

中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

●行動実態把握の目的・手法


- 中部横断自動車道(静岡・山梨間)の全線開通や、当協議会施策により、峡南地域に訪れる人や流れが大きく変容していると予想。
- この変容を、客観的なデータを持って**定量的かつ継続的に把握**することで、**施策実施による効果を把握し、次なる施策展開や情報発信の強化へ繋げていく。**

■来訪者アンケート調査

峡南地域を訪れた来訪者の声から、施策の効果を把握。

来訪者アンケート調査概要

調査日	令和3年10月17日(日) ※各施設の営業時間中に調査
回収数	309票
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> 来訪元 立ち寄り先 地域内での行動 情報収集方法 道の駅NWの取り組みの評価
調査箇所	<ul style="list-style-type: none"> 道の駅富士川 道の駅みのぶ 道の駅なんが 道の駅とみざわ 身延山久遠寺



■人流データ分析

人流データを用い、峡南地域内の来訪者の増減や属性を客観的に分析。

分析には、Yahooが保有する「人の行動」に関するビックデータである『DS.INSIGHT』を用いた。
特定エリアへの来訪者(※)データを分析する際には、対象とするエリアをメッシュ単位で任意に設定する。

※来訪者:県外も含めた、当該施設が立地する自治体外からの来訪者。

人流データ(DS.INSIGHT)の分析概要

ヤフーのサービスでログインしているユーザーのデータを拡大推計し統計化したもの。位置情報・検索データを元に、特定エリアにおける来訪者数等を推計。

分析項目	来訪者数(人/日)	エリア内の任意の期間(月)の来訪者人数を集計
	来訪者の属性(人/日) ・性別 ・年代	エリア内の任意の期間(月)の属性別の来訪者数を集計
	来訪者の来訪元(人/日)※休日	来訪者の来訪元を都道府県単位で集計
	興味関心キーワード	エリア内で検索されやすいワードを分析

■地域内の観光スポットの実感の声(ヒアリング調査)

峡南地域内の観光スポットから、開通効果の実感の声を収集。

ヒアリング調査概要

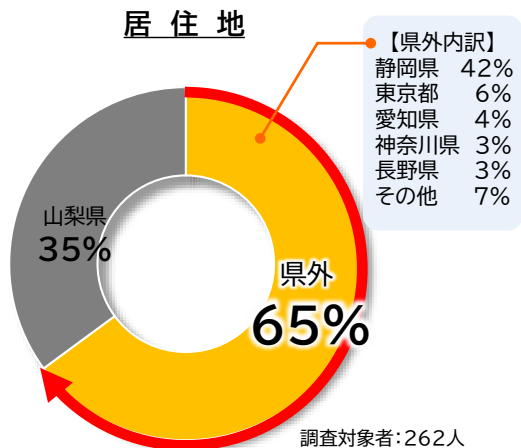
調査時期	令和4年1月
調査対象施設	自治体ごとに任意に設定
主な調査内容	<ul style="list-style-type: none"> 中部横断自動車道の開通効果の実感有無 集客向上のための取り組み など

中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

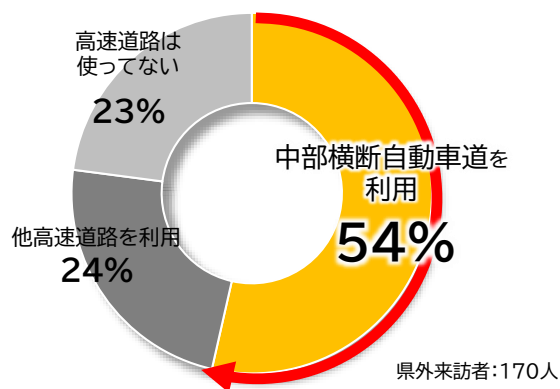
(1) 峡南地域全体への効果(来訪者アンケート調査より)

- 道の駅では中部横断自動車道を利用した県外からの来訪者が多く見られた。特に静岡や東京、神奈川からの来訪者が大幅に増加。
- 周遊事例を見ると、峡南地域の観光地を複数周遊する方や、中部横断道を利用して広域周遊する事例も存在。

■県外からの来訪状況(道の駅でのアンケート調査結果より)



■県外来訪者の中部横断自動車道の利用状況



■来訪者の周遊状況例(道の駅でのアンケート調査結果より)

