国営公園における入園料改定に関する試行が公園利用者に及ぼす影響 ～国営昭和記念公園を事例として～

大上　慧太

関東地方整備局　国営昭和記念公園事務所　調査設計課　（〒190-8558 東京都立川市緑町3173番地）

国土交通省では，2018年4月1日より，国営公園の利用者数の更なる拡大を図るため，入園料改定に関する試行を実施している．今後，適正な入園料を検討していくために，本稿では国営昭和記念公園を対象に，公園利用者へのモニタリング調査および入園者数実績をもとに，試行が本公園の利用者に及ぼす影響について検討を行った．また，試行の影響を整理した上で，本公園において公園利用者数の更なる拡大を図るために必要な方策についても検討を行った．

キーワード　国営公園，入園料改定に関する試行，モニタリング調査，入園者数

1. はじめに

国営公園においては，受益者負担の観点から公園を利用する者から入園料を徴収している．国土交通省は2018年4月1日より，国営公園の利用者数の更なる拡大を図るため，「子ども料金の無料化」「大人料金の見直し」など入園料改定に関する試行を実施している．今後，適正な入園料を検討していくためには，試行等に関する利用者の意向把握，さらには試行後の入園者数分析を行うことで，試行が公園利用者に及ぼす影響を明らかにする必要がある．

国営昭和記念公園（以下，本公園という）は，昭和天皇御在位五十年記念事業の一環として1979年11月の閣議決定に基づき国が設置する国営公園であり，国内外から年間約400万人以上が訪れ，日本を代表する国営公園の1つとなっている．したがって，本公園において試行の影響を明らかにすることは，国営公園の入園料を検討する上で必要不可欠である．

そこで，本稿では，本公園の入園者特性を整理した上で，公園利用者を対象としたモニタリング調査の結果および入園者数実績をもとに，試行が本公園の利用者に及ぼす影響について検討を行う．加えて，上記検討を踏まえ，公園利用者数の更なる拡大を図るために必要な方策についても提案することとする．

2. 国営公園における入園料改定に関する試行

国土交通省では，2018年4月1日より，表-1に示すような入園料改定に関する試行（以下，入園料試行という）を全国12公園において実施している．試行の実施により，本公園の入園料は表-2のようになっており，変更となった金額は赤字で示している．また，旅行商品への団体料金の適用に関して，本公園では多摩モノレール，パレスホテル立川とのセット券が販売されている（表-2）．

表-1　入園料改定に関する試行

	従来	試行
小中学生	80円	無料
大人一般	410円	450円
団体	20名以上が対象	公共交通機関や旅行会社等が販売する旅行商品に団体料金を適用
年間パスポート	一の公園で使用可能	入園料を徴収する全ての国営公園で使用可能
2日間通し券	（設定無し）	新たに設定

表-2　国営昭和記念公園における入園料

		従来	試行
一般	大人	410円	450円
	シルバー	210円	210円
	小中学生	80円	0円
団体	大人	290円	290円
	シルバー	210円	210円
	小中学生	50円	0円
年間パスポート	大人	4100円	4500円
	シルバー	2100円	2100円
	小中学生	800円	0円
2日間通し券	大人	-	500円
	シルバー	-	250円
旅行商品	モノレールセット券:920円(1日乗車券+入園券) ホテルセット券:宿泊+入園券，大人購入:290円		

※大人：15歳以上　シルバー：65歳以上

3. 国営昭和記念公園の入園者特性

本公園は花修景や黄葉・紅葉を中心に四季折々の魅力を有している．そのため，年間を通して非常に多くの来園者が訪れ（図-1），2014年度以降は年間入園者数が400万人を超えている．特に，フラワーフェスティバル（3月下旬～5月下旬），花火大会（7月下旬，2018年度は11月実施），コスモスまつり（9月中旬～10月下旬），黄葉・紅葉まつり（11月，写真-1）には非常に多くの入園者が記録されている．

