

# 天文館周辺等のホテル・旅館における 宿泊客向けアンケート調査

## <ダイジェスト版>

### ◆ ◇ ◆ 目 次 ◆ ◇ ◆

序章 本調査の実施概要	1
第Ⅰ章 宿泊客向けアンケート調査結果	3
1. 旅行者の行動特性について	3
2. 天文館に対する認識と評価について	5
(1) 天文館の認知度	5
(2) 天文館のイメージ	6
(3) 今回当ホテル・旅館を選んだ理由	9
(4) 天文館での食事の有無	10
(5) 天文館での食事の感想	11
(6) 天文館に欲しい店舗・サービス	18
3. 天文館についての感想等について	20
第Ⅱ章 ホテル・旅館向けアンケート調査結果	21
1. 業況の変化について	21
2. 宿泊客の変化について	22
3. 誘客対策について	25

平成24年12月

鹿児島経済同友会 地域活性化委員会



## 序章 本調査の実施概要

### ①調査の目的

平成 23 年に引き続き、天文館周辺のホテル・旅館に宿泊する旅行者（以下、「天文館周辺の宿泊客」という）を対象としたアンケート調査を実施し、今回旅行の概要や天文館に対する認識・評価等について前回調査結果と比較しながら把握する。また、今回調査では、天文館周辺のホテル・旅館以外に宿泊する旅行者（以下、「天文館周辺以外の宿泊客」という）も対象とした同様のアンケート調査を実施し、天文館に対する認識・評価等の違いの有無について分析する。さらに、今回調査にご協力いただいたホテル・旅館を対象に、九州新幹線全線開業 1 年目と 2 年目の状況の変化等について併せてアンケート調査を実施し、旅行者の全体的な傾向を把握することで、宿泊客向けアンケート調査結果を分析する際の補足資料として活用する。

### ②調査対象

対象先については下記の 17 先のホテル・旅館とその宿泊客。

天文館周辺のホテル・旅館		客室 総数	天文館周辺以外のホテル・旅館		客室 総数
1	東横イン1	120	16	城山観光ホテル	365
2	東横イン2	231	17	鹿児島サンロイヤルホテル	265
3	エースイン	106			
4	レクストン鹿児島	155			
5	鹿児島ワシントンホテル	234			
6	プラザホテル天文館	220			
7	サンデイズイン鹿児島	351			
8	ブルーウェーブイン	196			
9	チサンイン鹿児島	100			
10	ゲートイン鹿児島	75			
11	サンフレックス鹿児島	105			
12	南洲館	65			
13	中原別荘	55			
14	吹上荘	55			
15	レム鹿児島	251			

### ③調査方法

上記 17 先のホテル・旅館に調査協力を要請し、宿泊客向けについてはチェックイン時に配布、チェックアウト時に回収。ホテル・旅館向けについては直接配布、郵送回収。

### ④調査期間

平成 24 年 9 月 14 日（金） ～ 平成 24 年 9 月 23 日（日）の 10 日間

### ⑤回収状況

○宿泊客向け：天文館周辺のホテル・旅館の宿泊客 409 件、天文館周辺以外のホテルの宿泊客 222 件の計 631 件

○ホテル・旅館向け：15 先

## ⑥調査内容

宿泊客向けとホテル・旅館向けの調査内容は各々以下の通り。

### <宿泊客向け調査内容>

	天文館周辺ホテル・旅館の宿泊客	左記以外のホテルの宿泊客
◎回答者属性（性別、年齢、居住地）	○	○
1. 天文館に関することについて		
Q 1：天文館の認知度*	○	○
Q 2：天文館のイメージ	○	○
Q 3：当ホテル・旅館を選んだ理由	○	○
Q 4：天文館での食事の有無（予定含む）	○	○
Q 5：天文館での食事の感想	○	○
Q 6：天文館に欲しい店舗・サービス	○	○
2. 今回の旅行全般について		
Q 7：旅行の目的	○	○
Q 8：鹿児島までの交通手段	○	○
Q 9：鹿児島県内での交通手段	○	○
Q 10：鹿児島の訪問回数	○	○
Q 11：旅行日程（泊数）	○	○
Q 12：旅行同行者	○	○
Q 13：鹿児島に関する情報等の入手先	○	○
Q 14：宿泊費、飲食費、お土産代の予算額	○	○
Q 15：鹿児島県内の目的地	○	—
鹿児島（天文館以外）での食事の感想	—	○
※自由意見		
天文館について感じたことなど自由意見	○	—
今回の旅行で感じたことなど自由意見	—	○

\*天文館のエリアについて本調査では、天文館交差点や天文館通電停を中心とした繁華街・歓楽街エリア全体とした。

### <ホテル・旅館向け調査内容>

◎属性（ホテル・旅館名、部屋数、公表定員、月平均の客室稼働率と延べ宿泊客数）
1. 業況の変化について ※変化については1年目との比較
Q 1：九州新幹線全線開業2年目の月平均客室稼働率の変化
Q 2：九州新幹線全線開業2年目の月平均延べ宿泊客数の変化
Q 3：九州新幹線全線開業2年目の宿泊客1人当たり平均消費単価と変化
2. 宿泊客の変化について ※変化については1年目との比較
Q 4：宿泊客のリピーター率
Q 5：九州新幹線全線開業2年目の宿泊客の平均滞在日数と変化
Q 6：九州新幹線全線開業2年目の宿泊客の客層（上位3位まで）と変化
Q 7：九州新幹線全線開業2年目の宿泊客の発地（上位3位まで）と変化
3. 誘客対策について
Q 8：他施設と差別化を図るための独自の商品開発の有無と具体的内容
Q 9：宿泊客へのサービス向上に向けた独自取組の有無と具体的内容
※今後の天文館の賑わい創出に向けての自由意見

# 第 I 章 宿泊客向けアンケート調査結果

## 1. 旅行者の行動特性について

### ①旅行の目的

天文館周辺の宿泊客の旅行目的は、「仕事」が 35.9%で最も多く、次いで「観光」が 30.1%、「仕事兼観光」が 8.1%となっている。平成 23 年調査と比較すると、「仕事」が 2.5 ポイント増、「観光」が 5.6 ポイント減となり、最も多い割合が「観光」から「仕事」に変化している。

一方、天文館周辺以外の宿泊客の旅行目的は、「観光」が 59.0%で最も多く、次いで「仕事」が 9.9%となっており、「観光」の割合が圧倒的に多くなっている。

### ②鹿児島までの交通手段

県外居住者の鹿児島までの交通手段について、天文館周辺の宿泊客では、「自家用車」が 39.9%で最も多く、次いで「航空機」32.1%、「新幹線」19.3%となっている。平成 23 年調査と比較すると、「自家用車」が 16.6 ポイント増、「新幹線」が 13.8 ポイント減となり、最も多い割合が「新幹線」から「自家用車」に変化している。

一方、天文館周辺以外の宿泊客では、「航空機」が 37.8%で最も多く、次いで「新幹線」、34.8%、「自家用車」17.9%となっている。

### ③鹿児島県内での交通手段

県内での交通手段について、天文館周辺の宿泊客では、「自家用車」が 37.9%で最も多く、次いで「バス」25.4%、「タクシー」19.3%となっている。平成 23 年調査と比較すると、「自家用車」が 4.1 ポイント増加しているが、全体の傾向はほぼ同様となっている。

一方、天文館周辺以外の宿泊客では、「バス」が 29.7%で最も多く、次いで「レンタカー」27.5%、「タクシー」26.1%となっている。

### ④鹿児島の訪問回数

県外居住者の鹿児島の訪問回数（今回旅行を含む）について、天文館周辺の宿泊客では、「1 回」が 17.4%で最も多く、「5 回以内」が 46.0%を占めている。平成 23 年調査と比較すると、「50 回未満」はほぼ同様の傾向にあるが、「50 回以上」は 7.3 ポイント増加している。

一方、天文館周辺以外の宿泊客でも、「1 回」が 28.4%で最も多く、「5 回以内」が 68.7%と 7 割近くを占めている。

### ⑤旅行日程（泊数）

旅行日程（泊数）について、天文館周辺の宿泊客では、「1 泊」が 38.6%で最も多く、次いで「2 泊」30.6%、「3 泊」13.9%となっており、「3 泊以下」が 83.1%と 8 割を超えてい

る。平成 23 年調査と比較すると、ほぼ同様の傾向にある。但し、平均宿泊数については 0.33 泊少なくなっている。

一方、天文館周辺以外の宿泊客では、「2 泊」が 39.6%で最も多く、次いで「1 泊」31.1%となっている。

## ⑥旅行同行者

今回の旅行での同行者について、天文館周辺の宿泊客では、「1 人」が 43.8%で最も多く、次いで「2 人」25.7%、「3 人」7.3%となっている。平成 23 年調査と比較すると、ほぼ同様の傾向にある。但し、平均同行者数については 0.61 人少なくなっている。

一方、天文館周辺以外の宿泊客では、「2 人」が 50.5%と約半数を占め最も多く、その内訳は、「家族」が 34.2%で最も多くなっている。

## ⑦鹿児島県内の目的地

県内の目的地について鹿児島地区以外でみると、天文館周辺の宿泊客では、「指宿地区（指宿市）」が 19.1%で最も多く、次いで「霧島地区（霧島市）」14.4%となっている。平成 23 年調査と比較すると、目的地の傾向に大きな違いはみられないが、「指宿・霧島・大隅地区」の割合が減少し、「種子島・屋久島地区」の割合が増加している。

## ⑧鹿児島に関する情報等の入手先

鹿児島に関する情報等の入手先について、天文館周辺の宿泊客では、「インターネット」が 55.3%で最も多く、次いで「家族や友人の話」34.2%、「旅行専門雑誌」19.1%となっている。平成 23 年調査と比較すると、ほぼ同様の傾向にあるが、「市販の旅行ガイドブック」の割合が 5.3 ポイント減少している。

一方、天文館周辺以外の宿泊客でも、ほぼ同様の傾向にあるが、加えて「旅行会社」が 22.5%と多いことが 1 つの特徴となっている。

## ⑨宿泊費、飲食費、お土産代の予算額

1 泊 1 人当たり宿泊費、1 日 1 人当たり飲食費、お土産代の予算額について、天文館周辺の宿泊客では、1 泊 1 人当たり宿泊費は「5 千円以上 1 万円未満」、1 日 1 人当たり飲食費は「3 千円以上 5 千円未満」、お土産代は「1 千円以上 3 千円未満」がそれぞれ最も多い。平成 23 年調査と比較すると、宿泊費、飲食費、お土産代ともに「5 千円以上」の割合が減少し、概ね「5 千円未満」の割合が増加している。

一方、天文館周辺以外の宿泊客では、1 泊 1 人当たり宿泊費は「1 万円以上」、1 日 1 人当たり飲食費とお土産代は「5 千円以上 1 万円未満」がそれぞれ最も多くなっており、宿泊費、飲食費、お土産代のすべてにおいて天文館周辺の宿泊客よりも予算額が多くなっている。

## 2. 天文館に対する認識と評価について

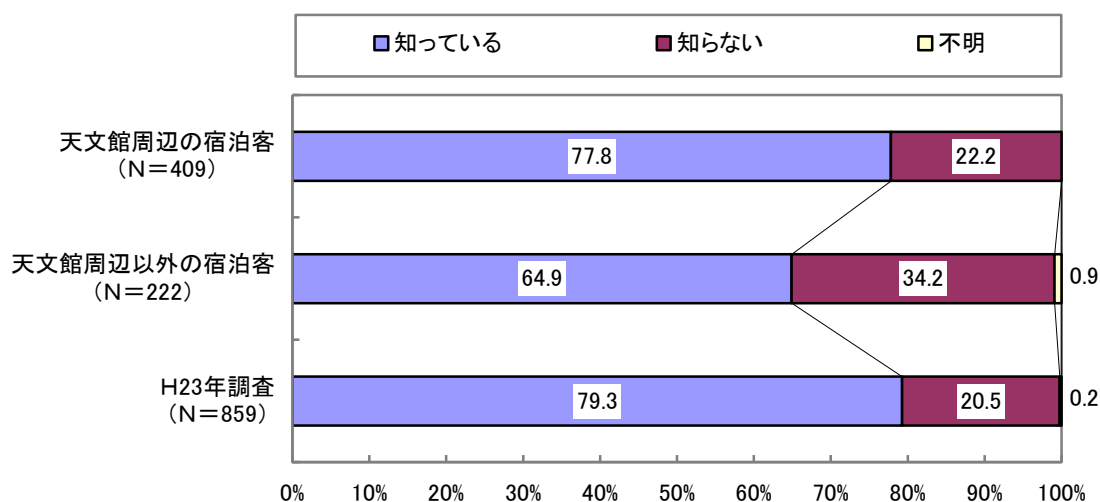
### (1) 天文館の認知度

天文館の認知度についてみると、天文館周辺の宿泊客では「知っている」が 77.8%、「知らない」が 22.2%となっている。これを平成 23 年調査と比較すると、大きな違いはみられず、ほぼ同様の傾向にあることがうかがえる。

