

2

旅行者と地域を結びつける 公共交通の可能性

福島大学

経済経営学類

准教授

吉田 樹

はじめに

人口減少社会に直面しつつあるわが国において、地域の持続可能性を高めるには、地域内さらには地域間で人やモノ、お金や情報の循環を生み出すことが必要である。2015年に閣議決定された第二次国土形成計画（全国計画）では「対流促進型国土」の形成が謳われ、生活機能の維持による地域内の対流とともに、交流による地域内外の対流の促進が求められているが、こうした対流を創り出すうえで、交通は欠かせない存在であり、観光シーンは交通なしに成立しない。

観光シーンにおける交通は、①旅行者の発地と目的地のゲートウェイ間を結ぶ地域間交通と、②ゲートウェイと観光対象や宿泊施設を結ぶ（さらには観光対象間を回遊する）地域内交通と

に分けられる。新幹線や高速道路の開通、LCCの就航など、地域間交通の

整備は旅行者の誘致圏域を拡げるが、地域内交通の充実が旅行者の回遊性を高め、まちづくりに寄与することが期待される。しかし、地方部に目を向けると、空港や鉄道駅から離れて観光対象が位置することが多い一方、生活者の交通は自家用車に強く依存しており、地域内の公共交通網は、高齢者の通院や児童・生徒の通学に特化して維持される傾向が強い。そのため、旅行者の立場では、地域内交通の選択肢が少なく、自家用車やレンタカーなどを運転しない限りは、タクシしか選べないケースも珍しくない。しかも、近年では、タクシの乗務員不足が深刻化しており、営業所の統廃合が進みつつある。地方部の地域内交通は、観光シーンにおいて十分に機能していると

は言い難い状況にある。

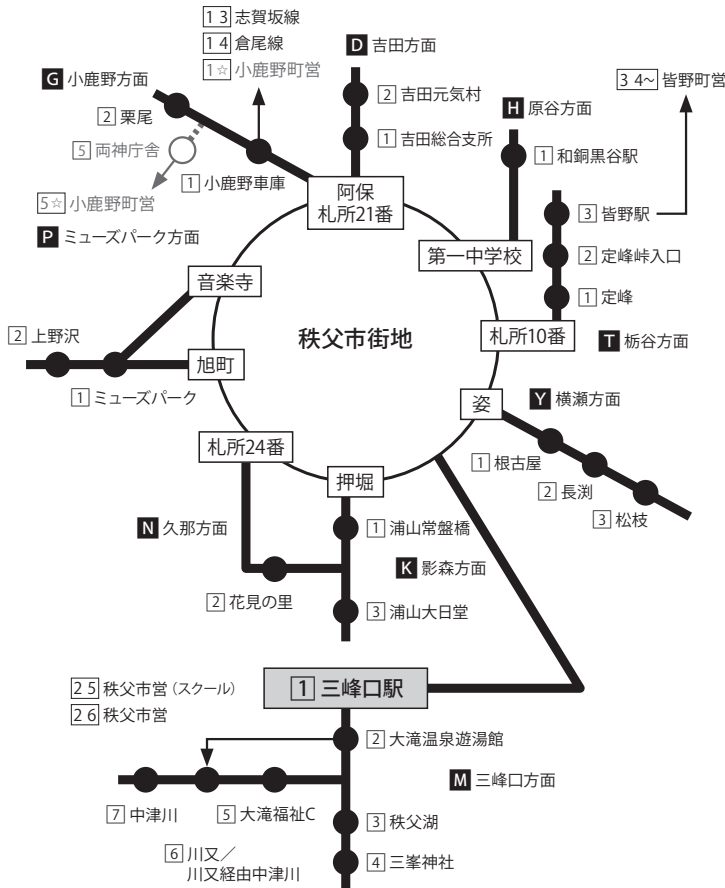
こうしたなか、自動走行の実証実験やICTによる交通のシェアリングなど、新たなソフトを地域内交通のツールにしようとする取り組みが生まれているが、地方部を訪れる旅行者が広く利用できるようになるには、まだ時間を要する。そこで、本稿では、地域内の公共交通が相対的に不便とされる地方部を念頭に、旅行者と地域を結びつける公共交通の可能性について、観光シーンに定める路線バスの「見せ方」や公共交通と地域資源のパッケージ化に着目して述べることにしたい。

