

# ファミリー層の観光地選択における嗜好特性の分析 - 嬭恋村への提案-



H03202 大坪 裕哉  
指導教員 岩倉 成志

## 1. 研究背景・目的

嬭恋村において、観光資源の変化がないにも関わらず、観光客が減少している。嬭恋村は、草津温泉と軽井沢という有名な観光地に囲まれた地域である。しかし、現状ではそれらの観光地を訪れた観光客が嬭恋村に立ち寄る傾向が少なく、地域との連携が十分図られていない。つまり、嬭恋村の観光需要を増加させるには、草津や軽井沢と連携する必要がある。

そこで、本研究では観光におけるアクティビティの組合せなどから草津温泉、軽井沢を訪れる観光客と嬭恋村で行われるアクティビティの特性を明らかにして、嬭恋村と草津・軽井沢との連携を図る方向性とアクティビティのターゲットを明らかにして、嬭恋村の観光戦略を提案する。

## 2. データ概要

今回用いるデータは東京圏に住んでいる30歳以上を対象として2005年に実施した観光行動履歴などに関する独自のアンケートである。分析にはファミリー(夫婦もしくは子供がいる)である279人を対象とする。

## 3. 分析

### 3-1. アクティビティの特性分析

ここでは、属性(男女、年齢層)とアクティビティ組合せから嗜好特性を明らかにする。

#### a) 属性別(男女、年齢層)

表1は男女、年齢層別アクティビティ実施人数を示した表である。この表から、風景は全ての年齢層で行われており、レジャーランド、スキー・スノーボードについては、30、40歳代が行うことが多く、50歳代以上は行われにくい。

また、女性の特産品買物飲食が多く行われていた。これらをまとめると、30、40歳代は様々なアクティビティを行うが、50歳代以上は、鑑賞系のアクティビティを行う傾向があると言える。

この他に、子供の有無に着目すると、子供がいる場

合、キャンプ、レジャーランド、スキー・スノーボード、動植物園、多く行われていた。また、車の利用をする観光客は、キャンプ、スキー・スノーボード、レジャーランドといった回数が多い。自ら体験する観光形態は車利用が多くなる。

#### b) アクティビティ組合せ別

ここでは、アクティビティの組合せについて分析する。表2は、アクティビティ実施回数、そのうち単独で行った回数とその割合、他に行われているアクティビティ平均個数を示した表である。この表から、スキー・スノーボードは単独で実施されやすいが、その他のアクティビティは組合せて行われていることがわかる。具体的に、どのような組合せが行われているのかを分析したところ、風景をベースとして名所・旧跡、特産品買物・飲食が多く組合わされており、観光には風景が不可欠な要素といえる。

表1 年代別のアクティビティの嗜好特性

アクティビティの種類	30歳代		40歳代		50歳代以上		全体	順位
	男	女	男	女	男	女		
風景	21人	62人	25人	45人	29人	44人	226人	1位
温泉浴	19人	53人	23人	39人	24人	32人	190人	2位
名所・旧跡	18人	52人	17人	35人	22人	32人	176人	3位
特産品の買物・飲食	13人	63人	14人	39人	16人	25人	170人	4位
レジャーランド	21人	36人	22人	28人	9人	12人	128人	5位
動植物園水族館	15人	34人	16人	30人	7人	16人	118人	6位
社寺	11人	24人	10人	26人	17人	27人	115人	7位
ドライブ	16人	28人	15人	21人	11人	17人	108人	8位
海水浴	13人	28人	8人	18人	6人	5人	78人	9位
登山ハイキング	0人	8人	5人	7人	5人	8人	33人	10位
スキー・スノーボード	6人	9人	7人	8人	0人	2人	32人	11位
キャンプ	2人	2人	1人	4人	2人	0人	11人	12位
年代別集計	31人	77人	34人	57人	32人	48人	279人	

表2 アクティビティ組合せ特性 平均組合せ順

	実施回数	単独	割合	平均
キャンプ	45回	4回	8.89%	4.16個
動植物園等	233回	7回	3.00%	3.93個
ドライブ	313回	7回	2.24%	3.75個
名所・旧跡	448回	20回	4.46%	3.70個
特産品買物・飲食	607回	39回	6.43%	3.55個
風景	798回	75回	9.40%	3.26個
登山ハイキング	52回	5回	9.62%	3.25個
温泉浴	548回	79回	14.42%	3.12個
レジャーランド	256回	63回	24.61%	3.00個
スキー・スノーボード	96回	74回	77.08%	1.34個

### 3-2. 嬭恋村のあるアクティビティ特性分析

ここでは、嬭恋村で行うことができるスキー・スノーボード、キャンプ、登山・ハイキングといったアクティビティの全国的な特性を分析する。表3は、3つのアクティビティについて、多く行われている上位10個の観光地をまとめたものである

