

令和5年度 豊橋市大学研究活動費補助金事業 成果報告会

豊橋新城スマートIC(仮称)の周辺地域における グリーン・ツーリズム展開の 可能性に関する調査研究

2024年3月25日

豊橋技術科学大学 建築・都市システム学系

崔 明姫, 渋澤 博幸

(博士前期課程1年 森田海咲樹 修士論文研究の一環として参加)

研究の概要

観光関連機関 & 施設の事例調査

観光需要アンケート調査

考察とまとめ

背景

- 豊橋新城スマートインターチェンジ（仮称）新設予定，東名高速道路
- 周辺地域（以下，豊橋北部地域）には，次郎柿農園，馬越長火塚古墳群，賀茂しょうぶ園 & 賀茂神社，石巻山 & 石巻神社などの自然，文化資源が豊富
- これらの地域資源を活かしたグリーン・ツーリズムの展開による観光推進が期待されている。



図1 スマートIC周辺地域の地図
—地理院地図（電子国土Web）を加工して作成—

研究の概要



観光関連機関&施設の事例調査



観光需要アンケート調査



考察とまとめ

目的

- 本研究では、スマートICの開設に伴う豊橋北部地域における地域資源を活かした地域活性化を前提に、持続可能な観点からグリーン・ツーリズムを中心として観光展開の可能性を調査し、検討することを目的とする。



- ① 文献調査 ⇒ 日本におけるグリーン・ツーリズムの特徴と課題を把握
- ② 現地調査, 地域の観光関連機関へのヒアリング調査 ⇒ 既存の観光資源, 自然環境, 文化資源の特徴を把握
- ③ 先行事例調査: 2か所の観光DMOや観光協会, 17か所の観光施設 ⇒ 自然と農業, 文化的資源を活かした観光振興の現状と動向, 今後の課題を把握
- ④ インターネットアンケート調査 ⇒ 普段の観光行動の特徴に基づいた, 豊橋北部地域に対する観光需要を把握, 北部地域の観光展開の可能性について検討

長野県南信地方の農村滞在型観光の先行事例

— 観光DMO法人1か所，観光協会1か所のインタビューを踏まえて

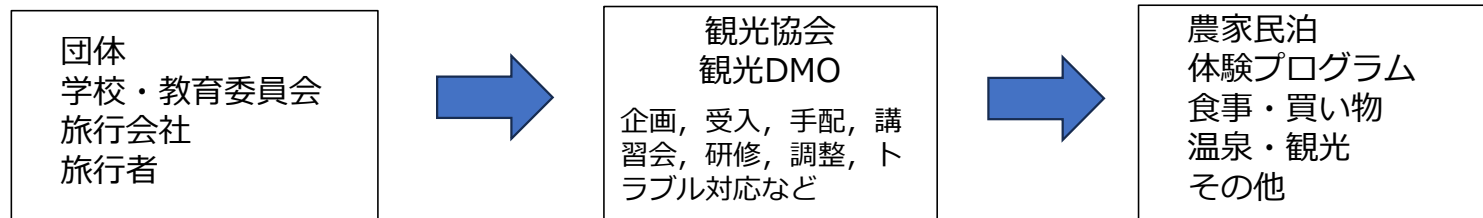


図2 農村滞在型観光の仕組み

取り組み内容：

- ・ 教育観光が中心，農家民泊と体験プログラムが充実，滞在型観光を展開
- ・ 地域の観光協会，DMOなどの組織が中心的・先導的役割を果たす→ 受入，調整，観光企画，プログラム開発，講習会，研修，リスク管理，トラブル対応など

課題：

- ・ 観光農園ではコロナ後はバスツアーがなくなり、WEBや個人客の受け入れを行っている
- ・ コロナ禍で受け入れ農家が減少，コロナ明けには需要が増加，受け入れ農家を増やす必要がある
- ・ 受け入れ農家は兼業農家である，専業農家の場合は農作で忙しくさらなるサポートが必要
- ・ 農業体験だけではなく宿泊してもらおう仕組みづくり ⇒ 地域経済の活性化に貢献する
- ・ 体験や農泊を始めてから25年が経過，世代交代の時期になり、若い担い手の協力が必要

研究の概要

観光関連機関&施設の事例調査

観光需要アンケート調査

考察とまとめ

観光関連施設の先行事例調査

表1 訪問した観光関連施設（計17施設）

地域名		第一, 第三セクター施設（計8施設）	第二セクター施設（計9施設）
愛知県	豊橋市	道の駅 1か所	バーベキュー場（体験を含む） 2か所
	新城市	バーベキュー&キャンプ等総合施設 2か所	観光農園 1か所
	田原市	キャンプ&バーベキュー場・休暇村 2か所	観光農園 2か所
	岡崎市	－	観光農園 3か所
長野県	飯田市	－	観光農園 1か所
	伊那市	農業公園 1か所	－
茨城県	つくば市	バーベキュー&キャンプ等総合施設 1か所	－
	常総市	農業団地 1か所	－

研究の概要

観光関連機関&施設の事例調査

観光需要アンケート調査

考察とまとめ

観光関連施設の取り組み&課題

表2 訪問した観光関連施設の特徴

		第一, 第三セクター施設 (計8施設)		第二セクター施設 (計9施設)	
開業		90年代前 (n=4)	90年代以降 (n=4)	90年代前 (n=4)	90年代以降 (n=5)
従業員数	20人未満	0施設	1施設	3施設	4施設
	20人以上	4施設	3施設		1施設
価格	果物狩り		いちご 2100~2200円 ブルーベリー 1100円 ぶどう 1500円	いちご 1600円/人 ぶどう 2200円/人(時間制限なし, 品種が多い) メロン 1,500円/人	いちご 1800~2100円/人 ブルーベリー 1500円/人 ぶどう 1500円/人 メロン 1500~2000円/人
	バーベキュー	施設 220~600円/人 食材 2000~2750円/人 施設利用料&道具セット 3500/人	—	500~1000円/人 (果物狩りと併設)	3000円/人 (食材なし, 時間制限なし) 7700円/人 (食材食べ放題, 3時間)
	キャンプ場	愛知県民の森: 200円, テント: 450円 サイト: 2000~2200円 サイト (テントあり): 3500~5000円	サイト: 2000円/日 テント: 1500円/日	—	—

< 価額は各施設のホームページ上の情報に基づく >

観光関連施設の取り組み&課題（続き）

開業	第一、第三セクター施設（計8施設）		第二セクター施設（計9施設）	
	90年代前（n=4）	90年代以降（n=4）	90年代前（n=4）	90年代以降（n=5）
取り組み&課題	<ul style="list-style-type: none"> 小学校の野外活動，中学校，高校などの合宿 リピーターが多い（清掃が行き届いている） 旅行会社とは連携していない 利用料が低コストなため、経営としては苦しい 人手不足が深刻 清掃に力を入れている 奥三河全体でのつながりは特にないため、周辺地域とのつながりを目指す 閑散期にも集客できるような取り組みを行う 古き良きものを残しつつ改革が必要 	<ul style="list-style-type: none"> SNSの利用により若者と地域外の利用が増加 外国人観光客を受け入れている，英語版パンフレットあり 無理のない受け入れ 清潔感を重視 生産物の味、体験の楽しさを追求する 他のところではない新しいイベントや体験プログラムを提供することを工夫する お客さんが飽きないような変化をつける 地域の他の業者さん（同業種間）との連携 	<ul style="list-style-type: none"> 観光農園，地域の観光施設，ホテルと連携 最近では、果物狩りだけでなく、里山体験をしたい方が多い 公式インスタを開設し、写真、動画を配信 どのようにこの農地の価値を高めるかが重要 この地域の農園のオーナーは、まだ若い人が多い。観光客の需要もあり、続けていける お客さんが来る時期より、猛暑の中での農作が大変、若い人がいないと、作業ができない 	<ul style="list-style-type: none"> 若い女性をターゲットに集客する 会社団体客をターゲットに 都会の人のリフレッシュの場として、ファミリー層をターゲットにする 情報発信：HP，Goole上，SNS，若者同士でSNSで情報共有，雑誌など じゃらんで個人客予約受付 地域資源を活かすこと、知ってもらうことが重要 いちご狩り、メロン狩り以外の期間は、収穫体験 労務対策や人件費対策が課題である、後継者がいない

研究の概要



観光関連機関&施設の事例調査



観光需要アンケート調査



考察とまとめ

アンケート調査の概要

- 調査期間： 2023年11月08日(水)～2023年11月15日(水)
- 調査方法： インターネット調査
- 調査委託先：株式会社マクロミル
- 調査対象： 豊橋新城スマートインターチェンジ（仮称）から車で約1時間以内の市町村の居住者
- 回答数： 2,295件
- 調査内容：
 1. 普段の旅行における観光行動の特徴
 2. 豊橋市または豊橋北部地域への訪問について
 3. スマートIC開設後、新しい観光施設ができた場合の訪問意向について

