

国際環境認証ブルーフラッグ取得がもたらす効果に関する実態研究 ～国内ブルーフラッグ認証ビーチでの利用者実態調査から～

A Study on the Effects of Obtaining the Blue Flag for International Environmental Certifications - Verification by Questionnaire Survey

海津 ゆり え¹, 片山 清宏², 平田 徳恵³
Yurie Kaizu, Kiyohiro Katayama, Norie Hirata

Abstract

This study clarified the effectiveness of the Blue Flag (BF), international environmental certification through a survey of users of twelve certified beaches in Japan. The survey results tell that although the level of awareness of the BF varied between beaches, most users highly evaluated factors relate to the BF certification criteria; “safety and security,” “cleanliness,” and “good water quality”. It means that certification has a certain impact as a reason for beach selection. Continuous research is needed to uncover the effects.

1. はじめに

1-1. 研究背景

ブルーフラッグ（Blue Flag：以下「BF」という。）は1985年にフランスで始まった国際的な環境認証であり、環境保護、衛生、安全、持続可能な管理等に関する基準を満たしたビーチ（海水浴場）、マリナー及び観光船舶に対して与えられる。ヨーロッパでは、このBF認証が環境的、社会的及び経済的効果をもたらすことが広く認識されており、その効果を実証する研究も進められている。

日本ではBF国内第1号が誕生して9年目を迎えたにもかかわらず、ビーチ12カ所、マリナー2カ所がBF認証を取得しているに留まり（2024年11月現在）、取得に踏み出せない自治体も少なくない。BF認証がもたらす具体的な効果に関する研究が十分に行われていないこと

が一因と考えられる。

そこで、本論文では、日本国内でBF認証を受けたビーチにおける利用者の実態を調査し、BF取得がもたらす効果について考察する。

1-2. ブルーフラッグの概要

BFは1985年にフランスで誕生した国際環境認証である。ビーチ（海水浴場）、マリナー及び観光船舶の3種類を対象として認証基準に照らした審査により、適合していることが認められると当該年の観光シーズンにBFを掲げることができる。

認証機関は、デンマークに本部がある国際NGO・FEE（Foundation for Environmental Education）である。BF取得を希望するビーチ、マリナー及び観光船舶は、各国にある国別認証機関に審査を申請し、適合が認められると、同

¹ 文教大学 国際学部 国際観光学科 教授

² 一般社団法人 日本ブルーフラッグ協会 代表理事

³ 東京都立大学 都市環境学部 観光科学科 特任准教授

認証機関がFEE本部に申請書を提出し、審査を求めることとなる。FEEはUNEP（国連環境計画）やUNWTO（国連世界観光機関）等との連携のもと、世界各国においてBFプログラムを推進している。

認証基準はビーチ、マリーナ及び観光船舶それぞれに設定されており、ビーチには4つのカテゴリーに基づく33の評価基準が適用され、基準ごとに整備状況が審査される。「環境教育と情報」カテゴリーは6基準、「水質」カテゴリーは5基準、「環境マネジメント」カテゴリーは15基準、「安全とサービス」カテゴリーは7基準が設定されている。

BFは、2024年11月現在、世界51カ国、5,121カ所取得されており、国内においては、ビーチ12カ所、マリーナ2カ所がBF認証を取得している（表1-1、図1-1）。

1-3. ブルーフラッグの意義

海津・平田・片山（2024）によれば、BF取得の意義は以下の4点に集約される。

BFの第1の意義は、BFは認証基準に基づ

き、第三者機関である国内及び国際審査委員会の書類審査・現地審査をクリアしてはじめて認証が与えられる公正で信頼性の高い制度であることから、その取得が、サステナブルなビーチやマリーナ等であることを国内外に客観的に示す証となることである。

第2の意義は、厳しい基準を達成してBFを取得できたビーチやマリーナ等は、そのブランドが確立されることで、国内外からの海水浴客や観光客が増加し、地域経済の活性化が期待できることである。

第3の意義は、BFを取得・維持するためには、行政・事業者・住民がビーチやマリーナ等の改善運動を自ら主体的に参加する必要があるため、その過程で、行政・事業者・市民が地元の海を取り巻く環境についての理解を深め、海や地域に対する愛着と誇りを持つようになり、シビック・プライドが醸成されることである。

第4の意義は、BFは毎年審査を受けて更新する制度となっているため、ステークホルダーの継続的活動が促進され、地域一体となった持続可能なビーチ、マリーナ等の改善活動が継続

表1-1 日本のブルーフラッグ取得海水浴場・マリーナ

名称	所在地	申請者	取得年（初回）
由比ガ浜海水浴場	神奈川県鎌倉市	鎌倉市	2016年4月
若狭和田ビーチ	福井県高浜町	高浜町・若狭高浜観光協会	2016年4月
須磨海水浴場	兵庫県神戸市	神戸市	2019年4月
本須賀海水浴場	千葉県山武市	山武市	2019年4月
片瀬西浜・鶴沼海水浴場	神奈川県藤沢市	江の島海水浴場協同組合	2021年4月
逗子海水浴場	神奈川県逗子市	逗子市	2022年4月
リエラ逗子マリーナ	神奈川県逗子市	株式会社リエラリゾート	2022年4月
興津海水浴場	千葉県勝浦市	勝浦市	2023年5月
小田の浜海水浴場	宮城県気仙沼市	気仙沼市観光協会	2023年6月
サンオーレそではま海水浴場	宮城県南三陸町	南三陸町	2023年6月
菖蒲田海水浴場	宮城県七ヶ浜町	七ヶ浜町	2023年6月
高田松原海水浴場	岩手県陸前高田市	陸前高田市	2024年5月
二色の浜海水浴場	大阪府貝塚市	二色の浜観光協会	2024年5月
リエラ シーボニアマリーナ	神奈川県三浦市	株式会社リエラリゾート	2024年5月



出典：ブルーフラッグとは | 一般社団法人日本ブルーフラッグ協会 (<https://www.blueflag-japan.org>)

図1-1 日本のブルーフラッグサイト

し、ひいては「持続可能なまちづくり」の実現に資することである。

1-4. これまでの知見と研究対象

筆者らは、BFに着目しBFの効果に関する研究を進めるとともに、導入を目指す地域の支援を行ってきた。

平田ら(2020)は、海外でのBF発展の経緯や特徴を把握し、BF基準が社会的側面を重視するものであることを把握したうえで、アジア初取得の日本の2事例のビーチを調査し、地域の体制づくりと活動誘発の仕組み構築が重要であることを指摘した。海津ら(2021)では、2020年時点でBFを取得している4カ所の海水浴場について、取得の背景と成果を調査した結果、各海水浴場には取得に至った背景が存在しており、その内容に照らして取得の成果や効果を測定していることを把握した。海津ら(2022)

では、2021年時点でBFを取得している5カ所の海水浴場について、BFの取得前及び取得後の段階における取組状況とBF取得の地域への影響を調査した結果、BFが地域内における多主体連携や環境の保全と利用をつなぐ循環の仕組みを生み出し、海に連なる人々の誇りにつながっているという共通点を把握することができた。また、海津ら(2023)は、2022年時点でBFを取得している7カ所の海水浴場について、BFをきっかけとして生まれた新たな企業との連携、起業や商品開発の事例調査を行った結果、BF取得海水浴場は、企業や団体の活動を誘発するイノベーションやインキュベーションの場となっていることが把握できた。

N.Hirata et al (2023)では、日本におけるBF認証6ビーチの調査と関係者インタビュー調査から、BF関係者が周辺住民を巻き込んでの「Beach Environment Management」と

「Human resource development」の継続的活動により「Community development that takes advantage of the sea」へとつながることが分かった。加えて、平田（2023）は、日本のBF認証6ビーチを分析し、行政と民間主導のケースによるBF活動展開における課題について知見を得た。

さらに、海津ら（2024）は、『Blue Flag Beaches: Economic Growth, Tourism and Sustainable Management』の文献を用いて、BFビーチ数において世界トップ5カ国であるスペイン・ギリシャ・イタリア・フランス・トルコのBFに関する国際比較を行った結果、BFの経済効果の分析を行うためには指標を選択する必要があり、いずれの国でも指標の選定に苦慮しており、BFの効果の算出には未だ困難さが存在することを把握した。

このように、国内外におけるBFの効果に関する研究成果は蓄積されてきている。しかし、国内における実態調査に基づいた定量的なBFの効果に関する調査は行われておらず、環境的・経済的・社会的な側面からBFの効果を把握する調査の実施が課題となっている。

