

2. 瀬戸内海観光地の評価

(1) 調査概要

ウェブアンケートにより，一般消費者の瀬戸内海への旅行経験の有無や，再訪希望，今後の訪問希望などを把握した。

ア. 調査対象

瀬戸内海観光の主要な顧客となる首都圏（千葉県・埼玉県・東京都・神奈川県）と関西圏（京都府・大阪府・兵庫県）に居住する人を20～30代，40～50代，60代以上の3つの年齢階層に区分し，各100サンプル，合計600サンプルを対象に実施。

イ. 調査時期

平成18年3月8日（水）～9日（木）

※ 居住地・年齢階層ごとに規定数に達した時点で随時締め切った。

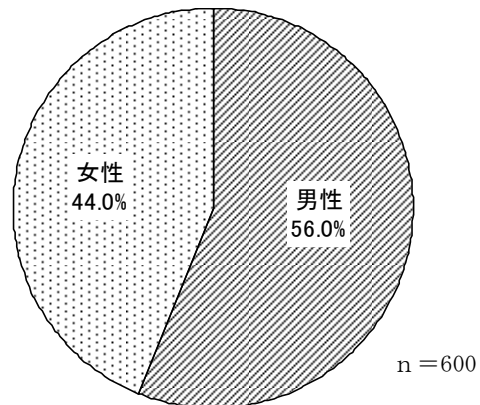
ウ. 募集・回収方法

本調査対象に該当するウェブリサーチ登録モニターにメールで回答を募集し，モニターがウェブページにアクセス・回答内容を記入し，データ送信してもらうことにより回収。

(2) 回答者属性

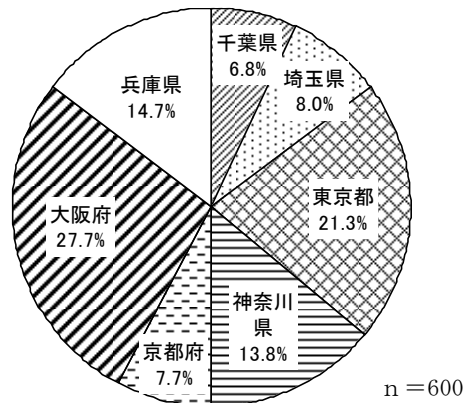
ア. 性別

	回答数	構成比
男性	336	56.0%
女性	264	44.0%



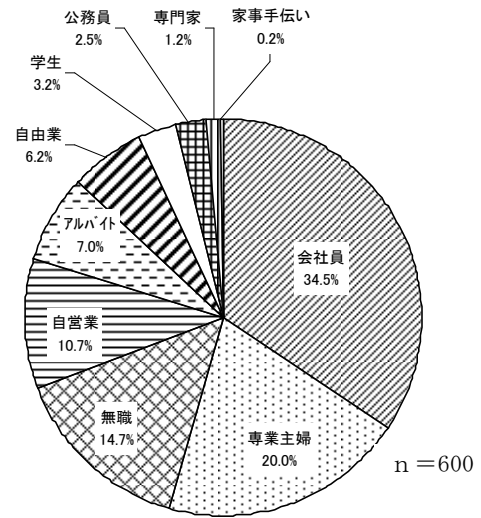
イ. 居住地

		回答数	構成比
首都圏	千葉県	41	6.8%
	埼玉県	48	8.0%
	東京都	128	21.3%
	神奈川県	83	13.8%
	小計	300	50.0%
関西圏	京都府	46	7.7%
	大阪府	166	27.7%
	兵庫県	88	14.7%
	小計	300	50.0%
合計	600	100.0%	



ウ. 職業

	回答数	構成比
会社員	207	34.5%
専業主婦	120	20.0%
無職	88	14.7%
自営業	64	10.7%
アルバイト	42	7.0%
自由業	37	6.2%
学生	19	3.2%
公務員	15	2.5%
専門家	7	1.2%
家事手伝い	1	0.2%

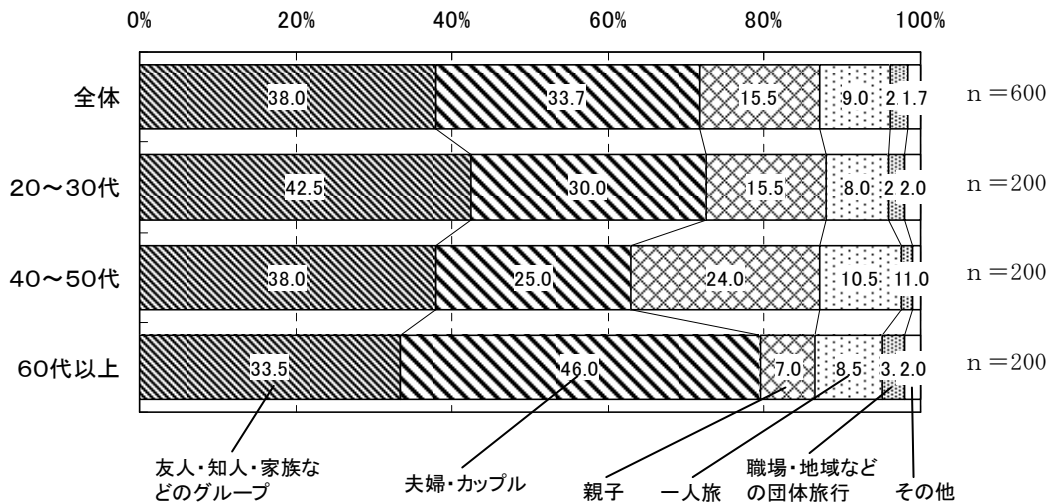


(3) 観光旅行の実態

ア. 一緒に旅行する相手

○全体では、「友人・知人・家族などのグループ」での旅行が多くなっており、これに「夫婦・カップル」「親子」がつづく。

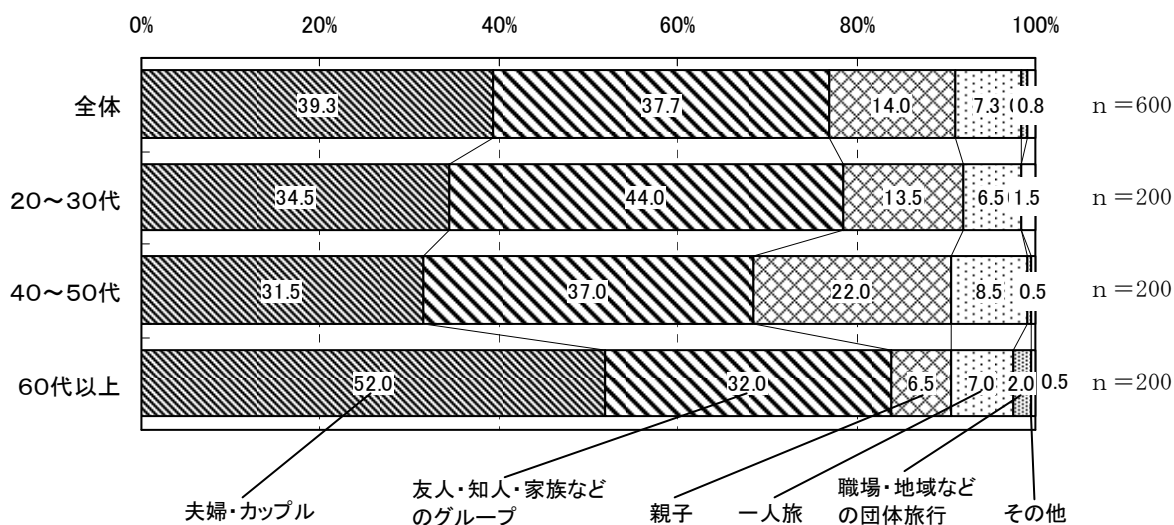
○年代別にみると60代で「夫婦・カップル」が最も多くなっているほか、40～50代では「親子」での旅行が比較的多くなっている。



イ. 今後、一緒に旅行したい人

○今後、一緒に旅行したい人は、夫婦・カップルが最も多くなっており、現状の旅行では最も多かった友人・知人・家族などのグループを上回った。これは、特に60代以上で過半数が夫婦・カップルを選んだことに起因するものと考えられる。他の20～30代、40～50代では、依然として友人・知人・家族などのグループが最も多くなっている。

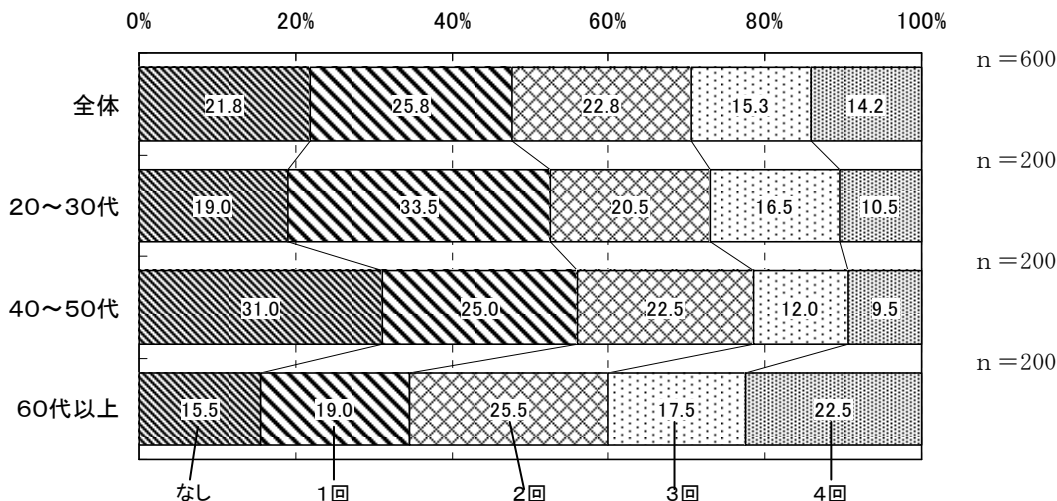
○また、40～50代では、親子で旅行をしたいという意見が他の年齢階層よりも非常に高くなっていることがわかる。



ウ. 宿泊を伴う年間国内観光旅行回数

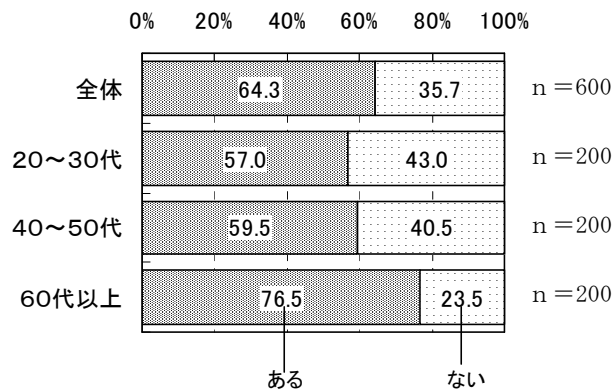
○昨年一年間の宿泊を伴う国内観光旅行回数をみると、約8割の人が宿泊を伴う国内観光旅行をしている。

○年齢階層別にみると、40～50代の方は、20～30代や60代以上と比べれば旅行回数が若干少なくなっているほか、20～30代では1回が最も多くなっているのに対し、60代以上では2回が最も多く、4回以上という人も約2割いることがわかった。

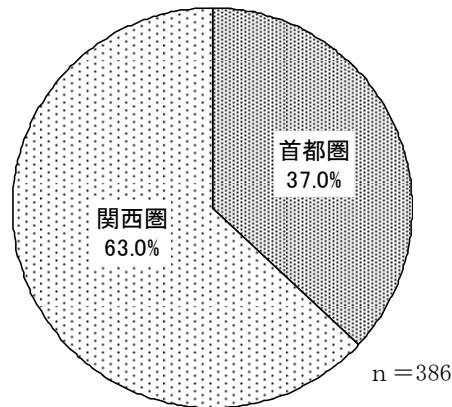


(4) 瀬戸内海地域への旅行経験

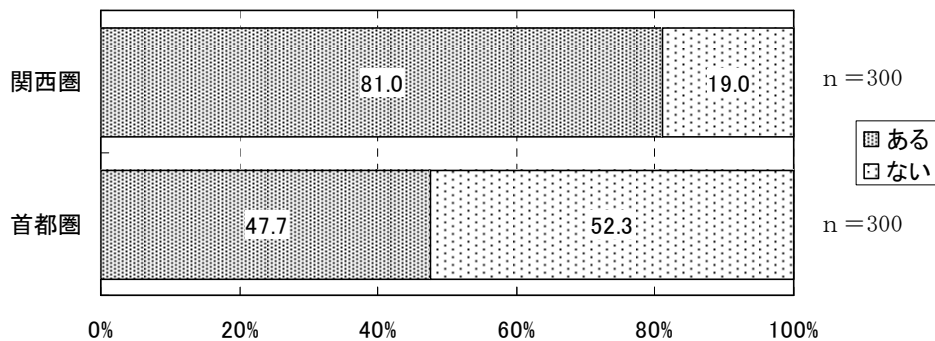
- 瀬戸内海地域への旅行経験をみると、約3分の2の人が訪れたことがあると回答している。
- 年齢階層別にみると、20～30代、40～50代では訪れたことがあると回答したのは6割に満たないが、60代以上になると、約4分の3の人が訪れたことがあると回答している。
- また、今回の調査で瀬戸内海地域に旅行経験があると回答した人の約3分の2は関西圏であり、首都圏は3分の1に留まっている。
- 首都圏、関西圏別で瀬戸内海地域への旅行経験をみると、関西圏では約8割の人が訪れたことがあるのに対し、首都圏で訪れたことがあるのは5割に満たない。



(訪れたことのある人の居住地)

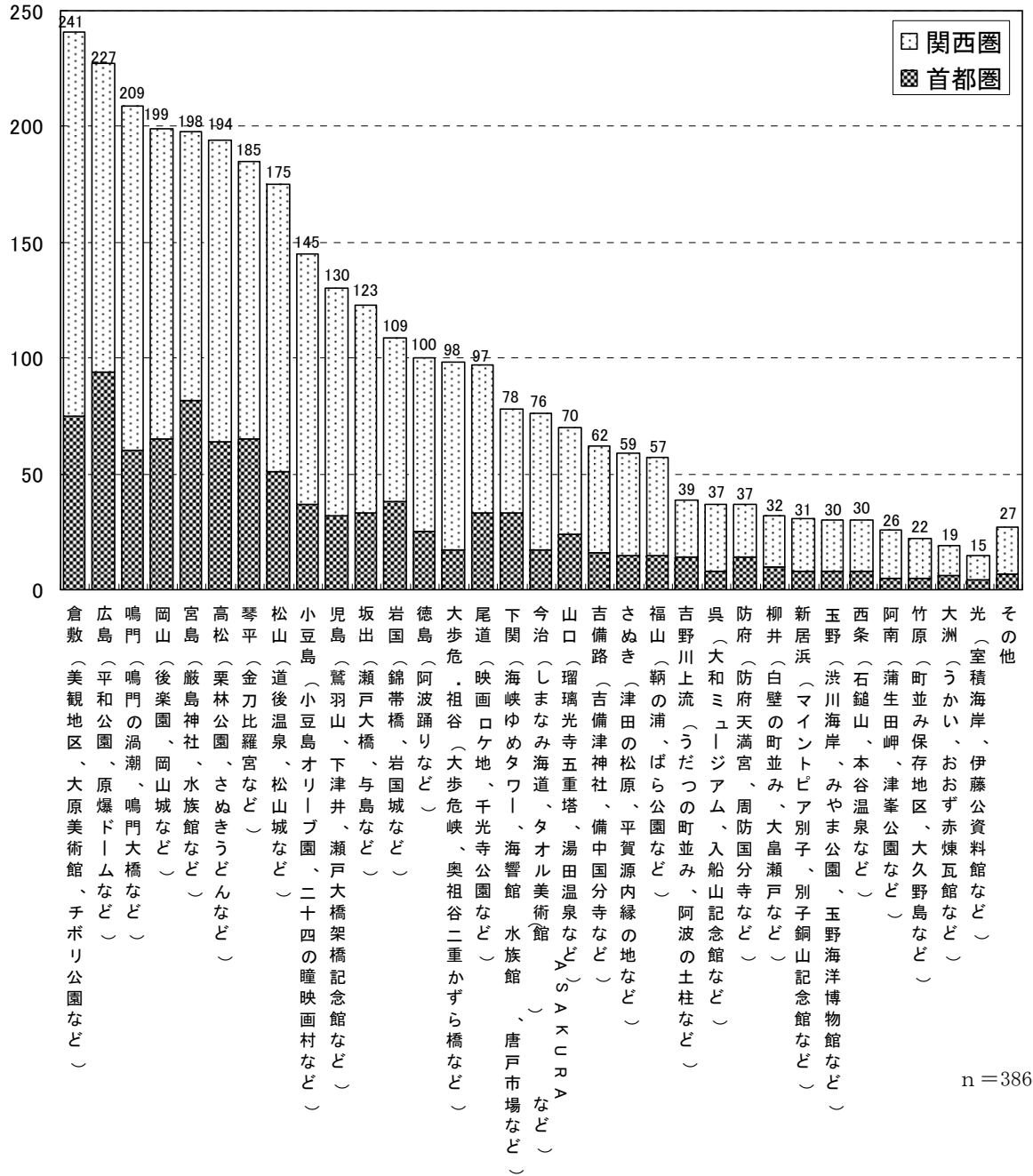


(地域別の訪問状況)



