

伝統的温泉観光地の実態

— 兵庫県城崎温泉来訪客調査から —

吉 兼 秀 夫

I 城崎温泉の概要

城崎温泉のある城崎町は兵庫県の東北部に位置し、三方を山に囲まれ、街の中央を円山川が流れている。城崎温泉は1400年の歴史ある温泉地で、谷間に貫いて流れる大碓川と外湯を中心に発達してきたところである。

近年、「歴史と文学といで湯の街」をキャッチフレーズに温泉情緒を維持増進させるために、文学碑の建立、和風街路灯の設置、電話線の一部地下埋設、街かど案内標識の設置、市街地の橋梁の修景や温泉組合による旅館案内所の駅前整備、観光協会事務局を付属させた城崎町文芸館の整備など伝統的温泉観光地としての整備が進められている。風情のあるレトロ感覚の温泉街として関西で人気を得ているが、観光客の声からその実態を探ることにしたい。

II 調査概要

1. 調査目的

本調査の目的は伝統的観光地である城崎温泉の来訪観光客に対するアンケート調査を通して来訪客の属性、城崎温泉への期待、利用交通機関、利用情報媒体および城崎温泉に対する評価、満足度などを明らかにし、城崎温泉の観光実態を分析することである。なお、本調査は平成11年度より本学国際コミュニケーション学部国際観光学科吉兼ゼミナールが実施している城崎温泉実態調査の一環として行っているものである。

2. 調査方法

調査は質問紙を用いて行い、1999年9月26日～28日の3日間に実施した城崎駅から鴻の湯までの街頭における面接調査と城崎町文芸館（城崎温泉観光協会事務局）に調査票を置き、来館者に自由意志で回答してもらった自計式調査（1999年7月から2000年1月）からなっている。

3. 回収数

街頭調査（面接調査）は157票、文芸館調査（自計式調査）は190票である。

4. 集計分析方法

2調査について別々の集計をしたうえで、その結果の違いを勘案したうえで、両者あわせた347票分を一括して分析することとした。なお、両調査で結果の大きく異なる部分についてはその都度分析の過程でコメントすることとした。

III 調査結果

1. 観光客の属性

1) 性別

性別は男性が34.9%、女性が63.4%、不明が1.7%で女性が大きく上回っている。文芸館調査ではとくに女性が66.3%にも達している。文芸館に対する性別による嗜好の差であろうか。しかし、街頭調査でも女性が6割（59.9%）を占めており、女性に人気のある観光地には違いない。

2) 年齢

年齢は20代が39.2%で最も多く、30代 (12.7%) 60代 (12.4%) が続いている。10代は8.6%, 40代は8.9%, 50代は11.0%であった。70代は2.9%となっている。世代別には10代20代の若年層が48.7%, 30から50代の中年層が33.6%, 60代以上が15.3%となっており、若い世代の方が多くなっている。街頭調査では20代が59.2%ときわめて多くなっているが、9月中が夏休みである大学などが多くなっていることを反映した結果ともとれ、9月のターゲットとして若者の存在が重要であることをうかがわせている。

性別には男性は20代 (45.5%) 30代 (15.7%) が多く、女性は10代 (10.0%), 50代 (13.2%) 60代以上 (16.4%) が比較的多くなっている。

3) 発地

観光客の住所をみると、「大阪府」(29.4%) と「兵庫県」(28.8%) 及び「京都府」(12.4%)

の、「兵庫県」及び隣接府が圧倒的に多く7割を占める。その他では「奈良県」(5.5%) 「岡山県」(3.5%) 「和歌山県」(2.3%) 「東京都」(2.3%) 「神奈川県」(2.0%) などとなっている。「北海道・東北」(0.6%), 「北陸・甲信越・東海」(2.9%) は少なくなっている。このようにみると、前記ベスト3府県 (70.6%) の他に、「その他の関西」(11.0%) 「首都圏」(6.3%) と中国地方を中心にした「その他の地域」(11.8%) となっており、関西の人に利用される温泉地という性格が明らかである。

とくに9月下旬に実施した街頭調査では8割が関西圏が集中している。城崎温泉において「温泉」の次に関心の高い「カニ」解禁後の時期も調査期間に含まれる文芸館調査の方は首都圏を中心とした関東に1割の入込みがみられる。

性別に有意な差はない。年齢別には有意な差ははっきりみられ¹⁾、10代は「兵庫県内」が46.7

表1 性別・調査地区別年齢構成

	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	不明	母数
男性	6.6	45.5	15.7	9.1	7.4	14.0	1.7	121
女性	10.0	36.8	11.4	9.1	13.2	16.4	3.2	220
街頭調査	7.6	59.2	9.6	1.9	7.6	14.0	0.0	157
文芸館調査	9.5	22.6	15.3	14.7	13.7	16.3	7.9	190
全体	8.6	39.2	12.7	8.9	11.0	15.3	4.3	347

母数は実数、その他は% (以下の表も同じ)

表側属性不明 (ここでは性別不明) は表に表さず (以下同じ)

表2 年齢別発地

	兵 庫	大 阪	京 都	その他の の関西	首都圏	その他	母 数
10代	46.7	26.7	10.0	10.0	6.7	0.0	30
20代	26.5	36.0	12.5	14.7	0.7	9.6	136
30代	20.5	34.1	18.2	11.4	4.5	11.4	44
40代	22.6	22.6	12.9	9.7	16.1	16.1	31
50代	39.5	15.8	18.4	5.3	7.9	13.2	38
60代以上	28.3	22.6	7.5	3.8	13.2	22.6	53
全体	28.8	29.4	12.4	11.0	6.3	11.8	347

発地不明 (60代1名) 記載せず

%と半数近く、20代は「大阪府」(36.0%)「その他の関西」(14.7%)が多い。30代は「大阪府」(36.0%)「京都府」(18.2%)が多く、40代以上は遠方が多くなっている。その中で50代は「兵庫県」(39.5%)「京都府」(18.4%)の近場も同時に多く来訪している。

2. 旅行回数

対象者の城崎温泉への旅行回数をみると、「はじめて」が51.0%で、「はじめて」と「リピーター」がほぼ半々となっている。

リピーターについては「2回」が21.6%、「3回」が7.8%、「4回」が4.6%、「5回」が3.5%で「2-5回」で37.5%になる。「6-9回」は4.3%、「10回以上」は6.9%であった。10%以上が多頻回来訪者ということになる。この傾向は両調査において大きな変化はなく、約半数がリピーター、1割くらいが多頻回来訪者とみてとれる。

性別にみると有意な差があり、女性は男性(46.3%)より「はじめて」(53.6%)が明らかに多い。男性は「2回目」が28.1%と女性(18.2%)のそれよりも多くなっている。「3回目」は女性の方が多く、「4回目」以降は全て男性の方が多くなっている。

