

福島県南会津地方振興局 御中



令和6年度 南会津地域観光客実態WEB調査業務
報告書（概要版）
2025年2月28日

目次

本調査の概要

本調査の目的・本書の流れ	p.3
回答者属性	p.5

調査結果概要

1.観光客の基本特性・行動・消費実態	p.6
2.滞在（時間）に影響を与える要因	p.14
3.南会津エリアの認知度・興味度	p.23
4.南会津エリアの満足度（観光コンテンツ・全体）	p.30
総括・施策の方向性(仮説)	p.37

調査の目的

本調査では、南会津地域の観光客の動向等を把握・分析し、**観光振興**を考える際の客観的データとして活用することで、今後の観光客の**滞在時間**や**観光消費額の増加**につなげることを目的とする。

本書の流れ

本書では、調査結果の概要を示した上で以下の視点から南会津地域の観光客の実態を分析し、今後の施策を提言します。

- 1 観光客の基本特性・行動・消費実態
- 2 滞在(時間)に影響を与える要因
- 3 南会津エリアの認知度・興味度・満足度
- 4 滞在を延ばす要素
- 5 課題と施策の方向性(仮説)

調査概要

- 調査方法 アンケート調査（オンライン）
- 調査期間 2024年12月9日(月)～12日(木)
- 調査地域 全国
- 調査対象 インターネットモニター 20～79歳の男女

-
- 有効回答数 事前調査 24,279サンプル
本調査 504サンプル

- 調査実施 株式会社レグリーブ

- 本調査対象者割付
(2023年以降に南会津地域に訪れたことがある方)

居住地	性別×年代		割付
北海道・東北	男性	20～39歳	28
		40～59歳	28
		60歳以上	28
	女性	20～39歳	28
		40～59歳	28
		60歳以上	28
関東	男性	20～39歳	28
		40～59歳	28
		60歳以上	28
	女性	20～39歳	28
		40～59歳	28
		60歳以上	28
それ以外の地方	男性	20～39歳	28
		40～59歳	28
		60歳以上	28
	女性	20～39歳	28
		40～59歳	28
		60歳以上	28
計			504

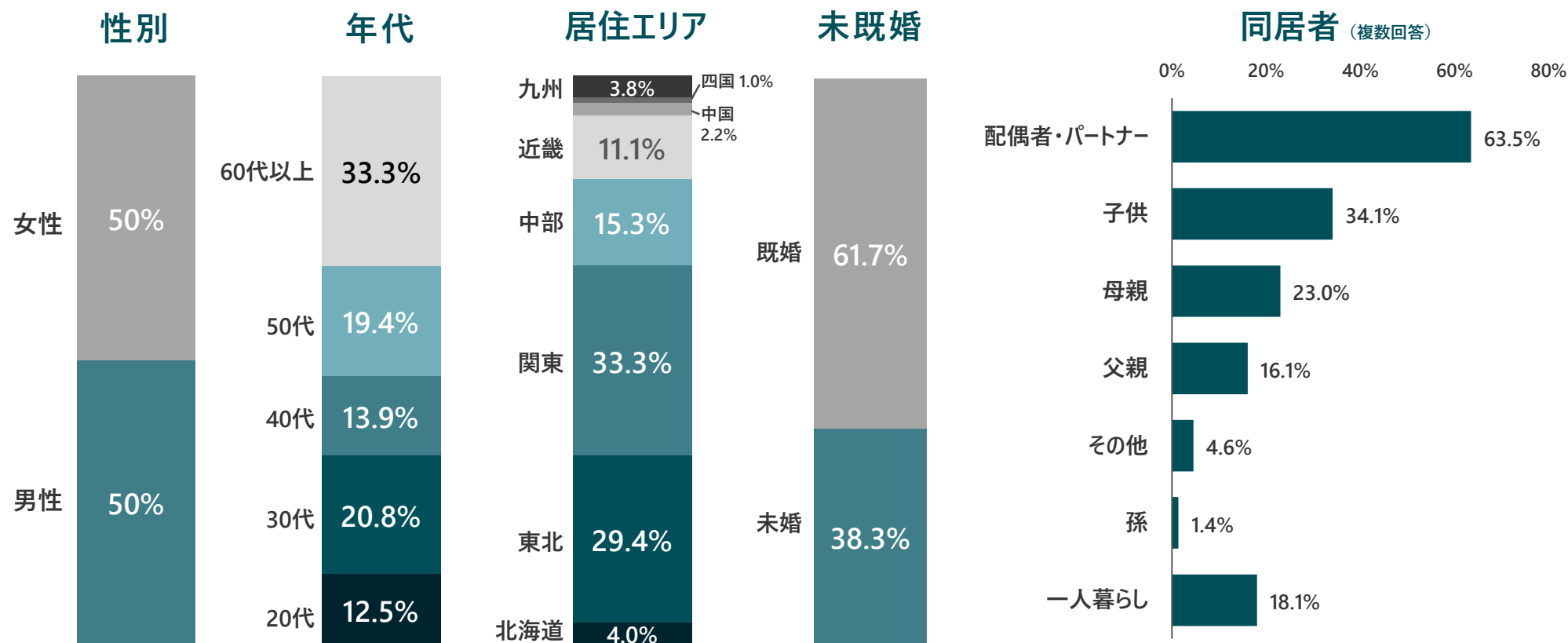
※ 本調査では、回収結果を踏まえ、統計的な精度を維持する目的で年齢を20代ごとに区分した。また、過年度調査と同様の区分を採用し、比較が可能となるよう統一している。

回答者属性

スクリーニング調査の回答結果から、2023年以降に南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）訪問者を本調査対象として抽出。

● 有効回答数 本調査：504 サンプル

本調査有効回答者504名の属性データ



※ 上記の数値は小数点第1以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

調査結果概要

1. 観光客の基本特性・行動・消費実態

※ 割合の数値は小数点第1以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

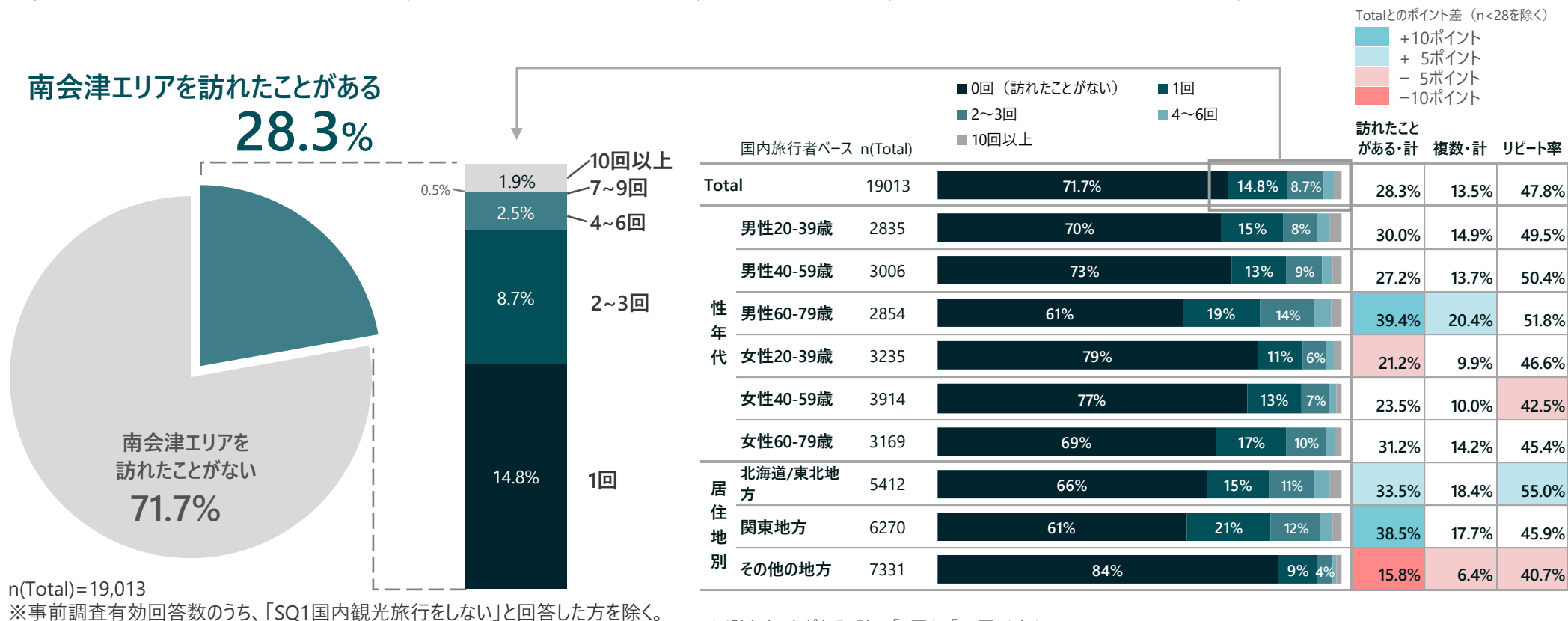
Copyright © 2025 by Regleap Inc. All rights reserved.

南会津エリアへの「来訪回数」

- 全体では、回答者の28.3%が「南会津エリアに来訪したことがある」と回答しており、来訪したことがある方のリピート率は47.8%となった。
- 男性60~79歳や関東地方からの来訪率が多く、女性20~50代の来訪率が相対的に低い傾向にある。

南会津エリアへの来訪回数

SQ2 あなたは、国内観光旅行で福島県南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）に訪れたことがありますか。訪れたことがある方は、その回数をお教えてください。



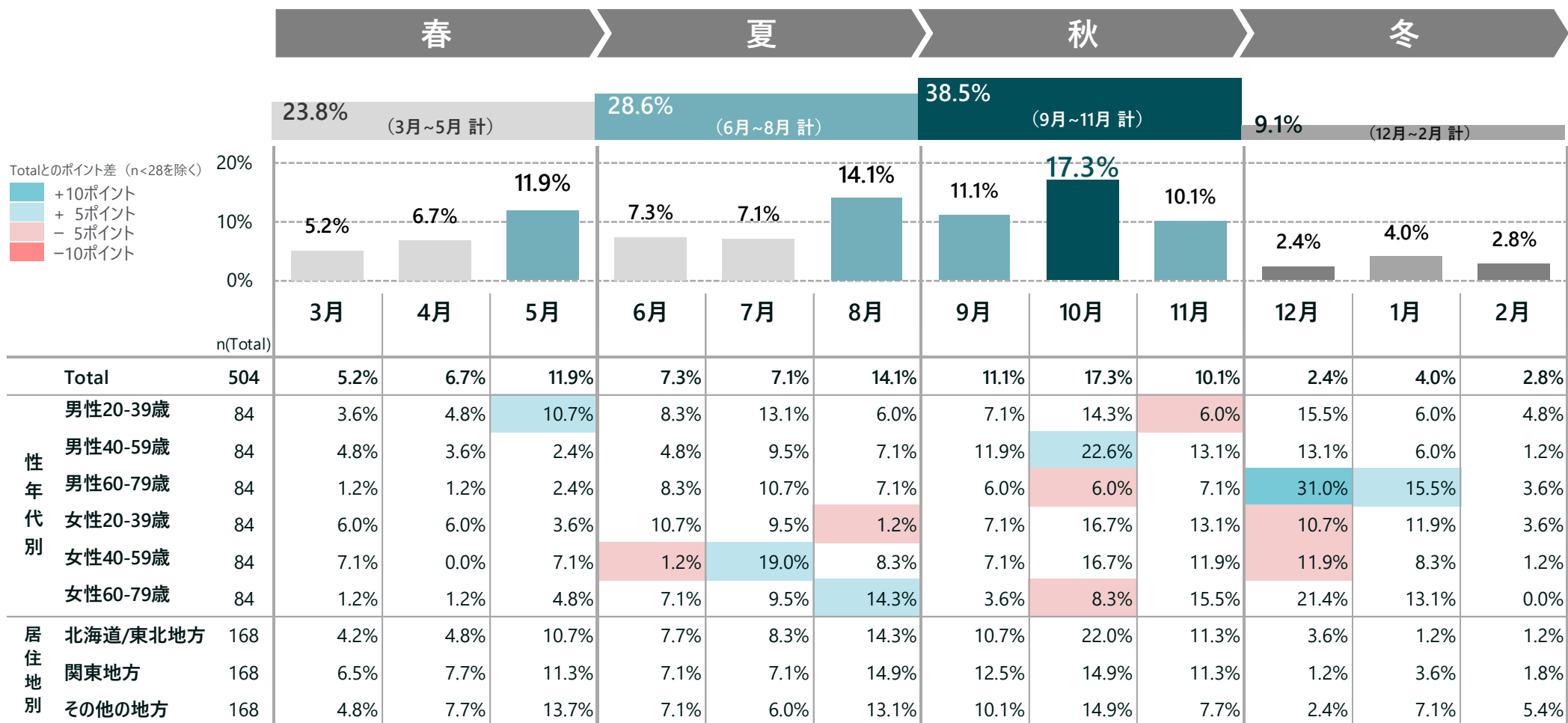
※訪れたことがある・計：「1回」~「10回以上」
 ※複数・計：「2~3回」~「10回以上」
 ※リピート率：「複数・計」/「訪れたことがある・計」

南会津エリアへ来訪時期

- 全体では、「10月」に南会津エリアを訪れたとの回答が最も多く、17.3%を占めた。次いで、「8月」や「5月」に訪れた人が多い傾向が見られる。
- 性年代別では、「男性40～59歳」が10月に訪れている傾向にある一方で、「男性・女性60～79歳」では少ない傾向にある。

南会津エリアへの来訪時期（月）

Q7 あなたが直近で福島県南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）を訪れた時期をお教えてください。※覚えていない場合は大体の時期でお答えください。

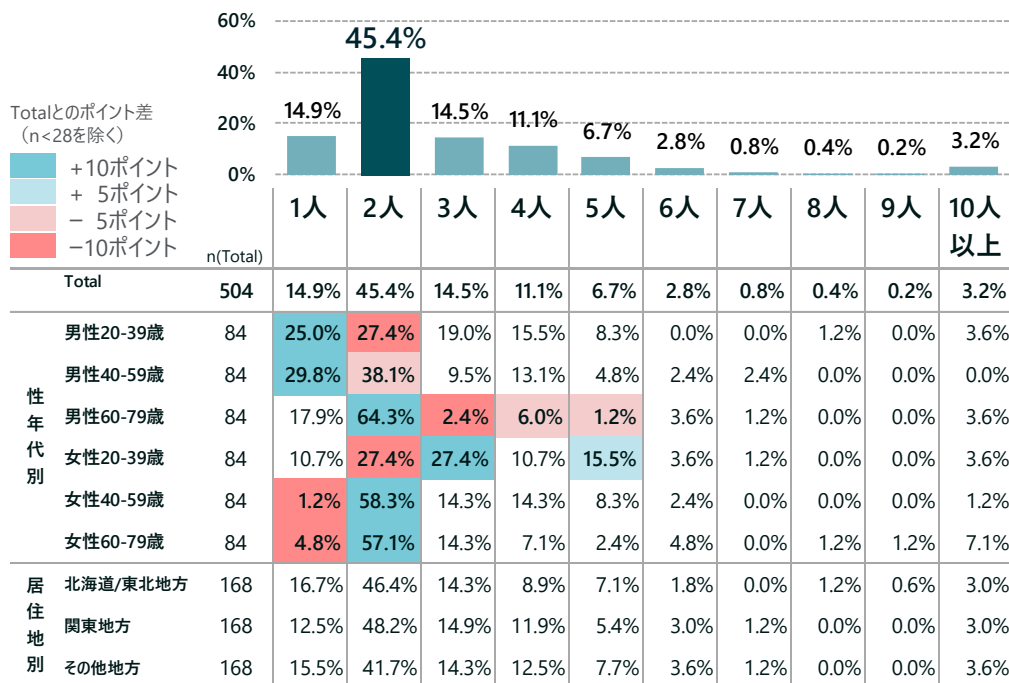
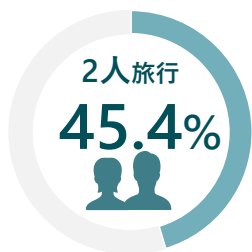


