

愛媛県松山市における観光の現況と課題

Current status and future issues on Tourism in Matsuyama-shi, Ehime Prefecture.

助重雄久・稲場さくら・川平靖晃・木村昌平・清水 光・
寺崎航太・中山恵輔・浜坂美紅・松本開成・于 馨雨

SUKESHIGE Takehisa, INABA Sakura, KAWAHIRA Yasuaki, KIMURA Shohei, SHIMIZU Hikaru,
TERASAKI Kouta, NAKAYAMA Keisuke, HAMASAKA Miku, MATSUMOTO Kaisei, YU Xinyu

本研究では入り込みが伸び悩んでいる松山市の観光について、統計データの分析と観光客へのアンケートの結果をもとに考察した。松山の二大観光地である道後温泉と松山城は入込客も安定しているが、坂の上の雲ミュージアムなど二大観光地以外の観光地・観光スポットを訪れる人は少ない。二大観光地を両方巡っても1日あれば事足りてしまうため、日帰り客や1泊しかしない客が多くなる。多くの観光地や観光施設を巡ってもらうことで滞在期間を延ばすことが、松山観光にとって最大の課題といえる。

課題を解決するには、二大観光地と他の観光地を結びつけて周遊させることが必要である。また、周辺にある伝統工芸品や特産物の産地で体験や工場見学などの産業観光を発展させ、市内観光と組み合わせることで滞在期間を延ばすことも求められる。二大観光地以外の観光地・観光施設は大人向けのものが多いため、SNSに写真をアップする機会が多い50歳代をターゲットとした取り組みを行い、「大人の視点」で撮った写真やコメントを拡散してもらうことで集客を図るといった取り組みも試す必要がある。

キーワード：愛媛県、松山市、松山城、道後温泉、観光

I はじめに

1980～1990年代にかけては円高・ドル安が急激に進行し、海外旅行が急増した。この結果、九州をはじめとする伝統的な国内観光地は、軒並み観光不況に見舞われた。これとは対照的に、愛媛県の観光は1988年の瀬戸大橋開通から1999年のしまなみ海道開通にかけて活況を呈し、1999年の観光客数は2,650万人に達した¹⁾。その後、観光客数は2014年まで2,300～2,500万人の間で増減を繰り返したが、2015年以降はインバウンドの増加や「えひめいやしの南予博」等のイベント、しまなみ海道サイクリング等による集客効果が現れ、2016年には過去最高の2,745万人を記録した²⁾。

こうしたなかで、四国で最大の都市である松山市は、松山城、道後温泉という二大観光地を擁している。松山城は加藤嘉明が築城した平山城で、日本で12か所しか残っていない「現存12天守」のうちのひとつである。また、道後温泉本館は1894(明治27)年に道後湯之町初代町長であっ

た伊佐庭如矢の尽力で、町の収入の約 200 倍の建設費を投じて建設された瓦葺き木造三層の建築で³⁾、1994 年には公衆浴場として初めて国の重要文化財に指定された。また、2007 年には松山城とともに「美しい日本の歴史的風土 100 選」に選定された。2018 年度の四国における観光施設別入込数では松山城ロープウェイ・リフト(128 万人)が 1 位、道後温泉旅館協同組合(78 万人)が 4 位となった⁴⁾。

また、2014 年には道後温泉と最先端のアートを融合させた「道後オンセナート」を開催し、若い女性の取り込みを図った。この結果、道後温泉は楽天トラベルの「ココロ潤う。おんな一人旅に人気の温泉ランキング」で 2014 年度から 3 年連続全国 1 位、環境省・観光庁・民間企業が参加する「うるおい日本プロジェクト」が開催した「温泉総選挙 2016」の女子旅部門で全国 1 位を獲得した⁵⁾。しかし、松山市の観光入込客数は 2018 年に至っても、しまなみ海道が開通した 1999 年の 609.8 万人を上回れず、伸び悩みの状況が長らく続いている。

本研究では、上記のような状況のなかで、松山市の観光がどのような課題を抱えているのかを検討することを目的とする。手法としては、まず松山市等が公表している既存データの分析により観光の動向を把握する。続いて、松山城下や道後温泉周辺で実施した観光客へのアンケート結果をもとに、松山までの移動手段や市内および周辺地域での観光行動等を把握する。それらの結果をもとに松山市の観光が抱える課題を明らかにし、解決策についても若干の提案を試みる。

II 松山市の地域概要と観光の動向

1. 自然環境

松山市は愛媛県のほぼ中央にある松山平野に位置している。市街地は三方を 1,000 メートル級の山岳に囲まれており、東には西日本の最高峰である石鎚山(1,982m)をはじめとする四国山地がある。西は波静かで温暖な瀬戸内海に面している。また、市の南側を東西に走る中央構造線上に道後温泉が湧出している。市域は、東西 40.3 km、南北 42.9km、総面積は、429.05km²である⁶⁾。

気候は温暖な瀬戸内海気候に属し、年平均気温 16.5 度、年間降水量約 1,300mm で、6 月に多く 12 月に少ない夏雨型となっている。また、年間降雪日数は 12.9 日、積雪日数は 2.3 日であり、積雪もごくわずかである。台風の通過も太平洋側の高知県や徳島県に比べれば少なく、穏やかな気候条件である反面、降水量は少なめであるため、水不足になりやすい⁷⁾。

2. 人文・社会的環境

松山市は、1945 年 7 月 26 日深夜から 27 日未明にかけての「松山大空襲」によって市街地の大部分を焼失した。しかし、第二次世界大戦後にはいち早く復興にとりかかり、一番町から三番町はビジネス街、大街道や港町は商店街として整備された。

