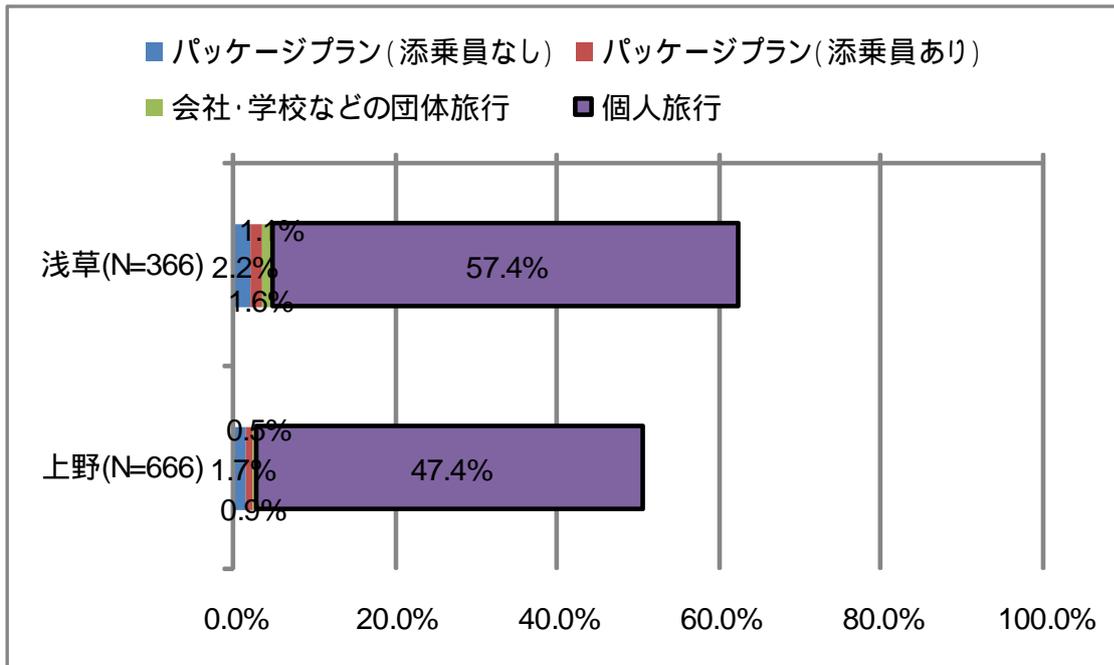


図 2-12 来訪者の旅行の種類

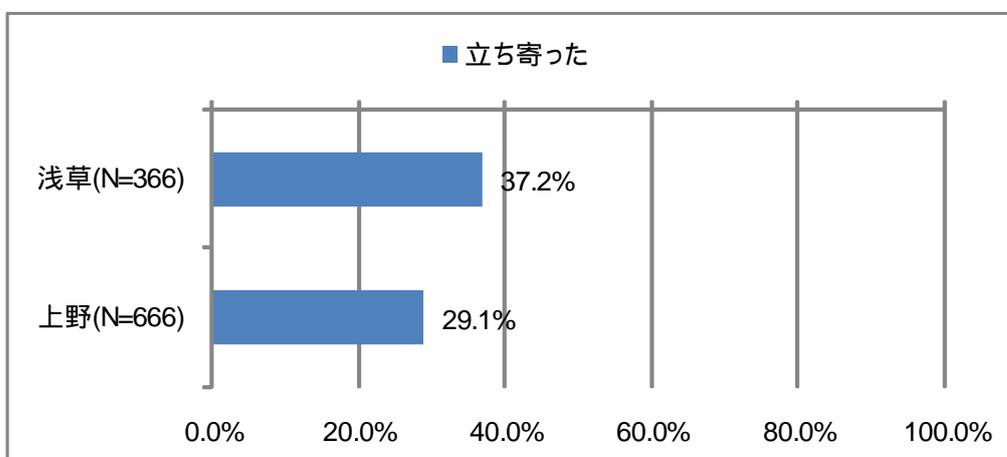


(3) 来街者が来訪の前後に他の地区に立ち寄る割合

来訪前の立ち寄り先と行動

上野・浅草地区の来訪者のうち、両地区に訪れた前後で他地区に立ち寄った割合について集計した。また、他地区に立ち寄った来訪者のうち、当該地区で飲食した割合についても別途集計した。上野・浅草地区に訪れる前に、他地区に立ち寄った来訪者の割合を集計したものが図 2-13 である。浅草地区では全体の 37%、上野地区では全体の 29%の来訪者がそれぞれ両地区を訪れる前に他地区に立ち寄っている。

