

伊豆観光地域振興策の立案事業¹

報告書

静岡大学人文学部経済学科
助教授 石橋太郎²

¹ 本調査研究は、平成 14 年度静岡大学学長裁量経費により助成を受けた。

² 〒422-8529 静岡市大谷 836 静岡大学人文学部経済学科 石橋太郎研究室。電話番号：
054-238-4282 E-mail アドレス：jetishi@hss.shizuoka.ac.jp

目次

本調査研究の目的.....	2
本調査研究の概要.....	3
分析.....	4
宿泊施設のアンケート調査の結果.....	4
宿泊施設に関する分析.....	4
お土産店のアンケート調査の結果.....	5
お土産店に関する分析.....	5
観光客のアンケート調査の結果.....	6
観光客に関する分析.....	7
熱海市における観光産業分析.....	8
補論 熱海市観光協会の調査.....	9
資料.....	10
資料 1---宿泊施設実態アンケート調査項目.....	10
資料 2---お土産店実態アンケート調査項目.....	11
資料 3---熱海市観光客実態アンケート調査項目.....	12
資料 4.....	13
資料 5.....	17
資料 6（12月6日調査）.....	21
資料 7（12月7日調査）.....	26
資料 8.....	32

本調査研究の目的

日本経済の回復が遅れる中、さまざま産業において不況感をぬぐえない状況にある。産業の停滞は、地方においては地域全体の停滞と直接に結びついている場合が多い。そこで、本調査研究は、「伊豆観光地域振興策の立案事業」をテーマとして伊豆地域の観光産業の実態を明らかにした上で、地域振興策として観光産業の振興にはどのような視点が必要かを分析・検討するものである。

分析・検討するには、道具としての理論が必要である。本調査研究では、ゲーム論的アプローチを採用する。したがって、ゲーム論的アプローチの有効性についてもあわせて検討することを目的とする。その際、重要になるのがプレイヤーの戦略的行動である。本調査研究により、ゲーム論的アプローチの有効性が確認できれば、観光産業振興策を検討する上での調査の方法についても新しい視点を提供できよう。

本調査研究の概要

本調査研究を実施するに当たり、次の計画を立てた。第 1 に、伊豆地域全体の実態調査を単年度で行うことは、研究計画のスケジュールの調整ならびに予算状況から不可能であるため、本事業のための最初の調査研究対象として、伊豆地域の中でも特に「熱海市」を実態調査の対象とした。第 2 に、観光産業は、サービスの供給主体としては宿泊施設とお土産店から構成され、サービスの需要主体としては観光客から構成されるものとして考えた。すなわちプレイヤーは、宿泊施設・お土産店と観光客から構成される。その際、観光産業を支える主体として地方自治体も重要な役割を果たすことは考えられるが、観光産業を振興させるに当たり民間の経営戦略に第 1 の関心を持つため、今回の調査研究では除いた。

アンケート調査を行う際、宿泊施設・お土産店の経営戦略の重点と最近の経営の結果が分かる質問項目に焦点を当てると同時に、調査の性格上、項目数については簡素化を図った。観光客については、観光客の形態、消費行動についての質問項目に焦点を当てたが、同時に観光サービスの需要にあたり、情報の活用ならびに情報の収集行動も質問をし、消費行動の戦略的側面も調査できるようにした。

調査は、2002 年 12 月 6 日（金）ならびに 7 日（土）の 2 日間に行った。観光産業の分析には季節性という要因を考慮に入れる必要があるが、残念ながら今回の調査が初めてでもあることにより、十分に考慮することはできない。

分析

宿泊施設のアンケート調査の結果

今回行ったアンケート調査は、熱海市観光産業における観光サービスの供給主体としての宿泊施設の企業戦略の実態について明らかにし、そして企業戦略とそれに対応した宿泊客数、客層の関係あるいは宿泊客数や客層に変化が生じているかを明らかにすることを目的とした。

したがって、企業戦略として料金・サービス等の変更（最近の2から3年以内）、主力商品（観光サービス）、主要なマーケティング活動（集客活動）についてアンケート調査を行い、他方で客数の増減等の変化（最近の2から3年以内）、客層の変化、団体旅行者と個人旅行者の割合についても調査を行った。アンケート調査項目の詳細については、資料1を参照。

調査結果について要約すると、料金・サービス等の変更を行ったことがある宿泊施設は、56%（14施設）に留まっている。変更頻度に関しても、年1回が50%、年2回が21.4%とその頻度は低位である。

提供する観光サービス（商品）として力を入れているのは、1位食事（35.2%）、2位サービス（31.5%）、3位温泉（29.6%）であり、熱海市観光産業において宿泊施設の主要な商品戦略が食事であることが理解できる。

主要なマーケティング活動としては、独自の営業活動、旅行会社との契約、雑誌・新聞・インターネット、常連客へのDM（ダイレクトメール）と複数の集客活動を行い、アンケート調査からは特に特化した集客活動は見受けられない。

他方で、客数の変化については、最近の2から3年以内に増加した宿泊施設が28%、減少した宿泊施設が32%、変化なしが36%であった。注目すべきは、熱海市観光産業の衰退が伝えられる中、客数の増加がある施設が存在することである。

客層の変化については、若者の増加と高齢者の増加があげられる。こうした客層の変化は客単価を低めてしまうことが考えられるが、今回のアンケートでは調査を行っていない。

団体旅行者と個人旅行者の割合は、団体旅行者が5割を超える宿泊施設は36%に留まっている。この結果は、客層の変化において若者や高齢者が増加したという結果と合わせて検討する必要がある。

アンケート調査の結果の詳細については、資料4を参照。

宿泊施設に関する分析

熱海市観光産業において、競争的環境がないためか料金・サービス戦略による競争的行動は見受けられない。しかし、一方で宿泊数の変化については増加した宿泊施設と減少した宿泊施設が見られることから、全く競争的環境がないとはいえないと考えられる。ただ増加したと答えた宿泊施設が、熱海駅前から海岸線に沿った宿泊施設に集中していること

はさらに検討を要すると思われる。

さらに、宿泊施設の戦略的行動としては、「食事」や「サービス」に重点を置いている。しかしこうした戦略的行動が果たして成功しているのかどうかについては、観光客の戦略的行動とあわせて分析をする必要がある。

お土産店のアンケート調査の結果

今回行ったアンケート調査は、熱海市観光産業における観光サービスの供給主体としてのお土産店の企業戦略の実態について明らかにし、そして企業戦略とそれに対応した客数、客層の関係あるいは客数や客層に変化が生じているかを明らかにすることを目的とした。

したがって、企業戦略としての主力商品（目玉商品）、商品開発、主要なマーケティング活動（集客活動）についてアンケート調査を行い、他方で客数の増減等の変化（最近の2から3年以内）、客層の変化についても調査を行った。アンケート調査項目の詳細については、資料2を参照。

調査結果について要約すると、熱海市観光産業におけるお土産店の主力商品は、干物、塩から、かまぼこといった海産物加工食品が43.8%、饅頭等菓子類が34.4%と伝統のみやげ物が7割強を占めている。しかし、最近の2から3年以内に新商品の開発を試みたみやげ物店は、44.6%(25店舗)に上る。さらにこの間の開発頻度は、1から10回以上が48.0%、11回以上が16.0%と開発を試みた店の6割強は、新商品開発戦略を重視していることが分かる。

主要なマーケティング活動としては、1位サービス(28.6%)、2位品揃え(26.2%)、3位雰囲気作り(23%)、4位価格(17%)という結果になった。その他として、ダイレクトメール、インターネットを使った広告活動や、品質に力を入れるなどの戦略も挙げられた。

他方で、客数の変化については、最近の2から3年以内に増加したお土産店が8.9%、減少したお土産店が82.1%(5割以上減少したと答えたお土産店が23.2%)、変化なしが5.4%であった。圧倒的に熱海市観光産業においてお土産店の衰退が著しい。これは、宿泊施設の結果とは異なる。

