

## 第1部 講演

---

### 「奥日光健康診断と持続可能な観光地づくり」

五木田玲子（公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 主任研究員）



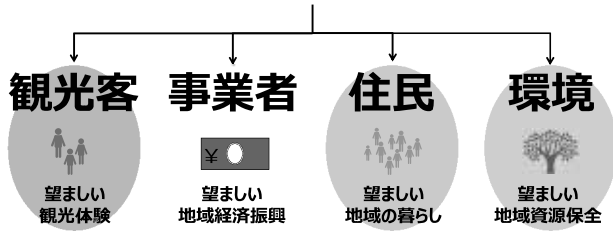
# 奥日光健康診断と 持続可能な観光地づくり

2019年12月7日

公益財団法人日本交通公社  
観光地域研究部 主任研究員  
五木田 玲子

## 観光地の“健康”とは

### 望ましい観光地の姿



「地域が健康である」とは  
・観光客も、経済も、住民も、資源も満足すること  
・それぞれの視点で大切なものが守られていること  
※ただし、それらのバランスは地域によって異なる

## 観光地の“健康診断”？



視力、聴力、血圧、心電図、  
胸部X線、胃内視鏡、γ-GTP・・・



???



公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 奥日光の健康状態を知るまでの流れ

### 1. 診断項目の検討 (2014年度)

- ・奥日光がこれから目指す姿、理想の姿を考え、その理想像を適切に表わす健康診断項目 (地域の状態を客観的に表現するものさし、地域として守りたい大切なものをリスト化したもの) を地域の方々と検討。



公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 奥日光の健康診断項目「観光客」

理想像 (将来あるべき姿)	健康診断項目
滞在を楽しんでいる	総合満足度 / 飲食店利用率 / 土産購入率
奥日光ファンがいる	来訪が5年以内のリピーター割合
長時間滞在している	宿泊客数・割合 / 滞在時間
自然に親しんでいる	エコツアーの参加者数 / 自然を歩く時間 / 自然に浸る時間
誰もがいつでも訪れやすい	「国際避暑地」としてのイメージ認識率 / 情報に対する評価 / 地元の人との交流・おもてなしに対する評価



公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 奥日光の健康診断項目「住民」

理想像 (将来あるべき姿)	健康診断項目
住みやすい	住み心地満足度
人口が維持されている	人口 / 継続居住意向
奥日光に愛着を感じている	地域への誇り度
地域運営に関与している	観光に関わる意思決定に関与できていると感じている地域住民の割合
観光が生活に良い影響を与えている	観光に対する住民満足度



公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 奥日光の健康診断項目「事業者」

理想像 (将来あるべき姿)	健康診断項目
仕事が充実している	観光事業者満足度
奥日光に愛着がある	奥日光をよくするために仕事をしたい度合い
労働の活力がある	従業員の平均年齢が最も集中している年代の占める割合
安定した売上がある	1人あたりの消費額
多様な受入がある	観光客タイプ (各事業所での最大シェア)
地域内外の事業者と連携している	連携度合い ※地域内 / 地域外



公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 奥日光の健康診断項目「環境」

理想像 (将来あるべき姿)	健康診断項目
美しい水が保たれている	湖の水質 (中禅寺湖、湯ノ湖)
本来の生物多様性が維持されている	本来の生物多様性が保たれていると考える人の割合 / シカの生息密度
美観が保たれている	美観が保たれている (もしくは、ポイ捨てゴミ) が減ったと感じている人の割合



公益財団法人 日本交通公社

Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 奥日光の健康状態を知るまでの流れ

### 1. 診断項目の検討 (2014年度)

- 奥日光がこれから目指す姿、理想の姿を考え、その理想像を適切に表わす健康診断項目 (地域の状態を客観的に表現するものさし、地域として守りたい大切なものをリスト化したもの) を地域の方々と検討。

### 2. 検診の実施 (2015年度)

- 診断に必要なデータを集めるため、既存データでは足りない項目について、観光客・住民・事業者アンケートを実施して測定。



Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 住民アンケート調査概要

### 調査時期

- 中宮祠 : 2015年9月
- 湯元 : 2015年11月中旬～12月中旬

### 調査対象者

- 小学校6年生以上の中宮祠及び湯元自治会全会員 (世帯毎ではなく、1人毎)

### 調査方法

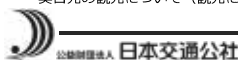
- 中宮祠: 回覧板にて全自治会員に配布、郵送にて回収 (料金受取人払い後納)
- 湯元: 各世帯宛の郵送にて全自治会員に配布、郵送にて回収 (料金受取人払い後納)
- ※日光市立中宮祠小中学校の児童・生徒には中宮祠小中学校を通じて配布、郵送にて回収

### 配布数・回収数

- 配布数: 619票 (中宮祠467、湯元152) ※平成27年11月1日時点の人口 (出典: 日光市)
- 回収数: 131票 (中宮祠105、湯元26)、回収率: 21.2% (中宮祠22.5%、湯元17.1%)

