

第9回九州観光マスター検定試験1級・事例編模範解答例

第1問(20点) * 問題文は省略

<模範解答例>

(1)

観光マーケティング戦略において顧客満足は重要である。ターゲットとしての顧客に満足を提供することで、顧客の創造と維持につながる。顧客の維持はリピーターであり、メタファーとして顧客が顧客をつれてくるといった伝道師の役割を果たすことになる。逆の顧客不満はテロリストの役目になり、売上高や収入の減少を招くことになる。その意味でも、顧客満足は欠かせない。また、人口が減少の時期にあり、同じ顧客に満足を提供することで、リピーターの果たす役割は重要である。さらに、顧客満足の定義の視点から、事前の期待に対する事後の評価の面から、プロモーション活動を通じて事前の期待を高めることも大切であるが、それ以上に事後の評価を高めていくことが顧客満足の向上につながる。

<採点基準>

観光マーケティング戦略にとって重要なターゲットである顧客にとって、なぜ顧客満足が重要なのかを示していることが肝要である。箇条書きで記入されていてもかまいませんし、論述で書かれている場合も主旨が明確であることが大切である。採点基準の目安として、事業運営の基本構造にふれているもの5点、ターゲットの面から書かれているもの5点、両方の面から書かれているもの10点で、当然のことながら、両方にまたがっている内容やユニークな視点で書かれている内容も考慮する。

<キーワード>

- ・事前の期待と事後の評価。
- ・事業運営の基本構造における顧客満足はエンジンに相当。
- ・ターゲットとしての顧客に満足を提供。
- ・リピーターにつながる。
- ・伝道師として、顧客が顧客をつれてくる。
- ・不満はテロリストの原因。

など

<1級テキスト対応関係=21～23ページ。また、2級・3級の顧客満足の箇所>

(2)

1) 来場者にサービス価値の提供

福岡コンベンションセンターは来場者にサービス価値を提供している場である。出展者側と出展内容の充実をはかるとともに、来場者に空間や食事における快適性や交通の利便性によるサービス価値を提供するとともに、不測の事態に答えられるようにしていくことも大切である。

2) 来場者満足の向上

顧客満足ならぬ来場者満足を設定し、その向上に努めるべきである。そのためのデータの収集や分析を行い、主催者側にフィードバックしていくことで、主催者側への提案の一助とすることができる。これは、福岡コンベンションセンターのソフト面におけるサービスの一環として主催者側に提供することでリピーターにつながるようにしていくことが望まれる。

3) リピーターの確保

これは、主催者側と来場者の両方にいえることである。特に、主催者側には一度、福岡コンベンションセンターを利用していただいた際の主催者満足度を把握し、改善があれば、きめ細かい対応をしていくことで、リピーター率の向上につながっていくことが考えられる。

4) コンベンション誘致の推進

来場者数が多数見込まれているイベントや大型の国際学術会議の誘致に向けたプロモーション活動がより一層重要である。特に福岡はアジアにおける日本の玄関口であり、福岡の魅力とともにアジアへの地の利を活かしつつ、主催者や出展者側への販売促進が必要である。

5) リアルな出展効果の明示化

出展者側への出展効果をリアルにフィードバックすることにより、コンベンションのさらなる誘致促進が期待できる。出展者側の属性、目的や来場者数、来場者行動を把握し、イベントごとに記録し、次への誘致促進資料とすることが望まれる。

6) PR ツールの充実

福岡コンベンションセンターのPRツールの充実が望まれる。具体的には、ホームページ、ガイドブック、パンフレットの内容充実である。

7) 周辺によさも PR

コンベンションセンターの出展者や利用者に対して、福岡国際空港やバスからのアクセスの良さ、宿泊施設の充実、観光関連施設との連携による PR によって、福岡市内の経済波及効果のみならず、福岡県への経済波及効果が考えられる。

