

都市地域の短時間観光行動の実態とその調査手法構築に向けた 基礎的検討

Fundamental Study on Short-term Tourism Behavior in Urban Area

吉田 樹 * ・ 杉町大輔 ** ・ 太田悠悟 *** ・ 秋山哲男 ****
Itsuki Yoshida Daisuke Sugimachi Yugo Ohta Tetsuo Akiyama

摘 要

都市地域における観光を捉えるとき、都市の魅力のひとつとして、商業集積や「繁華街」の存在が一般的に考えられていることから、特産品に限らない「買物」や繁華街の散策といった、短時間の活動も、それが市民の日常生活において反復して行われるものでなければ、観光行動として位置づけることが可能であると考えられる。したがって、こうした都市的かつ短時間の観光目的がどの程度存在し、それらが「日常生活」とはどのように異なっているかを明らかにすることが観光統計や観光入込客数の計測手法の充実を図るうえで不可欠になると考えられる。

そこで、本研究では、都市的かつ短時間の観光行動の実態を明らかにすることを第一の目的に設定した。具体的には、東京都内とその近郊にある観光地（浅草、神楽坂、川越）を対象に来街者調査を行い、来街者の集客範囲や来街目的、来訪頻度などを明らかにすることによって、都市地域における短時間観光の特徴を明確にした。

第二の目的として、こうした短時間観光の実態把握を行う調査手法の基礎的な検討を行なった。具体的には観光行動を把握することを目的とした既存調査で、宿泊を伴わない観光がどのような「時間」「空間」「目的」に位置づけられているかを明らかにしたうえで、既存調査を活用することによって、都市地域の短時間観光の実態を明確にできるか考察した。また、都市地域の居住者を対象とした、短時間観光の把握を目的とした調査を具体的に設計し、従来の調査結果との比較を行った。

1. はじめに

1.1 研究の背景と問題の所在

観光という語は、中国の易経における「觀國之光（国の光を観る）」を語源としているが、その定義については多様に考えられている。わが国における代表的な観光の定義のひとつに、観光政策審議会が示したものがある⁽¹⁾。ここでは、観光を「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」として、「半日以上や宿泊を伴うもの」とであると捉えている。この定義には、「時間」「空間」「目的」という3つの要素が含まれているが、私たちが「観光科学」を追求するうえ

で、観光として捉える「時間」「空間」「目的」の各要素をどう規定するかを明確にして論を進めることが必要である。

一方で、わが国の政府や地方公共団体では、近年における観光施策の重視に伴い、観光入込客数の数値目標を掲げるケースもでてきた。例えば、2003年度から展開された「ビジット・ジャパン・キャンペーン」では、訪日外国人旅行者（インバウンド）を2010年には1,000万人とする（2003年は521万人）目標を掲げている。また、東京都では平成18年の「東京都観光産業振興プラン」のなかで、計画期間の最終年度（平成23年度）には、外国人旅行者では年間700万人、国内旅行者は年間5億人の誘致をそれぞれ目指している⁽¹⁾。

しかし、先に述べたように、観光の定義が多様に考えられているなかで、観光者として捉える「時間」「空間」「目的」の範囲をどのように設定するのかという課題が残される。また、これらの要素が明確に設定されたとしても、入込客数の計測手法が十分に整備されているとは言い難い状況にある。

* 首都大学東京大学院都市環境科学研究科 観光科学専修助教

〒192-0397 東京都八王子市南大沢 1-1

e-mail itsuki-y@mue.biglobe.ne.jp

** イオンモール福岡ルクル

*** 首都大学東京大学院都市環境科学研究科 都市システム科学専攻 博士前期課程

**** 首都大学東京大学院都市環境科学研究科 観光科学専修教授

例えば、平成 18 年度に東京都が実施した「東京都観光客数等実態調査」では、宿泊を伴わない日帰り観光者（実人数ベース）が全体の 94.3%を占めている一方で、その 61.1%が都内の居住者であるとの結果が示されている²⁾。この調査では、六本木ヒルズや丸ビルなども「観光地点」として捉えており、そうした施設でのショッピングや、秋葉原など「繁華街」への来訪も観光の「目的」として位置づけている。そのため、東京都の「観光地点」では、都内居住者の来訪も多くなることから、先の観光政策審議会が示す「日常生活圏を離れて行う」「半日以上」の活動を観光と位置づけた定義には含まれないものも観光として捉えていることになる。

しかし、民間資本による投資が集中しやすい都市地域では、商業集積や「繁華街」が都市の魅力のひとつとして捉えられることから、商業施設での「ショッピング」や「繁華街」への来訪といった短時間の活動も、それが市民の日常生活において反復して行われるものでなければ、観光行動として捉えることが可能であると考えられる。したがって、「ショッピング」や「繁華街」への来訪といった都市的かつ短時間の観光目的がどの程度存在し、それらが「日常生活」とはどのように異なっているかを明らかにすることが観光統計や観光入込客数の計測手法の充実を図るうえで不可欠になると考えられる。

1.2 研究の目的と方法

上記の問題意識を踏まえ、本研究では、都市的かつ短時間の観光行動の実態を明らかにすることを第一の目的とする。具体的には、東京都内とその近郊にある観光地（浅草、神楽坂、川越）を対象に来街者調査を行い、来街者の集客範囲や来街目的、来訪頻度などを明らかにすることによって、都市地域における短時間観光の特徴を明確にする。

