

温泉街型観光地の魅力向上に寄与する 屋外公共空間の「パターン」に関する分析

笠間 聡¹・松田 泰明²

¹正会員 国立研究開発法人土木研究所 寒地土木研究所 地域景観ユニット
(〒062-8602 北海道札幌市豊平区平岸1条3丁目1-34, E-mail: kasama@ceri.go.jp)

²正会員 国立研究開発法人土木研究所 寒地土木研究所 地域景観ユニット
(〒062-8602 北海道札幌市豊平区平岸1条3丁目1-34, E-mail: y-matsuda@ceri.go.jp)

観光振興や観光地としての魅力向上、特に近年課題となっている滞在型観光の促進や観光地における滞在時間の向上を考える上で、観光地の景観や空間の質や機能は重要である。しかしながらこの点で、日本の観光地の多くは海外の観光地に見劣りし、一方で、真に観光地の魅力向上に寄与するような観光地の改善にうまく投資ができていない。

本研究は、筆者らが先行研究において提案した「観光地の魅力向上に寄与する屋外公共空間の6のパターンの試案」をベースに、追加の事例分析等を通じて、観光地の魅力向上と屋外公共空間の関係について新たに分析と考察を行い、「6のパターン」の観光地の診断方法としての有効性について検討を行ったものである。

本研究とこれに続く成果により、今後観光地の効果的な魅力改善が全国で進められるよう、貢献できることを期待している。

キーワード: 観光地, 観光振興, 温泉街, 屋外公共空間, パタンランゲージ, 観光まちづくり

1. はじめに

(1) 本研究の背景

近年、全国で観光振興への期待がますます高まりをみせている。そのような中、訪日外国人観光客が急増する中であって、観光地の魅力向上は急務となっている。

総理大臣が議長を務めた「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」が2016年3月に発表した「明日の日本を支える観光ビジョン」¹⁾でも、景観形成の促進、疲弊した温泉街や地方都市の再生・活性化などの必要が挙げられている。

一方、観光地の魅力に、その屋外公共空間の景観や環境は大きく寄与する。

実例では、山形の銀山温泉などがある。銀山温泉では、古い共同浴場をオープンな足湯にリニューアル(2011年6月)し、メインストリートの景観整備を行った結果、周辺の他の温泉街が苦戦する中、宿泊客数を増やすことに成功している²⁾。

また、調査研究では運輸政策研究所が1998年に発表したレポート³⁾が一例としてある。レポートでは、「観光地の魅力」には、大きく4つの評価軸があり(賦存資源、活動メニュー、宿泊施設、空間快適性)、それぞれの評価項目の評価得点と、総合的な魅力度との関係を重



写真-1 銀山温泉の街並みと共同浴場を除去してつくられた足湯(写真中央左手) *写真出典: 4travel.jp

み付き線形関数を用いて解析した結果、「空間快適性」が観光地の総合的な魅力に与える影響が非常に大きい(全体のウェイトの47%を占める)ことを明らかにしている。

したがって、観光振興、観光地の魅力向上を目指すにあたっては、観光地の屋外公共空間の魅力向上が欠かせない。しかしながら、屋外公共空間の魅力の重要性に対する認識の不足やノウハウの不足、あるいは、予算の確保や、合意形成、費用負担の公平性などの問題もあり、「できることから」の投資になりがちで、効果的な投

資が実現できていない事例もみられる。むしろ近年は、ステークホルダーが多数に上る集落型、市街地型の観光地よりも、投資と受益の関係が明確な単独の観光施設のほうが、良好な景観や環境の形成に思い切った投資ができていようにも見受けられる。近年のハルニレテラスや代官山 T-SITE などはその好例と思われる。

そこで、現在寒地土木研究所では、そのような観光地の魅力向上に大きく寄与する「屋外公共空間」を対象に、その望ましいあり方と効果的な改善手法の提案に向けた研究を進めているところである。

(2) 本論文の目的と概要

本論文は、筆者らが過去に発表した、人気の高い温泉街型観光地に共通する屋外公共空間の「6 のパターン」の試案⁴⁾をベースに、追加の事例分析等を通じて、観光地の魅力と屋外公共空間の関係について新たに考察を行うことを目的としている。

2章では、研究の対象とする観光地や、研究・分析の方法について述べ、3章では研究にあたって必要となる観光地の魅力の客観的な評価について論考する。4章では、前述の6のパターンの概要を再度整理するとともに、後の事例分析等に用いる際の評価基準について検討を行う。5章では、4章で整理した6のパターンと評価基準を用いて既存のいくつかの観光地の評価を試行し、6章では、6のパターンへの適合と観光地の魅力との関係性について分析と考察を行う。

2. 研究の対象と方法

(1) 研究の対象とする「観光地」の単位と規模

観光地、観光スポット、観光圏などの言葉が示すように、観光地の単位は小さなものから大きなものまで様々ある。ただし、観光地として考える単位が大きくなればなるほど、そこには多様な要素が入り込むこととなり、分析が複雑になる。一方で公共の空間を研究の対象とする立場からは、単独の観光スポットだけを研究の対象とすることは不適當である。