年齢別にも有意な差がある。高齢になるに従って来訪回数が多くなる傾向を示している。ただし、40代で「はじめて」が61.3%と多くなっている。

旅行形態別に有意な差があり、日帰りの方がリピーター(60.3%)が多く、とくに4回目以降が多い。「10回以上」は15.9%にも達している。

一方、宿泊客は「はじめて」(53.4%)「2回目」(22.3%)「3回目」(8.1%)に集中している。

3. 同伴者

1) 同伴関係

同伴者は「友人・知人と」が39.2%で最も多く、「家族で」が24.8%で続く。以下「夫婦で」(15.0%)「恋人と」(11.0%)「職場学校団体」(4.6%)「一人で」(4.0%)で9割が友人関係か家族関係ということになり、団体から個人・グループ客への傾向が顕著にみられる。街頭調査では「友人・知人」(58.0%)「恋人」(12.7%)が「家族で」(10.2%)「夫婦で」(10.2%)よりかなり多く、団体客は5%くらいである。文芸館調査では「家族で」の方が36.8%で「友人・知人」(23.7%)より多く、友人関係と家族関係の割合が逆転していた。団体はやはり5%程度である。団体客はアンケートへの協力が得にくいことがあるので総量としてはもっと多くなろうが、個人客の傾向は揺るぎないものであることは明らかである。家族関係はいわゆる行楽シーズンに来訪する割合が多いことが予想されるので、その時期をはずれた時期は友人関係の比率が相対的に多くなるものと思われる。

性別にはっきりした有意差がみられ、男性は「恋人と」(20.7%)「夫婦で」(17.4%)「一人で」(7.4%)「職場など団体で」(9.9%)が多いのに対し、女性は「友人・知人」(46.8%)「家族で」(28.2%)が多くなっている。

年齢別にもはっきりした有意差があり、10代は「友人・知人」(60.0%)「家族」(33.3%)が

表3 年齢別来訪回数

	はじめて	2回目	3回目	4回目	5回目	6-9回目	10回以上	母数
10代	63.3	23.3	0.0	6.7	3.3	0.0	3.3	30
20代	61.0	27.2	6.6	0.7	0.7	2.2	1.5	136
30代	52.3	22.7	6.8	0.0	4.5	6.8	6.8	44
40代	61.3	12.9	3.2	6.5	3.2	9.7	3.2	31
50代	23.7	13.2	21.1	10.5	7.9	5.3	18.4	38
60代以上	32.1	15.1	7.5	9.4	7.5	7.5	18.9	53
全体	51.0	21.6	7.8	4.6	3.5	4.3	6.9	347

中心であり、20代は「友人・知人」(52.9%)「恋人と」(24.3%)「職場団体」(7.4%)が多い。30代、40代は「家族」(順に40.9%, 58.1%)が中心で、50代は「夫婦」(31.6%), 60代は「夫婦」(32.1%)に加えて「一人で」が11.3%と世代中最も多くなっており、世代の特性を示している。

旅行形態別には宿泊客は「家族」・「夫婦」・「恋人」が多く、日帰り客は「友人・知人」「一人で」が多い。

旅行頻度別では5回以下と6回以上に差があり、5回以下では「夫婦」「友人・知人」「恋人」が多いのに対し、6回以上の多頻回層では「家族」が38.5%と多くなっている。「一人で」(7.7%)「職場学校団体」(12.8%)も多頻回層で多くなっている。

2) 同伴人数

同伴者の人数は最も多いのが「2人」で42.1

%, 次に「3人」が20.5%, 「4人」が13.5%で2-4人で全体の4分の3を占めている。「5人」は6.6%, 「6人以上」は12.7%であった。そのうち、「6-9人」が8.9%で10人以上はきわめて少数になっている。今回調査で最大人数は38人、平均は3.9人であった。

性別には有意な差があり、男性は「1人」(8.3%)と「5人」(8.3%)「6人以上」(15.7%)が多く、女性はその中間の「2人」(43.2%)「3人」(22.7%)「4人」(14.5%)が中心となっている。

年齢別には10代は3人以上のグループが目立ち、20代は「2人」(45.6%)「3人」(21.3%)が中心で、30代は「2人」が52.3%で多く、「4人」(18.2%)も多い。40代は様々であり、1人から6人以上まで分布している。50代は「3人」が比較的多く、60代以上は「1人」(11.3%)「2人」(52.8%)がともに各世代の中で最も多くなっている。

表4 性別・年齢別同伴者

	一人で	夫婦で	家族で	友人 知人と	恋人と	職場学 校団体	旅行会社 募集旅行	その他	母 数
男性	7.4	17.4	18.2	24.8	20.7	9.9	1.7	0.0	121
女性	2.3	13.6	28.2	46.8	5.9	1.8	0.5	0.5	220
10代	0.0	3.3	33.3	60.0	0.0	0.0	3.3	0.0	30
20代	2.2	6.6	5.9	52.9	24.3	7.4	0.7	0.0	136
30代	2.3	20.5	40.9	25.0	9.1	2.3	0.0	0.0	44
40代	9.7	6.5	58.1	22.6	0.0	3.2	0.0	0.0	31
50代	2.6	31.6	26.3	34.2	0.0	5.3	0.0	0.0	38
60代以上	11.3	32.1	28.3	18.9	1.9	1.9	1.9	1.9	53
全体	4.0	15.0	24.8	39.2	11.0	4.6	0.9	0.3	347

同伴者不明(女性1名・60代1名)記載せず

表5 性別同伴人数

	1人	2人	3人	4人	5人	6人以上	母 数
男性	8.3	41.3	14.9	11.6	8.3	15.7	121
女性	2.3	43.2	22.7	14.5	5.5	11.4	220
全体	4.3	42.1	20.5	13.5	6.6	12.7	347

同伴人数不明(女性1名)記載せず

4. 旅行形態

1) 宿泊・日帰り

旅行形態は「宿泊」が81.6%で圧倒的に多い。「日帰り」は18.2%である。「街頭調査」では「日帰り」が25.5%みられ、「文芸館調査」では「宿泊」が87.4%となっている。

「宿泊」のうち「城崎温泉」に宿泊しない「通過客」は2.6%と少なく、「宿泊」予定の客は大半が城崎温泉に宿泊する客であることを示しており、城崎温泉が宿泊目的の観光地であることをはっきり示している。

性別にはっきりした有意差があり、男性に「日帰り」(28.9%)が多くみられ、女性は「宿泊」(86.8%)が平均より多くみられる。

年齢別には「日帰り」が多いのが10代(26.7%) 50代(28.9%)で「宿泊」が目立つのが30代(88.6%) 40代(90.3%)である。

旅行頻度別には5回以下では「宿泊」が多く、6回以上は「日帰り」が多くなっている。

表6 性別旅行形態

	日帰り	宿泊	母数
男性	28.9	71.1	121
女性	12.7	86.8	220
全体	18.2	81.6	347

旅行形態不明(女性1名)記載せず

2) 宿泊数

宿泊者について宿泊数は「1日」が73.6%、「2日」が15.8%で2日までで89.4%を占め、3日までで93.3%を占めている。「1日」が中心でせいぜい2,3泊までということになる。最長は14泊、平均は1.47日、標準偏差1.28であった。

