

## 到津の森公園の将来ビジョンに関する調査結果について

### 1 調査概要

平成14年に開園した到津の森公園については、「市民が支える公園」として運営を行っており、令和2年に入園者が700万人を突破、本年4月には開園20周年を迎える。

一方で、年間38万人前後が来園する施設であるが、入園者数や入園料収入、動物サポーター等の寄付が横ばいの状況である。

開園20周年を機に、公園の入園者増、収益増に向けた取り組みを進めるため、調査を実施し、現状の課題についてまとめた。

### 2 現状把握

#### (1) 既存データの再分析

到津の森公園が来園者へ行っているアンケートや過去のマーケティング調査などを再分析し、到津の森公園の現状や特性等を把握した。

#### (2) ヒアリング

下記の実態調査の内容を決定するにあたり、到津の森公園の職員及び本市教育委員会の教職員へのヒアリングを行った。

### 3 実態調査

#### (1) インターネットを活用したアンケートによるマーケティング調査

令和3年10月に、北九州市、車で一時間以内にアクセスができる福岡県、山口県の市町村在住の1,007人に対し、到津の森公園に対する興味の有無や来園経験などについてアンケートを行った。

#### (2) 対面によるアンケート調査

令和3年11月7日、同種の施設であるグリーンパーク来園者101人(市内63人、市外38人)に対し対面によるヒアリングで調査を行った。

#### (3) ワークショップ開催による意見交換

令和3年9月17日と11月17日の2回、青年会議所会員、大学生などを参加者とするワークショップを実施し、調査項目・内容に反映した。

## 01 調査概要

平成14年に開園した到津の森公園については、「市民が支える公園」として運営を行っており、令和2年に入園者が700万人を突破、本年4月には開園20周年を迎える。

一方で、コロナ禍の令和2年度を除くここ数年、年間入園者はおおむね横ばいが続いており、入園料収入や動物サポーター等の寄付も同様の状況である。

開園20周年を機に、公園の入園者増、収益増につなげるため、調査を実施し現状の課題についてまとめた。

### 02-1 現状把握（既存データ再分析）

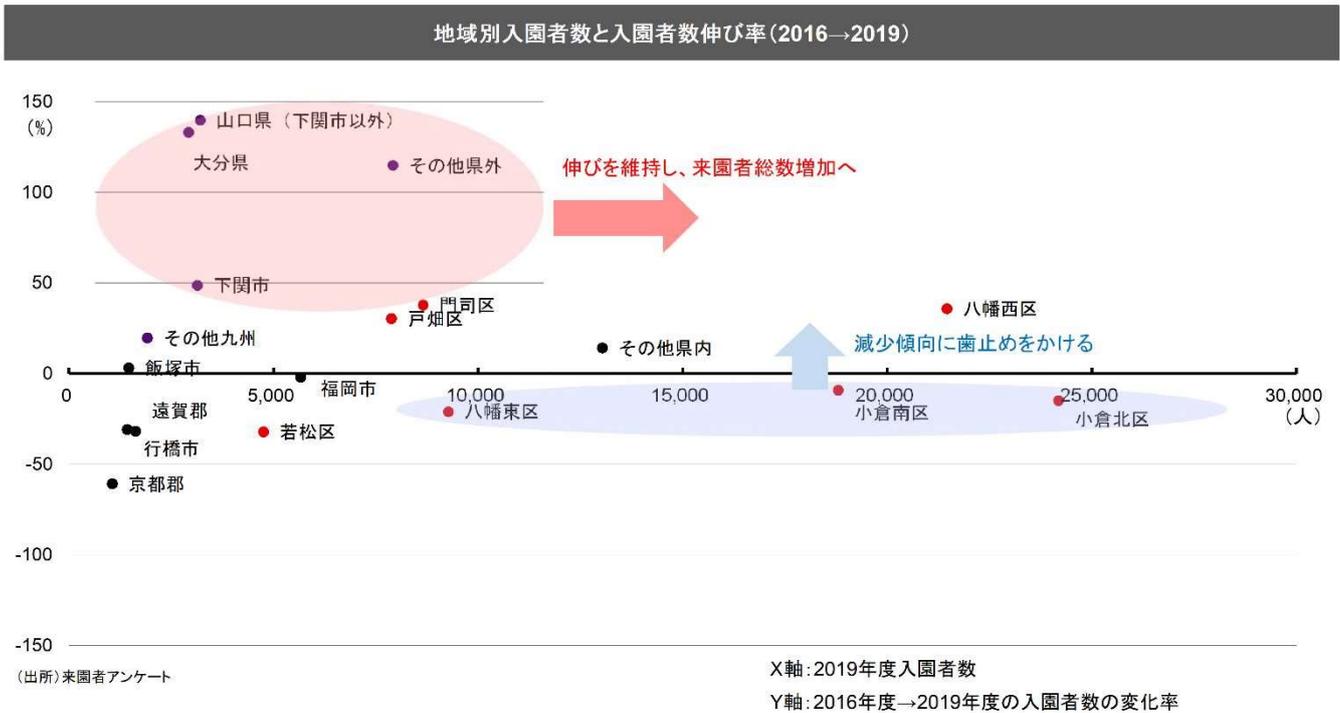
