

調査結果の概要

～観光戦略会議(第2回)資料～

2020年3月

調査結果の概要 調査概要(1/2)

1. 来訪者意向調査(観光地点調査:対面アンケート)

- 調査日:令和元年11月2日(土)、11月6日(水)9時~17時
※お菓子の城のみ、水曜休館のため11月6日(水)に代わり
11月8日(金)に実施
- 調査場所:犬山城、城下町、明治村、リトルワールド、
モンキーパーク、入鹿池、お菓子の城、栗栖園地
- 調査対象:15歳以上の観光客
- 調査方法:個別面接調査法(ヒアリング調査)
※回答者にはノベルティを贈呈
- 回収数

	犬山城	城下町	明治村	リトル ワールド	モンキー パーク	入鹿池	お菓子 の城	栗栖	合計
11/2	100	100	100	101	100	65	52	23	641
11/6or8	100	100	90	58	21	47	12	4	432
合計	200	200	190	159	121	112	64	27	1,073

(参考)2012年度「犬山の観光に関する基礎調査」

- 調査日:
【夏期】夏の犬山キャンペーン開催期間
(平成24年8月1日(水)~8月31日(金))
【秋期】秋の犬山キャンペーン開催期間
(平成24年9月15日(土)~12月2日(日))
【その他】平成24年9月1日~9月14日、12月3日(月)~12月24日(月)
- 調査場所:犬山城、犬山城下町、博物館 明治村、リトルワールド、
モンキーパーク、犬山成田山、お菓子の城、入鹿池
犬山キャンプ場(アウトドアベース)、有楽苑、寂光院
日本ライン夏まつり納涼花火大会、木曽川ロングラン花火
木曽川うかい、日本ライン下り
- 調査対象:15歳以上の観光客
- 調査方法:個別面接調査法(ヒアリング調査)

2. 潜在ニーズ調査(インターネットアンケート調査)

- 調査手法:
「株式会社マクロミル」のインターネットアンケートサービスを使用し、
インターネットアンケートモニターが回答
- 回収数:1070名
- 調査時期:2019年11月
- 調査対象:以下の居住エリア在住の20歳以上男女

居住エリア		回収数
愛知県(名古屋市)		210
愛知県(名古屋市、 犬山市以外)	愛知県(尾張 ※名古屋市、犬山以 外) 110	220
	愛知県(知多・三河) 110	
隣接県(岐阜県、三 重県)	岐阜県(岐阜、中濃、東濃) 110	220
	三重県(北勢) 110	
関東圏(東京都)		210
関西圏(大阪府)		210

(参考)2012年度「犬山の観光に関する基礎調査」

- 調査手法:同上
- 回収数:1248
- 調査期間:2013年2月
- 調査対象:以下の居住エリア在住の20歳以上男女
名古屋市、愛知県(犬山市、名古屋市除く)、岐阜県、
三重県、東京都、大阪府

調査結果の概要 調査概要(2/2)

3. 位置情報データ分析(位置情報ビッグデータを活用した観光動態調査)

データ諸元

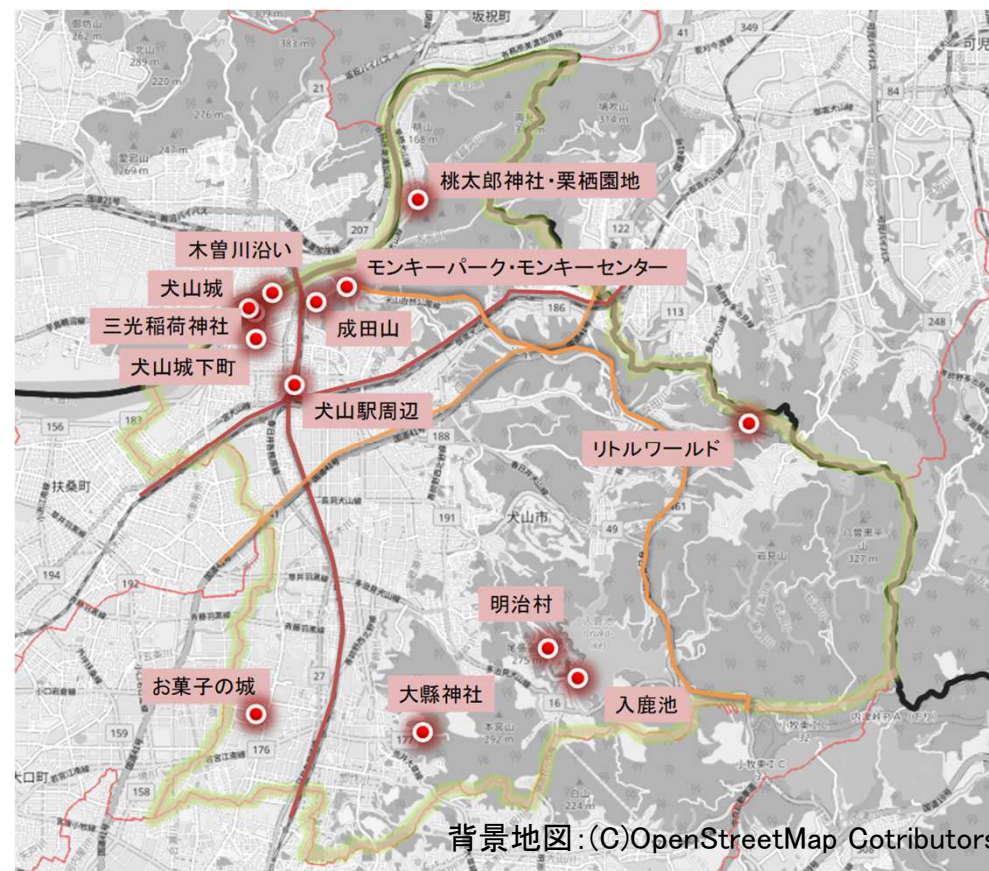
- 株式会社ブログウォッチャーの位置情報データ使用
- ・スマートフォンのGPSによる時刻別の位置座標
- ・空間的精度は基本的には数～数十m。
- ・取得間隔はおよそ5～15分間程度。
- ・観光資源の範囲についてGIS(地理情報システム)を用いて敷地の形などでエリアを指定。
- ・推定居住地、推定従業地により犬山市の居住者と通勤者を適宜分析対象から除外した。

取得データ

- データA(市内分析に利用)
- ・犬山市内主要13カ所の時刻別の位置座標の集計データ
- ・期間:2018年9月～2019年8月の1年間分(24時間365日)
- ・付属する属性:居住地、性別、年代
- データB(主に市外分析に利用)
- ・犬山市内に訪問した時刻別の位置座標データ
- ・期間:2018年10月19日(金)～22日(月)の4日間
- ・付属する属性:居住地

アウトプット

- ・犬山市内の観光スポット別の来訪者の状況
- 滞在時間別人数
- 居住地
- 市内周遊状況
- 季節、平日・休日別の繁閑状況 等
- ・犬山訪問者の前後の訪問地、宿泊場所



4. 訪日外国人旅行者の来訪・周遊動向調査

統計データ、市保有データおよび平成29年度広域観光周遊ルート形成促進事業「昇龍道マーケティング戦略策定事業」報告書(国土交通省中部運輸局)をもとに取りまとめ

5. 基礎的調査

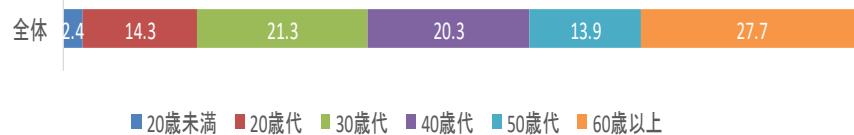
統計データ、市保有データ、民間事業者所有のデータ等をもとにした取りまとめ

調査結果の概要 年代別の傾向(1/4)

来訪者意向調査(観光地点調査:対面アンケート)、潜在ニーズ調査(インターネットアンケート調査)、位置情報データ分析の他、各種基礎調査の結果から導き出される犬山の姿を掲載。
 ※【】内の表記は、1. 来訪者意向調査、2. 潜在ニーズ調査、3. 位置情報データ分析、4. 訪日外国人旅行者の来訪・周遊動向調査、5. 基礎的調査の設問項目を示す。

■来訪者の年齢別の属性は、全体では「60歳以上」が最も多く約3割。次いで「30歳代」、「40歳代」がそれぞれ約2割。【1Q2】

【来訪者属性:1Q2】



■20歳代までの若い世代は、「名古屋」および「その他愛知県」から「友人・グループ」で訪れて【1Q3】【1Q4】、多くは、城下町に訪れ【1Q2】、短時間から長時間に滞在時間は様でない。比較的「飲食費」の消費単価が高く、城下町でのグルメを堪能している【1Q11】。また、食べ歩き、自然景観を楽しむ傾向【2Q10】。

⇒食べ歩きで別の場所(景観の良い木曽川河畔等)でコンテンツが用意出来れば、拡大の可能性あり。

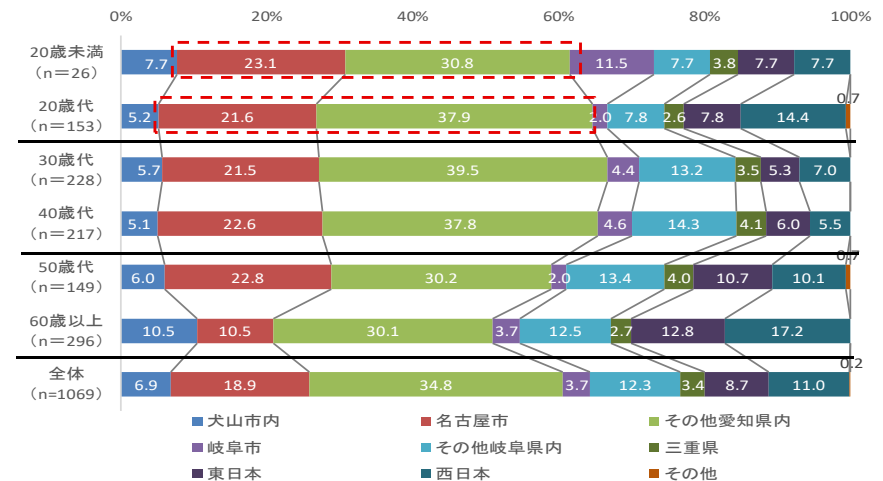
⇒嗜好に対応した城下町以外での興味関心を高めるコンテンツが必要。

【滞在時間:3滞在時間】

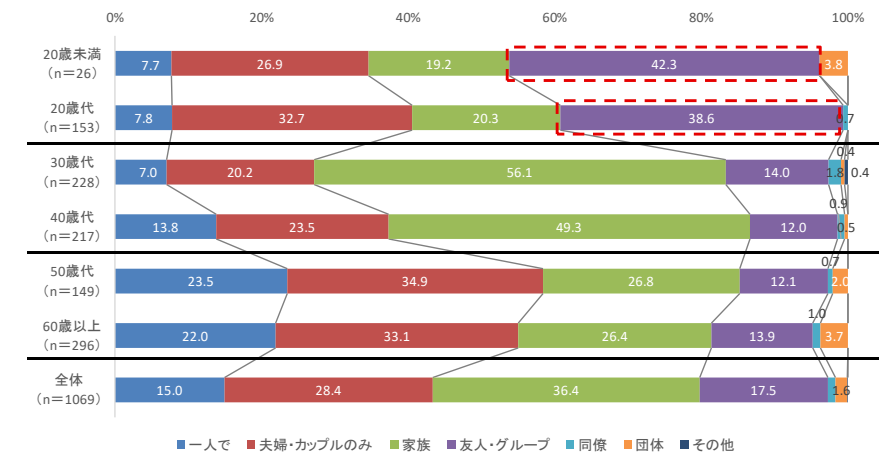
城下町の滞在時間(8月)※他施設比較(抜粋)



【年齢×居住地:1Q3】

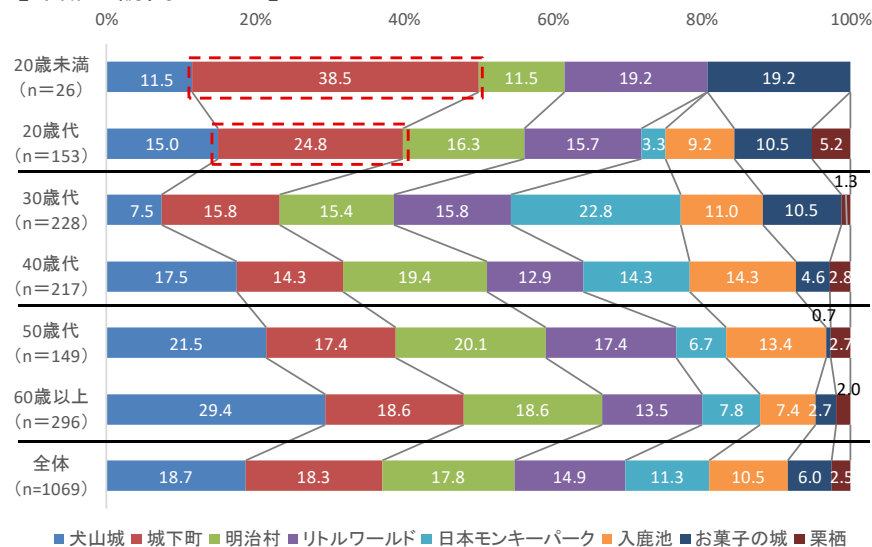


【年齢×同伴者:1Q4】

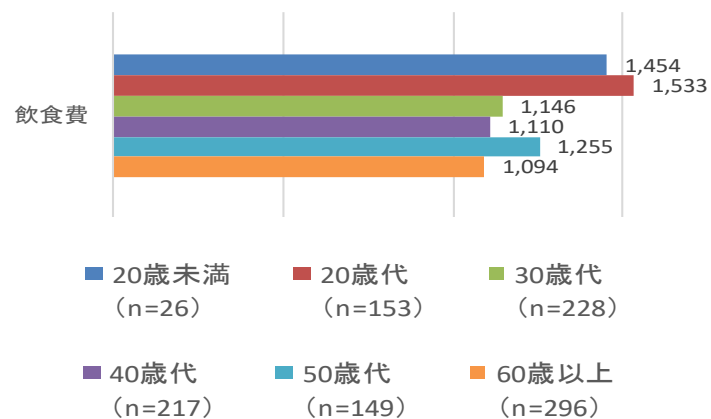


調査結果の概要 年代別の傾向(2/4)

