

若年層の観光旅行に関する研究

ーリゾートウェディング、街歩き、 修学旅行及び若年層の宿泊観光への意識等調査から

大橋美幸

I. はじめに

着地型観光や体験プログラム、ニューツーリズム等が進む中で、若年層の旅行離れが指摘されており、若者層独自の観光プログラム等の検討が求められている^{1~4)}。これまでの調査から、30代前半までの若年層は地域にねざした生活体験等を重視する傾向があることが指摘されている³⁾。加えて、10～30代は、隠れ観光スポットや一流ホテルへの宿泊等、様々なことに興味があるものの、自分で計画を組み立てるのが苦手なため、趣味が楽しめて宿泊が組み込まれた商品造成が提案されている⁴⁾。従来の名所旧跡めぐりを中心としたツアーでは対応できない、若年層の観光プログラムに対するニーズがあると考えられる。

本稿では、若年層の観光に対する意識や希望を把握する調査を行い、加えて、若年層向け観光プログラムの手法の一つとして観光地での結婚式であるリゾートウェディング、街歩き、修学旅行と体験プログラムを取り上げた。また、街歩きに関連して、行き先となる有名飲食店の位置づけ調査を行った。若年層向けの観光プログラムの構築に向けて、方向性と手法をまとめる。

II. リゾートウェディング

1. 調査概要

ハワイや沖縄等の観光地で行う結婚式をリゾートウェディングという。結

婚式は親族や少数の友人だけを招いて小規模に行い、披露宴等を地元で簡単に行うことが多い。新婚旅行や両家の親睦旅行を兼ねており、旅費や宿泊費は新郎新婦側が一部負担したり、ゲストが負担する代わりにお祝いをやめたりされている。価格には幅があり、通常の結婚式と同額くらいにすることもできる。リゾートウェディングの雑誌の特集号が海外と国内に分けて出される等^{5、6}、新たな結婚のかたちとして若年層に一定の広まりを見せている。

2014年11月、函館の観光地（函館赤レンガ倉庫群、五稜郭タワー）で街頭アンケートを行った。調査項目は、回答者基本属性（性別、年代、居住地）、リゾートウェディングへの関心・経験等である。函館のリゾートウェディングの候補地として、実際に函館市内でリゾートウェディングを実施している「旧イギリス領事館の屋外ウェディング」、「赤レンガ倉庫群のチャペル」、「温泉があるホテルに付属したチャペル」等を含めて選択肢をもうけた。

2. 回答者基本属性

回収数157。

男性70人(47.3%)、女性78人(52.7%)。男女が半数ぐらいつつであった。

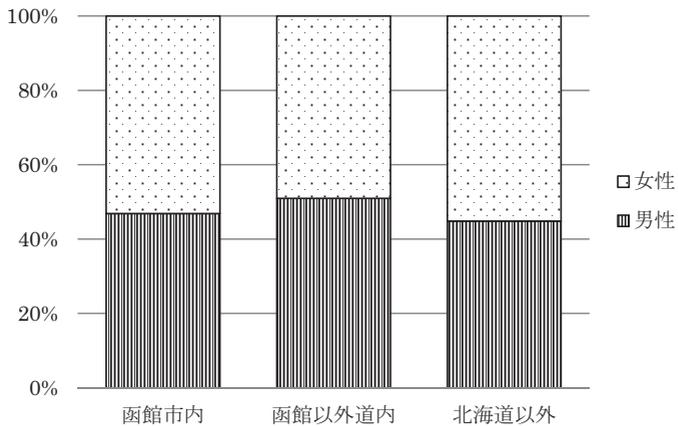
19歳以下23人(14.8%)、20代51人(32.9%)、30代30人(19.4%)、40代28人(18.1%)、50歳以上23人(14.9%)。20代が3割、30代、40代がそれぞれ2割である。

居住地は函館市内68人(43.9%)、函館以外道内55人(35.5%)、北海道以外32人(20.6%)。函館市内が4割、北海道以外が2割である。

居住地別に性別、年代に大きな差は見られなかった【図表2.1、2.2】。

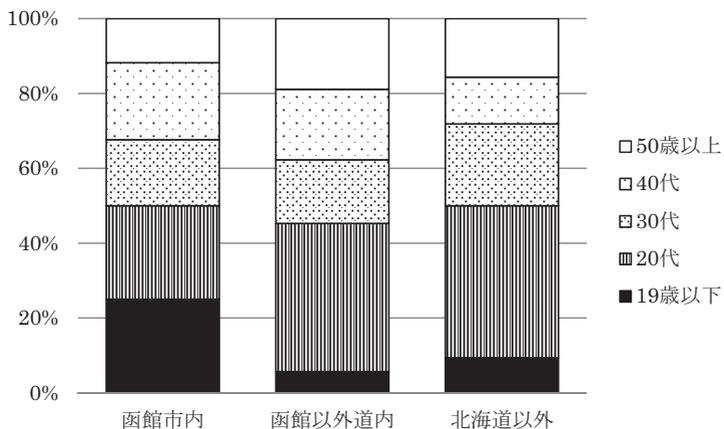
図表2.1 回答者基本属性（性別）

		居住地			合計
		函館市内	函館以外 道内	北海道以 外	
性別	男性	30 46.9%	27 50.9%	13 44.8%	70 47.9%
	女性	34 53.1%	26 49.1%	16 55.2%	76 52.1%
合計		64 100.0%	53 100.0%	29 100.0%	146 100.0%



図表2.2 回答者基本属性（年代）

		居住地			合計
		函館市内	函館以外 道内	北海道以 外	
年代	19歳以下	17 25.0%	3 5.7%	3 9.4%	23 15.0%
	20代	17 25.0%	21 39.6%	13 40.6%	51 33.3%
	30代	12 17.6%	9 17.0%	7 21.9%	28 18.3%
	40代	14 20.6%	10 18.9%	4 12.5%	28 18.3%
	50歳以上	8 11.8%	10 18.9%	5 15.6%	23 15.0%
合計		68 100.0%	53 100.0%	32 100.0%	153 100.0%



3. リゾートウェディングへの関心・参加

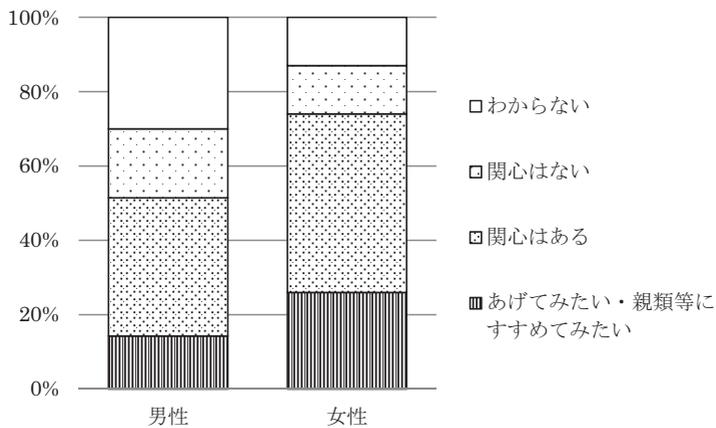
旅費・宿泊費は新郎新婦側の一部負担、新婚旅行を合わせた小規模な結婚式をあげた後、地元で簡単な披露宴を行い、通常の結婚式と同額くらいの想定で、リゾートウェディングへの興味や関心を尋ねたところ、「あげてみたい・親類等にすすめてみたい」31人（19.9%）、「関心はある」65人（41.7%）、「関心はない」24人（15.4%）、「わからない」36人（23.1%）。「関心はある」人が4割であり、2割の人が「リゾートウェディングをしてみたい・親類等にすすめてみたい」と回答している。

女性で「あげてみたい・親類等にすすめてみたい」が1/4、「関心はある」が半数近かった【図表2.3】。20代・30代で「あげてみたい・親類等にすすめてみたい」、「関心がある」が比較的多くなっていた【図表2.4】。居住地による差は見られなかった【図表2.5】。

リゾートウェディングに実際に出席したことがある人は15人（9.9%）。リゾートウェディングを行った観光地は、ハワイ3人、沖縄2人、札幌2人等であった。出席した立場は新郎新婦が2人、家族・親族が2人、友人・知人が8人であった。旅費・宿泊費の負担は、ゲスト自身3人、新郎新婦側が一部負担5人、新郎新婦側が全額負担3人であった。リゾートウェディングの旅程は、1泊が2人、2泊が7人、3泊以上が3人であった。

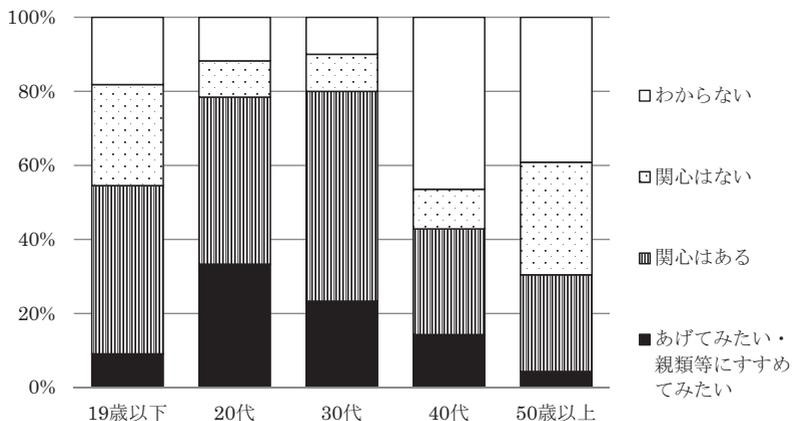
図表2.3 男女別のリゾートウェディングへの関心

		性別		合計
		男性	女性	
関心	あげてみたい・親類等にすすめてみたい	10 14.3%	20 26.0%	30 20.4%
	関心はある	26 37.1%	37 48.1%	63 42.9%
	関心はない	13 18.6%	10 13.0%	23 15.6%
	わからない	21 30.0%	10 13.0%	31 21.1%
合計		70 100.0%	77 100.0%	147 100.0%



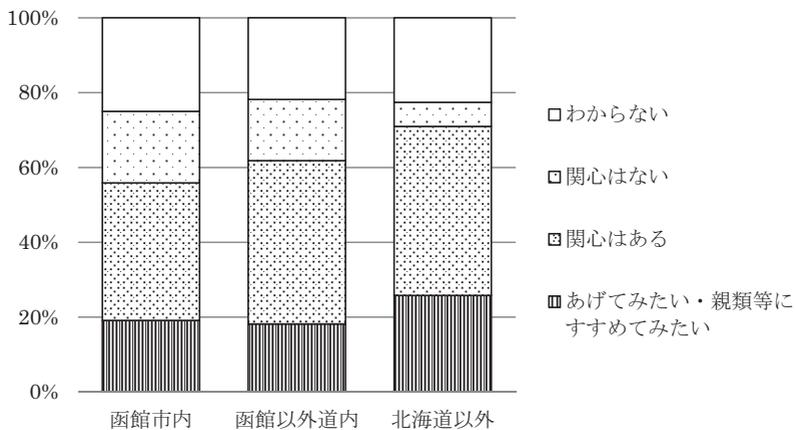
図表2.4 年代別のリゾートウェディングへの関心

		年代					合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50歳以上	
関心	あげてみたい・親類等にすすめてみたい	2 9.1%	17 33.3%	7 23.3%	4 14.3%	1 4.3%	31 20.1%
	関心はある	10 45.5%	23 45.1%	17 56.7%	8 28.6%	6 26.1%	64 41.6%
	関心はない	6 27.3%	5 9.8%	3 10.0%	3 10.7%	7 30.4%	24 15.6%
	わからない	4 18.2%	6 11.8%	3 10.0%	13 46.4%	9 39.1%	35 22.7%
合計		22 100.0%	51 100.0%	30 100.0%	28 100.0%	23 100.0%	154 100.0%



図表2.5 居住地別のリゾートウェディングへの関心

		居住地			合計
		函館市内	函館以外 道内	北海道 以外	
関心	あげてみたい・親類等にすすめてみたい	13 19.1%	10 18.2%	8 25.8%	31 20.1%
	関心はある	25 36.8%	24 43.6%	14 45.2%	63 40.9%
	関心はない	13 19.1%	9 16.4%	2 6.5%	24 15.6%
	わからない	17 25.0%	12 21.8%	7 22.6%	36 23.4%
合計		68 100.0%	55 100.0%	31 100.0%	154 100.0%



4. リゾートウェディングの候補地

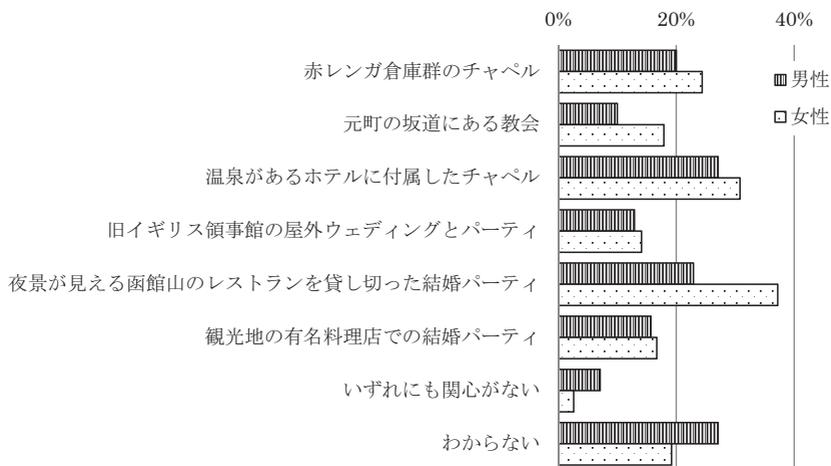
函館でのリゾートウェディングで関心のある場所を尋ねたところ、157人の複数回答で「赤レンガ倉庫群のチャペル」34人（21.7%）、「元町の坂道にある教会」23人（14.6%）、「温泉があるホテルに付属したチャペル」47人（29.9%）、「旧イギリス領事館の屋外ウェディングとパーティ」20人（12.7%）、「夜景が見える函館山のレストランを貸し切った結婚パーティ」46人（29.3%）、「観光地の有名料理店での結婚パーティ」25人（15.9%）、「いずれにも関心がない」8人（5.1%）、「わからない」36人（22.9%）。「温泉があるホテルに付属したチャペル」が最も多く、「夜景が見える函館山のレストランを貸し切った結婚パーティ」の順であった。

すべての場所で女性の方が男性よりも関心がある人の割合が高かった【図表2.6】。20代は「温泉があるホテルに付属したチャペル」が最も多く、「夜景が見える函館山レストランを貸し切った結婚パーティ」の順であり、30代は「夜景が見える函館山レストラン」が最も多く、「赤レンガ倉庫群のチャペル」の順であった【図表2.7】。

居住地別では、函館市内の人は「温泉があるホテルに付属したチャペル」が最も多く、「赤レンガ倉庫群のチャペル」の順であり、函館以外道内及び北海道以外の人は「夜景が見える函館山のレストランを貸し切った結婚パーティ」が最も多く、「温泉があるホテルに付属したチャペル」の順であった【図表2.8】。

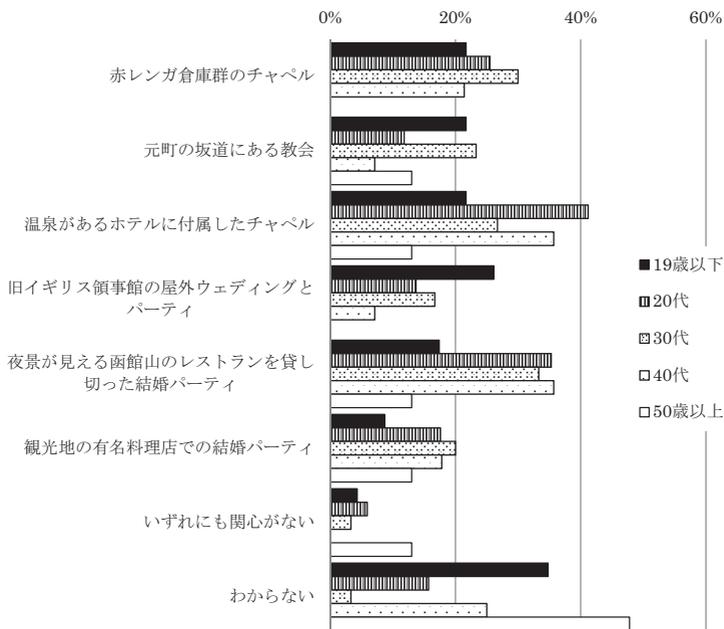
図表2.6 男女別の函館のリゾートウェディングの候補地

		性別		合計
		男性 n=70	女性 n=78	
函館でのリゾートウェディングの候補地	赤レンガ倉庫群のチャペル	14 20.0%	19 24.4%	33 22.3%
	元町の坂道にある教会	7 10.0%	14 17.9%	21 14.2%
	温泉があるホテルに付属したチャペル	19 27.1%	24 30.8%	43 29.1%
	旧イギリス領事館の屋外ウェディングとパーティ	9 12.9%	11 14.1%	20 13.5%
	夜景が見える函館山のレストランを貸し切った結婚パーティ	16 22.9%	29 37.2%	45 30.4%
	観光地の有名料理店での結婚パーティ	11 15.7%	13 16.7%	24 16.2%
	いずれにも関心がない	5 7.1%	2 2.6%	7 4.7%
	わからない	19 27.1%	15 19.2%	34 23.0%



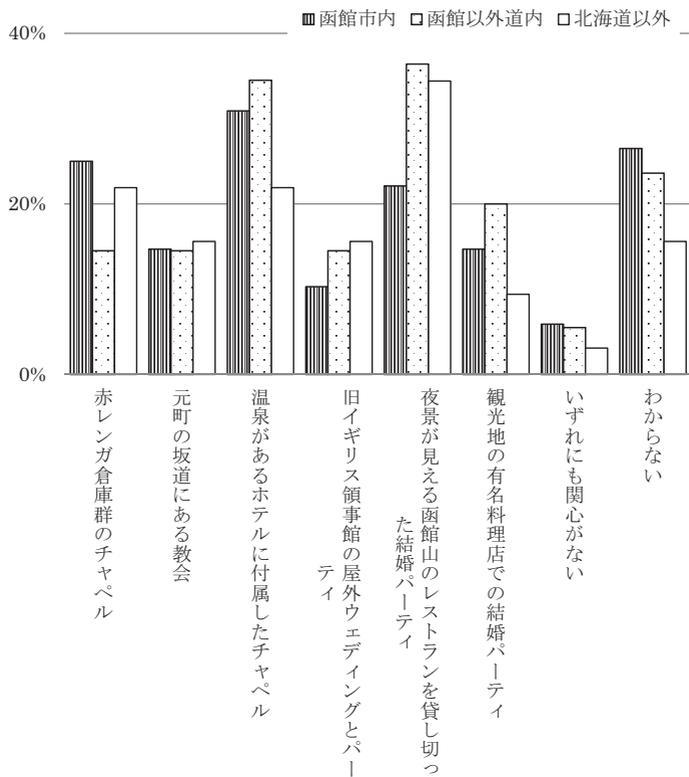
図表2.7 年代別の函館のリゾートウェディングの候補地

		年代					合計
		19歳以下 n=23	20代 n=51	30代 n=30	40代 n=28	50歳以上 n=23	
函館での リゾート ウェディ ングの候 補地	赤レンガ倉庫群のチャペル	5 21.7%	13 25.5%	9 30.0%	6 21.4%	0 0.0%	33 21.3%
	元町の坂道にある教会	5 21.7%	6 11.8%	7 23.3%	2 7.1%	3 13.0%	23 14.8%
	温泉があるホテルに付属した チャペル	5 21.7%	21 41.2%	8 26.7%	10 35.7%	3 13.0%	47 30.3%
	旧イギリス領事館の屋外ウェ ディングとパーティ	6 26.1%	7 13.7%	5 16.7%	2 7.1%	0 0.0%	20 12.9%
	夜景が見える函館山のレストラ ンを貸し切った結婚パーティ	4 17.4%	18 35.3%	10 33.3%	10 35.7%	3 13.0%	45 29.0%
	観光地の有名料理店での結婚 パーティ	2 8.7%	9 17.6%	6 20.0%	5 17.8%	3 13.0%	25 16.1%
	いずれにも関心がない	1 4.3%	3 5.9%	1 3.3%	0 0.0%	3 13.0%	8 5.2%
	わからない	8 34.8%	8 15.7%	1 3.3%	7 25.0%	11 47.8%	35 22.6%



図表2.8 居住地別の函館のリゾートウェディングの候補地

		居住地			合計
		函館市内 n=68	函館以外 道内 n=55	北海道以 外 n=31	
函館のリ ゾートウ ェディ ングの候 補 地	赤レンガ倉庫群のチャペル	17 25.0%	8 14.5%	7 21.9%	32 20.6%
	元町の坂道にある教会	10 14.7%	8 14.5%	5 15.6%	23 14.8%
	温泉があるホテルに付属した チャペル	21 30.9%	19 34.5%	7 21.9%	47 15.6%
	旧イギリス領事館の屋外ウエ ディングとパーティ	7 10.3%	8 14.5%	5 15.6%	20 12.9%
	夜景が見える函館山のレストラ ンを貸し切った結婚パーティ	15 22.1%	20 36.4%	11 34.4%	46 29.7%
	観光地の有名料理店での結婚 パーティ	10 14.7%	11 20.0%	3 9.4%	24 15.5%
	いずれにも関心がない	4 5.9%	3 5.5%	1 3.1%	8 5.2%
	わからない	18 26.5%	13 23.6%	5 15.6%	36 23.2%



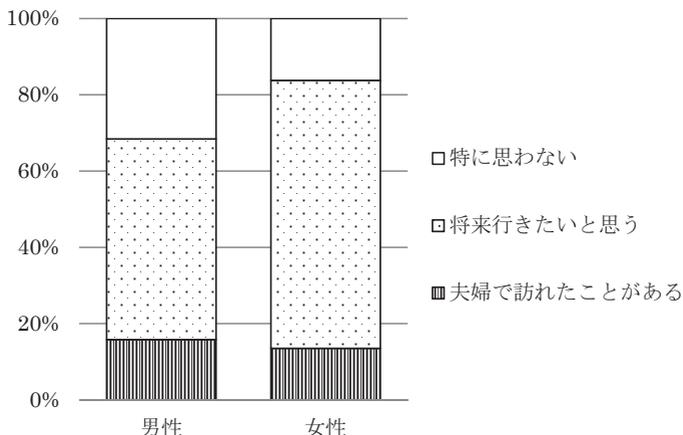
5. 結婚式や新婚旅行で行った場所の再訪意向

既婚の人に結婚式や新婚旅行で行った場所にまた行きたいと思うかを尋ねたところ、「夫婦で訪れたことがある」12人(14.6%)、「将来行きたいと思う」49人(59.8%)、「特に思わない」21人(25.6%)。「将来行きたいと思う」が6割であった。

女性の方が「将来行きたいと思う」が多かった【図表2.9】。30代までで「将来行きたいと思う」が多くなっていった【図表2.10】。居住地別に見ると、北海道以外で「特に思わない」が比較的少なかった【図表2.11】。

