

地域観光ネットワークにおける定期観光バスの活用に関する研究*

*A Study on the Application of Regular Sightseeing Bus Service on Regional Tourism Network**

川本 義海**・伊豆原 浩二***・本多 義明****

By Yoshimi KAWAMOTO**・Koji IZUHARA***・Yoshiaki HONDA****

1. はじめに

全国的な交流が活発化する中、観光は地域振興策の重要な施策の一つとして期待されている。価値観の多様化・ゆとり志向の高まりは、観光の概念をより幅広いものにするとともに、人々の観光行動をますます広域化している。それに伴い、観光に対する評価は以前にも増して厳しくなっており、地域における観光振興は従来のように観光地、観光施設という観光資源を点として整備していくだけでは不十分となって久しい。次の段階として既存の観光資源の質的向上に加え、新たな観光資源を発掘・創出し、またそれらを効果的に連携させることによって観光自身に広がりを持たせ多様な観光ニーズに応えていくことが必要となっている。つまり地域に点在する様々な観光資源の相互機能補完を図り、その相乗効果によって地域観光の魅力を向上させていくことは極めて重要な課題といえる。

定期観光バス（以下、定観バス）は、増大する観光需要への対応と地域の活性化への寄与という約半世紀にわたる成立発展過程、また地域の観光地を効率良く回るといった独自の運行特性から、定観バスが運行されている関係自治体ならびに地域住民との関わりは一般の観光交通と比べると深いといえる。交流型社会にあって今後、定観バスは来訪者に対し移動手段としての交通サービスを提供するばかりでなく、地元住民とのふれあい交流、また地域観光を通じた周辺自治体同士の広域的な連携方策の一つと

しても様々な可能性を秘めているものと思われる。

本研究では以上のような認識のもと、地域観光における定観バスの意義と役割、またその効果的な活用のための考え方と方法論を提起することを目的とする。まず地域観光において多様化する観光資源の捉え方を検討し整理する。次に今回着目した定観バスに対するバス事業者、関係自治体、さらにはバス利用者各々の見解をもとに地域における定観バスの今日的・将来的位置付けと可能性を示す。最後に地域観光のネットワーク化における定観バスの効果的な活用策について予備検討する。

2. 地域観光とそのネットワーク化における基本的視点

(1) 地域観光資源

これまで観光の対象は全国ないしは都道府県といった対外的な知名度によって評価されるのが一般的であった。しかしながら観光の多様化は、従来では観光の対象とならなかった「モノ」や「コト」をもその対象に含むようになり、それに伴って対地域住民、対観光客という閉じた地域資源のあり方が変わろうとしている。つまり観光客向けの特別な観光地や施設だけが観光対象ではなく、地域の産業・文化・生活などあらゆる地域資源が観光対象と成り得る。よって地域内外の評価の融合が求められることとなり、またそこで繰り広げられるであろう人の交流が真の意味で地域に活力を与えることにつながるものと思われる。

