

温泉観光地・熱海の活性化について－イメージと課題－

芝浦工業大学 学生会員 ○勝山 裕太
芝浦工業大学 正会員 遠藤 玲

1. 研究背景と目的

温泉観光地として有名な熱海は、昭和 40 年代以降観光客が減少し続けている。平成元年度に 726 軒あった宿泊施設は平成 17 年度では 378 軒まで落ち込み、平成 3 年度、440 万人であった宿泊客数は平成 17 年度には 290 万人に減少している。

平成 16 年度の総務省統計局発表データによれば、静岡県への宿泊旅行者の年齢層は、50 歳以上の中高年の比率が 54.5%であるのに対して 20 歳から 34 歳までは 22.5%と若年層の宿泊観光客が少ない。熱海においても、この関係が言えるとなると、今後、観光地域熱海を活性化させるためには、新たな顧客層を呼びこむことが必須であると考えられる。

そこで本研究では、観光地熱海の現状・課題を聞き取り調査から明確にするとともに、若年層の熱海に対する認知度・関心・評価に関するアンケート調査を通して熱海が若年層を惹きつけていない要因を分析する。それらの結果から、今後熱海が若年層を取り込んでいくために重要な条件を見だし、提言したい。

2. 研究方法と手順

(1) 聞き取り調査

現在の熱海の問題、課題を明らかにするために、熱海市役所観光商工課、熱海市観光協会への聞き取り調査を行った。

実施日 2007 年 7 月 2 日・11 月 5 日・6 日

(2) アンケート調査による分析

アンケート調査から若者の観光動向、熱海に対するイメージを明らかにし、今後熱海が若年層を取り込んでいくために必要な条件を見出すことを目的として、アンケート調査を行った。

表 1 アンケート調査概要

調査対象者	芝浦工業大学生
調査方法	会場アンケート
サンプル数	142人
調査実施日	2007年12月7日(金曜日)
調査内容	旅行の予算・利用宿泊施設等、旅行情報の入手手段、熱海について(記述式熱海のイメージ等)、熱海に対する認知、個人属性

3. 聞き取り調査の結果

(1) 熱海への宿泊観光客の特性

宿泊観光客の 80%は東京、千葉、埼玉、神奈川の関東圏からである。また熱海へのアクセス手段は電車 40%に対し、残りの 60%は自動車である。

(2) 力を入れている政策

夏から冬にかけ行われる花火大会、1月から3月に掛けての梅園は観光客が多く訪れるイベントであり効果をあげている他、中高年を中心に芸者の見番外観「華の舞い」が人気である。

(3) 熱海の抱える課題・問題

長期滞在型の世界保養地を目指し取り組んでいるが、熱海市の財政が資金難であることから初めの5年間はソフト面での政策に重点を置き、その後ハード面の強化を図っていく。

また熱海に来れば一通りのレジャーや観光スポットがあるのに他の地域の人々に認知されていない。観光客は主に温泉・食事を求めに来るが、それプラス何かをするといった行楽へのニーズが強い。しかし現状の熱海はその行楽ニーズに対して、観光資源を有効活用できていない、またうまく売り込めていない。今後各地へ熱海の認知を高めるための情報発信が必要である。

4. アンケート結果からの考察

(1) 宿泊費用の壁

友達・グループでの1人一泊辺りの宿泊費用は10,000円以内が39%、8,000円以内31%、6,000円以内27%であり、10,000円以上3%であった。表2より熱海の食事付宿泊平均は1人当たり14,800円と箱根に比べ2,000円程高く、学生の予算では熱海への宿泊は厳しい状況である。

表 2 熱海、箱根別、1人当たりの宿泊費(円)

	熱海平均宿泊費		箱根平均宿泊費	
	(一泊二食付)	(食事なし)	(一泊二食付)	(食事なし)
旅館	17,125円	8,438円	14,317円	7,144円
ホテル	13,915円	8,047円	10,856円	5,233円
民宿・ペンション	9,486円	3,720円		
平均	14,835円	7,600円	12,897円	6,189円

ヤフートラベル参考平成20年1月現在

キーワード 熱海 温泉 活性化 若年層 観光

連絡先 〒135-8548 東京都江東区豊洲 3-7-5 芝浦工業大学土木工学科 TEL 03-5859-8361

(2) 旅行先としての不人気

図 1・2 より熱海はグループ・カップルでの旅行希望先として共に 6 番目であったが歴史的、或いは知名度からするとこの結果は大きな問題であろう。箱根、軽井沢、日光という人気の高い三つの観光地に共通していえることは、水や緑などの自然が豊かであること、交通のアクセスの良さの他、知名度が高く、ブランドとして確立しているといえることが指摘できる。