来訪者の周遊パターン例

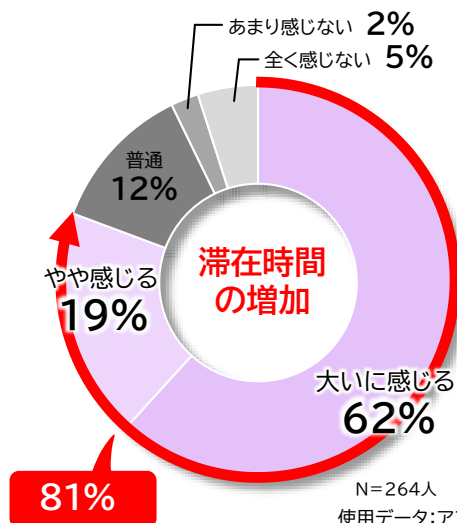
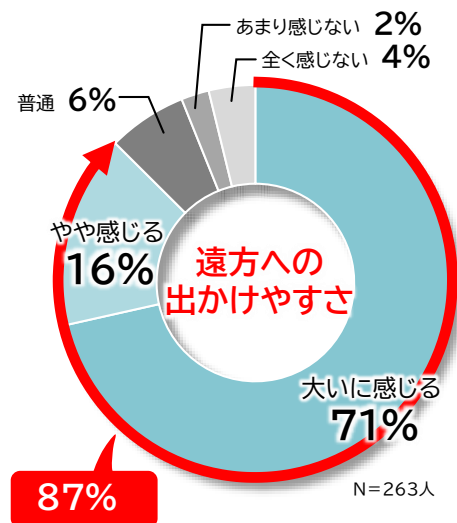
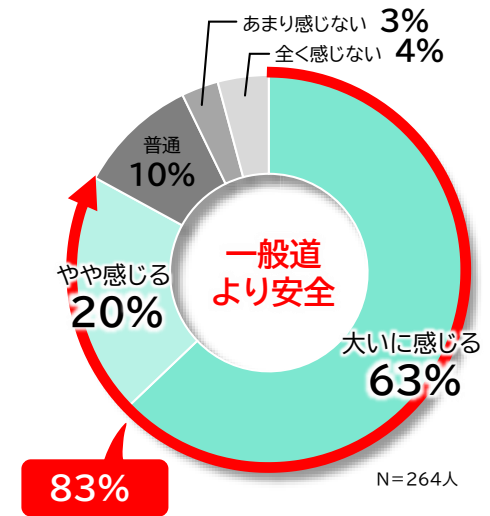
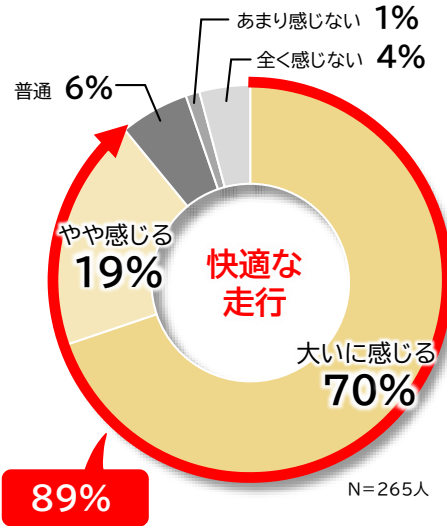
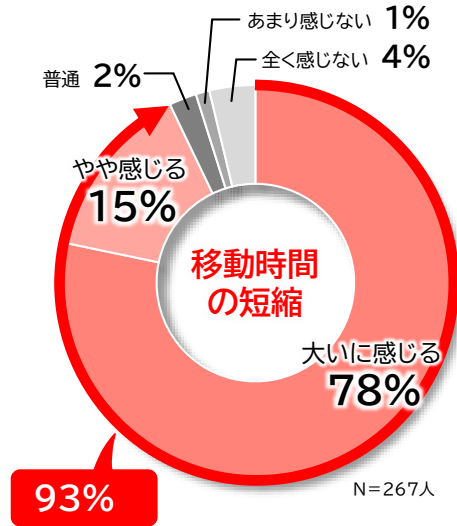


中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

(1) 峡南地域全体への効果(来訪者アンケート調査より)

●開通により「移動時間の短縮」や「快適な走行」等の効果を実感している方が多数。峡南地域への来訪のしやすさは向上していると考えられる。

■開通による効果の実感



皆様からの声

移動時間が短くなって便利
山梨県甲府市・20代女性

今回は一般道で来たが、静岡へ行くときはよく利用している。近くなり便利
山梨県南アルプス市・50代女性

全線開通したことにより、交通量が分散してアクセスしやすくなった
静岡県沼津市・60代男性

すごく便利になって利用回数が増えた
静岡県富士市・50代女性

中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

(2) 地域の実感の声(ヒアリング調査より)

- 峡南5町の観光施設に対し、開通効果の実感についてのヒアリングを実施(第6回WGにて各町より報告)。
- 来訪者の増加や反響を実感している施設がある一方で、効果の実感が薄い施設も存在。

■ ヒアリング結果の一例

【市川三郷町】

<効果の実感>

- **遠方からの来訪客が増加した。**(歌舞伎資料館、大門碑林公園、みたまの湯、NATIVESU)
- 県外からの修学旅行やバスツアーの団体客など**今までにない客層のお客さんが増えた。**(印章資料館)
- 開通以前と比べ、**来訪者数の変化はあまり実感していない。**(水明荘、龍雲荘)

<集客に向けた取り組みや今後の要望>

- テレビ番組やSNSを通じたPRを実施した。

【早川町】

<効果の実感>

- 特に**静岡方面からの中部横断道利用客の増加**を実感している。
(奈良田の里温泉、清水屋、慶雲館、ヴィラ雨畑、草塩温泉、古民家カフェ鍵屋)
- **コロナが落ち着いたら訪れたい**という問い合わせが増えた。(硯匠庵、観光協会)
- **中部横断道の恩恵はあまり感じられない。**(ヘルシー美里・野鳥公園、俵屋観光)

<集客に向けた取り組みや今後の要望>

- **開通を契機としたPR・取り組みをどのように実施すべきか分からない**という声もある。
- 町の地理条件上、**いかに奥の地域まで観光客に足を運んでもらうかが課題。**

【身延町】

<効果の実感>

- **半数以上の施設から開通による来訪客数の増加の効果があった**との声が上がったが、**効果を実感できていない施設も一定数確認された。**
- ICから遠い施設では来訪客が減少したという声も上がっている。
- **利用者増加の実感はあまりない。**(道の駅みのぶ)

<集客に向けた取り組みや今後の要望>

- **町内の観光施設を巻き込んだ情報発信が重要**という声が上がった。

【南部町】

<効果の実感>

- **県外の客が増え**、注文されるメニューの傾向が変化した。(飲食店)
- **東京・神奈川方面からの来訪客が増加**した。
新清水ICから国道52号を北上してくる交通流動が見受けられる。