以上のことから、既往の地域資源・観光資源の見直しをはじめ潜在的な資源の洗い出しも必要である。ここではその分類の一例と考え方を表-1、図-1に示す。

* キーワード：定期観光バス、計画手法論、観光・余暇、地域計画

** 正会員 博士(工) (財)豊田都市交通研究所研究部
(471-0025 豊田市西町 4-25-18, TEL 0565-31-7543, FAX 31-9888)

*** フェロ-会員 修士(工) (財)豊田都市交通研究所研究部
(471-0025 豊田市西町 4-25-18, TEL 0565-31-7543, FAX 31-9888)

**** フェロ-会員 工学博士 福井大学工学部建築建設工学科
(910-8507 福井市文京 3-9-1, TEL&FAX 0776-27-8607)

表－１ 地域観光資源の分類の例

- ・ 自然系（山、河川、海、湖沼、高原、海岸、特殊地形、動植物等）
- ・ 文化・芸術系（美術館、博物館、資料館、図書館、動植物園、各種ホール、研修センター、青少年教育施設、学校等）
- ・ スポーツ系（競技場、体育館、キャンプ場、ゴルフ場、フィールドアスレチック場、スポーツセンター、サイクリング・ハイキングコース、フィールド・アーチェリー場、スキー場、アイススケート場、海水浴場、マリナ・ヨットハーバー等）
- ・ 産業系（工場、資料館、産業観光施設、伝統工芸技術等）
- ・ レクリエーション系（テーマパーク、遊園地、水族館、公園、レジャーランド、ヘルスセンター等）
- ・ 支援施設系（道路、道の駅、展望施設、ハイウェイオアシス、SA・PA、鉄道、ホテル、旅館・民宿等）
- ・ 飲食系（郷土料理店・レストラン、飲食街、味覚等）
- ・ 保養・休養系（リゾート、温泉、緑地等）
- ・ 体験系（農業体験、工芸、観光農林業・観光牧場・観光漁業等）
- ・ イベント系（祭事、各種イベント、博覧会、展覧会、学会、シンポジウム・フォーラム等）
- ・ 歴史・史跡系（城郭、神社・仏閣・教会、史跡、庭園、歴史的建造物、近代建造物、町並み・旧街道等）
- ・ 風俗・習慣系（行・祭事、市、郷土芸能、郷土景観等）
- ・ 観光交通系（ケーブルカー・ロープウェイ・リフト、レンタカー・レンタサイクル、観光タクシー・ハイヤー、遊覧船、遊覧飛行機、定期観光バス等）
- ・ その他

表－２ 地域観光の発展過程

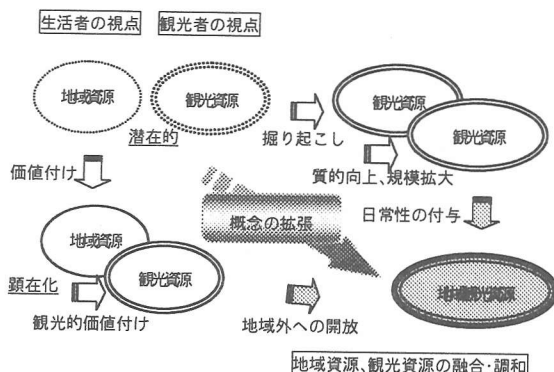
動機（1 st stage）… 自発性、場所性、公平性、新規性、地域性、出会い、発見 ⇒ PR、見聞き、口コミ 地域資源・観光資源の発掘、創出
促進（2 nd stage）… 効率性、双方向性、広域性、交通条件、再訪 ⇒ 再訪（リピーター）、新規ルート 接続、連携による観光機会増大
安定（3 rd stage）… 安定性、持続性、環境性、文化性、創造性、日常性、発展性 ⇒ 通年型、多機能化 ネットワーク化による日常的な観光活動の定着

（３）地域観光のネットワーク化

観光は、「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な行動。触れ合い、学び、遊ぶことを目的としたもの」（国土庁観光政策審議会答申）と定義されているように、ただ単に観光地を訪れ見物するだけではもはやなくなっている。これは観光の素材となる観光資源（観光的な魅力を有しているモノやコト）個々の重要性が低下したという意味ではなく、それらを総合化し、観光対象としての観光資源単体の評価に留まらない多次元的な評価が今後重要になってくることを示している。つまりどのような資源をどのように結び付け魅力を高めるかが問われることになる。

観光は本来、行政区を超え広域的に行われるべきものである。地域観光資源を活かし多種多様な観光需要にいかに応えていくか、また新たな交流をどのように生み出していくか、その有力な方法として地域観光の「ネットワーク化」は不可欠である。これは観光資源同士の交通上・地理上の物的ネットワーク化のみならず、定観バス事業者、関係自治体さらには地域住民相互の連携・協力といった人的ネットワーク化をも含めた広義的なものである。観光は人々の自由な意志とその選択に基づいて具現化した活動であることから、そのネットワークが有効に機能すれば地域の観光ポテンシャルの向上はもちろん、地域内外の交流促進にも大きく寄与することとなる。

