

西条商工会議所・周桑商工会
地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト
西日本最高峰「石鎚山」～「つなぐ」「繋がる」くさりプロジェクト

石鎚山新観光ルート モニターツアー アンケート調査報告書

平成 25 年 12 月
株式会社 愛媛銀行
ひめぎん情報センター

目次

1. 調査目的	1
2. 調査方法	1
3. 報告書中の表記について	1
4. アンケート結果及び分析	1
Q 1. よく訪ねる（好きな）山はどこですか？	2
Q 2. 山登り（トレッキング・ハイキング）の活動経験年数は？	2
Q 3. 山登り（トレッキング・ハイキング）の目的は？	2~3
Q 4. 山登りをする際に情報をどこから集めますか？	3
Q 5. 石鎚山に登ったことはありますか？	4
Q 6. 石鎚山へ行くとしたら？	4~5
Q 7. 石鎚山の魅力は何だと思えますか？	5
Q 8. 石鎚登山ロープウェイにまた乗りたいと思えますか？	6
Q 9. ツアー内での石鎚本社・成就社・修験者ガイド（伝統文化体験）は どうでしたか？	7
1) 石鎚本社	7
2) 成就社	7
3) 修験者ガイド（伝統文化体験）	7
4) 札所めぐり	8
Q 10. 上記（Q9）の体験内容（ツアー）を知人に薦めたいと思えますか？	8
Q 11. 登山+石鎚山での体験+西条市内観光ツアーがあればまた参加 したいと思えますか？	9
Q 12. 西条のお土産品の購入・ショッピングポイントとして以下の場所は どうでしたか？	10
1) 周ちゃん広場	10
2) 石鎚山ハイウェイオアシス	10
Q 13. 西条市に滞在中に関心を惹かれたものはありますか？	11
Q 14. どのような目的でこのツアーをピーアールすると良いと思えますか？	11
Q 15. ①ツアー商品情報の発信媒体として適切と思われるものはどれですか？	12
Q 16. ②上記（Q15）の情報発信の際に、一緒に発信されていたら良いと 思う情報は？	13
Q 17. 今後、どのようなツアーであれば参加したいと思えますか？	14
5. 自由記述	15~16
6. アンケート結果から	17
7. 今後の方向性についての提言	18

1. 調査目的

「石鎚山」ブランドを活用した「山ガール・山好きシニア」「一般観光客」向けの新たな商品及びサービスとして開発した「石鎚山新観光ルート」の実用性や事業性の検証を目的としたモニターツアーにおいて消費者ニーズ、満足度および改善点等についてのアンケート調査分析を行った。

2. 調査方法

- (1) 調査対象 関西圏及び山陽圏在住のモニターツアー参加者
- (2) 調査時期 関西圏：平成 25 年 11 月 22 日（金）～24 日（日）
山陽圏：平成 25 年 11 月 24 日（日）
- (3) 対象者数 関西圏・山陽圏各 21 名
- (4) 調査方法 モニターツアー終了後、アンケートを実施・回収

3. 報告書中の表記について

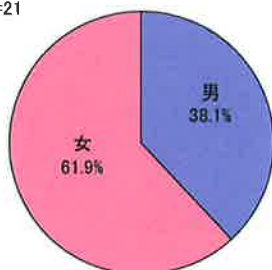
- (1) 回答率は各設問の無回答を含む回答者総数（副設問では該当する回答者数）に対する百分率（%）で表している。回答者総数はNと表示。
- (2) 集計は、小数点以下第 2 位を四捨五入している。従って、数値の合計が 100.0%にならない場合がある。
- (3) 複数回答の設問については、回答比率の合計が 100%を超えることがある。

4. アンケート結果及び分析

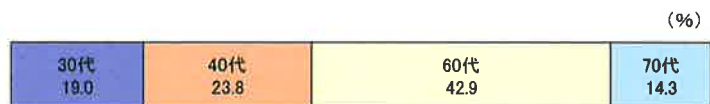
【回答者属性】

関西圏 性別

N=21



年齢 N=21

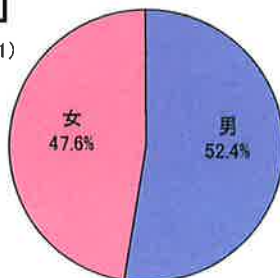


職業 N=21



山陽圏 性別

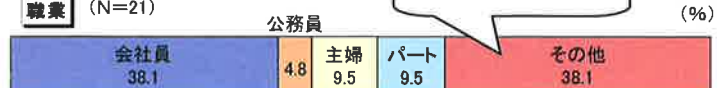
(N=21)



年齢 (N=21)



職業 (N=21)



Q 1. よく訪ねる（好きな）山はどこですか？

関西圏

名称	人数
北アルプス	6
六甲山	6
吉野山	2
劔岳	2
能勢妙見山	1
穂高近辺	1
妙見山	1
屋久島	1
大峰山	1
八ヶ岳	1
鈴鹿	1

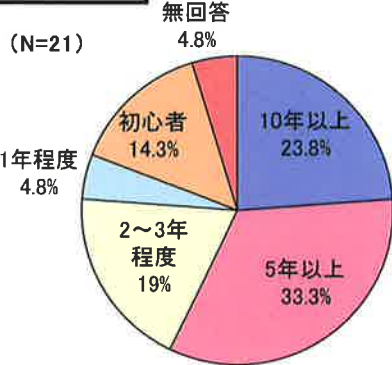
山陽圏

名称	人数
武田山	7
宮島の弥山	4
吾妻山	3
石鉄山	2
呉婆々宇山	2
北アルプス	1
三徳山	1
富士山	1
藤ヶ山	1
丸住山	1
三倉岳	1
絵下山	1
大山	1
九重山	1
三瓶山	1