【富士川町】

<効果の実感>

- **効果を実感している施設と実感のない施設のいずれも存在している。**
- もともと知名度のある施設は利用者が伸びている印象がある。
- コロナによるマイナスがあるので、開通による効果がどの程度なのかは判断が難しい。

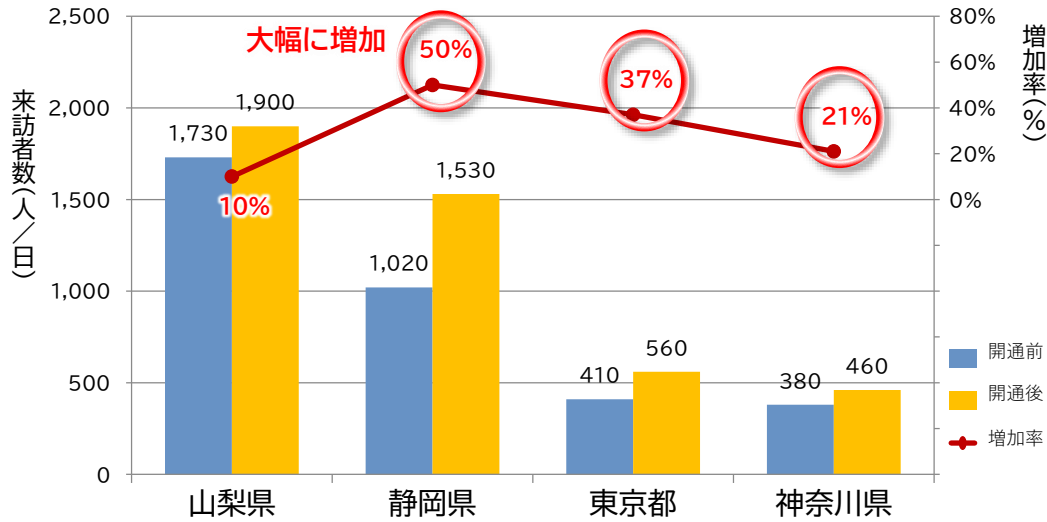
<集客に向けた取り組みや今後の要望>

- コロナ終息後を見据え、静岡の旅行業者へ営業を実施した。(道の駅富士川)

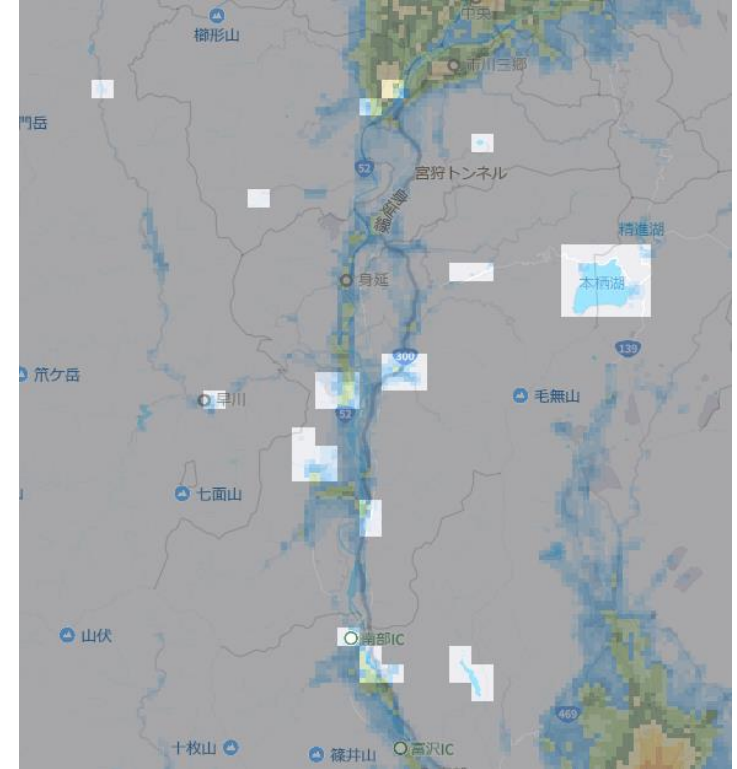
(3) データによる検証 ① 主要観光スポットへの来訪者

- 峡南地域の主要観光地を対象に、来訪元別の来訪者の増減を人流データ(DS.INSIGHT)により分析。
- 分析の結果から、特に静岡県や東京都、神奈川県からの休日の来訪者が大幅に増加していることを確認。

■ 主要施設への来訪者の居住地(人流データより)



使用データ: DS.INSIGHT(ヤフーデータソリューションの行動ビッグデータ)
 峡南地域内の主要観光地が立地するメッシュを対象に来訪者(ビッグデータのサンプル数)を集計
 開通前: 21年8月の休日平均 開通後: 21年10月の休日平均



▲ 調査対象とした峡南地域の主要な観光エリア

中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

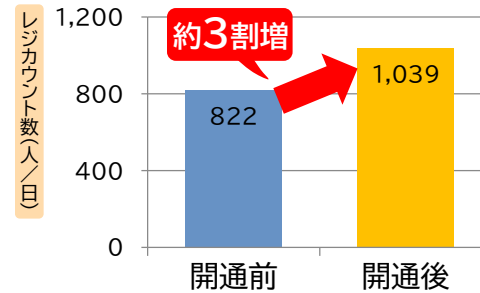
(3) データによる検証 ② 道の駅の来訪者増減

- 情報発信の拠点となる道の駅のレジカウント数や来訪者数を集計。いずれの道の駅でもレジカウント数または来訪者数が増加。
- 拠点となる道の駅では来訪者が増加しているため、拠点での情報発信を強化し周遊を促すことが重要。

