

2019 年度【第 9 回】学生観光論文コンテスト

テーマ A：世界が訪れたいくなる観光立国ニッポンを目指して、私の提案

観光立国ニッポンに向けた二次交通のあり方

～地方に焦点を当てて～

立教大学 観光学部 3 年

黒須 聖菜

佐藤 実来

野口 舜介

原 菜月

村上 雅乃

山下 華奈

目次

はじめに	2
第1章 地方誘客における現状	2
(1) 訪日外国人観光客	
(2) 地域公共交通	
第2章 先行研究	3
第3章 事例研究	3
(1) 海外における事例	3
・乗合バスサービス「Uber Bus」(エジプト)	
・ライドシェアサービス「Go-Jek」(インドネシア)	
(2) 日本における現状	4
・専用アプリ「Izuko」	
・観光型 MaaS アプリ「すぐのれ〜る」	
第4章 聞き取り調査	6
(1) 調査方法・目的	6
(2) 調査結果	6
・松之山町(新潟県)	
・十勝郡(北海道)	
・京丹後市(京都府)	
第5章 考察	9
第6章 私たちの提案と可能性	10
おわりに	11
参考文献・資料	

はじめに

観光は国の重要な政策の一つとして位置づけられ、2006年に観光立国推進基本法が成立するなど観光立国ニッポンに向けた施策が推進されている。しかし取り組みが及んでいない事柄も課題として残されている。その中から本稿では、駅や空港から観光地や宿泊先への交通を意味する二次交通に着目する。二次交通は実際に私たちが観光地を訪れた際に、便数の少なさや情報の不足などにより不便であると感じた経験がある。日本の土地や交通機関に馴染みのある私たちでさえ不便だと感じてしまうものは、訪日外国人観光客にはさらに不便なものであると考えたため、テーマとして設定した。そして二次交通問題を解消することが訪日外国人観光客の地方への誘客につながり、観光での回遊行動が活発となることで日本での観光消費の拡大につながるという仮説を設けた。第1章、第2章では現状把握と先行研究の調査によりこの仮説を明確にする。そして第3章から第5章ではこの仮説に基づいて日本と海外の事例を比較した研究を行い、第6章で新しい二次交通のあり方を提案する。

第1章 地方誘客における現状

(1) 訪日外国人観光客

日本政府観光局によると、2018年の訪日外国人観光客数は過去最高の3119万人となり、2013年以来6年連続で過去最高を更新している。このように着実に増加している一方で、訪れる日本の地域には大きな偏りがある。2017年の都道府県別訪問率ランキングでは、訪日目的を観光・レジャーに絞ると大阪府44.1%、東京都41.1%と二大都市が抜きんでて高く、それに続く千葉県、京都府以外の43道県は10%前後となっている。訪日外国人観光客のもう一つの特徴としてリピーターの多さが挙げられる。観光庁が実施した訪日外国人の消費動向調査によると、2018年に日本を訪れた観光客のうち来訪回数が1回目の観光客は40.6%であった。これは回数別の回答数では最も多かったが、6割に及ぶ観光客がリピーターであることを示している。リピーターに関しては、訪日回数が増えるほど地方を訪れる割合が高くなるという統計もある。このことから、訪日外国人観光客のなかで大きな割合を占めるリピーターが、今後地方に拡散していくと予測できる。また、観光庁のアンケート調査によると訪日外国人観光客が日本で困ったことは、公共交通に関して経路や乗り場の情報、利用方法、乗車券手配など様々なことが挙げられており、それらを合わせると改善が進められている無料公衆無線LAN環境より高い割合であった。

(2) 地域公共交通

地域公共交通は地域住民の移動手段の確保、コンパクトシティの実現、まちのにぎわい創出や健康増進、人の交流の活発化という役割を担う重要なサービスである。しかしモータリゼーションの進展により地域公共交通の位置付けが相対的に低下し、輸送人員の減少が進んでいる。三大都市圏を除く地方部では、2000年からの12年間で輸送人員が25%

