「ついで立ち寄り」による地域観光収入向上のための分析トライアル - 姫路城・東大寺・海遊館をサンプルとした立ち寄り意向調査

2017.03.13 狩野詔子

Index

- 1. はじめに
- 2. 問題意識
- 3. 調査のアイデア
- 4. 分析の目的と方法
- 5. アンケート調査の結果
- 6. まとめ
- 7. 本レポートから考えられる今後のステップ

要旨

観光先進国を目指す日本において、観光政策の目標として旅行消費額の向上が掲げられている。本レポートでは、旅行者が観光地において「ついでに立ち寄る」行動の回数を増やすことで、旅行者1人あたりの消費額を増加させる方法に着目した。より旅行者の立ち寄り意向が高い施設・イベントとはどのようなものであるか、その選定方法を模索する。

1. はじめに

近年、「明日の日本を支える観光ビジョン」をはじめ、国の観光政策として、旅行消費額 (=観光収入)の向上が目標として掲げられている。その手段として、例えば外国人観光客 に対しては、地域内を周遊させ、訪問箇所の増加や滞在日数の延長により、一人当たり観光 消費額を増加させる施策が挙げられている(広域観光周遊ルート形成促進事業)。

本レポートでは、地域における観光収入向上施策のうち、「旅行者の訪問地増による観光消費額増加」にフォーカスする。

これは、旅の主要な目的地(主観光地)に加え、その周辺地域において、旅行者が物販店や飲食店、イベント等に立ち寄る行動(以下、「ついで立ち寄り」)の回数を増やすことで、地域全体での観光収入を図る目論見である。

どのような施設やイベントが「ついで立ち寄り」回数の増加に貢献するかは、主観光地の特性によって大きく異なることが容易に推測される。例えば、旅行者の属性(年齢構成、同行者構成、利用交通手段、日帰り/非日帰り比率など)、主観光地のタイプ(歴史的建築物、

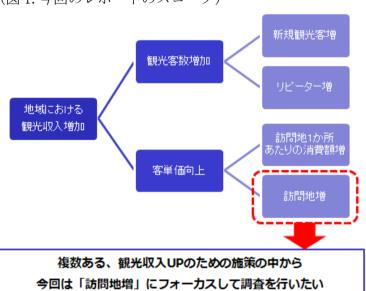
景勝地、ミュージアムなど)や周辺環境(アクセス性、立ち寄り候補地の多寡)などが影響する要素として考えられる。

今回は、関西の著名な観光地のうち「姫路城」「東大寺」「海遊館」の3箇所を対象に、文献とアンケート調査を用い、「どれほどついで立ち寄りの意向があるか」また「どのような施設やイベントが『ついで立ち寄り回数』の増加に貢献するか」を探る。

今回実施したアンケート調査は、今後の詳細な調査のためのトライアルとしての位置付けで ある。サンプル数が少なく、統計学的に優位とはいえない点に留意されたい。

2. 問題意識

(図1.今回のレポートのスコープ)



地域における観光収入増加のための施策を大分すると、「観光客数増加」もしくは「客単価 向上」のための施策に二分することができる。「観光客数増加」のための施策をさらに分解 すると、ターゲット別に「新規観光客増加」または「リピーター増加」施策の2つに分けられる。いっぽう、客単価向上のための施策は「訪問地1か所あたりの消費額増加」と「訪問 地の増加」の2つの施策に分けることができるだろう。

しかし「訪問地の増加」のための施策については、ほか3つの観光施策と比較すると、注目 を浴びていないのが現状である。

ここ数年の訪日外客数増加に沸く日本においては、観光ビジョンの副題に「世界が訪れたくなる日本を目指して」と謳われていることからもわかるように、インバウンド旅行者をターゲットとした「新規観光客数増加」施策を強力にプッシュしており、2030年の訪日外国人旅行者数の目標を6,000万人と設定している。これは2015年の訪日外国人力者数の約3倍の数字である。

また同時に、「リピーター増加」施策については、外国人リピーター数 3,600 万人を掲げるとともに、日本国内の旅行者に対しては「今後人口減少が予測される中でも国内旅行が縮小しないよう、ビジョン施策によって日本人が国内旅行に行く回数を増やしていただくこと等で国内旅行消費額の維持に努める」とのビジョンが示されている。(明日の日本を支える観光ビジョン)

「訪問地1か所あたりの消費額増加」施策についても、観光消費額の高い欧米豪の富裕層を ターゲットとし、旅行先としての日本のブランドイメージを確立するための情報発信に取り 組むことが観光ビジョンの中で示されている。

これら3つの観光施策に対し、「訪問地の増加」に関する施策としては、唯一「広域観光 周遊ルート形成事業」が該当するのみである。

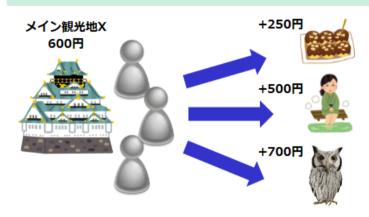
この事業は、インバウンド旅行者に対する地方都市の認知向上を目的に「広域観光周遊ルート」として 20 のモデルコースを提案するものである。しかし、いずれも複数の都道府県を 跨り平均 6 日~7 日の滞在日数が想定されたもので、対象となる旅行者は長期休暇を取得で きる層に限られ、ターゲットの範囲が狭いと言わざるを得ない。

そこで、本レポートにおいては、ターゲットをすべての旅行者とし、より短時間内、より 狭い地域内における「訪問地の増加」施策、すなわち「ついで立ち寄り」の促進を検討する こととした。

「ついで立ち寄り」の促進とは、旅の主要な目的地(主観光地)を増やすのではなく、主観光地の周辺地域において、旅行者が余裕時間に物販店や飲食店、イベント等に立ち寄る行動の回数を増やす施策である。訪問先1か所あたりの消費額は変わらなくとも、地域全体での観光収入を伸ばすことができるのではないか、というアイデアである。

(図2.「ついで立ち寄り」による観光収入増加のイメージ)

旅の目的地であるメイン観光地のほかに、 もう1か所「ついで立ち寄り」地点を増やし、 500円でもお金を使ってもらうことで、地域の観光収入が向上する



3. 調査のアイデア

「どのような施設やイベントが『ついで立ち寄り回数』の増加に貢献するか」を考えるにあたっては、多くの立ち寄り客を獲得している成功事例を参照するに、「主観光地の特性」と「主観光地の周辺環境」の2つの要素が「ついで立ち寄り」誘引力の高い施設・イベントのタイプに影響することが想像できた。対象とした成功事例は「とれとれ市場(和歌山県西牟婁郡白浜町)」と「イワバカフェ(福井県坂井市)」の2つである。

(図3.「ついで立ち寄り」誘引力の高い施設・イベント案導出のイメージ)

影響要因	特性項目	特性項目の例
主観光地の特性	標的顧客	年齢、同行者、移動手段 日帰り/非日帰り比率 など
	提供価値	景勝地:フォトジェニックな景色 歴史:新たな歴史知識・体験 など
主観光地の	標的顧客	旅行客、ビジネス客、地元住民 など
周辺環境	競争環境	隣接地域の誘引力 など
	資源	周辺の飲食店や物販店の数 など
求められる 立ち寄りスポット	標的顧客	?
の特性	提供価値	?

「主観光地の特性」はビジネスでいうところの標的顧客と主観光地の提供価値と言い換えることができる。標的顧客である旅行者の構成(年齢、同行者、移動手段、日帰り/非日帰り比率など)や彼らが主観光地への旅行に求めるもの(景勝地であればフォトジェニックな景色、歴史的建造物であれば歴史知識や体験など)である。

「周辺環境」は主観光地の周辺地域の標的顧客、競争環境(隣接地域の誘引力など)、資源(飲食店や物販店の数など)などが考えられる。周辺地域の標的顧客は、主観光地の標的顧客とは異なる場合がある。例えば主観光地「通天閣(大阪府大阪市)」は、大阪市民はあまり入場しない観光地であるが、周辺地域の「新世界」は旅行者・市民ともに人気の飲食店街エリアとなっており、「新世界」の標的顧客は旅行者・地元住民の双方といえる。

上記のように「主観光地の特性」「周辺環境」の2つの要素を考慮し、それらが持つ強み や資源を有効に活用することが、「ついで立ち寄り」スポットの誘引力を高めることに繋が ると考える。

上記の切り口を用いて、成功事例である立ち寄りスポット2つを分析すると、以下のような 特性を持っていることがわかる。

(図 4. 成功事例-1. とれとれ市場)





(画像の出典:白浜観光協会「南紀白浜観光ガイド」web サイト

http://www.nanki-shirahama.com/search/details.php?log=1332737008)

