

II. 受託研究報告

茂林寺周辺観光地化市民等意向調査研究業務委託報告

研究員 古屋 秀樹（国際地域学部国際観光学科 教授）

1. 調査研究業務の概要

本調査研究業務は、館林市（経済部花のまち観光課）より、古屋秀樹研究員に対して委託されたもので、現在館林市が検討している「茂林寺周辺観光地化推進事業」の計画推進を図ることを念頭にしたものである。本調査研究では、市民および旅行事業者アンケート調査を実施しながら、茂林寺、茂林寺沼、ザ・トレジャーガーデンならびに羽衣会館跡地一帯の茂林寺周辺地域の利用実態、有効利用案に対する市民意向を把握するとともに、館林市の観光資源、観光プロモーションに対する旅行事業者の意向把握を目的とする。なお、委託研究期間は、平成 26 年 4 月 1 日から平成 27 年 3 月 31 日までであり、業務委託料は 200,000 円であった。

2. 茂林寺周辺地域を中心とした観光振興への取り組み

館林市は、群馬県の東南部に位置しており、浅草から約 70km の距離に位置し、日帰りを中心とした観光スポットとして位置づけできる。知名度の高いつつじが岡公園のつつじをはじめとする自然資源に加え、史跡、神社・仏閣、歴史的建造物や博物館・美術館などの人文資源、さらに特産物（味覚）や数多くの行・祭事がある。さらに、工業団地や一部企業の産業博物館が立地するために、産業観光としての側面も有すると考えられる。館林市ならびに群馬県の観光入り込み客数推移をみると、直近のデータである平成 24 年度では 213.5 万人を数えるとともに近年増加傾向を示しており、観光に対する底堅い需要とともに、館林市の観光魅力度の高さ、旅行目的地競合条件下におけるある一定程度の優位性があると考えられる。

さて、館林市では、観光行政についての長期的な指針を示した観光振興計画を策定しておらず、それにかわって時宜適切な政策、施策を実施してきたと考えられる。その中で、自治体のすべての計画の基本となる、行政運営の総合的な指針をしめした「総合計画（平成 23 年度~32 年度）」の基本構想では、「現状と目指すべき方向」について下記のように示されている。

「基本目的Ⅶ 出会いと交流のある元気で活力のあるまち

観光客数については、増加傾向ですが、その旅行形態は団体や個人、グループと多様化しています。こうしたことから、観光資源の効果的な連携や新たな資源の掘り起こし、ニーズにあった個性的な取り組みなどにより、多くの来訪者を呼び込み、満足感や再来意欲を高め、魅力ある観光と交流を創出することが求められています。（たてばやし市民計画 2020、p.43）」

また、総合計画内の基本計画では、「施策目的 24 多くの人々が訪れたい個性と魅力のあるまちになる」との目標に対して、観光客の受け入れ体制の整備、積極的な PR 活動、ヤマツツジの保護等に加えて、本研究の対象地域である茂林寺周辺地域について下記のように示されている。

「つつじが岡公園や茂林寺と城沼・多々良沼・近藤沼・茂林寺沼に代表される大小の沼と一体

化した観光ルートの整備や、近隣市町と連携し、広域的な観光に取り組みます。(たてばやし市民計画 2020、p.122)」

茂林寺の周辺には、東武鉄道グループに属する東武緑地(株)が経営するザ・トレジャーガーデンならびに茂林寺沼があるとともに、それと隣り合う羽衣会館跡地を館林市が取得し、4箇所を有機的に連携した有効活用が模索されている。このような中で、茂林寺周辺地域について館林市役所(花のまち観光課)によるマネージメントにより、下記のような検討がこれまで行われてきた。

(1)茂林寺周辺観光グレードアップ研究会

(構成メンバー：茂林寺周辺の関係主体、事務局：館林市観光課、平成19年12月)