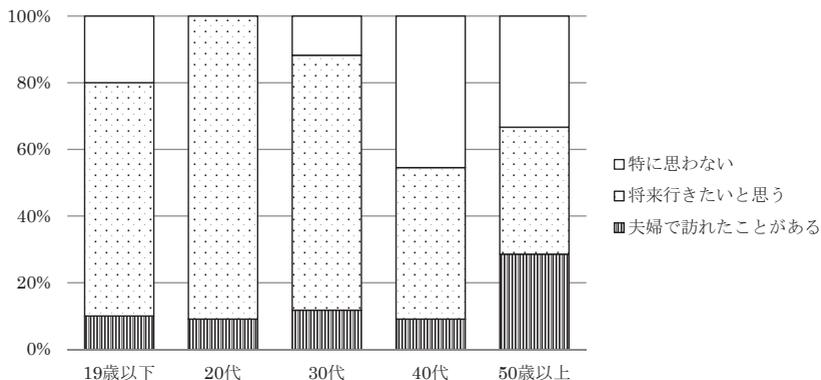
図表2.9 男女別の結婚式や新婚旅行で行った場所の再訪希望

		性別		合計
		男性	女性	
結婚式や 新婚旅行 で行った 場所の再 訪希望	夫婦で訪れた ことがある	6 15.8%	5 13.5%	11 14.7%
	将来行きたい と思う	20 52.6%	26 70.3%	46 61.3%
	特に思わない	12 31.6%	6 16.2%	18 24.0%
合計		38 100.0%	37 100.0%	75 100.0%



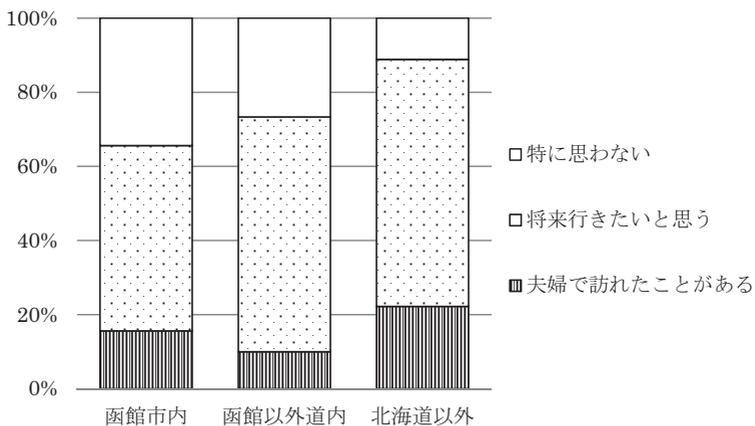
図表2.10 年代別の結婚式や新婚旅行で行った場所の再訪希望

		年代					合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50歳以上	
結婚式や新婚旅行で行った場所の再訪希望	夫婦で訪れたことがある	1 10.0%	1 9.1%	2 11.8%	2 9.1%	6 28.6%	12 14.8%
	将来行きたいと思う	7 70.0%	10 90.9%	13 76.5%	10 45.5%	8 38.1%	48 59.3%
	特に思わない	2 20.0%	0 0.0%	2 11.8%	10 45.5%	7 33.3%	21 25.9%
合計		10 100.0%	11 100.0%	17 100.0%	22 100.0%	21 100.0%	81 100.0%



図表2.11 居住地別の結婚式や新婚旅行で行った場所の再訪希望

		居住地			合計
		函館市内	函館以外 道内	北海道以 外	
結婚式や 新婚旅行 で行った 場所の再 訪希望	夫婦で訪れた ことがある	5 15.6%	3 10.0%	4 22.2%	12 15.0%
	将来行きたい と思う	16 50.0%	19 63.3%	12 66.7%	47 58.8%
	特に思わない	11 34.4%	8 26.7%	2 11.1%	21 26.3%
合計		32 100.0%	30 100.0%	18 100.0%	80 100.0%



6. まとめ

20代・30代の女性を中心に、リゾートウェディングに関心のある人が多く、リゾートウェディングをあげてみたい・親族等にすすめてみたい人がみられた。

実際にリゾートウェディングに出席した人は、ハワイや沖縄、札幌等で、新郎新婦、家族・親族、友人・知人として参加していた。旅費・宿泊費の負担のかたちはさまざまであった。沖縄、札幌等があるため、条件さえ合えば類似する観光地が候補地となり、新郎新婦、家族・親族、友人・知人が訪れる場になっていくと考えられる。

函館では、リゾートウェディングの候補地として、20代・30代の女性を中心に「温泉があるホテルに付属したチャペル」、「夜景が見える函館山のレストランを貸し切った結婚パーティ」、「赤レンガ倉庫群のチャペル」等への関心が高くなっていた。実際にリゾートウェディングが行われている場だけでなく、観光名所の一つである函館山の名前があがっており、各地の観光名所と組み合わせるかたちでリゾートウェディングが可能であると考えられる。

既婚の人の結婚式や新婚旅行で行った場所の再訪希望は、20代・30代の女性を中心に「将来行きたいと思う」が多くなっていた。リゾートウェディングだけでなく、結婚式や新婚旅行で行った場所は再び訪れたい場所になっており、観光地を印象に残る結婚式や新婚旅行の場として活用していくことはリピーターにつながるものであると考える。

若年層の観光の一つのかたちとしてリゾートウェディングは有効であり、印象に残る結婚式や新婚旅行の場として観光地を活用していくことが考えられる。

Ⅲ. 街歩き観光

1. 調査概要

2015年夏、函館の温泉街の宿泊施設でアンケートを行った。温泉街には神社や漁港等の観光スポット、飲食店・物販店がある。観光ガイド⁷⁾等に紹介されている他、各宿泊施設で近隣マップ等が作成されている。

調査項目は回答者基本属性（性別、年代、居住地）、温泉街に来た理由、温泉街への直近の移動手段、温泉街での利用施設、温泉街や個別店舗の情報入手先、温泉街の評価、利用したいと思う散策プランである。

年代別に比較を行った。

2. 回答者基本属性

回収数254。

男性111人（44.4%）、女性139人（55.6%）。女性が若干多い。

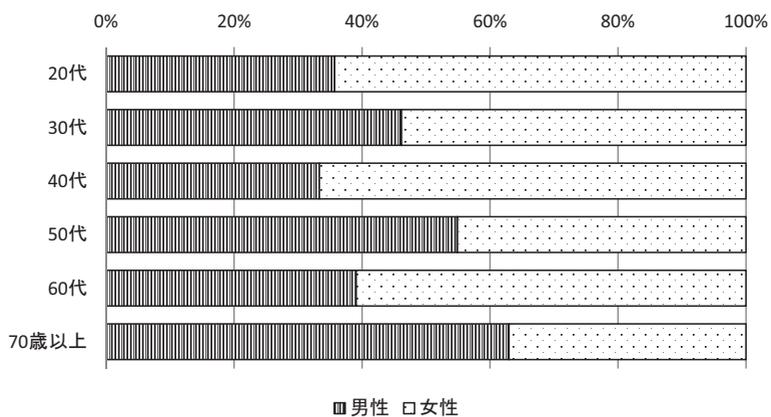
年代は、20代28人（11.1%）、30代26人（10.3%）、40代30人（11.9%）、50代52人（20.6%）、60代89人（35.3%）、70歳以上27人（10.7%）。70以上で男性が多い【図表3.1】。

居住地は北海道内94人（39.7%）、北海道以外143人（60.3%）。北海道以外が6割である。年配者で北海道内がやや多い【図表3.2】。

なお、湯の川温泉街の宿泊数は全員1泊である。

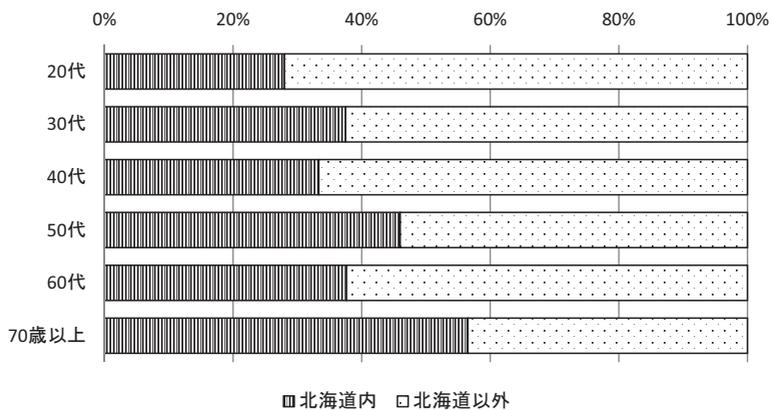
図表3.1 回答者基本属性（性別・年代）

		年代						合計
		20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
性別	男性	10 35.7%	12 46.2%	10 33.3%	28 54.9%	34 39.1%	17 63.0%	111 44.6%
	女性	18 64.3%	14 53.8%	20 66.7%	23 45.1%	53 60.9%	10 37.0%	138 55.4%
合計		28 100.0%	26 100.0%	30 100.0%	51 100.0%	87 100.0%	27 100.0%	249 100.0%



図表3.2 回答者基本属性（居住地）

		年代						合計
		20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
居住地	北海道内	7 28.0%	9 37.5%	10 33.3%	23 46.0%	32 37.6%	13 56.5%	94 39.7%
	北海道以外	18 72.0%	15 62.5%	20 66.7%	27 54.0%	53 62.4%	10 43.5%	143 60.3%
合計		25 100.0%	24 100.0%	30 100.0%	50 100.0%	85 100.0%	23 100.0%	237 100.0%



3. 湯の川温泉街の利用

今回、湯の川温泉街で利用したものは、207人の複数回答で「足湯」21人(10.1%)、「函館市熱帯植物園」24人(11.6%)、「湯倉神社」7人(3.4%)、「湯川漁港」3人(1.4%)、「銭湯」1人(0.5%)、「喫茶店・カフェ」8人(3.9%)、「寿司・鮓屋」16人(7.7%)、「ラーメン屋」9人(4.3%)、「その他の飲食店」4人(1.9%)、「居酒屋」0人(0.0%)、「スナック・バー」1人(0.5%)、「コンビニ」50人(24.2%)、「スーパー」19人(9.2%)、「青果・鮮魚店」3人(1.4%)、「和菓子・スイーツ店」12人(5.8%)、「他の食料品店」6人(2.9%)、「理美容店」1人(0.5%)、「衣料品・日用品店」4人(1.9%)、「パチンコ等の娯楽施設」3人(1.4%)、「診療所・病院」0人(0.0%)、「銀行・郵便局」2人(1.0%)、「その他」10人(4.8%)、「どこも利用していない」81人(39.1%)。6割がいずれかを利用しており、「コンビニ」が最も多く、「函館市熱帯植物園」、「足湯」、「スーパー」が続く。

年代別に見ると、20代で「コンビニ」が最も多く、「足湯」、「函館市熱帯植物園」、「湯倉神社」、「寿司・鮓屋」、「ラーメン屋」、「和菓子・スイーツ店」等が続く。「和菓子・スイーツ店」は30代でも見られる【図表3.3】。

いずれかを利用した127人の平均利用場所数は 1.60 ± 1.04 か所、年代別に見ると20代でやや多くなっている【表3.4】。

図表3.3 温泉街で利用した場所

		年代						合計
		20代 (n=26)	30代 (n=21)	40代 (n=27)	50代 (n=48)	60代 (n=64)	70歳以上 (n=21)	
湯の川温泉街の利用場所	足湯	4 15.4%	1 4.8%	3 11.1%	5 10.4%	5 7.8%	3 14.3%	21 10.1%
	函館市熱帯植物園前	3 11.5%	1 4.8%	5 18.5%	4 8.3%	9 14.1%	2 9.5%	24 11.6%
	湯倉神社	3 11.5%	1 4.8%	1 3.7%	1 2.1%	1 1.6%	0 0.0%	7 3.4%
	湯川漁港	2 7.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.8%	3 1.4%
	銭湯	1 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%
	喫茶・カフェ	1 3.8%	1 4.8%	1 3.7%	3 6.3%	2 3.1%	0 0.0%	8 3.9%
	寿司・鮨屋	4 15.4%	3 14.3%	1 3.7%	1 2.1%	4 6.3%	3 14.3%	16 7.7%
	ラーメン屋	3 11.5%	0 0.0%	3 11.1%	2 4.2%	1 1.6%	0 0.0%	9 4.3%
	その他飲食店	1 3.8%	1 4.8%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.6%	1 4.8%	4 1.9%
	居酒屋	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
	スナック・バー	1 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%
	コンビニ	8 30.8%	3 14.3%	10 37.0%	16 33.3%	9 14.1%	4 19.0%	50 24.2%
	スーパー	2 7.7%	6 28.6%	0 0.0%	3 6.3%	5 7.8%	3 14.3%	19 9.2%
	青果・鮮魚店	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.1%	1 4.8%	3 1.4%
	和菓子・スイーツ店	3 11.5%	3 14.3%	1 3.7%	3 6.3%	1 1.6%	1 4.8%	12 5.8%
	他の食料品店	2 7.7%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.2%	2 3.1%	0 0.0%	6 2.9%
	理美容店	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%
	衣料品・日用品店	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.1%	2 3.1%	1 4.8%	4 1.9%
	パチンコ等の 娯楽施設	0 0.0%	0 0.0%	2 7.4%	1 2.1%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.4%
	診療所・病院	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
	銀行・郵便局	1 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.6%	0 0.0%	2 1.0%
	その他	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.2%	8 12.5%	0 0.0%	10 4.8%
	どこ利用して いない	9 34.6%	6 28.6%	9 33.3%	21 43.8%	28 43.8%	8 38.1%	81 39.1%

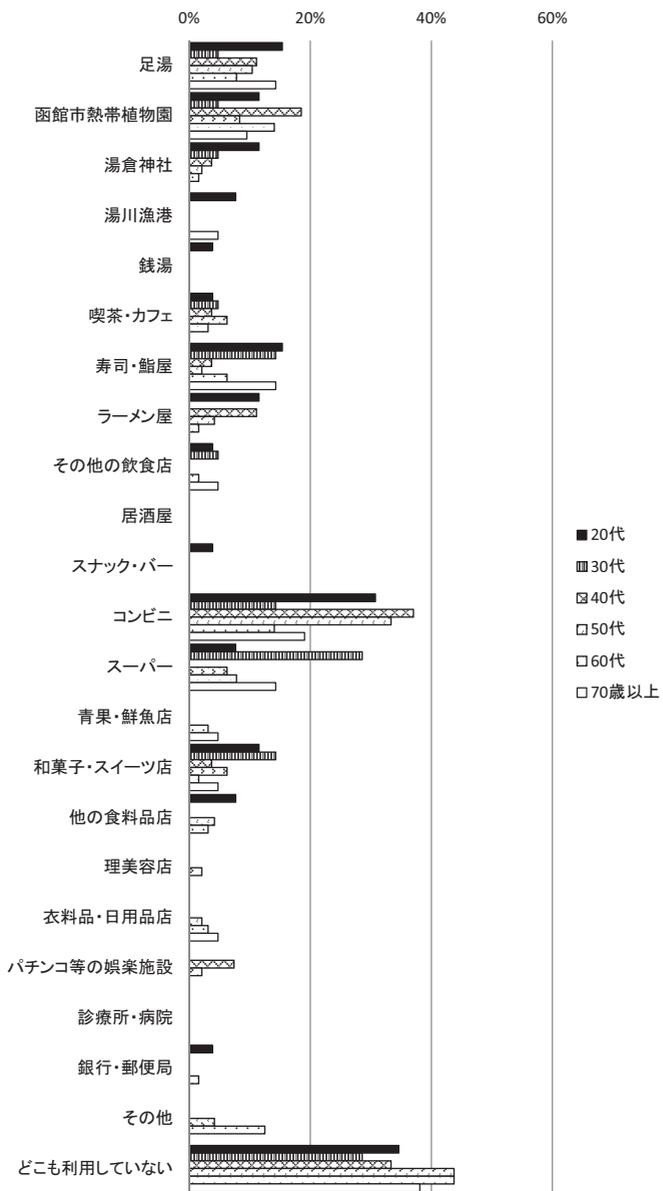


表3.4 温泉街でいずれかを利用した人の平均利用場所数

年代	平均値	標準偏差
20代 (n=17)	2.29	1.80
30代 (n=15)	1.33	0.49
40代 (n=18)	1.50	0.79
50代 (n=27)	1.67	1.18
60代 (n=36)	1.47	0.74
70歳以上 (n=14)	1.43	0.65
合計 (n=127)	1.61	1.04

湯の川温泉街や個別店舗の情報の入手先は、241人の複数回答で、旅行代理店・ツアー 52人 (21.6%)、観光誌・ガイドブック 114人 (47.3%)、函館の観光案内所 17人 (7.1%)、函館観光案内のHP 24人 (10.0%)、店・宿泊施設等のHP 30人 (12.4%)、ぐるなび・じゃらん等の検索サイト 73人 (30.3%)、それ以外のインターネット 40人 (16.6%)、宿泊施設 18人 (7.5%)、知人・家族 19人 (7.9%)、その他 11人 (4.6%)、特に探していない 10人 (4.1%)。観光誌・ガイドブックが半数近く、ぐるなび・じゃらん等の検索サイトが3割、旅行代理店・ツアーが2割である。

年代別に見ると、若年層と年配者で一定の傾向は見られない【図表3.5】。

温泉街で利用した場所で見ると、最も多かった「コンビニ」はぐるなび・じゃらん等の検索サイトを参考にされており、次の「函館市熱帯植物園」、「足湯」は観光誌・ガイドブック等、「スーパー」は店のHPを参考にされている。20代が比較の利用していた「寿司・鮓屋」、「ラーメン屋」は函館観光案内のHP、「和菓子・スイーツ店」は観光誌・ガイドブック等を参考にされている【表3.6】。利用場所によって情報入手先が異なり、若年層のように多様な場所を利用するためには多くの検索が必要であることがわかる。

図表3.5 温泉街や個別店舗の情報の入手先

		年代						合計
		20代 (n=27)	30代 (n=26)	40代 (n=28)	50代 (n=50)	60代 (n=85)	70歳以上 (n=24)	
温泉街や個別店舗の情報の入手先	旅行代理店・ツアー	9 33.3%	3 11.5%	4 14.3%	9 18.0%	24 28.2%	3 12.5%	52 21.7%
	観光誌・ガイドブック	15 55.6%	6 23.1%	10 35.7%	21 42.0%	45 52.9%	17 70.8%	114 47.5%
	函館の観光案内所	0 0.0%	0 0.0%	2 7.1%	4 8.0%	8 9.4%	3 12.5%	17 7.1%
	函館観光案内のHP	6 22.2%	3 11.5%	5 17.9%	5 10.0%	4 4.7%	1 4.2%	24 10.0%
	店・宿泊施設等のHP	5 18.5%	4 15.4%	7 25.0%	5 10.0%	7 8.2%	1 4.2%	29 12.1%
	ぐるなび・じゃらん等の検索サイト	9 33.3%	9 34.6%	12 42.9%	17 34.0%	23 27.1%	3 12.5%	73 30.4%
	それ以外のインターネット	3 11.1%	5 19.2%	9 32.1%	13 26.0%	6 7.1%	4 16.7%	40 16.7%
	宿泊施設	2 7.4%	0 0.0%	3 10.7%	4 8.0%	9 10.6%	0 0.0%	18 7.5%
	知人・家族	3 11.1%	2 7.7%	3 10.7%	3 6.0%	6 7.1%	2 8.3%	19 7.9%
	その他	0 0.0%	0 0.0%	1 3.6%	1 2.0%	8 9.5%	1 4.2%	11 4.6%
	特に探していない	0 0.0%	4 15.4%	1 3.6%	3 6.0%	2 2.4%	0 0.0%	10 4.2%

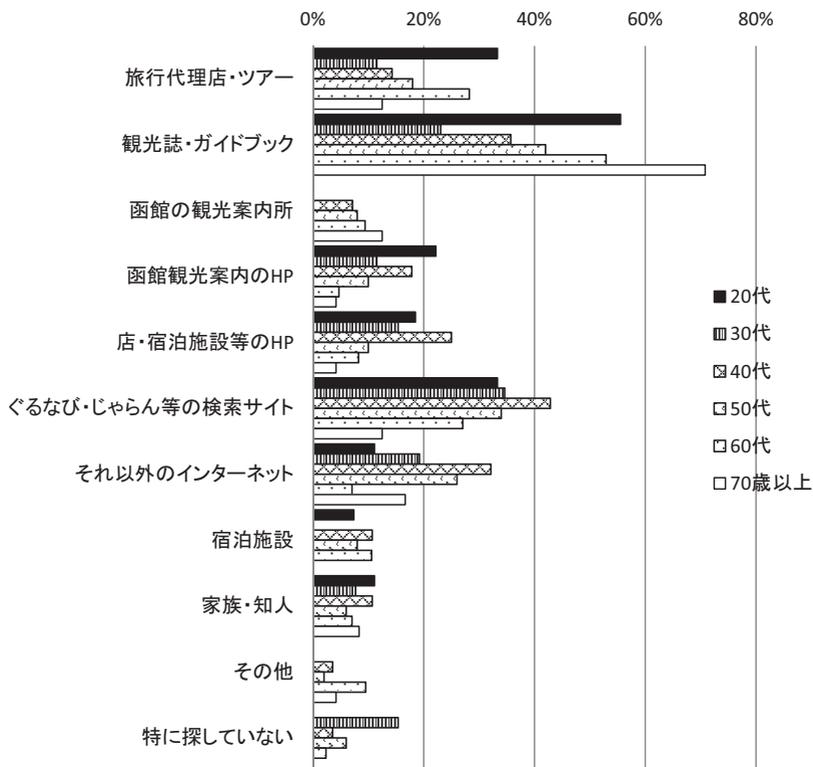


表3.6 利用した場所と情報入手先

	観光誌・ガイドブック	函館の観光案内所	函館観光案内のHP	店・宿泊施設等のHP	ぐるなび・じゃらん等の検索サイト	それ以外のインターネット	宿泊施設
足湯	●	●	●			●	●
函館市熱帯植物園	●					●	
湯倉神社			●				
湯川漁港			●				
喫茶店・カフェ					●		
寿司・鮨屋			●				
ラーメン屋			●			●	
その他の飲食店							
コンビニ					●	●	
スーパー				●			
和菓子・スイーツ店	●						●
他の食料品店	●						
パチンコ等の娯楽施設						●	

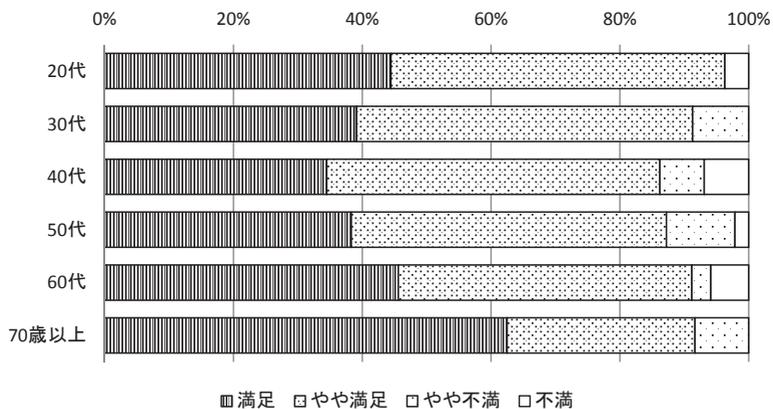
4. 湯の川温泉街の評価

湯の川温泉街の評価を満足、やや満足、やや不満、不満で尋ねたところ、風景・街並み（海沿い・旅館前道路）について、満足96人（43.8%）、やや満足102人（46.6%）、やや不満13人（5.9%）、不満8人（3.7%）。風景・街並み（路面電車沿い道路）について、満足59人（31.6%）、やや満足101人（54.0%）、やや不満20人（10.7%）、不満7人（3.7%）。店の種類・数について、満足29人（19.3%）、やや満足68人（45.3%）、やや不満33人（22.0%）、不満20人（13.3%）。道標の分かりやすさについて、満足27人（14.4%）、やや満足102人（54.3%）、やや不満40人（21.3%）、不満19人（10.1%）。活気・にぎわいについて、満足18人（10.4%）、やや満足94人（54.3%）、やや不満42人（24.3%）、不満19人（11.0%）。「満足」と「やや満足」を合わせると、風景・街並みで8～9割、店の種類・数は6割、道標の分かりやすさは7割、活気・にぎわいは6割である。おおむね満足されているが、店の種類・数、道標の分かりやすさ、活気・にぎわいについて「不満」がそれぞれ1割ある。