とれとれ市場(和歌山県西牟婁郡白浜町)

…白浜を訪れる観光客の9割が訪れる物販・飲食複合施設

主観光地:白浜温泉

アドベンチャーワールド(遊園地/動物園)

周辺環境: (競争環境) 同規模の複合型施設は周辺地域に存在しない

(資源) 南紀白浜空港・白浜駅・温泉地・観光地からアクセス容易な立地

標的顧客:白浜を訪れる訪問客、地域住民

提供価値:

● 西日本最大級の敷地面積を持つ海鮮マーケット

● 地元の漁業協同組合が経営し、鮮度が高い地元グルメをリーズナブルな価格で提供

● 特産品市場に温泉・フードコートを併設し1か所で全てを楽しむことが可能

(図 5. 成功事例-2. イワバカフェ)



(画像の出典: 公益社団法人福井県観光連盟 ふくいドットコム http://www.fuku-e.com/030_gourmet/index.php?id=2602)

イワバカフェ(福井県坂井市)

…最盛期には1日あたり500~600人が訪れる、東尋坊の目の前のカフェ

主観光地:東尋坊(景勝地)

周辺環境: (競争環境) 周囲には昔ながらの土産物店が多く、若者向けのカフェは少ない (資源) 断崖絶壁の目の前という立地

標的顧客:ツアー以外の訪問客

提供価値:

- 絶景を楽しみながら、雰囲気の良いカフェでゆったりと時間を過ごせる
- スターバックスをもじったユニークなロゴで、SNS 投稿の「ネタ」を提供する

4. 分析の目的と方法

前述の「調査のアイデア」を踏まえて、より具体的に「どのような施設やイベントが『ついで立ち寄り回数』の増加に貢献するか」を考える手掛かりとして、特定の観光地を対象とした調査を行った。

対象としたのは、関西の著名な観光地のうち「姫路城」「東大寺」「海遊館」の3箇所である。元より「ついで立ち寄り」が旅行の目的となっている街歩き型の観光地(京都の清水寺、大阪の道頓堀など)を除外し、歴史的建造物・寺社仏閣・ミュージアムとタイプの異なるものを選定した。

アンケート調査の主な目的は、以下の3点の把握である。

- 各主観光地の周辺立ち寄り回数
- 何も施策を行っていない状態でのベースの「ついで立ち寄り」意向の高さ
- どのような価値を提供することが「ついで立ち寄り」意向の増加に貢献するか

アンケートの概要は以下の通りである。

- 調査項目
 - 訪問者の属性
 - 訪問時の旅程(日帰り/宿泊)
 - 訪問時の同行者
 - 交通手段(自宅~目的地市内/各スポット周遊時)
 - 過去の訪問時における立ち寄り回数(飲食/物販/他観光地)
 - 1時間の自由時間があれば周辺地に立ち寄るか否か/その理由
 - 紹介文に対しての訪問意向の高低/追加支払意向の高低
- 調査手法: Google Form を用いたオンラインアンケート
- 実施時期:2017年2月1日~2月12日(12日間)
- 回収結果:回答数 100

※アンケート調査票は、別添のファイルを参照されたい。

旅行者のニーズについては、今回のアンケートでは立ち寄り候補地のタイプ(物販店、飲食店、イベント等)を絞らず、形容詞のみを用いた抽象的な質問を行っている。

このため、候補地のタイプによっては、アンケート上得られたニーズの高低と、実際の旅行者の立ち寄りニーズの高低が必ずしも一致しない。例えば、形容詞「美しくなれる」だけでは「全く立ち寄りたいと思わない」と回答した旅行者であっても、「美しくなれる」+「日帰り温泉」であれば「とても立ち寄りたい」と感じる可能性がある。

今後の調査において、より具体的に「魅力的な立ち寄り先」の候補を選定する場合には、 ある程度、立ち寄り候補地のタイプや旅行者に提供する便益を絞り込んだ上で、ベンチマー クとなる類似施設との比較によって、立ち寄り意向や支払額の意向の高低を調査する必要が あると考える。

また、実際の旅行者行動は、当日の立ち寄り候補地の認知率や、立ち寄り候補地のキャパシティ(受け入れ可能人数や駐車場台数)によっても影響を受けることが想定されるが、本調査ではスコープ外とした。

5. アンケート調査の結果

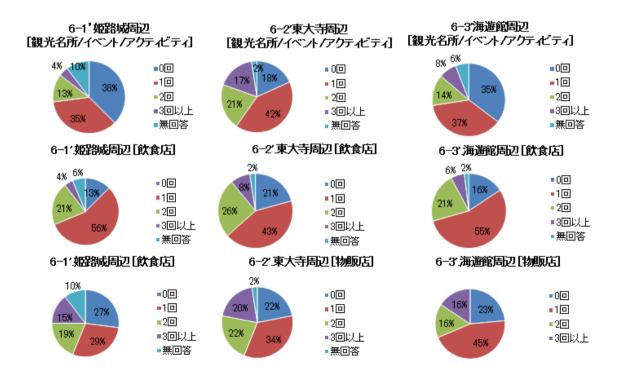
今回のアンケート結果から得られた発見事項について、以下3つに分けて記述する。

- 各主観光地の周辺立ち寄り回数
- 何も施策を行っていない状態でのベースの「ついで立ち寄り」意向の高さ
- どのような価値を提供することが「ついで立ち寄り」意向の増加に貢献するか

● 各主観光地の周辺立ち寄り回数

回答者が過去に各主観光地を訪問した際の立ち寄り回数については、図6の通りである。

(図 6. 各主観光地訪問時の立ち寄り回数の差/立ち寄り先別)



(図7. 旅程による立ち寄り回数の差)

	姫路城			東大寺			海遊館		
旅程と回答者数	非日帰り	日帰り	差分	非日帰り	日帰り	差分	非日帰り	日帰り	差分
平均訪問回数	17人	31人	ı	43人	39人	ı	10人	41人	-
観光名所/イベント/アクティビティ	0.93	0.75	0.18	1.52	1.21	0.31	0.88	0.93	-0.05
飲食店	1.33	1.10	0.23	1.27	1.18	0.09	0.90	1.25	-0.35
物販店	1.33	1.18	0.15	1.50	1.29	0.21	1.50	1.17	0.33

- 東大寺・姫路城については、「飲食店」「物販店」「他の観光施設/イベント/アクティビティ」のいずれについても「非日帰り客」のほうが「日帰り客」よりも平均立ち寄り回数が多かった。
- 一方、海遊館については「日帰り客」のほうが「非日帰り客」よりも「飲食店」 「他の観光施設/イベント/アクティビティ」への平均立ち寄り回数が高かった。

渡辺(2015)によれば「旅行者が観光目的地にでむく移動距離と観光目的地での支 払額との間には正の相関関係が見られる」という分析がなされている。本来ならば 海遊館においても、東大寺・姫路城同様に日帰り客(≒日帰り圏内に居住する訪問 客)の方が立ち寄り回数、つまりお財布を開く回数が少なくなりそうなものである が、異なる結果が得られた。

今回の調査において、海遊館において姫路城・東大寺とは異なる傾向がみられた 理由は2つあると考えられる。

まず1点目に、サンプル数が少なく、アンケート回答者に偏りがあること。先行研究には観光庁の「共通基準による観光入込客統計」(2012)が用いられているのに対し、本研究は SNS を通してのアンケート調査であり、サンプル数が 100 と遥かに少ない。

2点目には、非日帰り客にとって、大阪市内の他立ち寄り先の誘引力が強いことが 挙げられる。

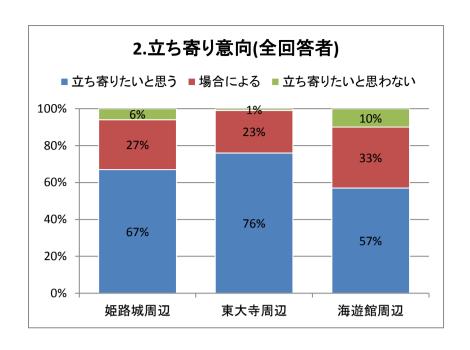
アンケートにおいては、「折角大阪に来たのだからミナミ(大阪市の難波駅周辺エリア)やキタ(梅田駅周辺)へ行きたい」という趣旨の意見が自由回答において複数得られた。非日帰り客は「大阪旅行」の一環として海遊館訪問を捉えているために、周遊行動が海遊館周辺で完結せず、彼らにとってより魅力の高いエリアに移動しているのではないかと推察する。