松山市の人口は 1981 年に 402,891 人となり、その後も年に 1,000~5,000 人程度の増加が続いた。北条市、中島町と合併した 2005 年の人口は 512,982 人で、四国初の 50 万都市となった。しかし、人口の伸びは鈍化し、2013 年以降は 6 年連続で減少した。2018 年の年初人口は 512,479 人であったが、12 月 31 日には 510,829 人となり、1 年で 1,650 人減少した。このうち 1,513 人が自然減であることからわかるように、ここ数年は自然減が目立つようになっている⁸⁾。

3. 『坂の上の雲』を活かした観光まちづくり

松山市は、多くの文人を輩出する地方文化の拠点としての役割も果たしてきた。その中でも、俳句と根強くかかわり合った歴史を歩んできた。明治を代表する俳人として名高い正岡子規は松山出身であり、近代俳句、短歌、文章の革新に力を注いだ。

その子規と、草創期の日本騎兵を育てた秋山好古、日本海軍における近代戦術を確立した好古の弟・真之の三人の人生をたどりながら近代国家の仲間入りをしようとした明治の日本を描いたのが、司馬遼太郎の歴史小説『坂の上の雲』である⁹⁾。『坂の上の雲』は司馬が40代のほとんどを費やして完成させた大作で、産経新聞夕刊に1968年4月～1972年8月に連載された。『坂の上の雲』はNHKのスペシャルドラマとして映像化されて、2009～2011年の3年間にわたり放送され、松山市が主な舞台として脚光を浴びた¹⁰⁾。

松山市では、ドラマの放映にさきがけて『坂の上の雲』を活かした市民参加のまちづくりを提唱し、それを進めるために「フィールドミュージアム構想」を掲げている¹¹⁾。この構想では松山市内に点在する小説ゆかりの地をはじめとした地域資源を一つの作品にたとえ、市内全体を「屋根のない博物館」に見立てて、まちの魅力を紹介し高めていく。具体的には松山城を中心とした「センターゾーン」、それぞれ地域特性を持った6つの「サブセンターゾーン」、個別の地域資源「サテライト」を市内に設定し、それぞれのゾーンで地域資源の活用、再発見に取り組んでいる。また、『坂の上の雲』を活かしたまちづくりの中核施設として、2007年4月28日に坂の上の雲ミュージアムが松山城南麓の一番町に開館した。

Ⅲ 統計からみた観光の動向

1. 松山市の観光入込客数

松山市における観光入込客数の総計(推計)は、2007年には507.4万人であったが、ドラマ『坂の上の雲』が放映されていた2010年には588.4万人に増加した(図1)。その後2016年までは緩やかな増減を繰り返しながら、550～580万人台で推移していたが、2017年には第72回国民体育大会(愛顔つなぐえひめ国体)および第17回全国障害者スポーツ大会(愛顔つなぐえひめ大会)の開催やインバウンドの増加もあって600万人を超えた。

県外客(市内に宿泊した外国人を含む)と県内客の数は、2010～2016年の間それぞれ400万人前後と170万人前後でほぼ横ばいとなっていたが、2017年は前述した「えひめ国体・えひめ大会」の影響もあって県外客が421.4万人に増加した。しかし2018年は7月豪雨による直接的被害や風評被害によって夏期の入り込みが減り、各種イベントも中止になったことに加え、前年の「えひめ国体・えひめ大会」の反動減もあって312.6万人に急減した¹²⁾。一方、県内客の来訪は大幅に増えたため、観光入込客数の総計は前年に比べ微増した。

外国人観光客数(推計)は2012年まで2～4万人台で推移していたが、アベノミクスによる円安や政府のインバウンド誘致策によって2013年には63,600人、2015年には133,800人と急増した。さらに2017年11月に韓国のLCCチェジュ航空の松山ーソウル線が開設されたことから、韓国からの観光客が急増し、2018年の外国人観光客数は217,400人となった¹³⁾。

2. 松山市内の主要観光地・観光施設の利用者数

松山市を訪れる観光客の多くは、道後温泉や松山城を訪れる。ここでは、前記2カ所に坂の上の雲ミュージアムを加えた3カ所について2007～2018年の利用者数の推移をみていこう(図2)。

道後温泉の入浴者総数(霊の湯、神の湯、椿の湯と2017年12月26日に開館した飛鳥乃温泉の入館者数の総計)は、2007年以降つねに100万人を超えており、松山市内でも圧倒的な集客力をもつ観光施設といえる。学校の休暇期間中やゴールデンウィークなどまとまった休日が取りやす