南会津エリアへ訪れた際の「旅行形態」

- 南会津エリアを訪れた際の人数は、「2人」で訪れた人が45.4%と最も多く、8割以上が2人以上で訪れている。性年代では、男性が「1人」での旅行が多い傾向にある。
- 南会津エリアを訪れた際の同行者は、「配偶者・パートナー」と訪れた人が38.1%と最も多く、次いで「18歳未満の子どもがいる家族旅行」が多い。

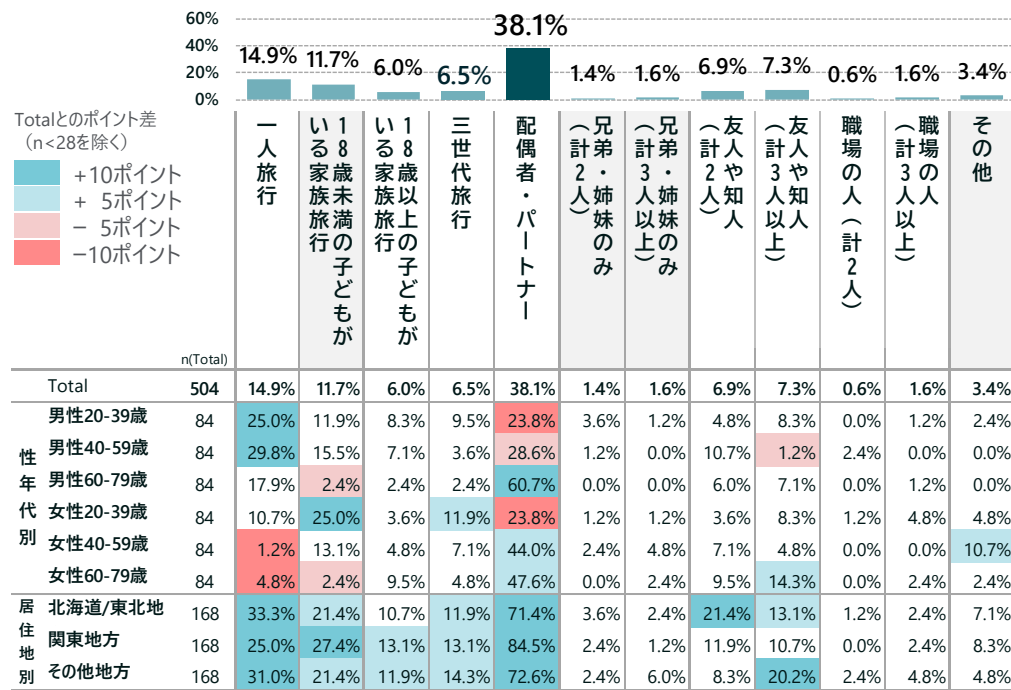
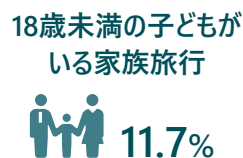
南会津エリア訪れた際の「人数」

Q8 あなたが直近で福島県南会津エリアを訪れた際、何人で旅行しましたか。ご自身を含め、最もあてはまるものを以下からお選びください。（ひとつだけ） ※覚えていない場合は大体の人数でお答えください。



南会津エリアを訪れた際の「同行者」

Q9 あなたが直近で福島県南会津エリアを訪れた際の同行者についてお教えてください。ご自身を含め、最もあてはまるものを以下からお選びください。（ひとつだけ）

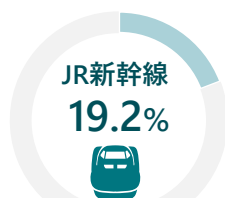
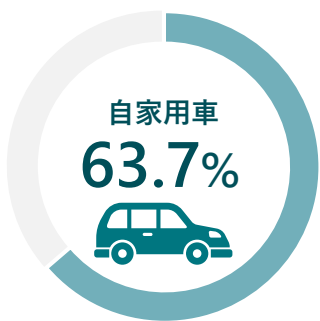


移動手段

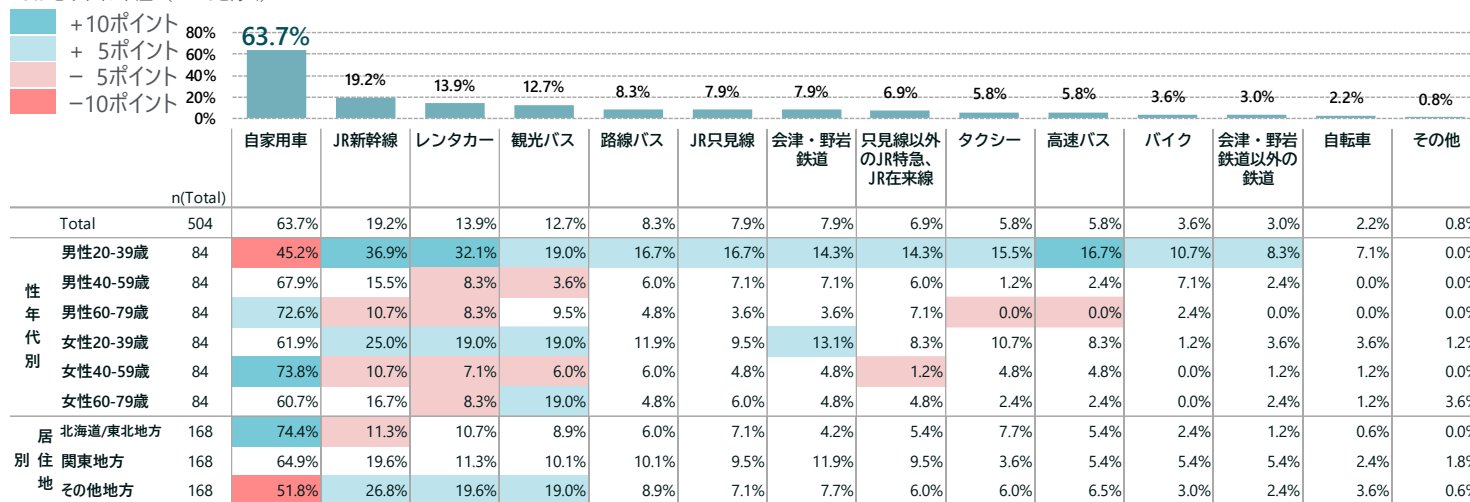
- 南会津エリア来訪時の移動手段は、「自家用車」が63.7%と最も多く、次いで「JR新幹線」や「レンタカー」の利用割合が多い。
- 周遊時の移動手段は、「自家用車」でした人が62.1%と最も高く、次いで「観光バス」や「レンタカー」での来訪割合が高い。

Q10 あなたが直近で福島県南会津エリアを訪れた際、行き来に利用していた移動手段を以下からお選びください。（いくつでも）また、福島県南会津エリア内をめぐるときに利用していた移動手段を以下からお選びください。（いくつでも）

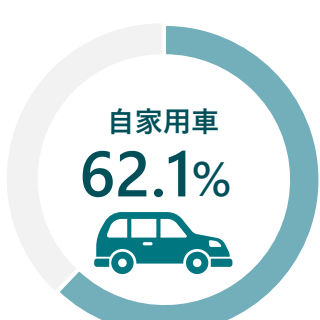
「往来時」の移動手段



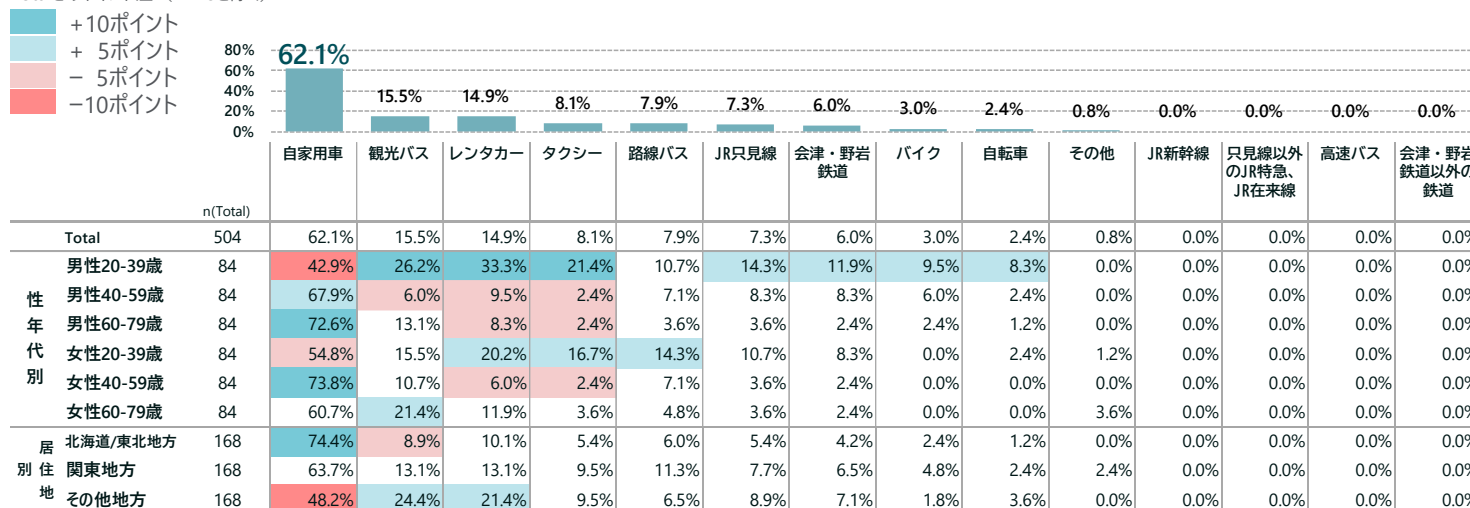
Totalとのポイント差（n<28を除く）



「周遊時」の移動手段



Totalとのポイント差（n<28を除く）

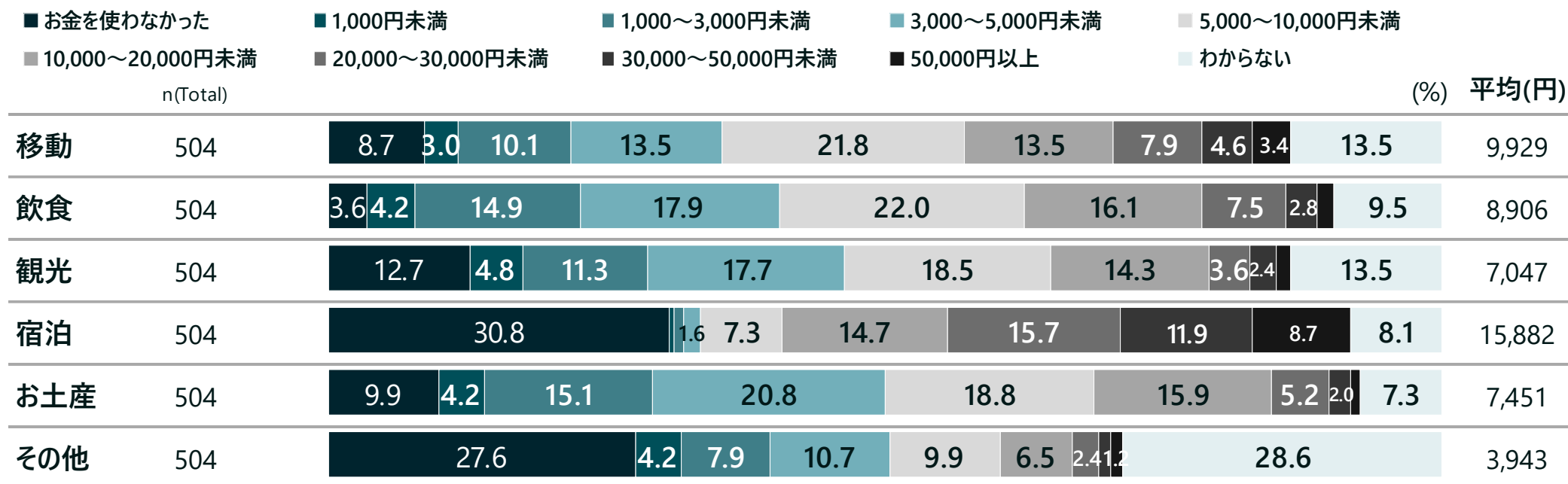


南会津エリアへ訪れた際の「支出額（カテゴリ別）」

- 平均値支出金額が最も多い項目は「宿泊」で約1.5万円。次いで、移動が約1万、「飲食」が約9千円となった。
- 「宿泊」では、「お金を使わなかった」との回答が30%で最も多く、次いで「20,000～30,000円未満」および「10,000～20,000円未満」の支出が多い傾向にある。

南会津エリアに訪れた際の「支出額」1

Q13 あなたが直近で福島県南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）に訪れた際、何にいくらお金を使いましたか。それぞれの項目について、全員分の金額の内訳をお教えてください。



南会津エリアへ訪れた際の「支出額（性年代・居住地・滞在日数別）」

- 性年代別では「男性・女性20～39歳」が他年代と比べて支出が高い傾向にある。
- 「宿泊」をした方は宿泊費以外の項目でも、「日帰り」に比べて、支出が高い傾向にある。

南会津エリアに訪れた際の「支出額」2

Q13 あなたが直近で福島県南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）に訪れた際、何にいくらお金を使いましたか。それぞれの項目について、全員分の金額の内訳をお教えてください。

平均値ベース		移動	飲食	観光	宿泊	お土産	その他	総額 (平均値の合計)
n(Total)								
Total	504	¥9,929	¥8,906	¥7,047	¥15,882	¥7,451	¥3,942	¥53,157
性年代	男性20-39歳	¥11,923	¥11,798	¥10,554	¥18,899	¥10,345	¥5,702	¥69,220
	男性40-59歳	¥11,482	¥9,958	¥7,792	¥15,435	¥8,399	¥5,083	¥58,149
	男性60-79歳	¥8,893	¥5,929	¥3,304	¥13,661	¥4,643	¥2,286	¥38,714
	女性20-39歳	¥10,304	¥11,952	¥10,012	¥17,905	¥8,774	¥4,720	¥63,667
	女性40-59歳	¥6,327	¥7,220	¥5,458	¥11,208	¥5,863	¥2,298	¥38,375
	女性60-79歳	¥10,643	¥6,577	¥5,161	¥18,185	¥6,685	¥3,565	¥50,815
居住地別	北海道/東北地方	¥7,661	¥7,063	¥5,783	¥13,738	¥5,943	¥2,762	¥42,949
	関東地方	¥9,354	¥9,619	¥7,393	¥17,557	¥7,640	¥3,881	¥55,443
	その他の地方	¥12,771	¥10,036	¥7,964	¥16,351	¥8,771	¥5,185	¥61,077
滞在日数	日帰り	¥5,932	¥4,338	¥2,861	-	¥3,395	¥1,007	¥17,534
	宿泊	¥11,590	¥10,805	¥8,787	¥22,183	¥9,138	¥3,942	¥66,444

