

<参考資料②> 市民アンケート調査結果

＜参考資料＞ 市民アンケート調査結果

市民アンケートの概要

1-1. 市民アンケート

- 目的
江別市観光関連市場や、現観光振興計画における取組案の課題を、観光主体の目線で洗い出すとともに、江別市の観光資源ブランディング戦略を検討するためのデータを取得する。
- 対象
現計画では、「日常の延長線上にあり、気軽に楽しめる」観光像を打ち出していることから、江別市及び周辺自治体(札幌市・岩見沢市・恵庭市・北広島市・石狩市)を調査対象とする。

1-2. 調査方法等

アンケート 収集先	<ul style="list-style-type: none"> ・江別市、札幌市、岩見沢市 ・恵庭市、北広島市、石狩市
アンケート 対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・計600名 ・20代以下～70代以上の男女 ・性別や年齢層に偏りがないよう調整
アンケート 手法	<ul style="list-style-type: none"> ・Web上でのオンラインアンケート ・江別市民と近郊市民で設問を分岐 ・回答は選択式(一部自由記述式)
結果 分析方法	<ul style="list-style-type: none"> ・単純集計 ・クロス集計 ・FA分析

アンケート項目

SA=単一回答
MA=複数回答

共通	性別を教えてください。	SA
共通	年齢を教えてください。	SA
共通	居住地を教えてください。	SA
近郊	江別市へ来訪する際の主な交通手段は何ですか。	SA
江別	江別市内でお出かけの際の主な交通手段は何ですか。	SA
近郊	江別市への訪問回数を教えてください。平均するとどのくらい行きますか。	SA
近郊	江別市を訪問する(した)際、誰と訪問しましたか。(当てはまるものをすべて選択)	MA
近郊	江別市への主な訪問目的は何ですか。(当てはまるものをすべて選択)	MA
近郊	前問の主な訪問目的のついでに、レジャーやイベント参加、買い物などをする可能性がありますか。	SA
近郊	どのようなイベントに行かれましたか。(満足度の高いものを3つまで選択)	MA
近郊	どのような施設に行かれましたか。(満足度の高いものを3つまで選択)	MA
近郊	このような江別市のイベントや施設にまた来たいですか。	SA
近郊	1回の江別市への訪問で複数のイベントや施設に行きますか。(はい、いいえ、理由として当てはまるものをすべて選択)	MA
近郊	江別市内で行われているイベントのうち、知っているものをすべてお選びください。	MA
近郊	江別市内の施設のうち、知っているものをすべてお選びください。	MA
近郊	このようなイベントや施設をどのように知りましたか。(当てはまるものをすべて選択)	MA
江別	余暇や週末などに出かけるとき、どこで過ごすことが多いですか。	SA
江別	これまでに市内のイベントに参加したことがありますか。(満足度の高いものを3つまで選択)	MA
江別	平均して、1年に2回以上利用する施設はありますか。(満足度の高いものを3つまで選択)	MA
江別	市内のイベントや施設の情報をごどのように入手していますか。(当てはまるものをすべて選択)	MA
江別	江別市の魅力はどこにあると思いますか。(当てはまるものをすべて選択)	MA
江別	江別市に多くの観光客が訪れることは、あなたにとって良い影響と悪い影響のどちらが大きいですか。1つお選びください。	SA
江別	江別市の発展に、観光は重要な役割を果たしていると思いますか。1つお選びください。	SA
江別	観光客が江別市へ訪れた際、江別市内を案内することはできますか。	SA

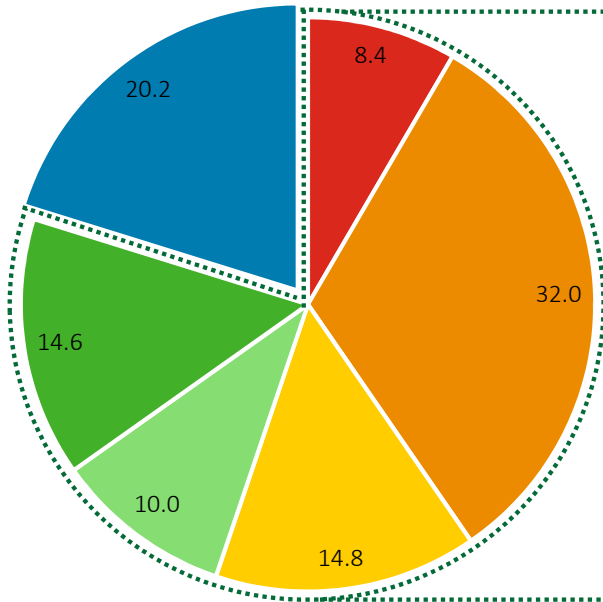
＜参考資料＞ 市民アンケート調査結果

近郊市民の来訪頻度と観光意欲(1/2)

Q3江別市への訪問回数を教えてください。平均するとどのくらい行きますか。(SA)

来訪頻度に合わせたアプローチによる、認知度向上と再訪意欲の促進が必要

- 「行ったことがない」「1回きり」の層約30%には、まず認知してもらうことが必要
- 「数年に1回程度」の層約30%強には、もう一度来てもらうことが必要
- 「年に1～6回」の層約40%弱には、さらに何度も来てもらうことが必要

