2017-2018 年冬季 白馬村来訪者調査

調査結果報告書

目次

調査機	死要	3
1.	設問構成	3
1) 通季調査	3
2) 臨時調査	3
2.	調查期間	3
1) 通季調査	3
2) 臨時調査	3
3.	言語	3
4.	媒体	4
5.	調査地点	5
6.	調査実施方法の伝達	5
7.	回答状況のモニタリング	5
8.	回答御礼品	5
結果		6
1.	回収実績	6
2.	調査地点別回収数	6
3.	有効調査票	6
4.	データ処理	6
分析		8
1.	重要指標の平均値および信頼区間	9
2.	推奨度と消費額の属性別平均値および差の有意性	11
3.	重要度 - 満足度分析(Importance-Performance Analysis)	15
4	推奨度および消費額に応じた宿泊客の特徴・特性について	18

付属資料	¥	2.2.
	 香結果(単純集計)	
1)	基本属性	
1)	白馬村への総合評価	
2)	白馬村の推奨度	
·		
3)	白馬村への再来訪意向	
4)	白馬村内でのアクティビティや各種サービスに関する個別評価	28
5)	白馬村内における課題	29
6)	白馬への累計来訪回数	32
7)	今シーズン中の累計来訪回数	33
8)	旅行手配の方法	34
9)	もっとも影響のあった情報媒体	34
10)	もっとも影響のあったウェブサイト	35
11)	白馬村へ来る前、滞在中に訪問した白馬村以外の観光地(自由回答)	35
12)	消費単価	36
13)	白馬村の滞在について(自由記述)	37
2. 通	季調査における設問	38
3. 蹈	a時調査における設問	39
4. 1	・ アンターネット回答ページにおける表示(日本語版)	40
5. 1	・ インターネット回答ページにおける表示(英語版)	51
6. 訓	周査案内	63

調査概要

1. 設問構成

本調査の設問は、通季調査と臨時調査により構成した。以下にそれぞれの調査における質問の概要を示す。質問の詳細は、付属資料2および3に示した。

1) 通季調査

- ・ お客様の属性:性別、年代、お住まいの国や都道府県など
- ご旅行の形態:滞在日数、白馬村への訪問回数など
- ・ 白馬村での滞在に対する評価:滞在全体を通しての満足度など
- ・ 村内の各要素に対する評価:飲食、交通、アクティビティ等に対する満足度
- ・ 解決すべきであると感じる課題
- ・ 実施した活動に対して消費した金額
- 自由記述

2) 臨時調査

・ 白馬村の観光振興を目的とした財源に関するお客様の負担意識調査(2問)

2. 調査期間

2018年01月15日(月)から同年05月07日(月)までの112日間を調査期間とした。白馬村内で調査資材を取得したお客様が居住地に帰宅してから回答する場合の時間差を考慮し、調査期間の終了後、同年05月11日(金)まで回答の収集を継続した。

1) 通季調査

全期間を通して実施した。

2) 臨時調査

調査期間の範囲内で、白馬村が別途定めた期間において臨時的に実施した。具体的な実施期間は、2018年02月13日(月)から同年05月07日(月)までの84日間であった。

3. 言語

2 言語 (日本語・英語) で実施した。

各設問の要旨は同様であるが、居住地に関する設問として日本語版では都道府県と市区町村を、英語版では国籍と居住国を訊く等、一部に異同がある。

4. 媒体

インターネット上に回答ページを開設し、調査を実施した。日本語における回答ページの表示は付 属資料 3 に、英語における回答ページに表示は付属資料 4 に、それぞれ示した。。

回答ページにアクセスするための URL、同 URL を符号化した QR コード、および調査目的等を記載した名刺大のカード(以下「調査用カード」と表記)を作成した。調査用カードは両面カラー印刷により作成し、表面には日本語による案内を、裏面には英語による案内を、それぞれ記載した。





図 1 調査用カード印刷面の例

調査用カードは、広報用のポップを添付したケースに収めた状態で調査地点に設置した。



図 2 カードケースに収められた状態の調査用カード

5. 調査地点

白馬村内の宿泊施設において調査を実施した。実施主体である白馬村観光課と(公財)日本交通公 社間で協議の上、白馬村観光地経営会議での議論を踏まえて、下記の通り調査地点と配布方法を決定 した。

第一に、白馬村内で営業する宿泊施設のうち、床数または収容人数が比較的大きい 33 施設(以下「大規模施設」と表記)を選出した。33 施設に対して電話、メール、現地訪問による調査協力依頼を行い、了承を得られた 24 施設を調査地点とした。

第二に、白馬村内で営業する宿泊施設のうち、床数または収容人数が中規模の施設(以下「中規模施設」と表記)ならびに床数または収容人数が比較的小さい施設(以下「小規模施設」と表記)に対して、白馬村観光課から個別に連絡の上、調査用カードを配布した。

6. 調査実施方法の伝達

大規模施設 24 施設のうち、アポイントを得られた 15 施設に対して、調査要旨や調査用カードの配布方法を説明する事前レクチャーを行った。事前レクチャーは 2017 年 12 月 18 日(月)から 19 日 (火)の 2 日間にかけて、白馬村観光課と(公財)日本交通公社が合同で実施した。

また、すべての調査地点の担当者向けに調査案内を作成し、調査用カードとともに送付、または配布した。調査案内には調査の概要、調査資材一覧と設置方法、回答者からの質問に対する想定問答を記載した。送付した調査案内の一例を、付属資料 6 に示した。

7. 回答状況のモニタリング

大規模施設に設置した調査用カードには、調査地点ごとに異なる URL と QR コードを記載し、それ ぞれの調査地点からのアクセス数と回答数を記録した。また 1 ヶ月を目処に調査地点に電話またはメールによる定期連絡を実施し、回収状況や不具合の有無等についてヒアリングを行った。

中規模施設、および小規模施設に配布した調査用カードには、両者で異なる URL と QR コードを記載し、施設規模ごとのアクセス数と回答数を記録した。

8. 回答御礼品

調査の回答率向上を目的として、回答に対する御礼品を設定した。日本語版の回答者に対しては Amazon ギフト券または白馬村特産品を、英語版の回答者に対しては Amazon ギフト券 10 米ドル相当 を、それぞれ抽選で贈呈することとし、その旨を両言語のカードと回答用ページに記載した。

結果

1. 回収実績

190件の回答が回収された。言語、および調査別の内訳を、表・1に示した。

 言語
 通季調査

 日本語
 173
 119

 英語
 17
 13

 合計
 190
 132

表 1 媒体および言語別回収実績

2. 調査地点別回収数

本調査で使用したカードには、カードが設置された調査地点ごとに異なる URL と QR コードが記載されている。ウェブ調査についてはこの情報をもとに、それぞれの調査地点からのアクセス数、および回答数を記録した。また紙調査票については予め配布地点別に番号を付し、回収後に地点別の回収数を記録した。

各調査地点における回収実績を、次頁の表・2に示す。

なお「アクセス数」とは、各カードに記載された URL または QR コードから、回答ページにアクセスされた数を示す。「回答率」は、アクセス数に対する回答数の割合を示す。

3. 有効調査票

回収された調査票 190 票すべてに、1 件以上の有効回答が含まれていた。そこで本調査ではこれら 190 票を全て有効調査票とし、集計分析を実施した。

4. データ処理

有効調査票 190 票については list-wise (一部に無効回答が含まれる調査票であっても、調査票自体は有効とする方法)によって処理し、回答が欠損している質問については「不明・無回答」とした。

なお、消費単価については、算出の結果として極端な外れ値(例: 1人が総額・宿泊費として支払った料金が100円以下)が出現した場合には集計から除外した。また総額と宿泊費に大きな矛盾が認められる(例:消費総額が、宿泊料金より小さい)場合も、消費総額を集計から除外した。

表 2 調査地点ごとの回収数およびアクセス数

H	地点/施設名	設置数			2018/05	/11 時点		
No			日本語			英語		
1		カード	回答数	アクセス	回答率	回答数	アクセス	回答率
1	大規模施設A	600	12	19	63.2%	11	9	11.1%
2	大規模施設B	500	2	3	66.7%	0	0	0.0%
3	大規模施設C	100	1	2	50.0%	0	0	0.0%
4	大規模施設D	1000	- 11	14	78.6%	0	0	0.0%
5	大規模施設E	500	9	15	60.0%	7	9	77.8%
6	大規模施設F	200	0	1	0.0%	1	2	50.0%
7	大規模施設G	1000	3	5	60.0%	0	0	0.0%
8	大規模施設H	1000	6	9	66.7%	2	2	100.0%
9	大規模施設I	500	1	1	100.0%	1	1	100.0%
10	大規模施設J	500	1	1	100.0%	0	0	0.0%
11	大規模施設K	500	. 0	0	0.0%	0	0	0.0%
12	大規模施設L	300	1	2	50.0%	0	2	0.0%
13	大規模施設M	300	0	0	0.0%	0	0	0.0%
14	大規模施設N	300	7	12	58.3%	0	0	0.0%
15	大規模施設O	200	0	0	0.0%	0	0	0.0%
16	大規模施設P	300	0	0	0.0%	0	0	0.0%
17	大規模施設Q	300	0	0	0.0%	0	0	0.0%
18	大規模施設R	400	9	19	47.4%	1	9	11.1%
19	大規模施設S	200	1	2	50.0%	0	0	0.0%
20	大規模施設T	100	1	1	100.0%	0	0	0.0%
21	大規模施設U	300	3	4	75.0%	0	0	0.0%
22	大規模施設V	300	4	.5	80.0%	1	t	100.0%
23	大規模施設W	200	0	0	0.0%	0	0	0.0%
24	大規模施設X	300	5	11	45.5%	2	3	66.7%
25	中規模施設	2000	46	65	70.8%	0	5	0.0%
26	小規模施設	1000	43	64	67.2%	1	4	25.0%
27	2017年夏季調査カードから誘導	18	7	9	77.8%	0	0	0.0%
		12900	173	264		17	47	

分析

白馬村観光地経営計画において示された、「観光客満足度の向上」および「観光消費額の増加」、以上2つの視点から、来訪者調査結果について分析した。本分析においては以下に挙げる4つの観点から分析を実施した。

- 1. 重要指標の平均値および信頼区間
- 2. 属性別の平均値および差の有意性
- 3. 重要度-満足度分析(Importance-Performance Analysis)
- 4. 推奨度および消費額に応じた宿泊客の特徴・特性について

分析の前提となる各設問の単純集計結果については、本冊末尾の付属資料1に示した。 なお臨時調査に関する集計結果は、第2回財源検討委員会にて報告する。

1. 重要指標の平均値および信頼区間

- ・ 「観光客満足度の向上」に関連する数値である総合評価・推奨度・再来訪意向の 3 指標は、それでれの平均値が 8.7、8.8、9.4 であり、高い数値を示した(図 3、表 3)。
- ・ 「観光地消費額の増加」に関係する数値である消費額について、消費単価総額の平均値は 20,918 円 / 人・泊であった。各費目からその内訳をみると、大半は宿泊費: 平均 13740 円/人・ 泊 であり、娯楽サービス費: 平均 7,522 円/人・泊 が続いた(図 4、表 4)。

調査結果のうち、特に観光地経営経営計画の指針に関連する重要な数値については、観光地経営の指標として継続的なモニタリングが求められる。そこで「観光客満足度の向上」の視点に関連する指標として、総合評価(CS)・推奨度・再来訪意向の3指標について平均値およびその95%信頼区間*を算出した。

また、「観光消費額の増加」という観光地経営計画に示された視点に関連して、消費額(7費目)の 平均値およびその95%信頼区間を算出した。図3、4上のバーは平均値の95%信頼区間を示す。

なお、図4における「その他の支出」の95%信頼区間が非常に大きくなっているのは、その品目に関して消費額の個人差が大きく、かつ票数が少ないためであると考えられる。



図 3 総合評価・推奨度・再来訪意向(10段階)の平均値に関する 95%信頼区間

表 3 総合評価・推奨度・再来訪意向(10段階)の平均値および信頼区間

	左 热同 发 粉	平均値	海淮 / 章 羊	標準誤差	信頼区間	(95%)
	有効回答数	干均恒	標準偏差	保华缺左	下限	上限
総合評価	181	8.70	1.370	0.102	8.50	8.90
推奨度	182	8.82	1.403	0.104	8.62	9.03
再来訪意向	182	9.42	1.116	0.086	9.25	9.59

