

オープンファクトリーイベントが与える地域観光への影響

～移動需要に関するビッグデータを用いて～

小林 愛¹, 波瀲郁代², 早野陽子², 小竹輝幸¹, 藤澤政志¹, 三ツ橋明子²,

中根 裕², エドワード トゥリップコヴィッチ 片山²

¹株式会社ナビタイムジャパン, ²株式会社 JTB 総合研究所,

ai-kobayashi@navitime.co.jp

概要: 本研究では、新潟県三条市・燕市で開催されているオープンファクトリーのイベントである『燕三条 工場の祭典』を対象とし、経路検索条件データを用いて、オープンファクトリーイベントが地域観光に与える影響について以下の3点を明らかにした。1点目は、オープンファクトリーイベントにおいて、ゲストが訪問する施設は開催地域のブランディングの影響を強く受けると考えられる。2点目は、製品の製造現場や生産者に触れることができるオープンファクトリーイベントは、地場産業・伝統産業品の購買による地域内消費につながると考えられる。また、工場などの施設間の移動を伴うため、地域内での周遊を生むことができる可能性もあることがわかった。3点目は、イベント参加者は、目的とする施設を事前に検索し、現地に到着してから他施設への経路を確認していることがわかった。経路案内など、施設間の連携を拡充させることで、より地域内の流動を発生させることができると考えられる。以上のことから、地場産業・伝統産業品の購入や、参画施設間の移動に合わせた周辺観光など、オープンファクトリーイベントは、地域観光に対して貢献できる可能性が高いことが明らかになった。

Keyword: 新潟県三条市, オープンファクトリー, 地場産業, 移動需要, 観光分析

1. はじめに

1.1 背景

近年、日本各地で、地元の工場や工房を一般に公開する「オープンファクトリー」のイベントを開催するものづくりのまちが増加している。代表的なものとしては、台東モノマチ(東京都台東区), おおたオープンファクトリー(東京都大田区), RENEW(福井県鯖江市), 高岡クラフトツーリズム(富山県高岡市), 燕三条 工場の祭典(新潟県燕市・三条市)などが挙げられる。これらのオープンファクトリーのイベントは、参加企業のPRとしての側面だけではなく、地域全体の結びつきを強める、地域に関心をもつファンを増やす、立場や業種や職種、年齢を越えた地域のコミュニティ創出といった地域にとってのメリットも存在する[1]。

地場産業を活用したオープンファクトリーのイベントは、従来型の観光地とは異なる新しい観光

振興、地域活性化のあり方として注目されている。しかし、実際にイベント・開催地域を訪問、または訪問を検討しているゲストに着目して、具体的な行動把握やイベントの影響を明らかにした研究は少ない。

1.2 本研究の目的

新潟県三条市・燕市(以下、燕三条エリア)で開催されているオープンファクトリーのイベントである『燕三条 工場の祭典』を対象として、移動需要に関するビッグデータから、ゲストの具体的な行動を把握し、イベントが地域観光に与える影響を明らかにする。

2. 調査・分析概要

株式会社ナビタイムジャパンが提供する経路検索サービスにて、ユーザーの同意を得て取得した2017年9月28日(木)～2017年10月1日(日)

(以下、祭典前)と2017年10月5日(木)～2017年10月8日(日)(以下、祭典中)の8日間の間に燕三条エリアを発着地のいずれかとする経路検索条件データ(経路検索時に入力した目的地や希望到着時刻などの指定条件データ)を用いた。

3. 燕三条 工場の祭典概要

燕三条 工場の祭典は、2013年から毎年4日間にわたって開催されているイベントである。第4回から「工場」に加え、農業に取り組む「耕場」と産地の製品を手にすることができる「購場」も合わせて参加している。第1回は54工場であった参画施設は、第5回には103施設まで増加した。

開催地の三条市は、県の中央部に位置する人口10万人の市であり、三条市は「金物」、隣接する燕市は「洋食器」で知られる、金属加工を中心とした製造業が盛んな地域となっている。

