

君津市への来訪未経験者の実態とニーズ

1. 調査概要
2. 調査結果

第2節 君津市への来訪未経験者の実態とニーズ

1. 調査概要

調査は、君津市にまだ来たことの無い人々の実態やニーズをアンケートにより把握し、今後そうした方を呼び込むに資する観光施策を展開するための基礎資料とすることを目的として実施する。

特に、日帰りまたはまたは1泊2日の小旅行にて来訪する形態を「おでかけ」と定義し、君津市におでかけしやすい関東圏（1都6県：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県¹）在住者を調査対象とした。なお、おでかけにビジネス目的は含めていない。

本調査の概要は、以下図表のとおりである。

図表 1 君津市来訪未経験者調査概要

項目	調査概要
調査日	・平成30年1月18日（木）～平成30年1月19日（金）
調査方法	・アンケート調査会社のモニターを利用したWebアンケート調査
調査対象	・関東圏在住（1都6県：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）でこれまで君津市に一度も来訪したことがない人
サンプル数	・2,060サンプル（10,000サンプルから君津市への来訪未経験者でスクリーニング）
調査項目	・図表 2 参照

図表 2 君津市来訪未経験者調査項目

N o	大項目	質問項目	回答形式
1	回答者の おでかけ に係る行 動	直近1年のおでかけ経験	選択式・単一回答
2		1度のおでかけの1人当たりの予算	選択式・単一回答
3		普段おでかけするときの主な目的	選択式・複数回答
4		おでかけの目的地を決めるきっかけ	選択式・複数回答
5		おでかけの目的地に関する情報収集の手段	選択式・複数回答
6		おでかけの際の主な同伴者	選択式・単一回答
7		リピートの決め手	選択式・複数回答
8		体験観光に関するニーズ	選択式・複数回答
9	君津市に ついて	君津市の認知度	選択式・単一回答
10		君津市内の各観光資源の認知度	選択式・単一回答※マトリックス
11		君津市内の各観光資源に対する意向	選択式・単一回答※マトリックス
12		君津市に来訪する際に希望する旅行の形態	選択式・単一回答
13		君津市に来訪したことがない理由	選択式・単一回答 【No 9】で君津市を知っている （名前を聞いたことがあるだけの 人を含めて）とした人のみ回答
14		君津市への来訪意向	選択式・単一回答
15		併せて訪れたい地域	選択式・複数回答 訪れるのは君津市だけでよいと答