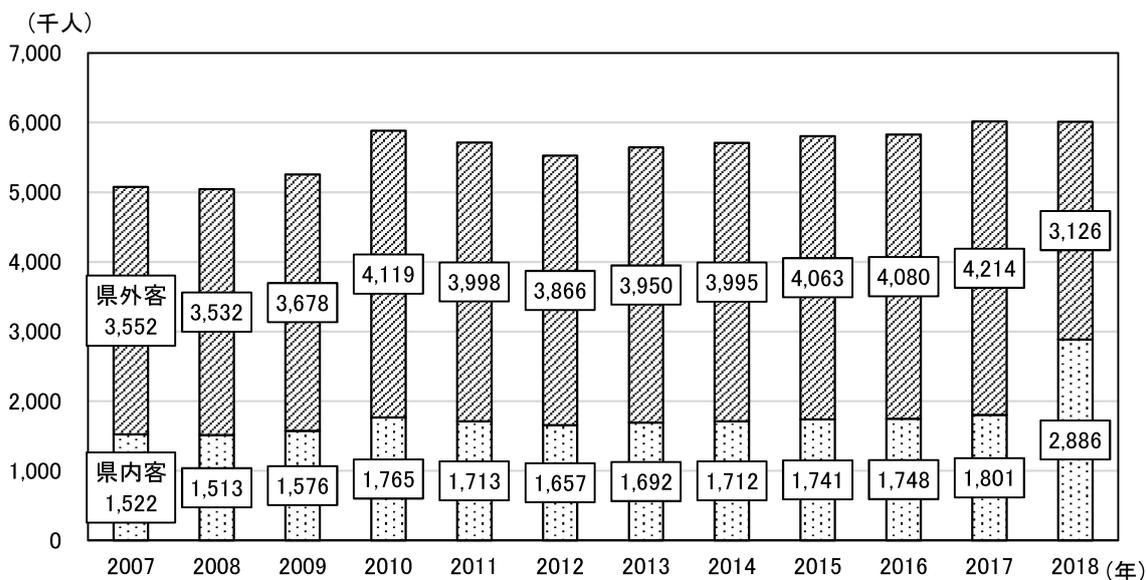


図1 松山市における観光入込客数の推移(2007～2018年)

資料：松山市観光・国際交流課による

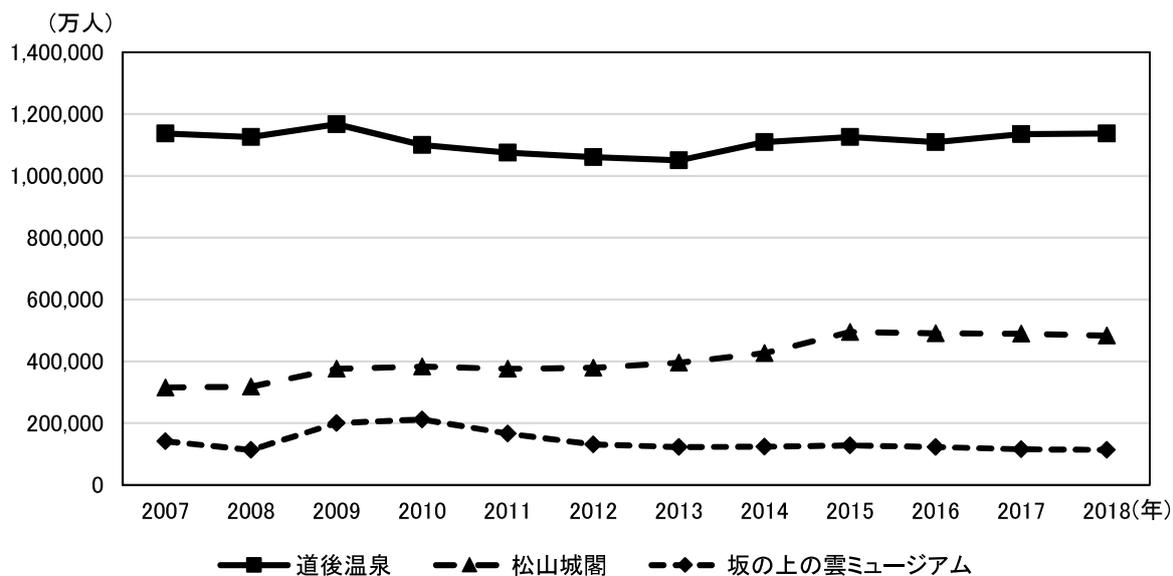


図2 松山市における主要観光施設の利用者数(2007～2018年)

資料：松山市道後温泉事務所、松山市観光・国際交流課、松山市坂の上の雲ミュージアム事務所による

い時期にはとくに多くの観光客が訪れる。2018年における入館者総数は1,136,449人であったが、このうち回数券(11回券)や月受入浴券(1か月で15回または31回入館可能)を除く一般入浴券で入館した人は954,291人(84.0%)にのぼっており、回数券や月受入浴券を利用する地元の常連客よりも、1回限り有効の一般入浴券で入館する観光客が多いと考えられる。

松山城閣の有料観覧者数は、2007年には315,199人であったが、2014年には426,346人に増えた。その後は40万人台後半で推移し、2018年には483,655人となった。観覧者数が伸びた要因としては、外国人観光客の増加が考えられる。松山市最大の観光地は道後温泉であるが、外国人の中には全裸で入浴する習慣がなく、入館して温泉に入ることをためらう人も少なくない。また、『坂の上の雲』は日本の明治期を描いた小説で、必ずしも海外への知名度が高くないことから、結果として松山城の観覧者数が増えたと考えられる。また松山城は、①中心市街地から近い、②ロープウェイやリフトで登れるという他の城にない特徴がある、③独立した台地上に位置し松山平野や四国山地、瀬戸内海の景色を一望できることから、国内外を問わずSNS映えを求める観光客にもウケているのではないかと考えられる。

坂の上の雲ミュージアムの入館者数は、4月に開館した2007年は141,318人とどまったが、NHKのスペシャルドラマ『坂の上の雲』が放映された2009～2010年には20万人台に到達した。しかしドラマの放映が終わった2011年には165,999人に減少し、2013年以降は11～12万人台で低迷している。入館者数が減った要因としては、ドラマ化による『坂の上の雲』効果が、放映終了とともに薄れ、以後『坂の上の雲』が大きく注目されるような取り組みも行われていないことが考えられる。

IV 観光動向調査とその結果

1. 調査方法

本研究では、松山までのアクセス手段や松山市および周辺における観光行動を実証的に把握するため、2019年9月22日(日)～23日(月)に松山城下の「えひめ愛顔の観光物産館」からロープウェイ・リフト乗り場周辺にかけての公道上や、道後温泉駅から道後温泉本館に向かう道後商店街で観光動向調査(アンケート)を実施した。アンケート調査は前記の場所を散策していた観光客(県内からの観光客も含む)のなかから無作為に対象者を選んで、表1に示した質問項目に基づいて調査者が対象者(回答者)に質問する対面式で行い、188名から回答を得た。

