

1-4 モニタリングの実行計画

(1) 利用の質に関するモニタリング

①目的

- ・特定の課題への対応策を検討するための調査ではなく、利用の全体像を捉えるための調査として位置づける。

A 来島目的把握調査：居住地及び来島目的を把握し、出域者に占める観光客の割合を把握

B 来島者調査：屋久島を訪れる観光客の島内での動向や意識を把握

②調査対象者

A 来島目的把握調査

- ・フェリー、高速船または飛行機を利用して島外に出域する人

B 来島者調査

- ・Aのうち、来島目的が「観光（兼観光含む）」の人。なお、島民、外国人、ビジネス及び帰省・冠婚葬祭目的客は対象外とする。

③調査方法

A 来島目的把握調査

- ・対面聞き取り式を採用。具体的には、乗船又は搭乗又は乗船手続きが終わった人を対象に、2～3人おきに声を掛け、同行者数、居住地（島民・島外）及び来島目的を聞き取る。

※サンプリングに偏りが生じないように、可能な限り無作為抽出を心がける。

※調査を拒否される件数もあわせて把握する。

※外国人については、同行者数及び居住地のみ把握する。

B 来島者調査

- ・アンケート形式の調査票を手渡し配布し、郵送回収（後納郵便・返信用封筒付き）による自己記入式を採用。具体的には、Aのうち、来島目的が「観光（兼観光含む）」の出域者に対し、調査票を手渡して記入・投函を依頼。

※同行者が家族の場合は1枚、同行者がグループの場合は4人につき1枚となるよう配布する。

④調査地点

- ・屋久島空港、宮之浦港（高速船乗り場及びフェリー乗り場）、安房港

図表 6 調査地点の設定におけるメリット・デメリットの整理

	空海港調査	登山口調査
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ 出口調査のため、確実に利用者を押さえることができる。 ・ 屋久島を訪れる人の内、どの程度が国立公園を訪れているのかなど、屋久島観光における山岳部利用の状況といった俯瞰した情報が入手可能。 ・ 雨天時でも調査が実施しやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 確実に山岳部利用者を対象とすることができる。 ・ 道中の経験、装備、尿尿の回数など、時間の経過とともに記憶が薄れてしまう内容について経験直後に把握できる。 ・ 調査項目を絞れば、携帯トイレ調査のように対面聞き取りも可能。
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ 山岳部利用者以外の回答数が増える可能性がある。 ・ 経験直後の回答ではない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 悪天候時の調査実施が難しい。 ・ 同じ人に 2 回調査する可能性がある。 ・ 行程全体の把握不可。

⑤調査時期

- ・ 年 5 回
 - ・ 卒業旅行シーズン (3 月)
 - ・ ピーク①大型連休 (5 月)
 - ・ ピーク②夏休み (8 月)
 - ・ ショルダーシーズン (11 月)
 - ・ オフシーズン (翌年 1 月)

※調査を実施する際は 2 ヶ年度業務を想定し、3 月については初年度に、5 月から翌年 1 月については次年度に、それぞれ実施し、初年度の結果も踏まえて次年度に調査結果をまとめて、1 シーズンの利用実態を把握する。

⑥調査期間

- ・ ピーク①大型連休：大型連休後半を中心に 3 日間程度
- ・ ピーク②夏休み：金・土・日曜日の 3 日間
- ・ 卒業旅行シーズン、ショルダーシーズン、オフシーズン
：(金・土・日の 3 日間×2 週) の 6 日間

※金曜日は平日に観光旅行ができる客層、日曜日は週末に観光旅行をする客層を想定し、土曜日は 2 つの客層の間の客層を想定。

⑦調査時間

- ・ 船舶：対象とする各便の出発時刻 1 時間前～出発時刻 5 分前
- ・ 飛行機：対象とする各便の出発時刻 1 時間前～出発時刻 15 分前（保安検査締め切りが 15 分前のため）

⑧来島者調査の目標配布数及び目標回答数

- ・目標配布数
5期計 約 6,000 票 (1,200 票/期×4 期+600 票/期×1 期 (オフシーズン))
- ・目標回答数
5期計 約 1,800 票 (400 票/期×4 期+200 票/期×1 期 (オフシーズン))
※回収目標数の設定について：許容できる標本誤差の範囲を 5%とする場合 (信頼区間 95%
で誤差±5%)、1 期あたり最低 385 票の回収があることが望ましい。
※回収率は、既存調査結果から約 35%と設定。

⑨調査項目

- 基本属性
- 屋久島全体の来島者動向・意識
 - ・同行者、立ち寄り地点、滞在時間、現地での活動、満足度 など
- 山岳部利用者の動向・意識
 - ・利用したルート、山岳内での滞在時間、満足度、問題点 など
- トピック的なテーマ
 - ・各山岳部トイレの利用率、携帯トイレの持参率、登山届けの提出率 など

⑩調査頻度

- ・3～5 年毎

⑪その他

- ・回答として有効な調査票は、配布後 1 ヶ月間以内に回収されたものとする。
- ・調査票の回収先 (返信用封筒に記載する宛先) は調査受託機関とし、「環境省委託事業屋久島来島者調査係 行」という文言を含める。宛先だけではなく、封筒表面の目立つ場所に環境省事業として実施している調査であることを明記する。
- ・調査期間中は便毎の搭乗者数・乗船者数を把握し、搭乗者・乗船者に対する配布率を算出する。
- ・無回答の項目をカウントし、回答のしやすさについても整理する。

⑫運用の仕組み (要検討)

- ・利用者調査のガイドラインの検討 (結果の共有、基本項目及びフェイスシート (訪問場所、目的、居住地) の統一、スケジュールの調整など)

⑬その他留意点、引き続き検討が必要な事項

【⑥調査期間】

- ・調査期間が 6 日間の場合、基本的には金土日の 3 日間を 1 セットとする (例：金土日×2 週=6 日間)。但し、土日と平日に大きな差がない場合は、平日を含めた

連続の日程（例：火水木金土日＝6日間）での設定も可。

【⑧来島者調査の目標配布数及び目標回答数】

- ・搭乗率・乗船率、観光客比率は時期によって大きく変動する。そのため、今年度及び来年度の1シーズン通した調査実施をふまえ、目標配布数、目標回収数、調査期間を必要に応じて見直し、本実行計画に反映する必要がある。

図表 21 屋久島の保護地域に適した利用の管理方法の検討

