

地域内における観光周遊促進に向けた 観光客の情報取得の実態に関する研究

小貫 浩輝¹・山田 稔²

¹学生会員 茨城大学大学院 理工学研究科博士前期課程 (〒316-8511 茨城県日立市中成沢町4-12-1)

E-mail:18nm805f@vc.ibaraki.ac.jp

²正会員 茨城大学 工学部都市システム工学科 (〒316-8511 茨城県日立市中成沢町4-12-1)

E-mail:minoru.yamada.civil@vc.ibaraki.ac.jp

「観光立国推進基本法」が施行され、観光立国の実現が経済社会の発展のために不可欠な重要課題とされている。そのような中で地方創生という視点において、観光周遊行動の促進が効果的とされており、旅行者に対し観光スポット間の周遊を促進させるための整備が求められる。本研究では、観光スポット間の周遊行動において影響を与えると考えられる、旅行者の観光情報の取得の実態を明らかにする調査方法を考案し、実際に周遊が望まれている観光スポットに対しケーススタディを行った。その結果、周遊行動の実態や現状の情報提供の課題が明らかになり調査方法の有効性を確認した。

Key Words : *Excursion Behavior, Tourist information, Research method,*

1. 研究の背景

「観光立国推進基本法」¹⁾が平成19年に施行され、観光立国の実現は、経済社会の発展のために不可欠な重要課題とされている。このような動きを受け観光庁が平成28年に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」²⁾では、日本が「観光先進国」になるための視点と行うべき改革が取りまとめられ、すべての人に対して観光行動を促進するような環境の整備が求められている。また、同観光ビジョンでは、地方創生において旅行者の観光消費額の増加により地域への経済効果を高めることが重要であることが示されており、地域内において複数の観光スポットの訪問を行う周遊行動の促進による観光消費の増加が効果的とされる。

一方で、近年の情報通信分野における技術の発達に伴い、多くの情報を発信、受信することができる環境となってきた。観光行動は非日常的な行動であることから、観光行動中やそれ以前に得た情報が旅行者の行動に及ぼす影響は大きいと考えられる。今後さらなる情報通信分野の発達により一層多様な情報発信が可能となると考えられ、これを観光の促進に活用することが求められる。しかし、観光客層ごとに必要とする情報が異なることや観光情報の提供手段が多岐にわたることなどにより効果的な情報提供は容易ではないという課題がある³⁾。

特に旅行者の地域内での周遊行動を促すための情報環境整備を効率的に進めるためには、まずは旅行者の情報ニーズを把握することが重要であるが、それすら十分に

解明されているとは言えない状況にある。

2. 既存研究の整理

観光情報と周遊行動を対象とした研究として、西井ら⁴⁾は、観光の周遊行動における観光ITS(高度道路交通システム)の構築に向けた観光客の情報ニーズの抽出のため、観光ITSが体系的に導入されていない富士五湖地域において、情報利用実態の把握を目的に来訪した観光客に対するアンケート調査を行った。これより、旅行者が観光行動中のどのタイミングにおいて情報収集を、どのような媒体で行っているのか、などの旅行者の観光行動における情報収集の実態を空間的特性と時間的特性から明らかにし、観光地情報ニーズを示した。

杉野ら⁵⁾は観光地における情報提供サービスを設計する上で貢献できる基礎データ取得のため、精度の高いデータを得ることができる移動体通信機器を利用し、周遊観光行動中の旅行者の詳細な位置と情報へのアクセスの状況を取得した。情報へのアクセス行動とその位置・時間に着目し、各観光情報によってアクセスには特徴があることを明らかにし、集客性を上げるための情報提供などについて考察を行った。

また、三澤ら⁶⁾は、ニセコ・洞爺地域を対象に地域ITSを導入することによって旅行者が得られると考えられる情報である「経路所要時間」と「観光ポイントの参考滞在時間」を旅行者に与えることにより立ち寄りスポット数の増加や周遊行動が広域化することを学生実験で明ら

かにした。

以上の研究では、旅行者の旅行中における情報収集行動や収集した情報が周遊行動に影響を与えていることが示された。一方で実際の観光地において事業者や自治体等が旅行者への情報提供や旅行者の情報取得の実態を評価し改善を考えることが重要であるが、そのための手法を目指したものではない。そこで本研究では期待されている周遊行動の実態と、そのための情報取得の実態を簡便に知るための手法を構築し、その有用性を確認する。

