HOKUGA 北海学園学術情報リポジトリ
学校法人北海学園
北海学園大学
北海商科大学

タイトル	周遊バス事業による観光資源開発の意義と課題 ： 新ひだか町「しずないロマン・ロード号」を事例として
著者	福沢，康弘；FUKUZAWA，Yasuhiro
引用	開発論集(105)：1-17
発行日	2020-03-17

Hokkai-Gakuen Organization of Knowledge Ubiquitous through Gaining Archives.

開発論集　第105号　1-17(2020年３月)

周遊バス事業による観光資源開発の意義と課題
―― 新ひだか町「しずないロマン・ロード号」を事例として ――

福　沢　康　弘*

は じ め に

本稿の目的は，地域資源の観光資源化はいかに可能となるか，という観点から，地域観光振興における周遊バス事業の意義と課題を明らかにすることにある。

現在，全国各地で周遊バスあるいは観光周遊バス（以下，本稿では固有名詞を除き「周遊バス」に用語を統一する）が観光振興に有効な手段として注目され，利用されている。周遊バスは地域の観光スポットを巡回するコースで運行されるバスであるが，事業を持続可能なものにするためには，既存の観光スポットだけではなく，新たな観光資源を開発してコースに加えることも必要である。そしてそのためには，まだ観光資源とはなっていない地域資源を掘り起こし，観光資源化することが求められる。つまり，周遊バス事業の実施は，地域において地域資源を観光資源化する努力を促すことにつながるといえるのである。これが，本稿において周遊バス事業に注目する理由である。

上記の目的のため，本稿では新ひだか町の「しずないロマン・ロード号」（以下「ロマン・ロード号」）の事例を取り上げ，その意義と課題について考察することとする。ロマン・ロード号は新ひだか観光協会（旧・静内観光協会）が1994年から自主運営している周遊バスで，新ひだかの地域資源である牧場群と競走馬のいる風景を観光資源として活用し，全国の競走馬ファンから支持を得ている周遊バス事業である。2019年は事業が開始されてから25年という節目の年になった。このような節目を迎えたのを機に，当事業の歴史を振り返り，その意義と課題を考察することは時宜を得たことと考える。

また，ロマン・ロード号は新ひだかの産業遺産である二十間道路[1]とその周辺に立地する牧場群を周遊するコースを運行している。ロマン・ロード号の事例の分析を通して，産業遺産の観光資源化が新ひだかにおいてどのように行われているか，その実態解明の手がかりを得られるものと考えられる。

本稿の構成は以下の通りである。まず周遊バスの定義・類型について整理した後，周遊バス

[1] 二十間道路を産業遺産としてとらえることの妥当性については，福沢（2018）で検討している。

*（ふくざわ　やすひろ）北海学園大学開発研究所客員研究員，北海道情報大学経営情報学部教授

の観光振興における意義について先行研究を整理する。次いでロマン・ロード号の事例分析を行い，その意義と課題について述べることとする。

１．周遊バスの定義と類型

本稿の主題である周遊バス事業を規制する法律は道路運送法であるが，道路運送法には「周遊バス」という事業分類はない。

同法における運送事業分類には「一般旅客自動車運送事業」と「特定旅客自動車運送事業」（介護施設，工場等の有償の送迎バス）の２つがあり，前者はさらに「一般乗合旅客自動車運送事業」（乗合バス・路線バス），「一般貸切旅客自動車運送事業」（貸切バス），「一般乗用旅客自動車運送事業」（ハイヤー，タクシー）の３つに分けられている。「周遊バス」とはいかなる事業を指すのかという法的定義がないことが，このことから確認できる。

法的定義がない「周遊バス」という用語は，観光地や事業者によってそれぞれ異なる意味・用法で用いられている。それらは大まかに以下の２タイプに分けられるといってよい。

①　路線バス型

いわゆる路線バスをイメージさせるものである。決められたルートをバスが循環しているタイプのもので，原則としてガイド等は乗車していない。予約は不要で乗降自由である。路線バスとしての役割を果たしているので，料金は数百円程度が一般的であり，旅行商品としてよりも交通手段としての性格が強いといえる。

例えば，後述する石川県加賀市の周遊バス「CANBUS（キャンバス）」は，市内に分散する観光地を循環するルートが設定されており，観光地へのアクセスを容易にする２次交通の役割を果たしている。また，行政による運営補助に頼らない特徴的な運営が行われており，全国的にもユニークな事例として注目されている（森重ほか 2003）。

②　定期観光バス型

いわゆる定期観光バスをイメージさせるものである。ただし上で述べたように，定期観光バスも法的には乗合バスであり路線バスとして分類されることに留意する必要がある。

ルートはあらかじめ決められており，ガイド等が同乗する場合が多い。途中の観光地の入場券や食事をセットにした旅行商品として販売され，料金は数千円であるのが一般的である。

定期観光バスは法的には路線バスであるので，乗客が途中乗車・途中下車することもありえるが，交通手段としてよりも旅行商品としての性格が強いため，乗客は基本的には始点から終点まで乗ることが想定されている。またそれゆえ予約制であることが多い。

例えば中国ジェイアールバスでは，路線バス型の「広島めいぷる～ぷ」（乗車料大人 200 円）と，定期観光バス型の「めいぷるスカイ」（広島市内。要予約ガイド付き，乗車料大人 2,000

円）や「広島世界遺産定期観光バス」（乗車料大人 5,000 円），「松江出雲定期観光バス」（乗車料大人 3,000 円）を運行している。同社はこれらどちらのタイプも「観光周遊バス」として分類し，宣伝している[2]。

一方，定期観光バスに類似したものに，募集型企画旅行によるバスツアーがある。募集型企画旅行とは旅行業法で定められた旅行契約形態であり，旅行会社があらかじめ旅行の目的地や日程，宿泊などの旅行サービスの内容と旅行代金を定めた計画を作成し，旅行者を募集して実施する旅行商品のことを指す[3]。一般的には「パッケージツアー」や「パック旅行」と称されるものである。例えば JR 東日本は「びゅうばす」というバスツアーを募集型企画旅行として販売しているが，「観光周遊バス」とうたって宣伝を行っている。そのほかにもふらのバスが運営する「ふらの号」，栃木県大田原市の「大田原市観光周遊バスツアー」，山口県の「おいでませ山口号」など，募集型企画旅行で販売されている商品も「観光周遊バス」とうたわれている[4]。