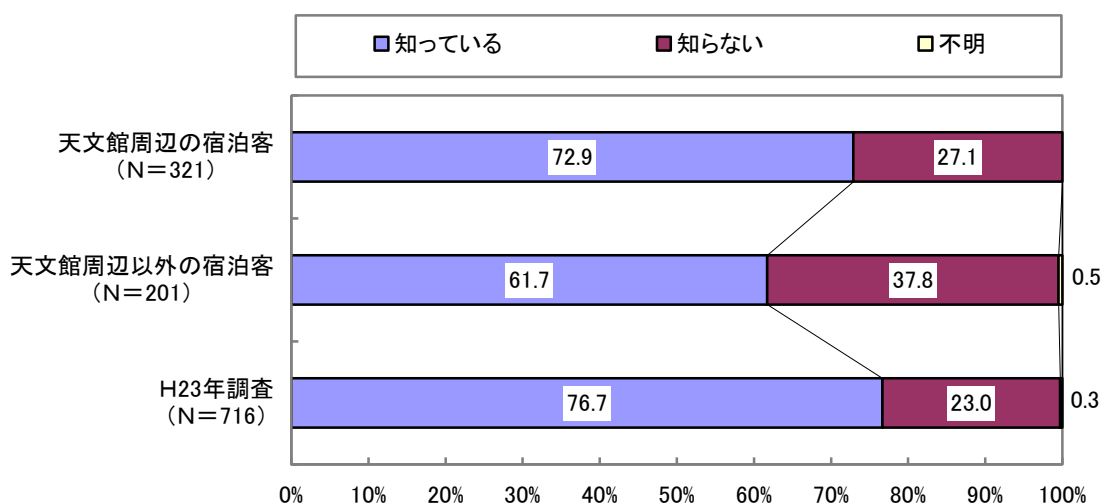
一方、天文館周辺以外の宿泊客では「知っている」が 64.9%、「知らない」が 34.2%となっており、天文館周辺の宿泊客に比べて認知度が 12.9 ポイント低くなっている。

なお、県外居住者の天文館の認知度をみると、天文館周辺の宿泊客で 72.9%、天文館周辺以外の宿泊客で 61.7%となっている。

[天文館の認知度]



[県外居住者の天文館の認知度]



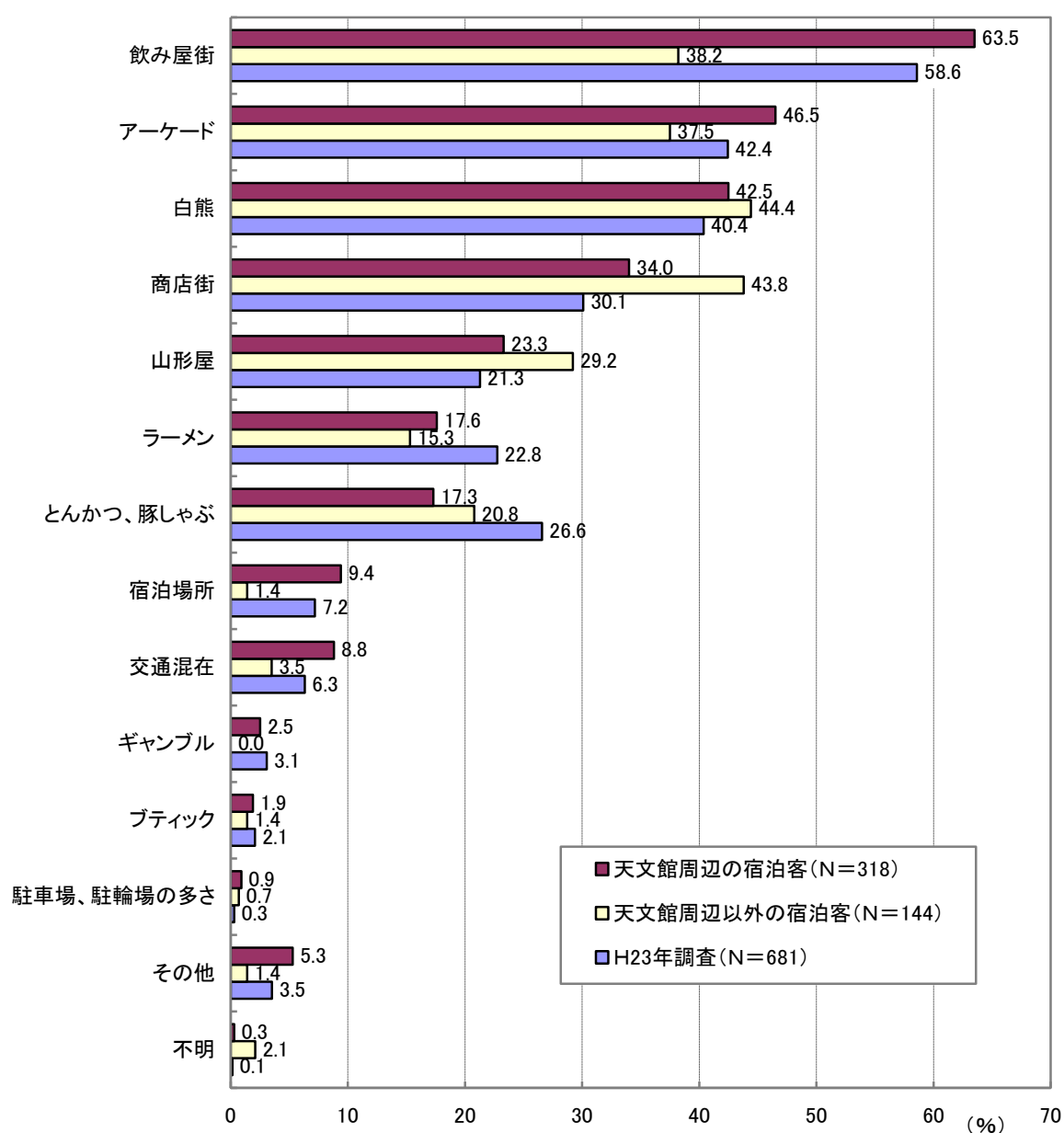
## (2) 天文館のイメージ

“天文館と聞いてすぐに思い浮かぶもの（イメージ）”についてみると、天文館周辺の宿泊客では、「飲み屋街」が63.5%で最も多く、次いで「アーケード」46.5%、「白熊」42.5%、「商店街」34.0%などとなっている。

これを平成23年調査と比較すると、上位に挙げられている項目に違いはみられず、ほぼ同様の傾向にあることがうかがえる。なお、上位5項目についてはその割合が増加しているが、「ラーメン」と「とんかつ、豚しゃぶ」の割合は減少している。

一方、天文館周辺以外の宿泊客では、「白熊」が44.4%で最も多く、次いで「商店街」43.8%、「飲み屋街」38.2%、「アーケード」37.5%などとなっている。

[天文館のイメージ（複数回答）]

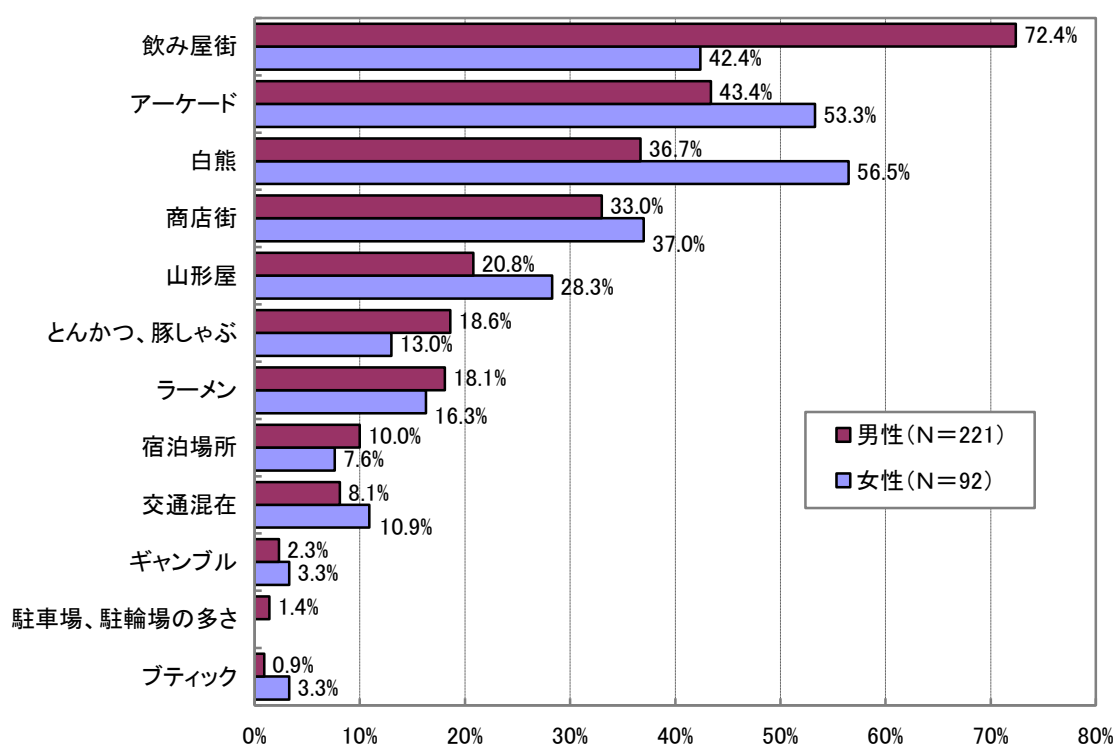




天文館周辺の宿泊客の天文館のイメージについて性別にみると、男性では「飲み屋街」が72.4%で最も多く、次いで「アーケード」43.4%、「白熊」36.7%。一方、女性では「白熊」が56.5%で最も多く、次いで「アーケード」53.3%、「飲み屋街」42.4%となっており、男女で天文館のイメージとして最も多く挙げられている項目に違いがみられている。

年代別にみると、20歳代以下では「アーケード」、30歳以上では「飲み屋街」がそれぞれ最も多くなっており、30歳以上ではどの年代層でも6割以上が「飲み屋街」と回答している。なお、20歳代以下では、次いで「白熊」50.0%、「飲み屋街」と「山形屋」43.3%などとなっている。

[性別にみた天文館のイメージ（複数回答）]



[年代別にみた天文館のイメージ（複数回答）]