研究の概要

観光関連機関 & 施設の事例調査

観光需要アンケート調査

考察とまとめ

回収状況

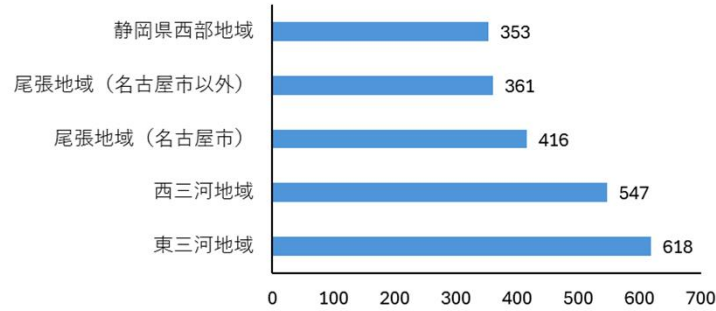
回収の設定 (計2,200件)

- SICから車で約1時間以内の居住者 (5地域の32市町村)
 - 東三河地域 : 600件
 - 西三河地域 : 500件
 - 尾張地域 (名古屋市) : 400件
 - 尾張地域 (名古屋市以外) : 350件
 - 静岡県西部地域 : 350件
- 各地域においては年代別均等割付

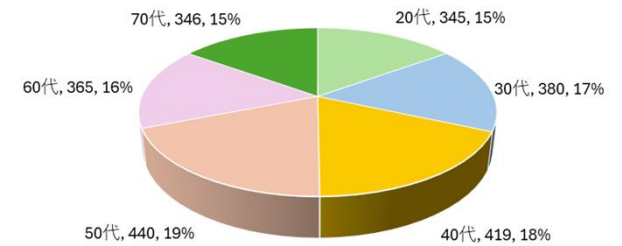
回収結果 (計2,295件)

- 5地域の31市町村, 東栄町回収できず
 - 東三河地域 : 618件
 - 西三河地域 : 547件
 - 尾張地域 (名古屋市) : 416件
 - 尾張地域 (名古屋市以外) : 361件
 - 静岡県西部地域 : 353件
- 地域別, 年代別に大きく偏ることなく想定とおりに回収できた.