### 調査項目

- 基本属性 (年齢、性別、職業、出身、居住年数等)
- 奥日光での暮らしについて (住みやすさ、地域への誇り、今後の居住意向等)
- 奥日光の観光について (観光に対する満足度、観光客の印象、今後の受入意向等) 等



Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 奥日光の健康状態を知るまでの流れ

### 1. 診断項目の検討 (2014年度)

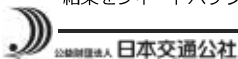
- 奥日光がこれから目指す姿、理想の姿を考え、その理想像を適切に表わす健康診断項目 (地域の状態を客観的に表現するものさし、地域として守りたい大切なものをリスト化したもの) を地域の方々と検討。

### 2. 検診の実施 (2015年度)

- 診断に必要なデータを集めるため、既存データでは足りない項目について、観光客・住民・事業者アンケートを実施して測定。

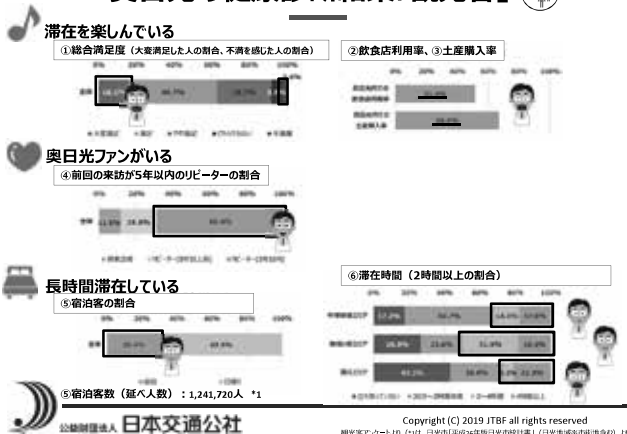
### 3. 診断の実施 (2016年度)

- 地域の方々と検討し、奥日光の健康状態を診断。
- 結果をフィードバック。



Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 奥日光の健康診断結果「観光客」



## 観光客アンケート調査概要

### 調査時期

- 2015年8月下旬、9月中下旬、10月上旬 計12日間

### 調査地点

- 華厳の滝駐車場/赤沼駐車場 (戦場ヶ原散策路入り口)

### 調査対象者

- 大学生以上の男女 (外国人は除く)

### 調査方法

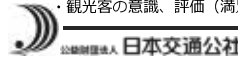
- 調査員による手渡し配布、郵送回収 (料金受取人払い後納)

### 配布数・回収数

- 配布数: 4,800票
- 回収数: 1,095票 (回収率: 22.8%)

### 調査項目

- 基本属性 (年齢、性別、居住地等)
- 観光客の動向 (来訪回数、滞在時間、立ち寄り地点等)
- 観光客の意識、評価 (満足度、不満点、等) 等



Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 事業者アンケート調査概要

### 調査時期

- 2015年11月中旬～12月中旬

### 調査対象者

- 奥日光で観光関連事業を営んでいる方 (宿泊事業者/飲食物販事業者/交通事業者/ガイド事業者 等)

### 調査方法

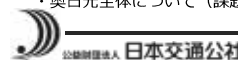
- 基本的には郵送配布・郵送にて回収、一部組合経由での配布・回収

### 配布数・回収数

- 配布数: 135票
- 回収数: 65票 (回収率: 48.1%)

### 調査項目

- 基本属性 (開業年、業種、従業員の平均年齢等)
- 事業の現状と見通し (売上の増減、地域内連携有無、事業満足度等)
- 奥日光全体について (課題、今後必要な取組等) 等



Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 診断の方法

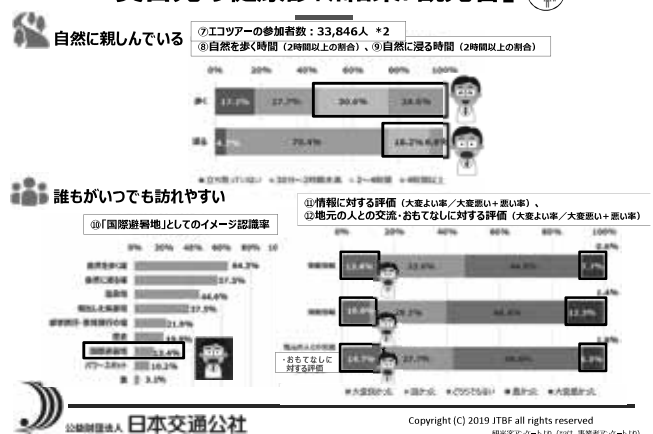
- 望ましい値を具体的に設定することは難しいと考え、各検査結果に対して信号機判定 (青=OK、黄色=まあまあ、赤=NG) を実施。
- 観光地の健康診断には明確な基準がないため、過去の奥日光の調査データや他地域の調査データを参考に判断。