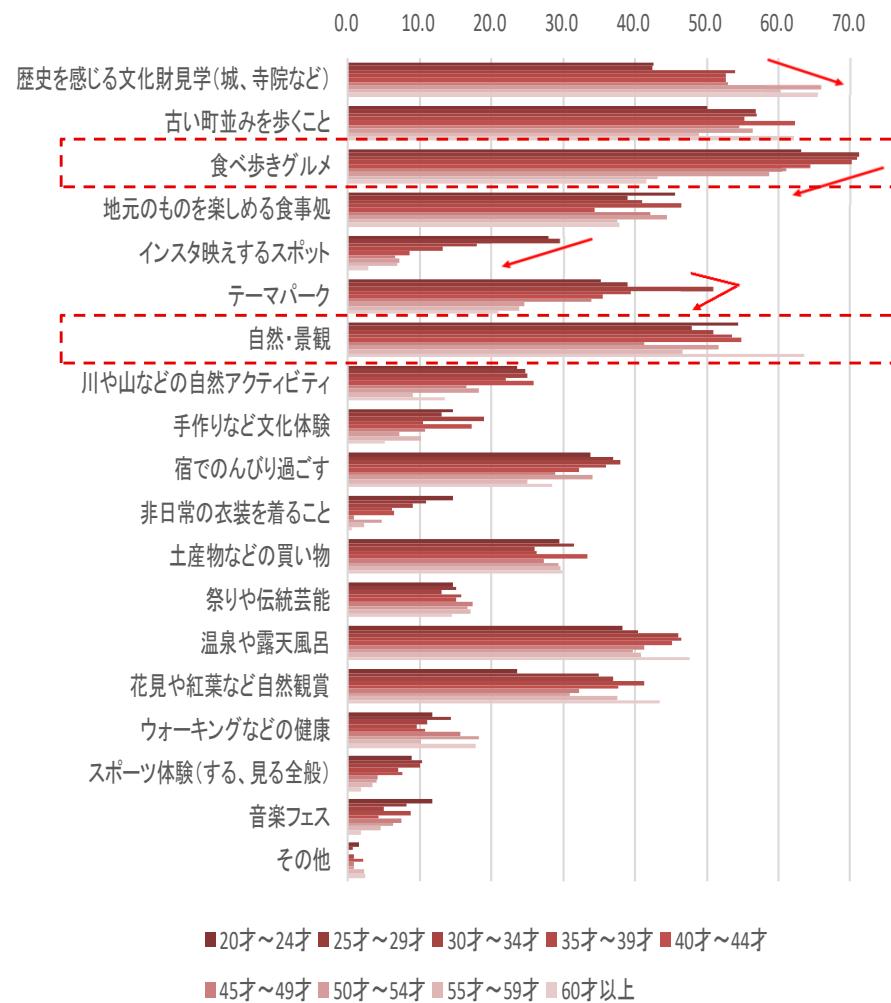
【年齢×訪問地:1Q2】



【消費単価(年齢別日別市内消費額):1Q11】



【観光の興味:2Q10】

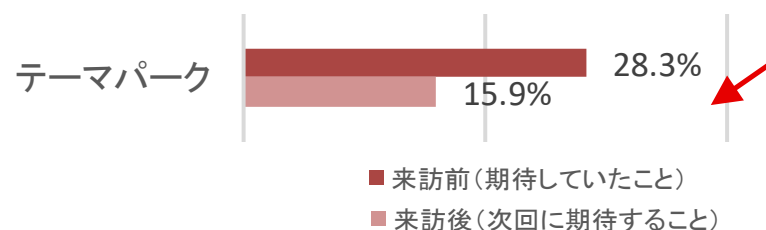


調査結果の概要 年代別の傾向(3/4)

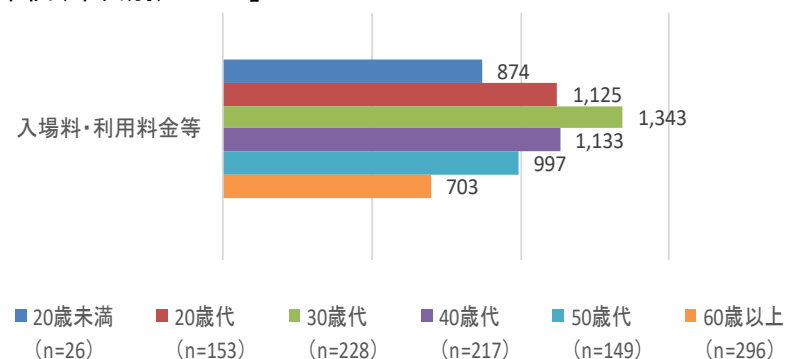
■30歳代、40歳代の層は、比較的「入場料・利用料等」の消費単価が高く【1Q11】、主にテーマパークの利用が多い【1Q2】。家族とともに訪れる【1Q4】。
※テーマパーク利用者は、次回への期待度が比較的低い値を示している【1Q19】。

⇒更なる期待を高める事が必要。

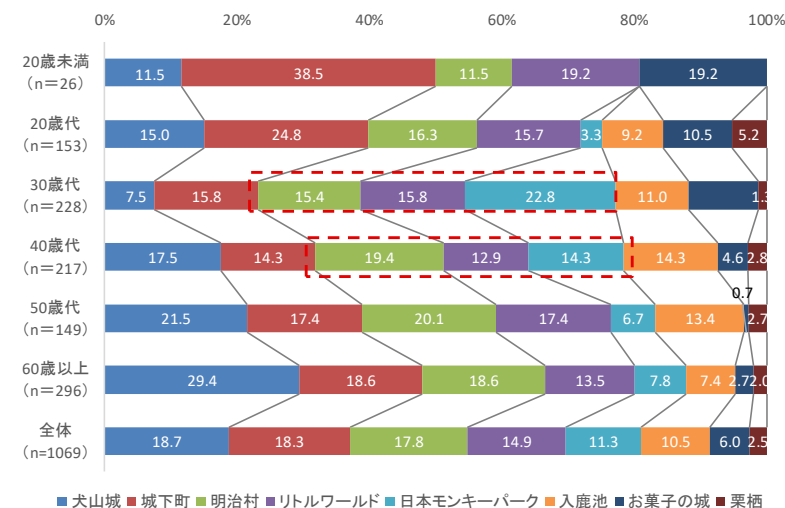
【観光への期待:1Q19】



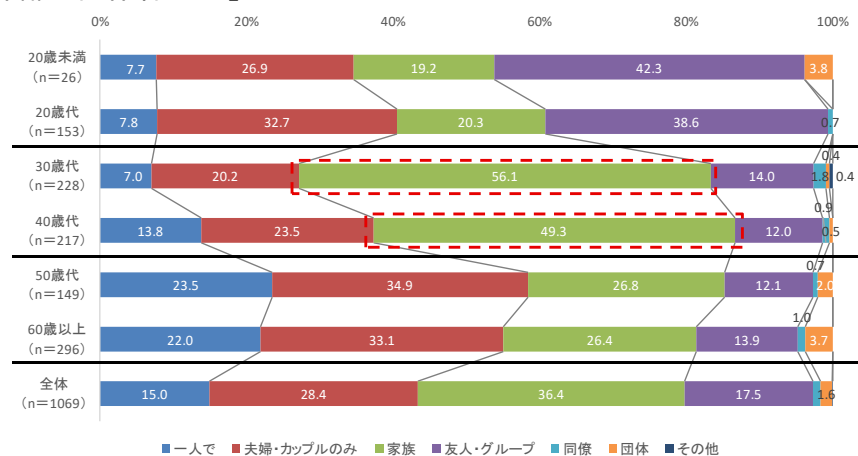
【消費単価(年代別):1Q11】



【年齢×訪問地:1Q2】



【年齢×同伴者:1Q4】



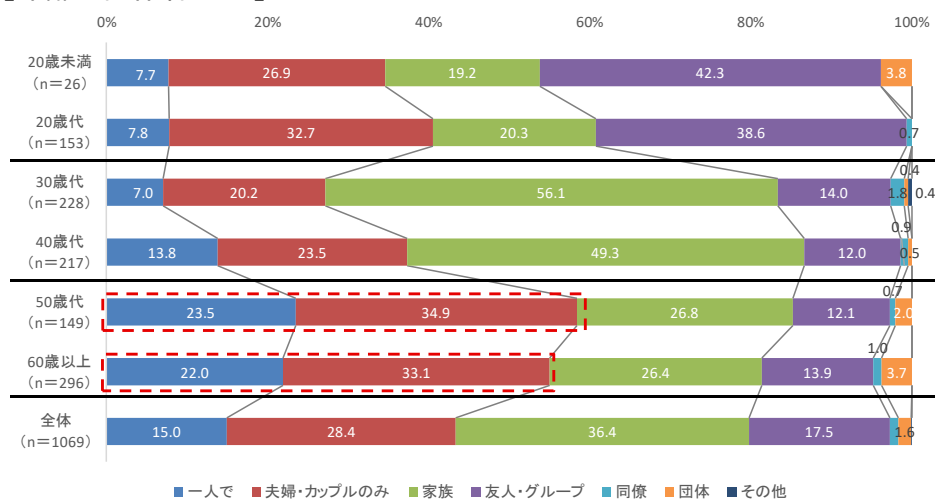
調査結果の概要 年代別の傾向(4/4)

■50歳代・60歳以上は、「1人」「夫婦・カップル」で訪れ【1Q4】、「歴史・文化」「古い街並み歩き」「自然景観」「温泉」「花見・紅葉」が他の年齢層に比べ高い傾向【2Q10】。60歳以上は、買い物の消費額が他の年齢層に比べ、高い傾向にある【1Q11】。

