

# 積丹町 B&G 海洋センターのアンケート調査報告書

## 1 調査概要

### ①調査目的

本報告書は積丹町 B&G 海洋センター（以下、海洋センター）の現状を把握し、今後の海洋センターの有効活用を検討するために実施された調査を集計し、分析したものである。本調査に先立つ 2015 年には積丹町の住民 1,170 名に対して健康や生活に関する意識調査をアンケートにより行った。その 2015 年のアンケート調査の項目でも海洋センターの利用状況を尋ねる項目があり、回答者の約 1/4 は過去 1 年に何らかの目的で海洋センターの利用があった。海洋センターを利用した回答者の利用目的では約 4 割が運動、17%がイベントや行事への参加という結果であった。

図表 1-1 2015 年の調査で示された海洋センターの利用頻度

単位は実数と%	男性	比率	女性	比率	合計	比率
週1回	19	4.8	15	3.5	34	4.1
月1回	10	2.6	11	2.6	21	2.6
3ヶ月に1回	12	3.1	14	3.3	26	3.2
半年に1回	21	5.4	26	6.1	47	5.7
年に1回	36	9.2	46	10.7	82	10.0
利用なし	294	75.0	316	73.8	610	74.4
合計	392	100.0	428	100.0	820	100.0

図表 1-2 2015 年の調査で示された海洋センターの利用目的

単位は実数と%	男性	比率	女性	比率	合計	比率
運動	40	48.8	32	34.0	72	40.9
教室参加	4	4.9	13	13.8	17	9.7
イベント参加	12	14.6	18	19.1	30	17.0
サークル参加	6	7.3	9	9.6	15	8.5
運動以外の利用	10	12.2	10	10.6	20	11.4
その他	10	12.2	12	12.8	22	12.5
合計	82	100.0	94	100.0	176	100.0

施設の有効活用の状況を延べ利用者数と利用者が利用する時間数によって示せると考える。前者の延べ利用者数の増加に関しては海洋センターの新規利用者を増やす方法と、海洋センターの既存利用者の利用頻度を増やす方法が考えられる。新規利用者を増やすための方向性は、2015 年度の調査報告書の中で、「住民の健康とより豊かな人間関係形成へ貢献し、B&G 海洋センターの利用増加を図っていく戦略が考えられる。」としている。

## ②調査方法と回答者の属性

調査方法は2016年6月から7月にかけて海洋センターの来場者に対して、海洋センターに常置する積丹町職員がアンケート用紙を渡し、回答してもらい、それを回収する方法を採った。回答者は91名で、男性は65%、女性は35%で男性回答者が多い。回答者の年齢層は男性と女性では大きく異なり、男性は10代が最も多く、女性は30代が多い。男性の10代の回答者は男性が18名、女性が1名で、10代の男性は1人を除き学生である。

図表 1-3 回答者の性別と年齢層

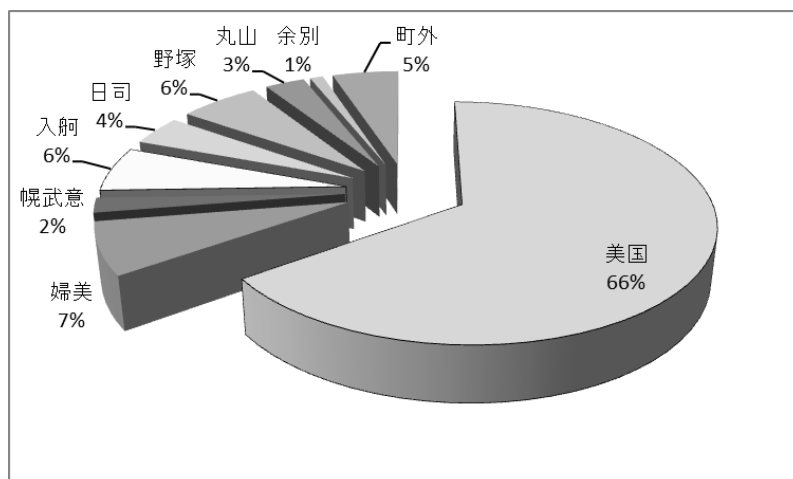
A表 実数	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上	合計
男性	17	3	4	7	3	2	2	0	38
女性	1	0	10	4	1	2	5	1	24
合計	18	3	14	11	4	4	7	1	62

B表 %	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上
男性	44.7	7.9	10.5	18.4	7.9	5.3	5.3	0.0
女性	4.2	0.0	41.7	16.7	4.2	8.3	20.8	4.2
合計	29.0	4.8	22.6	17.7	6.5	6.5	11.3	1.6

図表 1-4 の居住地区に関して回答者の2/3は、海洋センターが立地する美国町の住民である。なお回答が0だった、西川、来岸、神岬の3地区を図表から除いている。昨年の住民調査から、高齢者や女性を中心として交通手段を持たず、その結果、海洋センターから離れた地区の住民は海洋センターの利用が少ない結果が示された。今回の調査も同様の傾向で美国地区の回答者が多いが、一定期間中に海洋センターの利用者を調査したため、美国地区以外の住民も来館する行事等があったのかもしれないが、昨年の調査と比較して、美国町在住の回答者の割合が減っている。図表 1-5 で示されている男女別の居住地区に関して、自家用車を利用している割合が女性と比較して高いと推測される男性の方が、積丹町内の広範囲から海洋センターを利用しに来ているのであろう。

図表 1-4 回答者の居住地区（割合、%）



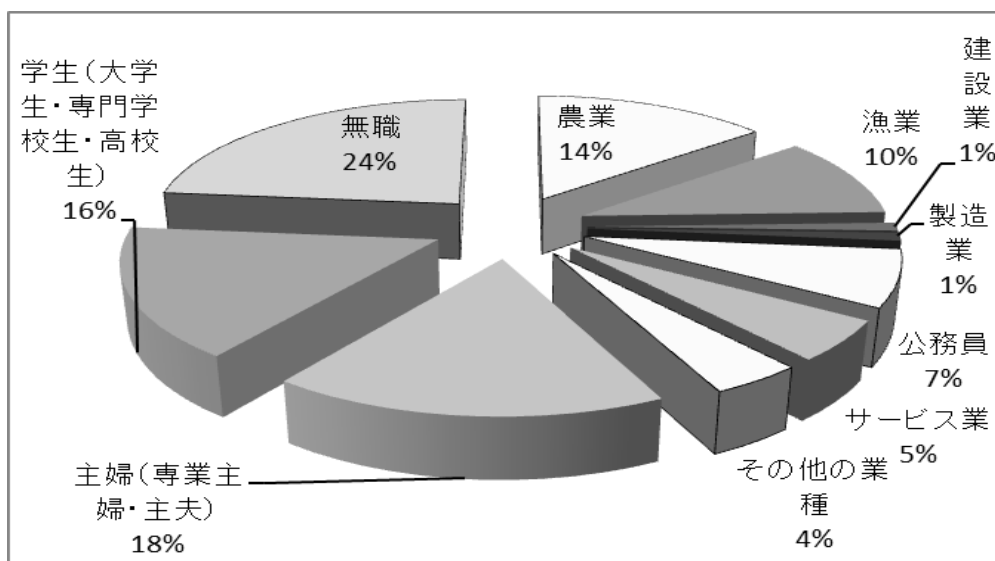
図表 1-5 男女別回答者の居住地区

A表 実数	美国	婦美	幌武意	入舸	日司	野塚	丸山	余別	町外	合計
男性	35	5	2	3	4	3	3	1	0	56
女性	21	1	0	2	0	3	0	0	2	29
合計	56	6	2	5	4	6	3	1	2	85

B表 %	美国	婦美	幌武意	入舸	日司	野塚	丸山	余別	町外	合計
男性	62.5	8.9	3.6	5.4	7.1	5.4	5.4	1.8	0.0	100.0
女性	72.4	3.4	0.0	6.9	0.0	10.3	0.0	0.0	6.9	100.0
合計	65.9	7.1	2.4	5.9	4.7	7.1	3.5	1.2	2.4	100.0

図表 1-6 で示された回答者の社会的属性は、仕事を辞めた無職の高齢者が最も多く、主婦、学生と続く。有職の回答者では積丹町の産業構造を反映し、一次産業従事者が多い。職場の所在地に関して積丹町内と回答した人は 68 名で回答者の 92%を占め、積丹町外と回答した人は 6 名で回答者の 8%を占める。職業と雇用形態を組み合わせるのが図表 1-7 で示されている。ただし、職種の回答者が 98 名なのに対し雇用形態の回答者が 56 名と少なく、図表 1-6 と数値的に異なっている。

図表 1-6 回答者の職種



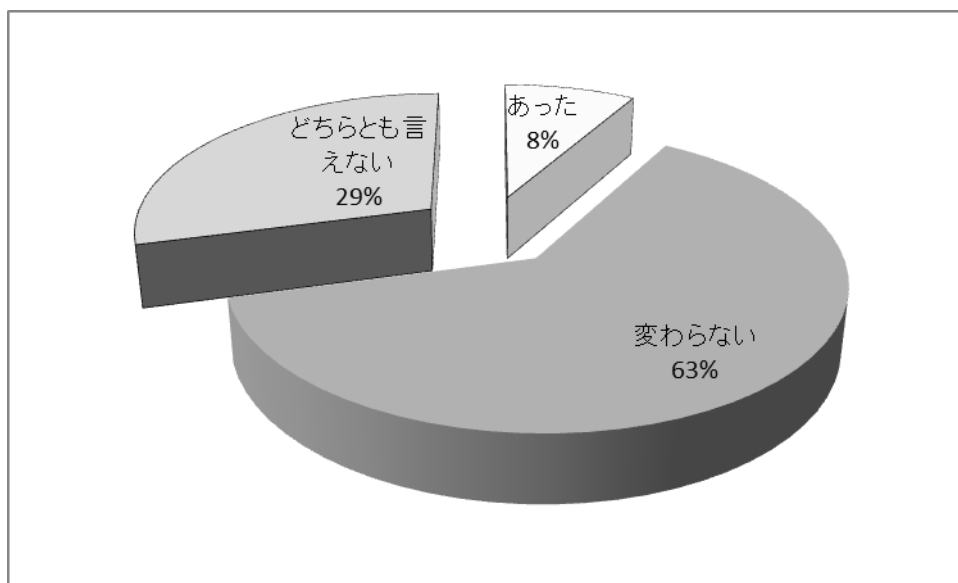
図表 1-7 職種と雇用形態

A表 実数	農業	漁業	建設業	製造業	公務員	サービス業	その他の業種	主婦・主夫	学生	無職	合計
事業主	10	6	0	0	0	0	1				17
正規雇用	0	2	1	0	7	3	1				14
臨時雇用	0	2	0	1	0	2	1	2			8
その他	1	0	0	0	0	0	1	1	13	1	17
合計	11	10	1	1	7	5	4	3	13	1	56

比率 %	農業	漁業	建設業	製造業	公務員	サービス業	その他の業	主婦・主夫	学生	無職	合計
事業主	58.8	35.3	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	100.0
正規雇用	0.0	14.3	7.1	0.0	50.0	21.4	7.1	0.0	0.0	0.0	100.0
臨時雇用	0.0	25.0	0.0	12.5	0.0	25.0	12.5	25.0	0.0	0.0	100.0
その他	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	5.9	76.5	5.9	100.0
合計	19.6	17.9	1.8	1.8	12.5	8.9	7.1	5.4	23.2	1.8	100.0

積丹町が住民へ有償で提供している万歩計等を使い、自身の健康意識へどう変化があったか、その認識を示したのが図表 1-9 である。健康意識へ変化が「あった」のは回答者の内 8%、「どちらとも言えない」が 29%、「変わらない」が 63%になった。