このようなことを考慮し、本研究では、徒歩で回る規模を観光地の単位として考えることとし、おおよそ直径1km程度のまとまりで考えることとした。

加えて、そのような観光地の単位が連担したり、互いに影響を及ぼし合うと、観光地の魅力評価が観光地外の要因に影響をうけることとなり、分析の支障となる。

そこで現段階では、比較的独立性の高い観光地を研究の対象とすることとしている。したがってパリや神戸、横浜のような規模が大きく複数の観光エリアが連担するような都市型の観光地は当面の研究の対象とせず、山あ

いの温泉街や集落のような観光地を研究の対象とする。

(2) 温泉街

前述の観光地の規模の考え方を踏まえた上で、本研究では当初「温泉街型」の観光地に対象を絞り込んで、調査分析を行うこととした。これは以下の理由による。

- ・類似の観光地が全国に多く分布している。
- ・本研究で考える「観光地」の形態に近い、徒歩圏規模の独立性の高い集落形状を成しているものが多数ある。
- ・観光行動上、「物見」よりも「滞在」に重点が置かれており、個別の「物見」の対象（例えば文化財や歴史的資源など）の有無やよし悪しに観光地の評価が影響を受けにくい。
- ・類似の観光地間での客観的・相対的な魅力評価が広く実施されており（民間調査会社の全国人気温泉地ランキングなど）、評価の高い観光地の抽出が既存資料を利用して行える。

なお、将来的には、これら温泉街に関する調査分析から得られた知見を拡張・応用して、一般の観光地に適用できる研究成果を得る計画である。

(3) 研究・分析の方法

本研究では、「観光地の魅力向上に寄与する観光地の屋外公共空間のあり方」を明らかにすることを研究の目的としている。

このためには、「観光地の総合的な魅力」あるいは「観光地の魅力向上に寄与する屋外公共空間」を目的変数に、屋外公共空間の構成や様態を説明変数として、その関係について分析していく必要がある。

このような分析の方法としては、フォトモンタージュやCGとそれに対する印象評価を用いた分析方法が一般的であるが、往々にして屋外公共空間の構成の多様さゆえに条件を限定した分析になりがちである。

そこで、本研究では、C.アレグザンダーや、ヤン・ゲールの方法に近い、実例の蓄積と分析に基づいて、その背後に存在する法則を推察する方法を採用する。

本論文のタイトルに掲げた「パターン」とは、C.アレグザンダーが著書「A Pattern Language」⁵⁾において提示した「パターン」の概念を指す。アレグザンダーは、具体の建築や都市の洞察・研究・実践を通じ、同著書で理想的なまちや建築の姿の断片を253の「パターン」という形で示したが、我々の研究でも同様のアプローチを採用する。すなわち、具体の観光地事例の分析から"共通点"を抽出し、これを"魅力的な滞在型観光地に求められる要件の候補"として検討することとし、これらを「パターン」と呼称している。

3. 温泉街型観光地の魅力に関する指標の収集

2章で述べた方法に従い、観光地の魅力と屋外公共空間の関係について分析を行うためには、観光地の魅力、あるいはその屋外公共空間の魅力を客観的に評価し、できれば点数化する必要がある。

しかしながら、観光地の魅力を評価するための客観的な指標というものは現在のところ確たるものが存在していない。そこで本研究では、既存の利用者アンケートに基づいた温泉街の人気調査（結果が公開されているもの）を利用することとする。

温泉街型観光地の人気調査は、毎年実施されるものに限ってもいくつもの調査会社や旅行会社で実施されているが、ここでは総合的な温泉街の魅力度評価と、街並みや環境に対する評価を双方調査しているものとして、じゃらんリサーチセンターが実施しているもの⁹⁾を参考として用いることとする。

当該人気調査は、同センターの関連会社が運営するインターネット宿泊予約サイト利用者を主たる対象とした、ウェブアンケート調査による。「これまでに行ったことがある温泉地のうち『もう一度行ってみたい』温泉地」のほか、「一度は行ってみたいあこがれの温泉地」など、計4つのランキング調査が行われており、順位は得票数である。

このうちの「もう一度行ってみたい」温泉地の調査に際してはその理由が尋ねられており、ランキング上位の

温泉地に限りその理由の回答率が公開されている（2016年版は上位3温泉地、2010～2015年版は上位5～6観光地）。また、北海道内の温泉地については、北海道じゃらんの発行する情報誌⁷⁾に、道内10位までの温泉地について理由の回答率が公開された。当該アンケートにおける「もう一度行ってみたい理由」に関する設問の選択肢と、結果の公開範囲を表-1にまとめる。

これらの資料から、表-2に示す温泉街型観光地について、「もう一度行ってみたい」の得票数と、その選択理由の回答率に関するデータを抽出できたので、これを用いて以降の分析を進める。ただし、表-2に網掛けで示した温泉街については、2章に示した本研究の前提