(5) 瀬戸内海地域の主要観光地への訪問状況 【複数回答】

○瀬戸内海地域の主要観光地への訪問状況をみると、倉敷、広島、鳴門、岡山、宮島、高松、琴平、松山といった全国的にも有名な観光地や各県庁所在都市への訪問が多くなっている。

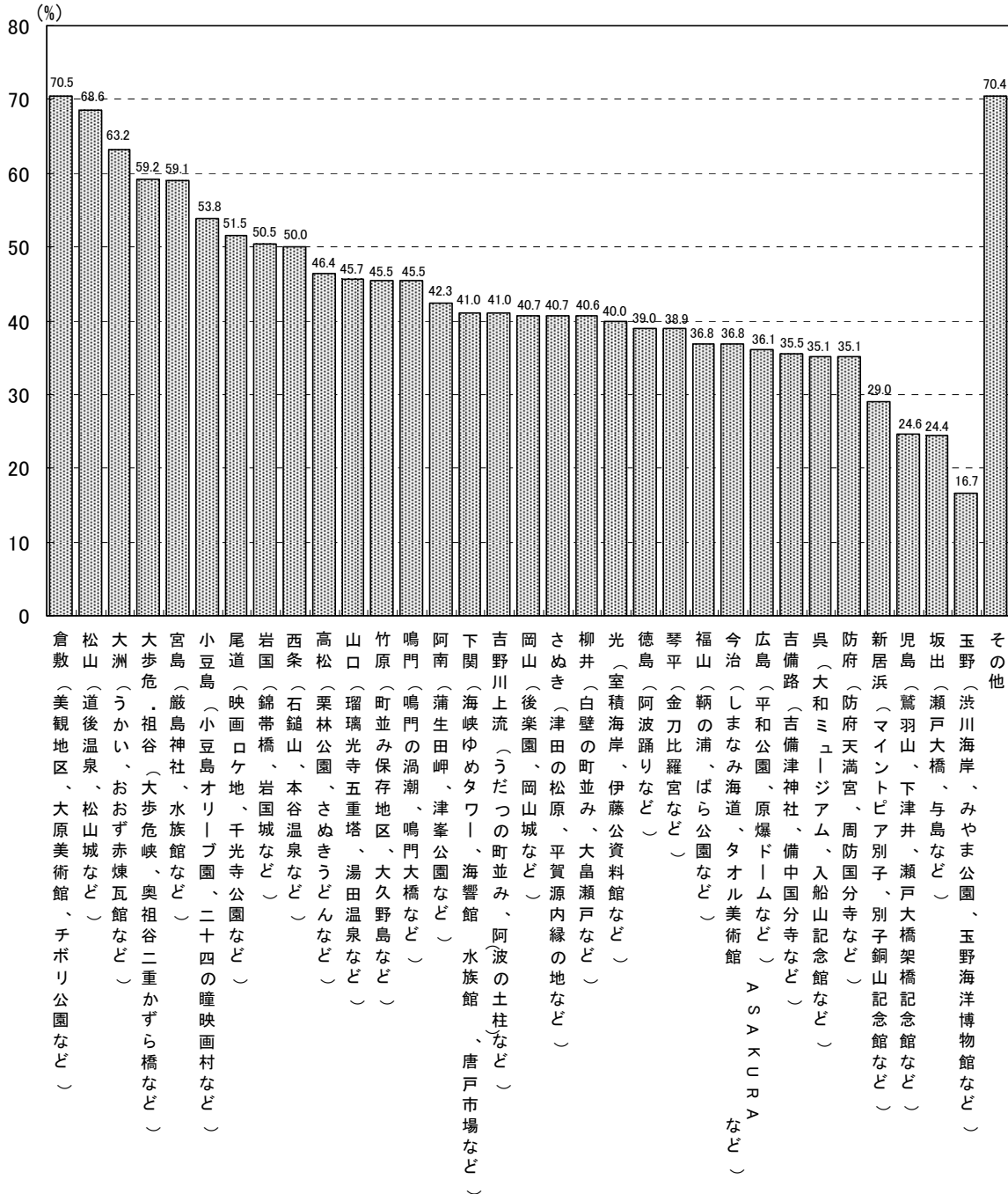


(主要観光地における訪問者の居住地)



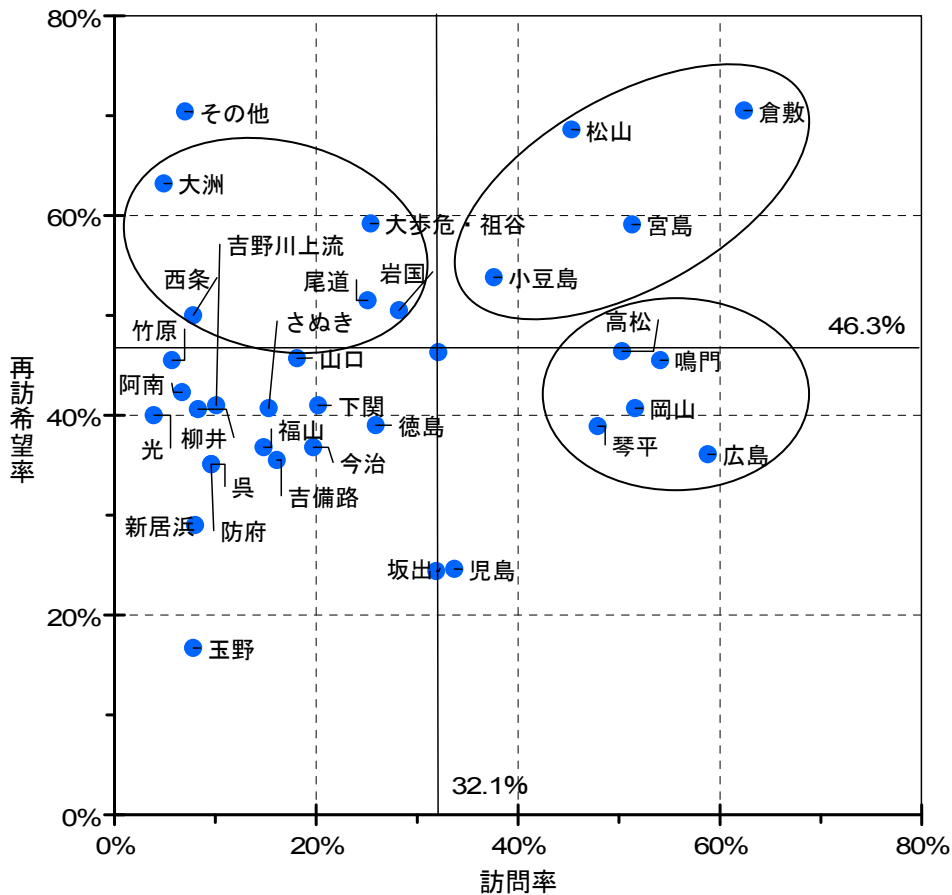
(6) 瀬戸内海地域の主要観光地への再訪希望 【複数回答】

○瀬戸内海地域の主要観光地を訪れたことのある人に対し、再度訪問したいかを尋ねたところ、倉敷、松山、大洲で再訪希望率（＝（再訪希望者数／来訪経験者数）×100）が6割を超えたほか、大歩危・祖谷、宮島、小豆島、尾道、岩国、西条（愛媛県）でも5割を超えている。



(7) 訪問経験と再来訪希望との関係

- 横軸を訪問率（＝（訪問者数/全サンプル数）×100）、縦軸を再訪希望率として、各主要観光地の特徴をみると、倉敷、松山、宮島、小豆島は訪問率、再訪希望率ともに平均を上回っており、観光地としての知名度、訪れてからの満足度などが高いと言える。
- 一方、高松、鳴門、広島、岡山、琴平は、訪問率が平均を大きく上回っているものの、再来訪希望率が若干低くなっており、再訪への対策が求められる。
- また、大洲、大歩危・祖谷、尾道、岩国、西条は、訪問率は平均を下回るものの、再訪希望率が高く、情報発信などで知名度をさらに上げていけば、より多くの観光客を取り込める可能性がある。

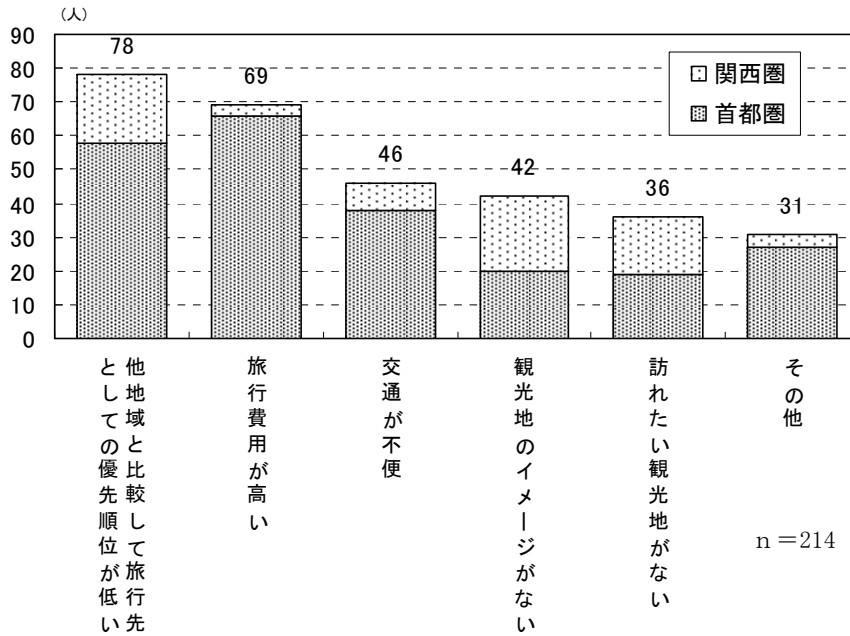


※ グラフ中の縦の実線は訪問率の平均値（32.1%）。横の実線は再訪希望率の平均値（46.3%）

(8) 瀬戸内海地域への旅行経験がない理由 【複数回答】

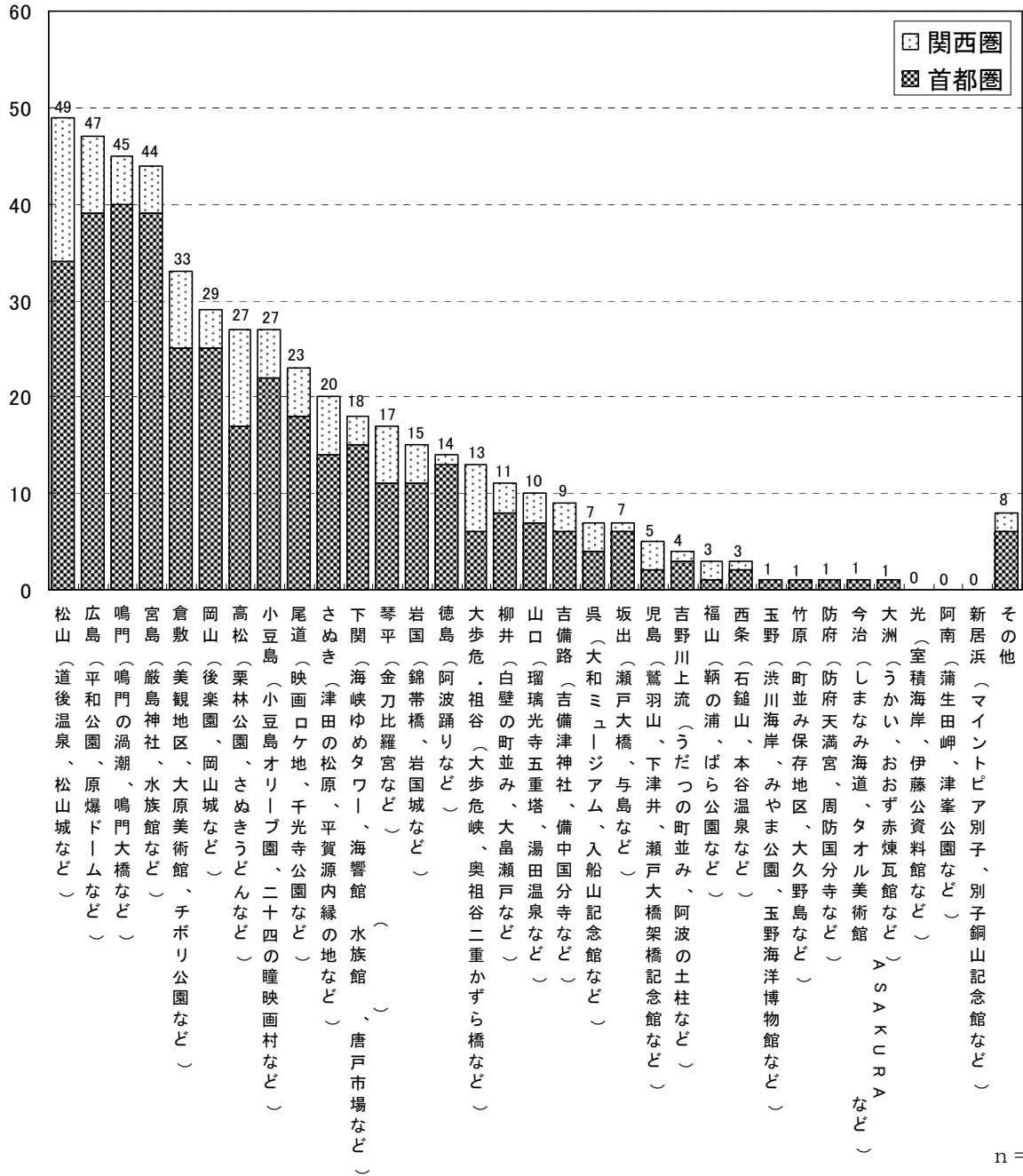
○瀬戸内海地域への旅行経験が無い人に対し、訪れていない理由を聞いたところ、他地域と比較して旅行先としての優先順位が低いというのが最も多く、これに旅行費用が高い、交通が不便などの回答がつづいた。