茂林寺は全国的にも高い知名度を持つものの、その知名度や周辺の自然を生かしてきていない中で、①寺の歴史や湿原に興味のある人たち、②草花が咲く春に訪れる観光客、③小さな子供のいる家族連れにターゲットを絞るとともに、湿原の保護や自然公園化、茂林寺の整備、案内ボランティアの育成などを提言した。

(2)茂林寺南岸用地利活用検討会

(構成メンバー：館林市役所職員、平成20年12月)

平成20年5月、羽衣会館跡地の取得ならびに上記グレードアップ研究会報告書をうけて、利活用の考え方、指針、整備構想を検討して、茂林寺周辺状況の全体把握、客層の把握とともに、①観光拠点、②自然保全、③賑わい・再生に留意する必要があることを示した。

(3)茂林寺周辺観光活性化委託事業(平成21年度~平成23年度)

(4)茂林寺周辺誘客100万人推進プロジェクト

(構成メンバー：市長、副市長、各部長等10名、平成22年度~平成23年度)

(5)茂林寺周辺観光地化推進事業内部検討会議ならびに外部検討会(平成25年度)

特に(3)から(5)では、茂林寺周辺地域の利活用に際して「①観光拠点、②自然保全、③賑わい・再生」の方針に集約しつつある状況であったが、より計画を具現化する上では茂林寺周辺地域への需要動向とともに、送客に重要な役割をはたす旅行業関係者の意向を把握する必要性が大きいと考えられる。

これらをうけて、昨年度の受託研究では、館林市来訪者の実態把握調査を行った。5月初旬に実施された対面アンケート調査から、来訪者の年齢階層では、50歳代、60歳代が約30%ずつを占めること、居住地では、埼玉県からの来訪者が44%と最も多く、続いて東京都、群馬県、千葉県の比率が大きいこと、利用交通手段では自動車の選択率が80%で最も高く、鉄道、貸切バスもみられること、同行者では10~30歳代では「親と子」、「友人・知人」、「家族と友人・知人」の割合が高い一方、40歳以上では「夫婦のみ」の割合が高い特徴を把握することができた。

さらに、立ち寄り地点では、茂林寺、ザ・トレジャーガーデン、つつじヶ岡公園の立ち寄り率が高く、その他は5%を下回った。立ち寄り率の高かった地点を複数周遊したサンプル数を確認すると、茂林寺では、単独立寄り(22サンプル(22%))と少なく、他の2箇所に立ち寄る割合が高い。それに対して、ザ・トレジャーガーデンは単独立寄り(40サンプル(42%))と多く、その理由として魅力が高いことや一部、団体客の立寄り率の高さが考えられる。また、隣接する茂林寺とザ・

トレジャーガーデンをいずれも立寄るのが約半数を占めることがわかった。これより、両地点を一体的に利用している割合が高く、茂林寺沼周辺の整備によって更なる利便性、満足度向上につながることを考えられた。

なお、これらのサンプルは、1年で最も来訪者数が多いつつじのシーズンに聞き取られたものであるため、その他の時期についてフォローアップする必要性が高いとともに、館林市民の利用意向にも注視し、より市民の利便性、利用価値の高い地域整備を考える必要がある。

3. 本年度の取組み－(1)市民アンケートについて－

茂林寺周辺地域への館林市民の来訪実態、来訪意向を明らかにすることを目的として、市民を対象としたアンケート調査を実施した。調査項目は、1)個人属性、2)茂林寺周辺地域への来訪実態、3)茂林寺沼南岸整備に関する意向調査、以上の3項目である。

調査は、館林市役所花のまち観光課とともに実施し、住民基本台帳から町丁目別は無作為抽出を行った被験者 959 人（茂林寺周辺地域（堀工町、西美園町、東美園町、南美園町、美園町、分福町）：抽出率 6%（192 人）、その他の地域：3%（767 人））を対象として郵送配付・郵送回収形式により実施している。調査期間は、平成 26 年 10 月中旬から 10 月末日までで、有効回収数 411 枚（回収率：43%）を得ることができた。

