
2024年度 千曲市来訪者満足度調査 報告書
2024年度 千曲市非来訪者認知度調査 報告書

2025年5月21日

I 来訪者満足度調査 目次

2	目次
3	調査目的・調査の実施概要
4 - 8	回答者属性
9	1. 日本遺産「千曲市 月の都」認知度
10 - 11	2. 千曲市への旅行目的
12	3. 旅行中につかった金額/1人分（ツアー参加費や団体旅行参加費は除く）
13 - 14	4. 千曲市への旅行で利用した情報源
15	5. 千曲市への旅行で参考にしたテレビ番組や映画作品など
16	6. 千曲市への旅行満足度
17 - 21	7. 千曲市への旅行における項目別満足度
22 - 23	8. 千曲市旅行で体験したグルメ・飲食
24 - 25	9. 千曲市旅行で訪れたor訪れる予定の場所
26 - 27	10. 千曲市旅行であわせて訪れる自治体
28	11. 今後の再訪希望
29	12. 自由記述・千曲市へのご意見

調査の目的と概要

- 本調査は主に長野県千曲市への来訪者の観光に関する満足度を調査することを目的に実施した。
- 調査結果は今後の千曲市の観光振興のために役立てられる。

調査の実施概要

(1) 調査方法

- 千曲ウェルカムキャンペーンと題し、QRコードを掲載したポスターを市内各所に設置。回答者は自身のデバイスでコードを読み取り回答。回答者のうち150名に宿泊券や温泉割引券、特産品が当たる形式とした。
- プレゼント数は2022、2023年度と同数とした。

(2) 調査対象

- 期間中、長野県千曲市を訪問した者(一部、千曲市在住者・通勤者を含む)

(3) 調査期間

- 2024年4月1日～2025年1月31日

(4) 調査項目

- 以下の調査項目とは別にプレゼント送付情報として回答者情報を収集した。

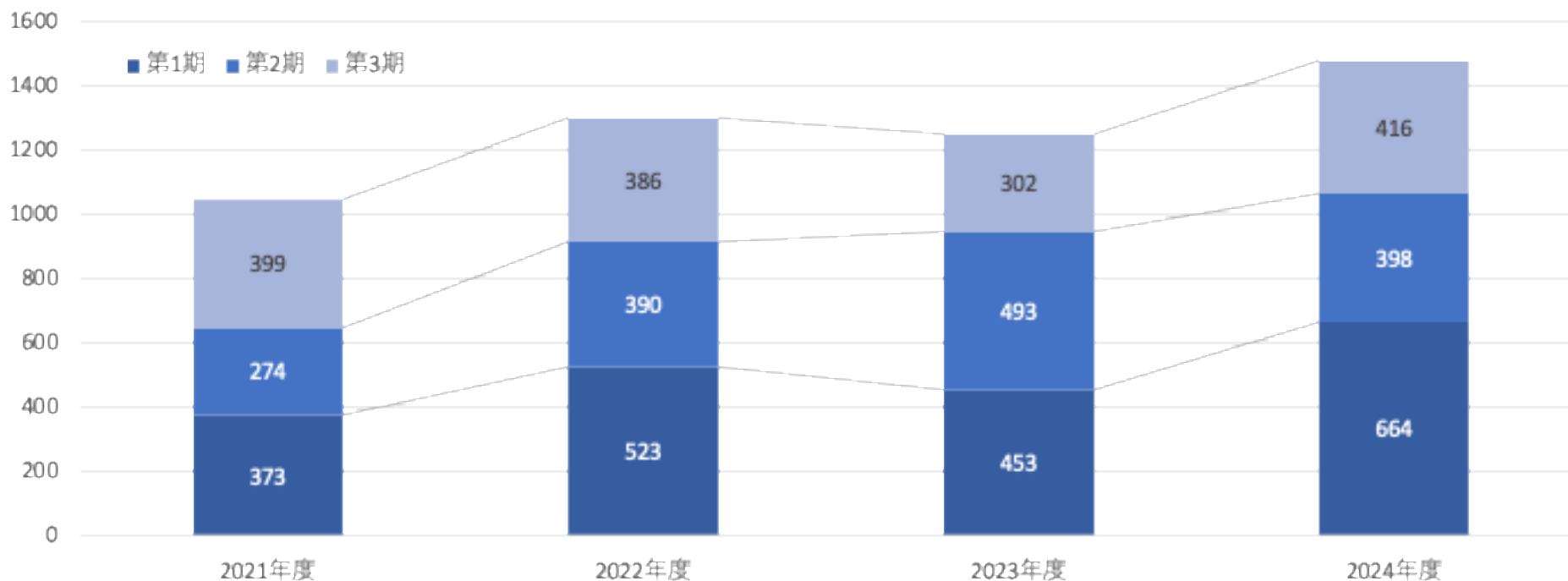


性別	交通手段	旅行目的	訪れた場所・訪れる予定の場所
年齢	同行者	旅行中の消費額	あわせて訪れる場所
居住都道府県	滞在時間	情報源、参考にしたコンテンツ	今後の再訪希望
来訪歴	千曲市の月の都認定の認知度	旅行満足度・項目別満足度	自由記述・千曲市へのご意見

回答者属性 I : 回答時期と回答者総数

(1) 回答時期

- これまでの調査で最も回答者総数が多く、初の1,400人台を記録した。
- 第1期の回答者数が約45%を占めており、これまでで最も高い割合を占める結果となった。
- 全体として回答者数が伸びたが、特に第1期（春シーズン）の伸びが顕著であった。
- 第3期（冬シーズン）も初の400人台となった。例年冬シーズンの鈍化が課題であったが、2024年度については大きな課題性はみられなかった。
- 他方、全体の伸びに対して第2期（夏シーズン）の伸びが鈍い点が気になる。気候等の影響も考えられるが、検討が必要な点である。



期間	第1期 (2023年4月1日-2023年6月30日)	第2期 (2023年7月1日-2023年9月30日)	第3期 (2023年10月1日-2023年1月31日)	回答者総数
回答数	453 (44.9%)	493 (26.9%)	302 (28.1%)	1,478

回答者属性Ⅱ：回答者の性別・年齢層

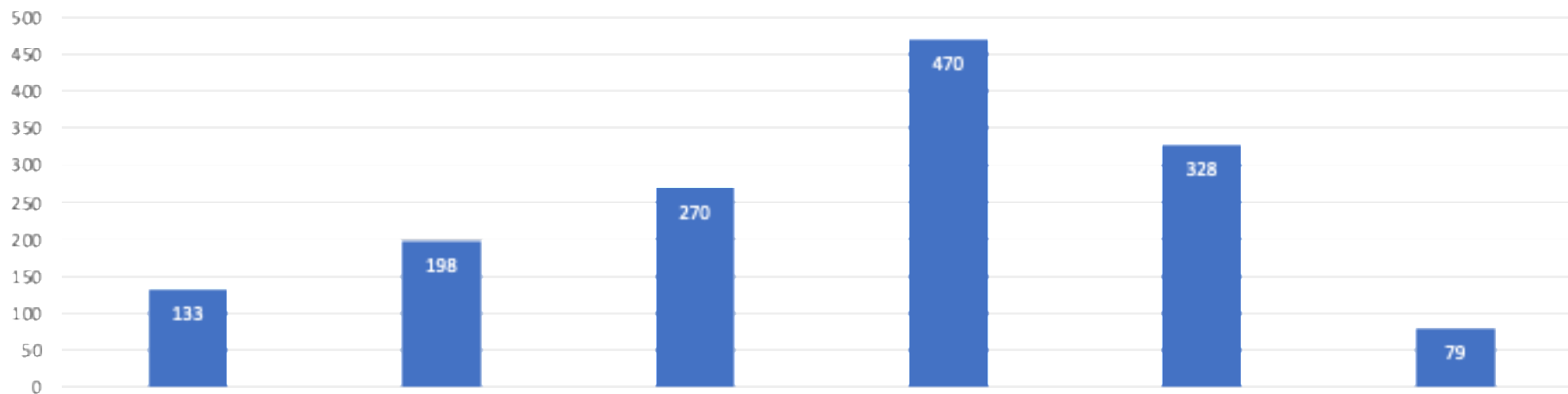
(2) 回答者の性別

- 女性回答者のほうが回答率が5.6%高い。2021年度、2022年度とほぼ同値で推移しており、例年通りの割合である。

男性	698 (47.2%)	女性	780 (52.8%)
----	-------------	----	-------------

(3) 回答者の年齢層

- 回答者のうち最も多いのが50代、2番目に多いのが60代、3番目が40代となった。2023年度から40代と60代の順位が入れ替わった。
- 2023年度と比較すると、50代で1.1%、60代で5.9%、70代以上で0.7%の回答割合の伸びが確認された。
- 20代以下のうち10代以下は21人と2023年度比で倍以上であった。また、70代以上のうち80代以上は11人とこちらも2023年度比で倍以上であった。



年齢	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
年齢	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
回答数	133	198	270	470	328	79
回答割合	9.0%	13.4%	18.3%	31.8%	22.2%	5.3%

回答者属性Ⅲ：居住地構成・来訪回数

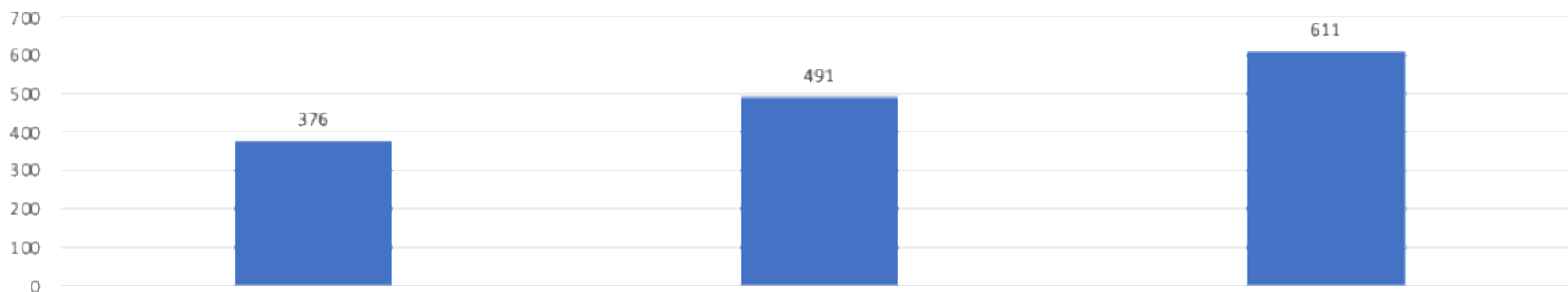
(4) 来訪者の居住地構成

- 長野県内来訪者割合が、36.1%と、2023年度比で+10.6%、2022年度比-2.9%という結果となった。昨年度の調査時の課題であった県内来訪者の増加という課題は一定程度克服されたと考えられる。
- 東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県からの来訪者数が、全体の37.2%を占めている。このことから調査の回答者は大きく、長野県内在住者が1/3強、首都圏在住者が1/3強、それ以外が約1/4弱だとわかる。
- 2023年度と比較すると、群馬県が愛知県が順位を上げ、静岡県が順位を下げる結果となった。

上位の都道府県	回答者数	全体に占める割合
長野県	533	36.1%
東京都	208	14.1%
埼玉県	142	9.6%
神奈川県	129	8.7%
群馬県	68	4.6%
千葉県	66	4.5%
愛知県	54	3.7%
新潟県	54	3.7%
静岡県	27	1.8%
大阪府	26	1.8%

(5) 千曲市への来訪回数

- 回答者のうち最も多かったのは10回目以上の来訪者（41.3%）、つづいて多かったのは2-9回目の者（33.2%）であった。
- 2023年度と比較すると10回目以上の来訪者が全体に占める割合が上昇した。この結果は（4）の長野県在住者の増加と強く関連すると思われる。

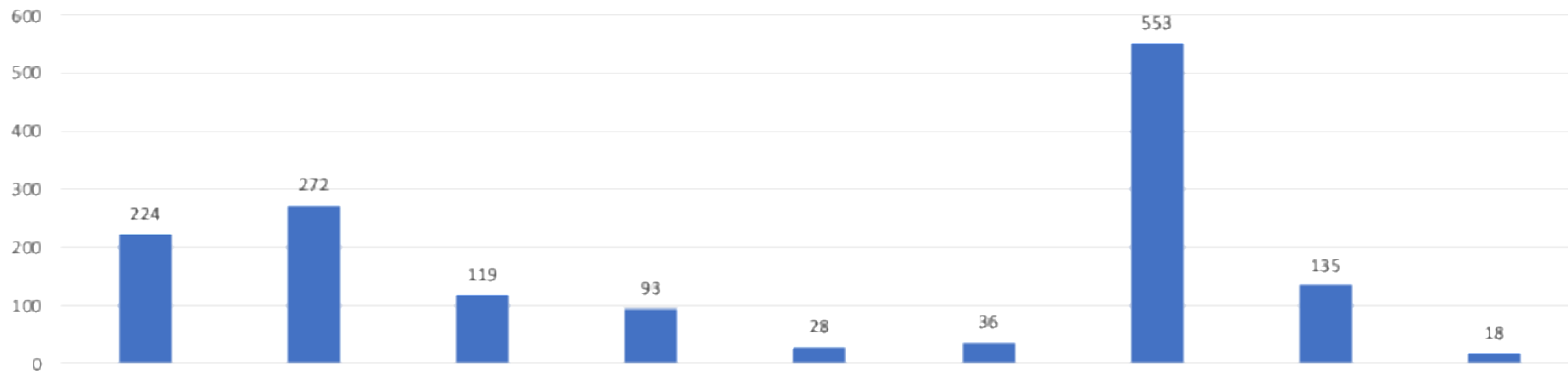


来訪回数	初めて		2-9回目		10回目以上	
来訪回数	回答数	回答割合	来訪回数	回答数	回答割合	
初めて	376	25.4%	10回目以上	611	41.3%	
2-9回目	491	33.2%				

回答者属性Ⅳ：千曲市来訪時の同行者

(6) 来訪時の同行者

- 最も多かったのは夫婦もしくはカップルで37.4%であった。
- 小学生以下の子どもを連れてくる回答者が14.4%、中高生以下だと16.3%であった。



選択肢	一人旅	家族での外出 (その他の家族や親族)	家族での外出 (一番下の子どもが未就学児)	家族での外出 (一番下の子どもが小学生)	家族での外出 (一番下の子どもが中高生)	職場の人	夫婦カップル	友人知人	その他
-----	-----	--------------------	-----------------------	----------------------	----------------------	------	--------	------	-----

選択肢	回答数	回答割合
1人旅	224	15.2%
家族旅行(高校生以下の子ども以外の家族・親族と)	272	18.4%
子供連れ家族旅行 (一番下の子どもが未就学児)	119	8.1%
子供連れ家族旅行 (一番下の子どもが小学生)	93	6.3%
子供連れ家族旅行 (一番下の子どもが中高生)	28	1.9%
職場の人	36	2.4%
夫婦パートナー	553	37.4%
友人知人	135	9.1%
その他 (具体的に)	18	1.2%

回答者属性 V : 来訪手段・滞在時間

(7) 千曲市への来訪手段

- ・ 自家用車の利用割合が81.1%と、2023年度と比較して+6.2%であった。このことは長野県内在住者や来訪回数10回以上の回答者の増加と関連している。
- ・ その他としては、「飛行機」「バイク」「自転車」などが挙げられた。

選択肢	回答数	回答割合
自家用車	1199	81.1%
鉄道	205	13.9%
バス(貸切含む)	12	0.8%
レンタカー	37	2.5%
その他(具体的に)	25	1.7%

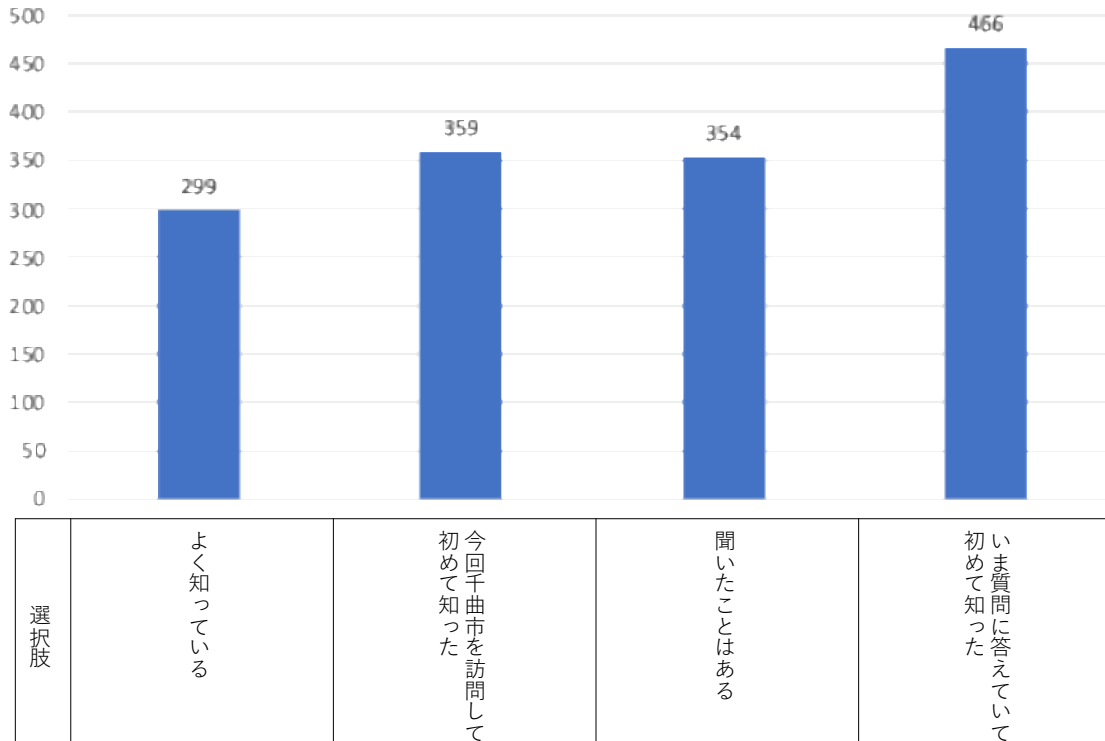
(8) 千曲市での滞在時間

- ・ 滞在時間は1泊が最も多く48.2%を占めている。
- ・ 2泊+3泊以上は2023年度と比較して+2.5%となった。そのため宿泊者に関しては長期滞在者が増加傾向にある。このことは、長期滞在者ほど消費額も高い傾向があるため千曲市の観光においてポジティブな成果である。

選択	回答数	回答割合
日帰り(半日)	355	24.0%
日帰り(1日)	195	13.2%
宿泊(1泊)	713	48.2%
宿泊(2泊)	165	11.2%
宿泊(3泊以上)	50	3.4%

1 日本遺産「千曲市 月の都」認知度

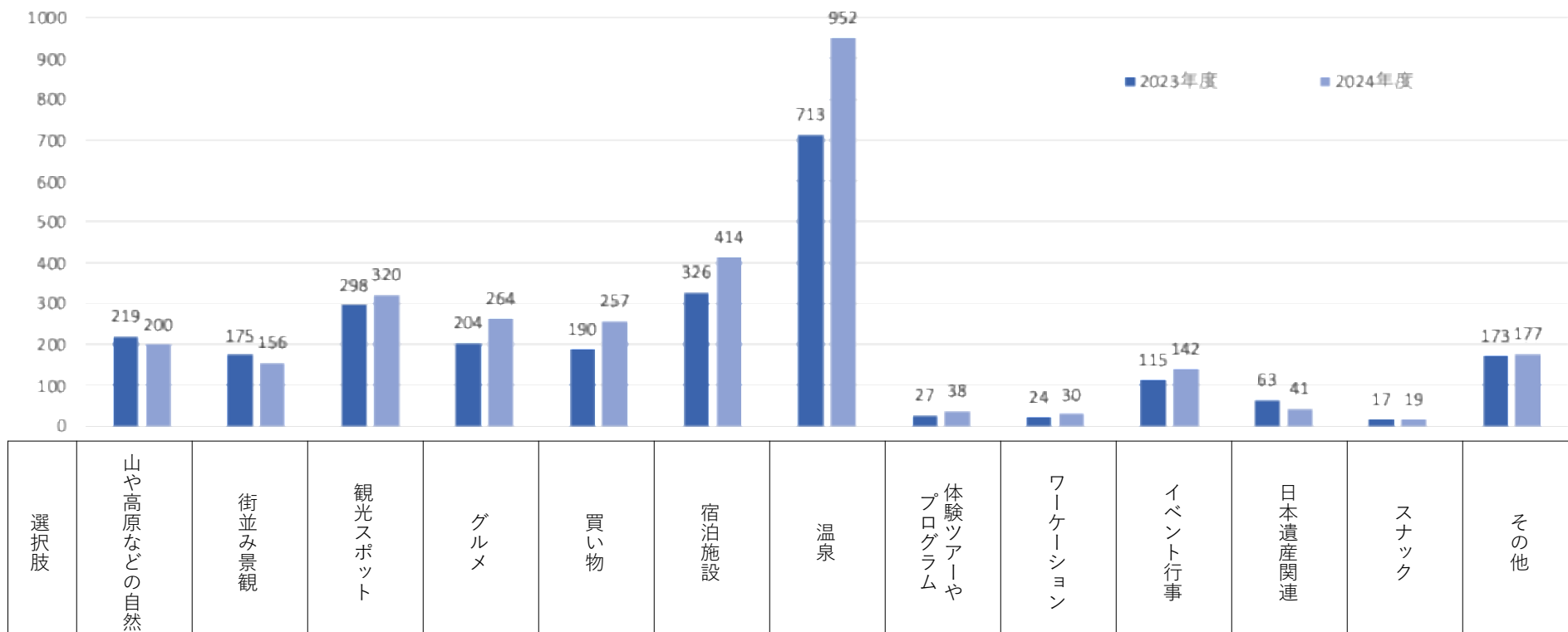
- 最も多かったのは「いま質問に答えていて初めて知った（31.5%）」、次いで「今回千曲市を訪問して初めて知った（24.2%）」となっている。が2023年度比で「いま質問に答えていて初めて知った」が-2.5%、「今回千曲市を訪問して初めて知った」が-6.7%と大幅に減少した。
- 千曲市が月の都であることを来訪前から認知している割合は44.2%であり、2023年度と比較して認知度が9.2%と大幅に上昇した。このことは長野県内在住の回答者の増加が影響していると思われる
- 本質問に答えたことで知った来訪者が466人おり、昨年度までと同様に本調査が一定のPR効果を発揮したと推測される。



	いま質問に答えて初めて知った	よく知っている	今回千曲市を訪問して初めて知った	聞いたことはある
全体	31.5%	20.2%	24.3%	24.0%
女性	33.6%	17.9%	26.0%	22.4%
男性	29.2%	22.8%	22.3%	25.6%
20代以下	37.6%	15.8%	27.1%	19.5%
30代	37.4%	14.1%	26.8%	21.7%
40代	31.9%	18.9%	23.0%	26.3%
50代	30.6%	20.2%	26.8%	22.3%
60代以上	27.5%	25.6%	20.1%	26.8%
長野県外	36.9%	11.9%	30.9%	20.3%
長野県内	22.0%	35.1%	12.6%	30.4%
初来訪	44.4%	2.1%	42.6%	10.9%
2-9回目	36.3%	11.8%	27.5%	24.4%
10回目以上	19.8%	38.1%	10.5%	31.6%
一人旅	35.1%	23.1%	21.5%	20.2%
家族（小学生以下）	35.8%	18.4%	20.8%	25.0%
家族（中学生以上）	32.7%	15.3%	27.7%	24.3%
夫婦パートナー	30.9%	19.2%	25.5%	24.4%
友人知人	20.7%	28.9%	24.4%	25.9%
宿泊（1泊）	35.3%	14.9%	27.5%	22.3%
宿泊（2泊以上）	32.1%	23.3%	23.7%	20.9%
日帰り	26.4%	26.0%	20.4%	27.3%
低消費層	31.4%	21.9%	21.5%	25.2%
中消費層	31.4%	19.2%	25.7%	23.8%
高消費層	32.4%	18.1%	28.9%	20.6%

2 千曲市への旅行目的(複数回答可)

- 最も多かったのは「**温泉**」、次いで「**宿泊施設**」「**観光スポット**」「**グルメ**」「**買い物**」となった。
- 2023年度と比較して、「**観光スポット**」「**グルメ**」「**買い物**」「**宿泊施設**」「**温泉**」「**イベント行事**」などで顕著な増加が確認された。他方で、全体の回答者が伸びる中で「**山や高原などの自然**」「**街並み景観**」「**日本遺産関連**」は減少となった。
- 「**体験ツアー**」や「**ワーケーション**」「**スナック**」を目的とする回答者は少ないものの、一定数は存在することを確認した。
- 若年層は「**温泉**」を目的とする傾向が僅かであるが低い傾向がある。
- 消費額が高い層ほど、「**宿泊施設**」を旅行目的とする傾向がある。
- 長野県内在住者や日帰りの回答者は相対的に「**飲食店**」を目的とする傾向がある。
- 高消費層は平均と比較して、相対的に「**観光スポット**」「**宿泊施設**」「**温泉**」を目的とする回答者の割合が高い。



2 千曲市への旅行目的(複数回答可)

