

(仮称)次期佐原広域交流拠点運営等事業に関するサウンディング調査
別添資料2
佐原広域交流拠点の利用状況

令和4年9月
香取市
利根川下流河川事務所

- 以下の4つの視点より、佐原広域交流拠点の利用状況を整理する。

1. 年間来場者数の推移

2. 拠点機能の形成状況

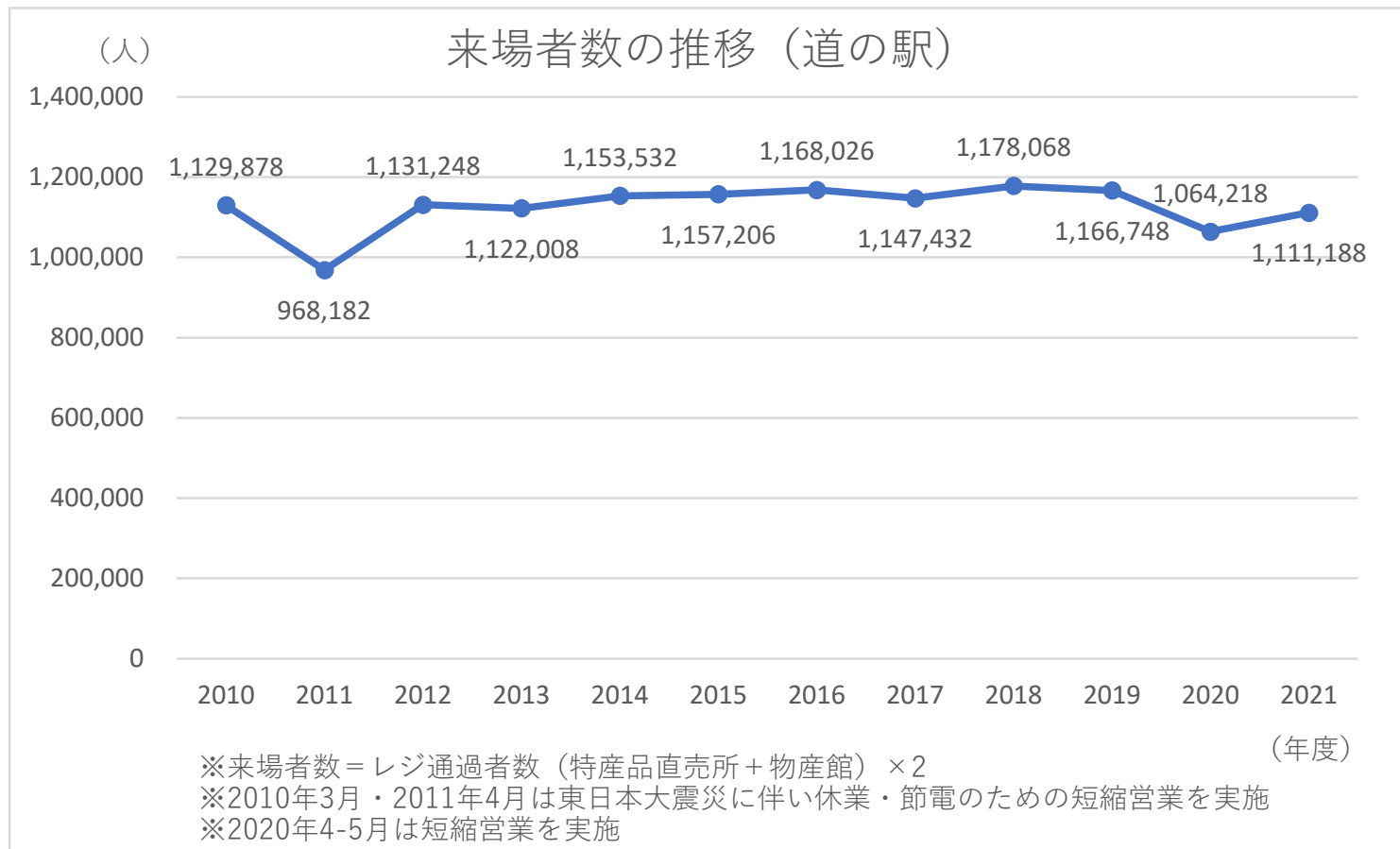
- 防災拠点機能
- 水辺利用拠点機能
- 文化交流拠点機能
- 交通拠点機能

3. 上記4拠点機能に関わるイベント開催状況

4. 利用者ニーズ・満足度

1. 年間来場者数の推移(1/1)

- 東日本大震災が発生した2011年度を除き、**開業以来2020年度まで毎年度100万人以上の来場を達成。当初の数値目標である年間82万人を上回っている。**
- 増築・駐車場拡張工事が完了した2018年度には過去最高となる約118万人を記録した。
- 2018年度から2020年度にかけては減少しており、2020年度以降は新型コロナウイルス感染拡大による影響があるものと想定される。