3.1 サンプルの個人属性

表 1 は、サンプルの居住地別性別年齢階層別サンプル数を示したものである。居住地分布では、茂林寺周辺地域居住者：80 名(19%)、その他の地域居住者：312 名 (79%) となっている。この比率は、配布時の比率とほぼ等しく、地域別には偏りないと考えられる。また、性別では男性：40%、女性：56%と若干女性の比率が高いこと、年齢階層では 40 歳代から 60 歳代で全体の約 6 割を占めており、母集団である館林市民から概ね偏りなくサンプルを確保できていると考えられる。

表 1 サンプルの性年齢階層別サンプル数・構成比率

	茂林寺 周辺地域	その他の 地域	不明	合計	構成比率
男性・10歳代	1	5		6	1%
男性・20歳代	4	10		14	3%
男性・30歳代	3	18		21	5%
男性・40歳代	5	28		33	8%
男性・50歳代	5	15		20	5%
男性・60歳代	10	36		46	11%
男性・70歳代	4	17		21	5%
男性・80歳代		3		3	1%
男性・小計	32	132		164	40%
女性・10歳代		4		4	1%
女性・20歳代	4	15		19	5%
女性・30歳代	6	19	1	26	6%
女性・40歳代	10	38	2	50	12%
女性・50歳代	9	30	1	40	10%
女性・60歳代	14	44		58	14%
女性・70歳代	4	27		31	8%
女性・80歳代	1	1		2	0%
女性・小計	48	178	4	230	56%
不明		2	15	17	4%
総計	80	312	19	411	100%
構成比率	19%	76%	5%	100%	

3.2 茂林寺周辺地域への来訪実態

次に、現在の茂林寺周辺地域への来訪実態の把握を行った。集計にあたっては、アンケートにおける分析対象地点 3 箇所への来訪頻度、ならびに主な来訪目的と主な同伴者の回答データを用いている。

まず、茂林寺は、曹洞宗寺院、室町時代中期（応永 33（1426）年）に大林正通禅師により開山された寺院であり、昔話「分福茶釜」の舞台にもなっている。境内には天然記念物である茂林寺のラカンマキ（平成 7 年 3 月 24 日指定）があるとともに、山門周辺には狸像が並んで鎮座したり、小説「再び草の野に（田山花袋著）」の舞台にもなっている。

表 2 にしめすように茂林寺への来訪頻度では、サンプル全体で数年に 1 回以下：64%、年に 1 回以上(16%)、半年に 1 回以上(14%)とつづいており、訪問頻度が 1 年に 1 回未満のサンプルが過半数を占める。これを居住地別に区分すると、周辺地域では年に 1 回以上、半年に 1 回以上がともに 25%を占めるとともに月に 1 回以上の割合も 14%と高いことがわかる。茂林寺との近接性によって利用頻度が高くなっており、最寄りの活動場所、目的地として位置づけできるといえる。これと類似した回答分布になっているのが茂林寺沼であり、周辺地域居住者の頻度の高さが特徴的である。

それに対して、トレジャーガーデンは茂林寺周辺地域居住者でも頻度が必ずしも高くなく、その原因として有料施設であること、主な魅力である花の開花が特定の時期であること、などが考えられる。

表 2 地点別居住地別茂林寺周辺地域への来訪頻度（上表：サンプル数、下表：構成比率）

	茂林寺			ザ・トレジャーガーデン			茂林寺沼		
	茂林寺 周辺地域	その他 地域	合計	茂林寺 周辺地域	その他 地域	合計	茂林寺 周辺地域	その他 地域	合計
①毎日		1	1			0	1		1
②週に1回以上	2	1	3	1		1	5	1	6
③月に1回以上	11	10	21		5	5	6	9	15
④半年に1回以上	20	34	54	12	16	28	16	18	34
⑤年に1回以上	20	41	61	13	46	59	14	30	44
⑥数年に1回以下	26	221	247	49	217	266	33	222	255
不明	1	4	5	5	28	33	5	32	37
合計	80	312	392	80	312	392	80	312	392

