

みなかみ町の観光に関する調査報告書（2012 年 11 月実施）

2 年間で認知率 107% 来訪率 124% 上がる

夏・秋の宿泊の新規来訪者が牽引

一般社団法人みなかみ町観光協会（理事長：須藤 温）では、2012 年 11 月に首都圏（東京・神奈川・埼玉・千葉・群馬）の 20 歳以上の男女 1041 人に、調査を行い、2010 年 8 月（男女 1030 人）に行った同調査との比較をし、これまでの活動の検証と今後の活動の材料とする。

調査では群馬県みなかみ町の認知率が 78.4%、来訪経験率（過去 3 年間）が 21.9%、リピート率が 35.2%であることが分かった。来訪経験 1 回の方が 14.2%と、2 年前の 10.9%から大幅にアップしたことから、この 2 年間の間に町に初めて訪れた方が多かったことがうかがえる。20 代の男女の町の認知率は 58.5%と一番低かった。

	2012 年 11 月	2010 年 8 月	増加率
認知率	78.4%	73.6%	107%
来訪率*	21.9%	17.7%	124%
リピート率**	35.2%	39.0%	90%
来訪経験 1 回	14.2%	10.9%	130%

*来訪率：過去 3 年間の同町への来訪経験。修学旅行・林間学校などの学校行事やビジネスでの旅行は除く。

**リピート率：2 回以上の来訪率を全来訪率で割った数字。

みなかみ町への来訪者は、家族連れが多く、次に恋人・夫婦、そして「同僚・友達・グループ」となっている。また「恋人・夫婦」、「一人旅」の確率が 2 年前より減ったことから、新規にみなかみにきてくれた方が家族旅行や同僚・友達・グループでの来訪であったことが伺える。

	子供と 一緒に	親と一 緒に	恋人・ 夫婦	同僚・友達・ グループ	同性の 友達	1 人	その他	覚えて いない
2012 年(n=228)	30.7%	18.7%	30.3%	20.2%	8.8%	9.6%	2.6%	0.9%
2010 年(n=182)	30.2%	15.9%	50.0%	17.6%	12.1%	15.9%	2.7%	0.0%
増減	102%	118%	60%	115%	73%	60%	96%	

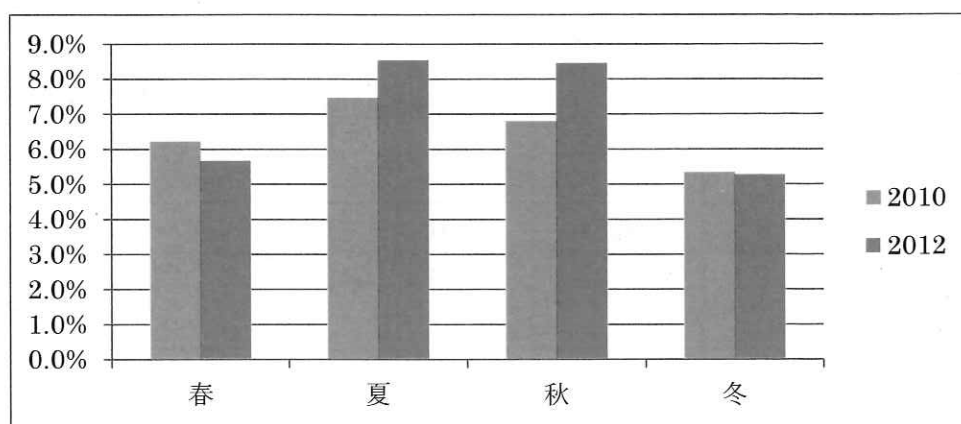
みなかみ町への旅行形態に関しては「宿泊のみ」が 51.2%、「宿泊・日帰り両方とも」が 15.4%であったことから、町内宿泊経験は 66.6%となり、来訪者の約 2/3 の方は宿泊しており、2 年前より 14%アップした。調査対象の中で、神奈川県の方の宿泊率は 78.6%で一番高く、次は東京都の 76.3%、群馬県の方の宿泊率は 51.8%で一番低かった。

来訪者の旅行形態	2012 年 (n=228)	2010 年 (n=182)	増加率
宿泊のみ	51.2%	39.0%	131%
宿泊と日帰り両方とも	15.4%	19.2%	80%
宿泊率(上記合算)	66.6%	58.2%	114%
日帰りのみ	31.6%	39.6%	79%

補足をすると、全調査対象の中で、みなかみ町への宿泊の確率が上がり、宿泊と日帰り両方、あるいは日帰りのみのお客様は2010年から横ばいである。この2年間で宿泊者が増えたことが分かる

