

令和6年度 松本市観光動向調査

調査結果報告書 < 追加分析 >

令和7年8月21日時点

松本市 文化観光部 観光ブランド課

目次

調査結果報告書 < 追加分析 >

リピーター分析【日本人来訪者】…………… p.3

リピート理由をパターン化し、属性傾向や特性を整理した

外国人来訪者 日本人来訪者 非来訪者

旅行志向によるターゲティング【外国人来訪者・日本人来訪者・日本人非来訪者】…………… p.11

性年代や国籍・居住地ではなく、志向(旅行スタイル)でセグメントを行い、どの層をターゲットにすることが有用かを考察した

外国人来訪者 日本人来訪者 非来訪者

経路パターン【外国人来訪者、日本人来訪者】…………… p.25

松本市前後の訪問経路をパターン化し、国籍や個人属性の傾向を整理した

外国人来訪者 日本人来訪者 非来訪者

冬期誘客の課題整理【日本人非来訪者】…………… p.36

松本市に「冬」に訪問したいと回答している人の傾向や意向を整理した

外国人来訪者 日本人来訪者 非来訪者

二次交通(自動車から公共交通へのシフト)【日本人来訪者】…………… p.44

自動車利用者のボリュームゾーンや、自動車を利用する理由などを整理した

外国人来訪者 日本人来訪者 非来訪者

イメージ分析【日本人非来訪者】…………… p.55

非来訪者の松本市のイメージや、競合となる地域名について整理した

外国人来訪者 日本人来訪者 非来訪者



リピーター分析

1. 外国人来訪者調査

2. 日本人来訪者調査

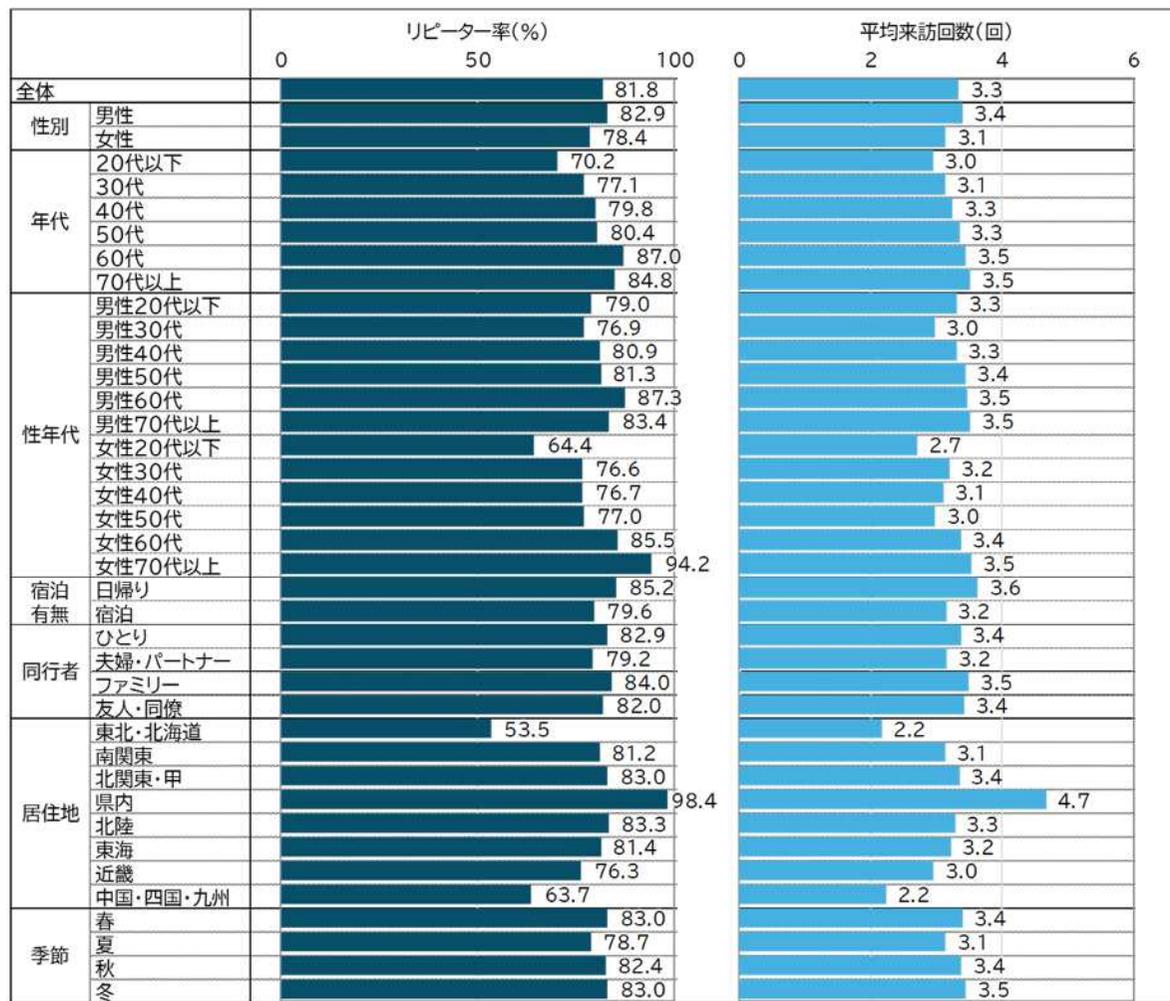
3. 非来訪者調査(国内旅行市場)

- 松本市来訪者(今回の来訪者調査の回答者)のリピーター率は81.8%となっている。
- リピート率が高いのは、「女性70代以上」や「県内」となっている。
- 平均来訪回数は、全体で3.3回となっている。

問3.最後に松本市に旅行した回を含め、過去に何度、松本市に旅行に行ったことがありますか。(ひとつだけ)

リピーター率

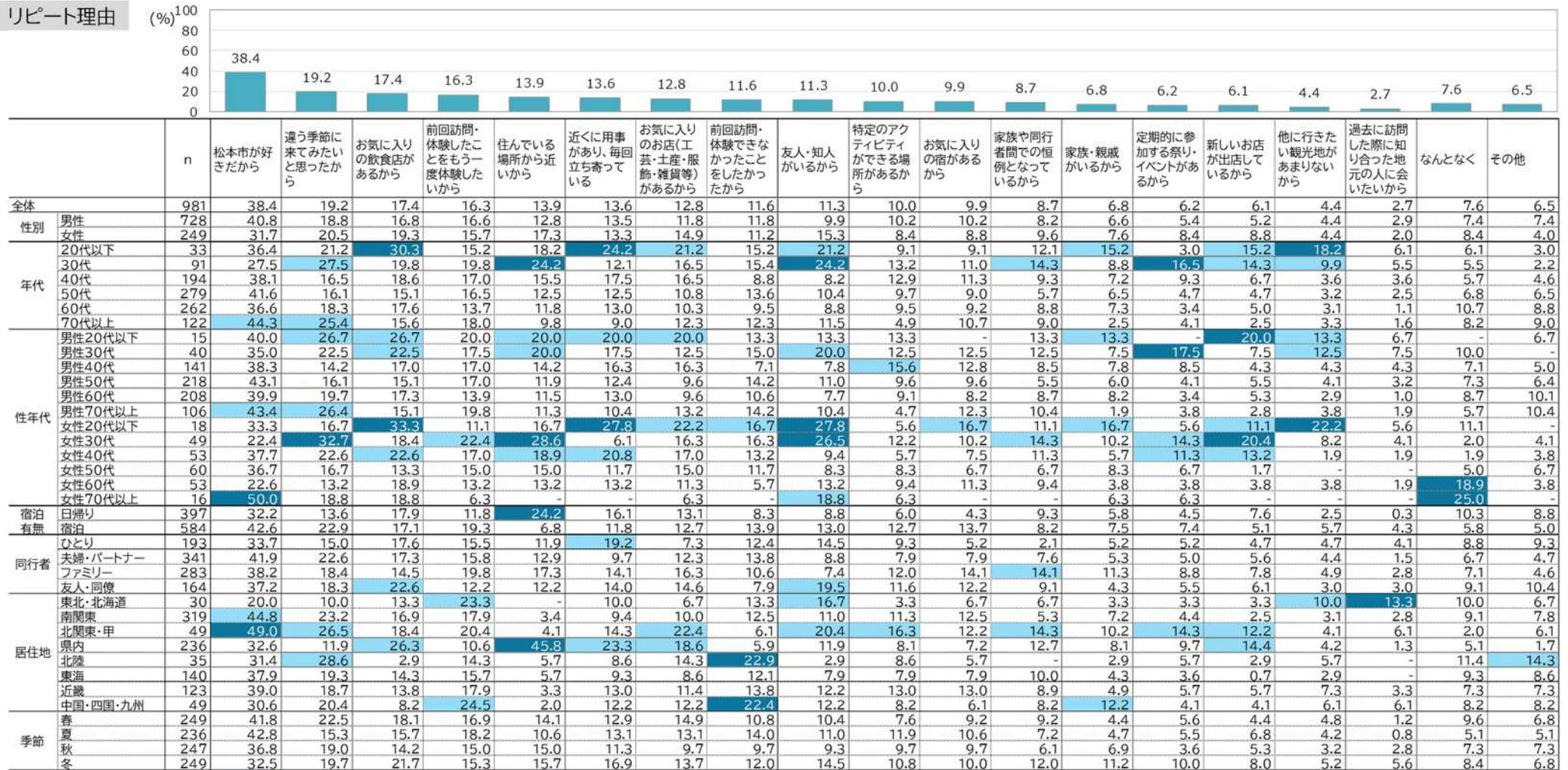
	n	今回が初めて	2回目	3回目	4回目	5回目以上
全体	1200	18.3	20.0	13.6	5.7	42.5
性別						
男性	878	17.1	18.8	14.1	6.3	43.7
女性	318	21.7	23.6	12.3	4.1	38.4
年代						
20代以下	47	29.8	19.1	12.8	2.1	36.2
30代	118	22.9	23.7	10.2	3.4	39.8
40代	243	20.2	18.5	15.2	7.8	38.3
50代	347	19.6	18.4	13.0	5.5	43.5
60代	301	13.0	22.9	14.0	5.6	44.5
70代以上	144	15.3	17.4	14.6	5.6	47.2
性年代						
男性20代以下	19	21.1	21.1	10.5	-	47.4
男性30代	52	23.1	26.9	13.5	1.9	34.6
男性40代	174	19.0	17.2	15.5	10.3	37.9
男性50代	268	18.7	16.0	13.8	4.9	46.6
男性60代	238	12.6	22.7	13.4	7.1	44.1
男性70代以上	127	16.5	15.7	15.0	4.7	48.0
女性20代以下	28	35.7	17.9	14.3	3.6	28.6
女性30代	64	23.4	21.9	7.8	4.7	42.2
女性40代	69	23.2	21.7	14.5	1.4	39.1
女性50代	78	23.1	26.9	10.3	7.7	32.1
女性60代	62	14.5	24.2	16.1	-	45.2
女性70代以上	17	5.9	29.4	11.8	11.8	41.2
宿泊有無						
日帰り	466	14.8	15.7	12.9	4.5	52.1
宿泊	734	20.4	22.8	14.0	6.4	36.4
同行者						
ひとり	233	17.2	18.5	16.3	6.0	42.1
夫婦・パートナー	430	20.7	23.0	13.0	5.8	37.4
ファミリー	337	16.0	17.8	13.1	6.5	46.6
友人・同僚	200	18.0	19.0	12.5	3.5	47.0
居住地						
東北・北海道	56	46.4	21.4	10.7	10.7	10.7
南関東	393	18.8	24.2	16.3	6.9	33.8
北関東・甲	59	16.9	18.6	16.9	6.8	40.7
県内	240	1.7	4.6	5.4	1.7	86.7
北陸	42	16.7	23.8	11.9	9.5	38.1
東海	172	18.6	22.7	15.1	5.8	37.8
近畿	161	23.6	23.6	16.1	6.2	30.4
中国・四国・九州	77	36.4	31.2	16.9	3.9	11.7
季節						
春	300	17.0	17.3	16.7	7.0	42.0
夏	300	21.3	23.3	13.0	4.7	37.7
秋	300	17.7	19.0	13.7	7.0	42.7
冬	300	17.0	20.3	11.0	4.0	47.7



※ :全体より5%以上高い値 (light blue bar) :全体より10%以上高い値 (dark blue bar)

- リピーター理由として最も回答割合が高いのは「松本市が好きだから」で38.4%となっており、属性別では年配層や「南関東」、「北関東・甲」の回答割合が高い。

問4.【前問で2回目以上をお答えの方】あなたが松本市へ何度も訪れる理由を教えてください。(あてはまるものすべて) <リピーターベース>



※ :全体より5%以上高い値 :全体より10%以上高い値

- リピーター理由について、因子分析を行った。
- 因子分析は、回答傾向が似ている選択肢を抽出し、設定した選択肢の裏側に根源的な価値観やニーズがあることを考察するための分析である。
- 因子分析の結果、下記の4つの因子が抽出された。なお、因子のネーミングは分析者による主観的なものである。
- 因子1: お気に入りの店・近い、因子2: 交流、因子3: なんとなく、因子4: 参加・体験したいことがある
- 因子2は「過去に訪問した際に知り合った地元の人に会いたいから」が強く関係している因子である点と、因子3は「松本市が好きだから」が負に振れているため、好んで松本市に来ているわけではないという点、因子4はイベントや何か特定の体験がしたいという気持ちが含まれている点である。

問4. 【前問で2回目以上をお答えの方】あなたが松本市へ何度も訪れる理由を教えてください。(あてはまるものすべて) <リピーターベース>

リピーター理由の因子分析結果

サンプル = 981
 抽出方法 = 最尤法
 回転方法 = プロマックス回転(Power = 5)

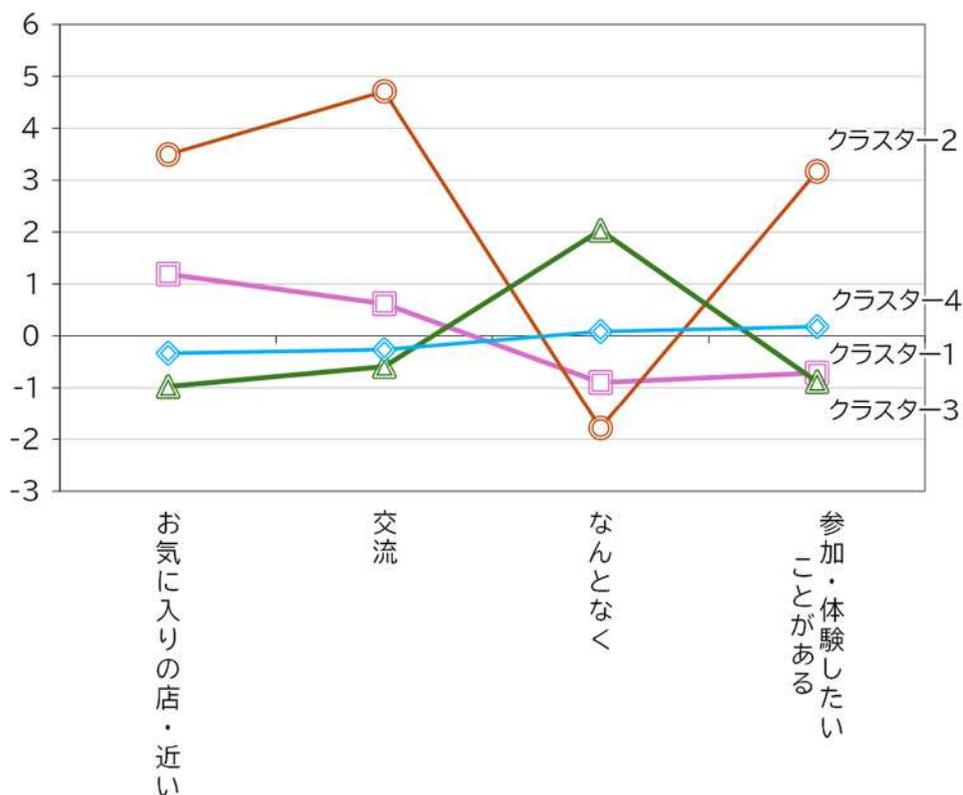
項目		Factor1	Factor2	Factor3	Factor4
Q4-2	お気に入りの飲食店があるから	.533	.101	-.121	-.322
Q4-5	新しいお店が出店しているから	.518	.011	.073	.095
Q4-15	住んでいる場所から近いから	.485	-.186	.063	.131
Q4-16	近くに用事があり、毎回立ち寄っている	.405	.050	.157	-.022
Q4-4	お気に入りのお店(工芸・土産・服飾・雑貨等)があるから	.354	-.025	-.178	.041
Q4-14	家族や同行者間での恒例となっているから	.240	.053	-.060	.129
Q4-8	過去に訪問した際に知り合った地元の人に会いたいから	-.134	.749	.024	.043
Q4-6	友人・知人がいるから	-.001	.362	.027	.051
Q4-7	家族・親戚がいるから	.069	.217	.038	.032
Q4-10	特定のアクティビティができる場所があるから	.066	.170	-.068	.115
Q4-3	お気に入りの宿があるから	.040	.167	-.142	.093
Q4-18	なんとなく	-.072	.053	.387	-.151
Q4-13	定期的に参加する祭り・イベントがあるから	.288	.120	.098	.326
Q4-9	違う季節に来てみたいと思ったから	.012	-.111	-.214	.306
Q4-17	他にいきたい観光地があまりないから	.075	.147	.018	.274
Q4-11	前回訪問・体験できなかったことをしたかったから	-.007	.107	-.030	.263
Q4-12	前回訪問・体験したことをもう一度体験したいから	-.068	.140	-.171	.206
Q4-1	松本市が好きだから	-.162	-.006	-.570	.039

お気に入りの店・近い	交流	なんとなく	参加・体験したいことがある
------------	----	-------	---------------

- 因子分析の結果を元に、クラスター分析を行った。クラスター分析は回答傾向が似ている回答者をグルーピングする分析である。
- クラスター分析の結果、松本市来訪者(今回の来訪者調査の回答者)は4つのグループに分けられた。
- 最も多かったのは「クラスター4: イベント・季節志向層」で、特定のイベントや季節性のある体験を目的に来訪している層である。
- 次に多かったのは「クラスター1: お気に入りの店・スポット目当て層」で、体験というよりも施設を目当てに来訪している層である。
- クラスター3は、「なんとなく・フォロワー層」であり、特に松本市だから来ているというわけではない層である。
- クラスター2の「交流・イベント参加」は、出現率が低く、旅行者というよりは関係人口に近い層となっている。

問4. 【前問で2回目以上をお答えの方】あなたが松本市へ何度も訪れる理由を教えてください。(あてはまるものすべて) <リピーターベース>

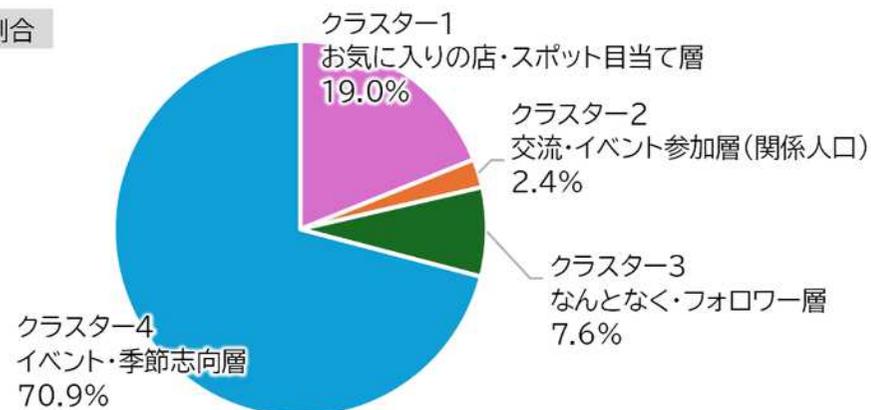
因子得点によるクラスター分析結果(標準化得点)



クラスターの特徴

クラスター名	n	特徴
クラスター1 お気に入りの店・スポット目当て層	186	お気に入りの店があることや、近いので立ち寄ったといった理由からリピートするマイクロツーリズム的な層
クラスター2 交流・イベント参加層(関係人口)	24	クラスター1の特徴に、人との交流やイベントの参加などを加えた、旅行者というよりも関係人口に近い層
クラスター3 なんとなく・フォロワー層	75	特に理由が無くなんとなく訪問する人で、他の人に付いていくフォロワーか、旅行すること自体を目的とする消極層
クラスター4 イベント・季節志向層	696	イベントや祭、シーズナリティに関心のある層

クラスターの割合



- 属性別のクラスターの割合についてみると、以下の通り。
- 「お気に入りの店・スポット目当て層」は、「20代以下」、「北関東・甲」、「県内」で出現率が高くなっている。
- 「交流・イベント参加層(関係人口)」は、「30代」で高い。
- 「なんとなく・フォロワー層」は、女性年配層で高くなっている。
- 「イベント・季節志向層」は、「北陸」や「東海」が高くなっている。

問4.【前問で2回目以上をお答えの方】あなたが松本市へ何度も訪れる理由を教えてください。(あてはまるものすべて) <リピーターベース>

リピート理由クラスターの出現率

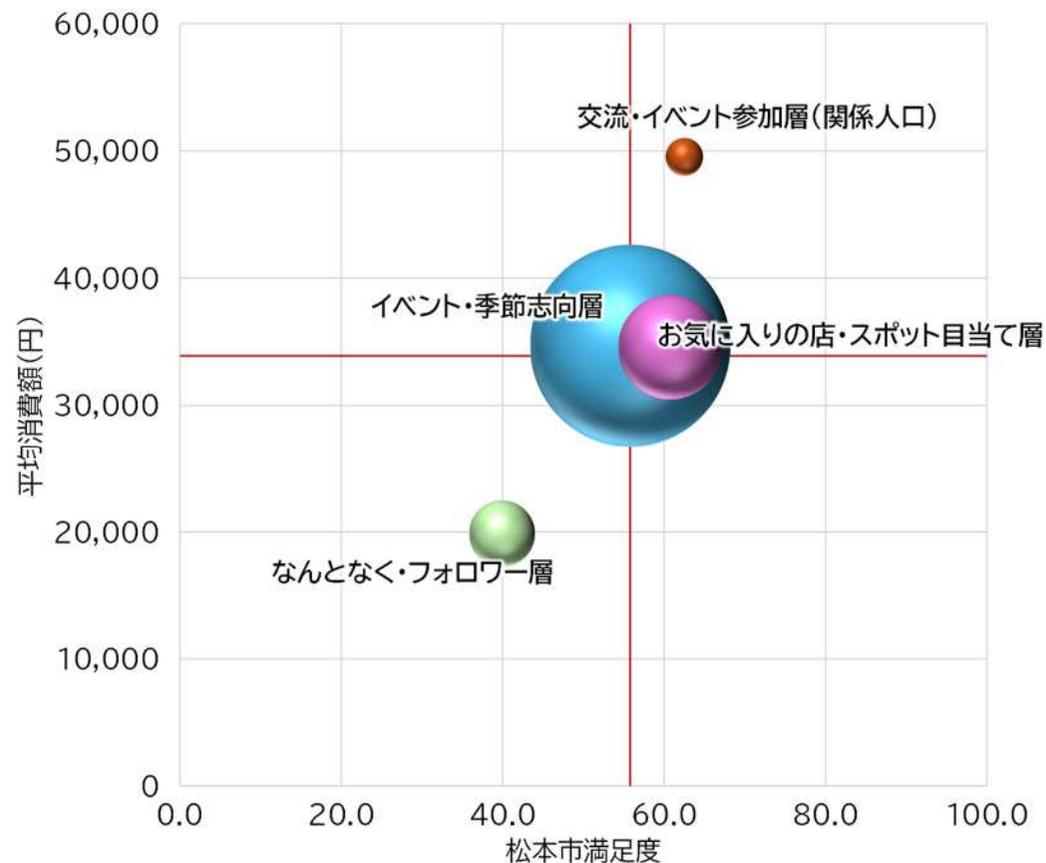
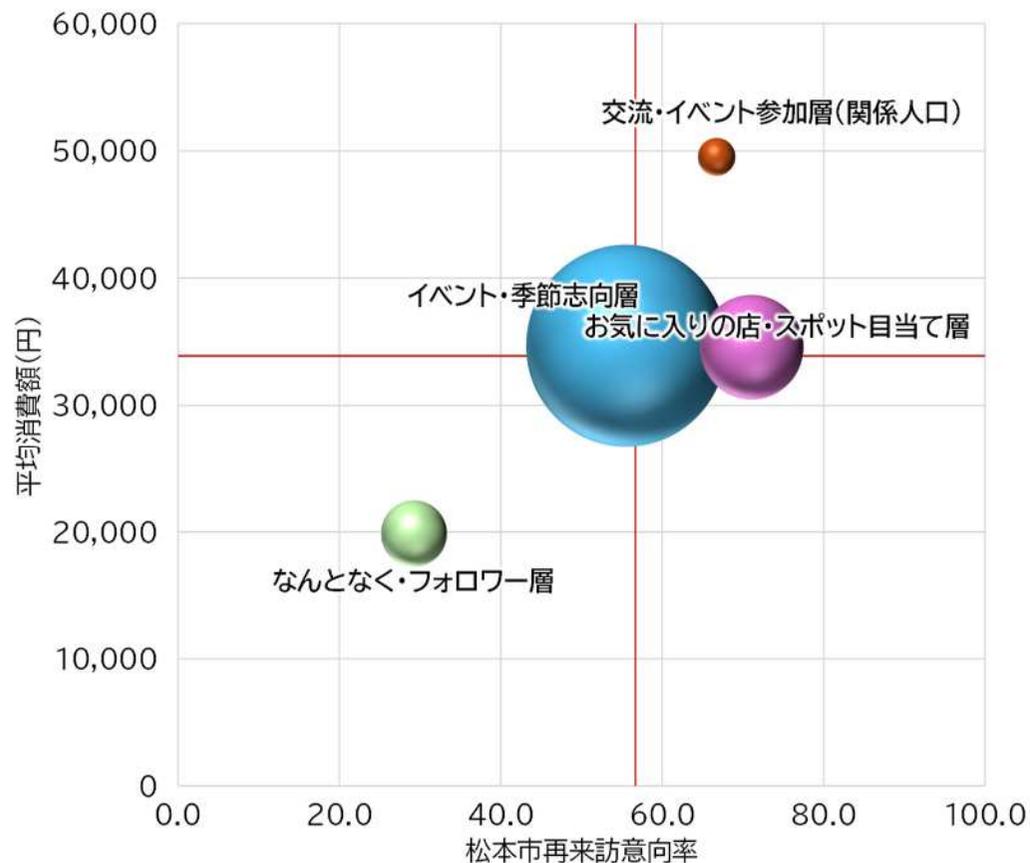
		n	お気に入りの店・スポット目当て層	交流・イベント参加層(関係人口)	なんとなく・フォロワー層	イベント・季節志向層
全体		981	19.0	2.4	7.6	70.9
性別	男性	729	18.5	2.2	7.4	71.9
	女性	252	20.2	3.2	8.3	68.3
年代	20代以下	33	30.3	6.1	6.1	57.6
	30代	91	19.8	7.7	5.5	67.0
	40代	194	20.6	3.6	5.7	70.1
	50代	279	16.8	1.4	6.8	74.9
	60代	262	18.3	1.1	10.7	69.8
	70代以上	122	18.9	0.8	8.2	72.1
性年代	男性20代以下	15	26.7	6.7	-	66.7
	男性30代	40	17.5	10.0	10.0	62.5
	男性40代	141	21.3	2.8	7.1	68.8
	男性50代	218	17.0	1.8	7.3	73.9
	男性60代	208	17.3	1.0	8.7	73.1
	男性70代以上	106	18.9	0.9	5.7	74.5
	女性20代以下	18	33.3	5.6	11.1	50.0
	女性30代	49	20.4	6.1	2.0	71.4
	女性40代	53	18.9	5.7	1.9	73.6
	女性50代	60	15.0	-	5.0	80.0
	女性60代	53	20.8	1.9	18.9	58.5
	女性70代以上	16	18.8	-	25.0	56.3

		n	お気に入りの店・スポット目当て層	交流・イベント参加層(関係人口)	なんとなく・フォロワー層	イベント・季節志向層
全体(再掲)		981	19.0	2.4	7.6	70.9
宿泊有無	日帰り	397	20.4	0.8	10.3	68.5
	宿泊	584	18.0	3.6	5.8	72.6
同行者	ひとり	193	19.2	2.6	8.8	69.4
	夫婦・パートナー	341	17.9	1.2	6.7	74.2
	ファミリー	283	18.0	3.5	7.1	71.4
	友人・同僚	164	22.6	3.0	9.1	65.2
居住地	東北・北海道	30	16.7	6.7	10.0	66.7
	南関東	319	17.6	1.9	9.1	71.5
	北関東・甲	49	24.5	4.1	2.0	69.4
	県内	236	28.8	2.5	5.1	63.6
	北陸	35	2.9	2.9	11.4	82.9
	東海	140	14.3	-	9.3	76.4
	近畿	123	13.0	4.9	7.3	74.8
	中国・四国・九州	49	16.3	2.0	8.2	73.5
季節	春	249	20.5	1.2	9.6	68.7
	夏	236	16.1	2.5	5.1	76.3
	秋	247	17.0	1.2	7.3	74.5
	冬	249	22.1	4.8	8.4	64.7

