

平成25年度地域力活用新事業∞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

新規プログラム反応調査委託業務

調査報告書

アウト・ドアショップ

株式会社 JTB 中国四国松山支店

平成26年2月14日

目次

1. 調査目的	1
2. 調査方法	1
調査実施風景	2
3. 報告書中の表記について	3
4. アンケート結果及び分析	3
Q 1. 石鎚山・好感度・訪問意向について	3
(1) 石鎚山が知られているイメージに一番近いと思われるものは何ですか？	3
(2) どのような方法で石鎚山へ行くお客様が多いと思われますか？	3
(3) 旅行計画の際に「石鎚山」のライバルとなる山のイメージを教えてください。	4
Q 2. 石鎚山ツアー企画について	4
(1) 石鎚山へのツアーを企画したいと思いますか？	4
(2) 石鎚山のツアー企画でポイントとなることは何ですか？	4
(3) ツアー参加の対象となるお客様のイメージについて教えてください。	5
(4) 石鎚山の登山・アクセス情報は分かりやすく情報発信されていると思いますか？	5
(5) 企画する際にあったら良いと思われるものは何ですか？	5
Q 3. 新サービス・商品について	6
■石鎚山スターナイトツアーについて	6
(1) 石鎚山スターナイトツアーのチラシデザインについてどう思われますか？	6
(2) 石鎚山スターナイトツアーのネーミングについてどのように思われますか？	6
(3) 石鎚山スターナイトツアーについて興味のあるお客様は多いと思いますか？	6
(4) 企画を取り入れたツアー商品は、お客様にお勧め・販売が可能な商品と思われますか？	6
(5) お勧め・販売に最も適したツアー設定時期はいつ頃と思われますか？	7
(6) 曇天時で星空観察ができない場合、どのような対応が妥当だと思いますか？	7
(7) ロープウェイ乗り場発着の場合、ツアー代金はどの程度が妥当と思われますか？	7
■石鎚山伝統文化体験プログラムについて	7
(1) 石鎚山伝統文化体験プログラムについて興味のあるお客様は多いと思いますか？	7
(2) 企画を取り入れたツアー商品は、お客様にお勧め・販売が可能と思われますか？	8
(3) お勧め・販売に最も適したツアー設定時期はいつ頃と思われますか？	8
(4) ロープウェイ乗り場発着の場合、ツアー代金はどの程度が妥当と思われますか？	8
■石鎚山自分磨き体験プログラムについて	9
(1) 石鎚山自分磨き体験プログラムについて興味のあるお客様は多いと思いますか？	9
(2) 企画を取り入れたツアー商品は、お客様にお勧め・販売が可能と思われますか？	9
(3) お勧め・販売に最も適したツアー設定時期はいつ頃と思われますか？	9
(4) 石鎚山自分磨き体験プログラム代金はどの程度が妥当と思われますか？	9
Q 4. PR・販売戦略について	10
(1) 登山・トレッキング・ハイキングなどのアウトドア旅行計画の際に、お客様が情報源としてよく活用されていると思われるものは何ですか？	10
(2) 石鎚山・西条エリアのガイドパンフレット（登山・温泉・グルメ・宿泊情報など）を作成した場合、貴店に設置していただくことは可能であると思えますか？	10
(3) 石鎚山・西条エリアの公式インターネットサイトを作成した場合、貴店のホームページ等にリンクバナーの設置やご紹介を頂くことは可能であると思えますか？	10
(4) 上記の広報展開を充実することで、石鎚山・西条エリアに訪問するお客様が増加すると思えますか？	11
5. アドバイス・地元へのご要望など	11~13
6. アンケート結果から	14
7. 今後の方向性についての提言	15

1. 調査目的

(1) 石鎚山に関する市場意識調査

石鎚山の市場イメージ、石鎚山を目的地としたツアー企画ニーズ等を調査するとともに、地元に対する要望等について調査を実施する。

(2) 新規開発プログラムに関するニーズ調査

新規に開発を行った「スターナイトツアー」「伝統文化体験プログラム」「自分磨き体験プログラム」等のニーズ調査を実施する。

2. 調査方法

(1) 調査対象 アウト・ドアショップ（大阪・福岡エリア）

(2) 対象日時 2014年2月4日(火)～6日(木)

(3) 対象者数 大阪6社、福岡7社 計13社

(4) 調査方法 質問票を用いた記入式アンケート・ヒアリング調査を実施

NO	エリア	ショップ名	住所
1	大阪	モンベル うめきた店	大阪市北区大深町4-20 グランフロント大阪ショップ&レストラン南館5階
2		Foxfire グランフロント大阪	大阪市北区大深町4-20 グランフロント大阪ショップ&レストラン南館5階
3		好日山荘 グランフロント大阪店	大阪市北区大深町3-1 グランフロント大阪ナレッジキャピタル5F
4		ザ・ノース・フェイス プラス	大阪市北区大深町4-20 グランフロント大阪ショップ&レストラン南館5階
5		ロッジ 大阪駅前第4ビル登山店	大阪市北区梅田1丁目11-4
6		IBS石井スポーツ 大阪本店	大阪市北区梅田1丁目2大阪駅前第2ビル1F
1	福岡	好日山荘 福岡パルコ店	福岡市中央区天神2-11-1 福岡パルコ8F
2		モンベル マリノアシティ福岡店	福岡市西区小戸2-13-16 マリノアシティ福岡 アウトレットⅠ棟2階
3		Foxfire FACTORY OUTLET 福岡	福岡市西区小戸2-13-16-R203 ピアウォークマリノアシティ福岡
4		A&Fカントリー 福岡店	福岡市中央区天神2-5-13天神マロニエNEXT 2F
5		MAMMUT STORE 福岡天神	福岡市中央区大名1-12-49
6		LOGOS SHOP	福岡市西区小戸2-13-16 マリノアシティ福岡 アウトレットⅢ棟2F
7		ヨドバシカメラ マルチメディア博多	福岡市博多区博多駅中央街6-12