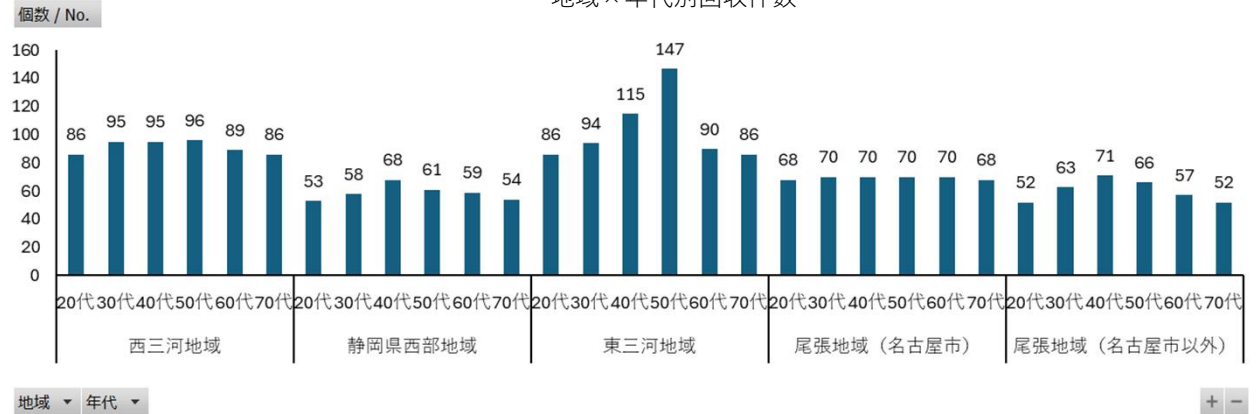
地域別回収件数



年代別回収件数



地域 × 年代別回収件数



研究の概要



観光関連機関&施設の事例調査



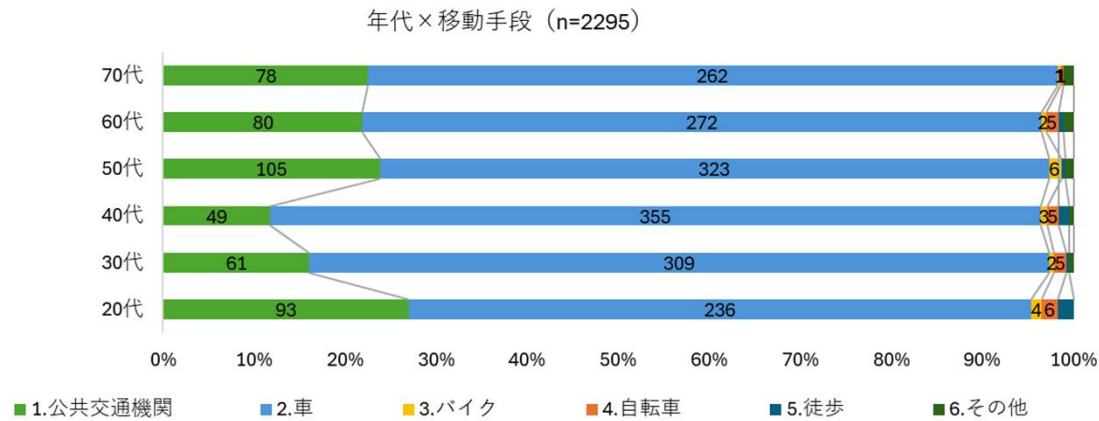
観光需要アンケート調査



考察とまとめ

調査結果 1 : 普段の旅行における観光行動の特徴

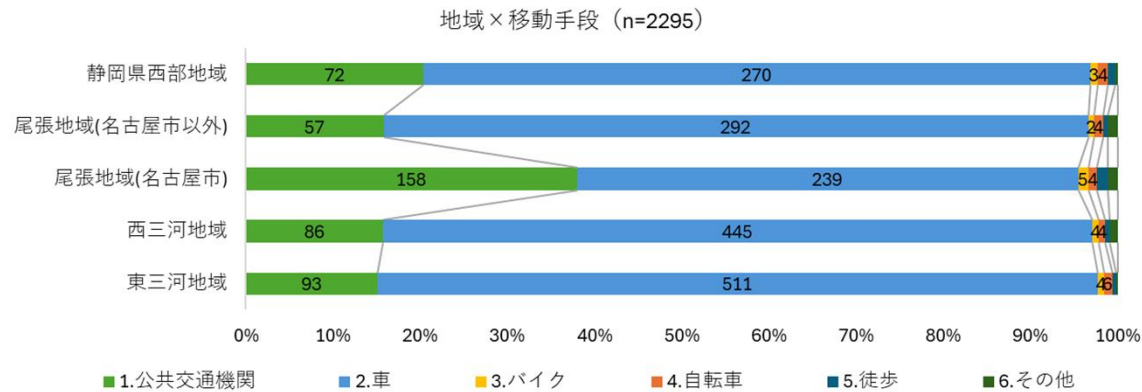
① 普段の旅行で最も頻繁に利用される移動手段



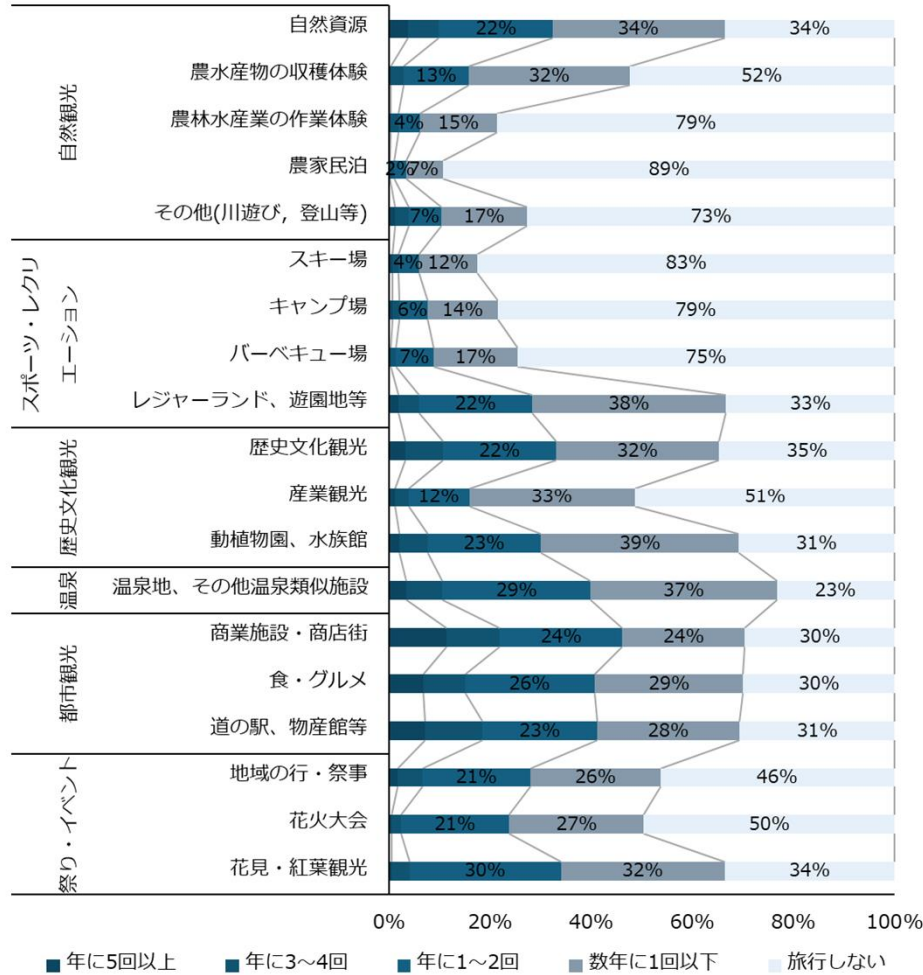
- 全体：
 - 車：77%
 - 公共交通機関：20%

- 年代別：
 - 車：30代, 40代が多い
 - 公共交通機関：20代が多い

- 地域別：
 - 名古屋市は、他の地域に比べ公共交通機関利用者が多い
 - 車：58%
 - 公共交通機関：38%



② 普段の旅行における観光資源別の旅行頻度



旅行頻度が高い観光資源：

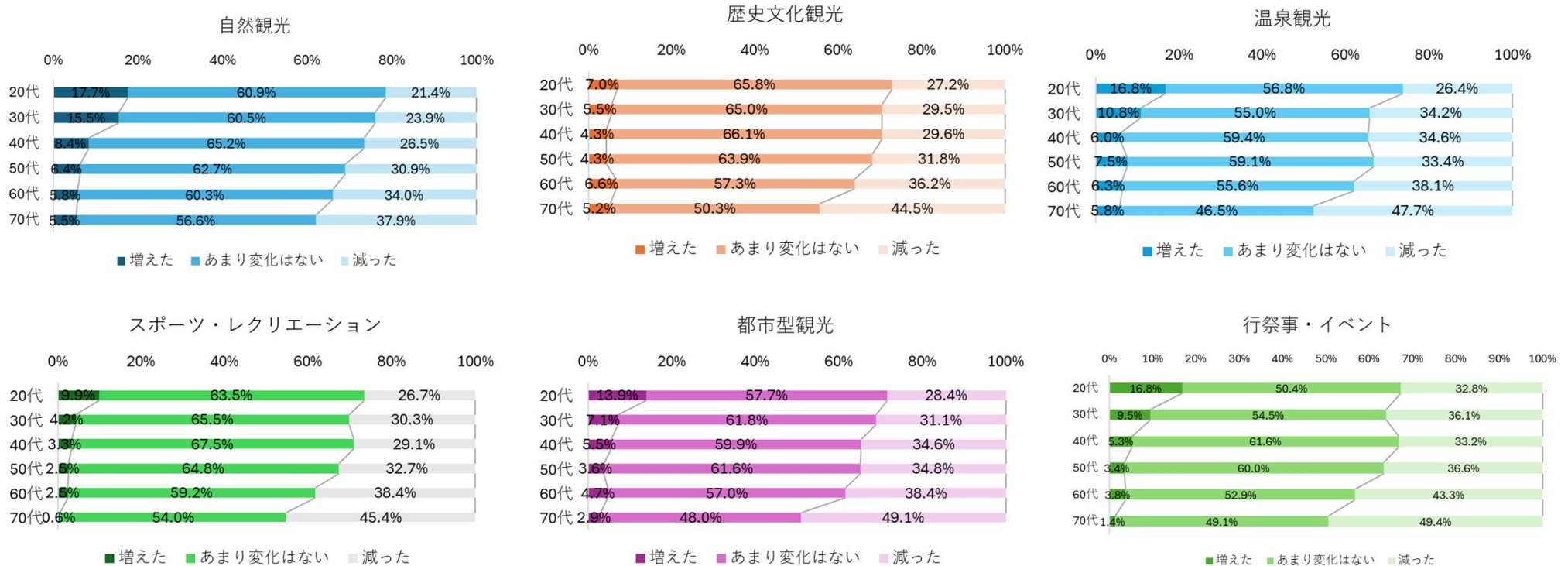
- 自然資源
- 歴史文化観光
- 温泉観光
- 都市観光
- 行祭事・イベント

旅行頻度が低い観光資源：農業体験&アウトドア系

- 農水産物の収穫体験
- 農林水産業の作業体験
- 農家民泊
- その他（川遊び, 登山等）
- スキー場
- キャンプ場
- バーベキュー場

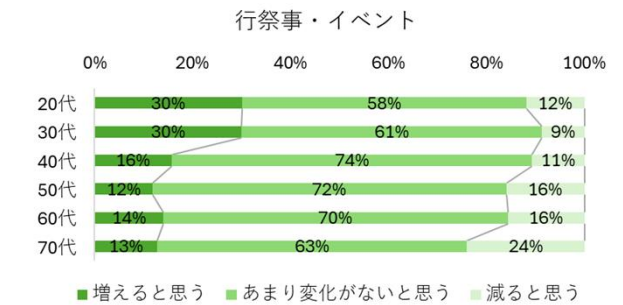
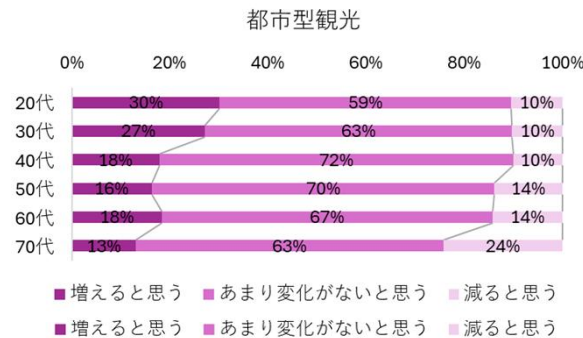
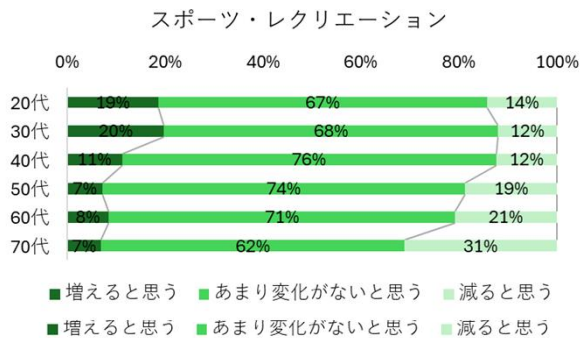
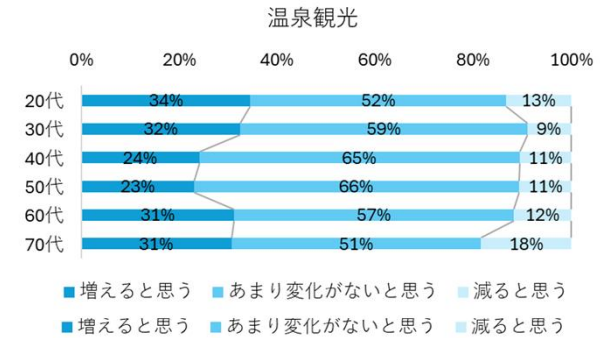
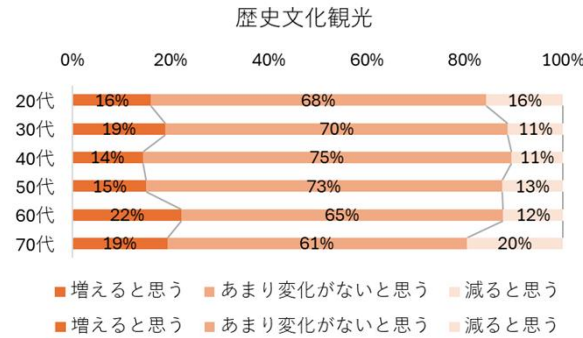
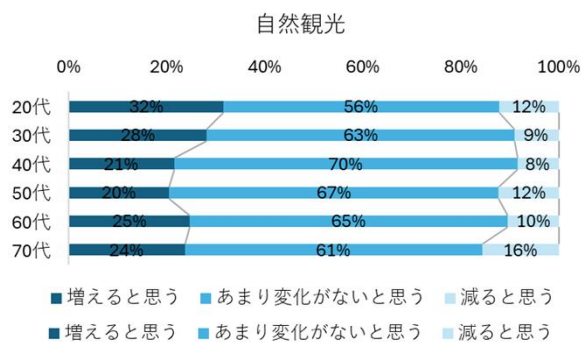
③ コロナ禍における観光資源(大分類)別の旅行頻度の変化 (2019年と比較)