表-1 じゃらんリサーチセンターの人気温泉地調査における「もう一度行ってみたい理由」の選択肢一覧

短縮名	調査票における表現	結果の公開
手頃	手頃な料金で行けるから	
交通	交通の便が良いから	
街の雰囲気	街の雰囲気が好きだから	リクルートじゃらんリサーチセンターによる毎年結果報告
自然	自然に囲まれているから	
観光スポット	周辺の観光スポットが充実しているから	
温泉以外	温泉以外にも楽しめるから	
効能や泉質	温泉の効能や泉質が気に入っているから	
お気に入りの宿	お気に入りの宿泊施設があるから	
泊まってみたい宿	泊まってみたい宿泊施設があるから	
料理	お料理が美味しいから	
特産品	お気に入りの特産品があるから	
その他		

表-2 温泉街型観光地の魅力評価に関して入手できたデータ

	本分析への適合		入手できる評価データ			
	温泉街形態	温泉街の独立性	もう一度行ってみたい温泉地ランキング	> 出典	もう一度行ってみたい理由回答率	> 出典
登別温泉*	○					
洞爺湖温泉	○					
定山溪温泉	○					
湯の川温泉		×	2016版	「じゃらん人気温泉地ランキング2016」結果報告	2016版 ※掲載グラフから読み取り	観光会議ほっかいどう2016夏
阿寒湖温泉	○					
層雲峡温泉	○					
二セコ温泉郷	×					
十勝川温泉	○					
ウトロ温泉	×		2016版 ※北海道内順位のみ	観光会議ほっかいどう2016夏		
川湯温泉	○					
箱根温泉	×					
草津温泉	○				2016版	「じゃらん人気温泉地ランキング2016」結果報告
由布院温泉	○					
別府温泉郷	×	×	2016版	「じゃらん人気温泉地ランキング2016」結果報告	2015版	「じゃらん人気温泉地ランキング2015」投票結果報告
登別温泉*	○					
黒川温泉	○					
道後温泉	○	△			2012版	「じゃらん人気温泉地ランキング2012」投票結果報告のお知らせ

(とままりある徒歩圏規模の温泉街形態と温泉街の独立性)に合致しないことから以降の分析では除外している。

4. 温泉街型観光地の事例調査に基づく6のパターン

先述のとおり、本論文で議論のベースとする「6のパターン」については、先行する論文⁴⁾において発表したものである。

先行する研究においては、前出の温泉地ランキング⁶⁾やミシュラン・グリーンガイド⁹⁾を参考に全国的に少なからずの評価を得ている観光地として選定した黒川、由布院、有馬、城崎、加賀山中、野沢の6温泉地について、その屋外公共空間の共通点の抽出から、先の6のパ

ターンを導き出したものである⁴⁾。

本章では、これらの「6のパターン」の概要を再度整理するとともに、5章で観光地の評価の試行を行う際に用いる「評価基準」について検討を行い、整理する。表-3にこれらの6のパターンとその概要、ここで設定した評価基準を取りまとめたので、以下の説明とあわせて参照いただきたい。

(1) 屋外での時間の過ごし方の提供

筆者らの先行研究⁴⁾では、6の観光地の多くに共通して、「観光客に散策や回遊を促すものとして、観光地の側から、屋外に繰り出す理由や目的が提供されている」ことを指摘した。例えば、黒川温泉の入湯手形、城崎温泉の内湯を作らず外湯めぐりを促す取り組み、野沢温泉の無

表-3 観光地の魅力向上に寄与する屋外公共空間の「6のパターン」の試案と設定した評価基準

1. 屋外での時間の過ごし方の提供	評価の基準
観光客に散策や回遊を促すものとして、観光地の側から、屋外に繰り出す理由や目的が提供されていること。 それが広く観光客に受け入れられていること。	◎ 観光地の側からの積極的な提案・提供がある。 ○ 多くの観光客の利用する過ごし方があるが、観光地からの積極的な提案・提供によるものではない。 △ 時間の過ごし方が提案・提供はされているものの、利用が限定的である。 × そのような時間の過ごし方の提案・提供がない。
2. 観光地のアイデンティティとなるような象徴景	評価の基準
当該観光地に滞在することの魅力を強く印象づける風景(象徴景)が存在すること。 そのような象徴景は、往々にして、当該観光地の名刺代わりとなり、観光ガイドの扉写真や観光ポスター等に広く採用されている。	◎ ○に加え、なんらかのプラスアルファが存在する。 ○ 象徴景があり、メインストリート等に一致する。 △ 象徴景があるものの、メインストリート等に一致しない。 × 確たる象徴景が存在しない。
3. 豊かな自然と一体化した街並み	評価の基準
周囲に山林や農村などの豊かな自然環境があり、観光地の中核からもそれらを見通すことができること。 街中にそれらの自然環境とつながりのある要素がちりばめられていること。 これらにより、周囲の豊かな自然と街並みの一体感が感じられること。	◎ 周囲の自然への見通しと、近景部分に配置された自然要素の双方が存在する。 ○ 周囲の自然への見通しが存在する。 △ 周囲に豊かな自然は存在するものの、観光地のメインエリアからは見通せない。 × そのような自然の気配に乏しい街並みである。
4. 景観に優れた適度な長さの散策路	評価の基準
景観に優れた環境の中をゆくりと散策できる環境が整っていること。 それにより、日常とは異なるその地ならではの世界観に十分に没頭できること。	◎ ↓の散策路が存在し、メインストリートに一致する。 ○ 景観に優れた、適度な長さの散策路が存在する。 △ 景観に優れた散策路は存在するものの、散策路の長さやアクセス等に難がある。 × 景観に優れた散策路が存在しない。
5. 散策や滞留の拠点となる広場等	評価の基準
散策や滞留の拠点となり、休憩、写真撮影などに利用できるゆとりある広場等が、観光地の中核に存在すること。 そのような広場等では、居ながらにして観光地の風景や風情を、心ゆくまで楽しむことが出来る。	◎ ↓に合致する広場等があり、眺望に優れている、または風景上のハイライトに存在する。 ○ 散策や滞留の拠点となる広場があり、散策ルートやメインストリートに接している。 △ あるが、町外れや路地裏等にあり、立地が良くない。 × そのような広場等が存在しない。
6. 歩行者優先の街路空間	評価の基準
往来する自動車に観光を阻害されることのないこと。	◎ メインストリート等の空間が、歩行者専用である。 ○ ↑の空間が、歩車共存の空間で、自動車交通量もさして多くない。 △ ↑の空間が、車優先の一般的な歩車分離の街路構成だが、自動車交通量はさして多くない。 × ↑の空間について、自動車交通量が多い。

