

観光地・国立公園の来訪者の特性把握に向けた試行的調査の結果 ー福島県の裏磐梯を対象としてー

福島大学 正会員 ○川崎興太

1. 調査の背景と目的

ある地域の構想や計画を作成し、目標の実現に向けた施策の実施および評価・見直しを行うにあたっては、まずその地域の実態を調査することが必要であるが、観光については地域の実態を詳しく知りうる統計調査などが存在しない。これは、裏磐梯のような観光がまちの重要な構成要素である地域にとっては、大変困ったことである。

もっとも、既存の統計調査などが全く存在しないかといえば、そうではなく、例えば、福島県が毎年公表している「福島県観光客入込状況調査」によって、県内観光地の観光客入込数を知ることができる。裏磐梯の場合、観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき、7 地点が集計の対象に設定されており、これらの地点の観光客入込数を経年的に把握することが可能であるが、この調査の弱点は観光客入込数しか把握できないところにあり、観光客の性別や年齢をはじめ、その他のことは全く分からない。厳密に言えば、その観光客入込状況調査とあわせて実施されている「観光地点パラメータ調査」によって、観光入込客の属性別の構成比、平均訪問地点数、観光消費額単価などが調査されているが、対象地点を含めて、一切公表されていないというのが実情である。

筆者らは、裏磐梯の来訪者の特性を把握するため、平成 25 年 5 月 30 日から来訪者に対するアンケート調査を試行的に実施している。本稿は、同年 6 月 1 日から 11 月 30 日までの半年間におけるこのアンケート調査の結果を整理したものであり、今後の観光調査のあり方を検討する上での事例を提供することを目的とするものである。

2. 調査の方法

アンケート調査票は、裏磐梯ビジターセンターと裏磐梯サイトステーションの管理者から許可を得て、それぞれの館内のテーブルの上に、平成 25 年 5 月 30 日に設置した（図 1）。そして、来訪者に任意でアンケート調査に回答してもらい、すぐ隣に設置した回収箱に投函してもらうことで回収することにした。

両施設の来館者数は、福島原発事故の影響もあって減少傾向にあるが、「福島県観光客入込状況調査（平成 24 年分）」によると、平成 24 年の裏磐梯全体の観光客入込数は 3,010,633 人であり、同年のビジターセンターとサイトステーションの観光客入込数は、それぞれ 69,935 人、22,408 人で、合計は 92,343 人であるので、それぞれの裏磐梯全体の観光客入込数に占める割合は、2.3%、0.7%、3.1%である。また、本稿の調査対象期間である半年間の来館者数が 1 年間の来館者数に対して占める割合は、最近の 10 年間では、ほぼ 7～8 割で変わっていない。

3. 調査の結果

ビジターセンターでは 81 件、サイトステーションでは 120 件、合計で 201 件のアンケート調査票を回収することができた（表 1）。同期間における来館者数は、ビジターセンターでは 51,119 人、サイトステーションでは 13,546 人、合計で 64,665 人であるので、仮にこれらを母数としてアンケート調査票の回収率を算出するならば、それぞれ 0.2%、0.9%、0.3%である。

1. あなたの年齢は？【選択式】
2. あなたの性別は？【選択式】
3. あなたの居住地は？【選択式】
4. 裏磐梯に来たのは何回目ですか？【選択式】
5. 今回、裏磐梯には個人旅行で来ましたか？
団体旅行で来ましたか？【選択式】
6. 誰と来ましたか？【選択式】
7. 何人で来ましたか？【選択式】
8. どうやって来ましたか？【選択式】
9. 裏磐梯に宿泊しますか？【選択式】
10. 裏磐梯に来た目的は？【選択式】
11. 上記質問において「観光」と回答された方に聞きます。どのような観光ですか？
【選択式】
12. 裏磐梯の情報をどうやって入手しましたか？【選択式／複数回答】
13. 今回、裏磐梯で、お金をいくら使いましたか、または、使うことが見込まれますか？ だいたいの金額で結構ですので、記入してください。【記述式】
14. 裏磐梯について、ここがよくない、あるいは、もっとこうすればよいなど、ご意見や考えがありましたら、お書きください。【記述式】