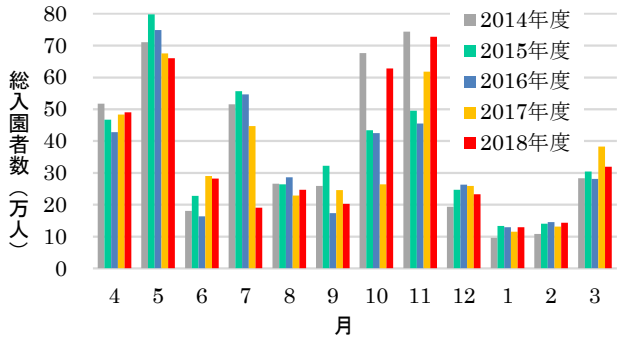

図-1　月別の入園者数の推移（2014～2018年度）
年間入園者数（累計）2014年度：454万人　2015年度：438万人
2016年度：404万人　2017年度：413万人　2018年度：427万人

写真-1　多くの公園利用者で賑わう「黄葉・紅葉まつり」

また，本公園の利用者には，家族連れ，夫婦，友人・知人が多く（図-2），交通手段は半数以上が電車で，次いで車が多いことが分かっている（図-3）．

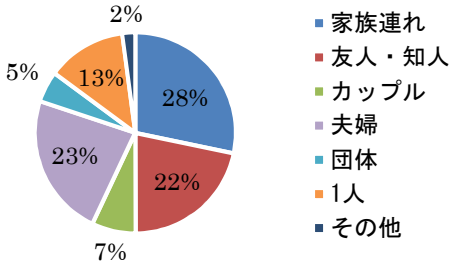

図-2　本公園の利用者属性の割合
（2016年度利用実態調査および入園実態より）

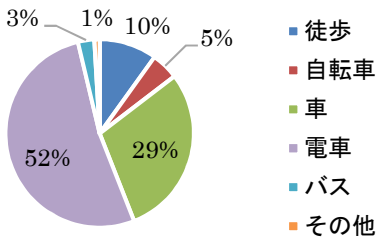

図-3　本公園への交通手段の割合
（2016年度利用実態調査および入園実態より）

4.　入園料試行が公園利用者に及ぼす影響

(1) モニタリング調査結果の分析

公園利用者に対して本公園の利用満足度を調査した業務「H30昭和・武蔵・有明公園運営維持管理に関するモニタリング調査他業務」におけるアンケート結果をもとに，入園料試行の実施が公園利用者にどのように受け取られているかについて考察した．

a) 入園料試行の認知度について

図-4は，「入園料金改定を来園前からご存知でしたか？」という質問に対する回答割合を，利用形態別に示したグラフである．図-4より，試行を来園前に知っていた人の割合は3割弱で，認知度は低い状況であることが分かる．利用形態別に見ると，小中学生やシルバーと比較して，大人の認知度がやや低い傾向にある．

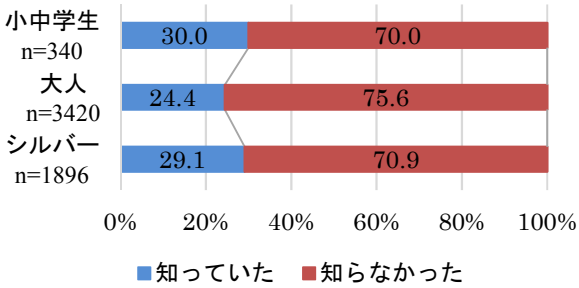

図-4「入園料金改定を来園前からご存知でしたか？」という質問に対する回答割合

また，図-5は，上記の質問で「知っていた」と答えた人に対し「小中学生の無料化および大人料金の見直しは来園のきっかけになりましたか？」と質問した際の回答割合を，利用形態別に示したグラフである．その結果，小中学生では半数以上が「きっかけになった」「どちらかといえばきっかけになった」と答えており，無料化が小中学生の来園促進に寄与している傾向が見受けられた．一方で，試行により値上がりした大人，直接影響を受け

