

4. アンケート・ヒアリング調査からみた石和温泉郷観光の実態と課題

本節は、(1) 来訪者対象アンケート調査(入り込み観光客の実態・ニーズ把握を目的)、ならびに(2) 旅行会社へのヒアリング調査(観光地・観光施設と観光客とを結ぶ媒体として位置づけ)、以上2つの調査結果を示す。さらに、最後に(3) まとめとして集約を行った。

(1) 来訪者対象アンケート調査

1) 調査の目的—来訪者実態・評価を主眼として—

表 アンケート調査の目的・アンケート項目との関連

調査目的	アンケート項目
目的 1) 石和への来訪実態の把握	2. (4)–(7), (9), 3. (1)
目的 2) 観光客の石和温泉についての評価と満足度の把握	3. (2)–(5)
目的 3) 広域観光推進のための周遊観光の実態等の把握	2. (7), (8)
目的 4) 旅行の情報源の把握と宣伝方策の検討	4. (1)
その他質問項目 1: 来訪経験・目的, 居住地, 年齢階層などの個人属性	1., 2. (1)–(3)
その他質問項目 2: 「豊かな旅」とは?	4. (2)

上表は、調査の目的とアンケート項目との対応関係を示したものである。本アンケート調査では、上記1) から4) を主たる目的として実査を行った。また、関連して個人属性や来訪者にとっての「豊かな旅」について聞き取りを行った。

2) 調査方法

上記目的を達成するために下記に示す方法に則り、アンケート調査を行った。

- ・ 旅館窓口における手渡し配布郵送回収方式(石和温泉旅館協同組合に配布を依頼。旅館毎の配布枚数については組合の判断に委任)
- ・ 被験者：日帰り・宿泊来訪者(いずれも高校生以下を除く全員)

- ・配布枚数：1,200枚を予定
- ・想定回収率：10%（約120枚。回収率向上のために図書券50セットを景品として設定）
- ・配布期間：1月14日（金）～1月24日（日）（調査票がなくなるまで配布継続を依頼）

調査方法として、現地で調査員から直接アンケート票を配布する方法等が考えられるものの、費用制約等を勘案して上記方法を採用している。

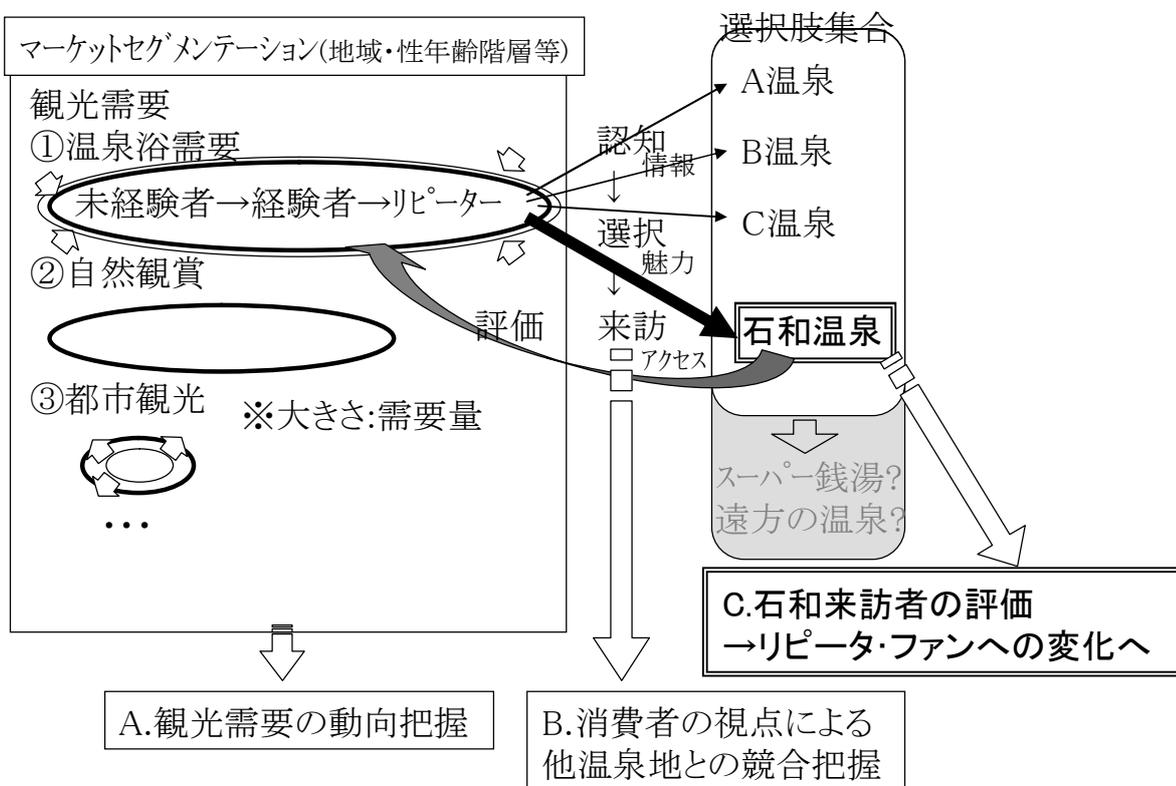


図 入り込み客の確保・リピータの創出に向けての着眼点フロー図

上図は、本調査の位置づけを示したものであり、ゴシックで示した部分(石和来訪者を対象)を対象とした「C. 石和来訪者の評価」ならびに石和観光の実態把握と位置づけできる。調査期間に制約があるため、1月中旬からの冬期の調査となっており、調査結果を見る際にはその点に留意する必要がある。他季節における特性の把握については、現時点では資料や経験的な評価で補わざるをえないが、今後きちんと調査することが望まれる。観光市場の動向や実態の把握についても同様

である。

また以下の分析では、石和地区に加え、河口湖町、郡上八幡、足助町において過年度実施された来訪者実態調査結果をあわせて示し、それら地域と比較した実態把握・比較分析を行うものとする。これらの調査は、各地域で宿泊施設ならびに観光施設において手渡し配布・郵送回収方式において実施されたものであり、調査時期、調査規模等が必ずしも同一ではないことに留意する必要があるが、特に観光地評価等については、相対的な比較がある程度可能であると考えられる。なお、これらの調査は、日本観光研究学会「ゆたかな旅と観光地」研究会によって実施、分析されたものである。

アンケート票 1 枚目 (4 枚中)

石和温泉来訪者アンケート調査

●このアンケート調査は、石和温泉街の活性化に向けた基礎資料収集を目的として、東洋大学国際観光学科(古屋研究室)、NPO 法人 CCCM まちづくりおよび笛吹市が共同で実施するものです。本アンケート調査の結果は全て統計的に処理され、本調査以外の目的には使用されません。お手数をおかけ致しますが、ご協力、よろしくお願い申し上げます。

恐れ入りますが、ご帰宅後すぐに回答の上、ご返送下さい。切手は不要です。

※アンケート回答者の中から抽選で、50 名様に図書券 1000 円分を進呈致します。(×切:1月31日(月)(消印有効))

問合せ先 古屋秀樹(東洋大学国際観光学科助教授) Tel.0276-82-9158, E-mail furuya_lab@hotmai.com

Q1. はじめに、回答者ご本人に関して伺います。

- (1)性別をお答えください。(1つに○印) ①女性 ②男性
(2)年齢をお答えください。(1つに○印) 10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代以上
(3)居住地の郵便番号7桁をご記入ください。〒 _____

Q2. 今回の石和温泉へのご旅行について伺います。

- (1)石和温泉への来訪日をご記入下さい。 _____ 月 _____ 日 _____ 曜日
(2)何人で来訪されましたか。(1つに○印) ①ひとり ②2人 ③3人以上(____人)
(3)同伴者をお答えください。(1つに○印)
①自分一人 ②ご夫婦 ③ご家族 ④カップル ⑤友人・知人
⑥ご家族と友人・知人 ⑦職場・学校の仲間 ⑧その他(_____)
(4)今回の旅行日数をお答えください。(1つに○印)
①日帰り ②1泊 ③2泊 ④3泊以上(____泊)
(5)石和温泉への来訪回数をお答えください。(1つに○印)
①はじめて ②2回目 ③3回目 ④4回目以上(____回目)
(6)石和温泉への来訪目的をお答えください。(該当するもの全てに○印)
①温泉浴 ②自然の風景を見る ③季節の花見 ④名所・旧跡をみる ⑤イベント・祭りの参加・鑑賞
⑥社寺参詣 ⑦建物や街路等の町並み鑑賞、散策 ⑧演劇・音楽・ｽﾎﾟｰﾂなどの鑑賞
⑨博物館・美術館等の観光施設巡り ⑩ぶどう・桃狩りなど ⑪写真撮影、絵画、詩創作などの趣味活動
⑫特産品などの買物・飲食 ⑬民芸品づくり ⑭登山・釣り・ﾊﾞｲｸ等 ⑮ドライブ ⑯ｼﾞｪｯﾌﾟ
⑰慰安 ⑱ｽﾎﾟｰﾂ等の活動・合宿 ⑲治療・療養 ⑳他の観光地に行ったついでの立ち寄り
21.馬券購入 22.その他(_____)

次のページにお進み下さい。

アンケート票 2 枚目 (4 枚中)

Q2. つづき(今回の石和温泉へのご旅行について伺います)

(7) 石和温泉に來訪する際に、利用された交通手段をお答えください。(該当するもの全てに○印)

- ① 自家用車・バイク ② 二輪・原付 ③ ツアバス ④ 高速バス ⑤ 路線バス
 ⑥ 鉄道 ⑦ 自転車 ⑧ タクシー ⑨ その他()

(8) 今回のご旅行で、石和温泉以外の立寄り地をお答え下さい。(該当するもの全てに○印)

- ① 他立寄り地なし ② 本栖湖・精進湖・西湖・上九一色 ③ 山中湖・忍野八海 ④ 河口湖周辺
 ⑤ 御殿場・裾野 ⑥ 箱根・芦ノ湖 ⑦ 伊豆半島 ⑧ 朝霧高原・富士宮 ⑨ 秩父 ⑩ 清里・八ヶ岳
 ⑪ 上諏訪 ⑫ 甲府・湯村温泉 ⑬ 下部温泉 ⑭ 勝沼 ⑮ その他()

(9) 今回のご旅行の総額(1人当たり、宿泊費・交通費を含む)をお答えください。(1つに○印)

- ① 5千円未満 ② 5千円～1万円未満 ③ 1万円～3万円未満 ④ 3万円～5万円未満 ⑤ 5万円以上

Q3. 今回のご旅行の感想を伺います。

(1) 下記 1～21 の中で入場されたり、利用した施設・場所・イベントに○をつけてください。

また、○をつけた施設等の感想を、「感想」の選択肢の中から選び、該当するもの全てに○をつけてください。

施設・場所・イベント	感 想								
	感動した	を懐かしさ	楽しんだ	スリラック できた	たい快 が適 でな き思	に旅 浸情 れた 旅 愁	でたり をた 発知 見っ こ	しが たっ かり	感特 じに ない 何も
記入例(1) 笛吹川散策	○		○			○			
1) 笛吹川散策									
2) さくら温泉通り									
3) 七福神めぐり									
4) 大蔵経寺山・山神宮									
5) 桃の花まつり(川中島合戦, 戦国絵巻)									
6) 石和温泉祭り(サマカーニバル, 鶉飼い, 花火祭り)									
7) 小林公園(足湯)									
8) 八田書院									
9) モンデ酒造									
10) 本坊酒造山梨工場									
11) 石和フルーツ村									
12) ウィンズ石和(場外馬券場)									
13) 信玄の里(宝石資料館)									
14) 英雅堂(お土産販売)									
15) なごみの湯									
16) 錦鯉センター									
17) 石和写真美術館									
18) 佐久神社									
19) 果物狩り(ブドウ, 桃など)									
20) 花見(梅, 桜, 桃など)									
21) その他(施設名)									

アンケート票 3 枚目 (4 枚中)

Q3. つづき(今回のご旅行の感想を伺います)

(2) 今回のご旅行で、①～⑧について感じたことを、それぞれ 1～3 の中から選んでご回答下さい。(各々 1 つに ○印)

- ①石和の自然環境 1.良い・感動した 2.ふつう 3.悪い・がっかりした
- ②まちの雰囲気 1.良い・感動した 2.ふつう 3.悪い・がっかりした
- ③まちの清潔さ 1.良い・感動した 2.ふつう 3.悪い・がっかりした
- ④地元の人々の雰囲気 1.良い・感動した 2.ふつう 3.悪い・がっかりした
- ⑤看板・標識等の情報提供 1.良い・感動した 2.ふつう 3.悪い・がっかりした
- ⑥周辺の観光地・観光施設 1.良い・感動した 2.ふつう 3.悪い・がっかりした
- ⑦交通の利便性 1.良い・感動した 2.ふつう 3.悪い・がっかりした

(3) 今回のご旅行で、以下の①～③の中でご利用になった施設に○をつけてください。

また、利用時にどのような感想を持たれましたか？該当する答えに○をつけてください。

施設名	石和温泉らしさ	価格	印象
回答例:①飲食店	<input checked="" type="radio"/> ある <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> ない	高い <input checked="" type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 安い	良い <input checked="" type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 悪い
①飲食店	<input type="radio"/> ある <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> ない	高い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 安い	良い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 悪い
②お土産屋	<input type="radio"/> ある <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> ない	高い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 安い	良い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 悪い
③宿泊施設	<input type="radio"/> ある <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> ない	高い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 安い	良い <input type="radio"/> 普通 <input type="radio"/> 悪い

(4) 今回の旅行について評価してください。(1 つに ○印)

- ①良かった ②ふつう ③悪かった

また、評価の決め手になった要素をお答えください。(該当するもの全てに○印)

- ①温泉 ②宿泊施設 ③町並み・水路等の雰囲気 ④食事 ⑤パト・祭り
- ⑥山や湖等の自然環境 ⑦名所・旧跡などの人文資源 ⑧博物館・美術館等の観光施設
- ⑨地元の人々の雰囲気 ⑩果実狩り・工芸・料理等の体験メニュー
- ⑪その他(_____)

(5) 石和温泉に、また来訪したいですか？また、誰かに宣伝したいと思いますか？(各々、1 つに ○印)

- 再訪意向 ①来訪したい ②わからない ③来訪したくない(理由: _____)
- 他への宣伝 ①宣伝したい ②わからない ③宣伝したくない(理由: _____)

次のページにお進み下さい。

アンケート票 4 枚目 (4 枚中)

Q4. 旅行・観光全般についてお聞きします。

(1) 日本各地の温泉や観光情報を、どのような情報媒体・メディアを利用しますか？(該当するもの全てに○印)

- ①新聞 ②雑誌 ③テレビ ④ラジオ ⑤駅・電車内・まちのポスター ⑥旅行ガイド
⑦他の人からの口コミ ⑧インターネット ⑨メール ⑩その他(_____)

(2) あなたにとって「豊かな旅」とは、どのようなものですか？(該当するもの全てに○印)

- ①感動できる旅 ②懐かしさを感じる旅 ③楽しめる旅
④快適な思いができる旅 ⑤旅情・旅愁に浸れる旅 ⑥新しいことを知ったり発見できる旅
⑦普段の生活から開放される旅 ⑧安らげる(リラックスできる)旅
⑨その他(_____)

最後に、石和温泉や笛吹市、山梨県における観光についての御意見、ご感想や、本アンケートについてお気づきの点がありましたら、ご記入ください。

(差し支えなければ) お氏名・ご住所をお書きください。抽選で図書券をお送り致します。

お名前 _____

ご住所 _____

以上で、アンケートは終了です。ご協力、誠にありがとうございました。
封筒に入れて返送くださるよう、よろしくお願い申し上げます。

3) 回収状況

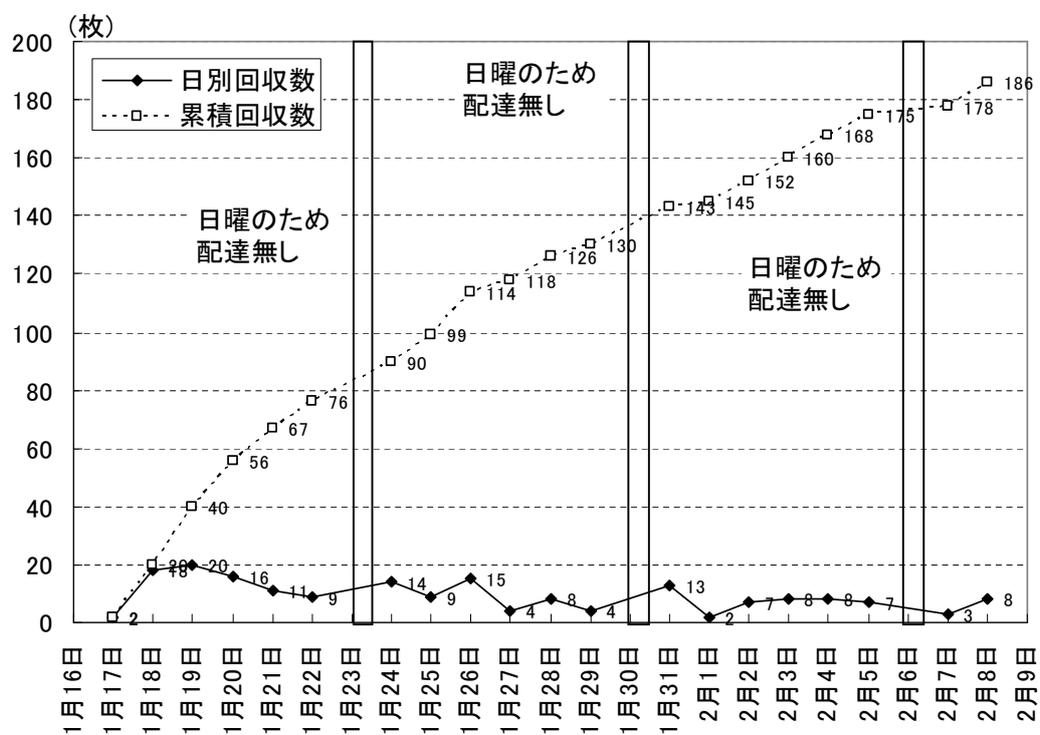


図 アンケート回収の時系列変化

2月8日以降に回収された8枚を含めた合計186枚を対象として分析を行うものとする。なお、回収率は15.5%であった。

4) 回答者個人属性 (アンケート : 問 1)