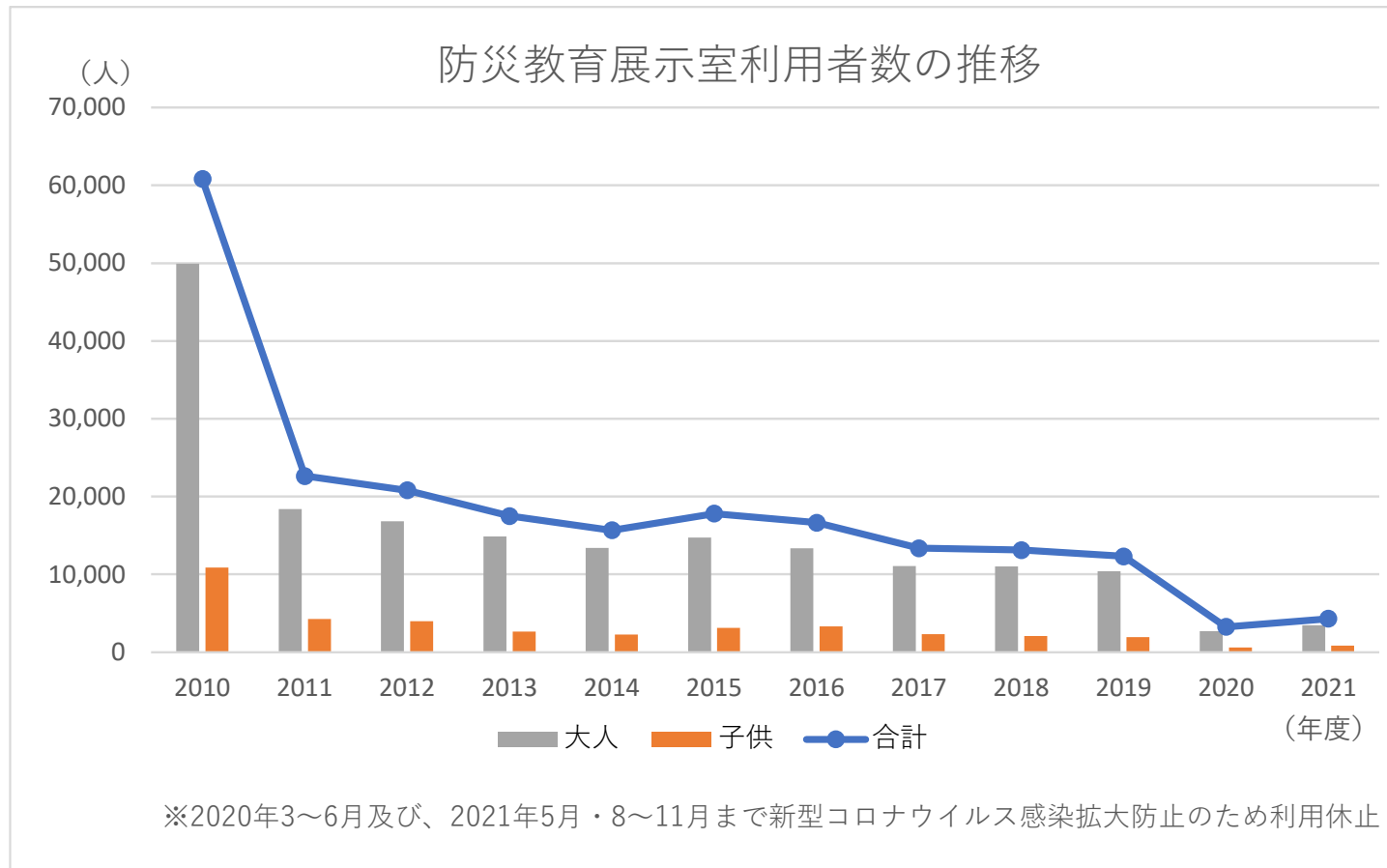


2. 拠点機能の形成状況(1/9)

① 防災拠点機能

□ 防災教育展示室の利用者数

- **開業初年度は6万人を超えた**ものの、翌2011年度には半数以下に落ち込み、2013年度以降は2万人を割り込んでいる。
- 2020年度以降は、新型コロナウイルス感染拡大防止のための利用休止もあり1万人を割り込んでいる。

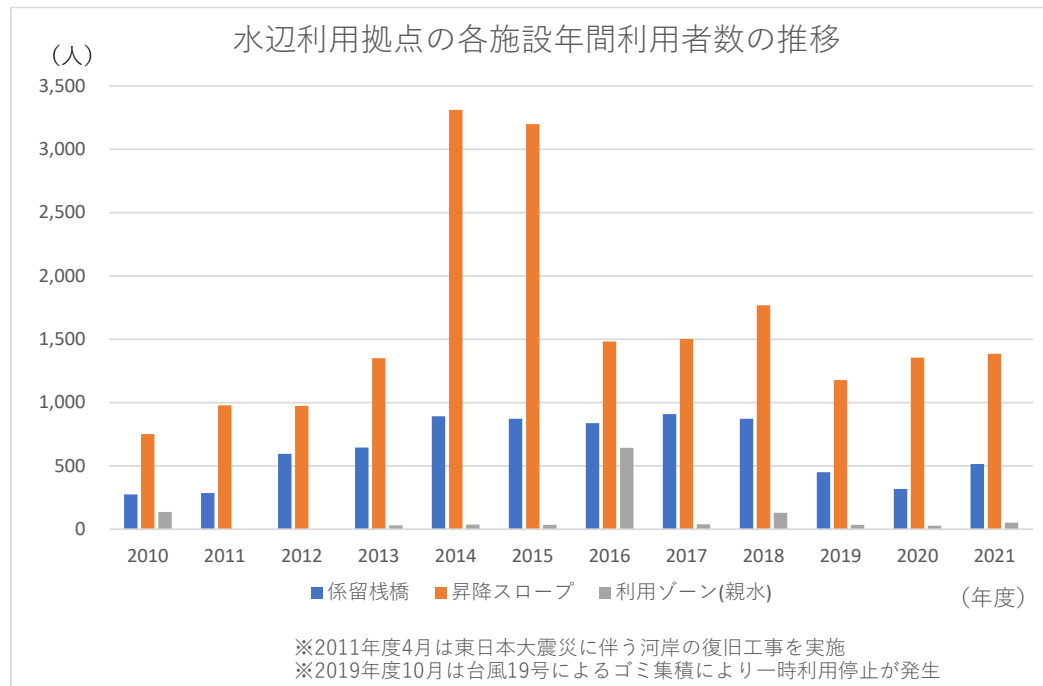


2. 拠点機能の形成状況(2/9)

② 水辺拠点機能

□ 係留桟橋、昇降スロープ、利用ゾーン(親水)の利用者数

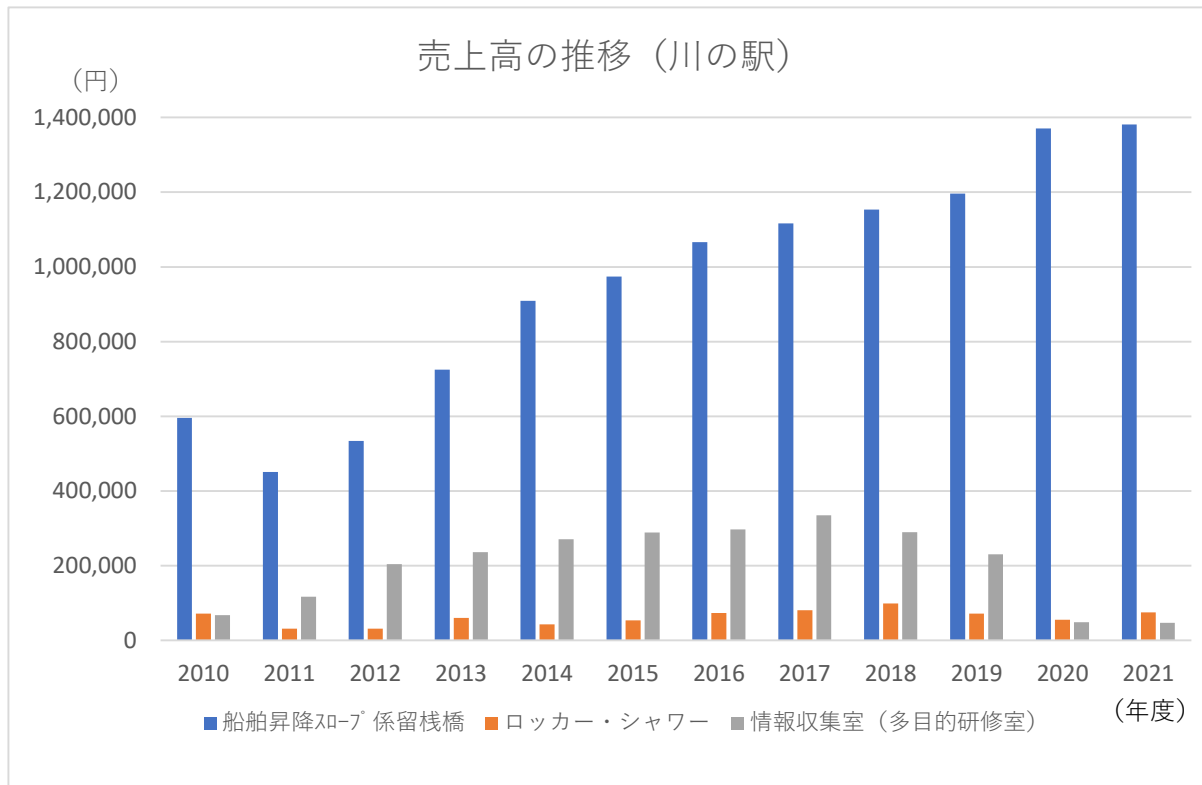
- 係留桟橋の利用者数は、開業初年度から2014年度まで4年連続で増加し、2017年度には900人を超えたが、**2019年度以降は500人前後となっている。**
- 昇降スロープの利用者数は、水陸両用バスを用いた**イベントを実施した2014、2015年度のみ3,000人を超えているものの、その他の年度では2,000人以下**となっている。なお、SPCによると、2016年度に前年度の約半数まで減少したのは、スロープに生じた亀裂のためイベントが継続できなかったためである。
- 利用ゾーン(親水)の利用者数は、イベントが実施された2016年度のみ600人を超えているものの、**その他の年度では年間100人以下**となっている。