	茂林寺			ザ・トレジャーガーデン			茂林寺沼		
	茂林寺 周辺地域	その他 地域	合計	茂林寺 周辺地域	その他 地域	合計	茂林寺 周辺地域	その他 地域	合計
①毎日	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%
②週に1回以上	3%	0%	1%	1%	0%	0%	7%	0%	2%
③月に1回以上	14%	3%	5%	0%	2%	1%	8%	3%	4%
④半年に1回以上	25%	11%	14%	16%	6%	8%	21%	6%	10%
⑤年に1回以上	25%	13%	16%	17%	16%	16%	19%	11%	12%
⑥数年に1回以下	33%	72%	64%	65%	76%	74%	44%	79%	72%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

では、対象地点への来訪時の目的、同伴者はどのようになっているのであろうか。回答の信頼性の観点ならびにより来訪頻度が高いサンプルの実態に着目するために、年に 1 回以上の被験者に限定して、その来訪目的、同伴者について把握を行った。

まず、表3に示す茂林寺の来訪目的をみると、拝観：33%、墓参り：12%とお寺固有の来訪形態が約半数を占める一方、イベント（17%）、散歩（13%）などそれ以外の来訪目的も半数を占めていることがわかる。さらに、来訪目的別に来訪頻度構成比率をみると、イベント、フリーマーケット、散歩目的の来訪頻度は半年に1回以上や月1回以上も比較的みられ、イベント開催などによる来訪動機が醸成されていると考えられる。また来訪目的別の同伴者構成比率をみると、拝観、墓参り目的の同伴者では家族（中学生以下の子どもを含む家族、その他家族）の割合が高いが、散歩、フリーマーケットでは1人の割合も高く、異なった来訪形態を有していることがわかる。

表3 茂林寺への来訪実態（上表：来訪目的構成比率、下表：同伴者構成比率）

	①拝観	②墓参り	③イベント	④フリーマーケット	⑤散歩	⑥その他	合計
週に1回以上	2%	0%	0%	0%	11%	7%	3%
月に1回以上	6%	11%	21%	13%	26%	18%	14%
半年に1回以上	35%	44%	50%	50%	37%	29%	39%
年に1回以上	56%	44%	29%	38%	26%	46%	43%
サンプル数合計	48	18	24	8	19	28	145
構成比率	33%	12%	17%	6%	13%	19%	100%

	①拝観	②墓参り	③イベント	④フリーマーケット	⑤散歩	⑥その他	合計
①中学生以下の子どもを含む家族	17%	17%	29%	25%	11%	7%	17%
②その他家族	42%	78%	33%	0%	21%	29%	37%
③友人・知人	21%	0%	21%	13%	21%	18%	17%
④1人	15%	6%	13%	63%	32%	21%	19%
⑤その他	6%	0%	4%	0%	16%	25%	10%
サンプル数合計	48	18	24	8	19	28	145
構成比率	33%	12%	17%	6%	13%	19%	100%

表4 ザ・トレジャーガーデンへの来訪実態（上表：来訪目的構成比率、下表：同伴者構成比率）

	①花の鑑賞	②レストラン利用	③その他	合計
週に1回以上	1%	0%	0%	1%
月に1回以上	5%	20%	0%	5%
半年に1回以上	32%	40%	25%	32%
年に1回以上	62%	40%	75%	62%
サンプル数合計	84	5	8	97
構成比率	87%	5%	8%	100%

	①花の鑑賞	②レストラン利用	③その他	合計
①中学生以下の子どもを含む家族	15%	20%	0%	14%
②その他家族	35%	0%	25%	32%
③友人・知人	36%	60%	25%	36%
④1人	12%	20%	50%	15%
⑤その他	2%	0%	0%	2%
サンプル数合計	84	5	8	97
構成比率	87%	5%	8%	100%

次に、ザ・トレジャーガーデンであるが、野鳥の森自然公園の西側に隣接する約 80,000m²のガーデン施設であり、芝桜のガーデン、青のガーデン、水辺の ROSE ガーデン、ロングボーダーガーデンの 4 つを有するとともに、聖ペテロ&パウロ教会があり、結婚式も挙行可能である。

