

鶴来地区における観光ニーズ及び買物同行 に関する調査報告書

調査期間 2021年10月下旬～2022年1月6日

目次

1. 調査の概要	3
2. 回答者の属性	4
3. 調査結果	5
3-1 観光の行き先を決める決め手	5
3-2 鶴来観光の感想 (観光レビュー)	7
3-3 観光客が鶴来に抱くイメージ	10
3-4 観光客が鶴来に求める商品とサービス	14
3-5 観光情報の収集手段	19
3-6 観光客が鶴来で利用した店舗と内容 (食事・お買物)	21

《別紙添付資料》

- ・別紙 1 : 調査票 (いしかわご当地グルメガイド/おさんぼつるぎ)

鶴来地区における観光ニーズ及び買物同行に関する調査報告書

1. 調査の概要

- ① **目的** :観光客が鶴来のお店を利用する理由や決め手、鶴来に求められる食の調査
- ② **調査対象** :石川県内観光施設(飲食店、土産店を含む)および近隣県の「道の駅」来訪者
- ③ **調査方法** :石川県・各市町公認の観光ガイド『いしかわご当地グルメガイド』(7万部/下記のエリアに無料配布)でアンケート[おさんぽつるぎ]を告知し、QRコードを読み取りの上、アンケートサイトにて回答してもらう web 調査を実施した。

【観光ガイド配布エリア】

- ・県内観光案内所 19カ所
- ・金沢駅周辺ホテル 40カ所
- ・県内観光施設および県内ご当地グルメ店 約350店
- ・県内道の駅 26店
- ・いしかわご当地グルメガイド掲載店
- ・「いしかわ食のてんこもり」イベント 約5,000部
- ・富山県道の駅 15店
- ・福井県道の駅 15店
- ・岐阜県道の駅 15店

- ④ **調査期間** :2021年10月下旬～2022年1月6日(応募締切 2022年1月6日)
- ⑤ **回収数** :221名

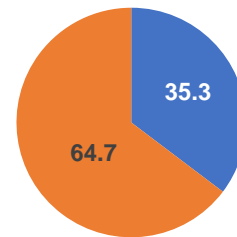
2. 回答者の属性

① 性別および年代

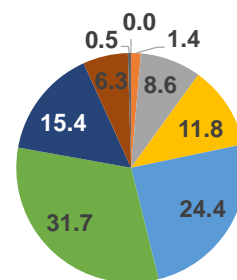
表1に回答者の性別および年代を示す。

表1 回答者の性別および年代

年代	性別		合計[人]	構成比[%]
	男性	女性		
10代以下	0	0	0	0.0
10代	0	3	3	1.4
20代	6	13	19	8.6
30代	6	20	26	11.8
40代	13	41	54	24.4
50代	27	43	70	31.7
60代	18	16	34	15.4
70代	7	7	14	6.3
80代以上	1	0	1	0.5
合計[人]	78	143	221	100.0
構成比[%]	35.3	64.7	100.0	-



■ 男性 ■ 女性



■ 10代以下 ■ 10代 ■ 20代
 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代
 ■ 60代 ■ 70代 ■ 80代以上

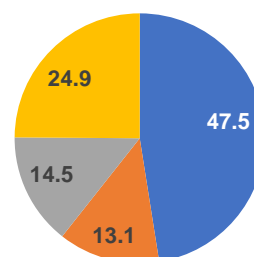
図1 回答者の性別(上)および年代(下) [%]

② 鶴来観光の経験および居住地

表2に回答者の鶴来観光の経験および居住地を示す。

表2 回答者の鶴来観光の経験および居住地

居住地	鶴来での観光経験	
	あり[人]	なし[人]
石川県内	105 (47.5%)	32 (14.5%)
石川県外	29 (13.1)	55 (24.9%)
合計	134 (60.6%)	87 (39.4%)



■ 観光経験あり(県内)
 ■ 観光経験あり(県外)
 ■ 観光経験なし(県内)
 ■ 観光経験なし(県外)

図2 回答者の鶴来観光の経験および居住地 [%]

3. 調査結果

3-1. 観光の行き先を決める決め手

◆ 鶴来での観光経験があるグループへの質問:

たくさん観光地があるなかで鶴来地区を行き先に決めた「決め手」は何ですか？

「鶴来を行き先に選んだ決め手」としてもっとも多かったのは、「①歴史的な名所(史跡、神社仏閣など) (45件)」で約3割を占めた。次いで、「②おいしいもの (20件)」、「③自然/景色景観 (20件)」、「④アクセスの良さ (15件)」、「⑤獅子吼 (14件)」が続き、それぞれ1割前後を占めた。

この結果から、行き先の決め手には上記5つの要素が大きく関わっており、また、これらから「アクセスの良さ」を省いた、4つ要素は鶴来への誘客効果が高い観光資源であると考えられる。

なお、鶴来の見どころの一つである「ふれあい昆虫館」や「町並み・店舗」はそれぞれ約4%、また「買い物」は約2%と低い結果となった。

表3 鶴来を行先にした決め手

鶴来を行先にした決め手	件数 [件]	構成比 [%]
歴史的な名所(史跡、神社仏閣など)	45	28.3
おいしいもの	20	12.6
自然/景色景観	20	12.6
アクセスの良さ	15	9.4
獅子吼	14	8.8
ふれあい昆虫館	7	4.4
町並み・店舗	6	3.8
知り合いに会いに行く	5	3.1
地域の祭りやイベント	4	2.5
子どもも楽しめること	3	1.9
買い物	3	1.9
その他	17	10.7
合計	159	100.0

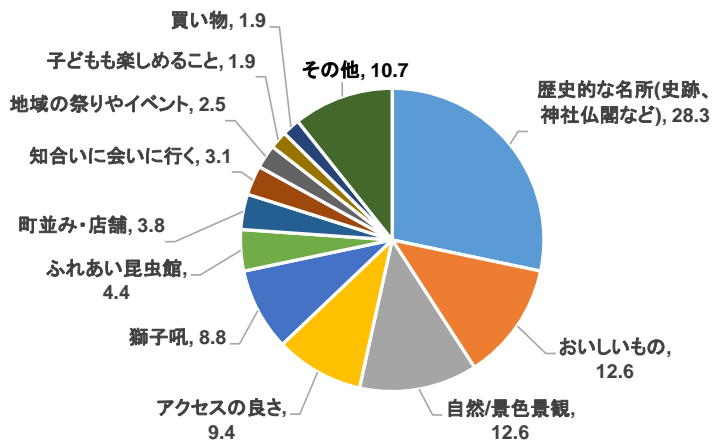


図3 鶴来を行先にした決め手 [%]