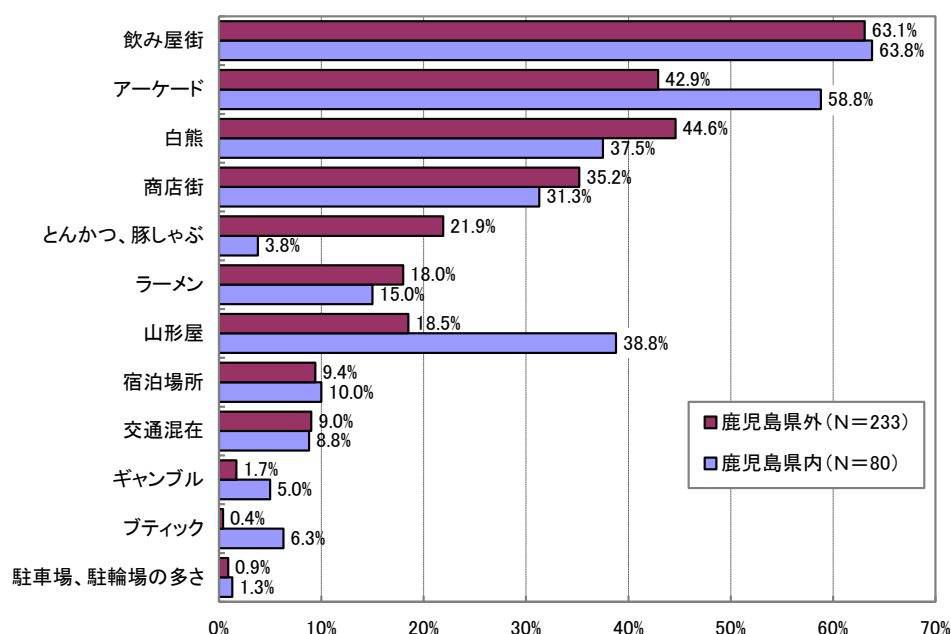
訪問回数	1位	2位	3位	4位	5位
20歳代以下 (N=30)	アーケード	白熊	飲み屋街	山形屋	商店街
	53.3%	50.0%	43.3%	43.3%	36.7%
30歳代 (N=70)	飲み屋街	アーケード	白熊	商店街	とんかつ、豚しゃぶ
	62.9%	45.7%	44.3%	35.7%	25.7%
40歳代 (N=88)	飲み屋街	白熊	アーケード	商店街	ラーメン
	69.3%	45.5%	44.3%	29.5%	15.9%
50歳代 (N=77)	飲み屋街	アーケード	商店街	白熊	山形屋
	64.9%	48.1%	37.7%	36.4%	26.0%
60歳以上 (N=52)	飲み屋街	アーケード	白熊	山形屋	商店街
	65.4%	44.2%	40.4%	32.7%	30.8%

注：  は全体1位、 は全体2位、 は全体3位を示す。

また、県外と県内の居住者別にみると、県外居住者では「飲み屋街」、「白熊」、「アーケード」、「商店街」、県内居住者では「飲み屋街」、「アーケード」、「山形屋」、「白熊」のそれぞれ順となっており、「山形屋」に対する認識に違いがみられている。

さらに、鹿児島県の訪問回数別にみると、「4回以下」では「白熊」、「5回以上」では「飲み屋街」がそれぞれ最も多くなっている。

[県外と県内の居住者別にみた天文館のイメージ（複数回答）]



[鹿児島県の訪問回数別にみた天文館のイメージ（複数回答）]

訪問回数	1位	2位	3位	4位	5位
1回 (N=14)	白熊 64.3%	商店街 50.0%	飲み屋街 42.9%	アーケード 42.9%	とんかつ、豚しゃぶ 21.4%
2回 (N=15)	白熊 53.3%	アーケード 46.7%	飲み屋街 40.0%	商店街 40.0%	ラーメン 26.7%
3~4回 (N=32)	白熊 50.0%	商店街 50.0%	飲み屋街 46.9%	アーケード 43.8%	ラーメン 18.8%
5~9回 (N=31)	飲み屋街 61.3%	アーケード 51.6%	白熊 41.9%	商店街 35.5%	とんかつ、豚しゃぶ 25.8%
10回~19回 (N=37)	飲み屋街 64.9%	白熊 51.4%	アーケード 37.8%	商店街 24.3%	山形屋 24.3%
20回~49回 (N=32)	飲み屋街 68.8%	白熊 40.6%	アーケード 34.4%	とんかつ、豚しゃぶ 21.9%	商店街 21.9%
50回以上 (N=48)	飲み屋街 81.3%	アーケード 45.8%	商店街 45.8%	白熊 31.3%	とんかつ、豚しゃぶ 27.1%

注：■ は全体1位、■ は全体2位、■ は全体3位を示す。

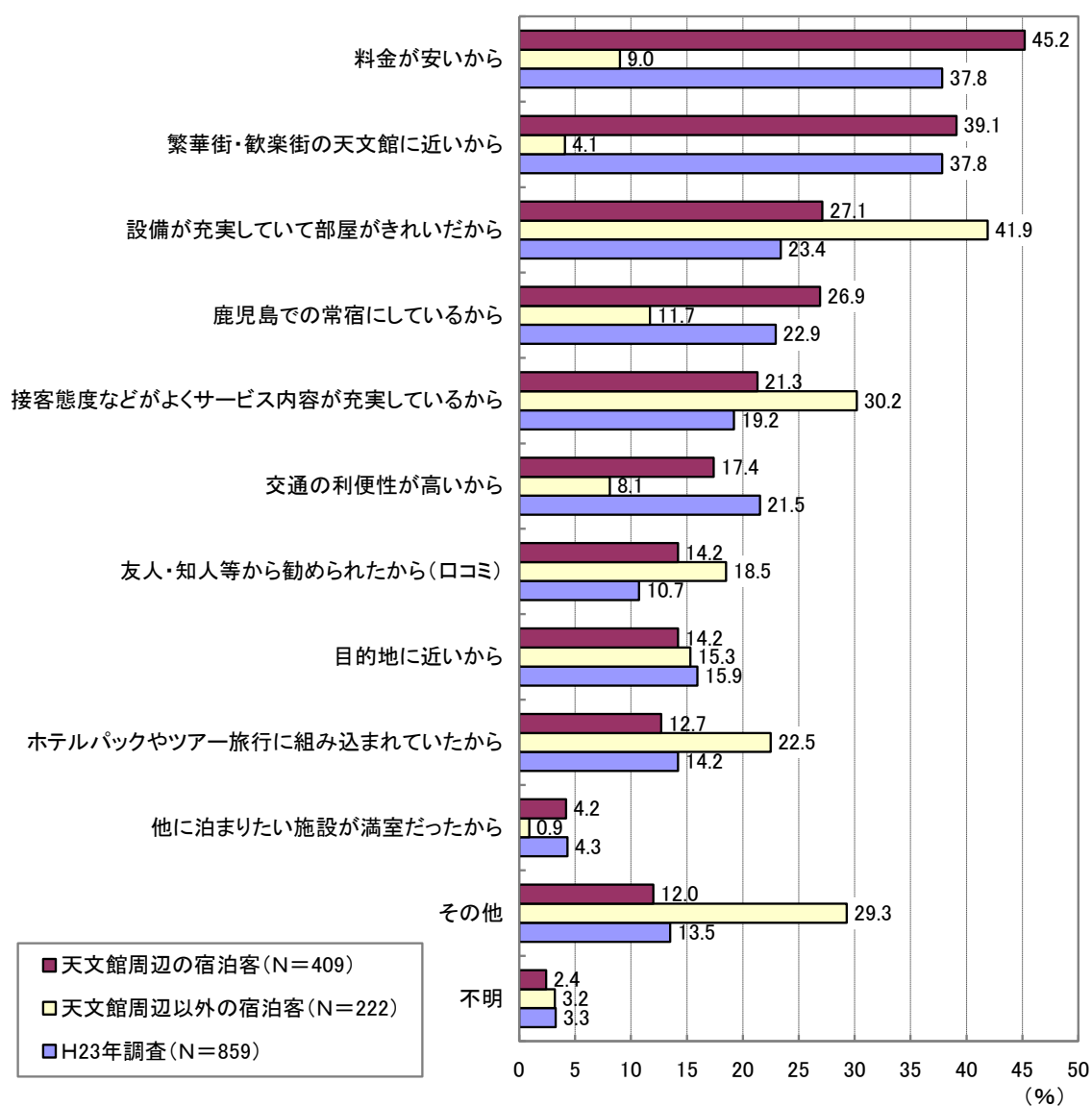
### (3) 今回当ホテル・旅館を選んだ理由

今回当ホテル・旅館を選んだ理由についてみると、天文館周辺の宿泊客では、「料金が安いから」が 45.2%で最も多く、次いで「繁華街・歓楽街の天文館に近いから」39.1%、「設備が充実していて部屋がきれいだから」27.1%などとなっている。

これを平成 23 年調査と比較すると、上位に挙げられている項目に違いはみられず、ほぼ同様の傾向にあることがうかがえる。

一方、天文館周辺以外の宿泊客では、「設備が充実していて部屋がきれいだから」が 41.9%で最も多く、次いで「接客態度などがよくサービス内容が充実しているから」30.2%、「ホテルパックやツアー旅行に組み込まれていたから」22.5%などとなっている。また、「その他」として食事・温泉・景観がよいといった理由が多く挙げられており、天文館周辺の宿泊客の理由とは明らかに違いがみられている。

#### [今回当ホテル・旅館を選んだ理由]



#### (4) 天文館での食事の有無

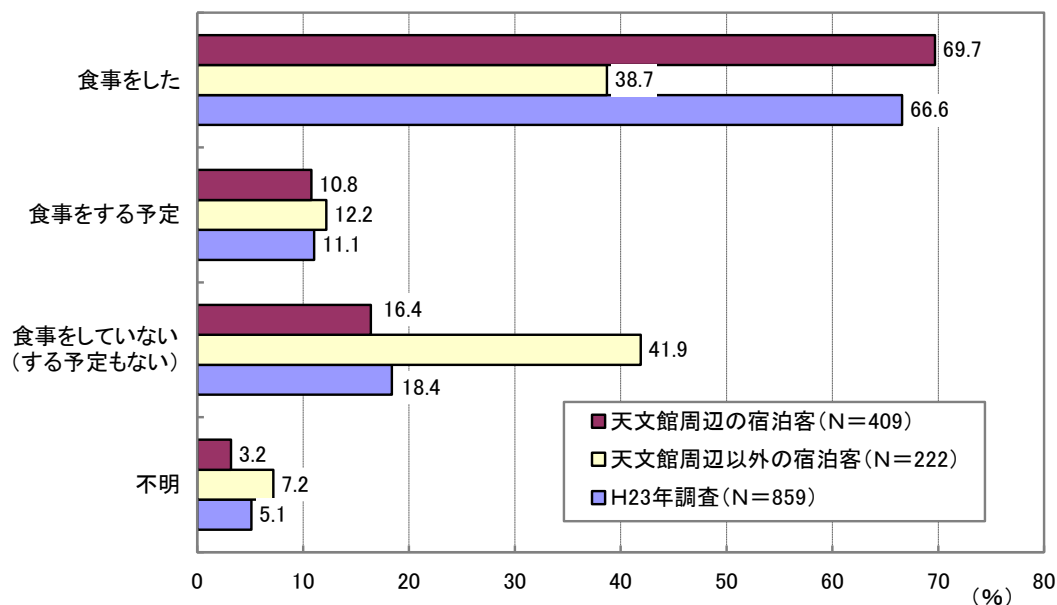
天文館での食事の有無についてみると、天文館周辺の宿泊客では、「食事をした」が69.7%、「食事をする予定」が10.8%、「食事をしていない（する予定もない）」が16.4%となっており、天文館周辺の宿泊客の約7割が天文館で食事をしていることがうかがえる。

これを平成23年調査と比較すると、ほぼ同様の傾向にあることがうかがえる。

一方、天文館周辺以外の宿泊客では、「食事をした」が38.7%にとどまり、「食事をしていない（する予定もない）」が41.9%と約4割を占めている。

食事をした具体的な場所については、郷土料理店・居酒屋、ラーメン専門店、とんかつ・豚しゃぶ専門店などに関する店舗名が多く挙げられている。また、「居酒屋」、「ラーメン店」、「とんかつ店」、「ホテル館内や近くの店」など具体的な店舗名の記述がないケースも多数みられている。

[天文館での食事の有無（複数回答）]