- 「減った」との回答が「増えた」より多い
- 年代が高いほど、旅行頻度が減ったと回答した割合が大きい ⇒ コロナウィルス感染の懸念により外出を控えたため



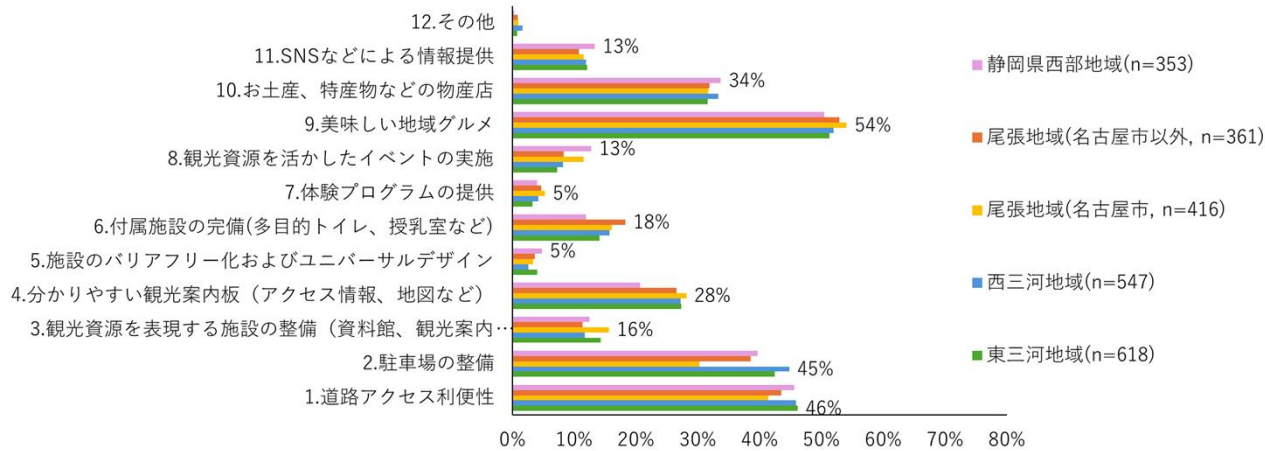
③ 今後5年における観光資源(大分類)別の旅行頻度の変化予測(2019年と比較)

- 旅行頻度が「増えると思う」との回答が「減ると思う」より多い（特に自然観光，温泉観光，都市型観光）
- 「自然観光」，「スポーツレクリエーション」，「都市型観光」，「行祭事・イベント」は，若い年代のほうが旅行頻度が「増えると思う」との回答が多い



④ 新しい観光地において重要と思われる環境整備とサービス（3つまで複数選択）

地域×重要と思われる環境整備・サービス（n=2295）



・ 全体：

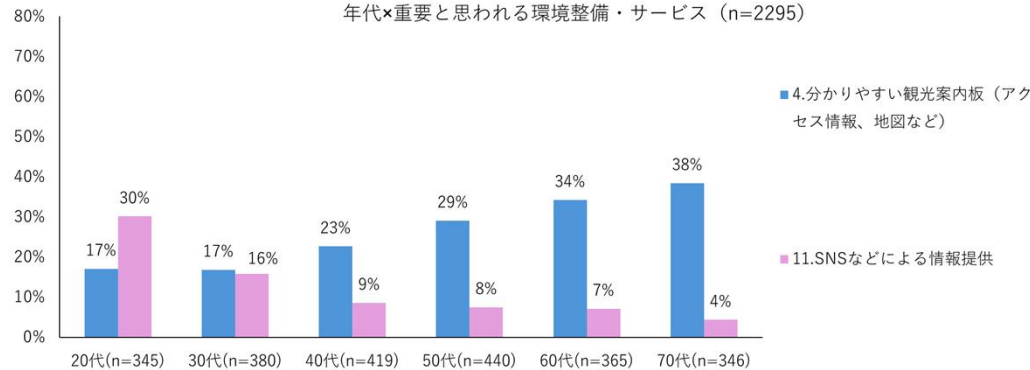
- ①美味しい地域グルメ：52%
- ②道路のアクセス利便性：45%
- ③駐車場の整備：40%
- ④お土産、特産物などの特産店：32%

・ 年代別に差がみられた項目：

- 「分かりやすい観光案内版」：年代が大きくなるほど重要と思われる
- 「SNSなどによる情報提供」：年代が小さくなるほど重要と思われる

・ 地域別の差はあまりみられなかった

年代×重要と思われる環境整備・サービス（n=2295）



研究の概要



観光関連機関&施設の事例調査



観光需要アンケート調査

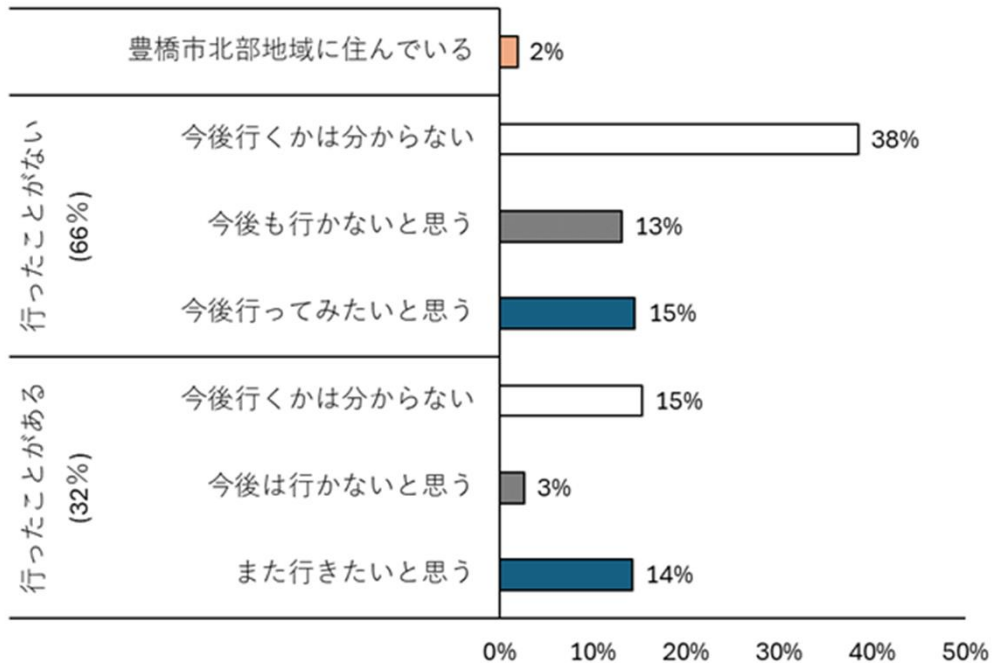


考察とまとめ

調査結果 2 : 豊橋市または豊橋北部地域への訪問について

豊橋市北部地域への訪問有無と今後の訪問意向

豊橋市北部地域への訪問意向 (n=2295)



過去に訪問したことがあるかについて：

- 行ったことがある：32%
- 行ったことがない：66%
- 豊橋北部地域に住んでいる：2%

今後の訪問意向について：

- 今後（また）行きたいと思う：29%
 - 今後行かないと思う：16%
 - 今後行くか分からない：53%
- 「今後また行きたい」：過去に訪問したことの有無に関わらず、あまり差がない
- 「今後行くか分からない」と「今後行かない」：過去に行ったことがない回答者でより多い割合を占める