8) 集客産業との相互 PR

コンベンションセンターを取り巻く集客産業との相互 PR 活動が望まれる。具体的には、ホテル・旅館をはじめとする宿泊施設や飲食店・お土産店・ショッピングセンターや交通関連産業などとの相互 PR である。

9) 産業部門との連携

今後 214 万人余りの参加者への告知等により、海辺に位置する本施設の特徴を生かして、周辺地域(ベイサイドエリア、能古島、海ノ中道、志賀島等)への誘導など、市内の農林水産業と連携した活動を図ることは経済波及効果の拡大に効果があると考えられる。

10) 地域ブランドの一翼であることの意識

福岡コンベンションセンターは、地域ブランドの一翼を担っていることを意識することが大切である。福岡地域のみならず、日本、アジア、世界の人々との交流を目指す重要な場所と機会を提供していることを再認識しながら、福岡といえば、「コンベンションセンターがあるね」と主催者や出展示者側に連想させなければならない。それが福岡の地域ブランド構築につながっているのである。

<採点基準>

記載内容としては、観光マーケティングの観点から、ターゲットに関する事項、マーケティング・ミックスに関する事項などにふれていることが重要である。具体的には、来場者に価値あるサービスの提供やリピーターにつながるような内容にふれているかどうかである。また、地域との連携も重要である。

上記の内容に近いことが書かれていると10点、目安としてターゲットに関する事項が4点、マーケティング・ミックスに関する事項が3点、地域との連携事項が3点である。当然ながら、両方にまたがっている内容やユニークな内容も考慮する。また、1つの文章の中に上記に関する内容が記入されていれば加点する。

<キーワード>

- ・来場者にサービス価値の提供
- ・来場者満足の向上
- ・リピーターの確保
- ・コンベンション誘致の推進
- ・リアルタイムな出展効果の明示化
- ・PRツールの充実
- ・周辺のよさもPR
- ・集客産業との相互PR
- ・産業部門との連携
- ・地域ブランドの一翼であることの意識 など

以上

第2問(30点)*問題文は省略

【模範解答】【公式テキストブック対応】P107 関連、「エコツーリズムのメカニズム」参照

(1)「コミュニティ・ツーリズム」が生まれた背景

今、「地域の過疎化」や「限界集落」に関連して盛んに論議されている「コミュニティ・ツーリズム」(Community Tourism)は、“地域社会に根ざした観光”と呼ばれたり、本来的に「エコツーリズム」の地域社会の保護、再生、活性化の役割を含んでいることから、“地域社会に根ざしたエコツーリズム”と呼ばれたりしている。「エコツーリズム」は、近年何かと論議の対象となる用語だが、旅行者の動機や旅行商品の販売目的等が“自然観察”である場合は、本来的には「自然観光」(Nature Tourism)の分類に属するが、自然観光におけるマイナス面を軽減し、プラス面を高めることも強く期待されている。しかし、これだけではエコツーリズムの対応要素の一つである社会的分野との関わりが欠けることになる。「コミュニティ・ツーリズム」は、この分野に深く関わるものであり、地域社会が観光開発を実質的にコントロールし、管理業務に参画し、関連サービス業務にも直接関与し、地域社会に利益を還元し、地域社会の保護、再生、活性化をめざしている。そのため、旅行者に向けては、自然地区や文化遺産等へのアクセス、案内ガイドおよび説明サービス、宿泊施設・食事の提供、地元産品・民芸品の販売、交通等の十分な準備が欠かせない。

(2)「コミュニティ・ツーリズム」の振興に必要なこと

「コミュニティ・ツーリズム」の振興を図るには、

- ① 十分な魅力と興味のある景観や動植物が存在すること
- ② 来訪者の受け入れが可能な十分なエコシステムがあること
- ③ 地元社会が来訪者を受け入れるに当たって、チャンスとリスクの双方を認識していること
- ④ 地元社会の意思決定に応えられる組織が存在すること
- ⑤ 土地固有の文化や伝統等に対する社会的脅威が少ないこと

