

# ひろがるネットワーク

# 北海道オートリゾートの旅

## (社)北海道オートリゾートネットワーク協会

### はじめに

全国の22%という広大な空間、緑豊かな山野、明瞭な四季、個性あふれる田園風景など自然と風土に恵まれた北海道は、日本のオアシスとして「くつろぎの場」を国民に提供することが期待されています。

そのため昭和63年度にスタートした「第5期北海道総合開発計画」では、総合的な保養基地や多様なレクリエーション施設整備のための施策を積極的に推進することがうたわれ、その具体策の一つとして「オートリゾートネットワーク構想」が提唱されました。平成10年度に策定された「第6期計画」においてもこの考え方は引き継がれ、活動拠点のネットワーク化とアクセス性の向上、各種関連情報の提供等を支援することが盛り込まれています。構想提唱以来10年余が経過したオートリゾートの今、をご報告します。

### 1. 「オートリゾートネットワーク」とは

北海道開発庁が推進する「オートリゾートネットワーク構想」は、北海道の特性を生かして、清潔で安全、快適に過ごせる本格的なオートキャンプ場を核とする複合的なレクリエーションと交流の拠

点を全道に整備し、それぞれを高速交通網を始めとする多様なネットワークで結びつけることにより、高度化するクルマ社会に対応した新しいリゾートを北海道全体に展開しようとするものです。

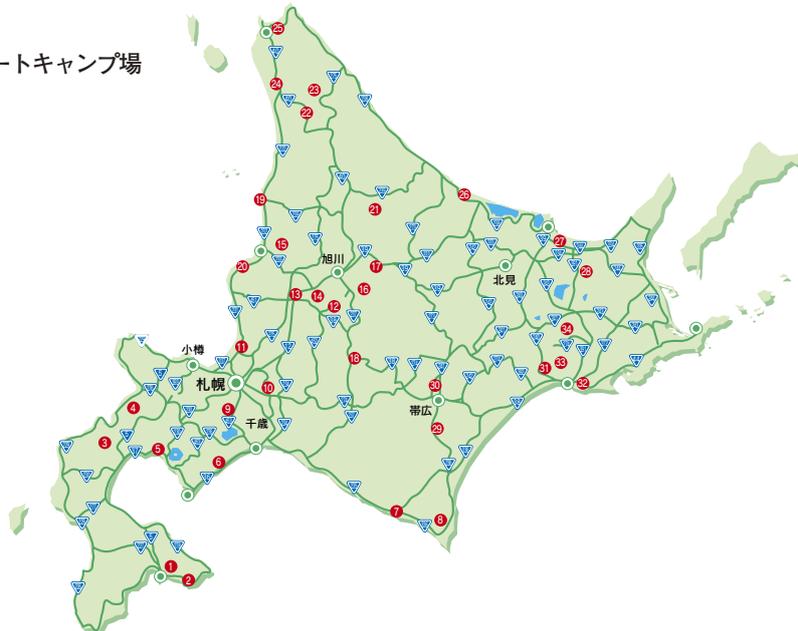
「オートリゾート」が単なるオートキャンプ場と異なる点は、宿泊施設としてのオートキャンプ場が核となりつつ、そのみにとどまらず、周辺に存在する自然資源や独自の歴史・文化、整備された諸施設など、キャンプ場が立地する地域の特性に応じた広義のレクリエーション資源や地域交流資源と一体となった広域的・総合的な活動空間としてとらえている点です。

### 2. オートリゾートの整備・利用状況

オートリゾートの整備は、平成4年に初のオートリゾート「マオイオートランド」(長沼町)と「オートリゾート苦小牧」がオープンしたのを皮切りに、道内各地での整備も着々と進み、構想提唱以来10年余を経た平成11年時点で(社)北海道オートリゾートネットワーク協会に加盟しているサイトは34を数えるまでになりました(表-1)。利用者数も平成5年度の7万人弱から、10年度には26万人へと順調な伸びを示しています(表-2)。

