HOKKAIDO UNIVERSITY

| | |
|---|---|
| Title | 新しい自転車観光の地域定着に向けた促進策と課題に関する研究 ： インバウンド観光振興を見据えて |
| Author(s) | 北島, 直樹 |
| Citation | Sauvage ： 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集, 11, 1-24 |
| Issue Date | 2015-03-31 |
| Doc URL | https://hdl.handle.net/2115/83011 |
| Type | departmental bulletin paper |
| File Information | Sauvage11_Kitajima.pdf |

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

【研究論文】

# 新しい自転車観光の地域定着に向けた促進策と課題に関する研究

## ～インバウンド観光振興を見据えて～

北島　直樹
観光学高等研究センター　研究生
naoki-kitajima@cats.hokudai.ac.jp

### １．研究の背景と目的

#### １．１　研究の背景

現在、我が国では、農山漁村地域や中山間地域における過疎化の進行や、人口減少･少子高齢化による集落消滅危機といった喫緊の課題が山積している状況にある。国立社会保障･人口問題研究所（2013）の日本の地域別将来推計人口によると、2040 年に定住人口が 2010 年と比較して約 3 割減となる見込みとなっており、特に都道府県別の減少率で上位 5 位に秋田、青森、岩手、山形の各県が入る等、東北地方[1]の人口減少は深刻である。

政府が地方創生を国策に位置づけていることからもわかるとおり、人口減少に直面している各地域における経済の活性化は、我が国の将来を左右する最重要課題である。そのためには、人口減少に歯止めをかけることも肝要であるが、その取り組みが結実するまでには数十年単位の時間を要することは言うまでもない。したがって、過疎化が刻々と進行する中にあっては、地域外からの交流人口を増加させ、地場産業に活力を与えることが、小規模ながらも着実に成果をあげ得る現実的な政策といえる。

地域の交流人口拡大を見据える上で、観光は大きな役割を担うものと期待される。我が国は 2003 年の小泉総理の「観光立国宣言」以降、観光を国の重要施策と位置づけ、官民が一体となって様々な取り組みを行ってきた。特に、インバウンド分野については人口減少による国内市場の縮小への対抗策として重点的な取り組みが行われ、2014 年には訪日外国人旅行者数が 1300 万人を超える等、一定の成果をあげてきている。

しかしながら、観光庁の訪日外国人消費動向調査（2013）では、2013 年に東北地方を訪れた外国人観光客は、全体のわずか 1.6%となっており、急増する訪日外国人旅行者を、どう地方に呼び込むかが課題となっている。2020 年には、東京オリンピックの開催が予定されており、国内の観光振興は一層力が入っていきそうであるが、東京に一極集中し、地方との格差は更に拡大する懸念がある。東京に集中する外国人観光客をどのように日本中に分散させるのか、いわゆる「ゴールデンルート」以外の新たなルートをオプションとして示してあげることが非常に重要であり、地方発の取り組みが地方の活性化につながり、先に述べた少子高齢化等の構造的な課題を解決する一つのきっかけになるであろう。

#### １．２　研究の目的

前節の背景を受けて、筆者は東北地方を念頭に、地域の中長期的な観光振興に資するような新しい観光のあり方を提案したいと考えている。その中で、次章以降述

べるような日本の地方の様々な課題を踏まえて、地域の持つ潜在的な魅力を引き出すような観光のあり方の一つとして「自転車観光[2]」に着目する。本研究を通じて日本国内、および世界の自転車観光の取り組みを概観し、持続的な地域の発展に寄与する自転車観光の成立要件を明らかにする。その有効性を検証したうえで、東北地方やそれに類似したような問題を抱える日本の地方の観光振興に資するような新しい自転車観光の可能性について考察を行うことを目的とする。

### １．３　研究の構成と方法

本稿は、以下の構成となっている。2 章では、地方が抱える課題や現状を述べ、近年日本におけるインバウンド推進の観点から、地方の可能性について述べる。その上で、その課題解決策として自転車観光を見据えた議論を展開する。3 章では日本における自転車観光の先進事例として、しまなみ海道を取り上げ、現地ヒアリング調査等から各ステークホルダーの役割や関係性を明らかにし、地域での自転車観光を成立させる要件を探る。4 章では、国をあげて自転車等、環境に優しい手段を使った観光を推進するスイスの海外事例から、自転車観光の社会的な役割と広がりについて考察する。5 章では、2、3、4 章をもとに日本の地域における新たな自転車観光の可能性と定着のための要件を抽出し、最後に鉄道会社が自転車観光振興に向けてどのような役割を果たせるのかについて考察する。

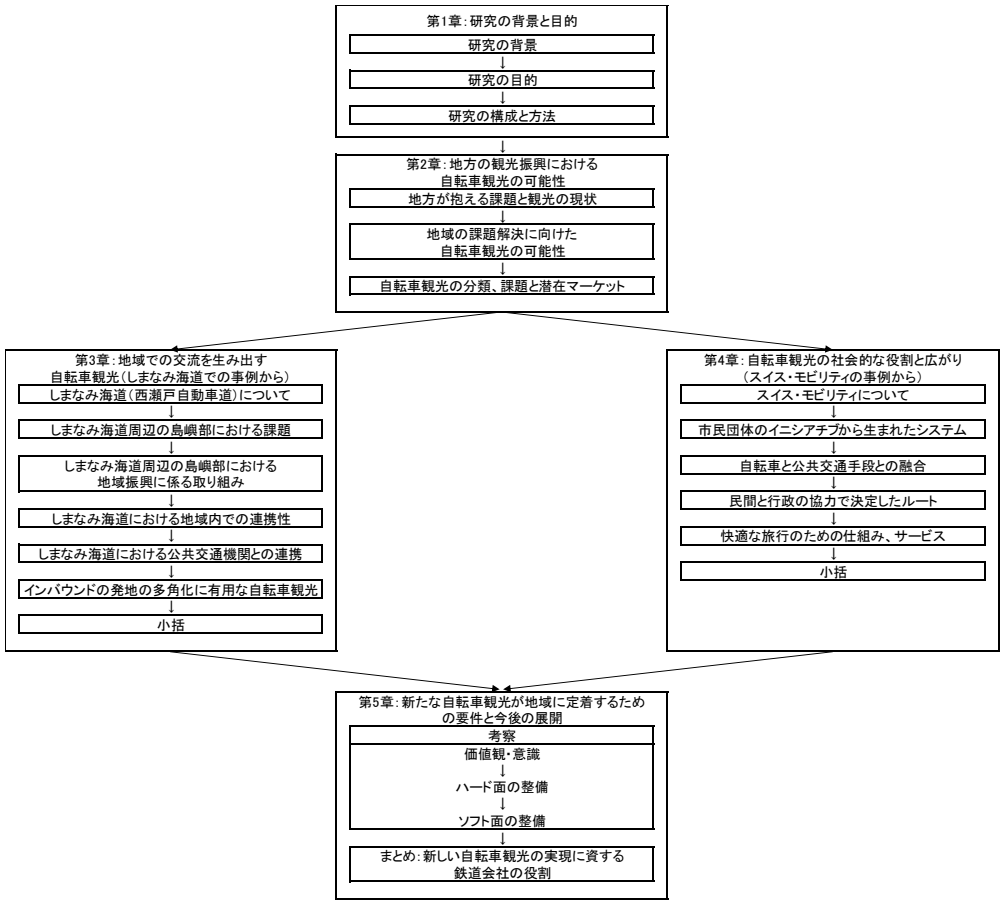



図１　本稿の構成

## ２．地方の観光振興における自転車観光の可能性

### ２．１　地方が抱える課題と観光の現状

地方の活性化は、国が地方創生を掲げているように、国策としての重要性を帯びつつある。我が国は、過疎化や高齢化等により、農地、農業施設等の保全、生活扶助、伝統行事・文化の継承等、集落機能維持が困難になる等の問題が発生しているが、その一方で美しく豊かな自然環境があり、そこでは農林水産物が育まれている。また、そういった自然環境の中で、人々は独自の歴史やその土地に根ざした文化を育んできた。それらが、ふるさとへの郷愁を呼び覚ますものとなっているが、活かしきれていない現状がある。

観光を通じた活性化に取り組む地域は多いが、鉄道の駅や空港等の交通インフラが不足していることや、二次交通が未発達であるために、ツアーバスまたはマイカー、レンタカーを利用した立ち寄り中心の観光が主となっている。また、地域の良さを楽しむ滞在型・時間消費型の体験プログラムが少なく、通過型観光となっており、地元地域（事業者）があまり恩恵を受けていない状況にある。

地方はこのような課題を抱えており、観光振興においては、国がインバウンド施策に力を入れている中で、地方においても外国人観光客の誘致が重要となっている。今後日本の外国人観光客の総量が増え、インバウンド市場が成熟化していく中で、リピーターや個人旅行者が増えると、今まで着目されてこなかった地方にも関心が向くようになるはずである。実際、観光庁の訪日外国人消費動向調査（2012）によると、リピーターの増加により、訪問先に変化が生じてきており、地域の魅力が正しく伝わるような方法が開発できれば、日本の原風景や伝統的な文化が残る地域に多くの外国人観光客が訪れていくと予想される。デスティネーション[3]の多様化は、日本がインバウンド観光の推進に取り組む上で不可避の課題である。

筆者が本稿で述べる新しい自転車観光というのは、こういった地域の魅力に光を当てるものである。将来的には、日本全体のインバウンド観光推進を押し上げる原動力になるものだと期待している。

### ２．２　地域の課題解決に向けた自転車観光の可能性

本稿では、前節まで述べてきた日本の地域の現状や課題を踏まえ、その解決に向けて、自転車観光（サイクルツーリズム）の進行が解決に向けての有効な手段の一つになり得るとの仮説を立て、その検証を試みるが、ここでは、なぜ自転車観光に着目したのか、その理由を述べる。

