

2021年度 極上の会津ガイドブック 読者アンケート分析

1. アンケート実施概要

- (1) 実施期間：2021年6月～2022年3月31日（※読者プレゼント対象は2月28日受付分まで）
- (2) 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。（郵便料金は回答者負担）
- (3) 集計枚数：2,076枚

2. アンケート分析

- (1) 回答者の居住地トップ5
- (2) 回答者の性別

順位	都道府県	回答者数
1	埼玉県	315(全体の15%)
2	福島県	297(14%)
3	東京都	285(14%)
4	神奈川県	245
5	千葉県	207

No	項目	回答者数	割合
1	女性	967	47%
2	男性	1,102	53%
3	回答なし	7	0%
	合計	2,076	100%

回答における男女比は2020年時点と変わらず。

※青字・・・2020年度時点の割合

(2) 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51%（2020年度時点：56%）を占め、首都圏在住者に絞ると69%（70%）にのぼる。なお、鉄道駅での入手内訳はJR33%（35%）、東武鉄道18%（21%）。

また、道の駅での入手は14%（昨年度：15%）、SA/PAでの入手が7%（昨年度と同）となり、道路沿いの施設での入手率は2020年度と同水準であった。一方で、イベントで入手したと答えた女性の割合は4%（2%）と増加し、大型ショッピング施設やイベントへの人流の戻りを伺わせる。また、個人的に送付を希望した人が増加しており、自宅で遠方の観光情報を楽しみたい方や、旅行計画を立てるためにガイドブックを入手したいと考える方が増えていると予想される。

(3) 問2：ガイドブックを手にした理由

「会津に興味がある」「会津へ旅行に行く」と回答した方が74%（2020年度時点：72%）を占め、2%の増であった。「会津に興味がある」と回答した方は2%増の49%（47%）となり、首都圏在住の女性層で会津に興味を持った方が52%（49%）と3%増えたことが全体の数値の底上げになったと考えられる。また、「内容」が決め手となったという回答は全国女性で増加傾向にあり、16%（13%）であった。なんとなく手に取ったが、内容が充実しており会津に興味をわいた、あるいは会津に興味は無かったが表紙のデザインに目を引かれて入手したという方も複数おり、表紙・内容共に訴求力の高い観光ツールとなっていると言えよう。

(4) 問3：おもしろかった記事

全体では、「絶景」が21%（2020年度：22%）と最も多く「温泉」が17%（16%）、
「食」が15%（9%）と続く。「カフェ」「土産（スイーツ中心）」を加えると、食のジャンルに興味
を示した方は28%にのぼる。「絶景」は例年最も人気が高い記事であるが、全体の回答では近年緩や
かに回答率が低下している一方で、首都圏在住の回答者で興味を持った方は21%（14%）と上昇
していることから、地域別の嗜好の違いが表れた結果となった。

「体験」については、親子連れで楽しめる体験型アクティビティをさらに紹介してほしいというコ
メントが複数寄せられた。

(5) 問4：会津への旅行回数

6回以上来訪経験のある方が全体の39%（2020年度時点：37%）を占め、3～5回来訪さ
れた方は25%（27%）、1回のみの方は12%（同）、来訪経験が無いもののアンケートに回答し
てくださった方は全体の8%（7%）。会津を旅行した経験が無い方が1%増加し8%となった一方
で、6回以上会津へ旅行した方は昨年度より2%ポイント増加していることから、リピーター層が旅
行先として会津を選ぶ傾向が強くなっていると推測される。

(6) 問5：「会津の三十三観音めぐり」が日本遺産に登録された事を知っているか。

79%（2020年度：77%）と8割近くの方が知らないと回答しており、首都圏在住者に絞る
と85%（83%）が知らないと回答している。昨年比では、知っている方は全体、首都圏在住者と
もに2%の減となった。

(7) 問6-a：会津を訪れた目的（過去1年間に会津を旅行した方）

全体では「温泉」が29%（2020年度：同率）、「自然」が24%（同）、「歴史」が20%（1
9%）、「食」が19%（同）であった。女性の回答では、「温泉」が31%、「食」が20%、「歴史」
18%となり、2020年度と比較して各1%上昇した。

問6-c：同行者（過去1年間に会津を旅行した方）

43%（2020年度：44%）が夫婦で旅行したと回答し、1人で旅行した方が18%（1
7%）、友人と会津を訪れた方が16%（18%）、家族旅行が14%（15%）であった。女性で
は、夫婦で旅行した方が42%（45%）、家族旅行が19%（17%）である。

(8) 問7：今後知りたい情報

全体では、「自然」「温泉」「食」「観光情報」が13%（2020年度の自然は11%、温泉～観光
情報は同率）と最も高く、次いで「イベント情報」「歴史」「寺社仏閣」が9%（「歴史」は2%の減、
「寺社仏閣」は1%増）と続く。女性に絞ると「食」が14%（13%）、「観光情報」「自然」「温
泉」が13%（昨年度と同率）、「歴史」が8%となる。自由記載欄には、「食」の情報の充実を望むコ
メントが多数寄せられたほか、一般的なガイドブックには載っていない地元ならではのユニークな観
光情報を求める声も複数あった。

(10) 問8：ガイドブックの感想

主要なコメントは以下のとおり。

- ・写真が美しく、目を引かれる。(特に絶景のページ)
- ・コンパクトに情報がまとまっていて読みごたえがある。
- ・実際に旅行の参考にするつもりである(あるいは、目的地を決める際に参考になった)
- ・保存版にしている。