^{*95%}信頼区間 平均値がその範囲内に含んでいると考えられる範囲の数値。

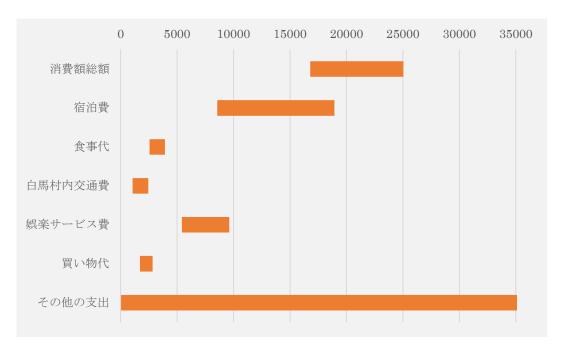


図 4 消費額の平均値に関する 95%信頼区間(単位:円/人・泊)

表 4 消費額(円/人・泊)の平均値および信頼区間

費目	有効回答数	平均値	標準偏差	標準誤差	信頼区間	(95%)
貝口	有別凹合数	十均恒	保华温左	保华缺左	下限	上限
消費額総額	103	20,918	21,111	2,080	16,792	25,044
宿泊費	122	13,740	28,948	2,621	8,551	18,929
食事代	112	3,240	3,632	343	2,559	3,919
白馬村内交通費	18	1,751	2,402	330	1,054	2,448
娯楽サービス費	105	7,522	10,833	1,057	5,425	9,618
買い物代	72	2,275	2,380	280	1,716	2,834
その他	21	12,167	43,174	9,412	-7,485	31,819

2. 推奨度と消費額の属性別平均値および差の有意性

- ・ 属性別に推奨度と消費額の平均値を導き出した後、属性別に有意差があるかを検証した。
- ・ 白馬に滞在する宿泊客は、泊数が伸びるにつれて、宿泊費を抑える一方で、食事代が増える傾向がみられた(表 7、8)。
- ・ また、東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県からの宿泊客は、それ以外の地域からの宿泊客と比較して食事代が低い傾向が見られた(表 8)。

推奨度と消費額については、年齢や出発地、旅行の形態といった来訪者の属性によって変動することが想定される。現状の把握や対策の検討にあたっては、全体の数値だけでなく属性ごとの指標に基づくことが必要である。

なお、持続的な集客には総合評価 (CS) よりも、ロイヤルティが重要であるとされる。ロイヤルティには再来訪意向と推奨度の2種類があるが、持続的な集客に特に影響するのは推奨度とされるので、本報告では推奨度を主たる分析の対象とした。

推奨度と消費額について、回答者の属性別に平均値を算出した。さらに、属性別の平均値の差について、単なる偶然や誤差で生じた差ではない差(有意差)であるかどうか検証した。検証は母平均の差の検定によって行い、母集団の等分散を仮定せずに T 検定または分散分析を用いた。表 5 から表 9 に示した検定結果のうち、括弧内の数値は有意確率(両側)である

消費額については、有効回答数が 100 票以上の費目に限定して検証した。属性として使用した項目は、性別、年代(49歳以下/50歳以上)、居住地(東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県の1都3県と、それ以外の都道府県)、泊数、今シーズン中の来訪回数(初回/リピーター)である。

有意差があると認められた項目は、以下の3点であった(有意水準5%)。同項目については表5、6、7、8、9 に、濃い灰色・太字で示した。

- ・ 泊数が3泊以上になると、1泊あたりの宿泊費が抑えられる傾向がみられた。
- 1都3県から来訪した宿泊客は、それ以外の宿泊客よりも食事代が低い傾向がみられた。
- ・ 泊数が 3 泊以上になると、3 泊未満の滞在と比較して 1 日あたりの食事代が高くなる傾向がみられた。

以下の4点については、有意水準5%では有意差が認められなかったが、有意水準10%では有意差が認められた。同項目については表5、6、7、8、9に、薄い灰色で示した。本調査の結果から直接言及することは困難であるものの、一定の傾向を有する可能性が示唆された。

- 1都3県から来訪した宿泊客は、それ以外の宿泊客よりも推奨度が高い傾向がみられた。
- ・ 今シーズン初めて来訪した宿泊客は、消費額の総額が高い傾向がみられた。
- 1都3県から来訪した宿泊客は、それ以外の宿泊客よりも宿泊費が低い傾向がみられた。
- 50歳以上の宿泊客は、娯楽サービス費が高くなる傾向がみられた。

表 5 属性別の推奨度平均値

		度数	平均値	母平均の差の検定
性別	男性	96	8.84	有意差なし(0.999)
1主力]	女性	83	8.84	有息左なし(0.999)
年代	49 歳以下	100	8.90	有意差なし(0.337)
410	50 歳以上	71	8.69	有息左は U(0.33 <i>1)</i>
居住地	東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県	69	9.07	有意差なし(0.076)
古住地	その他	99	8.71	有息左なし(0.070)
	1 泊	75	8.96	
泊数	2 泊	59	8.76	有意差なし(0.532)
	3 泊以上	48	8.69	
今シーズン来訪回数	初回	97	8.88	有意差なし(0.627)
マン―ハン末初回数	スン米訪回数 再来訪		8.77	有忌差なし(0.021)

表 6 属性別の消費額総額(円/人・泊)平均値

		度数	平均值	母平均の差の検定
性別	男性	54	20,216	有意差なし(0.698)
I王 <i>/</i> JI	女性	48	21,915	有息左はし(0.096)
年代	49 歳以下	62	20,821	有意差なし(0.914)
410	50 歳以上	39	21,261	有息左はし(0.314)
居住地	東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県	43	17,909	有意差なし(0.251)
冶丘地	その他	54	22,591	有息差なし(0.2 01)
	1 泊	45	18,796	
泊数	2 泊	33	18,945	有意差なし(0.218)
	3 泊以上	25	27,342	
今シーズン来訪回数	初回	55	24,002	有意差なし(0.094)
フン ハン木副回数	スク米訪回数再来訪		17,329	円心左びし(0.034)

表 7 属性別の宿泊費(円/人・泊)平均値

		度数	平均值	母平均の差の検定
性別	男性	68	16,099	有意差なし(0.293)
	女性	52	10,896	有息左はし(0.293)
年代	49 歳以下	73	10,634	有意差なし(0.226)
410	50 歳以上	45	18,922	有息左なし(0.220)
居住地	東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県	48	9,326	有意差なし(0.090)
冶丘地	その他	67	17,527	有息左なし(0.030)
	1泊	59	10,010	
泊数	2 泊	36	9,591	有意差あり(0.019)
	3 泊以上	27	2,742	
今シーズン来訪回数	初回	58	12,981	有意差なし(0.765)
ファ ハン木の凹数	再来訪	63	14,530	日志左はし(0.700)

表 8 属性別の食事代(円/人・泊)平均値

	☆ ははかの及手に (1) / パ	70	, ., , <u>, , , , , , , , , , , , , , , , </u>	
		度数	平均值	母平均の差の検定
性別	男性	62	3,472	有意差なし(0.527)
1年7月	女性	48	3,010	有息左なし(0.027)
年代	49 歳以下	63	3,249	有意差なし(0.860)
410	50 歳以上	44	3,378	有息左体し(0.000)
居住地	東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県	42	2,291	有意差あり(0.029)
冶工地	その他	62	3,590	有感をめり(0.02 9)
	1 泊	47	2,531	
泊数	2 泊	34	2,381	有意差あり(0.001)
	3 泊以上	31	5,256	
今シーズン来訪回数	初回	55	3,080	有意差なし(0.645)
フン ハン木前回数	再来訪	56	3,401	有心圧のし(0.049)

表 9 属性別の娯楽サービス費(円/人・泊)平均値

		度数	平均值	母平均の差の検定
性別	男性	54	7348	有意差なし(0.999)
1主力]	女性	49	7837	有息左なし(0.999)
年代	49 歳以下	63	5696	有意差なし(0.081)
410	50 歳以上	38	10573	有息左はし(0.001)
居住地	東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県	40	5710	有意差なし(0.130)
冶丘地	その他	56	8869	有息差なし(0.130)
	1 泊	50	6608	
泊数	2 泊	26	6437	有意差なし(0.341)
	3 泊以上	29	10043	
今シーズン来訪回数	初回	57	7034	有意差なし(0.598)
ファ ハン木副四数	再来訪	47	8232	有志左はし(0.996)

3. 重要度 - 満足度分析(Importance-Performance Analysis)

- ・ 白馬村の個別要素に対する満足度評価について、推奨度への影響力を考慮するため、重要度-満 足度分析を行った。
- ・ 村内でのハードウェア整備、村内でのソフトウェア整備、飲食店の3要素は、推奨度に強く影響するものの、満足度は他の要素と比較して低かった。
- ・ 白馬村内での移動交通、スキー・スノーボード以外のアクティビティ、買い物の3要素は、推 奨度への影響力は比較的小さいものの、満足度は他の項目と比較して低かった。

白馬村内の個別要素に対する満足度を向上させることは、ロイヤルティ(推奨度)の向上につながると考えられる。一方で、個別要素に対する満足度が総体としての推奨度に与える影響の度合いは、要素によって異なる。このため、満足度の低い要素のすべてを優先改善項目とはみなすことはできない。満足度の低い要素の中から、特に推奨度への影響が大きな要素を抽出し、それらを優先改善項目として資源を投下することが求められる。

そこで、個別要素に対する満足度が推奨度に与える影響度と、各要素の満足度を組み合わせた、重要度・満足度分析(IPA: Importance-Performance Analysis)を行った。分析により、どの個別要因に対する満足度を改善することによって、推奨度を効率的に高めていくことができるかを検討した。

具体的な手法は下記の通りである。

まず、それぞれの要素に対する満足度について、低評価を 1、高評価を 5 として、すべての回答者の 平均値を算出した。この平均値を「評価点」とした。次に、評価点と推奨度との相関係数を算出し、 これを「影響度」とした。相関係数とは 2 つの変数が連動して変化する度合いを示す数値であり、本 分析ではピアソンの積率相関を用いて算出した。最後に縦軸を評価点、影響度を横軸として、各要素 の評価点と影響度をグラフ上に表示した

結果を次頁図-5に示した。

なお図6は、重要度・満足度分析結果の見かたを示す模式図である。

右下の象限に分布した要素は「推奨度への影響度が高いが評価点は低い」項目であり、推奨度の向上を妨げていることが想定されるため、特に改善が求められる。今回の分析においては、図 5 上に赤丸で示した領域が該当する。また、左下の象限に分布した要素は「推奨度への影響度は低いものの評価点は低い」項目であり、改善の検討が求められる。

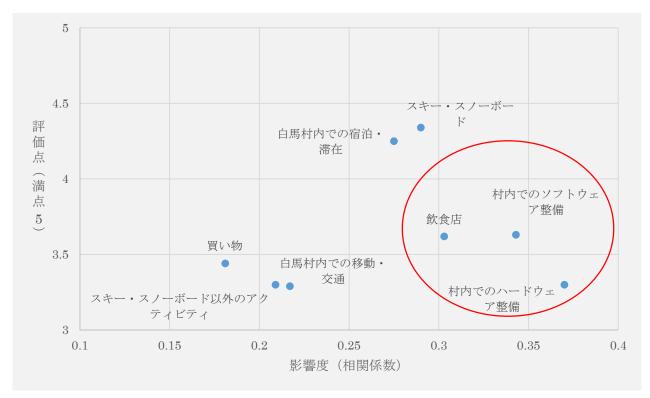


図 5 重要度 - 満足度分析(個別要素の満足度と、滞在全体の推奨度)

