

『浜中町でのエコツーリズムの展開方策についての研究』

吉岡宏高・市岡浩子

浜中町でエコツーリズムを展開しようとしても、本当にお客さんが来てくれるのかどうか？…実は、まだあまり研究が進んでいません。そこで、本当にエコツーリズムに参加してくれるようなお客さんがいるのかどうか、エコツーリズムを展開する場合にはどんなお客さんを大事にしたら良いのかについて研究してみました。

エコツーリズムが成立すめためには、そもそもお客さんが来てくれなければ成立しません（… 人数）。でも、ただ来てくれただけではアツという間に町内を一巡して帰ってしまうかもしれません。そこで、エコツーリズムに参加してもらうためには、お客さんが町内でゆっくり滞在してくれることが必要です（… 滞在時間）。さらに、ただ滞在していただだけでは、浜中の良さをわかってもらうことができません。馬に乗ったり、海に乗り出したり、湿原の回りをゆっくり歩いたりしてもらうと良いでしょう。そのためには、町民の皆さんが案内したり、自分たちがいかに浜中の自然を大事に思っているかを伝えたりする必要があります（… 接触の機会）。ここでは、うまくいったら自分の作ったり採ったりしたモノを買ってくれるかもしれませんし、帰ってからも浜中のことを忘れないでPRしてくれるかもしれません。そうすることによって、ただ浜中に来て黙って帰ってゆくお客さんよりも、「また浜中に行ってみよう」と思ってくれる人が多くなることでしょう（… 回数）。

このように、エコツーリズムが成立するためには、ただ多くの人があれば良いという訳ではありません。それでなくても、自然というのは脆いものです。たくさんの方が来すぎると、逆に自然が壊れてしまう危険性もあるのです。同じお客さんを相手にするのなら、浜中に長く滞在してくれたり何回も来てくれて、浜中のファンになってくれる人をおもてなしした方が、町民の皆さんにとってもやり甲斐があるし、効果があつてお得です。

人数、滞在時間、接触機会、回数という4つの要因のうち、接触機会は浜中に長く滞在してもらえれるのであれば、あとは何とかやりようがあります。問題は、人数、滞在時間、回数がどうなっているのかです。浜中に来ているお客さん調べた調査から、その辺がどうなっているのか分析してみました。

人数では、浜中に来る前後にどういう行動をしているかが重要です。三割の人が、浜中に来る時に根釧台地周辺と知床と一緒に回っており、浜中の前後に知床（ウトロ・羅臼）や弟子屈に宿泊しています。また、四割が札幌など道央圏から浜中にかけて長距離を動き回っており、特に初めて浜中に来た人はこの傾向が強いです。1割の人は他を回らず浜中だけを目的に来てくれているのですが、これは何回も浜中に来た人に多く見られます。知床や弟子屈との連絡をスムーズにしたり一緒になって情報提供するなど、うまくやってゆく必要があります。

滞在時間と 回数は、密接な関係にあります。浜中に来たことがある回数が増

えるほど、滞在時間は長くなります。初めての人は平均20時間ですが、3回目の方は27時間、4回目以上の方は32時間にもなります。また、回数が増えるに従って、浜中以外の場所にあまり行かずに、浜中の回りをじっくり回る人が多くなっています。いま現に浜中に来ているお客さんを大切にして浜中を好きになってもらうことが、長く滞在してくれる人を増やすキッカケになることがわかります。そのためにも、浜中にある自然資源をもとにお客さんと接触する機会を増やすことが必要で、これがエコツーリズムを盛んにすることにへとつながってゆきます。

『浜中町でのエコツーリズムの展開方策についての研究』

市岡浩子・吉岡宏高

1. 研究の目的

この研究は、『霧多布湿原をめぐる浜中町の観光交流構造の研究』（2002年、市岡・吉岡）で実施したアンケート調査の結果をより詳細に解析し、来訪者の浜中来訪前後の流動動向（需要側からの視点）と、住民が主体的にエコツーリズムを展開するにあたっての価値を具体化するための構造（供給側からの視点）について分析して、浜中町におけるエコツーリズム展開の基礎的な指針を提示することにある。