4. 祭典期間内外における燕三条エリア集客圏の変化

燕三条エリア着とした経路検索総数は、祭典前4日間と祭典中4日間とでは、祭典中が祭典前に比べて37%多かった(公共交通利用者40%増、自動車利用者16%増)。

また、燕三条エリアの集客圏(燕三条エリアを到着地とした検索数を集計)を祭典期間内外で比較したデータを図1に示す。公共交通利用では、平常時(祭典前)から関東・北陸・甲信を中心に集客圏が広がっている。祭典中では、東北以北や関西以西の検索数も増加し、さらに集客圏が広範囲になっている。また、燕三条エリアに所在する駅着の検索も、祭典期間前比、前年比ともに増加していることがわかった(表1)。自動車利用では、平常時は新潟県周辺地域が集客圏であり、祭典中も範囲はあまり変化しない。しかし、集客圏

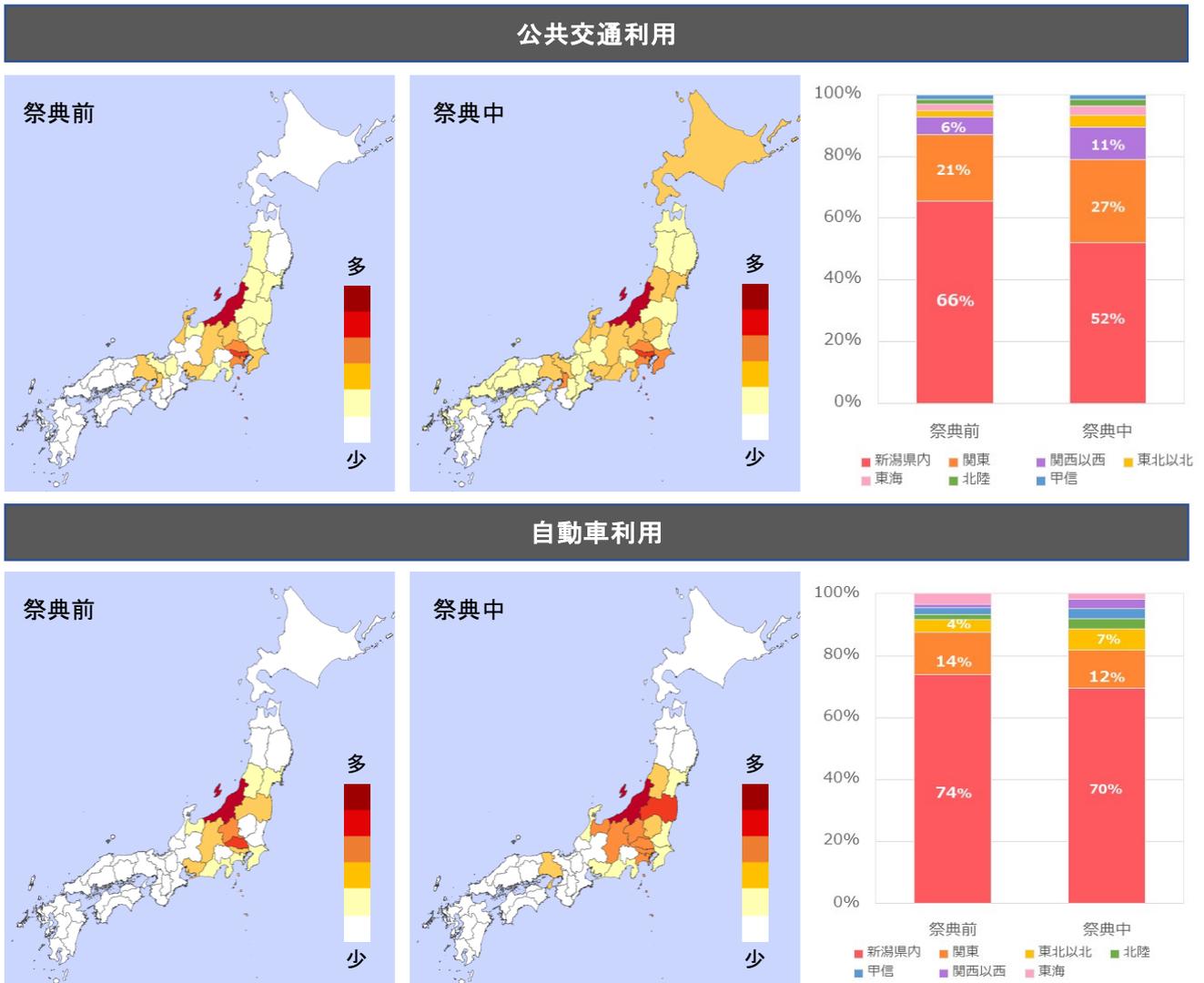


図1 各期間中に燕三条エリアを到着地とした出発地分布

内地域の検索数は増加していることがわかる。

また、燕三条エリアの集客圏について地域比を見ると、平常時は公共交通利用で6割、自動車利用で7割が新潟県内となっている。どちらの交通手段でも次いで関東の割合が大きい。

祭典中は新潟県外の割合が増加し、公共交通利用では関東、関西以西の割合が特に増えている。自動車利用では公共交通利用時に比べて新潟県外の割合の増加率は低いが、東北以西の割合が伸びている。地域によって燕三条エリアへの交通手段に差異が出ていることがわかる。

5. 経路検索条件データによるゲストの行動把握

5.1 ゲストの訪問意志が高い参画施設の傾向

工場の祭典参画施設の検索数上位は表2の通りである。検索数上位19の施設では、ほぼ全ての施設で祭典前と比較して祭典中の検索数が上昇している。工場の祭典により、工場への来訪を考える人が増加していることがわかる。燕三条エリアの工場の中でも知名度の高いSUWADAブランドの諏訪田製作所（ニッパー爪切り）やタダフサ（包丁）などをはじめとする刃物・金物の施設が多く、祭典前と比較しても検索数が増加している。このことから、県外からの来訪者には、燕三条＝刃物・金物として認知されていることが伺える。

また、地場産業・伝統産品を購入できる燕三条地場産業振興センター、燕三条駅観光物産センター燕三条Wingといった施設も検索されていることから、燕三条の商品が一覧でき、その場で直接見て、手に取って購入できる場所が求められていると考えられる。