図表 1-9 万歩計・活動量計の使用による健康意識への変化

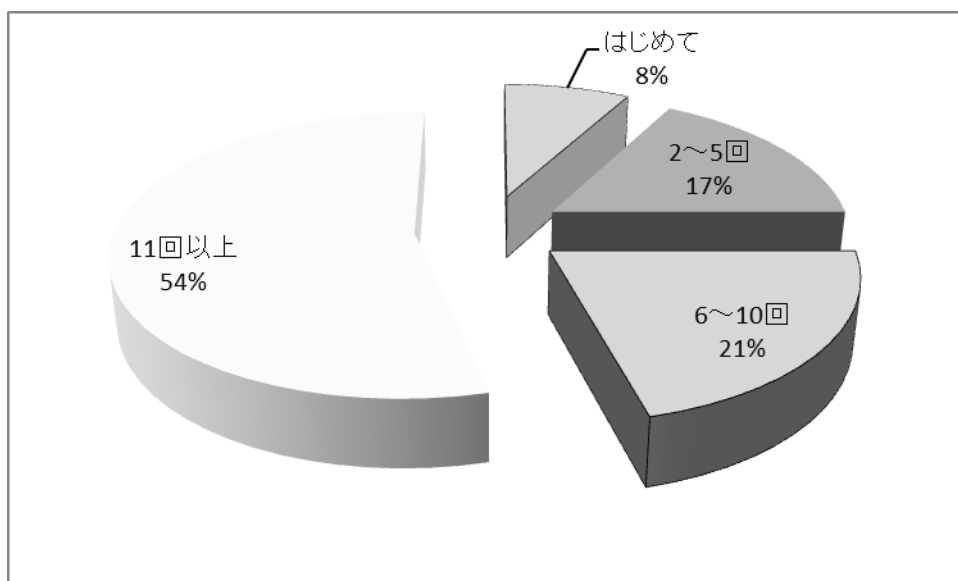


## 2 海洋センターに関する回答者の利用状況

### ①海洋センターの利用状況の概要

今回の調査は特定期間で海洋センターの利用者へ任意回答でアンケート調査したため、過去1年間の利用回数や利用頻度の多い利用者が回答した偏りを示しているかもしれない。図表2-1は過去1年間で海洋センターを利用した回数を尋ねた結果である。11回以上利用している回答者が半数を超え、図表2-3の男女別利用回数を見ると特に女性回答者の6割以上が11回以上の利用を回答している。一方、男性回答者に関して女性と比較すると利用者数は多いが、11回以上の利用の割合が少なくなっている。ところで、はじめて利用した回答者は男性5名、女性3名である。新規利用の男性5名の内、4名はスポーツを行うため、新規利用の女性3名の内、2名が子供の送迎、残り男女各1名が行事などの催しのための利用と回答し、最初の利用時の目的に差異がある。海洋センターの新規利用者を増やすため、男性の場合、スポーツを愛好する友人や知人から誘われ、利用してもらう方法が良いかもしれない。子育て中の女性の新規利用者を得るためには、子供の利用を通じて海洋センターへ来てもらう働きかけが良さそうである。

図表2-1 過去1年間の海洋センターの利用回数



図表2-2 男女別の過去1年間の利用回数

	はじめて	2~5回	6~10回	11回以上	合計
男性(人)	5	11	14	29	59
女性(人)	3	5	3	19	30
男性(%)	8.5	18.6	23.7	49.2	100.0
女性(%)	10.0	16.7	10.0	63.3	100.0

図表 2-3 は回答数 0 の地区を除いた、居住地区と海洋センターの 1 年間における利用回数を示したものである。利用回数が多いのは海洋センターが立地する美国地区居住の回答者である。入舸地区居住の回答者が 4 名、11 回以上の利用と回答しているが、3 名がスポーツ目的、1 名がキッズスペースの利用である。入舸地区にスポーツ施設やキッズスペースがないのか、それとも一緒に過ごせる人がいないからなのかかわからないが、回答者次第では美国地区以外の住民も海洋センターをより多く利用する可能性を示唆している。

図表 2-3 居住地区別の過去 1 年間の利用回数

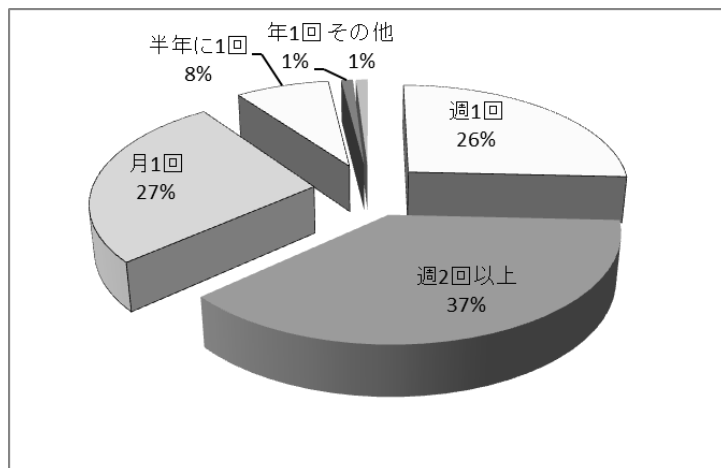
A表 実数	美国	婦美	幌武意	入舸	日司	野塚	丸山	余別	町外
はじめて	2	1	1	0	0	2	1	0	1
2回～5回	4	3	0	2	1	2	1	1	1
6回～10回	12	3	0	0	2	2	1	0	1
11回以上	45	0	1	4	1	0	0	0	0
合計	63	7	2	6	4	6	3	1	3

B表 %	美国	婦美	幌武意	入舸	日司	野塚	丸山	余別	町外
はじめて	3.2	14.3	50.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3
2回～5回	6.3	42.9	0.0	33.3	25.0	33.3	33.3	100.0	33.3
6回～10回	19.0	42.9	0.0	0.0	50.0	33.3	33.3	0.0	33.3
11回以上	71.4	0.0	50.0	66.7	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

利用頻度を尋ねた設問の回答結果は図表 2-4 で示されたように毎月 1 回以上利用すると答えた回答者が 9 割、週 1 回以上利用している回答者も 6 割を超えている。男女別で集計した図表 2-5 を見ると、週 2 回以上利用していると答えた回答者は、男性が 44%、女性が 32%となっている。男性回答者の一部はきわめて頻繁に海洋センターを利用しているが、それ以外の男性回答者は職業を持ち、海洋センターの利用時間が限られるためか、女性回答者に比べると利用頻度が低いようである。

図表 2-4 海洋センターの利用頻度



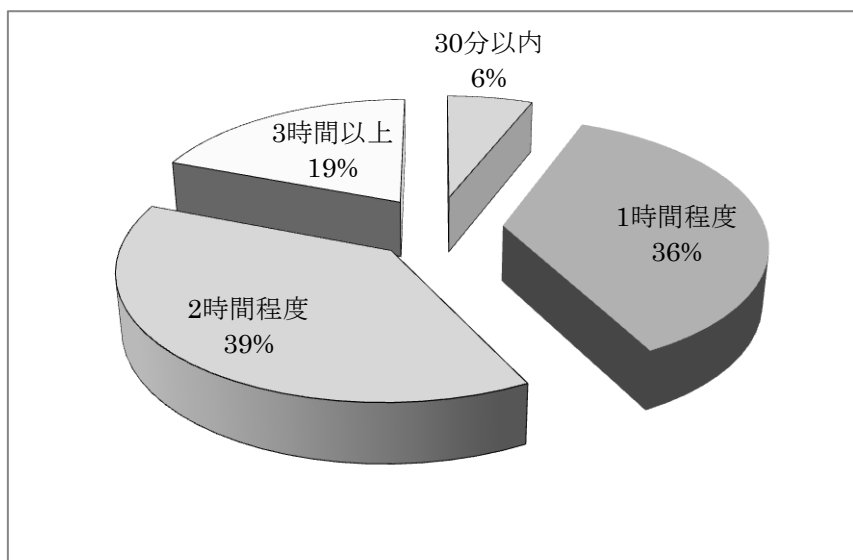
図表 2-5 男女別の利用頻度

	週1回	週2回以上	月1回	半年に1回	年1回	その他	合計
男性(人)	14	26	13	5	1	0	59
女性(人)	9	10	8	3	0	1	31
男性(%)	23.7	44.1	22.0	8.5	1.7	0.0	100.0
女性(%)	29.0	32.3	25.8	9.7	0.0	3.2	100.0

図表 2-6 の平均滞在時間の回答結果は、海洋センターを利用する場合、1 時間以上滞在する回答者が大多数であることがわかる。図表 2-7 で示したように「3 時間以上」滞在するとした回答者が男性 13 名、女性 4 名、性別不明 2 名の合計 19 名いる。図表 2-10 で示されているように、その 19 名の利用目的は複数回答も含め、「スポーツ」が 15 名、「トレーニング」が 12 名、「行事などの催し」参加が 9 名、「読書」が 8 名である。海洋センターの有効活用は利用者数の増加だけでなく、より長時間にわたる施設利用でも達成できるため、海洋センターにより多く来館してもらうだけでなく、長時間滞在したくなる空間作り、設備、サービスも視野に入れるべきである。

図表 2-8 と 2-9 で示された回答から、体育館、プール、トレーニング室を持つ海洋センターの特徴から「スポーツ」や「トレーニング」といった体を動かすことで時間を過ごす回答者が特に男性回答者に多いことがわかる。また行事などの催しや会合といった地域交流の拠点としての利用が次に多い。それ以外にも子供を遊ばせたり、子供を出迎えたりする利用、読書などの文化活動の回答もあり、施設利用の多様なニーズもうかがえる。他の公共施設との棲み分けや予算の制約もあるが、海洋センターができる地域貢献は多岐にわたると考えられる。

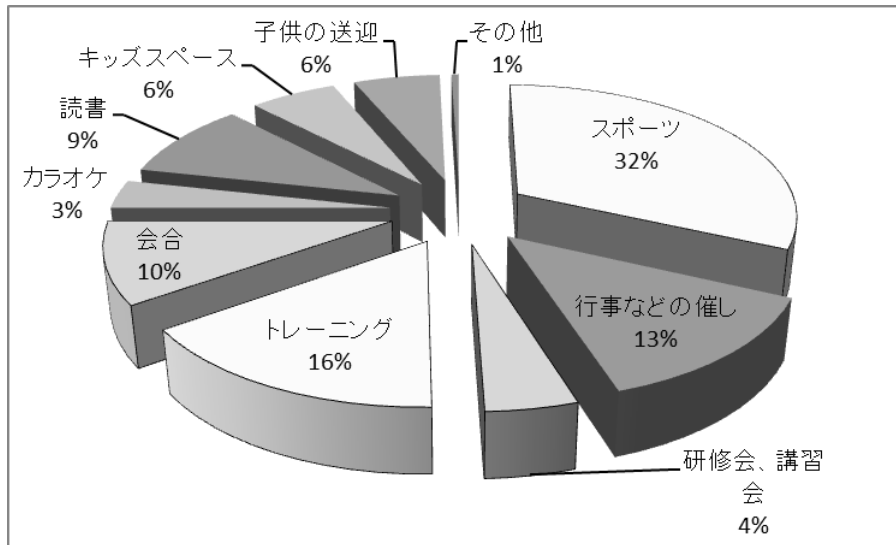
図表 2-6 海洋センターの平均滞在時間



図表 2-7 男女別の平均滞在時間

	30分以内	1時間程度	2時間程度	3時間以上	合計
男性(人)	4	19	21	13	57
女性(人)	2	12	13	4	31
男性(%)	7.0	33.3	36.8	22.8	100.0
女性(%)	6.5	38.7	41.9	12.9	100.0

図表 2-8 海洋センターの利用目的 (複数回答可)



図表 2-9 男女別の利用目的 (複数回答可)

	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
男性(人)	43	19	5	26	9	3	9	5	1	1	121
女性(人)	16	6	2	3	8	4	9	6	9	1	64
男性(%)	35.5	15.7	4.1	21.5	7.4	2.5	7.4	4.1	0.8	0.8	100.0
女性(%)	25.0	9.4	3.1	4.7	12.5	6.3	14.1	9.4	14.1	1.6	100.0

図表 2-10 利用目的と平均滞在時間 (複数回答可)

A表 実数	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
30分以内	5	1	0	0	1	0	0	0	0	0	7
1時間程度	17	6	3	6	7	1	5	3	5	0	53
2時間程度	27	9	4	13	9	0	6	2	3	0	73
3時間以上	15	9	2	12	3	6	8	7	4	2	68

B表 %	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
30分以内	71.4	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
1時間程度	32.1	11.3	5.7	11.3	13.2	1.9	9.4	5.7	9.4	0.0	100.0
2時間程度	37.0	12.3	5.5	17.8	12.3	0.0	8.2	2.7	4.1	0.0	100.0
3時間以上	22.1	13.2	2.9	17.6	4.4	8.8	11.8	10.3	5.9	2.9	100.0



## ②ヘビー・ユーザーの分析

週 1 回以上、海洋センターを利用している回答者を本報告ではヘビー・ユーザーと定義し、本項ではヘビー・ユーザー層を分析する。図表 2-11 で示されているように 10 代の男性回答者と 30 代の女性回答者がヘビー・ユーザーの 4 割以上を占め、最も多い。図表 2-12 の居住地区は男女ともに美国地区居住の回答者が多いが、特に女性回答者は美国地区居住者が 8 割を超えている。ヘビー・ユーザーの女性回答者は自家用車をあまり持っておらず、徒歩で来ることが出来る美国地区居住の回答者でないと頻繁に来られないのであろう。

図表 2-11 ヘビー・ユーザーの性別と年代

A表 実数	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上	合計
男性	17	3	4	7	3	2	2	0	38
女性	1	0	10	4	1	2	5	1	24
合計	18	3	14	11	4	4	7	1	62

B表 %	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上	合計
男性	44.7	7.9	10.5	18.4	7.9	5.3	5.3	0.0	100.0
女性	4.2	0.0	41.7	16.7	4.2	8.3	20.8	4.2	100.0
合計	29.0	4.8	22.6	17.7	6.5	6.5	11.3	1.6	100.0