(順不同)

○ 調査実施風景

【大阪エリア調査:2014年2月5日～6日】



ロッジ



IBS 石井スポーツ



ザ・ノース・フェイス



モンベル



Foxfire



好日山荘

【福岡エリア調査:2014年2月4日～5日】



好日山荘



A&F カントリー



LOGOS SHOP



モンベル



Foxfire



MAMMUT STORE

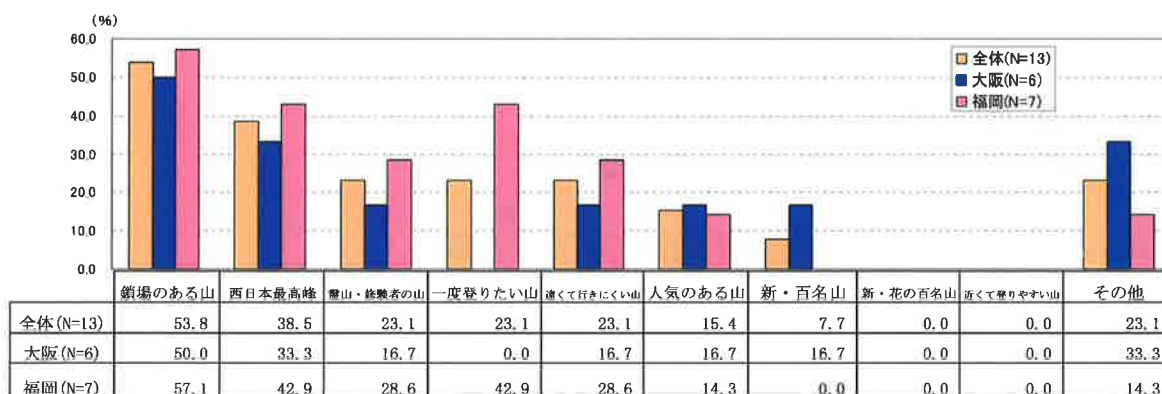
3. 報告書中の表記について

- (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100.0%を超えることがある。

4. アンケート結果及び分析

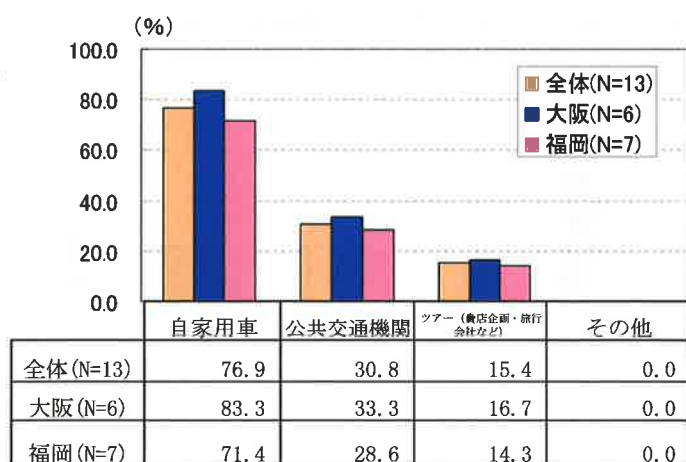
Q1. 石鎚山・好感度・訪問意向について

(1) 石鎚山が知られているイメージに一番近いと思われるものは何ですか？（複数回答可）



大阪・福岡共に「鎖場のある山」がトップ。次いで「西日本最高峰」。

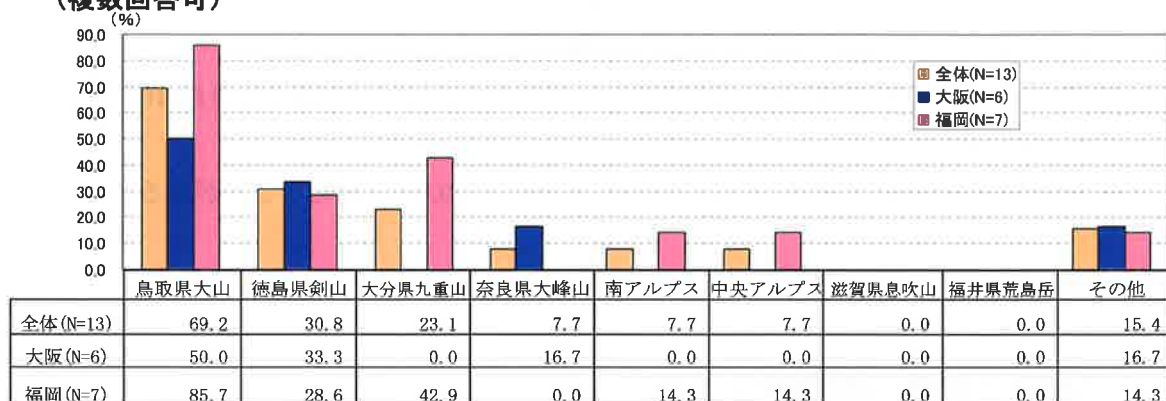
(2) どのような方法で石鎚山へ行くお客様が多いと思われますか？（複数回答可）



石鎚山へは「公共交通機関」や「ツアー」よりも「自家用車」で行くイメージを持っているところが多い。

(3) 旅行計画の際に「石鎚山」のライバルとなる山のイメージを教えてください。

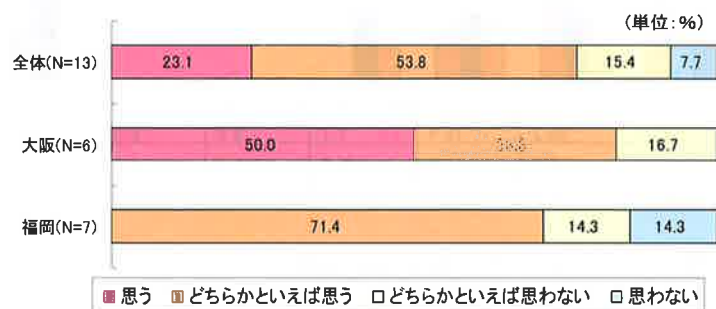
(複数回答可)



