

『観光と特産品について』

平成22年6月22日

観光客へのオススメは小京都「龍野」の城下町

調査期間：6月10日(木)～15日(火)
 回答数：44人
 回答率：88.0%

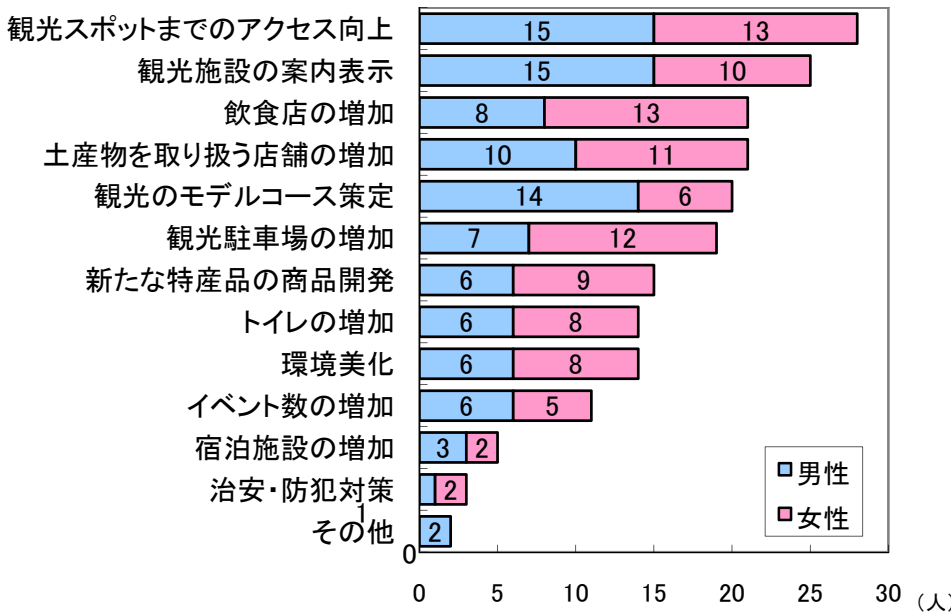
Q1 あなたが思う「たつの市」の自慢の特産品は何ですか？
 (記述式で回答は5つ以内)

	品目	全体		男性		女性	
		(人)	割合	(人)	割合	(人)	割合
1位	揖保乃糸	38	86%	17	81%	21	91%
2位	醤油(淡口醤油等)	31	70%	14	67%	17	74%
3位	醤油饅頭	6	14%	1	5%	5	22%
4位	いかなご	5	11%	1	5%	4	17%
4位	皮革製品	5	11%	2	10%	3	13%

◆上位5項目以外の回答

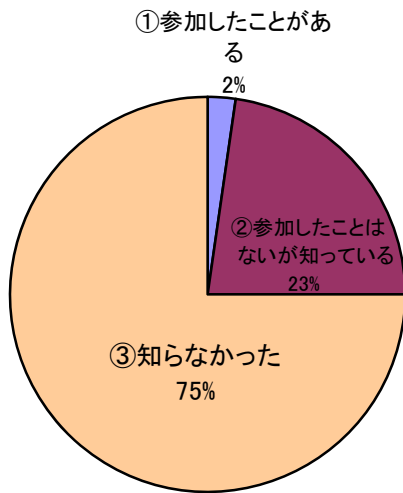
- ・揖保川トマト(4名が回答)
- ・鮎、かき(各3名が回答)
- ・赤とんぼ、梅、大黒餅、ちゃんぽんめん、もろみ(各2名が回答)
- ・あなご、鮎もなか、自然、そうめんばち、練り羊羹、和菓子(各1名が回答)

Q2 あなたが「たつの市」を観光する時、より快適に楽しむために求めることは何ですか？
 また、観光客が求めることは何だと思いませんか？(複数回答)



男女とも観光地までのアクセス向上の回答が最も多い。
 男性では観光施設の案内表示、モデルコースの策定など観光地の魅力を高める回答に対し、女性では飲食店の増加、観光駐車場の増加など観光地周辺の魅力を高める回答が多い。
 「その他」は、大々的な宣伝、観光パンフレットの充実である。

Q3 龍野商工会議所が平成18年より行なっている市内の歴史・文化遺産と企業の工場見学を組み合わせたバスツアー「龍野産業・文化ツーリズム事業」についてお聞きします？