図表 2-12 ヘビー・ユーザーの性別と居住地区

A表 実数	美国	婦美	幌武意	入舸	日司	野塚	丸山	余別	町外	合計
男性	26	4	1	3	2	2	1	1	0	40
女性	17	1	0	1	0	1	0	0	1	21
合計	43	5	1	4	2	3	1	1	1	61

B表 %	美国	婦美	幌武意	入舸	日司	野塚	丸山	余別	町外	合計
男性	65.0	10.0	2.5	7.5	5.0	5.0	2.5	2.5	0.0	100.0
女性	81.0	4.8	0.0	4.8	0.0	4.8	0.0	0.0	4.8	100.0
合計	70.5	8.2	1.6	6.6	3.3	4.9	1.6	1.6	1.6	100.0

図表 2-13 で示した回答区分により便宜的に計算したヘビー・ユーザーの平均滞在時間は、男性回答者が 1.95 時間、女性回答者が 1.71 時間となり、男性の方が相対的により長く滞在する傾向にある。性別による滞在時間の差異は図表 2-14 で示されている利用目的の相違から生じると考えられる。男性回答者はスポーツやトレーニングが多く、女性回答者はスポーツでの利用がもっとも多いものの、次に多いのが子供の送迎といった海洋センターへ立ち寄る程度の利用である。またキッズスペースの利用は母親ではなく子供が主役であり、あまり長時間、キッズスペースで子供は遊ばないのであろう。そのため自分が運動したいから海洋センターへ来館する男性と比較すれば、女性は相対的に短時間の利用になってしまうと推測される。利用目的における性差に関して、男性回答者は運動するために海洋センターを利用する人が多く、女性回答者は運動だけでなく子供のため、読書やカラオケといった文化活動をするために海洋センターを利用する人が多いと説明できる。

図表 2-13 ヘビー・ユーザーの滞在時間

A表 実数	30分以内	1時間程度	2時間程度	3時間以上
男性	4	9	13	13
女性	2	8	10	4
合計	6	17	23	17

B表 %	30分以内	1時間程度	2時間程度	3時間以上
男性	10.3	23.1	33.3	33.3
女性	8.3	33.3	41.7	16.7
合計	9.5	27.0	36.5	27.0

図表 2-14 ヘビー・ユーザーの利用目的（複数回答可）

A表 実数	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
男性	34	15	3	20	6	3	7	5	1	1	95
女性	14	6	4	2	4	4	7	6	8	0	55
合計	48	21	7	22	10	7	14	11	9	1	150

B表 %	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
男性	35.8	15.8	3.2	21.1	6.3	3.2	7.4	5.3	1.1	1.1	100.0
女性	25.5	10.9	7.3	3.6	7.3	7.3	12.7	10.9	14.5	0.0	100.0
合計	32.0	14.0	4.7	14.7	6.7	4.7	9.3	7.3	6.0	0.7	100.0

### ③ライト・ユーザーの分析

月 1 回以下の頻度で海洋センターを利用している回答者を本報告ではライト・ユーザーと定義する。本項ではライト・ユーザー層をヘビー・ユーザーと比較をしながら分析する。留意しないとまらないのは、アンケート調査を特定時期に 1 ヶ月程度しか行っていないため、回答者はこの時期にたまたま何かの目的があり、来館したのであり、海洋センターを利用する平均的ライト・ユーザー層とは異なるかもしれないことを留意しないとまらない。図表 2-15 で示したライト・ユーザーの男性回答者は 70 代、60 代、30 代、20 代の各年代が 2 割前後を占めている。女性は 40 代と 60 代がそれぞれ回答者の 1/4 を占め、それに 30 代が 2 割と続く。特定年代が 4 割以上を占めたヘビー・ユーザーの状況とは異なっている。

図表 2-15 ライト・ユーザーの性別と年代

A表 実数	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上	合計
男性	1	4	4	1	2	4	5	1	22
女性	0	2	3	4	0	4	2	0	15
合計	1	6	7	5	2	8	7	1	37

B表 %	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上	合計
男性	4.5	18.2	18.2	4.5	9.1	18.2	22.7	4.5	100.0
女性	0.0	13.3	20.0	26.7	0.0	26.7	13.3	0.0	100.0
合計	2.7	16.2	18.9	13.5	5.4	21.6	18.9	2.7	100.0

図表 2-16 で示されたように男女共に美国地区居住者の割合は高いが、ヘビー・ユーザーと比べ美国地区居住の回答者の比率が低下する。海洋センターから離れた地区居住の住民であっても頻繁に海洋センターへ来館するのでなければ、美国町へ来たついでに海洋センターへ立ち寄ったり、行事や会合などの強い来館目的が生じれば多少費用や労力をかけても海洋センターへ来館したりしているのであろう。

図表 2-16 ライト・ユーザーの性別と居住地区

A表 実数	美国	婦美	幌武意	入舸	日司	野塚	丸山	町外	合計
男性	11	2	1	0	2	1	2	1	20
女性	10	0	0	2	0	2	0	1	15
合計	21	2	1	2	2	3	2	2	35

B表 %	美国	婦美	幌武意	入舸	日司	野塚	丸山	町外	合計
男性	55.0	10.0	5.0	0.0	10.0	5.0	10.0	5.0	100.0
女性	66.7	0.0	0.0	13.3	0.0	13.3	0.0	6.7	100.0
合計	60.0	5.7	2.9	5.7	5.7	8.6	5.7	5.7	100.0

ライト・ユーザーが海洋センターを利用し、滞在した時間は図表 2-17 のように、1 時間～2 時間に集中している。男女で大きな差はない。ヘビー・ユーザーと同様に便宜的に計算したライト・ユーザーの平均滞在時間は、男性が 1.52 時間、女性が 1.53 時間となり、ヘビー・ユーザーと比較して多少、短い傾向がありそうだ。

図表 2-17 ライト・ユーザーの滞在時間

A表 実数	30分以内	1時間程度	2時間程度	3時間以上
男性	0	11	9	1
女性	0	8	6	1
合計	0	19	15	2

B表 %	30分以内	1時間程度	2時間程度	3時間以上
男性	0.0	52.4	42.9	4.8
女性	0.0	53.3	40.0	6.7
合計	0.0	52.8	41.7	5.6

図表 2-18 で示されたライト・ユーザーの利用目的に関してヘビー・ユーザーと大きく異なるのは、会合の利用が多いことと、キッズスペースの利用が少ないことである。会合の利用が多いのは、アンケート調査期間に何らかの会合が海洋センターで開催されたため、海洋センターへ来館した回答者が多かったのである。一方、ライト・ユーザーに関して海洋センターのキッズスペースを利用する誘因が弱いようである。子供を遊ばせる場は海洋センターだけでなく、運動をできる施設、機材、道具を揃えた公共施設が積丹町内に少な

いため、運動とトレーニングの利用をあげた回答者は一部を除き、ヘビー・ユーザーもライト。ユーザーも大きな相違はない。海洋センターが本来持つ、海洋性スポーツの場としての機能と特性や、町内他地区の施設にはない機能や特性は広域的集客を可能に出来る、住民にとって強い来館動機になり得ると考えられる。一方、キッズスペースのように他地区の施設で代替可能であったり、頻繁に利用できる利便性を重視されたりする施設の機能や特性は、美国地区以外の住民には強い来館動機になりにくいと考えられる。

図表 2-18 ライト・ユーザーの利用目的（複数回答可）

A表 実数	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
男性	11	5	2	7	5	0	2	0	0	0	32
女性	6	1	0	3	5	0	3	1	3	0	22
合計	17	6	2	10	10	0	5	1	3	0	54

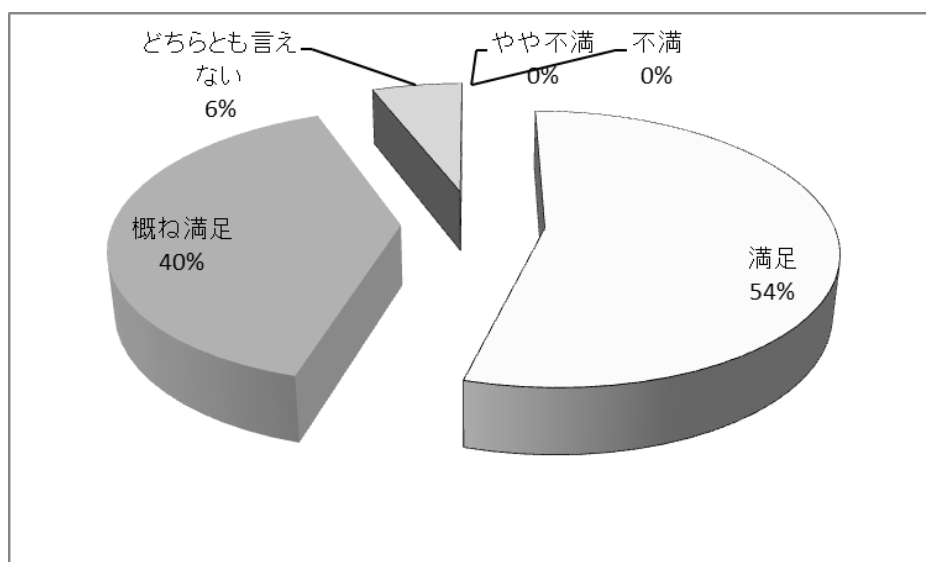
B表 %	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
男性	34.4	15.6	6.3	21.9	15.6	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	100.0
女性	27.3	4.5	0.0	13.6	22.7	0.0	13.6	4.5	13.6	0.0	100.0
合計	31.5	11.1	3.7	18.5	18.5	0.0	9.3	1.9	5.6	0.0	100.0

### 3 海洋センターに関する回答者の利用満足状況

#### ①海洋センターの利用満足状況の概要

アンケート回答者が海洋センターを利用してどの程度満足しているかを問い、その結果が図表 3-1 である。回答者のほとんどが満足しているが、図表 3-2 で示されたように男女別では男性回答者の方がより満足している。男女別回答数が 88 人と全回答数 101 人から少なくなっているが、性別不明の回答を除いている。男女別・年代別の満足状況は各属性の回答数が少なくなり、信頼性は低いが、図表 3-3 のように 60 代男性（回答者 6 人）と女性 30 代（回答数 12 人）に関して他の年代と比較して満足状況が低いようである。

図表 3-1 海洋センターの利用満足



図表 3-2 男女別の利用満足

	男性(人)	比率(%)	女性(人)	比率(%)	合計
満足	33	57.9	14	45.2	47
概ね満足	21	36.8	15	48.4	36
どちらともいえない	3	5.3	2	6.5	5
合計	57	100.0	31	100.0	88

図表 3-3 男女別と年代別の利用満足

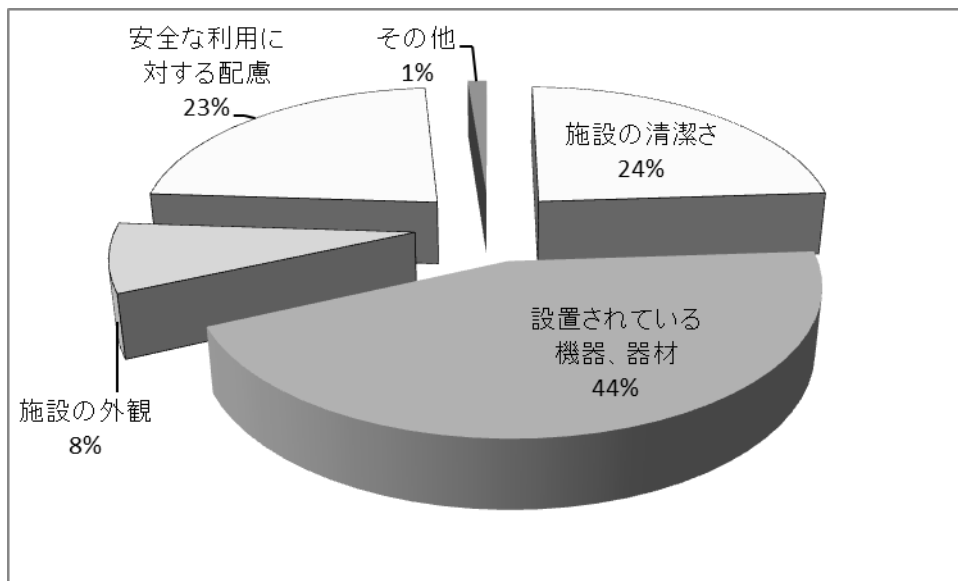
性別	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上
満足	88.9	42.9	50.0	50.0	100.0	0.0	42.9	0.0
概ね満足	11.1	42.9	50.0	37.5	0.0	83.3	57.1	0.0
どちらともいえない	0.0	14.3	0.0	12.5	0.0	16.7	0.0	0.0

女性	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上
満足	100.0	100.0	33.3	50.0	0.0	40.0	60.0	0.0
概ね満足	0.0	0.0	50.0	50.0	100.0	60.0	40.0	0.0
どちらともいえない	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## ②海洋センターの良い点と改善点