○居住地別でみると、首都圏では旅行費用が高いというのが最も多くなっているのに対し、関西圏では観光地のイメージがないという回答が最も多くなっている。



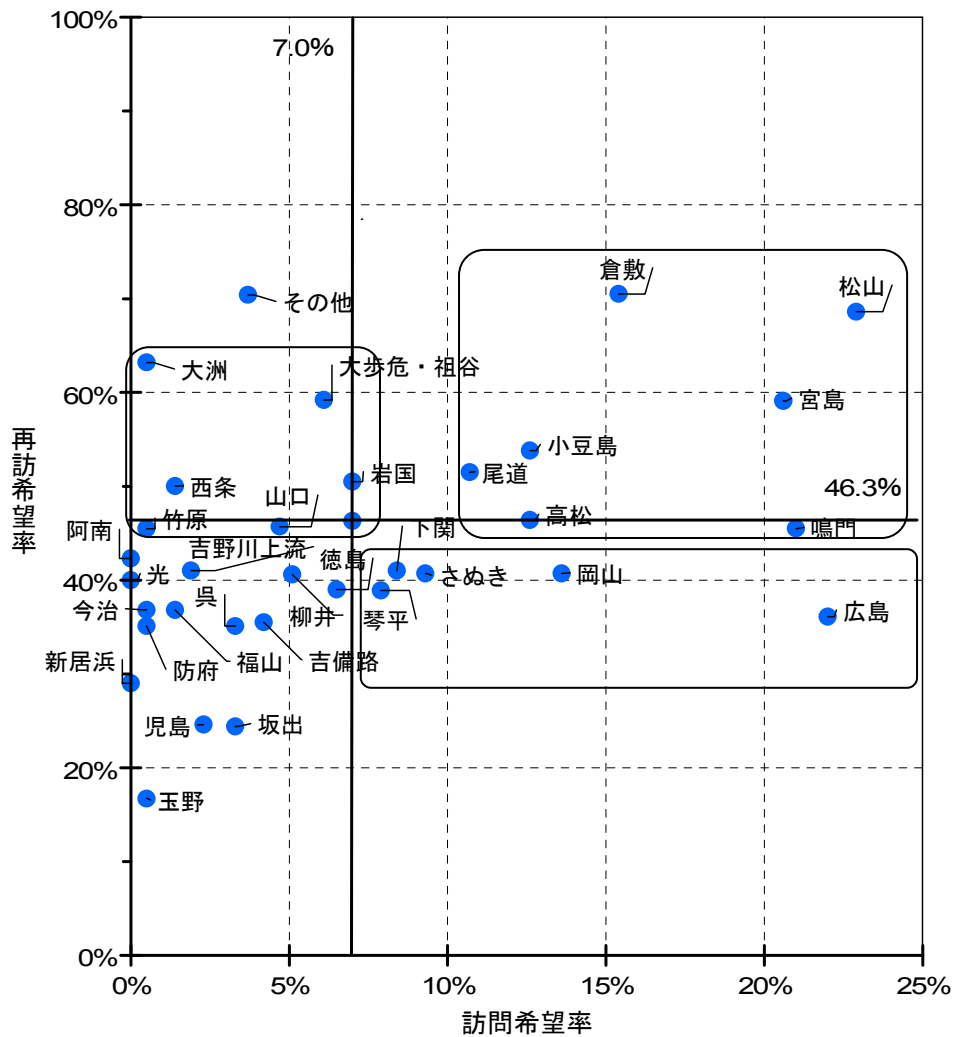
(9) 瀬戸内海地域の主要観光地への来訪希望 【複数回答】

○瀬戸内海地域を訪れたことの無い人に対し、主要観光地への来訪希望を尋ねると、松山、広島、鳴門、宮島が比較的多くなっている。



(10) 再訪希望と訪問希望の関係

- 瀬戸内海地域を訪れたことの無い人が主要観光地を訪れてみたいとする割合を訪問希望率（＝（訪問希望者数／瀬戸内海地域未訪問者数）×100）とし、これを松山、宮島、鳴門、倉敷、小豆島、高松、尾道は、訪問希望率が高く、再訪希望率も比較的高くなっている。
- 一方、広島、岡山、さぬき、下関、琴平は、訪問希望率は平均を上回るものの、再訪希望率が若干低くなっている。
- 岩国、大歩危・祖谷、山口、西条、大洲、竹原は、再訪希望率は比較的高くなっているが、訪問希望率が低くなっている。



※ グラフ中の縦の実線は再訪希望率の平均値（46.3%）、横の実線は訪問希望率の平均値（7.0%）。

3. 瀬戸内海における新たな集客サービスの実態

(1) 調査趣旨

瀬戸内海沿岸地域の埋もれた観光資源，交流促進に向けた取り組み，アイデア，団体等を把握し，瀬戸内海スローツーリズムに適した地域資源を発掘し，広くPRしていくための基礎資料を得るために実施した。

(2) 調査対象・調査手法

調査対象：瀬戸内海沿岸の市町村，商工会議所・商工会，観光協会，旅館組合，まちづくり関連NPO・ボランティア団体など 612 団体

調査手法：郵送方式

(3) 調査期間

平成 17 年 10 月 28 日（金）～11 月 4 日（金）

(4) 回収状況

	発送数	回収数	回収率(%)
合計	612	240	39.2
市町村	74	47	63.5
商工会議所・商工会	196	83	42.3
観光協会	111	43	38.7
旅館組合	31	8	25.8
NPO, ボランティア団体等	200	59	29.5

(5) 回答概要

ア. 集客交流において、今後の活用が期待される地域資源・新たな集客交流サービスについて

回答団体から紹介のあった456の地域資源・新たな集客交流サービスを「単発の集客型イベント」「定期・常時開催されている集客型イベント」「体験型イベント」「伝統的な祭」「観光施設・観光地」「歴史・文化資源」「食・食材」「民芸・陶芸」「まちづくり・賑わい拠点づくり」「その他」に分類してみると、以下のように整理される。

類 型	事例数	類 型	事例数
単発の集客型イベント	113	食・食材	28
まちづくり・賑わい拠点づくり	112	歴史・文化資源	27
体験型イベント	87	伝統的な祭	26
観光施設・観光地	81	民芸・陶芸	5
定期・常時開催されている集客型イベント	30	その他	2

※ 紹介事例総数は456事例。複数類型に関連する事例は関連類型に重複して計上した。

①単発の集客型イベント

「単発の集客型イベント」は、季節性のあるイベントや地域のお祭りなどが多くなっている。(常時開催の集客交流サービスにつながるものは少ない)

②まちづくり・賑わい拠点づくり

「まちづくり・賑わい拠点づくり」では、まちづくりの中で集客交流関連サービスの創出に向けた取り組みが多くなっている。

事業名	事業概要	実施場所
「ぶちええ竹原」来て・見て・買って！	ぶちええ(すっごくいい)竹原をPRするために、竹原の特産を活かした商品開発やイベントなどを手がける。地元の若者の斬新なアイデアにより、オリジナルのちゃんこ鍋、クッキーなどを開発。	広島県竹原市
エキサイティングビーチタイム	現在、夏場しか利用されていない北の脇の砂浜を、1年間を通して利用できるようにする取り組み。ビーチバレー、ビーチサッカー等。	徳島県阿南市
醬の郷(ひしおのさと)	地場産業の醤油、佃煮、醤油蔵の町並み景観等を活かした産業観光の実施。	香川県土庄町
まちなか博物館	街の歴史を見守ってきた古時計や計算機など、まちなかの店の宝物を紹介することで、まちの歴史を知ってもらい、まちや店の回遊性を高める。	愛媛県新居浜市

③体験型イベント

「体験型イベント」では、漁業・農業体験のほか、地域の伝統工芸品や食文化を体験するもの、街歩きを行うものなどが紹介されている。

事業名	事業概要	実施場所
大正ロマンにひたろう	NPOが保有している着物（大正，昭和初期）を観光客に着付けし，市内を散策してもらう。着物の着付け，メイク等普段味わえない雰囲気にはたさることができる。	広島県尾道市
宮島街歩き	宮島の名所，古い町並み，裏道などをガイドつきで歩き，宮島の新たな魅力を発見する	広島県廿日市市
体験教室 岩国寿司	岩国の伝統食「岩国寿司」を参加した人が話を聞きながら作って食べて岩国のかくれた話に花を咲かす。	山口県岩国市
金魚ちょうちん体験コーナー	大正時代の醤油蔵を体験型観光施設とし，そこで市民・観光客に金魚ちょうちんの製作体験を実施。	山口県柳井市
桐下駄づくり体験	さぬき市の特産品であり，香川県の伝統工芸品にも指定されている桐下駄づくりの作業工程である鼻緒つけ，絵付けの体験や作業工程の見学を実施。	香川県さぬき市

④観光施設・観光地

「観光施設・観光地」では，温泉・各種景観のほか，映画ロケセットや美術館などの事例があった。

施設・観光地名	事業概要	実施場所
映画「バルトの楽園」ロケセット	ロケセット公開とドイツ館を含む公園一帯の観光振興を図る。	徳島県鳴門市
イサム・ノグチ庭園美術館	イサム・ノグチの150点あまりの彫刻作品や，自ら選んで移築した展示蔵や住居イサム家，デザインした彫刻庭園などがある。	香川県高松市 牟礼町
東山魁夷せとうち美術館	東山魁夷画伯の版画作品270点余の寄贈を受け，整備された美術館。画伯や画伯ゆかりの日本画家の作品を展示するなど，東山画伯に関連する多種多様な交流を積極的に推進している。	香川県坂出市

⑤定期・常時開催されている集客型イベント

「定期・常時開催されている集客型イベント」では、各種朝市・フリーマーケットが多くなっているほか、地域資源をめぐるツアーやクルージングなどを実施する事例もあった。

事業名	事業概要	実施場所
ひょうたん島周遊船クルージング	徳島市内中心部をとりまく新町川・助任川を1周する約30分の無料クルージングを行っている。原則として毎日運行。	徳島県徳島市
阿南の四季を感じるツアー	春夏秋冬各シーズンに応じた阿南市とその周辺地域の魅力を感じていただく定期(季)的なツアー。	徳島県阿南市
道後朝市事業	毎月第4日曜日に道後地区において、湯あがりの観光客や市民を対象に朝市を開催。	愛媛県松山市

⑥食・食材

「食・食材」では、各地域の魚や郷土料理などがあるほか、それをPRする各種の取り組みも実施されている。

事業名	事業概要	実施場所
鯖料理	古くから岡山地方では、鯖を刺身・ばらずし(郷土料理)等、生食する習慣があった。この食文化を全国の人に体感してもらうため、官民一体でPR活動を進めている。	岡山県岡山市
周防大島産四季の魚「地魚の店」	周防大島で獲れた新鮮な地魚を観光客に提供する試みであり、観光協会が音頭を取り、町内の飲食店の希望参加者18名(店)でシーズンを通して地魚料理キャンペーンを展開。	山口県周防大島町

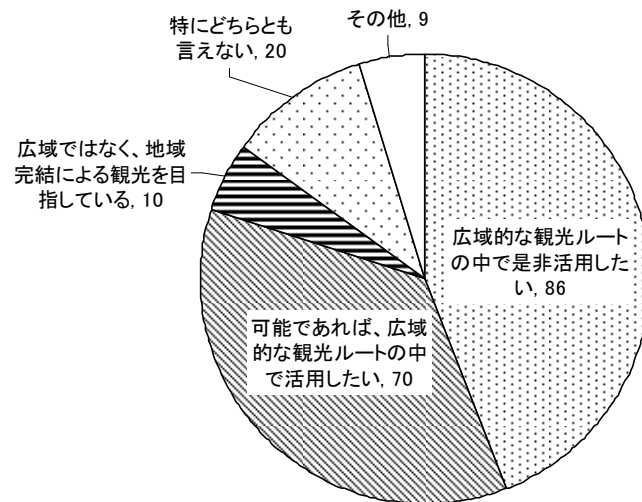
⑦歴史・文化資源、伝統的な祭

「歴史・文化資源」や「伝統的な祭」では、地域の寺社仏閣、それに関連するお祭りなどが多くなっているか、地域にゆかりのある人物に関する取り組みなどもある。

事業名	事業概要	実施場所
歴史体感紙芝居	紙芝居で下関の観光地の歴史を語り勉強してもらうという企画。朝10時から毎正時、15時、市民ボランティアが無料で実施。	山口県下関市
宇野千代「幸福の言葉」	錦帯橋周辺地区16ヶ所に設置してあるメッセージボードの言葉を記入して巡回する。	山口県岩国市

イ. 地域資源, 新たな集客交流サービスの広域的観光ルート形成への活用について

地域資源, 新たな集客交流サービスの広域的観光ルート形成への活用意向は, 約8割の団体が「広域的な観光ルートの中で活用したい」と考えており, 地域完結型での観光を目指しているのはごく一部となっている。



N = 195

4. 宿泊施設における環境負荷低減の取組み

(1) 先進的取組の事例

宿泊施設における環境負荷低減の事例として、HP 等からエネルギー、リサイクル、建築物、食材、サービスの分野において先進的な取組をとりまとめた。代表的事例を紹介し、個別施設の事例は資料編に掲載する。

① エネルギーシステム

○蓄熱式空調システムの導入

・夜間電力を利用して氷をつくり昼間の冷房に利用する氷蓄熱プラントを導入(事例多数)。

○コージェネレーションシステムの導入

・ディーゼルエンジンで発電した電気をホテル内に供給し、エンジンの排熱を利用して給湯に使用する。コージェネ運用効果を織り込んだ電気料金実績は年間 6,500 万円程度で、そのうち電力会社への支払分は 3,000 万円程度となっている(仙台ロイヤルパークホテル)。

・コージェネレーションシステムを導入し、重油は対前年で 2.5 万リットル削減(星野リゾート/長野県)
・天然ガスと非常用運転のための灯油を燃料とするコージェネレーション・プラントを導入。エネルギー効率は 75 %を達成、ホテル内で使用する電力使用量の 40 %をまかなっている(ホテルニューオータニ)。

○水力・地熱の利用

・水力発電と地熱を利用したエネルギー供給している。ホテルの敷地内を流れる湯川の水を利用し 3 機の発電機を使って水力発電を実施し、使用電力の 80 %を賅っている。温泉排湯に地中熱を組み合わせた熱源システムを採用。この結果 75 %のエネルギーが自給可能になった(星のや/軽井沢)。

○風力発電

・能登ロイヤルホテルでは風力発電機 2 基が稼働中。この 2 基で得られる電力量は、年間で約 150 万キロワット。ホテル施設で消費される全電力量のおよそ 3 分の 2 以上を賅う(能登ロイヤルホテル)。

○燃料電池の導入

・クリーンエネルギーである天然ガスを燃料とし、電気とその排熱を給湯に利用し、年間電力需要の 87 %、給湯需要の 79 % (H 13 年度実績) を燃料電池でまかなう(名古屋栄ワシントンホテルプラザ)。

○太陽光発電

・灌水設備の電気供給を行っている(田貫湖ふれあい自然塾)。

② 廃棄物の削減・リサイクル

○廃食油の燃料化

・食用廃油と A 重油を混合しボイラー燃料に再利用(札幌グランドホテル)
・バイオディーゼル燃料(BDF)事業に参画、廃食用油から精製された燃料を送迎バスに利用(星野リゾート/長野県)。

○中水リサイクル

・排水からゴミを除去しタンパク質、油分を微生物の力で分解するシステム。1 日約 1,000 トンの厨房排水から最大で 600 トンの中水を作り出している。リサイクルした中水はトイレ洗浄用水、散水、洗車用として利用されている。(ホテルニューオータニ)

○食品廃棄物のリサイクル化

・稲取温泉には 23 軒の旅館があり旅館から出される食品廃棄物の総量は 1 日あたり約 3 トンにものぼる。食品リサイクル法の制定を期に、国内で初めて旅館協同組合単位でゴミのリサイクル、環境問題に取り組んでいる(稲取温泉旅館協同組合/静岡県)。

・ホテル内の 50 ヶ所の厨房から出る毎日約 5,000kg の生ごみをコンポスト・プラントで一次発酵させ、

その後堆肥工場で二次発酵させて堆肥を生産。堆肥は農家に販売され、農家で生産された野菜類は再び食材としてホテルが買い上げ。このシステムにより生ごみの 100 %コンポスト化が実現。同時に従来かかっていた生ごみの焼却処分費、年間 3,000 万円が削減された(ホテルニューオータニ)。