第二の目的として、こうした短時間観光の実態把握を行う調査手法の基礎的な検討を行う。具体的には観光行動を把握することを目的とした既存調査で、宿泊を伴わない観光がどのような「時間」「空間」「目的」に位置づけられているかを明らかにしたうえで、既存調査を活用することによって、都市地域の短時間観光の実態を明確にできるかを考察する。また、都市地域の居住者を対象とした、短時間観光を把握するための発地側調査（詳細は後述）を具体的に設計し、従来の調査結果との比較を行う。

II. 来街者調査による短時間観光の実態把握

2.1 調査概要

(1) 調査内容および方法

本研究では、都市地域における短時間観光の実態を明らかにすることを目的として、後述する 3 箇所の観光地（浅草、神楽坂、川越）の来街者を対象にしたアンケート調査を実施した。主な調査内容は以下の 6 点であるが、観光地内における短時間の活動についても詳細に把握できるように配慮した。

- ① 普段の観光に対する意識
- ② 今回対象地域を訪れた目的や観光行動
- ③ 地域の滞在時間や他の場所の立寄りについて
- ④ 食事や買物の消費行動の有無
- ⑤ 地域の印象など
- ⑥ 個人属性

調査票は、各観光地の街頭で調査員による直接の手渡しで配布を行い、被験者各自が記入した後、郵送にて回収する方式とした。当該観光地内での活動に限らず、調査日一日の活動も把握することが必要であると考えたためである。また、調査票は、2005（平成 17）年 11 月 19 日（土曜日）もしくは 23 日（水曜日・祝日）のいずれか 1 日（いずれも晴天）で配布し、12 月 5 日（月曜日）までの消印で研究室に到着したものを有効回収とした。回収率については、表 1 に示したとおりである。

なお、回答者の属性について、性別では各地域で女性が多く、7 割程度を占めた。年齢層では 50 歳代、60 歳代の回答者がやや多い結果となった。また、観光・旅行に対して「自らすすんで出かけたい」と積極的に捉えている回答者が、いずれの地域とも 7 割以上に達している。

表 1 来街者調査の実施状況

	浅草	川越	神楽坂	合計
配布日	2005/11/23 祝日(晴れ)	2005/11/23 祝日(晴れ)	2005/11/19 土曜(晴れ)	
配布数	355票	864票	431票	1650票
回収数	95票	277票	131票	503票
回収率	26.8%	32.1%	30.4%	30.5%

(2) 調査対象地域

本調査では、都市部における観光地として、浅草（東京都台東区）、神楽坂（同新宿区）、川越（埼玉県川越市）の 3 地域を対象とした。いずれも、周辺に多くの昼・夜間人口を擁する観光地であり、周辺に居住する来訪者と、遠方からの非日常的な来訪者との双方の集

客が見込まれる地域である。各地域の特性を岡本(2001)³⁾による観光地の類型を踏まえて要約すると以下の通りになる。

浅草は「従来型観光地」として全国的な集客力があり高齢者から修学旅行などの若年層まで幅広い来街者が訪れると考えられる。

川越は、「開発型観光地」として、蔵造りの街並みの景観整備などを行い、観光客の集客のために活動してきた地域である。また、都市地域とは異なり郊外に立地するため、来街客の特性に違いが期待できる。

神楽坂（東京都新宿区）は「まちづくり型観光地」として、観光客など集客を目的としていない地域のNPO などによる景観保全などのまちづくり活動によって整備された街並みが魅力を持ち、他地域から人を集めている地域である。

2.2 対象観光地の集客圏域と滞在時間

(1) 対象観光地の集客圏域

調査対象とした観光地の集客圏域を明らかにするため、本研究では、各観光地から来街者の居住地（市区町村庁舎）までの直線距離をGISソフトであるMapInfoを用いて求めた。その結果を「10km 以内」「30km 以内」「50km 以内」「50km 以遠」の4階級にまとめあげ、それぞれの階級に属する回答者の割合とその累積を示したものが図1である。その結果、東京都心に位置する神楽坂では半数以上の来訪者が対象地域から10km以内に居住しており、浅草でもその割合が約3割に達することが分かった。一方で、川越の場合は、10km以遠「30km 以内」もしくは、「50km 以内」の各階級に属する割合が高く、他の2地域とは異なる傾向を示した。

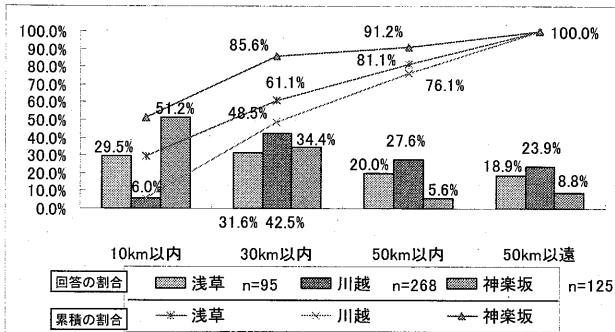


図1 各観光地から居住地までの距離

(2) 来街者の滞在時間

各観光地における来街者の滞在時間を集計した結果が図2である。先に示した観光政策審議会による観光の定義では、日常生活圏域を離れて行う「半日以上」

の活動と捉えていたが、半日に満たない「数時間程度」の滞在である回答者の割合が神楽坂で75.6%、浅草で56.8%とそれぞれ過半を占めている。また、川越でも全体の36.1%が「数時間程度」の滞在であることが分かった。