1-5. 研究目的

上記を踏まえ、本研究は、日本国内でBF認

証を受けた12カ所のビーチにおける海水浴場利用者の実態を調査し、BF取得がもたらす効果を明らかにすることで、BF認証ビーチにおける利用者のBFに関する認識及び利用状況等を把握し、今後の認証海水浴場のBFの維持・推進に役立てることを目的とした。

1-6. 研究手法

本研究は、2024年5月時点でBF認証を受けている国内12カ所の海水浴場利用者を対象とするアンケート調査により行った。調査は筆者らが準備した設問をGoogleフォームを活用して共有可能とし、各BF認証海水浴場開設者がQRコードを活用して海水浴場利用者に直接依頼する方法とした。アンケートの実施方法は各海水浴場開設者に委ねた。多くの海水浴場においては、行政職員、ライフセーバー及びビーチクリーンイベント参加者などが海水浴場利用者へ声かけを行い、アンケートの協力依頼及び回収を行った。

設問項目（図1-2）は、利用者の属性（年齢、性別、居住地）、来訪形態（同行者、人数）、滞在時間、BFの認証度・情報源・イメージ、ビーチ選択の理由、消費行動など多岐にわたる。

ブルーフラッグビーチ利用者アンケート調査票

1. 年代を教えてください
10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代、回答しない
2. 性別を教えてください
男性、女性、回答しない
3. どちらにお住まいですか
(47都道府県から選択)
- 3 a. お住まいの市町村名をお聞かせください
(市町村名を記入)
4. どなたと来られましたか
1人、パートナー、グループ(男性のみ)、グループ(女性のみ)、ブループ(男女混合)、家族、回答しない
5. 来訪の目的は何ですか(複数選択可)
海で泳ぐ、マリンスポーツ、のんびり過ごす、散歩、砂遊び、日焼け、食事、飲酒、イベントに参加、トレーニング
6. 何人で来られましたか
(人数を記入)
7. 日帰りですか、宿泊ですか
日帰り、1泊、2泊、3泊以上
8. ブルーフラッグ認証を知っていましたか
ブルーフラッグについて説明できるくらい知っている(8 aへ)
ブルーフラッグ認証を知っている(8 aへ)
ブルーフラッグ認証を聞いたことがあるが、内容は知らない(8 bへ)
ブルーフラッグ認証を聞いたことがない(8 bへ)
- 8 a. ブルーフラッグ認証を知っていた方へ どこで知りましたか(複数選択可)
行政の広報誌、行政のホームページ、テレビ、ラジオ、新聞、Instagram、X、Facebook、LINE、TikTok、ブログ、旅行サイト、知人の口コミ
- 8 b. ブルーフラッグ認証海水浴場のイメージを教えてください(複数選択可)
水がきれい、安心・安全な海水浴場、清潔な海水浴場、おしゃれな海水浴場、高級感がある、先進的な海水浴場、障がい者に優しい、子どもに優しい、環境教育イベントが盛ん
9. この海水浴場を選択した理由を教えてください(複数選択可)
ブルーフラッグビーチだから、設備が整っているから(海の家、シャワー、更衣室など)アクセスがよいから、水がきれいだから、ライフセーバーが常駐しているから、バリアフリーが整っているから、SNS映えるから、空いているから、静かだから
10. この海水浴場の他にしようと思った海水浴場はどこですか
(自由回答)
11. また来たいですか
必ずくる、また来る、もう来ない、二度と来ない
12. 海水浴場で飲食しましたか
飲食した(13へ)、飲食しなかった(14へ)
13. 海水浴場で飲食した方への質問です。飲食物の購入先はどこですか。主たる購入先を1つ選択してください
海の家、海水浴場にある売店、海水浴場にあるキッチンカー、海水浴場近くの店舗(スーパー、コンビニ、小売店、自動販売機)、持参した
14. 海水浴場での1人当たりの予算を教えてください
1,000円未満、1,000円以上～3,000円未満、3,000円以上～5,000円未満、5,000円以上～10,000円未満、10,000円以上
15. 困ったことはありましたか
(自由回答)
16. その他お気づきのことがあればお聞かせください
(自由回答)

図1-2 ブルーフラッグビーチ利用者アンケート調査票

2. 調査結果

2-1. 調査実績（実施期間・回収数等）

BF 認証ビーチ利用者アンケート調査実施期

間は、2024年度の各海水浴場の開設期間とした（表2-1）。12カ所の各海水浴場における回答数の合計は672件であった（表2-1）。

表2-1 ブルーフラッグビーチ利用者アンケート調査実績

海水浴場名	所在地	2024年度開設期間（調査実施期間）	回答数
高田松原海水浴場	岩手県陸前高田市	7月13日（土）～8月18日（日）	133
小田の浜海水浴場	宮城県気仙沼市	7月13日（土）～9月16日（月）	2
サンオーレそではま海水浴場	宮城県南三陸町	7月20日（土）～8月18日（日）	93
菖蒲田海水浴場	宮城県七ヶ浜町	7月13日（土）～8月18日（日）	5
本須賀海水浴場	千葉県山武市	7月13日（土）～8月25日（日）	38
興津海水浴場	千葉県勝浦市	7月13日（土）～8月18日（日）	109
逗子海水浴場	神奈川県逗子市	6月28日（金）～9月1日（日）	56
由比ガ浜海水浴場	神奈川県鎌倉市	7月1日（月）～9月1日（日）	15
片瀬浜・鵠沼海水浴場	神奈川県藤沢市	7月1日（月）～9月1日（日）	85
須磨海水浴場	兵庫県神戸市	7月11日（木）～8月25日（日）	33
二色の浜海水浴場	大阪府貝塚市	7月13日（土）～8月25日（日）	4
若狭和田ビーチ	福井県高浜町	7月6日（土）～8月18日（日）	99
回答数合計			672

2-2. 回答者の属性

BF 認証ビーチ利用者の年齢については、40代が23.4%で最も多く、続いて20代が19.9%、10代が16.8%、30代が16.4%、50代が11.2%で、合わせると全体の87.6%を占めた。60代は

5.2%、70代は2.8%、80代以上は0.6%だった（図2-1）。

性別については、女性が51%、男性が46%だった（図2-2）。

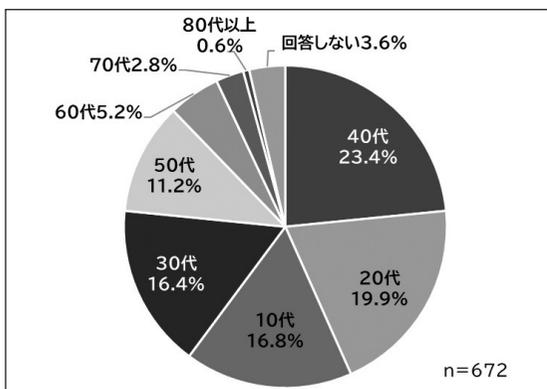


図2-1 回答者年代

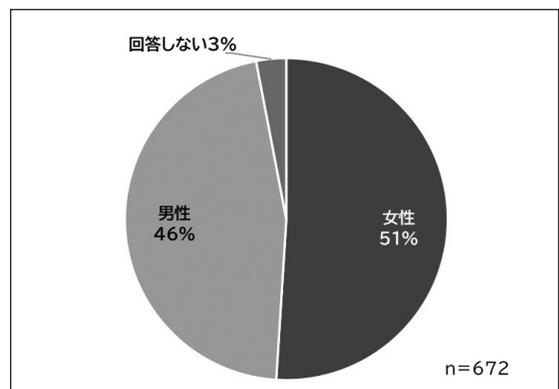


図2-2 回答者性別

2-3. 来訪形態

来訪者の居住圏については、当該海水浴場のある市町内が31.7%で、都道府県内が36.8%で、合わせると全体の68.5%を占めた。隣接都道府県は19.3%、遠方からの来場は11.8%、海外からは0.1%に留まった（図2-3）。

同行者については、家族での来訪が47.2%と最も多く、続いて1人での来訪が16.4%、グループでの来訪は、男性グループ、女性グループ、男女グループ、パートナーがそれぞれ8%台

だった（図2-4）。

来訪者数については、2人が25.0%で最も多く、続いて3人が19.5%、4人が18.6%、1人が16.2%、5人が10.3%で、合わせると5人以上が全体の89.6%を占めた。6人は3.7%、7人は2.8%、8人は1.6%、9人は0.7%、10人以上は1.3%に留まった（図2-5）。

