

なので自然とマッチしたよい風景になりそうですね!!

- ・川とホテル、自然を生かして季節折々に
- ・季節の山野草がネーム入りであればいいと思います。
- ・季節の登山ガイド付登山。蛍ツアー
- ・もっと自然のいいところを開発する
- ・自然の保護、育成、再生
- ・地元の寺院、神社を巡る観光ツアー。手すき和紙体験
- ・清流通りを使って地元特産品を販売するイベント
- ・ツアー
- ・観光地図へナンバーを付け、場所にもナンバー付けてカセットテープで説明する。カセットテープは無料貸出し(有料?)。カセットテープのナンバーを選択すると1〜2分間のその場所を説明する



### (看板・マップ・案内)

- ・情報発信の看板等で魅力をアピールしてもらいたい
- ・主要道から名所までの立看板があればいい
- ・たぬきへの道が分からないので入口に何か標識をしたら良い
- ・市外でも観光案内マップを手に入れやすかったらいい
- ・イベントの案内を広報誌に載せてほしい。(市報等)
- ・滝に行くルートを地図にしてほしい(滝は自然の中で一番魅力あるものだと思います)
- ・目的に応じたおすすめスポットを教えてください。所要時間、料金がわかると行きやすい。
- ・初めてでもわかりやすいような看板・目印
- ・自然、歴史等詳しいパンフレット
- ・鹿野パンフレット
- ・展望台、遊歩道の案内板の分かりにくさ改善
- ・インターネット施設の案内板が読みづらい
- ・鹿野マップの多様化、充実化
- ・案内表示の充実
- ・史跡など歴史的なものを取り上げて良いのでは案内板等必要。まだ掘りおこすものがあると思う。食べ物(特産物づくり)のPRと実践。

### ○宣伝・情報発信

- ・宣伝が足りない、自然を取り入れた観光地として売り出すべき
- ・メルマガなどの情報発信
- ・様々な機関、手段を使って情報発信してほしい
- ・地元の野菜をアピール、テレビやインターネットでアピール
- ・インターネットの活用
- ・まず周知
- ・もっと鹿野をPR することが必要
- ・特産物のアピール
- ・自然の美しさ等をもっとPRしてください。
- ・フリーペーパーでの広告で、土地のよさを教えてください。
- ・様々な催し物をあらゆる手段を使って広報してください。
- ・大自然を全面的にアピールすればいいと思う。
- ・ネットによる情報発信
- ・地域性を最大限活用する。りんご→コンポート そば粉→クレープ、ガレット 鹿野ファームの製品→フランクパン
- ・もう少し紅葉等季節おりおりの良さをPRしよう
- ・特になし。宣伝くらいかな?
- ・テレビなどで宣伝をし、自然豊かなところを知ってほしい

- ・綺麗な空気と風景の素晴らしさに感動しました。または是非ゆっくりと時間をかけて観光したいです。
- ・若い学生がカップルで来てくれたらうれしい
- ・鹿野にこんな良い環境のカフェがあると良い。自然も生かされていて良い。次につなげてほしい。
- ・目的地的に行く通り道なので…?
- ・別になし
- ・鹿野の美味しい水と緑で癒されています
- ・お店の方の親切に感謝します
- ・十分魅力を感じている

### ○現状維持

- ・そのままがいい
- ・今のまま、昔のまが良い
- ・豊かな自然とゆったりとした人柄を残してほしい
- ・今のままで良い
- ・あまり作りすぎない方がいいと思う
- ・近代化してほしくない。今の風景が楽しめるよう、道路のごみを無くす
- ・自然が一番なので、このままの姿を生かして
- ・十分です(満足しています)今あるものをたくさんの方に知ってほしいです。
- ・笹ゆりや山あじさいが増えていく様な環境を守って下