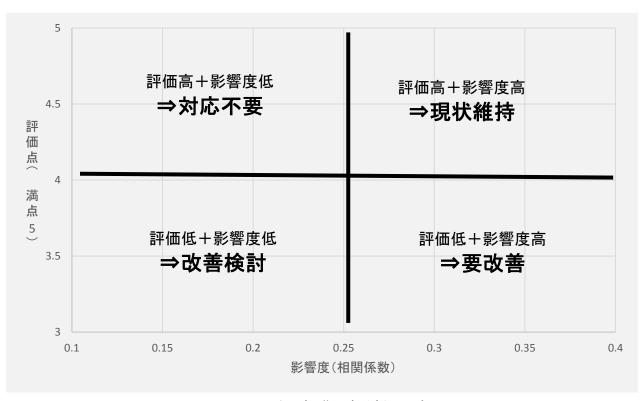


図 6 重要度-満足度分析の見方

※ 回答者に対して、村内のソフトウェア整備として「治安、雪かきの状況、パンフレットやウェブでの情報提供など」を、村内のハードウェア整備として「標識、街灯、街中の景観、ATM、Wi-Fi 環境、決済環境など」を、それぞれ例示した。

本分析の基礎資料として、個別評価に対する満足度の平均値(評価点)とその 95%信頼区間、推奨度との相関係数を、表 10 および図 7 に示した。図 7 上のバーは、平均値の 95%信頼区間を示す。

表 10 個別要素に対する満足度の平均値 (評価点)、信頼区間、推奨度との相関係数

	有効	評価点	標準	標準	信頼区間	引(95%)	推奨度との
	回答数	吊具品	偏差	誤差	下限	上限	相関係数
白馬村内での移動・交通	151	3.29	0.914	0.074	3.14	3.44	0.217
飲食店	151	3.62	0.950	0.077	3.47	3.78	0.303
買い物	151	3.44	0.876	0.071	3.30	3.58	0.181
スキー・スノーボード	151	4.34	0.848	0.069	4.20	4.47	0.290
スキー・スノーボード以外 のアクティビティ	151	3.30	0.728	0.059	3.18	3.42	0.209
白馬村内での宿泊・滞在	151	4.25	0.896	0.073	4.11	4.40	0.275
村内でのハードウェア整備	151	3.30	0.938	0.076	3.15	3.46	0.370
村内でのソフトウェア整備	151	3.63	0.869	0.071	3.49	3.77	0.343

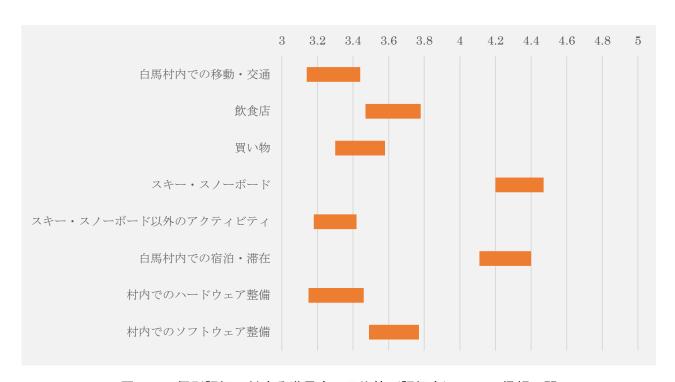


図 7 個別評価に対する満足度の平均値(評価点)の 95%信頼区間

4. 推奨度および消費額に応じた宿泊客の特徴・特性について

- ・ 推奨度の高い来訪者グループと低い来訪者グループの間で、旅行中の行動や、優先的に対応すべき課題として挙げた項目に有意な差があるかを検証した。
- ・ 推奨度の高い来訪者グループが優先課題として「買い物」や「白馬村内の交通」を挙げる一方で、推奨度の低い来訪者グループは優先課題として「飲食店」や「アクティビティ」、「村内のハード整備」を挙げる傾向が認められた。
- ・ 同様に、消費額の大きい来訪者グループと小さい来訪者グループの間で、旅行中の行動や、優 先的に対応すべき課題として挙げた項目に有意な差があるかを検証したが、有意な差はみられ なかった。

推奨度の高い来訪者と、推奨度の低い来訪者では、旅行携帯や評価の方法が異なることが想定される。言い換えれば、白馬村のファンとして滞在する来訪者の視点と、ファンではない来訪者の視点は 異なる。同様に、白馬村内で旺盛な消費行動をとる「優良顧客」の視点と、最低限の消費行動で滞在 する来訪者の視点は異なる。

改善策の検討にあたっては以上の点を踏まえて、既に白馬村のファンである来訪者をファンで居続けさせるための施策と、今はファンでない来訪者を魅了しファンにするための施策を、区別して取り扱うことが求められる。同様に、消費額の大きい来訪者の消費行動を継続させるための施策と、それ以外の来訪者の消費額を向上させるための施策を、区別して取り扱うことが求められる。

そこで、本分析では推奨度として 10 (最高評価) を回答した来訪者を推奨度の高いグループ、それ以外の来訪者を推奨度の低いグループとし、旅行形態や、「優先的に対応すべき課題」の回答を比較した。同様に、消費額 (総額・宿泊費) が全体の平均以上であった来訪者を消費額の大きいグループ、それ以外の来訪者を消費額の小さいグループとして回答を比較した。

それぞれのグループ間にみられた回答の差異について、それが単なる偶然や誤差で生じた差ではない差(有意差)であるかどうか検証した。検証はカイ2乗検定によって行った。表 11 から表 13 に示した検定結果のうち、括弧内の数値は有意確率(両側)である。

推奨度の高いグループと低いグループの比較結果を表 11 に、消費額総額の大きいグループと小さいグループの比較結果を表 12 に、宿泊費の大きいグループと小さいグループの比較結果を表 13 に、それぞれ示した。

分析の結果、推奨度の高いグループと低いグループの間で、「優先的に対応すべき課題」の回答に有意な差が認められた(有意水準 5%)。推奨度高グループは買い物や白馬村内の交通を優先課題としてあげる割合が高いのに対して、推奨度低グループは飲食店やアクティビティ、ハード整備を優先課題としてあげる割合が高かった。

消費額総額の大きいグループと小さいグループの間、ならびに宿泊費の大きいグループと小さいグループの間で同様の検証を行ったが、有意な差が認められた回答はなかった。

表 11 推奨度に応じた宿泊客の特徴・特性

		N	カイ 2 乗	推奨度高	推奨度小
		(票数)	検定	(n=87)	(n=95)
	全て自分で手配		+ + + + + +	85.1%	89.5%
手配方法	一部旅行会社で手配		有意差なし	10.3%	5.3%
手配方法一部 行行全 が 大	全て旅行会社で手配		(0.637)	3.4%	4.2%
	ラジオ・テレビ			0%	2.1%
	家族や友人の評判			42.5%	32.6%
.t= +□.t++ /-L	旅行会社		有意差なし	3.4%	3.2%
情報媒体	ウェブサイト		(0.389)	31.0%	41.1%
	本や雑誌			2.3%	4.2%
	その他			20.7%	3.2%
	検索エンジン			13.8%	15.8%
	OTA	182		4.6%	3.2%
	レビュー・情報サイト			0%	5.3%
影響力のあった	観光局、スキー場、ホテルな		有意差なし		
ウェブサイト	ど白馬村内の事業者が提供す		(0.347)	11.5%	12.6%
	るサイト				
	SNS			1.1%	2.1%
	その他			0%	1.1%
	白馬村内での移動・交通			24.1%	16.8%
	飲食店			11.5%	20.0%
	買物			19.5%	3.2%
	スキー・スノーボード		大会学长 ()	12.6%	18.9%
優先課題	スキー・スノーボード以外の		有意差あり (0.012)	5 704	11 60/
	アクティビティ		(0.012)	5.7%	11.6%
	村内のハードウェア整備			9.2%	15.8%
	村内のソフトウェア整備			3.4%	2.1%
	その他			3.4%	4.2%

表 12 消費額総額に応じた宿泊客の特徴・特性

		N	カイ 2 乗	総額高	総額小
		(票数)	検定	(n=35)	(n=68)
	全て自分で手配		七辛关九日	88.6%	86.8%
手配方法	一部旅行会社で手配		有意差なし (0.926)	8.6%	8.8%
	全て旅行会社で手配		(0.926)	2.9%	4.4%
	ラジオ・テレビ			0%	1.5%
	家族や友人の評判			28.6%	29.4%
/	旅行会社		有意差なし	0%	4.4%
情報媒体 	ウェブサイト		(0.466)	54.3%	38.2%
	本や雑誌			0%	4.4%
	その他	103		17.1%	20.6%
	検索エンジン			25.7%	17.6%
	OTA			5.7%	7.4%
	レビュー・情報サイト			5.7%	1.5%
影響力のあった	観光局、スキー場、ホテルな		有意差なし (0.433)		
ウェブサイト	ど白馬村内の事業者が提供す			17.1%	11.8%
	るサイト				
	SNS			0%	0%
	その他			0%	0%
	白馬村内での移動・交通			17.1%	25.0%
	飲食店			28.6%	10.3%
	買物			11.4%	8.8%
	スキー・スノーボード		有意差なし (0.345)	17.1%	22.1%
優先課題	スキー・スノーボード以外の			8.6%	8.8%
	アクティビティ			0.070	0.070
	村内のハードウェア整備			8.6%	16.2%
	村内のソフトウェア整備			2.9%	0%
	その他			2.9%	4.4%

表 13 宿泊費に応じた宿泊客の特徴・特性

		N	カイ 2 乗	宿泊費高	宿泊費小
		(票数)	検定	(n=82)	(n=40)
	全て自分で手配		有意差なし	90.2%	85.0%
手配方法	一部旅行会社で手配			6.1%	12.5%
	全て旅行会社で手配		(0.590)	2.4%	2.5%
	ラジオ・テレビ			1.2%	0%
	家族や友人の評判			35.4%	30.0%
体 把 # / /	旅行会社		有意差なし	1.2%	7.5%
情報媒体	ウェブサイト		(0.214)	36.6%	50.0%
	本や雑誌			4.9%	0%
	その他			19.5%	12.5%
	検索エンジン	122		13.4%	27.5%
	OTA			6.1%	5.0%
	レビュー・情報サイト			3.7%	2.5%
影響力のあった	観光局、スキー場、ホテルな		有意差なし (0.467)		
ウェブサイト	ど白馬村内の事業者が提供す			12.2%	15.0%
	るサイト				
	SNS			0%	0%
	その他			0%	0%
	白馬村内での移動・交通			18.3%	25.0%
	飲食店			14.6%	15.0%
	買物			15.9%	5.0%
優先課題	スキー・スノーボード		有意差なし (0.227)	17.1%	25.0%
	スキー・スノーボード以外の			6.1%	7.5%
	アクティビティ			0.170	7.5%
	村内のハードウェア整備			14.6%	12.5%
	村内のソフトウェア整備			1.2%	7.5%
	その他			6.1%	0%

付属資料

1. 調査結果(単純集計)

1) 基本属性

① 性別と年代

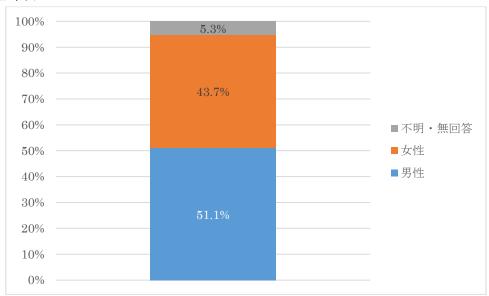


図 8 回答者の性別 (SA, n=190)

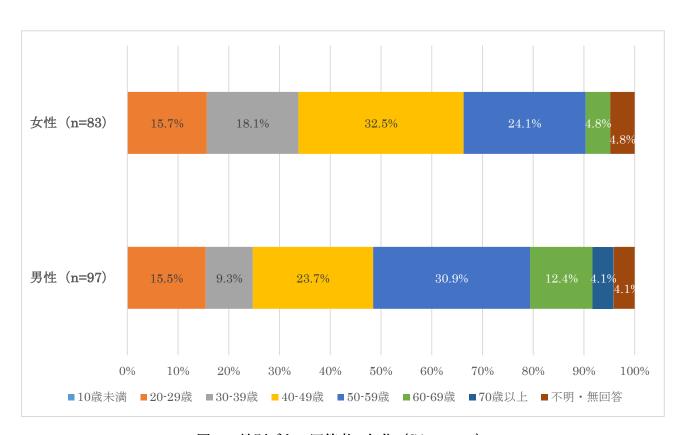


図 9 性別ごとの回答者の年代 (SA, n=180)