等が最低限必要である。

(3)「コミュニティ・ツーリズム」活動についての留意点と課題

全ての「コミュニティ・ツーリズム」の活動は、地元社会および観光と資源保護に興味を持つ関係者の同意と理解を得た上で、明確な戦略のもとに展開されるべきである。また、戦略づくりには、作成段階で観光の経験と知識を有する人々の参加と資源の保護対象を勘案しておくことが必要である。そして、戦略づくりに参画する人々には、地域社会の代表者、見識のあるツアー・オペレーター、地方企業、関連NGO、公的資源保護機関の担当者(地区マネージャー、地区監督局等)を加えることが望まれる。

「コミュニティ・ツーリズム」とは、地元社会の深い参画のもとに、地元社会によって、地元社会のために行なわれる「観光」の一形態である。それ故、「コミュニティ・ツーリズム」の成否は、観光客の受け入れ地がその運営管理を通して、地域社会と来訪者の期待に応えられるかどうかにかかっていると言える。

(4)「コミュニティ・ツーリズム」促進に関する意見・提案

(記述された意見・提案の内容によって判断する)

【キーワード・ポイント】

(1)「コミュニティ・ツーリズム」が生まれた背景

- ・「コミュニティ・ツーリズム」の地域社会の保護、再生、活性化の役割
- ・地域社会の観光開発における実質的コントロール、管理・運営、サービス業務等への直接関与、地域社会への利益還元、地域社会の保護、再生、活性化を目的。
- ・地域社会が、旅行者に向けて準備することが望まれる諸事項

(2)「コミュニティ・ツーリズム」の振興に必要なこと

- ・十分な魅力と興味のある景観や動植物の存在
- ・来訪者の受け入れが可能な十分なエコシステムの存在
- ・地元社会が来訪者を受け入れるに当たって、チャンスとリスクの双方を認識
- ・地元社会の意思決定の応えられる組織の存在
- ・土地固有の文化や伝統等に対する社会的脅威が少ないこと

(3)「コミュニティ・ツーリズム」活動についての留意点と課題

- ・関係者の同意と理解を得た上での明確な戦略をもとに展開
- ・戦略づくりには、作成段階で観光の経験と知識を有する人々の参加と資源保護の対象を勘案
- ・戦略づくりに参画が望まれる人々：地域代表者、見識のあるツアー・オペレーター、地方企業、関連NGO、公的資源保護機関の担当者
- ・コミュニティ・ツーリズムの成否は、受け入れ地がその管理を通して、地域社会と来訪者の期待に応えられるかにかかっている。

(4)「コミュニティ・ツーリズム」促進に関する意見・提案

- ・前向きで積極的な意見・提案が望ましい

【採点基準】

- 1) 模範解答に例示したキーワード・ポイントに対する記述内容を勘案しつつ、問題内に表示した1から4までのテーマ別配点を行う。
((1) = 7点、(2) = 7点、(3) = 10点、(4) = 6点)
- 2) (4)の「コミュニティ・ツーリズム促進に関する意見・提案」についての記述は、独創性と実現性を中心に判断する。

【キーワード】

- ・エコツーリズム
- ・地域の過疎化
- ・地域社会の保護、再生、活性化
- ・地域社会への利益還元

第3問【 模範解答例 】* 問題文は省略

(1) 観光開発における作業フロー

(はじめに: 観光開発動機の発生、動機内容の共有化など)

I. 開発組織・体制の確立

- ・ 最初に行うべきは、開発推進母体となる組織・体制の確立である。その組織のメンバーや責任体制、検討すべき作業内容、スケジュール、裏づけとなる資金、法的規制の確認などを行う。(キーワード: 開発推進母体の設定、役割分担の確認、関与すべき組織の確認に関する記述)

II. 社会、市場、地域環境分析

- ・ 次の作業での作業となる開発課題と解決策の設定を間違いなく行うための各種環境分析を行う。とりわけ、当観光地の資源を取り巻く環境分析をいかに的確に行うかが重要な課題となる。(キーワード: 社会、市場環境動向、地域環境調査・分析、観光資源調査・分析、需要予測などに関する記述)