● 何も施策を行っていない状態でのベースの「ついで立ち寄り」意向の高さについて

- A.3 つの観光地の比較

「ついで立ち寄り」意向の高さを調べるにあたって、現地において「観光にかかる時間が短く、約1時間の自由時間ができた」場合を想像してもらい、周辺に飲食店、物販店、アクティビティやイベントなどがある場合、どれほど立ち寄りたいと思うかを尋ねた。また、「場合による」「立ち寄りたいと思わない」と回答した場合には、その理由を回答してもらった。本設問には、各主観光地の訪問経験がない者にも回答してもらった。

(図8.ベースの立ち寄り意向)



この結果、「立ち寄りたいと思う」との回答比率は東大寺(76%)、姫路城(67%)、海遊館(57%)の順に多かった。東大寺では「立ち寄りたいと思わない」との回答比率が1%と非常に低かったが、海遊館では10%に達した。この違いについて、次項において訪問者の属性別に切り分けて分析する。

- B. 訪問客の属性による立ち寄り意向の違いの分析

先ほどの立ち寄り意向の回答を、「訪問経験の有無」「日帰り/非日帰り」「居住地が関西/非関西」の3つの訪問者の属性別に切り分けた。

B-1. 訪問経験の有無

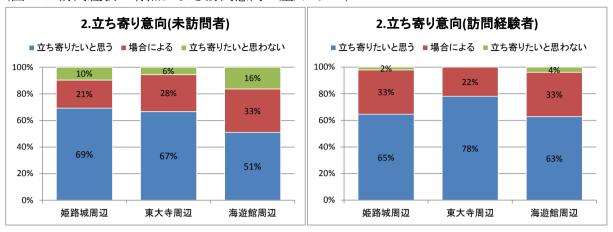
(図 9-1. 訪問経験の有無による訪問意向の差/チャート)

訪問経験の有無

D/1 In1 drz 40V AN ID 10V							
未訪問の方が立ち寄り意向	句が高くなるか?	姫路城周辺	姫路城周辺			海遊館周辺	
2'.訪問経験		%	#	%	#	%	#
	立ち寄りたいと思う	69%	36	67%	12	51%	25
未訪問	場合による	21%	11	28%	5	33%	16
	立ち寄りたいと思わない	10%	5	6%	1	16%	8
未訪問 集計		100%	52	100%	18	100%	49
		姫路城周辺		東大寺周辺		海遊館周辺	
2'.訪問経験		%	#	%	#	%	#
	立ち寄りたいと思う	65%	31	78%	64	63%	32
訪問経験あり	場合による	33%	16	22%	18	33%	17
	立ち寄りたいと思わない	2%	1			4%	2
訪問経験あり 集計		100%	48	100%	82	100%	51
					•		
		姫路城周辺		東大寺周辺		海遊館周辺	

		姫路城周辺		東大寺周辺		海遊館周辺	
2'.訪問経験		%	#	%	#	%	#
	立ち寄りたいと思う	5%	5	-11%	-52	-12%	-7
差分	場合による	-12%	-5	6%	-13	-1%	-1
	立ち寄りたいと思わない	8%	4	6%	1	12%	6
差分 集計		0%	4	0%	-64	0%	-2

(図 9-2. 訪問経験の有無による訪問意向の差/グラフ)



「訪問経験の有無」別に見ると、未訪問者のほうが「立ち寄りたいと思わない」と の回答比率が高い(≒立ち寄り意向が低い者が多い)ことがわかる。

東大寺については、全回答者に占める未訪問者の比率が 18%と姫路城 (52%) ・海 遊館 (49%) に比較して低い。よって、未訪問者比率の低さが東大寺周辺に対する 「立ち寄りたいと思わない」との回答比率の低さ (1%) につながっていると考えら れる。

(図 10. アンケート回答者の各主観光地への訪問経験)



なぜ未訪問者のほうが「立ち寄りたいと思わない」という回答が多いのか。その背景として、未訪問者の中にはそもそも旅行や街歩きに興味を示さない層が含まれていることが推測される。このような人々をターゲットに立ち寄り先の魅力をアピールしても効果は低いであろう。

東大寺、海遊館については、訪問経験者の方が未訪問者よりも「立ち寄りたいと思う」の回答比率が高かった。東大寺では未訪問者 67%に対し訪問経験者 78%、海遊館では未訪問者 51%に対し訪問経験者 63%となっている。この理由として、以前の訪問時に「ついで立ち寄り」への意向を高める何らかの経験があったものと考えられる。例えば、「主観光地に費やす時間が短かった」「周辺に魅力的な立ち寄り先があると認識した」などである。

この点、なぜ彼らの立ち寄り意向が高まったのかを追加調査で把握することができれば、訪問当日の立ち寄り率を高める仕組み作りや、立ち寄り阻害要因の排除、またはリピート訪問者に対する魅力的な立ち寄り先の提案などの施策によって立ち寄り回数の増加を図ることができるものと考える。

B-2. 日帰り/非日帰り

(図 11-1. 日帰り/非日帰りによる訪問意向の差/チャート)

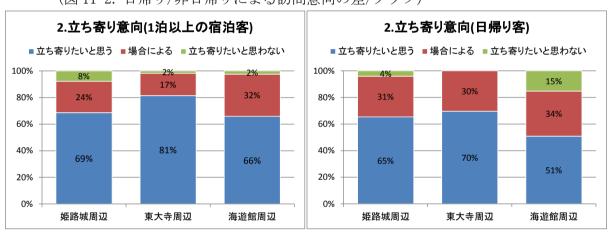
日帰り/非日帰り

非日帰りの方が立ち寄り意向	が高くなるか?	姫路城周辺		東大寺周辺		海遊館周辺	
3.訪問日程		%	#	%	#	%	#
	立ち寄りたいと思う	69%	35	81%	44	66%	27
1泊以上の旅行	場合による	24%	12	17%	9	32%	13
	立ち寄りたいと思わない	8%	4	2%	1	2%	1
1泊以上の旅行 集計		100%	51	100%	54	100%	41

		姫路城周辺		東大寺周辺		海遊館周辺	
3.訪問日程		%	#	%	#	%	#
	立ち寄りたいと思う	65%	32	70%	32	51%	30
日帰り旅行	場合による	31%	15	30%	14	34%	20
	立ち寄りたいと思わない	4%	2			15%	9
日帰り旅行 集計		100%	49	100%	46	100%	59

			姫路城周辺		東大寺周辺		海遊館周辺	
3.訪問日程			%	#	%	#	%	#
		立ち寄りたいと思う	3%	3	12%	12	15%	-3
差分	`	場合による	-7%	-3	-14%	-5	-2%	-7
		立ち寄りたいと思わない	4%	2	2%	1	-13%	-8
差分 集計			0%	2	0%	8	0%	-18

(図 11-2. 日帰り/非日帰りによる訪問意向の差/グラフ)



回答を「日帰り/非日帰り」別にみると、「立ち寄りたいと思う」との回答比率は、いずれの観光地においても1泊以上の宿泊客(非日帰り客)の方が高くなっている。

日帰り客よりも主観光地滞在に時間的余裕があること、また再来訪にかかるコスト (宿泊費)が高いことから、「せっかく来たならばいろいろな場所に立ち寄ろう」 という意向が働いているものと推察する。

B-3. 関西/非関西

(図 12-1. 関西/非関西による訪問意向の差/チャート)

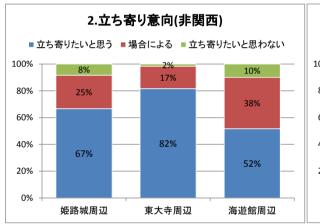
関西/非関西

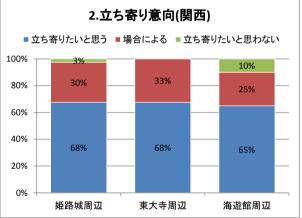
非関西の方が立ち寄り意向が高くなるか?		姫路城周辺 :		東大寺周辺		海遊館周辺	
1-3. 居住エリア		%	#	%	#	%	#
	立ち寄りたいと思う	67%	40	82%	49	52%	31
非関西	場合による	25%	15	17%	10	38%	23
	立ち寄りたいと思わない	8%	5	2%	1	10%	6
非関西 集計		100%	60	100%	60	100%	60

		姫路城周辺		東大寺周辺		海遊館周辺	
1-3. 居住エリア		%	#	%	#	%	#
	立ち寄りたいと思う	68%	27	68%	27	65%	26
関西	場合による	30%	12	33%	13	25%	10
	立ち寄りたいと思わない	3%	1			10%	4
関西 集計		100%	40	100%	40	100%	40