② 水辺拠点機能(続き)

□ 船舶昇降スロープ係留棧橋、ロッカー・シャワー、情報収集室(多目的研修室)の売上高

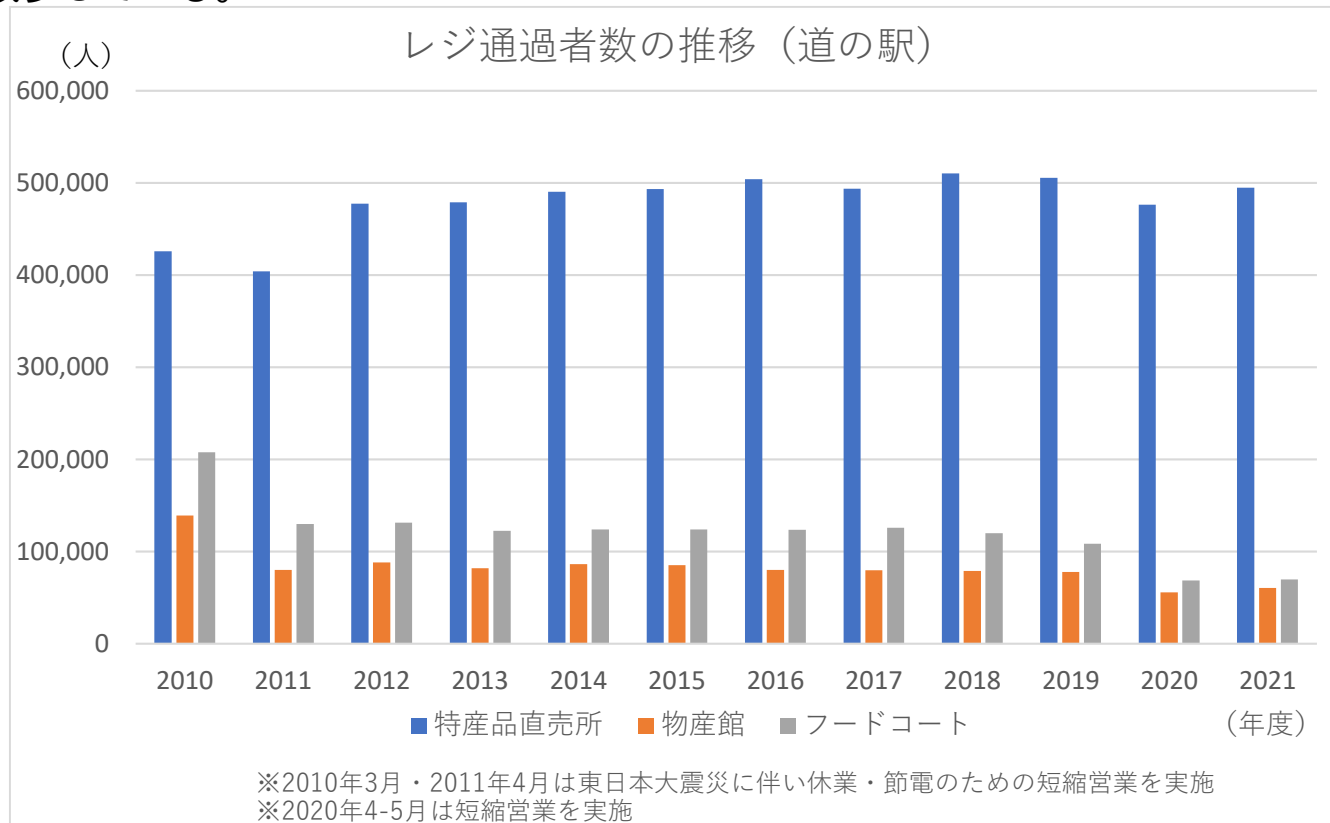
- 船舶スロープ係留棧橋の売上高は、料金の値上げもあり、2011年度から2021年度まで10年連続で増加している。2021年度には、新型コロナウイルスの感染拡大にもかかわらず140万円近くに達して過去最高となっている。
- ロッカー・シャワーの売上高は、全ての年度において年間10万円以下となっている。
- 情報収集室(多目的研修室)の売上高は、開業以来2017年度まで一貫して増加しており、2017年度には30万円を超えている。ただ、2018年度以降は減少に転じており、2020年度以降は年間10万円以下となっている。



③ 文化交流拠点機能

□ 道の駅のレジ通過者数

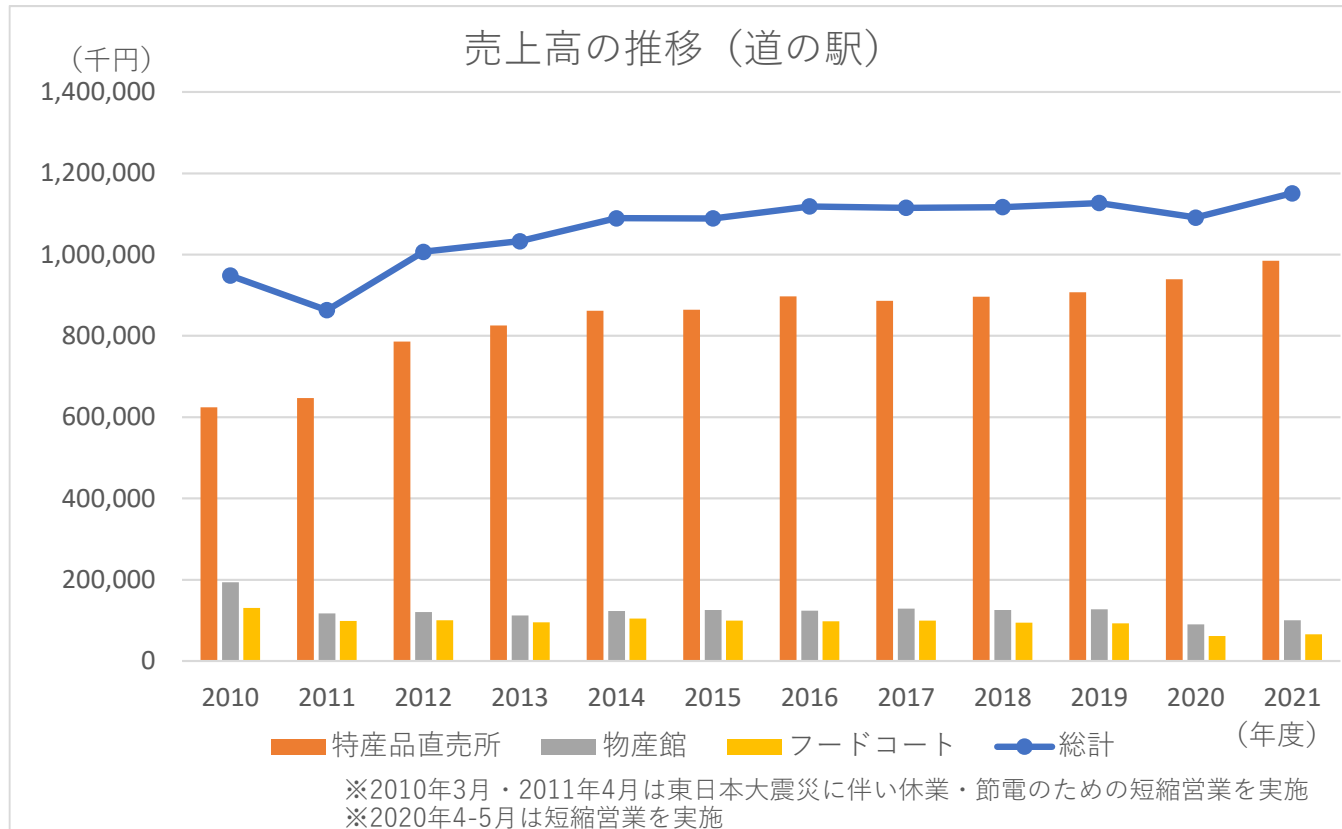
- **特産物直売所**のレジ通過者数は、2011年度から2016年度まで5年連続で増加しており、**2017年度に増築工事、2018年度に駐車場の拡張工事が完了し2018年度は50万人を超え過去最多**となった。
- **物産館・フードコート**のレジ通過者数は、**開業初年度が最も多**くなっている。
- 2020年度には、いずれの施設も新型コロナウイルス感染拡大に伴う営業時間短縮等の影響により減少している。