¹ 都道府県コード順

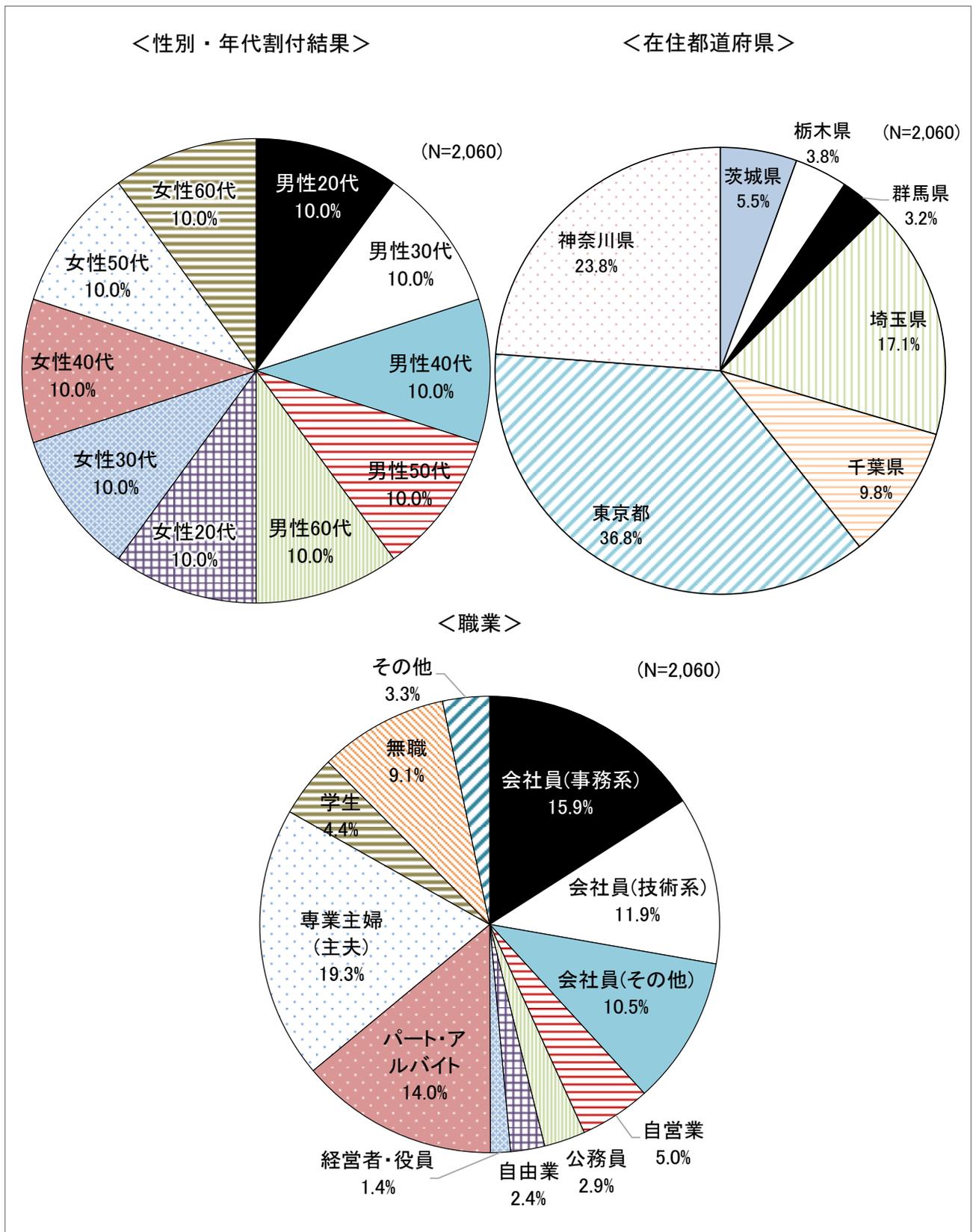
No	大項目	質問項目	回答形式
			えた人以外が回答

2. 調査結果

(1) 回答者の属性

回答者の属性を以下に示す。

図表 3 回答者の属性



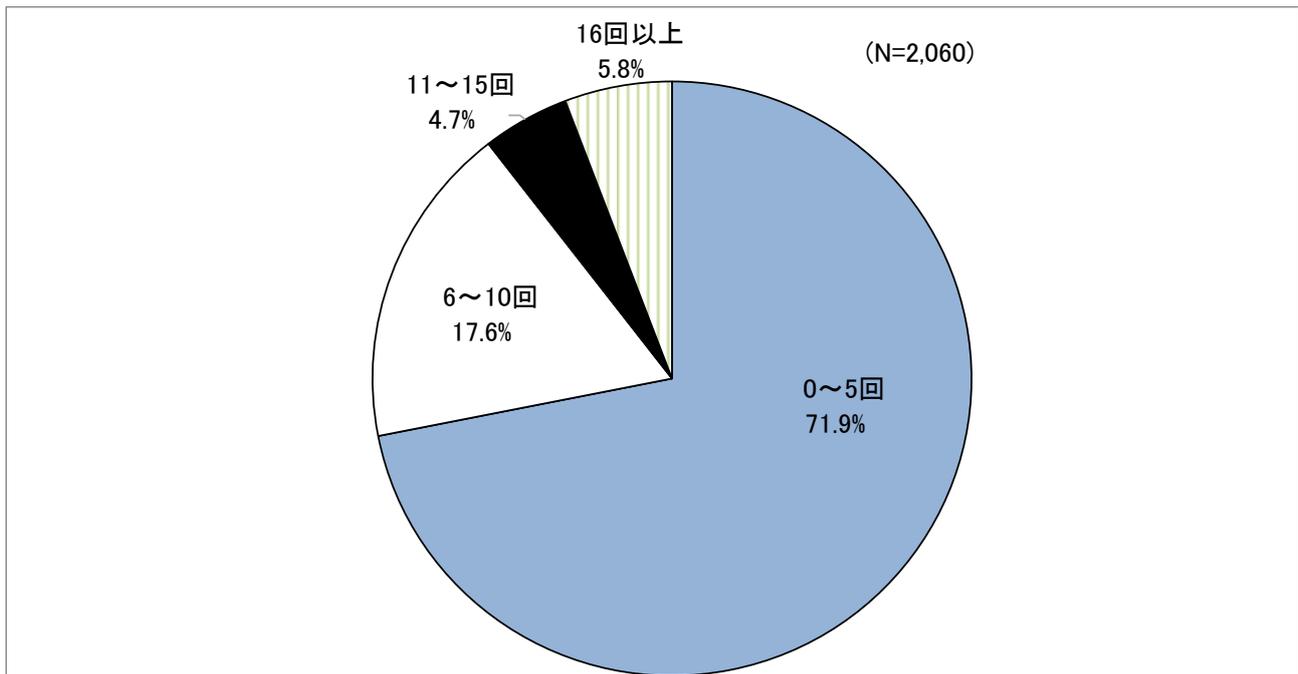
(2) 回答者のおでかけに係る行動について

1) 直近1年のおでかけ経験

問 直近1年間のおでかけの回数を教えてください。
※本アンケートにおける「おでかけ」とは、日帰り、または1泊2日の小旅行を指す
※ビジネス目的は含まない。

直近1年のおでかけの経験として、最も多い回答は「0～5回」で71.9%である。次いで「6～10回」で17.6%である。それ以上の回数、つまり月に1度程度以上の頻度でおでかけする人²は約10%である。

図表 4 直近1年のおでかけ経験



² 「11回～15回」、「16回以上」を合わせた人を指す

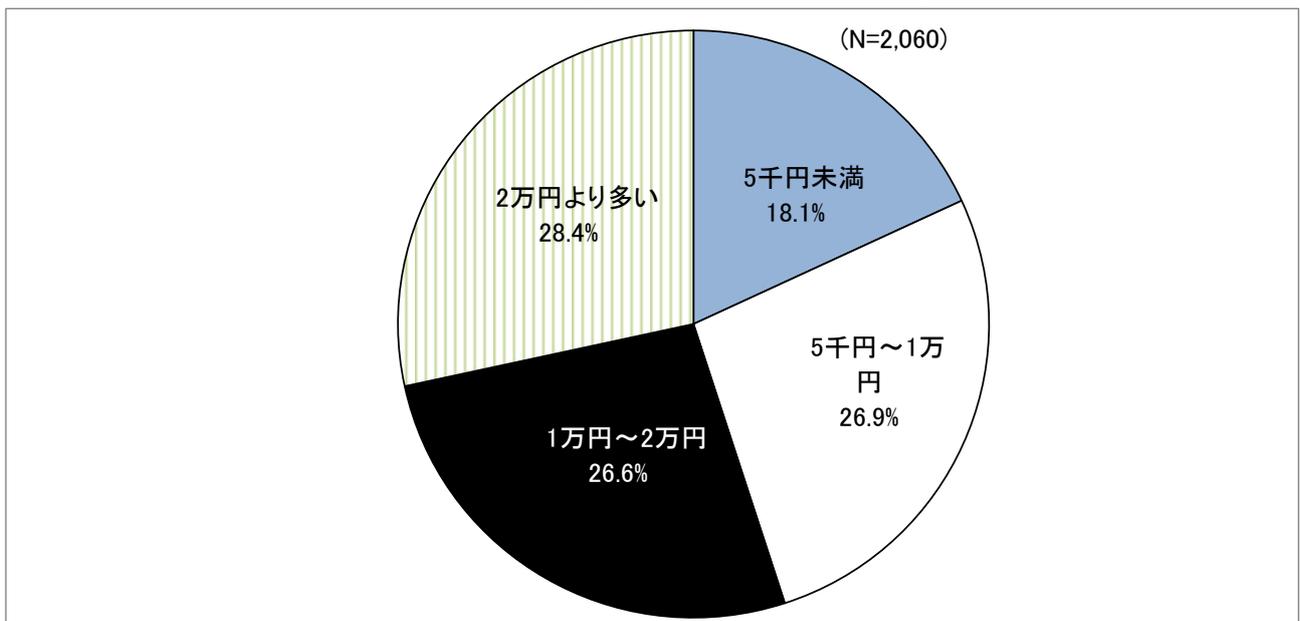
2) 1度のおでかけの1人当たりの予算

問 普段、1度のおでかけのために1人当りに使うお金はどれくらいですか。
(交通費、お土産代、現地での飲食代、宿泊代等を含む)

1度のおでかけの1人当たりの予算として、最も多い回答は「2万円より多い」で28.4%である。次いで僅差で「5千円～1万円」26.9%、「1万円～2万円」26.6%が続く。

関東圏から君津市へのおでかけであれば、宿泊が可能な1人当たりの予算と考えられる「1万円～2万円」、「2万円より多い」を合わせた1万円以上を1度のおでかけで使う人が55.0%と過半数を占める。

図表 5 1度のおでかけの1人当たりの予算



性・年代別に見ると、男女とも、年代が上がるに伴い1度のおでかけの1人当たり予算は大きくなっている。

図表 6 性・年代別1度のおでかけの1人当たりの予算

	N	1位			
		5千円未満	5千円～1万円	1万円～2万円	2万円より多い
全体	2060	18.1	26.9	26.6	28.4
男性20代	206	21.4	31.1	26.2	21.4
男性30代	206	21.8	29.1	23.8	25.2
男性40代	206	24.3	28.2	23.3	24.3
男性50代	206	17.5	26.2	29.1	27.2
男性60代	206	13.1	23.8	24.3	38.8
女性20代	206	15.0	31.6	25.2	28.2
女性30代	206	17.0	34.0	25.7	23.3
女性40代	206	22.8	25.2	26.7	25.2
女性50代	206	17.5	20.9	34.0	27.7
女性60代	206	10.7	18.9	27.2	43.2

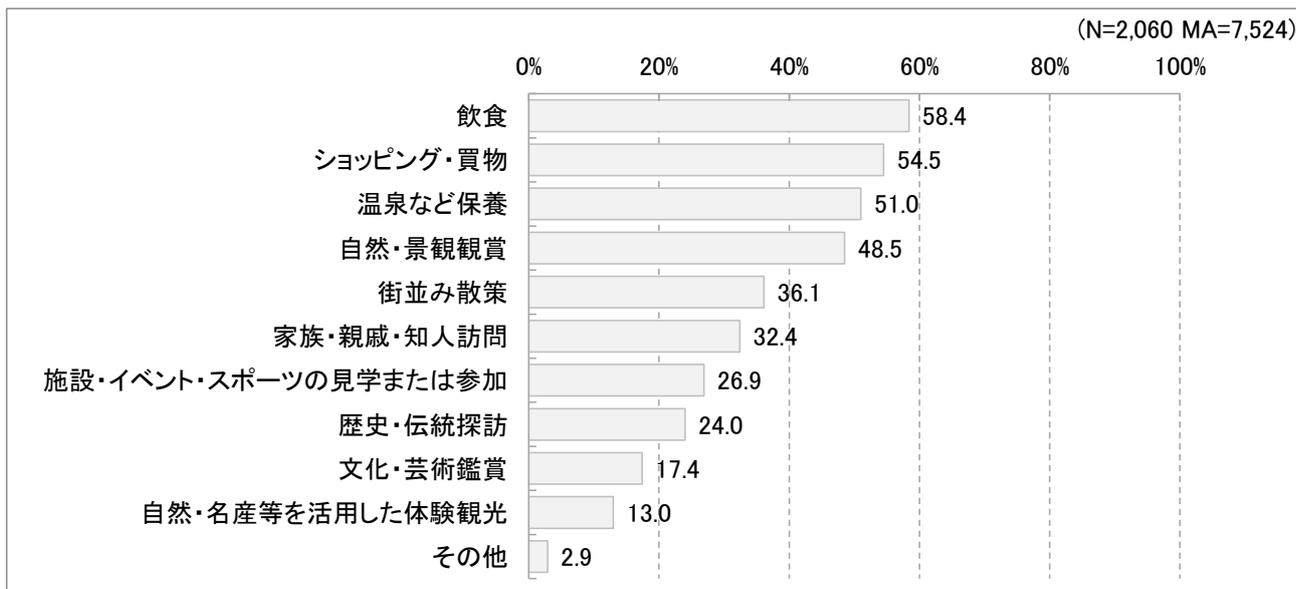
3) 普段おでかけするときの主な目的

問 普段おでかけするときの目的を教えてください。（いくつでも）

普段おでかけするときの主な目的として、最も多い回答は「飲食」で58.4%である。次いで、「ショッピング・買物」が54.5%、「温泉など保養」が51.0%と続く。おでかけするときの主な目的として過半数の人が挙げているのがこの3つである。