理由の一つ目は、社会的価値観と合致していることである。健康に対する意識の高まりとともに、環境に配慮する持続可能なライフスタイル LOHAS（Lifestyle of Health and Sustainability）を追求する人が増加している。社会が成熟化し、物質的な豊かさが満たされるとともに、より精神的に幸せで豊かなライフスタイルを求めるようになっている。かつてないほど心の病が増加する等、余裕のない社会となっており、精神的にも時間的にも、ゆっくり、ゆったりと、心豊かに暮らす、スローライフへのあこがれも強くなっている。このような生き方は、高齢化社会を迎えてますます重要なテーマになるはずであり、自転車観光はこのような価値観や生き方に最適な移動手段といえる。また、観光ニーズの多様化に伴って、未知の世界で、未知の人間や自然との出会いによって、視覚だけでなく、五感を通して幸せを感じるということや達成感を味わうことが重要になってきている。石森（2008）は、「観

る・食べる・遊ぶという従来の「観光」から五感を通して幸せを感じる「感幸」や交流を重視する「歓交」へニーズが変化してきている」と述べており、この変化にも、自転車観光が適していると考えられる。

二つめは、現在、自転車が日本を含め世界的なブームとなっていることだ。軽くて速度の出る高価格のスポーツ車に乗るサイクリング愛好者が増えているのが特徴である。国内における自転車販売台数の推移をみると、近年クロスバイクやロードバイク等の高価格なスポーツ車の販売台数が 2006 年頃から急増しており、2013 年は 2003 年と比較すると約 3.5 倍の台数が販売されている（図 2）。

世界中でも自転車への関心は高まっている。2012 年の中国からの自転車輸出（対前年比）は、インドネシアが 18%増、タイが 51%増、フィリピンが 38%増等、東南アジア向けが軒並み急増している。2013 年 3 月に開催された台北サイクルショーでも、インドネシア、タイ、フィリピン、シンガポール、ベトナム等東南アジアからの訪問者が増加したという[4]。

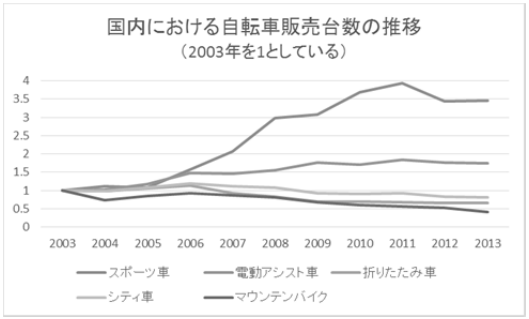



**図 2**
**国内における自転車販売台数の推移**
（自転車産業振興協会
自転車国内販売動向調査年間総括表 2003~2013 をもとに作成）

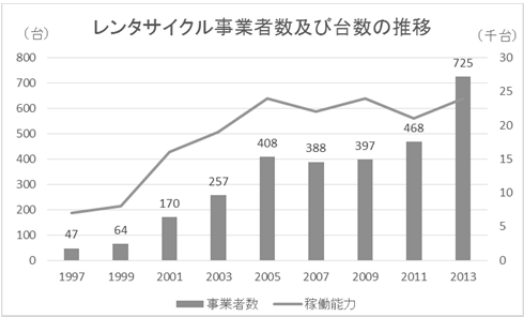



**図 3**
**国内における自転車販売台数の推移**
（内閣府　駅周辺における放置自転車等の実態調査の集計結果
1997~2013 をもとに作成）

国内外における自転車に対する高まりから、自転車を活用した観光に対する関心が年々大きくなってきている。観光地におけるレンタサイクル事業者数も増加している（図 3）。このような中、観光白書（平成 26 年度版）では、「サイクル・ツーリズム」が新たな項目として取り上げられ始めた。

台湾では、政府が環境政策の観点から自転車の優位性を示し、自転車利用促進措置が講じられたことで、在住者の健康志向や環境に対する関心が高まり、2007 年頃から自転車ブームとなった。台湾総統である馬英九（Ma Ying-jeou）氏が 2008 年に総統に就任した際に台湾を「バイシクル・アイランド」にすることを掲げ、自転車道の整備計画を進めてきた。2012 年に再選した馬総統は、今後 4 年間で台湾全土を自転車道で結ぶことを目標としている。自転車メーカーGIANT 社の会長である劉金標（King Liu）氏が 15 日間をかけて自転車による台湾一周（約 1,000 ㎞）を実行したことも台湾の人々に台湾一周熱をもたらしたといわれている。自転車文化を育てるために、同氏が自分で長距離を走ってマスコミの注目を集めて社会への認知度を広げていった。自転車観光は、日本のみならず外国でも注目されている。

三つ目は、地域の潜在資源との親和性である。自転車観光であれば、地域の魅力である人の営みがつくりあげた景色や生活を肌で感じ、人と交流しながら感じるこ

とができるからである。自動車による観光と違い、小回りがきくので、移動の過程を楽しむことができる。生活動線をルートに入れてネットワークを作り、スローな速度で地域との交流に焦点をあてることで、滞在日数の増加や地元での立ち寄り先の増加を生み、地域のファンになってもらうことが可能となる。例えば、農家に立ち寄り、顔の分かる関係が出来れば、次は花の咲く季節に再訪することや、毎年、果物の収穫時期に宅配してもらうといった長期的なつながりが生まれる可能性も高くなる。

上記 3 点の理由を踏まえて、自転車観光に着目する。自転車に乗る人が増加しており、自転車観光が世界的なブームとなる中で、マーケットが成熟し、訪日外国人のリピーターが増加すれば、違う日本（伝統的な文化の残る日本）を見せてあげることや違う過ごし方で日本を楽しんでもらう方法を提示する必要がある。都心部に比べて、人口が少ないため自動車が少ないことは、逆に自転車観光にとっては望ましい環境だともいえる。

### ２．３　自転車観光の分類、課題と潜在マーケット

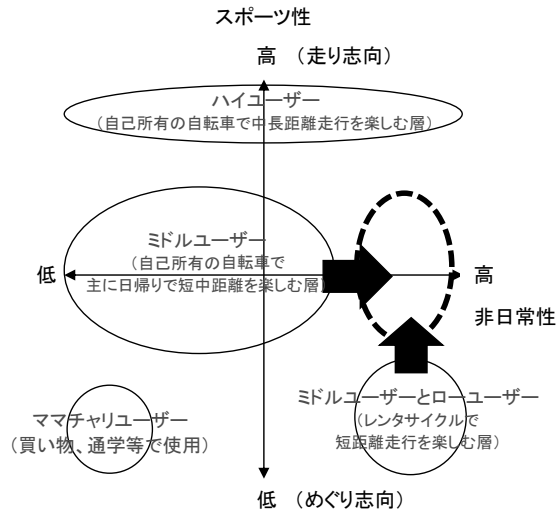
現在の自転車観光は、大きく①走り志向型と②めぐり志向型に分けられる（表 1）。走り志向型は、まさに自転車に乗ること自体を目的としており、主に幹線道路をかなりのスピードで走り抜けるため、地域との交流は少なく、一部の熱狂的なファンを集めているだけである。一方、レンタサイクルを中心とした多くのめぐり志向型は、自転車を一時的な手段として利用し、有名観光スポットを回ることを目的としているために、生活動線の近くは走るが、地域との交流は少なく、地域の風情を感じる機会も限られるといった課題がある。何より滞在時間が少なく、観光客と生活者が重なり合うことで交流が生まれるのであるが、現在はその動線がほとんど交わっていない。なお、イベントは、自転車観光を定着させるための仕掛けとして実施されるので、地域振興のきっかけとしては意義があるが、1 年の内せいぜい 1 日か 2 日である。

今後、日本で広めたい新しい自転車観光のスタイルは、特にめぐり志向型を満足させる環境を整え、より広範囲に誘い、域内での滞在時間を増加させることを目指すものである。スローなペースで地域の人々の暮らしや風情に触れながら、短距離から中距離を走るようなものである。考えられる主なターゲットは、自転車人口のうち 12%前後[5]といわれている走り志向のコアな自転車ユーザー（ハイユーザー）ではなく、めぐり志向のミドルユーザーやレンタサイクルユーザーである（図 4）。

地域にとっては、域内に長くとどまってもらうことが経済的にも社会的にも効果が大きくなるといえる。社会的効果とは、人と人が交流することを通じて地域の魅力が再発見、再評価され、アイデンティティや誇りを醸成するといったものである。自転車を長く乗りながら、地域の中をゆっくり滞在できるような仕掛けが作ってあげることができれば、図 4 のようなマーケットを創り出すことができる。生活動線を周遊ルートに入れて地域との交流に焦点をあて、じっくり地域を楽しめるような自転車観光の推進が必要である。自転車であれば地域の生活者の動線とよそ者である観光客の動線を重ねることが可能となる。その土地の魅力を深く感じることができ、車では入ることが出来ない生活空間さえも魅力的な観光資源に変えるであろう。また、地域の人々とのコミュニケーションが生まれやすい。地域では、ミドルユーザー等を呼べるような制度、仕組みをはじめ、行政や地域が協働して観光まちづく

りをすすめていかなければならない。自転車の特性に着目した新たな自転車観光の推進が日本の観光を高付加価値化するはずである。

このような新たな自転車観光のあり方を考える上で参考になるのがしまなみ海道であり、外国人観光客にとっても人気の場所である。次章ではしまなみ海道の事例を調査、分析する。




※○の大きさは、マーケットの大きさとは連動していない。

図 4　潜在マーケットのポジショニング
古倉（2014）を参考に作成

表 1　現在の自転車観光の分類

| | 走り志向型 | めぐり志向型 |
|---|---|---|
| 速度 | 速 | 遅 |
| 地域への関心 | 浅 | 深 |
| 経済効果 | 低 | 高 |
| 域内滞在時間 | 短 | 短 |