性別には男性の方が1.73日で女性(1.46日)よりも長い。

年齢別には2泊以上が47.7%を占める60代が1.79日で最も長く、30以上(1.54日) 40代(1.44日) 50代(1.37日)の順となっており、10代、20代が1.23日で最も短くなっている。

3) 城崎温泉における宿泊数

城崎温泉における宿泊数は「1日」が78.2%、「2日」が14.8%で2日までで93%を占め、最長は6日、平均1.16日、標準偏差0.61であった。温泉地であるが、湯治客の存在はなく、連泊もまだ少なく、1泊2日型の観光地であることを示している。

性別には男性が1.28日、女性が1.20日である。

年齢別には2日以上が34.9%を占める60代が1.50日で最も長く、30代が1.30日、20代が1.21日である。10代は全員1日であった。

旅行頻度別にみると、はっきり有意な差があり、6回以上で「2泊」以上(34.6%)が多くみられる。頻度を重ねるごとに宿泊数が減るのが一般とも考えられるが、多頻回層で宿泊数が

表7 宿泊者の宿泊数

	0泊	1泊	2泊	3泊	4泊以上	不明	平均宿泊数
今回旅行宿泊数	0	73.6	15.8	3.9	4.8	2.1	1.47
城崎温泉宿泊数	3.2	78.2	14.8	1.4	1.1	1.4	1.16

表8 滞在時間

	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	6時間	7時間	8時間以上	不明	平均時間
日帰り客滞在時間	10.8	23.1	15.4	10.8	9.2	13.8	6.2	6.1	4.6	3.89
通過客滞在時間	16.7	16.7	27.8	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	27.8	2.46

表9 性別・年齢別平均宿泊数

	今回旅行 平均宿泊数	城崎温泉における 平均宿泊数
男性	1.73	1.28
女性	1.46	1.20
10代	1.23	1.00
20代	1.23	1.21
30代	1.54	1.30
40代	1.44	1.12
50代	1.37	1.15
60代以上	1.79	1.50
全体	1.47	1.16

増えるのは城崎温泉への「じっくりファン層」が存在することを示すものと考えられる。

4) 日帰り客の城崎温泉滞在時間

日帰りの人については滞在時間を尋ねたが、「2時間」が23.1%で最も多く、「6時間」が13.8%が続き、短時間滞在から長時間滞在まで広く分布している。最長は11時間で、平均は3.89時間、標準偏差は2.34であった。

性別には男性が3.67時間、女性が4.25時間で女性の方が長くなっている。

年齢別には母数少数で参考値だが、40代が5.33時間、10代が5.13時間、50代が4.3時間で、30代が2.60時間で最も短くなっている。

5) 通過客の城崎温泉滞在時間

通過客（全体母数が18人）は少数であったが、その滞在時間を参考にみると3時間が38.5%で、最長が4時間、平均は2.46時間であった。参考までに性別には男性が2.25時間、女性が2.75時間、年齢別には50代が4.0時間、30代、40代が2.5時間となっている。

5. 宿泊施設

1) 利用宿泊施設

城崎温泉に宿泊した観光客の宿泊施設は「旅館」が82.1%、「ホテル」が9.5%、「民宿」が3.7%である。城崎温泉内の施設数を反映した結

果ととれよう。

性別には女性の方が「ホテル」（11.2%）が男性（6.3%）より多い以外大きな差はみられない。年齢別にも10代と60代以上で「ホテル」（18.2%、17.1%）が多いほか大きな差はない。

2) 宿泊施設の印象

城崎温泉に宿泊した人に宿の印象については自由記載で回答してもらった。

宿の雰囲気について「きれい」（7人）の他、「非常によい」「のんびりできた」（ともに2人）「最高」「ゆっくりできる」「家庭的で良かった」「庶民的」「こじんまりとして良かった」「思ってたよりよかった」「店の感じが良かった」「古くていい感じ」「景色がいい」「旅館らしい旅館」など清潔でくつろげる雰囲気が感じられる印象である。サービスについては「満足している」（4人）「サービス満点」「サービスがよい」「サービスが行き届いていた」「毎回親切で家庭的な心」「休ませてくれるサービス」と評判がいい。ただし、一部に、「サービス微妙」「サービスまいち」「サービスはおざなりだったかも」など批判的な印象も若干みられる。「料理については「食事がおいしかった」（7人）「カニがうまかった」（6人）「量が多くおいしかった」（3人）と評判の良い印象と「量が多すぎてまずい」（4人）「料理はまずい」（4人）などの批判意見もみられる。温泉や部屋についても良い印象が得られている。料金については「安い」から「高い」までの印象がみられる。全体に「普通」（14人）という回答が最も多かったが城崎温泉の宿については概ね良好な印象と言える。

6. 交通機関

1) 城崎温泉までの交通機関

城崎温泉までの主要交通機関は「列車」が49.3%、「自家用車」が38.3%、「貸し切りバス」が3.2%となっている。「友人・知人」が多かった街頭調査では「列車」（41.4%）より「自家用車」（48.4%）の方が多くなっている。関東から

の客がかなりみられ、家族関係の多かった文芸館調査では「列車」(55.8%)が「自家用車」(30.0%)を上回っている。鉄道の「城崎駅」があり、高速道路のインターなどが近隣にないため、自家用車に極端に偏った来訪形態にはなっておらず、来訪地や来訪者属性によって列車が多くなったり、自家用車が多くなったりするものと思われる。

性別に有意差があり、男性は「自家用車」が52.1%（女性31.8%）で多いのに対し、女性は「列車」(55.5%)が男性（37.2%）より多くなっている。

年齢別にも有意な差がみられ、10代は「列車」が73.3%と非常に多く、「自家用車」(20.0%)が少ない。「列車」はこれ以外60代以上（60.4%）30代（59.1%）で多く、「自家用車」は40代（51.6%）20代（50.7%）で多くなっている。これ以外では50代で「貸切バス」「路線バス」「飛行機」の利用がみられ、60代以上では「飛行機」が9.4%も利用され、10代とともに公共交通機関による来訪が多いことが分かる。

旅行形態別にははっきりした有意差があり、日帰り客は「自家用車」が61.9%と宿泊客（33.2%）より多く、宿泊客は逆に「列車」が54.1%

と日帰り客（28.6%）より多くなっている。

旅行頻度別には6回以上の多頻回層で「自家用車」が53.8%と多く2-5回層では「列車」(52.3%)が多くなってる。

2) 域内交通機関

城崎温泉内では83.9%が「徒歩」で移動している。自家用車は8.6%と少なく、自家用車組も車を置いて歩いていることが分かる。「ロープウェイ」の利用は10.4%みられる。自家用車利用の多かった街頭調査においてもこの傾向は変わらない。

