

地方都市におけるイベントが 休日における住民の外出行動に及ぼす影響

日野 智¹・横山悠人²・鈴木 雄³

¹正会員 秋田大学大学院 准教授 理工学研究科(〒010-8502 秋田市手形学園町 1-1)
E-mail: hino@gipc.akita-u.ac.jp

²正会員 青森県県土整備部(〒030-8570 青森市長島一丁目 1-1)

³正会員 秋田大学大学院 技術職員 理工学研究科(〒010-8502 秋田市手形学園町 1-1)

休日における外出は生活を充実させると同時に、地域経済の発展・活性化にも寄与するものといえる。しかしながら、若者を中心に外出率は減少傾向にあると考えられる。外出が促されることで地域内に「にぎわい」が創出される。本研究は休日における外出の大きな目的の一つであり、地域における「にぎわい」創出にも貢献しうる「イベント」、中でも、地域内からの集客を目的としているイベントに着目した。意識調査の実施から休日の外出実態や外出に対する意識を把握し、イベントと外出行動との関係やイベント参加に影響する要因を明らかにすることを目的とした。分析の結果、趣味・娯楽による外出が生活の満足度に影響していることが明らかとなった。また、イベントへの参加が休日の外出行動に影響していることも示された。イベントへの参加意向には情報提供が重要であり、望ましい情報提供方法のあり方についても検討したものである。

Key Words : *going-out activity, events in local cities, residential consciousness, awareness survey and analysis*

1. はじめに

休日における外出は、生活における余暇活動の中心をなすものと考えられる。すなわち、外出をすることで休日における活動の充足感が得られ、生活の満足度・質を高めることが期待される。さらに、休日における外出は買物・飲食などの経済活動を伴うことが多く、地域経済の発展・活性化にも寄与するものと考えられる。

しかしながら、「平成 27 年度全国都市交通特性調査」¹⁾では、外出する人の割合が平日で 80.9%、休日で 59.9% となっており、調査が始められた 1987 年以降、過去最低の数値を記録している。また、既存研究²⁾では若者の外出頻度や出費の減少が指摘されている。「全国都市交通特性調査」においても、高齢者の外出率が上昇している一方で、若者の外出率は伸びていない。ライフスタイルの変化などから、外出の減少が望ましくないとは一概には言えないが、そのことによる地域活力の低下が懸念される。外出が促されることで地域内に「にぎわい」が創出され、経済的なメリットと同時に地域の活性化というメリットが生じるものと考えられる。

本研究では、休日における外出の大きな目的の一つ

と考えられ、地域における「にぎわい」創出にも貢献しうるイベントに着目した。全国各地において、地域や施設の集客力を高める目的で多種多様なイベントが開催されている。すなわち、イベントの開催が外出を促す要因になりうると推測される。本研究は秋田県秋田市を研究対象地域としたが、上記の背景から秋田市内で開催されているイベントのうち、主に県外・市外からの集客を目的としているイベントではなく、主に市内からの集客を目的としているイベントに着目した。そして、意識調査の実施から休日の外出実態や外出に対する意識を把握し、イベントと外出行動との関係やイベントへの参加に影響する要因を明らかにすることを目的とした。

2. 外出行動とイベント参加に関する調査の実施

本研究では秋田県秋田市を研究対象地域とした。秋田竿頭まつりなど、全国的に高い知名度を誇るイベントも秋田市では開催されている。しかしながら、知名度がそれほど高くないイベントも多いと考えられ、そのようなイベントでは参加者数が伸び悩んでいることが

懸念される。本研究では、秋田市内で開催されているイベントのうち、さほど地名が高くなく、主に市内からの集客を目的としていると考えられるイベントに着目した(図-1)。



図-1 本研究で対象とした秋田市内のイベントの例

本研究では秋田市の 3 箇所の住宅地を対象に、2016(平成 28)年 12 月に投函配布・郵送回収方式による調査を行った。調査は秋田市桜地区と中通・東通地区で行なっている。秋田市桜地区は市内では子どもが多い地区であり、家族での外出が多いものと推測した。しかしながら、イベントの多くが開催されている JR 秋田駅周辺からは遠く、イベントに参加できない被験者が多いものと考えた。一方、中通・東通地区は JR 秋田駅に近く、イベントに参加しやすい被験者が多いものと考えた。

調査では、休日における外出行動に関する調査(外出行動調査)と休日における秋田市内でのイベント参加実態に関する調査(イベント調査)の 2 種類を実施した。各 450 票を配布し、外出行動調査は 131 票、イベント調査は 105 票を回収している。いずれの調査においても、個人属性と生活の満足度、外出に対する意識や行動、イベント参加時の経験を質問している。また、外出行動調査では、実際的外出行動や外出を行なった要因など、イベント調査ではイベント参加に対する意識や経験、実際のイベント参加状況、イベントに参加した要因などを質問している。