※Total = 回答平均値。「総額」は各項目回答平均値の合計。

過年度調査結果との比較 1

昨年度調査結果との比較項目	令和6年度結果 サマリー	令和5年度調査 サマリー	比較
● 南会津への来訪回数	<ul style="list-style-type: none"> 来訪したことがある「28.3%」 リピート率は「47.8%」 男性60~79歳の来訪率が多く、女性20~50代の来訪率が相対的に低い傾向。 	<ul style="list-style-type: none"> 来訪したことがある「25.0%」 リピート率は「47.5%」 男性20~30代、男性60歳以上の来訪率が高く、女性20~50代の来訪率が相対的に低い傾向。 	<ul style="list-style-type: none"> 来訪率はわずかに増加。 リピート率はほぼ変化なし。 来訪者の傾向に大きな変化はなく、女性20~50代の来訪率が低い傾向にある。
● 南会津への来訪時期（月）	<ul style="list-style-type: none"> 全体では「10月」が最も多く、17.3%。次いで、「8月」が14.1%、「5月」「9月」が11%程度となっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体では「5月」と「10月」が最も多く、16.3%。次いで、「8月」と「7月」が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 「5月」の来訪が昨年度よりわずかにポイント数が減少しているが、「5月」「10月」は来訪が多い。
● 旅行形態 （会津エリアを訪れた際の「人数」）	<ul style="list-style-type: none"> 全体では、「2人」で訪れた人が45.4%と最も多く、次いで「1人」が14.9%、「3人」が14.5%と多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体では、「2人」で訪れた人が47.6%と最も多く、次いで、「3人」が18.1%、「4人」が14.3%と多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 昨年度と同様、「2人」での来訪が多い傾向にある。 今年度は「1人」が比較的高い傾向にあったが、今年度も、昨年度と同様に2名以上での来訪が高い傾向にある。
● 旅行形態 （南会津エリアを訪れた際の「同行者」）	<ul style="list-style-type: none"> 全体では、「配偶者・パートナー」と訪れた人が44.8%と最も多く、次いで「18歳未満の子どもがいる家族旅行」が13.8%が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体では「配偶者・パートナー」が最も多く、41.0%。次いで「18歳未満の子どもがいる家族旅行」が21.4%が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 昨年度と同様、「配偶者・パートナー」との来訪や「18歳未満の子どもがいる家族旅行」が多い傾向にある。
● 「来訪時」の移動手段	<ul style="list-style-type: none"> 全体では「自家用車」が最も多く63.7%で、次いで「JR新幹線」が19.2%、「レンタカー」が13.9%が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体では「自家用車」が最も多く65.4%で、次いで「レンタカー」が17.3%、「JR新幹線」が13.8%と多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 昨年度と同様、「自家用車」による来訪が最も多い。 「レンタカー」「JR新幹線」の順位が入れ替わるも、大きな傾向の変化はない。
● 「周遊時」の移動手段	<ul style="list-style-type: none"> 全体では「自家用車」が最も多く62.1%で、次いで「観光バス」15.5%、「レンタカー」14.9%が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体では「自家用車」が最も多く65.2%で、次いで「レンタカー」が19.6%、「観光バス」が6.93%。 	<ul style="list-style-type: none"> 昨年度と同様、「自家用車」による周遊が最も多い。 「レンタカー」「観光バス」の順位が入れ替わり、「観光バス」のポイントが増加。
● 南会津エリアを訪れた際の「支出額」	<ul style="list-style-type: none"> 平均値支出金額が最も多い項目は「宿泊」で約1.5万円。次いで、「移動」が約1万、「飲食」が約9千円。 	<ul style="list-style-type: none"> 平均支出金額が最も多い項目は「宿泊」で約2万円。次いで「飲食」が約8.5千円。 	<ul style="list-style-type: none"> 昨年度と同様、「宿泊」に対する支出が多い傾向にある。 昨年度よりも「移動」、「飲食」への支出額が増えている傾向にある。

※上記の比較結果は単純な数値の増減を基に比較しており、統計的な有意差を検証したものではない点に注意が必要。※本サマリーに記載されている調査結果は、主要なポイントを抜粋・要約したものです。調査データの詳細な数値については、報告書（全体版）をご参照ください。

調査結果概要

2.滞在（時間）に影響を与える要因

※ 割合の数値は小数点第1以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

Copyright © 2025 by Regleap Inc. All rights reserved.

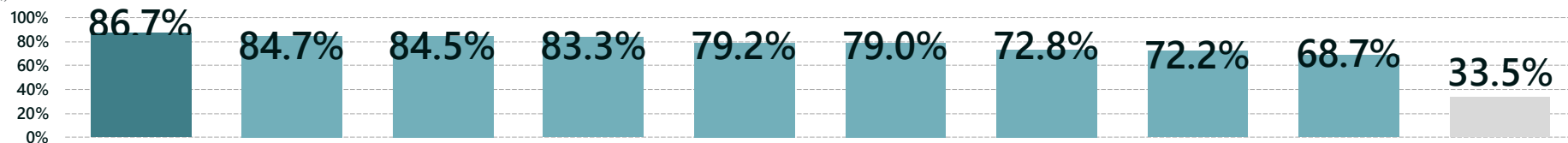
国内旅行先選定の際に重視する点

- 国内旅行先を決める際の重視するポイントとして、「地域民とのふれあい」以外の要素は全体的に重視される傾向がある。
- 性年代別では男性・女性「20~39歳」は他年代と比べて、「アクセス」や「地元民とのふれあい」を重視する傾向にある。

国内旅行先を決める際に重視するもの

Q1 普段、国内旅行先を決めるときに重視するものは何ですか。それぞれの項目について、最もあてはまるものを以下からお選びください。（ひとつだけ）

Totalとのポイント差（n<28を除く）



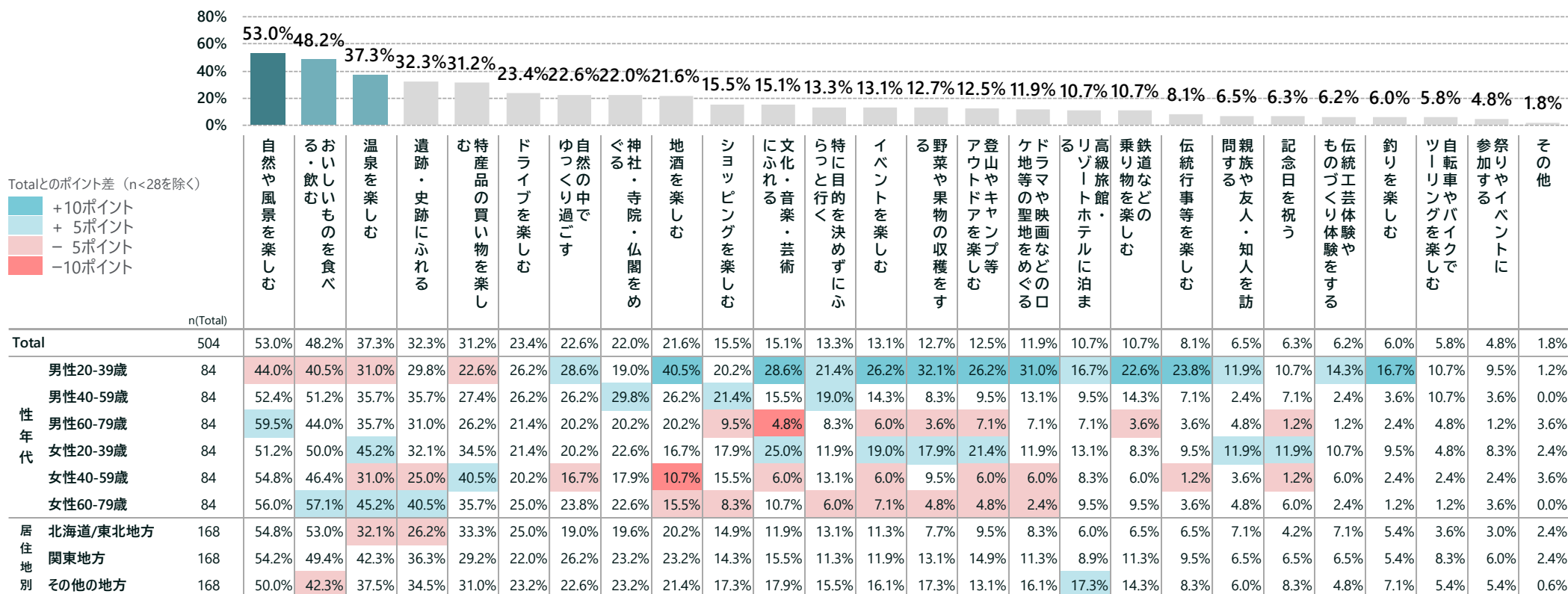
「重視する」+「やや重視する」		自然風景	観光スポット	雰囲気	グルメ	旅行金額代金	宿泊施設	アクセス	お土産・物産	歴史・文化	地元民とのふれあい	
n(Total)												
Total	504	86.7%	84.7%	84.5%	83.3%	79.2%	79.0%	72.8%	72.2%	68.7%	33.5%	
性年代	男性20-39歳	84	85.7%	86.9%	84.5%	85.7%	83.3%	76.2%	75.0%	79.8%	76.2%	47.6%
	男性40-59歳	84	82.1%	78.6%	78.6%	81.0%	72.6%	73.8%	54.8%	71.4%	58.3%	26.2%
	男性60-79歳	84	92.9%	81.0%	86.9%	72.6%	70.2%	71.4%	64.3%	57.1%	73.8%	23.8%
	女性20-39歳	84	83.3%	89.3%	89.3%	90.5%	84.5%	88.1%	78.6%	83.3%	66.7%	50.0%
	女性40-59歳	84	82.1%	82.1%	77.4%	85.7%	82.1%	82.1%	77.4%	67.9%	52.4%	20.2%
	女性60-79歳	84	94.0%	90.5%	90.5%	84.5%	82.1%	82.1%	86.9%	73.8%	84.5%	33.3%
居住地	北海道/東北地方	168	85.7%	81.5%	82.1%	82.1%	79.2%	75.6%	69.0%	69.6%	68.5%	29.2%
	関東地方	168	90.5%	85.7%	86.9%	86.3%	73.8%	81.5%	70.8%	78.6%	68.5%	31.0%
	その他の地方	168	83.9%	86.9%	84.5%	81.5%	84.5%	79.8%	78.6%	68.5%	69.0%	40.5%

南会津エリアへ来訪の「目的」

- 全体では、「自然や風景を楽しむ」が53%と最も多く、次いで「おいしいものを食べる・飲む」や「温泉を楽しむ」が多い傾向にある。
- 性年代別で、「男性20~39歳」は全体と比較して「地酒を楽しむ」や「文化・音楽・芸術にふれる」などの割合が高い傾向が見られる。

南会津エリアに訪れた際の「目的」

Q14 あなたが直近で福島県南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）に訪れた際の目的を以下からお選びください。（いくつでも）

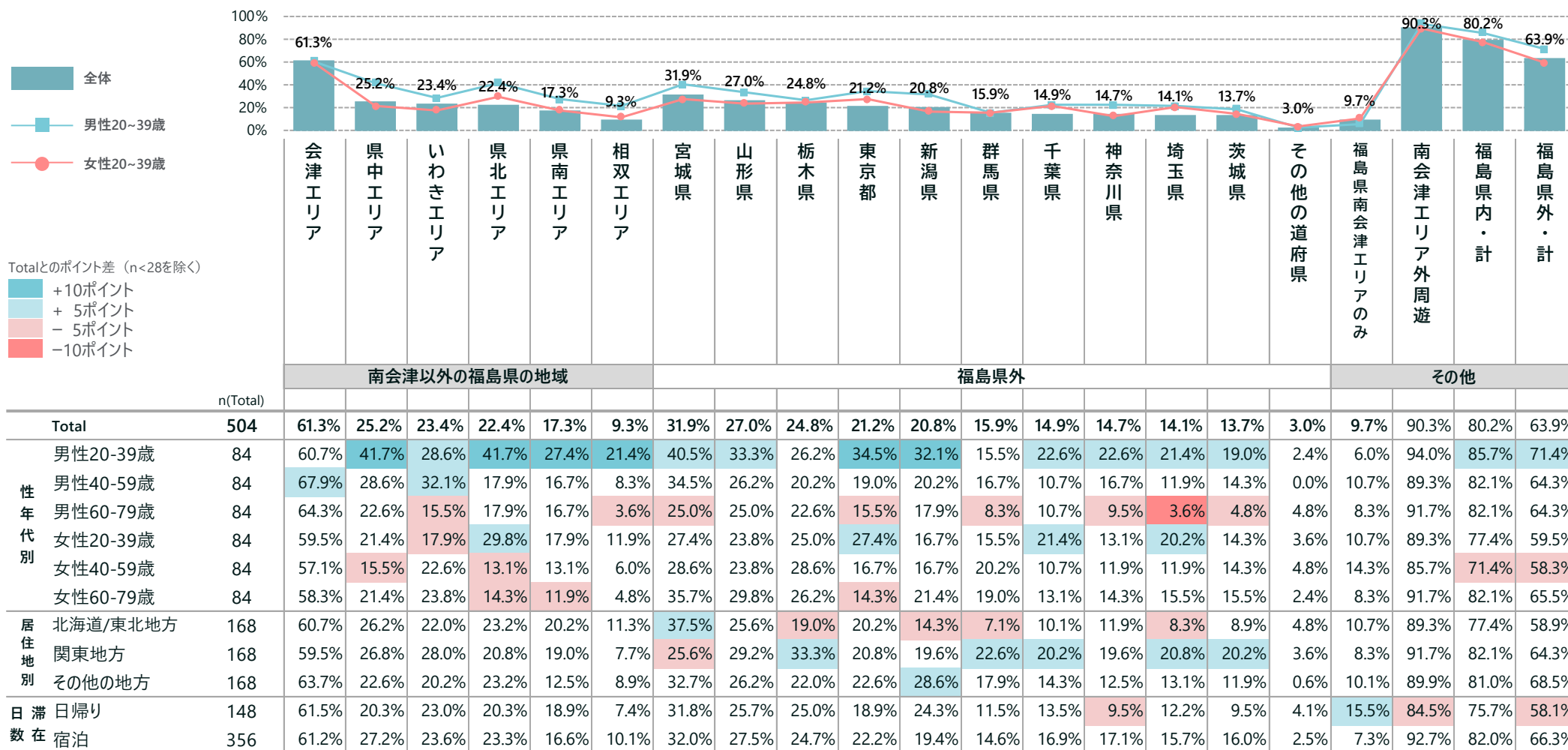


南会津エリアに訪れた際の「周遊エリア」

- 全体では、「会津エリア」を訪れたとの回答が最も多く、61.3%を占めた。次いで、「宮城県」や「山形県」へ訪れている割合が高く、南会津エリアとそれ以外のエリアを訪れている割合は約9割となった。
- 性年代別では、「男性20~39歳」が県内外問わず、周遊しているエリアが多い傾向にある。