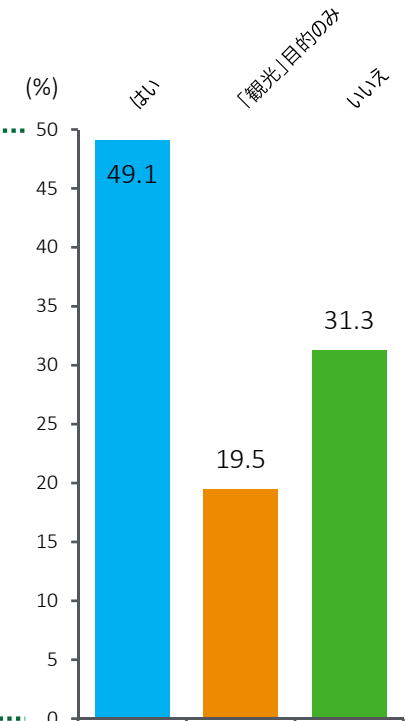
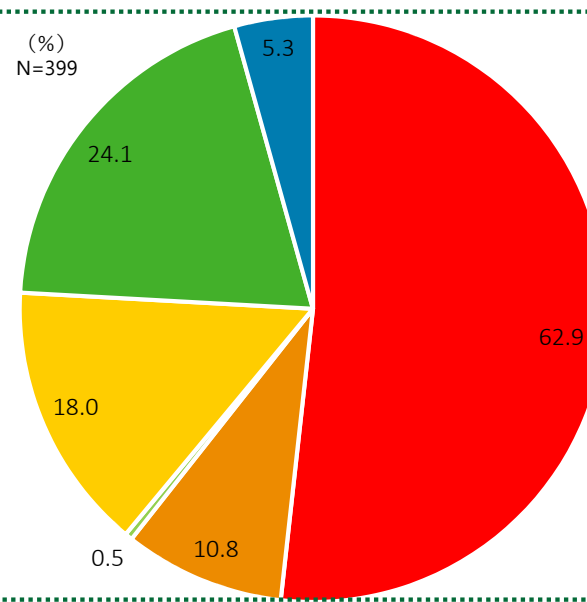
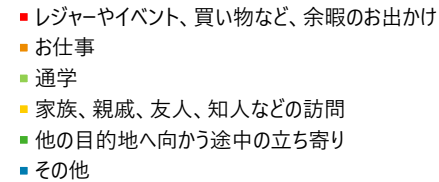


Q5江別市への主な訪問目的は何ですか。(MA)

Q6主な訪問目的のついでに、レジャーやイベント参加、買い物などをすることがありますか。(SA)

江別観光の周知と魅力向上に成長の余地

- 回答者全500名のうち、約55%は江別市内での「観光」経験あり
- 一方で約45%は、江別市に行ったことがない、あるいは行っても「観光」しないと回答したことから、江別観光未経験者層の取り込みも課題と考えられる



＜参考資料＞ 市民アンケート調査結果

近郊市民の来訪頻度と観光意欲(2/2)

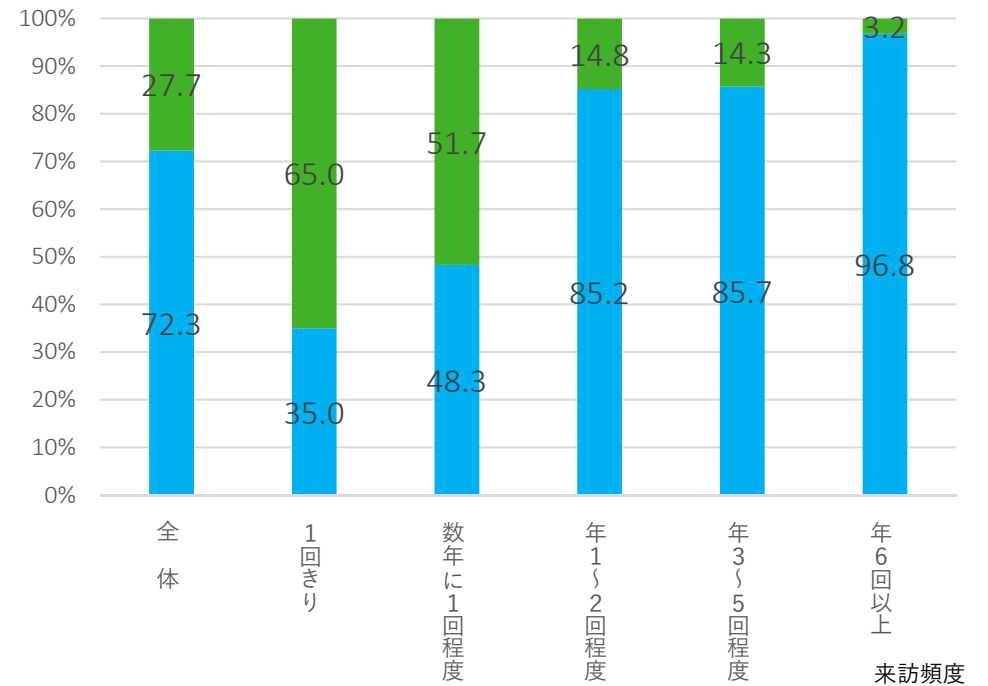
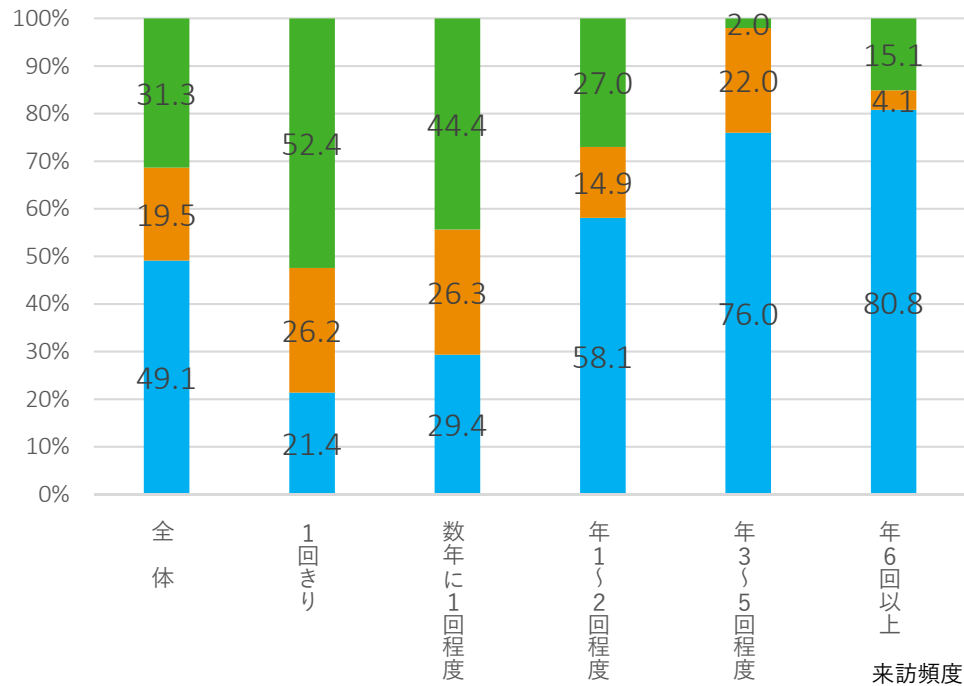
Q6主な訪問目的のついでに、レジャーやイベント参加、買い物などをすることがありますか。(SA)

