2018年度　極上の会津ガイドブック　アンケート分析

１．アンケート実施概要

・実施期間：2018年5月末～2019年2月28日

・実施方法：極上の会津ガイドブックに糊付けされたアンケートを郵送もしくはFAXで事務局へ送付。（郵送料金は回答者負担）

・回答枚数：1,517枚（2017年度回答枚数：1,588枚）

２．アンケート分析

**（１）アンケート回答者の居住地トップ２０（総数１５１７）**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 埼玉県 | 252 |  | 11 | 岩手県 | 28 |
| 2 | 東京都 | 225 |  | 12 | 青森県 | 21 |
| 3 | 福島県 | 180 |  | 13 | 静岡県 | 19 |
| 4 | 千葉県 | 137 |  | 14 | 秋田県 | 19 |
| 5 | 神奈川県 | 114 |  | 15 | 愛知県 | 16 |
| 6 | 新潟県 | 109 |  | 16 | 山形県 | 15 |
| 7 | 宮城県 | 105 |  | 17 | 大阪府 | 14 |
| 8 | 栃木県 | 77 |  | 18 | 長野県 | 11 |
| 9 | 茨城県 | 56 |  | 19 | 京都府 | 9 |
| 10 | 群馬県 | 55 |  | 20 | 北海道 | 6 |

※首都圏（一都三県）の回答者数：728人（全体の48％）

**（２）アンケート回答者の性別**

|  |  |
| --- | --- |
| 男性 | 753 |
| 女性 | 755 |
| 回答なし | 9 |

**（３）設問ごとの分布**

設問１　ガイドブックの入手先

鉄道駅（ＪＲ及び東武鉄道）での入手が全体の54％を占め、首都圏在住者に絞ると69％の方が鉄道駅で入手している結果となった。

設問２　ガイドブックを入手した理由

会津に興味がある・旅行に行く方が全体の79％を占める。

設問３　回答者の年代

40代以上が中心で60代が最も多く全体の35％を占める。女性に絞ってみても40代以上が中心で60代が最も多い同様の結果となった。

設問４　おもしろかった記事

温泉と絶景が最も多く、次いで日本遺産、エリア特集と続く結果となった。

女性に絞ると絶景（24％）、温泉（23％）、エリア（16％）、遺産（13％）であるが、男性に絞ると温泉（24％）、絶景（21％）、遺産（17％）、酒・エリア（共に12％）となる。酒を除いた上位4つの項目は同じであるが、酒については男性の12％に対し女性は5％であった。

酒のページでは、日本酒ではなく酒の肴となる会津の食（棒たら煮、美里ホルモン、ニシンの山椒漬）を紹介したが、女性への訴求力が弱いコンテンツであったと考えられる。

設問５　会津への旅行回数

3回以上来訪されている方が全体の61％を占め、特に6回以上来訪されている方は32％となる。首都圏（1都3県）在住者に絞っても3～5回来訪者は31％、6回以上来訪されている方は25％となる。これは、回答者の年代の内、60代が最も多いことが影響しているのではないかと考えられる。

設問６　「会津の三十三観音巡り」が日本遺産に登録されたことを知っているか

全体の76％が知らないと回答しており、首都圏在住者に絞ると82％が知らないと回答している。

設問７　直近で会津に訪れた方への質問

Ａ　会津を訪れた目的

温泉（30％）が最も多く、歴史・自然（共に23％）と続く。

Ｂ　宿泊期間

全体・首都圏在住者ともに1泊での来訪が中心（全体の51％、首都圏在住者の53％）であるが、首都圏在住者は2泊（27％）と続くのに対し、全体では日帰り（26％）となる。

Ｃ　旅行同伴者

夫婦（38％）、家族（24％）、友人（18％）の順で多いが、これは回答者の年代が60代を中心とした40代以上が多いことが要因であると考えられる。なお、全体の13％は一人旅という結果となった。

Ｄ　会津地域までの交通手段

全体の回答としては、自家用車での来訪が54％と最も多く、次いでJRが22％となる。首都圏在住者に絞ると自家用車での来訪は42％であり、鉄道（ＪＲ・東武鉄道）での来訪は41％となる。

Ｅ　会津地域内での交通手段

自家用車を抜かすとバスが最も高く、次いで鉄道となる。レンタカーやタクシーは首都圏在住者に絞っても７％程度。

Ｆ　観光中に困ったこと

半数の方は困ったことは無かったと回答していたが、「観光案内版・地図」が13％、「公共交通機関の利用」が11％、「トイレの利用・場所・設備」が10％という結果となった。

設問８　今後パンフレットで知りたい情報

全体では、温泉が最も多い14％であり観光情報は13％、食情報が12％と続く。女性に絞ってみても、温泉と食が14％と最も多く、観光情報が13％と続く。

逆に体験が最も低い2％であり、酒、交通情報、文化施設（美術館など）は4％と低い。特に酒情報は、極上の会津で磨き上げてきた素材の一つであるが、女性に絞ると2％、男性に絞っても3％と低い結果となった。