本項のまとめ:

現在の鶴来において、誘客効果が高い観光資源は、「①歴史的な名所」、「②おいしいもの」、「③自然/景色景観」、「④獅子吼」である。

◆ 鶴来での観光経験がないグループへの質問:
 県内旅行において行き先を決める際の決め手は何ですか？

「県内旅行」の決め手として、もっとも多かったのは「おいしいもの(37件)」で、うち2件は「その土地ならではの食」を挙げていたが、その他の意見は特産物であることや、特定のジャンル・メニューにこだわらず、単純に美味しいものを求める意見であった。

2番目に多かったのは、「観光スポット(28件)」であった。このうち、観光スポットの内容が明確に記載されていた17件の内訳を図に示す。観光スポットの内訳でもっとも多かったのは「自然/景色景観」で約4割を占めた。残りは、「歴史的な名所(史跡、神社仏閣)」、「建造物」、「祭り・イベント」が続き、少数ではあったが「町並み・店舗」を決め手とする意見もあった。

以上の結果から、鶴来の見どころである「自然/景色景観」や「歴史的な名所(史跡、神社仏閣など)」は、鶴来での観光経験のないグループにとっても大きな関心事であることが分かった。

表4 県内旅行の行き先を選ぶ決め手

県内旅行の行き先を選ぶ決め手	件数 [件]	構成比 [%]
おいしいもの	37	33.0
観光スポット	28	25.0
温泉	10	8.9
宿泊施設	8	7.1
アクセスが良い	4	3.6
子連れでも楽しい	3	2.7
特産物	3	2.7
その他	19	17.0

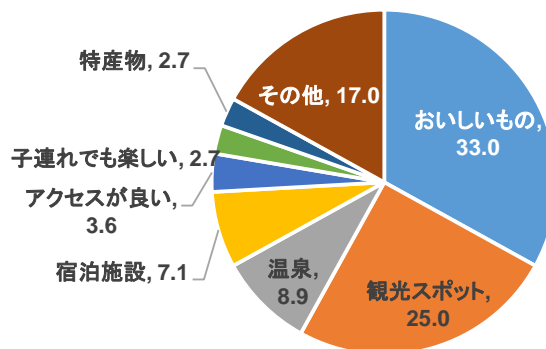


図4 鶴来を行先にした決め手 [%]

表5 観光スポットの内訳

観光スポット	件数 [件]	構成比 [%]
自然/景色景観	7	41.2
祭・イベント	3	17.6
建造物	3	17.6
歴史的な名所(史跡、神社仏閣など)	3	17.6
街並み・店舗	1	5.9
合計	17	100.0

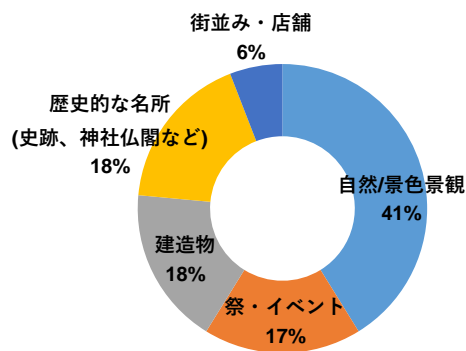


図5 観光スポットの内訳 [%]

本項のまとめ:
 鶴来の見どころである「自然/景色景観」や「歴史的な名所(史跡、神社仏閣)」は、鶴来に観光で訪れたことのないグループにとっても大きな関心事である。

3-2. 鶴来観光の感想(観光レビュー)

◆ 鶴来での観光経験があるグループへの質問: 鶴来を観光してみたいかがでしたか？

有効回答数 133 件のうち、ネガティブなレビューは 3 件(2%)で鶴来での観光はおおむね高評価であることがわかった。

得られた回答のうち、何に関するコメントであるか明確に記載されているものを抽出して、観光資源ごとに集計した。

もっとも多かったのは「自然/景色景観」に関するレビューで約 3 割を占めた。鶴来観光の決め手として、もっとも多かった「歴史的名所(史跡、神社仏閣など)」は、観光レビューでは 3 番目に多くなったものの、その構成比は「鶴来観光の決め手」に比べると半減した。「おいしいもの」に関しては、鶴来観光の決め手と同様、約 2 割を占めた。「町並み・店舗」は、「鶴来観光の決め手」に比べて 6 倍以上、構成比を伸ばした。

この結果から、鶴来の自然/景色景観は、もともと自然や景色景観に期待してきた観光客にとって、想像以上の魅力が感じられる観光資源だと考えられる。また、観光客の誘客効果が低かった「町並み・店舗」は、実際に観光してもらおうと満足度が高い観光資源だと考えられる。

表 6 構成比の比較: 感想レビューおよび行き先の決め手

観光資源	観光レビュー		鶴来を行き先にした決め手	
	件数 [件]	構成比 [%]	件数 [件]	構成比 [%]※
歴史的名所(史跡、神社仏閣など)	17	19.3	45	40.2
おいしいもの	15	17.0	20	17.9
自然/景色景観	29	33.0	20	17.9
獅子吼	4	4.5	14	12.5
ふれあい昆虫館	1	1.1	7	6.3
町並み・店舗	22	25.0	6	5.4
合計	88	-	112	-

※観光資源に関する決め手の合計(112件)で算出した構成比

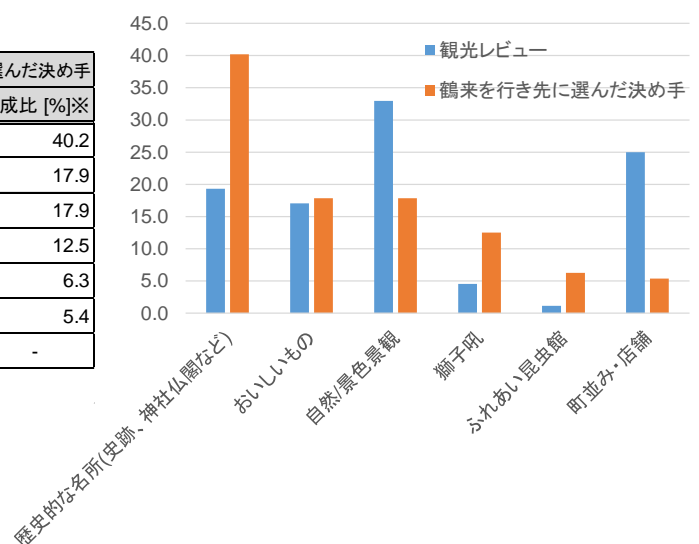


図 6 構成比の比較: 観光レビューおよび行き先の決め手 [%]

