

ひたちなか市第3期観光振興計画策定支援業務委託

観光実態調査結果（現地アンケート調査）

まちづくりラボ・サルベージ(株)報告書より

(1) アンケート調査の概要

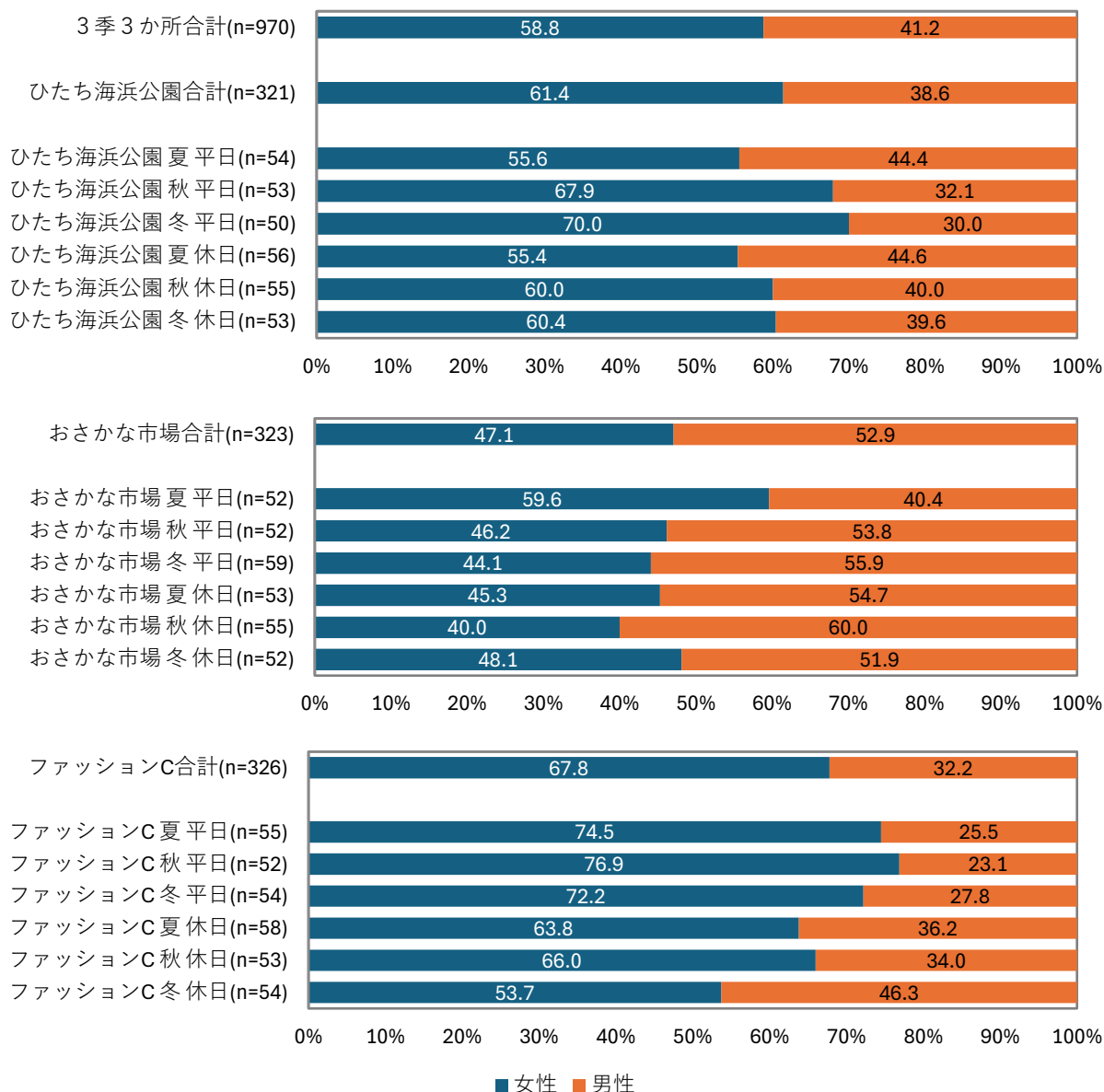
1) 調査概要

調査場所	①ひたち海浜公園 ②おさかな市場 ③ファッションクルーズ
実施日	①ひたち海浜公園【夏】2024年8/28(火)・9/7(土) 【秋】2024年11/14(木)11/10(日)【冬】2025年2/14(金)・2/15(土) ②珂湊おさかな市場【夏】2024年8/23(木)・8/24(日) 【秋】2024年11/6(水)・11/17(日)【冬】2025年2/2(日)・2/3(月) ③ファッションクルーズ【夏】2024年9/9(火)・9/1(土) 【秋】2024年12/1(日)・12/2(月)【冬】2025年1/13(月/祝)・1/14(火)
調査方法	対面調査
回答者数	①ひたち海浜公園【夏】110【秋】108【冬】104 サンプル ②おさかな市場【夏】105【秋】108【冬】111 サンプル ③ファッションクルーズ【夏】113【秋】105【冬】109 サンプル
調査項目	①属性性別：年代/居住地/同伴者/情報源/来訪経験 ②行動：交通手段/立寄地/消費額 ③評価：来訪目的/参考にした観光情報/市の印象/現地情報・巡りやすさ/ 施設の魅力（サイン/コンテンツ/景観/もてなし/飲食/土産）/改善点・感想

2) 被験者の属性

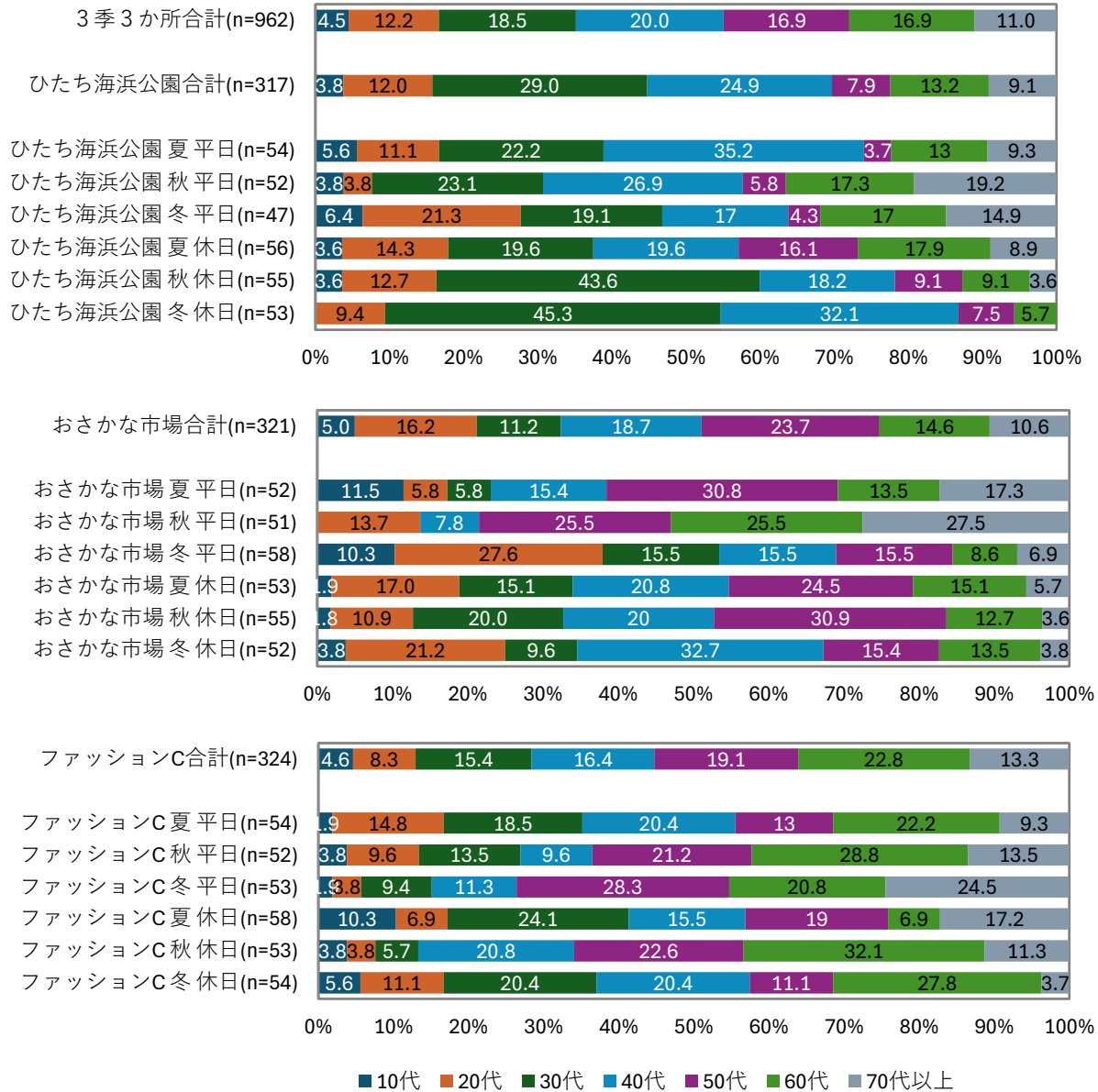
①性別

- 被験者の性別は、ひたち海浜公園及びファッションクルーズでは女性の割合が高く、おさかな市場は男性が高い。



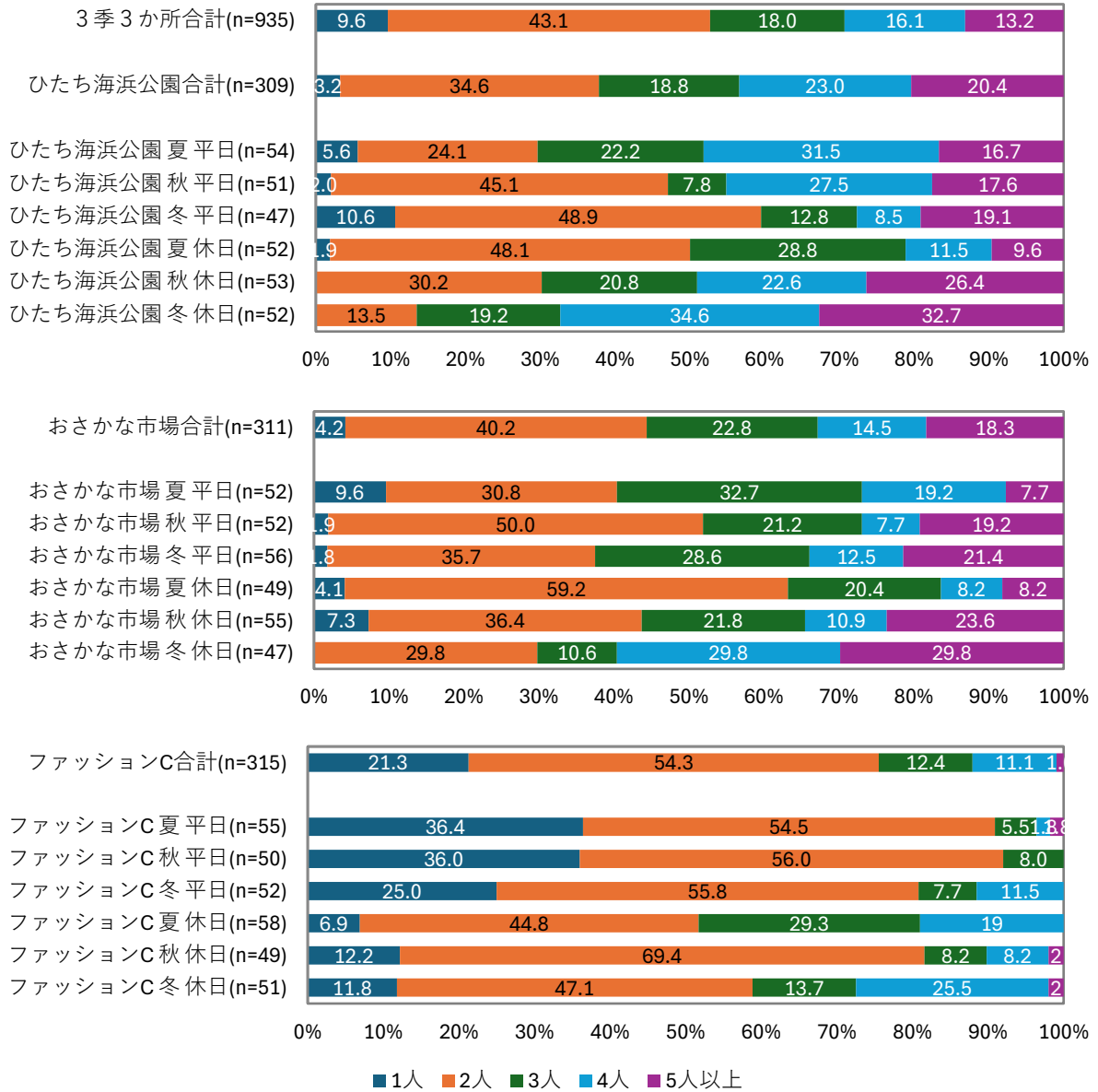
②年齢

- 被験者の年齢を見ると、ひたち海浜公園及びおさかな市場の休日は40代以下の割合が高く、平日は50代以上の割合が高い。
- ファッションクルーズでは年齢別、季節別による傾向は見られない。