○環境負荷の低い洗剤利用

・客室内に備え付けのシャンプー・リンス・ボディーソープ類は全て石油系の合成化学成分を使用していない無添加の製品を用意(小笠原父島くつろぎの宿てつ家)。

③環境に配慮した建築

○屋上緑化

・屋上緑化は都市部におけるヒートアイランド現象の緩和や大気汚染の浄化、雨水の流出抑制に効果を発揮する。また、緑化部分の直下階の室温が 2～3℃下がることによる省エネルギー効果も期待できる(帝国ホテル)。

○環境に配慮した建築材料の使用

・建築材料には環境共生の観点から、有機溶剤を含む接着剤、塗料、ワックスは使用していない(小笠原父島くつろぎの宿てつ家)。

④地域の食材

・無農薬、有機農法で作られた安全、安心な食材(調味料)を出来る限り使用。料理のメニューに小笠原産の食材を出来る限り取り入れ、農産物、海産物の移動に伴うエネルギー消費の軽減に協力(小笠原父島くつろぎの宿てつ家)。

⑤エコ・ツーリズムサービス

・ガイド付きエコツアー、自然教室などを実施。エコツーリズム・サービスは年間約 1 万人が利用(星野リゾート/長野県)。

(2) ガイドラインに基づく施設認定の取組

非営利の民間組織であるグリーン購入ネットワーク（GPN）では、ガイドラインに基づきエコチャレンジホテル・旅館の施設認定をしている。

瀬戸内海地域においても、下記のような施設が認定されている。

GPNエコチャレンジホテル旅館(瀬戸内6県)

県	ホテル名称	廃棄物削減・リサイクル						省資源・省エネルギー					その他		
		ソープ ディスプレイ ンサーを 設置、又 はボトル に転換	洗えるリ サイクル スリッパ を使用	歯ブラシ 、シ ェー パーな どの持 参を呼 びかけ	再生紙 使用の 推進	廃棄物 の分別 回収、リ サイクル	生ごみ のたい 肥化	エネル ギー効 率を高 めるた めの設 備(コ ージエ ネなど) を導入	自然エ ネル ギーの 活用	省エネ スイッチ を使用	白熱灯 を蛍光 灯に切 り替え	節水型 機器を 導入		排水の 浄化利 用	雨水の 利用
岡山	岡山ワシントンホテルプラザ	○	○	○	○	○	—	—	—	○	○	○	—	—	連泊者のシー交換希望制
	休暇村 瀬山高原	○	○	○	○	○	—	—	—	—	—	○	—	—	
	スーパーホテルイン倉敷	○	○	○	○	○	—	—	—	○	○	○	—	—	
	スリープイン倉敷	○	○	○	△	○	—	—	—	○	○	—	—	—	連泊者のシー交換希望制
	ホテルエクセル岡山	○	○	—	△	△	—	—	—	—	○	○	—	—	屋上緑化
広島	キャッスルイン福山	○	○	○	○	○	—	—	—	○	○	—	—	—	連泊者のシー交換希望制
	休暇村 吾妻山	○	○	○	○	○	—	—	—	—	○	○	—	—	
	休暇村 大久野島	○	○	○	○	○	○	—	—	—	○	○	○	○	屋上緑化
	休暇村 帝釈峡	○	○	—	○	○	—	—	—	—	○	○	—	—	
	スリープイン福山	○	○	○	△	○	—	—	—	○	○	—	—	—	連泊者のシー交換希望制
	広島東急イン	○	○	—	○	○	—	—	—	—	○	○	—	—	グリーンコインの導入
	広島ワシントンホテルプラザ	○	○	○	○	○	—	○	—	○	○	○	—	—	連泊者のシー交換希望制
	ブルーウェーブイン広島第1	○	○	—	○	○	—	—	—	○	○	○	—	—	
ブルーウェーブイン広島第2	○	○	—	—	○	—	—	—	○	—	○	—	—		
山口	岩国ビジネスホテル	○	○	—	—	○	○	—	—	○	○	○	—	—	
	下関駅西ワシントンホテルプラザ	○	○	○	○	○	—	○	—	○	○	○	—	—	連泊者のシー交換希望制
	下関東急イン	○	—	—	△	○	—	○	—	○	○	○	—	—	グリーンコインの導入
	スーパーホテルCity宇部	○	○	○	○	○	—	—	—	○	○	○	—	—	
	スーパーホテル山口湯田温泉	○	○	○	○	○	—	—	—	○	○	—	○	—	
徳島	徳島東急イン	○	○	—	△	△	—	—	—	—	○	○	—	—	グリーンコインの導入
	徳島ワシントンホテルプラザ	○	○	○	○	△	—	—	—	○	○	—	—	—	連泊者のシー交換希望制
香川	休暇村 讃岐五色台	○	○	—	○	○	○	—	—	—	○	—	○	—	
	高松東急イン	○	○	○	△	○	—	—	—	—	○	○	—	—	グリーンコインの導入
愛媛	高松ワシントンホテルプラザ	○	○	○	○	○	—	—	—	○	—	○	—	—	連泊者のシー交換希望制
	休暇村 瀬戸内東予	○	○	—	○	○	—	—	—	—	○	—	—	—	
	松山東急イン	○	○	○	○	○	—	—	—	—	—	○	—	—	グリーンコインの導入
	松山ワシントンホテルプラザ	○	○	○	○	○	—	○	—	○	—	○	—	—	連泊者のシー交換希望制

(資料) GPNエコチャレンジホテル旅館データベース

(注) 環境への取り組みの具体的なチェック項目について、主なものの取組状況を表示。

(注) グリーン購入ネットワーク（GPN）

環境省の呼びかけにより、環境保全型製品に関する情報を発信し、購入ノウハウを広げることを目的に、環境に配慮した購入を推進する幅広いネットワークとして1996年2月に設立した非営利の民間組織。2002年末現在の会員数は2,741団体(企業2,108,行政364,民間団体269)。GPNのHPには「GPNエコチャレンジホテル・旅館データベース」として約300の施設が掲載されている。低減指標としては、例えば下記のような項目等があげられている。

【環境への取り組み姿勢】

- 自社で地球温暖化方針を策定(文書化)
- 廃棄物の量と種類を把握し、具体的な目標や計画の立案、削減とリサイクル活動
- エネルギー(電力、重油、ガス等)と水の使用量を把握、目標の立案、削減の取組

【廃棄物削減・リサイクル】

- ゴミの分別・リサイクル化

○紙類(コピー用紙, 新聞, 雑誌, 段ボール)の分別, リサイクル化

○PET ボトル, 飲料缶, ガラスビンの分別, リサイクル化

【飲食関連】

○厨芥・残飯を肥料や飼料などに資源化

【省エネルギー・節水】

○機器が効率よく動くように省エネに繋がる定期的メンテナンスの実施

○エネルギー効率を高めるためボイラー廃熱利用設備, コージェネレーション設備の導入

○太陽熱給湯, 太陽光発電等の自然エネルギーの活用

【グリーン購入】

○事務所などで使用するコピー用紙のグリーン購入

(3) まとめ

- ・ 宿泊施設においては, エネルギー, リサイクル, 建築物, 食材, サービスの分野において環境負荷低減の取組がなされている。
- ・ これらの取組には新たな投資が必要になるが, 宿泊施設側においては, 食品リサイクル等のように新たな法規制の施行への対応行為という側面があるほか, エネルギー分野のようにコスト削減効果が見込まれるものもある。
- ・ 但し, エネルギーやリサイクルの取組などの多くは, 宿泊客からは見えにくい分野であることから, 建築物や食材, サービスなどを複合化して, 総合的に施設のイメージアップ効果を高める PR が求められる。
- ・ 地域食材の利用やガイドツアー等のサービスは, 宿泊客にアピールし易い分野であり, やり方次第では, 環境負荷への配慮が, 事業成績の向上に結びつく可能性もある。
- ・ 環境コンシャス度の高い宿泊施設を認定する取組も進められており, 事業者側は一定の負担の基に PR 効果を期待しているものと考えられるが, その取組を浸透させていく必要がある。環境コンシャス度の高い宿泊施設を利用することで, 利用者にもメリットがあるような仕組み(例えばエコポイント制度)の創出が求められる。

5. スロートーリズムのニーズ

(1) 調査趣旨

現在のスロートーリズムに対するニーズを把握するため、一般消費者を対象に、観光の志向、スロートーリズムに対するニーズなどを把握し、今後の瀬戸内海スロートーリズムのあり方を検討するため、ウェブアンケートを実施した。

(2) 調査方法

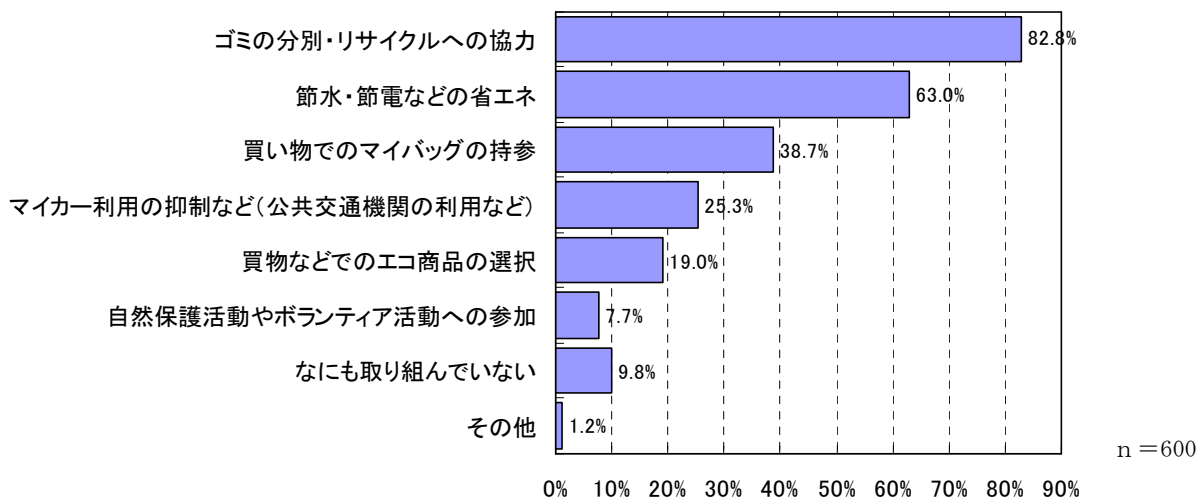
第1章3の「瀬戸内海観光地の評価」(p19)で示した方法と同じ。

(3) 回答者属性

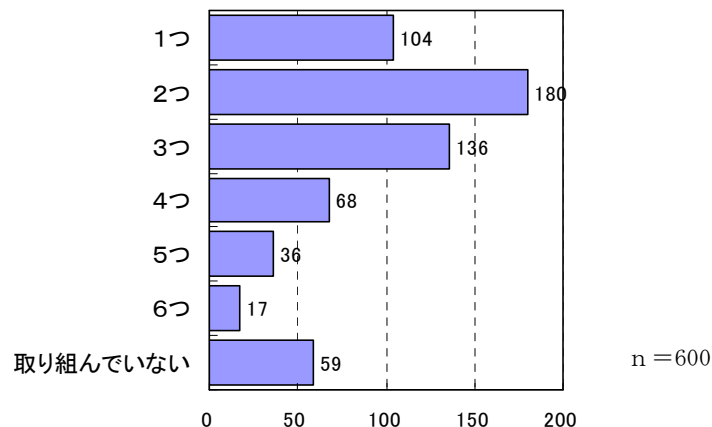
基礎的な属性は第1章3の「瀬戸内海観光地の評価」(p19・20)で示した回答者属性と同じ。それ以外の属性は以下のとおり。

ア. 回答者の環境意識

①環境への取り組み状況 【複数回答】



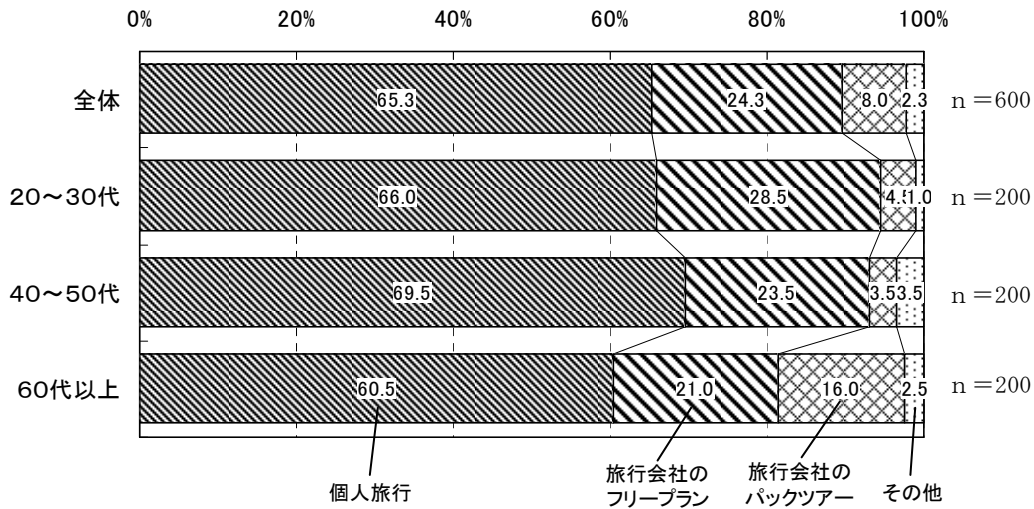
②環境への取り組みの数



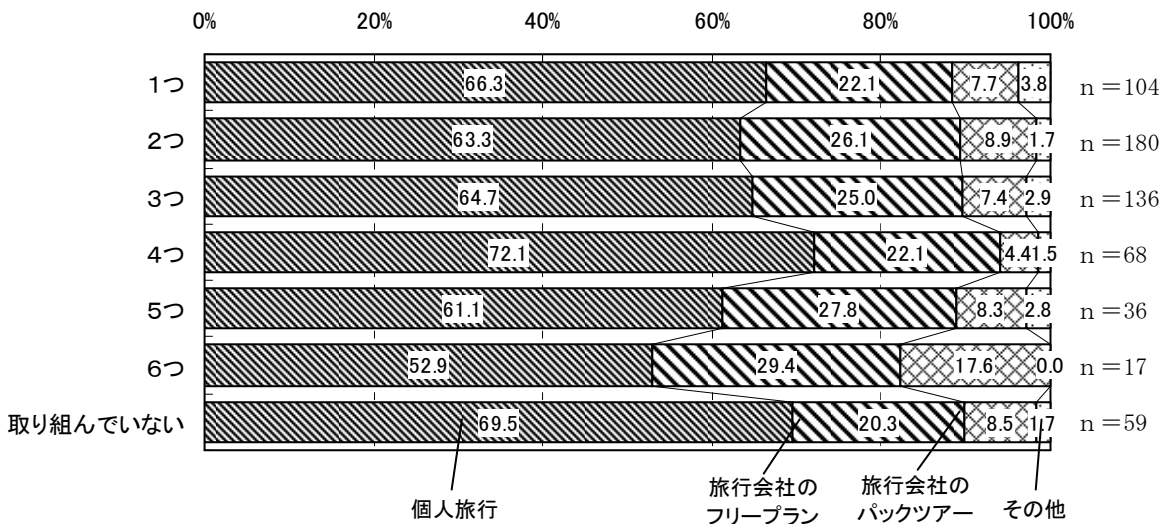
(4) 国内観光旅行の形態

○国内観光旅行をする場合の旅行形態をみると、6割強の人が自分で手配を行う個人旅行を行って、旅行会社を利用するのは約3割の人で、旅行会社の添乗員付きパッケージツアーを利用するのは1割に満たない。

○年齢階層別にみると、60代以上では旅行会社の添乗員付きパッケージツアーの利用が他の年齢階層よりも高くなっているが、その他の年齢階層では旅行会社の添乗員付きパッケージツアーは5%以下と非常に低くなっている。



