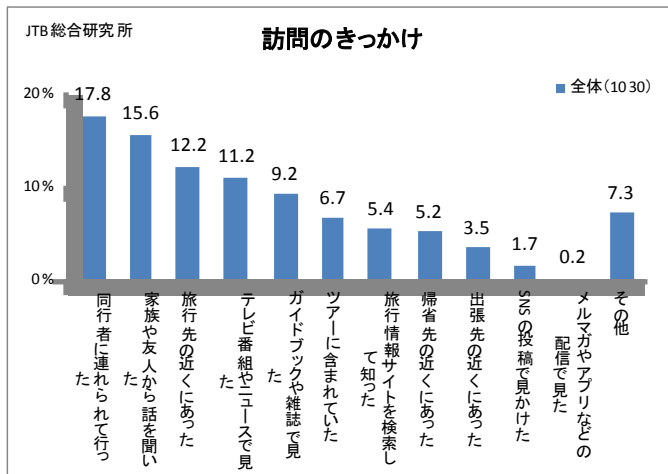


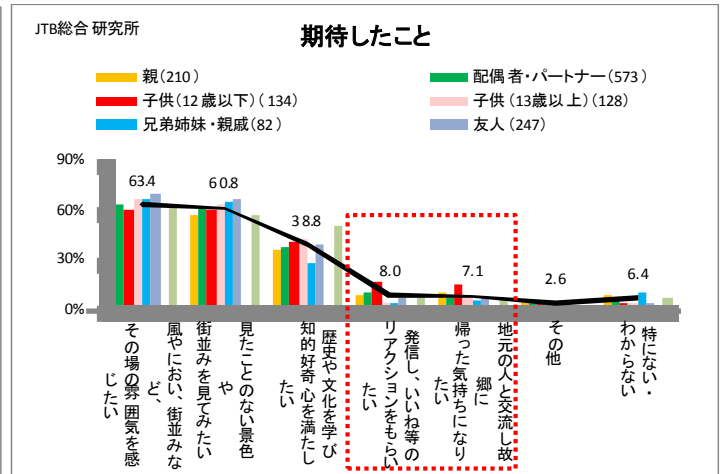
(図 12) 訪問のきっかけ

(複数回答)



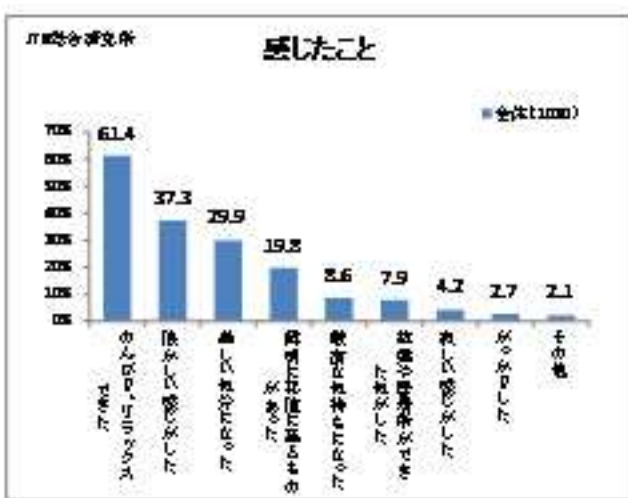
(図 13) 期待したこと

(複数回答)



(図 14) 訪問の際に感じたこと(全体)

(複数回答)



(図 15) 地区別「感じたこと」の特徴(コレスポネン分析)