	山や高原など自然 景観	街並み景観	観光スポット	飲食店などの食 事	買い物・お土産・ 地元産品	宿泊施設	温泉 日帰り温泉含む	体験ツアーやプロ グラム	ワーケーション	イベント行事	日本遺産 月の都	ネオンなどス ナック	その他
全体	13.5%	10.6%	21.7%	17.9%	17.4%	28.0%	64.4%	2.6%	2.0%	9.6%	2.8%	1.3%	12.0%
女性	15.1%	10.4%	20.8%	17.1%	18.2%	27.7%	63.8%	2.6%	1.0%	10.8%	3.2%	0.6%	11.9%
男性	11.7%	10.7%	22.6%	18.8%	16.5%	28.4%	65.0%	2.6%	3.2%	8.3%	2.3%	2.0%	12.0%
20代以下	18.0%	21.8%	24.8%	21.8%	20.3%	27.8%	58.6%	4.5%	6.0%	12.8%	4.5%	1.5%	13.5%
30代	15.2%	9.6%	22.7%	18.7%	16.7%	21.2%	59.1%	2.0%	1.5%	7.1%	1.5%	0.5%	12.1%
40代	10.4%	10.4%	18.1%	17.4%	16.7%	25.6%	70.7%	4.1%	3.3%	10.4%	0.7%	2.2%	13.0%
50代	13.2%	9.6%	21.9%	19.6%	16.6%	29.1%	64.3%	1.5%	1.9%	10.6%	3.4%	2.1%	11.3%
60代以上	13.8%	8.6%	22.1%	14.5%	18.2%	31.7%	64.9%	2.5%	0.2%	8.1%	3.4%	0.0%	11.5%
長野県外	15.9%	11.9%	24.3%	13.1%	19.2%	31.6%	63.4%	2.9%	1.6%	9.6%	3.2%	1.4%	14.2%
長野県内	9.4%	8.3%	16.9%	26.3%	14.3%	21.6%	66.2%	2.1%	2.8%	9.6%	2.1%	1.1%	8.1%
初来訪	14.4%	14.4%	27.9%	8.8%	11.4%	32.7%	64.6%	3.5%	1.6%	8.8%	3.5%	1.1%	9.6%
2-9回目	15.7%	10.0%	24.0%	14.5%	21.6%	32.0%	61.7%	2.6%	1.0%	8.6%	2.6%	0.2%	11.4%
10回目以上	11.3%	8.7%	15.9%	26.2%	17.7%	21.9%	66.4%	2.0%	3.1%	11.0%	2.5%	2.3%	13.9%
一人旅	12.4%	10.7%	16.5%	12.4%	12.8%	14.9%	60.3%	1.2%	3.7%	9.5%	2.1%	1.7%	19.8%
家族(小学生以下)	14.6%	9.0%	17.9%	16.5%	16.5%	28.8%	62.3%	4.7%	0.9%	12.3%	2.4%	0.5%	12.7%
家族(中学生以上)	12.7%	8.7%	23.0%	18.3%	17.0%	34.3%	65.3%	2.0%	1.3%	8.7%	4.0%	0.7%	11.0%
夫婦パートナー	13.9%	11.9%	24.4%	17.9%	18.6%	31.8%	69.1%	2.0%	0.7%	7.1%	2.9%	0.7%	8.5%
友人知人	17.8%	11.9%	27.4%	28.9%	23.7%	23.0%	60.0%	5.2%	3.0%	18.5%	2.2%	3.0%	10.4%
宿泊(1泊)	14.4%	9.5%	23.1%	12.5%	16.1%	45.6%	67.9%	2.8%	1.3%	6.9%	2.7%	1.5%	10.4%
宿泊(2泊以上)	14.9%	10.7%	21.9%	18.6%	16.7%	28.8%	66.0%	3.7%	4.2%	7.4%	2.8%	0.9%	19.1%
日帰り	11.8%	11.8%	19.6%	24.5%	19.3%	4.9%	59.3%	1.8%	2.2%	14.0%	2.9%	1.1%	11.3%
低消費層	11.4%	10.9%	19.1%	20.7%	15.6%	12.0%	61.3%	2.8%	1.7%	11.4%	2.5%	0.6%	12.4%
中消費層	14.4%	10.1%	22.2%	15.7%	17.9%	39.5%	65.1%	2.9%	2.5%	8.6%	2.5%	2.1%	12.5%
高消費層	17.6%	10.8%	27.9%	15.7%	21.6%	43.1%	72.1%	1.0%	1.5%	7.4%	4.4%	1.0%	8.8%

※数表内の網掛け 但し、n=70未満(居住地のその他・同行者のその他)は除く。(以降のページも一部を除き同様。)

全体値より10%以上高いもの
 全体値より5%以上高いもの
 全体値より5%以上低いもの
 全体値より10%以上低いもの

3 旅行中につかった金額/1人分（ツアー参加費や団体旅行参加費は除く）

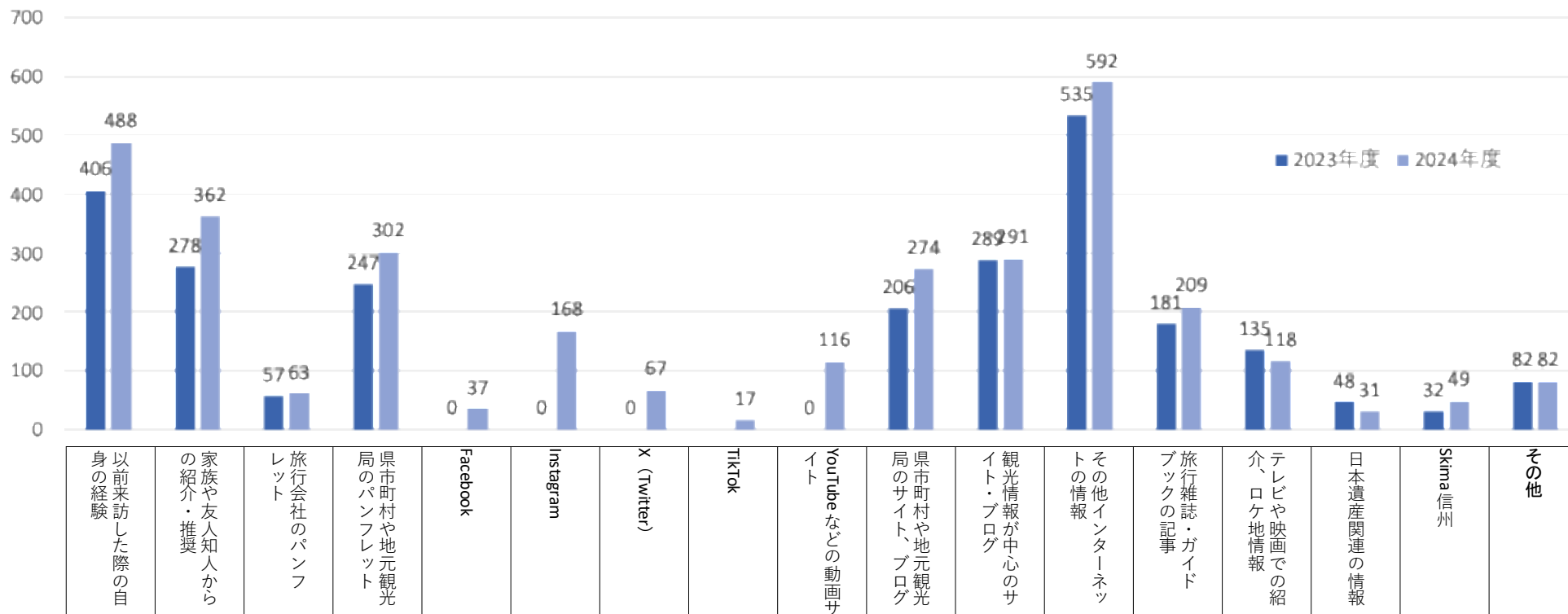
- 総額平均：13,416円（2023年度比：+632円 2022年度比：+1,102円、2021年度比：+2,192円）
- 宿泊費平均：13,539円（2023年度比：+70円、2022年度比：-201円、2021年度比：+843円）
- 飲食費平均：3,934円（2023年度比：+230円、2022年度比：+1107円、2021年度比：+1,309円）
- その他（お土産、入場料等）：3,025円（2023年度比：+244円、年2022年度比：+914円、2021年度比：+1,148円）
- すべての項目で消費額が増加していた。ただし、こうした背景には社会的な物価高の影響も一部ある可能性を踏まえる必要がある。

	総消費額					宿泊消費額					飲食消費額				お土産ほか消費額		
	30,000円以上	20,000-29,000円	10,000-19,999円	5,000-9,999円	0-4999円	30,000円以上	20,000-29,000円	10,000-19,999円	5,000-9,999円	0-4999円	10,000円-	5,000-9,999円	2,500-4,999円	0-2,499円	5,000-9,999円	2,500-4,999円	0-2,499円
全体	13.8%	17.6%	25.1%	13.5%	30.0%	11.9%	11.7%	28.0%	8.7%	39.6%	10.9%	18.4%	20.9%	49.8%	20.7%	17.6%	61.7%
女性	14.1%	18.6%	24.9%	13.7%	28.7%	12.1%	12.2%	29.0%	8.3%	38.5%	10.3%	19.9%	20.0%	49.9%	23.8%	16.7%	59.5%
男性	13.5%	16.5%	25.4%	13.2%	31.5%	11.7%	11.2%	26.9%	9.2%	41.0%	11.6%	16.8%	21.9%	49.7%	17.2%	18.6%	64.2%
20代以下	9.0%	15.0%	20.3%	19.5%	36.1%	8.3%	12.8%	22.6%	7.5%	48.9%	9.0%	18.0%	18.0%	54.9%	13.5%	13.5%	72.9%
30代	11.1%	16.2%	22.7%	13.6%	36.4%	11.6%	7.6%	25.3%	6.1%	49.5%	10.6%	17.7%	16.2%	55.6%	17.7%	16.2%	66.2%
40代	13.7%	15.6%	24.1%	13.7%	33.0%	11.1%	10.4%	25.6%	7.4%	45.6%	9.6%	15.6%	21.9%	53.0%	15.6%	18.1%	66.3%
50代	13.0%	17.9%	27.0%	13.2%	28.9%	10.4%	12.1%	29.1%	10.6%	37.7%	11.5%	21.5%	20.4%	46.6%	21.5%	16.2%	62.3%
60代以上	17.7%	20.1%	26.3%	11.5%	24.3%	15.5%	13.8%	31.4%	9.1%	30.2%	11.8%	17.2%	24.1%	46.9%	27.0%	20.9%	52.1%
長野県外	17.0%	21.2%	27.5%	14.0%	20.3%	14.7%	15.4%	32.0%	10.1%	27.8%	13.9%	21.7%	21.8%	42.6%	26.8%	21.2%	52.1%
長野県内	8.1%	11.3%	20.8%	12.6%	47.3%	6.9%	5.1%	21.0%	6.4%	60.6%	5.6%	12.6%	19.3%	62.5%	9.9%	11.3%	78.8%
初来訪	14.4%	24.7%	24.7%	14.6%	21.5%	16.5%	16.5%	33.8%	8.2%	25.0%	9.8%	22.3%	19.1%	48.7%	24.5%	20.5%	55.1%
2-9回目	16.9%	19.6%	26.1%	12.4%	25.1%	11.0%	13.8%	32.0%	9.6%	33.6%	11.2%	18.9%	21.8%	48.1%	23.2%	20.0%	56.8%
10回目以上	11.0%	11.6%	24.5%	13.6%	39.3%	9.8%	7.0%	21.3%	8.3%	53.5%	11.3%	15.5%	21.3%	51.9%	16.4%	13.9%	69.7%
一人旅	7.0%	10.3%	28.5%	12.4%	41.7%	1.7%	5.8%	23.1%	15.7%	53.7%	12.8%	12.8%	14.0%	60.3%	16.5%	17.8%	65.7%
家族（小学生以下）	12.3%	15.6%	25.0%	16.0%	31.1%	17.0%	10.4%	26.4%	5.2%	41.0%	7.5%	17.0%	19.3%	56.1%	16.5%	16.0%	67.5%
家族（中学生以上）	16.7%	16.0%	25.3%	12.7%	29.3%	16.3%	13.3%	27.7%	7.7%	35.0%	10.7%	16.3%	22.0%	51.0%	19.7%	17.0%	63.3%
夫婦パートナー	17.4%	20.4%	24.4%	12.3%	25.5%	13.2%	14.3%	30.0%	7.6%	34.9%	10.5%	21.2%	23.9%	44.5%	24.2%	18.4%	57.3%
友人知人	9.6%	23.7%	20.0%	17.8%	28.9%	8.1%	11.1%	33.3%	7.4%	40.0%	14.1%	18.5%	24.4%	43.0%	21.5%	19.3%	59.3%
宿泊(1泊)	16.7%	26.9%	34.8%	10.2%	11.4%	13.5%	17.8%	47.3%	15.0%	6.5%	9.1%	22.4%	20.8%	47.7%	22.7%	20.9%	56.4%
宿泊(2泊以上)	32.6%	24.2%	22.8%	11.2%	9.3%	33.5%	17.7%	24.7%	3.3%	20.9%	31.2%	32.6%	17.2%	19.1%	41.9%	18.6%	39.5%
日帰り	2.7%	2.9%	13.5%	18.5%	62.4%	1.5%	1.5%	4.4%	2.7%	90.0%	5.3%	7.6%	22.5%	64.5%	9.8%	12.9%	77.3%

※回答金額は回答者の自己申告制のため、総額と各項目の合計が合わない場合もある。また一部回答者の中には、1人分ではなく合計金額を入力していると思われるものもあった。

4 千曲市への旅行で利用した情報源(複数回答可)

- 最も多くの回答者が利用していた情報源は、「その他のインターネット情報（GoogleやYahoo!の検索、各種ニュースサイト、まとめサイトなど）」であり、2023年度と同じであった。次いで、「以前来訪した際の自身の経験」「家族や友人知人からの紹介・推奨」「区市町村や地元観光局のパンフレット」「観光情報が中心のサイト・ブログ」が多かった。
- 全体の回答者数が増加しているため、2023年度と比較すると大半の項目が増加に転じているなか、減少に転じている「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」「日本遺産関連の情報」は着目する必要がある。
- 2023年度まで「SNS」とまとめていた項目を、媒体別に計測した。その結果、SNSの中では「Instagram」が大きな影響力を有することが明らかになった。また、ついで「YouTubeなどの動画サイト」も一定の影響力を有することが見えてきた。他方で、「Facebook」や「TikTok」影響力は僅かであると思われる。なお、この傾向は他の調査でも同様であるため、Instagramでの情報発信の強化が効果的であると考えられる。



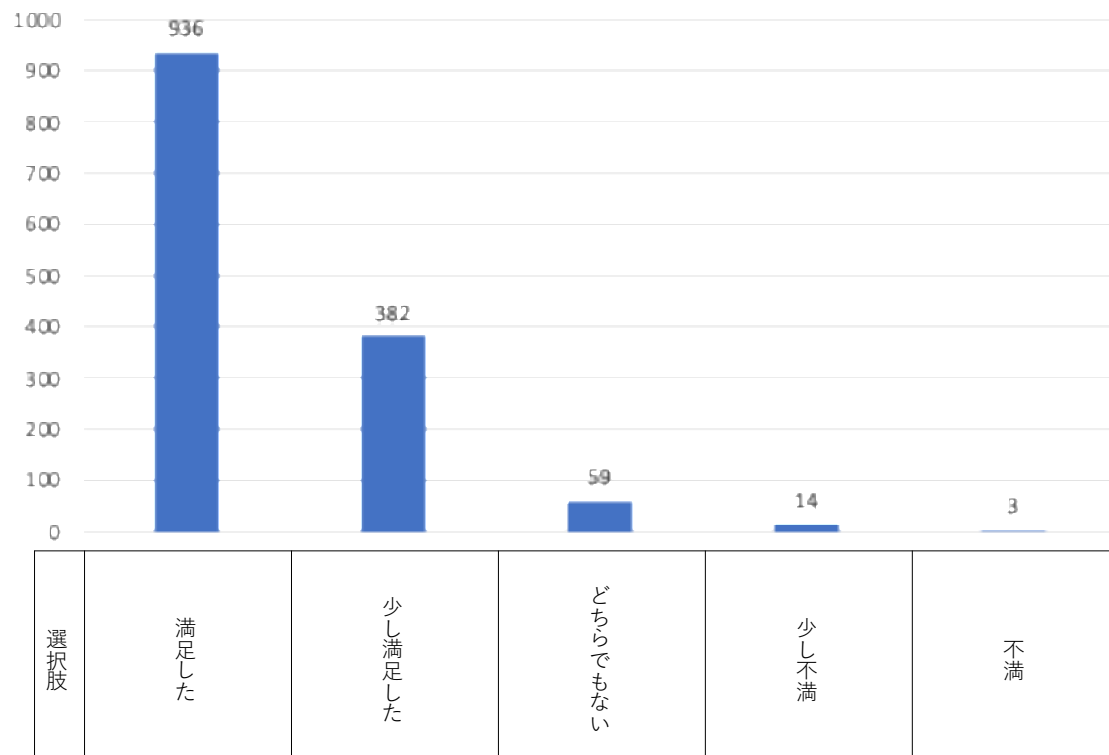
※Facebook、Instagram、X（旧Twitter）、TikTok、YouTubeなどの動画サイトは2023年度以前未測定のため0としている。観光情報が中心のサイト・ブログとはじゃらんnetやトリップアドバイザーなどを指す。

4 千曲市への旅行で利用した情報源(複数回答可)

	自身の経験	以前来訪した際の紹介・推奨	家族や友人知人からの紹介・推奨	旅行会社のパンフレット	観光局のパンフレット	Facebook	Instagram	X (Twitter)	TikTok	YouTubeなどの動画サイト	観光局のサイト、ブログ	観光情報が中心のサイト・ブログ	その他のインターネットの情報	旅行雑誌・ガイドブックの記事	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	日本遺産関連の情報	Skim九州	その他
全体	33.0%	24.5%	4.3%	20.4%	2.5%	11.4%	4.5%	1.2%	7.8%	18.5%	19.7%	40.1%	14.1%	8.0%	2.1%	3.3%	5.5%	
女性	31.8%	27.1%	3.3%	21.7%	1.7%	14.4%	3.7%	1.4%	7.7%	18.8%	20.5%	39.7%	12.8%	8.6%	2.1%	3.5%	6.0%	
男性	34.4%	21.6%	5.3%	19.1%	3.4%	8.0%	5.4%	0.9%	8.0%	18.2%	18.8%	40.4%	15.6%	7.3%	2.1%	3.2%	5.0%	
20代以下	20.3%	37.6%	3.0%	13.5%	1.5%	20.3%	8.3%	3.8%	7.5%	17.3%	18.0%	21.8%	11.3%	6.0%	3.0%	0.8%	6.0%	
30代	24.2%	27.8%	5.6%	12.1%	2.0%	22.7%	8.1%	1.5%	7.1%	18.7%	18.7%	34.8%	9.1%	6.6%	1.0%	2.0%	4.0%	
40代	31.5%	23.7%	1.5%	23.0%	4.1%	15.2%	6.7%	2.2%	7.8%	16.7%	16.7%	39.3%	14.1%	7.4%	1.9%	3.0%	6.7%	
50代	34.9%	19.6%	5.5%	20.0%	3.0%	8.9%	3.4%	0.6%	8.5%	19.8%	22.3%	45.3%	15.3%	8.5%	2.1%	3.6%	4.9%	
60代以上	40.3%	24.8%	4.4%	25.6%	1.5%	3.2%	1.5%	0.0%	7.6%	18.7%	19.7%	43.0%	16.2%	9.1%	2.5%	4.7%	6.1%	
長野県外	29.5%	20.7%	5.1%	20.0%	2.0%	9.9%	4.0%	1.3%	8.8%	19.2%	23.3%	44.6%	16.7%	6.3%	2.1%	3.7%	6.1%	
長野県内	39.2%	31.1%	2.8%	21.2%	3.4%	13.9%	5.4%	0.9%	6.2%	17.4%	13.3%	32.1%	9.6%	10.9%	2.1%	2.6%	4.5%	
初来訪	2.1%	14.6%	5.1%	22.9%	0.5%	8.2%	3.5%	2.1%	10.1%	18.6%	25.0%	44.1%	19.9%	5.9%	1.1%	2.9%	8.0%	
2-9回目	38.9%	22.8%	6.1%	20.0%	1.6%	12.0%	4.3%	0.6%	6.5%	20.8%	23.0%	43.4%	14.3%	7.9%	2.6%	3.3%	4.7%	
10回目以上	47.3%	31.9%	2.3%	19.3%	4.4%	12.8%	5.4%	1.0%	7.5%	16.7%	13.7%	34.9%	10.5%	9.3%	2.3%	3.6%	4.7%	
一人旅	36.8%	19.0%	2.5%	20.2%	4.1%	9.9%	8.3%	1.2%	7.0%	19.4%	17.4%	41.7%	13.6%	7.4%	1.7%	2.9%	6.6%	
家族(小学生以下)	31.1%	29.2%	4.2%	18.4%	2.4%	18.4%	5.7%	1.4%	6.6%	17.5%	19.8%	37.7%	11.3%	9.9%	0.9%	4.7%	4.7%	
家族(中学生以上)	29.7%	29.3%	4.7%	15.7%	1.3%	10.7%	2.3%	1.0%	7.3%	14.7%	24.3%	35.0%	12.3%	5.3%	2.7%	2.7%	5.7%	
夫婦パートナー	34.2%	18.3%	5.2%	23.0%	1.6%	8.5%	3.4%	0.9%	9.4%	18.3%	18.6%	45.8%	16.5%	8.7%	2.2%	3.6%	5.4%	
友人知人	29.6%	40.0%	3.7%	22.2%	4.4%	16.3%	6.7%	1.5%	8.1%	28.9%	20.7%	31.9%	16.3%	8.1%	3.0%	2.2%	3.7%	
宿泊(1泊)	31.3%	18.9%	4.6%	20.2%	1.7%	9.7%	3.4%	1.0%	7.9%	18.7%	27.1%	43.3%	16.8%	8.0%	2.2%	3.2%	5.3%	
宿泊(2泊以上)	39.5%	31.2%	9.3%	20.5%	2.3%	10.7%	3.3%	1.4%	9.8%	14.9%	20.0%	41.4%	17.2%	7.9%	1.9%	4.7%	5.1%	
日帰り	32.7%	29.1%	1.8%	20.7%	3.6%	13.8%	6.5%	1.3%	7.1%	19.8%	10.0%	35.3%	9.5%	8.0%	2.0%	2.9%	6.0%	
低消費層	30.9%	26.3%	2.0%	19.1%	3.4%	12.8%	5.6%	0.8%	6.1%	19.1%	12.9%	37.5%	10.6%	7.6%	1.7%	2.6%	5.4%	
中消費層	33.8%	24.4%	5.4%	22.2%	1.6%	9.8%	3.3%	1.6%	8.6%	17.4%	21.9%	40.9%	15.1%	8.1%	1.6%	4.1%	5.4%	
高消費層	37.3%	19.1%	7.8%	19.1%	2.5%	11.8%	4.9%	1.0%	11.3%	20.1%	34.3%	45.6%	22.5%	8.8%	4.9%	2.9%	6.4%	

6 千曲市への旅行満足度

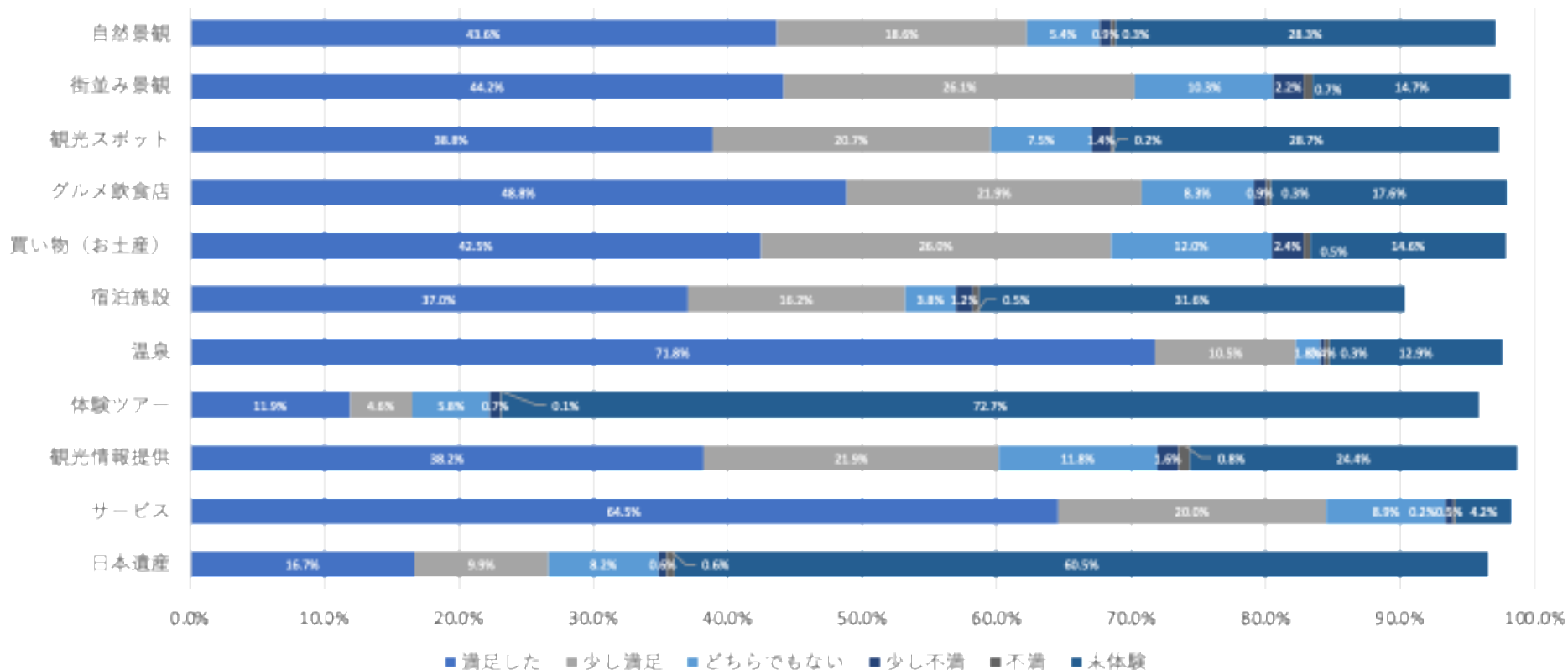
- 「満足した」 + 「どちらかという満足した」は89.1%となり、**約9割が千曲市への旅行に満足している**ことが明らかになった。なお、この値は例年と大きく変わらない結果である。
- 「不満・満足していない」は全体でわずか3人であった。
- 20代以下で「満足した」が平均より10%以上高い一方、60代以下では平均よりも約8%低くなっている。この点については他の項目においても、若年層ほど満足度が高く、年配層ほど相対的にみて低くなる傾向があるため留意が必要である。
- 消費額が高い層ほど「満足した」が高い傾向がみられる。



	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満
全体	63.3%	25.8%	4.0%	0.9%	0.2%
女性	66.4%	24.0%	2.8%	0.9%	0.3%
男性	59.9%	27.9%	5.3%	1.0%	0.1%
20代以下	76.7%	13.5%	1.5%	0.0%	0.0%
30代	63.1%	26.3%	5.6%	0.0%	0.0%
40代	65.6%	24.1%	4.1%	0.0%	0.0%
50代	64.5%	26.2%	3.4%	0.6%	0.2%
60代以上	56.3%	30.5%	4.7%	2.7%	0.5%
長野県外	65.3%	25.9%	3.2%	0.8%	0.3%
長野県内	59.8%	25.7%	5.4%	1.1%	0.0%
初来訪	58.0%	30.1%	4.3%	1.3%	0.3%
2-9回目	66.2%	26.5%	3.3%	0.8%	0.2%
10回目以上	64.3%	22.7%	4.4%	0.8%	0.2%
一人旅	61.2%	26.4%	5.4%	1.2%	0.0%
家族（小学生以下）	62.3%	27.8%	4.2%	0.0%	0.0%
家族（中学生以上）	64.0%	25.7%	4.3%	0.3%	0.3%
夫婦パートナー	64.2%	24.6%	3.1%	1.6%	0.4%
友人知人	65.9%	28.1%	1.5%	0.0%	0.0%
宿泊（1泊）	65.1%	26.5%	3.5%	0.7%	0.1%
宿泊（2泊以上）	62.8%	27.9%	3.7%	1.9%	0.5%
日帰り	61.3%	24.2%	4.7%	0.9%	0.2%
低消費層	60.8%	25.5%	4.2%	0.9%	0.2%
中消費層	64.3%	26.8%	3.8%	1.0%	0.3%
高消費層	68.1%	24.0%	3.9%	1.0%	0.0%