年代別に見ると、店の種類・数は70歳以上で満足度が高いが、これは「わからない」人を除いているためである【図表3.7～3.11】。年代によって街並み、店の構成、にぎわい等の評価に違いは見られない。

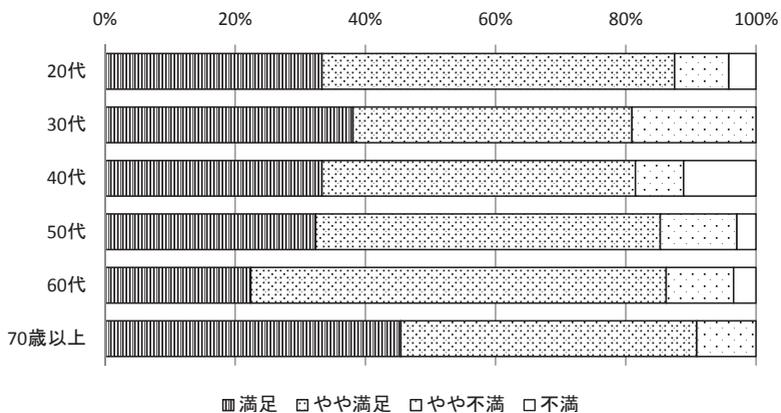
図表3.7 温泉街の評価(1) 風景・街並み(海沿いホテル・旅館前道路)

		年代						合計
		20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
風景・街並み(海沿いホテル・旅館前道路)	満足	12 44.4%	9 39.1%	10 34.5%	18 38.3%	31 45.6%	15 62.5%	95 43.6%
	やや満足	14 51.9%	12 52.2%	15 51.7%	23 48.9%	31 45.6%	7 29.2%	102 46.8%
	やや不満	0 0.0%	2 8.7%	2 6.9%	5 10.6%	2 2.9%	2 8.3%	13 6.0%
	不満	1 3.7%	0 0.0%	2 6.9%	1 2.1%	4 5.9%	0 0.0%	8 3.7%
合計		27 100.0%	23 100.0%	29 100.0%	47 100.0%	68 100.0%	24 100.0%	218 100.0%



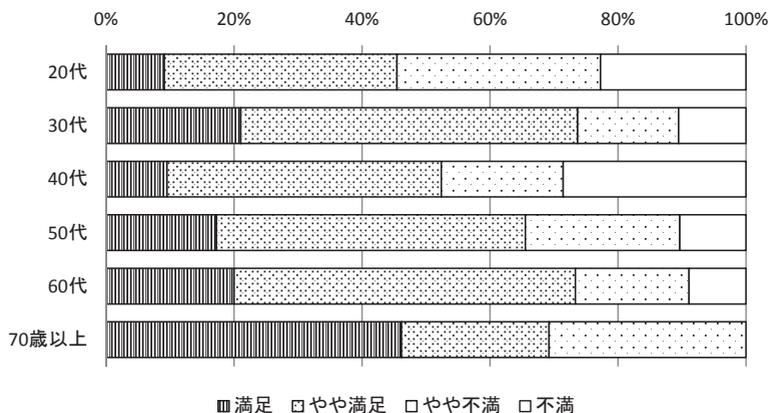
図表3.8 温泉街の評価(2) 風景・街並み(路面電車沿い道路)

		年代						合計
		20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
風景・街並み(路面電車沿い道路)	満足	8 33.3%	8 38.1%	9 33.3%	11 32.4%	13 22.4%	10 45.5%	59 31.7%
	やや満足	13 54.2%	9 42.9%	13 48.1%	18 52.9%	37 63.8%	10 45.5%	100 53.8%
	やや不満	2 8.3%	4 19.0%	2 7.4%	4 11.8%	6 10.3%	2 9.1%	20 10.8%
	不満	1 4.2%	0 0.0%	3 11.1%	1 2.9%	2 3.4%	0 0.0%	7 3.8%
合計		24 100.0%	21 100.0%	27 100.0%	34 100.0%	58 100.0%	22 100.0%	186 100.0%



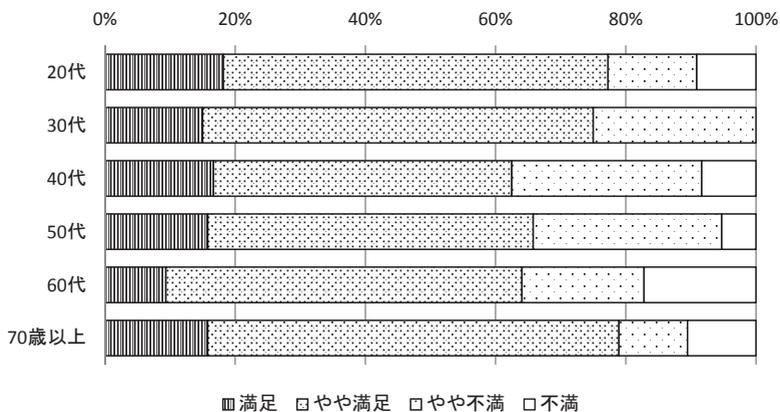
図表3.9 温泉街の評価(3) 店の種類・数

		年代						合計
		20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
店の種類・数	満足	2 9.1%	4 21.1%	2 9.5%	5 17.2%	9 20.0%	6 46.2%	28 18.8%
	やや満足	8 36.4%	10 52.6%	9 42.9%	14 48.3%	24 53.3%	3 23.1%	68 45.6%
	やや不満	7 31.8%	3 15.8%	4 19.0%	7 24.1%	8 17.8%	4 30.8%	33 22.1%
	不満	5 22.7%	2 10.5%	6 28.6%	3 10.3%	4 8.9%	0 0.0%	20 13.4%
合計		22 100.0%	19 100.0%	21 100.0%	29 100.0%	45 100.0%	13 100.0%	149 100.0%



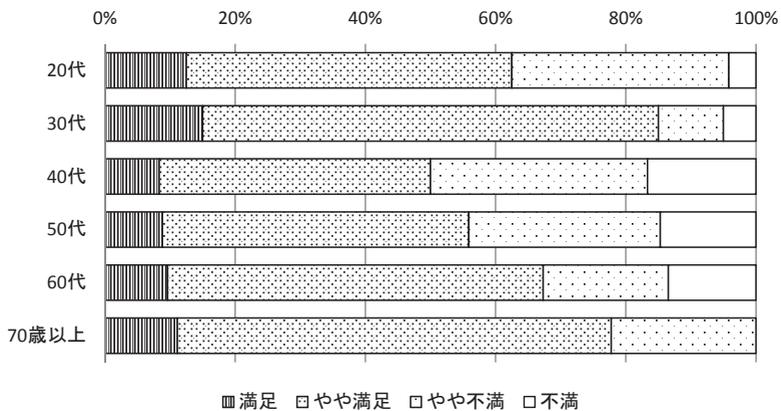
図表3.10 温泉街の評価(4) 道標の分かりやすさ

		年代						合計
		20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
道標のわかりやすさ	満足	4 18.2%	3 15.0%	4 16.7%	6 15.8%	6 9.4%	3 15.8%	26 13.9%
	やや満足	13 59.1%	12 60.0%	11 45.8%	19 50.0%	35 54.7%	12 63.2%	102 54.5%
	やや不満	3 13.6%	5 25.0%	7 29.2%	11 28.9%	12 18.8%	2 10.5%	40 21.4%
	不満	2 9.1%	0 0.0%	2 8.3%	2 5.3%	11 17.2%	2 10.5%	19 10.2%
合計		22 100.0%	20 100.0%	24 100.0%	38 100.0%	64 100.0%	19 100.0%	187 100.0%



図表3.11 温泉街の評価(5) 活気・にぎわい

		年代						合計
		20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
活気・にぎわい	満足	3 12.5%	3 15.0%	2 8.3%	3 8.8%	5 9.6%	2 11.1%	18 10.5%
	やや満足	12 50.0%	14 70.0%	10 41.7%	16 47.1%	30 57.7%	12 66.7%	94 54.7%
	やや不満	8 33.3%	2 10.0%	8 33.3%	10 29.4%	10 19.2%	4 22.2%	42 24.4%
	不満	1 4.2%	1 5.0%	4 16.7%	5 14.7%	7 13.5%	0 0.0%	18 10.5%
合計		24 100.0%	20 100.0%	24 100.0%	34 100.0%	52 100.0%	18 100.0%	172 100.0%



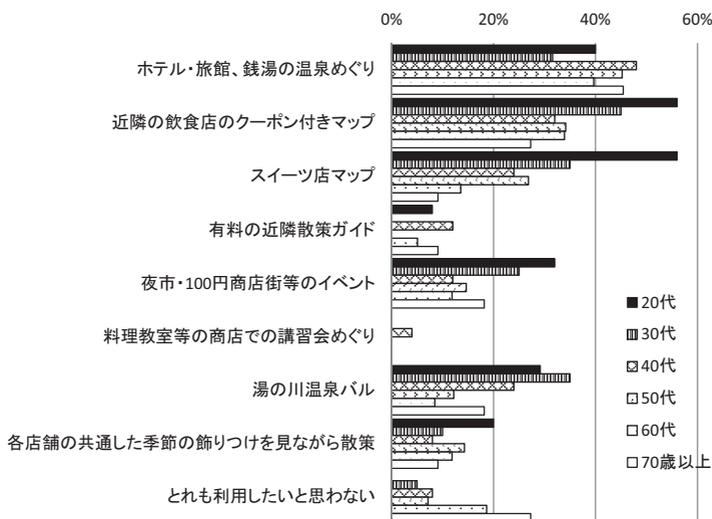
5. 利用したいと思う散策プラン

あれば利用したいと思う散策プランを尋ねたところ、181人の複数回答で、「ホテル・旅館、銭湯の温泉めぐり」75人(41.4%)、「近隣の飲食店のクーポン付きマップ」68人(37.4%)、「スイーツ店マップ」47人(25.8%)、「有料の近隣散策ガイド」9人(4.9%)、「夜市・100円商店街等のイベント」31人(17.0%)、「料理教室等の商店での講習会めぐり」1人(0.6%)、「湯の川温泉バル(チケット綴りを持って飲食店の食べ歩き)」33人(18.2%)、「各店舗の共通した季節の飾りつけを見ながら散策」23人(12.6%)、「どれも利用したいと思わない」20人(10.9%)。「ホテル・旅館、銭湯の温泉めぐり」、「近隣の飲食店のクーポン付きマップ」がそれぞれ4割であり、「スイーツ店マップ」、「湯の川温泉バル(チケット綴りを持って飲食店の食べ歩き)」が続く。

年代別に見ると、20代で「近隣の飲食店のクーポン付きマップ」、「スイーツ店マップ」が多くなっており、「湯の川温泉バル」は30代で多くなっている。「どれも利用したいと思わない」は60代・70歳以上で多く、若年層で利用希望が比較的多くなっている【図表3.12】。

図表3.12 利用したいと思う散策プラン

		年代						合計
		20代 (n=25)	30代 (n=19)	40代 (n=25)	50代 (n=42)	60代 (n=58)	70歳以上 (n=11)	
利用 した い と 思 う 散 策 プ ラ ン	ホテル・旅館・銭湯の 温泉めぐり	10 40.0%	6 31.6%	12 48.0%	19 45.2%	23 39.7%	5 45.5%	75 41.7%
	近隣の飲食店のクーポ ン付きマップ	14 56.0%	9 45.0%	8 32.0%	14 34.1%	20 33.9%	3 27.3%	68 37.6%
	スイーツ店マップ	14 56.0%	7 35.0%	6 24.0%	11 26.8%	8 13.6%	1 9.1%	47 26.0%
	有料の近隣散策ガイド	2 8.0%	0 0.0%	3 12.0%	0 0.0%	3 5.1%	1 9.1%	9 5.0%
	夜市・100円商店街等 のイベント	8 32.0%	5 25.0%	3 12.0%	6 14.6%	7 11.9%	2 18.2%	31 17.1%
	料理教室等の商店街で の講習会めぐり	0 0.0%	0 0.0%	1 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%
	湯の川温泉パル	7 29.2%	7 35.0%	6 24.0%	5 12.2%	5 8.5%	2 18.2%	32 17.8%
	各店舗の共通した飾り つけを見ながら散策	5 20.0%	2 10.0%	2 8.0%	6 14.3%	7 11.9%	1 9.1%	23 12.6%
	どれも利用したいと思 わない	0 0.0%	1 5.0%	2 8.0%	3 7.1%	11 18.6%	3 27.3%	20 11.0%



6. まとめ

温泉街の利用場所は20代でやや多く、「足湯」、「函館市熱帯植物園」、「寿司・鮓屋」、「ラーメン屋」、「和菓子・スイーツ店」等が利用されていた。温泉街や個別店舗の情報入手先は観光誌・ガイドブック、ぐるなび・じゃらん等の検索サイトが多く、多様な場所を利用するためには函館の観光案内のHP、店のHP等を含めて多くの検索が必要である。

温泉街の評価において、街並み、店の種類、にぎわい等はおおむね満足されており、年代による差も見られない。一部に不満があがっている点に配慮すれば、ハードや個別店舗のサービス等は現状で対応と考えられる。

利用したいと思う散策プランは20代・30代で「近隣の飲食店のクーポン付きマップ」、「スイーツ店マップ」、「湯の川温泉バル」が多くなっており、飲食店を紹介し、若年層の多様な場所を利用する街歩きを支えるものになると考えられる。

IV. 修学旅行と体験プログラム

1. 調査概要

2014年5月、函館ベイエリアで修学旅行の中高生に街頭アンケート調査を行った。

修学旅行ではグループごとの自由時間がもうけられ、学生が各種資料を参考にして日程を計画している。函館では路面電車を利用した観光名所めぐりが多く、観光名所における修学旅行向けの体験型プログラムを紹介するガイドブック等⁸⁾も市販されている。

調査項目は、回答者基本属性（性別、学校区分、学校の所在地）、修学旅行の日程、函館市内で訪れるところ、お土産、体験プログラム・体験学習の経験等である。

2. 回答者基本属性

回収数83。

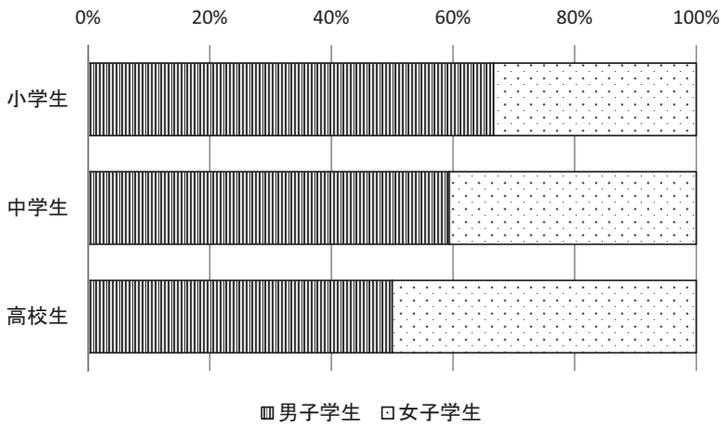
男子学生47人（56.6%）、女子学生36人（43.4%）。若干、男子学生が多い。

学校は小学校6人（7.5%）、中学校32人（40.0%）、高等学校42人（52.5%）。高等学校が半数である。学校別に男女を見ても、割合は変わらない【図表4.1】。

学校の住所は、道南7人（8.4%）、道南以外の北海道36人（43.4%）、東北16人（19.3%）、関東甲信越23人（27.7%）、近畿1人（1.2%）。道南以外の北海道が4割、関東甲信越が3割、東北が2割である。小学生は東北から、中学生は北海道と東北から、高校生は全国各地から訪れている【図表4.2】。

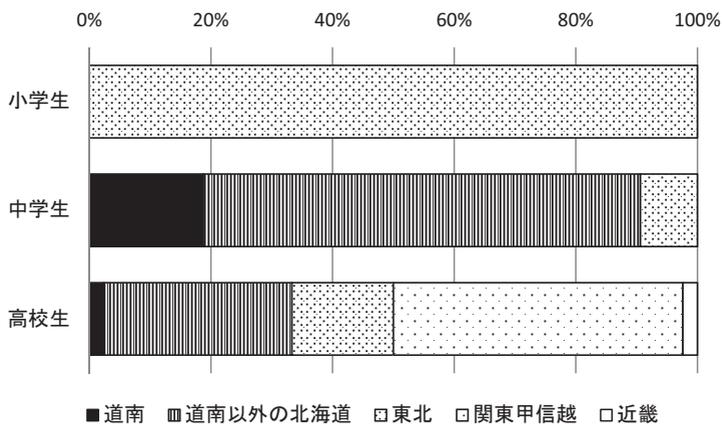
図表4.1 回答者基本属性（性別）

		区分			合計
		小学生	中学生	高校生	
性別	男子学生	4	19	21	44
	女子学生	2	13	21	36
合計		6	32	42	80



図表4.2 回答者基本属性（居住地）

		区分			合計
		小学生	中学生	高校生	
学校の 住所	道南	0	6	1	7
	道南以外の北海道	0	23	13	36
	東北	6	3	7	16
	関東甲信越	0	0	20	20
	近畿	0	0	1	1
合計		6	32	42	80



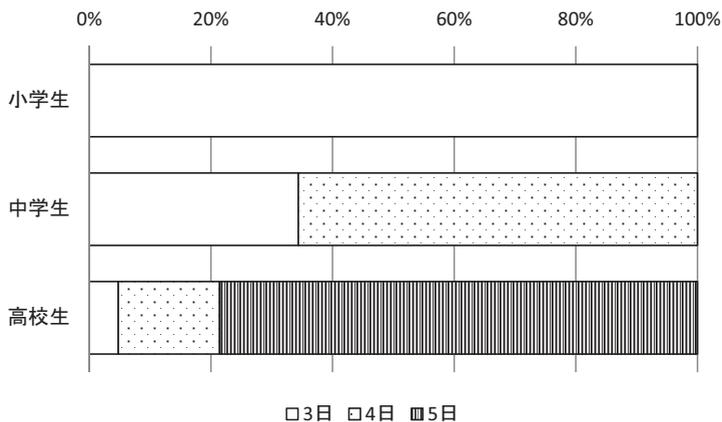
3. 修学旅行の日程

全日程は3日19人（22.9%）、4日28人（33.7%）、5日36人（43.4%）。4割が5日であり、4日、3日が続く。

小学生は3日、中学生は3～4日であり、高校生は5日が多い【図表4.3】。学校の住所で見ると、道南は3日、道南以外の北海道と東北は3～5日であり、関東甲信越は5日が多く、近畿1人は4日であった【図表4.4】。

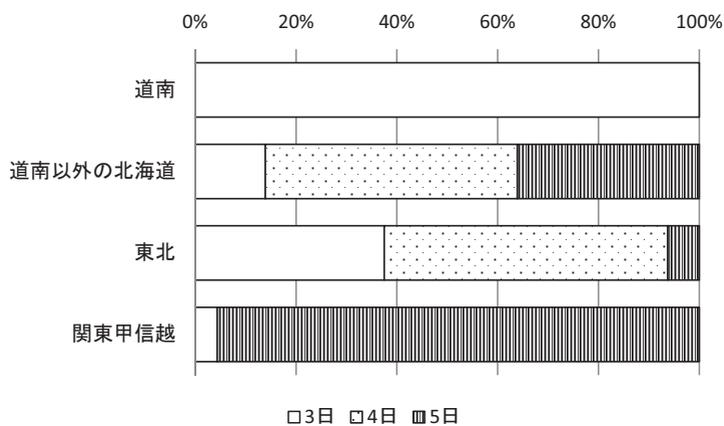
図表4.3 修学旅行の全日程

		区分			合計
		小学生	中学生	高校生	
全日程	3日	6	11	2	19
	4日	0	21	7	28
	5日	0	0	33	33
合計		6	32	42	80



図表4.4 学校の住所別、修学旅行の全日程

		学校の住所					合計
		道南	道南以外の北海道	東北	関東甲信越	近畿	
全日程	3日	7	5	6	1	0	19
	4日	0	18	9	0	1	28
	5日	0	13	1	22	0	36
合計		7	36	16	23	1	83

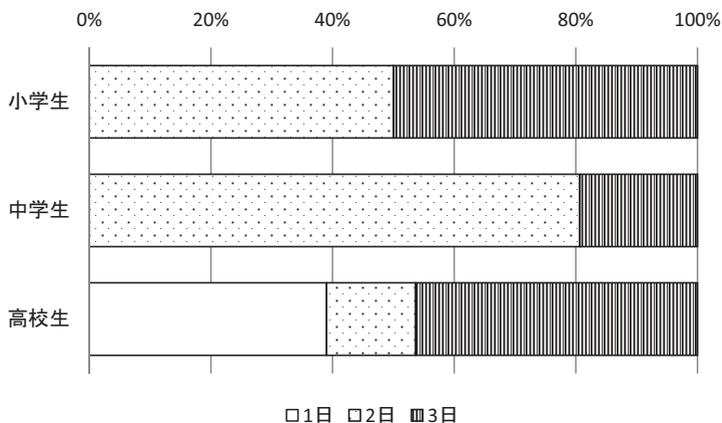


全日程のうち函館で過ごすのは、1日19人（23.5%）、2日34人（42.0%）、3日28人（34.6%）。2日が4割である。

小学生は2～3日、中学生は2日が多く、高校生は1日と3日に分かれている【図表4.5】。

図表4.5 修学旅行の全日程のうち函館で過ごす日数

		区分			合計
		小学生	中学生	高校生	
函館で過ごす日数	1日	0	0	16	16
	2日	3	25	6	34
	3日	3	6	19	28
合計		6	31	41	78

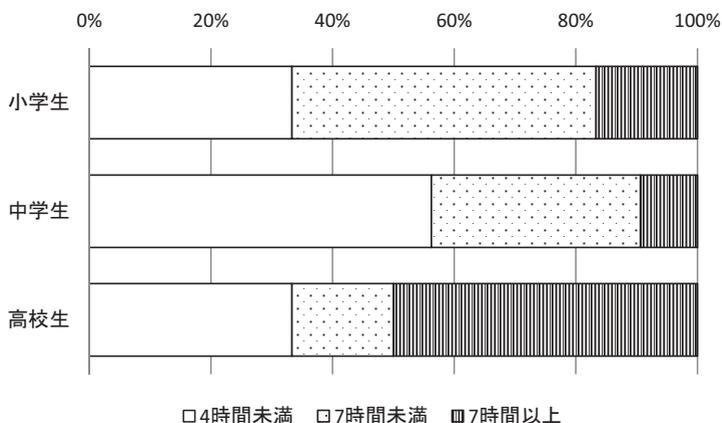


函館の自由時間は、4時間未満34人（41.0%）、4時間以上7時間未満25人（30.1%）、7時間以上24人（28.9%）。4時間が4割であり、4時間以上7時間未満、7時間以上がそれぞれ3割である。

それぞれ幅があり、小学生は4時間以上7時間未満、中学生は4時間未満が多く、高校生は4時間未満と7時間以上に分かれている【図表4.6】。全日程のうち函館ですぐすのが1日のところは4時間未満が多く、7時間までであり、函館で2日をすごすところは4時間未満が多いが、7時間以上があり、函館で3日をすごすところは7時間以上が多いが4時間未満もある。

