温泉地を起点とした『まちあるき観光ツール』

“Town Walk Tourism Tolls” Starting at Hot Spring District

福島大学 経済経営学類 吉田 樹 ゼミ　鈴木千春・日下瑞希・菊池真純・茂木祐佳・五十嵐諒一

福島大学吉田樹ゼミでは、福島県の有力な観光地点である温泉地に着目し、温泉地自体の魅力向上に加え、滞在時間や消費金額を増やす契機となる「まちあるき観光」を促進するツールを製作し、公共交通事業者と連携した地域への展開を進めている。まず、飯坂温泉（福島市）では、地域の古地図を頼りに、観光協会等が所有する昔の写真を手がかりに場所を探し、今の写真を撮影して楽しむ「未完成アルバム」として『飯坂今昔散歩』を製作した。そのうえで、ＧＰＳロガーを貸与したモニターツアーを実施し、観光客の滞在時間を密度換算して図化した「観光ポテンシャルマップ」を作成した。その結果、著名な観光地点に限らず、『飯坂今昔散歩』に掲載された街路や建造物を経由することで滞在時間が増加する可能性を確認した。また、東山温泉（会津若松市）を起点に市内循環バスで酒蔵めぐりを行う『おちょこパス(仮称)』を企画し、特産の会津漆器や地酒を観光者やまちと繋げる取り組みを進めている。

温泉地に着目した背景

- ✓ 震災・原発事故後（2012年度）に県内を訪れた観光客の「主な旅行目的」として「温泉を楽しむ」が最多（とくに40～60歳代）。【表-1】（福島県観光交流課・吉田　樹研究室の調査）
- ✓ 県内の年間延べ宿泊数は1,075万人泊（14位；平成25年）と上位も、県内温泉地の入込客数は震災前から漸減傾向。
- ✓ 県内旅館の定員稼働率は31.1％（平成25年）と低く、平均宿泊日数も1.2～1.5泊に止まる。

⇒ 福島県内の有力な観光地点である温泉地の魅力を高め、地域内経済循環に結びつけるためには何が必要か？

【表-1】福島県内の「主な旅行目的」

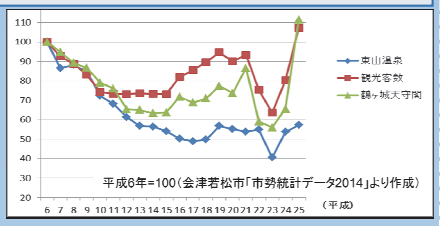
今回の旅行目的（一番目）	年齢層 1. ～20歳	2. 20歳代	3. 30歳代	4. 40歳代	5. 50歳代	6. 60歳代	7. 70～歳	計
1. 自然にふれあうため	21.7%	7.3%	5.5%	7.8%	13.2%	18.8%	17.6%	1255
2. 温泉を楽しむため	17.5%	13.4%	19.7%	22.8%	27.1%	19.9%	16.6%	1748
3. 食事を楽しむため	8.4%	5.6%	6.3%	3.6%	3.4%	2.6%	2.1%	301
4. 買物をするため	1.4%	1.7%	2.0%	0.5%	1.9%	2.4%	2.5%	180
5. 祭りやイベントを見るため	11.9%	3.6%	4.9%	5.2%	5.2%	6.7%	5.2%	492
6. 文化・芸術にふれあうため	2.8%	2.4%	4.5%	3.2%	3.7%	5.1%	5.6%	397
7. ボランティアのため	1.4%	2.6%	2.4%	1.3%	1.5%	1.9%	2.4%	176
8. 仕事・業務のため	8.4%	26.4%	22.6%	18.3%	8.2%	0.9%	0.5%	726
9. 被災地の現状を知るため	2.1%	7.2%	8.3%	11.9%	13.1%	17.8%	20.0%	1316
10. 参加者同士の親睦を深めるため	19.6%	24.1%	15.3%	16.5%	14.7%	14.8%	18.4%	1487
11. その他	4.9%	5.6%	8.5%	8.9%	8.0%	9.2%	9.2%	756
計	143	779	858	950	1309	2501	2294	8834