園の保有する来園者アンケートデータや、過去の調査データを再分析した。

#### ■ 市内来園者は減少・市外来園者は増加

新型コロナウイルス感染症の影響もあるため、2016年度を100とし、2019年度の入園者数を推計した結果、市内からの来園は減少傾向にあり、市外からの来園が増えつつある。

#### ■ 到津の森公園の「よいところ」

各種データの分析から、「よいところ」として自然の豊かさ、動物との距離の近さ、動物に詳しい飼育員の存在などが挙げられる。



### 02-2 現状把握（ヒアリング調査）

現状把握データを基にしながら公園職員4名、教育委員会2名にヒアリングを実施した。

将来の方向性（ビジョン）に対する示唆は右の通りである。

#### 【ヒアリング対象とヒアリング項目】

公園職員 (4名)	<ul style="list-style-type: none"> <li>入園者増のためにできること</li> <li>消費額増のためにできること</li> <li>市との協働について ほか</li> </ul>
教育委員会 (2名)	<ul style="list-style-type: none"> <li>市内公立学校での学習機会</li> <li>新プログラムの可能性</li> <li>子どもホール活用可能性 ほか</li> </ul>

#### 方向性（ビジョン）への示唆（一部）

- ✓ 中高生に魅力を感じてもらうための取組みが必要
- ✓ 適当な広さ、トイレ・休憩施設が充実
- ✓ リピーター獲得に新たな施策が必要
- ✓ 市内からの来園見込み層に対して継続的に開催可能なプログラム開発が必要
- ✓ 雨天用施設追加の検討
- ✓ 公立学校が予算を確保して校外学習を行うためには高いハードルがある など

### 03-1 実態調査 (WEB アンケート)

「到津の森公園を知っている」かつ「到津の森公園が北九州市にあることを知っている」、市内 (500 名)、県内市外 (426 名)、山口県 (81 名) の合計 1,007 名に対して WEB アンケートを実施した。

#### ■興味・来園状況

「来訪経験あり」は 8 割超と多いが、そのうち「3 年以内の来訪経験あり」は大幅に減少する。さらに属性から細かく分析すると「小学生以下の子どもなし」は差が最も顕著である。