その他としては60件の回答があり、そのうち、登山やキャンプ等の“アウトドア”が13件と最も多くなっている。

図表 7 普段おでかけするときの主な目的（複数回答）



性・年代別に見ると、男性20代～50代、女性20代～40代で「飲食」の割合が最も多くなっている。男性60代では「温泉など保養」、女性50代では「ショッピング・買物」、女性60代では「自然・景観鑑賞」が、それぞれ最も多くなっている。

図表 8 性・年代別の普段おでかけするときの主な目的

	N	1位										
		自然・景観観賞	飲食	街並み散策	施設・イベント・スポーツの見学または参加	歴史・伝統探訪	文化・芸術鑑賞	温泉など保養	自然・名産等を活用した体験観光	ショッピング・買物	家族・親戚・知人訪問	その他
全体	2060	48.5	58.4	36.1	26.9	24.0	17.4	51.0	13.0	54.5	32.4	2.9
男性20代	206	52.4	54.4	43.2	26.2	21.4	13.6	41.7	10.7	50.0	26.2	3.4
男性30代	206	39.8	61.2	33.0	29.6	20.9	12.1	50.5	11.7	53.4	33.5	2.9
男性40代	206	41.3	59.2	26.2	27.2	23.8	11.7	47.1	10.7	50.0	30.1	3.9
男性50代	206	44.2	56.3	32.0	29.1	22.8	15.5	48.5	12.1	50.0	31.6	2.4
男性60代	206	53.9	48.1	25.2	17.5	30.6	16.0	56.8	11.2	46.1	29.6	6.3
女性20代	206	38.8	70.4	41.7	30.1	14.1	18.9	51.5	17.5	64.1	28.2	1.9
女性30代	206	51.9	64.1	37.9	37.9	14.1	12.1	56.3	17.0	62.1	37.9	1.5
女性40代	206	47.1	63.6	38.8	29.1	23.8	21.4	51.5	15.5	57.3	35.4	0.5
女性50代	206	51.9	55.3	41.7	20.4	30.6	25.2	47.1	9.7	57.3	37.4	3.4
女性60代	206	64.1	51.9	41.3	21.8	38.3	27.2	59.2	14.1	54.9	34.0	2.9

1度のおでかけの1人当たり予算別におでかけの目的を見ると、5千円未満の人では「ショッピング・買物」、5千円～1万円の人では「飲食」、1万円以上の人では「温泉など保養」の割合が多くなっている。

図表 9 1度のおでかけの1人当たりの予算別の主な目的

1位 

	N	自然・景観観賞	飲食	街並み散策	施設・イベント・ スポーツの 見学 または参加	歴史・伝統探訪	文化・芸術鑑賞	温泉など保養	自然・名産等を活用 した体験観光	ショッピング・ 買物	家族・親戚・ 知人訪問	その他
全体	2060	48.5	58.4	36.1	26.9	24.0	17.4	51.0	13.0	54.5	32.4	2.9
5千円未満	373	30.8	47.2	25.5	21.4	11.3	12.1	22.8	5.9	66.0	33.5	5.4
5千円～1万円	554	48.9	62.5	34.8	31.4	23.5	17.9	45.1	12.3	59.0	30.9	2.2
1万円～2万円	547	50.6	60.3	36.0	28.3	24.5	18.5	61.4	14.3	52.5	33.8	2.6
2万円より多い	586	57.5	60.1	44.2	24.7	32.3	19.3	64.8	17.1	44.9	31.7	2.4

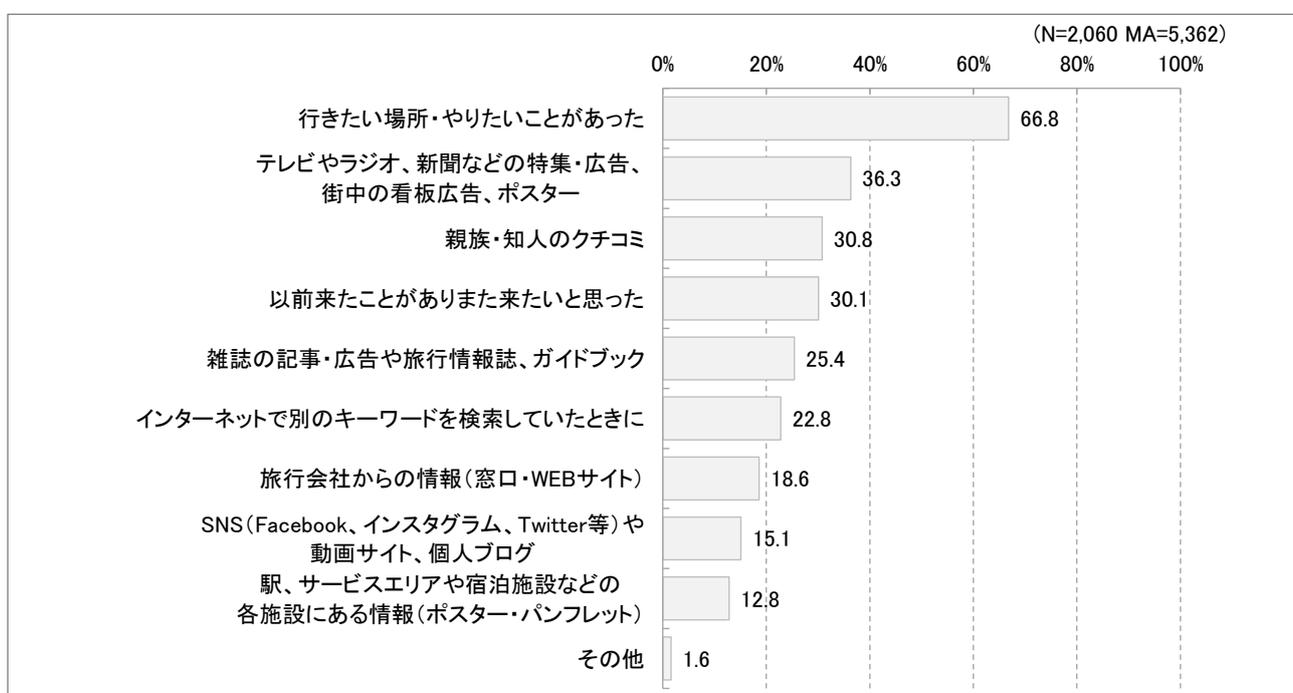
4) おでかけの目的地を決めるきっかけ

問 普段、おでかけの目的地を決める際に、きっかけとなることは何ですか。
(いくつでも)

おでかけの目的地を決めるきっかけとして最も多い回答は「行きたい場所・やりたいことがあった」で66.8%である。次いで「テレビやラジオ、新聞などの特集・広告、街中の看板広告、ポスター」が36.3%、「親族・知人のクチコミ」が30.8%、「以前来たことがありまた来たいと思った」が30.1%と続き、これら4つが3割以上の人に選択された項目である。最も多かった「行きたい場所・やりたいことがあった」と次点の「テレビやラジオ、新聞などの特集・広告、街中の看板広告、ポスター」では30.5%の差があり、おでかけの目的と合致した観光行動ができる場所であるかどうか、目的地に関する様々な観光情報との接触を上回って、行き先を決める上で重要なポイントとなっていると考えられる。

その他としては33件の回答があり、そのうち、“特に無し”が最も多く12件となっている。

図表 10 おでかけの目的地を決めるきっかけ（複数回答）



性・年代別に見ると、全ての性・年代で「行きたい場所・やりたいことがあった」の割合が最も多くなっている。

2番目に割合が多い項目は性・年代別に差が見られる。男女とも50代、60代では「テレビやラジオ、新聞どの特集・広告、街中の看板広告、ポスター」、女性20代では、清水溪流広場の知名度を高めるきっかけとなったインスタグラムを含む「SNS（Facebook、インスタグラム、Twitter等）や動画サイト、個人ブログ」、男性30代では「インターネットで別のキーワードを検索していた時に」の割合が、それぞれ多くなっている。