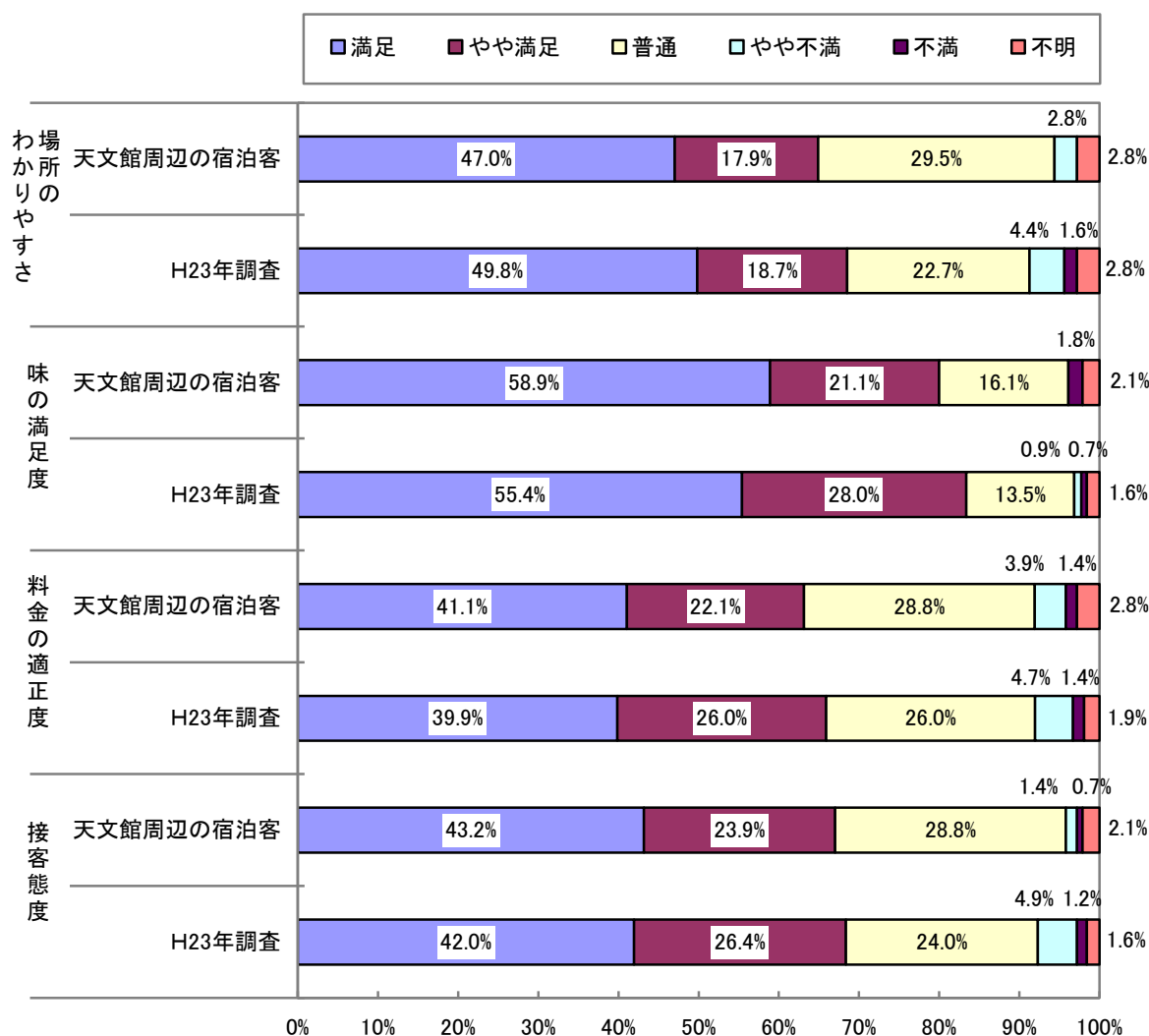
### (5) 天文館での食事の感想

天文館で食事をした人の「場所のわかりやすさ」「味の満足度」「料金の適正度」「接客態度」の4項目に関する感想についてみると、天文館周辺の宿泊客では、どの項目でも「満足」が最も多く、特に「味の満足度」は58.9%と唯一半数を超えており、「やや満足」も含めると8割を占めている。

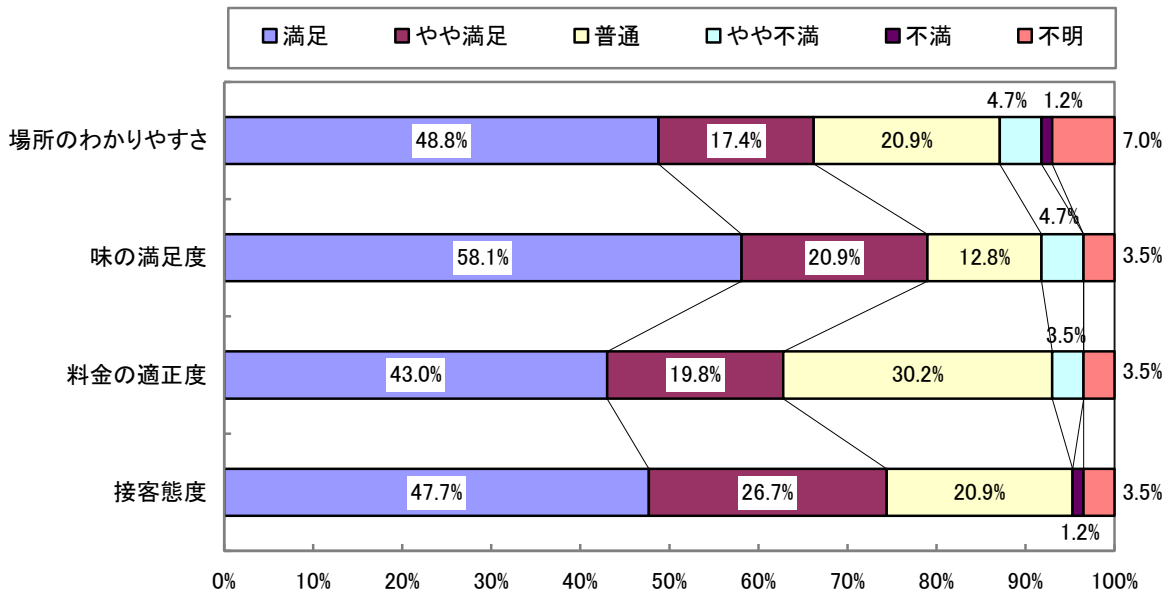
なお、他の項目も「やや満足」を含めると6割を超えており、『不満』（「やや不満」＋「不満」の合計）については、どの項目でも5%前後以下にとどまっている。

一方、天文館周辺以外の宿泊客でも、上記4項目に関する感想についてはほぼ同様の結果となっており、「味の満足度」が最も高くなっている。

[天文館での食事の感想（天文館周辺の宿泊客N=285 H23年調査N=572）]

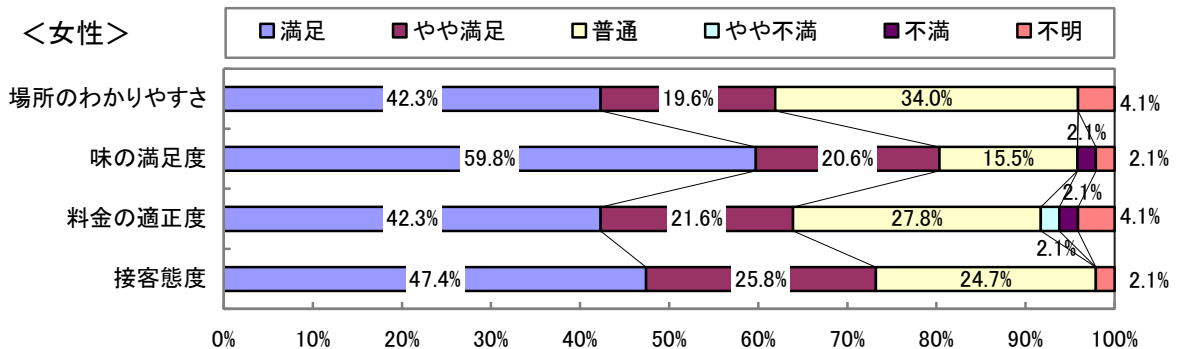
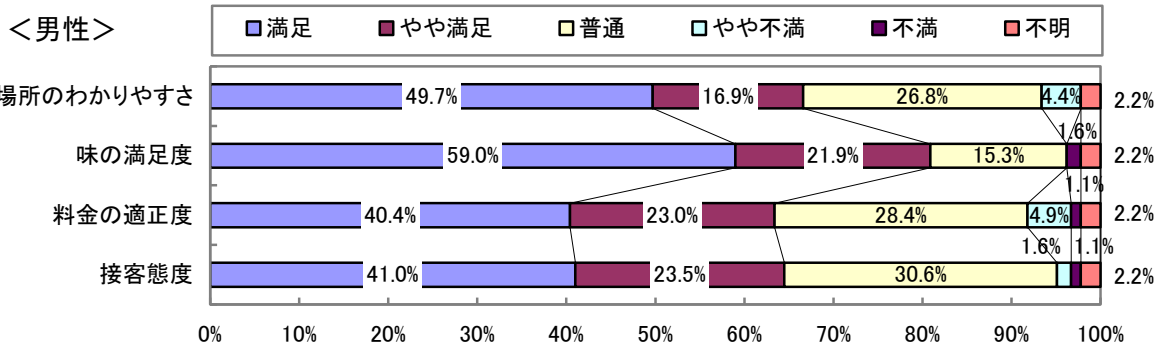


<参考：天文館周辺以外の宿泊客の天文館での食事の感想（N=86）>



天文館周辺の宿泊客の天文館での食事の感想について性別にみると、各項目の感想において男女で大きな違いはみられず、ほぼ同様の傾向にあり、ともに「味の満足度」が最も高くなっている。なお、「場所のわかりやすさ」は男性の方が、「接客態度」は女性の方がそれぞれ満足度が高くなっている。

[性別にみた天文館での食事の感想（男性：N=183 女性：N=97）]

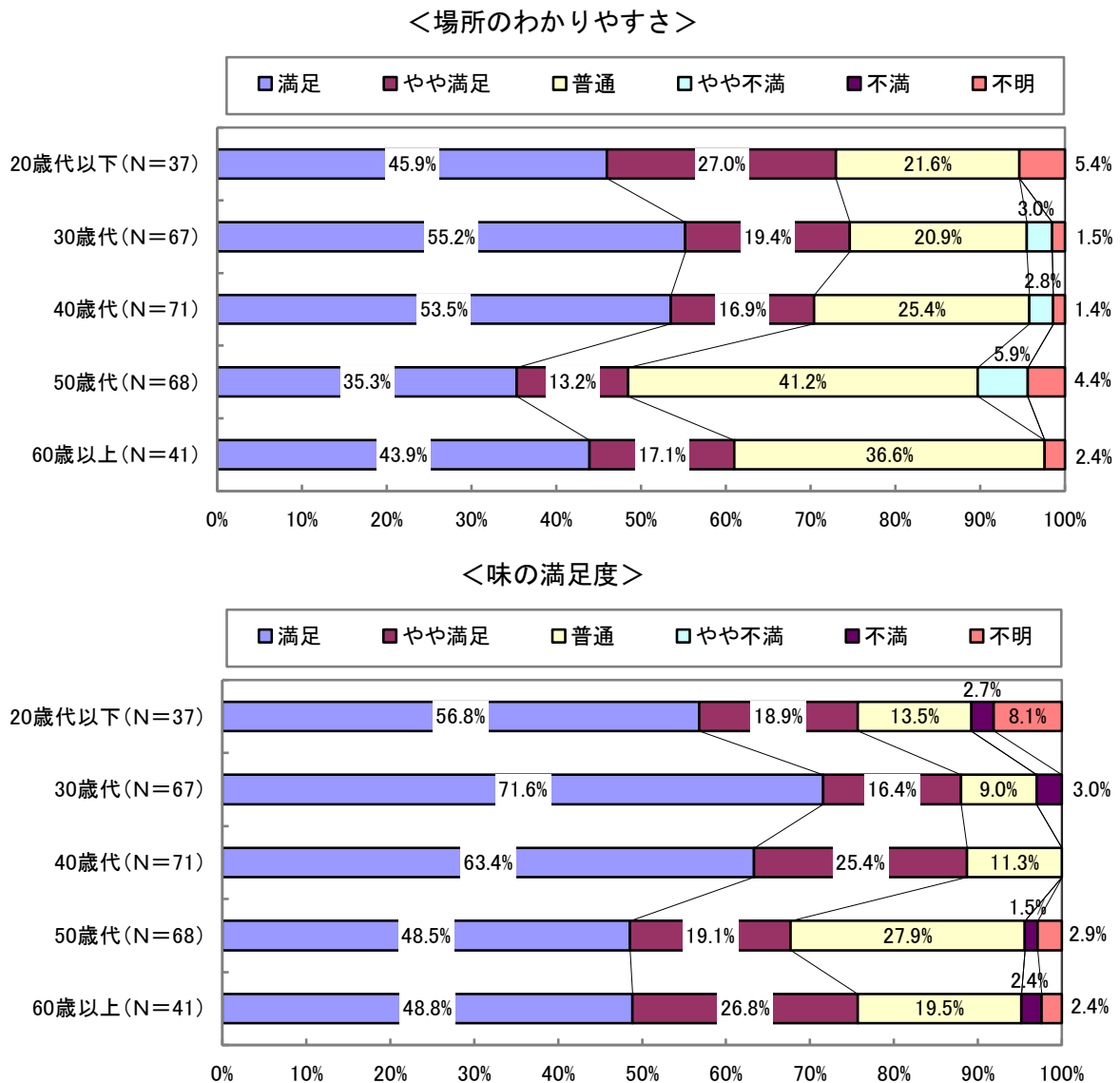


年代別に4項目の感想をみてる。

「場所のわかりやすさ」について、40歳代以下では『満足』（「満足」＋「やや満足」の合計 以下も同様）が7割を超えている一方で、50歳代では「満足」が35.3%にとどまり、「やや満足」を含めても48.5%と5割を下回り、他の年代層に比べて満足度が低くなっている。