旅行形態別にははっきり有意差があり、日帰り客は「自家用車」が23.8%で、宿泊客（5.3%）より多く、宿泊客は「徒歩」が87.3%と日帰り客（69.8%）より多くなっている。

7. 観光情報

1) きっかけ

城崎温泉に来たきっかけとなった情報媒体をみると「前に来て知っていた」というリピートが26.5%で最も多く、「パンフレット」が18.4%で続いている。「旅行業者を通じて」（13.3%）「友人・知人に聞いて」（13.3%）「旅行雑誌」

表10 旅行形態別利用交通機関

	列車	自家用車	バイク	自転車	貸切バス	路線バス	飛行機	その他	不明	母数
日帰り	28.6	61.9	3.2	0.0	3.2	1.6	0.0	0.0	1.6	63
宿泊	54.1	33.2	1.4	0.4	3.2	2.5	2.8	1.8	0.7	283
全体	49.3	38.3	1.7	0.3	3.2	2.3	2.3	1.4	1.2	347

表11 年齢別来訪情報（きっかけ）

	前に来て知っていた	ガイドブック	パンフレット	旅行業者	友人知人	旅行雑誌	小説	インターネット	通りがかった	新聞TV等	女性雑誌	その他	母数
10代	6.7	26.7	23.3	10.0	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	30
20代	22.8	10.3	22.8	12.5	16.2	17.6	5.1	2.2	0.7	0.0	0.0	11.8	136
30代	31.8	9.1	18.2	4.5	4.5	9.1	6.8	2.3	6.8	0.0	2.3	18.2	44
40代	22.6	12.9	19.4	12.9	3.2	9.7	9.7	6.5	3.2	3.2	0.0	19.4	31
50代	36.8	5.3	13.2	18.4	7.9	5.3	2.6	0.0	2.6	7.9	2.6	10.5	38
60代以上	41.5	7.5	7.5	20.8	11.3	7.5	11.3	0.0	3.8	3.8	0.0	17.0	53
全体	26.5	10.7	18.4	13.3	13.3	12.4	7.5	2.0	2.3	2.0	0.6	13.0	347

(12.4%)「ガイドブック」(10.7%)の他に「小説」が7.5%と多いのが特徴である。これは文芸館が調査場所であったことが影響しており、文芸館調査では「小説」が12.1%とさらに多くなっている。しかし、志賀直哉をはじめ、多くの文人墨客が来訪した城崎温泉にとって文芸ファンが大きなターゲットであることは確かなことであろう。

従来は「リピーター」「口コミ」「ガイドブック」がきっかけの3大誘客情報媒体であるが、ここでは「パンフレット」が多くなっている。パンフレットは現地に来ないとなかなか手に入らないものであるが、リピーターが多いこと、大阪、兵庫など近在からの入込みが多いなどパンフレットを手に入れやすい環境があるのであろうか。

なお、ホームページなどインターネットは今回は2.0%と少なかった。

性別には男性は「旅行雑誌」(14.0%)「前に来て知っていた」(37.2%)が多いのに対し、女性は「パンフレット」(19.5%)「友人・知人」(15.9%)「旅行業者を通じて」(15.0%)が多くみられる。

年齢別にははっきりした有意な差があり、10代、20代は「パンフレット」や「旅行雑誌」などをよく使っており、50代、60代は「前に来て知っていた」リピーターであるか、「旅行業者」を媒介にしている。30代、40代は多くの媒体を利用していることが分かる。また、10代は「ガイドブック」(26.7%)「友人・知人」(33.3%)が世代中最も多い他に、「小説」(16.7%)も60代以上(11.3%)より多く、印象的である。

旅行形態別にもはっきりした有意な差があり、日帰り客は「友人・知人」「前に来て知っていた」をきっかけにするのに対し、宿泊客は「ガイドブック」「パンフレット」「旅行業者」「旅行雑誌」「小説」などをきっかけとしている。

旅行頻度別にも有意な差は当然あらわれる。6回以上の多頻回層は「前に来て知っていた」が61.5%と圧倒的に多くなっている。他方、「はじめて」は「ガイドブック」「パンフレット」

「旅行業者」「友人・知人」「旅行雑誌」「小説」など多様な媒体をきっかけとしている。

2) 域内情報

城崎温泉に来てからの情報は「パンフレット」が43.2%で断然多く、「案内標識」(23.1%)「ガイドブック」(21.3%)の順となっている。「その他」が14.7%みられ、案内なく観光できる常連客の姿を予想させる。なお、「インターネット資料」が4.0%みられ、域内資料としてはある程度使われていることを示している。

8. 旅行目的

旅行目的について複数回答を認めて18の選択肢を用意して聞いてみた。最も多い目的はやはり「温泉に入る」の69.7%である。「外湯巡り」が36.0%あり、当然のことながら「温泉浴」が主要目的となっている。これ以外では、「町並み散策」(21.3%)「郷土料理」(21.0%)「自然風

表12 旅行の目的

	全体	街頭調査	文芸館調査
温泉に入る	69.7	78.3	62.6
外湯巡り	36.0	33.8	37.9
町並み散策	21.3	13.4	27.9
郷土料理	21.0	10.2	30.0
自然風景	18.7	10.2	25.8
城崎町文芸館	14.7	0.6	26.3
一度行ってみたかった	14.1	10.8	16.8
文学碑を訪ねる	11.0	1.9	18.4
名産品を買う	8.4	6.4	10.0
ドライブ	7.5	12.7	3.2
家族サービス	7.2	3.2	10.5
社寺を訪ねる	5.8	3.8	7.4
研究学習	2.6	3.8	1.6
朝市	2.0	1.9	2.1
単なる立ち寄り	1.2	1.3	1.1
ハイキング・登山	0.9	0.6	1.1
ツアーに参加したので	0.6	0.6	0.5
その他	6.6	7.6	5.8
母数	347	157	190

景」(18.7%)「城崎町文芸館」(14.7%)「一度行ってみたかったから」(14.1%)「文学碑をみる」(11.0%)と続く。「城崎町文芸館」と「文学碑」は調査場所の影響と思われる。「城崎町文芸館」は文芸館調査では26.3%,街頭調査では0.6%,「文学碑」も文芸館調査では18.4%,街頭調査では1.9%であった。一方,街頭調査では「ドライブ」が12.7%みられる。

このようにみると基本的には外湯など温泉に入り,温泉地の町並みを散策し,まわりの自然を愛で,カニなどの郷土料理を食べることが主要目的ということになる。しかし,一部文学ファンなどにとっては城崎町文芸館を訪ねたり,文学碑を巡ることが目的となる。

性別にみると男性は「自然風景」(22.3%)が女性(17.3%)より多いのに対し,女性は「外湯巡り」(38.6%)「町並み散策」(23.2%)「郷土料理」(23.6%)が男性(同順で33.1%,19.0%,17.4%)を上回っており,女性の方が町並みを散策する傾向を見せている。