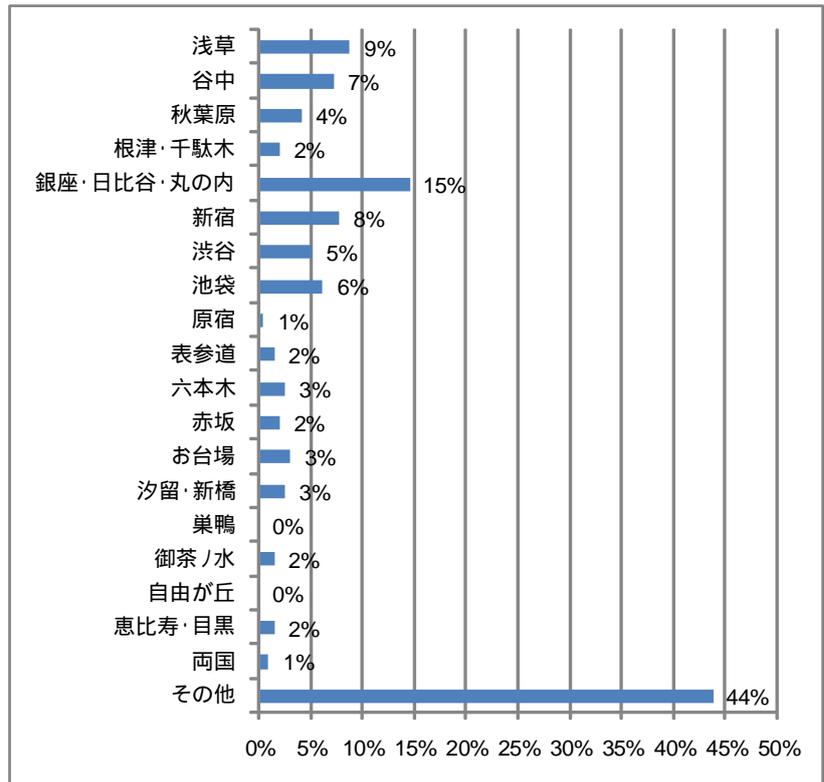
図 2-13 来訪前における他地区への立ち寄り割合



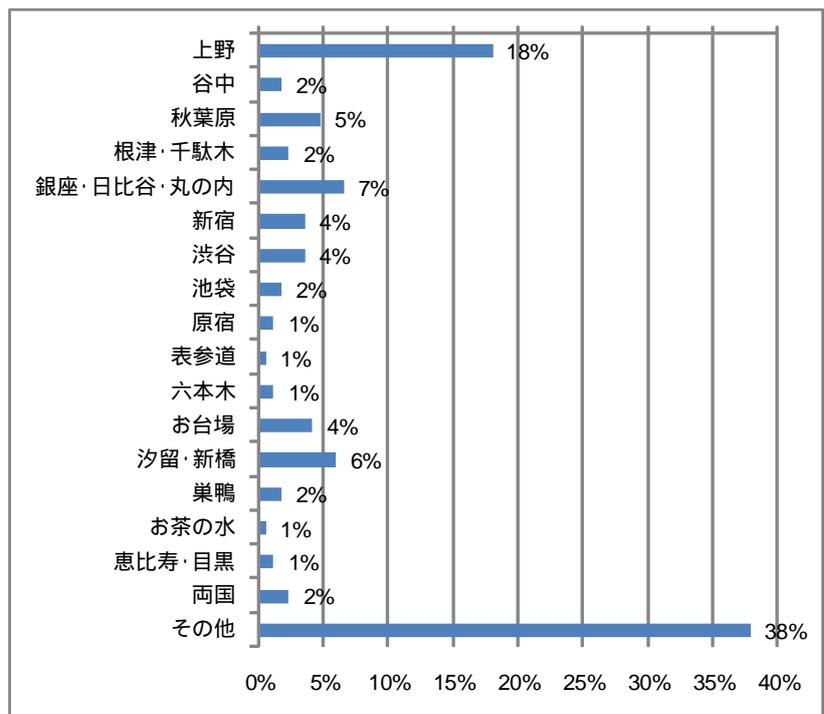
両地区来訪前の立ち寄り先を集計したものが図 2-14 である。いずれも自宅近隣をはじめとした「その他」が多いが、上野・浅草両地区の相互移動は回答者の 1 割程度であることが分かった。