Q8江別市のイベントや施設にまた来たいですか。(SA)

市外客の来訪頻度を高めることで、市内「観光」の促進と満足度の向上に繋げ、さらなる再訪意欲を生み出す好循環とする

- 来訪頻度が高いほど、市内で観光する割合が高い

- 来訪頻度が高いほど、江別市への再訪意欲が高い



■ いいえ
■ レジャーやイベント参加、買い物など余暇のお出かけ以外の目的で江別市に行くことはない
■ はい

■ はい ■ いいえ

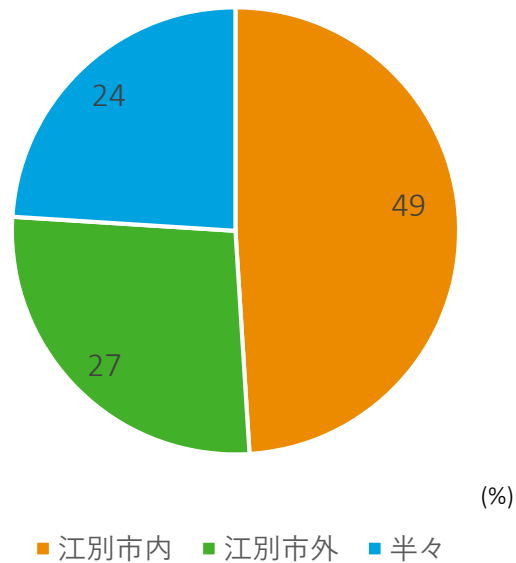
＜参考資料＞ 市民アンケート調査結果

江別市民の市内滞在頻度と観光意欲(1/2)

Q13余暇や週末などに出かけるとき、どこで過ごすことが多いですか。(SA)

コロナ禍の影響で、市内で過ごす割合が増加か

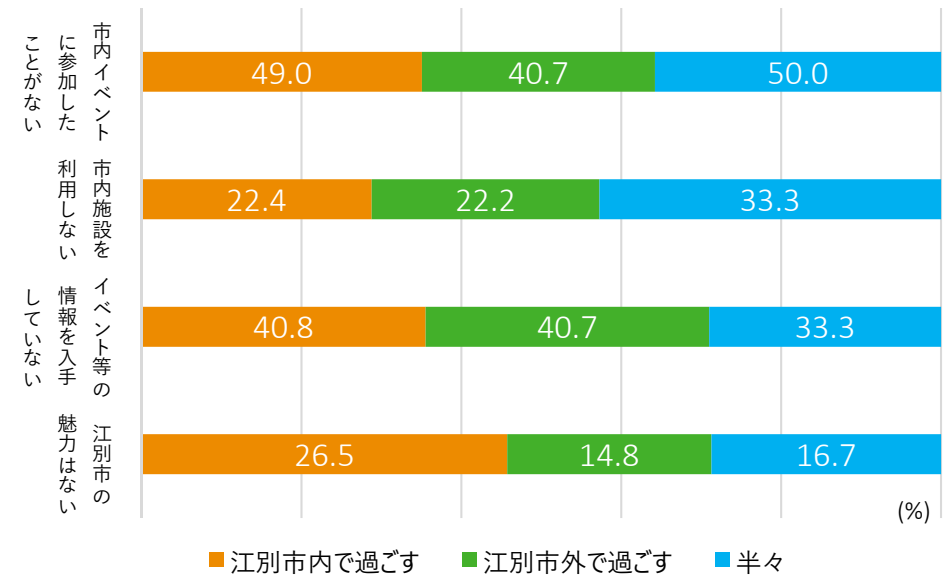
- 「江別市内で過ごすことが多い」と回答した層が約50%と、「市外で過ごすことが多い」の回答者を2倍弱上回った
- 長期化したコロナ禍の影響による外出の控えも一因と考えられる



Q14これまでに市内のイベントに参加したことがありますか。
Q15平均して、1年に2回以上利用する施設はありますか。
Q16市内のイベントや施設の情報をごどのように入手していますか。
Q17江別市の魅力はどこにあると思いますか。