料の外湯，加賀山中温泉の鶴仙溪の川床などが該当する（写真-2）。これをここでは「パターン1：屋外での時間の過ごし方の提供」と整理する。

ここでの評価のポイントは，そのような屋外での時間の過ごし方が当該観光地に存在するかどうか，観光客にとっても魅力的なプログラムとして観光地の側から上手く提案されているか，広く観光客の評判を得ているかどうか，にあると考えられる。そこで，評価基準を以下のように設定することとした。

◎は，観光地の側から積極的な提供・提案があることを条件とし，○は，多くの観光客が利用する時間の過ごし方があるものの観光地の側からの積極的な提供・提案によるものではない場合，とする。△は，観光地の側からの提供・提案があるに関わらず，観光客の利用を集められていないもの（観光客の評価が限定的であるもの）。×はそのような時間の過ごし方の提供・提案がないもの，とした（表-3）。

(2) 観光地のアイデンティティとなるような象徴景

ピクチャレスクな，その観光地に特有の象徴的な風景は，観光地のアイデンティティを強め，観光客にいつか訪れたいという想いを与え，また現地でその風景を目にすることで当該観光地を訪れたという達成感を強めるといった効果があると考えられる。例えば我々は，旅行雑誌やポスターで写真-3のような風景写真を見て，その場所での滞在体験を想像し，ぜひ訪れたいと想い，そして実際にその場所を訪れては写真に収め，記念の写真とする。このようなきっかけとなる風景の存在が魅力的な観光地には求められると考え，これを「パターン2：観光地のアイデンティティとなるような象徴景」として整理した。

しかしながら，これらの象徴景は調査対象とした6の観光地のすべてで確認されたものの，6の観光地の間でも，それら象徴景の中に映り込んでいる要素の多様性などの点で差異が認められた。例えば写真-3左の黒川温泉の風景は，その観光地での到着から出発までの滞在体験の大半を想起させるものであるが，写真-2右の加賀山中温泉の風景などは，その観光地での体験の断片でしかない。あるいは，写真-3右の由布院温泉の風景などはシンボリックではあるものの，写真に示された眺望風景と実際の滞在体験との関わりが不明確である。

これらを踏まえ，本パターンについては，評価基準を以下のように設定した。

○は観光ガイドの扉ページやポスターに広く採用されるような象徴景が存在し，それが当該観光地のメインストリート等に一致していること。△は象徴景は存在するものの，観光地のメインストリート等に一致せず，当該観光地での滞在体験の断片やイメージ写真にしか過ぎないもの。

◎については条件がうまく見つけられていないが，他の観光地との類似性が少ないなどアイデンティティに富む風景であることや，昼と夜，季節，アングルの違いなどにより複数のバリエーションが存在することなどのプラスアルファがあることとした（表-3）。

(3) 豊かな自然と一体化した街並み

昨年度調査した6観光地の多くでは，観光地の周囲に山林や農村などの豊かな自然環境があり，観光地の中核からもそれらを見通すことができたり気配を感じたりすることができるようになっていた。さらに，観光地の内部に，それらの自然環境とつながりのある要素（植栽や河川など）がちりばめられ，街並みと周辺の自然環境との一体感が演出されていた。一例を写真-4に示す。

そこでこのような街並み環境の存在を「パターン3：豊かな自然と一体化した街並み」と整理した。

ここでの評価のポイントは，周囲の自然への見通しと，観光地内部に設けられたそれら自然とつながりのある要素の存在である。したがって評価の基準を以下のように



写真-2 「パターン1：屋外での時間の過ごし方の提供」

左：入湯手形による露天風呂めぐりの提案(黒川温泉)

右：川床の設置による新たな時間の過ごし方の提案(加賀山中温泉)



写真-3 「パターン2：観光地のアイデンティティとなるような象徴景」

左：黒川温泉

右：由布院温泉(写真の眺望と現地での滞在体験の関係が伝わらない)