図表 11 性・年代別のおでかけの目的地を決めるきっかけ

		<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> 1位 2位 </div>									
	N	テレビやラジオ、新聞などの特集・広告、街中の看板広告、ポスター	雑誌の記事・広告や旅行情報誌、ガイドブック	旅行会社からの情報（窓口・WEBサイト）	駅、サービエリアや宿泊施設などの各施設にある情報（ポスター・パンフレット）	SNS（Facebook、動画サイト、個人ブログ）	インターネットで別のキーワードを検索していたときに	親族・知人のクチコミ	行きたい場所・やりたいことがあった	以前来たことがありまた来たいと思った	その他
全体	2060	36.3	25.4	18.6	12.8	15.1	22.8	30.8	66.8	30.1	1.6
男性20代	206	26.7	20.9	17.5	10.7	20.4	19.4	31.1	60.7	28.2	2.4
男性30代	206	32.0	23.8	15.5	14.6	14.1	33.5	24.8	68.9	28.2	1.0
男性40代	206	29.6	24.8	16.5	13.1	17.5	29.6	21.4	65.0	32.0	2.4
男性50代	206	34.5	21.8	17.0	10.7	6.8	25.7	21.8	66.0	20.9	0.0
男性60代	206	45.1	25.7	18.0	11.2	6.3	21.4	22.3	54.9	29.1	2.9
女性20代	206	31.1	24.8	20.4	10.2	39.8	18.4	37.4	75.7	25.2	0.5
女性30代	206	33.5	29.6	17.0	18.0	21.4	25.7	32.0	78.2	34.5	1.5
女性40代	206	32.5	28.2	18.9	15.0	12.1	26.7	35.9	68.9	35.4	1.5
女性50代	206	46.1	27.2	14.6	12.1	7.8	16.0	37.9	69.4	34.0	2.4
女性60代	206	51.5	27.7	30.6	12.1	5.3	11.2	43.2	60.7	33.5	1.5

5) おでかけの目的地に関する情報収集の手段

問 目的地を決定した後の情報収集によく利用する方法は何ですか。(いくつでも)

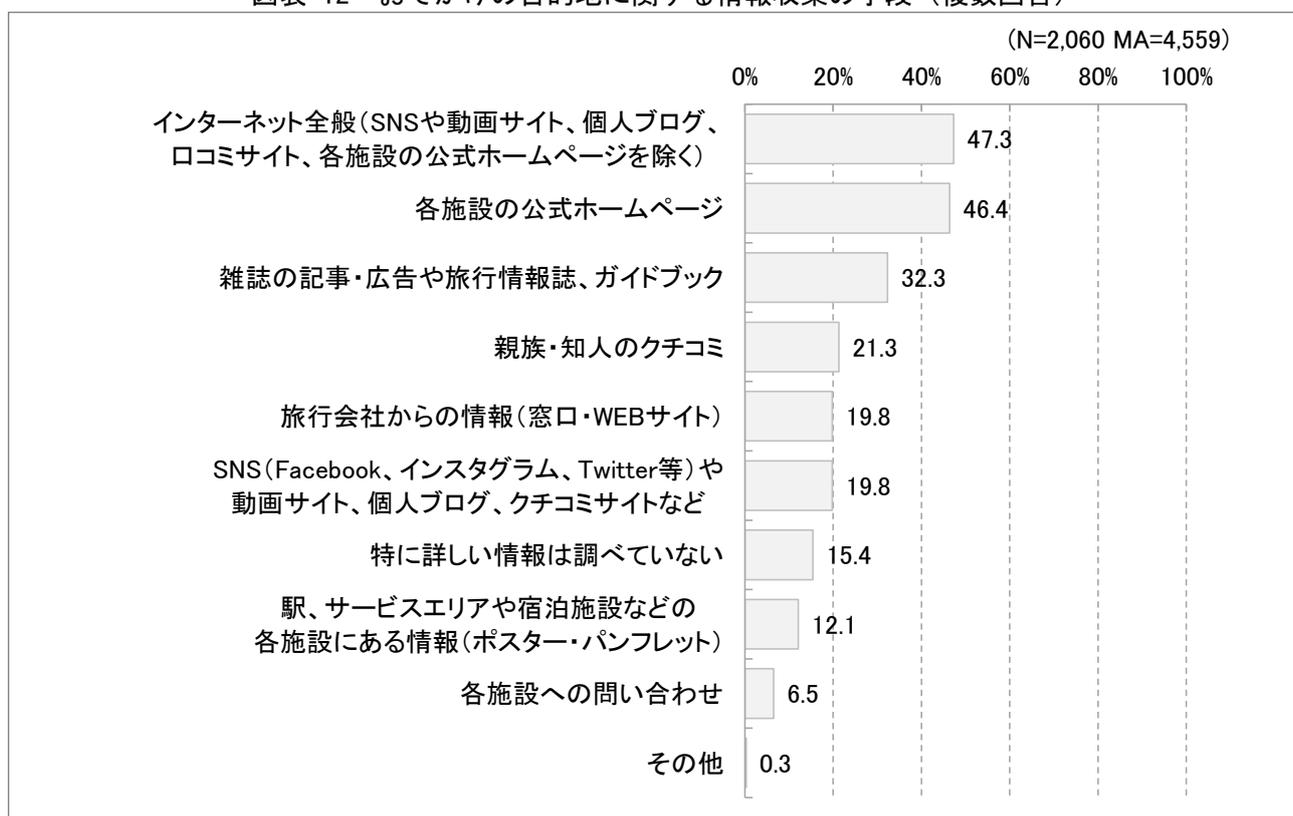
おでかけの目的地に関する情報収集の手段としては、「インターネット全般（SNSや動画サイト、個人ブログ、口コミサイト、各施設の公式ホームページを除く）」が47.3%と最も高い割合を占めている。次いで「各施設の公式ホームページ」が46.4%、「雑誌の記事・広告や旅行情報誌、ガイドブック」が32.3%と続いている。

昨今、対面・インターネットを通じて等形式を問わず、個人が発信した感想等の情報であるクチコミが観光行動に大きく影響を与えていると言われていたが、今回の調査では、インターネットや施設の公式ホームページ、旅行雑誌・ガイドブックなど、目的地に関してより詳細な情報が入手できる媒体が多く利用されていると考えられる。