ないシルバー世代では「きっかけになっていない」の回答が半数程度を占めていた．

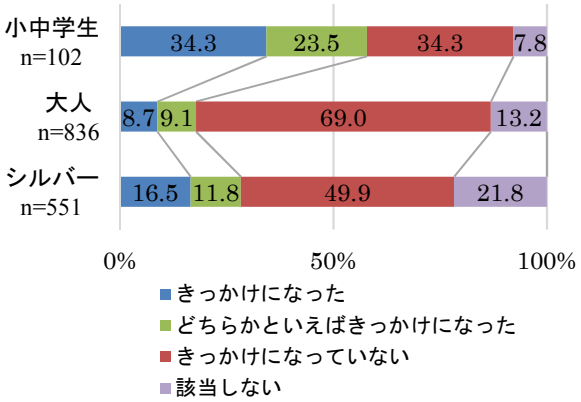

図-5「小中学生の無料化および大人料金の見直しは来園のきっかけになりましたか？」という質問に対する回答割合

b) 入園料試行の支持について

図-6は，「小中学生の無料化および大人料金の見直しについてどう思いますか？」という質問に対する回答割合を，利用形態別に示したグラフである．その結果，どの世代でも6割程度の人が「支持する」「どちらかといえば支持する」と回答しており，試行を支持する傾向が強いことが分かる．特に，無料化の恩恵を受けた小中学生では「支持する」の割合が60%と非常に高くなっている．

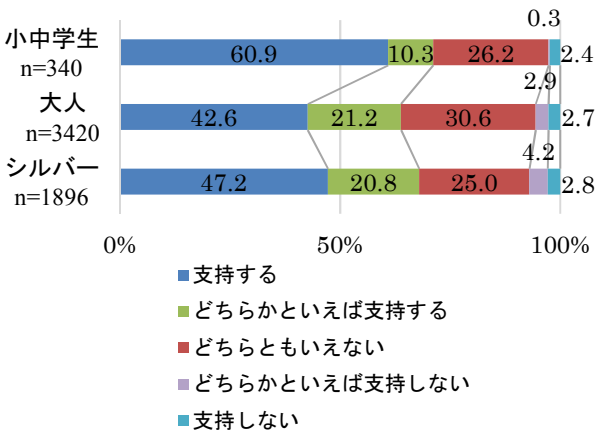

図-6「小中学生の無料化および大人料金の見直しについてどう思いますか？」という質問に対する回答割合

c) 大人入園料の金額について

図-7は，「大人料金450円の水準についてどう思いますか？」という質問に対する回答割合を，利用形態別に示したグラフである．その結果，大人世代で若干高い料金抵抗が見られるものの，全ての世代において半数以上が「どちらともいえない」と回答しており，大人料金に対する抵抗は限定的であるといえる．

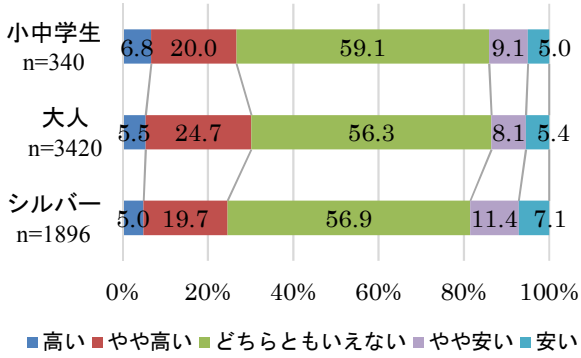

図-7「大人料金450円の水準についてどう思いますか？」という質問に対する回答割合

(2) 入園者数実績の分析

本公園は，有料区域と無料区域に分けられており，今回の入園料試行の対象となるのは有料区域である．以降，有料区域の入園者数実績をもとに，試行が入園者数に及ぼす影響を明らかにした．

a) 有料区域の総入園者数について

図-8は，2014年度から2018年度までの有料区域の総入園者数とその内訳を示している．2018年度の入園者数は例年より少ない272万人であった．内訳は，例年と比較して増加したのが子供の数，減少したのが大人・その他の数，シルバーの数は例年並みであった．