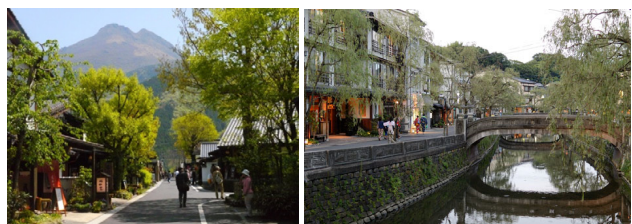


写真-4 「パターン3：豊かな自然と一体化した街並み」

左：由布院温泉の眺望と，湯の坪街道沿いの雑木(由布院温泉)

右：周囲の里山と，大谿川の水面，柳並木(城崎温泉)

設定した。

○は、周囲の自然への見通しと、近景部分に配置された自然要素の双方が存在すること、○は、周囲の自然景観への見通しが存在すること、△は、周囲に自然景観は存在するものの、見通しが得られる場所は限られるケース、×はそのような自然環境が存在しないこと、とした(表-3)。

(4) 景観に優れた適度な長さの散策路

昨年度調査した6観光地の多くでは、景観に優れた環境の中をゆっくりと散策できる環境が整っていた。代表的なものは、湯冷ましのそぞろ歩きに適した黒川温泉や城崎温泉の川沿いの涼やかな環境である。しかし、先行研究⁹⁾でも指摘したのは、このような景観に優れた散策路も、長すぎでは利用率が下がるし、短すぎではせっかくの景観や環境を十分に楽しめない。

これらを踏まえて設定したのが「パターン4：景観に優れた適度な長さの散策路」である。

評価のポイントは、ひとつには先述のとおり、散策路の長さ。少なくとも徒歩10分程度は歩け、その間見通せる範囲を含むものとして、片道500m程度、往復あるいはループで1km程度がひとつの基準として考えられる。もうひとつは利用のしやすさ。せっかくの散策路もアクセスや道が悪くては利用につながらず、観光客にも訴えることができない。

そこで、以下のような評価の基準を設定した。○はそのような散策路の存在すること、◎は散策路がメインストリートに一致あるいは接続し、当該観光地を訪れる大半の人が利用するルートになっているもの。△は散策路が存在するものの散策路の長さが不十分だったりアクセスや歩行に難があるものとし、×は該当する散策路が存在しないこと、とした(表-3)。

(5) 散策や滞留の拠点となる広場等

歩く、店や観光施設を訪ねる、以外の時間の過ごし方を提供するのが、大小の広場や展望・休憩スペースである。これらの広場等がまちの中核や風景上のハイライトにあると、休憩や写真撮影、これまでの風景体験のおさらいや振り返り、今後の観光行動の計画などに利用することができ、観光がより充実したものになると考えられる。このような空間として最もわかりやすいのは、小樽の浅草橋の例である(写真-6右)。そこでこのような空間の存在を「パターン5：散策や滞留の拠点となる広場等」とした。

ここでの評価のポイントは、広場が休憩や滞留に適した形状をしていること、それら広場での風景体験や滞在体験が当該観光地ならではのもので、単なる休息以上の価値をもつこと、また、それら広場等が利用しやすい拠

点的な立地にあることと考えられる。

そこで、以下のような評価の基準を設定した。○は散策や滞留の拠点となる広場が、散策ルートやメインストリートに接していること、◎はさらに、そこでの風景体験等が特に優れていることとした。また、△はそのような広場はあるものの立地に難があるケースとし、×はそのような広場等が存在しないこと、とした(表-3)。

(6) 歩行者優先の街路空間

最後のパターンは、改めて説明の必要のないことではあるが、歩行者優先の環境のあることである。これを「パターン6：歩行者優先の街路空間」とする。

ここでの評価のポイントは、結果的に、歩行者が自動車を気にせず自由に歩けることであり、したがって街路形態の如何を問う必要はないものと考えられる。しかしながら、歩車の境界が存在すれば多少なり歩行者の意識上のバリアになることも考慮する必要がある。

そこで、評価の基準としては、◎が完全な歩行者専用、○が歩車の分離なく歩行者優先の環境があることとする。また、△は歩車の分離がありながらも、車道の交通量が



写真-5 「パターン4：景観に優れた適度な長さの散策路
左：修景整備の施された一周約800mの散策(有馬温泉)
右：湯冷ましのそぞろ歩きの風景(城崎温泉)



写真-6 「パターン5：散策や滞留の拠点となる広場等」
左：丸鈴橋の袂に憩う人々(黒川温泉)
右：小樽運河を望む浅草橋(小樽)



写真-7 「パターン6：歩行者優先の街路空間」
左：幅員狭く自動車の通行が困難で歩行者優先(黒川温泉)
右：歩車分離も、少ない自動車交通、最低限の車道幅(加賀山中温泉)

少ないなどにより、車の存在を意識せずに済むケースとした(表-3)。

5. 評価基準を用いた評価の試行

4章で整理した「6のパターン」とその評価基準を用いて観光地の評価を試行する。

具体的には、表-2に取りまとめた、観光地の評価理由を含めたアンケート調査データの存在する温泉街型観光地を対象とし、登別、洞爺湖、定山溪、阿寒湖、層雲峡、草津の6観光地について新たに評価を行い、また昨年度検討を行った、黒川、由布院、有馬、城崎、加賀山中、野沢の6観光地について、4章の評価基準を用いて再度評価を行う。