3. 研究目的

本研究では、以下の3点を目的とする。

- ① 旅行者に提供されている情報項目ごとに情報発信・取得の実態を明らかにしたい、調査に適した観光情報項目についての整理を行う。
- ② 周遊が望まれている観光地において旅行者が把握している観光情報および情報取得の実態に関する調査分析方法を構築し、ケーススタディを行って、その有用性を確認する。
- ③ ケーススタディの対象とした観光地における周遊行動促進のための課題について整理する。

本研究では、はじめに既存研究や実際に発信されている情報を参考に観光情報の整理分類を行うことで、この分類ごとに実際の観光地における旅行者の情報把握・取得の実態を明らかにするとともに、ケーススタディとした実際の観光地の情報提供の課題を整理するものである。

4. 調査手法の考案

(1) 観光情報項目の整理

目的①を達成するために観光行動に影響を与える情報の整理を行った。西井ら⁴⁾の研究において観光情報項目の整理がなされていたが、10年以上前にまとめられたものであり、現在は旅行者が取得する情報は多様化していると考えられ、より詳細な分類での情報の整理が必要と考えた。そのため同研究において述べられている観光情報の分類を基にしつつも、実際の観光地のホームページや国土交通省が作成した「観光地が取り組む効果的な観光情報提供のための資料集」³⁾を参考にし、具体的には観光スポット情報に関しての営業時間や入場料金といった項目などを追加し、提供される観光情報についての整理を行った。整理を行った結果の一部を表-1に示す。

(2) 調査手法の構築

三澤ら⁹⁾の研究では、旅行者がそれぞれの観光スポットに関する情報を把握していることで周遊行動を引き起

表-1 整理を行った観光情報

| 既存研究における分類 | | 追加した項目 |
|------------|--------------|---|
| スポット情報 | 自然景観情報 | 場所の解説, 自然の写真, 場所, ガイド情報, アクセス方法, 見ごろの季節, 料金, 入場時間, バリアフリー情報, 散策コース情報, 公衆トイレ・休憩所情報, 外国語への対応 |
| | 文化施設情報 | 施設の解説, 施設の場所, 料金, 開閉館時間, 休館日, 展示物の解説, 写真, アクセス情報, スポット内の地図, バリアフリー情報, 公衆トイレ・休憩所情報, 外国語への対応 |
| | レクリエーション施設情報 | 施設の解説, 施設の場所, 料金, 施設の写真, アクセス情報, 開閉館時間, 休館日, バリアフリー情報, ロコミ情報, 入場券について, スポット内の地図, 公衆トイレ・休憩所情報, 外国語への対応 |
| | イベント情報 | 開始・終了時間, 期間, イベント内容, 出演者開催場所, 料金, イベント場所, 参加方法, イベントの写真 |
| | 土産物情報 | お土産の種類, お土産の写真, 値段, 販売場所, |
| | レストラン情報 | 料理の種類, 料理の写真, レストランの場所, 料金, 営業時間, ロコミ情報 |

こすことが示されている。これより、実際に観光スポットに来ている旅行者が地域内における他の観光スポットに関する情報を把握しているかどうか周遊行動に影響を与えると考えられる。そのため、本研究では、同じ地域の属して周遊行動の促進が望まれている2つの観光スポットを取り上げ、そのうちの来訪者が多い方を観光スポットA、もう一方を観光スポットBと呼ぶこととする。そして観光スポットAに訪問している旅行者に対して調査を実施し、観光スポットBについての情報把握の実態を調べる方法を考案した。これにより、現状の観光スポットBに関する情報提供の課題を明らかにする。

(3) 調査対象とする観光情報の収集

調査の際に対象とする観光情報に関しては、観光スポット側が旅行者に知ってもらいたい情報が掲載してあり、旅行者が旅行を行う際に見ると考えられる観光スポットのホームページやパンフレット、ガイドブックより情報の抽出を行いこれらについて調査することとした。

5. 対象地の選定とそこでの調査内容

周遊行動に影響すると考えられる情報の取得実態を明らかにするため、ケーススタディの対象地に関して次のような調査を行うこととした。

(1) 調査対象地の選定

旅行者の地域内の観光周遊行動が望まれている地域として茨城県県北地域、水戸市の2地域を取り上げそれぞれを別々にケーススタディの対象とした。そして、地域内において特に周遊の推進に期待されている2つのスポ

