

■非蟹シーズン(夏)

ID	イメージ	居住地	キャッチコピー	人-温泉尺度			アクティビティ						
				本人	同行 1	同行 2	湯	宿	食	街	遊	買	
Sep.01		首都圏	金にイトメをつけず、感性にあう上質なサービスを消費したい。感度が高く、文化消費に慣れた都会のセレブ母娘。	G4	G8	-	●	●	●	●	●	●	●
Sep.02		全国	自分好みの小宿を探すために努力を惜しまない。表道の風情など嗜好みな発見に満足する雰囲気重視夫婦。	G1	G1	-	●	●	●	●	●	●	●
Sep.03		全国	宿の金額の違いは食事の違いと自分達を納得させ無駄なお金は使わない節約子持ちファミリー。	G4	G2	-							
Sep.04		全国	宿にこだわりがなく、知人に予約を頼むほど受身。ちょっと変わったものを探してほくそ笑む、傍観者の女性ペア。	G6	G6	-				●		●	
Sep.05		首都圏	自然や風俗観察のために同じところを何度も散策。くまなく観察して上から目線でジャッジを下す評論家気質の男性。	G7	-	-				●			
Sep.06		首都圏	知的好奇心旺盛で自然・文化・歴史を深く知りたい。宿や食には興味なし、ストイックな父と娘。	G3	G8	-					●	●	
Sep.07		全国	宿のスナックでビールとカラオケ三昧。団体旅行のスタイルを二人で踏襲する慰安旅行熟年夫婦。	G4	G2	-		●	●			●	
Sep.08		全国	名所の目玉と、コレクションのストラップを探し回るが見つからない。道の駅巡りと、ストラップコレクションが趣味の高齢者男性とその妻。	G2	G8	-					●		●
Sep.09		首都圏	絵になる風景を探してスケッチする夫とじっくり街を観察して想像をめぐらす妻の、多趣味老夫婦。	G1	G6	-	●	●	●	●			●
Sep.10		全国	本当はゆっくり旅行もしたいが、子供が満足するレジャーを今は重視。スタンプを片手に外湯制覇を目指す親子。	G1	-	-	●						●
Sep.11		全国	童心に戻って子供と二人はしゃぐ。話題の場所や皆が行く場所には行きたい、人の流れに身を任せ母子。	G1	-	-	●						●

■非蟹シーズン(秋)

ID	イメージ	居住地	キャッチコピー	人-温泉尺度			アクティビティ						
				本人	同行 1	同行 2	湯	宿	食	街	遊	買	
Nov.01		首都圏	レトロな風情と古い建造物も意外と楽しめた、田舎暮らしにあこがれる都会の若夫婦。	G3	G4	-	●			●			
Nov.02		首都圏	ガイドブックに載っている名所を片っ端から観光する彼女と、引っ張りまわされる彼氏。	G7	G8	-	●	●	●	●	●	●	●
Nov.03		全国	「つたや」に泊まって歴史風情に大満足。非日常に酔いしれ、全てを肯定的に受け取る初心(うぶ)な若夫婦。	G7	G1	-		●		●			
Nov.04		全国	ダイナミックな岩の自然を満喫し、夜は一日で外湯制覇。体育会系肉食娘とその母ペア。	G8	G6	-	●		●		●		
Nov.05		首都圏	扉が開いてないと店へ入りづらい、自分からは店員に声をかけられない依存性の高い中年カップル。	G7	G1	-	●			●			●
Nov.06		首都圏	なし崩し的にとりあえずで外湯めぐりを実行。外湯の開湯時間を考慮して結果的に全湯制覇した若年男性ペア。	G2	G4	-	●						●
Nov.07		首都圏	外湯巡りに便利な宿を予約し、一番札をゲット。情報収集は余念無く、雰囲気重視で温泉街を堪能する若夫婦。	G8	G1	-	●	●	●	●	●	●	●
Nov.08		全国	広島から琵琶湖を回って城崎に来た。せっかくなら玄武洞を子供に見せたい、名所観光のついでに温泉にはいる父親と子供たち。	G2	-	-					●	●	
Nov.09		首都圏	効率のためにタクシーを利用し貪欲に豊岡全体の観光を楽しむ。色々なものを子供に見せたいと言いつつ自分が楽しむお母さんと息子。	G8	-	-	●						●
Nov.10		全国	温泉にはゆっくり浸かりたいタイプで、遊ぶというスタイルになじめない。一箇所にゆっくり入り、マイペースに旅を楽しむおしどり熟年夫婦。	G4	G4	-	●	●	●				
Nov.11		全国	外湯巡りながらスタンプを集め、歩きながら変な看板に突っ込みをいれて楽しむ、設定された目的を遂行したい男性ペア。	G6	G1	-	●				●		