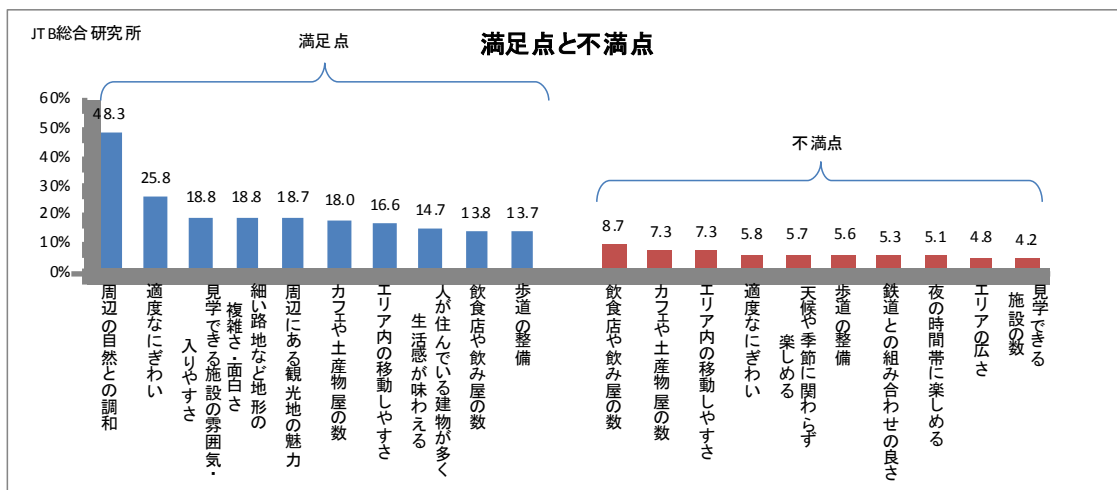
6. 満足したことは「周辺の自然との調和(48.3%)」、「適度にぎわい(25.8%)」。不満点は「飲食店や飲み屋の数」

「12歳以下の子供連れ」は「カフェや土産物屋の数」、「天候や季節に関わらず楽しめる」、「体験の楽しさ」にやや不満

地区で満足した点と不満点について聞いた結果では、最も満足したことは「周辺の自然との調和(48.3%)」、次いで「適度にぎわい(25.8%)」でした。不満点として最も高かったのは、「飲食店や飲み屋の数(8.7%)」でしたが、総じて、不満点より満足点としてあげられる割合が高く、あまり大きな不満はないようです。ただし、同行者別にみると、「12歳以下の子供連れ」では「カフェや土産物屋の数」、「天候や季節に関わらず楽しめる」、「体験の楽しさ」でやや不満がみられ、子供連れで気軽に楽しめる施設や体験などのコンテンツが不足している可能性も考えられます(図 16, 17)。

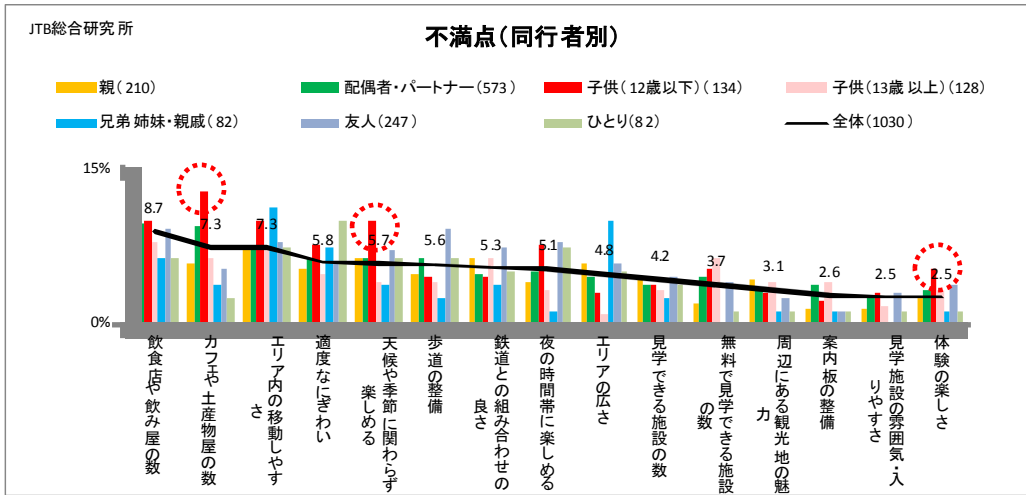
(図 16) 満足点と不満点

(複数回答)



(図 17) 不満点(同行者別)

(複数回答)