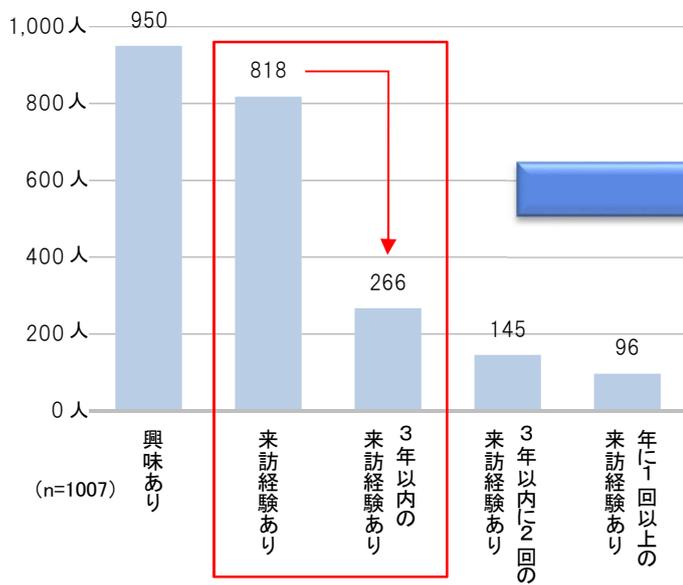
#### ■リピートしない理由

最も多いリピートしない理由は、「小さい子ども以外が楽しめる要素が少なかった」であった。

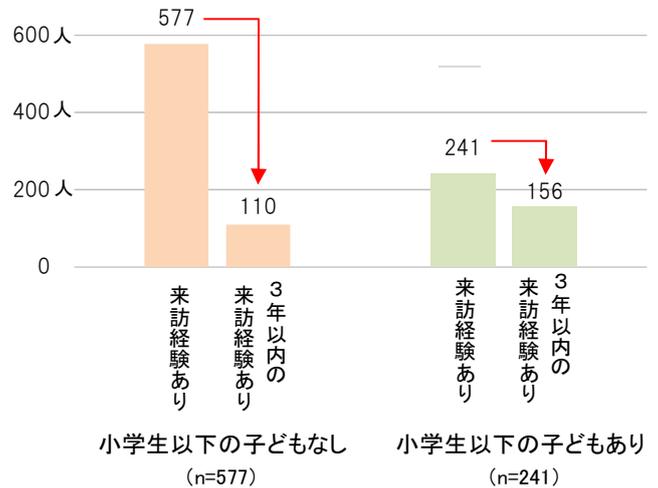
#### ■不満に思っていること

3 年以内に来園経験のある人に公園に対しての不満を聞いてみると、雨天等対応の施設やプログラムが少ない、また、レストラン等の魅力が足りないとの回答が多かった。

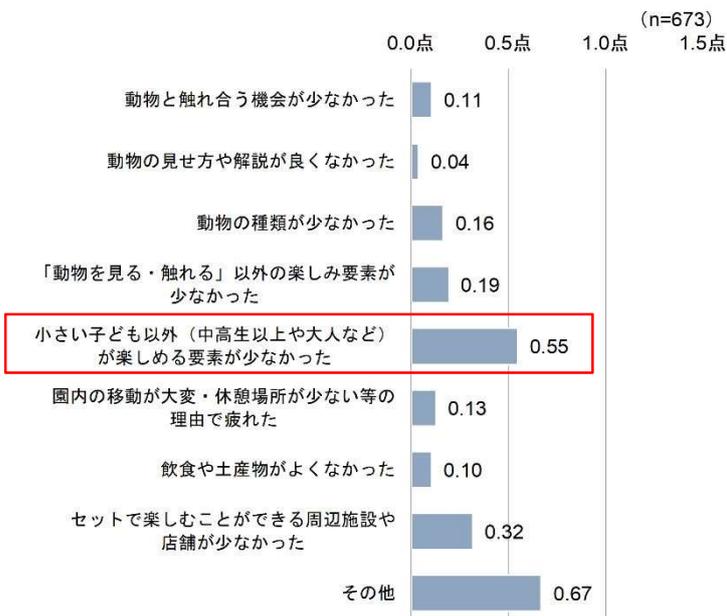
#### 興味・来園状況



#### 「小学生以下の子どもなし・あり」で分析



#### 到津の森公園へリピートしない理由



#### 到津の森公園に対し不満に思っていること

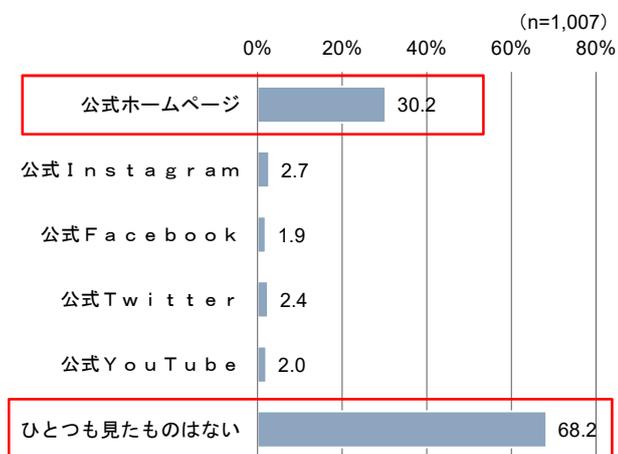


