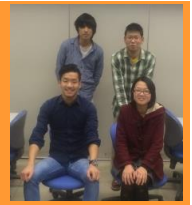


名張市における観光事業の現状と課題

～フィールド調査を経て～

大阪商業大学 総合経営学部 商学科3回生 宮城ゼミナール
浅野真澄、楠田宙夢、谷口大幹、星元啓成



1. 研究目的

私たち宮城ゼミナールではフィールドワークによるホテル・旅館と地域の連携によりその地域の活性化やマーケティングプロジェクトの発表、旅行コンテストの応募をしている。フィールドワークを通じて行って来た知見を学外で発表する機会を提供している。2014年度は「東北亜観光学会学生セッション」や「関西観光教育コンソーシアム学生活動成果発表会」で研究報告の参加・発表を行い、社会人の方、学外の教員や学生と交流することにより、学生自身の「社会的問題把握能力」「社会的問題解決能力」の強化を試みている。

2. 研究対象(三重県名張市の概要)

日本の訪日外国人数は2014年に1,300万人を突破した。2016年5月26日、27日には主要国首脳会議(サミット)の開催が三重県に決定し、観光を通じて、経済的社会的インパクトを与える可能性がある。その中で私たちは、名張市に着目した。名張市は四方を山に囲まれた歴史ある町である。忍者の発祥、名張藤堂家といった歴史にも大きなかかわりがある。戦国時代には、伊賀流忍者の祖とされる百地三太夫が弟子たちとともに日々鍛錬に励み、多くの忍者を輩出している。そんな伝説の地にある「忍者の森」では、本格的な忍者修行アトラクションが体験できる。また赤目四十八滝へのハイキングのアクセス数が多く見られる。シーズンはやはり春や秋であり季節の影響を大きく受ける。青蓮寺湖観光村では7月中旬から10月末までぶどう狩り、1月から5月までいちご狩りを楽しむことが可能である。しかしながら名張市は、「消滅可能都市」と毎日新聞社に発表された。人口は2000年をピークに減少をたどっている。この消滅可能に歯止めをかけなければいけないのが現状と課題である。



図表-1 名張市の地図

出所:

<http://www.nava21.ne.jp/~ntom618/12nabari%20view%20sp>

3. 研究の方法と調査実施場所

本調査の研究方法はインタビュー調査、アンケート調査、フィールド調査である。インタビュー調査に関しては、赤目、アンケート調査に関して、大阪商業大学内アンケート調査、フィールド調査に関しては、名張市内のフィールド調査を実施した。これらの調査を通じて、名張市の現状、観光商品の可能性と課題、並びに当該地域の認知度等について捉えることができると考えられる。

(1) 赤目四十八滝

所在地: 三重県名張市赤目町長坂861番地の1
実施期間: 2015年6月10日
調査依頼者: 特定非営利活動法人赤目四十八滝渓谷保障会 増田成樹氏
調査内容: キーワードを「認知度」「立地」「PR」「顧客」とし、赤目四十八滝の概要や近年の状況、課題を明確にした。



図表-2 赤目四十八滝

出所: <http://www.akame48taki.com/> 2015.11.4参照

インタビューの結果

PR→予算に限度がある。→無料媒体の掲載に力を入れる。
交通機関→バス数本であり、アクセスが容易ではない。自家用車の活用が多く、公共機関の利用が少ない。
観光客の世代→主に高齢者、団塊世代といった層が多く若年層が少ない。「山ガール」といったキャッチコピーにするが減少傾向。



PR: オープンデータ活用の活用。(ウィキペディア等)
交通機関: 旅館の無料送迎バス。地域の旅館との提携
観光客: 発信力のある若年層へのアプローチ、SNSの活用

(2) 山水園

所在地: 三重県名張市赤目町柏原1203
実施期間: 2015年9月1日
調査依頼者: 代表取締役 小川 貴司氏

(3) 対泉閣

所在地: 三重県名張市赤目町長坂682番地
実施期間: 2015年9月1日
調査依頼者: 代表取締役 玉置 治郎氏
調査内容: キーワードは「認知度」「立地」「PR」「顧客」とし、名張市赤目に在する宿泊業の課題を明確にした。

インタビュー調査結果

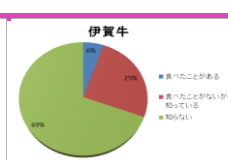
山の湯 湯元 山水園
PR: HP・楽天・じゃらん・ロコミ
交通機関: 7割車・宴会などお酒を楽しみたいお客様は電車。送迎バスで滝の最後から鑑賞すると鑑賞時間を短縮できるお客様の推移: 主に中高年の方で仕事から離れて平日でも気軽に行ける方。家族・職場のOB・同窓会
これからの課題: PR方法、バリアフリー化
赤目温泉 隠れの湯 対泉閣
PR: HP・楽天・じゃらん・ロコミ。
お客様の推移: 60代・20代が多い。家族連れが増えた。宿泊が7割
外国人の来客: 和室にベッドをほしがられるお客様がおられる。
交通機関: 自家用車が7割
これからの課題: PR方法

(4) 学内アンケートによる認知度調査

サンプル数: 75
調査内容: 名張市内の主要観光スポット、グルメや特産品、イベントについて1、行ったことがある(食べたことがある) 2、行ったことがないが、知っている(食べたことがないが、知っている) 3、知らないという尺度で調査をした。
キーワードは「認知度」である。
調査結果: ここにおいては、赤目四十八滝と伊賀牛をピックアップして考察を進めていく。赤目四十八滝では89%が知らないと答えた。それに対して、伊賀牛は31%の認知があるといえる。自然やスポーツに対して、食への関心があると言える。左のグラフが赤目四十八滝で右が伊賀牛である。

(5) 名張市のフィールド調査

実施期間: 2015年10月24日
調査内容: 名張市内の主要観光地に向きその土地の観光資源等を肌で感じる。名張藤堂家邸、はなびし庵(影絵)、宇流富志禰神社、丸福精肉店等を回った。写真は図表-5 はなびし庵 劇団ふたり、図表-6 名張藤堂家邸、図表-7 名張市内の町屋、図表-8 宇流富志禰神社秋祭りの催事、である。観光資源は想像よりもはるかに多く、既存の物と既存の物の組み合わせたイノベーションが必要である。



図表-3 赤目四十八滝アンケート結果

図表-4 伊賀牛アンケート結果



図表-5 はなびし庵 劇団ふたり



図表-6 名張藤堂家邸



図表-7 名張市内の町屋



図表-8 宇流富志禰神社秋祭りの催事

4. おわりに

(1) 考察と課題

私たちは調査結果より改めて認知度の低さを認識した。ホテルのインタビューではお客が減少傾向であること、PR力がかなり弱いこと、建物の老朽化に伴うハード面のバリアフリー等があげられる。また、名張市のフィールド調査では観光資源が不足しているのではなく、点と点をつなぐ「周遊観光」が必要である。具体的には、オープンデータを利用した周遊観光の創出である。

→オープンデータ、SNSの活用、名張旅コンテストの旅行企画の提案

(2) 今後の活動 名張旅コンテストの参加

5. 研究成果



図表-9 学生活動成果発表会の結果

関西観光教育コンソーシアム主催の「学生活動成果発表会」にて「特別賞」を受賞しました。
日時: 2015年9月4日
会場: 阪南大学 あべのはるかすキャンパス