「味の満足度」については、どの年代層でも『満足』が6割を超え、中でも30歳代と40歳代では9割近くを占めており、特に満足度が高くなっている。

[年代別にみた天文館での食事の感想（場所のわかりやすさ、味の満足度）]

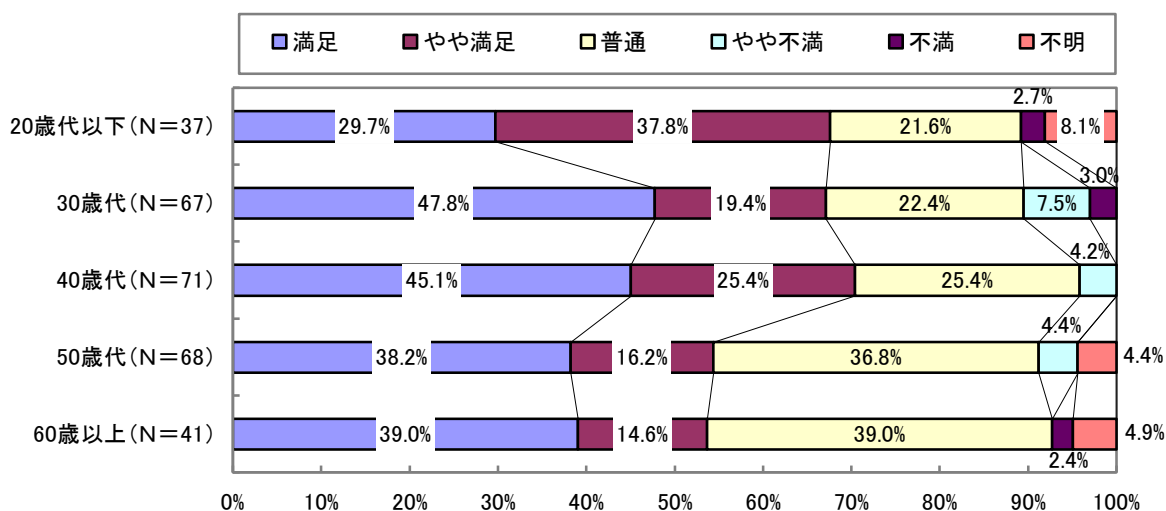


「料金の適正度」については、どの年代層でも『満足』が半数を超えているものの、20歳代以下では「満足」が29.7%と30%を下回り、他の年代層に比べて低くなっている。なお、年代層が高くなるほど「普通」の割合が増加しており、60歳以上では39.0%を占めている。

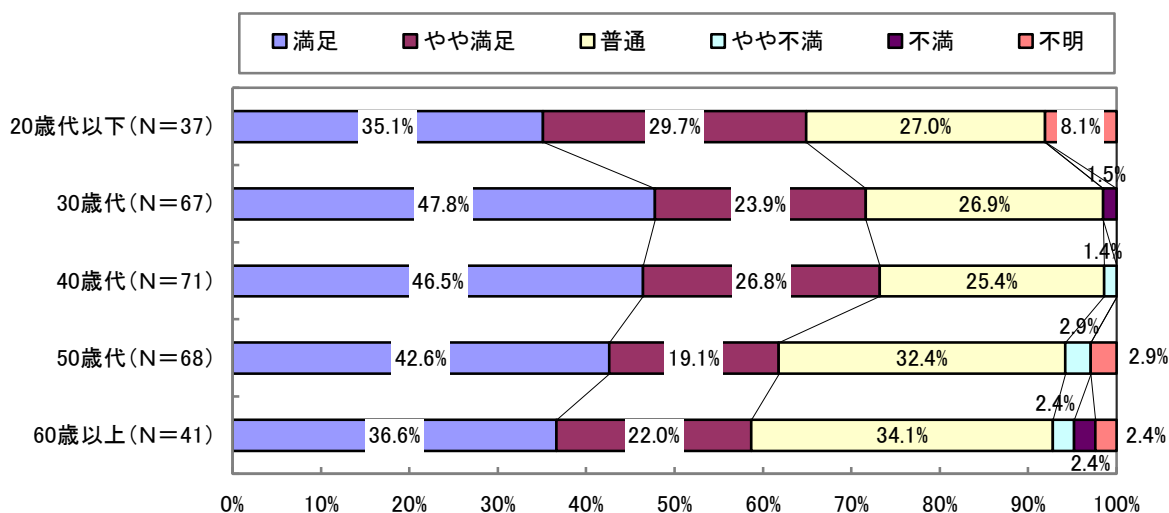
「接客態度」については、どの年代層でも『満足』が半数を超え、中でも30歳代と40歳代では7割を超え、他の年代層に比べて特に満足度が高くなっている。

[年代別にみた天文館での食事の感想（料金の適正度、接客態度）]

<料金の適正度>



<接客態度>

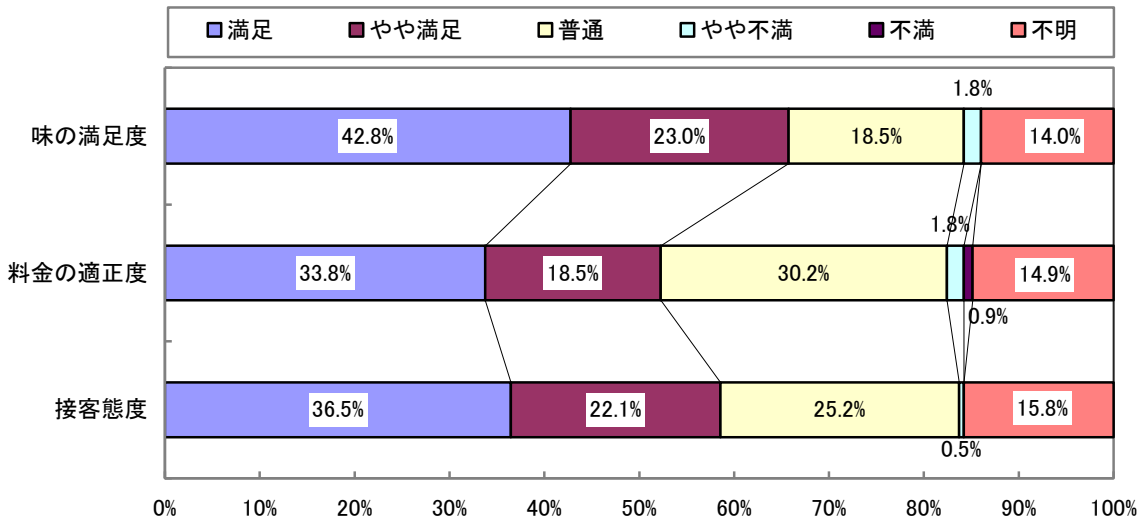




＜参考：天文館周辺以外の宿泊客の天文館以外での食事の感想＞

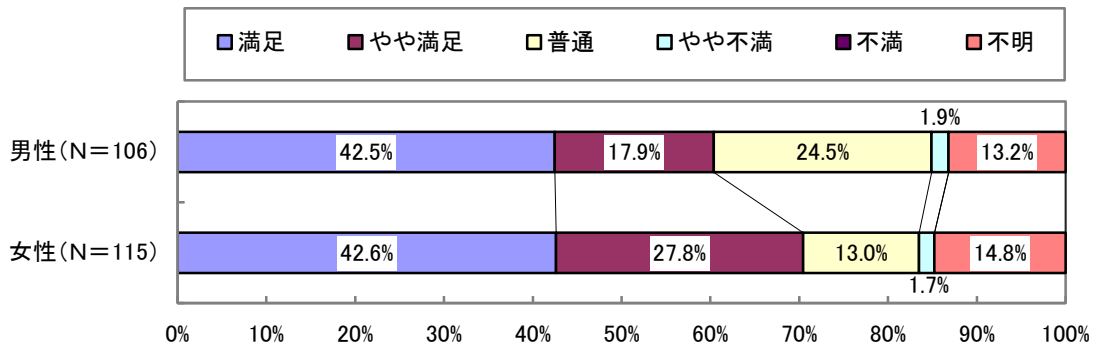
- ・天文館周辺以外の宿泊客の天文館以外での食事の感想（「味の満足度」「料金の適正度」「接客態度」）についてみると、どの項目でも「満足」が最も多く、「やや満足」を含めると半数を超えている。なお、『不満』についてはどの項目でも 3%以下にとどまっている。
- ・「味の満足度」について性別にみると、『満足』の割合は女性の方が男性よりもが 10.0 ポイント上回っており、満足度が高いことがうかがえる。また、年代別にみると、年代層が低くなるほど『満足』の割合が増加しており、20 歳代以下では 88.0%を占めている。
- ・「料金の適正度」について性別にみると、男性では「普通」、女性では「満足」がそれぞれ最も多く、『満足』は女性が 58.3%と 6 割近くを占める一方で、男性では 45.3%と半数を下回り、逆に『不満』が 5.7%みられている。また、年代別にみると、年代層が低くなるほど『満足』の割合が増加しており、20 歳代以下では 72.0%と 7 割を超えている。

[天文館以外での食事の感想 (N=222)]

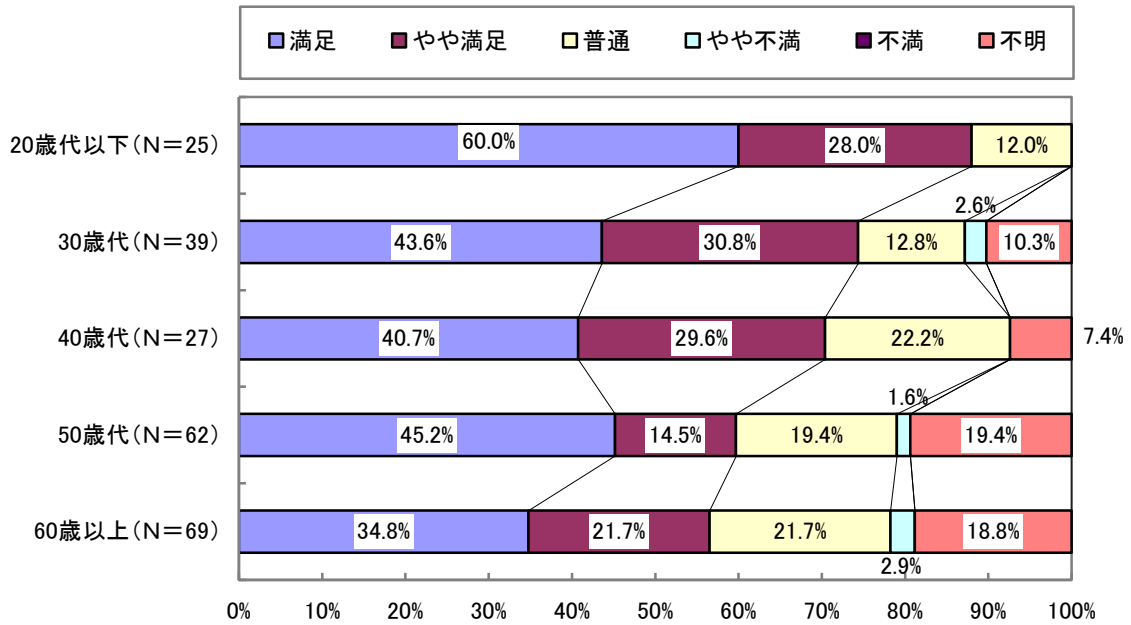


[性別・年代別にみた天文館以外での食事の感想]