③ 文化交流拠点機能(続き)

□ 道の駅の売上高

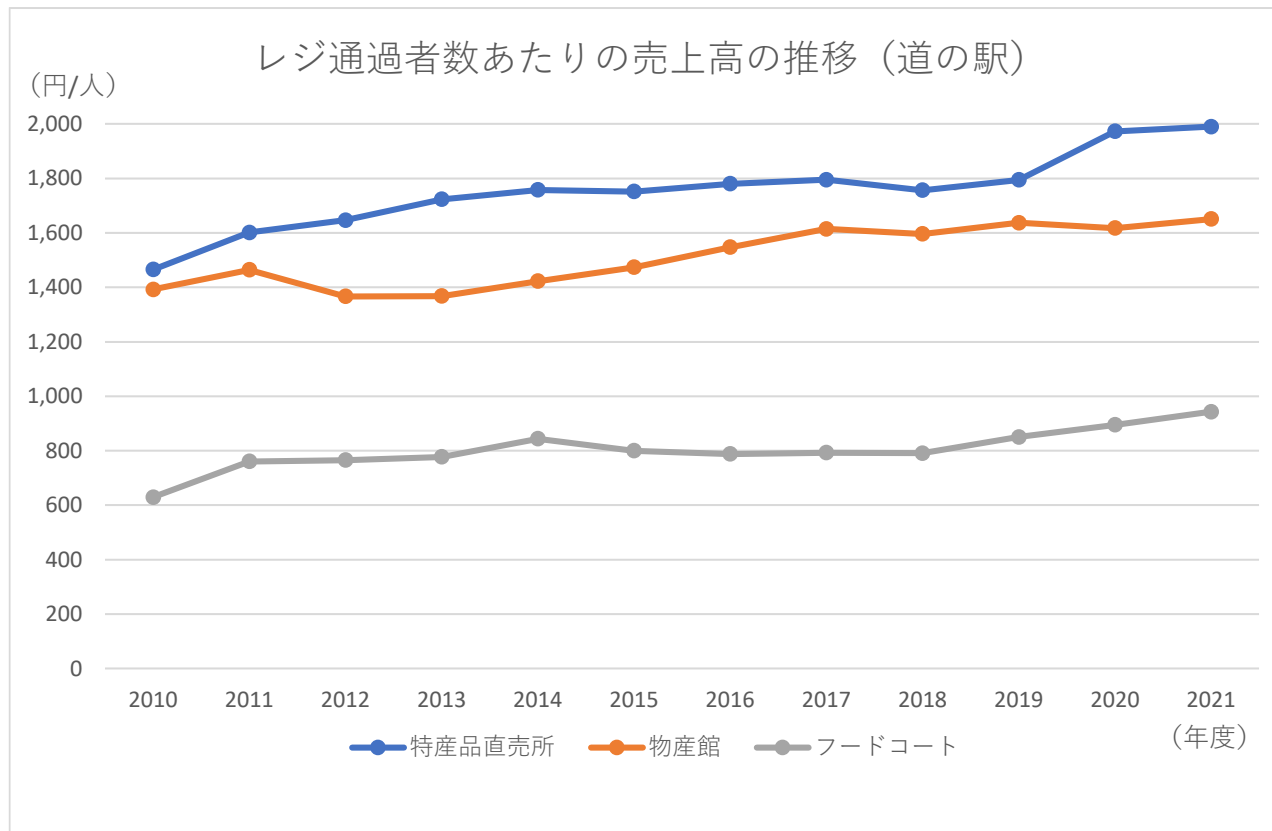
- **特産物直売所**の売上高は、2016年度から2017年度を除き、**2021年度まで一貫して増加**しており、**2021年度には新型コロナウイルス感染拡大にもかかわらず過去最高**となっている。
- **物産館・フードコート**の売上高は、**開業初年度が最も多くなっている**。
- **総売上**は、2020年度に物産館・フードコートの売上高が減少した影響を受けて前年比減となったものの、**2021年度には増加に転じ、過去最高**となっている。



③ 文化交流拠点機能(続き)

□ 【参考】レジ通過者数あたり売上高

- 客単価を測る指標としてレジ通過者数あたりの売上高に着目すると、**3施設ともに開業初年度から増加**しているが、一貫して特産物直売所が最も高くなっている。
- 特産物直売所では2019年度から2020年度にかけて過去最大の増加幅となっており、**2021年度には過去最高**となっている。新型コロナウイルスが感染拡大する中で、「買いだめ」傾向が強まっていることが伺える。