- リピーター理由のクラスター別のセグメント評価を行った。
- 再来訪意向も消費額も高いのは「交流・イベント参加層」となっているが、出現率が比較的低いことと、特に対策を行わなくてもエンゲージメントが得られると推察されるため、対策の優先順位は低い。
- 「イベント・季節志向層」と「お気に入りの店・スポット目当て層」は消費額は同程度だが、再来訪意向や満足度は「お気に入りの店・スポット目当て層」がやや高くなっている。

問4. 【前問で2回目以上をお答えの方】あなたが松本市へ何度も訪れる理由を教えてください。(あてはまるものすべて) <リピーターベース>

リピーター理由クラスター別のセグメント評価



- 日本人来訪者のリピーターは8割
 - 性別では「男性」、年代では「60代以上」のリピーター率が高い。
- リポート理由の因子は、「お気に入りの店がある」、「交流したい」、「特定の目的」、「なんとなく」
- リピーターの7割は「何らかの特定の目的がある」
 - 男性は「50代以上」、女性は「30～50代」、「夫婦・パートナー」または「ファミリー」
 - 「県内」よりも「北陸」や「東海」
 - 季節は「夏」、「秋」
- リピーターの2割は「お気に入りの店・スポット」
 - 若年層、特に「20代以下」、「北関東・甲」、「県内」
- リピーターの2.4%程度が、なんらかの所縁を持った「交流・イベント参加層(関係人口)」
 - 「男性」の「30代」、「冬」の来訪者
- 消費額が高いのは「交流・イベント参加層(関係人口)」
- 再訪意向や満足度が高いのは「お気に入りの店・スポット」



旅行志向によるターゲティング

1. 外国人来訪者調査

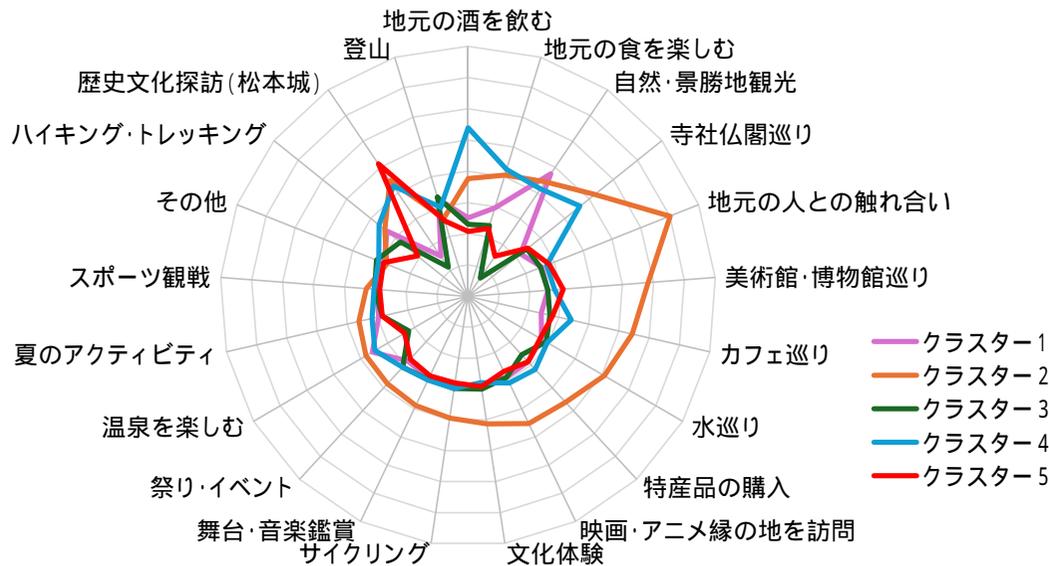
2. 日本人来訪者調査

3. 非来訪者調査(国内旅行市場)

- 外国人来訪者の体験内容のパターンを分類するために、クラスター分析を行った。
- その結果として、「自然景観 + 温泉」、「交流・文化・寺社」、「イベント・登山」、「グルメ」、「歴史」の5つのクラスターが抽出された。

問13. 今回の松本市への旅行で、あなたは何をして過ごしましたか。(あてはまるものすべて)

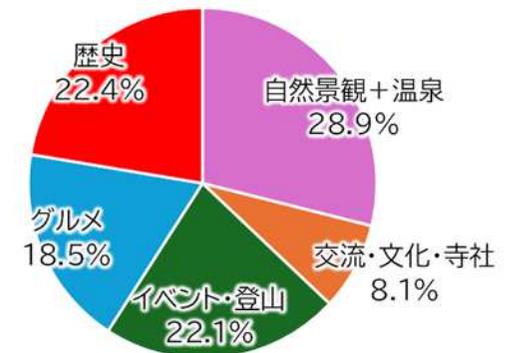
クラスター分析結果(標準化得点)



クラスターの特徴

クラスター名	n	特徴
クラスタ-1 自然景観 + 温泉	239	自然景観関係の体験をしており、プラス温泉といった特徴の層
クラスタ-2 交流・文化・寺社	67	地元の人とのふれあいを主に、美術館・博物館やカフェ巡り、寺社仏閣、水巡りなど、その地の文化に関心がある層
クラスタ-3 イベント・登山	183	登山を主とし、イベントにも関心がある層
クラスタ-4 グルメ	153	地元の酒、食の体験を重視し、それに加え、歴史文化や寺社仏閣、松本城を志向する層
クラスタ-5 歴史	185	主に松本城に関心のある層

クラスターの割合



- 属性別の志向クラスターの割合を整理する。
- 「自然景観 + 温泉」と「イベント・登山」は「東アジア」と「東南アジア」、「中東」の割合が比較的高い。
- 「交流・文化・寺社」、「グルメ」、「歴史」は「欧米豪」と「ひとり」や「夫婦・パートナーのみ」がやや高い。

問13. 今回の松本市への旅行で、あなたは何をして過ごしましたか。(あてはまるものすべて)

属性別クラスター割合

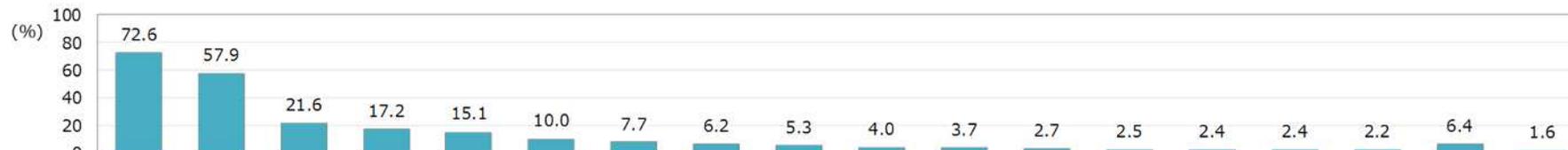
		n	自然景観 + 温泉	交流・文化・寺社	イベント・登山	グルメ	歴史
全体		827	28.9	8.1	22.1	18.5	22.4
調査地点	松本城	440	15.0	11.6	16.6	20.9	35.9
	上高地	387	44.7	4.1	28.4	15.8	7.0
性別	男性	469	25.4	7.0	24.5	19.4	23.7
	女性	357	33.3	9.5	19.0	17.4	20.7
年代	20代以下	198	30.3	8.1	19.7	19.7	22.2
	30代	376	27.4	9.0	22.6	19.1	21.8
	40代	103	32.0	4.9	24.3	16.5	22.3
	50代以上	150	28.7	8.0	22.7	16.7	24.0
訪日経験	初回	429	26.1	9.3	20.3	20.5	23.8
	リピーター	398	31.9	6.8	24.1	16.3	20.9
同行者	ひとり	322	24.2	10.9	16.1	20.2	28.6
	夫婦・パートナーのみ	212	29.7	10.8	20.3	20.3	18.9
	ファミリー	103	32.0	3.9	23.3	19.4	21.4
	友人・同僚	177	33.9	2.3	33.9	14.1	15.8

		n	自然景観 + 温泉	交流・文化・寺社	イベント・登山	グルメ	歴史
国籍別	東アジア合計	171	43.3	2.3	25.7	14.0	14.6
	台湾	87	39.1	1.1	23.0	16.1	20.7
	中国	29	41.4	3.4	34.5	10.3	10.3
	香港	54	51.9	3.7	24.1	13.0	7.4
	東南アジア合計	99	35.4	2.0	42.4	9.1	11.1
	タイ	60	41.7	-	43.3	5.0	10.0
	欧州合計	334	20.7	10.2	17.4	23.7	28.1
	英国	43	14.0	9.3	11.6	34.9	30.2
	フランス	61	21.3	11.5	24.6	18.0	24.6
	ドイツ	48	18.8	14.6	18.8	25.0	22.9
	オランダ	48	18.8	10.4	14.6	25.0	31.3
	南北アメリカ合計	68	32.4	13.2	10.3	17.6	26.5
	米国	52	26.9	15.4	11.5	21.2	25.0
	オセアニア合計	73	23.3	20.5	9.6	21.9	24.7
	オーストラリア	65	26.2	16.9	10.8	20.0	26.2
	中東合計	52	34.6	3.8	30.8	15.4	15.4
	イスラエル	48	35.4	4.2	29.2	16.7	14.6
	その他	29	13.8	3.4	31.0	13.8	37.9

- 「自然景観 + 温泉」は、「上高地」、「自然景勝地」+「温泉」という傾向が強い。
- 「イベント・登山」は「ハイキング・トレッキング」よりも「登山」を志向している。
- 「交流・文化・寺社」と「グルメ」は近い傾向があるが、「交流・文化・寺社」は「特産品」や「地元の人とのふれあい」なども高いのが特徴となっている。

問10-2. 訪問した・訪問予定の観光スポット

クラスター別訪問地

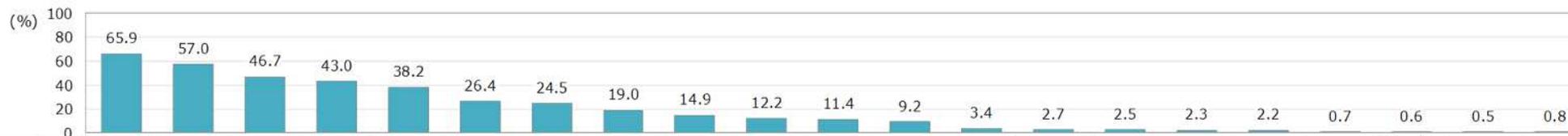


	n	松本城	上高地	中町通り	縄手通り	松本市美術館	松本市立博物館	浅間温泉	乗鞍高原	日本浮世絵博物館	白骨温泉	時計博物館	旧開智学校	美ヶ原高原	美ヶ原温泉	奈川エリア (野麦峠、奈川温泉等)	扉温泉	その他	無回答	
全体	827	72.6	57.9	21.6	17.2	15.1	10.0	7.7	6.2	5.3	4.0	3.7	2.7	2.5	2.4	2.4	2.2	6.4	1.6	
体験クラスター	自然景観+温泉	239	54.8	75.3	13.4	12.6	12.6	8.8	10.0	6.3	3.8	5.9	1.3	1.7	2.9	2.5	1.7	2.1	3.8	1.3
	交流・文化・寺社	67	89.6	49.3	38.8	31.3	29.9	19.4	9.0	4.5	9.0	4.5	7.5	4.5	-	4.5	-	3.0	4.5	-
	イベント・登山	183	64.5	59.0	20.2	10.9	7.7	10.9	7.7	7.7	3.8	4.9	3.8	3.3	2.7	1.6	4.9	4.4	6.0	0.5
	グルメ	153	81.7	60.8	27.5	24.8	18.3	7.8	5.2	6.5	5.2	2.6	5.2	2.6	1.3	4.6	1.3	0.7	9.8	2.6
	歴史	185	89.7	35.1	22.7	17.8	17.8	9.2	6.5	4.9	7.6	1.6	4.3	2.7	3.8	0.5	2.7	1.1	8.1	2.7

※ :全体より5%以上高い値 :全体より10%以上高い値

問13. 今回の松本市への旅行で、あなたは何をしておりましたか。(あてはまるものすべて)

クラスター別体験内容



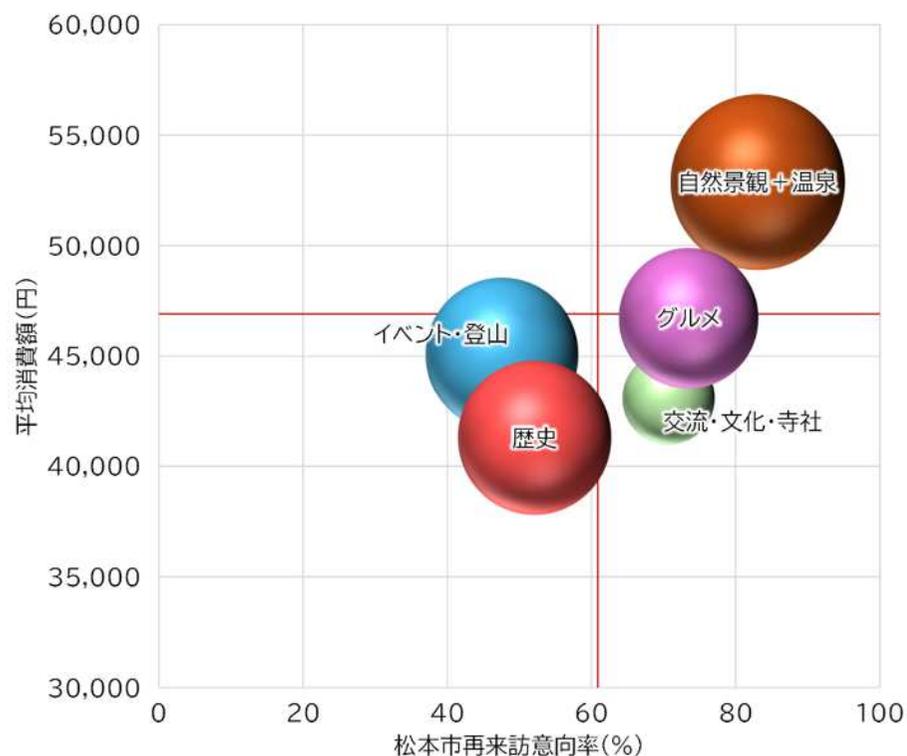
	n	地元の食を楽しむ	自然・景勝地観光	歴史文化探訪(松本城)	ハイキング・トレッキング	寺社仏閣巡り	地元の酒を飲む	温泉を楽しむ	美術館・博物館巡り	カフェ巡り	登山	特産品の購入	地元の人との触れ合い	サイクリング	映画・アニメ録の地を訪問	祭り・イベント	水巡り	文化体験(そば打ち・クラフト・館作り・着付け等)	舞台・音楽鑑賞	夏のアクティビティ(ラフティング、シャワークライミング等)	スポーツ観戦	その他	
全体	827	65.9	57.0	46.7	43.0	38.2	26.4	24.5	19.0	14.9	12.2	11.4	9.2	3.4	2.7	2.5	2.3	2.2	0.7	0.6	0.5	0.8	
体験クラスター	自然景観+温泉	239	64.9	100.0	10.5	51.5	18.0	15.5	36.8	10.9	4.6	16.3	9.2	2.9	2.5	1.7	1.3	0.4	1.3	0.4	0.4	0.4	
	交流・文化・寺社	67	91.0	92.5	83.6	53.7	92.5	43.3	41.8	74.6	58.2	6.0	37.3	67.2	11.9	14.9	9.0	17.9	10.4	4.5	3.0	1.5	
	イベント・登山	183	50.8	-	-	37.7	24.6	10.9	7.7	10.9	9.8	17.5	4.4	2.2	3.3	1.6	3.3	1.6	2.2	0.5	-	0.5	1.6
	グルメ	153	95.4	85.6	78.4	59.5	77.8	79.1	34.6	15.0	22.2	11.8	14.4	5.2	3.3	3.3	3.3	2.0	0.7	0.7	1.3	0.7	1.3
	歴史	185	48.6	21.1	100.0	20.0	25.4	5.9	10.8	20.5	11.4	4.3	9.2	6.5	1.6	-	0.5	-	1.6	-	-	-	0.5

※ :全体より5%以上高い値 :全体より10%以上高い値

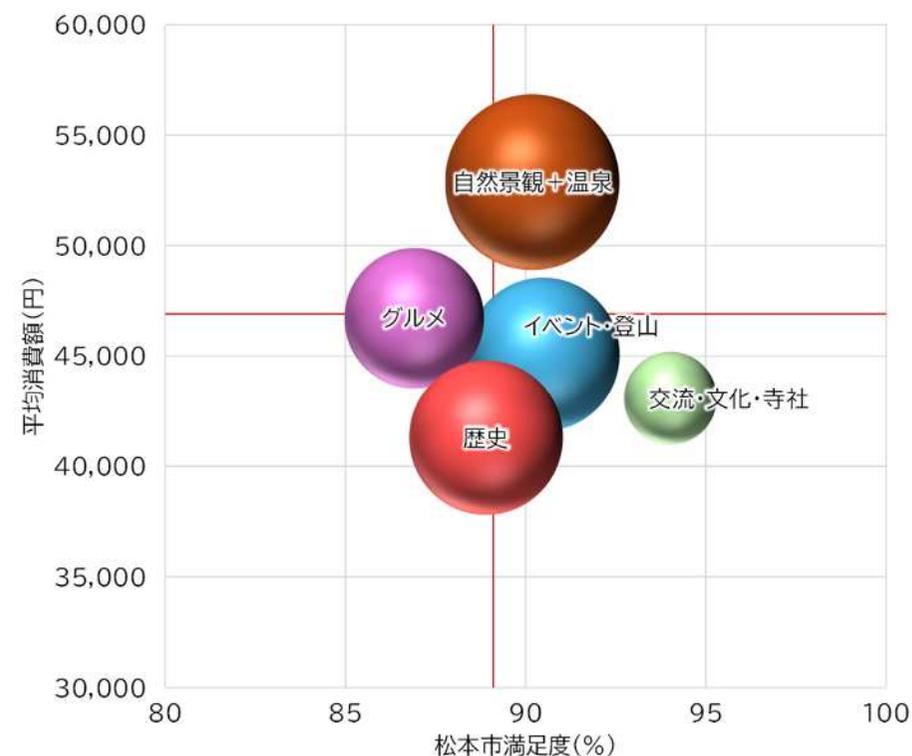
- 縦軸に旅行消費額、横軸に再来訪意向や満足度、球の大きさを出現率とし、チャートを作成した。
- 「自然景観 + 温泉」は最も規模が大きく、平均消費額も高く、再来訪意向も高いため、優先ターゲットとされたい。
- 「交流・文化・寺社」は規模や消費額が低いものの、満足度も再来訪意向も高く、リピーター層として大事にすべき層といえる。
- 「イベント・登山」や「歴史」は消費額も再来訪意向もやや低く、消費機会の創出や、根本的な満足度の改善を図る必要がある。
- 「グルメ」は、規模・消費額ともに中程度であり、再来訪意向は高いものの満足度が低くなっている。「次回はこれをしたい」といった思考であることが想定されるが、裏を返せば、旅行中にニーズに対応したコンテンツにマッチングできていない可能性がある。

問13. 今回の松本市への旅行で、あなたは何をして過ごしましたか。(あてはまるものすべて)

セグメント評価(クラスター別・再来訪意向)



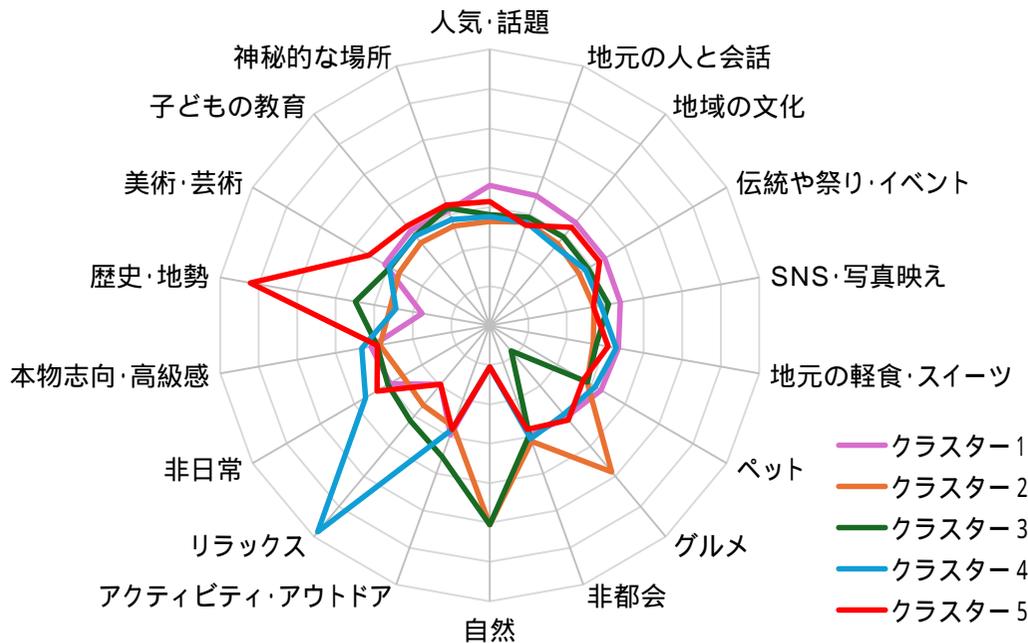
セグメント評価(クラスター別・総合満足度)



- 日本人来訪者の旅行検討時の重視事項の回答内容を用いて、クラスター分析を行い、5つの志向パターンが抽出された。
- 日本人来訪者の志向パターンで、最も割合が高かったのは「定番・人気・交流」となっており、「人気・話題のスポットを中心にめぐる」が、「自然」や「歴史・地勢」にはあまり関心のない層となっている。

問2.4. 観光・旅行を検討する際に重視することは何ですか？ (あてはまるもの3つまで)

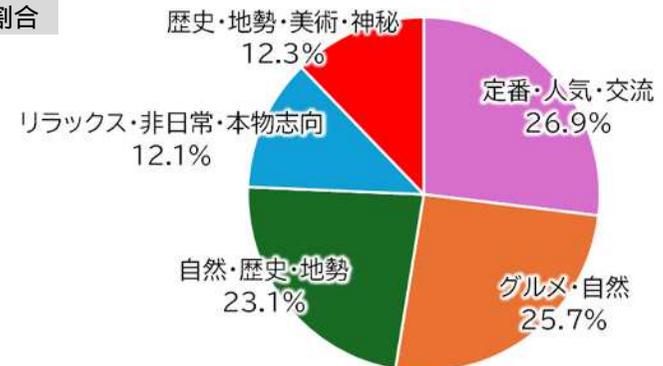
クラスター分析結果(標準化得点)



クラスターの特徴

クラスター名	n	特徴
クラスター1 定番・人気・交流	323	「人気・話題」、「地元のひとと会話」、「地域の文化」を志向する定番を求める層
クラスター2 グルメ・自然	308	「グルメ」、「非都会」、「自然」を求める層
クラスター3 自然・歴史・地勢	277	「自然」、「歴史・地勢」を求め、グルメよりもアウトドアな志向を持つ層
クラスター4 リラックス・非日常・本物志向	145	「リラックス」、「非日常」、「本物志向・高級感」などリゾート志向を持つ層
クラスター5 歴史・地勢・美術・神秘	147	「歴史・地勢」、「美術・芸術」、「子どもの教育」、「神秘的な場所」をもつ知的コンテンツを求める層

クラスターの割合



- 「定番・人気・交流」は若年、特に「女性」の割合が高く、「冬」も高くなっている。
- 「グルメ・自然」は「夫婦・パートナー」や「南関東」、「東海」、「北陸」が高く、季節では「秋」が高くなっている。
- 「自然・歴史・地勢」は年配層が顕著であり、季節は「冬以外」が高い。
- 「リラックス・非日常・本物志向」は若年層で、「北関東」や「県内」が高い。
- 「歴史・地勢・美術・神秘」は「北陸」や「中国・四国・九州」、「なんとなく」来訪する層、「縄手・中町通りメイン」訪問者で割合が高くなっている。

問24. 観光・旅行を検討する際に重視することは何ですか？ (あてはまるもの3つまで)

属性別クラスター割合

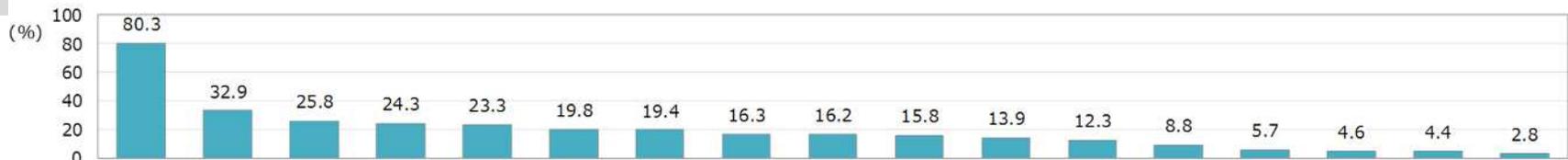
		n	定番・人気・交流	グルメ・自然	自然・歴史・地勢	リラックス・非日常・本物志向	歴史・地勢・美術・神秘	
全体		1200	26.9	25.7	23.1	12.1	12.3	
性別	男性	879	25.0	26.4	24.2	11.3	13.1	
	女性	321	32.1	23.7	19.9	14.3	10.0	
年代	20代以下	47	44.7	14.9	8.5	21.3	10.6	
	30代	118	39.8	22.9	16.1	13.6	7.6	
	40代	243	32.5	23.9	17.3	16.0	10.3	
	50代	347	27.1	27.4	21.3	13.0	11.2	
	60代	301	20.3	27.2	27.2	9.0	16.3	
	70代以上	144	14.6	27.1	38.9	5.6	13.9	
性年代	男性20代以下	19	36.8	21.1	10.5	15.8	15.8	
	男性30代	52	38.5	25.0	11.5	11.5	13.5	
	男性40代	174	32.8	21.3	20.1	15.5	10.3	
	男性50代	268	26.9	29.5	21.3	12.7	9.7	
	男性60代	238	18.9	27.3	26.1	9.2	18.5	
	男性70代以上	127	14.2	26.8	40.2	5.5	13.4	
	女性20代以下	28	50.0	10.7	7.1	25.0	7.1	
	女性30代	64	40.6	20.3	20.3	15.6	3.1	
	女性40代	69	31.9	30.4	10.1	17.4	10.1	
	女性50代	78	26.9	20.5	21.8	14.1	16.7	
訪問回数別	初回	219	27.9	30.1	16.9	13.2	11.9	
	2～4回	471	26.5	24.6	24.4	10.2	14.2	
	5回以上	510	26.9	24.7	24.5	13.3	10.6	
	宿泊有無	日帰り	466	29.4	23.8	22.5	12.4	11.8
		宿泊	734	25.3	26.8	23.4	11.9	12.5

		n	定番・人気・交流	グルメ・自然	自然・歴史・地勢	リラックス・非日常・本物志向	歴史・地勢・美術・神秘
同行者	ひとり	233	30.5	23.2	20.6	11.6	14.2
	夫婦・パートナー	430	22.3	28.8	25.3	11.9	11.6
	ファミリー	337	32.6	22.0	22.8	11.9	10.7
	友人・同僚	200	23.0	28.0	21.5	13.5	14.0
居住地	東北・北海道	56	33.9	19.6	19.6	10.7	16.1
	南関東	393	24.9	28.8	23.2	10.2	13.0
	北関東・甲	59	27.1	18.6	23.7	18.6	11.9
	県内	240	31.3	19.2	22.9	16.7	10.0
	北陸	42	23.8	26.2	26.2	7.1	16.7
	東海	172	26.7	30.8	24.4	8.7	9.3
	近畿	161	24.8	26.1	23.6	13.7	11.8
季節	中国・四国・九州	77	24.7	27.3	19.5	10.4	18.2
	春	300	25.0	24.7	23.7	11.3	15.3
	夏	300	24.0	25.7	26.3	12.7	11.3
	秋	300	21.0	29.7	25.3	11.3	12.7
クラスター (リピーター)	冬	300	37.7	22.7	17.0	13.0	9.7
	お気に入りの店・スポット	186	33.3	24.7	16.7	12.4	12.9
	交流・イベント参加(関係人口)	24	50.0	29.2	4.2	4.2	12.5
	なんとなく・フォロワー	75	36.0	12.0	16.0	18.7	17.3
経路クラスター	体験したいことがある	696	23.1	25.9	28.2	11.2	11.6
	松本城メイン	615	26.5	25.9	23.1	11.7	12.8
	広域周遊	12	41.7	25.0	33.3	-	-
	松本城以外	191	31.9	23.6	24.6	13.6	6.3
	高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館	89	14.6	34.8	27.0	13.5	10.1
	3つ星街道	103	32.0	25.2	22.3	6.8	13.6
縄手・中町通りメイン	190	25.3	23.2	19.5	14.7	17.4	