回答者が海洋センターの何を良いとしているかを尋ねた結果が図表 3-4 から 3-9 である。図表 3-4 は施設の外観、設備、器材といったハード（物的資産）への「良い」とした結果であり、全回答に占める各選択肢の回答の割合を集計し、海洋センターに設置されている機器・器材がもっとも多くの支持を集めた。図表 3-4 のように全回答に占める各選択肢の回答の割合ではなく、各選択肢の回答数を今回のアンケート調査への回答者 101 名で除して算出した割合の結果が図表 3-5 である。回答者の 73%が設置された機器、器材へ「良い」と回答している。回答者が積極的に「良い」を付けているだけに、海洋センターの機器、器材への満足度は高いように思える。図表 3-6 では回答を男女別で分け、集計した結果を示し、男女別のハードへの評価はあまり差がなかった。選択肢の「その他」には特に記述がなかったので、その内容は不明である。

図表 3-4 施設のハードで良い点の割合（複数回答可）



図表 3-5 回答者があげた施設のハードで良い点（複数回答可）

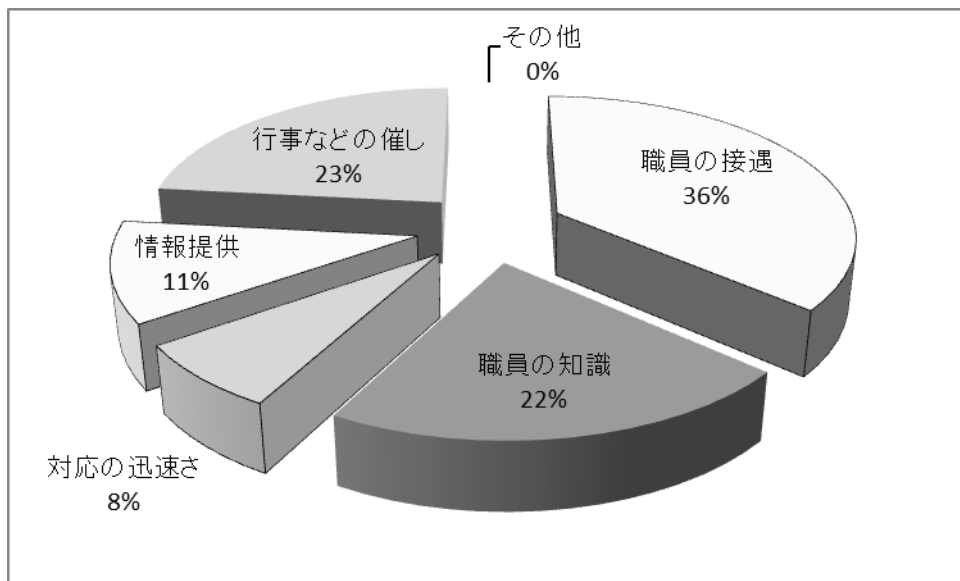
	施設の清潔さ	設置されている機器、器材	施設の外観	安全な利用に対する配慮	その他
実数	40	74	13	38	2
比率	39.6	73.3	12.9	37.6	2.0

図表 3-6 男女別回答による施設のハードで良い点（複数回答可）

	施設の清潔さ	設置されている機器、器材	施設の外観	安全な利用に対する配慮	その他	合計
男性(人)	25	45	9	23	1	103
女性(人)	13	22	1	12	1	49
男性(%)	24.3	43.7	8.7	22.3	1.0	100.0
女性(%)	26.5	44.9	2.0	24.5	2.0	100.0

図表 3-7 は人的サービスや行事などの海洋センターで提供するソフトを中心に尋ねた結果で、職員の接遇、職員の知識、迅速な対応といった職員を「良い」とした回答が全回答の内 2/3、海洋センターで行われる行事などの催しをあげた回答が約 1/4 を占めた。各選択肢の回答数を今回のアンケート調査への回答者 101 名で除して算出した結果が図表 3-8 である。回答者の 63% が職員の接遇を「良い」としている。男女別でのソフトへの評価を示した図表 3-9 に関して女性が行事などの催しを男性より「良い」と回答している数が多い。

図表 3-7 施設のソフトで良い点（複数回答可）



図表 3-8 回答者があげた施設のソフトで良い点（複数回答可）

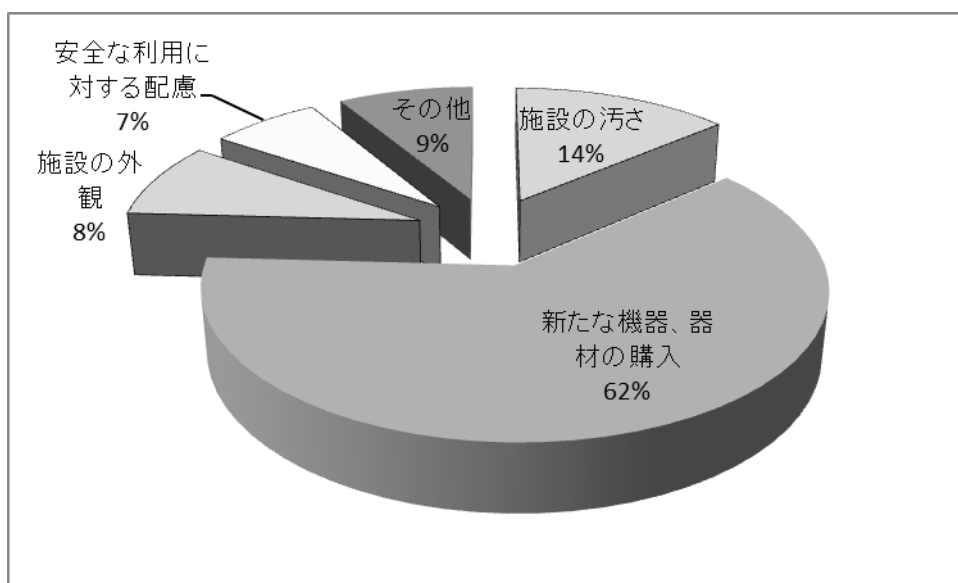
	職員の接遇	職員の知識	対応の迅速さ	情報提供	行事などの催し	その他
実数	64	38	13	20	41	0
比率	63.4	37.6	12.9	19.8	40.6	0.0

図表 3-9 男女別回答による施設のソフトで良い点（複数回答可）

	職員の接 遇	職員の知 識	対応の迅 速さ	情報提供	行事など の催し	その他	合計
男性(人)	37	24	7	14	21	1	104
女性(人)	19	9	3	3	15	0	49
男性(%)	35.6	23.1	6.7	13.5	20.2	1.0	100.0
女性(%)	38.8	18.4	6.1	6.1	30.6	0.0	100.0

一方、改善して欲しい点を尋ねた設問の結果は図表 3-10 から 3-15 となる。図表 3-10 は、施設のハード面での改善を回答者が指摘した全回答に占める各選択肢の回答の割合を示した結果であり、新たな機器・器材の購入を回答した回答数が 6 割を超えている。その他の回答には機器庫のスペースを広くして欲しい、フットサルを出来るようにして欲しい、という 2 つの意見が記載されていた。図表 3-10 のように全回答に占める各選択肢の回答の割合ではなく、各選択肢の回答数を今回のアンケート調査への回答者 101 名で除して産出した割合の結果が図表 3-11 である。回答者の 36%が新たな器材、機器の購入による「改善」を回答している。図表 3-5 で示されたように現在の器材や機器に満足しつつも、新しい器材や機器を購入し、拡充を望んでいる。図表 3-12 のように、女性より男性が新規の器材や機器を望んでいる。なお、海洋センターに設置されている既存の器材、機器を「良い」と回答した 74 名の内、新たな器材、機器の購入を望んでいるのは 30 名である。

図表 3-10 施設のハードで改善して欲しい点（複数回答可）





図表 3-11 回答者があげた施設のハードの改善点（複数回答可）

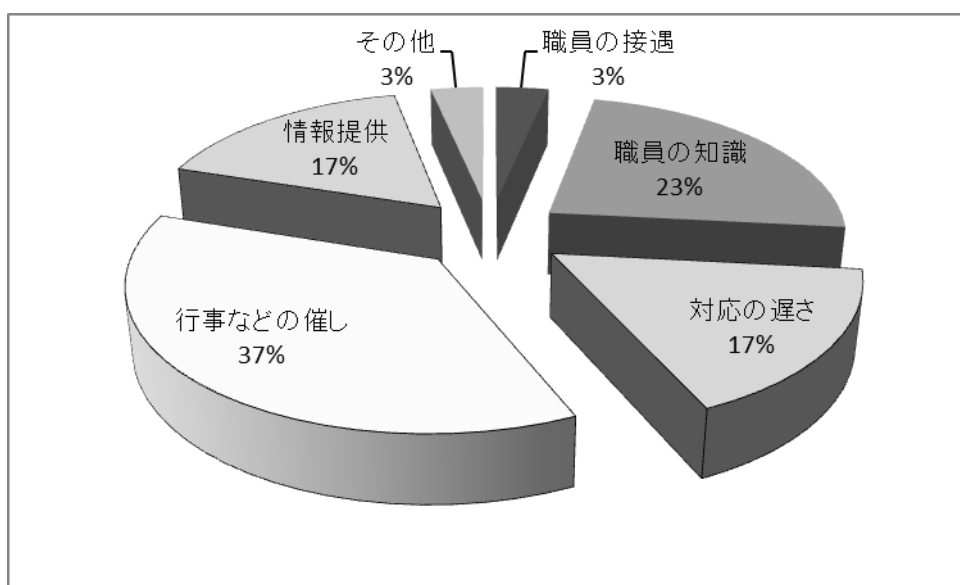
	施設の汚さ	新たな機器、器材の購入	施設の外観	安全な利用に対する配慮	その他
実数	8	36	5	4	5
比率	7.9	35.6	5.0	4.0	5.0

図表 3-12 男女別のハードで改善して欲しい点（複数回答可）

	施設の汚さ	新たな機器、器材の購入	施設の外観	安全な利用に対する配慮	その他	合計
男性(人)	4	26	1	1	5	37
女性(人)	2	9	3	2	2	18
男性(%)	10.8	70.3	2.7	2.7	13.5	100.0
女性(%)	11.1	50.0	16.7	11.1	11.1	100.0

図表 3-13 は、施設のソフト面での改善を回答者が指摘した全回答に占める各選択肢の回答の割合を示した結果であり、行事などの催しと回答した回答数が 37%と多い。その他の回答には職員数の増加、機器庫の整理、水泳以外の少年団の結成、が記載されていた。各選択肢の回答数を今回のアンケート調査への回答者 101 名で除して産出した割合の結果が図表 3-14 である。回答者が改善点と回答した中で最も多い、行事などの催しですら 1 割強の回答率なので、ハード面での改善と比較するとソフト面での改善の優先順位は低いように考える。図表 3-15 の男女別の回答に差異は大きい、回答数自体は少ない。

図表 3-13 施設のソフトで改善して欲しい点（複数回答可）



図表 3-14 回答者があげた施設のソフトの改善点（複数回答可）

	職員の接 遇	職員の知 識	対応の遅 さ	行事など の催し	情報提供	その他
実数	1	7	5	11	5	1
比率	1.0	6.9	5.0	10.9	5.0	1.0

図表 3-15 男女別のソフトで改善して欲しい点（複数回答可）

	職員の接 遇	職員の知 識	対応の遅 さ	行事など の催し	情報提供	その他	合計
男性(人)	0	5	0	5	4	3	17
女性(人)	1	1	3	6	1	1	13
男性(%)	0.0	29.4	0.0	29.4	23.5	17.6	100.0
女性(%)	7.7	7.7	23.1	46.2	7.7	7.7	100.0

### ③海洋センターの利用満足の詳細分析

図表 3-1 で示したように、アンケート回答者の海洋センターへの満足度は高い。本項ではその満足度を詳細に分析していく。「やや不満」と「不満」の回答はなかったため、省略している。図表 3-16 は海洋センターの利用回数と満足度の関係を示している。B 表のように「はじめて」利用した回答者と「11 回以上利用」した回答者の「満足」が相対的に多く、「6 回～10 回利用」した回答者は「満足」の回答が最も少なく、「概ね満足」の回答の方が「満足」より多い。また利用頻度と満足度の関係を示した図表 3-17 の B 表を見ると、回答者が 1 名の年 1 回の利用者を除き、「満足」と回答した割合が最も高いのは週 2 回以上の利用、次に高い回答率は「週 1 回」の利用の回答者となっている。「満足」と回答した割合が最も低いのが「月 1 回」の利用の回答者である。縦軸に満足度、横軸に利用回数や利用頻度を取ると、U 字型のようなグラフを描けるだろう。

図表 3-16 利用回数と満足度（複数回答可）

A表 実数	はじめて	2～5回	6～10回	11回以上	合計
満足	5	8	8	33	54
概ね満足	2	8	11	19	40
どちらともいえない	1	1	2	2	6
合計	8	17	21	54	100

B表 %	はじめて	2～5回	6～10回	11回以上	合計
満足	62.5	47.1	38.1	61.1	54.0
概ね満足	25.0	47.1	52.4	35.2	40.0
どちらともいえない	12.5	5.9	9.5	3.7	6.0
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