ットを具体的な調査対象の観光スポットとして設定した。茨城県県北地域では観光スポットAを「袋田の滝」、観光スポットBを「竜神大吊橋」とし、水戸市では観光スポットAを「偕楽園」、観光スポットBを「弘道館」と設定した。

「袋田の滝」と「竜神大吊橋」は、共に県北地域を代表する観光スポットであり、共通の入場券の販売や平成28年度にスポット間をつなぐ道路整備が行われるなど、周遊が望まれている観光スポットである。年間の入込観光客数をみると「袋田の滝」は約50万人、「竜神大吊橋」は約35万人となっておりスポット間の周遊促進による観光客数の増加が望まれている。また「偕楽園」は日本三名園の一つであり、茨城県屈指の観光スポットであり年間約100万人が訪れている。「弘道館」とは、その成り立ちから一対のものとしてとらえられているが年間の入込観光客数は約6万人と大きく差がある。水戸市観光基本計画において観光案内やイベントを実施することによる周辺地域の魅力向上を図ることが示されているなど両観光スポットの連携による周遊を推進している。

(2) アンケートの調査の内容

調査内容は大別して、個人属性や観光形態、また観光スポットBに関する情報把握に関する設問で構成される。観光スポットBに関する情報は、前章にて整理を行った観光情報項目に対して、観光スポットのWebページやパンフレット、ガイドブック等の情報収集手段より情報を抽出し、アンケートの調査項目の作成を行った。調査項目に関して表-2に示す。またそれぞれの情報の取得手段についての質問項目も設けた。

(3) 調査対象者について

対象者は、周遊を起す可能性が高いと考えられる観光スポットAを車で訪問した旅行者とし、複数人のグループで来た旅行者に関しては、代表者1名に回答をしてもらうこととした。なお、自ら周遊を行わない観光ツアーへの参加者は対象者から除いた。

(4) 調査対象地における現状の情報発信

旅行者の情報把握の実態には、現状での情報発信が影響すると考えられる。そのため、観光地Bと設定した竜神大吊橋と弘道館に関して、現状の情報発信について調査を行った。その結果、両観光スポットにおいて、ホームページでの情報発信や、市内の観光案内所でのパンフレットの設置、ガイドブックへの記載などの情報発信が行われていることが分かった。

表-2 アンケートの観光情報に関する調査項目

| | 調査項目（以下のことを知っているか） | |
|----------------------|---|---|
| | 竜神大吊橋 | 弘道館 |
| アクセス・駐車場 | <ul style="list-style-type: none"> 観光スポット間のルート 観光スポット間の経路時間 駐車場がある 駐車場は3箇所ある 駐車場が無料 駐車場の許容台数 | <ul style="list-style-type: none"> 観光スポット間のルート 観光スポット間の経路時間 駐車場が無料 駐車場の許容台数 入館により市の駐車場が無料となる |
| 観光地全般 | <ul style="list-style-type: none"> 竜神大吊橋の写真 主塔が「竜」をかたちどっている 橋の長さ 竜神ダムの上に橋が架けられている | <ul style="list-style-type: none"> 弘道館の写真 藩校である 徳川斉昭によって開設された 藩校として最大規模 徳川慶喜にゆかりがある 国の重要文化財である 日本遺産に認定してある |
| 観光地での活動に関する情報 | <ul style="list-style-type: none"> 営業時間 料金が分かる 竜神峡の景観が見れる ガラス張りのスペース バンジージャンプを行うことができる 「木精の鐘」という施設がある 「水府物産センター」という施設がある レストランがある | <ul style="list-style-type: none"> 営業時間 料金が分かる 歴史的な展示物が見れる 多くの梅が植えられている お土産を買える施設がある |
| | バンジージャンプに関して | |
| 土産物 | <ul style="list-style-type: none"> 購入できる時間 お土産の種類 | お土産の種類 |
| レストランに関して | <ul style="list-style-type: none"> 営業時間 メニュー | |