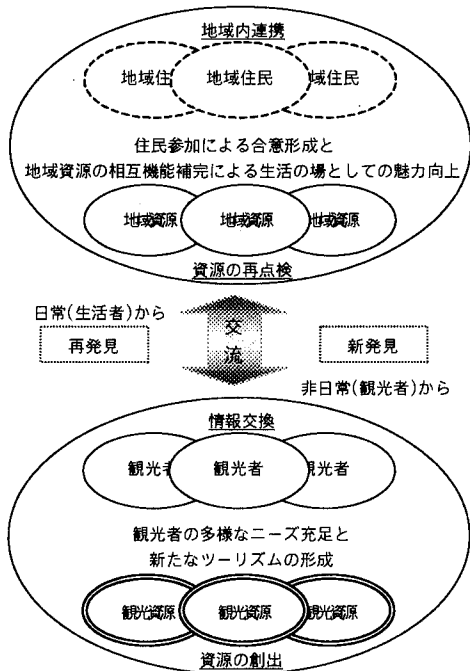
定観バスは各ルート毎に決まった立ち寄り先を持ち、そこでは必ず見物のみならず地域の人々との交流の機会が持たれる。多様な観光ニーズに応えるにはネットワーク中での選択肢の幅を広げることにより柔軟に対応していくことが求められる。



図－１ 地域観光資源の考え方

（２）地域観光の発展過程

地域において観光を着実に醸成させていくためには、観光資源の重要性のみならず、それらをいかに展開・発展させていくかが重要な課題となる。前節で述べたように、地域観光資源の多様化によってあらゆる地域資源が観光対象と成り得るとするならば、地域資源の性質を観光の発展過程の面から段階的に明らかにしておくことも必要であろう。（表－２）



多様な観光ニーズ

- ・観光先行型：観光すること自体が主目的
- ・観光先行型：行き先が最優先
- ・観光目的先行型：行き先で何をやるかが最優先

図－２ 地域観光のネットワーク化の概念

３．定期観光バスの運行実態と地域における位置付け

本章では、筆者らがこれまでに行った調査データをもとに考察する。

(1) 定期観光バスの運行・経営状況

定観バスは現在全国で約 130 社が運行しており、地域における観光交通の一端を担っている。最近の状況を見ると事業者数は微増、運行系統数も 800 弱で微増、その一方で輸送人員は約 340 万人と減少傾向にある（運輸省調べ）。自家用車による観光が主流の中で、定観バスは開設当初の需要対応型の形態か

らの転換が迫られている。

定観バス事業者の多くは採算面で苦しい状態（約 3/4 が赤字）にあり、一部を除いてバス事業単独経営は成立困難といえる。しかし運行に対する意識と展望にあつては、地域に貢献する地域交通の一つとしての使命を自覚しており、様々な経営努力がなされていることも明らかにされている。

(2) バス事業者・関係自治体・バス利用者から見た定観バスの位置付けと評価

現時点における三者各々から見た定観バスはおおよそ表－３のとおりである。いずれも定観バスに対する期待はあるものの、相互の見解の違いや観光戦略の不十分さの改善・解消が今後の課題といえる。

表－３ 定観バスの位置付け・評価

バス事業者

採算性を最も重視。地域資源の有効活用、市町村の知名度アップ、入込み観光客の増大に大きな期待。希望立寄り先として歴史的建造物・史跡、新名所、観光物産施設を挙げている。利用者増のためには、PR、サービスの向上、コースの検討が指摘されている。鉄道との併用利用が多いことから鉄道との連携が主となっている。採算性の問題はあものの、自治体との連携・協力による地域貢献への意欲は比較的高い。今後の展開にも期待が高い。