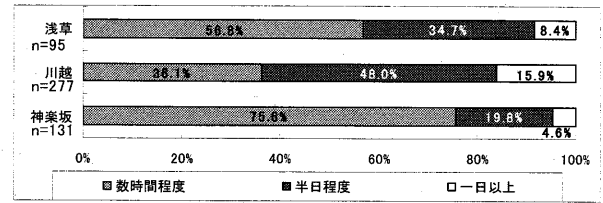


図2 地域別の滞在時間

一方で、調査対象とした観光地での滞在時間を短く切り上げ、他の観光地も訪れた来街者も存在すると考えられる。図3は、調査対象地域の滞在時間と他地域への立ち寄りの有無との関連について示したものである。その結果、調査地域以外の場所へも立ち寄った人の滞在時間は、調査地域のみを訪れた人よりも短い傾向にあった。しかし、調査地域のみを訪れた来街者であっても、約4割が「数時間程度」の滞在であると回答している。

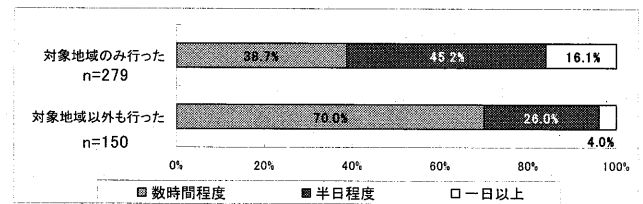


図3 滞在時間と他地域への立ち寄りとの関連

(3) 集客圏域と滞在時間との関連

先に求めた調査対象地域から回答者の居住地（市区町村庁舎）までの直線距離と、滞在時間との関連を示したものが図4である。その結果、居住地が遠くなるにつれて滞在時間が延びる傾向が見られた。

以上の分析から、都市地域では、従来から観光として捉えられてきた「半日以上」に満たない短時間で観光地に滞在する需要が比較的大きいうえに、集客圏域も近隣であるケースが多いことが明らかになった。

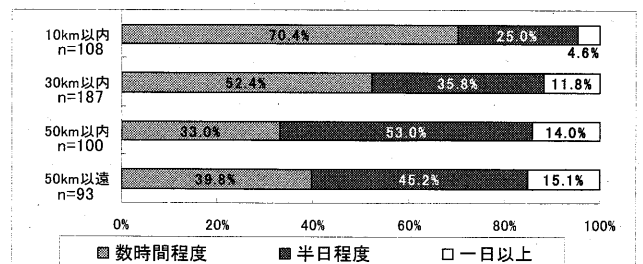


図4 居住地までの距離と滞在時間

2.3 対象観光地の来街頻度とその目的

(1) 対象観光地の来街頻度

前節で述べたように、対象とした都市地域の観光地では、来街者の居住地が観光地に近接しているケースが多い（図1）。そのため、こうした来街者の活動が、先の観光政策審議会による「日常生活圏を離れて行う様々な活動」を観光と捉える考え方には含まれない可能性がある。一方で、対象観光地への来街が日常反復的なものでなければ、たとえ近隣からの来訪であっても日常生活とは切り離して考えることもできるはずである。そこで、本節では、対象観光地への来街頻度や来街目的について分析を試みる。

図5は、対象とした各地域への来街頻度について示したものである。その結果、川越の場合は「今回が初めて」あるいは「何年かに一度」といった回答が多くなり、日常反復的な訪問ではない来街者が多い結果となった。一方で、東京都心に程近い浅草では約6割の来街者が「年に数回」は訪れているのに加え、神楽坂でも「月に1回以上」の来街者が約4割を占めている。

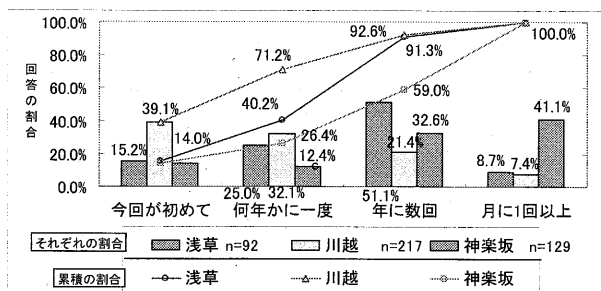


図5 地域別の来街頻度

(2) 観光地の来街頻度と目的の関連

そこで、対象観光地を訪れる頻度の高い来街者がどのような活動を行っているかを明らかにするために、訪問頻度と来街目的との関連を分析した（図6）。

来街者調査では、回答者の主要な来街目的について表2に示した選択肢をもとにデータを得た。図6は表中の選択肢を集約⁽²⁾して結果を示したものであるが、日常反復的な訪問ではない「今回が初めて」もしくは「何年かに一度」の来街者は、地域の名所・イベント等の見物や散策（街歩き）が主要な目的として共通した傾向にあった。一方、「年に数回」よりも高頻度で訪問する来街者は、仕事や対象地域でなくてもよい買物など、日常生活の一貫として来訪している割合が高くはなるものの、当該観光地でないと購入できないものを買求めに来訪したり、各種施設やイベントのために来街したりする層も少なからず見られる。また、散策（街歩き）を目的とした来訪は、来街頻度の多少を

問わず、一定の割合を占めている。

表2 来街目的の選択肢

① 観光名所・施設等見学	⑦ 散策（街歩き）
② 行・祭事・イベント見学	⑧ 遊び
③ 演芸・芝居等興行見物	⑨ 仕事
④ 買物（対象地域でなくてもよいもの）	⑩ その他
⑤ 買物（対象地域で買いたいもの）	
⑥ 食事	