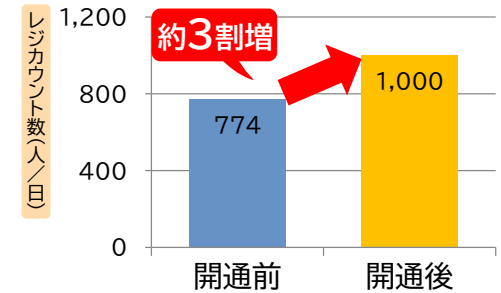


■ 道の駅の来訪者の傾向

道の駅富士川

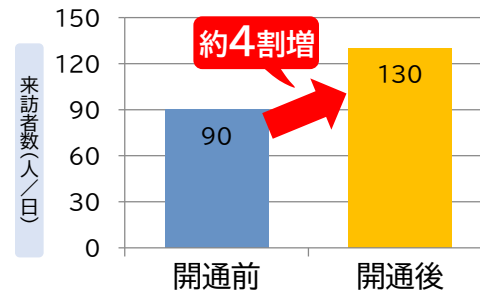


道の駅なんぶ

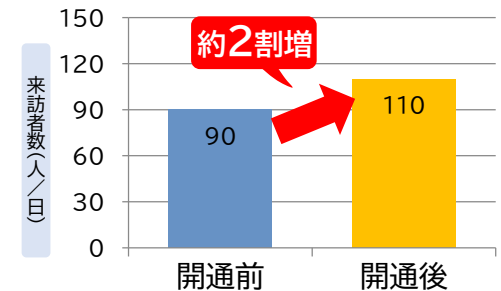


使用データ: 道の駅提供のレジカウント数
開通前: 2021年8月の1日平均値 開通後: 2021年10月の1日平均値

道の駅みなのぶ



道の駅とみざわ



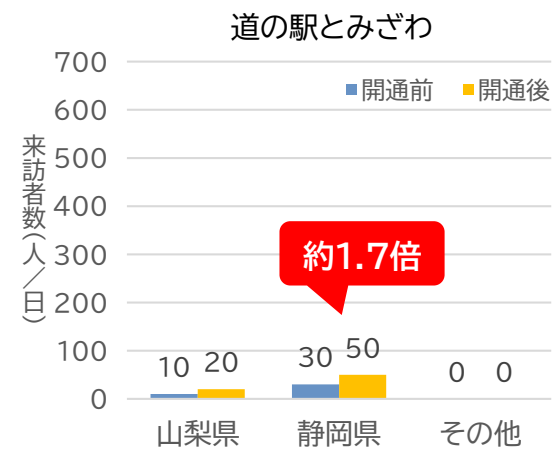
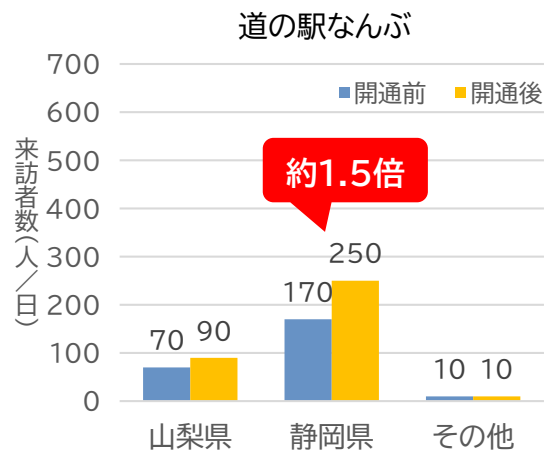
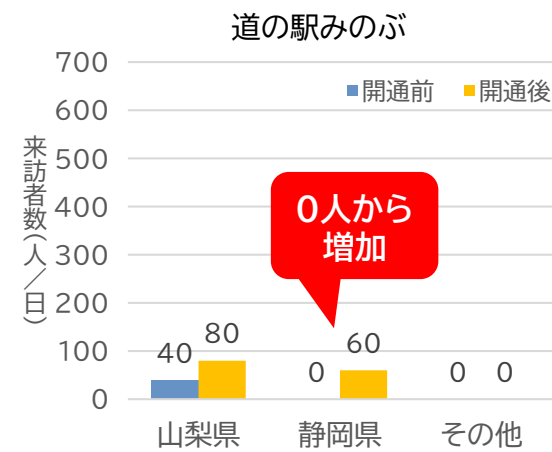
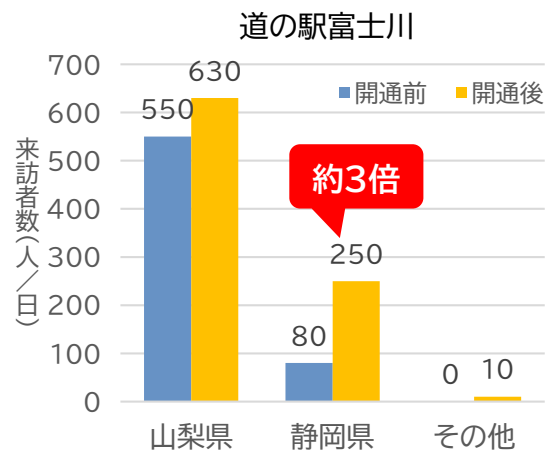
使用データ: DS.INSIGHT(ヤフーデータソリューションの行動ビッグデータ) 開通前: 2021年8月の平均 開通後: 2021年10月の平均
※道の駅みなのぶ・道の駅とみざわについては、レジカウント数のデータ取得ができないため、DS.INSIGHTで代用