図 2-14 上野・浅草地区来訪前の立ち寄り先

上野地区

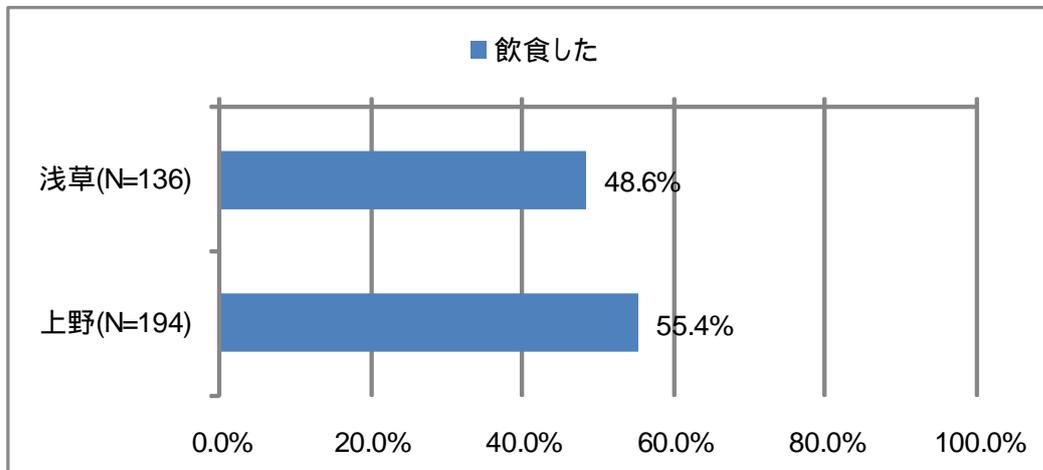


浅草地区



同様に、上野・浅草地区を訪れる前に他地区に立ち寄った来訪者（図 2-13）のうち、立ち寄り先で飲食した割合を集計したものが図 2-15 である。その結果、他地区への立ち寄り者の約半数が当該地区で飲食していることが明らかになった。

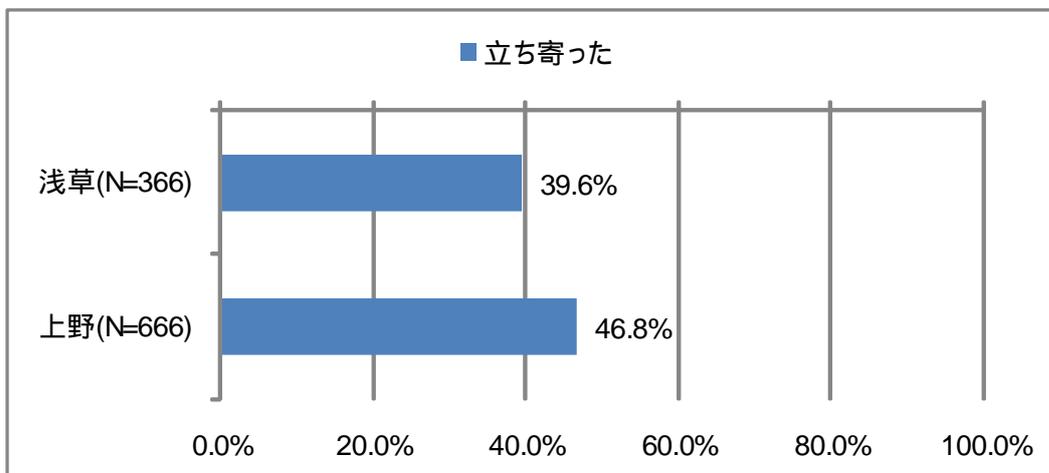
図 2-15 来訪前における飲食の有無
（他地区への立ち寄り者に占める割合）



来訪後の立ち寄り先と行動

上野・浅草地区を訪れた後に、他地区に立ち寄った来訪者の割合を集計したものが図 2-16 である。上野地区では全体の 47%、浅草地区では全体の 40%が他地区に立ち寄ったと回答した。

