

郡山市産業観光部観光課 御中

郡山市観光データマーケティング・ 調査分析業務

データ分析レポート 【最終報告】

令和7年3月21日

株式会社リクルート

目次

1 調査及び分析（１）定量的調査		3
調査概要		4
ア 宿泊		6
イ 観光資源		11
ウ イベント		24
エ 周遊		31
オ インバウンド		38
カ その他 参考データ		40
1 調査及び分析（２）定性的調査 ア インターネット方式		42
調査概要		43
調査結果（エグゼクティブサマリ）		47
郡山市の来訪状況		50
郡山市のGAP調査		52
郡山市の旅行実態		63
1 調査及び分析（２）定性的調査 イ インタビュー方式		71
調査概要		72
調査結果（エグゼクティブサマリ）		75
調査結果の要点		48
調査結果の詳細		86
インタビューフロー		94
2 データ分析		100
調査にて把握した主な現状と課題		101

1 調査及び分析（1）定量的調査

調査概要

1 調査及び分析 （１） 定量的調査

調査概要

■ 以下①②のデジタルツールを使用して調査を実施

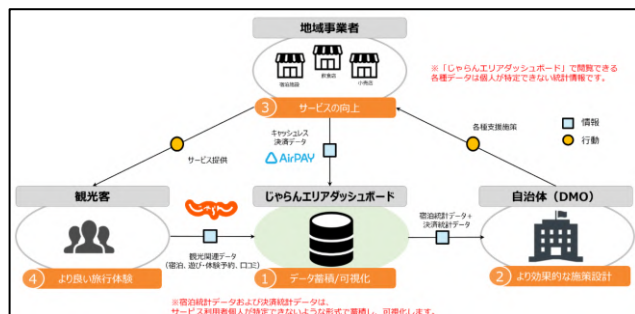
①おでかけウォッチャー



広域自治体による観光EBPM推進に特化した、人流データのダッシュボード。（アプリGPS情報）

データに基づく政策立案評価、交流人口拡大、持続可能な観光地域経営を実現するための道標となる、デジタル観光統計を全国どこでも・だれもが活用できるよう設計。

②じゃらんエリアダッシュボード



観光施策の立案・振り返りをより手軽に、より詳細に、よりタイムリーに実施するためのツール。

リクルート所有のじゃらんの「宿泊」・「遊び体験」・「クチコミデータ」に加え、当該地域に設置されている「Airペイ」を通じた消費データを統合しダッシュボード化。

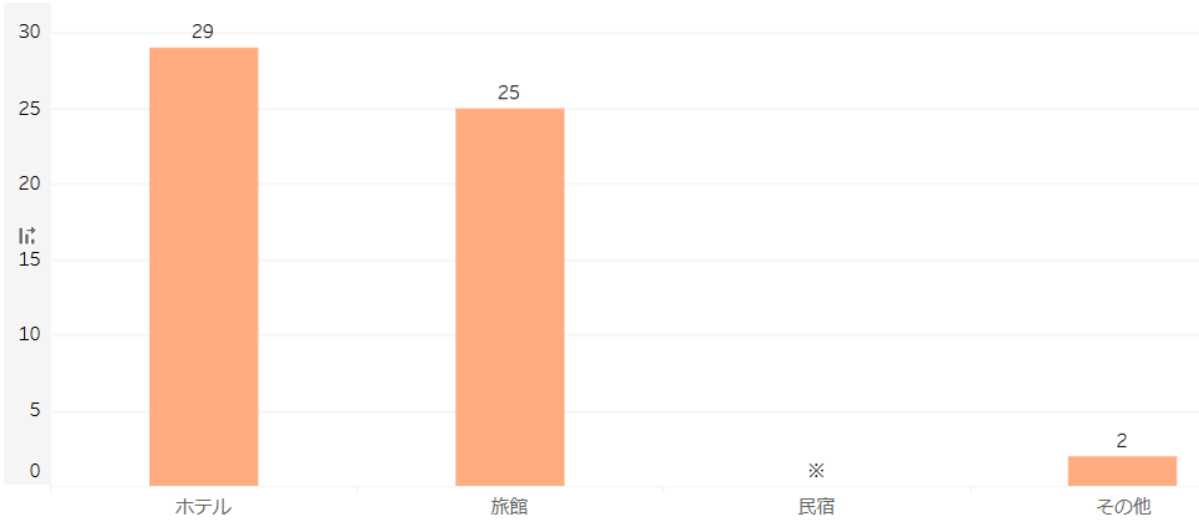
ア 宿泊

ア-a.宿泊施設数

- 郡山市内の宿泊施設は56施設
 - └ ホテル29、旅館25、その他（貸別荘） 2

宿数 (件)

全体	56
ホテル	29
旅館	25
民宿	※
その他	2



※2025年3月13日時点 じゃらんnet参画施設ベース
(じゃらんエリアダッシュボード)

ア-b.宿泊者数

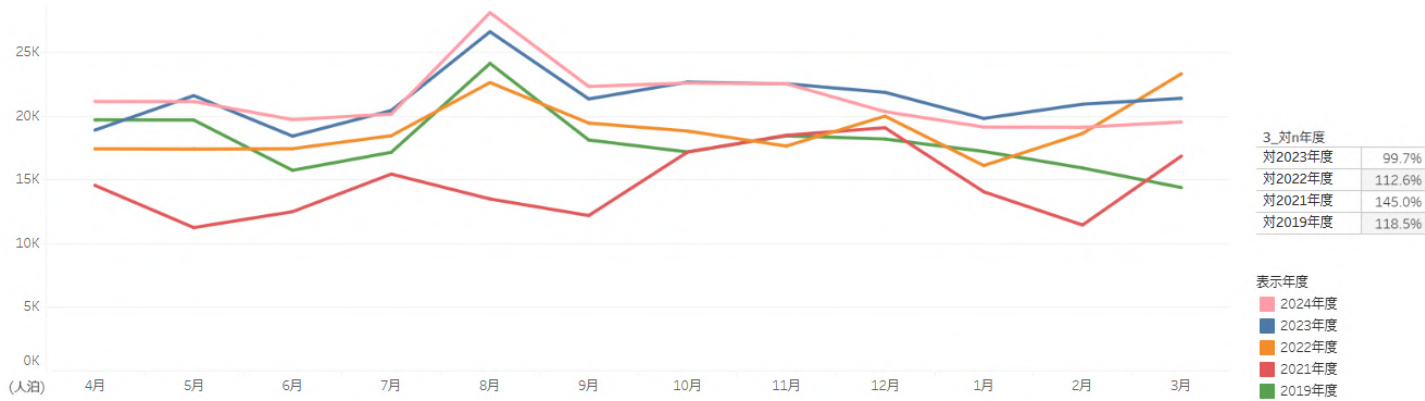
- 2023年度の年間人泊数実績は約25.6万人（2022年度比113%）
- 2024年度は昨年度ほぼ同等の着地見込みだが、昨年度の実績や、県全体の伸び率106%と比較すると実質的には鈍化傾向
- 特にホテル業態の鈍化が大きい。旅館業態はトレンド通り
- 月別では8月が繁忙期だが、全体的に繁閑差は少なく安定的

人泊数				
	実績 (人)	比較年 (人)	対比較年 伸び率	県伸び率
合計	255,977	226,898	113%	109%
ホテル	217,304	186,979	116%	112%
旅館	37,902	39,195	97%	104%
民宿	※	※		116%
ペンション				110%
その他	771	724	106%	89%

※2023年4月1日～2024年3月31日 じゃらんnet取扱宿泊実績（じゃらんエリアダッシュボード）

人泊数				
	実績 (人)	比較年 (人)	対比較年 伸び率	県伸び率
合計	247,240	246,243	100%	106%
ホテル	207,507	209,136	99%	106%
旅館	38,946	36,355	107%	105%
民宿	※	※		108%
ペンション				96%
その他	787	752	105%	98%

※2024年4月1日～2025年3月20日 じゃらんnet取扱宿泊実績（じゃらんエリアダッシュボード）

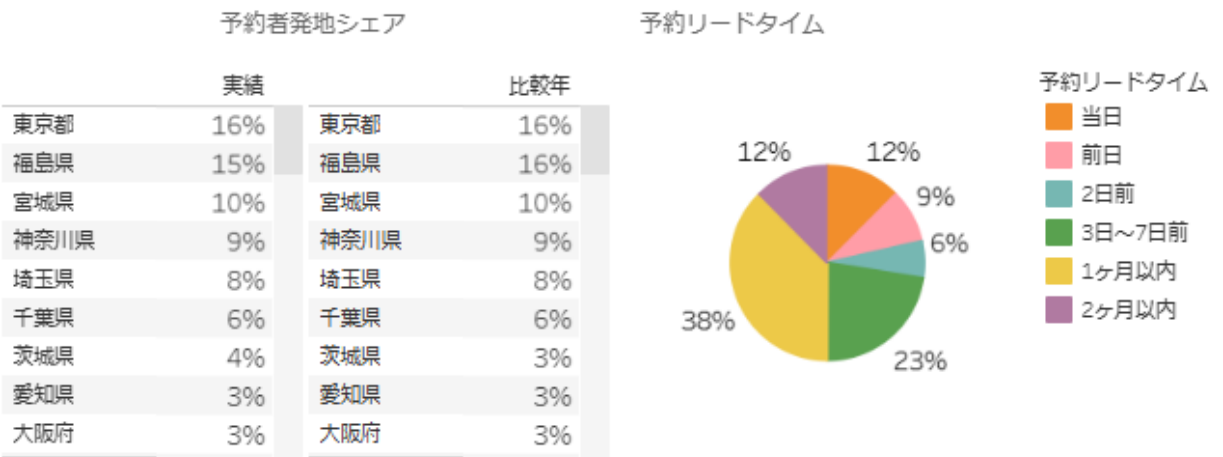


※2019年度～2024年度 じゃらんnet取扱宿泊実績
※コロナ禍の2020年度は除外、2024年度は3/20までの実績
（じゃらんエリアダッシュボード）

ア-c.宿泊者の属性

- 72％が男性／69％が1名泊 ⇒ビジネス客が多いと想定される
- 居住地はTOP4の東京都、福島県、宮城県、神奈川県で約半数
- 約半数が宿泊日から1週間以内の予約

性別シェア			グループサイズシェア			リピーター率		
	実績	比較年		実績	比較年		実績	比較年
男性割合	72%	72%	1人	69%	68%	リピーター	24%	23%
女性割合	28%	28%	2人	22%	23%	新規	76%	77%
			グループ	6%	6%			
			家族	3%	3%			



※2024年4月1日～2025年3月20日 じゃらんnet取扱宿泊実績
(じゃらんエリアダッシュボード)

ア-d.宿泊に要した金額

- 1人当たり平均宿泊金額はホテル7,611円、旅館16,182円
- 昨年度より各業態とも約5%程度単価が向上
- ホテルは男性の方が高く、旅館は女性の方が高い傾向

全体	人泊単価			
	実績 (円)	比較年 (円)	対比較年 伸び率	県伸び率
合計	8,953	8,380	107%	104%
ホテル	7,611	7,144	107%	105%
旅館	16,182	15,575	104%	105%
民宿	※	※		105%
ペンション				107%
その他	4,963	4,467	111%	104%

男性	人泊単価			
	実績 (円)	比較年 (円)	対比較年 伸び率	県伸び率
合計	8,926	8,343	107%	105%
ホテル	7,587	7,129	106%	105%
旅館	16,108	15,453	104%	105%
民宿	※	※		105%
ペンション				107%
その他	4,978	4,459	112%	105%

女性	人泊単価			
	実績 (円)	比較年 (円)	対比較年 伸び率	県伸び率
合計	10,095	9,368	108%	104%
ホテル	6,844	6,475	106%	105%
旅館	18,018	17,080	105%	105%
民宿	※	※		109%
ペンション				106%
その他	5,297	4,440	119%	102%

※2024年4月1日～2025年3月20日 じゃらんnet取扱宿泊実績
（じゃらんエリアダッシュボード）

イ 観光資源

イ-a.観光資源（観光スポット、観光体験等）の利用者数

- 来訪者数は郡山駅および郡山駅周辺スポットに集中している
- それ以外のスポットで比較的に来訪者が多いのは、国見SA、磐梯熱海温泉、開成山公園など

来訪地ランキング

来訪地	来訪者数		
郡山駅	3,667,393	高柴デコ屋敷	18,517
郡山駅前ホテル（西口・東口）	1,495,829	湖南町（秋山浜）	14,755
国見サービスエリア（上り）	1,318,275	磐梯熱海温泉足湯(駅前・けやき...	14,154
郡山駅前大通り	517,867	湖南町(舟津公園)	12,730
うすい百貨店	514,053	高屋敷稻荷神社	11,412
磐梯熱海温泉エリア	501,182	湖南町（舟津浜）	11,157
郡山駅西口広場	455,957	湖南町（館浜）	9,997
ビッグアイ・スペースパーク	322,091	逢瀬公園	8,380
ビッグパレットふくしま	229,381	湖南町（青松浜）	7,473
開成山公園（スポーツ施設を除...	181,198	大安場史跡公園	6,534
郡山市民文化センター	141,296	ふくしま逢瀬ワイナリー	6,399
郡山カルチャーパーク	106,565	浄土松公園・郡山自然の家	6,392
JAさくら農産物直売施設 あぐりあ	94,385	湖南町（横沢浜）	6,232
郡山市立美術館	76,406	仁井田本家	5,342
郡山ユラックス熱海	70,293	笹の川酒造・安積蒸溜所	5,060
磐梯熱海駅	45,395	宝来屋郡山総合体育館	4,938
郡山市磐梯熱海観光物産館	44,499	湖南町（浜路浜）	3,381
開成山大神宮	41,560	延命地藏尊・紅枝垂地藏桜	3,070
磐梯熱海スポーツパーク・磐梯...	34,058	四季の里郡山緑水苑	2,336
石筵ふれあい牧場	30,701	富久山河川敷多目的広場	1,570
郡山布引風の高原	23,232	開成館	1,492
21世紀記念公園・麓山の杜・麓...	20,367	高篠山森林公園	1,441

※2024年4月1日～2025年3月16日の合計
（おでかけウォッチャー）

イ-b. 利用者の属性

■ 郡山市全体

- ↳ 来訪者の居住地は県内が最も多く約35%。次いで宮城、東京
- ↳ 性別は男性が若干多いが、各年代まんべんなく来訪している

発地ランキング

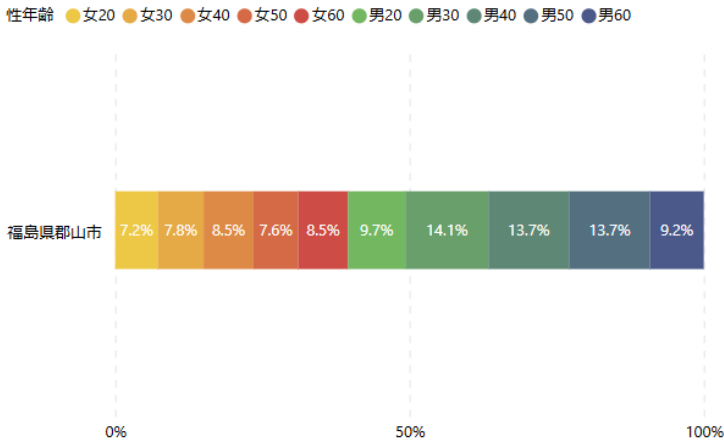
発地	来訪者数	シェア
福島県	3,008,533	35.89%
宮城県	1,197,733	14.29%
東京都	755,715	9.02%
神奈川県	658,749	7.86%
埼玉県	482,265	5.75%
千葉県	311,147	3.71%
栃木県	244,713	2.92%
茨城県	169,066	2.02%
山形県	154,811	1.85%
岩手県	154,791	1.85%
新潟県	142,103	1.70%
愛知県	126,442	1.51%
大阪府	117,726	1.40%
青森県	108,097	1.29%
静岡県	84,496	1.01%
北海道	80,871	0.96%
群馬県	69,123	0.82%
秋田県	64,028	0.76%
兵庫県	57,983	0.69%
京都府	50,649	0.60%

来訪者数

福島県郡山市 8,382,142

来訪地別・属性別構成

構成比 人数



※2024年4月1日～2025年3月16日の合計
(おでかけウォッチャー)

イ-b. 利用者の属性

- 磐梯熱海温泉エリア
 - ↳ 来訪者の居住地は3割弱が県内。次いで宮城、東京
 - ↳ 男性が約6割。男女とも50～60代が多いが、男性は30代も多い

発地ランキング

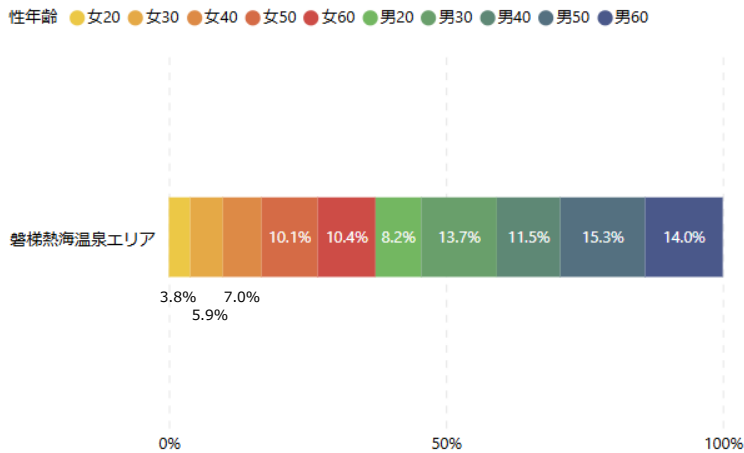
発地	来訪者数	シェア
福島県	139,207	27.78%
宮城県	56,327	11.24%
東京都	51,292	10.23%
神奈川県	44,431	8.87%
埼玉県	39,757	7.93%
千葉県	34,864	6.96%
茨城県	24,874	4.96%
栃木県	18,728	3.74%
新潟県	15,297	3.05%
山形県	9,021	1.80%
群馬県	7,342	1.46%
岩手県	6,694	1.34%
大阪府	6,401	1.28%
愛知県	5,023	1.00%
兵庫県	4,513	0.90%
静岡県	4,468	0.89%
青森県	3,396	0.68%
福岡県	3,334	0.67%
長野県	3,299	0.66%
北海道	2,750	0.55%

来訪者数



来訪地別・属性別構成

構成比 人数



※2024年4月1日～2025年3月16日の合計
(おでかけウォッチャー)

イ-b. 利用者の属性

- 郡山駅周辺商業施設エリア
(うすい百貨店／郡山駅前大通り／ビッグアイ・スペースパーク)
 - └居住地は県内が半数以上
 - └うすい百貨店は女性が多く、他2スポットは男性が多い

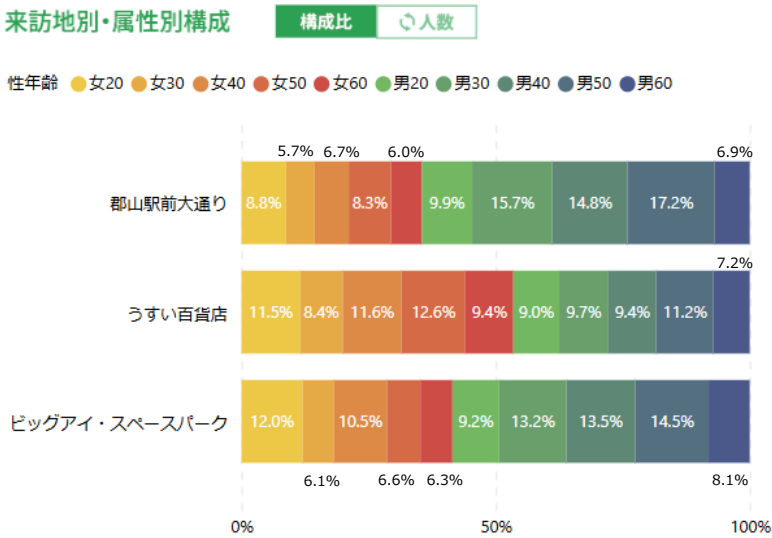
発地ランキング

発地	来訪者数	シェア
福島県	709,037	52.37%
宮城県	131,383	9.70%
東京都	95,401	7.05%
神奈川県	71,958	5.31%
埼玉県	53,590	3.96%
千葉県	40,567	3.00%
栃木県	30,085	2.22%
茨城県	23,274	1.72%
山形県	19,931	1.47%
大阪府	18,385	1.36%
新潟県	17,194	1.27%
北海道	16,438	1.21%
愛知県	14,435	1.07%
岩手県	13,444	0.99%
京都府	12,149	0.90%
青森県	8,727	0.64%
静岡県	8,180	0.60%
兵庫県	8,006	0.59%
福岡県	7,654	0.57%
秋田県	6,221	0.46%

来訪者数

郡山駅前大通り	512,650
うすい百貨店	498,332
ビッグアイ・スペース...	290,839

来訪地別・属性別構成



※2024年4月1日～2025年3月16日の合計
(おでかけウォッチャー)

イ-b. 利用者の属性

- 湖南町エリア
(秋山浜／館浜／青松浜／舟津浜／横沢浜／浜路浜)
 - └居住地は半数以上が福島県内。県外は比較的関東方面が多い
 - └全体的に男性の方が多く、浜路浜・青松浜エリアはほとんど男性

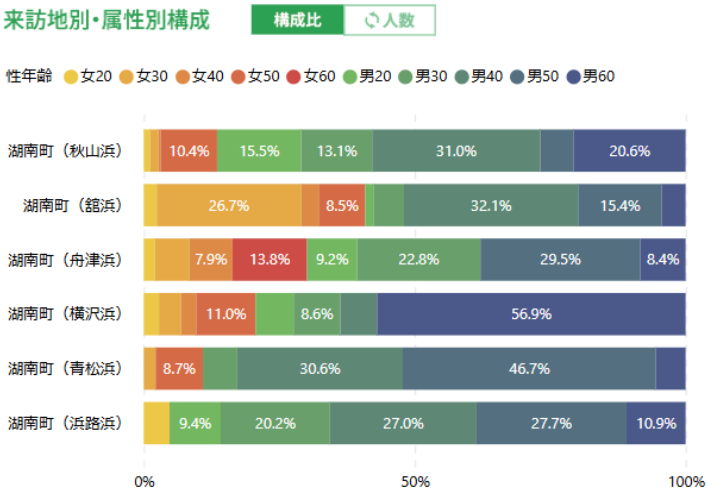
発地ランキング

発地	来訪者数	シェア
福島県	28,882	54.50%
栃木県	4,025	7.60%
埼玉県	2,937	5.54%
神奈川県	2,910	5.49%
東京都	2,360	4.45%
新潟県	2,152	4.06%
茨城県	2,024	3.82%
宮城県	1,873	3.53%
千葉県	1,467	2.77%
山形県	717	1.35%
群馬県	631	1.19%
静岡県	478	0.90%
岐阜県	469	0.88%
北海道	342	0.65%
兵庫県	279	0.53%
愛知県	260	0.49%
長野県	213	0.40%
京都府	169	0.32%
山梨県	159	0.30%
大阪府	158	0.30%