- ・さい。
- ・鹿野の清らかな水と自然をずっと守っていただきたい。
- ・今のまま
- ・特に必要なし
- ・長野山はこれ以上人の手を加えて欲しくない



### ○その他

- ・(整備)
- ・交通の便、道の整備は必要だと思います。
- ・道路の整備をしてほしい。景観を崩さないでほしい。
- ・(感想)
- ・こちらに(須佐)に帰りまして6〜7年目ですが鹿野にこんなにステキな場所があることを初めて知りました。毎日に希望ができました。心豊かに過ごせそうです、ありがとうございます
- ・綺麗な空気と風景の素晴らしさに感動しました。または是非ゆっくりと時間をかけて観光したいです。
- ・若い学生がカップルで来てくれたらうれしい
- ・鹿野にこんな良い環境のカフェがあると良い。自然も生かされていて良い。次につなげてほしい。
- ・目的地的に行く通り道なので…?
- ・別になし
- ・鹿野の美味しい水と緑で癒されています
- ・お店の方の親切に感謝します
- ・十分魅力を感じている

- ・目的に応じたおすすめスポットを教えてください。所要時間、料金がわかると行きやすい。
- ・初めてでもわかりやすいような看板・目印
- ・自然、歴史等詳しいパンフレット
- ・鹿野パンフレット
- ・展望台、遊歩道の案内板の分かりにくさ改善
- ・インターネット施設の案内板が読みづらい
- ・鹿野マップの多様化、充実化
- ・案内表示の充実
- ・史跡など歴史的なものを取り上げて良いのでは案内板等必要。まだ掘りおこすものがあると思う。食べ物(特産物づくり)のPRと実践。

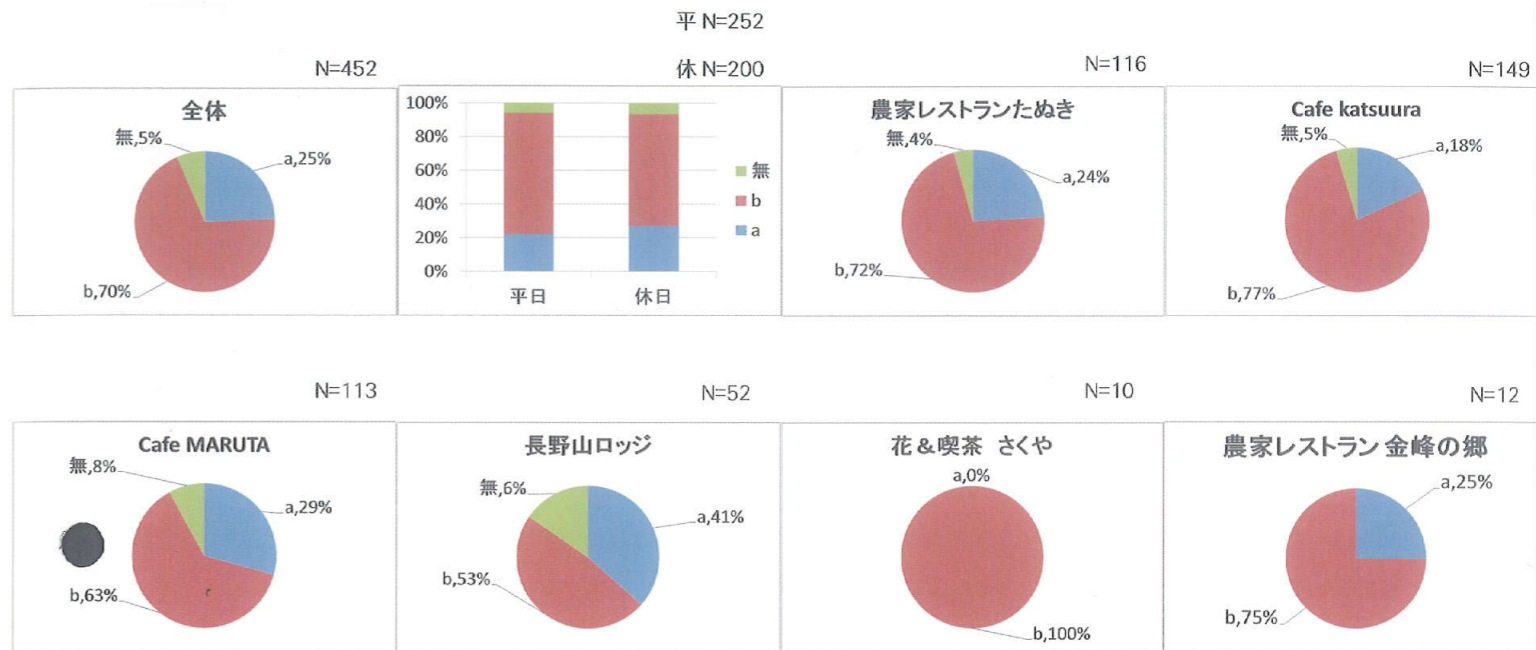
### 【質問7】このアンケートをお答えいただいているあなた自身についておたずねします。