Q 2. 山登り（トレッキング・ハイキング）の活動経験年数は？

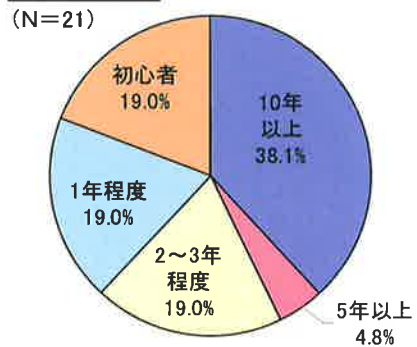
関西圏

活動経験年数



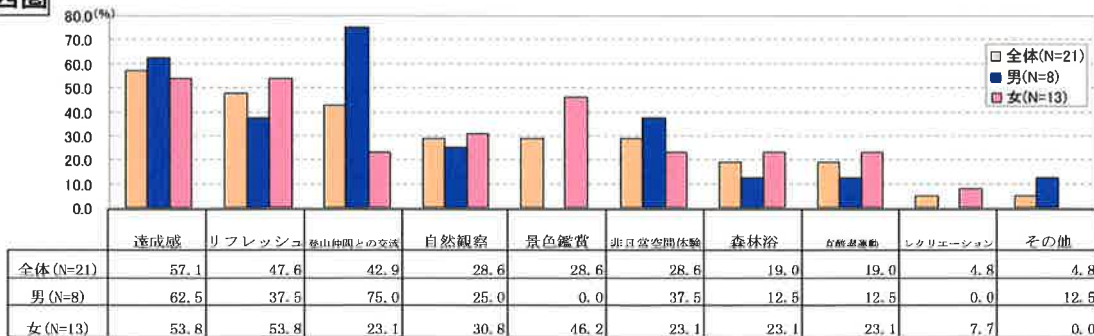
山陽圏

活動経験年数



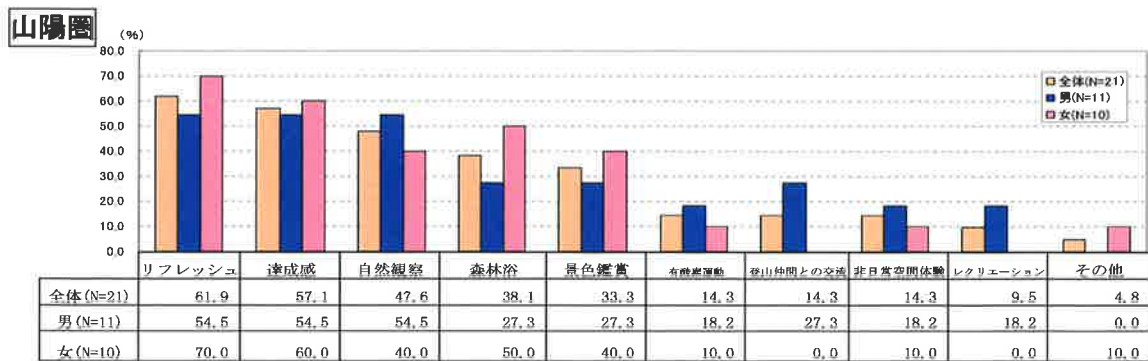
Q 3. 山登り（トレッキング・ハイキング）の目的は？（複数回答）

関西圏



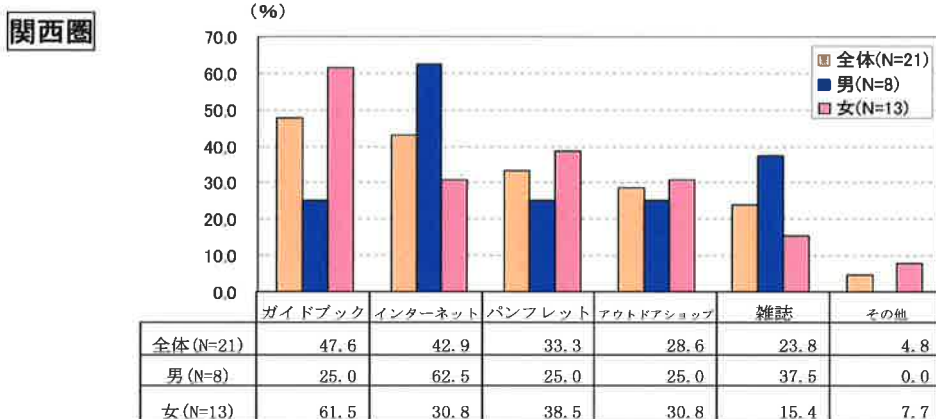
全体では「達成感」が最も多く、半数以上を占めている。

男性では「登山仲間との交流」（75.0%）、女性では「達成感」、「リフレッシュ」（53.8%）がトップ。男性においては、人との触れ合いを重視している傾向。

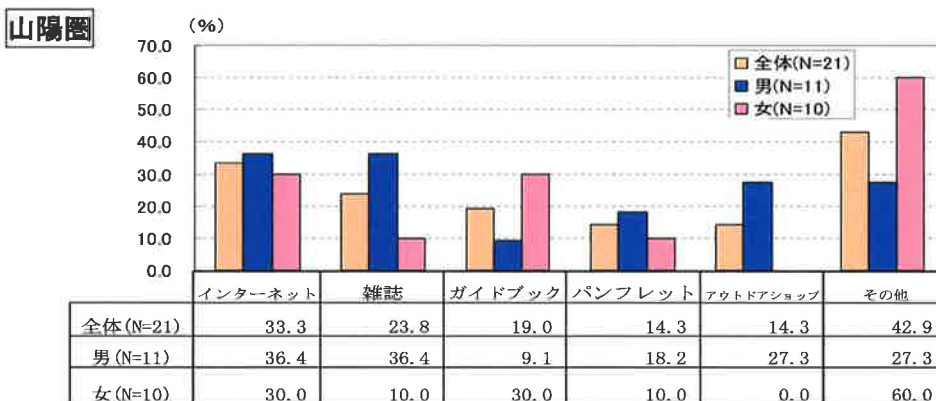


男女共に「リフレッシュ」、「達成感」が多く占めている。

Q4. 山登りをする際に情報をどこから集めますか？（複数回答）



男性では「インターネット」(62.5%)、女性では「ガイドブック」(61.5%)がトップ。



全体では「インターネット」(33.3%)が最多。

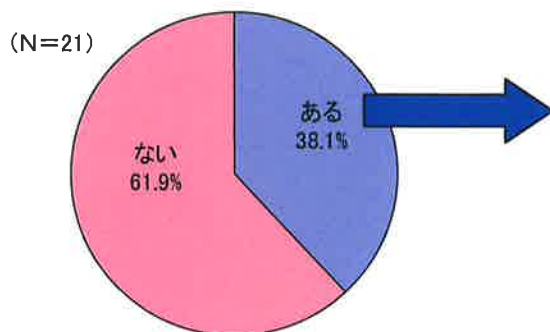
男女別でも「インターネット」が多いが、男性では「雑誌」(36.4%)、女性では「ガイドブック」(30.0%)も多くみられた。

その他として「新聞」(7名)などが挙げられていた。

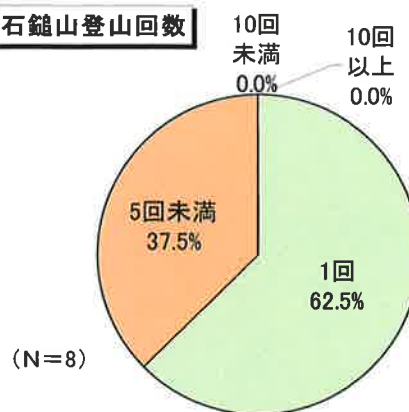
Q 5. 石鎚山に登ったことはありますか？

関西圏

石鎚山の登山経験



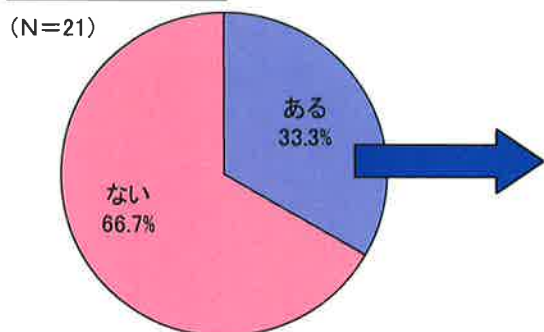
石鎚山登山回数



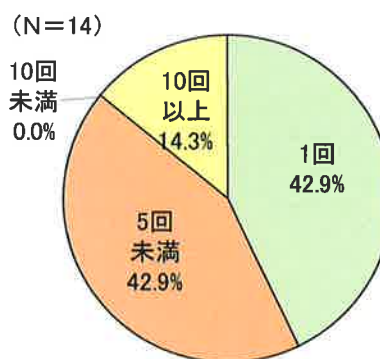
石鎚山に登ったことが「ある」人は3割強で、回数は「1回」(62.5%)が半数以上。
⇒リピーターになる可能性あり。