本項のまとめ:

現在の鶴来において、「町並み・店舗」の誘客効果は低いですが、実際に現地を訪れた観光客にとっては、満足度の高い観光資源である。

なお、観光レビューは、大きく分けて『①観光資源に対する評価』と『②自分の心の変化に関する評価』に分けることができた。

表 7 観光資源ごとの観光レビュー数

観光資源	観光レビュー		
	観光資源に対するもの	心の変化に関するもの	合計
歴史的な名所(史跡、神社仏閣など)	12	5	17
おいしいもの	10	5	15
自然/景色景観	15	14	29
獅子吼	3	1	4
ふれあい昆虫館	1	0	1
町並み・店舗	15	7	22
その他	26	9	35
合計	82	41	123

【①観光資源に対する評価】

観光資源に対する評価の2トップは、「自然/景色景観」、「町並み・店舗」(ともに15件)であった。

「自然/景色景観」の観光レビューには、「自然豊かで空気が良いこと」や「ゴンドラから見る紅葉のキレイさ」が評価されていた。また、鶴来にしかない自然を体験できる施設の開設を提案する意見などもあった。

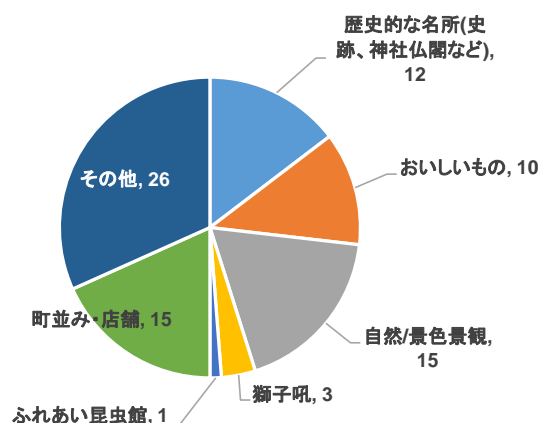


図 7 観光資源に対する評価件数 [件]

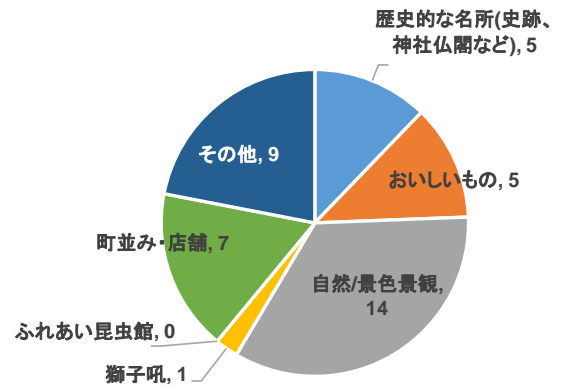
「町並み・店舗」の観光レビューには、「古い町並みの風情やクラシックな雰囲気」、「お洒落なお店の増加や新しい店が増えたことによる活気」などが評価されており、観光客の満足度が向上していることがわかった。なお、1件だけネガティブな意見があり、「店同士が離れていて商店街がさみしく見える」というものであった。

本項のまとめ:

最近の鶴来の「町並み・店舗」は、風情ある古い町並みが残りつつも、お洒落なお店の増加や新しいお店の活気が加わり、以前よりも観光客の満足度を高めている。

【②自分の心の変化に関する評価】

「自分の心の変化に対する評価」のうち、何についてのレビューであるか明確になっているものを抽出し、その対象を集計した。その結果、もっとも多かったのは、「自然/景色景観」関連で14件、次いで「町並み・店舗」関連で7件あった。



心の変化の種類でもっとも多かったのは、「楽しかった(17件)」で、全体の約29%であった。2番目は「リピートしたくなった(10件)」であった。

次いで、心の平穏を連想する「のんびり・ゆっくりできた(6件)」、「癒された(4件)」、「安らぐ・落ち着く・なごむ(5件)」という意見が続き、それらを合わせると全体の約26%を占めた。

図8 『心の変化』に対する評価件数 [件]

旅行することによって、「楽しい」という感覚を持つことはもっともであるが、上記の結果を踏まえると、鶴来を訪れる観光客には『普段の生活から少し離れ、心の平穏を取り戻したい』という欲求があると考えられる。また、それは鶴来に求められている観光テーマでもある。

表8 観光客が鶴来で感じた『心の変化』の種類

『心の変化』の種類	件数
楽しかった	17
リピートしたくなった	10
のんびり・ゆっくりできた	6
癒された	4
安らぐ・落ち着く・なごむ	5
満足できた	3
好きになった	3
その他	10

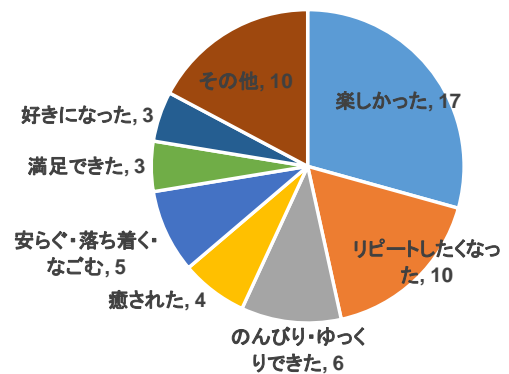


図9 『心の変化』の種類 [件]

本項のまとめ:

観光客が鶴来に求めている観光テーマは、「普段の生活から少し離れ、心の平穏を取り戻すこと」である。

3-3. 観光客が鶴来に抱くイメージ

◆ 鶴来での観光経験があるグループへの質問:

鶴来にどのようなイメージを持っていますか？具体的に教えてください。

鶴来での観光経験があるグループで、もっとも多かった回答は「①自然/景色景観」に関するイメージで約3割を占めた。次いで、「②歴史的な名所(史跡、神社仏閣など)」、「③町並み・店舗」、「④おいしいもの」と続いた。

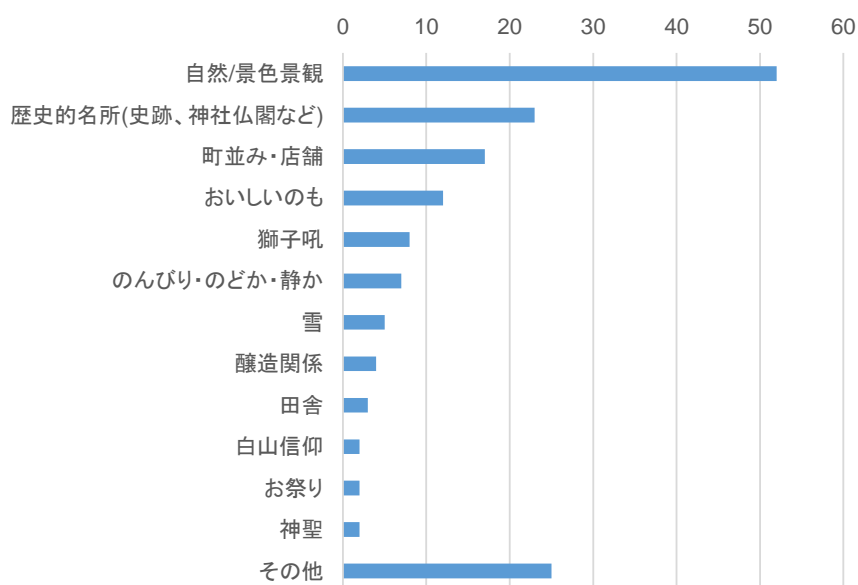


図 10 鶴来に対するイメージ(鶴来での観光経験あり) の件数 [件]

① 自然/景色景観:52件

20代～70代の幅広い年代が鶴来のイメージとして、「自然/景色景観」を挙げている。「自然が豊か」、「自然が素晴らしい」という単純に自然を評価する意見の他に、豊かな自然の中に身を置き、心が平穏で満たされていくイメージや食事を自然豊かな環境でとることで、より美味しく感じるイメージが挙げられた。

<コメント抜粋>

・山の中で癒される ・自然豊かなイメージでなごむ ・自然の中でのグルメ

② 歴史的な名所(史跡、神社仏閣など):23件

20～70代の幅広い年代が鶴来のイメージとして、「歴史的な名所(史跡、神社仏閣など)」

を挙げた。特に「鶴来といえば神社(多くは白山比咩神社)」と連想するヒトが多く、神社が町全体のイメージに影響していることもわかった。

<コメント抜粋>

- ・有名な神社が多数あり神聖な土地
- ・白山さんのご加護のあるまち

③ 街並み・店舗:17件

20代~60代の年代が、鶴来のイメージとして「町並み・店舗」を挙げている。従来、鶴来の町並みは昭和感が残る古い町としてPRされていたが、実際はここ数年で今風の新しい店や、古民家をお洒落に再生したセンスの良い店が新たに開業している。今回のアンケートでは、古い店と新しい店がうまく融和し、新たな見どころとなったことを評価する意見が複数あった。

<コメント抜粋>

- ・古い街と思っていましたが、今風の新しいレストランやお土産屋さんも多いなと感じました。
- ・白山比咩神社を軸として古くからあるお店と新しいお店が混在して見どころがある

④ おいしいもの:12件

鶴来のイメージとして「おいしいもの」を挙げた12人のうち5人は具体的に「蕎麦」を挙げていた。鶴来は蕎麦の産地や複数の有名店が立ち並ぶわけではないにも関わらず、特定の人気店の蕎麦が知れ渡り、鶴来名物として認知されているとわかった。

また、「おいしいもの」に関しても「町並み・店舗」と同様に、伝統や昔からある食べ物に加えて、ニュートレンドの食べ物を味わえるという、新旧の混在に期待を寄せる意見が挙げられた。

<コメント抜粋>

- ・新旧の美味しいものがある
- ・隠れた美味しいものがありそう

その他、鶴来の雰囲気は「のんびり・のどか・静か」であるや、「白山信仰」や「祭り」といった文化的なイメージが挙げられた。

本項のまとめ:

鶴来を訪れた観光客は、鶴来を「古いものと新しいもの両方の良さを楽しめる特別な場所」としてイメージしている。

◆ 鶴来での観光経験がないグループへの質問:鶴来のイメージについて教えてください。
(観光地や雰囲気、食事、買物)

10代~70代の75人から回答が得られたが、うち17名(約2割)は「鶴来の地名や場所を知らない、イメージできない」というものであった。また、他の意見も全体的に鶴来の見どころや特徴をわからずに抱く単純なイメージ(例えば、山が多そう、食べ物がどれも美味しそう、町が古いなど)が多かった。

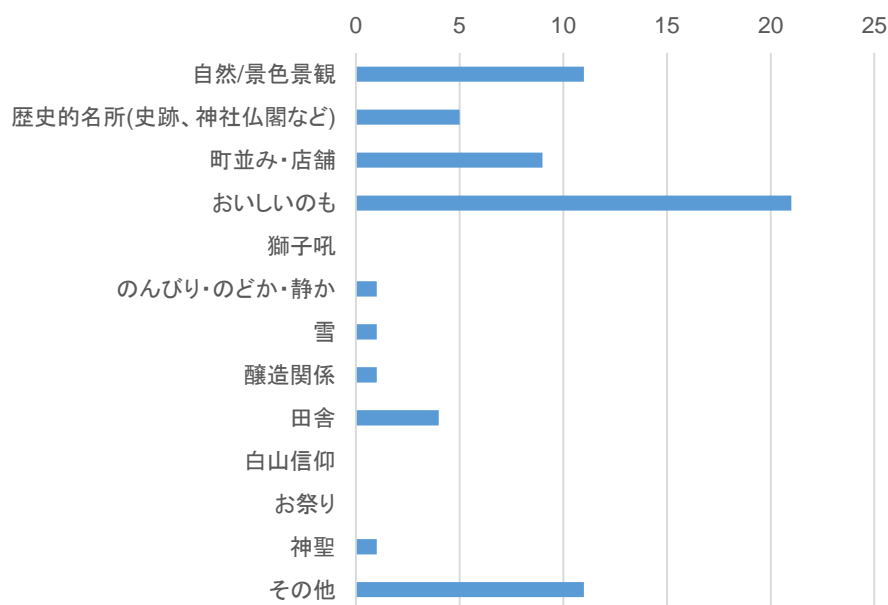


図 11 鶴来に対するイメージ(鶴来での観光経験なし) [件]