来訪者数

湖南町（秋山浜）	9,400
湖南町（館浜）	6,077
湖南町（舟津浜）	4,941
湖南町（横沢浜）	3,478
湖南町（青松浜）	2,464
湖南町（浜路浜）	1,091

来訪地別・属性別構成

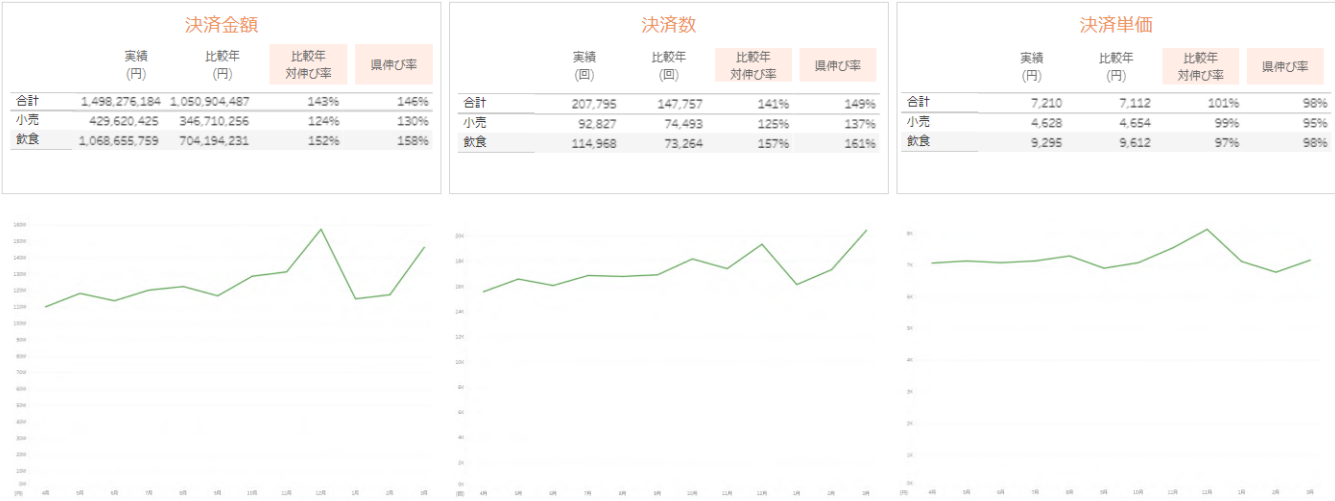


※2024年4月1日～2025年3月16日の合計
(おでかけウォッチャー)

	女20	女30	女40	女50	女60	男20	男30	男40	男50	男60
湖南町（秋山浜）	1.1%	1.5%	0.5%	10.4%	0.0%	15.5%	13.1%	31.0%	6.2%	20.6%
湖南町（館浜）	2.4%	26.7%	3.3%	8.5%	0.0%	1.5%	5.6%	32.1%	15.4%	4.4%
湖南町（舟津浜）	2.1%	6.4%	7.9%	0.0%	13.8%	9.2%	22.8%	0.0%	29.5%	8.4%
湖南町（横沢浜）	2.8%	4.1%	2.8%	11.0%	0.0%	7.0%	8.6%	6.8%	0.0%	56.9%
湖南町（青松浜）	0.0%	2.2%	0.0%	8.7%	0.0%	0.0%	6.3%	30.6%	46.7%	5.5%
湖南町（浜路浜）	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.4%	20.2%	27.0%	27.7%	10.9%

イ-c. 観光資源での消費額

- 郡山市全体
 - └ 年末の12月と年度末3月に消費の山がある（都会型）



※2023年4月1日～2024年3月31日のAirベイ決済実績
※通年でのトレンドを見るため2023年度の通年データを記載しています
【※】 マークの項目はサンプルが少ないため非公開となっているもの
（じゃらんエリアダッシュボード）

イ-c. 観光資源での消費額

- 磐梯熱海温泉エリア
 - ↳GW、夏休み時期に比較的消費が増える傾向（観光地型）



※2023年4月1日～2024年3月31日のAirベイ決済実績
※通年でのトレンドを見るため2023年度の通年データを記載しています
【※】マークの項目はサンプルが少ないため非公開となっているもの
（じゃらんエリアダッシュボード）

イ-c. 観光資源での消費額

- 郡山駅西口周辺エリア
 - └ 年末の12月と年度末3月に消費の山がある（都会型）
 - └ 郡山市全体の決済額の約半分がこのエリアで消費されている



※2023年4月1日～2024年3月31日のAirベイ決済実績
※通年でのトレンドを見るため2023年度の通年データを記載しています
【※】 マークの項目はサンプルが少ないため非公開となっているもの
(じゃらんエリアダッシュボード)

イ-c. 観光資源での消費額

■ 湖南エリア

└サンプル数が少ないためデータなし

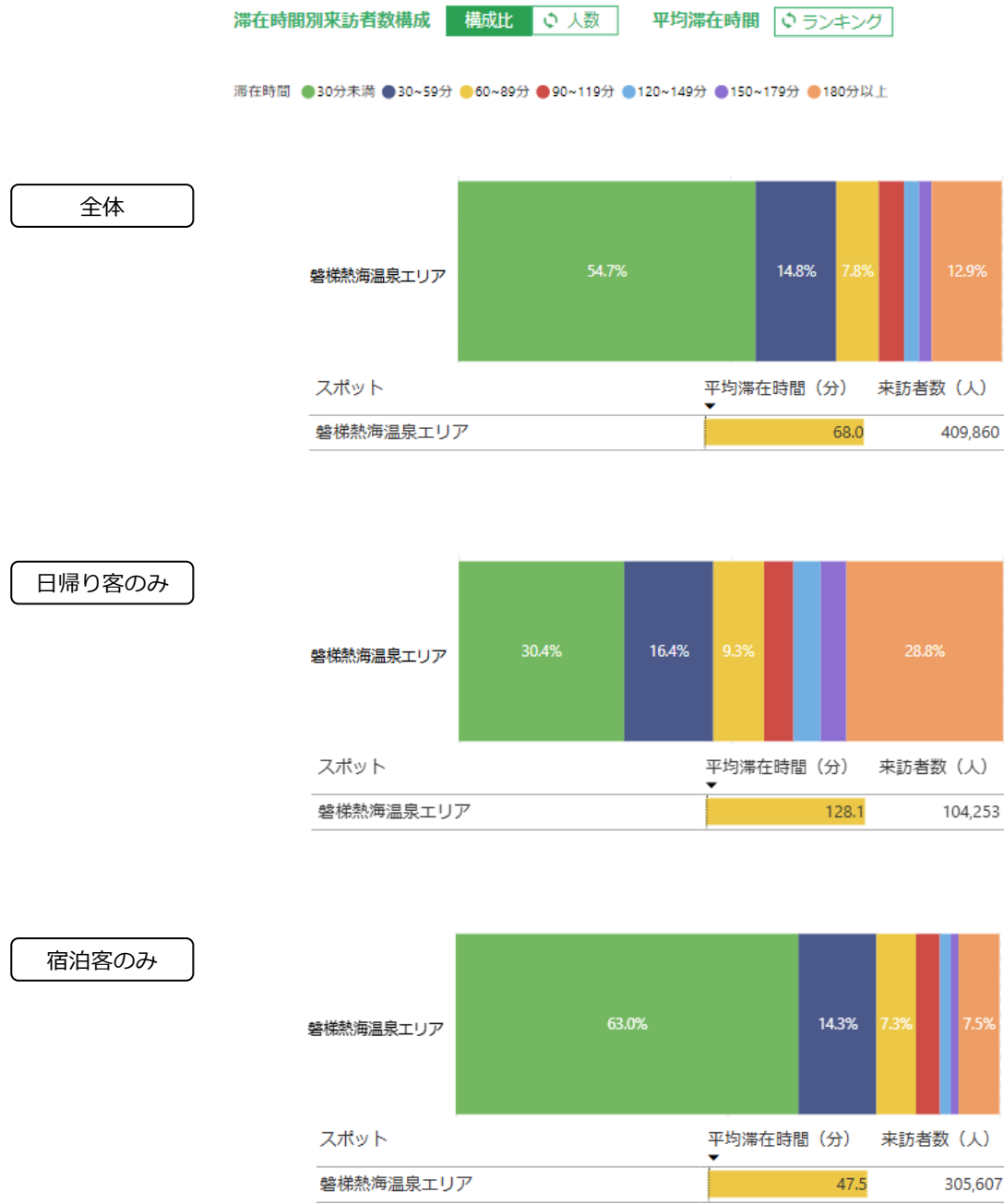
※2023年4月1日～2024年3月31日のAirペイ決済実績

※通年でのトレンドを見るため2023年度の通年データを記載しています

【※】 マークの項目はサンプルが少ないため非公開となっているもの
(じゃらんエリアダッシュボード)

イ-d. 観光資源での滞在時間

- 磐梯熱海温泉エリア
 - └ 日帰り客の平均滞在時間は2時間以上。宿泊客は約47分
 - └ 宿泊客は宿内で過ごし、あまり外を出歩かない傾向が見える



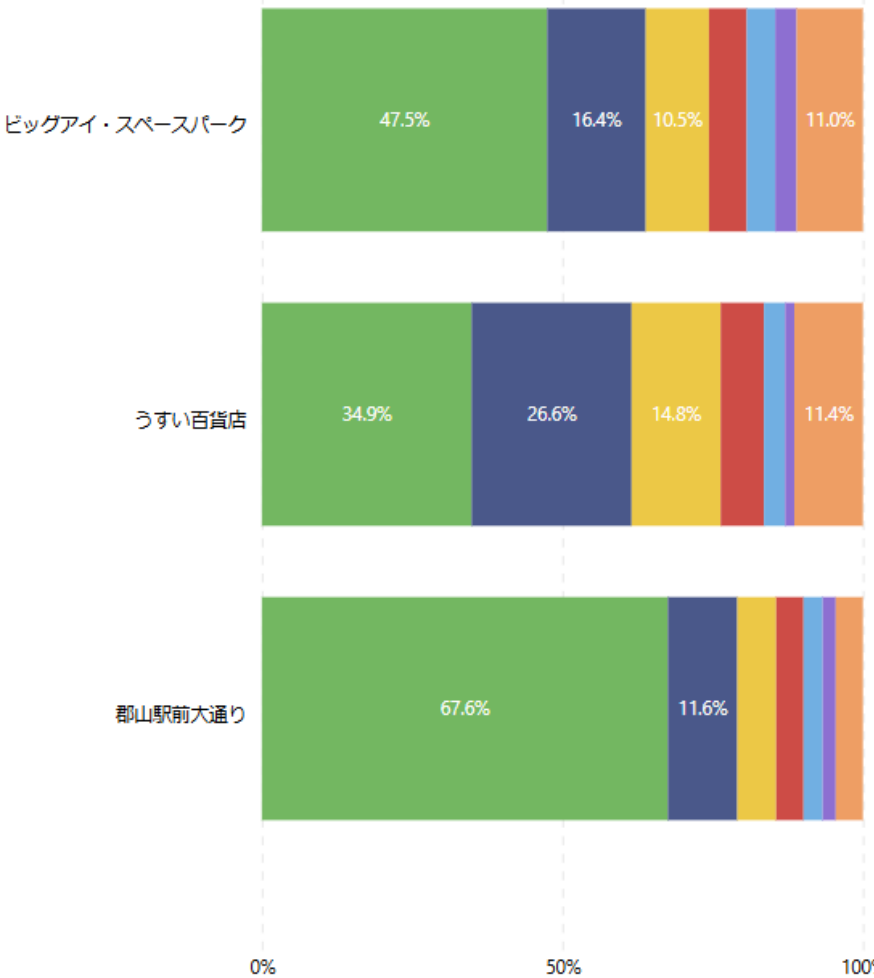
※2024年4月1日～2025年3月16日の合計
（おでかけウォッチャー）

イ-d. 観光資源での滞在時間

- 郡山駅周辺商業施設エリア
（うすい百貨店／郡山駅前大通り／ビッグアイ・スペースパーク）
 - └ 全体の平均滞在時間は約70分
 - └ うすい百貨店が最も長く、平均で1時間半以上の滞在

滞在時間別来訪者数構成 構成比 人数 平均滞在時間 ランキング

滞在時間 30分未満 30~59分 60~89分 90~119分 120~149分 150~179分 180分以上

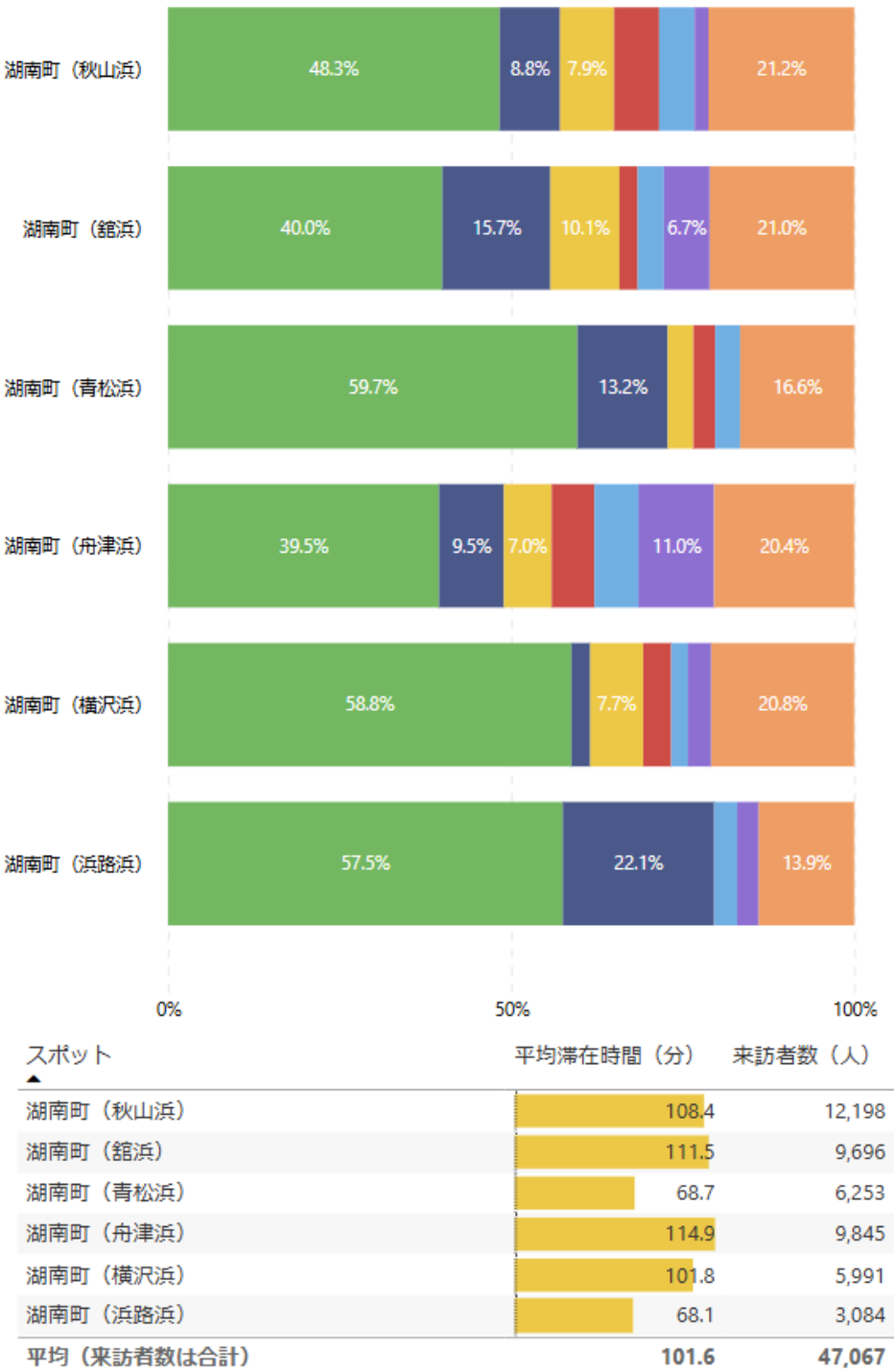


スポット	平均滞在時間（分）	来訪者数（人）
▼		
ビッグアイ・スペースパーク	72.1	308,178
うすい百貨店	94.5	506,784
郡山駅前大通り	42.3	414,282
平均（来訪者数は合計）	71.3	1,229,244

※2024年4月1日～2025年3月16日の合計
（おでかけウォッチャー）

イ-d. 観光資源での滞在時間

- 湖南町エリア
(秋山浜／館浜／青松浜／舟津浜／横沢浜／浜路浜)
 - └ 全体の平均滞在時間は約1時間20分
 - └ 長いのは舟津浜・館浜、短いのは浜路浜・青松浜



※2024年4月1日～2025年3月16日の合計
(おでかけウォッチャー)

ウ イベント

ウ-a. サマーフェスタ IN KORIYAMA ビール祭

※2024年7月26日（金）～28日（日）

- 一日あたり来訪者数：年間平均の約2.9倍
- 属性：女性比率が増加

年間：2023年4月1日～2024年3月31日

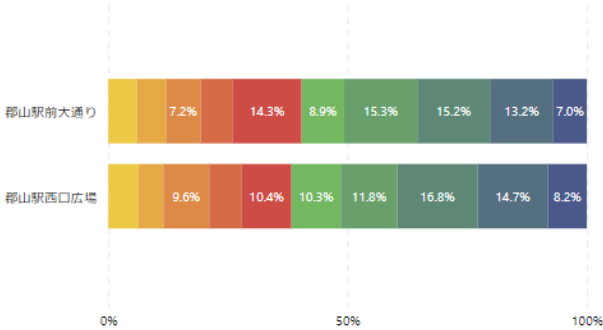
来訪者数

郡山駅前大通り	471,342
郡山駅西口広場	228,279

来訪地別・属性別構成

構成比 人数

性年齢 ●女20 ●女30 ●女40 ●女50 ●女60 ●男20 ●男30 ●男40 ●男50 ●男60



イベント開催日：2024年7月26日～28日

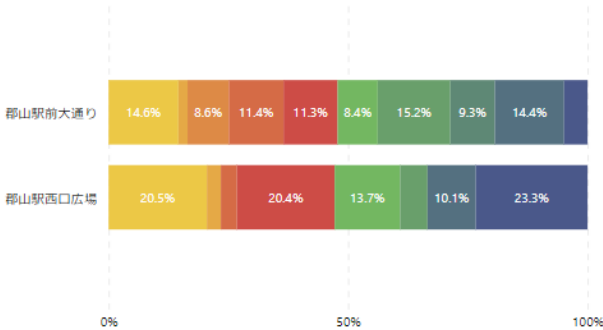
来訪者数

郡山駅前大通り	10,661
郡山駅西口広場	6,192

来訪地別・属性別構成

構成比 人数

性年齢 ●女20 ●女30 ●女40 ●女50 ●女60 ●男20 ●男30 ●男40 ●男50 ●男60



(おでかけウォッチャー)

ウ-a. サマーフェスタ IN KORIYAMA ビール祭

※2024年7月26日（金）～28日（日）

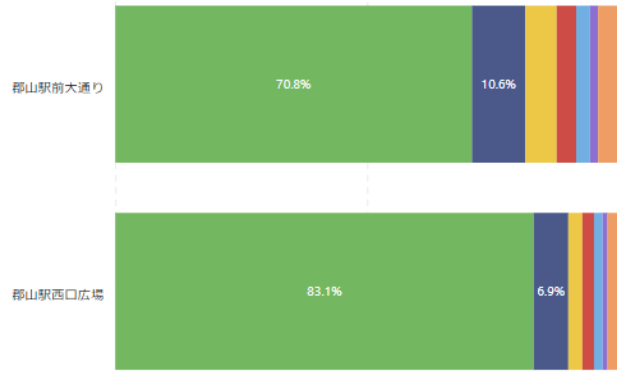
- 平均滞在時間は通常時の倍近くに増加
- 飲食系イベントのため、滞在時間が大幅に増加

年間：2023年4月1日～2024年3月31日

イベント開催日：2024年7月26日～28日

滞在時間別来訪者数構成 構成比 人数 平均滞在時間 ランキング

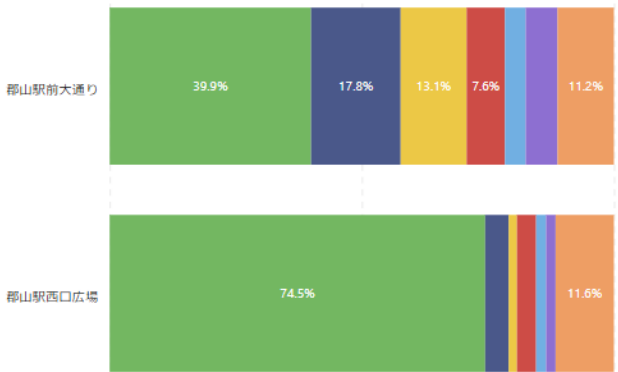
滞在時間 30分未満 30～59分 60～89分 90～119分 120～149分 150～179分 180分以上



スポット	平均滞在時間（分）	来訪者数（人）
郡山駅前大通り	38.0	387,349
郡山駅西口広場	25.9	189,486
平均（来訪者数は合計）	34.0	576,835