		姫路城周辺		東大寺周辺		海遊館周辺	
1-3. 居住エリア		%	#	%	#	%	#
	立ち寄りたいと思う	-1%	13	14%	22	-13%	5
差分	場合による	-5%	3	-16%	-3	13%	13
	立ち寄りたいと思わない	6%	4	2%	1	0%	2
差分 集計		0%	20	0%	20	0%	20

(図 12-2. 関西/非関西による訪問意向の差/グラフ)





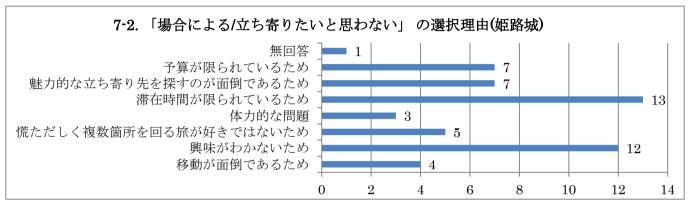
回答者の居住地を「関西/非関西」別にみると、3 つの施設で異なる傾向が出た。「立ち寄りたいと思う」との回答比率について、東大寺では非関西の回答者の方(82%)が関西(68%)よりも高い。一方で、姫路城ではほぼ同等(非関西 67%、関西 68%)。海遊館では東大寺とは逆に非関西の回答者の方(52%)が関西(65%)よりも低い。

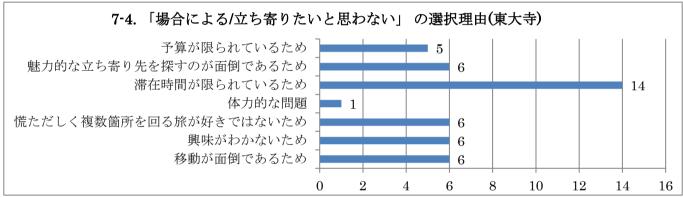
海遊館の結果については、「回答者が過去に各主観光地を訪問した際の立ち寄り 回数について」にて述べたように、非関西からの訪問者にとっては、大阪市内の他 立ち寄り先の誘引力が強いためにこのような結果が起きていると推察される。

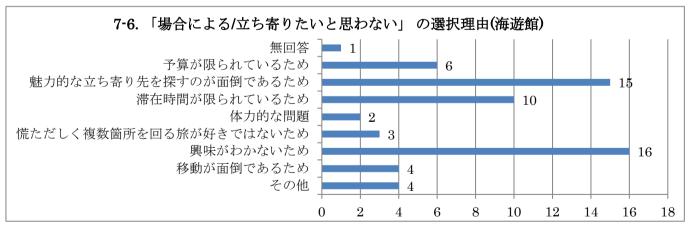
B-4. 立ち寄りを阻害する要因

「場合による」「立ち寄りたいと思わない」と回答した者に対しては、複数選択で その理由を回答してもらった。以下、3 主観光地別の回答グラフを掲載する。

(図 13. 主観光地別の「場合による」「立ち寄りたいと思わない」の選択理由)







東大寺においては「滞在時間が限られているため」という理由が14票ともっとも多かった。この立ち寄り阻害要因を解決するためには、以下のような案が考えられる。例えば、短時間滞在でも立ち寄れるような、提供・体験時間の短い立ち寄り先(例えば、持ち帰り用のコーヒーやホットワインなどを提供するドリンクスタンドやフードカートなど)や、移動距離が短い場所に立ち寄り先を配置する、次の目的地への途中

(駅やバス停、他観光スポットの周辺) に立ち寄り先を配置する、といった方法である。

姫路城においては、「滞在時間が限られているため」(13 票)に続き「興味がわかないため」(12 票)が理由として挙げられている。これについては、実際の訪問者のニーズを調査し、彼らのニーズに合致する立ち寄り先が現在ないのか、それとも合致する立ち寄り先があるにもかかわらず、訪問者に認知されていないのか、を把握して対策を行うことで、立ち寄り回数の向上を図ることができると考える。

海遊館においては、「興味がわかないため」(16 票)に続き「魅力的な立ち寄り先を探すのが困難であるため」(15 票)が理由として挙げられた。後者は海遊館の立地に起因するものと考えられる。海遊館の周辺はもともと埋立地であり、隣接地域とは川で隔てられているため、徒歩で周遊可能な範囲が狭い。海遊館を含む商業施設「天保山ハーバービレッジ」内のフードコートを除くと、立ち寄り可能な商店や飲食店はごく限られている。近年は駅の反対区画「赤レンガ倉庫」にカフェやクラシックカーの博物館もオープンしたが、海遊館を訪れる訪問客に「立ち寄り先」として認知されていない、あるいは海遊館を訪れる訪問客とターゲット客層が異なるために、彼らへの誘引力が低い可能性がある。

● どのような価値を提供することが「ついで立ち寄り」意向の増加に貢献するか

本設問においては、「8.各スポット周辺に、以下のように紹介された『飲食店/物販店/イベント/体験』等がある場合、あなたはどれほど訪問意欲を感じますか。」という質問を行い、訪問客がどれほど「立ち寄りたい」と感じるかを調べた。

具体的な施設を指定していないため、抽象的なイメージで回答がなされていることに 留意されたい。

各紹介文はマギッズ、ゾーファス、リーモン (2015) の「消費行動への影響度の高い 感情誘引」より導出したものである。

各選択肢について、「全く立ち寄りたいと思わない」を最低の1、「とても立ち寄りたいと思う」を最高の5として点数換算し、立ち寄り意向のスコアとして計算した。

各主観光地でもっとも高いスコアとなったのは、それぞれ以下の紹介文である。

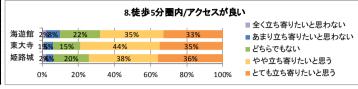
- ➤ 姫路城では「友人知人から高評価を得ている」(4.27)
- ➤ 東大寺では「地元ならではの/ここにしかない」(4.22)
- ➤ 海遊館では「同行者を喜ばせられる」 (4.07)

「地元ならではの/ここにしかない」は姫路城(4.15)、東大寺(4.22)ともに高いスコアとなった。これは、訪問者の非日帰り率(姫路城51%、東大寺54%)が海遊館(41%)よりも高く、県外など遠方からの訪問者比率が多いことが背景にあると推察される。

(図 14. 紹介文による訪問意向スコアの多寡(1/2))

8.各スポット周辺に、以下のように紹介された「飲食店/物販店/イベント/体験」等がある場合、あなたはどれほど訪問意欲を感じますか。 この設問は、訪問されたことがない方も想像でご回答ください。

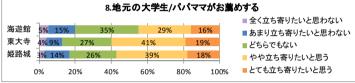
徒歩5分園内/アクセスが良い 姫路城 東大寺 海遊館 全く立ち寄りたいと思わない 2% 1% 2% あまり立ち寄りたいと思わない 4% 5% 8% どちらでもない 20% 15% 22% やや立ち寄りたいと思う 38% 44% 35% とても立ち寄りたいと思う 36% 35% 33% 総計 100% 100% 100% Average Score 4.02 4.07 3.89 姫路城 東大寺 海遊館 立ち寄りたいと思わない 3% 2% 3% あまり立ち寄りたいと思わない 2% 5% 7%







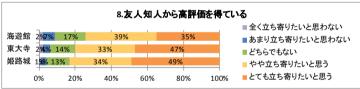
地元の大学生/パパママがお薦めする	姫路城	東大寺	海遊館
全く立ち寄りたいと思わない	3%	4%	5%
あまり立ち寄りたいと思わない	14%	9%	15%
どちらでもない	26%	27%	35%
やや立ち寄りたいと思う	39%	41%	29%
とても立ち寄りたいと思う	18%	19%	16%
総計	100%	100%	100%
Average Score	3.55	3.62	3.36



		海遊館
4%	1%	2%
8%	6%	13%
24%	19%	23%
34%	44%	40%
30%	30%	22%
100%	100%	100%
3.78	3.96	3.67
	8% 24% 34% 30% 100%	8% 6% 24% 19% 34% 44% 30% 30% 100% 100%



友人知人から高評価を得ている	姫路城	東大寺	海遊館
全く立ち寄りたいと思わない	1%	2%	2%
あまり立ち寄りたいと思わない	3%	4%	7%
どちらでもない	13%	14%	17%
やや立ち寄りたいと思う	34%	33%	39%
とても立ち寄りたいと思う	49%	47%	35%
総計	100%	100%	100%
Average Score	4.27	4.19	3.98