一方、駅や各観光施設等において、ポスターやパンフレット等を設置している例は多いものの、おでかけを促す上での訴求力は高くないと考えられる。

その他としては7件の回答があり、“おでかけをしない” “特に無し” 等が挙げられている。

図表 12 おでかけの目的地に関する情報収集の手段（複数回答）



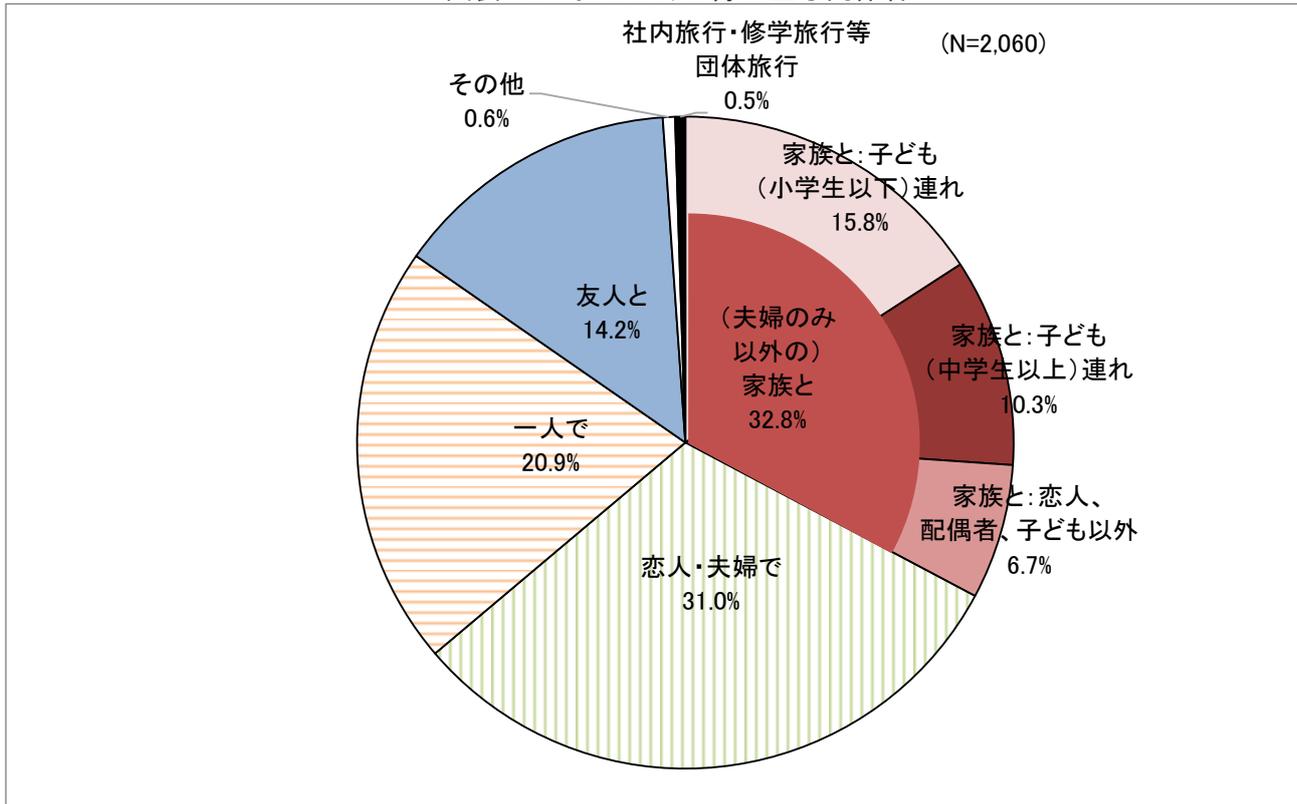
6) おでかけの際の主な同伴者

問 普段おでかけするときは、誰と行くことが多いですか。

おでかけの際の主な同伴者として最も多い回答は「(夫婦のみ以外の) 家族と」の32.8%であり、その中でも特に小学生以下の子ども連れが15.8%と多くなっている。次いで「恋人・夫婦で」が31.0%、「一人で」が20.9%と続く。

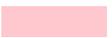
その他としては12件の回答があり、そのうち、“おでかけをしない”、が最も多く4件となっている。

図表 13 おでかけの際の主な同伴者



性・年代別に見ると、男性の20代～40代では「一人で」のポイントが高くなっている。また、30代女性では、「家族と：子ども（小学生以下）連れ」のポイントが高くなっている。

図表 14 性・年代別のおでかけの際の主な同伴者

1位 

	N	一人で	友人と	恋人・夫婦で	子ども（小学生以下）連れ 家族と	子ども（中学生以上）連れ 家族と	恋人、配偶者、子ども以外 家族と	社内旅行・ 修学旅行等 団体旅行	その他
全体	2060	20.9	14.2	31.0	15.8	10.3	6.7	0.5	0.6
男性20代	206	33.5	25.7	22.3	4.4	1.5	10.7	1.0	1.0
男性30代	206	30.6	12.6	21.4	27.7	1.0	6.3	0.5	0.0
男性40代	206	30.6	10.7	21.8	23.8	8.3	3.9	0.5	0.5
男性50代	206	29.1	7.8	33.5	4.4	19.4	3.9	1.9	0.0
男性60代	206	19.9	9.7	50.0	1.9	11.7	5.3	0.5	1.0
女性20代	206	10.7	24.3	31.1	18.9	2.4	12.1	0.5	0.0
女性30代	206	14.1	8.3	24.8	45.1	1.5	5.8	0.5	0.0
女性40代	206	13.6	6.8	31.1	26.2	14.6	6.8	0.0	1.0
女性50代	206	15.0	12.1	34.5	1.9	29.6	5.8	0.0	1.0
女性60代	206	11.7	23.8	39.8	3.9	13.6	5.8	0.0	1.5

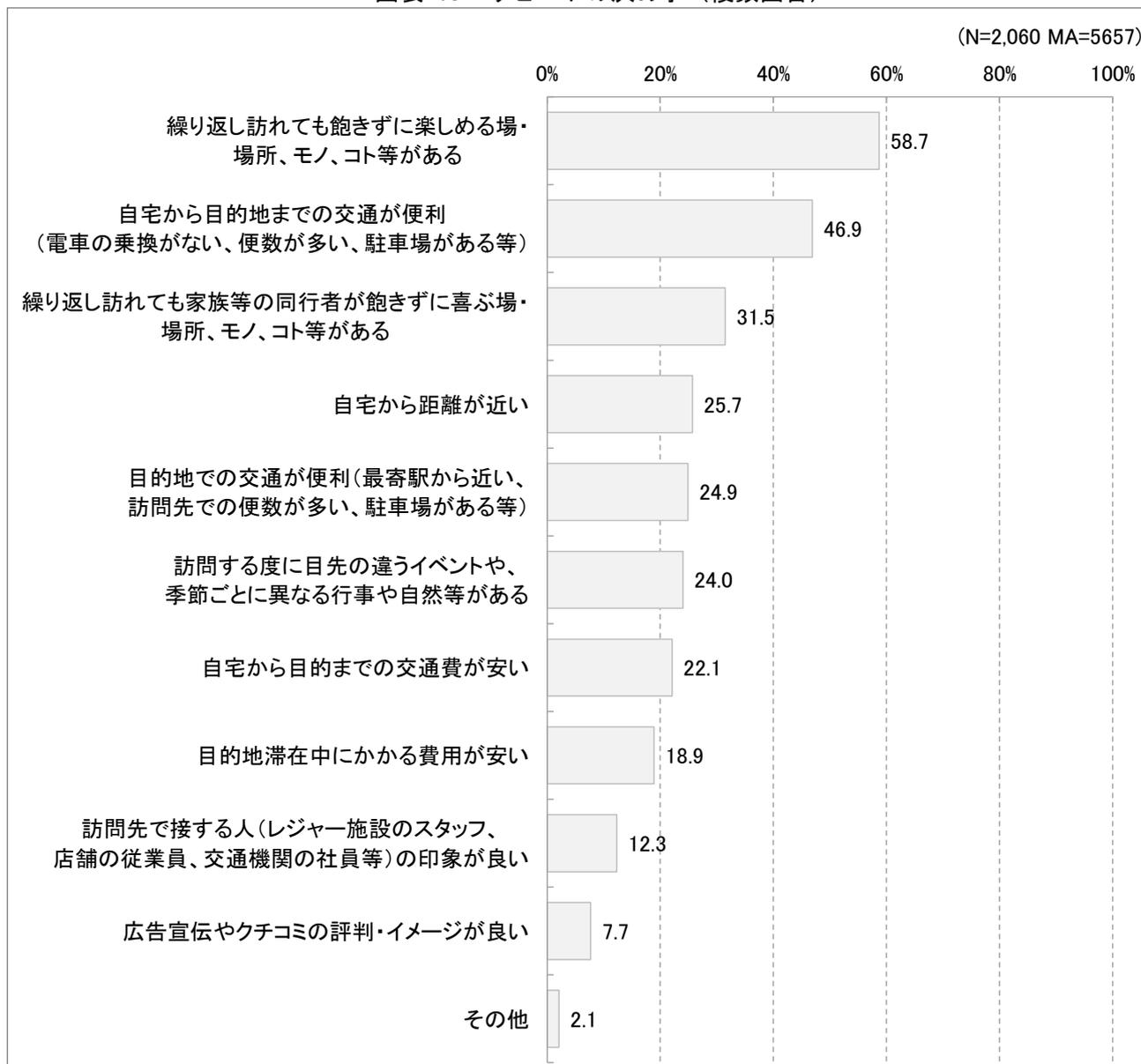
7) リピートの決め手

問 おでかけの目的地として、何度も訪れたいくなる理由は何ですか。(いくつでも)

おでかけのリピートの決め手としては、最も多い回答は「繰り返し訪れても飽きずに楽しめる場・場所、モノ、コト等がある」で58.7%である。次いで「自宅から目的地までの交通が便利（電車の乗換がない、便数が多い、駐車場がある等）」が46.9%、「繰り返し訪れても家族等の同行者が飽きずに楽しめる場・場所、モノ、コト等がある」が31.5%である。