来訪者の滞在時間については、日帰りが83.8%で最も多く、続いて1泊が9.7%、2泊が2.2%で、3泊以上は4.3%だった（図2-6）。

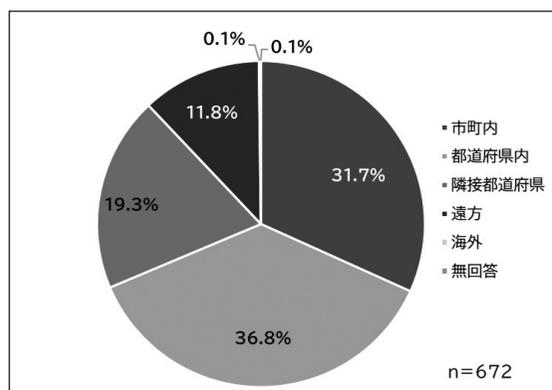


図2-3 居住圏

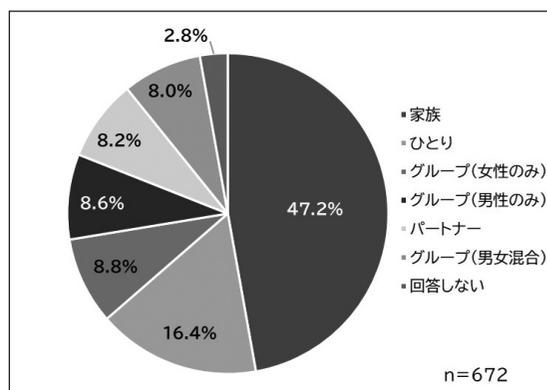


図2-4 同行者

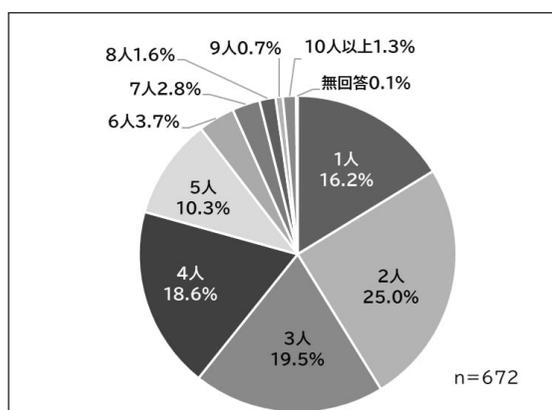


図2-5 来訪者数

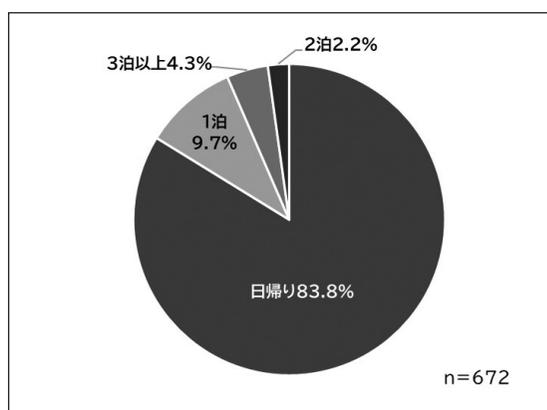


図2-6 滞在時間

2-4. 単純集計結果

BF 認証ビーチを訪問する目的については、「海で泳ぐ」が56.5%で最も多かった。「のんびり過ごす」は35.6%であり、多くの利用客が海とのふれあいや癒しの時を求めて訪れていることが分かる。「イベントに参加」は16.2%で、ウォーターパークや花火大会、マリンスポーツ、ビーチクリーンなど、海水浴場独自の活動や設備が目的となっている例もあった。「散歩」は14.3%、「マリンスポーツ」は8.8%、「食事」は

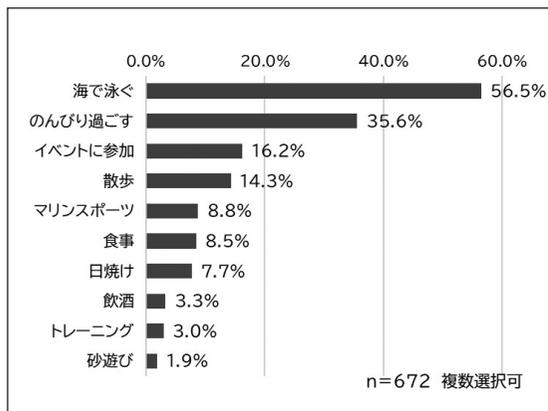


図2-7 来訪目的

8.5%、「日焼け」は7.7%だった(図2-7)。

BF 認証の認知度については、「ブルーフラッグについて説明できるくらい知っている」が5.7%、「ブルーフラッグ認証を知っている」が25.1%、合わせると全体の30.8%に達した。「ブルーフラッグ認証を聞いたことがあるが内容は知らない」は23.5%、「ブルーフラッグ認証を聞いたことがない」は45.7%で、合わせて全体の69.2%だった(図2-8)。

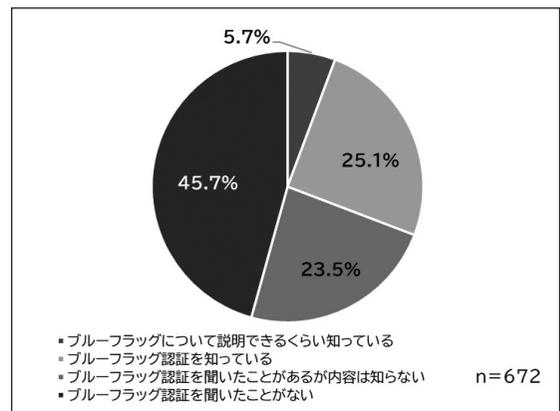


図2-8 ブルーフラッグの認知度

BF 認証を知った情報源については、「行政の広報誌」が33.6%で最も多く、続いて「行政のホームページ」が25.4%、「知人の口コミ」が19.0%だった。行政の広報や知人、家族からの口コミは確かな情報源と言える。SNSの中では「Instagram」が13.2%で最も多く、「Facebook」が3.5%、「TikTok」「X」が2.0%と続いた。なお、子どもの学校のチラシ、子どもから聞いたという例や、アンケートを通して知ったという回答もあった(図2-9)。

BF ビーチのイメージについては、「安心・安全な海水浴場」が67.1%で最も多く、続いて「水がきれい」が66.1%、「清潔な海水浴場」が44.7%、「子どもに優しい」が17.6%、「障がい

者に優しい」が17.2%、「環境教育イベントが盛ん」が12.6%であり、利用者の多くが「安心・安全」「清潔」「人に優しい」といった肯定的な評価をしていることが明らかになった。特に、子どもや高齢者、障がい者に配慮された設備やサービスが評価されており、安心して利用できるビーチとしての信頼が確立されていると考えられる。特定のビーチにおいては、医療従事者が常駐していることで、さらに安心感が高まっているという意見も見られた(図2-10)。

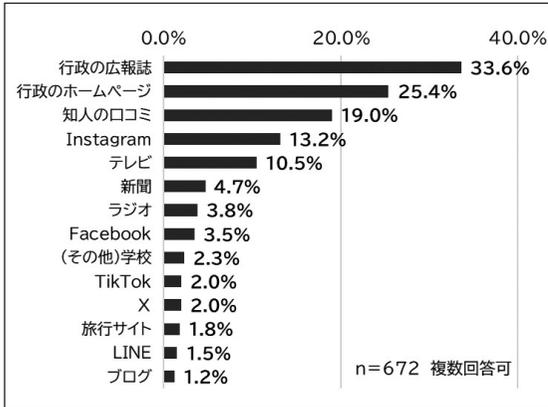


図2-9 ブルーフラッグの情報源

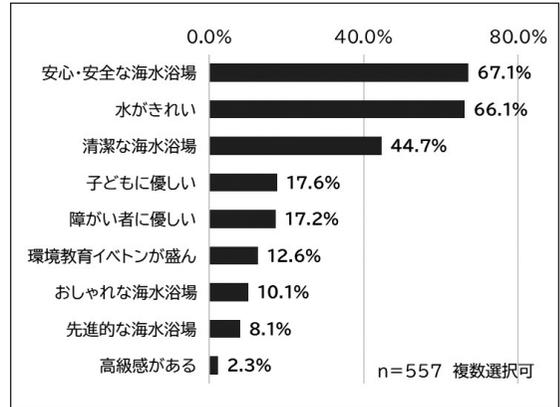


図2-10 ブルーフラッグ認証ビーチのイメージ

来訪者が当該海水浴場を選んだ理由については、「アクセスがよいから」が33.5%で最も多く、続いて「水がきれいだから」が22.3%、「設備が整っているから」が21.3%、「空いているから」が14.0%、「ライフセーバーが常駐しているから」が12.8%だった。BF 認証ビーチの利用者は、主に「アクセスの良さ」「清潔さ」「設備の充実」「監視体制の整備」などの要素を重視してビーチを選択していることが分かった。なお、「ブルーフラッグビーチだから」が11.6%あり、一