減少している。その状況下では、交通事業者の不採算路線からの撤退により公共交通空白地域が深刻化しており、平成 23 年時点で日本の可住地面積の 3 割もの地域がバス 500m もしくは鉄道 1 km 圏外であった。

第 2 章 先行研究

地方誘客における交通面での課題に関して、早川ほか (2018)、中島ほか(2015)を先行研究として取り上げる。早川ほか (2018) は技術革新や法規制の観点からモビリティサービスの在り方を考察した。そして目的地に関する情報を調べる段階からサービス支援を行う観光型 MaaS という仕組みを提案し、そのサービスにエモーショナルな働きかけを行う付加価値を有した移動が観光において重要になると述べている。中島ほか(2015)は、スマートアクセスビークルシステム (以下、SAVS) という複数台のリアルタイム完全自動配車実験を行っている。SAVS は乗り合いで既定路線のない都市全体の公共交通機関を集中制御する新しい交通システムである。このように地方誘客における交通面での課題に対して MaaS や SAVS という仕組みを提案する研究は見られたが、具体的に観光地で実用するための住民や観光客の兼ね合い及び収益性は考慮されていない。そこで本稿では、地方誘客において実用的な提案をする。

第 3 章 事例研究

(1) 海外における事例

日本では一般人によるタクシー業務 (ライドシェア) は、「白タク」として、ドライバー不足が深刻な過疎地域を除き、原則禁止されている。また、既存の日本のタクシー業界がライドシェアサービスを危険視しており、導入がなかなか進んでいないのが現状である。一方で、海外ではそのライドシェアサービスが急速に普及している。リサーチステーション合同会社の調査によると、ライドシェアの世界市場は 2018 年段階では 613 億ドル (約 7 兆円)、そして、2025 年には 3 倍以上に市場が拡大すると予測されている。このように、世界ではライドシェアサービスが急速に普及している中、日本では法規制やタクシー業界との軋轢などの点から導入が進んでいないため、日本はライドシェア市場後進国といっても過言ではない。2020 年には東京オリンピックを控え、訪日外国人旅行者数 4000 万人を目標としている現在、さらに地方を訪れる旅行者が増加するであろうことから、地方における二次交通を発達させることは何よりも不可欠である。そこで、本項では二次交通を充実させる手段の一つとしてライドシェアに注目し、そのライドシェアサービスが広く普及している海外の事例について 2 つほど見ていきたい。

1. 「Uber Bus」

ライドシェア業界最大手である Uber はエジプトの首都カイロにて、2018 年から乗合バスサービス「Uber Bus」を開始した。カイロでは交通渋滞が深刻化している一方で、市民

みなが車を所有できるわけではなく、移動に不便が生じていた。そこで Uber は、市民に使い勝手の良い交通手段を提供するために小型バスを用い「Uber Bus」を投入した。利用方法はアプリで乗車をリクエストし、向かう方向が同じ場合にのみ乗車できるという方法である。このサービスの売りは利用者からすれば運賃の安さだが、それに加え、停車する回数が少ないので路線バスよりも移動時間を短縮できる点である。一方、運転手側からすれば、決まった停車駅が存在せず、利用者が行きたいところに行くため、需要と供給が一致し無駄なコストや時間が消費されずにすむため、運営効率が飛躍的にアップするなどといった利点が存在する。

2. 「Go-Jek」

上述した「Uber Bus」は車を利用するライドシェアサービスであったが、今度はバイクを利用する事例について見ていきたい。インドネシアには、最も広く利用されているライドシェアサービスとして「Go-Jek」が存在する。この Go-Jek は、インドネシア都市部での渋滞が社会問題になっていた中、急速に普及したライドシェアサービスである。インドネシアには元々 Ojek と呼ばれる伝統的なバイクタクシー業が存在しており、配車アプリを用いてこの Ojek を提供しようとしたのが Go-Jek である。Go-Jek 設立者であるナディエ・マカリム氏自身も Ojek を頻繁に利用する利用者の一人であった。Ojek は渋滞を回避でき便利であったが、いつでもどこでも容易に拾うことができわけではなく、また、毎回信頼できるドライバーに出会えるわけでもないといった課題点も存在した。一方で Ojek 運転手側もバイクを持っていながら、働く機会に恵まれないという実情が存在しており、そこに目をつけたナディエ・マカリム氏はこの両者を引き合わせるような形で Go-Jek を誕生させたのである。Go-Jek は運賃を事前に知ることができ、また、サービス利用後に運転手を評価することができるようになっているなど、このような信頼の保証も利用者急増の背景に存在すると言える。