7 千曲市への旅行における項目別満足度

- 項目満足度を分析したところ、最も満足度が高かった（「満足した」＋「どちらかという満足した」）のは、「サービス提供」、次いで「温泉」「グルメ飲食店」「街並み景観」「買い物（お土産）」という結果となった。各所でのサービス提供・対応の満足度が高いのは、例年通りの千曲市のプラスな特徴である。
- 千曲市の観光で鍵を握る温泉と宿泊施設については、「満足」＋「少し満足」が82.3%であった。千曲市を来訪した人の多くが、温泉を体験し、高い満足感を感じている。他方で、僅かではあるが、若年層で未体験の割合が低いのは気になる点である。
- 宿泊者の80%以上が「満足」＋「少し満足」と回答していた。なかでも、長野県外在住者、初来訪者、中消費層、高消費層で満足度が高い結果となった。特に高消費層は71.8%が「満足した」と回答しており、未体験も含む全体平均の2倍近くとなっている。



※各項目は回答率向上のために回答必須としていないため、合計が100%になっていない点は注意が必要である。

7 千曲市への旅行における項目別満足度

山や高原などの自然景観鑑賞・散策

- 「満足」＋「少し満足」は62.2%であった。
- 若年層ほど満足度が高い傾向がある。家族（小学生以下）も満足度が高い。
- 20代以下で満足度が高く、50代で満足度が低い、若年層ほど満足度が高く、高齢層ほど満足度が低いのは以降の大半に当てはまる調査上の傾向である。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	43.6%	18.6%	5.4%	0.9%	0.3%	28.3%
女性	46.0%	17.2%	5.4%	1.2%	0.1%	26.4%
男性	41.0%	20.2%	5.4%	0.6%	0.4%	30.4%
20代以下	53.4%	12.8%	1.5%	0.0%	0.0%	32.3%
30代	50.0%	15.2%	4.0%	0.5%	0.0%	29.8%
40代	47.0%	17.0%	4.8%	0.7%	0.4%	26.3%
50代	38.1%	18.9%	6.2%	1.5%	0.2%	31.9%
60代以上	41.5%	22.9%	6.9%	0.7%	0.5%	23.3%
長野県外	47.0%	20.1%	5.2%	1.0%	0.3%	24.3%
長野県内	37.7%	15.9%	5.8%	0.8%	0.2%	35.3%
初来訪	44.7%	18.9%	7.2%	1.1%	0.3%	26.3%
2-9回目	46.8%	20.4%	4.5%	1.0%	0.4%	24.8%
10回目以上	40.4%	17.0%	5.1%	0.7%	0.2%	32.2%
一人旅	39.7%	15.7%	3.3%	0.4%	0.8%	36.0%
家族（小学生以下）	51.4%	13.2%	5.7%	0.5%	0.0%	26.9%
家族（中学生以上）	40.7%	20.0%	6.3%	1.3%	0.3%	30.0%
夫婦パートナー	44.1%	20.4%	5.6%	1.1%	0.2%	25.0%
友人知人	47.4%	20.0%	3.7%	0.0%	0.0%	25.9%
宿泊（1泊）	44.9%	20.5%	6.0%	1.1%	0.4%	25.2%
宿泊（2泊以上）	48.4%	18.1%	7.9%	1.4%	0.5%	21.9%
日帰り	40.2%	16.4%	3.6%	0.4%	0.0%	34.7%
低消費層	40.1%	16.8%	4.2%	1.1%	0.0%	34.1%
中消費層	47.1%	19.7%	5.4%	0.6%	0.3%	24.6%
高消費層	44.1%	21.1%	9.3%	1.0%	1.0%	21.6%

町並み景観鑑賞・散策

- 「満足」＋「少し満足」は70.3%であった。「不満」＋「少し不満」2.9%であった。
- 来訪者の約85%が経験している。
- 20代以下で有意に満足度が高い。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	44.2%	26.1%	10.3%	2.2%	0.7%	14.7%
女性	43.2%	26.3%	9.4%	2.3%	0.6%	16.2%
男性	45.3%	25.9%	11.3%	2.1%	0.7%	13.2%
20代以下	63.9%	16.5%	6.0%	0.8%	0.0%	12.0%
30代	47.5%	23.7%	8.6%	1.5%	0.0%	17.7%
40代	48.9%	27.0%	8.9%	2.2%	0.7%	11.5%
50代	41.5%	26.2%	10.6%	2.6%	0.9%	16.4%
60代以上	36.1%	29.7%	13.0%	2.7%	1.0%	14.5%
長野県外	44.9%	27.5%	9.6%	2.2%	0.7%	13.7%
長野県内	43.0%	23.6%	11.4%	2.3%	0.6%	16.7%
初来訪	43.4%	30.6%	9.3%	2.1%	1.1%	12.8%
2-9回目	43.8%	28.3%	9.4%	2.4%	0.2%	14.1%
10回目以上	45.0%	21.6%	11.6%	2.1%	0.8%	16.5%
一人旅	38.0%	22.7%	13.2%	3.3%	0.0%	19.8%
家族（小学生以下）	47.2%	25.9%	9.0%	1.9%	0.5%	15.6%
家族（中学生以上）	43.0%	27.3%	11.3%	2.0%	1.0%	14.7%
夫婦パートナー	45.8%	25.7%	8.7%	2.4%	0.9%	14.1%
友人知人	47.4%	32.6%	8.9%	0.7%	0.7%	7.4%
宿泊（1泊）	41.2%	29.7%	12.5%	2.7%	1.1%	11.6%
宿泊（2泊以上）	45.6%	27.9%	8.8%	2.8%	0.5%	13.5%
日帰り	47.5%	20.7%	8.0%	1.5%	0.2%	19.3%
低消費層	44.2%	22.2%	9.6%	1.7%	0.2%	19.3%
中消費層	44.7%	28.4%	11.4%	1.7%	1.0%	11.7%
高消費層	42.6%	31.4%	8.8%	5.4%	1.5%	9.8%

観光スポット訪問

- 「満足」＋「少し満足」は59.5%であった。
- 回答者のうち28.7%は、来訪しているものの観光スポットには行っていないことが伺える。
- 「友人知人」と来訪した回答者で満足度が高い傾向が確認できる。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	38.8%	20.7%	7.5%	1.4%	0.2%	28.7%
女性	38.3%	20.1%	6.0%	2.1%	0.3%	30.5%
男性	39.4%	21.3%	9.2%	0.7%	0.1%	26.6%
20代以下	50.4%	12.8%	4.5%	0.8%	0.0%	30.1%
30代	42.4%	20.2%	6.6%	1.5%	0.0%	27.3%
40代	42.2%	22.2%	5.2%	0.7%	0.4%	27.8%
50代	36.6%	18.7%	8.9%	1.5%	0.2%	31.5%
60代以上	33.7%	24.8%	8.8%	2.0%	0.2%	26.3%
長野県外	40.1%	22.2%	7.6%	1.5%	0.1%	26.7%
長野県内	36.6%	18.0%	7.3%	1.3%	0.4%	32.3%
初来訪	38.0%	24.2%	8.5%	2.7%	0.3%	24.7%
2-9回目	43.2%	21.2%	7.1%	1.2%	0.2%	25.9%
10回目以上	35.8%	18.2%	7.2%	0.8%	0.2%	33.4%
一人旅	31.4%	19.4%	6.6%	1.2%	0.0%	38.4%
家族（小学生以下）	42.9%	18.9%	4.7%	1.4%	0.0%	29.2%
家族（中学生以上）	39.3%	18.7%	7.7%	2.0%	0.3%	30.3%
夫婦パートナー	39.1%	22.1%	9.2%	1.4%	0.4%	24.6%
友人知人	45.2%	27.4%	7.4%	0.7%	0.0%	17.8%
宿泊（1泊）	35.6%	22.9%	9.7%	1.7%	0.3%	27.3%
宿泊（2泊以上）	43.3%	20.0%	7.0%	2.3%	0.5%	26.5%
日帰り	41.3%	18.2%	4.9%	0.7%	0.0%	31.3%
低消費層	39.3%	17.9%	6.7%	1.6%	0.0%	31.7%
中消費層	37.4%	23.3%	7.9%	0.8%	0.5%	27.4%
高消費層	41.7%	21.6%	8.8%	2.9%	0.0%	23.0%

7 千曲市への旅行における項目別満足度

グルメ（飲食店などでの食事）

- 「満足」 + 「少し満足」は70.7%であった。
- 属性間で、満足度に大きな差が見られなかったことが特徴であるが、唯一、20代以下の回答者層で顕著に「満足した」の回答割合が高い結果となっている。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	48.8%	21.9%	8.3%	0.9%	0.3%	17.6%
女性	51.5%	20.5%	7.6%	1.0%	0.1%	16.9%
男性	45.8%	23.5%	9.2%	0.9%	0.6%	18.3%
20代以下	62.4%	14.3%	3.8%	0.8%	0.0%	16.5%
30代	48.0%	20.2%	7.1%	1.5%	0.0%	21.2%
40代	52.6%	17.8%	8.5%	1.1%	0.7%	17.8%
50代	47.0%	24.3%	8.9%	0.6%	0.4%	17.2%
60代以上	44.5%	25.3%	9.6%	1.0%	0.2%	16.5%
長野県外	47.3%	21.9%	9.0%	1.3%	0.3%	18.5%
長野県内	51.6%	22.0%	7.1%	0.4%	0.4%	15.9%
初来訪	42.8%	19.7%	10.6%	2.1%	0.3%	22.6%
2-9回目	48.7%	23.2%	8.6%	0.4%	0.4%	17.3%
10回目以上	52.7%	22.3%	6.7%	0.7%	0.3%	14.7%
一人旅	40.5%	23.6%	10.7%	0.8%	0.0%	22.7%
家族（小学生以下）	48.6%	19.3%	10.4%	0.9%	0.5%	17.9%
家族（中学生以上）	52.0%	19.3%	6.7%	1.0%	0.3%	19.3%
夫婦パートナー	48.3%	24.2%	7.6%	0.9%	0.4%	15.7%
友人知人	57.0%	19.3%	8.9%	1.5%	0.0%	12.6%
宿泊（1泊）	46.0%	21.7%	9.7%	1.0%	0.1%	19.1%
宿泊（2泊以上）	52.1%	23.7%	10.7%	2.3%	0.5%	10.7%
日帰り	51.3%	21.5%	5.6%	0.4%	0.5%	18.4%
低消費層	47.7%	19.3%	7.2%	0.9%	0.3%	22.9%
中消費層	49.9%	22.7%	9.4%	1.0%	0.3%	14.6%
高消費層	49.0%	27.9%	8.8%	1.0%	0.5%	10.3%

買い物(特産品など)

- 「満足」 + 「少し満足」は68.5%であった。
- 属性間で、満足度に大きな差が見られなかったことが特徴である。
- 長野県内在住者、一人旅、日帰り来訪者、低消費層は未体験の割合が相対的に高い。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	42.5%	26.0%	12.0%	2.4%	0.5%	14.6%
女性	45.1%	26.0%	10.3%	2.3%	0.6%	13.7%
男性	39.5%	25.9%	13.9%	2.4%	0.3%	15.6%
20代以下	48.9%	18.8%	8.3%	3.0%	0.0%	18.0%
30代	43.4%	23.7%	10.6%	2.5%	1.0%	18.2%
40代	45.2%	26.3%	8.5%	2.2%	0.0%	16.7%
50代	40.2%	27.7%	12.3%	1.5%	0.9%	14.5%
60代以上	40.8%	27.3%	15.7%	3.2%	0.2%	10.6%
長野県外	45.8%	26.9%	11.9%	2.9%	0.5%	10.6%
長野県内	36.6%	24.4%	12.2%	1.5%	0.4%	21.8%
初来訪	39.1%	27.7%	12.0%	4.3%	0.8%	14.6%
2-9回目	45.4%	25.9%	12.6%	2.6%	0.4%	11.4%
10回目以上	42.2%	25.0%	11.5%	1.0%	0.3%	17.2%
一人旅	33.9%	24.4%	12.8%	4.1%	0.0%	21.9%
家族（小学生以下）	48.1%	25.5%	8.5%	1.4%	0.9%	15.1%
家族（中学生以上）	40.3%	26.7%	13.0%	2.3%	0.7%	15.7%
夫婦パートナー	43.9%	26.8%	12.1%	2.0%	0.4%	11.8%
友人知人	49.6%	25.9%	13.3%	2.2%	0.7%	7.4%
宿泊（1泊）	41.7%	27.9%	14.3%	2.8%	0.8%	10.8%
宿泊（2泊以上）	45.6%	26.5%	14.9%	3.3%	0.0%	9.3%
日帰り	42.4%	23.3%	7.8%	1.5%	0.2%	21.6%
低消費層	39.5%	23.3%	9.2%	2.3%	0.5%	22.1%
中消費層	43.9%	28.4%	14.1%	1.9%	0.2%	9.8%
高消費層	47.5%	27.0%	14.2%	3.9%	1.5%	5.9%

宿泊施設

- 宿泊者の80%以上が「満足」 + 「少し満足」と回答していた。
- 特に長野県外在住者、初来訪者、中消費層、高消費層で満足度が高い結果となった。特に高消費層は71.8%が「満足した」と回答しており、未体験も含む全体平均の2倍近くとなっている。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	37.0%	16.2%	3.8%	1.2%	0.5%	31.6%
女性	46.2%	14.5%	3.3%	1.5%	0.4%	30.8%
男性	41.1%	18.1%	4.3%	0.9%	0.4%	32.5%
20代以下	48.1%	3.8%	3.0%	1.5%	0.0%	41.4%
30代	38.9%	13.1%	2.5%	1.0%	1.0%	41.4%
40代	42.6%	14.8%	3.0%	0.4%	0.4%	37.8%
50代	43.4%	17.2%	4.3%	1.7%	0.2%	30.4%
60代以上	45.9%	21.4%	4.7%	1.2%	0.5%	20.9%
長野県外	51.0%	18.7%	3.5%	1.4%	0.4%	23.0%
長野県内	31.0%	11.6%	4.3%	0.9%	0.4%	46.9%
初来訪	51.1%	21.5%	2.9%	1.3%	0.5%	20.2%
2-9回目	48.5%	15.9%	3.5%	1.4%	0.2%	28.7%
10回目以上	35.5%	13.1%	4.6%	1.0%	0.5%	40.9%
一人旅	31.8%	14.5%	5.0%	1.2%	0.4%	43.4%
家族（小学生以下）	48.1%	14.6%	3.3%	0.5%	0.5%	31.6%
家族（中学生以上）	49.0%	14.7%	4.0%	2.3%	1.0%	28.0%
夫婦パートナー	46.1%	17.2%	3.6%	1.3%	0.2%	27.1%
友人知人	43.0%	20.7%	2.2%	0.0%	0.0%	31.9%
宿泊（1泊）	66.8%	21.6%	3.5%	2.0%	0.3%	4.6%
宿泊（2泊以上）	54.4%	23.7%	5.6%	0.9%	0.9%	14.0%
日帰り	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
低消費層	21.6%	9.2%	3.0%	1.4%	0.2%	59.9%
中消費層	57.4%	22.3%	4.8%	1.4%	0.8%	11.4%
高消費層	71.6%	19.1%	3.4%	0.0%	0.0%	4.9%

7 千曲市への旅行における項目別満足度

温泉(日帰り含む)

- 「満足」+「少し満足」が82.3%と高い結果となった。千曲市を来訪した人の多くが、温泉を体験し、高い満足感を感じている。
- 僅かではあるが、若年層で未体験の割合が低いことは気になる点である。
- 日帰り層は、4人1人が未体験という結果となった。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	71.8%	10.5%	1.8%	0.4%	0.3%	12.9%
女性	72.2%	10.4%	1.7%	0.3%	0.0%	12.7%
男性	71.3%	10.6%	1.9%	0.6%	0.6%	13.2%
20代以下	73.7%	6.8%	0.0%	0.0%	0.0%	18.8%
30代	69.2%	8.1%	1.0%	0.5%	1.0%	19.2%
40代	70.7%	11.1%	1.5%	0.4%	0.0%	14.4%
50代	73.8%	9.6%	1.5%	0.6%	0.0%	12.8%
60代以上	70.8%	13.5%	3.2%	0.2%	0.5%	7.1%
長野県外	72.2%	11.1%	1.6%	0.3%	0.1%	12.5%
長野県内	71.1%	9.4%	2.1%	0.6%	0.6%	13.7%
初来訪	68.4%	13.6%	1.1%	0.8%	0.0%	14.6%
2-9回目	70.1%	10.4%	2.2%	0.2%	0.4%	13.4%
10回目以上	75.3%	8.7%	1.8%	0.3%	0.3%	11.5%
一人旅	71.1%	9.5%	2.1%	0.0%	0.0%	15.3%
家族(小学生以下)	70.8%	9.4%	1.9%	0.9%	0.0%	13.7%
家族(中学生以上)	71.3%	11.0%	1.3%	0.7%	0.7%	13.7%
夫婦パートナー	74.7%	10.3%	1.6%	0.0%	0.4%	10.1%
友人知人	66.7%	14.1%	1.5%	1.5%	0.0%	14.1%
宿泊(1泊)	79.0%	11.8%	1.5%	0.4%	0.1%	4.9%
宿泊(2泊以上)	74.0%	13.5%	1.9%	0.9%	0.5%	7.4%
日帰り	61.6%	7.6%	2.0%	0.2%	0.4%	25.5%
低消費層	65.6%	7.8%	1.7%	0.5%	0.5%	21.2%
中消費層	74.5%	13.9%	2.2%	0.3%	0.2%	6.8%
高消費層	82.8%	8.3%	0.5%	0.5%	0.0%	5.9%

体験ツアー

- 全体平均でみると72.7%が未体験であった。
- 多くの回答者が未体験の中で、小学生以下の家族連れ層は約20%が満足したと回答し、有意に高い結果となった。こうしたことから、体験コンテンツは小さい子供連れ観光層にPRしていくことが重要であると思われる。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	11.9%	4.6%	5.8%	0.7%	0.1%	72.7%
女性	10.4%	4.1%	4.5%	0.4%	0.0%	75.1%
男性	13.6%	5.2%	7.3%	1.1%	0.1%	70.1%
20代以下	14.3%	2.3%	3.0%	0.8%	0.0%	78.2%
30代	11.1%	6.6%	4.0%	2.0%	0.0%	74.2%
40代	14.4%	4.1%	6.7%	0.0%	0.4%	70.0%
50代	9.4%	4.3%	5.1%	0.6%	0.0%	76.6%
60代以上	12.8%	5.2%	7.9%	0.7%	0.0%	67.6%
長野県外	11.3%	4.1%	6.0%	0.6%	0.1%	74.4%
長野県内	12.9%	5.4%	5.4%	0.9%	0.0%	69.8%
初来訪	10.4%	6.9%	6.9%	0.8%	0.3%	72.1%
2-9回目	11.8%	3.5%	5.9%	0.6%	0.0%	76.0%
10回目以上	12.9%	4.1%	5.1%	0.8%	0.0%	70.5%
一人旅	6.2%	3.3%	3.3%	0.4%	0.0%	83.9%
家族(小学生以下)	19.8%	8.0%	6.1%	2.4%	0.5%	62.3%
家族(中学生以上)	12.0%	2.3%	5.7%	0.3%	0.0%	76.3%
夫婦パートナー	11.2%	4.5%	7.1%	0.2%	0.0%	71.1%
友人知人	11.1%	6.7%	5.9%	2.2%	0.0%	67.4%
宿泊(1泊)	11.8%	3.8%	7.2%	0.3%	0.1%	74.2%
宿泊(2泊以上)	14.4%	6.5%	6.5%	0.9%	0.0%	67.9%
日帰り	11.1%	4.9%	3.8%	1.3%	0.0%	72.7%
低消費層	10.7%	4.5%	4.8%	0.8%	0.2%	74.5%
中消費層	12.4%	4.1%	6.2%	1.0%	0.0%	71.9%
高消費層	14.2%	6.4%	7.8%	0.0%	0.0%	69.6%

各場所での観光情報提供

- 「満足」+「少し満足」が60.7%であった。
- 若年層で観光情報提供の未体験が高い理由は、SNSやオンライン上の情報などで、対面や紙媒体が情報提供を受ける機会が少ないからと思われる。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	38.2%	21.9%	11.8%	1.6%	0.8%	24.4%
女性	40.1%	21.9%	10.5%	1.9%	0.8%	23.3%
男性	36.1%	21.9%	13.2%	1.3%	0.9%	25.5%
20代以下	46.6%	16.5%	4.5%	0.0%	0.0%	31.6%
30代	37.4%	21.7%	7.1%	2.0%	0.5%	30.3%
40代	40.4%	17.0%	12.6%	1.5%	1.1%	27.0%
50代	37.4%	21.3%	12.6%	1.7%	0.9%	24.5%
60代以上	35.4%	27.8%	15.0%	2.0%	1.0%	17.2%
長野県外	39.6%	22.4%	13.3%	2.1%	0.8%	21.1%
長野県内	35.8%	21.0%	9.0%	0.8%	0.8%	30.2%
初来訪	39.9%	24.7%	11.7%	2.7%	1.1%	19.4%
2-9回目	39.7%	21.6%	13.4%	1.4%	0.2%	23.2%
10回目以上	36.0%	20.5%	10.5%	1.1%	1.1%	28.3%
一人旅	32.2%	14.5%	15.3%	2.1%	0.8%	34.3%
家族(小学生以下)	42.5%	21.2%	9.4%	0.9%	0.9%	24.1%
家族(中学生以上)	38.7%	20.0%	11.3%	1.3%	1.3%	27.0%
夫婦パートナー	39.2%	25.5%	11.6%	2.0%	0.5%	18.8%
友人知人	39.3%	27.4%	11.1%	1.5%	0.7%	19.3%
宿泊(1泊)	41.2%	22.2%	13.7%	1.8%	1.3%	19.2%
宿泊(2泊以上)	35.8%	27.9%	13.0%	2.8%	0.5%	20.0%
日帰り	35.3%	19.3%	8.7%	0.9%	0.4%	32.7%
低消費層	35.3%	19.6%	8.9%	1.4%	0.6%	31.7%
中消費層	40.3%	23.3%	14.3%	2.1%	0.6%	19.0%
高消費層	41.2%	25.0%	13.2%	1.0%	2.0%	17.6%

7 千曲市への旅行における項目別満足度

サービス対応等

- 「満足」＋「少し満足」は84.5%と高い結果であった。
- 属性間で大きな差はなかったが、20代以下、友人知人来訪者層で「満足した」が相対的に高い結果となった。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	64.5%	20.0%	8.9%	0.5%	0.2%	4.2%
女性	68.1%	17.4%	9.0%	0.5%	0.3%	3.2%
男性	60.6%	22.8%	8.7%	0.6%	0.1%	5.3%
20代以下	76.7%	13.5%	6.0%	0.0%	0.0%	3.0%
30代	68.2%	18.7%	8.1%	0.5%	0.0%	4.0%
40代	64.4%	20.4%	8.5%	0.4%	1.1%	4.4%
50代	63.6%	20.6%	8.5%	0.9%	0.0%	4.7%
60代以上	60.0%	21.6%	10.8%	0.5%	0.0%	3.9%
長野県外	67.1%	18.8%	8.7%	0.4%	0.3%	3.1%
長野県内	60.0%	22.0%	9.2%	0.8%	0.0%	6.2%
初来訪	69.1%	17.6%	7.2%	0.0%	0.5%	3.7%
2-9回目	65.0%	20.0%	9.8%	0.6%	0.0%	3.3%
10回目以上	61.4%	21.4%	9.2%	0.8%	0.2%	5.2%
一人旅	55.8%	23.1%	11.2%	0.4%	0.0%	7.4%
家族（小学生以下）	64.2%	20.3%	9.4%	0.0%	0.0%	5.2%
家族（中学生以上）	66.7%	16.7%	9.0%	0.7%	0.0%	4.0%
夫婦パートナー	66.9%	19.9%	8.0%	0.7%	0.4%	2.9%
友人知人	69.6%	20.7%	5.2%	0.7%	0.7%	1.5%
宿泊（1泊）	66.1%	19.8%	8.4%	0.1%	0.4%	3.2%
宿泊（2泊以上）	64.2%	20.5%	12.1%	0.9%	0.0%	1.9%
日帰り	62.7%	20.0%	8.2%	0.9%	0.0%	6.4%
低消費層	63.3%	19.4%	8.4%	0.8%	0.0%	6.2%
中消費層	64.7%	20.3%	9.7%	0.5%	0.3%	3.0%
高消費層	68.1%	20.6%	7.8%	0.0%	0.5%	1.5%

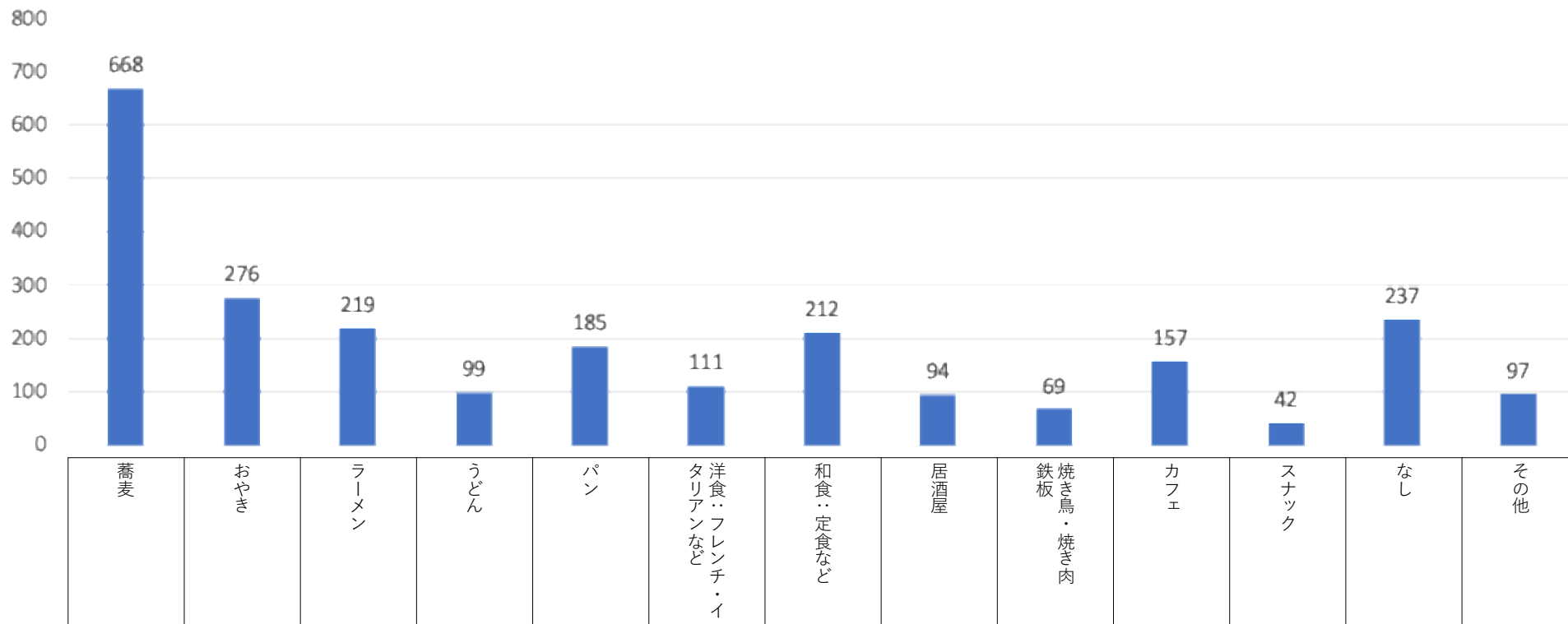
日本遺産

- 未体験の全体平均は60.5%であった。
- 属性間で大きな差はなかったが、20代以下、一人旅層で未体験が高い結果となった。
- 年代別にみると年代が高いほど未体験が少なく、消費額別にみると高消費層ほど僅かではあるが未体験の割合は低くなる。

