

### III. 調査結果の整理と今後の提案

---

## 1. 調査結果の整理

### 糸魚川ファンの存在

今回の調査では、糸魚川への来訪回数が「4回以上」という方が全体で約6割いらっしゃり、ヘビーユーザーが多い。

そして、そのほとんどの方が高い満足度を感じている。これは、単なるリピーターではなく「糸魚川ファン」と位置付けていいと思われる方たちである。

### 情報源は「人」

糸魚川の情報を知る手段としては、「インターネット」と「口コミ」が拮抗しており、「口コミ」では糸魚川在住の家族・友人・知人からの紹介、といった「身近な人」が情報源という形が多かった。また、「インターネット」でもツイッターやフェイスブックといった「(ネット上の)身近な人」を介していることが考えられる。

### 認知度の上昇

ジオパークの認知度は、昨年に比べ7.4%増えている。特に、フォッサマグナミュージアムへの来館者では、20%以上の増加であり、ジオパークに興味がある人が増え、実際に糸魚川へ足を運んでいる方が増えていることがうかがえる。

### 情報発信手段

情報入手手段として、糸魚川に来てから看板やパンフレットを見て立ち寄った、という意見も見られ、現地でのPRについても一定の効果が見受けられる。

一方で、「道案内が不親切」と言った声や「全体にPR不足」という指摘もこれまで同様あり、真摯に受け止めなければならない。

### 認知度が高いのは「親不知」「小滝川ヒスイ峡」

来訪先・知っている場所として、どの調査ポイントでも「親不知」「小滝川ヒスイ峡」が上位にあり、この2カ所と今回調査を行った「フォッサマグナミュージアム」「マリンドリーム能生」は、市内でも特に知名度の高い場所であると考えられる。

### ジオパークを回遊する仕組み

調査員が協力いただこうと、声をかけると、ミュージアムでは「マリンドリームで答えてきた」、マリンドリームでは「ミュージアムで答えてきた」という返事をされることが何度もあった。集計結果からも、マリンドリーム能生に立ち寄った方の中が、フォッサマグナミュージアム、小滝川ヒスイ峡、親不知にも立ち寄っている割合が目立った。

ミュージアムとマリンドリームは、糸魚川への集客の大きな拠点であるので、それぞれの情報発信や連携などを積極的にすすめる必要がある。

特に、マリンドリーム能生には、糸魚川に来たら何らかのタイミングで立ち寄る方が多いとも考えられるので、マリンドリーム能生でもジオパークの情報発信をより積極的に行うことで、ジオパークを目当てに市内を回遊する仕組みが生み出されるのではないだろうか。

## 2. 調査ポイントごとの気づいた点と提案

マリンドリーム能生での情報発信

### (1) ジオパーク PR コーナーの位置

マリンドリームの休憩場所にジオパークの PR コーナーが設置され、パンフレットを持っていくお客様も多数見られた。

しかし、正面入口から見ると、手前にある「うまさぎっしり」のスタンプラリー台に隠れ、その存在が見えない。(写真)

動線などの問題はあるかもしれないが、「うまさぎっしり」の台横に設置するなど、目立つ位置での PR が望まれる。



### (2) PR コーナーの充実

現状、パンフレットが置いてあるだけなので、パネルなどでジオパークの簡単な説明や主な見所を紹介することも必要だと思われる。

また、展示台の工夫をすることで、アイキャッチ効果を狙いたい。



現状



イメージ

### (3) 雨天時対策 ~雨の日は、ミュージアムに行こう！

11月10日の調査は、雨天となってしまった。晴天時と比べ、時間を持て余し、長時間滞留する方も多く、また、調査でも「他に行くところはないか？」と聞かれることも多かった。

調査員には、そのような時はフォッサマグナミュージアムをすすめるように指示をしていたが、PR コーナーで雨の日用のパネルなどを掲示し、屋内施設への誘導を図ることも効果的だと思われる。



イメージ

---

## 高浪の池のもったいなさ

### (1) 当日の状況

高浪の池の調査日は、この秋いちばん、といえるような快晴だった。個人客はもちろん、団体ツアーの集中日であったようで、昼前後の時間帯を中心にマイクロバスが多く乗り付け、賑わっていた。

高浪の池で昼食を取り、ミュージアムやマリンドで大型バスに乗り換え、帰路につくというツアーが多かった。

クラブツーリズム（東京・横浜・群馬・大阪） 読売旅行（奈良）

はとバス（東京） 中部観光（富山ノ商店街の慰安旅行） 小滝川ウォーク

### (2) 現地でのPRができていない

そうした中、ツアー客に積極的にPRするものや人がなく（ツアーにはガイドさんが同行していたので、PRはあったと思うが）、せっかくの好条件日に訪れているのに、強い印象を持って帰っていただくことができていなかったようである。