- 「定番・人気・交流」は、全体に比べ、全体的に訪問率が低く、各々が考える定番スポットに訪問していることが考えられ、「その他」や「カフェ巡り」も高い。
- 「グルメ・自然」は「上高地」や「乗鞍高原」の割合が高く、「松本城」もやや高く、「地元の食」や「地元の酒」も高くなっている。
- 「自然・歴史・地勢」は「上高地」と「美ヶ原高原」の割合が高く、「自然」や「ハイキング」も行っている。
- 「リラックス・非日常・本物志向」は全体の傾向と近く、特徴は無いが、「中町通り」や「縄手通」、「浅間温泉」への訪問や「特産品の購入」を行っている傾向がある。
- 「歴史・地勢・美術・神秘」は「松本城」や「旧開智学校」、「寺社仏閣」などを訪問・体験している。

問11-2. 松本市旅行時に訪問した観光スポット

クラスター別訪問地

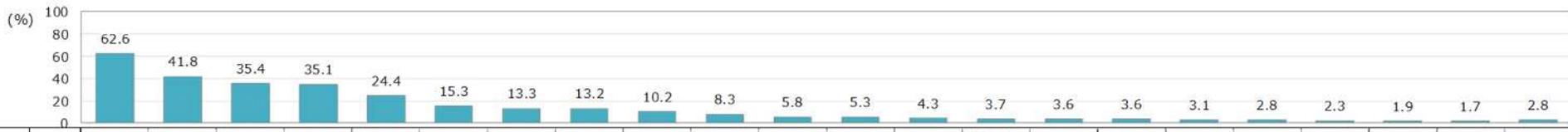


	n	松本城	上高地	中町通り	縄手通り	美ヶ原高原	旧開智学校	浅間温泉	白骨温泉	乗鞍高原	美ヶ原温泉	松本市美術館	松本市立博物館	時計博物館	奈川エリア (野麦峠、奈川温泉等)	扉温泉	日本浮世絵博物館	その他	
全体	1200	80.3	32.9	25.8	24.3	23.3	19.8	19.4	16.3	16.2	15.8	13.9	12.3	8.8	5.7	4.6	4.4	2.8	
志向クラスター	定番・人気・交流	323	74.6	22.3	24.1	22.6	16.7	14.2	16.4	13.6	13.9	15.2	13.9	12.4	8.0	5.3	3.7	4.0	3.4
	グルメ・自然	308	83.4	40.9	25.6	24.0	26.6	22.7	22.1	20.1	23.1	19.5	14.6	11.0	10.7	6.5	7.8	4.5	1.9
	自然・歴史・地勢	277	81.2	46.2	24.2	22.4	33.2	21.3	20.6	18.8	18.4	16.6	11.9	12.3	9.0	6.9	4.0	5.1	1.8
	リラックス・非日常・本物志向	145	78.6	24.1	28.3	27.6	18.6	15.2	23.4	15.2	13.1	12.4	14.5	13.1	8.3	4.8	3.4	5.5	3.4
歴史・地勢・美術・神秘	147	86.4	23.1	30.6	28.6	16.3	27.9	14.3	10.2	5.4	11.6	15.6	13.6	6.8	3.4	2.0	2.7	4.1	

※ :全体より5%以上高い値 :全体より10%以上高い値

問4. 松本市旅行時のアクティビティ

クラスター別体験内容



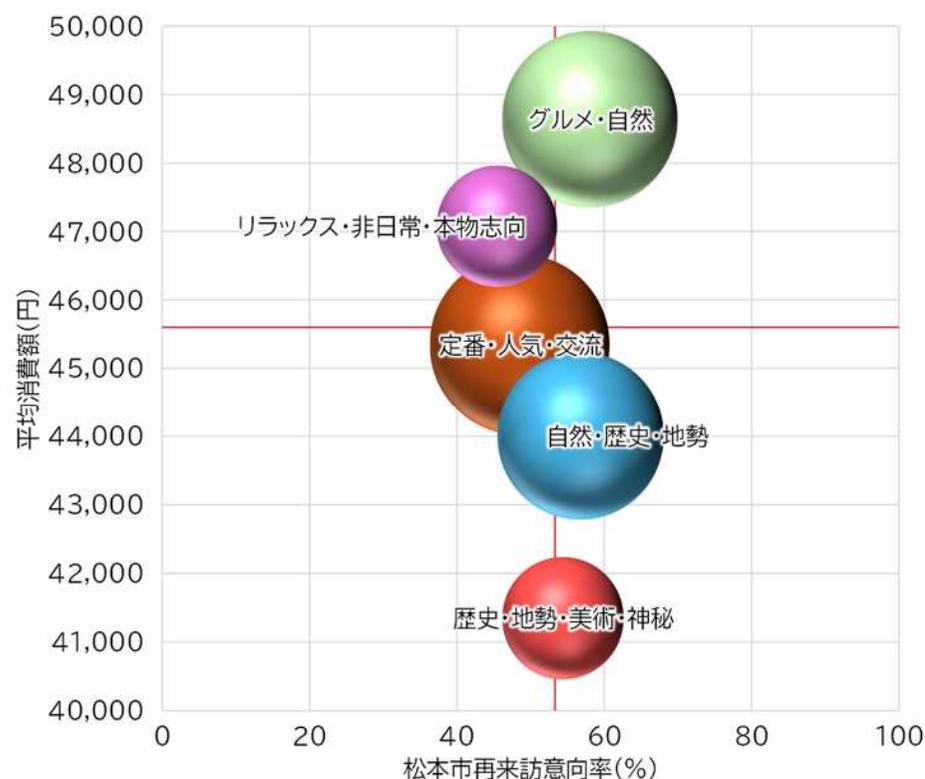
	n	地元の食を楽しむ	自然・景勝地観光	歴史文化探訪(松本城)	温泉を楽しむ	地元の酒を飲む	寺社仏閣巡り	美術館・博物館巡り	特産品の購入	ハイキング・トレッキング	カフェ巡り	祭り・イベント	登山	地元の人の触れ合い	冬のアクティビティ(松本城プロジェクト、ジョンマツピング、スキースノーシュー等)	スポーツ観戦	舞台・音楽鑑賞	映画・アニメ縁の地を訪問	文化体験(そば打ち・クラフト・胎作り・着付け等)	サイクリング	夏のアクティビティ(ラフティング、シャワークライミング等)	水巡り	その他	
全体	1200	62.6	41.8	35.4	35.1	24.4	15.3	13.3	13.2	10.2	8.3	5.8	5.3	4.3	3.7	3.6	3.6	3.1	2.8	2.3	1.9	1.7	2.8	
志向クラスター	定番・人気・交流	323	63.5	27.6	23.8	30.3	25.4	14.2	13.0	9.0	5.9	13.3	6.8	4.3	4.6	5.3	6.5	5.0	5.9	4.3	3.1	2.8	2.2	4.0
	グルメ・自然	308	78.6	55.8	36.0	42.9	36.7	16.6	14.3	16.9	12.0	5.8	6.2	6.2	4.9	4.2	2.3	3.2	2.6	1.9	3.2	2.6	1.9	1.6
	自然・歴史・地勢	277	42.6	50.9	37.9	36.1	12.6	14.4	11.9	11.9	17.0	5.8	4.3	9.0	4.3	2.9	2.5	1.4	1.4	2.5	1.8	0.7	1.1	2.2
	リラックス・非日常・本物志向	145	60.7	35.2	32.4	35.9	19.3	10.3	11.0	15.2	5.5	8.3	6.2	2.1	3.4	2.1	1.4	4.8	2.8	1.4	1.4	2.1	1.4	4.8
歴史・地勢・美術・神秘	147	66.7	33.3	57.8	26.5	23.8	21.1	17.0	15.0	7.5	6.8	4.8	2.0	3.4	2.0	4.1	4.1	1.4	2.7	0.7	0.7	1.4	2.0	

※ :全体より5%以上高い値 :全体より10%以上高い値

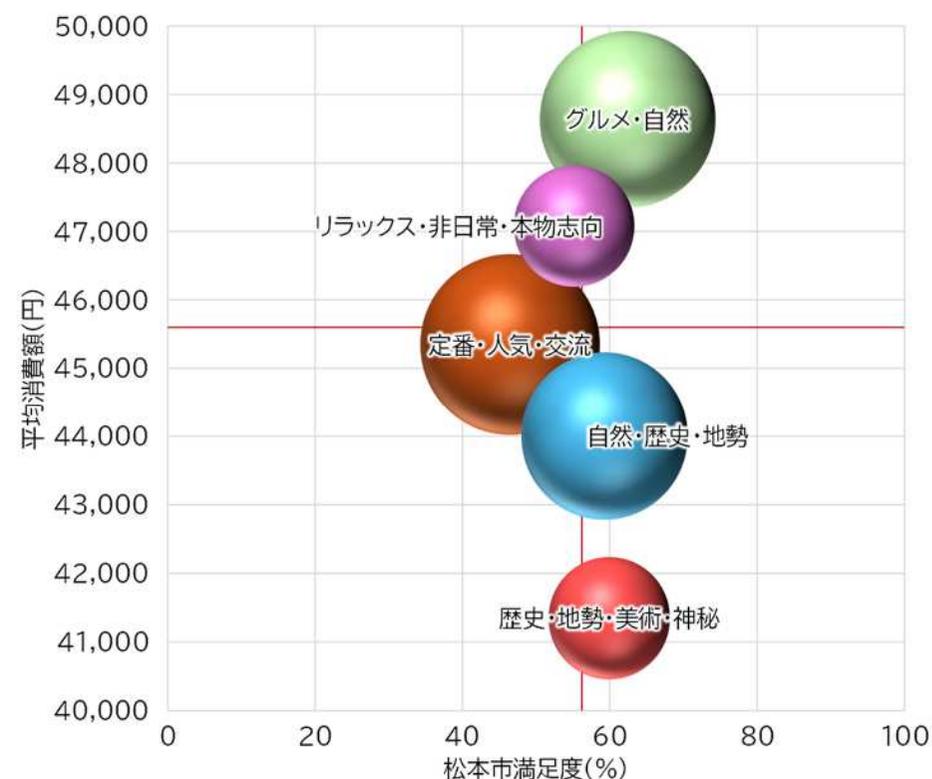
- 縦軸に旅行消費額、横軸に再来訪意向や満足度、球の大きさを出現率とし、チャートを作成した。
- いずれのクラスターも、再来訪意向、満足度が拮抗しているが、「定番・人気・交流」、「リラックス・非日常・本物志向」がやや見劣りする。
- 「グルメ・自然」は規模も大きく、平均消費額が最も高いため、優先ターゲットとされたい。
- 「リラックス・非日常・本物志向」も消費額が高いため、優良ターゲットといえるが、再来訪意向がやや低い点が懸念される。
- 最も規模の大きい「定番・人気・交流」は、消費額は中程度だが、満足度も推奨以降もやや見劣りしているため、この層に課題感をもって取り組む必要がある。

問2.4. 観光・旅行を検討する際に重視することは何ですか？ (あてはまるもの3つまで)

セグメント評価(クラスター別・再来訪意向)



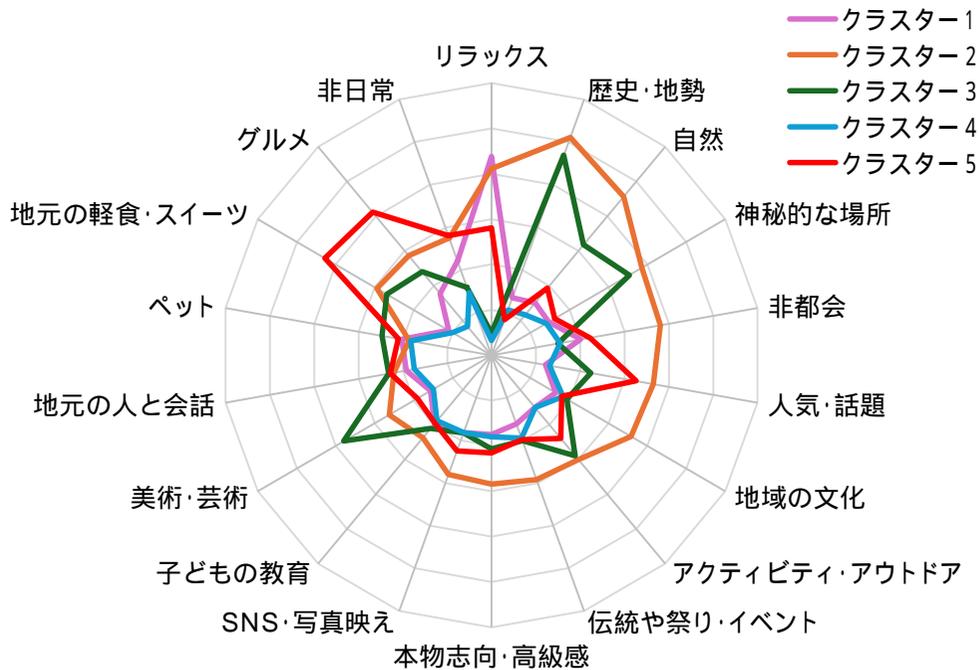
セグメント評価(クラスター別・総合満足度)



- 日本人旅行市場の松本市非来訪者の宿泊旅行検討時の重視事項の回答内容を用いて、クラスター分析を行い、5つの志向パターンが抽出された。
- 最も割合が高かったのは「消極的・フォロワー」で、旅行に対して特に志向を持たない層であり、全回答者の40%となっている。
- その他で多いのは「リラックス・非日常・本物志向」、以下、「人気・グルメ・スイーツ・非日常」、「自然・歴史・アート・神秘・ペット」、「自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向」と続いている。

問16. 普段、宿泊旅行を行う際に重視することは何ですか？(いくつでも)

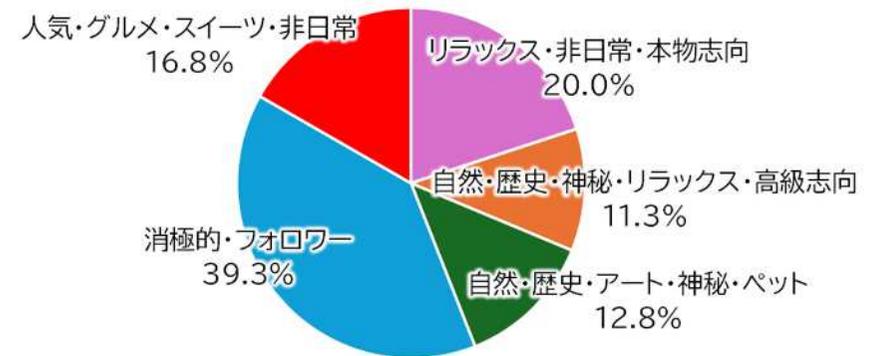
クラスター分析結果(標準化得点)



クラスターの特徴

クラスター名	n	特徴
クラスター1 リラックス・非日常・本物志向	80	「リラックス」や「非日常」を求める層
クラスター2 自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向	45	クラスター3に加えて「非都会」、「人気・話題」、「地域の文化」や「グルメ」を求める層
クラスター3 自然・歴史・アート・神秘・ペット	51	「歴史・地勢」、「自然」を求めつつ、「アクティビティ・アウトドア」なども求める層
クラスター4 消極的・フォロワー	157	旅行に関するこだわりがない層
クラスター5 人気・グルメ・スイーツ・非日常	67	「地元の軽食・スイーツ」、「グルメ」に加えて、「人気・話題」、「リラックス」を求める層

クラスターの割合



- 「リラックス・非日常・本物志向」は年配層の割合が高く、「県内」や、直近1年間に訪問していないが、過去に訪問したことがある層なども高くなっている。松本市への宿泊旅行想定を「冬」と回答した人の割合も高い。
- 「自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向」も年配層、特に「60代以上」の割合が高く、「中部(県外)」や「関東」、(直近旅行季節が)「冬」の割合が高い。
- 「自然・歴史・アート・神秘・ペット」も年配層が高い傾向であり、「関東」、「夏」、「秋」の割合が高い。
- 「消極的・フォロワー」は、若年層が高くなっている。
- 「人気・グルメ・スイーツ・非日常」は「女性」、特に「20代」、「30代」で、「中部(県外)」や直近に「秋」に旅行した人などで高い。

問16. 普段、宿泊旅行を行う際に重視することは何ですか？(いくつでも)

属性別クラスター割合

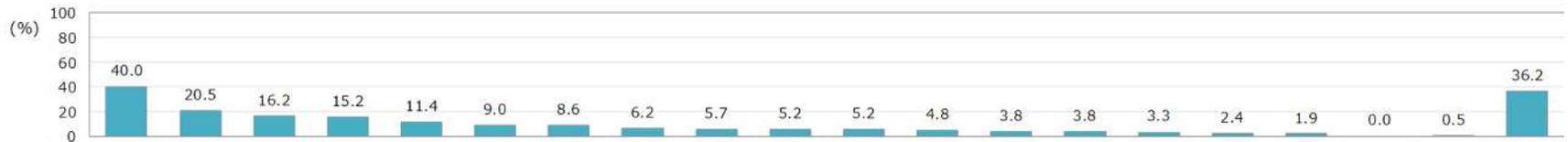
		n	リラックス・非日常・本物志向	自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向	自然・歴史・アート・神秘・ペット	消極的・フォロワー	人気・グルメ・スイーツ・非日常
全体		400	20.0	11.3	12.8	39.3	16.8
性別	男性	200	17.5	12.5	13.0	46.0	11.0
	女性	200	22.5	10.0	12.5	32.5	22.5
年代	20代以下	80	16.3	10.0	6.3	47.5	20.0
	30代	80	17.5	5.0	10.0	40.0	27.5
	40代	80	21.3	11.3	11.3	43.8	12.5
	50代	80	17.5	8.8	17.5	40.0	16.3
	60代以上	80	27.5	21.3	18.8	25.0	7.5
性年代別	男性20代以下	40	20.0	15.0	7.5	47.5	10.0
	男性30代	40	15.0	5.0	10.0	55.0	15.0
	男性40代	40	20.0	12.5	7.5	50.0	10.0
	男性50代	40	10.0	10.0	17.5	47.5	15.0
	男性60代以上	40	22.5	20.0	22.5	30.0	5.0
	女性20代以下	40	12.5	5.0	5.0	47.5	30.0
	女性30代	40	20.0	5.0	10.0	25.0	40.0
	女性40代	40	22.5	10.0	15.0	37.5	15.0
	女性50代	40	25.0	7.5	17.5	32.5	17.5
	女性60代以上	40	32.5	22.5	15.0	20.0	10.0

		n	リラックス・非日常・本物志向	自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向	自然・歴史・アート・神秘・ペット	消極的・フォロワー	人気・グルメ・スイーツ・非日常
松本市訪問経験	訪問あり	190	23.2	13.2	16.3	30.5	16.8
	訪問なし	210	17.1	9.5	9.5	47.1	16.7
松本市訪問意向	あり	93	12.9	14.0	14.0	40.9	18.3
	なし	117	20.5	6.0	6.0	52.1	15.4
居住地	県内	80	26.3	6.3	10.0	41.3	16.3
	中部(県外)	49	16.3	14.3	12.2	32.7	24.5
	関東	151	19.2	13.9	18.5	32.5	15.9
	近畿	65	16.9	10.8	7.7	47.7	16.9
	その他	55	20.0	9.1	7.3	50.9	12.7
直近旅行季節	春	51	21.6	7.8	11.8	47.1	11.8
	夏	86	18.6	7.0	14.0	47.7	12.8
	秋	127	18.9	10.2	15.0	35.4	20.5
	冬	136	21.3	16.2	10.3	34.6	17.6
松本市想定旅行季節	春(3~5月)	62	12.9	12.9	11.3	41.9	21.0
	夏(6~8月)	55	14.5	18.2	10.9	41.8	14.5
	秋(9~11月)	63	15.9	17.5	9.5	39.7	17.5
	冬(12~2月)	19	26.3	10.5	10.5	42.1	10.5
	季節は問わない	75	17.3	4.0	4.0	56.0	18.7

- 回答者のうち、松本市への訪問を検討したことがある人ベースで、クラスター別の傾向を確認する。
- 「リラックス・非日常・本物志向」は「白骨温泉」や「乗鞍高原」、「イルミネーションや夜景」、「冬のアクティビティ」など冬の相性が良い志向を持っている。
- 「自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向」は「松本城」、「美ヶ原高原」、「美ヶ原温泉」に加え、美術館や博物館に関心を持っており、体験については多くの選択肢で回答割合が高い。
- 「自然・歴史・アート・神秘・ペット」は「松本城」、「上高地」、「スキー場」、「温泉」、「地元の食」、「歴史文化」、「寺社仏閣」、「カフェ巡り」などに関心を持っている。
- 「人気・グルメ・スイーツ・非日常」は、「松本城」や「扉温泉」、「地元の食を楽しむ」、「特産品の購入」、「四季の体感」、「カフェ巡り」に加えて、「舞台・音楽鑑賞」なども関心を持つ傾向がみられた。

問8. 松本市の観光スポットで、あなたが興味のあるところを教えてください。(いくつでも) 検討したがほかの地域に訪問した・中止した人ベース

クラスター別訪問地

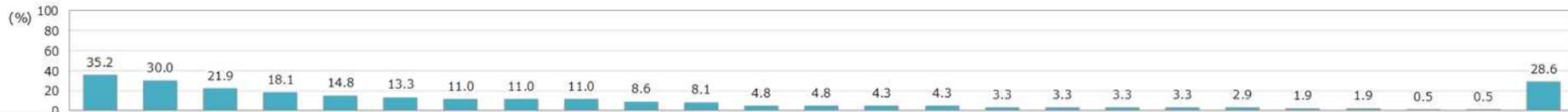


	n	松本城	上高地	白骨温泉	浅間温泉	スキー場	美ヶ原高原	美ヶ原温泉	時計博物館	乗鞍高原	縄手通り	扉温泉	旧開智学校	松本市美術館	日本浮世絵博物館	松本市立博物館	中町通り	あがたの森(旧制高等学校記念館・重文旧松本高等学校校舎)	奈川エリア(野斐峠、奈川温泉等)	その他	特にない	
全体	210	40.0	20.5	16.2	15.2	11.4	9.0	8.6	6.2	5.7	5.2	5.2	4.8	3.8	3.8	3.3	2.4	1.9	-	0.5	36.2	
志向クラスター	リラックス・非日常・本物志向	36	36.1	25.0	22.2	19.4	11.1	13.9	5.6	2.8	11.1	2.8	5.6	-	2.8	2.8	5.6	-	2.8	-	-	36.1
	自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向	20	65.0	30.0	25.0	15.0	20.0	20.0	25.0	15.0	15.0	-	15.0	5.0	20.0	15.0	15.0	-	-	-	-	10.0
	自然・歴史・アート・神秘・ペット	20	55.0	35.0	15.0	15.0	25.0	-	5.0	5.0	5.0	10.0	5.0	10.0	-	10.0	-	-	-	-	-	15.0
	消極的・フォロワー	99	31.3	14.1	12.1	14.1	9.1	9.1	7.1	5.1	3.0	6.1	1.0	6.1	2.0	1.0	2.0	5.1	2.0	-	1.0	47.5
人気・グルメ・スイーツ・非日常	35	45.7	20.0	17.1	14.3	5.7	2.9	8.6	8.6	2.9	5.7	11.4	2.9	2.9	2.9	-	-	2.9	-	-	-	31.4

※ :全体より5%以上高い値 :全体より10%以上高い値

問9. 松本市に来訪した際に、あなたがしてみたい事を教えてください。(いくつでも) 検討したがほかの地域に訪問した・中止した人ベース

クラスター別体験内容



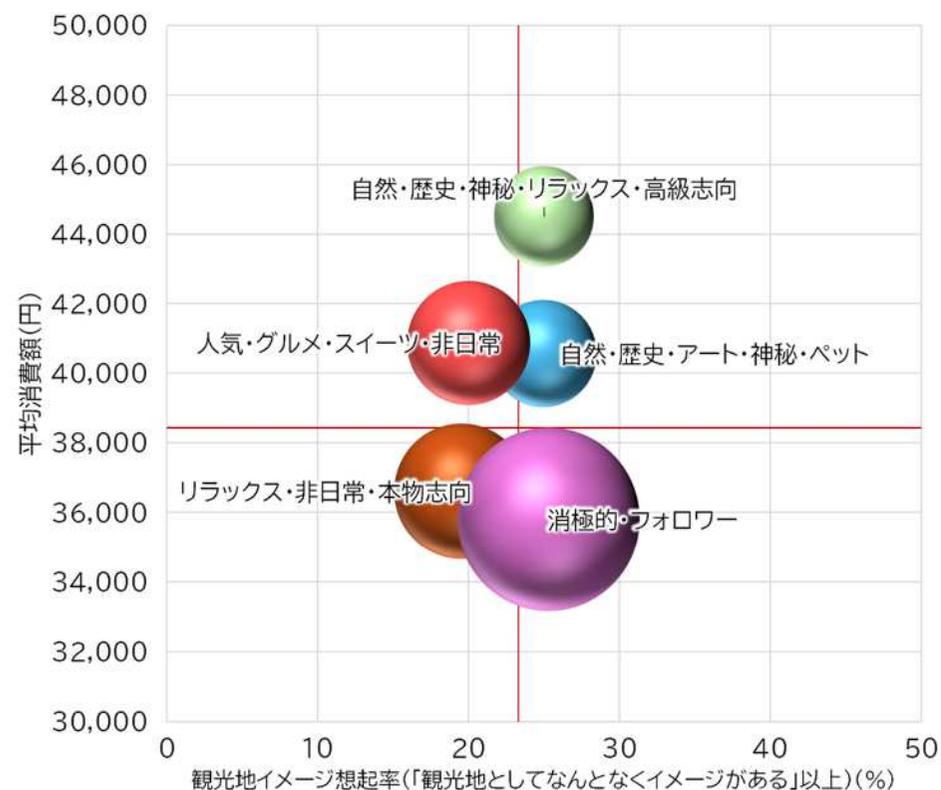
	n	温泉を楽しむ	地元の食を楽しむ	自然・景勝地観光	歴史文化探訪(松本城など)	特産品の購入	寺社仏閣巡り	地元の酒を飲む	四季の体感(花見、紅葉、雪)	カフェ巡り	イルミネーションや夜景(松本城プロジェクションマッピングなど)	美術館・博物館巡り	映画・アニメなどの縁(ゆかり)の地を訪ね	冬のアクティビティ(スキー、スノーシュー等)	夏のアクティビティ(ラフティング、シャワークライミング等)	地元の人との触れ合い	舞台・音楽鑑賞	ハイキング・トレッキング	登山	祭り・イベント	水巡り	スポーツ観戦	文化体験(そば打ち・クラフト・餅作り・着付け等)	サイクリング	その他	特にしてみたいことはない	
全体	210	35.2	30.0	21.9	18.1	14.8	13.3	11.0	11.0	11.0	8.6	8.1	4.8	4.8	4.3	4.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	2.9	1.9	1.9	0.5	0.5	28.6
志向クラスター	リラックス・非日常・本物志向	36	38.9	19.4	19.4	13.9	13.9	2.8	11.1	5.6	13.9	2.8	5.6	11.1	-	-	2.8	-	-	-	2.8	5.6	2.8	2.8	-	-	27.8
	自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向	20	65.0	60.0	50.0	45.0	40.0	40.0	30.0	20.0	30.0	25.0	30.0	5.0	10.0	10.0	15.0	5.0	5.0	5.0	10.0	10.0	5.0	5.0	-	-	5.0
	自然・歴史・アート・神秘・ペット	20	55.0	55.0	30.0	40.0	15.0	35.0	15.0	15.0	25.0	10.0	15.0	5.0	5.0	10.0	5.0	5.0	-	-	5.0	-	-	5.0	-	-	5.0
	消極的・フォロワー	99	22.2	17.2	14.1	13.1	4.0	4.0	6.1	4.0	2.0	3.0	5.1	4.0	2.0	4.0	3.0	1.0	5.1	4.0	1.0	1.0	2.0	-	1.0	1.0	41.4
人気・グルメ・スイーツ・非日常	35	40.0	45.7	25.7	2.9	31.4	11.4	20.0	22.9	22.9	8.6	5.7	5.7	2.9	2.9	5.7	8.6	2.9	5.7	5.7	2.9	-	2.9	-	-	20.0	