図 2.1.3-7 調査モニターのアクティビティ

iii) インタビュー：インタビューの様子を図 2.1.3-5 に示す。会場は、旅館案内処（城崎温泉駅前）の会議室であった。2つのブースを設置し、同一時間帯に2組のインタビューを実施した。インタビュー時間は90分であった。時間帯は、最初の組が10:30~12:00、後の組が13:00~14:30であった。

インタビューでの主要調査項目は、調査モニターの行動動線であった。図 2.1.3-6 は、あるモニターについてインタビューで聞き出した立寄地や活動を、事後に整理して記述した結果である。(a)は、城崎温泉地域の地図上にこのモニターが行った特徴的な活動をその生起順に重ねて示している。(b)は、地図上の各番号の説明である。(c)は、このモニターがデジカメで撮影した記録であり、インタビュー時に活動の想起のために利用された。すべてのモニターについて、このような行動動線記録が作成された。

iv) 訪問者像：各モニターの活動内容を、「湯」・「宿」・「食」・「街」・「遊」・「買」の6項目の活動の有無によって表現した(図 2.1.3-7)。これらの6項目の意味は以下の通りである：

- 湯：外湯巡りのアクティビティが高い。
- 宿：選びにこだわる、宿でゆっくり、内湯を楽しむ。
- 食：宿の夕食、外食を楽しむ、こだわる。
- 街：街を散策する、街に関心が高い。
- 遊：サービス施設を利用する。城崎の外を周遊する。
- 買：お土産屋を巡る、購入する、食べ歩きをする。

この行列表を用い、数量化Ⅲ類で処理した結果、第1軸が「グルメ街歩き」、第2軸が「街・滞在一周遊・観光」の2次元で説明され、以下のような4グループの訪問者像に分類されることがわかった。

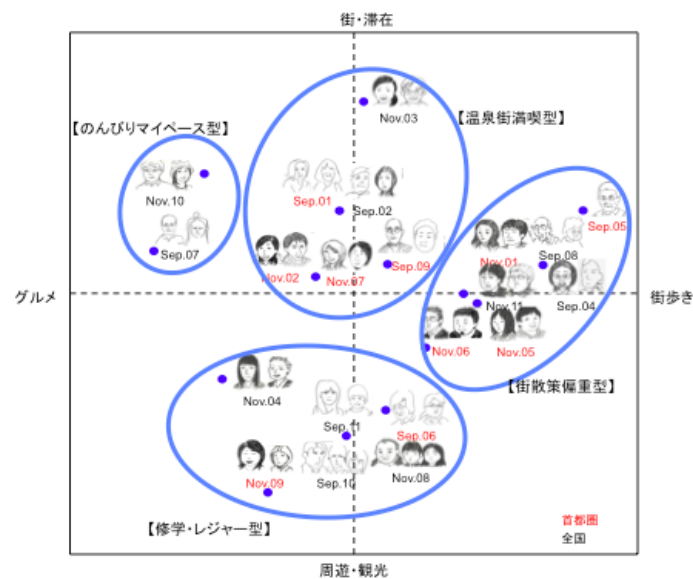


図 2.1.3-8 温泉旅行の訪問者像（非蟹シーズン）

以下に、各型の特徴を記す：(図 2.1.3-8)

【温泉街満喫型】このグループはチェックイン前に早くから城崎入りし、チェックアウト後も比較的遅くまで温泉街に滞在する傾向にある。食べたり、買ったり、温泉に入ったりするなど、温泉街をバランスよく満喫する。消費欲や体験欲が旺盛 (Sep. 01, Nov. 02) なので、気に入った物やサービスが見つければ、価格度外視で消費しやすい。また温泉街の雰囲気や、宿の雰囲気を重視し、人のもてなしに対する高い要求傾 (Sep. 01, 02) がある。

【街散策偏重型】街散策と外湯巡りがアクティビティのほとんどで、宿でのんびりしたり、買い食いなどを楽しんだりあまりしない。このタイプは初めて城崎温泉を訪れる者も多く、多くは城崎温泉街のメンタルマップが構成されていないため、まずは一回りし地形や道を把握しようとする。外湯巡りのアクティビティが高い者が多く、多くは無料の外湯チケットに魅力を感じ、