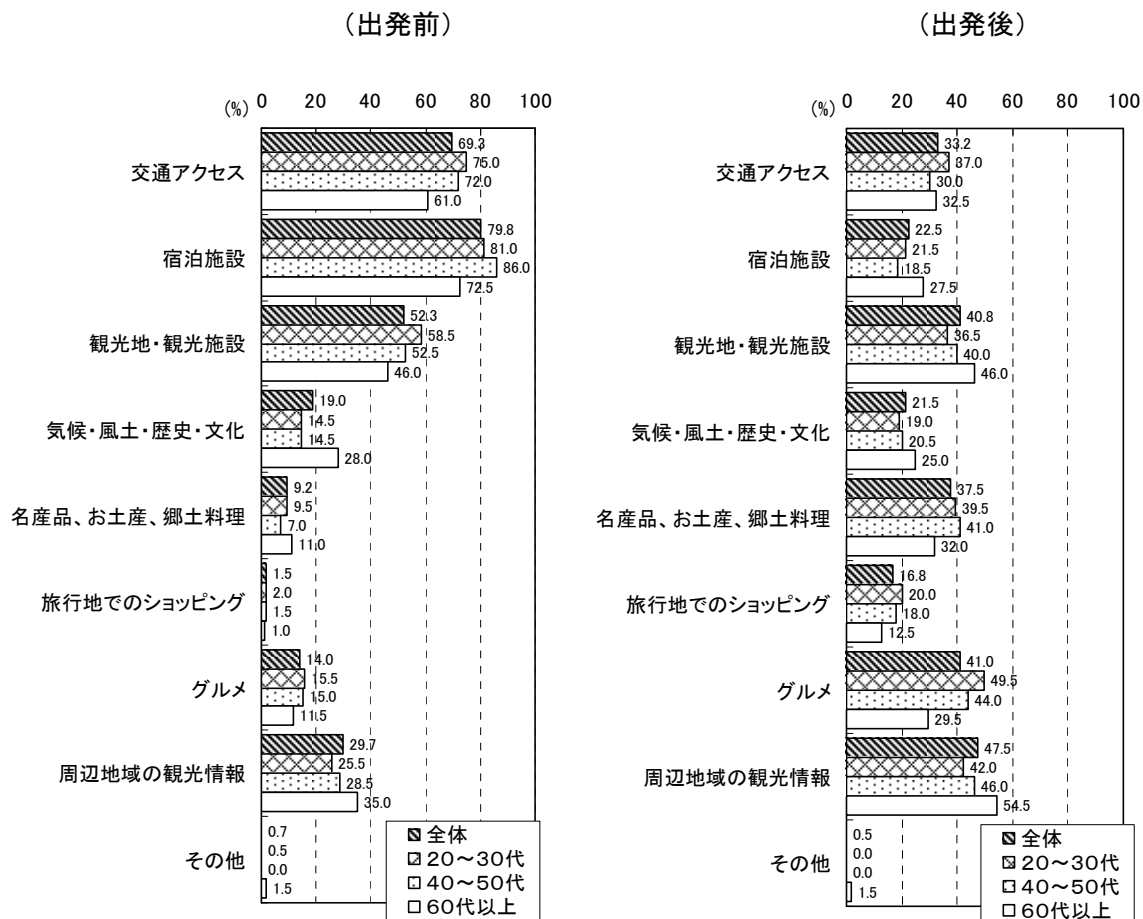
(参考) 国内観光旅行の形態×環境への取組数



(5) 旅行における情報について

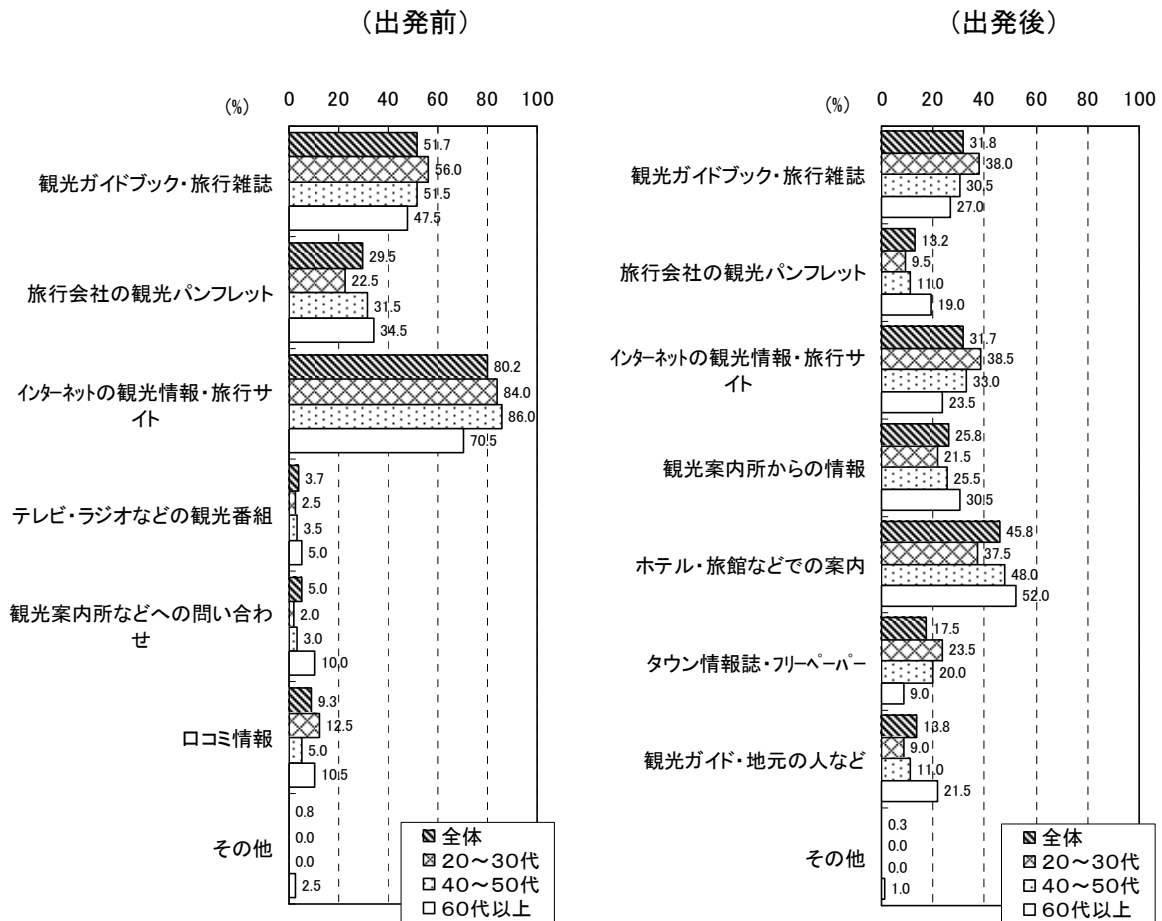
ア. 旅行の必要となる情報 【複数回答】

- 国内観光旅行で必要となる情報について、出発前と出発後に分けて聞くと、出発前では宿泊施設の情報、交通アクセスの情報、観光地・観光施設の概要など基礎的な観光情報を多くの人が収集している。
- 出発後では、周辺地域の観光情報や飲食店などのグルメ情報、観光地・観光施設の概要など、現地での過ごし方を充実させるための情報を多くの人が収集している。
- 年齢階層別にみると、出発前では、60代以上は他の年齢階層と比較して交通アクセスや宿泊施設、観光地・観光施設の情報をあまり求めないが、気候・風土・歴史・文化といった訪問地をより深く理解するための情報を事前に求める傾向がある。
- なお、60代以上は、出発後に観光地・観光施設の情報や宿泊施設の情報を収集する傾向がある。また、周辺地域の観光情報についても、出発後も収集する人が多くなっていることがわかる。



イ. 旅行に必要な情報の収集方法 【複数回答】

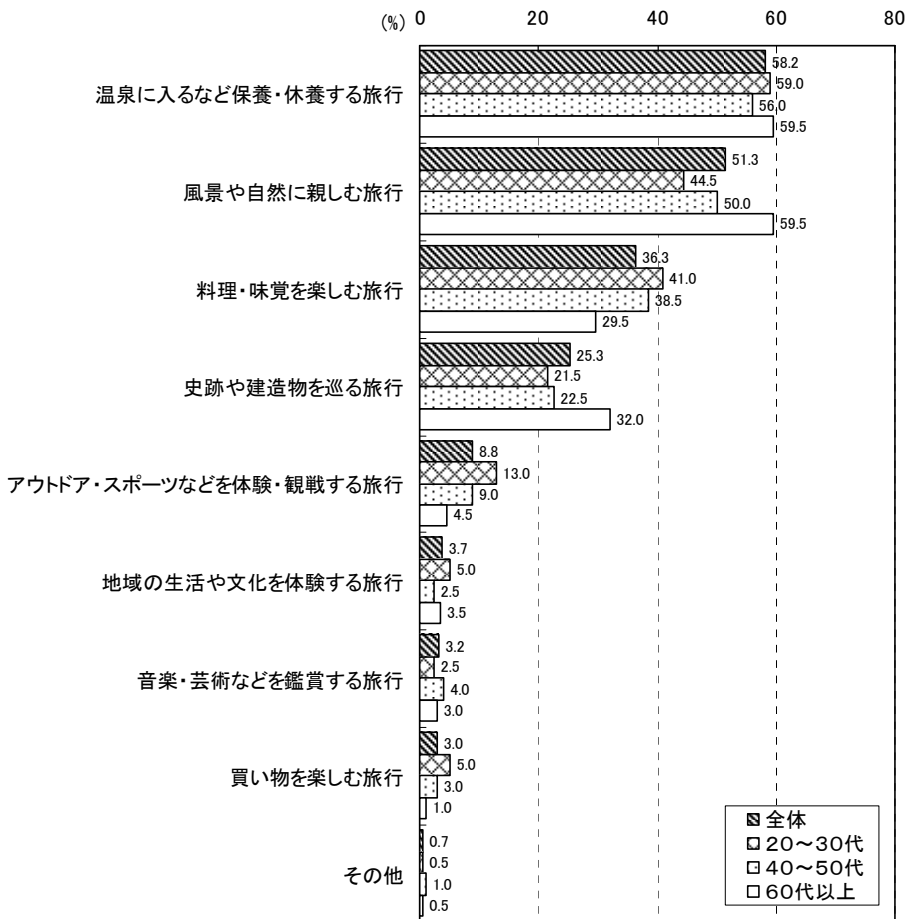
- 旅行に必要な情報収集の方法をみると、出発前ではインターネットでの情報収集が最も多く、約8割の人が利用している。これに次ぐのが観光ガイドブック・旅行雑誌、旅行会社の観光パンフレットであった。
- 出発後では、ホテル・旅館などでの案内が多く、これに観光ガイドブック・旅行雑誌、インターネットがつづいている。
- 年齢階層別にみると、60代以上では、他の年齢階層と比べて、ホテル・旅館などでの案内、観光案内所、観光ガイドなど、地元の人を介した情報収集が高くなっている。
- 一方、20～30代では、出発前の口コミ情報が比較的高くなっている。また、出発後では、インターネットでの情報収集が他の年齢階層よりも高くなっているほか、タウン情報誌やフリーペーパーなどからの情報収集も取り入れている。



(6) 国内観光旅行の好み

ア. 国内観光旅行の目的 【複数回答】

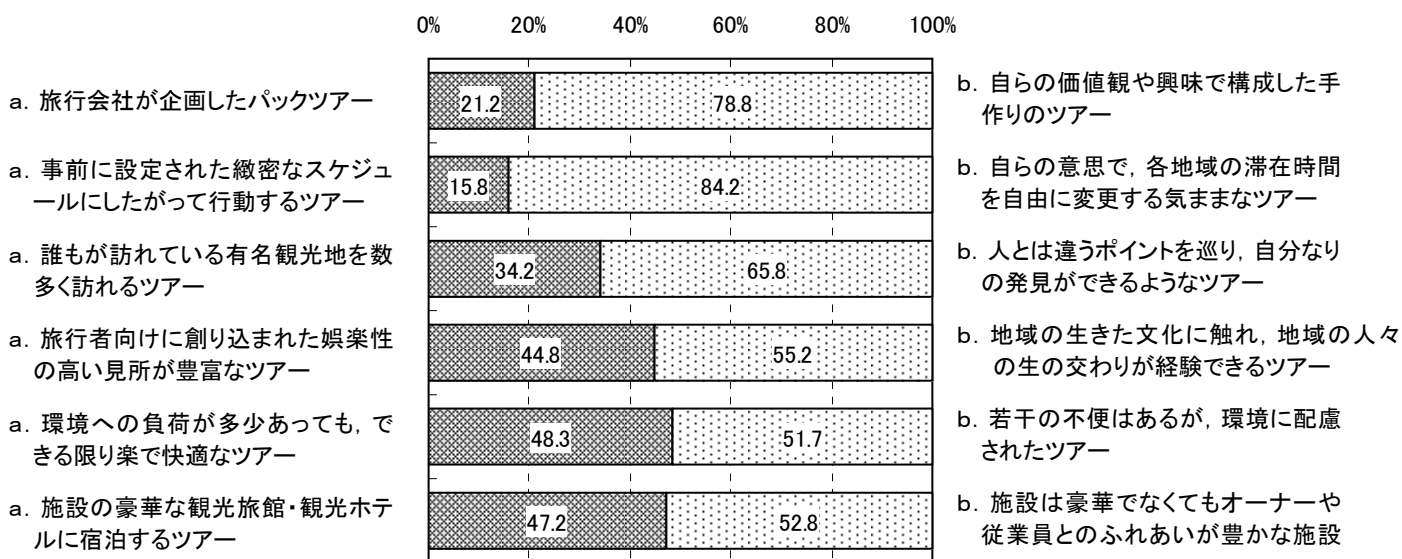
- 国内観光旅行の目的をみると、温泉に入るなど保養・休養する旅行が最も多く、これに風景や自然に親しむ旅行，料理・味覚を楽しむ旅行，史跡や建造物を巡る旅行などがつづいている。
- 年齢階層別にみると，60代以上では温泉に入るなどの保養・休養する旅行と風景や自然に親しむ旅行がほぼ同水準であるほか，史跡や建造物を巡る旅へのニーズが高くなっている。
- 一方，20～30代では，料理・味覚を楽しむ旅行やアウトドア・スポーツなどを体験・観戦する旅行が他の年齢階層よりも高くなっている。



イ. 今後の国内観光旅行で重視するポイント

○今後の国内観光旅行で重視するポイントを見ると、自らの価値観や興味で構成された手作りのツアーや滞在時間を自由に変更する気ままなツアー、人とは違うポイントを巡り、自分なりの発見のできるツアーが従来型の観光旅行よりも支持されている。