大阪・福岡共に「鳥取県大山」がトップ。大阪では「徳島県剣山」、福岡では「大分県九重山」のイメージを持っているところも多い。

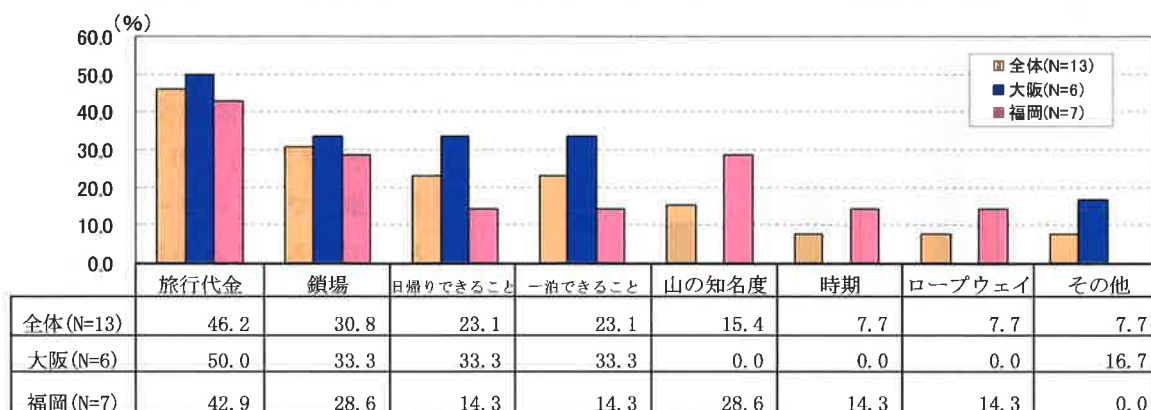
Q2. 石鎚山ツアー企画について

(1) 石鎚山へのツアーを企画したいと思いますか？



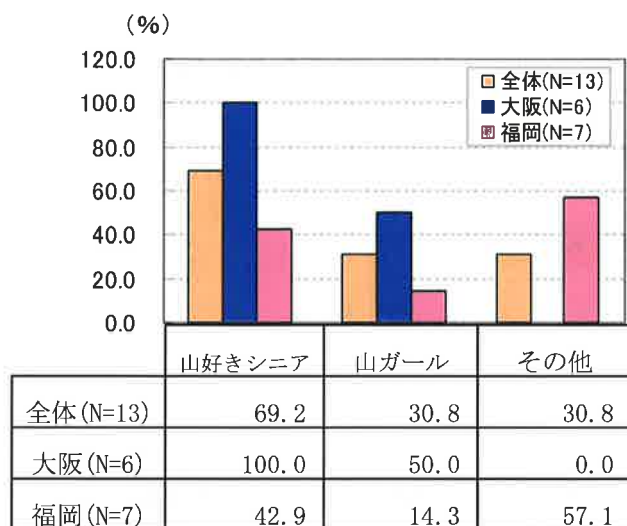
大阪・福岡共に企画したいと「思う」(「どちらかといえば思う」含む)は7割以上。

(2) 石鎚山のツアー企画でポイントとなることは何ですか？(複数回答可)



大阪・福岡共に「旅行代金」がツアー企画のポイントとなると考えている。

(3) ツアー参加の対象となるお客様のイメージについて教えてください。(複数回答可)

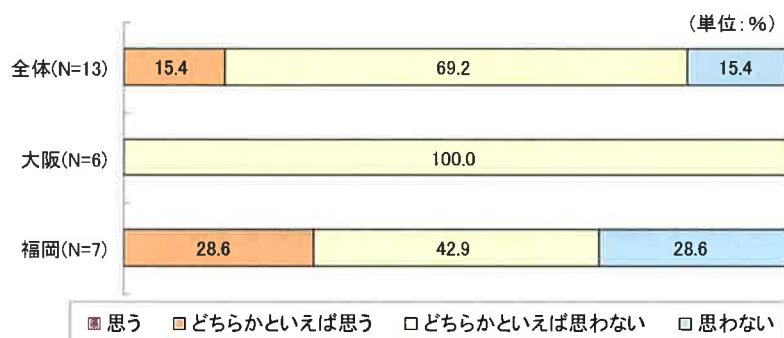


ツアー参加対象者として「山好きシニア」が対象となると考えているところが多い。

大阪では「山ガール」も対象となると考えているところが半数。

福岡では、その他(女性・若年層など)山ガールとは異なるイメージがある。

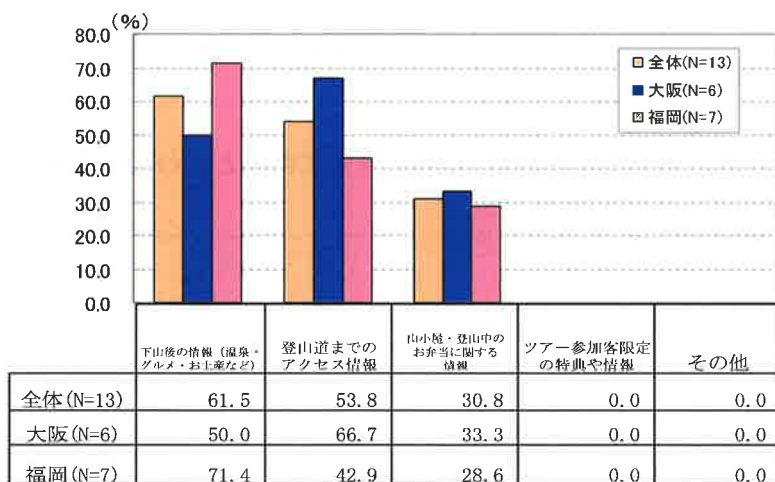
(4) 石鎚山の登山・アクセス情報は分かりやすく情報発信されていると思いますか？