このように定期観光バス型の周遊バスは，路線バスの一形態である定期観光バスの形を取るものと，旅行商品である募集型企画旅行の形態を取るものの 2 通りがある。定期観光バスは路線バスの一形態であるが，交通手段としてよりも旅行商品・ツアー商品としての性格が強い点が路線バス型とは異なる点である。募集型企画旅行は法的性格上，当然に旅行商品として取り扱われるものである。

なお新納（2018）は，「観光振興を目的とし，市町村が収支に関与する乗合バス」について全国の運行実態を調査している。その中で「観光客の運送を目的とする」「途中乗降自由」「1 日 3 便以上運行」など 7 条件を設定し「観光周遊乗り合いバス」と定義している。新納（2018）は路線バス型の周遊バスに限定してその運行実態を全国規模で調査しており，貴重なデータベースとなっている。したがって新納の定義ではいわゆる「定期観光バス」は周遊バスとはされていない。しかし定期観光バスの中にも「観光周遊バス」とうたっているものがあることはすでに述べた通りである。

以上のように，「周遊バス」あるいは「観光周遊バス」という用語には法的な定義はなく，観光地や事業者によってさまざまなとらえ方をされ，さまざまな意味合いで使われていることが分かる。

---

[2] 中国ジェイアールバス http://www.chugoku-jrbus.co.jp/teikan/

[3] 観光庁 http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/sangyou/ryokogyoho.html
JTB 総合研究所 https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/agent-organized-tours/

[4] JR 東日本 https://www.jreast.co.jp/travel/viewbus/
ふらのバス https://www.optbookmark.jp/plans/1758
大田原市観光パンフレット，おいでませ山口号パンフレット。

２．観光振興における周遊バス事業の有効性に関する先行研究

周遊バスが地域の観光振興に有効な事業であること，およびその意義等については数々の先行研究で指摘されている。

鈴木（2000）は，レジャー形態の変化などによって国内の既存観光地では入込数が減少傾向にあり，自治体や観光・商工団体によるさまざまな観光振興策が展開されているが，周遊バスはその１つの手段として各地で導入事例が増加しているとしている。特に，徒歩観光が困難で，かつタクシーを利用するには中途半端な距離に観光地が散在する観光地で，周遊バスの実績が好調であると述べている。具体的事例として山梨県勝沼町，静岡市，金沢市，三重県伊勢・鳥羽地域，彦根市の事例を紹介している。なお，これらはいずれも路線バス型の周遊バスである。

森重ほか（2003），森重・敷田（2003），森重・敷田（2004）の一連の研究では，石川県加賀市の周遊バス「キャンバス」を事例に，周遊バス事業が地域の観光振興に与える効果を論証している。特に，単に観光入込や地域の観光収入が増加したという効果だけではなく，行政からの補助に頼らず，まちづくりへの貢献や観光振興の趣旨に賛同した地域の関係者の出資と，観光施設などからの施設協力金による運営というユニークな方式により，観光産業や商業などに与える波及効果は大きいと評価している（森重ほか 2003）。また，その特徴的な運営方式により，「利用条件やサービス水準が地域内のコミュニケーションを通じた合意形成によって決められる交通サービス」（森重・敷田 2003）あるいは「利用者や交通事業者，関係者のそれぞれがメリットを享受しながら，依存関係を構築し，交通サービスの維持・向上をめざすしくみ」（森重・敷田 2004）である「自律的交通」実現の可能性が展望できるとして，その意義を評価している。つまり，バス交通のシステム維持のためには各主体の自律的意思決定が求められるが，キャンバスはその評価すべき事例であるとしている（森重・敷田 2004）。

一方，大森（2017）は，福岡県八女市における着地型観光[5]の取組事例の調査を通じ，同市内で運行されている周遊バス「旅する茶のくに周遊バス」（以下「茶のくにバス」。募集型企画旅行として実施[6]）の事例を取り上げている。それによると，茶のくにバスは 2014 年 6 月に開始された周遊バスで，現在は月に 2 回テーマを決めて実施され，参加者はものづくり体験や季節の花や祭りなど，さまざまな体験ができるようになっている。茶のくにバスの特徴は，ツアー参加者と，参加者をもてなす地域住民や職人との交流がある点である。参加者アンケート

[5] 観光庁 https://www.mlit.go.jp/kankocho/ko/shisaku/kankochi/chakuchigata.html によると，着地型観光とは「旅行者を受け入れる側の地域（着地）側が，その地域でおすすめの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態」のことを指す。着地型観光は周遊バス事業を考える際には必要となる概念であろう。ロマン・ロード号も，観光協会内で着地型観光を充実させる取り組みの一環であるという認識でとらえられている。

[6] 大森（2017）には茶のくにバスが募集型企画旅行であるという明確な記述はないが，筆者が同バスの参加申込用紙を取り寄せ，確認した。

でも，地域住民との交流が高い満足度を得ており，参加者に喜ばれることによって地域住民や職人が自信と誇りを取り戻している。体験を通じて地域に魅力を感じて移住を決心した人もおり，地域活性化に貢献しているとされている（同書，pp.30-33）。大森は着地型観光構築という観点から，その一手段として周遊バスを位置づけているが，周遊バスが地域の観光振興に与える効果について肯定的に評価している。