表-1 (社)北海道オートリゾートネットワーク協会加盟オートキャンプ場

道 南 エ リ ア	① はこだてオートキャンプ場	道 北 エ リ ア	⑬ ひがしかがら森林公園オートキャンプ場フローレ
	② トーバスヴィレッジ・ムーイ		⑭ きのこの里あいべつオートキャンプ場
	③ 歌オオートキャンプ場ル・ビック		⑮ かなやま湖オートキャンプ場
道 央 エ リ ア	④ いわいリゾートパークオートキャンプ場マリビュ	⑯ とままた隔ヶ丘オートキャンプ場	エ オ リ ン グ エ リ ア
	⑤ グリーンステイ洞爺湖	⑰ 増毛リバーサイドパークオートキャンプ場	
	⑥ オートリゾート苦小牧・アルテン	⑱ ふうれん望湖自然公園オートキャンプ場	
	⑦ 三石海浜公園オートキャンプ場	⑲ 中川町オートキャンプ場ナポルトパーク	
	⑧ 百人浜オートキャンプ場	⑳ ピンネシリオートキャンプ場	
	⑨ オートリゾート滝野	㉑ 免沼公園オートキャンプ場	
	⑩ マオイオートランド	㉒ 道立宗谷ふれあい公園オートキャンプ場	
	⑪ 道民の森一番川地区オートキャンプ場	㉓ 三里浜オートキャンプ場	
	⑫ 芦別市健民センターオートキャンプ場	㉔ 道立オホーツク公園オートキャンプ場	
	⑬ 滝川・丸加高原オートキャンプ場	㉕ 清里オートキャンプ場	
⑭ 赤平市エルム高原オートキャンプ場	㉖ さらべつカントリーパーク	エ リ ア	
⑮ 沼田町はたるの里オートキャンプ場	㉗ 十勝4駆ランドオートキャンプ場		
	㉘ 山花公園オートキャンプ場		
		根 釧 路 エ リ ア	㉙ 達古武オートキャンプ場
			㉚ 鶴居村オートキャンプ場
			㉛ 桜ヶ丘公園オートキャンプ場



表一2 利用者数の推移 (各年4月から10月まで)



### 3. オートキャンプ場の利用実態

当協会が、平成10年8月に、協会に加盟している29カ所のキャンプ場を対象にアンケート調査を実施し、1,507人の利用者から回答を得た結果の一部をご紹介します。

これによりますと、回答者のうち道内居住者は72.6%、道外は27.4%となっています。因みに、平成10年度の北海道全体の観光入込客実人数（北海道経済部観光局調べ）の道内客と道外客の比率は、87.7%：12.3%となっていますので、単純に比較はできませんが、道外からの誘客力はかなり強いと言えます。

年間のキャンプ回数は、道内居住者は2回、3回が多く、次いで多いのは1回となっているのに対し、道外居住者では6回が最も多く31%を占めています。道外からのリピーターを確保するには、彼らの厳しい目をクリアするハード、ソフト両面の高い水準の維持が必須となります。



かなやま湖オートキャンプ場[南富良野町] (平成11年オープン)

オートキャンプ場の利用目的（複数回答）では、道内居住者が「家族団らん」と「キャンプを楽しむ」に集中しているのに対し、道外居住者は多くの目的に分散しており、かつ道内に比して「宿泊施設」の割合が高いのが目立っています。これは、道内キャンパーの多くが食事中心の1泊キャンプであるのに対し、道外キャンパーは数泊の周遊または滞在型旅行で、広くキャンプ場以外の観光資源や施設を訪問している結果でしょう。

キャンプ場利用の実態を、主に道内居住者と道外居住者の違いについてみてきましたが、今後オートキャンプ・ライフが成熟していくにつれて、道内キャンパーも経験豊富な道外キャンパーのよう

な傾向になると思われます。そのときこそ「オートリゾート」の真価が問われるときでしょう。



ひがしかぐら森林公園オートキャンプ場「フローレ」(平成11年オープン)

### 4. 再度「オートリゾートネットワーク」とは

関係市町村等のご努力により、オートリゾートネットワークに参加するオートキャンプ場の数は34を数えるまでになりました。途半ばではありますが、この辺で再び原点に戻って「オートリゾートとは何ぞや」について考えてみるのも意味あることと思います。

#### (1) 交流型社会の形成

先にも述べましたように、「オートリゾートネットワーク構想」は、北海道開発庁が「第5期北海道総合開発計画」を策定する過程で浮かび上がってきたプロジェクトです。この第5期計画では、「重層ネットワーク構造の形成」と「都市田園複合コミュニティの展開」が施策の基本方針とされましたが、とりわけ「都市田園複合コミュニティ」の考え方の中には、交流型社会の形成が重要なテーマになっていたのです。

北海道の広大で変化に富んだ自然環境が、余暇、スポーツ、体験学習、教育等を通じて広く利用されることは、国民的ニーズにかなうことであり、また、北海道の活性化を「交流」を通じて実現するという意味からも重要なことです。

「交流」を促進するためにはいろいろな方策が考えられますが、北海道開発庁では、北海道開発を進める上で考慮すべき4つのポイントを設けていました。つまり、

- ① 北海道の経済を活性化するために、手持ちの資源を有効に利用すること
  - ② 交流を促進することにより、定住人口の上乗せ効果をねらうこと
  - ③ All Japanで通用するもの
  - ④ プロジェクトとして全道展開が可能なもの
- この4つです。