- · 回答者 190 名のうち、97 名 (51.1%) が男性であり、83 名 (43.7%) が女性であった。
- ・ 多く選択された年代区分は 50 歳以上 59 歳以下と 40 歳以上 49 歳以下であり、それぞれ全体で 51 名 (26.8%) と 50 名 (26.3%) が該当した。
- ・ 男性と女性の年代分布を比較すると、女性は 30 歳以上 50 歳以下が多いのに対して、男性は 50 歳 以上 70 歳以下の年代区分が多い。
- ・ その他の年代区分のうち、10台未満の年代区分の回答者はいなかった。
- ・ 昨年度のインバウンドに限定した冬季調査 (大半がスキー場で回収された)では 20 代が最も多く、 日本人回答者が大半である今年度の調査結果とは大きく異なる。インバウンドと日本人客の年齢層 (およびスキー場客と宿泊客)が大きく異なる可能性も考えられるが、本調査は、宿泊者の任意の 回答に基づいたものであり、比較的年齢層の高い宿泊者が積極的にアンケートに協力していただい た可能性も考えられる。以下の分析結果を解釈する際には、アンケートの回答者分布が実態を反映 していない可能性に留意する必要がある。

② 居住地(日本語回答)

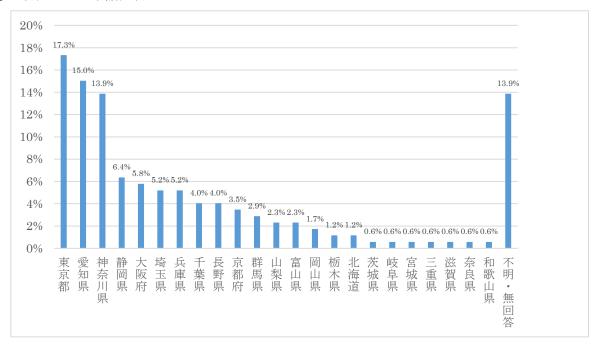


図 10 日本語回答者の居住地 (SA, n = 173)

・ 有効調査票 190 件のうち、日本語で回答した 173 名について、発地を調査した。173 名は、計 23 都道府県から来訪していた。もっとも多く選択された都道府県は東京都であり、30 名の回答者 (17.3%) が該当した。次いで、愛知県 (26 名, 15.0%)、神奈川県 (24 名, 13.9%)、静岡県 (11 名, 6.4%)、大阪府 (10 名, 5.8%) 等が挙げられた。

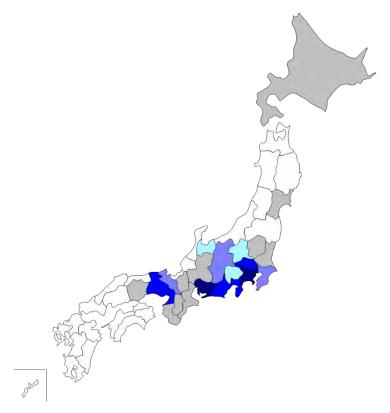


図 11 選択された都道府県の分布

③ 国籍(英語回答)

- ・ 有効調査票 190 件のうち、英語での回答者 17 名について、国籍を調査した。 なお、本調査では中国、台湾、香港をそれぞれ個別に扱う。
- ・ オーストラリアとの回答が 5 件、台湾との回答が 2 件、その他にマレーシア、韓国、カナダ、香港、イギリス、日本、中国との回答が 1 件ずつ、不明回答が 3 件みられた。

④ 居住国(英語回答)

- ・ 有効調査票 190 件のうち、英語での回答者 17 名について、居住国を調査した。 なお、本調査では中国、台湾、香港をそれぞれ個別に扱う。
- ・ オーストラリアとの回答が 5 件、香港との回答が 4 件、台湾との回答が 2 件、その他にマレーシア、日本、中国との回答が 1 件ずつ、不明回答が 3 件みられた。

⑤ 宿泊日数

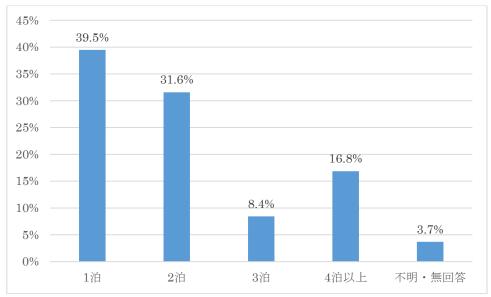


図 12 宿泊日数 (SA, n=190)

- ・ 回答者 190 名のうち、最も多く選択された泊数は 1 泊であり、75 名 (39.5%) が該当した。次いで 2 泊を選択した回答者が多く、60 名 (31.6%) が該当した。
- ・ 宿泊旅行の泊数について、30泊や4ヶ月との回答もあったが、それを除けば8泊が最長であった。
- ・ 英語で回答した17名の回答をみると、4泊以上を選択した回答者が10名であった。母数が僅少であるため参考値であるものの、この結果は日本人に比べて外国人のほうが長く滞在していることを示している。

1) 白馬村への総合評価

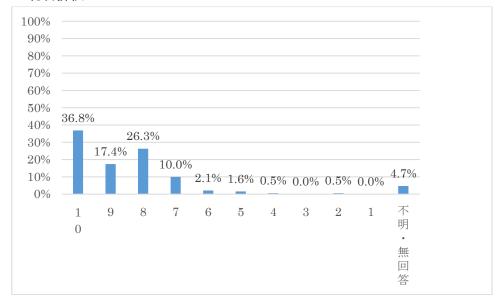


図 13 白馬村への総合評価(SA, n = 190)

・ 全体の3割超(70件、36.8%)が、最も高い総合評価である10を選択していた。 2番目以降には8(50件、26.3%)、9(33件、17.4%)、7(19件、10.0%)が、順に続いた。

2) 白馬村の推奨度

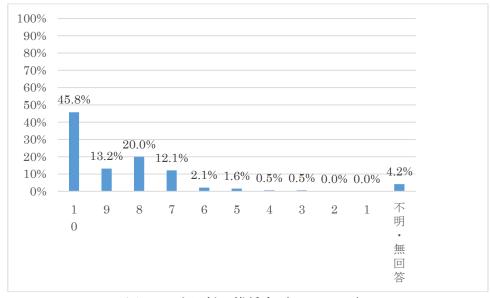


図 14 白馬村の推奨度 (SA, n=190)

- 全体の4割超(87件、45.8%)が、最も高い推奨度である10を選択していた。
 2番目以降には8(38件、20.0%)、9(25件、13.2%)、7(23件、12.1%)が、順に続いた。
- ・ 昨年度のインバウンド調査(主にスキー場客)では 10、9、8 を選択した割合は 89.4%であったの に対し、本年度(主に日本人宿泊客)は 79.0%である。

3) 白馬村への再来訪意向

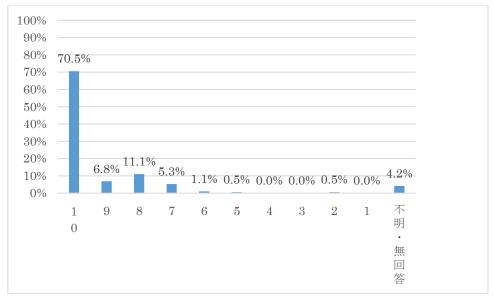


図 15 白馬村への再来訪意向

・ 全体の7割超(134件、70.5%)が、最も高い再来訪意向である10を選択していた。 2番目以降には8(21件、11.1%)、9(13件、6.8%)、7(10件、5.3%)が、順に続いた。

4) 白馬村内でのアクティビティや各種サービスに関する個別評価

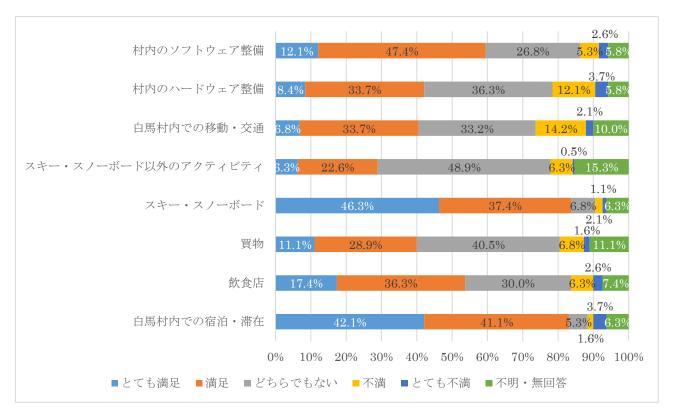


図 16 白馬村内でのアクティビティ等に関する個別評価 (SA, n=190)

*村内のソフトウェア整備としては「治安、雪かきの状況、パンフレットやウェブでの情報提供など」を、村内のハードウェア整備としては「標識、街灯、街中の景観、ATM、Wi-Fi環境、決済環境など」を具体例としてあげている

- ・ スキー・スノーボードおよび白馬村内での宿泊・滞在に対する満足度が非常に高く、それぞれ83.7% および83.2%の回答者が満足していると答えた(とても満足か満足を選択している割合)。
- ・ 一方でやや不満が多く見られるのは白馬村内での移動・交通や村内のハードウェア整備であり、それぞれ 16.3%および 15.8%の回答者が不満ありと答えた(とても不満か不満を選択している割合)。
- ・ また、スキー・スノーボード以外のアクティビティに関しての満足している割合は低くなっているが、これはスキー・スノーボード以外のアクティビティを体験している人が少ないことが理由であると考えられる(どちらでもないと回答している割合が48.9%)。

5) 白馬村内における課題

① もっとも優先度の高い課題

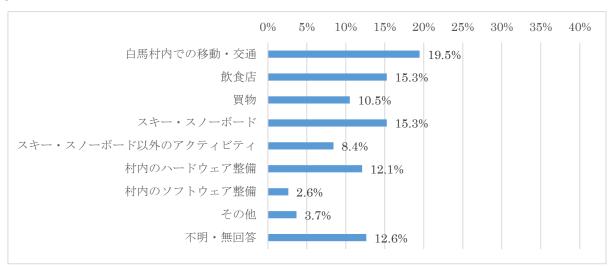


図 17 もっとも優先度の高い課題 (SA, n=190)

- ・ 白馬村での滞在をより良いものにするための、もっとも優先度の高い課題について選択式で回答を求めた。もっとも多く選択された課題は「白馬村内での移動・交通」であり、37件(19.5%)が該当した。これは白馬内での移動・交通に関して、不満が高かったという結果と整合的である。
- ・ 「白馬村内での移動・交通」を最優先課題としてあげた回答者の自由記述より、このカテゴリーで の不満は、大きく分けてシャトルバス不足等に関する課題と、道路に関する不満が見られた。シャ トルバス不足に関する課題については、以下のようなコメントが見られた。

白馬村は大きく広がっているので、色々なところを楽しむのは難しい。シャトルバスのサービスは まぁまぁだが、数は足りない。

白馬村内の移動手段が少なく、レンタカーやタクシー、シャトルバス等がもう少し頻度多くあると 便利

シャトルバスやタクシー以外の交通手段がないため、温泉など白馬でスキー以外の活動をしたい時に移動するのが非常に不便です。

・ また、道路に関する課題については、以下のようなコメントが見られた。 *駐車場の誘導員が少なく、停める場所がわかりづらかった*

八方尾根に伺いましたが スキー場に向かう道で 歩行者が幅をとって歩いている中 車で走り にくいと感じました。

安曇野インターまでの渋滞を考えると、早めに帰らなければなりません。 また、料金所を過ぎた 後に上下線に別れるポイントまでが短い為に慌ただしく車が交差するので、自分では運転したくな いなと思います。

- ・ 昨年度のインバウンド調査(主にスキー場客)でも、白馬内での交通が最も優先度の高い課題として一番多く選ばれていた。
- ・ 次いで、「スキー・スノーボード (29 件、15.3%)」「飲食店 (29 件、15.3%)」、が選択された。スキー・スノーボードに関しては満足度が高かったが、冬の白馬村のメインコンテンツであったため、

解決すべき課題としても挙げられる割合が多かったのではないかと考えられる(2番目に優先度の高い課題の解説も参照)。また、スキー・スノーボードを課題としてあげた回答者のコメントを見ると、スキー場の施設全体の不満が述べられたものが多かった。