【歴史的な建築物がある集落や町並み(重要伝統的建造物群保存地区に関わらず)との今後のつながりについて】

7. 20～30代男性はまちとのつながりを持ちたい。保存への協力意向や日常的な情報収集意向に意欲的

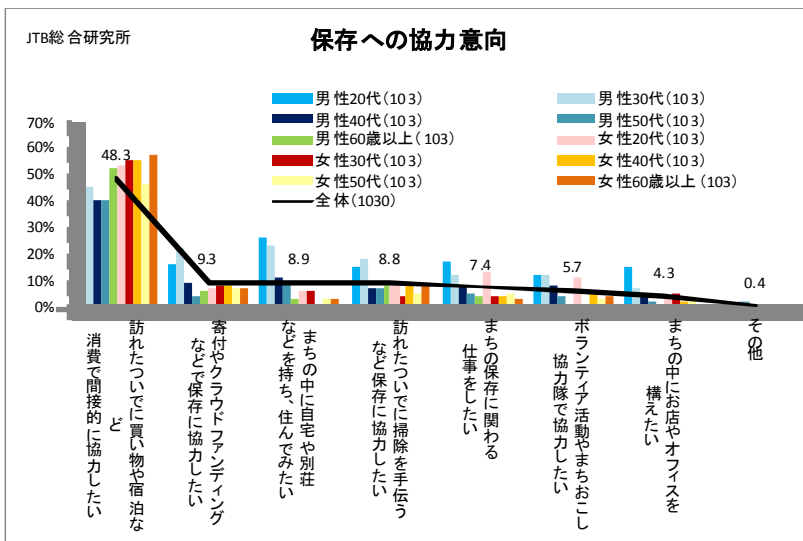
次に、「歴史的な建築物がある集落や町並み(重要伝統的建造物群保存地区に関わらず)」と今後、どのような関わりをもっていきたいかについてみてみます。

「歴史的な建築物がある集落や町並み」の保存への協力意向については、全体では「訪れたついでに買い物や宿泊など消費で間接的に協力したい」が最も高くなりました。次に多いのは、「寄付やクラウドファンディングなどで保存に協力したい」で、お金を使うことで協力したいと考える人が多いようです。特に消費での協力意向は女性で高い傾向がみられました。特徴的だったのは、20～30代男性、特に20代の男性で、「まちの中に自宅や別荘を持ち、住んでみたい(20代男性 26.2、全体 8.9%)」、「まちの保存に関わる仕事がしたい(20代男性 17.5%、全体 7.4%)」なども高く、より直接的に関わりたい意向がみられました。

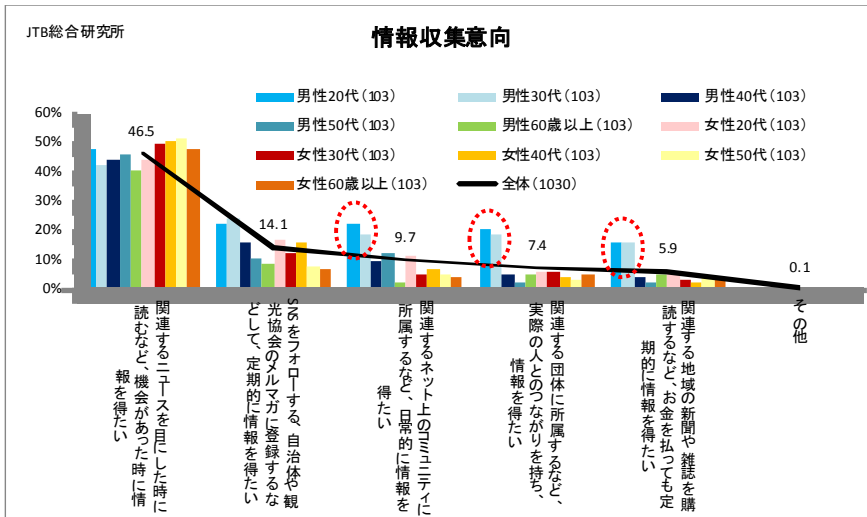
地区とのつながりを持つための情報収集についても、全体では、「関連するニュースを目にした時に読むなど、機会があった時に情報を得たい(46.5%)」が最も高くなりましたが、20～30代の男性は、「関連するネット上のコミュニティに所属するなど、日常的に情報を得たい」、「関連する団体に所属するなど、実際の人とのつながりを持ち、情報を得たい」、「関連する地域の新聞や雑誌を購読するなど、お金を払っても定期的に情報を得たい」など、積極的な情報収集を志向する割合が全体を大きく超えています(図 18～19)。