図表4.6 函館での自由時間数

		区分			合計
		小学生	中学生	高校生	
函館での自由 時間数	4時間未満	2	18	14	34
	7時間未満	3	11	7	21
	7時間以上	1	3	21	25
合計		6	32	42	80



感想として「すごく広いのに覚えやすい」等があり、路面電車等を利用してグループで観光スポットをまわりやすかったのだと思われる。全般的な感想として「なまら楽しい」、「楽しいです」、「楽しい思い出できました」等の意見があり、「さいこう」、「来てよかった」、「また来る」、「また来れる機会があれば来たいと思う」等の声があった。

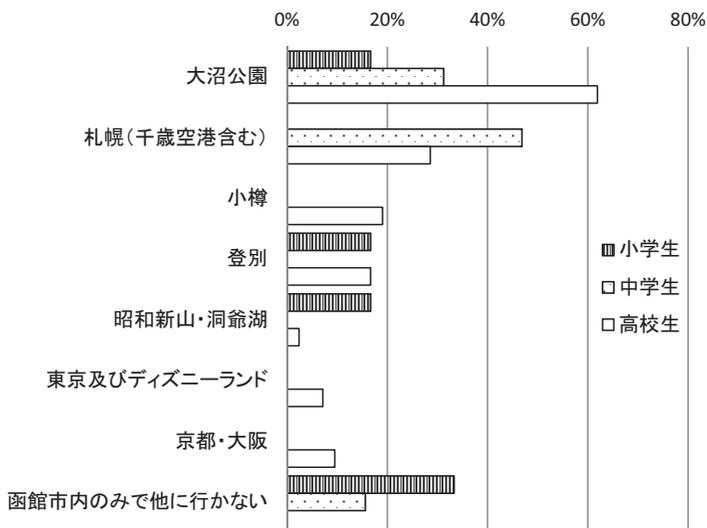
函館以外に修学旅行で訪れるところは83人の複数回答で、函館近郊の大沼公園37人(44.6%)、千歳空港を含む札幌30人(36.1%)、小樽8人(9.6%)、登別8人(9.6%)、昭和新山・洞爺湖2人(2.4%)、東京及びディズニーランド3人(3.6%)、京都・大阪4人(4.8%)、函館市内のみで他に行かない7人(8.4%)。函館近郊の大沼公園が4割を超えており、千歳空港を含む札幌が4割近い。

小学生、中学生の一部が函館のみであり、高校生はすべてが函館以外も訪れる日程になっている。高校生では一部に東京及びディズニーランド、京都・大阪もある【図表4.7】。学校の住所で見ると、道南以外の北海道、東北で函館のみが見られる【図表4.8】。

感想として「北海道に初めて来て自然とふれあうことができすぎてすごくうれしい」、「寒いイメージだけど暖かくのどかだった」等があった。

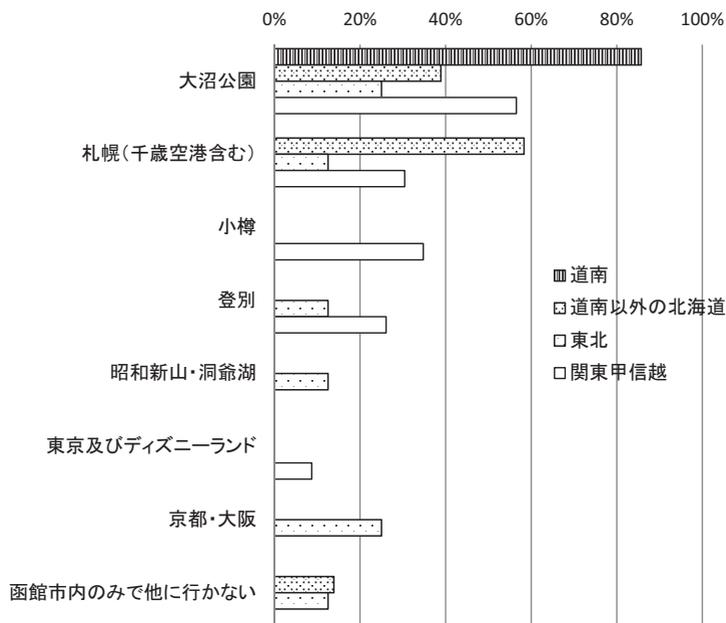
図表4.7 函館以外に修学旅行で訪れるところ

		区分			合計
		小学生 n=6	中学生 n=32	高校生 n=42	
函館以外 に訪れる ところ	大沼公園	1	10	26	37
	札幌（千歳空港含む）	0	15	12	27
	小樽	0	0	8	8
	登別	1	0	7	8
	昭和新山・洞爺湖	1	0	1	2
	東京及びディズニーランド	0	0	3	3
	京都・大阪	0	0	4	4
	函館市内のみで他に行かない	2	5	0	7



図表4.8 学校の住所別、函館以外に修学旅行で訪れるところ

		学校の住所					合計
		道南 n=7	道南 以外の北 海道 n=36	東北 n=16	関東 甲信 越 n=23	近畿 n=1	
函館以外 に訪れる ところ	大沼公園	6	14	4	13	0	37
	札幌（千歳空港含む）	0	21	2	7	0	30
	小樽	0	0	0	8	0	8
	登別	0	0	2	6	0	8
	昭和新山・洞爺湖	0	0	2	0	0	2
	東京及びディズニーランド	0	0	0	2	1	3
	京都・大阪	0	0	4	0	0	4
	函館市内のみで他に行かない	0	5	2	0	0	7



4. 函館で訪れるところ、体験型プログラム・体験学習

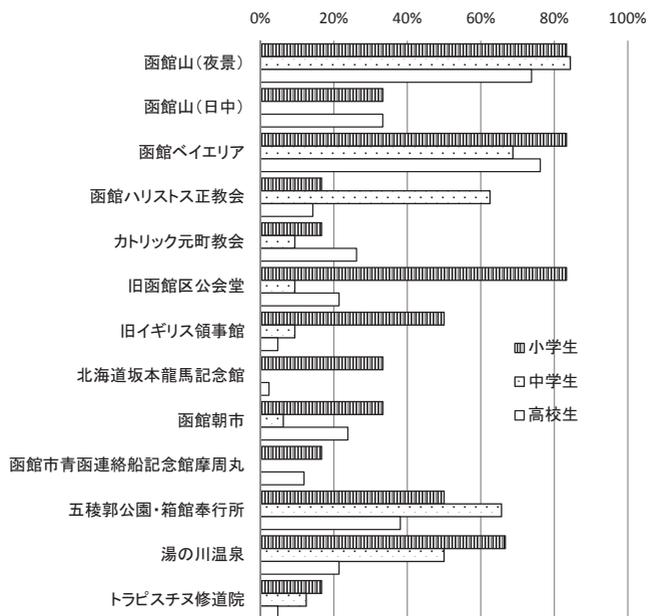
函館で訪れるところは83人の複数回答で、函館山（夜景）63人（75.9%）、函館山（日中）16人（19.3%）、赤レンガ倉庫群を含む函館ベイエリア62人（74.7%）、伝統的建造物群保存地区にある函館ハリストス正教会27人（32.5%）・カトリック元町教会15人（18.1%）・旧函館区公会堂17人（20.5%）・旧イギリス領事館8人（9.6%）、北海道坂本龍馬記念館3人（3.6%）、函館朝市14人（16.9%）、函館市青函連絡船記念館摩周丸6人（7.2%）、五稜郭公園・箱館奉行所40人（48.2%）、湯の川温泉32人（38.6%）、トラピスチヌ修道院7人（8.4%）。

伝統的建造物群保存地区にある函館ハリストス正教会・カトリック元町教会・旧函館区公会堂・旧イギリス領事館等で施設の選択にばらつきが見られるものの、全体的に小学生、中学生、高校生で訪れるところに差は見られない。いずれも8割が函館山で夜景を見ている【図表4.9】。函館ですごす日程ごとに見ると、1日では総体的に訪れる場所が少なくなっているが、2日と3日ではあまり変わらない【図表4.10】。

感想として「夜景がきれいでした」、「(旧函館区公会堂等がある地区の)石だたみが良い」、「都会なところだなと思いました」、「函館らしいところがたくさんあって楽しい」、「(函館ベイエリアで)地元ではない海がみられた」等があった。

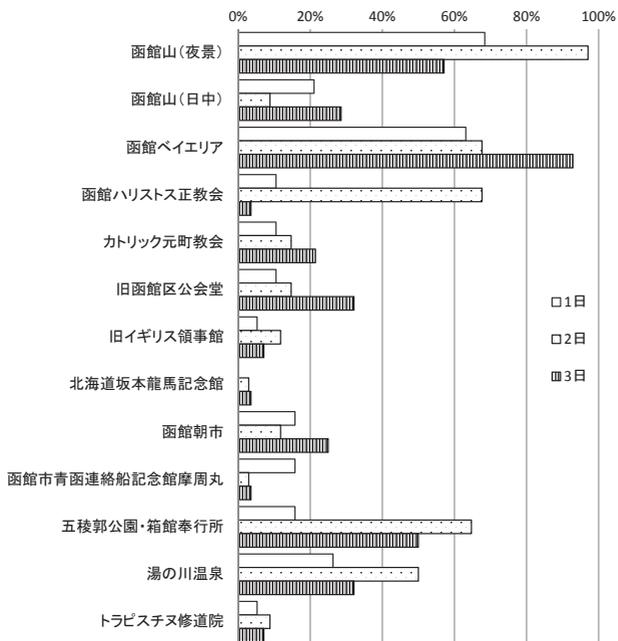
図表4.9 函館で訪れるところ

		区分			合計
		小学生 n=6	中学生 n=32	高校生 n=42	
函館で訪れるところ	函館山（夜景）	5	27	31	63
	函館山（日中）	2	0	14	16
	函館ベイエリア	5	22	32	59
	函館ハリストス正教会	1	20	6	27
	カトリック元町教会	1	3	11	15
	旧函館区公会堂	5	3	9	17
	旧イギリス領事館	3	3	2	8
	北海道坂本龍馬記念館	2	0	1	3
	函館朝市	2	2	10	14
	函館市青函連絡船記念館摩周丸	1	0	5	6
	五稜郭公園・箱館奉行所	3	21	16	40
	湯の川温泉	4	16	9	29
	トラピスチヌ修道院	1	4	2	7



図表4.10 函館で過ごす日数別、函館で訪れるところ

		函館で過ごす日数			合計
		1日 n=19	2日 n=34	3日 n=28	
函館で 訪れる ところ	函館山（夜景）	13	33	16	62
	函館山（日中）	4	3	8	15
	函館ベイエリア	12	23	26	61
	函館ハリストス正教会	2	23	1	26
	カトリック元町教会	2	5	6	13
	旧函館区公会堂	2	5	9	16
	旧イギリス領事館	1	4	2	7
	北海道坂本龍馬記念館	0	1	1	2
	函館朝市	3	4	7	14
	函館市青函連絡船記念館摩周丸	3	1	1	5
	五稜郭公園・箱館奉行所	3	22	14	39
	湯の川温泉	5	17	9	31
	トラピスチヌ修道院	1	3	2	6

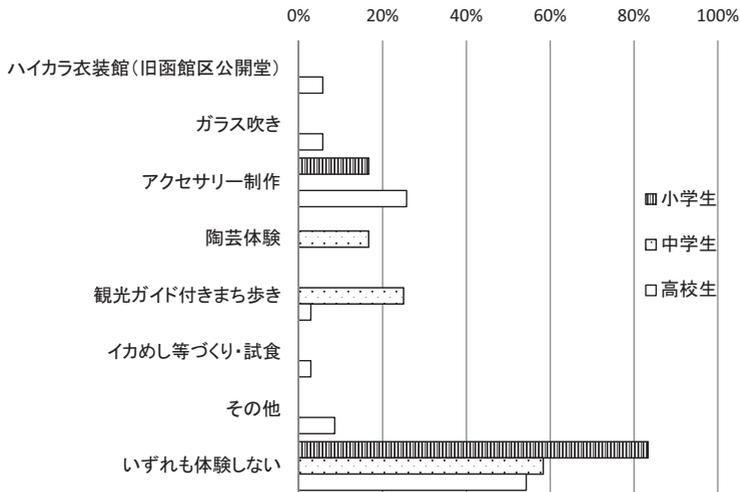


函館で経験する体験型プログラム・体験学習は56人の複数回答で、歴史的建造物の旧函館区公会堂でドレスやタキシード等が有料で体験できる「ハイカラ衣装館」2人(3.6%)、ガラス吹き2人(3.6%)、アクセサリ制作10人(17.9%)、陶芸体験2人(3.6%)、観光ガイド付きまち歩き4人(7.1%)、イカめし等づくり・試食4人(7.1%)、その他3人(5.4%)、いずれも体験しない31人(55.4%)。半数以上が何も体験しないが、アクセサリ制作が2割ある。

「いずれも体験しない」は小学生、中学生、高校生で6～8割程度であり、体験内容にも大きな差は見られない【図表4.11】。

図表4.11 函館で経験する体験型プログラム・体験学習

		区分			合計
		小学生 n=6	中学生 n=12	高校生 n=35	
函館で経験する 体験型プログラ ム・体験学習	ハイカラ衣装館（旧函館区公開堂）	0	0	2	2
	ガラス吹き	0	0	2	2
	アクセサリ制作	1	0	9	10
	陶芸体験	0	2	0	2
	観光ガイド付きまち歩き	0	3	1	4
	イカめし等づくり・試食	0	0	1	1
	その他	0	0	3	3
	いずれも体験しない	5	7	19	31



5. 函館での食事、お土産

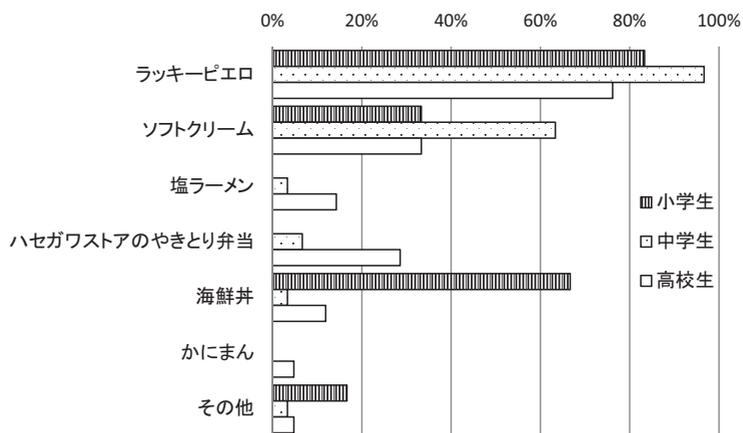
函館で食べるものは81人の複数回答で、地元ハンバーガーのラッキーピエロ69人(85.2%)、ソフトクリーム37人(45.7%)、函館名物の塩ラーメン7人(8.6%)、GLAYが食べていたことで有名な「ハセガワストアのやきとり弁当」14人(17.3%)、函館朝市等で食べられる海鮮丼10人(12.3%)、かに入りの中華まん「かにまん」2人(2.5%)、その他4人(4.9%)。ラッキーピエロが8割を超え、ソフトクリームも半数近い。その他には有名レストランでの食事、ケーキ、クレープがあった。

ラッキーピエロは小学生、中学生、高校生ともに人気であり、小学生で海鮮丼が多い以外は大きな差は見られない【図表4.12】。

感想としてラッキーピエロで観光雑誌等にも掲載されている「チャイニーズチキンバーガーがおいしかった」、「ラッピーピエロ最高」等があった。

図表4.12 函館で食べるもの

		区分			合計
		小学生 n=6	中学生 n=30	高校生 n=42	
函館で食 べるもの	ラッキーピエロ	5	29	32	66
	ソフトクリーム	2	19	14	35
	塩ラーメン	0	1	6	7
	ハセガワストアのやきとり弁当	0	2	12	14
	海鮮丼	4	1	5	10
	かにまん	0	0	2	2
	その他	1	1	2	4



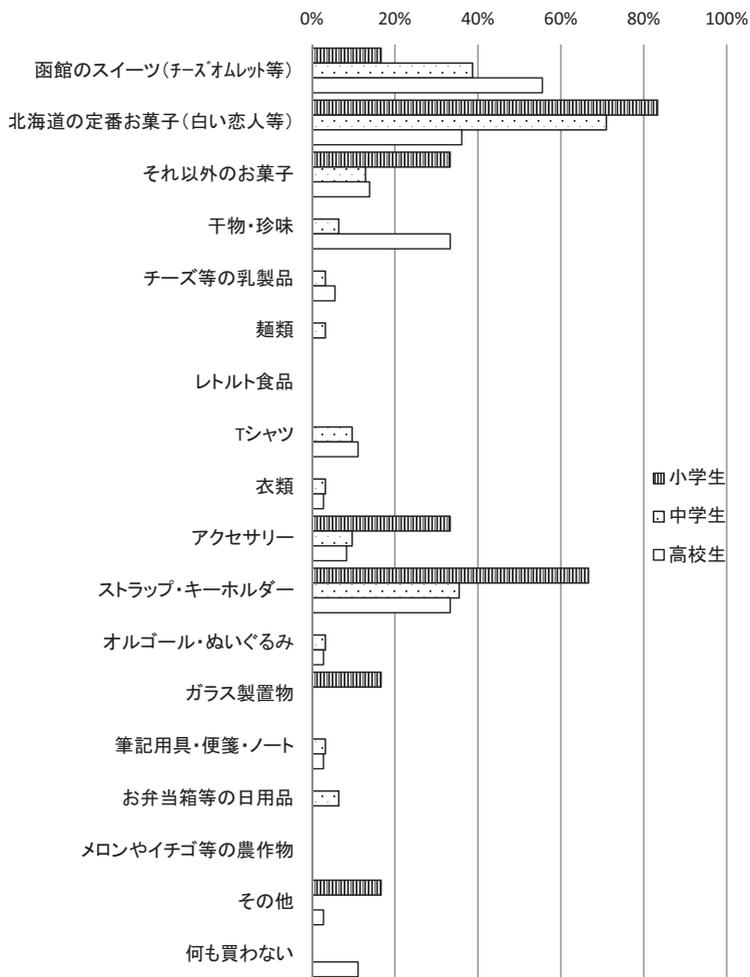
函館のお土産で買うものは76人の複数回答で、函館のスイーツ（チーズオムレット、メルチーズ、箱館塩かすてら、ほこだて雪んこ等）34人（44.7%）、北海道の定番お菓子（白い恋人、じゃがポックル、六花亭のバターサンド、トラピストクッキー等）42人（55.3%）、それ以外のお菓子11人（14.5%）、干物・珍味16人（21.1%）、チーズ等の乳製品3人（3.9%）、麺類2人（2.6%）、レトルト食品0人（0.0%）、Tシャツ8人（10.5%）、それ以外の衣類2人（2.6%）、アクセサリー9人（11.8%）、ストラップ・キーホルダー27人（35.5%）、オルゴール・ぬいぐるみ2人（2.6%）、ガラス製置物1人（1.3%）、筆記用具・便箋・ノート2人（2.6%）、お弁当箱等の日用品2人（2.6%）、メロンやイチゴ等の農作物0人（0.0%）、その他2人（2.6%）、何も買わない4人（5.3%）。北海道の定番お菓子が半数を超え、函館のスイーツ、ストラップ・キーホルダーが続く。

函館のスイーツは小学生よりも高校生で多く、逆に北海道の定番お菓子は高校生よりも小学生が多い。アクセサリー、ストラップ・キーホルダーは小学生で比較的多い【図表4.13】。

学校の住所別に見ると、道南と関東甲信越で函館のスイーツが多く、道南以外で北海道の定番お菓子が比較的多い。干物・珍味、ストラップ・キーホルダーは関東甲信越で多い【図表4.14】。

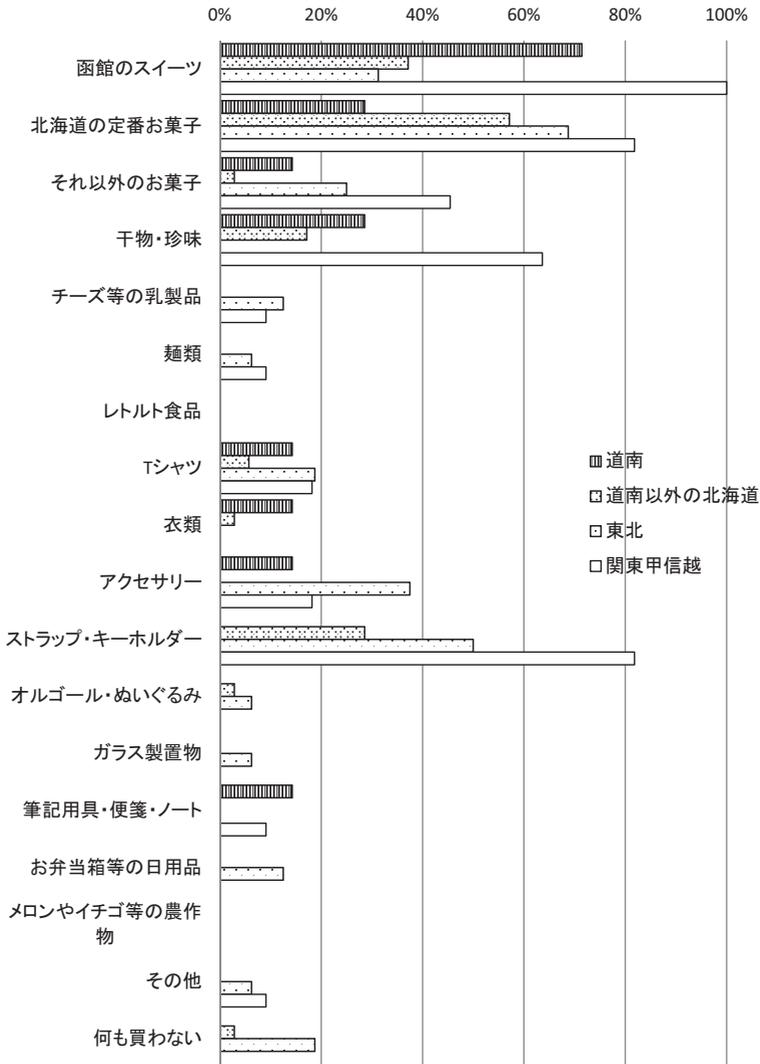
図表4.13 函館のお土産に買うもの

		区分			合計
		小学生 n=6	中学生 n=31	高校生 n=36	
お土産に 買うもの	函館のスイーツ（チーズ・ムレット等）	1	12	20	33
	北海道の定番お菓子（白い恋人等）	5	22	13	40
	それ以外のお菓子	2	4	5	11
	干物・珍味	0	2	12	14
	チーズ等の乳製品	0	1	2	3
	麺類	0	1	0	1
	レトルト食品	0	0	0	0
	Tシャツ	0	3	4	7
	衣類	0	1	1	2
	アクセサリ	2	3	3	8
	ストラップ・キーホルダー	4	11	12	27
	オルゴール・ぬいぐるみ	0	1	1	2
	ガラス製置物	1	0	0	1
	筆記用具・便箋・ノート	0	1	1	2
	お弁当箱等の日用品	0	2	0	2
	メロンやイチゴ等の農作物	0	0	0	0
	その他	1	0	1	2
	何も買わない	0	0	4	4