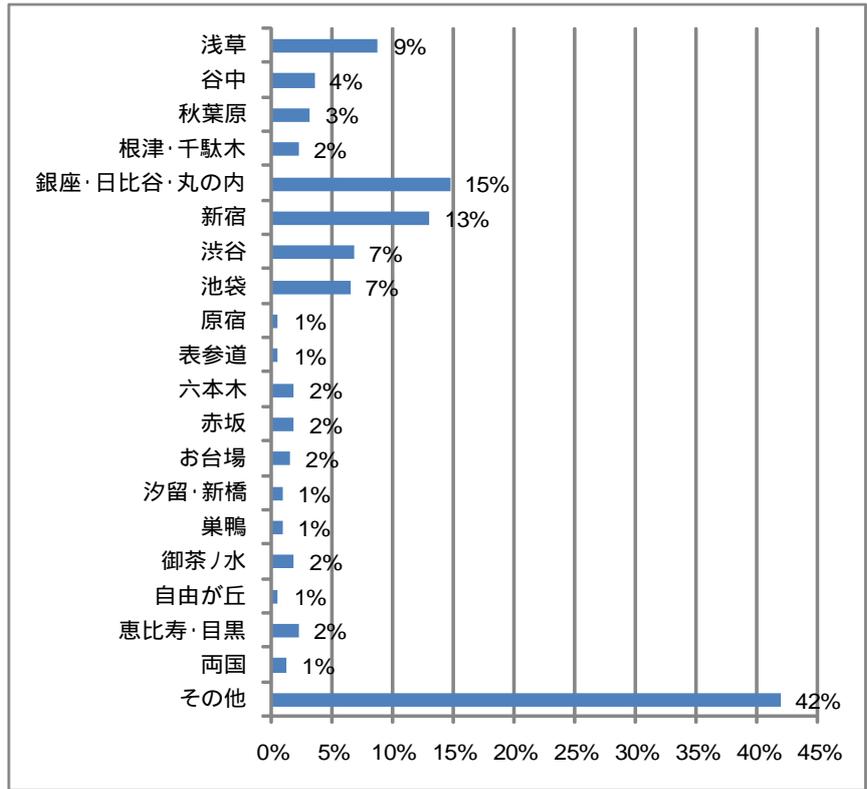
図 2-16 来訪後における他地区への立ち寄り割合



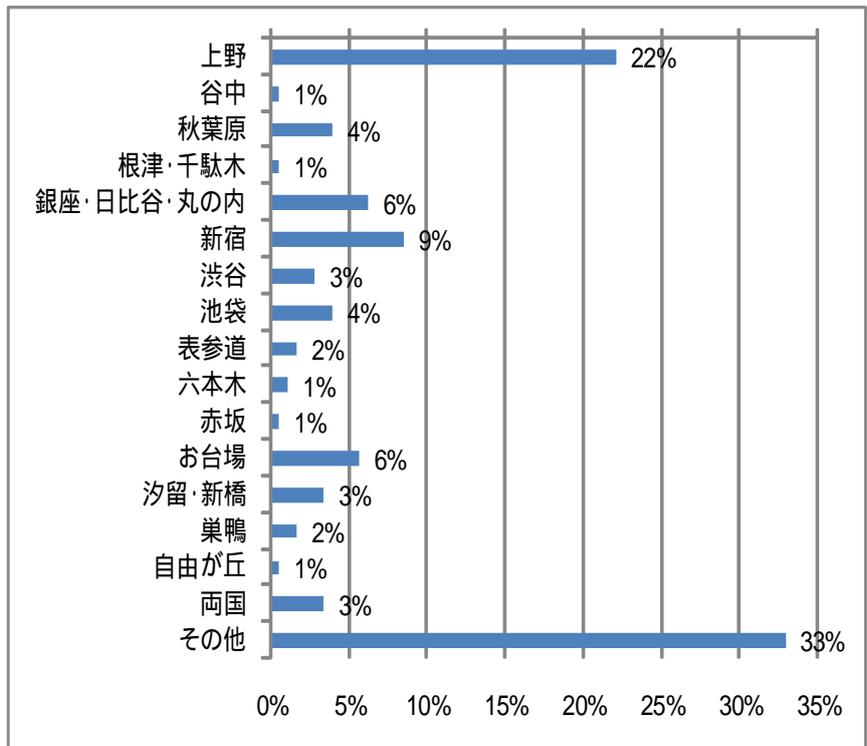
両地区来訪後の立ち寄り先を集計したものが図 2-17 である。いずれも自宅近隣をはじめとした「その他」が多いが、上野・浅草両地区の相互移動は回答者の 1~2 割程度であることが分かった。浅草地区の来訪者の方が上野地区に立ち寄る割合が高くなっている。

図 2-17 上野・浅草地区来訪後の立ち寄り先

上野地区

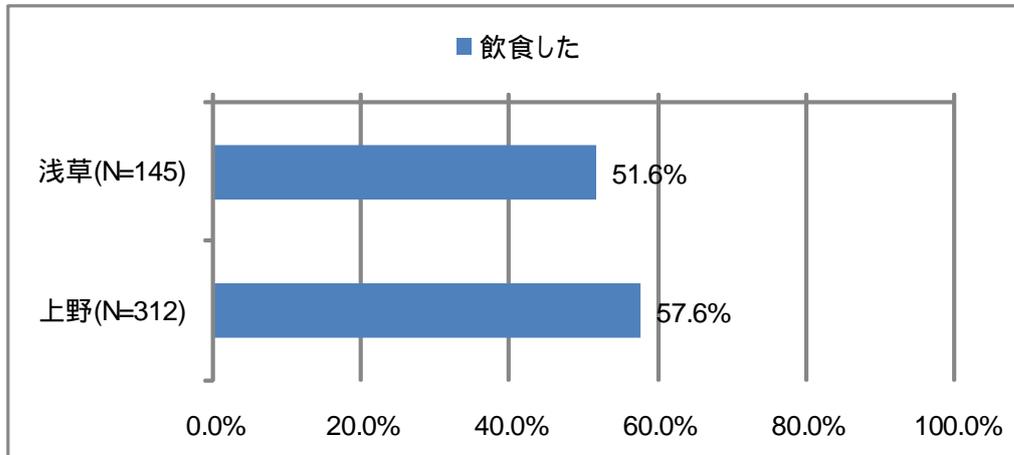


浅草地区



同様に、上野・浅草地区を訪れる後に他地区に立ち寄った来訪者（図 2-16）のうち、立ち寄り先で飲食した割合を集計したものが図 2-18 である。その結果、他地区への立ち寄り者の半数強が当該地区で飲食していることが明らかになった。