山陽圏

石鎚山の登山経験



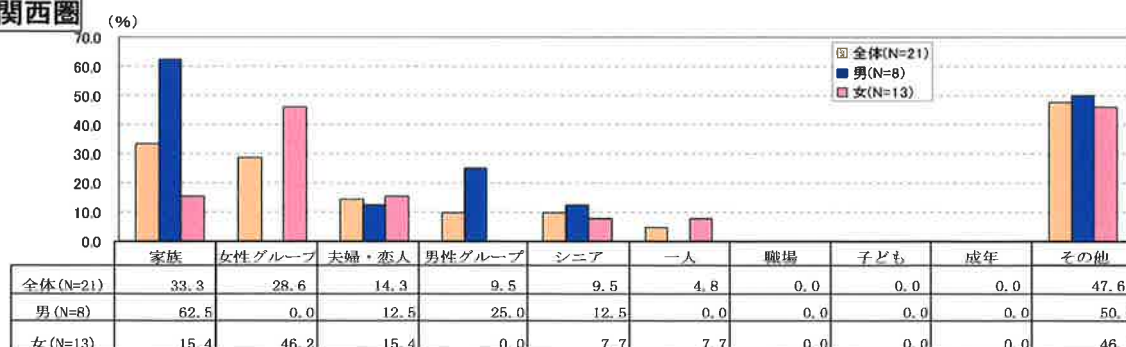
石鎚山登山回数



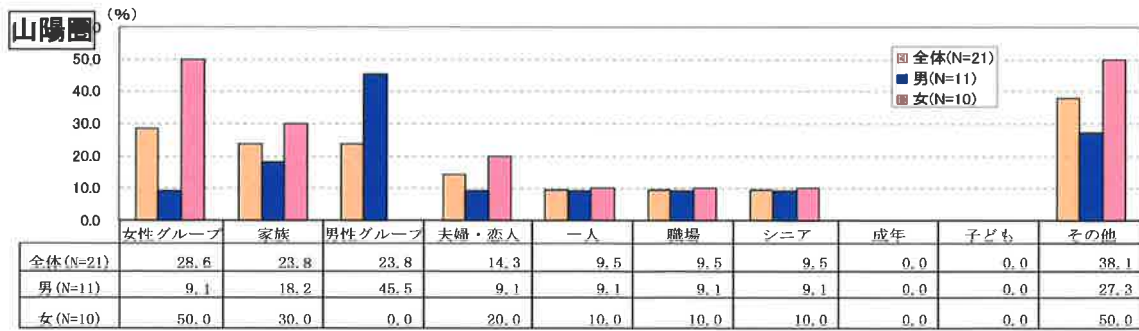
石鎚山に登ったことが「ある」人は約3割で、回数は1~5回未満が大半を占めている。

Q 6. 石鎚山へ行くとしたら？ (複数回答)

関西圏



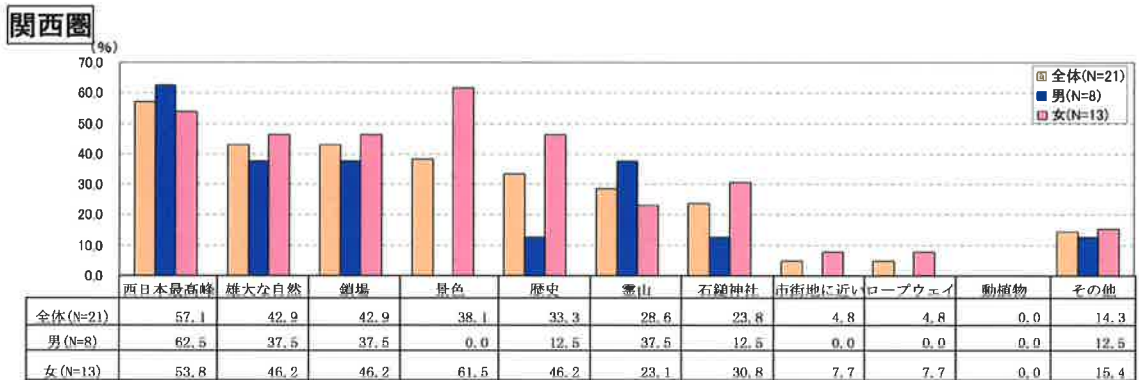
男性は「家族」(62.5%)、女性は「女性グループ」(46.2%)が最も多い。「その他」としては「山仲間」(7名)。⇒家族や女性グループが参加しやすいツアー商品開発。



男性は「男性グループ」(45.5%)、女性は「女性グループ」(50.0%)が最多。

⇒男女共に参加しやすいツアー商品開発。

Q7. 石鎚山の魅力は何だと思いますか？(複数回答)

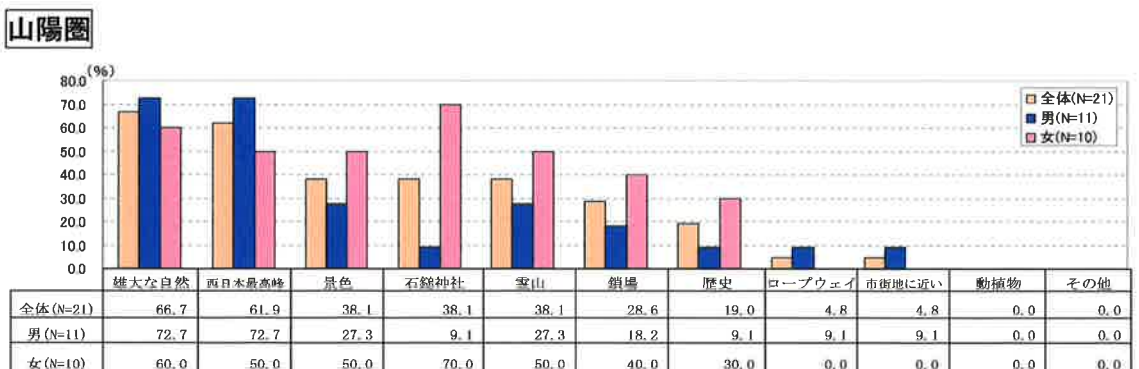


全体では「西日本最高峰」(57.1%)がトップ。

⇒今後も「西日本最高峰」を前面に打ち出し、県外へもアピール。

※ご意見

ツアーとしては難しいですが、石鎚山は西日本では厳しい雪山を体験できる数少ない山の一つですので、そちらもアピールしてはいかがでしょうか。(40代・男性)

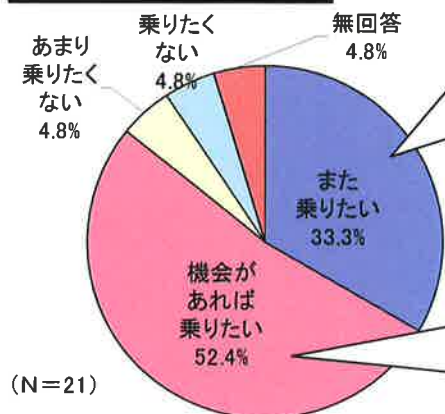


全体では「雄大な自然」(66.7%)が最多。次いで「西日本最高峰」(61.9%)、「景色」(38.1%)と続いている。女性では「石鎚神社」(70.0%)や「霊山」(50.0%)など神聖さも魅力に感じている人が多い。⇒「雄大な自然」と「西日本最高峰」、「霊山」をアピール。

Q 8. 石鎚登山ロープウェイにまた乗りたいと思いますか？

関西圏

ロープウェイにまた乗りたいか



【理由】

- ・便利。(40代・男性)
- ・春の景色を見たい。(60代・男性)
- ・景色。(30代・女性)
- ・紅葉が良かったので別の季節も見たい。(60代・女性)

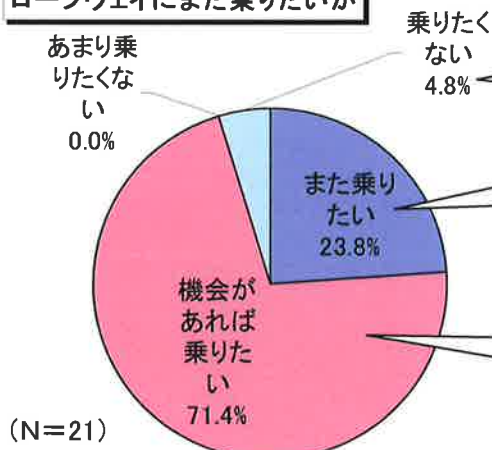
【理由】

- ・景色。(60代・男性)
- ・そのルートから山に登りたい。(70代・男性)
- ・登山をするのに時短となる。(40代・女性)

「また乗りたい」(33.3%)、「機会があれば乗りたい」(52.4%)を合わせると、8割以上。
⇒ロープウェイに魅力を感じている人は多く、リピーターが増える可能性あり。
魅力としては「景色」や「便利さ」など。