① 観光地

- 自然/景色景観:山(7件)、自然が豊か(3件)、山里(1件)
- 歴史的な名所(史跡、神社仏閣など):白山比咩神社(2件)、初詣、神社
- 街並み・店舗:昔・古い(5件)、山間地の町(2件)、お酒の町(1件)

② 雰囲気

- 田舎:田舎(2件)、山奥の田舎(1件)、小洒落た田舎(1件)
- のどか(1件)
- 落ち着きがある(1件)
- 静か(1件)

- ③ **食事:** 食べ物が美味しそう(13件)、郷土料理・地元の食(5件)、蕎麦(2件)、魚(1件)、新鮮(1件)、食べ物のイメージはない(1件)となった。
- ④ **買い物:** 買い物に関するイメージはなかった。

以上の結果から、鶴来の観光資源は、PR不足などの問題で、その魅力が観光客にうまく伝わっていないと考えられる。

ただし、別項「3-1 観光の行き先を決める決め手（鶴来での観光経験がないグループへの質問）」で明らかになったように、鶴来に観光で訪れたことがないグループが考える県内旅行の決め手は、鶴来で評価の高い観光資源(自然や神社など)に該当しており、PR活動の改善と促進によって新規の誘客に繋がる可能性は大きい。

本項のまとめ:

鶴来の観光資源は、PR不足などの問題で、その魅力が観光客にうまく伝わっていない。

ただし、鶴来を観光で訪れたことのないグループの「県内旅行の決め手」は、鶴来の観光資源(自然や神社など)に該当しており、PR活動の改善と促進によって新規の誘客に繋がる可能性は大きい。

3-4. 観光客が鶴来に求める商品とサービス

◆ 鶴来での観光経験があるグループおよびないグループへの質問:
鶴来にあったら良い商品やサービス、ニーズについて、具体的におしえてください。

観光客が鶴来に求める商品やサービス、ニーズは以下の10項目に分けることができた。

①スポット (23件)

家族全員(特に子供)が楽しめる遊び場や自然を活かした施設を求める意見が多かった。なお、自然を活かした施設として、もっとも多かったのはキャンプ場で、その他にも体験型の施設や、リラクゼーション施設、ペットを同伴できる施設が挙げられた。

<回答抜粋>

- ・赤ちゃん(0-3歳くらい)も遊ばせられるような施設。大人ののどかな場所が多いので、ついでに子どもも遊べるような屋内の施設があると助かります。例えばお土産屋さんやレストランに併設されている遊び場など。
- ・お手頃価格のキャンプ場
- ・大人から子供まで体験できる施設。山、自然を活かして
- ・自然を活かした施設 リラクゼーションスペース
- ・壮大な自然を満載に家族全員がゆっくり遊ぶ事ができるペット込みでが幸福な観光スポットになる。

②商品 (23件)

特産物(糀や酒粕、蕎麦の加工食品など)を使用したご当地グルメや名物料理の拡充を求める意見が多かった。中には、「映えるスイーツ」や「激辛メニュー」など話題性がより高くなる商品開発を提案する意見があった。

他には、かわいいキャラクターグッズのお土産を求める意見があった。

<回答抜粋>

- ・蕎麦ケーキ、蕎麦粉パン
- ・デカ盛りや激辛メニューを作る
- ・もっと映えるスイーツとかあったら若い人たちが興味を示してくれると思う
- ・可愛いお土産がないのでキャラクターのグッズ(こびと以外で)が欲しいです

③お店 (47件)

道の駅がもっとも多く、次いでカフェと特産物(加工品を含む)の店を求める意見が挙げられた。道の駅に関しては、観光案内の機能を付加することや道の駅と実店舗の使い分けについて提案する意見があった。

<回答抜粋>

- ・観光案内もある道の駅
- ・1ヵ所に、道の駅などで、特産品や名物を分かるように少量販売して、実店舗に行くと、違った商品を購入できる様に総合的にアピールした方が良いと思う

また、お店の機能面では、「お洒落であること」や「景色が良いこと」、「キッズスペース付」を求める意見があった。

<回答抜粋>

- ・街中に洒落たレストランが有ると良い!
- ・景色のいい場所にカフェがあれば嬉しいです
- ・キッズスペース付きの宿泊施設、レストランなど

④イベント・ツアー (15件)

イベント・ツアーでは、全体的に誰でも参加しやすい気軽なものが求められていた。なお、もっとも多く挙げたのは「スタンプラリー」であったが、北陸鉄道との共同スタンプラリーや謎ときスタンプラリーなど、他地域と連携した広範囲なものやゲーム性を高めた提案がなされた。その他、食べ放題や鶴来の町を巡るガイドツアーが提案されていた。

<回答抜粋>

- ・謎解きスタンプラリー
- ・北鉄線との共同スタンプラリーの開催?
- ・蕎麦食べ放題
- ・鶴来の町を回るガイドツアー

⑤サービス (15件)

割引・クーポンに関する意見がもっとも多く、県民割引、旅行者へのガソリンの割引、自転車来訪者への割引など様々な内容が挙げられた。また、観光に際してボランティアガイドを求める意見もあった。

<回答抜粋>

- ・県民割引サービス
- ・旅行者にガソリンの割引があれば嬉しい
- ・自転車できたら割引してほしい(うどんやラーメン屋さん、ケーキやら色々食べるので)
- ・ボランティアガイドさん、ミニツアーなど

⑥宿泊施設 (9件)

県外在住者から宿泊施設(ホテル、民宿、ゲストハウスなど)を求める意見が挙げられた。なお、宿泊施設自体が旅の決め手になり得る楽しみのため、素敵さや食事がおいしいという機能面の充実を望む意見が複数あった。

<回答抜粋>

- ・もう少しホテルの選択肢があれば、1泊したかったです
- ・食事が美味しい民宿
- ・魅力的な宿

⑦交通手段 (13件)