図表 3-17 利用頻度と満足度（複数回答可）

A表 実数	週1回	週2回以上	月1回	半年に1回	年1回	その他	合計
満足	16	27	7	4	1	0	55
概ね満足	9	8	18	4	0	1	40
どちらともいえない	1	3	2	0	0	0	6
合計	26	38	27	8	1	1	101

B表 %	週1回	週2回以上	月1回	半年に1回	年1回	その他	合計
満足	61.5	71.1	25.9	50.0	100.0	0.0	54.5
概ね満足	34.6	21.1	66.7	50.0	0.0	100.0	39.6
どちらともいえない	3.8	7.9	7.4	0.0	0.0	0.0	5.9
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

海洋センターにおける滞在時間と満足度を示したのが図表 3-18 であるが、B 表で示されたように回答数は少ないものの「30 分以内」の利用が最も満足度は高い。それ以上の滞在時間になると滞在時間と満足度の間に相関性が見られる。

図表 3-18 平均滞在時間と満足度

A表 実数	30分以内	1時間程度	2時間程度	3時間以上	合計
満足	6	11	15	14	46
概ね満足	0	18	18	1	37
どちらともいえない	0	2	1	2	5
合計	6	31	34	17	88

B表 %	30分以内	1時間程度	2時間程度	3時間以上	合計
満足	100.0	35.5	44.1	82.4	52.3
概ね満足	0.0	58.1	52.9	5.9	42.0
どちらともいえない	0.0	6.5	2.9	11.8	5.7
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

図表 3-19 は「満足」、「概ね満足」、「どちらともいえない」をそれぞれ回答した回答者がどのような目的で海洋センターを利用したかを示した結果である。「行事などの催し」を利用目的と回答した回答者が「満足」と回答した割合は高い。

図表 3-19 利用目的と満足度（複数回答可）

A表 実数	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
満足	43	22	6	21	12	4	13	5	4	1	131
概ね満足	19	4	3	10	8	2	6	5	5	0	62
どちらともいえない	3	1	0	1	0	1	0	2	3	0	11
合計	65	27	9	32	20	7	19	12	12	1	204

B表 %	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
満足	66.2	81.5	66.7	65.6	60.0	57.1	68.4	41.7	33.3	100.0	64.2
概ね満足	29.2	14.8	33.3	31.3	40.0	28.6	31.6	41.7	41.7	0.0	30.4
どちらともいえない	4.6	3.7	0.0	3.1	0.0	14.3	0.0	16.7	25.0	0.0	5.4
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

図表 3-20 から 3-23 までは海洋センターのハード面とソフト面のそれぞれ良い点と改善点を満足度とクロス集計したものである。図表 3-20 は「満足」、「概ね満足」、「どちらともいえない」を選んだ各 47 名、36 名、5 名の回答者が海洋センターのハードのどこを「良い」としたのか、その割合を D 表で示している。全体の傾向としては満足度が高いほど、「良い」とした回答者が多い。ただ「満足」、「概ね満足」を選んだ回答者が選んだハードの良い点に関して、「設置された機器、器材」以外は多少ばらつきがあり、特に「安全な利用に対する配慮」の差異が大きい。これは「満足」の回答者は「概ね満足」の回答者と比較して、安全性のリスクが高くなるような利用目的が多いと推測できる。

図表 3-20 ハードの良い点と満足度（複数回答可）

A表 実数	施設の清潔さ	設置されている機器、器材	施設の外観	安全な利用に対する配慮	その他	合計
満足	23	40	9	29	2	47
概ね満足	14	31	4	8	1	36
どちらともいえない	3	3	0	1	0	5
合計	40	74	13	38	3	88

D表 %	施設の清潔さ	設置されている機器、器材	施設の外観	安全な利用に対する配慮	その他
満足	48.9	85.1	19.1	61.7	4.3
概ね満足	38.9	86.1	11.1	22.2	2.8
どちらともいえない	60.0	60.0	0.0	20.0	0.0
合計	45.5	84.1	14.8	43.2	3.4

図表 3-21 ソフトの良い点と満足度（複数回答可）

A表 実数	職員の接遇	職員の知識	対応の迅速さ	情報提供	行事などの催し	その他	合計
満足	38	24	9	12	24	0	47
概ね満足	24	12	4	8	15	0	36
どちらともいえない	2	2	0	0	2	0	5
合計	64	38	13	20	41	0	88

D表 %	職員の接遇	職員の知識	対応の迅速さ	情報提供	行事などの催し	その他
満足	80.9	51.1	19.1	25.5	51.1	0.0
概ね満足	66.7	33.3	11.1	22.2	41.7	0.0
どちらともいえない	40.0	40.0	0.0	0.0	40.0	0.0
合計	72.7	43.2	14.8	22.7	46.6	0.0

同様に海洋センターのソフトに関する評価と満足度を分析したものが、図表 3-21 となる。ソフト面で「良い」と思うから満足度が高くなるのは当然と言えるが、「情報提供」以外の選択肢を「良い」とした回答の割合は「概ね満足」より「満足」の回答者が多い。海洋センターの人員体制上の制約が「対応の迅速さ」や「情報提供」の評価を下げていると思われるが、来館者が海洋センター内でネットを通じて情報収集できるような環境整備をすることで、これらのソフトの評価をより向上させられるかもしれない。

図表 3-22 は海洋センターのハードの改善点と満足度の関係を示している。D 表で示されたように、「満足」と答えている回答者の 47%が新たな機器、器材の購入を望んでいる。「満足」と回答している利用者の多くは海洋センターのヘビー・ユーザーなので、彼らのニーズを調査した上で機器、器材を購入することは海洋センターの活性につながるだろう。

図表 3-22 ハードの改善点と満足度（複数回答可）

A表 実数	施設の汚さ	新たな機器、器材の購入	施設の外観	安全な利用に対する配慮	その他	合計
満足	4	22	2	2	3	47
概ね満足	4	9	3	2	4	36
どちらともいえない	0	5	0	0	0	5
合計	8	36	5	4	7	88

D表 %	施設の汚さ	新たな機器、器材の購入	施設の外観	安全な利用に対する配慮	その他
満足	8.5	46.8	4.3	4.3	6.4
概ね満足	11.1	25.0	8.3	5.6	11.1
どちらともいえない	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
合計	9.1	40.9	5.7	4.5	8.0

図表 3-23 は海洋センターのソフトの改善点と満足度の関係を示している。ハードの改善と比較して、ソフトの改善を望む回答者は絶対的に少ない。海洋センターのソフトは「良い」とは評価できないものの、改善しなくてはならないほどではないというのが回答者の認識なのであろう。

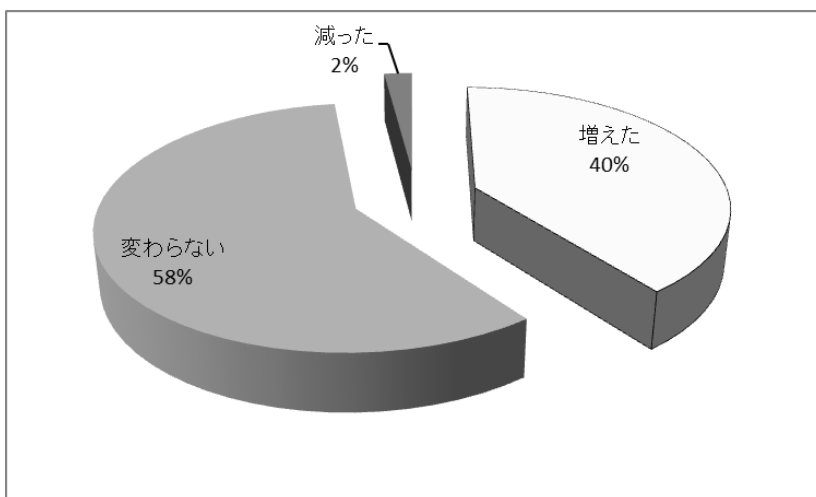
図表 3-23 ソフトの改善点と満足度（複数回答可）

A表 実数	職員の接遇	職員の知識	対応の遅さ	行事などの催し	情報提供	その他	合計
満足	0	4	4	7	3	1	47
概ね満足	0	3	1	4	1	3	36
どちらともいえない	1	0	0	0	1	0	5
合計	1	7	5	11	5	4	88

D表 %	職員の接 遇	職員の知 識	対応の遅 さ	行事など の催し	情報提供	その他
満足	0.0	8.5	8.5	14.9	6.4	2.1
概ね満足	0.0	8.3	2.8	11.1	2.8	8.3
どちらともいえない	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
合計	1.1	8.0	5.7	12.5	5.7	4.5

図表 3-24 は 1 年前と比較して、海洋センターの利用の増減を尋ねた結果であるが、「変わらない」という回答が「増えた」の回答より多かった。利用の増減と満足度の組合せを示したのが、A 表、B 表、C 表である。「満足」の回答者の方が「概ね満足」の回答者より、利用回数を増やしている傾向にある。海洋センターへ「満足」しているから利用回数を増やすということを意味するので、利用者の「満足」追求が重要である。自由記述で回答する「増えた」理由を書いた 15 名の回答者の中で、読書コーナー、椅子、テーブル、キッズスペースなど読書や子供たちが遊べる環境を整えたことを 11 名が回答している。

図表 3-24 1 年前と比較した利用の増減と満足度



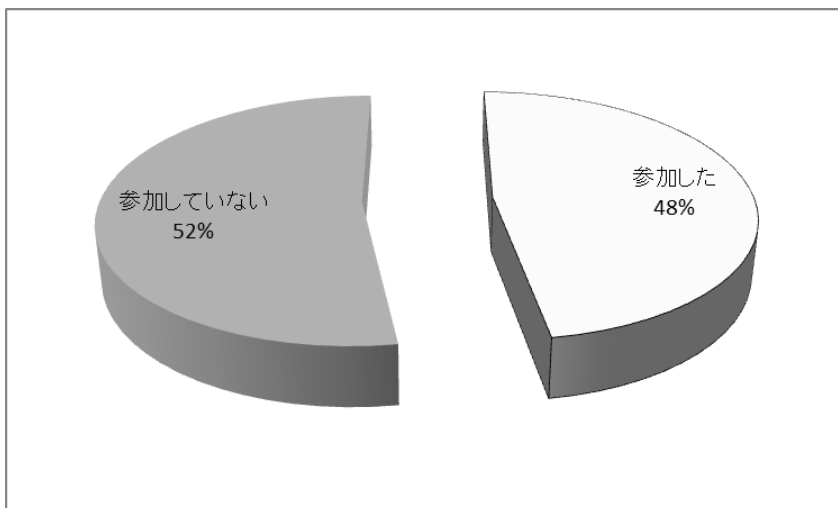
A表 実数	増えた	変わらない	減った	合計
満足	24	29	0	53
概ね満足	11	24	2	37
どちらともいえない	3	3	0	6
合計	38	56	2	96

B表 %	増えた	変わらない	減った	合計
満足	63.2	51.8	0.0	55.2
概ね満足	28.9	42.9	100.0	38.5
どちらともいえない	7.9	5.4	0.0	6.3
合計	100.0	100.0	100.0	100.0

C表 実数	増えた	変わらない	減った	合計
満足	45.3	54.7	0.0	100.0
概ね満足	29.7	64.9	5.4	100.0
どちらともいえない	50.0	50.0	0.0	100.0
合計	39.6	58.3	2.1	100.0

過去1年間において海洋センターで実施したイベント等へ参加した経験を尋ねた結果が図表3-25に示され、「参加していない」の回答が4ポイント多い。B表では「参加した」という回答者の満足度が「参加していない」の回答者より多少高いようである。C表は「満足」している回答者は「参加した」と「参加していない」という回答が半々である。イベント等への参加と満足度の関係は多少あるかもしれない。アンケートに記載された参加イベントでは、ソフトバレー、ゲートボール、ウォーキング、リフレッシュ学級が各5名の回答者、学びカフェが4名、バレーボールが3名から集まった。

図表3-25 過去1年間で海洋センター実施のイベント等への参加経験と満足度



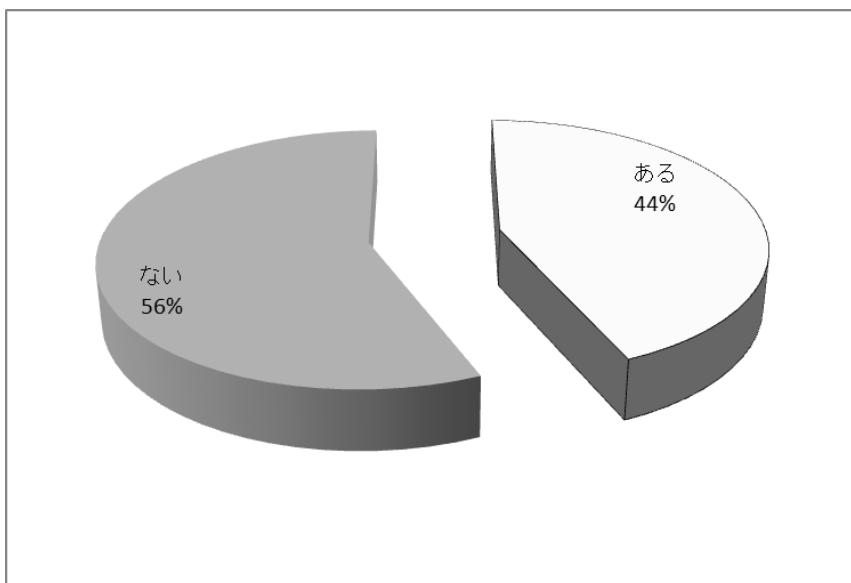
A表 実数	参加した	参加していない	合計
満足	27	27	54
概ね満足	18	21	39
どちらともいえない	3	2	5
合計	48	50	98