図表4.14 学校の住所別、函館のお土産で買うもの

		学校の住所					合計
		道南 n=7	道南以 外の北 海道 n=35	東北 n=16	関東甲 信越 n=11	近畿 n=1	
お土産に 買うもの	函館のスイーツ	5	13	5	11	0	34
	北海道の定番お菓子	2	20	11	9	0	42
	それ以外のお菓子	1	1	4	5	0	11
	干物・珍味	2	6	0	7	1	16
	チーズ等の乳製品	0	0	2	1	0	3
	麺類	0	0	1	1	0	2
	レトルト食品	0	0	0	0	0	0
	Tシャツ	1	2	3	2	0	8
	衣類	1	1	0	0	0	2
	アクセサリ	1	0	6	2	0	9
	ストラップ・キーホルダー	0	10	8	9	0	27
	オルゴール・ぬいぐるみ	0	1	1	0	0	2
	ガラス製置物	0	0	1	0	0	1
	筆記用具・便箋・ノート	1	0	0	1	0	2
	お弁当箱等の日用品	0	0	2	0	0	2
	メロンやイチゴ等の農作物	0	0	0	0	0	0
	その他	0	0	1	1	0	2
	何も買わない	0	1	3	0	0	4



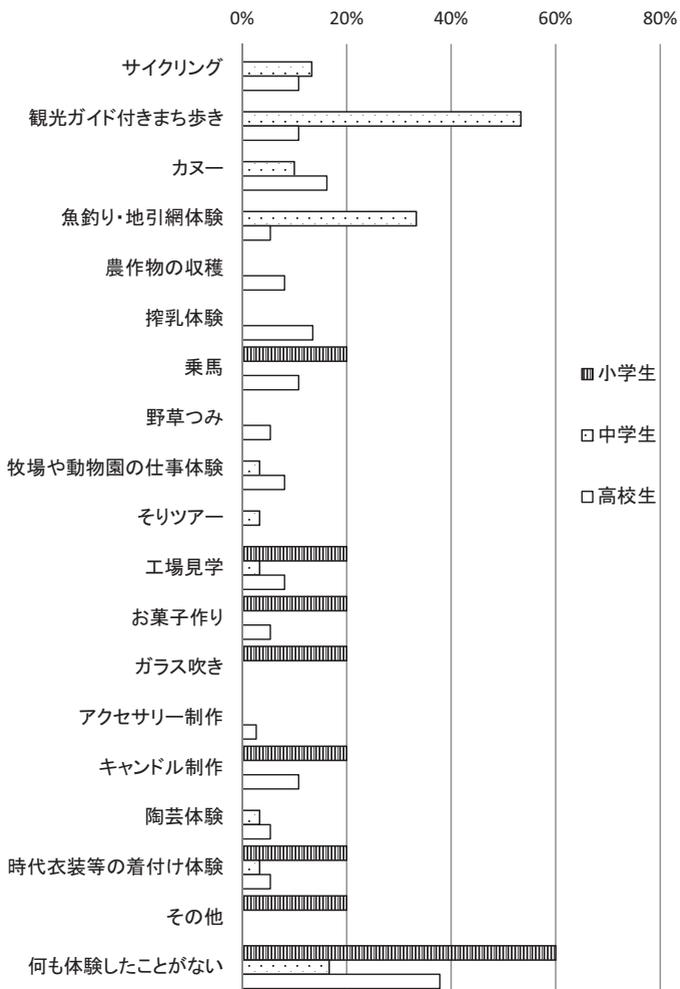
6. これまでに経験したことがある体験型プログラム・体験学習

これまでの旅行で函館市以外で経験したことがある体験型プログラム・体験学習は72人の複数回答で、サイクリング8人(10.8%)、観光ガイド付きまちあるき20人(27.0%)、カヌー11人(14.9%)、魚釣り・地引網体験12人(16.2%)、農作物の収穫3人(4.1%)、搾乳体験5人(6.8%)、乗馬5人(6.8%)、野草つみ2人(2.7%)、牧場や動物園の仕事体験4人(5.4%)、そりツアー1人(1.4%)、工場見学5人(6.8%)、お菓子作り3人(4.1%)、ガラス吹き1人(1.4%)、アクセサリ制作1人(1.4%)、キャンドル制作5人(6.8%)、陶芸体験3人(4.1%)、時代衣装等の着付け体験4人(5.4%)、その他1人(1.4%)、何も体験したことがない24人(32.4%)。7割近くが何らかの体験型プログラム・体験学習をしており、観光ガイド付きまちあるきが3割で最も多く、魚釣り・地引網体験、カヌーが続く。その他はアイヌ文化体験であった。

これまでに体験したことがあるものを尋ねているため、小学生で「何も体験したことがない」が多い。中学生、高校生でも2～4割が「何も体験したことがない」。中学生で観光ガイド付きまち歩き、魚釣り・地引網体験が比較的多い【図表4.15】。学校の住所別に見ると、道南以外の北海道で観光ガイド付きまち歩き、東北と関東甲信越でカヌーが比較的多い。「何も体験したことがない」は学校の住所によって差は見られない【図表4.16】。

図表4.15 これまでの旅行で経験したことがある体験型プログラム・体験学習

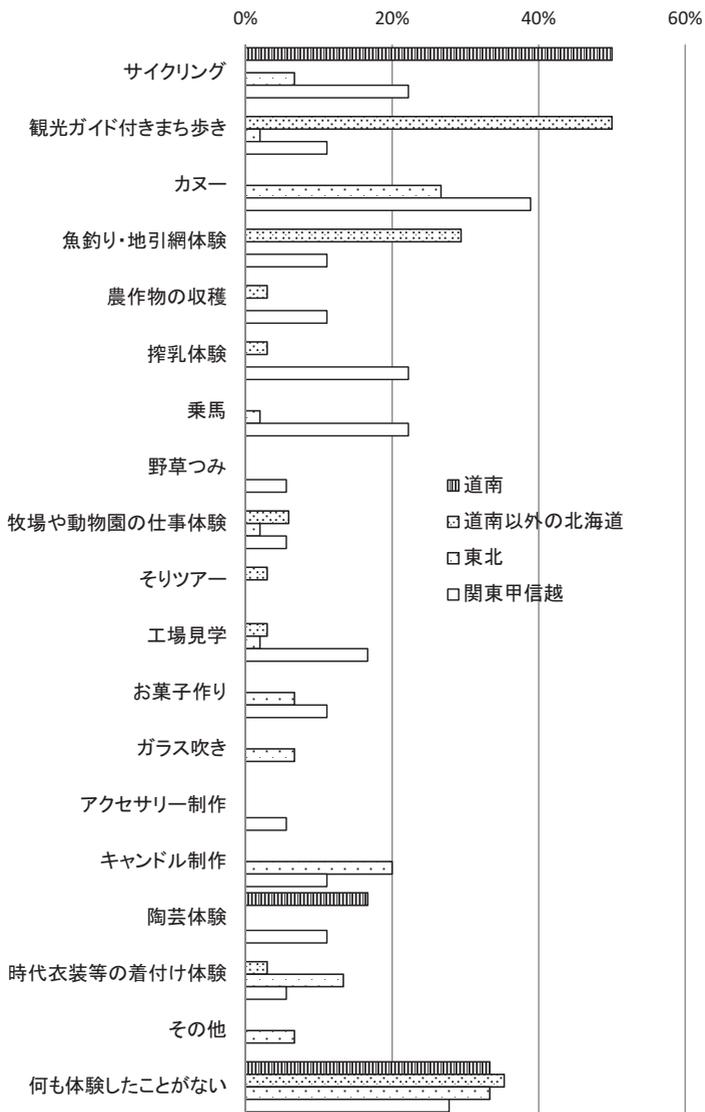
		区分			合計
		小学生 n=5	中学生 n=30	高校生 n=37	
これまでに経験したことがある体験型プログラム・体験学習	サイクリング	0	4	4	8
	観光ガイド付きまち歩き	0	16	4	20
	カヌー	0	3	6	11
	魚釣り・地引網体験	0	10	2	12
	農作物の収穫	0	0	3	3
	搾乳体験	0	0	5	5
	乗馬	1	0	4	5
	野草つみ	0	0	2	2
	牧場や動物園の仕事体験	0	1	3	4
	そりツアー	0	1	0	1
	工場見学	1	1	3	6
	お菓子作り	1	0	2	3
	ガラス吹き	1	0	0	1
	アクセサリ制作	0	0	1	1
	キャンドル制作	1	0	4	5
	陶芸体験	0	1	2	3
	時代衣装等の着付け体験	1	1	2	4
	その他	1	0	0	1
	何も体験したことがない	3	5	14	22



図表4.16 学校の住所別、

これまでの旅行で経験したことがある体験型プログラム・体験学習

		学校の住所					合計
		道南 n=6	道南以 外の北 海道 n=34	東北 n=15	関東甲 信越 n=18	近畿 n=1	
これまでに経 験したことが ある体験型プ ログラム・体 験学習	サイクリング	3	0	1	4	0	8
	観光ガイド付きまち歩き	0	17	1	2	0	20
	カヌー	0	0	4	7	0	11
	魚釣り・地引網体験	0	10	0	2	0	12
	農作物の収穫	0	1	0	2	0	3
	搾乳体験	0	1	0	4	0	5
	乗馬	0	0	1	4	0	5
	野草つみ	0	0	0	1	1	2
	牧場や動物園の仕事体験	0	2	1	1	0	4
	そりツアー	0	1	0	0	0	1
	工場見学	0	1	1	3	0	5
	お菓子作り	0	0	1	2	0	3
	ガラス吹き	0	0	1	0	0	1
	アクセサリ制作	0	0	0	1	0	1
	キャンドル制作	0	0	3	2	0	5
	陶芸体験	1	0	0	2	0	3
	時代衣装等の着付け体験	0	1	2	1	0	4
	その他	0	0	1	0	0	1
何も体験したことがない	2	12	5	5	0	24	



7. まとめ

東北の小学生が全日程3日間の修学旅行のうち2～3日を函館で過ごしている。中学生は北海道と東北から訪れて、3～4日の修学旅行のうち2日間程度を函館で過ごしている。高校生は全国各地から訪れており、5日間程度の修学旅行のうち1～3日を函館で過ごしている。高校生は一部に東京及びディズニーランド、京都・大阪もあり、全員が函館以外をめぐるが、小中学生の一部は函館のみの修学旅行である。

小学生、中学生、高校生ともに多くの観光スポットを訪れており、訪れるところに特に差は見られない。感想では肯定的な意見が見られる。従来の観光客が訪れる観光スポットをめぐり、小学生、中学生、高校生の区別なく楽しまれていることがわかる。

体験型プログラムや体験学習は多くが実施しておらず、小学生、中学生、高校生で体験内容に差は見られない。これまでの旅行で経験したことがある体験型プログラムや体験学習を尋ねると2～4割が何も体験したことがなく、旅行での体験型プログラムや体験学習は函館に限らずあまり多くないと考えられる。

函館で食べるものとして地元のハンバーガーであるラッキーピエロは小学生、中学生、高校生ともに人気であり、ソフトクリームもよく食べられている。地元の若年層に人気のファーストフード店が修学旅行生にも人気であることがわかる。

函館で買うお土産は、小学生は北海道の定番お菓子、アクセサリー、ストラップ・キーホルダーが多く、高校生で函館のスイーツが多くなる。お菓子を中心に、従来の観光客のお土産を修学旅行生も購入していることがわかる。

感想では「楽しい」という意見が多くあり、特に修学旅行生向けのメニューがあるわけではないが、従来の観光客が訪れる観光スポットをめぐり、地元の若年層に人気の飲食店を訪れ、従来の観光客のお土産を購入するかたちで修学旅行が楽しまれている。函館では一定の自由時間があり、路面電車や観

光マップ等、小学生、中学生、高校生がグループでそれぞれに希望する場所をめぐり、店を訪れ、買い物ができるような仕掛けを持続的に保っていくことが必要であろう。

V. 宿泊観光への意識等調査

1. 調査概要

2014年5月、函館ベイエリアで街頭アンケート、宿泊客に対するアンケート、函館市内の大学において集合アンケートを行った。

調査項目は、回答者基本属性（性別、年代、居住地）、観光旅行の頻度、観光旅行に比較的多い同行者、観光旅行に期待するもの、函館近郊の観光地で訪れたところ、函館の観光情報の入手先、宿泊先を選ぶ基準、希望する宿泊プラン等である。特に宿泊施設に焦点をあてて、宿泊先を選ぶ基準を尋ね、客室、客室サービス、送迎やエステ等のオプション、付属観光プラン等、宿泊プランについて詳細に選択肢をもうけた。

年代別に比較を行った。

2. 回答者基本属性

回収数545。

男性222人（41.4%）、女性314人（58.6%）。女性が6割である。

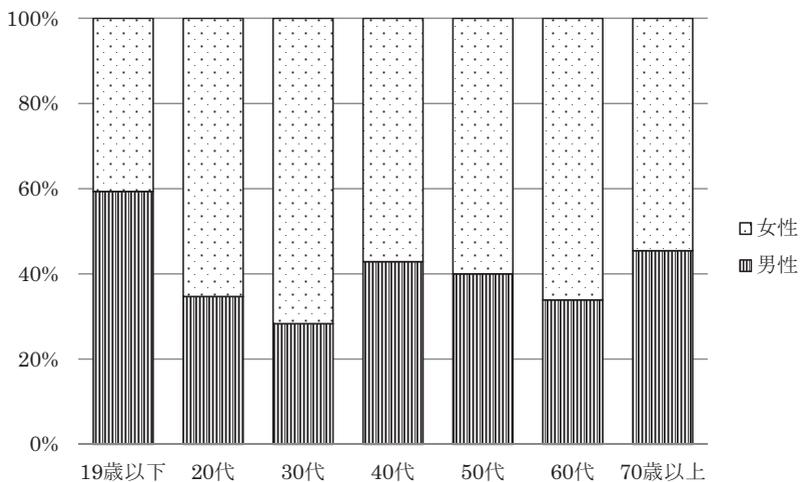
年代は19歳以下91人（16.9%）、20代50人（9.3%）、30代54人（10.0%）、40代77人（14.3%）、50代90人（16.7%）、60代119人（22.1%）、70歳以上57人（10.6%）。幅広い年代にわたっている。性別を見ると、19歳以下で男性が比較的多い【図表5.1】。

職業は、学生104人（19.7%）、公務員・会社員・自営業194人（36.7%）、パート・アルバイト59人（11.2%）、専業主婦・無職155人（29.4%）。その他16人（3.0%）。当然のことながら19歳以下は学生であり、60代と70歳以上は専業主婦・無職が多い【図表5.2】。

居住地は、函館市32人（5.9%）、函館以外道内291人（54.0%）、東北58人（10.8%）、関東96人（17.8%）、中部・北陸・近畿48人（8.9%）、中国・四国4人（0.7%）、九州・沖縄2人（0.4%）、海外1人（0.2%）。海外はアメリカであった。

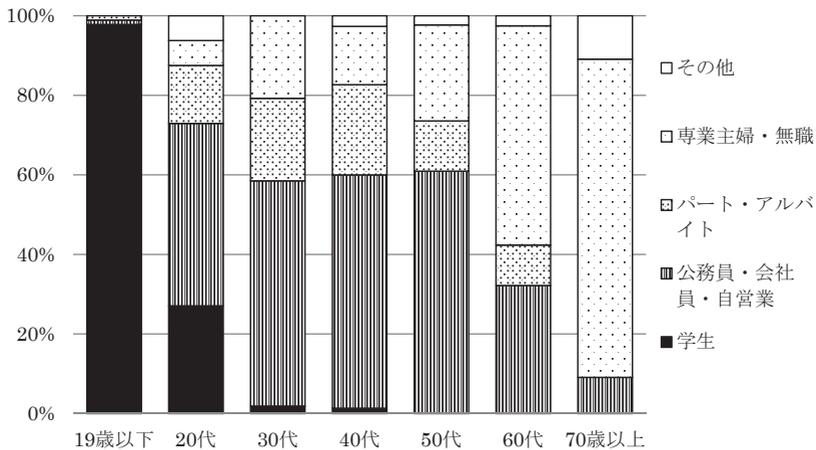
図表5.1 回答者基本属性（性別）

		年代							合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
性別	男性	54	17	15	33	36	40	25	220
	女性	37	32	38	44	54	78	30	313
合計		91	49	53	77	90	118	55	533



図表5.2 回答者基本属性（職業）

		年代							合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
職業	学生	89	13	1	1	0	0	0	104
	公務員・会社員・自営業	1	22	30	44	53	38	5	193
	パート・アルバイト	1	7	11	17	11	12	0	59
	専業主婦・無職	0	3	11	11	21	65	44	155
	その他	0	3	0	2	2	3	6	16
合計		91	48	53	75	87	118	55	527



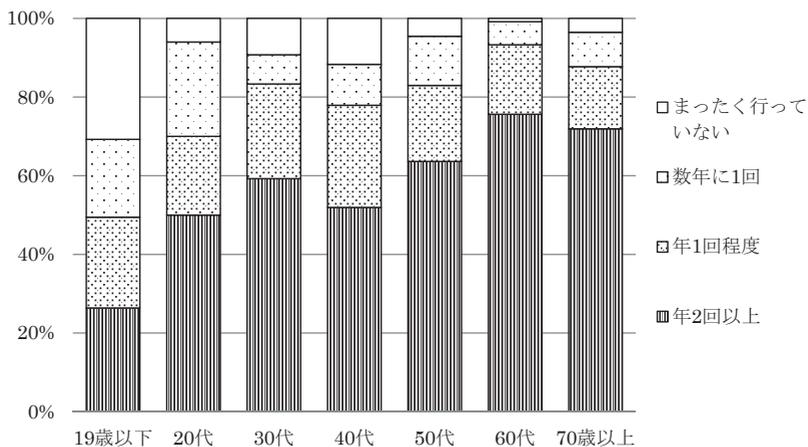
3. 観光旅行の頻度、交通や宿泊の手配、同行者

最近の国内旅行の頻度は、年2回以上310人（57.4%）、年1回以上113人（20.9%）、数年に1回65人（12.0%）、まったく行っていない52人（9.6%）。年2回以上が6割である。

年代別に見ると19歳以下で少ない。若年層の旅行離れがここでも見られる【図表5.3】。年代ごとに性別による差は見られない。

図表5.3 最近の国内旅行の頻度

		年代							合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
最近の国内旅行の頻度	年2回以上	24	25	32	40	56	90	41	308
	年1回程度	21	10	13	20	17	21	9	111
	数年に1回	18	12	4	8	11	7	5	65
	まったく行っていない	28	3	5	9	4	1	2	52
合計		91	50	54	77	88	119	57	536

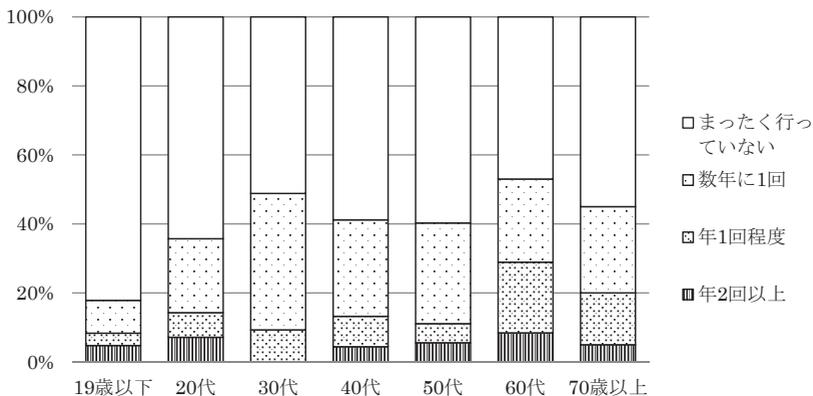


最近の海外旅行の頻度は、年2回以上23人(5.3%)、年1回以上43人(9.9%)、数年に1回105人(24.2%)、まったく行っていない262人(60.5%)。まったく行っていないが6割であり、数年に1回が2割である。

年代別に見ると19歳以下でやや少ないが、国内旅行ほどではない【図表5.4】。年代ごとに性別による差は見られない。

図表5.4 最近の海外旅行の頻度

		年代							合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
最近の海外旅行の頻度	年2回以上	4	3	0	3	4	7	2	23
	年1回程度	3	3	4	6	4	17	6	43
	数年に1回	8	9	17	19	21	20	10	104
	まったく行っていない	69	27	22	40	43	39	22	262
合計		84	42	43	68	72	83	40	432

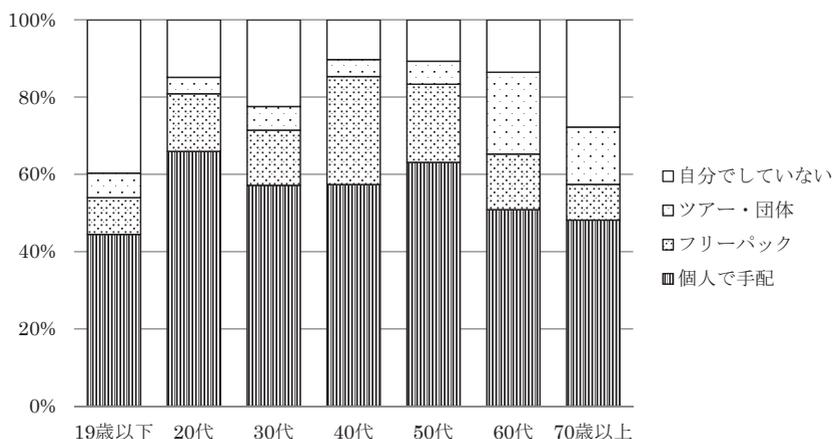


最近の国内旅行で交通機関・宿泊の手配は、国内旅行に数年に1回以上行っている人で「個人で手配」267人(54.8%)、「フリーパック」78人(16.0%)、「ツアー・団体」52人(10.7%)、「自分ではしていないのでわからない」90人(18.5%)。「個人で手配」が半数である。

年代別に見ると、19歳以下で「自分ではしていないのでわからない」が若干多いが、大きな差は見られない【図表5.5】。

図表5.5 国内旅行の交通や宿泊の手配

		年代							合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
国内旅行 の交通や 宿泊の 手配	個人で手配	28	31	28	39	53	60	26	265
	フリーパック	6	7	7	19	17	17	5	78
	ツアー・団体	4	2	3	3	5	25	8	50
	自分ではしていない	25	7	11	7	9	16	15	90
合計		63	47	49	68	84	118	54	483

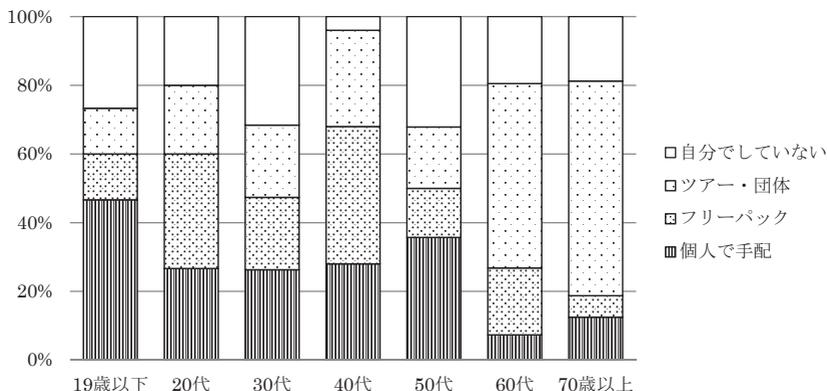


最近の海外旅行の交通や宿泊の手配は、海外旅行に数年に1回以上行っている人で「個人で手配」38人(23.8%)、「フリーバック」34人(21.3%)、「ツアー・団体」54人(33.8%)、「自分ではしていないのでわからない」34人(21.3%)。「ツアー・団体」が3割であり、「個人で手配」、「フリーバック」がそれぞれ2割ずつである。