客層の変化については、若者の増加と女性を中心とした中高年齢者の増加があげられる。こうした客層の変化は客単価を低めると同時に中高年齢層の購買力の低下が起きているとの調査結果を得た。アンケート調査結果の詳細については、資料5を参照。

お土産店に関する分析

新商品の開発を進める一方で、客数の減少が起きていることはより詳細な検討を要する。その際、観光客の消費行動について明らかにする必要があるが、先に結論を述べると観光客のモラルハザード的行動と、お土産店の戦略の不一致が予想される。より詳細な検討に

については、後述。

さらに宿泊施設の客数の動向との不一致は、観光客をひきつける戦略が宿泊施設とお土産店の共同戦略が存在しないことにも起因しているように思われる。

観光客のアンケート調査の結果

今回行ったアンケート調査は、熱海市観光産業における観光サービスの需要主体としての観光客の特徴ならびに消費戦略の実態について明らかにすることを目的とした。

したがって、観光客ならびに観光サービスの特徴として、日帰り旅行か宿泊旅行か、宿泊しての満足度、団体旅行か個人旅行か、リピータかどうか、定宿を持っているかどうか、熱海への交通手段、熱海へ来た目的、お土産物に対する選好基準、購入予定のお土産物、お土産店に対する選好、お土産物に対する満足度、熱海に旅行をする上での情報収集を項目としてアンケート調査を行った。さらに、調査日が、2002年12月6日(金)、7日(土)の2日間に行ったが、平日の観光客層と土曜日の観光客層に違いが有る可能性があるので調査結果についても、2日に分けて集計を行った。なおアンケート調査項目の詳細については、資料3を参照。

12月6日(金)の調査結果の要約は、次の通りである。

熱海への観光旅行が、宿泊によるものと答えた観光客の割合は50.9%、日帰りと答えた割合は49.1%であった。宿泊した観光客の宿泊施設への満足度は、満足したものが73.9%と高い割合を示している。旅行の形態としては、個人旅行の比率が高く88.9%に上る。熱海への観光訪問数では、初めてという観光客は少なく85.7%の観光客がリピータであった。しかし一方で、宿泊施設を毎回同じところに決めている観光客の比率は30.3%と低位であり、70%弱の観光客は決めていない。

観光客の出発地は東京都が第1位で、第2位に神奈川となっている。地理的条件からも、交通手段としてJR在来線の利用が第1位であった。こうした観光客層は、消費者から見た熱海市観光産業への選好を基礎付けるものとして検討を要する。

熱海への観光旅行の目的では観光(27.8%)、宿・温泉(18.5%)が上げられるが、その他48.1%という結果は必ずしもそれだけではないようだ。

お土産物の購入において何を重視するかというと、品揃え(47.1%)やお店の雰囲気(44.1%)が上位を占め、価格を重視するという行動は低い。購入予定商品については、干物を中心として海産物加工食品が67.4%を占めている。他方で、購入する店を決めている観光客は20.6%と低位である。お土産物を購入した観光客の満足度は、満足したものが56.5%と宿泊施設において満足した観光客の割合よりも低いものになっている。

熱海へ旅行するに当たり参考にした情報は、第1位人づて(23.3%)、第2位特になし(18.6%)と情報収集コストが極めて低い結果となっている。アンケート調査結果の詳細については、資料6を参照。

12月7日(土)の調査結果の要約は、次の通りである。

熱海への観光旅行が、宿泊によるものと答えた観光客の割合は69.1%、日帰りと答えた割合は30.9%であった。土曜日の観光客の形態は平日とは明らかに異なることを示している。宿泊した観光客の宿泊施設への満足度は、満足したものが67%と金曜日の調査結果よりも低い割合となったが、有意に異なるかの検定は行っていない。旅行の形態としては、個人旅行の比率が高く76.6%に上る。熱海への観光訪問数では、初めてという観光客は少なく84.8%の観光客がリピータであった。しかし一方で、宿泊施設を毎回同じところに決めている観光客の比率は18.1%と低位であり、80%強の観光客は決めていない。

観光客の出発地は東京都が第1位で、第2位に神奈川となっている。地理的条件からも、交通手段としてJR在来線の利用が第1位であった。こうした観光客層は、消費者から見た熱海市観光産業への選好を基礎付けるものとして検討を要する。

熱海への観光旅行の目的では観光(21.0%)、宿・温泉(53.4%)が上位を占めている。

お土産物の購入において何を重視するかというと、品揃え(51.4%)やお店の雰囲気(28.6%)が上位を占め、価格や品質を重視するという行動は低い。購入予定商品については、干物を中心として海産物加工食品が47.3%を占めている。他方で、購入する店を決めている観光客は20.3%と低位である。お土産物を購入した観光客の満足度は、満足したものが66.4%と宿泊施設において満足した観光客の割合とほぼ同じ結果になっている。

熱海へ旅行するに当たり参考にした情報は、第1位旅行会社(27.3%)、第2位に雑誌・新聞広告、インターネットと同じ割合で入づてが入り(13.1%)、特になし(20.5%)と答えたもの多く、この日の調査でも観光客の情報収集コストは低い結果となっている。アンケート調査結果の詳細については、資料7を参照。

観光客に関する分析

観光客の特徴として、近場の観光地を利用する消費者像を特徴として描くことができ、さらに多くの観光客はリピータであるということである。こうした消費者は、商品としての熱海の観光サービスについて十分な情報を持ち、戦略的行動をとることにより高い満足を得ることができると考えられるが、その行動は必ずしもそうではないといえよう。

リピータの多くは、熱海へ旅行に来たとしても、旅館やホテルを毎回同じところに決めることはしないし、お土産物を購入するに当たっても常に利用するお店は決まっていない。この消費者の行動は、確率的に戦略を選ぶことに等しい。しかもリピータであるがゆえに十分な情報を持っているはずであるが、それを利用しないだけでなく情報収集にも関心がない。こうした消費者の行動は、モラルハザードとして分析しうるものである。

熱海市における観光産業分析

消費者としての観光客の戦略的行動がモラルハザードであるとした場合、供給者としての宿泊施設やお土産店の戦略的行動もモラルハザードと見ることができる。例えば、宿泊施設において、客層が若者や高齢者に変化していることを理解している一方で、価格・サービスの変更を行っている施設の割合が低い。熱海市の観光産業の競争的環境の変化に対して積極的に戦略を変更しようとする行動が低いように見受けられる。お土産店においては、新商品開発への取り組みは戦略的行動してもプラスの効果は予想されるが、売り上げの増加には結びついていない。これは明らかに戦略決定の失敗であり、戦略の変更を要するが、そうした動きは見られない。

消費者ならびに供給者のモラルハザード的行動は、低位での均衡に留まるか、混合戦略による確率的意思決定での戦略的均衡となってしまう。

こうした戦略的均衡から抜け出すためには、消費者側のモラルハザード的行動を変更させるインセンティブを供給者側が戦略として提供できるか、そしてその戦略にコミットメントを与えられるかにかかっている。

宿泊施設についていえば、戦略として重視している「食事」の見直しが上げられよう。もちろん「食事」戦略を放棄しろということではない。「食事」戦略に力を入れるのであれば、その戦略により確実に観光客の新規獲得とリピータ率を高めなければならない。すなわち、「食事」戦略による十分なマーケティングとコミットメントが必要である。そうしたことができない「食事」戦略は、消費者のモラルハザード的行動をとめることができない。こうした戦略的行動は、必ずしも現在の客層を変化させようとするものではなく、現在の客層に対して、まずは行うものでなければならない。客層が若者に広がっている現在、インターネットを利用した「食事」戦略のマーケティングならびにコミットメントは有効に働くことが考えられる。

同様に、お土産店についていえば、明らかに戦略は失敗している。戦略の根本的見直しが求められるが、宿泊施設とは異なり「商品」を提供する以上、価格・品質についての見直しは基本的戦略であろう。

補論 熱海市観光協会の調査

平成 14 年 7 月、熱海市観光協会は『伊豆に関するアンケート』調査結果を公表している。このアンケートの特徴は、インターネットのホームページ「あたみニュース」上でアンケート調査を行っている点である。調査対象を熱海に限定することなく、伊豆地域全体についてのアンケート調査を行っている。