図 2-18 来訪後における飲食の有無
（他地区への立ち寄り者に占める割合）

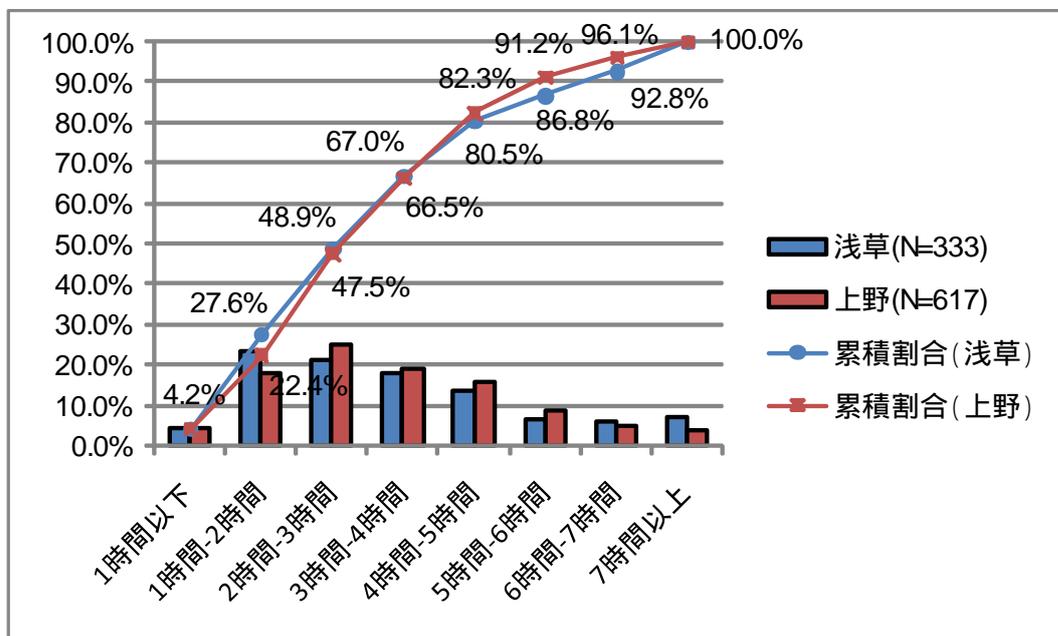


2-5 . 上野・浅草地区における来訪者の滞在時間

両地区における滞在時間の分布を示したものが図 2-19 である。上野地区では 2 時間以上 3 時間未満の階級が最も多く、全体の 25%であったが、浅草地区では、1 時間以上 2 時間未満の階級が 23%と最も多くなった。

平均滞在時間は浅草地区と上野地区ともに 3 時間 18 分である。

図 2-19 来訪者の滞在時間分布



3. 飲食・買物に関する来訪者行動特性

3-1. 来訪者の主観的な「観光」意図

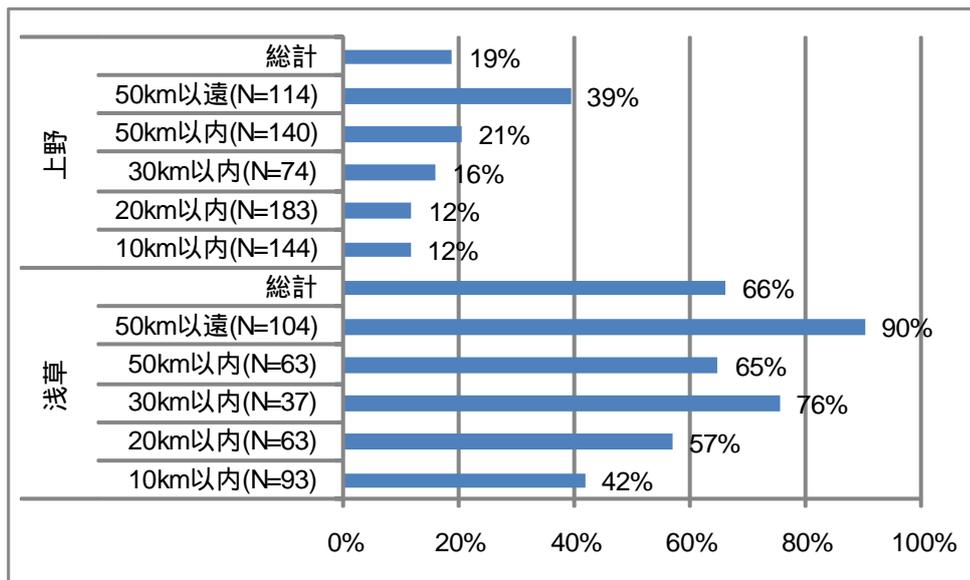
前節では、上野・浅草地区の来訪者の諸特性について整理した。その結果、遠方に限らず、比較的近隣から日帰りで訪れる来訪者が多いことが明らかになった。