2. 調査結果

1) 回答者の基本属性

回答者188名のうち男性は103名(54.8%)、女性は85名(45.2%)であった。年齢階層別では20歳未満8名(4.3%)、20歳代71名(37.8%)、30歳代33名(17.6%)、40歳代32名(17.0%)、50歳代33名(17.6%)、60歳代以上11名(5.9%)で、3分の1強を20歳代が占めていた。同伴者別では、ひとり旅が18名(9.6%)、夫婦・カップルが69名(36.7%)、家族が54名(28.7%)、友人が43名(22.9%)、グループ・団体が4名(2.1%)であった。

表1 調査用紙

松山市および周辺地域における観光行動に関するアンケート

富山国際大学現代社会学部観光専攻 助重ゼミ

1.お住まいはどちらですか？

- a. 県内 [市町村名:] b. 県外 [都道府県名:] c. [国名:]

2.どなたと何人で来られましたか？

- a. ひとり b. 夫婦・カップル c. 家族 []人 d. 友人 []人 e. グループ・団体等 []人

3.松山市に来るのに利用した交通手段を教えてください。

- a. 自家用車 b. レンタカー c. JR d. 高速バス e. 船・フェリー → []から
f. 観光バス (パックツアー) g. 観光バス (団体貸切) h. その他 []

4.松山市に来たのは何回目ですか？ a. 初めて b. []回目

5.松山市および周辺に来た主な目的はどれですか。1つだけお答え下さい。

- a. 市内観光 b. 温泉 c. 食 → 食べたい物 [] d. 船での島めぐり
e. しまなみ街道を渡る f. その他 []

6.今回の旅での宿泊日数を松山市と他地域に分けてお答えください。他地域については宿泊した場所(地名または旅館・ホテル名)もお答え下さい。

- a. 日帰り b. 宿泊 → 松山市 []泊 + 他地域 []泊 = 計 []泊
他地域での宿泊場所 []

7.松山市内に泊まった方にうかがいます。どのような宿泊施設を利用しましたか

- a. シティホテル・ビジネスホテル b. 温泉の旅館・ホテル c. 民宿 d. その他 []

8.今回の旅で訪れる(訪れた)松山市周辺の観光スポットすべてに○をつけてください(現在地を含みます)。

- a. 松山城 b. 道後温泉 c. 石手寺 d. 坂の上の雲ミュージアム e. 大観覧車くるりん
f. えひめ愛顔の観光物産館 g. 梅津寺駅 h. 下灘駅 i. 四国カルスト
j. 内子の町並み(八日市護国) k. しまなみ海道(来島海峡等) l. 大山祇神社
m. その他 []

9.上記8であげた観光スポットのうち、インスタグラム等のSNSに写真をアップした(またはアップしたい)観光地があれば、その記号を下のカッコ内に記入してください。

[]

10.松山市周辺の観光情報はどんな手段で入手しましたか？よく利用したものすべてに○をつけてください。

- a. 自治体・観光協会等のホームページ b. 民間の旅行予約サイトや旅行案内サイト
c. 観光パンフレット・マップ d. 旅行雑誌・ガイド(るるぶ、まっぷる、ことりっぷ等)
e. 現地の観光案内所 f. 口コミ・知人の紹介 g. 旅行者のSNSやブログ h. テレビ番組
i. その他 []

11.今回の旅で買った(または買う予定の)おみやげを教えてください。

[]

代表して回答された方の

【性別】 a. 男 b. 女

【年齢】 a. 20歳未満 b. 20歳代 c. 30歳代 d. 40歳代 e. 50歳代 f. 60歳以上

ご回答ありがとうございました。

2) 回答者の居住地

回答者 188 名のうち県外客は 137 名で、全体の 72.9% を占めていた。都府県別では東京都の 19 名 (10.1%) がもっとも多く、以下は大阪府 18 名 (9.6%)、広島県 15 名 (8.0%)、兵庫県 14 名 (7.4%)、神奈川県と岡山県が各 10 名 (それぞれ 5.3%)、愛知県・山口県・香川県が各 6 名 (それぞれ 3.2%)、福岡県が 5 名 (2.7%) の順であった (4 名以下は省略)。地方別にみると、愛媛県を除く中国・四国地方が 48 名 (25.5%)、近畿地方 37 名 (19.7%)、関東地方 34 名 (18.1%)、中部地方と九州・沖縄地方が各 9 名 (それぞれ 4.8%) であり、中国・四国地方の近隣県と、陸路・空路の双方でアクセスしやすい近畿地方、航空便が多い関東地方からの来訪者が目立った。一方北海道と東北地方からはひとりも来訪していなかった。

県内客は 35 名 (18.6%) で、このうち松山市内が 23 名を占めていた。その他は西条市が 2 名、今治市・宇和島市・新居浜市・四国中央市・久万町が各 1 名、市町村無回答が 5 名であった。また、外国人観光客は 16 名 (8.5%) で、国・地域別ではドイツと台湾が各 4 名、中国とアメリカが各 2 名、リトアニア・ベルギー・スイス・ブラジルが各 1 名であった。

3) 利用交通手段

松山市に来るのに利用した交通手段は自家用車が 84 名 (44.6%) でもっとも多かった。なかでも県内客は 35 名中 23 名が自家用車を利用していた。また、愛媛県を除く中国・四国地方からの客も 48 名中 36 名が自家用車を利用していた。また、兵庫県からの客も 14 名中 10 名が自家用車を利用していた。兵庫県の場合は、神戸淡路鳴門自動車道経由で四国に入ってから愛媛県内に入るまでに高松自動車道経由と徳島自動車道経由の 2 ルートを選択でき、他の本四架橋経由よりも利便性や回遊性が高いためと考えられる。