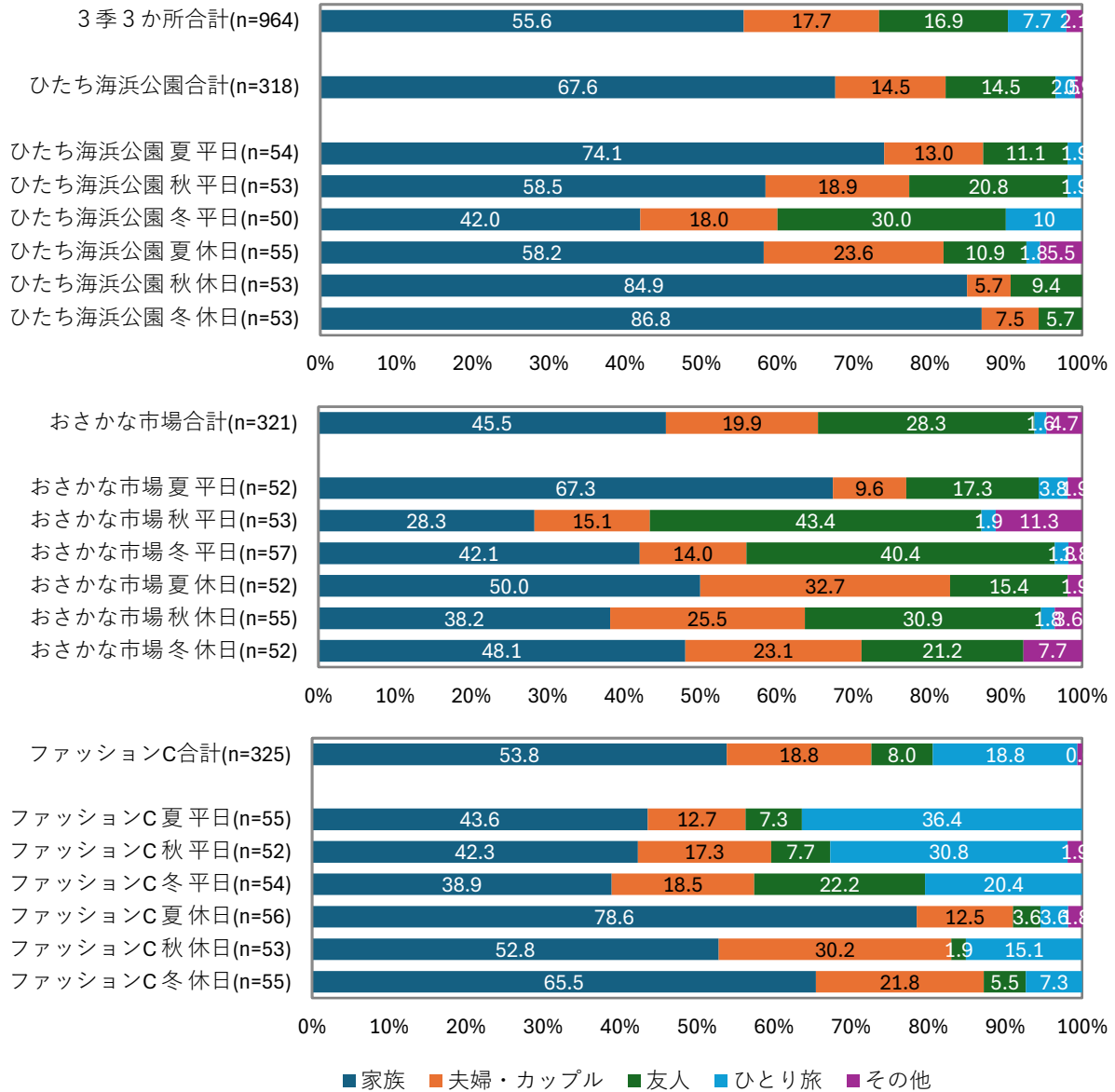
③同行者数

- 同行者数は、3か所とも2人の割合が高い。ひたち海浜公園の夏の平日、秋冬の休日は3人以上の割合が高い。おさな市場の冬の休日も3人以上の割合が高い。
- ファッションクルーズの平日は、ひとりの割合が他の場所よりも高い。



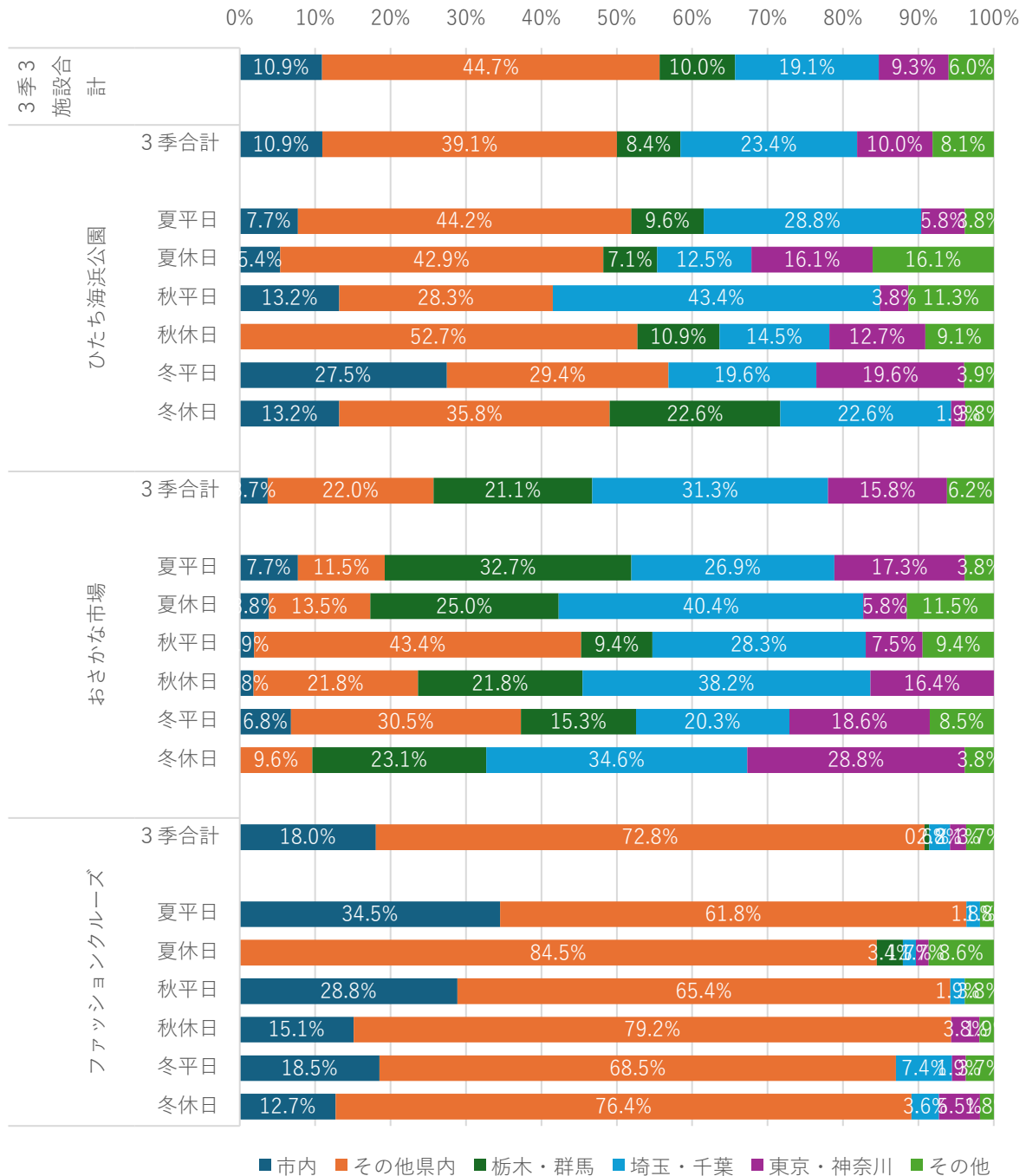
④同行者

- 同行者は、3か所とも家族の割合が高い。おさかな市場の秋と冬は、平日休日ともに友人の割合が高い。
- ファッションクルーズの平日は、同行者数を同様にひとり旅の割合が他の場所よりも高い。