年代別に見ると、19歳以下で「個人で手配」が多く、60代と70歳以上で「ツアー・団体」が多い【図表5.6】。国内旅行では「個人で手配」していた高齢者が海外旅行では「ツアー・団体」になっている。

図表5.6 海外旅行の交通や宿泊の手配

		年代							合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
海外旅行 の交通や 宿泊の 手配	個人で手配	7	4	5	7	10	3	2	38
	フリーバック	2	5	4	10	4	8	1	34
	ツアー・団体	2	3	4	7	5	22	10	53
	自分ではない	4	3	6	1	9	8	3	34
合計		15	15	19	25	28	41	16	159

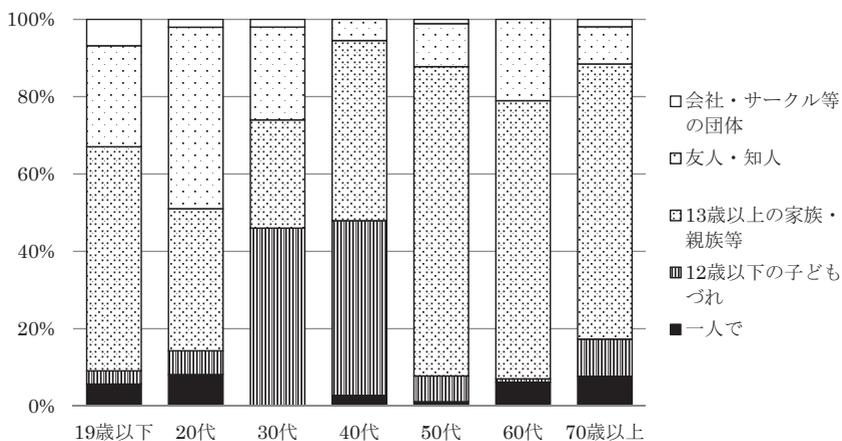


最近の旅行で比較的多い同行者は、一人で24人（4.6%）、12歳までの子どもづれ74人（14.2%）、13歳以上の家族・親族のみ311人（59.8%）、友人・知人101人（19.4%）、会社・サークル等の団体10人（1.9%）。13歳以上の家族・親族のみが6割である。

年代別に見ると、20代で友人・知人が多く、30代・40代で12歳までの子どもづれが多い。他は、13歳以上の家族・親族が多い。【図表5.7】。

図表5.7 最近の旅行で比較的多い同行者

		年代							合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
同行者	一人で	5	4	0	2	1	7	4	23
	12歳以下の子どもづれ	3	3	23	33	6	1	5	74
	13歳以上の家族・親族等	51	18	14	34	72	82	37	308
	友人・知人	23	23	12	4	10	24	5	101
	会社・サークル等の団体	6	1	1	0	1	0	1	10
合計		88	49	50	73	90	114	52	516



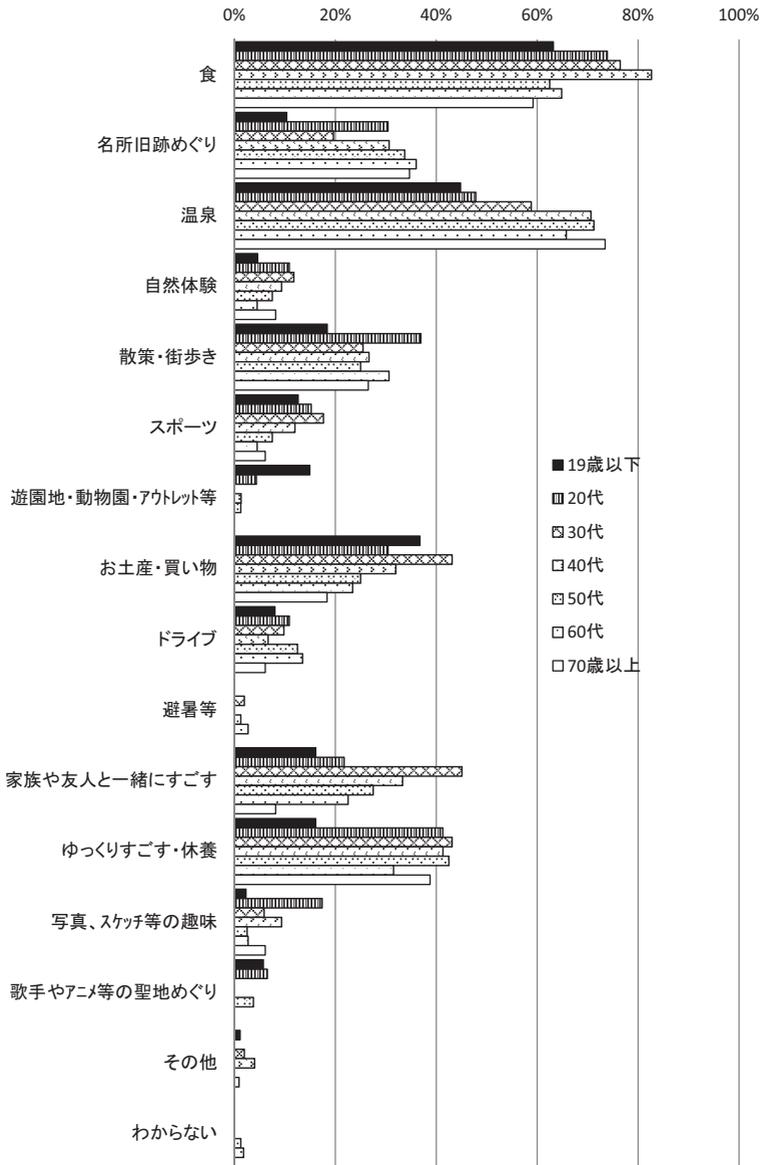
4. 観光旅行への期待

観光旅行に期待するものは、510人の複数回答で、「食」355人(69.6%)、「名所旧跡めぐり」143人(28.0%)、「温泉」314人(61.6%)、「自然体験」37人(7.3%)、「散策・街歩き」134人(26.3%)、「遊園地・動物園・アウトレット等」50人(9.8%)、「スポーツ」17人(3.3%)、「お土産・買い物」147人(28.8%)、「ドライブ」50人(9.8%)、「避暑」5人(1.0%)、「家族や友人と一緒に過ごす」123人(24.1%)、「ゆっくり過ごす・休養」176人(34.5%)、「写真、スケッチ等の趣味」28人(5.5%)、「歌手やアニメ等の聖地めぐり」11人(2.2%)、「その他」6人(1.2%)、「わからない」3人(0.6%)。「食」が最も多く7割を占め、「温泉」6割、「ゆっくり過ごす・休養」、「お土産・買い物」、「名所旧跡めぐり」、「散策・街歩き」、「家族や友人と一緒に過ごす」が続く。

年代別に見ると19歳以下は「食」、「温泉」の順は変わらないものの、温泉が比較的少なく、「お土産・買い物」が多い。「名所旧跡めぐり」が比較的少ない。20代も同様に「食」、「温泉」、「ゆっくり過ごす・休養」の順は変わらないものの、温泉が比較的少なく、「お土産・買い物」と「散策・街歩き」が比較的多い。30代は「食」、「温泉」に続いて「家族や友人と一緒に過ごす」、「お土産・買い物」が続く【図表5.8】。食や温泉に加えて、19歳以下、20代、30代は旅行時の買い物を楽しみにしており、加えて、20代には散策・街歩き、12歳までの子どもづれの30代には家族と一緒に過ごすことが大切にされている。

図表5.8 旅行に期待するもの

		年代							合計
		19歳以下 n=87	20代 n=46	30代 n=51	40代 n=75	50代 n=80	60代 n=111	70歳以上 n=49	
観光 旅行 への 期待	食	55	34	39	62	60	72	29	351
	名所旧跡めぐり	9	14	10	23	27	40	17	140
	温泉	39	22	30	53	57	73	36	310
	自然体験	4	5	6	7	6	5	4	37
	散策・街歩き	16	17	13	20	20	34	13	133
	スポーツ	11	7	9	9	6	5	3	50
	遊園地・動物園・アトラクション等	13	2	0	1	1	0	0	17
	お土産・買い物	32	14	22	24	20	26	9	147
	ドライブ	7	5	5	5	10	15	3	50
	避暑等	0	0	1	0	1	3	0	5
	家族や友人と一緒に過ごす	14	10	23	25	22	25	4	123
	ゆっくり過ごす・休養	14	19	22	31	34	35	19	174
	写真、スケッチ等の趣味	2	8	3	7	2	3	3	28
	歌手やアニメ等の聖地めぐり	5	3	0	0	3	0	0	11
	その他	1	0	1	3	0	1	0	6
	わからない	0	0	0	0	1	2	0	3

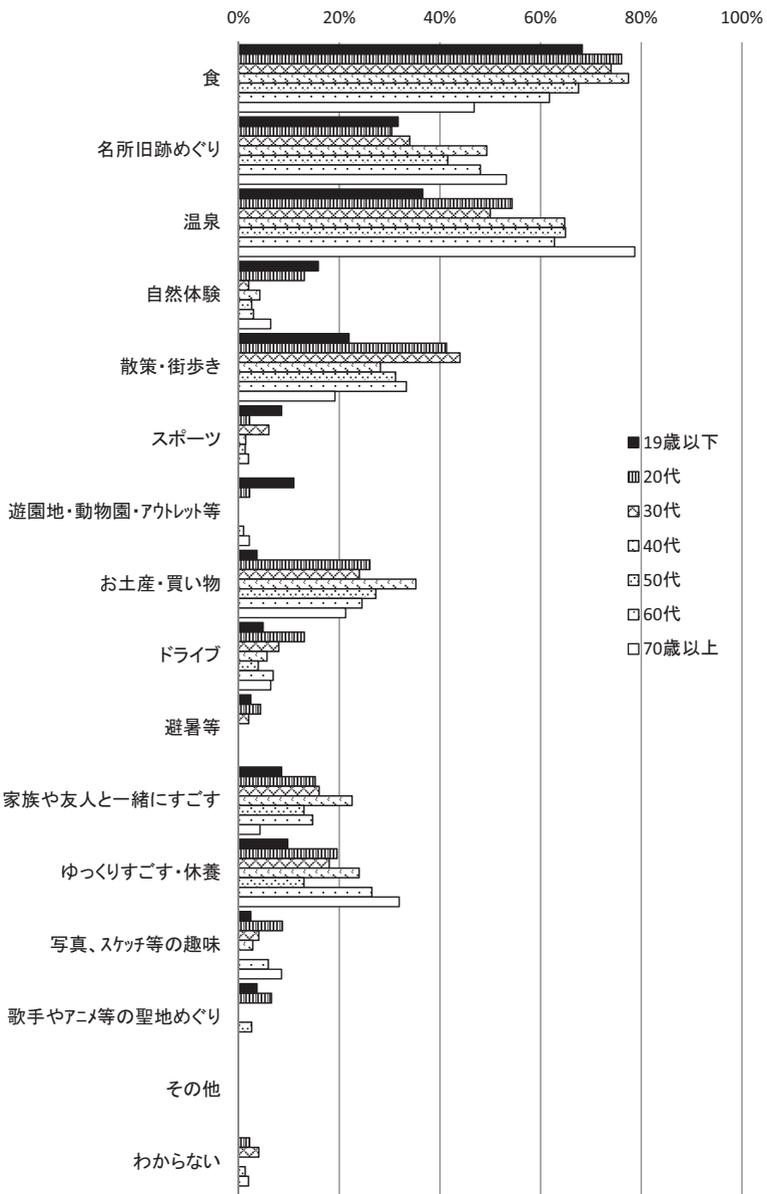


函館の旅行で魅力を感じるものは481人の複数回答で、「食」322人(66.9%)、「名所旧跡めぐり」204人(42.4%)、「温泉」279人(58.0%)、「自然体験」31人(6.4%)、「散策・街歩き」148人(30.8%)、「遊園地・動物園・アウトレット等」15人(3.1%)、「スポーツ」12人(2.5%)、「お土産・買い物」136人(28.3%)、「ドライブ」31人(6.4%)、「避暑」5人(1.0%)、「家族や友人と一緒に過ごす」65人(13.5%)、「ゆっくり過ごす・休養」103人(21.4%)、「写真、スケッチ等の趣味」20人(4.1%)、「歌手やアニメ等の聖地めぐり」8人(1.7%)、「その他」0人(0.0%)、「わからない」6人(1.2%)。旅行に期待するものと同様に「食」が7割であり、「温泉」が6割である。旅行に期待するものよりも「ゆっくり過ごす・休養」が少なく、逆に「名所旧跡めぐり」が多くなっている。

年代別に見ると、19歳以下で「食」、「温泉」の順は変わらず、「名所旧跡めぐり」が旅行に期待するものよりも増えており、他の年代よりも「お土産・買い物」が減っている。20代で「食」、「温泉」の順は変わらず、他年代と同様に「ゆっくり過ごす・休養」が減り、「散策・街歩き」が逆転している。30代は「食」、「温泉」に続き、期待されていた「家族や友人と一緒に過ごす」、「お土産・買い物」は減っている。【図表5.9】。19歳以下において函館での買い物は魅力的ではなく、20代で散策・街歩きが魅力に感じられていることがわかる。30代でも同様に函館での買い物は魅力的ではなく、函館が12歳までの子どもづれで一緒に過ごす場となりえていないことがわかる。

図表 5.9 函館での旅行の魅力

		年代							合計
		19歳 以下 n=82	20代 n=46	30代 n=50	40代 n=71	50代 n=77	60代 n=102	70歳 以上 n=47	
観光 旅行 への 期待	食	56	35	37	55	52	63	22	320
	名所旧跡めぐり	26	14	17	35	32	49	25	199
	温泉	30	25	25	46	50	64	37	277
	自然体験	13	6	1	3	2	3	3	31
	散策・街歩き	18	19	22	20	24	34	9	146
	スポーツ	7	1	3	1	1	2	0	15
	遊園地・動物園・アットレット等	9	1	0	0	0	1	1	12
	お土産・買い物	30	12	12	25	21	25	10	135
	ドライブ	4	6	4	4	3	7	3	31
	避暑等	2	2	1	0	0	0	0	5
	家族や友人と一緒に過ごす	7	7	8	16	10	15	2	65
	ゆっくり過ごす・休養	8	9	9	17	16	27	15	101
	写真、スケッチ等の趣味	2	4	2	2	0	6	4	20
	歌手やアニメ等の聖地めぐり	3	3	0	0	2	0	0	8
	その他	0	0	0	0	0	0	0	0
わからない	0	1	2	0	1	2	0	6	



5. 函館観光で訪れたところ、観光情報の入手先等

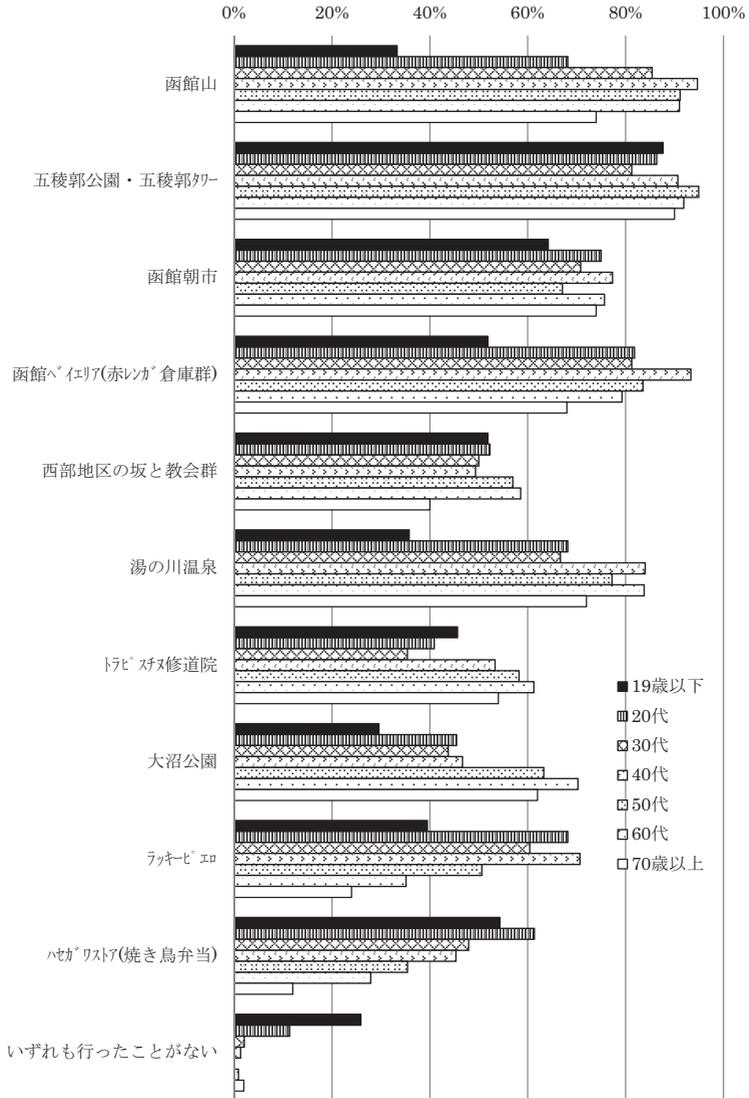
函館市民以外に、今回行く予定のところを含めて函館近郊で行ったことがあるところを尋ねると、494人の複数回答で、函館山382人（77.3%）、五稜郭公園・五稜郭タワー444人（89.9%）、函館朝市355人（71.9%）、函館ベイエリア（赤レンガ倉庫群）381人（77.1%）、西部地区の坂と教会群259人（52.4%）、湯の川温泉348人（70.4%）、トラピスチヌ修道院258人（52.2%）、大沼公園265人（53.6%）、地元ハンバーガーのラッキーピエロ236人（47.8%）、GLAYが食べていたことで有名なハセガワストア（焼き鳥弁当）194人（39.3%）、いずれにも行ったことがない・行かない30人（6.1%）。五稜郭公園・五稜郭タワーが9割であり、函館山、函館ベイエリアが8割、函館朝市、湯の川温泉が7割である。

年代別に見ると、これまでを含めて尋ねているため、五稜郭公園・五稜郭タワー、函館朝市以外は19歳以下で全体的に低くなっている。逆に、若年層で比較的多いのは、ファーストフードのラッキーピエロ、ハセガワストア（焼き鳥弁当）である【図表5.10】。

図表5.10 函館市民以外の

函館近郊の観光地で行ったことがあるところ（今回行く予定を含む）

		年代							合計
		19歳以下 n=81	20代 n=44	30代 n=48	40代 n=75	50代 n=79	60代 n=111	70歳以上 n=50	
観光 旅行 への 期待	函館山	27	30	41	71	72	101	37	379
	五稜郭公園・五稜郭タワー	71	38	39	68	75	102	45	438
	函館朝市	52	33	34	58	53	84	37	351
	函館ベイエリア(赤レンガ倉庫群)	42	36	39	70	66	88	34	375
	西部地区の坂と教会群	42	23	24	37	45	65	20	256
	湯の川温泉	29	30	32	63	61	93	36	344
	トラピスチヌ修道院	37	18	17	40	46	68	27	253
	大沼公園	24	20	21	35	50	78	31	259
	ラッキーピエロ	32	30	29	53	40	39	12	235
	ハセガワストア(焼き鳥弁当)	44	27	23	34	28	31	6	193
	いずれも行っていない	21	5	1	1	0	1	1	30

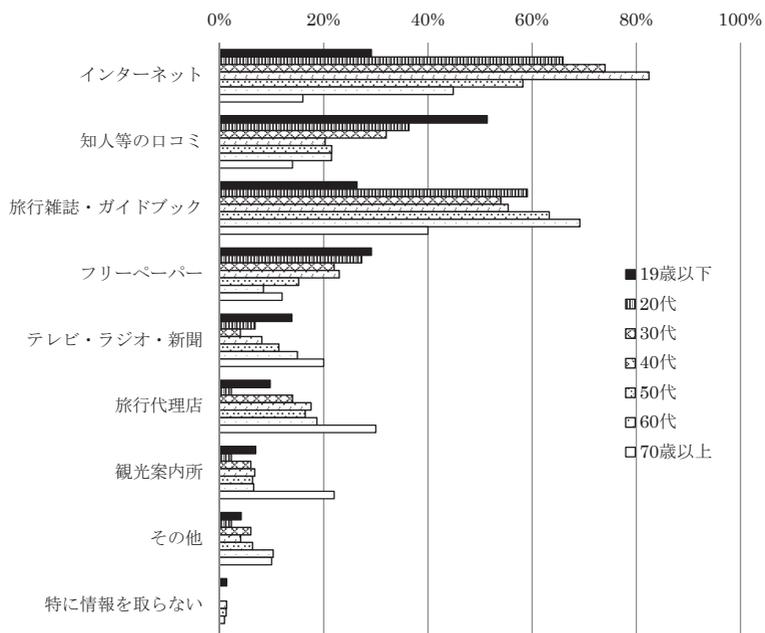


函館市民以外に、函館の観光情報の入手先を尋ねると、480人の複数回答で、インターネット251人(52.3%)、知人等の口コミ133人(27.7%)、旅行雑誌・ガイドブック259人(54.0%)、フリーペーパー88人(18.3%)、テレビ・ラジオ・新聞56人(11.7%)、旅行代理店79人(16.5%)、観光案内所37人(7.7%)、その他31人(6.5%)、どこからも情報を取らない4人(0.8%)。旅行雑誌・ガイドブック、インターネットがそれぞれ半数であり、知人等の口コミが3割である。その他には、宿泊施設、専門書等があった。

年代別に見ると、19歳以下で知人等の口コミが多くなっている【図表5.11】。

図表5.11 函館の観光情報の入手先

		年代							合計
		19歳以下 n=72	20代 n=44	30代 n=50	40代 n=74	50代 n=79	60代 n=107	70歳以上 n=50	
函館の 観光 情報の 入手先	インターネット	21	29	37	61	46	48	8	250
	知人等の口コミ	37	16	16	15	17	23	7	131
	旅行雑誌・ガイドブック	19	26	27	41	50	74	20	257
	フリーペーパー	21	12	11	17	12	9	6	88
	テレビ・ラジオ・新聞	10	3	2	6	9	16	10	56
	旅行代理店	7	1	7	13	13	20	15	76
	観光案内所	5	1	3	5	5	7	11	37
	その他	3	1	3	3	5	11	5	31
	特に情報を取らない	1	0	0	1	1	1	0	4