これら先行研究を概観すると，一般に周遊バスが地域の観光振興に与える効果としては以下の3点が挙げられる。

1点目は観光客に対する2次交通の提供である。森重ほか（2003）が加賀市の事例で指摘している通り，地方の観光地は人口減少により，民営路線バスの縮小・統廃合や減便が進んでいる。JRなどの公共交通機関で観光地を訪れる観光客は，分散した観光地あるいは観光資源間を移動するための手段が料金の高いタクシーなどに限られることになり，利便性が損なわれることになる。周遊バスは，こうした観光客への交通手段を提供するうえで重要な存在となっている。また，周遊バスは前述した着地型観光構築に欠かせない手段であると考えられる。地域の側が観光資源や体験プログラムをオーダーメードで組み合わせて作る着地型観光商品には，柔軟に周遊コースを設定できる周遊バスが必要となるからである。

2点目は地域への波及効果である。観光客への2次交通提供による利便性向上により，観光客がより容易にその地域を訪れることができるようになる。地域への観光客増はもちろん，大森（2017）が指摘している通り，まちづくりや地域活性化への貢献も確認できる。また，加賀市のキャンバスの事例においては，観光施設などから施設協力金を募って運営費に充てているが，協力金を拠出してくれた施設付近にバス停を設けて集客につなげるなど，関係者にメリットを還元する方策がとられている（森重・敷田2004）。

3点目は地域住民に観光客との触れ合いの機会を提供することである。上記の地域活性化への貢献とも重なるが，大森（2017）で指摘されている通り，周遊バスで訪れた観光客に楽しんでもらい喜ばれることによって，地域住民が自信と誇りを取り戻している。つまり，地域の側が観光客と触れ合う機会を得ることにより，その地域の魅力を再発見するという効果を生んでいるのである。またキャンバスの場合には，路線バス型の周遊バスであるにも関わらず，地元住民がガイドとして乗務し，観光客との接点を作り，地元住民の視点で観光地の魅力を発信している（森重・敷田2004）。ほかに地元ガイドが乗車し案内を行う路線バス型周遊バスの例としては，滋賀県彦根市の「彦根ご城下巡回バス」がある（鈴木2000）。地域住民に観光客と触れ合う機会を提供することは，地域の魅力を再発見し，発見した地域資源をどのように観光資源として活用するかといった議論へとつながり，さらには地域の「学習プロセス」へと展開する可能性を秘めているのである（森重・敷田2003）。

地域にどのような地域資源があり，それをどのように観光資源化できるかという議論を通じ，地域の「学習プロセス」へと展開することは，内発的発展論が目指す地域の姿そのものでもあるといえる。この点については後ほどあらためて述べることとする。

3．事例研究：新ひだか町「しずないロマン・ロード号」

⑴　ロマン・ロード号の概要

ロマン・ロード号は新ひだか観光協会（以下「観光協会」）が運営する「観光周遊バス」（観光協会による呼称）で，2019 年は 8 月 3 日から 9 月 28 日までの毎週土曜日（全 9 回）に運行された。各回の定員は 25 名で，原則予約制であるが，当日に空席があれば当日の乗車も可能である。乗車料金は大人 3,500 円（小学生 1,500 円，幼児無料）で，運行は町内のバス事業者である北海道ひだか交通バスが行っている。2018 年までは同じ町内の酒井運輸が運行していたが，同社の事業譲渡に伴い，2019 年 4 月 1 日から経営が北海道ひだか交通バスに引き継がれた。なお，北海道ひだか交通バスは十勝バスのグループ会社となっており，車体のデザインも十勝バス同様，黄色を基調としたものに変更されている。

また，ロマン・ロード号の運行に合わせ，町内の主なホテルでは宿泊料金と乗車料金がセットになった商品「ロマン・ロード号宿泊パック」を販売している。観光協会によると，宿泊パックは乗車料金が 1,000 円割安になるように料金設定がされている。2019 年は 50 人が宿泊パックを利用して乗車している。

2019 年のルートを表 1 に示した。9 時 20 分に JR 静内駅（観光協会前）を出発し，午前中はアロースタッド，レックススタッド，小国スティーブル，競走馬のふるさと案内所を回る。Aiba 静内で昼食休憩を取った後，午後はライディングヒルズ静内（乗馬体験），優駿メモリアルパーク，ビッグレッドファームを回り，15 時 50 分に JR 静内駅に帰着する。アロースタッド，レックススタッド，ビッグレッドファームでは往年の名馬が種牡馬として繋養されている。小国スティーブルは競走馬の初期の調教を行う育成牧場で，2019 年から新たにルートに組み込まれた。人を乗せて走ることに慣らすための調教の様子などを見学することができる。ここで初期の調教を終えた後，競走馬たちは JRA のトレーニングセンターに送られ，本格的に競走馬としての調教を受けることになる。

Aiba 静内での昼食時には，予約制で町内の特産品である「つぶめし」と「さくら太巻鹿カツ弁当」を販売している。これらは町内のホテルで調理された弁当で，Aiba 静内到着時刻に合わせて，観光協会職員が届けている。

表 1　2019 年　ロマン・ロード号運行コース

時刻	見学施設
9：20	JR 静内駅発
9：35～10：15	レックススタッド
10：20～11：00	アロースタッド
11：10～11：40	小国スティーブル
11：50～12：00	競走馬のふるさと日高案内所
12：10～13：00	Aiba 静内（昼食）
13：05～13：10	JR 静内駅
13：20～13：50	ライディングヒルズ静内
14：05～14：15	優駿メモリアルパーク（新冠）
14：30～15：20	ビッグレッドファーム（新冠）
15：50	JR 静内駅着

備考：小国スティーブルは 5 日間のみの立ち寄り

出所：筆者作成

周遊ルートのうち，優駿メモリアルパークとビッグレッドファームは新冠町内の施設である。新ひだか観光協会が運営し，バスの名前も「しずないロマン・ロード号」と，「しずない」の名前を冠しているが，周遊コースには一部新冠町の施設も組み込まれている。新ひだかの観光協会が，ほかの地域をも組み込んだ周遊ルートを設定しているところに，本事業の１つの特徴を見出すことができよう。

2019 年は 9 日間の運行で 183 人が乗車，売上は 583,000 円で，現行体制になった 2007 年以来最高となった。このうち道外からの乗客の割合は 67.2％を占めている。乗客数が過去最高となった要因として，前述の小国スティーブルがコースに加えられたことが大きい。普段は公開していない調教風景を見ることができるので，競走馬ファンの関心を集めたと観光協会では分析している。