『伊豆に関するアンケート』調査結果と今回われわれが行った調査には、いくつかの点で同様の結果となっている。

第 1 に、リピータ率の高さである。5 回以上のリピータが 58.29%を占めている。第 2 に、個人旅行の割合が大きいこと（家族・友人との旅行を含む）。第 3 に、交通機関として自家用車が占める割合が大きいものの、新幹線・在来線の利用も高い割合を占めていること。

『伊豆に関するアンケート』調査では、伊豆旅行の目的についても幅広くアンケートしていて、第 1 位の目的は、「温泉があるから」が 78.64%を占めている。これを今回われわれが行った調査と付き合わせると、観光客と宿泊施設との間にやはり戦略上のミスマッチがあることになる。宿泊施設が戦略として重視している第 1 位は、食事であった。食事戦略が必ずしも間違っているわけではないことはすでに説明した。実際、『伊豆に関するアンケート』調査でも料理（食べ物）についての満足は高い。しかし他方で、宿の料金については満足しているとはいえない結果となっている。

『伊豆に関するアンケート』調査結果と今回われわれが行った調査は、調査対象が異なるとはいえ、多くの点で類似の結果を得た。これは、熱海に限らず伊豆地域全体の観光産業振興策を考える上では、同じ視点から議論することができることを示している。

『伊豆に関するアンケート』調査結果については、資料 8 を参照。

資料

資料 1---宿泊施設実態アンケート調査項目

【質問 1】貴宿泊施設におけるお客様の旅行形態をお尋ねします。

団体旅行（10人以上）と個人旅行の割合はどれくらいですか？

団体旅行（　　）割　　個人旅行（　　）割

【質問 2】常連客は、どのくらいの割合ですか？

約（　　）割

【質問 3】この 2～3 年の間、来られるお客様の形態に変化はありましたか？

1. 客数（　　）割　　増・減・変わらない　　いずれかに　　をつけて下さい。
2. 客層（　　）

【質問 4】この 2～3 年の間に、貴宿泊施設の料金・サービスを変更されたことはありますか？

1. ある　　1年の内（　　）回
2. ない

【質問 5】貴宿泊施設がお客様のために最も力を入れている点は何ですか？（複数回答可）

1. 温泉
2. 食事
3. サービス
4. お土産物
5. その他（　　）

【質問 6】お客様を集客される際の主な方法は何ですか？（3つ以内に　　をつけて下さい。）

1. 独自の営業活動
2. 旅行会社との契約
3. 雑誌・新聞・インターネット
4. 常連客への DM
5. その他（　　）

資料 2---お土産店実態アンケート調査項目

【質問 1】貴店の目玉商品は何ですか？

()

【質問 2】この 2～3 年の間に新商品の開発はされましたか？ その頻度は？

1. ある 頻度 () 回	2. ない
----------------	-------

【質問 3】常連客は、どのくらいの割合ですか？

約 () 割

【質問 4】お客様獲得のために力をいれている点は何ですか？

1. 品揃え 2. 価格 3. 立地条件 (駅に近い、又は商店街の表通りへの出店計画がある) 4. 店の雰囲気づくり 5. サービス 6. その他 ()
--

【質問 5】この 2～3 年の間、来られるお客様の形態に変化はありましたか？

1. 客数 () 割 増・減・変わらない いずれかに をつけて下さい。 2. 客層 ()

資料 3---熱海市観光客実態アンケート調査項目

【質問 1】今回の熱海旅行は、日帰りですか、お泊りですか？

1. 宿 泊 2. 日帰り

【質問 2】ご宿泊のホテル・旅館での、温泉・食事・サービスには期待していたものと比べて満足されましたか？

1. 大変満足した 2. 満足した 3. 普通 4. 不満 5. 大変不満

【質問 3】ご旅行は旅行会社による団体旅行ですか、それとも個人旅行ですか？

1. 団体旅行 2. 個人旅行

【質問 4】熱海に最初に来られたのはいつですか？ 何回熱海に来られましたか？

() 年前 () 回

【4-1】熱海に宿泊されるホテル・旅館はほぼ毎回同じところですか？

1. はい 2. いいえ

【質問 5】熱海にはどちらから来られましたか？ 交通手段は？

出発地 () 都・道・府・県 () 市・町・村
1. JR 新幹線 2. JR 在来線 3. 自家用車 4. 団体旅行バス 5. 路線バス

【質問 6】熱海に来られた目的は何ですか？（複数回答可）

1. 宿・温泉 2. 美術館・熱海梅園・起雲閣などの観光
3. 買い物・食事 4. その他

【質問 7】お土産物のお店を選ぶ際に何を重視されますか？

1. 品揃え 2. 価格 3. お店の雰囲気 4. 立地条件(駅や宿に近いなど)

【7-1】何を買われる予定ですか？ ()

【7-2】お土産物を買われるお店は決まっていますか？

1. はい 2. いいえ

【質問 8】お土産を買われた方にお聞きします。お土産物は満足のいくものでしたか？ 以前熱海に来られた方---前に買われた経験をもとにお答えいただいても結構です。

1. 大変満足した 2. 満足した 3. 普通 4. 不満 5. 大変不満

【質問 9】今回熱海に旅行される際の参考情報は何か？

1. 雑誌・新聞広告 2. インターネット 3. 人づて 4. 旅行会社のパンフレット・企画ツアー
5. 熱海市観光協会等の広告・ホームページ 6. ホテル・旅館からの案内 DM 7. その他 () 8. 特になし

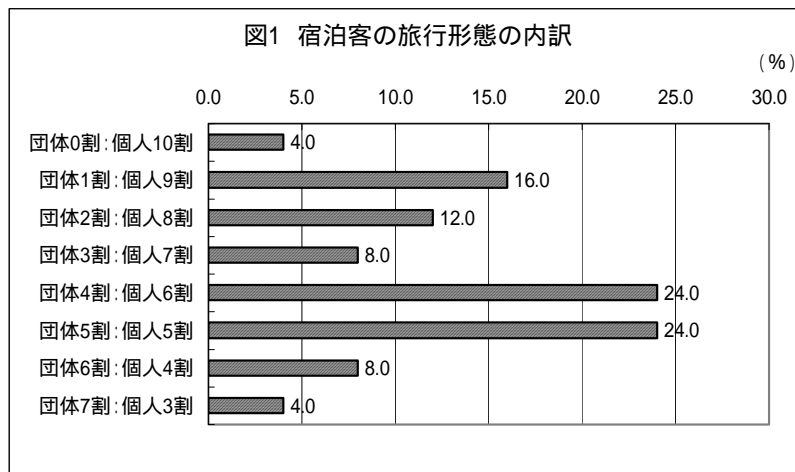
資料 4

【質問1】貴宿泊施設におけるお客様の旅行形態をお尋ねします。
 団体旅行(10人以上)と個人旅行の割合はどれくらいですか？

_____ 団体旅行()割 _____ 個人旅行()割

表1 宿泊客の旅行形態の内訳

回答(団体:個人)	回答数(件)	比率(%)
団体0割:個人10割	1	4.0
団体1割:個人9割	4	16.0
団体2割:個人8割	3	12.0
団体3割:個人7割	2	8.0
団体4割:個人6割	6	24.0
団体5割:個人5割	6	24.0
団体6割:個人4割	2	8.0
団体7割:個人3割	1	4.0
総数	25	100.0

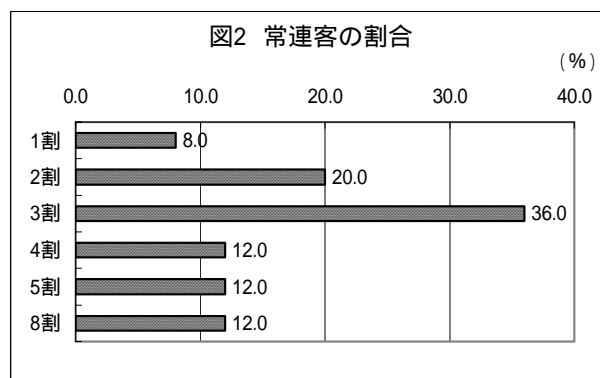


【質問2】常連客は、どれくらいの割合ですか？

_____ 約()割

図2 常連客の割合

回答	回答数(件)	比率(%)
1割	2	8.0
2割	5	20.0
3割	9	36.0
4割	3	12.0
5割	3	12.0
8割	3	12.0
総数	25	100.0