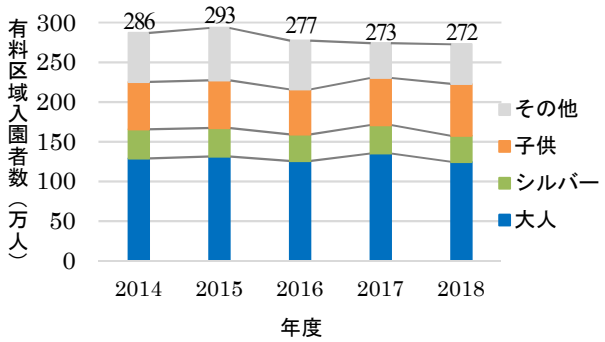

図-8　有料区域の入園者数の推移

子供には小中学生と未就学児童，その他には業務入園，ボランティア，障がい者及び介添人，無料開放日の入園者数を含む．

b) 小中学生の無料化の影響

図-9は子供の入園者数の経年変化を示すグラフである．図-9より，2018年度の子供の入園者数は過去5年間で最多の65万人となった．前節のモニタリング結果（図-5）から，無料化は小中学生の来園のきっかけになっている

ことから，例年より多くの子供が入園したことが考えられる．実際に，本公園の運営維持管理業務を委託している管理センターからは，「入園料が無料になったことで，学校帰りの小中学生が多く入園するようになり，平日における子供の入園者数が伸びた印象がある．」との意見が出ている．

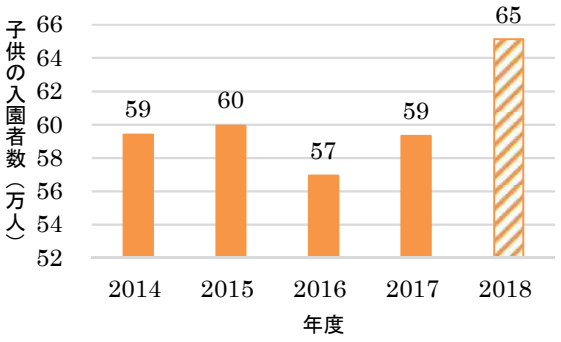

図-9　子供の入園者数の経年変化
子供には，小中学生と未就学児童の入園者数を含む．

c) 大人料金値上げの影響

図-10は大人の入園者数の経年変化を示すグラフである．図-10より，2018年度の大人の入園者数は過去5年間で最低の125万人であった．大人減少の要因としては，値上げによる料金抵抗の可能性も考えられるが，前項のモニタリング調査からは大人世代において料金値上げに対する抵抗は低いことが分かる（図-7）．また，2016年度の入園者数ともそれほど大きな差はないことから，2018年度の大人入園者数の減少は試行の直接的な影響とは断定しがたい．

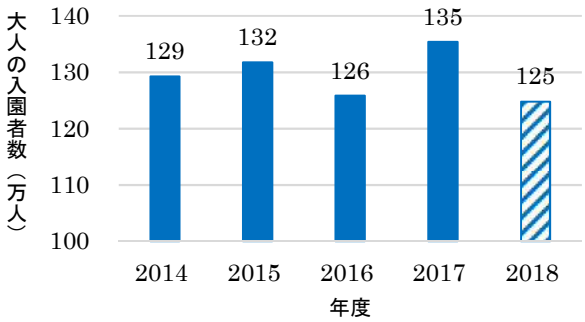

図-10　大人の入園者数の経年変化

一方で，入園者数に強い影響を与える要因として『天候』が考えられる．表-3は，大人の月別入園者数について，2018年度の値と2014年度～2017年度の平均値との差を計算し，2018年度が例年と比較してどの月に入園者数が減っているのかを示している．入園者数が1万人以上減少した月（赤字）について，本来多くの入園者が期待できる時期（花の見頃，GW，イベント期間等）に悪天候が重なると入園者数が減少する傾向にあることが分かる．以上のことから，2018年度の大人入園者数の減少については悪天候の影響が強く，モニタリング調査の結果からも料金抵抗の影響は限定的であることが考えられる．