III. 開発課題と解決策の設定

- ・ IIの分析作業によりまず開発課題を抽出する。次に、当観光資源の魅力度を訪問動機などを中心に分析して抽出し、差別性のある観光資源を複数案決定する。
- ・ 差別性ある観光資源は、観光コンセプト、観光地ポジションの検討、コアターゲットの設定などの作業との関連性などで選定される。
- ・ 決定された観光資源で、当初の開発課題を十分に対応できなければ、観光資源のブラッシュアップや新しい観光資源の開発を複数案作成する。

(キーワード: 開発課題抽出、動機などを中心とした当地観光資源分析、差別性ある観光資源の発見・開発、観光コンセプトの決定、観光地ポジションの決定、コアターゲットの決定、観光資源のブラッシュアップ、新しい観光資源の開発 など)

IV. 基本構想案の決定

- ・ IIIの作業で検討された複数案の解決策についての基本的構想を明示化する。基本構想の主要内容は、IIIで提示した、コンセプト、ポジショニング、コアターゲットなどが基本となる。また、この段階で詰めておく作業としては、当構想案における地域や行政施策との整合性や共有化、開発資金の目処などである。(キーワード: 複数案の解決策の明示化、地域や行政施策との整合性、共有化、開発資金の目処 など)(注: この箇所、IIIの基本的項目内容が含まれていてもよい。)

V. 最終基本計画案の策定

- ・ 最終案の決定については、開発母体を中心に、外部の関係組織(観光協会など)や自治体、地域住民の代表者(NPO など)など、関連する組織と一体となった決定が重要となる。
- ・ 計画案の内容は、IIIの観光コンセプトの決定、観光地ポジションの決定、コアターゲットの

決定を中心に、次の項目が中心となる。(キーワード: コアターゲットの需要予測、基本魅力度要素の規定、基本資源の取り扱い方針、基本資源の運営方法、空間の利用方法(ゾーニング)、企業・住民・自治体の参加方法、効果の予測 など)

- ・最後に複数案についての上記の作業を通して、最も効果があると決定された最終案を選定する。選定に当たっては、開発資金の裏づけ・補強、関係者との協議・調整・承認、付加資金開発の検討などを行い最終調整を行う。(キーワード: 関係組織や地域住民との連携による策定、上記作業項目、最終調整に関する項目 など)

VI. 実施計画案の策定

- ・この段階になると、当観光地の対外的な訴求活動(マーケティング・コミュニケーション戦略)やその裏づけとなる資金の確保と予算設定、スケジュールなどが中心の作業となる。

(キーワード: マーケティング・コミュニケーション戦略(広報、広告、PR、イベント戦略/コンセプト・スローガンなど)、経営管理計画(開発資金関係、スケジュール案 など)

(VII. 実施・評価・第2ステージへ)

(2) 阿蘇地域観光開発における今後の課題をその解決策

((1)の回答例で示したⅢ、Ⅳの項目について、記述することになる。課題とその解決策を記述するためには、現状での阿蘇観光開発に基本姿勢を把握しておかねばならない。)

《阿蘇観光開発における基本的考え方》

○ 基本姿勢は、スローな阿蘇づくり—阿蘇カルデラツーリズム

- ・ ゆっくり歩く、ゆっくりと自転車で走る、スローなスピードで観光する
- ・ そのスローなスピードで、農村や自然が持つ素顔の阿蘇を体感(体験)する。
- ・ 自然との対話のみならず、自然案内人や地元の人たちとの交流によって、阿蘇の新たな生活風習、文化に触れる。