以上、本項では2つの事例について見てきたが、両者どちらも地域の特性に合わせて柔軟にライドシェアサービスが変化しており、その土地土地で発展しているということが伺える。ライドシェアサービスを導入する際には、その土地土地でのニーズや特性を詳細に調査した上で、慎重な姿勢で取り組むことが重要であると考えられる。

(2) 日本における現状

MaaS の分野において海外諸国と比較すると、日本は対応が遅れている。そのように言えるのは、MaaS の統合レベルを表す5段階の指標において、MaaS 先進地であるフィンランドはレベル3とされているのに対し、日本はレベル1とされているからである。法規制や運送業界との軋轢がある一方で、2025年には3583億ドルになると予測されているMaaSの市場に参入するために、日本の企業や自治体が協同して各地で実証実験を行うといった進展した動きがある。そこで、本項ではその実例を2点紹介する。

1. 静岡県伊豆エリア

東京急行電鉄や JR 東日本、楽天などの企業が「伊豆における観光型 MaaS 実証実験実行委員会」を設立し、2019 年 4 月に静岡県伊豆エリアにおいて、地域自治体と連携した「観光型 MaaS」の実証実験を開始した。それにあたり、MaaS 関連のコンピュータシステム開発を手がける独ムーベル社のシステムを採用した専用アプリ「Izuko」をリリースした。「Izuko」は日本語と英語に対応しており、伊豆急行と伊豆箱根鉄道の全線、展開エリア内を運行する伊豆箱根バスと東海バスを検索できる。また、AI オンデマンド交通、レンタカー、レンタサイクルの予約、2 種類のデジタルフリーパス、指定の観光施設入場券を通したキャッシュレス決済も機能に含まれている。当初の目標は 4～6 月の「Phase1」と 9～11 月の「Phase2」全 6 ヶ月を通したダウンロード数 2 万であったが、予想以上のペースでダウンロード数が伸び、実験開始後 57 日目にして目標値を突破した。東京急行電鉄交通インフラ事業部都市交通戦略企画グループ次世代インフラ課長の森田創氏は各企業の努力に加え、マスコミの取材、エリア内の住民によるデジタルマップの利用が成功要因であると分析している。しかし、アプリのダウンロードは好調である反面、デジタルフリーパスの決済が難しく、売上が伸び悩んでいるというアプリシステム上の課題も発見された。この結果を受け、委員会は「Phase2」からは経路検索機能とデジタルチケットのラインナップの拡充、フリーパスと観光施設入場券の種類を増やし、オンデマンド交通における有料化と新たな停留所の追加などの新たな施策を導入する予定である。

2. 東北・北関東エリア

みちのりホールディングス、岩手県北自動車株式会社、株式会社エムティーアイの三社は 2018 年 12 月に観光型 MaaS アプリ「すぐのれ〜る」をリリースした。このアプリは岩手県北バスが運行する仙台空港～松島・平泉・花巻線で利用することができる。日本人観光客だけでなく、訪日外国人観光客の利用も視野に入れており、英語、韓国語、簡体字、繁体字にも対応している。アプリの機能としてはバス検索・予約・支払い・発券だけではなく、沿線の観光施設についての情報を閲覧し、クーポン券を発行することも出来る。これにより、地域外にお金が出流することを防ぎ、地域内で消費を回す仕組みを確立させることも事業の目的の 1 つである。2019 年 8 月の段階では、累計ダウンロード数は約 400 件にとどまり、システム構築費や決済手数料などの初期投資費用がかかることから、収益性は低い。しかし、みちのりホールディングスの浅井康太ディレクターはこの現状を問題視していない。同氏は現在の日本において、MaaS は未開拓の領域であり、ビジネスモデルが確立されていないため、赤字になるのは仕方がないことである。そして、今はまだ試験段階であり、得られたデータを分析することでビジネスモデルを確立し、収益改善させる可能性が十分存在すると考えている。

