

日本一有名なサイクリングルートを目指して

五島振興局 建設部 道路課 ◎野崎 泰智
○山口 悟

1. はじめに

近年、自転車を活用した観光いわゆる「サイクルツーリズム」が注目されている。環境負荷の軽減や、国民の健康増進を目的に多くの地方自治体や民間企業がサイクルツーリズムによる観光資源の活用や情報発信に力を入れている。

長崎県においても「サイクルツーリズム」の事業があり、「下五島サイクリングルート」には約1億円の事業費をかけ、ルートの整備を行っている。この下五島サイクリングルートは来年度にも供用予定であるが、その知名度は未だ高くないのが現状である。

そこで、観光や環境、交通など様々な面からの期待値が高い「下五島サイクリングルート」を有効的に活用し、地域の活性化を図ることを念頭に、どのような情報発信が有効であるのかを他県の事例を参考にしつつ考察する。



図-1. 下五島サイクリングルート

2. 下五島サイクリングルートの概要

2-1. 下五島サイクリングルート決定までの経緯

平成29年に国土交通省より自転車の活用による環境負荷の低減、災害時における交通機能の維持、国民の健康増進等を図ることなどを目的とした「自転車活用推進法」が施行された。この「自転車活用推進法」は14項目の基本方針から成っており、重点的な検討・実施事項として、自転車道路等の整備や観光来訪の促進について掲げている。この「自転車活用推進法」の施行後、長崎県の政策の一環として平成31年に自転車の活用に関する目標や施策を示す「長崎県自転車活用推進計画」が策定された。この計画の目標の1つとして、サイクルツーリズムによる観光振興と地域活性化が掲げられている。施策として地域の魅力を生かしたサイクルツーリズムの推進、具体的な取組として、「観光客等に対する走行環境整備、地域の魅力づくりと情報発信について検討し、サイクリング環境の

創出を目指している。そして長崎県自転車活用推進計画の推進のために「長崎県サイクルツーリズム協議会」が発足され、長崎県副知事を筆頭にルートへの検討が行われた。

そして、令和2年8月に下五島サイクリングルートの全6コースが決定した。今後は、サイクリングルートの走行環境整備を行い、令和3年度に全コースの供用を行う予定としている。

次に全6コースの内、魅力的な2コースを紹介する。

2-1-1. コース紹介1(堂崎コース)

まず、1つ目のルートが福江港を出発し、堂崎教会で折り返す17kmのコースである。高低差が少なく、1~2時間で完走でき、普段自転車に乗り慣れていない人でも気軽に楽しめるように設定している。



図-2. 堂崎コース



写真-1. 堂崎教会



写真-2. 奥浦湾

2-1-2. コース紹介2(福江等1周コース)

次に、福江港を出発し福江島を1周する111kmのコースである。高低差もさながら全国のサイクリングルートの中でも有数の距離の長さを誇っており、サイクリスト上級者にとっては走りごたえは満点である。また、日本100選の水浴場に選ばれた高浜海水浴場や水ノ浦教会等多くの観光スポットを巡るコースを設定している。



図-3. 福江島1周コース



写真-3. 高浜海水浴場



写真-4. (国)384号からの眺め

2-2. サイクリングルートの走行環境整備の内容

五島振興局道路課では、サイクリングルート上に行き先を明示した路面標示や案内標識の設置、危険個所の対策として側溝蓋がない箇所への蓋掛け等のハード面の整備を行っている。



写真-5. 走行環境整備

3. 有効的な情報発信手段とその考察について

3-1. しまなみ海道サイクリングロードの事例

広島県から愛媛県に渡る「しまなみ海道サイクリングロード」は、日本一有名なサイクリングロードとして知られている。この「しまなみ海道サイクリングロード」では、サイクリングロード開通後、開通前と比較して観光客が4倍に増加した。その背景にはHPやSNS等を利用した情報発信がある。数ある情報発信のツールの中でも一際注目されているのが動画投稿サイト youtube による「サイクリング体験型」の動画である。「しまなみ海道サイクリングロード」と検索し表示される動画の中には、「サイクリング体験型」動画として多いもので40万回再生されるものもあり、大きな情報発信力を感じさせる。



写真-7. 投稿状況

3-2. 下五島サイクリングルートへの応用

「しまなみ海道」の事例を参考に、同様に youtube での情報発信をすることができないかと考え、下五島サイクリングルートにおいて撮影した「サイクリング体験型」の動画を試験的に youtube に投稿した。撮影場所は、五島の観光スポットの中で最も有名な場所の1つである高浜海水浴場をメインに海沿いを駆け抜けるエンジロードから、終点は五島の歴史を感じる辞本涯を設定した。



図-4. 撮影位置図



写真-8. 辞本涯



写真-9. エンジロード

「サイクリング体験型」動画を撮影する

ため、ヘルメットに設置できるカメラ「GoPro」を採用。撮影メンバーは3人で行い、撮影時間は約1時間、動画編集作業は、仕事終わりの時間を利用して2日間で完成した。