以上の視点による新しい観光の価値観やスタイルを提唱し、創造・浸透させる。

○ 新しい旅のスタイルを確立するための基本的戦略

(1) グリーンツーリズム、エコツーリズム、タウンツーリズムの3つの思想を基本とする。

- ・ 観光とは、旧所名跡や自然の雄大さのみではなく、その地域固有の生活システム(風習や文化、そこで生活する人々との交流など) 自体も観光資源となる。

(2) スローなスピードでの観光が可能となるシステム(公共交通網)を確立する。

—公共交通実験実証からえられるシステム(仕組みづくり)の定着と改善

(パークアンドライド、自転車列車、循環バスなどのシステムの訴求と理解)

—地域経済活性化への貢献。(産交バスによる生活交通手段と観光交通手段との共有化)

(3) 北阿蘇地域と南阿蘇地域(南郷谷)の広域連携

- ・ 北阿蘇地域に比べ、南阿蘇地域への訪問率が低い。南阿蘇地域の観光資源をアピールすることで、北と南が連携した観光を開発する。

- (4) ビジット・ジャパンキャンペーンに対応した外人観光客の獲得
 - ・ 外人客数の増加対策による国際的阿蘇イメージの醸成と理解促進
- (5) 環境共生型の新しい観光・交流の仕組みづくり
 - ・ 阿蘇カルデラ型自然公園としての一体感の創出と、自然環境保全対策のための対応施策
充実化(畜産業や農業従事者の離職防止対策などを含む)

(2) 観光開発における課題・提案についての解答例(実際の回答例は、この項目から)

◎課題についての解答例

- (1) スローなスピードで楽しむ新しいたびの提唱についての対策があまり進展していない。
 - ・ 休日・祝日、夏休みになると、依然として国道57号線が渋滞している。高速道路の料金値段が安くなり、より渋滞混乱が見られる。
- (2) スローな旅の提唱にかんして、基本的インフラ・システム対応が遅れている。
 - ・ 提唱自体は納得できるが、それ実現するためのインフラ・システムが遅れている。
阿蘇地域は広大であり、その全体像を満喫するためには、マイカーが最も適した交通手段となる。
- (3) 阿蘇観光における基本的要素のグリーン、タウン、エコツーリズムのなかで、とくに、タウンツーリズムに対応する観光資源の開発(目玉)が遅れている。
 - ・ 阿蘇といえば、グリーンツーリズムやエコツーリズムを提唱する資源は豊富にあるが、タウンツーリズムに対応する資源のイメージは弱い。
- (4) 福岡・(北九州)都市圏の観光客は、南阿蘇地域(南郷谷)の関心が薄い。
 - ・ 南阿蘇谷は久木野のそばや白川水源をはじめとする名水・水源などの魅力ある資源も多いが、北阿蘇地域に比べて、南阿蘇地域のイメージや関心が弱い。
 - ・ 北と南を連携させる交通手段の整備や情報提供を積極的に行う必要がある。
- (5) 外人客誘致対策と地域内観光に対応した情報提供の充実化
 - ・ ビジットジャパンキャンペーンに対応した対策、とくに外人客対応に対して、スローな旅を提唱する場合、現地案内や公共交通機関の利用などに関して、十分な語学対応や表示対応が必要となる。
- (6) 観光と自然、エコ、農との連携という思想は促進されているが、観光と食などの視点がまだ弱い。
 - ・ 農家レストラン、農家民宿によるオリジナルなメニューの提供、たかなをメインにしたメニュー開発、ソバ(ソバ街道)などいくつか目玉はあるが、まだまだ開発不足である。また農家レストランなどの数も少なく、予約が必要である。
- (7) 阿蘇イメージは、阿蘇活火山と雄大な自然イメージに依存している。そのイメージのみに頼らない阿蘇イメージの開発が重要となる。
 - ・ どうしても阿蘇活火山や雄大な自然イメージが中心となり、そのイメージは強すぎるために、他の魅力的な資源が埋没しがちである。など。

3) 今後のスローな旅阿蘇観光開発に関する提言の回答例

(注:2)の課題に対応した提言つまり解決策としての回答が望ましいが、ここでは、別個に回答例を示す。)