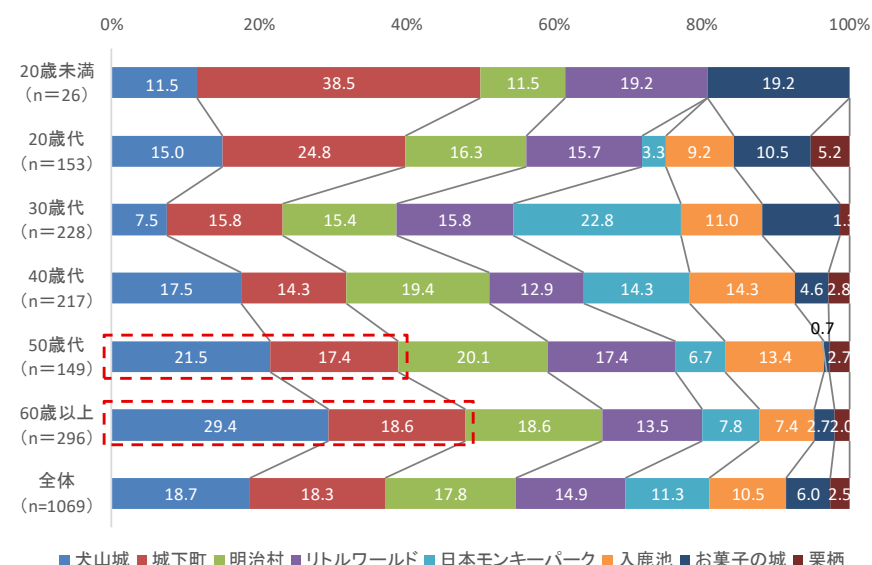
⇒少人数のため、フレキシブルに動くことが出来る。

⇒アクティブシニアを中心に、市内を巡る寺社仏閣、史跡コンテンツ、自然景観に触れられるコンテンツが有効。消費をする機会・場所が必要。

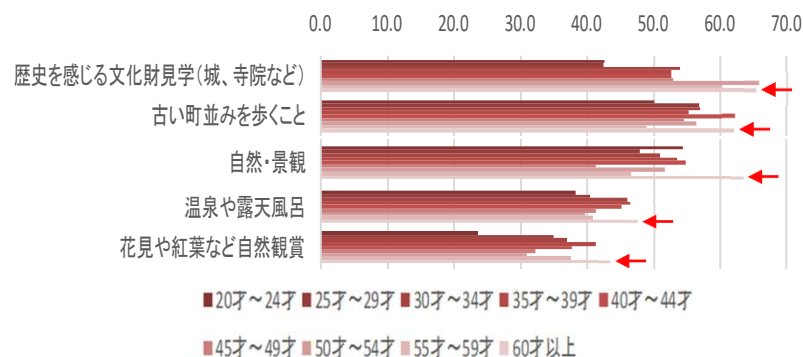
【年齢×同伴者：1Q4】



【年齢×訪問地：1Q2】

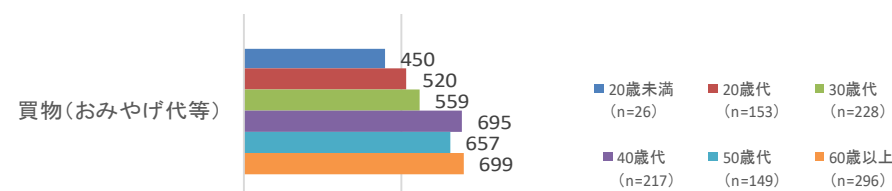


【観光の興味：2Q10】



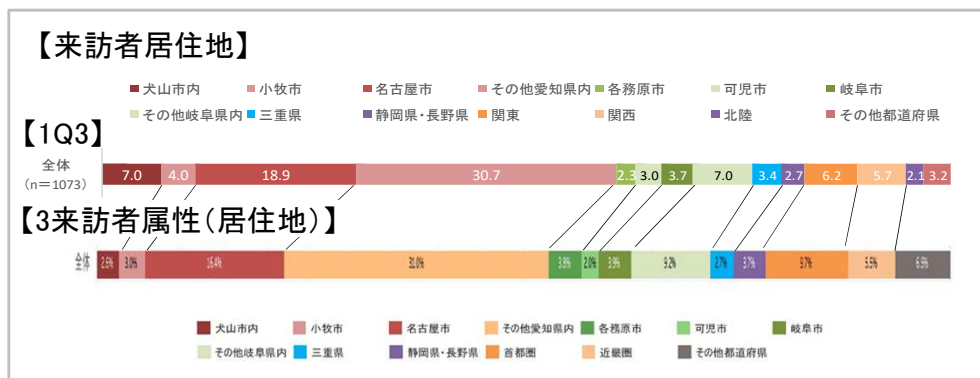
【年齢別費目別市内消費額：1Q11】

(円/人回) ※ゼロ円の人を含む



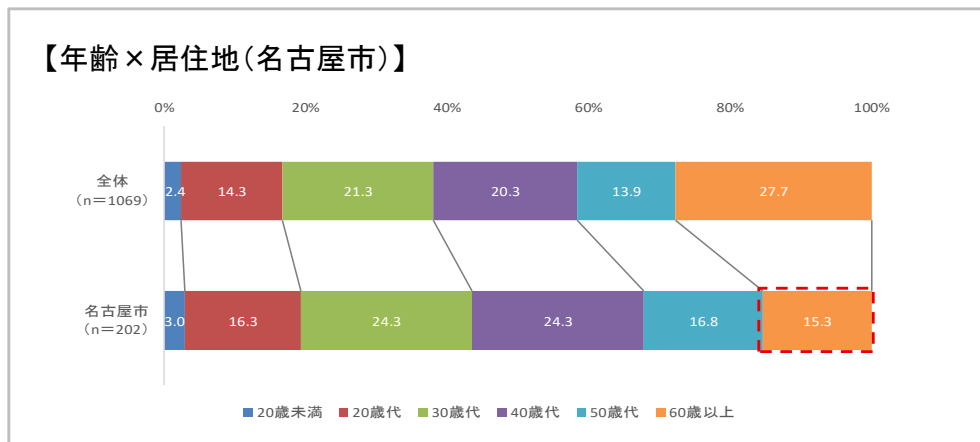
調査結果の概要 居住地別の傾向(1/4)

■来訪者は、愛知県が約6割(名古屋市が約2割)、岐阜県が約2割を占める。
【1Q3】

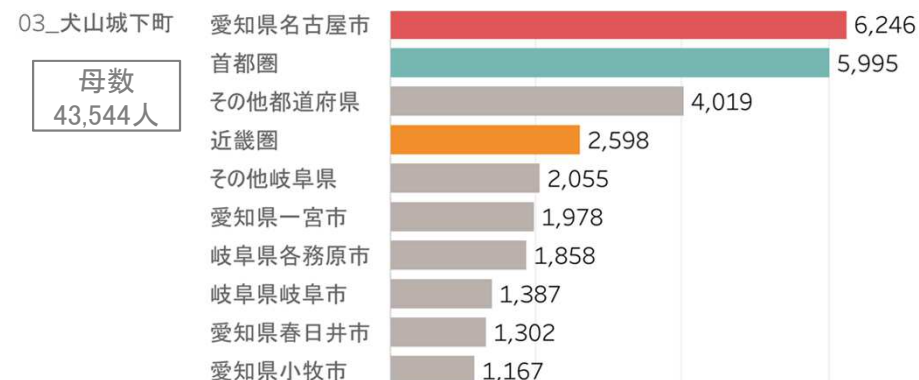


■名古屋居住者は、いずれの施設においても来訪者数が上位に位置づけられ、特に「城下町」に多く訪れている(13地点でも最多)【3来訪者属性】。施設ごとの来訪者に占める名古屋居住者の割合は「リトルワールド」が最も高い値を示す【3来訪者属性】。

■年代別では、名古屋居住者は、犬山市全体に比べ、60歳以上の割合が低い。



【来訪者属性(地点別):3来訪者属性】

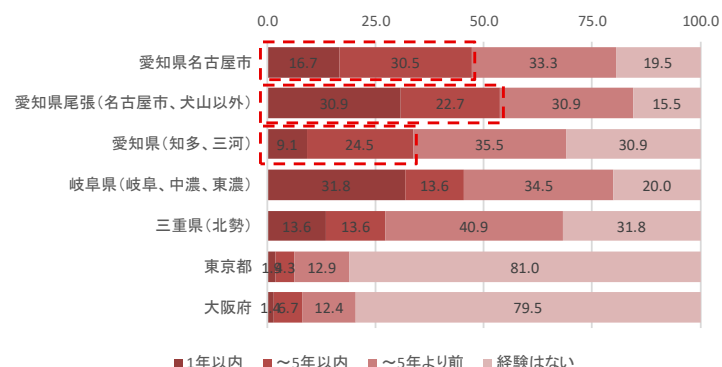


【来訪者属性(名古屋市):3来訪者属性】

	来訪者数	来訪者に占める 名古屋居住者の割合
01_犬山城	1,992	12%
02_三光稲荷神社	1,454	13%
03_犬山城下町	6,246	14%
04_犬山駅周辺	3,034	14%
05_木曽川沿い	4,160	13%
06_桃太郎神社	511	16%
07_成田山	1,443	16%
08_モンキーパーク	4,240	17%
09_リトルワールド	2,664	21%
10_入鹿池	2,454	17%
11_明治村	2,906	18%
12_大縣神社	448	13%
13_お菓子の城	687	19%

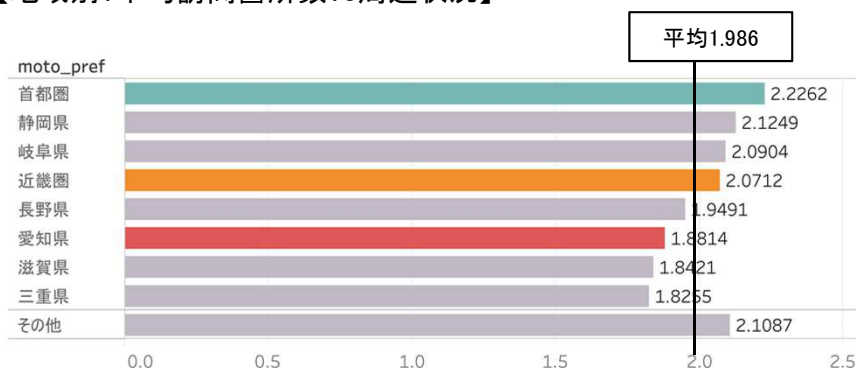
調査結果の概要 居住地別の傾向(2/4)

■愛知県居住者は、「愛知県尾張」については、5年以内に訪れている比率が他に比べて高い【2Q2】。ただし、リピート率は岐阜県に比べて低い傾向にある【3来訪者属性】。訪問箇所数は平均1.986を下回る1.881である。
⇒リピート率を高め、訪問箇所を増やす必要がある。



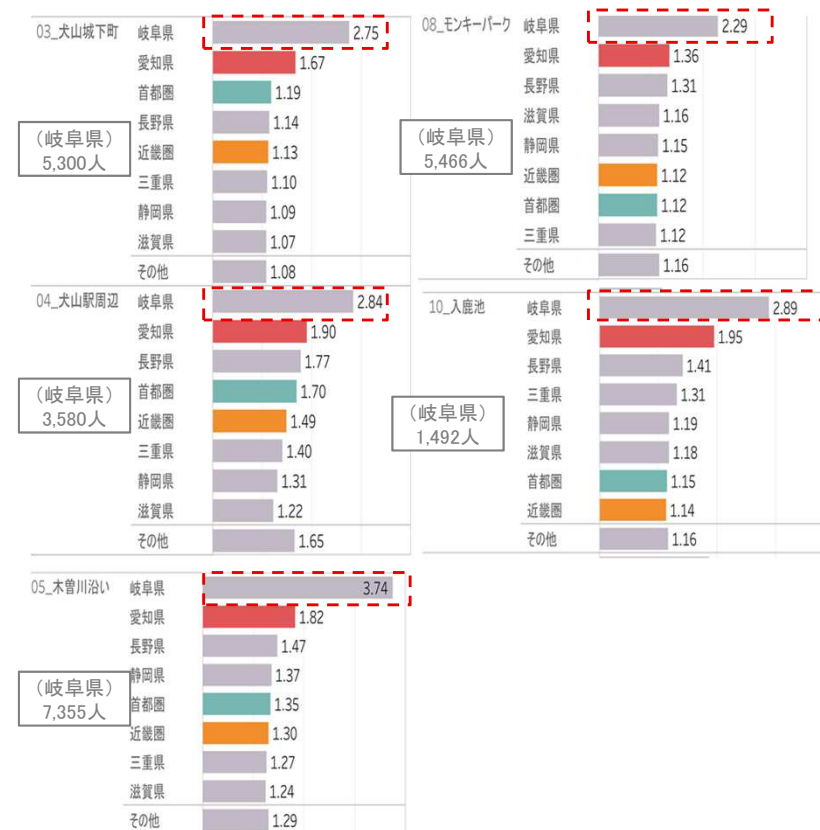
■犬山市内の訪問箇所数は首都圏(2.2箇所)、近畿圏(2.1箇所)であり、愛知県の1.9箇所と比べ、複数箇所に滞在する傾向【3周遊状況】
⇒複数立ち寄りの傾向を活用し、市内だけでなく、市外他地域の魅力的な観光地とも連携し、広域的な範囲での周遊型ルートを形成し、誘客を図る。

【地域別：平均訪問箇所数：3周遊状況】



■岐阜県居住者は、「城下町」、「犬山駅周辺」、「木曽川沿い」、「モンキーパーク」、「入鹿池」においてリピートが比較的高い傾向にある。【3来訪者属性】
⇒一定数の犬山ファンがあり、継続的なプロモーション展開を図る。

【来訪者属性(地点別リピート率)：3来訪者属性】



調査結果の概要 居住地別の傾向(3/4)

■首都圏と近畿圏は、「犬山城」、「三光稲荷神社」「犬山城下町」と、「明治村」の特化係数が高い。近畿圏は首都圏に比べ、犬山城の特化係数が低い。【3来訪者属性】。

※犬山城に並ぶ城郭が関西方面には充実している(彦根城、松江城など歴史的な価値を有する天守閣、集客性の高い大阪城等)ため、城の訴求力が相対的に低い可能性有り。

⇒提供すべきサービス・コンテンツは、首都圏、近畿圏で異なり、嗜好の把握が重要

【特化係数:3来訪者属性】

■居住地比率

	首都圏	近畿圏	愛知県 名古屋市	愛知県 小牧市	愛知県 春日井市	その他 愛知県	岐阜県 岐阜市	岐阜県 各務原市	その他 岐阜県	その他 都道府県	母数
01.犬山城	25%	9%	12%	1%	2%	17%	2%	1%	3%	16%	16,026
02.三光稲荷神社	20%	8%	13%	2%	3%	21%	2%	2%	4%	12%	10,797
03.犬山城下町	14%	6%	14%	3%	3%	26%	3%	4%	5%	9%	43,544
04.犬山駅周辺	10%	5%	14%	5%	4%	27%	4%	8%	6%	6%	20,975
05.木曽川沿い	10%	5%	13%	3%	4%	23%	6%	9%	8%	6%	32,511
06.桃太郎神社	6%	4%	16%	4%	6%	30%	4%	6%	6%	5%	3,175
07.成田山	4%	2%	16%	5%	7%	32%	5%	7%	8%	2%	9,282
08.モンキーパーク	4%	2%	17%	3%	5%	29%	6%	7%	9%	3%	25,025
09.リトルワールド	5%	4%	21%	3%	5%	33%	4%	2%	5%	4%	12,873
10.入鹿池	9%	5%	17%	4%	8%	27%	2%	3%	5%	5%	14,163
11.明治村	14%	7%	18%	3%	4%	26%	2%	2%	4%	8%	16,170
12.大縣神社	4%	2%	13%	17%	13%	31%	2%	2%	4%	3%	3,350
13.お菓子の城	4%	3%	19%	4%	5%	35%	4%	3%	7%	4%	3,551
全体	11%	5%	15%	3%	4%	26%	4%	5%	6%	7%	211,442