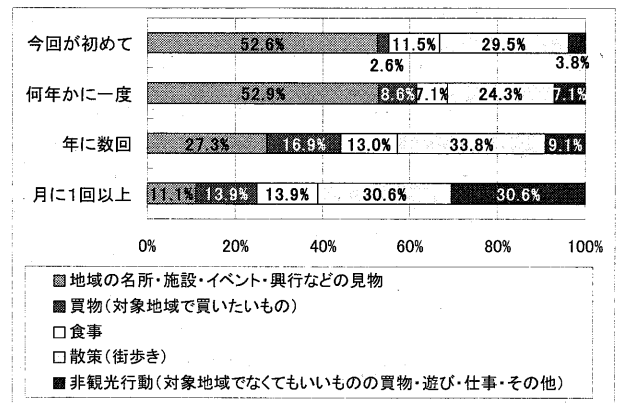


図6 訪問頻度別の来街目的

以上の分析より、都市地域の観光地では、訪問頻度の多少を問わず、日常生活とは異なる活動を行う来街者が少なからず存在しており、それぞれの観光地における「リピーター」として定着している層も見られることが明らかになった。

2.4 小括

本章では、都市地域にある3箇所の観光地（浅草、神楽坂、川越）を対象に、来街者がどのような目的で来訪し、その集客圏域や来訪頻度がどの程度であるかを明らかにした。

その結果、いずれの観光地でも、近隣からの来訪者が少なからず存在しており、半日に満たない数時間程度の活動を行っている割合も高いことが明らかになった。また、対象地域で買いたいものの「買物」や「食事」「散策（街歩き）」など、従来からの「観光」の枠組みでは捉えられてこなかった来街目的で、日常反復的ではないものの「年に数回」程度は繰り返して来訪する人が多いことも分かった。こうした行動は、都市地域における短時間観光行動として捉えることができ、その実態や入込客数などに関する調査手法や統計手法について整備することが必要である。

Ⅲ. 既存調査における短時間観光の位置づけ

3.1 発地側調査における短時間観光の位置づけ

本章では、前章で述べた都市地域における短時間観光が観光分野の既存調査のなかで、どのように位置づけられてきたかについて明らかにする。

観光行動に限らず、市民の活動実態を把握することを目的として行われる各種の調査には、「発地側調査」と「着地側調査」の2つのアプローチが考えられる。前者の「発地側調査」は、調査対象者（回答者）の居住地で調査票が配布され、主として特定日や普段の活動について調査するものがある。一方、「着地側調査」は、回答者の訪問地において調査票が配布され、主として特定地域における活動について調査する方法のことである。

観光行動を把握することを目的とした発地側調査として、わが国では、国土交通省が実施している「全国旅行動向調査」⁴⁾や、日本観光協会の「国民の観光に関する動向調査」⁵⁾などを挙げることができる。

(1) 全国旅行動向調査

全国旅行動向調査は、国土交通省が「今後の国民の観光レクリエーションのあり方ならびに施設整備方策

表3 日帰り観光における具体的な行動

見物する・鑑賞する	自然・風景鑑賞 遺跡・文化財の鑑賞 社寺参拝 行祭事・イベントなどの見物 都市・産業などの見物 動植物園・博物館などの見物 映画・演劇・音楽などの鑑賞 スポーツ・競馬などの見物 その他の「見物・鑑賞」
休養する	温泉などでの休養 避暑・避暑など その他の「休養」
体験する	釣り・潮干狩りなど なし・ぶどう狩りなど 趣味・研究（写真・写真・植物収集・バードウォッチングなど） 遊園地・レジャーランド・テーマパーク 特産品などの買物・飲食 その他の「体験」
歩く・移動する	登山 ハイキング・ピクニック サイクリング ドライブ その他の「歩く・移動」
運動する	スキー・スノーボード スケート 水泳（海水浴・湖・川・プール） ゴルフ テニス ダイビング・ウィンドサーフィン・ヨット・モーターボートなどのマリンスポーツ その他の「スポーツ」

に関する基礎資料を得ること」を目的として、昭和35年に第一回目の調査が行われた。以後、ほぼ5年おきに調査が実施されているが、本研究では、近年で最も新しい報告書が発行されている平成13年（第9回）の調査を対象に記述する。

同調査では、旅行の態様を「宿泊旅行」「宿泊観光旅行」「日帰り旅行」の3点に整理しているが、本研究の対象である短時間観光に近い形態であるのが「日帰り観光」である。「日帰り観光」は、「日帰りまたは夜行日帰りの観光（レクリエーション、スポーツなどを含む。）。日常生活圏を離れ、演劇・音楽等の鑑賞、テニス、ボウリングなどのスポーツ、飲食・買物などで半日以上かけて行うものも含む」ものと位置づけられており、目的地での具体的な行動が以下の通り列挙されている（表3）。

調査の対象となる「日帰り観光」は、特定の2ヶ月間（平成13年1月～2月および同7月～8月）に行った行動であり、観光を行った回数や、各回の具体的な行動（表3）、それぞれの消費金額など調査している。しかし、対象世帯は全国で3,250世帯に過ぎない（実際の回答者は2,100世帯程度）、約半数の回答者が調査期間内に「日帰り観光」を一度も実施していないと回答している。そのため、前章で示したような、都市地域における短時間観光の実態を把握することは極めて困難である。

また、表3に示した具体的な行動についても、「都市・産業などの見物」や「特産品などの買物」のように、観光の対象とする活動を限定している。さらに時間についても「半日以上かけて行うもの」に限っていることから、先の短時間観光に見られた、必ずしも特産品に限らない「この地域で買いたいもの」の買物や食事、散策といった短時間の活動が含まれない可能性がある。

(2) 国民の観光に関する動向調査

国民の観光に関する動向調査は、日本観光協会が「国民の観光旅行の動向を明らかにし、諸施策を推進するための基礎資料の作成を目的」として行っている調査である。昭和39年より隔年で実施されてきたが、平成12年以降は毎年実施されており、平成17年には第24回の調査が行われた。本研究では、この第24回調査を対象に記述する。