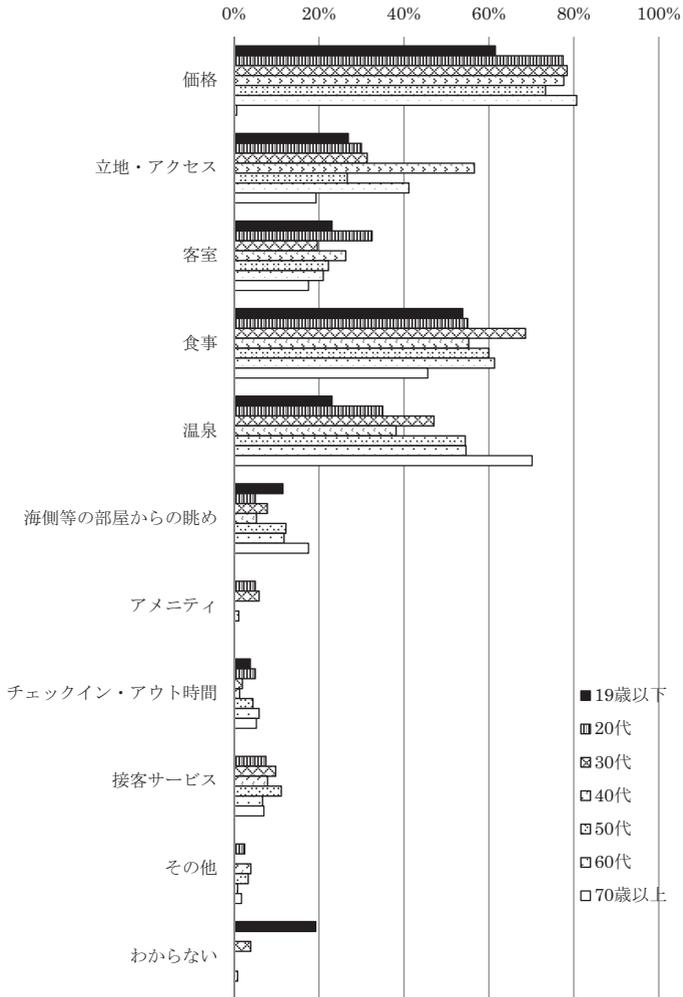
6. 宿泊先を選ぶ基準、希望する宿泊プラン

宿泊施設を選ぶ基準を3つまであげてもらくと、465人の複数回答で、価格347人(74.6%)、立地・アクセス162人(34.8%)、客室106人(22.8%)、食事267人(57.4%)、温泉230人(49.4%)、海側・山側等部屋からの眺め48人(10.3%)、アメニティ6人(1.3%)、チェックイン時間・チェックアウト時間19人(4.1%)、接客サービス36人(7.7%)、その他9人(1.9%)、わからない8人(1.7%)。価格が3/4であり、食事が6割、温泉が半数である。

年代別に見ると、若年層で温泉が比較的少なくなる【図表5.12】。

図表5.12 宿泊先を選ぶ基準

		年代							合計
		19歳以下 n=26	20代 n=40	30代 n=51	40代 n=76	50代 n=90	60代 n=119	70歳以上 n=57	
宿泊先 を選ぶ 基準	価格	16	31	40	59	66	96	36	344
	立地・アクセス	7	12	16	43	24	49	11	162
	客室	6	13	10	20	20	25	10	104
	食事	14	22	35	42	54	73	26	266
	温泉	6	14	24	29	49	65	40	227
	海側等の部屋からの眺め	3	2	4	4	11	14	10	48
	アメニティ	0	2	3	0	1	0	0	6
	チェックイン・アウト時間	1	2	1	1	4	7	3	19
	接客サービス	0	3	5	6	10	8	4	36
	その他	0	1	0	3	3	1	1	9
わからない	5	0	2	0	0	1	0	8	



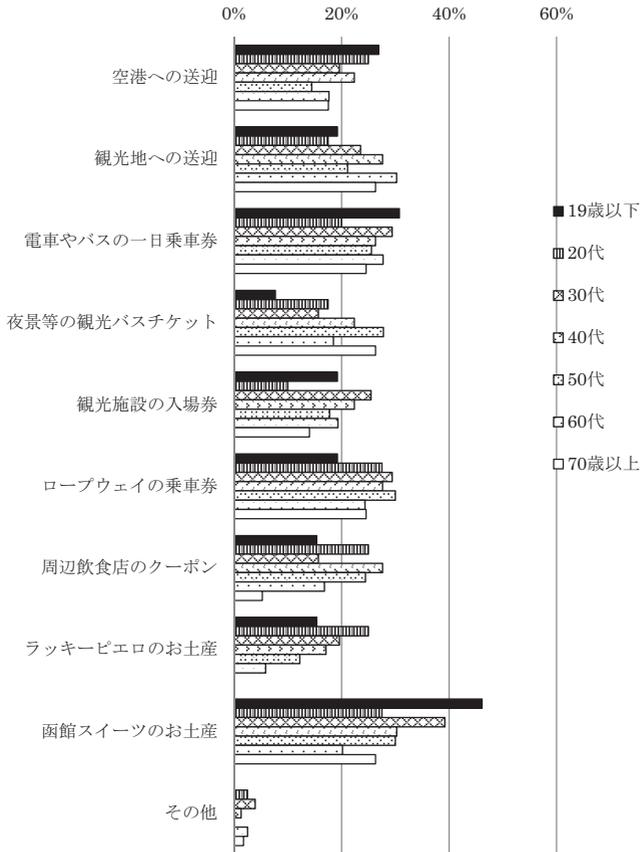
宿泊プランに付いていれば便利だと思うもの、関心があるものを尋ねると、465人の複数回答で、移動や観光については「空港への送迎」88人(18.9%)、「観光地への送迎」115人(24.7%)、「路面電車や路線バスの日乗車券」121人(26.0%)、「函館山夜景等の観光バスのチケット」98人(21.1%)、「観光施設の入場券」86人(18.5%)、「函館山ロープウェイの乗車券」124人(26.7%)、「周辺飲食店のクーポン」88人(18.9%)、「ラッキーピエロのお土産」55人(11.8%)、「函館スイーツのお土産」132人(28.4%)、「その他」8人(1.7%)。

「函館スイーツのお土産」、「函館山ロープウェイの乗車券」、「路面電車や路線バスの日乗車券」がそれぞれ3割であり、「観光地への送迎」が続く。その他にはJR駅やフェリー乗り場までの送迎、売店のチケット等があった。

年代別に見ても大きな差は見られない【図表5.13】。

図表5.13 希望する宿泊プラン（交通や観光）

		年代							合計
		19歳以下 n=26	20代 n=40	30代 n=51	40代 n=76	50代 n=90	60代 n=119	70歳以上 n=57	
希望する 宿泊 プラン (交通や 観光)	空港への送迎	7	10	10	17	13	21	10	88
	観光地への送迎	5	7	12	21	19	36	15	115
	電車やバスの日乗車券	8	8	15	20	23	33	14	121
	夜景等の観光バスチケット	2	7	8	17	25	22	15	96
	観光施設の入場券	5	4	13	17	16	23	8	86
	ロープウェイの乗車券	5	11	15	21	27	29	14	122
	周辺飲食店のクーポン	4	10	8	21	22	20	3	88
	ラッキーピエロのお土産	4	10	10	13	11	7	0	55
	函館スイーツのお土産	12	11	20	23	27	24	15	132
	その他	0	1	2	1	0	3	1	8

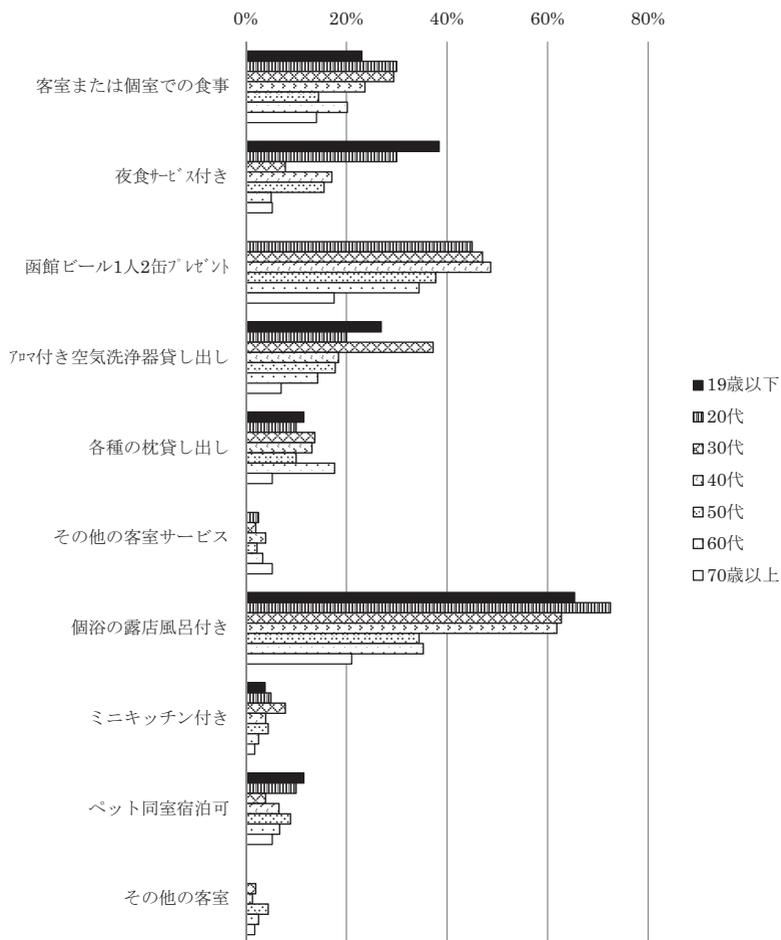


客室サービスについては「客室または個室での食事」96人(20.6%)、「夜食サービス付き」62人(13.3%)、「函館ビール1人2缶プレゼント」164人(35.3%)、「アロマ付き空気洗浄器貸し出し」85人(18.3%)、「各種の枕貸し出し」59人(12.7%)、「その他」14人(3.0%)。客室については「個室の露店風呂付き」210人(45.2%)、「ミニキッチン付き」18人(3.9%)、「ペット同室宿泊可」33人(7.1%)、「その他」2人。「個室の露店風呂付き」が5割近く、「函館ビール1人2缶プレゼント」、「客室または個室での食事」が続く。その他にはお菓子、和室等があった。

年齢別に見ると、19歳以下も「個室の露店風呂付き」が最も多いが、「夜食サービス付き」が次に続く。「夜食サービス付き」は20代でも比較的多い。50代以上では「個室の露店風呂付き」は比較的少ない【図表5.14】。

図表5.14 希望する宿泊プラン（客室と客室サービス）

		年代							合計
		19歳以下 n=26	20代 n=40	30代 n=51	40代 n=76	50代 n=90	60代 n=119	70歳以上 n=57	
希望する宿泊プラン (客室と客室サービス)	客室または個室での食事	6	12	15	18	13	24	8	96
	夜食サービス付き	10	12	4	13	14	6	3	62
	函館ビール1人2缶プレゼント	0	18	24	37	34	41	10	164
	アロマ付き空気洗浄器貸し出し	7	8	19	14	16	17	4	85
	各種の枕貸し出し	3	4	7	10	9	21	3	57
	その他の客室サービス	0	1	1	3	2	4	3	14
	個室の露店風呂付き	17	29	32	47	31	42	12	210
	ミニキッチン付き	1	2	4	3	4	3	1	18
	ペット同室宿泊可	3	4	2	5	8	8	3	33
	その他の客室	0	0	1	1	4	3	1	10

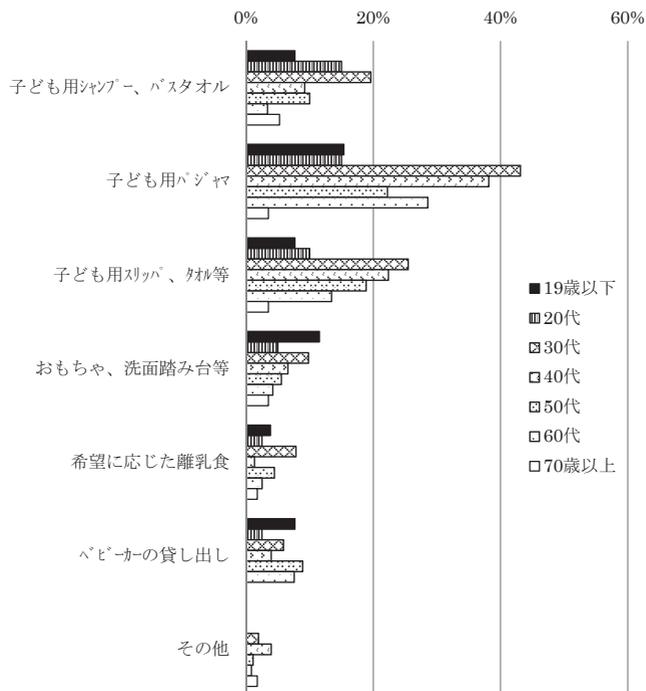


子ども向けには「子ども用シャンプー、子ども用バスタオル」41人(8.8%)、「子ども用パジャマ」117人(25.2%)、「子ども用スリッパ、子ども用タオル等のアメニティ」71人(15.3%)、「おもちゃ、洗面踏み台等の貸し出し」27人(5.8%)、「希望に応じた離乳食」15人(3.2%)、「ベビーカーの貸し出し」26人(5.6%)、「その他」6人(1.1%)。「子ども用パジャマ」が1/4であり、「子ども用スリッパ、子ども用タオル等のアメニティ」が続く。

年代別に見ると、「子ども用パジャマ」、「子ども用スリッパ、子ども用タオル」とともに、12歳までの子どもづれが多い30代・40代が比較的多い【図表5.15】。

図表5.15 希望する宿泊プラン（子ども向け）

		年代							合計
		19歳以下 n=26	20代 n=40	30代 n=51	40代 n=76	50代 n=90	60代 n=119	70歳以上 n=57	
希望 する 宿泊 プラン (子ども 向け)	子ども用シャンプー、バスタオル	2	6	10	7	9	4	3	41
	子ども用パジャマ	4	6	22	29	20	34	2	117
	子ども用スリッパ、タオル等	2	4	13	17	17	16	2	71
	おもちゃ、洗面踏み台等	3	2	5	5	5	5	2	27
	希望に応じた離乳食	1	1	4	1	4	3	1	15
	ベビーカーの貸し出し	2	1	3	3	8	9	0	26
	その他	0	0	1	3	1	1	1	7

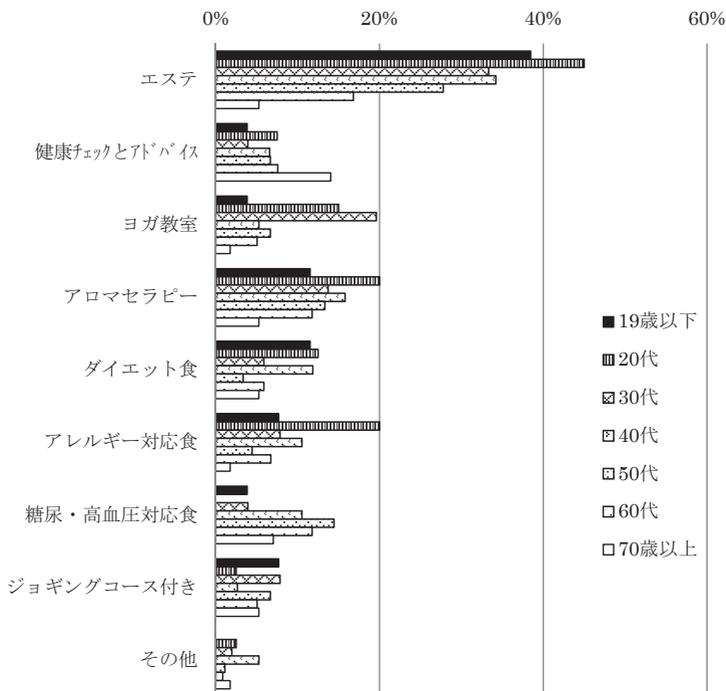


健康づくりに関して、「エステ」119人（25.6%）、「健康指導士による健康チェックとアドバイス」34人（7.3%）、「ヨガ教室」34人（7.3%）、「アロマセラピー」59人（12.7%）、「ダイエット食」34人（7.3%）、「アレルギー対応食」35人（7.5%）、「糖尿・高血圧対応食」44人（9.5%）、「ジョギングコース付き」24人（5.2%）、「その他」9人（1.9%）。「エステ」が1/4であり、「アロマセラピー」が続く。その他にはマッサージ、ジム等があった。

年代別に見ると、「エステ」は19歳以下から40代までが多くなっている【図表5.16】。

図表5.16 希望する宿泊プラン（健康づくり関連）

		年代							合計
		19歳以下 n=26	20代 n=40	30代 n=51	40代 n=76	50代 n=90	60代 n=119	70歳以上 n=57	
希望する宿泊プラン（健康づくり関連）	エステ	10	18	17	26	25	20	3	119
	健康チェックとアドバイス	1	3	2	5	6	9	8	34
	ヨガ教室	1	6	10	4	6	6	1	34
	アロマセラピー	3	8	7	12	12	14	3	59
	ダイエット食	3	5	3	9	3	7	3	33
	アレルギー対応食	2	8	4	8	4	8	1	35
	糖尿・高血圧対応食	1	0	2	8	13	14	4	42
	ジョギングコース付き	2	1	4	2	6	6	3	74
	その他	0	1	1	4	1	1	1	9

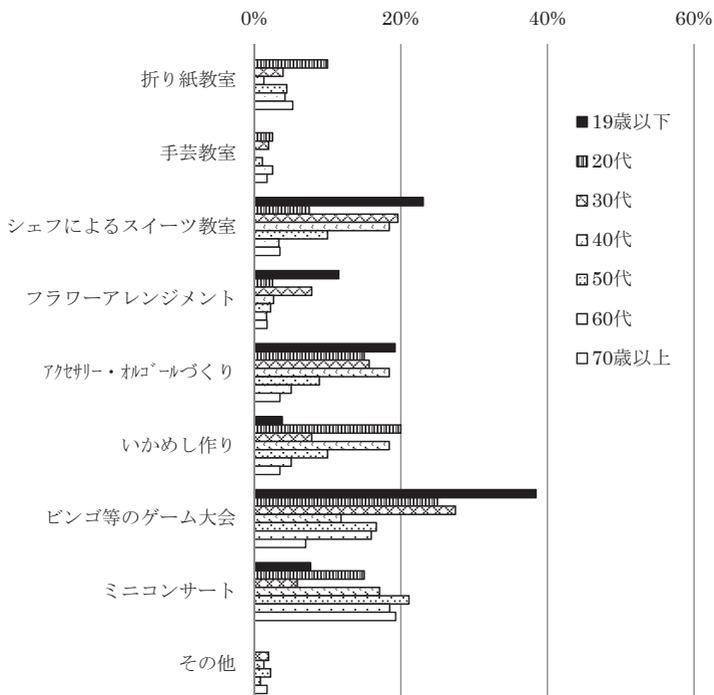


アクティビティについて「折り紙教室」19人(4.1%)、「手芸教室」7人(1.5%)、「ホテルシェフによるスイーツ教室」48人(10.3%)、「フラワーアレンジメント」15人(3.2%)、「アクセサリ・オルゴールづくり」49人(10.5%)、「いかめし作り」44人(9.5%)、「ビンゴ等のゲーム大会」81人(17.4%)、「ミニコンサート」78人(16.8%)、「その他」6人(1.3%)。「ビンゴ等のゲーム大会」、「ミニコンサート」等が2割近い。その他には宿泊施設の仕事体験、塩辛作り等があった。

年代別に見ると、19歳以下で「ビンゴ等のゲーム大会」が比較的多く、「ミニコンサート」が比較的少ない【図表5.17】。

図表5.17 希望する宿泊プラン（アクティビティ）

		年代							合計
		19歳以下 n=26	20代 n=40	30代 n=51	40代 n=76	50代 n=90	60代 n=119	70歳以上 n=57	
希望する 宿泊 プラン (アクティ ビティ)	折り紙教室	0	4	2	1	4	5	3	19
	手芸教室	0	1	1	0	1	3	1	7
	シェフによるスイーツ教室	6	3	10	14	9	4	2	48
	フラワーアレンジメント	3	1	4	2	2	2	1	15
	アケサリ・オルゴールづくり	5	6	8	14	8	6	2	49
	いかめし作り	1	8	4	14	9	6	2	44
	ビンゴ等のゲーム大会	10	10	14	9	15	19	4	81
	ミニコンサート	2	6	3	13	19	22	11	76
	その他	0	0	1	1	2	1	1	6



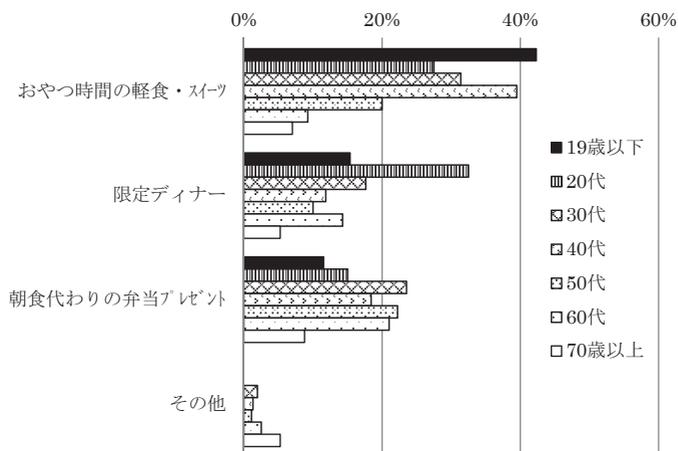
食事について「おやつ時間の軽食・スイーツ」101人（21.7%）、「限定ディナー」64人（13.8%）、「朝食代わりのお弁当プレゼント」85人（18.3%）、「その他」9人（1.9%）。「おやつ時間の軽食・スイーツ」、「朝食代わりのお弁当プレゼント」がそれぞれ2割である。

年代別に見ると、20代で「限定ディナー」が比較的多く、高齢者で「おやつ時間の軽食・スイーツ」が少なくなる。【図表5.18】。

交通や観光、客室と客室サービス、子ども向け、健康づくり関連、アクティビティ、食事で、選択肢にあげたすべての宿泊プランについて「いずれも特に要らない」24人（5.2%）であった。

図表5.18 希望する宿泊プラン（食事）

		年代							合計
		19歳以下 n=26	20代 n=40	30代 n=51	40代 n=76	50代 n=90	60代 n=119	70歳以上 n=57	
希望する宿泊プラン（食事）	おやつ時間の軽食・スイーツ	11	11	16	30	18	11	4	101
	限定ディナー	4	13	9	9	9	17	3	64
	朝食代わりの弁当プレゼント	3	6	12	14	20	25	5	85
	その他	0	0	1	1	1	3	3	9



7. まとめ

若年層は観光旅行に期待するものとして、食や温泉以外に、買い物、家族と一緒にすごすことがあげており、例えば、今回取り上げた函館観光は散策・街歩き以外で期待に応えるものになっていない。

若年層からは子ども向けの対応を含め、客室等での個人対応、健康づくり、アクティビティ等の様々なサービスを加えた宿泊プランが求められている。具体的には40代までには個浴の露天風呂、30代・40代には子ども向けのパジャマ・子ども用タオル等のアメニティ、19歳以下と20代には夜食サービス、40代までにはエステ、19歳以下にはゲーム大会、40代まででおやつ時間の軽食・スイーツ、20代には限定ディナー等が希望されている。

散策・街歩きに関しては、テイクアウトができる有名ファーストフードが人気であり、買い物や家族と一緒にすごすことができ、各地独自の街歩きを楽しむ仕掛けをもうけることが必要である。

若年層では個人手配が多いが、様々なサービスがセットされた宿泊プランと散策・街歩きが、従来の名所旧跡めぐりと温泉付きのツアーに代わるものになっていくことが考えられる。若年層の宿泊にとどまらない希望に対応した宿泊プラン、楽しむ仕掛けを盛り込んだ散策・街歩きが必要になる。いわば宿泊施設と街のアミューズメントパーク化である。

Ⅵ. 街歩きの行先となる有名飲食店の意味

1. 調査方法

2015年6月、函館駅構内においてアンケート調査を行った。

調査項目は、回答者基本属性（性別、年代、居住地）、函館を訪れた回数、ラッキーピエロの認知度、利用時の同行者及び利用メニュー、旅行に期待するもの、旅行時に食を選ぶ条件、おとりよせ・通販及び物産展・駅弁フェア等の利用頻度等である。