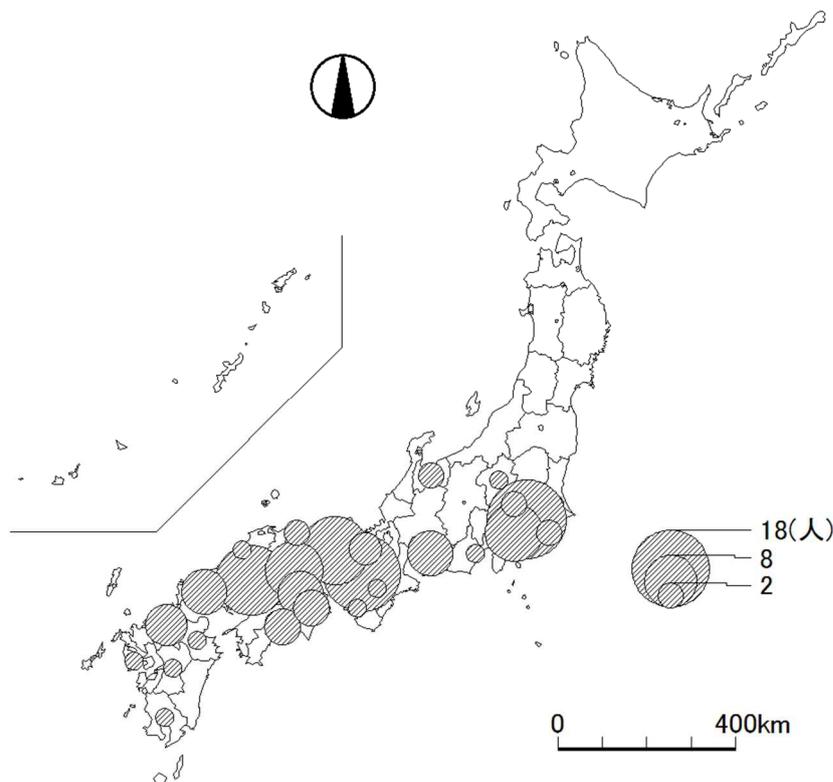


図3 県外客の居住地

資料：アンケート調査をもと
に作成

飛行機利用者は31名であった。飛行機利用者の在住地は、関東地方20名、近畿地方7名、中部地方3名、九州地方1名で、関東地方や近畿地方からに比べ、中部地方や九州地方からの利用者が少なかった。松山空港発着の航空便は東京(羽田)が12往復/日、大阪(伊丹)が12往復/日なのに対し、福岡が4往復/日、愛知(中部)は3往復/日しかないことが主な要因と考えられる。

JR利用者は30名で、東京在住者が5名、県内と兵庫が各3名、愛知・京都・福岡が各2名、埼玉・神奈川・静岡・大阪・岡山・長崎・熊本が各1名、海外客が6名であった。このうち東京の2名と京都の1名は一部区間を飛行機で移動していた。また8名は一部区間をレンタカーで移動していた。一方、海外客は1名が高速バスを併用していたのを除けばJRのみを利用していた。これらの多くは、外国人が新幹線の「のぞみ」・「みずほ」を除くJR全列車に1~3週間格安で乗車できる「ジャパン・レール・パス」を利用しているものと考えられる。

レンタカー利用者は22名で、前述の8名がJRと併用していたほか、1名が飛行機と併用していた。レンタカー利用者のうち10名は高松市や高知市などの県外、2名は大三島と四国中央市(伊予三島)で宿泊していた。四国内のJRやバス路線網は岡山・高松-松山間を除けば利便性が高いとはいえないため、広い範囲を移動する人は自家用車か、他の交通機関とレンタカーを併用するものと考えられる。

4) 来訪回数

松山市への来訪回数は、はじめてが88名(46.8%)、2回目以上が87名(46.3%)、無回答が13名(6.9%)であった。県外在住者137名にかぎってみると、はじめてが71名(51.8%)、2回目以上が63名(46.0%)、無回答が3名(2.2%)であった。県外在住者では、はじめて来た人が5割以上であったもののリピーターの比率との間に大きな差はなかった。また、海外からの来訪者は16名すべてが松山市をはじめて訪れていた。

5) 来訪目的

主な来訪目的は、温泉と回答した人が91名でもっとも多かった。以下は、市内観光(70名)、食(8名)、しまなみ海道(7名)であった。その他と回答した人は26名であったが「娘に会う」「友人に会う」「OB会」など、目的はまちまちであった。これらの結果から、回答者の半数近くは、道後温泉を訪れることが旅の主な目的となっており、道後温泉が松山観光のメインとなっていることが確認できた。また、食と回答した人はわずかであったが、その多くは鯛めしを食べることが目的であった。実際、市内には多くの鯛めし屋があり、有名店には長い行列ができていた。

6) 宿泊の状況

188名のうち66名は日帰り(27名は県内在住者)で、残る122名が宿泊していた。今回の旅での総宿泊日数は1泊が72名(38.3%)、2泊が38名(20.2%)、3泊以上が12名(6.4%)であった。

宿泊地は松山市が107名(のべ135泊)、その他の地域38名(のべ58泊、松山市にも宿泊した人との重複あり)で、宿泊者の87.7%が最低1泊は松山市で宿泊していた。他地域での宿泊は、「(3)利用交通手段」のレンタカー利用者で大三島と四国中央市(伊予三島)に宿泊した2名と実家と回答した1名以外はすべて愛媛県外であり、愛媛県内では宿泊が松山に集中していることが明らかになった。