図-1 袋田の滝-竜神大吊橋



図-2 偕楽園-弘道館

表-3 アンケート調査の概要

| | 袋田の滝 | 偕楽園 |
|-------|--|---------------------------|
| 調査場所 | 袋田の滝 有料駐車場 | 偕楽園 第二駐車場 |
| 調査対象者 | 観光スポットへの訪問旅行者 | |
| 配布日時 | 2018年 1月20日(土)・21日(日)・27日(土) | 2018年 5月4日(金)・5日(土)・6日(日) |
| 回答数 | 161部 | 139部 |
| 調査方法 | 街頭調査 | |
| 内容 | ・個人属性 ・観光地Bへの訪問に関して ・観光形態 ・情報把握に関して | |

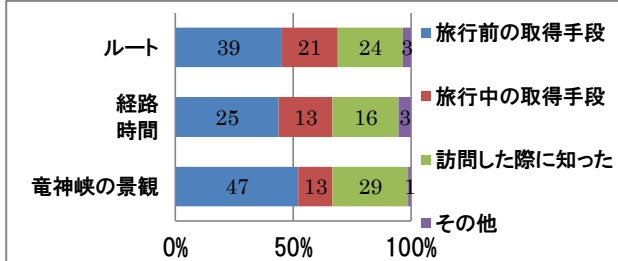


図-3 竜神大吊橋の各情報の情報取得手段に関して

6. 竜神大吊橋に関するアンケート結果

両観光スポットでのアンケート調査の概要を表-3に示す。調査日は旅行者が多く訪問する休日とし、車利用者を対象とするため駐車場で調査を実施した。

(1) 回答者の属性・観光形態

回答者の袋田の滝への旅行者のうち、茨城県外からの旅行者は約6割とやや県外からの旅行者が多い結果となった。年齢に関しては様々な年代の旅行者が訪れており、旅行者の多くが日帰り観光客であった。

(2) 竜神大吊橋の情報の取得に関して

竜神大吊橋の代表的な情報として、袋田の滝から竜神大吊橋への周遊行動に必要と考えられる情報である「観光スポット間のルート」、「観光スポット間の経路時間」、「竜神峡の景観」の3つの情報に関して集計を行った。それぞれの情報の取得手段についての集計結果を図-3に示す。これより、それぞれの情報において「訪問した際に知った」の割合が高いことが分かる。

上記3つの情報に関して情報の認知と訪問回数との関係を図-4に示す。図-4より訪問回数が多い旅行者ほど情報を把握できていることが分かる。また、竜神大吊橋について旅行者が知っているという回答した情報の量と竜神大吊橋への訪問回数に、ケンドールの順位相関係数を求めたところ、0.561となり、情報の把握数と訪問回数には正の相関があることが確認された。

これより、訪問経験が情報の認知には大きく関係しており竜神大吊橋への訪問経験が無い旅行者は情報を多くは把握できておらず、周遊の促進のためにはこれらの旅行者に対する情報提供が重要であると考えられる。

竜神大吊橋の各情報のうち、「竜神大吊橋の写真を見

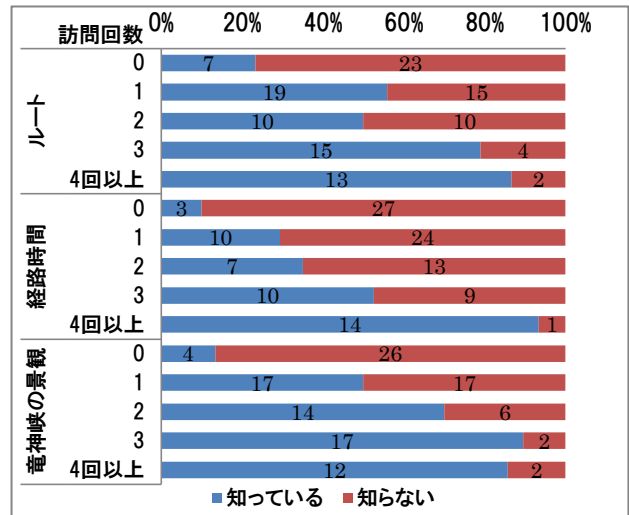


図-4 各情報の認知と竜神大吊橋への訪問回数の関係

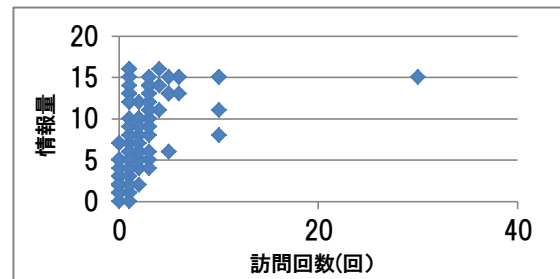


図-5 竜神大吊橋への訪問回数と情報量 (n=118)