会津乗合自動車（会津バス）と連携した『おちょこパス（仮称）』商品化に向けた取り組み

温泉地と市街地との「対流」が弱い会津若松

- ✓ 会津若松市全体や鶴ヶ城天守閣の観光客数が回復基調であったにも関わらず、東山温泉の観光客数は低調。【図-1】
- ✓ 東山温泉の宿泊客は、宿泊施設から外に出ず、次の観光地に向かう傾向が強く、温泉地や会津若松市街地をまちあるきするきっかけが少ない。（2014年11月の吉田ゼミ現地調査で確認）

⇒ 東山温泉と市街地との間で観光客が回遊する「対流」が弱く、温泉地を起点としたまちあるきの契機となる観光ツールの必要性を確認。



【図-1】 会津若松市内の観光客数の推移

「まちなか周遊バス」による回遊性向上の可能性と「地酒」への着目

- ✓ 会津バスが運行する「まちなか周遊バス」（右回りのあかべぇ、左回りのハイカラさん）は、東山温泉と市街地の主要な観光地点（七日町、鶴ヶ城、飯盛山）を30分間隔で結んでおり、回遊性向上に寄与できる。【図-2】
- ✓ 市街地には、半径1kmの範囲に数多くの酒蔵が立地【図-3】する全国的にも珍しい特徴がある一方、多くは試飲も行っており【表-2】、観光客の有力な目的地となり得る。しかし、「まちなか周遊バス」の路線図など既存媒体では、こうした状況を読み取ることができない。

⇒ 温泉地を起点に「まちなか周遊バス」を介して、市内の主要な観光地点を結びつつも、自家用車では楽しむことができない「酒蔵巡り」と組み合わせた「まちあるき観光ツール」の製作をすすめることに。

【図-2】 まちなか周遊バスルート
http://www.naf.co.jp/takaku/access.stm
を一部改変して使用

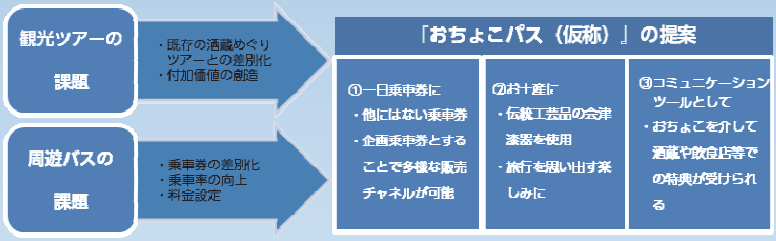
【図-3】 会津若松市街地における酒蔵の立地
- 訪ねて楽しい日本酒の蔵元全国1位（末廣酒造）（日本経済新聞2013年1月27日）
- 会津酒造組合加盟の蔵元だけで15軒

【表-2】主な酒蔵における試飲状況（吉田ゼミ調査）

酒造名	末廣	宮泉	辰泉
年齢層	60歳～	50～60歳	40～50歳
移動手段	自家用車・循環バス	自家用車・循環バス	徒歩・循環バス
予算	3000～3500円	1000～2000円	2000円前後
体験比率	見学・購入	見学	購入
試飲の器	プラスチック製ぐい飲み	既製陶器	既製陶器
その他	・予約不要 ・カフェ併設 ・会津の歴史も学べる	・ラベル作成体験 →震災以降中止 ・歴史館併設（要入場料）	・従業員が少ない ↓ 時間など限定

コンセプト

- ✓ 東山温泉からのアクセス手段である「まちなか周遊バス」（あかべぇ、ハイカラさん）の企画乗車券乗券として、伝統工芸品である会津漆器の「おちょこ」を採用し、「おちょこ」をコミュニケーションツールとして市内のまちあるきや酒蔵巡りの「楽しさ」を生みだすことで、公共交通を利用したまちあるき観光の魅力向上、付加価値の創造を目指す。【図-4】

