

# 情報誌等を利用した冬季公園の利用促進方策に関する研究\*

## Measures to Promote the Utilization of Parks in Winter with the Help of Informational Magazines\*

山田直美\*\*・原文宏\*\*\*・林華奈子\*\*\*\*

By Naomi YAMADA\*\*・Fumihito HARA\*\*\*・Kanako HAYASHI\*\*\*\*

### 1. はじめに

1年の1/3を雪に覆われる北海道では、冬季利用に配慮した公園整備が行われてきた。しかし、冬季の屋外活動は夏季と比較して大きく低減し、冬季の公園が有効に活用されない状況にある。

一方、冬季の健康的な生活を維持するためには、冬も適度に運動することが重要である。特に積雪面での運動は夏季に比べて運動効果が高く、圧雪面より雪が降り積もった積雪面のほうがより効果が高い。また、子供のうちから冬季の屋外活動に親しむことは、心身の健康的な冬のライフスタイルを形成し、情操面の形成を図る効果を得ることができる<sup>1)</sup>。

冬季公園利用を推進するためには、「冬も利用できる公園利用施設」などのハード整備の他、「きっかけづくりとなるソフトプログラムの提供」などが求められている<sup>2)</sup>。一方、上記で述べた積雪寒冷地における生活者に重要な役割を持つ冬の屋外活動の特性の周知のほか、公園への交通アクセス、利用可能な公園施設など冬の公園利用に関する基本情報を利用者に提供することが重要である。

本論文では、冬の公園利用について様々な取り組みを実践している札幌市南区にある国営滝野すずらん丘陵公園を事例に、情報誌等を利用した情報提供により、冬季公園の利用促進効果の計測結果を報告する。

### 2. 国営滝野すずらん丘陵公園の概要

国営滝野すずらん丘陵公園は、札幌市南区にある北海道における唯一の国営公園である。昭和60年度に歩くスキーなどの冬季開園を開始し、平成11年度より

「滝野スノーワールド」としてファミリーゲレンデ、ソリゲレンデなどを整備した。また、毎年様々なイベントが行われ、冬のレクリエーションの場として、子供からお年寄りまで利用されている。一方、夏季と比較して、冬季公園利用者は減少しており(図-1)、冬季公園利用の促進方策は大きな課題のひとつである。

同公園では、年4回発行する「すずらんメール」、パンフレット、ホームページ、自治体広報誌、新聞の折込広告、民間情報誌等にて「滝野スノーワールド」に関する情報提供を行っている。

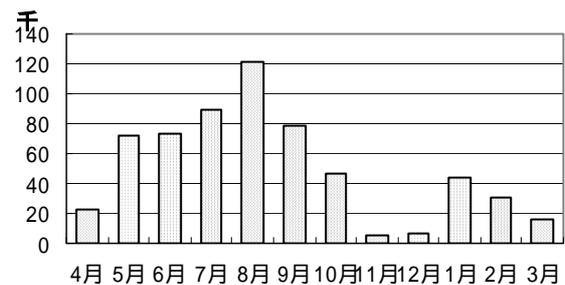


図-1 滝野公園年度利用者実績(平成12~15年平均)<sup>3)</sup>

### 3. 調査概要

#### (1) 調査方法

本調査では、情報誌による情報提供の効果を把握するため、情報誌を利用して滝野公園に関する情報を被験者に与え、ハガキアンケートを実施した(実験群 wave1)。実験群 wave1 の回答者の内、事後アンケート調査協力を承諾を得た被験者にハガキアンケートを実施した(実験群 wave2)。また、情報の有無による効果を把握するため、情報を与えない被験者にヒアリング調査を実施した(制御群)。概要を表-1に記す。

表-1 調査概要

グループ	概要
実験群 wave1	情報誌にて札幌市内にある冬季利用公園を6pにわたり掲載。情報誌にハガキを添付してアンケート調査を実施した。調査期間：H16.12.20~H17.1.31
実験群 wave2	実験群 wave1 の回答者のうち、後日のアンケート調査協力を承諾を得た被験者にハガキアンケートを配布・回収した。調査期間：H17.4.21.~H17.4.30
制御群	札幌市中央区にある大通公園にて冬の滝野公園に関するヒアリング調査を実施した。調査期間：H17.4.24

