

## 東名高速道路浜名湖 SA を活用した遊覧船利用者の特徴分析

## Feature analysis of sightseeing boat users who used Hamanako SA on the Tomei Expressway

渡瀬貴明<sup>1</sup>, 下川澄雄<sup>2</sup>, 江守 央<sup>2</sup>Takaaki Watase<sup>1</sup>, Sumio Shimokawa<sup>2</sup>, Hisashi Emori<sup>2</sup>

Abstract: Since March 21th 2014, the sightseeing boat business has officially started using Hamanako SA as a starting site. This study describes the features of the utilization of sightseeing boats obtained by a questionnaire. It was conducted as parts of the study by which problems and measures for supporting the sightseeing boat business were analyzed. As a result, it was indicated that for Hamanako sightseeing boat business continuity, it is important to promote publicity of its natural beauty and entertainment value by various media.

## 1. はじめに

浜名湖舟運プロジェクトの一環として、東名高速道路浜名湖 SA を起点とした遊覧船事業(以降、「浜名湖遊覧」という)が、平成 25 年度に実施された社会実験<sup>1)</sup>を経て、平成 26 年 3 月 21 日(金)より本格的にスタートした。(Table 1 及び、Figure 1 参照)。本稿は、これを受け、遊覧船の事業継続に向けた課題と対応方策を検討する一環として実施した遊覧船利用者並びに非利用者等へのアンケート調査により明らかとなった遊覧船利用の特徴について報告するものである。

Table 1. Overview of Hamanako sightseeing boat

①期間	3月21日(金)～11月30日(日)の土日祝日(お盆期間中(8月11日(月)～15日(金))は平日も運行)
②時間	10時～16時(受付)
③料金	1,000円(4歳～小学生:500円)
④遊覧コース	Figure 1のとおり(約20分)



Figure 1. Boat's course

## 2. 浜名湖遊覧の利用実績

Table 2 は、本格スタートした 3 月 21 日(金)から 9 月 15 日(月)までの運行状況と利用実績を示している。遊覧船利用者数は既に 6 千人を超えている。また、これを運航日数(一部運休を含む)で割った日平均で見ると 118 人と昨年の社会実験時<sup>2)</sup>に比べても同程度かそれを上回る利用者数となっている。なお、遊覧船の運休日数は、一部運休を含めると 18 日間である。この中では、3 月、4 月が強風と雨天により運航日の半分が全日又は一部運休であった。

## 3. アンケート調査の概要

アンケート調査の概要は、Table 3 に示すとおりである。この中では、遊覧船利用を増進させるためのヒントを得る

ことを念頭に、遊覧船利用者に加え、休日の SA 利用者(遊覧船非利用者)や平日の SA 利用者も対象としている。

Table 2. Actual usage and service status of Hamanako sightseeing boat

運航	日数	延べ利用者数	平均利用者数 <sup>※</sup>
全日運航	49		
一部運休	7		
全日運休	11		
合計	67		
①大人		5,169	92
②4歳～小学生		1,089	19
③4歳未満		363	6
合計		6,621	118
④大人換算(①+②/2)		5,714	102

<sup>※</sup>延べ利用者数/(全日運航日数+一部運休日数)

## 4. 調査結果の概要

## 4-1 浜名湖遊覧によるリフレッシュ効果

高速道路の SA・PA は、移動による疲労(感)の解消・軽減を図ることを目的とする施設である。Figure 2 によれば、遊覧船利用者のほぼ全員が「リフレッシュすることができた」と回答しており、船からみる景色の素晴らしさや爽やかさが高速道路利用者のリフレッシュの増進に寄与しているといえる。

さらに、遊覧船利用者の 43%は、「是非再利用したい」と回答しており、「機会があれば再利用したい」を合わせると、90%が再利用の意向を示している。

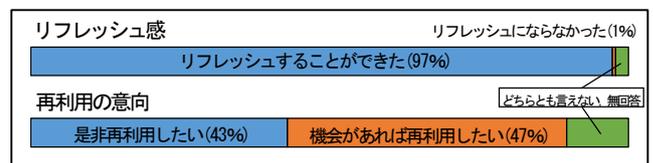


Figure 2. Effect of Hamanako sightseeing boat, and intention of re-use

## 4-2 浜名湖遊覧の認知状況と潜在需要

Figure 3 は、遊覧船利用者が「浜名湖遊覧について知っていたかどうか」を尋ねた結果である。これによれば、遊覧船利用者の 71%は、「知らない」と回答しており、遊覧船利用者の多くは、浜名湖 SA に立寄ってはじめて浜名湖遊覧の

Table 3. Overview of the questionnaire survey

種類	目的	調査方法	調査実施日_サンプル数
遊覧船利用者 アンケート	遊覧船利用者の「満足度」や「ニーズ」を明らかにするとともに、「属性」等の特徴を明らかにする。	下船後、アンケート協力者に調査票配布・回収。	7. 26 (土) _26
			8. 23 (土), 24 (日) _96
			8. 30 (土), 31 (日) _88
休日SA利用者 (非利用者) アンケート	遊覧船利用者の属性との違いを把握するとともに、SA利用者が遊覧船を利用しなかった理由を明らかにする。	遊覧船の発着が見える場所にてヒアリング。	8. 24 (日) _108
			8. 31 (日) _121
平日SA利用者 アンケート	平日SA利用者に対し、遊覧船利用の意思を明らかにする。	遊覧船の棧橋が見える場所にてヒアリング。	8. 27 (水) _76
			9. 2 (火) _133