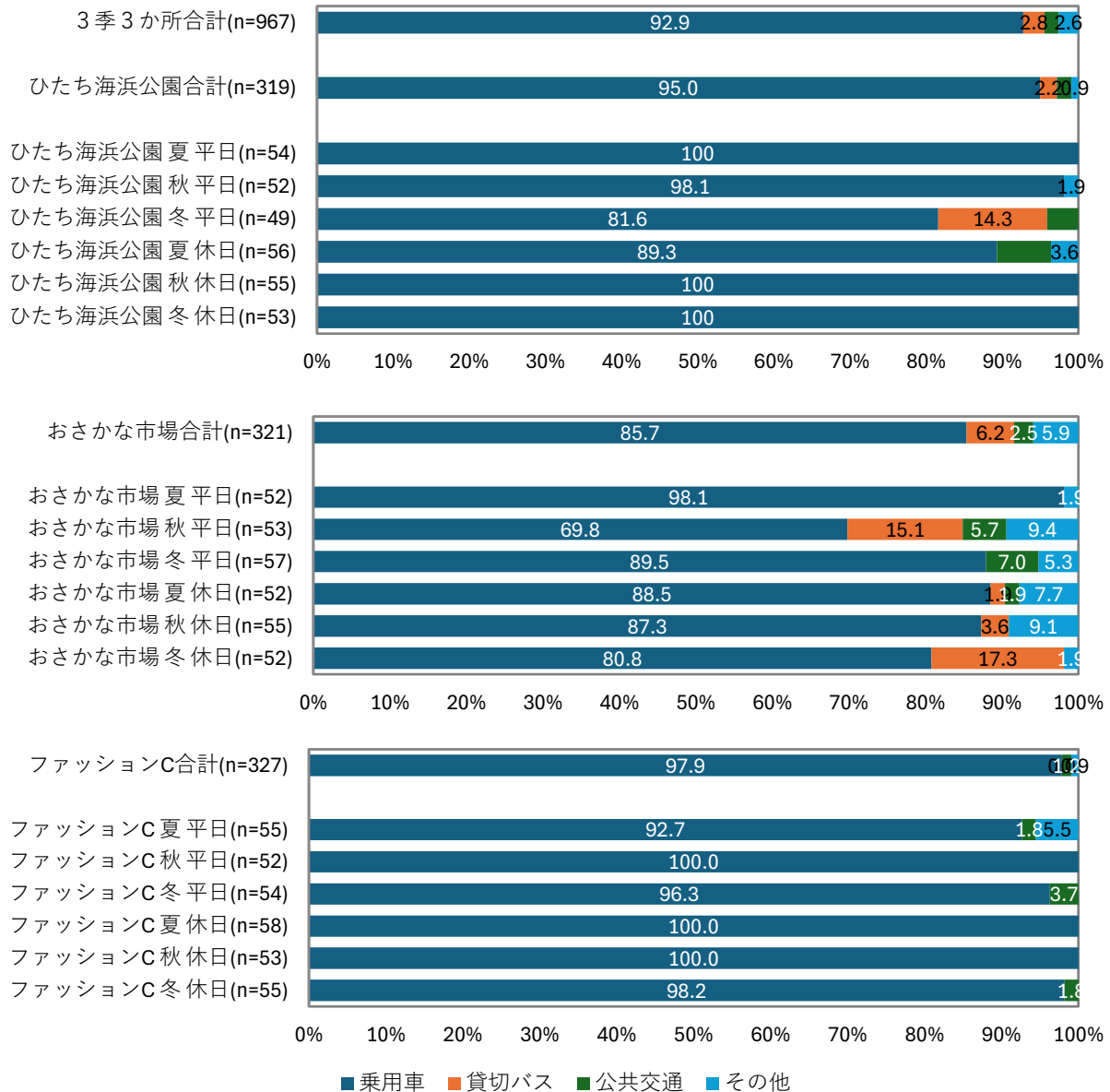
⑤居住地

- 居住地を見ると、ファッションクルーズは県内が9割を占めており、おさかな市場は県外の割合が高く、ひたち海浜公園は県内が5割前後となっている。



⑥交通手段

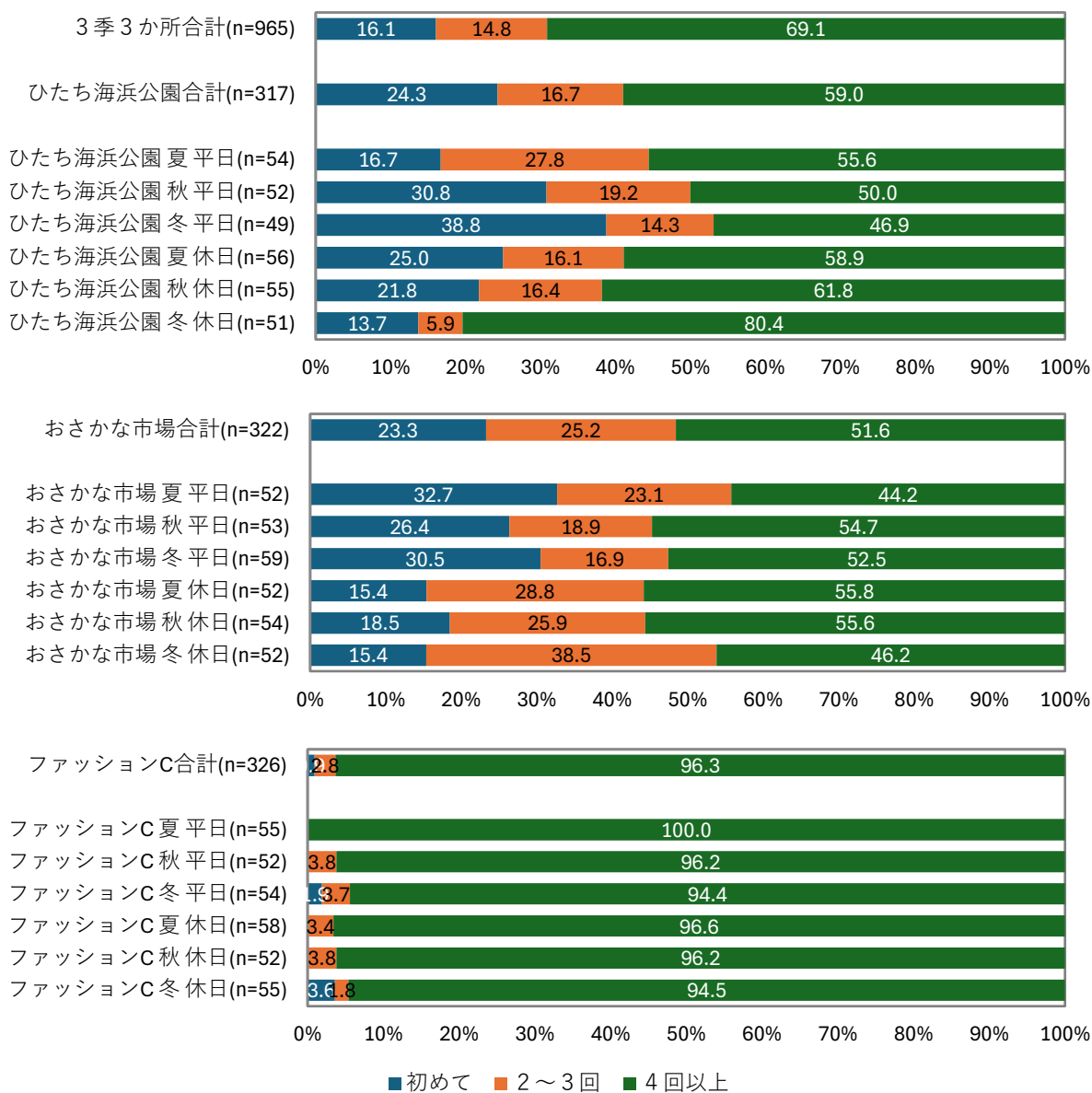
- 交通手段を見ると、3か所ともほとんどが乗用車であることが分かる。
- ひたち海浜公園及びおさかな市場では貸し切りバスもみられるが、湊線をはじめとする公共交通の利用割合は非常に低い。



(2) アンケート調査集計結果

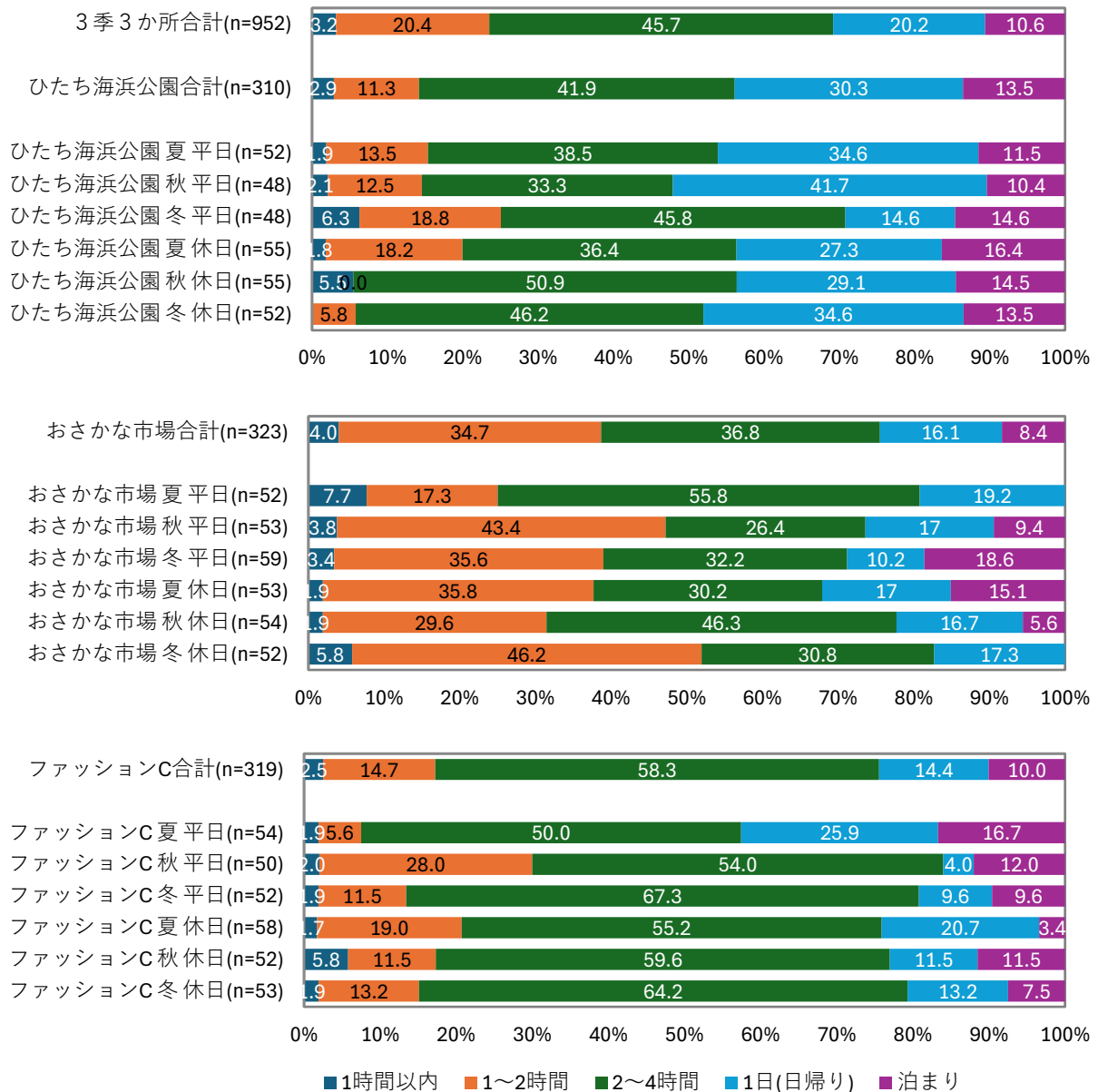
1) ひたちなか市への来訪経験

- ひたちなか市への来訪経験を見ると、ひたち海浜公園では冬の平日はビギナーが約4割と多く、夏はリピーターが多い。冬の休日については4回以上のヘビーユーザーが8割と大変多くなっている。
- おさかな市場では、総じて約半数が4回以上のリピーターであり。休日は8割以上がリピーターである。平日はビギナーが3割程度となっている。
- ファッションクルーズでは、ほぼ全員がリピーターであり、9割以上が4回以上と回答している。