## ３．地域での交流を生み出す自転車観光（しまなみ海道での事例から）

### ３．１　しまなみ海道（西瀬戸自動車道）について

しまなみ海道は、1999 年に開通した愛媛県今治市と広島県尾道市を大小 10 本の橋が結ぶ約 70km の西瀬戸自動車道の愛称であり、本州四国連絡橋の 3 ルートのうち唯一、自転車歩行者専用道路が設置され、全線を通じて気軽にサイクリングやウォーキングを楽しむことができる。瀬戸内海の多島美と橋の人工美が重なり合うことで、良好な景観が形成されており、訪れるサイクリストをひきつけている。米 CNN 旅行情報サイトにおいて、世界で最もすばらしいサイクリングコースの一つに選ばれる等、海外の関心も高い[6]。レンタサイクルが充実し、乗り捨て可能な 15 のレンタサイクルターミナルがある。2014 年 10 月には、車道を封鎖して国内外のサイクリスト 7,281 人を集めた国際サイクリング大会が初開催された[7]。

### ３．２　しまなみ海道周辺の島嶼部における課題

開通により、交通と生活の利便性が向上した一方、人口流出、通過型観光が課題となっていた。また、レンタサイクルの利用者数も開通当初 7 万人を超える利用があったものの、その後は年を追うごとに減少傾向が顕著になり、2005 年には 3 万人を切る等、旅行者誘致に苦慮していた。しかし、2006 年以降増加に転じ、現在 8 万人を超えるレンタサイクルの利用者数がある（図 5）。この利用者増加の背景として次の 4 つの理由があげられる。①地域の取り組みとそれを支援する組織の存在、②行政等によるトップセールスや情報発信、メディア宣伝効果、口コミ、③行政によるインフラの整備、④近年の自転車ブーム。中でも、しまなみ海道で特徴的なのは、①にあげた地域の取り組みを支援する組織の存在で、地域住民の受入マインドを醸成させ、受入体制を整備し、この結果として自転車利用者を増加させたと考えられる。その中心的役割を果たしているのが、「NPO 法人シクロツーリズムしまなみ」である。次節では、同 NPO 設立までの経緯を整理し、住民主体の地域振興がどのようにおこなわれてきたかを明らかにする（表 2）。

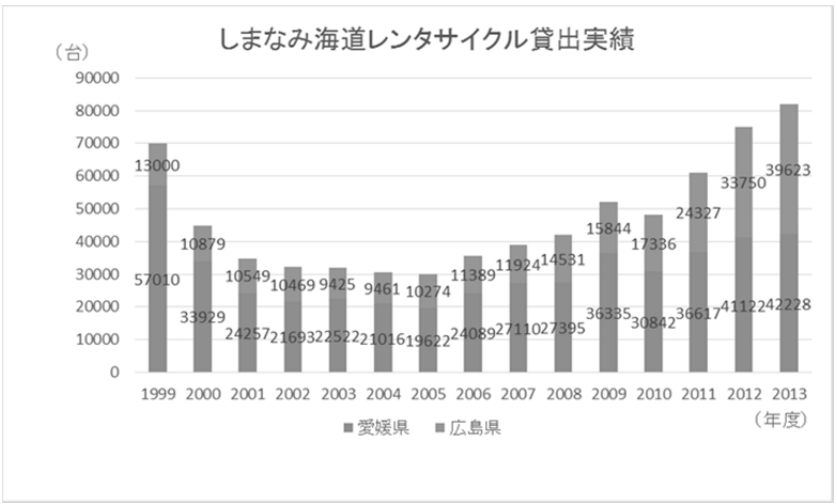



図 5　しまなみ海道レンタサイクル貸出実績
（尾道市観光協会　しまなみ海道レンタサイクル貸出実績データをもとに作成）

表 2　NPO 法人シクロツーリズムしまなみ設立までの経緯
（シクロツーリズムしまなみ HP をもとに作成）

| 年 | 経緯 | 役割 |
|---|---|---|
| 2004 | 住民座談会実施 | 合併に備え実施（大三島・伯方島）大島では2005年 |
| 2005～2007 | 自転車モデルコースづくり事業実施 | 愛媛県が国交省のサイクルツアーモデル地区に指定<br>住民参加型のワークショップ形式でのコースづくり |
| 2007 | しまなみ資源活用プロジェクト発足 | 地域住民の発意　地域資源発掘、<br>自転車旅行マーケティング、ブログでの情報発信 |
| 2008 | しまなみスローサイクリング協議会発足 | 島を越えた組織が協働<br>自転車観光商品の開発、試験的ツアー実施等 |
| 2009 | NPO法人シクロツーリズムしまなみ設立 | 着地型自転車ツアーの企画・販売<br>自転車観光の基盤整備 |

### ３．３　しまなみ海道周辺の島嶼部における地域振興に係る取り組み

前節で述べたとおり、しまなみ海道では、レンタサイクルの利用者数が年々減少していた訳だが、今日の自転車観光先進地となったきっかけがあった。それは、2004 年愛媛県のよびかけで地域住民、行政、NPO 法人今治サポートセンターが集まり、しまなみ海道周辺の島嶼部の課題解決に向けた住民座談会が行われ、地域側から交流人口の増加への意欲が見られたことが原点である。同時期に、自転車道と観光資源等の連携による観光施策を推進する国土交通省の「サイクルツアー推進事業」のモデル地区に指定されたことで、自転車によるまちおこしに取り組んでいくことになった。翌 2005 年の自転車モデルコースづくり事業では、観光や交流の促進にやる気のある有志が集い、今後の自転車観光の可能性についての議論が行われたのであるが、その中でNPO法人今治サポートセンター事務局長の山本優子氏によれば、当時は「なぜ自転車なのか？自転車といえば買い物でしょう」という発言が出る等、自転車への関心はそれほど高くなく、むしろ「おもしろいな」と思うより「しんどいな」と感じる人の方が数多くいたといわれている。この中で、今日のしまなみ海道につながると思われる、一つのポイントとして、自分たちでモデルコースづくりをやり始めたことである。コンサルティング会社に現地調査を発注するのではなく、各島の商工会議所青年部や自治会、婦人会や PTA 等が積極的に参加をし、地元住民参加型のワークショップを開催した。その中で提案されたモデルコースは、自分たちの地域のココを見てほしい、体感してほしい、この人の話を聞いてほしいといった地域の思いやサイクリストの視点から、風を感じるスポット、路地裏を感じる地域等のポイントが盛り込まれている。走行中の位置や距離が記された自転車用の標識（写真 1）や無人休憩所は、この事業と並行して設置されたものである。コースづくり等のソフト事業や、ハード事業を住民参画型で進めたことで、住民の間に自転車旅行者受け入れのモチベーションを高めるという大きな効果を生んだ。地域に愛着を持ち、地域活性化に意欲を持った住民、資金力と誠意をもって対応した行政、住民の意見を引き出し、合意形成に持ち込み行政に伝えることを得意とする中間支援型の NPO、これら三者が協働して、サイクリングという切り口から島の活性化に向けて取り組んだことで、官民の信頼関係を作り出し、地域住民のモチベーション向上につながったといえる。また、島民自らが観光資源の掘り起こしを行う作業は、地域の歴史や伝統を再発見し、自分たちが受け継いできた文化や暮らしの豊かさを、後世に伝えていくことが大事だという、島民の気づきにもつながった。

写真１　住民が考えたサイクリングコース・標識

この気づきにより、モデルコースの成果を、次は島外の観光来訪者へ発信したい、もっと自分たちの島を知ってもらいたいという思いがわいてきて、地域住民の発意で島外スタッフの参加を募り、2007 年、「しまなみ資源活用プロジェクト」が立ち上がった。自然と人とのつながりを楽しむ自転車旅行の可能性を検証するためにマーケット分析等を実施している。

さらに同時期に開催されたモニターツアーにおいて、「魅力ある資源の案内体制等が不十分で、リピート意欲を喚起できていない」との意見が寄せられたことを受け、2008 年には、島を超えた多様な組織（婦人会、農家、漁家、えひめしまなみグリーンツーリズム推進協議会等 12 組織）が協働したネットワーク組織「しまなみスローサイクリング協議会」が発足した。スローとは、同法人山本氏によれば、スピードがゆっくりというだけではなく、人と人、人とモノ、人と自然等の「つながり・思いやり」に価値を置き、豊かな生活をじっくり熟成させていく、古くて新しいモノの見方だという。そして、通過型観光が課題とされるしまなみ海道周辺において、着地型観光を実現するため、ツアーの企画販売を行う「NPO 法人シクロツーリズムしまなみ」が設立された（表 3）。島民の活動にかける想いや相互のつながりが育くまれてきたことが、現在の成果につながっており、過疎高齢化が進む島々の風景が明らかに変わり自信になったという。現在サイクリストが増えているのも、島民たちは、「自分たちが招きいれた」「自分たちのおかげで人が来だした、ブームを作ってきた」という自負心を持っているという。

表 3　NPO 法人シクロツーリズムしまなみの事業内容
（シクロツーリズムしまなみ HP をもとに作成）

| 事業目的 | 周遊型・滞在型のスローな自転車旅行の推進による持続可能なまちづくり | |
|---|---|---|
| 事業内容 | ①ガイドツアーの企画・販売 | ビギナーが安心して参加できる交流ツアーを実施<br>ものづくり体験や地元婦人会のつくるランチを食べるなど地元密着型 |
| | ②マップの作成 | 自転車目線でルート・エリアを実走調査した地図の作成 |
| | ③自転車先進都市への啓発活動 | 未就学児の遊び場「自転車ヒロバ」や<br>ルールやマナーを参画型で学ぶプロジェクト「今治自転車人養成講座」を展開 |
| | ④官民協働で取り組んだ受入態勢整備 | サイクルトレイン運行、しまなみサイクルオアシスの整備運営<br>しまなみ島走レスキューの整備運営 |
| | ⑤その他 | グッズの開発・販売、サイクルスタンド、デザインコンテストの開催 |