図 1 アンケート調査の質問項目

表 1 アンケート調査票の回収数

		平成25年							
		合計	6月	7月	8月	9月	10月	11月	不明
裏磐梯の観光客入込数(人)	合計	2,060,316	170,227	287,177	392,632	212,000	676,512	321,768	—
	合計	64,665	6,641	8,570	22,121	8,387	12,035	6,911	—
来館者数(人)	ビジターセンター	51,119	5,042	6,853	18,759	6,579	8,541	5,345	—
	サイトステーション	13,546	1,599	1,717	3,362	1,808	3,494	1,566	—
アンケート調査票の回収数(件)	合計	201	37	19	41	24	37	23	20
	ビジターセンター	81	22	8	6	13	14	8	10
	サイトステーション	120	15	11	35	11	23	15	10
来館者数に対するアンケート調査票の回収数の割合	合計	0.3%	0.6%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	—
	ビジターセンター	0.2%	0.4%	0.1%	0.0%	0.2%	0.2%	0.1%	—
	サイトステーション	0.9%	0.9%	0.6%	1.0%	0.6%	0.7%	1.0%	—

資料：裏磐梯の観光客入込数は、「福島県観光客入込状況調査」の裏磐梯での集計対象地点である磐梯高原、雄国沼、ラビバ裏磐梯、磐梯山、裏磐梯スキー場、グランデコスノーリゾート、道の駅裏磐梯の入込数の合計値であり、北塩原村から提供を受けた。「来館者数」は、ビジターセンターとサイトステーションから提供を受けた。