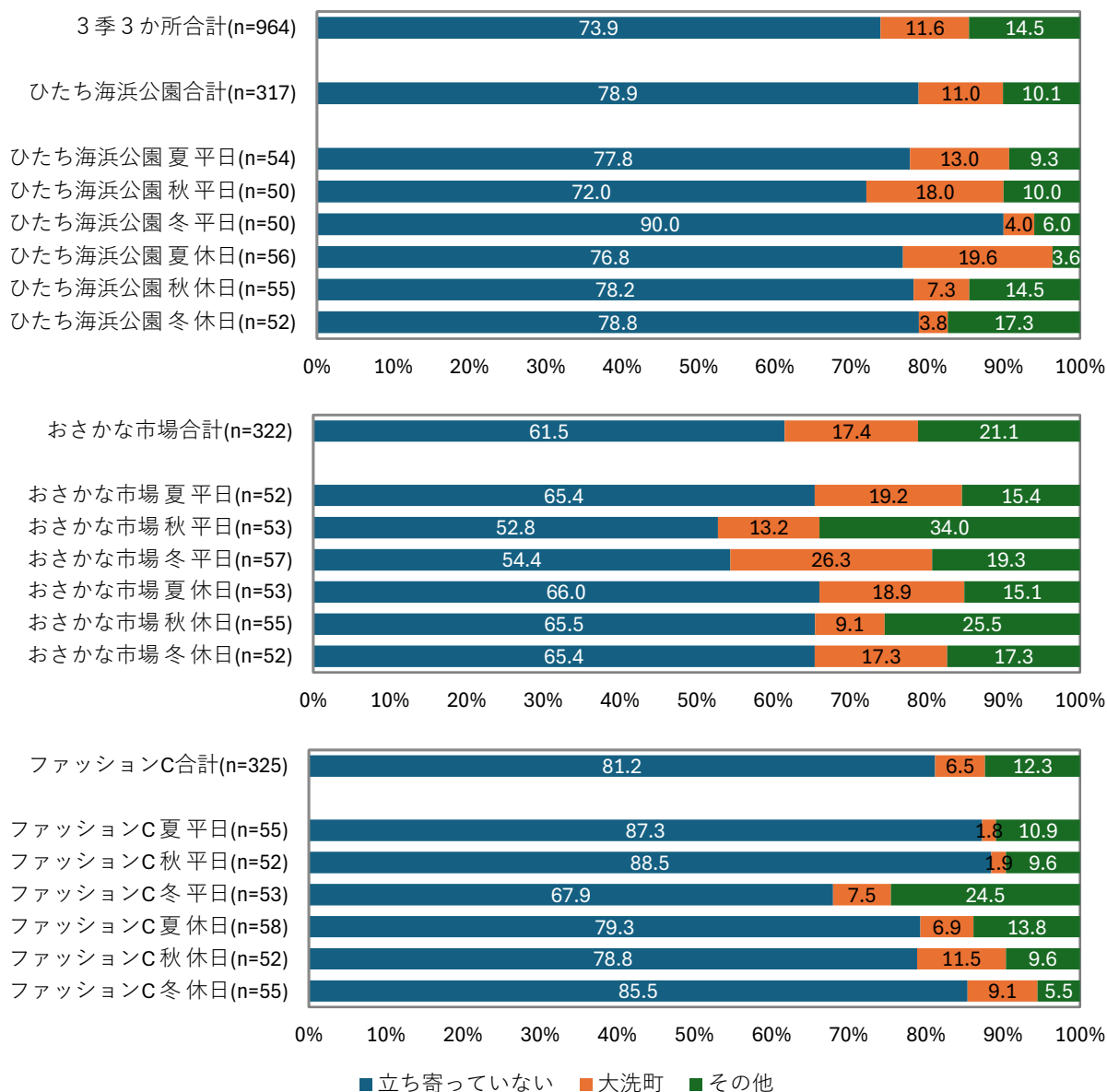
2)ひたちなか市での滞在時間

- 市内の滞在時間を見ると、ひたち海浜公園では秋の休日は2時間以上が9割を超え、滞在時間が長い傾向にある。秋の平日は1日ゆっくり公園で過ごす人が多く、冬の平日は短時間で帰る人が多い。
- おさかな市場では、夏の平日が最も滞在時間が長く8割近くが2時間以上滞在している。休日は平日に比べて滞在時間が短い傾向にあり、冬の休日は過半数が2時間未満である。
- ファッションクルーズでは、夏の平日が最も滞在時間が長く8割以上が2時間以上の滞在となっている。秋の平日は2時間未満が3割ほどで、他の季節より短い。
- 季節を通して、おさかな市場では、食事や買い物のため2時間以内の滞在が多く、ひたち海浜公園では、特に休日でゆっくりと丸一日を過ごす人が多い。



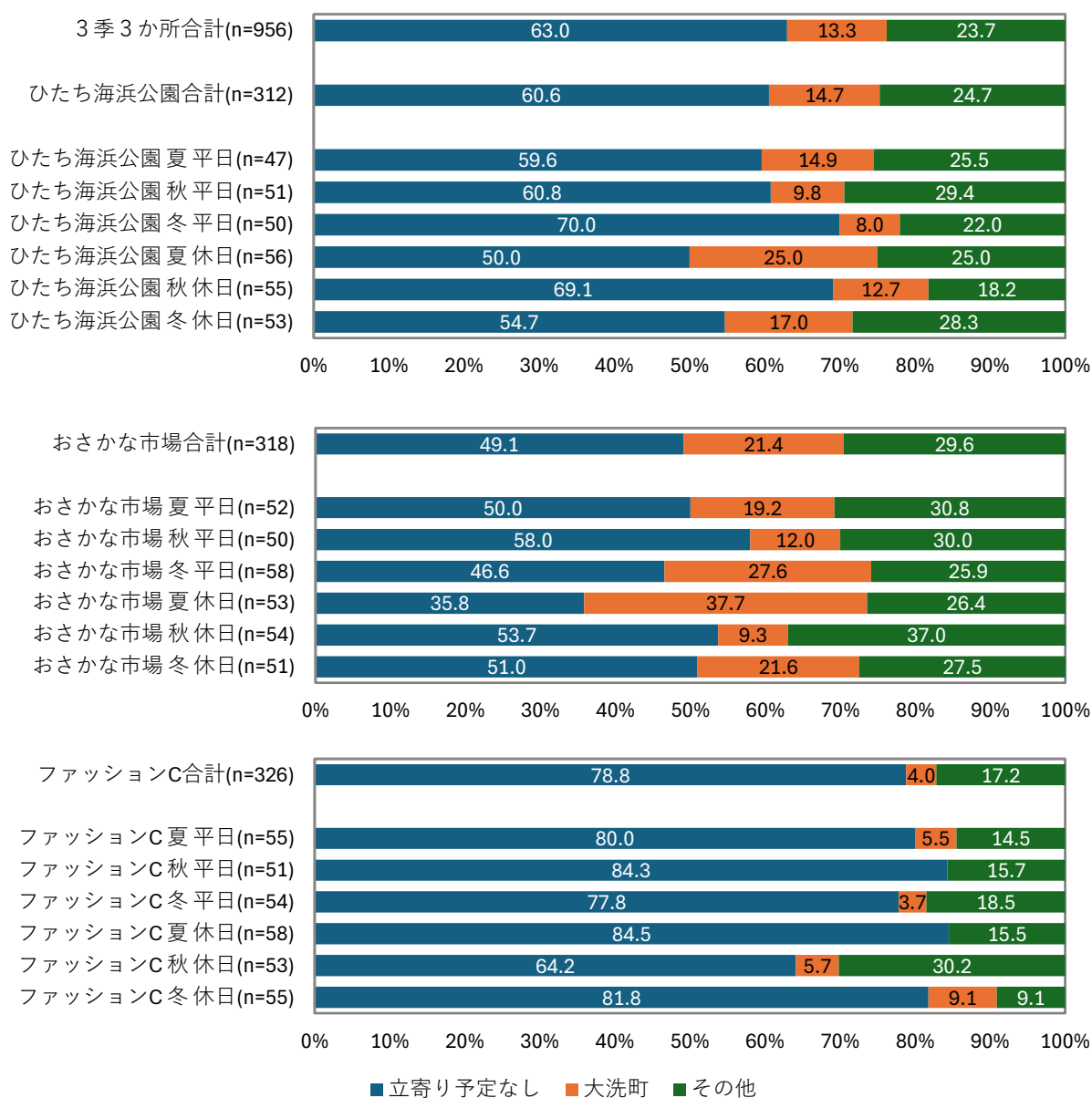
3) 来る前の市外立ち寄り場所

- 3か所の調査場所に来る前に立ち寄った場所を見ると、3か所とも立ち寄っていない人の割合が高い。
- おさかな市場では、遠く離れた居住地から、観光を楽しみながら周遊している人が多いと考えられ、特に平日行きと休日帰りで「立ち寄りあり」の割合が高い。
- おさかな市場の秋に「その他」が特に増加しているが、栗などをもとめて笠間市等に寄っている人が多い。



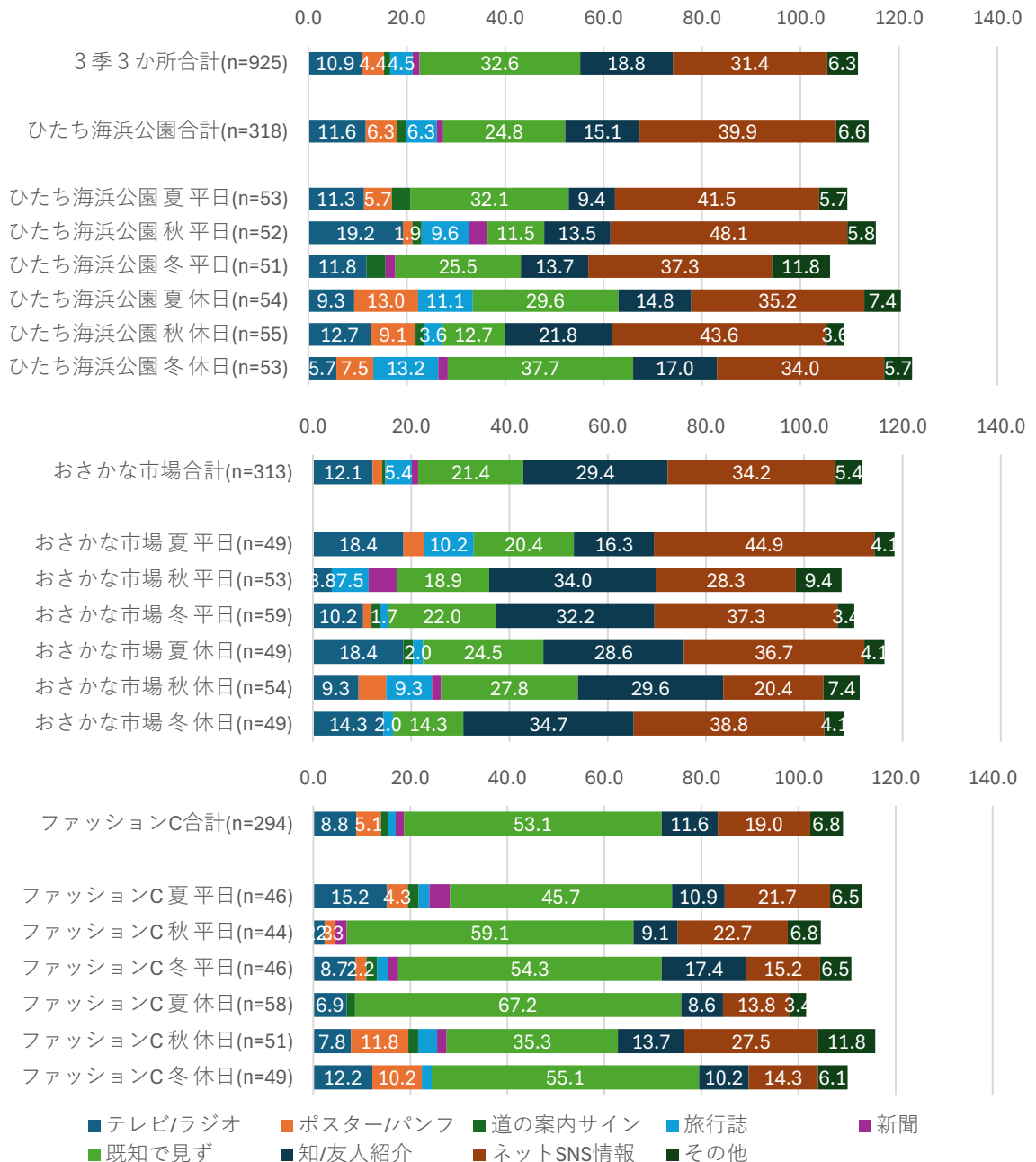
4) 帰宅までの市外立ち寄り場所

- 調査場所から帰宅までの立ち寄り予定地を見ると、ひたち海浜公園では冬の平日では来る前の7割がどこにも立ち寄っておらず、公園のみで帰る人が多い。夏の平日休日ともに大洗町への立ち寄りが多い。
- おさかな市場では、総じて半数以上がどこにも立ち寄っていない。立地上大洗町への立ち寄りが多く、特に、夏の休日は4割近くが立ち寄っている。
- ファッションクルーズでは、往路復路とも立ち寄りなしが多いが、休日はわずかに大洗町への立ち寄りがある。秋の休日は3割がその他と回答しており、栗などを求めて笠間等へ立ち寄っている。