年齢別にははっきりした有意な差があり,10代は「外湯巡り」「郷土料理」「名産品を買う」「一度行ってみたかった」が多い目的である。20代は「温泉に入る」(77.9%)「外湯巡り」(41.2%)とも世代中最も多く,温泉好きの若者が多いことを示している。30代は「外湯巡り」と「郷土料理」,40代以降は「城崎町文芸館」「町並み散策」が若者世代よりもきわめて多くなっている。また40代は「家族サービス」(22.6%)「社寺を訪ねる」(16.1%),50代は「自然風景」と「名産品を買う」,60代以上は「自然風景」(30.2%)「文学碑を訪ねる」(26.4%)「社寺を訪ねる」(15.1%)が多いのが特徴である。

旅行形態別にもはっきりした有意差がみえる。日帰り客は「自然風景」「城崎町文芸館」「文学碑巡り」「ドライブ」「名産品を買う」を目的とした割合が多いのに対し,宿泊客は「温泉」「外湯巡り」「郷土料理」「町並み散策」が多めになっている。日帰りこそ「温泉」だけを目当てに来ることを予想したが,必ずしもそうではないことを示す結果である。

旅行頻度別には6回以上の多頻回層で「町並み散策」「城崎町文芸館」「文学碑を訪ねる」「社寺を訪ねる」及び「家族サービス」などが多くなっている。

9. 立ち寄り先

1) 域内立ち寄り先

立ち寄り先として多いのはまず,外湯であり,「城崎駅」(31.1%)や「ロープウェイ」(34.9%)である。調査地であった「城崎町文芸館」は当然,文芸館調査の全員が立ち寄り先となるが,街頭調査では6.4%であった。

外湯では「鴻の湯」が49.0%で最も多く,「地蔵湯」(39.8%)「御所湯」(32.3%)「まんだら湯」(26.8%)「柳湯」(23.6%)の順となっている。調査票作成時工事中であったため(1999年11月リニューアルオープン)選択肢に入れていなかった「一の湯」については11月以降回答者からその他として回答が多く見られた。

この他では観光案内も受けられる旅館組合運営で城崎駅前に立地する「旅館案内所」が16.4%利用されている以外10%を越す立ち寄りは見られない。これは意識されていないということや調査時点ではまだ行っていなかったという調査上の理由もあるが,「目的」でみたよう

表13 域内立寄り先

立寄り先	%	立寄り先	%
鴻の湯	49	薬師公園	2.6
地蔵湯	39.8	東山公園	2.6
御所湯	32.3	極楽寺	2.3
まんだら湯	26.8	円山公苑	2.3
柳湯	23.6	四所神社	1.7
城崎町文芸館	46.1	弁財天	1.7
ロープウェイ	34.9	グビガブ	1.4
城崎駅	31.1	愛宕神社	1.2
旅館案内所	16.4	湯ノ山公園	0.9
円山川	8.1	西山公園	0.9
大師堂	4.9	蓮成寺	0.9
街角資料館	4.9	金比羅寺	0.6
町立美術館	3.7	本住寺	0.6

N=347

に「温泉」と町並み以外には意識的に立ち寄るところが少ないことを物語っている。後述のお土産品等から推測して、飲食店、みやげ品店、鮮魚店などへの立ち寄りが多いものと思われるし、文学碑等についてもある程度立ち寄りがみられるものと思われる。その点十分調査できなかったのは調査上の課題である。

性別には外湯では男性が「地蔵湯」(44.6%)「鴻の湯」(52.9%)が多く、女性は「御所湯」(35.5%)「まんだら湯」(28.2%)が多くなっている。女性はこれ以外では「旅館案内所」(18.2%)「ロープウェイ」(36.4%)「城崎駅」(32.7%)が多くなっている。

年齢別には外湯について差がみられ、今回は「地蔵湯」に20代、50代、60代以上、「柳湯」は30代、60代以上、「鴻の湯」は20代、30代、「御所湯」は30代、「まんだら湯」も30代で多くなっており、30代が多くの外湯を巡っていることを示している。この他では、30代以上で文芸館を訪れており、50代、60代は多くの資源・施設を訪ねる傾向がみられる。

旅行形態別には「鴻の湯」以外の外湯は宿泊客の立ち寄りが多く、それ以外の社寺や公園はリピーターの多い日帰り客でむしろ多くなっている。

旅行頻度別には有意な差がはっきりあり、6回以上の多頻回層で、外湯の各湯、「文芸館」「町立美術館」「極楽地」など寺社への立ち寄りが多くみられる。

2) 域外立ち寄り先

域外では「城崎マリワールド」(21.0%)「玄武洞」(20.7%)「天橋立」(14.1%)「出石城」(13.0%)が多くなっている。

この結果は両調査で差がなく、基本的な立ち寄り先になっているようである。

性別には男性で「玄武洞」(24.8%)が女性(19.1%)より多く、「城崎マリワールド」が女性が22.7%で男性(19.0%)より多くなっている。

年齢別には「玄武洞」と「天橋立」は40代、50代、60代以上が多く訪れており、50代、60代以上は出石城にも多く訪れている。「城崎マリワールド」は10代が多くなっている。

交通機関別にみると有意な差があり、「列車」利用者で多いのは「城崎マリワールド」(24.1%)であり、「自家用車」利用は「玄武洞」(25.2%)「天橋立」(17.3%)「竹野海岸」(12.9%)「出石城」(20.9%)など広範囲に立ち寄っている。

表14 列車・自家用車別域外立ち寄り先

	玄武洞	天橋立	城崎マリワールド	竹野海岸	出石城	香住海岸	豊岡コウノトリ増殖センター	母数
列車	18.7	12.3	24.1	2.7	7.5	6.4	0.5	187
自家用車	25.2	17.3	18.7	12.9	20.9	6.5	0.7	139
全体	20.7	14.1	21.0	6.6	13.0	6.1	0.6	347

表15 旅行形態別旅行予算

	5千円未満	1万円未満	2万円未満	3万円未満	4万円未満	5万円未満	5万円以上	不明	母数
日帰り	44.4	28.6	14.3	3.2	1.6	1.6	0.0	6.3	63
宿泊	0.7	4.9	18.7	36.4	14.8	7.8	12.0	4.6	283
全体	8.6	9.2	17.9	30.3	12.4	6.6	9.8	5.2	347

10. 旅行予算

今回の旅行予算は2万円程度（選択肢では3万円未満）が30.3%で最も多く、「2万円未満」（17.9%）「4万円未満」（12.4%）が続いている。「5万円未満」（6.6%）「5万円以上」（9.8%）もかなり多く、日帰り客と思われる「1万円未満」（9.2%）「5000円未満」（8.6%）も同程度みられた。