市民の市中観光や周遊を促進する工夫が必要

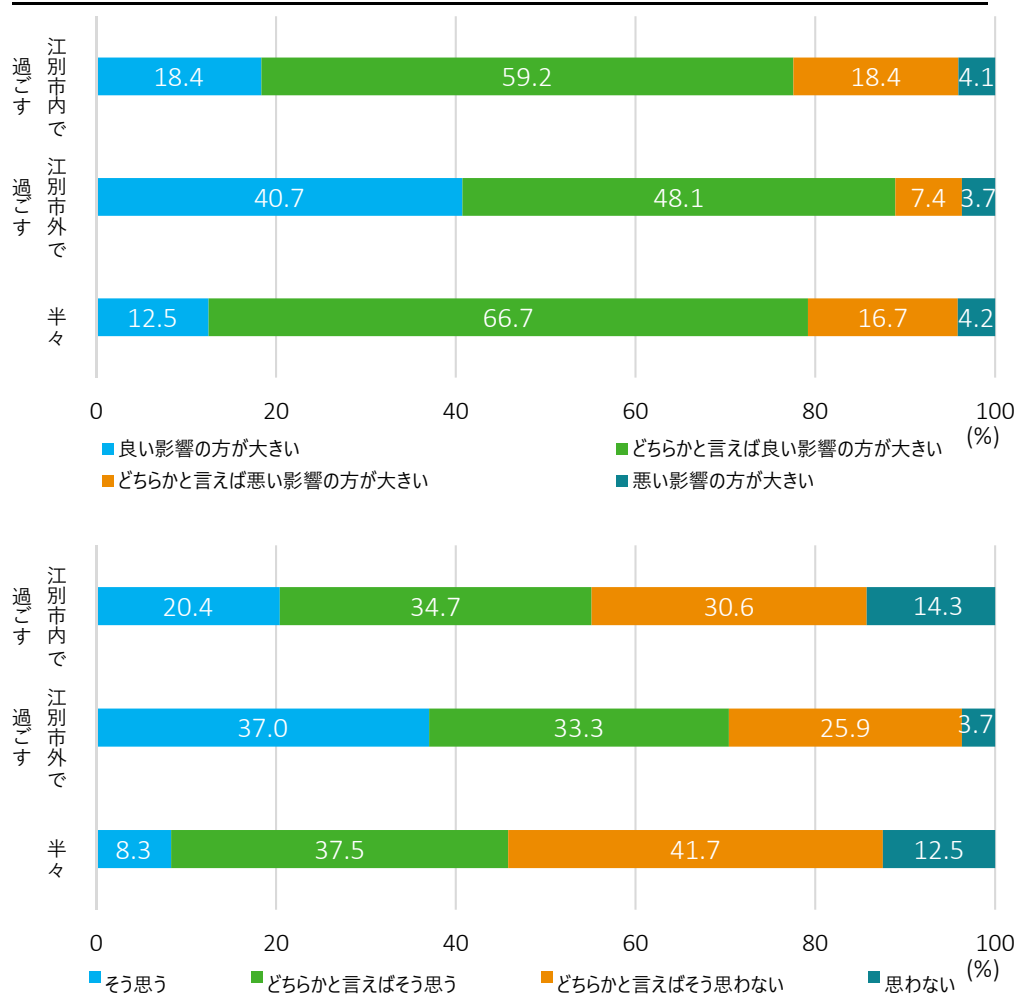
- 「市内で過ごす」層は「市外で過ごす」層よりも、イベント参加度、施設利用度、情報入手度、市内の魅力に関する理解、観光に対する理解、観光客受入への態勢など、すべての面において低い割合を示した
- 「市内で過ごす」層は、市内のイベントや施設に魅力を感じているわけではなく、観光や余暇等の外出にあまり関心がなく、積極的でない傾向にあると考えられる
- 「市外で過ごす」層は、観光に積極的である分、目的地としてより市内を選んでもらえるよう、施設の魅力向上や周知の方法を工夫する必要がある



<参考資料> 市民アンケート調査結果

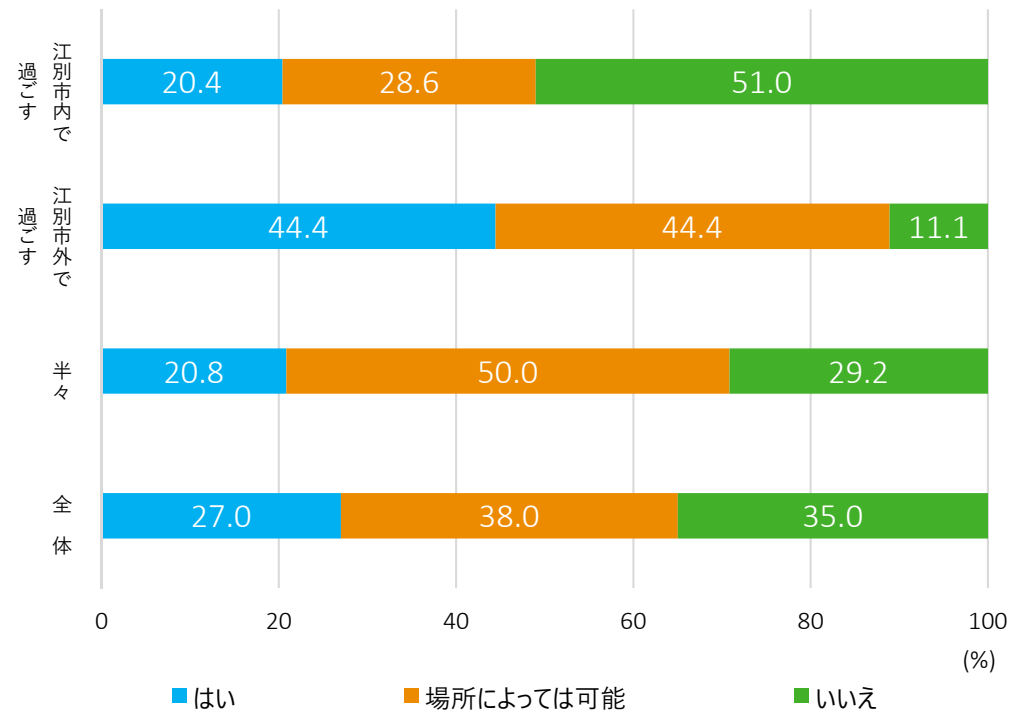
江別市民の市内滞在頻度と観光意欲(2/2)

Q18江別市に多くの観光客が訪れることは、あなたに良い影響と悪い影響のどちらが大きいですか。(SA)
Q19江別市の発展に、観光は重要な役割を果たしていると思いますか。(SA)



Q20観光客が江別市へ訪れた際、江別市内を案内することはできますか。(SA)

- 回答者全100名のうち、65%が市内を案内可能、または場所によって案内可能と回答した
- 「市内で過ごす」層は「市外で過ごす」層よりも、「案内できない」と回答した割合が著しく多い



<参考資料> 市民アンケート調査結果

江別の魅力

道央圏から見た江別市の良い印象(MA)

街並みなどの景観や自然環境が市の好印象イメージ

- 道央圏における江別市の好印象なイメージとして、街並みなどの景観や自然環境、立地に伴うアクセスの良さが上位に位置づいた
- 一方で、「特にない・分からない」の回答も中間にランクインし、市の印象やイメージ向上に改善の余地があることがみとめられる

江別市の良い印象(MA)