その他としては43件の回答があり、そのうち、“特に無し”が最も多く12件となっている。

図表 15 リピートの決め手（複数回答）



8) 体験観光に対するニーズ

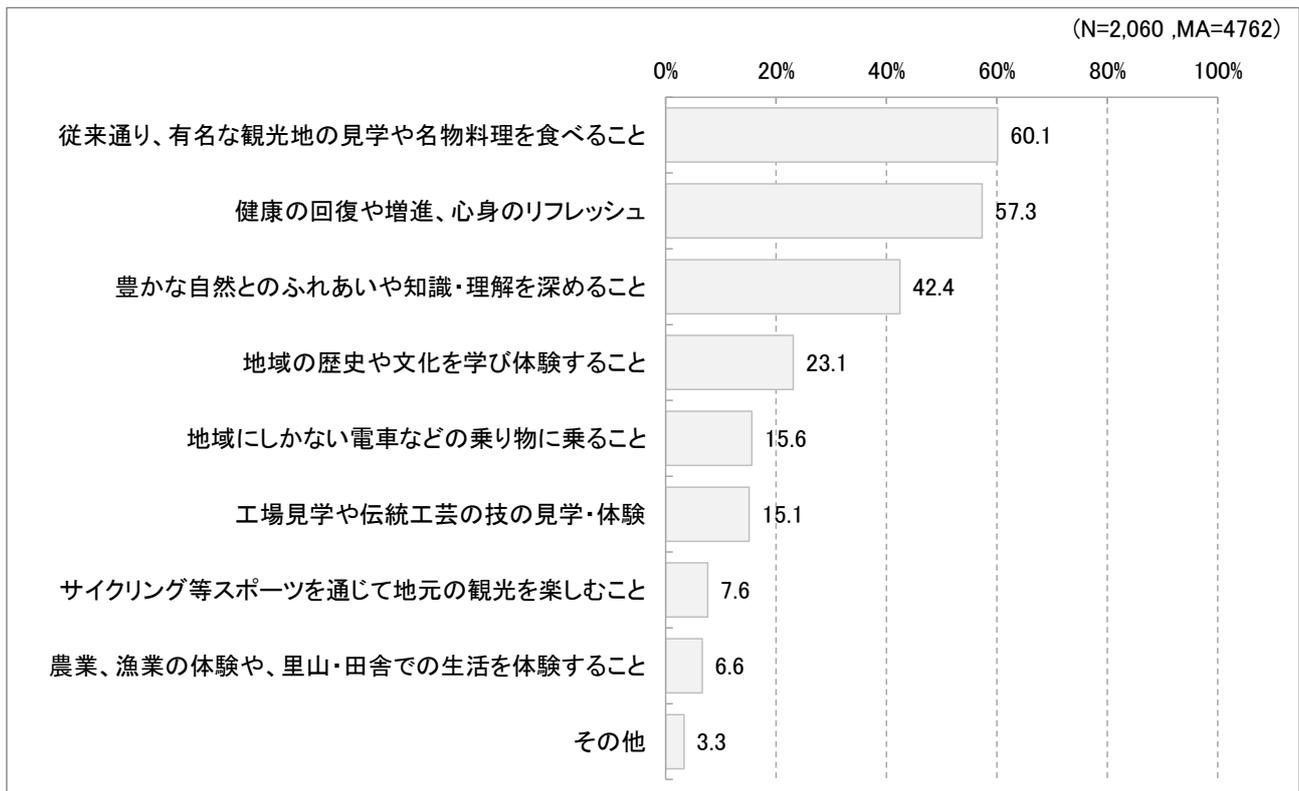
問 おでかけの目的地で体験したいことは何ですか。(いくつでも)

おでかけの目的地で体験したいこととして最も多い回答は「従来通り、有名な観光地の見学や名物料理を食べること」で60.1%である。次いで「健康の回復や増進、心身のリフレッシュ」が57.3%であり、「豊かな自然とのふれあいや知識・理解を深めること」42.4%と続く。

従来型観光の人气が強い一方で、“健康”や“自然”をテーマとした体験や着地型観光に対する需要があることも伺える。

その他としては67件の回答があり、そのうち、“特に無し”が最も多く29件となっている。

図表 16 体験型観光に対するニーズ（複数回答）



(3) 君津市について

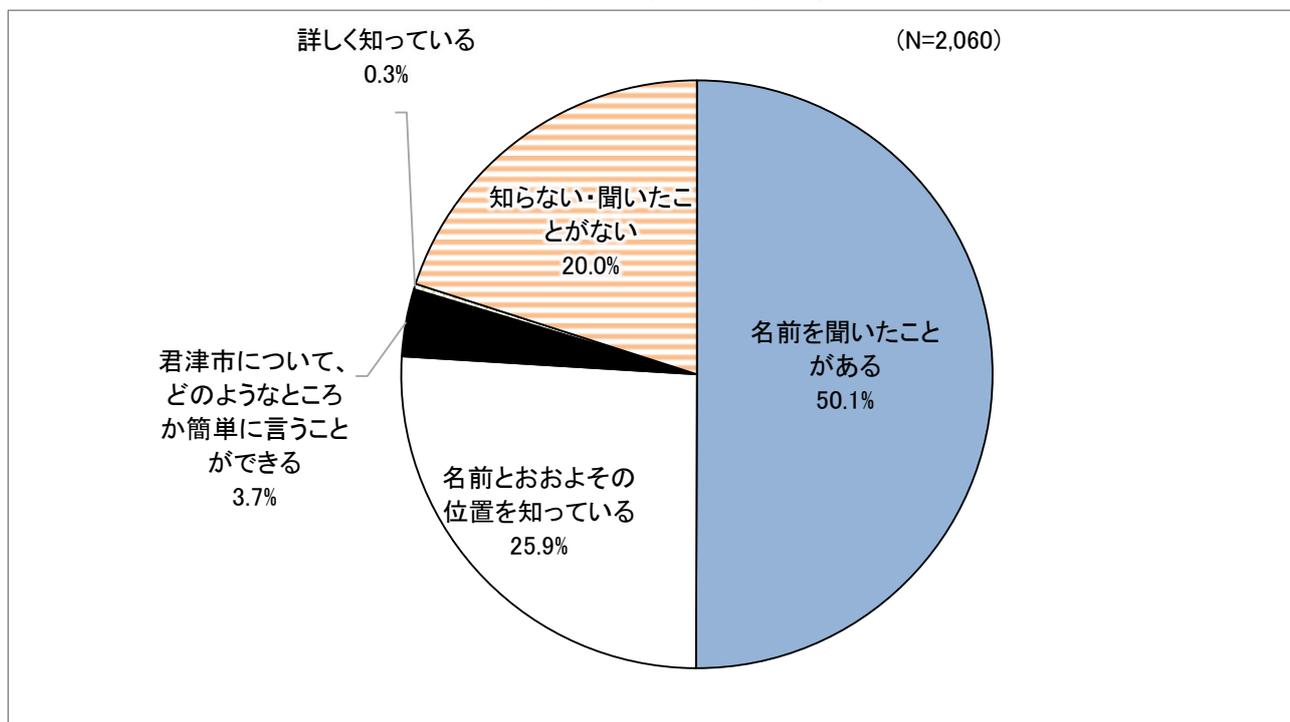
1) 君津市の認知度

問 君津市をご存知ですか。

君津市の認知度として最も多い回答は「名前を聞いたことがある」で50.1%である。次いで「名前とおおよその位置を知っている」25.9%、「知らない・聞いたことがない」20.0%と続く。

君津市について「知らない・聞いたことがない」人は20.0%に留まり、それ以外の80%の人は、少なくとも名前以上の情報を認知している。ただし、その中で「君津市について、どのようなところか簡単に言うことができる」及び「詳しく知っている」を合わせた、君津市がどのような場所かを把握している人は4.0%に留まる。

図表 17 君津市の認知度



性・年代別に見ると男性20代では「知らない・聞いたことがない」の割合が最も高く、特に認知度が低い状況にある。男性60代では「名前とおおよその位置を知っている」の割合が最も高く49.5%となっている。