3. 休日の外出行動と生活

(1) 休日の外出が生活に及ぼす影響

調査では、外出行動が生活に及ぼす影響を把握するため、普段の生活に対する満足度を質問している(図-2)。生活全体に対する総合的な満足度に加え、外出回数や休日の自由時間などの項目も質問している。生活全体に対する総合的な満足度に加え、外出回数や休日の自由時間などの項目についても質問している。

「町内会・地域の祭りへの参加」に対する満足度はさほど高くないものの、ほぼ全ての項目で満足度は高いものといえる。また、被験者の約半数が「外出が好き」と回答しており、「外出が嫌い」と回答した被験者は非常に少ないものであった。

本研究では、生活の満足度に影響する要因を把握するため、外的基準を生活全体に対する総合的な満足度、アイテムを外出回数などの個別項目に対する満足度とした数量化理論 II 類による分析を行った。得られたレンジの値も図-2 に示す。「趣味・娯楽による外出をする回数」、「家族以外の人との会話の回数」のレンジ値が高く、これらの項目が生活全体の総合的な満足度に強く影響していることがわかる。すなわち、趣味・娯楽による外出を行い、家族以外との他者との関わりを持つことが生活満足度の高さに影響するものと推測される。また、「休日に自由に使うことのできる時間」よりもこれらのレンジ値が高かったことから、時間の余裕があることよりも休日を過ごす内容が満足度に影響することも明らかとなった。

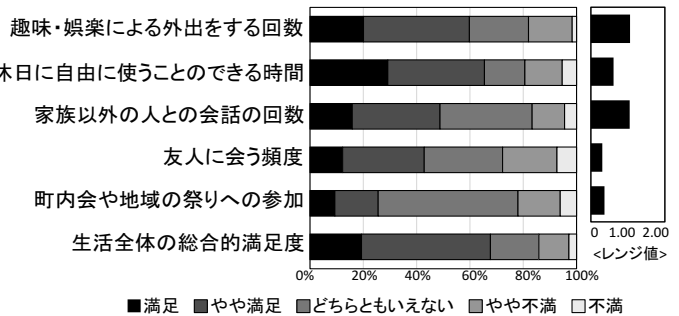


図-2 地域住民の生活満足度とその影響要因

(2) 休日の外出行動への影響要因

外出に対する意識や経験を質問した(図-3)。約半数の被験者が「外出先がいつも行っている場所になっている」と回答している。外出先が固定化していると感じている被験者が少なくないことがわかる。さらに、1回の外出で複数の場所を訪問している被験者も少なくないこと、事前のセールなどの情報が外出を促す可能性があることも示されている。すなわち、現状では外出をした際に複数の場所を訪問しているものの、外出先がいつも行っている場所になってしまっており、それ

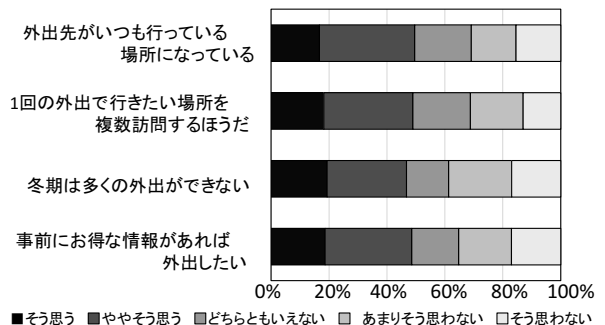


図-3 外出行動に対する意識・経験

が外出に対する不満をもたらしていることが考えられる。また、外出しなかった理由としては「行くところがない」とする回答が最も多い。そのため、外出先に関する魅力ある情報などを伝えていくことが、外出に影響を及ぼすと推測される。

「冬期は多くの外出ができない」と回答している被験者も少なくなかった。天候は休日の外出行動に影響を及ぼす要因の一つと想定される。秋田市のような積雪寒冷地では、特に冬期の天候が外出を困難としていることが考えられる。調査でも被験者の約6割が天気や積雪などの影響で外出を断念することが「よくある」「たまにある」と回答している。

4. イベントへの参加と休日の外出頻度

本研究では休日の外出を促す手段としてのイベントに着目し、秋田市内で行われているイベントが外出に及ぼす影響を明らかとする。秋田市内で開催されたイベントへの参加頻度と外出頻度の関係を図-3に示す。図-4からイベントへの参加頻度が多い被験者は外出の頻度も多いことがわかる。すなわち、イベント参加の機会を増やすことが外出回数を増やすことにつながる可能性のあることが示唆される。なお、被験者の63%がイベントを「好き」「やや好き」と回答している。イベントに好意的であるほど、イベントへの参加頻度も高い。しかし、イベントに「全く参加していない」被験者の約3割がイベントに好意的である。すなわち、イベントに参加したいが、参加できていない被験者が少なからず存在していることが示唆される。