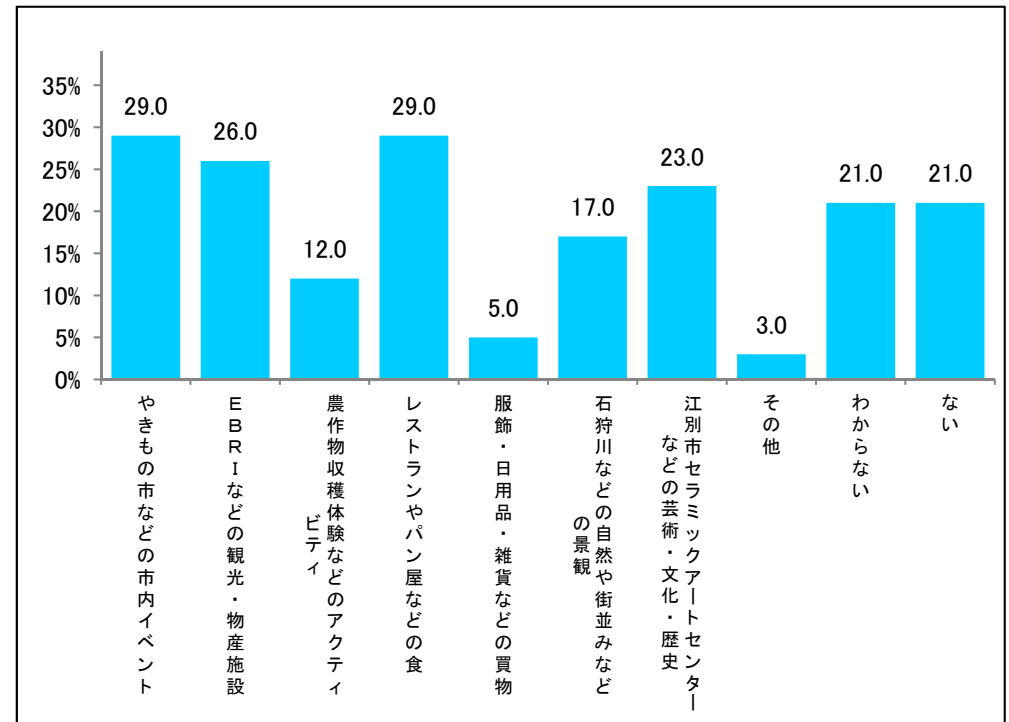


出典) 北海道新聞社「江別市看板事業創出を目的としたアンケート調査報告書」(令和4年度12月16日報告 2,127人回答)

Q17江別市民として、江別市の魅力はどこにあると思いますか。(MA)

イベントや食、物産施設などの実質的なコンテンツに魅力

- 市民から見た江別市の魅力として、市内イベントおよびパン屋などの食が同列1位となったほか、観光・物産施設や芸術・文化・歴史も高順位となった
- 一方で、道央圏から人気の高かった景観や自然は、「分からない」「ない」よりも低順位となった



<参考資料> 市民アンケート調査結果

情報収集の手段

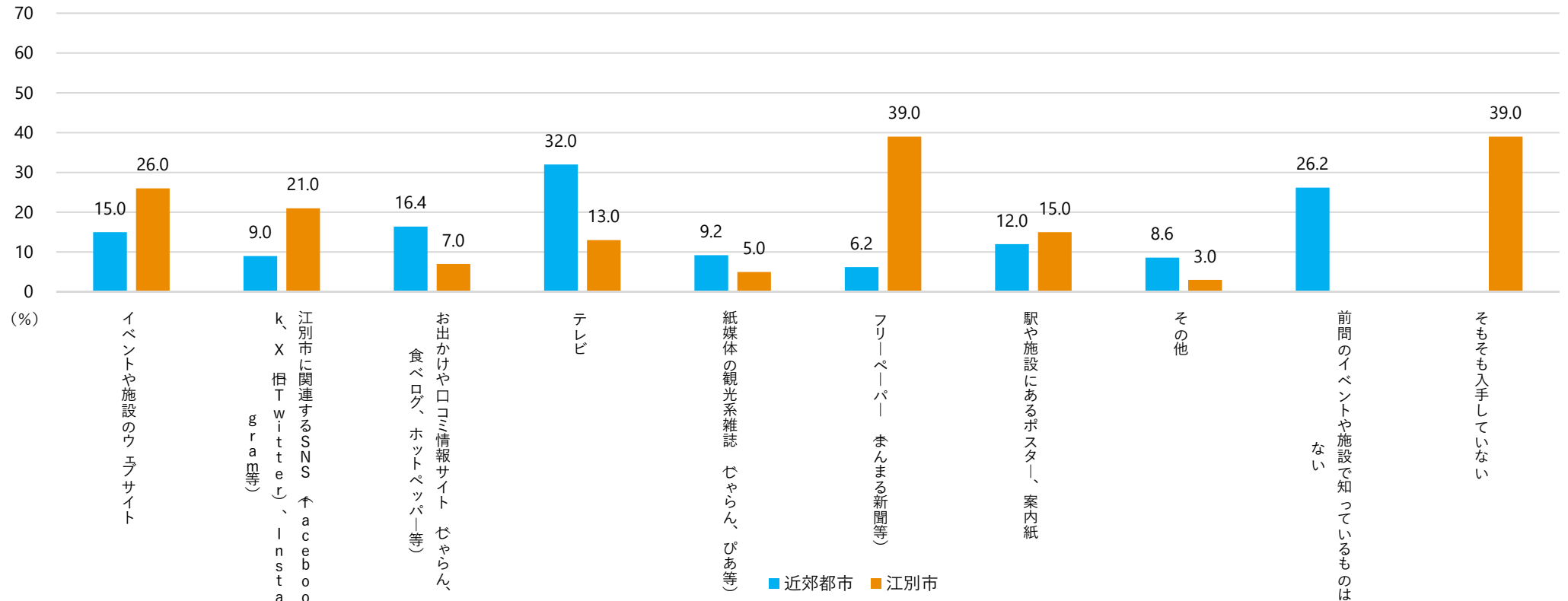
Q11近郊都市の方へ、江別市のイベントや施設をどのように知りましたか。(MA)
Q16江別市民の方へ、市内のイベントや施設の情報をどのように入手していますか。(MA)

自発的に検索よりも受動的な情報取得の傾向が強い

- 近郊市民の情報源としてはテレビ、市民の情報源としてはフリーペーパーが最多
- 近郊市民・市民いずれも、ウェブサイトやSNS等で自発的に検索するより、家族や知人の口コミ等を含む受動的な情報収集の傾向がみられた