南会津エリアに訪れた際の「周遊エリア」

Q6 あなたが直近で福島県南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）を訪れた際、他にどの地域を訪れましたか。あてはまるものを以下からお選びください。（いくつでも）

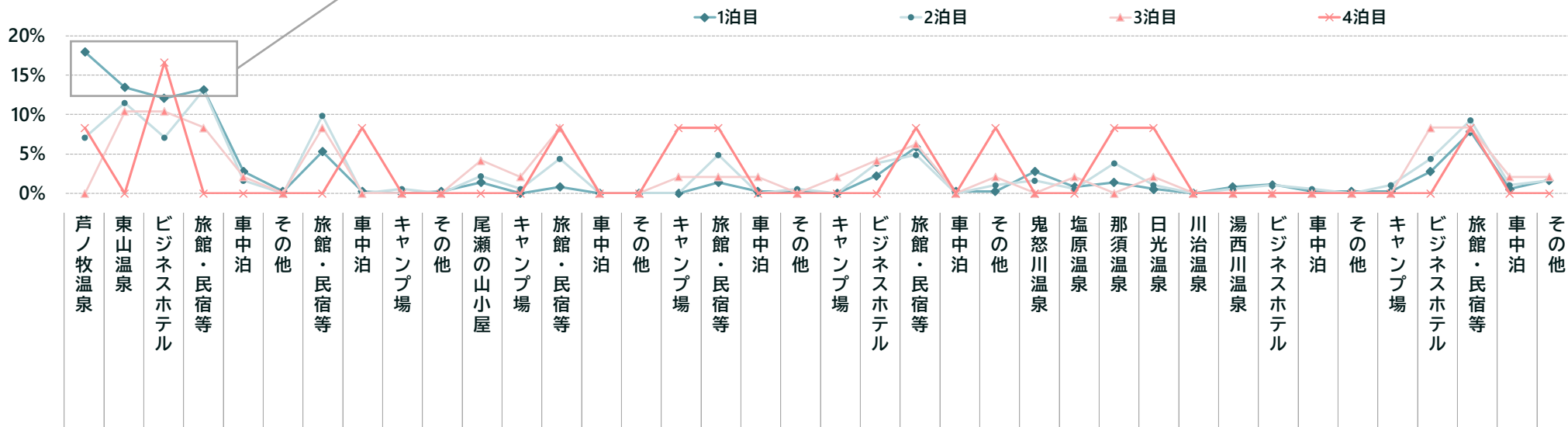


南会津エリアに訪れた際の「宿泊地」

- 全体と比較すると、「会津若松市」での宿泊が多い傾向が見られる。
- 宿泊数ごとの傾向では、1泊目は「芦ノ牧温泉」や「東山温泉」への宿泊が多く、2泊目は「会津若松市」や「下郷町」、その他地域の「旅館・民宿等」への宿泊が多い傾向にある。

宿泊地

Q12 あなたが直近で福島県南会津エリアに訪れた際の宿泊地を宿泊日ごとにお選びください。



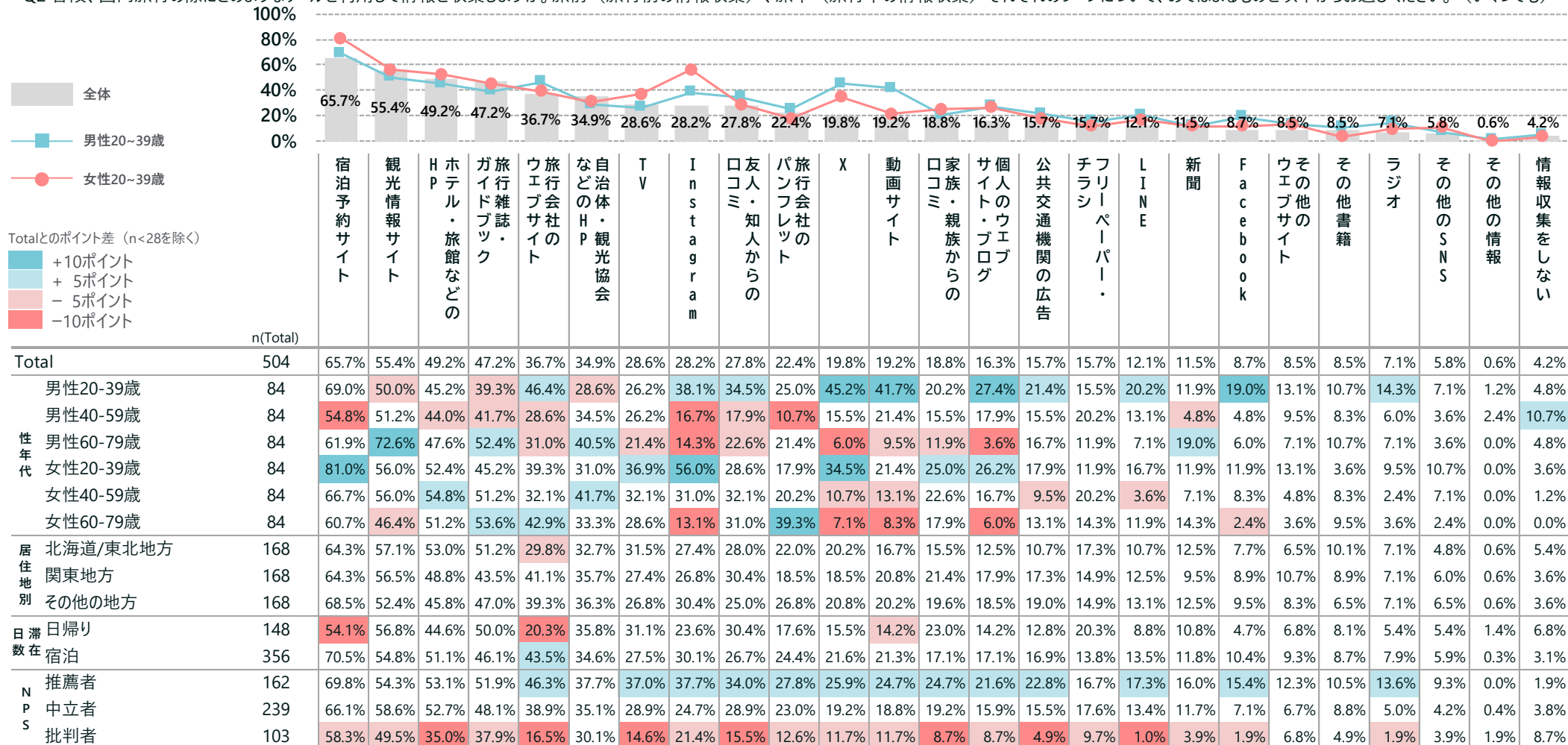
	n(Total)	会津若松市			下郷町			檜枝岐村			只見町			南会津町			栃木県			その他																			
		芦ノ牧温泉	東山温泉	ビジネスホテル	旅館・民宿等	車中泊	その他	旅館・民宿等	車中泊	キャンプ場	その他	尾瀬の山小屋	キャンプ場	旅館・民宿等	車中泊	その他	キャンプ場	旅館・民宿等	車中泊	その他	鬼怒川温泉	塩原温泉	那須温泉	日光温泉	川治温泉	湯西川温泉	ビジネスホテル	車中泊	その他	キャンプ場	ビジネスホテル	旅館・民宿等	車中泊	その他					
1泊目	356	18.0%	13.5%	12.1%	13.2%	2.8%	0.3%	5.3%	0.3%	0.0%	0.3%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.3%	0.3%	0.0%	2.2%	5.9%	0.3%	0.3%	2.8%	0.8%	1.4%	0.6%	0.0%	0.8%	1.1%	0.3%	0.3%	0.3%	2.8%	7.9%	0.6%	1.7%
2泊目	183	7.1%	11.5%	7.1%	13.1%	1.6%	0.0%	9.8%	0.0%	0.5%	0.0%	2.2%	0.5%	4.4%	0.0%	0.0%	0.0%	4.9%	0.0%	0.5%	0.0%	3.8%	4.9%	0.0%	1.1%	1.6%	0.5%	3.8%	1.1%	0.0%	0.5%	1.1%	0.5%	0.0%	1.1%	4.4%	9.3%	1.1%	1.6%
3泊目	48	0.0%	10.4%	10.4%	8.3%	2.1%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	2.1%	8.3%	0.0%	0.0%	2.1%	2.1%	2.1%	0.0%	2.1%	4.2%	6.3%	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	8.3%	2.1%	2.1%
4泊目	12	8.3%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	8.3%	0.0%	8.3%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%

観光客の「情報収集（旅行前）」

- 旅行前の情報収集方法として、「宿泊予約サイト」が65.7%と最も割合が高く、次いで「観光情報サイト」が55.4%、「ホテル・旅館等の公式HP」が49.2%となった。
- 性年代別では、「男性20~39歳」が全体と比較して「X」「動画サイト」「個人のウェブサイト・ブログ」等で情報収集する傾向がある。一方で、「女性20~39歳」は「Instagram」や「X」で情報収集する傾向にある。

旅行前の情報収集

Q2 普段、国内旅行の際にどのようなツールを利用して情報を収集しますか。旅前（旅行前の情報収集）、旅中（旅行中の情報収集）それぞれのシーンについて、あてはまるものを以下からお選びください。（いくつでも）

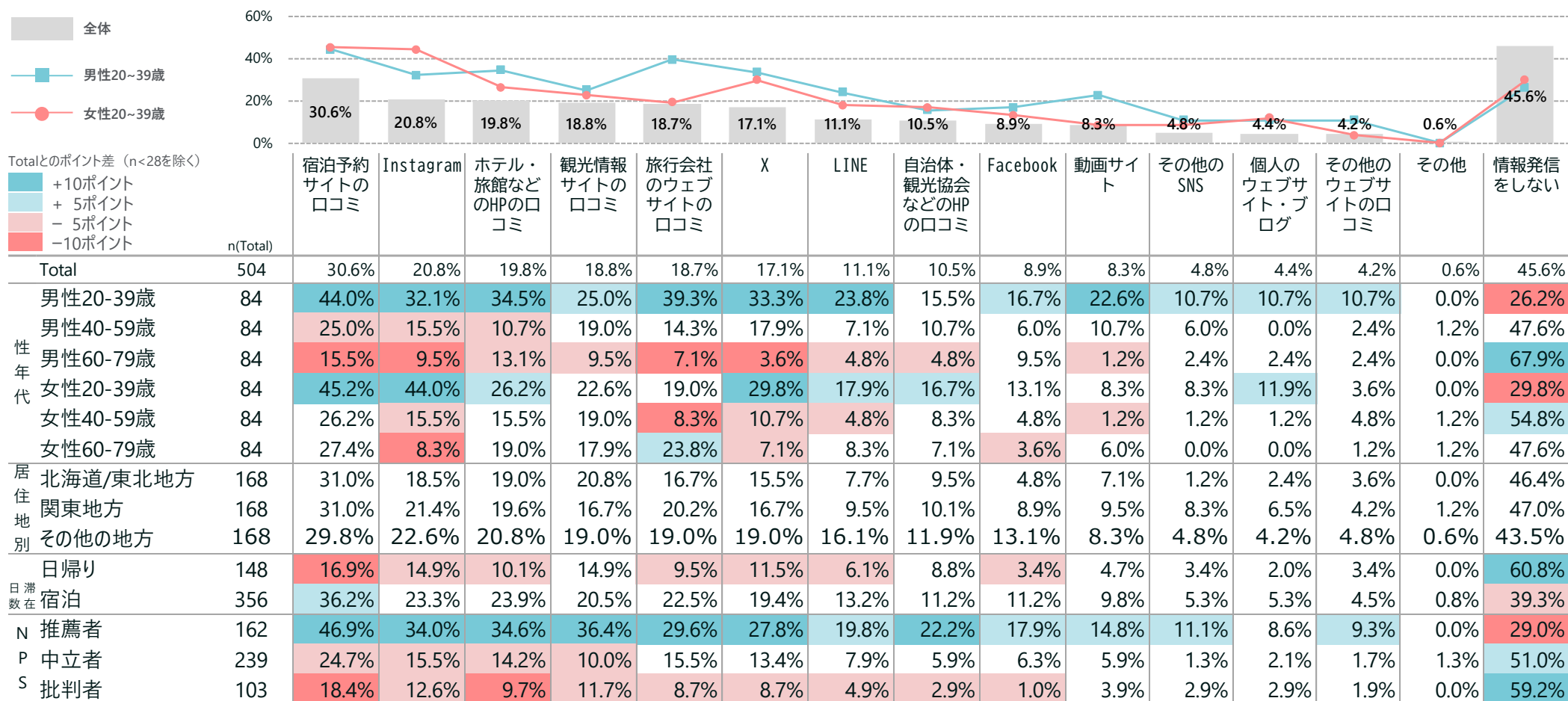


観光客の「情報発信（旅行中）」

- 全体では、「情報発信をしなかった」との回答が最も多く、45.6%を占めた。次いで、「宿泊予約サイトの口コミ」や「Instagram」を利用する割合が高かった。
- 性年代別では、「男性20~39歳」が全体と比較して様々なツールを活用して情報発信を行う傾向が見られ、「情報発信をしない」割合は他の性年代と比べて低い傾向が見られた。

旅行中の情報発信

Q3 普段、国内旅行の際にどのようなツールを利用して情報を発信しますか。旅中（旅行中の情報発信）、旅後（旅行後の情報発信）それぞれのシーンについて、あてはまるものを以下からお選びください。（いくつでも）