松山市で宿泊した回答者が利用した施設は、温泉旅館・ホテル(61名、57.0%)、シティホテル・ビジネスホテル(37名、34.6%)、「その他」(実家・友人宅・車中泊等、9名、8.4%)であった。

近年では市街地に多くのシティホテル・ビジネスホテルが建設されたが、温泉にある旅館・ホテルが依然として根強い人気を保っていることがうかがえる。

7) 周遊先

a. 松山市内の周遊先

回答者が立ち寄った松山市内の観光地の上位には、道後温泉(回答者 172 名)、松山城(73 名)、坂の上の雲ミュージアム(23 名)、大観覧車くるりん(13 名)、石手寺(13 名)、えひめ愛顔の観光物産館(3 名)、梅津寺駅(1 名)があげられた(図 4、複数回答可)。回答の選択肢に入っていなかった円満寺を訪れていた人が 3 名いた。

道後温泉本館は調査を実施した時点では改装中であつたが、それでも本館やカラクリ時計などが醸し出すレトロな景観を見るために多くの観光客が訪れていた。また、道後温泉駅から本館まで続く「道後ハイカラ通り」には、みやげ物屋や名物の鯛めし屋などが軒を連ねている。道後温泉の周辺にはいくつかの足湯もある。このように多種多様な観光資源が徒歩圏内に存在していることが、道後温泉の最大の魅力といえよう。

また、道後温泉の次に訪れた人が多かった松山城は、麓からの比高が 160m あり、平山城の現存天守ではもっとも高い。このため、ロープウェイやリフトに乗って景色を楽しみながら登城する観光客も多い。天守からは 360 度の眺望が開け、松山平野や瀬戸内海などを見渡すことができることから、人気が高いものと考えられる。

b. 松山市以外の周遊先

回答者が立ち寄った松山市周辺の観光地の上位には、しまなみ海道(回答者 40 名)、下灘駅(17 名)、大山祇神社(8 名)、四国カルスト(6 名)、内子の町並み(3 名)があげられた(図 5、複数回答可)。しまなみ海道は全長約 70km の自動車専用道路であるが、日本で初めて海峡を横断する瀬戸内海横断自転車道が併設されており、近年ではサイクリングが人気となっている。また、来島海峡の観潮船に乗り、渦潮を体験したり、日本一の建造量を誇る今治造船の造船所を間近から見たることができる。また下灘駅は、国道 378 号が海側に移設されるまでは「日本一海に近い駅」

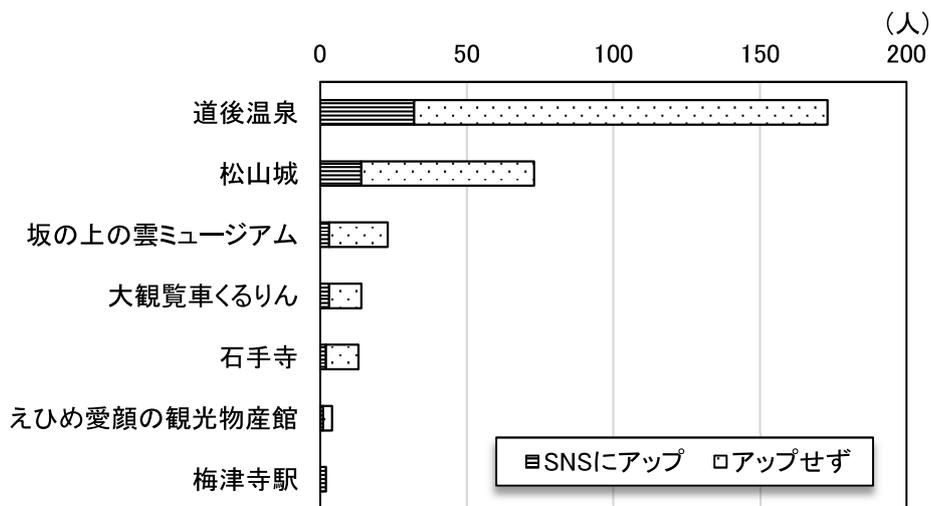


図 4 松山市内の周遊先と SNS へのアップ状況

資料：アンケート調査をもとに作成

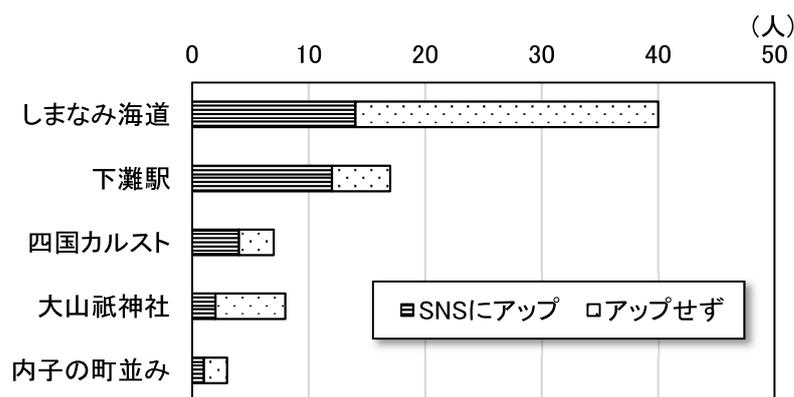


図5 松山市以外の周遊先と SNS へのアップ状況

資料：アンケート調査をもとに作成

であったことから、映画やテレビCM、ポスターなどの撮影地にもなっていた。近年では、後述するように「インスタ映え」する駅としても知られている。

8) SNS にアップした観光地

近年ではスマートフォンやタブレット等で撮影した写真をInstagramなどの SNS にアップする人々が増えている。Instagramに写真をアップした際に見栄えが良く映える被写体を「インスタ映え」と呼ぶようになり、2017年のユーキャン新語・流行語大賞「年間大賞」にも選ばれた。「インスタ映え」と呼ぶようになった観光地や観光施設には多くの客が集まることから、近年では、観光協会や自治体がホームページで「インスタ映え」スポットを紹介したり、館内撮影を禁止していた観光施設が撮影を解禁して集客を図ったりするケースが増えてきた。