	満足した	少し満足	どちらでもない	少し不満	不満	未体験
全体	16.7%	9.9%	8.2%	0.6%	0.6%	60.5%
女性	17.2%	9.2%	6.5%	0.5%	0.4%	62.7%
男性	16.2%	10.7%	10.0%	0.7%	0.9%	58.0%
20代以下	20.3%	3.8%	4.5%	0.0%	0.8%	66.2%
30代	17.2%	7.6%	7.6%	0.5%	1.0%	64.1%
40代	14.8%	10.0%	8.9%	0.4%	0.4%	62.6%
50代	16.4%	10.6%	9.1%	1.1%	0.0%	59.4%
60代以上	17.0%	12.3%	8.1%	0.5%	1.2%	56.8%
長野県外	15.7%	9.5%	9.3%	0.7%	0.5%	61.2%
長野県内	18.6%	10.7%	6.2%	0.4%	0.8%	59.3%
初来訪	16.8%	9.8%	10.6%	0.3%	0.5%	59.6%
2-9回目	14.5%	8.8%	9.8%	0.8%	0.6%	62.7%
10回目以上	18.5%	11.0%	5.4%	0.7%	0.7%	59.2%
一人旅	12.8%	6.2%	6.2%	0.0%	0.8%	68.2%
家族（小学生以下）	17.5%	12.3%	9.0%	0.9%	0.9%	57.5%
家族（中学生以上）	15.3%	10.7%	7.7%	0.7%	0.7%	62.7%
夫婦パートナー	17.5%	11.0%	8.3%	0.9%	0.4%	57.9%
友人知人	22.2%	7.4%	12.6%	0.0%	0.0%	54.8%
宿泊（1泊）	15.4%	9.7%	10.5%	0.7%	0.1%	60.9%
宿泊（2泊以上）	20.5%	12.1%	8.8%	1.4%	0.5%	55.3%
日帰り	16.9%	9.5%	4.9%	0.2%	1.3%	62.0%
低消費層	14.9%	9.2%	7.0%	0.6%	0.6%	63.3%
中消費層	18.7%	9.4%	9.5%	0.2%	0.5%	58.5%
高消費層	16.2%	14.2%	7.8%	2.0%	1.0%	57.8%

8 千曲市旅行で体験したグルメ・飲食

- 最も体験されていたグルメは「蕎麦（45.2%）」で、次いで「おやき」「なし」「ラーメン」「和食」と続く結果となった。約5割弱の来訪者が蕎麦を食していることから、良質かつ有用な蕎麦に関する情報は集客に効果的であると考えられる。
- 「カフェ」に関して興味深い結果として、属性間の体験率には大きな差がなかった。これは「若年層が好む」という一般的な認識と異なる結果であり、年代性別を問わず広く一定数が体験していると言える。
- 長野県内在住者や高リピーター層は、「ラーメン」を体験している割合が全体と比較して高い。
- 宿泊（2泊以上）の回答者は優位に「蕎麦」「おやき」の体験率が高い。
- 高消費額層の体験率が高い項目は「蕎麦」「おやき」「和食」であった。特に、「蕎麦」については全体平均より約15%ポイント高く、低消費額層と比較すると20%ポイント以上も高い結果となった。

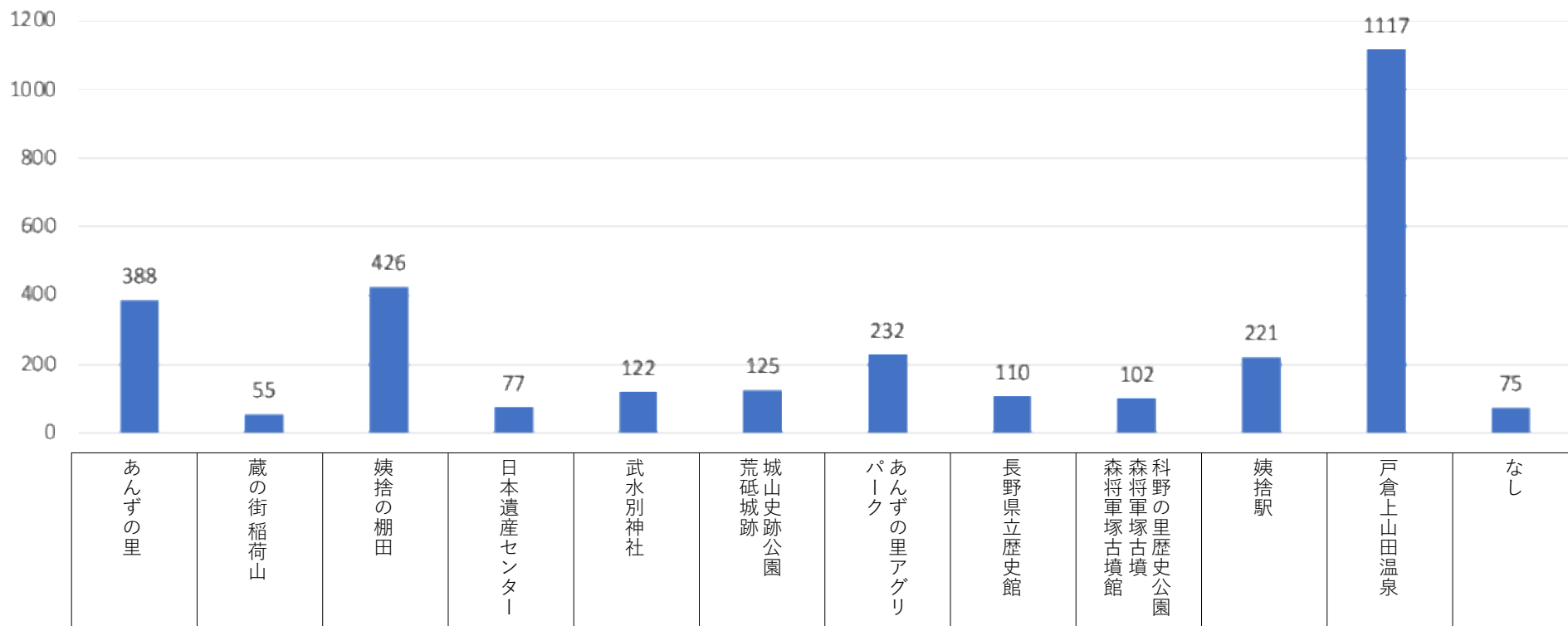


8 千曲市旅行で体験したグルメ・飲食

	蕎麦	おやき	ラーメン	うどん	パン	洋食	和食	居酒屋	鉄板焼き肉・焼き鳥	カフェ	スナック	なし	その他
全体	45.2%	18.7%	14.8%	6.7%	12.5%	7.5%	14.3%	6.4%	4.7%	10.6%	2.8%	16.0%	6.6%
女性	44.0%	20.1%	12.1%	6.2%	15.0%	8.7%	12.3%	5.0%	4.6%	13.8%	1.5%	16.0%	7.7%
男性	46.6%	17.0%	17.9%	7.3%	9.7%	6.2%	16.6%	7.9%	4.7%	7.0%	4.3%	16.0%	5.3%
20代以下	46.6%	19.5%	16.5%	8.3%	10.5%	13.5%	12.8%	4.5%	3.0%	13.5%	3.8%	17.3%	4.5%
30代	38.4%	19.7%	17.2%	9.6%	13.6%	9.6%	12.6%	7.6%	5.6%	13.6%	2.5%	18.7%	5.6%
40代	44.4%	20.0%	21.9%	7.8%	18.9%	7.0%	13.3%	7.0%	4.4%	7.0%	4.1%	15.2%	8.9%
50代	46.0%	18.1%	12.3%	4.9%	10.0%	6.0%	14.0%	7.0%	5.5%	10.0%	3.0%	15.7%	6.8%
60代以上	47.7%	17.7%	11.3%	6.1%	11.3%	6.6%	16.7%	5.2%	3.9%	11.3%	1.7%	15.2%	5.9%
長野県外	54.1%	22.5%	11.4%	6.2%	10.7%	6.6%	14.1%	7.6%	4.7%	10.6%	3.0%	15.6%	6.1%
長野県内	29.5%	11.8%	20.8%	7.5%	15.8%	9.2%	14.8%	4.1%	4.7%	10.7%	2.6%	16.9%	7.3%
初来訪	48.4%	18.9%	8.2%	6.6%	10.4%	5.1%	12.5%	5.9%	1.6%	10.9%	3.5%	20.7%	6.4%
2-9回目	49.5%	20.4%	11.0%	6.3%	11.4%	9.0%	16.3%	6.1%	4.1%	12.6%	0.8%	14.9%	6.1%
10回目以上	39.8%	17.2%	21.9%	7.0%	14.7%	7.9%	13.9%	6.9%	7.0%	8.8%	4.1%	14.1%	7.0%
一人旅	35.5%	14.5%	16.5%	5.4%	9.5%	4.5%	14.9%	8.7%	3.7%	8.3%	3.7%	21.5%	6.2%
家族（小学生以下）	47.6%	25.5%	22.6%	12.3%	17.0%	6.6%	16.5%	2.8%	6.1%	8.5%	0.9%	18.4%	3.8%
家族（中学生以上）	46.0%	19.3%	13.3%	5.3%	13.0%	7.7%	14.7%	1.0%	3.3%	14.3%	1.7%	17.0%	7.3%
夫婦パートナー	47.7%	17.7%	11.0%	6.3%	12.5%	7.6%	12.7%	7.4%	4.7%	10.8%	2.5%	14.1%	6.5%
友人知人	49.6%	20.7%	14.1%	5.9%	10.4%	12.6%	17.0%	12.6%	3.7%	10.4%	6.7%	9.6%	11.1%
宿泊（1泊）	46.7%	18.1%	10.5%	4.6%	9.8%	5.9%	14.7%	8.7%	5.3%	9.3%	2.9%	19.1%	5.0%
宿泊（2泊以上）	60.5%	28.8%	24.2%	15.3%	16.7%	12.1%	20.0%	8.4%	8.4%	14.0%	2.8%	6.0%	8.8%
日帰り	37.3%	15.5%	16.7%	6.0%	14.4%	7.8%	11.6%	2.5%	2.4%	11.1%	2.7%	16.0%	7.6%
低消費層	37.2%	13.8%	15.1%	5.1%	12.0%	5.8%	9.8%	2.5%	2.8%	10.3%	2.3%	21.0%	6.8%
中消費層	48.7%	21.1%	14.9%	7.4%	11.7%	8.1%	17.7%	8.9%	6.0%	10.1%	2.7%	12.8%	6.2%
高消費層	59.8%	26.5%	13.7%	9.3%	16.7%	11.3%	18.1%	10.8%	6.4%	13.2%	4.9%	10.3%	6.9%

9 千曲市旅行で訪れたor訪れる予定の場所

- 来訪／来訪予定地として最も多かったのは「戸倉上山田温泉」で、次いで「姨捨の棚田」「あんずの里」という結果となった。
- 春の人気来訪先である「あんずの里」は、長野県内在住者や10回以上来訪のリピーター層の来訪率が高い。一方で、初来訪者であんずの里を訪れた人は14.1%に留まる。リピーターほどあんずの里に足を運ぶ傾向があるということを踏まえると、あんずの里への初来訪者の来訪を促すことは重要であると考えられる。
- 例年通りの傾向として、相対的にみて若年層は「姨捨駅」への来訪率が高い。夜景というコンテンツは若年層への訴求力が高いと思われる。他方で、近くまで訪れながらも「姨捨の棚田」は相対的に若年層の来訪率が低い。
- 消費額と「戸倉上山田温泉」の来訪には密接な関連があり、消費額帯が高くなるほど戸倉上山田温泉の来訪率が高くなる。これを踏まえると、戸倉上山田温泉でこうした層の消費をより促す仕掛けが重要と考えられる。

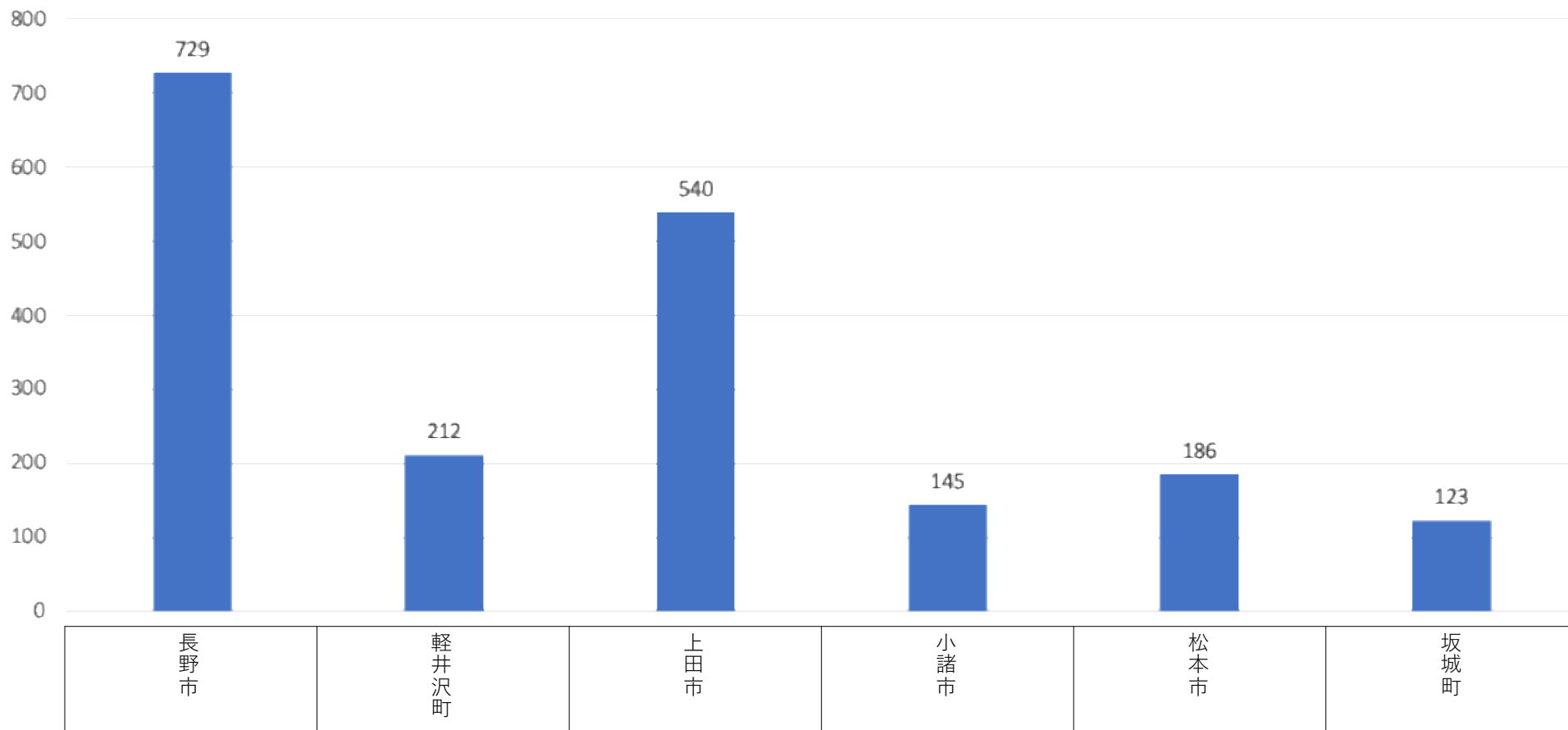


9 千曲市旅行で訪れた・訪れる予定の場所

	あんずの里	蔵の街 稲荷山	姨捨の 棚田	日本遺産 センター	武水別 神社	荒砥城 跡 城山史跡公園	あんずの 里アグリ パーク	長野県立 歴史館	科野の里 歴史公園 森將軍塚古墳 森將軍塚古墳館	姨捨駅	戸倉上山田温泉	なし
全体	26.3%	3.7%	28.8%	5.2%	8.3%	8.5%	15.7%	7.4%	6.9%	15.0%	75.6%	5.1%
女性	25.4%	3.8%	26.8%	5.4%	8.2%	8.1%	15.9%	6.7%	6.0%	13.6%	74.4%	6.3%
男性	27.2%	3.6%	31.1%	5.0%	8.3%	8.9%	15.5%	8.3%	7.9%	16.5%	76.9%	3.7%
20代以下	24.1%	3.0%	21.8%	9.8%	6.0%	8.3%	10.5%	7.5%	6.8%	23.3%	66.9%	8.3%
30代	25.8%	1.5%	28.3%	3.5%	6.1%	8.6%	15.2%	7.1%	4.5%	12.6%	73.7%	4.5%
40代	27.4%	3.3%	26.7%	3.0%	12.2%	8.5%	17.0%	7.0%	9.3%	15.6%	71.9%	7.0%
50代	25.5%	3.6%	31.9%	6.2%	7.9%	8.1%	17.0%	6.4%	6.8%	14.0%	81.1%	4.7%
60代以上	27.3%	5.4%	29.2%	4.9%	7.9%	8.8%	15.2%	9.1%	6.6%	14.0%	75.4%	3.4%
長野県外	21.9%	3.3%	29.4%	5.0%	5.6%	9.5%	12.2%	5.6%	4.4%	15.4%	77.5%	5.2%
長野県内	34.0%	4.5%	27.8%	5.6%	12.9%	6.6%	22.0%	10.7%	11.3%	14.1%	72.2%	4.9%
初来訪	14.1%	3.5%	28.2%	6.6%	3.2%	10.9%	6.6%	6.9%	3.2%	14.6%	73.9%	6.9%
2-9回目	26.5%	4.1%	29.5%	5.5%	6.9%	9.2%	15.7%	5.9%	5.9%	14.7%	76.6%	3.3%
10回目以上	33.6%	3.6%	28.6%	4.1%	12.4%	6.4%	21.3%	9.0%	10.0%	15.4%	75.8%	5.4%
一人旅	20.7%	2.9%	27.3%	4.5%	8.3%	5.4%	12.4%	7.0%	7.4%	17.4%	77.7%	5.0%
家族（小学生以下）	28.8%	4.2%	29.7%	3.8%	11.3%	9.9%	22.2%	9.4%	8.0%	14.2%	70.8%	6.6%
家族（中学生以上）	24.0%	2.3%	24.7%	6.3%	8.3%	5.3%	13.0%	3.7%	4.3%	14.3%	75.3%	5.7%
夫婦パートナー	27.5%	3.6%	31.5%	5.1%	6.3%	10.5%	15.7%	9.6%	7.6%	14.8%	77.9%	4.2%
友人知人	35.6%	8.9%	31.1%	7.4%	11.1%	11.9%	20.0%	6.7%	7.4%	13.3%	71.9%	2.2%
宿泊（1泊）	23.7%	3.6%	29.2%	4.5%	6.7%	10.1%	13.6%	4.5%	4.1%	11.9%	81.5%	5.6%
宿泊（2泊以上）	25.1%	3.7%	31.2%	4.7%	10.2%	9.8%	17.2%	8.4%	7.4%	19.1%	81.9%	2.3%
日帰り	30.0%	3.8%	27.5%	6.4%	9.5%	5.8%	17.8%	10.9%	10.4%	17.3%	65.5%	5.5%
低消費層	26.9%	3.4%	26.9%	4.8%	7.6%	6.4%	16.6%	8.4%	7.9%	14.8%	70.0%	5.8%
中消費層	25.0%	3.6%	29.2%	5.9%	8.4%	9.4%	13.9%	6.5%	5.9%	14.4%	78.4%	4.9%
高消費層	27.9%	4.9%	33.8%	4.4%	9.8%	12.3%	18.1%	7.4%	6.9%	17.2%	84.3%	3.4%

10 千曲市旅行であわせて訪れる自治体

- 千曲市旅行であわせて訪れる近隣自治体としては、最も多かったのが「**長野市**」、次いで「**上田市**」「**軽井沢町**」という結果となった。
- 消費層に着目すると、消費額が高い層ほど千曲市とあわせて「**長野市**」「**軽井沢町**」「**松本市**」を訪れていることが明らかになった。
- 全体平均と比較して相対的に高かった項目としては、30代、家族（小学生以下が「**長野市**」、10回目以上来訪者が「**坂城町**」、友人知人との旅行者そうが「**軽井沢町**」「**上田市**」、高消費層が「**長野市**」「**軽井沢町**」という結果となった。

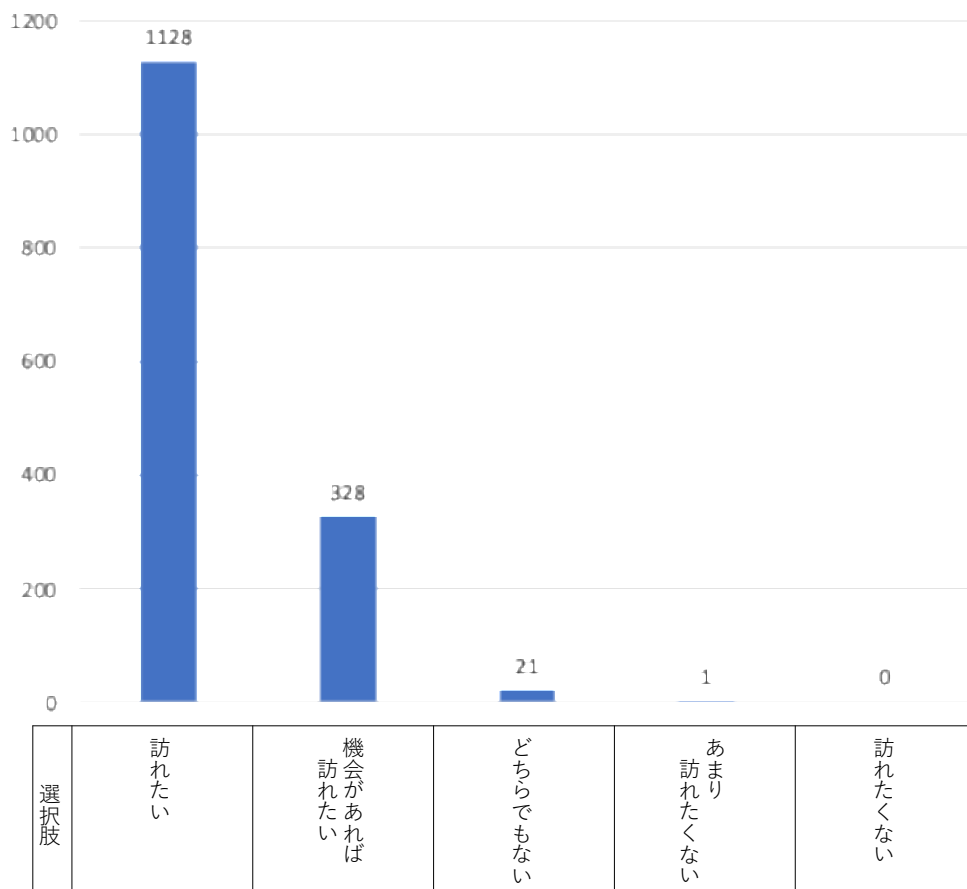


10 千曲市旅行であわせて訪れる自治体

	長野市	軽井沢町	上田市	小諸市	松本市	坂城町
全体	49.3%	14.3%	36.5%	9.8%	12.6%	8.3%
女性	48.2%	14.4%	35.8%	9.4%	12.4%	8.3%
男性	50.6%	14.3%	37.4%	10.3%	12.8%	8.3%
20代以下	53.4%	17.3%	38.3%	11.3%	14.3%	6.8%
30代	57.6%	13.6%	34.3%	8.6%	12.1%	5.6%
40代	47.0%	13.3%	38.5%	6.7%	11.5%	9.6%
50代	47.4%	14.0%	37.9%	11.7%	13.8%	8.3%
60代以上	47.7%	14.7%	34.2%	9.8%	11.5%	9.3%
長野県外	52.2%	17.1%	38.7%	10.3%	14.6%	6.9%
長野県内	44.3%	9.4%	32.6%	9.0%	9.0%	10.9%
初来訪	53.2%	18.4%	37.8%	9.8%	16.0%	3.5%
2-9回目	50.3%	15.9%	36.9%	11.0%	15.3%	5.5%
10回目以上	46.2%	10.6%	35.5%	8.8%	8.3%	13.6%
一人旅	44.6%	11.2%	33.5%	9.1%	12.8%	9.1%
家族（小学生以下）	56.6%	16.0%	35.4%	5.7%	9.9%	5.2%
家族（中学生以上）	47.3%	12.3%	35.7%	9.7%	11.7%	9.0%
夫婦パートナー	49.7%	15.6%	37.3%	11.4%	13.7%	9.0%
友人知人	51.1%	20.0%	45.2%	13.3%	13.3%	5.2%
宿泊(1泊)	49.4%	16.1%	38.8%	9.0%	13.9%	7.3%
宿泊（2泊以上）	54.0%	17.2%	40.5%	13.0%	13.0%	10.7%
日帰り	47.5%	10.9%	32.0%	9.6%	10.7%	8.7%
低消費層	46.2%	12.8%	31.6%	9.5%	9.6%	8.6%
中消費層	50.4%	13.9%	40.3%	9.2%	14.4%	8.1%
高消費層	55.9%	20.6%	40.7%	12.7%	16.2%	8.3%

11 今後の再訪希望

- 「訪れたい」 + 「機会があれば訪れたい」の合計は98.5%と、ほとんどの回答者が再訪を希望する結果となった。この結果は、過去の調査結果と比較するとかなり高く、2023年度よりも0.8%ポイント上昇した。
- 20代以下、長野県内在住者、日帰り来訪者で「訪れた」が、長野県外在住者、高消費層で「機会があれば訪れたい」が高い傾向となった。