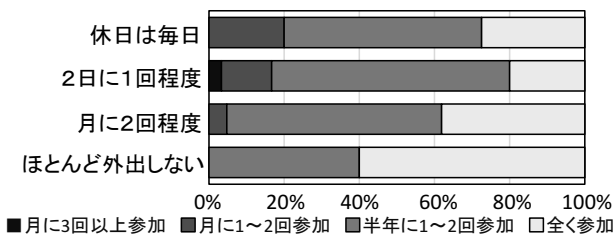


図-4 休日の外出頻度とイベントの参加頻度

イベントに参加した経験のうち、情報に関わる項目への回答を図-5に示す。イベントに参加した際の経験をみると、被験者の約半数がイベント情報を事前に得られていないと感じている。さらに、半数近くの被験者がイベントに参加したかったが、情報の伝達不足から参加できなかったとしている。このことから、参加意向のある人々に必ずしも十分にイベント開催に関わる情報が伝わっておらず、改善の余地があるものといえる。また、事前に情報を得ていたとしても、イベント当日に忘れてしまった被験者もいる。イベントに関心を持ってもらい、参加意向につながるような情報提

供が重要ではあるが、同時に、記憶に残るような情報提供も必要と考えられる。

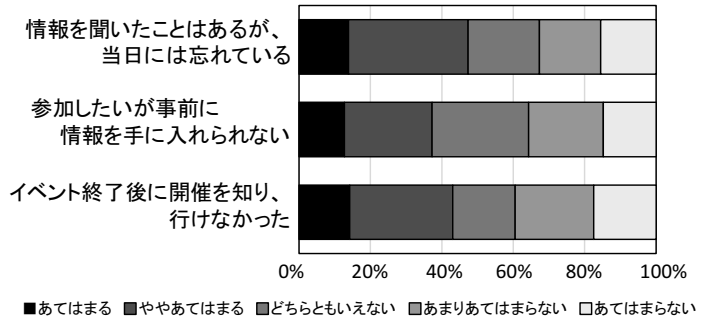


図-5 イベントの情報と参加に関する経験

5. 情報提供がイベント参加に及ぼす影響

(1) イベント参加行動に対する影響要因

イベント調査では具体的なイベントを挙げ、参加経験や認知の有無を質問している。各イベントの認知度は低いものであり、最も認知されているイベントでも半数の被験者に知られている程度であった。

「参加したかったが、参加できなかったイベント」に関し、参加できなかった理由を質問している(図-6)。「急遽、仕事などの予定が入った」とする回答が最も多く、「イベントが終わった後に情報を知った」、「情報を入手するのが遅かった」がそれに次いでいる。急な予定変更に伴う不参加は止むを得ないものであり、イベント開催側から関わることはほぼ不可能である。しかし、情報提供については開催側から関わるができる要因である。情報が十分に伝わらなかったためにイベントに参加できなかったとする被験者も少なからず、イベントへの参加を促す上で情報提供のあり方が大きく影響するものと推測される。また、参加したイベントについても「通りすがりにたまたま参加した」ことを参加理由とする回答が25%を占めており、参加したイベントについても必ずしも十分な情報を得ていないもの

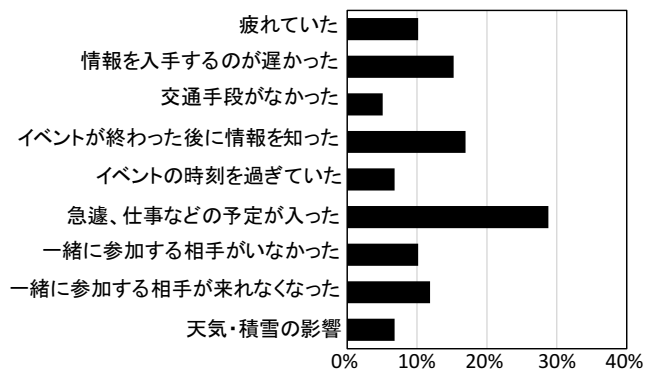


図-6 イベントに参加したかったが、参加できなかった理由

(2) 情報の入手時期と入手先が及ぼす影響

被験者が参加した秋田市内でのイベントと参加しなかったイベントとで、それぞれの情報の入手時期を比較した(図-7)。参加したイベントでは「1ヶ月以上前」に情報を入手したとした被験者が多い。一方、参加していないイベントでは「1週間前」に入手したとする被験者が多く、入手時期に差がある。すなわち、より早く情報を入手することがイベントへの参加意向に影響することが考えられる。また、入手した情報の内容を見ると、開催日時や場所と比べ、イベント内容に関する情報が十分に伝わっていない状況が見てとれる。