■特化係数

	首都圏	近畿圏	愛知県 名古屋市	愛知県 小牧市	愛知県 春日井市	その他 愛知県	岐阜県 岐阜市	岐阜県 各務原市	その他 岐阜県	その他 都道府県
01.犬山城	2.2	1.8	0.8	0.3	0.4	0.6	0.4	0.2	0.5	2.2
02.三光稲荷神社	1.8	1.5	0.9	0.5	0.6	0.8	0.6	0.4	0.6	1.7
03.犬山城下町	1.2	1.2	0.9	0.8	0.7	1.0	0.8	0.9	0.8	1.3
04.犬山駅周辺	0.9	0.9	0.9	1.4	0.9	1.0	0.9	1.6	1.0	0.8
05.木曽川沿い	0.9	0.9	0.8	1.0	0.9	0.9	1.6	1.8	1.3	0.9
06.桃太郎神社	0.5	0.8	1.1	1.2	1.3	1.1	1.0	1.3	1.1	0.8
07.成田山	0.4	0.3	1.0	1.5	1.6	1.2	1.3	1.4	1.4	0.3
08.モンキーパーク	0.4	0.5	1.1	0.8	1.2	1.1	1.6	1.3	1.6	0.5
09.リトルワールド	0.4	0.7	1.4	0.8	1.1	1.3	0.9	0.4	0.9	0.5
10.入鹿池	0.8	0.9	1.1	1.3	1.9	1.0	0.6	0.7	0.9	0.7
11.明治村	1.3	1.5	1.2	0.9	1.0	1.0	0.5	0.3	0.6	1.1
12.大縣神社	0.3	0.4	0.9	5.1	3.1	1.2	0.5	0.4	0.7	0.4
13.お菓子の城	0.4	0.6	1.3	1.2	1.1	1.3	1.1	0.5	1.2	0.6

※特化係数は、施設別居住地別の来訪者割合のそれぞれを犬山市全体の施設別居住地別来訪者割合(%)で割ったもの。比較対象の値と同じであれば1.0を示す。一方、対象の値を上回る場合は1.0より大きい値を示し、下回る場合は1.0未満となる。

■東日本・西日本居住者の満足度の傾向をみると、満足度は近隣居住者より低い【1Q15】。

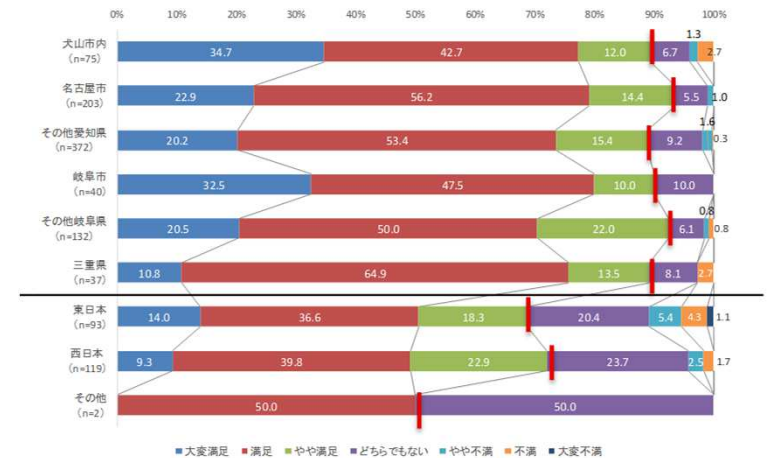
■来訪頻度が増すと満足度が高い傾向がある【1Q15】。

※犬山の満足度は、多頻度によって生まれるものと推測される。

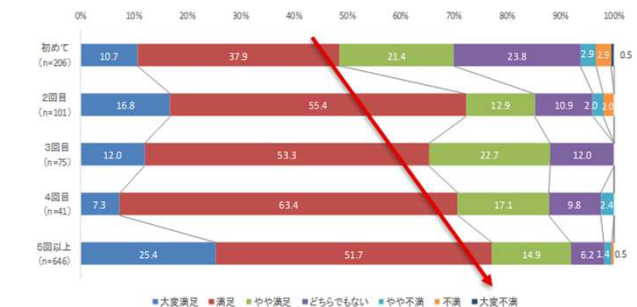
⇒近隣者は何度も訪れる事が可能であり、何度も訪れる事により楽しみが増し、リピーター化していく。

⇒遠方者の満足度は、一瞬の感動が必要で有り、「心に残る体験」、「土産物」の開発等の仕掛けが必要。

【居住地別満足度:1Q15】



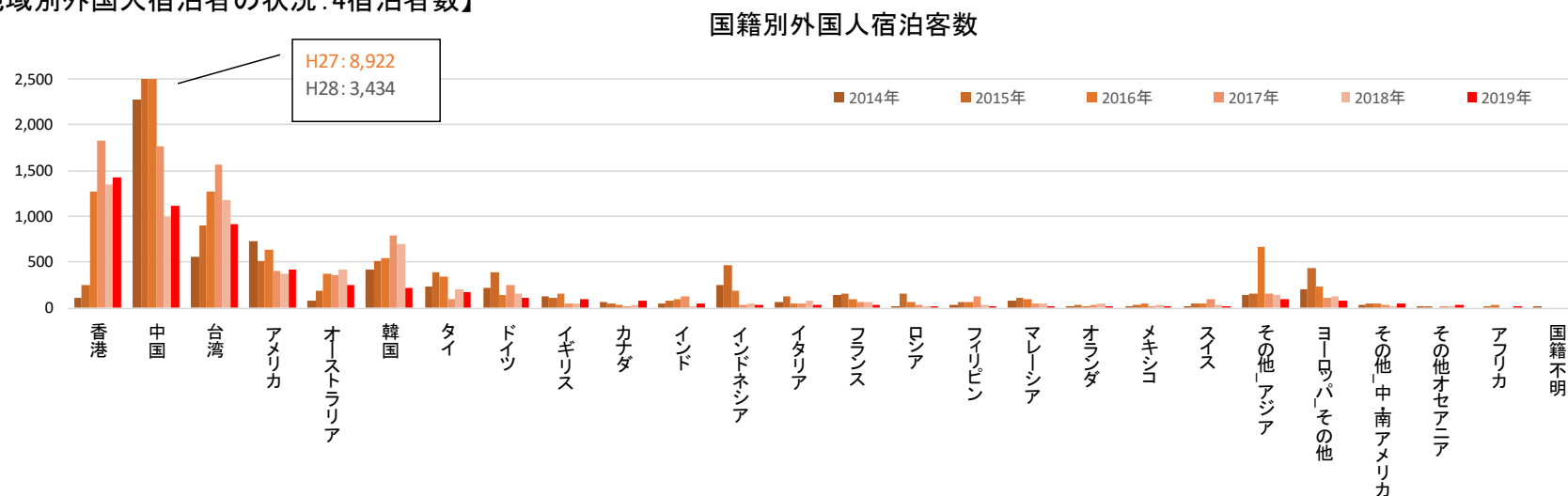
【来訪頻度別満足度:1Q15】



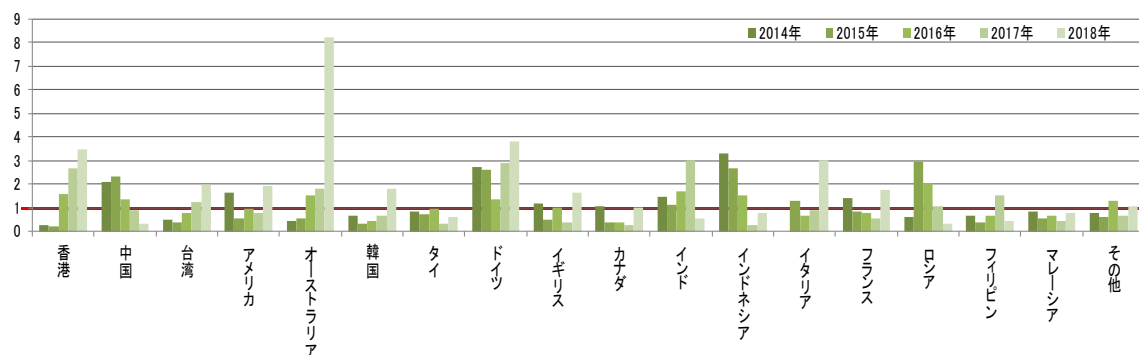
調査結果の概要 居住地別の傾向(4/4)

- 訪日外国人の宿泊者数は、香港、中国、台湾、アメリカが多い。特化係数でみると、豪州、ドイツ、香港、イタリアの値が高い。【4宿泊者数、特化係数】
 ※特化係数が高い国・地域は、その国・地域において話題性がある可能性が高い。
 ⇒特化係数の高い国・地域に特化したアプローチが効果的。

【国・地域別外国人宿泊者の状況:4宿泊者数】



【外国人宿泊者 国・地域別の宿泊特化係数（対愛知県）:4特化係数】



※特化係数は、国・地域別の宿泊者数割合(%)の値について、愛知県の割合(%)で割ったもの。比較対象の値と同じであれば1.0を示す。
 一方、対象の値を上回る場合は1.0より大きい値を示し、下回る場合は1.0未満となる。

調査結果の概要 滞在・周遊の動向(1/7)

■ほとんどが1箇所の立ち寄りに留まる。複数箇所立ち寄る場合は、「犬山城」・「城下町」を絡めた行程が主流。【3周遊状況】

■三重県、静岡県の来訪客は、4時間以上の滞在者の割合が平均を上回り滞在時間が長く、近隣ほど滞在時間が短い傾向にある【滞在時間：1Q7】。

⇒遠方でも比較的滞在時間の短い関東、北陸の滞在時間を延ばす方策を考える必要あり。

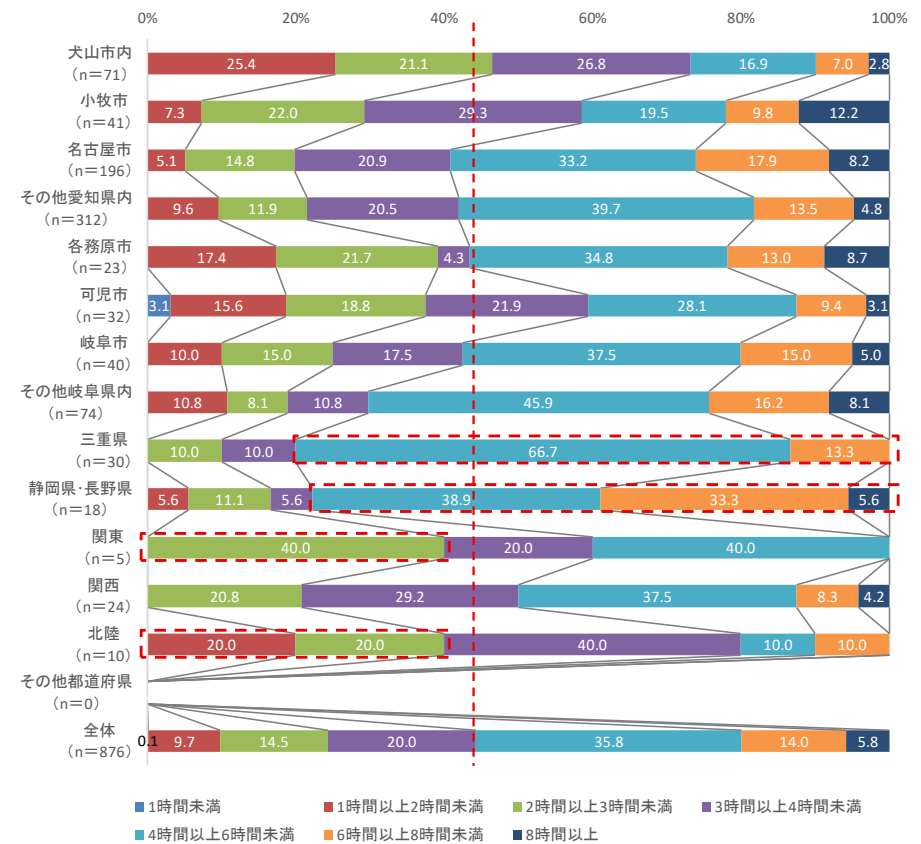
【周遊状況(複数地点間の繋がり)の強さ】：3周遊状況】

※立ち寄りパターンの状況(2018年10月19～22日の各日)

立ち寄り箇所	10/19 (金)	10/20 (土)	10/21 (日)	10/22 (月)	4日間計
1 木曽川	75	69	59	58	261
2 城下町	57	69	58	40	234
3 モンキ	20	72	110	26	228
4 駅周辺	52	55	42	47	196
5 入鹿池	48	47	52	36	183
6 入鹿池 明治村	11	65	80	5	161
7 リトル	8	55	75	11	149
8 明治村	5	44	43	7	99
9 城下町 駅周辺	5	25	20	7	57
10 城下町 木曽川	12	15	11	7	45
11 大縣		10	23	2	35
12 成田山	3	6	20	3	32
13 駅周辺 木曽川	5	8	12	6	31
14 犬山城 城下町	4	9	10	3	26
15 リトル 入鹿池	1	2	13	16	16
16 犬山城 城下町 木曽川	1	7	3	4	15
17 お菓子	1	5	4	5	15
18 桃太郎	2	6	7	15	15
19 城下町 駅周辺 木曽川	3	3	8	14	14
20 城下町 モンキ	1	3	7	1	12
21 木曽川 モンキ	1	5	5	1	12
22 犬山城	2	7	1	1	11
23 犬山城 城下町 駅周辺	2	3	1	3	9
24 三光 城下町	4	3	1	1	9
25 城下町 リトル	1	6		7	7
26 城下町 成田山	4	4	3	7	7
27 モンキ リトル		5	1	6	6
28 モンキ 入鹿池	1	1		4	6
29 リトル 明治村		2	3	5	5
30 城下町 入鹿池 明治村	3	3	1	5	5
31 城下町 明治村		3		2	5
32 駅周辺 リトル	1	1	1	1	4
33 犬山城 三光 城下町 木曽川	1		3		4
34 木曽川 入鹿池 明治村	2	2		4	4
35 駅周辺 モンキ		3		3	3
36 城下町 駅周辺 リトル			2	1	3
37 城下町 桃太郎		2	1	3	3
38 城下町 木曽川 モンキ		1		2	3
39 三光 城下町 木曽川	1		2	3	3
40 成田山 モンキ	2		1	3	3