定の利用者にとってビーチの選択理由として「ブルーフラッグ認証の取得」が重要な要素であったことも注目すべき点である（図2-11）。

来訪者の再訪意向については、「必ず来る」が56.4%、「また来る」が42.9%で、合わせると全体の99.3%だった。なお、「昔から来ている」「毎年来ている」「ここが好き」などのコメントが多く、各海水浴場とも固定の利用者が存在することも確認された（図2-12）。

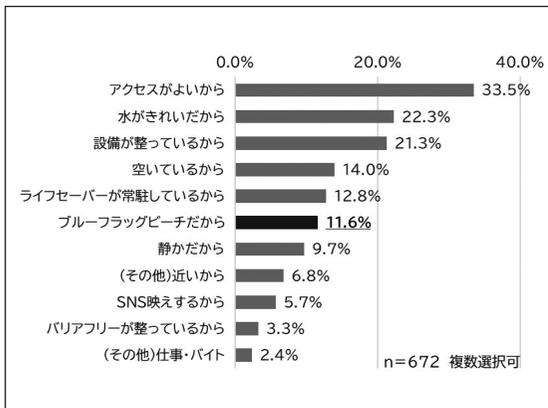


図2-11 当該ビーチの選択理由

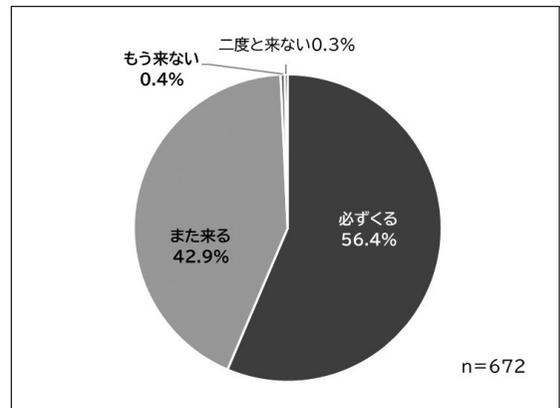


図2-12 再訪意向

来訪者の飲食の有無については、「飲食した」が68.9%、「飲食しない」が31.1%だった（図2-13）。

飲食物の購入先については、「海の家」が55.5%で最も多かった。「海水浴場にある売店」が6.9%、「海水浴場にあるキッチンカー」が

2.6%で、合わせると海水浴場内での飲食の購入は全体の65.0%だった。一方で、「海水浴場近くの店舗（スーパー、コンビニ、小売店、自動販売機）」が19.0%、「持参した」は14.5%、「その他」は0.9%で、合わせると海水浴場外での飲食の購入は全体の34.4%だった（図2-14）。

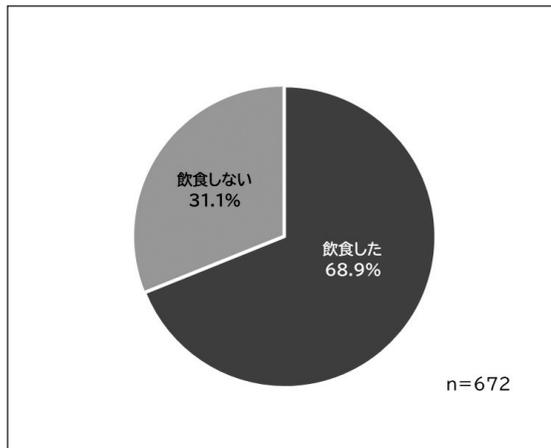


図2-13 飲食の有無

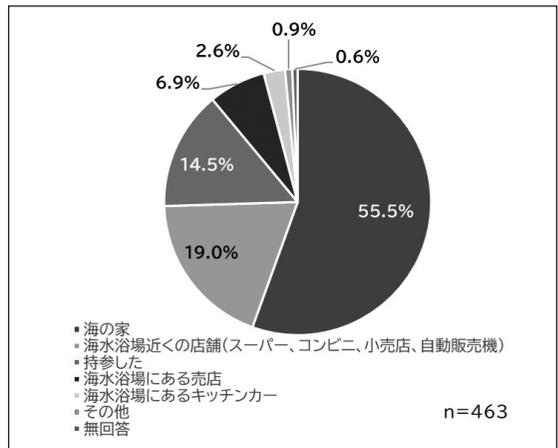


図2-14 飲食物の購入先

来訪者の一人当たりの予算については、「1,000円以上3,000円未満」が47.5%で最も多く、続いて「1,000円未満」が35.3%で、合わせると「3,000円未満」が全体の82.8%を占めた。

「3,000円以上5,000円未満」は9.7%、「5,000円以上10,000円未満」は3.4%、「10,000円以上」は0.9%だった（図2-15）。

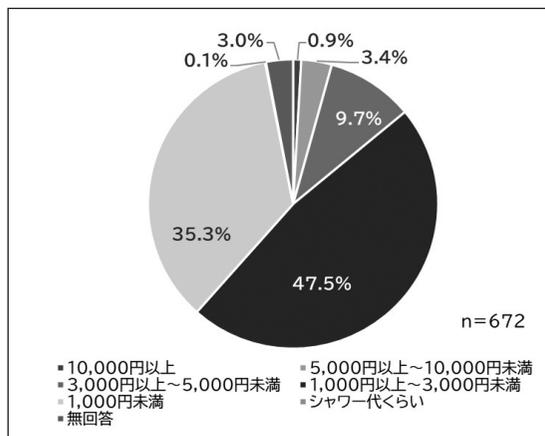


図2-15 一人当たりの予算

2-5. クロス集計結果

来訪者の滞在時間と居住圏についてクロス集計を行ったところ、遠方からの利用者は滞在期間が長く、宿泊を伴う傾向が強いことが確認された。具体的には、当該海水浴場がある市町内からの来訪の場合、総数213人に対して1泊は1人(0.5%)、3泊以上は4人(1.9%)、都道府県内からの来訪の場合、総数247人に対して

1泊は23人(9.3%)、2泊は1人(0.4%)、3泊以上は3人(1.2%)に留まった。一方で、隣接都道府県からの来訪の場合、総数130人に対して、1泊は19人(14.6%)、2泊は7人(5.4%)、3泊以上は9人(6.9%)で、遠方からの来訪の場合、総数79人に対して、1泊は22人(27.8%)、2泊は7人(8.9%)、3泊以上は13人(16.4%)となった(表2-2)。

表2-2 滞在時間と居住圏

	同一市町内	都道府県内	隣接都道府県	遠方	海外	無回答	総計
1泊	1	23	19	22			65
2泊		1	7	7			15
3泊以上	4	3	9	13			29
日帰り	208	220	95	37	1	1	563
総計	213	247	130	79	1	1	672

来訪者の消費額については、利用者の飲食の有無や居住地によって大きく異なる。飲食がある場合は消費額が上がることを確認された(表2-3)。消費額が「10,000円以上」となった来訪者は、「市町内」からでは1件もなく、「都道府県内」からでは2.0%、「隣接都道府県」からでは7.7%、「遠方」からでは8.9%となったこと

から、遠方から来訪するほど消費額が上がる傾向があることが確認された(図2-16、図2-17、図2-18、図2-19)。これは、遠方からの利用者は滞在期間が長く、宿泊を伴う傾向が強いためと思われる。これに対し、地元や都道府県内からの日帰り利用者は滞在時間が短く、消費額も比較的低い傾向があった。

表2-3 飲食の有無と消費額

	1,000円未満	1,000円以上 3,000円未満	3,000円以上 5,000円未満	5,000円以上 10,000円未満	10,000円以上	シャワー代 くらい	他	総計
飲食した	121	250	56	19	4	1	12	463
飲食しない	116	69	9	4	2		9	209
総計	237	319	65	23	6	1	21	672