\*キーワード：公園緑地

\*\*正員、(社)北海道開発技術センター 研究員  
(札幌市中央区南1条東2丁目11番地南1条タカハタビル、TEL011-271-3028、FAX011-271-5366)

\*\*\*正員、工博、(社)北海道開発技術センター 理事

\*\*\*\*正員、国土交通省北海道開発局札幌開発建設部 国営滝野すずらん丘陵公園事務所

## (2) 情報提供の内容

本調査では、道内各地のグルメ、レジャーを紹介する情報誌A（毎月17万部発行）を利用し、滝野公園における情報提供およびアンケート調査を実施した。購読者層は、20～40代女性が中心である。

同誌新春号の特集記事では、国営滝野すずらん丘陵公園を特集している。同記事では、地図、交通アクセス、営業時間などの基本情報の他、冬の公園の魅力と題し9つのポイントを紹介している（表-2）。また、公園職員等の顔写真入りの紹介文も掲載している。

表-2 情報提供の内容

タイトル	概要
1 冬は「滝野スノーワールド」に変身	ファミリーゲレンデ、イベントの様子を写真付きで掲載
2 冬は入園料無料	冬季入園料無料（夏季は大人400円、子供80円）、駐車料金について文章で紹介
3 年末年始も休まず営業	年始年末の営業時間を文章で紹介
4 期間限定メニュー	レストラン、子供の谷休憩所など休憩施設を文中で、写真で期間限定メニューを掲載
5 雪でも安心して遊べる屋内施設がある	子供達が遊んでいる屋内遊具施設を写真付きで紹介
6 子供が遊ぶアクティビティがある	ファミリーゲレンデ、かまくら、ブッチソリ、ゴムスレーの概要、写真付きで紹介
7 大人が楽しめるメニューもある	歩くスキー、スノーシュー、滝野の冬景色を写真付きで紹介
8 手ぶらで行けるから便利	利用施設、レンタル用品のメニュー、料金を文章で紹介
9 各種イベントがある	日時、内容、問合せ先を紹介

## (3) 調査票の設計

情報誌等の効果を把握するため、実験群 wave1 では、滝野公園に関する利用情報を与えるとともに、行動プラン法的な手法を用いて滝野公園までの交通アクセスと利用目的について具体的に記述してもらった。一方、制御群は、実験群 wave1 の調査項目のうち、行動プランを除く内容とした。表-3に調査項目を記す。

表-3 調査項目

前提条件	実験群	尺度
1 記事を読みましたか？	wave1	はい、いいえの2段階
2 滝野公園では、後日このアンケートと同様の簡単な調査を予定しています。そちらの調査にもご協力頂きますか。	wave1	はい、いいえの2段階
<b>冬の屋外活動の効果に対する知識</b>		
3 冬に外で活動することは、子供達の体力向上や情操教育のために役に立つことを知っていますか。	wave1	はい、いいえの2段階
4 冬に雪の上を歩くことは健康づくりのために効果が高いことを知っていますか。	wave1	はい、いいえの2段階
<b>冬の滝野公園の利用に関する知識</b>		
5 冬に滝野公園の入園料が無料になることを知っていますか。	wave1	はい、いいえの2段階
6 冬の滝野公園にはスノーシューや歩くスキーの用具を貸出ししていることを知っていますか。	wave1	はい、いいえの2段階
7 滝野公園に冬も利用できる屋内遊具（虹の楽ドーム）があることを知っていますか。	wave1	はい、いいえの2段階
<b>冬の滝野公園の利用経験</b>		
8 滝野すずらん丘陵公園について伺います。これまで冬の滝野公園を利用したことがありますか。	wave1	はい、いいえの2段階
<b>滝野公園における活動意図</b>		
9 滝野公園で歩くスキー・かんじき・スノーシューなどをやってみたくてと思っていますか。	wave1	「非常にそう思う・全くそう思わない」を両端とする5段階
10 滝野公園でグレンデスキーをやってみたくてと思っていますか。	wave1	「非常にそう思う・全くそう思わない」を両端とする5段階
11 滝野公園でスノーキャンドルやアイスキャンドルなどをつくってみたくてと思っていますか。	wave1	「非常にそう思う・全くそう思わない」を両端とする5段階
12 滝野公園でかまくら・イグルー・雪像などをつくってみたくてと思っていますか。	wave1	「非常にそう思う・全くそう思わない」を両端とする5段階