立ち寄り箇所	10/19 (金)	10/20 (土)	10/21 (日)	10/22 (月)	4日間計
41 木曽川 成田山	1		2	3	3
42 木曽川 明治村	1		1	1	3
43 駅周辺 入鹿池 明治村	1	1		2	2
44 犬山城 城下町 入鹿池 明治村			2	2	2
45 犬山城 城下町 明治村		1	1	2	2
46 犬山城 三光 城下町			1	1	2
47 犬山城 三光 木曽川			1	1	2
48 犬山城 木曽川			1	1	2
49 城下町 駅周辺 モンキ		1	1	2	2
50 城下町 駅周辺 木曽川 モンキ			2	2	2
51 城下町 大縣	1	1		2	2
52 城下町 入鹿池			2	2	2
53 城下町 木曽川 リトル	1	1		2	2
54 城下町 木曽川 成田山		1	1	2	2
55 城下町 木曽川 桃太郎		1	1	2	2
56 三光		2		2	2
57 三光 城下町 駅周辺			2	2	2
58 桃太郎 モンキ		1	1	2	2
59 モンキ 明治村			1	1	1
60 リトル お菓子			1	1	1
61 リトル 入鹿池 明治村			1	1	1
62 駅周辺 モンキ 入鹿池 明治村			1	1	1
63 駅周辺 成田山			1	1	1
64 駅周辺 桃太郎 モンキ		1		1	1
65 犬山城 城下町 リトル				1	1
66 犬山城 城下町 駅周辺 入鹿池 明治村			1	1	1
67 犬山城 城下町 駅周辺 木曽川		1		1	1
68 犬山城 城下町 駅周辺 木曽川 明治村			1	1	1
69 犬山城 城下町 成田山			1	1	1
70 犬山城 城下町 桃太郎		1		1	1
71 犬山城 城下町 木曽川 成田山				1	1
72 犬山城 城下町 木曽川 成田山 大縣				1	1
73 犬山城 城下町 木曽川 入鹿池			1	1	1
74 犬山城 城下町 木曽川 入鹿池 明治村		1		1	1
75 犬山城 三光 城下町 駅周辺 木曽川		1		1	1
76 犬山城 三光 城下町 成田山			1	1	1
77 犬山城 三光 城下町 木曽川 成田山			1	1	1
78 犬山城 三光 城下町 木曽川 桃太郎		1		1	1
79 犬山城 成田山			1	1	1
80 犬山城 入鹿池 明治村			1	1	1

【滞在時間：1Q7】



調査結果の概要 滞在・周遊の動向(2/7)

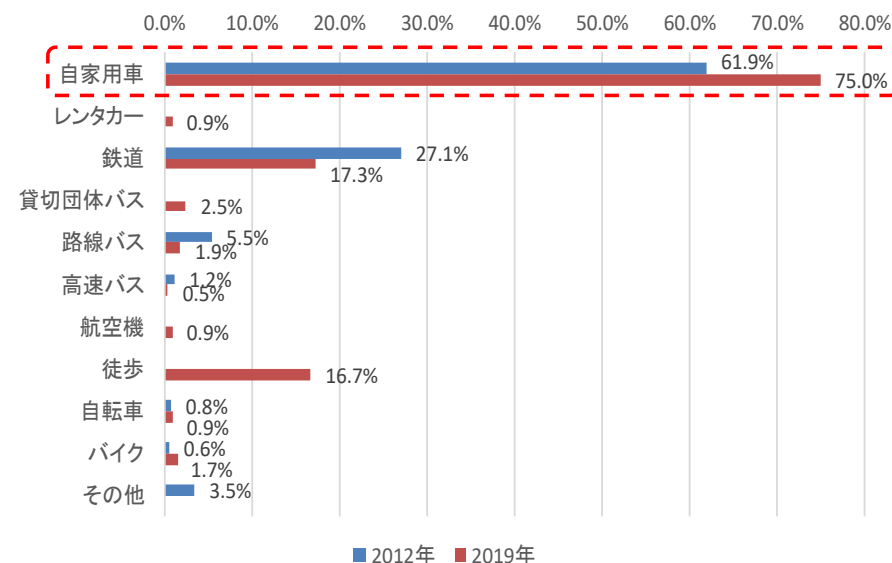
- 「犬山城」の滞在時間は短く(1時間程度)、「城下町」に流れている。城下町の滞在時間は人により様々【3滞在時間】。
⇒人それぞれの楽しみ方、過ごし方が浸透している。

【滞在時間:3滞在時間】

分析エリア	滞在時間	2018年				2019年							
		9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
犬山城 滞在時間は0.5～1時間程度	-0.5h	65	100	120	83	125	103	132	178	171	132	137	172
	0.5-1h	53	80	99	41	73	48	111	186	152	101	96	83
	1-1.5h	7	15	21	6	10	8	30	83	84	16	22	10
	1.5-2h	1	1	5	2	1	1	6	48	5	5	7	7
	2-3h	3	3	2	1	6	4	16	12	64	2	2	5
	3-4h	6	1	1	8	6	1	9	2	7	3	2	2
城下町 時間の使い方が人それぞれ(過ごし方の違い)	-0.5h	106	133	114	110	167	119	155	187	203	150	164	234
	0.5-1h	103	128	180	128	211	141	169	218	224	177	205	250
	1-1.5h	109	162	164	138	198	135	175	243	243	187	184	250
	1.5-2h	102	143	106	164	164	122	160	235	234	167	168	227
	2-3h	123	105	166	119	177	146	198	265	271	170	187	238
	3-4h	70	82	95	70	100	95	131	196	205	130	121	164
	4h+	112	125	127	104	146	117	157	208	246	156	165	214

- 来訪者は主に自家用車で訪れる(約75%)(城下町は5割)【1Q6】
⇒自家用車による広域に周遊させる仕組みが必要。

【利用交通機関:1Q6】



調査結果の概要 滞在・周遊の動向(3/7)

- 「城下町」来訪者は、必ずしも「犬山城」には行っていない(約3割程度)
【3周遊状況】
※リピーターは登閣しない可能性有り。
⇒犬山城の客と城下町の客は別であり、それぞれのニーズにあったプロモーションが必要

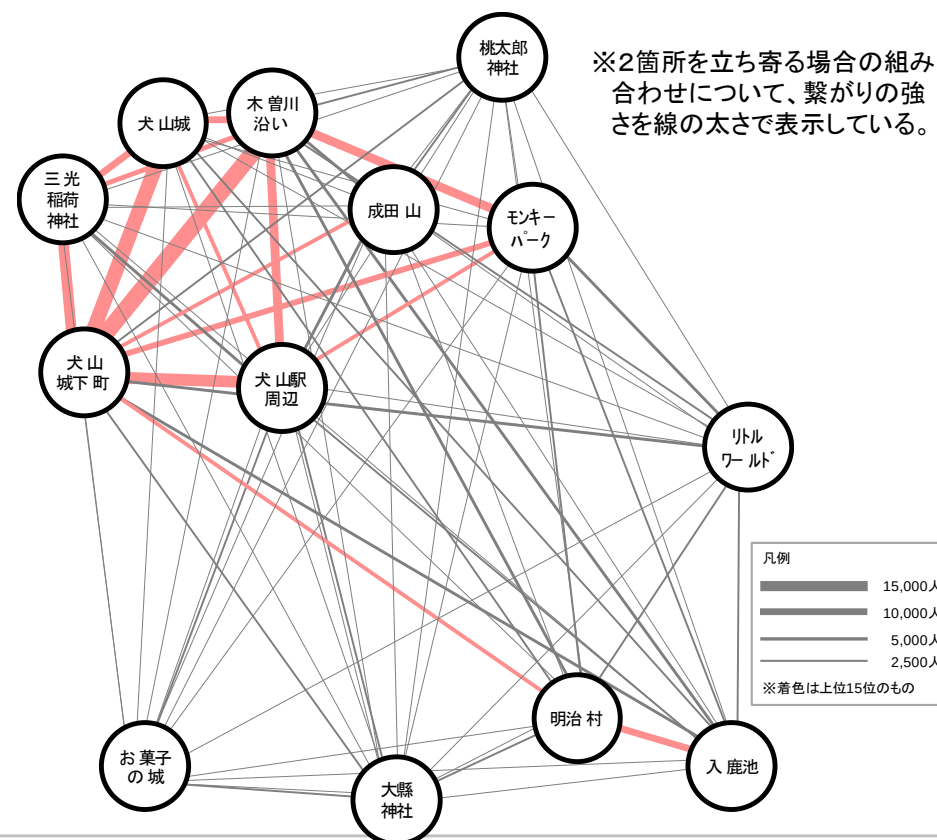
【周遊狀況：3周遊狀況】

※縦軸と横軸がクロスする場所は、その2施設に立ち寄りのある訪問者数を示す。縦軸、横軸が同じ施設の部分は、同施設の訪問者数の母数を示す。例えば、犬山城来訪者(16,026人)の94%(14,990人)は城下町に行っているが、城下町の来訪者(43,544人)が犬山城に行くのは34%(14,990人)に留まることを示す。

分析エリア	01_犬山城	02_三光稲荷神社	03_犬山城下町	04_犬山駅周辺	05_木曾川沿い
01_犬山城	16,026	6,779	14,990	3,757	6,974
02_三光稲荷神社		10,797	10,529	3,003	4,814
03_犬山城下町			43,544	12,276	16,993
04_犬山駅周辺				20,975	9,107
05_木曾川沿い					32,511

- 犬山市内の周遊状況は、明治村、リトルワールド等、外縁の施設の“横のつながり”が乏しい【3周遊状況】。
- ※テーマパーク等は、個々に時間を要すること、さらには施設間を横断的に繋ぐ公共交通が不十分であることから、回遊性自体も乏しい。
- ⇒短時間・多頻度で楽しめるコンテンツと回遊性を促す交通環境により、周遊活性化の可能性あり。施設に隣接した地域での体験プログラム(里山体験等)等の充足化による新たなコンテンツの創出。

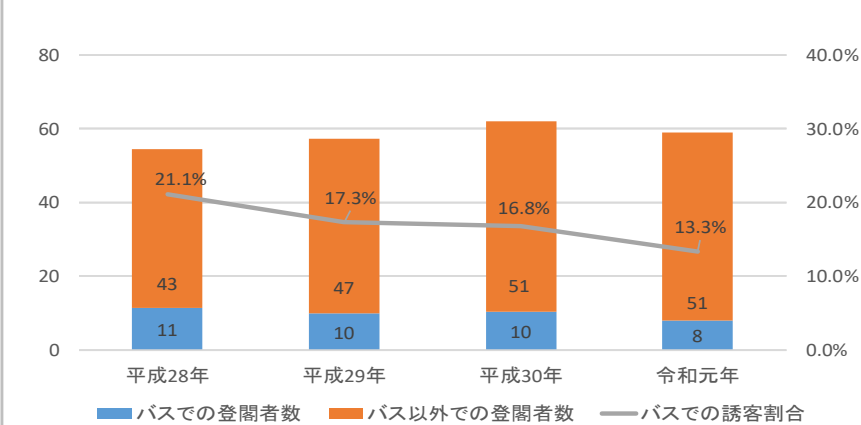
【周遊狀況:3周遊狀況】



調査結果の概要 滞在・周遊の動向(4/7)

- バスツアー客は、犬山では主に犬山城もしくは明治村に滞在。犬山城と明治村の両方に訪れる事はなく、また犬山市の前後で犬山以外の地域での立ち寄り、宿泊があり、犬山市内の滞在は限定的である【5基礎調査】。
- 犬山城登閣者に占める観光バス利用客の割合は近年減少傾向に有り、約13%である(令和元年)【5基礎調査】
- ※犬山城に滞在しても、残り時間で十分に城下町を巡ることができず、犬山城から城下町の回遊性は、多くは無い。
⇒城下町エリアで提供出来る、効率よく巡ることができるコンテンツの拡充が有効。
⇒滞在時間を増やして、消費に繋げる仕掛けが必要。(団体での食事場所、宿泊場所等)

【犬山城登閣者数の推移およびバス利用客割合：5基礎調査】



※バス1台あたり35人の乗客で試算

【犬山市の観光施設を含むバスツアー：5基礎調査】

実施時期	ツアー名	出発地	行程 (犬山市内滞在日を抜粋)	日程	会社名
6月～12月	『万葉集』から「江戸」「明治」「大正」「昭和」「平成」「令和」にっぽん7つの時代めぐり3日間	松山～川之江地区発着	2日目：橿原市内ホテル～東海道関宿の街並み～博物館明治村～日本大正村～下呂温泉(泊)	2泊3日	読売旅行
7月～12月	『1名1室同旅行代金・現地ガイドがじっくりご案内・閉園後の名古屋城本丸御殿 特別入場 案内人付きでめぐる岡崎城・掛川城・豊川稲荷・明治村 2日間』	東京23区、神奈川県、静岡県	2日目：名古屋～熱田神宮～明治村～岡崎八丁味噌の郷～岡崎城～富士山本宮浅間大社～新富士駅～小田原駅～新横浜駅～品川駅～東京駅	1泊2日	クラブツーリズム
8月～10月	『空・舟・列車から望む清流・長良川 伝統の長良川鵜飼と長良川鉄道・観光列車「ながら」2日間』 コース情報：1名1室同旅行代金	東京23区、神奈川県	2日目：岐阜羽島～犬山城下町～木曾三川公園～郡上八幡～郡上八幡駅～美濃市駅～豊橋駅～小田原駅～新横浜駅～品川駅～東京駅	1泊2日	クラブツーリズム
8月～10月	上高地と下呂温泉に泊まる 美しき上高地優雅な休日3日間～日本屈指の山岳リゾートに宿泊(2泊目)！四季を通じて多彩な表情を見せる絶景の上高地へ～	岡山県、福岡県、鹿児島県、広島県、長崎県	1日目：各地～JR名古屋駅～犬山城・犬山城下町～下呂温泉(泊)	2泊3日	阪急交通社