関係自治体

市町村の知名度アップ、入込み観光客の増大、地域資源の有効活用、地域の活気賑わいの創出、地域外の人との交流促進に大きな期待。定観バスへの関心、また新規導入への関心も高く、PR や関連施設割引、交通施設面で事業者への協力・援助を考えている。事業者に対しては誘客方法の検討や既存・新規ルートの検討を望んでいる。しかし事業者との関係強化への意向は自治体のそれほど強くない。

バス利用者

中高齢層、友人知人・夫婦といった小人数、県外者で泊り掛け、女性の利用が多い。訪れたい観光地を一巡するとともに、駅からの発着といった利便性を評価。料金やサービス内容に関してはほぼ満足している。観光が「休」や「サ」等はもちろん、友人・知人からの口コミによる情報も多い。

注）対象は全国の定観バス事業者、福井県内の自治体、福井県内の定観バス利用者としている。

(3) 連携の現状と展望

事業者、自治体の連携状況と意向は表－４のとおりである。いずれの場合も観光資源の発掘と拡大に主眼を置いていることが分かる。

表－４ 連携状況と展望

運行ルート
バスの立寄り自治体数は 1～3 が過半数を占める。しかし地方部では複数の自治体に渡って運行される場合が多い。 ⇒ 県内における運行が主
広域性
都道府県境を越えた運行はほとんどない。 ⇒ 広域運行へ
協力・援助関係
事業者と自治体とは約 3 割、事業者同士もほぼ同程度の協力・連携・援助関係を持っている。事業者の意向として、今後自治体と協力援助を図りたいとしているのが半数に対し、他事業者との協力・連携については 3 割にも満たない。 ⇒ 官民のパートナーシップに期待

注) 対象は全国の事業者をとしている。

(4) 観光交通・地域交通としての定観バスの特性

運行の定期性・定時性・周遊性、広域性を持った運行エリア等の特性を踏まえるならば、観光を通じた地域づくりにおいて地域に密着した交通としての役割も期待される。定観バスは観光バスというその性質上、路線バスとは異なり地域生活に密着した交通とはまだ十分には認識されておらず、そのため地域における意義やその位置付けはこれまで曖昧であり、その実態も十分に明らかにされていない。他の交通機関（自家用車、貸切観光バス等）との相違点はおよそ表－５のようである。

表－５ 定観バスの特性

観光交通として	地域交通として
・ 地域の観光地を効率的に運行 ・ 観光ルート変更が比較的容易 ・ 地元企業のため諸施設とのタイアップが容易 ・ バス自体が地域の観光資源として価値あり ・ 土地に不案内な人にも安心して利用可 ・ 自家用車に比べ輸送効率が高い ・ 交通渋滞緩和に役立つ	・ 定時、定ルートで運行 ・ 観光客のみしか利用せず、住民は利用できず(しない) ・ 路線バスとのルートの重複 ・ 路線バス・バス空白地での運行(補完) ・ 地方鉄道との連携による利用者喚起 ・ 自治体運営によるバス・タクシー機能の複合化(福祉バス、スクールバスとの併用)

4. おわりに

本研究では定観バスを活用した地域観光ネットワークの方法論について、地域観光資源ならびに定観バスの運行実態と地域における位置付けからその方向性の予備的検討を行った。今後はケーススタディを通じて定観バスによる地域観光資源のネットワーク化ならびに事業者、関係自治体、バス利用者の意識・意向をもとに、広域観光ルートの設定やその場合の要件等について検討し、地域における定観バスの効果的な活用策を実証的に提起していく。

参考文献

- 1) 川本義海, 嶋田喜昭, 本多義明: 定期観光バスの運行実態と地域における評価に関する研究, 都市計画論文集 No.32, pp.553-558, 1997.
- 2) 川本義海, 服部正秀, 本多義明: 地域活性化からみた定期観光バスの評価に関する研究, 土木学会第 53 回年次学術講演会梗概集第 4 部, pp.792-793, 1998.
- 3) 観光地づくりの道標 観光地の活性化に向けて, 日本観光協会, 1988.
- 4) 観光地づくりの道標II 地域ぐるみの活性化方策, 日本観光協会, 1985.