13 滝野公園で雪や氷の観察をしたいと思いませんか。	wave1	
14 滝野公園で動物の足跡さがし、冬芽の観察・バードウォッチングなどを楽しみたいと思いませんか。	wave1	
15 滝野公園で冬の夜空に星空ウォッチングをしてみたいと思いませんか。	wave1	
16 滝野公園でスノーキャンドル・イルミネーション・野外美術展等のイベントがあったら見に行きたいと思いませんか。	wave1	
<b>行動プランの作成</b>		
17 これから先、あなたは冬の滝野公園に行く機会があると思いませんか。また誰と行きますか。	wave1	記述式で具体的に記入
18 滝野公園に行くとしたら、自宅からどういう交通手段で行きますか。詳しい経路と手段をご記入ください。	wave1	
19 冬の滝野公園に行くとしたら、どんな遊び・屋外活動をするかをご記入ください。	wave1	
<b>今冬の利用行動</b>		
20 あなたは今年の冬、実際に滝野公園に行きましたか。	wave2	はい、いいえの2段階
21 いくつ頃行きましたか。		複数回答
<b>情報媒体</b>		
22 あなたは「滝野スノーワールド」を何で知りましたか。	wave2	複数回答
<b>□ コミ効果</b>		
23 家族や知り合いから、滝野公園の利用を進められたことはありませんか。	wave2	はい、いいえの2段階
24 家族や知り合いに、滝野公園の利用を進めたことはありませんか。	wave2	

## (4) 分析方法

本研究では、滝野公園がある札幌市内居住者の調査結果を対象とする。また、情報誌等による情報提供による利用促進効果を把握するため、他媒体を含む情報誌Aから滝野公園に関する情報を得たグループ（実験群 wave2）、滝野公園に関する情報を持っていないグループ（制御群）を対象に分析を図る（表-4）。

表-4 分析対象

実験群 (wave1)	記事を読んだ	109名
	読んでいない	0名
	(wave2)	
	回答者数	73名
制御群	情報誌Aおよび情報誌Aと他媒体	66名
	他媒体のみ	7名
	特に情報はない	0名
	回答者数	121名
制御群	情報誌Aおよび情報誌Aと他媒体	2名
	他媒体のみ	37名
	特に情報はない	82名

## 4. 調査結果

### (1) 回答者の属性

回答者の属性を表-5に示す。回答者は、全体的に子供のいる30～40代の女性既婚者が多く、実験群・制御群ともにバランスがとれている。情報誌Aを利用した実験群では子供がいる女性既婚者の割合が高い。一方、制御群は20代～30代の女性が中心である。

表-5 回答者の属性

	男	女	既婚	未婚	子有	子無
実験群	33.2	66.8	73.3	26.7	78.3	21.7
制御群	36.8	61.6	64.8	35.2	60.0	36.0
	10代	20代	30代	40代	50代	
実験群		24.2	41.5	25.6	8.7	
制御群	3.2	28.0	45.6	13.6	8.8	

全て単位は%

(2) 冬の屋外活動の効果に関する知識

子供の体力向上・情操教育に関する効果の知識は、制御群が7割程度であるのに対し、実験群は全体の9割が知っている(図-2)。また、健康づくりに関する知識については、実験群・制御群ともに多くな変化は見られない。実験群は健康づくりに関する知識より子供の心身に対する効果の知識が高い。一方、制御群は健康づくりに関する効果の知識が高い傾向にある。