(図 18) 保存への協力意向(性年齢別)

(複数回答)



(図 19) 地区とのつながりを持つための情報収集意向(性年齢別) (複数回答)



【地域通貨についての認知と利用経験】

8. 地域通貨の認知度は、53.2%だが、女性は「知らない」の割合が高い。利用経験、利用意向は 20~30 代男性で高い

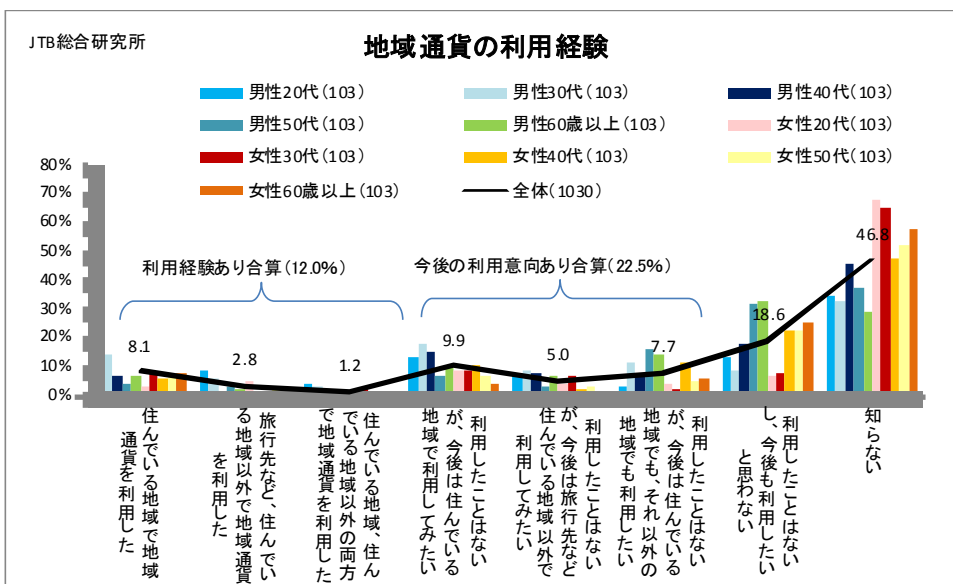
一時、下火となっていた“地域通貨”ですが、スマートフォン決済の広がりやブロックチェーンなどの技術的な進化に伴い、地域活性化策として再び注目が集まり、新しく“地域通貨”を発行する地域も増えてきています。そこで、地域通貨の利用実態について聞きました。

全体での利用経験は、12.0%、今後の利用意向は 22.5%でした。「知っている」人だけに限定すると、旅行先での利用経験は 7.5%でした。地域通貨を利用しない理由として、「使える場所が少ない(27.4%)」や「居住している地域にない(25.7%)」など、機会が少ないことが多く、利便性に関することは少ない結果となりました。

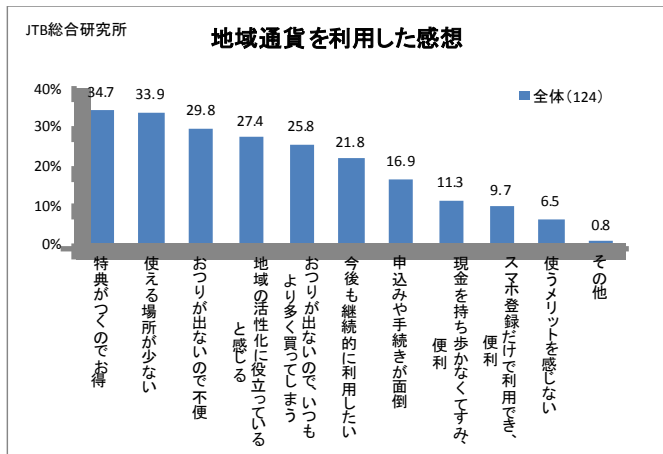
「現金しか使えず困った場所」としてあがったのは、「飲食店」や「土産物屋」で、特に20~30代男性では、そのような経験をした人が多い割合でした(図 20~23)。