登山・アクセス情報は分かりにくいと感じているところがほとんど。

登山・アクセス情報は県外の人にも分かりやすく発信する必要があり、発信方法を検討すべき。

(5) 企画する際にあったら良いと思われるものは何ですか？(複数回答可)

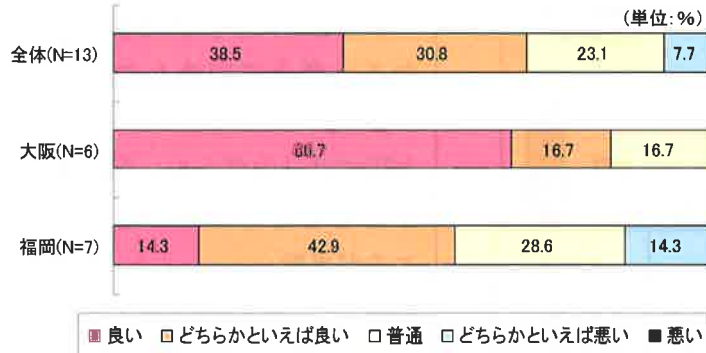


福岡では「下山後の情報」、大阪では「登山道までのアクセス情報」や「下山後の情報」の必要性を感じているところが多い。

Q3. 新サービス・商品について

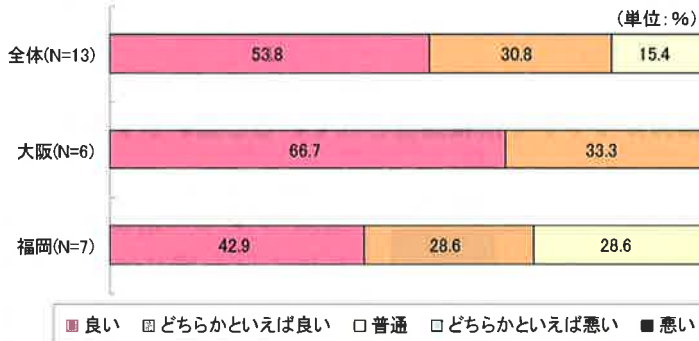
■「石鎚山スターナイトツアー」について

(1) 石鎚山スターナイトツアーのチラシデザインについてどう思われますか？



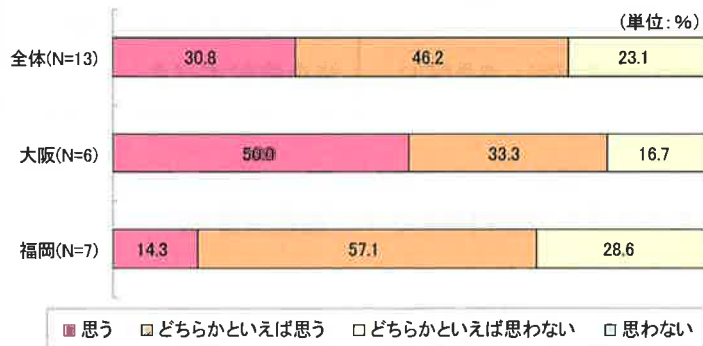
全体的に 7 割近くは「良い」(「どちらかといえば良い」含む)と感じており、好評。
悪いは、「もう少し努力が必要」との評価。

(2) 石鎚山スターナイトツアーのネーミングについてどのように思われますか？



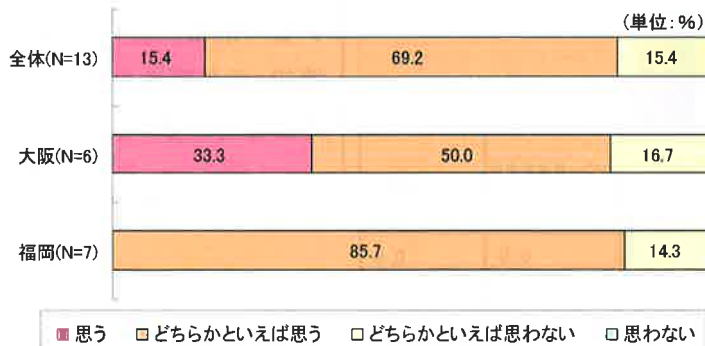
全体の 8 割以上が「良い」(「どちらかといえば良い」含む)と感じており、ネーミングについても好評。

(3) 石鎚山スターナイトツアーについて興味のあるお客様は多いと思いますか？



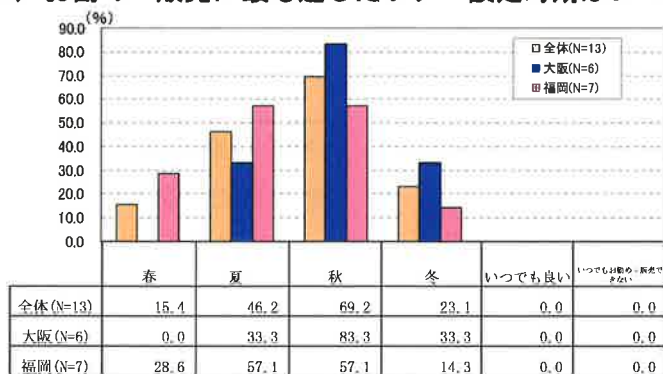
大阪・福岡共に興味があると「思う」(「どちらかといえば思う」含む)と回答したところが 7 割以上。