今回のアンケートでは、周遊した観光地や観光施設において、回答者が SNS にアップしたかどうかを尋ねた。この結果、松山市内では道後温泉を訪れた 172 名中 32 名、松山城を訪れた 73 名中 14 名が SNS に写真をアップしていた。また、下灘駅と松山市以外ではしまなみ海道を訪れた 40 名中 14 名、下灘駅を訪れた 17 名中 12 名、四国カルストを訪れた 7 名中 4 名が写真をアップしていた。

松山市および松山市以外の愛媛県内観光地のいずれかで SNS に写真をアップした人は 61 名いたが、これらを年齢階層別にみると 20 歳未満が 4 名 (6.6%)、20 歳代が 26 名 (42.6%)、30 歳代が 6 名 (9.8%)、40 歳代が 5 名 (8.2%)、50 歳代が 19 名 (31.1%)、60 歳代以上が 1 名 (1.6%) であった (図 6)。SNS に写真をアップするのは若年層と思いがちであるが、上記の結果から 50 歳代も SNS に写真をアップ人が多いことがわかった。50 歳代は 20~30 歳代の時にパソコン、携帯電話、デジタルカメラやインターネットが急速に普及し、身の回りが急速にアナログからデジタルに変化した世代であり、新しいものに対応しやすいことも SNS をよく利用する要因と考えられる。

9) 観光情報の入手手段

観光情報の入手手段(複数回答可)は、その他(回答者 43 名)を除くと旅行雑誌やガイド(42 名)がもっとも多く、以下は口コミ、知人の紹介(37 名)、旅行者の SNS やブログ(36 名)、旅行予約サイト、旅行案内サイト(35 名)、自治体、観光協会等のホームページ(22 名)、観光パンフレット・

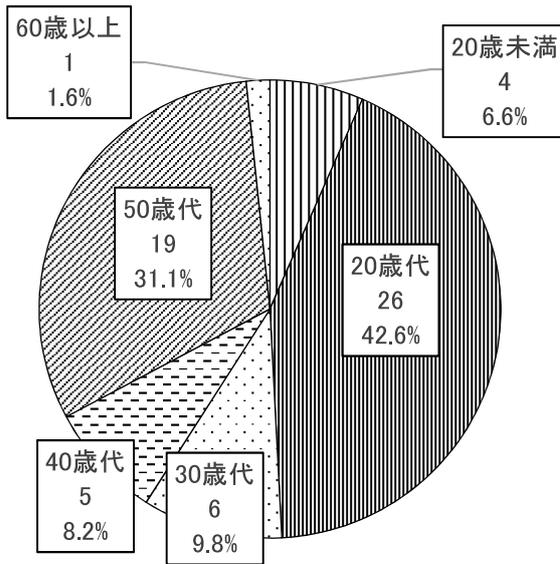


図6 SNS利用者の年齢構成

資料：アンケート調査をもとに作成

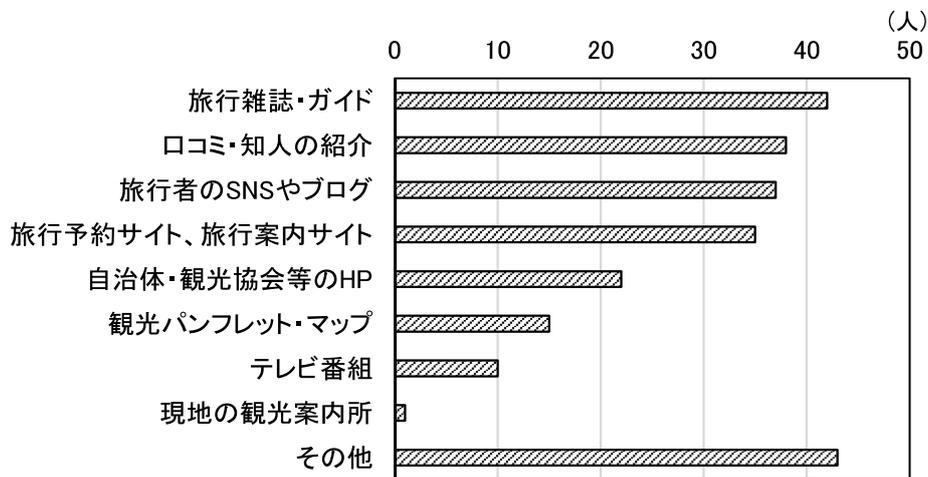


図7 観光情報の入手手段

資料：アンケート調査をもとに作成

マップ(14名)、テレビ番組(10名)、現地の観光案内所(1名)の順であった。その他と回答した43名のうち19名は単にネットと回答していた(図7)。

近年では、ほとんどの観光地において旅行予約サイトや旅行案内サイトが情報入手に多用される傾向にある。しかし松山市の場合は、旅行雑誌やガイド、観光パンフレット・マップといった紙媒体や、口コミ、知人の紹介、旅行者のSNSやブログといった他の旅行者の実体験からも観光情報を多く入手していることが注目される。

10) みやげ品の購入

今回の旅で買った(または買う予定の)おみやげについて尋ねたところ、もっとも多かったのはみかん関連製品(回答者41名)であった。以下は、坊ちゃん団子(21名)、タルト(24名)、タオル(15名)、芋けんぴ(11名)、母恵夢(8名)、日本酒(5名)などであった。芋けんぴは本来、高知県の特産品であるが、その他はいずれも愛媛県の銘菓やブランド産品であり、これらのイメージが観光客にも浸透していることがうかがえた。