(図 20) 地域通貨の利用経験

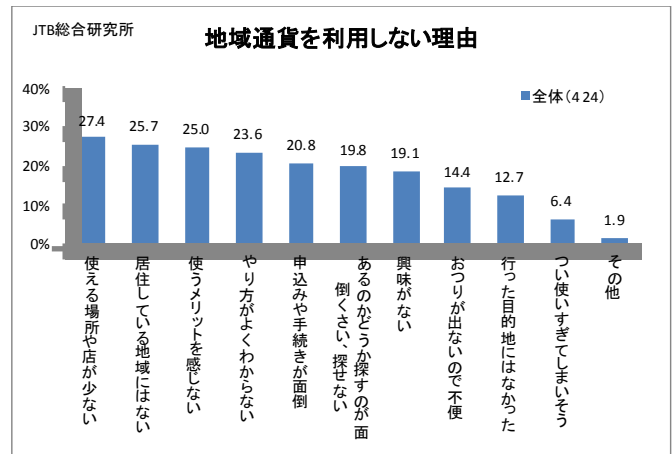
(複数回答)



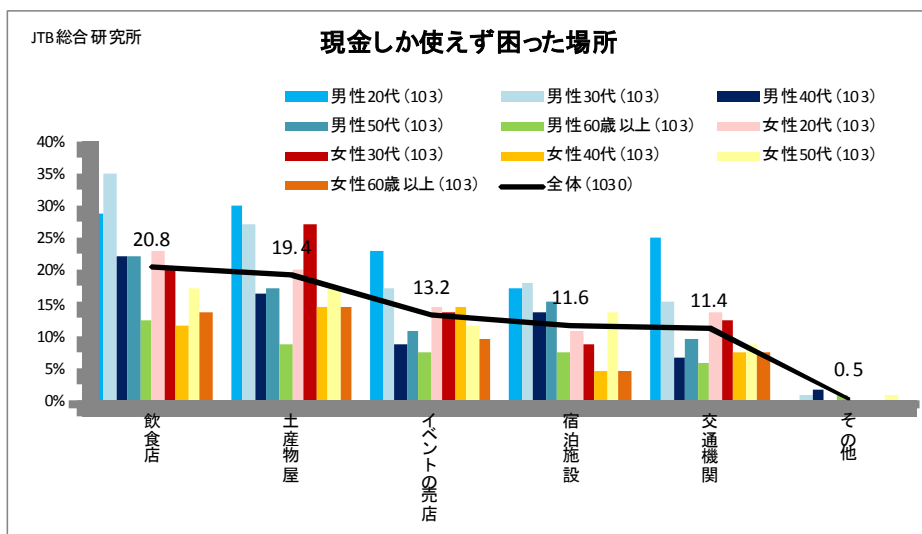
(図 21) 地域通貨を利用した感想 (複数回答)



(図 22) 地域通貨を利用しない理由 (複数回答)



(図 23) 現金しか使えず困った場所 (複数回答)



重要伝統的建築物群保存地区の管理・運営者の取り組み

9. 地区として大切にしたいことは「まちの景観を保存すること(95.5%)」、「歴史的な文化を継承すること(90.9%)」
課題は「空き家の活用(65.2%)」、「交通アクセスの利便性(56.5%)」

参考にする地域は、同じ「重要建築物群保存地区」ではなく、他の「観光地」

「重要伝統的建築物群保存地区」の管理や運営に携わる組織や団体(国や自治体、観光協会、民間団体など)へのアンケートを実施し、地区の管理・運営にあたっての意識や取り組みなどを聞きました。その結果、地区として大切にしたいと考えていることは、まず①その土地の資源(「まちの景観」や「歴史的な文化」、「観光資源」など)を守ること、②地域に関わること(「生活文化」や「地域経済」、「住民の生活の質」など)、③変化への対応(「新しい人を受け入れること」、「時代に合わせてリノベーションしていくこと」、「外部資本から守ること」)の順でした。