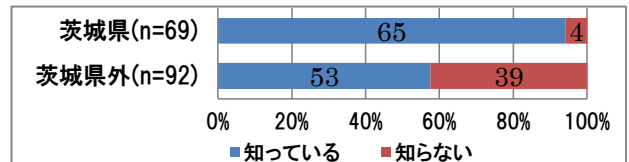


図-6 住んでいる地域別の竜神大吊橋の認知度(n=161)

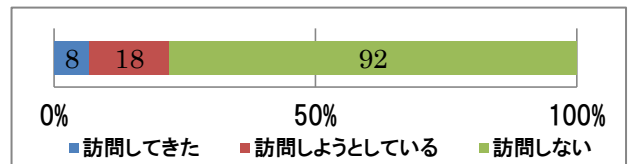


図-7 竜神大吊橋への訪問(n=118)

たことがある」と「バンジージャンプを行うことができる」に関しては8割以上の旅行者が知っている情報であり訪問経験が無い旅行者にもよく知られている情報であった。これらの情報の取得手段に関して見ると「テレビ・ラジオ」での取得手段が他の情報に比べて高くなっており、これは近年、CMやテレビの番組で取り上げられていたためであり、こういった情報提供が訪問経験のない旅行者に対して効果的であったと考えられる。

(3) 竜神大吊橋の認知に関して

袋田の滝に来ている旅行者のうち、約7割の旅行者が竜神大吊橋を知っていると回答した。また竜神大吊橋の認知の有無と住んでいる地域について、クロス集計を行った結果を図-6に示す。χ²検定を行った結果、有意水準1%で有意な差が見られ、これより、茨城県外からの旅行者で竜神大吊橋を知っている人の割合は県内旅行者に比べ低いことが分かる。

一方で、旅行を行う際に事前に情報収集を行ったかどうかと竜神大吊橋の認知に関してχ²検定を行ったが、有意な差は見られなかった。

(4) 竜神大吊橋への訪問に関して

竜神大吊橋を知っていると答えた旅行者に対して今回の旅行での竜神大吊橋への訪問について質問を行った。その結果、図-7より既に訪問してきた旅行者とこれから訪問しようとする旅行者を合わせて約2割であることが確認され、現状、観光スポット間での周遊は盛んに行われていないことがわかった。

7. 弘道館に関するアンケート結果

(1) 回答者の属性・観光形態

回答者の基本的な属性として偕楽園への旅行者のうち県外旅行者と県内旅行者との割合は同程度であった。様々な年代の旅行者が偕楽園に訪れており、旅行者の約7割が日帰り観光客であった。

また、分析に際して、回答者の中に偕楽園へ日常的に散歩している周辺住民が多く見られた。今回の分析において観光目的の旅行者の情報把握の実態について分析を行うため、それら散歩者は除き分析・考察を行った。

(2) 弘道館の情報の取得に関して

弘道館の代表的な情報として、偕楽園から弘道館への周遊行動に必要と考えられる情報である「観光スポット間のルート」、「観光スポット間の経路時間」、「水戸藩の藩校である」の3つの情報に関して集計を行った。それぞれの情報の取得手段についての集計結果を図-8に示す。それぞれの情報において「その他」の割合が高いことが分かる。「その他」に関しては、地元であるため知っていたという回答が多かった。このように、地元であり、ある程度情報も知っているといった旅行者も偕楽園に来ており、こうした旅行者は明確に偕楽園のみを訪問する意図が強く周遊の対象とは考えられにくい。上記3つの情報に関して情報の認知と訪問回数の関係を図-9に示す。この図より、ルートや経路情報などに関しては訪問経験の有無によって情報を把握できているかどうかの違いが見られる。一方で「水戸藩の藩校である」