割引クーポンがある	姫路城	東大寺	海遊館
全く立ち寄りたいと思わない	8%	8%	8%
あまり立ち寄りたいと思わない	10%	18%	11%
どちらでもない	45%	43%	40%
やや立ち寄りたいと思う	27%	19%	27%
とても立ち寄りたいと思う	10%	12%	14%
総計	100%	100%	100%
Average Score	3.21	3.09	3.28



ゆったり時間を過ごせ、リフレッシュできる	姫路城	東大寺	海遊館
全く立ち寄りたいと思わない	4%	4%	5%
あまり立ち寄りたいと思わない	4%	9%	12%
どちらでもない	25%	22%	22%
やや立ち寄りたいと思う	41%	37%	35%
とても立ち寄りたいと思う	26%	28%	26%
総計	100%	100%	100%
Average Score	3.81	3.76	3.65



思い出に残る	姫路城	東大寺	海遊館
全く立ち寄りたいと思わない	2%	2%	3%
あまり立ち寄りたいと思わない	2%	4%	10%
どちらでもない	12%	12%	10%
やや立ち寄りたいと思う	38%	35%	44%
とても立ち寄りたいと思う	46%	47%	33%
総計	100%	100%	100%
Average Score	4.24	4.21	3.94

				8.思	い出に残	1 8	
海遊館東大寺	-		44% 35%		33% 47%		■ 全く立ち寄りたいと思わない■ あまり立ち寄りたいと思わない■ どちらでもない
姫路城	2 <mark>2%12</mark> 0%	20%	40%	60%	80%	100%	やや立ち寄りたいと思うとても立ち寄りたいと思う

上質な/高級感のある	姫路城	東大寺	海遊館
全く立ち寄りたいと思わない	7%	8%	8%
あまり立ち寄りたいと思わない	11%	16%	20%
どちらでもない	39%	32%	31%
やや立ち寄りたいと思う	25%	24%	24%
とても立ち寄りたいと思う	18%	20%	17%
総計	100%	100%	100%
Average Score	3.36	3.32	3.22



(図 14. 紹介文による訪問意向スコアの多寡(2/2))