B表 %	参加した	参加していない	合計
満足	56.3	54.0	55.1
概ね満足	37.5	42.0	39.8
どちらともいえない	6.3	4.0	5.1
合計	100.0	100.0	100.0

C表 %	参加した	参加して いない	合計
満足	50.0	50.0	100.0
概ね満足	46.2	53.8	100.0
どちらともいえない	60.0	40.0	100.0
合計	49.0	51.0	100.0

1年前と比較して、海洋センターの新しい活動へ参加した経験を尋ねた結果は、図表3-26で示されたように、「ある」が44%、「ない」が56%となった。新しい活動の具体的な内容として読書11名、子供関連が7名、休憩が7名、カラオケが3名の回答が目立った。新たな活動への参加経験と満足度を組み合わせた表がA表からC表まで示されている。海洋センターへ「満足」している回答者の方が新たな活動へ参加経験は「ある」と回答しているようであり、また、新たな活動へ参加経験の「ある」回答者の方が「満足」と回答している割合は「ない」回答者より高いようで、相関性はありそうだ。

図表3-26 1年前と比較した新たな活動への参加と満足度



A表 実数	ある	ない	合計
満足	21	23	44
概ね満足	14	21	35
どちらともいえない	1	4	5
合計	36	48	84

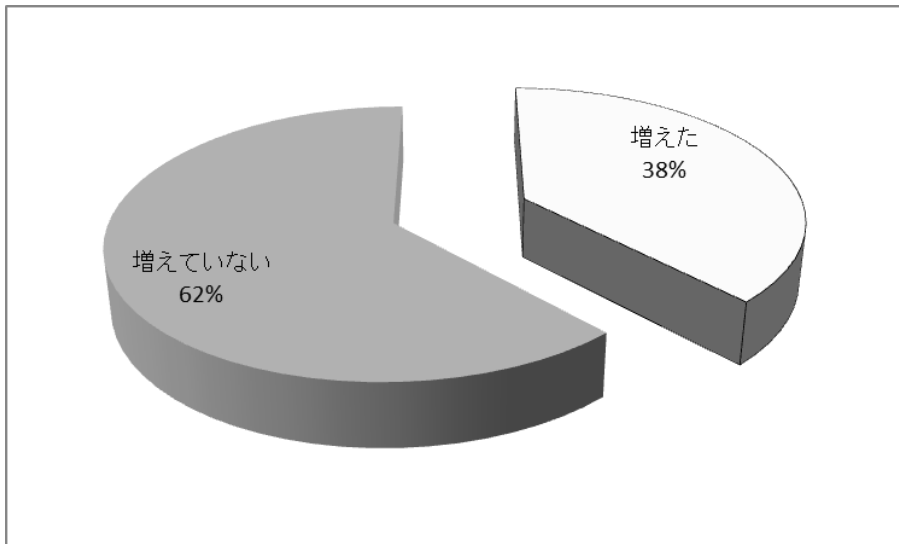
B表 %	ある	ない	合計
満足	58.3	47.9	52.4
概ね満足	38.9	43.8	41.7
どちらともいえない	2.8	8.3	6.0
合計	100.0	100.0	100.0



C表 %	ある	ない	合計
満足	47.7	52.3	100.0
概ね満足	40.0	60.0	100.0
どちらともいえない	20.0	80.0	100.0
合計	42.9	57.1	100.0

1年前と比較して、海洋センターの利用で知り合い、増えた友人の数を尋ねた結果は、図表3-27で示されたように、「増えた」が38%、「増えていない」が62%となった。B表で示されたように、友人の数が「増えた」回答者の海洋センターに対する満足度は「増えていない」回答者と比較して「満足」と回答した割合が高い。海洋センターで新しい友人ができ、その友人と海洋センターで活動することで海洋センターへの満足度が高まる、という推測が出来る。海洋センターが新たな交流や出会いを創出する場になることは、利用者の利用満足度を高め、利用者の増加やより頻繁な利用を期待できる。

図表 3-27 海洋センターの利用を契機に増えた友人の数と満足



A表 実数	増えた	増えていない	合計
満足	25	26	51
概ね満足	10	29	39
どちらともいえない	1	4	5
合計	36	59	95

B表 %	増えた	増えていない	合計
満足	69.4	44.1	53.7
概ね満足	27.8	49.2	41.1
どちらともいえない	2.8	6.8	5.3
合計	100.0	100.0	100.0

C表 %	増えた	増えていない	合計
満足	49.0	51.0	100.0
概ね満足	25.6	74.4	100.0
どちらともいえない	20.0	80.0	100.0
合計	37.9	62.1	100.0

最後の設問は「海洋センターがコミュニティの拠点になるには何が必要か」を尋ね、自由記述で回答してもらっている。回答したのは19名でその内容は、海洋センターが地域に不可欠であるという重要性を回答したのが多かったが、未利用者や町外者の利用を図って欲しいといった意見もあった。自由記述で回答した19名は忠誠心の高い利用者であり、「満足」の回答者が17名、「概ね満足」の回答者が2名である。19名の利用目的に関してスポーツが19名、トレーニングが17名と非常に多く、改善点は「新たな機器、器材の購入」を11名が回答していた。

## 4 イベントの参加と交流の分析

### ①イベント等の参加状況

過去1年間、海洋センターで行われたイベント等へ参加した状況を図表4-1から4-3で示している。図表4-1は男女別によるイベント参加状況の回答結果である。女性回答者に関して参加した回答者と参加していない回答者が同数であり、男性と比較して女性回答者の参加率が比較的に良かった。

図表4-1 男女別の過去1年間の行事等への参加状況

A表、実数	男性	女性	C表、%	男性	女性
行事参加あり	26	16	行事参加あり	44.1	50.0
行事参加なし	33	16	行事参加なし	55.9	50.0
合計	59	32	合計	100.0	100.0

図表4-2は年代別によるイベント参加状況の回答結果である。30代、60代、70代の年代に関してはイベントに参加した回答者が参加しなかった回答者より多かった。実施されたイベントが年齢と密接に関係する内容だったのであろうか。

図表4-2 年代別の過去1年間の行事等への参加状況

A表、実数	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上
行事参加あり	4	4	13	5	2	7	10	2
行事参加なし	15	5	8	11	4	5	4	0
合計	19	9	21	16	6	12	14	2

C表、%	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上
行事参加あり	21.1	44.4	61.9	31.3	33.3	58.3	71.4	100.0
行事参加なし	78.9	55.6	38.1	68.8	66.7	41.7	28.6	0.0
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

図表4-3は居住地区別によるイベント参加状況の回答結果である。海洋センターのある美国地区居住の回答者が6割強と本アンケートの回答者の比率と近い割合を示している。海洋センターから離れた入舸地区居住の回答者6名全員がイベントへ参加している。その理由を探ることで、離れた地区から集客できるヒントが見つかるかもしれない。

図表4-3 居住地区別の過去1年間の行事等への参加状況

A表、実数	美国	婦美	幌武意	入舸	日司	野塚	丸山	余別	町外	合計
行事参加あり	31	2	0	6	3	2	0	0	1	45
行事参加なし	33	5	2	0	1	4	3	1	2	51

B表、%	美国	婦美	幌武意	入舸	日司	野塚	丸山	余別	町外	合計
行事参加あり	68.9	4.4	0.0	13.3	6.7	4.4	0.0	0.0	2.2	100.0
行事参加なし	64.7	9.8	3.9	0.0	2.0	7.8	5.9	2.0	3.9	100.0

## ②交友関係の状況

本項では1年前と比較して海洋センターの利用をきっかけに知り合った友人の増加と、海洋センターの利用の関係を分析している。図表4-4は男女別回答者が海洋センターで知り合った友人の増加状況を示している。海洋センターで知り合った友人が増えた回答者の比率は、女性回答者と比較して男性回答者の方が多少高い。その理由は利用目的と利用頻度にあるかもしれない。図表4-5で示されたようにスポーツで友人が増えたと回答している人が多く、スポーツ利用の占める割合は女性回答者より男性回答者の方が多い。同様に図表4-6で示されたように、新たな友人の増加と利用頻度の間に相関性が見られ、女性より男性回答者の方がより利用頻度は高い。ただ、海洋センターで新たに友人を作り、利用頻度が増えたとも考えられ、因果関係の判断は難しい。

図表4-4 男女別の友人の増加

A表、実数	男性	女性	C表、%	男性	女性
友人増加	23	10	友人増加	39.0	31.3
友人変わらず	36	22	友人変わらず	61.0	68.8
合計	59	32	合計	100.0	100.0

図表4-5 友人の増加と利用目的

A表、実数	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
友人増加	26	16	5	20	7	6	11	9	5	1	106
友人変わらず	39	11	4	12	13	1	8	3	7	0	98
B表、%	スポーツ	行事などの催し	研修会、講習会	トレーニング	会合	カラオケ	読書	キッズスペース	子供の送迎	その他	合計
友人増加	24.5	15.1	4.7	18.9	6.6	5.7	10.4	8.5	4.7	0.9	100.0
友人変わらず	39.8	11.2	4.1	12.2	13.3	1.0	8.2	3.1	7.1	0.0	100.0

図表4-6 友人の増加と利用頻度

A表、実数	週1回	週2回以上	月1回	半年に1回	年1回	その他	合計
友人増加	8	20	5	2	0	1	36
友人変わらず	18	18	22	6	1	0	65
B表、%	週1回	週2回以上	月1回	半年に1回	年1回	その他	合計
友人増加	22.2	55.6	13.9	5.6	0.0	2.8	100.0
友人変わらず	27.7	27.7	33.8	9.2	1.5	0.0	100.0

図表4-7は海洋センターで新しい友人が増える事と、利用回数が増える事の強い相関性を示している。すなわち、海洋センターが新たな交流を創出することで利用者や利用回数を増やせる一方、利用者が利用を増やせばより新たな交流が広がる可能性を示している。

図表 4-7 友人の増加と 1 年前からの利用回数の増減

A表、実数	増えた	変わらない	減った	合計
友人増加	29	7	0	36
友人変わらず	9	49	2	60

B表、%	増えた	変わらない	減った	合計
友人増加	80.6	19.4	0.0	100.0
友人変わらず	15.0	81.7	3.3	100.0

図表 4-7 の結果と比較すると弱いものの、図表 4-8 で示された新しい友人の増加と海洋センターで行われるイベントへの参加も相関性がある。そして、図表 4-9 で見られる新しい友人の増加と過去 1 年間で海洋センターの新しい活動へ参加した関係は強い相関性を示している。海洋センターの活用を促進するのであれば、海洋センターの利用者間の交流促進にも力を入れることが望ましい。海洋センターが地域の新たな交流を創出し、コミュニティを形成する場となることで、海洋センターの社会的価値はいつそう高まるだろう。

図表 4-8 友人の増加と過去 1 年間のイベントへの参加

A表、実数	参加した	参加してない	合計
友人増加	19	16	35
友人変わらず	20	34	54

B表、%	参加した	参加してない	合計
友人増加	54.3	45.7	100.0
友人変わらず	37.0	63.0	100.0

図表 4-9 友人の増加と過去 1 年間の新しい活動への参加経験

A表、実数	新しい参加あり	新しい参加なし	合計
友人増加	30	5	35
友人変わらず	11	43	54

B表、%	新しい参加あり	新しい参加なし	合計
友人増加	85.7	14.3	100.0
友人変わらず	20.4	79.6	100.0

## 5 記述回答の分析

本アンケートは質問に対して回答の選択肢を選ばせる形式の設問が多いものの、一部のアンケート回答者が「その他」に記述したり、記述自体を求めたりする設問もある。本項ではアンケートの回答に対して選択肢ではなく、記述した回答を分析する。

### ①居住地区に関する設問

古平地区に居住する、30代の男性1名と女性2名の合計3名がアンケートに回答し、内2名が積丹町外の職場で働いている。また3名の内、2名は週2回以上海洋センターを利用し、利用目的はスポーツ、トレーニング、子どもの送迎を回答している。

古平町在住のアンケート回答者は3名であるが、古平町民が積丹町B&G海洋センターを利用する可能性を示唆している。古平町にもB&G海洋センターがあり、積丹町の海洋センターとの直線距離で4.3km、車で10分程度の距離にある。自家用車を保有している積丹町の美国地区住民や古平町の中心市街地の住民であれば積丹町の海洋センターも古平町の海洋センターも利用するのはそれほど苦にならないであろう。