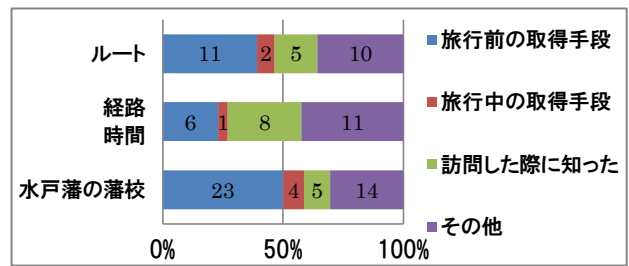


図-8 弘道館の各情報の情報取得手段に関して

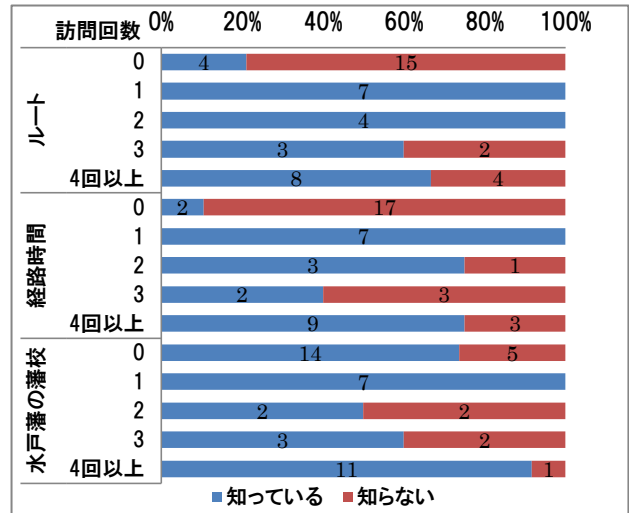


図-9 各情報の認知と弘道館への訪問回数の関係

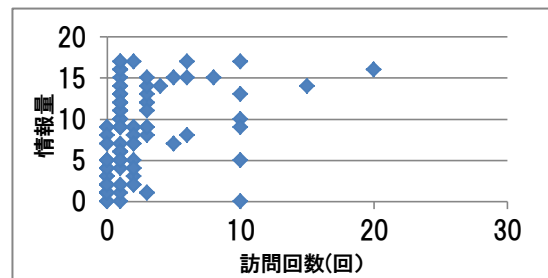


図-10 弘道館への訪問回数と情報量(n=48)

という情報は、訪問経験による差は見られず、弘道館を認知している者の多くは、基本的な情報として知っていると言える。また、旅行者が知っている情報の量と弘道館への訪問回数に関し、ケンドールの順位相関係数を求めたところ、0.412となり、情報の把握数と訪問回数には正の相関があることが確認された。これより、訪問経験が無い旅行者は多くの情報を把握できていないことが分かる。

また、「建物の一部は、国の重要文化財に指定されている」という歴史的な価値を示す情報に関しては、約4割しか知らず訪問経験が無い旅行者では2割未満とあまり知られていない結果となった。

(3) 弘道館の認知に関して

散歩者を除いた偕楽園への旅行者のうち、半数の旅行

者しか弘道館を知らないことが分かった。また、弘道館の認知の有無と住んでいる地域について、クロス集計を行った結果を図-11に示す。 χ^2 検定を行った結果、有意水準1%で有意な差が見られ、これより、茨城県外からの旅行者で弘道館を知っている人の割合は県内旅行者に比べ低く、県外からの旅行者のうち弘道館を知っている旅行者は約3割と低いことが分かった。

事前に情報収集を行ったかどうかと弘道館の認知度について検定を行ったが、有意な差は見られなかった。また弘道館は歴史的建造物であり、文化への興味があるか否かが影響するのではないかと考え、偕楽園内の歴史的建築物である好文亭への訪問と弘道館の認知に関して検定を行ったが、こちらも有意な差は見られなかった。好文亭は偕楽園への訪問者の半数以上が訪れており、こうした旅行者の興味を引く情報提供ができれば弘道館への周遊の促進ができるのではないかと考えられる。

(4) 弘道館への訪問に関して

弘道館を知っていると答えた旅行者に対して今回の旅行での弘道館への訪問について質問を行った。その結果、図-13より既に訪問してきた旅行者とこれから訪問しようとする旅行者を合わせて約1割であり、袋田の滝-竜神大吊橋間と同様、観光スポット間での周遊は少ないことがわかる。

8. 観光周遊に関する考察

対象とした観光スポットAにおける半数程度が県外からの旅行者である一方で、県外旅行者の観光スポットBに関する認知度は低く、スポット間の周遊を促進するためにはこれらを高める必要がある。しかし、観光スポット間の実際の周遊行動に関して、それぞれの観光スポットを知っているが訪問しない旅行者も多く、認知度を高くする以外にもこれらの旅行者が周遊を行うための要因を今後明らかにしていくことが必要と考えられる。