◎提言についての解答例

- (1) 阿蘇イメージのあらたな開発方向性(阿蘇アイデンティティの開発方向)の提言
 - ・ 阿蘇活火山や雄大な自然イメージが中心にしながらも、阿蘇の大爆発が九州を創造したことや、古代からここには神々が住み、また九州の主な河川の源流が阿蘇であることなどを注目し、阿蘇大陸とも呼べる歴史を積むんできたことなどを新しいイメージとして付加する。
- (2) 阿蘇地域の回遊性(特に南郷谷)を高める施策の検討
 - ・ 北と南の回遊性を高める対策を行う。例えば、北と南を結んだ2泊3日の観光ルート(北と南の縦断ルートの開発)や観光商品開発を行う。旅行代理店と共同開発を行い、新しい阿蘇観光の楽しみ方として、積極的に販売する。
- (3) スローな旅:歩く早さ、自転車のスピード目線での行動を可能にするシステムの開発
 - ・ まず域内移動をスムーズに効率よく行えるための手段を確保する。山の中で、道路の高低なども厳しく、電動自転車などが不可欠となる。
 - ・ 山の中を広域に移動することになるので、迷った場合の対策や、水分補給など、民家での対応(民家110番対応)など、観光客の利便性や不安、安全性確保のためのきめの細かい対策を検討する。
 - ・ モデルルートの開発などを行い、その沿線には、食や休憩スポット、トイレ利用、地元の人との交流拠点など、決めの細かい休憩、交流スポットを企画する。
- (4) あらたな食メニュー開発など(タウンツーリズムとの関連で)
 - ・ 農家レストランの拠点拡大、たかなメニューの開発、ソバ街道のアピールなど、食を中心とした対策を総合的に練り直す。
 - ・ 一商店一特産品メニュー開発(例えば馬コロッケ)などの運動を展開し、オリジナルなメニュー開発を積極的に行う。
- (5) 通年(特に冬季)での観光客開発
 - ・ 夏場に比べると冬場の阿蘇観光客は減少する。特に雪景色と温泉などの資源で、雪の経験のない外人客対策を積極的の推進していく。(冬場で外人客が多くなるという傾向がある。)
- (6) 学習などを中心とした長期滞在型の観光開発
 - 子供の夏休みを中心に、天体、自然(昆虫、植物など)、農業体験、エコツーリズム体験、夏祭り体験など、都会では味わえないツアーを設計し、小学生、中学生対策の学習などを盛り込んだ長期滞在型ツアーを設定する。休日は両親と合流し、家族旅行を体験するなど

【採点基準】

- (1) 観光開発における作業フロー: 10点満点
 - ・Ⅱ～Ⅵまでの項目(またはその意味に匹敵する項目)と概要説明の回答者を10点満点とし、それ以下については、解答すべき項目の提示数と概要について配点していく。
- (2) 課題についての回答例: 10点満点、提言の回答例: 10点満点の配点とする。
 - ・課題、提言とも、回答例の内容または回答例以外でも妥当と判断できる項目で、課題、提言を4項目以上、かつその内容も大体納得できるものであれば、20点満点とする。以下、提示項目数に応じて配点する。

第4問【模範解答】*問題文は省略

【解答例1】

2級テキストp205で提示したケース(但し、黒川温泉を中心にポジショニングしたケース)