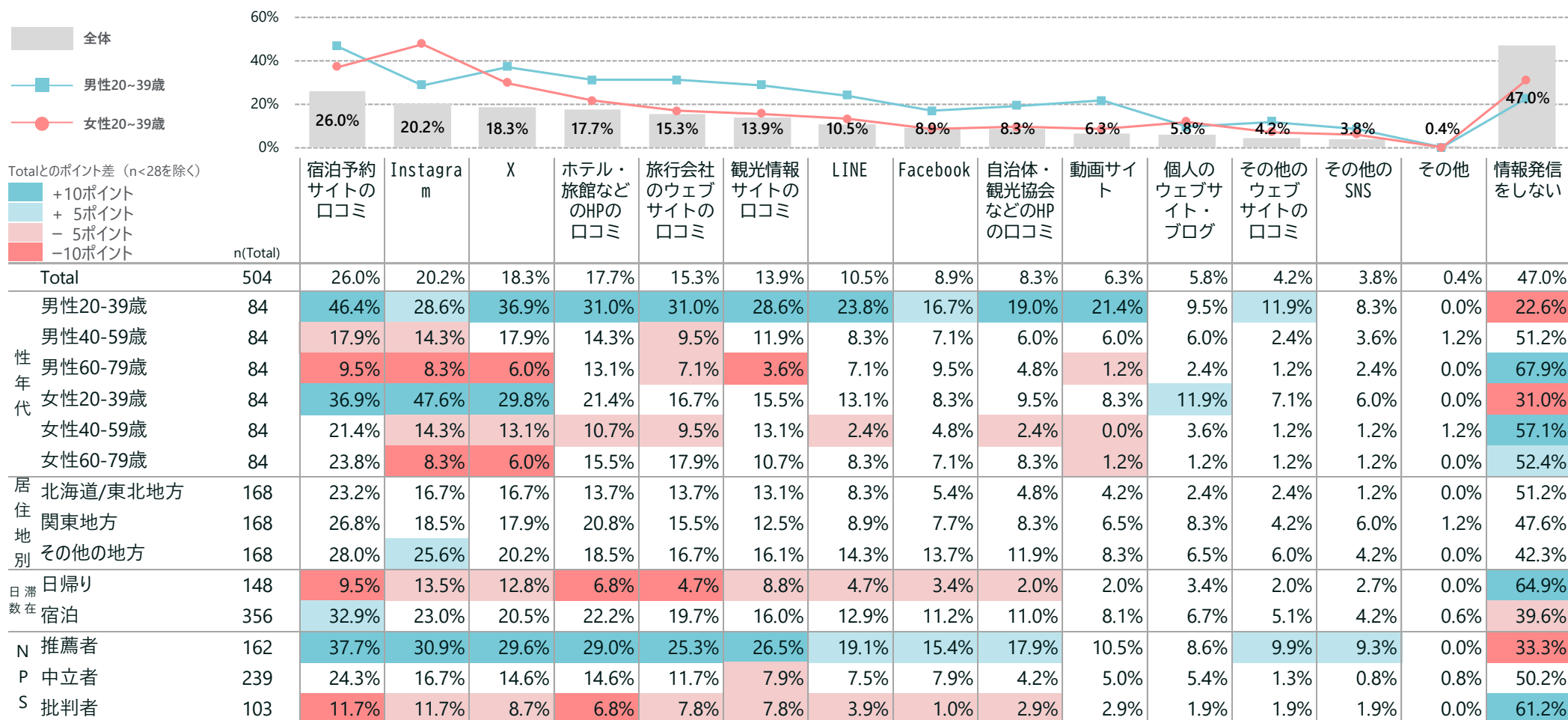


観光客の「情報発信（旅行後）」

- 全体では、「情報発信をしなかった」との回答が最も多く、47.0%を占めた。次いで、「宿泊予約サイトの口コミ」や「Instagram」を利用する割合が高かった。
- 性年代別では、「男性・女性20~39歳」は全体と比較して情報発信を行う傾向が見られる。また、女性「宿泊予約サイトの口コミ」「Instagram」「X」での情報発信が多く、男性は全体的に様々なツールを活用して情報発信を行う傾向がある。

旅行後の情報発信

Q3 普段、国内旅行の際にどのようなツールを利用して情報を発信しますか。旅中（旅行中の情報発信）、旅後（旅行後の情報発信）それぞれのシーンについて、あてはまるものを以下からお選びください。（いくつでも）



過年度調査結果との比較2

昨年度調査結果との比較項目	令和6年度結果サマリー	令和5年度調査サマリー	比較
● 国内旅行先を決める際に重視するもの	<ul style="list-style-type: none"> 「地域民とのふれあい」以外の要素は全体的に重視される傾向がある。 「グルメ」は4割以上、「自然風景」「観光スポット」「宿泊施設」「旅行金額代金」は3割以上が「重視する」と回答。 	<ul style="list-style-type: none"> 「地域民とのふれあい」以外の要素は全体的に重視される傾向がある。 「観光スポット」や「自然風景」、「グルメ」、「宿泊施設」は「重視する」の割合が特に高く、いずれも4割以上を占める。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 昨年度と同様、「地域民とのふれあい」以外の要素は全体的に重視される傾向がある。 ✓ 順位が入れ替わるも、「グルメ」「自然風景」「観光スポット」などが特に重視される傾向。
● 南会津エリアに訪れた際の「目的」	<ul style="list-style-type: none"> 全体では、「自然や風景を楽しむ」が53%と最も割合が高く、次いで「おいしいものを食べる・飲む」や「温泉を楽しむ」が多い傾向にある。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体では「自然や風景を楽しむ」が57.5%と最も割合が高く、次いで、「おいしいものを食べる・飲む」や「温泉を楽しむ」が多い傾向にある。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 昨年度と大きな傾向の変化はなく、「自然や風景を楽しむ」が訪れる目的として最も多い。
● 南会津エリアに訪れた際の「周遊エリア」	<ul style="list-style-type: none"> 全体では、「会津エリア」を訪れたとの回答が最も割合が高く、61.3%を占めた。次いで、「宮城県」や「山形県」へ訪れている割合が高く、南会津エリアとそれ以外のエリアを訪れている割合は約9割。 	<ul style="list-style-type: none"> 周遊エリアとしては「会津エリア」が最も割合が高く、約6割に上る。次いで、「県北エリア」が約4割、「県中エリア」が約3割となった。県外のエリアでは「宮城県」が最も割合が高く、約2割。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 昨年度と同様、「会津エリア」へ訪れていたとの回答が多く、県外については「宮城県」が最も多い。 ✓ 今年度では県中エリアが会津エリアに次いで多い結果となった。
● 南会津エリアに訪れた際の「宿泊地」	<ul style="list-style-type: none"> 全体と比較すると、「会津若松市」での宿泊が多い傾向が見られる。 宿泊数ごとの傾向では、1泊目は「芦ノ牧温泉」や「東山温泉」への宿泊が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体的に福島県南会津エリア内の宿泊が多い。 宿泊数毎の傾向を比較すると、1泊目は会津若松市の東山温泉が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今年度は、「会津若松市」での宿泊が全体と比較して多い傾向が見られる。 ✓ 昨年度と同様、1泊目に「東山温泉」の宿泊が多い傾向にある。
● 情報収集（旅行前）	<ul style="list-style-type: none"> 全体では、「宿泊予約サイト」が65.7%と最も割合が高く、次いで「観光情報サイト」が55.4%、「ホテル・旅館等の公式HP」が49.2%となった。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体では「宿泊予約サイト」が最も高く、57%に上る。続いて「旅行雑誌・ガイドブック」が高く、46%に上る。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 昨年度と同様、「宿泊予約サイト」での情報収集するとの回答が最も多い。 ✓ 今年度では「観光情報サイト」や「ホテル・旅館等の公式HP」の順位が「旅行雑誌・ガイドブック」を上回る結果となった。
● 情報発信（旅行中）	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 全体では、「情報発信をしなかった」との回答が最も多く、45.6%を占めた。次いで、「宿泊予約サイトの口コミ」や「Instagram」を利用する割合が高かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 全体では「情報発信をしなかった」が突出して高く、44%に上る。続いて「宿泊予約サイトの口コミ」と「Instagram」が高く、22%に上る。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「情報発信しなかった」との回答が最も多く、昨年度と同様の傾向が見られ、「宿泊予約サイトの口コミ」と「Instagram」の利用も高い傾向が見られた。
● 情報発信（旅行後）	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 全体では、「情報発信をしなかった」との回答が最も多く、47.0%を占めた。次いで、「宿泊予約サイトの口コミ」や「Instagram」を利用する割合が高かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 全体では「情報発信をしなかった」が突出して高く、4割以上に上る。続いて「Instagram」と「宿泊予約サイトの口コミ」が高く、2割以上に上る。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 旅行中の情報発信同様、昨年度と同様傾向見られた。 ✓ 「情報発信しなかった」との回答が最も多く、昨年度と同様の傾向が見られ、「宿泊予約サイトの口コミ」と「Instagram」の利用も高い傾向が見られた。

※上記の比較結果は単純な数値の増減を基に比較しており、統計的な有意差を検証したものではない点に注意が必要。※本サマリーに記載されている調査結果は、主要なポイントを抜粋・要約したものです。調査データの詳細な数値については、報告書（全体版）をご参照ください。

調査結果概要

3.南会津エリアの認知度・興味度

※ 割合の数値は小数点第1以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

Copyright © 2025 by Regleap Inc. All rights reserved.

GAP分析「GAP値」と「散布図」について

「GAP値」について

本分析では、GAP値を「興味度」-「認知度」として算出している。

➤ GAP値がプラス（+）の場合

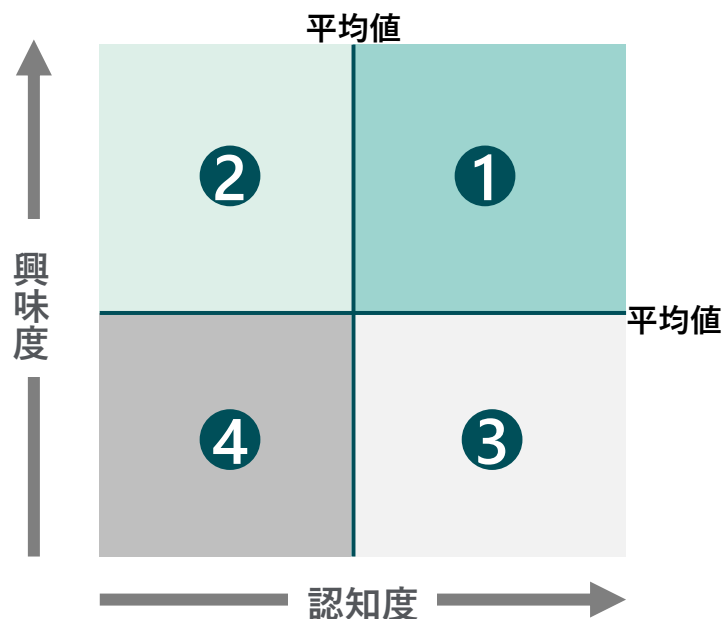
興味度が認知度を上回っており、「知る人の関心が高いコンテンツ」であることを示す。認知度を向上させることで、新規訪問者の増加が期待できる可能性がある。

➤ GAP値がマイナス（-）の場合

認知度は高いが、相対的に興味を持たれていないコンテンツであることを示す。観光資源としての訴求力や体験価値の向上が必要と考えられる。

「散布図」

GAP分析では、「認知度」と「興味度」の平均値を基準に4象限を分類。



「散布図」各象限の説明

1 「認知度“高”×興味度“高”」

多くの人に知られており、関心度も高いコンテンツ。
観光資源としての認知がある、集客力が高いと考えられる。引き続きプロモーションを行いつつ、リピーター獲得や体験価値の向上が求められる。

2 「認知度“低”×興味度“高”」

知名度はまだ低いものの、興味関心を持たれる可能性が高いコンテンツ。
効果的なプロモーションを実施することで、訪問意欲を高める余地があると考えられる。ターゲットに適した情報発信や認知向上施策の強化が重要となる。

3 「認知度高×興味度低」

広く認知されているが、興味関心を引いていないコンテンツ。
すでに認識されているが、魅力の再発信や新たな訴求ポイントの開発が求められる。リブランディングや新たな体験要素の追加で興味度を高める余地がある。

4 「認知度“低”×興味度“低”」

知名度が低く、興味関心を引く要素が少ないコンテンツ。
訪問者のニーズを分析し、付加価値を高める施策が必要。改善に向けて、ターゲット層の明確化や新たな価値の創出が求められる。

体験メニューのGAP調査（全体）【認知×興味】

- 「認知度高×興味度高」のコンテンツとして、「星空観察」が含まれるが、GAP値も高く、ポテンシャルが高い体験メニューだといえる。
- 「認知度低×興味度高」のコンテンツとして、「アロマ体験」や「バター作り体験」があり、GAP値も高い傾向にある。

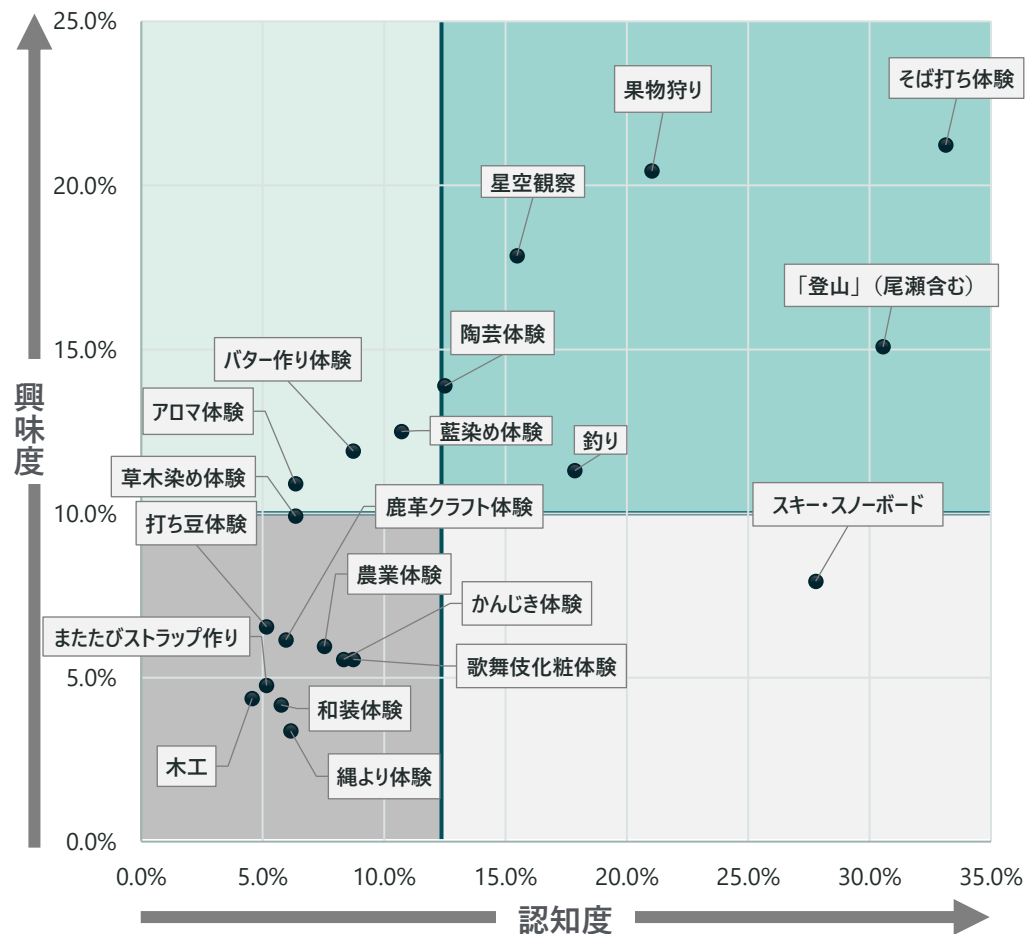
「興味がある南会津エリアの体験メニュー」×「南会津エリアの知っている体験メニュー」

Q16 福島県南会津エリアには、以下の体験メニューがあります。あなたがお存じのもの、興味があるもの、体験したことがあるものをそれぞれお選びください。（いくつでも）