ラッキーピエロは函館独自のハンバーガーチェーンであり、函館及び函館近郊に17店舗をかまえる。チャイニーズチキンバーガーをはじめ、函館山バーガー、いか踊りバーガー、土方歳三ホタテバーガー等、複数種類の独自のハンバーガーメニューを持つ。他にカレー、ソフトクリーム等が販売されている。安さを売りに、地産池消をかかげて北海道産の米を使用し、ハンバーガーの肉類はすべて北海道産、野菜を含め食材の85%は北海道産が使用されている。B級グルメとして観光雑誌等に紹介され、観光客だけでなく多くの地元客が訪れる店である。なお、調査を行った函館駅から近郊のラッキーピエロ店は徒歩5分である。

居住地ごとに分けて比較を行った。

2. 回答者基本属性

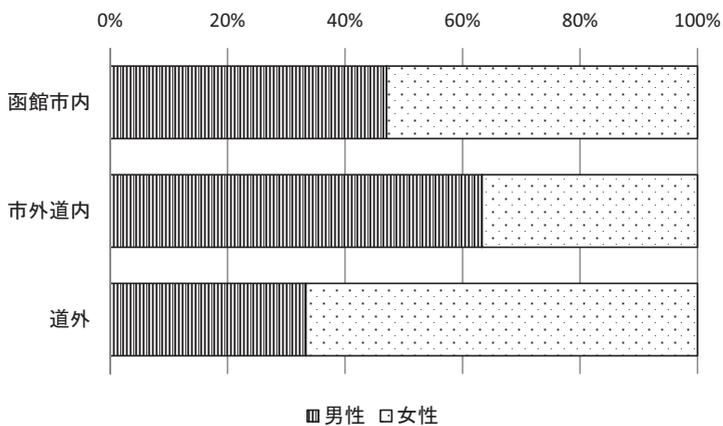
回収数120人。

男性59人（49.2%）、女性61人（50.8%）。男女半分ずつくらいである。居住地別に見ると、道外でやや女性が多い【図表6.1】。

年代は19歳以下18人（15.0%）、20代53人（44.2%）、30代18人（15.0%）、40代12人（10.0%）、50代13人（10.8%）、60代5人（4.2%）、70歳以上1人（0.8%）。20代が4割である。居住地別に見ても大きな差は見られない【図表6.2】。

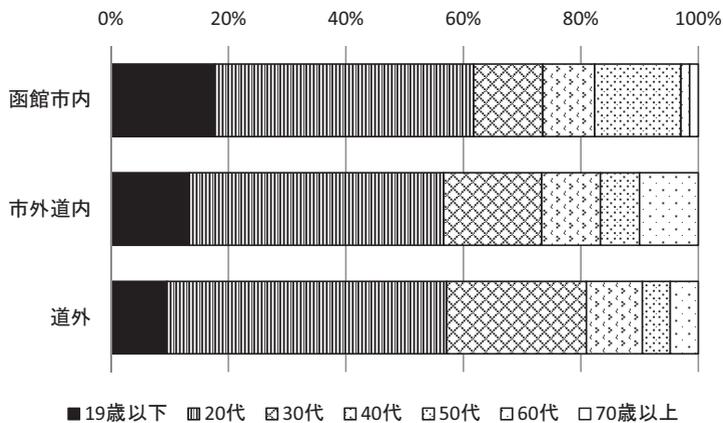
図表6.1 回答者基本属性（性別）

		居住地			合計
		函館市内	市外道内	道外	
性別	男性	32	19	7	58
	女性	36	11	14	61
合計		68	30	21	119



図表6.2 回答者基本属性（年代）

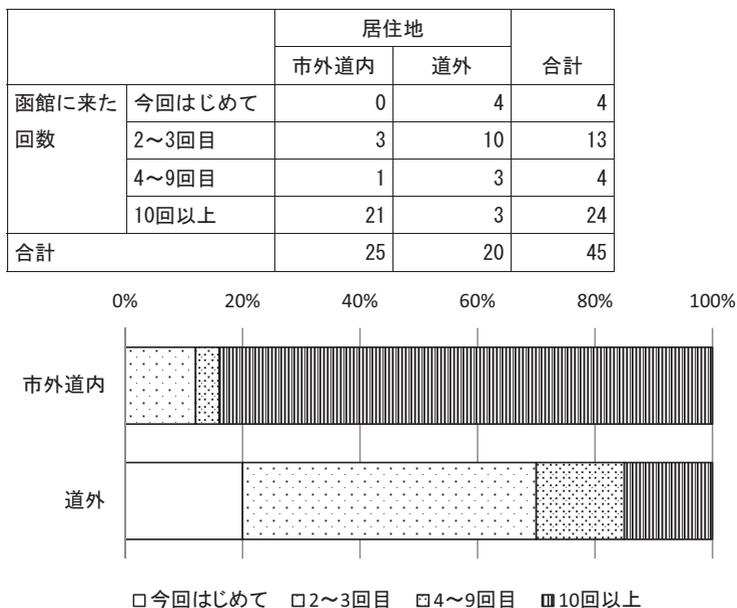
		居住地			合計
		函館市内	市外道内	道外	
年代	19歳以下	12	4	2	18
	20代	30	13	10	53
	30代	8	5	5	18
	40代	6	3	2	11
	50代	10	2	1	13
	60代	1	3	1	5
	70歳以上	1	0	0	1
合計		68	30	21	119



居住地は函館市内68人（57.1%）、函館以外道内30人（25.2%）、北海道外21人（17.9%）。6割が函館市民である。函館以外道内は函館近郊の北斗11人、七飯6人、森3人、木古内2人、それ以外に札幌6人等であった。北海道外は青森6人、東京6人、大阪2人、京都2人等である。

函館市民以外がこれまでに函館に来た回数は、今回はじめて4人（3.4%）、2～3回目13人（11.1%）、4～9回4人（3.4%）、10回以上24人（20.5%）。10回以上が2割である。市内道内は函館近郊の人がおり、10回以上が8割である。道外も2～3回目が半数、今回はじめてが2割である【図表6.3】。

図表6.3 函館市民以外のこれまでに函館に来た回数

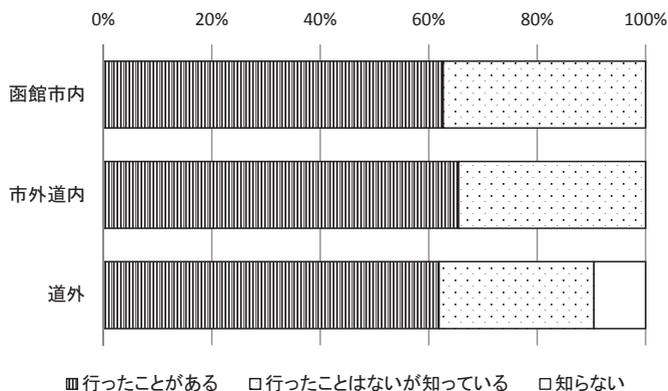


3. 有名飲食店の認知度、利用状況

ラッキーピエロの認知度は、利用したことがある75人（63.6%）、利用していないが知っている41人（34.7%）、知らない2人（1.7%）。6割以上が利用したことがある。居住地別に見ても差は見られず、道外の人でも利用者が多い【図表6.4】。

図表6.4 ラッキーピエロの知名度

		居住地			合計
		函館市内	市外道内	道外	
ラッキーピエロを知っていますか	行ったことがある	42	19	13	74
	行ったことはないが知っている	25	10	6	41
	知らない	0	0	2	2
合計		67	29	21	117

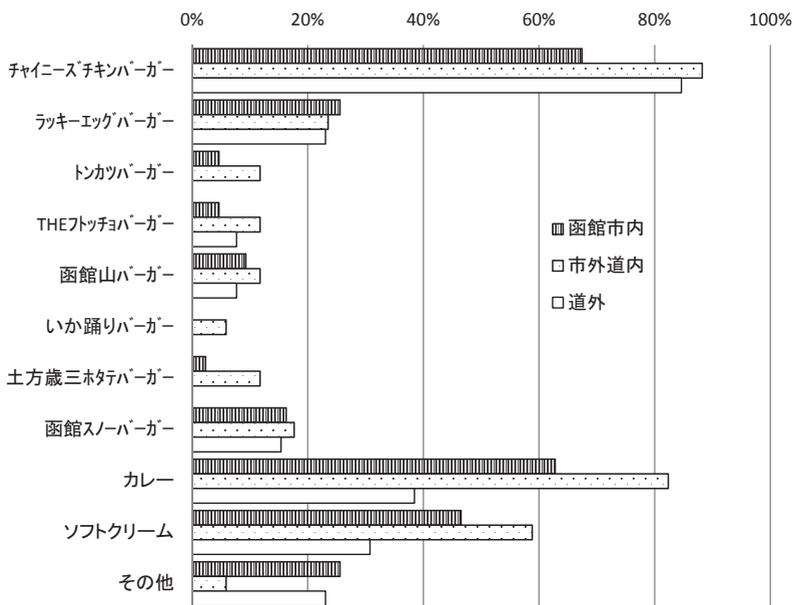


ラッキーピエロを利用したことがある人に、これまでに食べたメニューを尋ねると、74人の複数回答で、チャイニーズチキンバーガー 56人 (75.7%)、ラッキーエッグバーガー 18人 (24.3%)、トンカツバーガー 4人 (5.4%)、THEフットチョコバーガー 5人 (6.8%)、函館山バーガー 7人 (9.5%)、いか踊りバーガー 1人 (1.4%)、土方歳三ホタテバーガー 3人 (4.1%)、函館スノーバーガー 12人 (16.2%)、カレー 46人 (62.2%)、ソフトクリーム 34人 (45.9%)、その他 15人 (20.3%) である。チャイニーズチキンバーガーが3/4であり、カレー、ソフトクリームが続く。他のハンバーガーはラッキーエッグバーガー、函館スノーバーガー以外は1割に満たず、観光雑誌等にも掲載されているチャイニーズチキンバーガーが選択されていることがわかる。

居住地別に見ても差は見られず、函館市民であってもチャイニーズチキンバーガー、カレー、ソフトクリームを食べ、他のハンバーガーはあまり食べられていない【図表6.5】。

図表6.5 ラッキーピエロでこれまでに食べたメニュー

		居住地			合計
		函館市内 n=43	市外道内 n=17	道外 n=13	
これまでに食べたメニュー	チャイニーズチキンバーガー	29	15	11	55
	ラッキーエッグバーガー	11	4	3	18
	トンカツバーガー	2	2	0	4
	THEフットチョコバーガー	2	2	1	5
	函館山バーガー	4	2	1	7
	いか踊りバーガー	0	1	0	1
	土方歳三ホタテバーガー	1	2	0	3
	函館スノーバーガー	7	3	2	12
	カレー	27	14	5	46
	ソフトクリーム	20	10	4	34
	その他	11	1	3	15



4. 旅行に期待するもの、旅行時の食を選ぶ条件

旅行に期待するものは117人の複数回答で、食67人(57.3%)、名所旧跡めぐり9人(7.7%)、温泉15人(12.8%)、ゆったり休養21人(17.9%)、買物29人(24.8%)、特にない4人(3.4%)。食が6割近く、買物、ゆったり休養が続く【図6.6】。

旅行時の食事を選ぶ基準は87人の複数回答で、「観光雑誌等にある料理や店」、18人(20.7%)、「地元食材メニュー」51人(58.6%)、「郷土料理」7人(8.0%)、「地元の人が行く店の料理」6人(6.9%)、「そこでなら安いもの」6人(6.9%)、「よく知っているチェーン店に行く」0人(0.0%)、「特にない」5人(5.7%)。地元食材メニューが6割近く、観光雑誌等にある料理や店が2割である【図6.7】。

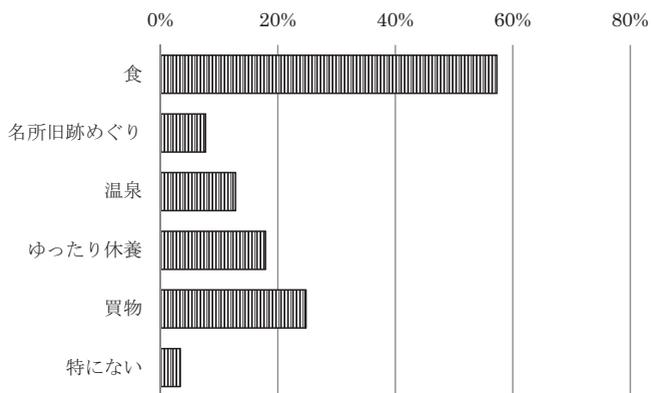


図6.6 旅行に期待するもの

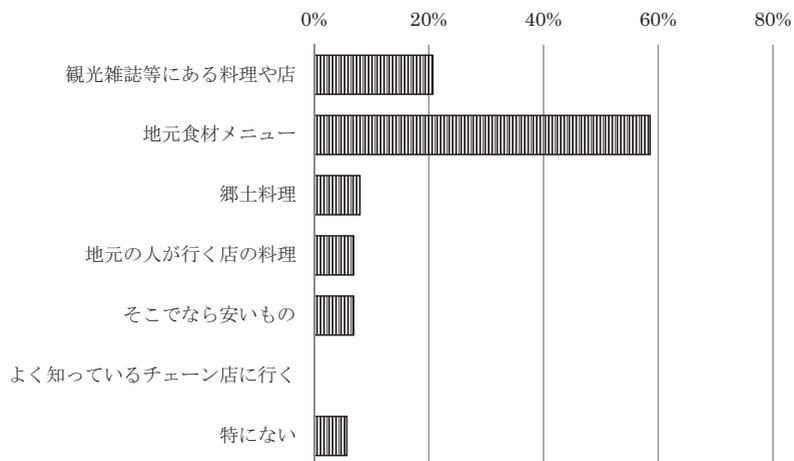


図6.7 旅行時の食を選ぶ条件

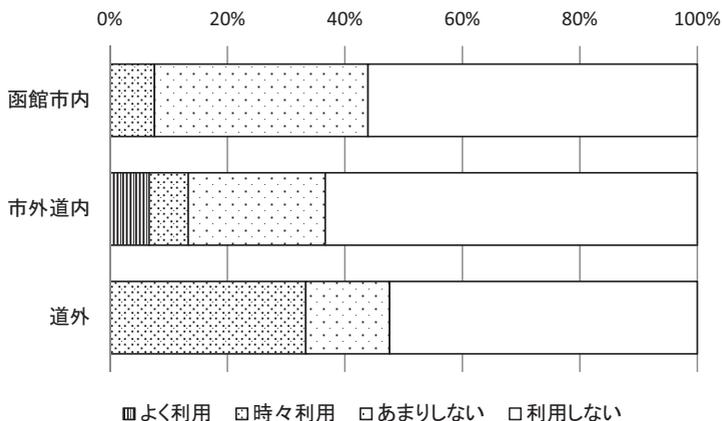
5. おとりよせ・通販及び物産展・駅弁フェア等の利用との関係

おとりよせや通販で有名スイーツや地方名産の食品等を買うか尋ねたところ、よく利用2人(1.7%)、時々利用14人(11.9%)、あまりしない35人(29.7%)、利用しない67人(56.8%)。よく利用、時々利用を合わせると15%程度である。居住地別に見ると、道外の人が比較的利用している【図表6.8】。

物産展や駅弁フェアの利用は、よく利用13人(11.0%)、時々利用28人(23.7%)、あまりしない43人(36.4%)、利用しない34人(28.8%)。よく利用、時々利用を合わせると35%程度である。居住地別に見ると、道外の人が比較的利用している【図表6.9】。

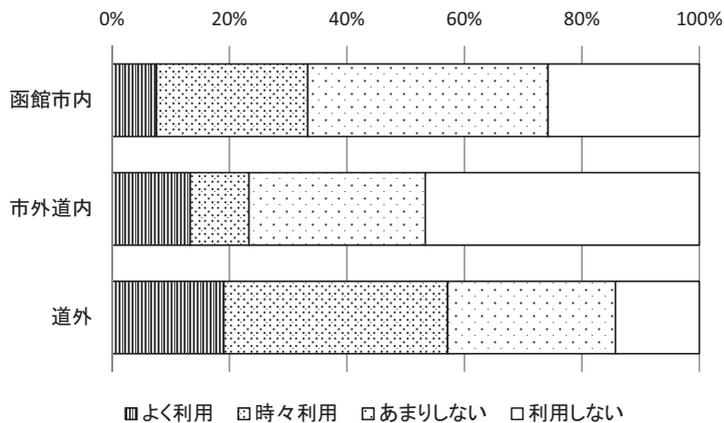
図表6.8 おとりよせや通販の利用

		居住地			合計
		函館市内	市外道内	道外	
おとりよせや 通販の利用	よく利用	0	2	0	2
	時々利用	5	2	7	14
	あまりしない	24	7	3	34
	利用しない	37	19	11	67
合計		66	30	21	117



図表6.9 物産展や駅弁フェアの利用

		居住地			合計
		函館市内	市外道内	道外	
物産展や駅弁フェアの利用	よく利用	5	4	4	13
	時々利用	17	3	8	28
	あまりしない	27	9	6	42
	利用しない	17	14	3	34
合計		66	30	21	117



6. まとめ

旅行時には食が期待されており、旅行時に地元食材メニューが選択されている。旅行時以外に地方の食を楽しむ「おとりよせ」や通販、物産展・駅弁フェアは一部に利用者がおり、道外で比較的に利用されている。

ラッキーピエロの認知度やメニューの選択は、函館市民、市外道内、道外で違いが見られず、6割の人が行ったことがあり、観光雑誌等に掲載されているチャイニーズチキンバーガーが食べられている。観光客だけでなく、地元の人が観光雑誌に掲載されている有名店やメニューを選択するかたちとなっている。旅行時に利用される食は、地元の人にとっても日常の中での非日常である「おとりよせ」や物産展のようなものになっていることが考えられる。

Ⅶ. まとめ【図7.1】

若年層が観光旅行に期待するものには、従来の食と温泉に加えて、買い物、散策・街歩き、家族と一緒に過ごすことがある。

これに伴って、宿泊施設の宿泊プランには、個浴の露店風呂、子ども向けのパジャマ・子ども用タオル等のアメニティ、夜食サービス等の多様な希望があがっており、従来の名所旧跡をめぐるツアーに代わって、宿泊施設と街のアミューズメント化が求められている。

具体的な手法として街歩き、リゾートウエディング、修学旅行と体験型プログラムを取り上げた。

街歩きは20代を中心として、若年層が主要ではない観光スポット、物販店、飲食店等の多様な場所を利用していることを踏まえて、検索を助けるマップ、店めぐりのイベント等が考えられる。

街歩きの行先の一つとなる有名飲食店及びメニューは、地元市民にとっても非日常であり、おとりよせや物販店に並ぶものになっている。観光客並びに地元市民にうるおいを与える存在になっている。

加えて、20代・30代の女性がリゾートウェディングに一定の関心を持っており、観光地を印象に残る結婚式や新婚旅行の場として活用していくことが望まれる。加えて、20代・30代の女性で結婚式や新婚旅行で行った場所への将来的な再訪希望があり、観光のリピーターとなっていく可能性が考えられる。

修学旅行は、近郊の小・中学生、全国の高校生が訪れて、自由時間に従来の観光スポットやお土産を利用している。地元で若年層に人気のファーストフード店等が評価され、満足されている。観光地めぐり一日乗車券、観光地マップ等の仕掛けの維持更新が求められる。

若年層独自の観光プログラムとして、リゾートウェディング等のような観光地のあらたな利用方法を構築し、街歩きや修学旅行の支援につながるマップ等を通じた地域資源の紹介を通じて、宿泊施設と街のアミューズメント化を総合的に図っていくことが提案される。

加えて、このような宿泊施設と街のアミューズメント化を図っていく方向性と手法は、着地型観光や体験プログラム、ニューツーリズム等が進む中で、観光のまちづくりに役立つものである。若年層に焦点をあてて、ニーズにそった観光プログラムに取り組むことで、観光のまちづくりを進める一助とすることができると考える。

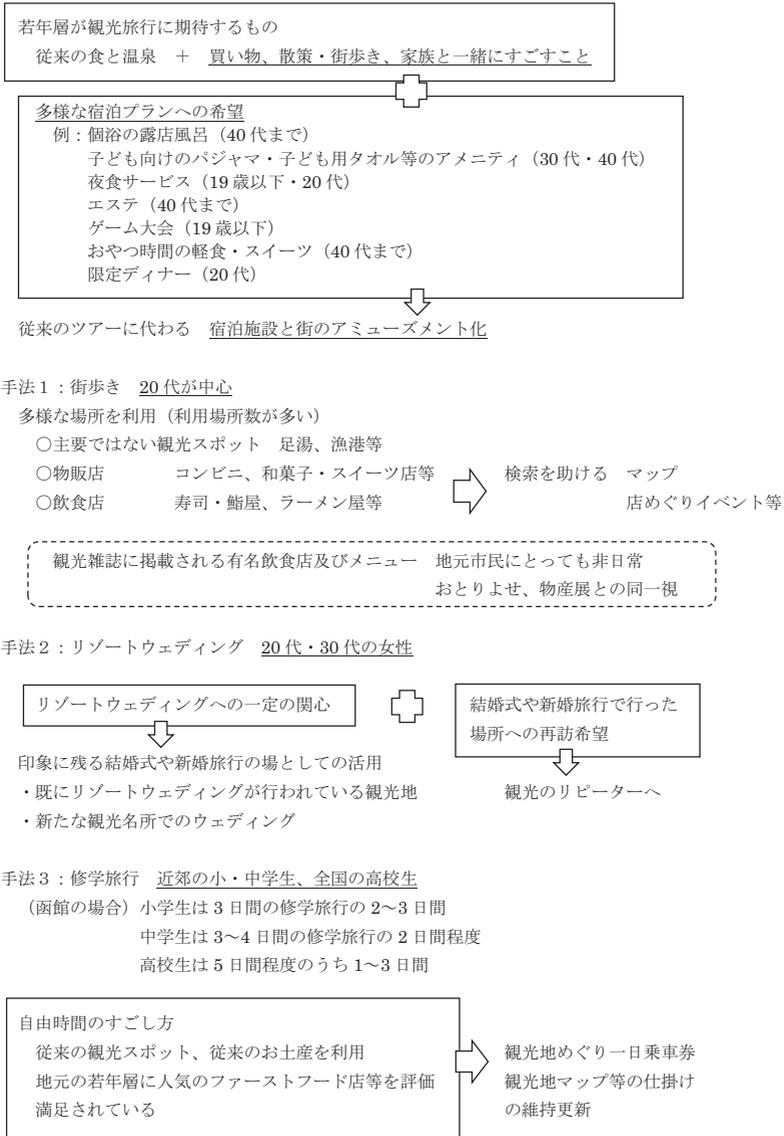


図7.1 若者層の観光

文献

- 1) 観光庁：若年層の旅行性向・意識に関する調査・分析報告書、2012
- 2) 日々野直彦、佐藤真理子：若者と旅 ―若年層の国内観光行動の時系列分析、国際交通安全学会誌37(2)、pp.58-66、2012
- 3) 日本観光協会：観光の実態と志向、2014
- 4) じゃらんリサーチセンター：じゃらん宿泊旅行調査2013最新レポートとーりまかし vol.33、2013
- 5) ゼクシィ国内リゾートウェディング2015 Spring & Summer、リクルートホールディングス、2014
- 6) ゼクシィ海外ウェディング2014 Autumn & Winter、リクルートホールディングス、2014
- 7) まっふる函館 大沼'15、昭文社、2014
- 8) 北海道修学旅行 札幌・函館まるわかりガイド、メイツ出版、2014