図表 18 性・年代別認知度

		1位				
	全体	名前を聞いたことがある	名前とおおよその位置を知っている	君津市について、どのようなところか簡単に言うことができる	詳しく知っている	知らない・聞いたことがない
全体	2060	50.0	25.9	3.7	0.3	20.0
男性20代	206	34.0	22.8	5.8	1.5	35.9
男性30代	206	44.2	26.7	3.9	0.5	24.8
男性40代	206	49.5	29.1	4.4	0.0	17.0
男性50代	206	47.6	34.0	5.8	0.5	12.1
男性60代	206	38.3	49.5	5.3	0.0	6.8
女性20代	206	51.5	12.6	1.9	0.0	34.0
女性30代	206	57.3	13.6	2.4	0.0	26.7
女性40代	206	57.8	21.8	2.9	0.0	17.5
女性50代	206	62.1	22.3	1.9	0.5	13.1
女性60代	206	58.3	26.2	2.9	0.0	12.6

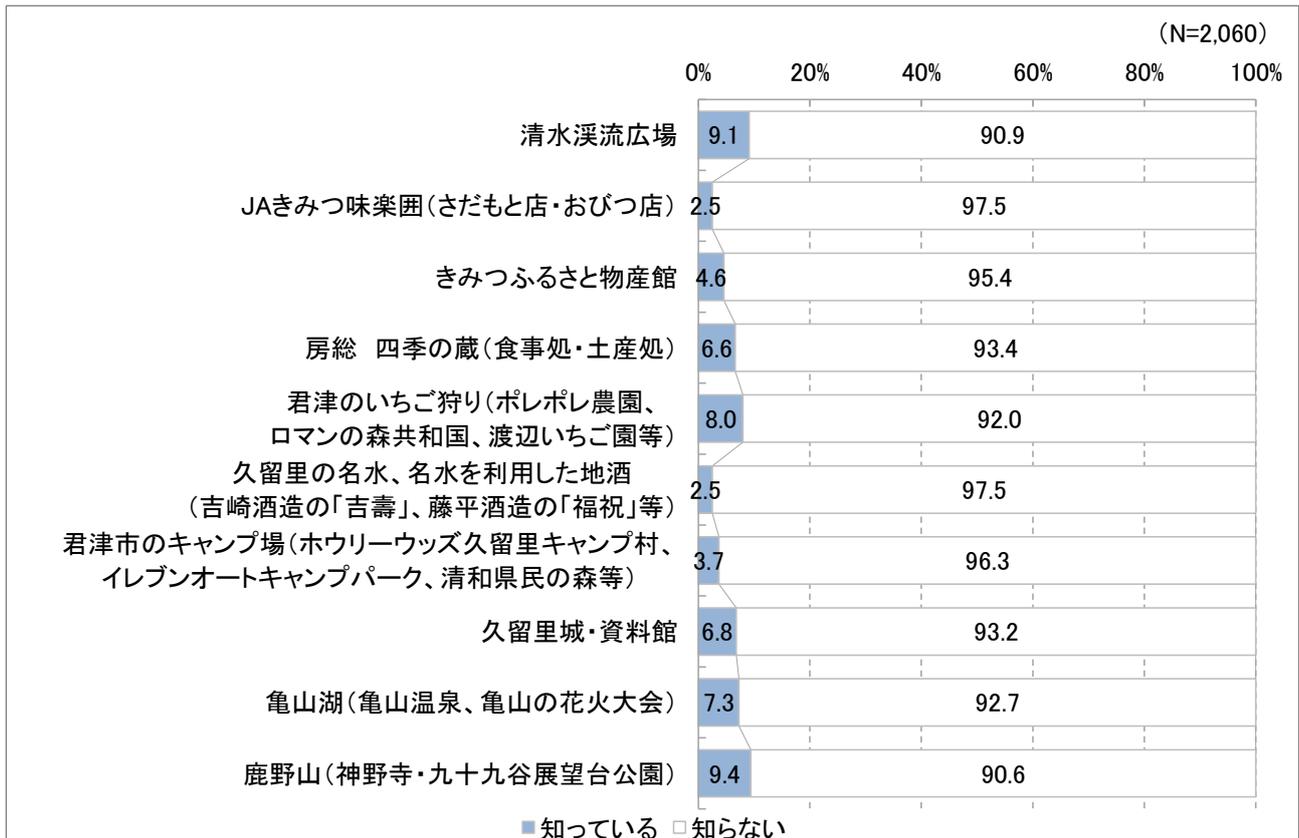
2) 君津市内の各観光資源の認知度

問 次の君津市の観光スポットやイベント、名産品等（図表 19）をご存知ですか。

君津市内の各観光資源の認知度は、全ての観光資源で「知らない」が90%を超え、認知度はあまり高くない状況にある。

観光資源別に見ると、認知度が高いのは「鹿野山（神野寺・九十九谷展望台公園）」9.4%、「清水溪流広場」9.1%が認知度9%を超えている。一方、最も認知度が低いのは「JAきみつ味楽園」及び「久留里の名水、名水を利用した地酒」でともに2.5%である。

図表 19 君津市内の各観光資源の認知度



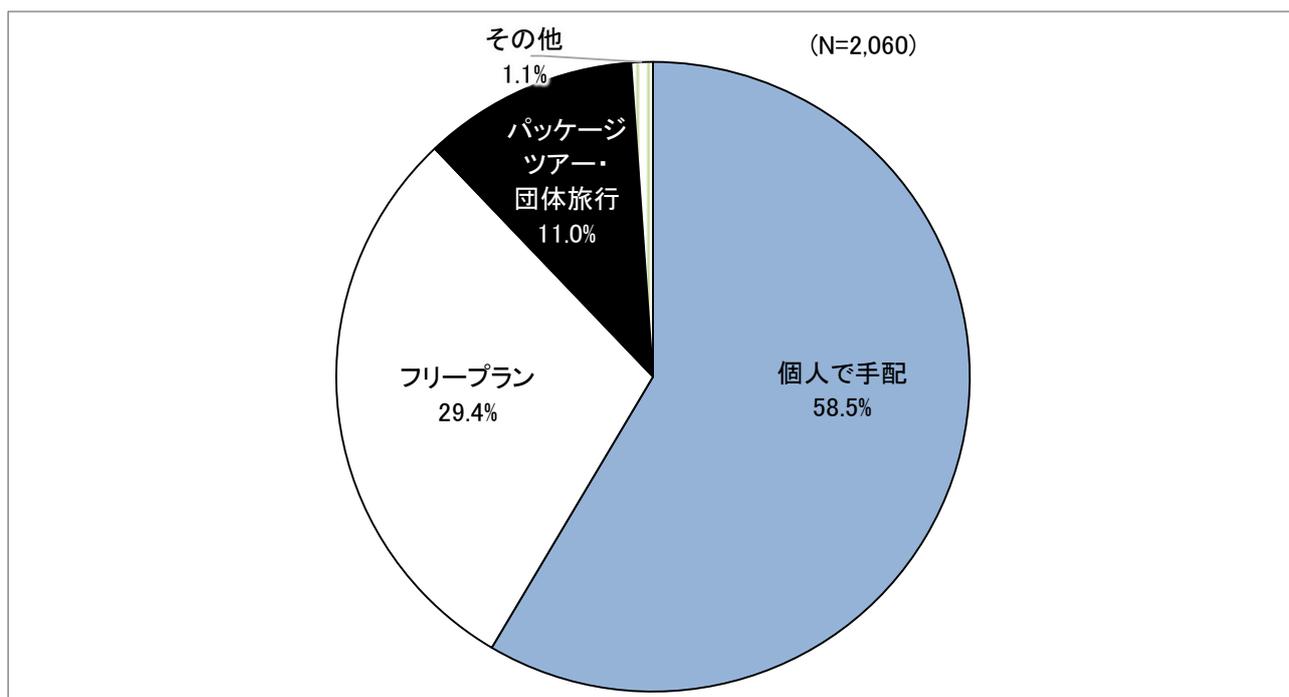
4) 君津市に訪れる際に希望する旅行の形態

問 君津市を訪れるとしたら、どのような形態で訪れたいですか。最もあてはまるものをお答えください。

君津市に訪れる際に希望する旅行の形態として、最も多い回答は「個人で手配」で58.5%である。次いで「フリープラン」が29.4%である。君津市を訪れる際には、自分自身でスケジュールを決めたい、自由に行動したい人が多いことが伺える。