※ :全体より5%以上高い値 :全体より10%以上高い値

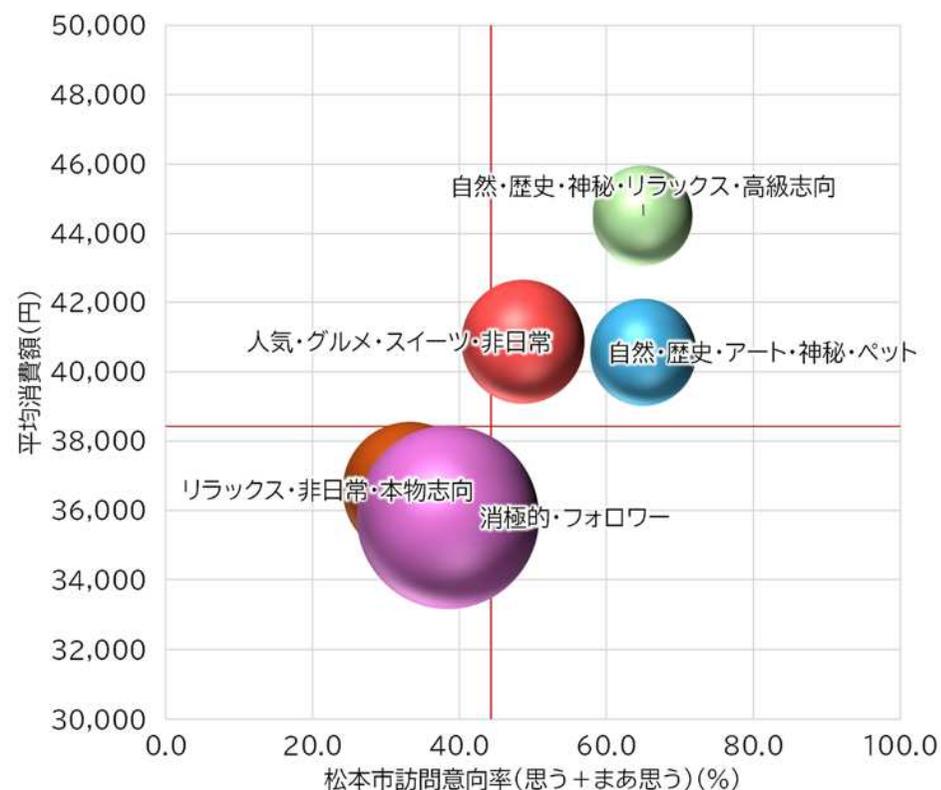
- 縦軸に松本市への宿泊旅行を想定した際の旅行予算の平均、横軸に再来訪意向や満足度、球の大きさを出現率とし、チャートを作成した。
- 市場規模は比較的小さいが、平均予算が高いのは「自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向」となっている。
- 「自然・歴史・アート・神秘・ペット」や「人気・グルメ・スイーツ・非日常」は、比較的市場規模が大きく、予算も高いが、「人気・グルメ・スイーツ・非日常」は松本市の観光地イメージ早期率や、訪問意向がやや低い。
- 「リラックス・非日常・本物志向」は規模は大きいものの、予算が低いため、優先順位は低いと考えられる。

問16. 普段、宿泊旅行を行う際に重視することは何ですか？(いくつでも)

セグメント評価(クラスター別・観光地イメージ想起率)



セグメント評価(クラスター別・訪問意向率)



- 志向クラスターのまとめは下表のとおり。
- 青網掛けは「冬」誘客の見込みがある層、橙網掛けは総合的に優先ターゲット候補と評価したもの。

区分	パターン	割合	属性	体験・訪問の傾向	ターゲット優先順位
外国人	自然景観 + 温泉	28.9	「東アジア圏」と「中東」	「上高地」、「自然景勝地」+「温泉」	規模も大きく、消費額も高い リピーターも狙える
	交流・文化・寺社	8.1	「欧米豪」と「ひとり」や「夫婦・パートナーのみ」	「中町通り」、「繩手通り」、「食」、「自然」、「歴史文化」に加え、「特産品」や「地元の人とのふれあい」、「カフェ巡り」	やや規模が小さい
	イベント・登山	22.1	「東アジア圏」と「中東」	「登山」	優先順位低い
	グルメ	18.5	「欧米豪」と「ひとり」や「夫婦・パートナーのみ」	中町通り、繩手通り、食、酒、自然、歴史文化、温泉	比較的消費額が高めでリピーターも狙えるが、現状の満足度に課題
	歴史	22.4	「欧米豪」と「ひとり」や「夫婦・パートナーのみ」	松本城	優先順位低い
日本人来訪者	定番・人気・交流	26.9	「女性」、「冬」	「その他」や「カフェ巡り」など選択肢にない訪問先	規模は大きいですが、消費額も満足度も中程度であり、優先度高い
	グルメ・自然	25.7	「夫婦・パートナー」や「南関東」、「北陸」、「秋」	「上高地」や「乗鞍高原」、「松本城」、「地元の食」、「地元の酒」	消費額が高く、優先度高い
	自然・歴史・地勢	23.1	「年配層」、「冬以外」	「上高地」と「美ヶ原高原」、「自然」や「ハイキング」	優先度低い
	リラックス・非日常・本物志向	12.1	「若年層」で、「北関東」や「県内」	「中町通り」や「繩手通り」、「浅間温泉」への訪問や「特産品の購入」	規模がやや小さいが、消費額がやや高く、優先度高い
	歴史・地勢・美術・神秘	12.3	「北陸」や、「なんとなく」来訪する層	「松本城」や「旧開智学校」、「寺社仏閣」	優先度低い
非来訪者	リラックス・非日常・本物志向	20.0	年配層の割合が高く、「県内」、「冬」	「白骨温泉」や「乗鞍高原」、「イルミネーションや夜景」、「冬のアクティビティ」	消費額も松本市認知度や意向も低いですが、冬の志向がある、要検討すべき層
	自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向	11.3	年配層、特に「60代以上」の割合が高く、「中部(県外)」や「関東」、「(直近旅行季節が)「冬」	「松本城」、「美ヶ原高原」、「美ヶ原温泉」に加え、美術館や博物館	消費額が高い、比較的リッチな層であり、高級志向市場を狙う際はこのセグメントを重視
	自然・歴史・アート・神秘・ペット	12.8	年配層が高い傾向であり、「関東」、「夏」、「秋」	「松本城」、「上高地」、「温泉」、「地元の食」、「歴史文化」、「寺社仏閣」、「カフェ巡り」	消費額は中程度だが、松本市認知度や訪問意向は比較的高いため、優先ターゲット
	消極的・フォロワー	39.3	若年層	-	-
	人気・グルメ・スイーツ・非日常	16.8	「女性」、特に「20代」、「30代」で、「中部(県外)」や直近に「秋」	「松本城」や「扉温泉」、「地元の食を楽しむ」、「特産品の購入」、「四季の体感」、「カフェ巡り」に加えて、「舞台・音楽鑑賞」	ソフトコンテンツを狙う際は有効だが、松本市の想起が弱い



経路パターン

1. 外国人来訪者調査

2. 日本人来訪者調査

3. 非来訪者調査(国内旅行市場)

- 前後訪問地について、因子分析を行った。網掛けは「松本市の後に訪問」、白抜きは「松本市の前に訪問」したことを示す。
- 訪問パターンは7つとなり、最下段に示した通りとなっている。
- 3つ星街道のパターンが抽出されている。

問11. 今回の訪日旅行において、松本市に訪問する前後で、以下の地域に訪問しましたか。
(あてはまるものすべて) 通過しただけの地域は回答しないでください。

サンプル = 827
抽出方法 = 最尤法
回転方法 = プロマックス回転(Power = 5)

前後訪問地の因子分析結果

項目	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6	Factor7
後 京都	.933	-.018	.022	-.029	-.098	-.008	.003
後 大阪	.834	.040	.018	.023	-.056	-.015	-.035
前 東京	.292	.126	-.126	-.006	-.003	-.030	.051
後 その他	.268	-.030	.108	.034	-.035	.060	-.046
前 京都	-.052	.861	.041	-.020	-.140	-.059	.039
前 大阪	-.009	.795	.057	-.054	-.011	.025	-.010
前 富士山	.281	.368	.037	.049	.205	.075	-.053
前 中山道(妻籠宿、馬籠宿等)	-.011	.228	-.089	.046	-.019	.215	-.119
前 入国してからどこにも立ち寄っていない	-.151	-.174	-.052	-.015	-.009	-.025	-.007
前 白川郷	.020	-.003	.743	.007	.084	.013	-.022
前 金沢	.051	.060	.707	-.007	-.073	.031	.016
前 高山	.018	.074	.643	.004	.014	-.098	-.038
後 白川郷	-.089	.004	.053	.749	.007	-.028	.072
後 高山	.082	-.020	-.043	.611	-.032	.021	-.035
後 金沢	.108	-.004	-.017	.585	-.007	-.016	-.025
後 東京	-.270	.042	.034	-.030	-.492	-.018	-.021
前 名古屋	-.211	.158	.106	.027	.419	.030	-.064
後 名古屋	-.172	-.107	.088	.037	.332	-.067	.089
後 富士山	-.011	-.006	.144	.022	-.329	.066	.061
後 この後は帰国する	-.136	-.032	-.031	-.082	.240	.074	-.094
前 その他	-.038	.151	-.011	.110	-.162	.029	-.067
前 白馬	.008	.007	-.020	-.081	.011	.467	-.030
前 安曇野市(わさび農場等)	.010	.031	.008	-.068	.016	.431	.131
前 長野市(善光寺等)	.146	.013	-.016	.063	-.097	.370	-.051
前 立山黒部アルペンルート	-.071	-.088	.214	.027	-.058	.317	.027
前 塩尻市(奈良井宿等)	-.077	.162	-.107	.065	.020	.284	-.002
後 安曇野市(わさび農場等)	-.028	.013	-.038	.033	-.003	.077	.494
後 中山道(妻籠宿、馬籠宿等)	.104	-.041	.027	-.091	.017	-.049	.369
後 立山黒部アルペンルート	-.053	-.054	.056	.019	-.034	.069	.313
後 白馬	-.038	.124	-.107	.022	.027	-.014	.292
後 長野市(善光寺等)	-.061	-.028	.012	.015	-.036	-.001	.263
後 塩尻市(奈良井宿等)	.004	.008	-.047	.066	.016	-.077	.253

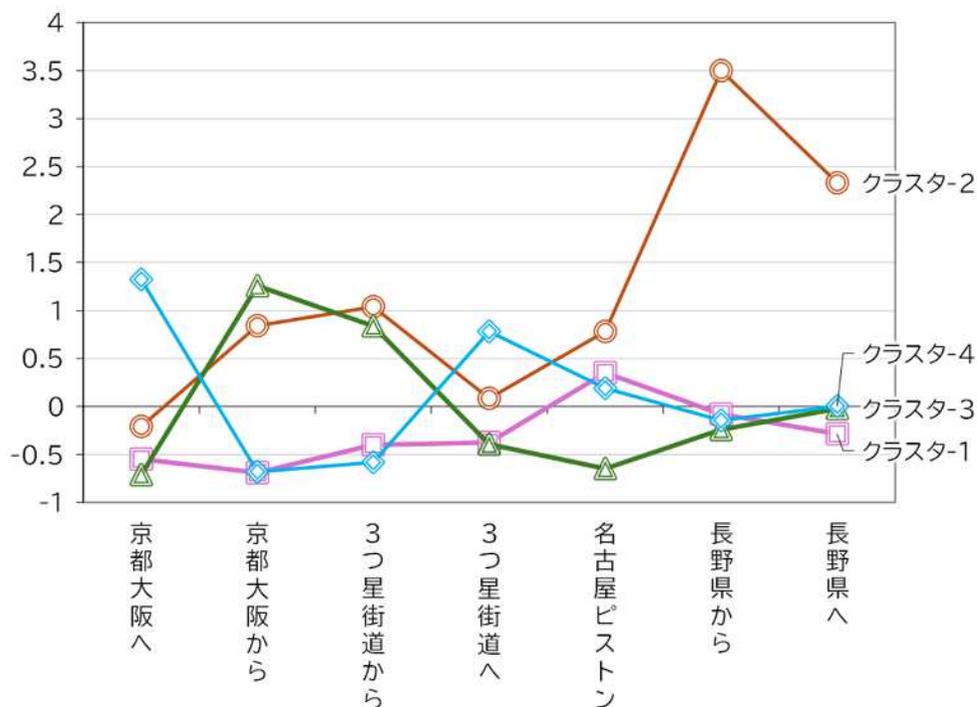
網掛けは「松本市の後」

京都大阪へ 京都大阪から 3つ星街道から 3つ星街道へ 名古屋ピストン 長野県から 長野県へ

- 因子分析結果を用いて、クラスター分析を行った。
- 訪日外国人の訪問パターンは4つであり、最も出現率が高いのは「名古屋ピストン」で、前後訪問地が「名古屋」の回答者群となっている。
- 「大阪・3つ星街道街道から」と「大阪・3つ星街道街道へ」も同程度の出現率となっている。
- 比較的出现率が低いのは「長野県内周遊」となっている。

問11. 今回の訪日旅行において、松本市に訪問する前後で、以下の地域に訪問しましたか。
(あてはまるものすべて) 通過しただけの地域は回答しないでください。

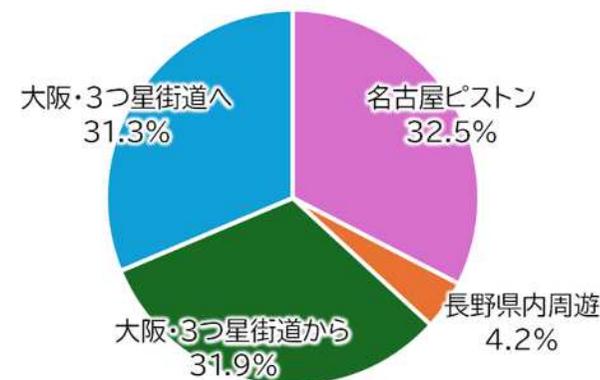
因子得点によるクラスター分析結果(標準化得点)



クラスターの特徴

クラスター名	n	特徴
クラスター-1 名古屋ピストン	269	他の訪問地が特に無く、名古屋から来て、名古屋に戻っていく層
クラスター-2 長野県内周遊	35	長野県から長野県に戻っていく層で、比較的京都大阪や3つ星街道方面から入ってくる傾向がみられる
クラスター-3 大阪・3つ星街道から	264	京都大阪や3つ星街道方面から入ってくる層(松本市後の訪問先はバラバラ)
クラスター-4 大阪・3つ星街道へ	259	事後訪問先が京都大阪や3つ星街道方面の傾向がある層

クラスターの割合



- 属性別のクラスターの割合を算出した。
- 「名古屋ピストン」の割合が高いのは主にアジア圏となっている。
- 「長野県内周遊」は「台湾」、「大阪・3つ星街道から」は「フランス」や「ドイツ」等で、「大阪・3つ星街道へ」は「英国」、「オランダ」、「米国」などとなっている。
- 経路クラスター別の体験内容をみると、「長野県内周遊」は「自然景観」や「温泉」の割合が比較的高くなっている。
- 「大阪・3つ星街道から」は「寺社仏閣」や「地元の酒」、「大阪・3つ星街道へ」は「歴史文化」や「寺社仏閣」が高くなっている。

問11. 今回の訪日旅行において、松本市に訪問する前後で、以下の地域に訪問しましたか。(あてはまるものすべて)

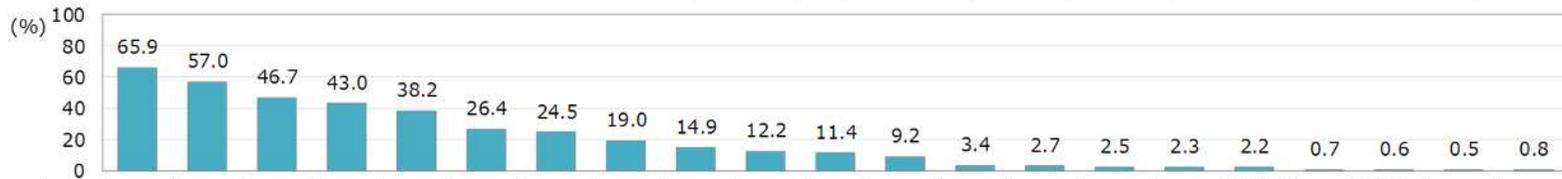
属性別クラスター割合

		n	名古屋	長野県内周遊	大阪・3つ星街道から	大阪・3つ星街道へ
全体		827	32.5	4.2	31.9	31.3
調査地点	松本城	440	23.9	3.2	33.0	40.0
	上高地	387	42.4	5.4	30.7	21.4
性別	男性	469	30.7	4.9	30.3	34.1
	女性	357	35.0	3.4	33.9	27.7
年代	20代以下	198	25.8	4.0	35.4	34.8
	30代	376	28.7	2.7	35.1	33.5
	40代	103	38.8	6.8	25.2	29.1
	50代以上	150	46.7	6.7	24.0	22.7
訪日経験	初回	429	15.9	3.3	34.7	46.2
	リピーター	398	50.5	5.3	28.9	15.3
同行者	ひとり	322	21.4	2.2	32.6	43.8
	夫婦・パートナーのみ	212	28.3	4.2	37.7	29.7
	ファミリー	103	40.8	5.8	35.0	18.4
	友人・同僚	177	52.5	6.8	22.6	18.1

		n	名古屋	長野県内周遊	大阪・3つ星街道から	大阪・3つ星街道へ
国籍別	東アジア合計	171	62.0	8.8	24.6	4.7
	台湾	87	60.9	13.8	19.5	5.7
	中国	29	65.5	-	34.5	-
	香港	54	61.1	5.6	27.8	5.6
	東南アジア合計	99	75.8	2.0	16.2	6.1
	タイ	60	90.0	-	8.3	1.7
	欧州合計	334	10.8	3.3	35.0	50.9
	英国	43	14.0	4.7	20.9	60.5
	フランス	61	11.5	4.9	44.3	39.3
	ドイツ	48	14.6	-	47.9	37.5
	オランダ	48	10.4	2.1	39.6	47.9
	南北アメリカ合計	68	26.5	2.9	29.4	41.2
	米国	52	25.0	3.8	26.9	44.2
	オセアニア合計	73	26.0	4.1	34.2	35.6
	オーストラリア	65	27.7	3.1	33.8	35.4
	中東合計	52	15.4	3.8	59.6	21.2
	イスラエル	48	16.7	-	60.4	22.9
	その他	29	24.1	-	41.4	34.5

問13. 今回の松本市への旅行で、何をして過ごしたか

体験内容



		n	地元の食を楽しむ	自然・景勝地観光	歴史文化探訪(松本城)	ハイキング・トレッキング	寺社仏閣巡り	地元の酒を飲む	温泉を楽しむ	美術館・博物館巡り	カフェ巡り	登山	特産品の購入	地元の人との触れ合い	サイクリング	映画・アニメ縁の地を訪問	祭り・イベント	水巡り	文化体験(そば打ち・クラフト・船作り・着付け)	舞台・音楽鑑賞	夏のアクティビティ(ラフティング、シャワークラ)	スポーツ観戦	その他
全体		827	65.9	57.0	46.7	43.0	38.2	26.4	24.5	19.0	14.9	12.2	11.4	9.2	3.4	2.7	2.5	2.3	2.2	0.7	0.6	0.5	0.8
経路クラスター	名古屋	269	62.8	53.9	30.5	43.1	24.2	20.8	25.3	16.0	9.7	16.7	11.5	5.2	2.6	1.5	1.5	1.1	2.2	-	0.4	-	0.7
	長野県内周遊	35	62.9	77.1	37.1	48.6	40.0	17.1	42.9	20.0	20.0	17.1	8.6	8.6	-	2.9	5.7	5.7	2.9	-	-	-	-
	大阪・3つ星街道から	264	70.5	61.0	48.9	43.6	43.6	32.2	28.8	18.6	17.0	11.4	12.5	10.6	4.2	3.4	3.4	2.7	3.4	1.9	1.1	0.8	1.1
大阪・3つ星街道へ	259	64.9	53.3	62.5	41.7	47.1	27.4	17.0	22.4	17.4	7.7	10.4	12.0	3.9	3.1	2.3	2.7	0.8	0.4	0.4	0.8	0.8	

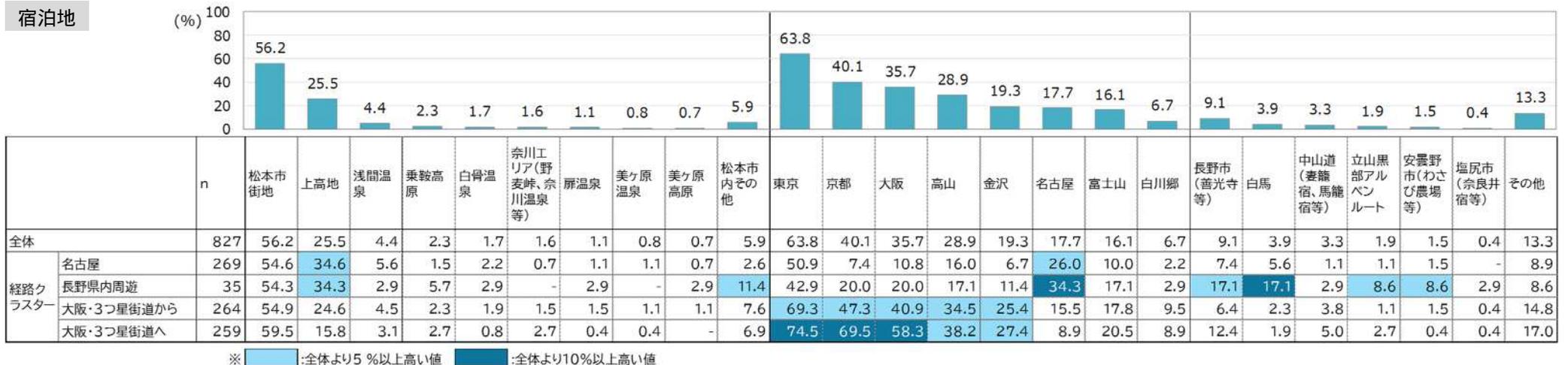
※ :全体より5%以上高い値 :全体より10%以上高い値

- 経路パターン別の訪問地を見ると、「名古屋」(= アジア圏) は「上高地」の割合が比較的高い。
- 「大阪・3つ星街道から」や「大阪・3つ星街道へ」は「松本城」の割合がやや高い。
- 「長野県内周遊」は美術館・博物館や高原・温泉地に足を伸ばしている。
- 宿泊地も近い傾向となっているが、「大阪・3つ星街道から」や「大阪・3つ星街道へ」は「東京」や「京都」、「大阪」の宿泊割合が高く、「長野県内周遊」は「名古屋」、「白馬」の割合が高くなっている。

問10. 以下は松本市の観光スポットです。松本市に来る前から知っていたかどうかをお答えください。また、今回の旅行で訪問した場所、または訪問予定かどうかをお答えください。(あてはまるものすべて)



問12. 今回の訪日旅行で、宿泊した場所をお答えください。(あてはまるものすべて)



- 日本人来訪者の前後訪問地の因子分析結果は下表のとおり。

問11. 以下は松本市の観光スポットです。最後に松本市に旅行する前から知っていたかどうかをお答えください。

サンプル = 1200

また、最後に松本市に旅行した際に訪問した場所についてお答えください。(あてはまるものすべて)

抽出方法 = 最尤法

問12. 最後に松本市に旅行した際に、松本市の前後で、以下の地域に訪問しましたか。(あてはまるものすべて)

回転方法 = プロマックス回転(Power = 5)

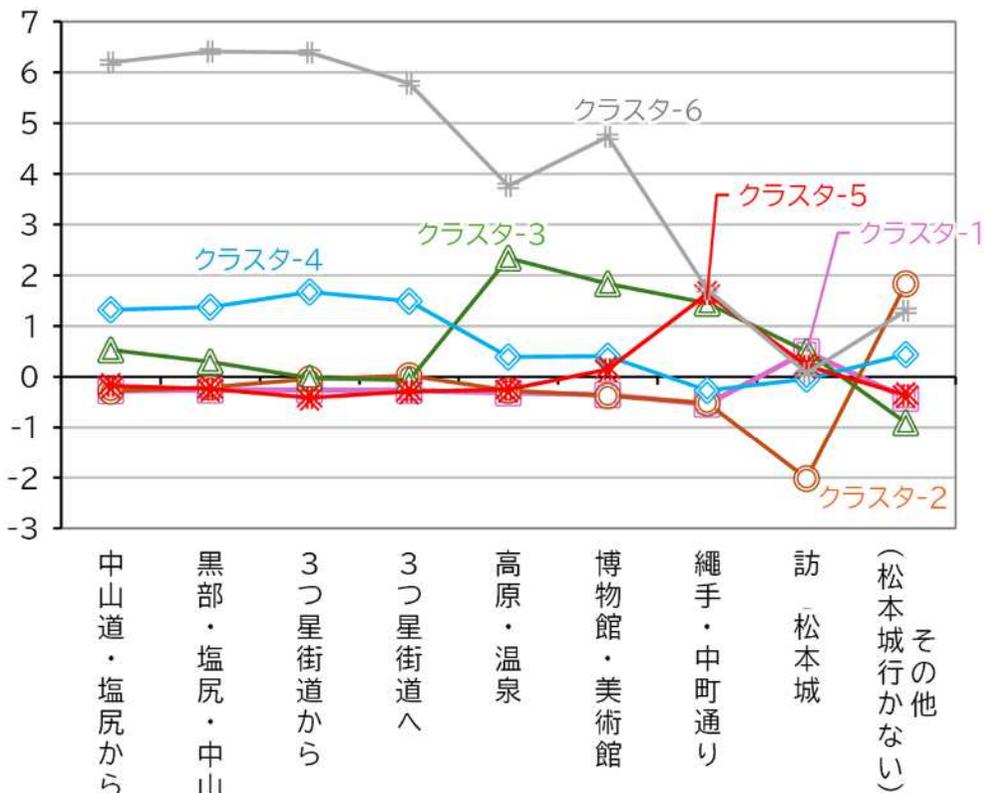
訪問地の因子分析結果

項目	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6	Factor7	Factor8
訪 乗鞍高原	.688	.068	-.078	-.066	.070	-.043	.014	.050
訪 美ヶ原高原	.677	.042	.134	-.098	-.072	-.092	-.015	-.087
訪 上高地	.644	-.079	.051	-.113	.068	-.023	-.102	.052
訪 白骨温泉	.639	-.119	-.004	.044	-.012	.133	-.072	-.040
訪 美ヶ原温泉	.586	.021	-.071	.060	-.006	.063	.040	.062
訪 浅間温泉	.428	-.021	-.040	.111	-.055	.091	.093	.002
訪 奈川エリア(野麦峠、奈川温泉等)	.399	.177	.009	.057	.015	-.068	.052	.093
訪 犀温泉	.365	-.081	.073	.274	.026	.004	-.019	.041
前 中山道(妻籠宿、馬籠宿等)	-.019	.741	-.053	-.022	-.073	.080	-.009	.034
前 塩尻市(奈良井宿等)	-.038	.715	-.035	.037	-.102	-.011	-.008	-.038
前 白馬	.038	.364	.027	-.087	.158	.005	-.018	-.007
前 長野市(善光寺等)	-.040	.362	.030	.081	.007	.001	-.052	-.085
前 安曇野市(わさび農場等)	.071	.343	.163	-.054	-.013	-.071	.018	.054
前 立山黒部アルペンルート	.009	.337	.077	.052	.186	-.008	-.030	.014
後 立山黒部アルペンルート	-.051	-.056	.572	.073	-.007	.023	.005	.033
後 塩尻市(奈良井宿等)	.004	.060	.463	-.031	-.026	-.023	.067	.044
後 中山道(妻籠宿、馬籠宿等)	.043	-.012	.443	.072	-.046	.058	-.039	.058
後 安曇野市(わさび農場等)	.084	-.003	.415	-.107	-.038	-.043	.020	.097
後 白馬	-.002	.030	.408	-.101	.015	.080	.031	-.047
後 長野市(善光寺等)	-.010	.006	.355	.002	-.014	-.051	.004	-.112
訪 松本市立博物館	-.072	.015	-.094	.711	-.004	.018	.014	.006
訪 松本市美術館	-.013	.001	-.054	.565	-.031	.009	-.027	.015
訪 時計博物館	-.019	-.051	.090	.542	.035	-.079	.000	-.044
訪 日本浮世絵博物館	.024	.084	.038	.497	.011	-.059	.032	.108
訪 旧開智学校	.188	.046	-.066	.280	-.035	.020	.140	-.165
前 白川郷	.010	-.081	.023	.042	.762	-.140	-.041	-.066
前 高山	.065	-.003	-.122	-.090	.684	.111	.079	-.024
前 金沢	-.111	.118	.065	.104	.373	.054	.000	.011
後 白川郷	.023	.027	-.032	-.038	-.084	.728	-.022	-.070
後 高山	.072	.017	.011	-.072	.036	.532	-.002	.097
後 金沢	-.113	-.021	.209	.098	.062	.390	-.003	-.004
訪 縄手通り	-.011	-.015	.044	-.085	.005	-.005	.953	.051
訪 中町通り	-.059	.040	.009	.100	.014	-.025	.611	-.040
訪 松本城	-.043	.065	.058	-.019	.025	.017	-.017	-.749
訪 その他	-.071	.041	-.041	.015	-.092	-.004	.008	.310