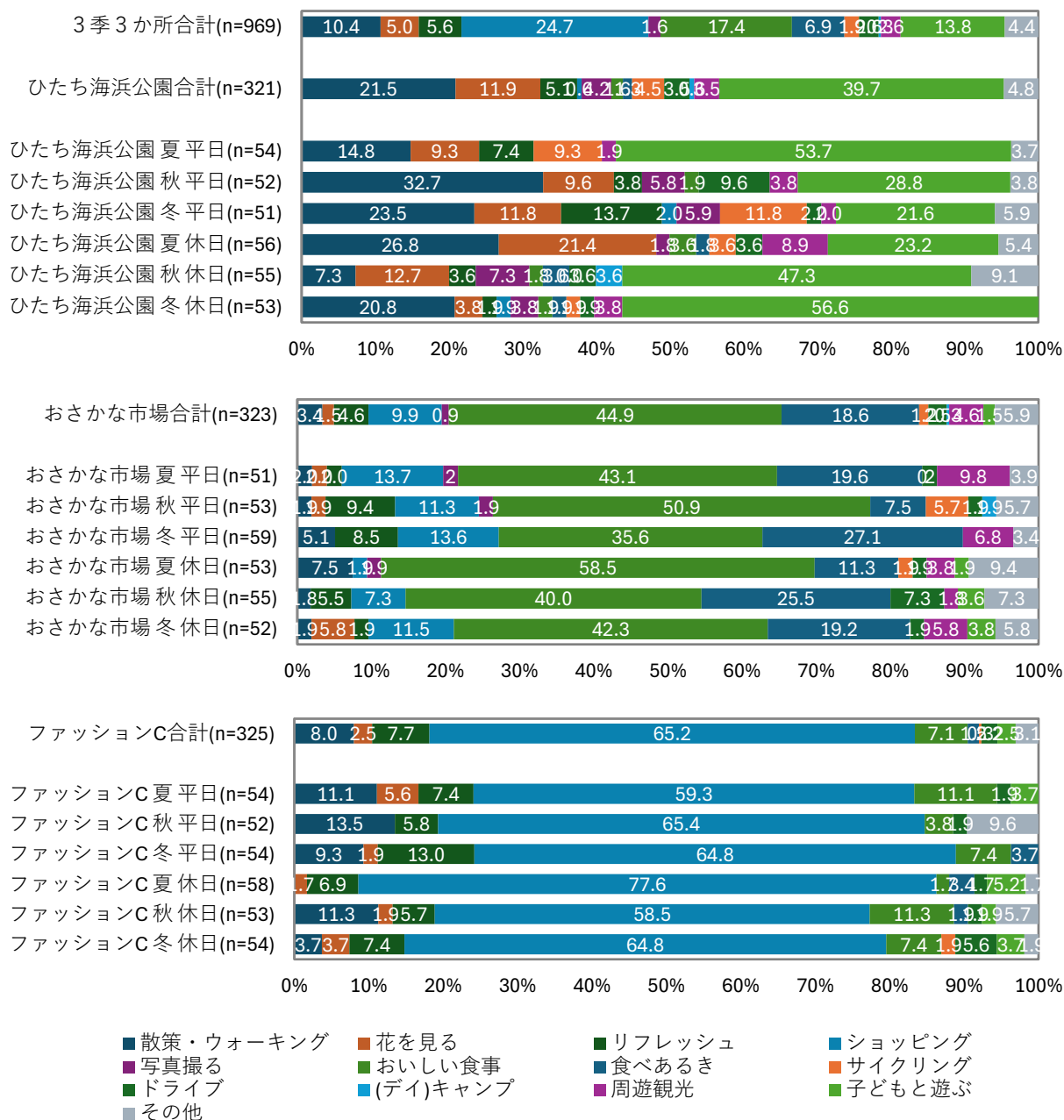
5) 来る前に参考にした情報

- 参考にした情報を見ると、ひたち海浜公園では「ネット SNS 情報」「既知で見ず」の割合が高く、おさかな市場では「ネット SNS 情報」「知人友人の紹介」の割合が高い。ファッションクルーズでは「既知で見ず」が最も高い。
- リピーターでは「既知で見ず」が多くなり、ビギナーには「ネット SNS 情報」「知人友人の紹介」での口コミ情報が効果的と言える。



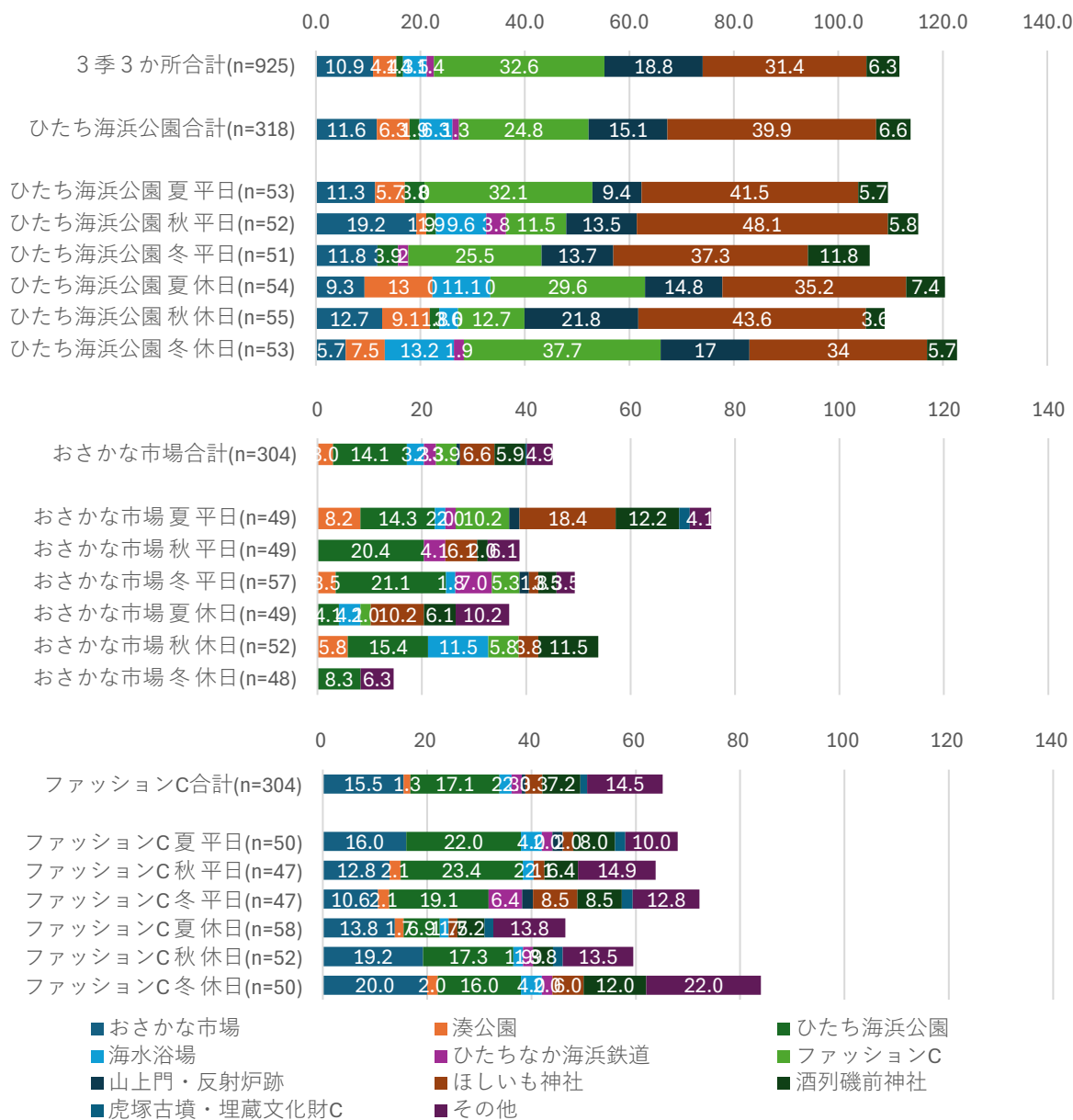
6) 来る前に楽しみにしていたこと

- 来る前に楽しみにしていたことを見ると、ひたち海浜公園の夏の平日は子どもと遊ぶためが多く、休日は他の目的の来訪が多い。秋、冬は、休日に「子どもと遊ぶため」が多く、平日は散歩やリフレッシュが多い。
- おさかな市場では、総じて6割以上が食べ歩きやおいしい食事を目的に訪れている。休日に比べると平日は買い物を第一目的とする人が若干多い。
- ファッションクルーズでは、ショッピングが中心となるが、空調の効いた広大な施設内を「散策・ウォーキング」に来ている層も1割程度みられる。



7) 市内立ち寄り場所 ※質問施設は回答から除いています

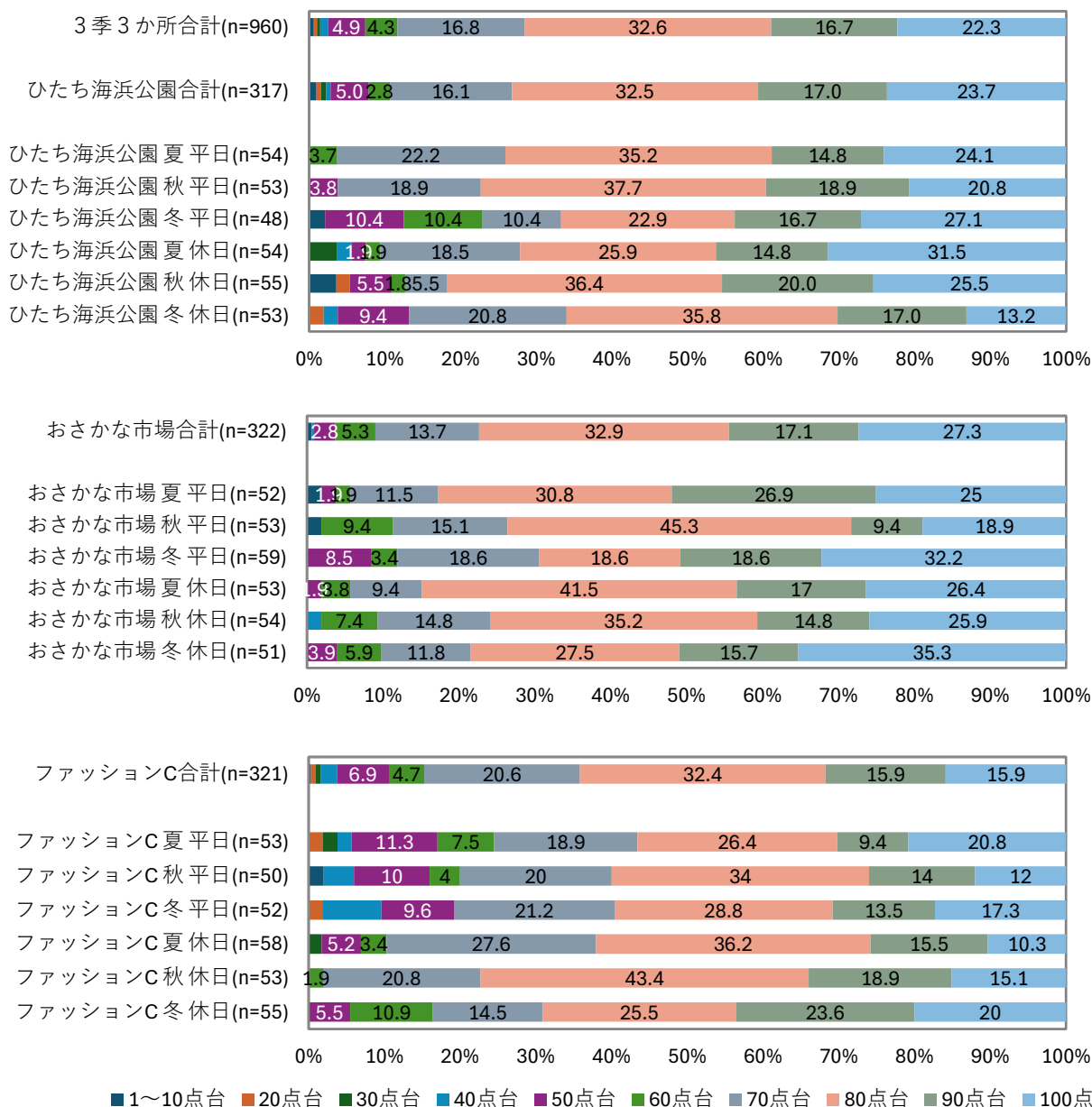
- 市内の立ち寄り場所を見ると、ひたち海浜公園の夏、秋の平日では、おさかな市場への立ち寄りが4割近い。冬は、平日の約2割がほしいも神社に立ち寄っており、休日は3割がファッションクルーズに立ち寄っている。
- おさかな市場では、ひたち海浜公園への立ち寄りが最も多く、秋、冬の平日では2割程度である。夏の平日は、約2割がほしいも神社に立ち寄っている。
- ファッションクルーズでは、立地からひたち海浜公園への立ち寄りが最も多く平日は2割程度である。秋、冬の休日では2割、その後も1割以上がおさかな市場に立ち寄っている。