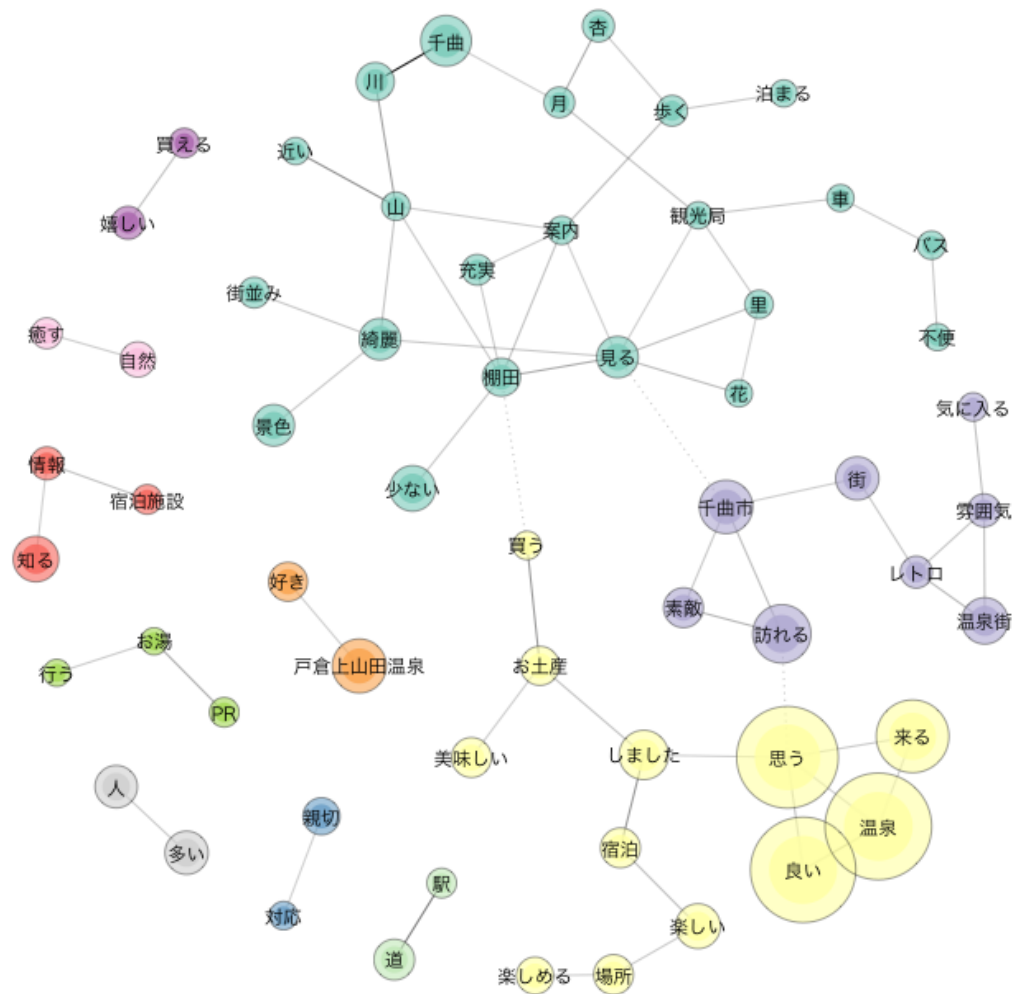
	訪れたい	機会があれば訪れたい	どちらでもない	あまり訪れたくない	訪れたくない
全体	76.3%	22.2%	1.4%	0.1%	0.0%
女性	77.9%	20.8%	1.2%	0.1%	0.0%
男性	74.5%	23.8%	1.7%	0.0%	0.0%
20代以下	82.0%	16.5%	1.5%	0.0%	0.0%
30代	78.8%	20.2%	1.0%	0.0%	0.0%
40代	80.0%	18.9%	1.1%	0.0%	0.0%
50代	74.9%	23.8%	1.3%	0.0%	0.0%
60代以上	72.5%	25.3%	2.0%	0.2%	0.0%
長野県外	70.9%	27.4%	1.6%	0.1%	0.0%
長野県内	85.9%	12.9%	1.1%	0.0%	0.0%
初来訪	56.9%	39.1%	3.7%	0.3%	0.0%
2-9回目	75.8%	23.6%	0.6%	0.0%	0.0%
10回目以上	88.7%	10.6%	0.7%	0.0%	0.0%
一人旅	79.3%	19.4%	1.2%	0.0%	0.0%
家族（小学生以下）	78.3%	20.3%	1.4%	0.0%	0.0%
家族（中学生以上）	73.0%	24.7%	2.3%	0.0%	0.0%
夫婦 パートナー	76.7%	22.2%	0.9%	0.2%	0.0%
友人知人	74.8%	24.4%	0.7%	0.0%	0.0%
宿泊(1泊)	72.2%	26.2%	1.4%	0.1%	0.0%
宿泊（2泊以上）	73.5%	25.1%	1.4%	0.0%	0.0%
日帰り	82.7%	15.8%	1.5%	0.0%	0.0%
低消費層	80.1%	19.0%	0.9%	0.0%	0.0%
中消費層	74.0%	23.8%	2.1%	0.2%	0.0%
高消費層	71.6%	27.5%	1.0%	0.0%	0.0%

12 千曲市へのご意見(自由記述、要望、良かった点、不便だった点など)

自由記述を量的に分析する共起ネットワーク分析の結果、千曲市への意見はに分類することができた。

1. 宿泊施設の情報をもっと知りたい
2. 戸倉上山田温泉が好き
3. お湯の泉質が良いのもっとPRしたほうがいい
4. 道の駅に関する要望
5. お土産を買う場所が知りたい
6. レトロな温泉街の雰囲気が気に入った
7. バスが少なく不便
8. 棚田の景色が綺麗
9. 花、月、棚田、杏など自然への高評価
10. 千曲川のイメージに関するコメント

- 「温泉」「来る」「楽しい」「良い」「美味しい」「雰囲気」など、体験満足に直結する語の結びつきが強い。他方で全体として、情報発信不足・認知不足の課題が示唆された。
- 「見る・歩く・案内」などの語が表すように、回遊性やナビゲーション改善が体験満足度を高める鍵。
- 特定のエリア（例：戸倉上山田温泉）への言及が個別的で、観光全体とのつながりが弱い。千曲市全体の中の戸倉上山田温泉という発信が求められる。



※上の図は共起ネットワークと呼ばれる図である。これは一つ一つの文書で出現する単語「抽出語」のうち、「距離」が近いか遠いかを計算し、図示したものであり、抽出した語句のうち文書上において一緒に記されることの多い語句同士が近い位置に付置され線で結ばれる。なお線の太さは語句同士の関連の強さを示している。また配色の違いは語句が登場する文書の傾向の違いを示しており、語句を囲む○は語句の登場回数を示している。例えば上の図では「温泉」が最も大きな丸で囲まれているため、自由記述のうち対象となった語句の中で最も多く登場したことがわかる。図左側に視点を移すと薄紫で「もう少し」と「情報」が線で結ばれている。このことは本調査において「情報が少ないと感じた」などの自由記述が多く、この2つの語句が同じような文書で用いられている傾向にあることがわかる。

Ⅱ 非来訪者認知度調査 目次

- 3 0 目次
- 3 1 – 3 5 回答者属性
- 3 6 – 3 7 旅行先を選ぶ際に利用することの多い情報源
- 3 8 日本遺産の認知度
- 3 9 日本遺産「月の都 千曲」の認知度
- 4 0 – 4 1 千曲市とあわせて来訪したい行き先
- 4 2 – 4 7 千曲市来訪時に欲しい情報
- 4 8 – 5 1 千曲市のグルメ・飲食情報への興味関心
- 5 2 Skima信州とのコラボで読みたい理想・希望の旅プラン
- 5 3 今後の千曲市来訪希望
- 5 4 千曲市へのイメージや感想・ご意見
- 5 5 まとめ：来訪者調査と非来訪者調査の比較と提案

調査目的

- 本調査は長野県千曲市を来訪していない、来訪したことがない非来訪者層の観光ニーズや千曲市への印象を調査することを目的とする
- 調査結果は今後の千曲市の観光振興のために役立てられる。

調査の実施概要

(1) 調査方法

- 長野県内最大の民間観光Webサイト「Skima信州」と提携しWebサイトやSNS、ニュースサイト、キャンペーンサイトを通じてアンケート調査を実施。回答者の中から抽選で千曲市の特産品や宿泊券、温泉券が当たる仕組みとすることで関係人口の増加や来訪に結びつく調査設計とした。

(2) 調査対象

- 全国の千曲市非来訪者でインターネットによる回答が可能な人

(3) 調査期間

- 2024年12月4日（土）～2025年1月4日（土）

(4) 標準回答時間

- 4分45秒（2023年度と比較すると、15秒短くなった）

(5) 調査項目

- 以下の調査項目とは別にプレゼント送付情報として回答者情報を収集した。



性別	訪れる場合の交通手段	来訪時に欲しい情報
年齢	日本遺産の認知度	今後の来訪希望
居住都道府県	千曲市が日本遺産であることの認知度	自由記述（千曲市のイメージ・印象・感想・コメント）
最も多い旅行同行者	月の都関連コンテンツへの興味関心度	キャンペーンを認知した方法
旅行時の情報収集手段	関心あるグルメ・飲食情報	
来訪歴	希望するSkima信州とのコラボ記事テーマ	

回答者属性 I : 回答者総数・性別・年齢層

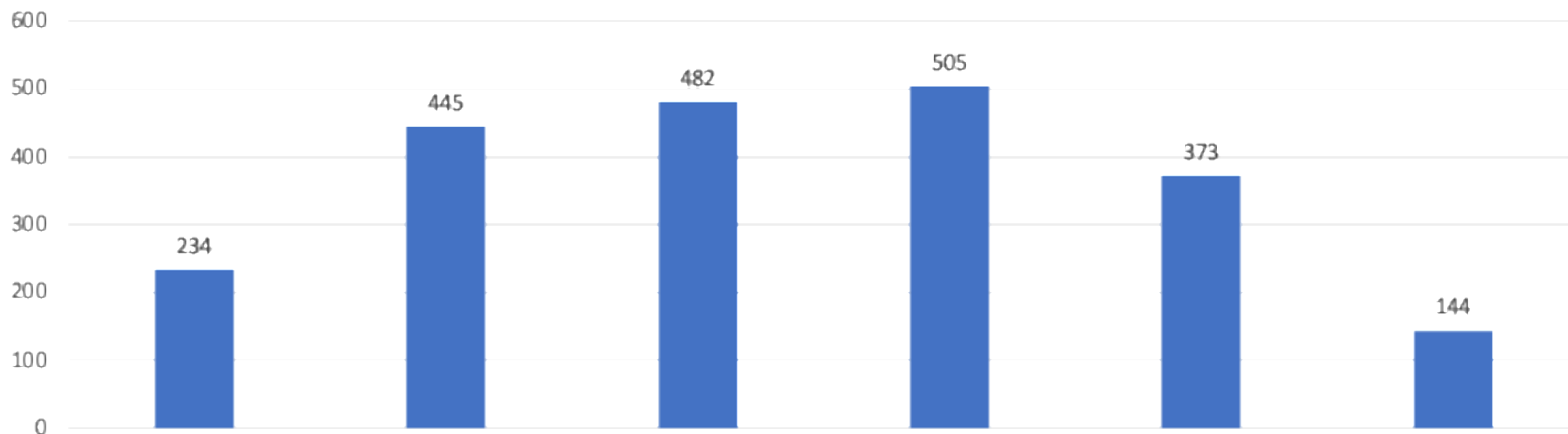
(1) 回答者総数・性別

- 男性よりも女性の回答割合が高い傾向が確認された。総数は昨年度よりも約1,000人減少したが、統計分析上の問題ない。

男性	943 (43.2%)	女性	1,240 (56.8%)	総数	2,183
----	-------------	----	---------------	----	-------

(2) 回答者の年齢層

- 最も多かったのは50代で23.1%、次いで40代（22.1%）、30代（20.4%）という結果となった。



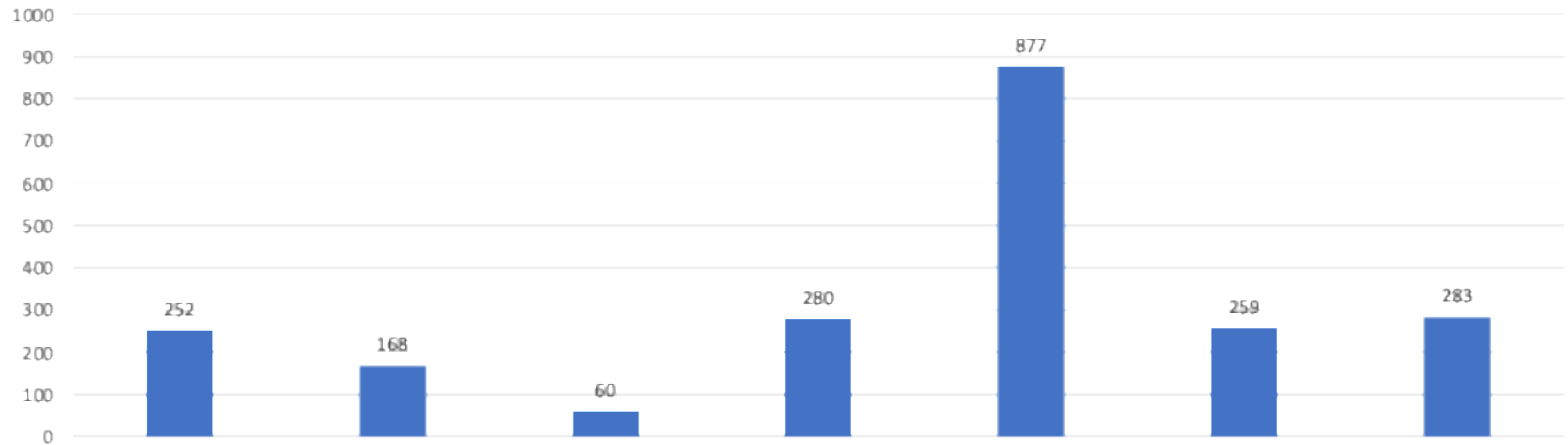
年齢	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
----	-------	-----	-----	-----	-----	-------

年齢	回答数	回答割合	年齢	回答数	回答割合
20代以下	234	10.7%	50代	505	23.1%
30代	445	20.4%	60代	373	17.1%
40代	482	22.1%	70代以上	144	6.6%

回答者属性Ⅱ：旅行時の同行者

(3) 旅行時の同行者

- 旅行時に最も多い同行者は夫婦・パートナーで、43.4%を占めていた。2023年度と比較すると小学生以下の子どもとの旅行者層の割合が微増した。
- 以降の分析では、家族（未就学児）+家族（小学生）を家族（小学生以下）に、
家族（中学生）+家族（高校生以上など）を家族（中学生以上）に分類し、分析を進めることとする。



選択肢	回答数	回答割合
家族（未就学児）	252	11.5%
家族（小学生）	168	7.7%
家族（中学生）	60	2.7%
家族（高校生以上など）	280	12.8%
夫婦・パートナー	877	40.2%
友人知人	259	11.9%
一人旅	283	13.0%

回答者属性Ⅲ：千曲市への来訪経験・千曲市を訪れる場合の交通手段

(4) 千曲市への来訪経験

- 「訪れたことがない」 + 「訪れたことがあるかもしれないが、覚えていない」が51.4%と半数強を占めている。
- 以降の分析では「訪れたことがない」 + 「訪れたことがあるかもしれないが覚えていない」 = 来訪経験なし、
「1回訪れたことがある」 + 「複数回訪れたことがある」 + 「住んでいる・働いている」 = 来訪経験ありと分類し、分析を進めていく。



来訪回数	回答数	回答割合	来訪回数	回答数	回答割合
訪れたことがない	956	43.8%	複数回訪れたことがある	700	32.1%
訪れたことがあるかもしれないが覚えていない	165	7.8%	住んでいる・働いている	183	8.4%
1回訪れたことがある	179	8.2%			

(5) 千曲市に訪問する場合の交通手段

- 回答者の来訪手段は自家用車が68.0%と最も多い。2023年度と比較すると自家用車利用の割合が約5%増加した。

選択肢	回答数	回答割合
自家用車	1,485	68.0%
鉄道	534	24.5%
レンタカー	72	3.3%
バス(貸し切り含む)	61	2.8%
その他	21	1.0%

回答者属性Ⅳ：居住地構成・回答媒体

(6) 回答者の居住地構成

- 47都道府県、全てから回答があった。
- 一都三県の回答者割合は27.1%と長野県に次ぐ割合を占めている。三大都市（東京都・大阪府・愛知県）の割合は18.5%であった。
- 以降は、長野県内と長野県外に分類して分析を進める。

都道府県	回答者数	回答割合
長野県	680	31.1%
東京都	214	9.8%
神奈川県	145	6.6%
埼玉県	132	6.0%
愛知県	121	5.5%
千葉県	102	4.7%
大阪府	70	3.2%
群馬県	49	2.2%
静岡県	48	2.2%
新潟県	46	2.1%

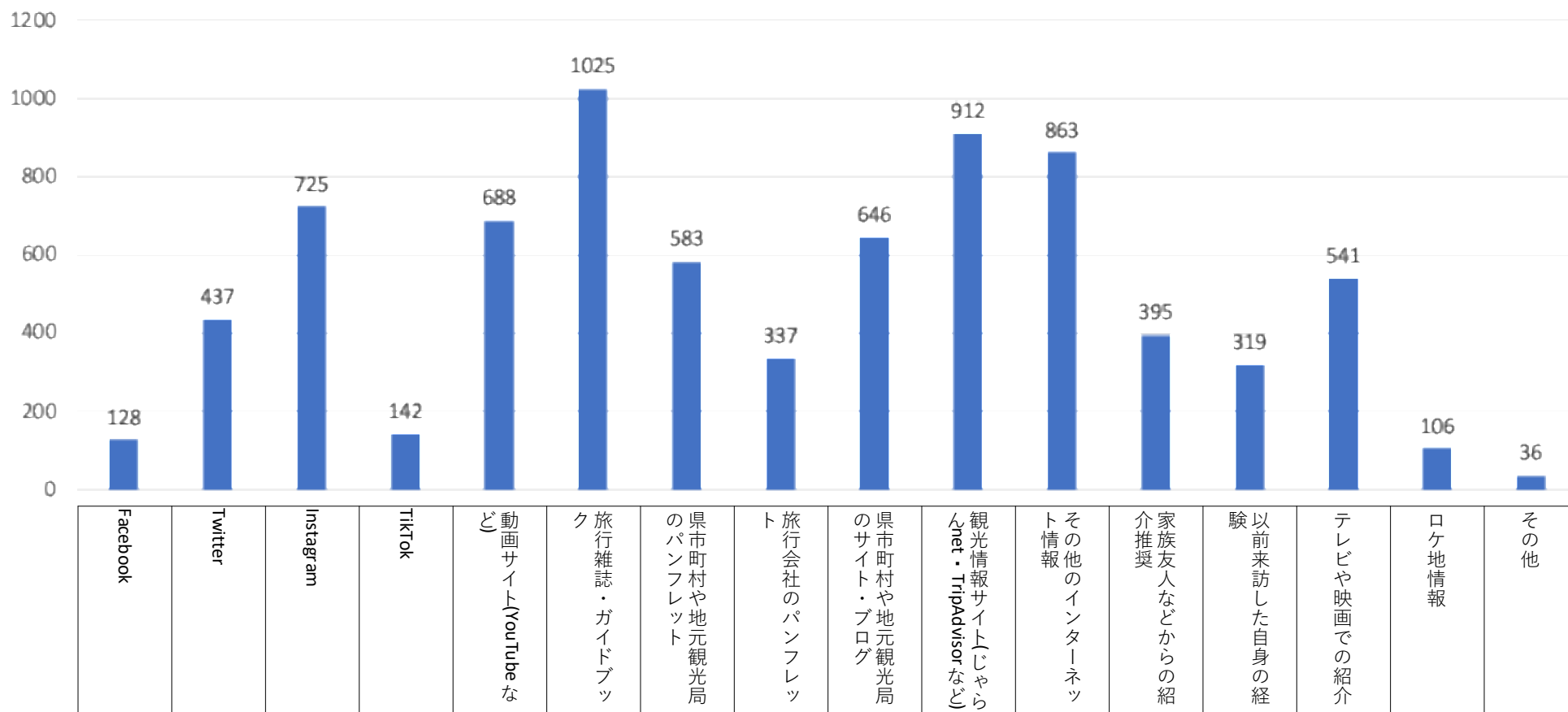
(7) 回答媒体

- 各種情報サイト（ニュースサイト、情報まとめサイトなど）からの回答が最も多かった。次いで多かったのはSkima信州公式サイト、Smart News、Instagramであった。千曲市観光協会のWebサイトやSNSからの僅かであるが回答が集まっていた。

	Google	Instagram	Skima信州 公式LINE@	Skima信州 公式サイト	Smart News	X(Twitter)	各種情報 サイト	人からの紹介	千曲市 観光協会
総計	2.2%	8.1%	4.1%	18.4%	12.9%	8.2%	38.0%	4.8%	1.1%
女性	2.4%	9.8%	4.5%	19.3%	12.2%	8.5%	34.8%	5.2%	1.4%
男性	2.0%	5.9%	3.5%	17.3%	13.8%	7.7%	42.2%	4.3%	0.7%
20代以下	2.1%	14.5%	3.4%	14.5%	6.0%	15.0%	37.6%	5.1%	1.3%
30代	2.0%	12.8%	2.2%	17.8%	7.6%	11.5%	37.5%	6.3%	0.7%
40代	3.3%	9.5%	4.1%	19.1%	10.8%	7.9%	36.3%	4.4%	2.1%
50代	2.8%	5.3%	5.1%	20.0%	21.0%	6.3%	32.5%	3.6%	1.2%
60代以上	1.0%	2.5%	4.8%	18.6%	14.5%	4.3%	45.6%	5.0%	0.4%
長野県外	0.5%	5.8%	2.9%	18.4%	6.8%	8.7%	50.0%	5.0%	0.6%
長野県内	6.0%	13.2%	6.8%	18.4%	26.3%	6.9%	11.6%	4.4%	2.2%
ひとり	1.1%	4.9%	2.5%	13.4%	12.0%	9.5%	50.2%	3.2%	1.1%
家族（小学生以下）	4.0%	13.3%	4.0%	19.0%	9.8%	10.2%	29.3%	6.7%	1.2%
家族（中学生以上）	1.8%	5.0%	3.2%	20.0%	15.6%	7.4%	38.2%	4.1%	2.1%
夫婦パートナー	1.9%	6.7%	4.1%	17.6%	14.3%	7.4%	39.5%	5.0%	1.0%
友人知人	1.9%	11.6%	6.9%	23.9%	10.4%	6.9%	34.0%	3.9%	0.0%
来訪経験あり	4.0%	11.2%	7.4%	21.2%	21.2%	7.5%	16.9%	4.5%	2.2%
来訪経験なし	0.5%	5.2%	0.9%	15.8%	5.0%	8.7%	58.1%	5.1%	0.1%

1 旅行先を選ぶ際に利用することの多い情報源

- 利用率が多い情報源は、高い順に「旅行雑誌・ガイドブック」「観光情報サイト」「その他のインターネット情報」「Instagram」「動画サイト」となっている。
- SNSについてみると、Instagram、X(Twitter)、TikTokの順に利用率が高いことがわかる。なかでもInstagramは平均で33.2%と3人に1人、20代以下～30代、家族（小学生以下）では半数以上が利用している。2023年度と比較すると、Instagramの平均利用率は5.2%ポイント上昇している。動画サイトも同程度、上昇している。30代40代はまんべんなく情報源とし、60代以上は従来型の情報源を重視している。
- YouTubeなどの動画サイト、Instagram、県市町村や地元観光局のパンフレット、などが同程度の利用率である。



1 旅行先を選ぶ際に利用することの多い情報源

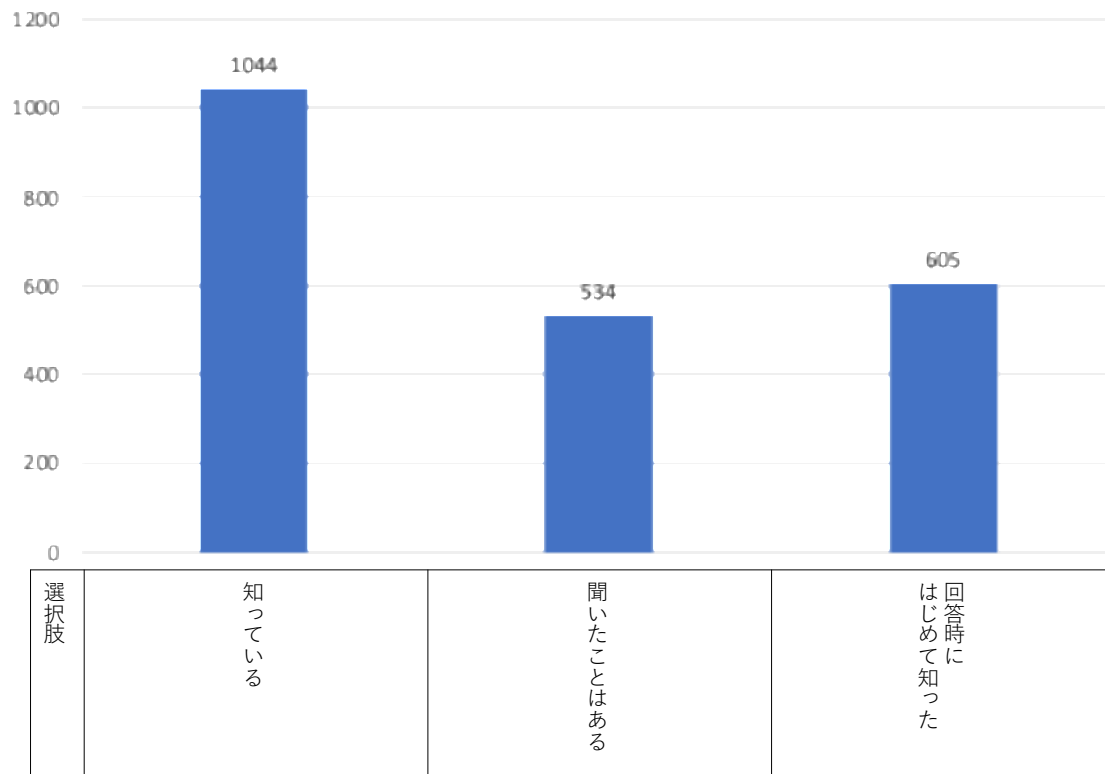
	Facebook	X (Twitter)	Instagram	TIKTOK	動画サイト YouTubeなど	旅行雑誌・ガ イドブック	県市町村や地 元観光局のバ ンフレット	旅行会社のバ ンフレット	県市町村や地 元観光局のサ イト・プログ ram	Trip Advisor など	観光情報サイ トじゃらん.net	その他のイン ターネット情 報	家族友人など からの紹介推 奨	以前来訪した 自身の経験	テレビや映画 での紹介	ロケ地情報	その他
総計	5.9%	20.0%	33.2%	6.5%	31.5%	47.0%	26.7%	15.4%	29.6%	41.8%	39.5%	18.1%	14.6%	24.8%	4.9%	1.6%	
女性	4.9%	20.8%	41.2%	8.1%	31.7%	46.9%	26.6%	15.2%	30.7%	42.2%	38.2%	22.4%	16.0%	26.3%	6.0%	1.5%	
男性	7.1%	19.0%	22.7%	4.3%	31.3%	47.1%	26.8%	15.8%	28.1%	41.3%	41.3%	12.4%	12.8%	22.8%	3.3%	1.8%	
20代以下	3.0%	40.2%	65.8%	22.2%	47.9%	41.9%	19.2%	16.2%	22.2%	35.5%	23.9%	20.9%	13.7%	23.5%	6.8%	3.0%	
30代	5.8%	34.2%	53.9%	8.5%	38.9%	47.6%	23.8%	13.0%	24.0%	44.0%	35.7%	21.3%	14.2%	23.8%	5.8%	0.4%	
40代	7.3%	21.6%	36.1%	5.6%	32.4%	50.0%	27.8%	13.1%	30.3%	44.8%	42.5%	21.8%	15.1%	24.9%	5.0%	1.9%	
50代	7.9%	11.9%	19.4%	4.2%	29.5%	42.4%	26.9%	12.3%	35.4%	40.0%	46.3%	13.1%	14.3%	27.1%	3.6%	2.2%	
60代以上	3.9%	5.2%	11.4%	0.8%	19.0%	50.3%	31.3%	22.4%	31.3%	41.6%	40.4%	15.5%	15.3%	23.8%	4.3%	1.4%	
長野県外	5.5%	21.4%	30.4%	6.4%	33.1%	51.7%	26.0%	18.8%	30.5%	44.0%	39.3%	17.2%	15.6%	26.1%	5.1%	1.5%	
長野県内	6.8%	17.1%	39.4%	6.8%	27.9%	36.5%	28.2%	8.1%	27.6%	36.9%	40.0%	20.0%	12.5%	21.9%	4.3%	2.1%	
ひとり	6.4%	21.2%	22.6%	3.2%	28.3%	38.9%	29.7%	11.7%	34.3%	34.3%	42.0%	7.4%	13.8%	19.8%	3.2%	1.4%	
家族（小学生以下）	8.1%	26.0%	50.5%	9.8%	31.9%	46.0%	26.4%	11.7%	26.0%	44.5%	35.0%	25.2%	14.3%	21.2%	3.3%	0.2%	
家族（中学生以上）	5.9%	21.8%	33.5%	8.5%	29.1%	50.3%	25.0%	17.4%	29.7%	39.7%	40.0%	22.6%	16.8%	27.9%	8.8%	2.1%	
夫婦パートナー	4.9%	15.1%	26.2%	5.0%	33.1%	48.1%	26.7%	16.5%	30.4%	44.2%	40.8%	15.2%	14.4%	25.9%	4.1%	2.3%	
友人知人	5.0%	23.6%	39.8%	7.3%	32.4%	49.4%	26.6%	19.7%	27.4%	40.2%	38.6%	21.6%	14.3%	27.4%	6.6%	1.5%	
来訪経験あり	7.3%	18.0%	34.7%	5.7%	29.6%	41.2%	30.0%	11.2%	32.1%	40.2%	40.5%	18.6%	18.6%	22.2%	4.5%	2.4%	
来訪経験なし	4.5%	21.9%	31.8%	7.2%	33.4%	52.4%	23.6%	19.4%	27.2%	43.3%	38.6%	17.6%	10.8%	27.2%	5.2%	1.0%	