全対象者のみなかみへの旅行形態	2012年 (n=1041)	2010年 (n=1030)	増加率
宿泊のみ	11.2%	6.9%	162%
宿泊と日帰り両方とも	3.4%	3.4%	100%
宿泊率(上記合算)	14.6%	10.3%	141%
日帰りのみ	6.9%	7.0%	99%

旅行時期は、夏・秋が多く、春、冬と続く。2年前に比べると夏秋に大きく伸び、春が減少、冬は横ばいとなった。(全対象者のみなかみの来訪時期)



対象者数が少ないので確実とは言えないが、千葉県(n=33)の来訪者の57.6%が夏に、群馬県(n=56)の57.6%の方が秋に偏っていた。また東京(n=59)の来訪者は夏秋冬それぞれ33.9%,32.2%,32.2%とあまり偏りがなかった。

みなかみ町への来訪のきっかけは「温泉」が圧倒的に高く67.5%の方の来訪きっかけになっている。また、「ドライブ・ツーリング」「自然を求めて」21.9%、「谷川岳・一ノ倉沢」14.9%、「スキー・スノーボード」「癒し・静かさを求めて」14.0%、「紅葉」13.6%と続いた。これらの傾向は2年前とほとんど変わらなかった。2年前との比較で来訪きっかけとなった伸び率が高いところだと「SL」3.1%(伸び率349%)、「スノーシュー・バックカントリー・スノーモービルなど」0.9%(同223%)、「ゴルフ」3.5%(同161%)、「歴史的な街道、建造物、史跡、文化財」3.8%(同157%)。反対に2年前より減少したのは「ダム見学」2.6%(同42%)、「泊まりたい宿があった」3.9%(同63%)、祭りや花火大会などのイベント0.9%(同70%)であった。

みなかみ町へのイメージを全対象者に聞いたところ、「あてはまる」との答えが多かったのが、「自然に恵まれている」(77.6%)、「温泉街として有名」(65.1%)、「お年寄りが多そう」(58.4%)、「水がおいしい」(56.0%)、「歴史がある」(55.7%)であった。また「おしゃれ」(1.8%)、「新しい」(3.2%)、「高級」(4.4%)などはまだ低かった。2年前より「あてはまる」の伸び率が高かったのは「雪」(55.3%+22%)「三国街道・宿場町として有名」(23.2%+20%)

「ホテルの里」(17.5%+19%)「アクティブ」(14.3%+131%)「ロマンチック」(6.9%+21%)
 「一度は行きたい憧れの地である」(6.6%+25%)だった。

町にある観光資源の認知率と興味度合を聞いた。尾瀬への玄関口であること、パウダースノーの雪質を誇るスキー場があること、谷川岳・一ノ倉沢などの認知は高いが、まだまだ具体的な観光資源の認知率は低い。それぞれの興味度合や2年前の比較などの情報と併せて今後の観光PRにつなげていきたい。

	2012年		2010年		増加率	
	興味度合	認知率	興味度合	認知率	興味度合	認知率
フルーツ狩り	67.7%	13.4%	68.6%	11.6%	99%	116%
ホテルの遊歩道	66.7%	7.2%	63.4%	5.8%	105%	124%
尾瀬の玄関口	61.1%	31.7%	49.3%	18.4%	124%	172%
山菜・野菜・米が美味しい	55.6%	15.8%	59.6%	13.7%	93%	115%
花(桜・スイセン・ニッコウキスゲ)	55.3%	7.5%	51.4%	6.7%	108%	112%
たくみの里	54.1%	10.8%	48.5%	8.5%	112%	127%
ガラス工場 見学・体験	51.2%	12.7%	48.3%	9.2%	106%	138%
三国街道・歴史巡り (野仏・史跡)	47.8%	13.9%	39.9%	10.7%	120%	130%
ダムカレー	41.1%	5.8%	33.7%	4.6%	122%	126%
農業体験・民泊	41.1%	6.5%	該当なし	該当なし		
谷川岳・一ノ倉沢	40.6%	26.1%	30.7%	21.5%	132%	121%
アウトドア体験*	39.8%	17.4%	41.4%	17.5%	96%	99%

注： 興味度合＝興味ある＋やや興味ある、認知率＝良く知っている＋大体知っている
 アウトドア体験* は、「ラフティングやキャニオニング、カヌー、パラグライダー、バンジージャンプ、マウンテンバイクなどの様々なアウトドア体験ができる」

その他、みなかみ町での計画中の「イベント参加意向」を聞いたところ、猿ヶ京温泉まつり赤谷湖上花火大会(26.3%)、フルーツ狩り体験(24.4%)、谷川岳天神平星の鑑賞会(22.9%)への参加意向が高かった。

お問い合わせ： みなかみ町観光協会 tel: 0278-62-0401 fax: 0278-62-0402
 担当： 施井(しい) info@enjoy-minakami.jp