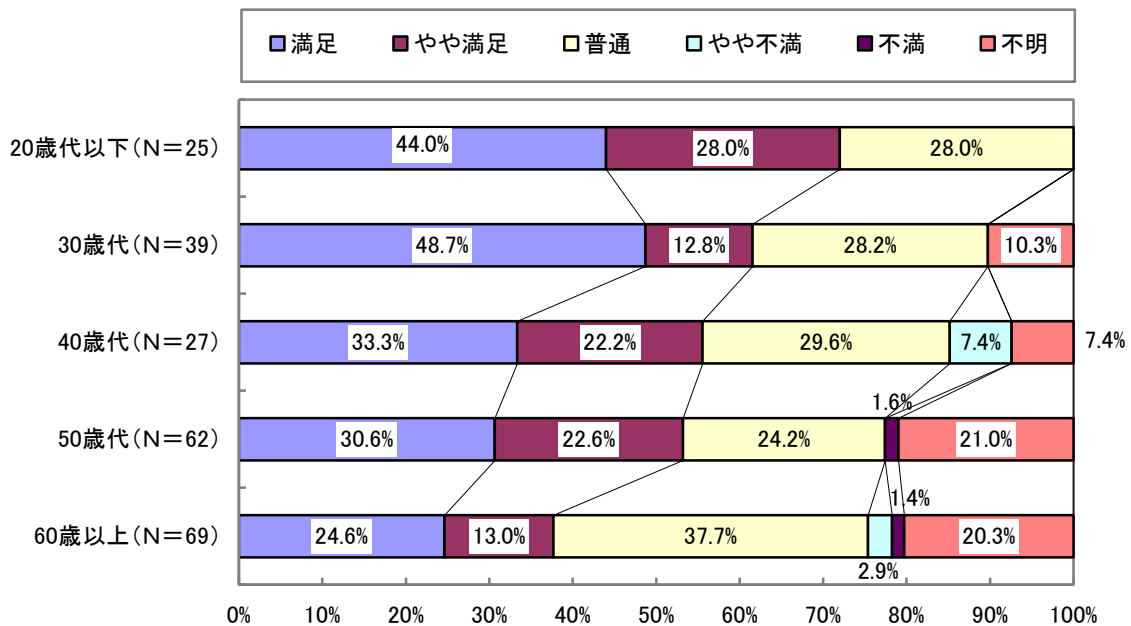
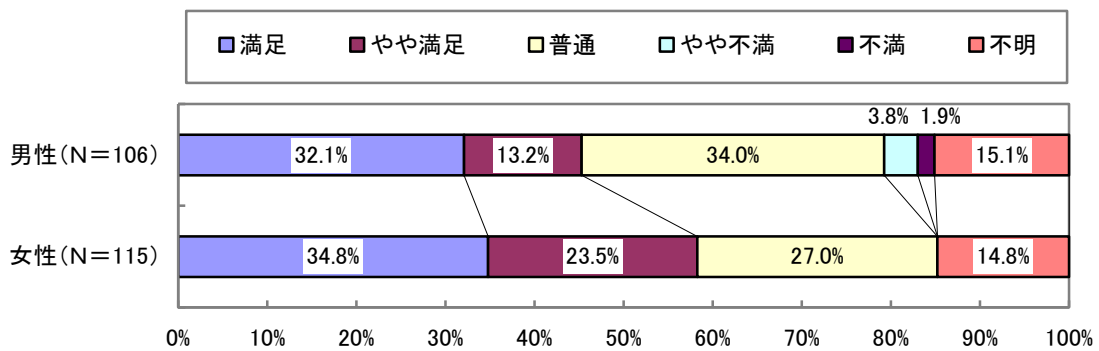
＜味の満足度＞



<味の満足度>

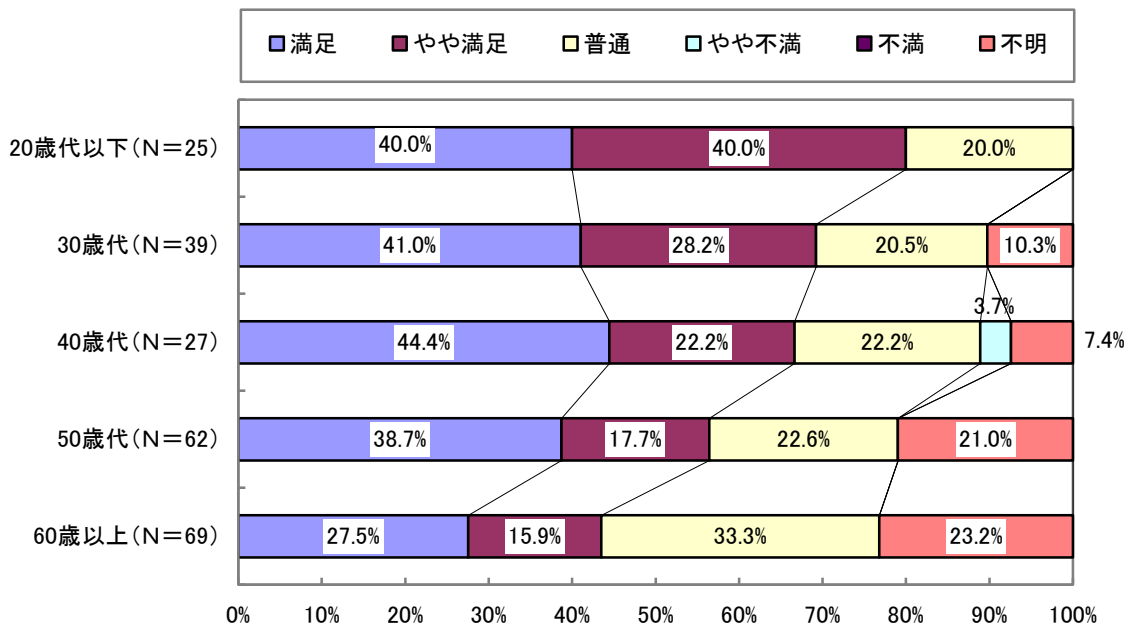
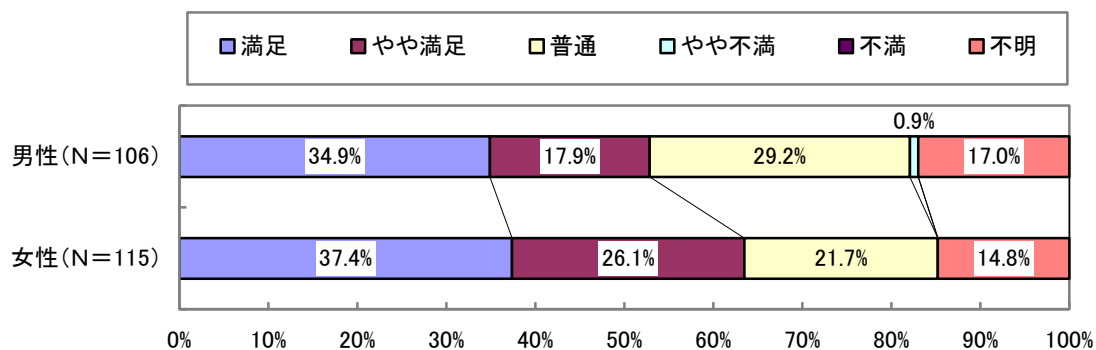


<料金の適正度>



- ・「接客態度」について性別にみると、『満足』の割合は女性の方が男性よりもが 10.7 ポイント上回っており、満足度が高いことがうかがえる。また、年代別にみると、年代層が低くなるほど『満足』の割合が増加しており、20 歳代以下では 80.0%を占めている。

<接客態度>



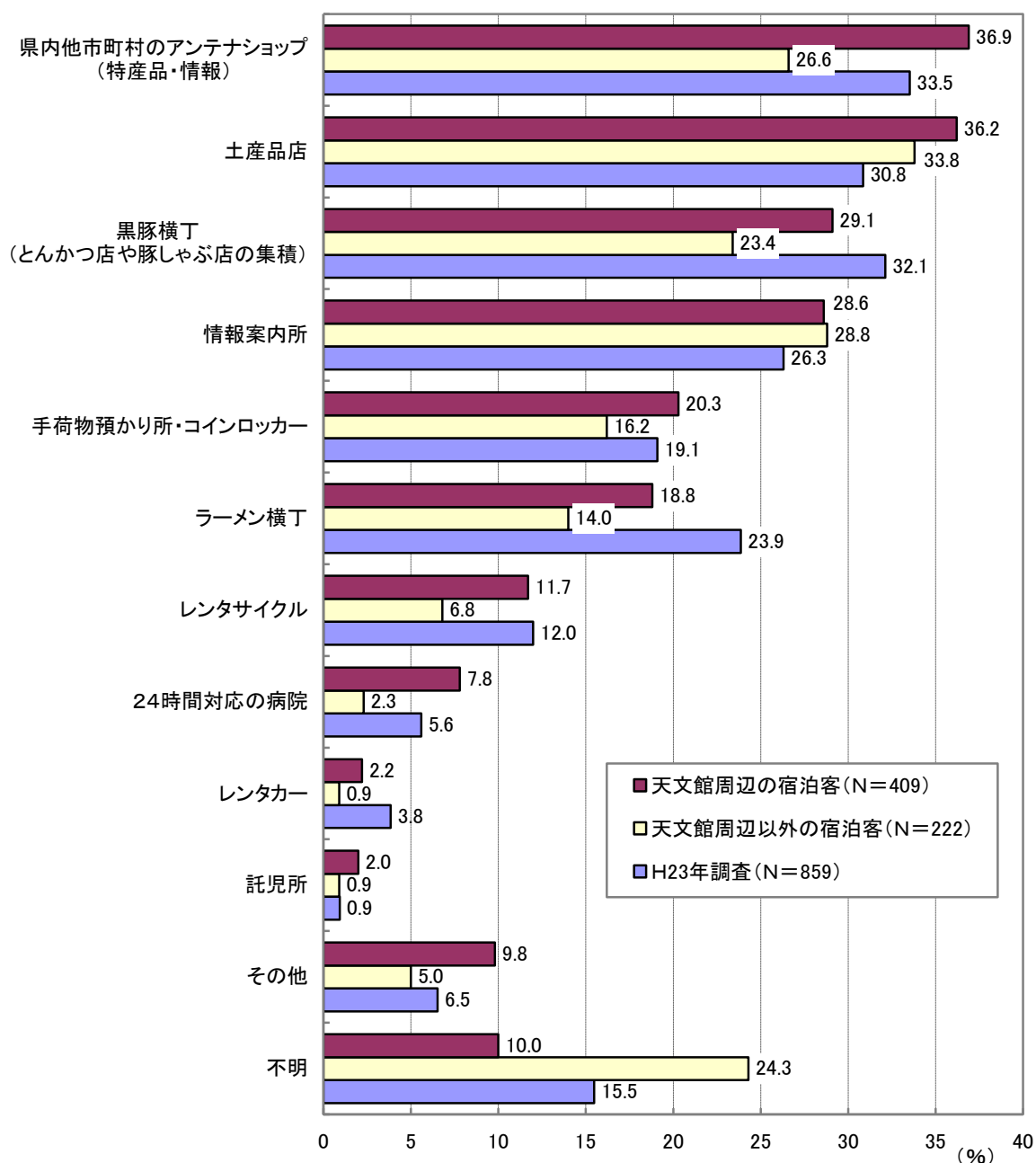
## (6) 天文館に欲しい店舗・サービス

天文館に欲しい店舗・サービスについてみると、天文館周辺の宿泊客では、「県内他市町村のアンテナショップ（特産品・情報）」が 36.9%で最も多く、次いで「土産品店」36.2%、「黒豚横丁（とんかつ店や豚しゃぶ店の集積）」29.1%、「情報案内所」28.6%となっている。