第4章 聞き取り調査

(1) 調査方法・目的

日本の各所で MaaS の実証実験は行われているが、実際に運用され、二次交通が整っている地域は依然として少ないと考える。そこで、今回、実際に地域で運用している例として、新潟県十日町市松之山町の「雪国豪雪ライナー」、北海道十勝郡の「VISIT TOKACHI PASS」、京都府京丹後市の「200 円レール・200 円バス・ささえ合い交通」の3つを取り上げ、それぞれに対しメールによるヒアリングを行った。

(2) 調査結果

1. 新潟県十日町市松之山町の二次交通

【新潟県十日町市松之山町における取り組み】

松之山町は、積雪量が3メートルを超え、新潟県のなかでも特に豪雪地帯であり、日本三大薬湯の1つとされている松之山温泉がある地域である。また、山間地や谷間の斜面には、階段状に作られた水田（棚田）が多く点在しており、四季折々の景観を楽しむことができる。豪雪（かまくら体験）・温泉（雪見露天）・棚田・四季折々の景観というような、訪日外国人客受けするコンテンツが多く存在するため、便利に利用できる交通手段があれば、より観光地として発展していくと考えられる。

○雪国豪雪ライナー

完全予約制バスで、予約はインターネットから可能。しかし、乗車する際は、事前に乗車券発行所にて、予約自動返信メール画面を提示し、バス料金と引き換えにチケットを貰うことが必要。冬期間のみの運行（昨年度は2018年12月29日～2019年3月10日）。料金は、お一人様片道1000円。

往路：松之山温泉スキー場～松之山温泉～清津峡溪谷トンネル（新規）～越後湯沢駅
復路：越後湯沢駅～清津峡溪谷トンネル（新規）～松之山温泉～松之山温泉スキー場

※新規で清津峡溪谷トンネルをルートに入れたのは、「日本博」のプロモーションビデオで、日本人と自然をテーマにした文化プログラム映像に清津峡溪谷トンネルが選ばれ、訪日外国人観光客への訴求が高まると思われるから。

【メールにおけるヒアリング】

日時：2019年10月23日

松之山温泉合同会社まんま 柳様

・豪雪ライナーを始めた理由は？

A. 雪国のゲートウェイである越後湯沢までは、上越新幹線が通っているためアクセスが良く、アジアのインバウンド客を中心に大勢がスキー・雪遊びに訪れていたが、そこよりも更に奥深い松之山町へのアクセスはなかった為。

・豪雪ライナーの利用者について

A. 昨年の実績は 580 人、新幹線～ほくほく線（パッケージになっている）を利用した人は 800 人。まだまだ知られておらず、また、冬だけの運行だと旅行社の足つきのパッケージにしてもらえないのが課題点。

・採算性は取れているか？もし取れていなければ、何で補っているのか？

A. 昨年は 150 万の助成金を使用しても約 140 万の赤字が出ました。松之山温泉組合で負担しております。

・今後も続けていこうと考えているか？

A. 今年もやります。広域 DMO である雪国観光圏での連携は、地域の経験ストーリーを二次交通で繋ぐ事で、可能性が見えてくるからです。やる意味があると思っています。

以上のことから、スキー・スノボなどのウィンタースポーツは、冬の観光目的として訪日外国人観光客に人気が高いと考え、雪国における二次交通は非常に重要であると言える。しかし、現在松之山を訪れている訪日外国人観光客の割合は全体の 5%と非常に少なく、運用に関しても、赤字が出ていることを考慮すると、採算性のある二次交通が運用できていないと言える。しかし、赤字でも廃線せず、訪日外国人観光客に焦点を当て、新たな通過点を増やすことで、新規の需要を満たそうとしているなど、地域の意気込みを感じる。まだ運行し始めて 2 年目と日が浅いため、今後継続していくことで、認知度が高まり、利用者も増えていくと期待できる。