滞在時間別来訪者数構成 構成比 人数 平均滞在時間 ランキング

滞在時間 30分未満 30～59分 60～89分 90～119分 120～149分 150～179分 180分以上



スポット	平均滞在時間（分）	来訪者数（人）
郡山駅前大通り	72.0	10,284
郡山駅西口広場	56.2	5,425
平均（来訪者数は合計）	66.6	15,709

（おでかけウォッチャー）

ウ-b. 郡山うねめまつり

※2024年8月1日（木）～3日（土）

- 一日あたり来訪者数：年間平均の約2.0倍
- 属性：男性比率が増加

年間：2023年4月1日～2024年3月31日

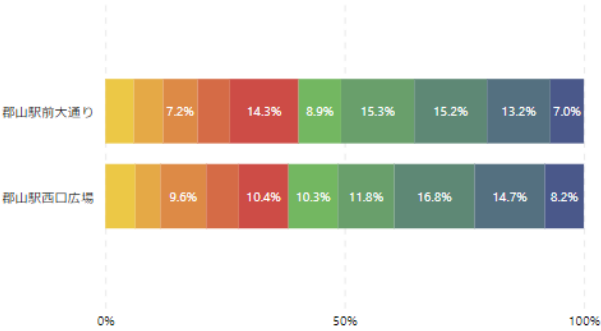
来訪者数

郡山駅前大通り	471,342
郡山駅西口広場	228,279

来訪地別・属性別構成

構成比 人数

性年齢 ●女20 ●女30 ●女40 ●女50 ●女60 ●男20 ●男30 ●男40 ●男50 ●男60



イベント開催日：2024年8月1日～3日

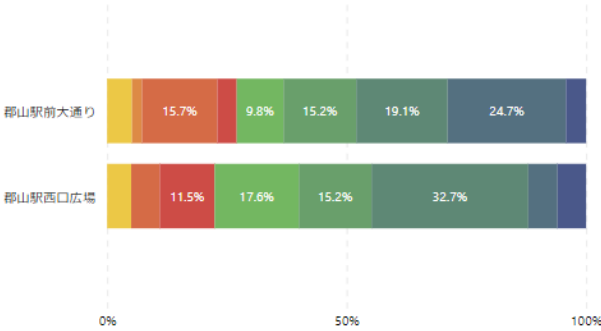
来訪者数

郡山駅前大通り	8,110
郡山駅西口広場	3,491

来訪地別・属性別構成

構成比 人数

性年齢 ●女20 ●女40 ●女50 ●女60 ●男20 ●男30 ●男40 ●男50 ●男60



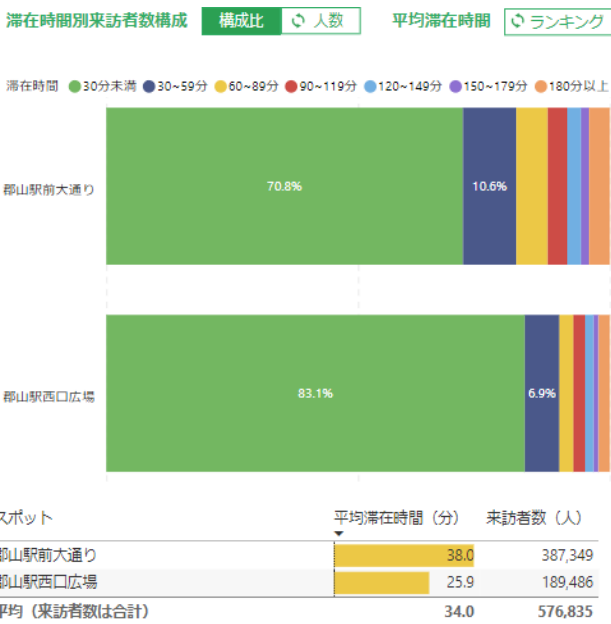
（おでかけウォッチャー）

ウ-b. 郡山うねめまつり

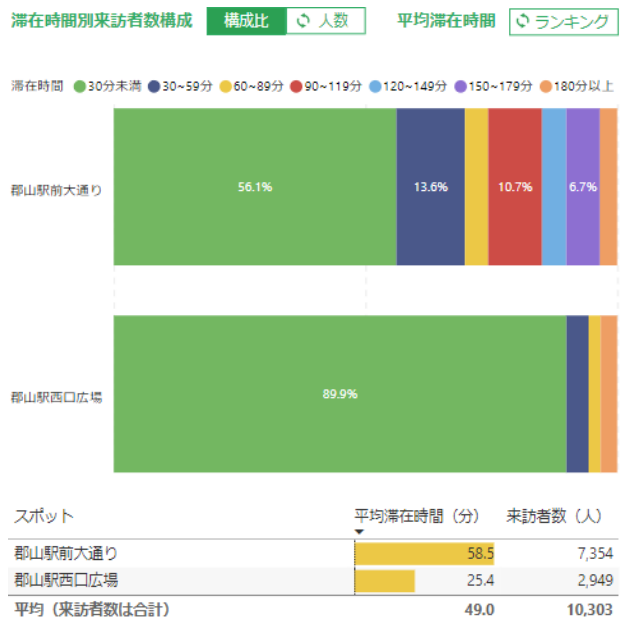
※2024年8月1日（木）～3日（土）

- 踊り流しやパレードがある駅前大通りでは1.5倍程度の滞在時間増加
- 西口広場の滞在時間は通常時とほとんど変化なし

年間：2023年4月1日～2024年3月31日



イベント開催日：2024年8月1日～3日



（おでかけウォッチャー）

ウ-c.風とロック芋煮会2024

※2024年9月7日（土）～8日（日）

- 一日あたり来訪者数：年間平均の約58倍
- 属性：女性比率が大きく増加

年間：2023年4月1日～2024年3月31日

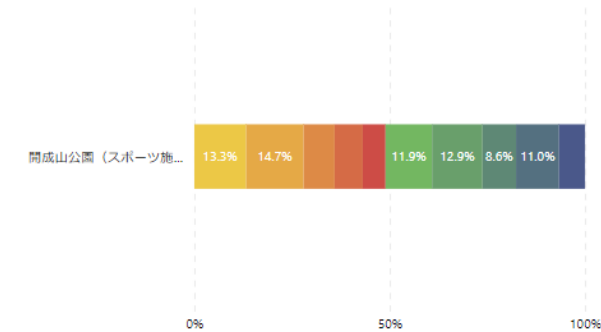
来訪者数

開成山公園（スポーツ施... 70,117

来訪地別・属性別構成

構成比 人数

性年齢 女20 女30 女40 女50 女60 男20 男30 男40 男50 男60



イベント開催日：2024年9月7日～8日

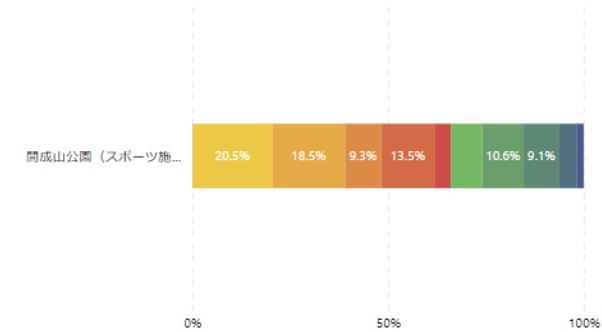
来訪者数

開成山公園（スポーツ施... 22,158

来訪地別・属性別構成

構成比 人数

性年齢 女20 女30 女40 女50 女60 男20 男30 男40 男50 男60



（おでかけウォッチャー）

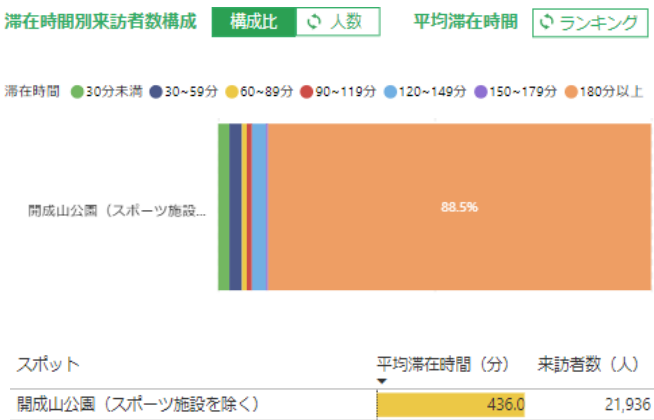
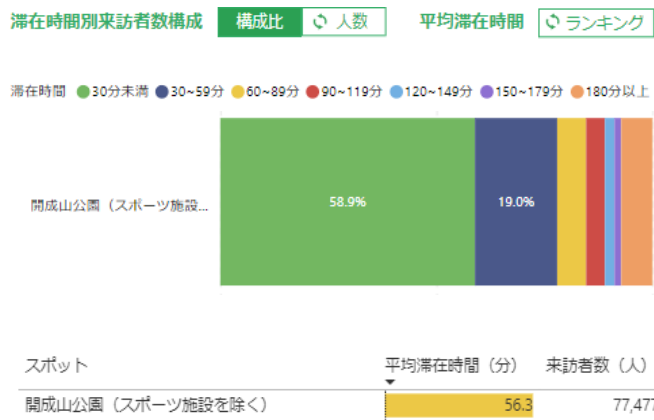
ウ-c.風とロック芋煮会2024

※2024年9月7日（土）～8日（日）

- 通常の平均滞在時間は1時間未満だが、平均7時間以上に大幅増
- 約9割の人が3時間以上の滞在となった

年間：2023年4月1日～2024年3月31日

イベント開催日：2024年9月7日～8日



（おでかけウォッチャー）

工 周遊

エ-a.郡山市外⇄郡山市内の周遊

- 郡山市の周遊においては、郡山駅がハブ的な役割となっている
- 東京・仙台・大宮など新幹線駅からの来訪入り口となっている
- 会津方面や白河市、福島市など県内他エリア移動も多い

スポット間周遊者数・シェア

周遊パターン	周遊者数	シェア
東京駅 ⇄ 郡山駅	416,521	21.45%
仙台駅 ⇄ 郡山駅	181,791	9.36%
大宮駅 ⇄ 郡山駅	127,075	6.54%
新白河駅 ⇄ 郡山駅	60,011	3.09%
東京駅 ⇄ 郡山駅前ホテル（西口・東口）	55,204	2.84%
仙台駅 ⇄ 国見サービスエリア（上り）	53,443	2.75%
鶴ヶ城・鶴ヶ城市民公園 ⇄ 郡山駅	51,416	2.65%
福島駅 ⇄ 郡山駅	42,196	2.17%
宇都宮駅 ⇄ 郡山駅	33,099	1.70%
東山温泉 ⇄ 郡山駅	29,751	1.53%
東京駅 ⇄ 郡山駅西口広場	25,333	1.30%
道の駅猪苗代・猪苗代いちご園 ⇄ 磐梯熱海...	24,095	1.24%
飯盛山・会津さざえ堂・白虎隊記念館 ⇄ 郡...	23,239	1.20%
道の駅猪苗代・猪苗代いちご園 ⇄ 郡山駅	21,941	1.13%
水戸駅 ⇄ 郡山駅	20,553	1.06%
那須塩原駅 ⇄ 郡山駅	20,165	1.04%
国見サービスエリア（上り） ⇄ 道の駅ふく...	19,621	1.01%
仙台駅 ⇄ 郡山駅前ホテル（西口・東口）	18,990	0.98%
大内宿 ⇄ 郡山駅	17,521	0.90%
岳温泉 ⇄ 郡山駅	15,775	0.81%
いわき駅 ⇄ 郡山駅	15,615	0.80%
郡山駅 ⇄ 福島空港	15,594	0.80%
郡山駅前ホテル（西口・東口） ⇄ 福島空港	13,432	0.69%
鶴ヶ城・鶴ヶ城市民公園 ⇄ 磐梯熱海温泉工...	12,720	0.65%
道の駅猪苗代・猪苗代いちご園 ⇄ 郡山駅前...	11,965	0.62%
ホテルリステル猪苗代 ⇄ 郡山駅	11,753	0.61%
鶴ヶ城・鶴ヶ城市民公園 ⇄ 郡山駅前ホテル...	11,477	0.59%

※2024年4月1日～2025年3月16日の合計
（おでかけウォッチャー）

エ-b.郡山市内⇄郡山市内の周遊

- 郡山市内での移動においても郡山駅周辺がハブ的な役割となっており、それ以外のエリア間の直接移動はほとんど見られない

スポット間周遊者数・シェア

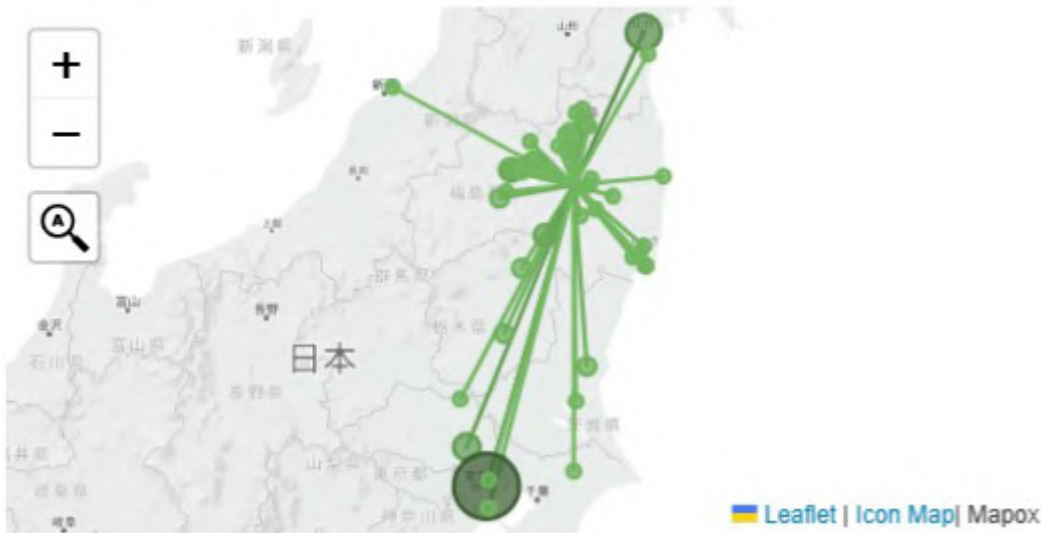
周遊パターン	周遊者数	シェア
郡山駅前ホテル（西口・東口）⇄ 郡山駅	360,520	16.59%
郡山駅前大通り⇄ 郡山駅前ホテル（西口・東口）	289,522	13.32%
郡山駅西口広場⇄ 郡山駅	274,154	12.61%
ビッグアイ・スペースパーク⇄ 郡山駅	189,778	8.73%
郡山駅前大通り⇄ 郡山駅	156,671	7.21%
うすい百貨店⇄ 郡山駅	129,737	5.97%
うすい百貨店⇄ 郡山駅前ホテル（西口・東口）	81,263	3.74%
郡山駅西口広場⇄ 郡山駅前ホテル（西口・東口）	51,869	2.39%
郡山市民文化センター⇄ 郡山駅	33,194	1.53%
郡山駅前大通り⇄ 郡山駅西口広場	31,765	1.46%
磐梯熱海温泉エリア⇄ 郡山駅	30,330	1.40%
ビッグパレットふくしま⇄ 郡山駅前ホテル（西口・東口）	28,519	1.31%
郡山駅前大通り⇄ うすい百貨店	27,058	1.24%
郡山駅前ホテル（西口・東口）⇄ ビッグアイ・スペースパーク	25,948	1.19%
郡山市民文化センター⇄ 郡山駅前ホテル（西口・東口）	23,756	1.09%
郡山駅西口広場⇄ ビッグアイ・スペースパーク	22,613	1.04%
ビッグパレットふくしま⇄ 郡山駅	21,852	1.01%
開成山公園（スポーツ施設を除く）⇄ 郡山駅	20,215	0.93%
磐梯熱海駅⇄ 郡山駅	19,870	0.91%
磐梯熱海温泉エリア⇄ 磐梯熱海駅	18,421	0.85%
うすい百貨店⇄ ビッグアイ・スペースパーク	16,865	0.78%
郡山市磐梯熱海観光物産館⇄ 磐梯熱海温泉エリア	16,704	0.77%
開成山公園（スポーツ施設を除く）⇄ 開成山公園	14,788	0.68%
開成山公園（スポーツ施設を除く）⇄ 郡山駅	13,740	0.63%
郡山駅前大通り⇄ ビッグアイ・スペースパーク	12,820	0.59%
郡山カルチャーパーク⇄ JAさくら農産物直売場	12,141	0.56%
郡山市立美術館⇄ 郡山駅	10,671	0.49%

※2024年4月1日～2025年3月16日の合計
（おでかけウォッチャー）

エ-c.郡山市外から郡山駅への移動

- ハブ的な役割となっている郡山駅を基準とした前来た訪地
- 東京・仙台・大宮といった都市部からの入口となっている
- 会津方面との関係性も強く、経由地としての利用が考えられる

前の来訪地別周遊者数・シェア・推移

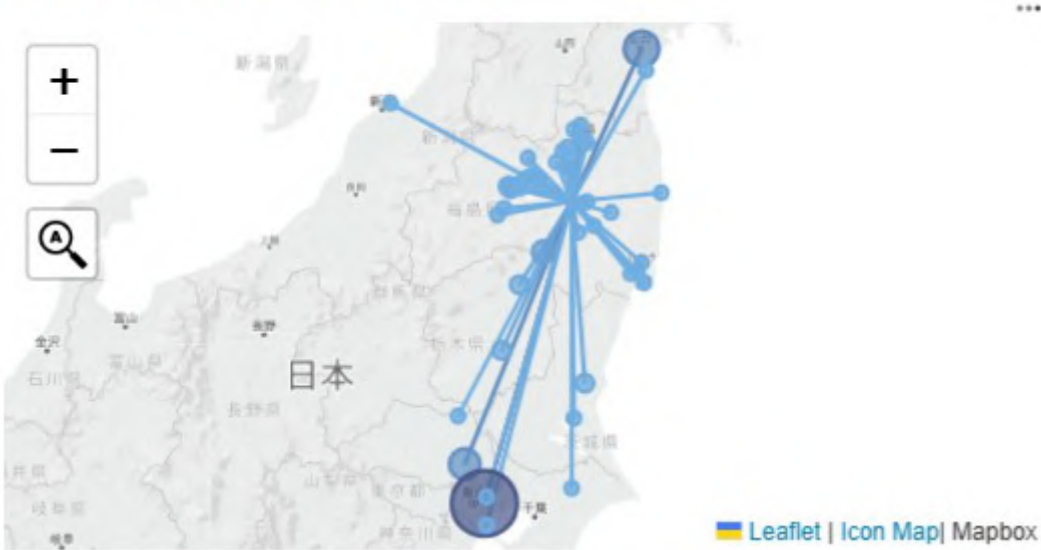


前の来訪市区町村	前の来訪地	周遊者数	シェア
東京都千代田区	東京駅	211,519	32.51%
宮城県仙台市青葉区	仙台駅	93,918	14.43%
埼玉県さいたま市...	大宮駅	58,913	9.05%
福島県会津若松市	鶴ヶ城・鶴ヶ城市民公園	32,842	5.05%
福島県白河市	新白河駅	31,669	4.87%
福島県福島市	福島駅	23,988	3.69%
福島県会津若松市	東山温泉	19,119	2.94%
福島県猪苗代町	道の駅猪苗代・猪苗代いちご園	16,583	2.55%
栃木県宇都宮市	宇都宮駅	16,260	2.50%
福島県会津若松市	飯盛山・会津さざえ堂・白虎隊...	16,249	2.50%
福島県下郷町	大内宿	13,564	2.08%
茨城県水戸市	水戸駅	11,174	1.72%
栃木県那須塩原市	那須塩原駅	10,217	1.57%
福島県二本松市	岳温泉	9,032	1.39%
福島県玉川村	福島空港	8,374	1.29%
福島県いわき市	いわき駅	7,662	1.18%
福島県北塩原村	五色沼湖沼群	7,036	1.08%
福島県猪苗代町	ホテルリステル猪苗代	7,035	1.08%

エ-d.郡山駅から郡山市外への移動

- ハブ的な役割となっている郡山駅を基準とした後来訪地
- 前来訪地と顔ぶれに大きな差はなく、一方通行的な周遊の傾向は特にみられない

後の来訪地別周遊者数・シェア・推移



次の来訪市区町村	次の来訪地	周遊者数	シェア
東京都千代田区	東京駅	205,002	36.68%
宮城県仙台市青葉区	仙台駅	87,873	15.72%
埼玉県さいたま市...	大宮駅	68,162	12.20%
福島県白河市	新白河駅	28,342	5.07%
福島県会津若松市	鶴ヶ城・鶴ヶ城市民公園	18,574	3.32%
福島県福島市	福島駅	18,208	3.26%
栃木県宇都宮市	宇都宮駅	16,839	3.01%
福島県会津若松市	東山温泉	10,632	1.90%
栃木県那須塩原市	那須塩原駅	9,948	1.78%
茨城県水戸市	水戸駅	9,379	1.68%
福島県いわき市	いわき駅	7,953	1.42%
福島県玉川村	福島空港	7,220	1.29%
福島県会津若松市	飯盛山・会津さざえ堂・白虎隊...	6,990	1.25%
福島県二本松市	岳温泉	6,743	1.21%
福島県猪苗代町	道の駅猪苗代・猪苗代いちご園	5,358	0.96%
福島県福島市	飯坂温泉	5,237	0.94%
福島県猪苗代町	ホテルリステル猪苗代	4,718	0.84%
福島県三春町	三春滝桜	4,275	0.76%

エ-e.市内各地から郡山駅への移動

- ハブ的な役割となっている郡山駅を基準とした前来た訪地
- 駅周辺のホテルや商業施設などからの移動が多くみられる
- それ以外では磐梯熱海温泉や開成山公園、市立美術館などが上位