#### ①あなたの性別は?

a 男性 b 女性

女性が多く、平日と休日で男女の割合に大きな差はない。

どの店舗も一貫して女性の割合が高いため、鹿野観光のターゲットは女性だと言えるのではないかと。また、母数が少ないため極端な値になっているものもある。

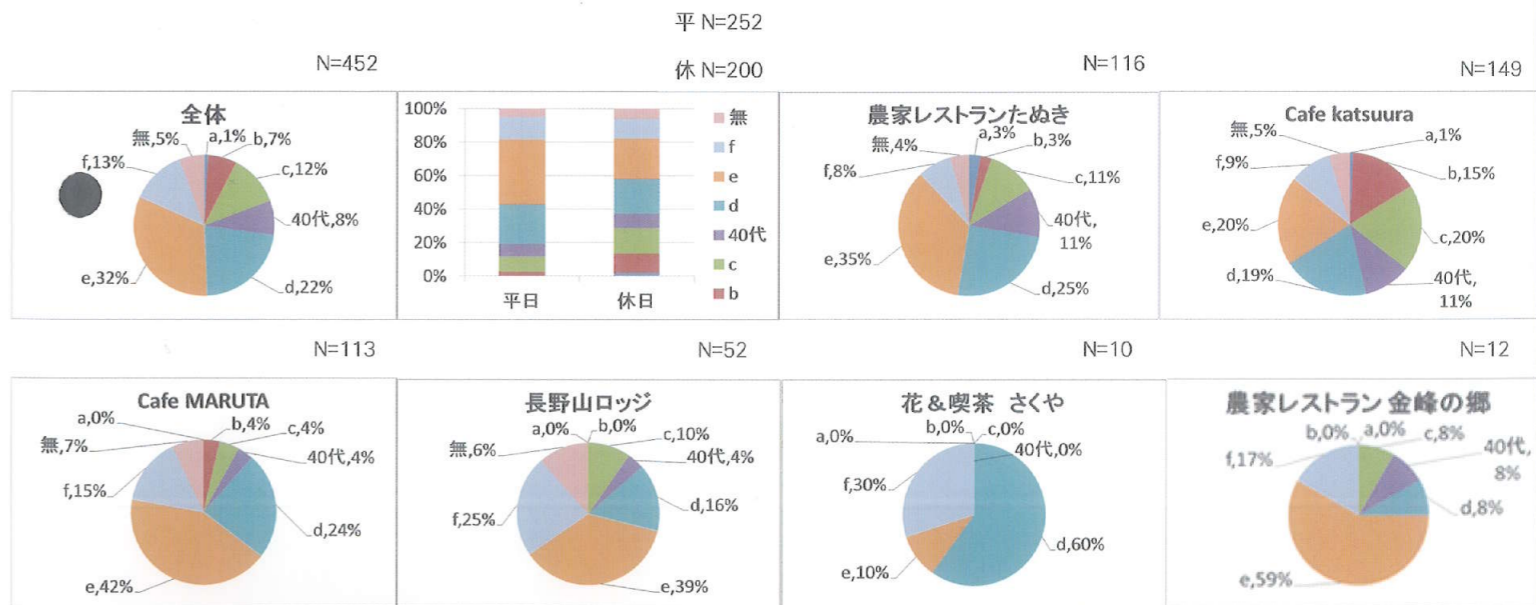


#### ②あなたの年代は?

a 10代 b 20代 c 30代 d 40代 e 50代 f 60代 g 70代以上

50代、60代が大きな割合を占めるが、休日には若い世代が20代では約3倍、30代では約2倍と増加する傾向にある。

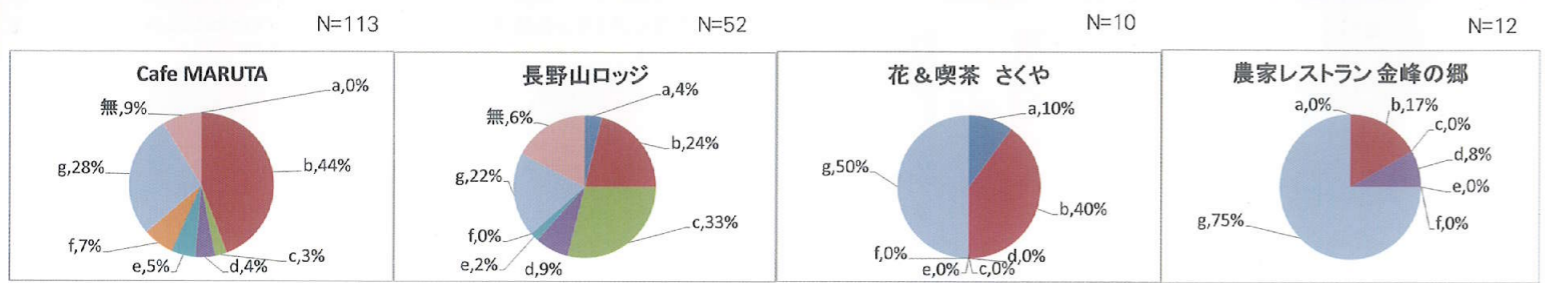
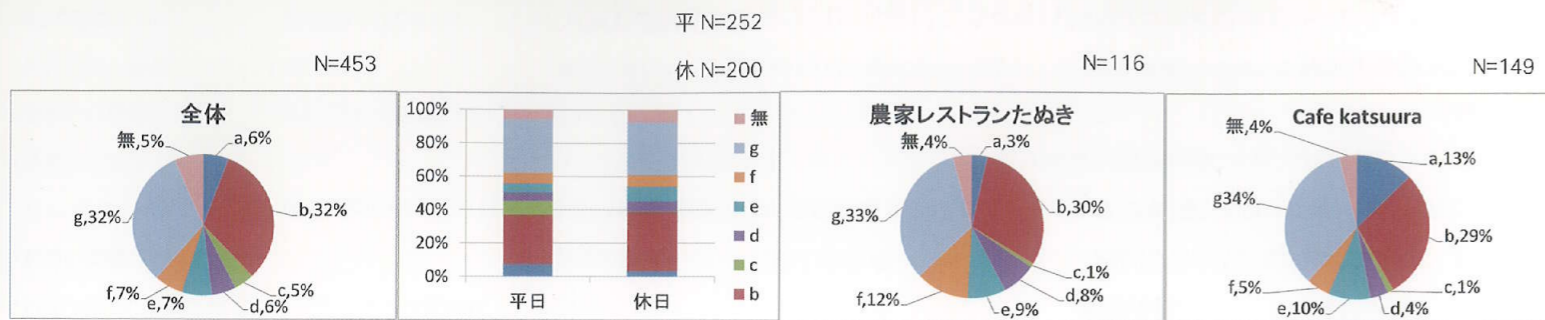
農家レストランたぬきについては50代、60代が占める割合が大きく、Cafe katsuuraについては10代を除き各年代の割合に大きな差は見られない。Cafe MARUTA、長野山ロッジ共に50代以上が占める割合が大きい。花&喫茶さくやについては50代が占める割合が圧倒的に多く、金峰の郷については60代が占める割合がたいへん多い。



#### ③あなたはどこにお住まいですか?

a 鹿野地域 b 鹿野地域以外の周南市 c 柳井市 d 岩国市 e 防府市 f 山口市 g その他

鹿野地域以外の周南市から訪れる人が多く、休日と平日での割合の差については、平日は休日に比べ鹿野地域から来られる方、そして柳井市から来られる方が多い。農家レストランたぬき、Cafe katsuura 共に鹿野地域以外の周南市から訪れる人が多く見られる。その他については、下松市、光市からという人が多く見られた。Cafe MARUTAについては鹿野以外の周南市から訪れる人が多く見られ、その他については広島など県外から訪れている人が目立った。長野山ロッジについては鹿野以外の周南市と、柳井市から訪れる人が占める割合が半数を占めている。花&喫茶さくやについては鹿野地域や鹿野地域以外の周南市から訪れる人が半数で、金峰の郷については下松市から訪れている人が大変多く見られた。