2. 需要層の流動動向

顧客層の流動状況は、浜中のみを目的地に来訪するのは約10%しかなく、残り90%は周遊型の旅行行程の中で浜中町に来訪している。このうち最も大きなボリュームとなっているのは、知床を含めた根釧台地フリンジ型の周遊で、全体の約3割を占めている。周遊範囲をやや広い道東圏（十勝・網走・釧路・根室の4支庁管内）に及んでいるのは全体の18%程度で、残り4割は道央圏を中心にした周遊行程の中に浜中町滞在が組み込まれている。旅行者の性質別の分析では、最も有望な顧客層として認識されているC1層・C2層（いずれも地元住民との交流を指向/クラスター分析の詳細は昨年度調査を参照）は、知床を含めた根釧台地フリンジ型の周遊の割合がいずれも32%程度とやや高い。

	C1 交流	C2 疑似	C3 慣性	C4 自己	C5 流行	計	C1 交流	C2 疑似	C3 慣性	C4 自己	C5 流行	平均
浜中のみ	14	7	15	9	8	53	9.8%	5.6%	16.3%	9.2%	9.6%	9.8%
根釧知床圏内	47	40	25	24	20	156	32.9%	32.0%	27.2%	24.5%	24.1%	28.8%
根釧⇄十勝	10	13	4	9	9	45	7.0%	10.4%	4.3%	9.2%	10.8%	8.3%
根釧⇄網走	11	11	11	10	9	52	7.7%	8.8%	12.0%	10.2%	10.8%	9.6%
道央⇄根釧・周遊	13	21	9	7	7	57	9.1%	16.8%	9.8%	7.1%	8.4%	10.5%
道央⇄根釧・横断	23	13	14	24	15	89	16.1%	10.4%	15.2%	24.5%	18.1%	16.5%
道内あちこち	23	19	11	13	10	76	16.1%	15.2%	12.0%	13.3%	12.0%	14.0%
未回答	2	1	3	2	5	13	1.4%	0.8%	3.3%	2.0%	6.0%	2.4%
計	143	125	92	98	83	541	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

前後泊地別（MA回答）では、知床（ウトロ・羅臼）が最も多く約36%となっており、次に弟子屈25%が続く。圏域中心地である釧路は5%と低位にある。C1層では知床・弟子屈ともに宿泊率は平均より低く、C2層では高く、同じ有望顧客層であるC1・C2層で特性による違いが現れている。

	C1 交流	C2 疑似	C3 慣性	C4 自己	C5 流行	計	C1 交流	C2 疑似	C3 慣性	C4 自己	C5 流行	平均
知床（ウトロ・羅臼）	40	57	35	44	21	197	28.0%	45.6%	38.0%	44.9%	25.3%	36.4%
弟子屈	32	38	17	33	21	141	22.4%	30.4%	18.5%	33.7%	25.3%	26.1%
根釧台地（養老牛・別海）	12	11	10	9	4	46	8.4%	8.8%	10.9%	9.2%	4.8%	8.5%
根室	13	9	4	2	1	29	9.1%	7.2%	4.3%	2.0%	1.2%	5.4%
釧路	10	8	7	1	4	30	7.0%	6.4%	7.6%	1.0%	4.8%	5.5%
釧路湿原（鶴居・茅沼）	10	8	7	1	4	30	7.0%	6.4%	7.6%	1.0%	4.8%	5.5%
阿寒	15	12	8	12	10	57	10.5%	9.6%	8.7%	12.2%	12.0%	10.5%
計	143	125	92	98	83	541						

周遊形態別の前後泊地の宿泊率では、知床は各周遊形態でまんべんなく宿泊しており、特に「根釧⇄網走型」で高いが、道央と道東のどちらかを起点にして片方向に移動する「道央⇄根釧・横断型」では宿泊率は落ちる。弟子屈は、道