表-3　2018年度月別大人入園者数の減少と主な要因

月	2018 - (2014～2017平均)	2018年度の主な減少要因
4	22,960人	
5	-36,776人	GWの悪天候
6	9,392人	
7	-13,647人	猛暑，花火大会の中止
8	-20,472人	プール期の悪天候
9	-22,295人	コスモス期の悪天候
10	-14,035人	台風による休園
11	15,184人	
12	-15,469人	イルミネーション期の悪天候
1	1,950人	
2	-5,429人	
3	20,920人	

d) 団体料金の適用範囲拡大の影響

図-11は団体料金が適用される旅行商品の利用者数を月別に示したグラフである．図-11より，旅行商品の利用者数は合計2,132人であり，3月～5月のフラワーフェスティバル，10月のコスモスまつり，11月の黄葉・紅葉まつりといった，公園の魅力度が高い時期に集中していることが分かる．利用者数の内訳は，多摩モノレールセット券の大人が2,114人，シルバーが0人，パレスホテル立川セット券の大人が14人，シルバーが0人であり，いずれもシルバー世代の利用者数が0という結果であった．

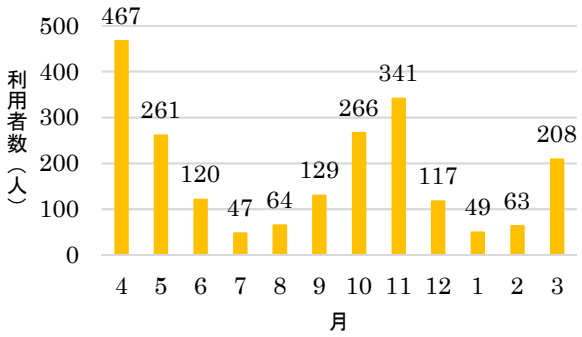

図-11　旅行商品の月別利用者数

e) 年間パスポートの適用範囲拡大の影響

図-12は年間パスポートの年間購入者数の推移を示している．図-12より，2018年度の年間パスポート購入者数は，シルバーでは増加傾向にあるものの，大人では伸び悩んでいる傾向が見られる．

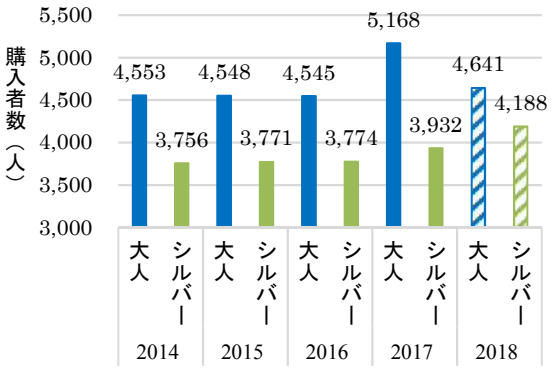

図-12　年間パスポート購入者数の推移

図-13は，年間パスポートの年間利用者数の推移を示している．図-13より，2018年度の利用者数は，大人・シルバーともに過去5年間で最多となった．

年間パスポートが全ての国営公園で利用可能になったことによって，①他公園のパスポートを持つ人が来園し，本公園での利用者数が増加する，②他公園でも利用できるという利点から，本公園での購入者数が増加する，という2つの効果が期待されたが，大人においては後者の効果は明瞭には現れなかった．