評価結果は上記の12観光地について、まとめて表-4に示した。

(1) 登別温泉

現地での観光客の徒歩観光の傾向も踏まえ、登別温泉通のバスターミナルから泉源公園までを観光地のメインストリートとみなし、並行する道道や地獄谷周辺までを含むエリアを、ここでは評価の対象として考える。

前出の温泉地ランキングは北海道内の温泉地として1位であるが、観光地の評価理由としては「自然」の回答率は比較的高いものの、「街の雰囲気」の回答率は他の高評価の観光地に比較してだいぶ低い⁷⁾。

登別温泉の屋外公共空間について、4章の6のパターンと評価基準を用いて、適合状況の評価を行った結果は表-4に示したとおりである。

(2) 洞爺湖温泉

支笏洞爺国立公園内に位置し、洞爺湖と、数十年間隔で大規模な噴火活動をみせる有珠山とに挟まれた地域に存在する古くからの温泉街である。湖岸に大型のホテル群が建ち並び、東西に2本走る道道沿いに市街地が形成されている。ホテル群の湖側には湖畔の園地と遊歩道が整備されており、遊覧船乗り場等もあり、散策ルートとして利用されている。

前出の温泉地ランキングでは全国で19位、北海道内の温泉地で2位である。観光地の評価理由について、登別温泉と同様に「自然」の回答率は比較的高いものの、「街の雰囲気」の回答率は登別温泉よりもさらに低い⁷⁾。

6のパターンへの適合状況の評価結果は、表-4のとおりである。湖畔遊歩道については、眺望に優れた散策の拠点となっているが(パターン5:◎評価)、散策路としては距離の長さに対して風景の変化に乏しくやや難があると評価した(パターン4:△評価)。

(3) 定山溪温泉

豊平川のつくる溪谷沿いの狭い土地に、高層のホテル群が立ち並ぶという様態を示している。温泉街のメインストリートとしては、定山源泉公園から月見橋を渡ってつきあたりの足つぼの湯までを考え、温泉街としては西は二見吊橋、東は定山溪大橋あたりのエリアまでを評価の対象として考える。

前出の温泉地ランキングは全国で21位、北海道内の温泉地で3位である。観光地の評価理由については、「自然」は比較的高いものの、「街の雰囲気」は低い⁷⁾。

6のパターンへの適合状況の評価結果は表-4のとおりである。

(4) 阿寒湖温泉

阿寒国立公園内にあり、阿寒湖の湖畔に、高層のホテル群、土産物街が立ち並ぶ道東を代表する温泉地である。

東西を走る土産物街がメインストリートであるが、湖畔側にホテルが隙間無く建ち並び、阿寒湖を望むことはできない。近年湖畔側の環境整備が進められているほか、山側にはアイヌコタンなどの施設もありおおよその範囲を評価対象とする。

前出の温泉地ランキングは全国で26位、北海道内の温泉地で5位である。観光地の評価理由については、「自然」は非常に高いものの、「街の雰囲気」は低い⁷⁾。

6のパターンへの適合状況の評価結果は表-4のとおりである。

(5) 層雲峡温泉

大雪山国立公園内にあり、大雪山黒岳のふもとに20軒ほどが立ち並ぶこじんまりとした温泉街。2000年前後に環境整備が行われ、歩行者専用のキャニオンモールが整備され、沿道の建物についても景観の統一が行われている。キャニオンモールがメインストリートであり、おおむねこれに沿って温泉街が広がっている。

前出の温泉地ランキングは全国で29位、北海道内の温泉地で6位である。観光地の評価理由については、阿寒湖温泉同様に「自然」は非常に高いものの、「街の雰囲気」は阿寒湖温泉に比較しても低い⁷⁾。

6のパターンへの適合状況の評価結果は表-4のとおりである。

(6) 草津温泉

湯畑を中心に、広い範囲に旅館や土産物屋が密度高く建ち並ぶ。平成21年度以降進められている景観街なみ整備などにより、湯畑周辺には良好な景観・環境が整えられている。

前出の温泉地ランキングは全国で2位。観光地の評価理由については、(5)節までに示した北海道内の温泉街

と比較して、「街の雰囲気」の回答率が非常に高いのが特徴である⁹⁾。一方で「自然」の回答率は低い。

草津温泉の6のパターンへの適合状況の評価結果は、表-4のとおりである。

(7) 昨年度調査の温泉街

昨年度調査を行った、黒川、由布院、城崎、有馬、加賀山中、野沢の各温泉街についても、4章の評価基準を用いて6のパターンへの適合状況について再度評価を行った。結果は表-4のとおりである。なお、4章で検討した評価基準に基づいて再度評価を見直したため、前出の論文⁹⁾での評価とは異なる項目も存在している。