山陽圏

ロープウェイにまた乗りたいか



【理由】

- ・料金が高すぎ。(60代・男性)

【理由】

- ・景色の良さ。(60代・女性)

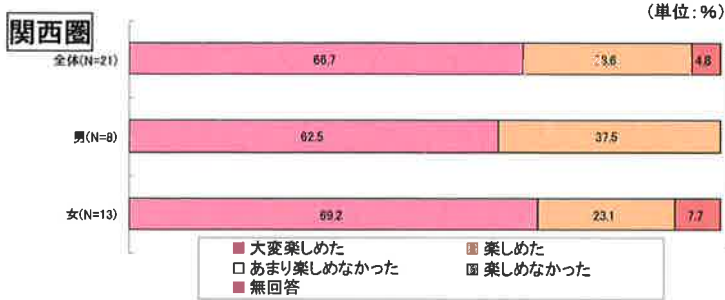
【理由】

- ・景色がきれい。(30代・男性)

「また乗りたい」(23.8%)と「機会があれば乗りたい」(71.4%)を合わせると、9割以上。
⇒ロープウェイに魅力を感じている人は多く、リピーターが増える可能性が高い。
魅力としては「景色」の良さ。

Q9. ツアー内での石鎚本社・成就社・修験者ガイド（伝統文化体験）はどうでしたか？

1) 石鎚山本社

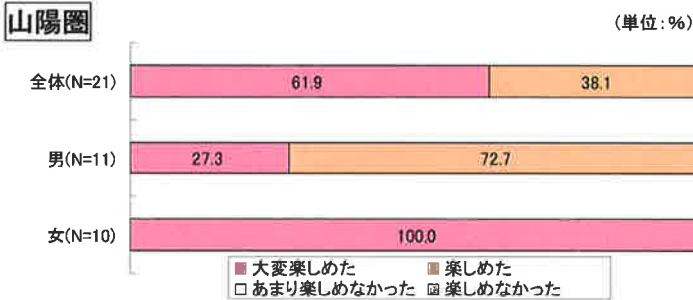


男女共に「大変楽しめた」が6割以上を占めており、満足度は高い。

2) 成就社

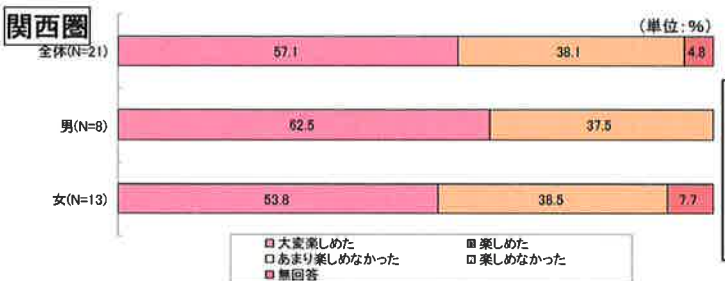


全体的に楽しんでいる人は多いが、男女別で見ると、女性の「大変楽しめた」が5割以上を占めており、男性よりもさらに満足度は高い。

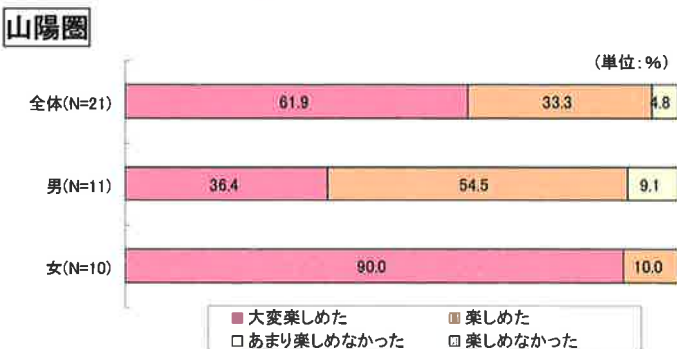


男女共に満足度は高め。特に女性は「大変楽しめた」が100%。

3) 修験者ガイド（伝統文化体験）

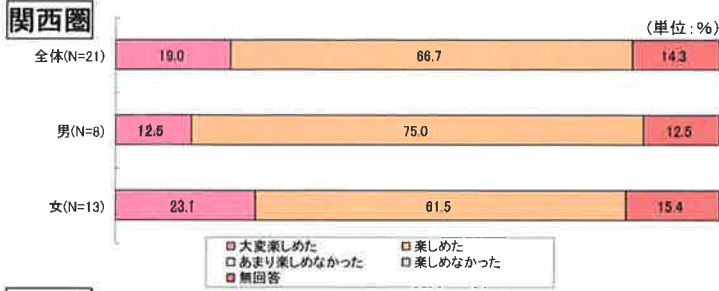


男女共に「大変楽しめた」が5割以上を占めており、満足度は高い。

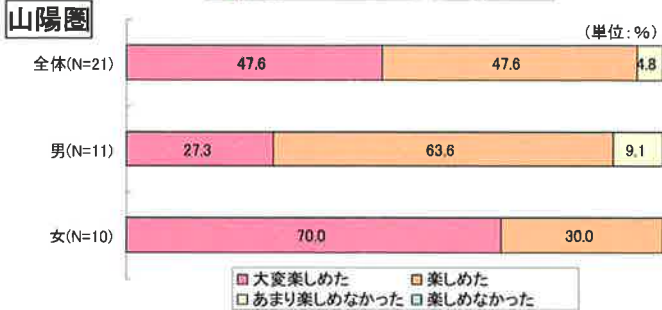


男女共に満足度は高め。特に女性は「大変楽しめた」が9割。

4) 札所めぐり



「大変楽しめた」が男性1割、女性2割と「石鎚山本社」・「成就社」・「修験者ガイド」などと比較すると満足度は低くなっている。

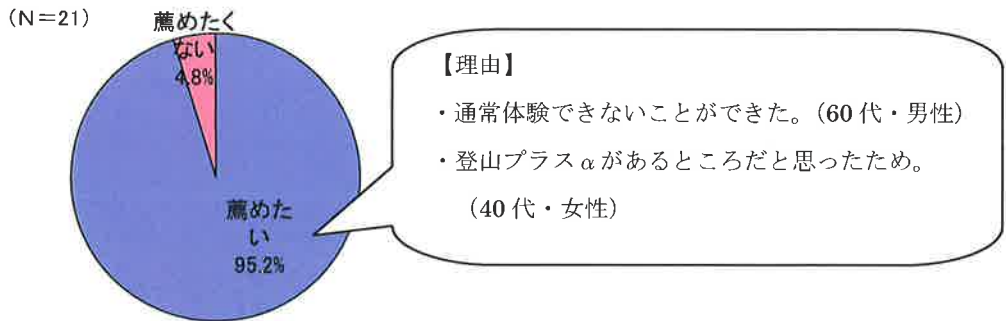


「成就社」や「修験者ガイド」と比較すると、男女共に満足度は低くなっている。女性においては「大変楽しめた」が7割を占めており、女性には人気。

関西圏の3) 修験者ガイド以外、男性の評価は女性よりも低目となっている。
⇒男性も満足できるようなツアー内容を検討する必要があるのでは。

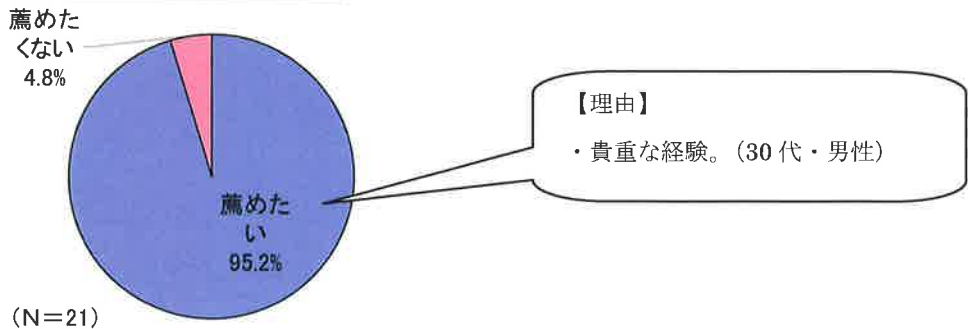
Q10. 上記(Q9)の体験内容(ツアー)を知人に薦めたいと思いますか?