食堂に置いてあるパンフレットも数が少なく、トイレを使ってから店内に進んだり、池川の入り口から入る方も多く、パンフレット置き場に気づかない方もいた。

### (3) お土産店の物足りなさ

特に土産に関しては、高浪の池の売店では、ツアー慣れしている団体のみなさんには、まったく物足りないようで、調査中もクレームに近い内容のことをお話される方もいた。

### (4) また来たいとは思わない

そうした状況だったので、団体客へのアンケートでは、「天気も景色も良いけど、また来たいとは思わない」という傾向の方が多く感じられた。

### (5) 情報の共有の必要性和状況に応じた対応

- 食堂のみなさんは、朝から食事の用意に忙殺されており、お客様の到着も集中していたため、お客様とゆっくり話をするような状況ではなかった。
- 団体の場合は、あらかじめ到着時間や人数を把握できているはずなので、それに対応した体制づくりをつくり、対応することも可能だと思われる。
- そのためには、関係者同士の情報共有が必要であり、その情報を有効に活用してチャンスを見逃さないようにすべきである。
- たとえば、調査日で考えれば、調査をするわれわれに団体客の情報が入っていれば、パンフレットを預かり、添乗員さんに人数分を渡して配っていただく、ということは可能だったと思われる。

### (6) 団体客集中日に対応する提案

#### ● 臨時の売店の出店

お土産店に対する不満が大きかったことを考えると、臨時に仕入れを行ったり、農産物の直売や試食の振る舞いなどを行う。

そのことによって「買うお土産がない」ことが少しでも解消され、また、地元の人との交流という、一番のおもてなしが可能となり、そこで強い印象を残すこともできる。

#### ● 現地スタッフの配置

団体客到着時の受入対応や、パンフレットの配布、質問などに対応できるスタッフを配置することで、お店や添乗員の負担を軽減できるとと思われる。

特に添乗員とのコミュニケーションと好印象の植え付けは、今後の誘客のためにも有効だと思われる。

---

## フォッサマグナミュージアムでのできごと

### (1) 受付での対応 1

入館前にアンケートにお答えいたお客様が、館内を見学後に出口のところで、館内で道案内をして欲しい、と調査員に声をかけてきた。

お話を聞くと、「受付で聞いたが、対応が不満でよくわからなかった」とのこと。その後、こちらで説明をさせていただいた。

### (2) 受付での対応 2

ミュージアムで、子ども向けに「ミュージアムクイズ」を実施している。その用紙が、受付から少し離れた場所にあり、ややわかりにくい。(写真)



ご家族連れが来館し、お父さんがチケットを購入するとき(お子さんの分も)受付の方が、「クイズの用紙を取りましたか?」と聞いていた。その後のやりとりを以下に再現。

(父): クイズってなんですか?

(受): お子さん向けに館内にクイズがあるんです。

(父): 用紙はどこに?

(受): そこに、後ろにあります。

(子): あった、あったー!

(受): 帰るときに受付に出してください。ごゆっくりどうぞ。

家族連れ、館内に入って行く。

どんな経緯があって現状のようなスタイルで実施しているかは分からないが、子ども向けに実施しているイベントであれば、子ども用のチケットを購入した時に説明をして、一緒にお渡しするようにするべきだと思う。(断られれば渡さなければいいだけなので)

### (3) 学芸員がいない!

調査中、袋に石を入れた方が「学芸員に見てもらおう」と言って来館した。程なく出てこられ「学芸員がいなかった。前に来た時もそうだった。3人いるんだからひとりはいるべきだ」とおっしゃった。

市のホームページを見ると「学芸員は不在の場合がある。来館前に問い合わせを」とあるが、掲載場所は分かりにくい。たしかに、問い合わせをしていただければそれに越したことはないが、あまり一般的ではないと思う。遠方から来訪の場合は、学芸員の都合にあわせて、ということも考えにくい。

ベストは、今回の方の意見のようにひとは必ず館にいることであるが、3人とも不在の場合は、問い合わせを待つのではなく、ホームページに掲示することを提案したい。特に土・日・祝日は必要だと思われる。

### (4) ネガティブ情報の掲示はやめましょう

ジオパークの情報が展示されている「ふるさと展示室」に、ジオパークの取り組みがはじまったことで生じた博物館のデメリットが書かれたポスターがあった(署名入り)。

書かれていることは事実かも知れないが、第3者が読んだ時の印象はいいものではない。特に、ミュージアムやジオパークに期待を持って、楽しみに来る見学者が読んだらがっかりさせることにならないだろうか?

---

### 3. 全体的に気づいたこと

- 大きな地図の必要性

ミュージアムでもマリンでも、目的地までの道順を尋ねられることが多かった。パンフレットのマップなどで説明をしたが、市内周辺の大きな地図が掲示されていると、説明もしやすいし、また、注目も集められると思われる。

また、その際はマップを掲示するどの施設にも同じ地図があることが重要。

例えば、ガイドブックの巻末にあるマップを活用し、現在地からの主要施設までの所要時間などを表示し、大きなパネルにして掲示すればより親切なものとなる。