⑵　ロマン・ロード号の沿革

①　運行開始まで[7]

1992 年，静内町役場（当時。以下同じ）企画経済部内に観光課が設置された。それまでは商工観光課であったが，機構改革により観光を単独で担当する課が新設される形となった。これは町の地域振興策として，今まで以上に観光に力を入れていくという意思の表れであった[8]。課内では，今後どのように町の観光を振興していくか悩み考え，議論を重ねていった。課ではさまざまなアイデアを考え，例えば札幌市の地下鉄に観光 PR の中吊り広告を出すなど，それまで行っていなかった新機軸を打ち出していった。

さまざまな議論を重ねる中でたどり着いた結論として，やはり静内は馬産地であることから，馬産地の魅力を前面に出した PR がいいのではないかということになった。また当時の観光協会会長が運輸業を営んでいたことから[9]，周遊バス運行のアイデアが出た。法令等の調査を行い，周遊バスとして実施できる見込みができたことから，観光協会を運営主体とする周遊バス事業を開始することにした[10]。

馬産地である静内には全国から競走馬ファンが訪れるが，多くの牧場があるにもかかわらず，牧場では個人の観光客は簡単に競走馬を見ることができない。牧場は競走馬の生産・育成・繋養を行う事業場であり，観光客を顧客とする観光牧場ではないからである。また繋養されている種牡馬は牧場にとって高価で大切な商品である。競走馬はデリケートな生き物であり，観光客が訪れることによる刺激で，思わぬ事故を招く可能性もある。観光客の見学を受け

---

[7] 本節は，当時の担当係長であった渡辺勝造氏（現・新ひだか町商工会事務局長）へのインタビュー（2019 年 10 月 11 日）のほか，筆者の資料調査をもとに執筆している。

[8] 現在の新ひだか町では，まちづくり推進課が観光と経済を担当する部署となっている。

[9] 当時の名称は静内観光協会である。

[10] 実施主体は観光協会であったが，この事業は町が立案したものであり，また当時の観光協会は観光課内に設置されていたことから，事実上，町と観光協会が一体となって始められた事業であるといえる。

入れている少数の牧場は，あくまで好意で受け入れているのである。したがって多くの牧場は観光客の受け入れには消極的であり，そこが馬産地観光を推進するうえでのジレンマでもあった[11]。そこで周遊バス計画では，町を訪れる観光客にじっくりと競走馬を見る機会を提供したいという思いから，牧場めぐりのコースを設定することにした。

このころと前後して観光課では，二十間道路の入り口にある桜舞公園内に役場職員が手作りで観光案内所を建設し，観光客対応の拠点とした。案内所では，日本軽種馬協会が運営する「競走馬のふるさと案内所」が制定した牧場見学のルールを観光客に周知し，理解してもらったうえで牧場見学を楽しんでもらうための活動を行っている。牧場の側も，個別に来場する個人客の対応に苦慮していたので，ツアーのように団体でまとめてもらえるならば助かるし，受け入れることができるということであった。

また，馬産地をめぐるコースにしたのはもう1つの目的があった。町民への啓もうである。町内には多くの牧場があり，馬がのんびりと過ごす牧場風景は，町の貴重な地域資源であるが，牧場あるいは軽種馬産業に関わりのない多くの町民にはその魅力が認識されていないという問題意識があった。そのような町民に，町のすばらしい地域資源である牧場と馬のいる風景の魅力を再認識してもらうという目的も，この事業にはあった。したがって収益を上げるための事業ではなく町民への意識啓発の目的を持った事業であったため，料金は町民でも利用しやすいように大人2,000円（小中学生500円）と低めの設定とし，多くの町民に利用してもらえるようにした。またガイドは観光課など役場職員が交代で担うことにより経費を抑えた。ツアーバスの愛称は，広く一般から公募され，応募87点の中から観光協会会長・副会長の選考により「しずないロマン・ロード号」と決まった。当時の運行は5月から10月までの計画であったため，季節にとらわれず響きが良く，また覚えやすく親しみやすい名称ということで選考された。

事業を始めるにあたっては，町の観光活性化につながるということで役場・議会とも特に反対は出なかった。また収支計画は赤字であったが，前述のように収益事業とはとらえておらず，観光PR事業ということで特に赤字への批判もなかった。宣伝PRとしては，競馬雑誌に広告を掲載するなどして，道外からの集客に努めた。

コースはJR静内駅を発着としているが，これも地域外からの観光客の利便性を考慮してのことだった。地域外からの観光客は主にJRで来町し，駅を基点に行動する[12]。ロマン・ロー

---

[11] 2019年9月に日高管内で相次いだ引退競走馬のたてがみ切り取り事件は，馬産地観光に水を差す悪質な事件であった。事件を受け，公開時間の短縮や見学者受け入れ中止の措置を取る牧場や施設が相次いだ（『北海道新聞』2019年9月21日）。観光客受け入れの機運が一気に縮小することが懸念されている。

[12] JR日高本線は2015年1月の高波による土砂流出被害の影響により，鵡川－様似間で運休が続いている。地域外から新ひだかへの移動手段は，公共交通機関の場合，高速バスおよび一般の路線バスのみとなっている。しかしこれらのバスもJR静内駅に停車することから，地域外の観光客が起点とするのはJR静内駅であることに変わりはない。

ド号には観光客に2次交通を提供する役割もあったのである。

② 運行開始後の経過

上記の経緯を経てロマン・ロード号は1994年から運行が開始された。当初のコースは町内の牧場めぐりに加え，果樹農家，鮭の遡上・捕獲場見学や高見湖，静内湖での紅葉めぐりなど，季節によって特色ある周遊コースが複数設定されていた。

一例として1994年9月の運行コースを表2に示した。しかし高見ダムへ通じる道路の通行が禁止されたのを機に，1999年前後から牧場めぐりに特化したコースに変更された。現在では競馬ファンが往年の名馬に会いに行けるツアーとして有名になっている。