中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

(3) データによる検証 ③ 道の駅の来訪者属性

- 情報発信の拠点となる道の駅周辺の、来訪者の来訪元を集計。いずれの道の駅も静岡県からの来訪が大幅に増加。
- その他の県(関東圏、長野県、愛知県など)では、大きな増加は見られない。アフターコロナを見据え、広く情報発信していくことが重要。

■ 道の駅の来訪者(休日)の居住地



使用データ: DS.INSIGHT(ヤフーデータソリューションの行動ビッグデータ)
開通前: 2021年8月の休日平均 開通後: 2021年10月の休日平均

中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

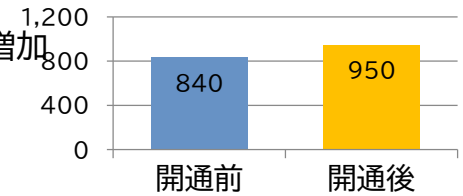
(3) データによる検証 ④ 各分野における施設への来訪者属性(レジャー)

- レジャー関連施設の来訪者数や属性を分析。開通により来訪者が増加、特に東京都からの来訪者が増加
- 50代以上の来訪者割合が増加。協議会の観光コンセプトに合った客層の呼び込みができています。

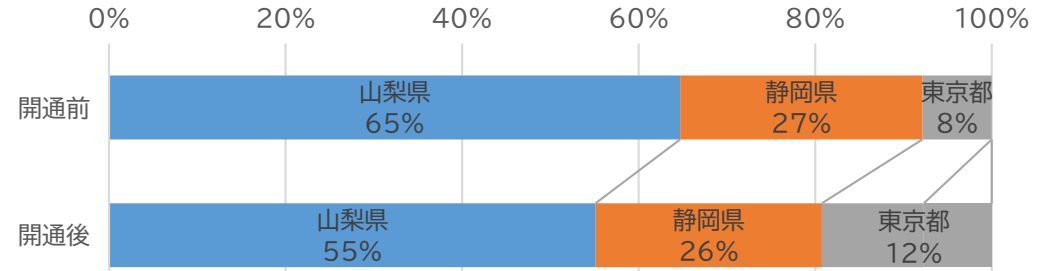
■レジャー施設来訪者の属性(下記施設の合計)



<来訪者増減>

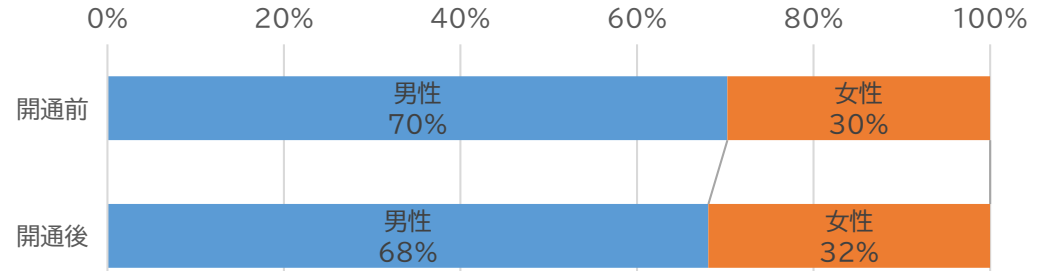


<来訪元(休日)>

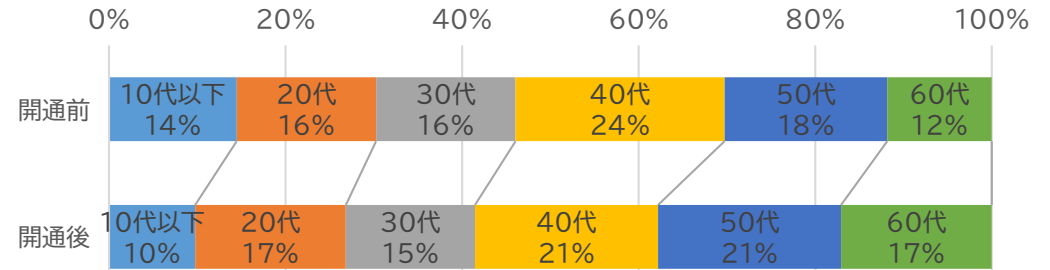


使用データ: DS.INSIGHT(ヤフーデータソリューションの行動ビッグデータ)
開通前: 2021年8月の休日平均 開通後: 2021年11月の休日平均

<来訪者の性別>



<来訪者の年代>



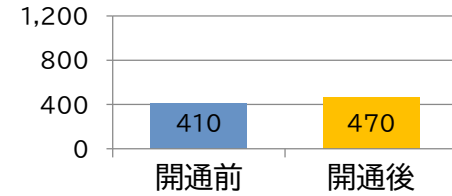
使用データ: DS.INSIGHT(ヤフーデータソリューションの行動ビッグデータ)
開通前: 2021年8月の日平均 開通後: 2021年11月の日平均

中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

(3) データによる検証 ④各分野における施設への来訪者属性(温泉)

- 温泉に関連する施設の来訪者数や属性を分析。開通により来訪者が増加、特に静岡県からの来訪者が増加
- 50代以上の来訪者割合が増加。協議会の観光コンセプトに合った客層の呼び込みができています。