研究の概要



観光関連機関 & 施設の事例調査



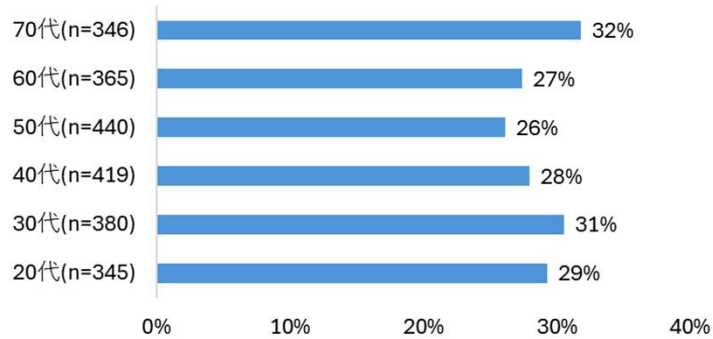
観光需要アンケート調査



考察とまとめ

豊橋市北部地域への訪問意向（年代別，地域別）

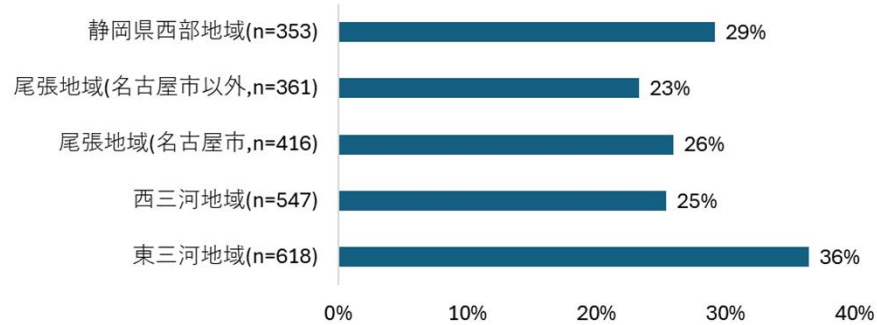
年代×行きたいと思う



年代別

- 70年代の訪問意向が比較的に高い

地域×行きたいと思う



地域別

- 東三河地域，静岡県西部地域の訪問意向が高い
距離が近い地域のほうが高い訪問意向を示した

研究の概要



観光関連機関&施設の事例調査



観光需要アンケート調査

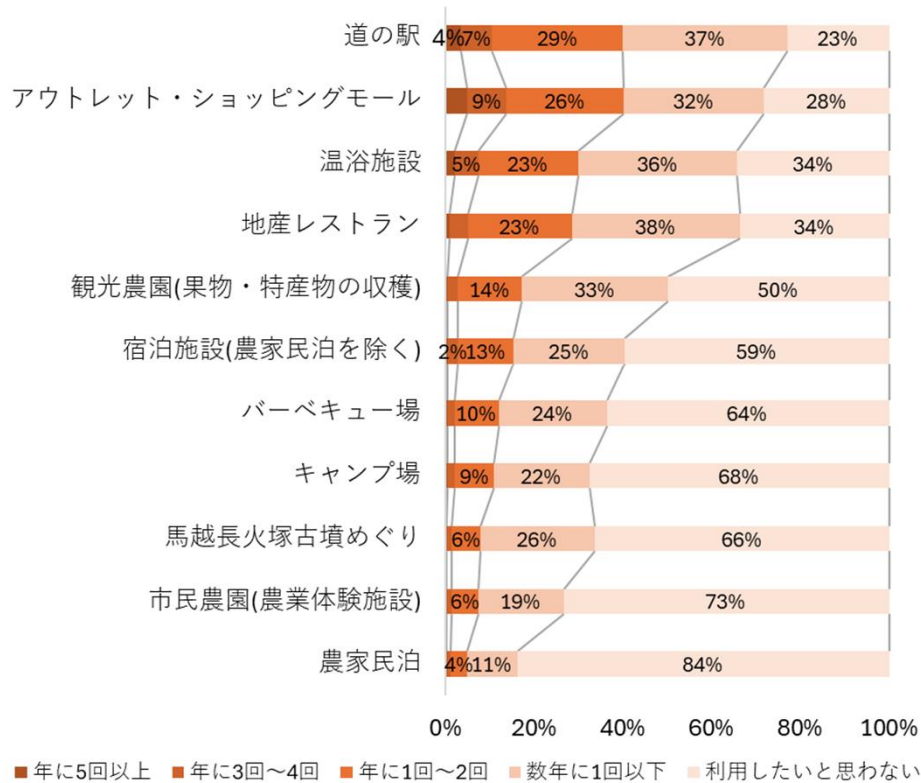


考察とまとめ

調査結果3：観光施設別の豊橋北部地域への訪問意向

① スマートIC開設後，以下のような観光施設ができた場合の訪問意向について

北部地域への旅行意向（n=2295）



需要が高い順（年に1回以上行く割合に基づく）

- ① 道の駅：40%
- ② アウトレットモール・郊外ショッピングモール：40%
- ③ 温浴施設：30%
- ④ 地産レストラン：28%
- ⑤ 観光農園（果物・特産物の収穫）：17%
- ⑥ 宿泊施設：15%
- ⑦ バーベキュー：12%
- ⑧ キャンプ場：11%
- ⑨ 馬越長火塚古墳めぐり：8%
- ⑩ 市民農園（農業作業体験）：8%
- ⑪ 農家民泊：5%

研究の概要



観光関連機関 & 施設の事例調査



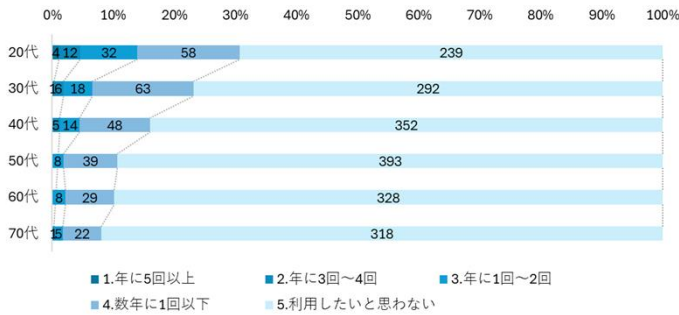
観光需要アンケート調査



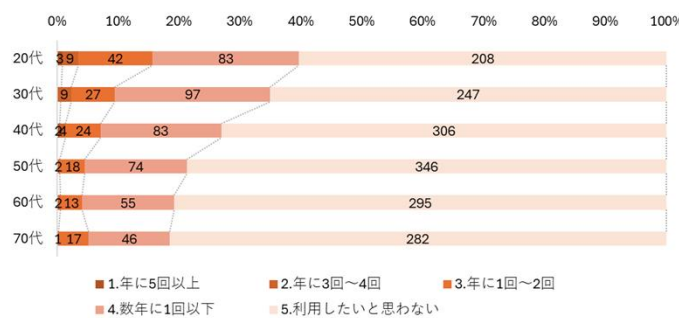
考察とまとめ

年代別集計 - 比較的に若い年代の訪問意向が高い施設 :

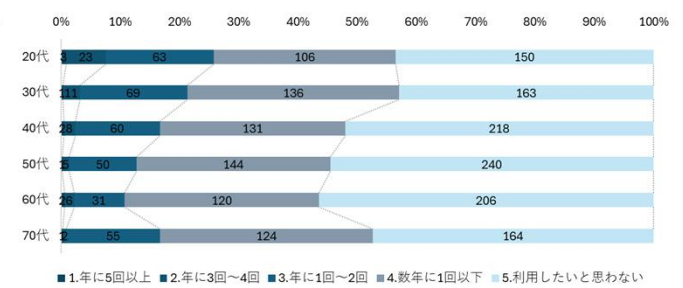
農家民泊



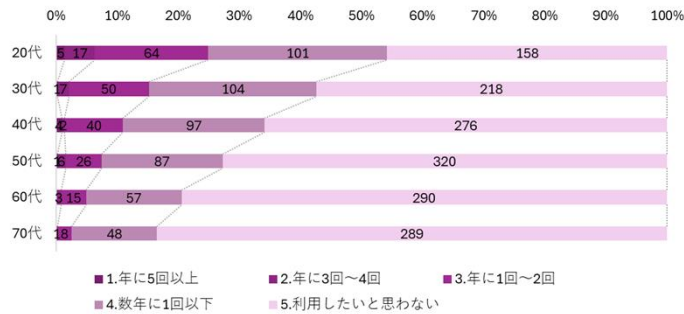
市民農園 (農業体験施設)



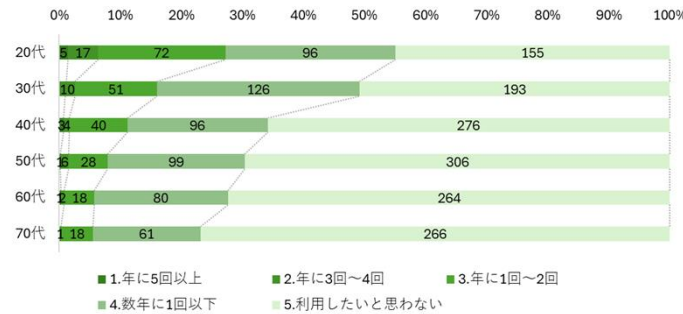
観光農園 (果物・特産物の収穫)



