

アンケートによる多賀城の観光戦略に対する一考察

1214122 鈴木香澄

1. はじめに

多賀城市には日本三大史跡である国府多賀城など歴史的遺産が多数残されているが、観光資源として十分に有効活用されているとは言えない。そこで来訪者に対するアンケート調査と、ウェブ上で歴史に興味がある人を対象にしたウェブ市場環境調査を実施し、その結果から多賀城市の歴史的遺産を活用した観光まちづくり戦略を検討した。本報告ではこのうち来訪者実態調査に焦点を当てて考察する。

2. 調査方法

多賀城市の来訪者を対象とした対面アンケートと留め置きアンケートによる来訪者実態調査を行い、1058件のサンプルを収集した。アンケート内容を表-1に示す。

表-1 来訪者実態調査の回答項目

項目	項目	設問
個人属性	性別	選択
	年代	選択
	職業	選択、その他(記入)
	住居	記入
多賀城の来訪内容	来訪回数	選択
	来訪人数	記入
	同行者	選択、その他(記入)
	訪問目的	選択、その他(記入)
	市外交通手段	選択、その他(記入)
	訪問場所	選択、その他(記入)
	情報入手先	選択、その他(記入)
滞在形態	日帰り滞在時間	記入
	宿泊日数	記入
	宿泊場所	選択、その他(記入)
消費金額	市内交通費	選択
	宿泊費	
	飲食費	
	入場、施設利用料	
満足度	土産、買物代	五段階評価・利用していない
	市内交通手段	
	宿泊施設	
	飲食施設	
	観光施設等訪問場所	
	土産物	
	観光案内所	
	観光ガイド	
	観光設備	
	景観・雰囲気	
人の対応・もてなし		
来訪意向	五段階評価・記入	

3. 調査結果

表-2は多賀城市の来訪者の年代別割合を示す。これによると多賀城の来訪者の年代は40代以上が8割強を占めており、中高年が主になっていることがわかる。

来訪者の居住地域の割合を図-1に示す。これによると宮城県内が4割弱、県外は6割強で、県内のうち仙台市及び多賀城市に隣接する塩釜市・七ヶ浜町・利府町・松島町が7割を占める。関東・甲信越が3割であり、県外では最も多い。

これまでの多賀城への訪問回数ははじめての人が4割

表-2 多賀城の来訪者の年代

年代	件数(人)	割合(%)	割合(欠損値除く)
10代	15	1.4	1.4
20代	65	6.1	6.2
30代	93	8.8	8.9
40代	169	16.0	16.1
50代	195	18.4	18.6
60代	272	25.7	25.9
70代	203	19.2	19.3
80代以上	38	3.6	3.6
欠損値	8	0.8	
合計	1,058	100.0	
合計(欠損値除く)			

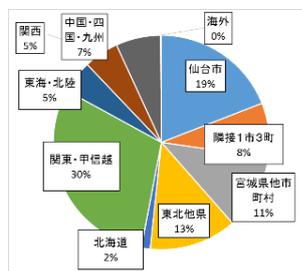


図-1 来訪者の居住地域

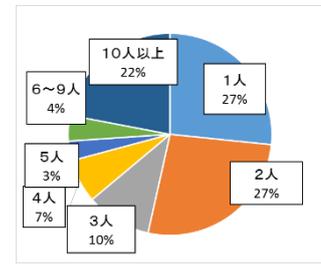


図-2 1グループあたりの来訪者数

弱、2回目と3回目は合わせて14.8%と少数だが、4回目以上は5割弱あり、再来者が多いことが特徴であった。

図-2は多賀城市への1グループあたりの人数を示す。これによると4人以下が7割と少人数グループが主になっている。

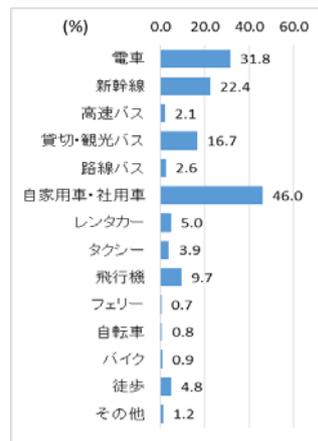


図-3 多賀城市に来るまでの移動手段

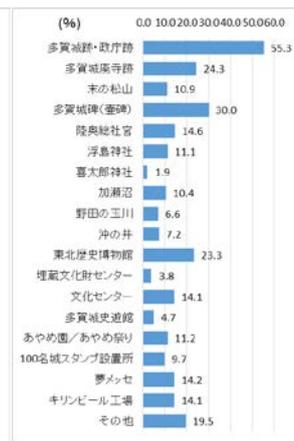


図-4 訪問した多賀城市内・近隣観光地

来訪者の訪問目的の割合は観光が4割強で最も多く、次いでビジネスが2割弱であった。

図-3に多賀城市に来るまでの移動手段を示す。これによると電車・新幹線を合わせた鉄道が5割強で、自家用車・社用車が4割強となり、貸切バス・観光バスは2割を下回り、相対的に少ないことがわかる。