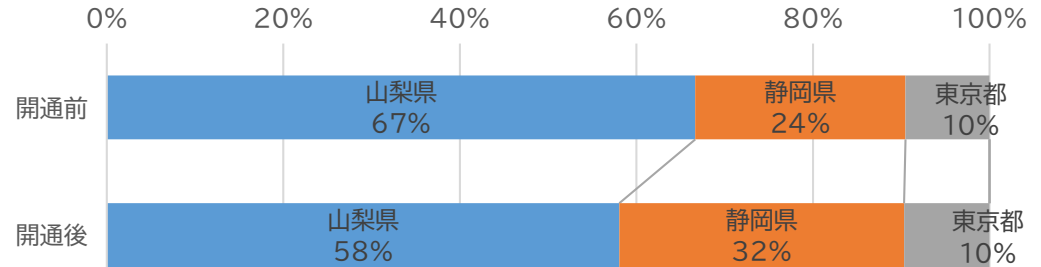
<来訪者増減>



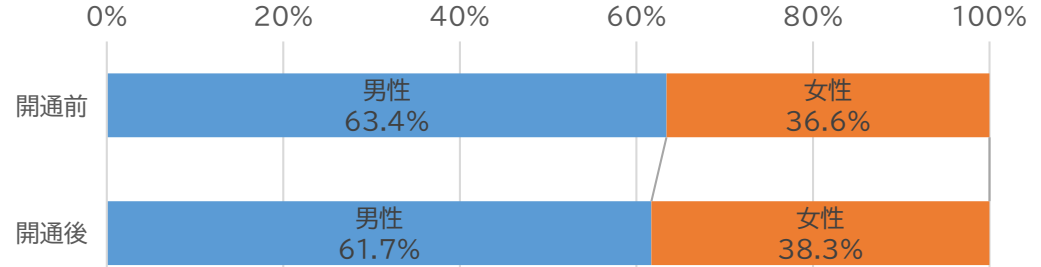
■温泉の来訪者の属性(下記施設の合計)



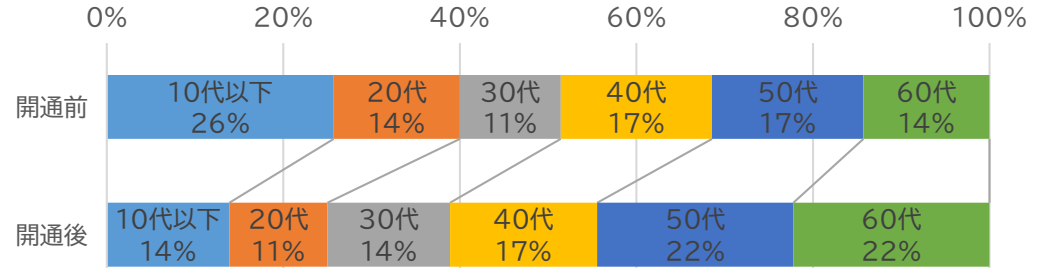
<来訪元(休日)>



<来訪者の性別>



<来訪者の年代>



使用データ: DS.INSIGHT(ヤフーデータソリューションの行動ビッグデータ)
開通前: 2021年8月の休日平均 開通後: 2021年11月の休日平均

使用データ: DS.INSIGHT(ヤフーデータソリューションの行動ビッグデータ)
開通前: 2021年8月の日平均 開通後: 2021年11月の日平均

中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

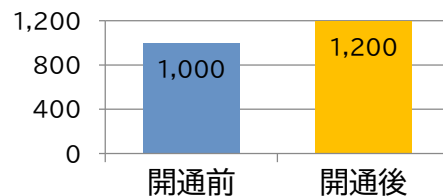
(3) データによる検証 ④各分野における施設への来訪者属性(歴史・文化)

- 温泉に関連する施設の来訪者数や属性を分析。開通により来訪者が増加、特に静岡県からの来訪者が増加
- 50代以上の来訪者割合が増加。協議会の観光コンセプトに合った客層の呼び込みができています。
- レジャーや温泉と比べると県外客が少ない

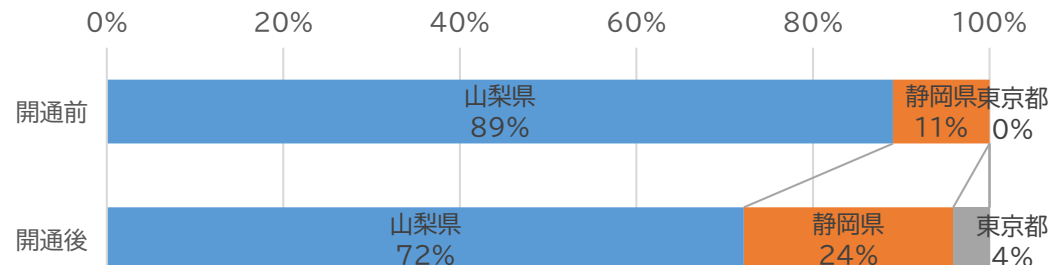
■ 歴史・文化施設の来訪者の属性(下記施設の合計)