前の来訪地別周遊者数・シェア・推移



前の来訪市区町村	前の来訪地	周遊者数	シェア
福島県郡山市	郡山駅前ホテル（西口・東口）	218,430	29.01%
福島県郡山市	郡山駅西口広場	144,782	19.23%
福島県郡山市	ビッグアイ・スペースパーク	102,886	13.66%
福島県郡山市	郡山駅前大通り	98,390	13.07%
福島県郡山市	うすい百貨店	80,661	10.71%
福島県郡山市	郡山市民文化センター	17,602	2.34%
福島県郡山市	ビッグパレットふくしま	17,043	2.26%
福島県郡山市	磐梯熱海駅	15,675	2.08%
福島県郡山市	開成山公園（スポーツ施設を除...	14,529	1.93%
福島県郡山市	磐梯熱海温泉エリア	13,290	1.76%
福島県郡山市	郡山市立美術館	7,596	1.01%
福島県郡山市	国見サービスエリア（上り）	2,955	0.39%
福島県郡山市	開成山大神宮	2,713	0.36%
福島県郡山市	郡山カルチャーパーク	2,348	0.31%
福島県郡山市	21世紀記念公園・麓山の杜・麓...	2,324	0.31%
福島県郡山市	JAさくら農産物直売施設 あぐり...	2,109	0.28%
福島県郡山市	郡山市磐梯熱海観光物産館	1,738	0.23%
福島県郡山市	郡山ユラックス熱海	1,617	0.21%

エ-f.郡山駅から市内各地への移動

- ハブ的な役割となっている郡山駅を基準とした後来訪地
- 市内移動についても、前来訪地と大きな差はみられない

後の来訪地別周遊者数・シェア・推移



次の来訪市区町村	次の来訪地	周遊者数	シェア
福島県郡山市	郡山駅前ホテル（西口・東口）	142,090	27.03%
福島県郡山市	郡山駅西口広場	129,372	24.61%
福島県郡山市	ビッグアイ・スペースパーク	86,892	16.53%
福島県郡山市	郡山駅前大通り	58,281	11.09%
福島県郡山市	うすい百貨店	49,076	9.33%
福島県郡山市	磐梯熱海温泉エリア	17,040	3.24%
福島県郡山市	郡山市民文化センター	15,592	2.97%
福島県郡山市	開成山公園（スポーツ施設を除...	5,686	1.08%
福島県郡山市	ビッグパレットふくしま	4,809	0.91%
福島県郡山市	磐梯熱海駅	4,195	0.80%
福島県郡山市	郡山市立美術館	3,075	0.58%
福島県郡山市	21世紀記念公園・麓山の杜・麓...	1,419	0.27%
福島県郡山市	郡山市磐梯熱海観光物産館	1,170	0.22%
福島県郡山市	磐梯熱海温泉足湯（駅前・けやき...	1,121	0.21%
福島県郡山市	JAさくら農産物直売施設 あぐりあ	1,096	0.21%
福島県郡山市	郡山ユラックス熱海	940	0.18%
福島県郡山市	開成山大神宮	927	0.18%
福島県郡山市	郡山カルチャーパーク	711	0.14%

オ インバウンド

オ インバウンド

■ 有識者へのヒアリング

有識者プロフィール

- ・株式会社羅針盤

訪日外国人ゲストに対して、日本を一步深く知り、楽しめるようなローカルガイド付きの少人数オプショナルツアーを全国で自社運営。

- ・地域プロデュース事業部 アソシエイトコンサルタント

李 寧（り ねい）



日本の大学院では比較文化を専攻。卒業後台湾の大学にて観光分野の教諭として11年勤務。その後、日本の観光協会に入社し、インバウンド推進業務を担当。

■ ヒアリング結果

- ・郡山市へのインバウンド客誘客について

日本全国的にインバウンド客の需要が高まる中、一極集中から地方分散への需要が伸びていきそう。その中で郡山市は東京からもアクセス面でよく、市場の拡大可能性は高いと感じている。

- ・インバウンド客に向けての戦略について

東北圏域にはアジア圏(中国・台湾)からの来訪が目立つ中、2つの観点が重要になると考えている。一つは現在の主力市場であるアジア圏に向けての認知拡大・来訪の目的作り。アジア圏のインバウンド客の総数に対して、まだまだ東北・福島・郡山への来訪者割合は少ない。認知拡大のためのプロモーションを図りつつ、更に力を入れていく必要があると思う。また今後の市場獲得のために欧米圏、インド等の取込のための戦略策定や調査も実施していくことが必要であると考えている。

- ・プロモーションについて

個人旅行者の割合が増える中、SNSマーケティングの重要性は増えてきている。インバウンドに置いて、市場を決め各市場に合わせた内容や情報発信経路を考えていく必要がある。

力 その他 参考データ

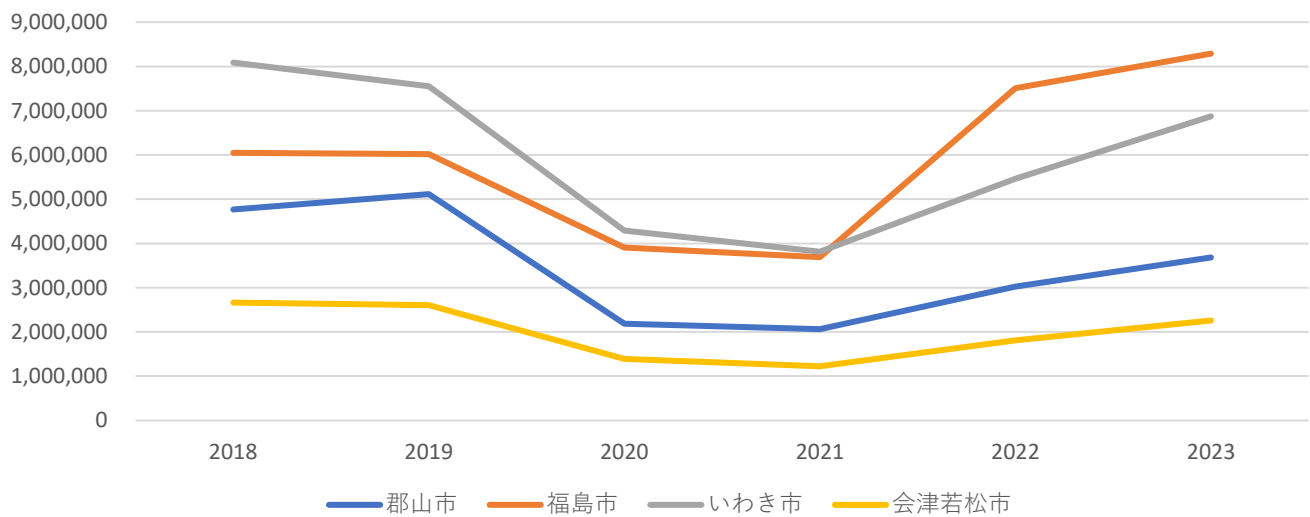
カ その他 参考データ

観光入込客数

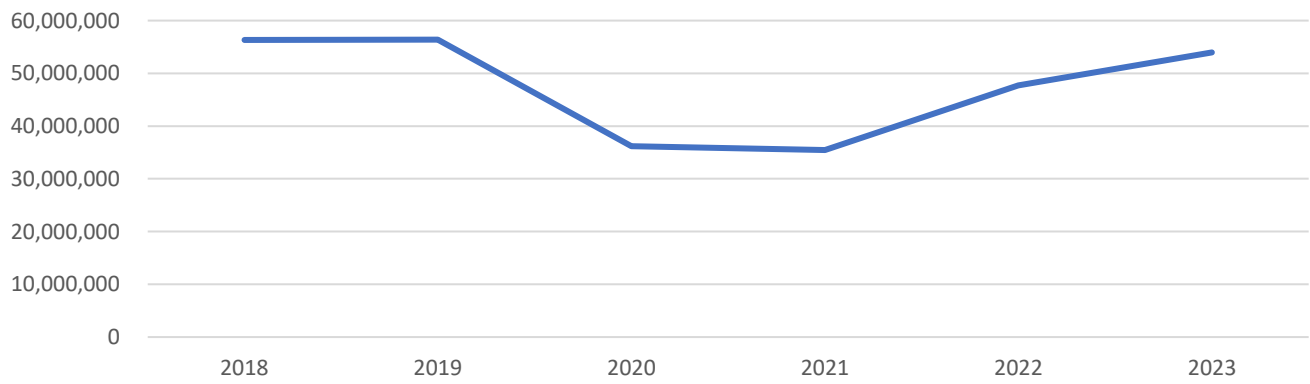
- 郡山市は他の県内主要都市と比較して観光入込客数が少ない
- コロナ禍以前との比較でも、回復の度合いが低い

※福島市は好調の要因を「ふくしま花回廊デジタルラリー、吾妻五葉松ツーリズム、ピーチホリデイなどのテーマ観光の展開や、台湾トップセールスなどインバウンド誘致の取り組みを推し進めた成果」と分析している
(<https://www.city.fukushima.fukushima.jp/kankou-kikaku/kankoukyakuirikomisuu.html>)

	人口 (2023)	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2018→2023	2023人口比
郡山市	317,486	4,770,379	5,117,071	2,184,607	2,063,074	3,022,648	3,685,021	77.2%	11.6
福島市	270,744	6,049,311	6,022,318	3,908,824	3,691,588	7,506,991	8,286,540	137.0%	30.6
いわき市	310,890	8,087,949	7,553,200	4,287,735	3,812,345	5,462,975	6,869,015	84.9%	22.1
会津若松市	114,200	2,666,535	2,602,060	1,392,255	1,226,863	1,811,287	2,254,677	84.6%	19.7
福島県ALL	1,766,912	56,336,323	56,343,689	36,191,304	35,453,617	47,686,881	53,923,333	95.7%	30.5



福島県ALL



※福島県観光客入込状況 H30～R5年
福島県商工労働部 観光交流局 観光交流課

1 調査及び分析（2）定性的調査 ア インターネット方式

調査概要

調査概要

■ 調査目的

福島県郡山市の来訪実態を調査することにより、今後福島県が郡山市の観光を振興する際の基礎資料とする。

■ 調査対象

マクロミルモニター 20～86歳の男女

■ 調査地域

全国

■ 調査方法

インターネットリサーチ

■ 調査時期

【事前調査】 2024年12月05日（木）～12月10日（火）

【本調査】 2024年12月05日（木）～12月10日（火）

■ 有効回答数 ※割付の詳細は次頁に記載

【事前調査】 10,000サンプル

【本調査】 1,648サンプル

■ 調査実施機関

株式会社マクロミル

■ 調査票URL

【事前調査】

<https://www.macromill.com/airs/exec/smartPvRLAction.do?rid=1254456&k=fa666ca4a5>

【本調査】

<https://www.macromill.com/airs/exec/smartPvRLAction.do?rid=1254458&k=6e70f76295>

報告書内の記述について

※n=30未満は参考値として記載

※「＊」は非聴取項目

対象者呼集方法

■ 呼集方法

- ✓ 今回調査の割付は下記の通り。
- ✓ SCR調査では10,000サンプルを地域別×性年代別の構成比で回収。
- ✓ 本調査では1,648サンプルを地域別×性年代別の出現率に基づき、ウェイトバック集計。

SCR調査 (人)

性年代	男性					女性				
	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上
エリア										
北海道・東北地方	(57)	(70)	(91)	(85)	(227)	(54)	(68)	(90)	(89)	(294)
関東地方	(230)	(259)	(329)	(294)	(591)	(221)	(246)	(313)	(279)	(710)
中部地方	(106)	(123)	(161)	(145)	(346)	(97)	(114)	(154)	(142)	(425)
近畿地方	(96)	(104)	(139)	(127)	(293)	(98)	(107)	(145)	(134)	(374)
中国地方	(31)	(36)	(48)	(41)	(114)	(30)	(36)	(48)	(43)	(146)
四国地方	(14)	(18)	(24)	(21)	(61)	(13)	(17)	(24)	(22)	(80)
九州地方	(59)	(72)	(89)	(80)	(214)	(60)	(75)	(92)	(86)	(279)

本調査 (人)

【WB前】

性年代	男性					女性				
	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上
エリア										
福島県	(46)	(56)	(55)	(55)	(55)	(56)	(56)	(55)	(55)	(55)
関東・東北地方（福島県以外）・新潟県	(56)	(55)	(55)	(55)	(55)	(56)	(55)	(55)	(55)	(55)
それ以外の都道府県	(56)	(56)	(55)	(55)	(55)	(56)	(56)	(55)	(53)	(55)

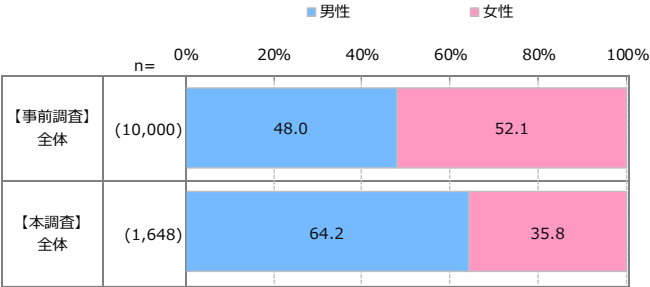


【WB後】 (人)

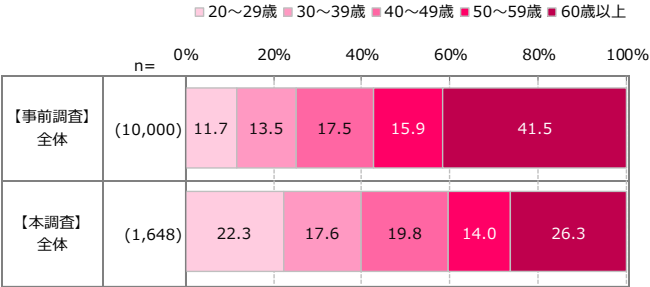
性年代	男性					女性				
	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上
エリア										
福島県	(9)	(11)	(14)	(12)	(30)	(8)	(11)	(14)	(14)	(30)
関東・東北地方（福島県以外）・新潟県	(125)	(122)	(142)	(107)	(164)	(91)	(61)	(70)	(49)	(109)
それ以外の都道府県	(98)	(63)	(63)	(33)	(64)	(36)	(22)	(22)	(15)	(37)

回答者プロフィール

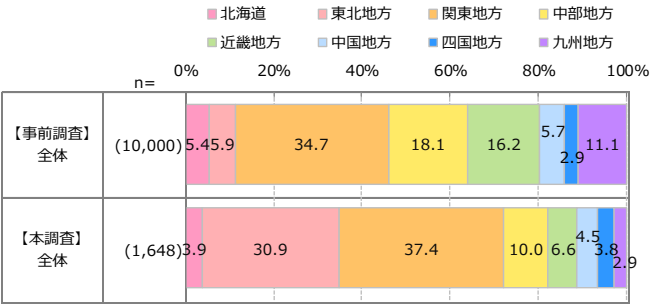
性別



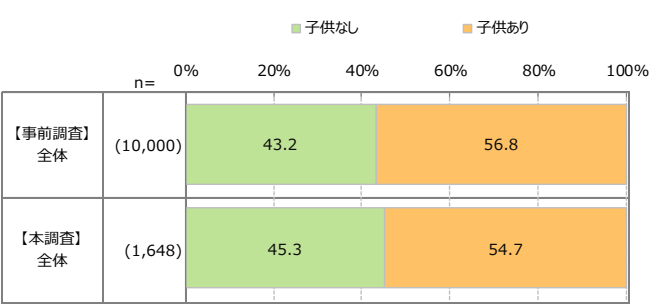
年齢



居住地



子どもの有無



調査結果（エグゼクティブサマリ）

エグゼクティブサマリ

福島県 郡山市の 白地

- 全体の内、**約8割が福島県郡山市を認知しており**、福島県の他の地域と比較しても認知率は比較的高め。
- しかし来訪経験に注目すると、**福島県郡山市に来訪したことがある人は約2割に落ち込む**。
- “認知してはいるものの、来訪したことがない人”が比較的多く存在しているため、**アクションにつながるトリガーを模索する必要性がある**と言える。

GAP調査

観光 スポット

- 現在の人気コンテンツとしては「**郡山の桜**」と「**磐梯熱海温泉・観光物産館・ケヤキの森散策路**」が含まれる。
- 今後のお宝コンテンツには「**桜里の菊楽園**」や「**四季の里緑水苑**」などが含まれる。
- **今後のお宝コンテンツに含まれる観光スポットが特に多いため**、積極的なプロモーションによる認知度向上が重要だと考えられる。

グルメ お土産

- 現在の人気コンテンツには「**郡山ブラック**」と「**カリントまんじゅう**」が含まれる。
- 今後のお宝コンテンツには「**郡山生チョコケーキ**」や「**檸檬（れも）**」、「**クリームボックス**」などが含まれる。
- グルメ・お土産に関して、人気コンテンツより今後のお宝コンテンツに含まれる項目が特に多いため、積極的な商品のプロモーションが購入・喫食のアクションも促進すると考えられる。

イベント お祭り 体験 メニュー

- 現在の人気コンテンツとしては「**あさか野夏祭り花火大会**」や「**桜まつり**」、「**ふくやま夢花火**」などが含まれる。
- 今後のお宝コンテンツには「**唐傘行灯花火**」や「**ビッグツリーページェント**」などが含まれる。
- イベント・お祭り・体験メニューに関しては“観光スポット”や“グルメ・お土産”と比較しても認知度、興味度共に低め。

福島県 郡山市の 来訪実態

- 福島県郡山市に来訪する**主な目的は観光の場合が多く、過半数を占める**。その中でも特に「**美味しいものを食べる**こと」や、「**街歩きを行う**こと」、「**温泉を楽しむ**こと」が多い模様。一方で、他の地域に訪れるための**立ち寄り先として福島県郡山市に来訪する場合も2割程度を占めており**、特に**会津方面**や**福島市方面**に訪れる際に立ち寄ることが多い様子。
- 旅行の形態としては「**一人旅**」や「**夫婦2人旅**」の場合が多く、移動に関する支出を除くと、特に**グルメ（昼食・夕食）**や**買い物（お土産など）**に関する支出額が高い。
- 来訪経験者は福島県郡山市の情報を収集する際、「**旅行会社のカウンター**」や「**旅行サイト**」、「**Googleマップ**」を利用することが多いため、福島県郡山市の情報をプロモーションする際も、これらの媒体を積極的に利用することが有効だと考えられる。
- 来訪経験者の情報発信状況を確認すると、**半数以上が「特に情報発信をしない」と回答している**。またNPSに注目しても、**批判者が推奨者と同程度存在している**ことから、福島県からの積極的なプロモーションの必要性があると言える。

考察・提言

- 福島県郡山市の観光に関しては、認知度、経験率が低いものの、興味度、経験時の満足度共に高い様子。
- このため、福島県郡山市の主な課題は**魅力的なコンテンツが多いものの、あまり認知されていないこと**だと言える。
- 来訪経験者の内、約半数が情報を発信せず、NPSも高いとは言えないため、来訪経験者からの積極的な口コミ拡散はあまり望めない。このことから、**福島県が積極的にプロモーションを行い、郡山市の認知度を向上させることが重要である**と言える。
- プロモーションの際、**旅行会社のカウンター**や**旅行サイト**の他、受動的に情報が流入する**SNS**や**旅行雑誌**、**テレビ番組**などの媒体を積極的に利用することで、ニーズを顕在化させ、アクションを促進できると考えられる。
- また、プロモーションすべき内容としては、**グルメ・お土産の優先順位が高い**と言える（“観光コンテンツ”、“イベント・お祭り・体験メニュー”よりも全体的に興味度が高く、支出金額も高いため）。
- 福島県郡山市は“他の地域に来訪するときの立ち寄り場所”として認知・来訪されている様子も窺えるため、観光地としての福島県郡山市をアピールすることも重要。

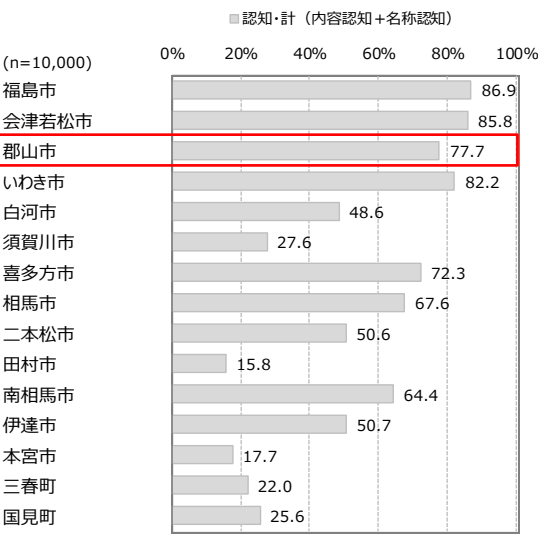
※ 普段利用している情報源や、旅行の情報をチェックしている情報源などは、定性調査でも深掘りする余地あり。

郡山市の来訪状況

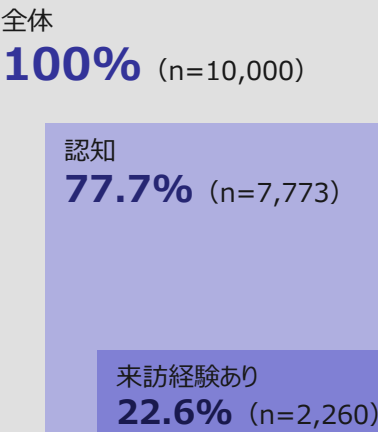
郡山市の認知・来訪状況

- 福島県郡山市の認知率は約8割に上り、福島県の他の地域と比較しても高め。
- 来訪経験率に関しては約2割に落ち込んでおり、来訪経験がない“白地”は一定数存在している様子。

郡山市の認知（SQ2）



郡山市の認知・来訪状況のボリューム（SQ2/SQ3）



郡山市のGAP調査

GAP調査と散布図の見方

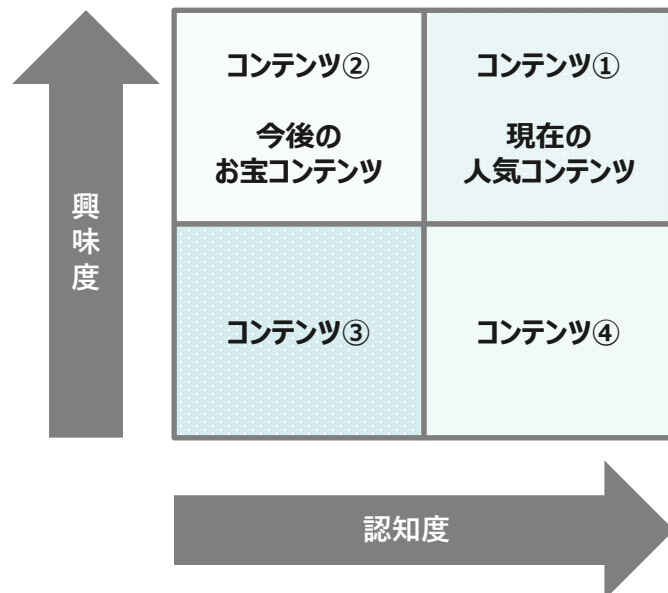
- GAP調査とは、地域の観光資源について、「認知度」と「興味度」を把握、そのギャップを明らかにする調査。
- ギャップを把握し、下図のような資源の整理を行うことで、観光施策の優先順位付けや効果的な広告展開が設定できる。