地元ならではの/ここにしかない	姫路城	東大寺	海遊館				. 44	九ならで	I+M /= =	1-1 45+	₩ \
全く立ち寄りたいと思わない	2%	1%	2%	!			о.д	こいみりじ	1447/ ニヒ	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	=
あまり立ち寄りたいと思わない	4%	5%	12%	海遊館	2%12%	2.40		270/	250/		■ 全く立ち寄りたいと思わない
どちらでもない	12%		24%	11	-	24%		37%	25%	•	■ あまり立ち寄りたいと思わない
やや立ち寄りたいと思う	41%	37%	37%	4	1 <mark>%%</mark> 11%		37%		46%		■ どちらでもない
とても立ち寄りたいと思う	41%	46%	25%	姫路城	2 <mark>%%</mark> 12%	6	41%		41%		やや立ち寄りたいと思う
総計	100%	100%	100%		0%	20%	40%	60%	80%	100%	■とても立ち寄りたいと思う
Average Score	4.15	4.22	3.71	ļ`	076	2070	4070	0078	0070	100%	
スリルや冒険気分を味わえる/非日常的な体験	が 据数域	東大寺	海遊館	1							
<u>、ソルド目はエカを味わたる/ 非日市的な件を</u> 全く立ち寄りたいと思わない	3%	5%	7%	i		8.ス!	ノルや冒険	気分を味	わえる/非	日常的	な体験がで き る
あまり立ち寄りたいと思わない	15%	23%	12%	†	7						■ 全く立ち寄りたいと思わない
どちらでもない	31%	27%	24%	海遊館	7% 129	% 2	4%	38%	19	1%	■あまり立ち寄りたいと思わない
やや立ち寄りたいと思う	35%	26%	38%	東大寺	5% 2	3%	27%	26%	19	1%	■どちらでもない
とても立ち寄りたいと思う	16%	19%	19%	姫路城	3% 15%		31%	35%	1	6%	■ やや立ち寄りたいと思う
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	100%	100%	100%								
Average Score	3.46	3.31	3.50	[0%	20%	40%	60%	80%	100%	■とても立ち寄りたいと思う
としい光景が楽しめる	姫路城	東大寺	海遊館					8.美しい	火星水	こみる	
とく立ち寄りたいと思わない	2%	2%	6%					0.天しい	ル泉が未	こしなりる	A / -
5まり立ち寄りたいと思わない	4%	3%	7%	海遊館	6% 7%	19%	35	0/_	33%		■全く立ち寄りたいと思わない
: ちらでもない	11%	13%	19%	11	_			70			■ あまり立ち寄りたいと思わなし
や立ち寄りたいと思う	41%	42%	35%	4	2 % 13%		42%		40%		■ どちらでもない
: ても立ち寄りたいと思う	42%	40%	33%	姫路城	2 11%		41%		42%		やや立ち寄りたいと思う
総計 Warrang Spers	100%	100%	100%	,	0%	20%	40%	60%	80%	100%	■とても立ち寄りたいと思う
verage Score	4.17	4.15	3.82	l`		2070	4070	0070	0070	100/0	
『真映えする/ユニークな写真を撮影できる	姫路城	東大寺	海遊館								
とく立ち寄りたいと思わない	3%	2%	лд <u>ил</u> да 6%				8.写真映:	えする/ユ	ニークなユ	了真を撮	影できる
うまり立ち寄りたいと思わない	9%	10%	12%		_						■ 全く立ち寄りたいと思わない
さちらでもない	26%	24%	25%	海遊館	6% 12%	25	%	30%	27%		■あまり立ち寄りたいと思わなし
やや立ち寄りたいと思う	33%	29%	30%	東大寺	2%10%	24%	29	%	35%		どちらでもない
ても立ち寄りたいと思う	29%	35%	27%		3%9%	26%		33%	29%		
8計	100%	100%	100%	УДДДОУЖ .	3/03/0	2070		3370	2376		■やや立ち寄りたいと思う
verage Score	3.76			0)%	20%	40%	60%	80%	100%	■とても立ち寄りたいと思う
-	•			1							
美しくなれる	姫路城	東大寺	海遊館]				o 🛎	しくなれ	z	
≧く立ち寄りたいと思わない	13%	17%	18%	ļ				0.7	CVAID	o	- ヘノナと 実出を いし思わない
あまり立ち寄りたいと思わない	23%	25%	26%	海遊館	18%	2	6%	32%	13%	110/	■全く立ち寄りたいと思わない
<u> </u>	34%	32%	32%	II.	-						■ あまり立ち寄りたいと思わない
やや立ち寄りたいと思う	21%	14%	13%	東大寺	17%	25		32%		L2%	■ どちらでもない
とても立ち寄りたいと思う	9%	12%	11%	姫路城	13%	23%	3	4%	21%	9%	やや立ち寄りたいと思う
総計		100%	100%								
	100%			,	7%	20%	40%	60%	80%	100%	■とても立ち寄りたいと思う
	2.90			(0%	20%	40%	60%	80%	100%	
verage Score	2.90	2.79	2.73		0%	20%					■とても立ち寄りたいと思う
verage Score fしい感性/知識を得られる	2.90 姫路城	2.79	2.73		0%	20%		60% 新しい感			■とても立ち寄りたいと思う
verage Score 「しい感性/知識を得られる ≧く立ち寄りたいと思わない	2.90 姫路城 2%	東大寺 2%	2.73 海遊館 5%		0%	20%					■とても立ち寄りたいと思う
verage Score FLい感性/知識を得られる ≥く立ち寄りたいと思わない 5まり立ち寄りたいと思わない	2.90 姫路城 2% 5%	2.79	2.73 海遊館 5% 11%	海遊館	5% 11%		8.			得られる	■ とても立ち寄りたいと思う る ■ 全く立ち寄りたいと思わない
verage Score fiしい感性/知識を得られる eく立ち寄りたいと思わない 5まり立ち寄りたいと思わない ざちらでもない	2.90 姫路城 2%	2.79 東大寺 2% 7%	2.73 海遊館 5%	海遊館	5% 11%		8.	新しい感	生/知識を	得られる	■ とても立ち寄りたいと思う る ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない
Nerage Score FLい感性/知識を得られる さく立ち寄りたいと思わない うまり立ち寄りたいと思わない ざちらでもない や心立ち寄りたいと思う	姓路城 2% 5% 26%	東大寺 2% 7% 19%	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33%	海遊館東大寺	5% 11% 2 % 7%	26 19%	8. %	新しい感(生/知識を25%31%	得られる	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない
Nerage Score FLい感性/知識を得られる 全く立ち寄りたいと思わない ちまり立ち寄りたいと思わない ざららでもない やや立ち寄りたいと思う こても立ち寄りたいと思う	姓路城 2% 5% 26% 39%	東大寺 2% 7% 19% 41%	2.73 海遊館 5% 11% 26%	海遊館東大寺	5% 11% 2 % 7%	26	8. %	新しい感	生/知識を	得られる	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う
verage Score FLい感性/知識を得られる Eく立ち寄りたいと思わない 5まり立ち寄りたいと思わない でもない や立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う	姫路城 2% 5% 26% 39% 28%	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100%	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100%	海遊館東大寺姫路城	5% 11% 2%7% :	26 19%	8. %	新しい感(生/知識を25%31%	得られる	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない
verage Score FLい感性/知識を得られる Eく立ち寄りたいと思わない 5まり立ち寄りたいと思わない でもない や立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う	姫路城 2% 5% 26% 39% 28% 100%	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100%	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100%	海遊館東大寺姫路城	5% 11% 2%7% :	26 19% 26%	8. 419	新しい感 33% 6 9%	生/知識を 25% 31% 28%	得られる	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う
verage Score fLい感性/知識を得られる とく立ち寄りたいと思わない ちまり立ち寄りたいと思わない だちらでもない やや立ち寄りたいと思う こても立ち寄りたいと思う 計 verage Score	2.90 姫路城 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100% 3.92	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62	海遊館東大寺姫路城	5% 11% 2%7% :	26 19% 26%	8. 419 3 40%	新しい感 33% 6 9%	生/知識を 25% 31% 28% 80%	100%	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う
Nerage Score FLい感性/知識を得られる 全く立ち寄りたいと思わない ちまり立ち寄りたいと思わない ごちらでもない つや立ち寄りたいと思う こでも立ち寄りたいと思う 計 werage Score 建成感/充実感を味わえる 全く立ち寄りたいと思わない	2.90 姫路城 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100% 3.92 東大寺	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館	海遊館東大寺姫路城	5% 11% 2%7% :	26 19% 26%	8. 419 3 40%	新しい感 33% 6 9%	生/知識を 25% 31% 28% 80%	100%	■とても立ち寄りたいと思う ■全く立ち寄りたいと思わない ■あまり立ち寄りたいと思わない ■どちらでもない ■やや立ち寄りたいと思う ■とても立ち寄りたいと思う
verage Score FLい感性/知識を得られる とく立ち寄りたいと思わない おまり立ち寄りたいと思わない だちらでもない やや立ち寄りたいと思う さても立ち寄りたいと思う 計 verage Score L成態/充実感を味わえる とく立ち寄りたいと思わない おまり立ち寄りたいと思わない	2.90 姫路城 2% 5% 26% 39% 100% 3.86	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100% 3.92 東大寺 4% 9%	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12%	海遊館東大寺姫路城	5% 11% 2%7% 2%%	26% 20%	8. 41%	新しい感(33% 60% 60%	生/知識を 25% 31% 28% 80% 充実感を	100%	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う
Nerage Score FLU®性/知識を得られる 全く立ち寄りたいと思わない おまり立ち寄りたいと思わない さちらでもない いや立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う を計 verage Score 建成態/充実感を味わえる さく立ち寄りたいと思わない おまり立ち寄りたいと思わない	2.90 姬路城 2% 5% 26% 39% 100% 3.86 姬路城 5% 5% 27%	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100% 3.92 東大寺 4% 9% 30%	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29%	海遊館東大寺姫路城	5% 11% 2%7% 2%% 0%	26% 26% 20%	8. 419 3 40%	新しい感性 33% 6 9% 60%	生/知識を 25% 31% 28% 80% 充実感を	100% 味わえる	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない
Nerage Score TLい感性/知識を得られる さく立ち寄りたいと思わない ちまり立ち寄りたいと思わない さらでもない やや立ち寄りたいと思う さまり立ち寄りたいと思う を計 Nerage Score 建成態/充実感を味わえる とく立ち寄りたいと思わない さちらでもない やや立ち寄りたいと思わない もおもかられる もいっち寄りたいと思わない もおもかられる もいっち寄りたいと思わない もおもから	2.90 姫路城 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86 妊路城 5% 27% 444%	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100% 3.92 東大寺 4% 9% 30% 36%	2.73 海遊館 5% 111% 26% 333% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 29% 29% 35%	海遊館東大寺一姫路城	5% 11% 2%7% 2%5% 2%5% 0%	26% 26% 20%	8. 419 3 40%	新しい感 33% 6 99% 60% .達成感/3 35% 36%	25% 31% 28% 80% 充実感を 19	100% 味わえる %	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない
werage Score fしい感性/知識を得られる e く立ち寄りたいと思わない f まり立ち寄りたいと思わない f ちらでもない f かつ立ち寄りたいと思う c ても立ち寄りたいと思う e i i i i i i i i i i i i i i i i i i	2.90 姫路城 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86 姫路城 5% 5% 44% 19%	東大寺 東大寺 2% 7% 7% 19% 41% 100% 3.92 東大寺 4% 9% 30% 36% 21% 21%	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29% 35%	海遊館東大寺姫路城	5% 11% 2%7% 2%% 0%	26% 26% 20%	8. 419 3 40%	新しい感性 33% 6 9% 60%	生/知識を 25% 31% 28% 80% 充実感を	100% 味わえる %	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない
werage Score FLい感性/知識を得られる 全く立ち寄りたいと思わない おまり立ち寄りたいと思わない さちらでもない されるできない されるでもない でも立ち寄りたいと思う 計 werage Score ■成態/充実感を味わえる 全く立ち寄りたいと思わない ちまり立ち寄りたいと思わない ちまり立ち寄りたいと思わない こちらでもない や立ち寄りたいと思う こても立ち寄りたいと思う こても立ち寄りたいと思う	2.90 妊路城 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86 妊路城 妊路城	東大寺 2% 7% 19% 41% 100% 3.92 東大寺 4% 9% 30% 36% 21% 100%	2.73 海遊館 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29% 35% 19%	海遊館東路城海遊大路城海東路城場	5% 11% 2%% 2%% 2%% 5% 12% 4% 9% 5%5%	26% 26% 20%	8. 419 3 40%	新しい感 33% 6 99% 60% .達成感/3 35% 36%	25% 31% 28% 80% 充実感を 19	100% 味わえる %	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない
verage Score Lい感性/知識を得られる くく立ち寄りたいと思わない まり立ち寄りたいと思わない さらでもない や立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う 記計 verage Score R成感/充実感を味わえる くく立ち寄りたいと思わない きり立ち寄りたいと思わない さっても立ち寄りたいと思わない でも立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う	2.90 姫路城 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86 姫路城 5% 5% 44% 19%	東大寺	2.73 海遊館 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29% 35% 19%	海遊館東路城海遊大路城海東路城場	5% 11% 2%% 2%% 2%% 5% 12% 4% 9% 5%5%	26% 20% 20%	8. 419 3 40%	新しい感 60% 60% .達成感/ 3 35% 36% 44%	生/知識を 25% 31% 28% 80% *** *** *** *** *** *** *** *** *** *	100% 味わえる % %	■とても立ち寄りたいと思う ■全く立ち寄りたいと思わない ■あまり立ち寄りたいと思わない ■だちらでもない ■やや立ち寄りたいと思う ■とても立ち寄りたいと思う ■全く立ち寄りたいと思わない ■あまり立ち寄りたいと思わない ■がさらでもない ■が立ち寄りたいと思わない