4-1) 性年齢階層別サンプル数 (問 1-1, 2)

表 性年齢階層別サンプル数

	女性	男性	未回答	総計	構成比率
10代	0	0	0	0	0.0%
20代	12	4		16	8.6%
30代	8	9		17	9.1%
40代	12	19		31	16.7%
50代	24	14	1	39	21.0%
60代	30	18	1	49	26.3%
70代	12	19	3	34	18.3%
総計	98	83	5	186	100.0%
構成比率	52.7%	44.6%	2.7%	100.0%	

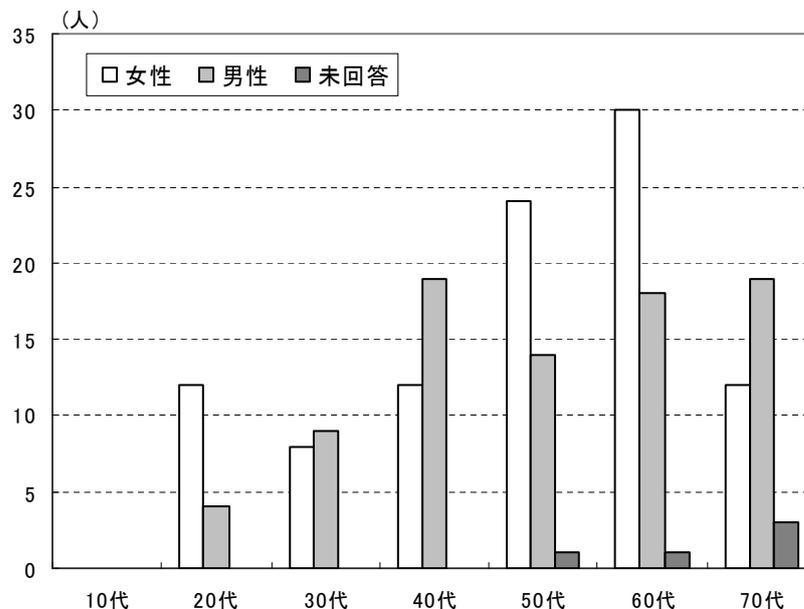


図 性年齢階層別サンプル数

女性が過半数を占め、20代、50・60代の2極分布を示す。また、年齢階層では、40代以上が全体の8割を超える特徴を有する。なお、ランダムサンプリングでないため、「石和温泉利用者」を正しく表現しているか留意する必要がある。

また、他地域との比較を次ページに示す。

表 地域別性別、年齢階層別サンプル数・構成比率

	石和地区(笛吹市) 2005年		河口湖町 2001年		2000年		郡上八幡 2001年		足助町 2000年		
性別	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	
男性	83	44.6%	41	29.9	19	20.2	60	35.3	110	39.6	
女性	98	52.7%	93	67.9	75	79.8	106	62.4	166	59.7	
不明	5	2.7%	無回答	3	2.2	0	0.0	3	1.8	2	0.7
非該当	0	0.0%	非該当	0	0.0	0	0.0	1	0.6	0	0.0
計	186	100.0%	137	100.0	94	100.0	170	100.0	278	100.0	
年齢	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	
10代	0	0.0%	10代	1	0.7	2	2.1	4	2.4	7	2.5
20代	16	8.6%	20代	7	5.1	5	5.3	28	16.5	29	10.4
30代	17	9.1%	30代	11	8.0	18	19.1	24	14.1	35	12.6
40代	31	16.7%	40代	22	16.1	15	16.0	25	14.7	42	15.1
50代	39	21.0%	50代	42	30.7	24	25.5	41	24.1	77	27.7
60代	49	26.3%	60代	40	29.2	16	17.0	34	20.0	69	24.8
70歳以上	34	18.3%	70歳以上	13	9.5	13	13.8	10	5.9	18	6.5
無回答	0	0.0%	無回答	1	0.7	0	0.0	2	1.2	1	0.4
非該当	0	0.0%	非該当	0	0.0	1	1.1	2	1.2	0	0.0
計	186	100.0%	137	100.0	94	100.0	170	100.0	278	100.0	

女性が6割以上を占める他地域と比較して、石和地区では53%にとどまっている。
また、60歳以上が構成比率:44%で他地域と比較して高い。

4-2) サンプルの居住地分布 (問 1-3)

表 サンプルの居住地分布

石和地区(笛吹市) 2005年 居住地(都道府県)		河口湖町 2001年		2000年		郡上八幡 2001年		足助町 2000年	
	(人) (%)	(人) (%)		(人) (%)		(人) (%)		(人) (%)	
東京都	79 42.5%	東京都	40 29.2	東京都	28 29.8	愛知県	57 33.5	愛知県	95 34.2
山梨県	40 21.5%	埼玉県	17 12.4	神奈川県	20 21.3	岐阜県	19 11.2	神奈川県	25 9.0
埼玉県	13 7.0%	神奈川県	17 12.4	埼玉県	5 5.3	神奈川県	13 7.6	静岡県	23 8.3
神奈川県	13 7.0%	千葉県	8 5.8	静岡県	5 5.3	兵庫県	8 4.7	東京者	19 6.8
千葉県	11 5.9%	山梨県	7 5.1	千葉県	4 4.3	三重県	7 4.1	大阪府	14 5.0
長野県	9 4.8%	静岡県	7 5.1	山梨県	4 4.3	大阪府	7 4.1	三重県	13 4.7
静岡県	6 3.2%	大阪府	5 3.6	長野県	4 4.3	静岡県	6 3.5	埼玉県	11 4.0
群馬県	3 1.6%	広島県	5 3.6	愛知県	4 4.3	滋賀県	6 3.5	兵庫県	9 3.2
北海道	1 0.5%	兵庫県	4 2.9	大阪府	2 2.1	東京都	5 2.9	岐阜県	6 2.2
栃木県	1 0.5%	栃木県	3 2.2	群馬県	1 1.1	無回答	5 2.9	千葉県	4 1.4
新潟県	1 0.5%	京都府	3 2.2	京都府	1 1.1	福島県	4 2.4	滋賀県	3 1.1
滋賀県	1 0.5%	北海道	2 1.5	兵庫県	1 1.1	埼玉県	4 2.4	山梨県	1 0.4
無回答	8 4.3%	福井県	2 1.5	奈良県	1 1.1	石川県	4 2.4	長野県	1 0.4
総計	186 100.0%	岡山県	2 1.5	岐阜県	0 0.0	京都府	4 2.4	京都府	1 0.4
		山口県	2 1.5	三重県	0 0.0	奈良県	4 2.4	奈良県	1 0.4
		青森県	1 0.7	滋賀県	0 0.0	群馬県	3 1.8	群馬県	0 0.0
		岩手県	1 0.7	和歌山	0 0.0	千葉県	3 1.8	和歌山	0 0.0
		福島県	1 0.7	岡山県	0 0.0	富山県	2 1.2	岡山県	0 0.0
		茨城県	1 0.7	その他	3 3.2	岡山県	2 1.2	その他	14 5.0
		富山県	1 0.7	不明	11 11.7	茨城県	1 0.6	不明	38 13.7
		石川県	1 0.7	非該当	0 0.0	新潟県	1 0.6	非該当	0 0.0
		長野県	1 0.7	計	94 100.0	福井県	1 0.6	計	278 100.0
		愛知県	1 0.7			山梨県	1 0.6		
		三重県	1 0.7			長野県	1 0.6		
		奈良県	1 0.7			広島県	1 0.6		
		島根県	1 0.7			アメリカ	1 0.6		
		長崎県	1 0.7			非該当	0 0.0		
		大分県	1 0.7			計	170 100.0		
		無回答	0 0.0						
		非該当	0 0.0						
		計	137 100.0						

郵便番号の回答から、都道府県別市区町村別居住地を把握した。上位2地域(東京都居住者:42.5%, 山梨県:21.5%)で全体の約6割超を占め、他地域と比較して特定の居住地に集中する傾向がある。また、市町村別分布状況を下記に示す。

表 調査サンプルの市町村別居住地分布

都道	市町村	合計	構成比率	都道	市町村	合計	構成比率
東京都	世田谷区	8	4%	埼玉県	所沢市	3	2%
	八王子市	7	4%		入間市	3	2%
	足立区	5	3%		岩槻市	2	1%
	練馬区	3	2%		さいたま市	1	1%
	港区	3	2%		越谷市	1	1%
	新宿区	3	2%		秩父市	1	1%
	杉並区	3	2%		新座市	1	1%
	中野区	3	2%		川口市	1	1%
	調布市	3	2%		埼玉県 合計	13	7%
	国分寺市	3	2%		神奈川県	横浜市	5
	福生市	3	2%	津久井町		2	1%
	小平市	3	2%	相模原市		2	1%
	渋谷区	2	1%	相模湖町		2	1%
	江戸川区	2	1%	大和市		1	1%
	大田区	2	1%	愛川町	1	1%	
	豊島区	2	1%	神奈川県 合計	13	7%	
	武蔵野市	2	1%	千葉県	柏市	3	2%
	あきる野市	2	1%		市川市	2	1%
	町田市	2	1%		船橋市	2	1%
	日野市	2	1%		八千代市	2	1%
	江東区	1	1%		千葉市	1	1%
	北区	1	1%	銚子市	1	1%	
	墨田区	1	1%	千葉県 合計	11	6%	
	荒川区	1	1%	長野県	八千穂村	3	2%
	台東区	1	1%		豊科町	1	1%
	中央区	1	1%		上田市	1	1%
	稲城市	1	1%		川上村	1	1%
	狛江市	1	1%		南牧村	1	1%
	三鷹市	1	1%		箕輪町	1	1%
	小金井市	1	1%		その他	1	1%
	昭島市	1	1%	長野県 合計	9	5%	
	西東京市	1	1%	静岡県	沼津市	2	1%
	青梅市	1	1%		富士市	2	1%
東久留米市	1	1%	御殿場市		1	1%	
東大和市	1	1%	静岡市		1	1%	
府中市	1	1%	静岡県 合計	6	3%		
東京都 合計	79	42%	群馬県	高崎市	2	1%	
山梨県	甲府市	14		8%	前橋市	1	1%
	上野原町	8	4%	群馬県 合計	3	2%	
	南アルプス市	3	2%	北海道	根室市	1	1%
	富士吉田市	2	1%		北海道 合計	1	1%
	笛吹市	2	1%	栃木県	足利市	1	1%
	田富町	2	1%		栃木県 合計	1	1%
	塩山市	1	1%	新潟県	糸魚川市	1	1%
	甲斐市	1	1%		新潟県 合計	1	1%
	北杜市	1	1%	滋賀県	大津市	1	1%
	大月市	1	1%		滋賀県 合計	1	1%
	山梨市	1	1%	その他	その他	8	4%
	勝沼町	1	1%		その他 合計	8	4%
	早川町	1	1%	総計	総計	186	100%
	増穂町	1	1%				
	韮崎市	1	1%				
	山梨県 合計	40	22%				

5) 石和温泉への旅行に関する実態（アンケート：問2）

5-1) 石和温泉への来訪日（問2-1）

表 石和温泉への来訪日

月	日		サンプル数	構成比率
1月	12	水	1	0.5%
	13	木	2	1.1%
	14	金	9	4.8%
	15	土	36	19.4%
	16	日	26	14.0%
	17	月	19	10.2%
	18	火	7	3.8%
	19	水	6	3.2%
	20	木	1	0.5%
	21	金	10	5.4%
	22	土	5	2.7%
	23	日	9	4.8%
	24	月	1	0.5%
	25	火	6	3.2%
	26	水	6	3.2%
	27	木	13	7.0%
	28	金	9	4.8%
	29	土	9	4.8%
	30	日	3	1.6%
2月	2	水	2	1.1%
	7	月	1	0.5%
	8	火	1	0.5%
	13	日	1	0.5%
	16	水	1	0.5%
未回答			2	1.1%
合計			186	100.0%

土曜、日曜に加え、休前日の金曜日から来訪する特性がみとめられる。また、就業形態との関連性考慮のため年齢とクロス集計すると、50代以上では、火・水・木の平日来訪も比較的存在する。

5-2) 同伴者人数（問2-2）

平均1グループ別人数は、石和温泉：8.14人、河口湖町(2001)：8.04人、河口湖町(2000)：4.30人、郡上八幡：5.55人、足助：4.67人となっており、石和では大人数での来訪割合が多いと考えられる。

※団体の構成比率が多いようにみうけられるが、全宿泊客を対象としてアンケート配布を行っているため、団体では回答者数が増加することに留意する必要がある。

表 同伴者数分布

同行者人数	石和地区(笛吹市) 2005年		河口湖町 2001年		2000年		郡上八幡 2001年		足助町 2000年					
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)				
ひとり	6	3.2%	ひとり	6	4.4	ひとり	2	2.1	ひとり	8	4.7	ひとり	8	2.9
2人	56	30.1%	2人	50	36.5	ふたり	37	39.4	2人	75	44.1	ふたり	135	48.6
3人	17	9.1%	3人	15	10.9	3人	18	19.1	3人	30	17.6	3人	34	12.2
4人	20	10.8%	4人	9	6.6	4人	19	20.2	4人	17	10.0	4人	36	12.9
5人	9	4.8%	5人	8	5.8	5人	6	6.4	5人	7	4.1	5人	21	7.6
6人	15	8.1%	6人	4	2.9	6人	1	1.1	6人	4	2.4	6人	6	2.2
7人	3	1.6%	7人	3	2.2	7人	2	2.1	7人	7	4.1	7人	2	0.7
8人	6	3.2%	8人	4	2.9	8人	1	1.1	8人	5	2.9	8人	9	3.2
9人	3	1.6%	9人	2	1.5	9人	0	0.0	9人	0	0.0	9人	3	1.1
10人	1	0.5%	10人	0	0.0	10人	1	1.1	10人	2	1.2	10人	4	1.4
11~20人	12	6.5%	11~20人	4	2.9	11~20	2	2.1	11~20	4	2.4	11~20	6	2.2
21~30人	17	9.1%	21~30人	13	9.5	21人以	4	4.3	21~30	4	2.4	21人以	10	3.6
31~40人	0	0.0%	31~40人	5	3.6	不明	1	0.0	31~40	1	0.6	不明	4	1.4
41~50人	2	1.1%	41~50人	2	1.5	非該当	0	0.0	41~50	2	1.2	非該当	0	0.0
51~60人	6	3.2%	51~60人	0	0.0	計	94	0.0	51~60	2	1.2	計	278	0.0
61~80人	0	0.0%	61~80人	2	1.5				61~80	1	0.6			
81~100人	0	0.0%	81~100	1	0.7				81~10	0	0.0			
3人以上	10	5.4%	3人以上	1	0.7				3人以	1	0.6			
無回答	3	1.6%	無回答	2	1.5				無回答	0	0.0			
非該当	0	0.0%	非該当	6	4.4				非該当	0	0.0			
	186	100.0%		137	100.0					170	100.0			

5-3) 同伴者形態について (問 2-3)

表 同伴者形態について

同伴者形態	サンプル数	構成比率
自分一人	4	2.2%
ご夫婦	40	21.5%
ご家族	30	16.1%
カップル	3	1.6%
友人・知人	37	19.9%
ご家族と友人・知人	9	4.8%
職場・学校の仲間	32	17.2%
その他	31	16.7%
無回答	0	0.0%
合計	186	100.0%

友人・知人やご夫妻、ご家族などの個人利用が多く見られるが、職場・学校の仲間などの団体もみうけられる。なお、その他回答における自由記述結果は下記の通りであり、兄弟、いとこ、3世代利用等の血縁関連者での利用が見られる。

その他回答(同伴者)	サンプル数
団体	3
老人会	3
兄弟	2
姉妹	2
桂生会	2
3夫婦	1
いとこ	1
兄、姉、妹	1
兄弟、姉妹	1
叔父	1
親子	1
両親	1
社員旅行	1
従業員	1
職場のOB	1
食品衛生の仲間、個人経営者	1
地域のグループ	1
新年会	1
地区有志	1
同級生	1
夫婦3組	1
友人夫婦	1
踊りの新年会	1
踊りの仲間	1
計	31

ここまでの分析では単純集計であったが、石和地区来訪者の顧客特性をより明らかにするために、性年齢階層別同伴者形態のクロス集計を行った(次表)。友人・知人やご夫妻、ご家族形態の利用が多く見られるが、職場・学校の仲間などの団体もみうけられる。また、性年齢階層とのクロス集計に着目すると、女性は、家族、友人・知人が比較的多いが、男性 20-40 代は職場等の仲間が多い傾向を示す。

表 性年齢階層別同伴者形態

性別	年齢階層	自分一人	ご夫婦	ご家族	カップル	友人・知人	ご家族と友人・知人	職場・学校の仲間	その他	無回答	総計
女性	20代	1	2	2	1	3		2	1		12
	30代		1	4		1		1		1	8
	40代		1	5	1	3	1		1		12
	50代		9	3		2	2	4	4		24
	60代	1	4	6	1	10	2	1	5		30
	70代		1	2			3	1	5		12
女性合計		2	18	22	3	22	5	9	16	1	98
男性	20代							3	1		4
	30代		1	1			1	6			9
	40代	2		2		3		9	3		19
	50代		5	3		3	1	2			14
	60代		5	2		3	1	2	5		18
	70代		9			6			3	1	19
男性合計		2	20	8	0	15	3	22	12	1	83
総計		4	38	30	3	37	8	31	28	2	181