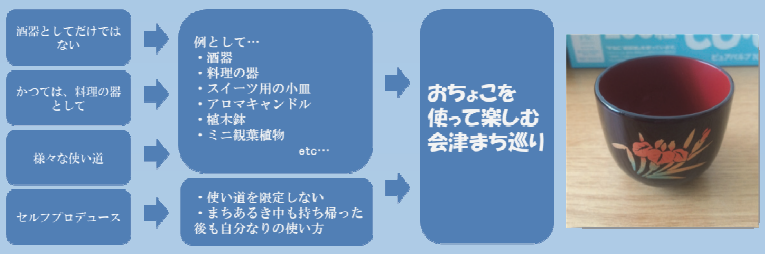


【図-4】『おちょこパス（仮称）』のコンセプト

『おちょこパス（仮称）』のコンテンツ

(1) おちょこ

- ✓ 会津バスが運行する「まちなか周遊バス」の一日乗車券であり、バス降車時に「おちょこ」を見せるという他にはないスタイル。
- ✓ 旅行時のコミュニケーションツールとしても使用できる。酒蔵巡りにおける試飲のほか、市内の飲食店等で「ひとくち」の特典が受けられるなど、まちあるきのきっかけをうみ、より楽しめる工夫として提案。【図-5】
- ✓ お土産として持ち帰ることができ、旅行を思い出す楽しみにもなる。伝統工芸品の「会津漆器」を使用することから、産業分野を超えた地域内経済循環が期待できるとともに、会津ブランドの魅力を高めることにもつながる。



【図-5】コミュニケーションツールとしての『おちょこパス（仮称）』

(2) 巾着袋

- ✓ 会津漆器の「おちょこ」同様、伝統産業である「会津木綿」の製品を使用することで、会津ブランドの魅力を高めることができる。そして使用後はお土産となる。コンパクトで見栄えも良く、「おちょこ」を持ち運ぶために採用。

(3) 会津ほろよいマップ

- ✓ 市内の主要観光地点（七日町、鶴ヶ城、飯盛山）ごとの詳細地図とともに、会津若松駅や東山温泉地区を含めたバス停留所に関する情報を掲載。あわせてまちあるきモデルコースのほか、「おちょこ」を持参した場合の特典を掲載する計画。【図-6】
- ✓ 特典が受けられる酒蔵や飲食店については，会津バスと吉田ゼミが連携して交渉を行う予定であり、すでに七日町まちづくり協議会、会津酒蔵組合との現地打ち合わせを開始している。

【図-6】会津ほろよいマップ

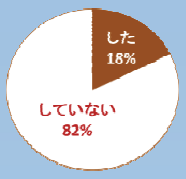
実現に向けた展開

- ✓ 現在、会津バスをはじめ、関係者と実現に向けた協議を重ねている段階にある。2016年4月12日に、會津稽古堂で開催された「平成28年度第1回産業観光ミーティング」（主催：会津若松市産業資産利活用推進協議会）において『おちょこパス(仮称)』の企画を広く提案し、今後も継続する予定である。
- ✓ 一方、大学のゼミ活動では、主に「おちょこ」の選定やデザインのほか、マップの作成などに重点を置くとともに、現地に数多く赴き、商店主等へのヒアリングや現地での「体験」を行い、学生ならではの目線でアイデアを創出する。

福島交通飯坂線と連携した『飯坂今昔散歩』の製作

修景整備事業後も温泉地のまちあるきが少ない

- ✓ 飯坂温泉（福島市）は、東日本大震災・東京電力福島第一原子力発電所事故後、観光客や修学旅行生の減少が顕著（避難者や復興作業従事者の長期宿泊需要はあったが）であり、飯坂温泉観光協会などが主催となり、様々な観光イベントを行っていた（『飯坂deサンバ』,『飯坂ほろ酔いウォーク』など）。しかし、イベントは単発で終わってしまうため、通年の取り組みが求められている。
- ✓ 一方で、飯坂温泉では2006～2010年にかけて修景整備（福島市・飯坂地区都市再生整備計画）が進められてきたが、吉田ゼミが2014年度に実施した宿泊客アンケート調査では、観光客の来訪目的が「温泉だけを目当てに来た」「旅館だけを目当てに来た」というものであり、温泉地内をまちあるきした回答者は全体の18%にとどまった。【図-7】
- ✓ 飯坂温泉宿泊客の利用交通手段は、自家用車が大半であったが、鉄道（福島交通飯坂線；福島駅～飯坂温泉駅）利用者であっても、飯坂温泉駅からの送迎を利用するケースが多く、温泉地内をまちあるきする割合は自家用車利用と変わらなかった。