外湯巡りを始める。スタンプなどに触発され、全ての外湯を制覇することが目的化する傾向にある (Sep. 8、Nov. 5、Nov. 6、Nov. 11)。また街観察が好きだったり、地方暮らしにあこがれる首都圏在住者、いろいろな地方の街を巡るのが好きな旅行者が多く、観光というより“旅”を好む傾向がある。

【修学・レジャー型】外湯巡りも活発だが、城崎周辺の自然や名所、レジャー施設への立ち寄りが多く、レジャーや修学として城崎温泉を旅行する。このタイプは子連れが多く、親として玄武洞は見せたい (Nov. 8)、文学史的な場所をめぐりたい (Sep. 6)、新幹線に乗せたい、和風旅館を味合わせたい (Nov. 9) など、訪問地を決める親が、子供をどこに連れていきたいかという観点で行動が決まることが多い。親心をくすぐる施策が、このタイプへの訴求といえそうである。

【のんびりマイペース型】外湯巡りが活発ではなく、時間をかけた入浴や (Nov. 10)、時間をかけた夕食を楽しむ (Sep. 07, Nov. 10) 傾向がある。関西在住者が多く、城崎滞在の前後に県内外の旅行がてらに城崎にやって来るため、城崎の中で目一杯楽しむような行動はせず、宿でゆっくり食事や飲酒を楽しむなど、自分達のペースで旅行を楽しむ。このグループは、熟年の夫婦が多く、宿にかかる費用が比較的高い。西村屋に泊まりたい (Sep. 07, Nov. 10)、今回検討した (Sep. 07) など高級旅館傾向がある。

v) 温泉旅行の訪問者像 (通年) : 平成 20 年度に実施した蟹シーズンの来訪者行動調査においても、調査モニターのアクティビティを収集していた。そこで、蟹シーズンのデータと、今回の調査のデータを統合し、数量化Ⅲ類で処理した結果、通年での城崎温泉来訪者の訪問者像を得ることができた (図 2. 1. 3-9)。

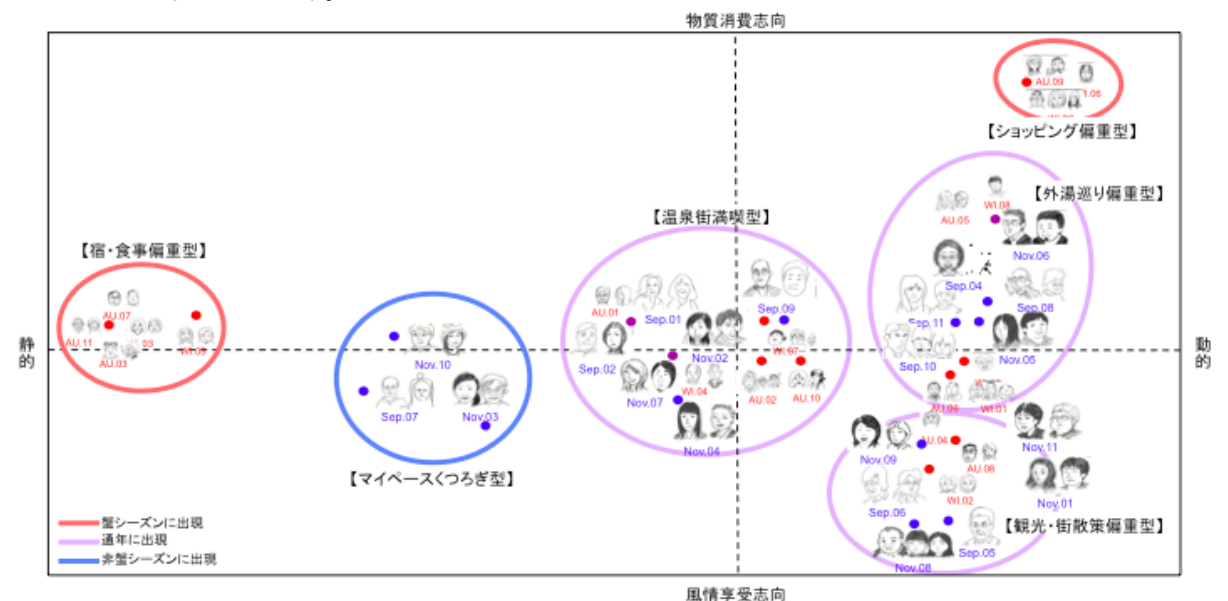


図 2. 1. 3-9 城崎温泉旅行の訪問者像 (通年)