これを平成 23 年調査と比較すると、上位に挙げられている項目に大きな変化はみられず、ほぼ同様の傾向にあることがうかがえる。但し、「県内他市町村のアンテナショップ」と「土産品店」が 3.0 ポイント以上増加し、逆に「黒豚横丁」と「ラーメン横丁」が 3.0 ポイント以上減少していることが特徴的な変化となっている。

一方、天文館周辺以外の宿泊客では、「土産品店」が 33.8%で最も多く、次いで「情報案内所」28.8%、「県内他市町村のアンテナショップ」26.6%などとなっている。

[天文館に欲しい店舗・サービス（複数回答）]



天文館周辺の宿泊客の天文館に欲しい店舗・サービスについて性別にみると、男性では「県内他市町村のアンテナショップ（特産品・情報）」、女性では「手荷物預かり所・コインロッカー」がそれぞれ最も多く、女性では次いで「土産品店」、「情報案内所」などとなっており、男女で欲しい店舗・サービスの優先順位に違いがみられている。

年代別にみると、20歳代以下では「情報案内所」、30歳代と50歳以上では「県内他市町村のアンテナショップ（特産品・情報）」、40歳代では「土産品店」がそれぞれ最も多くなっている。

また、旅行目的別にみると、観光では「土産品店」、仕事兼観光では「黒豚横丁（とんかつ店や豚しゃぶ店の集積）」、仕事では「県内他市町村のアンテナショップ（特産品・情報）」がそれぞれ最も多くなっている。

[性別にみた天文館に欲しい店舗・サービス]

性別	1位	2位	3位	4位	5位
男性 (N=266)	県内他市町村のアンテナショップ (特産品・情報)	土産品店	黒豚横丁(とんかつ店や豚しゃぶ店の集積)	情報案内所	ラーメン横丁
	42.9%	37.2%	30.5%	28.6%	21.4%
女性 (N=138)	手荷物預かり所・コインロッカー	土産品店	情報案内所	県内他市町村のアンテナショップ (特産品・情報)	黒豚横丁(とんかつ店や豚しゃぶ店の集積)
	36.2%	34.1%	29.0%	26.1%	26.1%

注： ■ は全体1位、■ は全体2位、■ は全体3位を示す。

[年代別にみた天文館に欲しい店舗・サービス]

年代別	1位	2位	3位	4位	5位
20歳代以下 (N=59)	情報案内所	土産品店	黒豚横丁(とんかつ店や豚しゃぶ店の集積)	手荷物預かり所・コインロッカー	県内他市町村のアンテナショップ (特産品・情報)
	33.9%	32.2%	32.2%	23.7%	22.0%
30歳代 (N=89)	県内他市町村のアンテナショップ (特産品・情報)	土産品店	手荷物預かり所・コインロッカー	黒豚横丁(とんかつ店や豚しゃぶ店の集積)	ラーメン横丁
	38.2%	30.3%	27.0%	24.7%	20.2%
40歳代 (N=105)	土産品店	県内他市町村のアンテナショップ (特産品・情報)	黒豚横丁(とんかつ店や豚しゃぶ店の集積)	情報案内所	ラーメン横丁
	44.8%	32.4%	30.5%	24.8%	20.0%
50歳代 (N=96)	県内他市町村のアンテナショップ (特産品・情報)	情報案内所	土産品店	黒豚横丁(とんかつ店や豚しゃぶ店の集積)	ラーメン横丁
	37.5%	34.4%	32.3%	31.3%	26.0%
60歳以上 (N=59)	県内他市町村のアンテナショップ (特産品・情報)	土産品店	情報案内所	黒豚横丁(とんかつ店や豚しゃぶ店の集積)	手荷物預かり所・コインロッカー
	55.9%	40.7%	33.9%	27.1%	13.6%

注： ■ は全体1位、■ は全体2位、■ は全体3位を示す。

### 3. 天文館についての感想等について

#### ①天文館に“良い”印象を持った人の感想

天文館に“良い”印象を持った人の感想については、「交通の便がよい、宿泊・飲食施設が多い等の理由から便利でコンパクトにまとまっている」、「食事がおいしい」、「人が親切」、「アーケードが広い（雨の時快適）」、「自転車の路駐がないので非常に歩きやすい」などが多く挙げられている。

また、その他として、「長洲のコンサートで来たので、歌に出てくるイメージ通りで楽しかった」、「火山情報について、鹿児島に来るようになってこんなすごいこと初めて知った」などの感想も挙げられている。

#### ②天文館に“悪い”印象を持った人の感想

天文館に“悪い”印象を持った人の感想については、「以前に比べると人が少なくなった」、「シャッター通りとなり、立ち寄りた場所が減った」、「呼び込みが多い」、「閉店時刻が早い。開店時間が遅い」、「食事はおいしいが価格が高め」、「裏通りが暗い（不安、怖い）」、「夜と朝の見た目のギャップが大きい」、「駐車場代が高い」などが多く挙げられている。

また、その他として、「若者の街ではないと感じた」、「バスの種類は多いが観光客からすると分かりづらい」、「自分が鹿児島に来るまでは、アーケード街にお土産売り場等がもっとあって、観光客が楽しめるイメージであったが、実際は違っていた」などの感想が挙げられている。

#### ③天文館に対する具体的な要望等

天文館に対する具体的な要望等については、「県内のお土産がまとめて買えるお店が欲しい。そのようなお店があると、次は市外にも行きたい気持ちになるのではないかと」、「黒豚料理を楽しみにしているが黒豚料理はあまり昼食向きとは言えない。“ランチはこれ！”といった提案が欲しい」、「各ホテルでウェルカムドリンクなど抹茶や煎茶サービスを是非行った方がよい」、「天文館マップ（飲食施設、温泉情報、交通情報）みたいなものがあるとよい」、「もっと街中に緑やゆったり休憩できる場所が欲しい」、「地図中の通り名が実際の通りかどうか分かりにくいため、通り名が表示（看板等）してあれば便利。通りごとにアーケードの色や道のタイルの色を変えるなどするとわかりやすい」などに関する要望が多く挙げられている。

また、その他として、「24時間いつでも入れる温泉（公衆浴場）があるとよい」、「一人で入れる店（食事、飲酒）を増やして欲しい」、「ホテルにアルコールチェッカーが置いてあれば助かる」、「オムツ替えシートや貸しベビーカー、荷物預かり所等を整備して買い物利便性を高めて欲しい」などの要望も挙げられている。

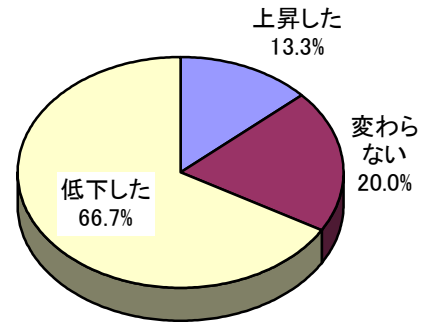
## 第Ⅱ章 ホテル・旅館向けアンケート調査結果

### 1. 業況の変化について

#### ①九州新幹線全線開業 2 年目の月平均客室稼働率の変化

九州新幹線全線開業 2 年目の月平均客室稼働率の 1 年目との比較についてみると、「上昇した」が 13.3%、「変わらない」が 20.0%、「低下した」が 66.7%となっており、15 施設中 10 施設が低下したと回答している。因みに、九州新幹線全線開業 2 年目の月平均客室稼働率の平均値は 71.8%となっている。

[月平均客室稼働率の変化 (N=15)]



全線開業 2 年目の  
月平均客室稼働率の平均値 : 71.8%

#### ②九州新幹線全線開業 2 年目の月平均延べ宿泊客数の変化

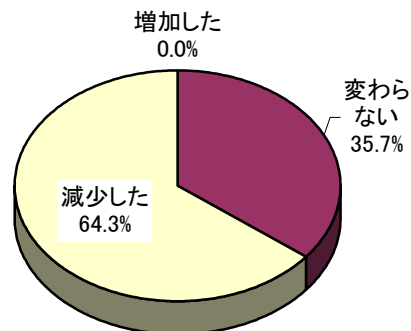
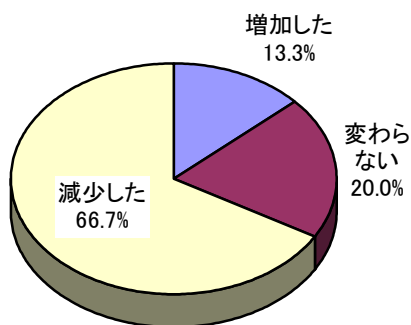
九州新幹線全線開業 2 年目の月平均延べ宿泊客数の 1 年目との比較についてみると、「増加した」が 13.3%、「変わらない」が 20.0%、「減少した」が 66.7%となっており、15 施設中 10 施設が減少したと回答している。

#### ③九州新幹線全線開業 2 年目の宿泊客 1 人当たり平均消費単価の変化

九州新幹線全線開業 2 年目の宿泊客 1 人当たり平均消費単価の 1 年目との比較についてみると、「変わらない」が 35.7%、「減少した」が 64.3%となっており、「増加した」と回答した先は 1 施設もみられていない。因みに、九州新幹線全線開業 2 年目の宿泊客 1 人当たり平均消費単価の平均値は 6,379 円となっている。

[月平均延べ宿泊客数の変化 (N=15)]

[宿泊客 1 人当たり平均消費単価の変化 (N=15)]



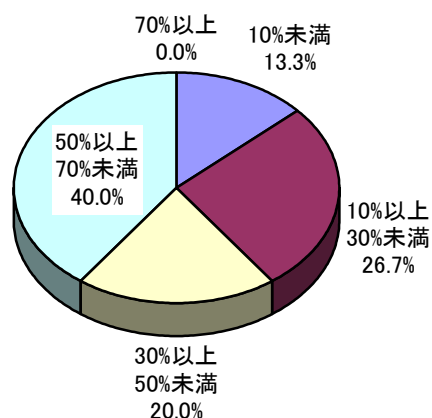
全線開業 2 年目の宿泊客  
1 人当たり平均消費単価の平均値 : 6,379 円

## 2. 宿泊客の変化について

### ① 宿泊客のリピーター率

宿泊客のリピーター率（延べ人数に占める 2 回以上宿泊しているお客の比率）についてみると、「50%以上 70%未満」が 40.0%で最も多く、次いで「10%以上 30%未満」26.7%、「30%以上 50%未満」20.0%となっており、半数以上がリピーター客であると回答した先が 15 施設中 6 施設に上っている。

[宿泊客のリピーター率 (N=15)]

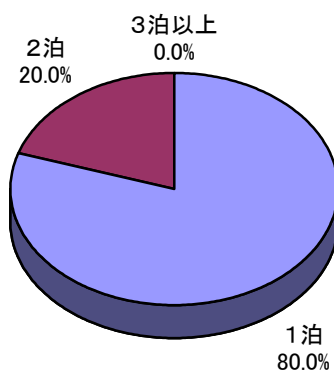


### ② 九州新幹線全線開業 2 年目の宿泊客の平均滞在日数の変化

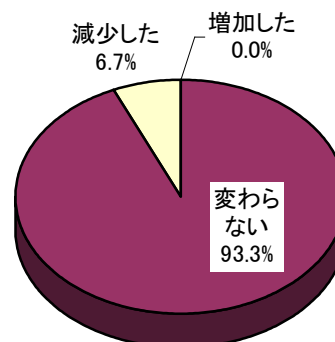
九州新幹線全線開業 2 年目の宿泊客の平均滞在日数についてみると、「1 泊」が 80.0%、「2 泊」が 20.0%となっており、「3 泊以上」と回答した先は 1 施設もみられていない。