他方、調査の中で上野・浅草地区における回答者の行動が(自身の主観的判断に基づいて)「観光」であると考えているかについて別途質問した。これまでの一般的な観光客マーケット調査では、個人の主観的判断を基準として「観光客」を特定してきた。自身の行動を主観的に「観光」と認識している割合は、浅草地区では66%に達したのに対し、上野地区では19%に止まることが分かった(図2-20・図2-21)。すなわち回答者の「自分の行動認識率」は上野と浅草で異なる割合を示した。上野地区の来訪者(回答者)の約8割が美術館等で芸術鑑賞をしていることは先に示した通りであるが(図2-7)こうした「観光施設」を訪れているにもかかわらず、自身の行動を「観光」とは意図していないことが明らかになった。

(1) 来訪圏別、行動認識率

上野・浅草地区における自身の行動が「観光」と意図している割合を来訪圏域別に図2-20に示した。結果、遠方からの来訪者ほど、自身の行動を「観光」と捉えている割合が高まる傾向にある。しかし上野地区では、全ての来訪圏域において、浅草地区の割合よりも低く、自身の行動を「観光」と認識している割合が極端に低い結果が表れた。

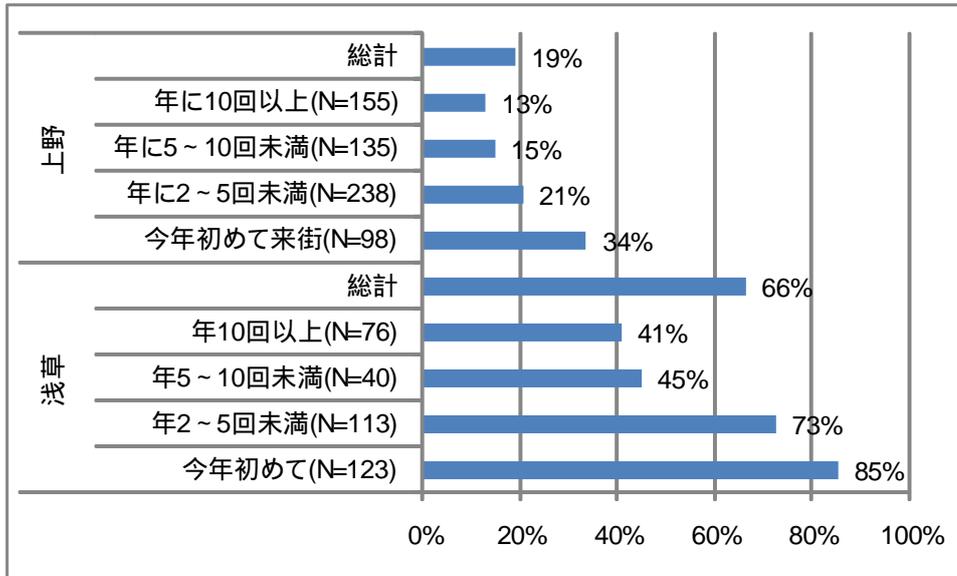
図2-20 自身の行動を「観光」と意図した来訪者の割合



(2) 来訪頻度別、行動認識率

図2-21は、上野・浅草地区における自身の行動が「観光」と意図している割合を来訪頻度毎に示したものである。結果は来訪頻度が低くなるほど、自身の行動を「観光」と捉えている割合が高まる傾向にある。同時に上野地区では、全ての来訪圏域において、浅草地区の割合よりも、自分が「観光」目的であると認識している割合は低い。

図 2-21 自身の行動を「観光」と意図した来訪者の割合



以上の分析から、個人の主観的判断により「観光客」を特定する方法は、推計上比較的誤差が広がる傾向にある。今回、上野地区では、その傾向が顕著であった。

3-2 . 飲食・買物を目的とした来訪者行動

(食事・喫茶と買物の「楽しみのための行動」の実施率)

上野・浅草地区では、「食事」や「買物」を行った来訪者が少なからず存在し、その集団には日常的来訪と、非日常的来訪が混在している。その中から「食事」や「買物」を目的とした非日常的な来訪の実態を明らかにするためには、日常的な来訪と切り離すことが必要である。

(1) 「楽しみのための行動」の概念

今回の調査は特に都市地区特有の行動、つまり、観光施設への立ち寄り有無に限らず「この街でしかかった」食事や買物のために訪れる人の実態と来訪者数を捉えるところにある。すなわち、来訪者の中から日常行動での来訪者を排除して捉える必要がある。例えば、「どこでも買える(食べられる)物」の購入行動(コンビニで買える品物の購入や、チェーン店で飲食できる物の飲食)や「ほぼ毎日同じ店で同じ物を食べる」というケースである。

このケースが想定できる食事のケースは、社員食堂での食事など稀な例として可能性があるが、通勤時間帯に調査票を配布していないため、本調査対象からは外れている。

第一義的に「意図しない行動」を日常的な行動として分析したが、「全ての意図しない行動が日常的な行動である」と定義付けることには課題が残る。例えば「スーパーのセールで が安いから出掛けた」というような行動は、上記の「楽しみのための行動」に含まれる可能性があり、意図した行動である可能性が高いと考えられるが、今回の調査では、上野・浅草地区とも「台東区内」からの回答者割合は数パーセントに過ぎず、ほとん