その他としては23件の回答があり、そのうち、“行かない”が最も多く12件となっている。

図表 21 君津市に訪れる際に希望する旅行の形態



5) 君津市に訪れたことのない理由

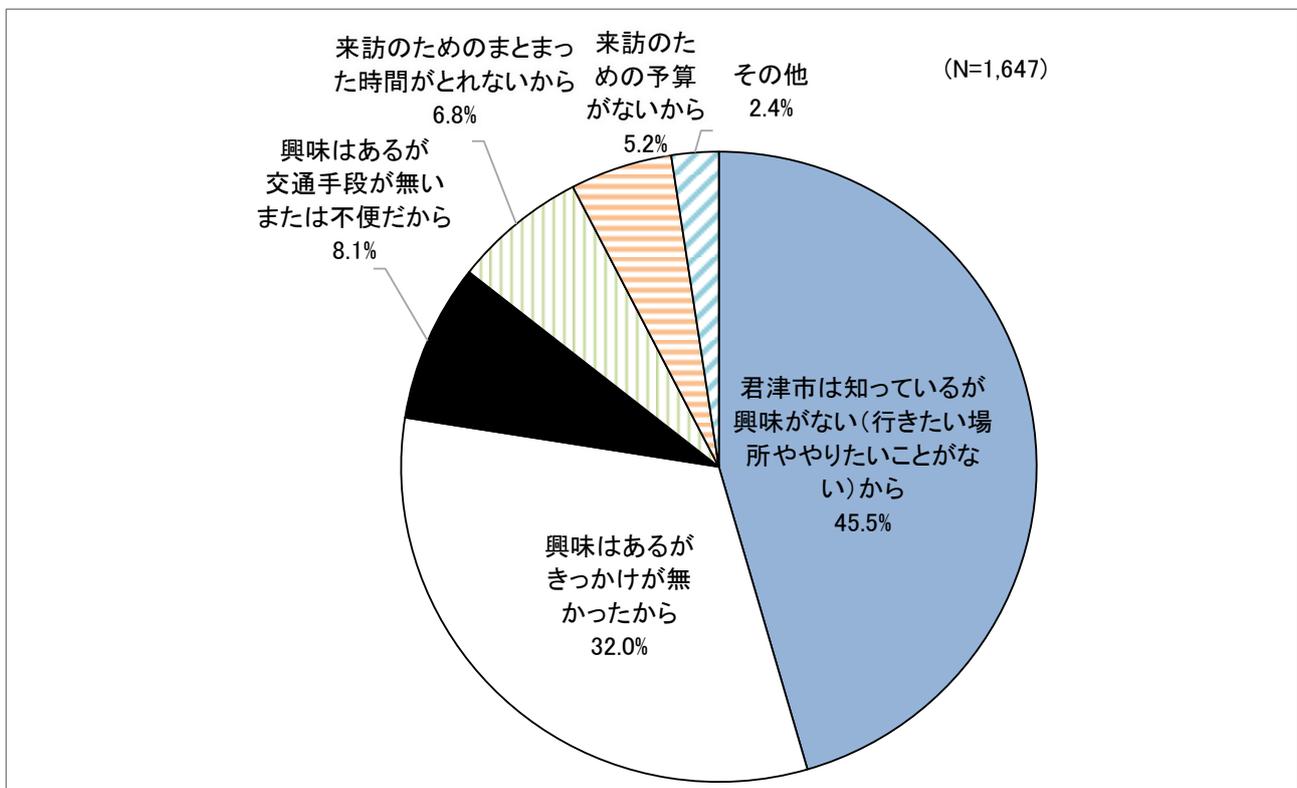
問 今まで君津市を訪れたことのない理由として、最もあてはまるものは何ですか。

(3) -1) 君津市の認知度についての質問で、「知らない・聞いたことがない」以外の回答をしている＝“君津市を認知している”人に、君津市に訪れたことがない理由について尋ねたところ、最も多い回答は「君津市は知っているが興味がないから」45.5%である。次いで「興味はあるがきっかけが無かったから」が32.0%である。

これは、“君津市を認知している”人の中でも、君津市について詳しく知っている人の割合は低く、認知の対象が名前や位置のみに留まる人が多いことから、そもそも君津市の有する観光魅力を知らない人が多いことが想定され、来訪意向の向上につながるような訴求力の高い魅力の発信や、来訪のきっかけづくりなどが必要であると考えられる。

その他としては40件の回答があり、そのうち、“詳しく知らない”ためが最も多く21件となっている。

図表 22 君津市に訪れたことのない理由

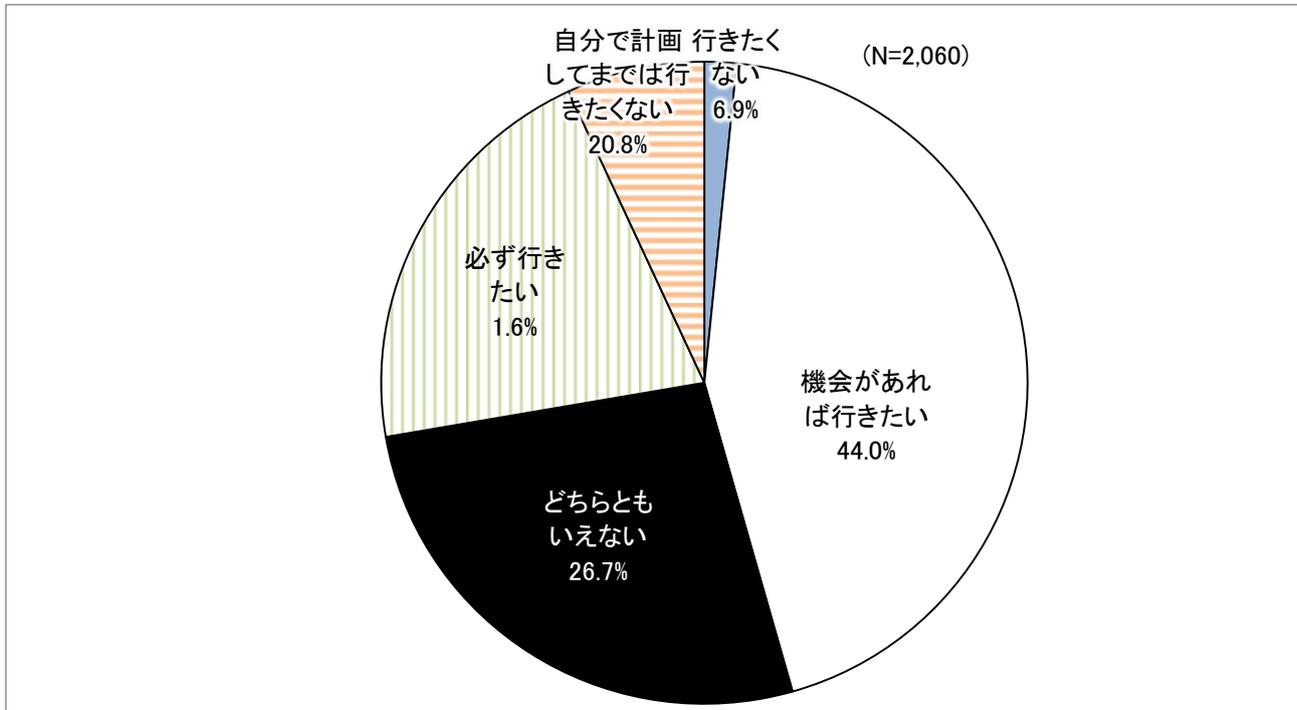


6) 君津市への来訪意向

問 今後君津市を訪れてみたいと思いますか。

君津市への来訪意向として「必ず行きたい」と「機会があれば行きたい」を合わせた“行きたい”は45.6%である。

図表 23 君津市への来訪意向



7) 君津市と併せて訪れたい地域

問 君津市と併せて訪れたい地域はどこですか。(いくつでも)

(3) - (6) 君津市への来訪意向についての質問で「行きたくない」以外を選択している人に対し、君津市と併せて訪れたい地域について尋ねたところ、最も多い回答は「木更津市」で54.8%である。次いで「鴨川市」が49.7%であり、「富津市」が44.1%と続く。

その他としては33件の回答があり、そのうち、東京ディズニーランドや勝浦市等の“千葉県内の地域”という回答が最も多く36.8%となっている。

図表 24 君津市と併せて訪れたい地域