<来訪者増減>

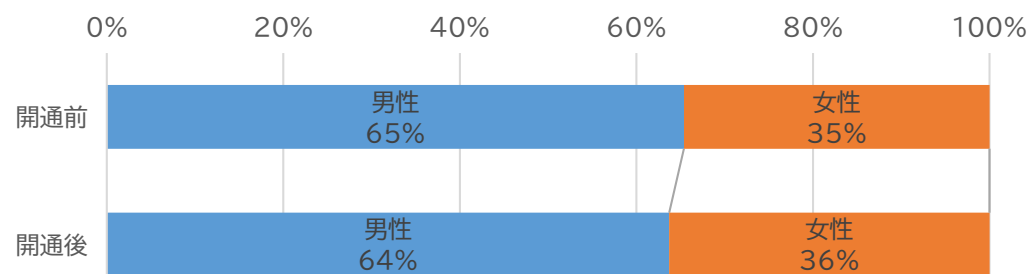


<来訪元(休日)>

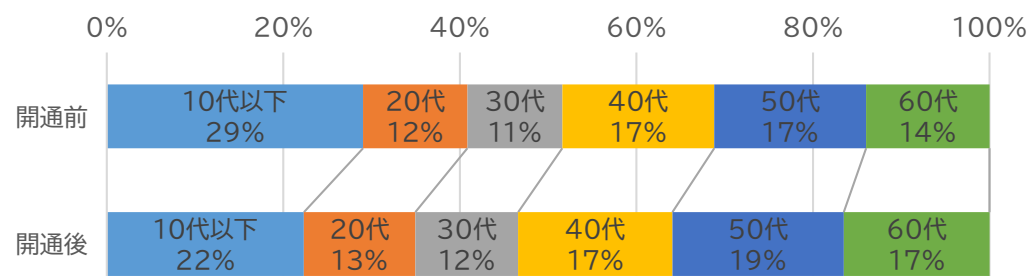


使用データ: DS.INSIGHT(ヤフーデータソリューションの行動ビッグデータ)
開通前: 2021年8月の休日平均 開通後: 2021年11月の休日平均

<来訪者の性別>



<来訪者の年代>



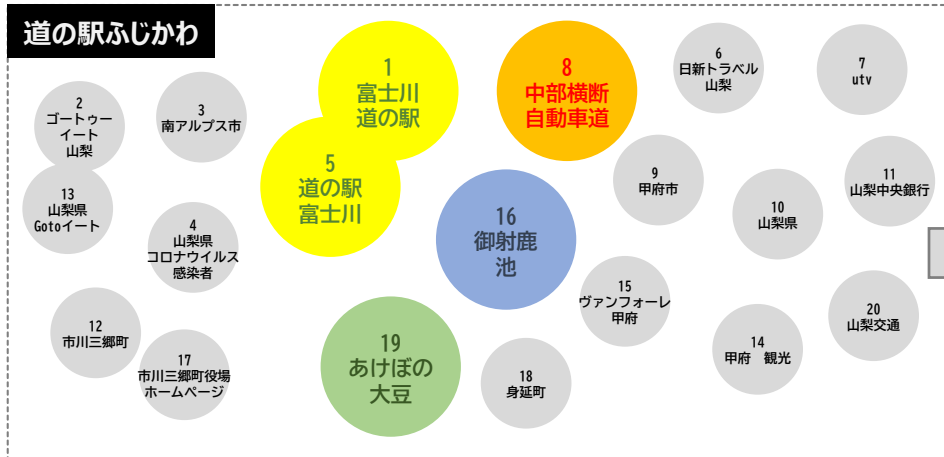
使用データ: DS.INSIGHT(ヤフーデータソリューションの行動ビッグデータ)
開通前: 2021年8月の日平均 開通後: 2021年11月の日平均

中部横断自動車道の開通及び道の駅ネットワークによる地域への影響

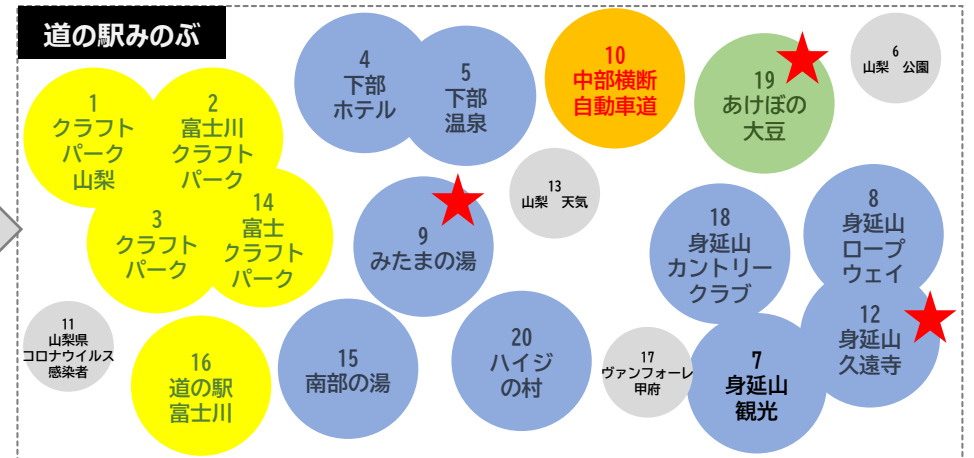
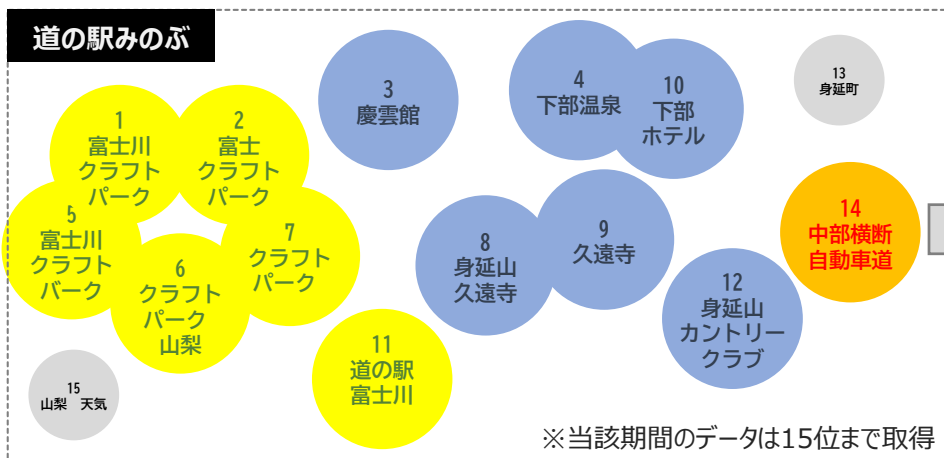
(3) データによる検証 ⑤道の駅来訪者の検索キーワード