### ３．４　しまなみ海道における地域内での連携性

このような経緯があって、今日に至ったしまなみ海道であるが、行政・支援組織・地域住民の各主体間の連携が自転車観光推進の一つのヒントであると考えられる。以下に、各主体が担った主な役割やポイントとなった機能等を述べる。

＜行政＞

ブルーラインの設置や案内標識の設置、道路の補修、サイクルスタンドの設置等サイクリストの視点に立った利便性・安全性向上の事業を進めている。ブルーラインは、県境をまたいで広範囲に標示されていて他に例がない。その目的は、①今治・尾道間のサイクリング推奨ルートを示すこと、②車道を走行する自転車に左側走行原則を注意喚起すること、③ドライバーに対して自転車の存在を注意喚起することである。また、国土交通省の観光圏整備事業による財政支援がありレンタサイクルシステムも充実している。広域におけるレンタサイクルの利便性向上に向けて、今治市・尾道市は協定を締結して運営ルールを確立し、愛媛県側と広島県側にある合計 15 ヵ所のターミナルでは、一部の車種を除いて相互貸し出しや相互乗り捨てができる。えひめ夢提案制度[8]を利用した住民からの提案に対して、規制緩和をはじめとした対応を行っている。具体例として、2010 年 8 月、県の道路交通規則を改正し、県下全域でタンデム自転車の走行が可能になった。また、知事が台湾やインドネシア等にトップセールスに出向き、自転車愛好家の誘致に成功している。首長自身が自転車に乗ることで、伊予銀行や今治造船といった地元企業のトップも自転車に乗るようになる等、意識が変わりつつある。自転車で地域を盛り上げていく機運が県下の主要な機関や企業で高まってきている[9]。

＜支援組織＞

自転車の楽しみを普及し、受入環境を整備していくのに大きな役割を担っているのが、NPO 法人シクロツーリズムしまなみや今治、尾道各観光協会である。マップ作りやサイクルオアシスの整備、さらに専門家によるポタリング（自転車散歩）ガイドツアーがあげられる。マップ作りに関しては、島内の道という道すべてを自転車で実測し、資源の再調査を行い、緻密な距離と高低差等を自転車乗りの目線で表示している。また、住民の有志が、自分の家の軒先等を休憩所として開放するという「サイクルオアシス」を整備した。食堂、美容室、寺、雑貨店等、異業種の有志が、ベンチ、給水、空気入れの貸出、情報の提供、トイレの使用等のサービスを行う。現在愛媛県 35 ヶ所、広島県 59 ヶ所計 94 ヶ所のオアシス（2014 年 8 月 4 日時点）が島々に点在し、疲れた体を休める自転車旅行者の憩いの場となっている。自転車の楽しさを一人でも多くの人に知ってもらうために、しまなみの隠れた魅力を知り尽くしたガイドが同行してサポートするツアーも小規模ではあるが実施している。ガイドならではの場所に連れて行ったり、島民との交流を促すプログラムもあり、住人の暮らしを垣間見たり、まちの香りを感じるといった、まさに五感を使った観光を楽しめる。幼稚園でのランニングバイクを利用した講習会等子供向けのサイクルイベントの取り組みが活発化しており､小さい頃からサイクリングに親しみ、サイクリングの聖地としての意識が高まっている。こういった取り組みは、地域でのサイクリングの裾野の拡大に寄与している。しまなみの暮らしに共感してくれる旅行者を増やす、住民が無理をせず継続的に関わる仕組みをつくるという思いがあ

る。視覚障害等ハンディキャップを持つ人もサイクリングを楽しめるように、道路交通規則で禁止されていたタンデム自転車の走行を解禁に導く等、支援組織の取り組みは、自治体や企業をも大きく動かしてきた。

＜地域住民等＞

この地域では、お遍路文化が根付いており、訪れた人を大切にもてなすという習慣がある。しかし、当初はサイクリングに対するネガティブなイメージ（交通・ゴミ等のマナーが悪い、地域にお金を落としてくれない等）が存在したので、これを払拭するために、地域資源発掘のための座談会やイベントの開催等の啓発活動が行われた。その結果、地域住民の意識変化が現れ、サイクリスト受け入れのためのおもてなしが図られるようになっていった。また、地元銀行からの寄付により、コンビニにサイクルラックが設置されている等、サイクリングへの地域をあげた意識共有もなされている。

サイクルオアシスは、水が得られるだけではなく、情報が行き交う場所、人が集まってくる場所になっている。ポーチュラカ西部の西部知香氏は、「報酬があるわけではないが、人が来てくれると刺激になり、もっと周りを巻き込んで頑張ろうという気持ちになる」と語り、自転車旅行者向けの携帯用弁当「二輪弁」や島のテングサとレモンをたっぷり使った「飲むトコロテン」を開発している。

民宿千和の平山日出美氏は、「フランスやオランダといった国だけではなく、フィンランドやルーマニア、オーストリア、ポーランド、ブータン等思いもしなかった国からお客さんが訪れてくれるようになった。毎年来てくれるフィンランド人がいるのよ」という。言葉はわからないが、地球儀や日本舞踊、扇子を持ち出し、身振り手振りでコミュニケーション（写真 2）している。彼らのコメントや絵で埋まった旅のノートを見せてくれ、「出会いがあるから楽しい」と喜んでいる。

お好み焼き屋昌万の桧垣瑞穂氏は、「今までは地元の人ばっかりだったけれど、よそから若い人が来てくれるようになった。ありがたい。みんなに助けてもらっている。だから私も人の為になりたいと思うんよ」と話す。

雑貨屋を営む黒光和子氏は、「銭湯の場所や泊まれる公園等、ローカルしか知らない情報を伝えられることが地元の小さな店のできること、何でも情報が得られる時代だが、人と人が接して得られる情報や話が希薄になってきている。人と人のつながりが楽しくていいというのを思い返して実践していきたい」と話す。

高齢化が進む地域において、旅人との交流が生まれ、ホスト・ゲストともに元気になっている（写真 3)。地域に住んでいる人々の生活に触れ、言葉は通じないけれども、日本舞踊、扇子、旅のノートを通じてコミュニケーション、国際交流が図られている。自転車であるがゆえに気軽に立ち寄れ、団体旅行では決して味わえない体験ができ、感動し、地域のファン、リピーターを生みだしている。人と人とのつながりは人々の心の豊かさを生む。このような交流空間の整備は、今後のインバウンド観光振興にも有効であることがわかる。

写真 2　地球儀を通してコミュニケーション

写真 3　地元の方との交流

### ３．５　しまなみ海道における公共交通機関との連携

官民協働で進めてきた事業の一つが、自転車を解体せず車内に持ち込める「サイクルトレインしまなみ号」である。2013 年までは、NPO 法人シクロツーリズムしまなみが企画し、JR 四国が運行していた。2014 年は、春 15 本、秋 25 本、計 40 本運行した。今治駅では、列車の発着に合わせホームまでの長い階段にスロープを設置している（写真 4)。このスロープは、JR 四国が設計図を作り、同法人のメンバーにいた大工さんにオーダーメイドで作ってもらった。現在、今治駅のスロープ設置は、GIANT 社に委託している。途中駅の波止浜駅での案内（集合確認）は、同法人が行う。自転車は折りたたむ等せずにそのまま載せられるため、上級者はもちろん、初心者にとっても喜ばれている。

自転車と船を組み合わせた旅ができるのも、この地域ならではである。自転車に疲れたら、船に乗せて対岸へという使い方ができる。船と自転車旅行を促進するために、せとうちサイクルーズ PASS というカードがあり、自転車で乗船する際にこのカードを提示すると、乗船料が割引（1 割引～5 割引）されることや、提携先の店や施設で特典が受けられる。

他の交通機関との連携は民間事業者にも広がりを見せつつあり、今治のタクシー会社（ときわタクシー）では、自転車を載せられる器具を取り付けたタクシーを 5 台用意し、途中で疲れても安心して旅行ができるような仕組み（写真 5）が作られている。しまなみ海道の官民協働推進の特徴として、公共交通機関が支援組織や行政の連携の中に積極的に入り、一定の役割を果たしたことが、自転車観光の先進地としてのしまなみ海道を創っていった一つの原動力であったように考える。

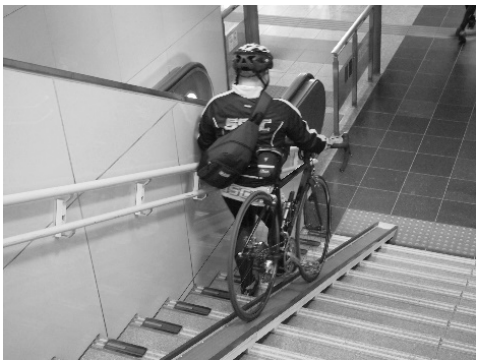


写真 4　今治駅でのスロープ

写真 5　自転車を積載できるタクシー

### ３．６　インバウンドの発地の多角化に有用な自転車観光

しまなみ海道を楽しむ海外からのサイクリストは、台湾の自転車メーカーGIANT社が今治、尾道両市に出店していることもあり、台湾からが一番多く、次にアメリカ、英国、フランス等の自転車が人気の欧米からが多い（図 6)。かつ、民宿千和の旅ノートに見たように、あまり日本に来ないような国からも来ている。このことは、しまなみ海道を自転車で渡るという観光体験が世界的に見ても強力な訴求力を持っていることを示している。他の地域にはない個性的な自転車体験が出来れば、世界の国々から集まってくるということである。今は自転車観光のデスティネーションとして認識されていない地域においても、ユニークな体験の出来る自転車観光を開発できれば、新しいインバウンドの流れを作っていくことの可能性を示している。