図-4では来訪者の訪問した多賀城市内および近隣観光地を示す。これによると多賀城跡・政庁跡が5割強で最も多く、次いで多賀城碑が3割、多賀城廃寺跡と東北歴史博物館がそれぞれ2割強となっており、歴史に関する土地・施設への訪問客が多いことがわかる。

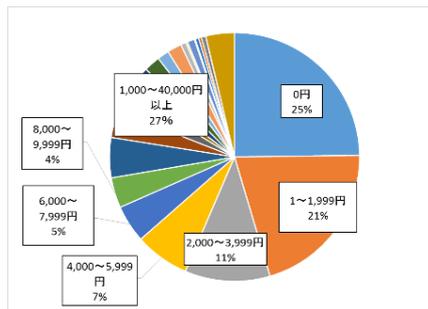


図-5 来訪者の消費金額

さらに来訪者のうち日帰りと宿泊の比率はほぼ同じであり、そのうち日帰りの滞在時間は、4時間以内が7割弱と短時間での滞在が主であることがわかった。

図-5は来訪者の消費金額を示している。多賀城市での一人当たり消費金額は2000円未満が全体を通して多く、消費は少ない傾向にある。

多賀城市の交通機関、宿泊施設、観光施設などは利用していないと答える人が多かったが、利用した人の満足度は高い傾向があった。

4. アンケート結果のまとめ

調査結果から、多賀城の現状をまとめると次のようになる。

- (1) 歴史的遺産を目的にしている人が多い。
- (2) 東北・関東甲信越からの来訪者の割合が多い。
- (3) 来訪者の消費金額が少なく、来訪者の滞在時間が短い。

また次に、多賀城市などの資料から現状をまとめる。多賀城歴史的風致維持向上計画より多賀城南門の復元、観光客に向けた案内板などの整備など歴史的遺産の保存・活用を中心とした政策が計画されているが現在はこれらの整備は不十分である。また観光白書より宮城県は復興需要によるビジネス需要が増加していること、国内旅行の観光客の減少傾向が指摘されている。さらに多賀城インターチェンジの開通が予定されている。

5. SWOT分析

以上の考察を踏まえてSWOT分析を行った結果、顕在化した観光戦略の方向を次に示す。

- (1) 攻める(強み・機会)
 - ① 松島への来訪客を誘客するなど仙台市を含め近隣への来訪者を誘客する。
 - ② 多賀城南門の復元など整備された歴史的風致を観光の目玉とする。
- (2) 守る(強み・脅威)
 - ① 歴史的遺産を活用して他の地域との差別化を図る
- (3) 参入もしくは傍観(機会・弱み)
 - ① 歴史的遺産の活用によりビジネス客が観光目的で再来訪したいと思える環境づくりをし、仙台市、松島など集客力のある近隣の市町村で宣伝を行う。
 - ② 学校教育で国府多賀城の時代に関する小冊子を作成・配布し、知識の定着を図る。
 - ③ 歴史的遺産を活用した観光施設や来訪者などが利用できる飲食店、トイレなどの整備を行い、来訪者の滞在時間と消費金額の増加を図る。
- (4) 捨てる(脅威・弱み)
 - ① 若年層より中高年層を中心に戦略を考える。

6. あとがき

多賀城の来訪者の特徴は、少人数での来訪者が多く、移動手段は車・鉄道を利用しており、東北と関東・甲信越からの来訪が主であることが挙げられる。

これらの来訪者に対しては少人数でも楽しむことのできる体験型施設や、車・徒歩で市内を回遊し利用できる施設の充実が望まれる。また同域内の東北や関東・甲信越を主なターゲットとし宣伝を行い、来訪者のニーズに沿った戦略の運用が必要である。

参考文献

- 1)観光庁：平成27年度版観光白書
- 2)宮城県多賀城市：多賀城市歴史的風致維持向上計画
- 3)宮城県多賀城市：多賀城市震災復興計画
- 4)宮城県多賀城市：特別史跡多賀城跡附寺跡第3次保存管理計画
- 5)宮城県多賀城市：多賀城市ホームページ,
<http://www.city.tagajo.miyagi.jp/index.html>
- 6)ボニータ・M・コルブ：都市観光のマーケティング, 多賀出版, 2007