自家用車・近在来訪者の多かった街頭調査では低予算がより多く、文芸館調査では「5万円以上」が13.7%など高額予算が多くなっている。

性別で有意差がはっきりみられ、男性が「5000円未満」に14.9%が多いのをはじめ「2万円未満」以下が多いのに対し、女性は「3万円未満」（34.5%）をはじめ、「4万円未満」（15.0%）「5万円以上」（10.5%）など高額の方が多くなっている。これは旅行形態で男性に「日帰り」が多いことを反映しているものと思われる。

年齢別にもはっきり有意差がみられる。若いほど予算は少なく、年齢が高いほど高額になる傾向がみられる。とくに、20代以前と30代以降で大きく分かれ、20代以前は「3万円未満」中心であるのに対し、30代以降は「4万円」以降が中心となっている。ただし、30代は「3万円未満」も36.4%と多く、中間領域の予算となっている。

旅行形態別には当然有意な差がはっきりあり、日帰り客は低額、宿泊客は高額予算が明らかである。

交通機関別でも有意な差がはっきり出る。列車の方が明らかに高額予算であり、「3万円未満」以上に多く、自家用車の方は「2万円未満」以下に集中している。

11. お土産

1) 土産品購入意志

お土産を「買った」人は40.9%、「買う予定」の人は41.8%で8割以上がお土産を購入する傾向にある。「買わない」と断言した人は13.3%みられた。

性別に有意な差がはっきりみられ、女性は

表16 性別・旅行形態別土産品購入

	買った	買う予定	買わない	不明	母数
男 性	30.6	46.3	22.3	0.8	121
女 性	46.8	40.5	8.2	4.5	220
日帰り	20.6	44.4	31.7	3.2	63
宿 泊	45.6	41.3	9.2	3.9	283
全 体	40.9	41.8	13.3	4.0	347

「買った」（46.8%）「買うつもり」（40.5%）と買う人が87.3%みられるのに対し、男性は「買わない」が22.3%もみられ、買う人が女性より1割程度少なくなっている。

年齢別には30代以降で「買った」が45%以上みられ、10代、20代では「買わない」が16%台と多くなっている。

旅行形態別にもはっきり有意な差があり、日帰り客は「買わない」が31.7%と多く、宿泊客は「買った」が45.6%と多くなっている。

旅行頻度別では多頻回層で若干「買わない」が多いものの大きな差はみられない。

2) お土産の内容

お土産の内容は「カニ」関連商品、海産物、菓子類、その他の食品、工芸品その他に分類される。

自由記載で出てきたお土産品は延べ251品目であるが、「カニ」関係は「カニ」（23人：9.1%）など50人（19.9%）、海産物は「魚」等38人（15.1%）、菓子類は69人（27.5%）、その他の食品は「地ビール」（14人：5.6%）等44人（17.5%）、工芸品・その他は「麦わら細工」（18人：7.2%）など50人（19.9%）であった。

12. 城崎温泉に関する認知度と体験度

1) 城崎温泉認知度

城崎温泉の特徴ある観光事業・施策などについて7つ取り上げて存在についての認知を聞いたところ、志賀直哉の「城の崎にて」について知っていた人は67.7%にも上った。これは文芸館調査によるバイアスではなく、街頭調査でも

これ以上の73.9%があらわれており、知名度の高さを示している。もちろん「そう言われてみればあったナー」といううろ覚えのものも多いと思われるがそれにしても高率である。「麦藁細工」については37.5%、「レンタル浴衣」の制度については32.6%が知っていると回答している。以下「町民トイレ」(19.0%)「浴衣ご意見番」(17.0%)「ホームページの存在」(15.3%)「観光パスポート」(12.7%)の順であり、どれも極めて高い認知率を示している。

性別には志賀直哉の「城の崎にて」は男性で認知度が高く、「浴衣」に関しては女性で多くなっている。

年齢別には10代は「麦藁細工」以外認知度は多世代に比較して低く、20代、30代は「ホームページの存在」(20.7%, 22.7%)「城の崎にて」(71.3%, 75.0%)「浴衣ご意見番」(24.3%, 25.0%)について認知度が高く、20代はさらに「レンタル浴衣」(52.2%)「町民トイレ」にも高い認知度を示している。30代は「観光パスポート」(22.7%)を認知している。40代はとくに高い認知を示すものではなく、50代は「町民トイレ」(23.7%)「麦藁細工」(55.3%)がとくに高く、

60代は「城の崎にて」(73.6%)「町民トイレ」(24.5%)が高い認知となっている。

旅行頻度別にみると、おおよそ多頻回層の方が認知度が高い。ただし、「はじめて」と「1-5回」の中間層の間には大きな差はみられなかった。

2) 体験度

ではそれらの制度などを利用したかどうかについては「城の崎にて」を実際読んだ人は29.7%みられる。「麦藁細工」経験者も20.7%みられる。これは文芸館で体験できるので、文芸館調査の方では40%が体験したと回答している。この他「町民トイレ」は11.0%、「ホームページ」は7.8%、「レンタル浴衣」は8.6%が体験している。

性別にはここでも男性が「城の崎にて」が多く、女性は「浴衣」が多くなっている。

年齢別にははっきりした有意な差となっているが、「ホームページ」は20代(12.5%)で、「城の崎にて」はなんと10代(50.0%)で多くなっている。「レンタル浴衣」は20代で、「麦藁細工」は40代以降で多くなっていた。

表17 年齢別城崎温泉認知率・体験率

		ホームページ	城の崎にて	観光パスポート	町民トイレ	レンタル浴衣	浴衣ご意見番	麦藁細工	不明	母数
10代	認知率	10.0	63.3	10.0	10.0	23.3	10.0	43.3	13.3	30
	体験率	3.3	50.0	3.3	3.3	0.0	3.3	16.7	36.7	
20代	認知率	20.6	71.3	9.6	21.3	52.2	24.3	31.6	15.4	136
	体験率	12.5	22.1	2.2	13.2	16.2	1.5	15.4	41.9	
30代	認知率	22.7	75.0	22.7	18.2	31.8	25.0	38.6	13.6	44
	体験率	9.1	36.4	4.5	6.8	11.4	4.5	20.5	36.4	
40代	認知率	16.1	67.7	12.9	12.9	12.9	12.9	35.5	25.8	31
	体験率	6.5	32.3	6.5	3.2	3.2	6.5	32.3	41.9	
50代	認知率	7.9	63.2	13.2	23.7	21.1	15.8	55.3	21.1	38
	体験率	2.6	34.2	0.0	15.8	5.3	5.3	34.2	42.1	
60代以上	認知率	7.5	73.6	17.0	24.5	17.0	3.8	47.2	24.5	53
	体験率	3.8	35.8	3.8	17.0	0.0	1.9	26.4	50.9	
全体	認知率	15.3	67.7	12.7	19.0	32.6	17.0	37.5	21.0	347
	体験率	7.8	29.7	2.9	11.0	8.6	2.9	20.7	44.7	