主な課題としては、「空き家の活用」や「交通アクセスの利便性」があがりました。最近、耳にすることが増えたオーバーツーリズムについては、全体としてはあまり大きくあがりませんが、個別の意見としては、来客数をむしろ減らしていきたいといった地区もあり、今後は検討が必要となってくる要素かもしれません。具体的な取り組みとしては、住民や訪問者が一体となったクリーンアップ作戦やボランティア育成、移住促進など住民や訪問者の関与度を高める施策が各地で実施されていました。

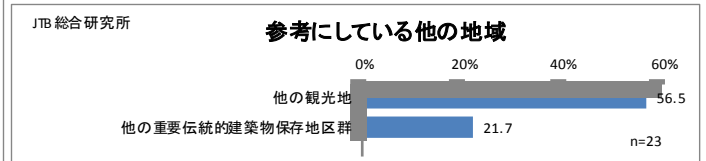
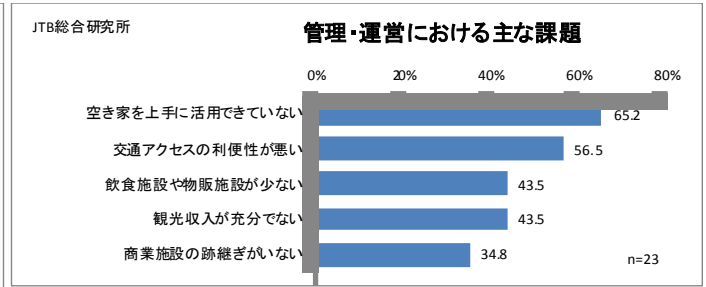
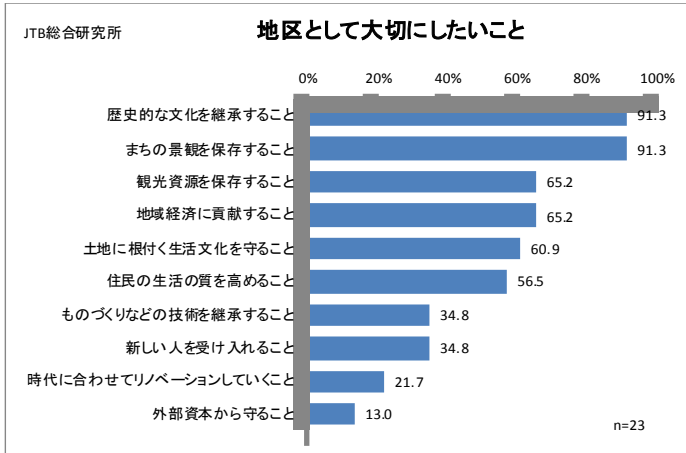
また、参考としている地域については、同じ重要伝統的建築物群保存地区ではなく、他の「観光地」とする地区が多いようです(図 24~26)。

(図 24) 地区として大切にしたいこと

(複数回答)

上段:(図 25)主な課題(複数回答)

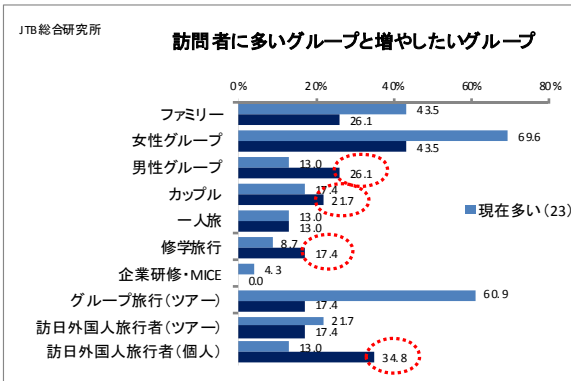
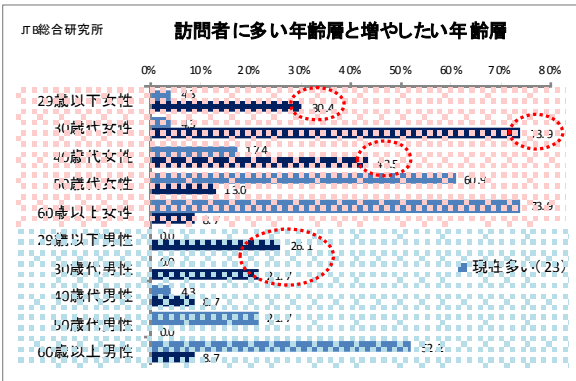
下段:(図 26)参考にしている他の地域(複数回答)