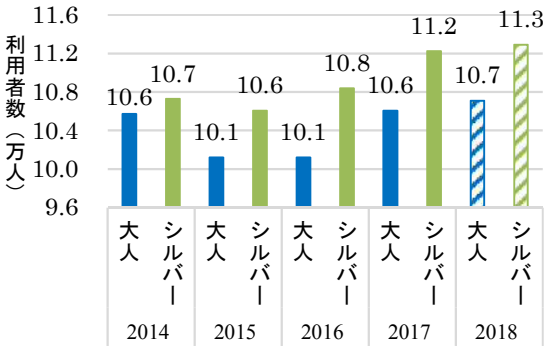

図-13　年間パスポート利用者数の推移

図-14は，本公園で利用された他の国営公園の年間パスポートの利用実績を示している．図-14より，最も多く利用されているのは本公園の近隣に位置する国営武蔵丘陵森林公園（埼玉県）であり，次いで同じ関東地方に位置する国営常陸海浜公園（茨城県）であった．一方で，本公園から距離の離れている公園については，利用者数が少ない傾向にある．

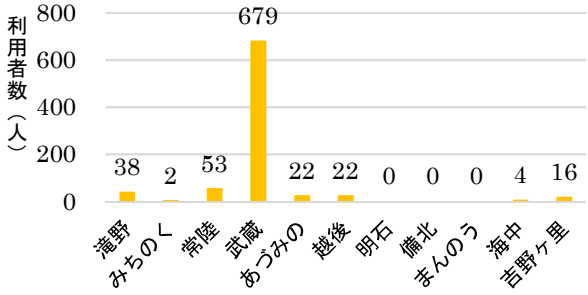

図-14　他の国営公園のパスポート利用実績

横軸の略称は，左から順に，国営滝野すずらん丘陵公園，国営みちのく杜の湖畔公園，国営常陸海浜公園，国営武蔵丘陵森林公園，国営アルプスあづみの公園，国営越後丘陵公園，国営明石海峡公園，国営備北丘陵公園，国営讃岐まんのう公園，国営海の中道海浜公園，国営吉野ヶ里歴史公園を表す．

f) 2日間通し券導入の影響

図-15 は，2 日間通し券の月別購入者数を示しており，旅行商品の利用者数と同様の傾向で，公園の魅力度の高い季節に購入者数が増える傾向にある．これは，花修景の最盛期や黄葉・紅葉時期には 2 日間通して公園を楽しむことができるためだと考えられる．購入者の内訳は，大人が 939 人，大人団体が 23 人，シルバーが 70 人となっており，大人団体とシルバーの利用者数が少ない傾向にある．また，2 日間通し券の 2 日目の利用率は 70.5%であり，3 割程度の購入者が 2 日目の通し券を利用していない状況であった．

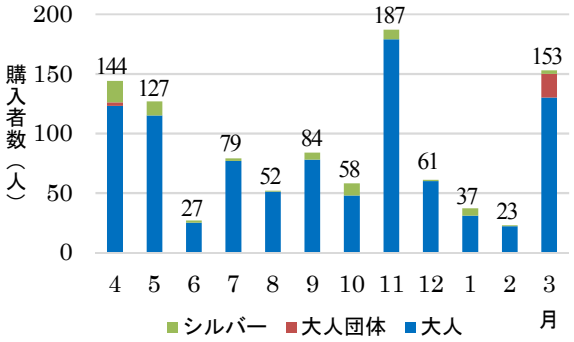

図-15　2日間通し券の月別購入者数

5. 公園利用者数の更なる拡大を図るために必要な方策について

前章のモニタリング調査の結果より，入園料試行の認知度は 3 割程度と低い水準であることが分かった（図-

4）．これまでの検討により，試行がきっかけとなり小中学生の入園者数が増加したこと（図-5.9），年間パスポートの利用者数が増加したこと（図-13），旅行商品や 2 日間通し券といった新たな制度を利用した入園者数が確認されたこと（図-11.15）等を考慮すると，試行の普及啓発に努めることは公園利用者の更なる拡大に寄与すると考えられる．

また，有料区域の大人入園者数の分析より，入園者数には『天候』も強い影響を及ぼすことが示唆された（表-3）．したがって，入園料試行の目的である「公園利用者数の更なる拡大」を図るためには，料金施策と同時に悪天候時に入園者を呼び込む方策を検討する必要がある．