どが区外の居住者である。加えて、回答者の8割強が10km以上離れた地区から訪れている状況を考慮すると、上記のようなセール目的の来訪が分析対象としてカウントする可能性は低い。

(2) 「楽しみのための行動」の定義

本調査では、日常生活における食事や買物を切り離して捉えることを目的として、「上野・浅草に行って飲食しよう(買おう)と思ったもの」を「上野・浅草で行きたかった店で」購入したかどうかも把握し、該当する行動を「楽しみのための行動」として捉え定義した。

なお、近隣からの来訪者であっても「行きたい店」で「食べたいもの」を食べた(飲んだ)という場合は、非日常的な行動として集計しているが、観光客数の推計には「台東区民」を全て除外して分析しており日常生活的な行動は排除した推計値とした。

図 2-22 上野地区で「楽しみのための行動」を行う割合

上野地区で「楽しみのための行動」を行う来訪者の割合は、食事・喫茶を実施した人 30.7%、買物を実施した人 31.2%、であった。

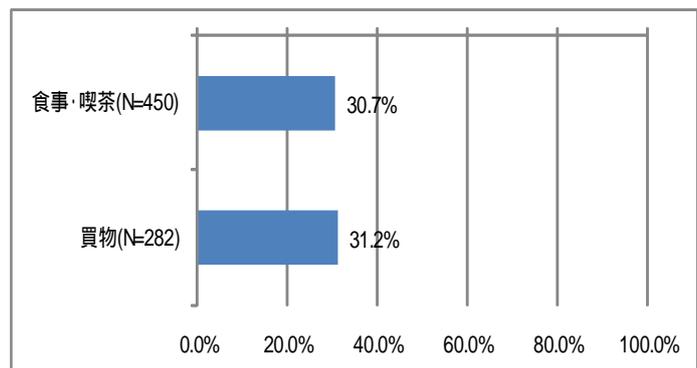
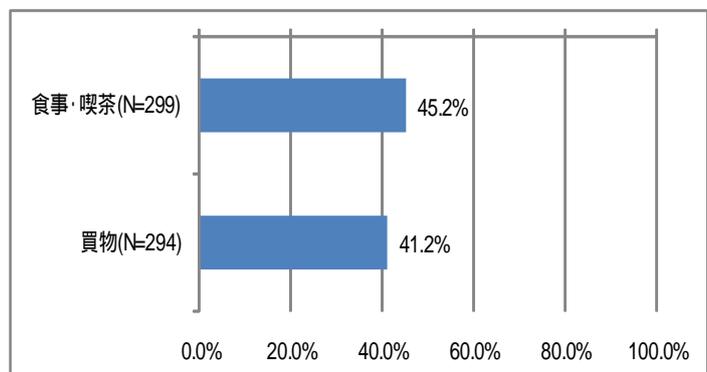


図 2-23 浅草地区で「楽しみのための行動」を行う割合

浅草地区で「楽しみのための行動」を行う来訪者の割合は、食事・喫茶を実施した人 45.2%、買物を実施した人 41.2%であった。



3-3. 「楽しみのための行動」の実施と来訪圏域の関係

(1) 上野地区

上野地区の買物に関する「楽しみのための行動」の実施率は、21km 以上 30km 以内の圏域で小さく(14.3%) になった(図 2-25)。

図 2-24

飲食に関する「楽しみのための行動」の実施率と来訪圏域の関係

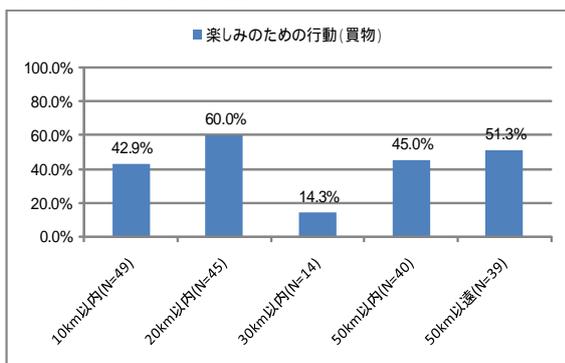
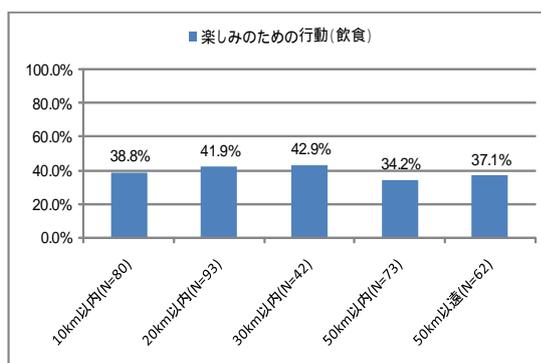


図 2-25

買物に関する「楽しみのための行動」の実施率と来訪圏域の関係



(2) 浅草地区

食事・喫茶(飲食)に関する「楽しみのための行動」を実施する割合は、遠方からの来訪者であるほど低下する。(図 2-26) また浅草地区の買物に関する「楽しみのための行動」の実施率も、50km 以上の遠方からの来訪者では低い傾向にある(図 2-27)。