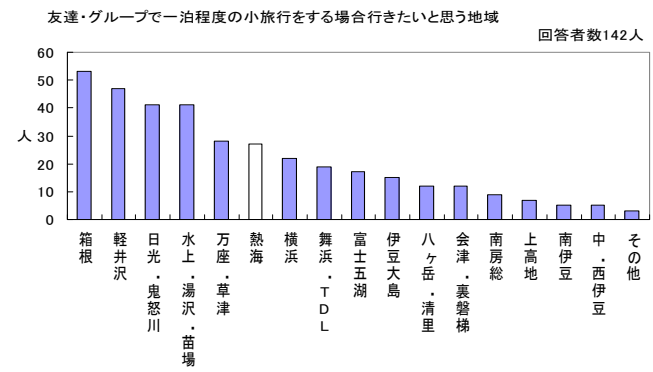


図 1 友達・グループでの小旅行先

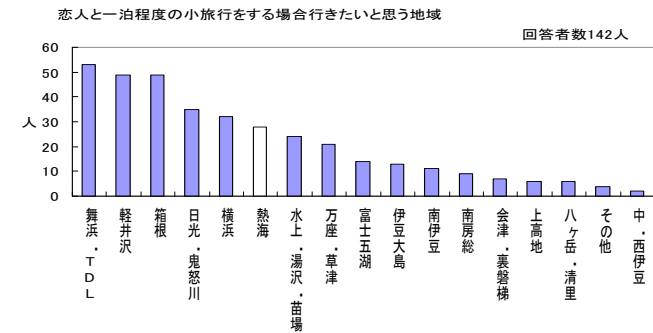


図 2 恋人との小旅行先

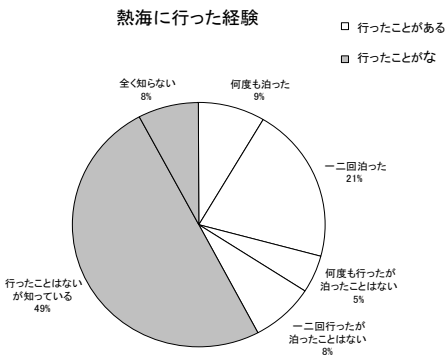


図3 熱海に行った経験・認知

表 3 熱海へ今後行きたいと思うか

行きたいと思う	84人	63%
行きたいと思わない	49人	37%
全体	133人	100%

(3) 行ったことはないが今後行きたいと思う若者

熱海へは行ったことがない人の方が多く、観光地として知っているだけがほぼ半分を占める(図 3)。また、熱海へ今後行きたいと思う人は 63%であり行きたいと思わない人を上回っている(表 3)。

(4) ネガティブな熱海のイメージ

観光地・熱海に対する認識は「温泉地」というイメージが一番多く、温泉地として定着していることが伺えた一方で、「寂れていて魅力がない・古臭い観光地」といったマイナスイメージも多かった(表 4)。

表 4 熱海のイメージ(記述式) 記入回答者 133 人

ポジティブなイメージ	回答者(人)	中立	回答者(人)	ネガティブなイメージ	回答者(人)
のんびりできそう、楽しそう	8	温泉地	58	汚い、錆びれている	15
食事が美味しそう	5	海、山、自然	25	古くから観光地、一昔前	15
宿泊施設が多い	4	海水浴場	7	観光地として魅力がない	11
にぎやか	4	東海道沿線	6	温泉、海しかない	10
景観がよい、きれいな所	4	花火	3	坂が多い	5
落ち着いている、情緒あふれる温泉街	3	田舎、地方都市	3	交通の便が悪い	4
身近な観光地、都心に近い	3	イメージなし	3	見る場所、遊ぶ所がない	3
宿泊費が安い	1	金色夜叉	2	年配向き、若者向きでない	3
		お宮の像	2	どこにあるのかわからない	2
		サスペンスドラマ	2	宿泊費高い	2
		別荘地	1	駅だけしか活気がない	1
		土産	1	老人	1

(5) ヒアリングとアンケート結果の対比

海、山といった自然に対するイメージが多かったが、その自然を活かして何かをするといった意見は海水浴だけであり、むしろ「坂が多くて嫌だ」といったマイナスの面に作用している要素の方が強かった。現状の熱海では軽井沢や箱根のようにハイキングやドライブコースなどの自然に親しむ環境は殆どなく、今後観光客が楽しめるような環境整備が重要であると考ええる。

また、今後熱海へ行きたい人の理由として「温泉へ入りたい・一度も熱海に行ったことがないから行ってみたい」という意見が多かったが、熱海側が観光スポットとしている名所やイベントに参加したいといった理由は見受けられなかった。このことから熱海の強みとしている観光資源は、若者に認知されていない、もしくは若者の興味の対象外であると考えられる。

5. まとめ

若者の熱海に対しての認知と行政の認識の間に差があり、そのギャップを埋めることや、若者の旅行予算を考慮した多様な宿泊料金設定が望まれる。

また、今後マイナスのイメージを払拭するための地域づくり、観光資源の有効活用とともに熱海の情報をもっと発信していくことが重要である。そして実際に熱海へ観光に来たときに若者が思っていることが実現できるような環境・サービスを整える必要がある。