- 情報発信の拠点となる道の駅における来訪者の検索キーワードを分析。いずれの道の駅も、中部横断道の開通により周辺観光地等の検索が増加。特に温泉に関連するキーワードが増加傾向にある。
- 道の駅TVにおいて発信した資源も新たに検索されており、道の駅TVによる広報が行動変容につながっていると考えられる。

◆ BEFORE 道の駅ネットワークおよび中部横断開通前(2020.10)



◆ AFTER 道の駅ネットワークおよび中部横断開通後(2021.10)



※当該期間のデータは15日まで取得

※1 上位20キーワードを対象に、カテゴリ別に着色 (道の駅 観光・集客施設 特産品 道路整備 その他) ★ …道の駅TVにて発信した資源 (2021年10月)

※2 「観光」や「gotoイート」等、抽象的な表現は除く

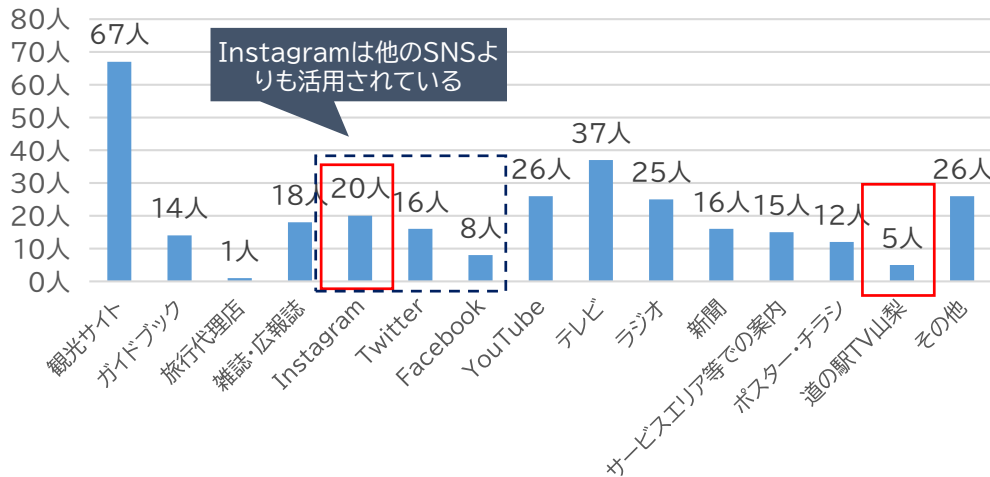
※3 データを取得する時期 (シーズン) により検索キーワードにブレがあるため開通前後の同月を比較対象とした

DS.INSIGHT People 特徴度: 特定の属性 (性年代、地域など) にとって、そのキーワードがどれくらい特徴的かを表現したスコアです。「ほかの属性の人よりも、検索する確率が高い」と解釈も可能。

(4)道の駅TV山梨の情報発信の現状や今後の方向性

- 道の駅TVを来訪時に活用した事例はまだ少ない。
- 道の駅TVは来訪者に対する情報発信が目的であるため、道の駅TVを見て立ち寄りスポットを増やしたり、峡南地域に再来訪したりといった行動変容を促すことが重要。
- InstagramはSNSの中では最も活用されている。
- 来訪前の方に対しては、Instagramで情報発信を行うとともに、**最も利用されている「観光サイト」等との連携**が重要。
- 観光や移動の際に欲しい情報として「近くの立ち寄りスポット」や「季節の立ち寄りスポット」、「地元の方のおすすめのお店」などが上げられている。

■来訪時に活用した情報



集計対象者：峡南地域内の道の駅利用者（道の駅富士川、道の駅なんぶ、道の駅みのぶ、道の駅とみざわ）
 使用データ：アンケート調査（2021年10月17日【日】実施）

■道の駅TVでの情報放映後の反響（効果）

キャンペーンアカウントのフォロワーが20-30増えた
 （身延町商工会）

道の駅TVに情報提供した内容（食堂のメニュー）について、お客さんから問い合わせがあった。
 （道の駅とみざわ）

多くの観光客が行き交う場所で映像が流れているので、効果はあると思うが、実際に道の駅TVを見て来ていただけているかわからない。

（身延町）

■峡南地域の観光や移動に関して、ほしいと感じる情報

近くの立ち寄りスポット：**42%**

季節の立ち寄りスポット：**29%**

地元の方おすすめのお店：**27%**

旬の特産品情報：**24%**

交通情報：**14%**

立ち寄りスポットの情報発信が不十分と感じている？

コアなスポットの情報も求められている

使用データ：アンケート調査（2021年10月17日【日】実施）
 %は調査人数309名中の回答割合（複数回答可）

■道の駅TV設置後のお客様の反応

とても反応が良いです。
 足を止めてみえています。
 （南アルプスプラザ）

モニター前の腰掛に座って観る方が増えたように思います。
 （道の駅みのぶ）