verage Score FLUN感性/知識を得られる さく立ち寄りたいと思わない うまり立ち寄りたいと思わない さちらでもない いや立ち寄りたいと思う ごても立ち寄りたいと思う 記計 verage Score 建成感/充実感を味わえる さく立ち寄りたいと思わない うちり立ち寄りたいと思わない こちらでもない いか立ち寄りたいと思わない こちらでもない いや立ち寄りたいと思う ごても立ち寄りたいと思う さい	2.90 姫路城 2% 5% 26% 39% 100% 3.86 姫路城 5% 27% 44% 19% 100% 3.67	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100% 3.92 東大寺 4% 9% 30% 36% 21% 100% 3.61	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29% 35% 19% 100% 3.51	海遊館東路城海遊大路城海東路城場	5% 11% 2%% 2%% 2%% 5% 12% 4% 9% 5%5%	26% 20% 20%	8. 419 3 40%	新しい感 60% 60% .達成感/ 3 35% 36% 44%	生/知識を 25% 31% 28% 80% *** *** *** *** *** *** *** *** *** *	100% 味わえる % %	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ がちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思わなし
Nerage Score FLい感性/知識を得られる E く立ち寄りたいと思わない 5まり立ち寄りたいと思わない 5ちらでもない 5や立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う E	2.90 姫路城 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86 姫路城 5% 5% 44% 19% 100% 3.67	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100% 3.92 東大寺 4% 9% 30% 36% 21% 100% 3.61	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 12% 29% 35% 19% 100% 3.51	海遊館東路城海遊大路城海東路城場	5% 11% 2%% 2%% 2%% 5% 12% 4% 9% 5%5%	26% 20% 20%	8. 419 3 40%	新しい感 33% 6 9% 60% :達成感/ 35% 36% 44% 60%	生/知識を 25% 31% 28% 80% *** *** *** *** *** *** *** *** *** *	100% 味わえる % %	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ がちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思わなし
Nerage Score FLい感性/知識を得られる 全く立ち寄りたいと思わない おまり立ち寄りたいと思わない さわ立ち寄りたいと思う されている をく立ち寄りたいと思う を対した実態を味わえる をく立ち寄りたいと思わない たまり立ち寄りたいと思わない たまり立ち寄りたいと思わない たまり立ち寄りたいと思わない さちらでもない さや立ち寄りたいと思う さればいる をく立ち寄りたいと思う さればいる さればいる さればいる さればいる さればいる こればいる こればいる こればいる こればいる こればいる これ	2.90 妊路域 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86 妊路域 妊路域 100% 3.67 妊路域	東大寺	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29% 35% 19% 100% 3.51 海遊館	海遊館東路城海遊大路城海東路城場	5% 11% 2%% 2%% 2%% 5% 12% 4% 9% 5%5%	26% 20% 20%	8. 419 3 40%	新しい感 33% 6 9% 60% :達成感/ 35% 36% 44% 60%	生/知識を 25% 31% 28% 80% 充実感を 19 215 19 80%	100% 味わえる % %	■とても立ち寄りたいと思う ■全く立ち寄りたいと思わない ■あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ がきらでもない ■ できらでもない ■ できらでもない ■ できらでもない ■ できらでもない
Nerage Score FLU感性/知識を得られる 全く立ち寄りたいと思わない おまり立ち寄りたいと思わない さちらでもない さわ立ち寄りたいと思う を計 Nerage Score は成態/充実態を味わえる をく立ち寄りたいと思わない ちまり立ち寄りたいと思わない ちまり立ち寄りたいと思わない ちまり立ち寄りたいと思わない さちらでもない さや立ち寄りたいと思う を計 Nerage Score こコレンドリーな をく立ち寄りたいと思わない ままり立ち寄りたいと思う を計 Nerage Score	2.90 妊路城 2% 5% 26% 39% 100% 3.86 妊路城 妊路城 5% 5% 44% 119% 1100% 3.67	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100% 3.92 東大寺 4% 9% 30% 36% 21% 100% 3.61	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 19% 35% 19% 35% 100% 3.51 海遊館	海遊館東路城海遊大路城海東路城場	5% 11% 2%% 2%% 2%% 5% 12% 4% 9% 5%5%	26% 220% 20%	8. 41% 40% 8 8 40%	新しい感 33% 6 9% 60% :達成感/ 35% 36% 44% 60%	生/知識を 25% 31% 28% 80% 充実感を 19 215 19 80%	100% 100% 味わえる % %	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ だちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う
Nerage Score FLい感性/知識を得られる 全く立ち寄りたいと思わない あまり立ち寄りたいと思わない さちらでもない さや立ち寄りたいと思う でまったのと思う でも立ち寄りたいと思う を計 Merage Score を成感/充実感を味わえる さく立ち寄りたいと思わない あまり立ち寄りたいと思わない さちらでもない さや立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う でも立ち寄りたいと思う でもない こちらでもない こちらでもない こちらでもない こちらでもない こちらでもない こちらでもない こちらでもない こさらでもない こさらでもない こさらでもない こさらでもない ここフレンドリーな ここフレンドリーな ここうとと思わない こちらでもない	2.90 姫路城 2% 5% 26% 39% 100% 3.86 姫路城 5% 27% 44% 100% 3.67 姫路城 119% 46%	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100% 3.92 東大寺 4% 9% 30% 36% 21% 100% 3.61 東大寺 12% 48%	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29% 35% 100% 3.51 海遊館 13% 41%	海遊館東大寺 姫路城 東大寺 姫路城 東大寺 姫路城 東大寺 姫路城 「	5% 11% 2%7% 2%5% 2%5% 0% 5% 12% 4% 9% 5%5%	26% 226% 20% 27% 20%	8. 41% 41% 40% 8	新しい感 60% 60% - 達成感/ 35% 36% 44% 60%	生/知識を 25% 31% 28% 80% た実感を 19 215 19 80%	100% 100% 味わえる % % 100%	■とても立ち寄りたいと思う ■全く立ち寄りたいと思わない あまり立ち寄りたいと思わない ● どちらでもない ● やや立ち寄りたいと思う ■全く立ち寄りたいと思う ■全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■とても立ち寄りたいと思う ■全く立ち寄りたいと思う
Nerage Score FLい感性/知識を得られる E く立ち寄りたいと思わない 5まり立ち寄りたいと思わない 5ちらでもない 6や立ち寄りたいと思う E でも立ち寄りたいと思う E でも立ち寄りたいと思わない 5ちらでもない C でも立ち寄りたいと思わない C でも立ち寄りたいと思わない C でも立ち寄りたいと思わない C でも立ち寄りたいと思う E でも立ち寄りたいと思わない C でも立ち寄りたいと思わない C でも立ち寄りたいと思う C でも立ち寄りたいと思う E でも立ち寄りたいと思う C でも立ち寄りたいと思う C でも立ち寄りたいと思う C でも立ち寄りたいと思わない C でも立ち寄りたいと思わない C でもない	2.90 姓路城 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86 佐路城 19% 44% 19% 45% 13% 14% 19% 46%	東大寺	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29% 35% 19% 35% 19% 3.51 海遊館 13% 41% 41% 19%	海遊館寺城區東路城區東大城區東路路城區	5% 11% 2%7% 2%5% 2%5% 0% 5% 12% 5%5% 0%	26% 226% 20% 27% 20%	8. 41% 41% 40% 8	新しい感 60% 60% 60% .達成感/: 35% 36% 44% 60%	生/知識を 25% 31% 28% 80% た実感を 19 215 19 80%	100% 味わえる % % 100%	■とても立ち寄りたいと思う ■全く立ち寄りたいと思わない あまり立ち寄りたいと思わない やや立ち寄りたいと思う ■全く立ち寄りたいと思う ●全く立ち寄りたいと思わない あまり立ち寄りたいと思わない ● だちらでもない やや立ち寄りたいと思う ■とても立ち寄りたいと思う ■とても立ち寄りたいと思わない ● だちらでもない ○ でもない ○ でもない
Notarage Score Titusを (大知識を得られる 全く立ち寄りたいと思わない おまり立ち寄りたいと思わない さや立ち寄りたいと思う とても立ち寄りたいと思う を計 Notarage Score 全成感/充実感を味わえる 全く立ち寄りたいと思わない さちらでもない さや立ち寄りたいと思わない さちらでもない さや立ち寄りたいと思う と (立ち寄りたいと思う と (立ち寄りたいと思う と (立ち寄りたいと思う と (立ち寄りたいと思う と (立ち寄りたいと思う と (立ち寄りたいと思う と (立ち寄りたいと思わない こまり立ち寄りたいと思わない こまり立ち寄りたいと思わない こまり立ち寄りたいと思わない こまり立ち寄りたいと思う こても立ち寄りたいと思う	2.90 姓路城 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86 妊路城 佐路城 100% 3.67 妊路城 19% 44% 19% 46% 17% 46% 17% 56%	東大寺	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29% 35% 19% 100% 3.51 海遊館 13% 41% 41% 19% 6%	海遊館東大寺 姫路城 東大寺 姫路城 東大寺 姫路城 東大寺 姫路城 「	5% 11% 2%7% 2%5% 2%5% 0% 5% 12% 4% 9% 5%5%	26% 226% 20% 27% 20%	8. 41% 41% 40% 8	新しい感 60% 60% - 達成感/ 35% 36% 44% 60%	生/知識を 25% 31% 28% 80% た実感を 19 215 19 80%	100% 味わえる % % 100%	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ とでも立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ がっ立ち寄りたいと思わない ■ がったいと思わない ■ がったいと思わない ■ がったいと思わない ■ がったいと思わない ■ がったいと思わない
Norrage Score Norr	2.90 妊路域 2% 5% 26% 39% 100% 3.86 妊路域 妊路域 妊路域 妊路域 妊路域 100% 3.67	東大寺	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29% 35% 100% 3.51 海遊館 13% 41% 41% 41% 6% 6% 100%	海遊館寺城海東路湖海東路路市城湖海東路路市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市	5% 11% 2%7% 2%5% 2%5% 0% 5% 12% 5%5% 0%	26% 226% 20% 27% 20%	8. 41% 41% 40% 8	新しい感 60% 60% 60% .達成感/: 35% 36% 44% 60%	生/知識を 25% 31% 28% 80% た実感を 19 215 19 80%	100% 味わえる % % 100%	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ● やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない
Average Score MLIV感性/知識を得られる 全く立ち寄りたいと思わない あまり立ち寄りたいと思わない どちらでもない やや立ち寄りたいと思う を計 Average Score 建成感/充実感を味わえる 全く立ち寄りたいと思わない じちらでもない やや立ち寄りたいと思わない じちらでもない やや立ち寄りたいと思う を計 Average Score エコレンドリーな 全く立ち寄りたいと思わない しちょうない と思う を計 Average Score	2.90 姓路城 2% 5% 26% 39% 28% 100% 3.86 妊路城 佐路城 100% 3.67 妊路城 19% 44% 19% 46% 17% 46% 17% 56%	東大寺	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 12% 29% 35% 100% 3.51 海遊館 13% 41% 41% 41% 6% 6% 100%	海遊館寺城海東路湖海東路路市城湖海東路路市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市城湖市市	5% 11% 2%7% 2%5% 2%5% 5% 12% 5%5% 5%5% 13% 13%	26% 220% 220% 27% 21% 21%	8. 41% 3 40% 8 8 40%	新しい感 60% 60% 60% 35% 36% 44% 60% 8.エコ:	生/知識を 25% 31% 28% 80% 充実感を 19 215 19 80%	100% 味わえる % % 100% 一な 6% 8% 5%	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ だちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ かまり立ち寄りたいと思わない ■ かまり立ち寄りたいと思わない ■ がちらでもない
Average Score 新しい感性/知識を得られる 全く立ち寄りたいと思わない あまり立ち寄りたいと思わない どちらでもない やや立ち寄りたいと思う とても立ち寄りたいと思う 総計 Average Score 建成感/充実感を味わえる 全く立ち寄りたいと思わない どちらでもない やや立ち寄りたいと思わない どちらでもない やや立ち寄りたいと思う とても立ち寄りたいと思う とても立ち寄りたいと思う ところでもない やか立ち寄りたいと思う ところでもない ないち寄りたいと思う ところでもない ところでもない を全く立ち寄りたいと思わない あまり立ち寄りたいと思わない ところでもない ところでもころ ところ ところでもころ	2.90 妊路域 2% 5% 26% 39% 100% 3.86 妊路域 妊路域 妊路域 妊路域 妊路域 100% 3.67	東大寺 2% 7% 19% 41% 31% 100% 3.92 東大寺 4% 9% 30% 36% 21% 100% 3.61 東大寺 12% 18% 46% 16% 8% 100% 2.90	2.73 海遊館 5% 11% 26% 33% 25% 100% 3.62 海遊館 5% 10% 3.62 5% 10% 3.54 19% 3.55 10% 3.51 海遊館 13% 21% 41% 41% 19% 6% 100% 2.84	海遊館寺城海東路路城海東路路城衛寺城海東路路城	5% 11% 2%7% 2%5% 2%5% 5% 12% 5%5% 5%5% 13% 13%	26% 220% 220% 27% 21% 21%	8. 41% 3 40% 8 8 40%	新しい感 60% 60% 60% 35% 36% 44% 60% 8.エコ:	生/知識を 25% 31% 28% 80% 充実感を 19 215 19 80%	100% 味わえる % % 100% 一な 6% 8% 5%	■ とても立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ どちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ 全く立ち寄りたいと思わない ■ あまり立ち寄りたいと思わない ■ だちらでもない ■ やや立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思う ■ とても立ち寄りたいと思わない ■ が立ち寄りたいと思わない ■ が立ち寄りたいと思わない ■ が立ち寄りたいと思わない ■ が立ち寄りたいと思わない ■ が立ち寄りたいと思わない