また、今回の調査で観光スポットを知っているが訪問経験がない旅行者は情報をあまり知らない傾向が見られており、さらに情報の取得手段に関して「訪問した際に知った」という回答が多いことから、旅行者の旅行中や旅行前を対象とした情報が有効に使われていないことが確認された。

情報発信の方法として観光スポットAの人気に関連付けてスポットBの情報を発信したとしても、受け取り手に及ぼす影響は大きくはなく、改めてスポットB自体をマスコミなどの広い範囲の人々が触れる媒体で周知されないかぎり、スポットBに価値を見出して来訪する潜在層に情報が伝わることは難しいものと考えられる。

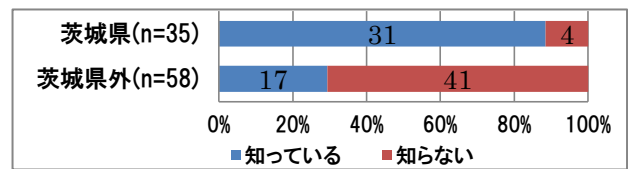


図-11 住んでいる地域別の弘道館の認知度(n=93)

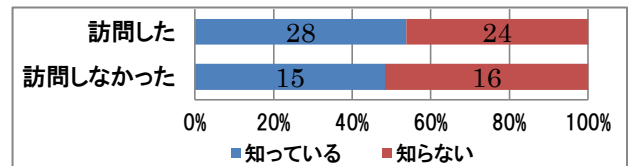


図-12 好文亭への訪問と弘道館の認知度(n=83)

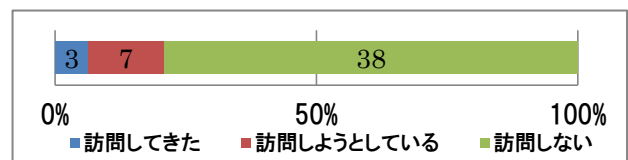


図-13 弘道館への訪問(n=48)

9. 結論

本研究では結論として以下の3つの知見が得られた。

- ① 既存研究における観光情報のまとめに加え、実際の観光地のホームページ等を参考に、近年の観光地が発信している情報の項目について整理した。
- ② 観光スポットAに訪問している旅行者に対して観光スポットBについての情報把握の実態を調査することで周遊観光促進の課題を抽出する方法を考案した。そしてそのケーススタディを行った結果、周遊が望まれているスポット間における実態として、認知しているものの観光周遊が行われていないことや、各情報に関して情報の取得に訪問回数に影響していることなどが明らかになることができた。
- ③ ケーススタディにおける観光スポットにおいて、両対象地とも、観光スポットBに対して認知をしているものの周遊を行わない旅行者が見られ、現状での周遊に対して課題を示した。また、各観光情報発信に関しても現状では不十分であり、今後の情報提供の強化が必要となる。

今回得られた成果より、観光周遊を促すためには、観光スポットにおける認知度を上げるだけでは不十分であり、観光スポット間の関わりに関する情報や旅行者のターゲットを絞った情報提供などを行っていく必要があると考えられる。

参考文献

- 1) 観光庁「観光立国基本法」(H18)
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/kankorikkoku/kihonhou.html>
- 2) 観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン - 世界が訪れ
たくなる日本へ -」(H28)
<http://www.mlit.go.jp/common/001126598.pdf>
- 3) 観光庁「観光地が取り組む効果的な観光情報提供のため
の資料集」(H20/3) (2018.7.31 受付)
- 4) 西井ほか：観光周遊行動における時間特性と空間特性に
基づく情報ニーズの分析-観光地 ITS 構築に向けて, 土木
計画学研究・論文集 Vol.21 No.2 pp.545-552 2004
- 5) 携帯機器による観光情報へのアクセス行動に関する分析
土木計画学研究・論文集 Vol.22 No.3 pp593-598 200
- 6) 三澤ほか：地域 ITS が観光誘発交通へもたらす効果の把
握, 土木計画学研究・論文集 Vol.20 No.2 pp.455-461 2003
- 7) 水戸市観光基本計画(3 次)

A STUDY ON INFORMATION OF TRAVELERS FOR THE PROMOTION OF
EXCURSION BEHAVIOR IN AREA

Hiroki ONUKI, Minoru YAMADA