同調査では、日帰り観光レクリエーションについて質問する際に「ここという日帰りの観光レクリエーシ

ョンとは、日常生活圏を離れ、半日以上かけて行うものとします。したがって、近所での散歩、パチンコ、日常している体操やスポーツ、キャッチボールなどは含みません」と定義している。つまり、先の全国旅行動態調査と同様に、半日以上かけて行う日常生活圏を離れた活動を日帰りの観光として定義している。また目的地において行う具体的な行動として、表4に示したものを列挙しているが、ここでも「特産品などの買物・飲食」とするなど、観光として捉える活動を限定している。そのため、前章で示したような、都市地域における短時間観光行動の実態が把握できない可能性が高くなる。

さらに、調査対象者も全国で3,000人と限られ、過去1年間の行動を対象にしていることから、短時間観光に限らず、広く「日帰り観光」の実態についても十分に把握できるとは言い難い状況にあると考えられる。

表4 国民の観光に関する動向調査における行動

見物する・鑑賞する	自然の風景を見る 季節の花見 名所・旧跡を見る 祭りや行事を見る 神仏詣 都会見物 演劇・音楽・スポーツなどの鑑賞・見物 動・植物園、水族館、博物館、美術館、郷土資料館見物 博覧会・イベントを見物する
体験する・歩く・移動する・運動する	温泉浴 レジャーランド・テーマパーク つり 潮干狩り、いちご・ぶどう・なし・みかん狩りなど 写生、写真、動・植物採集などの趣味・研究 特産品などの買物・飲食 民芸品作り 登山 ハイキング キャンプ・オートキャンプ サイクリング ドライブ 海水浴 水泳（湖・プール） ヨット、モーターボート、ダイビング、サーフィン、ウインドサーフィンなど スキー スノーボード ゴルフ テニス その他スポーツ
その他	

3.2 着地側調査における短時間観光の位置づけ

着地側調査は、回答者の訪問地において調査票が配布され、観光入込客数の推計や特定地域における観光者の行動や意向などを調査するために行われることが一般的である。

その代表的な統計のひとつが、都道府県単位で実施

されている観光入込客数に関する調査である。各都道府県が発表する入込客数は、延べ人数による計測であるか、実数による計測であるか、といった基準があいまいであるなどの問題があるのだが、こうした基準を統一化する指針として、日本観光協会は「全国観光統計基準」を提案している⁶⁾。このなかでは、入込客数を計測する観光地点の基準に関して「年間の入込客数が5万人以上、もしくは特定時期の入込客数が月間5千人以上となる観光地点」と位置づけており、具体的に対象とする観光地点を「学ぶ（見る・体験する）」「遊ぶ（楽しむ・リフレッシュする）」「触れ合う（交流する）」の3つの大分類に類型化している。このうち、「遊ぶ」のなかには、「スポーツ・レクリエーション施設」「温泉」「買物」という3つの中分類があり、「買物」に関連した観光地点（小分類）として、「ショッピング店・ショッピング街」「朝市・市場」「郷土料理店・レストラン」の3点が挙げられている。ただし、「敷地内に衛生施設や宿泊施設、飲食、物品販売施設など観光を快適に行うためのサービスを提供する施設が集積しており、地元以外から集客が多く見込まれる施設」との条件が加えられている。また、「小規模の施設」についても観光地点の対象にはならないとされている。したがって、前章に挙げた浅草や神楽坂のように、近隣からの集客も多い小売店や飲食店は、小規模であるケースが多いことから、本基準のなかで観光地点と捉えることは困難である。一方で、小規模な施設の入込客数も個別に集計して、各都道府県の入込客数を計測することは、必ずしも現実的なアプローチとはいえない。

そこで、特定の観光施設に限らず、面的な広がりをもった観光地域を対象にした着地側調査の実施が、都市地域における短時間観光の実態把握を行ううえでも重要になると考えられる。東京都台東区では、「台東区観光客マーケット調査」を毎年（以前は隔年で）実施しており、区内の観光入込客数の推計を行っている。そのなかでは、区内の観光地点の入込客数を計測するほかに、浅草や上野といった観光地における歩行者交通量や来訪者を対象にしたアンケート調査も実施している。この調査では、浅草や上野を中心に区内6地点の来訪者（外国人を含めた有効回答者1,412人）を対象に、来訪目的や滞在時間、利用交通手段などを質問しており、その結果もとに、買物目的を含んだ広義の観光入込客数と、買物を含めない狭義の入込客数の双方を推計している⁷⁾。また、そのなかには半日に満た

ない行動も観光入込客数の計測対象に含めている。そのため、都市地域における短時間観光の実態を反映した調査体系になっていると考えられる。しかし、出張などの業務の「ついで」に買物を楽しむといった「兼観光」が、観光入込客数の推計には含まれていない。

「兼観光」は、都市地域における観光行動の大きな割合を占めていると考えられることから、「兼観光」を通常の業務目的での活動とどのように区別して考えるかを整理しつつ、観光入込客数の推計手法の精緻化を図ることがこれからの課題である。

3.3 小括

本章では、観光の実態を明らかにする既往の調査手法を「発地側調査」と「着地側調査」とに分けて整理し、それぞれの調査で、前章で示した都市地域の短時間観光がどのように扱われてきたかについて考察した。