キーワード 観光、国立公園、調査、裏磐梯、福島

連絡先 〒960-1296 福島県福島市金谷川 1 番地 福島大学 共生システム理工学類 TEL. 024-548-8283

それぞれの質問に対する回答の結果は、以下に示す通りである。

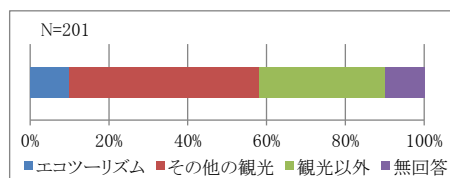


図2 裏磐梯への来訪目的

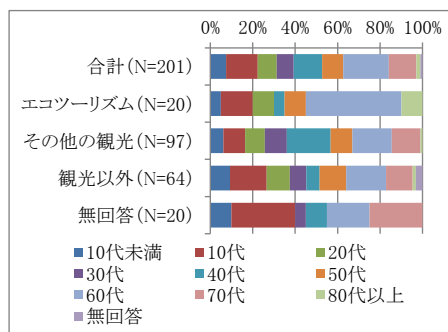


図3 来訪者の年齢

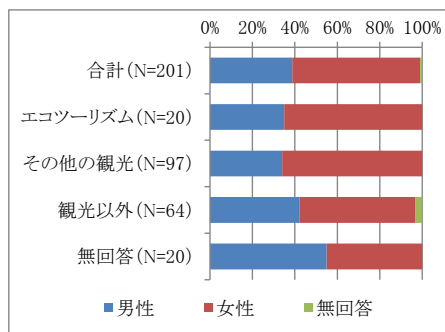


図4 来訪者の性別

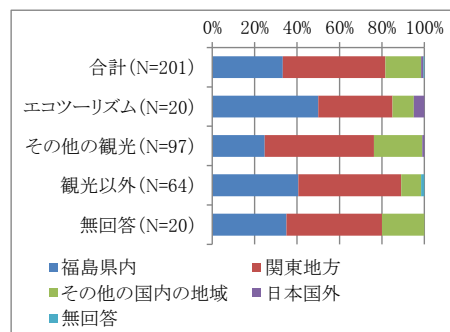


図5 来訪者の居住地

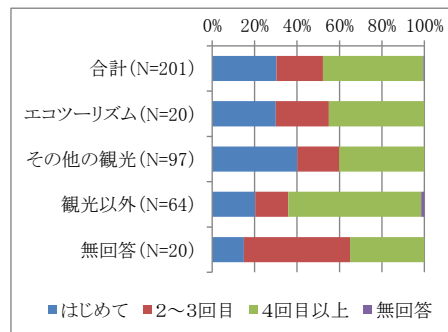


図6 裏磐梯への来訪回数

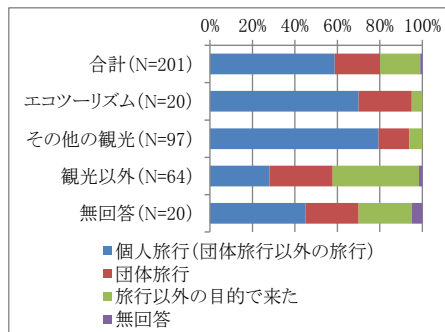


図7 裏磐梯への旅行形態

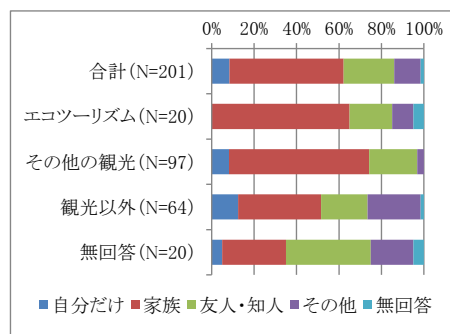


図8 同行者の種類

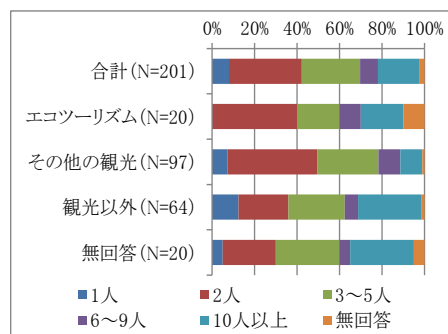


図9 同行者数

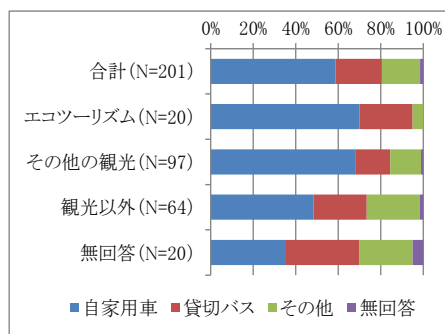


図10 裏磐梯への交通手段

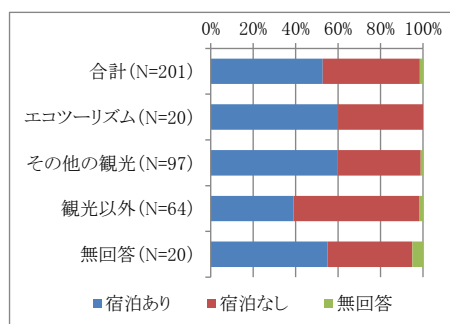


図11 裏磐梯での宿泊の有無

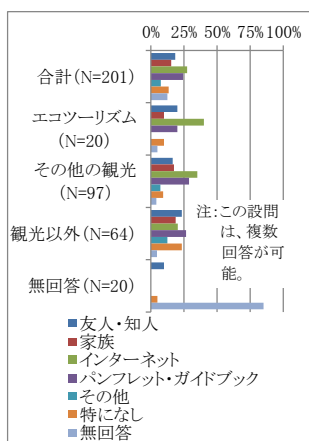


図12 裏磐梯に関する情報の入手方法

表2 裏磐梯での消費額

単位:円

		ツアー代金	宿泊費	食事代	お土産代	交通費	観光活動費	その他
合計 (N=201)	最高値	140,000	600,000	40,000	30,000	70,000	10,000	15,000
	平均値	4,359	9,405	1,815	1,624	3,648	418	172
	中央値	0	0	0	0	0	0	0
	最低値	0	0	0	0	0	0	0
エコツーリズム (N=20)	最高値	130,000	600,000	10,000	10,000	70,000	10,000	1,000
	平均値	7,800	37,575	2,355	1,650	7,099	875	105
	中央値	0	0	1,000	0	0	0	0
	最低値	0	0	0	0	0	0	0
その他の観光 (N=97)	最高値	140,000	80,000	40,000	30,000	45,000	10,000	15,000
	平均値	5,726	9,276	2,461	2,227	4,485	590	333
	中央値	0	0	0	0	0	0	0
	最低値	0	0	0	0	0	0	0
観光以外 (N=64)	最高値	50,000	1,000,000	5,000	5,000	20,000	1,500	0
	平均値	2,528	18,744	981	1,055	2,089	141	0
	中央値	0	0	0	0	0	0	0
	最低値	0	0	0	0	0	0	0
無回答 (N=20)	最高値	0	30,000	10,000	5,000	20,000	0	0
	平均値	0	1,500	750	550	1,050	0	0
	中央値	0	0	0	0	0	0	0
	最低値	0	0	0	0	0	0	0

注1:無記入の項目については、便宜的に「0円」とみなして算出した。

注2:観光活動費が「1億円」と記入した10代の来訪者の回答と、宿泊費が「100万円」と記入した別の10代の来訪者の回答は、実態的に考えにないため、その他の項目に記入した金額も含め除外した。

●公共交通の利便性の向上 ●廃屋対策の推進 ●商業環境の充実 ●バリアフリー化の推進 ●トイレの改善 など

図13 裏磐梯の改善すべき点

4. 今後の課題

今回の試行的調査では、例えば旅行形態に関して「旅行以外の目的で来た」との選択肢を設けたため、エコツーリズムを目的として来訪した者がこれを選択するなど、質問意図とは異なる回答を得たケースがあった。こうした点を改善しつつ、今後とも調査を継続することで、観光地の計画づくりに資する調査のあり方を模索していきたい。