6. 評価結果を用いた分析と考察

前章で整理した12観光地の「6のパターン」に関する評価結果と、既往のランキング調査等による温泉街の総合的な魅力評価の関係について、分析と考察を行う。

各観光地の屋外公共空間について、6のパターンへの適合点数(◎=1.5点, ○=1.0点, △=0.5点, ×=0点として算出)と、前出の温泉地ランキング調査における「もう一度行ってみたい」の得票数との関係を示したのが図-1である。また、同ランキング調査における評価理由のうち「街の雰囲気」の回答率との関係を示したのが図-2である。

図-1および図-2からは、6のパターンへの適合点数と、温泉街ランキング調査における評価値とは、比較的高い正の相関を示しているということが読み取れる。

しかしながら、実測値と回帰直線による予測値との乖

離が大きい観光地もいくつか存在する。そこで、回帰直線からのずれが大きい温泉街を抽出し、それら温泉街の

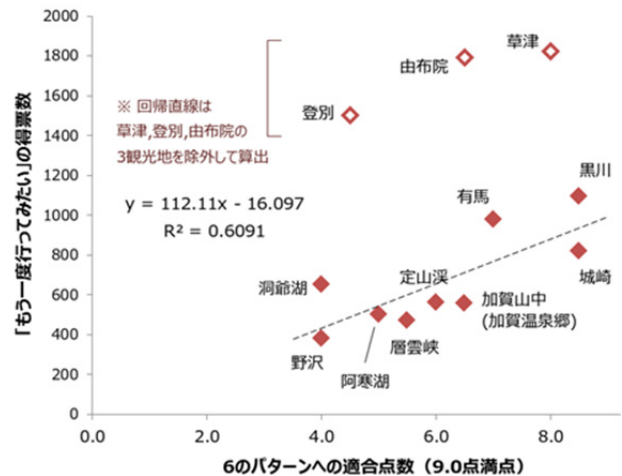


図-1 パターンへの適合点数と温泉街の魅力評価値との関係

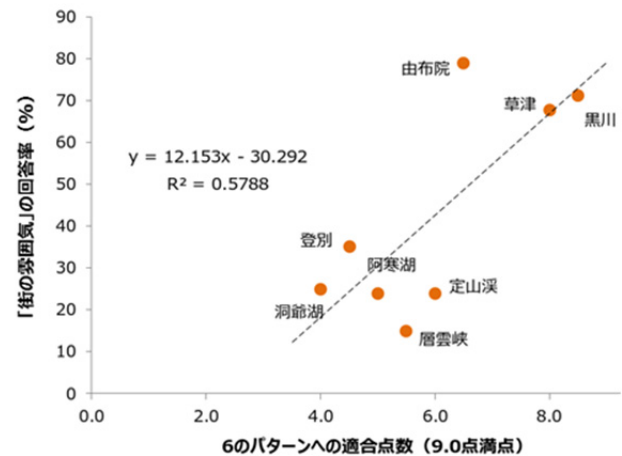


図-2 パターンへの適合点数と「街の雰囲気」の評価値との関係

表-4 各観光地「6のパターン」への適合の評価結果および以降の分析に用いる温泉街全体の魅力度評価値

	登別	洞爺湖	定山溪	阿寒湖	層雲峡	草津	黒川	由布院	有馬	城崎	加賀山中	野沢
1. 屋外での時間の過ごし方の提供	○ 地獄谷散策	×	△ 足湯・カッパめり	○ 店舗の集積	×	○ 湯畑周辺散策	◎ 入湯手形	○ 店舗の集積	○ 店舗の集積	◎ 外湯めぐり	◎ 鶴仙渓川床	◎ 外湯
2. 観光地のアイデンティティとなるような象徴景	△ 地獄谷	△ 洞爺湖・中島	○ 豊平川渓谷	△ 阿寒湖	○ キャニオンモール	◎ 湯畑と街並み	◎ 丸鈴橋	○ 湯の坪街道	○ 金の湯	◎ 大窟川柳並木	△ 鶴仙渓川床	△ 大湯・麻釜
3. 豊かな自然と一体化した街並み	△	△	◎	△	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△
4. 景観に優れた適度な長さの散策路	△ 地獄谷周辺	△ 湖畔遊歩道	△ 豊平川渓谷	○ 湖畔遊歩道	△ モール200m	◎ 湯畑周辺	◎ 川端通り等	◎ 湯の坪街道	◎ 湯本坂等	◎ 大窟川沿い等	◎ 鶴仙渓/ゆい街道	×
5. 散策や滞留の拠点となる広場等	○ 泉源公園	◎ 湖畔遊歩道	◎ 月見橋	◎ 湖畔公園	○ キャニオンモール	◎ 湯畑周辺	◎ 丸鈴橋	△ 駅前/金鱗湖	○ おねね橋/金の湯	◎ 大窟川の石橋群	◎ 湯の湯前広場	△
6. 歩行者優先の街路空間	○	×	○	△ 中央通り	◎ キャニオンモール	○	○	○	○	○	△	○
上記6のパターンへの適合点数(最大9.0)	4.5	4.0	6.0	5.0	5.5	8.0	8.5	6.5	7.0	8.5	6.5	4.0

じゃらん人気温泉地ランキング調査によるアンケート調査結果からの引用

「もう一度行ってみたい」の得票数 ※注	1503	652	562	501	473	1824	1094	1793	979	820	557	383
その理由: 「街の雰囲気」の回答率(%) ※調査年度	35.1 ※2016	25 ※2016	24 ※2016	24 ※2016	15 ※2016	67.7 ※2016	71.2 ※2013	79 ※2016				