初年度の1994年は51回の運行（5月22日から10月31日までの土・日・祝日運行。うち5日間は運休）であった。しかし運行回数が多く乗車人数も多い反面，運営経費が収入を大幅に上回る赤字運営が続いたことから（表3，表4），収支の改善を図るために運行回数の見直しを行うこととした。前述の通り，この事業の位置づけは収益事業ではなく，観光PRと町民への啓もうという目的を持つ事業である。実際，初年度の1994年は町内の住民が125人乗車しており，乗客数に対する割合は18.6%に上っている。したがって当初から赤字になることが想定されており，赤字はある程度許容されていた。しかし，それでも少しでも赤字幅を縮小する努力が必要とのことから，1997年から土・日運行となり期間も短縮され，25回程度の運行になった。さらに2007年からは毎週土曜日の週1回運行に変更され，8回から9回の運行回数になり現在に至っている。また乗車料金も段階的に値上げを行い，2016年

表2　1994年9月　ロマンロード号運行コース
「名馬と鮭と静内の歴史めぐり」

ＪＲ静内駅
↓
競走馬のふるさと案内所・ウィンズ静内
↓
優駿スタリオンステーション（新冠）
↓
ユートピア農場
↓
鮭の遡上・捕獲上見学
↓
アロースタッド
↓
真歌公園・アイヌ民俗資料館
↓
ＪＲ静内駅

出所：新ひだか観光協会資料を基に筆者作成

表3　1994年しずないロマン・ロード号事業収支
単位：円

乗車料金収入（運行46日）乗車257人	468,000
バス運行委託料 人件費	1,071,000 376,000
差引収支	▲ 979,000

出所：新ひだか観光協会資料を基に筆者作成

表4　1995年しずないロマン・ロード号事業収支
単位：円

乗車料金収入（運行33日）乗車126人	237,500
バス運行委託料 人件費	924,000 259,200
差引収支	▲ 945,700

出所：新ひだか観光協会資料を基に筆者作成

表５　2019 年しずないロマン・ロード号事業収支

単位：円

乗車料金収入（運行９日）乗車 183 人	583,000
バス運行費 人件費・印刷費など	427,680 97,102
差引収支	58,218

出所：新ひだか観光協会資料を基に筆者作成

からは現行の大人 3,500 円（小学生 1,500 円）となっている。

1994 年から 2019 年までの 26 年間で乗車人数は延べ 4,694 人であり，その 68.3％が道外からの乗客である。直近の５年では乗客数 705 人，道外客 510 人で，道外客の割合は 72.3％となっている。このことからも分かるように，ロマン・ロード号は圧倒的に道外からの乗客が多い。またリピーター率も高く，コアな競馬ファン（競走馬ファン）を一定数獲得している。

2019 年は現行体制で過去最高の乗客数を記録したが，収支も 58,218 円と黒字となった（表５）。黒字となったのは２年ぶりであり，現行体制となった 2007 年以来４回目である。

⑶　ロマン・ロード号の意義

先に挙げた，周遊バスが地域の観光振興に与える効果は３点あった。これらのうち，ロマン・ロード号が地域の観光振興に貢献していると考えられる点は，観光客への２次交通の提供と，地域への波及効果であると考えられる。ここからはこれらについて，ロマン・ロード号の意義を考察していくことにする。

まず１点目の観光客への２次交通の提供という効果について述べる。ロマン・ロード号は地域外から新ひだか町を訪れる観光客にとって，行動の起点となる JR 静内駅からの２次交通を確保する貴重な手段であるといえる。牧場は市街地から遠く離れている。JR 静内駅から最も近いレックススタッドまでは約８キロ，最も遠い新冠町のビッグレッドファームまでは約 20 キロの距離がある。さらに優駿記念館やライディングヒルズ静内などの競走馬関連施設を周遊するためには，50 キロ以上の道のりを移動しなければならない。地域外から訪れる観光客がこのような広大な牧場地帯を移動するためには，レンタカーを手配するかタクシーをチャーターするしかないが，少なく見積もっても１万円程度の費用がかかる。ロマン・ロード号を利用すれば，それが 3,500 円で可能になるので，観光客にとってはありがたいはずである。神奈川県から来町したロマン・ロード号の乗客の１人は北海道新聞の取材に対し，従来はレンタカーを利用していたが「バスだと効率良く回ることができ，楽で良かった」と答えている（『北海道新聞』日高版，2019 年 10 月３日）。

次に，２点目の地域への波及効果について述べる。ロマン・ロード号の乗車料収入はいったん観光協会に入るが，それらはすべて，バス運行費や人件費として町内に還元されている。つまり町外から流入する収入が町内へと再投資[13] されているのである。近年は乗客のすべてが町

[13] バスの運行費や人件費に支出されているので，厳密には「投資」とはいえないが，ここでいう「再

外からの観光客であることを考慮すると，少なくとも乗車料収入の金額だけ地域への収入が生じることになる。さらに観光客は宿泊し，町内で食事をし，土産品を買うことなども考えると，ロマン・ロード号が地域へもたらす波及効果については，金額は決して大きくはないが一定の評価を与えてよいであろう。また，昼食には別料金で弁当を買うことができるが，これらも町内のホテルが調理したものであるので，この売り上げも町内に流入することになる。観光協会によると，近年は毎年平均約 50 個の予約があるとのことである。

なお，ロマン・ロード号の収支が黒字になったのは 2007 年以来 4 回しかなく，基本的に赤字運営となっていることは前に述べた。赤字補填の財源はいうまでもなく，会員からの会費収入や町からの補助金とこれまでの繰越金である。つまり，乗車料収入を上回る支出はこれら町内由来の財源でまかなわれている。観光協会が負担する支出はそのほとんどが町内のバス事業者への支払いや人件費であり，町外への資金流出は傷害保険料など一部に留まる。したがって，赤字補填の金額は町内からの資金が町内へと循環しているとみることができ，結果として乗車料収入の金額がほぼすべて，地域の収入になっていると考えてよい[14]。