(4) 企画を取り入れたツアー商品は、お客様にお勧め・販売が可能な商品と思われますか？



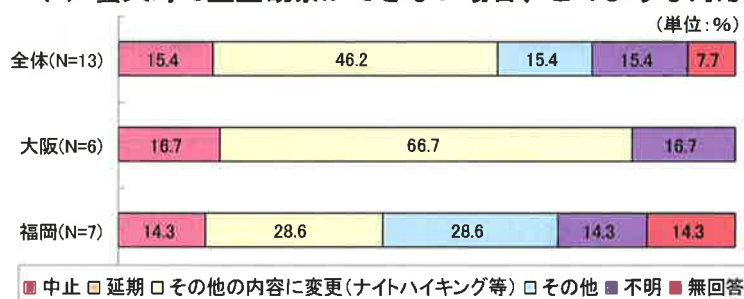
大阪・福岡共にお勧め・販売可能な商品と認めているところが 8 割以上(「どちらかといえば思う」含む)。

(5) お勧め・販売に最も適したツアー設定時期はいつ頃と思われますか？（複数回答可）



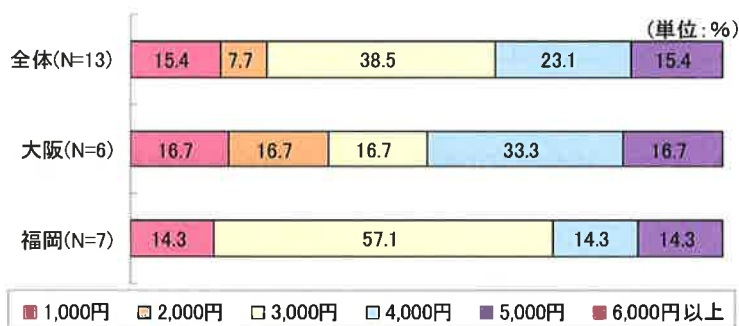
ツアーの設定時期としては「秋」が最もよいと考
えているところが多い。

(6) 曇天時に星空観察ができない場合、どのような対応が適当だと思いますか？



曇天時の場合は、全体で「他の内容の変更(ナイトハイキング等)」するのが良いと考
えているところが多い。

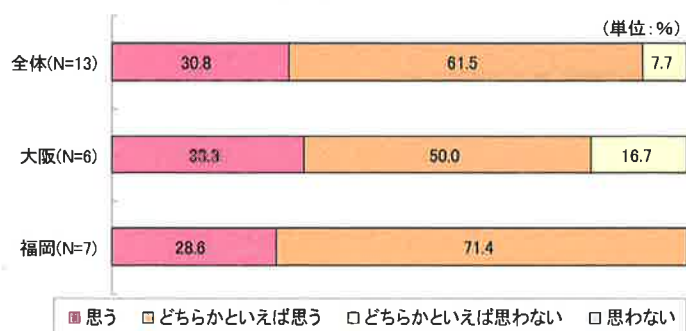
(7) ロープウェイ乗り場発着の場合、ツアー代金はどの程度が適当と思われますか？



大阪では「4,000円」、福岡では「3,000円」が適
当と思うところが多い。
3,000～4,000円が妥
当な金額といえる。

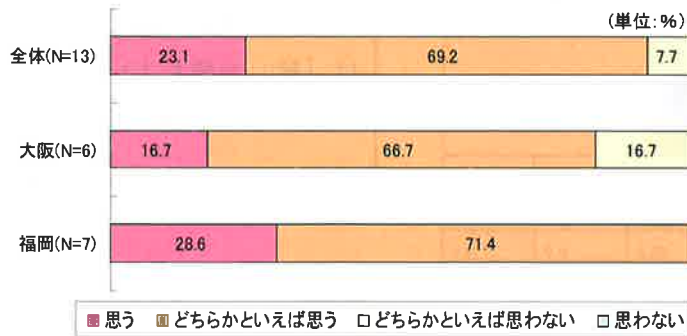
■石鎚山伝統文化体験プログラムについて

(1) 石鎚山伝統文化体験プログラムについて興味のあるお客様は多いと思いますか？



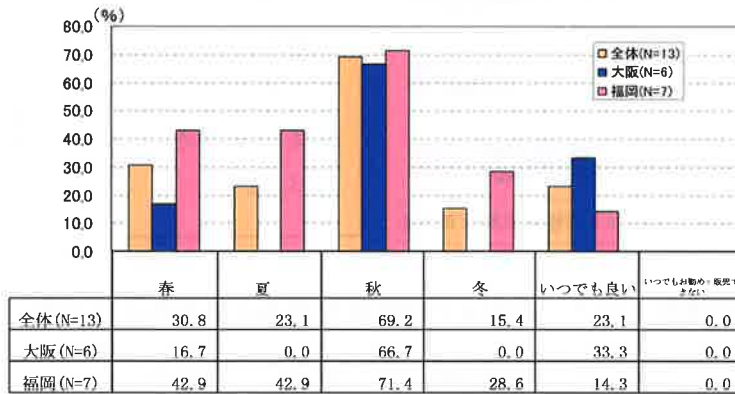
大阪・福岡共に興味がある
と「思う」(「どちらかとい
えば思う」含む)と回答し
たところがほとんど。

(2) 企画を取り入れたツアー商品は、お客様にお勧め・販売が可能と思われますか？



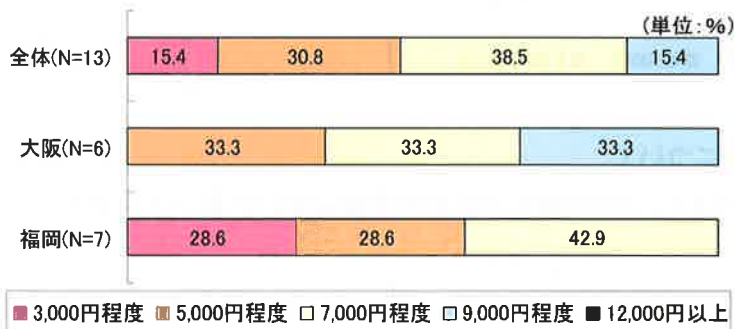
大阪・福岡共にお勧め・販売可能な商品と思っているところが多い(「どちらかといえば思う」含む)。