中央⇔道東の移動を伴う〔道央⇔根釧・周遊型〕〔道央⇔根釧・横断型〕のいずれもやや低い数値を示しており、メイン動線からやや外れていることが伺える。釧路は、〔根釧知床圏内型〕で40%と高い宿泊率を示しており、根釧台地フリンジ型の周遊観光では拠点性を示している。

	知床	弟子屈	根釧台地	釧路	阿寒
根釧知床圏内	45.6%	33.7%	11.2%	40.2%	18.9%
根釧⇔十勝	37.5%	33.3%	4.2%	16.7%	14.6%
根釧⇔網走	75.5%	32.1%	5.7%	37.7%	5.7%
道央⇔根釧・周遊	44.8%	20.7%	10.3%	19.0%	10.3%
道央⇔根釧・横断	27.5%	27.5%	11.0%	17.6%	9.9%
道内あちこち	27.8%	25.3%	7.6%	10.1%	3.8%

周遊形態と浜中町での滞在時間との関係は、〔浜中町目的型〕が当然のことながら平均滞在時間は約30時間と最も長い。これに次ぐのが〔根釧知床圏内型〕〔道央⇔根釧・横断型〕でいずれも平均22~23時間程度となっている。25時間以上の滞在が最も高い周遊形態は、〔浜中町目的型〕〔道央⇔根釧・横断型〕〔根釧知床圏内型〕であり、20時間以上の累積を比較すると、〔根釧知床圏内型〕34%、〔道央⇔根釧・横断型〕30%と2・3位の順位は逆転する。

	浜中のみ	根釧知床圏内	根釧⇔十勝	根釧⇔網走	道央⇔根釧・周遊	道央⇔根釧・横断	道内あちこち	未回答	合計
～14時間	7	12	6	12	9	10	15	2	73
15～19時間	20	90	34	25	30	51	45	9	304
20～24時間	9	30	6	11	8	8	13	0	85
25～時間	17	28	1	4	8	19	4	0	81
未回答	7	9	1	1	3	3	2	6	32
計	60	169	48	53	58	91	79	17	575
～14時間	11.7%	7.1%	12.5%	22.6%	15.5%	11.0%	19.0%	11.8%	12.7%
15～19時間	33.3%	53.3%	70.8%	47.2%	51.7%	56.0%	57.0%	52.9%	52.9%
20～24時間	15.0%	17.8%	12.5%	20.8%	13.8%	8.8%	16.5%	0.0%	14.8%
25～時間	28.3%	16.6%	2.1%	7.5%	13.8%	20.9%	5.1%	0.0%	14.1%
未回答	11.7%	5.3%	2.1%	1.9%	5.2%	3.3%	2.5%	35.3%	5.6%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
平均滞在時間	30.2	22.3	17.8	18.9	19.9	23.4	18.0	16.6	21.6

来訪回数と滞在時間との関係では、平均滞在時間は初回が20.5時間、2回目が20.7時間、3回目27.2時間、4回目以上31.7時間と、来訪回数を重ねるごとに伸びている。25時間以上滞在者は、3回目で28%、4回目以上で35%となっており、2回目と3回目の間に大きな飛躍が見られる。

	初めて	2回目	3回目	4回目以上	未回答	計
～14時間	61	7	0	4	1	73
15～19時間	238	48	10	8	0	304
20～24時間	52	17	3	13	0	85
25～時間	52	9	5	15	0	81
未回答	18	5	0	3	6	32
計	421	86	18	43	7	575
～14時間	14.5%	8.1%	0.0%	9.3%	14.3%	12.7%
15～19時間	56.5%	55.8%	55.6%	18.6%	0.0%	52.9%
20～24時間	12.4%	19.8%	16.7%	30.2%	0.0%	14.8%
25～時間	12.4%	10.5%	27.8%	34.9%	0.0%	14.1%
未回答	4.3%	5.8%	0.0%	7.0%	85.7%	5.6%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
平均滞在時間	20.5	20.7	27.2	31.7	-	21.6