関西圏 知人にツアー内容を薦めたいか



「薦めたい」人が大多数。

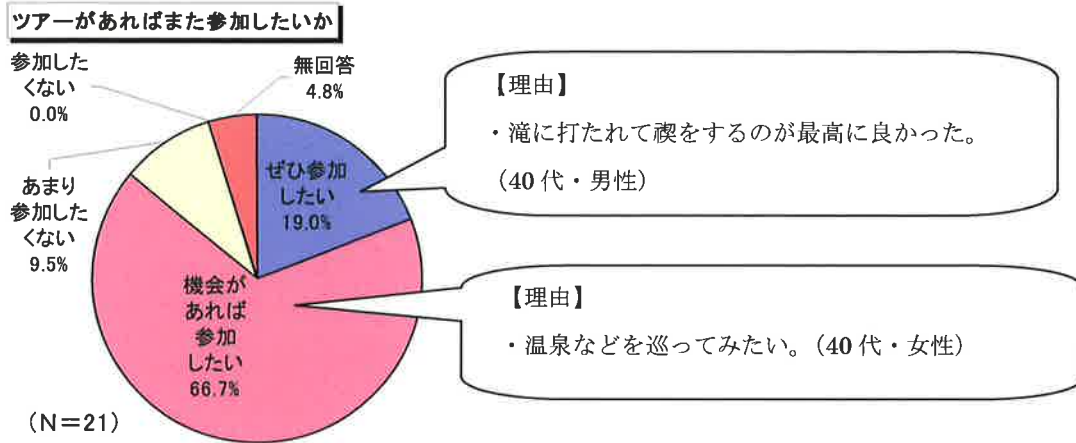
山陽圏 知人にツアー内容を薦めたいか



「薦めたい」が9割以上。⇒今回のツアー内容に満足していることがうかがえる。

Q11. 登山+石鎚山での体験+西条市内観光ツアーがあればまた参加したいと思いますか？

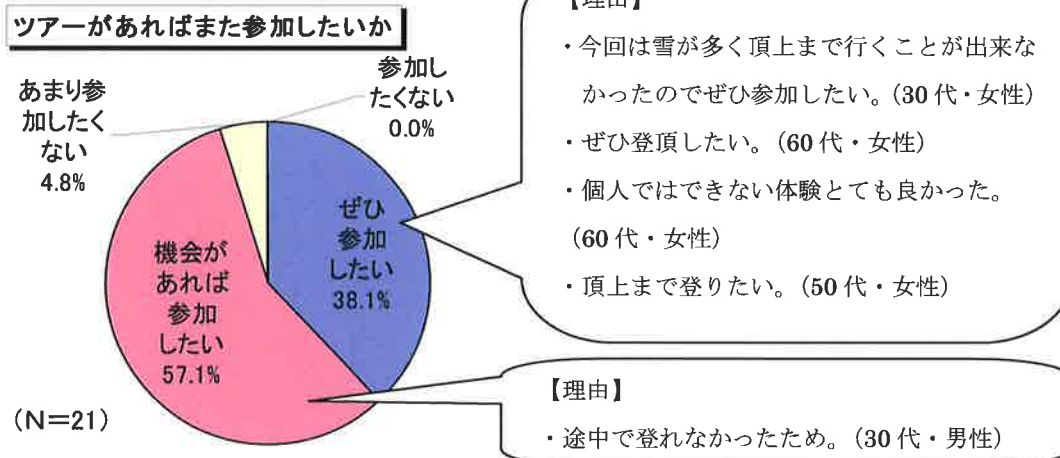
関西圏



「ぜひ参加したい」(19.0%)と「機会があれば参加したい」(66.7%)を合わせると85.7%と、多くの方が参加したいと考えている。

上記質問(Q10. 体験内容(ツアー)を知人に薦めたいか)からも、今回のツアーが好評だった事がうかがえる。

山陽圏



「ぜひ参加したい」(38.1%)と「機会があれば参加したい」(57.1%)を合わせると、9割以上。今回頂上まで行けなかったため、次回は山頂まで行くことを希望している人が多い。

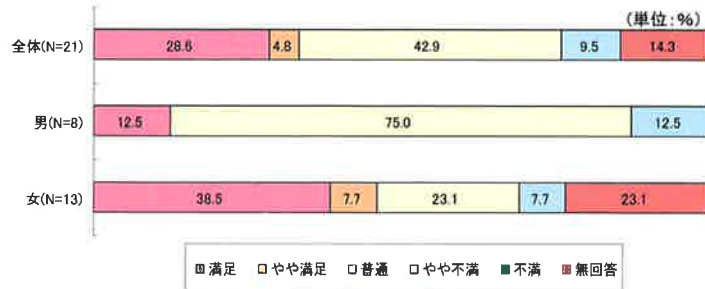
⇒次回参加者やリピーターの取り込みが重要。

⇒今回の参加者に今後のツアー商品に関する情報をダイレクトメールなどで送り、知人に勧めてもらう、または知人を誘って参加してもらうなど。

Q12. 西条のお土産品の購入・ショッピングポイントとして以下の場所はどうでしたか？

1) 周ちゃん広場

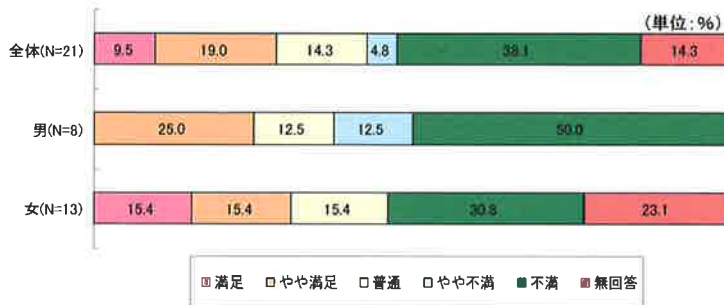
関西圏



女性は「満足」・「やや満足」を合わせると4割以上。
男性では「満足」が1割と、女性よりも満足度は低い。

2) 石鎚山ハイウェイオアシス

関西圏



【不満理由】

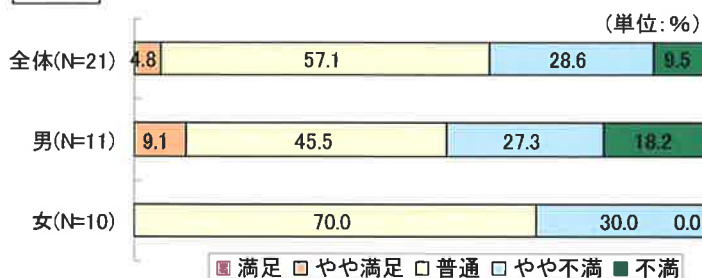
- ・食堂の接客態度が不満。(30代・男性)
- ・レストランが汚い、まずい。オアシスよりSAの方が良かった。(60代・男性)
- ・飲食店の対応が悪かった。(40代・女性)

