーニック・バイウェイの写真や標識なども用意され、一定の手続きで記事内で比較的自由に使えるようにしている。

記者もひとの子である、忙しい中で読者の興味を引き、しかも正確な原稿を書き上げなければならない、このように簡単に画像を入手したり、正確な情報が確認できるとなれば筆の進みも早く、ついついまたシーニック・バイウェイについて記事を書こうという気になってしまうであろう。

## 7. おわりに

米国では、インターステートの建設がほぼ完了したこともあって、道路事業の関心が“新たな道路の建設”から“いまそこにある道路からいかに多くの価値を引き出すか”という点に移行しつつあるように感じられる。また、早さや効率だけを追求するのではなく、シーニック・バイウェイを通じてアメリカの歴史・風土を大切に守っていこうとする意図も強く感じられる。こうした流れは、今後の北海道の道路のあり方を考える上でも非常に示唆に富むものと言えよう。この紙面では、十分に紹介できなかった面も多いが、関心をもたれた方は、是非参考文献に示した資料やホームページを参照していただければ幸いである。

## 参考文献

- 1) 米国連邦道路庁 (FHWA) ホームページ:Media Release - U.S. Transportation Deputy Secretary Downey Announces New All-American Roads, National Scenic Byways in 20 States, <http://www.fhwa.dot.gov/pressroom/fhwa0042.htm>. June 15, 2000.
- 2) 米国連邦道路庁 (FHWA) ホームページ:National Scenic Byways Program-Program Information, [http://www.fhwa.dot.gov/discretionary/pi\\_sbywy.htm](http://www.fhwa.dot.gov/discretionary/pi_sbywy.htm), revised 5/21/99.
- 3) Sharon Hurt Davidson : “Branding America's Byways”, Public Roads, May/June 2001.
- 4) Cheryl Newman : “Travelers Seek Byway Experiences”, Public Roads. May/June 2001.
- 5) U.S. Department of Transportation, Federal Highway Administration : “Community Guide to Planning & Managing a Scenic Byway”
- 6) Scenic America ホームページ:Scenic Byways Benefit Local Economies, <http://www.scenic.org/fact7.htm>
- 7) National Scenic Byways Online ホームページ: <http://www.byways.org>



加治屋安彦\*  
北海道開発土木研究所  
道路部  
防災雪氷研究室  
室長