観光シーンに定める 路線バスの「見せ方」

地方部の地域内交通は、路線バスが基本である。鉄軌道であれば、線路や

駅の位置が明瞭だが、路線バスの場合、車両の行先表示や時刻表、路線図などを駆使して調べるなどしない限り、観光地点にアクセスできるか分からない。最近では、コンテンツプロバイダーによる経路検索が充実しているが、生活交通とは異なり、観光シーンでは、目的地のゲートウェイと一つの観光地点を単純往復するとは限らず、複数の観光地点を回遊したり、往路と復路で異なるゲートウェイが選ばれたりするケースもある。そのため、地域内の路線バスを「分かりやすく見せる」ことが必要である。鉄道駅やバスターミナルなど、ゲートウェイにおける案内サインを動線に則してデザインするほか、路線バスの場合には、系統のナンバリングも有効である。路線バス事業者は「系統番号」を設定し、車両の行先表示に用いることも少なくないが、運行管

図1 秩父地域の路線バスナンバリング



理の要素が強く、旅行者の利便を考慮したものとは限らない。例えば、池袋駅と渋谷駅を結ぶ都営バスには「池86」という系統番号が付されている。池袋に関わるバスであることは想像できるが、「86」という数字からは経由地が読み取れない。また、漢字が用いられているため、外国人旅行者にとって分かりづらいうことに加え、漢字には「音読み」と「訓読み」があるため、日本人にも口頭では伝わりにくいことがある。こう

したなか、埼玉県秩父市など1市4町で構成される「ちちぶ定住自立圏」では、西武観光バスのほか、各市町営バスも含めた系統のナンバリングを導入している(図1)。多くの路線バスが西武秩父駅を起点に放射状で運行されているため、アルファベットで方面を表わしたうえで、秩父市に近い終点から順に1、2と番号を振られている(注1)。また西武秩父駅を終点とする系統には、鉄道駅のピクトグラム(標準図記

号)がバスの行先表示に掲出され、「文字だけで説明しない」工夫がなされている。

一方、路線バスを「分かりやすく見せる」ためには、ルートやダイヤといった基本要素の改善が本質的には求められる。福島県会津若松市(人口12万人)は、鶴ヶ城や武家屋敷、飯盛山、七日町といった観光地点が市街地に点在しているが、ゲートウェイである会津若松駅からやや離れている。そこで、会津乗合自動車(会津バス)が「鶴ヶ城・飯盛山線」を運行してきたが、「まちなか周遊バス運行事業実行委員会」(同市が事務局)によって、まちなか周遊バス「ハイカラさん」の運行が2001年7月から始まり、逆まわりの「あかべえ」が2007年8月に始まった(注2)。その結果、まちなか周遊バスの乗車人員が増加した一方(注3)、「鶴ヶ城・飯盛山線」は、まちなか循環バスのルートと重なる区間が多く、他の循環バスも含め「導入当時のような

表1 会津若松駅発バス時刻(2011年4月)

時	まちなか周遊バス		路線バス	
	ハイカラさん	あかべえ	鶴ヶ城・飯盛山線	
6			40 飯★	
7			30 飯 35 鶴★	
8	00 30		00 飯 30 飯★	
9	00 30	15	30 飯	
10	00 30	15		
11	00 30	15		
12	00 30	15	30 飯	
13	00 30	15	00 鶴	
14	00 30	15	00 鶴	
15	00 30	15	00 鶴★ 30 飯	
16	00 30	15	00 鶴 30 飯★	
17	00 30		00 鶴★ 30 飯	
18			00 鶴	
19			00 鶴★	

飯=飯盛山まわり、鶴=鶴ヶ城まわり、★土日祝日運休
会津若松市地域公共交通会議「路線バス時刻表」(2011年4月1日改正版)より筆者作成。

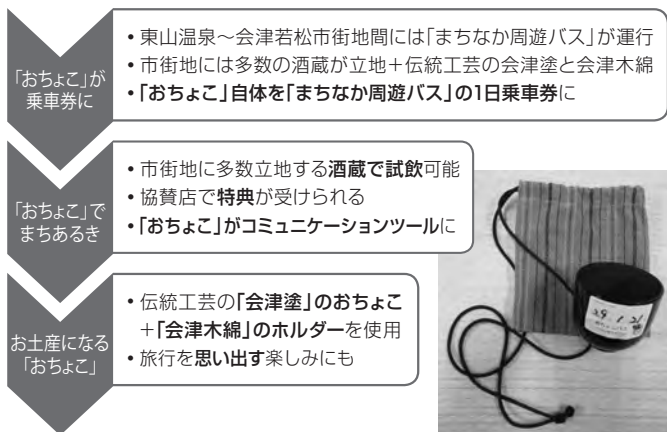
観光利用がなくなり、生活交通として維持されている(注4)状況になった。まちなか周遊バスは、ほかの路線バスとは異なる車両や停留所のデザインが用いられ、視覚的な「わかりやすさ」が提供されていることに加え、ダイヤ(2011年4月時点)も、まちなか循環バスが30分間隔のパターンダイヤであるのに対し、「鶴ヶ城・飯盛山線」は日祝日に運休となる便が多い。すなわち、「分かりやすい」ダイヤも集客成果につながったと考えられる。そこで、2011年10月に「鶴ヶ城・飯盛山線」の運行を取り止め、まちなか循環バスに一本化し、通勤・通学時間帯のルート新設や「あかべえ」の増便を図った。それにより、生活交通需要が取り込ま