全体では「不満」が4割以上。

特に男性において不満度が高い。

設備や接客対応などに関する不満がみられた。⇒サービスの改善が必要。

山陽圏



【理由】

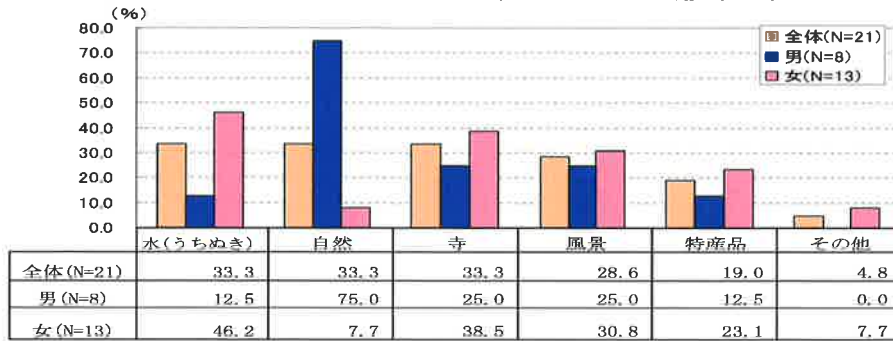
- ・石鎚山ハイウェイは活気がなさすぎ。(60代・男性)

男女共に満足度は低め。

特に男性は不満を感じている人が多い。

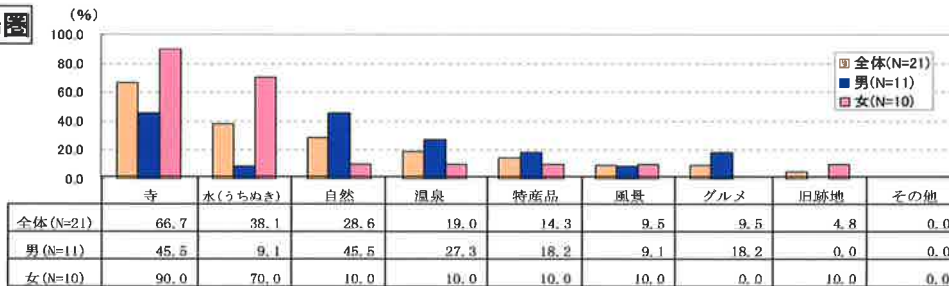
Q13. 西条市に滞在中に関心を惹かれたものがありますか？（複数回答）

関西圏



「水」や「自然」に関心を惹かれている人が多い。⇒水や自然を前面にアピール。

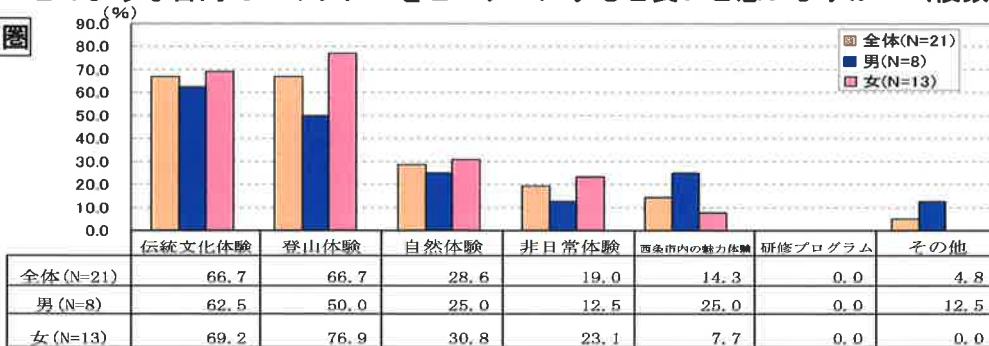
山陽圏



女性では「寺」（90.0%）が圧倒的に多い。次いで、「水（うちぬき）」（70.0%）。
⇒寺巡りなど女性をターゲットとしたツアー商品の開発。

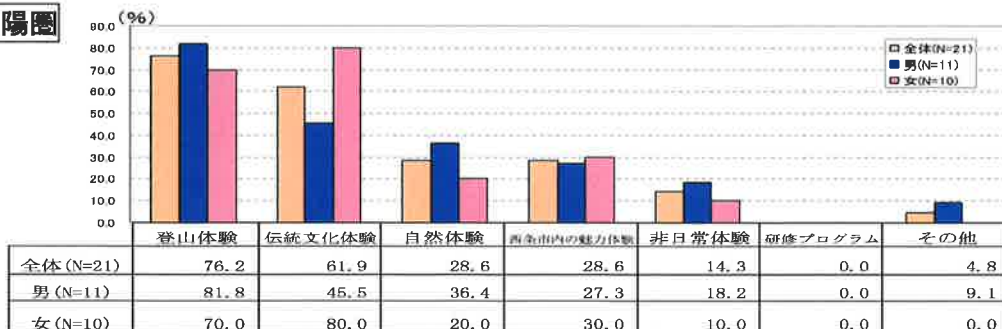
Q14. どのような目的でこのツアーをピーアールすると良いと思いますか？（複数回答）

関西圏



男女共に「伝統文化体験」、「登山体験」が多い。⇒「伝統＋登山」体験を前面にアピール。

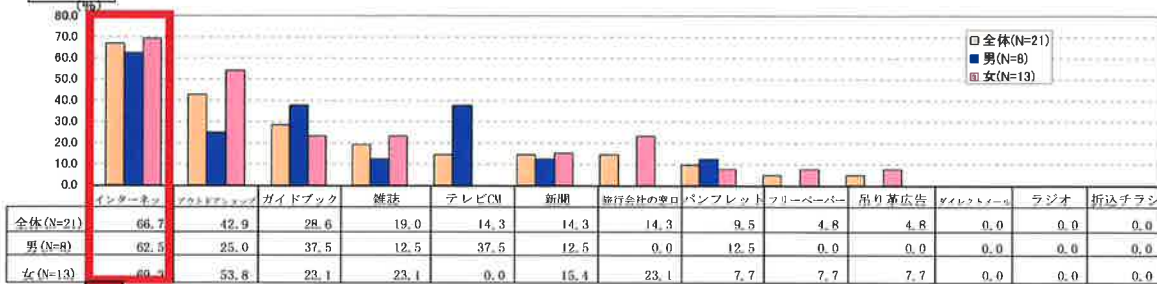
山陽圏



男女共に「伝統文化体験」、「登山体験」が多い。⇒「伝統＋登山」体験を前面にアピール。

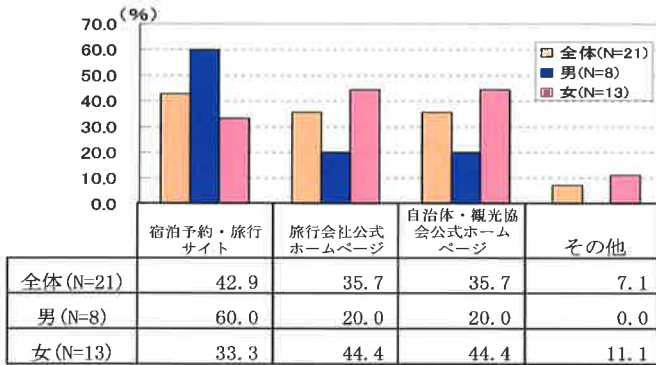
Q15. ① ツアー商品情報の発信媒体として適切と思われるものはどれですか？（複数回答）

関西圏



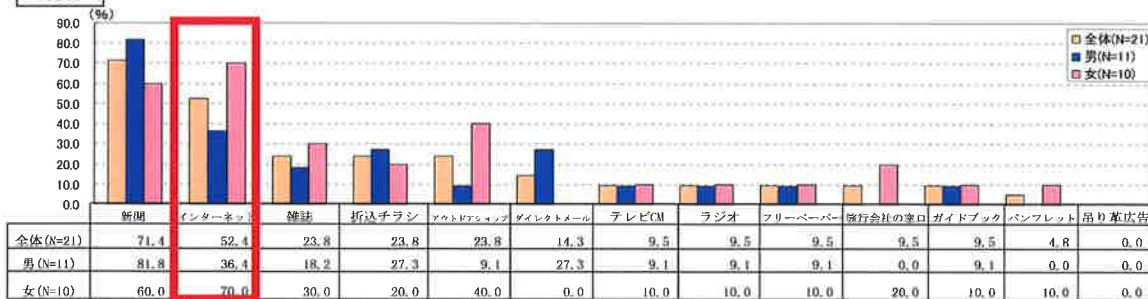
男女共に「インターネット」が最多。女性では「アウトドアショップ」も多い。
⇒インターネット中心に情報発信するのが良いと考えられる。