V おわりにー松山市や周辺地域における観光の課題と解決策ー

本研究では、松山城と道後温泉という四国でもトップクラスの観光地を擁しながら、しまなみ海道開通以降入り込みが伸び悩んでいる松山市の観光について、既存統計データの分析と観光客へのアンケートの結果をもとに考察してきた。本章では、これまでの考察から見えてきた課題を明らかにし、解決策について若干の提案を試みたい。

松山の二大観光地である道後温泉と松山城は入込客も安定しており、これといった課題はない。一方、坂の上の雲ミュージアムの入館者数減少にみられるように、二大観光地以外の観光地・観光スポットは訪れる人は少ない。前章2節7)に示した回答者の周遊地のうち、「その他」には道後公園や子規記念博物館、愛媛県美術館なども含まれていたが、訪れた人はいずれも1、2名に過ぎなかった。『坂の上の雲』を活かした観光まちづくりでは、二大観光地以外の観光地や観光施設を巡ってもらうことを意図しているが、実際には二大観光地に観光客が集中していることが、アンケート結果からもわかる。

しかし、二大観光地を両方巡るには1日あれば事足りてしまうため、日帰り客や市内に1泊しつかない客が多くなってしまふ。アンケートにおいて県外宿泊者が目立った背景には、二大観光地以外の観光地や観光施設の脆弱性があると考えられ、これらの観光地や観光施設を巡らせて滞在期間を延ばすことが、松山観光にとって最大の課題と考えられる。

課題を解決するためには、二大観光地と他の観光地を結びつけて周遊させることが必要と考えられる。市内の路面電車やバス、郊外電車を運行する伊予鉄道では、坊っちゃん列車1乗車と松山城ロープウェイ・リフト1往復、松山城天守観覧1回、二之丸史跡庭園入園1回をセットにした「松山城らくトクセット券」(2日間有効、大人1,700円)を発売しているが、こうしたセット券に子規記念博物館など『坂の上の雲』関連施設、鯛めしの割引券などをセットして観光客を回遊させる取り組みを進めることも、一つの手段として考えられる。

また、松山市以外の周遊地をみると、しまなみ海道や下灘駅は比較的多くの人が訪れていたものの、松山市から日帰りで巡れる地域を周遊する人が少ない。日帰り圏には今治のタオル、砥部焼、内子の和ろうそく、五十崎・大洲の和紙など伝統工芸品や特産物の産地があり、これらの手作り体験や工場見学などを行う産業観光を発展させ、松山市内の観光と組み合わせることで滞在期間を延ばし、松山市のみならず県全体の観光活性化を目指す必要がある。

最後に、『坂の上の雲』にまつわる施設など二大観光地以外の観光地・観光施設のPR方法について考えてみたい。観光情報の入手手段をみると、口コミ、知人の紹介、旅行者のSNSやブログといった他の旅行者の実体験を、観光の情報ソースと考えている人が多いことが注目される。また、SNSに関しては50歳代が写真をアップする機会が多いことが明らかとなった。

『坂の上の雲』にまつわる施設など二大観光地以外の観光地・観光施設は、どちらかといえば大人向けのものが多く、取り込みを図れるのは中高年層と考えられる。こうした点を考えると、SNSに写真をアップする機会が多い50歳代をターゲットとした取り組みをまず行い、若年層とはひと味違う「大人の視点」から見つめた景観写真やコメントをアップしてもらうことで、旅行者の実体験を閲覧する中高年の人々に良質な情報を伝えて集客を図るといった、新たな取り組みを試すことも必要といえよう。

本稿は、平成28年度「専門演習Ⅰ」助重雄久ゼミナール(3年)で実施した愛媛県松山市での観光動向調査の成果報告書を、助重が加筆・修正したものである。

注および参考文献

- 1) 鈴木 茂(2009)：観光立国と愛媛の観光振興の課題. 調査月報 IRC(いよぎん地域経済研究センター)256 (2009-10), 32-43.
- 2) 愛媛県経済労働部観光物産課「平成28年 観光客数とその消費額」による。
- 3) 溝尾良隆(2015)：道後温泉と伊佐庭翁. 『改定新版 観光学 基本と実践』古今書院, pp. 100-101.
- 4) 国土交通省四国運輸局「平成30年度四国の観光地入込状況について」による。
- 5) 野志克仁(2017)：道後を中心に「松山観光」を発信し、さらなる地域経済の活性化に. 月刊愛媛ジャーナル, 30-8(356), 52-63.
- 6) 松山市環境部環境政策課(2013)：「第2次松山市環境総合計画」および松山市公式ホームページ「松山市の位置・気候・地形・人口」(<https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/matsuyama/iti.html>、最終閲覧日：2020年2月23日)による。
- 7) 前掲6)。
- 8) 松山市総務部文書法制課(2019)：「松山市の人口動態(平成30年)」による。本文中に示した人口は、特記のないかぎり各年1月1日の推計人口である。推計人口は、5年毎に実施される国勢調査結果を基に毎月の人口動態を加減して算出している。
- 9) 松山市ホームページ『坂の上の雲』のまちづくり
https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/machizukuri/sakanoue/sakakumo_machidukuri.html
(最終閲覧日：2020年2月24日)
- 10) NHK スペシャルドラマ『坂の上の雲』ホームページ <http://www9.nhk.or.jp/sakanoue/>
(最終閲覧日：2020年2月24日)
- 11) 前掲9)
- 12) 愛媛県経済労働部観光物産課「平成30年 観光客数とその消費額」による。
- 13) 松山市観光・国際交流課「平成30年 松山市観光客推定表」による。