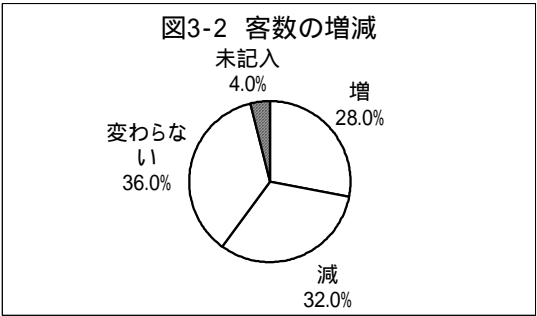
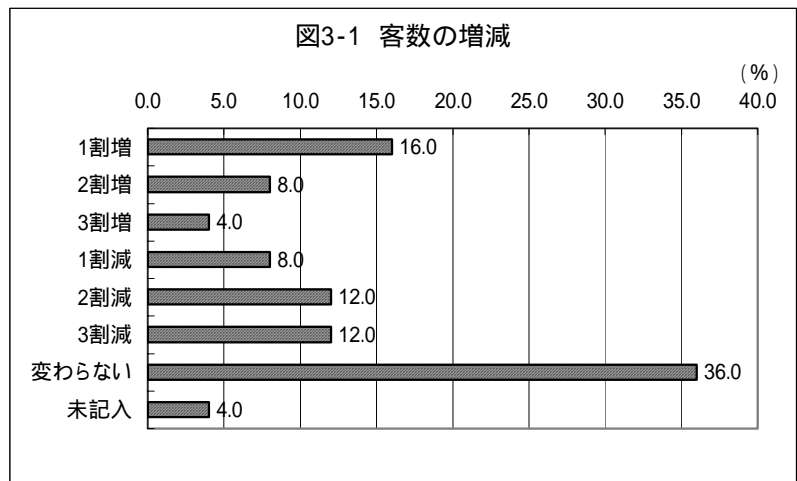
[質問3] この2～3年の間、来られるお客様の形態に変化はありましたか？

1. 客数()割 増・減・変わらない いずれかに をつけて下さい。
2. 客層()

1. 客数

表3-1 客数の増減

回答	回答数 (件)	各回答の 比率(%)	増減別の 比率(%)
増 1割	4	16.0	28.0
2割	2	8.0	
3割	1	4.0	
減 1割	2	8.0	32.0
2割	3	12.0	
3割	3	12.0	
変わらない	9	36.0	36.0
未記入	1	4.0	4.0
総数	25	100.0	100.0



2. 客層

- ・フリーの客、夏は若い(20、30代)冬は中高年。若い人が多くなった。
- ・価格が低下(安い部屋に泊まる客が増加)
- ・家族連れ、若いグループ
- ・業者、建設関係、のりこしの方
- ・個人女性客の割合が増
- ・高齢者、外国人
- ・若い人が多くなった。
- ・若い方
- ・若い方(グループ、社員旅行)
- ・上がった。新館を立てたため
- ・常連客の2代目
- ・壮年、ご老人
- ・中小企業経営者、家族、会議客
- ・年配
- ・年配と若者半々
- ・変化なし
- ・募集ツアーが多く成る

【質問4】この2～3年の間に、貴宿泊施設の料金・サービスを変更されたことはありますか？

1. ある 1年の内()回 2. ない

表4-1 システム変更の有無

回答	回答数(件)	比率(%)
ある	14	56.0
ない	11	44.0
総数	25	100.0

図4-1 システム変更の有無

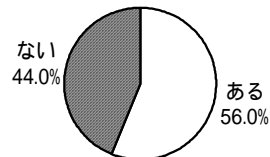


表4-2 変更頻度

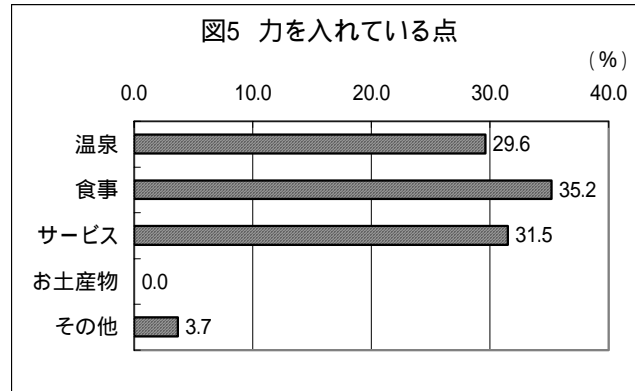
回答	回答数(件)	比率(%)
年1回	7	50.0
年2回	3	21.4
季節	2	14.3
客との交渉	1	7.1
契約状況によって(サービス)	1	7.1
総数	14	100.0

【質問5】貴宿泊施設がお客様のために最も力を入れている点は何ですか？（複数回答可）

1. 温泉 2. 食事 3. サービス 4. お土産物 5. その他()

表5 力を入れている点(複数回答)

回答	回答数(件)	比率(%)
温泉	16	29.6
食事	19	35.2
サービス	17	31.5
お土産物	0	0.0
その他	2	3.7
総数	54	100.0

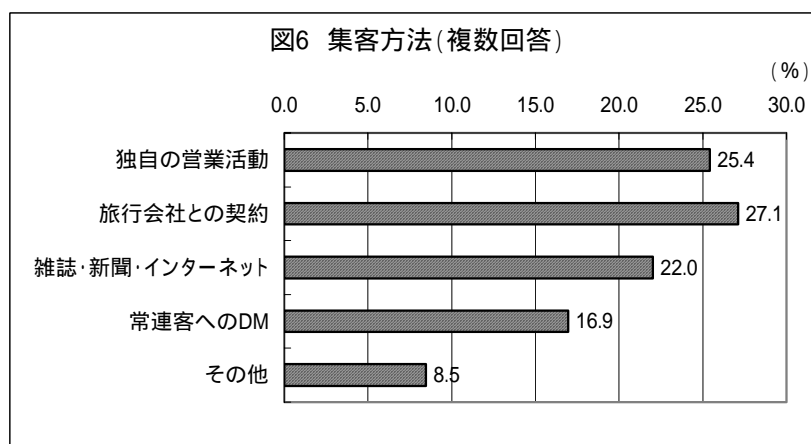


【質問6】お客様を集客される際の主な方法は何ですか？(3つ以内に をつけて下さい。)

1. 独自の営業活動 2. 旅行会社との契約 3. 雑誌・新聞・インターネット
4. 常連客へのDM 5. その他()

表6 集客方法(複数回答)

回答	回答数(件)	比率(%)
独自の営業活動	15	25.4
旅行会社との契約	16	27.1
雑誌・新聞・インターネット	13	22.0
常連客へのDM	10	16.9
その他	5	8.5
総数	59	100.0



資料 5

【質問1】貴店の目玉商品は何ですか？

()

表1 目玉商品(複数回答)

回答	回答数(店)	比率(%)
ひもの	15	20.5
温泉まんじゅう	14	19.2
いかの塩辛	4	5.5
鱈のひもの	3	4.1
あげかまぼこ	2	2.7
お菓子	2	2.7
かまぼこ	2	2.7
塩辛	2	2.7
七尾たくわん	2	2.7
天の川まんじゅう	2	2.7
いいらまんじゅう	1	1.4
お茶	1	1.4
カステラ	1	1.4
コーヒー豆	1	1.4
こがねもち	1	1.4
さけかわまんじゅう	1	1.4
ストラップ	1	1.4
たこ棒(さつまあげ)	1	1.4
ハンドバック	1	1.4
まんじゅう	1	1.4
あじ	1	1.4
柑橘類	1	1.4
寄木細工	1	1.4
金目のみそづけ	1	1.4
金目鯛	1	1.4
手作民芸品	1	1.4
酒	1	1.4
椿油	1	1.4
鉄砲漬	1	1.4
湯葉巻き	1	1.4
薄皮まんじゅう	1	1.4
民芸玩具	1	1.4
利休まんじゅう	1	1.4
特になし	2	2.7
総数	73	100.0