(インターネットに) 掲載するならどこがいいと思いますか？



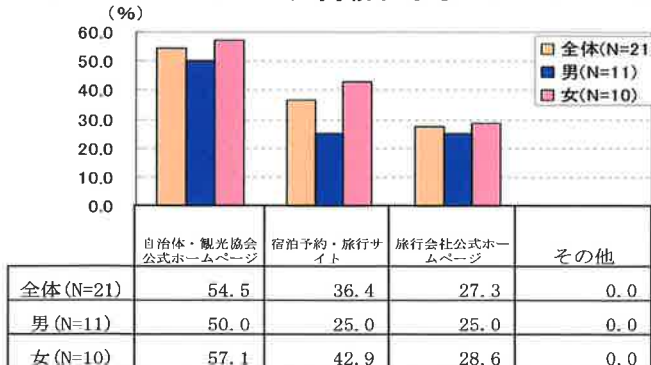
全体では「宿泊予約・旅行サイト」(42.9%)が最も多い。男性では「宿泊予約・旅行サイト」(60.0%)、女性では「旅行会社公式ホームページ」(44.4%)、「自治体・観光協会公式ホームページ」(44.4%)がトップ。ツアーの対象に合わせて掲載場所を考える必要がある。

山陽圏



山陽圏では「新聞」(71.4%)での情報発信が効果的と考えられる。
次いで「インターネット」(52.4%)。

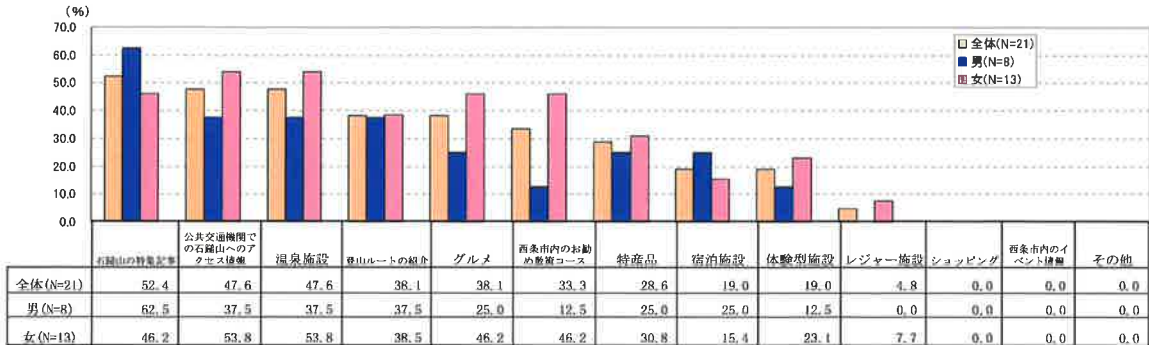
(インターネットに) 掲載するならどこがいいと思いますか？



男女共に「自治体・観光協会公式ホームページ」が最多。女性では「宿泊予約・旅行サイト」(42.9%)も多く見られる。ツアー対象に合わせて掲載場所を考慮する必要あり。

Q16. ②上記(Q15)の情報発信の際に、一緒に発信されたいと思う情報は？
(複数回答)

関西圏



全体では「石鎚山の特集記事」(52.4%)が最も多い。

⇒石鎚山の特集記事を組み、そのなかで、「公共交通機関での石鎚山へのアクセス情報」や「登山ルートを紹介」、西条市内の観光情報(「温泉施設」、「グルメ」、「お勧め散策コース」)などの情報を一緒に掲載するなど、工夫が必要。

※ご意見

- ・今回のツアー参加前に西条市に関する情報を得ようとしたが、インターネットではあまり探せなかった。食事やお土産の楽しみが旅行前から欲しい。山を目当てに旅をしても、食事は必ず摂るので、西条名物の紹介があれば、それを目的にする人もいると思う。(30代・女性)

山陽圏



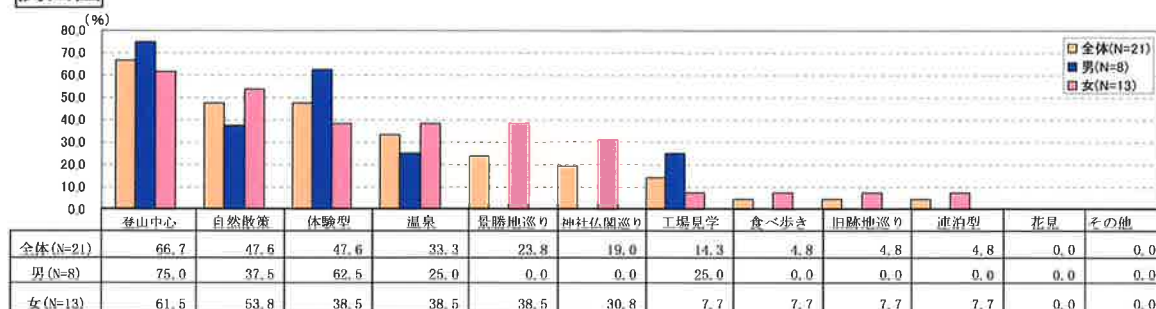
全体では、「登山ルートを紹介」(61.9%)、「石鎚山の特集記事」(57.1%)、「公共交通機関での石鎚山へのアクセス情報」(42.9%)が上位3項目。

⇒石鎚山に関する情報を中心に掲載して欲しいと考えている人が多い。

男性では「温泉」(45.5%)、女性では「西条市内のお勧め散策コース」(50.0%)も多く見られた。

Q17. 今後、どのようなツアーであれば参加したいと思いますか？（複数回答）

関西圏



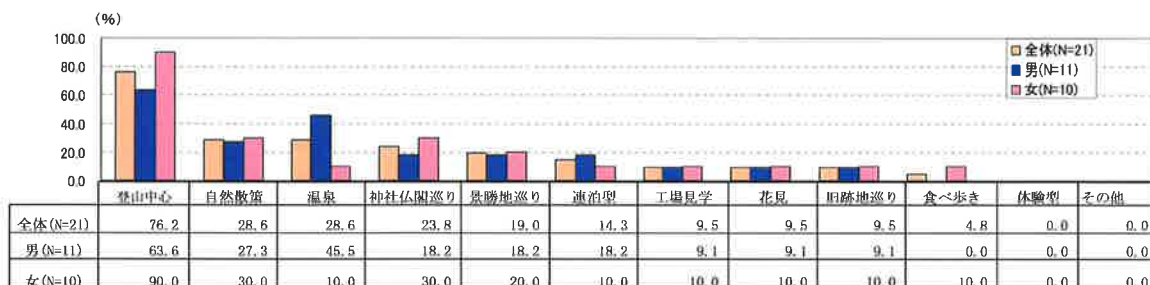
全体では「登山中心」(66.7%)が最多。次いで「自然散策」(47.6%)、「体験型」(47.6%)「温泉」(33.3%)と続いている。

⇒登山+αとして、自然散策や体験型、更には温泉などを組み合わせたツアー商品開発など。

※ご意見

登山+下山後の温泉と景勝地を付帯するとよい (70代・女性)