交通の便の改善を図る目的でバスの活用を提案しており、金沢駅から鶴来までの直行バスや鶴来内の観光バスを求める意見が挙げられた。

<回答抜粋>

- ・ひめ神社や獅子吼方面と鶴来駅周辺をつなぐバスが欲しいなと思いました
- ・観光名所巡りバスやタクシー。電車で訪れた時に、バスは本数が少なく、比咩神社や獅子吼高原まで足があると便利だなと思った。

⑧環境整備 (9件)

駐車場やデジタル化(フリーWi-Fiスポット、モバイル決済)への対応を求める意見が挙げられた。

今回のアンケートにおいて、デジタル化対応の要求は少なかったが、今後、若い世代を誘客するためには重要な課題になっていくと考えられる。

<回答抜粋>

- ・所々に駐車場がほしい。どこに停めれば良いかわからなかった
- ・Wi-Fiの環境整備
- ・モバイル決済ができるお店を増やして欲しい

⑨情報発信 (16件)

グルメ、食材に関する情報発信を求める意見がもっとも多かった。次いでモデルコースの紹介や観光マップ、現地の案内板を求める意見が続いた。また、少数意見では、若い世代を中心にトレンド化しているSNS映えスポットを求める意見があった。

<回答抜粋>

- ・美味しい食べ物、食材、食堂の場所の発信
- ・自転車で周れるお勧めのコースの紹介
- ・お店一覧マップ おすすめクチコミ入り
- ・案内看板やロードマップがほしい
- ・SNS映えするところ、ことを教えてくれる媒体

⑩PR活動 (8件)

PR活動では、アイコンやキャッチコピーを用いることが提案された。また、インターネットで旅行の事前計画が立てられるサイトの開設が求められた。

<回答抜粋>

- ・つるぎといえば、というアイコン的なもの
- ・自虐キャッチコピーを作る。
- ・観光バスツアーなどネットで探せると良い

本項のまとめ:

観光客が鶴来に求める商品とサービスの概要を以下に示す。

- ① スポット :屋内外を問わず家族全員(とくに子ども)が楽しめる場所、キャンプ場など自然を活かした施設
- ② 商品 :鶴来の特産物、名物に関わるもの(名物料理や特産物の加工食品)
- ③ お店 :いろいろな特産物を一度に見られるお店、お洒落な雰囲気、キッズスペースの設置
- ④ イベント・ツアー:だれでも参加しやすい気軽なもの
(スタンプラリーなど、ただし今よりゲーム性を高めると良い)
- ⑤ サービス :各種割引、観光ガイド
- ⑥ 宿泊施設 :ホテル、民宿、ゲストハウスなど
- ⑦ 交通手段 :バスの活用(金沢駅からの直行バス、観光名所を巡るバス)
- ⑧ 環境整備 :駐車場、デジタル化対応(フリーWi-Fiスポット、モバイル決済など)
- ⑨ 情報発信 :グルメ情報、各種モデルコースと観光マップ、現地案内板、SNS映えスポット情報
- ⑩ PR活動 :アイコンやキャッチコピーの設定、インターネットの活用

3-5. 観光情報の収集手段

◆鶴来での観光経験がグループおよび、ないグループへの質問:
観光情報を収集する際、何を利用しますか？

観光情報の収集手段は、「インターネット」がもっとも多く、約4割を占めた。次いで、「観光パンフレット」が約3割、「友人、知人、家族からの口コミ情報」が約2割となった。「新聞や雑誌」と「テレビ」はほとんど利用されていない。

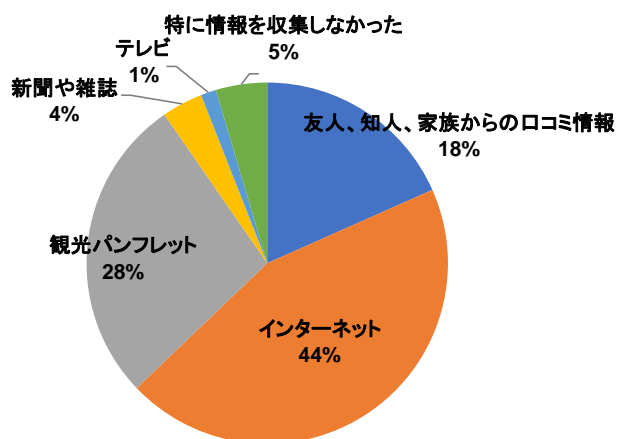


図 12 観光情報の収集手段 [%]

年代別(構成比)で見ると、年齢が上がるにつれて「インターネット」の割合が減少し、観光パンフレットの割合が増える傾向にある。ただし、70代でも「インターネット」は3割を超えており、従来パソコンやスマートフォンに不慣れだと言われてきた高年齢層においても、インターネットが有用な観光の情報源になっていることが分かった。

また、10代~60代では「友人、知人、家族からの口コミ」も2割前後あり、実際に行ったことのある人からの意見も重要視していることがわかった。

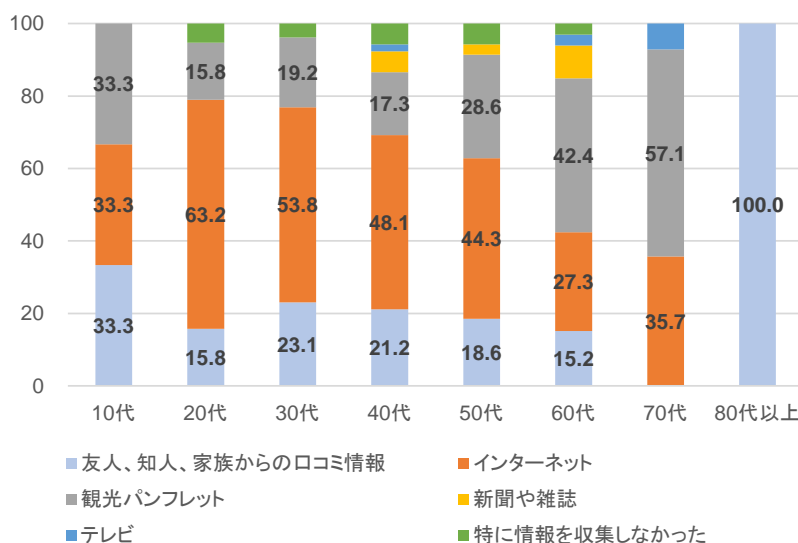


図 13 観光情報の収集手段の構成比(年代別) [%]