高原・温泉 中山道・塩尻から 黒部・塩尻・中山道へ 博物館・美術館 3つ星街道から 3つ星街道へ 縄手・中町通り その他(松本城行かない)

- 因子分析結果を元に、クラスター分析により来訪パターンを分類した。
- 6つのパターンが抽出された。
- 最も出現率が高いのは「松本城メイン」で全体の51.3%となっている。
- 松本城には訪問しない「松本城以外」や、「縄手・中町通りメイン」も多く、県外へ訪問する「広域周遊」も8.6%程度となっている。

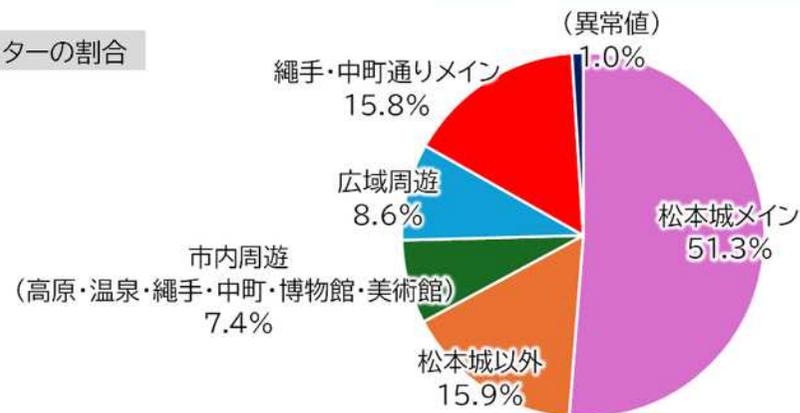
因子得点によるクラスター分析結果(標準化得点)



クラスターの特徴

クラスター名	n	特徴
クラスター-1 松本城メイン	615	松本城のみの訪問者(松本城しか回答をしていない層)
クラスター-2 松本城以外(松本城には行かない)	191	「その他」の訪問地の回答が多い、特定の目的を持った層
クラスター-3 市内周遊(高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)	89	市内の高原や温泉、縄手・中町通などを訪問している層
クラスター-4 広域周遊	103	3つ星街道エリアを含めて、広域な周遊をしている層
クラスター-5 縄手・中町通りメイン	190	縄手・中町通などをメインとして訪問して言える層
クラスター-6 (異常値)	12	回答項目が多く、該当者数も少ないため、考察対象外

クラスターの割合



- 属性別にクラスターの出現率を算出した。
- 「県内」や「リピーター」は「松本城メイン」の割合が低くなっている。
- 「広域周遊」が高いのは、「70代以上」や「ファミリー」、遠方からの来訪者となっている。
- 市内を幅広く周遊している「市内周遊(高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)」は「男性年配層」や「リピーター」、「県内」となっている。

問11. 以下は松本市の観光スポットです。最後に松本市に旅行する前から知っていたかどうかをお答えください。

また、最後に松本市に旅行した際に訪問した場所についてお答えください。(あてはまるものすべて)

問12. 最後に松本市に旅行した際に、松本市の前後で、以下の地域に訪問しましたか。(あてはまるものすべて)

属性別クラスター割合

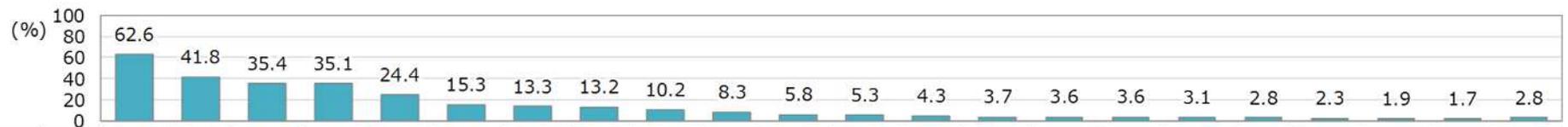
		n	松本城メイン	松本城以外	市内周遊 (高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)	広域周遊	縄手・中町 通りメイン	(異常値)
全体		1200	51.3	15.9	7.4	8.6	15.8	1.0
性別	男性	879	52.8	14.0	8.4	8.8	15.0	1.0
	女性	321	47.0	21.2	4.7	8.1	18.1	0.9
年代	20代以下	47	51.1	23.4	2.1	6.4	14.9	2.1
	30代	118	43.2	25.4	4.2	9.3	16.1	1.7
	40代	243	53.9	19.8	3.7	9.5	12.3	0.8
	50代	347	54.8	15.3	6.1	6.1	16.7	1.2
	60代	301	49.2	12.6	11.0	9.3	17.6	0.3
	70代以上	144	49.3	7.6	13.9	11.8	16.0	1.4
	性年代	男性20代以下	19	57.9	10.5	5.3	5.3	21.1
男性30代		52	53.8	19.2	3.8	7.7	13.5	1.9
男性40代		174	51.7	20.7	4.6	9.8	12.6	0.6
男性50代		268	56.3	14.6	7.1	6.7	13.8	1.5
男性60代		238	50.0	10.9	10.5	10.1	18.1	0.4
男性70代以上		127	50.4	7.9	15.0	10.2	15.0	1.6
女性20代以下		28	46.4	32.1	-	7.1	10.7	3.6
女性30代		64	35.9	31.3	4.7	7.8	18.8	1.6
女性40代		69	59.4	17.4	1.4	8.7	11.6	1.4
女性50代		78	48.7	17.9	2.6	3.8	26.9	-
女性60代		62	46.8	19.4	12.9	4.8	16.1	-
女性70代以上		17	41.2	5.9	5.9	23.5	23.5	-
訪問回数別		初回	219	68.5	16.9	-	6.8	7.8
	2~4回	471	58.4	14.2	3.0	11.3	13.0	0.2
	5回以上	510	37.3	17.1	14.7	6.9	22.0	2.2
宿泊有無	日帰り	466	49.4	15.9	9.2	4.7	20.2	0.6
	宿泊	734	52.5	15.9	6.3	11.0	13.1	1.2

		n	松本城メイン	松本城以外	市内周遊 (高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)	広域周遊	縄手・中町 通りメイン	(異常値)
全体		1200	51.3	15.9	7.4	8.6	15.8	1.0
同行者	ひとり	233	50.6	19.7	7.3	8.2	12.9	1.3
	夫婦・パートナー	430	52.3	15.1	6.3	8.6	17.2	0.5
	ファミリー	337	48.7	14.8	8.6	10.1	16.0	1.8
	友人・同僚	200	54.0	15.0	8.0	6.5	16.0	0.5
居住地	東北・北海道	56	57.1	12.5	1.8	14.3	14.3	-
	南関東	393	55.7	15.0	6.1	7.4	15.0	0.8
	北関東・甲	59	64.4	6.8	3.4	10.2	13.6	1.7
	県内	240	34.2	15.0	17.1	4.2	28.8	0.8
	北陸	42	52.4	19.0	9.5	9.5	7.1	2.4
	東海	172	52.3	22.1	6.4	7.0	11.6	0.6
	近畿	161	54.7	16.1	3.7	13.0	10.6	1.9
中国・四国・九州	77	57.1	16.9	-	16.9	7.8	1.3	
季節	春	300	47.3	12.7	10.3	12.0	17.0	0.7
	夏	300	53.0	18.3	7.0	7.3	13.7	0.7
	秋	300	55.3	18.3	5.0	7.0	14.3	-
	冬	300	49.3	14.3	7.3	8.0	18.3	2.7
クラスター (リピーター)	お気に入りの店・スポット	186	34.9	9.7	16.1	11.8	26.9	0.5
	交流・イベント参加(関係人口)	24	8.3	8.3	20.8	20.8	12.5	29.2
	なんとなく・フォロワー	75	56.0	17.3	2.7	10.7	13.3	-
体験したいことがある	696	51.1	17.4	7.5	7.6	15.8	0.6	
志向クラスター	定番・人気・交流	323	50.5	18.9	4.0	10.2	14.9	1.5
	グルメ・自然	308	51.6	14.6	10.1	8.4	14.3	1.0
	自然・歴史・アクティビティ	277	51.3	17.0	8.7	8.3	13.4	1.4
	リラックス・非日常・本物志向	145	49.7	17.9	8.3	4.8	19.3	-
歴史・地勢・美術・神秘	147	53.7	8.2	6.1	9.5	22.4	-	

- 経路パターン別の体験内容を見ると、「松本城以外」は「登山」の割合が高くなっている。
- 「市内周遊(高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)」、「広域周遊」は「温泉」や「寺社仏閣」が高くなっている。
- 「市内周遊(高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)」は「特産品の購入」なども高い。
- 「広域周遊」は、「歴史文化」や「地元の酒」なども高い。
- 「縄手・中町通りメイン」は、「地元の食」や「歴史」、「カフェ巡り」などを体験している割合が高い。

問14.最後に松本市に旅行した際に、あなたは何をして過ごしましたか。(あてはまるものすべて)

経路クラスター別体験内容



※ :全体より5%以上高い値 :全体より10%以上高い値

市内周遊:市内周遊(高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)

- 訪問先は、「松本城以外」は「その他」の割合が高く、今回調査で設定した選択肢以外、つまり主要観光スポット以外にも訪問しているという特徴がみられる。
- 「市内周遊(高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)」は、多くのスポットを訪問している。
- 「広域周遊」は「上高地」や「美ヶ原高原」、「白骨温泉」、「乗鞍高原」などの割合も高くなっている。
- 「縄手・中町通りメイン」は、市中を比較的コンパクトに周遊している。

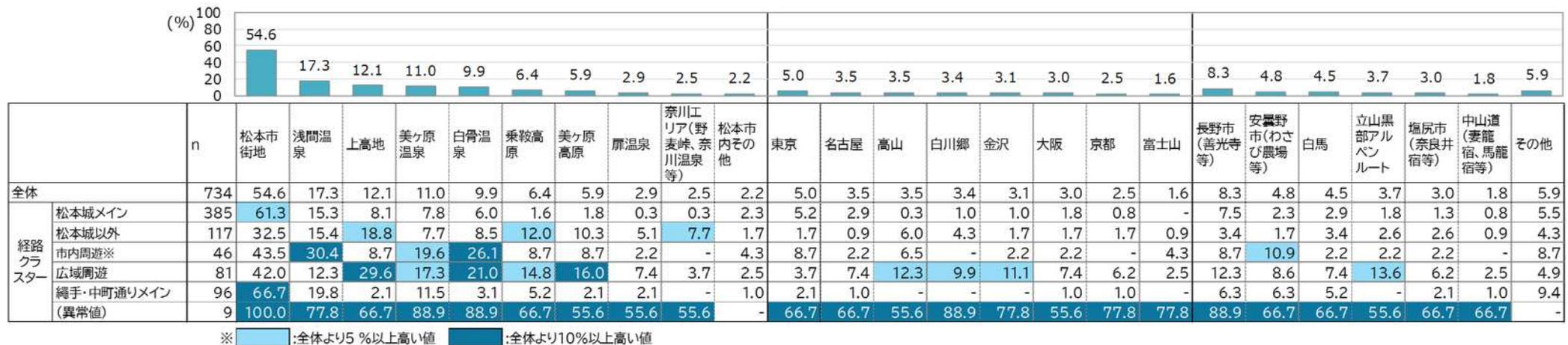
問11-2. 松本市旅行時に訪問した観光スポット

経路クラスター別訪問地



問13. 松本市旅行時に宿泊したエリア

経路クラスター別宿泊地



市内周遊:市内周遊(高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)

< 外国人 >

- 外国人旅行者は、「名古屋からのピストン」が3割強
... 「東アジア」で、「上高地」を訪問
- 長野県を周遊するのは約4%で「台湾」
... 美術館・博物館や高原・温泉地へ向かい、特に「白馬」での宿泊者が多い
- 「大阪・3つ星街道から」は「フランス」や「ドイツ」等
... 宿泊地は「上高地」訪問率がやや高く、食や酒、温泉などに関心がある
- 「大阪・3つ星街道へ」は「英国」、「オランダ」、「米国」等
... 「松本城」訪問率が高く、歴史文化関係に関心がある

< 日本人 >

- 「松本城」をメインに訪問する層が多数派で51.3%
... 県外の初回来訪者、友人グループまたは「40～50代」
- 「松本城以外」で特定の目的を持った層が15.9%
... 一人旅、男性「40代」、女性「20～30代」で、「上高地」、「登山」
- 「縄手・中町通り」をメインとした層が15.8%
... 県内からの5回以上のリピーターの日帰り層で、「地元の食」や「歴史」、「カフェ巡り」で、市中を比較的コンパクトに周遊
- 「広域周遊」の周遊者は8.6%
... 2～4回目のリピーターの宿泊層で遠方からの年配層で、「美ヶ原高原」、「白骨温泉」、「乗鞍高原」を回り、「温泉」や「寺社仏閣」、「歴史文化」や「地元の酒」
- 「市内周遊(高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)」は7.4%
... 「男性年配層」や「リピーター」、「県内」で、「温泉」や「寺社仏閣」、「特産品の購入」で市内のあらゆる箇所を訪問



冬期誘客の課題整理

1. 外国人来訪者調査

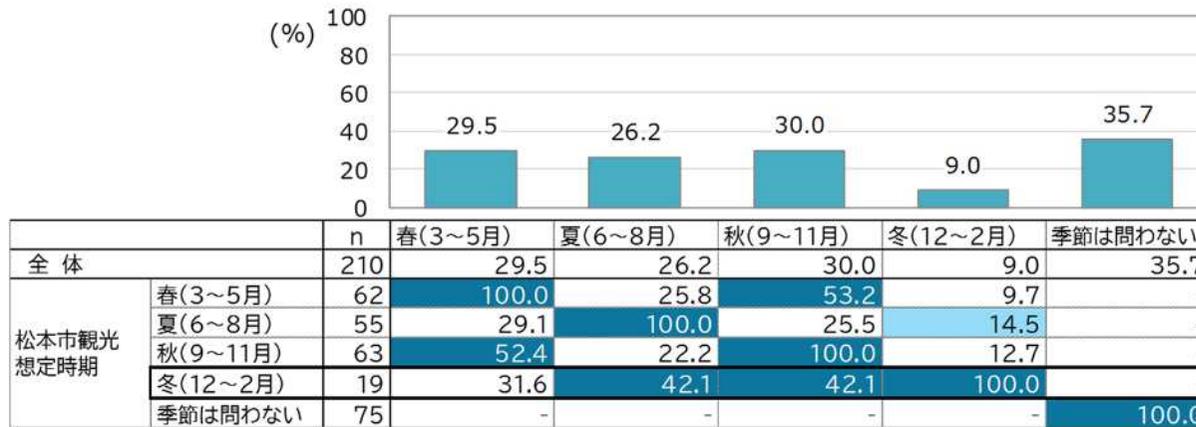
2. 日本人来訪者調査

3. 非来訪者調査(国内旅行市場)

- 全回答者のうち、松本市に訪問したことが無いが、検討したことがある人(210件) が、松本市に訪問するとしたらどの季節が良いかについて、「冬」と回答したのは9.0%、「季節は問わない」が35.7%となっている。
- なお、本設問は複数回答可(「季節は問わない」を回答した人は不可)としており、組み合わせとして多いのは「春と秋」となっている。
- 「冬」と回答している人のうち、42.1%が「夏」や「秋」も回答しているが、冬以外を回答した人は「冬」を選択しない傾向がある。

問10.あなたが松本市へ訪れたい季節を教えてください。(いくつでも) 旅行するとした場合のお考えをお聞かせください。

松本市訪問意向時期×松本市訪問意向時期



※ :全体より5%以上高い値 :全体より10%以上高い値

【参考:件数表】

	n	春(3~5月)	夏(6~8月)	秋(9~11月)	冬(12~2月)	季節は問わない
全体	210	62	55	63	19	75
松本市観光 想定時期	春(3~5月)	62	16	33	6	0
	夏(6~8月)	55	16	14	8	0
	秋(9~11月)	63	33	63	8	0
	冬(12~2月)	19	6	8	19	0
	季節は問わない	75	0	0	0	0

【nベースについて】

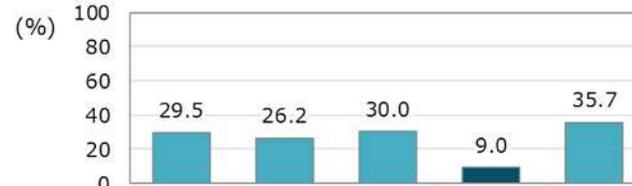
本頁は、松本市への観光旅行検討経験を問う設問で、過去に1度でも、「訪問を検討したことはあるが、他の地域に旅行した」、「検討したが、旅行を中止・延期した」と回答した人ベースでの集計。

「検討したことがある」や「検討したことがない」人を除いている。

- 「冬」の回答割合が高いのは「男性・20代以下」や「近畿」となっている。
- クラスター別では「リラックス・非日常・本物志向」となっている。

問10.あなたが松本市へ訪れたい季節を教えてください。(いくつでも) 旅行するとした場合のお考えをお聞かせください。

松本市訪問意向時期



		n	春(3~5月)	夏(6~8月)	秋(9~11月)	冬(12~2月)	季節は問わない	冬期に訪れたい割合 (%)				
								0	10	20	30	40
全体		210	29.5	26.2	30.0	9.0	35.7	9.0				
性別	男性	96	31.3	32.3	29.2	10.4	33.3	10.4				
	女性	114	28.1	21.1	30.7	7.9	37.7	7.9				
年代	20代以下	50	16.0	30.0	26.0	14.0	52.0	14.0				
	30代	53	26.4	26.4	28.3	7.5	39.6	7.5				
	40代	46	30.4	32.6	21.7	10.9	32.6	10.9				
	50代	37	48.6	10.8	43.2	5.4	21.6	5.4				
	60代以上	24	33.3	29.2	37.5	4.2	20.8	4.2				
性年代	男性20代以下	22	18.2	36.4	31.8	22.7	45.5	22.7				
	男性30代	25	24.0	36.0	24.0	12.0	40.0	12.0				
	男性40代	23	30.4	39.1	21.7	8.7	26.1	8.7				
	男性50代	14	57.1	7.1	42.9	-	28.6	0.0				
	男性60代以上	12	41.7	33.3	33.3	-	16.7	0.0				
	女性20代以下	28	14.3	25.0	21.4	7.1	57.1	7.1				
	女性30代	28	28.6	17.9	32.1	3.6	39.3	3.6				
	女性40代	23	30.4	26.1	21.7	13.0	39.1	13.0				
女性50代	23	43.5	13.0	43.5	8.7	17.4	8.7					
女性60代以上	12	25.0	25.0	41.7	8.3	25.0	8.3					
松本市訪問経験	訪問あり	-	-	-	-	-	-	0.0				
	訪問なし	210	29.5	26.2	30.0	9.0	35.7	9.0				
松本市訪問意向	あり	93	37.6	35.5	40.9	11.8	19.4	11.8				
	なし	117	23.1	18.8	21.4	6.8	48.7	6.8				
居住地	県内	26	42.3	23.1	30.8	11.5	34.6	11.5				
	中部(県外)	22	27.3	36.4	18.2	4.5	36.4	4.5				
	関東	75	29.3	29.3	33.3	8.0	32.0	8.0				
	近畿	41	29.3	19.5	34.1	14.6	36.6	14.6				
	その他	46	23.9	23.9	26.1	6.5	41.3	6.5				
クラスター	リラックス・非日常・本物志向	36	22.2	22.2	27.8	13.9	36.1	13.9				
	自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向	20	40.0	50.0	55.0	10.0	15.0	10.0				
	自然・歴史・アート・神秘・ペット	20	35.0	30.0	30.0	10.0	15.0	10.0				
	消極的・フォロワー	99	26.3	23.2	25.3	8.1	42.4	8.1				
	人気・グルメ・スイーツ・非日常	35	37.1	22.9	31.4	5.7	40.0	5.7				

※ :全体より5%以上高い値

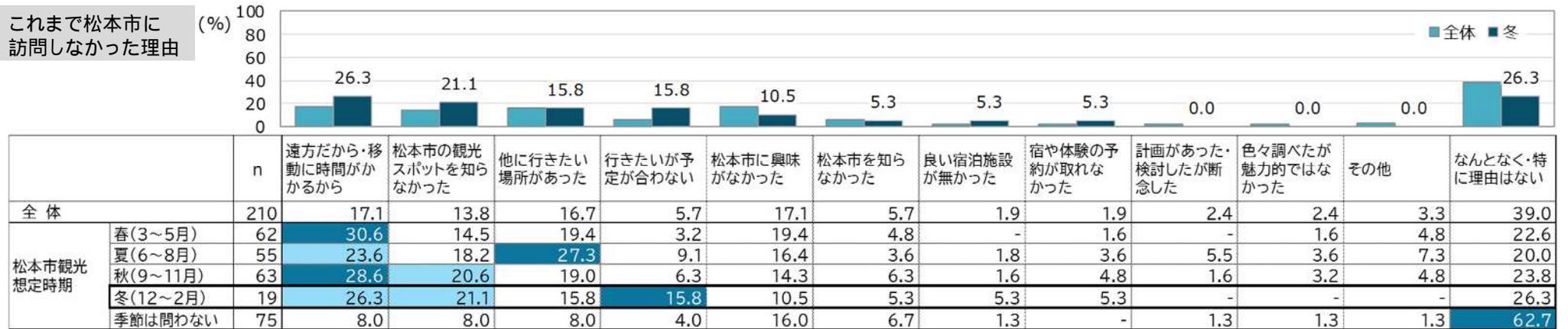
:全体より10%以上高い値

[nベースについて]
前頁参照

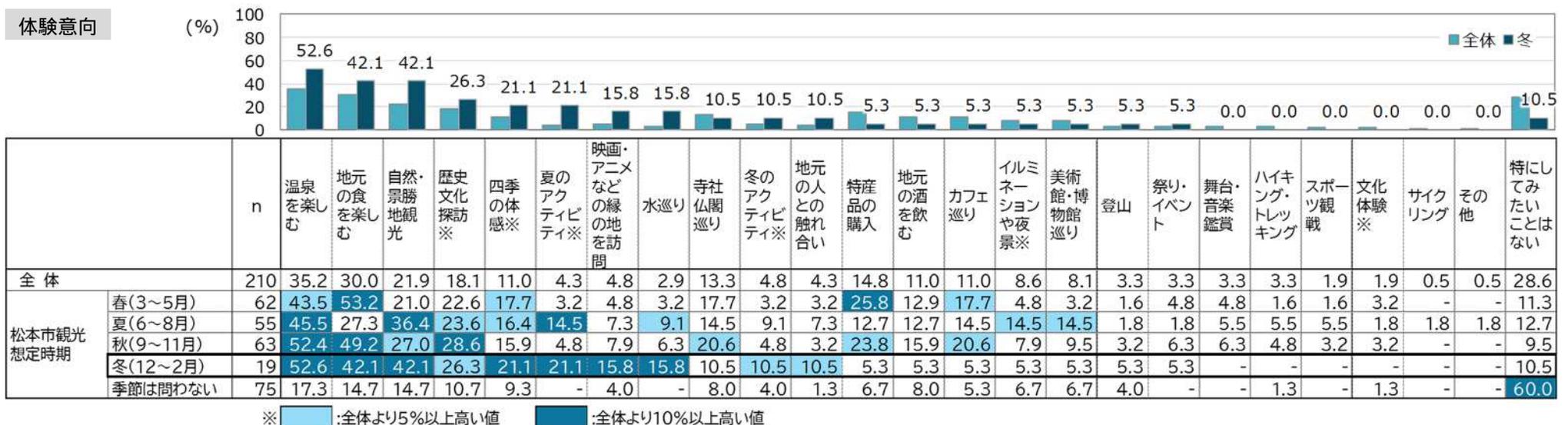
- 松本市訪問想定時期を「冬」と回答する人をターゲットとしてフォーカスする。下図は、「これまで松本市に訪問しなかった理由」と「松本市に来訪した際に体験したいこと」を、訪問を希望する季節別に集計した図表である。
- 松本市にこれまで訪問しなかった理由では、「遠方だから・移動に時間がかかるから」、「松本市の観光スポットを知らなかった」、「他に行きたい場所があった」、「行きたいが予定が合わない」等となっている。全体の回答と比べて「遠方である」や「予定が合わない」等の回答割合が高い。
- 訪問した際の体験意向の回答割合が高いのは、「温泉」や「地元の食」、「自然景観」となっている。
- 「夏のアクティビティ」や「映画アニメなどの縁の地」、「水巡り」などの回答割合も全体に比べ高くなっている。

- 下段落称について
- 歴史文化探訪(松本城など)
 - 四季の体感(花見、紅葉、雪)
 - イルミネーションや夜景(松本城プロジェクションマッピングなど)
 - 冬のアクティビティ(スキー、スノーシュー等)
 - 夏のアクティビティ(ラフティング、シャワークライミング等)
 - 文化体験(そば打ち・クラフト・飴作り・着付け等)

問14.あなたが、これまでに観光で松本市へ訪れていなかったのはなぜですか？理由があれば教えてください。(いくつでも)



問9.松本市に来訪した際に、あなたがしてみたい事を教えてください。(いくつでも)



- 松本市に直近1年間で訪問しなかった人の、冬季の訪問先の回答を整理した。
- 人口比例での回収ではないため、中部の回答割合が高く見えているが、回答内容を見ると温泉地が多いものの、避寒地や自然系、都市観光系も少なくなかった。

問19.冬期の宿泊旅行の旅行先を教えてください。複数をお答えになっても構いません。(自由回答)

居住地別の訪問先

居住地	訪問先	訪問先							合計
		北海道	関東	(中部 外部)	長野県	近畿	中四国	その他	
県内		3	6	8	8	3	1	1	28
中部 (長野県外)		0	1	10	0	3	2	1	14
関東		12	16	13	2	10	4	2	53
近畿		3	1	4	0	5	5	0	13
その他		6	2	2	0	2	15	2	12
合計		24	26	37	10	23	27	6	153