性別	年齢階層	自分一人	ご夫婦	ご家族	カップル	友人・知人	ご家族と友人・知人	職場・学校の仲間	その他	無回答	総計
女性	20代	8.3%	16.7%	16.7%	8.3%	25.0%	0.0%	16.7%	8.3%	0.0%	100.0%
	30代	0.0%	12.5%	50.0%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	100.0%
	40代	0.0%	8.3%	41.7%	8.3%	25.0%	8.3%	0.0%	8.3%	0.0%	100.0%
	50代	0.0%	37.5%	12.5%	0.0%	8.3%	8.3%	16.7%	16.7%	0.0%	100.0%
	60代	3.3%	13.3%	20.0%	3.3%	33.3%	6.7%	3.3%	16.7%	0.0%	100.0%
	70代	0.0%	8.3%	16.7%	0.0%	25.0%	0.0%	8.3%	41.7%	0.0%	100.0%
女性合計		2.0%	18.4%	22.4%	3.1%	22.4%	5.1%	9.2%	16.3%	1.0%	100.0%
男性	20代	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%	100.0%
	30代	0.0%	11.1%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	66.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	40代	10.5%	0.0%	10.5%	0.0%	15.8%	0.0%	47.4%	15.8%	0.0%	100.0%
	50代	0.0%	35.7%	21.4%	0.0%	21.4%	7.1%	14.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	60代	0.0%	27.8%	11.1%	0.0%	16.7%	5.6%	11.1%	27.8%	0.0%	100.0%
	70代	0.0%	47.4%	0.0%	0.0%	31.6%	0.0%	0.0%	15.8%	5.3%	100.0%
男性合計		2.4%	24.1%	9.6%	0.0%	18.1%	3.6%	26.5%	14.5%	1.2%	100.0%
総計		2.2%	21.0%	16.6%	1.7%	20.4%	4.4%	17.1%	15.5%	1.1%	100.0%

上段：サンプル数

下段：性年齢階層別同伴者構成比率(淡灰：20%～, 濃灰：40%～)

5-4) 旅行日数 (問 2-4)

石和地区(笛吹市) 2005年			河口湖町 2001年		郡上八幡 2001年			
旅行日数	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)		
日帰り	5	2.7%	48	35.0	86	50.6		
1泊	158	84.9%	53	38.7	57	33.5		
2泊	19	10.2%	29	21.2	21	12.4		
3泊以上	4	2.2%	4	2.9	1	0.6		
総計	186	100.0%	4	2.9	1	0.6		
			4泊以上	1	0.7	4泊以	5	2.9
			無回答	2	1.5	無回答	0	0.0
			非該当	0	0.0	非該当	0	0.0
				137	100.0		170	100.0

アンケート配布方法による影響が考えられるものの、石和地区では1泊2日が卓越するのが特徴である。河口湖町では、2泊以上も比較的構成率が高いことがわかる。

5-5) 来訪回数 (問 2-5)

集計結果(次項以降に掲載)をみると、期間を限定していないが、2回以上が回答者の約7割を占める。一方、郡上八幡、足助は初回来訪が半数を占めるのと対照的である。

5-6) 来訪目的（問 2-6，複数回答可）

表 来訪目的分布

	サンプル数	指摘率
温泉浴	148	79.6%
自然の風景を見る	17	9.1%
季節の花見	19	10.2%
名所・旧跡をみる	16	8.6%
イベント・祭りの参加・鑑賞	7	3.8%
社寺参詣	18	9.7%
建物や街路等の町並み鑑賞, 散策	4	2.2%
演劇・音楽・スポーツなどの鑑賞	1	0.5%
博物館・美術館等の観光施設巡り	10	5.4%
ぶどう・桃狩りなど	31	16.7%
写真撮影, 絵画, 詩創作などの趣味活動	1	0.5%
特産品などの買物・飲食	21	11.3%
民芸品づくり	1	0.5%
登山・釣り・ハイキング等	2	1.1%
ドライブ	15	8.1%
ゴルフ	5	2.7%
慰安	72	38.7%
スポーツ等の活動・合宿	3	1.6%
治療・療養	4	2.2%
他の観光地に行ったついでの立ち寄り	7	3.8%
馬券購入	7	3.8%
その他	20	10.8%

上図は、有効サンプル(186 サンプル)における指摘割合を示した。温泉浴、慰安が卓越している。また、下図は自由記述意見をまとめたもので、新年会利用が多い。

来訪目的(自由記述)	サンプル数
新年会	6
総会、新年宴会	2
グループ旅行、会議など	1
甲府の知人宅の訪問のついで	1
抽選で当たって	1
里帰り	1
法事のため	1
職場のレクリエーション	1
きばらし	1
知人宅の訪問	1
親睦会	1
職員の太鼓	1
割と近いから	1
子どもの誕生会	1
親戚の親睦	1
計	21

一方、他地域との比較を次項に掲載している。他地域では、河口湖で観光施設巡り、自然環境が、郡上八幡で町並み鑑賞、足助で紅葉や里山の鑑賞など、その地域地域の特徴的な資源を目的として来訪していることが分かる。(なお、石和地区では、他地域と比較可能なように項目の統合を行った。)

表 来訪回数分布ならびに旅行目的

石和地区(笛吹市)	2005年		河口湖町		2001年		郡上八幡		2001年		足助町		2000年	
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)
来訪回数														
初めて	42	22.6%	初めて	26	19.0	初めて	18	19.1	初めて	93	54.7	初めて	139	50.0
2回目	25	13.4%	2回目	37	27.0	2回目	17	18.1	2回目	32	18.8	2回目	52	18.7
3回目	25	13.4%	3回目	31	22.6	3回目	12	12.8	3回目	18	10.6	3回目	15	5.4
4回以上	91	48.9%	4回以上	42	30.7	4回以上	46	48.9	4回以上	25	14.7	4回以上	70	25.2
不明	3	1.6%	不明	0	0.0	不明	1	1.1	不明	1	0.6	不明	2	0.7
総計	186	100.0%	非該当	1	0.7	計	0	0.0	計	1	0.6	計	0	0.0
			計	137	100.0		94	100.0		170	100.0		278	100.0
旅行目的[MA]														
観光施設巡り	10	5.4%	観光施設巡り	88	64.2	行きたい!	20	21.3	観光施設巡り	53	31.2	行きたい	12	4.3
町並み鑑賞、散策	38	20.4%	町並み鑑賞、	15	10.9	紅葉や里山	34	36.2	町並み鑑賞	126	74.1	紅葉や里	232	83.5
自然鑑賞、散策	36	19.4%	自然鑑賞、散	87	63.5	温泉浴	12	12.8	自然鑑賞、	65	38.2	温泉浴	0	0.0
趣味活動	2	1.1%	趣味活動	35	25.5	絵画、工芸	8	8.5	趣味活動	22	12.9	絵画、工	1	0.4
体験、学習	32	17.2%	体験、学習	4	2.9	写真撮影、	1	1.1	体験、学習	17	10.0	写真撮影	6	2.2
食事	21	11.3%	食事	11	8.0	食事	0	0.0	食事	17	10.0	食事	1	0.4
イベント・祭り	7	3.8%	イベント・祭り	13	9.5	ハイキング	4	4.3	イベント・祭	11	6.5	ハイキン!	1	0.4
スポーツ活動	8	4.3%	スポーツ活動	2	1.5	その他	7	7.4	スポーツ活	0	0.0	その他	8	2.9
ハイキング	2	1.1%	ハイキング	4	2.9	不明	0	0.0	ハイキング	5	2.9	不明	2	0.7
ついで立ち寄り	7	3.8%	ついで立ち寄	9	6.6	非該当	8	8.5	ついで立ち	24	14.1	非該当	15	5.4
温泉・慰安	148	79.6%	その他	21	15.3	計	94	100.0	その他	27	15.9	計	278	100.0
その他	26	14.0%	無回答	0	0.0				無回答	0	0.0			
無回答	0	0.0%	非該当	0	0.0				非該当	0	0.0			
サンプル数	186	100.0%	計	137	100.0				計	170	100.0			

5-7) 利用交通手段（問 2-7，複数回答可）

表 代表利用交通手段

	サンプル数	利用率
自家用車・レンタカー	97	52.2%
二輪・原付	0	0.0%
ツアーバス	3	1.6%
高速バス	9	4.8%
路線バス	1	0.5%
鉄道	57	30.6%
自転車	0	0.0%
タクシー	5	2.7%
その他	9	4.8%
無回答	5	2.7%
サンプル数	186	100.0%

複数の交通手段を利用している場合、「高速バス>路線バス>鉄道>自家用車>ツアーバス>二輪・原付>自転車>路線バス>タクシー」の順序を設け、「代表」利用交通手段を設定した(例：自宅→路線バス→電車→高速バス→タクシー→石和温泉への来訪時、代表交通機関は「高速バス」となる)。上表はその結果である。自家用車、鉄道の割合が多く、高速バス利用者は4.8%となった。また、1月15日にかけて降雪があったため、それらに留意する必要がある。

5-8) 石和温泉以外の立ち寄り地について（問 2-8，複数回答可）

表 石和温泉以外の立ち寄り地について

	サンプル数	指摘割合
他立ち寄り地なし	94	81.0%
本栖湖・精進湖・西湖・上九一色	4	3.4%
山中湖・忍野八海	8	6.9%
河口湖周辺	13	11.2%
御殿場・裾野	2	1.7%
箱根・芦ノ湖	4	3.4%
伊豆半島	3	2.6%
朝霧高原・富士宮	0	0.0%
秩父	3	2.6%
清里・八ヶ岳	2	1.7%
上諏訪	0	0.0%
甲府・湯村温泉	10	8.6%
下部温泉	4	3.4%
勝沼	19	16.4%
その他	24	20.7%
有効サンプル数	163	

※有効サンプル：無回答以外のサンプル

81%が「他立ち寄り地無し」となっており、立ち寄り有サンプルでも、平均立ち寄り箇所数：1.17となっている。

また、その他で記述のあった16サンプルの回答は下記の通りである。

他立ち寄り地点(自由記述)	サンプル数
鮮魚センター	2
久遠寺	1
湯河原	1
笹子	1
飛騨高山	1
身延町	1
シャトレーゼ、ワイナリー	1
ワイン工場、善光寺、宝石工場	1
美保の松原	1
ワイナリー、白州蒸留所	1
昇仙峡	1
サティショッピング	1
身延川	1
酒折	1
韭崎	1
計	16

5-9) 旅行総額(1人当たり) (問2-9)

表 1人あたり旅行総額回答結果

	サンプル数	構成比率
5千円未満	0	0.0%
5千円～1万円未満	21	11.3%
1万円～3万円未満	120	64.5%
3万円～5万円未満	30	16.1%
5万円以上	6	3.2%
無回答	9	4.8%
総計	186	100.0%

1人あたりの旅行費用の分布が上記の様になっているが、宿泊者が大部分を占めるため5万円以上の回答となっている。なお、一部で5万円以上のサンプルも存在するが、これは2泊以上のサンプルが該当する。

6) 旅行全般の実態 (アンケート : 問3)

6-1) 石和温泉周辺立ち寄り先 (問3-1, 複数回答可)

表 石和温泉周辺立ち寄り先回答結果

施設・場所・イベント	サンプル数	立ち寄り率
1) 笛吹川散策	16	17.4%
2) さくら温泉通り	16	17.4%
3) 七福神めぐり	4	4.3%
4) 大蔵経寺山・山神宮	5	5.4%
5) 桃の花まつり(川中島合戦, 戦国絵巻)	5	5.4%
6) 石和温泉祭り(サマーカーニバル, 鵜飼い, 花火祭り)	5	5.4%
7) 小林公園(足湯)	7	7.6%
8) 八田書院	5	5.4%
9) モンデ酒造	32	34.8%
10) 本坊酒造山梨工場	9	9.8%
11) 石和フルーツ村	12	13.0%
12) ウィンズ石和(場外馬券場)	6	6.5%
13) 信玄の里(宝石資料館)	26	28.3%
14) 英雅堂(お土産販売)	6	6.5%
15) なごみの湯	6	6.5%
16) 錦鯉センター	6	6.5%
17) 石和写真美術館	5	5.4%
18) 佐久神社	5	5.4%
19) 果物狩り(ブドウ, 桃など)	11	12.0%
20) 花見(梅, 桜, 桃など)	10	10.9%
21) その他	34	37.0%
有効サンプル数	92	

表 自由記述回答

石和周辺立ち寄り地点	サンプル数
武田神社	3
ほったらかしの湯	3
サティ	2
善光寺	2
笛吹川フルーツ公園	2
山梨県立美術館	1
甲府城	1
ワイン工場	1
白州、山梨ワイナリー	1
富士急ハイランド	1
恵林寺	1
不老園	1
足のために湯治に来た	1
ケーキハウス ミサワ	1
法事のお寺	1
びゅーホテル	2
かげつ	2
慶山	1
ホテルふじ	1
花いさわ	1
ホテルくにたち	1
計	17

「全く立ち寄らなかった」+「無回答」のサンプル数:94(50.5%)となっている。表中の立ち寄り率は、施設に立ち寄った92サンプルに占める割合であり、平均立ち寄り箇所数:2.14カ所/人となった。他の観光地では、河口湖:5箇所、郡上八幡(岐阜):11箇所、足助(愛知):4箇所となっており、石和地域は若干少なくなっている。

また、個別施設に対する評価を以下に示す。立ち寄り行動を通じて、「感動した」、「懐かしさを感じた」等のイメージ・評価を持っている割合を示したものであり、表中・図中に示す割合(%)は有効サンプル数にしめる各回答の指摘割合である。「楽しんだ」の指摘が多い一方、下記のような指摘が多かった。

感動した: 花見

懐かしさ: 笛吹川散策、桃の花まつり

快適な思い: さくら温泉通り、小林公園(足湯)、本坊酒造、なごみの湯

旅情・旅愁: 笛吹川散策、大蔵経寺山・山神宮

新たな発見: 七福神めぐり、大蔵経寺山・山神宮、信玄の里

表 各観光施設・場所・イベントに対する評価(淡灰:15%~, 灰:30%~, 濃灰:45%~)

施設・場所・イベント	該当サンプル数										指摘割合						
	サンプル数	感動した	懐かしさを感じた	楽しんだ	快適な思いができた	旅情・旅愁に浸れた	新たな発見が出来た	がっかりした	何も感じない	感動した	懐かしさを感じた	楽しんだ	快適な思いができた	旅情・旅愁に浸れた	新たな発見が出来た	がっかりした	何も感じない
1) 笛吹川散策	13	0	4	2	2	4	1	1	1	0%	31%	15%	15%	31%	8%	8%	8%
2) さくら温泉通り	16	3	1	6	5	3	4	0	0	19%	6%	38%	31%	19%	25%	0%	0%
3) 七福神めぐり	4	1	0	1	0	1	2	0	1	25%	0%	25%	0%	25%	50%	0%	25%
4) 大蔵経寺山・山神宮	5	0	0	1	0	2	2	0	1	0%	0%	20%	0%	40%	40%	0%	20%
5) 桃の花まつり(川中島合戦・戦国絵巻)	5	0	2	2	0	0	1	0	0	0%	40%	40%	0%	0%	20%	0%	0%
6) 石和温泉祭り(サマーカーニバル・鶺鴒い・花火祭り)	5	1	1	2	0	1	1	0	0	20%	20%	40%	0%	20%	20%	0%	0%
7) 小林公園(足湯)	7	0	0	3	4	0	0	0	1	0%	0%	43%	57%	0%	0%	0%	14%
8) 八田書院	4	1	1	0	0	1	1	0	0	25%	25%	0%	0%	25%	25%	0%	0%
9) モンデ酒造	31	0	1	21	2	2	5	0	5	0%	3%	68%	6%	6%	16%	0%	16%
10) 本坊酒造山梨工場	9	0	0	2	3	0	1	1	3	0%	0%	22%	33%	0%	11%	11%	33%
11) 石和フルーツ村	12	3	0	5	2	0	0	1	3	25%	0%	42%	17%	0%	0%	8%	25%
12) ウィンズ石和(場外馬券場)	6	0	0	3	0	0	1	0	3	0%	0%	50%	0%	0%	17%	0%	50%
13) 信玄の里(宝石資料館)	25	4	0	15	1	3	9	0	0	16%	0%	60%	4%	12%	36%	0%	0%
14) 英雅堂(お土産販売)	5	0	0	2	0	1	0	0	2	0%	0%	40%	0%	20%	0%	0%	40%
15) なごみの湯	6	1	0	4	3	0	0	0	1	17%	0%	67%	50%	0%	0%	0%	17%
16) 錦鯉センター	6	1	0	5	0	0	0	0	1	17%	0%	83%	0%	0%	0%	0%	17%
17) 石和写真美術館	5	0	0	4	1	0	0	0	0	0%	0%	80%	20%	0%	0%	0%	0%
18) 佐久神社	5	0	0	1	1	0	1	0	2	0%	0%	20%	20%	0%	20%	0%	40%
19) 果物狩り(ブドウ・桃など)	11	2	0	8	2	1	0	0	0	18%	0%	73%	18%	9%	0%	0%	0%
20) 花見(梅・桜・桃など)	10	4	0	4	2	2	0	0	0	40%	0%	40%	20%	20%	0%	0%	0%
21) その他	34																
有効サンプル数	92																

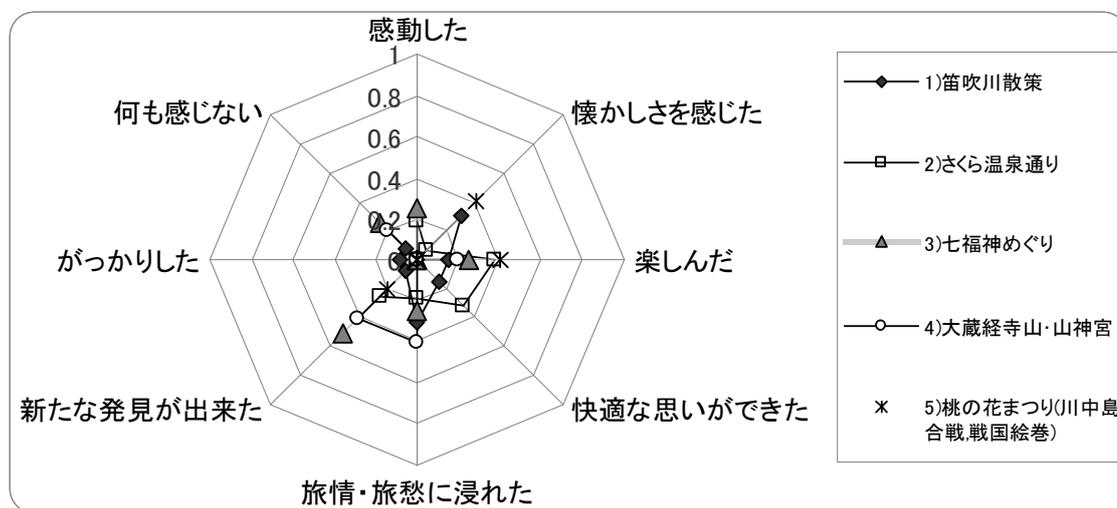


図 各観光施設・場所・イベントに対する評価(1)