○一方、娯楽性か地元の人とのふれあいか、環境負荷への配慮の度合い、施設の豪華さか人とのふれあいかという設問では、双方の選択肢がほぼ拮抗する結果となっている。

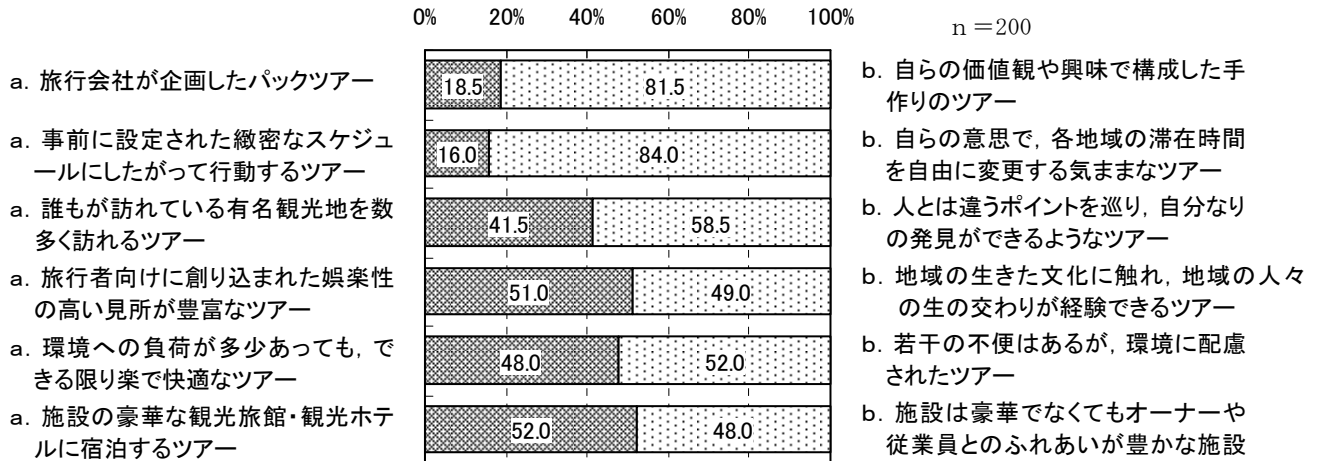


n = 600

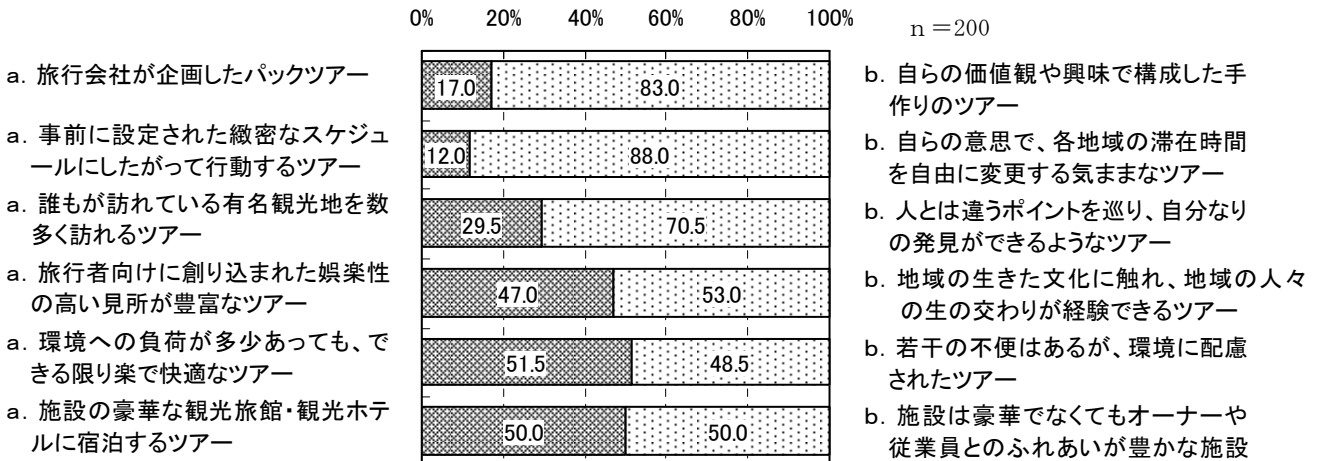
○年齢階層別にみると、60代以上で、娯楽性よりも人とのふれあいを志向する比率が高いなどスロートーリズム的な観光へのニーズが他の年齢階層よりも比較的高いことが分かる。一方で、パックツアーを志向する比率も相対的に高くなっている。

○40～50代では、滞在時間を自由に変更する気ままなツアーへのニーズが比較的高くなっている。

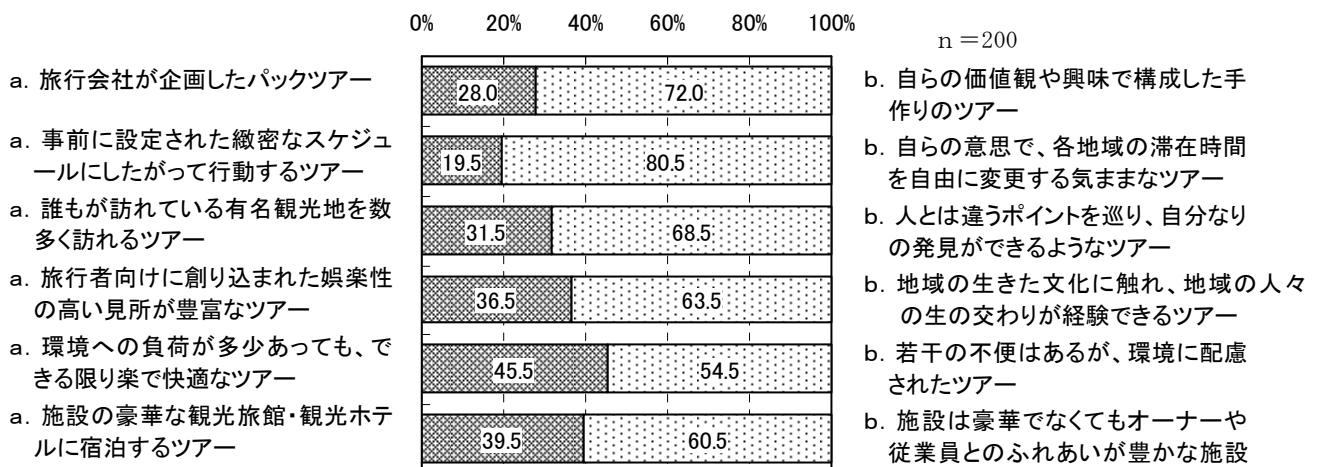
【20～30代】



【40～50代】



【60代以上】

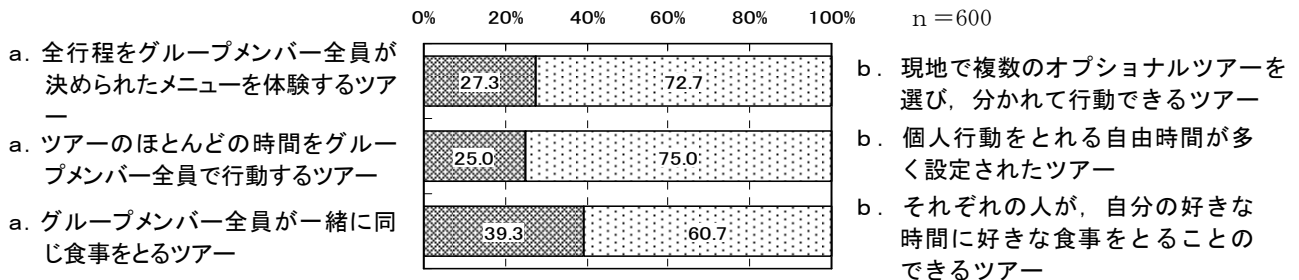


ウ. 団体旅行での行動に関する志向

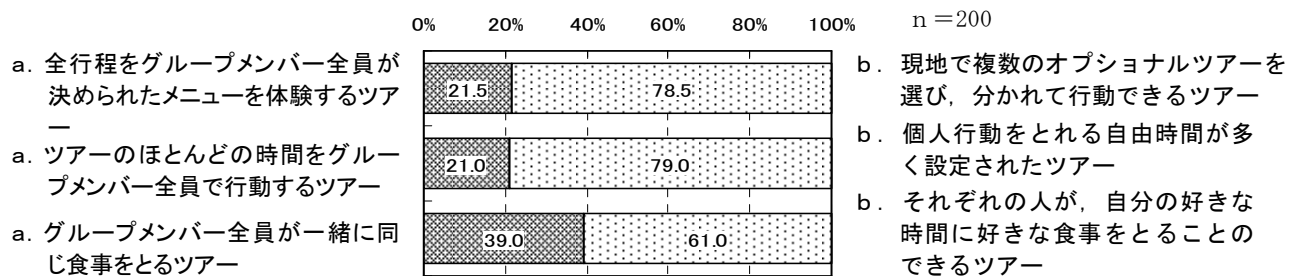
○団体旅行での行動に関する志向をみると、従来の決められたメニューを団体全員が一緒に体験するという志向は弱まっており、多くの場合、団体旅行であっても、個人の意思で行動できるような自由度のある旅行が求められている。