図 2-26

飲食に関する「楽しみのための行動」の実施率と来訪圏域の関係

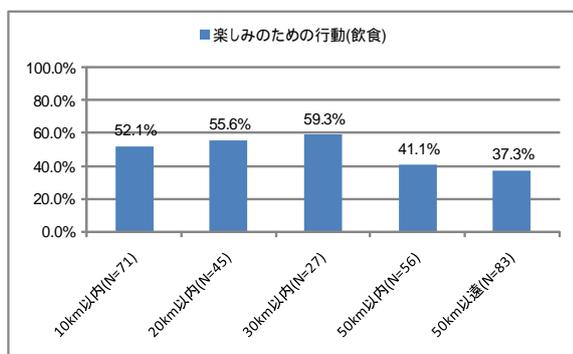
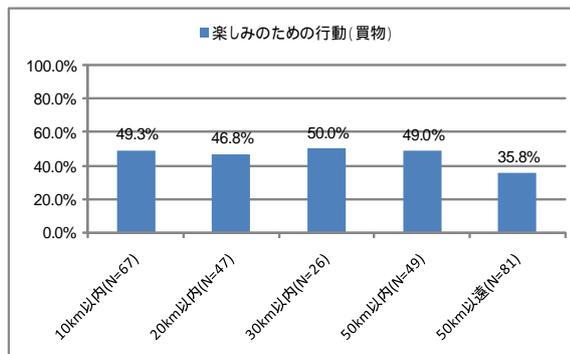


図 2-27

買物に関する「楽しみのための行動」の実施率と来訪圏域の関係



3-4. 「楽しみのための行動」の実施と来訪頻度の関係

(1) 上野地区

食事・喫茶（飲食）に関する「楽しみのための行動」の実施率は、「今年初めて来街」する来訪者の割合が低い(図 2-28)。同様に上野地区の買物に関する「楽しみのための行動」の実施率についても、「今年初めて来街」する来訪者の割合が低い(図 2-29)。

図 2-28

飲食に関する「楽しみのための行動」の実施率と来訪頻度の関係

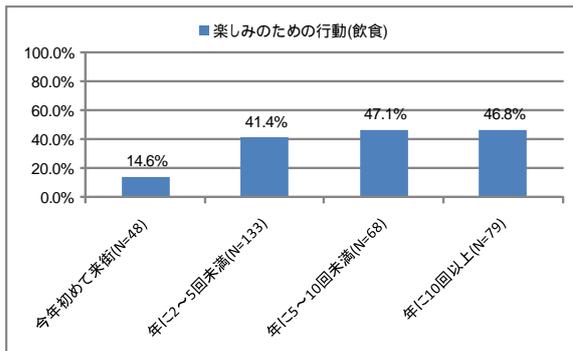
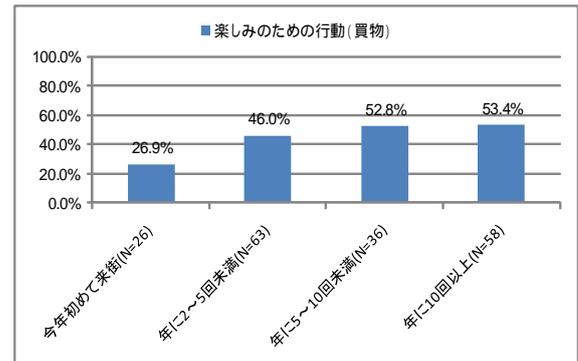


図 2-29

買物に関する「楽しみのための行動」の実施率と来訪頻度の関係



(2) 浅草地区

食事・喫茶（飲食）に関する「楽しみのための行動」を実施する割合は、来訪頻度が高まるほど増加する(図 2-30)。同様に浅草地区の買物に関する「楽しみのための行動」の実施率も、来訪頻度が高まるにつれて上昇する傾向にある(図 2-31)。

図 2-30

飲食に関する「楽しみのための行動」の実施率と来訪頻度の関係

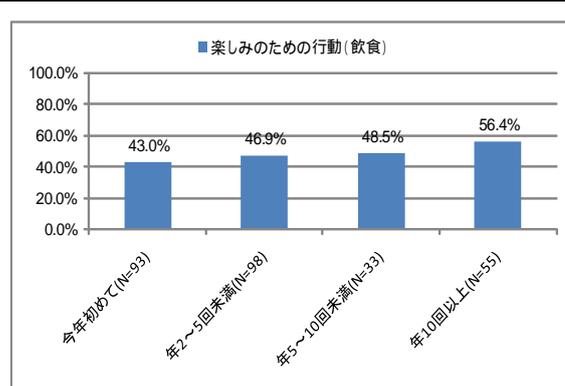


図 2-31

買物に関する「楽しみのための行動」の実施率と来訪頻度の関係