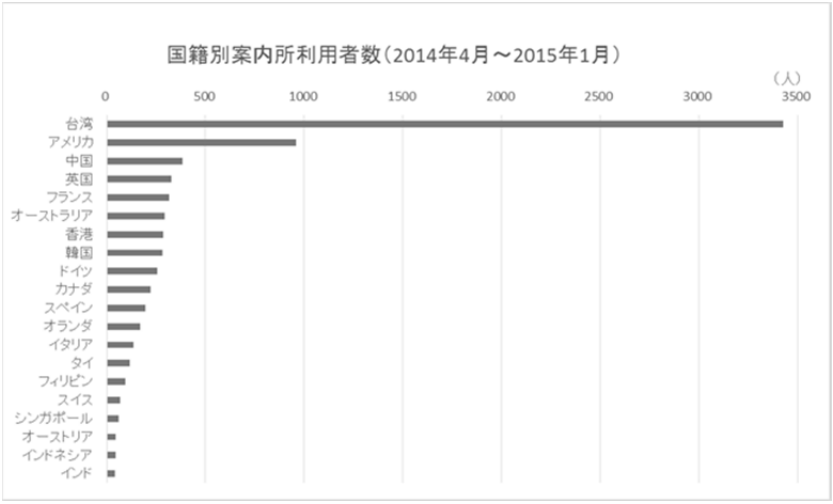



図 6　尾道市各観光案内所[10]における国籍別利用者数（2014 年 4 月～2015 年 1 月）
（尾道市観光協会　尾道市各観光案内所における国籍別利用者数データをもとに作成）

### ３．７　小括

しまなみ海道の評価が世界的なレベルで高まった背景には、瀬戸内海をまたぐいくつもの橋や多島美の風景とともに地域住民の温かい受け入れ体制がある。地域資

源を活用した観光体験や地域との交流を実現した点である。今回のヒアリング調査からも、自転車観光推進には、地域住民の協力が不可欠で、座談会やワークショップを通じて地域住民の意識向上が図られ、目指すべき方向性の共有がされて、行政・支援組織・地域住民等、各主体の役割分担が明確になっていることが明らかになった。点在するサイクルオアシスが、地域住民とサイクリストとを結びつける役割を担っており、そこでは訪問者の満足だけでなく、受け入れる側の満足をも生み出す仕組みがあった。また様々な国からサイクリストが訪れており、外国人による田舎の魅力の再発見が、地域の人々にとっても改めて魅力の気づきにつながっている。今後更なる自転車を活用した地域振興を進めていく上で求められることは、日常的なガイドツアーの実施と、自転車と他の交通機関との連携による利便性の向上や周遊性の向上であろう。現在、「サイクルトレインしまなみ号」が運行しているが、土・日の指定列車 1 往復のみ（4 月～11 月の期間限定）で、事前予約が必要なため、まだまだ利用者にとって利便性に課題がある。

自転車ガイドツアーを考える上で、日本での先進的事例として、京都の事例を取り上げる。京都の自転車観光では草分け的存在で、2001 年の設立以来、自転車でまちを巡る楽しさを提唱している多賀一雄氏が代表を務める京都サイクリングツアープロジェクト（以下 KCTP）は、車の入れない路地を巡る「ろじ裏散歩」というガイドツアーを実施している。京都の静と動、生活文化に光を当て、地域の人の日常生活を見せる工夫をしている。単に伝えるだけではなく、独自の視点で解説することや自然と調和した中で育んできた文化を解説すること、利用者と訪問場所との関わりも意識して案内している。例えば、フランス人を相手にするなら、ベルサイユ宮殿の歴史と対比させること等、顧客の知識や興味と訪問場所とを関連づけることで理解を促している。これらは、インタープリター[11]の手法と似ている。

使用する自転車は、自転車を楽しめるよう、自社で開発したオリジナルのもので、軽快で乗り心地が良く、しっかりとした部品を使用し、多変速ギアを備えている。レンタサイクルは、メンテナンスにお金や時間が掛かるので、丈夫で乗り心地が良いものを開発したそうだ。

KCTP の外国人利用者は全体の 90%以上（2014 年 9 月末時点）で、北アメリカ、オーストラリア、台湾、フランスの順だという。ガイドブックに載っていないような場所に足を運び、今まで気づかなかった歴史や文化、そこで暮らす人との触れ合い等を体験するので満足も高く、自国に帰っても友人等に話をするので、その口コミで利用してくれる人も多い。有名な寺社等観光スポットに恵まれた京都でも、自転車による地元の日常生活を見て回る取り組みに多くの外国人観光客が参加していることは、自転車観光により、観光を高付加価値化することの可能性を示している。

他の交通機関等との連携による利便性の向上や周遊性の向上については、次章で、国をあげて取り組んでいる自転車観光振興プロジェクト、スイス・モビリティを取り上げる。

## ４．自転車観光の社会的な役割と広がり（スイス・モビリティの事例から）

前章のしまなみ海道の取り組みから、受け皿としての地域側の取り組みが重要だとわかった。地域側の意識や体制が実りある交流を生むのであり、新しく始める地域でも、このことの必要性を把握できた。ただ、他の交通機関等との連携による利便性の向上や周遊性の向上については課題があった。そこで、国をあげて自転車観光に取り組んでいるスイスの事例を、滝川（2010）を参考にし、取り上げる。

### ４．１　スイス・モビリティについて

スイス・モビリティとは、環境と調和した観光の先進国スイスが、2008 年にスタートさせた新しいエコロジー的な旅のスタイルである。サイクリング、カヌー、マウンテンバイク、ハイキング、インラインスケートといった人の力で移動するアクティビティを公共交通機関等と組み合わせることで移動をしやすくし、スイス全土を周遊するという仕組みである。スイス政府、民間企業、交通機関等が連携し、国全域に 22 のナショナルルート、147 のリージョナルルート（総距離 2 万㎞）をつくり、看板（10 万個）、ルートマップ、多言語サイト（ドイツ語、フランス語、イタリア語、英語）等を整備している。この多言語対応は、自国民のみならず、外国人観光客をも満足させるものでなくてはならないという考えに基づいている。近年、近隣国だけではなく、ロシアやアジア、北米からも、利用客が訪れるようになっており、2011 年の経済効果は、年間約 547 万スイスフラン（約 600 億円）と推計されている。

### ４．２　市民団体のイニシアチブから生まれたシステム

このプロジェクトは、自転車推進プロジェクトを手がける NGO（ヴェロビューロー）がスイス政府観光局に働きかけ、共同で、「ヴェロランド・シュバイ基金」（のちのスイス・モビリティ基金）を設立したことに始まる。環境に負荷をかけない人力による移動手段と二酸化炭素等を極力排出しない輸送手段（公共交通機関）を融合するこのプロジェクトに対して、考え方に共鳴した交通事業者、スポーツ事業者、市民団体等が関心を示し、パートナーやスポンサーとなって、ルート設定や整備を実施した。費用は行政と民間のスポンサー企業が半分ずつ負担している。

### ４．３　自転車と公共交通手段との融合

自転車がスポーツや趣味の道具として定着しているヨーロッパで、自転車がよく使われている理由として、オランダに代表されるように土地が平らであることがあげられる。しかし、スイスは日本以上に山岳地帯が多く、この国で自転車観光が促進された理由の一つが、自転車と公共交通との組み合わせ、利便性や環境面に対する姿勢を意識的に訴求したことである。スイス・モビリティのルートは、それぞれの起点と終点で公共交通と接続する設計（図 7）になっている。自転車だけの観光では、長距離移動が困難であり地形条件にも制約される。そこで、公共交通と自転車の融合利用を積極的に行っている。例えば、山がちな地形の場所は、鉄道やバスに自転車を積み込んで通り抜けるといった使い方や上りは鉄道を使い、下りだけ自転車といった使い方ができる。長距離移動できる鉄道と自転車を組み合わせることで、利用者の回遊性ははるかに向上する。スイスは、山国ではあるが、自転車と鉄道やバスとの連携を図ることで、旅行者が快適に自然を楽しみながら、周遊旅行を満喫できる仕掛けがある。