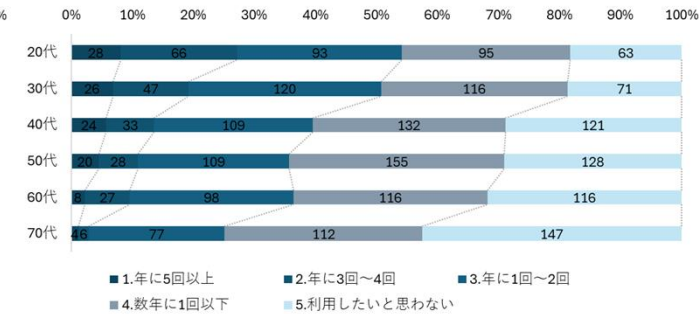
キャンプ場



バーベキュー場



アウトレット・郊外ショッピングモール



研究の概要



観光関連機関 & 施設の事例調査



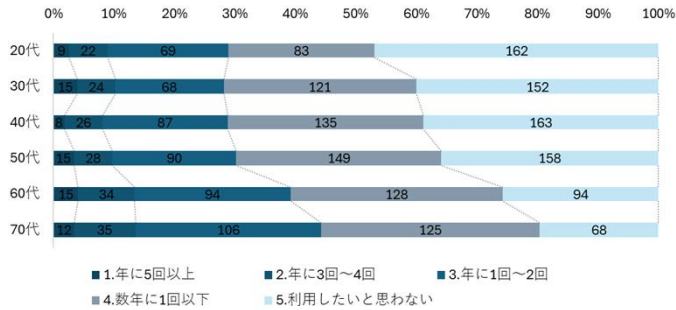
観光需要アンケート調査



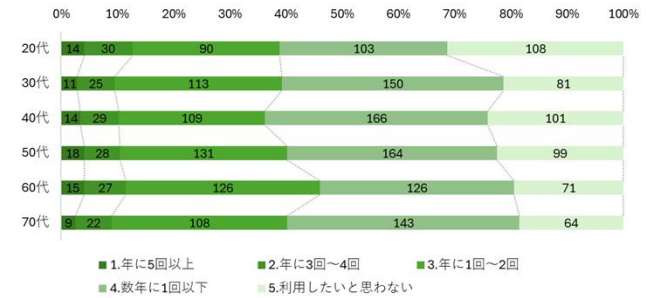
考察とまとめ

年代別集計 – お年寄りの訪問意向が高い施設：

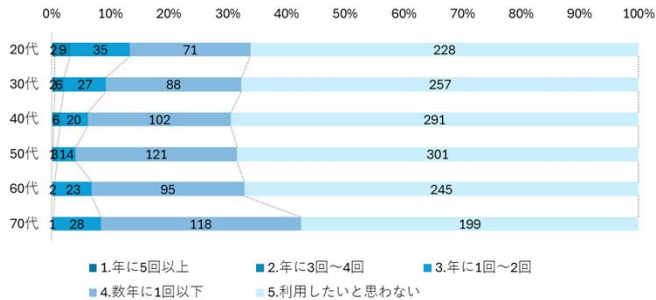
温浴施設



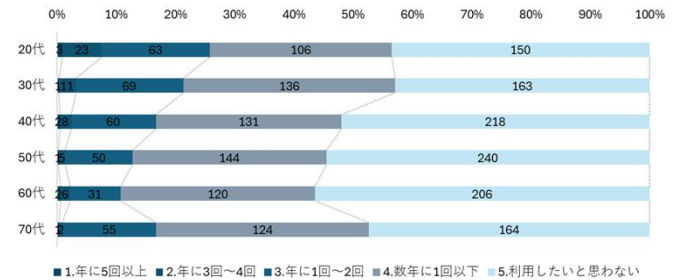
道の駅



馬越長火塚古墳めぐり



観光農園（果物・特産物の収穫）



研究の概要



観光関連機関 & 施設の事例調査



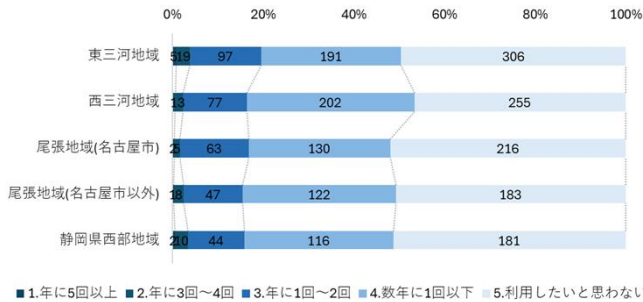
観光需要アンケート調査



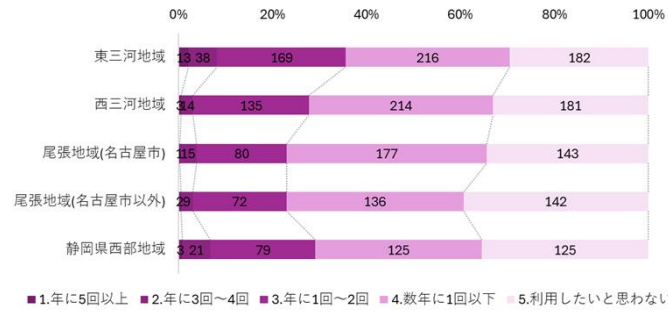
考察とまとめ

地域別集計 - 地元（東三河地域）の訪問意向が比較的に高い施設：

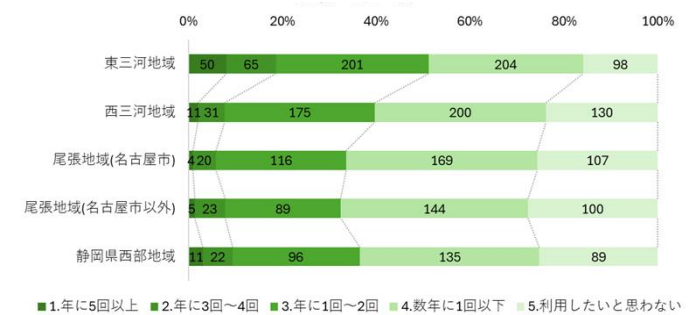
観光農園（果物・特産物の収穫）



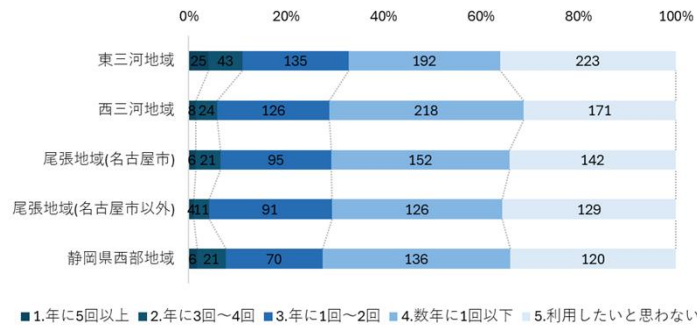
地産レストラン



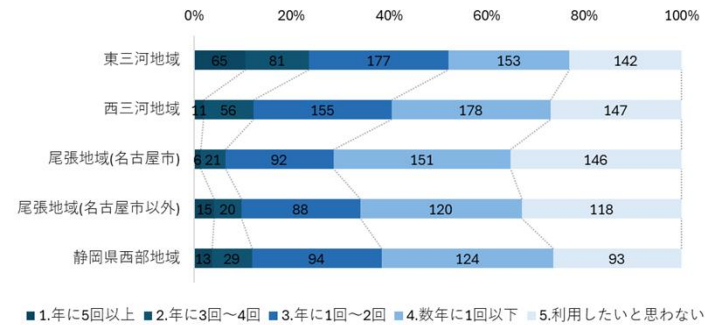
道の駅



温泉施設



アウトレット・郊外ショッピングモール



研究の概要



観光関連機関 & 施設の事例調査

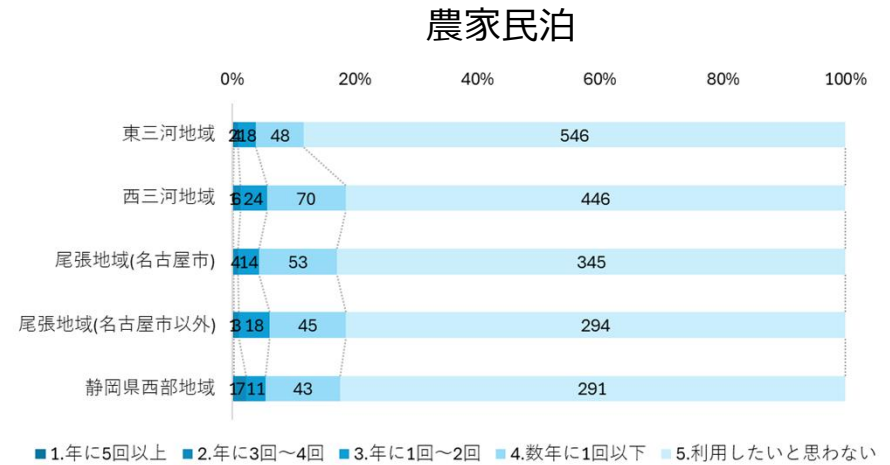
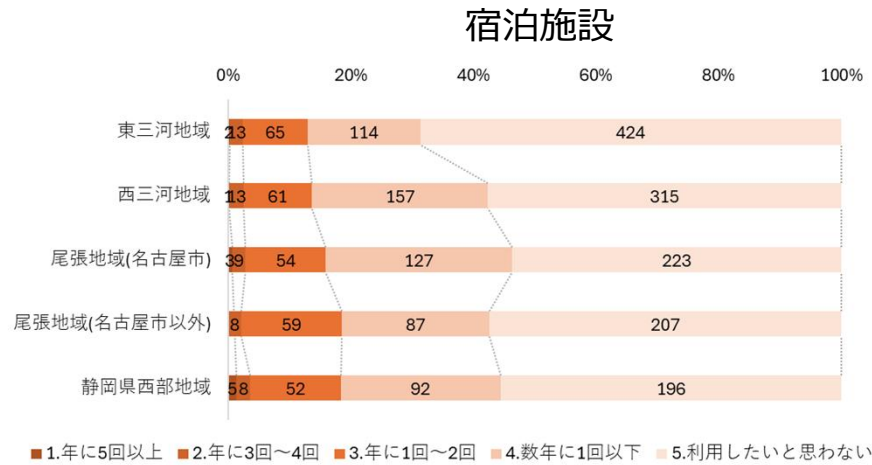