## ■インターネットを活用した広報に関する課題

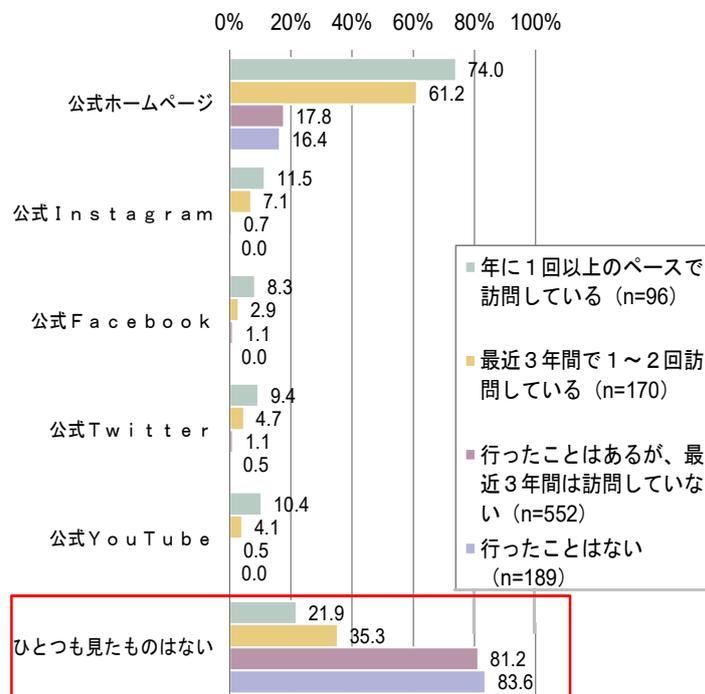
公式ホームページ以外はほとんど見られていない。

ここ3年足が遠のいている層と来園したことがない層においては、ひとつも見たものがないという回答が8割超となっている。

到津の森公園の広報媒体へのアクセス率



到津の森公園の広報媒体へのアクセス率(興味・来園状況別)

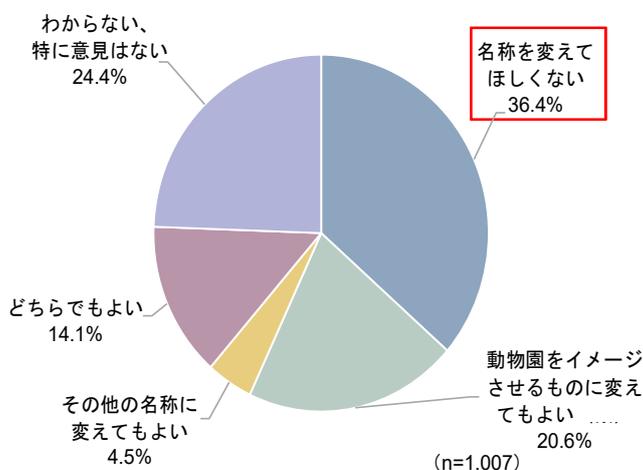


## ■到津の森公園の名称に対する意見

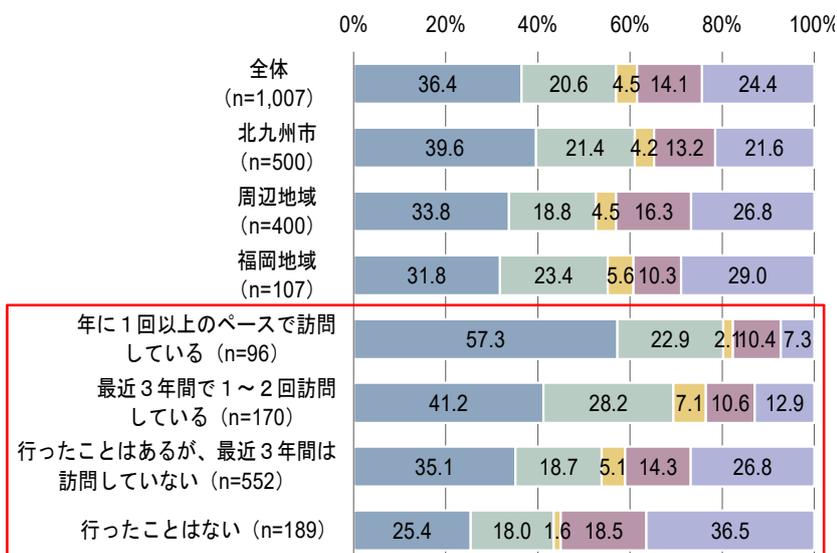
「名称を変えてほしくない」の割合が最も高い。

これを来園頻度別に見ると、来園頻度が高い層ほど現在の名称を変えてほしくないという割合が高くなっている。

到津の森公園の名称を変更することへの意見



到津の森公園の名称を変更することへの意見(地域・来園頻度別)