散布図の概要

■ 認知度
→「ご存じのもの」

■ 興味度
→「興味があるもの」

4象限をそれぞれ右のように区分



各コンテンツの説明

コンテンツ①（現在の人気コンテンツ）

- ・ 認知度高×興味度高
- ・ 認知度も興味度も高く、観光資源として人気があるコンテンツ。

コンテンツ②（今後のお宝コンテンツ）

- ・ 認知度低×興味度高
- ・ 認知度は低いが興味度は高く、プロモーションが必要なコンテンツ。

コンテンツ③

- ・ 認知度低×興味度低
- ・ 認知度も興味度も低く、てこ入れの優先順位が低いコンテンツ。

コンテンツ④

- ・ 認知度高×興味度低
- ・ 認知度は高いが興味度は低く、てこ入れの優先順位が低いコンテンツ。

※図を4つに分ける軸はそれぞれ認知度と興味度の平均値を利用。

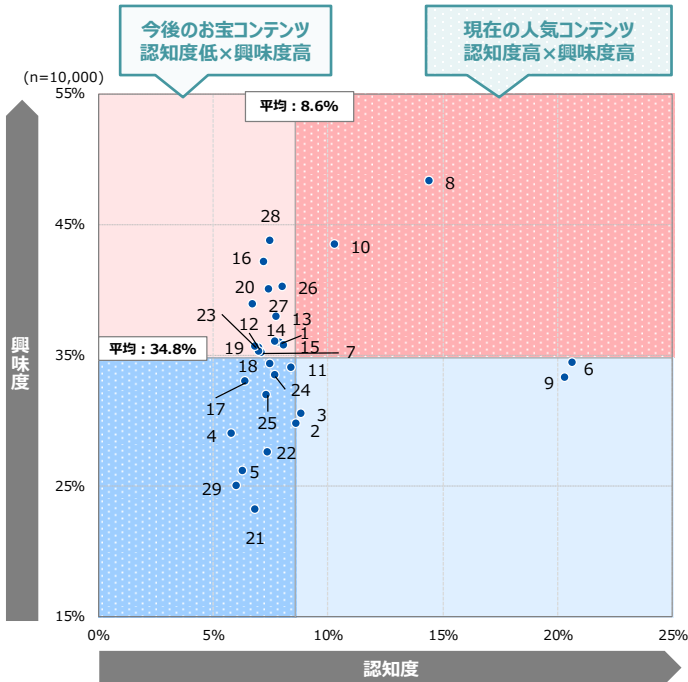
観光スポットのGAP調査

- 「郡山の桜」と「磐梯熱海温泉・観光物産館・ケヤキの森散策路」が認知度も興味度も高く、人気コンテンツとなっている。
- 認知度は低いに興味度は高い今後のお宝コンテンツには、「桜里の菊楽園」などが含まれる。

観光スポットの認知×興味度（SQ4）

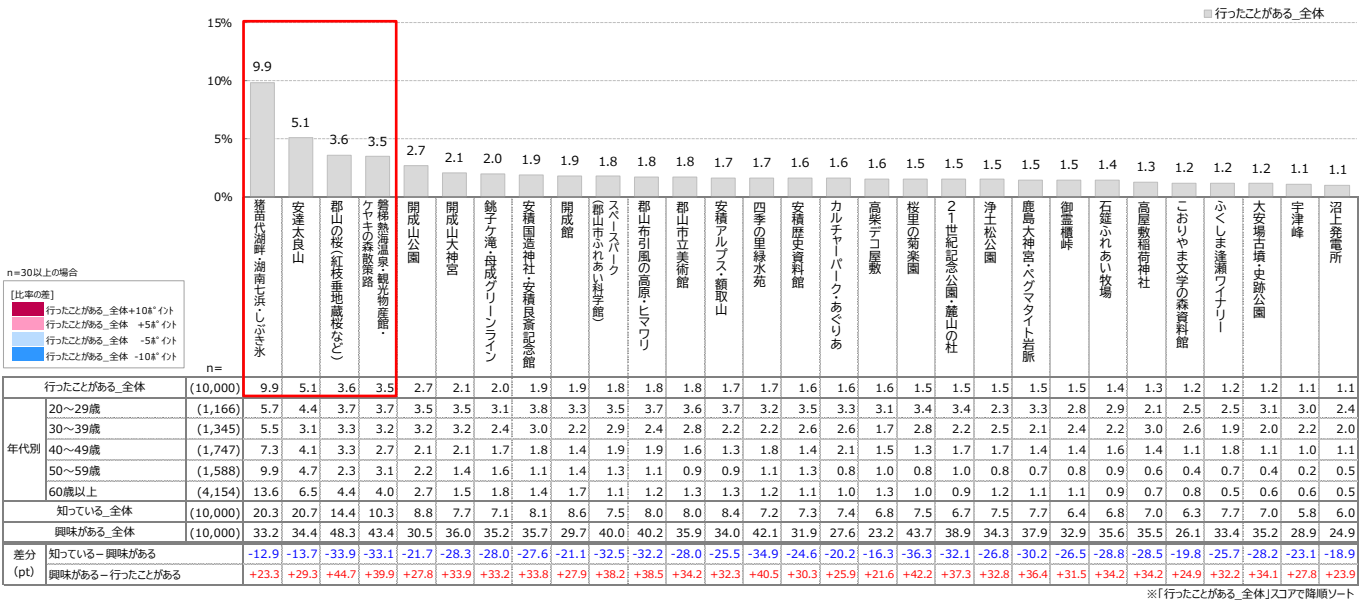
観光スポット	認知度	興味度	GAP
1. 郡山市立美術館	8.0%	35.9%	-28.0pt
2. 開成館	8.6%	29.7%	-21.1pt
3. 開成山公園	8.8%	30.5%	-21.7pt
4. 宇津峰	5.8%	28.9%	-23.1pt
5. こおりやま文学の森資料館	6.3%	26.1%	-19.8pt
6. 安達太良山	20.7%	34.4%	-13.7pt
7. 銚子ヶ滝・母成グリーンライン	7.1%	35.2%	-28.0pt
8. 郡山の桜（紅枝垂地蔵桜など）	14.4%	48.3%	-33.9pt
9. 猪苗代湖畔・湖南七浜・しぶき水	20.3%	33.2%	-12.9pt
10. 磐梯熱海温泉・観光物産館・ケヤキの森散策路	10.3%	43.4%	-33.1pt
11. 安積アルプス・額取山	8.4%	34.0%	-25.5pt
12. 高屋敷稲荷神社	7.0%	35.5%	-28.5pt
13. 鹿島大神宮・ベグマタイト岩脈	7.7%	37.9%	-30.2pt
14. 開成山大神宮	7.7%	36.0%	-28.3pt
15. 安積国造神社・安積良斎記念館	8.1%	35.7%	-27.6pt
16. 四季の里緑水苑	7.2%	42.1%	-34.9pt
17. 御霊櫃峠	6.4%	32.9%	-26.5pt
18. 浄土松公園	7.5%	34.3%	-26.8pt
19. 大安場古墳・史跡公園	7.0%	35.2%	-28.2pt
20. スペースパーク（郡山市ふれあい科学館）	7.5%	40.0%	-32.5pt
21. 高柴デコ屋敷	6.8%	23.2%	-16.3pt
22. カルチャーパーク・あぐりあ	7.4%	27.6%	-20.2pt
23. 石鋸ふれあい牧場	6.8%	35.6%	-28.8pt
24. ふくしま蓬瀬ワイナリー	7.7%	33.4%	-25.7pt
25. 安積歴史資料館	7.3%	31.9%	-24.6pt
26. 郡山布引風の高原・ヒマワリ	8.0%	40.2%	-32.2pt
27. 21世紀記念公園・麓山の杜	6.7%	38.9%	-32.1pt
28. 桜里の菊楽園	7.5%	43.7%	-36.3pt
29. 沼上発電所	6.0%	24.9%	-18.9pt

※GAP：「認知度」-「興味度」



観光スポットの来訪経験率

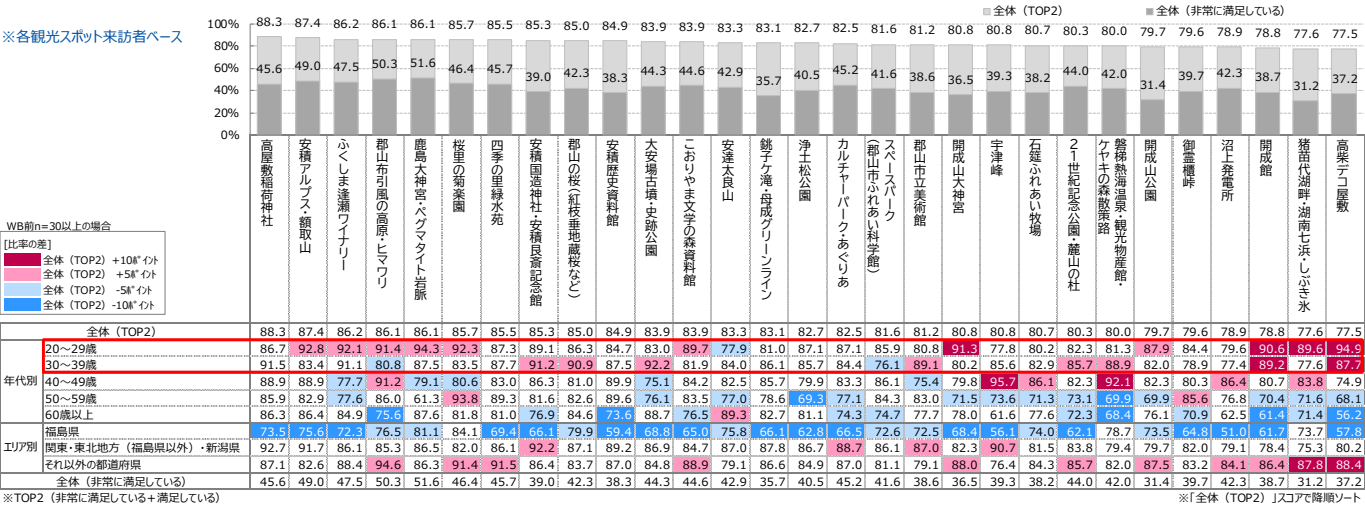
- 観光スポットの来訪経験率を比較すると、「猪苗代湖畔・湖南七浜・しぶき氷」の来訪経験率が最も高く、10%に上る。
- 次いで「安達太良山」や「郡山の桜」、「磐梯熱海温泉・観光物産館・ケヤキの森散策路」が高め。



※「行ったことがある_全体」スコアで降順ソート

観光スポットの満足度

- 観光スポットの満足度に関しては、いずれにおいても8~9割程度が「非常に満足している」または「満足している」と回答。
- 年代別に注目すると、若年層ほど満足度が高くなる傾向が窺える。



年代別		20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上
福島県		73.4	75.6	72.3	76.5	81.1
関東・東北地方(福島県以外)・新潟県		92.7	91.7	86.1	85.3	86.5
それ以外の都道府県		87.1	82.6	88.4	94.6	86.3
全体 (非常に満足している)		45.6	49.0	47.5	50.3	51.6

エリア別		福島県	関東・東北地方(福島県以外)・新潟県	それ以外の都道府県
全体		73.4	92.7	87.1

※TOP2 (非常に満足している+満足している)

(WB前n)

年代別		20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上
福島県		(105)	(62)	(56)	(218)	(46)
関東・東北地方(福島県以外)・新潟県		(62)	(66)	(62)	(72)	(69)
それ以外の都道府県		(113)	(95)	(115)	(106)	(92)

※WB前n=30未満は参考値のためグレーアウト

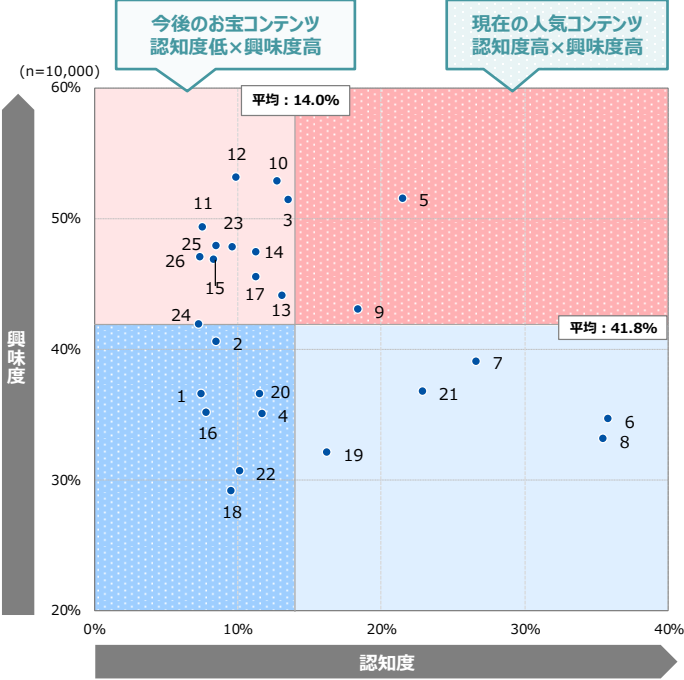
グルメ・お土産のGAP調査

- グルメ・お土産のGAPを分析すると、「郡山ブラック」と「カリントまんじゅう」が現在の人気コンテンツに含まれている。
- 今後のお宝コンテンツには「郡山生チョコケーキ」や「檸檬（れも）」、「クリームボックス」などが含まれる。

グルメ・お土産の認知×興味度（SQ5）

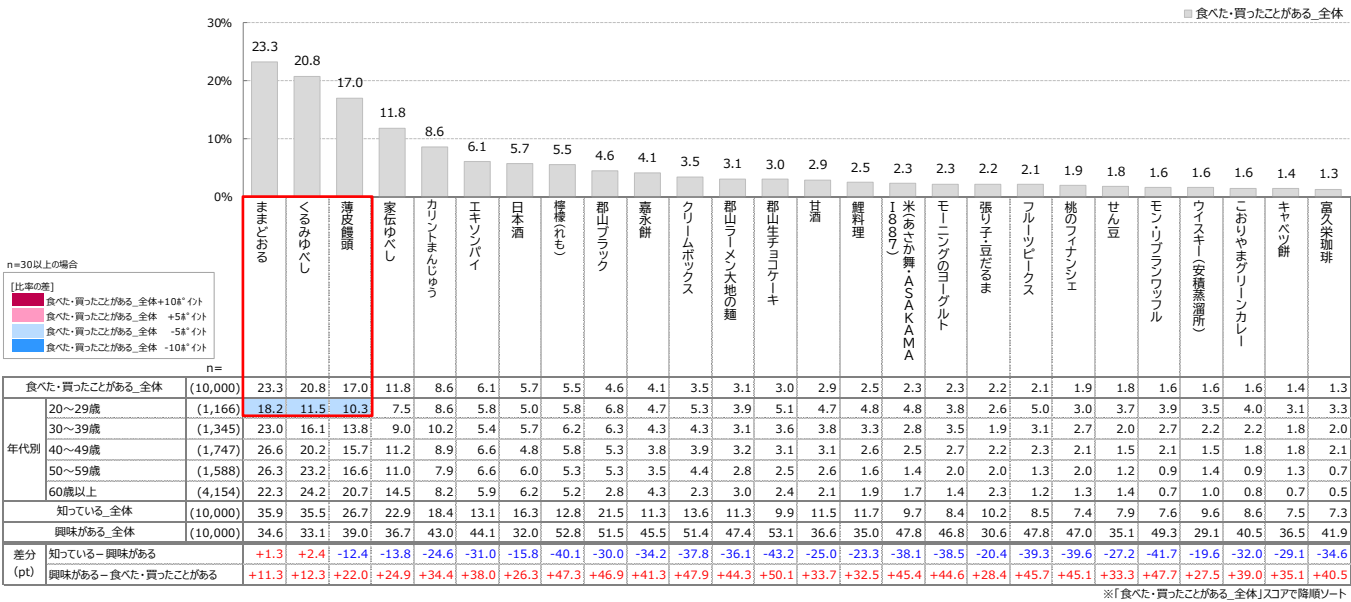
グルメ・お土産	認知度	興味度	GAP
1. キャベツ餅	7.5%	36.5%	-29.1pt
2. こおりやまグリーンカレー	8.6%	40.5%	-32.0pt
3. クリームボックス	13.6%	51.4%	-37.8pt
4. 鯉料理	11.7%	35.0%	-23.3pt
5. 郡山ブラック	21.5%	51.5%	-30.0pt
6. ままどおる	35.9%	34.6%	+1.3pt
7. 薄皮饅頭	26.7%	39.0%	-12.4pt
8. くるみゆべし	35.5%	33.1%	+2.4pt
9. カリントまんじゅう	18.4%	43.0%	-24.6pt
10. 檸檬（れも）	12.8%	52.8%	-40.1pt
11. モン・リブランカップル	7.6%	49.3%	-41.7pt
12. 郡山生チョコケーキ	9.9%	53.1%	-43.2pt
13. エキソンバイ	13.1%	44.1%	-31.0pt
14. 郡山ラーメン大地の麺	11.3%	47.4%	-36.1pt
15. モーニングのヨーグルト	8.4%	46.8%	-38.5pt
16. せん豆	7.9%	35.1%	-27.2pt
17. 嘉永餅	11.3%	45.5%	-34.2pt
18. ウイスキー（安積蒸溜所）	9.6%	29.1%	-19.6pt
19. 日本酒	16.3%	32.0%	-15.8pt
20. 甘酒	11.5%	36.6%	-25.0pt
21. 家伝ゆべし	22.9%	36.7%	-13.8pt
22. 張り子・豆だるま	10.2%	30.6%	-20.4pt
23. 米（あさか舞・ASAKAMA1887）	9.7%	47.8%	-38.1pt
24. 富久栄珈琲	7.3%	41.9%	-34.6pt
25. フルーツピース	8.5%	47.8%	-39.3pt
26. 桃のフィナンシェ	7.4%	47.0%	-39.6pt

※GAP：「認知度」－「興味度」



グルメ・お土産の購入・喫食経験率

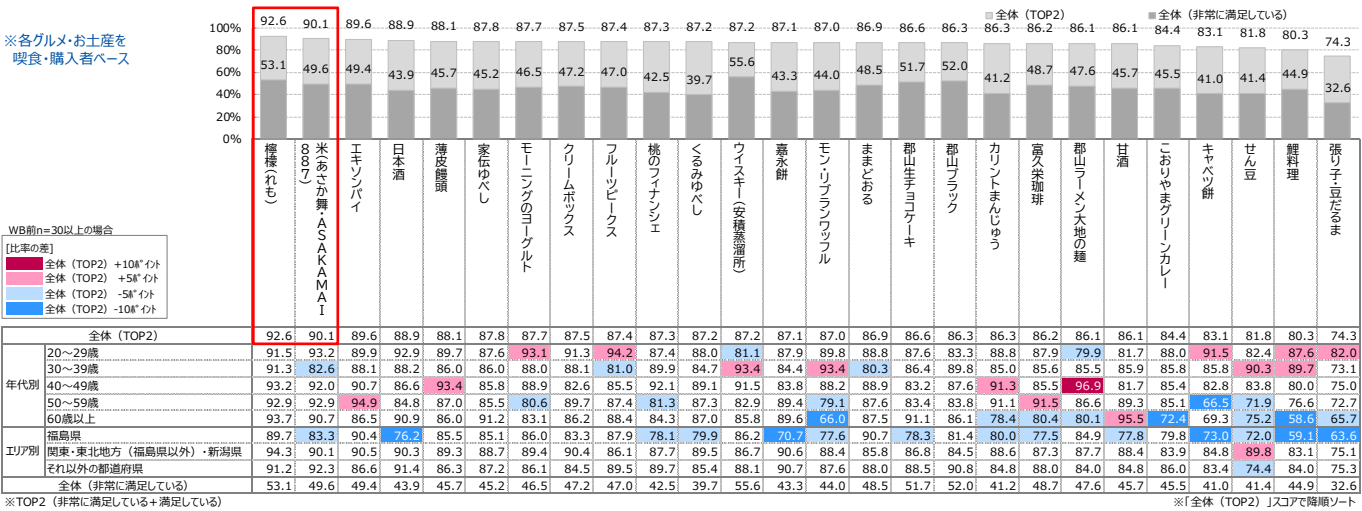
- グルメ・お土産の購入・喫食経験率を比較すると、「ままだおる」や「くるみゆべし」、「薄皮饅頭」の購入・喫食経験率が特に高く、約2割に上る。
- 上記3つのグルメ・お土産に関しては、20代の購入・喫食経験率が低めなことも特徴的。



※「食べた・買ったことがある_全体」スコアで降順ソート

グルメ・お土産の満足度

- グルメ・お土産に関しても、概ね満足されている様子が窺える。
- 特に「檸檬（れも）」と「米（あさか舞・ASAKAMA I887）」は「非常に満足している+満足している」のスコアが9割を超えている。