来訪回数と周遊形態との比較では、〔浜中町目的型〕型は2回目以降で平均を大きく上回っており、特に2回目・4回目で〔浜中町目的型〕型では圧倒的に高い。初回の来訪者は、〔根釧⇔十勝型〕〔根釧⇔網走型〕〔道央⇔根釧・横断型〕〔根釧知床圏内型〕が70～88%と高く移動範囲が広域にわたっていることが特徴的である。

	浜中のみ	根釧 知床圏内	根釧⇔十勝	根釧⇔網走	道央⇔ 根釧・周遊	道央⇔ 根釧・横断	道内 あちこち	未回答	合計
はじめて	29	118	42	44	41	75	62	10	421
2回目	15	29	3	4	12	8	12	3	86
3回目	4	5	2	0	2	4	1	0	18
4回目以上	11	16	1	4	3	4	4	0	43
未回答	1	1	0	1	0	0	0	4	7
計	60	169	48	53	58	91	79	17	575
はじめて	48.3%	69.8%	87.5%	83.0%	70.7%	82.4%	78.5%	58.8%	73.2%
2回目	25.0%	17.2%	6.3%	7.5%	20.7%	8.8%	15.2%	17.6%	15.0%
3回目	6.7%	3.0%	4.2%	0.0%	3.4%	4.4%	1.3%	0.0%	3.1%
4回目以上	18.3%	9.5%	2.1%	7.5%	5.2%	4.4%	5.1%	0.0%	7.5%
未回答	1.7%	0.6%	0.0%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	23.5%	1.2%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

以上ことから、次のようなことが指摘できる。

○浜中町への来訪者の周遊形態は、根釧台地周辺と知床を周遊する層が約3割を占め最も大きく、前・後の宿泊地は知床（ウトロ・羅臼）と弟子屈が高い。4割は道央圏との移動を伴う周遊形態（道東を起点にして道央または道央を起点にして道東、道央を起終点にして道東を周回、道央を通り全道を周回）であり、このうちの半数は浜中町滞在時間は15～19時間と短い。

○浜中町への来訪経験が増すにつれて、広域的な周遊形態から浜中町を目的としたり根釧・知床と周遊範囲を限定した周遊にシフトし、滞在時間が増加する傾向にある。

ここから、次のような施策の展開が指向できる。

○全道・全国に展開している見知らぬ顧客層に対してではなく、現に浜中町に来訪している顧客が次回来訪の契機となるような動機を付与するよう、得意客マーケティングの発想をもって対応する必要がある。

○前後泊先は知床（ウトロ・羅臼）と弟子屈が圧倒的に多いことから、これら地域との連携を強化する必要がある。

3. 供給層の価値創造構造

住民と観光客との関係性を、経済的側面だけで規定しようとするならば、観光に関わる事業者だけが成果を得ることになり、観光事業に直接的な関係を持たない住民は参加への動機を失う。それは、住民活動を通じた地域資源の再編・活用が機能しなくなることを意味しており、関係性を重視した観光は成立しなくなる。反面、住民が担う全ての観光サービスの提供が、ボランティアベースで展開された場合には、参加モチベーションの持続が難しく、その継続性は必ずしも保障されない。

この間隙を埋めるために、2つの視点が必要となる。一つは市民起業で、日常生活で感じた問題意識や可能性を手がかりに住民自らが起業し、経営の視点を注入することによって持続性を担保しようとするものである。もう一つは、知識資産への着目で、自己と他者（地域住民や観光客）が関係する際に発生する刺激に触発され、暗黙知と形式知のサイクルによって知識資産が増加する。知識資産という、物的資源ではない不可視で属人的な資産価値の増加を、モチベーションにしようとするものである。