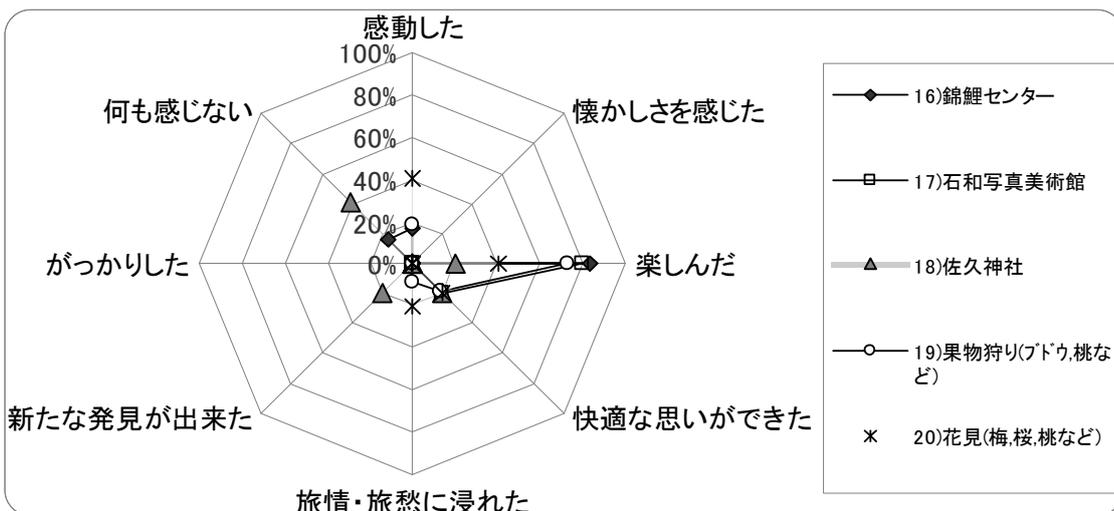
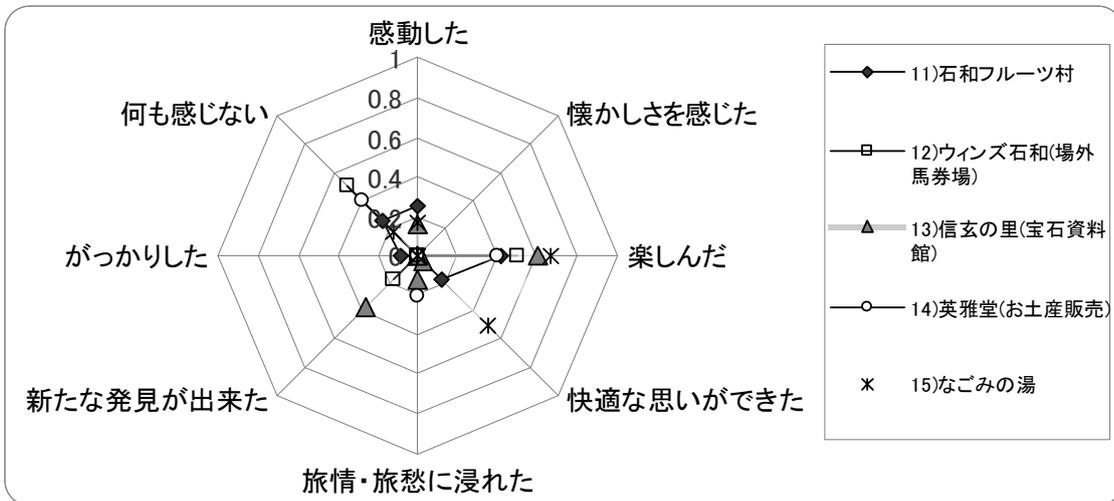
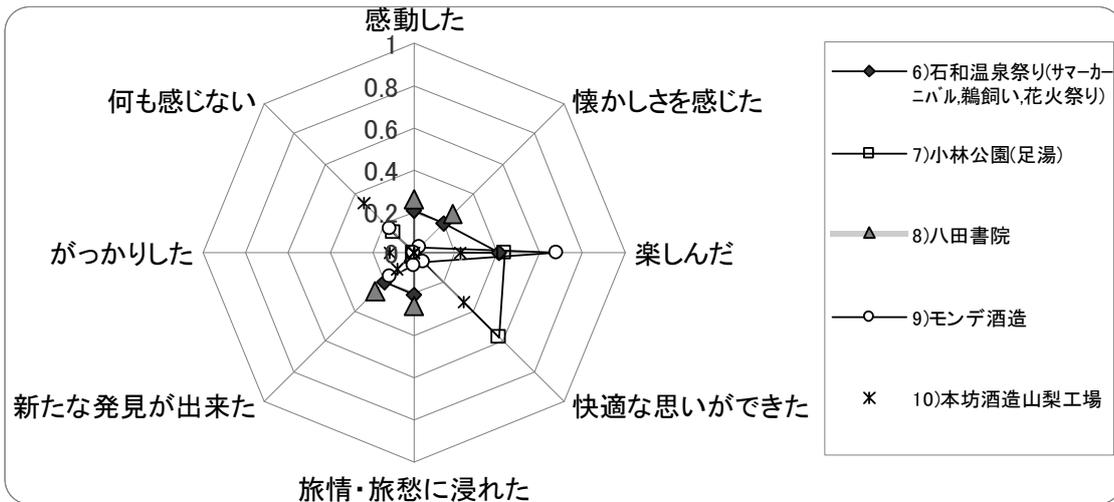


図 各観光施設・場所・イベントに対する評価(2)

6-2) 旅行(石和地区)に対する評価 (問 3-2)

表 石和地区に対する評価

	良い・感動した	ふつう	悪い・がっかりした	無回答	総計
石和の自然環境	54 29.0%	116 62.4%	0 0.0%	16 8.6%	186 100.0%
まちの雰囲気	19 10.2%	141 75.8%	7 3.8%	19 10.2%	186 100.0%
まちの清潔さ	24 12.9%	133 71.5%	7 3.8%	22 11.8%	186 100.0%
地元の人々の雰囲気	34 18.3%	127 68.3%	0 0.0%	25 13.4%	186 100.0%
看板・標識等の情報提供	21 11.3%	132 71.0%	9 4.8%	24 12.9%	186 100.0%
周辺の観光地・観光施設	29 15.6%	116 62.4%	11 5.9%	30 16.1%	186 100.0%
交通の利便性	70 37.6%	98 52.7%	3 1.6%	15 8.1%	186 100.0%

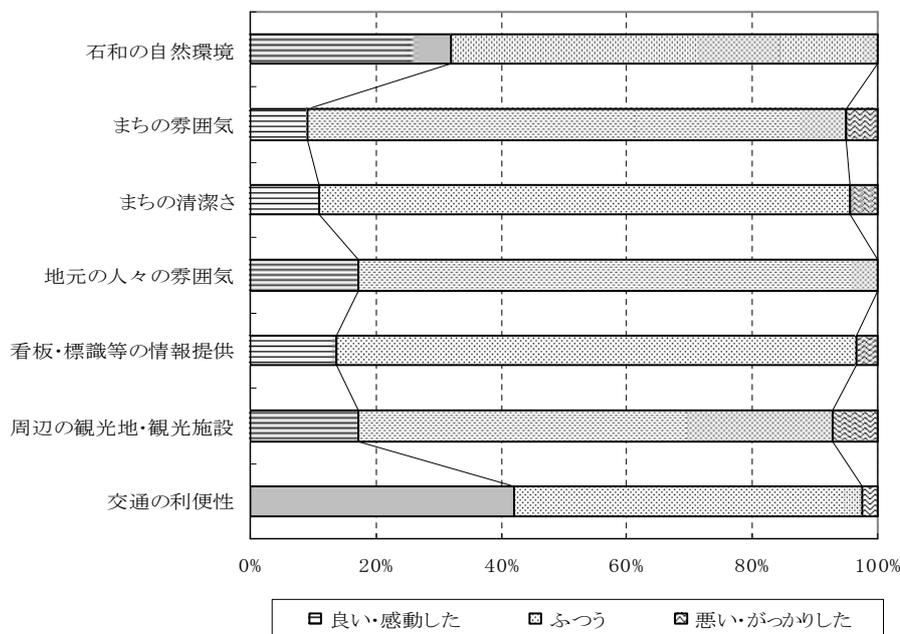


図 石和地区に対する評価

上図は、有効回答に占める各回答の割合を示している。石和の自然環境、交通の利便性に対する評価が高い。なお、年齢階層による評価の差異は大きく見られなかった。また、次ページ表は対象地区別評価である。河口湖町で自然環境の評価が高いのに対して、郡上八幡、足助においてまちの雰囲気、まちの清潔さのポイントが高くなっている。このように、高評価の要因が存在するのに対して、石和地区において多くの観光客が支持する要因が少ないことが問題と考えられる。

表 対象地区に対する来訪者評価

石和地区(笛吹市) 2005年		河口湖町 2001年		2000年		郡上八幡 2001年		足助町 2000年			
まち全体の感想											
a. 自然環境											
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	
良い・感動した	54	29.0%	106	77.4	74	78.7	144	84.7	222	79.9	
ふつう	116	62.4%	27	19.7	16	17.0	20	11.8	49	17.6	
悪い・がっかりした	0	0.0%	悪い・がっ	4	2.9	1	1.1	2	1.2	1	0.4
無回答	16	8.6%	無回答	0	0.0	2	2.1	4	2.4	5	1.8
非該当	0	0.0%	非該当	0	0.0	1	1.1	0	0.0	1	0.4
計	186	100.0%	計	137	100.0	94	100.0	170	100.0	278	100.0
b. まちの雰囲気											
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	
良い・感動した	19	10.2%	良い・感動	30	21.9	26	27.7	139	81.8	122	43.9
ふつう	141	75.8%	ふつう	97	70.8	64	68.1	24	14.1	139	50.0
悪い・がっかりした	7	3.8%	悪い・がっ	9	6.6	2	2.1	3	1.8	8	2.9
無回答	19	10.2%	無回答	0	0.0	2	2.1	4	2.4	9	3.2
非該当	0	0.0%	非該当	1	0.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0
計	186	100.0%	計	137	100.0	94	100.0	170	100.0	278	100.0
c. まちの清潔さ											
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	
良い・感動した	24	12.9%	良い・感動	30	21.9	21	22.3	98	57.6	92	33.1
ふつう	133	71.5%	ふつう	99	72.3	67	71.3	65	38.2	165	59.4
悪い・がっかりした	7	3.8%	悪い・がっ	8	5.8	4	4.3	1	0.6	11	4.0
無回答	22	11.8%	無回答	0	0.0	2	2.1	6	3.5	10	3.6
非該当	0	0.0%	非該当	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
計	186	100.0%	計	137	100.0	94	100.0	170	100.0	278	100.0
d. 地元の人々の雰囲気											
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	
良い・感動した	34	18.3%	良い・感動	47	34.3	29	30.9	92	54.1	108	38.8
ふつう	127	68.3%	ふつう	85	62.0	62	66.0	69	40.6	149	53.6
悪い・がっかりした	0	0.0%	悪い・がっ	4	2.9	0	0.0	0	0.0	4	1.4
無回答	25	13.4%	無回答	1	0.7	3	3.2	8	4.7	16	5.8
非該当	0	0.0%	非該当	0	0.0	0	0.0	1	0.6	1	0.4
計	186	100.0%	計	137	100.0	94	100.0	170	100.0	278	100.0

6-3) 旅行中に利用した施設とその評価 (問 3-3)

6-3-1) 石和温泉らしさ

石和温泉らしさ	ある	普通	ない	無回答	合計	立ち寄り率
飲食店	27	47	18	1	93	50.0%
お土産屋	37	48	16	2	103	55.4%
宿泊施設	91	57	6	7	161	86.6%

石和温泉らしさ	ある	普通	ない	無回答	合計
飲食店	29.0%	50.5%	19.4%	1.1%	100.0%
お土産屋	35.9%	46.6%	15.5%	1.9%	100.0%
宿泊施設	56.5%	35.4%	3.7%	4.3%	100.0%

「石和」看板を背負っている宿泊施設に「石和らしさ」を過半数が感じている。なお、飲食店、おみやげ屋ともサンプルの約半数が立ち寄っている。

6-3-2) 価格の評価

価格	高い	普通	安い	無回答	合計	立ち寄り率
飲食店	8	75	5	5	93	50.0%
お土産屋	4	91	4	4	103	55.4%
宿泊施設	12	100	43	6	161	86.6%

価格	高い	普通	安い	無回答	合計
飲食店	8.6%	80.6%	5.4%	5.4%	100.0%
お土産屋	3.9%	88.3%	3.9%	3.9%	100.0%
宿泊施設	7.5%	62.1%	26.7%	3.7%	100.0%

宿泊施設に対して安価である評価が約3割となっている。

6-3-3) 印象

印象	良い	普通	悪い	無回答	合計	立ち寄り率
飲食店	18	63	4	8	93	50.0%
お土産屋	19	74	4	6	103	55.4%
宿泊施設	97	56	3	5	161	86.6%

印象	高い	普通	安い	無回答	合計
飲食店	19.4%	67.7%	4.3%	8.6%	100.0%
お土産屋	18.4%	71.8%	3.9%	5.8%	100.0%
宿泊施設	60.2%	34.8%	1.9%	3.1%	100.0%

宿泊施設に対する評価が高いのが特徴である。

温泉らしさ、価格、印象について他地域との比較を次項以降に掲載する。

飲食等施設の利用有無、および感想

石和地区(笛吹市) 2005年	河口湖町 2001年	2000年	郡上八幡 2001年	足助町 2000年	
a. 飲食店					
<利用有無> (人)					
利用した	93 50.0%	107 78.1	74 78.7	125 73.5	217 78.1
利用しなかった	93 50.0%	29 21.2	20 21.3	44 25.9	61 21.9
無回答	0 0.0%	1 0.7	0 0.0	1 0.6	0 0.0
非該当	0 0.0%	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
計	186 100.0%	137 100.0	94 100.0	170 100.0	278 100.0
<らしさ>					
ある	27 29.0%	42 39.3	13 26.0	53 42.4	68 42.0
普通	47 50.5%	50 46.7	36 72.0	52 41.6	89 54.9
ない	18 19.4%	13 12.1	1 2.0	20 16.0	5 3.1
無回答	1 1.1%	2 1.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0
非該当	93 100.0%	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
計		107 100.0	50 100.0	125 100.0	162 100
<価格>					
高い	8 8.6%	20 18.7	12 25.0	15 12.0	43 34.7
普通	75 80.6%	72 67.3	34 70.8	91 72.8	73 58.9
安い	5 5.4%	7 6.5	2 4.2	14 11.2	8 6.5
無回答	5 5.4%	8 7.5	0 0.0	5 4.0	0 0.0
非該当	0 0.0%	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
計	93 100.0%	107 100.0	48 100.0	125 100.0	124 100.0
<印象>					
良い	18 19.4%	29 27.1	21 48.8	44 35.2	33 38.8
普通	63 67.7%	66 61.7	22 51.2	63 50.4	48 56.5
悪い	4 4.3%	9 8.4	0 0.0	12 9.6	4 4.7
無回答	8 8.6%	3 2.8	0 0.0	6 4.8	0 0.0
非該当	0 0.0%	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
計	93 100.0%	107 100.0	43 100.0	125 100.0	85 100.0

石和地区(笛吹市) 2005年		河口湖町 2001年		2000年		郡上八幡 2001年		足助町 2000年	
b. 土産店									
<利用有無> (人) (%)		<利用有無> (人) (%)		(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)
利用した	103 55.4%	利用した	103 75.2	76	80.9	142	83.5	233	83.8
利用しなかった	83 44.6%	利用しな	34 24.8	18	19.1	27	15.9	45	16.2
無回答	0 0.0%	無回答	0 0.0	0	0.0	1	0.6	0	0.0
非該当	0 0.0%	非該当	0 0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
計	186 100.0%	計	137 100.0	94	100.0	170	100.0	278	100.0
<らしさ>		<らしさ>							
ある	37 35.9%	ある	33 32.0	19	32.2	73	51.4	70	38.9
普通	48 46.6%	普通	58 56.3	34	57.6	61	43.0	99	55.0
ない	16 15.5%	ない	10 9.7	6	10.2	5	3.5	11	6.1
無回答	2 1.9%	無回答	2 1.9			3	2.1		
非該当	0 0.0%	非該当	0 0.0			0	0.0		
計	103 100.0%	計	103 100.0	59	100.0	142	100.0	180	100.0
<価格>		<価格>							
高い	4 3.9%	高い	10 9.7	5	15.2	10	7.0	24	22.6
普通	91 88.3%	普通	89 86.4	28	84.8	118	83.1	72	67.9
安い	4 3.9%	安い	2 1.9	0	0.0	4	2.8	10	9.4
無回答	4 3.9%	無回答	2 1.9			10	7.0		
非該当	0 0.0%	非該当	0 0.0			0	0.0		
計	103 100.0%	計	103 100.0	33	100.0	142	100.0	106	100.0
<印象>		<印象>							
良い	19 18.4%	良い	18 17.5	11	28.9	44	31.0	30	35.3
普通	74 71.8%	普通	75 72.8	25	65.8	87	61.3	54	63.5
悪い	4 3.9%	悪い	7 6.8	2	5.3	0	0.0	1	1.2
無回答	6 5.8%	無回答	3 2.9			10	7.0		
非該当	0 0.0%	非該当	0 0.0			1	0.7		
計	103 100.0%	計	103 100.0	38	100.0	142	100.0	85	100.0