鶴来での観光経験の有無ごとに観光の情報手段をみると、鶴来での観光経験がないグループは、鶴来での観光経験のあるグループより、「インターネット」の利用率が高いことがわかった。

県外在住者は、県内在住者より観光パンフレットの利用割合が高くなる傾向があった。

また、鶴来での観光経験がある県内在住者のグループは、「友人、知人、家族からの口コミ」が他に比べて高く約3割を占めた。

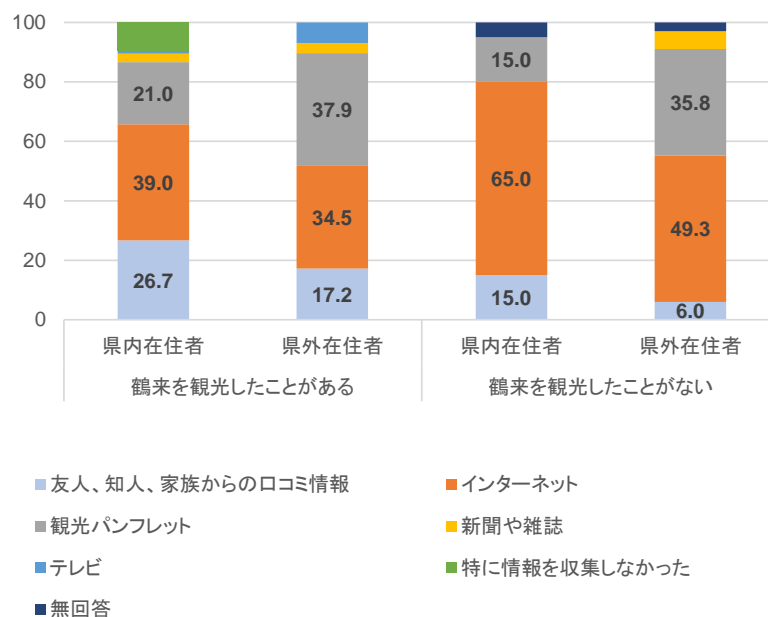


図 14 観光情報の収集手段の構成比(鶴来での観光経験および居住地別) [%]

以上の結果より、鶴来に効果的に観光客を誘客するためには、第一にインターネットによる情報発信をさらに促進する必要がある。

なお、「友人、知人、家族からの口コミ」も一定数の評価があったことから、インターネットによるPR活動の際には、観光地サイドの一時的な情報提供にとどめず、観光客目線で公平な口コミ情報を提供することによって新規客の開拓や来訪者の増加に繋がると考えられる。

本項のまとめ:

観光情報のPRは、10～70代の広い年代に向けて「インターネット」が有効な手段である。
 なお、PRでインターネットを活用する際は、観光地サイドの一時的な情報提供にとどめず、観光客目線の公平な口コミ情報を提供することによって、新規客の開拓や来訪者の増加に繋がる。

3-6. 観光客が鶴来で利用した店舗と内容(食事・お買物)

◆鶴来で行かれた店舗名や内容(お食事やお買物など)について教えてください。

20～80代以上の131人から得られた回答のうち、店名、購入商品がわかる回答を抽出し、①飲食・軽食店、②店舗(飲食店・軽食店以外)、③購入商品に分けて集計した。

① 飲食・軽食店

観光客が利用した飲食・軽食店は、「もく遊りん」、「こいしや」、「おもてや・山法師」に集中している。これら3店舗の商品やサービスを、「別項 3-4 観光客が鶴来に求める商品とサービス」で挙げられたニーズと照らし合わせると、3店舗に共通して『人気の名物料理(ピザ、ラーメン、おはぎソフト・大判焼き)』、『駐車場』が該当していた。

さらに、「もく遊りん」は、子供も楽しめる獅子吼高原内に位置しており、ベビーカー持ち込みOKなど子連れに優しいサービスを提供している。また、Go to Eatの対象店舗でもあり、店舗のホームページも開設してある。

「こいしや」も同じく Go to Eat の対象店舗である。

「おもてや・山法師」は、白山比咩神社表参道入口に位置しており、毎月1日には当店限定品を発売する独自のイベントがある。また、電子マネーによる決済が可能で、店舗のホームページも開設してある。

また、「別項 3-5 観光情報の収集手段」において、観光情報のPRはインターネットが有効で、さらに口コミ情報の提供ができることより効果的だとしたが、上記3店舗は、既存のグルメレビューサイトに口コミ掲載があり、いずれも高評価を得ている。