2. 北海道十勝郡の二次交通

【北海道十勝郡における公共交通対策】

北海道地区は自然の豊富な観光自然に恵まれた地域である一方、広大な敷地を移動する交通手段は観光という面から見ると課題と考えられるだろう。本項では、十勝バスによる、お得な価格帯でバス乗り放題のパスを販売し、圏内の行きにくい観光地まで足を確保するという観光客のニーズをくみ取った「VISIT TOKACHI PASS」を、二次交通問題における解決方法の事例として挙げる。

○VISIT TOKACHI PASS

日本国内在住の十勝に観光で訪れた人々を対象に、ばんえい競馬場、十勝川温泉、然別湖、ぬかびら源泉郷、旧国鉄幸福駅・愛国駅など、十勝の魅力を地域の路線バスを使い、リーズナブルな価格で楽しむことができる乗り放題パスである。（十勝総合振興局管内に在住者は発売対象外）北海道拓殖バス および 十勝バスの十勝管内全路線を対象としており、帯広駅バスターミナル、とかち帯広空港案内所で PASS の購入が可能である。

料金：1 日券 1,500 円 [小学生 750 円]、2 日券 2,500 円 [小学生 1,250 円]

【メールにおけるヒアリング】

・訪日外国人観光客の利用割合は、全体のどれ程を占めているか

A. 外国人向けのパスと日本人観光客向けの2種類で分けた販売をしている。

4月～7月の売上における割合：外国人23.1%、日本人76.9%

・訪日外国人観光客に向けた取り組みやPR方法

A. PRはHP、他社OTAサイトで掲載をしている

(訪日外国人観光客向けに作られたPASSでは英語・中国語に対応)

・支払いにおいて、カード払いでの対応をする予定はあるか

A. 検討中である。

・VISIT TOKACHI PASSのような、二次交通を改善するための取り組みを進めていくには、どんな工夫が必要であるか。

A. あらゆる交通モードとの連携だと思います。

その先には目的地である施設との連携によるMaaS化です。

国内観光客・訪日外国人観光客を問わず、観光客の誘客のためには、観光資源の魅力発信と平行して、魅力ある観光地までの足を確保する二次交通の整備は不可欠である。今回事例として挙げたVISIT TOKACHI PASSのように、公共交通機関事業者が、連携もしくは主導となって、観光客の足の確保と観光地の利便性向上を図るという取り組みは、事業としての利益をはかることができるのみならず、その土地の観光振興にも繋がるだろう。

3. 京都府京丹後市の二次交通

【京丹後市における様々な公共交通施策】

○200円レール

市からの補助金で動いている交通機関だが、利用者の減少が続く現状。そこで、地域鉄道が利用促進策として、最高1530円を上限200円にするという「高齢者200円レール」の取り組みを行った結果、輸送人員は3倍以上増加となった。

○200円バス

過疎地域で低額運賃「上限200円バス」を導入。「700円×2人」ではなく、「7人×200円」という考えのもと取り組みが行われた。結果、輸送人員が年間2倍増加し、運賃収入も年間30%増加という成功を収めた。