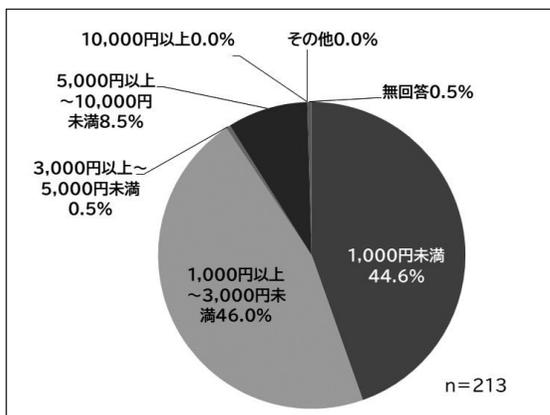


図2-16 市町内からの来訪者の消費額

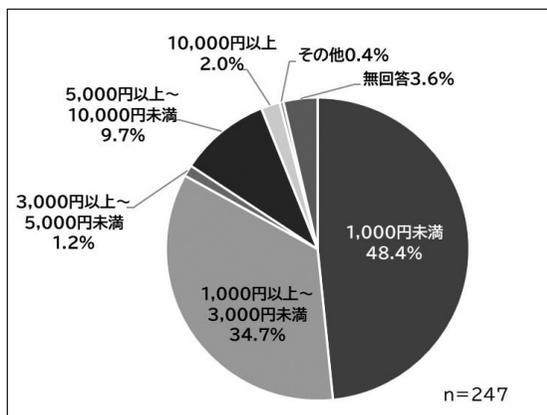


図2-17 都道府県内からの来訪者の消費額

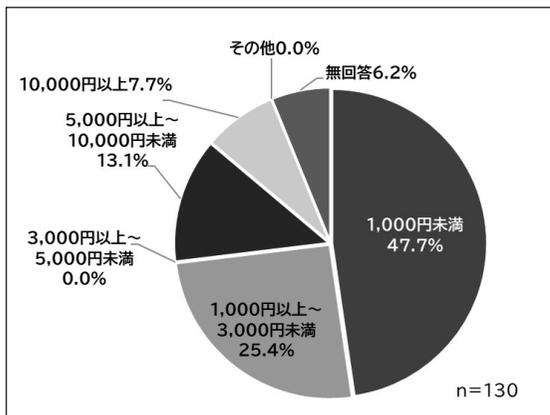


図2-18 隣接都道府県からの来訪者の消費額

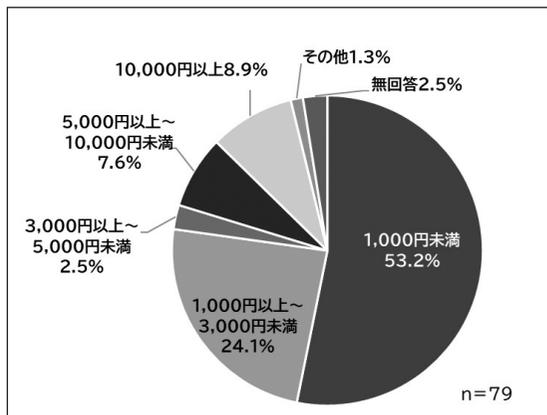


図2-19 遠方からの来訪者の消費額

2-6. 自由回答結果

BF 認証ビーチ利用者アンケート調査の設問 No.10「この海水浴場の他にに行こうと思った海水浴場はどこですか」(自由回答)についての記載内容をまとめた(表2-4)。

アンケート設問No.15「困ったことはありませんか」(自由回答)の記載内容は117件あった(表2-5)。

「特に問題なし」が最も多く66件あった。続いて「駐車場に関する問題」が13件で、内訳

表2-4 自由回答(他にに行こうと思った海水浴場)

高田松原海水浴場
広田海水浴場、碓石海岸海水浴場、浄土ヶ浜海水浴場、荒神海水浴場、根浜海岸海水浴場、小田の浜海水浴場、サンオーレそではま海水浴場、大洗海水浴場、根本海水浴場、大谷海水浴場、白浜海水浴場、浪板海岸 越喜来浪板海水浴場、大島、黒崎、新潟、グアム、タイ
小田の浜海水浴場
陸前高田
サンオーレそではま海水浴場
小田の浜海水浴場、菖蒲田海水浴場、大谷海水浴場、白浜海水浴場、荒浜海水浴場、網地白浜海水浴場、三陸周辺の海、十八成浜
菖蒲田海水浴場
小田の浜海水浴場
本須賀海水浴場
一宮、鶴原、屋形海水浴場、作田海水浴場、守谷海水浴場、湘南、御宿、大洗、白里、片貝海水浴場
興津海水浴場
守屋海水浴場、鶴原海水浴場、沖ノ島
逗子海水浴場
一色海岸、沖縄、鎌倉、御宿、材木座、森戸海岸、諏訪海岸、福間海岸、由比ヶ浜、葉山
由比ガ浜海水浴場
茅ヶ崎海水浴場、腰越、三浦海岸、森戸海水浴場、逗子海水浴場、片瀬西沼・東浜海水浴場
片瀬西浜・鶴沼海水浴場
サザンビーチ、伊豆、沖縄、鎌倉、茅ヶ崎、鶴沼、材木座海岸、三浦海岸、逗子海岸、小笠原、森戸海岸 逗子、由比ヶ浜、千葉、千葉の海がきれいなところ、湯河原、白浜、片瀬江ノ島東海岸
須磨海水浴場
加太海水浴場、大蔵海岸、竹野海水浴場、白浜海水浴場、白良浜海水浴場、舞子海水浴場
二色の浜海水浴場
須磨海水浴場、竹浜海水浴場
若狭和田ビーチ
白良浜、京丹後、高浜、三松、須磨、逗子、由比ガ浜、水晶浜、竹野浜海水浴場、鳥取、天橋立、南紀白浜 難波江、和歌山県 地の島

としては「駐車場が遠い」が5件、「駐車場が少ない」が4件、その他、「駐車場が高い」「駐車場が狭い」などが1件あった。海水浴利用者にとって駐車場に関する問題が大きいことが分かる。

「ビーチの環境に関する問題」は10件で、内訳としては「海が汚い」が2件、「ゴミが多い」

が2件、「海水浴シーズンになるとゴミが増える」が1件あった。また、「砂浜が熱い」「砂浜が狭くなっている」はそれぞれ2件あった。

「設備に関する問題」は7件で、内訳としては「足洗い場がない/少ない」が3件、「無料の足洗い場がない」「シャワーが少ない」「水道が少ない」「更衣室がない」がそれぞれ1件あった。

「トイレに関する問題」は6件で、内訳としては「トイレが遠い」が2件、「トイレの水の出が悪い」「清潔なトイレの設置を希望」「トイレで着替えるため混雑する」「室内トイレがなく不便がそれぞれ1件あった。

「人の行動に関する問題」は4件で、内訳としては、「外国人が遊泳区域でタバコやお酒を飲んでいた」「スタッフが喫煙していた」「ビーチでアルコール禁止になったのが寂しい」「ビーチに遊具が欲しい」がそれぞれ1件あった。

アンケート設問No.16「その他お気づきのことがあればお聞かせください」(自由回答)の記載内容は122件あった(表2-6)。

「特に問題なし」が最も多く63件あった。続いて「設備や施設に関する要望」が16件で、内訳としては「パラソルや日陰設備が助かる/もっと増やしてほしい」が4件、「更衣室がほしい」「シャワーや足洗い場を増やしてほしい」「アクティビティ施設や設備を増やしてほしい」がそれぞれ3件あった。

「ビーチの環境に関するポジティブなコメント」は13件で、内訳としては「いつもきれいな海で感謝」が5件、「砂浜が綺麗」「清潔なビーチ」「景観が良い」「綺麗なビーチ」がそれぞれ2件あった。

「スタッフや管理に関するコメント(高評価)」は11件で、内訳としては「スタッフの対応が良い」が5件、「ライフセーバーの存在に安心」が4件、「管理が行き届いている」が2件あった。

「ゴミやマナーに関する指摘」は5件で、内訳としては「ゴミや吸い殻が多い」が3件、「ポイ捨てに罰金を導入してほしい」「観光客のマナーの悪さが目立つ」がそれぞれ1件あった。

表2-5 自由回答(困ったこと)