飲食店を課題としてあげた回答者から、飲食店の絶対数に関する不満が挙げられいた。

繁忙期に来るせいか人気店には入らないし、店の数が少ないような…

宿泊者数に対しての飲食店が少ない為、夕飯時はお店に入れないことが多い。予約も電話でなければ出来ず、ネットなどで予約出来るとよい

② 2番目に優先度の高い課題

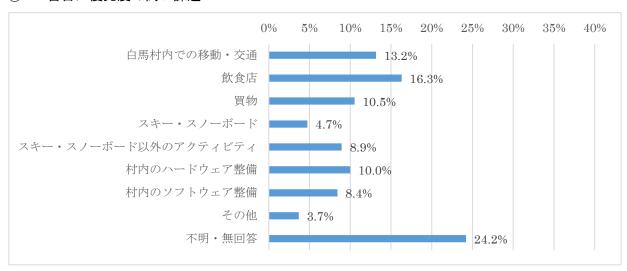


図 18 2番目に優先度の高い課題 (SA, n=190)

- ・ 不明・無回答を除けば、もっとも多く選択された課題は「飲食店」であり、31 件(16.3%) が該当した。2 番目以降には「白馬村内での移動・交通(25 件、13.2%)」、「買い物(20 件、10.5%)」が、順に続いた。
- ・ もっとも優先度が高い課題に比べて、スキー・スノーボードを選択した割合が大きく減少した。これは白馬にはスキー・スノーボードだけを目的としている回答者が多く、そのような回答者はスキー・スノーボードに対して高い期待をもっており、そのために最も優先度の高い課題に選ばれる率が高かったのではないかと考えられる。

③ 3番目に優先度の高い課題

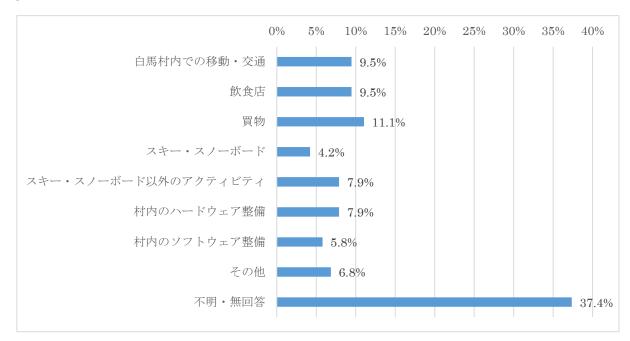


図 19 3番目に優先度の高い課題 (SA, n=190)

3番目に優先度の高い課題に関しては、どれも大きな差は見られなかった。

④ その他の課題(自由回答)

・ 上記で挙げた課題以外に、スキー以外にやることがないとの意見が多く寄せられた。スキーをしない客を含んだグループで来る場合も多く、スキーをしなくても楽しめるような観光地を作っていく必要があるのではないか。

同じぐらいの時期にこのエリアで泊まっていた友達の中には、スキーやスノーボードをやらない人たちがいた。一部がスキーを楽しんでいる間、他の人たちがもっと他のアクティビティを楽しんだり、ちゃんとしたショッピングができたりすればいいなと思う。

何でもいいけど見所が欲しいです

レストランの数も少なく、スキー以外で何をしたらいいのか分からない

今回、2 日目は体調が悪く、スキーをしなかったので、その間の時間つぶしに困った。スキーやトレッキング以外の観光できる名所があれば…と感じました。

6) 白馬への累計来訪回数

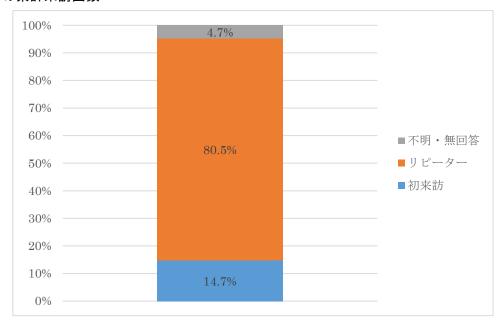


図 20 白馬村におけるリピーター割合 (SA, n=190)

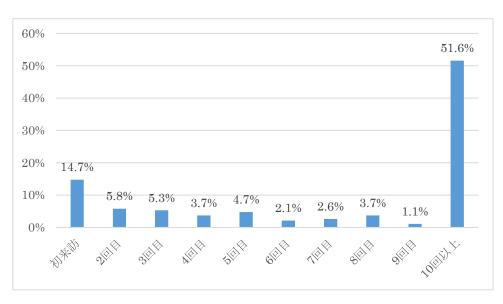


図 21 白馬村への累計来訪回数 (SA, n=190)

- ・ 8 割を超える回答者がリピーターであり、10 回以上白馬村に来ていると答えた回答者が半分以上 (98名)であった。しかしながら、本アンケートの回答者がやや年齢層が高かったことやサンプル 数自体が少ないことに留意が必要である。
- ・ 10回以上を選択した回答者のうち、20人ほどが数え切れない或いは100回以上と回答している。

7) 今シーズン中の累計来訪回数

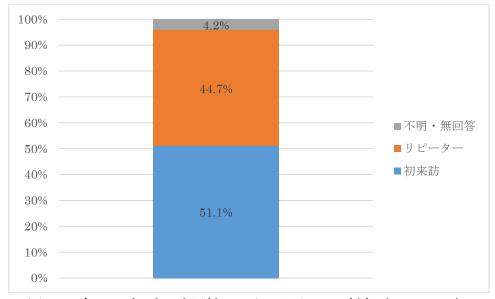


図 22 今シーズン中の白馬村におけるリピーター割合 (SA, n=190)

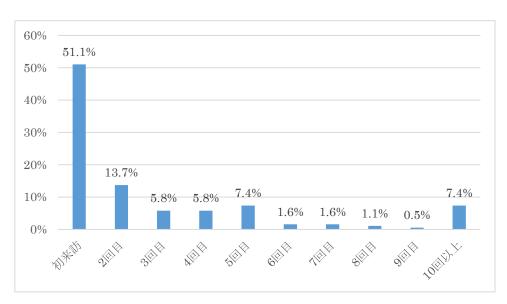


図 23 今シーズン中の白馬村への来訪回数

・ 今シーズンに限定しても約半分がリピーターであり、白馬におけるリピーター率の高さが伺える。

8) 旅行手配の方法

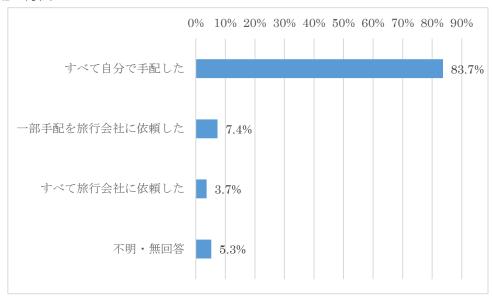


図 24 旅行手配の方法 (SA, n=190)

・ 159名 (83.7%) が旅程のすべてを自分で手配していた。一部手配を旅行会社に依頼したのは 14名 (7.4%)、旅程すべての手配を旅行会社に依頼したのは 7名 (3.7%) であった。

9) もっとも影響のあった情報媒体

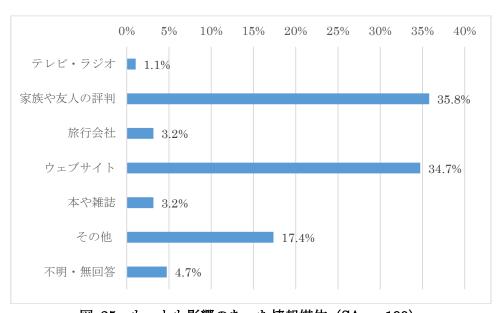


図 25 もっとも影響のあった情報媒体 (SA, n=190)

・ 大半の回答者が家族や友人の評判又はウェブサイトをもっとも影響のあった情報媒体であるとい 回答していた。家族や友人の評判を選択した回答者は68名(35.8%)、ウェブサイトを選択した回 答者は66名(34.7%)であった。

10) もっとも影響のあったウェブサイト

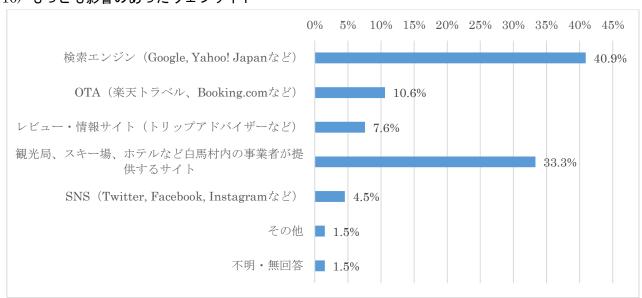


図 26 もっとも影響のあったウェブサイト (SA, n=66)

- ・ もっとも影響力のあった情報媒体としてウェブサイトを選択した回答者のみを対象とした(n=66)。
- ・ 検索エンジン (Google, Yahoo! Japan など) を選択した回答者がもっとも多く、27名(40.9%) であった。次いで、観光局、スキー場、ホテルなど白馬村内の事業者が提供するサイトを選択した回答者が多く、22名(33.3%)であった。

11) 白馬村へ来る前、滞在中に訪問した白馬村以外の観光地(自由回答)

- ・ 自由回答によって、白馬村へ来る前・滞在中に訪問した白馬村以外の観光地を聞いたところ、安曇 野・松本城・諏訪湖・善光寺が比較的多く述べられた。
- ・ 昨年度のインバウンド調査(主にスキー場客)では、地獄谷(スノーモンキー)との回答が多く、 日本人宿泊客との違いが見える。松本城と善光寺に関しては共通しているが、安曇野や諏訪湖は日本人宿泊客に特有な回答であった。

12) 消費単価

表 14 費目別 消費額回答者数

	費目								
	総額	宿泊費	食事代	白馬村内 交通費	娯楽サー ビス費	買い物代	その他の 支出		
有効回答	128	127	118	19	107	74	23		

- それぞれの費目について消費額を回答した人数は上表の通りであった。
- ・ 以下の 1) 2) に従ってデータ処理を行い、外貨による回答は 3) に従って日本円に換算した。表 4 では消費額、消費に対応する人数の両方を回答した調査票数をのせている。それらの調査票を基に、表 5 における消費単価(1 日 1 人あたり)の算出した。
- 1) 極端な外れ値(1人が総額・宿泊費として支払った料金が100円以下や100万円以上)は集計から 除外。
- 2) 総額と宿泊料金の消費額に矛盾が認められる(消費総額が、宿泊料金より小さい)場合は、消費総額を集計から除外。
- 3) 外貨による回答は、世界通貨基金 (IMF) の 2018 年 5 月 11 日時点の対 SDR レートをもとに、日本円に換算して集計。

http://www.imf.org/external/np/fin/data/param rms mth.aspx

表 15 費目別 消費単価に関する有効回答数

	費目						
	総額 宿泊費	食事代	白馬村内	娯楽サー	買い物代	その他の	
			交通費	ビス費		支出	
有効回答	103	122	112	18	105	72	21

表 16 費目別 消費単価(円/人・泊)

消費単価	費目							
	総額	宿泊費	食事代	白馬村内 交通費	娯楽サー ビス費	買い物代	その他の 支出	
平均値	20918	13740	3240	1751	7522	2275	12167	
中央値	16000	10000	2450	1316	5000	1570	2000	

- ・ 総額およびそれぞれの費目において平均値が中央値を下回っており、平均値よりも低い値に分布が 偏在していることが想定される。
- ・ 1 泊 1 人当たりの宿泊費は平均値が 13740 円、中央値は 10000 円である。また娯楽サービスには 平均値として約 7522 円、中央値としては約 5000 円であり、宿泊費と娯楽サービス費が白馬村で の支出の大半を占めている。

13) 白馬村の滞在について(自由記述)

・ 自由記述の中で目立ったものは、自然や景色などについて高評価であった。ゲレンデの雪質だけで なく、白馬全体の自然が高い評価を受けていることが分かる。

自然がとても豊かで、静かで、落ち着いてリラックスできる滞在となり満足しています。 花が綺麗でよかった。

景色が良く、日頃の忙しさから解放されるのがいい。特に今回は、天気が良くて白馬三山がきれい にみえて嬉しかった。

自然豊かで良い土地です。気持ちが癒されます。

・ 冬季中における白馬のメインコンテンツであるゲレンデに関しても、雪質を中心とした高評価の声が多く見られた。

雪が最高でした

スキー場が雪がいい!