		(WB前n)																									
全体		(779)	(352)	(790)	(520)	(978)	(887)	(496)	(675)	(471)	(287)	(960)	(261)	(509)	(284)	(^{1,112} 391)	(490)	(642)	(299)	(315)	(350)	(247)	(242)	(227)	(327)	(250)	
年代別	20～29歳	(126)	(76)	(130)	(72)	(141)	(134)	(96)	(127)	(106)	(65)	(140)	(60)	(83)	(68)	(185)	(86)	(101)	(114)	(72)	(68)	(78)	(65)	(55)	(62)	(79)	(50)
	30～39歳	(172)	(79)	(166)	(106)	(190)	(176)	(123)	(153)	(124)	(56)	(181)	(74)	(108)	(69)	(216)	(88)	(112)	(140)	(74)	(74)	(75)	(67)	(60)	(51)	(75)	(52)
	40～49歳	(171)	(72)	(165)	(111)	(198)	(177)	(109)	(151)	(110)	(63)	(198)	(57)	(114)	(69)	(234)	(84)	(111)	(129)	(67)	(77)	(74)	(50)	(52)	(41)	(65)	(55)
	50～59歳	(162)	(59)	(174)	(119)	(224)	(198)	(100)	(146)	(80)	(55)	(213)	(42)	(95)	(48)	(251)	(70)	(97)	(134)	(49)	(52)	(68)	(34)	(50)	(38)	(51)	(49)
	60歳以上	(148)	(66)	(155)	(112)	(225)	(202)	(68)	(98)	(51)	(48)	(228)	(28)	(109)	(30)	(226)	(63)	(69)	(125)	(37)	(44)	(55)	(31)	(25)	(35)	(57)	(44)
エリア別	福島県	(452)	(133)	(454)	(202)	(477)	(450)	(282)	(375)	(264)	(102)	(434)	(66)	(243)	(100)	(502)	(124)	(164)	(303)	(120)	(54)	(111)	(67)	(77)	(62)	(125)	(71)
	関東・東北地方（福島県以外）・新潟県	(181)	(77)	(185)	(134)	(298)	(264)	(97)	(148)	(95)	(82)	(309)	(74)	(109)	(69)	(380)	(118)	(138)	(178)	(70)	(96)	(98)	(76)	(58)	(57)	(81)	(75)
	それ以外の都道府県	(146)	(142)	(151)	(184)	(203)	(173)	(117)	(152)	(112)	(103)	(217)	(121)	(157)	(115)	(230)	(149)	(188)	(161)	(109)	(165)	(141)	(104)	(107)	(108)	(121)	(104)

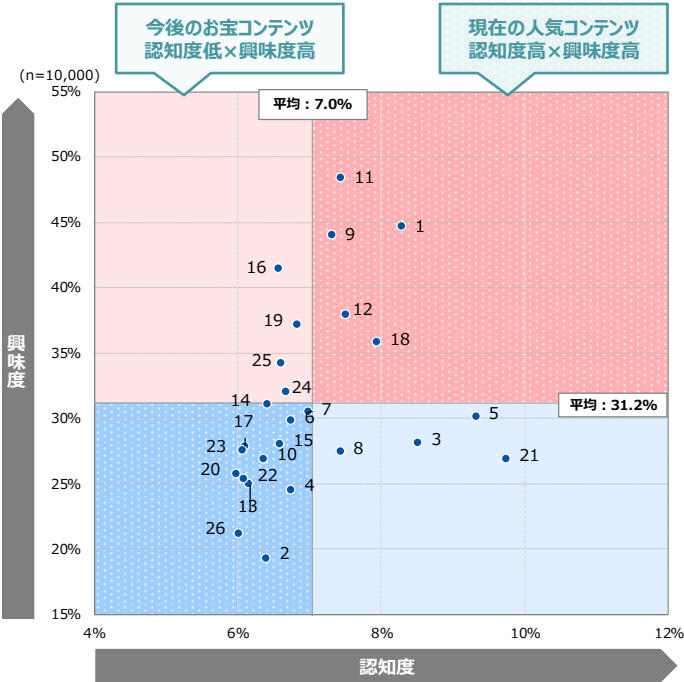
イベント・お祭り・体験メニューのGAP調査

- 「あさか野夏祭り花火大会」や「桜まつり」、「ふくやま夢花火」が認知度も興味度も高く、現在の人気コンテンツとなっている。
- 今後のお宝コンテンツには「唐傘行灯花火」や「ビッグツリーページェント」などが含まれる。

イベント・お祭り・体験メニューの認知×興味度（SQ5）

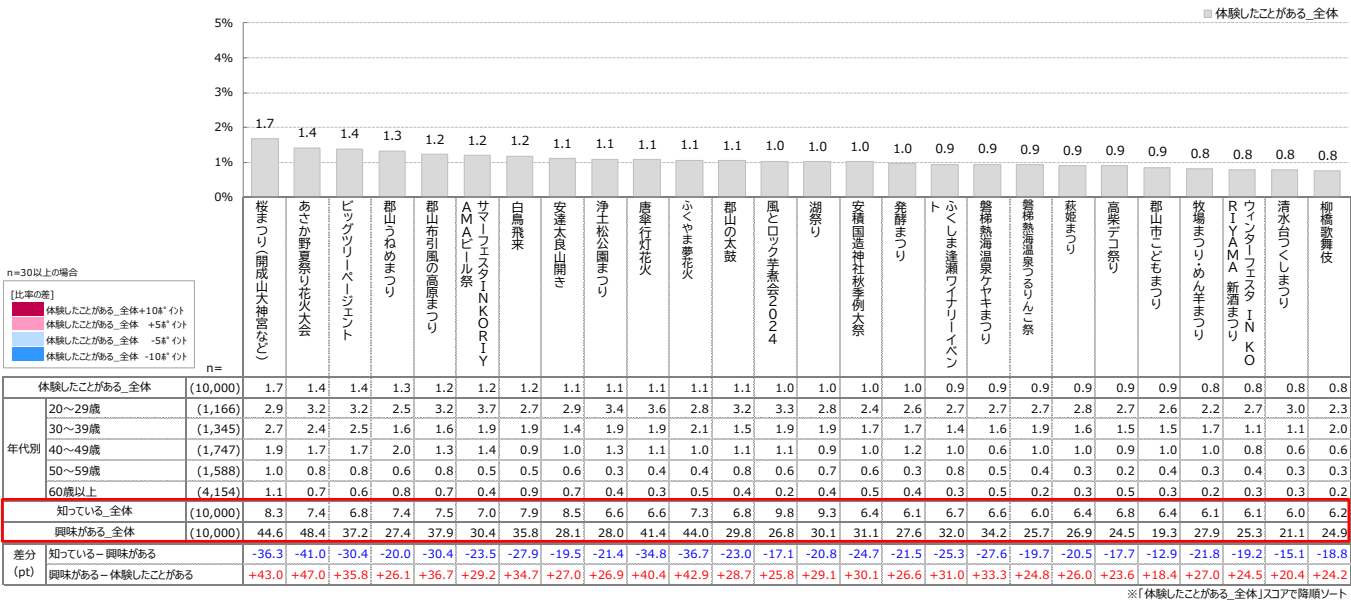
イベント・お祭り・体験メニュー	認知度	興味度	GAP
1. 桜まつり（開成山大神宮など）	8.3%	44.6%	-36.3pt
2. 郡山市こどもまつり	6.4%	19.3%	-12.9pt
3. 安達太良山開き	8.5%	28.1%	-19.5pt
4. 高柴デコ祭り	6.8%	24.5%	-17.7pt
5. 湖祭り	9.3%	30.1%	-20.8pt
6. 郡山の太鼓	6.8%	29.8%	-23.0pt
7. サマーフェスタINKORIYAMAビール祭	7.0%	30.4%	-23.5pt
8. 郡山うねめまつり	7.4%	27.4%	-20.0pt
9. ふくやま夢花火	7.3%	44.0%	-36.7pt
10. 秋姫まつり	6.4%	26.9%	-20.5pt
11. あさか野夏祭り花火大会	7.4%	48.4%	-41.0pt
12. 郡山布引風の高原まつり	7.5%	37.9%	-30.4pt
13. 柳橋歌舞伎	6.2%	24.9%	-18.8pt
14. 安積国造神社秋季例大祭	6.4%	31.1%	-24.7pt
15. 浄土松公園まつり	6.6%	28.0%	-21.4pt
16. 唐傘行灯花火	6.6%	41.4%	-34.8pt
17. 牧場まつり・めん羊まつり	6.1%	27.9%	-21.8pt
18. 白鳥飛来	7.9%	35.8%	-27.9pt
19. ビッグツリーページェント	6.8%	37.2%	-30.4pt
20. 磐梯熱海温泉つるりんご祭	6.0%	25.7%	-19.7pt
21. 風とロック手煮会2024	9.8%	26.8%	-17.1pt
22. ウインターフェスタ IN KORIYAMA 新酒まつり	6.1%	25.3%	-19.2pt
23. 発酵まつり	6.1%	27.6%	-21.5pt
24. ふくしま遼瀬ワイナリーイベント	6.7%	32.0%	-25.3pt
25. 磐梯熱海温泉ケヤキまつり	6.6%	34.2%	-27.6pt
26. 清水台つくしまつり	6.0%	21.1%	-15.1pt

※GAP：「認知度」－「興味度」



イベント・お祭り・体験メニューの体験率

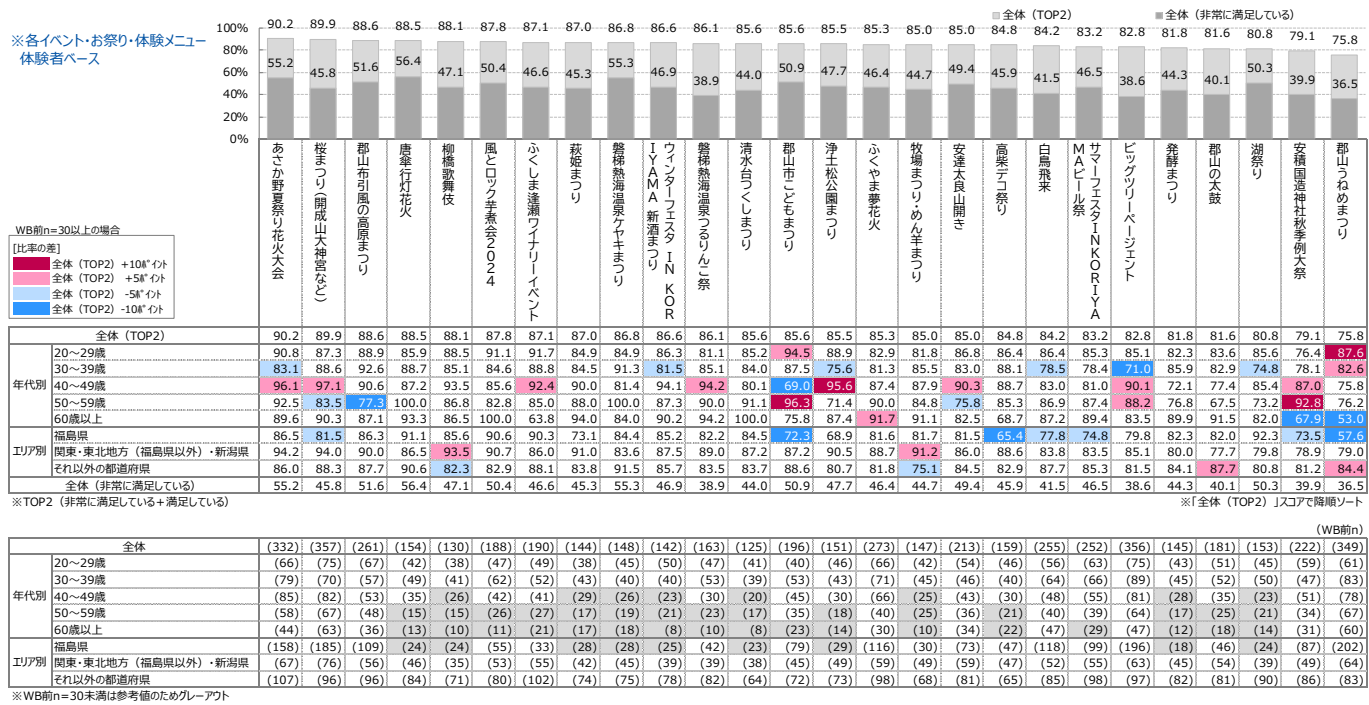
- イベント・お祭り・体験メニューの体験率に注目すると、全体的に認知度は低いものの、一定興味は持たれている様子。
- いずれの催し物に関しても体験率は2%を下回っているため、認知度向上とアクション促進のてこ入れが必要。



※「体験したことがある_全体」スコアで降順ソート

イベント・お祭り・体験メニューの満足度

- イベント・お祭り・体験メニューを実際に体験した人の満足度も概ね高い模様。福島県郡山市の催し物は特に
- 認知度が低いものの、実際に体験した人の満足度は高いため、認知度の向上が重要な施策だと考えられる。

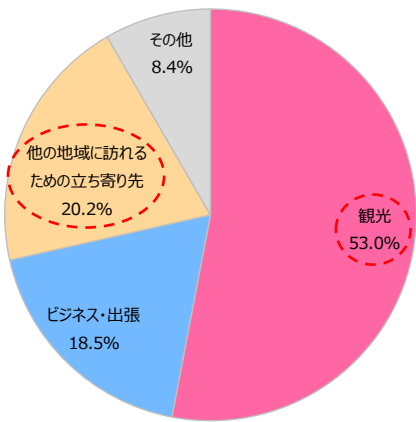


郡山市の旅行実態

来訪目的

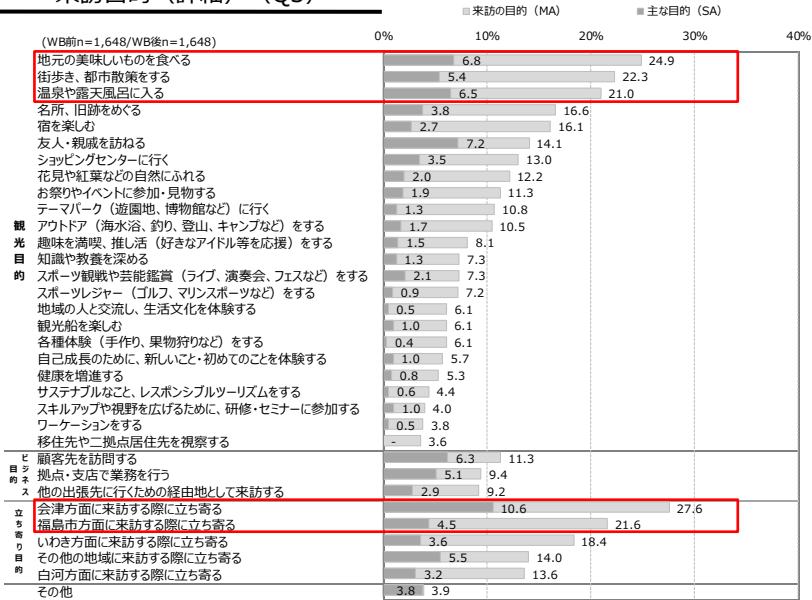
- 観光目的での来訪が約半数を占めており、その中でもグルメや街歩きを楽しむことが多い様子。
- 立ち寄り先としてのニーズも確認でき、主に会津方面や福島市方面に来訪する際の立ち寄り先となっている。

直近の主な来訪目的（Q2）



全体（WB前n=1,648/WB後n=1,648）

来訪目的（詳細）（Q3）

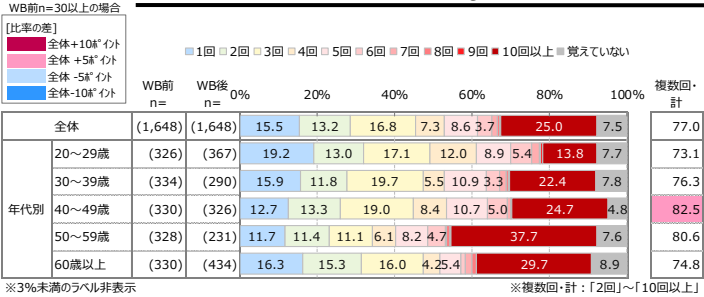


※「来訪の目的（MA）」のスコアでカテゴリー毎に降順ソート

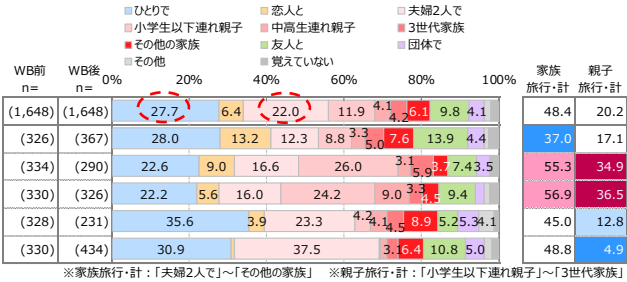
来訪回数/同行者/交通手段

- 同行者に注目すると、「一人旅」の場合と「夫婦2人旅」の割合が多く、いずれも2割以上を占めている。
- 来訪時の交通手段に目を向けると、「自家用車」や「新幹線・特急列車」を利用することが多い様子。

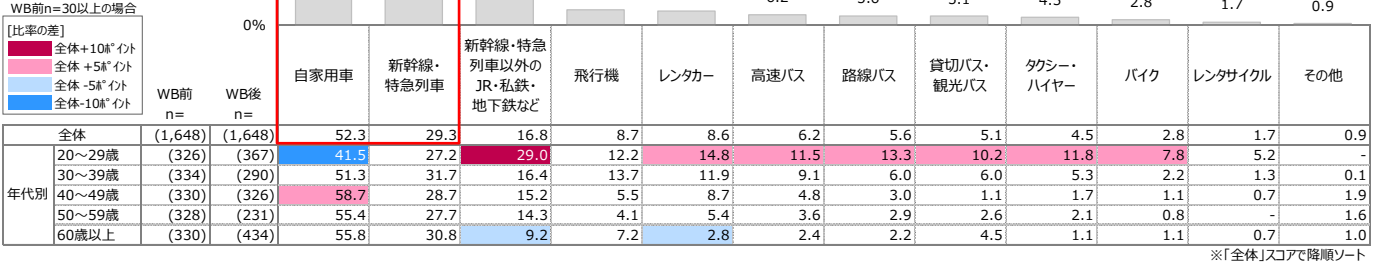
来訪回数 (Q1)



同行者 (Q6)



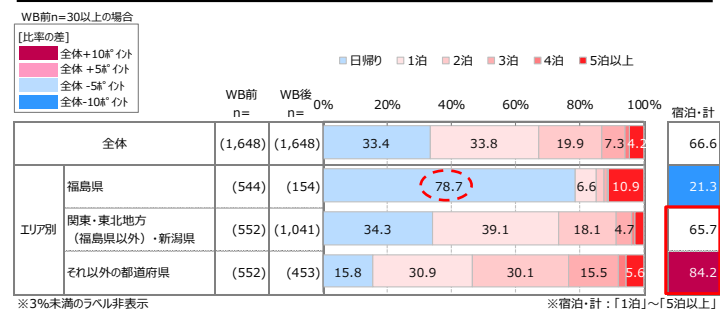
来訪時の交通手段 (Q7S1)



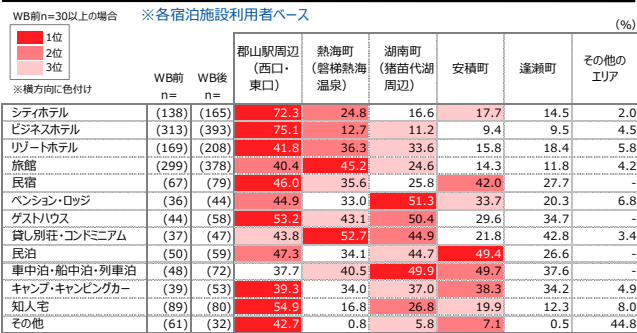
滞在日数/宿泊施設/宿泊地域

- 滞在日数に注目すると、福島県に在住の方は「日帰り」の場合が8割近くを占めており、その他の地域に在住の方は「宿泊」の場合が過半数を占める。
- 宿泊施設に注目すると、「ビジネスホテル」や「旅館」に宿泊する人が多い。

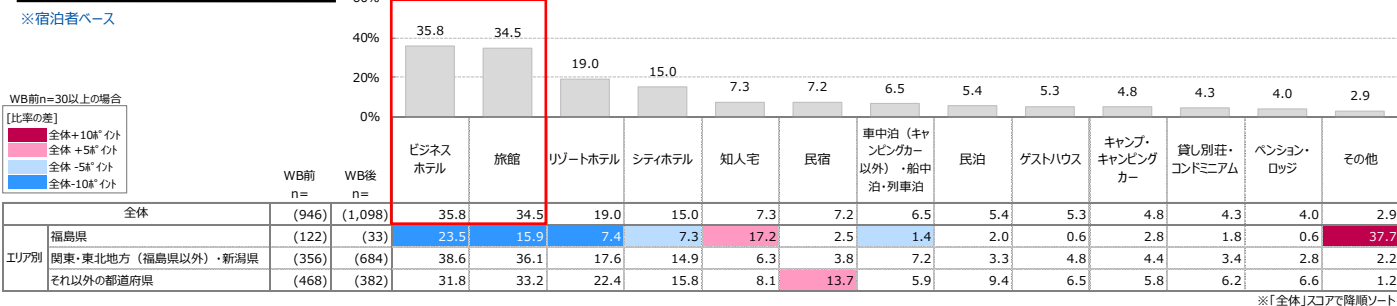
滞在日数 (Q8)



宿泊地域 (Q10)



宿泊施設 (Q9)



支出金額

- 支出金額の平均を一覧表にすると、福島県在住の方は「夕食を食べる」ことに支出する金額が比較的多い様子。
- 福島県以外の都道府県に在住の方は「直売所やお土産屋での買い物」に支出する金額が多い様子。