【回答者構成について】

人口比例ではなく、400ssを、県内2割、県外8割で割付回収を行っているため、国内旅行市場を代表する数値ではないことに注意されたい。

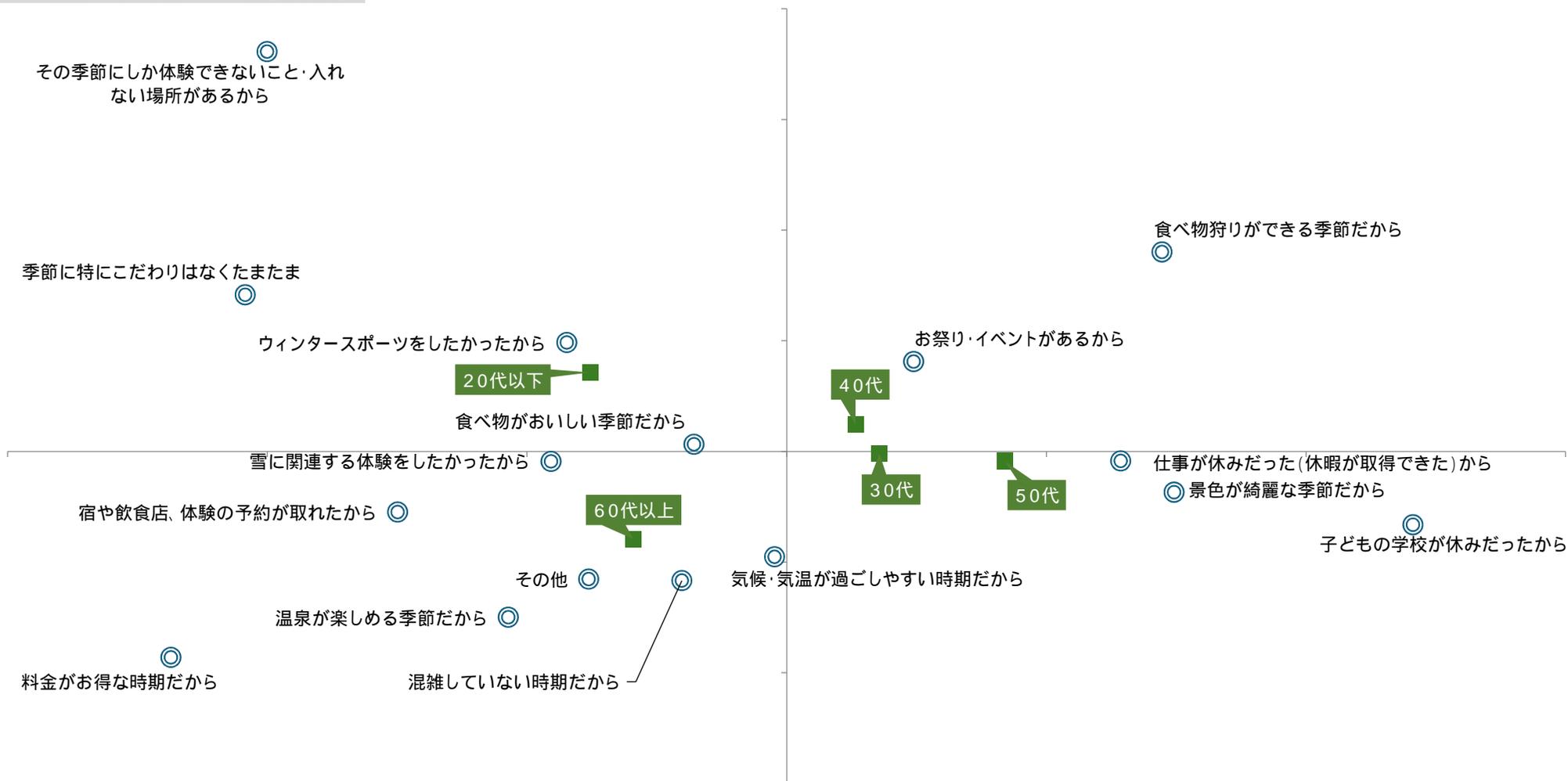
具体的な地名

県	回答数	地名	
北海道・東北	北海道	13 虻田郡ニセコ町、小樽市、帯広市、釧路市、札幌市、函館市、斜里郡斜里町(知床)、	
	岩手県	1 -	
	宮城県	8 刈田郡蔵王町、仙台市	
	山形県	1 尾花沢市(銀山温泉)	
	福島県	1 -	
関東	栃木県	1 宇都宮市	
	群馬県	4 伊香保町(伊香保温泉)、みなかみ町、吾妻郡草津町(草津温泉)	
	埼玉県	2 秩父市	
	千葉県	5 浦安市(東京ディズニーリゾート)	
	東京都	24 大田区蒲田、渋谷区(青のイルミネーション)、台東区浅草、多摩市、中央区、調布市、練馬区、福生市、港区	
	神奈川県	14 海老名市、藤沢市江の島、横浜市(みなとみらい)、足柄下郡箱根町(芦ノ湖)	
(長野中部 県外)	新潟県	3 上越市、新潟市(岩室温泉)、湯沢町	
	山梨県	3 笛吹市石和町(石和温泉)、北杜市高根町清里(清里)	
	岐阜県	3 下呂市(下呂温泉)、高山市、揖斐郡池田町	
	静岡県	9 熱海市、伊豆市土肥町、伊東市、賀茂郡西伊豆町、静岡市、浜松市(浜名湖)	
	愛知県	11 名古屋市、西尾市吉良町(吉良温泉)	
県内	三重県	8 伊勢市、志摩市、鳥羽市	
	長野県	10 伊那市、茅野市(白樺湖)、下高井郡山内町(竜王スキーパーク)、千曲市(戸倉上山田温泉)、下伊那郡阿智村(昼神温泉)、下高井郡山ノ内町(渋温泉)、北安曇郡白馬村	
	近畿	滋賀県	1 大津市(琵琶湖)
		京都府	7 京丹後市、京都市(嵐山)、福知山市
		大阪府	9 大阪市(通天閣)、大阪市(ユニバーサルスタジオジャパン)、吹田市
		兵庫県	2 神戸市(有馬温泉)
		奈良県	2 奈良市
	中四国・九州	和歌山県	2 田辺市、和歌山市
		鳥取県	1 -
		岡山県	1 真庭市(湯原温泉)
広島県		3 呉市、東広島市	
山口県		1 長門市	
香川県		1 小豆郡小豆島町	
福岡県		5 博多市、福岡市	
佐賀県		1 嬉野市	
長崎県		4 佐世保市、長崎市	
熊本県		2 阿蘇市	
大分県		1 別府市	
宮崎県		1 高千穂市	
沖縄県		6 石垣市(石垣島)、那覇市	
その他	6 海外、その他(ジャンルでの回答)		

- 非来訪者が、直近の旅行を冬に実施した理由について、コレスポネンス分析を行った。
- コレスポネンス分析は、中心座標(縦横軸の交差点)から角度が近いものが似た傾向を持つことを示している分析である。
- 「40代」はお祭り・イベント、「30代」と「50代」は休暇や子どもの休みに加え、景観を理由としている。
- 「60代以上」は温泉や料金、混雑回避などを理由としている特徴がみられた。
- 「20代」はウィンタースポーツやその季節にしかできないという特徴がありつつも、季節にこだわりのないという層も共存している。

問20. 冬期の季節を選んだ理由についてあてはまるものをお答えください。(いくつでも)

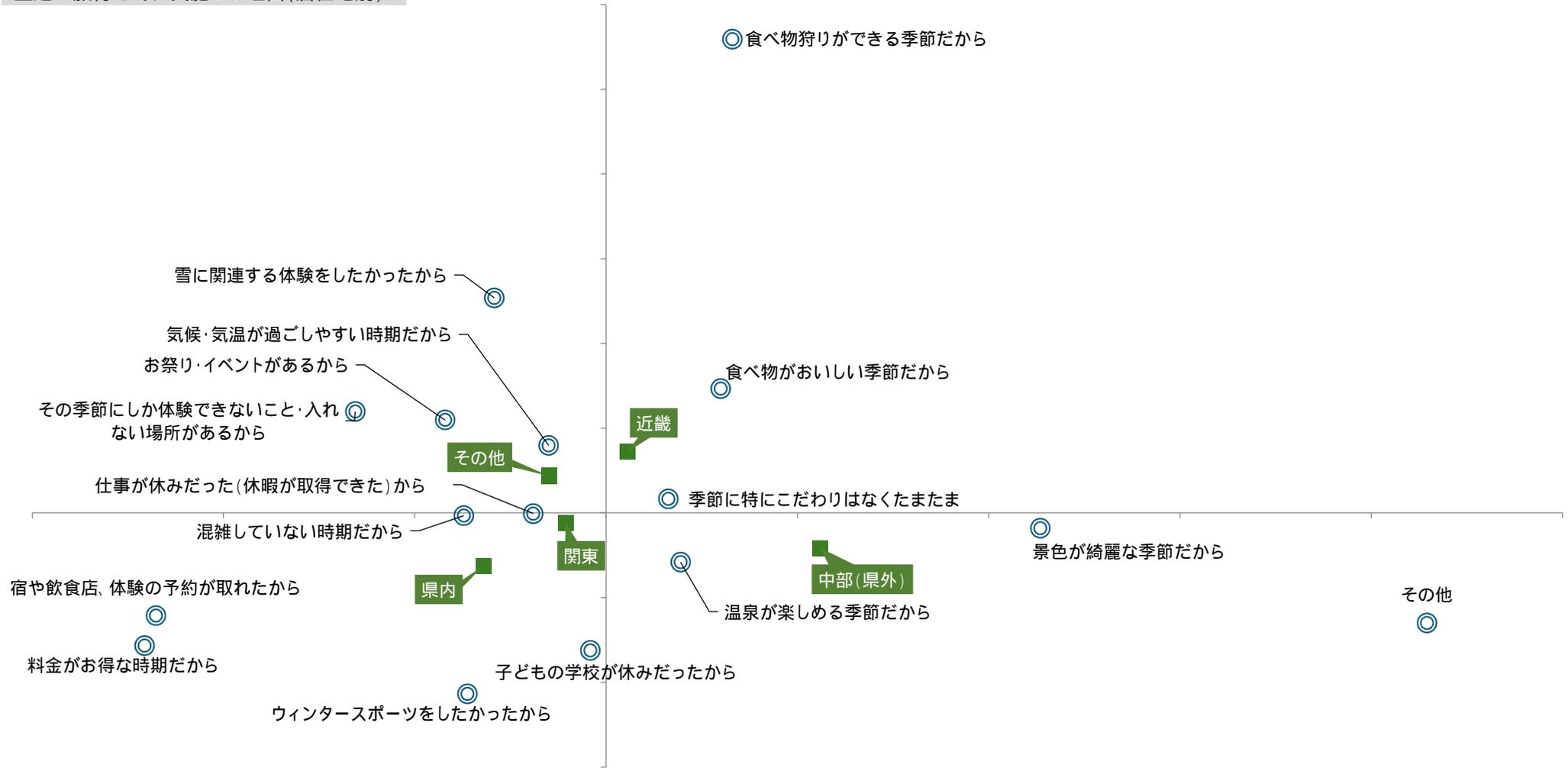
直近の旅行を冬に実施した理由(年代別)



- 居住地別にみると、「近畿」は食に関する理由が特徴的である。
- 中部は景色や温泉等の理由が特徴的で、県内はウィンタースポーツや料金がお得といった理由の傾向が強い。
- 関東は景色や食よりも、休みなどの都合や予約が取れたなどの理由の傾向が強くなっている。

問20. 冬期の季節を選んだ理由についてあてはまるものをお答えください。(いくつでも)

直近の旅行を冬に実施した理由(居住地別)



- 松本市に宿泊旅行を想定した際の時期を「冬」と答えたのは全体の9.0%
- 「冬」の回答割合が高いのは「男性」の若年層
- 「冬」以外を回答した人は、「冬」と回答しない傾向があるため、既存来訪者に「冬も」といった訴求をするよりも、初めから「冬」をめがけて来訪する層の獲得が重要と考えられる

- 「冬」と回答した人の「これまで松本市に訪問していなかった理由」は、
 - 「遠方だから・移動に時間がかかるから」26.3%
 - 「松本市の観光スポットを知らなかった」21.1%
 - 「他に行きたい場所があった」15.8%
 - 「行きたいが予定が合わない」15.8%
- 全体と比較して割合が高いのは、「行きたいが予定が合わない」で、全体では5.7%

- 「冬」と回答した人の「松本市訪問時にしてみたいこと」は、
 - 「温泉を楽しむ」52.6%
 - 「地元の食を楽しむ」42.1%
 - 「自然・景勝地観光」42.1%
 - 「歴史文化探訪」26.3%
 - 「四季の体感」21.1%

- 直近旅行の「冬」の訪問先は、「温泉地」の割合が比較的高く、避寒地や自然系、都市観光系も
- なお、冬に旅行した理由は、
 - 「20代」は「ウィンタースポーツ」
 - 「40代」は「お祭り・イベント」
 - 「30代」と「50代」は「休暇」や「子どもの休み」などの都合
 - 「60代以上」は「温泉」や「料金」、「混雑回避」など



二次交通(自動車から公共交通へのシフト)

1. 外国人来訪者調査

2. 日本人来訪者調査

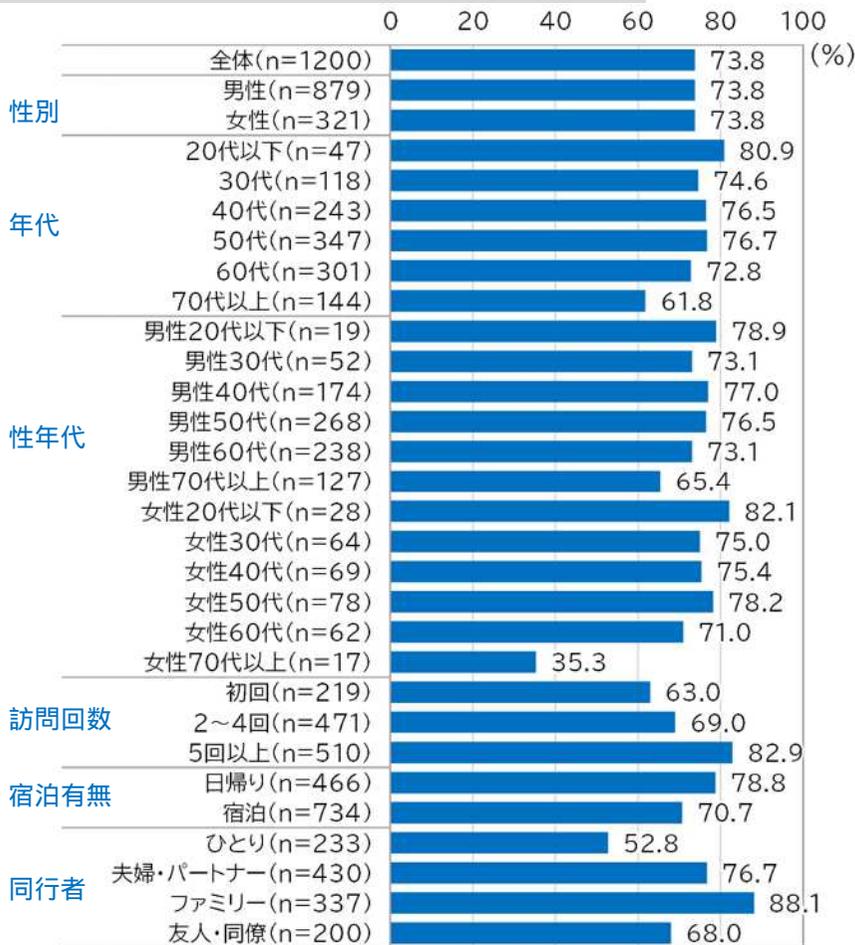
3. 非来訪者調査(国内旅行市場)

- 交通手段について、自動車利用率(松本市までと、市内の交通手段のいずれかで「自動車」と回答した割合)を整理する。
- 日本人の回答者全体のうち、自動車利用率は73.8%となっている。
- ファミリー層や、距離が近い層ほど高くなっている。

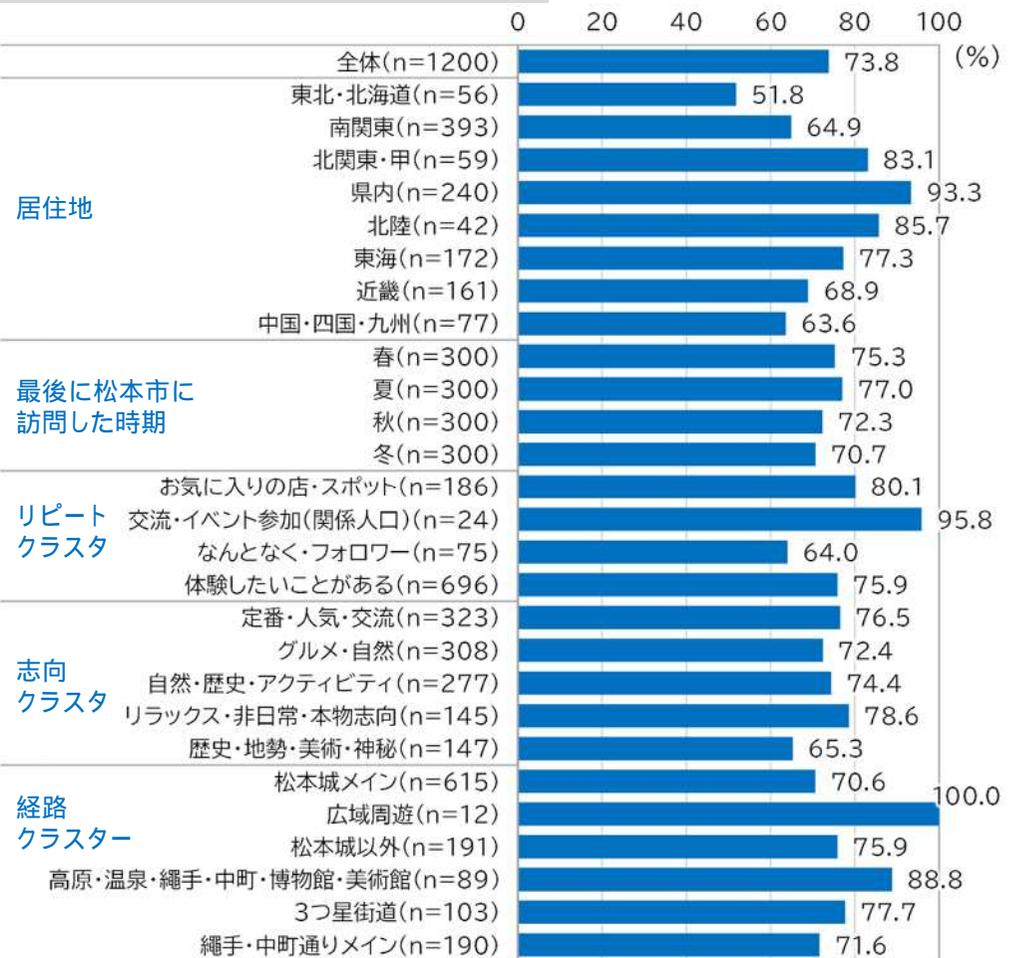
問6. 松本市を旅行した際の、「ご自宅から松本市まで」の交通手段を教えてください。(あてはまるものすべて)

問7. 松本市を旅行した際の、「松本市内の移動に用いた」交通手段を教えてください。(あてはまるものすべて)

自動車利用率(性年代、訪問回数、宿泊有無、同行者別)



自動車利用率(居住地、来訪時期、クラスター別)



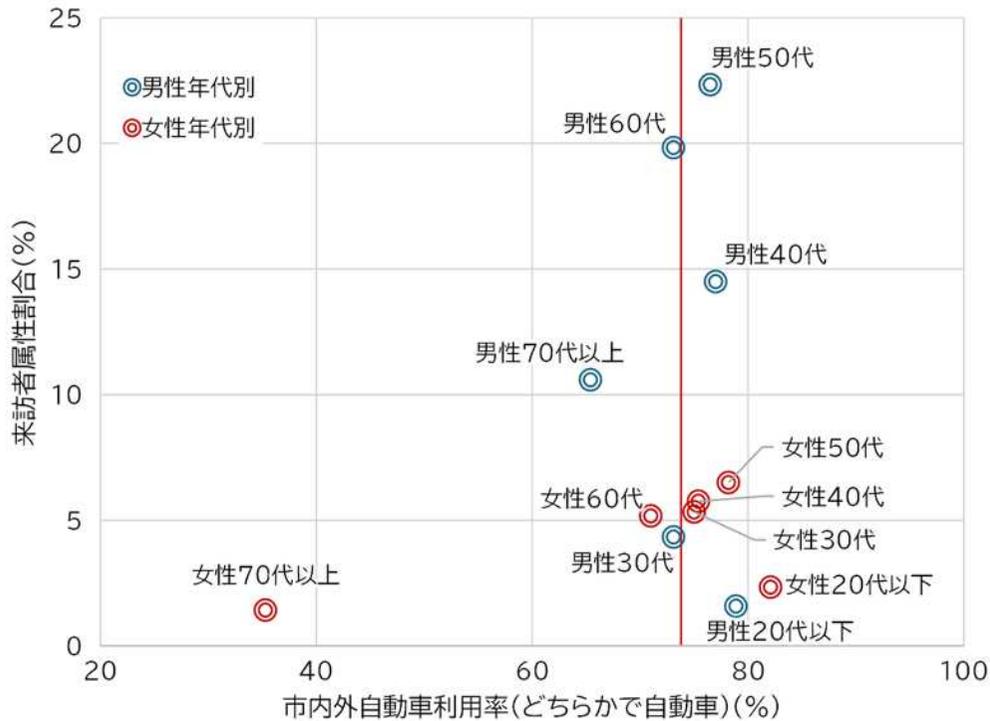
市内外自動車利用率(どちらかで自動車)

- 下図は、縦軸に回答者の属性割合(全回答者のうち、その属性の割合)とし、横軸に自動車利用率としたものである。縦軸を参照する際、回答者属性の構成と、実際の来訪者の構成が同じことが前提となるので留意されたい。
- 自動車利用率が高いのは、「20～50代」の傾向となっているが、ボリュームゾーンは「男性40～60代」となっている。
- 同行者別では「ファミリー」と「夫婦・パートナー」がボリュームゾーンとなっている。
- 宿泊有無では、「日帰り」よりも「宿泊」の方が自動車利用率は低いが、宿泊客が多いため、実際の自動車利用者は宿泊客の方が多いと考えられる。

問6. 松本市を旅行した際の、「ご自宅から松本市まで」の交通手段を教えてください。(あてはまるものすべて)

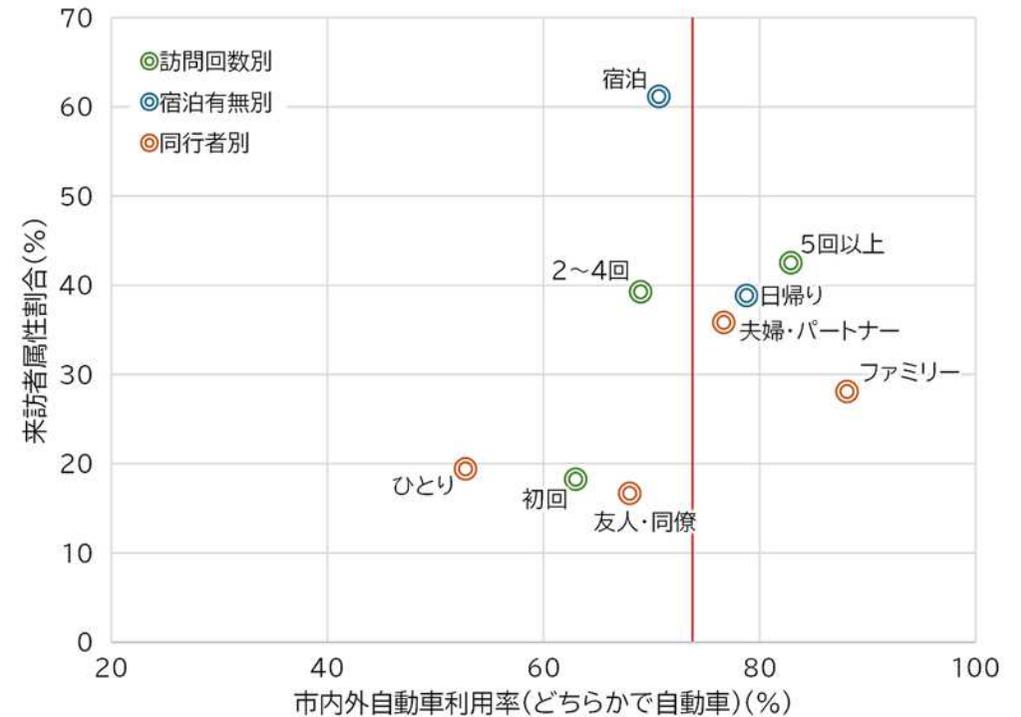
問7. 松本市を旅行した際の、「松本市内の移動に用いた」交通手段を教えてください。(あてはまるものすべて)

自動車利用者ボリューム(性年代別)



< 男性年代別n値 >	< 女性年代別n値 >
男性「20代以下」(n=19)	女性「20代以下」(n=28)
男性「30代」(n=52)	女性「30代」(n=64)
男性「40代」(n=174)	女性「40代」(n=69)
男性「50代」(n=268)	女性「50代」(n=78)
男性60代(n=238)	女性60代(n=62)
男性70代以上(n=127)	女性70代以上(n=17)

自動車利用者ボリューム(訪問回数、宿泊有無、同行者別)



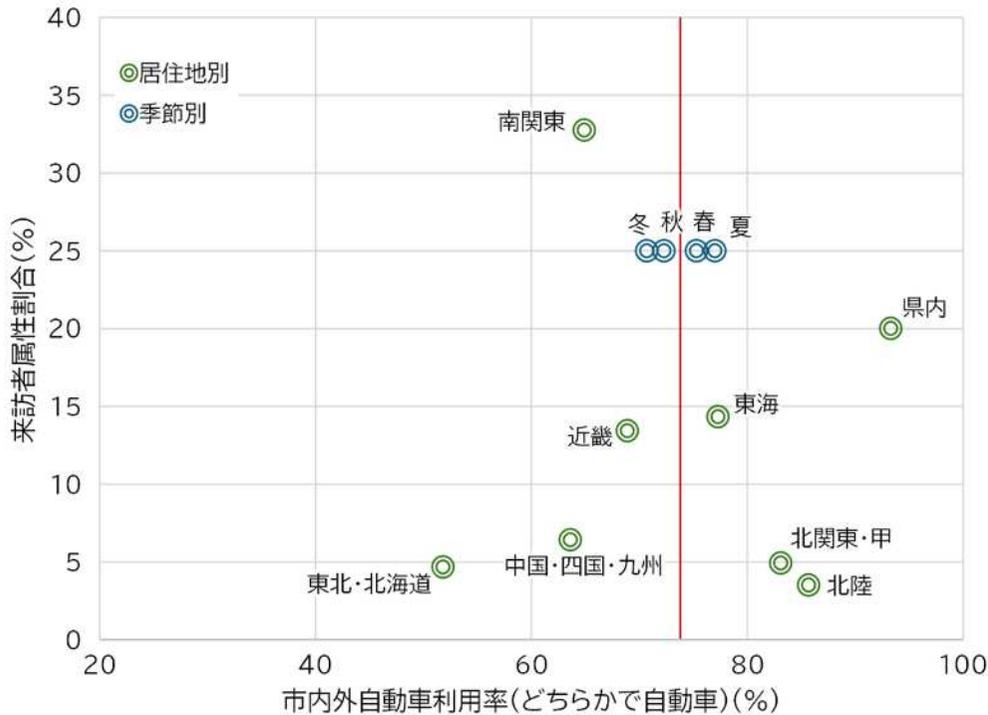
< 訪問回数別n値 >	< 宿泊有無別n値 >	< 同行者別n値 >
初回(n=219)	日帰り(n=466)	ひとり(n=233)
2～4回(n=471)	宿泊(n=734)	夫婦・パートナー(n=430)
5回以上(n=510)		ファミリー(n=337)
		友人・同僚(n=200)

- 季節別では、夏、春の自動車利用率がやや高い傾向がみられる。
- 居住地別では、県内や北陸、北関東・甲、東海などの比較的近い距離圏の自動車利用率が高い。
- クラスター別では、「広域周遊」や「交流・イベント参加(関係人口)」の自動車利用率が高い。

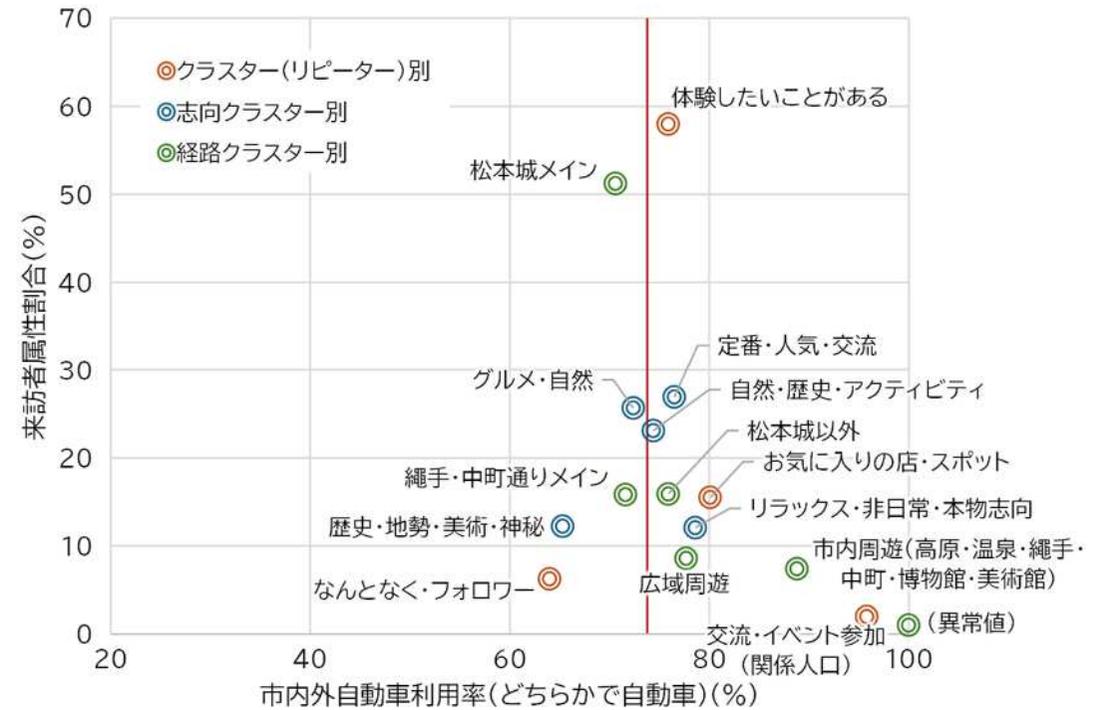
問6. 松本市を旅行した際の、「ご自宅から松本市まで」の交通手段を教えてください。(あてはまるものすべて)