8) ひたちなか市の印象 (満足度)

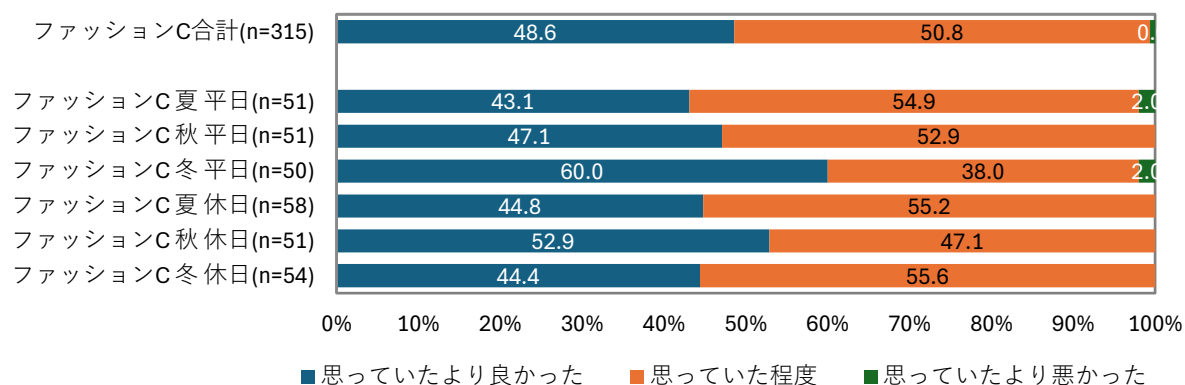
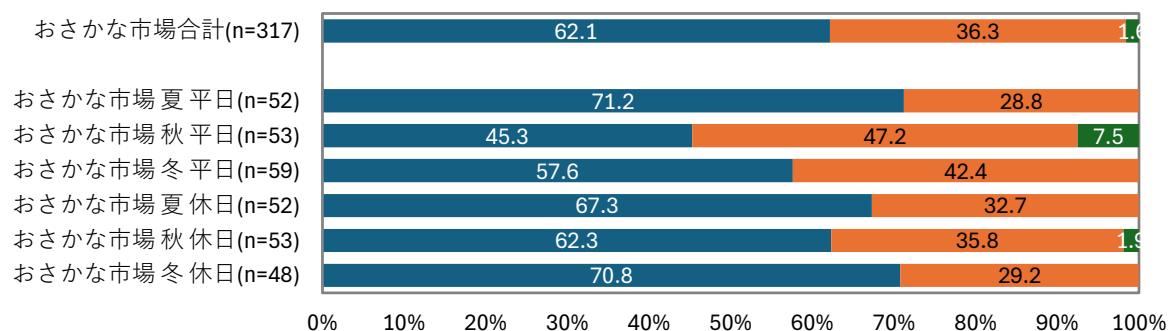
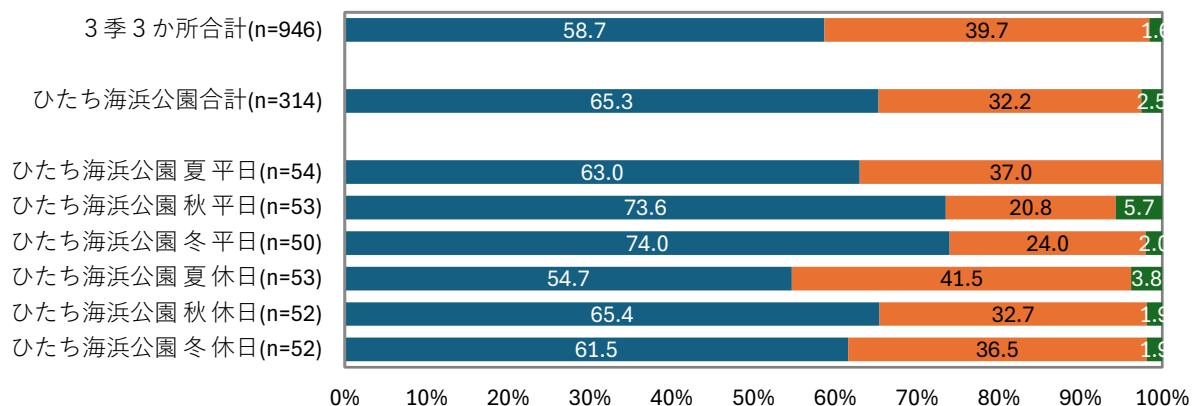
①総合満足度

- 3か所とも70点以上の割合が高く、総合満足度は高い。
- ひたち海浜公園では夏の休日、おさかな市場では冬の平日・休日は、100点の割合が3割を超えている。



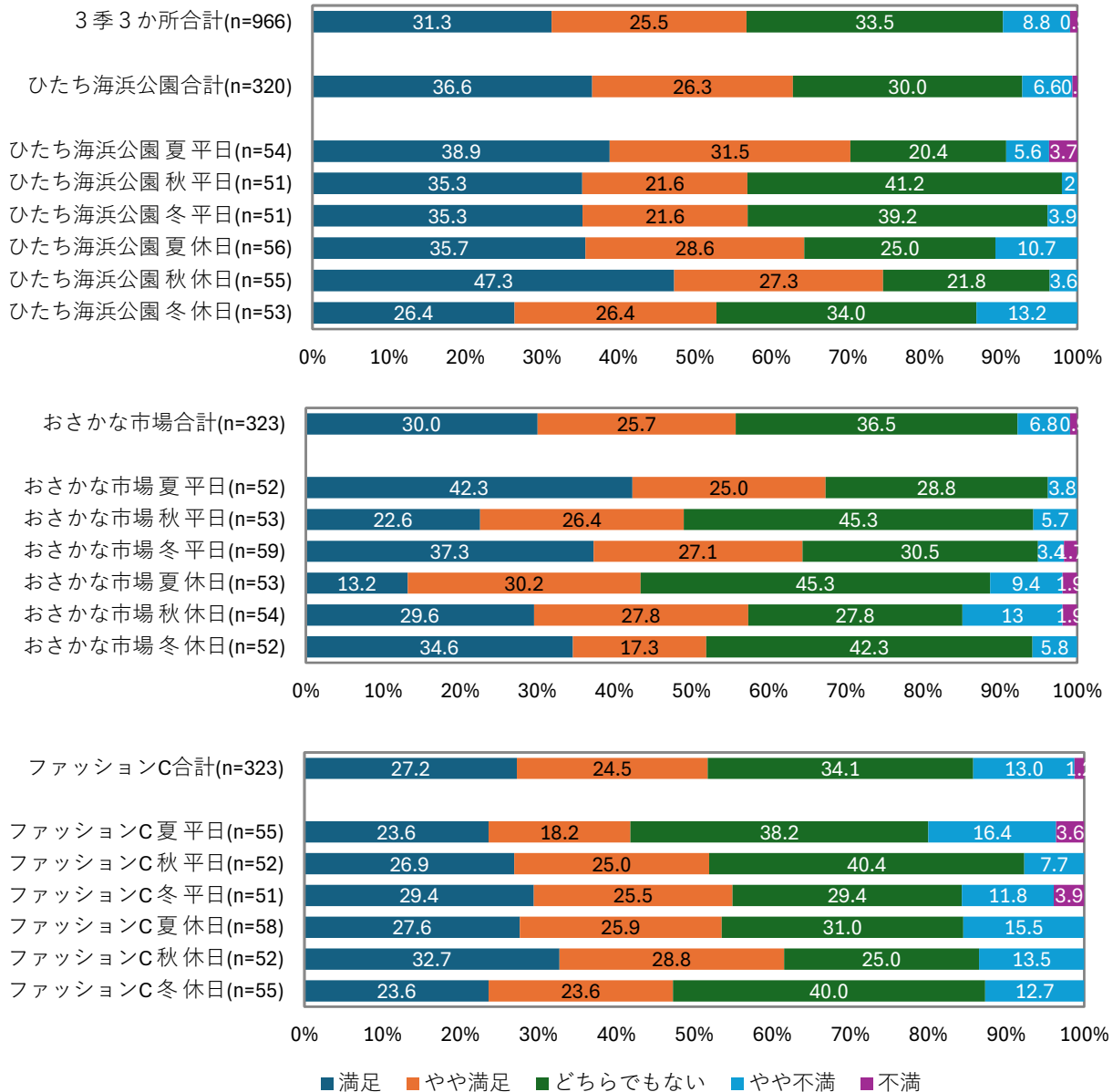
②実際に来訪した後の評価の変化

- 実際に訪れてみた後の評価は、ひたち海浜公園及びおさかな市場では「思っていたよりも良かった」と回答したのは6割から7割と高い。
- ファッションクルーズでは、良い評価は5割前後となっている。