このような問題意識を持ちながら北海道の地域(市町村)を見渡しますと、豊かな自然や観光資源が身近にある上に、レクリエーション施設をはじめ文化施設、集会施設、福祉施設、ショッピング施設など

が既かなりの程度までに整備されています。駐車施設と宿泊施設さえあれば、それらの資源や施設を生かして、交流もイベントもできる複合空間、つまり「リゾート」を形成する素地が整っていたのです。



いわないリゾートパーク オートキャンプ場「マリンビュー」  
(平成11年オープン)

## (2)「オートキャンプ研究会」の活動

折から、昭和59年ころから東京農大・鈴木忠義教授を中心に活動を続けていた「オートキャンプ研究会」は、従来のキャンプ場の劣悪な環境を改善し、イメージチェンジを図るためには、公共的整備による基盤施設づくりが必要であり、付加価値をつけて再帰性(リピート)を確保するには、体験・交流・イベントなどのプログラム導入などが必要であるという問題意識に立ち、昭和62年に「北海道オートリゾートネットワーク構想」をまとめました。

即ち、北海道の未成熟な輸送システムを補完するとともに、交通基盤施設の利用度の向上を図り、あわせてフリー・ツアーの機会が確保されるよう、水準の高いオートキャンプ場を核とする多様なタイプの交流拠点をつくり、これらを結んで道内の周遊性の向上を図るためのネットワークを構築しようというものです。

「オートリゾートネットワーク構想」の特色として、次の点があげられます。

- ① 北海道の規模のイメージを大切に、生かすこと。  
個々のキャンプサイトの規模は小さくても、各サイトのサービスメニューの重複、乱立を極力排して、周遊による北海道の規模のイメージをつくり出す。
- ② 価値の高いツーリング・システムとすること。  
単なるオートキャンプではなく、余暇、スポーツ、体験学習、教育等の要素を組み込んで、魅力あるネットワークづくりを目指す。
- ③ ネットワークをセールスポイントにすること。  
周遊型、滞在型、イベント志向型等の多様なニーズに応え、情報サービス等の質を高めるために、ネットワーク機能を最大限に活用する。
- ④ 最終的には、北海道の各地域を通じて88カ所以上のオートリゾートのネットワークをつくる。

この構想を取りまとめる過程において、北海道

開発庁は研究会に対して次のような視点が必要なることをアドバイスしています。

- ① 北海道の地域特性に立脚し、地域開発に資すべきこと。  
具体的には、人口が低密度で、輸送システムが未成熟な北海道にあつて、道外からの交流も喚起し、諸基盤施設の利用度の向上に役立ち、周遊拠点に乏しい地方をもカバーしうるものであること。
- ② 北海道の観光等の振興に資すべきこと。  
具体的には、周遊ルートの拡大に役立ち、ツアーにおける低コスト、自由選択制の途を開き、できれば地場開発において低調な民間事業導入の刺激にもなりうるものであること。
- ③ 施設(ハード)、提供サービス(ソフト)の水準が、中・長期的に維持されるべきこと。

具体的には、公共事業のソフト化の趨勢の中で、各種の公共事業が共通的な施策として採択しうるイメージのものであり、施設・サービスの水準が、システム全体として維持されうるものであること。

このような経過を経て、諸々の条件が噛み合い、北海道開発庁はこの構想をとりあげ、第5期計画の推進施策として提唱したものです。



清里オートキャンプ場(平成11年オープン)

## (3)現時点における評価

88カ所にはまだまだ至りませんが、かなりの数のオートキャンプ場が整備された現在、先に記したような所期の考え方、ねらいに照らしてどのように評価できるでしょうか。

本構想の特色を一言でいうと、ハードとソフトを多様なネットワークで結び、交流を通じて地域の活性化を図ろう、というものです。

ハード面の整備については、各キャンプ場で工夫し、いろいろな事業手法を駆使して、期待以上の水準の施設が整備されていると言えます。

問題はやはりソフト面とそれらを結びつけるネットワーク化にあると思います。

宿泊施設だけではリゾートは形成できません。キャンプ場にクルマで行って泊まる以外の付加価値の高い何ものかが必要です。北海道では幸いジンギスカン鍋という独特の料理があり、キャンプ場においても食べるものが中心となっていますが、キャンプが普及してくると、先の道外キャンパー



はこだてオートキャンプ場  
(平成11年オープン)

の行動にみられるように、いつまでもこの段階にあるとは思えません。売るのはハードの豪華さではなく、ソフトのプログラムとしてのおもしろさ、多様さだと思います。ハード30%にソフト70%といわれています。