10. 増やしたい訪問者は、「20～40代女性」、「20～30代男性」、「個人の訪日外国人旅行者」

訪問者について、現在多い年齢層やグループと、今後増やしたい年齢層やグループを聞いたところ、「増やしたい」が「現在多い」を上回る年齢層は「20～40代女性」、「20～30代男性」、グループでは、「個人の訪日外国人旅行者」、「男性グループ」などでした。多くの地域が、現在多い50歳以上の層だけでなく、若い世代を増やしたいと考えていることがわかります(図 27、28)。実際の訪問者と増やしたい訪問者が異なることは、多くの地区が抱える課題と言えるでしょう。

(図 27) 多い年齢層と増やしたい年齢層(複数回答) (図 28) 多いグループと増やしたいグループ(複数回答)



歴史的な建築物がある集落や町並みの今後の可能性を考える

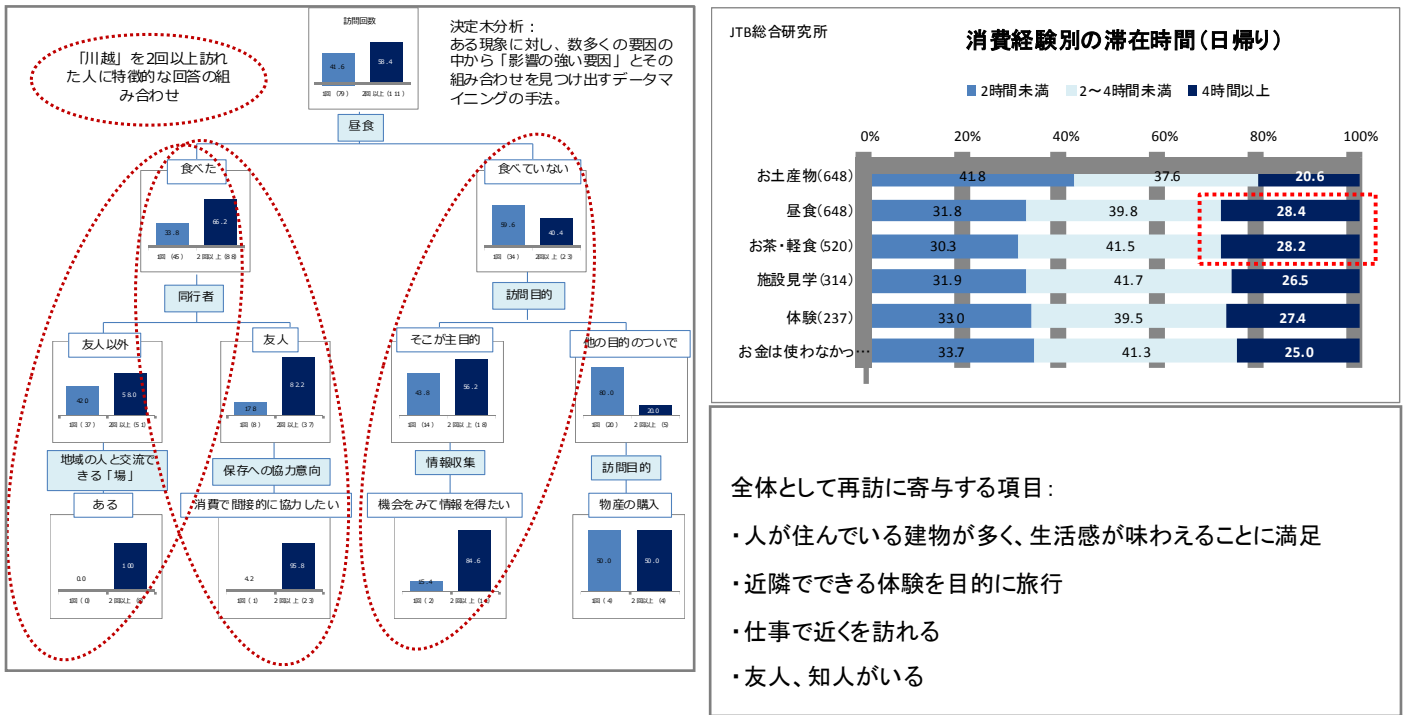
●再訪を促し、交流人口を増やす

「食事をする」ことが、再訪や滞在時間の延伸に寄与する可能性。同じ場所を複数回訪れた人には、「昼食を食べた」と回答した人が多く、滞在時間も長めの傾向。全体としては「人が住んでいる建物が多く、生活感が味わえる」ことも再訪に関わる

訪問者を増やすためには、再訪を促すことも重要と考えられます。そこで、2回以上訪れた人と、1回だけの人と、どのような違いがあるのか、決定木分析(複数の要因の中から、結果に影響の強い要因の組み合わせを見つけ出すデータマイニングの手法)でみてみます。直近で訪れた数が多かった川越を事例として分析をしてみると、最も影響が大きかった要因は「昼食を食べた」でした。また、「昼食を食べた」人の中で、友人と訪問をした場合には、町並みの保存に関し、「その土地で買い物や宿泊など消費をすることで間接的に協力したい」と回答した人が多くなりました。一方、「昼食を食べた人で、友人以外と訪問した」場合は、「地域の人と交流できる『場』がある」ことに満足したと回答した人が多い傾向でした。同様の分析をした丹波篠山でも「昼食」が要因の一つとしてあがりました。また、全体では、「人が住んでいる建物が多く、生活感が味わえること」に満足したかどうかや、「仕事で近くを訪れる」なども影響をしていることがわかりました。