問7. 松本市を旅行した際の、「松本市内の移動に用いた」交通手段を教えてください。(あてはまるものすべて)

自動車利用者ボリューム(居住地・季節別)



自動車利用者ボリューム(クラスター別)



< 季節別n値 >

春(n=300)
夏(n=300)
秋(n=300)
冬(n=300)

< 居住地別n値 >

東北・北海道(n=56) 北陸(n=42)
南関東(n=393) 東海(n=172)
北関東・甲(n=59) 近畿(n=161)
県内(n=240) 中国・四国・九州(n=77)

< クラスター(リピーター)n値 >

お気に入りの店・スポット(n=186)
交流・イベント参加(関係人口)(n=24)
なんとなく・フォロワー(n=75)
体験したいことがある(n=696)

< 志向クラスター別n値 >

定番・人気・交流(n=323)
グルメ・自然(n=308)
自然・歴史・地勢(n=277)
リラックス・非日常・本物志向(n=145)
歴史・地勢・美術・神秘(n=147)

< 経路クラスター別n値 >

松本城メイン(n=615)
松本城以外(n=191)
市内周遊(高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館)(n=89)
広域周遊(n=103)
縄手・中町通りメイン(n=190)
(異常値)(n=12)

- 自動車を利用する理由について、属性別の傾向を確認した。
- 若年層は時間や乗り換えなどの効率性・利便性や交通費が低コストになること、年配層は経路の自由さや荷物などを理由としている傾向がみられた。
- ファミリー層は子や年配者などの同行者の都合の割合がやや高くなっている。
- 来訪頻度や宿泊有無では大きな差はみられなかった。

問8.【松本市まで、松本市内のいずれかで自家用車・レンタカーと回答した方にお伺いします】
松本市に旅行する際に、鉄道やバスなどではなく、自動車を利用した理由をお答えください。(3つまで)

自動車を利用する理由(性年代、訪問回数、宿泊有無、同行者別)

		n	旅行の経路・ルートが自由だから	荷物を運びやすいから	松本市内外を広範囲で移動したいから	自動車の方が低コストだから	自動車の運転が好きだから	鉄道やバスのダイヤが不便だから	乗換や待ち時間が面倒・無駄に感じるから	小さい子どもや年配者など同行者の都合	目的地や宿泊が駅やバス停から遠いから	鉄道やバスでどう移動すれば良いか分からなかったから	混雑や人が多い空間が嫌いだから	チケットの予約・購入が手間だから	時刻表や駅・バス停の位置を調べるのが面倒だから	なんとなく	その他
全体		886	43.7	30.4	27.9	23.7	22.8	22.5	12.6	8.2	6.0	5.5	4.1	3.5	3.2	2.6	1.8
性別	男性	649	46.4	29.1	29.3	25.1	25.6	22.7	12.5	6.9	5.4	6.2	4.2	3.4	3.4	1.8	1.1
	女性	237	36.3	33.8	24.1	19.8	15.2	21.9	13.1	11.8	7.6	3.8	3.8	3.8	2.5	4.6	3.8
年代	20代以下	38	10.5	26.3	23.7	28.9	13.2	21.1	26.3	7.9	18.4	7.9	7.9	7.9	2.6	5.3	-
	30代	88	37.5	28.4	21.6	11.4	20.5	29.5	10.2	27.3	5.7	8.0	5.7	4.5	2.3	2.3	1.1
	40代	186	37.1	24.7	24.7	24.2	22.0	21.0	8.1	14.5	4.3	5.4	4.3	5.9	4.8	2.2	1.1
	50代	266	46.2	28.6	30.8	20.3	25.2	21.1	12.0	4.1	5.6	6.8	4.1	2.6	3.0	3.8	1.5
	60代	219	47.9	37.9	31.1	28.8	23.3	23.7	13.7	1.8	6.4	4.1	2.7	1.8	2.3	1.4	2.7
	70代以上	89	59.6	32.6	25.8	30.3	22.5	20.2	18.0	4.5	4.5	2.2	3.4	2.2	3.4	2.2	3.4
性年代	男性20代以下	15	6.7	33.3	33.3	13.3	26.7	20.0	26.7	-	26.7	6.7	13.3	13.3	-	-	-
	男性30代	38	42.1	13.2	21.1	13.2	28.9	34.2	10.5	26.3	-	13.2	7.9	5.3	5.3	2.6	-
	男性40代	134	40.3	23.9	24.6	25.4	23.9	20.1	6.7	17.9	3.7	5.2	3.7	6.7	5.2	1.5	0.7
	男性50代	205	47.8	27.3	30.2	20.5	28.8	22.0	12.2	2.9	5.4	8.3	3.9	2.4	3.9	2.9	0.5
	男性60代	174	47.1	36.2	34.5	30.5	23.6	24.1	13.8	1.1	7.5	4.6	3.4	1.1	1.1	0.6	1.7
	男性70代以上	83	60.2	33.7	26.5	32.5	22.9	20.5	18.1	3.6	2.4	2.4	3.6	2.4	3.6	2.4	2.4
	女性20代以下	23	13.0	21.7	17.4	39.1	4.3	21.7	26.1	13.0	13.0	8.7	4.3	4.3	4.3	8.7	-
	女性30代	48	33.3	41.7	22.9	8.3	12.5	25.0	8.3	29.2	10.4	4.2	4.2	4.2	-	2.1	2.1
	女性40代	52	28.8	26.9	25.0	21.2	17.3	23.1	11.5	5.8	5.8	5.8	5.8	3.8	3.8	3.8	1.9
	女性50代	61	41.0	32.8	32.8	19.7	13.1	18.0	11.5	8.2	6.6	1.6	4.9	3.3	-	6.6	4.9
	女性60代	44	52.3	45.5	18.2	20.5	22.7	22.7	13.6	4.5	2.3	2.3	-	4.5	6.8	4.5	6.8
女性70代以上	6	50.0	16.7	16.7	-	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	33.3	-	-	-	-	-	16.7
訪問回数別	初回	138	46.4	22.5	23.2	21.7	14.5	21.7	11.6	7.2	5.8	8.7	1.4	2.9	7.2	0.7	1.4
	2~4回	325	46.2	30.2	28.6	22.8	20.0	19.1	12.0	7.7	5.8	6.2	3.4	4.9	2.5	2.5	0.9
	5回以上	423	40.9	33.1	28.8	25.1	27.7	25.3	13.5	9.0	6.1	4.0	5.4	2.6	2.4	3.3	2.6
宿泊有無	日帰り	367	40.6	29.2	27.2	24.8	26.4	23.7	14.2	7.9	4.4	3.3	4.1	1.1	2.7	3.8	2.2
	宿泊	519	45.9	31.2	28.3	22.9	20.2	21.6	11.6	8.5	7.1	7.1	4.0	5.2	3.5	1.7	1.5
同行者	ひとり	123	40.7	22.8	20.3	17.1	29.3	30.9	14.6	3.3	5.7	4.1	5.7	2.4	2.4	4.1	1.6
	夫婦・パートナー	330	51.5	33.3	32.7	21.8	21.5	19.7	14.8	1.5	6.1	4.2	3.0	2.4	3.3	2.4	1.2
	ファミリー	297	38.0	27.6	24.2	26.3	19.9	23.6	8.8	19.5	6.1	7.7	3.7	5.4	4.0	2.4	1.3
	友人・同僚	136	39.7	36.0	30.9	28.7	26.5	19.1	14.0	4.4	5.9	5.1	5.9	2.9	1.5	2.2	4.4

全体より5%以上高い値

全体より10%以上高い値

- ・ 県内客は鉄道やバスよりも便利で低コストであるという理由の割合が高くなっており、北陸や近畿も低コストを理由とする割合が高い。
- ・ 自動車利用率の高いクラスターである、「広域周遊」は「運転が好き」や「鉄道やバスでどう移動してよいかわからない」、「混雑した空間が嫌い」、「チケット購入が手間」などの回答割合が比較的高い。
- ・ 同様に「交流イベント参加(関係人口)」は「市内外を広範囲で移動したい」や「小さい子ども・年配者」、「鉄道やバスでどう移動してよいかわからない」などの割合が高い。

問8.【松本市まで、松本市内のいずれかで自家用車・レンタカーと回答した方にお伺いします】
松本市に旅行する際に、鉄道やバスなどではなく、自動車を利用した理由をお答えください。(3つまで)

自動車を利用する理由(居住地、来訪時期、クラスター別)

		n	旅行の経路・ルートが自由だから	荷物を運びやすいから	松本市内外を広範囲で移動したいから	自動車の方が低コストだから	自動車の運転が好きだから	鉄道やバスのダイヤが不便だから	乗換や待ち時間が面倒・無駄に感じるから	小さい子どもや年配者など同行者の都合	目的地や宿が駅やバス停から遠いから	鉄道やバスでどう移動すれば良いか分からなかったから	混雑や人が多い空間が嫌いだから	チケットの予約・購入が手間だから	時刻表や駅・バス停の位置を調べるのが面倒だから	なんとなく	その他
全体		886	43.7	30.4	27.9	23.7	22.8	22.5	12.6	8.2	6.0	5.5	4.1	3.5	3.2	2.6	1.8
居住地	東北・北海道	29	37.9	34.5	37.9	24.1	13.8	13.8	17.2	3.4	3.4	10.3	-	-	3.4	3.4	3.4
	南関東	255	48.2	30.2	29.4	20.4	22.4	18.4	14.5	7.5	6.3	8.6	4.7	4.7	2.4	2.4	2.4
	北関東・甲	49	53.1	34.7	20.4	22.4	26.5	22.4	8.2	10.2	2.0	4.1	2.0	-	4.1	2.0	-
	県内	224	33.9	27.7	31.3	29.0	27.7	32.6	13.4	10.7	4.9	1.8	6.3	1.3	1.8	3.6	1.3
	北陸	36	41.7	16.7	11.1	33.3	22.2	19.4	5.6	5.6	5.6	5.6	2.8	2.8	-	2.8	2.8
	東海	133	47.4	36.1	25.6	12.0	24.1	18.0	12.0	6.8	9.0	4.5	2.3	3.0	6.0	3.0	3.0
	近畿	111	49.5	30.6	30.6	29.7	16.2	21.6	9.9	4.5	5.4	6.3	3.6	8.1	3.6	1.8	-
中国・四国・九州	49	36.7	30.6	18.4	28.6	16.3	18.4	14.3	16.3	8.2	6.1	2.0	4.1	6.1	-	2.0	
季節	春	226	44.2	27.9	29.2	23.0	20.8	18.1	14.6	10.2	6.2	4.9	6.2	2.2	2.7	2.2	2.2
	夏	231	45.5	30.7	29.0	26.4	24.7	23.4	11.7	6.9	6.5	7.4	3.0	4.8	3.9	1.7	1.7
	秋	217	47.9	31.8	26.7	24.4	22.6	28.6	12.4	6.5	5.1	4.1	1.4	3.2	2.3	1.4	1.4
	冬	212	36.8	31.1	26.4	20.8	23.1	19.8	11.8	9.4	6.1	5.7	5.7	3.8	3.8	5.2	1.9
クラスター(リピーター)	お気に入りの店・スポット	149	42.3	39.6	34.2	22.8	28.9	30.2	16.1	12.1	3.4	9.4	3.4	4.0	2.7	2.0	1.3
	交流・イベント参加(関係人口)	23	39.1	26.1	47.8	17.4	21.7	30.4	8.7	21.7	4.3	21.7	8.7	13.0	8.7	-	4.3
	なんとなく・フォロワー	48	37.5	20.8	16.7	20.8	20.8	14.6	6.3	6.3	6.3	-	6.3	-	2.1	8.3	6.3
	体験したいことがある	528	44.1	30.9	27.5	25.0	23.5	20.8	12.7	7.0	6.8	3.4	4.5	3.4	2.1	2.8	1.5
志向クラスター	定番・人気・交流	247	28.7	29.1	21.5	23.5	17.0	23.9	8.9	10.9	6.1	6.5	3.2	5.7	2.8	6.1	1.6
	グルメ・自然	223	57.0	29.1	26.9	23.8	22.4	24.7	11.7	5.4	5.4	6.7	3.6	4.0	3.1	0.9	1.3
	自然・歴史・アクティビティ	206	48.1	31.1	35.9	21.8	28.2	19.4	14.1	6.3	6.8	4.9	3.9	1.9	2.9	1.9	1.5
	リラックス・非日常・本物志向	114	38.6	32.5	28.1	27.2	26.3	21.1	11.4	7.9	7.0	2.6	5.3	1.8	3.5	1.8	2.6
歴史・地勢・美術・神秘	96	47.9	32.3	29.2	24.0	22.9	21.9	22.9	12.5	4.2	5.2	6.3	2.1	4.2	-	3.1	
経路クラスター	松本城メイン	434	42.9	28.6	23.7	23.5	23.0	20.5	9.4	6.9	3.9	5.1	3.2	2.5	2.8	2.5	2.1
	広域周遊	12	41.7	16.7	33.3	16.7	33.3	16.7	16.7	16.7	8.3	25.0	16.7	16.7	-	-	8.3
	松本城以外	145	38.6	30.3	20.0	24.8	18.6	20.7	19.3	9.0	11.7	4.8	3.4	3.4	2.8	2.8	1.4
	高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館	79	38.0	32.9	32.9	29.1	30.4	26.6	16.5	6.3	7.6	7.6	8.9	3.8	1.3	2.5	2.5
	3つ星街道	80	51.3	32.5	37.5	26.3	26.3	22.5	13.8	10.0	6.3	8.8	5.0	7.5	7.5	1.3	-
縄手・中町通りメイン	136	50.7	34.6	40.4	19.1	19.1	28.7	12.5	11.0	5.1	2.9	2.9	2.9	3.7	3.7	1.5	

全体より5%以上高い値

全体より10%以上高い値

- どのような施策があれば鉄道やバスの利用を考えても良いかについて、属性別の傾向を確認した。
- 「自動車以外の手段は考えられない」が36.0%となっており、6割強は何らかの施策により公共交通機関を利用する余地があると回答している。
- 「20代」は「クーポン」の回答割合が比較的高く、「30代」はそれらに加え「わかりやすい情報提供」や「アプリなどで手配」などの回答割合が高い傾向となっている。

問9.【松本市まで、松本市内のいずれかで自家用車・レンタカーと回答した方にお伺いします】
 どのような施策があれば、鉄道やバスの利用を考えても良いと思いますか。(あてはまるものすべて)

鉄道やバスの利用を考えても良くなる施策(性年代、訪問回数、宿泊有無、同行者別)

		n	自動車以外の手段は考えられない	主要観光地を巡るバス路線の整備	鉄道・バス利用者に対する観光スポットや店舗でのクーポン・割引	近くの駅で駐車して鉄道を利用する際の駐車場代無料化がクーポンや割引	鉄道・バスのわかりやすい路線図・時刻表の情報提供	鉄道・バスのダイヤの延長(早朝・夜間)	アプリなどで経路検索ができ、バスやタクシーの手配ができる	鉄道・バス利用者のシェアサイクルの割引	その他
全体		886	36.0	29.3	27.9	27.2	23.5	15.1	12.4	7.2	3.5
性別	男性	649	34.4	30.5	28.8	27.0	24.7	15.6	12.8	7.1	3.7
	女性	237	40.5	26.2	25.3	27.8	20.3	13.9	11.4	7.6	3.0
年代	20代以下	38	31.6	23.7	36.8	39.5	21.1	21.1	10.5	10.5	2.6
	30代	88	30.7	29.5	35.2	31.8	31.8	20.5	23.9	9.1	-
	40代	186	38.2	22.0	28.5	30.6	26.9	17.2	11.3	12.4	1.6
	50代	266	36.5	30.5	27.8	24.4	21.4	18.0	13.5	5.3	5.3
	60代	219	35.6	33.8	23.7	26.9	20.5	9.6	9.6	4.6	4.6
	70代以上	89	38.2	32.6	25.8	19.1	22.5	7.9	7.9	5.6	3.4
性年代	男性20代以下	15	26.7	26.7	40.0	40.0	20.0	26.7	6.7	6.7	6.7
	男性30代	38	23.7	31.6	39.5	34.2	36.8	21.1	26.3	5.3	-
	男性40代	134	33.6	25.4	29.9	34.3	29.9	20.9	12.7	15.7	1.5
	男性50代	205	36.6	30.2	28.8	22.9	22.9	18.5	15.6	4.9	5.4
	男性60代	174	32.8	33.9	25.9	27.0	21.3	9.2	9.2	4.6	4.0
	男性70代以上	83	39.8	32.5	26.5	19.3	22.9	8.4	8.4	4.8	3.6
	女性20代以下	23	34.8	21.7	34.8	39.1	21.7	17.4	13.0	13.0	-
	女性30代	48	35.4	27.1	31.3	29.2	27.1	18.8	20.8	10.4	-
	女性40代	52	50.0	13.5	25.0	21.2	19.2	7.7	7.7	3.8	1.9
	女性50代	61	36.1	31.1	24.6	29.5	16.4	16.4	6.6	6.6	4.9
女性60代	44	45.5	34.1	15.9	27.3	18.2	11.4	11.4	4.5	6.8	
女性70代以上	6	16.7	33.3	16.7	16.7	16.7	-	-	16.7	-	
訪問回数別	初回	138	31.2	31.2	27.5	29.0	26.1	13.8	10.9	6.5	2.2
	2～4回	325	29.5	32.0	29.5	27.1	25.8	16.6	11.7	6.5	3.1
	5回以上	423	42.6	26.7	26.7	26.7	20.8	14.4	13.5	8.0	4.3
宿泊有無	日帰り	367	44.1	24.5	21.5	23.4	16.6	7.6	9.5	4.6	4.4
	宿泊	519	30.3	32.8	32.4	29.9	28.3	20.4	14.5	9.1	2.9
同行者	ひとり	123	32.5	28.5	22.8	30.1	27.6	20.3	15.4	10.6	4.1
	夫婦・パートナー	330	38.5	27.9	24.5	24.8	20.6	11.8	8.5	4.2	3.6
	ファミリー	297	32.3	31.0	34.3	29.6	26.3	18.2	14.5	8.1	3.4
	友人・同僚	136	41.2	30.1	26.5	25.0	20.6	11.8	14.7	9.6	2.9

■:全体より5%以上高い値

■:全体より10%以上高い値

- 県内客は「自動車以外の手段は考えられない」の回答割合が半数程度と、全体に比べ高くなっている。「北陸」も同様となっている。
- 自動車利用率の高いクラスターである、「広域周遊」は多くの施策に関心を持っている様子がみられた。
- 「交流イベント参加(関係人口)」も同様となっている。

問9.【松本市まで、松本市内のいずれかで自家用車・レンタカーと回答した方にお伺いします】
 どのような施策があれば、鉄道やバスの利用を考えても良いと思いますか。(あてはまるものすべて)

鉄道やバスの利用を考えても良くなる施策(居住地、来訪時期、クラスター別)

		n	自動車以外の手段は考えられない	主要観光地を巡るバス路線の整備	鉄道・バス利用者に対する観光スポットや店舗でのクーポン・割引	近隣の駅で駐車して鉄道を利用する際の駐車場代無料化がクーポンや割引	鉄道・バスのわかりやすい路線図・時刻表の情報提供	鉄道・バスのダイヤの延長(早朝・夜間)	アプリなどで経路検索ができ、バスやタクシーの手配ができる	鉄道・バス利用者のシェアサイクルの割引	その他
全体		886	36.0	29.3	27.9	27.2	23.5	15.1	12.4	7.2	3.5
居住地	東北・北海道	29	20.7	44.8	31.0	37.9	37.9	24.1	10.3	3.4	3.4
	南関東	255	25.9	32.5	32.9	29.0	29.8	20.4	17.3	7.5	4.7
	北関東・甲	49	34.7	32.7	30.6	26.5	22.4	16.3	14.3	12.2	-
	県内	224	47.8	23.2	24.1	24.1	16.1	11.6	7.6	3.6	3.1
	北陸	36	55.6	11.1	11.1	22.2	22.2	2.8	5.6	2.8	5.6
	東海	133	40.6	23.3	21.8	27.1	19.5	12.0	8.3	9.8	4.5
	近畿	111	33.3	40.5	30.6	22.5	24.3	17.1	14.4	9.0	2.7
季節	中国・四国・九州	49	24.5	32.7	36.7	40.8	26.5	10.2	20.4	12.2	-
	春	226	34.1	29.6	29.6	22.1	25.2	15.5	14.6	8.0	2.7
	夏	231	30.7	35.5	30.7	29.0	24.2	14.7	12.6	5.6	3.5
	秋	217	38.2	30.9	24.9	30.4	23.0	12.0	10.1	5.5	2.8
クラスター(リピーター)	冬	212	41.5	20.8	25.9	27.4	21.2	18.4	12.3	9.9	5.2
	お気に入りの店・スポット	149	34.9	26.8	38.9	30.9	24.2	19.5	11.4	8.1	4.0
	交流・イベント参加(関係人口)	23	13.0	60.9	60.9	56.5	60.9	69.6	60.9	30.4	4.3
	なんとなく・フォロワー	48	56.3	25.0	6.3	14.6	12.5	2.1	6.3	8.3	4.2
志向クラスター	体験したいことがある	528	36.7	28.6	25.4	25.6	22.0	13.1	11.6	6.1	3.6
	定番・人気・交流	247	40.5	22.7	23.9	23.5	18.2	18.2	9.3	6.1	2.8
	グルメ・自然	223	28.3	34.5	32.7	37.7	26.9	13.0	14.8	8.1	4.0
	自然・歴史・アクティビティ	206	38.3	31.1	26.2	24.8	24.3	13.6	14.6	5.8	2.4
	リラックス・非日常・本物志向	114	43.0	28.9	27.2	19.3	23.7	10.5	12.3	10.5	2.6
経路クラスター	歴史・地勢・美術・神秘	96	29.2	31.3	31.3	27.1	27.1	20.8	10.4	7.3	7.3
	松本城メイン	434	37.6	29.0	25.8	24.4	23.3	11.8	9.2	4.6	2.1
	広域周遊	12	16.7	58.3	83.3	58.3	75.0	58.3	66.7	58.3	8.3
	松本城以外	145	41.4	23.4	21.4	26.2	18.6	18.6	7.6	8.3	2.8
	高原・温泉・縄手・中町・博物館・美術館	79	31.6	30.4	34.2	26.6	30.4	21.5	15.2	6.3	8.9
	3つ星街道	80	26.3	38.8	33.8	36.3	31.3	21.3	27.5	16.3	1.3
縄手・中町通りメイン	136	35.3	27.9	29.4	29.4	16.2	11.0	12.5	5.1	6.6	

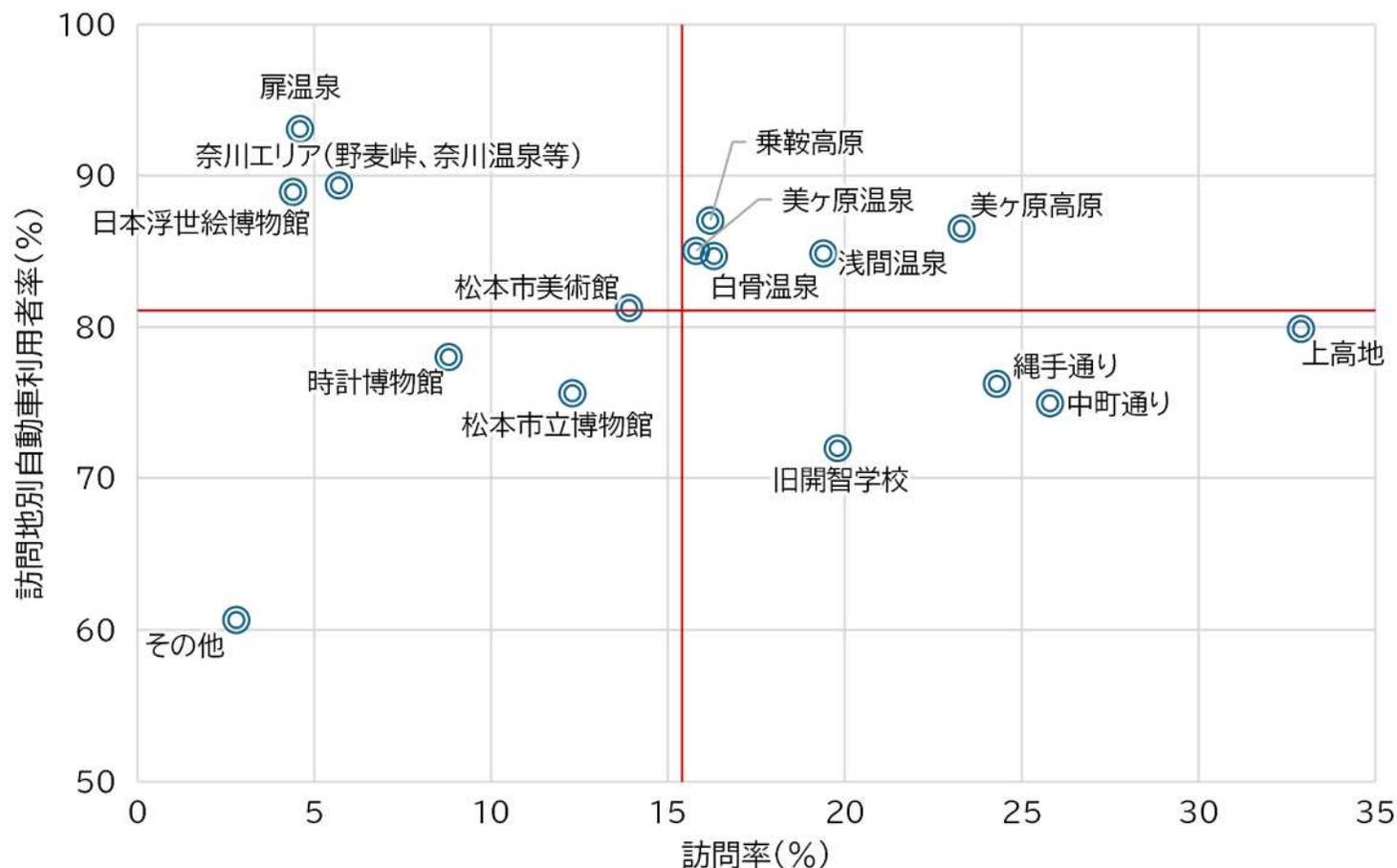
全体より5%以上高い値

全体より10%以上高い値

- 市内訪問地(ただし複数回答)別の自動車利用率と、その訪問地の訪問率を用いて散布図を作成した。
- 右上にあるほど、訪問率も高く自動車利用率も高くなっている。
- 高原や温泉などは、自動車利用率も訪問率も高い傾向となっている。

問11. 以下は松本市の観光スポットです。最後に松本市に旅行する前から知っていたかどうかをお答えください。また、最後に松本市に旅行した際に訪問した場所についてお答えください。(あてはまるものすべて)