存在を知り利用しているのが実態である。しかしながら、遊覧船利用者の 10% (「知っている」と回答した人の 42%)<sup>\*</sup>は、浜名湖遊覧を SA の立寄りの目的としており、今後認知度が高まれば、浜名湖遊覧をあらかじめ旅行計画に組み込むなど安定した需要が見込まれる。

※浜名湖SAの立寄り目的は複数回答である。

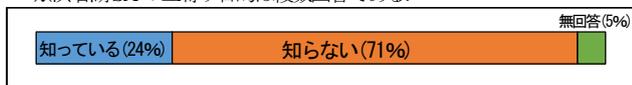


Figure 3. Cognitive status of the sightseeing boat users

Figure 4 は、遊覧しなかった SA 利用者に対する浜名湖遊覧の認知状況である。これによれば、遊覧船利用者と同様に 76% が浜名湖遊覧のことを「知らなかった」と回答している。一方で、その 4 割 (非利用者の 29%) は、「浜名湖遊覧を知っていれば遊覧した」と回答している。このことは、もし浜名湖遊覧を事前に知っていれば旅行計画の中に取り入れる余地があったことを示唆している。また、「知っているでも利用しない」あるいは「浜名湖遊覧を知っていた (遊覧していない)」と回答したうち、52% (全体の 35%) は「時間があれば遊覧したい」と回答している。このことから、浜名湖遊覧に対する潜在需要は相当に高いものと推察される。ちなみに、遊覧船非利用者のうち観光目的は 79% であるが、遊覧船利用者とは比べて、年齢や同伴者等の属性に有意な違いはみられず、遊覧船利用者が異なる層というわけではない。

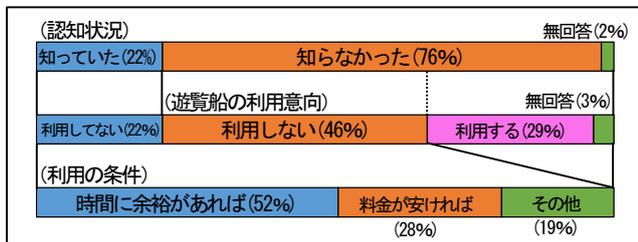


Figure 4. Cognitive situation and use intention, condition of the sightseeing boat about holiday SA users (nonusers)

#### 4-3 平日における浜名湖遊覧の利用意向

Table 4 は、平日の浜名湖 SA 利用者に対する浜名湖遊覧の利用意向である。本アンケートによれば、観光目的は全体の 73% であるが、このうちの 58% は利用したいと回答しており、休日 (Figure 4) と比べても高い利用意向にあること

がうかがえる。これは、平日観光は、休日観光と比べて行程に比較的余裕があるためと推察される。また、ビジネス・その他目的の SA 利用者の利用意向が高いことも特筆される。なお、その際の支払意志額は 1,000 円以上が 72% であり、遊覧時間は 30 分以上が 49% であった。

Table 4. Purpose use intention of Hamanako sightseeing boat (weekdays SA users)

	利用したい	利用しない	観光の際は利用したい	合計
観光	88 (42%) [58%]	65 (31%) [42%]		153 (73%) [100%]
ビジネス その他	14 (7%) [25%]	11 (5%) [20%]	31 (15%) [55%]	56 (27%) [100%]
合計	102 (49%)	76 (36%)	31 (15%)	209 (100%)

※ ( ) は全合計に対する割合。  
[ ] は各目的に対する割合。

#### 5. まとめ

浜名湖遊覧はリフレッシュ効果も高く、利用者がリピーターとなって利用増進に寄与することが期待される。一方、遊覧船利用者とは非利用者 (観光目的) をみると、属性等に大きな違いはみられず、多くは旅行行程 (計画を含む) における時間的余裕に大きく依存しているようである。つまり、浜名湖遊覧の事業継続性は、今後周知率は向上すると思われるが、その素晴らしさを各種媒体を通じて周知できているかが重要なポイントといえよう。

本稿は、実施した 3 種類のアンケート調査結果を中心にその一部を紹介しているにすぎないが、事業継続に向けた課題が明らかになってきた。今後は、アンケート調査のさらなる分析とともに、インバウンドや国内ツアーなどへのはたらきかけなどを踏まえながら、浜名湖遊覧の事業継続のための検討を行っていききたい。

#### 6. 参考文献

- [1] 国土交通省ホームページ  
[http://www.mlit.go.jp/road/demopro/public\\_offering/h25/area\\_h25.html](http://www.mlit.go.jp/road/demopro/public_offering/h25/area_h25.html)
- [2] 下川澄雄, 松浦真人: 浜名湖 SA を活用した舟運による減災・地域振興に関する実証実験結果について, 河川, pp.52-58, 2014.5