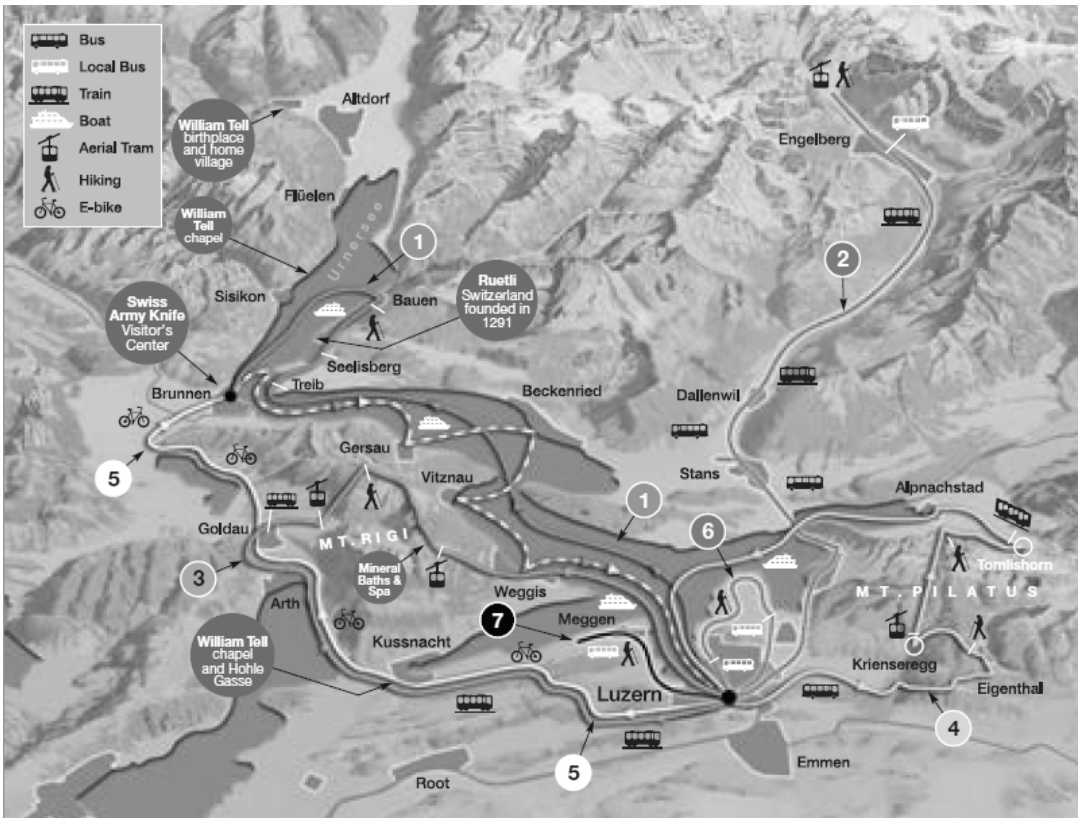



図７　スイス・モビリティのルート概念図
（Swisstrails HP より引用）

## ４．４　民間と行政の協力で決定したルート

ルート設定は、国と州の環境局や交通局、自治体、地元の観光組織や市民団体が参加するワークショップで決定されていった。地元も役所も産業界も納得するルートが選ばれている。スイス・モビリティのサイクリングロードといっても新しくそのために道を作ったのではなく、できるだけ幹線道路以外の旧道や農道等、車の少ない道を活用して、それらをつなぐようになっている。ほとんどのルートでは自転車道が車道や歩道と分離しているが､分離していない道路でも交通量が少ないため、ゆったりと自転車を楽しむことができる。地図を見ると、湖畔や森の中の路、放牧地や畑を横切る農道、村の生活道路や小さな路地、そして最低限の幹線道路等を結び、それらが鉄道やバス路線と交差しながら伸びている。それぞれのルートは、スイスらしい風景を見られる場所や途中の町や村の中心部、世界遺産等の有名スポットは必ず通るよう考慮して作られている。400 ヶ所ある中継地点では、宿泊や食事の情報入手や予約、自転車のレンタル、公共交通機関との接続、地元の産物の販売（地産地消）も可能である。全国共通デザインの標識・地図が随所に設置されており（写真 6)、たとえ言葉がよく分からなくても誰もが安心してサイクリングを楽しめる。また、ルート上には駐輪施設の数が十分ある。自治体によっては市民から要望に応じて駐輪施設を設置することや、商業施設やオフィスビルに駐輪場の設置を義務付ける等の施策を行っている。

## ４．５　快適な旅行のための仕組み、サービス

スイス・モビリティのナショナルルートは、一つが全長 300 ㎞前後と長距離であるが、どのルートも 1 日ごとの行程（ステージ）にわけられている（図 8）。具体的には、全サイクリングルート全長約 8,500 ㎞を 225 のステージにわけ、ステージごとに、難易度や標高差を示している（図 9）ので、日帰り旅行者、長期旅行者、初心者、上級者等スタイルやレベルに応じて自由に「選択」しながら楽しめるようになっている。わかりやすい標識が至るところにあり、道のアップダウンがわかるガイドブックも発行されている。

また、スーツケースやバックパック等、サイクリング時に不要な荷物は、朝の 9 時までに出発駅に持ち込むと、夕方の 6 時以降に目的の駅まで届けてくれることや、現地旅行会社に頼むと、希望の場所に先まわりして届けてもらうことも可能である。サポート体制が充実しているため、初めてスイスを訪れる人でも安心して旅行ができる。自転車やヘルメット等必要なものは、主に鉄道駅近くにある約 150 ヵ所のレンタサイクルショップ（民間事業者）で借りることができ、貸出駅とは別の駅で返却することもできる。スイスカード等の鉄道パス所持者は割引が適用され、整備された高品質のシティバイクやマウンテンバイク、電動アシスト付自転車、子ども用トレーラーまで借りることができる。

インターネットの地図では、駅やバスの停留所のマークの上にマウスをあてると時刻表が調べられる（図 10）ことや、貸出可能な自転車の残台数を確認すること（図 11）ができる。また、パートナー登録している宿も表示される。まさに観光情報のプラットフォームである。なお、パートナーの宿では、鍵がかかる駐輪場や自転車修理キットを備えること、自転車洗浄スペース等を完備することが条件となっている。

ガイドツアーも行われている。JTIC.SWISS 代表山田桂一郎氏によると、地域でガイドをするには、地域学を受講し、その地域の文化、自然、産業を知ったうえでなければガイドはできないということであった。ガイドは地域を代表する顔であり、広報・宣伝マンでもあり、リピーターを確保する営業マンとしての役割を担っており、地位は高い。利用者とのコミュニケーションの中で理解度を図りながら解説し、感動や満足を引き出すレベルまでもっていっている。

写真 6　統一された標識

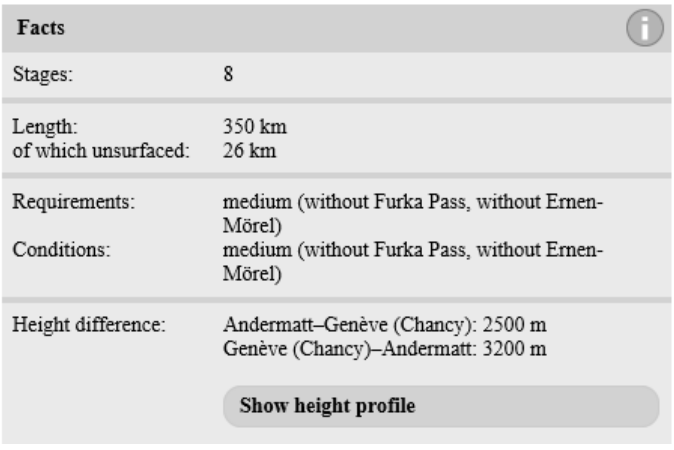



図 8　ルート全体の紹介

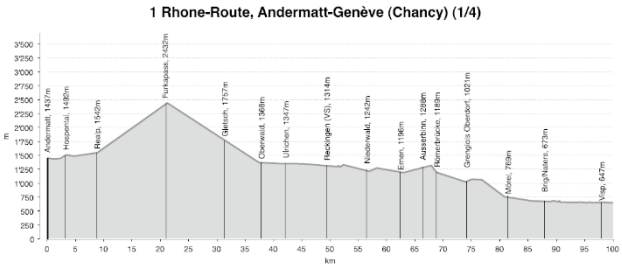



図 9　ルートの高低差を示す断面図

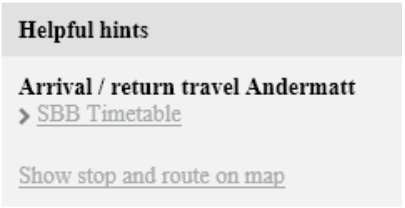



図 10　公共交通との接続案内

（写真 6・図 8～10 は、スイス政府観光局 HP より引用

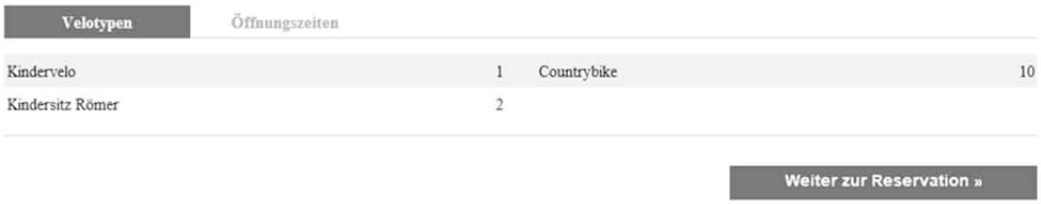



図 11　レンタサイクル貸出状況が HP 上で確認できる

（RENT A BIKE HP より引用）

## ４．６　小括

スイスの事例では、環境問題対策の観点から、日常的、観光的、将来的に持続するため、国をあげてスロー交通を推進しており、利用者が移動距離や難易度を「選択」できるよう、公共交通との接続を意識し、移動の連続性を持たせていた。また、複数の移動手段の乗り継ぎの要所である「駅」や「中継地点」の機能を充実させることで、無理せず旅を楽しめる仕組みがあった。このような仕組みがあるからこそ、外国人観光客が長期滞在しやすい環境を生み出しているのであろう。スイス国民の豊かな環境の中での心豊かな生活を真剣に考える生活の質（クオリティ・オブ・ライフ）へのこだわりが感じられる。

スイス・モビリティのような事例を、日本で参考にしている県がある。それが、青森県と長野県である。両県ともに取り組みはまだ始まったばかりである。ここでは青森県の事例を紹介する。

青森県では、2014 年 7 月に自転車観光に関係する多様な主体（代表約 100 人）が集い、お互いに連携・協力し合う場として青森サイクル・ツーリズム推進協議会を設立した。2014 年度は、青森市浅虫から夏泊半島を巡るコース等 8 つのモデルコースを設定し、ガイドブックに掲載することや、自転車専門誌等へのプロモーションを始めている。

利用者の来訪動機の喚起、快適かつ便利に県内を移動するための仕組みづくりとして、ロングトレイル、サイクリング、カヌー等のアクティビティと鉄道、船といった交通手段とを組み合わせ、これまであまり足を踏み入れなかったエリアの周遊コースを展開しようとしている。また新幹線の函館延伸による青函圏という広い視