表 4 はザ・トレジャーガーデンの来訪実態であるが、花の鑑賞目的が約 9 割を占めていること、中学生以下の子どもの同伴以外の家族（夫婦二人、親と成年した子供といった家族など）での同伴、ならびに友人・知人で年に 1 回程度来訪するという来訪形態の多さが推察できる。春の芝桜、桜、さらにはバラや秋のローズガーデンなどが充実しており、これらを目的とした大人への訴求力が強い施設と考えることができる。

最後に取り上げる茂林寺沼及び低地湿源であるが、館林市の市街地南端に位置しており、沼の広さは 1.5ha 弱である。一帯は平地に残された典型的な低地湿原として、昭和 35 年に県指定天然記念物となった。しかも、東毛池沼群の多くが埋め立てや浚渫による池盆形態が著しく改変された中で、茂林寺沼は唯一ほぼ天然の状態が残った貴重な沼と考えられる。

この茂林寺への来訪目的では、散歩・散策が全体の 8 割を超え、市民の憩いの場になっていると考えられ、来訪頻度も月に 1 回以上が約 1/4 を占めていること、同伴者が子供以外の家族や一人という形態が多いのも特徴といえる。これより、自然が豊富に残る中で、散歩・散策を行うフィールドとしての機能が大きいと考えることができる。（表 5）

表 5 茂林寺沼への来訪実態（上表：来訪目的構成比率、下表：同伴者構成比率）

	①植物の鑑賞	②散歩・散策	③その他	合計
週に1回以上	0%	9%	0%	8%
月に1回以上	0%	16%	17%	14%
半年に1回以上	42%	33%	33%	34%
年に1回以上	58%	41%	50%	44%
サンプル数合計	12	87	6	105
構成比率	11%	83%	6%	100%

	①植物の鑑賞	②散歩・散策	③その他	合計
①中学生以下の子どもを含む家族	17%	13%	0%	12%
②その他家族	25%	32%	17%	30%
③友人・知人	33%	16%	17%	18%
④1人	25%	32%	17%	30%
⑤その他	0%	7%	50%	9%
サンプル数合計	12	87	6	105
構成比率	11%	83%	6%	100%

以上の集計結果より、茂林寺周辺地域への来訪頻度は1年に1回未満のサンプルが多くみられ、日常的に立ち寄る形態としては散歩による利用がみとめられた。

これから、茂林寺周辺地域のより有効な利活用の方向性として、現状でも比較的利用が多い来訪形態を維持、伸ばしていくことが第一義的に重要と考えられる。これとあわせて、既存の利用のされ方やそのきっかけとなった資源の特徴、特性（寺院、自然など）と異なった特色付けを行い、現在顕在化していない利用形態を増加させることも考えられる。

前者のアプローチは現在でもある程度の利用がみとめられるため、それに合わせた整備によっ

て利用者の便益や利便性の向上が考えられる一方、新たなマーケットの獲得は困難をとまなう。それに対して、後者の考え方は、現状では需要が顕在化していないため、適切に推進した場合には純増となる利用者を想定できるものの、全く新たな価値付け、魅力創出は非常に困難であり、適当な規模や施設・環境整備に留意する必要があると考えられる。

なお、本分析は館林市民に限定したものであるため、より大きなマーケットが存在する首都圏などを対象にすることも考えられるが、日常的な利用がある程度存在しないと、施設の収益やそもそも地域のにぎわいの創出などの達成が困難と考えられるため、マーケットやターゲットの設定に十分留意する必要がある。

3.3 茂林寺沼南岸整備に関する意向調査

現在、館林市は茂林寺沼南岸の羽衣会館跡地の有効利用を検討している。上述したように現状のユーザーに対する利便性の向上に加え、あらたな価値を付加しながら茂林寺周辺地域の有効な利活用について様々な角度から検討が行われている。