石和地区(笛吹市) 2005年	河口湖町 2001年	2000年	郡上八幡 2001年	足助町 2000年	
c. 宿泊施設					
<利用有無> (人)					
利用した	161 86.6%	利用した 79 57.7%	(人) (%) 61 64.9	(人) (%) 48 28.2	(人) (%) 97 34.9
利用しなかった	25 13.4%	利用しな 58 42.3	33 35.1	121 71.2	181 65.1
無回答	0 0.0%	無回答 0 0.0	0 0.0	1 0.6	0 0.0
非該当	0 0.0%	非該当 0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
計	186 100.0%	計 137 100.0	94 100.0	170 100.0	278 100.0
<らしさ>					
ある	91 56.5%	ある 53 67.1	33 68.8	16 33.3	35 44.9
普通	57 35.4%	普通 22 27.8	13 27.1	31 64.6	35 44.9
ない	6 3.7%	ない 1 1.3	2 4.2	1 2.1	8 10.3
無回答	7 4.3%	無回答 2 2.5		0 0.0	
非該当	0 0.0%	非該当 1 1.3		0 0.0	
計	161 100.0%	計 79 100.0	48 100.0	48 100.0	78 100.0
<価格>					
高い	12 7.5%	高い 11 13.9	7 7.9	5 10.4	16 39.0
普通	100 62.1%	普通 54 68.4	26 29.2	28 58.3	17 41.5
安い	43 26.7%	安い 7 8.9	8 9.0	10 20.8	8 19.5
無回答	6 3.7%	無回答 7 8.9		5 10.4	
非該当	0 0.0%	非該当 0 0.0		0 0.0	
計	161 100.0%	計 79 100.0	89 100.0	48 100.0	41 100.0
<印象>					
良い	97 60.2%	良い 45 57.0	22 64.7	18 37.5	26 70.3
普通	56 34.8%	普通 26 32.9	11 32.4	24 50.0	10 27.0
悪い	3 1.9%	悪い 5 6.3	1 2.9	2 4.2	1 2.7
無回答	5 3.1%	無回答 3 3.8		4 8.3	
非該当	0 0.0%	非該当 0 0.0		0 0.0	
計	161 100.0%	計 79 100.0	34 100.0	48 100.0	37 100.0

6-4) 今回の旅行の評価 (問 3-4)

旅行の評価			石和地区(笛吹市) 2005年		河口湖町 2001年		2000年		郡上八幡 2001年		足助町 2000年	
	(MA)	(人) (%)	(人) (%)	(人) (%)	(人) (%)	(人) (%)	(人) (%)	(MA)	(人) (%)	(人) (%)	(人) (%)	
良かった		115 61.8%	良かった 116 84.7	83 88.3	140 82.4	207 74.5						
ふつう		58 31.2%	ふつう 18 13.1	9 9.6	22 12.9	49 17.6						
悪かった		2 1.1%	悪かった 1 0.7	1 1.1	1 0.6	12 4.3						
無回答		11 5.9%	無回答 2 1.5	1 1.1	7 4.1	8 2.9						
非該当		0 0.0%	非該当 0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 0.7						
計		186 100.0%	計 137 100.0	94 100.0	170 100.0	278 100.0						
<評価を左右した要素>												
	(MA)	(人) (%)	(MA)	(人) (%)	(人) (%)	(MA)	(人) (%)	(MA)	(人) (%)	(人) (%)	(人) (%)	
観光施設		7 3.8%	観光施設 84 31.0	観光施設 19 27.1	観光施設 33 9.2	観光施設 11 5.5						
町並み・まちの雰囲気		11 5.9%	町並み・ま 15 5.5	まちの雰 2 2.9	町並み・ま 123 34.3	まちの雰 12 6.0						
自然環境		15 8.1%	自然環境 101 37.3	自然環境 39 55.7	自然環境 93 25.9	自然環境 137 68.2						
地元の人々の雰囲気		11 5.9%	地元の人々 20 7.4	地元の人々 1 1.4	地元の人々 50 13.9	地元の人 7 3.5						
食事		62 33.3%	食事 19 7.0	食事 2 2.9	食事 23 6.4	食事 9 4.5						
体験メニュー		8 4.3%	体験メニュー 7 2.6	その他 7 10.0	体験メニョ 19 5.3	その他 25 12.4						
宿泊施設		104 55.9%	その他 22 8.1	小計 70 100.0	その他 10 2.8	小計 201 100.0						
温泉		147 79.0%	無回答 3 1.1	不明 3	無回答 8 2.2	不明 22						
無回答		11 5.9%	非該当 0 0.0	非該当 21	非該当 0 0.0	非該当 55						
計		186 100.0%	計 271 100.0	計 94	計 359 100.0	計 278						

自らの旅行に対する評価を「良かった」とする回答は約 6 割である。また、年齢階層別での評価の大きな差はない。評価に影響を与えた要因は、温泉、宿泊施設、食事の順で指摘されている。

旅行の評価が「良かった」の割合が約 6 割にとどまっているのは、観光地にとっては決して良い評価とはいえないので、石和を訪れる旅行者の満足感が高まるように取り組んでいく必要がある。

また、自由記述意見として下記のものがある。

旅行評価の決め手(自由回答)	サンプル数
従業員の方	1
コンパニオン	1
過剰サービスがないこと	1
接客の良さ	1
交通	1
ワイン	1
池の鯉	1
ホテル富士だから	1
定例の新年会	1
2次会のカラオケバーの従業員の対応が悪かった。	1

6-5) 石和温泉への再訪意向・宣伝意向（問 3-5）

再訪・宣伝意志		石和地区(笛吹市)		河口湖町		2000年		郡上八幡		足助町		
2005年		2001年		2001年		2000年		2001年		2000年		
<再訪意志>												
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)
また来たい	155	83.3%	また来たい	125	91.2	87	92.6	142	83.5	215	77.3	
わからない	19	10.2%	わからない	10	7.3	6	6.4	23	13.5	46	16.5	
来たくない	2	1.1%	来たくない	0	0.0	0	0.0	2	1.2	10	3.6	
無回答	10	5.4%	無回答	2	1.5	1	1.1	3	1.8	7	2.5	
非該当	0	0.0%	非該当	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
計	186	100.0%	計	137	100.0	94	100.0	170	100.0	278	100.0	
<宣伝意志>												
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)
宣伝したい	107	57.5%	宣伝したい	111	81.0	77	81.9	126	74.1	193	69.4	
わからない	52	28.0%	わからない	16	11.7	13	13.8	30	17.6	39	14.0	
宣伝しない	1	0.5%	宣伝しない	3	2.2	2	2.1	5	2.9	18	6.5	
無回答	26	14.0%	無回答	7	5.1	2	2.1	9	5.3	28	10.1	
非該当	0	0.0%	非該当	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
計	186	100.0%	計	137	100.0	94	100.0	170	100.0	278	100.0	

「また来たい」：83.3%となっており、再訪意向が高いことがわかる。また、今回の旅行の評価（よかった・普通・悪かった）と照らし合わせると、評価が良いほど再訪意向が高くなる傾向を示している。また、年齢階層別再訪意向では、年齢があがるに従い再訪意向が上昇しており、高齢者ニーズとのマッチが考えられる。一方、同伴者では「自分一人」、「職場・学校の仲間」形態において再訪意向が若干低い値を示していた。

地域間比較では、河口湖町の再訪意向は90%を超えている。観光地間競争、観光客による選別・選択を考えると、来訪者の再訪意向が一層高まるようによりよい観光地づくりを進めていく必要がある。

さらに今回の旅行を他人に宣伝したい意向については、他地域では約7割を上回っているのに対して、石和地区では6割弱となっている。口コミが大きな情報伝達手段、観光地情報の訴求に大きな影響を考えると、その誘発効果を見逃し得ない。来訪客は、地域のファン、サポーターとなり、宣伝マンとなりうることを考慮し、人に話したくなるような印象に残る観光地づくりに向けて取り組んでいく必要がある。

また、下記に再訪意向・宣伝意向を持つ理由(自由記述)を示す。アクセス利便性の高さやホスピタリティ性に関する指摘がみられる。

再訪意向・宣伝意向を持つ理由(自由回答)	サンプル数
温泉が非常によい	1
東京より車で早い	1
交通に便利	1
他の温泉より湯がよく、気に入っている。	1
お風呂がとても良い	1
宿泊費が安い。交通費もかからない	1
近くて安いから	1
近いので行きやすい	1
近くてのんびりできる	1
温泉、旅館満足	1
温泉がよい。	1
心づかいが良かった。	1
食事がおいしかった。	1
清潔感、従業員の態度	1
山並	1
夜の楽しさ	1
良かったので	1
施設、サービス良い。	1

7) 旅行・観光全般について (アンケート：問4)

7-1) 温泉等観光の情報収集のための利用情報媒体 (問4-1, 複数回答可)

利用媒体	サンプル数	指摘率
新聞	48	28.2%
雑誌	78	45.9%
テレビ	42	24.7%
ラジオ	4	2.4%
駅・電車内・まちのポスター	14	8.2%
旅行ガイド	103	60.6%
他の人からの口コミ	53	31.2%
インターネット	51	30.0%
メール	4	2.4%
その他	10	5.9%
有効サンプル数	170	

※有効サンプル：無回答以外のサンプル

旅行ガイド、雑誌、インターネット、新聞、テレビなどの利用が多い。また、自由記述意見として、旅行会社のパンフレット(3サンプル)、トラベルの紹介(1)、世田谷区報(1)などがあげられた。

7-2)「豊かな旅」とは、どのようなものか？(問4-2, 複数回答可)

石和地区(笛吹市) 2005年			河口湖町 2001年			2000年		郡上八幡 2001年		足助町 2000年	
(MA)	(人)	(%)	(MA)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)
感動できる旅	47	25.3%	感動できる	103	75.2	50	53.2	101	59.4	156	56.1
やすらげる旅	23	12.4%	やすらげる	105	76.6	77	81.9	109	64.1	178	64.0
楽しめる旅	96	51.6%	楽しめる旅	99	72.3	67	71.3	94	55.3	149	53.6
知る発見の旅	79	42.5%	知る発見の	76	55.5	40	42.6	82	48.2	122	43.9
懐かしさ	47	25.3%	懐かしさ	32	23.4	17	18.1	51	30.0	70	25.2
快適な思い	35	18.8%	快適な思い	60	43.8	43	45.7	51	30.0	87	31.3
旅情・旅愁	97	52.2%	旅情・旅愁	64	46.7	30	31.9	102	60.0	111	39.9
生活から解放	120	64.5%	生活から解	73	53.3	45	47.9	91	53.5	133	47.8
その他	2	1.1%	その他	13	9.5	5	5.3	17	10.0	28	10.1
不明	14	7.5%	不明	0	0.0	0	0.0	1	0.6	5	1.8
非該当	0	0.0%	非該当	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
計	186	100.0%	計	137	100.0	94	100.0	170	100.0	278	100.0

「豊かな旅」に対する認識について回答を見ると、石和地区では生活からの解放、旅情・旅愁、楽しめる旅を指摘している割合が高い。一方、他地域では感動できる旅、安らげる旅、楽しめる旅等の指摘が高く、来訪者属性、来訪形態による影響が考えられる。また、年齢階層別にみると、加齢にともない、「旅情・旅愁に浸れる旅」や「安らげる旅」の指摘率が向上しているのに対して、20-30代では「懐かしさを感じる旅」、「快適な思いができる旅」、「新たなことを知ったり発見できる旅」、「普段の生活から解放される旅」等の指摘が多くなっていた。

また、自由回答として、老夫婦でゆったりとする、人との出会い、目的にあった旅、以上がそれぞれ1件ずつ指摘されていた。

また、アンケート全体に対する自由回答は、下記の通りである。

No.	自由記述意見
1	温泉地に人が少ない。PRをもっとして石和温泉を知ってもらおう。
2	駅前にサティがあつて良い。
3	おみやげ屋さんをもっと欲しい。
4	駅前の道路が渡りづらい。
5	バイクンがある宿を増やして欲しい。
6	お得なプランがあればいろいろなホテルに泊まりたい。
7	料理に山のものがあるといい
8	名所案内の立て札に目的地までの距離を表示してほしい。
9	特色がない
10	風呂、料理はよかった。
11	トイレの吸殻入れは必要ない。
12	浴場のシャワーは、ワンタッチのほうが使いやすい。
13	全体によい印象だった。
14	循環風呂のため、温泉効果が薄い感じがする。行政の指導を望む。
15	石和温泉独特の料理を考慮してほしい。
16	期間限定で宿泊料金の安い時に行っている。今回で3度目。
17	駅近くの川はごみが多すぎる。
18	今年もあと2回は行くと思う。
19	東京から1時間少々で、車の便がよい。石和は気に入っている。
20	偽温泉騒動があつたので、いかに本物の温泉であるかの証明が大切。
21	他の観光地よりやや高めなのが気になる。
22	何度行っても、温泉、食事ともに最高。
23	宿泊した施設は最高だった。また泊まりたい。
24	温泉がぬるく残念。
25	東京から近くよく訪れる。
26	ぶどう狩り、紅葉狩り、ワイン工場見学などいろいろな目的でゆっくり行きたいので、
27	もう少し宿泊代を安くしてほしい。
28	交通の便がよく、30年来利用してきた。
29	アンケートで以前のことも質問してしまかった。
30	今後も利用するため、ますます良い温泉町になってほしい
31	町や宿の案内図があると、次回への意欲が増す。
32	どこの温泉宿も親切で、感じがよく、楽しく過ごすことができる。
33	すばらしい庭園と石のつくり感動した。
34	温泉でリラックスし、すばらしい旅行ができた。
35	道路が整備され、美しくなつてうれしい。
36	温泉以外に近くに楽しめる場所や、見学施設が増えることを望む。
37	駅前が整備され広がつてよかった。
38	県内の人々の特別割引とか、子どもの料金の割引が多くなれば、家族で利用しやすい。
39	歴史の割りにいいイメージがない。
40	箱根や熱海がだめになつたのは何かを研究せよ。
41	石和はもつと甲府の客、高齢者をターゲットにしたらどうか
42	宿泊した施設は食事、接客がよく、気持ちよく楽しい一日が過ぎた。
43	気軽にに行ける場所と時間的に利用しやすい。
44	山紫水明の地のはずだが、町並みが悪い。
45	道路の空き缶、歩道の雪かき・・・自然と町と商店のコーディネートが必要
46	観光協会の知恵と努力を望む
47	トイレにゴミブリがいた。
48	八田書院の横の公園が良かった。何度も来ているのに初めて知つた。パンフに載せて進めた方がいい。
49	冬場の観光するところが少ない。
50	ハウスなどがある植物園をもっと欲しい。
51	高齢に伴い、夫婦の安らげる場所と思つて、石和温泉を訪れている。
52	足の治療を兼ねてよく来る。
53	東京から交通の便も良く、自然も美しい。1年に何度も訪れます。
54	同じ料金でもホテルによって質や施設が全然違う。

55	機会があれば温泉協会等で調査するのも一案か。
56	スパランドや良い温泉があるのでリラックスでき好きです。
57	いつもお土産店に行く。
58	ホテルのもてなしは良いが、掃除が行き届いていない。
59	1月の旅行は、雪と寒さのため、見学より温泉の良いところを選びます。
60	温泉や、宝石を見たり買ったりして楽しめた。
61	中には売ればよいという店員がいて、残念。
62	食事がおいしくない。
63	庭を散歩できるようなホテルが少ない。
64	富士吉田の鐘山荘のようなホテルなら一日中いても飽きず、何度でも行きたいと思う。
65	駅に近く温泉の良いところで、石和温泉を選んだ。
66	昔と変わり、道路が広くなり、町並みが変わったことに驚いた。
67	今回は雪のため、観光地に行けなかった。
68	県立美術館は、名画が鑑賞でき良かった。
69	平日でも料金が安く宿泊できる旅館が欲しい。
70	宿泊した施設は職員が親切で心からもてなしてくれるので、また行きたくなる。
71	静かだが、駅から少し遠く感じた。
72	宿泊した施設は料理、風呂、対応どれもとても良かった。
73	朝風呂が水だった。
74	トイレの便座が冷たかった
75	風呂上がりに水がなかった。
76	東京から近く、いいところがたくさんあるのにあまり知られていない。
77	もっと観光案内をした方がいい。
78	駅前の商店街はもっとにぎやかさが欲しい。
79	食事は、量より質でお願いしたい。
80	宿泊した施設は毎年利用するが、料理、接客よく、特に女将さんの上品さが印象に残る。
81	交通時間が2時間ぐらいでちょうどいい。
82	湯量豊富で温泉を十分楽しめた。
83	源泉を加温しているのか、循環等の表示が欲しい。
84	夜、温泉街を歩いてみると、「男性が遊びにくるところ」という印象を強く受けた。
85	新宿から割合近く、交通の便がよい。
86	宿泊した施設はとても良かった。
87	雪のため、温泉を楽しんだ。宿泊した施設は良かった。
88	冬でも楽しめる物が欲しい。
89	春の景色が一番好き。
90	初めての雪景色だったが、ゆっくり温泉につかり、雪見が最高だった。
91	東京からでも近くてやすく行ける場所だと思った。
92	宿泊した施設はお得感がいっぱい。ほうとうもおいしかった
93	石和温泉らしい街づくりをしてほしい。
94	歓楽街的なイメージから脱皮して、女性に好まれる温泉街らしさが欲しい。
95	山梨には地元の人が行っても満足できる観光地がないのが不満。
96	「暴力団」というイメージがあるので、明るいイメージが欲しい。
97	以前に比べ、タクシーの運転手さん、旅館の方の対応が良くなった。
98	山梨には旧跡や自然、季節のフルーツと観光客を呼べる要素はたくさんある。
99	もてなしの心を感じられれば、お客様はまた来ると思う。
100	お店の従業員の対応が悪い。
101	男性の遊び場というイメージが変わった。
102	宿泊施設、従業員の対応良かった。
103	掃除行き届いており、寝具も清潔感があつた。
104	遠景のアルプスに感動した。
105	石和市内の鉄塔と電線らしき物、考慮して欲しい。
106	宿泊した施設は温泉、料理、部屋、すべて良かった。
107	保養のために訪れた。
108	観光より、宿でゆっくりしたいと思いついて来ている。
109	10数年前に比べ、イメージチェンジをしている努力がうかがえる。
110	宿では、エアコンのほこりや、すきま風が入るところが気になった。