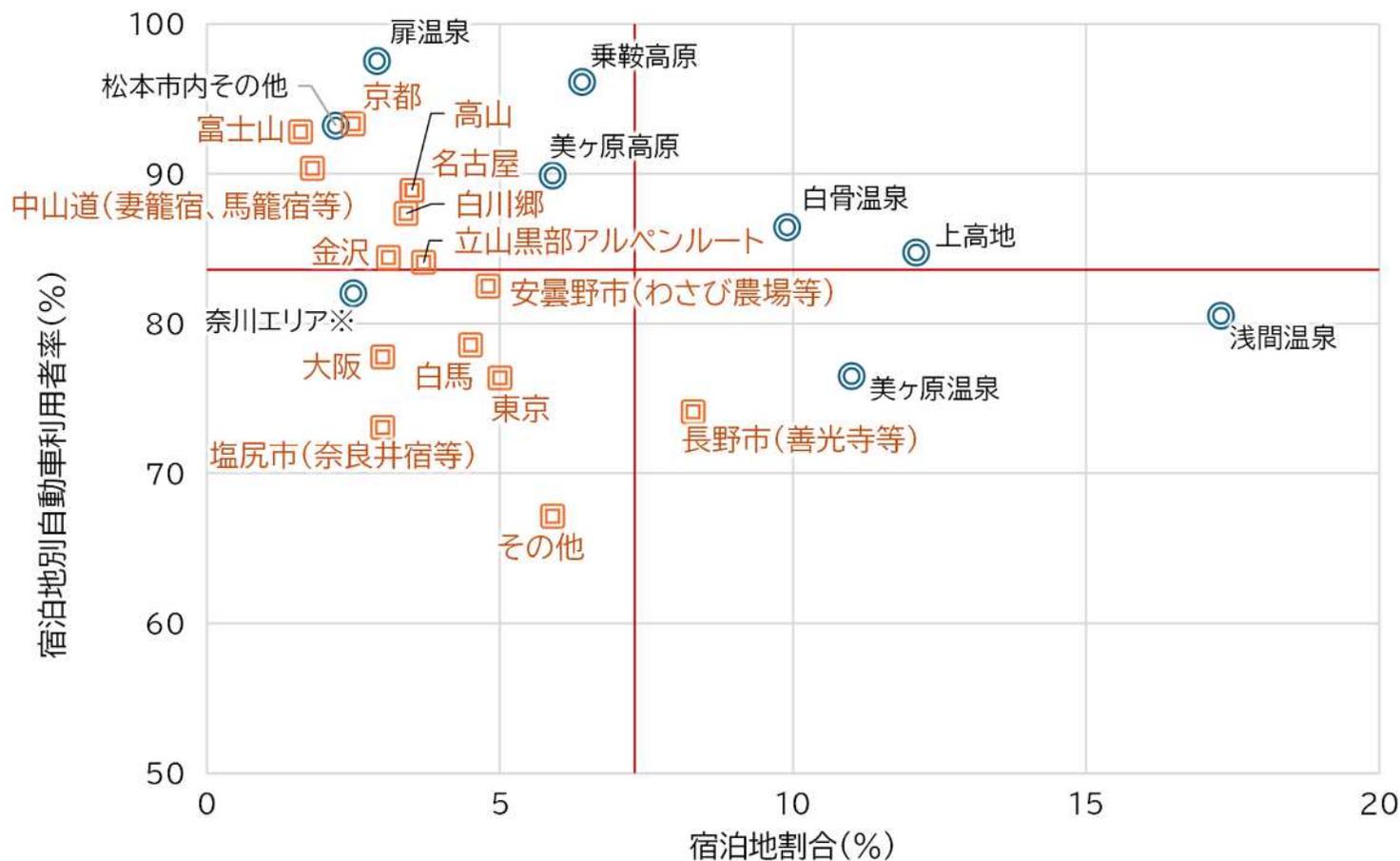
訪問地別自動車利用率



- 前頁同様に、宿泊地別の自動車利用率と宿泊地割合で散布図を作成した。
- 青字は市内、赤字は市外となっている。

問13. 【旅行日数が1泊以上の人】最後に松本市に旅行した際、その全行程で、宿泊した場所をお答えください。(あてはまるものすべて)

宿泊地別自動車利用率



- 日本人の回答者全体のうち、自動車利用率は73.8%
- ファミリー層や、距離が近い層ほど高い
- 自動車利用率が高いのは、「20～50代」
- 利用人数を加味すると「男性40～60代」がボリュームゾーン
- 同行者別では「ファミリー層」と「夫婦・パートナー層」
- 「県内」や「北陸」、「北関東・甲」、「東海」などの比較的近い距離圏の自動車利用率が高い
- 「夏」、「春」の自動車利用率がやや高い

- 若年層は時間や乗り換えなどの効率性・利便性や交通費が低コストになることが有効
- 年配層は経路の自由さや荷物などを理由としている傾向
- ファミリー層は子や年配者などの同行者の都合

- 「自動車以外の手段は考えられない」が36.0%
- 6割強は何らかの施策により公共交通機関を利用する余地がある
- 「20代」は「クーポン」の回答割合が比較的高く
- 「30代」はそれらに加え「わかりやすい情報提供」や「アプリなどで手配」など
- 「県内」と「北陸」は、半数が「自動車以外の手段は考えられない」、施策への感度は低い

- 訪問地別にみると、高原、温泉系への訪問者の自動車利用率が高い
- 宿泊地も同様だが、県外に宿泊している人も自動車利用率が高い



イメージ分析

1. 外国人来訪者調査

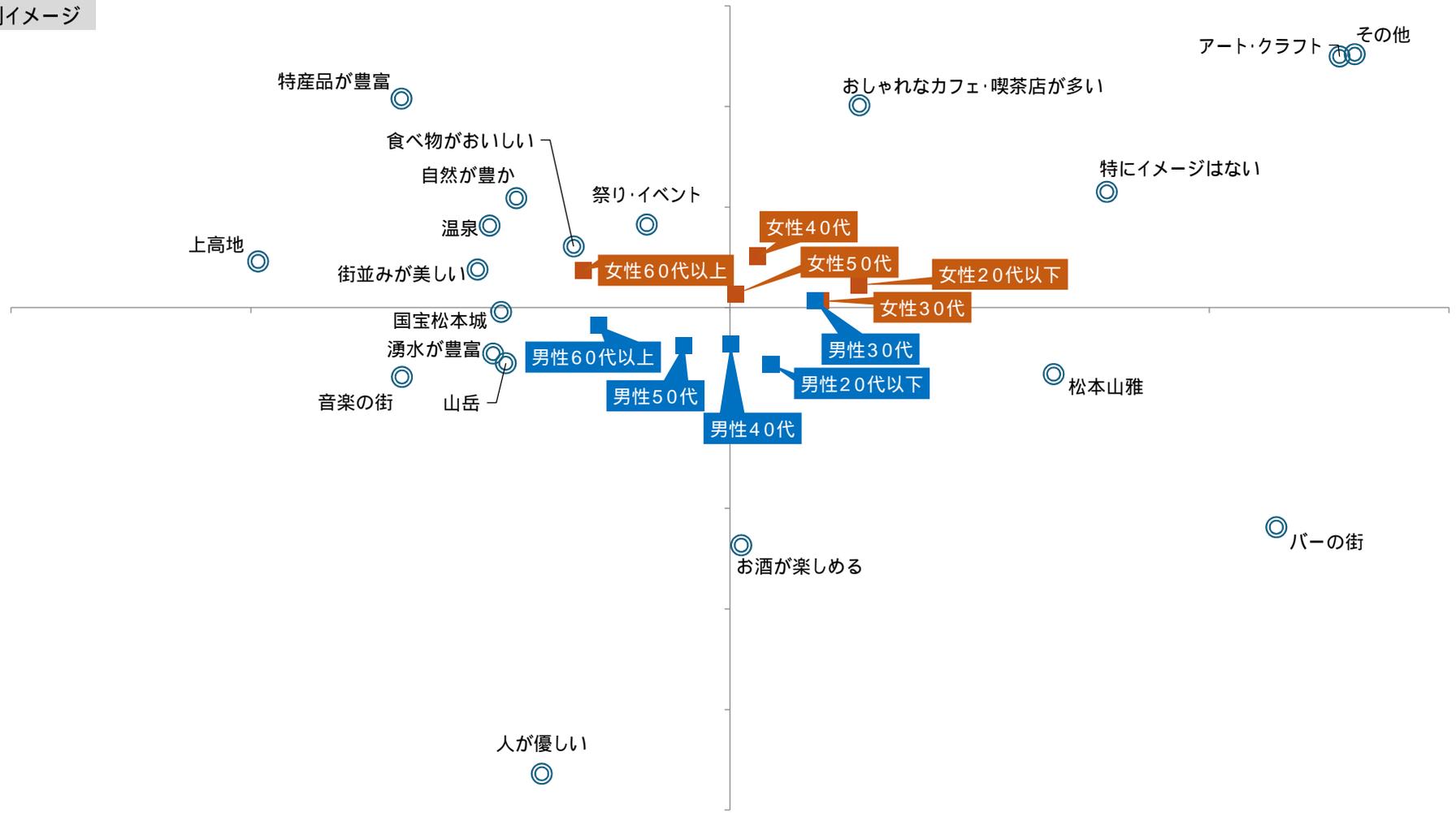
2. 日本人来訪者調査

3. 非来訪者調査(国内旅行市場)

- 非来訪者(今回調査回答者)が、松本市をどのようにイメージしているのかについて、コレスポネンス分析を行った。
- コレスポネンス分析は、中心座標(縦横軸の交差点)から角度が近いものが似た傾向を持つことを示している分析である。
- 男女で分かれており、上部が女性が持つイメージ、下部が男性が持つイメージであり、右部が若年層が持つイメージ、左部が年配層が持つイメージとなっている。
- 「バー」や「おしゃれなカフェ」、「アート・クラフト」等は若年に認知されている傾向があり、自然や町並み、特産品などは年配層に認知されている傾向がある。

問6. あなたは、松本市にどのようなイメージをお持ちですか？(いくつでも)

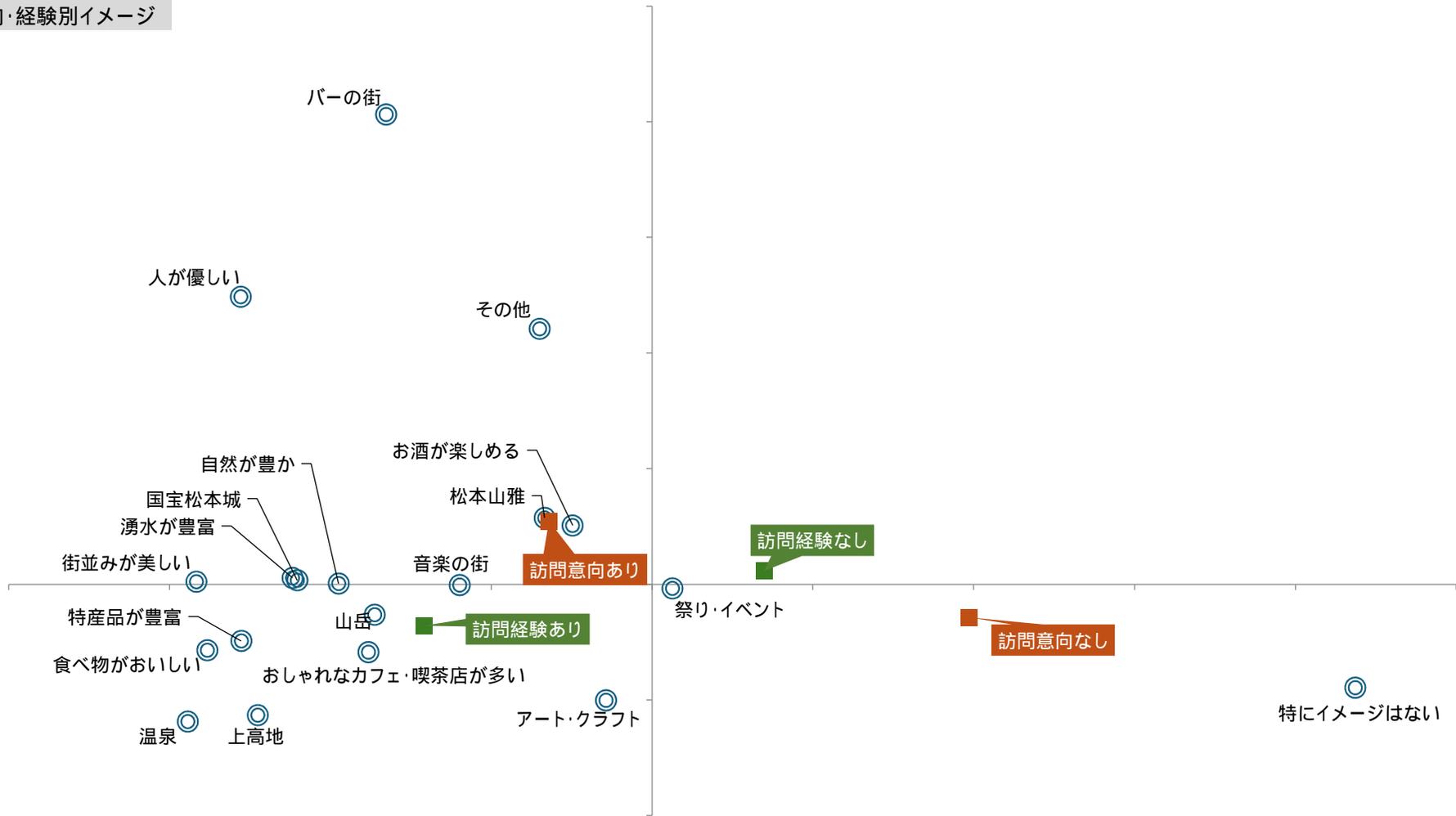
性年代別イメージ



- 前頁同様に、訪問経験や訪問意向別に整理すると、左下が訪問経験がある層の持っているイメージ、左上が訪問意向がある人のイメージとなっている。
- 「バーの街」や、「人が優しい」などが訴求点として有用と考えられる。

問6. あなたは、松本市にどのようなイメージをお持ちですか？ (いくつでも)

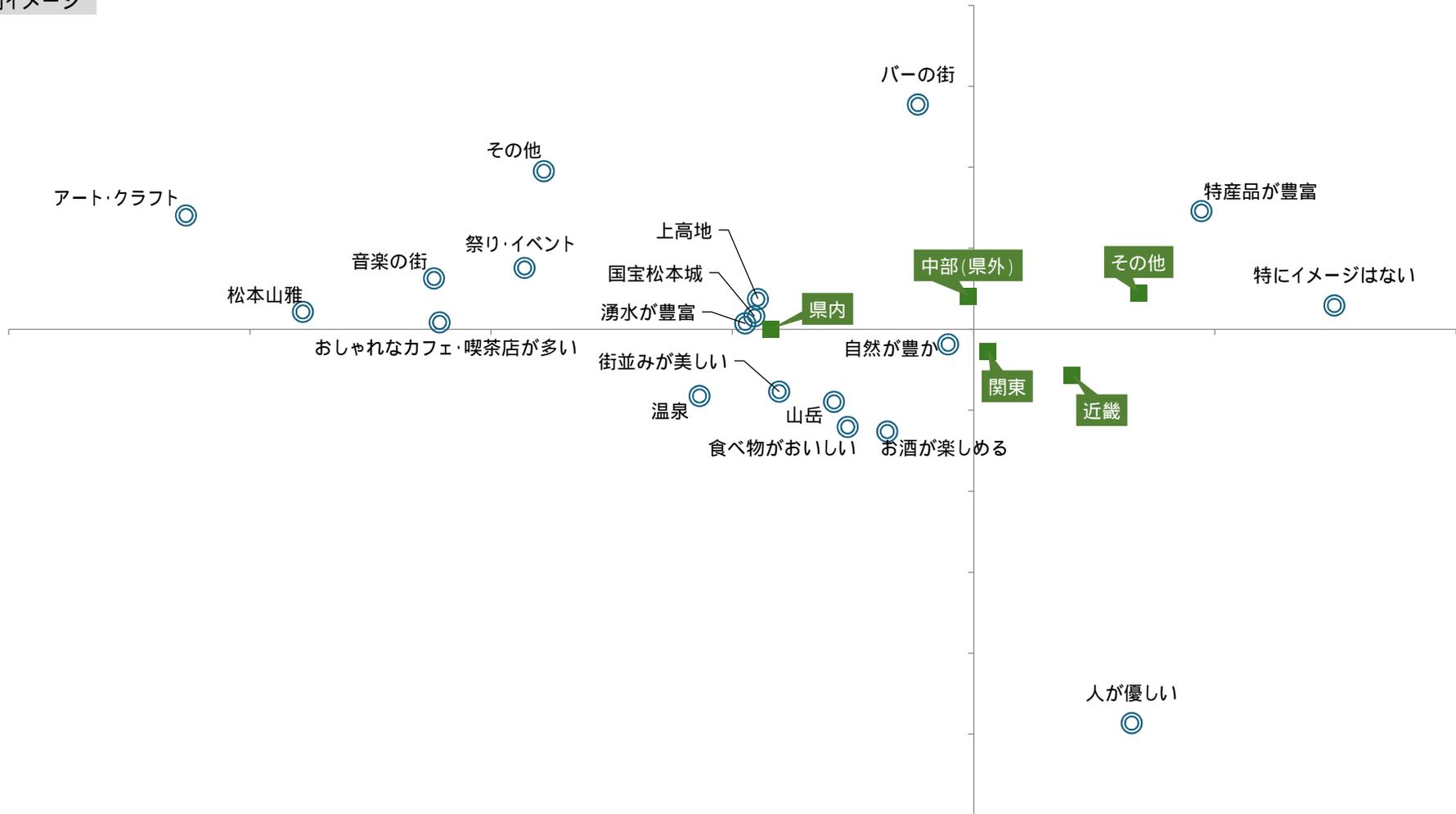
訪問意向・経験別イメージ



- 前頁同様に、居住地別にみると、左に位置するほどイメージが無く、右に位置するほど様々なイメージを持っている傾向がみられた。
- 「中部」は上部、「関東」や「近畿」は下部のイメージが強い。
- 「バーの街」や、「祭り・イベント」、「音楽の街」などの情緒的な要素は「県内」及び「中部」の認知に止まっており、「関東」や「近畿」は食や酒、山岳、温泉などのイメージが先行している傾向がみられる。

問6.あなたは、松本市にどのようなイメージをお持ちですか？(いくつでも)

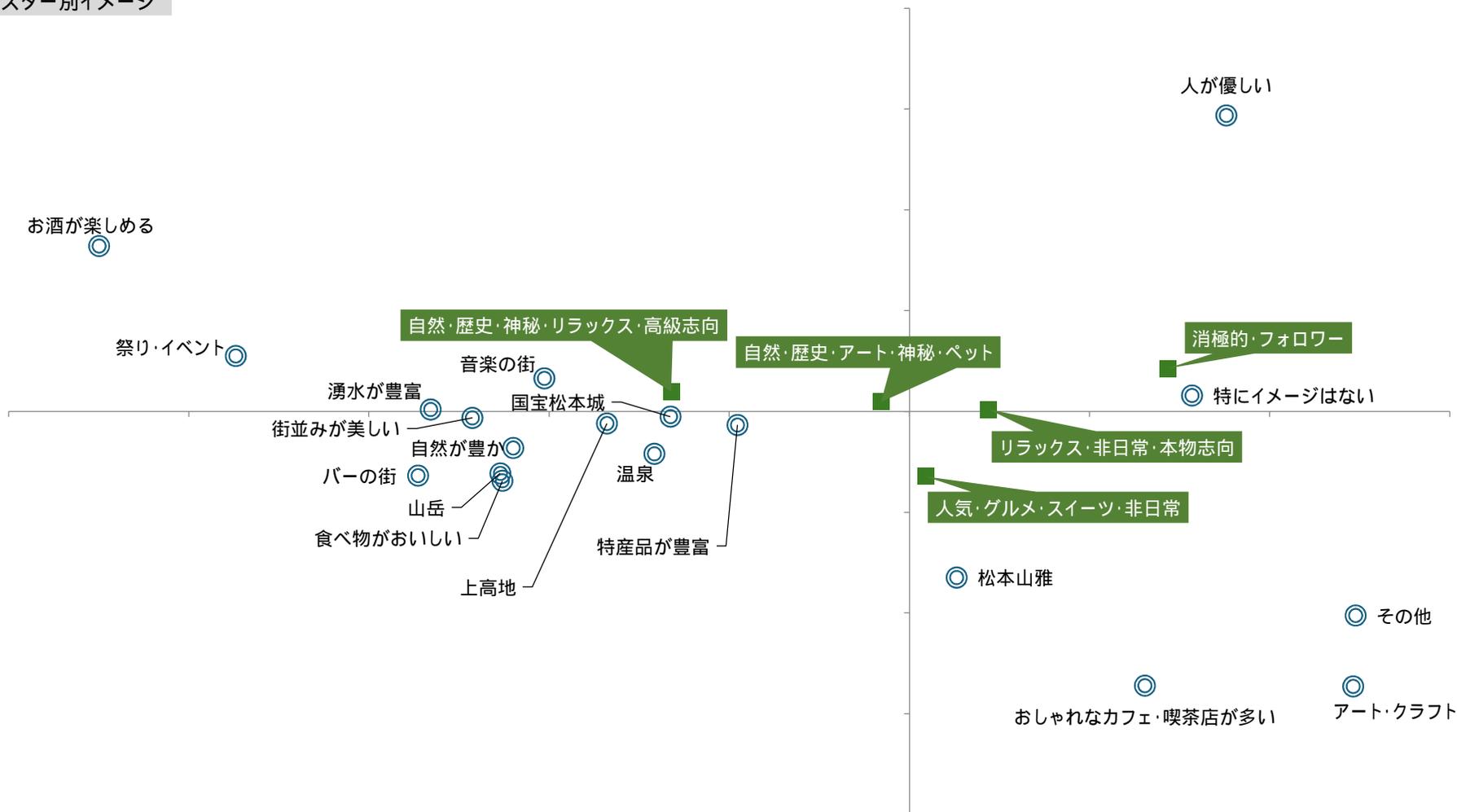
居住地別イメージ



- 日本人の非来訪者の志向クラスター(19-23ページ参照)別のイメージの傾向を見ると、「自然・歴史・神秘・リラックス・高級志向」は、比較的多くの要素を認知している傾向がみられた。
- 一方で、「人気・グルメ・スイーツ・非日常」は「おしゃれなカフェ・喫茶店が多い」や「アート・クラフト」などを認知している傾向がみられた。
- 「リラックス・非日常・本物志向」や「消極的・フォロワー」は特徴的な認知がみられなかった。

問6.あなたは、松本市にどのようなイメージをお持ちですか？(いくつでも)

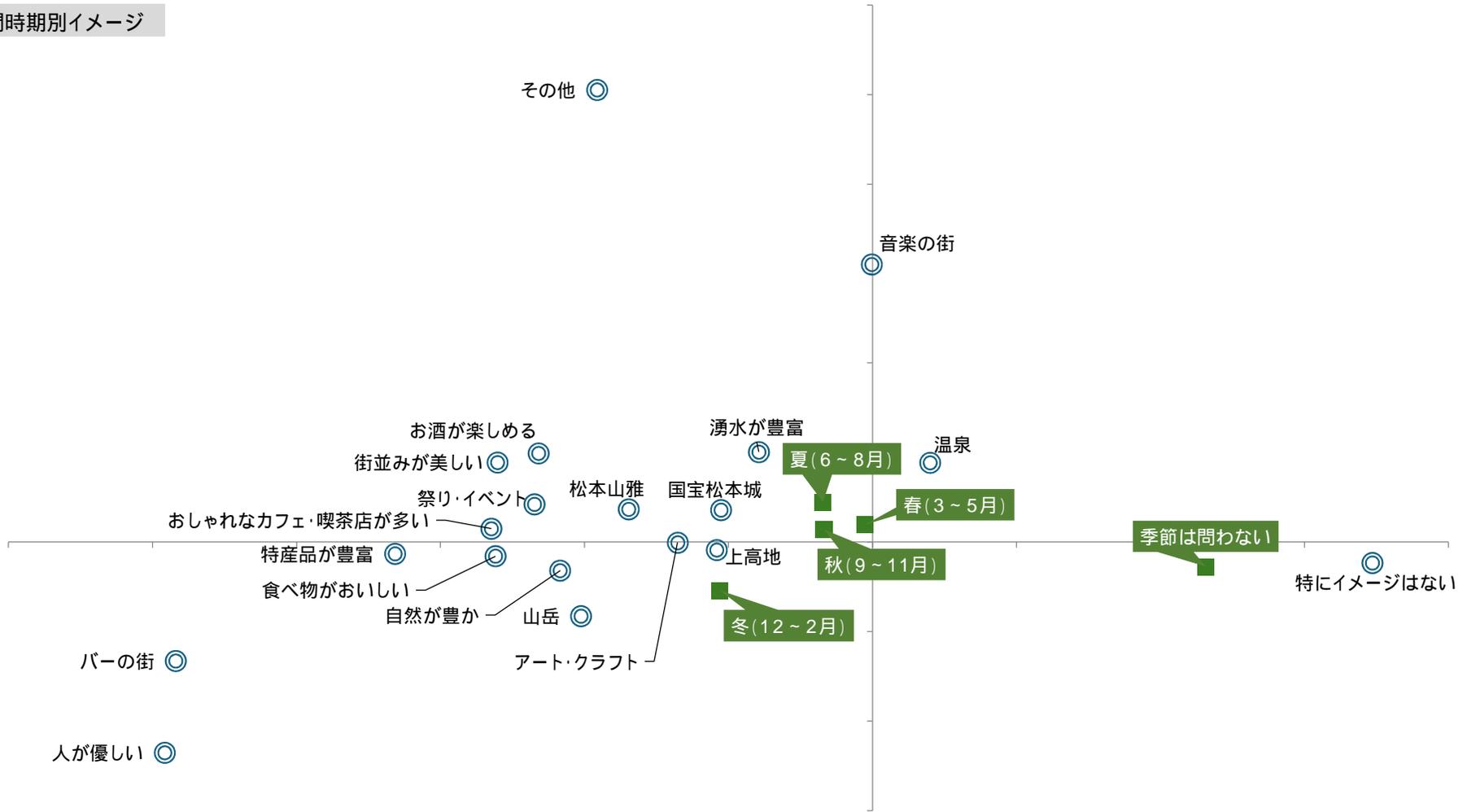
志向クラスター別イメージ



- 松本市に訪問するとした場合の季節別のイメージの傾向についてみると、「冬」は「山岳」や「自然」、「上高地」などの認知が特徴的となっている。
- 「春」、「夏」、「秋」はほぼ同じ傾向となっている。

問6.あなたは、松本市にどのようなイメージをお持ちですか？(いくつでも)

想定訪問時期別イメージ



- 松本市への旅行を検討した人が、他の地域と比較した場合の、その地域名について自由回答で聞き取った。
- 長野県の回答が多く34件、長野市や安曇野市、諏訪市、軽井沢町の回答が多い。
- 岐阜県の回答も多く、高山市の回答が多い。
- 山梨県は甲府市の回答が多かった。
- 石川県は金沢市、静岡県は熱海市、神奈川県は箱根町、群馬県は草津市の回答が多かった。

問2. 長野県松本市への観光旅行を検討した際に、他のどの地域と比較しましたか。「神奈川県の箱根」、「北海道の釧路」といった形式で、都道府県の件名もお答えください。分からない場合は地名だけで構いません。

問3. その地域と、どのような点を比較しましたか。できる限り具体的にご記入ください。(温泉や食事、宿、観光スポット、アクセスなど、比較した要素について)

松本市の競合

県	回答数	地名
北海道	2	札幌市
青森県	1	十和田市(十和田湖)
山形県	2	尾花沢市(銀山温泉)、天童市
福島県	2	会津若松市
栃木県	6	日光市、那須町、日光市(鬼怒川温泉)
群馬県	8	吾妻郡嬭恋村干保(万座温泉)、草津市(草津温泉)、伊香保町(伊香保温泉)、吾妻郡嬭恋村大前細原(軽井沢おもちゃ王国)
千葉県	1	浦安市(東京ディズニーランド)
東京都	4	大田区蒲田
神奈川県	8	小田原市、箱根町、横浜市(中華街)、
新潟県	5	長岡市
富山県	5	富山市、氷見市
石川県	11	金沢市、能登町
山梨県	10	甲府市、南都留郡(富士五湖)、(富士山)、北杜市、笛吹市石和町、甲府市
長野県	34	野沢村(野沢温泉)、安曇野市、塩尻市、下伊那郡阿智村、茅野市(蓼科高原)、駒ヶ根市、軽井沢町、佐久市、上田市、諏訪市、長野市、飯田市、富士見町(八ヶ岳)、野沢温泉村
岐阜県	12	高山市、下呂市、白川村(白川郷)
静岡県	7	伊豆市、熱海市
愛知県	3	名古屋市(名古屋港水族館)、岡崎市(岡崎城)、犬山市
滋賀県	4	彦根市
京都府	1	-
大阪府	1	大阪市夢洲(大阪万博)
兵庫県	2	姫路市
奈良県	1	高市郡明日香村
島根県	1	松江市
岡山県	1	倉敷市
福岡県	1	-
長崎県	1	-
熊本県	1	熊本市(熊本城)
鹿児島県	1	-
沖縄県	1	-

比較した要素

比較要素	回答件数
温泉	27
観光スポット	26
アクセス・交通	23
城	17
食	12
宿	11
自然	9
買物	3
季節・気候	3
観光スポットの多さ	2
寺	2
街並み	1
景色の良さ	1
避暑	1
公園	1
歴史	1
庭園	1
その他	11