野で考え、函館の洋のテイストと弘前の和のテイスト等、異なる魅力を組み合わせたルートも考えている。

青森市に本社をおく企業 forte は、GPS と骨伝導ヘッドセットを組み合わせ、自転車に乗ったままでも音声による道案内サービスが受けられる機器（ナビチャリ）を開発した。今後は外国語や方言によるナビも導入予定とのことで、このような新しいテクノロジーが自転車観光の安心感や楽しさを高めていく可能性もある。

## ５．新たな自転車観光が地域に定着するための要件と今後の展開

本章では、第 3 章、第 4 章の自転車観光の先進国や先進地域の事例から得られた知見をもとに、今後日本全国で、新しい自転車観光を定着するための要件を抽出する。考察に当たっては、小林（2008）の提案する観光に必要な 3 つの要素、すなわち価値観・意識、ハードの整備、ソフトの整備の側面から見た分析の枠組みを用いる。

### ５．１　考察

#### ５．１．１　価値観・意識

しまなみ海道やスイスの事例研究を通じて自転車観光を推進していくために求められる価値観・意識として以下の 2 点を抽出した。1 つ目はしまなみ海道の取り組みの分析を通じて、地域をあげて自転車観光の可能性を信じることの大切さが明らかになった。2 つ目はしまなみ海道、スイス双方の取り組みに共通していたことであるが、行政・支援組織・住民等の関係者の役割の明確化と、目指す方向性についての認識が共通に持たれていたことである。

当初、しまなみ海道周辺地域の住民の自転車観光に対する意識は高くなかった。「自転車といえば買い物でしょ」という程度の住民が大勢いたというが、この自転車に対する認識は、この地域のみならず、今でも全国的なものである。そのイメージを払拭し、自転車観光にかけてみようと、意識が変わったことが成功へのターニングポイントだったといえる。意識が変われば、住民自らが自転車観光のために地域資源を発掘し、コースづくりに取り組んでくれる。このような意識を変えるための地道な努力と当事者意識を育むようなプロセスを経ることが大事で、それを省いて、自転車ブームに乗って取り組みを始めても、自転車観光の地域への定着は難しいであろう。

ツーリズム産業は、システム産業であり、持続的な自転車観光（サイクル・ツーリズム）を目指すには、自転車やサイクリングロードを用意すれば成り立つわけではなく､関係者がそれぞれの役割を果たすことによって持続する仕組み(システム)を作り上げることである。

自転車観光のマーケットについては、まだまだスイスや他のヨーロッパの国のように、自転車を使って数日間をかけて周遊旅行を楽しむといった旅行スタイルが浸透していないが、しまなみ海道で見たように、外国人観光客からの刺激もあり、自転車観光を楽しむ日本人も確実に増えている。このような旅行スタイルや日常的に楽しむライフスタイルは、今よりも長期休暇が取りやすくなれば、健康志向やエコロジー志向の中で、もっと市民権を得てくるであろう。またスイスのように、自転車の旅人は、上客とされるような考え方が広がってくれば、地域の人々の自転車観

光に対する認識も急速に変わるであろう。ヨーロッパだけでなく、隣国の台湾も自転車旅行大国であり、多くのサイクリストが日本を訪れていることが、日本人の意識の変容を促すはずである。

### ５．１．２　ハード面の整備

しまなみ海道は、そもそも自転車で渡れる本四連絡橋を造り、橋の上から瀬戸内海の風景を楽しめるようにしたところに先見性があったともいえる。とはいえ、橋というハードがあったから自転車観光が一気に広まったわけではないことは、図 4 で見たとおりである。日本には、大規模自転車道は 135 あり、約 3,600 ㎞整備されている（2009 年度末時点）が、活用されている自転車道は少ないのが現状である。

大規模な整備の必要性はほとんどない。自転車観光を推進していくために求められるハード面の整備として以下の 3 点を抽出した。1 つ目はしまなみ海道の取り組みの分析を通じて明らかになったことは、既存の道を使い、回遊性に優れた魅力あるコースをつくることである。2 つ目と 3 つ目はしまなみ海道、スイス双方の取り組みから共通して明らかになったことであるが、統一された標識類や分かりやすい距離表示等をすること、スポーツバイク用駐輪スペースを設置することである。

しまなみ海道におけるブルーラインは、ルートを正しく走行していることを視覚的に認識させるとともに、自転車道と一般道をつなぐ巧妙な仕掛けとなっている。地域の生活者の動線と観光客の動線を上手く交わらせる工夫があり、地域資源つまりは点となる場所を、サイクリングルートという線で結び、そこからさらに周辺地域全体である面へと結びつけている。また、スイスの事例からは、途中の町や村の中心部を必ず通るようルート設定し、公共交通機関との連携を常に考えていることが明らかになった。駐輪スペースの設置は、自治体から設置されたものだけではなく、大手地方銀行等民間企業による無償の駐輪ラックの設置支援等も実施されており、地域をあげた意識共有がなされている。

### ５．１．３　ソフト面の整備

ソフト面の整備として以下の 4 点を抽出した。1 つ目はしまなみ海道の取り組みの分析を通じて明らかになったこととして、交流空間の整備があげられる。2 つ目はしまなみ海道、スイス双方の取り組みに共通していたことであるが、広域乗り捨てシステムの整備である。3 つ目はスイスでの取り組みの分析から、交通事業者や宿等との連携、4 つ目はしまなみ海道の取り組みと KCTP の取り組みの分析から明らかになった、自転車ガイドの存在である。

交流空間の存在は、しまなみ海道の大きな魅力となっている。単にトイレや休憩の場ではなく、積極的な交流が行われ、サイクリストだけでなく、受け入れる側の満足をも生み出している。コンビニのような単に休憩の場を用意しただけでは交流は生まれず、地域のファンにはなってもらえないことがわかる。

利用者の安心感を増し、行動範囲を広げているものとして、レンタサイクルが広域にわたって乗り捨てできること、自転車と鉄道、バス、宿とが上手く連携されていることが明らかになった。自転車の返却のために同じ道を引き返すのは観光的魅力を著しく減じるので、今後の自転車観光を考える上で、広域的な連携や協働は不可欠である。また、貸し出される自転車も放置自転車の転用ではなく、クロスバイクやマウンテンバイク等高品質な自転車が用意されており、高性能な自転車に触れ

る機会ととらえ、自転車自体を楽しんでもらおうとしている。貸出料を抑えるために放置自転車を再活用している観光地もかなりあるが、放置自転車は使い古しで性能も芳しくないものが多く、他の人が乗り捨てた自転車で、非日常の体験ができるはずがない。

公共交通や宿等の連携が、利用者の不安感を軽減し、初心者のハードルも下げ、利便性を高めている。自転車観光は人力なので、途中で体調が悪くなることや、天候の悪化も想定される。このため、出発地や到着地だけでなく、途中の程よい箇所にも乗降ポイントをつくる必要がある。列車への自転車の積み込みは、輪行[12]とは異なり手軽で、行動範囲を広げる。さらに、環境負荷の小さな鉄道とサイクリングを組み合わせて楽しむことは、エコロジー的でこれからのレジャースタイルの一つになる。公共交通機関同士、また業界を超えた連携は、自転車観光の広がりにも寄与する。自転車による長距離移動が可能となるため、近所の買い物に行く程度のものという感覚を変えるきっかけになる可能性を秘めている。また、必要な旅行手配を、予約から申し込みまでをワンストップで行う旅行会社（Swiss Trails）の存在も重要であろう。

最後に、自転車ガイドの存在である。自転車の楽しさを知り、気づき、納得すればライフスタイルも変わっていく可能性を秘めている。NPO 法人シクロツーリズムしまなみには 3 人のガイドが登録されており、日にちを決めてガイドツアーを催行することや、オーダーメイドツアーの案内をしているが、まだまだ自転車のガイドツアーが少ないこともあり、職業として成り立ち難いという現状である。自転車観光を広めるためにはガイドの存在は不可欠であるが、どのように人材を確保し、雇用を継続させていけるかが問われてくる。

KCTP 代表の多賀氏は、外国人を案内するには、通訳案内士の資格が必要であるが、人材確保が大変であるという。通訳案内士以外の資格で外国人を自転車で案内する有償ガイド業務を認可する等の規制緩和が求められる。

筆者の考える新しい自転車観光の環境は、このしまなみ海道とスイスから明らかになった要件を、一つずつ各主体が連携して行っていけば、地域振興に寄与するものとして実現できるはずである。先にまとめた図 4 のようなミドルユーザーやレンタサイクル利用者により長く乗ってもらい、地域を楽しんでもらうためには、自転車だからこそ行ける生活動線を入れた魅力あるルートの他に、安心して自転車観光ができる仕組みが必要である。

### ５．２　まとめ：新しい自転車観光に実現に資する鉄道会社の役割

本稿では、日本の地域における現状や課題を踏まえ、その解決に向けて、新たな自転車観光が有効な手段の一つになり得ると仮説を立て、国内、海外の先進事例をもとに価値観・意識、ハード、ソフトという側面から考察した。

その結果、地域住民が自転車観光の可能性を信じて、主体的に受入体制や仕組みを作り上げたことで、実りある交流を生み出していることが明らかになり、自転車観光が有効な手段となることが検証された。そして、社会的な課題に対して、関係者がそれぞれの役割を果たすことによって持続する仕組みを作り上げていることが把握できた。

今後、地域で新しい自転車観光を推進していく上で、各主体の相互の連携や協働を推進し、活動の環を広げることにより、一体となって取り組みを促進する必要が

ある。

行政は、ハード整備、小規模なイベント実施、情報発信、規制緩和のみならず、民間事業者、住民を巻き込み、方向性の意識共有を図ることや、各主体への支援、パートナーシップの構築推進等が求められる。