WB前n=30以上の場合

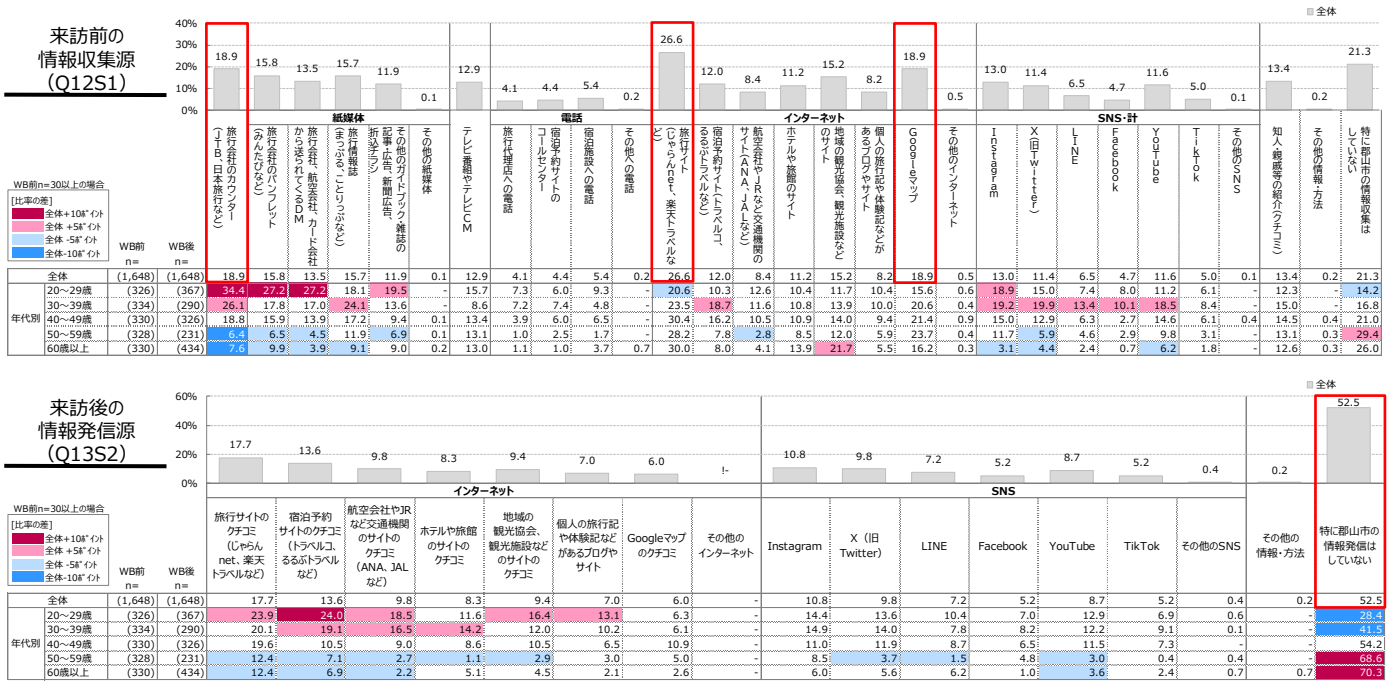
1位
2位
3位
4位
5位

※横方向に色付け

【1人あたりの平均支出額】		WB前 n=	WB後 n=	直売所やお土産屋での買い物	体験や観光ツアーは除く	エリア内の移動※乗り物体験 や観光ツアーは除く	朝食を食べる	昼食を食べる	喫茶・スイーツを食べる	夕食を食べる	バーなどお酒を飲む	果物狩り、農業・漁業体験	ものづくり体験・料理体験に 参加	歴史・文化・観光ツアー (バスツアーなど)に参加	山・高原遊び(トレッキング・ ハイキング、エコーツアーなど)	川・湖遊び(ラフティング、ウイ ン・ドワイフ、溪流釣りなど)	ウィンタースポーツ (スケート・雪遊びなど)	日帰り温泉に入る	美容・健康メニューを受ける	エステ・マッサージなど	コンサート、野外フェスティバ ル、演劇・芸術鑑賞	コンサート、野外フェスティバ ル、演劇・芸術鑑賞	お祭りや地域イベントに 参加・見物	(円)
全体		(1,648)	(1,648)	3,637	4,949	2,789	1,788	2,562	2,120	3,484	2,199	1,597	1,554	1,894	1,527	1,543	1,606	1,657	1,592	1,765	1,725			
年代別	20～29歳	(326)	(367)	4,559	4,794	4,303	3,347	3,805	4,158	4,525	3,563	3,299	3,301	3,580	3,163	3,441	3,365	3,585	3,506	3,388	3,519			
	30～39歳	(334)	(290)	3,258	4,373	2,507	2,136	2,835	2,307	3,541	2,313	1,882	1,647	1,915	1,927	1,674	1,729	1,758	1,685	2,057	1,779			
	40～49歳	(330)	(326)	3,841	5,346	2,926	1,547	2,415	1,868	3,519	2,591	1,356	1,629	1,730	1,390	1,369	1,775	1,466	1,690	1,524	1,570			
	50～59歳	(328)	(231)	2,482	3,807	1,675	771	2,003	1,165	3,124	1,273	726	566	693	475	518	681	741	658	1,126	888			
	60歳以上	(330)	(434)	3,573	5,774	2,186	960	1,738	971	2,733	1,169	613	484	1,216	540	527	401	591	335	720	734			
エリア別	福島県	(544)	(154)	1,626	994	605	485	1,497	996	1,693	964	553	332	397	362	414	500	651	500	1,436	902			
	関東・東北地方 (福島県以外)・新潟県	(552)	(1,041)	3,306	4,519	2,584	1,422	2,328	1,925	3,127	1,935	1,331	1,239	1,548	1,317	1,397	1,453	1,407	1,438	1,525	1,500			
	それ以外の都道府県	(552)	(453)	5,084	7,284	4,001	3,072	3,464	2,951	4,916	3,226	2,565	2,695	3,197	2,405	2,261	2,333	2,573	2,318	2,429	2,521			

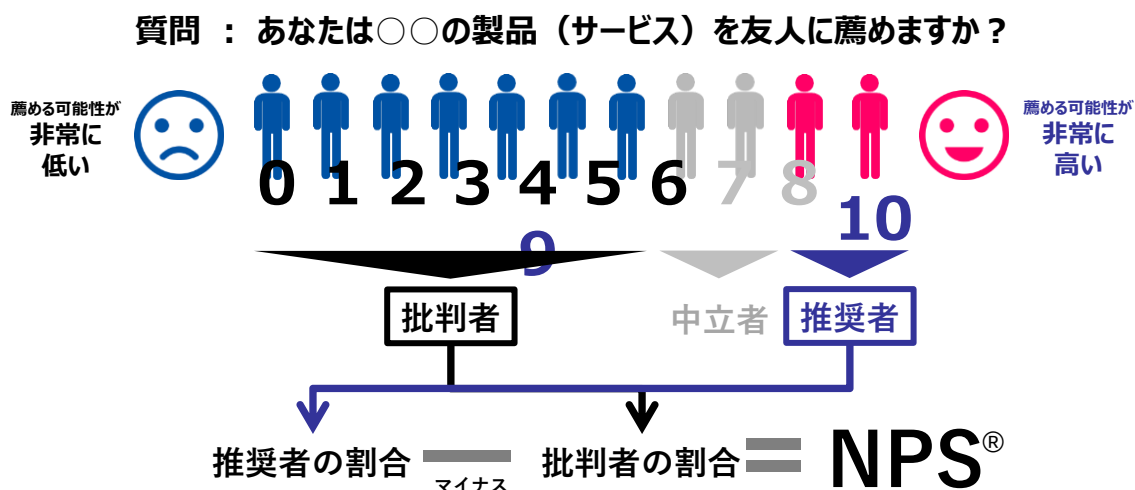
情報収集源/情報発信源

- 情報収集に関しては「旅行会社のカウンター」や「旅行サイト」、「Googleマップ」が特に利用されている。
- 情報発信に関しては「特にしない」が多く、5割以上に上るため、積極的なプロモーションの必要性があると言える。



【参考】NPSについて

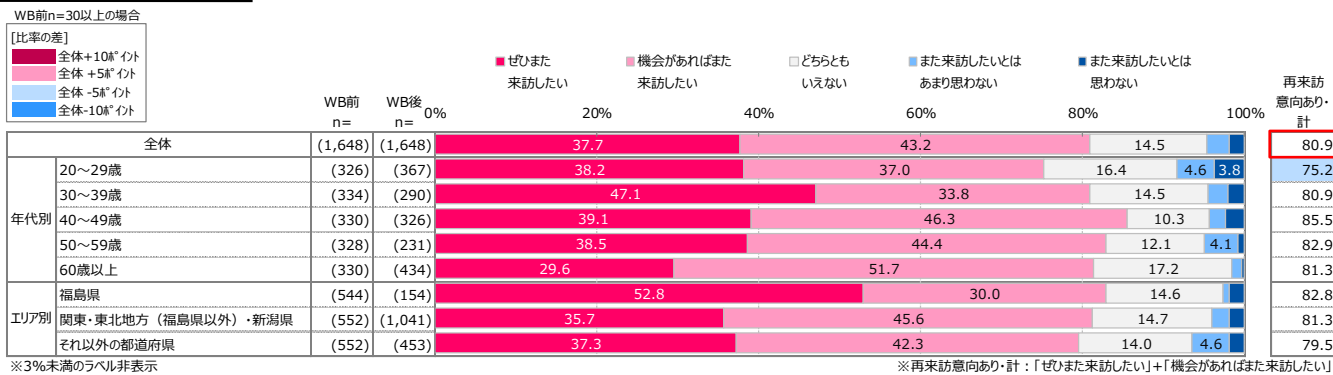
- NPSは「ネットプロモータースコア：Net Promoter Score」の略で、顧客ロイヤルティ（企業やブランドに対する愛着・信頼の度合い）を数値化する指標です。ベイン・アンド・カンパニー名誉ディレクターのフレッド・ライクヘルドが提唱しました。
- 評価対象のブランド毎に「おすすめ度合い」を11段階（0点～10点）で聴取します。
- 回答結果から、推奨者（9点・10点）、中立者（7点・8点）、批判者（0点～6点）を設定し、推奨者の比率から批判者の比率を引いた値がNPS®となります。
- NPS®の結果は、企業の売上や利益、成長率などと相関があるとされており、企業経営の評価指標として採用を検討する企業が増えています。



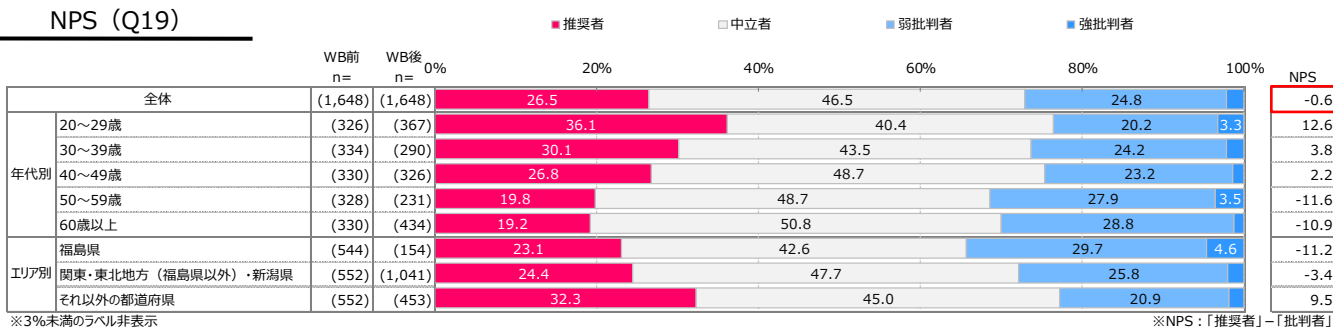
再来訪意向/NPS

- 全体で8割以上の来訪者が「また来訪したい」と回答しており、リピートする可能性は高いと言える。
- 一方NPSに関しては低めとなっており、来訪者による口コミの拡散はあまり見込めないと考えられる。

再来訪意向（Q15）



NPS（Q19）



1 調査及び分析（2）定性的調査 Ⅰ インタビュー方式

調査概要

調査概要

■ 調査目的

郡山市への来訪促進策の検討・立案に資することを意図して、下記を定性的に把握する。

- 1. 対象者の旅行に関する嗜好・価値観
- 2. 来訪者：郡山市来訪の経緯／旅行の実態
↳ 郡山市に興味を持ったきっかけ・接触した情報・来訪動機／郡山市観光の内容（訪れたスポット、体験したグルメ、買い物、イベント等）・印象
- 3. 未訪者：郡山市に興味を持ったきっかけ・未訪理由

■ 対象者属性

対象者属性	人数・割付	主な対象者条件	
郡山市来訪者	3名 20～40歳 2名 41～60歳 1名	- 福島県以外の東北地方または関東地方在住 20～60代 - 直近1年以内に3回以上国内を旅行した	直近1年以内に郡山市を観光目的で来訪した
郡山市未訪者	2名 20～40歳 1名 41～60歳 1名		- 観光目的で郡山市を来訪したことがない - 郡山市に興味があり、旅行先として調べたことがある

■ 調査手法

ODI（オンラインデプスインタビュー）／ 1名1時間

■ 調査日程

2025年 1月25日（土）・26日（日）

■ 調査機関

株式会社マクロミル

対象者プロフィール

		1	2	3	4	5
参加日		2025/01/25	2025/01/25	2025/01/26	2025/01/26	2025/01/26
参加時間		11:00～12:00	14:00～15:00	10:00～11:00	11:30～12:30	13:30～14:30
割付1		【2】郡山未訪者	【2】郡山未訪	【1】郡山来訪者	【1】郡山来訪者	【1】郡山来訪者
割付2		若年層	高年層	若年層	高年層	若年層
性別		男性	男性	女性	男性	男性
生年(参考)		1991年/平成03年	1977年/昭和52年	1997年/平成09年	1982年/昭和57年	1999年/平成11年
年齢(才)		34 才	48 才	28 才	43 才	26 才
未既婚		既婚	既婚	未婚	既婚	未婚
子供の有無		子供なし	子供あり	子供なし	子供あり	子供なし
参加デバイス		ノートPC(Win)/光回線	iPhone/ホームルーター	ノートPC(Mac)/光回線	PC(Win)/光回線	iPhone/ケーブルTV
同居家族		妻（33歳）	妻（48歳）、長女（27歳）、次女（23歳）	一人暮らし	妻（42歳）、長男（8歳）	父（55歳）、母（59歳）、弟（22歳）
居住地		千葉県柏市	神奈川県茅ヶ崎市	千葉県八千代市	東京都多摩市	茨城県土浦市
職業		金融 営業	通信 営業	旅行事務	医薬品 製造事務	IT システム開発エンジニア
世帯年収(参考)		600～800万未満	わからない	-	800～1000万未満	600～800万未満
個人年収(参考)		600～800万未満	わからない	-	800～1000万未満	200～400万未満
直近1年間の旅行回数 ※宿泊有無不問	国内旅行	11回以上	11回以上	6～10回	11回以上	11回以上
	海外旅行	0回	0回	0回	0回	0回
郡山市来訪経験		興味があり、旅行先として調べたことがある	興味があり、旅行先として実際に計画したことがある	今までに観光目的で来訪したことがある	今までに観光目的で来訪したことがある	今までに観光目的で来訪したことがある
来訪回数		*	*	1回	1回	1回
直近で福島県郡山市に 来訪した際の目的		-	-	宿を楽しむ/'花見や紅葉などの自然にふれる/'お祭りやイベントに参加・見物する/'地域の人と交流し、生活文化を体験する	宿を楽しむ/'温泉や露天風呂に入る/'地元のおいしいものを食べる/'街歩き、都市散策をする/'健康を増進する/'知識や教養を深める	地元の美味しいものを食べる/'お祭りやイベントに参加・見物する
直近で福島県郡山市に 来訪した際の感想や、良かった点		-	-	食べ物が美味しくて、自然豊かで、空気が違って心地よかった。	観光地が混んでいなくてストレスが少ない	おいしいグルメを提供しているお店が多い印象を受けた。夏に訪れたが、過ごしやすく快適な街だと感じた。交通の便では新幹線が通っており、来訪しやすいと感じた。駅前の展望台からの景色が、すごくきれいで記憶に残っている。
福島県郡山市を知ったきっかけや、 旅行先の候補に挙がった経緯、 どこまで検討したのか		日本橋のアンテナショップに立ち寄った時にパンフレットを見た。磐梯熱海温泉の泉質がよいと聞いて猪苗代湖とセットで訪問したかった。	TV番組での福島の旅がきっかけ。福島牛や喜多方ラーメンなど美味しい料理を食べにいくことが目的。	-	-	-

調査結果（エグゼクティブサマリ）

■ 旅行地としての郡山の強み・チャンス

⇒ 郡山には旅行地・観光地としてポテンシャルはある

● 東京からのアクセスが良く気軽に出かけやすい

・関東圏には郡山未訪者が一定数存在すると思われる。そのような人々が小旅行を思い立った時、東京から近くてまだ行ったことのない郡山は旅行先候補になりやすい。

● 磐梯熱海温泉、猪苗代湖、郡山市立美術館等は観光スポットとしてある程度知られており、期待度・満足度も比較的高い

・「温泉でのんびりしたい」「釣り・アウトドアを楽しみたい」「きれいな自然や建物を眺めて非日常を味わいたい」等のニーズ・期待から磐梯熱海温泉、猪苗代湖、郡山市立美術館に惹かれて郡山旅行を検討したケースが散見された。

・磐梯熱海温泉は幅広い世代を満足させる観光資源。郡山市立美術館はアートや建築に関心がある人には魅力的な観光スポット。今回のインタビュー対象者の20代女性（来訪者）の満足度は高かった。

● 認知されていないが、桜やひまわりの絶景スポット、市街地（建物・景観）、個人商店・飲食店（カフェ・居酒屋・菓子店）等の魅力的要素がある

・布引風の高原のひまわり畑は強い来訪動機までにはなっていないが、インタビュー場面では興味を示す人々が散見された。

・20代の来訪者では街歩きを楽しんで満足した事例（No.3）があった。また、飲食店に対して「リーズナブルでおいしい」「材料が新鮮」「雰囲気がおしゃれ（カフェ）」等のポジティブな評価が聞かれている。



■ 旅行地としての郡山の弱み・課題

⇒ 郡山の観光情報やコミュニケーションが届いていない

● 旅行地・観光地イメージがない・薄い

・その原因の一つに郡山の観光スポットやグルメがほとんど認知されていないことがある。今回対象とした未訪者は、郡山に興味を持ったものの「郡山といえば〇〇」というような有名な観光スポット・グルメが思い浮かばない」「見るところが少なく、時間を持て余しそう」との理由で来訪に至らなかった。来訪者においても「行きたい・見たいものが少ない」との声が聞かれ、1泊旅行の2日目は早々に喜多方市・会津若松市等へ移動してしまうケースも見られた。

※「郡山旅行」というより「福島or東北旅行」という感覚で旅行を検討した・旅行したという人々が見受けられた。関東圏の人々には、郡山だけでなく、福島・東北全体が観光地イメージがやや希薄であるようだ。

* 主な発言 *

「郡山を含め福島は“（東京から仙台への）通り道”というイメージ」「猪苗代湖と温泉以外に是非行きたい・見たいと思えるところがあった」「いざ行こうと思ってじゃらんで調べても、特に心惹かれるスポットや郡山ならではのグルメがなかったので行かなかった。」＜未訪者＞

● 郡山での「過ごし方・楽しみ方」がわからない

* 主な発言 *

「代表的な観光スポットのようだったので開成山公園・開成山大神宮に行ってみたが、子供が遊べるような場所が何もなく、どう過ごしていいかわからなかった。」「猪苗代湖には行ってみたかったが、広い湖のどこでどんなアクティビティができるのかわからず、距離もあったので行かなかった。」＜来訪者＞

● 観光スポットの「郡山ならではの特徴・お勧めポイント」がわからない

・史跡や名勝、温泉、絶景スポット等の存在を知っても、郡山ならではの特徴やお勧めポイントがわからないため「郡山まで行かなくても近場の観光スポットでも同じようなものが見られる・体験できる」としてしまう。

* 主な発言 *

（PR動画を見て）「桜の名所といえいろいろあるし、ひまわり畑は近場で見たことがある。桜やひまわりだけだと、そのために福島まで足を延ばそうとは、あまり考えないかもしれない。」＜未訪者＞

● エリア内での移動がしにくい印象がある

* 主な発言 *

「JRの本数が少なく、猪苗代湖などに行くのに車がないと不便そうだったのでやめた。」＜未訪者 ※旅行では飲酒を楽しむために運転しない＞



調査結果の要点

旅行に関する意識・ニーズ①

- 今回対象とした人々はいずれも旅行好きで、旅行に出かける頻度は比較的高い人々であった。
- ただし、旅行の対して強いこだわりや詳しい知識はなく、旅行に関するニーズや旅行の仕方はごく一般的な人々と言える。

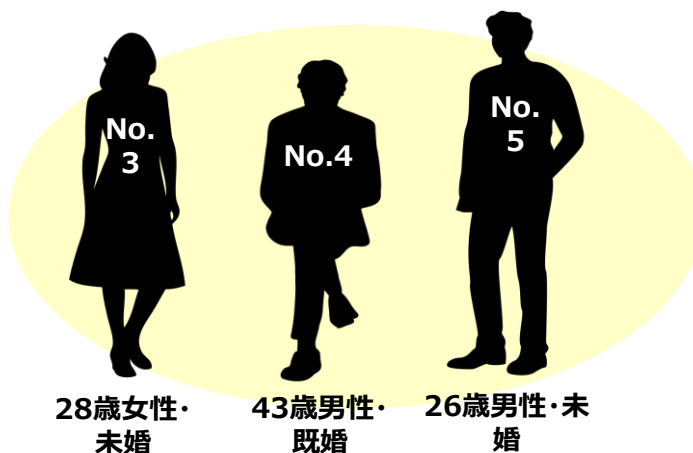
郡山未訪者



34歳男性・既婚

48歳男性・既婚

郡山来訪者



28歳女性・
未婚

43歳男性・
既婚

26歳男性・未
婚

旅行に関する意識・ニーズ②

旅のスタイル・嗜好

■ 旅行の目的・好み等には下記の傾向が見られた。

● 旅の主な目当ては「グルメ」「温泉」「景観」

- ・グルメ：ご当地のグルメを期待している。
- ・温泉：今回対象とした男性は全員が温泉好き。サウナ好きな人も見受けられた。
- ・景観：風光明媚な自然や趣のある建物・街並みなど。

● 日帰り・1泊程度の小旅行をよくしている

- ・対象者は全員が外出・旅行好きで月に1回以上観光目的の小旅行をしていた。
- ・郡山来訪者は3名全員が1泊旅行で郡山を訪れていた。未訪者も1泊程度の旅行を検討して郡山が候補に上がった。

● 気に入った場所を何度も訪れるより、まだ行ったことのない場所への旅を好む

- ・郡山来訪者は全員が初めて郡山を訪れた人々で、未訪者は「まだ行ったことがない」ということで郡山が旅行先の候補にあがった。



旅行に関する意識・ニーズ③

旅のニーズ

■ 今回の対象者から抽出された旅行に関する主なニーズ

● からだ・心の疲れを癒したい

- 今回のインタビューではほとんどの男性が温泉目当てで旅行をしていたが、このニーズが強いと思われる。（今回はいなかったが）このニーズが強い女性も少なくないと思われる。