既存メディアに加え、口コミ等の来訪者によるプロモーションの活用も視野に

- 近郊市民・市民いずれも、「知らない」「情報収集していない」の割合が高く、ターゲットに届くプロモーションが必要
- 家族や知人からの口コミ等、来訪者によるプロモーションの効果もみとめられる



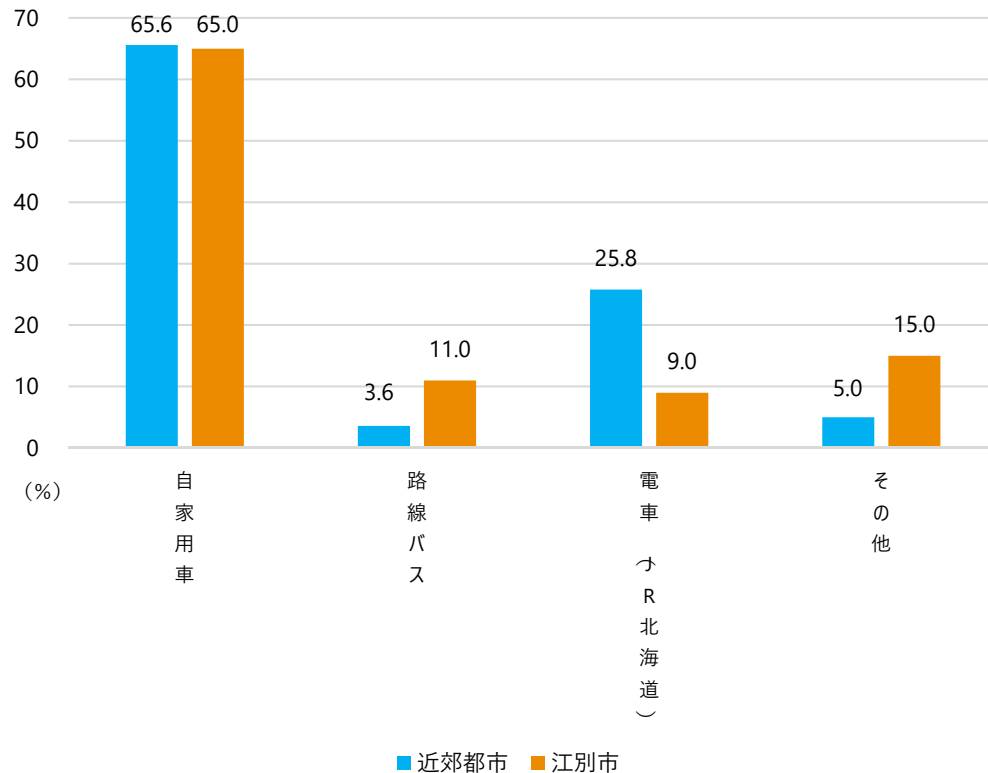
＜参考資料＞ 市民アンケート調査結果

交通手段と市内周遊度

Q1近郊都市の方へ、江別市へ来訪する際の主な交通手段は何ですか。(SA)
Q2江別市民の方へ、市内でお出かけの際の主な交通手段は何ですか。(SA)

自家用車以外の交通手段は、ニーズは見えるものの低調

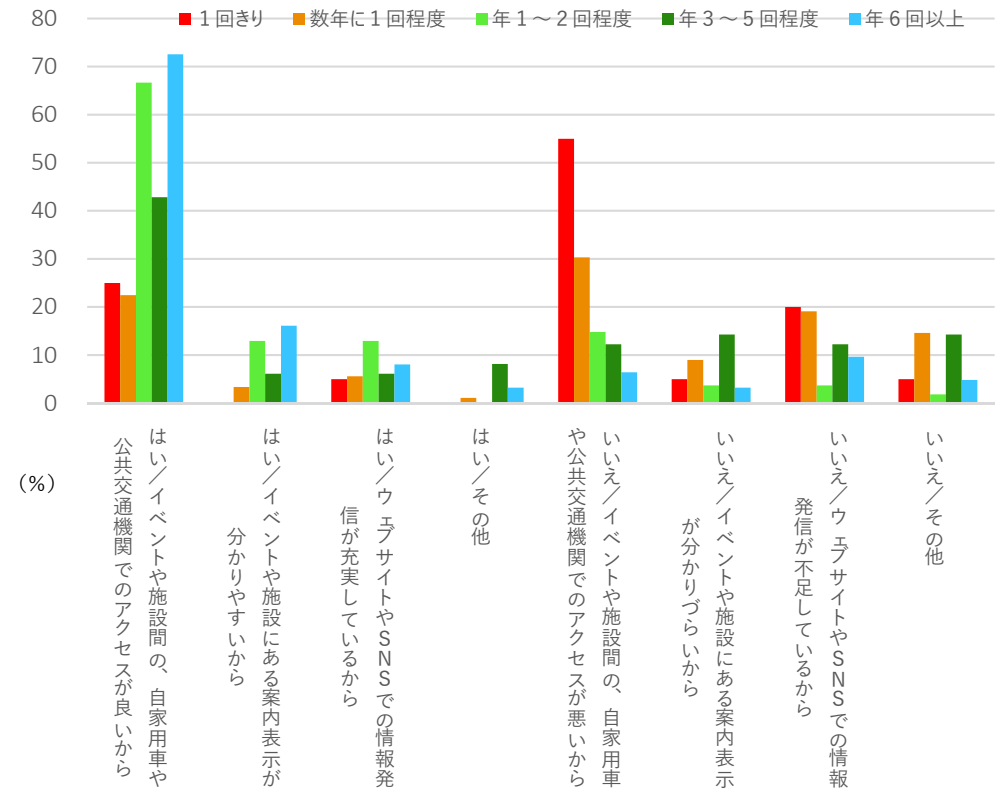
- 近郊市民、江別市民とも、自家用車利用者が過半数を占める
- タクシー利用者はほぼおらず、市民に1件のみの回答に留まる



Q9近郊都市の方へ、1回の江別市への訪問で複数のイベントや施設に行きますか。(MA)