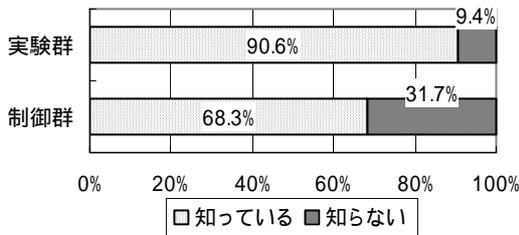


図 - 2 子供の体力向上・情操教育に関する知識

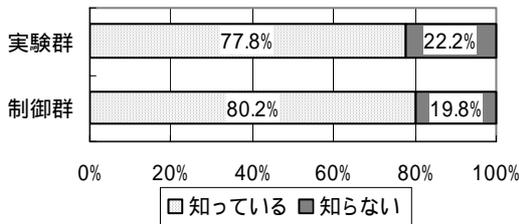


図 - 3 健康づくりに関する知識

(3) 冬の滝野公園の利用に関する知識について

実験群は、用具の貸出、屋内遊具施設について6割近くを認知している。一方、制御群の各利用情報の知識は2割程度である。全体的に入園料無料については低い傾向にある。

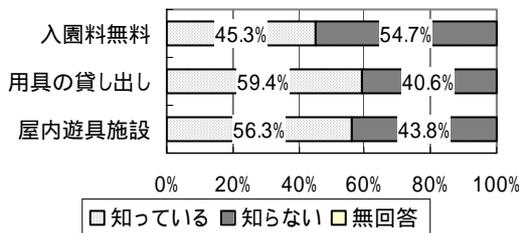


図 - 4 実験群における滝野公園の利用に関する知識

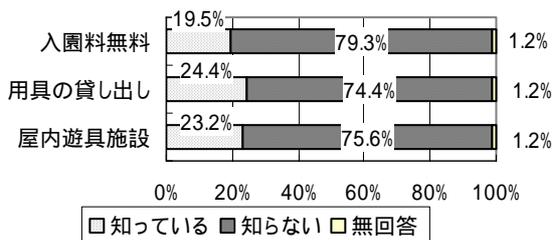


図 - 5 制御群における滝野公園の利用に関する知識

(4) 活動意図

滝野公園の冬季利用に関する活動意図について、「非常にそう思う(1) - 全くそう思わない(5)」の尺度の平均値、標準偏差、t値を示す(表-6)。各項目は、表-3の9~16に対応する。

その結果、「設問16\_スノーキャンドル、イルミネーションなどのイベント」に対する有意な差があり、実験群の設問16に対する活動意図が強く示された。その他の項目における差は見られなかった。

表 - 6 活動意図における平均値、標準偏差、t値

設問	実験群			制御群			t 値
	N	平均値	標準偏差	N	平均値	標準偏差	
設問 9	63	2.00	1.016	86	2.14	1.139	-0.773
設問 10	63	2.44	1.267	86	2.42	1.306	0.121
設問 11	63	2.05	1.099	86	2.3	1.237	-1.301
設問 12	63	2.25	1.121	86	2.2	1.196	0.294
設問 13	63	2.21	1.034	86	2.19	1.193	0.111
設問 14	63	2.44	1.089	86	2.33	1.306	0.605
設問 15	63	2.06	0.982	86	2.06	1.231	0.030
設問 16	63	1.65	0.765	86	2.07	1.186	-2.453

危険率5%で有意

(5) 情報誌等の情報提供による利用行動の効果

実際に今冬(H16.12~H17.3)に利用行動を実行したのは、実験群34.9%に対し制御群3.7%であり、情報誌等による情報提供の効果が見られる(図-6)。

また、実験群のうち、冬の滝野公園を利用したことがない層(32名)における情報誌Aの利用促進効果を検証する(図-7)。その結果、25%が実際に滝野公園に行ったとしている。

一方、実験群のうち、情報媒体が情報誌Aだけの層と情報誌Aとその他複数の媒体から情報を得た層を比較した(図-8)。この結果、情報誌Aだけではなく、複数の情報媒体から情報を得た層が、より利用行動が高い傾向にあることがわかった。