Q4 市内で見学してみたい企業、歴史・文化遺産は？(記述式)

- 【1位】…ヒガシマル醤油(株)(12名が回答)
- 【2位】…龍野城(7名が回答)
- 【3位】…醤油工場(6名が回答)
- 【4位】…ダイセル網干産業(株)、イトメン(株)、
そうめんの里資料館、永富家(3名が回答)
- 【5位】…揖保乃糸製造工場、龍野町川西地区、
昭和電工(株)(旧昭和高分子)(2名が回答)

◆その他(1名ずつの回答)…
 (株)科学飼料研究所、(株)セイバン、タキロン(株)、田口乳業(株)、ヒガシマル食品(株)、UCC上島珈琲(株)、兵庫工場テクノポリスの企業(スプリング8含む)、兵庫県立粒子線医療センター、醤油歴史館、竹万遺跡、野見宿禰神社、龍野公園、兵庫牧場、武家屋敷、堀家、御津の梅林、御津の道の駅、宮内古墳群、武者行列、室津港と町並み、吉島古墳、歴史資料館、季節の花が見られる場所

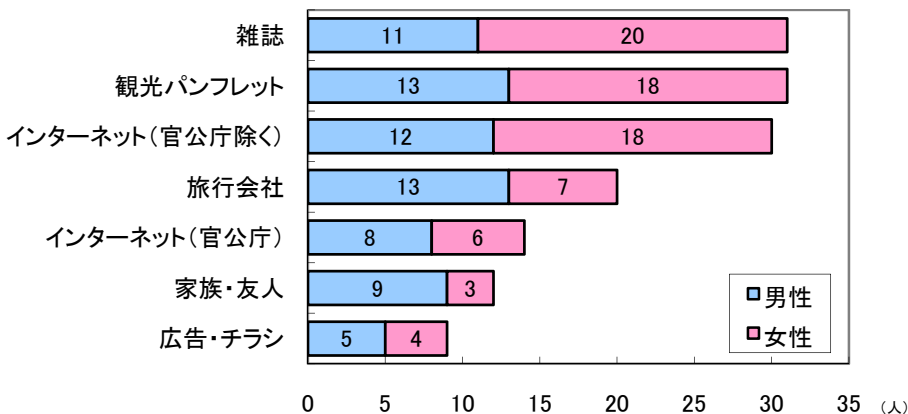
Q5 あなたが観光客の方へオススメする「たつの」の魅力は？(記述式)

- 【1位】…小京都「龍野」の城下町(19名が回答)
- 【2位】…素麺・素麺料理(5名が回答)
- 【3位】…新舞子(潮干狩り・海水浴)(4名が回答)
- 【4位】…さくら祭り・武者行列(4名が回答)
- 【5位】…綾部山梅林(2名が回答)

◆その他(1名ずつの回答)…

龍野城、4月の聚遠亭付近の桜、オータムフェスティバル、秋の龍野公園周辺の紅葉、童謡の小路、童謡が流れる公園、山から流れる赤とんぼのメロディ、片しば竹のそうめん、映画「寅さん」の撮影人が宿泊した旅館「梅玉」、4月の龍野公園の桜、東山公園の紅葉狩り、赤とんぼ、中川原公園周辺の桜、4月の桜の風景、8月の花火大会、鮎釣り、そうめんの里資料館、野見宿禰神社、梅公園、国民宿舎が3つある、醤油工場、揖保乃糸、和菓子、こめこめかふえ(揖西町前地)、揖保川を望む朝日・夕日の風景、揖保川、新宮道の駅のわさびかりんとう、8月の新舞子の夕方の風景(シーショア御津岬からの風景)、室津の町並み、瀬戸内海に面する海岸線の景色、瀬戸内海の鮮魚料理、新舞子荘の懐石料理、室津の春の海、御津の干潟、御津の海岸線、田舎な所

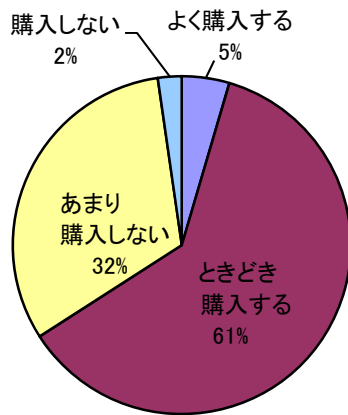
Q6 あなたが国内外の旅行や観光地に行く際、現地の情報収集ツールは何ですか？(複数回答)