これを九州新幹線全線開業 1 年目との比較についてみると、「変わらない」が 93.3%、「減少した」が 6.7%となっており、「増加した」と回答した先はみられていない。

[宿泊客の平均滞在日数 (N=15)]



[宿泊客の平均滞在日数の変化 (N=15)]





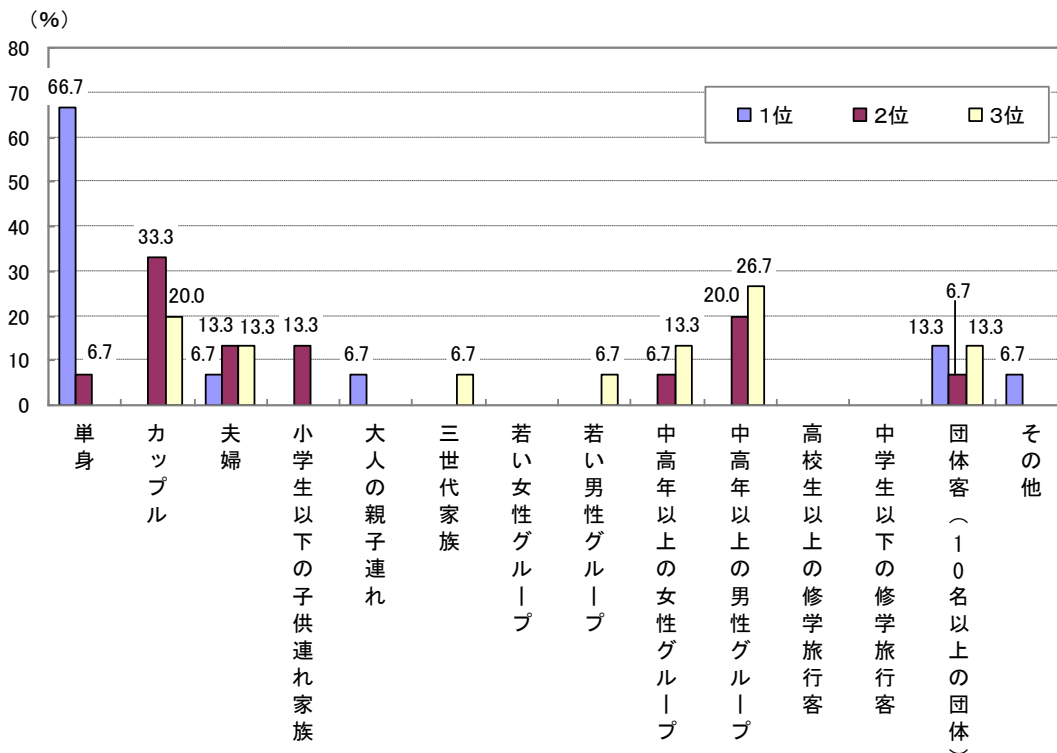
### ③九州新幹線全線開業2年目の宿泊客の客層の変化

九州新幹線全線開業2年目の宿泊客の客層についてみると、1位に挙げられた層（最も多い層）では、「単身」が66.7%で最も多く、次いで「団体客（10名以上の団体）」が13.3%。

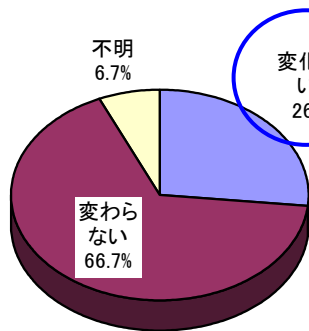
2位に挙げられた層では、「カップル」が33.3%で最も多く、次いで「中高年以上の男性グループ」が20.0%。3位に挙げられた層では、「中高年以上の男性グループ」が26.7%で最も多く、次いで「カップル」が20.0%などとなっている。

これを九州新幹線全線開業1年目との比較についてみると、「変化している」が26.7%、「変わらない」が66.7%となっている。なお、「変化している」4先の具体的な客層の変化については、「単身」と「中高年以上のグループ」が増加している状況がうかがえる。

[宿泊客の多い客層（上位3位 N=15）]



[宿泊客の客層の変化（N=15）]



<具体的な客層の変化>

	1年前の多い客層(上位3位)		
	1位	2位	3位
A社	中高年以上の女性グループ	団体客(10名以上の団体)	三世代家族
B社	カップル	単身	夫婦
C社	大人の親子連れ	若い女性グループ	団体客(10名以上の団体)
D社	単身	夫婦	大人の親子連れ

客層の変化

	現在の多い客層(上位3位)		
	1位	2位	3位
A社	単身	カップル	中高年以上の女性グループ
B社	単身	団体客(10名以上の団体)	カップル
C社	大人の親子連れ	中高年以上の女性グループ	中高年以上の男性グループ
D社	単身	中高年以上の男性グループ	中高年以上の女性グループ

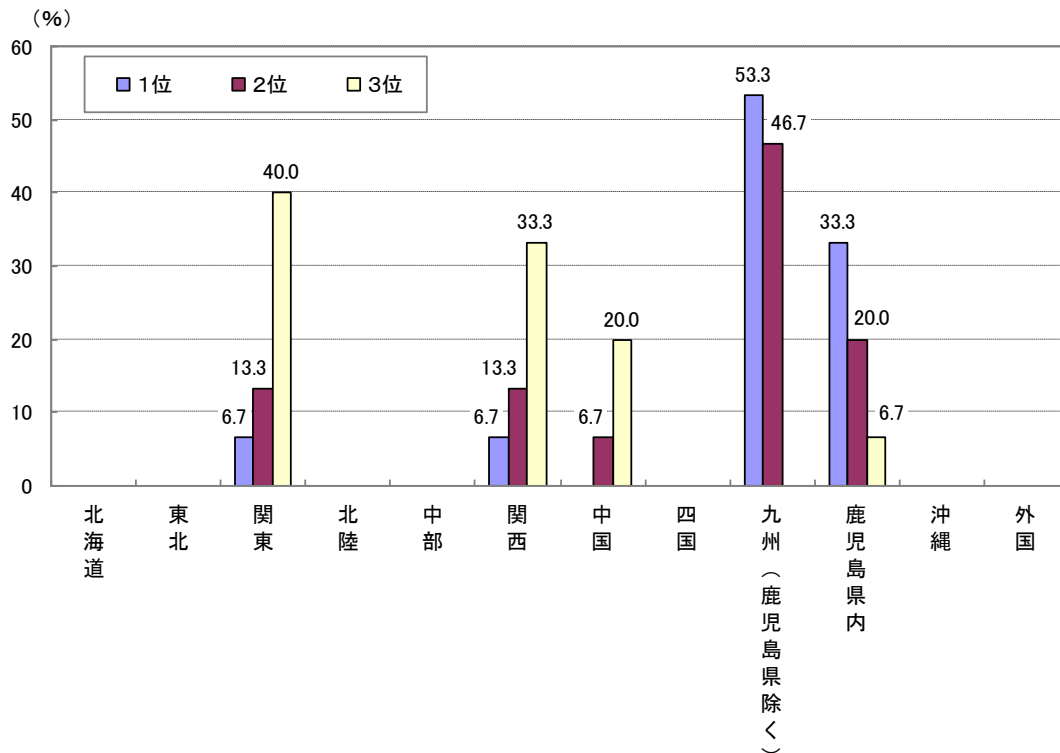
#### ④九州新幹線全線開業2年目の宿泊客の発地別の変化

九州新幹線全線開業2年目の宿泊客の発地別状況についてみると、1位に挙げられた発地では、「九州（鹿児島県除く）」が53.3%で最も多く、次いで「鹿児島県内」が33.3%。

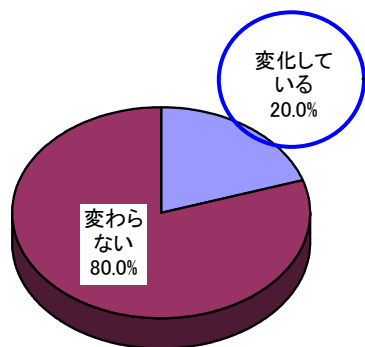
2位に挙げられた発地でも、「九州（鹿児島県除く）」が46.7%で最も多く、次いで「鹿児島県内」が20.0%。3位に挙げられた発地では、「関東」が40.0%で最も多く、次いで「関西」が33.3%などとなっている。

これを九州新幹線全線開業1年目との比較についてみると、「変化している」が20.0%、「変わらない」が80.0%となっている。なお、「変化している」3先の具体的な発地別の変化については下表の通りとなっており、「九州（鹿児島県除く）」と「鹿児島県内」が増加している状況がうかがえる。

[宿泊客の発地別状況（上位3位 N=15）]



[宿泊客の発地別の変化（N=15）]



<具体的な発地別の変化>

	1年前の発地別（上位3位）		
	1位	2位	3位
A社	九州（鹿児島県除く）	関東	鹿児島県内
B社	関西	九州（鹿児島県除く）	四国
C社	鹿児島県内	九州（鹿児島県除く）	関西

発地別の変化

	現在の発地別（上位3位）		
	1位	2位	3位
A社	九州（鹿児島県除く）	関東	関西
B社	九州（鹿児島県除く）	鹿児島県内	関西
C社	鹿児島県内	九州（鹿児島県除く）	中国

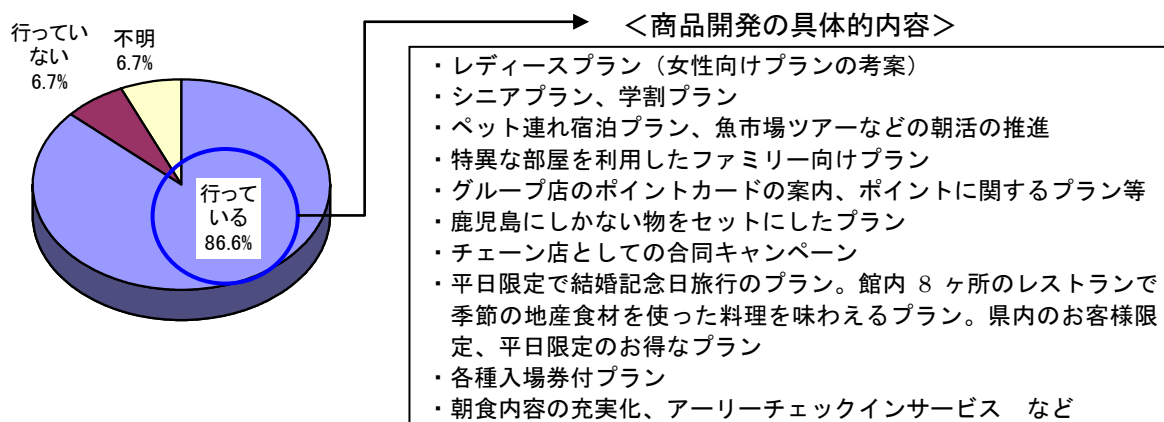
### 3. 誘客対策について

#### ①他施設と差別化を図るための独自商品の開発状況

他施設と差別化を図るための独自商品の開発状況についてみると、「行っている」が86.6%、「行っていない」が6.7%となっており、15施設中13施設が独自商品の開発を行っている」と回答している。

商品開発の具体的内容については下表の通りとなっており、女性、シニア、ファミリー向けなどターゲット層の需要を喚起するようなプランや、グループ店・チェーン店のネットワーク力、施設内飲食機能など施設の特性を活用したプランなどが挙げられている。

[他施設と差別化を図るための独自商品開発の有無 (N=15)]



#### ②宿泊客へのサービス向上に向けた独自取組の状況

宿泊客へのサービス向上に向けた独自取組の状況についてみると、「取り組んでいる」が93.3%、「取り組んでいない」が6.7%となっており、15施設中14施設が独自の取組を行っている」と回答している。

独自取組の具体的内容については下表の通りとなっており、周辺マップの作成や飲食施設・水族館・映画館など周辺施設等との連携などが挙げられている。

[宿泊客へのサービス向上に向けた独自取組の有無 (N=15)]