### ②海洋センターの利用目的に関する設問

記述回答があったのは「会議」と「ボランティア」の2件であった。この設問は複数回答が可能であり、「会議」と回答した30代（性別不明）は「キッズスペースの利用」と「子供の送迎」、「ボランティア」と回答した50代女性は「読書」も回答していた。

### ③海洋センターの良い点（ハードとソフト）に関する設問

海洋センターのハードの良い点に関して「安い」という1件の記述回答があり、同じ回答者がソフトの良い点に関して「近い」と回答している。

### ④海洋センターの改善して欲しい点（ハードとソフト）に関する設問

ハードで改善して欲しい点に関して「フットサルがしたい」、「器具庫のスペースがせまいので、器具や道具の後始末に苦労している」という2名から回答があった。

ソフトで改善して欲しい点に関して3名の回答があった。ハードに関して「フットサルがしたい」と回答した人はソフトの改善点で「少年団が水泳しかない所以他にも欲しい」と記述している。一方、ハードに関して「器具庫のスペースがせまいので、器具や道具の後始末に苦労している」と回答した人はソフトでは「器具庫の整頓をやってほしい」と記述している。ハードの改善点はないもののソフトに関して「職員の数が少ない」と回答した人もいる。ハードとソフトの改善点を記述した回答者は、満足を問う設問に関して「満足」、「概ね満足」と回答している。

#### ⑤1年前と比較して海洋センターの利用回数に関する変化の設問

1年前と比較して海洋センターを多く利用するようになった回答でその理由を記述したのものとして、「キッズスペース」のキーワードの入った記述が5件、「図書や読書」のキーワードが入った記述が5件あった。それ以外にも多様な記述があり、以下に記述内容をそのまま示す。利用する回数が増えた結果、週1回利用するという回答は9名、週2回以上利用するという回答は5名と、海洋センターのヘビーユーザーになっている。

- ・「キッズスペース」
- ・「キッズスペースの設置」
- ・「キッズスペース等利用しやすい環境になったので」
- ・「キッズスペースやベンチなどが設置されたため」
- ・「施設的环境がとてよくなった。これで雑然としていたホール。図書コーナーやキッズスペース、テレビ、電光掲示板などが設置され、また大変利用しやすくなった。」
- ・「センター内の機材や備品（テーブル、イス、掲示板、テレビなど）が充実し、図書の冊数も増えたため。」
- ・「図書」
- ・「読書をしやすい環境になっている。施設内がとても明るい。」
- ・「友だちといっしょに勉強したり、本を読んだりできるようになったから」
- ・「子ども教室へ参加」
- ・「町民にとって有益な事業が多くなっている。施設も幼児から高齢者まで利用しやすくなっている。」
- ・「職員とのコミュニケーションが増え利用しやすくなった」

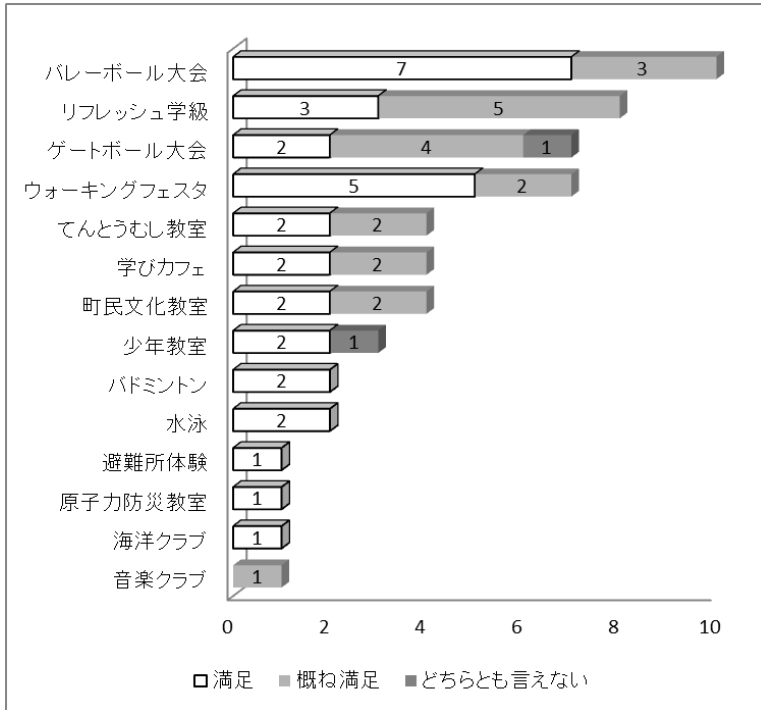
利用する回数が減り、その理由を回答した記述が、10代男性の「遊ぶものが増えたから」と60代女性の「忙しくて来ることができなくなった」という2件あった。いずれも回答者の生活の変化に起因するもので、海洋センターを原因とするものではなく、海洋センターへの満足度も「満足」と「概ね満足」の回答である。

#### ⑥過去1年間に参加した海洋センターで実施されたイベントに関する設問

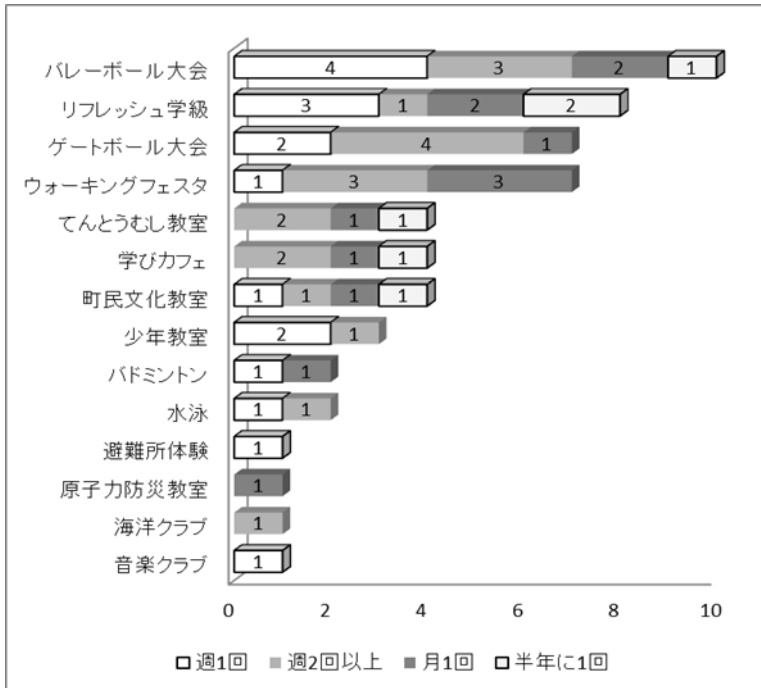
過去1年間に参加した海洋センターのイベントの名称を回答してもらい、その回答者の満足度とクロス集計したのが図表5-1である。回答したイベント名を複数回答したものもあり、それも個別に勘定している。海洋センターへの満足はイベントだけでなく、スポーツやキッズスペースのような日頃から利用している目的が満足へより強く影響すると思われるので、あくまでも参考として理解して欲しい。

過去1年間に参加した海洋センターのイベント名を回答してもらい、その回答者の海洋センターの利用頻度とクロス集計したのが図表5-2である。回答したイベント名を複数回答したものもあり、それも個別に勘定している。少数回答のイベントを除くとバレーボール大会やゲートボール大会へ参加した回答者は海洋センターの利用頻度が高く、バレーボール大会参加の回答者は10名の内、9名がスポーツ目的の利用、ゲートボール参加者は7名の内、6名がスポーツもしくはトレーニング目的の利用を回答している。

図表 5-1 過去 1 年間に参加した海洋センターのイベントと満足度



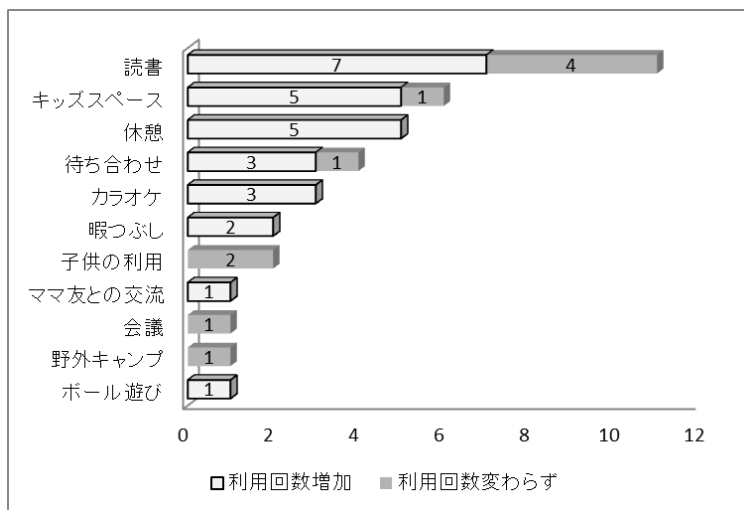
図表 5-2 過去 1 年間に参加した海洋センターのイベントと利用頻度





⑦海洋センターの新しい利用目的に関する設問

図表 5-3 海洋センターの新しい利用目的と利用回数



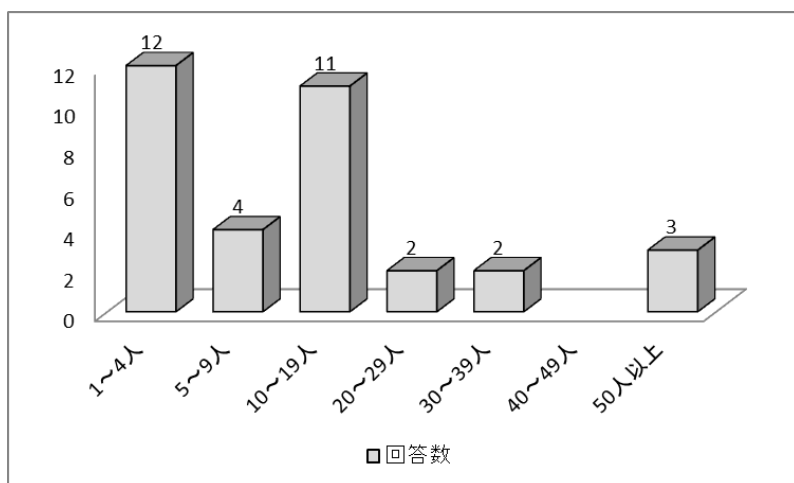
1年前と比較して、これまでになかった海洋センターの利用はあるかどうかを質問し、新しい利用目的と利用回数の増減との関係をクロス集計したのが図表 5-3 である。この設問へ記述した回答者は 37 名、その内の 30 名が海洋センターの利用回数を増やしている。新しい利用目的を見

つけた利用者は利用回数を増やす傾向が見られる。また、海洋センターの設置目的とは異なるかもしれないが、地域住民が日常生活で息抜きをする施設として海洋センターが居心地の良い空間を提供することで施設の利用を増やし、住民の精神的健康を改善へ貢献する可能性を示している。

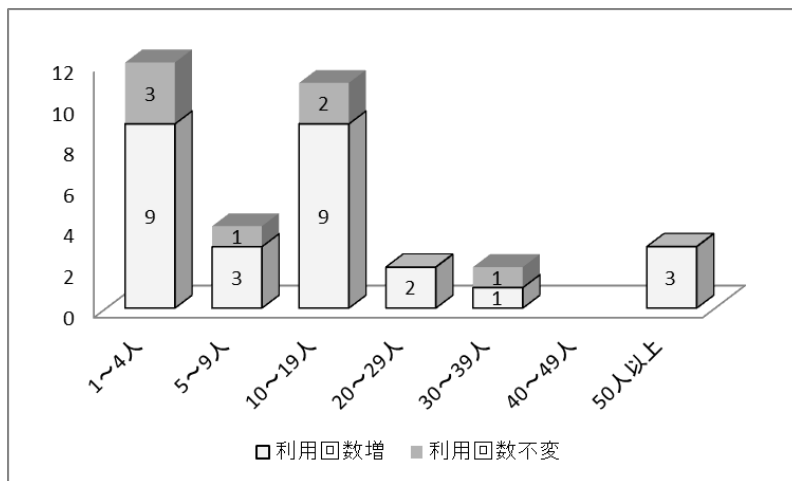
⑧1年前と比較して海洋センターをきっかけに知り合った友人の数に関する設問

1年前と比較して海洋センターをきっかけに知り合った友人の数を数字で回答してもらった設問の回答結果が図表 5-4 である。回答は 1 人から 100 人とばらつきがあり、知り合った友人数の中央値は 10 人となった。新たに知り合った友人数と海洋センターの利用回数の増減に関する関係は図表 5-5 で示される。