「興味がある南会津エリアの体験メニュー（これまで体験したことはないが、今後体験してみたいもの）」×「南会津エリアの知っている体験メニュー」

体験メニュー	興味度	認知度	GAP値
「登山」（尾瀬含む）	15.1%	30.6%	-15.5%
スキー・スノーボード	7.9%	27.8%	-19.8%
釣り	11.3%	17.9%	-6.5%
そば打ち体験	21.2%	33.1%	-11.9%
果物狩り	20.4%	21.0%	-0.6%
星空観察	17.9%	15.5%	+2.4%
陶芸体験	13.9%	12.5%	+1.4%
藍染め体験	12.5%	10.7%	+1.8%
農業体験	6.0%	7.5%	-1.6%
バター作り体験	11.9%	8.7%	+3.2%
草木染め体験	9.9%	6.3%	+3.6%
アロマ体験	10.9%	6.3%	+4.6%
歌舞伎化粧体験	5.6%	8.7%	-3.2%
かんじき体験	5.6%	8.3%	-2.8%
鹿革クラフト体験	6.2%	6.0%	+0.2%
打ち豆体験	6.5%	5.2%	+1.4%
和装体験	4.2%	5.8%	-1.6%
縄より体験	3.4%	6.2%	-2.8%
またたびストラップ作り	4.8%	5.2%	-0.4%
木工	4.4%	4.6%	-0.2%

※GAP値 = 「興味度」-「認知度」



体験メニューのGAP調査（性年代・居住地）【認知×興味】

- 性年代別では「女性40歳以上」が「藍染め体験」「アロマ」等のGAP値が高く、女性40歳以上に対してポテンシャルがある体験メニューだといえる。特に「特に60~79歳」では「藍染め体験」や「草木染め体験」のGAP値が高い。

「興味がある南会津エリアの体験メニュー」×「南会津エリアの知っている体験メニュー」

Q16 福島県南会津エリアには、以下の体験メニューがあります。あなたご存じのもの、興味があるもの、体験したことがあるものをそれぞれお選びください。（いくつでも）

「興味がある南会津エリアの体験メニュー（これまで体験したことはないが、今後体験してみたいもの）」×「南会津エリアの知っている体験メニュー」

体験メニュー	GAP値								
	男性20-39歳	男性40-59歳	男性60-79歳	女性20-39歳	女性40-59歳	女性60-79歳	北海道/東北地方	関東地方	その他の地方
「登山」（尾瀬含む）	15.5%	-7.1%	16.7%	23.8%	13.1%	16.7%	19.0%	10.1%	17.3%
スキー・スノーボード	22.6%	22.6%	17.9%	21.4%	22.6%	11.9%	24.4%	26.8%	-8.3%
釣り	-2.4%	-9.5%	-1.2%	14.3%	-8.3%	-3.6%	-8.9%	-5.4%	-5.4%
そば打ち体験	11.9%	-4.8%	14.3%	13.1%	13.1%	14.3%	14.3%	13.7%	-7.7%
果物狩り	-3.6%	0.0%	2.4%	-4.8%	-2.4%	4.8%	-4.8%	6.5%	-3.6%
星空観察	6.0%	1.2%	-1.2%	-6.0%	4.8%	9.5%	3.6%	7.1%	-3.6%
陶芸体験	-2.4%	3.6%	3.6%	-8.3%	15.5%	-3.6%	-2.4%	6.5%	0.0%
藍染め体験	-2.4%	-2.4%	-2.4%	-6.0%	7.1%	16.7%	5.4%	-0.6%	0.6%
農業体験	10.7%	3.6%	1.2%	10.7%	6.0%	1.2%	1.8%	-0.6%	-6.0%
バター作り体験	4.8%	2.4%	2.4%	-3.6%	7.1%	6.0%	6.0%	4.2%	-0.6%
草木染め体験	-1.2%	3.6%	3.6%	-6.0%	8.3%	13.1%	6.0%	3.0%	1.8%
アロマ体験	-2.4%	6.0%	3.6%	6.0%	8.3%	6.0%	4.8%	5.4%	3.6%
歌舞伎化粧体験	-9.5%	-2.4%	-1.2%	-1.2%	1.2%	-6.0%	-1.8%	-4.2%	-3.6%
かんじき体験	-1.2%	-2.4%	-1.2%	13.1%	1.2%	0.0%	-2.4%	-0.6%	-5.4%
鹿革クラフト体験	-3.6%	0.0%	1.2%	-3.6%	4.8%	2.4%	3.6%	0.0%	-3.0%
打ち豆体験	2.4%	4.8%	4.8%	1.2%	0.0%	-4.8%	1.8%	0.0%	2.4%
和装体験	-6.0%	0.0%	1.2%	-6.0%	1.2%	0.0%	-3.6%	1.2%	-2.4%
縄より体験	10.7%	-2.4%	0.0%	-1.2%	-2.4%	0.0%	0.6%	-4.8%	-4.2%
またたびストラップ作り	-2.4%	3.6%	3.6%	-6.0%	-1.2%	0.0%	1.8%	-0.6%	-2.4%
木工	-3.6%	-1.2%	3.6%	-1.2%	1.2%	0.0%	0.6%	0.6%	-1.8%

※GAP値 = 「興味度」 - 「認知度」

観光資源のGAP調査（全体）【認知×興味】

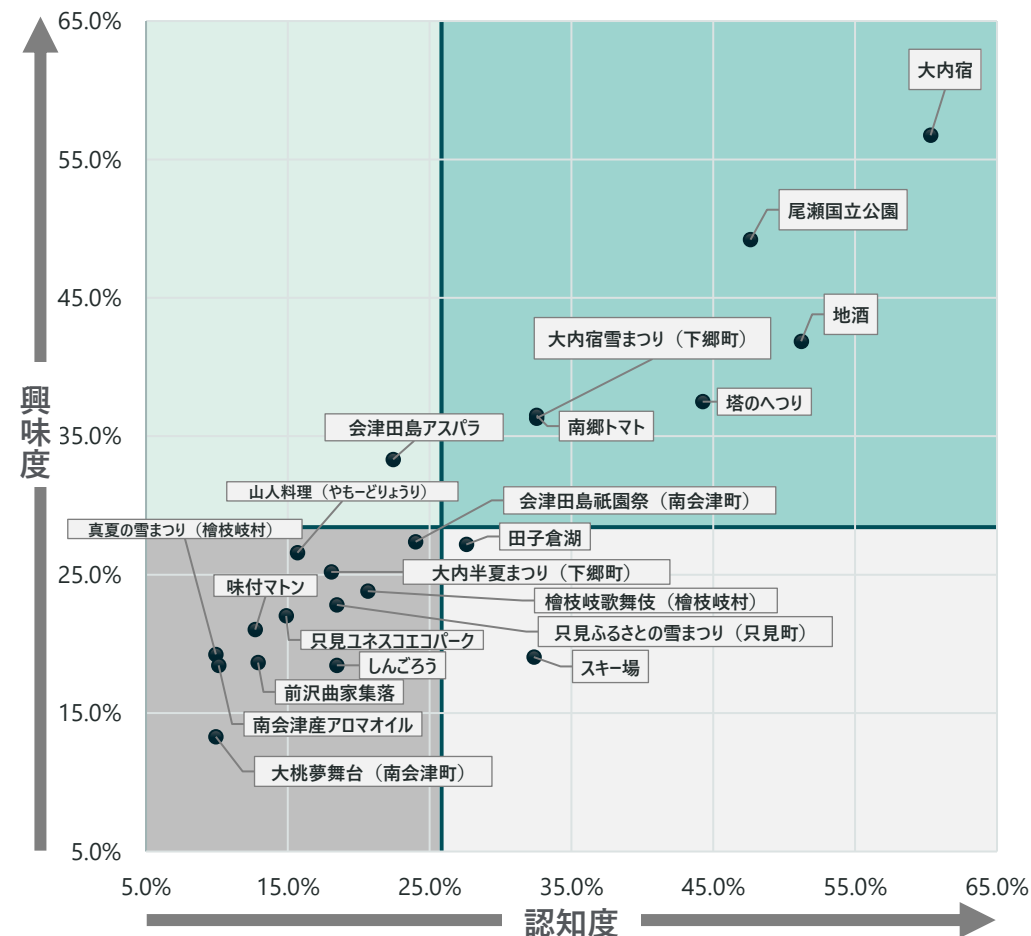
- 「大内宿」「地酒」「尾瀬国立公園」などの認知度がとくに高い一方で、認知度に比べて興味度はやや低い傾向にある。
- 「認知度低×興味度高」に含まれるお土産の内、「会津田島アスパラ」はGAP値が高い。「山人料理」などのお土産等もGAP値が高い傾向にある。

「興味がある南会津エリアの観光コンテンツ」×「南会津エリアの知っている観光コンテンツ」

SQ4 福島県南会津エリアの観光コンテンツ、イベント、お土産について、ご存じのものはありますか。あなたがご存知のものを以下からお選びください。（いくつでも）

SQ5 福島県南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）の観光コンテンツ、イベント、お土産について、興味があるものはありますか。あなたが興味があるものを以下からお選びください。（いくつでも）

	観光コンテンツ	興味度	認知度	GAP値
観光	尾瀬国立公園	49.2%	47.6%	+1.6%
	大内宿	56.7%	60.3%	-3.6%
	スキー場	19.0%	32.3%	-13.3%
	塔のへつり	37.5%	44.2%	-6.7%
	田子倉湖	27.2%	27.6%	-0.4%
	只見ユネスコエコパーク	22.0%	14.9%	+7.1%
	前沢曲家集落	18.7%	12.9%	+5.8%
イベント	大内宿雪まつり（下郷町）	36.3%	32.5%	+3.8%
	大内半夏まつり（下郷町）	25.2%	18.1%	+7.1%
	只見ふるさとの雪まつり（只見町）	22.8%	18.5%	+4.4%
	会津田島祇園祭（南会津町）	27.4%	24.0%	+3.4%
	檜枝岐歌舞伎（檜枝岐村）	23.8%	20.6%	+3.2%
	真夏の雪まつり（檜枝岐村）	19.2%	9.9%	+9.3%
	大桃夢舞台（南会津町）	13.3%	9.9%	+3.4%
お土産等	地酒	41.9%	51.2%	-9.3%
	しんごろう	18.5%	18.5%	0.0%
	南郷トマト	36.5%	32.5%	+4.0%
	会津田島アスパラ	33.3%	22.4%	+10.9%
	山人料理（やも-どりょうり）	26.6%	15.7%	+10.9%
	味付マトン	21.0%	12.7%	+8.3%
	南会津産アロマオイル	18.5%	10.1%	+8.3%



※上記は、n(Total)=504。スクリーニング調査回答のうち、本調査対象者（2023年以降に南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）訪問者）の回答のみを分析。

観光資源のGAP調査（性年代・居住地）【認知×興味】

- 性年代別では「男性・女性20~39歳」「男性・女性40=59歳」が多くの項目でGAP値が高い傾向にあり、「会津田島アスパラ」「山人料理」などのお土産のカテゴリはGAP値が高い傾向にある。

「興味がある南会津エリアの観光コンテンツ」×「南会津エリアの知っている観光コンテンツ」

SQ4 福島県南会津エリアの観光コンテンツ、イベント、お土産について、ご存じのものはありますか。あなたがご存知のものを以下からお選びください。（いくつでも）

SQ5 福島県南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）の観光コンテンツ、イベント、お土産について、興味があるものはありますか。あなたが興味があるものを以下からお選びください。（いくつでも）

観光コンテンツ	GAP値									
	男性20-39歳	男性40-59歳	男性60-79歳	女性20-39歳	女性40-59歳	女性60-79歳	北海道/東北地方	関東地方	その他の地方	
観光	尾瀬国立公園	-1.2%	-9.5%	+1.2%	-1.2%	+9.5%	+10.7%	-1.8%	+1.8%	+4.8%
	大内宿	+8.3%	-9.5%	-19.0%	-3.6%	+3.6%	-1.2%	-8.9%	-0.6%	-1.2%
	スキー場	-14.3%	-7.1%	-22.6%	-8.3%	-14.3%	-13.1%	-20.8%	-10.1%	-8.9%
	塔のへつり	+8.3%	-9.5%	-21.4%	+2.4%	-10.7%	-9.5%	-12.5%	-8.3%	+0.6%
	田子倉湖	+4.8%	-2.4%	-10.7%	0.0%	+7.1%	-1.2%	-6.0%	+3.6%	+1.2%
	只見ユネスコエコパーク	+9.5%	+4.8%	+3.6%	+7.1%	+11.9%	+6.0%	+8.3%	+6.5%	+6.5%
	前沢曲家集落	+6.0%	+7.1%	-7.1%	+8.3%	+10.7%	+9.5%	0.0%	+10.7%	+6.5%
	イベント	大内宿雪まつり（下郷町）	+2.4%	+7.1%	+2.4%	+4.8%	+6.0%	0.0%	-6.5%	+10.7%
大内半夏まつり（下郷町）		+7.1%	+13.1%	-2.4%	+7.1%	+11.9%	+6.0%	0.0%	+10.1%	+11.3%
只見ふるさと雪まつり（只見町）		+3.6%	+10.7%	-1.2%	+7.1%	+7.1%	-1.2%	-9.5%	+14.3%	+8.3%
会津田島祇園祭（南会津町）		+1.2%	+8.3%	-2.4%	+1.2%	+10.7%	+1.2%	+0.6%	+6.5%	+3.0%
檜枝岐歌舞伎（檜枝岐村）		+2.4%	+3.6%	+1.2%	+6.0%	+4.8%	+1.2%	-1.2%	+6.5%	+4.2%
真夏の雪まつり（檜枝岐村）		+14.3%	+10.7%	+2.4%	+10.7%	+15.5%	+2.4%	+5.4%	+12.5%	+10.1%
大桃夢舞台（南会津町）	+2.4%	0.0%	+2.4%	+3.6%	+7.1%	+4.8%	+3.0%	+5.4%	+1.8%	
お土産等	地酒	-10.7%	-1.2%	-11.9%	-8.3%	-14.3%	-9.5%	-10.7%	-11.9%	-5.4%
	しんごろう	-4.8%	+1.2%	-2.4%	-2.4%	+7.1%	+1.2%	-4.2%	+1.8%	+2.4%
	南郷トマト	+10.7%	+6.0%	-2.4%	+2.4%	0.0%	+7.1%	-0.6%	+1.8%	+10.7%
	会津田島アスパラ	+3.6%	+9.5%	+11.9%	+2.4%	+22.6%	+15.5%	+1.8%	+14.9%	+16.1%
	山人料理（やも-どりょうり）	+3.6%	+16.7%	+10.7%	+8.3%	+13.1%	+13.1%	+10.1%	+13.1%	+9.5%
	味付マトン	+8.3%	+14.3%	+13.1%	-1.2%	+8.3%	+7.1%	+6.0%	+8.3%	+10.7%
南会津産アロマオイル	-2.4%	+7.1%	+1.2%	+11.9%	+20.2%	+11.9%	+8.9%	+8.9%	+7.1%	