【質問2】この2～3年の間に新商品の開発はされましたか？その頻度は？

1. ある 頻度()回 2. ない

表2-1 新商品開発の有無

回答	回答数(店)	比率(%)
ある	25	44.6
ない	31	55.4
総数	56	100.0

図2-1 新商品開発の有無

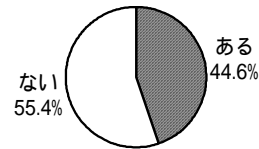
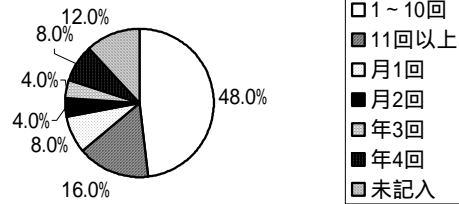


表2-2 新商品開発の頻度

回答	回答数(店)	比率(%)
1～10回	12	48.0
11回以上	4	16.0
月1回	2	8.0
月2回	1	4.0
年3回	1	4.0
年4回	2	8.0
未記入	3	12.0
総数	25	100.0

図2-2 新商品開発の頻度



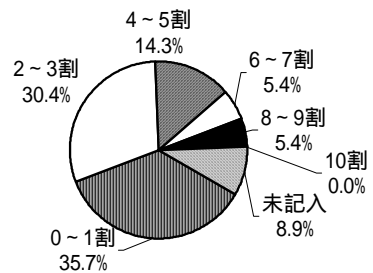
【質問3】常連客は、どのくらいの割合ですか？

約 ()割

表3 常連客の割合

回答	回答数(店)	比率(%)
0～1割	20	35.7
2～3割	17	30.4
4～5割	8	14.3
6～7割	3	5.4
8～9割	3	5.4
10割	0	0.0
未記入	5	8.9
総数	56	100.0

図3 常連客の割合



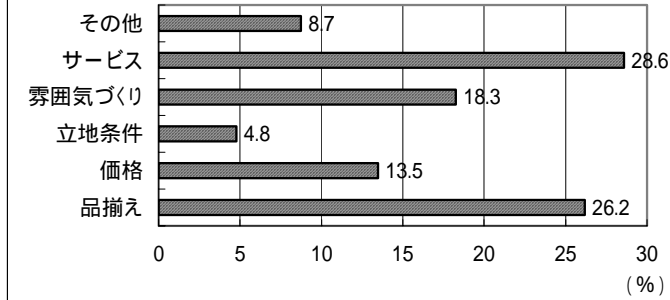
【質問4】お客様獲得のために力をいれている点は何ですか？

1. 品揃え 2. 価格 3. 立地条件(駅に近い、又は商店街の表通りへの出店計画がある。) 4. 店の雰囲気づくり 5. サービス 6. その他
()

表4 顧客獲得の手段(複数回答)

回答	回答数(店)	比率(%)
品揃え	33	26.2
価格	17	13.5
立地条件	6	4.8
雰囲気づくり	23	18.3
サービス	36	28.6
その他	11	8.7
総数	126	100.0

図4 顧客獲得の手段(複数回答)



その他内訳

- ・ インターネット
- ・ お茶とコーヒーを無料で
- ・ ダイレクトメール
- ・ ダイレクトメール、インターネット等
- ・ 広告
- ・ 新鮮な商品
- ・ 添加物を使わない
- ・ 品質(味)
- ・ 品質(安全性)

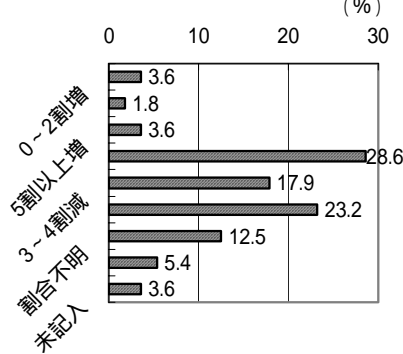
【質問5】この2~3年の間、来られるお客様の形態に変化はありましたか？

1. 客数 ()割 増・減・変わらない いずれかに をつけて下さい。
2. 客層 ()

表5-1 客数の増減

回答	回答数(件)	各割合の比率(%)	増減別の比率(%)
増	0~2割	2	3.6
	3~4割	1	1.8
	5割以上	2	3.6
減	0~2割	16	28.6
	3~4割	10	17.9
	5割以上	13	23.2
	割合不明	7	12.5
変わらない	3	5.4	5.4
未記入	2	3.6	3.6
総数	56	96.4	96.4

図5-1 客数の増減 (%)



客層

- ・ 変わらない(3件)
- ・ 高齢の女性が多い
- ・ 子供が減った
- ・ 酒を買いに来る人が増えた
- ・ 若年層が増えた
- ・ 女性(中年以上)が多い。客単価が減った。
- ・ 中高年、女性、小グループ、東京、日帰り
- ・ 中高年の女性、若年男女も多い
- ・ 中年～年配、若い人、学生旅行、家族連れ
- ・ 中年女性
- ・ 中年層がお金を使わない。若年層が高い金額のものを買う。
- ・ 中年の女性
- ・ 夏は、若い人が増えた。冬は年配者が増える(時期によってかわる)。
- ・ 夏は子連れ、若者。冬は中年
- ・ 夏は若い人、普段は年配者
- ・ 夏は若い人になった
- ・ 年配(中年以上)、休み(学生)
- ・ 年配者(8件)
- ・ 年配の方が減少、実用的でないものは買わない
- ・ 幅は広い
- ・ 変化なし(9件)
- ・ 変化なし、中年多し(男女)
- ・ 安いものを求められる。年配の方が増加
- ・ 若い女性、仲よし夫婦が増えた
- ・ 若い人が増加(10件)
- ・ 若い人増、11、12月は年配(稲刈りあと)
- ・ 悪くなった(若い、お金がないギャル、年金の老人、自営業が来ない(以前は従業員や近所へのおみやげを買っていた。)働きざかりが来ない。)

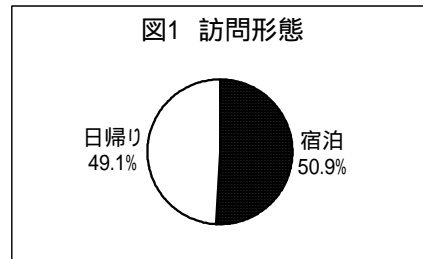
資料6 (12月6日調査)

【質問1】今回の熱海旅行は、日帰りですか、お泊りですか？

1. 宿泊 2. 日帰り

表1 訪問形態の内訳

回答	人数(人)	比率(%)
宿泊	27	50.9
日帰り	26	49.1
総数	53	100.0

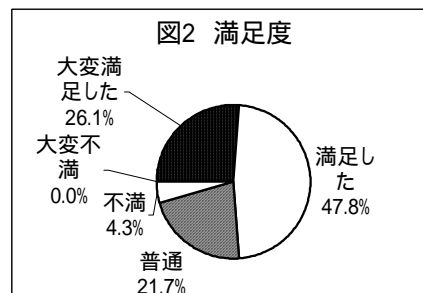


【質問2】ご宿泊のホテル・旅館での、温泉・食事・サービスには期待していたものと比べて満足されましたか？

1. 大変満足した 2. 満足した 3. 普通 4. 不満 5. 大変不満

表2 宿泊先の満足度

回答	人数(人)	比率(%)
大変満足した	6	26.1
満足した	11	47.8
普通	5	21.7
不満	1	4.3
大変不満	0	0.0
総数	23	100.0