※数表内の網掛け 但し、n=200未満(居住地のその他・同行者のその他)は除く。(以降のページも同様。)

全体値より10%以上高いもの
 全体値より5%以上高いもの
 全体値より5%以上低いもの
 全体値より10%以上低いもの

2 日本遺産の認知度

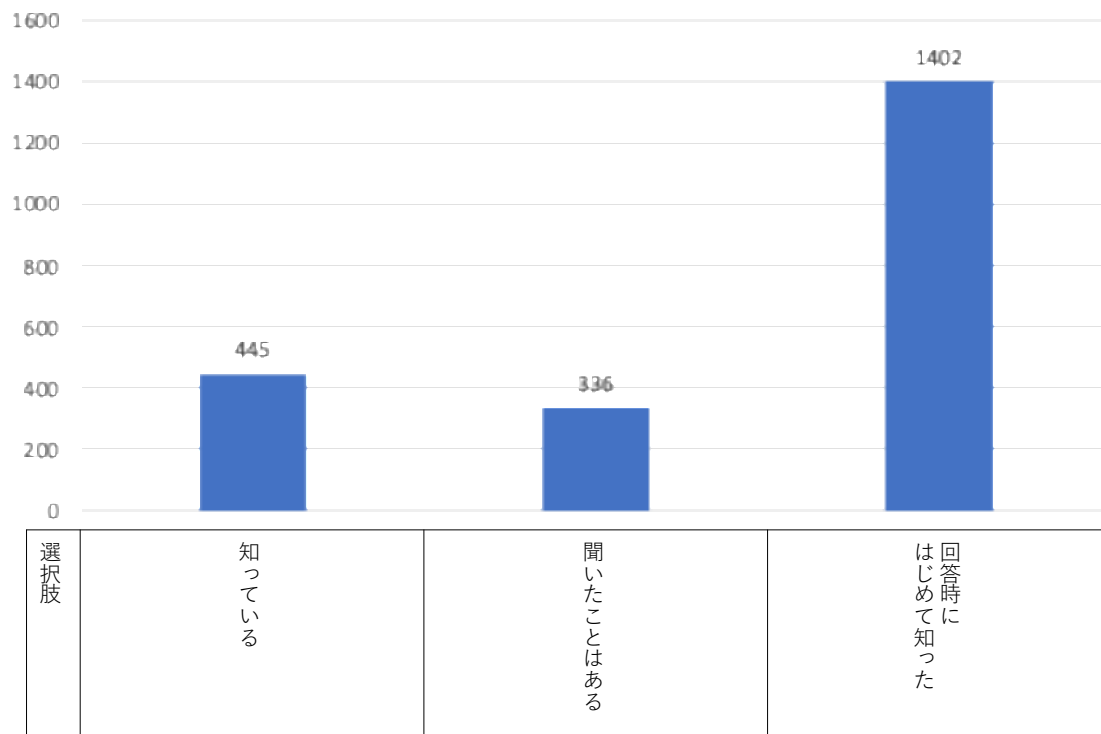
- 日本遺産を知っている回答者は、全体の44.8%であり、2023年度よりも3.0%高い結果となった。要因の一つとして考えられるのは、全体に占める長野県在住者の割合が上昇したことだと思われる。なお、自由記述等を確認すると日本遺産と世界遺産を誤認している人が一定数いるため、実際はこの値よりも低いことが予想される。
- 年配層ほど認知度が高い傾向があるため、若年層よりも年配層を対象とする際に日本遺産のアピールは効果的であると示唆される。
- 長野県在住者の「知っている」の割合は、2023年度と比較して-2.2%ポイントであった。



	知っている	聞いたことはある	アンケートに答えて初めて知った
総計	47.8%	24.5%	27.7%
女性	46.5%	23.9%	29.6%
男性	49.5%	25.2%	25.2%
20代以下	43.6%	26.1%	30.3%
30代	41.3%	25.4%	33.3%
40代	44.4%	24.1%	31.5%
50代	53.3%	23.2%	23.6%
60代以上	53.2%	24.6%	22.2%
長野県外	44.2%	24.5%	31.3%
長野県内	55.7%	24.4%	19.9%
ひとり	47.3%	23.0%	29.7%
家族（小学生以下）	45.2%	23.6%	31.2%
家族（中学生以上）	50.3%	23.8%	25.9%
夫婦パートナー	47.7%	26.1%	26.2%
友人知人	49.8%	23.2%	27.0%
来訪経験あり	57.0%	24.3%	18.7%
来訪経験なし	39.2%	24.6%	36.2%

3 日本遺産「月の都 千曲」の認知度

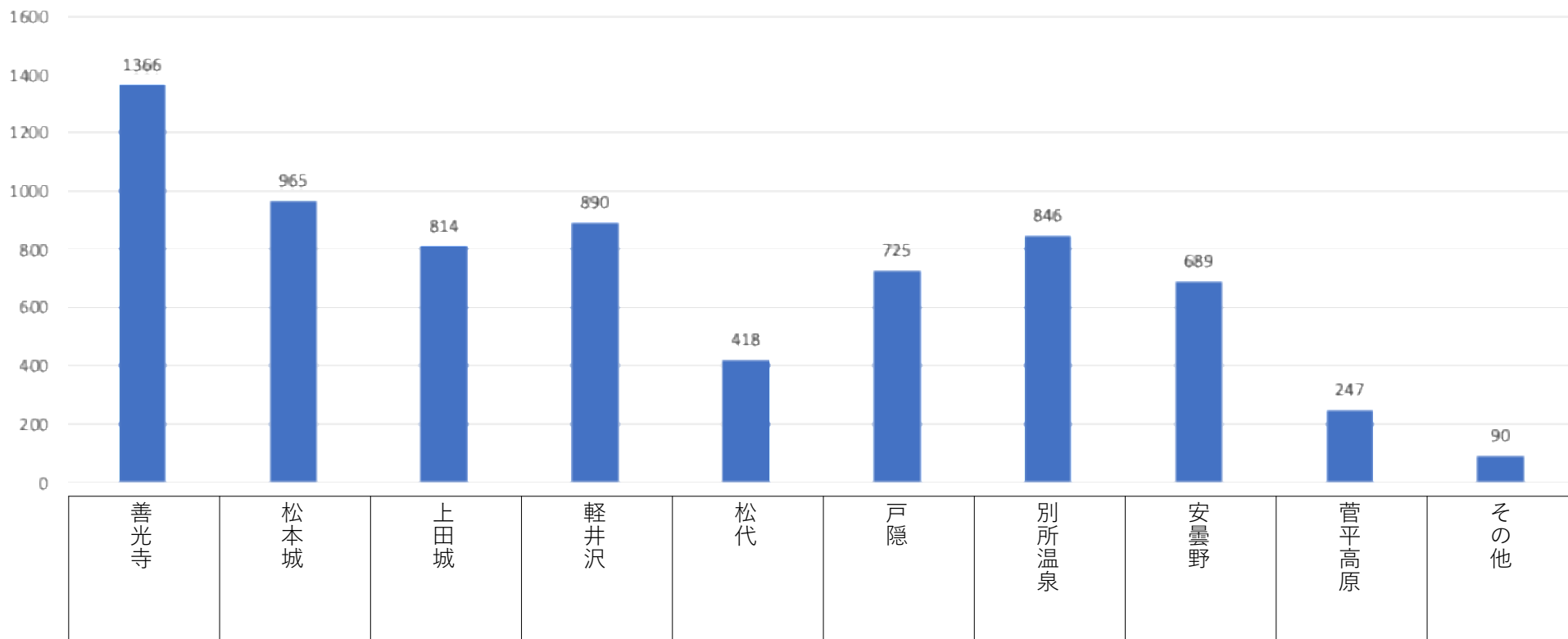
- 回答者の3人に2人近くが「月の都 千曲」を認知していない。ただし、2023年度と比較すると、「知っている」が+9.7%ポイント増加、「聞いたことはある」が+1.6%ポイントとなっている。回答者全体に占める長野県在住者の割合が増加したことが一因と思われるが、他方で長野県外在住者の「知っている」は2023年度と比較して2.1%ポイント増加した。
- 来訪経験の有無は認知度の大きな差を生み出している。来訪経験者：「知っている」34.8%、初めて知った46.4%に対して、未訪問者：「知っている」6.7%、初めて知った81.1%となっている。来訪者の認知度の高さは評価できる一方で、来訪者であっても3人に1人しか認知していない状況であるともいえる。



	知っている	聞いたことはある	アンケートに答えて初めて知った
総計	20.4%	15.4%	64.2%
女性	19.4%	14.8%	65.8%
男性	21.6%	16.2%	62.1%
20代以下	17.5%	14.5%	67.9%
30代	19.3%	14.4%	66.3%
40代	22.2%	15.6%	62.2%
50代	20.8%	15.4%	63.8%
60代以上	20.5%	16.4%	63.1%
長野県外	11.6%	13.6%	74.8%
長野県内	39.9%	19.3%	40.9%
ひとり	17.7%	15.2%	67.1%
家族（小学生以下）	23.1%	16.9%	60.0%
家族（中学生以上）	20.9%	15.0%	64.1%
夫婦パートナー	18.2%	15.4%	66.4%
友人知人	25.9%	13.9%	60.2%
来訪経験あり	34.8%	18.7%	46.4%
来訪経験なし	6.7%	12.2%	81.1%

4 千曲市とあわせて来訪したい行き先

- 千曲市とあわせて来訪したい観光地は、上位から「善光寺」「松本城」「軽井沢」「別所温泉」「上田城」という順位となった。
- 善光寺は全体を通じて圧倒的な人気である。特に県外からの観光客（64.9%）が高いため、遠方層へのパッケージ訴求が有効である可能性。
- 上田城は訪問経験者で44.6%と高いが、未訪問者では30.3%とやや低調である。
- 20代以下は軽井沢や別所温泉を、30代～40代は善光寺や松本城、軽井沢などを、50代～60代以上は上田城や安曇野、別所温泉などを挙げる傾向。年代ごとに観光希望のスタイルに明確な違いがあるため、ターゲット別のプラン提案が鍵となる。
- 実際に千曲市を来訪した人の回答結果（p26）と比較すると、松本市、軽井沢町への来訪希望が高めであることがわかる。このことを踏まえると、「千曲市来訪者の中には、松本市や軽井沢とあわせて訪れたいと考えている人が多くいるが、実際に来訪するとなると近隣の長野市や上田市と来訪している」という実態が見えてくる。観光PRやツアー策定時には、このあたりのギャップを押さえておく必要がある。

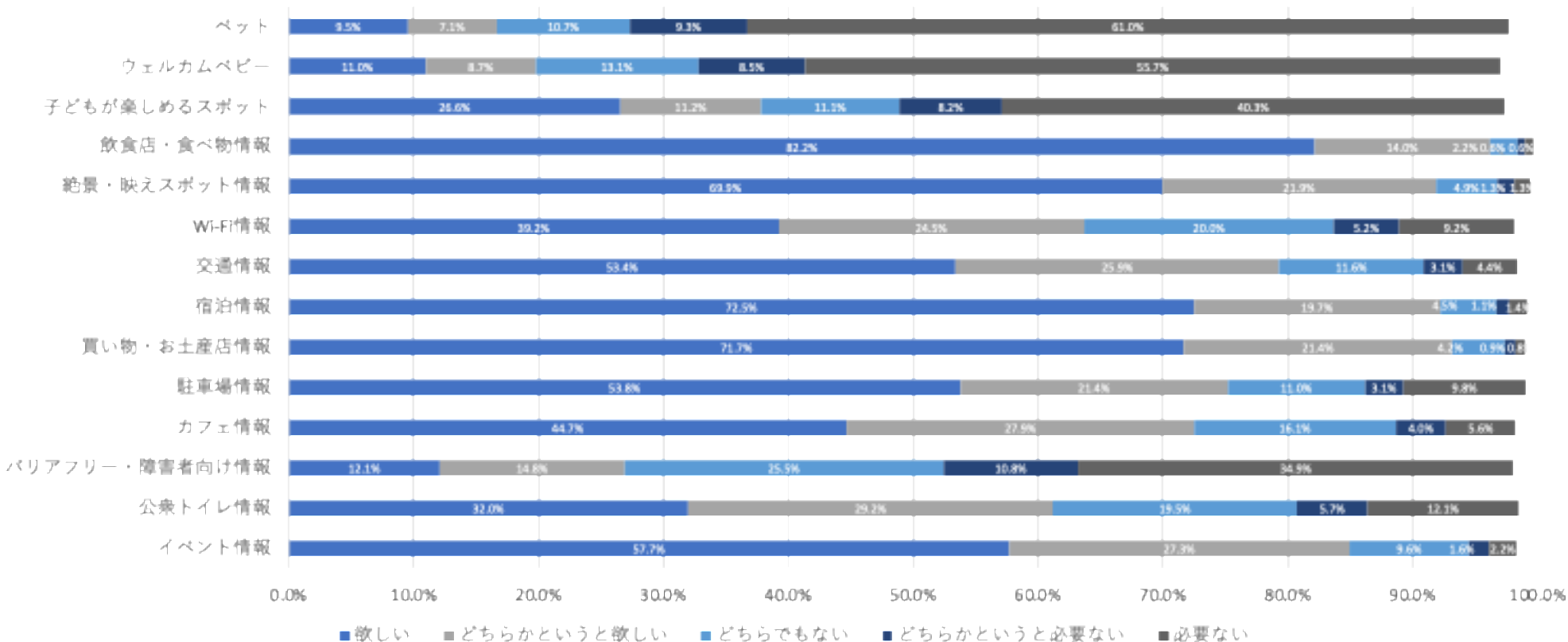


4 千曲市とあわせて来訪したい行き先

	善光寺	松本城	上田城	軽井沢	松代	戸隠	別所温泉	安曇野	菅平高原	その他
総計	62.6%	44.2%	37.3%	40.8%	19.1%	33.2%	38.8%	31.6%	11.3%	4.1%
女性	60.4%	43.6%	33.3%	45.7%	18.0%	34.1%	40.6%	33.9%	12.1%	3.7%
男性	65.4%	45.0%	42.5%	34.3%	20.7%	32.0%	36.4%	28.5%	10.3%	4.7%
20代以下	52.1%	50.0%	24.8%	58.5%	12.4%	24.4%	45.7%	31.6%	12.8%	3.4%
30代	67.0%	44.0%	33.0%	50.1%	16.2%	30.3%	37.8%	27.9%	9.0%	2.9%
40代	64.1%	44.4%	39.0%	40.7%	21.2%	39.0%	38.0%	32.0%	13.5%	3.7%
50代	61.0%	38.4%	39.6%	33.5%	22.2%	33.5%	35.6%	30.7%	10.3%	5.3%
60代以上	63.6%	47.2%	42.7%	31.9%	19.9%	34.0%	40.2%	35.2%	11.6%	4.6%
長野県外	64.9%	54.9%	36.3%	45.9%	14.3%	34.9%	41.0%	37.9%	12.4%	3.9%
長野県内	57.5%	20.6%	39.4%	29.4%	29.9%	29.4%	33.8%	17.6%	9.0%	4.7%
ひとり	56.5%	44.2%	36.0%	33.6%	23.0%	32.5%	45.2%	28.6%	10.2%	7.1%
家族（小学生以下）	63.3%	44.3%	36.4%	48.1%	16.2%	27.9%	32.1%	28.3%	10.2%	2.4%
家族（中学生以上）	62.4%	45.9%	35.3%	41.5%	20.6%	30.3%	40.9%	34.4%	13.5%	3.5%
夫婦パートナー	64.3%	43.6%	39.1%	39.3%	20.9%	36.5%	38.7%	32.3%	11.9%	4.2%
友人知人	62.5%	44.0%	36.3%	41.3%	12.4%	35.5%	40.2%	33.6%	9.7%	3.9%
来訪経験あり	61.6%	31.4%	44.6%	33.0%	27.1%	36.7%	38.1%	26.2%	10.9%	6.0%
来訪経験なし	63.5%	56.4%	30.3%	48.2%	11.6%	29.9%	39.3%	36.7%	11.7%	2.3%

5 千曲市来訪時に欲しい情報(複数選択可)

- ・ 来訪時に欲しい情報は、上位から「飲食店・食べ物情報」「買い物・お土産店情報」「宿泊情報」「絶景・映えスポット情報」となった。
- ・ 全体としては「基本的な観光インフラ情報(食・泊・買・景・交通)」が強く求められており、体験型やニッチな情報(子ども・ベビー・ペット)へのニーズは限定的な傾向がある。
- ・ 来訪有無に着目すると、未訪問者にとっては、交通や宿泊などの「到達・滞在インフラ情報」が優先事項であるのに対して、来訪経験者は「イベント」や「子ども向け」など体験・感情価値を求める傾向が確認された。
- ・ 「女性」は全体的にニーズが高く、特に「カフェ」「トイレ」「Wi-Fi」など快適性・安心感に関連する項目への関心が高い。
- ・ 子育て層(家族・小学生以下)のニーズは非常に明確であり、「子どもが楽しめる」「食」「安心トイレ」「イベント性」が軸であった。



※各項目は回答率向上のために回答必須としていないため、合計が100%になっていない点は注意が必要である。

5 千曲市来訪時に欲しい情報

ペット同伴情報

- 全体としてニーズは比較的低め（欲しい+やや欲しい=16.6%）である。
- 来訪経験あり：20.2%、未訪問者：13.3%と、訪問経験者の方がやや関心を持っている。
- 年代による差は小さい
- ニーズは全体的にニッチだが、一定層の関心はあることが読み取れる。

	欲しい	どちらかとい うと欲しい	い どちらでも な	う どちらかとい うと必要 ない	必要 ない
総計	9.5%	7.1%	10.7%	9.3%	61.0%
女性	10.2%	7.7%	9.9%	10.6%	59.4%
男性	8.7%	6.3%	11.8%	7.7%	63.1%
20代以下	11.5%	11.5%	10.3%	10.3%	55.6%
30代	9.4%	8.3%	13.0%	7.6%	59.6%
40代	10.8%	6.6%	10.2%	9.3%	61.6%
50代	10.9%	5.9%	12.3%	10.9%	58.0%
60代以上	6.2%	5.6%	7.9%	8.9%	67.1%
長野県外	8.1%	6.3%	10.0%	8.6%	65.1%
長野県内	12.6%	9.0%	12.2%	11.0%	52.1%
ひとり	7.1%	6.7%	10.2%	10.6%	64.3%
家族（小学生以下）	9.0%	6.2%	11.9%	6.0%	65.7%
家族（中学生以上）	13.5%	9.4%	10.0%	10.9%	54.1%
夫婦パートナー	9.2%	6.6%	9.7%	8.4%	62.9%
友人知人	8.1%	7.3%	13.9%	14.7%	52.9%
来訪経験あり	11.8%	8.4%	10.9%	10.6%	55.7%
来訪経験なし	7.4%	5.9%	10.5%	8.1%	66.0%

ウェルカムベビー情報

- 家族（小学生以下）層で高く（欲しい：35.7%、やや欲しい：10.6%）、30代も高水準である（欲しい：28.3%、やや欲しい：13.3%）。
- 女性（22.0%）>男性（16.8%）と性差あり。
- 訪問経験者：27.2%、未訪問者：17.2%と、訪問経験がある人の方がニーズが高い傾向。

	欲しい	どちらかとい うと欲しい	い どちらでも な	う どちらかとい うと必要 ない	必要 ない
総計	11.0%	8.7%	13.1%	8.5%	55.7%
女性	12.3%	9.7%	12.0%	9.1%	54.2%
男性	9.3%	7.5%	14.4%	7.7%	57.8%
20代以下	15.8%	13.7%	12.8%	7.3%	49.1%
30代	28.3%	13.3%	13.3%	6.3%	37.8%
40代	9.1%	8.3%	13.5%	11.0%	56.0%
50代	4.0%	6.1%	15.4%	7.7%	64.2%
60代以上	2.5%	5.6%	10.3%	9.5%	65.8%
長野県外	8.6%	7.5%	12.4%	8.3%	60.7%
長野県内	16.2%	11.6%	14.4%	9.0%	44.9%
ひとり	4.9%	3.5%	13.1%	5.7%	70.7%
家族（小学生以下）	35.7%	16.0%	10.5%	6.2%	31.0%
家族（中学生以上）	5.3%	8.8%	12.6%	11.5%	58.8%
夫婦パートナー	5.4%	7.8%	12.8%	8.3%	62.0%
友人知人	4.2%	6.2%	18.9%	12.0%	54.4%
来訪経験あり	13.7%	9.3%	13.7%	8.8%	51.2%
来訪経験なし	8.4%	8.2%	12.5%	8.3%	60.0%

子どもが楽しめるスポット

- 家族（小学生以下）に限れば91.7%が「欲しい」と回答しており、属性依存性が高い。
- 30代（欲しい：51.0%）、40代（38.6%】の子育て世代のスコアが非常に高い。
- 性別ごとのさはない。来訪経験有りのほうが無しよりも高いニーズが確認できる。

	欲しい	どちらかとい うと欲しい	い どちらでも な	う どちらかとい うと必要 ない	必要 ない
総計	26.6%	11.2%	11.1%	8.2%	40.3%
女性	17.0%	6.3%	6.0%	4.5%	21.6%
男性	16.8%	8.6%	9.1%	6.4%	32.9%
20代以下	25.2%	15.0%	11.1%	9.0%	39.3%
30代	51.0%	9.4%	7.9%	5.2%	25.6%
40代	38.6%	13.1%	11.2%	5.6%	29.7%
50代	12.1%	11.3%	15.0%	10.7%	48.5%
60代以上	9.1%	9.3%	10.1%	10.3%	55.3%
長野県外	21.6%	10.6%	11.4%	8.6%	45.6%
長野県内	37.6%	12.6%	10.4%	7.2%	28.7%
ひとり	6.7%	10.2%	11.7%	7.4%	61.5%
家族（小学生以下）	91.7%	4.5%	2.1%	0.7%	0.5%
家族（中学生以上）	19.1%	16.5%	14.7%	10.6%	37.1%
夫婦パートナー	9.7%	11.9%	12.8%	9.1%	53.0%
友人知人	10.0%	14.3%	15.1%	13.9%	43.2%
来訪経験あり	31.1%	12.1%	11.0%	7.9%	34.7%
来訪経験なし	22.3%	10.3%	11.2%	8.4%	45.7%

5 千曲市来訪時に欲しい情報

飲食店・食べ物情報

- 全項目の中で圧倒的に高いニーズ。
- あらゆる属性で高スコアだが、特に女性：88.0%、40代：88.0%、30代：85.2%、家族（小学生以下）：90.2%、訪問経験あり：85.3%で高い傾向がある。
- 全層に共通する「観光の基礎インフラ」であり、地域PRの軸となる要素だといえる。

	欲しい	どちらかという と欲しい	どちらでも ない	どちらかとい うと必要ない	必要ない
総計	82.2%	14.0%	2.2%	0.6%	0.6%
女性	86.8%	10.8%	1.3%	0.4%	0.3%
男性	76.1%	18.1%	3.5%	0.8%	1.1%
20代以下	89.3%	7.3%	2.1%	0.4%	0.4%
30代	85.2%	11.5%	1.8%	0.4%	0.7%
40代	88.0%	10.2%	0.6%	0.2%	0.6%
50代	83.2%	13.3%	2.8%	0.2%	0.4%
60代以上	70.0%	23.4%	3.7%	1.5%	1.0%
長野県外	79.2%	16.2%	2.5%	0.9%	0.8%
長野県内	88.8%	9.1%	1.6%	0.0%	0.3%
ひとり	74.2%	19.4%	3.2%	1.4%	1.4%
家族（小学生以下）	90.2%	7.6%	1.0%	0.5%	0.2%
家族（中学生以上）	83.2%	13.2%	2.6%	0.3%	0.3%
夫婦パートナー	79.4%	16.2%	2.7%	0.7%	0.7%
友人知人	86.1%	11.6%	1.2%	0.0%	0.8%
来訪経験あり	85.3%	11.0%	2.5%	0.7%	0.4%
来訪経験なし	79.2%	16.8%	2.0%	0.5%	0.9%