いつきても、雪質がよいですね。

スキー場のコースが素晴らしい。知っている中では自分にとっては日本一。

・ またインバウンド観光客対応に関しては、異なる意見が見慣れた。外国語標記の少なさを課題として捉える人がいる一方で、あまりに村が外国人向けになってしまうことに対して警戒心を持っている人も見られた。

外国人向けに対して外国語表記が少ない(特に交通関係)ので難しいとは思うが外国語表記をした方がいいのでは。

外国人観光客が多い割に街は外国語表記が少なくて、白馬のありのままの姿を表現している感じで 良かった。外国人観光客を集客したいとは思うが、街が外国人向けになってしまうと、日本人が訪 れにくくなるので、このままやっていって欲しいです。

外国人が増えてどちらかというと外国人向けの施設や飲食店が増えている印象。日本人を大切にして欲しい

2. 通季調査における設問

- 1) 回答者属性
- ・ 国内からお越しの方: 性別、年代、同行者、お住まいの都道府県
- ・ 海外からお越しの方: 性別、年代、同行者、国籍、お住まいの国
- 2) 白馬村への来訪回数:
- · 累計 ____回目
- ・ 今シーズン ____回目
- 3) 今回の旅行で白馬村に滞在する日数
- 4) 今回の旅行をどのように手配したか:
- ・ すべて自分 / 一部旅行会社 / すべて旅行会社
- 5) 今回の旅行にあたって利用した情報源:
- ・ テレビ・ラジオ / 家族や友人の評判 / 旅行会社 / ウェブサイト / 本や雑誌 / その他
- 5)-1[5で「ウェブサイト」を選択した回答者のみ表示]
- もっとも影響のあったウェブサイト等を1つ選択 検索エンジン(Google など) / 旅行予約サイト, OTA(楽天トラベル、Booking.com、Expedia など) /レビュー・旅行情報サイト(TripAdvisor, 4travel, Powderhounds など) / 白馬村観光局、宿泊先ホテルなどの供給側が提供するウェブサイト / SNS / その他
- 6) 白馬村来訪前・滞在中・出発後に立ち寄った/立ち寄る予定の、白馬村以外の場所と滞在日数
- 7) 滞在全体に対する評価
- ・ 白馬村にどの程度満足したか(満足度):0-10の11段階評価
- ・ 白馬村を友人や知人にどの程度オススメしたいか(推奨度):0-10 の 11 段階評価
- ・ 白馬村にまた来たいと思うか(再来訪意思):0-10の11段階評価
- 8) 村内の各要素に対する満足度(実施してない場合は選択なしを許容)
- ・ 宿泊・滞在 / 飲食 / 買物 / スキー・スノーボード / スキー・スノーボード以外のアクティビティ (スノーモービル、スノーシュー等) / 白馬村内の交通 / 村内のハードウェア (標識、街灯、街の 景観、ATM、Wi-Fi、決済環境など) / 村内のソフトウェア (治安、街路の雪かき、パンフレット等 の情報提供、ウェブでの情報提供など)
- 9) 白馬村内で解決すべき課題だと感じる要素
- 選択式(優先度順に3つまで)
 白馬村内の交通/飲食/買物/スキー・スノーボード/スキー・スノーボード以外のアクティビ ティ/村内のハードウェア整備/村内のソフトウェア整備/その他
- ・ 自由記述 (課題として選んだ項目について、特に気になった点について)
- 10) 実施した活動に対して消費した金額
- ・ 宿泊料金 / 飲食費 / 白馬村内での交通費 (バス、タクシー、レンタカーなど) / 買物代 / 娯楽サービス費 (リフト券代、用具レンタル代、その他アクティビティ参加費など)
- 11) 自由記述

3. 臨時調査における設問

- ・ 白馬村は北アルプスの自然に恵まれ、毎年多くのお客様にお越し頂いています。昨今では 海外からのお客様も多くお迎えするなど、白馬村をとりまく環境が著しく変化する中で、 今後も観光地の魅力を維持・向上させるための取り組みが求められています。
- ・ 近年、国内では観光地の魅力を維持・向上させるために、観光客の皆様に金銭的なご協力 をいただく事例が増えています。また北米やヨーロッパ、オーストラリアなど海外のリゾ ート地においても、同様の取り組みがなされています。

他地域の事例

・東京都、大阪府 : 宿泊のお客様から1人1泊あたり100-300円を徴収(宿泊税)

・山梨県、静岡県 : 富士山に入山する登山客から 1 人 1,000 円を任意徴収(富士山保全協力金)

・河口湖町 (静岡県) : 釣り客から1回につき200円を徴収 (遊漁税)

・太宰府市(福岡県) : 駐車場利用者から1回につき50-500円を駐車料金に加えて徴収(歴史と文化の環境税)

- ・ 白馬村でも今後、他の自治体のように、観光客の皆様に金銭的なご協力をお願いすること を検討しています。頂いた財源をもとに、景観の魅力向上、自然環境保全、地場産品活 用、観光情報の発信等に取り組み、さらに多くのお客様に楽しんで頂ける白馬村を目指し ていきたいと考えています。
- 1) 白馬村において、他の自治体のようにお客様に金銭的なご協力をお願いし、景観の魅力向上、自然環境保全、地場産品活用、観光情報の発信等に取り組むことについて、あなたのお考えに最も近いものをお選びください。
- a. 積極的に協力したい
- b. 協力したい
- c. 使途が明確であれば協力したい
- d. 協力したくない
- 2) [1 で a, b, c のいずれかを選択した回答者のみ表示]

白馬村でのご旅行で、1人1日につきいくらまでなら金銭的な協力をしてもよいと感じますか?

- a. 50 円未満
- b. 50 円以上 100 円未満
- c. 100 円以上 150 円未満
- d. 150 円以上 200 円未満
- e. 200 円以上 250 円未満
- f. 250 円以上 300 円未満
- g 300 円以上

4. インターネット回答ページにおける表示(日本語版)

白馬村にお越し頂きありがとうございます。サービス向上のために、皆様の声をお聞かせ下さい。 回答を入力すると、次の質問に自動で移動します。前の質問へ戻る場合は上に、次の質問に進む場合は 下にスクロールしてください。
回答時間は10分程度です。 Amazonギフト券の抽選応募欄は、回答ページの末尾にこざいます。
本調査は白馬村観光課が主催し、(公財)日本交通公社が運営します。調査で得られたデータは『白馬村観光地経営計画』の推 進度をチェックするために用いられます。頂いた回答はすべて個人が特定されない形で取り扱い、第三者には提供致しません。

白馬村は北アルプスの自然に恵まれ、毎年多くのお客様にお越し頂いています。昨今では海外からのお客様も多くお迎えするなど、白馬村をとりまく環境が著しく変化する中で、今後も観光地の魅力を維持・向上させるための取り組みが求められています。

近年、国内では観光地の魅力を維持・向上させるために、観光客の皆様に金銭的なご協力をいただく事例が増えています。また北米やヨーロッパ、オーストラリアなど海外のリゾート地においても、同様の取り組みがなされています。

< 他地域の事例 >

- ・東京都、大阪府:宿泊のお客様から1人1泊あたり100-300円を徴収(宿泊税)
- ・山梨県、静岡県:富士山に入山する登山客から1人1,000円を任意徴収(富士山保全協力金)
- ・静岡県富士河口湖町:釣り客から1回につき200円を徴収 (遊漁税)
- ・福岡県太宰府市:駐車場利用者から1回につき50-500円を、駐車料金に加えて徴収 (歴史と文化の環境税)

白馬村でも今後、他の自治体のように、観光客の皆様に金銭的なご協力をお願いすることを検討しています。頂いた財源をもとに、景観の魅力向上、自然環境保全、地場産品活用、観光情報の発信等に取り組み、さらに多くのお客様に楽しんで頂ける白馬村を目指していきたいと考えています。

1. É	1馬村において、	他の自治体の。	ようにお客様に金銭的なご協力をお願いし、	景観の魅力向
上、	自然環境保全、	地場産品活用、	観光情報の発信等に取り組むことについて、	あなたのお
考え	に最も近いもの	りをお選びくだる	さい。	

○ 積極的に協力したい			
○ 協力したい			
使途が明確であれば協力し	, <i>†</i> =い		
○ 協力したくない			

○ 50円未満	○ 200円以上 - 250円未満
○ 50円以上 - 100円未満	○ 250円以上 - 300円未満
○ 100円以上 - 150円未満	○ 300円以上
○ 150円以上 - 200円未満	

観光財源に関する調査にご協力いただき 引き続き、お客様のご旅行につきまして	
かられる、の女体のこれがに フさまして	ひらい たしまり。
3. ご年齢をお選びください。	
○ 10歳未満	○ 40-49歳
○ 10-19歳	○ 50-59歳
○ 20-29歳	○ 60-69歳
○ 30-39歳	○ 70歳以上
4. ご性別をお選びください。	
○ 男性	
○女性	
5. お住まいの都道府県をお選びく	ださい。
•	
6. お住まいの市区町村をご入力く	ださい。
7. 白馬へのご来訪は、累計で何回	目でしょうか?
	\$
8. 今シーズン中の白馬へのご来訪	は、何回目でしょうか?
	•

9. 今回のご旅行は何泊のご予?	
○ 1泊	
○ 2泊	
○ 3泊	
○ 4泊以上 (泊数をご入力くだ	(さい)
10. ご宿泊になりました宿泊施	飯名をご記入ください。
11. 今回のご旅行は、どのよう	うに手配されましたか?
/ HO/C/M11/6 (CO/6)	
○ すべて自分で手配した	
	した
すべて自分で手配した一部手配を旅行会社に依頼しすべて旅行会社に依頼した12. 白馬村へお越しになる前、	
すべて自分で手配した一部手配を旅行会社に依頼しすべて旅行会社に依頼した12. 白馬村へお越しになる前、予定の)、白馬村外の観光地なる	または白馬村滞在中に訪問した(あるいは出発後に訪問す
すべて自分で手配した一部手配を旅行会社に依頼しすべて旅行会社に依頼した12. 白馬村へお越しになる前、予定の)、白馬村外の観光地なる	または白馬村滞在中に訪問した(あるいは出発後に訪問する などがございましたら、いくつでもご記入ください。
○ すべて自分で手配した ○ 一部手配を旅行会社に依頼し ○ すべて旅行会社に依頼した 12. 白馬村へお越しになる前、 予定の)、白馬村外の観光地な 例) 善光寺を拝観した、糸魚川市内を観光	または白馬村滞在中に訪問した(あるいは出発後に訪問する などがございましたら、いくつでもご記入ください。
○ すべて自分で手配した ○ 一部手配を旅行会社に依頼し ○ すべて旅行会社に依頼した 12. 白馬村へお越しになる前、 予定の)、白馬村外の観光地な 例) 善光寺を拝観した、糸魚川市内を観光	または白馬村滞在中に訪問した(あるいは出発後に訪問する などがございましたら、いくつでもご記入ください。 とした、山ノ内町に1泊した、長野市内の親戚宅に立ち寄った、など
○ すべて自分で手配した ○ 一部手配を旅行会社に依頼し ○ すべて旅行会社に依頼した 12. 白馬村へお越しになる前、 予定の)、白馬村外の観光地な 例) 善光寺を拝観した、糸魚川市内を観光	または白馬村滞在中に訪問した(あるいは出発後に訪問するなどがございましたら、いくつでもご記入ください。 せした、山ノ内町に1泊した、長野市内の親戚宅に立ち寄った、など こあたって、もっとも影響のあった情報媒体は何ですか?
● すべて自分で手配した ● 一部手配を旅行会社に依頼した ● すべて旅行会社に依頼した 12. 白馬村へお越しになる前、 予定の)、白馬村外の観光地な 例) 善光寺を拝観した、糸魚川市内を観光 13. 今回のご旅行を計画するに ● テレビ・ラジオ	または白馬村滞在中に訪問した(あるいは出発後に訪問するとがございましたら、いくつでもご記入ください。 また、山ノ内町に1泊した、長野市内の親戚宅に立ち寄った、など こあたって、もっとも影響のあった情報媒体は何ですか?
 すべて自分で手配した 一部手配を旅行会社に依頼した すべて旅行会社に依頼した 12. 白馬村へお越しになる前、 予定の)、白馬村外の観光地なる 例) 善光寺を拝報した、糸魚川市内を観光 13. 今回のご旅行を計画するに テレビ・ラジオ 家族や友人の評判 	または白馬村滞在中に訪問した(あるいは出発後に訪問するよどがございましたら、いくつでもご記入ください。 せした、山ノ内町に1泊した、長野市内の親戚宅に立ち寄った、など こあたって、もっとも影響のあった情報媒体は何ですか?