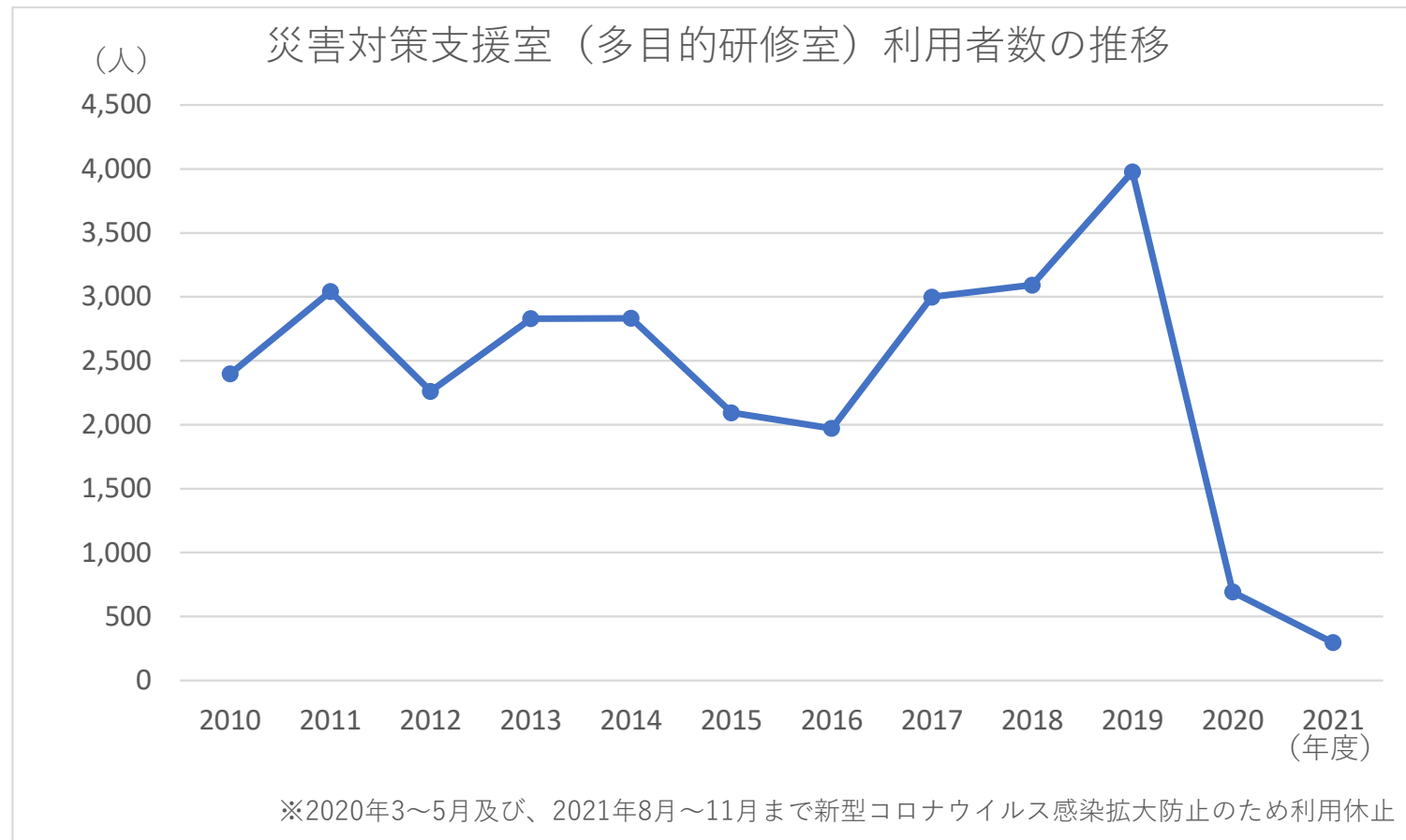


2. 拠点機能の形成状況(7/9)

③ 文化交流拠点機能(続き)

□ 災害対策支援室(多目的研修室)の利用者数

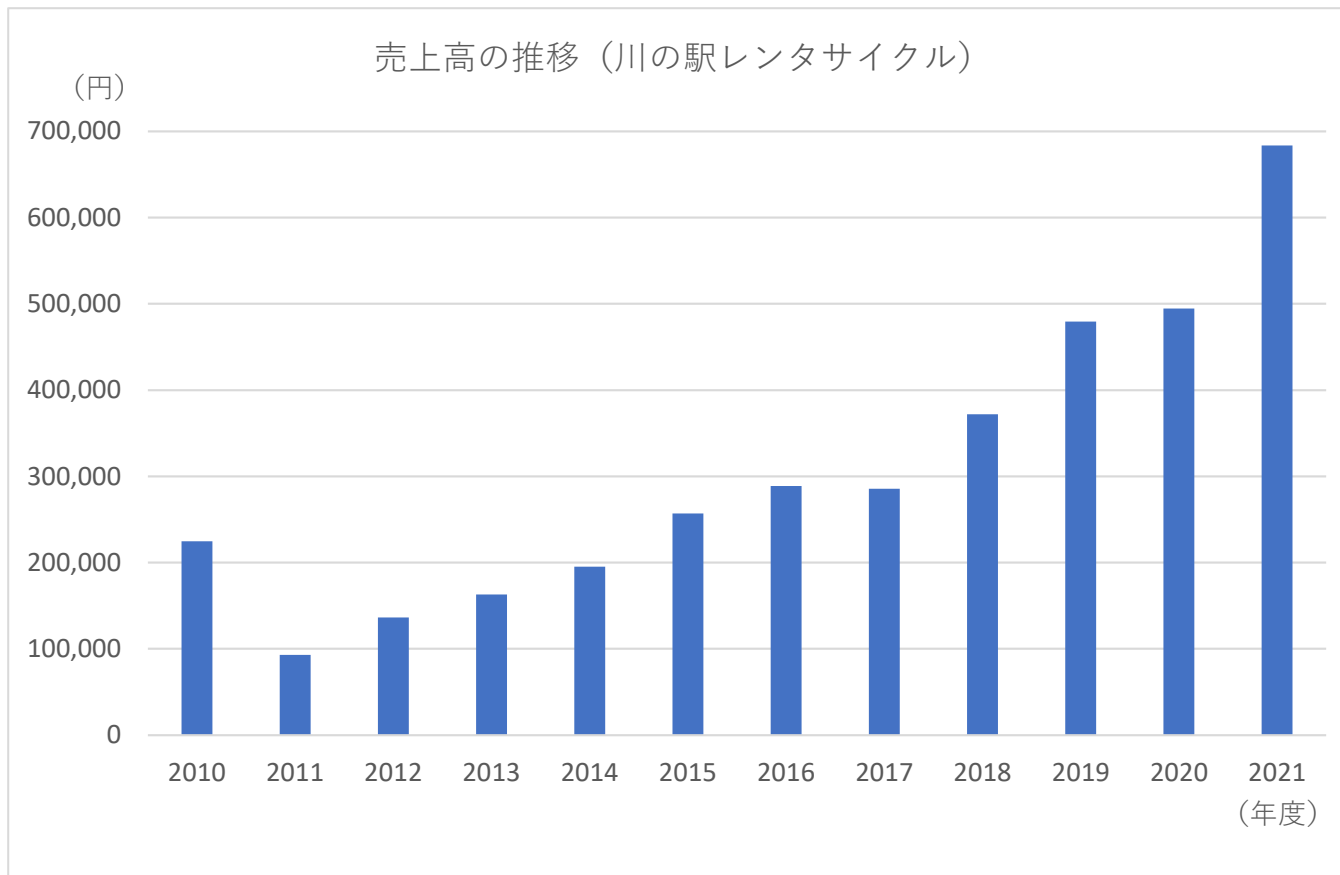
- 増減を繰り返しているものの、2018年度以前は概ね2,000~3,000人の間で推移している。2019年度のみ4,000人近くの利用が見られるが、SPCによると、同年に複数発生した大型台風の影響で社会的に防災意識が高まったことが影響している。
- 2020年度以降は、新型コロナウイルス感染拡大防止のための利用休止もあり1,000人以下となっている。