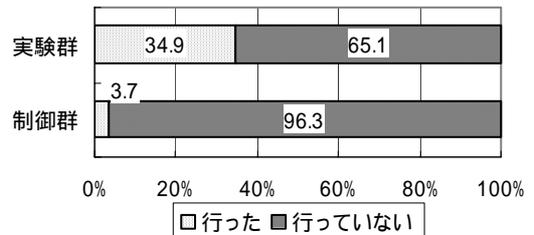


図 - 6 実験群と制御群の利用行動

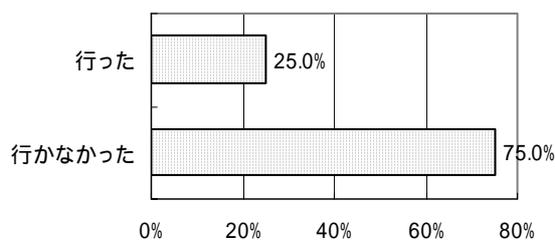


図 - 7 実験群における冬の滝野公園への利用したことが無い層の利用行動

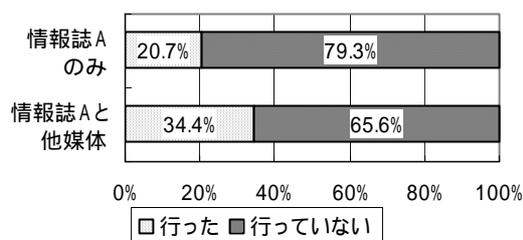


図 - 8 実験群における情報媒体別の利用行動

### (5) 口コミによる波及効果

冬の滝野公園の利用を他者から勧められたことがある人は、実験群が全体の半数近くを占めるのに対し、制御群は全体の1/4程度である。また、実験群のうち、他者へ冬の滝野公園の利用を勧めた人は、全体の6割を超える。一方、制御群では他者に利用を勧めたことがある層は著しく少ない。

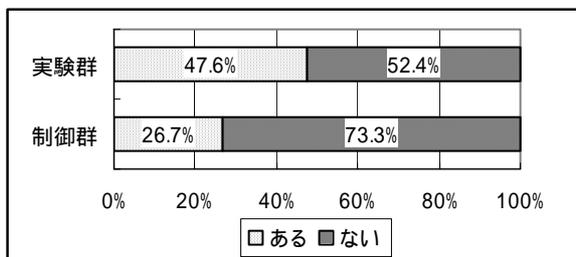


図 - 9 滝野公園に関する他者からの口コミ

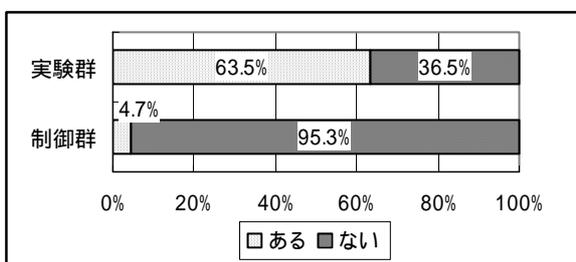


図 - 10 滝野公園に関する他者への口コミ

### 5. とりまとめ

上記の結果から、情報誌Aを利用した利用促進について下記のことがわかった。

- 冬の滝野公園の利用情報に関する知識は、制御

群より実験群がよく知っている。一方、入園料無料については、全体的に知られていない。

- 情報誌の情報提供による活動意図の効果は、全体的に大きな差が見られなかった。一方、情報誌Aの情報提供には無い「スノーキャンドル、イルミネーションなどのイベント」に対する評価は高かった。
- 実際に今冬に滝野公園を利用したのは、制御群よりも実験群が高く、情報誌による利用促進の効果があったといえる。特に、情報誌だけではなく他媒体を利用することによって、より多くの利用促進効果が得られる。
- 実験群では口コミ経験が高く、特に他人への口コミ効果は6割以上を占める。

情報誌を利用して情報提供を行い、行動プラン的に具体的に利用行動をイメージさせることにより、4割程度の利用が見られた。実験群は口コミ経験が高く、特に他者への口コミ経験は6割を占める。情報誌と他の媒体と連携することにより、実験群におけるリピーターの創出、新たな利用者層の拡大が期待される。

一方、活動意図の効果は、実験群・制御群に大きな差は見られなかった。心理的・構造的方略等を用いた効果的な情報提供を行うことにより、冬の滝野公園における活動意図を高め、利用行動の向上が期待される。また、今後の利用者層の掘り起こしとして、制御群にあたる冬の滝野公園の利用情報を持たない層に対する情報発信は重要な課題である。

### 6. おわりに

本調査では、時期的な問題により制御群に対する調査を1回限りとしたが、行動プラン的なものを用いた分析結果を得るためには、制御群においても同様の設問が必要である。今後の調査に向けては、それらを含めた質問紙の設計や調査方法の改善を必要と考える。

#### 謝辞

今回の調査にあたり、調査にご協力いただいた皆様に心から感謝を申し上げます。

#### 参考文献

- 1) 須田 力：雪国とスポーツ，（雪国の視座編集委員会編『雪国の視座』）毎日新聞社，p.272-277，2001年7月。
- 2) 山田直美，原文宏，佐藤寛人，相高秀彦，幡本篤：冬の屋外活動と公園の利用促進方策に関する研究，土木計画学研究・講演集，CD-ROM，No. 29，2004。
- 3) 財団法人国営緑地管理財団：国営公園管理の概要，2004年3月