以上がロマン・ロード号の地域観光振興への貢献であると考えられる点であるが，さらに付け加えるならば，ロマン・ロード号が「産業遺産の観光資源化」に寄与している点も指摘できよう。このことについて考えてみたい。

ロマン・ロード号は新ひだかの産業遺産である二十間道路とその周辺に立地する牧場群を周遊するコースを運行している。二十間道路は新ひだかで最も有名な観光資源であるといえるが，観光資源としてその潜在力が生かし切れていないという課題を抱えている（福沢 2018, p.10）。二十間道路が観光資源として有名なのは 1 週間で 15 万人を超える入込がある桜まつりによってであり，桜の時期以外に観光客をいかに呼び込むかが新ひだか観光の課題となっている。牧場めぐり，馬産地観光は桜まつり以外に観光客を呼び込むことができる有力なコンテンツであり，桜まつりの期間以外に二十間道路を観光資源として活用することのできるコンテンツであるといえる。そして，ロマン・ロード号は二十間道路周辺の牧場を周遊することにより，観光客に牧場めぐりの機会と利便性を提供している。地域に二十間道路が存在し，その周辺に牧場群が立地し，そこをロマン・ロード号が周遊することにより観光資源としての価値が二十間道路に見出されている。つまりロマン・ロード号は，産業遺産である二十間道路を観光資源として活用する新しい可能性を切り開き，産業遺産の観光資源化に大きく寄与している事例であるととらえることができると考えられる。

投資」という概念は，岡田（2005）による「地域内再投資力論」の用法によっている。

[14] 2019 年は町内からの乗客が 2 人いたので，厳密にはその分の乗車料収入は地域の収入から差し引かなければならない。

⑷　ロマン・ロード号の課題

このように地域の観光振興に貢献しているロマン・ロード号であるが，一方で課題もいくつか指摘できる。

まず周遊バスが地域観光振興に与える効果のうち，地域住民と観光客との触れ合いの機会の提供については，実現できていないのが現状である。ロマン・ロード号は牧場めぐりに特化した周遊バスであるため，一般の町民の暮らしに溶け込んでいる事業であるとはいい難い。したがって町民を挙げて乗客を歓迎するという雰囲気が地域に醸成されているわけではない。ロマン・ロード号には専属ガイドとして元観光協会職員の女性が同乗しているが，例えば加賀市のキャンバスが実践しているように市民が交代でガイドを務める試みや，あるいは地元高校生がガイドを務める試みを検討する余地はないだろうか。同乗のガイドが無理ならば，例えばAiba 静内での昼食休憩時に，市民ボランティアが弁当を配ったり，近隣の飲食店を案内したりする活動があってもよいだろう。乗客はもちろん競走馬を見るために来町しているが，地元の人々とのふれあいも旅行の楽しみの１つでもある。そして観光客が地域住民と触れ合い喜んでいる姿を見ることによって，住民自身が地域の魅力を再認識することにもつながるのである。

２点目は収支の問題である。ロマン・ロード号は収益事業ではなく，観光 PR のための事業であり，当初から赤字予算で運行計画が立てられている。観光協会の 2020 年度計画では 9 日間の運行で乗車料収入が 355,500 円（乗客を 117 人と想定）に対し，事業支出は 534,350 円で 179,000 円の赤字予算となっている。この赤字は観光協会が補填することになっているが，予算上は乗客１人当たり 1,500 円程度の赤字となっている。つまり乗客１人あたり 1,500 円程度のコストをかけることにより，117 人の観光客に新ひだかへ来町してもらい，町内の牧場と競走馬の魅力を味わってもらうという形になっている。さらに観光客は宿泊や食事，土産品購入など，町内で消費支出を行うことを考えると，観光協会が負担する１人 1,500 円の赤字は，それ以上の効果を町内の各企業・業者にもたらすことになる。つまり，ロマン・ロード号の事業赤字は，町の観光関連産業にとっての販促経費と考えることもできるので，観光協会の役割を鑑みても許容できる範囲であると思われる。しかし，この事業の持続可能性という観点から見た場合，収支は黒字であり続けることが望ましいのはいうまでもない。2019 年は新しい見学先を追加することにより人気を呼び，過去最高の乗客数を記録し，収支も 58,218 円の黒字となったことはすでに述べた。表 6 からも分かるように，2019 年は乗車人数，黒字額とも直近５年で突出して多いことが分かる。この黒字は観光協会の収入になるが，観光協会はこの利益を留保することはなく，観光振興のための何らかの支出を行う。つまりこの利益は最終的には町内に還元されることになる。1994 年の運行開始当初，赤字予算で許容されていたにもかかわらず，あまりに赤字幅が大きいということで，収支改善のために事業規模が縮小された経緯を鑑みれば，事業の持続性を担保するためにも経常的に黒字運営をしていく必要があろう。そのためには 2019 年の小国スティーブルのように，観光客のニーズをとらえた見学先を開発し

表6　ロマン・ロード号　事業収支推移（直近5年）　単位：円

	2015	2016	2017	2018	2019
収入 支出	214,000 378,000	238,000 336,000	346,000 336,000	322,000 378,000	583,000 524,782
差引収支	▲ 164,000	▲ 98,000	10,000	▲ 56,000	58,218
（参考）乗客数（人）	72	80	117	112	183

出所：新ひだか観光協会資料を基に筆者作成

ていく必要がある。ロマン・ロード号の乗客はリピーターが多いことを考慮に入れれば，見学先開発は継続的に考えていく必要があろう。

3点目は運営体制の問題である。この事業は観光協会が直接運営に携わっている周遊バス事業として，全国でも珍しい事例であるが，それゆえに観光協会の人的負担が大きい事業となっている。予約受付，当日の乗車受付，昼食の弁当の配布等はすべて観光協会職員が行っている。しかし観光協会の人員は事務局長以下，正職員である事務員1名とパート職員2名が配置されているのみで，極めて少ない人員で運営されている。このような陣容のため，特に事務局長である下条道寿氏に負担がかかり，ロマン・ロード号を含む協会事業の運営は同氏の個人的力量に大きく依存せざるをえない状態になっている。2019年の乗客増に大きく貢献した小国スティーブルの見学についても，下条道氏が個人的に同社に働きかけて実現した。先に述べたように，事業の持続性を担保するためには黒字運営が必要で，そのためには新しい見学先を継続的に開発していく必要があるが，このように特定の個人に依存する運営には限界がある。この点からもロマン・ロード号を支える町民のボランティア活動が望まれるところである。