5.2 検索時期から見るゲストの訪問先決定傾向

表3は、祭典当日よりも前に検索された施設の順位をまとめたものである。祭典中に工場の祭典参画施設を目的地として設定した検索をいつ行ったのかに着目すると、当日よりも前に検索した割合は24.8%であり、75.2%が当日検索であった。施設の上位をみると、工場の祭典参画施設全体の検索順位で上位にあがっている施設が多く見られる。

このことから、目的とする施設を事前に検索し、現地に到着してから各参画施設への経路を確認している様子を読み取れる。多くのゲストが訪れる施設から他参画施設への案内や経路案内を行うことで、よりゲストの地域内での流動を増加させることができると考えられる。

表1 イベントにおける公共交通機関利用者の増加率

検索順	駅名	期間前比	前年比
1	燕三条	1.3	1.8
2	吉田	1.4	2.6
3	東三条	1.1	1.7
4	三条	1.7	3.2
5	燕	2.1	3.5
6	北三条	1.4	2.6
7	北吉田	1.5	2.1
8	分水	0.9	1.8
9	西燕	1.7	2.0
10	保内	1.0	2.8
11	東光寺	3.2	2.3

表2 工場の祭典参画施設の検索増加率

検索数順	名称	種別	期間前比	前年比
1	燕三条地場産業振興センター	購場：その他	1.1	1.7
2	諏訪田製作所	工場：金属	7.7	3.3
3	三条市役所	工場：その他	1.4	1.1
3	燕市役所	工場：その他	2.8	2.8
5	燕三条駅観光物産センター 燕三条Wing	購場：その他	2.3	1.3
6	庖丁工房 タダフサ	工場：金属	8.0	4.0
7	ツインバード工業	工場：その他	3.0	-
8	武田金型製作所	工場：金属	5.0	0.8
9	藤次郎	工場：金属	2.0	1.0
9	新潟県三条地域振興局/ 計量検定所	工場：その他	-	4.0
9	嘉平豆腐店	工場：食	-	-
12	ハイサーブウエノ	工場：金属	3.0	-
12	ほしゆう	工場：紙	-	-
14	三条鍛冶道場	工場：金属	1.0	0.4
14	三条スパイス研究所	耕場：食	2.0	2.0
14	山谷産業	購場：金属	2.0	-
14	中小企業大学校 三条校	工場：その他	2.0	0.3
14	マルナオ	工場：木	1.0	0.2
14	玉川堂	工場：金属	2.0	0.2