○ささえ合い交通

地元NPO法人による、公共交通空白地有償運送。Uberのアプリベースの技術を活用したもので、乗りたい人と地元ドライバーがUberのアプリ内でマッチングされる。

【メールにおけるヒアリング】

日時：2019年10月29日

京丹後市政策企画課 高野様

・200円バスやささえ合い交通の利用客における観光客と地域住民の割合

A. 統計を取っていないのでわかりませんが、本市ではほとんどが地元住民です。観光客よりもまずは地元住民という考えのもと、地元住民用の路線を重要視しています。

・訪日外国人観光客に向けた取り組みについて何か行っているか（PRなどを含む）

A. 訪日外国人観光客に向けた取組み・PRはほとんど出来ていませんが、駅舎のサインを多言語表記（英・中・韓）にしています。また、バスやレンタル自転車のHPは英語用のものもあります。あとは観光の部署からの発信はされていると思います。

・京丹後市の取り組みが成功した理由

A. 利用者目線で取組みを行った。いくらなら乗るのか、どこにバス停が必要なのかなど、住民のニーズに応えるような取組みを行いました。また利用者の6割にあたる高校生の通学、高齢者の通院、買い物等の利便性を考えて取組みを行いました。

・日本の法律や習慣にライドシェアが合わないとしてウーバーが事業参入を断念した中で、ささえ合い交通が成功した理由

A. ささえ合い交通については、タクシー事業者がその地域になかったというのが最大の要因かと思います。あとは、ウーバー社や京都府がモデル地区を探していたこと、その地域の方々がドア to ドアの乗り物を求めていたこと、その地域に公共交通（市営デマンドバス）を担うNPO法人（プレイヤー）があったことなど、複数の要因が噛み合ったものと考えています。そこにもしタクシー事業者があったなら、この事業はできていません。

第5章 考察

以上、本稿では様々な二次交通の在り方について見てきた。海外と日本それぞれにおける二次交通の例を比較すると、例えばエジプトの「Uber bus」は同じ目的地に向かう乗客同士が乗り合いで乗車するため、決まった停車駅が存在せず、停車回数も少ない。一方で、日本の京都府丹後市が行っている200円バスは決まったバス停が存在し、地域住民の足としての機能を果たすばかりで、観光客による利用になかなかつながないのが現状である。さらに、新潟県松之山温泉が行っている雪国豪雪ライナーは、冬の決まった期間にしか運行しない期間限定の交通手段となっている。したがって海外と比べると、日本の二次交通は決まった目的地しか存在せず、場所によっては期間限定の二次交通であるなど、柔軟性に欠けており、多様化する観光客のニーズに応えきれていないと言えるのではないだろうか。

第4章では、日本において実際に行われている二次交通の例について見てきたが、これらの例を比較すると、インターネット予約、キャッシュレス決済が課題であると言える。前者

に関して、オンラインでの予約方法が難しいといった声が存在したり、また、オンラインで予約まではできても、実際に乗車するには紙のチケットが必要であったりと、完全にはオンライン予約のシステムが成立しておらず、地方の二次交通におけるオンライン予約の課題点が明らかとなった。一方の后者に関して、第4章で述べた3つの例を始めとし、キャッシュレス化が進んでいない地方の二次交通がまだまだ多いのが現状である。世界では、キャッシュレス化が急速に広がっており、キャッシュレスに慣れ親しんでいる外国人観光客からすれば、キャッシュレス化が進んでいない日本の二次交通は非常に不便であろう。

上記で述べた課題点を解決する手段の一つとしてMaaSやライドシェアサービスが挙げられる。MaaSに関しては日本の各地で実証実験が行われているが、まだ実証実験止まりで、実際に運用されている例は少なく、ビジネスモデルも十分には確立していないが、この先の伸びしろが大きい市場であると言える。一方で、ライドシェアサービスは、やはり法規制や、既存の運送業界との軋轢からなかなか導入が進んでいないのが現状である。現在では、ドライバー不足が深刻な過疎地域でのみライドシェアサービスが許可されているが、政府が今後どのような対応を見せるか注目である。