④ 交通拠点機能

□ 川の駅レンタサイクルの売上高

- 川の駅におけるレンタサイクルの売上高は、2011年度に前年度比2分の1以下まで落ち込んだものの、同年度以降は2016年度から2017年度を除き2020年度まで一貫して増加し、2020年度には台数増強等もあって2011年度の約5倍近くまで達している。
- 2021年度には、70万円近くまで達して過去最高となっており、自転車利用ニーズが高まっていることが伺える。



2. 拠点機能の形成状況(9/9)

④ 交通拠点機能(続き)

□ 川の駅レンタルボートの売上高

- 開業後4年間は20万円以下で推移していたが、2014年度以降は概ね20万円から40万円の間で推移している。

□ 水郷・利根川遊覧船の利用者数

- 2012年度が4,000人近くで過去最多となっているが、翌2013年度は、運航会社・ルート数が減少したこともあり前年度比約3分の1と大きく落ち込んでいる。また、2014年度から2020年度にかけても6年連続で減少しており、2020年度は乗船人数制限の実施もあり1,000人を割り込んでいる。ただ、2021年度には増加に転じており、1,000人を超えている。

3. イベント開催状況の推移(1/1)

- 月次業務報告書よりこれまでのイベント開催内容を整理し、下表の通り4つの拠点機能との対応関係を整理した。
- 各拠点機能の性質によってイベントとの親和性は異なるが、拠点機能ごとに関連するイベントの開催状況が大きく異なる状況となっている。概ね、以下のような傾向が見られた。
 - **防災拠点機能**に関連したイベントの開催は限定的で、特に一般利用者向けのイベントは企画されていないものと思われる。ただし、**近年は開催数が増加**している可能性がある。
 - **水辺利用拠点機能、文化交流拠点機能**に関連するイベントは**数多く実施されている**。
 - **交通拠点機能**に関連したイベントは**非常に開催数が少ない**。

① 利用者アンケート結果(2013年)

■ 2013年に実施された利用者アンケート結果を整理する。

1. 調査日

	平日	休日
第1回	9月18日(水)	9月22日(日)
第2回	11月14日(木)	11月17日(日)

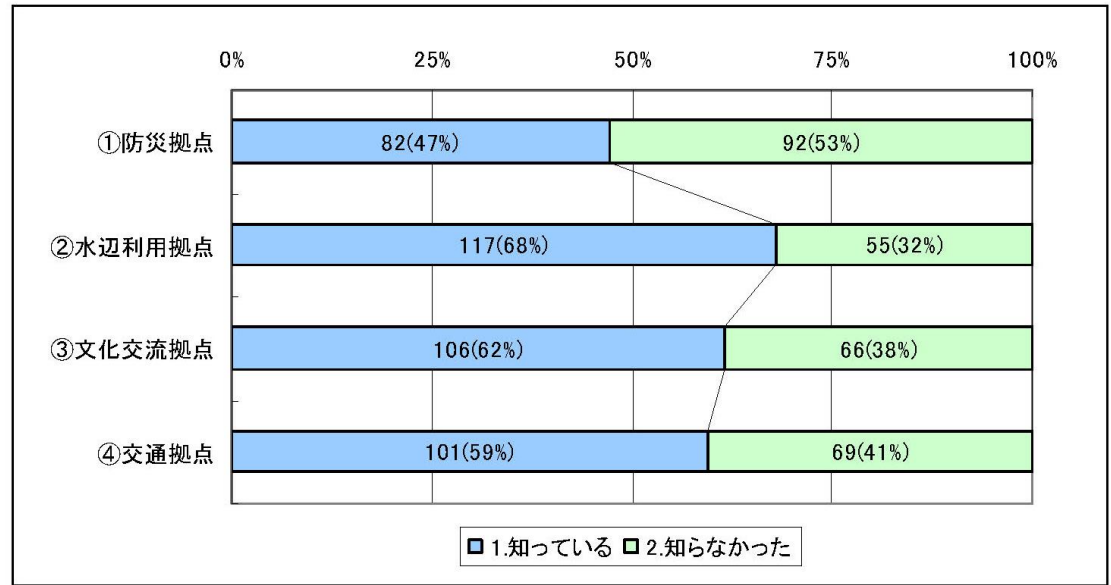
2. 配布数および回答数(回答率)

	配布数	回答数	回答率
平日	953部	175部	18.4%
休日	1,000部	159部	15.9%

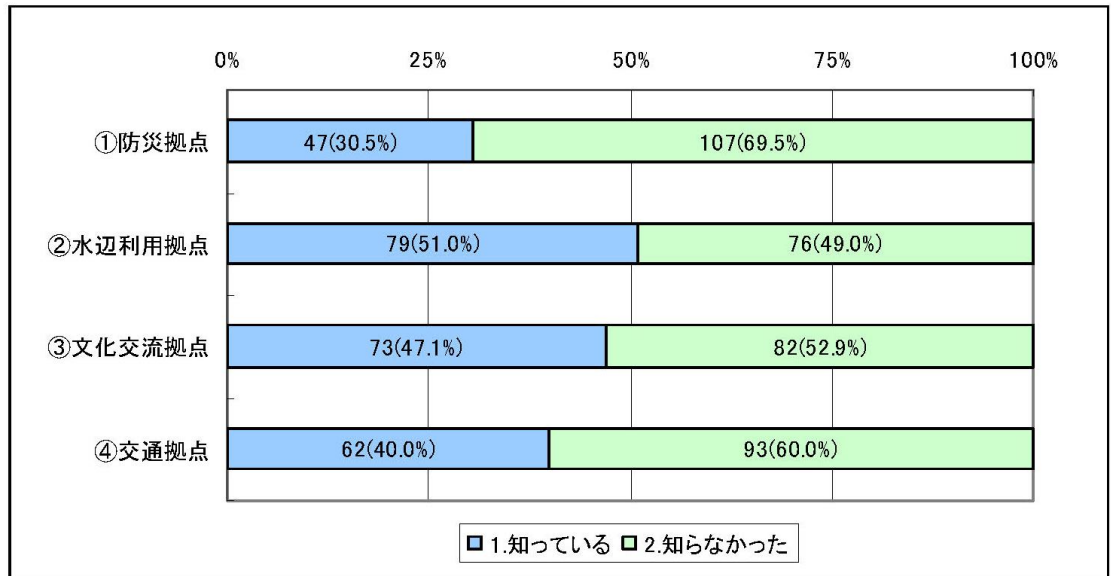
■ 4拠点機能の認知度

- **防災拠点機能**の認知度が**最も低く**、平日・休日ともに5割を切っている。
- **水辺利用拠点機能**の認知度が**最も高く**、平日・休日ともに過半数を超えている。
- **文化交流拠点機能**及び**交通拠点機能**は、休日には「知らなかった」が過半数となっている。