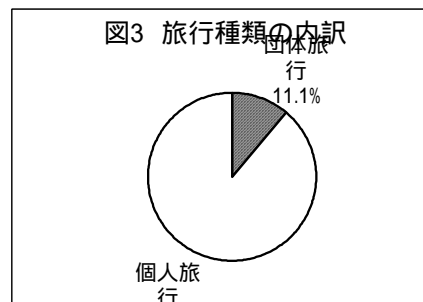


【質問3】ご旅行は旅行会社による団体旅行ですか、それとも個人旅行ですか？

1. 団体旅行 2. 個人旅行

表3 旅行種類の内訳

回答	人数(人)	比率(%)
団体旅行	4	11.1
個人旅行	32	88.9
総数	36	100.0



【質問4】熱海に最初に来られたのはいつですか？何回熱海に来られましたか？

() 年前 () 回

表4-(1) 初訪問の時期

回答	人数(人)	比率(%)
1年以内	2	6.5
2～10年前	12	38.7
11～20年前	3	9.7
20年以上前	14	45.2
総数	31	100.0

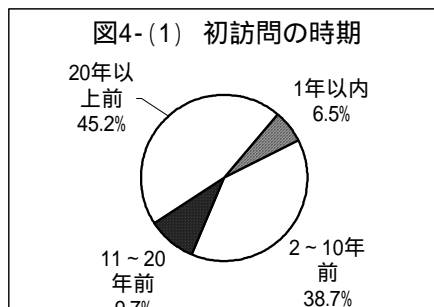
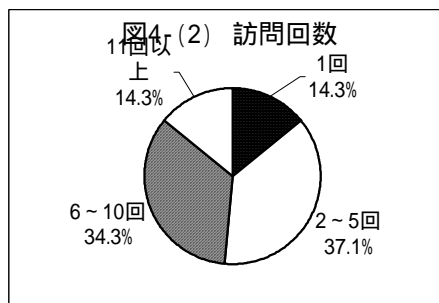


表4-(2) 訪問回数

回答	人数(人)	比率(%)
1回	5	14.3
2～5回	13	37.1
6～10回	12	34.3
11回以上	5	14.3
総数	35	100.0

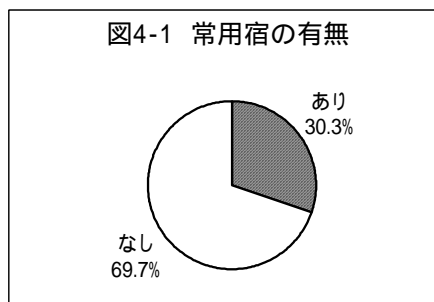


【4-1】熱海に宿泊されるホテル・旅館はほぼ毎回同じところですか？

1.はい 2.いいえ

表4-1 常用宿の有無

回答	人数(人)	比率(%)
あり	10	30.3
なし	23	69.7
総数	33	100



【質問5】熱海にはどちらから来られましたか？交通手段は？

出発地()都・道・府・県 ()市・町・村
 1. JR新幹線 2. JR在来線 3. 自家用車 4. 団体旅行バス 5. 路線バス

表5-(1) 回答者の住居(都道府県名)

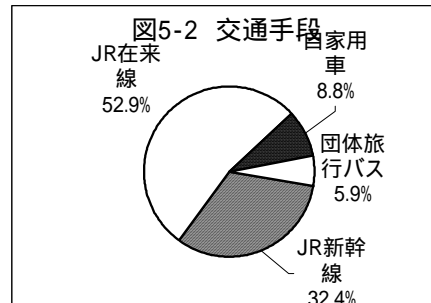
回答	人数(人)	比率(%)
茨城県	2	5.0
岡山県	1	2.5
京都府	1	2.5
埼玉県	2	5.0
三重県	1	2.5
新潟県	2	5.0
神奈川県	8	20.0
静岡県	6	15.0
千葉県	1	2.5
東京都	16	40.0
総数	40	100.0

表5-(2) 回答者の住居(市町村名)

回答	人数(人)	比率(%)
伊東	1	3.8
横浜	5	19.2
岡山	1	3.8
岩月	1	3.8
岩槻	1	3.8
京都	1	3.8
御殿場	3	11.5
新宿	2	7.7
静岡	2	7.7
大田区	1	3.8
筑波	1	3.8
長岡	2	7.7
藤沢	1	3.8
板橋	1	3.8
府中	1	3.8
流山	1	3.8
竜ヶ崎	1	3.8
総数	26	100.0

表5-2 交通手段

回答	人数(人)	比率(%)
JR新幹線	38	30.9
JR在来線	60	48.8
自家用車	14	11.4
団体旅行バス	11	8.9
総数	123	100.0

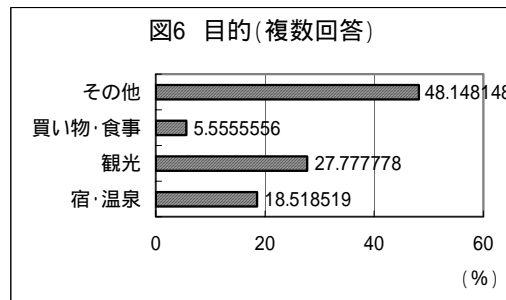


【質問6】熱海に来られた目的は何ですか？(複数回答可)

1. 宿・温泉 2. 美術館・熱海梅園・起雲閣などの観光
 3. 買い物・食事 4. その他

表6 目的(複数回答)

回答	人数(人)	比率(%)
宿・温泉	20	18.5
観光	30	27.8
買い物・食事	6	5.6
その他	52	48.1
総数	108	100.0

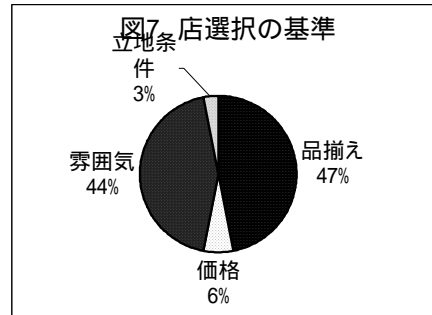


【質問7】お土産物のお店を選ぶ際に何を重視されますか？

1.品揃え 2.価格 3.お店の雰囲気 4.立地条件(駅や宿に近いなど)

表7 店選択の基準

回答	人数(人)	比率(%)
品揃え	16	47.1
価格	2	5.9
雰囲気	15	44.1
立地条件	1	2.9
総数	34	100.0



【7-1】何を買われる予定ですか？

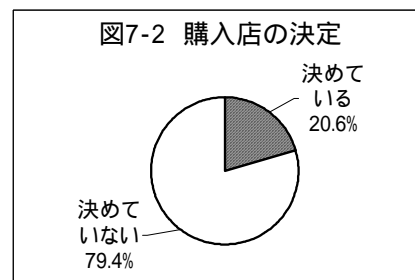
表7-1 購入予定商品

回答	人数(人)	比率(%)
あじ	1	2.9
おしゃれ	1	2.9
かまぼこ	6	17.6
すっぽん	1	2.9
ハーブの	1	2.9
ひもの	6	17.6
まんじゅう	3	8.8
わさび	2	5.9
菓子	2	5.9
海産物	1	2.9
干物	8	23.5
小物	1	2.9
飾り	1	2.9
総数	34	100.0

【7-2】お土産物を買われるお店は決まっていますか？

表7-2 購入店の決定

回答	人数(人)	比率(%)
決めている	7	20.6
決めていない	27	79.4
総数	34	100.0

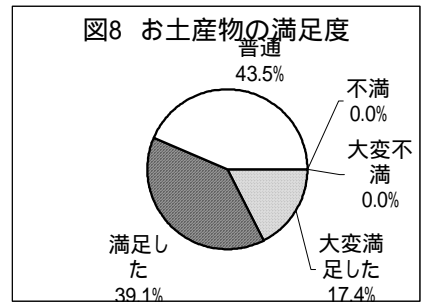


【質問8】お土産を買われた方にお聞きます。お土産物は満足のいくものでしたか？ 以前熱海に来られた方・・・前にも買われた経験をもとにお答えいただいても結構です。

1. 大変満足した 2. 満足した 3. 普通 4. 不満 5. 大変不満

表8 お土産物の満足度

回答	人数(人)	比率(%)
大変満足した	4	17.4
満足した	9	39.1
普通	10	43.5
不満	0	0.0
大変不満	0	0.0
総数	23	100.0