(3) お勧め・販売に最も適したツアー設定時期はいつ頃と思われますか？(複数回答可)



ツアーの設定時期としては「秋」が最もよいと考えているところが多い。

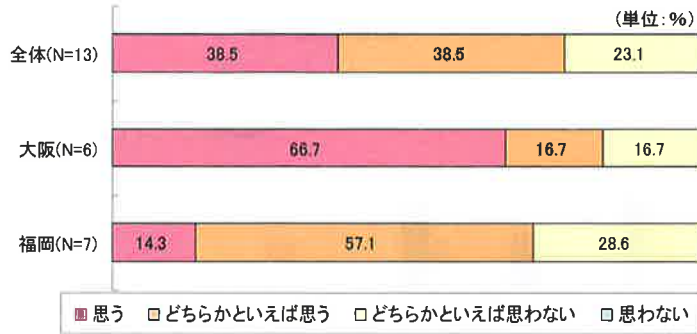
(4) ロープウェイ乗り場発着の場合、ツアー代金はどの程度が適当と思われますか？(複数回答可)



全体では「7,000円程度」と考えているところが最も多い。次いで「5,000円程度」。

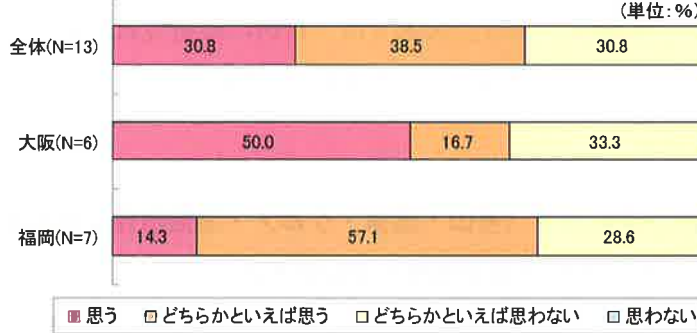
■石鎚山自分磨き体験プログラムについて

(1) 石鎚山自分磨き体験プログラムについて興味のあるお客様は多いと思いますか？



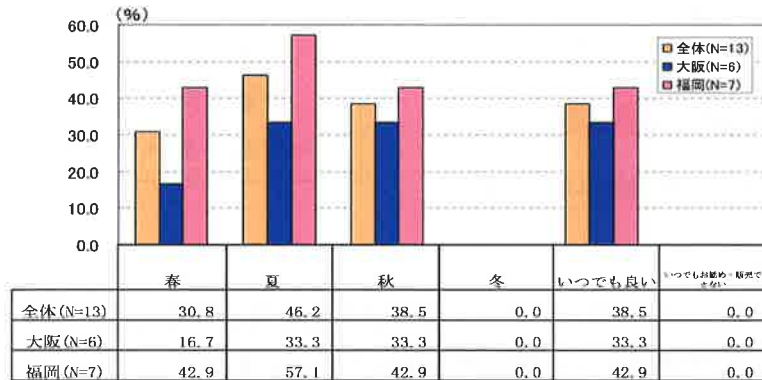
大阪では「思う」(「どちらかといえば思う」除く)が6割以上。

(2) 企画を取り入れたツアー商品は、お客様にお勧め・販売が可能と思われますか？



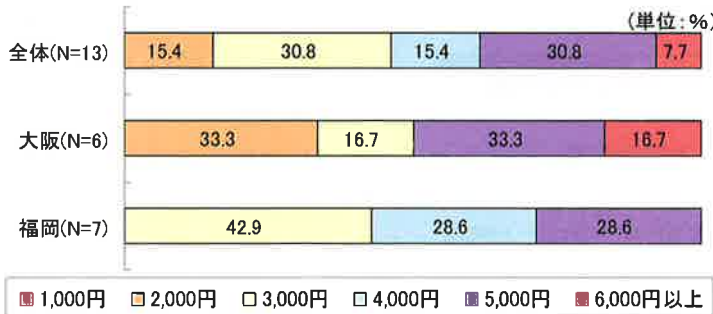
大阪ではお勧め・販売が可能と「思う」(「どちらかといえば思う」を除く)が半数。

(3) お勧め・販売に最も適したツアー設定時期はいつ頃と思われますか？(複数回答可)



「冬」以外であれば、どの時期でもよさそうであるが、全体では「夏」が最もよいと考えているところが多い。

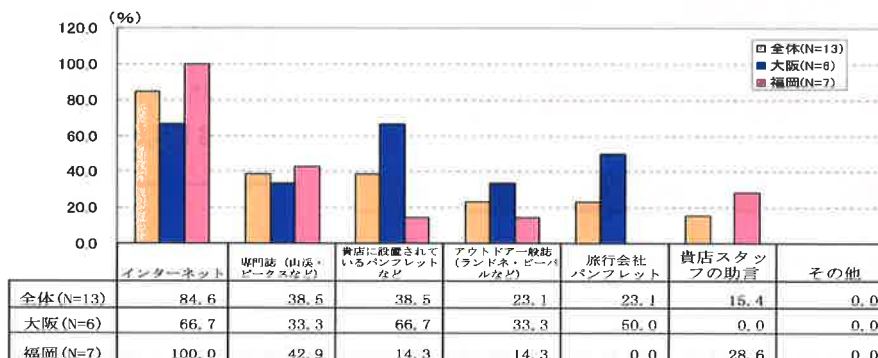
(4) 石鎚山自分磨き体験プログラム代金はどの程度が適当と思われますか？(複数回答可)