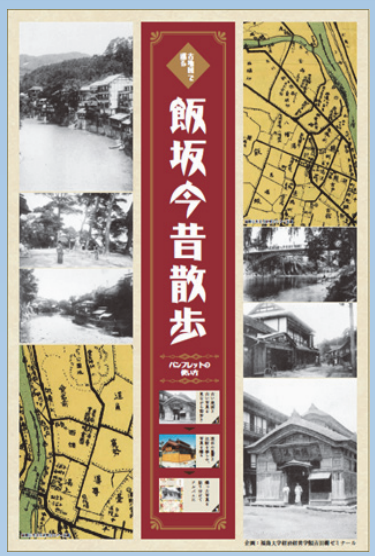
【図-7】 温泉地内のまちあるきの有無
（吉田ゼミによる宿泊客アンケート）

⇒ 駅まで徒歩でアクセスすることを「選択できる」鉄道利用者をターゲットに、宿泊先への往路もしくは復路でまちあるきをしてもらうきっかけとなるツールを製作することに。

未完成アルバム『飯坂今昔散歩』の製作

- ✓ 観光の「楽しみ」として「写真を撮る」ことに着目し、個人・小グループ旅行で飯坂温泉を訪れる層がまちあるきを楽しめるように、見るだけで楽しめるような「歴史」と「写真」と絡めたツールにしたいと考えた。
- ✓ 吉田ゼミの現地調査では、飯坂温泉観光協会や福島交通株式会社には「昔の写真」が数多く保管されていることが分かった。他方で、国際日本文化研究センターには、飯坂地域の「古地図」（1923年）が所蔵されていることも分かった。

⇒ 観光客に、実際に自分の足で歩き、自分の目で見て「宝探し」のような感覚でまちあるきを楽しんでほしいという想いから「未完成アルバム」の形式とした。すなわち『飯坂今昔散歩』は、古地図と昔の写真を手がかりに「まちあるき」を行い、記念写真をとることでマイアルバムも作成できるものであり、温泉地のまちあるきを楽しむきっかけをつくることで、旅行者の回遊性向上や地域経済の活性化を目指すものである。【図-8】【図-9】



【図-8】『飯坂今昔散歩』の紙面

古地図上の「マーク」をめぐるようにまちあるき	スポットに着いたら昔の写真と比べてみる	カメラで写真撮影（撮影方法はお好みで）	写真を貼り付けて完成（旅の思い出にも）

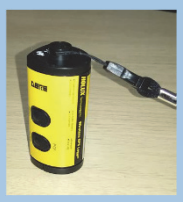
【図-9】『飯坂今昔散歩』の使い方

モニターツアーの実施

- ✓ 2015年11月21日（土；晴天）10:00～12:00の間、福島大学の学生を中心に17名が参加したモニターツアーを実施した。参加者には『飯坂今昔散歩』本体に加え、GPSロガー(HOLUX社m-241)【図-10】を持ってもらい、実際に飯坂を観光してもらうのち、アンケートに協力して頂いた。
- ✓ アンケート調査の結果、参加者のうち有効回答者16名全員が「満足」と回答した一方、モニターツアー実施中の平均消費金額は108円／人に止まった（ラジウム卵や温泉饅頭を間食したケースが多い）。その背景として『飯坂今昔散歩』に掲載された写真の地点を全て回ろうとする参加者が多く、約2時間のモニターツアーで概ね周遊した後、引き続き飯坂に滞在し、名物である「円盤餃子」の食事のほか、カフェや入浴施設に立ち寄ったケースが多いことが参加者からの事後インタビュー調査で明らかになった。
- ✓ その結果『飯坂今昔散歩』を観光客が手にすることによって、飯坂温泉地域内の滞在時間を延ばすとともに、食事等の消費活動を誘発されることが確認された。但し、今回のモニターツアーは大学生など若い世代が中心であったため、その他の年齢層にも調査対象を拡げる必要がある。