いずれにしても、これを有効に機能させるためには、浜中町民の多くが、住民主体で展開する観光のパラダイムを共有する必要がある。その手がかりとなる経営モデルの実践事例を、今回のアンケート調査の調査箇所となった3つの宿泊施設中から抽出し分析する。

主顧客対象となる〔C1 交流指向型〕が持つ旅行意識と各宿泊施設の宿泊者の旅行意識を比較し、地域適合顧客層が集中している施設を基準に選定したところ、「ペンションC」が最も条件に合致する結果となった。

	C1 交流 指向	宿泊施設別のポイント			C1と各施設との差異			項目選定の視点 (目標値との比較)	望まし い差異 の方向	条件への適合		
		Aホテル	B旅館	Cペンション	Aホテル	B旅館	Cペンション			A	B	C
旅行雑誌・ガイドブックを良く読む	0.9	0.9	0.6	0.5	0.0	▲0.3	▲0.4		種別・性格で評価が異なる			
事前に訪問地の情報を綿密に調べる	1.4	1.2	0.8	0.7	▲0.2	▲0.6	▲0.7	現地活動の選択余地が広い	-			○
行動内容・見学先を事前に決めて出発	1.4	1.3	1.0	1.0	▲0.1	▲0.4	▲0.4	現地活動の選択余地が広い	-		○	
旅行代理店では情報を得ることができない	0.6	0.1	0.2	0.6	▲0.5	▲0.4	0.0	独自の情報伝達による訴求	+			○
旅行に対する消費は優先度が高い	1.0	0.8	0.6	1.0	▲0.2	▲0.4	0.0	潜在的顧客層の確保	+			○
一回の旅行にはあまり費用をかけたくない	▲0.3	▲0.3	0.0	▲0.1	0.0	0.3	0.2	地域に対する経済的効果	-	○		
旅行中は選択的に消費	0.9	0.7	0.7	0.6	▲0.2	▲0.2	▲0.3		場面によって評価が異なる			
格安旅行情報を注意して探す	▲0.6	▲0.4	▲0.4	▲0.4	0.2	0.2	0.2	地域に対する経済的効果	-		同一	
一か所に長く滞在しゆっくり過ごしたい	0.7	0.1	0.4	0.7	▲0.6	▲0.3	0.0	滞在指向の顧客層	+			○
有名観光ポイントをできるだけ訪れたい	▲0.6	0.4	0.4	▲0.2	1.0	1.0	0.4	固定的な顧客層	-			○
あまり人に知られていない所を訪ねたい	1.4	0.9	1.0	1.3	▲0.5	▲0.4	▲0.1	情報・立地的な不利の超越	+			○
流行となっている旅行先に行きたくなる	▲1.4	▲0.4	▲0.4	▲0.8	1.0	1.0	0.6	固定的な顧客層	-			○
土地の風物に触れるのが楽しみ	1.7	1.4	1.5	1.6	▲0.3	▲0.2	▲0.1	交流指向の顧客層	+			○
地元の人と触れ合う機会を持ちたい	1.6	0.8	0.9	1.4	▲0.8	▲0.7	▲0.2	交流指向の顧客層	+			○
地元の人・他の旅行者と話すのは煩わしい	▲1.5	▲0.7	▲0.7	▲1.1	0.8	0.8	0.4	交流指向の顧客層	-			○
自然保護など地元活動に寄付協力しても良い	1.3	0.8	0.8	1.2	▲0.5	▲0.5	▲0.1	地域への活動の関与	+			○
基本的なマナーは守るべき	1.9	1.1	1.0	1.1	▲0.8	▲0.9	▲0.8	地域資源の保護	+	○		○
事前に予備知識を得てから町内を回りたい	1.5	1.1	1.0	1.1	▲0.4	▲0.5	▲0.4	地域資源への理解と保護	+	○		○