以下に、各型の特徴を記す：

【ショッピング偏重型】蟹シーズンに見られ、外湯に使う時間よりも相対的にショッピングの方に時間を費やす。温泉街でお土産を物色することが主目的の旅行者もいるかもしれないが、天候が悪く店巡りが中心になってしまった (WI. 06)、外湯が混雑していたので、並んでまで外湯に入りたくない (WI. 09)、子供がいるので外湯に入りづらい (AU. 09) といった消極的な理由が目立った。このグループは、お土産を沢山購入するわけではないが、みるべき特産・名物が少ない、お土産店の数や品物が少ない場合、その温泉地に不満を持ったり、時間を持て余す可能性がある。

【外湯巡り偏重型】両シーズンに見られ、ショッピングや食べ歩きよりも外湯に入ることに時間を費やすタイプ。中にはほぼ温泉のみが目的という旅行者 (WI. 01, 10) もいる。このタイプは、

無料の外湯チケットに魅力を感じ外湯巡りを開始、その後スタンプなどに触発され、全ての外湯を制覇することが目的化する傾向もある (AU. 05, WI. 08, Sep. 09, Nov. 6)。またこのタイプにはどちらかというと宿は低価格でハード嗜好の者が多く、公共の宿など低価格の宿を選択する傾向がある (AU. 05, WI. 10, Sep. 04, Nov. 06)。

【温泉街満喫型】両シーズンに見られ、食べたり、買ったり、温泉に入ったりするなど、温泉旅行をバランスよく満喫する。あくせく動き回るのが楽しい (AU. 10, Nov. 02, 07) 者も多い。このグループは、チェックイン前に早くから城崎入りし、チェックアウト後、遅くに城崎を出るパターンが多い。特に消費欲や体験欲が旺盛でレジャー感覚、デパート感覚で街を散策する。何か買いたいという気持ちが強いので、気に入った物やサービスが見つければ、価格度外視で消費しやすい。消費に慣れておりサービスや味にうるさく、雰囲気やホスピタリティを重視する傾向がある (WI. 04, Sep. 01, Sep. 02)。

【観光・街散策偏重型】外湯巡りも盛んだが、城崎周辺の自然、文化、歴史に関する興味が高く、街を観察するというスタイルでくまなく散策する (AU. 04, AU. 08, Sep. 05, Sep. 06)。また、地方暮らしにあこがれる首都圏在住者 (Nov. 01)、いろいろな地方の街を巡るのが好きな旅行者 (Nov. 11) が多く、観光というより“旅”を好む傾向がある。このタイプは子連れも多く、親として玄武洞は見せたい (Nov. 8)、文学史的な場所をめぐりたい (Sep. 6)、新幹線に乗せたい、和風旅館を味あわせたい (Nov. 9) など、訪問地を決める親が、子供をどこに連れていきたいかという観点で行動が決まることも多い。

【宿・食事偏重型】蟹シーズンのみに見られ、宿の中にこもり、外湯巡りや街歩きが活動的でないタイプ。このグループは関西在住で城崎のリピータも多く、いつでも来られるという旅慣れた者が多いため目一杯楽しむような行動が少ない。ただ、食に対するこだわりは高く、冬にシーズンを迎える蟹料理を目的としている者も多いが、中には蟹以外の名物料理を食べたがる者もいる。宿選びは料理の比重が高い傾向にある。また西村屋に宿泊経験がある (AU. 07, WI. 03)、今回検討した (AU. 11) など、高級旅館が多いのも特徴である。冬のため気温が低く、結果的に外に出なかったという者もこのタイプに含まれる。

【マイペースくつろぎ型】非蟹シーズンに見られ、入浴や夕食など時間をかけて楽しむタイプ。このグループも関西在住者が多く、城崎滞在の前後に県内外の旅行がてらに城崎にやって来るため (Sep. 07, Nov. 10)、城崎では目一杯楽しむというよりは、自分達のペースでゆっくり旅行を楽しむ。また食事というより、庭の雰囲気や宿の歴史など情緒的な面を重んじる傾向がある (Sep. 07, Nov. 03) このグループは、宿にかかる費用が比較的高い、西村屋に泊まりたい、今回検討したなど高級旅館にあこがれる傾向がある (Sep. 07, Nov. 10)。

vi) 蟹シーズン調査との比較：昨年度の蟹シーズンの旅行者と比較して、非蟹シーズンでは全体的に活動的な傾向が見られる。蟹シーズンの「宿・食事偏重型」は蟹という名物がなくなったことで、宿の雰囲気や街の風情を楽しむ「マイペースくつろぎ型」へ変化した。蟹シーズンの「温泉偏重型」は数を増し、より外湯巡りに特化した「外湯巡り偏重型」と、より活動的に街や周辺を散策する「観光・街散策偏重型」へと二分された。蟹シーズンに見られた「ショッピング偏重型」も非蟹シーズンにはいないことから、気候が違えば外湯巡りや街散策を楽しむ可能性があるといえる。