【解答例2】

1. 準備作業として3つの温泉の特徴・イメージ分析

- 由布院温泉の特徴・イメージ
 - ・昭和40年代から町ぐるみで毎年夏に映画祭や音楽祭を開催し、歓楽色を排して女性が訪れたいような環境整備を続けてきた。バブル期の大型開発計画には適正な規模や景観を守るため抵抗。
 - ・湯布院は女性に最も人気のある温泉であり、大分県内をみても別府温泉の主役の座を奪っていると思われる。
 - ・一軒の敷地も比較的広く、町の造りはゆったりとしている。ネオンサインの煌々歓楽街は無い。
 - ・開発規制により高層の巨大旅館・ホテルもなく、田園的な名残を残している。
 - ・由布院玉の湯、亀の井別荘、山荘無量塔をはじめとする優雅・華やぎの高級旅館が多い。
 - ・昭和の大規模温泉街に多く見られた歓楽性を極力排しており、女性に特に人気が高い。
 - ・「湯の坪街道」(ゆのつぼかいどう)には、しゃれた雑貨屋やレストランが並び、周辺には各種の美術館が点在する。自然とアートが魅力の温泉リゾート 近年は芸術の里としても国内外で知られるようになった。
 - ・九州の軽井沢と呼ばれる洗練された街並みと、湯煙たなびくのどかな田園風景がバランスよく調和しているところが、この街の魅力といえるだろう。
 - ・女性に特に人気が高い。逆に、そうした客層を目当てに旧湯布院町や大分県の外から、観光・土産物業者などが入り込み、雰囲気損なっている負の面を指摘する声もある。
- 別府温泉の特徴・イメージ
 - ・別府温泉の竹瓦温泉は明治12年創設の別府で最も由緒ある共同湯。別府温泉のシンボリック存在だ。現在の建物は昭和13年に建てられたもので、それでも十分な風格がある。
 - ・別府温泉(べっぷおんせん)は、大分県別府市中心部の温泉街の名称、または、温泉都市

別府市内に数百ある温泉の総称で、別府八湯(べっぷはっとう)とも呼ばれる。

別府温泉の温泉街は別府八湯の中では最も歓楽的な要素が強く、夜になれば飲食店や別府タワーなど繁華街のネオンが煌く。

- ・ 鉄輪温泉別府市街と明礬温泉との中間にあり、別府地獄めぐりの中心に位置し、いまだに湯治の雰囲気を残す温泉街である。、大小多数の温泉施設がある。周辺には海地獄、鬼石坊主地獄、山地獄、かまど地獄、鬼山地獄、白池地獄などの観光施設や、大衆演劇の芝居小屋ヤングセンター、秘宝館などの娯楽施設も存在する。
- ・ 別府温泉と柴石温泉は、古くから湯治場として利用されていた。鉄輪温泉と浜脇温泉は、鎌倉時代には湯治場があった。
- ・ しかしながら、これだけの温泉群が密集するのは全国的にも珍しい地区であり、平成になって韓国などの日本国外からの利用客が増加した。国際観光温泉文化都市
- ・ オンパクは、温泉街において行われる温泉を中心としたイベントの名称。オンパクは温泉泊覧会の略称である。

□ 黒川温泉の特徴・イメージ

- ・ ひなびた山里の風情が魅力の温泉郷
- ・ 渓谷の両側に小規模の旅館が建ち並んでいる。
- ・ 音涼やかな溪流風呂など、それぞれに趣向を凝らした湯にのんびり浸かれば、日ごろの疲れやストレスも吹き飛んでしまう。
- ・ 渓谷にある温泉地であることから、収容人数はせいぜい最大 60 名であり、こぢんまりとした和風旅館が建ち並んでいる。
- ・ 樹木とあいまってしっとりとした景観を形成している。景観を害するような原色のけげげしい看板や、ネオン街もない。
- ・ 客を引き留め、リピーターを確保できるのは、露天風呂と田舎情緒が特徴だから。
- ・ 都会の生活に疲れ、温泉に「癒し」を求めて来る観光客にくつろぎを与え、リフレッシュしてもらうためにできる限りの演出を行うというもので、いわゆる「癒しの里」というコンセプトを打ち立っている。