#### a) スキー・スノーボード

表3と3-1b)からスキー・スノーボードを単独で行く場合、志賀高原や越後湯沢などの規模が大きいスキー場に訪れる傾向があり、スキーと組合わすアクティビティは温泉浴、特産品買物・飲食、風景がある。温泉浴は、スキー場の規模に関係なく、関東近郊に多く訪れていた。

#### b) キャンプと登山・ハイキング

キャンプと登山・ハイキングといったアクティビティ組合せ傾向として、単独ではなく温泉浴、特産品・買物・飲食といったものが組合わされやすく、表3より関東甲信越、北陸を訪れている傾向が読み取れる。

表3 観光地分布

スキー・スノーボード		キャンプ		登山・ハイキング	
越後湯沢	21回	八王子	24回	上高地	4回
尾瀬	13回	八ヶ岳	3回	諏訪湖	3回
志賀高原	9回	伊豆半島	3回	八ヶ岳	3回
草津温泉	7回	猪苗代湖	1回	箱根	2回
水上温泉	6回	那須・塩原	1回	妙高	2回
富良野	4回	佐渡島	1回	立山・黒部	2回
磐梯高原	4回	能登半島	2回	乗鞍	2回
苗場・秋山郷	3回	美ヶ原	1回	白馬・安曇野	2回
小樽	2回	軽井沢	1回	軽井沢	2回
白樺湖	2回	白樺湖	1回	網走	1回

### 3-3. 草津温泉・軽井沢の観光アクティビティ分析

ここでは、草津温泉と軽井沢で実施されているアクティビティのうち、嬭恋村で行うことができるアクティビティの特性について分析する。表4は草津温泉で最も行われているアクティビティである温泉浴と組合せて行うアクティビティの実施回数と割合を、全国、草津温泉をまとめた表である。この表から、草津温泉は、風景、ドライブ、特産品買物飲食、キャンプに関して全国より弱いことがわかる。表5は、軽井沢で最も行われているアクティビティである風景と組合せて行うアクティビティの実施回数と割合を、全国、軽井沢とでまとめた表である。この表から、軽井沢ではドライブと特産品買物飲食が強いものの、キャンプ、ハイキング、温泉浴が全国より弱いことがわかった。

表4 草津温泉の観光地特性

	全国		草津温泉	
	実施数	割合	実施数	割合
風景	276回	50.4%	7回	35.0%
ドライブ	130回	23.7%	3回	15.0%
キャンプ	25回	4.6%	0回	0.0%
ハイキング	12回	2.2%	0回	0.0%
特産品買物飲食	227回	41.4%	3回	15.0%
計	548回		20回	

表5 軽井沢観光地特性

	全国		軽井沢	
	実施数	割合	実施数	割合
温泉浴	276回	50.4%	8回	40.0%
ドライブ	188回	34.3%	14回	70.0%
キャンプ	12回	2.2%	1回	5.0%
ハイキング	41回	7.5%	2回	0.4%
特産品買物飲食	376回	68.6%	13回	65.0%
計	798回		20回	

## 4. 提案

### 4-1. 周辺地域との連携の方向性

今回の分析から、草津温泉では、風景、ドライブ、特産品買物飲食、キャンプが需要に応えられていないことがわかった。このことから、草津温泉を訪れる観光客をパノラマラインへ誘導する道路標識整備やキャンプ場のPRなどが集客の鍵となる。また、軽井沢ではキャンプ、ハイキング、温泉浴が需要に応えられていない。そのため、軽井沢を訪れる観光客に嬭恋村に立ち寄ってもらうため軽井沢を拠点として嬭恋村で、キャンプ、ハイキング、温泉浴が行える観光周遊コースのPRすることが集客の鍵となる。

### 4-2. 観光アクティビティのターゲット

嬭恋村を訪れる草津温泉の観光客には、パノラマラインへの誘導やキャンプ地の情報PRすることや、軽井沢を訪れる観光客に、軽井沢を拠点に嬭恋村で、キャンプ、ハイキング、温泉浴を行える観光周遊コースを整備することが集客の鍵となる。キャンプの行う観光客の多くは、子供がいる30、40歳代である。このことから、親子で楽しめるイベントをキャンプ場で行うことが集客力を上げることに繋がる。また、ハイキングを行う観光客は中高年が多く、温泉浴が行われる傾向にある。このことから、中高年世代でもハイキングを楽しめるように緩やかなコースと休憩できる施設の整備も有効な政策であるといえる。

今回の分析によって行われた提案が、嬭恋村の観光への一助になればと思う。