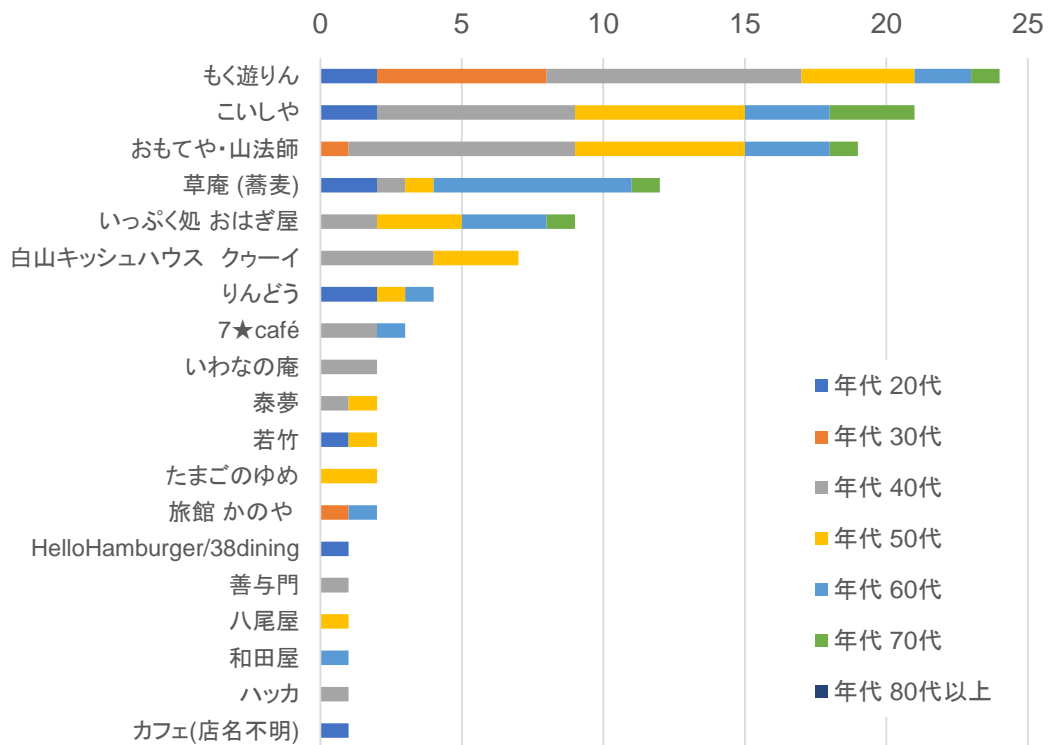


図 15 観光客が利用した飲食店・軽食店 [件]

以上のように観光客に選ばれる飲食店・軽食店は、味や品質が良いことはもとより、「観光客が求める商品・サービス」のうち複数を満たしている。また、「観光情報の収集手段」で上位に挙げられた「インターネット」や「口コミ情報」によるPRが効果的に活用されている。

【②店舗(飲食店・軽食店以外)】

観光客が利用した店舗(飲食店・軽食店以外)は、お酒(酒蔵、酒屋)を挙げる意見が多かった。その他、「ひろの」や「町八家具」も利用されており、歴史や文化を感じさせる町特産に関心が寄せられていることがわかった。

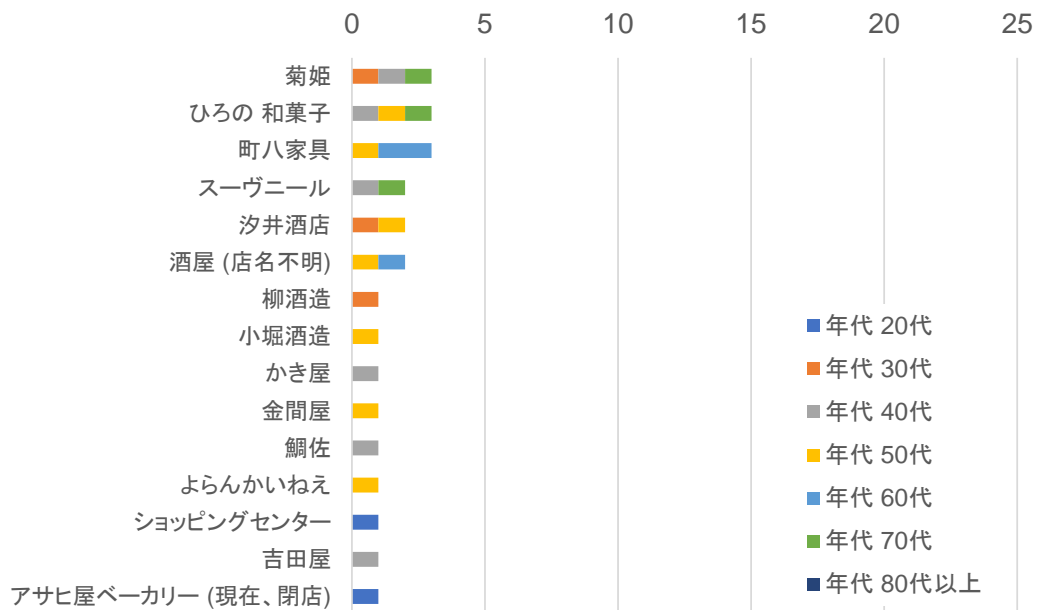


図 16 観光客が利用した店舗(飲食店・軽食店以外) [件]

【③商品・飲食メニュー】

商品・飲食メニューでは、「岩魚料理」や「プロだし(吉田屋)」、「お酒」など鶴来の郷土料理や特産物を挙げる意見が多かった。

なお、およそ 10 年前に行われたイベントとともに食した TKG(卵かけごはん)を挙げる回答があり、PR(この場合、イベント)が適切に行われると、客に魅力が十分伝わり記憶に残ることがわかった。

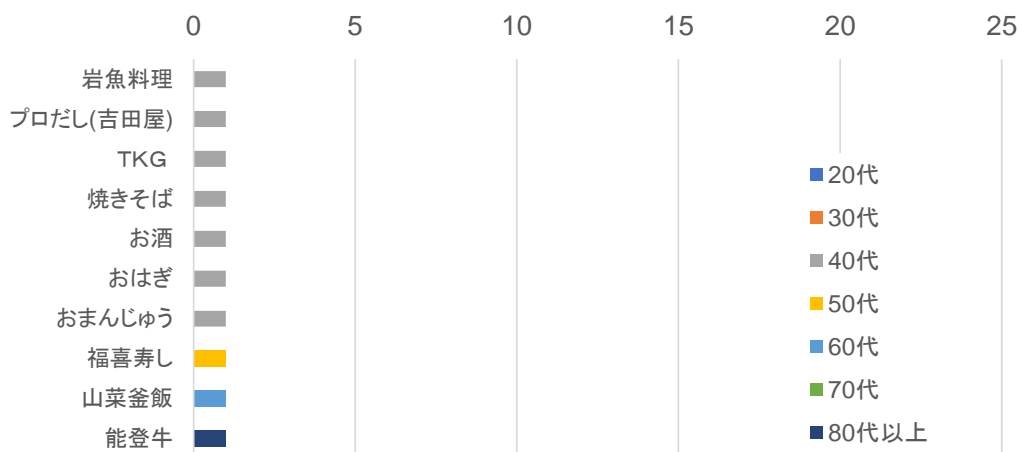


図 17 観光客が利用した商品・飲食メニュー [件]

本項のまとめ:

観光客に選ばれる飲食店・軽食店は、味や品質が良いことはもとより、「観光客が求める商品・サービス」のうち複数を満たしている。また、「観光情報の収集手段」で上位に挙げた「インターネット」や「口コミ情報」によるPRが効果的に活用されている。

なお、鶴来に訪れる観光客は、歴史や文化を感じさせる町特産や郷土料理に関心が高い。

以上