

調査事項について

モデルルート試行における調査・検討内容

1. 自転車走行環境の調査

＜世界のサイクリストが安全かつ安心してサイクリングできる走行環境の構築に向けて＞

○路面表示の設置間隔及び位置を調査 ⇒路面表示の設置基準を設定

	把握方法(案)
①調査時期(いつ)	イベント、ガイドツアー等(各ルート)
②調査対象(だれに)	サイクリスト(道内)、サイクリスト(道外)、サイクリスト(外国人)、自動車利用者、歩行者
③調査項目(何を)	視認性、わかりやすさ、安心感、走りやすさ、ニーズ等
④調査手法(どのように)	ヒアリング等(※コミュニケーションサイトでの投稿は常時)

○案内看板の設置間隔、位置及び高さを調査 ⇒案内看板の設置基準を設定

	把握方法(案)
①調査時期(いつ)	イベント、ガイドツアー等(各ルート)
②調査対象(だれに)	サイクリスト(道内)、サイクリスト(道外)、サイクリスト(外国人)
③調査項目(何を)	視認性、わかりやすさ、ニーズ等
④調査手法(どのように)	ヒアリング等(※コミュニケーションサイトでの投稿は常時)

○ルート診断手法を調査 ⇒サイクリストへの情報提供及び走行環境の改善

	把握方法(案)
①調査時期(いつ)	イベント、ガイドツアー等(各ルート)
②調査対象(だれに)	サイクリスト(道内)、サイクリスト(道外)、サイクリスト(外国人)
③調査項目(何を)	わかりやすさ、ルート選択への影響の有無、ニーズ等
④調査手法(どのように)	ヒアリング等(※コミュニケーションサイトでの投稿は常時)

モデルルート試行における調査・検討内容

2. 受入環境の調査

＜世界のサイクリストが安全かつ安心してサイクリングできる受入環境の構築に向けて＞

- 「休憩・宿泊施設」、「交通施設・輸送サービス」、「サポート体制」、「レンタサイクル環境」等を調査
⇒受入環境の改善

	把握方法(案)
①調査時期(いつ)	イベント、ガイドツアー等(各ルート)
②調査対象(だれに)	サイクリスト(道内)、サイクリスト(道外)、サイクリスト(外国人)
③調査項目(何を)	サイクリストのニーズや満足度
④調査手法(どのように)	ヒアリング等(※コミュニケーションサイトでの投稿は常時)

3. 情報提供・コミュニケーションサイトの調査

＜世界のサイクリストが安全かつ安心してサイクリングできる情報提供に向けて＞

- 情報提供、コミュニケーションサイトを調査 ⇒情報提供手法等の改善

	把握方法(案)
①調査時期(いつ)	イベント、ガイドツアー等
②調査対象(だれに)	サイクリスト(道内)、サイクリスト(道外)、サイクリスト(外国人)
③調査項目(何を)	使いやすさ、わかりやすさ、ニーズ等
④調査手法(どのように)	ヒアリング等

モデルルート試行における調査・検討内容

4. 来訪サイクリング客数・旅行内容(全道)

○全道の来訪サイクリング客数等を5年ごと把握⇒ベンチマークとして活用

調査・把握項目		
サイクリング人口	サイクリング人口	全体の観光客に占めるサイクリストの割合(α) ※ α と「北海道観光入込客数調査」の観光入込客数(β)と組み合わせ、 $A = \alpha \times \beta$ により毎年のサイクリスト人口を推計。
	利用者情報	サイクリストの居住地、性別、年齢
旅行内容	旅行形態	旅行の申し込み方法(ツアー/個人)、旅行の同行者形態(一人、夫婦、家族)
	サイクリング内容	北海道での旅行日程(○泊○日)、旅程、レンタサイクル/自転車
消費額		サイクリストの消費額(交通費、宿泊費、飲食費、買物・お土産代、その他)

※「観光客動態・満足度調査(北海道)」…海外、道内外観光客対象に調査票を配布して回収。5年毎に実施(昨年H28.6～H29.2、約6千票)

※ 昨年(H28)の調査から、サイクリングに関する設問を追加

5. 来訪サイクリング客数及び消費額等

○「ツアー及びイベントの参加者数」「イベントの開催事業費」の調査⇒経済波及効果の基礎資料として活用

	把握方法(案)
①調査時期(いつ)	ツアー、イベント等
②調査対象(だれに)	サイクリングツアー主催者(ガイド、旅行会社、自転車販売点等)サイクリスト(道内)、サイクリスト(道外)、サイクリスト(外国人)
③調査項目(何を)	ツアー及びイベントの参加者数、イベント開催事業費、参加者の属性、1人当たりの支出額等
④調査手法(どのように)	ヒアリング、アンケート等

※ 上記に加え、レンタサイクル利用者数や飛行機利用者(輪行)数についても、調査の実施を検討