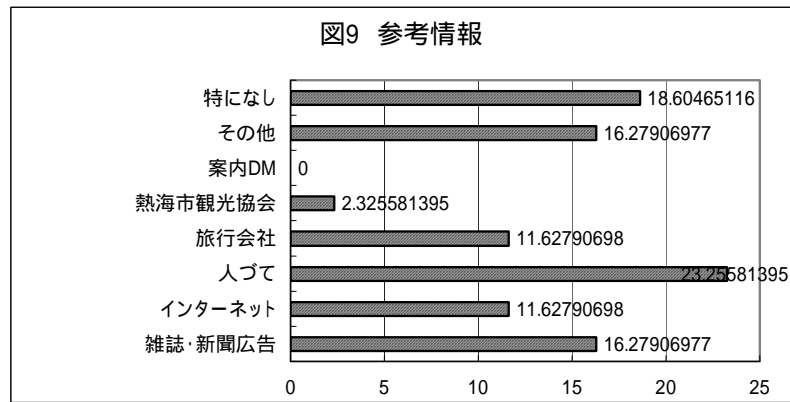
【質問9】今回熱海に旅行される際の参考情報は何ですか？

1. 雑誌・新聞広告 2. インターネット 3. 人づて 4. 旅行会社のパンフレット・企画ツアー
5. 熱海観光協会等の広告・ホームページ 6. ホテル・旅館からの案内DM
7. その他() 8. 特になし

表9 参考情報

回答	人数(人)	比率(%)
雑誌・新聞広告	7	16.3
インターネット	5	11.6
人づて	10	23.3
旅行会社	5	11.6
熱海市観光協会	1	2.3
案内DM	0	0.0
その他	7	16.3
特になし	8	18.6
総数	43	100.0

その他内訳
 ・ その他
 ・ テレビ
 ・ リゾートクラブ
 ・ 幹事の紹介
 ・ 研修
 ・ 招待
 ・ 同窓会
 ・ 保養所



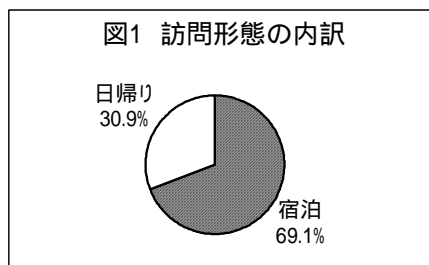
資料7 (12月7日調査)

【質問1】今回の熱海旅行は、日帰りですか、お泊りですか？

1. 宿泊 2.日帰り

表1 訪問形態の内訳

回答	人数(人)	比率(%)
宿泊	130	69.1
日帰り	58	30.9
総数	188	100.0

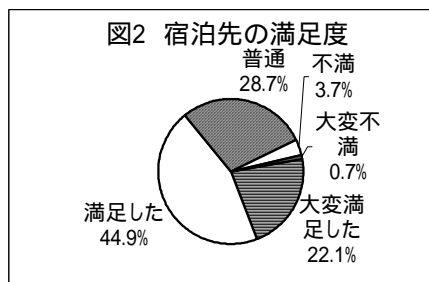


【質問2】ご宿泊のホテル・旅館での、温泉・食事・サービスには期待していたものと比べて満足されましたか？

1. 大変満足した 2.満足した 3.普通 4. 不満 5.大変不満

表2 宿泊先の満足度

回答	人数(人)	比率(%)
大変満足した	30	22.1
満足した	61	44.9
普通	39	28.7
不満	5	3.7
大変不満	1	0.7
総数	136	100.0

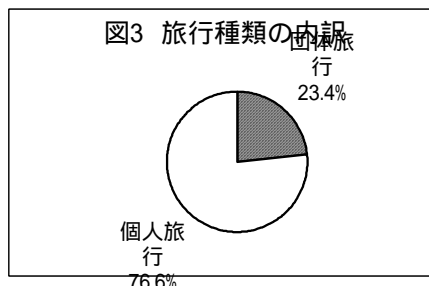


【質問3】ご旅行は旅行会社による団体旅行ですか、それとも個人旅行ですか？

1. 団体旅行 2.個人旅行

表3 旅行種類の内訳

回答	人数(人)	比率(%)
団体旅行	60	23.4
個人旅行	196	76.6
総数	256	100.0



【質問4】熱海に最初に来られたのはいつですか？何回熱海に来られましたか？

() 年前 () 回

表4-(1) 初訪問の時期

回答	人数(人)	比率(%)
1年以内	6	4.4
2～10年前	46	33.8
11～20年前	33	24.3
20年以上前	51	37.5
総数	136	100.0

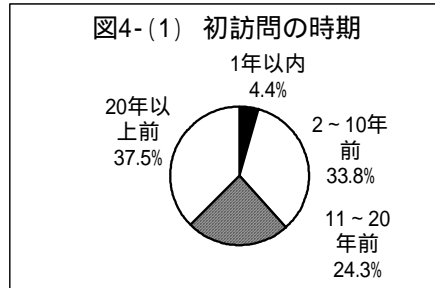
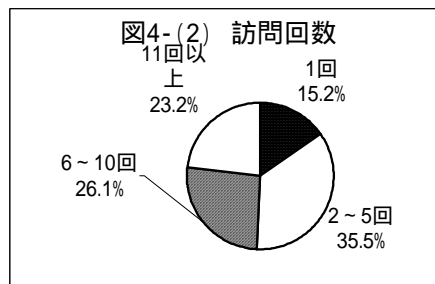


表4-(2) 訪問回数

回答	人数(人)	比率(%)
1回	21	15.2
2～5回	49	35.5
6～10回	36	26.1
11回以上	32	23.2
総数	138	100.0

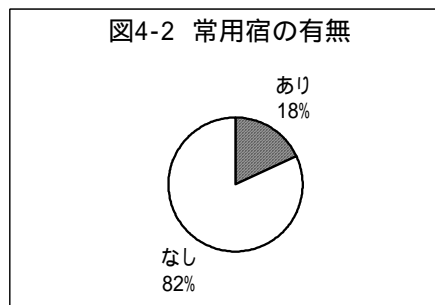


【4-1】熱海に宿泊されるホテル・旅館はほぼ毎回同じところですか？

1.はい 2.いいえ

表4-1 常用宿の有無

回答	人数(人)	比率(%)
あり	26	18.1
なし	118	81.9
総数	144	100



【質問5】熱海にはどちらから来られましたか？交通手段は？

出発地()都・道・府・県 ()市・町・村
 1. JR新幹線 2. JR在来線 3. 自家用車 4. 団体旅行バス 5. 路線バス

表5-(1) 回答者の住居(都道府県名)

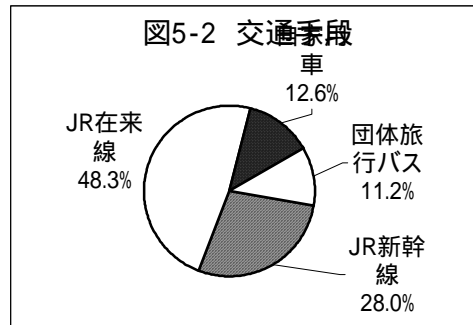
回答	人数(人)	比率(%)
愛知県	2	1.3
茨城県	2	1.3
岐阜県	1	0.6
埼玉県	5	3.2
神奈川県	45	28.5
静岡県	22	13.9
千葉県	14	8.9
東京都	65	41.1
奈良県	1	0.6
北海道	1	0.6
総数	158	100.0

表5-(2) 回答者の住居(市町村名)