また、本調査では、モニターの半数を首都圏から募集し、関西圏の旅行者と首都圏の旅行者の行動や嗜好の差異を確認することができた。首都圏の旅行者は関西圏の旅行者に比べ、全体的に食欲に街を散策し楽しもうとする傾向が高く、なかなか来られない遠方の地に来たからには目一杯楽しみたい、というような行動傾向が見られた。また首都圏の旅行者は城崎の文化歴史に興味の強い者も多く、歴史的な建造物や歌碑について興味深く観察していた。首都圏旅行者にとっては、食や宿の魅力だけでは遠くまで来るモチベーションになりえず、土地の歴史という場所特有のコンテンツは遠方から来るに値する魅力になりえることが伺い知れた。

vii) 城崎温泉訪問者の観光スタイルの定量調査：過去 10 年間に宿泊を伴う城崎温泉旅行を行った者に対して、どのような楽しみ方をしたのかをウェブアンケートにより調べた。実施概要は以下の通り：

- ・設問数 : 32 問
- ・実施期間 : 2009 年 10 月 28 日～11 月 2 日
- ・配信対象 : 全国の 10 代～70 代男女
- ・配信方法 : WEB
- ・配信時タイトル : 温泉旅行に関するアンケート
- ・回収数 : 7579 件
- ・有効回答数 : 572 件

設問を、以下に示す。

基本属性に関する質問	城崎温泉に関する質問	
Q. 01 性別	Q. 08 城崎温泉への訪問と宿泊経験	Q. 20 宿を選ぶ時に決め手となったもの
Q. 02 年齢	Q. 09 城崎温泉の宿泊旅行について	Q. 21 城崎温泉で訪問した場所
Q. 03 職業	Q. 10 城崎温泉前後の立ち寄り地	Q. 22 訪問のきっかけ
Q. 04 居住地域	Q. 11 この旅行での城崎温泉の位置づけ	Q. 23 各基点間のアクティビティ
Q. 05 温泉旅行の経験と回数	Q. 12 同行者と人数	Q. 24 夕食をとった場所
Q. 06 温泉旅行の好みの度合い	Q. 13 利用した交通手段	Q. 25 夕食をした場所
Q. 07 温泉旅行尺度	Q. 14 旅行のきっかけ	Q. 26 アクティビティと期待度
	Q. 15 旅行前に調べたこと、参考にした情報	Q. 27 アクティビティと満足度
	Q. 16 旅行に行く決め手	Q. 28 最も満足したこと
	Q. 17 城崎温泉の到着時刻と出発時刻	Q. 29 一人あたりの旅行費
	Q. 18 宿泊した宿	Q. 30 城崎温泉の相場観
	Q. 19 宿の予約方法	Q. 31 普段の旅行との旅行費の比較
		Q. 32 旅行全体の満足度

回答結果を、「訪問先タイプ別」「居住圏別」「アクティビティタイプパタン別」の 3 つの視点から分析した。

訪問先タイプ別分析の結果：5 種類のタイプに分かれた。最も代表的な旅行者は M4（外湯とお土産屋などの温泉街を楽しむ旅行者）、M1（外湯やお土産屋だけでなく、城崎の文化歴史を楽しむ旅行者）で、両者で全体の 7 割を占める。その他にも M2（城崎マリンワールドや、遊技場など娯楽施設を楽しむ旅行者）や M5（海水浴や、その他の目的地の次いでに立ち寄った旅行者）がおり、少数派として M3（円山川や玄武洞など豊岡の自然を楽しむ旅行者）がいる。

居住圏別分析の結果：居住地を首都圏、城崎圏、その他と定義し、分析を行った。

アクティビティタイプパタン別分析の結果：基点ごとのアクティビティをクラスタ分析し、アクティビティパタンを 10 タイプのセグメントに分けた。

以下に、各タイプの特徴を記す：

P1 は、全体的にアクティビティが高く、あらゆる時間帯でいろいろなアクティビティを行う旅