図表 5-4 海洋センターをきっかけに知り合った友人数



図表 5-5 海洋センターで知り合った友人数と利用回数の増減



⑨コミュニティの拠点として海洋センターへのニーズに関する設問

海洋センターを地域コミュニティの拠点とするためには今後、何が必要かを質問したところ、18名から下記のような19の意見が寄せられた。海洋センターの存在そのものの必要性、必要性の理由、施設継続への要望が意見の半数を超え、公共施設としての住民の期待が感じられる。また、海洋センターがコミュニティ施設としての多目的性を強めることでスポーツ利用が阻害される懸念が寄せられている。町外からの交流拠点として海洋センターの可能性を指摘する意見は今後の施設の有効活用に有用な視点である。

(海洋センターへの期待)

- ・「海洋センターがないと困る」4名
- ・「海洋センターがなくなったらスポーツができなくなる」2名
- ・「BGしかあそぶところがないので必要」
- ・「ひまになるから必要」2名
- ・「この先もずっと海洋センターを続けてほしい」

(施設運営へのニーズ)

- ・「月曜日も海洋センターを行ってほしい」
- ・「売店の普及」
- ・「子どもたちのボードゲームやカードゲームなどおいていただけるとうれしいです」
- ・「多目的な利用が多くなり、施設の余裕がなくなりつつある」
- ・「今もすごいけど、人の対応の仕方」

(事業へのニーズ)

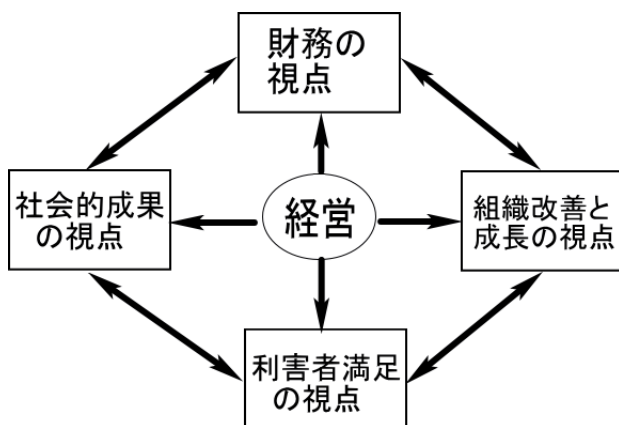
- ・「気軽に参加できる事業」
- ・「子供を主体とした事業」
- ・「未利用者を海洋センターに来てもらうための取り組みが必要」
- ・「地元の人たちで町外の人を呼び込むイベントの実施」

## 6 海洋センターの今後の戦略に関して

### ①海洋センターの評価

R・カプランとD・ノートンは組織や事業の経営を評価する場合、財務の視点だけではなくそれに加え顧客の視点、内部プロセスの視点、学習と成長の視点という4つの視点で評価することを主張し、実践に基づき体系化したのがバランス・スコア・カードである。バランス・スコア・カードの理論を応用し、海洋センターのような公共施設を評価する場合、その施設の持つ社会性が重視されるため、図表6-1のように財務の視点、組織改善と成長の視点、利害関係者の視点、社会的成果の視点と考える。これら4つの視点は相互作用し、影響を与える。

図表6-1 海洋センターの評価視点



海洋センターの経営の成果を測る具体的な指標は次のようになると思う。財務の4つの視点に関して、まず財務の視点を説明する。海洋センターの人件費、物件費、その他の業務費の経常経費から海洋センターの利用料収入と雑収入等の経常収入を差し引いた経常行政コストで測定できる。経常行政コストが改善すれば、積丹町からの費用負担は軽減される。

以下に述べる3つの各視点が改善すれば、経常行政コストも改善する。

組織改善と成長に関しては公共施設の運営に関わる職員の学習と成長、施設運營業務へのフィードバックによる改善を意味する。海洋センターの職員が利害関係者の満足高めたり、財務業績を改善したり、社会的成果を高める原動力になる。組織改善と成長の視点は業務効率の改善（業務成果/人件費）、自主企画事業の費用効率の改善（参加者/事業経費）で定量的に評価できる。

顧客/利用者という公共施設のサービスの直接的受益者だけでなく、例えば、災害時の避難場所になっている公共施設の場合はその地域の住民や町内会も利害関係者に含まれ、顧客/利用者よりも考慮する対象は広い。顧客/利用者の満足に関して個人の海洋センター利用を記録、集計できるのであれば年間を通じた利用回数や利用回数、延べ利用者数で代替的に満足度を測定できる。また、今回のアンケート調査のように、顧客/利用者の満足度を尋ねる調査で測定し、評価することが望ましい。海洋センターを利用していない地域の住民などの利害関係者には町内会の協力を得て、施設への関心や利用意向を調査したり、施設へのニーズを定性的に把握したりすることで評価できる。

海洋センターの社会的成果の視点は、何を社会的成果にするかで変わる。海洋センターが、B&G財団の理念である「海洋性レクリエーションをはじめとする自然体験活動により、

青少年の健全育成、幼児から高齢者までの幅広い世代の心と体の健康づくり」を支援する施設なら、施設のある地域の住民の健全な成長と健康増進の評価が社会的成果になる。例えば、青少年の健全育成に関してであれば、積丹町の青少年の運動能力向上、非行の減少という社会的成果での評価が考えられる。健康づくりに関してであれば積丹町民の長寿化、医療費支出の削減、寝たきり高齢者の削減が社会的成果である。こうした成果測定の結果を海洋センターの利用者と非利用者で比較すると、海洋センターの生み出す効果や社会的成果をより明確にできる。また町民間の比較ではなく、海洋センターを利用した人が利用する前と比較してどう変化したかの認識を尋ね、評価してもらう方法もある。

## ②アンケートから考える海洋センター発展の方向

海洋センターの発展の方向を、図表 6-2 のように体系的に示す。利用促進戦略は、運動器材の更新やキッズスペースの拡充することで既存の利用者がもっと海洋センターを利用してもらえようとする戦略である。新サービス開発戦略は、キッズスペースや図書の新設など、今までにない公共サービスを提供する戦略である。新利用者開拓戦略は、積丹町民の中で未利用者や町外からの新規利用者を開拓する戦略である。多角化戦略は、例えば、今まで対象にしていなかった観光客に対して海洋スポーツ・レジャーや体験観光等の新サービスを提供する戦略である。

図表 6-2 海洋センターの発展の方向

		公共サービス	
		既存	新規
利用者	新規	新利用者開拓戦略	多角化戦略
	既存	利用促進戦略	新サービス開発戦略

上記の発展の方向を踏まえた上で、今回のアンケート調査の結果から、海洋センターの今後の方向として、以下の戦略を例示する。

第一の例として、スポーツ愛好者同士の交流からのスポーツ・コミュニティ形成による利用促進戦略である。海洋センターの本来機能であるスポーツやトレーニングを目的に利用している回答者の利用頻度も利用満足度は高いものの、機器や器材の新規導入を求める声も多い。しかし、スポーツの機器や器材の更新、新規導

入は予算の制約もあって難しいだろう。都市部においては民間資本の活用も考えられるが、積丹町では民活スキームも難しいかもしれない。それでは機器や器材を購入しなければ利用者の不満を招き、利用が少なくなるか、といえばそうでもなさそうである。積丹町で気軽に使用できる唯一のスポーツ施設であるという位置づけは安定した利用者の確保をもたらし、スポーツを通じた交流が高い利用者満足度を維持することにつながる。例えば海洋センターが、利用者同士の交流が可能なスポーツイベントや懇親会など、収支のバ

ランスを取りやすいソフト事業を行うことで積丹町におけるスポーツ・コミュニティを海洋センターで形成し、利用者満足を維持、高めていく戦略が考えられる。

第二の例として、読書コーナーやキッズスペースといった海洋センターの新サービスで利用するようになった利用者へ軽い運動プログラムを提供したり、利用者同士の交流からの新たなコミュニティ形成を支援したりすることで利用促進を図る。海洋センターが地域交流の場とするために始めた読書コーナーやキッズスペースの取り組みは新利用者開拓に成功しているが、こうした新規の公共サービスを開始してまだ間もないこともあって、スポーツやトレーニングで利用する利用者と比較して、読書やキッズスペースを利用する利用者は海洋センターを多少、厳しい評価をされている。読書コーナーやキッズスペースの利用者のニーズを理解し、海洋センターの環境整備やサービスの改善を進めていく必要があるが、それ以外の海洋センターが提供する他の価値も認識してもらえようとするものである。例えば、読書やキッズスペースを利用しに来た利用者も健康には関心を持っているであろう。そこで健康維持のための気軽に参加できる運動プログラムを海洋センターで提供する。また、前述のスポーツを通じた住民交流の場の創出と同様に、本の読み聞かせや季節にあった行事をするなど、利用者同士の交流の創出とコミュニティ形成につなげ、海洋センターをもっと楽しんでもらえるようにする。

第三の例として、新サービス開発戦略により子供を対象とした居場所づくりを行う。子供を巡る状況が厳しくなっている中、子供にとって学校、家庭以外に居場所を作ることを社会は求められている。海洋センターを拠点にしたコミュニティの形成は大人だけでなく、子供にも有効である。海洋センターが子供たちの放課後や休みの日の居場所になるよう、運動、学習、交流の場になる一部新しい公共サービスを海洋センターとボランティアが協働で提供していく。子供が安心して立ち寄り、交流できる場になれば、その保護者の新規利用も見込めることがアンケート結果から予想できる。

第四の例として、海洋センターの一部サービスをアウトリーチ型で提供し、積丹町民の中から新利用者開拓をする戦略である。海洋センターから離れた地区にも公共施設や地区会館へ海洋センター職員やボランティアが出向き、海洋センターの持つサービスを提供する。それが海洋センターの新規利用の入口になり、何かの時には海洋センターへ足を運んでくれるかもしれない。

第五の例として、積丹町外の利用者を増やす、新利用者開拓戦略である。新利用者には近隣の古平町民の新規利用と、観光客の新規利用が考えられる。古平町民の新規利用開拓は、古平町 B&G 海洋センターの利用者をターゲットにし、例えば積丹町 B&G 海洋センターの利用者との合同練習、試合、イベントなどを行い、積極的に両海洋センターの利用者同士の交流を促す。また後者の観光客の開拓に関して地元の民間事業者や町外の民間事業者と協働で、例えばこれまでの海洋センターでは行えなかったスポーツ・レジャーや体験観光を提供した多角化戦略で、海洋センターの利用者の増加と新しいサービスを提供する。そのスポーツ・レジャーや体験観光を積丹町が経済的に補助し、積丹町民へ安い料金で提

供できれば既存利用者の利用促進や新規利用者の開発にもつながるだろう。こうした町外からの海洋センター利用者の増加は競技人口の少ないスポーツの活性化や、積丹町の地域経済活性化につながるだろう。

### ③海洋センター発展のための経営資源調達

こうした4つの戦略は海洋センターの運営コストを上昇させる懸念がある。そこで、4つの戦略を実現するため、経営資源の調達に関する3つの方法が考えられる。

第一に、古平町 B&G 海洋センターとの連携・協働戦略を採ることである。積丹町と古平町の海洋センターはそれぞれの町の条例で規定され、各町の教育委員会が各町の予算を付け、運営しているので制約はあるだろうが、連携・協働することにより両町の海洋センターを利用できる状況の利用者の満足度を向上させたり、予算を効率的に使ったりできる。そこで両町の海洋センターの経営資源、事業、業務を棚卸しし、連携や協働する視点で検討してみる。例えば、両町の海洋センターの休館日は月曜日であるが、どちらかの海洋センターの休館日を変えるだけで両町の海洋センター利用者の利便性は向上する。

第二に、海洋センターの限られた人材だけで利用促進、新サービス開発、新利用者開拓を行うのは難しいであろう。そこで、海洋センターの人材不足を補うために、ボランティアの活用と民間事業者との協働である。ボランティアは住民の自発的行動であるが、他地域では公共施設の管理者が支援し、公共施設の利用者や住民がその公共施設の運営や事業実施までをボランティアとして担っている事例もある。海洋センターのように多様な利用者がやって来る施設であれば、子供の教育に関心を持つ住民がボランティアで子供の支援活動を行い、地域が子供を健全に育てる拠点になり得ると考える。

住民の減少と高齢化が進む中で、専門のノウハウを持ったボランティアを一定人数確保するのは困難もある。そうした場合、他地域で行われているような公共施設のビジネス化が解決策になる。例えば、海洋センターで提供するスポーツ・レジャーや体験観光の新サービス企画を民間事業者から提案してもらい、民間事業者が有料で企画した事業を実施する。観光客を増やすための観光客向けの新規事業であれば、理解を得やすいだろう。

人口が減少し、地域経済が縮小する時代、海洋センターへ投入できる経営資源は限られ、施設の効率的経営は不可避である一方、地域における海洋センターの役割は変化しつつもより重要になっていることは本アンケート調査の結果から明白である。海洋センターが施設に対するどのようなニーズに合わせた価値を提供するか明確にし、発展の方向を定めた上で、他組織の経営資源と相互依存しながら施設を活性化すると共に、海洋センターが生み出す社会的成果をより高めていくことが重要である。

2016年10月2日 札幌学院大学教授 河西邦人