第6章 私たちの提案と可能性

これまでのことを踏まえて、私たちは「道路運送法が変わらない限り、路線バスは不要である」という提案をしたい。現在、地方において、路線バスの多くは病院起点の高齢者福祉になっており地域住民の重要な足であることから、路線バスがなくなったら生活が不便になると考える人が多いかもしれない。しかし、このような交通システムは観光客向けとは言い難い。私たちは路線バスの代わりとしてMaaSやライドシェアサービスを提案するが、法律や既存の運送業界が普及の妨げになっていると考える。実際に、道路運送法の第78条において自家用自動車（事業用自動車以外の自動車）を、特例を除き、有償で運送の用に供してはならないと定められており、事業として容易にできないことが例として挙げられる。また、路線バスの運営において、給与が低い、都市へ出ていく若者が多いという理由からバスの運転手不足が深刻化している。他にも、路線バスの8割が赤字であり、その赤字を補填している地域財政が圧迫されているという現状がある。さらに、これからの日本は、少子高齢化がますます深刻化し、また、2025年には人口構成が変わり、現在日本の最多人口を占めている団塊の世代から団塊ジュニア世代へと移行すると予想されている。この団塊ジュニア世代は、社会に出た年にWindows95やYahoo!が登場したなど、インターネットに馴染みがある世代である。この世代の変化により、これまで足を必要としていた住民の多くがインターネットを使用できる人々になるため、MaaSやライドシェアサービスを導入しても抵抗なく受け入れられるのではないだろうか。よって、今が絶好の契機であると考えられる。

おわりに

本稿では、二次交通問題を解消することが訪日外国人観光客の地方への誘客へつながり、結果日本全体の振興に影響を与えるという仮説に基づき、実際に海外および国内における先行事例を調査し考察した。日本政府観光局（JNTO）によると、2018年の訪日外国人観光客の総数は約3118万人であり、今後も増加が見込まれるという。そういった環境下で、支払方法（クレジットカードが利用できないことやキャッシュレス対応ができていない）や予約方法の柔軟性等、我々日本人にとっても交通手段を不便だと感じる現状を解消しなければ、訪日外国人観光客の獲得を目指すことは難しいだろう。しかしそういった課題を持つ反面で、訪日外国人観光客の地方偏在が解消され、拡散に繋がれば地方振興および日本全体の活性化にも繋がる、言わば発展途上のマーケットを日本は抱えていると言える。二次交通を解消していく上で重要なことは交通事業者（企業）、地域住民、地方自治体、政府がそれぞれ解決策を考えるのではなく、国内全体の課題として更なる利便性向上を目指し共に取り組むことである。今後更なる成長に向けた取り組みが行われていくことに期待したい。

参考文献・資料

観光庁「訪日外国人の消費動向 2018年年度報告書」

(<http://www.mlit.go.jp/common/001285944.pdf>, 最終閲覧日：2019/11/22)

国土交通省「観光白書 令和元年度版」

国土交通省「地域公共交通の現状と課題」

(http://www.tb.mlit.go.jp/hokushin/hrt54/com_policy/pdf/H28startup-koutuukikaku.pdf, 最終閲覧日：2019/11/22)

中島秀之、2015、「バスとタクシーを融合した新しい公共交通 サービスの概念とシステムの実装」、『土木学会論文集』、32巻、875-888

早川慶朗、2018、「観光分野におけるMaaS型サービスデザイン」、『横幹連合コンファレンス予稿集』

産経ニュース

(<https://www.sankei.com/economy/news/190317/ecn1903170002-n1.html>, 最終閲覧日：2019/11/22)

ResearchStation, LLC

(http://researchstation.jp/report/MAM/13/Ride_Sharing_2025_MAM1383.html, 最終閲覧日：2019/11/22)

十勝バスホームページ. VISIT TOKACHI PASS (<https://easthokkaido.com/visit-tokachi-pass/>), 最終閲覧日 : 2019/11/22)

「京丹後市のさまざまな公共交通施策について」
(<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/soukou/soukou-magazine/1611kenshuu05.pdf>), 最終閲覧日 : 2019/11/22)

「Uber Newsroom 2018 年 5 月 29 日」
(<https://www.uber.com/ja-JP/newsroom/kyotango-2nd-anniversary/>), 最終閲覧日 : 2019/11/22)

日刊 SPA!, 「全国の約 8 割は赤字路線」, 2018 年 3 月 12 日 (<https://nikkan-spa.jp/1459344>), 最終閲覧日 : 2019/11/22)

Population Pyramid, (<https://www.populationpyramid.net/japan/2019/>), 最終閲覧日 : 2019/11/22)