絶景・映えスポット情報

- 「欲しい」+「どちらかという欲しい」の合計で91.8%。特に映えを意識する層（若年層・女性）で高い、女性：73.7%、20代以下：74.8%、40代：72.2%、家族（小学生以下）：68.3%、訪問経験あり：71.1%。
- SNS投稿や「写真映え」を意識した情報設計の有効性を示唆している。

	欲しい	どちらかという と欲しい	どちらでも ない	どちらかとい うと必要ない	必要ない
総計	69.9%	21.9%	4.9%	1.3%	1.3%
女性	73.7%	19.6%	4.0%	1.3%	1.0%
男性	65.0%	24.9%	6.3%	1.4%	1.6%
20代以下	74.8%	19.2%	3.8%	0.4%	1.7%
30代	63.1%	26.3%	6.1%	2.5%	1.1%
40代	72.2%	19.3%	4.6%	1.5%	1.9%
50代	73.5%	18.8%	4.6%	1.4%	1.2%
60代以上	68.1%	24.8%	5.2%	0.6%	0.8%
長野県外	69.5%	22.3%	4.9%	1.4%	1.4%
長野県内	70.9%	21.0%	5.0%	1.2%	1.0%
ひとり	62.5%	26.1%	6.0%	2.1%	3.2%
家族（小学生以下）	63.8%	24.0%	6.4%	3.3%	1.7%
家族（中学生以上）	68.2%	23.2%	5.9%	0.9%	0.9%
夫婦パートナー	73.0%	20.4%	4.4%	0.6%	0.9%
友人知人	79.9%	17.0%	1.9%	0.4%	0.4%
来訪経験あり	71.1%	20.7%	4.7%	1.6%	1.0%
来訪経験なし	68.9%	23.0%	5.2%	1.1%	1.5%

Wi-Fi情報

- 年代によってスコアが上下しやすい（20代以下、60代以上はやや低め：36.8%）ことが確認できる。“旅先での通信確保”を求める層（40代、女性など）で特にニーズが高い。
- 一方、全体からみると「必須」ではなく、補完的役割の情報であるといえる。

	欲しい	どちらかという と欲しい	どちらでも ない	どちらかとい うと必要ない	必要ない
総計	39.2%	24.5%	20.0%	5.2%	9.2%
女性	43.2%	25.9%	16.2%	5.5%	7.8%
男性	33.9%	22.6%	25.0%	4.9%	11.0%
20代以下	36.8%	22.6%	15.8%	8.1%	16.2%
30代	38.7%	24.5%	17.8%	7.6%	9.9%
40代	45.0%	22.2%	19.9%	3.9%	8.3%
50代	41.4%	24.2%	21.8%	4.4%	6.5%
60代以上	33.3%	27.7%	22.2%	3.9%	8.9%
長野県外	37.2%	25.3%	20.1%	5.3%	10.2%
長野県内	43.7%	22.6%	19.9%	5.0%	7.1%
ひとり	43.5%	19.1%	19.1%	5.3%	12.4%
家族（小学生以下）	35.7%	24.8%	22.6%	6.9%	8.8%
家族（中学生以上）	49.4%	21.2%	17.1%	4.1%	6.5%
夫婦パートナー	34.4%	26.8%	20.9%	5.1%	10.1%
友人知人	42.9%	26.6%	17.4%	4.2%	6.9%
来訪経験あり	41.3%	23.0%	20.7%	4.8%	8.5%
来訪経験なし	37.2%	25.9%	19.4%	5.6%	9.9%

5 千曲市来訪時に欲しい情報

交通情報

- 約8割が交通情報を必要としている。特に未訪問者（60.7%）とひとり旅層（61.8%）で「欲しい」が高い。女性の方が移動手段への関心が高い傾向。
- 訪問経験あり：45.8%、未経験者：60.7%と、初訪問時の不安を反映を示唆している。観光の“ハードル”としての移動への不安解消が、来訪促進のカギと考えられる。

	欲しい	どちらかという と欲しい	どちらでもない	どちらかという と必要ない	必要ない
総計	53.4%	25.9%	11.6%	3.1%	4.4%
女性	58.7%	23.8%	9.4%	3.0%	3.6%
男性	46.4%	28.6%	14.4%	3.2%	5.4%
20代以下	57.3%	26.1%	9.0%	2.6%	4.7%
30代	56.6%	27.9%	8.8%	2.9%	2.5%
40代	56.6%	24.5%	10.6%	2.3%	5.0%
50代	53.1%	20.0%	14.9%	4.8%	5.5%
60代以上	46.2%	31.1%	13.0%	2.5%	4.3%
長野県外	59.1%	25.9%	9.1%	1.6%	2.7%
長野県内	40.7%	25.7%	17.1%	6.3%	8.2%
ひとり	61.8%	19.4%	10.6%	2.8%	4.6%
家族（小学生以下）	46.4%	31.4%	13.3%	3.6%	4.3%
家族（中学生以上）	58.5%	21.5%	10.9%	2.4%	5.0%
夫婦パートナー	50.3%	28.6%	11.2%	3.3%	4.6%
友人知人	59.5%	20.1%	12.4%	2.7%	3.1%
来訪経験あり	45.8%	25.0%	15.5%	4.9%	6.9%
来訪経験なし	60.7%	26.8%	7.9%	1.3%	2.1%

宿泊情報

- 「欲しい」72.5% + 「どちらかという欲しい」19.7%と、ほぼすべての層で高水準。
- 女性：75.5%、男性：68.5%と、性差は小さいが、女性の方がやや高め。
- 訪問経験者：69.0%、未経験者：75.7%と、交通同様、未訪問者が情報を求めている傾向。

	欲しい	どちらかという と欲しい	どちらでもない	どちらかという と必要ない	必要ない
総計	72.5%	19.7%	4.5%	1.1%	1.4%
女性	75.5%	17.9%	3.7%	1.0%	1.1%
男性	68.5%	22.2%	5.5%	1.2%	1.7%
20代以下	72.2%	17.9%	5.1%	2.1%	2.6%
30代	74.2%	18.7%	3.6%	0.2%	2.0%
40代	72.2%	19.1%	5.0%	1.2%	1.5%
50代	74.9%	18.0%	5.0%	0.8%	0.6%
60代以上	69.1%	23.8%	4.1%	1.4%	1.0%
長野県外	75.1%	19.2%	3.2%	0.6%	0.9%
長野県内	66.6%	21.0%	7.4%	2.1%	2.4%
ひとり	68.6%	24.4%	3.9%	0.7%	2.5%
家族（小学生以下）	69.8%	22.6%	3.8%	1.2%	2.1%
家族（中学生以上）	72.6%	17.6%	5.9%	0.9%	1.2%
夫婦パートナー	73.9%	18.6%	4.4%	1.3%	0.8%
友人知人	76.4%	16.6%	4.2%	0.8%	1.2%
来訪経験あり	69.0%	20.0%	6.8%	1.8%	1.9%
来訪経験なし	75.7%	19.5%	2.3%	0.4%	0.9%

買い物・お土産店情報

- 宿泊情報と同等レベルの高関心。
- 女性：78.1%、男性：63.2%と性差が明確で、女性の情報欲が高い。訪問経験者：71.3%、未経験者：72.1%と、経験の有無を問わず安定的なニーズがある。
- 「どこで買えるか」「人気ランキング」など具体的な情報ニーズが高いと想定される

	欲しい	どちらかという と欲しい	どちらでもない	どちらかという と必要ない	必要ない
総計	71.7%	21.4%	4.2%	0.9%	0.8%
女性	78.1%	16.9%	2.9%	0.6%	0.3%
男性	63.2%	27.4%	5.9%	1.2%	1.4%
20代以下	75.6%	19.7%	3.0%	0.4%	1.3%
30代	76.9%	17.1%	3.8%	1.1%	0.4%
40代	75.1%	18.7%	4.1%	0.6%	0.8%
50代	73.9%	20.0%	3.6%	0.8%	0.4%
60代以上	60.2%	30.0%	5.8%	1.2%	1.2%
長野県外	72.1%	21.6%	4.0%	0.7%	0.7%
長野県内	70.7%	21.0%	4.7%	1.2%	0.9%
ひとり	64.7%	26.1%	4.9%	1.1%	1.8%
家族（小学生以下）	72.6%	20.5%	4.0%	1.4%	1.0%
家族（中学生以上）	76.5%	18.2%	3.8%	0.6%	0.0%
夫婦パートナー	70.7%	22.2%	4.1%	0.8%	0.9%
友人知人	74.9%	19.3%	4.6%	0.4%	0.0%
来訪経験あり	71.3%	21.5%	4.2%	0.9%	0.9%
来訪経験なし	72.1%	21.4%	4.2%	0.8%	0.6%

5 千曲市来訪時に欲しい情報

駐車場情報

- ・ 訪問経験なし（45.2%）より、経験あり（62.8%）の方が高い。
- ・ 女性：57.7% > 男性：48.7%と、女性の方が駐車場の場所や利便性に敏感な傾向。
- ・ 家族（小学生以下）：「欲しい」60.7%と非常に高く、子連れで車利用が前提の行動を取る層のニーズが高い。

	欲しい	どちらかという と欲しい	どちらでもない	どちらかという と必要ない	必要ない
総計	53.8%	21.4%	11.0%	3.1%	9.8%
女性	57.7%	19.8%	8.5%	3.4%	9.8%
男性	48.7%	23.5%	14.2%	2.7%	9.9%
20代以下	50.0%	23.1%	9.4%	4.3%	12.8%
30代	58.2%	20.0%	9.2%	2.9%	9.0%
40代	52.5%	22.8%	10.6%	3.3%	10.0%
50代	56.8%	22.4%	13.1%	2.0%	5.3%
60代以上	49.9%	19.5%	11.6%	3.5%	13.3%
長野県外	46.8%	22.9%	13.0%	3.5%	13.0%
長野県内	69.3%	18.1%	6.6%	2.2%	2.8%
ひとり	39.6%	16.3%	13.1%	4.6%	25.4%
家族（小学生以下）	60.7%	21.0%	8.8%	3.8%	5.7%
家族（中学生以上）	56.2%	20.3%	12.1%	2.9%	7.4%
夫婦パートナー	56.2%	23.0%	10.0%	1.9%	7.6%
友人知人	46.3%	23.9%	14.3%	3.9%	10.0%
来訪経験あり	62.8%	18.7%	9.8%	2.3%	5.6%
来訪経験なし	45.2%	23.9%	12.1%	3.8%	13.7%

カフェ情報

- ・ 女性：54.3%、男性：32.0%と、性別ごとの差が非常に大きい項目である。
- ・ 20代以下：63.7%、30代：53.0%、40代：48.1%と、若年層で高い傾向がある。
- ・ 家族（小学生以下）：46.7%、カフェ需要は女性・若年寄りのニーズである。

	欲しい	どちらかという と欲しい	どちらでもない	どちらかという と必要ない	必要ない
総計	44.7%	27.9%	16.1%	4.0%	5.6%
女性	54.3%	27.9%	10.9%	2.1%	3.3%
男性	32.0%	27.8%	23.0%	6.6%	8.6%
20代以下	63.7%	20.9%	10.3%	2.1%	3.0%
30代	50.3%	27.4%	12.6%	4.0%	3.8%
40代	48.1%	28.6%	13.7%	2.7%	5.8%
50代	42.8%	30.9%	16.6%	4.8%	4.0%
60代以上	29.8%	27.7%	23.6%	5.4%	9.7%
長野県外	39.5%	29.9%	18.2%	4.5%	6.3%
長野県内	56.2%	23.4%	11.6%	2.9%	4.0%
ひとり	41.0%	25.8%	17.3%	3.9%	11.3%
家族（小学生以下）	46.7%	28.8%	13.1%	5.2%	5.0%
家族（中学生以上）	50.6%	29.4%	12.4%	1.8%	4.4%
夫婦パートナー	41.0%	27.9%	18.9%	4.9%	4.8%
友人知人	49.8%	26.3%	15.4%	1.9%	4.6%
来訪経験あり	48.8%	26.1%	14.6%	3.7%	4.9%
来訪経験なし	40.8%	29.5%	17.6%	4.4%	6.2%

バリアフリー・障害者情報

- ・ 「必要ない」34.9%、「どちらかというとな必要ない」25.5%、約6割が不要と回答した。
- ・ ただし、障害者本人だけでなく、家族・高齢者を連れての来訪も視野に入れると情報提供の意義は大きい。「バリアフリー情報があること」が来訪ハードルを下げる潜在的効果は意識する必要がある。

	欲しい	どちらかという と欲しい	どちらでもない	どちらかという と必要ない	必要ない
総計	12.1%	14.8%	25.5%	10.8%	34.9%
女性	14.4%	15.6%	24.9%	9.5%	33.7%
男性	9.1%	13.7%	26.3%	12.5%	36.4%
20代以下	9.8%	12.0%	26.5%	10.7%	40.2%
30代	15.7%	15.7%	23.4%	11.0%	32.8%
40代	11.0%	15.1%	25.3%	11.2%	36.1%
50代	13.1%	15.6%	27.9%	10.5%	31.7%
60代以上	10.1%	14.1%	24.8%	10.6%	36.2%
長野県外	9.1%	13.2%	26.1%	10.8%	38.8%
長野県内	18.7%	18.4%	24.3%	10.7%	26.2%
ひとり	12.0%	11.0%	26.5%	7.8%	41.7%
家族（小学生以下）	13.1%	16.4%	24.8%	11.2%	33.3%
家族（中学生以上）	15.9%	18.5%	25.3%	9.4%	29.4%
夫婦パートナー	10.1%	13.8%	25.1%	11.6%	36.8%
友人知人	12.0%	15.1%	27.0%	12.4%	30.9%
来訪経験あり	16.3%	17.6%	24.8%	10.9%	28.6%
来訪経験なし	8.1%	12.1%	26.2%	10.7%	40.8%

5 千曲市来訪時に欲しい情報

公衆トイレ情報

- ・ 女性：63.9%、男性：57.6%と、性別ごとの差あり、女性の方がやや高い傾向。
- ・ 年代ごとと比べると、40代：63.3%、50代：62.1%と、中年層でニーズが高い傾向。
- ・ トイレは当たり前すぎて情報化されにくい、実は来訪者の心理的不安を左右する要素であることを示唆。特に女性・中高年・子連れに向けた、安心・清潔・場所の明示が大切。

	欲しい	どちらかとい うと欲しい	い どちらでもな	どちらかとい うと必要ない	必要ない
総計	32.0%	29.2%	19.5%	5.7%	12.1%
女性	35.1%	28.8%	17.8%	5.4%	11.4%
男性	27.9%	29.8%	21.7%	6.0%	13.0%
20代以下	26.1%	31.2%	16.2%	6.4%	20.1%
30代	29.7%	28.8%	21.3%	6.1%	13.0%
40代	37.8%	25.1%	18.5%	5.0%	12.7%
50代	34.7%	27.7%	21.2%	5.7%	9.9%
60代以上	28.6%	34.0%	18.8%	5.6%	9.3%
長野県外	31.6%	31.2%	19.2%	5.1%	11.4%
長野県内	32.8%	24.9%	20.3%	6.9%	13.5%
ひとり	37.8%	29.0%	16.3%	3.5%	12.7%
家族（小学生以下）	31.4%	29.5%	19.8%	5.5%	12.9%
家族（中学生以上）	36.5%	28.5%	15.6%	6.5%	12.1%
夫婦パートナー	27.9%	29.2%	22.3%	6.4%	12.1%
友人知人	34.0%	30.1%	18.1%	5.0%	10.4%
来訪経験あり	31.7%	27.0%	20.3%	6.3%	13.0%
来訪経験なし	32.2%	31.3%	18.7%	5.1%	11.2%

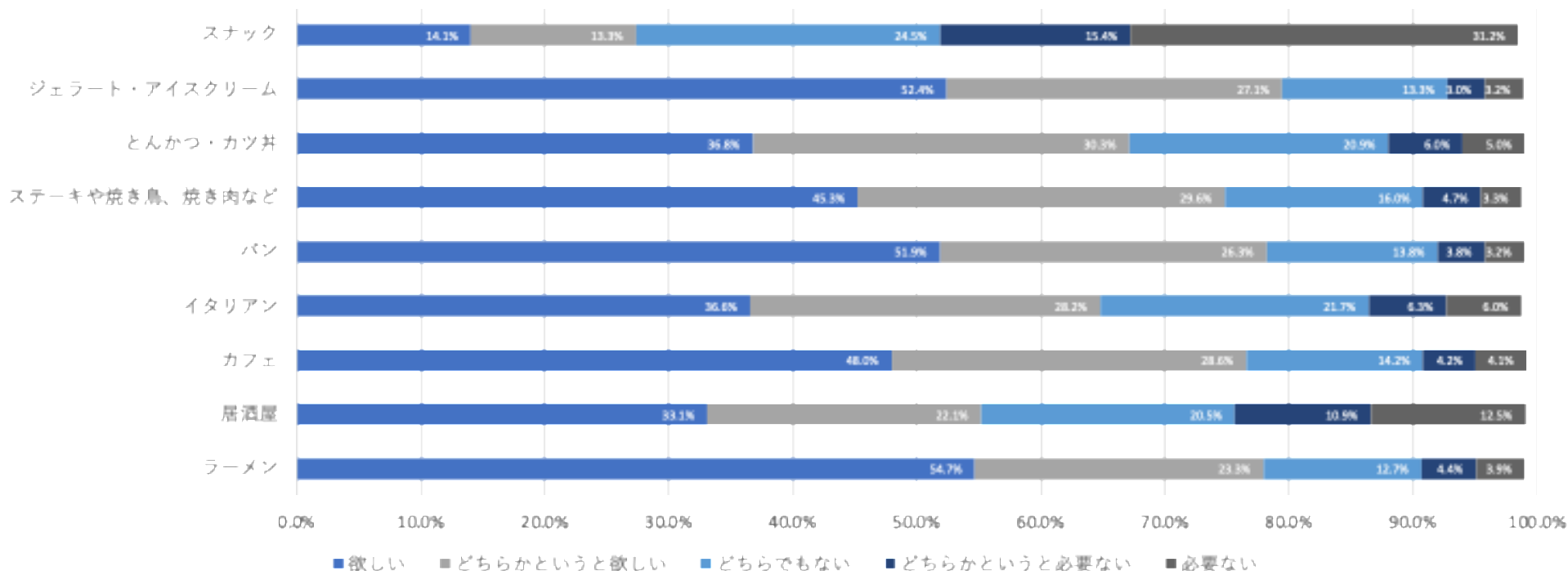
イベント情報

- ・ 全体的に高いが、特に40代：67.4%、女性：63.1% > 男性：50.5%、訪問経験者：66.7% > 未訪問者：49.2%、長野県内在住、子育て世代（小学生以下）：68.3%といった層で高い。
- ・ リピーターや地域再訪の動機付けとして極めて重要。未訪問者には認知されづらいため、発信を引き続き強化していく必要がある。

	欲しい	どちらかとい うと欲しい	い どちらでもな	どちらかとい うと必要ない	必要ない
総計	57.7%	27.3%	9.6%	1.6%	2.2%
女性	63.1%	24.2%	8.0%	1.0%	1.7%
男性	50.5%	31.3%	11.7%	2.3%	2.9%
20代以下	63.2%	21.8%	6.8%	4.7%	2.6%
30代	61.1%	26.5%	8.5%	0.9%	1.6%
40代	67.4%	21.0%	7.9%	1.0%	1.7%
50代	54.7%	30.3%	9.9%	1.2%	2.4%
60代以上	46.0%	33.3%	13.0%	1.7%	2.9%
長野県外	51.4%	30.3%	11.7%	2.1%	2.8%
長野県内	71.6%	20.6%	4.9%	0.6%	0.9%
ひとり	52.7%	26.5%	12.4%	1.8%	5.3%
家族（小学生以下）	68.3%	22.1%	6.2%	1.4%	1.0%
家族（中学生以上）	55.9%	28.8%	9.1%	2.1%	2.4%
夫婦パートナー	54.0%	29.3%	11.2%	1.5%	1.9%
友人知人	60.6%	27.0%	7.3%	1.5%	1.5%
来訪経験あり	66.7%	22.9%	6.6%	1.5%	0.8%
来訪経験なし	49.2%	31.4%	12.4%	1.7%	3.5%

6 千曲市のグルメ・飲食情報への興味関心

- グルメ・飲食情報への興味関心とニーズを分析すると、「欲しい」はラーメン：54.7%、ジェラート・アイスクリーム：52.4%、パン：51.9%の順であった。これらは非来訪者にも直感的でとっつきやすく、性別や年代を超えて高いニーズがあった。「安価」「手軽」「安心」「子どもも食べやすい」など、旅行中にニーズが発生しやすい要素が共通と考えられる。
- イタリアン：36.6%、とんかつ・カツ丼：36.8%、居酒屋：33.1%などは、関心はあるが、特定層（例：男性・中年・ひとり旅など）に偏る傾向が確認された。ファミリーや女性層向けでは主軸にはなりにくいいため、対象を絞って展開する必要がある。
- 来訪経験の有無に着目すると、来訪経験ありで相対的に関心が高いのはイタリアンやパン、ジェラート、ラーメン、来訪無しで関心が高いのはラーメン、パン、ジェラートなどであった。初回訪問者（未訪問層）向けには、「ラーメン・パン・ジェラート」など、食の安心感・期待値の高いグルメで入口をつくり、リピーター・経験者向けには、「イタリアン・カフェ・地元素材パン」など、空間体験と感性訴求型の飲食体験を提供するといった対象別の戦略が効果的と思われる。



※各項目は回答率向上のために回答必須としていないため、合計が100%になっていない点は注意が必要である。

6 千曲市のグルメ・飲食情報への興味関心

ラーメン

- 特に関心が高い層は、家族（小学生以下）66.9%、20代以下：65.8%、40代：61.0%、女性全体：57.6%、来訪経験あり：56.7%、である。
- 対して、関心が比較的低い層は60代以上（36.9%）となっており、高齢層への訴求は限定的であることが伺える。

	興味ある	どちらかという と興味ある	どちらでもない	どちらかという と興味ない	興味ない
総計	54.7%	23.3%	12.7%	4.4%	3.9%
女性	57.6%	22.9%	10.6%	4.5%	3.7%
男性	50.9%	23.8%	15.5%	4.2%	4.2%
20代以下	65.8%	16.2%	9.4%	5.6%	3.0%
30代	65.2%	20.2%	6.7%	3.4%	4.3%
40代	61.0%	22.0%	10.4%	2.3%	3.9%
50代	52.5%	23.4%	14.1%	5.7%	3.2%
60代以上	36.9%	30.2%	20.3%	5.4%	4.8%
長野県外	50.6%	24.6%	14.6%	4.9%	4.5%
長野県内	63.7%	20.4%	8.5%	3.2%	2.8%
ひとり	44.5%	25.4%	15.9%	7.4%	6.4%
家族（小学生以下）	66.9%	21.2%	6.7%	2.1%	3.1%
家族（中学生以上）	55.0%	24.1%	11.5%	4.1%	4.1%
夫婦パートナー	53.4%	24.1%	13.6%	4.1%	3.3%
友人知人	49.8%	20.8%	17.8%	6.2%	4.6%
来訪経験あり	56.7%	22.0%	12.2%	4.5%	3.1%
来訪経験なし	52.8%	24.4%	13.2%	4.3%	4.7%

居酒屋

- 興味ある+どちらかというに興味アルは55.2%であった。
- 関心が高い層は、40代（40.0%）、友人知人との旅行（40.9%）となっている。
- 対して、関心が低い層は、60代以上：20.9%、家族（小学生以下）：30.6%などとなっている。

	興味ある	どちらかという と興味ある	どちらでもない	どちらかという と興味ない	興味ない
総計	33.1%	22.1%	20.5%	10.9%	12.5%
女性	35.1%	21.3%	19.4%	11.5%	12.0%
男性	30.5%	23.1%	22.0%	10.2%	13.0%
20代以下	39.3%	21.4%	11.1%	14.5%	13.7%
30代	36.2%	24.0%	12.1%	12.4%	14.6%
40代	40.0%	19.7%	20.5%	9.5%	9.8%
50代	33.5%	21.2%	22.8%	10.7%	10.9%
60代以上	20.9%	23.8%	29.6%	9.7%	14.1%
長野県外	31.6%	21.2%	21.2%	11.4%	13.6%
長野県内	36.5%	24.0%	18.8%	10.0%	9.9%
ひとり	31.8%	19.8%	20.8%	10.2%	17.0%
家族（小学生以下）	34.0%	20.2%	16.4%	13.6%	15.5%
家族（中学生以上）	31.2%	22.4%	20.9%	12.1%	12.1%
夫婦パートナー	31.6%	23.3%	22.5%	10.1%	11.4%
友人知人	40.9%	23.2%	18.9%	8.9%	6.9%
来訪経験あり	33.4%	23.8%	20.2%	10.5%	10.9%
来訪経験なし	32.8%	20.4%	20.7%	11.4%	13.9%

カフェ

- 関心が高い層：女性：58.5%（男性は34.0%）、20代以下：65.0%、30代：55.1%、40代：54.8%、友人知人との旅行：51.7%、来訪経験あり：49.2%となっている。
- 関心が低い層：60代以上：31.1%、男性：34.0%、単身者：43.5%。→若年層・女性を中心に興味関心が顕著に高い傾向。

	興味ある	どちらかという と興味ある	どちらでもない	どちらかという と興味ない	興味ない
総計	48.0%	28.6%	14.2%	4.2%	4.1%
女性	58.5%	26.6%	9.8%	2.3%	2.0%
男性	34.0%	31.3%	20.1%	6.7%	6.9%
20代以下	65.0%	21.4%	9.0%	1.3%	3.4%
30代	55.1%	29.2%	9.0%	3.4%	2.9%
40代	54.8%	25.5%	10.8%	4.4%	4.1%
50代	44.6%	28.7%	17.4%	4.0%	4.2%
60代以上	31.1%	34.2%	21.3%	6.4%	5.4%
長野県外	43.9%	30.9%	15.4%	4.7%	4.3%
長野県内	56.9%	23.5%	11.8%	3.1%	3.8%
ひとり	43.5%	28.3%	15.2%	5.7%	7.1%
家族（小学生以下）	51.4%	31.2%	9.8%	4.0%	3.6%
家族（中学生以上）	54.1%	27.6%	13.5%	2.1%	2.4%
夫婦パートナー	44.2%	28.3%	16.3%	5.1%	4.4%
友人知人	51.7%	27.8%	13.9%	2.7%	3.1%
来訪経験あり	49.2%	27.7%	13.4%	4.4%	4.4%
来訪経験なし	46.8%	29.5%	15.1%	4.0%	3.8%

6 千曲市のグルメ・飲食情報への興味関心

イタリアン

- 関心が高い層：女性：45.3%（男性：25.0%）と、性別による差が大きい。20代以下：46.6%、30代：43.8%と、若年層での人気が高い。来訪経験あり：40.5%、子連れ層：42～43%と、実体験や家族連れでの利用想定層で高い。
- 女性・若年層向けのカジュアルで雰囲気重視の食体験として訴求可能と考えられる。