観光ポテンシャルマップの作成

- ✓ 観光ポテンシャルマップは、モニターツアー時の軌跡図【図-11】における打点（緯度・経度，5秒おき）の分布（密度）をArcGIS Special Analystを用いて、ヒートマップ（カーネル密度分布）で表現したものである【図-12】
- ✓ このとき、より多くのモニターがより長時間止まっているほど赤色系で表示されるが、旧堀切邸や鯖湖湯などのポテンシャルが高くなっていることが分かる。一方で、飯坂地域の「定番」とされる観光地点以外にも分布が見られることから、『飯坂今昔散歩』に掲載された地点を巡ることで地域内の回遊性向上に作用していることが読みとれる。



【図-10】使用したGPSロガー
(HOLUX社m-241)

【図-11】GPSによる軌跡図

【図-12】観光ポテンシャルマップ
＊着色し、かつ暖色系な地点ほど高いポテンシャル

『飯坂今昔散歩フリー乗車券』の発売と今後の展開

- ✓ 吉田ゼミが製作した『飯坂今昔散歩』とコラボレートした福島交通飯坂線で2日間有効のフリー乗車券『飯坂今昔散歩フリー乗車券』が2016年4月1日に発売開始された。フリー乗車券1冊の購入につき、小冊子1部を提供することで、実際の配布が開始された。【図-13】
- ✓ 飯坂温泉の宿泊客が到着日（当日）だけでなく、出発日（翌日）にも利用可能とするため、2日間有効の乗車券とした。そのため、4月中は週末（金・土曜日）を中心に販売されている状況である。一方で、このフリー乗車券は福島交通飯坂線の駅構内で販売されているが、その販売方法や広告が分かりづらいとの指摘もあり、この点の改善を進めたうえで、購入者を対象にしたアンケート調査を行い、飯坂温泉地域内の回遊行動や消費行動などを把握する計画である。
- ✓ なお、東北地方のブロック紙である「河北新報」のほか、各紙で『飯坂今昔散歩』の製作と『飯坂今昔散歩フリー乗車券』の発売が報じられた。【図-14】

【図-13】フリー乗車券の券面

＜飯坂温泉＞今昔比べて　大学生が散策パンフ

福島大の学生たちが、福島市の飯坂温泉街を昔の風景と見比べながら散策できるパンフレット「古地図で巡る飯坂今昔散歩」を作った。福島交通飯坂線（福島－飯坂温泉間、９．２キロ）の特別フリー乗車券の購入者を対象に配布している。

作ったのは経済経営学類の吉田樹准教授（都市・地域計画論）のゼミ生たち。Ａ４判１０ページに、共同浴場の鯖湖（さばこ）湯や波来（はこ）湯、飯坂温泉駅、十綱（とつな）橋など明治以降に撮影された１０カ所の写真や歴史などを掲載している。

このうち８カ所は下に空欄を設けた。裏表紙に印刷した１９２３年の古地図を見ながら、実際に歩いて撮影した現在の風景を貼り、アルバムを完成させる仕掛けだ。

学生たちは２０１４年秋から温泉街の活性化を議論。旅館や観光客への聞き取りで「車で旅館を直接訪れるケースが多く、温泉地を歩く人が少ない」と分かり、パンフレットを作ることにした。

中心メンバーの４年鈴木美穂さん（２１）は「仲間と写真を撮ったり昔を懐かしんだり、若い人にも年配の方にも街歩きを楽しんでほしい」と期待する。

配布場所は福島市の福島交通飯坂線福島駅窓口。フリー乗車券は８００円で、２日間全線乗り降り自由。連絡先は福島交通鉄道部０２４（５５８）４６１１。

配布を始めたパンフレットをＰＲする鈴木さん

拡大写真

河北新報ONLINE NEWS(2016年04月27日水曜日掲載)
http://www.kahoku.co.jp/tohokunews/201604/20160427_65004.html

【図-14】紹介記事

国立大学法人 福島大学 Fukushima University