4点目は三石地区との連携である。ロマン・ロード号の運行開始は1994年であるが，2006年4月1日に当時の静内町と三石町が合併し新ひだか町が誕生した。新ひだか町となってからすでに13年が経過しているわけだが，牧場めぐりを通して町の観光振興に寄与するというロマン・ロード号の運行目的に立ち返れば，三石地区と何らかの連携を検討することも必要となろう。もちろん，6時間半の限られた時間の中で三石まで足を延ばすのは，周遊コース設定に大きな制約となり，難しいだろう。静内駅から三石市街までは約20キロあり，三石地区の牧場まではさらに距離がある。現在のコースでも熱心な競走馬ファンからは「見学時間が足りない」という声が聞かれるので（『北海道新聞』日高版，2019年10月3日），現時点では三石地区の牧場をコースに組み込むのは難しいといえる。しかし町の観光振興を担う新ひだか観光協会としては，三石地区にも何らかの利益を還元したいところであり，またそうすることによって，町民を挙げて観光客を歓迎する機運を盛り上げることもできると思われる。例えば，三石地区には三石牛を使った精肉製品やハンバーグを製造している業者があるが，昼食の弁当にそれら製品を使用することによって三石をPRすることが考えられる。また，前述の提案と重複するが，三石地区の住民にガイドを担当してもらうことも考えられる。三石地区の住民が静内

地区の牧場めぐりのガイドをすることにより，町内の他地区の魅力を発見することにつながり，町民の相互理解を促進できると考えられる。また，乗客に「次回は三石まで足を延ばしてください」と三石の魅力とともにPRすることも可能となるであろう。新ひだかへのリピーターの獲得につなげることができるかもしれない。

以上，ロマン・ロード号の課題を4点指摘した。これらの課題はロマン・ロード号の意義を否定するものではもちろんなく，解決可能ないし実現可能なものばかりである。これらの課題は，新ひだかにおける観光開発を「内発的観光開発」の枠組みで把握するうえで有益な視点を提供していると思われる。最後に，ロマン・ロード号の取り組みは地域の内発的発展をも射程に収める取り組みであり，その意味でも意義のある事業である点を指摘しておきたい。

「内発的観光開発」の概念を提唱する石森（2001）は「地域社会の人々や集団が固有の自然環境や文化遺産を持続的に活用することによって，地域主導による自律的な観光のあり方を創出する営み」のことを内発的観光開発と呼んでいる（同書，p.9）。従来の観光開発では，外部の企業や資本が利潤追求を目的として地域の観光資源を他律的に活用していたため，しばしば地域社会の意向が軽んじられるという弊害が起きていた。石森はそれを外来的観光開発として批判したうえで，地域住民が自律的意思にもとづいて観光資源の維持可能な活用を図る内発的観光開発が求められるとしている[15]。

ロマン・ロード号の運営においては，地域外部の企業（主に旅行会社）による観光開発ではなく，地域の側の主体的な意思によって旅行商品が提供されている。1994年の運行開始から，企画・運営はすべて自治体および観光協会が独力で行ってきた。森重・敷田（2003）が指摘するように，地域が自らの手で地域資源を発掘し観光資源として提供するためには，地域にどのような地域資源があり，それをどのように観光資源化できるかという議論が必要である。地域の自律的な意思によって議論がなされ，地域資源を観光資源化しているのがロマン・ロード号の事業の本質である。ロマン・ロード号はまさに内発的観光開発が実践されている事例であるとみることができよう。

ロマン・ロード号の乗車料収入は現行体制で過去最高だった2019年でも583,000円で，宿泊などの関連経済効果を加味しても，決して大きな額とはいえない。しかし収入額以上に意義のあることは，地域の主体的な努力のもとに，地域自ら観光資源の開発に取り組んでいることである。大手旅行会社の力に頼るのではなく，その経済的な規模は小さくとも，自らの力で独自の観光コンテンツを開発し，かつ四半世紀に渡って継続している点において，ロマン・ロード号の事例は内発的地域発展に貢献している事例であると考えられる。

今後，ロマン・ロード号による内発的観光開発がさらに発展していくためには，これまでの

[15] この議論は，鶴見和子，宮本憲一をはじめとする内発的発展論の議論そのものである。石森（2001）はこれら著名な研究者の業績に言及しており，「内発的観光開発」の概念は，内発的発展論を観光開発分野に援用した概念ないしフレームワークであることが分かる。

視点に加え，ネオ内発的発展（neo-endogenous development）の視点も取り入れて考える必要があろう。ネオ内発的発展論においては，地域発展のためには地域の内発的な力とともに，外部の力をも積極的に取り入れるべきとされている（Ward et al. 2005）。もちろん，主体はあくまで地域の側にあるのはいうまでもない。しかし，限られた人員で運営されており，個人の力量に多くを依存している現在の観光協会の運営体制を考えれば，地域の主体性を維持したうえで，外部の力をうまく取り入れることも考えていく必要があると思われる。例えば，宣伝・集客・申し込み等を札幌の旅行会社に委託することなどが考えられる。この点は，ワイナリーめぐりの周遊バスを運行している仁木町の事例が参考になるであろう。仁木町では 2018 年から町内および余市町のワイナリーをめぐる周遊バスを夏季に運行している（2019 年は 12 日間，1 日 2 便で計 24 回運行）。このバスツアーは募集型企画旅行として実施されており，旅行の実施および募集・受付業務は札幌の旅行会社に委託する形式を取っている。旅行会社では自社の旅行商品としてホームページに掲載したり，パンフレットを配布したりするなどして宣伝を行い，集客につなげている。また，バスに同乗するガイドは NPO 法人ワインクラスター北海道（小樽）のスタッフが担当し，やはり外部の力の導入が図られている。ワインブームも手伝いツアーの人気は高く，24 回の運行はいずれもほぼ満員の状態である。ロマン・ロード号においても今後の発展的な事業展開のためには，主体性はあくまで地域の側に置きつつも，ある程度の外部の力の導入を検討することは意義のあることであると思われる。