地域の自治組織や NPO 等の団体は、行政ではできない柔軟で幅広い活動を実施できることから、地域住民とともに観光資源の発掘を行う等、住民への活動の普及を進めるとともに、民間事業者や他の活動団体と協働や連携を図っていくことが期待される。

住民は、来訪者へのおもてなしはもちろん、I ターンのような地域外の視点、人材を活用し、行政や支援組織、民間事業者の力を借りながら、積極的にコースづくり等に関わっていくことが重要であろう。

民間事業者は、サイクルラックの設置やレンタサイクル用自転車の寄贈による自転車文化普及の支援、また異業種間の連携が重要である。連携を図っていく上で、鉄道会社の役割は大きいと考える。

これまで連携や協働の重要性を述べてきたが、昨今、地域連携や官民連携が叫ばれてはいるものの、実際には様々な利害関係が存在することや、官と民の壁が高く、うまく機能していないのが実情である。ただ、自転車観光というものは、しまなみ海道やスイスの事例で明らかとなったように、旅行者に対して地域のあらゆる主体がアプローチする権利を持っている。着地型観光の担い手である DMO（Destination Management Organization）[13]といった組織は、自転車観光だからこそ生み出しやすいのではないだろうか。その際に、地域に根ざした鉄道会社は、単に自転車を運ぶといったことだけではなく、各主体間の連携を担う「つなぎ手」として重要な役割が求められているのではないだろうか。

最近、本業を生かしながら、地域に貢献し、価値を創り出すという CSV（Creating Shared Value）[14]という考え方がアメリカで始まり、日本に入ってきて注目され始めている。今後、社会がますます従来と違った見方をするようになる中で、自転車観光は社会問題や環境問題の解決につながり、かつ企業価値そのものを高めることにつながる一つになっていくのではないだろうか。

本研究で明らかになった自転車観光の可能性あるいはその推進における鉄道会社の役割を、今後も継続的に考察、検証しつつ、東北地方に代表されるような日本の地方の活性化に向けて、本稿で取り上げたような自転車観光が現実的に実現可能なのか、その可能性について継続的に検討していく必要があると考えている。

**謝辞**

この研究を論文としてまとめるにあたり、多くのご支援とご指導を賜りました、指導教官である小林英俊客員教授に深く感謝しております。時に応じて、厳しくご指導いただいたこと、またやさしく励ましてくださったことを通して、私自身の至らなさを実感することができたことは、今後の努力の糧になるものであります。また、しまなみ海道への現地調査にあたり、北海道大学と広島県尾道市との連携プロジェクト担当者である西山徳明センター長以下、石黒侑介特任准教授、花岡拓郎特任准教授、石森秀三特別招聘教授には多くのご助言を頂きました。協力して頂いた皆様へ心から感謝の気持ちと御礼を申し上げたく、謝辞にかえさせていただきます。

【引用文献・参考文献】

赤池　学（2013）『CSV 経営―社会的課題の解決と事業を両立する』，エヌティティ出版.
北海道開発局開発監査部開発調査課（2013）『ニューツーリズムによるインバウンド振興に向けた基礎調査報告書』.
石森秀三（2008）「観光から歓交・感幸へ、そして発光へ--次世代ツーリズムの創出に向けて」，『観光文化』，pp.2-5.
自転車産業振興協会（2003～2013）『自転車国内販売動向調査年間総括表』
観光庁（2012）『訪日外国人消費動向調査　平成 24 年 1～3 月期プレスリリース』
観光庁（2013）『訪日外国人消費動向調査集計表　暦年（1-12 月期）』
小林英俊（2002）『エコツーリズム教本』，平凡社，p65.
小林英俊（2008）「成熟化社会におけるツーリズム」，『2008 年度ツーリズム産業論講義録』，pp.240-266.
小林成基（2011）「観光における自転車の可能性について考える」，『観光文化』，VOL.206，pp.2-5.
古倉宗治（2010）『成功する自転車まちづくり』，学芸出版社.
古倉宗治（2014）『実践する自転車まちづくり』，学芸出版社.
国立社会保障・人口問題研究所（2013）『日本の地域別将来推計人口（平成 25 年 3 月推計）』，p17.
近藤隆二郎（2013）『自転車コミュニティビジネス』，学芸出版社.
近藤康生（2011）『なぜ、人は旅に出るのか』，ダイヤモンド社.
内閣府政策統括官（共生社会政策担当）付交通安全対策担当（1997～2013）『駅周辺における放置自転車等の実態調査の集計結果』.
野嶋　剛（2012）『銀輪の巨人』，東洋経済新報社.
岡　並木監修（1998）『自転車の役割とマネジメント』，地域科学研究会，pp.143-150.
大社　充（2008）『体験交流型ツーリズムの手法』，学芸出版社.
大社　充（2013）『地域プラットフォームによる観光まちづくり』，学芸出版社.
笹川スポーツ財団（2012）『スポーツに関する調査報告書』.
白鳥和也（2005）『スローサイクリング』，平凡社新書.
スイス政府観光局（2010）「スイスの多様な文化にふれる自転車の旅」，『PAPERSKY』，No.33，pp.18-31.
髙野　潤（2004）「自転車と鉄道の相互利用環境の整備」，『交通運輸プロジェクトレビュー』，No.12.
滝川　薫（2009）『サステイナブル・スイス―未来志向のエネルギー、建築、交通』，学芸出版社，pp.179-202.
滝川　薫（2010）「スイス・モビリティ--国全体をスローツーリズムのパラダイスに」，『ビオシティ』，No.45，pp.8-19.
財団法人日本サイクリング協会（2011）『自転車乗用に関する調査研究事業報告書　平成 23 年度』，pp.67-75.
財団法人東北活性化研究センター（2011）『東北の中山間地域の生活関連サービス維持向上策の調査・研究報告書』，p4.
LIFE CREATION SPACE OVE（2008）『散走読本』，木楽舎.

【参照 HP】

青森県庁 HP　http://www.pref.aomori.lg.jp/
今治地方観光協会 HP　http://www.oideya.gr.jp/
愛媛県今治市 HP　http://www.city.imabari.ehime.jp/
尾道観光協会 HP　http://www.ononavi.jp/index.html
観光庁 HP　http://www.mlit.go.jp/kankocho/
京都サイクリングツアープロジェクト HP　http://www.kctp.net/
シクロツーリズムしまなみ HP　http://www.cyclo-shimanami.com/
四国旅客鉄道株式会社 HP　http://www.jr-shikoku.co.jp/
自転車活用推進研究会 HP　http://cyclists.jp/

スイス政府観光局 HP　http://www.myswiss.jp/jp.cfm/home/
東日本旅客鉄道株式会社 HP　http://www.jreast.co.jp/
広島県尾道市 HP　http://www.city.onomichi.hiroshima.jp/www/normal_top.html
RENT A BIKE HP　http://www.rent-a-bike.ch/
Swisstrails HP　http://www.swisstrails.ch/swisstrails_engl/

【参考資料】

青森県サイクル・ツーリズム推進協議会「AOMORI CYCLING」
東日本旅客鉄道株式会社「グループ経営構想Ⅴ ～限りなき前進～」
東日本旅客鉄道株式会社「2014-2015 会社要覧」
東日本旅客鉄道株式会社「CSR 報告書（2014 年度版）」

【注】

[1] 青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県の 6 県を指す。
[2] 本稿では、自転車観光の定義を「自転車に乗ることが目的の一部あるいは大部分となっている旅行形態またはそうした旅行を成り立たせる観光形態」とする。ここでいう「目的の一部あるいは大部分」という言葉は、自転車に乗ること自体を喜びとする場合、または自転車に乗ることでしか得られない喜びを享受する場合を意味する。
[3] 旅行目的地のこと。
[4] 東洋経済 online「ガラパゴス化する、日本の自転車メーカー」，2013 年 4 月 11 日，http://toyokeizai.net/articles/-/13628（検索 2014 年 1 月 20 日）
[5] 京都サイクリングツアープロジェクト多賀一雄氏インタビューによる。
[6] CNN トラベル「The world's most incredible bike routes」，2014 年 6 月 5 日，http://edition.cnn.com/2014/06/05/travel/worlds-best-cycle-routes/index.html（検索 2014 年 1 月 20 日）
[7] 愛媛新聞 online「今治－尾道 サイクリングしまなみ 「しまのわ」閉幕 7281 人 多島美快走」2014 年 10 月 27 日，http://www.ehime-np.co.jp/rensai/hotnews/ren111201410270943.html（検索 2014 年 1 月 20 日）
[8] 2005 年に創設された、地域の特性に応じて支援しようという考え方に基づき、やる気のある地域や成長が期待できる産業等を見つけ出し、集中的に支援してとことん伸ばし、その元気を県全体に波及させたいという思いの込もった制度。
[9] 日本経済新聞「愛媛の経済団体、県のサイクリング施策支援」2014 年 7 月 26 日付地方版（四国）
[10] 尾道駅、新尾道駅、ロープウェイ山麓駅、瀬戸田町の各観光案内所。
[11] 解釈、または解説のこと、小林（2002）。エコツーリズムの世界では、自分たちを取り巻く環境に注意を向け、それらに対する主体的な関わりを促す活動。自然の現象やその仕組みについて簡単に理解できるように、やさしく楽しく伝えること。
[12] 自転車を一定程度の大きさに分解の上、袋に収納して鉄道内に持ち込むことを指す。
[13] 地域の観光マーケティング、マネジメントを担う機関。着地型観光の成功には、地域が自らの手でマーケティングや PR、品質管理や資源管理などのマネジメントを行う必要がある。その担い手として注目されている。
[14] 共通価値の創造と訳される。社会課題への取り組みによる社会的価値の創造と企業の成長を両立させること。