男性では旅行会社や家族・友人と直接「人」から情報収集する項目での回答が多いのに対し、女性では、雑誌・パンフレット・インターネットと「活字」から情報収集する割合が高い。

民間・官公庁の両サイトを合わせた「インターネット」というアイテムから見ると、情報収集ツールとして一番利用されている。

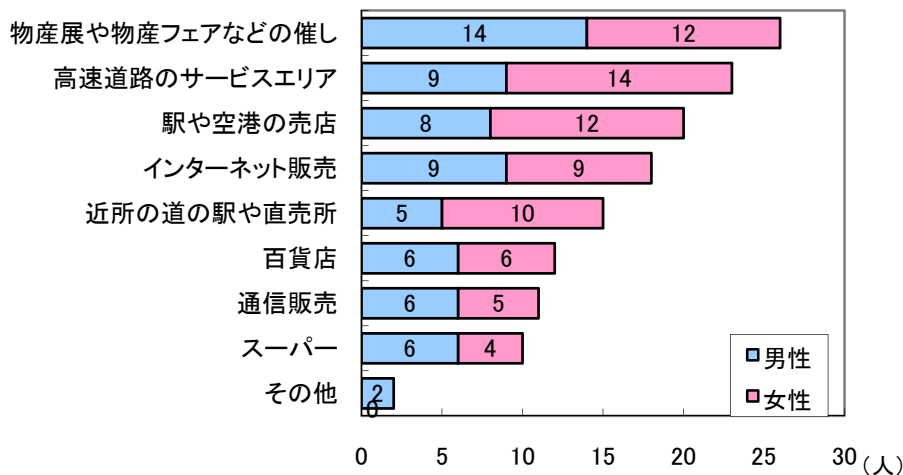
Q7 地域の文化や風土と結びつきが深い農産物・海産物・菓子・工芸品・工業製品などの全国各地にある特産品(地域ブランド商品)を購入することがありますか？



品目	全体		男性		女性	
	(人)	割合	(人)	割合	(人)	割合
よく購入する	2	5%	1	5%	1	4%
時々購入する	27	61%	11	52%	16	70%
あまり購入する	14	32%	8	38%	6	26%
購入しない	1	2%	1	5%	0	0%

男女間では大きな購入頻度の差は見られないが、若干女性の方が購入頻度が高いようである。

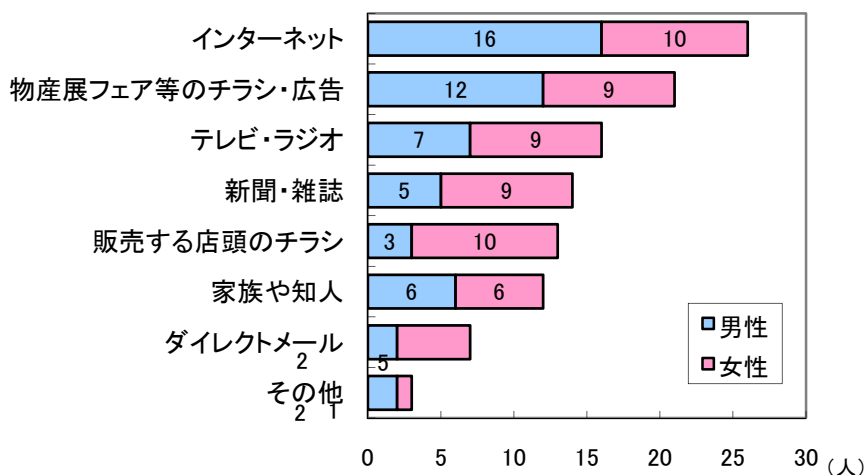
Q8 全国各地の特産品を購入する場合、購入する場所は？(複数回答)