図3 『おちよこパス』のセット



『おちよこパス』は、伝統工芸品である会津漆の「おちよこ」を「まちなか周遊バス」の一日乗車券としたものである（販売価格2000円・図3）。まちなか周遊バスを利用できる企画乗車券は、数種類販売されているが、沿線の「中核的商品」となる観光対象をバスで結びつけた商品であったため、「まちなか周遊バス」に見られる「面」としての旅行者の動きを創出するものになっていなかった。そこで、『おちよこパス』は、「まちなか周遊バス」沿線のまちなか

図4 『おちよこパス』のコンセプト



るきや酒蔵巡りをするきっかけを生み出すことに力点を置き、市内の41店舗（2017年12月22日時点）で特典が受けられる。図4は、『おちよこパス』のコンセプトを整理したものである。既存の企画乗車券やオプショナルツアーに組み込まれた酒蔵巡りとの差別化を図るうえで着目したのが、会津塗の「おちよこ」である。「おちよこ」をバスの乗車券に利用した（「おちよこ」が乗車券の本体になる）事例はこれまでになく（注9）、それを実現することで独自性

が際立つことになるが、末廣酒蔵（嘉永蔵）では、常時数種類の日本酒を「おちよこ」で試飲できる（「おちよこ」が乗車券にも試飲の際の酒器にもなる）「楽しさ」がある（注10）。また、同じく伝統工芸品である会津木綿のホルダーも製作し、旅行者が「おちよこ」をぶら下げてまちなか周遊バスを楽しむことで、「おちよこ」が旅人と地域をつなぐコミュニケーションツールになる。また、『おちよこパス』は、「おちよこ」とホルダーの購入が前提になるため、企画乗車券の売上がバス事業者に止まらず、会津塗や会津木綿の製造・卸売業者にも波及することになり、地域内経済循環にも貢献することが期待される。

「おちよこパス」の実践が旅行者の回遊性向上に結び付くかを検討するため、発売初日にモニターツアーを実施した。会津若松駅前集合した参加者は、各自で『おちよこパス』を購入し、午前10時から午後1時半過ぎまで自由行動をした。協力が得られた30人のモニターには、GPSロガー（HOLUX社M1241）を身につけていただいたほか、東北夢の桜街道協議会が運営（富士通ネットワークソリューションズ株式会社が開発）するアプリ『東北桜旅・酒蔵旅ナビ』に『おちよこパス』のモデルコースや協賛店スポット情報、「まちなか周遊バス」の停留所や時刻表を実装させ、利用いただいた。

GPSロガーには、モニターの位置（緯度、経度）が5秒単位で記録され、それをGIS（注11）ソフト（ESRI社ArcGIS）上に読み込まれることで多様な空間解析が可能になる。図5は、モニターの行動軌跡図における打点の分布（密度）をもとに、ArcGISのエクステンションであるSpatial Analystを用いて、ヒートマップ（カーネル密度図）を作成したものである（注12）。モニターツアーの開始から約1時間を経過した午前11時から11時半までの30分間における旅行者密度を示したものであり、相対的に多くのモニターが長い時間立ち止まっている地点ほど、濃い色に着色されている。末廣酒蔵（嘉永蔵）は、鶴ヶ城天守閣となれば旅行者密度が高くなっており、酒蔵が旅行者の関心を惹きつける「中核的商品」になり得ることが分かる。また、鶴ヶ城から七日町方面に向けて旅行者が移動している様子も読み取れ、観光地点間の回遊行動が認められるほか、七日町通り沿いにも、旅行者密度の高い地

図5 『おちよこパス』モニターツアー時の旅行者密度(午前11時~11時30分)