【平日】



【休日】



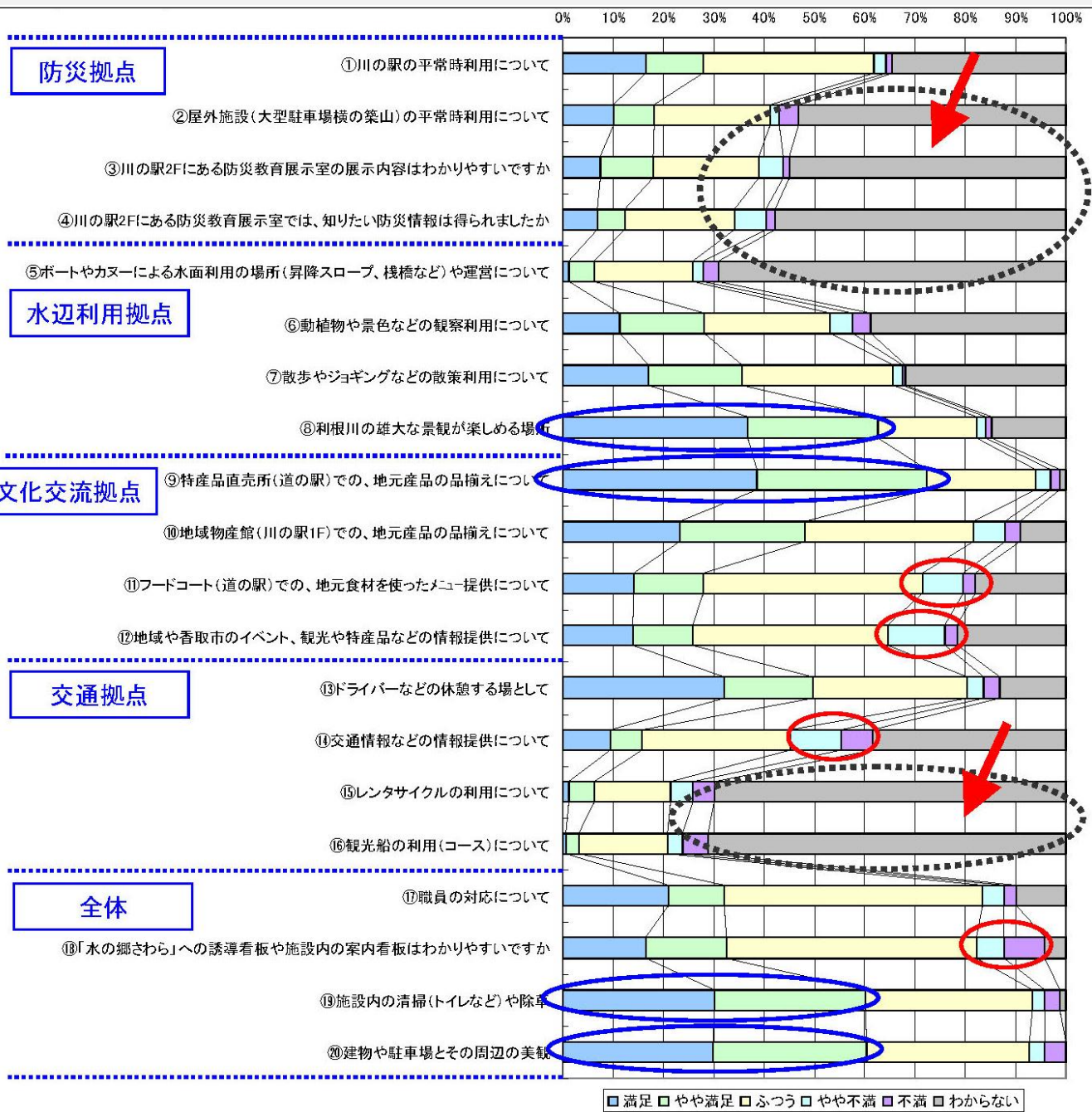
■ 「水の郷さわら」の施設や運営の満足度

- 「特産物直売所」、「利根川の風景」、「建物や駐車場の美観」は評価が高い。
- 「フードコートの地元食材」、「情報提供や案内看板」についてはやや厳しい評価。
- 防災拠点機能、水辺利用拠点機能、交通拠点機能関連項目は、「わからない」とする回答が顕著に多い。

※グラフは次頁以降に掲載しています。

4. 利用者ニーズ・満足度(4/7)

【平日】



□満足 □やや満足 □ふつう □やや不満 □不満 □わからない

4. 利用者ニーズ・満足度(5/7)

【休日】

防災拠点

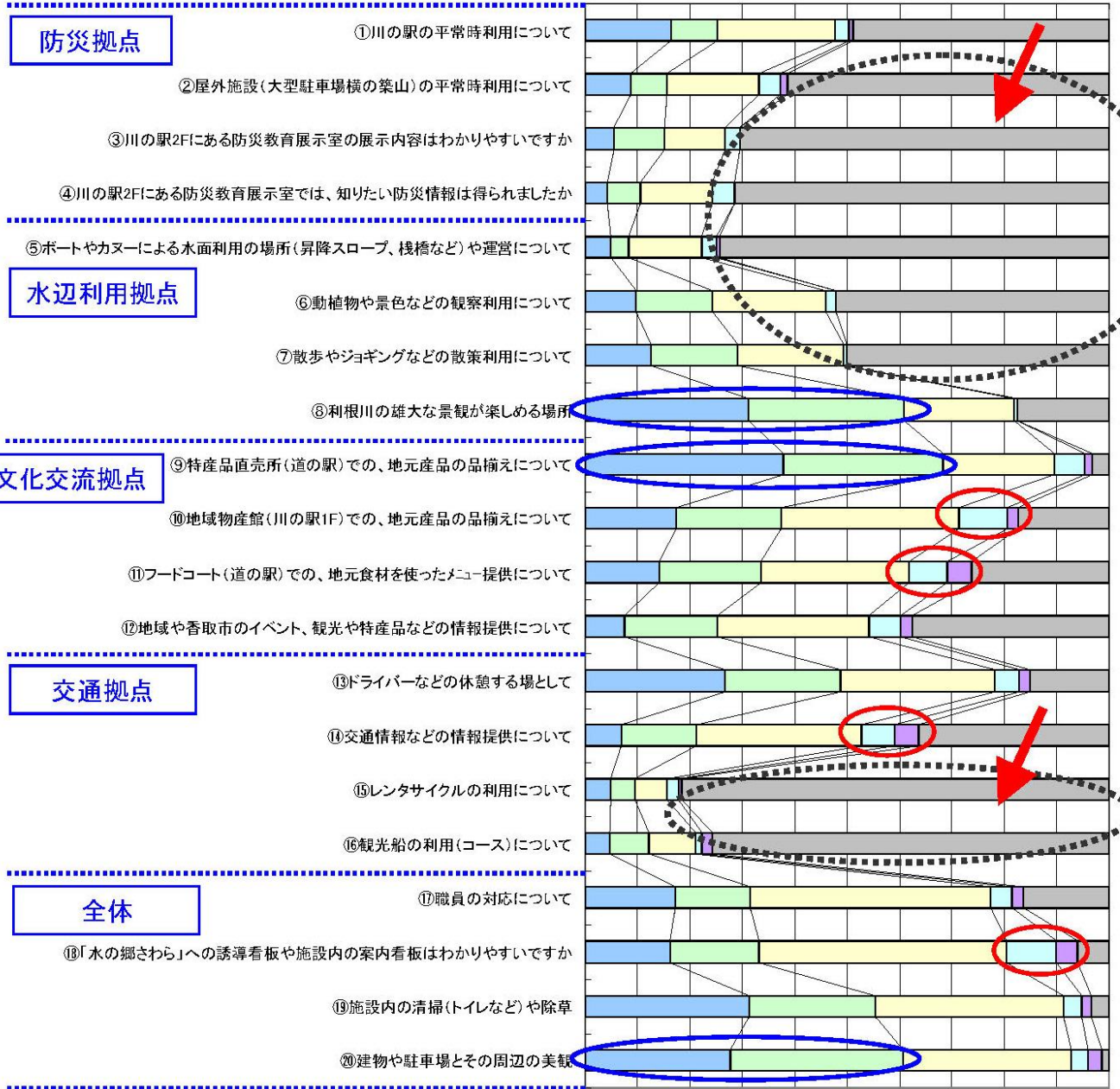
水辺利用拠点

文化交流拠点

交通拠点

全体

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



満足 □ やや満足 □ ふつう □ やや不満 □ 不満 □ わからない

4. 利用者ニーズ・満足度(6/7)