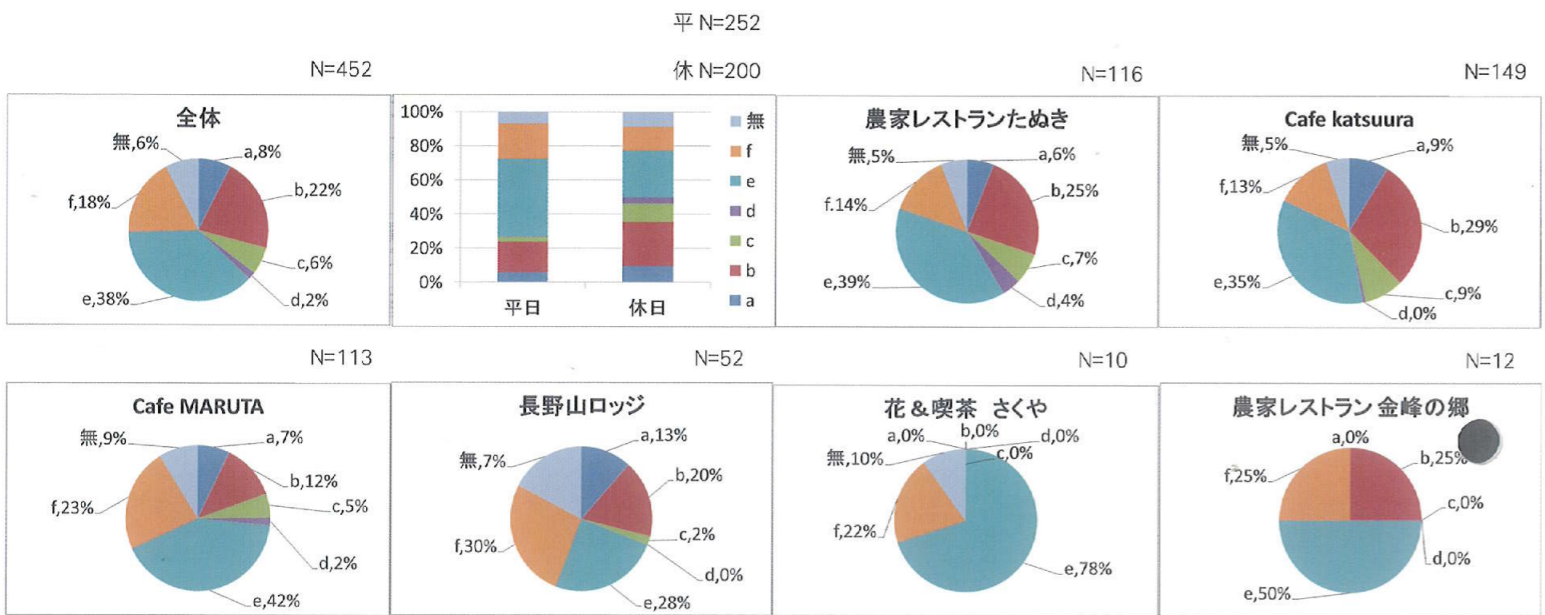


④ご職業について教えてください

a 自営業 b 会社員 c 公務員 d 学生 e 主婦 f その他

主婦が占める割合が多く、学生は少ない。休日には自営業、会社員、公務員がそれぞれ 2 倍程度増加する傾向にある。その他についてはどの店舗、また平日休日問わず無職の人が多く見られた。

農家レストランたぬき、Café katsuura 共に会社員、主婦によりほぼ半数が占められている。Café MARUTA については主婦の占める割合が大きく、長野山ロッジについても会社員、主婦が多い。花&喫茶さくやについては主婦がほぼ大半を占めている。金峰の郷については、会社員と主婦の占める割合が大きい。