点があり、『おちよこパス』が酒蔵をハブに旅行者の対流を促進したことが読み取れる。筆者のゼミ生が2017年8月下旬に協賛店17店舗(当時の協賛店は23店舗であった)にヒアリングを実施した結果、13店舗で『おちよこパス』の利用があったと回答があり、多くの協賛店が提供する食や土産物などのコンテンツが「付加的商品」として旅行者に受け入れられたことになる。

一方、スマートフォンアプリ『東北桜旅・酒蔵旅ナビ』の検索ログでは、モニ

ターツアーの起点となった会津若松駅を出発する直前にモデルコースが多数検索されており、コースの選択肢を増やすことで、多様な対流を創り出せる可能性が示唆された。

このように、旅行者を惹きつける「中核的商品」を食や土産物などの「付加的商品」とともに地域内公共交通とパッケージ化することで、旅行者の対流が促進され、地域内経済循環にもインパクトを与える。但し、こうしたパッケージは、必ずしも大きな経済効果を生みだすわけではない(注13)が、商品造成によるリスクも小さく、機動力が高いという特徴を有している。

一方、パッケージの造成には、地域の多様な主体との協業が必要である。『おちよこパス』の場合、おちよこやホルダーの仕入れが必要だが、その在庫を会津バスに抱えていただいたことで実現できた。また、協賛店への依頼や調査も同社や会津若松市の協力で円滑に進められたが、同市には、会津若松市産業資産利活用推進協議会(事務局:会津若松市地域づくり課)が主催する「産業観光ミートイニング」というプラットフォームが存在しており、産業界の協力が得やすい環境にあったことも貢

献した。

このように、地域における対流促進を図るためには、地域内公共交通が旅行者と地域資源をつなぐツールとなり得ることを認識したうえで、多様な主体のアイデアから「小さな実践」をうみだす「創発的な場づくり」が鍵を握る。

(よしだ いつき)

- (注1) 小鹿野車庫(埼玉県小鹿野町)のように、郊外を起点とする「枝線」については、秩父市街地に入り入れる系統の結節点に振られた番号(小鹿野車庫の場合は1)を十の位とした2桁の番号が用いられており、1市4町で統一したルールで運用されている。
- (注2) 現在は、会津乗合自動車に運行に関する全てが移管されている。
- (注3) 2002年度には一便平均10・5人であったが、2006年度には同28・6人に増加した。
- (注4) 会津若松市(2010)「会津若松市地域公共交通総合連携計画」p.22
- (注5) 全国的には、十勝バス(北海道)や九州産交バス(熊本県)の取り組みが有名である。
- (注6) ポニー・M・ゴルフ(近藤勝直監訳)『都市観光のマーケティング』pp.47・57、2007年
- (注7) 吉田樹「観光と地域の活性化」、萩原清子編著『生活者が学ぶ経済と社会』pp.248・251、2009年
- (注8) 会津若松市内には、会津酒造組合加盟の蔵元だけで15軒存在している。
- (注9) 安全運転を一とする公共交通業界において、アルコールが連想される企画乗車券は「想像できなかった」という意見も聞かれたが(吉田ゼミによる会津バスへの担当者ヒアリングより)、地方鉄道では「升」を乗車券とした例(養老鉄道)のり「ます」きっぷ、2008年に限定発売)もある。

吉田 樹 (よしだ いつき)

福島大学経済経営学類准教授。うつくしまふくしま未来支援センター地域復興支援部門副部門長。専門は地域交通政策、まちづくり。福島大学入学、岐阜大学編入、東京都立大学大学院都市科学研究科博士課程修了。2008年首都大学東京都市環境学部助教を経て2013年より現職。近著に「Rebuilding Fukushima (Securing mobility in the nuclear disaster-afflicted region: a case study of Minami-Soma)」, Routledge, Yamakawa, M. and Yamamoto, D. (分担執筆)、2017、「東日本大震災合同調査報告 都市計画編(交通計画の視点から見た中間貯蔵施設の問題(5.7章))」、東日本大震災合同調査報告書編集委員会編(分担執筆)、丸善出版、2015、など



- (注10) このほか、酒販店など3カ所において「おちよこ」で試飲可能である。
- (注11) GIS: 地理情報システム(Geographic Information System)。地図上に多様なデータをレイヤー(層)として落とし込むことができ、距離や面積の計測、密度の計算などを容易に行うことができる分析ツール。
- (注12) 緯度、経度の計測誤差(ノイズ)を除去するため、以降の分析では、秒速20mを超えると思われる打点を除外して分析した。
- (注13) 2017年11月末日時点の『おちよこパス』の販売は238件である。