「友人知人から高評価を得ている」「観光客から高評価を得ている」「地元の大学生/パパママがお薦めする」の3つの紹介文については、姫路城・東大寺・海遊館全てで「友人知人」>「観光客」>「地元」の順でスコアが高かった。ローカル住民のコメントや観光客の口コミよりも、より信頼できる知己の推奨のほうがスコアに貢献することがわかった。

海遊館については、訪問者の同行者構成に影響を受けたものと考えられる。本アンケートにおいて、訪問経験者/未経験者全員を対象に同行者構成を質問した結果、海遊館では「小学生以下の子供を含む家族」(24%)、「恋人/夫婦」(40%)の比率が他2施設よりも高い結果となっている。これが「同行者を喜ばせられる」という紹介文の高スコアにつながったものと考える。

(図 15. 各主観光地訪問時の同行者構成/未訪問者含む全員回答)



6. まとめ

今回調査した3つの主観光地については、

少なくとも主観光地の訪問客の属性が「ベースの立ち寄り意向の高さ」とともに「どのような価値を提供することが『ついで立ち寄り』意向の増加に貢献するか」にも影響することが 分かった。

7. 本レポートから考えられる今後のステップ

立ち寄り回数の増加・観光収入の増加に貢献する立ち寄り先のアイデアを絞り込むために は、設問設計を主観光地ごとにアレンジするとともに、サンプル数を増やし確度の高い調査 を行うことが必要だと考える。

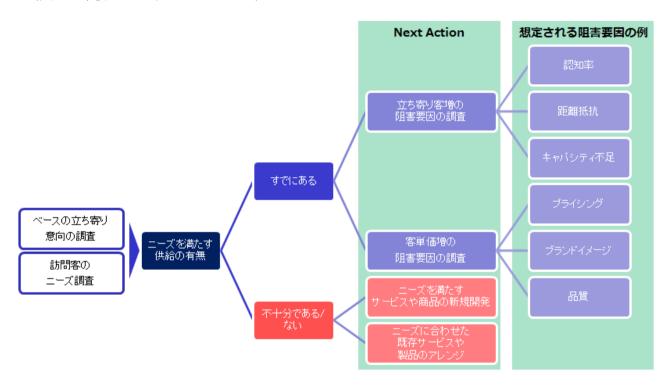
具体的には、まず今回実施したベースの立ち寄り意向の調査に加え、訪問客のニーズ調査 (「ついで立ち寄り」意向の増加に寄与する提供価値の調査を含む)を実施する。

次に、主観光地の周辺に訪問客のニーズを満たす施設やイベントが十分供給されているかどうかを調べる。

供給が十分であるならば、立ち寄り客数/客単価のいずれか、もしくは双方を伸ばす上で の阻害要因は何かを検討する。立ち寄り客数伸長の阻害要因としては、例えば認知率の低 さ、主観光地からの距離の遠さ、受け入れ可能人数の不足などが考えられる。また客単価伸 長の阻害要因としては、例えばプライシングの失敗、ブランドイメージの低さ、提供する製 品やサービスの品質の低さなどが考えられる。

一方、訪問客のニーズを満たす施設の供給が不十分であるか、まったくない場合には、訪問客のニーズを満たす製品やサービスの新規開発や、ニーズに合わせた既存製品やサービスのアレンジが必要となるであろう。

(図 16. 今後のステップのイメージ)



以上

参考文献

観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」

(参照 2017-3-12)

観光庁「観光ビジョン実現プログラム 2016」

(参照 2017-3-12)

白浜観光協会「南紀白浜観光ガイド」〈http://www.nanki-shirahama.com/search/〉 (参照 2017-3-12)

小川詩織「『すなば』に続け 岩場カフェ、東尋坊にオープン」朝日新聞デジタル, 2016 年 9 月 18 日〈http://www.asahi.com/articles/ASJ9H6FCVJ9HPGJB00Q.html〉 (参照 2017-3-12)

公益社団法人福井県観光連盟 ふくいドットコム「IWABA CAFE (イワバカフェ) 【坂井市】サンセットを背景に岩場でコーヒー」〈http://www.fuku-e.com/030_gourmet/index.php?id=2602> (参照 2017-3-12)

渡辺康洋(2015)「1次交通距離と消費額の関係性」,日本国際観光学会論文集(第22号)

http://www.jafit.jp/thesis/pdf/15_14.pdf

スコット・マギッズ、アラン・ゾーファス、ダニエル・リーモン (2015) 「『買いたい気持ち』を科学する」,『ハーバード・ビジネス・レビュー』2016年6月号, p. 34, ダイヤモンド社.