② 利用者アンケート結果(2020~2022年)

■ 2020年以降に、随時記入・回答可能な形で実施された利用者アンケートの結果について整理する。

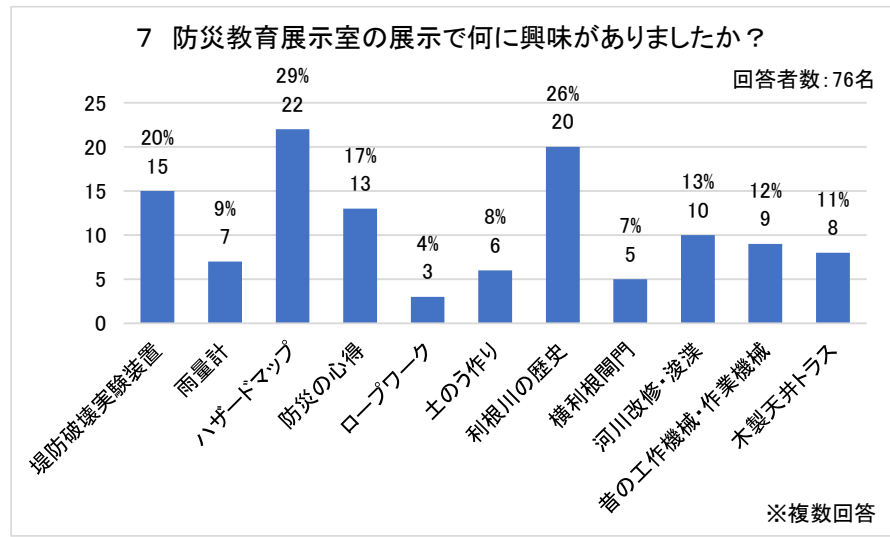
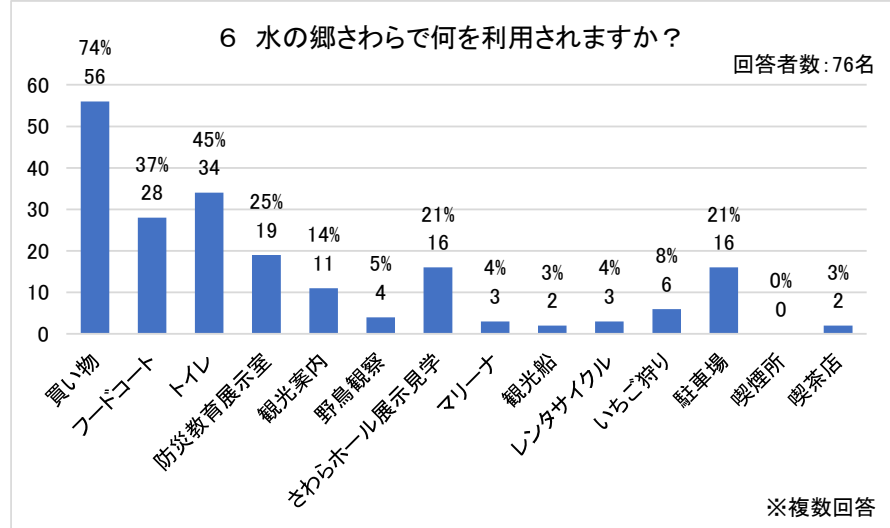
■ 「水の郷さわら」の利用目的

- 「買い物」が最も多く、次いで「トイレ」、「フードコート」が多くなっている。

■ 防災教育展示室の展示の中で興味があったもの

- 「ハザードマップ」が最も多く、次いで「利根川の歴史」、「堤防破壊実験装置」が多くなっている。
- 「ロープワーク」、「横利根閘門」、「木製天井トラス」などは回答が少なくなっている。

調査日	2022年1月から2022年1月現在まで
回収数	76件



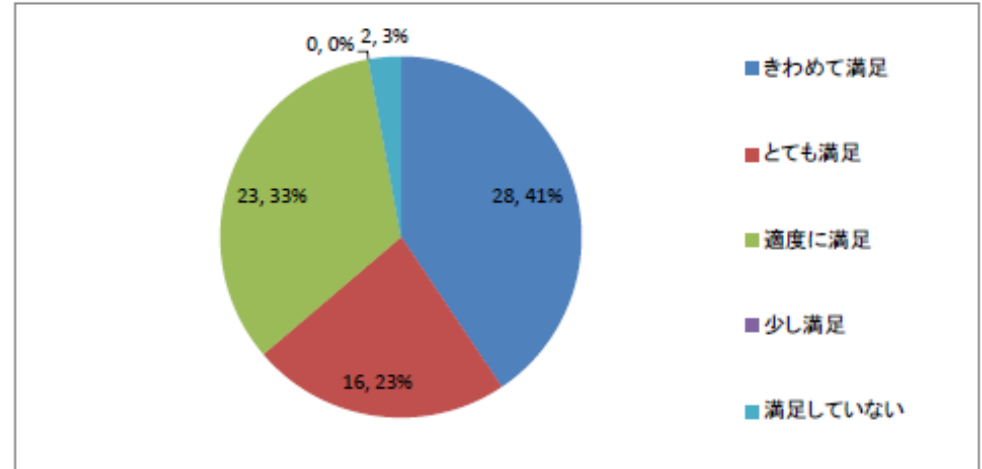
■ 「水の郷さわら」のサービスの評価

- 「きわめて満足」が最も多く、次いで「適度に満足」が多くなっている。
- 「少し満足」は回答がなく、「満足していない」は約3%にとどまっている。

■ 自由意見の内容

- 接客・サービスや道の駅の充実、防災教育展示、景観等について評価が得られている。
- 一方、トイレの環境改善やコロナ対策については指摘・要望が寄せられている。

8 水の郷さわらのサービスは如何ですか？



■ 主な評価

- 接客・サービス
 - ・サービスが良い。
 - ・活気があって居心地が良かった。
- 道の駅
 - ・道の駅が充実している。
 - ・道の駅で提供している食材が美味しい。
- 防災教育展示
 - ・見て触れる展示物が多い。
 - ・利根川の歴史やハザードマップを明確に説明してくれた。
- 景観
 - ・広々とした屋外が素晴らしい。
 - ・景色が良かった。

■ 主な指摘・要望

- トイレ
 - ・トイレにウォシュレットがないのが気になった。
 - ・男子トイレの臭いが気になった。
- その他
 - ・コロナ対策の取組は良いが、ルールを守らない人もいる。監視の目がほしい。