山陽圏



「登山中心」(76.2%)が圧倒的に多い。

⇒登山+αとしては「自然散策」(28.6%)、「温泉」(28.6%)を組み合わせたツアーの商品開発。

男性では「温泉」(45.5%)、女性では「自然散策」(30.0%)や「神社仏閣巡り」(30.0%)にも関心が高い。

5. 自由記述

【ご意見・ご要望等】

関西圏

- 普段は出来ない体験が出来て大変満足しています（滝行、ほら貝、フラワーアレンジメント）。滝行「体をふくタオルがあればなんととなります！」と言われましたが、やっぱり現地で「スケますよ」と言われてあわてました。下に着るものをあらかじめ用意できるとありがたいです。（30代・女性）
- ハイウェイオアシスの食堂（リンリン？）の接客態度は不満でした。襖体験はとても楽しめました。バスガイドの谷上さんのお話は面白かったです。（30代・男性）
- 地の料理や地酒等の充実を。（40代・男性）
- 今回は山頂にいけなくて残念でしたが、登山以外のツアー内容で十分満足させて頂きました。ハイウェイオアシスだけが残念でした。（40代・男性）

● 良かったこと

ツアー会社や商工会議所の方々が感じが良く、気を利かせてくださり、楽しく全てのことのできた。

滝行は思っていたより全くつらくなく、なかなか他で体験できない事柄でやって良かったと本当に思った。

こづちのお土産がよかった。

フェリー2等小部屋は良かった！（大部屋でなく、うれしかった）

改善いただけたらいい！

滝行の時、女性の服装の準備分を事前にお知らせ頂けると助かる。

“武丈の湯”の石けん、シャンプー、リンスなしの事、お知らせがあつたらいい。

石鎚山へ登れる確実な季節だといいい！紅葉時期はキビシイと思うが。

秘湯とスケジュールをからめてもらえたらGOOD！

（40代・女性）

- いろいろと良くして頂いてありがとうございました。楽しかったです。

今日は石鎚山に登れなかったが、実際8時間ほど登山した後はそのまま温泉に行ける方がいいと思う。

武丈温泉はシャンプーリンスなどが置いていなかったの事前に伝えておくか、できれば本物の温泉でアメニティーがしっかりしている方が嬉しいです。

夕食は自分で街を歩いて探すのも楽しいが、暗くなってから店を探すのは面倒なのであらかじめ地図や店の紹介をしてもらっていただければありがたいかなと思う。あと割引券などがついているとテンションが上がります。お土産ですが、小さいものでもいただけると嬉しいです。“こづち”はおもしろくて嬉しかったです。

滝行はやってよかったです。ただ、女性は下着が透けるとかの心配があるので配慮が必要だと思います。例えば、写真等でこういう服を、こういうところで着替えてここに入

ります。下着は透けるので水着を着たい人は用意してくださいとか……。あと、実際にやった女の人からの体験談とかの紹介がわかれば、やりたいけどちょっと不安な人には心強いかも。(40代・女性)

- 飲食店の対応が、急に多くの客が来店した時悪くなるような気がしました。せっかく商工会議所の皆さんがお力を入れていくのでしたら少しずつでも改善されてゆけばより良くなると思います。(40代・女性)
- 関西方面への情報発信を要望します。(60代・男性)
- 今回思いがけない雪景色に感動しましたと同時に足を滑らさない様に大変でしたが今年一番の思い出となりました。(60代・女性)
- 市内温泉に洗剤(シャンプー、リンス、ボディソープなど)が置いてないのは残念。他所から初めて行った者は分からず、困ってしまう。(60代・女性)
- 募集の際、内容をもう少し詳しく。(70代・女性)

山陽圏

- 雪での石鎚山登山は大変思い出になりました。(30代・男性)
- 本当に楽しかったです。(30代・男性)
- 登山中心のツアーを雪の降らないときにしてほしい。(60代・男性)
- 石鎚山への山頂断念。来季には再度来ます。(60代・男性)
- もう少し早い時期に。でも天気が大変良かった。(60代・男性)
- 石鎚神社のお祓い、ほら貝の体験は良かったです。(60代・男性)
- 伝統文化体験 他に何かないのかな?西条祭りは宣伝不足ではないですか。立派な祭りなのに。(60代・男性)
- タイムスケジュールがかつかつだったのといつ何をするのかの流れがわかりにくかったのが残念でした。(20代・女性)
- 余韻が欲しかったです。結構バタバタでしたね。ツアー時期ももう少し早いといいかなと。けど、頂上にいけない楽しさもありました。神社等も案内してくださり、有意義な1日となりました。ありがとうございました。(20代・女性)
- とても楽しい1日となりました。要望は時間説明(特にトイレを心配された方が多かったです)。お世話になりました。(30代・女性)
- 天候に恵まれ楽しいツアーでした。(60代・女性)
- 頂上にいけないのは残念でしたが、とても良いツアーでした。ありがとうございました。(60代・女性)

6. アンケート結果から

【関西圏モニターツアーアンケートより】

ツアー内での石鎚山本社・成就社・修験者ガイド・札所めぐりの体験

それぞれ「楽しめた」と感じている人は8~9割を占めている。(p7-8のQ9参照)

知人に体験内容(ツアー)を薦めたい人

9割以上。(p8のQ10参照)

「登山+石鎚山での体験+西条市内観光ツアー」

また参加したいという人は8割以上。(p9のQ11参照)

【山陽圏モニターツアーアンケートより】

ツアー内での成就社・修験者ガイド・札所めぐりの体験

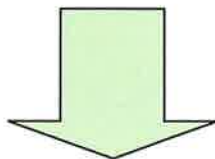
それぞれ「楽しめた」と感じている人は9割以上を占めている。(p7-8のQ9参照)

知人に体験内容(ツアー)を薦めたい人

9割以上。(p8のQ10参照)

「登山+石鎚山での体験+西条市内観光ツアー」

また参加したいという人は9割以上。(p9のQ11参照)



山好きな人が、登山だけではなく石鎚山での体験も楽しむことができおり、さらには知人に薦めたり、再度参加したいという人が多い(=ツアーに魅力を感じている人が多い)ことから、今回のツアーにおいての実用性や事業性はあると考えられる。

7. 今後の方向性についての提言

ツアー参加者やリピーターを増やすために・・・

1. PR方法

- ①石鎚山の魅力である「西日本最高峰」、「雄大な自然」、「霊山」、ロープウェイからの「景色」・「便利さ」を前面にアピールする。
- ②「登山」だけではなく「伝統文化」も体験できることをアピールする。
伝統文化体験で特に好評だった滝行などを前面に。

2. 商品開発

- ・登山+ α として「伝統文化体験」、「自然散策」、「温泉」などを組み合わせたツアーの開発。（女性では「神社仏閣巡り」にも関心が高いので+ α として検討。）

3. ツアー情報の発信方法

①掲載場所

- ・インターネットの「宿泊予約・旅行サイト」、「旅行会社公式ホームページ」、「自治体・観光協会公式ホームページ」にて掲載。
地方の「新聞」も効果的と考えられる。
⇒ツアーの対象によっては、掲載場所を考慮する必要がある。（女性の場合は「アウトドアショップ」やインターネットの「宿泊予約・旅行サイト」に掲載するなど。）
- ・ダイレクトメールなどでツアー参加者に今後のツアー商品情報をお知らせ。
⇒知人を誘ったり、知人に薦めてもらう。

②掲載情報

- ・「石鎚山の特集記事」や「公共交通機関での石鎚山へのアクセス情報」、「登山ルートの紹介」など石鎚山に関する情報や西条市内の観光情報（「温泉施設」、「グルメ」、「お勧め散策コース」）などの情報を一緒に掲載するなど、工夫が必要。
- ※関西圏では「西条市内の観光情報」も重視している人が多いため、県外の人でもわかりやすい観光情報をインターネットなどに掲載する。

今後の課題

1. 伝統文化体験について

滝行では、女性の下着が透けるなど不安要素があるため、配慮が必要である。

2. 商品開発について

「温泉入浴」をツアーに組み込む場合、アメニティグッズが備え付けられているかなどの温泉施設についての事前の情報提供が必要である。

3. ショッピングポイントについて

「石鎚山ハイウェイオアシス」は参加者の不満度が高いため、検討すべきである。