市内周遊アクセスの悪さが、再訪や周遊意欲の低下に繋がっている

- 高頻度の来訪者は、1回の訪問で複数施設やイベントを周遊する傾向が強い
- 低頻度の来訪者は、アクセスの悪さや情報発信不足を理由に、周遊しない傾向が強い



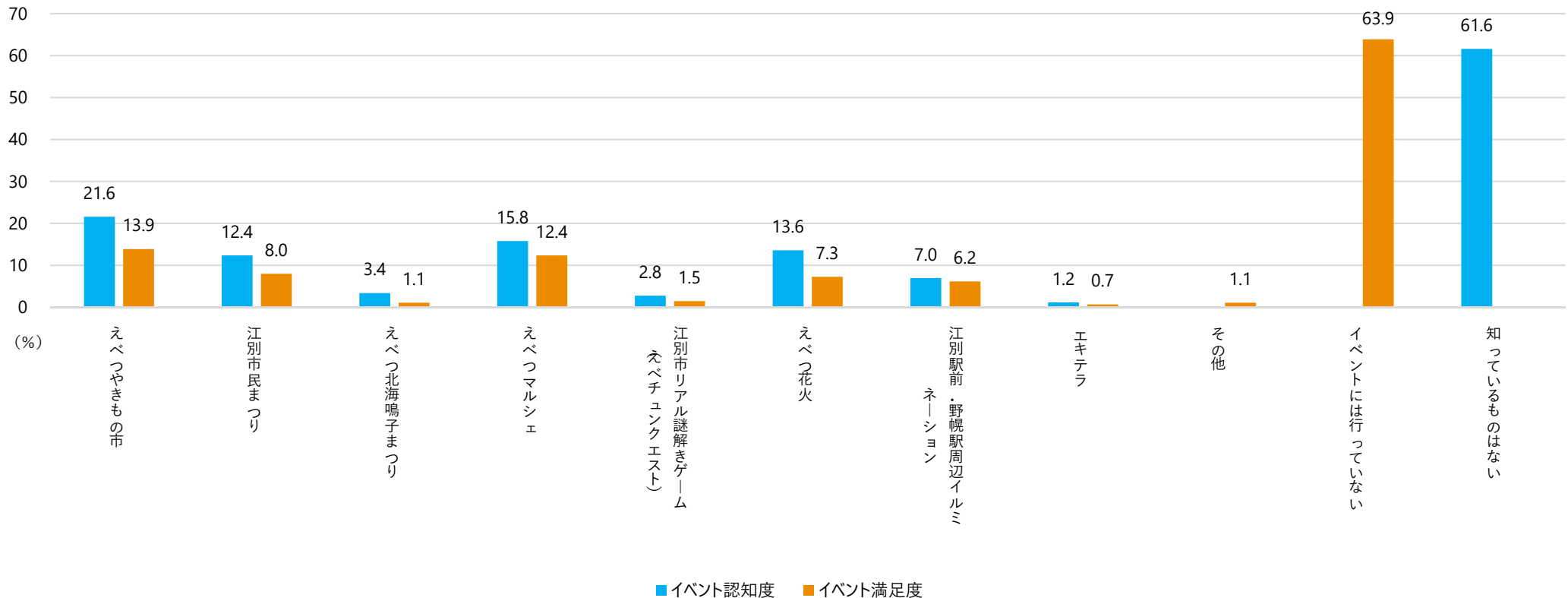
＜参考資料＞ 市民アンケート調査結果

近郊市民のイベント認知度と満足度の比較

Q7_1どのようなイベントに行かれましたか。満足度の高いものを、3つまでお選びください。(MA)
Q10_1江別市内で行われているイベントのうち、知っているものをすべてお選びください。(MA)

市内イベントは認知度・満足度ともに低調

- えべつやきもの市の認知度・満足度が最も高く、次いでえべつマルシェがランクインした
- 市内イベントの認知度・満足度は相対的に非常に低く、イベントのターゲット層や数値目標の設定、プロモーションなどの集客戦略を検討する必要がある