観光需要アンケート調査



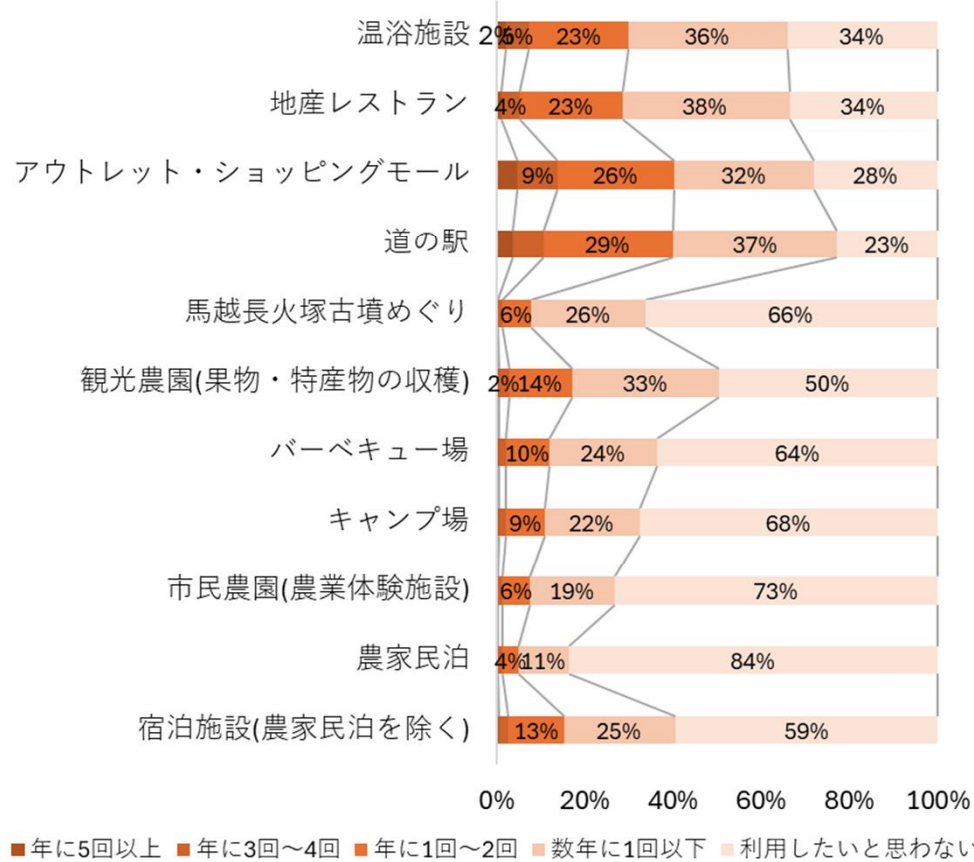
考察とまとめ

地域別集計 – 地元（東三河地域）の訪問意向が比較的に低い施設：

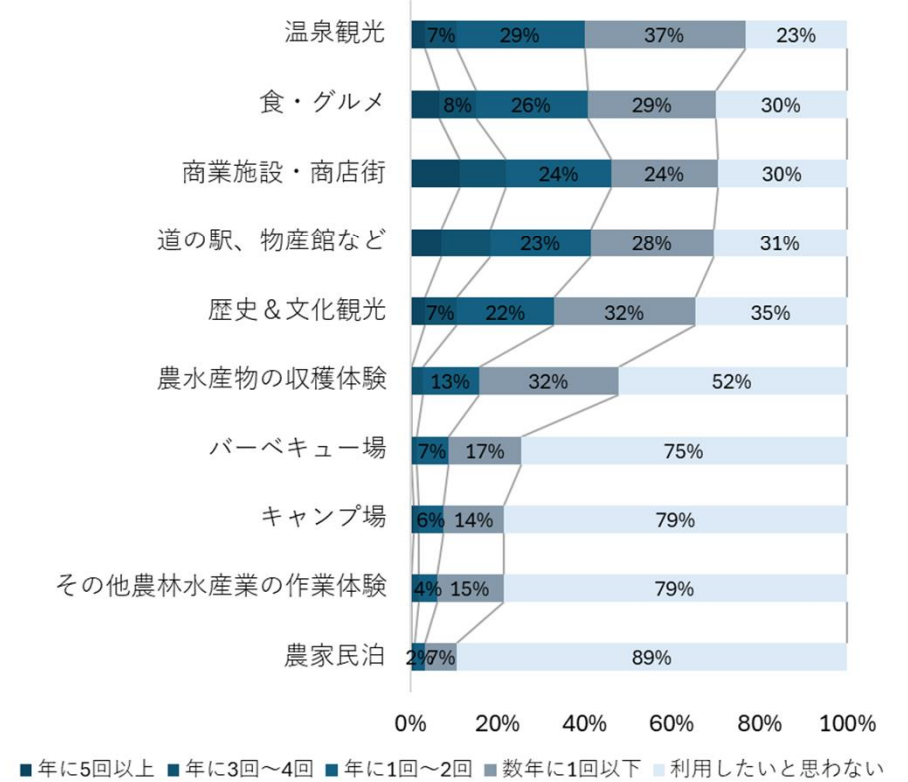


② 普段の旅行頻度との比較

北部地域への旅行意向 (n=2295)



普段の旅行における旅行頻度 (n=2295)



研究の概要



観光関連機関 & 施設の事例調査



観光需要アンケート調査



考察とまとめ

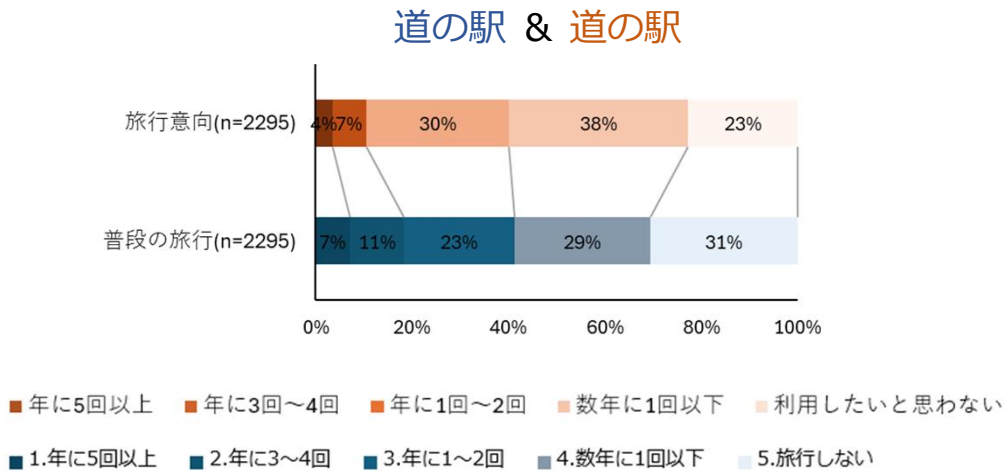
② 普段の旅行頻度との比較

- グラフの説明：

タイトル：普段の旅行 & 北部地域への旅行意向

軸の項目：

- **普段の旅行**：普段の旅行における当該観光資源への旅行頻度
- **旅行意向**：北部地域に当該施設があった場合の旅行頻度



道の駅 & 道の駅の場合：

- 普段の旅行頻度と北部地域への旅行意向での旅行頻度が大きな差がない
- 普段の旅行で年間利用頻度が高いほど、北部地域への旅行意向は低くなっている
⇒ 普段利用頻度が高い人は、居住地近くの道の駅を利用する