111	石和温泉郷のすべての住民がお客を迎えるような感じを市政に於いて育てて欲しい。
112	桜並木のしたをウッドデッキの工事をしていたが、桜の咲く時期に来て歩いてみたい。
113	温泉は最高だった。
114	お土産店の営業がしつこすぎる。
115	石和温泉は毎年来るが、温泉と人情がよいのでまた行こうと思う。
116	ホテルの仲居さんが親切にしてくれるのでまた行こうと思います。
117	自然の美しさを感じる石和温泉を守って欲しい。
118	川にゴミが多く、町が汚い。
119	近くて、気を休めるところとして利用。
120	のんびりとした人柄や風土が好きです。このままでいい。
121	ほうとう専門店が意外に少ない。
122	都心に近く、熱海、伊豆より良いと思った。
123	宿泊した施設は露天風呂は、今までで最高だった。
124	石和はアピールが少なく、今まで知らなかった。
125	純温泉100%を探し、信じてゆくより仕方がない。例えば、別府、石和。
126	道が狭い。
127	浴衣では散策できない感じ。
128	トータルとしてのイメージ作りが今後の課題。「小布施」のようなところでできないだろうか。
129	夏の「鵜飼い」は長良川のようにできないか。
130	東京から近い分、努力をしていないように思う。
131	宿の接客が下手。
132	いくつか宿もつぶれていて、とても寂しい気がする。
133	昔の名前がなくなり、笛吹市になったことも寂しい気がする。
134	温泉はよい。もう少し観光スポットが欲しい。
135	観光案内所で手数料を取られたことがあり驚いた。
136	石和は価格が高いというイメージがあり、気軽に行く気になれない。
137	山梨県人で、忘年会新年会を利用している。
138	今回の宿は、風呂の中が暗かった。
139	温泉と料理がいいので、特定の宿泊施設をいつも利用している。
140	どこよりもリラックスできました。
141	交通の便がよいが、冬のイベントが乏しい。
142	石和温泉は大人が楽しむ場所だと思った。
143	甲府の帰りによっただけなので、今度はゆっくり観光して、温泉も入りたいです。
144	道路は整備されていたが、案内板の字がわかりにくい。
145	室内、寝具、掃除が行き届き、清潔感があった。
146	接客態度の向上を望む。
147	子どもの遊ぶ場所がない。
148	小さな所でもガイドチラシに載せて欲しい。
149	石和の湯は、すばらしい湯です。
150	日本武尊の連歌発祥の地をPRしてはいいかが。
151	山梨県下の温泉に行くが、近年は石和に行く。
152	自然を楽しめる場所、電車でも車でも行けるので家族旅行に最適。
153	世田谷区民で利用している。花見、フルーツの季節は楽しく、友人と何度も訪れている。
154	東京から近い、景色、温泉、食べ物、見るところ、どれもいいので、何度来ても一年中楽しめる。
155	同県に住んでいるため、気軽に利用できる。
156	質問事項が多すぎた。
157	車で2時間なので、気軽に来られる。
158	温泉に入っのんびりするにはいいが、周辺にもっと見るところがあれば活気づくのでは。
159	大変良い温泉で、ことあるごとに行ってます。
160	高齢の両親と温泉に訪れる。
161	ゆっくり泊まり、風呂、料理を楽しみ、四季の景色を楽しみながらドライブします。
162	観光地なので車道と歩道を区別し、道路の整備から進めてほしい。

8) まとめ

1月中旬に実施した旅館来訪者への手渡し配布郵送回収方式アンケートによる186サンプルから、(i)来訪者個人属性・来訪行動の特性、(ii)石和温泉に対する評価、について以下のようにまとめることができる。

(i)来訪者個人属性・来訪行動の特性

性年齢階層・居住地

単純集計から、次のような利用者特性が明らかとなった。

- ・ 年齢階層では、40代以上が全体の8割を超えており、30代以下が少ない。
- ・ 女性が来訪者の過半数を占めているが、年齢階層は20代と50・60代の2極分布を示している。これから、その来訪目的、同伴者特性の差異が推察される。
- ・ 回答者の居住地では、山梨県：22%となっており、甲府市からの入り込みが全体の8%を占める。また、中央道、中央線利用が考えられる東京都(42%)、神奈川県(7%)、埼玉県(7%)、千葉県(6%)の1都3県で62%を占めている。

これら石和来訪者と他地域(郡上八幡, 足助, 河口湖)とを比較すると、石和地域の特徴として、高齢者層の構成比率が高いこと、来訪者の居住地分布の集中傾向があげられる。特に高齢者構成割合が高いことは、若年層に魅力的な観光資源、観光周遊コースとなっていない可能性が考えられる。

同伴者形態

性年齢階層とクロスさせた同伴者形態では、以下の4つのグループ分類が考えられた。

1. 夫妻：50代以上の男女各サンプルで20%以上を占める。
2. 家族：50代以下の男女(子供、親、もしくは3世代の家族旅行)で比較的存在。
3. 友人・知人：概ね全年齢階層で20%以上を占める旅行形態
4. 職場等の仲間：男性20-40代で45%以上を占める。なお、新年会も多くを占めた。

なお、少数意見であったものの60代以上の回答者で、兄弟・姉妹旅行があった。

来訪目的・旅行日程・代表交通手段・利用情報媒体

- ・ 石和地区への来訪目的は、温泉浴(8割)、慰安(4割)が卓越しているおり、旅行日程も1泊2日が85%を占めているが、調査方法、時期による影響が推察される。
- ・ 石和地区への来訪経験は、2回以上が7割を占め、初回来訪3割である。代表利用交通手段では、自家用車等：52%、鉄道：31%、高速バス：5%となっている。
- ・ 他地域と比較すると、足助、郡上八幡のリピーター構成比率：5割に対してリピーター比率が石和で高いこと、河口湖町：11%に対する石和町の鉄道利用者割合の高さが特徴的である。
- ・ 温泉等観光の情報収集のための利用情報媒体では、旅行ガイド、雑誌、インターネット、新聞、テレビなどの利用が多い。

特に情報提供については、リピーターの醸成や新規来訪者獲得の観点から重要と考えられる。「歴史のわりにいいイメージがない。」という意見がみられる一方、「昔と変わり、道路が広くなり、町並みが変わったことに驚いた。」「10数年前に比べ、イメージチェンジをしている努力がうかがえる。」「八田書院の横の公園が良かった。何度も来ているのに初めて知った。パンフに載せて進めた方がいい。」といった前回と異なるイメージを受ける来訪者も存在する。常に新しい情報の発信に努めるとともに、石和温泉の良い所を積極的にアピールしていくことが望ましい。

石和地区周辺への立ち寄り場所

- ・ 「全く立ち寄りなかった」+「無回答」のサンプル数：94(50.5%)となっており、宿泊施設以外の施設や場所の利用が少ない。
- ・ 立ち寄りを行ったサンプルの平均立ち寄り箇所数は、2.14カ所/人となった。
- ・ 他の観光地では、近隣地区の観光施設、観光資源への立ち寄り平均箇所数が河口湖：5箇所、郡上八幡(岐阜)：11箇所、足助(愛知)：4箇所となっている。
- ・ 石和地区における立ち寄り率(指摘数/立ち寄りありサンプル総数)の上位3

位は、モンデ酒造(34.8%)、信玄の里(28.3%)、笛吹き川散策とさくら温泉通り(同率：17.4%)となっており、お土産購入や地域特有の物産、自然資源の鑑賞となっている。なお、これら施設に対する評価として、「楽しんだ」、「感動した」、「懐かしさを感じた」等を指摘している割合が高い。

なお、自由意見の中には、「温泉以外に近くに楽しめる場所や、見学施設が増えることを望む。」といった滞在時の魅力向上を希望する回答や「桜並木の下をウッドデッキの工事をしていたが、桜の咲く時期に来て歩いてみたい。」という今後の取組・来訪に期待する意見もみられた。

広域周遊について

- ・ 81%が「他立ち寄り地無し」であり、温泉浴・慰安目的の目的地直行型旅行形態が多くを占める。
- ・ 立ち寄り有サンプルの平均立ち寄り箇所数：1.17にとどまった。
- ・ 実際に立ち寄った地点として、国中地域の勝沼(86%)、甲府・湯村温泉(45%)に加え、河口湖周辺(立ち寄り率：59%)、山中湖・忍野八海(36%)、本栖湖周辺地域(18%)とつづいている。近隣の勝沼への立ち寄り率が高いため、石和温泉地域とセットとして認知され、周遊されていることが考えられる。

「ぶどう狩り、紅葉狩り、ワイン工場見学などいろいろな目的でゆっくり行きたい」、「日本武尊の連歌発祥の地をPRしてはいかが。」との回答もあり、多様な観光資源を連携し、その相乗効果によるルートとしての魅力向上を図ることも重要と考えられる。

(ii) 石和温泉に対する評価

石和地区に対する評価

3割以上の回答者が高い評価を行った要因として、石和の自然環境(例：初めての雪景色だったが、ゆっくり温泉につかり、雪見が最高だった。遠景のアルプスに感動した。等)、交通の利便性(例：東京から1時間少々で、車の便がよい。石和は気に入っている。)の2つがあった。それに対して、まちの雰囲気、まちの清潔さ、地元の人々の雰囲気、看板・標識等の情報提供、周辺観光地・観光施設に関する評価は、「普通・どちらとも言えない」との指摘が多かった。地元の人々の

雰囲気も含めた“まちの環境づくり”は重要な課題である。

なお、具体的な改善点として、下記のような項目が指摘されていた。

－イメージ・認知－

- ・石和温泉らしい街づくりをしてほしい。
- ・歓楽街的なイメージから脱皮して、女性に好まれる温泉街らしさが欲しい。
- ・夜、温泉街を歩いてみると、「男性が遊びにくるところ」という印象を強く受けた。

－看板・サイン－

- ・看板では、名所案内の立て札に目的地までの距離を表示してほしい。
- ・町や宿の案内図があると、次回への意欲が増す。
- ・道路は整備されていたが、案内板の字がわかりにくい。

－ゴミ・衛生－

- ・駅近くの川はごみが多すぎる。
- ・川にごみが多く、町が汚い。

－街並み・景観－

- ・山紫水明の地のはずだが、町並みが悪い。
- ・いくつか宿もつぶれていて、とても寂しい気がする。
- ・道路の空き缶、歩道の雪かき・・・自然と町と商店のコーディネートが必要。
- ・石和市内の鉄塔と電線らしき物、考慮して欲しい。

－回遊・歩行空間－

- ・浴衣では散策できない感じ。
- ・観光地なので車道と歩道を区別し、道路の整備から進めてほしい。

また、河口湖では自然環境に対して「良い」と回答した割合が70%であったことを考えると、石和の自然については約30%しか「良い」と回答していない。さらに、郡上八幡、足助においてまちの雰囲気、まちの清潔さのポイントが高くなっている。観光地間の競合を考えると、特定の項目でも高評価となる要因を作り出す必要が考えられ、その観点から石和地区において多くの観光客が支持する要因が少ないことが問題と考えられる。

また、旅行中に利用した施設とその評価については、「石和」看板を背負ってい

る宿泊施設に「石和らしさ」を過半数が感じていた。好意的評価の割合は価格面で26%（飲食店、お土産店：5%）、印象面：6割（飲食店、お土産店：2割）となった。一部の回答では、「石和は価格が高いというイメージがあり、気軽に行く気になれない。」との指摘もあり、的確な情報提供もあわせて必要と言える。

一方、飲食店、おみやげ屋ともサンプルの約半数が立ち寄っているものの宿泊施設ほど評価は高くなかった。

旅行全般の評価ならびに再訪意向

旅行全般の評価は、「良かった」が約6割弱を占め、これら評価に影響を与えた要因として、温泉、宿泊施設、食事の順で指摘されている。なお、「良かった」理由の中で、「接客のよさ」や「従業員の方」、「コンパニオン」、「料理、接客よく、特に女将さんの上品さが印象に残る。」などのおもてなし充実をあげる一方で、「過剰なサービスがないこと」との意見もあり、利用者によってその評価基準が異なる事例もみられた。

この中で、高い評価であった食事に関連しても「料理に山のものがあるといい」、「石和温泉独特の料理を考慮してほしい。」等の意見があった。また、宿泊施設でも、「どこの温泉宿も親切で、感じがよく、楽しく過ごすことができる。」、「すばらしい庭園と石のづくりに感動した。」、「温泉でリラックスし、すばらしい旅行ができた。」との肯定的評価に対して、「温泉がぬるく残念。」、「トイレの便座が冷たかった」、「風呂上がりに水がなかった。」、「トイレにゴキブリが出た」、「宿では、エアコンのほこりや、すきま風が入るところが気になった。」など、細かな指摘もみられる。非日常空間の体験として観光行動を行っている顧客からみると大きな欠点となることから、継続的な取組、ホスピタリティ性の向上が必要といえる。

一方、当該地域への再訪意向では、「来訪したい」：81.5%となっていた。河口湖では87%が再訪意向を示していたのと比較すると、さらに改善の余地があるといえる。

また、今回の旅行の評価（よかった・普通・悪かった）と照らし合わせると、評価が良いほど再訪意向が高くなる傾向を示している。また、年齢階層別再訪意向では、年齢があがるに従い再訪意向が上昇しており、高齢者ニーズとのマッチが考えられる。なお、同伴者では「自分一人」、「職場・学校の仲間」形態において

再訪意向が若干低い値を示していた。

以上のように、比較的良好な評価を受けており、回答の中でも「老齢に伴い、夫婦の安らげる場所と思って、石和温泉を訪れている。」、「男性の遊び場というイメージが変わった。」、「宿泊施設、従業員の対応良かった。」などもみうけられる。しかしながら、「観光案内所で手数料を取られたことがあり驚いた。」とのコメントもあり、個々の施設はもちろんのこと、地域としての受入体制にも配慮していく必要がある。

宣伝意向について

今回の旅行を他人に宣伝したい意向については、他地域では約7割を上回っているのに対して、石和地区では6割弱となっている。「温泉地に人が少ない。PRをもっとして石和温泉を知ってもらおう。」との意見もあり、口コミによる効果も期待できる。

「豊かな旅」について

「豊かな旅」に対する認識について回答を見ると、石和地区では生活からの解放、旅情・旅愁、楽しめる旅を指摘している割合が高い。一方、他地域では感動できる旅、安らげる旅、楽しめる旅等の指摘が高く、来訪者属性、来訪形態による影響が考えられる。

また、高齢者層ほど、「旅情・旅愁に浸れる旅」や「安らげる旅」を指摘するのに対して、20-30代では「懐かしさを感じる旅」、「快適な思いができる旅」、「新たなことを知ったり発見できる旅」、「普段の生活から解放される旅」等の指摘が多くなっていた。

(2) 旅行会社へのヒアリング調査

1) ヒアリングの目的および概要

旅行会社（東京）の企画担当を対象に、現在の旅行のトレンドおよび宿泊施設選択の実態を把握するヒアリング調査を行った。ヒアリング対象である旅行会社・企画担当は、観光地・観光施設と観光客とを結ぶ媒体として位置づけられ、観光客が受信する観光情報の「加工・演出」に大きな役割を果たすとともに、観光地の来訪機会がある程度見込まれ、観光地の評価者として重要と考えられるからである。

ヒアリング調査は、平成 17 年 1 月 24 日(月)2 社、2 月 24 日(木) 1 社、合計 3 社を対象に実施した。

JTB サン&サン（JTB 関連会社として、主にバスツアー業務の取扱を行う）

日本旅行（旅館取次業務を主に行う）

阪急交通社(日帰りパッケージ(主催旅行)担当部署にヒアリング)

3 社とも、山梨県の観光資源については、その集客実績から現在でも非常に大きいものが存在しているとの認識を持っているが、観光客のニーズによりの確に対応するために、質の高い観光地空間の整備に対してヒアリングを実施している。

以下に、各社に対する質問項目ならびにその回答を示す。

ヒ ア リ ン グ 対 象	<p>JTBサン&サン 国内商品企画部企画1課課長 原田章宏氏 東京都豊島区東池袋4-39-11 Tel. 03-5950-0464 日時：平成17年1月24日 (月)11:00~12:15 列席者:原田氏, 佐々木邦明先生 (山梨大学工学部), 古屋</p>	<p>日本旅行(親会社：JR西日本) 営業企画部国内仕入チーム関東仕入 販売センター 課長 岡田芳彦氏, 販売促進チーム 横川順一氏 東京都墨田区堤通1-19-9 Tel. 03-3614-3190 日時：平成17年1月24日(月)13:30~ 15:00 列席者:岡田氏, 横川氏, 佐々木邦明 先生(山梨大学工学部), 古屋</p>	<p>阪急交通社 浅賀信吾氏 メディア営業部 国内旅行センター 営業二課一係主事補 東京都港区三田 3-4-10, Tel. 09-3798-8811 日時：平成17年2月24日(月)11:00~ 12:15 列席者:浅賀氏, 佐々木邦明先生(山 梨大学工学部), 古屋</p>
取 扱 い 商 品	<ul style="list-style-type: none"> ・バスツアー主催十宿の手配が主 ・自社の商品企画充実(パンフレット等含む)による販促 	<ul style="list-style-type: none"> ・宿の手配が主(バスツアーは, 少量取扱い) ・単なるパンフレットだけではない, 新たな試みを模索中 →自治体との共同パンフレット紙面開発, 100周年記念事業「地域観光振興」プロジェクト(ディスプレイバー・ジャパン等をイメージ) 	<ul style="list-style-type: none"> ・日帰りパッケージ(主催旅行)を担当 ・1都3県からの出発を主に取り扱う ・目的地として, 愛知・福島(夜行を含めると京都・青森まで)の範囲を取り扱う
商 品 設 計 コ ン セ プ ト	<ul style="list-style-type: none"> ・バスツアー: 点と点を結ぶ(1日4~5地点) ・イベント, パンフレット, 商品には, 大きく2種類に分類 1) バスツアー用: テーマ性が重要 「おいしい, 未体験, 自分で予約不可, 季節性, 」と いった「華」が必要 2) 対面販売系(営業可能ワイン, マラソン等) 団体旅行などの1イベントとして活用するもの (※ワイン等はどこでも購入可のため, 1)の資源には非該当) 	<ul style="list-style-type: none"> ・パンフレットによる個別旅館の紹介が販促活動として多い ・作成時には, 旅館との密接な打ち合わせ パンフレット作成には多大な経費+労力 →短期間のイベント用のパンフ, 販促協力は困難 →長期イベント+タイアップ宣伝による販促活動を提案 	<ul style="list-style-type: none"> ・バスツアーでは, 値ごろ感・充足感を出すために知恵を絞っている。 ・1万円前後で, 温泉つき1泊2食ツアーを季節感を考えながら設定。 ・パッケージツアーは所詮, 団体ツアーとみなされ, それなりの食事と考えられるため, それを越えた水準の確保に苦心。 ・近年は, 料金が安いものと高いものの2極化が顕著 ・平休日の比率では, 週末6割: 平日4割である。なお, 同一料金では週末需要が高まるものの, 季節性のあるものは都合のときに行くために, それほど偏りが無い。旅館からの仕入れ等を勘案しながら行っているが, 料金感度が比較的高い。 ・湯治で1週間連泊ツアー等特色のあるものへの需要も存在。