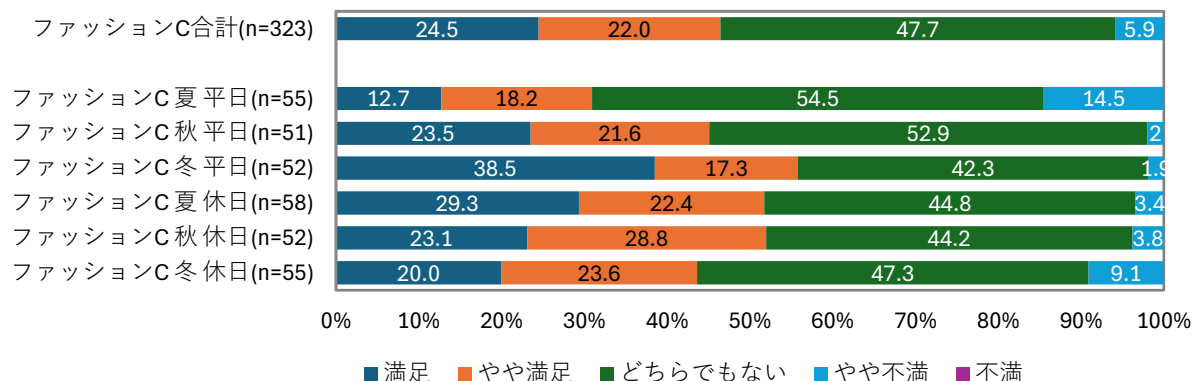
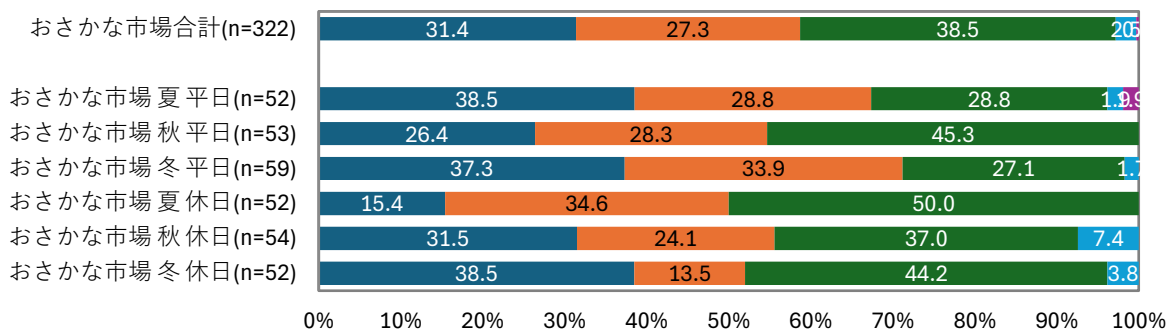
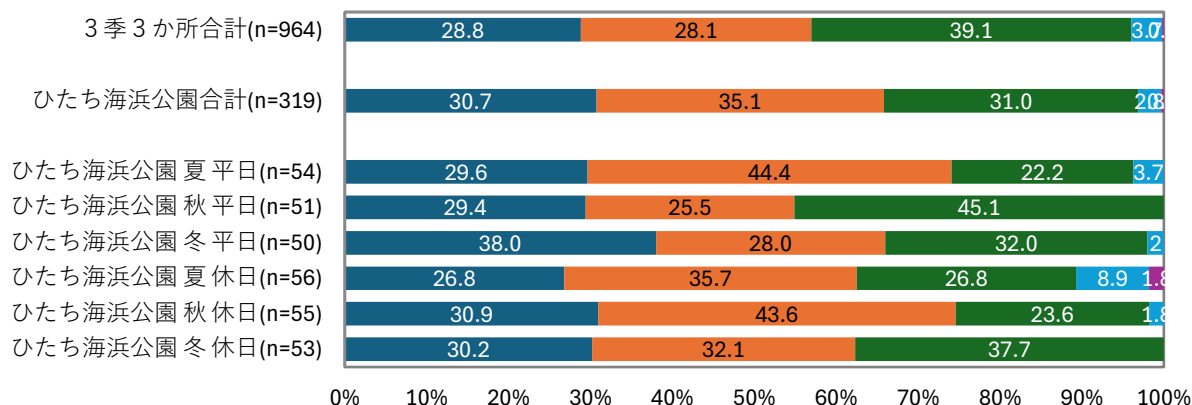
③ アクセスの利便性

- アクセスの利便性に対する評価を見ると、3か所とも「満足」及び「やや満足」を足した良い評価の割合が5～6割と高く、中でも、海浜公園の休日は7割が「やや満足」以上と回答している。ひたちなか市の観光地周辺は「混んでいるもの」という事前情報の影響もあり、駐車場待ちによる混雑があっても「不満」の割合が低いものとみられる。
- 3か所の中ではファッションクルーズで「やや不満」の指摘が多いが、時間に余裕がない日常生活の場として評価されているためと考えられる。



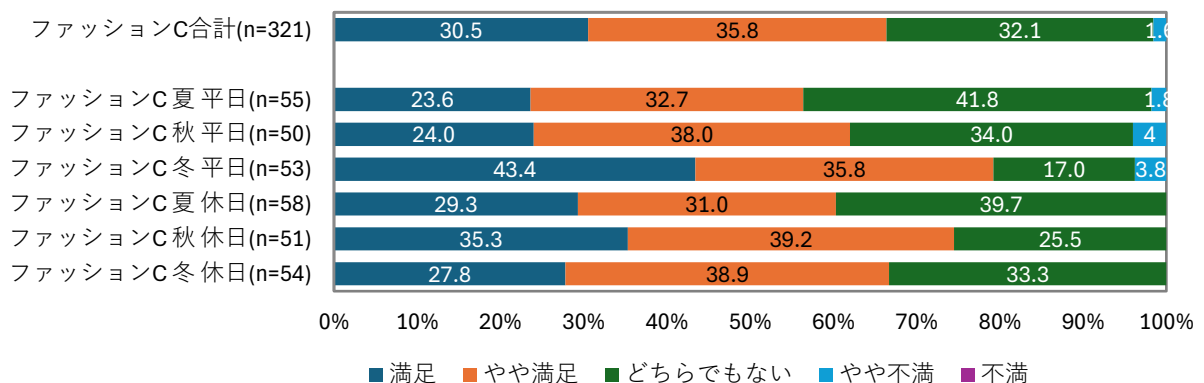
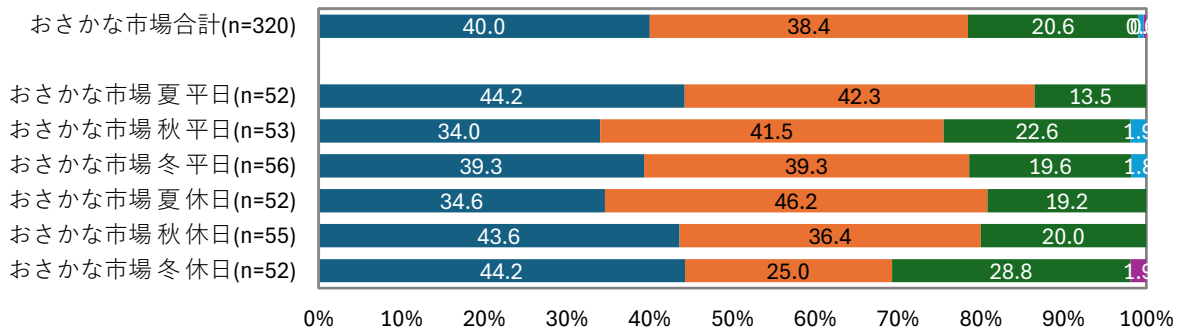
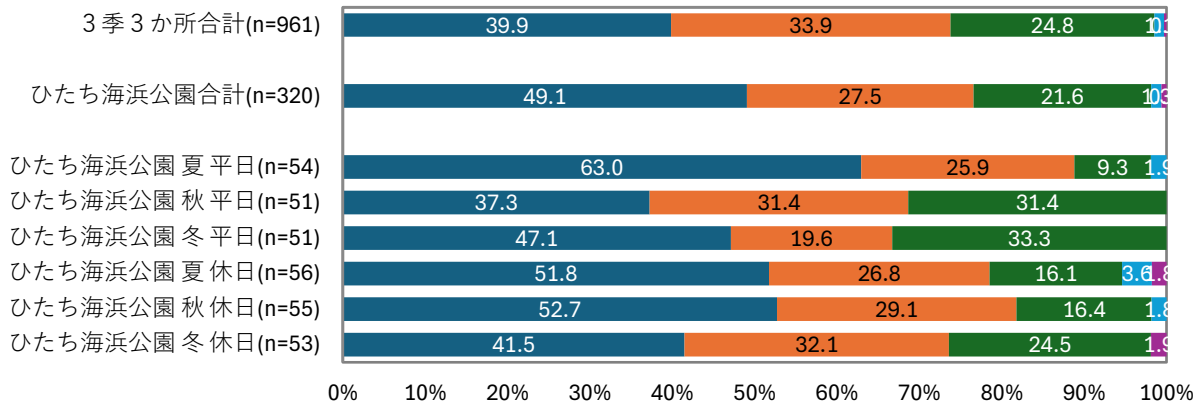
④地図・案内サインの分かりやすさ

- 地図・案内サインの分かりやすさの評価を見ると、ひたち海浜公園及びおさかな市場では、初来訪が3割前後いても「満足」及び「やや満足」の割合は6割前後となり、高く評価されている。
- ファッションクルーズでは、大半が近隣の再来訪者であるため、サイン類を見ずに来訪している人が多いことから、「どちらでもない」の回答が5割前後と多くなっていると考えられる。



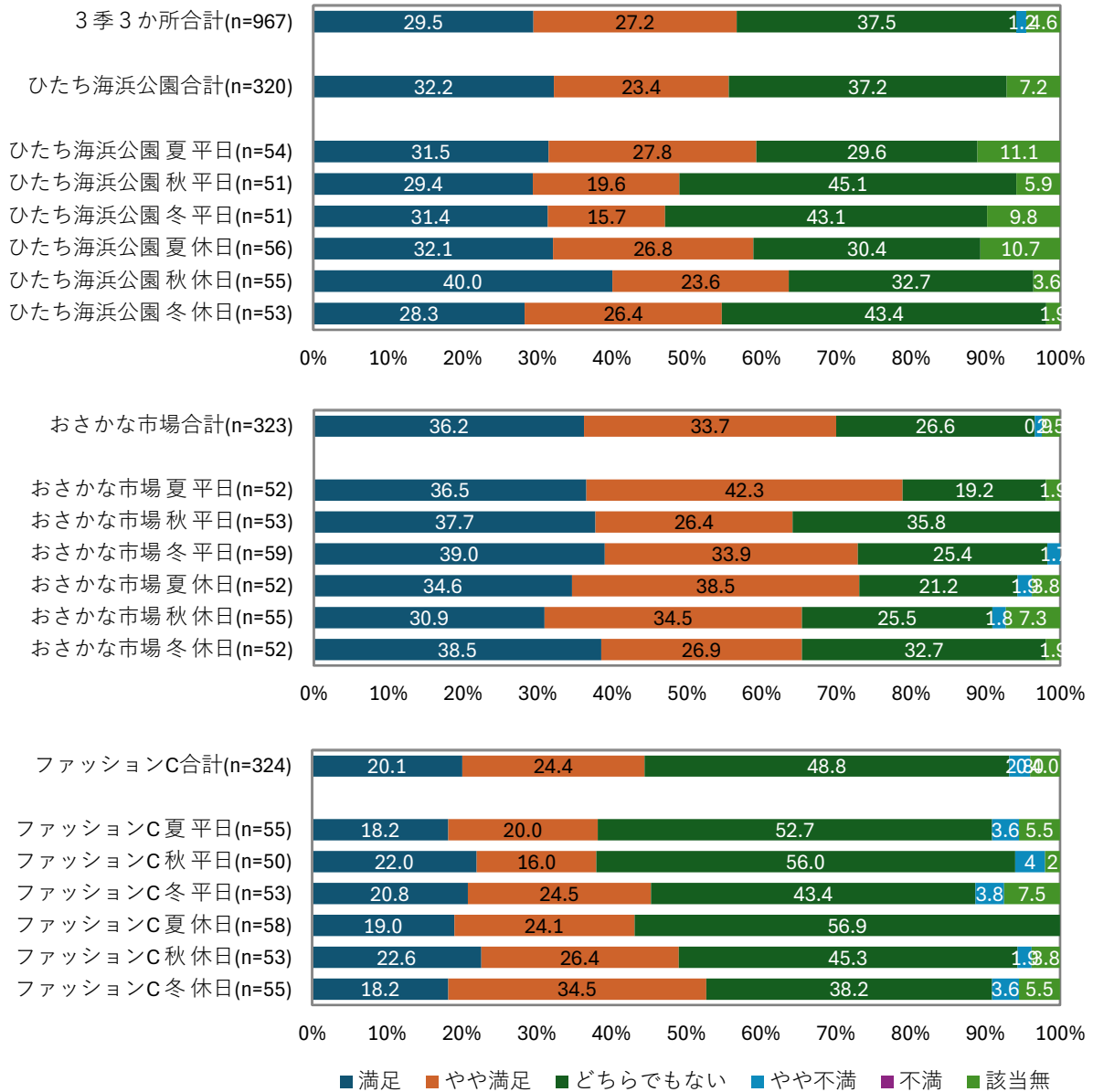
⑤ 景観・雰囲気

- 景観・雰囲気に対する評価は、6つの評価項目の中で最も高く評価されている。
- 3か所は「花の園地」「漁港」「ショッピングセンター」と趣の異なる景観要素ではあるが、空間に広がりがあり、統一感のあるテーマとデザインによって施設が構成されていることが共通点となる。広がりのある景観を楽しむことは、ひたちなか市の特徴と言える。