地区内での消費項目ごとの滞在時間(日帰りの場合)をみると、「昼食」や「お茶・軽食」を食べた、「体験」をしたと回答した人で滞在時間が長い傾向がありました。食事や交流(体験)などの経験は、その土地の生活文化の一端に触れる機会となり、関与度を高めるのではないのでしょうか(図 29、30)。

(図 29) 複数回訪れた人の特徴(決定木分析・川越を事例として)(図 30) 滞在時間(消費経験別) (単一回答)



● 20 代の男性に商機。思いをつないでくれる人の輪を広げる

20 代男性は、「まちの保存に関わる仕事がしたい」、「まちの中にお店やオフィスを構えたい」といった意向があり、地区とのつながりを持つための日常的な情報収集にも積極的であることがわかりました。また、地区内で、歴史的な建築物を利用した“高級な”宿泊施設へも関心が高く、消費にも意欲的です。必ずしもボリュームとして大きな層ではありませんが、このように地区への強い思い入れを持っている旅行者を大切に、より強いつながりを築いていくこと、同じような関心を持つ人々へと思いをつないでいってもらうことは、関与度を高め、再訪を促すためにも、次世代へ向けた持続的な観光を目指すためにも必要であると考えられます。

また最近、街のカフェでパソコンを広げ、仕事をする人の姿はごく当たり前の光景となりました。働き方が多様化し、必ずしも毎日オフィスに出社し仕事をするというスタイルだけでなく、在宅勤務やテレワークなど、時と場合に応じて様々な場所で仕事をする機会が増えています。休暇中の旅行先で一時的に仕事をする“ワーケーション”のような働き方も出てきました。舞鶴市にある赤れんがパークでは、コワーキングスペースを開所していますが、若い世代の働き方の変化に合わせて、観光だけでなく、“仕事+半観光”といったニーズに応えていくことも、管理・運営に関わる方々が最も大きな課題としてあげた「空き家の活用」にも有効かもしれません。

<お問い合わせ>
 (株) JTB 総合研究所
 調査分析担当: 早野陽子
 広報担当: 早野・三ツ橋・波潟
 03-6722-0759
 www.tourism.jp