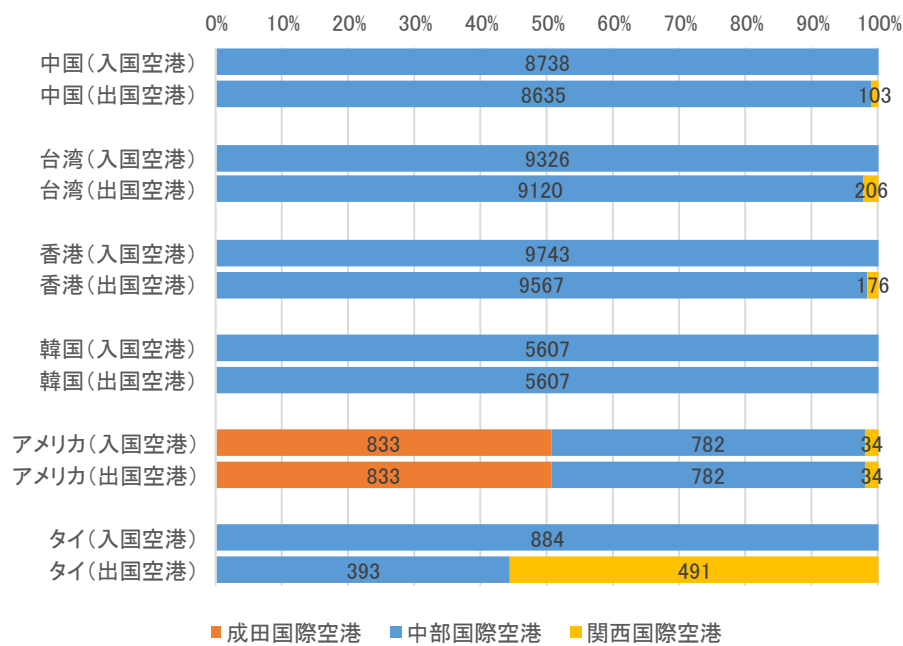
※旅行会社WEBサイトをもとに60件を抽出した一部を抜粋

調査結果の概要 滞在・周遊の動向(5/7)

■犬山を訪れる外国人旅行者の多くは中部国際空港で入国・出国をしている。アジアの中でも特化係数の高い香港は、ほとんどが中部国際空港で入国・出国をしており、中部国際空港を起終点とするルートとなっている。アメリカについては約半数が成田での入出国、タイは半数以上が関西空港で出国している【4出入国空港】。

⇒国・地域別の訪問ルートに合わせ、プロモーションをかける先(空港、鉄道など)を考慮する必要がある。

【入国空港および出国空港(国・地域別:犬山市訪問者)
:4訪日外国人旅行者の来訪・周遊動向調査】



■犬山市を訪れた外国人旅行者の他地域への訪問状況をみると、名古屋市への立ち寄りが多く、飛騨(高山市、下呂市)、北陸(金沢市、富山市)や、ナガシマリゾートがある桑名市への訪問も見られる。

⇒連携か、競合かを見極めた上で、施策を打つ必要がある。

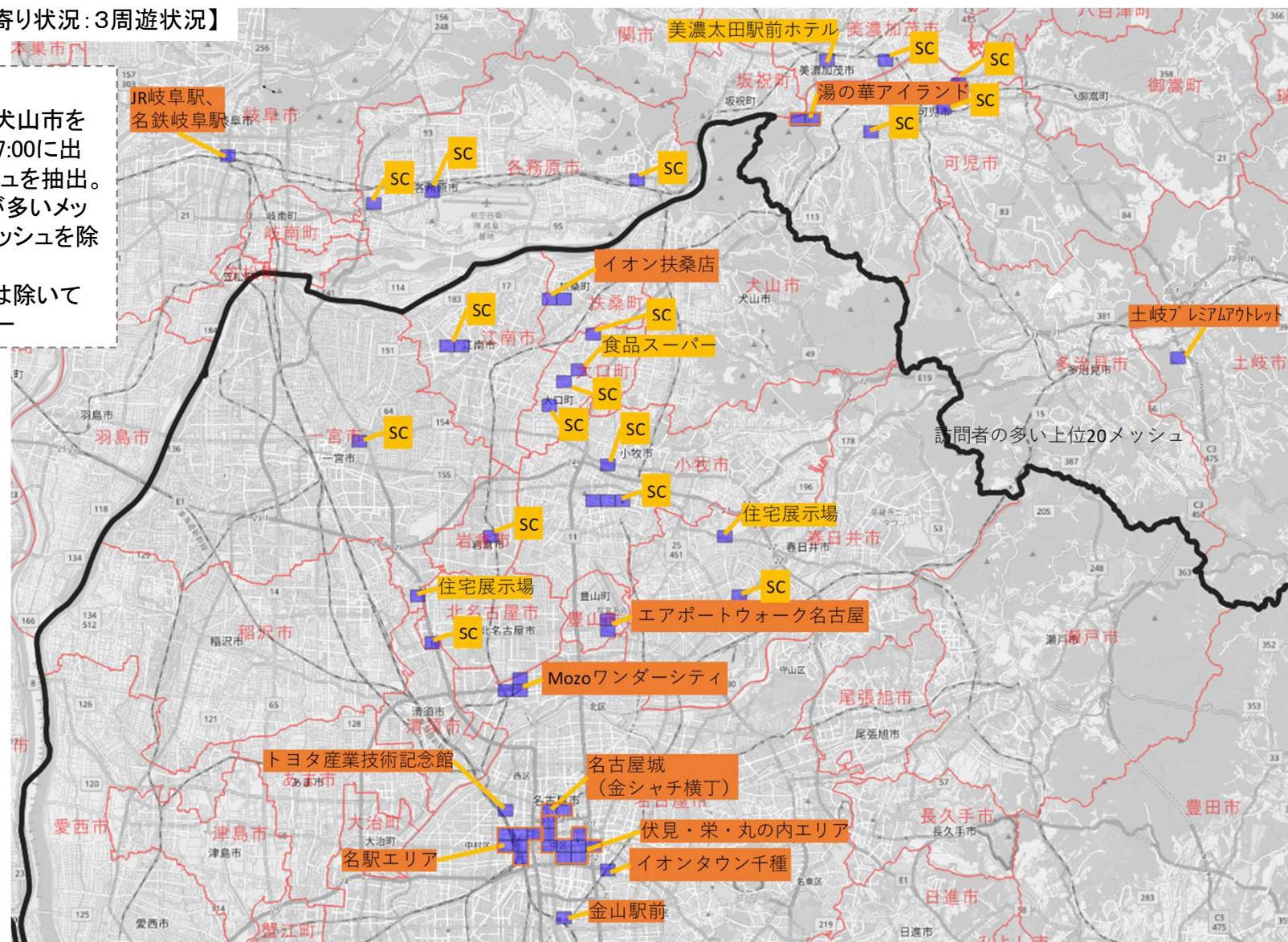
【他旅行先別旅行客数(国・地域別)(対象:犬山市への旅行者)
:4訪日外国人旅行者の来訪・周遊動向調査】

	中国	韓国	台湾	香港	マレーシア	フランス	ドイツ	タイ	シンガポール	オーストラリア	イギリス	アメリカ合衆国	スペイン
犬山市	4,604	2,565	3,780	3,340	161	120	298	863	120	492	426	2,471	98
名古屋市	3,452	2,197	3,276	2,885	73	107	212	475	56	416	306	1,783	90
高山市	320	196	815	856	0	0	0	0	0	0	0	108	0
桑名市	441	74	467	995	0	0	0	0	0	0	0	37	0
金沢市	130	0	324	537	0	0	0	0	0	0	0	33	0
富山市	0	0	0	803	0	0	0	0	0	0	0	0	0
下呂市	83	45	0	186	0	0	0	0	0	0	0	0	0
松本市	0	0	38	255	0	0	0	0	0	0	0	0	0
高岡市	0	0	0	223	0	0	0	0	0	0	0	0	0
豊田市	113	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	93	0
七尾市	0	0	0	199	0	0	0	0	0	0	0	0	0
鈴鹿市	0	0	0	0	0	0	0	123	0	0	0	0	0
伊勢市	85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
岡崎市	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	0

調査結果の概要 滞在・周遊の動向(6/7)

【犬山市訪問者の市外立ち寄り状況:3周遊状況】

2018年10月19日(金)
～10月22日(月)の4日間に犬山市を
訪れた人について、9:00～17:00に出
現人数の多い上位300メッシュを抽出。
さらに、道路だけに出現数が多いメッ
シュなど、交通要因によるメッシュを除
いて表示している。
なお、居住地と勤務地の点は除いて
いる。SC:ショッピングセンター



調査結果の概要 滞在・周遊の動向(7/7)

■犬山に訪問した人のうち、市外の立ち寄り先をみると、首都圏居住者は「名駅エリア」、「伏見・丸の内・栄エリア」への立ち寄りが多い。近畿圏居住者は「名駅エリア」に集中。三重県居住者では、19%が「mozoワンダーシティ」に立ち寄る。「愛知県内をエリア別にみると、尾張北部居住者については、「mozoワンダーシティ」が11%を示すものの、突出した立ち寄りは見られない。知多・衣浦東部居住者、岡崎・西三河内陸居住者、豊橋・三河湾居住者については、いずれも「伏見・丸の内・栄エリア」への立ち寄りが10%を超える。【3周遊状況】

⇒「名駅エリア」、「伏見・丸の内・栄エリア」に加えて、方面別の動線上にある観光施設、商業施設等との連携が可能。

		母数	名駅エリア	名古屋城(金 シャチ横丁)	トヨタ産業技術 記念館	伏見・丸の内・ 栄エリア	金山駅前	土岐プレミアム アウトレット	湯の華 アイランド	JR岐阜駅前、 名鉄岐阜駅	イオン扶桑店	エアポート ウォーク名古屋	mozo ワンダーシティ	イオンタウン 千種
	首都圏	59	47%	7%	8%	27%	10%	2%	5%	3%	3%	0%	7%	5%
	近畿圏	34	26%	3%	0%	9%	0%	0%	0%	9%	0%	6%	6%	3%
他県	岐阜県	468	5%	1%	0%	5%	2%	2%	3%	1%	4%	1%	2%	1%
	三重県	37	16%	0%	0%	0%	3%	0%	3%	0%	5%	0%	19%	0%
	静岡県	19	11%	0%	11%	21%	11%	5%	0%	0%	0%	5%	11%	0%
	長野県	17	24%	0%	6%	0%	6%	6%	6%	0%	0%	0%	12%	6%
	その他全国	36	25%	8%	6%	19%	3%	3%	0%	8%	0%	0%	3%	0%
尾張北部	江南市	323	6%	3%	2%	9%	2%	2%	3%	0%	4%	3%	11%	2%
	春日井市													
	小牧市													
	北名古屋市													
	岩倉市													
	清須市													
	尾張旭市													
	豊明市													
	瀬戸市													
	日進市													
一宮・ 尾張西部	長久手市	110	9%	1%	2%	7%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	6%	1%
	一宮市													
	津島市													
	稲沢市													
	愛西市													
知多・ 衣浦東部	あま市	70	9%	3%	1%	21%	11%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	0%
	刈谷市													
	安城市													
	半田市													
	東海市													
	知多市													
	常滑市													
岡崎・ 西三河内陸	碧南市	72	7%	1%	0%	15%	0%	6%	3%	0%	0%	0%	4%	6%
	大府市													
	豊田市													
豊橋・ 三河湾	岡崎市	19	21%	0%	11%	11%	0%	5%	5%	5%	0%	0%	5%	5%
	みよし市													
	豊橋市													
	西尾市	19	21%	0%	11%	11%	0%	5%	5%	5%	0%	0%	5%	5%
	豊川市													

※犬山に訪問した人のうち、上記12地点を訪れた人の割合を居住地ごとに算出。

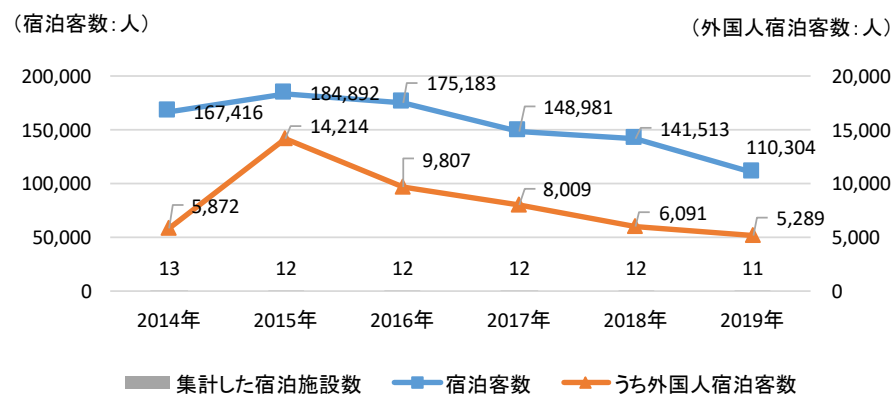
調査結果の概要 宿泊者の動向(1/2)