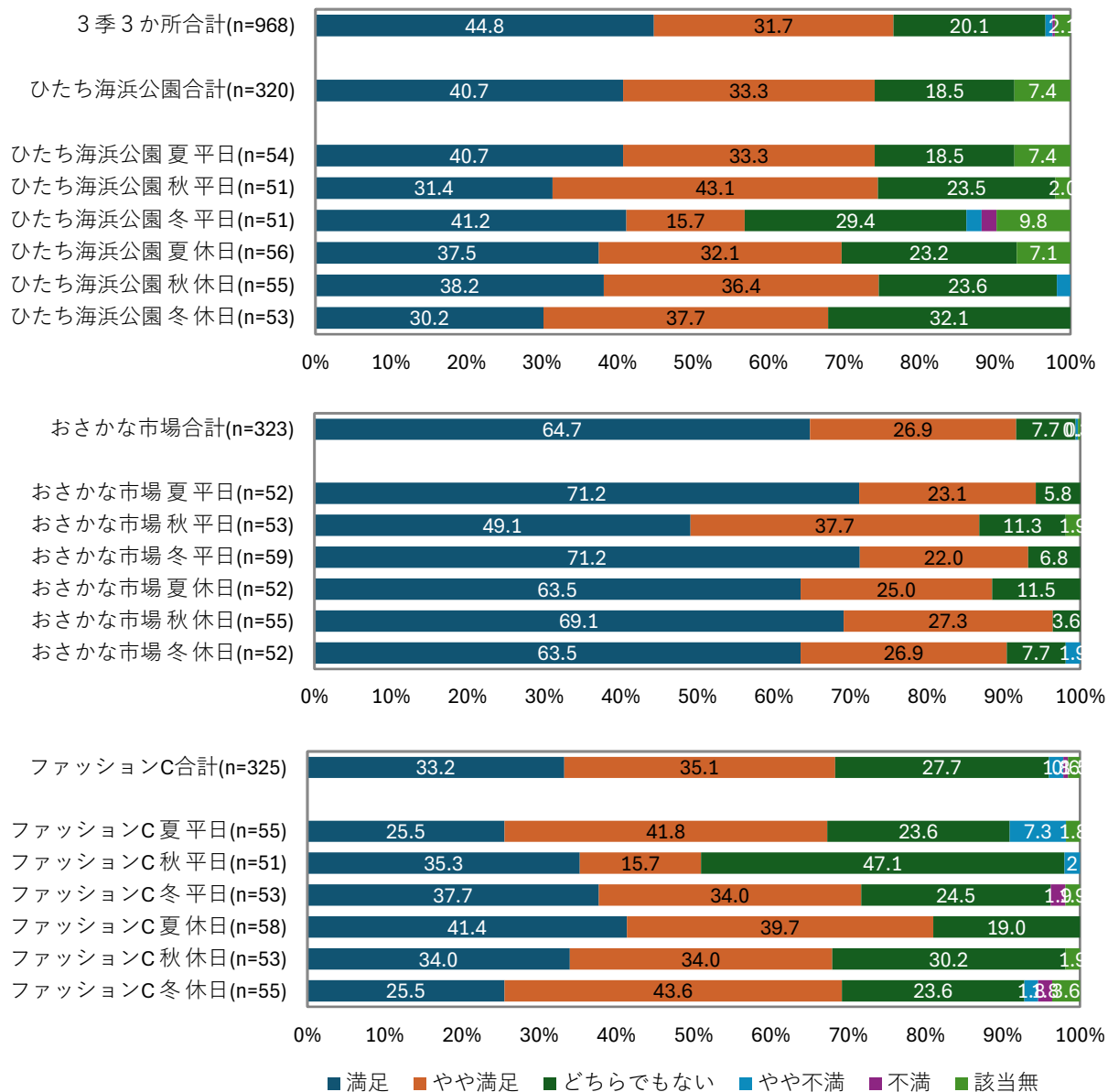
⑥地元住民のおもてなし

- 地元住民のおもてなしの評価は、ひたち海浜公園及びおさかな市場では、季節や曜日に関わらず「満足」「やや満足」の割合が7割前後と高い。
- ファッションクルーズは大半が市内や近隣の再来訪者による日常利用であり、店員からの接客は「地元住民によるおもてなし」と受け取られることが少ないことから、「どちらでもない」の割合が5割前後と高いものと思われる。



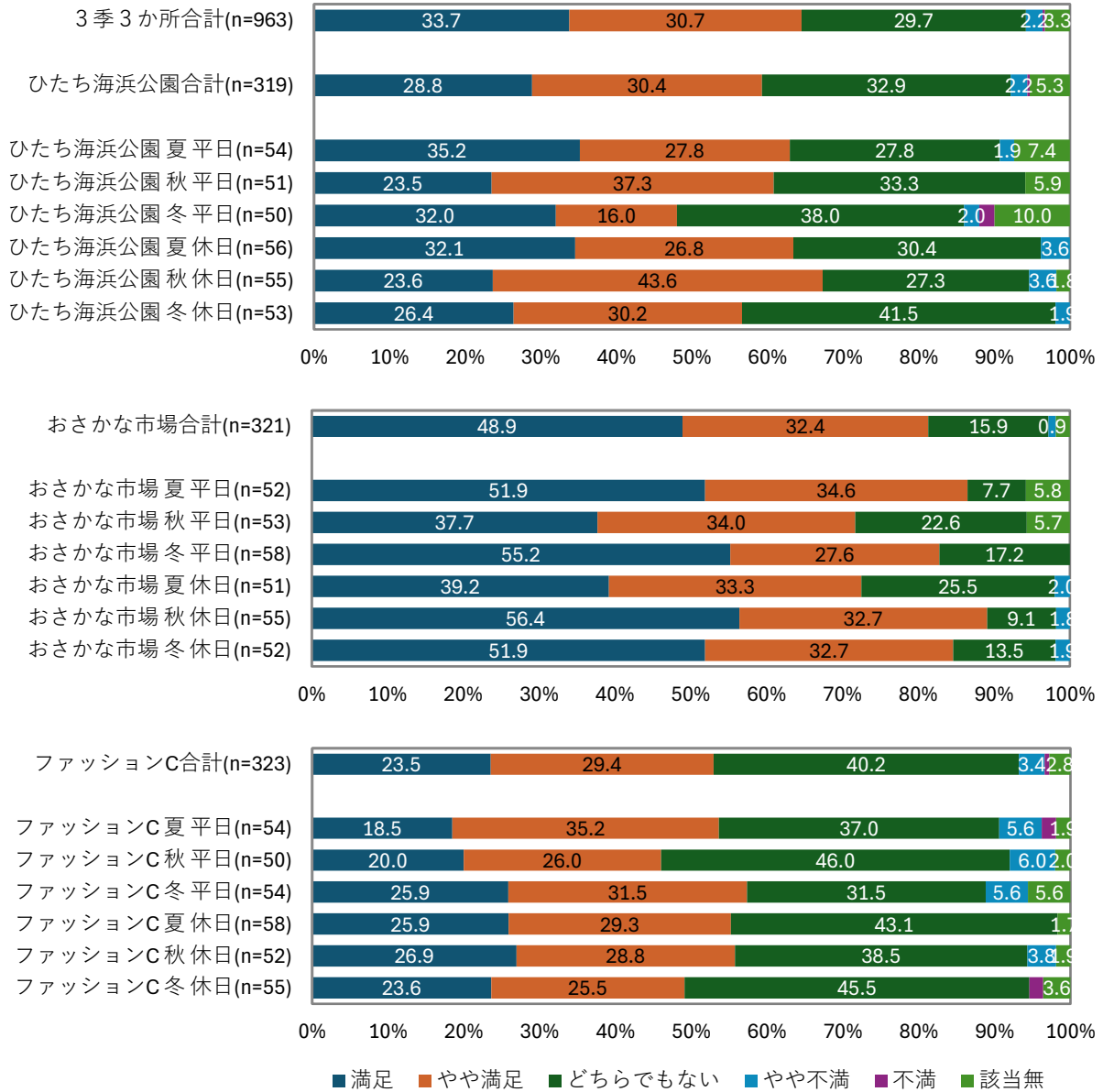
⑦食べ物

- 食べ物の評価は、おさかな市場では「満足」及び「やや満足」の合計が9割前後と高く、期待以上においしい食事が評価されている。
- ひたち海浜公園及びファッションクルーズでは、「満足」が3割前後であり、概ね良い評価を得ている。



⑧お土産品

- お土産品の評価は、食べ物と同様におさかな市場の評価が高い。
- ひたち海浜公園及びファッションクルーズでは、「満足」が3割前後であり、概ね良い評価を得ているが、SHIO_KAZE など地域固有の商品が販売されていれば、評価は高まると考えられる。



⑨市内での消費額

- 市内消費額は、ひたち海浜公園の夏の休日と、ファッションクルーズの夏の平日は10,000円を超えており、前者は宿泊費、後者は買い物代が他の季節に比べて高い。
- おさかな市場では、食事代が3,000円前後、買い物代も3,000円前後で季節によらず消費単価が安定していることが分かる。
- 飲食代では、あんこうを楽しみに訪れるリピーターなどの影響で、おさかな市場の冬の休日で3,192円と最も高くなっている。
- 買い物代では、ファッションクルーズは4,000円～6,000円と季節を問わず高い。
- 日帰りと宿泊の消費額を比較すると、宿泊来訪者の方が飲食代及び買い物代が高く、合計額は日帰りが5,361円、宿泊は22,335円となる。

(単位：円)

		1 飲食代	2 買い物代	3 宿泊費	4 合計
3季3か所合計		2,335	3,443	1,867	7,644
ひたち海浜公園平日	夏	2,237	2,638	1,537	6,413
	秋	2,454	2,273	1,839	6,567
	冬	1,525	1,294	3,947	6,766
ひたち海浜公園休日	夏	2,683	2,682	5,428	10,794
	秋	2,230	1,832	3,181	7,245
	冬	2,307	2,132	1,773	6,213
ひたち海浜公園合計		2,291	2,359	3,300	7,951
おさかな市場平日	夏	2,105	3,236	865	6,207
	秋	2,956	3,226	3,113	9,296
	冬	2,723	2,827	4,118	9,669
おさかな市場休日	夏	3,157	2,386	1,113	6,657
	秋	3,001	2,781	2,000	7,783
	冬	3,192	2,675	576	6,444
おさかな市場合計		2,743	2,790	1,498	7,031
ファッションC平日	夏	2,510	6,311	1,381	10,202
	秋	1,413	4,988	961	7,363
	冬	1,677	5,204	592	7,475
ファッションC休日	夏	1,777	4,129	258	6,165
	秋	2,673	5,481	1,566	9,720
	冬	1,689	4,720	1,181	7,591
ファッションC合計		1,987	5,116	833	7,936
日帰り来訪者平均		2,184	3,177	0	5,361
宿泊来訪者平均		3,553	4,683	14,099	22,335