そこで、市民対象のアンケート調査では、これまでの検討において整備メニューとして示された13項目を提示し、利用意向の高い上位3項目以内を回答する設問を設けた。表6は、13項目それぞれの指摘率（各項目を指摘した回答数合計/有効回答者数）を示したものである。表の最右欄にサンプル全体の指摘率を示した。上位より、①物販コーナー（地元の野菜やおみやげ品の販売）、②（遊具を含む）芝生広場、③花園（花の咲く樹木の庭園）、④レストラン・カフェ（飲み物・軽食が可能）までが、指摘率30%を超えている。地元の野菜の購入といった食材の購入や軽食等が取れるカフェ等、購買をとまなう利用意向が高いとともに、平日の放課後や休日の利用が考えられる憩いの空間機能を有する芝生広場、ザ・トレジャーガーデンや茂林寺沼と同じカテゴリーである「自然資源」に区分される「花園」の一体的整備などから、自然保全を重視した回答が多いと考えられる。

表6 茂林寺周辺地域における整備メニューの指摘率

	来訪頻度			居住地		年齢階層				合計
	月1回以上	年1回以上	年1回未満	周辺地域	その他地域	29歳以下	49歳以下	69歳以下	70歳以上	
①物販コーナー	50%	38%	34%	43%	36%	26%	39%	39%	34%	37%
②芝生広場	25%	30%	34%	38%	31%	37%	38%	27%	29%	32%
③花園	36%	41%	26%	30%	33%	19%	15%	42%	51%	32%
④レストラン・カフェ	31%	32%	33%	30%	32%	40%	25%	34%	34%	31%
⑤清潔感のあるトイレ	22%	24%	32%	19%	29%	21%	31%	29%	19%	27%
⑥バーベキュー施設	19%	21%	30%	25%	27%	47%	37%	16%	12%	26%
⑦野外ステージ	6%	16%	11%	10%	13%	19%	16%	9%	10%	13%
⑧野外展望台	11%	4%	12%	8%	10%	9%	11%	10%	5%	10%
⑨子ども広場	0%	9%	10%	10%	8%	14%	12%	7%	2%	9%
⑩ミニシアター	11%	4%	7%	5%	7%	16%	5%	6%	5%	7%
⑪体験教室	3%	8%	6%	5%	7%	9%	8%	4%	7%	7%
⑫市民活動・交流スペース	8%	4%	2%	3%	4%	2%	2%	5%	3%	4%
⑬観光情報発信の場	3%	6%	0%	0%	4%	0%	1%	4%	7%	3%
平均回答数	2.3	2.4	2.4	2.2	2.4	2.6	2.4	2.3	2.2	2.4

※凡例 濃灰：50%以上、灰：30%以上

この回答は、来訪頻度や居住地、年齢階層によって異なると考えられるため、属性別に指摘率を算出した。まず、頻度別では、月1回以上の来訪者は物販に対する利用意向が増加しているのに対して、芝生広場は低下している。一方、頻度少ない被験者はトイレやバーベキュー施設に対する意向が強くなっている。

また、年齢階層によっても回答性向が異なり、49歳以下はバーベキュー施設や芝生広場の指摘率が高い一方、50歳以上で花園の指摘率が高い。これらは、年齢階層による志向や世帯構成・同居者などを反映したものと考えられる。これに対して、茂林寺周辺地域とその他地域に区分した居住地では、指摘率上位4位に差異がみられない。これより、整備メニューへの指摘率は、来訪頻度や年齢階層によって規定されると考えられるとともに、地域の整備にあたっては想定する利用者層を明確に設定する必要性が高いといえる。

4. 本年度の取組み-2. 旅行事業者アンケート

館林市の観光資源の再確認とその有効利用策検討を目的として、館林周辺に支店をもつ旅行会社を中心としたアンケート調査を実施した。アンケート調査は郵送配布郵送回収方式によって任意に抽出された旅行会社50社を対象に実施したところ、5社より回答があった。実施時期は平成26年11月のため業務多忙や、記入式の回答があったことが回収数の低い原因として考えられる。なお、回答5社の業務内容は下記のとおりである。