3-3. 動画の投稿にあたって

動画の投稿にあたり主に以下の4つの点に留意した。1つ目は、一目で五島の「サイクリング体験型」動画とわかるよう自転車、五島の絶景が写った

サムネイル(検索時に表示される画像)を使用すること。2つ目は、動画の冒頭に見どころをダイジェストで詰め込み、最初に興味を持たせることで、より長く動画を見てもらうこと。3つ目は、動画を見ればコースがわかるように曲がり角や目印となるものは必ず組み込むこと。



図-5. 投稿動画のサムネイル

4つ目は、視聴者が飽きることが無いように長い時間同じ角度で撮影せず、周りの風景や建物を気かけて撮影することを意識した。

3-4. 投稿後の考察

撮影した動画は投稿後1週間で再生回数300回を記録した。再生回数300回という数字は情報発信を行うという観点からすると満足いくものではなかったが、動画を見た視聴者からの感想では「五島に行って自転車に乗りたいくなった」「五島のエンジロードに自転車で行きたくなった」などの声を頂き、少なからず「サイクリング体験型」動画による情報発信の効果を感じることができた。

また、youtubeの分析機能を用いて、どのような検索をかければ投稿した「下五島サイクリングルート」の動画にたどり着くのかを調査した結果、「五島列島」、「五島」など五島に関するキーワードを検索して投稿した動画に至った人が視聴者の約40%を占めており、「五島に興味を持つ人」が多く視聴しているということが分かった。

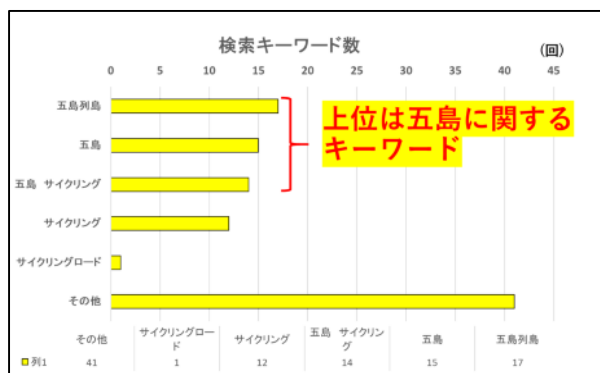


図-6. 検索キーワード比較

一方で、「サイクリング」や「サイクリングロード」という検索ワードにより投稿した動画にたどり着いた視聴者は比較的少ないということも分かった。このことから、仮に「サイクリング」や「サイクリングロード」というワードで検索したサイクリストが「下五島サイクリングルート」の動画を視聴することができれば、これまで五島には興味がなかったが、「サイクリング」という共通項を介して五島に来島するきっかけを作ることができるのではないだろうか。

3-5. 今後の投稿について

「五島に興味を持っている人」のみではなく、いわゆる「サイクリスト層」にさらに動画を視聴してもらおうべく、投稿した動画と再生回数が多い動画とでは何が違うのかを比較した。

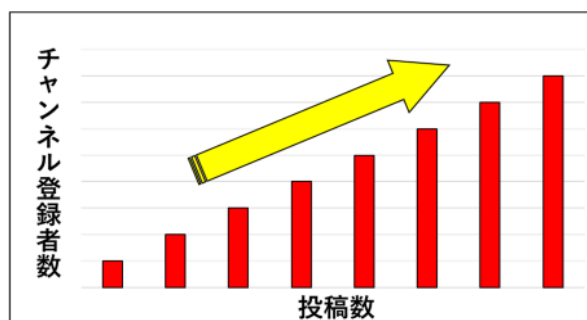


図-7. 投稿数とチャンネル登録者数の対比

結論として、再生回数が多い動画は投稿数が圧倒的に多く、投稿数に比例するようにチャンネル登録者数が多くなっていることが分かった。そこで提案したいのが長崎県サイクリング youtube アカウントの開設である。今回の動画の投稿は、新規のアカウントからの投稿であり、いわゆる 0 からのスタートであった。しかしながら、長崎県サイクリング youtube アカウントの開設によって、大村湾南部地域・下五島地域・上五島地域・南島原地域のそれぞれの地方機関が 1 つのアカウントを共有し、サイクリングルートの情報発信を行うことで、課題であった動画の投稿数を増やすことができ、より多くの人々の目に触れる機会を増やすことができる。

また、複数の地方機関で youtube アカウントを稼働させることにより、1 つの地方機関のみに負担が偏ることなく、無理なく質の高い投稿を継続することができるのではないだろうか。これにより長崎県全体としてのサイクリングルートの知名度上昇につながることも期待できる。

4. おわりに

情報発信の手法の一つである動画投稿を行ってみて、実施前には編集作業に多く時間がかかり、煩雑な作業になるのではないかと感じていたが、実際に撮影して編集作業を行うと、そこまで時間をかけずに動画を作成することができ、編集作業も慣れると簡単に行うことができたため、職員でも仕事の合間で動画の投稿はできるのではないかと思う。また今後



図-8. 投稿動画のエンディング

も下五島サイクリングルートを有効的に活用するために動画の投稿だけでなく、新たな情報発信のツールを考案していく。