「宿泊施設別のポイント」は、各設問の5段階回答を「そう思う」+2〜「そう思わない」-2に点数化したもの

パラダイム共有のためのモデルとして、「ペンションC」の経営についてSPEC分析を行ったところ、「小規模経営」「対象顧客層」「住民活動」という3つのキーワードが抽出できた。

評価項目	評価	経営モデルのキーワード			
		小規模経営	対象顧客層	住民活動	
環境 Environment	地域社会	住民活動の展開 地域資源の再認識による事業チャンス発見	←	●	住民活動の過程から起業
	顧客市場	新たな観光に対するニーズを持つ観光客 (滞在、エコロジー、体験、交流)	←	●	住民活動の成果を経営に反映
	支援制度	住民活動による精神的・情報的な支援	←	●	住民活動が個人事業の障害を補強
	競争構造	立ち上がり時には町内に類似事業がなかった その後近隣で競合先出現するが地域ブランドが定着しており影響回避	←	●	住民活動の成果を経営に活用
構造 Structure	ビジョン	市民団体・観光客・温泉のインタープリテーション機能	←	●	住民活動の知見からビジョン創造
	組織形態	個人事業(家族経営)	●	→	小規模経営で柔軟な対応が可能
	リーダーシップ	創業者U氏の個性	←	●	住民活動を通じて人格形成
運営 Conduct	経営資源 (獲得と配分)	住民活動を通じて情報・知識・人脈を獲得 それを経営に活用するとともに、住民活動へ還元	←	●	住民活動から各種の経営資源を獲得し還元
	ビジネスモデル	宿泊+日帰りエコツアーズメニュー(カヌー・輪船乗船など)の複合 …選泊しないとツアーに参加できない	●	→	小規模経営で柔軟な対応が可能
	経営戦略	価値観を共有できる顧客との永続的な関係性の維持	●	→	顧客との対話型マーケティングの成果活用
成果 Performance	経営指標	個人事業の特性を生かした顧客との密度の高い接触 日常生活の延長線上にある運営	●	→	小規模経営で柔軟な対応が可能
	測定指標	比較的高い価格設定でも顧客再利用率が高い(※28%が複数回来訪者) 2001年8月の従業員離職率=69%と高い 顧客満足度(※滞在延長希望=66%、再訪意向=96%) 滞在時間(※30分時間より施設平均の1.5倍) 町内の回遊(※町内観光資源の訪問箇所数は3施設平均の1.3倍)	●	→	経営成果は住民活動にも貢献

※今回実施したアンケート調査の数値 ●原因・背景維持 →結果・成果反映

①小規模経営

供給能力を意識し柔軟な対応ができる特性を活用する

②対象顧客層

対象顧客層を明確に意識して的確に対応することによって、顧客との間に持続的な関係性を構築する

③住民活動

住民活動への参画から知識資産を導入し経営に活用するとともに、経営で得た知識資産は住民活動へ還元して、地域総体の知識資産増加に寄与する

これら3つのキーワードの因果関係をSPEC分析の各評価項目別にみると、①→②、③→②が多く、②を得るためには①と③が必要であることが読みとれる。①は市民起業、③は知識資産に強く関連する項目であり、これら2つが、今後の住民活動を基盤に展開する観光にとって重要な概念になることが確認できる。

住民による観光の取り組みが、今後さらに活発に展開されるためには、「市民起業」「知識資産」という二つの概念

の下に、住民活動団体と町民や行政との間で観光パラダイムを共有することが重要であるが、そのためのモデルとしては、今回のアンケート調査箇所の中では「ペンションC」が最適である。地域適合顧客層は、旅行人数の単位規模が小さいことから、大規模低密度ではなく小規模高密度を指向する「小規模経営」を包含したパラダイムが求められる。現在、町内の平野部（酪農地帯）では、各農家単位で展開される田園休暇型観光（グリーンツーリズム）に向けた取り組みの萌芽が見られるが、このパラダイムに合致したものとして評価できることから、今後は住民組織と町による一層の積極的な支援が求められる。