3社：企画旅行造成(受注企画旅行、募集型企画旅行)ならびに旅行商品の販売、添乗

1社：企画旅行造成(受注企画旅行、募集型企画旅行)ならびに旅行商品の販売

1社：企画旅行造成

4.1 ツアー造成にあたっての主要コンセプト・館林市を訪れるバスツアーとしての商品の特徴

旅行造成にあたっての商品設計の主要コンセプトは、貸切バスを利用しながら、桜、紅葉、シニア層に魅力のあるスポットなど風景・景観を重視したコースを設けるとのことであった。また、「商品のコンセプトを明確に定めて販売することが重要」とのコメントがあり、購入者へわかりやすく、魅力的な商品造成が重要といえる。なお、バスツアーの主な顧客層は、男女ともに50歳以上のシニア世代である。

また、回答5社中、2社が館林に立ち寄るバスツアーを造成している。その特徴として、それぞれ「足利フラワーパーク（藤の時期）とあわせた分福茶釜を体験するツアー（過去10数年実施しているヒット商品）」と「時期的につつじと足利の大藤（市内の芝桜などと3大花めぐりを行う商品）」とのことであった。言い換えると2社とも足利フラワーパークとタイアップしながら、「つつじ」と「大藤」の「花」をつなぎとしたバスツアーであるといえ、「花」以外をテーマにしたツアーはないことがわかる。

4.2 館林市の観光資源に対する評価

顧客に旅行商品を造成・販売すると仮定した上で、館林市の「観光資源」の強みについて質問したところ、「つつじ」、「つつじまつり」、「花菖蒲まつり」が指摘され、花に関連した資源やイベントに回答が集中しているといえる。一方、観光資源の弱みとして、「魅力が小さい」、「知名度がない」、「資源と観光客ニーズがマッチしていない」などがあり、旅行会社やツアー利用者から見

る館林市は観光地としての認識が薄いととも考えられる。そのため、より魅力ある資源やイベントを紹介するとともに、近隣観光地との周遊を図ることで、これら問題点の改善が可能とも推察できる。

また、館林市を訪れるバスツアーを企画すると仮定した場合、館林市にあると良いと思う観光素材や施設について質問したところ、「食文化」、「歴史体験」、「イベント参加」よりも「自然体験」の指摘率が、若干高かった。館林市ならではの「食文化」に触れることや「イベントに参加」すること等、その場でしか出来ないコンテンツが含まれたツアー造成を行うことが、旅行参加への強い動機付けになると解釈できる。その一方で、「現在、大人数を受け入れる体制がまだ整っていない」や「団体客向け飲食店、大型駐車場など、団体客を収容できる設備を整えていくことが重要」といった指摘もあり、これらの必要条件を積極的に満たしながら、さらに体験メニューの増大など観光目的地としてより魅力的になる十分条件も合わせて整備する必要性が高い。

4.3 周辺観光地とのタイアップについて

2014年6月、群馬県富岡市にある富岡製糸場は世界文化遺産に登録された。同一県内にあるとともに、大きな集客力を有するため、それらとの周遊、タイアップした観光振興方策も考えることができる。そこで、これらについて旅行会社への意向、フィージビリティについて質問したところ、「バス駐車場の確保及び告知が問題」、「富岡製糸場の団体駐車場の予約がとれない」、「館林もつつじの季節は渋滞が多く、時間帯が読みづらい」、「大混雑で日帰りツアーとしては困難」といった問題点、課題の指摘がなされた。登録直後のために一時的な来訪ピークとなっており、それらが一巡した状況を勘案しながら、再度検討する必要があるといえる。