			<ul style="list-style-type: none"> 消費者は2時点で独立した評価を行う。購入時は、割安感を考えるのに対して、観光時には出される食事に（支払った金額を考慮しない）厳しい評価を行うことに注意する必要。
バ ッ ク の 設 計 に つ い て	<p>①ターゲット:子育て終了後(時間+金:有)の50代婦人層</p> <p>②行動特性:</p> <p>1)バーゲンハンター(本源的観光ではない。今週末どうしようかな?→安いから行こう!)</p> <p>2) 1)より、若干テーマ性を希求(フェアイングドレス・・・など)</p> <p>③価格設定:松、梅が売れ、竹がない市場(宿泊との差別化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平均価格5千円(3割:交通, 3割食事, 1割観光関係, その他マージン等) <p>※もっと旅行志向の顧客→フリープラン or 宿泊プラン(観光地を面として評価する傾向)を選択</p> <p>④顧客評価視点:</p> <p>女性ならではの、心づかい、きめこまやかさ(掃除、ゆかた)、非日常性の希求</p> <p>⑤安近短から安遠短へ(なるべく遠くの観光地を要求)</p>		<ul style="list-style-type: none"> ターゲットは50-60台の女性、育児からはなれた人々を中心とした夫妻、もしくは女性のグループを対象 ※上記顧客は、非常にパワーを持っており、行程をゆっくりし、食事を量より質に設定するのは間違い。むしろ食べ放題、強行軍の日程など、お買い得感を優先。 セールスは、3つの顧客層を対象に実施。 <ul style="list-style-type: none"> ①一般的な人々(新聞広告等で情報提供) ②阪急交通社を1回以上利用した人(毎月発行している情報誌トラピックスを月1回発送。発行数80万冊。収入ベース3割、収益ベース5割を占める) ③高額商品の購買層(前回利用旅行などからセグメント。ダイレクトメールにより情報提供)
山 梨 の 評 価	<p>4~11月にかけて商品が多い(花, 果実等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・100km圏で、日帰りが多い。 <p>12~3月の商品が少ない</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主要資源:梅(熱海), 曾我(神奈川), 大島, 房総(菜の花, ポピー) 		<ul style="list-style-type: none"> ・4~11月にかけて商品が多い(花, 果実等) ・車がないと観光できず、鉄道利用者への利便性確保が常に課題 ・観光エリア, 宿泊エリア, 果実エリアが点在している点が、旅行企画を難しいものになっている。 ・山梨県自体に大きな観光資源が存在

			<p>在するほか、静岡県、埼玉県とリンクさせ周遊観光としても強力な集客力、魅力度を保有していると考えられる</p>
石和の印象・評価	<p>現在、石和・山梨には多くの観光客が来訪している事実がある一方、そのセールス、特色、資源から見た場合、対応が望まれる事項が存在.</p> <ul style="list-style-type: none"> ・石和温泉駅からの間延びた空間、普通の街並みが魅力を低減 ・非日常性、きらびやかさを求めている観光客とのミスマッチ ・排水溝などがあり、「下駄を履いて」回遊とまらない ・歩いていける資源が少ない ・男性客向けの観光地とのイメージ(クラブなどが多い) ・旅館の女将が前面に出ていない(きめ細やかさなどの象徴) ・食の魅力を考える必要(ほうとう、精進料理でいいのか?) ・特定の旅館が頑張っているの、面に魅力を広げる必要 	<p>現在、石和・山梨には多くの観光客が来訪している事実がある一方、そのセールス、特色、資源から見た場合、対応が望まれる事項が存在.</p> <ul style="list-style-type: none"> ・七福神、夜景など既存の観光資源が主で、新規性:小 ・河口湖温泉のような多面的な魅力が小→高齢者に偏る傾向 ・名古屋、大阪など西方居住者にとっての魅力:小 ・フルーツ狩り、ほうとうなど資源があるものの、総花的であり、石和の「必然性」が弱く、リピーターの確保が十分でない. ・たまりのスペース、よどみ空間の欠如 ・情報発信が不足しているような印象(桃の開花情報など) ・若い人の視点で取り組む必要があるのではないか? <p>※かつての観光客と嗜好が異なる. 観光客と同じ視点で取り組み必要.</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規取り組み(個人客対応の、街並み、癒し、イベントなど)の実施とその宣伝の必要性 	<ul style="list-style-type: none"> ・さくらんぼ、桃、ぶどうと季節的に連続する果実は大きな観光資源として位置づけでき、さらに祭などへつなげることができる. ・個人客にとって楽しくない空間になっている可能性がある(ネオン街や街中からいきなり温泉街になってしまう町並みなど) ・料金設定や各施設の特色などが強くなく、主催旅行から見て訴求力が小さい
他温泉地の比較	<ul style="list-style-type: none"> ・温泉の立地からみると、石和以西は諏訪になるため、アクセスの面から石和の優位性が存在 ・下部温泉:いやし、秘湯、喧騒を離れた湯治 ・湯村温泉:高級感 ・河口湖温泉:石和と最も競合(交通アクセス) 	<ul style="list-style-type: none"> ・河口湖温泉:西日本居住者へのアピール:強+若年層から高齢者層まで楽しめる魅力を包含+周遊観光による石和への導入があるが、間延びしている ・那須温泉:高原、自然+皇室のイメージ ・水上温泉:自然が主体で、近年スポーツ性を強調 	<ul style="list-style-type: none"> ・熱海、草津等に対して、温泉地とのイメージが若干希薄. そのためか、値段やサービス面での対応がなされる. ・河口湖温泉に対して、団体客の受け入れ収容能力が高く、ツアー設定では利用しやすい. また、リベート等があるため、料金設定を柔軟に行いやすいメリットが存在.

<p>※ 子供から大人までの魅力を包含</p> <p>※ 富士山(西側住民への訴求力)</p> <p>・資源(ブランド)の相対評価: 伊豆>石和</p> <p>※観光資源(魅力度, 数, 分布+気候)</p> <p>旅館の取り組み事例</p> <p>・奥久慈温泉, 思い出ロマン館(団体→個人へ(食事, ロビー, 部屋などを非日常, きめ細やかさを演出))</p> <p>・伊豆地震のケース・旅行会社への営業でアワビ, 伊勢エビを提供ーリスクを価格で打破</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・草津温泉: 歴史+湯畑等の散策エリア ・熱海: 旅行会社とタイアップした花火大会による販促活動 <p>旅館・地域の取り組み事例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・千葉千倉温泉, 夢みさき(団体→個人(エス, 癒し, ジャグジーの整備)) ・阿寒湖冬の花火+イベントの継続的実施(お土産のシャトルバス等も運行) ・夕食後のイベント→お土産需要+夕食の片付けの効率化 ・女性向けの男性ホストの対応など 	<ul style="list-style-type: none"> ・九州等から, 富士山観光で集客することも可能で, そのための宿泊地として石和を位置づけできる. ・湯村や下部は, 知っている人は知っている, というイメージであり, 逆に料金を高めに設定できる特色がある. <p>旅館・地域の取り組み事例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・健康面は, その効能等が明らかでない, ツアーに組み込みにくい. その1例として, MRIが3台ある仙台に脳ドック+検診+温泉のパッケージツアーを毎年企画している. ・沖縄へ高齢者向けのツアーを設定. 宅配の手配, ベッド, テーブルでの食事など細やかな気配りにより, 集客力が高い. ・ハトヤ(静岡), 草津温泉, スパリゾートハワイアンズでは直通バスを直営で運営. 業績がよいとともに, 旅行会社とタイアップしやすい ・夜景やバードウォッチング, 星空観察などは評判がよい ・観光キャラバン(旅行会社を対象とした情報提供)による新規資源の周知も自治体・農協からのセールスの1つとして位置づけできる(千葉, 茨城) ・秩父・芝桜など旅行会社に管理を委託し, タイアップした営業も考えられる.
--	---	---

パンフレット事例 赤い風船 (日本旅行)

自治体とタイアップした広告事例：下段 (付加価値の創出)

インターネットで券々ご予約 日本旅行ならではの便利なサービス!
お近くの加盟店で支払い・受け取りOK!

お申込みの流れ
1. 予約センターへお電話
2. 予約センターで予約
3. 予約センターで支払い
4. 予約センターで受け取り

赤い風船旅行条件書

日本旅行株式会社
03-3614-3031
http://www.tokyo488.com

日本興業銀行
03-3630

ぐんまの「イトコ」探しにいでろ! **赤い風船**
2005.1/23 ~ 2005.7/31

行って 見て みるべえ 群馬

軽井沢温泉 伊香保温泉 四方温泉 水上温泉 8,800円~26,400円
鏡ヶ水温泉 老神温泉 萩原温泉 鏡井沢

行って帰って! お得に使える! 行って帰ってクーポン付
お得なクーポン付で使える! 行って帰ってクーポン付

いまだにこぼれ! 地域オンリーワンクーポン券付
お得なクーポン付で使える! 行って帰ってクーポン付

1~3月の宿泊のお得な! 抽選で 無料宿泊券が当たる!
お得なクーポン付で使える! 行って帰ってクーポン付

100周年記念! わずか100円増で、お得なクーポン付で使える!

インターネットで最新の旅行情報がいただけます。
http://www.niss.com/jp/e-gunma/ 旅行会社では、旅行予約サービスが提供されています。
©日本旅行株式会社 企画・制作

GUNMA MAP & CAL ENDAR

四季折々の大自然・風景・お祭りに、こころ洗われる旅路。

はなごよみ

イベントカレンダー

1月 1日 湯島温泉祭
2月 1日 湯島温泉祭
3月 1日 湯島温泉祭
4月 1日 湯島温泉祭
5月 1日 湯島温泉祭
6月 1日 湯島温泉祭
7月 1日 湯島温泉祭
8月 1日 湯島温泉祭
9月 1日 湯島温泉祭
10月 1日 湯島温泉祭
11月 1日 湯島温泉祭
12月 1日 湯島温泉祭

GUNMA PROFILE

温泉
日本の魅力を誇る豊富な温泉・温泉地帯。その魅力を最大限に引き出す。温泉地帯の魅力を最大限に引き出す。温泉地帯の魅力を最大限に引き出す。

見どころ 湯どころ 遊びどころ がいっぱい。

自然
心癒されるフレッシュな大自然。自然の魅力を最大限に引き出す。自然の魅力を最大限に引き出す。

観光施設
観光施設の魅力を最大限に引き出す。観光施設の魅力を最大限に引き出す。

グルメ
山の幸を活かした郷土料理の魅力を最大限に引き出す。山の幸を活かした郷土料理の魅力を最大限に引き出す。

歴史・文学
歴史の伝統に育まれた文化の魅力を最大限に引き出す。歴史の伝統に育まれた文化の魅力を最大限に引き出す。

パンフレット事例 トラピックス倶楽部別冊2005年3月号（阪急交通社）

利用経験者に対する毎月発行・郵送冊子-上部にキャンペーンとリンクした新潟県知事のコメントが挿入（旅館・観光業を行政がバックアップし、信頼性向上効果が期待）

がんばってます!!新潟

コース番号AR-3205
 新刊(4/23) 出発期間 3/13-5/7
 乗車 〇(12名) × 最少乗車人員(35名)

海の幸満載 2泊とも温泉にご宿泊

佐渡ヶ島ハイライト周遊3日間

2泊3日で充実の5食付!

佐渡の味覚を大満喫!
なんと2泊5食付!

海の幸と山のこぼれ物! 佐渡の味覚を大満喫!

ご宿泊予定ホテル
 佐渡ハイブホテル青木 3泊3日
 ホテル本木 1泊
 ホテル大佐渡 1泊

お泊花月

魅力の5大ポイント

- ① お食事は佐渡の味覚満喫の2泊5食付
- ② 佐渡おけさのショーもお楽しみ下さい
- ③ たらい舟体験や、尖閣湾等充実の観光
- ④ わくわくドキドキ砂金取りをご体験
- ⑤ 観光と食事充実でこの価格!

2名様より室 **29,800~49,800円**

出発日と旅行代金(ひとり代金(6歳以上)・2名様1室利用の場合・消費税別)の目安

東京	13・25・27	29,800円
大阪	2・10・22・25・28	33,800円
名古屋	1・4・7	49,800円

※旅行代金(3~5歳)は18,800円となります(1歳未満は別途料金がかかります)

天下第一の桜 高遠コヒガン

高田の夜桜 美肌の

高田城跡公園

2名様より室 **13,800~16,800円**

東京(7:30発)	3・4・5・6・7・8・9・10	13,800円
大阪(6:15発)	11・12・13・14・15・16・17	14,800円
名古屋(7:30発)	6・8・9・14・17	14,800円
横浜(7:30発)	7・8・9・12・15	16,800円

※旅行代金(3~5歳)は13,800円となります(1歳未満は別途料金がかかります)

今年も ゴールデンウィーク限定出発!!

越後 弥彦神社と日本海のアメ横寺泊

人気酒の久保川 お饅頭1本付

2名様より室 **17,800円**

コース番号AR-3108
 新刊(4/13) 出発期間 4/27-5/8
 乗車 〇(12名) × 最少乗車人員(35名)

出発日と旅行代金(ひとり代金(6歳以上)・2名様1室利用の場合・消費税別)の目安

東京	27・28・29・30	17,800円
大阪	1・2・3・4・5・6・7・8	19,800円

2) 旅行会社ヒアリングのまとめ

ヒアリングを踏まえ、石和温泉地域に対する主要な意見として下記の様に集約できる。

拠点・空間整備について

- ・石和温泉駅からの間延びした空間、普通の街並み
- ・「下駄を履いて」回遊とならない・歩いていける資源が少ない

石和温泉のイメージについて

- ・男性客向けの観光地とのイメージ(クラブなどが多い)
- ・旅館の女将が前面に出ていない(きめ細やかさなどの象徴)
- ・若い人の視点で取り組む必要があるのではないか？

観光資源・特色について

- ・食の魅力を考える必要(ほうとう、精進料理でいいのか?)
- ・七福神、夜景など既存の観光資源が主で、新規性:小
- ・河口湖のような多面的な魅力:小→石和は高齢者に偏る傾向
- ・名古屋、大阪など西方居住者にとっての魅力:小
- ・フルーツ狩り、ほうとうなど資源があるものの、総花的であり、石和の「必然性」が弱く、リピーターの確保が十分でない。

周遊観光について

- ・車がないと観光できず、鉄道利用者への利便性確保が常に課題
- ・観光エリア、宿泊エリア、果実エリアが点在している点が、旅行企画を難しいものにしている。

情報提供について

- ・情報発信が不足しているような印象(桃の開花情報など)

以上のように、今後の改善策が提案された。

旅行会社の石和温泉に対する評価はお世辞にも高いとはいえない。旅行会社への情報提供の不十分さもあるが、石和温泉自体に改善すべき点が多々あることをきちんと認識する必要がある。

(3)まとめ

石和地区は、温泉の競合状況から見ると「温泉の立地からみると、石和以西は諏訪になるため、アクセスの面から石和の優位性が存在」(旅行会社ヒアリング)することから、その立地条件としては良いと考えられる。この地域において実施されたアンケート調査を通じて、石和温泉への来訪者特性として、女性が過半数を占めるとともに、高齢者、首都圏マーケットに加え地元からの来訪が多く、さらに来訪経験では2回目以上の来訪が全体の7割を占めたことが明らかになった。

また、石和温泉への来訪目的では、温泉浴、慰安目的が卓越しているが、同伴者形態は全年齢層にわたる家族、夫婦、友人・知人に加え、男性20, 30代の職場等の団体の2パターンが存在していた。なお少数意見であるが、兄弟・姉妹が高齢者層でみられた。

これら来訪者は、温泉を楽しむことに特化した利用形態が多く、他地域と比較すると単一目的の利用が多いと言える。リピーターが7割と多い反面、旅行の評価で「良かった」としている人は6割にとどまっている。

また、旅行会社へのヒアリングを通じて、1)空間整備、2)石和温泉のイメージ、3)観光資源・特色、4)周遊観光、5)情報提供、6)組織体制の6点から、改善点等について提案がなされ、整理ができた。