## 03-2 実態調査（対面アンケート）

到津の森来園者「以外」の意見を聞く目的で、11月7日（日）に響灘緑地（グリーンパーク）にて101名に対して対面アンケートを実施した。

### ■ 到津の森公園に行く理由

動物の魅力に加え、遊具や花・紅葉等の自然、「飼育員のおはなし」などのイベントがあげられた。

### ■ 到津の森公園に行かない理由

子ども向けのイメージがあり、子供の成長とともに足が遠のく施設である。

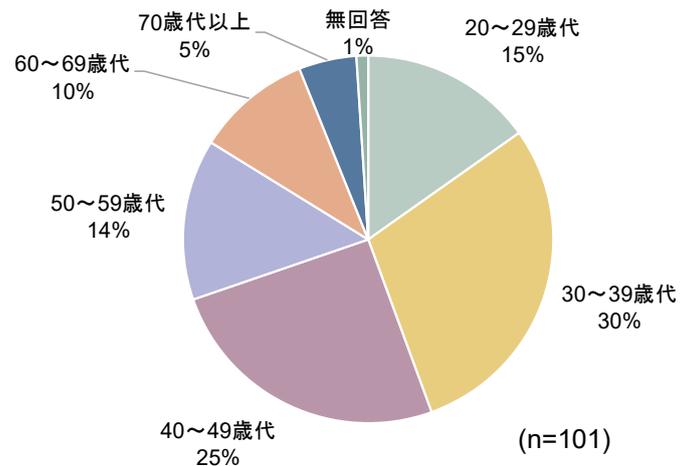
### ■ 到津の森公園の改善を期待すること

イベント内容や飲食施設、遊具の充実を求める声が寄せられた。

### ■ 広報・集客

近隣の出かけ先を検討する際、インスタグラム等のSNSにおいて様々なキーワード（子ども、おでかけ等）で検索し情報を得ている。

▼対面アンケート回答者の年代



## 03-3 実態調査（ワークショップ）

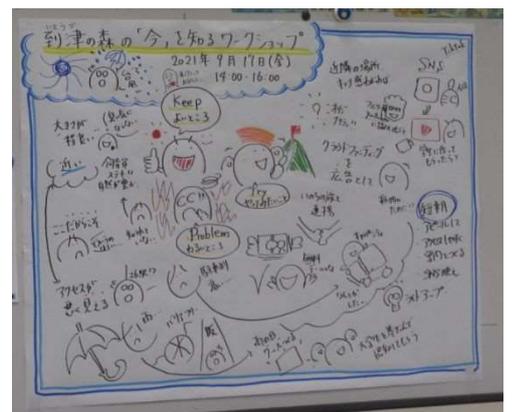
9月17日と11月17日の2回、多様な意見を求めるため、青年会議所会員、大学生などを参加者とするワークショップを実施し、調査項目・内容に反映した。

### ■ 現状把握から感じたこと・考えたこと

- ✓ 滞在時間が短いという課題がある。大学生としては周りの遊べる施設が知りたい。
- ✓ 小倉北区来園者の減少が印象的だった。
- ✓ 中高生・大学生にプライベートで遊びに来てもらうには何があればいいのか。
- ✓ 5月に比べ、6～7月、1～2月の入園者が少ない。施設のキャパシティが増やせない中で入園者を受け入れる余地がある。
- ✓ 商圏は意外に広い。市外・県外も思ったより多い。
- ✓ クラウドファンディングは広告にもつながるので良いアイデアだと思う。
- ✓ 市民の来園の減少傾向にショックを受けた。

### ■ WEB アンケート・対面アンケート結果を受けての意見交換

- ✓ 子どもがいなくても大人が楽しめるようにカフェを併設する。
- ✓ 森の音楽堂や芝生広場にテントを設営し、休憩場所を確保する。
- ✓ 動物の姿になれるポンチョを雨天時に発売する。
- ✓ 餌やりのシーンを見せる。
- ✓ 子どもを安心して遊ばせることができることをアピールする。
- ✓ キッチンカーグランプリとして、人気の飲食店に投票する。
- ✓ 植物も含めてアピールを行う。
- ✓ トイレの綺麗さを発信する。
- ✓ 動物に関心が無くても来たくなるイベントを実施する。
- ✓ 「子どもの学習になる体験をさせる」に伸びしろがある。
- ✓ 動物園・公園の枠にとらわれない多様な可能性がある。



## 04 調査結果のまとめ

以上の調査から見てきた、到津の森公園の「7つ」の課題は下記の通りである。