1. 特に問題なし：66件
2. 駐車場に関する問題：13件
<ul style="list-style-type: none"> ・ 駐車場が遠い：5件 ・ 駐車場が少ない：4件 ・ 駐車場が高い：1件 ・ 駐車場が狭い：1件 ・ 駐車場の案内が分かりづらい：1件 ・ 駐車場が争奪戦になってきた：1件
3. ビーチの環境に関する問題：10件
<ul style="list-style-type: none"> ・ 海が汚い：2件 ・ ゴミが多い：2件 ・ 海水浴シーズンになるとゴミが増える：1件 ・ 砂浜が熱い：2件 ・ 砂浜が狭くなっている：2件 ・ 日陰が少ない：1件
4. 設備に関する問題：7件
<ul style="list-style-type: none"> ・ 足洗い場がない/少ない：3件 ・ 無料の足洗い場がない：1件 ・ シャワーが少ない：1件 ・ 水道が少ない：1件 ・ 更衣室がない：1件
5. トイレに関する問題：6件
<ul style="list-style-type: none"> ・ トイレが遠い：2件 ・ トイレの水の出が悪い：1件 ・ 清潔なトイレの設置を希望：1件 ・ トイレで着替えるため混雑する：1件 ・ 室内トイレがなく不便：1件
6. 人の行動に関する問題：4件
<ul style="list-style-type: none"> ・ 外国人が遊泳区域でタバコやお酒を飲んでいて：1件 ・ スタッフが喫煙していた：1件 ・ ビーチでアルコール禁止になったのが寂しい：1件 ・ ビーチに遊具が欲しい：1件
7. その他の問題：11件
<ul style="list-style-type: none"> ・ クラゲやチンクイに刺された：2件 ・ ウニを踏んだ：1件 ・ 熱中症になった：1件 ・ 道がわかりづらい：1件 ・ ベッドが禁止で不便：1件 ・ 階段が辛い：2件 ・ 車から荷物を運ぶのが大変：1件 ・ ランニング時の給水所が少ない：1件

「観光や地域振興に関する要望」は3件で、内訳としては、「多言語での注意喚起が必要」「地域全体でビーチをさらに良くしてほしい」「日本一、世界一のビーチにしてほしい」がそれぞれ1件あった。

表2-6 自由回答（その他気づいたこと）

1. 特に問題なし（なし、特になし、ありません）：63件
2. 設備や施設に関する要望：16件
<ul style="list-style-type: none"> ・パラソルや日陰設備が助かる/もっと増やしてほしい：4件 ・更衣室がほしい：3件 ・シャワーや足洗い場を増やしてほしい：3件 ・アクティビティ施設や設備を増やしてほしい：3件 ・自動販売機が欲しい：1件 ・手ぶらで来られる設備を整えてほしい：1件 ・休憩所を増やしてほしい：1件
3. ビーチの環境に関するポジティブなコメント：13件
<ul style="list-style-type: none"> ・いつもきれいな海で感謝：5件 ・砂浜が綺麗：2件 ・ゴミがなくなってきた：1件 ・清潔なビーチ：2件 ・景観が良い、綺麗なビーチ：2件 ・広大な白い砂浜が特徴的：1件
4. スタッフや管理に関するコメント（高評価）：11件
<ul style="list-style-type: none"> ・スタッフの対応が良い：5件 ・ライフセーバーの存在に安心：4件 ・管理が行き届いている：2件
5. ゴミやマナーに関する指摘：5件
<ul style="list-style-type: none"> ・ゴミや吸い殻が多い：3件 ・ポイ捨てに罰金を導入してほしい：1件 ・観光客のマナーの悪さが目立つ：1件
6. 観光や地域振興に関する要望：3件
<ul style="list-style-type: none"> ・多言語での注意喚起が必要：1件 ・地域全体でビーチをさらに良くしてほしい：1件 ・日本一、世界一のビーチにしてほしい：1件
7. ビーチアクティビティに関する要望：2件
<ul style="list-style-type: none"> ・ビーチバレーボールがほしい：1件 ・海上アスレチックを増やしてほしい：1件
8. 感想やその他のコメント：9件
<ul style="list-style-type: none"> ・また来たい、最高です：4件 ・小魚がいて水がきれい：1件 ・災害を乗り越えた感動：1件 ・初日から来場が多く驚いた：1件 ・とんぼが多かった：1件 ・景観が素晴らしい：1件

3. 回収数上位5位のビーチにおける海水浴場別にみた特徴

3-1. 5ビーチにおける来訪目的および情報源

回答者数が多かった海水浴場上位5位（高田松原、興津、若狭和田、サンオーレそではま、片瀬西浜・鶴沼）のビーチについて、回答の傾向を分析した。

来訪目的（表3-1）は、いずれも「海で泳ぐ」が最も多く、高田松原、興津、若狭和田では70%を超えていて顕著である。次いで「のんびり過ごす」が続く。サンオーレそではま、片瀬西浜・鶴沼は「海で泳ぐ」と「のんびり過ごす」がほぼ同数であり、それぞれ4割、2割と決して特出しているわけではなく、サンオーレそではまでは、「散歩」と「イベントに参加」が3割を超えている。また片瀬西浜・鶴沼は選択肢の多くを1割～2割程度の回答者が選択しており、利用目的が多様であることが窺える。

回答者数上位5位の海水浴場における「ブルーフラッグの情報源」の回答率を表3-2に示した。母数は設問No.8で「BFを知っており説明できる」「BFを知っている」「BFを聞いたことがある」と回答した回答者である。行政が発行する広報誌は、サンオーレそではままで50%、片瀬西浜・鶴沼で21%、若狭和田で22%、その他もいずれも1割を超えている。行政のホームページもこれに準じている。行政がBFの認知度を支えていることがわかる。次いで認知度に関わっているのが「口コミ」であり、いずれも1割～2割を超えている。また、高田松原ではテレビ（22%）、興津は新聞（11%）などの従来型のマスメディアも認知度向上に関わっている。Instagram、X、FacebookなどのいわゆるSNSの中ではInstagramが高田松原、サンオーレそではま、片瀬西浜・鶴沼で1割を超えている。SNSのX、LINE、TikTokに加え、ラジオ、ブログ、旅行サイトはいずれも0～数%程度であり、BFの認知度向上につ

ながっていない。片瀬西浜・鶴沼でFacebookが18%と高いのは、海水浴組合の情報発信の他、地元のNPO法人⁴が、海水浴期間中の毎週末に実施しているビーチクリーンの開催告知と実施報告をFacebookへ投稿していることと関係がある可能性が窺える。

表3-1 来訪目的（複数回答）（回答数上位5位の比較）

	高田松原	興津	若狭和田	サンオーレ そではま	片瀬西浜・鶴沼
回答数	133	109	99	93	85
海で泳ぐ	71%	79%	76%	41%	22%
マリンスポーツ	8%	6%	8%	3%	9%
のんびり過ごす	44%	55%	21%	32%	22%
散歩	4%	5%	7%	39%	15%
砂遊び	14%	20%	8%	12%	2%
日焼け	8%	10%	4%	3%	16%
食事	6%	16%	6%	2%	13%
飲酒	2%	1%	3%	0%	14%
イベントに参加	8%	1%	12%	30%	22%
トレーニング	2%	4%	5%	4%	2%

表3-2 ブルーフラッグの情報源（回答数上位5位の比較）

	高田松原	興津	若狭和田	サンオーレ そではま	片瀬西浜・鶴沼
回答対象者数*	63	36	67	64	38
行政の広報誌	10%	11%	22%	50%	21%
行政ホームページ	16%	6%	25%	42%	18%
テレビ	22%	8%	12%	5%	3%
ラジオ	3%	6%	4%	0%	5%
新聞	8%	11%	3%	2%	0%
Instagram	10%	6%	6%	19%	16%
X	3%	0%	0%	2%	3%
Facebook	0%	0%	3%	5%	18%
LINE	2%	0%	1%	0%	3%
TikTok	0%	3%	3%	2%	0%
ブログ	0%	3%	1%	0%	0%
旅行サイト	0%	3%	0%	2%	3%
知人の口コミ	11%	14%	19%	19%	26%
学校**	5%	0%	0%	0%	0%

*設問No.8で「ブルーフラッグを知っており説明できる」「ブルーフラッグを知っている」「ブルーフラッグを聞いたことがある」と回答した回答者。 **自由記述からアフターコードした選択肢。

⁴ NPO 法人湘南ビジョン研究所

3-2. 5ビーチにおける認証ビーチのイメージとビーチの選択理由

回答数上位5位のビーチにおける「ブルーフラッグ認証ビーチのイメージ」に関する回答率

を表3-3に示した。海水浴場によって違いがみられた。3割以上が選択した項目に着目すると、「水がきれい」は、サンオーレそではま、若狭和田、興津、高田松原、「安心・安全」は、サ