以上の2つの調査結果を踏まえて石和温泉の観光地再生の課題を以下にまとめる(次頁図参照)。

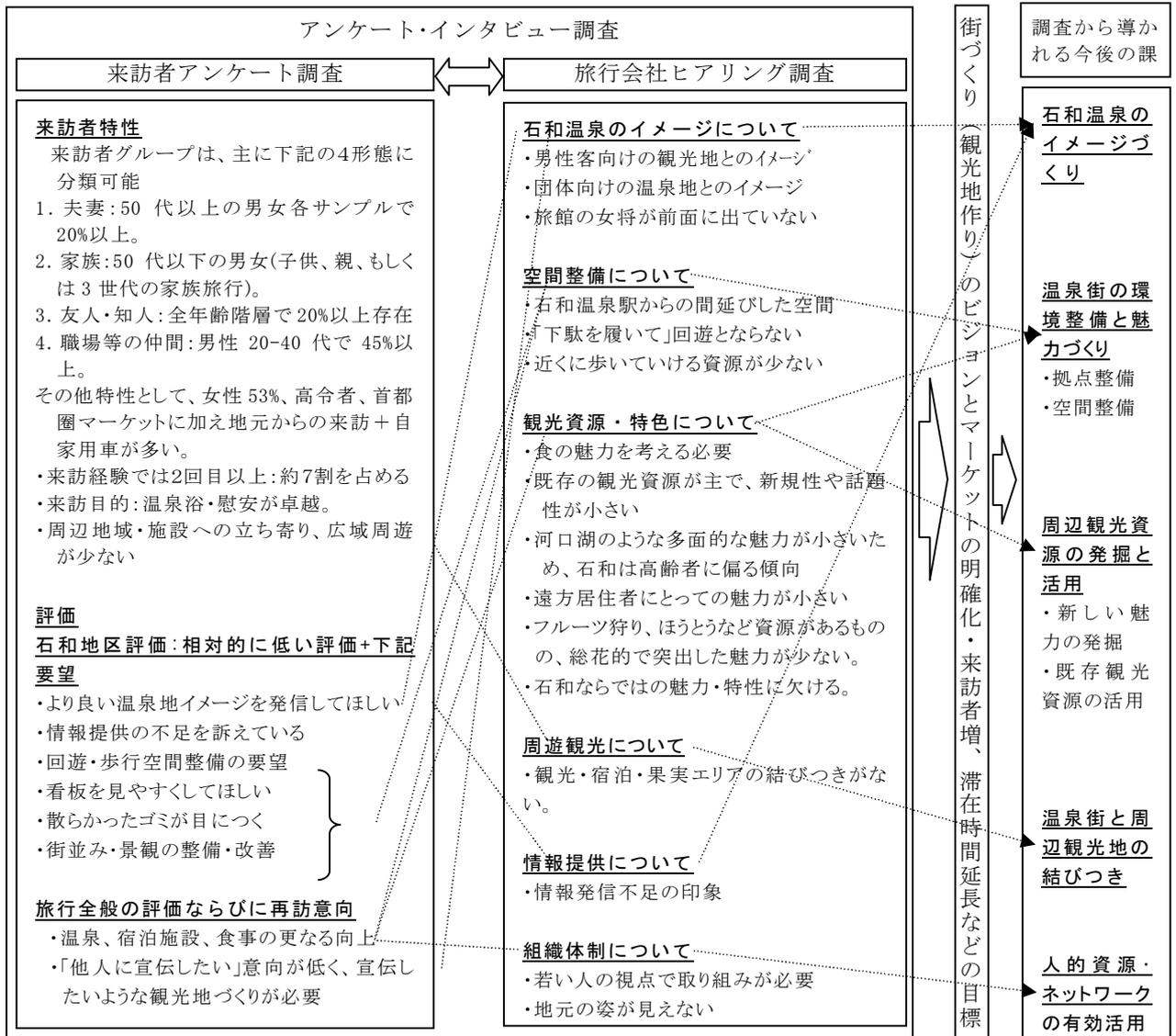


図 2 調査から得られた石和における問題点および今後の課題

この図は、まず左部分で、各調査から得られた要点を示している。来訪アンケート調査では、(1), 8) の記述と対応させて、来訪者特性・行動特性（利用者のグループ分けとその特性など）を示すとともに、来訪を通じた石和地区の評価、ならびに旅行全体の評価を問題点・課題として指摘された事項を中心に項目建てしている。

一方、旅行会社のヒアリングからは、集約された6カテゴリー（1）空間整備、2）石和温泉のイメージ、3）観光資源・特色、4）周遊観光、5）情報提供、6）組織体制）を列挙した。

これらの2つの調査結果を踏まえて、石和温泉の観光地再生の課題を次の4点に整理した。

- ①石和温泉のイメージづくり
- ②温泉街の環境整備と魅力づくり
- ③周辺観光資源の発掘と活用
- ④温泉街と周辺観光地との結びつき

①石和温泉のイメージづくり

石和温泉には実態としては多数の観光客が訪れていて、温泉（泉質）の評価は良く、宿の評価も比較的良い。しかしながら、温泉地としてのイメージは稀薄で、旅行の目的地として“石和温泉でない”という魅力に乏しく、石和温泉らしい温泉街の整備や食の魅力に期待する来訪者の声もある。また、石和温泉の名前を知らない人は相対的に増加し、名前は知っていても最近の石和温泉の中味をよく知らない人も少なくない。温泉を生かすハード・ソフト両面からの整備と情報発信による、石和温泉のイメージづくりが大きな課題である。

－効果的宣伝・情報提供

- ・ 石和地区への来訪者の7割はリピーターである。しかしながら、観光客が新たな情報を定期的には取得しているとは限らない。事実、アンケートでは「昔と変わり、道路が広くなり、町並みが変わったことに驚いた。」「八田書院の横の公園が良かった。何度も来ているのに初めて知った。パンフに載せて進めた方がいい。」などの指摘もあり、その対応が急務である。
- ・ 来訪者アンケートから、利用率の高い旅行ガイド、雑誌、インターネット、新

聞、テレビなどを通じた情報提供が考えられる。

- ・ 旅行会社とのヒアリングで指摘のあった旅行会社とのタイアップ、人材交流など他機関との協力を試行することも考えられる。「自治体との共同パンフレット紙面開発」、「秩父・芝桜など旅行会社に管理を委託し、タイアップした営業も考えられる。」、「観光キャラバン(旅行会社を対象とした情報提供)による新規資源の周知)も自治体・農協からのセールスの1つとして位置づけできる(千葉、茨城)」などの具体的事例が参考となろう。

ーイメージ戦略

- ・ 来訪者アンケートから、「石和温泉らしい街づくりをしてほしい。」、「歓楽街的なイメージから脱皮して、女性に好まれる温泉街らしさが欲しい。」、「夜、温泉街を歩いてみると、「男性が遊びにくるところ」という印象を強く受けた。」といったネガティブな意見がみられる一方で、「男性の遊び場というイメージが変わった」、「10数年前に比べ、イメージチェンジをしている努力がうかがえる。」との指摘もあり、徐々に変化しつつあるイメージを発信する必要性がある。

ー女性の視点の有効活用

ー旅行会社との連携

ー住民パワーの結束

- ・ 石和地区に対する評価(来訪者アンケート)では、「地元の人々の雰囲気」で「ふつう・どちらとも言えない」との指摘であり、必ずしも評価が高くなかった。
- ・ 来訪者アンケートにおいて、「職員が親切で心からもてなしてくれるので、また行きたくなる。」、「料理、接客よく、特に女将さんの上品さが印象に残る。」、「仲居さんが親切でよい」といった観光産業の従事者や特に女性の取り組み、女性からの視点が多くあった。これ以外にも、「以前に比べ、タクシーの運転手さん、旅館の方の対応が良くなった。」、「石和温泉郷のすべての住民がお客様を迎えるような感じを市政に於いて育てて欲しい。」、「石和温泉は毎年来るが、温泉と人情がよいのでまた行こうと思う。」、「のんびりとした人柄や風土が好きです。このままでいい。」といった地域全体の人的資源に着目したコメントも多い。風物・産物・人物といわれるように、その地域の人物も有効な観

光資源であるとともに、観光地活動を支える重要な資源であるとともに、地域の主要産業の1つであることから、住民を含めた取り組みが必要と考えられる。

- ・ 旅行会社ヒアリングから、「秩父・芝桜など旅行会社に管理を委託し、タイアップした営業も考えられる。」「パンフレット作成には多大な経費と労力がかかるため、短期間のイベントではなく、長期イベントの設定を通じたタイアップ宣伝による販促活動」などの具体的事例の紹介があった。

②温泉街の環境整備と魅力づくり

温泉の評価が良く、宿の評価も比較的良い。しかしながら、石和温泉に「また来たい」という人は6割程度にとどまっている、とすれば、その大きな要因の一つが温泉街にあることは明らかである。歩きやすく、歩いて楽しい場所となっていないだけではなく、川のゴミや町の汚れを指摘する意見もある。温泉街の環境整備と魅力づくりは、石和温泉再生の大きな課題である。

ハード整備に相当するものであり、ポイント、ポイントの整備（観光拠点整備）とそれらを結ぶ面としての対応（観光空間整備）の2つに分類できる。

②-1 拠点の整備・充実

-温泉、宿泊施設の水準維持、向上

- ・ 石和地区への来訪目的は、温泉浴(8割)、慰安(4割)が卓越しているおり、これらの基幹をなすユーザー層の満足度水準の維持・向上が必要不可欠である。
- ・ 宿泊施設でも、「どこの温泉宿も親切で、感じがよく、楽しく過すことができる。」「すばらしい庭園と石のづくりに感動した。」「温泉でリラックスし、すばらしい旅行ができた。」(来訪者アンケート)との肯定的評価を継続する取り組みが今後の必要と考えられる。

-玄関としての駅およびその周辺整備

- ・ 他地域と比較すると、石和町の鉄道利用者割合の高さが特徴的であった。鉄道利用で最初に利用する駅舎が狭く、利用しづらいとの評価も多かったため、鉄道来訪者の満足度保持、向上が急務と考えられる。

-温泉街の回遊・滞在のための足湯、源泉の観察室

- ・ 「温泉以外に近くに楽しめる場所や、見学施設が増えることを望む。」といった滞在時の魅力向上を希望する来訪者の意向があり、回遊に影響を与える温泉

街近隣の施設整備も需要と考えられる。また、旅行会社ヒアリングから、「あまりのスペース、よどみ空間の欠如」との回答もあった。

－ホスピタリティ水準の維持・向上

－「食」の有効活用

- ・ 高い評価であった宿泊施設の食事に関連しても、「料理に山のものがあるといい」、「石和温泉独特の料理を考慮してほしい。」等の意見がみられた。各宿泊施設、飲食店の差別化、特色を生む上でも、継続的な取り組み必要と考えられる。
- ・ 旅行全般の評価で「良かった」とした理由の中で、「接客のよさ」や「従業員の方」、「コンパニオン」、「料理、接客よく、特に女将さんの上品さが印象に残る。」などのおもてなし充実をあげる回答が多かった。一方で、「過剰なサービスがないこと」との意見もあり、利用者によってその評価基準が異なることもみられた。
- ・ 旅行会社ヒアリングでは、観光客の嗜好として、「おいしい、未体験、自分で予約不可、季節性」といった特殊性、「華」が観光ツアーでは必要であり、さらに女性ならではの、心づかい、きめこまやかさ（掃除、ゆかたなど）、非日常性への希求も大きいとの指摘がある。その一方で、「(きめ細やかさなどの象徴である)旅館の女将が前面に出ていない」との印象を受けるため、利用者の視点に整合したおもてなしを充実させる必要がある。

②-2 空間の整備・充実

－ウッドデッキ整備などリッチな歩行者空間整備

- ・ 温泉街周辺への立ち寄りをしないサンプルは、51%を占め、宿泊施設以外への回遊が半数以下であった。多くのメニューをそろえ、来訪者への資源整備、満足感の提供、さらにそれらを通じたリピータ醸成を考えると回遊空間、拠点間のリンケージは重要と考えられる。
- ・ 現在の平均立ち寄り箇所数は、2.14カ所/人であり、モンデ酒造(立ち寄り率：34.8%)、信玄の里(28.3%)、笛吹川散策とさくら温泉通り(同率：17.4%)への立ち寄りが多い。これら施設に対する評価として、「楽しんだ」、「感動した」、「懐かしさを感じた」等を指摘している割合が高いものの、自由意見の中には、「浴

衣では散策できない感じ。」との指摘がみられる。その他の意見として、「観光地なので車道と歩道を区別し、道路の整備から進めてほしい。」、「桜並木の下
のウッドデッキを桜の咲く時期に来て歩いてみたい。」という今後の取組・来
訪に期待するものがあることから、「温泉街」としての回遊空間整備は優先順
位が高いと考えられる。

- ・ 一方、鉄道利用者が3割存在することから、これら利用者考慮した駅周辺にお
けるお土産購入や観光資源のための店舗・案内所から、温泉街に至るまでの景
観、案内情報板などは、観光客の動線を考える上で重要と考えられる。
- ・ 旅行会社ヒアリングから、「石和温泉駅からの間延びした空間、普通の街並み
が魅力を低減」、「排水溝などがあり、「下駄を履いて」回遊とならない」、「歩い
ていける資源が少ない」などの指摘があり、回遊性改善への要望がみられた。

-景観整備(電線、街並み)

- ・ 石和地区に対する評価において、相対的に評価が高かった要因として、石和の
自然環境があった。「初めての雪景色だったが、ゆっくり温泉につかり、雪見
が最高だった。」、「遠景のアルプスに感動した」など、普段見慣れていない来
訪者であるからこそその評価も見られ、石和地区の大きな観光資源に相当すると
考えられる。
- ・ その一方で、来訪者アンケートにおいて下記のような意見があった。「山紫水
明の地のはずだが、町並みが悪い。」、「いくつか宿もつぶれていて、とても寂
しい気がする。」、「道路の空き缶、歩道の雪かき・・・自然と町と商店のコー
ディネートが必要。」、「石和市内の鉄塔と電線らしき物、考慮して欲しい。」な
どである。非日常を求めて来訪した観光客にとって、不満として指摘している
事項である。
- ・ 「個人客にとって楽しくない空間になっている可能性がある(ネオン街や街中
からいきなり温泉街になってしまう街並みなど)」等、旅行会社担当者からの
意見があった。

-サイン・看板の充実

- ・ 来訪者アンケート調査において、「看板では、名所案内の立て札に目的地まで
の距離を表示してほしい。」、「町や宿の案内図があると、次回への意欲が増す」、
「道路は整備されていたが、案内板の字がわかりにくい。」などの意見がみら

れた。

ー清掃の行き届いた空間

- ・ 来訪者アンケート調査において、「駅近くの川はごみが多すぎる。」、「川にごみが多く、町が汚い。」などの意見がみられた。

③周辺観光資源の発掘と活用

石和温泉の客層には若干偏りがあるが、今後客層を広げていくには新たな魅力づけや活動メニューの多様化が必要となる。「もっと観光スポットがほしい」というような声もある。そのためには、新たな観光資源の発掘と、既存の観光資源の有効な活用が課題となる。地域の歴史や文化、自然、特産の果実などには、十分に活用されていないものがたくさんある。

ー自然、果実の再確認・活用

ー休養+αとしての保養

ーイベントによるアクセント・機会創出

- ・ 石和来訪者と他地域（郡上八幡、足助、河口湖）とを比較すると、石和地域の特徴として、高齢者層の構成比率が高いこと、来訪者の居住地分布の集中傾向があげられ、特定のユーザー層に偏る傾向があった。
- ・ 来訪者アンケートをみると、「ぶどう狩り、紅葉狩り、ワイン工場見学などいろいろな目的でゆっくり行きたい」、「花見、フルーツの季節は楽しく、友人と何度も訪れている。」、「山梨には旧跡や自然、季節のフルーツと観光客を呼べる要素はたくさんある。」などがあり、季節別の特色が観光魅力になっていると考えられる。また、「足の治療を兼ねてよく来る。」など保養面を重視した利用、「夏の「鵜飼い」は長良川のようにできないか。」といったイベントに関する指摘がある。
- ・ 旅行会社ヒアリングでは、「さくらんぼ、桃、ぶどうと季節的に連続する果実は大きな観光資源として位置づけでき、さらに祭などへつなげることができる。」、「情報発信が不足しているような印象(桃の開花情報など)」といった既存資源の有効活用に言及があり、これらを実施する上では、「かつての観光客と嗜好が異なる。観光客と同じ視点で取り組み必要」との視点が強調された。

ー歴史等の活用

- ・ 来訪者アンケート調査において、「日本武尊の連歌発祥の地をPRしてはいかが。」との意見があった。

－多様な観光メニューの整備・提供

- ・ 上記の様々な取り組みを通して、季節毎に、来訪形態が異なる多様な来訪者への対応が可能な観光地づくりが必要不可欠といえる。

④温泉街と周辺観光地との結びつき

石和温泉の来訪者で、周辺の観光地に足を延ばす人は少ない。言い換えると、石和温泉と周辺の観光地をめぐる回遊型の旅行をする観光客があまり来ていない、つまり、石和温泉の周辺にある多数の魅力ある観光資源が活かされず、そのようなタイプの観光客を逃していることになる。温泉街から周辺の観光地への利用を促すためには、周辺観光地との結びつきを密にして、それらの観光地についてよく知り、観光客のニーズに応じた的確な情報提供等を行っていくことが課題となる。

－回遊・周遊モデルルートの提案・周知

－町村合併によるリンク強化

- ・ 石和地区内の回遊については、①-2 で言及したとおりである。一方、広域の周遊に関してみると、高齢者に来訪客が偏っていることから、若年層に対して魅力的な観光資源、観光周遊コースとなっていない可能性が考えられ、来訪者アンケートにおける「子どもの遊ぶ場所がない。」などの意見にもみられる。「ぶどう狩り、紅葉狩り、ワイン工場見学などいろいろな目的でゆっくり行きたい」、「日本武尊の連歌発祥の地をPRしてはいかが。」との回答もあり、多様な観光資源を連携し、その相乗効果によるルートとしての魅力向上を図ることも重要と考えられる。
- ・ 旅行会社へのヒアリングから、「車がないと観光できず、鉄道利用者への利便性確保が常に課題」、「観光エリア、宿泊エリア、果実エリアが点在している点が、旅行企画を難しいものになっているおり、個人ユーザーにとっても同様の課題となろう」との指摘があり、特に鉄道来訪者対応の難しさを指摘している。
- ・ 一方、旅行企画担当者として見地から「山梨県自体に大きな観光資源が存在するほか、静岡県、埼玉県とリンクさせ周遊観光としても強力な集客力、魅力度

を保有していると考えられる」との指摘があった。さまざまなルートを組みやすい、言い換えれば多様な資源が点在しているのが魅力として考えられることから、その活用が必要と考えられる。