○年齢階層別でみると、年齢層が若くなるに従い、団体旅行であっても個人の自由度が高い旅行を求める傾向が強くなっている。

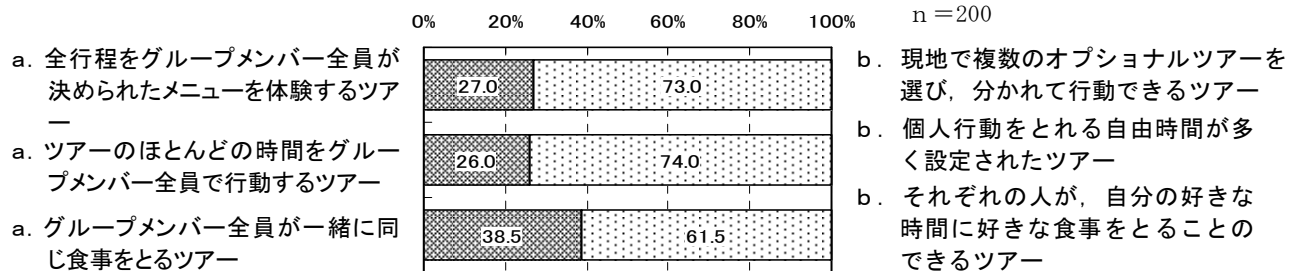
【全体】



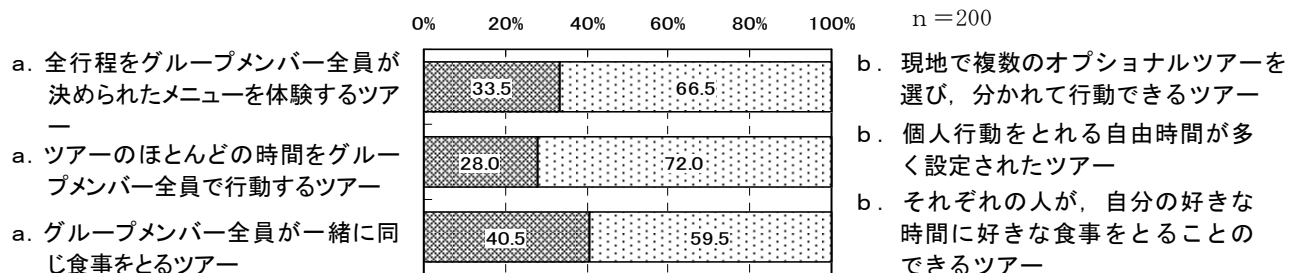
【20～30代】



【40～50代】

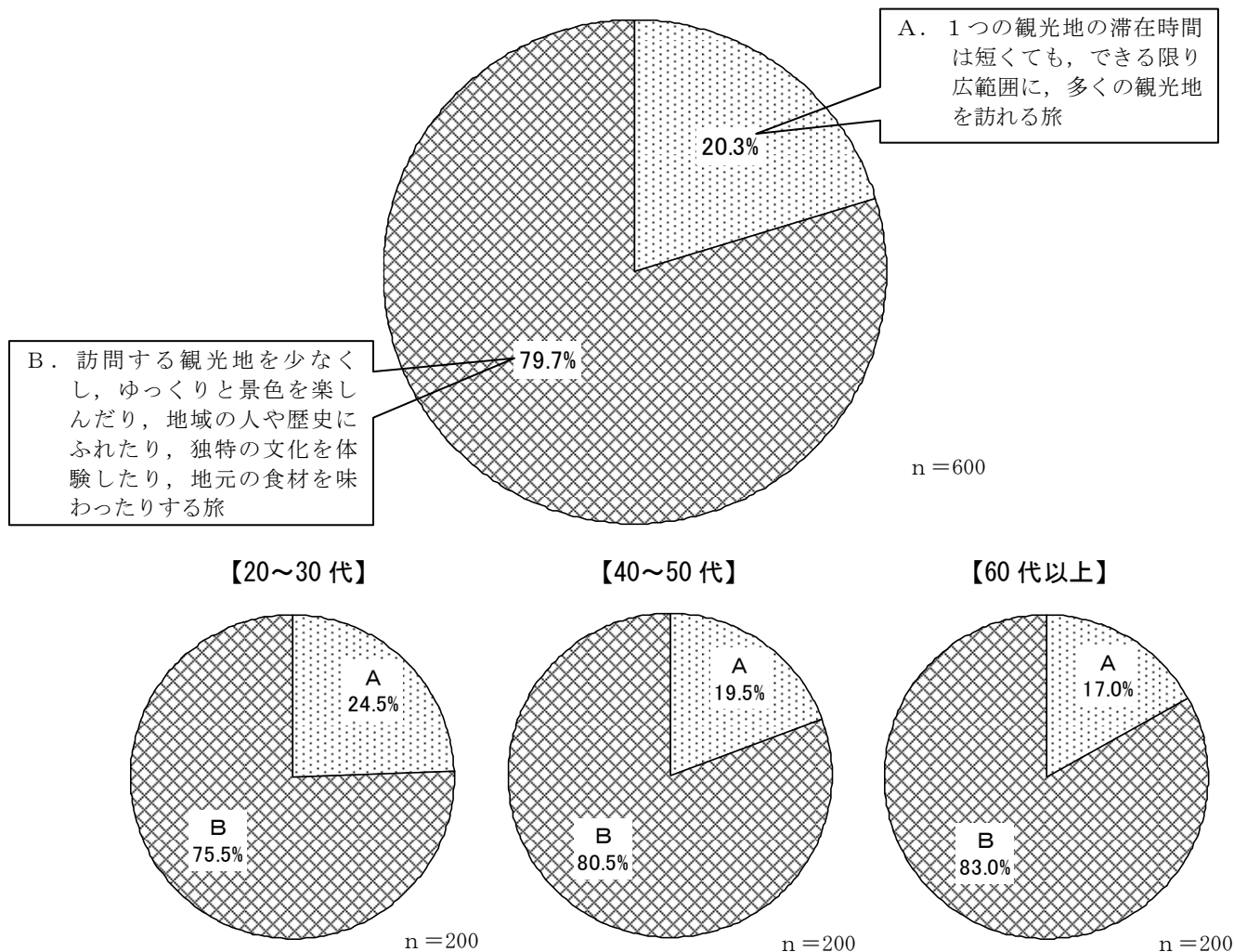


【60代以上】



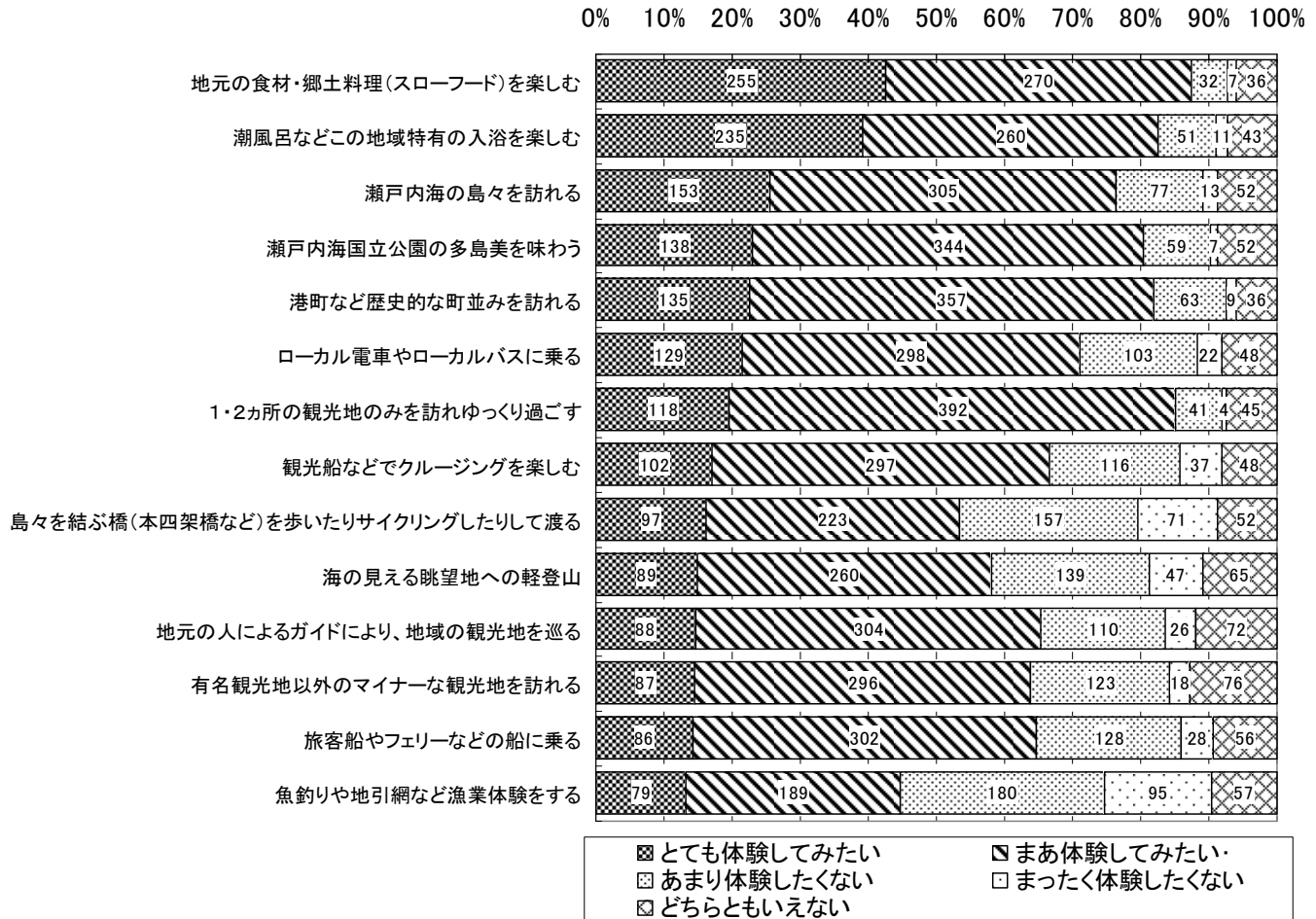
エ. 瀬戸内海観光での過ごし方の志向

- これからの瀬戸内海観光での旅行のパターンを訪ねたところ、従来型の長距離駆け足型のAパターンを志向するのは約2割であり、残りの8割はゆっくり滞在型のBパターンを志向しており、スローツーリズムへのニーズは高いと考えられる。
- 年齢階層別にみると、20~30代では長距離駆け足型を志向する人が約4分の1程度あるものの、年齢階層が上がるごとにゆっくり滞在型を志向する人の割合は高まる傾向にある。



(7) 瀬戸内海地域でのスロートーリズムにおけるニーズ

○瀬戸内海地域でスロートーリズム的要素として今後体験してみたいことをみると、「地元の食材・郷土料理を楽しむ」や、「潮風呂などこの地域特有の入浴を楽しむ」「瀬戸内海の島々を訪れる」「瀬戸内海国立公園の多島美を味わう」「港町などの歴史的町並みを訪れる」などで「とても体験してみたい」という回答が多くなっており、地域固有のサービスを求める志向があることがわかる。

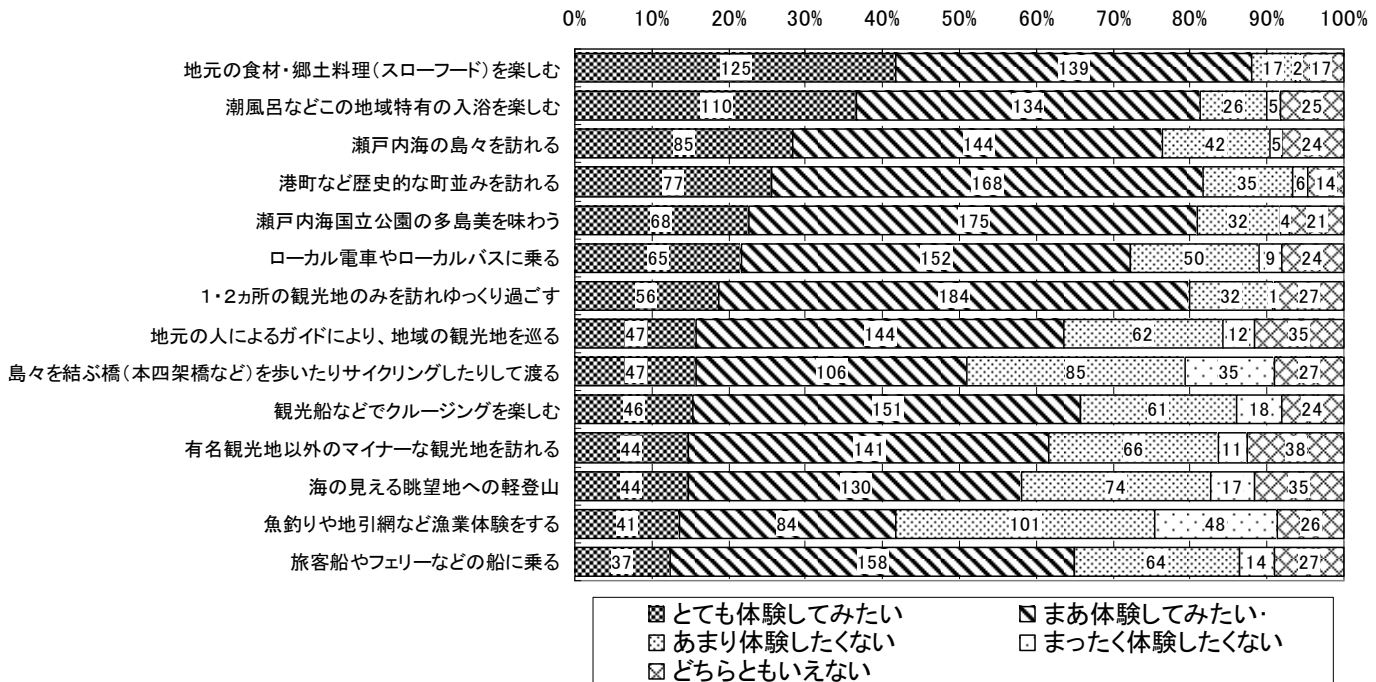


n = 600

○居住地別にみると、首都圏では、「スローフードを楽しむ」が最もニーズが高く、これに「地域特有の入浴を楽しむ」「島々を訪れる」「歴史的な町並みを訪れる」がつついている。

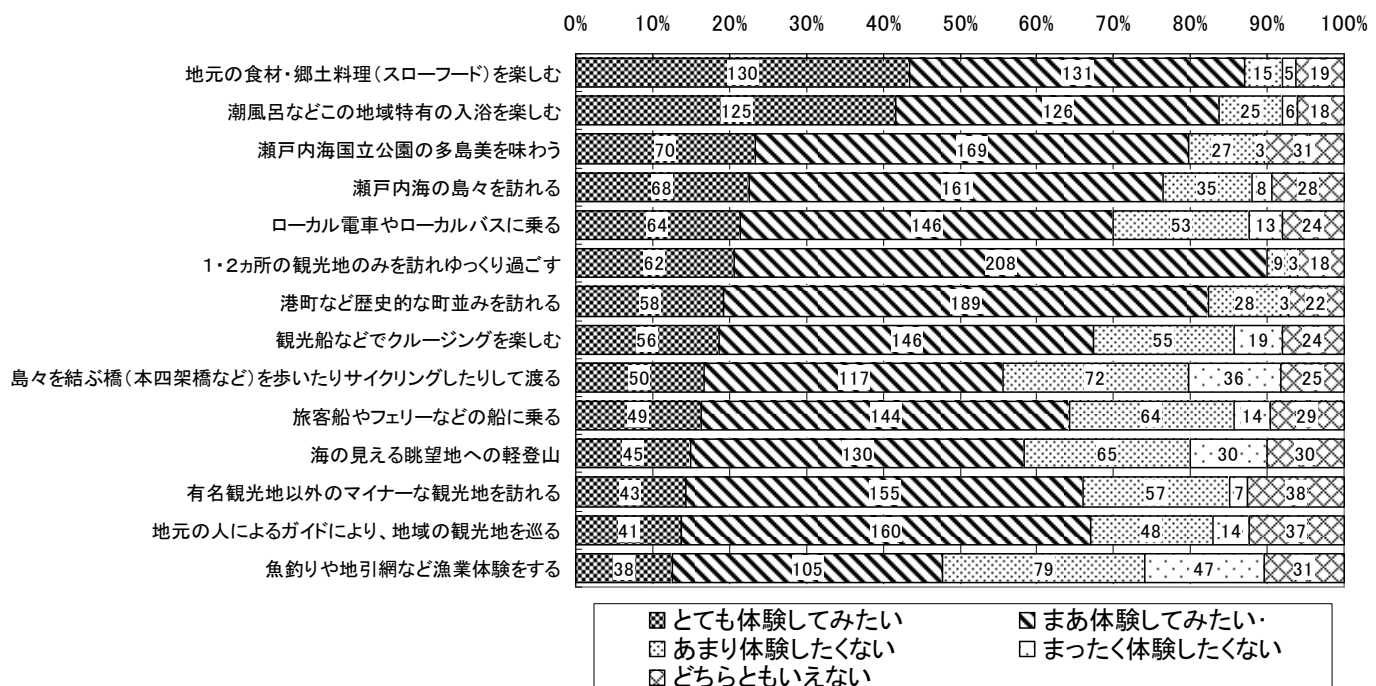
○関西圏では、「スローフードを楽しむ」「地域特有の入浴を楽しむ」が突出しており、これに「多島美を味わう」「島々を訪れる」などがつついている。

(首都圏)



n = 300

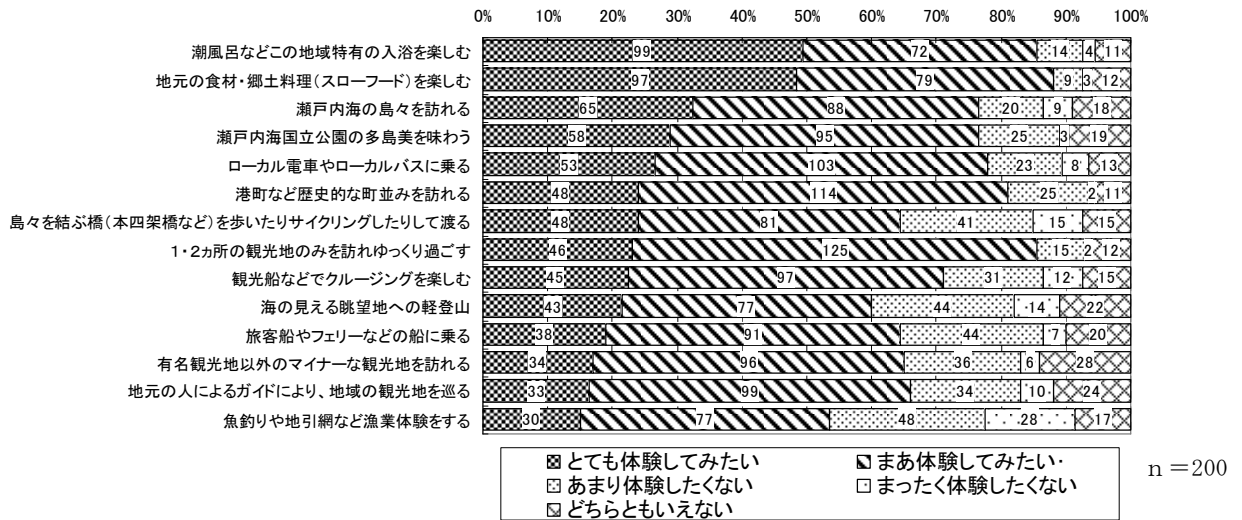
(関西圏)



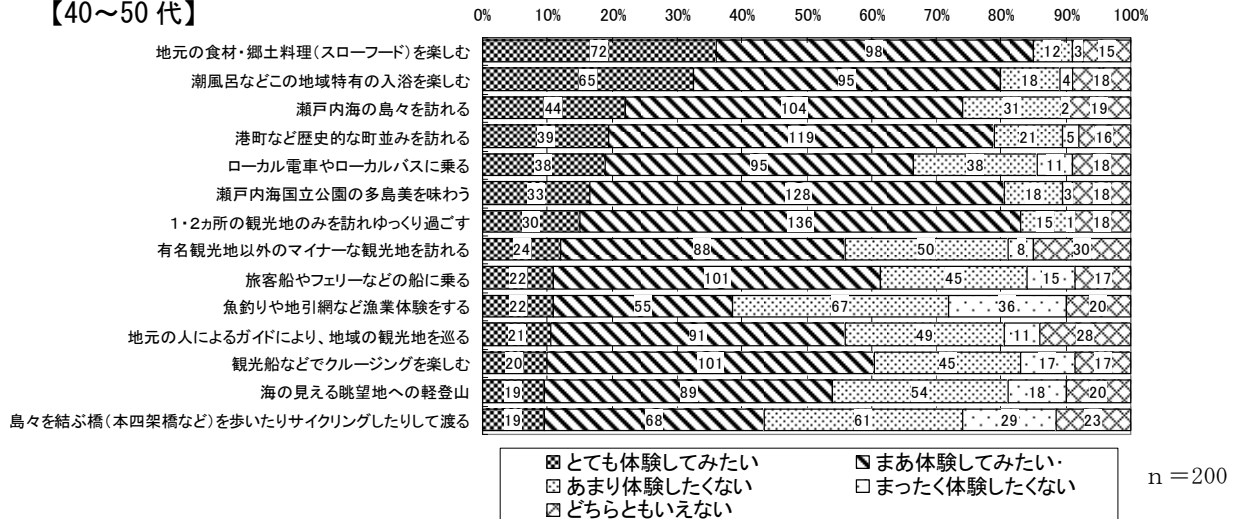
n = 300

○年齢階層別にみると、各年齢階層ともに上位2つの「スローフードを楽しむ」と「地域特有の入浴を楽しむ」が突出しており、3番手は20代～30代、40～50代は「瀬戸内海の島々を訪れる」、60代以上は「歴史的な町並みを訪れる」が入っており、年齢階層によって若干の違いがみられる。