その結果、多くの発地側調査では、「日帰り観光」という概念を設定してはいるものの、半日以上かけて行う日常生活圏を離れた行動を観光として捉えており、その目的も、単なる買物や飲食ではなく、「特産品などの買物・飲食」と対象を限定していることが明らかになった。そのため、前章の神楽坂や浅草などで見られた半日に満たない短時間の行動や、必ずしも特産品とは限らない「この地域で買いたいもの」の買物や食事といった活動目的は、観光行動として捉えられてこなかったと言える。

一方で、着地側調査についても、全国観光統計基準では、観光地点として捉える小売店や飲食店を「敷地内に衛生施設や宿泊施設、飲食、物品販売施設など観光を快適に行うためのサービスを提供する施設が集積しており、地元以外から集客が多く見込まれる施設」に限定して捉えている。そのため、浅草や神楽坂などのように、近隣からの集客も多い小売店や飲食店は、その規模が小さいことから、観光地点の対象とはなりにくく、都市地域における短時間観光行動を把握することが困難な場合があることが分かった。しかし、特定の観光地点に限らず、面的な広がりをもった観光地域を対象にした着地側調査を実施し、入込客の来訪目的や滞在時間などを詳細に把握することによって、短時間観光行動の実態把握や入込客数の推計が可能になることも明らかになった。

IV. 短時間観光を考慮した発地側調査手法の検討

4.1 着地側調査の限界と発地側調査の意義

前章では、面的な広がりをもった観光地域の来訪者を対象とした調査が、都市地域における短時間観光行動の実態把握や入込客数の推計に有効であることを指摘した。しかし、こうした来訪客を対象とした着地側調査は、調査を実施した「特定日」の行動のみを対象とするため、「特定日」が通常日であるか、イベント等が実施される特別な日であるのかによって、回答者の行動や属性の傾向が異なる可能性がある。また、こうした調査を通年で実施することも調査経費などの観点から困難を伴うことも考えられる。

交通計画分野の代表的な調査手法に、パーソントリップ調査（PT 調査）がある。同調査は、概ね人口 50 万人以上の都市圏を対象にして、抽出（人口の 1 ～数パーセント程度）された世帯の居住者がある平日の一日にどのような移動をしたかを質問するアンケート形式の調査であり、10 年に一度実施される発地側調査である⁸⁾。調査票で明らかになった個人の移動実態は、「トリップ⁽³⁾」という単位で集計され、それを拡大することによって都市・地域全体の人の移動を明らかにすることができる。このように、発地側調査であっても、一定のサンプル数が得られることで、都市地域の居住者がどの程度の頻度で観光を行っているか、といったマクロ的な行動実態を明らかにすることができ、着地側調査を補完することが可能になると考えられる。

そこで、本章では、都市地域における短時間観光を考慮した発地側調査手法を検討するとともに、都市地域の居住者が短時間観光行動をどの程度行っているかを明らかにする。

4.2 「休日の過ごし方調査」の概要

(1) 調査内容および方法

都市地域における短時間観光行動の実態を明らかにする発地側調査として、本研究では、都市地域の居住者を対象とした「休日の過ごし方調査」を実施した。

アンケート形式による本調査は、後述する調査対象地域にある住宅の郵便受けにランダムに調査票を投函して配布し、被験者が記入した後に返送する郵送回収方式をとった。調査の実施期間は、平成 18 年 11 月 21 日（火）に配布し、11 月 30 日（木）の消印までを有効回答として回収した。なお、調査期間内には、短時間観光が活発に行われると考えられる、日祝日（11 月

23日（木・勤労感謝の日）、25日（土）、26日（日）が含まれている。

調査のなかでは、休日の過ごし方として、短時間観光に該当する可能性がある「買物」や「食事」、「散策（街歩き）」といった活動をどの程度行っているか把握する項目に加え、回答者の日常生活圏に関する質問も設定することで、日常反復的な行動と「短時間観光」として捉えられる行動とを分離できるように配慮した。具体的には、以下の6点について質問した。

- ① 個人属性と観光に関する意識について
- ② 日常生活圏について
- ③ 普段の「日帰り外出」における活動（短時間観光に該当する可能性がある活動）について
- ④ 一番最近おこなった「日帰り外出」での活動について（短時間観光に該当する可能性がある活動）
- ⑤ 「日帰り外出」での活動（短時間観光に該当する可能性がある活動）に関する今後の希望について
- ⑥ 兼観光の実態について

調査票は、より幅広い年齢層からの回答を得るために、各世帯に2部ずつ配布した。1,500世帯に3,000票を配布したが、回収できたのは104世帯149票（回収率はそれぞれ6.87%、4.97%）であり、回収率を高めてサンプル数を増加させる方策については今後の検討課題となった。

(2) 調査対象地域

調査対象地域は、第2章で述べた来街者調査の結果を踏まえ、①東京都心（都心2区）まで概ね30km以内であること、②東京都心への公共交通機関と道路が整備されていること、の2点を条件とし、東京都の多摩ニュータウン地域を選定した。具体には、居住者の年齢層が比較的高い永山地区と、居住者の年齢層が比較的低い南大沢地区を対象とした。

4.3 「休日の過ごし方調査」における短時間観光の実態

(1) 短時間観光として捉えられる活動

「休日の過ごし方調査」では、表5に示した目的により、回答者の「休みの日」に日帰り外出した経験を対象に調査した。表中の活動目的については、表3および表4で示した、既往の発地側調査での態様をもとに設定したが、「特産品などの買物・飲食」とされていた行動を「買物」「飲食・喫茶」として、短時間観光の実態を幅広く捉えることができるように配慮した。また、街歩きを指す「都市散策」も対象にした。