■犬山の宿泊者数は減少傾向にある【5基礎的調査】。

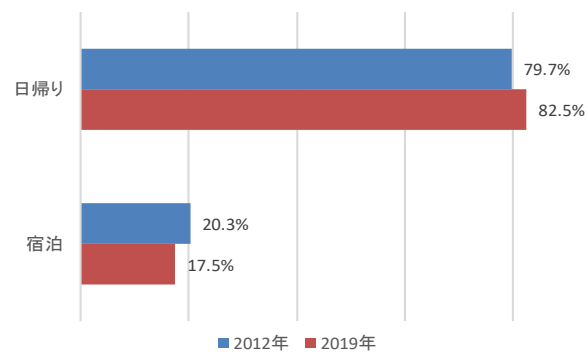
■宿泊を伴う旅程の場合、宿泊地は「名古屋」が最も多く39.4%を示し、次いで「犬山市」が20.7%を示している。また、県外では、「岐阜市」が12.2%、「その他岐阜県」も8.5%を示し、岐阜県での宿泊者が2割を超えている。【1Q7】

⇒単価の高い消費が名古屋に流れることを抑制するための宿泊促進が必要。

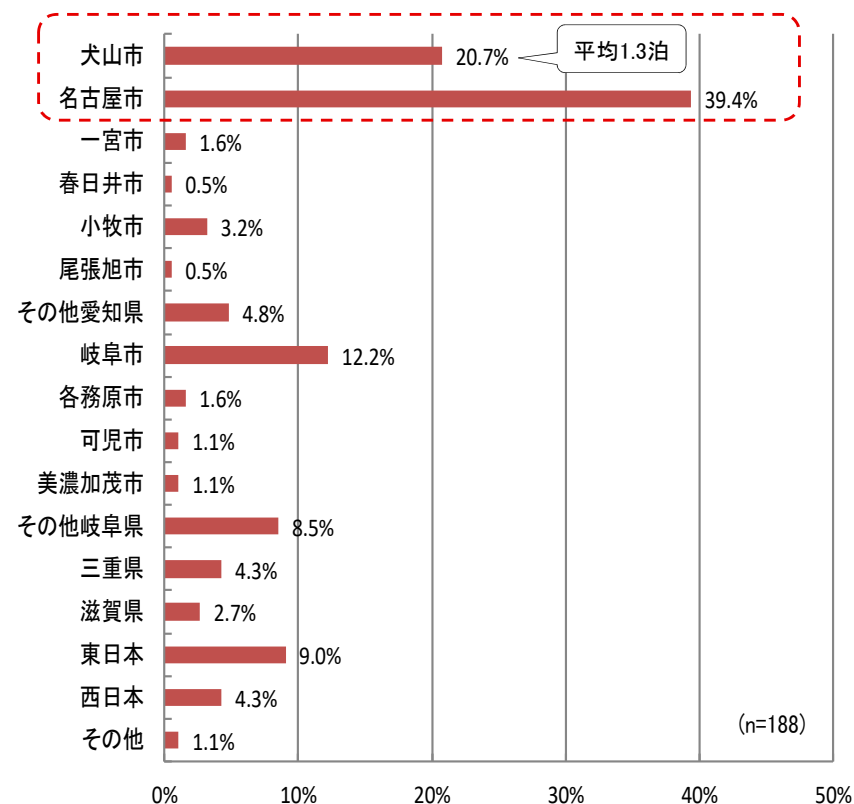
【犬山市の宿泊者数:1Q7】



【宿泊有無:1Q7】



【宿泊地:1Q7】



調査結果の概要 宿泊者の動向(2/2)

■犬山市への来訪者のうち、犬山市に宿泊する人の居住地は、「西日本」が25.6%と最も多く、次いで「東日本」と「その他愛知県内」がそれぞれ23.1%とづく。【1Q7】

■犬山市への来訪者のうち、名古屋市に宿泊した人の居住地は、「東日本」が52.7%、「西日本」が47.3%である。【1Q7】
⇒犬山市を拠点とした宿泊を伴う旅行プランを発信することで、「東日本」や「西日本」からの旅行者の宿泊を促す。

■犬山市で宿泊する人の同伴者は、「夫婦・カップルのみ」が30.8%と最も多く、次いで「友人・グループ」(25.6%)、「一人で」(23.1%)とづく。【1Q7】

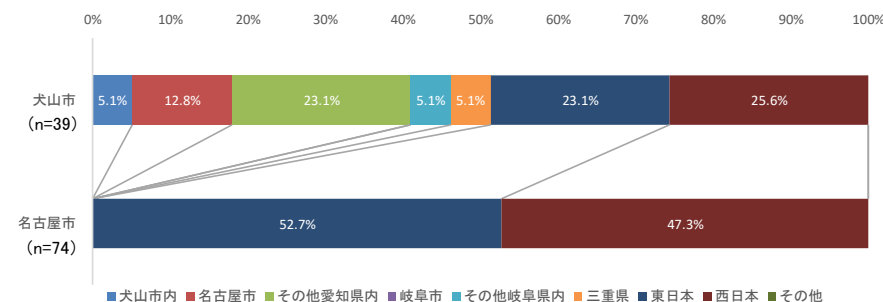
■名古屋市で宿泊する旅行者と比べて、「一人で」の割合が13.6ポイント、「友人・グループ」が4.0ポイント高い。一方で「夫婦・カップルのみ」の割合が12.4ポイント、「同僚」が2.7ポイント、「団体」が1.5ポイント、「家族」が1.0ポイント低い。【1Q7】

⇒「夫婦・カップルのみ」に訴求できる宿泊施設・プランを整備することで、名古屋市に宿泊する夫婦・カップルのみの層を犬山市へ誘導できる可能性がある。

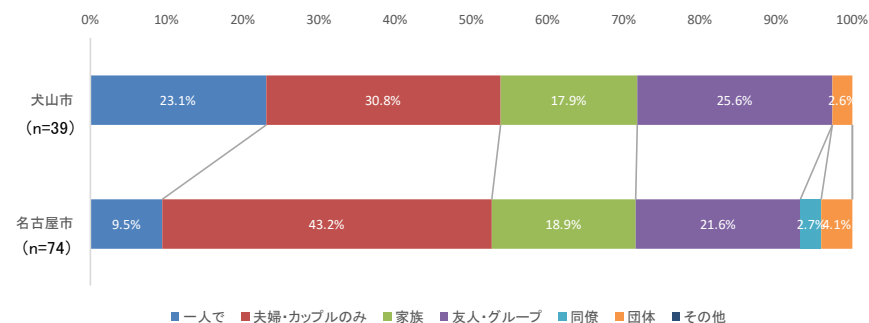
■犬山市に宿泊する人の年代は、「60歳以上」が最も多い。「60歳以上」の宿泊者は、名古屋市での宿泊が43.2%を示し、犬山市での宿泊者の割合(28.2%)よりも15.0ポイント高い。【1Q7】

⇒上記2つ(居住地、同伴者別)の結果と合わせると、“遠方からの60歳以上夫婦・カップル”へ訴求できる宿泊施設や周遊プランの組成を行うことで新たな宿泊者の呼び込みが期待できる。

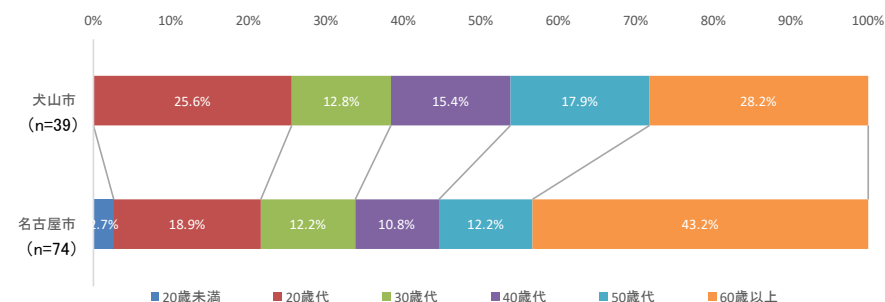
【犬山来訪者で犬山市・名古屋市宿泊者の居住地別:1Q7】



【犬山来訪者で犬山市・名古屋市宿泊者の同伴者:1Q7】



【犬山来訪者で犬山市・名古屋市宿泊者の年齢:1Q7】



調査結果の概要 消費の動向

■消費単価は、日本人国内旅行の平均に比べ低い傾向にある。特に交通費、飲食費、買物は差が大きい。【1Q11】。

⇒飲食費、買物の差は伸びしろと考えることができる。1食の単価を上げる、夜の飲食まで取り込むなどの施策が有効。買物については、定番の売り物などにより、買う人を増やす施策が有効。

(参考)日本人国内旅行の1人1回あたり旅行単価(2018年)
(上段:日帰り旅行、下段:宿泊旅行)

旅行前	旅行後	参加費	交通費	宿泊費	飲食費	買物代	娯楽等サービス費・その他	合計
2,412	175	911	6,512	—	2,007	3,510	1,758	17,285
6,189	483	6,123	14,733	9,985	6,475	7,123	3,188	54,300

出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」

■前回調査(2012年)よりは宿泊者の消費単価が減少【1Q11】。

※調査時期が「名鉄犬山ホテル」の閉館後であり、市内全体の平均宿泊料金の低廉化も影響。また、2012年時に比べ店舗は増えているが、宿泊者の消費に繋がっていない可能性がある。

⇒宿泊しながら、消費の場所やコトの提供が必要。

■前回調査より日帰り客の消費単価は上昇【1Q11】。

⇒特に飲食費の単価が上昇。“食べ歩き”による消費機会の提供が要因の一つ。

■犬山市内での消費をみると、買い物をしている人は全体の6割に留まる。(1072人中、買い物をしているのは414人)【1Q11】

■名物・名産品のイメージが希薄。【2Q9】(※p25に掲載)

「きびだんご」、「げんこつ飴」、「あゆ」、「豆腐でんがく」、「犬山焼」は比較的認知されている。

⇒「場所」「機会」があれば消費に繋がる。“定番の売り物”があれば、消費に繋がる可能性。

【消費額:1Q11】

	犬山市日帰り	犬山市宿泊 (宿泊費有料に限る)	犬山市宿泊 (その他)
2019年	3,846円 (n=1033)	15,130円 (n=13)	4,977円 (n=26)
2012年	1,942円 (n=3200)	16,344円 (n=38)	—

【他都市の日帰り・宿泊比率および単価:1Q11】

都市名	日帰り (%)	日帰り客 単価(円)	宿泊(%)	宿泊客 単価(円)	備考
犬山市	96.4	3,846	3.6	15,130	令和元年度 (本調査)
川越市	97.3	6,192	2.7	17,104	平成30年
鎌倉市	96.8	6,281	3.2	24,785	平成29年度
彦根市	90.6	4,332	9.4	21,499	平成23年

【犬山市内での消費の動向:1Q11】

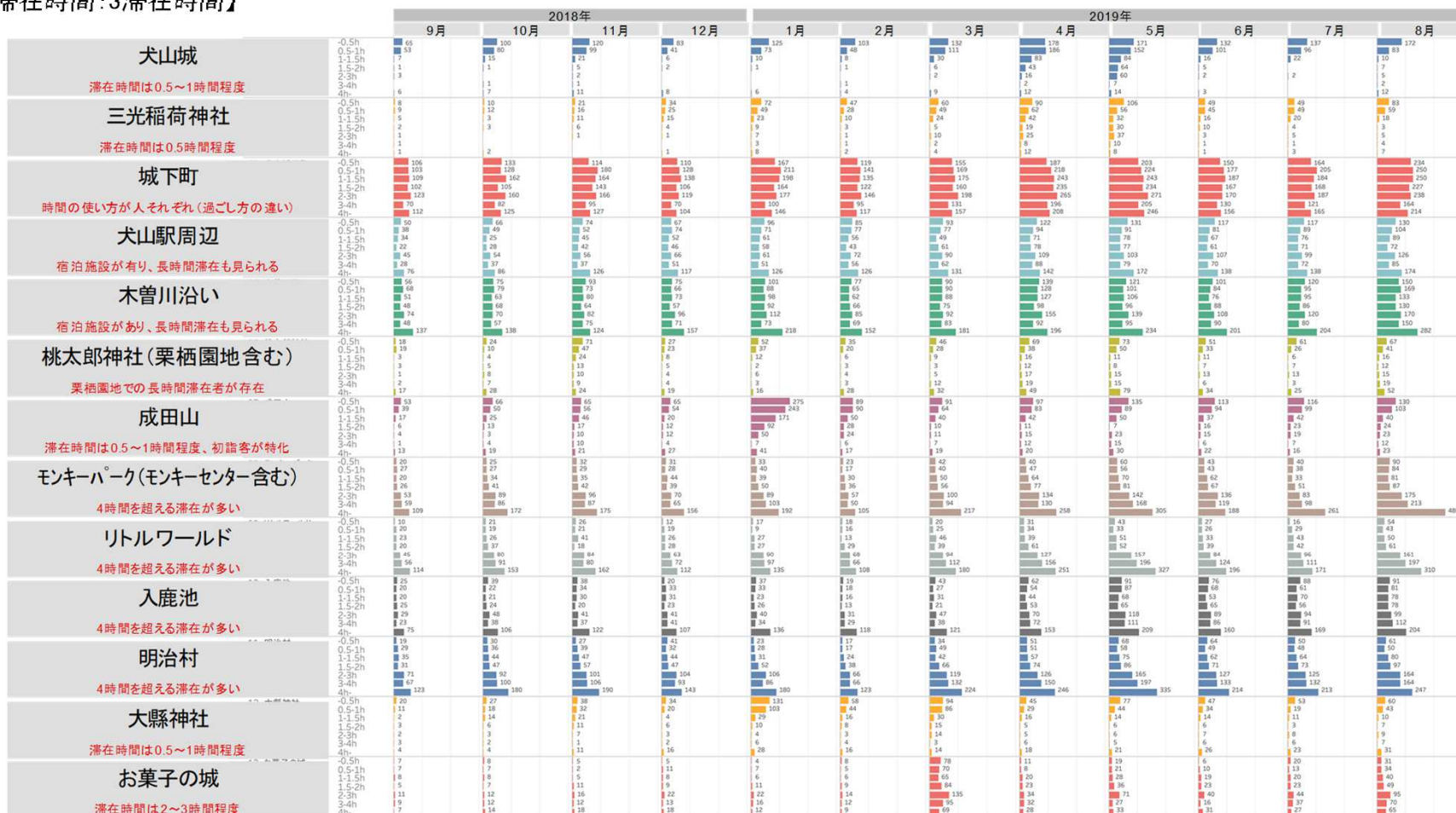
		飲食費	入場料・利用料金等	買物	駐車料金等	交通費	宿泊費	ツアー・バック料金	その他
出費がなかった人を含む (0円を含む)	2019年 ※全て n=1073	1,204	1,030	629	171	253	105	605	14
	2012年 ※全て n=3353	687	861	254	258		163	398	30
出費があった人のみ (0円を除く) ※括弧内はn値	2019年	1,530 (844)	1,473 (750)	1,630 (414)	363 (504)	282 (962)	8,681 (13)	28,202 (23)	1,283 (12)
	2012年	1,360 (1693)	1,366 (2113)	1,389 (614)	687 (1260)		14,397 (38)	18,804 (71)	5,871 (17)