過年度調査結果との比較 3

昨年度調査結果との比較項目	令和6年度結果サマリー	令和5年度調査サマリー	比較
<ul style="list-style-type: none">● 体験メニューのGAP調査（全体） 【認知×興味】	<ul style="list-style-type: none">「認知度高×興味度高」のコンテンツとして、「星空観察」が含まれるが、GAP値も高いため、ポテンシャルが高い体験メニューだといえる。「認知度低×興味度高」のコンテンツとして、「アロマ体験」や「バター作り体験」があり、GAP値も高い傾向にある。	<ul style="list-style-type: none">「認知度高×興味度高」のコンテンツとして、「星空観察」が含まれるが、GAP値も高いため、ポテンシャルが高い体験メニューだといえる。「認知度低×興味度高」のコンテンツとして、「アロマ体験」や「バター作り体験」が含まれ、認知度の向上が課題といえる。	<ul style="list-style-type: none">✓ 昨年度と同様、「星空観察」がGAP値も高い傾向にある。✓ 昨年度と同様、「アロマ体験」や「バター作り体験」も認知度向上が課題だと言える。
<ul style="list-style-type: none">● 観光資源のGAP調査（全体） 【認知×興味】	<ul style="list-style-type: none">「大内宿」「地酒」「尾瀬国立公園」などの認知度がとくに高い一方で、認知度比べて興味度はやや低い傾向にある。「認知度低×興味度高」に含まれるお土産の内、「会津田島アスパラ」はGAP値が高い。「山人料理」などのお土産等もGAP値が高い傾向にある。	<ul style="list-style-type: none">尾瀬国立公園をはじめとする観光コンテンツと、地酒をはじめとするお土産の興味度が高い。「認知度低×興味度高」に含まれるお土産の内、会津田島アスパラや山人料理などのGAP値が高い。	<ul style="list-style-type: none">✓ 昨年度と同様、「尾瀬国立公園」や「大内宿」等の認知度が高い傾向にある。一方で、今年度では、認知度に対して、興味度がやや低い傾向が出ている。✓ 昨年度と同様、「会津田島アスパラ」や「山人料理」などのGAP値が高く、認知度向上が課題だと言える。

※上記の比較結果は単純な数値の増減を基に比較しており、統計的な有意差を検証したものではない点に注意が必要。 ※本サマリーに記載されている調査結果は、主要なポイントを抜粋・要約したものです。調査データの詳細な数値については、報告書（全体版）をご参照ください。

調査結果概要

4.南会津エリアの満足度（観光コンテンツ・全体）

※ 割合の数値は小数点第1以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

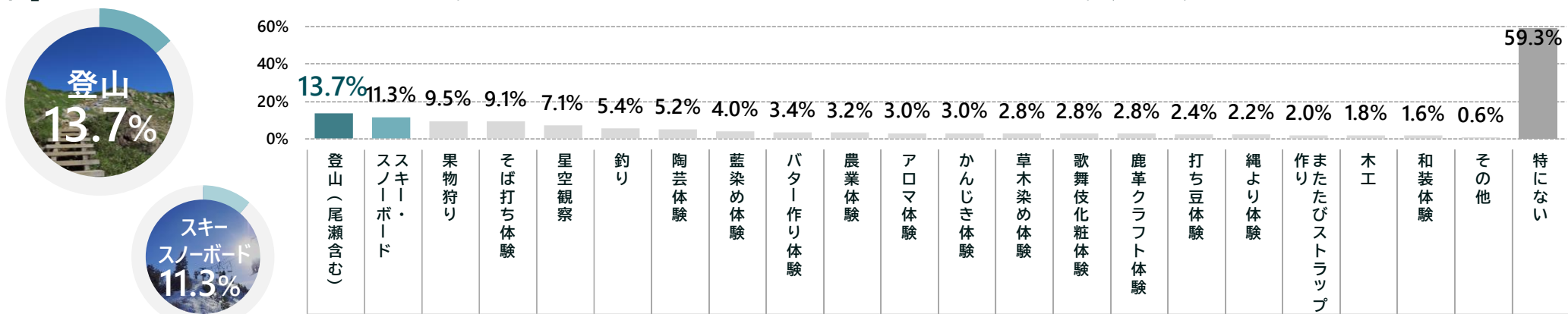
Copyright © 2025 by Regleap Inc. All rights reserved.

観光資源/体験メニュー（体験したことがあるもの）

- 実際に体験したことがある体験メニューとして「特にない」と回答した割合が59.3%と最も多かった。次いで、「登山（尾瀬含む）」や「スキー・スノーボード」の体験者が多い傾向にある。
- 実際に行ったことがある場所では「大内宿」が最も多く、買ったことがあるものとしては「地酒」が最も多かった。

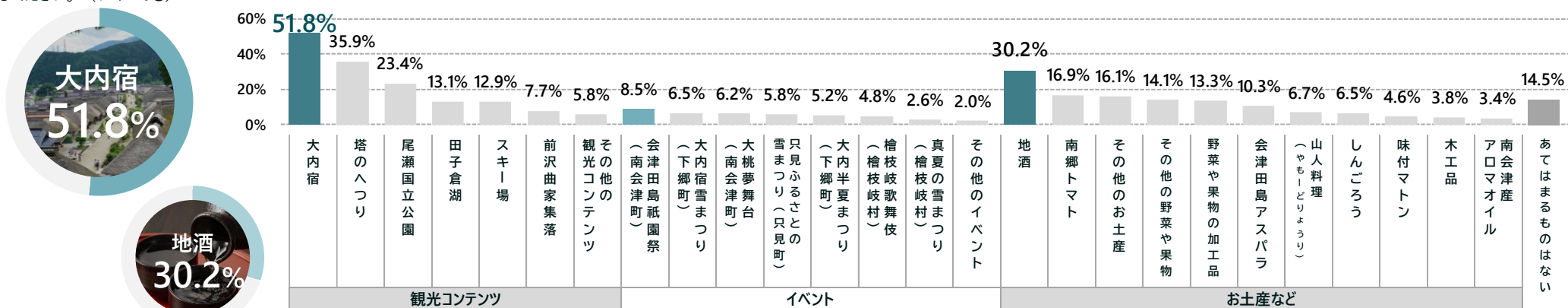
体験したことがあるもの

Q16_3 福島県南会津エリアには、以下の体験メニューがあります。あなたのご存じのもの、興味があるもの、体験したことがあるものをそれぞれお選びください。（いくつでも）



行ったことがある・買ったことがあるもの

Q17 福島県南会津エリアの観光コンテンツ、イベント、お土産などについて、実際に行ったことがあるもの・買ったことがあるものはありますか。あなたが直近で実際に行ったことがあるもの・買ったことがあるものを以下からお選びください。（いくつでも）



観光資源/体験メニュー

- 性年代別でみると、「男性20~39歳」が他と比較して、「体験したことがあるもの」や「行ったことがある・買ったことがあるもの」が多い傾向にある。
- 「男性・女性60歳~79歳」では「大内宿」に行ったことがあると回答した方が他性年代別と比較して多い傾向にある。

体験したことがあるもの（性年代・居住地）

Q16_3		登山 (尾瀬含む)	スキー・ スノーボード	果物狩り	そば打ち 体験	星空 観察	釣り	陶芸 体験	藍染め 体験	バター 作り 体験	農業 体験	アロマ 体験	かんじき 体験	草木染め 体験	歌舞伎 化粧 体験	鹿革 クラフ ト体験	打ち豆 体験	縄より 体験	またた び 作 ら し ま す	木工	和装 体験	その他	特 に な い	
n(Total)																								
Total	504	13.7%	11.3%	9.5%	9.1%	7.1%	5.4%	5.2%	4.0%	3.4%	3.2%	3.0%	3.0%	2.8%	2.8%	2.8%	2.4%	2.2%	2.0%	1.8%	1.6%	0.6%	59.3%	
性年代	男性20-39歳	84	15.5%	15.5%	15.5%	16.7%	9.5%	7.1%	10.7%	11.9%	11.9%	10.7%	8.3%	6.0%	7.1%	8.3%	8.3%	7.1%	4.8%	4.8%	6.0%	4.8%	0.0%	40.5%
	男性40-59歳	84	11.9%	16.7%	7.1%	3.6%	6.0%	7.1%	1.2%	2.4%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	0.0%	2.4%	2.4%	1.2%	0.0%	0.0%	1.2%	63.1%
	男性60-79歳	84	16.7%	13.1%	6.0%	10.7%	7.1%	6.0%	3.6%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	2.4%	1.2%	1.2%	1.2%	0.0%	1.2%	0.0%	1.2%	60.7%
	女性20-39歳	84	15.5%	11.9%	8.3%	10.7%	9.5%	7.1%	9.5%	7.1%	6.0%	7.1%	3.6%	8.3%	7.1%	3.6%	7.1%	3.6%	2.4%	4.8%	3.6%	4.8%	1.2%	60.7%
	女性40-59歳	84	10.7%	7.1%	10.7%	4.8%	6.0%	4.8%	1.2%	0.0%	1.2%	0.0%	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	63.1%
	女性60-79歳	84	11.9%	3.6%	9.5%	8.3%	4.8%	0.0%	4.8%	1.2%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	1.2%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	67.9%
居住地別	北海道/東北地方	168	13.7%	9.5%	11.3%	8.9%	3.0%	5.4%	4.8%	0.6%	1.8%	0.6%	3.0%	0.6%	1.2%	1.2%	1.2%	0.6%	0.0%	1.2%	1.2%	0.0%	0.6%	62.5%
	関東地方	168	14.3%	19.0%	8.3%	11.9%	7.7%	6.5%	6.0%	6.5%	2.4%	3.6%	3.0%	4.2%	3.6%	3.0%	3.0%	3.6%	1.8%	2.4%	2.4%	0.6%	57.1%	
	その他の地方	168	13.1%	5.4%	8.9%	6.5%	10.7%	4.2%	4.8%	4.8%	6.0%	5.4%	3.0%	4.2%	3.6%	3.6%	3.0%	3.0%	3.0%	1.8%	2.4%	0.6%	58.3%	

行ったことがある・買ったことがあるもの（性年代・居住地）

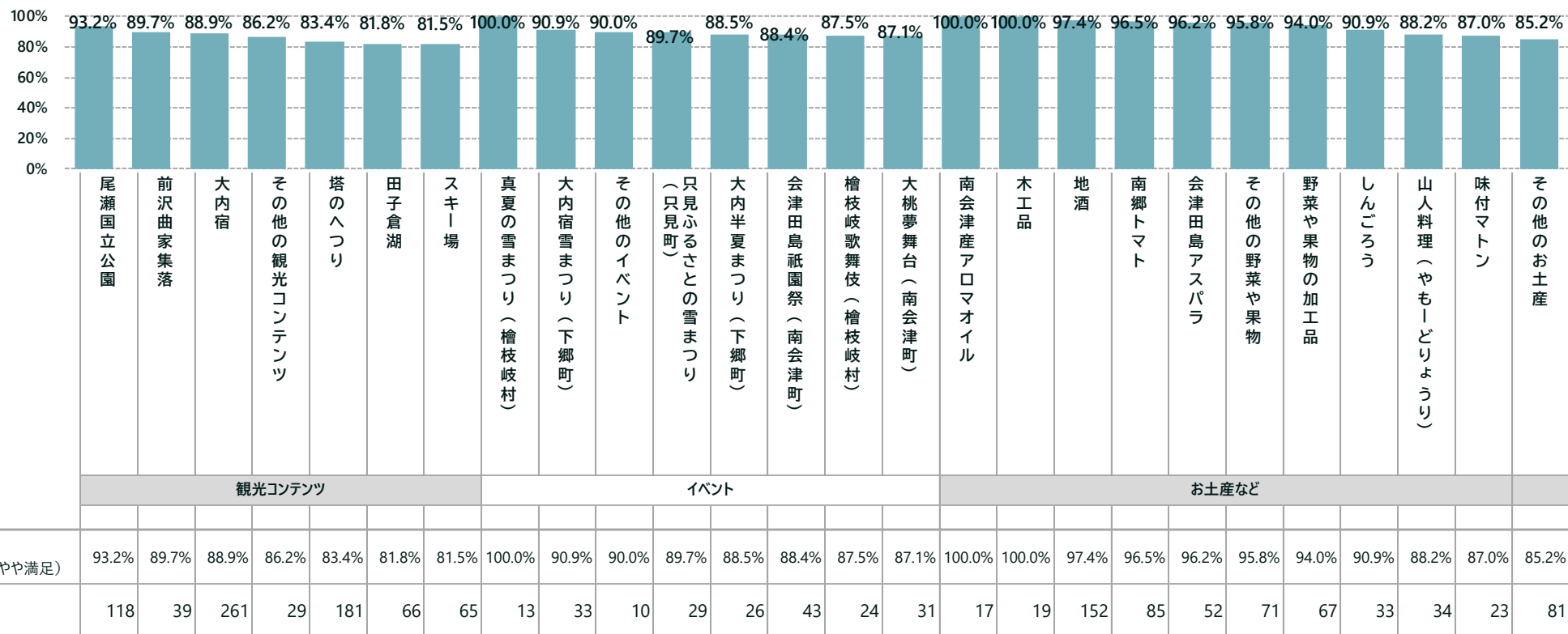
Q17		大内宿	塔のへつり	尾瀬国立公園	田子倉湖	スキー場	前沢曲家集落	その他の 観光コン テンツ	会津田島祇園祭 (南会津町)	大内宿雪まつり (下郷町)	大桃夢舞台 (南会津町)	只見ふるさとの 雪まつり(只見町)	大内半夏まつり (下郷町)	檜枝岐歌舞伎 (檜枝岐村)	真夏の雪まつり (檜枝岐村)	その他のイ ベント	地酒	南郷トマト	その 他の お土 産	その 他の 野菜 や果 物	野菜 や果 物の 加工 品	会津田島ア スパラ	山人料理 (やまどり よろり)	しんごろう	味付マ ト	木工品	アロマ オイル	南会津 産	あては まる もの は な い
n(Total)		観光コンテンツ							イベント							お土産など													
Total	504	51.8%	35.9%	23.4%	13.1%	12.9%	7.7%	5.8%	8.5%	6.5%	6.2%	5.8%	5.2%	4.8%	2.6%	2.0%	30.2%	16.9%	16.1%	14.1%	13.3%	10.3%	6.7%	6.5%	4.6%	3.8%	3.4%	14.5%	
性年代	男性20-39歳	84	40.5%	35.7%	36.9%	19.0%	23.8%	14.3%	9.5%	16.7%	14.3%	16.7%	11.9%	15.5%	13.1%	6.0%	6.0%	31.0%	19.0%	10.7%	15.5%	14.3%	15.5%	17.9%	16.7%	7.1%	7.1%	8.3%	14.3%
	男性40-59歳	84	47.6%	33.3%	21.4%	19.0%	14.3%	4.8%	4.8%	3.6%	4.8%	7.1%	3.6%	3.6%	3.6%	2.4%	39.3%	11.9%	11.9%	8.3%	8.3%	10.7%	4.8%	4.8%	4.8%	1.2%	1.2%	1.2%	10.7%
	男性60-79歳	84	63.1%	38.1%	22.6%	10.7%	8.3%	4.8%	6.0%	7.1%	2.4%	0.0%	3.6%	1.2%	2.4%	0.0%	1.2%	40.5%	22.6%	14.3%	9.5%	4.8%	2.4%	2.4%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%
	女性20-39歳	84	41.7%	23.8%	22.6%	14.3%	17.9%	9.5%	7.1%	14.3%	10.7%	9.5%	7.1%	8.3%	8.3%	4.8%	1.2%	19.0%	16.7%	14.3%	15.5%	16.7%	14.3%	7.1%	7.1%	6.0%	8.3%	6.0%	17.9%
	女性40-59歳	84	46.4%	33.3%	14.3%	6.0%	7.1%	6.0%	4.8%	1.2%	3.6%	0.0%	3.6%	0.0%	0.0%	1.2%	1.2%	17.9%	11.9%	19.0%	15.5%	11.9%	3.6%	3.6%	1.2%	2.4%	0.0%	1.2%	17.9%
	女性60-79歳	84	71.4%	51.2%	22.6%	9.5%	6.0%	7.1%	2.4%	7.1%	4.8%	6.0%	1.2%	2.4%	1.2%	0.0%	0.0%	33.3%	19.0%	26.2%	20.2%	19.0%	13.1%	4.8%	7.1%	2.4%	6.0%	3.6%	9.5%
居住地別	北海道/東北地方	168	59.5%	39.9%	21.4%	13.1%	10.7%	7.7%	5.4%	7.7%	6.0%	3.0%	4.2%	3.6%	0.6%	1.8%	32.7%	22.6%	17.9%	17.3%	15.5%	11.9%	7.7%	9.5%	7.1%	2.4%	1.8%	14.9%	
	関東地方	168	49.4%	40.5%	24.4%	14.3%	17.9%	8.9%	6.0%	8.3%	6.0%	6.5%	6.0%	5.4%	3.6%	3.0%	2.4%	30.4%	13.7%	17.9%	12.5%	11.3%	9.5%	5.4%	4.8%	4.8%	3.6%	3.6%	13.7%
	その他の地方	168	46.4%	27.4%	24.4%	11.9%	10.1%	6.5%	6.0%	9.5%	7.7%	8.9%	6.0%	6.0%	7.1%	1.8%	27.4%	14.3%	12.5%	12.5%	13.1%	9.5%	7.1%	5.4%	1.8%	5.4%	4.8%	14.9%	