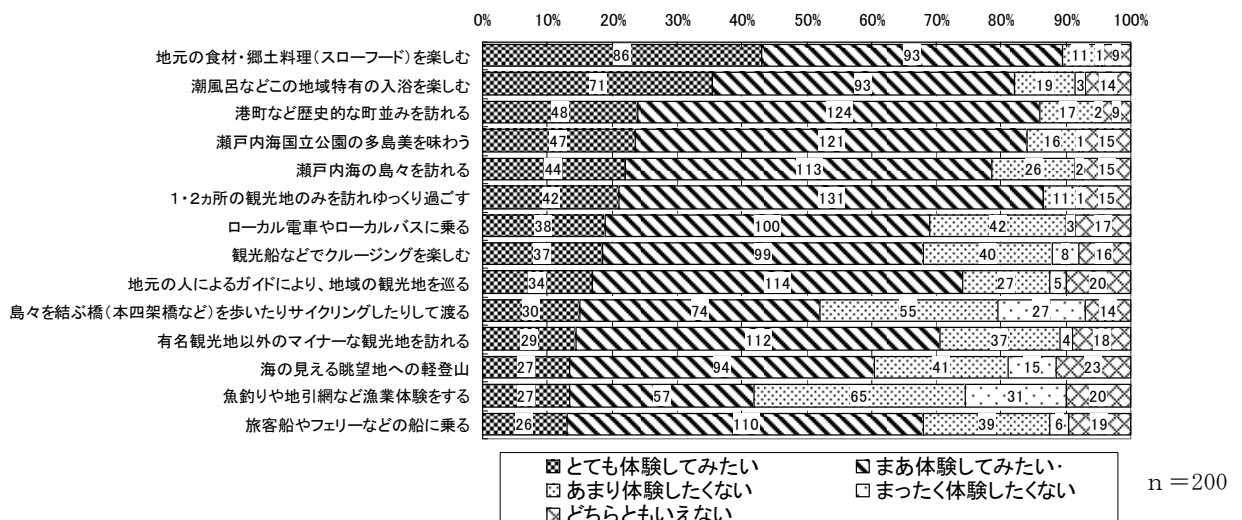
【20～30代】



【40～50代】



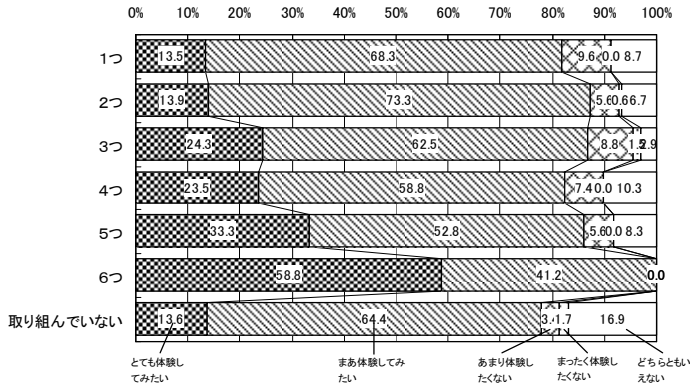
【60代以上】



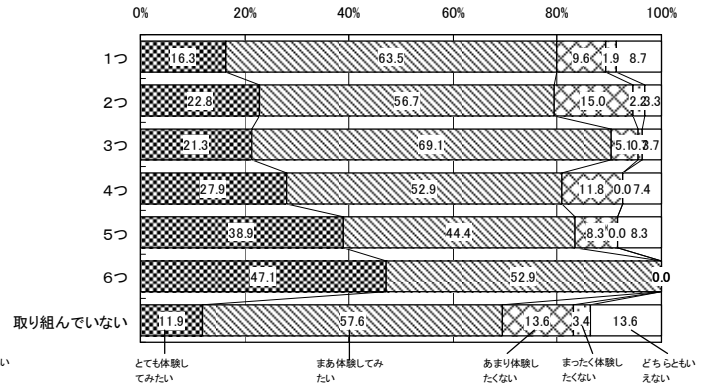
(参考) 瀬戸内海地域でのスロートーリズムとして行いたいこと×環境への取組数

○瀬戸内海地域でのスロートーリズムとして行いたいことの各項目について、回答者の環境への取組数（環境意識）別にみると、環境に対する取組数の多い人ほど、例示したスロートーリズムとして行いたいことに対し「とても体験したい」と回答する比率が高くなる傾向があることが分かる。

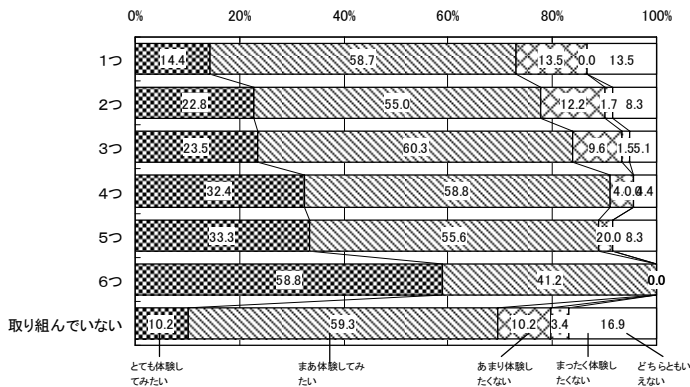
【1・2カ所の観光地のみを訪れゆっくり過ごす】



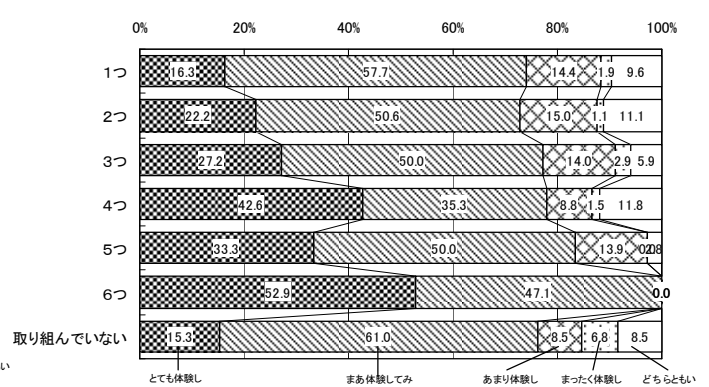
【港町など歴史的な町並みを訪れる】



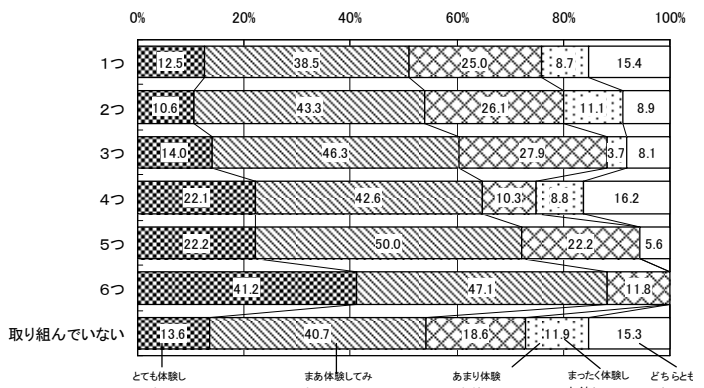
【瀬戸内海国立公園の多島美を味わう】



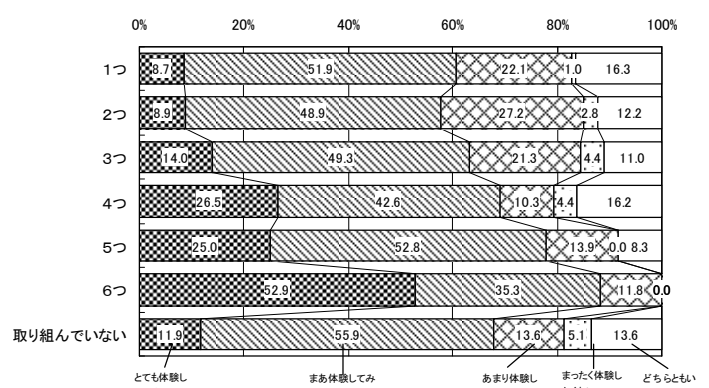
【瀬戸内海の島々を訪れる】



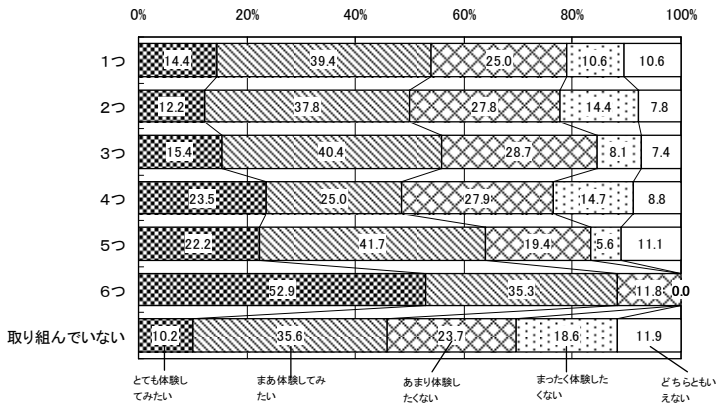
【海見える眺望地への軽登山】



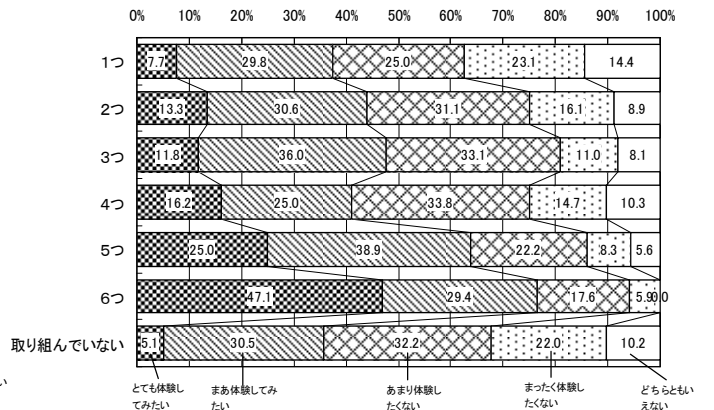
【有名観光地以外のマイナーな観光地を訪れる】



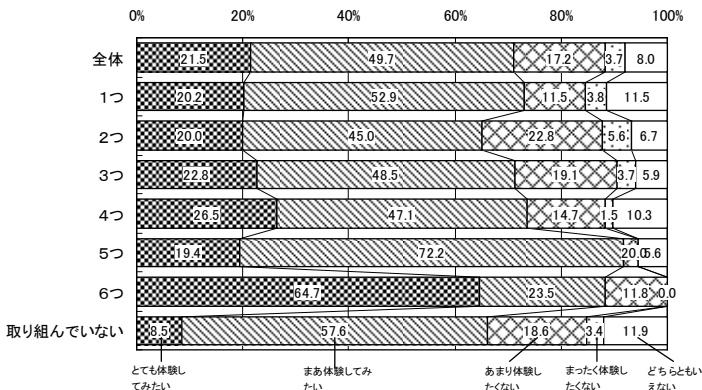
【島々を結ぶ橋（本四架橋など）を歩いたりサイクリングしたりして渡る】



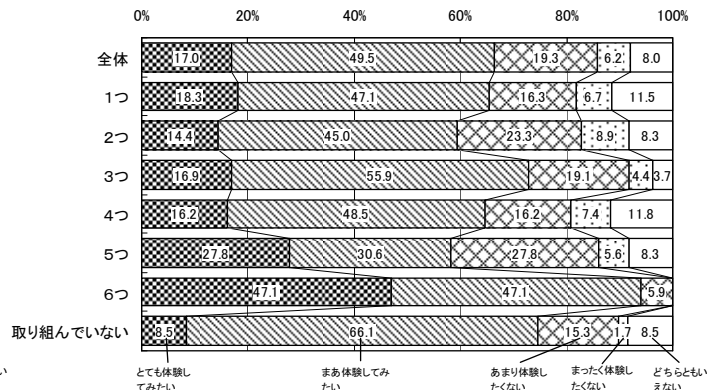
【魚釣りや地引網など漁業体験をする】



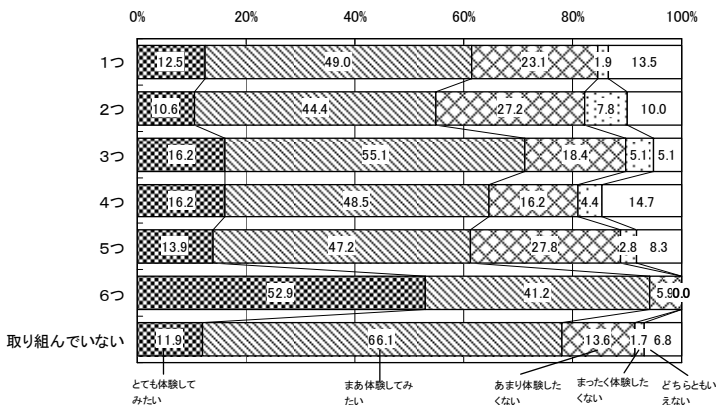
【ローカル電車やローカルバスに乗る】



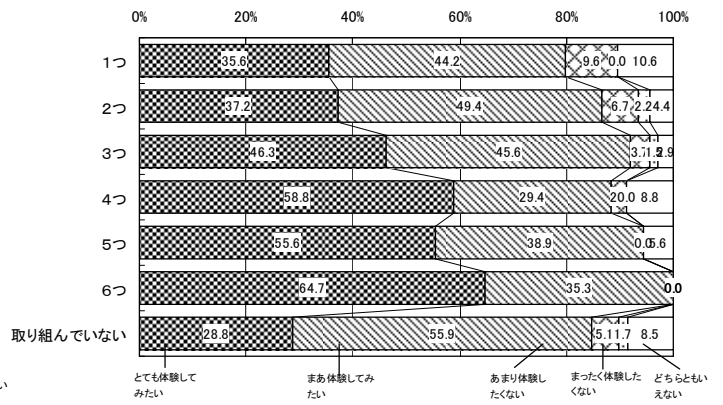
【観光船などでクルージングを楽しむ】



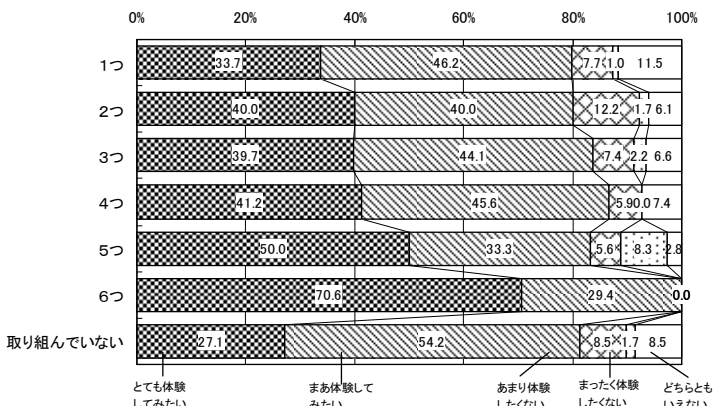
【旅客船やフェリーなどの船に乗る】



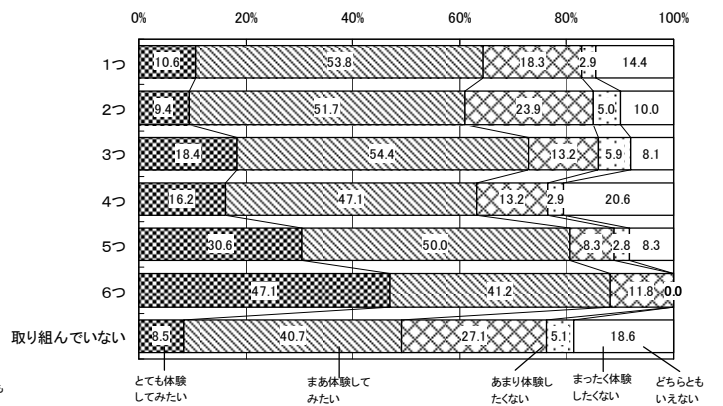
【地元の食材・郷土料理（スローフード）を楽しむ】



【潮風呂などこの地域特有の入浴を楽しむ】



【地元の人によるガイドにより、地域の観光地を巡る】



(8) まとめ

- 一般消費者の多くが自身で手配する個人旅行を選んでおり、旅行代理店を利用したフリープランや添乗員付きパックスツアーなどを選ぶ人のシェアは非常に低くなっており、旅行形態の個人旅行へのシフトが進んでいることがわかる。
- 個人旅行へのシフトが明確な中で、観光旅行関連の情報入手手段は多岐に渡っており、特に、20～30代はインターネットや地元フリーペーパー、口コミなど様々な情報媒体を利用している。一方、60代以上では、観光ガイドなど地元の人を介した情報収集が多くなっている。
- 旅行ニーズは、長距離駆け足型のパックスツアーよりも、少人数でゆっくり滞在型のスロートーリズム的旅行への志向がすべての年齢階層で大多数となっている。また、団体旅行でも個人の意思で行動できるような自由度のある旅行が求められている。
- 環境負荷に配慮した旅行や、豪華でなくても人とのふれあいを重視して宿泊施設を選択する人に対し、娯楽性の高い観光や、快適性や満足度の高い宿泊施設を選択する人の数は、ほぼ拮抗している。これは、旅行のレジャー性という要素を重視するニーズも一定程度あるということを示している。
- 瀬戸内海地域においてスロートーリズムにつながる体験ニーズとしては、「スローフードを味わう」、「潮風呂などの地域特有の入浴を楽しむ」などへの要望が強くなっている。瀬戸内海地域においては、この2つに加えて「瀬戸内海国立公園の多島美を味わう」や「島々を訪れる」「港町など歴史的町並みを訪れる」といった地域固有の要素が重要となる。