	興味ある	どちらかというところ	どちらでもない	どちらかというところ	興味ない
総計	36.6%	28.2%	21.7%	6.3%	6.0%
女性	45.3%	28.2%	16.5%	5.2%	3.7%
男性	25.0%	28.2%	28.5%	7.7%	9.1%
20代以下	46.6%	27.4%	13.7%	8.1%	4.3%
30代	43.8%	27.9%	17.5%	4.7%	4.9%
40代	42.5%	28.4%	17.4%	4.4%	6.2%
50代	36.2%	26.5%	24.4%	6.7%	4.6%
60代以上	20.5%	30.4%	30.2%	8.1%	9.1%
長野県外	30.3%	28.8%	25.3%	7.7%	6.5%
長野県内	50.4%	26.9%	13.7%	3.1%	5.0%
ひとり	31.8%	26.5%	24.7%	5.7%	11.0%
家族（小学生以下）	42.9%	29.3%	16.2%	6.0%	5.2%
家族（中学生以上）	42.6%	28.8%	18.5%	4.7%	4.1%
夫婦パートナー	32.2%	27.6%	24.7%	7.6%	6.3%
友人知人	38.2%	30.1%	20.8%	5.0%	3.9%
来訪経験あり	40.5%	27.2%	20.2%	5.3%	5.7%
来訪経験なし	32.8%	29.2%	23.1%	7.2%	6.3%

パン

- 関心が高い層：女性：62.3%、20代以下：63.2%、30代：61.6%となっている。家族（小学生以下）：66.4%、家族（中学生以上）：58.5%と、子連れでの軽食ニーズが想定される。
- 関心が低い層：男性：38.1%、60代以上：34.0%となっている。

	興味ある	どちらかというところ	どちらでもない	どちらかというところ	興味ない
総計	51.9%	26.3%	13.8%	3.8%	3.2%
女性	62.3%	23.5%	10.2%	1.5%	1.7%
男性	38.1%	30.0%	18.7%	6.9%	5.1%
20代以下	63.2%	22.2%	9.8%	3.0%	1.3%
30代	61.6%	23.1%	9.9%	2.7%	2.2%
40代	57.9%	24.1%	12.0%	3.5%	2.3%
50代	50.5%	26.1%	14.7%	4.6%	2.8%
60代以上	34.0%	33.3%	19.9%	4.6%	6.0%
長野県外	47.3%	27.7%	16.0%	4.5%	3.3%
長野県内	61.9%	23.2%	9.0%	2.2%	2.8%
ひとり	43.8%	25.1%	18.0%	7.4%	5.7%
家族（小学生以下）	66.4%	22.1%	6.4%	2.6%	2.4%
家族（中学生以上）	58.5%	24.7%	12.1%	2.4%	1.8%
夫婦パートナー	45.7%	29.2%	15.8%	3.8%	3.6%
友人知人	49.4%	27.4%	15.8%	3.9%	1.9%
来訪経験あり	54.4%	25.3%	12.4%	3.5%	3.2%
来訪経験なし	49.4%	27.3%	15.2%	4.1%	3.1%

ステーキや焼き鳥、焼き肉など肉系

- 関心が高い層：男性：40.6%、女性：48.8%と、男女とも高めで性別差は少ない。
- 20代以下：53.8%、30代：51.7%、長野県内在住者：50.9%と高めの傾向である。
- 関心が低い層：60代以上：34.4%、ひとり旅層：39.4%となっている。

	興味ある	どちらかというところ	どちらでもない	どちらかというところ	興味ない
総計	45.3%	29.6%	16.0%	4.7%	3.3%
女性	48.8%	28.0%	14.1%	5.1%	3.2%
男性	40.6%	31.7%	18.5%	4.1%	3.3%
20代以下	53.8%	23.5%	12.4%	6.0%	3.8%
30代	51.7%	28.8%	13.0%	2.7%	3.1%
40代	51.7%	26.8%	13.3%	3.9%	3.1%
50代	44.8%	30.5%	16.6%	4.8%	2.2%
60代以上	30.4%	34.8%	22.1%	6.4%	4.3%
長野県外	42.7%	29.9%	17.5%	5.2%	3.3%
長野県内	50.9%	28.8%	12.6%	3.5%	3.1%
ひとり	43.1%	26.9%	17.3%	6.7%	4.9%
家族（小学生以下）	49.8%	30.7%	13.3%	3.1%	2.1%
家族（中学生以上）	49.7%	25.6%	14.7%	4.1%	4.4%
夫婦パートナー	41.5%	32.2%	17.2%	4.9%	3.0%
友人知人	46.7%	27.8%	16.2%	5.0%	2.7%
来訪経験あり	44.5%	30.2%	16.0%	4.5%	3.2%
来訪経験なし	45.9%	29.0%	16.0%	4.8%	3.3%

6 千曲市のグルメ・飲食情報への興味関心

とんかつ・カツ丼

- 関心が高い層：40代：41.7%、20代以下：41.5%、家族連れ層（小学生以下）39.8%、長野県内在住者：43.8%、ひとり旅：39.2%であった。
- 対して、関心が低い層は、60代以上：27.5%、非来訪者平均より約8ポイント低かった。

	興味ある	どちらかという と興味ある	どちらでもない	どちらかという と興味ない	興味ない
総計	36.8%	30.3%	20.9%	6.0%	5.0%
女性	36.0%	29.6%	20.0%	7.7%	5.8%
男性	37.9%	31.3%	22.2%	3.7%	3.9%
20代以下	41.5%	25.2%	18.4%	9.0%	6.0%
30代	38.0%	30.1%	19.3%	5.2%	6.3%
40代	41.7%	28.8%	18.7%	5.6%	4.6%
50代	38.4%	30.1%	21.4%	5.0%	3.8%
60代以上	27.5%	34.4%	25.1%	6.8%	5.0%
長野県外	33.6%	31.0%	23.2%	5.9%	5.4%
長野県内	43.8%	28.8%	15.9%	6.2%	4.1%
ひとり	39.2%	25.8%	22.3%	7.1%	5.3%
家族（小学生以下）	39.8%	29.5%	18.8%	6.7%	4.8%
家族（中学生以上）	37.4%	30.9%	19.7%	5.3%	5.3%
夫婦パートナー	34.1%	32.5%	22.0%	5.0%	5.1%
友人知人	37.1%	29.0%	20.8%	8.1%	4.2%
来訪経験あり	37.9%	29.8%	20.7%	6.3%	4.3%
来訪経験なし	35.7%	30.9%	21.1%	5.7%	5.6%

ジェラート・アイスクリーム

- 非来訪者の過半数が「興味ある」と回答。特に女性・若年層に圧倒的人気。
- 関心が高い層：女性：62.3%、20代以下：66.7%、30代：64.5%、40代：58.4%、家族（中学生以下：60.6%、小学生以下：66.4%）。
- 対して、関心が低い層は、60代以上：33.3%、男性：39.3%であった。

	興味ある	どちらかという と興味ある	どちらでもない	どちらかという と興味ない	興味ない
総計	52.4%	27.1%	13.3%	3.0%	3.2%
女性	62.3%	24.8%	8.3%	1.8%	2.2%
男性	39.3%	30.1%	19.9%	4.6%	4.5%
20代以下	66.7%	21.4%	6.4%	3.4%	2.1%
30代	64.5%	23.8%	7.0%	1.8%	2.0%
40代	58.9%	25.5%	10.8%	1.7%	2.3%
50代	48.5%	28.1%	15.0%	3.4%	3.8%
60代以上	33.3%	32.9%	22.6%	4.6%	4.8%
長野県外	49.1%	28.6%	14.8%	3.1%	3.4%
長野県内	59.7%	23.7%	10.1%	2.6%	2.6%
ひとり	40.6%	27.6%	23.0%	3.2%	5.3%
家族（小学生以下）	68.6%	22.4%	6.4%	1.2%	1.0%
家族（中学生以上）	60.6%	26.2%	9.1%	2.4%	1.8%
夫婦パートナー	45.0%	30.1%	14.7%	4.1%	4.3%
友人知人	53.3%	25.1%	14.7%	2.7%	2.3%
来訪経験あり	54.0%	25.6%	12.4%	3.4%	3.4%
来訪経験なし	50.8%	28.5%	14.2%	2.6%	2.9%

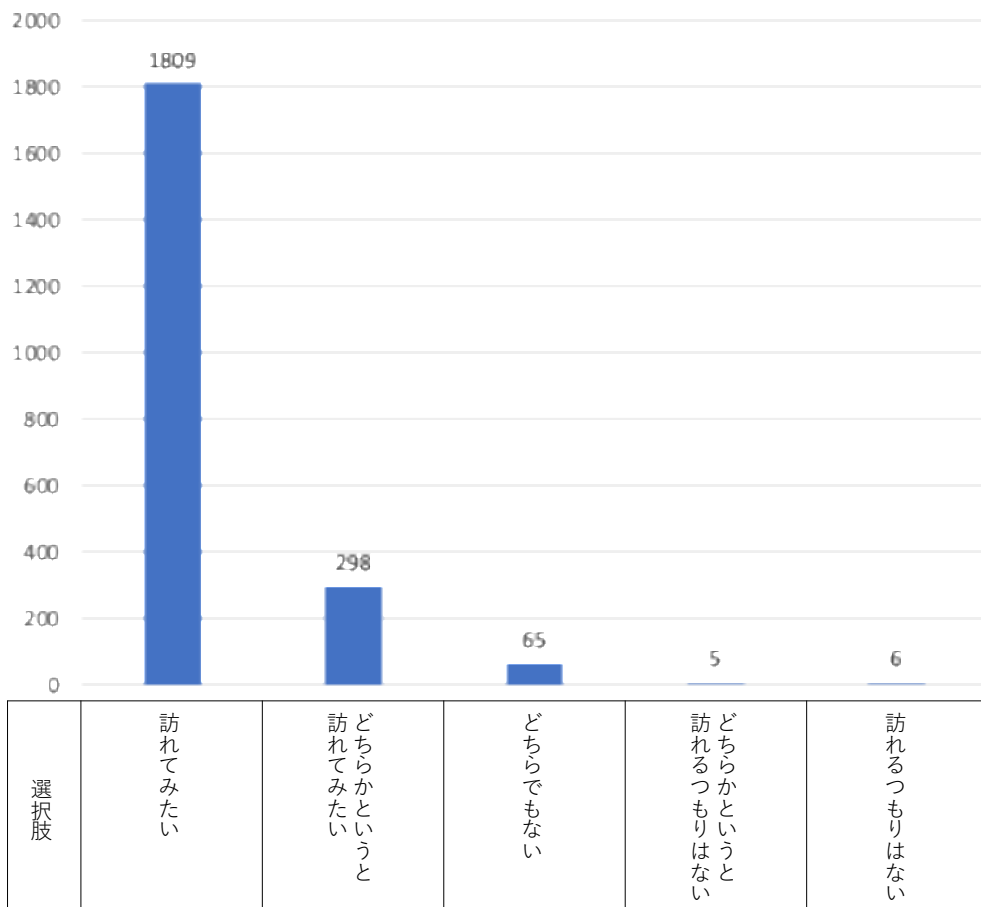
スナック

- 関心が比較的高い層でも20%前後にとどまり、以下の層に偏りがあった。20代以下：22.2%、ひとり旅：18.0%。
- 明確に関心が低い層は、60代以上：7.7%、家族連れ：10~13%であった。
- 興味関心は低い、ニッチな夜の体験・交流コンテンツとして一定程度有効と考えられる。

	興味ある	どちらかという と興味ある	どちらでもない	どちらかという と興味ない	興味ない
総計	14.1%	13.3%	24.5%	15.4%	31.2%
女性	14.4%	12.8%	20.4%	17.3%	33.6%
男性	13.6%	13.9%	29.9%	12.8%	28.1%
20代以下	22.2%	15.0%	15.0%	15.8%	31.6%
30代	15.3%	13.3%	18.4%	17.8%	34.4%
40代	16.6%	14.1%	23.2%	12.4%	32.6%
50代	13.3%	15.4%	27.7%	14.5%	27.7%
60代以上	7.7%	9.7%	32.1%	16.8%	30.6%
長野県外	13.5%	13.0%	24.8%	15.2%	32.0%
長野県内	15.3%	14.0%	24.0%	15.7%	29.6%
ひとり	18.0%	12.0%	25.1%	14.1%	29.7%
家族（小学生以下）	13.8%	11.4%	19.3%	17.9%	37.4%
家族（中学生以上）	17.4%	12.6%	21.2%	16.5%	30.9%
夫婦パートナー	10.0%	13.8%	27.6%	14.9%	31.5%
友人知人	19.3%	17.0%	25.9%	12.7%	23.2%
来訪経験あり	13.8%	13.5%	25.9%	15.1%	30.2%
来訪経験なし	14.3%	13.1%	23.2%	15.7%	32.2%

7 今後の千曲市来訪希望

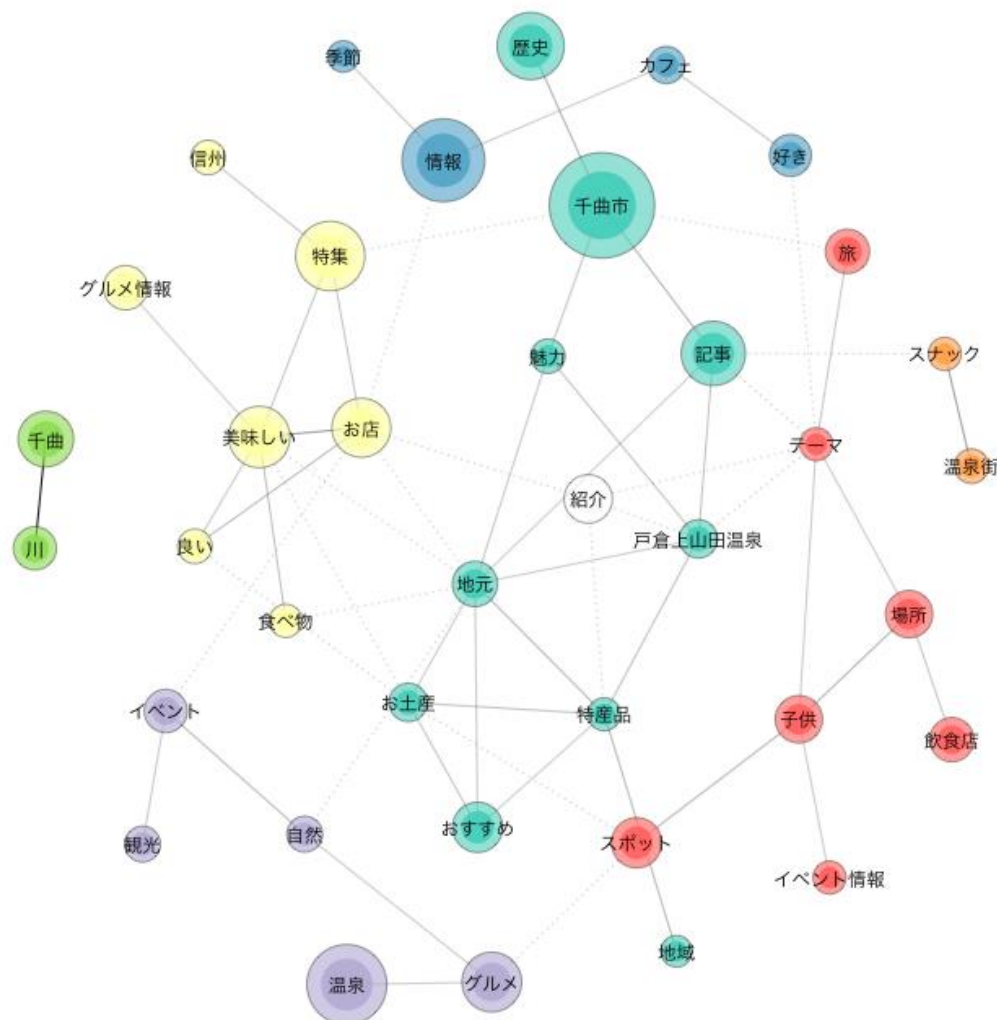
- 「訪れてみたい」が82.9%、「どちらかという訪れてみたい」が13.7%、あわせて96.6%の回答者が来訪希望を示した。この値は、過去の調査とほぼ同じ値である。
- 「訪れてみたい」が相対的に高いのは、女性、長野県内在住者、家族（小学生以下）、夫婦パートナー、来訪経験ありである。



	訪れてみたい	訪れてみたい どちらかという と	どちらでもない	訪れるつもりはない どちらかという と	訪れるつもりはない
総計	82.9%	13.7%	3.0%	0.2%	0.3%
女性	85.4%	10.9%	3.4%	0.2%	0.2%
男性	79.5%	17.3%	2.4%	0.3%	0.4%
20代以下	78.2%	19.7%	1.3%	0.4%	0.4%
30代	82.7%	12.8%	3.4%	0.7%	0.4%
40代	84.4%	12.4%	2.7%	0.0%	0.4%
50代	82.6%	13.9%	3.6%	0.0%	0.0%
60代以上	83.9%	12.6%	3.1%	0.2%	0.2%
長野県外	81.2%	16.0%	2.1%	0.3%	0.4%
長野県内	86.6%	8.4%	4.9%	0.1%	0.0%
ひとり	72.1%	21.6%	4.2%	0.0%	2.1%
家族（小学生以下）	86.4%	10.5%	2.9%	0.2%	0.0%
家族（中学生以上）	80.0%	15.3%	4.7%	0.0%	0.0%
夫婦パートナー	85.2%	12.0%	2.4%	0.5%	0.0%
友人知人	84.9%	13.5%	1.5%	0.0%	0.0%
来訪経験あり	89.3%	7.4%	3.2%	0.1%	0.0%
来訪経験なし	76.8%	19.5%	2.8%	0.4%	0.5%

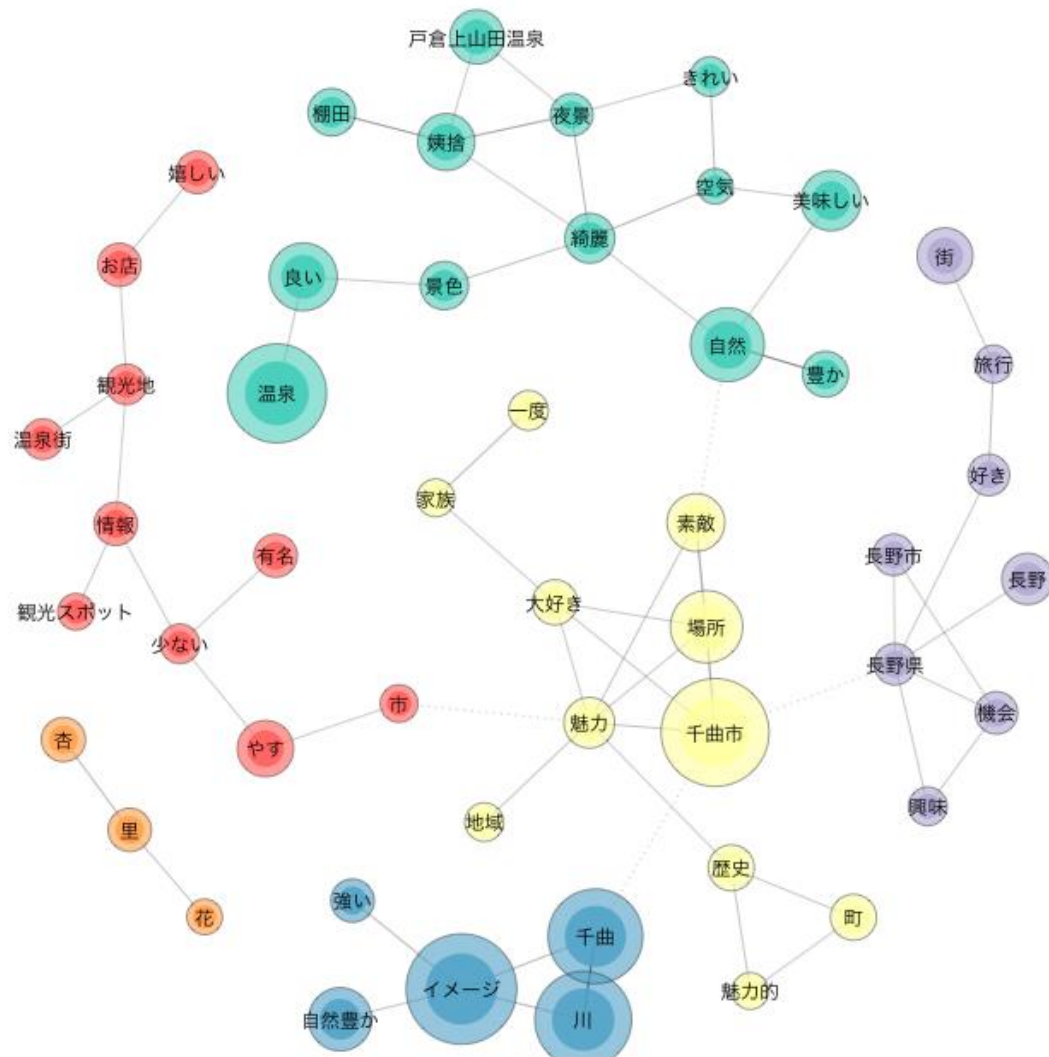
8 Skima信州とのコラボ記事へのニーズ

- 温泉、グルメ、イベント情報、千曲川、子ども、美味しいお店、季節の情報、カフェといったキーワードが多かった。
- 「戸倉上山田温泉をテーマにした記事」「古民家飲食店特集」「隠れ家カフェ特集」「絶品そば巡り」といった、テーマの明確な要望が多かった。特に、特定のスポットやグルメにフォーカスした深掘りコンテンツへのニーズが高い。
- 「モデルルート（ファミリーver. 友人ver. 親子2人旅ver. など）」「バリアフリー」「車椅子でも安心なスポット〇選」など、体験・行動を意識した構成が求められている。ターゲット層別・シチュエーション別に使える実用的記事を求める声が多かった。
- 「〇選」「おすすめ〇選」など形式を希望する言及や、「参考になった」という感想から、まとめ系の読みやすい記事が好印象という傾向。まとめ・ランキング型の形式が好まれることが示唆される。
- 具体的には、次のような記事テーマが候補として考えられる。「友人と巡る！千曲市カフェと温泉のモデルコース」「親子で行く千曲の癒し旅：花・温泉・そばの休日」「エリア別そば特集」「レトロ喫茶・古民家カフェ」「地元の人が通うラーメン」「車椅子OKな千曲の観光スポット」「子連れ・高齢者でも安心な宿・温泉」、単なるガイドではなく、「〇〇して癒された」「地元の人に会って印象的だった」など共感を生む体験型記事。



9 千曲市へのイメージや感想・ご意見(自由記述)

- 共起ネットワーク分析により千曲市へのイメージやコメントを分析した結果、自由記述のパターンは以下のように類型化できることが明らかになった。
- 「自然」「美味しい」「豊か」「綺麗」「戸倉上山田温泉」などが連関。「温泉」が単独で強く、「自然と温泉」への関心が非常に高い。「夜景」「棚田」「紅葉」など、景観美を評価する語も共起。→非来訪者は、千曲市を「癒し」「自然」「食」の観光資源が揃ったエリアと見ている。
- 「観光スポット」「温泉街」「お店」などに「少ない」「有名」「惜しい」といった語が連結。→「温泉地の魅力は知っているが、有名観光地としての認知度やスポットの充実度には疑問」というニュアンス。観光地としてのブランド力・「何をやる場所か」が不明瞭、という印象が一定程度あることが明らかに。
- 「千曲」「川」「自然豊か」「強いイメージ」が形成されており、「自然景観」や「千曲川」の存在は印象に残っている。(ただし「川」が観光行動(行く/泊まる)に繋がっていないことに注意)
- 「長野県」「長野市」「興味」「旅行」「街」など、周辺都市との比較や、長野県内観光への関心。→「千曲市単体」というより、長野県観光の一部として千曲を見ていることがわかる。
- 観光資源の“わかりやすさ”と“目的化”、長野県内観光の“ついでに寄る場所”から“目的地”へといった点が重要。



まとめ：来訪者調査と非来訪者調査のポイントを踏まえての提案

来訪者満足度調査より

若年層に対するInstagramの影響力の急速な拡大を確認、より一層の活用を

- 来訪者調査では30代の22.7%が、非来訪者調査では20代以下の65.8%、30代の53.9%がInstagramを旅先選定時に利用していることは判明した。来訪者調査と非来訪者調査では利用率にギャップがあるため、このギャップはInstagramを活用したさらなる情報発信により解消していくことが求められる。なお、今後もInstagramによる観光情報収集はより一層伸びていくことが予想される。

高消費層誘致に向けた積極的な施策を

- 今年度初めて分析項目に加えた高消費層は、「2泊以上の滞在」「温泉」「宿泊施設」に高い満足度を示している。「温泉+食+歴史文化」を掛け合わせた高消費層向けプレミアム体験パッケージ（個室食・貸切風呂・地元ガイド付き散策など）、近隣の軽井沢・上田市など広域で周遊可能な高単価観光パッケージの構築を。

前年度まで同様に、旅ナカの情報提供（交通、飲食店情報）への不満やさらなる改善の声が多かった

- ソフト面では施設や市内店舗の情報環境の整備、飲食店情報の整備、宿泊施設の予約状況やピーク時期の可視化などが有効と考えられる。
- 引き続き、観光局や商工会議所などが主導し多くの事業者の情報環境をDX化かつ画一的に整備する施策が求められる。

非来訪者認知度調査より

「交通手段が分からない」「具体的な観光時のイメージがつかない」「戸倉上山田温泉以外の情報が不十分」などが非来訪者の心理的障壁に

- 具体的には千曲川など自然景観の存在感が行動に結びついていない「体験できる場所・モデルルート・所要時間」を明示したまとめ形式（○選、モデルコース）の観光記事・パンフを充実。観光に際しての基礎的情報をまとめた媒体（オンライン・紙）に、上記の情報を掲載。ただし、これらの情報はアップデートが随時必要なものでもあるため、SNS（特にInstagram）、Googleマップへの写真・レビュー投稿の促進や事業者支援が重要。

来訪者と非来訪者、これまで以上に対象別の目的が明確な情報発信の強化を

- 非来訪者にとっては、交通や宿泊などの「到達・滞在インフラ情報」が優先事項なのに対して、来訪経験者は「イベント」や「子ども向け」など体験・感情価値を求める傾向が確認された。
- グルメ関連では、非訪問層向けには、「ラーメン・パン・ジェラート」など、食の安心感・期待値の高いもので入口をつくり、来訪経験者向けには、「イタリアン・カフェ・地元素材パン」など、空間体験と感性訴求型の飲食体験を提供するといった対象別の戦略が効果的と思われる。

あわせての来訪希望先と実際の来訪先のギャップ解消を

- 実際に千曲市を来訪した人の回答結果（p26）と比較すると、非来訪者は松本市、軽井沢町への来訪希望が高めであることがわかる。このことを踏まえると、「千曲市来訪者の中には、松本市や軽井沢とあわせて訪れたいと考えている人が多くいるが、実際に来訪するとなると近隣の長野市や上田市と来訪している」という実態が見えてくる。観光PRやツアー策定時には、このあたりの広域ギャップを押さえておく必要がある。