(1) 入園料試行に関する普及啓発の推進

普及啓発にあたっては，世代，利用形態に応じて効果的な手法で実施することが望ましい．まず，小中学生については，学校や周辺市町村と協力して更なる周知を図り，試行の認知度を高めることで入園者数の増加が期待できる．次に，大人については，自身の入園料は値上げ（410 円→450 円）となったものの，子供連れにとってはむしろ子供料金が無料（80 円→0 円）になったことで恩恵が生まれる場合もある．本公園の利用者の約 30%は家族連れであることからも（図-2），大人向けの広報を行うことで，より多くの入園者を呼び込める可能性がある．また，大人の年間パスポートの購入者数が伸び悩んでいることから（図-12），年間パスポートが全ての公園で使用可能であることに加え，他公園の魅力を発信することで購入者数の増加を目指す必要がある．最後に，シルバーについては，旅行商品と 2 日間通し券の利用者が少ないことが課題である．本公園を訪れる人の半数以上が電車を用いて来園しているため（図-3），モノレールセット券の内容をより分かりやすく広報することが必要である．また，本公園だけでなく，周辺観光地と連携して旅行商品や 2 日間通し券の活用を推進することは，シルバー利用者の増加，更には地域の活性化にも寄与すると考えられる．

(2) 天候不順への対応

公園というオープンスペースの特性上，雨天日には入園者数が減少してしまう．そのため，雨天日において公園の新しい魅力を見い出し，発信していくことは入園者の増加に繋がると考えられる．例えば，都内最大規模の花菖蒲園を有する水元公園（東京都）では，梅雨の時期に菖蒲まつりを実施することで，多くの来園者を呼び込んでいる．本公園にも，花菖蒲やスイレン，アジサイ等，雨天日に魅力が増す植物が多く存在するため，これら花修景の広報が有効である．また，多くの商業施設が実施しているように，園内の売店やレストランで雨天日限定の割引やサービスを提供できれば，こちらも魅力として宣伝することが可能である．

一方で，雨天日のハード対策としては，子供が安全に遊べる屋内施設を整備することが考えられる．類似事例として，国営アルプスあづみの公園（長野県）では，梅雨の時期（6 月）や冬の厳しい気候の時期（1 月～4 月）に「KIDS PLAY PARK」（写真-2）という子供の屋内遊び場を設けることで，入園者の呼び込みを行っている．子供料金の無料化と併せた屋内施設の整備は，子供および親世代の増加に繋がることが予測される．

写真-2　梅雨・冬季でも遊べる屋内施設「KIDS PLAY PARK」
（国営アルプスあづみの公園 堀金・穂高管理センター提供）

表-3 より，2018 年度は例年に比べ，行楽シーズン（5 月，9-10 月）や夏季（7-8 月）において，主に天候不順が原因で入園者数が減少する傾向にあった．国営常陸海浜公園（茨城県）では，遠方からの来園者が多い行楽シーズンにおいて，旅行会社と連携したツアーを開催することで，天候不順であっても公園や周辺観光地を楽しめるような工夫をしており，こうした取り組みは本公園でも応用できる可能性がある．また，近年記録的な猛暑日が増えている夏季については，早朝や夜間といった比較的気温の低い時間に開園し，公園らしい涼しい空間を提供することで入園者数の増加を図ることができると考えられる．

5. おわりに

本稿における検討により，入園料試行の認知度は低いものの，来園者の半数以上が試行を支持していることが分かった．また，小中学生の入園者増加，年間パスポート利用者の増加等，試行の実施は利用者数の更なる拡大に寄与する可能性が示された．一方で，公園というオープンスペースの特性上，入園者数には天候が強い影響を及ぼすため，料金施策の検討に加え，天候不順への対策も必要不可欠である．今回の入園料試行は，2019 年度も引き続き実施されることから，試行 2 年目の動向を分析するとともに，他の国営公園の実態も踏まえた上で，適正な入園料を検討していく必要がある．