〇 OTA (楽天トラベル、Booking.comなど) 業者	光局、スキー場、ホテルなど白馬村内の 者が提供するサイト S(Twitter, Facebook, Instagramなど)
滞在全体について、どの程度ご満足いただけましたで もっとも当てはまる数字をお選びください 。	でしょうか。
0 = 非常に不満だ 10 = とても満足した	10
10=とても満足した 0 16. あなたはどの程度、友人や同僚に白馬村をオススもっとも当てはまる数字をお選びください。	
10 = とても満足した 0 16. あなたはどの程度、友人や同僚に白馬村をオスス	

17. 白馬村にまた来 もっとも当てはまる					
0=まったく思わない					
10 = 非常にそう思う					
0				10	
0					
18. 白馬村内でのア: しょうか。 それぞれの項目につ *利用していない、わから:	きまして、満足	!度を1つず			いただけま
	とても不満	不満	どちらでもな い	満足	とても満
白馬村内での宿 泊・滞在	0	0	0	0	0
飲食店	0	0	0	0	0
買物	0	0	0	0	0
スキー・スノー ボード	0	\circ	\circ	\circ	0
スキー・スノー ボード以外のアク ティビティ	0	0	0	0	0
白馬村内での移 動・交通	0	0	0	0	0
村内のハードウェ ア整備(標識、街 灯、街中の景観、 ATM、Wi-F環境、 決済環境など)	0	0	0	0	0
村内のソフトウェ ア整備 (治安、雪 かきの状況、バン		0		0	0

3つ以下でも結構です		
	優先度©	
課題		
20. 2番目の課題をお選び	ください。	
◈ 合計3つ以下でも結構です		
	優先度②	
題		
21. 3番目の課題をお選び	ください。	
※合計3つ以下でも結構です。		
課	優先度③	
題		
**		

	支出しなかった	支出した
d. 娯楽サービス費 (アクティビティ 参加費、リフト券	0	0
代、レンタル費用 等)		
支出金額 (円/日)		
e. 買い物代	0	0
支出金額 (円/日)		
f. その他の支出	0	0
支出金額 (円/日)	_	
	いて、良かった点・悪かった点か	ございましたら、ご自由に
ださい。		
ださい。	だき、誠にありがとうございました	
ださい。 ケートは以上となります。 行中のところお時間をいた	だき、誠にありがとうございました	

3.旅行費用についてお作	同いします。	
回の白馬滞在中に支出 囲でお聞かせ下さい。	された、または支出される予定の	の金額につきまして、差し支
人分の金額を入力され	ますか? (お子様も1人と数えま	す)
	\$	
	よび α ~ f の各費目について「支 範囲でご入力ください。	出の有無」と「1日あたりの
支出したが、金額がわからない	費目については、「支出した」のみにチェッ	クを入れてください。
支出したが、金額がわからない	要目については、「支出した」のみにチェッ	クを入れてください。
支出したが、金額がわからない	費 目については、「支出した」のみにチェック 支出しなかった	クを入れてください。 支出した
支出したが、金額がわからない! 総額		
総額		
総額		
総額 支出金額 (円/日) a. 宿泊料金 (旅行	支出しなかった	支出した
総額 支出金額 (円/日) a. 宿泊料金 (旅行 前決済を含む)	支出しなかった	支出した
総額 支出金額 (円/日) a. 宿泊料金 (旅行 前決済を含む)	支出しなかった	支出した
総額 支出金額 (円/日) a. 宿泊料金 (旅行 前決済を含む) 支出金額 (円/日)	支出しなかった	支出した
総額 支出金額 (円/日) a. 宿泊料金 (旅行前決済を含む) 支出金額 (円/日)	支出しなかった	支出した
総額 支出金額 (円/日) a. 宿泊料金 (旅行前決済を含む) 支出金額 (円/日) b. 飲食費 支出金額 (円/日)	支出しなかった	支出した
総額 支出金額 (円/日) a. 宿泊料金 (旅行前決済を含む) 支出金額 (円/日)	支出しなかった	支出した

○回答御礼品につきまして

ご回答頂きましたお客様の中から抽選で40名様に、Amazonギフト券または白馬村特産品 (いずれも 2,000円相当) をお贈りさせて頂きます。

当選のご連絡、ご希望の御礼品選択、Amazonギフト券番号の送付は、電子メールを使用いたします。 抽選を希望されるお客様はメールアドレスをご入力いただき、下記事項をご確認の上、ページ末尾の 「完了」ボタンを押してください。

抽選を希望されない場合は、入力欄は空欄のまま、ページ末尾の「完了」ボタンを押してください。

26. 抽選に応募される方は、メールアドレスをご記入ください。

○個人情報の取り扱いにつきまして

お預かりしたメールアドレスは(公財)日本交通公社の個人情報保護方針に従って管理し、本調査終了後に破棄いたします。当該財団の個人情報保護指針につきましては、下記リンク先をご参照ください。 https://www.jtb.or.jp/privacy-policy

○Amazonギフト券の商標に関する注記

- 1. 本調査は白馬村による提供です。調査についてのお問合せはAmazonではお受けしておりません。白馬村観光課(0261-85-0722)までお願い致します。
- 2. Amazon, Amazon.co.jp およびそのロゴはAmazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。

5. インターネット回答ページにおける表示(英語版)

Hakuba Visitors Questionnaire 2017-2018 Winter
Thank you for visiting Hakuba. Please provide your sincere feedback so that we can further improve our service. It takes approximately 10 minutes. The entry page for Amazon gift code drawing is at the bottom of the answer pages. The answer pages scroll automatically to the next question when you answer a question. If you want to get back to the previous question or jump to next question, please scroll by yourself.
get back to the previous question of jump to next question, please seron by yoursen.
This survey is hosted by Hakuba village office, Tourism division, and is conducted by Japan Travel Bureau Foundation. Your answers shall remain anonymous and confidential.

Hakuba have welcomed many tourists every year, with beautiful nature of South Alps, Japan. We have to control and improve our policies to make Hakuba more attractive according to the great changes of situations surrounding us, such as the rapid increase of visitors from overseas.

Some local governments in Japan started to collect new fees or contributions from tourists aiming to maintain and improve the environments and attractiveness as a destination, as with the some governments and resorts in USA, EU and Australia do.

Examples of local governments in Japan collecting fees or contributions from tourists

- Tokyo Pref / Osaka Pref. : 100-300 JPY per 1 bed

- Yamanashi Pref. / Shizuoka Pref. : 1,000 JPY per 1 enter to Mt. Fuji (voluntary)

- Fujikawaguchiko Town: 200 JPY per 1 time of recreational fishing

- Dazaifu City: Extra 50-500 JPY on parking fee

We now in the process of consideration to collect fees or contributions from tourists based on precedent examples. With the revenue from tourists, we intend to make Hakuba more pleasant destination by

What do you think about collecting additional fees or contributions from tourists in Hakuba for promotions, utilizing local foods and products, improving scenery and preserving environment?

promotions, improving scenery, preserving environment and utilizing local products.

\circ	Definitely would like to cooperate
\circ	Would like to cooperate
\circ	Would like to cooperate, as long as the uses of the revenue are clear and determinate
\circ	Would NOT like to cooperate

per 1 person & 1 day	
,,	
Ounder 50 JPY	O 200 - 250 JPY
○ 50 - 100 JPY	250 - 300 JPY
○ 100 - 150 JPY	Over 300 JPY
○ 150 - 200 JPY	

Hakuba Visit	tors Questionnaire 2017-2018 Winter
3. Age	
Under 10	40-49
0 10-19	50-59
20-29	60-69
30-39	Over 70
4. Sex	
○ Male	
female	
\$	
6. Country of Residence	
Same as above	
Other (please specify)	
7. How many times have you	u visited Hakuba before? (including this trip)
	\$

	w many times have you visited Hakuba <u>during this winter</u> ? (including this tri
	*
9. Sta	ying in Hakuba for
O 1	Lnight
O 2	2 nights
ः	3 nights
\circ	Over 4 nights (please specify)
10. Di	d you arrange this trip by travel agent or by yourself?
10. 0.	a you arrange this trip by travel agent or by yourself.
() I	arranged ALL of itinerary by myself.
0 7	The travel agent arranged some parts of itinerary.
0 7	The travel agent arranged ALL of my itinerary.
	ease describe where did/will you visit before coming to Hakuba, during you kuba or after your departure from Hakuba.
e.g.) Sn	ow Monkey, Zenkoji Temple, Staying at Yamanouchi
12. W	here are you staying in Hakuba? Please enter the name of your accommoda
,	71
ļ	

3. What was the most influention	al media when you planned this trip?
○ TV/Radio	The Internet/Websites
Family/Friends	Books/Magazines
Travel Agent	
Other (please specify)	

Online Travel Agetc.) Travel Review Sipowderhounds, of Other (please sp	re you with stay in Hakuba	Official websites of Tourism areas or Hotels in Hakuba SNS (Twitter, Facebook, Ins.) on the whole?	
0	ou to recommend visiting	10	
Please answer on a	-		
10= extremely likely			

Please answer on a					
0= Not likely at all					
10= extremely likely					
0				10	
Ŏ				20	
O.					
18. Please check th				es in Hakuba	
	Dissatisfied	Dissatisfied	Neutral	Satisfied	Very Satisfie
Accommodations	0	0	0	0	0
Restaurants	0	0	0	0	0
Shopping	0	0	0	0	0
Ski/Snowboard	0	0	0	0	0
Activities other than Ski/Snowboard	0	0	О	0	0
Inner- Transportation in Hakuba	0		0		0
Public Facilities (Sign, Street lamps,					
Townscape, ATM, Wi-Fi, Payment system)	U	O		O	
Public Services (Security, Snow clearance, Information on the	0	0	0	0	0

Hakuba Visitors Questionnaire 2017-2018 Winter 19. What kind of elements do you think we should improve to make your stay better in Hakuba? Please choose up to 3 elements according to the priority. Priority #1 Elements \$ 20. Please choose the second element. Priority #2 Elements \$ 21. Please choose the third element. Priority #3 **‡** Elements 22. Please give us your feedback about the elements you chose above.

		cooseennooooeeeeeennoooseenooooooooooooo
3. This is the question about you expended for all of your trip mem	-	ease tell us <u>the total am</u> e
or how many persons? (One ad	ult is 1, and one child is a	lso 1)
\$]		
4. What is the currency you wou	ıld enter for the payment?	?
\$		
V		
5.		
		F 41 14
Please check the expense item		
Please check the expense item Please enter the the amount yo	ou've spent/will spend on	each item you checked
Please check the expense item Please enter the the amount you If you don't know the amount o	ou've spent/will spend on	each item you checked
Please check the expense item Please enter the the amount you If you don't know the amount of	ou've spent/will spend on	each item you checked
Please check the expense item Please enter the the amount you If you don't know the amount one them blank. Please enter the amount of pays	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> .	each item you checked " checked item, please
Please check the expense item Please enter the the amount you If you don't know the amount one them blank. Please enter the amount of pays	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> .	each item you checked " checked item, please
Please check the expense item Please enter the the amount you If you don't know the amount of the them blank. Please enter the amount of pays	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> .	each item you checked " checked item, please
Please check the expense item Please enter the the amount you If you don't know the amount one them blank. Please enter the amount of pays	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> . price, please just check "	each item you checked " checked item, please payed".
Please check the expense item Please enter the the amount your of you don't know the amount of the them blank. Please enter the amount of paying if you don't know the accurate	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> . price, please just check "	each item you checked " checked item, please payed".
Please check the expense item Please enter the the amount of If you don't know the amount of the them blank. Please enter the amount of pays If you don't know the accurate Total Amount of a - f below	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> . price, please just check "	each item you checked " checked item, please payed".
Please check the expense item Please enter the the amount your of you don't know the amount of the them blank. Please enter the amount of payor of your don't know the accurate of your don't know the accurate of the payor of t	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> . price, please just check "	each item you checked " checked item, please payed".
Please check the expense item Please enter the the amount your of you don't know the amount of the them blank. Please enter the amount of payor of the payor of	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> . price, please just check "	each item you checked " checked item, please payed".
Please check the expense item Please enter the the amount your of you don't know the amount of the them blank. Please enter the amount of payor of the payor of	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> . price, please just check "	each item you checked " checked item, please payed".
Please check the expense item Please enter the the amount your of the payer of the	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> . price, please just check "	each item you checked " checked item, please payed".
Please check the expense item Please enter the the amount your of you don't know the amount of the them blank. Please enter the amount of payor of the payor of	ou've spent/will spend on of payment for the "payed ment <u>per DAY</u> . price, please just check "	each item you checked " checked item, please payed".