13. 城崎温泉の評価

1) 項目別5段階評価

城崎温泉の様々な側面について12の点について5段階評価をつけてもらった。最も評価が多かったのは「温泉街としての景観の魅力」で「非常によい」が35.4%、「まあよい」が31.1%と高い評価を受けている。「非常によい」という高い評価だけでみると、それ以外では「料理」(22.2%)「清潔感」(21.0%)「宿のサービス」(20.7%)「地元の人の対応」(19.9%)「夜の散策の楽しさ」(16.4%)「案内標識」(16.1%)「観光施設の充実度」(15.3%)の順となっている。

「まあ良い」を含めた数値でみると「温泉街としての景観の魅力」(66.6%)「清潔感」(64.8%)「料理」(54.8%)「地元の人の対応」(52.7%)が過半数の賛意を得ている。

「悪い」が最も多かったのは「道路施設(渋滞など)」(5.5%)「高齢者や障害者などへの配慮」(3.2%)である。

性別にみると男性は「清潔感」(「非常によい」+「まあ良い」=72.7%)「夜の散策の楽しさ」(同43.8%)「温泉街としての景観の魅力」(同72.7%)の評価が高いのに対し、女性は「交通の便」(同38.6%)「地元の人の対応」(56.8%)

「宿のサービス」(50.5%)が比較的高くなっている。

年齢別には10代でどの項目にも評価が高く、とりわけ「温泉街としての景観の魅力」(90.0%)に高い評価を下している。ノスタルジックでレトロな感覚の町並みであるが、10代にはむしろ新鮮に映るのであろうか。これに対し50代はこの景観項目に39.5%の支持しか見せず、40代、60代以上も相対的に低い評価である。ところで60代以上の世代の評価は全体的には高くなっている。「清潔感」(77.4%)「地元の人の対応」(58.5%)「宿のサービス」(64.2%)「宿の料金」(62.3%)はどれも世代中最も高い評価項目であった。これらに対し30代の評価は低く、5項目「観光施設の充実度」(29.5%)「案内・標識」(31.8%)「道路設備」(25.0%)「地元の人の対応」(47.7%)「宿の料金」(25.0%)「高齢者等への配慮」(9.1%)は世代中最低の評価項目となっており、平均以上の評価は2項目のみであった。また、50代も「夜の散策の楽しさ」(26.3%)「温泉街としての景観の魅力」(39.5%)で最も低く、平均以下の評価が多くなっている。

30代はこれまでの分析では少人数の家族で、列車を利用して来訪し、宿泊をとまって温泉

表18 城崎温泉評価

項 目	非常に よい	まあ 良い	普通	やや 悪い	非常に 悪い	不明	評点
a. 清潔感	21.0	43.8	20.2	2.6	0.6	11.8	0.93
b. 料理	22.2	32.6	16.4	3.5	0.9	24.5	0.95
c. 観光施設の充実度	15.3	30.5	30.8	5.8	1.2	16.4	0.63
d. 案内・標識	16.1	27.1	34.3	7.5	2.0	13.0	0.55
e. 道路設備(渋滞など)	10.1	19.6	30.0	20.2	5.5	14.7	0.10
f. 交通の便	12.4	21.6	32.3	17.3	2.9	13.5	0.27
g. 地元の人の対応	19.9	32.9	30.0	3.2	0.9	13.3	0.78
h. 宿のサービス	20.7	25.1	21.9	3.5	1.7	27.1	0.82
i. 宿の料金	11.5	27.1	29.7	6.9	0.6	24.2	0.56
j. 高齢者や障害者などへの配慮	5.2	12.7	38.9	9.8	3.2	30.3	0.10
k. 夜の散策の楽しさ	16.4	23.1	24.5	3.5	0.3	32.3	0.77
l. 温泉街としての景観の魅力	35.4	31.1	12.7	4.0	1.2	15.6	1.13

「評点」=「非常によい」×2+「まあ良い」×1+「普通」×0+「やや悪い」×-1+「非常に悪い」×-2

と郷土料理でゆっくりくつろぎたいと願っていた層である。また年齢からみて小さな子供を抱える層である可能性も高い。どこに不満材料があったのかこれだけでは予測しがたいが、今後の検討課題であろう。

50代は夫婦形態、リピーターが最も多い層であるとともに、近場からも遠方からも来訪し、多様な目的を持つ層であるので、この中のどの人が不満が多いのか詳細に分析する必要があるだろう。

旅行形態別にははっきりした有意差があり、日帰り客は「案内標識」「道路設備」「交通の便」に評価を下し、宿泊客は「料理」「宿のサービス」「宿の料金」「夜の散策の楽しさ」「温泉街としての景観の魅力」の評価が高くなっている。

2) 数値化評価

非常に良いを2点、まあ良いを1点、普通を0点、やや悪いを-1点、悪いを-2点として計算すると、最高は「温泉街としての景観の魅力」(1.13)であり、「料理」(0.95)「清潔感」(0.93)「宿のサービス」(0.82)「地元の人の対応」(0.78)「夜の散策の楽しさ」(0.77)と続く。悪い方は「高齢者や障害者などへの配慮」(0.10)と「道路施設(渋滞など)」(0.10)である。「交通の便」(0.27)もやや低いがマイナス点一つもなく、全体として城崎温泉は高い評価を得ていると言ってよいであろう。

3) 10点評価

そこで、城崎温泉に10点満点で評点をつけてもらったところ、「8点」が35.4%で最も多く、「7点」が22.5%、「9点」が19.0%、「10点」満点は13.6%であった。平均点は7.99点、標準偏差は1.29である。

この得点は筆者が過去行った有名観光地調査の中では金沢、高山に匹敵する高得点であり、全国的にも評価が高いことが分かる。

性別には男性は平均7.96に対し女性は8.01と女性の評価が高くなっている。ただし、女性は「10点満点」(14.1%)も多いものの、「7点」

表19 属性別評価点

	平均評価点
男 性	7.96
女 性	8.01
10代	8.57
20代	8.04
30代	7.79
40代	8.19
50代	7.64
60代以上	7.79
日帰り	8.08
宿 泊	7.96
全 体	7.99

(26.1%)も多く、高評価派と慎重評価派に分かれる傾向もみられる。

年齢別には「10点」は10代(30.0%)20代(17.6%)で多く、「9点」も10代(26.7%)及び40代(35.5%)で多い。30代は8点(43.2%)を中心にそれ以下に広く分布し、60代以上は8点(47.2%)とその前後に集中する。50代は7点を中心となっている。これを平均点でみると、10代が8.57、40代が8.19、20代が8.04で8点を超え、30代と60代以上が7.79、50代が最も低く、7.64となっている。30代、50代は総合評価でも低くなっている。

発地別では、「兵庫」が8.12で最も高く、「首都圏」が8.05、「大阪」が8.02が続いている。

旅行形態別には日帰り客が「9点」「10点」に、宿泊客は「7点」「8点」に多くみられる。したがって日帰り客の方が平均点でも8.08と高く、宿泊客は7.96になっている。