キャンプ場周辺に存在する、または埋もれているその地域固有の資源や施設に目を凝らし、キャンプ場と結びつける工夫をすること。第1次のネットワークはまずキャンプ場と地域資源を結びつけることから始まります。このようにしてできあがった第1次ネットワークを、この構想では「オートリゾート」と呼んでいるのです(図-1)。従って、裸のオートキャンプ場は、オー

これまで北海道がセールスポイントとしてきたのは、その“広さ”、“雄大さ”だったのですが、これは「国内的視野」であって、観光が国際化する中で絶対的なものではありません。規模・資源の優位性を持つ海外観光地と競争するためには、北海道の特色と多様性を備えたオートリゾートをネットワークに乗せて、一体として提供することによって、結果として海外観光地に負けない北海道の魅力が演出されます。

その際、先にも述べたように、各オートリゾートのサービスメニューの重複、乱立(金太郎飴)を極力排して、周遊による北海道の“広さ”のイメージを作り出すと同時に、滞在型、体験学習型、地域交流型など“選択の自由度の高い”北海道をアピールする必要があります。

さらに、道内のオートリゾートのきめ細かな周遊を支えるためには、北海道の内外を結ぶ航空、鉄道、フェリー、レンタカー、道路などの広域の交通ネットワークが必要です。これが第3次ネットワークです。

以上述べたネットワークは、地域的な広がりものから、より広域的なものへの「サービスのネットワーク」ということができますが、これと対応して「情報のネットワーク」も存在するわけです。地域の日々の天気やイベント情報に始まり、全国からの予約受付までリアルタイムの情報を受・発信していく必要があります。

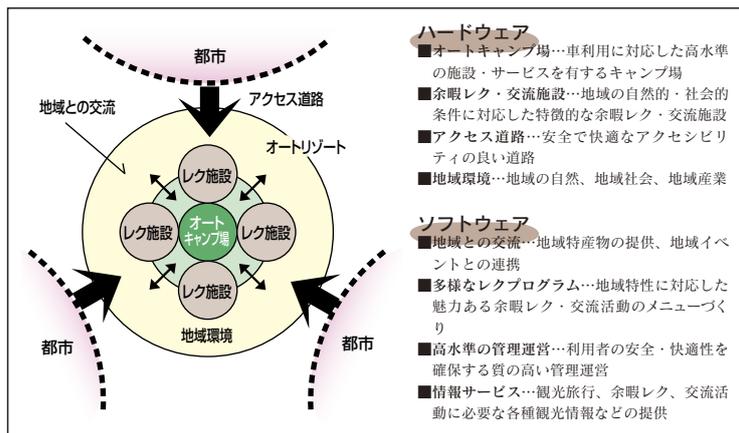


図-1 オートリゾートネットワーク構想の概念図

トリゾートではありません。

ソフトには利用者のためのソフトと、運営のためのソフトがありますが、運営のためのソフトはキャンプ場の経営を継続する上で不可欠なものです。現在のキャンプ場は、ほとんどが公費で、維持管理に要する経費も公費で賄っているところが多いため、つつい経営感覚が鈍くなりがちですが、せめて維持管理に要する経費程度は生み出したものです。そのことが管理水準の維持と新規のキャンプ場を増やす原動力になります。

水準の高いオートキャンプ場を核にしてその周辺の諸々の資源・施設・プログラムを巻き込んだ個々のオートリゾートが形成されると、次はオートリゾート同士を横につなぐ第2次ネットワークを形成する必要があります。

## おわりに

このようにネットワーク一つとっても、いくつもの種類のものが、しかも何層にも重なっており、これらの機能を駆使し、最大限に発揮することは容易なことではありません。しかし、この構想の最大の特色でかつ最大の武器はネットワークの形成にあります。各キャンプ場と当協会が協力しあいながら少しずつでも進めていきたいものです。

このようにしてみると、オート・リゾート・ネットワークという3つのキーワードをつなぎ合わせ、一体化させた本構想を現時点で評価すると、オートキャンプ場のハードの整備については、量・質ともに高い評価を与えることに異存はないものの、リゾートの形成、ネットワークの形成というより本質的な部分においては、これからの努力にかかっているといえるのではないのでしょうか。

(社)北海道オートリゾートネットワーク協会は、オートリゾートのネットワーク化を進展させ、オートリゾートによる地域振興を実現させていくことを目的に、平成5年に設立された公益法人です。これからも多くの関係する分野の方々と手を携えながら、目的の達成に向けて事業を推進していく所存ですので、ご指導、ご協力をお願いいたします。