全体では「3,000円程度」「5,000円程度」と考えているところが最も多い。3,000円~5,000円の間が妥当と考えられる。

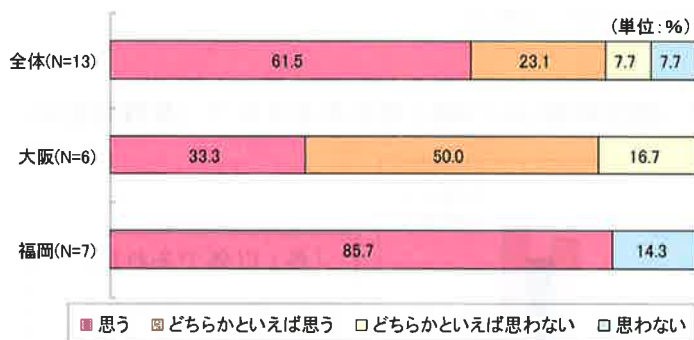
Q 4. PR・販売戦略について

(1) 登山・トレッキング・ハイキングなどのアウトドア旅行計画の際に、お客様が情報源としてよく活用されていると思われるものは何ですか？（複数回答可）



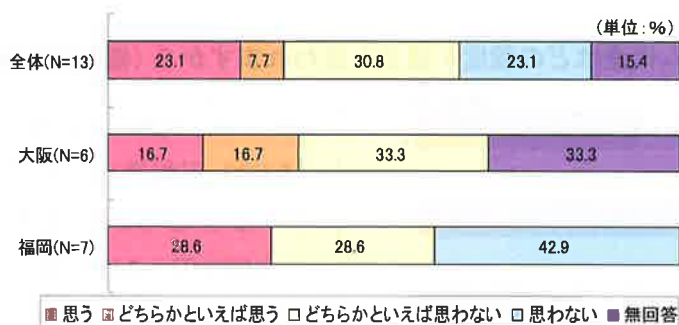
大阪・福岡共に「インターネット」が最多。また、大阪では「貴店に設置されているパンフレット」、「旅行会社パンフレット」が多く、福岡では「専門誌（山溪・ピークスなど）」が多くみられた。

(2) 石鎚山・西条エリアのガイドパンフレット（登山・温泉・グルメ・宿泊情報など）を作成した場合、貴店に設置していただくことは可能であると思えますか？



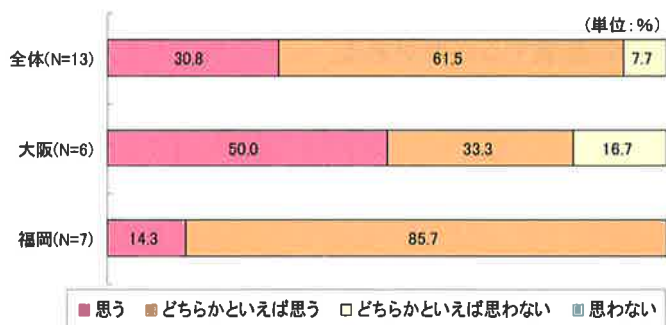
全体では可能であると思える（「思う」（どちらかといえば思う）含む）と回答しているところが8割以上。設置に関しては前向きな店舗が多い。

(3) 石鎚山・西条エリアの公式インターネットサイトを作成した場合、貴店のホームページ等にリンクバナーの設置やご紹介を頂くことは可能であると思えますか？



全体では可能であると思える（「思う」（どちらかといえば思う）含む）と回答しているところは約3割。リンクバナーの設置や紹介については消極的な店舗が多い。

(4) 上記の広報展開を充実することで、石鎚山・西条エリアに訪問するお客様が増加する
 と思いますか？



全体で増加すると「思う」「どちらかといえば思う」(含む)と回答しているところが9割以上。
 広報展開を充実させることで効果があると考えているところが多い。
 ⇒パンフレットやインターネットによる効果的な広報展開を考えていく必要がある。

5. アドバイス・地元へのご要望など

【アドバイス】

■スターナイトツアー

大阪

- ・星空観察は、他の地域で実施されていない企画なので良いと思う。

福岡

- ・ネーミングは女性的にはOKだが、男性店員にはNGとの印象あり。
- ・お風呂の提案があれば良いと思う。

■伝統文化体験

大阪

- ・歴史・文化的な知識の習得は大変良いと思う。
- ・その他の霊山や大峰山などでは実施されていないプログラムだと思う。
- ・体力に合わせステップアップの企画が良いのでは。
- ・ピンバッジと証明書の発行を検討してはどうか。金・銀・銅に色分けしてリピーターの獲得と、満足度の向上に努めてみると良い。
- ・石鎚山に行くと白装束の人を良く見るので、石鎚山の歴史や文化に興味がある人は多いと思う。