特産品が集まる物産展フェアの機会を利用される方が多い。

男女ともに大きな差は無いが、女性の方が遠方などに出かけられた際に購入される場合が多く、旅先での一つの楽しみとされる傾向が男性より強い。

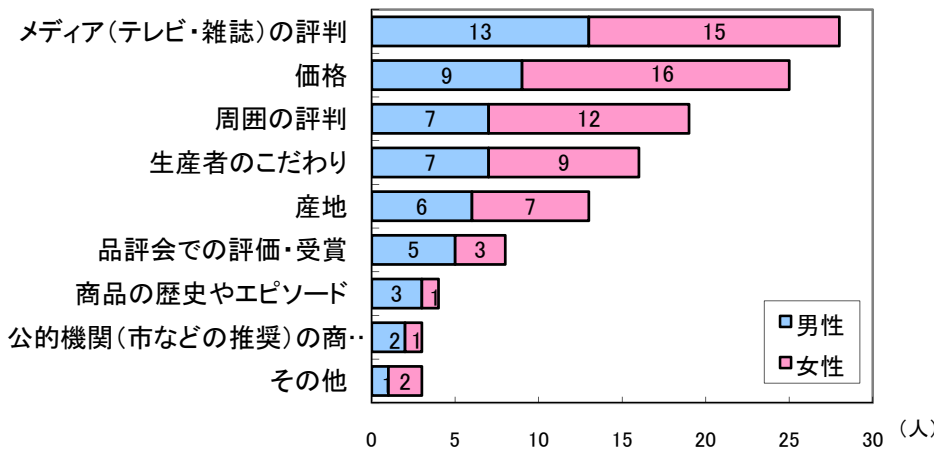
Q9 全国各地の特産品を購入する場合、購入機会や商品情報はどのような媒体を通じて得ますか？(複数回答可)



女性の回答項目を見ると、幅広い媒体から情報収集を行なっている。

特に男性と比べると「店頭チラシ」による収集は、常にアンテナを張っている表れとも言える。

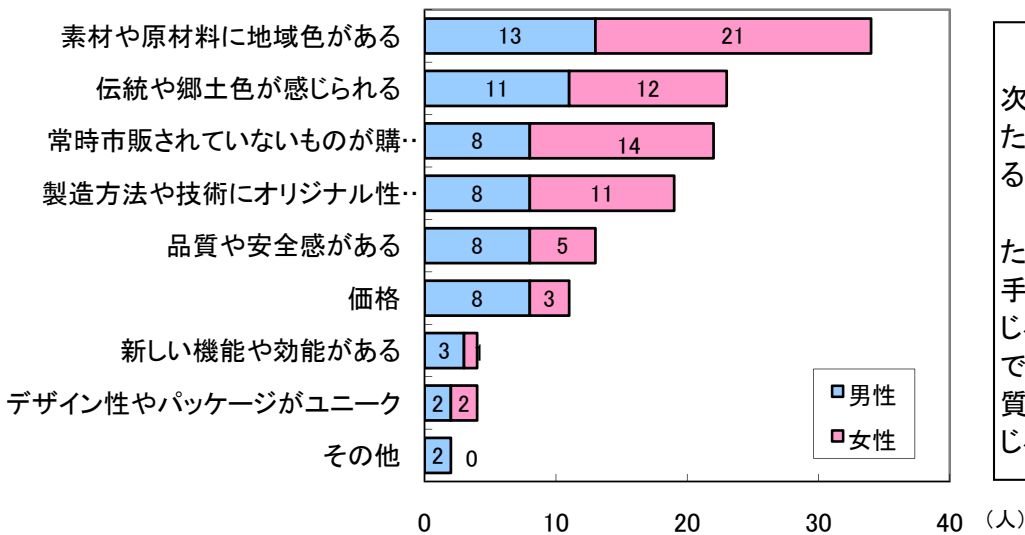
Q10 全国各地の特産品を購入する場合、商品や製品のどのような点を重視して購入を決めますか？
(複数回答)



購入の決め手は「メディアの評判」が一番多く、次いで「価格」が多い。

男女で見ると女性が価格やメディアや周囲の評判を重視するのに対し、男性は品評会の受賞歴や公的機関の推奨、歴史やエピソードの項目で女性より若干上回ることからネームバリューやブランド力に惹かれる傾向がある。

Q11 全国各地の特産品のどのような点が魅力的だと思われますか？(複数回答)



一番多い項目は素材や原材料、次いで伝統や郷土を感じるといった「ご当地色」にやはり魅力を感じる方が多い。

女性では購入の決め手で多かった「価格」が少なく、普段なかなか手に入らない「限定感」に魅力を感じる一方、意外にも男性では、少数ではあるものの女性より機能や品質、安全感など実用性に魅力を感じる方が多い。