旅行頻度別に平均値をみると、「はじめて」は7.93、「2-6回」が8.10で最も高く、「6回以上」が7.92で一番低くなっている。

交通機関別には列車利用は8.00、自家用車利用は8.13である。

4) 城崎温泉の印象

城崎温泉の印象を自由記載で聞いたところ次のような印象を得た。

「落ち着く」(56人)「いいところ」(37人)「街並みがきれい」(35人)「温泉街らしい」(20人)などが多く出た印象の言葉であり、町並みに風情があるという趣旨の「風情がある」(15人)「古風な町並み」(12人)「浴衣が似合う町」(8人)や、温泉に何よりも魅力があるという意味で、「おもしろい・楽しい」(13人)「温泉がいい」(11人)「外湯巡りが楽しい」(5人)という意見を得た。また、その他では自然や人情について「静か」(11人)「人情の温かさ」(7人)「空気がきれい」(5人)「緑豊か」(4人)という意見を得ることができた。

一方、批判的な印象としては「道路が狭く交通量が多いため歩きにくい」(11人)「印象が良くない」(10人)「活気がない」(5人)「人・ホテルが少ない」(4人)が得られた。

そして「また来たい」(9人)という感想を得ることができた。

全体としては、交通などの課題はあるものの、温泉がよく、町並みに風情があり、人も温かく、落ち着きたいところと言う印象を持ってもらっていると言ってよいであろう。

14. 再来希望

城崎温泉にまた来たいか再来希望を聞くと、「是非来たい」が42.9%「まあ来たい」が42.4%と85%以上が再来を希望している。「来たくない」はわずか1名であった。街頭調査では再来希望は89.8%とさらに高い評価である。

性別にはとくに差はないが、女性の方で、「是非来たい」が44.5%と多いものの、回答を留保した「不明(無記入)」(8.2%)回答がやや多いのが気になるところである。

年齢別には10代で「是非来たい」が56.7%と過半数を越え、再来希望が強い。「まあ来たい」を含めた数値では、20代が91.9%、40代が90.3%、10代が90.0%が多くなっている。30代と50代は80%台で、不明回答が11.3%あった60代以上は79.2%となっている。不明を除けば89%となるが、全てが記入漏れなのか、判断できないで無記入になったのか定かではない。

表20 属性別再来希望

		是非来たい	まあ来たい	合計
年 齢	10代	56.7	33.3	90.0
	20代	43.4	48.5	92.9
	30代	43.2	45.5	88.7
	40代	48.4	41.9	90.3
	50代	50.0	39.5	89.5
	60代以上	37.7	41.5	79.2
旅行形態	日帰り	57.1	36.5	93.6
	宿泊	39.6	43.8	83.4
評 価	1-6点	13.3	53.3	66.6
	7点	22.5	63.4	85.9
	8点	45.5	50	95.5
	9点	61.7	35	96.7
	10点	86.0	11.6	97.6
全 体		42.9	42.4	85.3

旅行形態別には「是非来たい」は日帰りで57.1%と宿泊客(39.6%)を大きく上回っている。「まあ来たい」を含めても日帰り客は93.6%で宿泊客(83.4%)を上回っている。

旅行頻度別には「是非来たい」については6回以上の多頻回層が56.4%で、2-5回(47.7%)はじめて(36.7%)よりかなり多くなっている。

10点評価別にははっきり有意な差があり、得点の高い方が「是非来たい」再来希望が多くなっている。ちなみに10点の人は「是非来たい」が86.0%と大半が必ず再来する勢いである。逆に、1-6点は「是非来たい」は13.3%と少なくなっている。

15. まとめ

調査結果をまとめると以下の通りである。

1. 女性の来訪が多く、若年層の来訪を多く受けているが、中高年層の来訪もかなりみられる。
2. 兵庫、大阪を中心に関西圏からの来訪が中心になっているが、カニシーズンなどには首都圏からの来訪もみられる。
3. リピーターが半数みられ、5回以上の多頻回来訪者も1割を越す。年齢が増すごとに

- 来訪回数は増え、日帰り客の方にリピーターが多い。
4. 「友人・知人」「家族」が主要な同伴者である。個人・グループ化が顕著である。同伴人数は2人から4人が多い。
 5. 宿泊客は8割を越し、目的宿泊観光地であることが明らかである。
 6. 城崎温泉での宿泊数は平均1.16日で1泊2日型が主流である。
 7. 交通機関は列車が自家用車を上回っているが、近在からは車利用は多くなっている。
 8. 来訪のきっかけはリピーター、口コミの他「パンフレット」がよく利用されている。「小説」をきっかけにした人が7.5%もみられる。
 9. 主な旅行目的は「温泉」「郷土料理」「町並み散策」である。
 10. 立ち寄り先は外湯が基本で、それ以外の寺社などへの立ち寄りや少く、町並み散策と外湯巡りがメインとなっている。
 11. 車利用客を中心に「玄武洞」「天橋立」「出石城」などへ立ち寄っている。
 12. 旅行予算は日帰りが5千円から1万円、宿泊が2万から3万円程度となっている。
 13. お土産の購入希望は8割を越え、女性、宿泊客に購入希望が多い。
 14. 購入品はカニ関係の品、海産物、菓子類が中心である。
 15. 城崎温泉の制度などについての認知度はかなり高い。とくに「城の崎にて」の認知率は7割近い。またレンタル浴衣等これらの体験率は認知率の半分かそれ以下である。
 16. 城崎温泉の評価は非常に高い。とくに、温泉街の景観、料理、清潔感、宿のサービスなどは高く評価され、10点法では7.99点を

獲得している。

17. 城崎温泉全体の印象は「落ち着いている」「町並みがきれい」で「温泉街らしく」「いいところ」と好評である。

このように、城崎温泉は観光客にきわめて好意を持って捉えられていることが明らかである。「快適で多様な外湯」を満喫でき、「浴衣が似合い」「おしゃれなレトロ感覚」をもつ風情ある町並みに長い温泉場として歴史の中で培ったホスピタリティがうまく調和している熟成した温泉観光地であると言ってよいであろう。

城崎が進めている方向は成功しているものと思われる。しかし、宿泊比率は高いものの、1泊をなかなか越えない短期滞在型を連泊から中・長期滞在型にしていくためには課題も残していると思われる。駐車場をはじめとする交通問題、周辺観光地との連携策、サービスなどで批判が少しみられたように、100%までは均一的でないサービスのレベル。駅前の温泉交流センターの建設が進められているが、外湯・町並みにプラスαする魅力づくりがさらにめざされることが期待される。

注

- 1) 分析文で「有意な差がある」と記述した場合は $P < 0.05$, 「はっきり有意な差がある」と記述した場合は $P < 0.01$ であったことを示す。

〔謝 辞〕

最後に調査に協力していただいた城崎温泉観光協会の方々をはじめ城崎町の方々、街頭調査に汗を流してくれた吉兼ゼミの諸君に感謝の意を申し上げたい。

(2000年5月19日受理)