福岡

- ・福岡からは、道後温泉とセットで石鎚山の登山が良いと思う。

■自分磨き体験プログラム

大阪

- ・おもにターゲットは30代未婚の女性、インターネットで情報発信すれば、話題になると思う。シーズンによって厳しさを3段階にして、初級・中級・上級分けたら良い。

福岡

- ・企画をする上で、男女別やターゲット別に募集する必要がある。
- ・独身の女性(30-40代)に絞り込んだ企画にした方が良い。

【地元へのご要望・その他】

大阪

- ・石鎚山は近くて、交通の便が悪く行きにくい山との印象がある。
- ・四国に渡ってから、山道を長距離走らなければいけないので、自家用車などでは、簡単に行けない。(土小屋経由ルート)
- ・広島店にいた時には、大山が人気だったが、石鎚山も同様に高い人気であった。
- ・出発の時間帯によっては、延泊しないと行けないので、スケジューリングが大変。
- ・山に登られる方は、車中泊が多いので、道の駅みたいな、トイレと駐車場を整備して、食料品やお土産などの販売などを行い、駐車場も料金を取って、気軽に車中泊できるようにしたら良い。
- ・山に登るときは、車が一番気になるので、安心して止められるように整備したら良い。車中泊の駐車場がある施設は他にないので、話題になる。
- ・山に魅力はある。せっかく四国まで行くので、縦走などを計画したくても、隣の山との連絡(交通)がなく、一つの山で終わってしまうのが残念。
- ・ハードルの高い山なので、アクセスでハードルを下げるのはもったいない。
- ・四国方面より長野方面のほうが、ネームバリューがあるため、長野方面を選択するお客様は多い。
- ・四国は遠いイメージがある。情報量も少ないので、アプローチの仕方によっては、まだ可能性はある。
- ・大阪からのツアーだと、朝6時くらいに出発して、5時間くらいかかるので、当日は近くの山で体をならして、翌日石鎚山に登山して帰る感じとなる。
- ・費用もかかるので、四国まで行くならその他の山も登って帰るように、欲張りな企画となる。
- ・イベントを企画すると、ビギナーの人や女性が多く参加する。男性は、ゆっくり登る事についていけず、自分の車で行く人が多い。
- ・石鎚山は人気の山で、多くの問い合わせがある。
- ・山小屋とホームページでリンクしている。

福岡

- ・午後から登山を開始して、山頂で 1 泊して、下山後に下の温泉を探したが、分かりにくかった。交通の便が悪いように思う。
- ・お客様に石鎚山を紹介するが、九州では知名度は低い。
- ・九重や屋久島の問い合わせが多く、近隣の低山に登られる方が多いように思う。
- ・昨年 11 月にファッションビルに移転したこともあり、来店客は、これから登山を始めた初心者の女性が多く、30 代の山ガールが増えている。
- ・大山（雪山）への問い合わせが多く、四国はアクセスが悪く遠いように思える。
- ・北アルプスや鳥取県大山は知っているけど、石鎚山を知らない女性は多い。
- ・男性のお客様は、知っているけど登ったことが無い人が多い。
- ・ショップのイベントで、広島県厳島神社と弥山のツアーを募集すると、多くの女性が参加された。
- ・来店客層はシニアから若い方まで増えてきている。
- ・30 代から 50 代と幅広く、夫婦の方も多くなってきている。
- ・石鎚山のことはよく知っているが、四国は遠いとの印象が強い。
- ・四国まではバスや JR 等を利用、現地でレンタカーなどを借りて、移動することが多い。
- ・四国へ行くルートとしては、小倉からフェリーで松山、大分から四国へのルートが知られている。
- ・九州では、宝満山や由布岳が有名。九州エリアには九重山しかない。
- ・九州内の山に飽きたら大山や石鎚山に行く方が大勢いる。
- ・九重山や屋久島の問い合わせは多いが、四国は遠い印象が強い。
- ・リーフレットは 3 つ折りが良い。

6. アンケート結果から

・石鎚山へのツアーを企画したいと「思う」は全体で7割以上。(p4のQ2(1)参照)

【石鎚山スターナイトツアー】(p6の(1)～(4)参照)

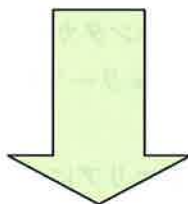
- ・チラシデザイン、ツアーネーミングは好評。(全体で7～8割が良いと感じている。)
- ・興味があるお客様は多いと思われる(全体で7割以上)。
- ・企画を取り入れたツアー商品をお勧め・販売できているところは8割以上。

【石鎚山伝統文化体験プログラム】(p7～8の(1)・(2)参照)

- ・興味があるお客様は多いと思われる(全体で9割以上)。
- ・企画を取り入れたツアー商品をお勧め・販売できているところは多い。(全体で9割以上)。

【石鎚山自分磨き体験プログラム】(p9の(1)・(2)参照)

- ・興味があるお客様は多いと思われる(全体で7割以上)。特に大阪では8割以上。
- ・企画を取り入れたツアー商品をお勧め・販売できているところは約7割。



「スターナイトツアー」、「伝統文化体験プログラム」、「自分磨き体験プログラム」はどれもお勧め・販売できているところが多く(商品自体に魅力を感じている人が多い)、石鎚山へのツアーは県外でも受け入れられる可能性はある。

7. 今後の方向性についての提言

(1) PR方法

「鎖場のある山」、「西日本最高峰」をアピールポイントとして、前面にPRする。

(2) 商品開発

① ツアーの実施時期

「スターナイトツアー」、「石鎚山伝統文化体験プログラム」は「秋」

「石鎚山自分磨き体験プログラム」は「冬」以外。「夏」を中心に。

② ツアーの対象者

「山好きシニア」、「山ガール」（大阪では年配や女性、福岡では年配中心）

(3) ツアー情報の発信方法

- ・インターネットでの配信
- ・パンフレットスタンドのアウト・ドアショップへの設置

今後の課題

1. 登山・アクセス情報の発信

登山・アクセス情報が分かりにくいと感じている人が多いため、県外の人にも分かりやすく発信する必要がある、発信方法を検討すべき。

2. ショップのホームページにおけるバナー広告や紹介

バナー広告の設置や紹介について消極的なショップが多い。

有料での広告として出稿を検討できるならば、対応の検討は可能との回答も有り、今後のインターネットを活用した広告・広報展開において検討を行う必要がある。

3. 旅行代金の設定

ツアーにおいて「旅行代金」が大きなポイントとなっている。安易に安い価格設定にするのではなく、ツアーに興味がある人も多いと思われるため、多少高くても集客できる商品にしていくことが重要。