2. 各温泉を特徴づける形容詞的キーワード分析

以上の分析より、各温泉地の特徴やイメージを表現する形容詞的キーワードは、以下のよう設定できる。

由布院温泉 : 九州の軽井沢、みやび、優雅、女性的、田園的、高級感

別府温泉 : 国際性、歴史性、文化性、歓楽・レジャー性、風格性、大規模性

黒川温泉 : ひなびた山里の風情、くつろぎ・癒し、リフレッシュ、家族的・女性的、小規模

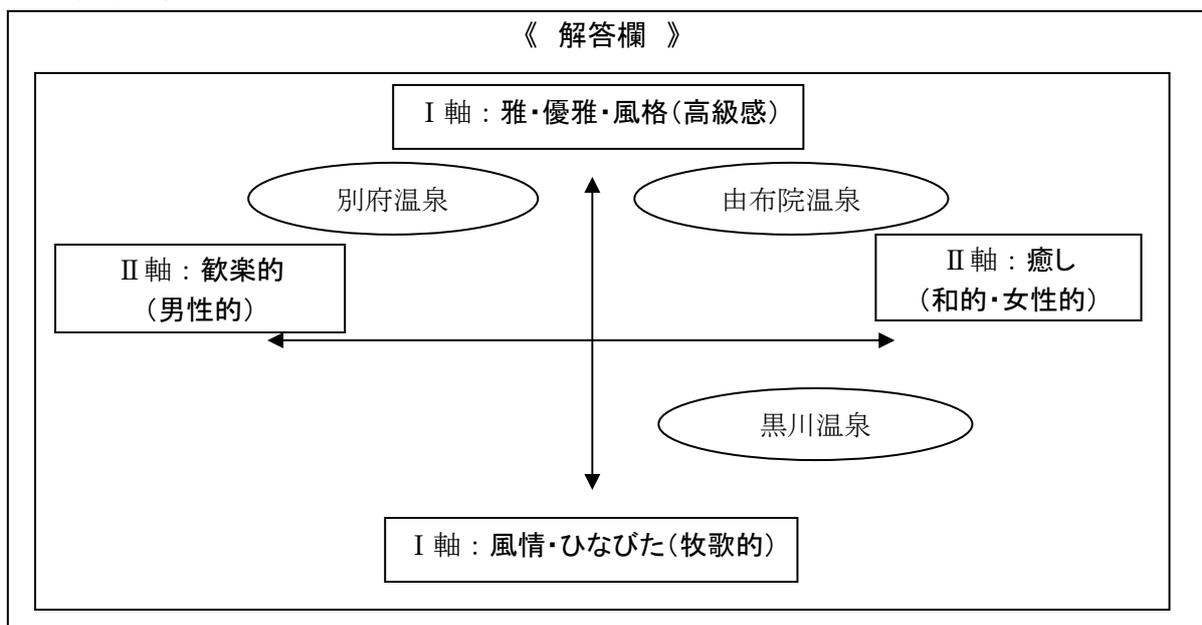
3. 想定される因子軸の設定

- ・ 各温泉の特徴やイメージから以下の通り、同類項のキーワード(因子軸)を選出しグルーピングする。(2軸設定に活用される妥当性を持ったキーワード群

- (1) みやび・優雅、文化、ひなびた
- (2) 高級感、歴史性・風格、くつろぎ
- (3) 田園的、山里的、国際的
- (4) 大規模、中規模、小規模

4. 使用する因子軸の選択(注:実際の回答はこれ以降となります。軸設定の作業のためには、以上の作業を通して設定されることになる。)

- ・ 由布院温泉を中心に、別府、黒川が独立した象限に位置づけられるように、因子軸を設定する。



【 採点基準 】

- 各軸について考えられた用語が適格であること。(適格であるかどうかという意味は、例えば、○○である⇔○○でないというような記述などの不適格性を意味する。但し用語自体についてもあまりに常識からかけ離れた内容は減点の対象とする。)
 - I軸、II軸の因子軸の用語の適切さ、妥当性での採点:10点満点
- 由布院温泉地、別府温泉地、黒川温泉地は、理想的には、別個の象限に位置づけられていること。ポジショニング戦略の狙いは、競合温泉地の差別性を重視する考え方なので、少なくとも由布院温泉地のみは、独占した象限に位置づけられるはずである。
 - 由布院、別府、黒川温泉のポジショニングの適切化、妥当性での採点:10点満点