類似性や特異性をもとに、そのようなずれを及ぼした要因について推察し、ここから、温泉街の総合評価値に影響を及ぼした「6のパターン」以外の要因について考察する。

図-2によると、「街の雰囲気」の実際の回答率が、回帰式による予測値を上回っている観光地は由布院であり、下回っている観光地は定山渓と層雲峡、おおむね予測値に近いのが、登別、洞爺湖、阿寒湖、草津、黒川である。ここから推察されることは、街の規模、旅館や店舗の集積数、街のにぎわいといった要因が「街の雰囲気」の回答率に影響を及ぼしていたのではないかという推察である。正確な数字ではないが、温泉街に集積している商店等の数は、由布院≒草津>登別≒阿寒湖≒洞爺湖>黒川≒定山渓>層雲峡であると考えられる。図-2における実測値と予測値の乖離は、おおむねこれに一致している。

次に、図-1によると、実測値が予測値を大きく上回るのが登別、草津、由布院である。なお、回帰式はこれら3観光地を除外して算定している。これら3観光地に共通するのはそれぞれ北海道、北関東、九州を代表する一大温泉地であり、したがってこれらの知名度、訪れる人の絶対数、大衆的な評価等が、「もう一度行ってみたい」の評価に影響を及ぼした可能性が考えられる。

これら図-1および図-2の分析結果からは、提案した6のパターンが「街の雰囲気」あるいは「もう一度行ってみたい」の評価と比較的強い正の相関を持ち、「街の雰囲気」に関しては賑わいや店舗の集積に関する項目以外にはよく網羅していると示唆される。「もう一度行ってみたい」の評価との関係については、当該評価に影響を及ぼした要因に関して上記以外についても再考する必要があるが、極端なものを除外すれば比較的よい正の相関を示しており、したがって、観光地の総合的な魅力に関し、6のパターンへの適合度はよいバロメーターとなることが示唆される。

7. まとめ

本論文は、既報⁴⁾で整理した観光地の魅力向上に寄与する屋外公共空間の「6のパターン」に関して、その妥当性の検証と、併せて観光地の魅力と屋外公共区間の有り様の関係についてさらなる考察を行ったものである。

そこで、前出の「6のパターン」について、評価の基準を明確化した上で(4.章)、新たに6の観光地について評価の試行を行った(5.章)。さらに、「6のパターン」への適合点数と観光地全体の魅力度評価等との関係性の分析から、「6のパターン」への適合が観光地の魅力向上に寄与するものである可能性のあることを改めて確認した。

8. 今後の課題

本論文で議論した6のパターンは、ごく限られた数の「温泉街型」の観光地から抽出されたものである。しかしながら本論文において、利用できるデータに非常に限りがある中ではあるものの、これら6のパターンへの適合度と温泉街の総合的な評価との間には関連性のあることが確認された。このことから、この6のパターンには少なからずの妥当性があるものと考えられる。

今後は、これらのパターンの温泉街型観光地以外への適用可能性の検討や、パターンの精査・拡充などについて進めていく必要があると考えている。

また、検討した6のパターンには、例えば「屋外での時間の過ごし方の提供」のように、抽象度の高いものや様々なバリエーションを含み得るものもあることから、今後はそれらの下位にあたる、より具体・詳細のパターンについても検討していく必要があると考えられる。

なお、本論文では、6のパターンへの適合度を◎○△×の4段階で評価し、それらに対し0.5点刻みの等間隔の点数を与えたが、これらの重みづけが適当か否かは定かでない。さらには特に重要なパターンとそうでないパターンなど、パターン間での重みづけも考えられる。あるいは複数のパターンに対する適合を総合得点で評価するのが妥当なのかを含め、このあたりは今後の検討の余地のあるところである。

参考文献

- 1) 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議：明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたい日本へー，2016
- 2) 国土交通省：地域いきいき観光まちづくり-100-，p.22，2006，<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/kanko100/index.html>
- 3) 室谷正裕：観光地の魅力度評価-魅力ある国内観光地の整備に向けて-，運輸政策研究 Vol.1 No.1，1998，<http://www.jtrc.or.jp/kenkyusyo/product/tpsrbn/no01.html>
- 4) 笠間聡、松田康明：温泉街型観光地の屋外公共空間の魅力に関する試行的な調査および分析，第53回土木計画学研究発表会(春大会)，2016
- 5) C.アレグザンダー他著(平田翰那訳)：パターン・ランゲージ [環境設計の手引]，鹿島出版会，1984
- 6) リクルートじゃらんリサーチセンター：人気温泉地ランキング調査，<http://jrc.jalan.net/j/surveys.html>
- 7) (株)リクルートじゃらん北海道：観光会議ほっかいどう，No.57 2016年夏号，pp.10-13，2016
- 8) Michelin Apa Publications Ltd.：「The Green Guide JAPAN」，2012
- 9) リクルートじゃらんリサーチセンター：「じゃらん人気温泉地ランキング2015」投票結果報告，p.4，2014