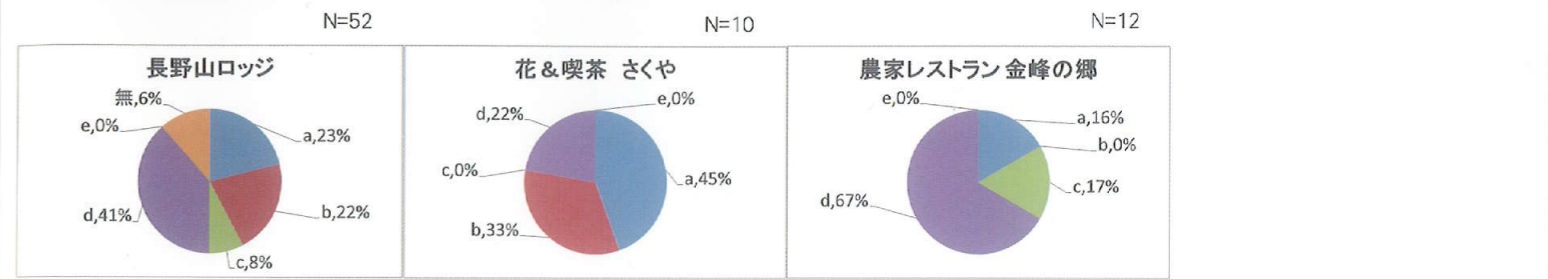
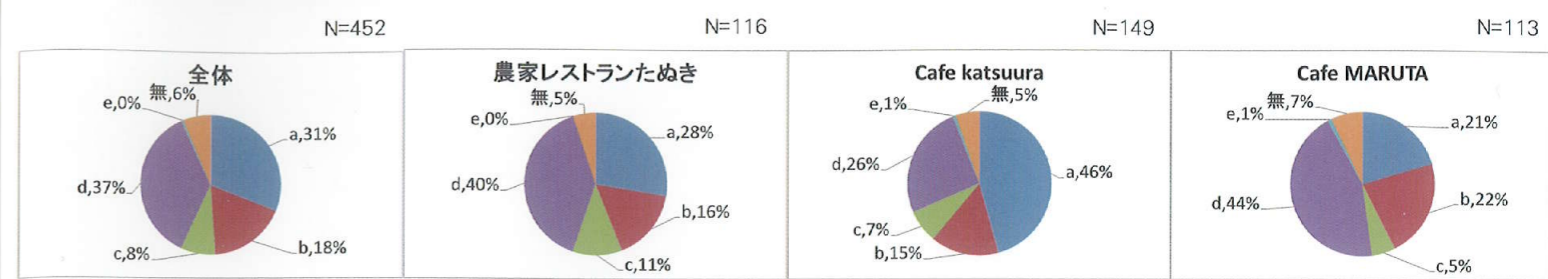


⑤あなたは日ごろ、電子メールを使いますか

a 毎日使う b 時々使う c めったに使わない d 使わない e その他

電子メールを使う人と全く使わないという人で極端に分かれた。

農家レストランたぬきについては日ごろ電子メールを使う人と使わない人でほぼ半分に分かれた。Café katsuura については使う人が過半数である。Café MARUTA、長野山ロッジは共に電子メールを使う人と使わない人で極端に二分している。花&喫茶さくやについては日ごろ電子メールを使う人がほとんどで、金峰の郷については使わない、ほぼ使わない人が大半を占めた。



⑥あなたは日ごろ、インターネットを使いますか

a 毎日使う b 時々使う c めったに使わない d 使わない e その他

インターネットを毎日使う、時々使う人と、めったに使わない、使わない人とがそれぞれほぼ半々になっている。

農家レストランたぬきについてはインターネットを使う人と使わない人でほぼ半々になっている。Café katsuura については毎日使う人、時々使う人が過半数になっている。Café MARUTA、長野山ロッジ共に、インターネットを使う人と使わない人でほぼ半々になっている。花&喫茶さくやについてはインターネットを使う人が半数以上で、金峰の郷については使わない人が過半数であった。