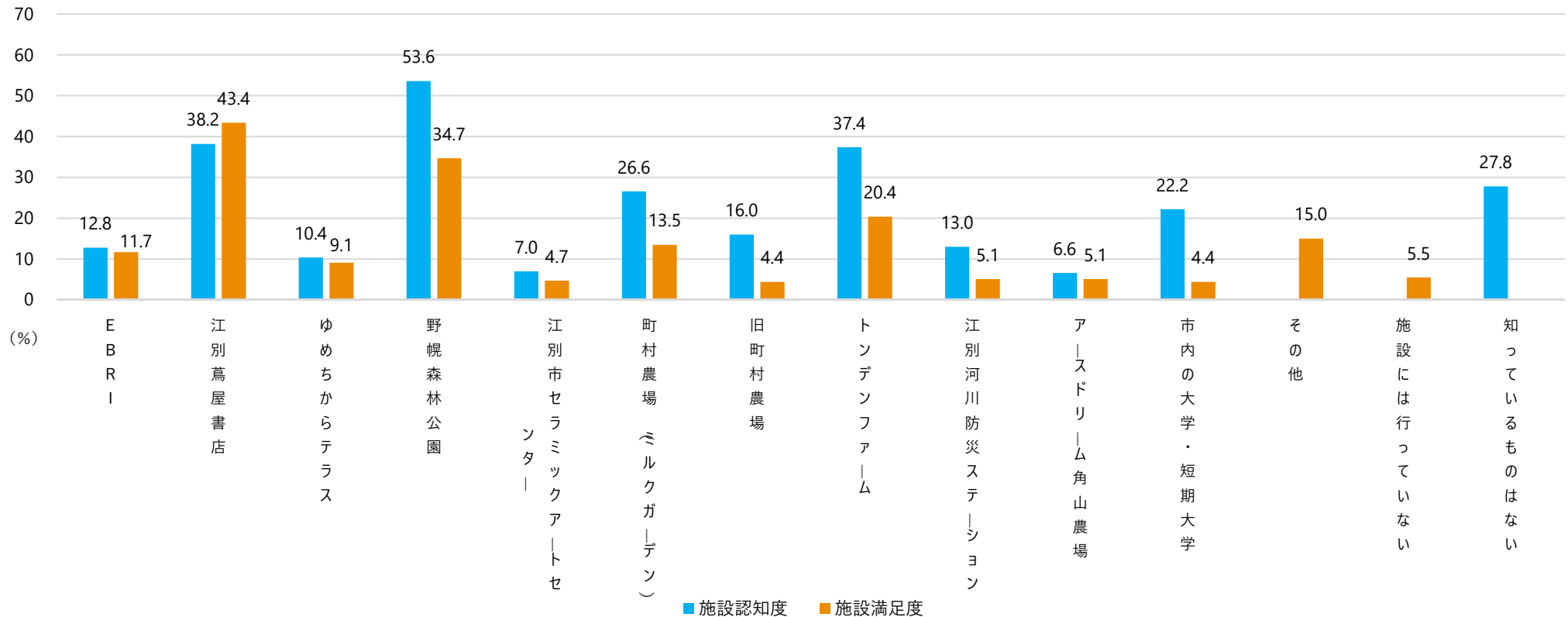
＜参考資料＞ 市民アンケート調査結果

近郊市民の施設認知度と満足度の比較

Q7-2どのような施設に行かれましたか。満足度の高いものを、3つまでお選びください。(MA)
Q10_2江別市内の施設のうち、知っているものをすべてお選びください。(MA)

市内施設の利用率は比較的堅調

- 野幌森林公園、鳶屋書店、トンデンファーム、町村農場などの需要が高い傾向にあるが、認知度と満足度間の開きも目立つ
- 「知らない」の回答も一定数みとめられるため、さらなる認知度向上のためのプロモーションと満足度を高めるサービスやコンテンツの展開が課題



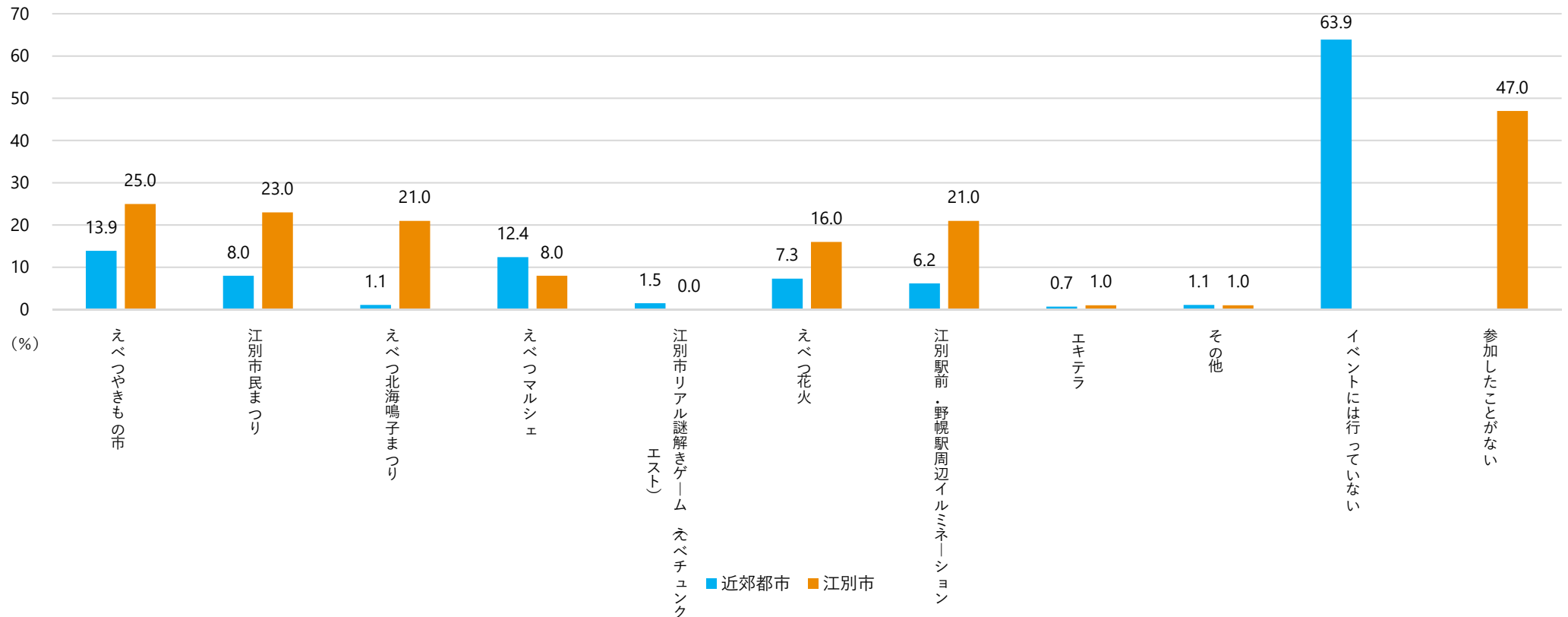
＜参考資料＞ 市民アンケート調査結果

市内イベントの満足度

Q7_1近郊都市の方へ、江別市のどのようなイベントに行かれましたか。満足度の高いものを、3つまでお選びください。(MA)
Q11江別市民の方へ、これまでに市内のイベントに参加したことがありますか。満足度の高いものを、3つまでお選びください。(MA)

市内イベントは市民向けの傾向

- 市内のイベントは江別市民の満足度のほうが高い傾向にあり、域外からの集客を目指すよりも市民の市内周遊を促進する手段として位置づけられる
- 近郊市民には、やきもの市やマルシェなどの物販主体のイベントが好まれる傾向にあるものの、相対的にイベント参加率は著しく低い



＜参考資料＞ 市民アンケート調査結果

市内施設の満足度

Q7-2近郊都市の方へ、江別市のどのような施設に行かれましたか。満足度の高いものを、3つまでお選びください。(MA)
Q15江別市民の方へ、平均して1年に2回以上利用する施設はありますか。満足度の高いものを、3つまでお選びください。(MA)

近郊市民・江別市民の求めるものに違い

- 野幌森林公園や町村農場などは近郊市民へのアピール力が強く、EBRIやトンデンファーム、防災ステーションなどは江別市民の普段使い傾向がみられる
- 蔦屋書店やゆめちからテラスは、近郊市民・江別市民のいずれにも訴求できる要素が強い