(2) 短時間観光の実態

① 短時間観光行動の実施と頻度

最近1年間にあった「休みの日」に、表5に示した短時間観光として捉えられる活動を「日帰りで」実施した回答者は、全体の97.2%を占めていることが分かった。また、「週に1回以上」と「月に2～3回」をあわせて、およそ2週に1回以上の頻度で短時間観光に関する活動に参加している回答者が63.6%を占めており、従来から捉えられてきた「日帰り観光」と比べても、参加率、実施頻度ともに高水準となった（図7）。

実際、最近1年間の「観光」を目的にした旅行への参加回数について質問した結果、1～2回との回答が最も多く35.5%に達したが、18.4%が0回と回答しており、従来の「観光」という枠組みでは、短時間観光行動が十分に捉えられなかったことが明らかになった。

表5 短時間観光として捉えられる活動

見物する・鑑賞する	スポーツ見物 映画・演劇・音楽会 自然・風景の鑑賞 花見など季節の行事 名所・旧跡を見る 祭りなどの見学 神仏詣 動物園や美術館などの見学 博覧会の見学
体験する	温泉・ヘルスセンター 遊園地・レジャーランド つり・潮干狩り 飲食・喫茶 買物 くだもの狩りなど 趣味・研究（バードウォッチングなど）
歩く・移動する	登山・ハイキング ピクニック サイクリング ドライブ 都市散策
運動する	海水浴 水泳（湖・プール） マリンスポーツ スキー・スノーボード アイススケート ゴルフ テニス その他のスポーツ
その他	

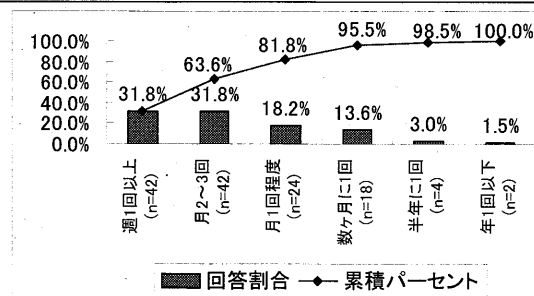


図7 短時間観光として捉えられる活動を行った頻度

② 日常生活圏と日帰り外出頻度

次に、図7で示した短時間観光として捉えられる活動を行った頻度と、日常生活圏の範囲との関連について分析する。日常生活圏の範囲については、通勤・通学に関する目的地の立地（市内であるか否か）と頻度によって、表6に示した4段階の尺度を設定した。

その結果、日常生活圏の範囲が広い人よりも、日常生活圏の狭い人ほど、短時間観光として捉えられる活動が多く実施していることが明らかになった（表6）。また、このことから、日常生活圏が広い市外への通勤・通学者は、通勤・通学の「ついで」に、短時間観光に関する活動を行う「兼観光」が存在していることを示唆しているとも考えられることから、「休みの日」以外の活動についても、発地側調査のなかで別途捉える必要がある。

表6 日常生活圏と日帰り外出頻度

日常生活圏→	広い		狭い	
外出頻度→	週3日以上		週2日以下	
通勤先 →	(a) 市外通勤	(b) 市内通勤	(c) 通勤なし	(d) 通勤なし
週1回以上	12 (23.1%)	15 (41.7%)	2 (33.3%)	12 (37.5%)
月2～3回	15 (28.8%)	14 (38.9%)	2 (33.3%)	8 (25.0%)
月1回程度	12 (23.1%)	3 (8.3%)	0 (0.0%)	7 (21.9%)
数ヶ月に1回	11 (21.2%)	2 (5.6%)	2 (33.3%)	3 (9.4%)
半年に1回	2 (3.8%)	1 (2.8%)	0 (0.0%)	1 (3.1%)
年1回以下	0 (0.0%)	1 (2.8%)	0 (0.0%)	1 (3.1%)
合計	52 (100.0%)	36 (100.0%)	6 (100.0%)	32 (100.0%)

③ 短時間観光の行動目的

最近1年間における「日帰り外出」では、従来からも「観光」として考えられてきた「自然・風景の鑑賞」を54.0%、「名所・旧跡を見る」を38.1%の人がそれぞれ行っていることがわかった。一方、従来は「観光」として捉えられてこなかった、「買物」は70.5%、「映画、演劇、音楽会」は64.7%、「食事・喫茶」は64.0%、「都市散策」は38.1%の人がそれぞれ行っており、従来から捉えられてきた「観光」目的と比べても、多くの都市居住者が短時間観光に関する活動を実施していることが分かった。

④ 短時間観光の滞在時間

表5に挙げた短時間観光として捉えられる活動を目的とした「日帰り外出」では、目的地での滞在時間が6時間未満であると回答した割合が全体の70.9%を占めた。さらに、従来からの発地側調査で「日帰り観光」として捉えられてきた「半日」を超える活動と、実際の「日帰り外出」に関する活動時間とを比較すると、各自が認識する「半日」より短い時間で外出した割合が64.8%にもなった（図8）。

つまり、「半日」以上の活動であると捉えられてきた

従来からの「日帰り観光」の枠組みでは、短時間観光に関する活動の多くが捉えられていないことが明らかになった。

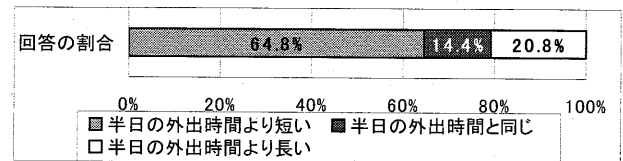


図8 滞在時間と「半日」の長さ

⑤ 短時間観光の消費金額

表5に挙げた短時間観光として捉えられる活動を行った際の消費金額について、より正確な回答を得ることを目的に、一番最近に行った一つの活動を対象に質問した。その結果、一人当たりが一回の外出で消費した平均額は6280.6円となり、そのうち、買物に関する平均額が3578.2円、食事に関する平均額が1805.0円となった。また、消費金額の合計は、滞在時間が長くなるにつれて増える傾向が見られたが、短時間の観光であっても、消費金額が決して小さくはなく、それを実施する頻度や人数が多いことから、本研究で対象とした都市地域における短時間観光行動が地域経済に波及する効果は大きいと考えられる。