健康診断結果	色
良好	青
まあまあ	黄
改善が必要	赤

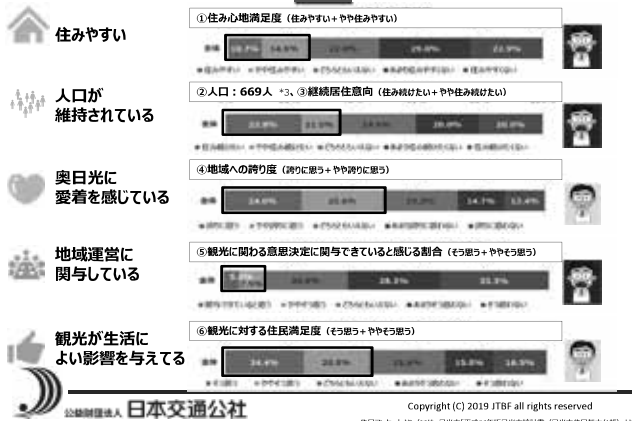


Copyright (C) 2019 JTBF all rights reserved

## 奥日光の健康診断結果「観光客」



## 奥日光の健康診断結果「住民」



## 奥日光の健康診断結果「事業者」

健康情報 (現状あるべき姿)	健康診断項目	割合結果 全体	単位 回答
仕事が高まっている	①観光事業性が高い（そう思う）	21.3%	H27
奥日光に愛着がある	②奥日光をよくするために仕事したい（そう思う）	30.5%	H27
労働の余力がある	③従業員の高齢化が心配（そう思う）	39.3% (60代以上)	H27
安定した売上がある	④1人あたり1日あたり	客単：20,362円 日帰り：2,720円	H27
多様な客層がある	⑤観光客タイプ (各事業所での最大シェア)	1人：高齢者44.6%、 家族・友人等18.5%、 団体4.8%、 単客13.8%、 外国人旅行者4.8%	H27
地域内外の事業者と連携している	⑥連携関係あり（そう思う） ※地域内/地域外	16.7% / 6.8%	H27

## 奥日光の健康診断結果「環境」

健康情報 (現状あるべき姿)	健康診断項目	割合結果 全体	単位 回答
美しい水が保たれている	①湖（中禅寺湖、湖ノ瀨）の水質（COD（75%削減）、透明度）	【中禅寺湖】COD：1.1mg/l、濁り：0.004mg/l、透明度：8.7m 【湖ノ瀨】COD：2.1mg/l、濁り：0.016mg/l、透明度：3.1m	H26
本来の生物多様性が維持されている	②本来の生物多様性が保たれていると考える人の割合	6.79%	H26
美観が保たれている	③美観が保たれている（観光は、景観を損ねない）と考える人の割合	-	-

## 観光地の持続可能性指標（STI）

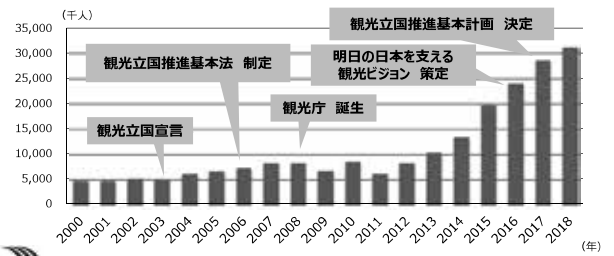
- 観光地の持続可能性指標
  - 「観光地の健康診断項目」は、専門的には「観光地の持続可能性指標（Sustainable Tourism Indicators, STI）」と呼ばれている。
  - 観光地ごとに独自の持続可能性指標を設定し、それを定期的に計測する（モニタリング）ことで、観光地の管理・運営に役立てようという考え方は、海外を中心に研究及び観光地における実践が重ねられている。
- 持続可能性指標導入の目的・効果
  - 観光地において指標を導入する目的は、主に以下の3つに分類される。
    - ア) 成果測定：計画目標に向けた達成状況を指し示し、改善の方向性を示唆するもの
    - イ) 比較検証：観光地の現況を指し示し、時系列変化や他地域との比較検証に使うもの
    - ウ) 早期警告：観光資源や地域住民の悪影響が生じた際のアラートとして使うもの
  - また、以下のような付加的な効果が地域に生まれることも期待される。
    - エ) 関係者間の合意形成の促進
    - オ) 観光の「見える化」による理解促進

## 観光客の増加にともない・・・

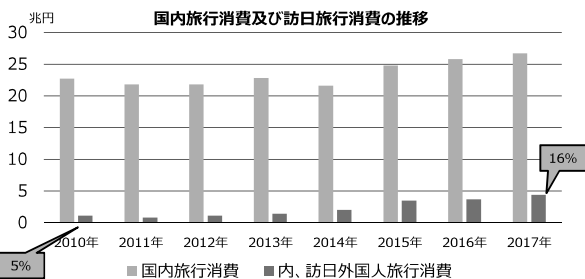


## 訪日外国人旅行者数の推移

- ・2018年：3,119万人で前年比8.7%増
- ・トレンド：急増（5年間で3倍に拡大）



## 国内旅行消費と訪日旅行消費の推移



## 持続可能な観光地