回答	人数(人)	比率(%)
さいたま	1	0.9
旭川	1	0.9
浦安	1	0.9
横須賀	2	1.8
横浜	24	21.1
葛飾	3	2.6
蒲原	1	0.9
鎌ヶ谷	1	0.9
茅ヶ崎	3	2.6
江戸川	1	0.9
港区	1	0.9
荒川	1	0.9
狛江	2	1.8
取手	1	0.9
渋谷	1	0.9
春日部	1	0.9
小笠	3	2.6
松戸	1	0.9
沼津	1	0.9
新宿	3	2.6
杉並	1	0.9
世田谷	2	1.8
清水	1	0.9
静岡	12	10.5
千代田	4	3.5
千葉	2	1.8
川口	1	0.9
川崎	6	5.3
船橋	3	2.6
相模原	1	0.9
多治見	1	0.9
大田区	2	1.8
町田	1	0.9
藤枝	1	0.9
藤沢	6	5.3
南足柄	1	0.9
日本橋	1	0.9
品川	2	1.8
富士	1	0.9
富士宮	1	0.9
武蔵野	1	0.9
文京区	3	2.6
北区	1	0.9
名古屋	1	0.9
落合	1	0.9
流山	1	0.9
岡崎	1	0.9
真鶴	1	0.9
我孫子	1	0.9
総数	114	100.0

表5-2 交通手段

回答	人数(人)	比率(%)
JR新幹線	40	28.0
JR在来線	69	48.3
自家用車	18	12.6
団体旅行バス	16	11.2
総数	143	100.0

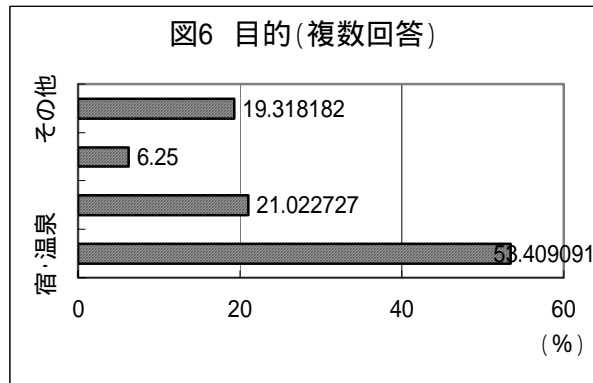


【質問6】熱海に来られた目的は何ですか？(複数回答可)

- | | |
|-----------|----------------------|
| 1. 宿・温泉 | 2. 美術館・熱海梅園・起雲閣などの観光 |
| 3. 買い物・食事 | 4. その他 |

表6 目的(複数回答)

回答	人数(人)	比率(%)
宿・温泉	94	53.4
観光	37	21.0
買い物・食事	11	6.3
その他	34	19.3
総数	176	100.0

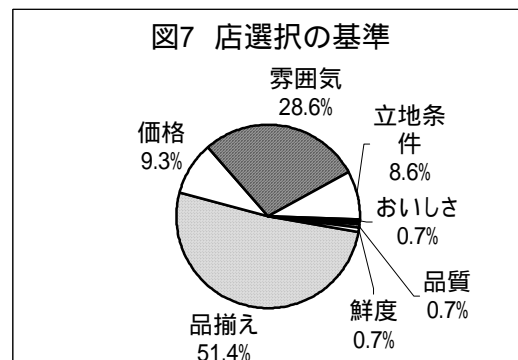


【質問7】お土産物のお店を選ぶ際に何を重視されますか？

- | | | | |
|--------|-------|-----------|-------------------|
| 1. 品揃え | 2. 価格 | 3. お店の雰囲気 | 4. 立地条件(駅や宿に近いなど) |
|--------|-------|-----------|-------------------|

表7 店選択の基準

回答	人数(人)	比率(%)
品揃え	72	51.4
価格	13	9.3
雰囲気	40	28.6
立地条件	12	8.6
おいしさ	1	0.7
品質	1	0.7
鮮度	1	0.7
総数	140	100.0



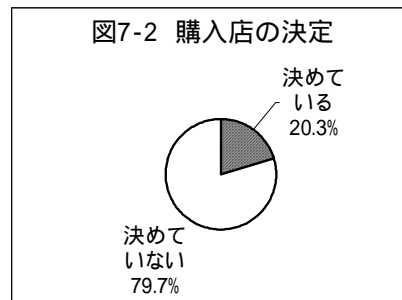
[7-1] 何を買われる予定ですか？

表7-1 購入予定商品

回答	人数(人)	比率(%)
お菓子	5	3.7
かまぼこ	4	3.0
さんまの丸干	1	0.7
すみのタオル	2	1.5
ひもの	49	36.3
まんじゅう	36	26.7
みかんのあめ	1	0.7
みりん漬け	1	0.7
わさびづけ	4	3.0
塩辛	4	3.0
温泉まんじゅう	7	5.2
海産物	1	0.7
魚介類	3	2.2
食べ物	3	2.2
地酒	1	0.7
佃煮	1	0.7
特産品	1	0.7
和菓子	3	2.2
漬物	1	0.7
土地限定	1	0.7
買わない	2	1.5
未定	1	0.7
箱菓子	1	0.7
梅干	1	0.7
わかめ	1	0.7
総数	135	100.0

表7-2 購入店の決定

回答	人数(人)	比率(%)
決めている	31	20.3
決めていない	122	79.7
総数	153	100.0

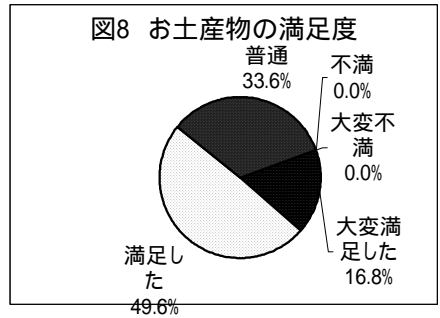


【質問8】お土産を買われた方にお聞きます。お土産物は満足のものでしたか？ 以前熱海に来られた方・・・前にも買われた経験をもとにお答えいただいても結構です。

1. 大変満足した 2. 満足した 3. 普通 4. 不満 5. 大変不満

表8 お土産物の満足度

回答	人数(人)	比率(%)
大変満足した	19	16.8
満足した	56	49.6
普通	38	33.6
不満	0	0.0
大変不満	0	0.0
総数	113	100.0



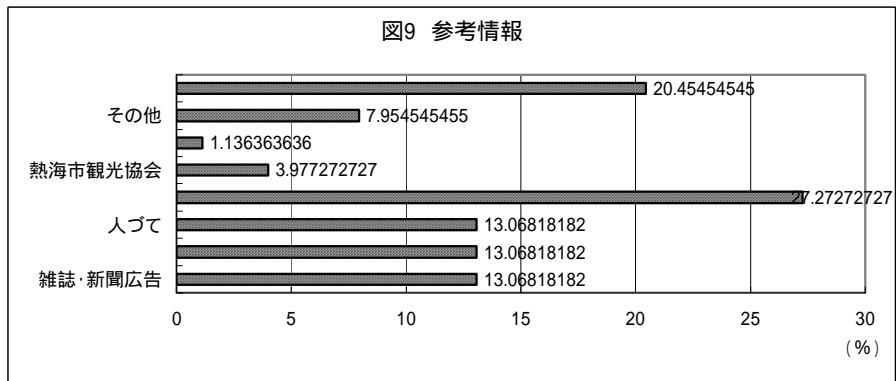
【質問9】今回熱海に旅行される際の参考情報は何か？

1. 雑誌・新聞広告 2. インターネット 3. 人づて 4. 旅行会社のパンフレット・企画ツアー
5. 熱海観光協会等の広告・ホームページ 6. ホテル・旅館からの案内DM
7. その他() 8. 特になし

表9 参考情報

回答	人数(人)	比率(%)
雑誌・新聞広告	23	13.1
インターネット	23	13.1
人づて	23	13.1
旅行会社	48	27.3
熱海市観光協会	7	4.0
案内DM	2	1.1
その他	14	8.0
特になし	36	20.5
総数	176	100.0

その他内訳
 ・ テレビ
 ・ 会社
 ・ 会社の保養所
 ・ 人まかせ
 ・ 忘年会
 ・ 立案
 ・ 前回の経験



資料 8