4.3 小括

本章では、都市地域の居住者が、短時間観光として捉えられる活動をどの程度行っており、それを発地側からのアプローチによって調査する手法について考察した。

まず、最近1年間にあった「休みの日」に、短時間観光として捉えられる活動（表5）を「日帰り」で実施した回答者は、全体の97.2%を占めており、きわめて高い参加率であることが明らかになった。また、その行動目的には、従来から観光目的として考えられてきた「自然・風景の鑑賞」や「名所・旧跡を見る」といった活動に比べて、特産物に限らない「買物」や「食事・喫茶」といった活動への参加率が高く、多くの都市居住者が短時間観光に関する活動を実施していることが分かった。

また、短時間観光として捉えられる活動を目的とした「日帰り外出」では、目的地での滞在時間が6時間未満であると回答した割合が全体の70.9%を占め、従来の「日帰り外出」で捉えられてきた「半日」に満たない行動が多くを占めていた。そのため、従来の「日帰り観光」の枠組みを用いた発地側調査では、都市的な短時間観光を捉えることは難しく、目的地での行動

内容を表5のように列挙させて、それぞれの行動をどの程度実施したかを質問する形式の方が短時間観光を発地側調査で把握するためには有効であることが明らかになった。

しかし、本研究の事例でも、調査票の回収率が低水準に止まったことから、回収率を高めてサンプル数を増加させる方策については今後の検討課題となった。

V. さいごに

本研究では、都市的かつ短時間の観光行動の実態を明らかにしたうえで、その調査手法に関する基礎的な検討を行った。

まず、東京都内とその近郊にある観光地（浅草、神楽坂、川越）を対象に来街者調査を行い、来街者の集客範囲や来街目的、来訪頻度などを明らかにすることによって、都市地域における短時間観光の特徴を明確にした。その結果、いずれの観光地でも、近隣からの来訪者が少なからず存在しており、従来から「日帰り観光」として捉えられてきた「半日」に満たない数時間程度の活動を行っている割合も高いことが明らかになった。また、特産品に限らない「買物」や「食事」のほか「散策（街歩き）」など、従来の「観光」の枠組みでは捉えられてこなかった来街目的で、日常反復的ではないものの「年に数回」程度は繰り返して来訪する人が多いことも分かった。こうした行動は、都市地域における短時間観光行動として捉えることが可能である。

次に、こうした短時間観光の実態把握を行う調査手法の基礎的な検討を行なった。まずは、観光の実態を明らかにする既往の調査手法を「発地側調査」と「着地側調査」とに分けて整理し、それぞれの調査で、前章で示した都市地域の短時間観光がどのように扱われてきたかについて考察した。その結果、多くの発地側調査では、「日帰り観光」という概念を設定してはいるものの、半日以上かけて行う日常生活圏を離れた行動を観光として捉えており、その目的も、「特産品などの買物・飲食」と対象を限定していることが明らかになった。そのため、都市地域の観光地で見られた半日に満たない短時間の行動や、必ずしも特産品とは限らない「この地域で買いたいもの」の買物や食事といった活動目的は、観光行動として捉えられてこなかったことが分かった。一方で、特定の観光地点に限らず、面的な広がりをもった観光地域を対象にした着地側調査

を実施し、入込客の来訪目的や滞在時間などを詳細に把握することによって、短時間観光行動の実態把握や入込客数の推計が可能になることも明らかになった。

最後に、都市地域の居住者が、短時間観光として捉えられる活動を行う頻度や目的を発地側からのアプローチによって調査する手法について考察した。その結果、目的地での行動内容を具体的に列挙させて、それぞれの行動をどの程度実施したかを質問する形式の方が短時間観光を発地側調査で把握するためには有効であることが明らかになった。しかし、本研究の事例でも、調査票の回収率が低水準に止まったことに加え、発地側調査の精度を向上させるためには、大量のサンプル数を扱うことが求められることから、回収率を高める方策については継続して検討する必要がある。

（注）

- (1) 今後の観光政策の基本的な方向について（1995年6月2日）
- (2) 表中の選択肢①～③を「地域の名所・施設・イベント・興行などの見物」、④および⑧～⑩を「非観光行動（対象地域でなくてもいいものの買物・遊び・仕事・その他）」にそれぞれ集約した。
- (3) トリップ：移動目的ごとに数えられる移動の回数。例えば、勤務先からスーパーに寄って買物をし、帰宅した場合は、「買物」と「帰宅」で2トリップと数える。

参考文献

- 1) 東京都 2006. 東京都産業観光振興プラン.
- 2) 東京都 2007. 「東京都観光客数等実態調査報告書概要版」
- 3) 岡本伸之編 2001. 「観光学入門」. 有斐閣アルマ.
- 4) 国土交通省 2003. 「観光レクリエーションの実態（第9回全国旅行動態調査）」.
- 5) 日本観光協会 2005. 「観光の実態と志向」.
- 6) 日本観光協会 1995. 「全国観光客数統計」.
- 7) 東京都台東区 2007. 「台東区観光客マーケット調査報告書」.
- 8) 新谷洋二 2003. 「都市交通計画 第2版」. 技報堂出版.