しかしながら、他の観光スポットと補完しながらより魅力的なツアー造成を行うことは重要と考えられるため、周辺観光地とタイアップや、周遊を図ることに対する効果や問題点についてあわせて質問したところ、「日帰り圏内であるため、周遊に限度がある」、「ターゲットの客層は群馬県・栃木県内には魅力を感じない」、「埼玉起点では近すぎるため、よほど強力な素材（花）以外では難しい」といった問題点の指摘があった。現状で十分な周遊コースが設定されていない問題点を丹念に解消することが重要といえる。その上で、周遊のための仕掛けとして「各所とタイアップした割引券」や「スタンプラリー」とともに、「お花以外の観光資源のアピール」、「各種イベントの取組について検討し宣伝すること」がより重要になるとの指摘があった。これより、現在ある資源の宣伝に加え、魅力ある仕掛け、設定を設けることによって、少しでも多くの方に興味を持ってもらい、館林観光自体を訴求することが重要と考えられる。

4.4 旅行事業者アンケートのまとめ

館林市の観光資源の有効利用策検討を主たる目的として旅行会社を対象にアンケート調査を行った。その結果、つつじが丘公園やザ・トレジャーガーデン以外の観光施設の更なる魅力度の向上を図るとともに、プロモーション強化や体験型観光資源の造成(例：工場見学)などによって新たなマーケットである若い世代呼び込むことが重要と考えられた。そのため、潜在化している館林市の新しい観光資源を再発見し、周辺施設との更なるタイアップ、プロモーション強化を行うことが、館林市観光の魅力の多様化をもたらし、地道な観光振興の第1歩になると考えられた。なお、本調査は、アンケート調査のため、旅行会社の考え方や他地域との競合についての認識を更

に深掘りする必要があると考えられる。研究期間も終わりに近づいてきているが、2社程度、旅行会社を対象としたヒアリングを実施し、本調査の補完を行う必要性が高いと考えられる。

5. まとめ

本調査研究では、茂林寺周辺地域の利用実態や有効利用案に対する市民意向を把握するとともに、館林市の観光資源、観光プロモーションに対する旅行事業者の意向把握を目的として、市民および旅行事業者を対象としたアンケート調査を実施した。

市民アンケートでは、茂林寺周辺地域への来訪頻度は1年に1回未満のサンプルが多くみられ、日常的に立ち寄る形態としては散歩による利用がみとめられたこと、整備メニュー13項目に対する利用意向では、①物販コーナー、②芝生広場、③花園、④レストラン・カフェの指摘率が高いとともに、来訪頻度や年齢階層によって利用意向が異なるため、地域整備にあたっては想定する利用者層を明確に設定する必要性が高いことが明らかとなった。

一方、旅行会社へのアンケートでは、少数の回答にとどまったが、1) ツアー造成にあたっての主要コンセプト、2) 館林市を訪れるバスツアーとしての商品の特徴、3) 館林市の観光資源に対する評価、4) 周辺観光地とのタイアップ、それぞれについて把握することができた。特に、現状の館林の強みとして、「つつじ」、「つつじまつり」、「花菖蒲まつり」などの花に関連した資源と各種イベントが指摘されたこと、それに対して観光資源の弱みとして、「魅力が小さい」、「知名度がない」、「資源と観光客ニーズがマッチしていない」などの指摘があったことが特徴といえる。館林市ならではの「食文化」に触れることや「イベントに参加する」こと等、その場でしか体験出来ないコンテンツを含むツアー造成を行うことが、旅行参加への強い動機付けになると解釈ができ、その1つに工場見学も指摘された。

館林市の観光振興を考えた場合、東京五輪を見据えながら地域振興の枠組みの設定とそれに対する観光マーケティング実施に向けた仕組みの検討が必要と考えられる。その大きな方向性の中で、茂林寺周辺地域の振興を誰のどんな利用場面を想定しながら、どのように、どのようなタイムスパンで検討を進めるのか考える必要がある。そして、研究面における今後の課題としては、観光入り込み客数の需要推定や、収益や費用を考慮した財務分析、観光による経済効果分析などが考えられる。

参考文献

観るなび(公益社団法人 日本観光振興協会) : <http://www.nihon-kankou.or.jp/> (2015.1.4 閲覧)
群馬県観光客数・消費額調査(群馬県) : <http://toukei.pref.gunma.jp/kankou/> (2015.1.4 閲覧)