Amount (per day) c. Inner-village Transportation in Hakuba Amount (per day) d. Activity and Amusement Services (Ski rental, Entrance fee, Lift tickets, etc.) Amount (per day)		0
Amount (per day) d. Activity and Amusement Services (Ski rental, Entrance fee, Lift tickets, etc.)	0	0
Amount (per day) d. Activity and Amusement Services (Ski rental, Entrance fee, Lift tickets, etc.)		0
Amount (per day) d. Activity and Amusement Services (Ski rental, Entrance fee, Lift tickets, etc.)		
d. Activity and Amusement Services (Ski rental, Entrance fee, Lift tickets, etc.)	•	•
Services (Ski rental, Entrance fee, Lift tickets, etc.)	O	O
Services (Ski rental, Entrance fee, Lift tickets, etc.)	O	0
fee, Lift tickets, etc.)	O	0
Amount (per day)		
e. Shopping		
Amount (per day)		
f. Other payment		
Amount (per day)		
Are there any ideas you would like kuba more enjoyable? Please desc		

Prize draw for the respondents
Some respondents will win \$10 Amazon gift code by draw. For contacting and delivering gift code, we need e-mail address. If you want to participate in the prize competition, please enter your e-mail address in the box below and select the country of Amazon you would like to get the gift code, and press the "DONE" button at the bottom of this page. If you don't join the draw, please leave it blank and press "DONE".
Privacy Policy: Your e-mail address shall be managed in conformity to the privacy policy of Japan Travel Bureau Foundation, and be cleared out when this survey would be finished. The privacy policy is published online. https://www.jtb.or.jp/privacy-policy
27. Your e-mail address
28. Please select the country of Amazon you would like to get the gift code.
•

6. 調査案内

平成30年1月吉日

施設名

様

白馬村 観光課 (事務局)公益財団法人 日本交通公社

平成29年度 白馬村冬季来訪者調査の実施につきまして(ご依頼)

拝啓 時下ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上 げます。

さて、先日お電話にてご依頼を差し上げておりました「平成 29 年度白馬村冬季来訪者調査」につきまして、調査資材等が整いましたのでお送りさせて頂きます。ご多用の折たいへん恐縮ではございますが、同封しております調査概要書ならびに説明書をご参照いただき、調査カードの設置にご協力を賜りますよう、お願い申し上げます。

略儀ながら、書面をもちましてお願い申し上げます。

敬具

記

添付書類等

調査概要書 1 通
 ご担当者様向け説明書 1 通
 調査カード(含 余部) 1式

以上

平成 29 年度 白馬村冬季来訪者調査 調査実施概要

1. 調査の背景と目的

去る平成 28 年 3 月に、『白馬村観光地経営計画』が策定されました。この計画は平成 28 年度 4 月から 平成 37 年度の 10 年間を計画期間として、白馬村における観光地経営の目標と戦略を提示したものです。

今回の調査は『白馬村観光地経営計画』に基づき、白馬村が実施するものです。得られたデータは、定期的に開催される「白馬村観光地経営会議」において、計画の推進度をチェックするために用いられます。またご協力を頂きました宿泊事業者様には、別途調査結果をフィードバックさせて頂く予定です。

2. 調査方法

冬季の白馬村に来訪した宿泊旅行のお客様を対象として、ご旅行の行程や満足度などを質問するアンケート調査を行います。調査は日本語と英語の2言語で実施し、回答はインターネット上で収集します。村内の宿泊施設にご協力をいただき、回答ページにアクセスする URL 等を記載したカードを各施設で配布させていただきます。

3. 予定調查期間

平成 30 年 (2018 年) 1月 15 日 (月) ~ 5 月 7 日 (月)

4. 実施者

· 白馬村(実施主体)

所在地 長野県北安曇郡白馬村大字北城 7025 番地

担当 観光課 長澤

電話番号 (0261)-85-0722

メールアドレス kanko@vill.hakuba.lg.jp

• 公益財団法人 日本交通公社(事務局)

所在地 東京都港区南青山二丁目 7番 29 号 日本交通公社ビル

担当 観光政策研究部 那須、菅野、ドーガン

電話番号 03-5770-8429

メールアドレス <u>hakuba@jtb.or.jp</u>

5. 調査項目

今回の調査では、調査期間中常に回答を収集し続ける調査(以下「通季調査」と表記します)と、特定の期間にのみ実施する調査(以下「臨時調査」と表記します)を並行して実施します。

臨時調査の実施期間中にお客様が回答ページにアクセスすると、臨時調査の設問が表示されます。臨時 調査に回答後、通季調査の設問が表示されます。臨時調査を実施していない期間中は、通季調査の設問 のみが表示されます。

表示される設問の切り替えは事務局担当者がインターネット上で実施いたしますので、宿泊施設様、ならびにお客様側で特別な操作をして頂く必要はございません。

- 1) 通季調査の設問内容
- お客様の属性:性別、年代、お住まいの国や都道府県など
- ・ ご旅行の形態:滞在日数、白馬村への訪問回数など
- ・ 白馬村での滞在に対する評価:滞在全体を通しての満足度など
- ・ 村内の各要素に対する評価:飲食、交通、アクティビティ等に対する満足度
- ・ 解決すべきであると感じる課題
- ・ 実施した活動に対して消費した金額
- 自由記述
- 2) 臨時調査の設問内容

白馬村の観光振興を目的とした財源に関するお客様の負担意識調査(2問程度)

6. 個人情報保護方針

お客様からお預かりした個人情報は(公財)日本交通公社の個人情報保護方針に従って管理し、本調査 終了後に破棄いたします。当該財団の個人情報保護指針をインターネット上に掲載しておりますので、 詳細につきましては下記リンク先をご参照ください。

https://www.itb.or.jp/privacy-policy

配布ご協力先 ご担当者様へ

今回はご多用の折、調査票の配布にご協力を頂き、誠にありがとうございます。来春までの調査となりますが、どうぞよろしくお願い致します。

こちらの文書は、同封いたしました調査用の資材等につきまして説明したものです。

調査用カード

調査用カードは、表面が日本語版、裏面が英語版となっております。

お客様にカードをお持ち帰り頂き、各自のスマートフォンやタブレットで記載の URL にアクセスして頂くと、アンケート回答用のページが表示される仕組みになっています。

カードケースに収納した状態でお届けされ、蓋を開けて頂くと写真のような状態になります。<u>写真のように蓋を開いた状態で、フロント・休憩室・浴場など、お客様の目に留まりやすい場所に設置して頂ければ幸いです。</u>



このカードは配りきりとなりますので、配布後にお客様から回収していただく、数を数えていただく 等の作業は必要ございません。

また、もし可能であれば業務の支障にならない範囲で、「白馬村のアンケートを実施しておりますので、 よろしければこちらのカードをお持ちください」等お客様にお声掛け、もしくはカードをお渡しいただ ければ、たいへんありがたく存じます。



透明なバンドもしくは輪ゴム止めのカードは余部となります。ケース内のカードがなくなりましたら、 適宜補充をいただければ幸いです。

調査期間

調査期間は、本年1月15日(月)から5月7日(月)までとなります。

調査終了後、お送りいたしました調査資材ならびにカードの余部は、<u>ご返送いただく必要はございません</u>。カードにつきましては紙ごみとして、ケースにつきましてはプラスチックごみとして、それぞれご破棄いただければ幸いです。

たいへんお手数をお掛けいたしまして恐縮ですが、何卒よろしくお願い申し上げます。

連絡先等

調査期間中に資材が不足した、お客様から質問があった、その他ご不明点のお問合せ等がございましたら、下記宛先までご連絡ください。

なお、調査に関してお客様からお問合せのあった場合は、原則として白馬村観光課、または事務局を 担当しております(公財)日本交通公社の連絡先をご案内頂ければと考えております。しかしながら休 日夜間など即時の対応が難しい場合等を想定し、本文書の末尾にお客様からの問い合わせが想定される 内容に対する回答例を掲載しております。適宜ご参照いただければ幸いです。

また、他の宿泊施設様に調査用カードを移動させることは、ご遠慮頂けるようお願いいたします。(回答者数モニタリングのために、施設ごとに異なる URL を印字しているため)

· 白馬村 観光課(実施主体) 0261-85-0722 <u>kanko@vill.hakuba.lg.jp</u>

· (公財) 日本交通公社(事務局) 03-5770-8429 hakuba@itb.or.ip

お客様からのお問合せに対する想定問答

・ どこが実施している調査なのか?

白馬村観光課が実施している調査です。(公財)日本交通公社が業務を委託され、事務局を運営して おります。

データは何に使うの?

白馬村における観光動態の把握と、観光計画の実現度を測るための分析に使用します。公共調査と 学術研究にのみ用い、第三者には提供いたしません。

・ メールアドレスは何に使うの?

回答御礼の当選連絡のみ使用します。第三者に提供いたしません。お預かりしたメールアドレスは (公財) 日本交通公社の個人情報保護方針に従って管理し、本調査終了後に破棄いたします。同財団の個人情報保護指針につきましてはウェブ上に公開しておりますので、下記アドレスをご参照ください。https://www.jtb.or.jp/privacy-policy

• 回答御礼品の当選率は?

夏期に同様の形式で御礼品を設定し実施した調査では、当選率は約15%となりました(御礼品の抽選を希望されたお客様の数を母数として)。当選者数は、ギフト券、特産品ともに15名前後を予定しております。

・ 御礼品はどんなもの?

ギフト券は、Amazon.co.jp で使えるギフトコード 2000 円分をお送りいたします。白馬村特産品は村内の食品またはお土産品等から、2000 円相当分を選定中です。

・ 御礼品は選べるの? どうやって選ぶの?

当選された方には、記入いただいたメールアドレス宛にご連絡を差し上げます。その際、どちらの商品を希望されるかを返信していただく形になります。

御礼品はいつ、どうやって届くの?

Amazon ギフトコードは、ご記入いただいたメールアドレス宛に、Amazon.co.jp 上でご入力いただくための文字と数字の羅列をお送りいたします。特産品は、当選連絡時に発送先住所等をご連絡頂いた上で、事務局から当該住所へ発送いたします。両品とも、5月以降のお届けを予定しています。

ウェブアンケートに1度回答したら回答できなくなった。

多重回答防止のため、1つのデバイス(スマホ、タブレット、パソコンなど)からは1度しか回答できないシステムになっております。たいへん申し訳ありませんが、別のデバイスをお持ちであればそちらから改めてアクセスし、ご回答を頂ければと思います。

ウェブアンケートが次の画面に進まない。

数字をお伺いしている設問の回答に文字を入力されているなど、適当でない形式の入力がある場合は、エラーが出ている可能性があります。該当の質問に赤字でエラーメッセージが出ているかと思いますので、そちらをご参照いただいた上で回答を修正するか、あるいは空欄としてください。

・よくわからない質問や、答えたくない質問がある。

回答が不明の質問や、答えたくない質問につきましては、空欄でご提出頂ければと思います。部分 回答の調査票も貴重なデータとなりますので、是非ご提出いただけましたら幸いです。御礼品の抽 選時にも、完答の方と部分回答の方を区別せず抽選対象とさせていただきます。