注1 交通手段は公共交通と自動車の検索の合計

注2 灰色網掛けは金属を扱う施設、下線は地場産業・伝統産品を購入できる施設を表す。

表3 当日よりも前に検索された施設の上位

順位	名称
1	燕市役所
1	燕三条地場産業振興センター
3	諏訪田製作所
4	ハイサーブウエノ
5	三条市役所
5	新潟県三条地域振興局/計量検定所
5	三条鍛冶道場
5	玉川堂

5.3 イベントによる地域周遊の可能性

祭典中に参画施設のいずれかを目的地として検索したゲストが祭典中に検索したその他の施設として、燕三条エリア内では、歴史民俗産業資料館や道の駅といった他の観光施設や、レストラン・ベーカリーといったグルメスポットにも立ち寄ろうとしていることがわかった。エリア外でも、彌彦神社といった認知度の高い観光スポットはルートに組み込まれている。また、宿泊施設として、燕三条エリア内のホテルだけではなく、新潟駅前のホテルや越語湯沢の旅館も候補に挙げられていることがわかった。イベント訪問と合わせて、周辺観光も行われていることがわかる。

また、長野県や富山県、群馬県の観光スポットも検索されていることから、工場の祭典が、近隣県を含んだ広範囲の観光ルートの一部として組み込まれていることも明らかとなった。

6. オープンファクトリーイベントが地域観光に与える影響

以上のことから、オープンファクトリーイベントが与える地域観光への影響について、以下の3点が考察できる。

1 点目は、オープンファクトリーイベントにおいて、ゲストが訪問する施設は開催地域のブランディングの影響を強く受けると考えられる。本研究の事例である燕三条 工場の祭典では、参画施設の検索上位19施設中8施設が金属を扱う施設であった。これは「刃物・金物のまち」という燕三条エリアのブランドが大きく作用していると思われる。

2 点目は、地場産業・伝統産業品を購入できる施設の検索が多いことから、製品の製造現場や生産者に触れることができるオープンファクトリー

イベントは、地場産業・伝統産業品の購買による地域内消費につながると考えられる。また、イベント参画施設の検索者が他の周辺観光スポットも合わせて検索していることから、工場などの施設間の移動を伴うオープンファクトリーイベントは、地域内での周遊を生むことができる可能性もあることがわかった。

3 点目は、イベントの参加者は、目的とする施設を事前に検索し、現地に到着してから他施設への経路を確認していることがわかった。経路案内など、施設間の連携を拡充させることで、より地域内の流動を発生させることができると考えられる。

7. おわりに

本研究では、新潟県三条市で開催されている『燕三条 工場の祭典』を対象として、経路検索条件データから、ゲストの具体的な行動、イベントが地域観光に与える影響を明らかにした。地場産業・伝統産業品の購入や、参画施設間の移動に合わせた周辺観光など、オープンファクトリーイベントは、地域観光に対して貢献できる可能性が高いことが明らかになった。

また、分析手法として、実際の人々の移動を表すGPS（位置情報）データだけでなく、移動需要に関する経路検索条件データからもゲストの動きを把握することが可能であることがわかった。今後、地域観光において、ホスト側だけではなく、ゲストの行動に着目することはますます重要になってくるであろう。

謝辞

本研究にご協力いただいた新潟県三条市に深謝の意を表す。

参考文献

- [1] 株式会社ソーシャルデザイン研究所(2015): オープンファクトリーガイドブック, 経済産業省関東経済産業局 平成26年度地域新成長産業創出促進事業費補助金 地域資源活用ネットワーク構築事業