※2012年調査では駐車料金と交通費を合算した額を把握

調査結果の概要 季節性

■春は犬山城・城下町やテーマパーク等、夏は木曽川沿いやモンキーパーク(プール)、冬(新年)は初詣(主に成田山)で集客性が高い。秋に限って突出している施設は無い。月別には、4月、5月、8月が多く、9月、10月、12月、2月が少ない傾向にある。【3滞在時間】
※秋は行楽シーズンであり、他地域の観光スポットに観光客が流れている可能性有り。

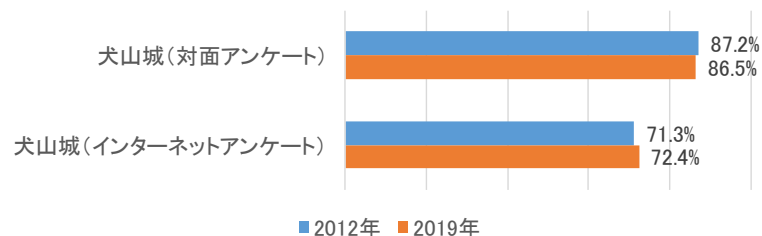
【施設別滞在時間:3滞在時間】



調査結果の概要 観光客から見た犬山(1/3)

■犬山といえば「犬山城」のイメージ【1Q18、2Q3】。

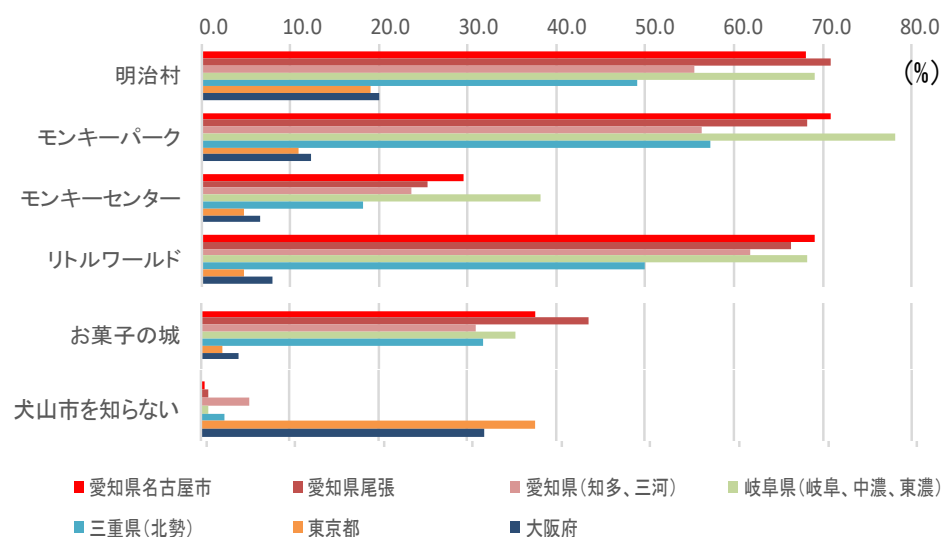
【犬山市の観光のイメージ:1Q18、2Q3】



■「お菓子の城」、「明治村」、「モンキーパーク」、「リトルワールド」は近隣と遠方で認知度の差が顕著【2Q3】。

⇒ローカルCMやイベント告知ポスター等の露出の多さも認知度の高さに影響。

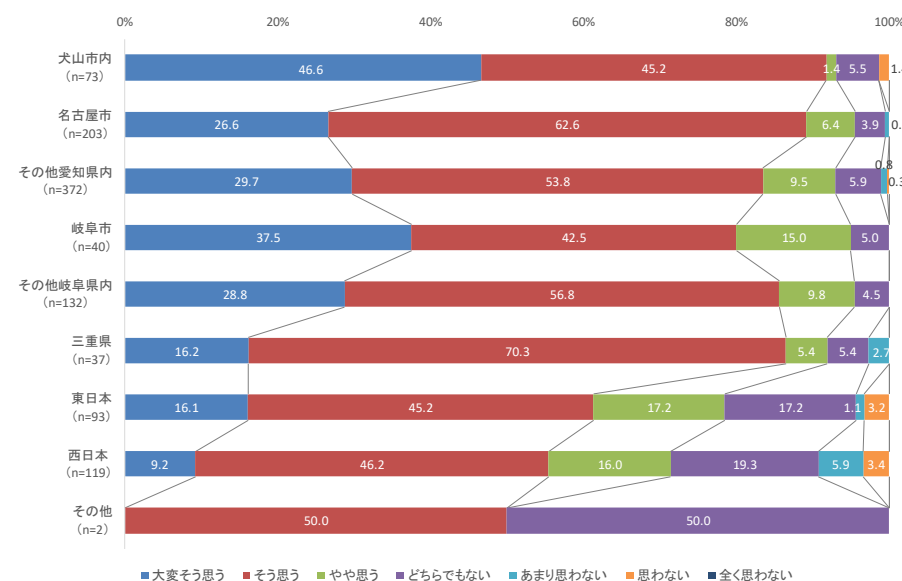
【犬山市の観光のイメージ(居住地別):2Q3】



■東日本、西日本居住者は再来訪意向が低め【1Q16】。

⇒遠方者の再来訪には、“わざわざ”くるだけの価値の高い、犬山ならではのコンテンツが必要。

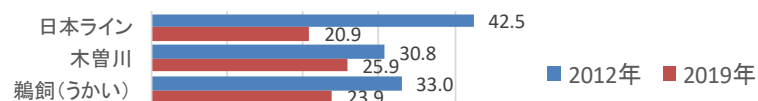
【再来訪意向(居住地別):1Q16】



調査結果の概要 観光客から見た犬山(2/3)

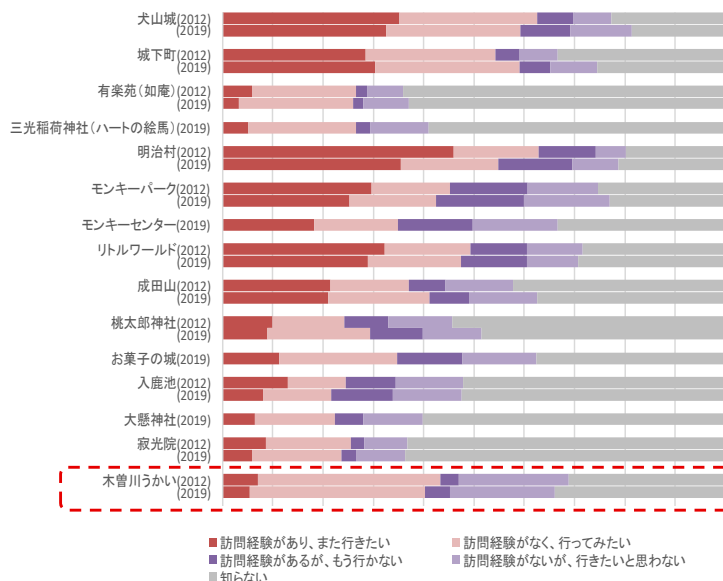
- 犬山の観光のイメージで「木曽川」、「日本ライン」、「鵜飼」の数値が低下。
【2Q3】
⇒木曽川関連の自然コンテンツへの意識を高める。

【犬山市の観光のイメージ:2Q3】



- 「木曽川うかい」は、「訪問経験がなく、行ってみたい」のポイントが高い。
【2Q5】
⇒気軽さ、身近さのある鵜飼をアピールすることによる、“初めての体験”の機会創出がカギ。夜の鵜飼で、ナイトタイムエコノミーにも繋げる。

【犬山市内の観光地・催事等の訪問経験、来訪意向:2Q5】



- 犬山の名物が思い浮かばない人が半数を占める。【2Q9】
⇒消費に繋がる名物の定番化、開発が必要。

【犬山の名物・名産品として思いつくもの:2Q9】



- 観光客の不満な点は以下の通り。【1Q20】
城下町の車が多いことが危険／バリアフリー、案内表示、休憩スポットが不十分／犬山城周辺の駐車場、トイレが少ない／渋滞／外国人観光客のマナーが悪い等

調査結果の概要 観光客から見た犬山(3/3)

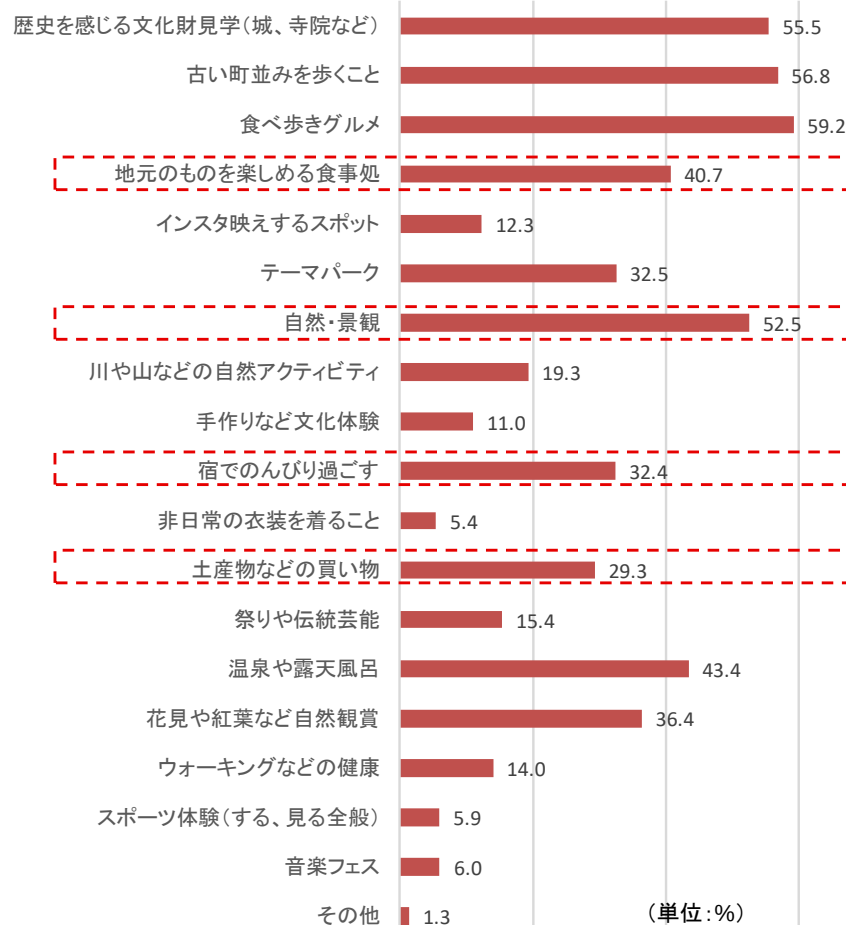
■「地元のものを楽しめる食事処」は、一般的な興味では40.7%を示すが、犬山での期待は、来訪前および来訪後ともに値が低く、期待されていない。【1Q19、2Q10】

⇒地元食材を活用したグルメ開発など、飲食の目玉となるメニューを開発する。

■「自然・景観」、「宿でのんびり過ごす」、「土産物などの買い物」についても、一般的な興味と犬山での期待のギャップが大きい。

⇒ニーズの取りこぼしをしている可能性が有り、特に優先的に注力すべき項目といえる。

【観光に対して興味を持つもの(一般的なニーズ):2Q10】



【犬山市の観光への期待:1Q19】