おわりに

本稿では，新ひだか町の周遊バス「しずないロマン・ロード号」を事例に，周遊バスが地域の観光資源開発と観光振興にいかに寄与しているかを分析してきた。周遊バスが地域の観光振興に与える効果としては，観光客への 2 次交通の提供，地域への波及効果，地域住民と観光客との交流機会の提供などが先行研究で指摘されている。ロマン・ロード号は牧場めぐりを目的に来訪する観光客に 2 次交通を提供することにより，広大な牧場地帯での手軽な移動を可能にしている。また，乗客の 68.3%が道外からの観光客であることを考えると，乗車料収入に加え，観光客が支出する宿泊費，飲食費，土産品購入費などが地域外からの収入となる。この点を取ってみても，ロマン・ロード号が地域へもたらす波及効果には，一定の評価を与えてもよいと思われる。

次にロマン・ロード号の観光資源開発への貢献であるが，産業遺産である二十間道路とその周辺に立地する牧場群を周遊する牧場めぐり観光は，桜まつりの時期以外に二十間道路に観光客を呼び込む有力なコンテンツとなっている。本稿では事例の分析を通じ，ロマン・ロード号が産業遺産である二十間道路を観光資源として活用する新しい可能性を切り開き，産業遺産の観光資源化に寄与している事例であることを示すことができたと考える。

一方，ロマン・ロード号にはいくつかの課題も指摘できる。本稿で示した課題は，地域住民

と観光客が交流する機会をつくる必要性，収支の問題，運営体制の問題，そして三石地区と静内地区との交流の必要性，の４点である。これらの課題は，新ひだかにおける観光開発を「内発的観光開発」の枠組みで把握するうえで有益な視点を提供している。ロマン・ロード号の運営においては，地域の側の主体的な意思によって旅行商品が提供されている点において内発的観光開発が実践されているとみることができるが，今後は地域外部の力も一定程度取り入れたネオ内発的発展の視点を取り入れることにより，事業の継続的な発展につなげることができるものと思われる。本稿において示し得たロマン・ロード号の意義と課題は以上のように総括できるだろう。

本稿では，ロマン・ロード号の意義の１つとして地域への波及効果を挙げているが，その計量的分析については，筆者の能力不足もあり踏み込むことができなかった。さらに，観光客の消費支出自体は決して大きな額ではないが，ロマン・ロード号はそれ以上の効果を地域にもたらしていることも主張したが，計量的分析も含め，さらなる検証と裏付けが必要であると思われる。これらの点を今後の課題としたい。

〈謝　辞〉

本稿執筆にあたり，渡辺勝造氏（新ひだか町商工会事務局長，ロマン・ロード号事業開始当時の観光課係長）には，お忙しい中，面談の時間をいただき，事業開始の背景やその後の経緯などについてお聞かせいただいた。

また，新ひだか観光協会の下条道寿事務局長には，資料提供や渡辺氏との面談の設定にお骨折りいただいた。提供された資料の中には，事業開始当時の町の稟議書など貴重な資料も含まれている。本稿は下条道氏の協力なしには執筆することができなかったであろう。

あらためて両氏に感謝申し上げる次第である。

参考文献

（ホームページ，パンフレット）
観光庁ホームページ
JR 東日本ホームページ
JTB 総合研究所ホームページ
中国ジェイアールバスホームページ
ふらのバスホームページ
※URL は本文に記載。最終閲覧日はいずれも 2019 年 12 月 29 日。

おいでませ山口号パンフレット
大田原市観光パンフレット

（論文，書籍等）
Ward, N. et al. (2005) Universities, the knowledge economy and ‘neo-endogenous rural development’.

Centre for Rural Economy discussion paper No.1. University of Newcastle Upon Tyne.（ウォード，N. ほか著，安藤光義，小田切徳美訳［2012］「大学・知識経済・『ネオ内発的農村発展』」安藤光義，フィリップ・ロウ編［2012］『英国農村における新たな地の地平― Centre for Rural Economy の軌跡―』農村統計出版　pp.189-205）。

石森秀三（2001）「21 世紀における自律的観光の可能性」『国立民族学博物館調査報告』23，pp. 5-14。

大森洋子（2017）「地域活性化を目指した着地型観光の取組に関する研究―福岡県八女市における事例報告」『久留米工業大学研究報告』pp.27-34。

岡田知弘（2005）『地域づくりの経済学入門―地域内再投資力論』自治体研究社。

新納克広（2018）「全国の観光周遊乗合バスの運行実態調査報告」奈良県立大学。

鈴木文彦（2000）「地域観光振興に寄与する周遊バス」『総合交通』27（11），総合交通社　pp.22-24。

福沢康弘（2018）「新ひだか町における地域経済の現状把握と産業遺産としての二十間道路に関する論点整理」『開発論集』102，北海学園大学開発研究所　pp.1-15。

森重昌之ほか（2003）「地域周遊バスを活用した地域住民と観光客の交流可能性について」『日本計画行政学会第 26 回全国大会研究報告要旨集』pp.131-134。

森重昌之・敷田麻実（2003）「石川県加賀市の地域周遊バス『CANBUS』の運営システムから見た『自律的交通』の可能性について」『日本都市計画学会中部支部 2003 年度研究発表論文・報告集』pp.9-12。

森重昌之・敷田麻実（2004）「地域を主体とした『自律的交通』の順応管理の必要性」『日本計画行政学会第 27 回全国大会研究報告要旨集』pp.51-54。

『北海道新聞』