

玉野総合コンサルタント 正会員 ○伊藤正人
福井工業大学 正会員 和田章仁

1. はじめに

温泉地における街路空間は、当該温泉地を訪問する人々にとって、温泉情緒や風情を感じるうえで重要な要素と思われる。そこで、本研究では温泉地の魅力の要因を把握すると共に、その魅力と街路空間の快適性との関わりについて検討するため、芦原温泉を対象として調査・研究を行うものである。すなわち、芦原温泉の旅館・ホテルを対象として旅館の従業員等にアンケート調査を実施し、その結果を分析することにより、街路空間の快適性に関わる温泉街の風情や街並みの持つ重みを把握し、温泉地における快適な空間形成の方向性を探るものである。

2. 芦原温泉のイメージ

1995年に芦原温泉旅館協同組合が、宿泊客を対象に行った芦原温泉の感想についてのアンケート調査によると、芦原温泉の「全体の印象」としては40%の人が『良い』と答えており、『悪い』の5%を大きく上回っている。これは、「旅館の施設」「旅館サービス」および「旅館の料理」に対する高い評価によって支えられていることによるものである。一方で、「交通アクセス」や「温泉街の景観」に対しては評価が低くなっている。とくに「温泉街の景観」に対しては、『悪い』と回答している人が20%と『良い』の17.7%よりも大きい割合を示している。これによると、旅館の設備やサービスについては評価が高いが、街路景観に対する評価は低い結果が得られている(表-1参照)。

	良い	普通	悪い	無回答
全体の印象	40.3	49.5	5.0	5.2
旅館の施設	54.8	38.4	5.4	1.4
旅館サービス	60.7	35.0	3.0	1.3
旅館の料理	53.1	38.9	6.4	1.6
交通アクセス	24.7	50.1	19.7	5.5
温泉街の景観	17.7	56.2	20.0	6.1

表一 1 菅原温泉の感想 単位: %

	良い	普通	悪い	無回答
全体の印象	40.3	49.5	5.0	5.2
旅館の施設	54.8	38.4	5.4	1.4
旅館サービス	60.7	35.0	3.0	1.3
旅館の料理	53.1	38.9	6.4	1.6
交通アクセス	24.7	50.1	19.7	5.5
温泉街の景観	17.7	56.2	20.0	6.1

出處：昔原溫泉旅館協同組合調査資料

3. アンケート調査の方法と内容

このような状況をふまえ、温泉地の魅力である温泉旅館の設備・サービスと温泉地の街路景観との比較、および街路空間の快適性に影響を及ぼす要因を把握するため、芦原温泉街の中心地に位置する全ての旅館・ホテルを対象としてアンケート調査を実施した。このアンケート調査の回答者は、調査対象旅館・ホテルの経営者および従業員とした。アンケート調査の概要等は次に示すとおりである。

(1) 調査概要

- ・調 査 日……1996年10月中旬～下旬
- ・調査方法……訪問配布・郵送回収方式
- ・配 布……調査票配布旅館数：17旅館
配布調査票数：51票（3票／旅館）
- ・回 収……調査票回収旅館数：15旅館（回収率88％）
回収調査票数：45票

(2) 調査内容

- ・快適な温泉地を形成する要因
- ・芦原温泉のセールスポイント（芦原温泉の魅力）
- ・芦原温泉における街路空間の評価（５段階評価）

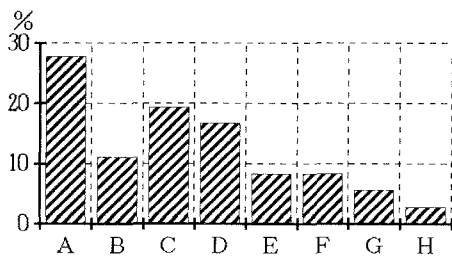


図-1 快適な温泉地を形成する要因

A : 山海の幸と良質の湯
B : 旅館のサービス
C : 交通の便が良い
D : 温泉街としての賑やかさ
E : 温泉街としての静寂さ
F : 安全で清潔な町
G : 魅力ある街並み
H : その他

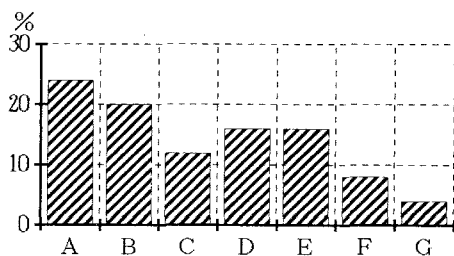


図-2 芦原温泉のセールスポイント

A : 山海の幸と良質の湯
B : 旅館のサービス
C : 芸妓等のサービス
D : 交通の便が良い
E : 温泉情緒のある街並み
F : 素朴な街並み
G : その他

4. 調査結果と分析

(1) 快適な温泉地を形成する要因

快適かつ魅力的な温泉地を創出するための必要な要素については、図-1に示すように「山海の幸と良質の湯」が一番大きな要素にあげられている。また、これに「旅館のサービス」を加えた旅館側からの良質なサービスの供給が約40%を占めている。しかし、温泉街の賑やかさと静寂さで25%を占める一方、「魅力ある街並み」は僅か6%にとどまっている。この「魅力ある街並み」に「安全で清潔な町」を加えても14%であることから、快適で魅力的な温泉街を形成するためには外部空間の快適性はあまり影響されず、旅館の『料理・風呂・サービス』が温泉地の主な魅力と考えられていることがわかる。

(2) 芦原温泉のセールスポイント

芦原温泉の魅力を地元の旅館としてどのように感じているか、すなわち、他の温泉地と比較して芦原温泉が勝っている点を集計した結果が図-2である。これによると、「山海の幸と良質の湯」や「旅館のサービス」および「芸妓等のサービス」といった旅館の『料理・風呂・サービス』が過半数を占めており、「温泉情緒のある街並み」の16%を大きく上回っている。このことから、芦原温泉に対する旅館側からの評価と先の宿泊客からの評価とはほぼ同じ傾向を示しているといえよう。

(3) 芦原温泉における街路空間の評価

芦原温泉における街路空間の評価を行うにあたり、項目毎に『非常に良い』(+2点)、『やや良い』(+1点)、『普通』(±0点)、『やや悪い』(-1点)、『非常に悪い』(-2点)の5段階表示とし、その合計で集計を行った。この結果は表-2に示すとおり、街路空間の「総合的な快適性」は-1点であり悪くないが、「温泉街の風情」や「看板・街灯のデザイン」がそれぞれ-10点と-9点であることから、街路の温泉情緒や景観が空間評価に与えるウエイトは低いことがわかった。

表-2 街路空間の評価

項 目	評 点
温 泉 街 の 風 情	-10点
看板・街灯のデザイン	- 9点
道路の歩きやすさ	+ 7点
安 全 性	+ 2点
総 合 的 な 快 適 性	- 1点

5. おわりに

温泉地における魅力については、温泉旅館内での設備やサービスと温泉街の景観が一体となって形成されるものと考えられるが、芦原温泉の旅館の従業員等によると前者に対して高く評価している一方、街並みに対しては低い評価であることがわかった。また、街路空間の快適性に対する評価は、温泉街の風情や看板等のデザインといった景観面からの項目のウエイトは低いことが判明した。

今後は、温泉旅館の宿泊客に対する詳細なアンケート調査を行い、より具体的に快適な温泉街の形成に関する方向性を考察する必要がある。