南会津エリアの評価

- ▶ 来訪者（満足+やや満足）で見ると、観光コンテンツ、イベント、お土産などのいずれのカテゴリで、満足度が8割を超えており、実際に行ったことがある・買ったことがある」方の満足度が全体的に高い。

カテゴリ別の「満足度」

Q19 あなたが前問でお答えになった福島県南会津エリアで、「直近で実際に行ったことがあるもの・買ったことがあるもの」について、満足度をお教えてください。

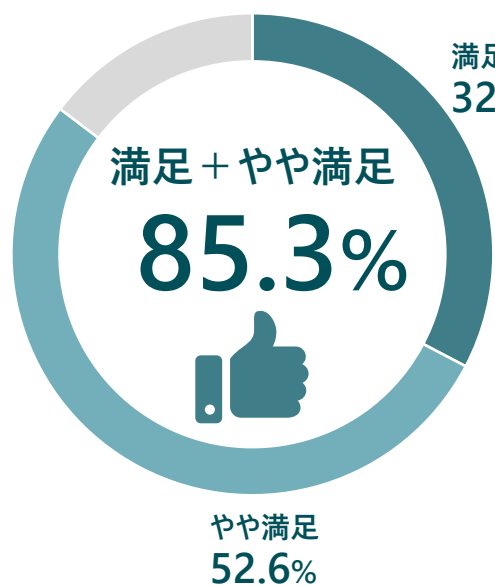


南会津エリアの評価

- 全体では、南会津エリアに「やや満足」と回答している方が52.6%と最も多く、「満足」「やや満足」で8割以上を占める。
- 性年代別では、「男性・女性20~39歳」が他の性年代と比較して「満足」と回答している割合が高い。

南会津エリアを訪れた方の「満足度」

Q18 あなたが直近で福島県南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）を訪れた際の総合的な満足度をお教えてください。



	n(Total)	満足	やや満足	どちらともいえない	不満	やや不満
Total	504	32.7	52.6	13.7		
性年代	男性20-39歳	40.5	47.6	11.9		
	男性40-59歳	34.5	47.6	16.7		
	男性60-79歳	25.0	54.8	16.7	3.6	
	女性20-39歳	42.9	41.7	15.5		
	女性40-59歳	33.3	52.4	14.3		
	女性60-79歳	20.2	71.4	7.1		
居住地別	北海道/東北地方	28.0	54.2	16.1		
	関東地方	33.9	53.0	11.9		
	その他の地方	36.3	50.6	13.1		

「NPS®」とは

NPS®（ネットプロモータースコア）とは、顧客ロイヤルティ（商品やサービスに対する信頼や愛着）を測るための指標です。

この指標は、顧客に対するアンケート調査の中で「商品やサービス（今回の調査では、南会津エリアの旅行）を親しい人にどの程度おすすめしますか」という質問を用い、0～10の11段階で回答を得ることで算出されます。

NPS®を用いることで、顧客が企業・ブランド・商品・サービスを他の人にどれだけ強くおすすめするか（推奨度）をスコアに表すことができます。

Q あなたは○○○○をどの程度ご家族や友人に勧めたいと思いますか。



$$\text{推奨者の割合} - \text{批判者の割合} = \text{NPS}^{\text{®}}$$

南会津エリアの「NPS」

Q24 あなたは福島県南会津エリア（下郷町、檜枝岐村、只見町、南会津町）への旅行をどの程度ご家族や友人に勧めたいと思いますか。



	n(Total)	■ 推奨者	■ 中立者	■ 批判者 (%)	NPS (推奨者-批判者)
Total	504	32.1	47.4	20.4	11.7
性別					
男性20-39歳	84	40.5	31.0	13.1	27.4
男性40-59歳	84	31.0	29.8	26.2	4.8
男性60-79歳	84	25.0	28.6	27.4	-2.4
年代					
女性20-39歳	84	36.9	33.3	21.4	15.5
女性40-59歳	84	31.0	27.4	23.8	7.1
女性60-79歳	84	28.6	26.2	10.7	17.9
居住地					
北海道/東北地	168	32.7	35.1	20.2	12.5
関東地方	168	32.1	27.4	19.0	13.1
別					
その他の地方	168	31.5	25.6	22.0	9.5

※NPS®は、BAIN&COMPANY、NICE Systemsの登録商標。

※BAIN&COMPANY :www.bain.com/ja/consulting-services/customer-strategy-marketing/about-nps/ を参考に資料作成。

過年度調査結果との比較 4

昨年度調査結果との比較項目	令和6年度結果サマリー	令和5年度調査サマリー	比較
● 実際に体験したことがあるもの	<ul style="list-style-type: none"> 全体では、「特にない」と回答した割合が59.3%と最も多い。「登山（尾瀬含む）」「スキー・スノーボード」の体験者が多い傾向にある。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体では「特にない」が最も高く、54%に上る。続いて「尾瀬散策」が高く、13%に上る。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 昨年度と同様に、「特にない」との回答の割合は高い。 ✓ 今年度では、「特にない」の割合がやや増加。「スキー・スノーボード」の体験率が増加。
● 実際に行ったことがあるもの	<ul style="list-style-type: none"> 全体では、下郷町の「大内宿」に訪れたとの回答が最も多く、51.8%を占めた。次いで、「塔のへつり」の訪問率が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 全体では観光コンテンツの「大内宿（52.7%）」と「塔のへつり（35.2%）」が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「大内宿」や「塔のへつり」へ行ったことがある割合が高い。
● 実際に買ったことがあるもの	<ul style="list-style-type: none"> お土産では、「地酒」を購入したことがある人が30.2%と最も多い。 	<ul style="list-style-type: none"> お土産では「地酒」購入したことがある人が33%と最も多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 昨年度と同様に、「地酒」を購入している割合
● 南会津エリアを訪れた方の「満足度」	<ul style="list-style-type: none"> 全体的に「満足」~「やや満足」で85.3%を占め、その中でも「満足」が32.7%を占める。 	<ul style="list-style-type: none"> 全体的に「満足」~「やや満足」で約9割を占め、その中でも「満足」が4割以上を占める。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 昨年度と同様に、満足度が高い傾向にある一方で、「満足」と回答する割合は今年度低下。
● 南会津エリアの「NPS」	<ul style="list-style-type: none"> 「NPS」= 11.7ポイント 推奨者 = 32.1%、批判者 = 20.4% 	<ul style="list-style-type: none"> 「NPS」= 14.1ポイント 推奨者 = 31.7%、批判者 = 17.6% 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 昨年度と比較して、南会津地域を推奨する旅行者（推奨者）の割合が増加。 ✓ 推奨者の増加に対して、批判者の増加が相対的に大きく、NPSスコアは昨年度より低下。

※上記の比較結果は単純な数値の増減を基に比較しており、統計的な有意差を検証したものではない点に注意が必要。※本サマリーに記載されている調査結果は、主要なポイントを抜粋・要約したものです。調査データの詳細な数値については、報告書（全体版）をご参照ください。

総括・施策の方向性(仮説)

調査結果のポイント（まとめ）

(1) 来訪者の傾向

来訪者の傾向として、男性60～79歳の来訪率が高く、女性20～50代の来訪率は相対的に低い。
移動手段は昨年度と同様に「自家用車」が最も多く、公共交通の利用は限定的。

(2) 来訪時期

訪問時期として「10月」が最も多く、次いで「8月」「5月」「9月」に集中する傾向が見られた。
昨年度と比較すると、夏季の来訪時期に変化があり、7月の訪問がやや減少し、8月に集中する動きが見られる。

(3) 旅行形態と消費傾向

来訪時の旅行形態は昨年度と同様に「2人での来訪」が最も多く、同行者は「配偶者・パートナー」の割合が高い。
来訪先としては、「大内宿」「塔のへつり」が依然として人気が高い。
昨年度と同様、「登山（尾瀬含む）※1」「スキー・スノーボード」「果物狩り」「そば打ち体験」に体験率が高い。
宿泊地として「会津若松市」の宿泊割合が増加する傾向があり、日帰り客の割合がやや減少している可能性がある。

(4) 情報収集と情報発信

旅行前の情報収集では、昨年度と同様に「宿泊予約サイト」「観光情報サイト」「ホテル・旅館公式HP」が主な情報源となっている。
発信が行われる場合は、「宿泊予約サイトの口コミ」「Instagram」が主流である。特に「20～39歳」の男性・女性はSNSによる情報収集や情報発信を行う割合が高い。

(5) 満足度・NPS

全体的な満足度は高いが、「満足」と回答する割合は昨年度よりやや低下した。
NPSは昨年度より低下し、推奨者の増加に対して批判者の増加が相対的に大きい。

※1 今年度は、回答選択肢を「登山（尾瀬含む）」と統合しており、昨年度の「尾瀬散歩」「トレッキング」「登山」といった回答を一つのカテゴリーにまとめている。

施策の方向性(仮説)

今後の観光施策の方向性（案）

来訪者の行動特性を踏まえた施策展開

- 自家用車利用者向けの観光施策の強化（マップサービスの活用など）
- 公共交通の利用促進施策（レンタカーや二次交通の活用など）

来訪者の属性に応じたプロモーション施策

- 女性20～50代の来訪率が低いため、ターゲット層に応じた情報発信や魅力訴求の強化が必要。
- 冬期の来訪が他の時期と比較して、少ない傾向にあるため、冬期の来訪を促すプロモーション施策。
- 秋季来訪向けのコンテンツの強化による滞在時間、観光消費額の向上。

情報収集方法の整備

- 公式観光サイト・SNSを活用した情報発信の強化。
- オンライン予約サイトとの連携強化。（周辺観光コンテンツの紹介などサイト内情報の充実）

情報発信の活性化

- 旅行者のリアルタイム情報発信を促すプロモーション施策。
- 口コミ・レビュー投稿を促進する仕組みの活用。（投稿キャンペーンなど）

※上記に記載されている施策の方向性は、調査結果に基づいて作成したものであり、その効果や実施可能性を保証するものではありません。

施策の方向性(仮説)

	フェーズ	誰に (ターゲット: 例)	何を (提供・訴求する内容: 例)	どのように (手法: 例)
旅前	旅前 (情報収集・計画段階)	● 自家用車利用者	● 観光コンテンツの魅力発信 (季節ごとの推奨ルート、道の駅・駐車場情報)	● デジタル情報発信の強化 (公式観光サイト・SNSなどによる情報発信)
		● 女性20～50代層	● ターゲット別の体験プログラム (女性向け・ファミリー向けのプラン)	● 若者向けの体験コンテンツの開発 ● SNS等による情報発信、WEB広告 など
		● 初訪問者	● 宿泊予約サイトの情報充実化 (アクセス情報、レンタカー・観光バス情報)	● 予約サイトとの連携強化 (体験プラン提案、口コミ促進)
旅中	旅中 (移動・観光・体験)	● 現地滞在中の観光客	● 観光地間の移動情報の充実	● ドライブ観光客向けの周遊マップ作成 ● Googleマップの活用、 ● 推奨ルート、駐車場情報等の情報発信
		● 自家用車利用者	● 現地のリアルタイム情報を提供 (混雑情報、飲食店・観光スポット情報) ● 体験の充実 (ナイトアクティビティ、季節イベント)	● QRコード・デジタルマップの配布 (道の駅・観光施設で案内) ● 現地イベント・体験のプロモーション (SNS連携・キャンペーン)
旅後	旅後 (情報発信・リピート促進)	● 訪問後の旅行者 (特に満足度の高かった層)	● 旅行後の共有促進 (口コミ・SNS投稿、リピーター向け特典)	● SNS投稿キャンペーンの実施 (Instagram・活用)
		● リピーター予備軍	● 再訪の動機付け (次回訪問で使える特典・宿泊プラン)	● レビュー・口コミ投稿のインセンティブ (宿泊予約サイト、Googleマップへのレビュー) ● SNS等での情報配信 (フォローアップ、次回訪問への誘導)

※上記に記載されている施策は一例であり、特定の施策を推奨するものではありません。また、その効果や実施可能性を保証するものではなく、実施にあたっては関係機関や市場動向を踏まえた慎重な検討が必要です。

本報告書に記載されている情報のうち、WEB調査の結果に基づく分析や予測に関するものについては、当社はその正確性、完全性、及び将来の達成可能性についていかなる保証を与えるものではなく、何ら責任を負いません。また、本報告書に記載されている情報のうち、推計や分析結果についても、その妥当性を保証するものではありません。

本業務は、福島県南会津地方振興局（以下、貴局）と合意した調査手法及び手続に基づき実施されており、本報告書の情報は、本報告書は、2024年12月9日(月)から12月12日に実施したWEB調査の結果をもとに作成されています。なお、本報告書の内容は上記の調査期間に取得した調査結果に基づいており、それ以降に発生する情報の更新や追加調査について、当社はその義務を負いません。本報告書は、貴局及び本事業の関係機関での利用を前提として作成されています。本報告書が本来の目的以外に利用されたり、第三者がこれに依拠したことにより発生した損害等について、当社は一切の責任を負いかねますので、あらかじめご了承くださいませようお願い申し上げます。



<https://www.regleap.co.jp>