研究の概要



観光関連機関 & 施設の事例調査



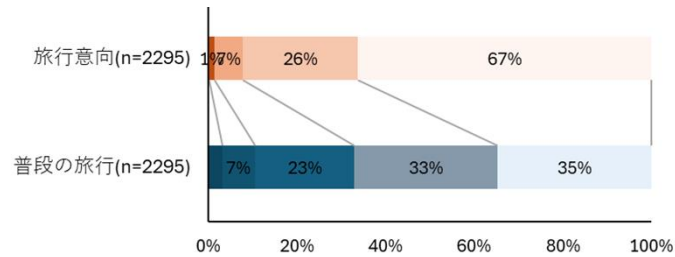
観光需要アンケート調査



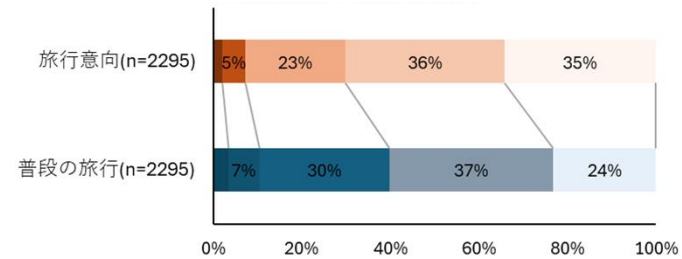
考察とまとめ

- 普段の旅行頻度より，豊橋北部地域への旅行意向の頻度が低い施設
⇒ 普段の旅行における観光資源の概念が観光施設より広いことが一つの要因である

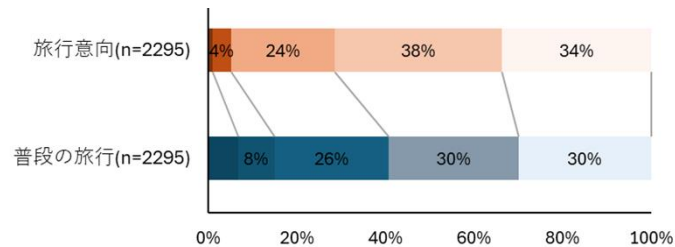
歴史文化観光 & 馬越長火塚古墳めぐり



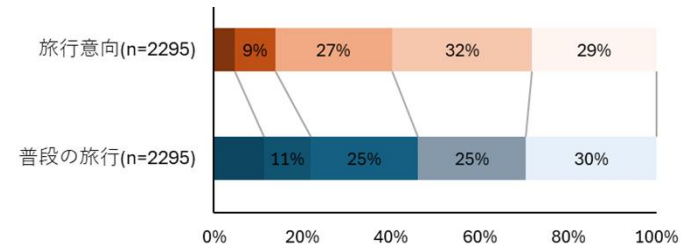
温泉観光 & 温浴施設



食・グルメ観光 & 地産レストラン



商業施設・商店街観光 & アウトレット・郊外ショッピングモール



研究の概要



観光関連機関 & 施設の事例調査



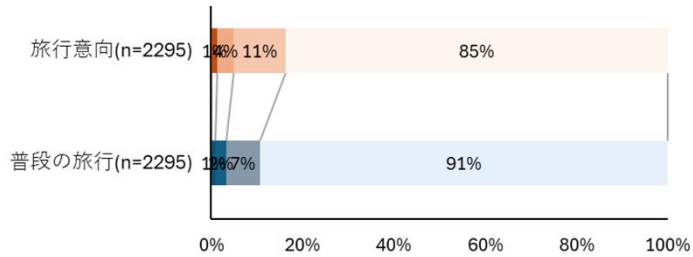
観光需要アンケート調査



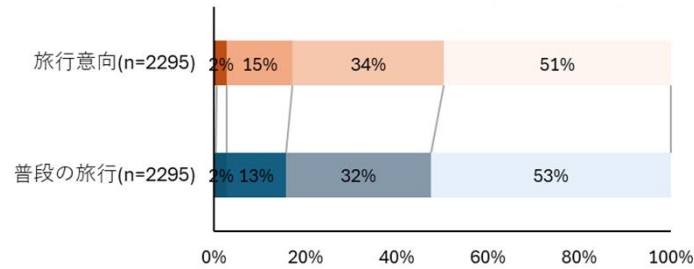
考察とまとめ

- 普段の旅行頻度より，豊橋北部地域への旅行意向の頻度が高い施設：

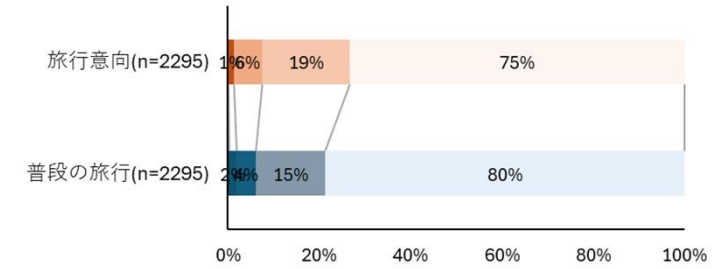
農家民泊 & 農家民泊



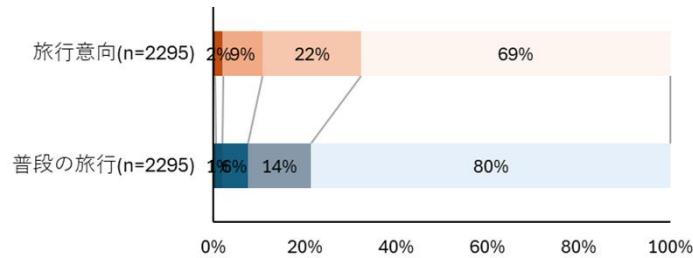
農水産物の収穫体験 & 観光農園(果物収穫)



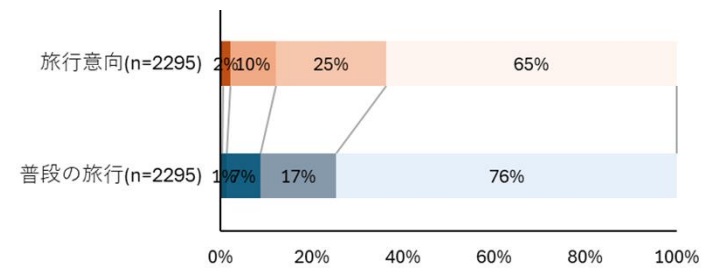
農林水産業の作業体験 & 市民農園(農作体験)



キャンプ場 & キャンプ場



バーベキュー場 & バーベキュー場



考察とまとめ

アンケート調査の結果：普段の旅行について

- 旅行時の移動手段：車77%，公共交通20%（名古屋市，車58%，公共交通38%）
- 普段の旅行における観光資源別の旅行頻度について
 - 旅行頻度が高い観光資源：温泉，食・グルメ，商業施設，道の駅，歴史&文化体験
 - 旅行頻度が低い観光資源：農業体験&アウトドア系
 - コロナ禍で旅行頻度が減っているが，アフターコロナにおいては特に，自然観光，温泉観光，都市型観光を中心にコロナ前より需要が高くなる傾向であった
- 新しい観光地に訪問する場合の重要と思われる環境整備&サービス：
 - ①美味しい地域グルメ：52%
 - ②道路のアクセス利便性：45%
 - ③駐車場の整備：40%
 - ④お土産，特産物などの特産店：32%

年代別：年代が高い層「分かりやすい観光案内版」，年代が若い層「SNSなどによる情報提供」

考察とまとめ

アンケート調査の結果：豊橋北部地域への訪問意向について

- 豊橋北部地域への訪問意向（現状）：今後行く 29%，今後行かない 16%，今後行くか分からない 53%
- スマートIC開設後，新たに観光施設ができた場合の訪問意向（年間1回以上訪問する人の割合）：
 - ①道の駅 40%，③温浴施設 30%，④地産レストラン 28%，⑤観光農園17%，⑦バーベキュー12%，
 - ⑧キャンプ場 11%，⑨馬越長火塚古墳めぐり 8%
- 普段の旅行より豊橋北部地域への旅行意向が高い施設：農泊，観光農園，農業体験，バーベキュー場，キャンプ場



- 観光ニーズの視点から見ると，地域の自然，農業資源を活かしたツーリズムを展開することは，検討する余地があると考えられる。
- 先行事例調査を踏まえての豊橋北部地域の課題：
 - グリーン・ツーリズムの展開には，自然・農業資源の活用，組織的な運営体制によるサポート，地元の主体的，段階的，継続的な取り組みが必要
 - 人材の確保：先導的な役割を担う組織体制，地元の主体的な取り組みにおける若者の人力，特に専門農家がメインの地域では運営組織のさらなるサポートが必要
 - 近年，観光資源の付加価値化，持続可能な観光など，新しい取り組みが求められている。自然，農業資源を最適な形で活用し，需要変化に柔軟に対応しながら，新しい価値を付け加えるなど，多様な取り組みが求められている

謝辞

本研究は、豊橋市大学研究活動費補助金の助成を受けて実施されたものであり、深く感謝いたします。
また、ヒアリング調査にご協力いただいた観光関連機関と観光施設の方々に心より感謝いたします。