表3-3 ブルーフラッグ認証ビーチのイメージ（回答数上位5位の比較）

	高田松原	興津	若狭和田	サンオーレそではま	片瀬西浜・鶴沼
回答数	133	109	99	93	85
水がきれい	47%	64%	73%	74%	22%
安心・安全な海水浴場	62%	25%	48%	75%	49%
清潔な海水浴場	32%	9%	34%	70%	28%
おしゃれな海水浴場	10%	1%	8%	5%	11%
高級感がある	5%	0%	0%	1%	1%
先進的な海水浴場	5%	2%	4%	18%	6%
障がい者に優しい	8%	8%	12%	35%	9%
子どもに優しい	13%	6%	16%	19%	8%
環境教育イベントが盛ん	8%	1%	10%	26%	9%

表3-4 当該ビーチの選択理由（回答数上位5位の比較）

	高田松原	興津	若狭和田	サンオーレそではま	片瀬西浜・鶴沼
回答数	133	109	99	93	85
BFビーチだから	5%	4%	15%	11%	15%
設備が整っている（海の家、シャワー、更衣室）	40%	6%	28%	15%	12%
アクセスがよいから	38%	4%	13%	27%	52%
水がきれいだから	17%	22%	56%	16%	8%
ライフセーバーが常駐	17%	7%	19%	8%	5%
バリアフリーが整っている	2%	0%	7%	3%	1%
SNS映えるから	8%	2%	4%	5%	4%
空いているから	11%	53%	5%	3%	6%
静かだから	5%	38%	2%	4%	7%
近いから*	13%	3%	0%	6%	6%
仕事・バイト*	2%	0%	0%	3%	9%
実家の近く*	1%	1%	0%	1%	0%
偶然・たまたま*	1%	4%	0%	2%	0%
震災がきっかけ*	1%	0%	0%	0%	0%

ンオーレそではま、高田松原、片瀬西浜・鶴沼、若狭和田、「清潔」は、サンオーレそではま、若狭和田、高田松原の順に回答率が高くなっている。その他の項目では、サンオーレそではままで35%が選択した「障がい者に優しい」、同海水浴場で26%が選択した「環境教育イベントが盛ん」等が続いている。BF 認証を受けるためのビーチ基準のカテゴリーとしては、「環境教育と情報」「水質」「環境マネジメント」「安全とサービス」を4つの柱としているが、このうち「水質」や「安全とサービス」については、利用者にとってもイメージしやすいものであることが窺える。「環境教育」や「環境マネジメント」についてはBF 認証のイメージとして認識されづらいと考えられ、今後の課題と言えよう。また、高級感、おしゃれ、先進的などの項目はほとんど選択されていない。

「当該ビーチの選択理由」に関する回答数上位5位の回答を表3-4に示した。回答傾向は海水浴場によって異なっている。「ブルーフラッグビーチだから」と選択した回答者は、若狭和田、片瀬西浜・鶴沼、サンオーレそではままで1割を超えているが、BF 認証の取得が2023年の

興津や2024年の高田松原では4～5%である。回答率3割以上の項目をみると、高田松原は「設備が整っている」、高田松原、片瀬西浜・鶴沼は「アクセスがよい」、若狭和田は「水がきれいだから」、興津は「空いているから」「静かだから」が多く、それぞれのビーチの選択理由となっている。

3-3. 5ビーチにおける回答者年代とBF 認知度および再訪意向

回答数上位5位のビーチにおける回答者の年代（図3-1）については、高田松原では、10代の回答者が44と突出している点を除けば、いずれのビーチにおいても10代から40代の回答者数で7割前後を占め、50代を加えると9割近くとなる。よって、2-2で示した全数回答者の年代（図2-1）との大きな相違は見られない。

回答数上位5位のビーチにおけるブルーフラッグの認知度（図3-2）については、「ブルーフラッグ認証を説明できるくらい知っている」の回答は、若狭和田では13%であったが、その他のビーチでは数%に留まった。この回答に「知っている」を含めると、若狭和田では43%

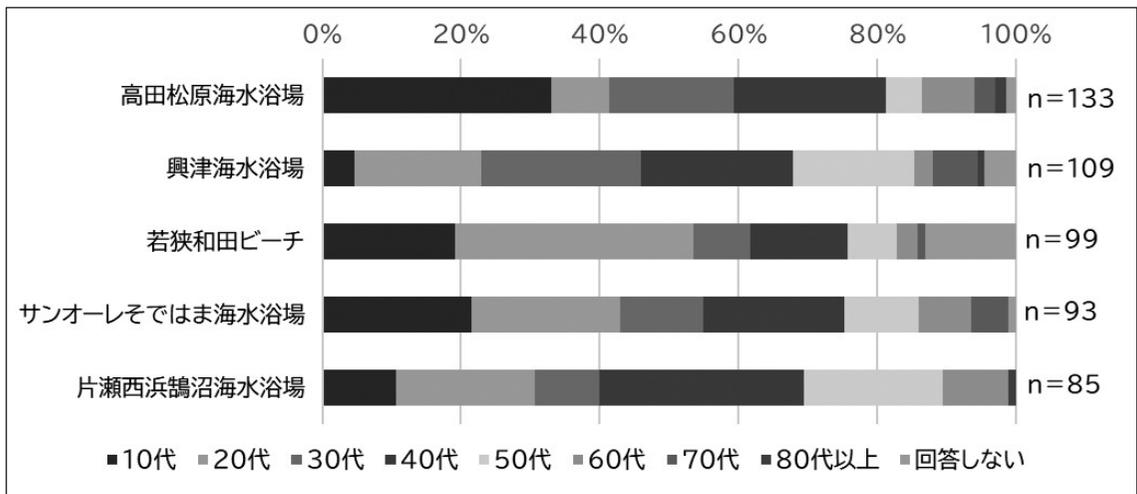


図3-1 回答者の年代（回答数上位5位の比較）

となり、2-4で示した全数回答者によるブルーフラッグの認知度(図2-8)と比して高い割合となっている。また、サンオーレそではまでは、31%であり平均的な認知度といえる。一方で、興津、高田松原、片瀬西浜・鶴沼では、「聞いたことがない」との回答が半数以上を占めており、ブルーフラッグ認証の認知に課題があるとみられる。

回答数上位5位のBF認証ビーチにおける再

訪意向(図3-3)については、いずれのビーチにおいてもほぼ100%が「必ず来る」、「また来る」と回答している。このうち、サンオーレそではまでは8割強、若狭和田では7割弱、片瀬西浜・鶴沼では半数以上が「必ず来る」と回答しており、BF認証の認知度が高いビーチ(図3-2)における再訪意向は、比較的高くなる傾向にあるとみられる。

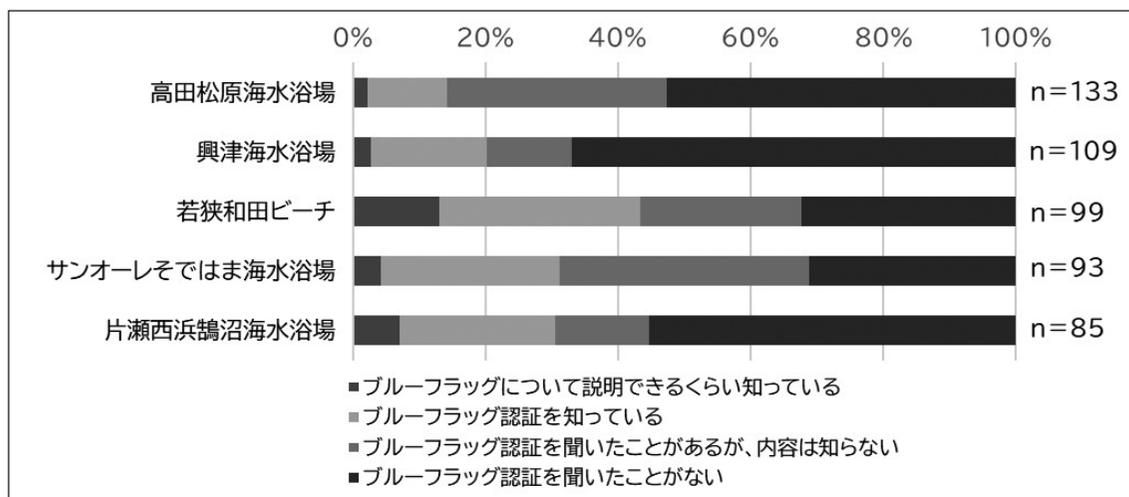


図3-2 ブルーフラッグの認知度(回答数上位5位の比較)