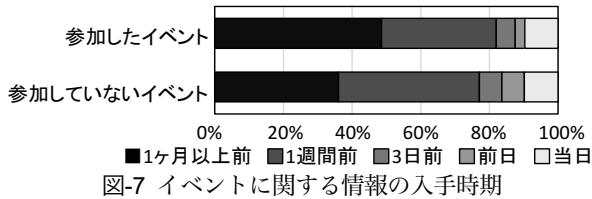


図-7 イベントに関する情報の入手時期

被験者が参加したイベントと参加していないイベントとで、それぞれの情報の入手先についても比較した(図-8)。いずれも「新聞・チラシ」、「テレビ・ラジオ」とする被験者が多く、これらのマスメディアが大きな影響力を有していることがわかる。

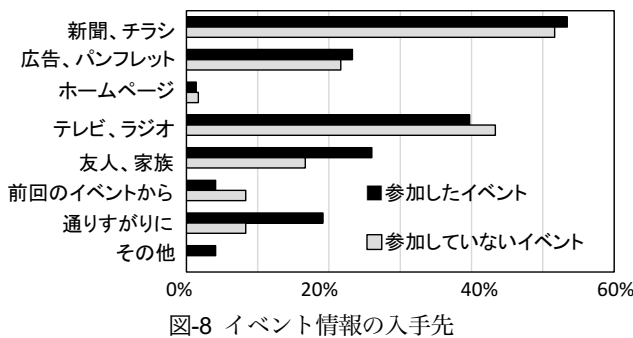


図-8 イベント情報の入手先

これらは意図しなくても情報に触れられる媒体でもある。さらに、「新聞・チラシ」は紙媒体であり、情報入手後も手元に残すことが可能である。後日、情報を参照できるため、イベントの認知や参加につながりやすい媒体と推測される。一方、ホームページから情報を入手している被験者は参加した・参加していないイベントのいずれも非常に少ない。ホームページからイベント情報を得る行動は能動的である。その点において、受動的に情報が得られる新聞やテレビと異なっていると考えられる。そのため、ホームページは詳細な情報を好きな時に得られる情報源として重要ではあるが、イベントを認知する契機としては充分ではないと

いえる。

情報提供に用いている媒体はイベント後に差がある。新聞やテレビなど、マスメディアは比較的規模が大きいイベントが情報提供に用いている。すなわち、小規模なイベントでは情報提供方法を検討することが必要である。

6. おわりに

本研究における分析の結果、趣味・娯楽の外出が生活に対する総合満足度に大きく影響していることが明らかとなった。自由回答においても趣味・娯楽による外出に対する意見が多く挙げられ、重要な関心事であることが推察される。また、趣味・娯楽の外出として、イベントへの参加に着目したが、イベントへの参加が外出行動に影響していることも示された。外出行動に対する不満として、行き先が固定化されている・行き先がないことが挙げられていた。イベントへの参加がこれらの不満を解決しうるとも考えられる。

イベントへの参加意向に影響する要因として、本研究では情報提供に着目した。イベントへの参加意向には、イベントの内容が大きく影響するものと考えられる。実際、イベントに参加しなかった理由として、イベント内容が最も多く挙げられていた。しかし、イベント内容以外を理由とする回答も少なくなく、半数以上の被験者に認知されているイベントは存在しなかった。分析の結果から、情報の入手時期・方法がイベントへの参加意向に影響していることが明らかとなった。現在の情報提供方法では不十分なイベントもあると考えられ、1ヶ月以上前から新聞・チラシなどで複数回の情報を発信していくことが参加を促すものと推測される。しかしながら、小規模なイベントでは十分な情報提供が困難とも考えられる。何らかの支援を行うことで、地域活性化にも貢献しうる。

参考文献

- 1) 国土交通省都市局都市計画課：平成 27 年度全国都市交通特性調査結果(速報版), 2016.
- 2) 草薨一樹・鈴木雄・日野智：若者の余暇・消費活動への影響要因の把握に関する研究, 土木学会東北支部技術研究発表会講演概要集, vol.53, IV-31, 2016

AN INFLUENCE OF EVENTS IN LOCAL CITIES
ON RESIDENTIAL GOING-OUT ACTIVITIES

Satoru HINO, Yuuto YOKOYAMA, Yu SUZUKI