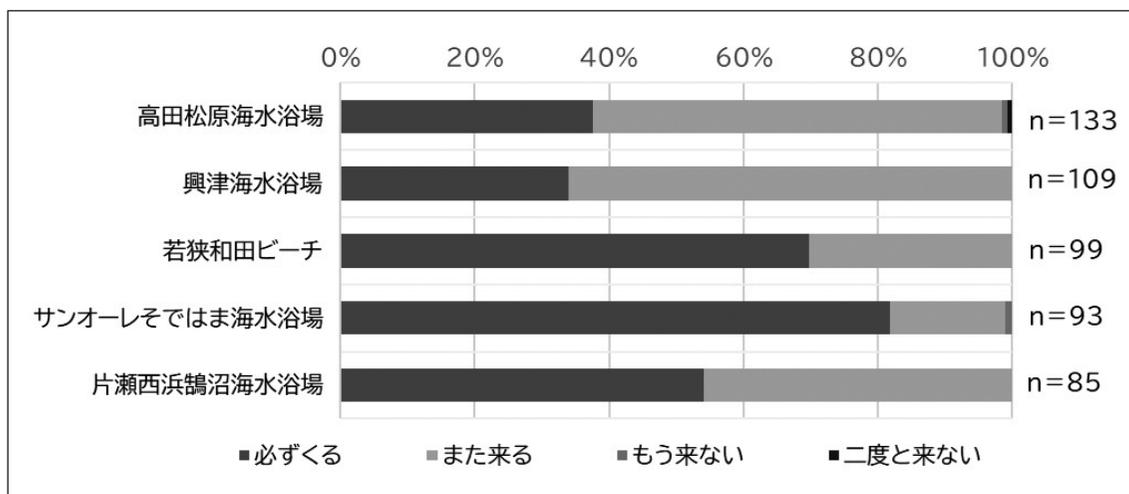


図3-3 再訪意向(回答数上位5位の比較)

4. 考察

本稿においては、まず1章で、現在の日本におけるBF認証の状況を整理し、BFビーチ利用者へのアンケートの企画・設計を行った。2章では、12のBFビーチにおいてアンケートを実施、回収した672票について集計し報告した。さらに3章において、回収数の多かった上位5つのビーチを抽出し、これらのアンケート回収票についての分析を行った。

国内の12のBFビーチ利用者に対するアンケート調査により、海水浴場利用者のBFに対する認識等について把握することができた。具体的に明らかになったのは以下である。

ブルーフラッグ認証ビーチの利用者の年齢は40代、かつ家族での来訪が最も多かった。来訪人数は2～4人程度で圏内からの日帰り客がほとんどであった。来訪者が当該海水浴場を選んだ理由については、「アクセスがよいから」が最も多いが、その他では、「清潔さ」「設備の充実」「監視体制の整備」などのBFビーチ基準と一致している項目が多いことが分かった。なお、「ブルーフラッグビーチだから」が1割強あり、一定の利用者にとってビーチの選択理由として「ブルーフラッグ認証」が重要な要素であったことも注目すべき点である。

BFビーチのイメージについては、「安心・安全な海水浴場」が最も多く、「水がきれい」、「清潔な海水浴場」が続く。2割弱ではあるが「子どもに優しい」、「障がい者に優しい」、「環境教育イベントが盛ん」等の回答があった。これらから、BFビーチ認証基準を満たすことで、利用者に好感を持たれ、選ばれる海水浴場となることが示唆された。つまり、ブルーフラッグ認証取得により、認証への信頼がビーチへの信頼につながる可能性があるといえる。子連れ家族にとっては、清潔な環境と安全対策は来訪するときの判断要素として重要である。ブルーフラッグビーチは、世界基準の水質と安全対策が保証されており子連れ家族にとって訪問するインセンティブになり得るだろう。一方で、イメ

ジされにくい「環境教育」に関する活動推進が求められるといえる。

また、回答者の7割程度が飲食しており、海水浴場内での飲食は全体の6割を超えていたが、一人当たりの予算は「1,000円以上3,000円未満」が最も多く、続いて「1,000円未満」であり、単価が極めて低いことが分かった。新規の来訪者や子連れ家族にとっては、「イベント」が海水浴場への来訪目的となる可能性がある。自由回答（表2-6）には、リピーターや個人的思い入れの記述も見られた。ビーチの環境マネジメントにつなげるためにも、海水浴場内での飲食消費を促すだけでなく、環境教育イベントにおける体験プログラムの提供や宿泊需要を誘発するような取り組みを行うことにも可能性があるといえる。

さらに、BF認証認知の情報源については、「行政の広報誌」や「行政のホームページ」が多く、その有効性が確認された。来訪者の再訪意向は、「必ず来る」と「また来る」が全体の99.3%を占めた。これらから、行政の広報や周知イベント、学校が関わることで広報の効果が上がり、来訪につながっているとみられる。今後もBFの認知度を上げる努力が必要だろう。

5. おわりに

5-1. 結果のフィードバックと活用

本研究により、国内の全12のBF認証ビーチにおける利用者アンケート調査を初めて実施することができた。利用者との関係は個人史に関わる固有なものがあり、各ビーチの「らしさ」やサービスが利用者をビーチへと誘っていることが明らかとなった。各ビーチの魅力を引き立てる役割がブルーフラッグに期待されていることも把握することができた（表2-6）。本調査結果を国内BF認証ビーチに共有し、調査結果を受けての新たな取り組みの検討材料として供する必要がある。

各ビーチでは、利用者増に向けて、海に関心が無い層にどのように行政の広報を届けるか、

各種媒体、イベント等を利用しての通年での取り組み、周知活動が課題といえるだろう。

特に来訪者の活動が環境保全や環境マネジメントにつながるような環境教育プログラムの展開を考えていくことも重要となるだろう。プログラムの内容によっては宿泊需要にもつながると考えられる。

5-2. 継続的調査の実施

本調査のような効果測定に関わる利用者アンケート調査は継続して行うことが必須である。国際環境認証BFの基準達成による社会的効果の定性的および定量的把握のための調査研究が求められる。

今夏は異常気象とも言える猛暑や酷暑の連続、天候不良などが各地域で生じたこと等が影響し、ビーチによってアンケート回収数には大きな相違があり、回答者属性の偏りもみられた。今後の調査においては、アンケートの実施方法について工夫が必要といえる。

また、BF認証取得前後における認識についての調査や、海の家や組合や経営者、ライフセーバー、環境保全団体などのビーチ関係者を対象とした意識調査によるモニタリングも必要と考える。

謝辞

本研究は令和6年度文教大学湘南総合研究所共同研究費「国際環境認証ブルーフラッグの取得がもたらす効果の実態研究—アンケート調査による検証」を活用したものである。また、アンケート調査にご協力いただいた一般社団法人日本ブルーフラッグ協会の西尾英子氏に深く感謝する。併せて各ブルーフラッグビーチにおいてアンケート調査にご協力いただいた皆様に記して謝意を表したい。

引用文献

海津ゆりえ・片山清宏・菅原周一 (2021)「市

民ネットワークによる海辺のまちのSDGsの実現に向けて—国際環境認証「ブルーフラッグ」に関わるNPO法人湘南ビジョン研究所の活動に焦点を当てて」(『湘南ジャーナル』25号、文教大学湘南総合研究所、91-108)

海津ゆりえ・片山清宏・菅原周一 (2022)「海辺の環境保全運動と市民ネットワークに関する研究—国際環境認証「ブルーフラッグ」認定地域を題材に—」(『湘南ジャーナル』26号、文教大学湘南総合研究所、27-45)

海津ゆりえ・片山清宏・菅原周一 (2023)「海辺における市民参加型環境活動を基盤としたイノベーションに関する研究—国際環境認証ブルーフラッグ取得地域を題材に—」(『湘南ジャーナル』27号、文教大学湘南総合研究所、39-51)

海津ゆりえ・平田徳恵・片山清宏 (2024)「国際環境認証「ブルーフラッグ」の地域経済に与える影響に関する国際比較」(『湘南ジャーナル』28号、文教大学湘南総合研究所、33-47)

平田徳恵・川原晋 (2020)「ブルーフラッグの活用による持続可能な観光地づくりの可能性：日本初認証の2地域に着目して」(日本建築学会技術報告集、第26巻第63号、719-724)

平田徳恵 (2023)「サステナブルな観光地域づくりの視点からのブルーフラッグの活用—民間主導による海水浴場の認証取得活動に着目して—」(日本建築学会大会学術講演梗概集、都市計画7270、629-630)

Norie HIRATA and Susumu KAWAHARA (2023) "The status of Blue Flag in Japan: Can Blue Flag be used for beach community development as a sustainable tourist destination?" (Blue Flag Beaches: Economic Growth, Tourism and Sustainable Management, Routledge, Chapter19,241-252)