● 非日常感を味わいたい・浸りたい

- このニーズからアートや建築物を見に旅行へ出かける女性（対象者No.3）がいた。彼女は郡山市立美術館を目当てに郡山を訪れていた。また、猪苗代湖等の自然に惹かれる人々が見受けられたが、その背景にもこのニーズがあると思われる。

● 旅先で何かを発見したい（発見した気分になりたい）

- 郡山で街歩きを楽しんだ人（対象者No.5）にはこうしたニーズがあると思われる。
- このニーズを有する人は、旅行の計画を立てること自体も楽しみのようだ。旅行中に偶々出会った（発見した）ことだけでなく、旅行の前に調べて、面白そうと思ったものを実際に見たり体験したりすることも喜びにつながるようだ。

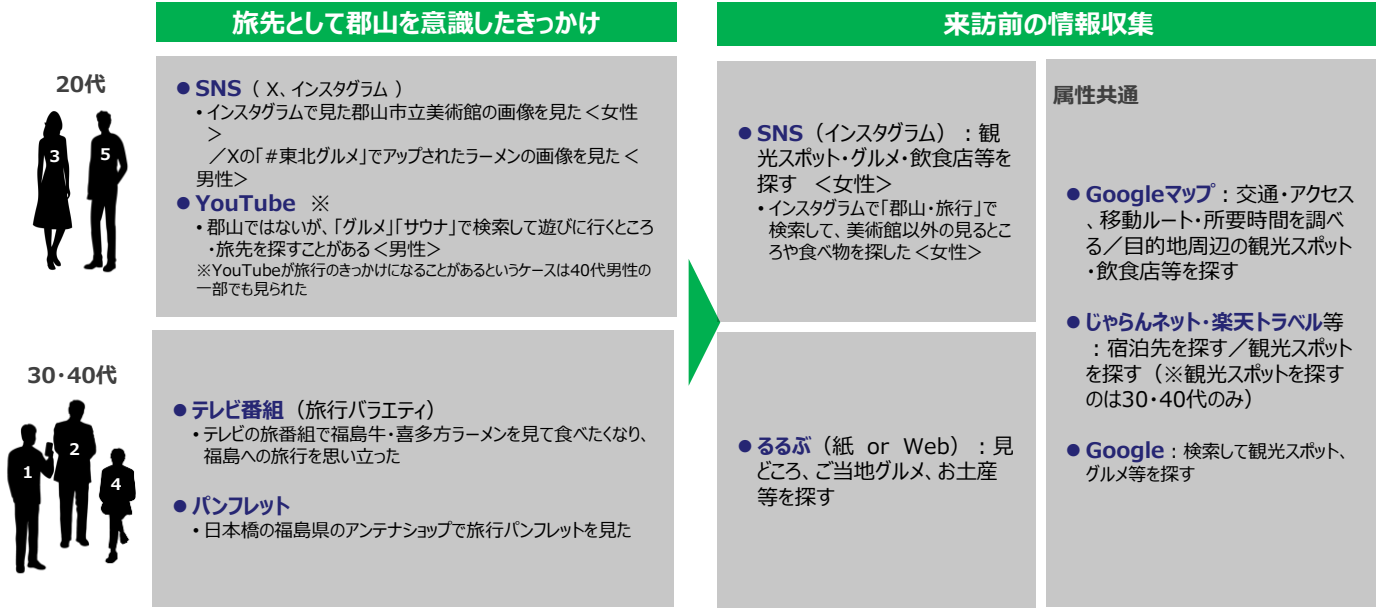
● 有名・人気・流行のものを体験したい

- 有名な観光スポットに行き、有名な食べ物を食べ、周りの人に「〇〇へ行った・〇〇を食べた」と話すことで満足する、という人も見受けられた。このタイプの人には、知名度の低い観光地やグルメは選ばれにくく満足されにくい。※典型例＝対象者No.4（男性）



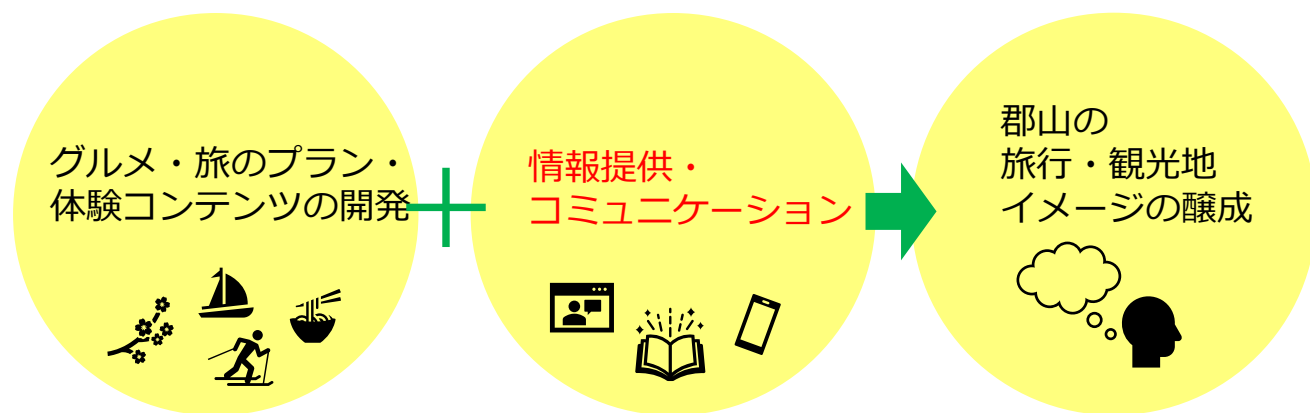
旅行のきっかけ・情報収集の仕方

- 旅行を思い立つきっかけや情報収集の態度は全員ほぼ共通。
 - ✓ 画像・映像等の視覚的情報がきっかけになることが多い。郡山の場合は「郡山市立美術館（建物）」「猪苗代湖」等の写真や映像を見たことがきっかけ
 - ✓ それほど深く・広範には情報収集しない 例）使い慣れたSNSやメジャーなサイト・雑誌等から情報を得ており、利用メディアが限られている／現地ではほとんど情報収集しない／自治体の観光サイト（『郡山へ行こう』等）で情報収集した人はいない様子
- 情報収集に利用するメディアは年齢によって顕著な違いがあり。
 - ✓ 20代：SNSの情報を重視 例）SNSに投稿された画像・映像を見て旅行に行きたくなる／旅行先が決まるとSNSで情報収集 等
 - ✓ 30・40代：テレビ・雑誌も利用 例）テレビの旅バラエティ番組を見て旅行に行きたくなる／旅行先が決まると『るるぶ』で情報収集 等



考察

- 郡山への旅行者・来訪客を増やしていくためには、下記の取り組みー特に情報提供・コミュニケーションーが重要。
- 情報提供・コミュニケーションの手段や方法は見直す余地があると思われる。



＊ 上記を主要なターゲットごとに検討

＊ ターゲットは性・年代×旅の目的×移動手段等で整理



・・・等々

■ インタビューに基づく主なターゲット別施策アイデア例

ターゲット	情報提供・コミュニケーション	グルメ・観光プラン・体験コンテンツ
20代独身男性  ・1人で鉄道で旅行に出かけることが多い ・サウナ好き／食べ歩きや街歩きも好き 	● Xを活用したコミュニケーションやキャンペーン ・「#郡山街歩き」「#郡山サウナ」「#郡山グルメ」等のハッシュタグで20代男性が興味を持ちそうな情報を発信 ・「#郡山グルメ探検隊」キャンペーン：郡山市内の飲食店を巡り、ラーメン、クラフトビール、地元食材を使った料理などをXに投稿してもらう／RTした人に抽選で郡山の宿泊券をプレゼント ・サウナYoutuber に郡山市内のサウナとその周辺の地元グルメを楽しめる飲食店を紹介してもらう（PR）	● グルメ開発 ・郡山ブラックに匹敵するがっつり系グルメ ● 観光プラン・体験コンテンツ ・モデルコース＆プラン「在来線で行く郡山」：茨城県などからのアクセスが良い在来線を利用した、1泊2日のモデルプラン ・イベント「郡山謎解き街歩き」：郡山市内を舞台にした謎解きイベントを開催／街歩きをしながら、郡山の歴史や文化に触れることができる／クリアした参加者には、郡山の特産品をプレゼント
20代独身女性  ・学生時代の親友と女子旅／旅の移動は公共交通 ・趣味はアートや建築物の鑑賞／カフェ好き 	● Instagramを活用したコミュニケーションやキャンペーン ・「#郡山カフェ巡り」「#郡山美術館」「#郡山絶景」等のハッシュタグで20代女性が興味を持ちそうな情報を発信 ・インスタライブで地元の女性に人気のカフェやショップを紹介 ・「#私の好きな郡山」等のハッシュタグでユーザーが投稿した写真を紹介するキャンペーン ・地元のカフェやショップと連携し、Instagram限定の割引クーポンやプレゼントを提供	● グルメ開発 ・地元食材を使ったカフェメニュー・スイーツ ・美術館周辺のカフェとコラボし、アート鑑賞後の休憩に最適な「アートスイーツセット」 ● 観光プラン・体験コンテンツ ・郡山市立美術館と連携したワークショップ 例）アート作品をモチーフにしたスイーツ作り、写真撮影講座等
40代既婚男性  ・ドライブ好き／家族旅行はマイカーで ・自身は旅先で温泉・ご当地グルメを楽しみたい 	● インターネット検索への最適化 ・じゃらんネット・楽天トラベル等との連携強化（家族旅行向けのプランを掲載してもらう） ・自治体観光サイトのSEO対策（家族旅行向けコンテンツを充実させ、「郡山 家族旅行」等のキーワードで上位表示されるようにする） ● 紙媒体の活用 ・家族旅行のモデルコース、観光スポット写真、割引クーポン等を掲載したパンフレットを作成し、道の駅やSA/PA等に設置 ・るるぶ等のガイドブックへの掲載強化（家族旅行向けの特集ページを作成する等）	● グルメ開発 ・地元食材を使った食事メニュー ● 観光プラン・体験コンテンツ ・モデルコース＆プラン「家族とマイカーで行く郡山」：温泉宿泊を軸に、周辺の観光スポットを車で巡るモデルコースを作成／各スポットの所要時間、移動手段、おすすめの立ち寄り場所などを詳細に記載／観光スポットには小さな子供が楽しめるものも含める ・家族で楽しめるイベント（ピクニック、音楽イベント等）、子供向け体験プログラム・ワークショップ（農産物の収穫体験、伝統工芸体験等）

■ 今後の施策検討にあたって実施を検討したい調査

情報提供・コミュニケーションの検討のために：

● 郡山観光協会等のSNS公式アカウント・公式サイトコンテンツおよびUIを検証する

郡山の観光情報が届いていないのは、SNSやサイトのコンテンツ・UIに問題があるためかもしれない。その確認のために調査を行うことが望ましい。定性調査であれば行動観察とインタビューによる下記等の方法が考えられる。

- ・ インタビュー場面で対象者に「公式サイトで郡山の〇〇について調べる」等のタスクを与え、遂行の様子を観察。タスク終了後「トップページからどこに行けば欲しい情報が得られるか、すぐにわかったか？」「（スマホでも）見やすいか？」「役に立つ情報か？」等々をヒアリング
- ・ 公式アカウントのSNS投稿を見てもらい、投稿された写真、記事の印象（興味を引くか？その理由）をヒアリング

グルメ・旅のモデルプラン・体験コンテンツの開発のために：

● 取り込みたい層（ターゲット）の旅行の嗜好・ニーズを把握し、開発のヒントを得る

今回のインタビュー対象者は人数・属性が限られていたため、他の属性の情報も得たいところである。旅行者のボリューム層（頭数が多い層）や消費金額の多い層等を視野に入れて取り込みたい人々（ターゲット）を検討したい。

● 開発したプラン・コンテンツのアイディア・コンセプトを受容性調査でブラッシュアップ

新たにアイディアやコンセプトを作成する前に、現在サイト等で紹介しているモデルコースや体験型イベント等の印象や評価を聴取し、それをもとにブラッシュアップする方法もある。

調査結果の詳細

未訪者_郡山に興味を持ったきっかけ・未訪理由等

- テレビ番組や旅行パンフレットがきっかけで福島に興味湧き、「福島県にはまだ旅行したことがない」「郡山は東京から行きやすい」という理由で郡山への旅行を思いついた。
- しかし「猪苗代湖と磐梯熱海温泉以外、有名な観光スポットがない」「これといって有名だったり心惹かれるグルメがない」「郡山の中の移動がしにくそう」との理由で来訪に至らなかった。

	旅行スタイル・嗜好／旅行に関する強いニーズ	郡山に興味を持ったきっかけ	未訪の理由	旅行の情報収集
 1 34歳男性・既婚	- 千葉県柏市在住・会社員（金融）・妻と二人暮らし。 - 旅行は一人で行けることが多い。／月に一度は1泊程度の小旅行に出かける。／旅先で地酒を楽しみたいので、自動車での旅行は減多にしない。 - 旅の目的は「温泉」「自然の景色・有名な観光スポット」「グルメ」。／一人で自由に行動して、温泉や自然の景色やおいしい食べ物を楽しむことで、日々のストレスを解消してリフレッシュできるのが旅行の良さ。	2024年夏、休日に夫婦で日本橋に出かけた際、福島のアンテナショップで旅行のパンフレットを手にとった。 「猪苗代湖は避暑に良さそう」「温泉（磐梯熱海温泉）がある」という理由で、郡山が夏の旅行の候補に上った。 ※猪苗代湖については以前にテレビ番組（具体的な番組名は記憶にない）で「磐梯山や有名なスキー場が近くにあり風光明媚」というイメージがあった。	- 郡山までのアクセスは良いが、JRの本数が少なく、車がないと不便。 - 猪苗代湖以外に、是非行きたい・見たいと思える観光スポットがない（知らない）ので、時間を持て余しそう。 ※福島県や郡山に対して、観光地というより「東京から仙台までの通り道」というイメージを抱いている（仙台には何度か旅行に行っている）。／福島について知っていることは「会津城」「喜多方ラーメン」程度、郡山については特に浮かばない様子。	- 情報収集の態度：あまり詳しく調べるほうではない。／事前に行きたい観光スポットへのアクセスを調べ、見て回るコースやスケジュールをざっくり計画する。モデルコースなどは調べない。 - 情報の得方・利用媒体：テレビ番組やパンフレット（旅行会社・自治体のデジタル・紙媒体）を見て興味を持った観光地をネット・Googleマップで検索して調べる。
 2 48歳男性・既婚	- 神奈川県茅ヶ崎市在住・会社員（通信）・家族は妻、娘二人（28歳・23歳）。 - 趣味は旅行・アウトドア・ドライブ・グルメ。／一人で旅行する時は自家用車でのドライブ旅行がメイン、家族旅行では新幹線・飛行機も利用。 - 旅行は食べ物に惹かれて思い立ち、その周辺に天然温泉があるか？を調べてプランを立てることが多い。／おいしいものを食べ、天然温泉に浸かって仕事の疲れをとりたい・癒されたい。	2022～2023年頃、テレビの旅番組で福島牛・喜多方ラーメンを見て福島方面への旅行を考えた。 「仙台にはよく行くが、福島はまだプライベートで旅行したことがない」「郡山は新幹線で1時間半くらいなので、寄ってみたいのか？」と考えた。	郡山は東京からは近いが、いざ行こうと思うと、これといったグルメや観光地が思い浮かばない。／じゃらんで調べても、特に心惹かれるスポットや郡山ならではのグルメがなかった。 ※「郡山駅から車で30分くらいのところに温泉があったが、それ以外めぼしいもの（惹かれるもの）がなかった記憶がある」「それだけのために郡山に行くより、仙台に行ったほうが良いと思った」とのこと。	- 情報収集の態度：家族旅行の時は家族を納得させるために宿、食べ物、アクティビティ等についてある程度調べるが、利用媒体はやや限られている。 - 情報の得方・利用媒体：テレビ番組（旅番組等）で食べ物に惹かれ、ネット検索（地名を入れて観光特集のサイトを見る）したり、じゃらんや旅行会社のサイトでホテル、アクティビティを調べる。／じゃらはPontaポイントが付くので宿泊予約に好んで使用。／旅行YouTuber（たそがれもーどさん・やつしまさん等）の番組を参考にすることも。

来訪者_郡山旅行のきっかけ・旅程・満足状況①

- 20代の男女はSNS（X・Instagram）で自分の趣味・嗜好に合う画像（ラーメン、美術館）を見かけたことがきっかけで郡山を訪れていた。
- 40代男性は、小旅行を思い立ってまだ行ったことがない福島県を選び、「温泉がある」という理由で郡山に宿泊した。

	旅行スタイル・嗜好／旅行に関する強いニーズ	郡山への旅行を思い立ったきっかけ	事前の情報収集
 3 28歳女性 未婚	- 千葉県八千代市在住・会社員（旅行会社事務） ・一人暮らし - アートや建築の鑑賞が趣味。／美術館がメインの目的の1泊旅行に、一人または学生時代の親しい友人と二人で行くことが多い。 - 旅行は、非日常を味わえるお金をかけたご褒美。非日常を味わえるのは旅行だけ。	Instagramに流れてきた郡山市立美術館の写真を見て「きれいな建物、ここに行きたい！」と思った。すぐに友人に写真を送り、一緒に行くことを決めた。 ※この時に限らず、インスタの投稿がきっかけで旅行に行くことがよくある。	- 情報収集は主にInstagramで行う。／じゃらんネット等の観光サイトはファミリー向けの情報中心と感ずるため、利用しない。 - この時はInstagramで「郡山・旅行」で検索し、美術館以外の立ち寄り先や食べ物を探した。猪苗代湖、おしゃれなカフェ、郡山ブラックラーメンを見つけ、Googleマップで場所等を確認して観光スケジュールを決めた。その後1週間くらいの間に宿と移動手段を決めて予約をした。
 4 43歳男性 既婚	- 東京都多摩市在住・会社員（医薬品メーカー・事務） ・家族は妻と息子（8歳） - 事務仕事で目・肩・腰が疲れやすく、休日はスーパー銭湯に行ったり温泉旅行に出かけて疲れを癒している。 - 旅行は車で行くことが多い。／旅行先は温泉にプラスして「まだ行ったことがない場所」「有名・人気のある観光スポット」を選択する。有名・人気のあるところに行ったことで満足する。	何処かに1泊で行きたくなり、まだ行ったことがない福島県と那須高原が候補に上がった。／妻と相談し、那須高原より「行ったことがない福島の数カ所を回るほうがよい」「温泉（磐梯熱海温泉）がある」という理由で福島に決まった。 ※「郡山旅行」ではなく、「福島旅行」という感覚。郡山市の他、喜多方市・会津若松市を観光している（次ページ参照）。	- 情報収集はネット（楽天トラベル・Googleマップ）と紙媒体（るるぶ）を利用。／SNS、YouTubeは情報が多過ぎて調べるのに時間がかかるため、旅行の情報収集には使わない。 - この時は福島県に行く決めてから、楽天トラベルで「福島の温泉宿」で検索して磐梯熱海温泉に宿泊することに決めた。／観光スポットやご当地グルメ・お土産はるるぶで、移動ルート（車）はGoogleマップで調べた。／ネットで観光スポットの画像検索をして外観のイメージを確認した。
 5 26歳男性 未婚	- 茨城県土浦市在住・会社員（IT開発エンジニア） ・両親・弟（22歳）と同居 - 趣味はサウナや温泉めぐり。整う（ストレスが消えリセットされる）感覚が好き。 - 旅行の9割がひとり旅。／旅先で街歩きをするのが好き。普段は目に留めないマンホールや建築物を見て、ご当地マンホールなどを見つけるのが楽しい。／自分で調べて面白そうなおところを見つけて旅の計画をたてることも旅行の楽しさだと思っている。	- Xで「東北グルメ」というワードと画像（※はっきり覚えていないが、ラーメンだったかもしれない）を見て、久しぶりに東北に行ってみようと思った。 - 旅行先は鉄道で行ける範囲で検討。宮城と福島が候補になり、在来線で行ける郡山に決めた。	- YouTubeで「グルメ」「サウナ」等のワードで検索して、外出・旅先を探すことがよくある。／SNSはInstagramよりXを好んで利用。Instagramは盛られた情報が多いと感じるため。 - この時はナビタイムで自宅から目的地までのルート・時間を調べて郡山に決めた。／その後、じゃらんネットで「郡山市・サウナ」で検索して宿を探した。／宿泊が決まった後、Googleマップを見ながら、Google検索で郡山の観光スポットやグルメを探した。 - 旅のメインの目的は郡山のグルメだったので、郡山のビールや郷土料理などを楽しめる店をチェックした。

来訪者_郡山旅行のきっかけ・旅程・満足状況②

- 全員が1泊の旅行で郡山を訪れた。
- 旅行において「みんなが知っている場所・グルメを体験する」ということを重視する人（40代男性）は「有名な観光スポットやグルメがなかった」「過ごし方・楽しみ方がわからなかった」との理由で郡山の評価は低かった。一方、郡山に「個人的な趣味・嗜好にマッチするもの」を見つけてそれを目当てに訪れた人（20代男女）は「期待通りで満足した」との評価であった。ただし、満足度の高い人においても「目当てのもの以外の観光スポットが少ない」との声が聞かれている。

	同行者／主な旅程	旅行地での情報収集	満足度・再訪意向とその理由／満足したこと・不満なこと
  28歳女性 未婚	- 同行者：大学時代の友人1名 - 交通手段：鉄道（新幹線）・バス 1日目：11時頃郡山駅着・駅構内で食事 → 郡山市立美術館 → 美術館付近のカフェで休憩 → 郡山駅でお土産の下見 → 郡山市内ホテルへ → 市内の店で夕食（郡山ブラックラーメン） 2日目：市内カフェで朝食 → 猪苗代湖 → 湖付近の飲食店で昼食 → 郡山駅おみやげ館でお土産（クリームボックス、ままだおる、酪王カフェオレ）を購入 → 17時頃郡山駅を出て帰京	旅行に行く前に訪れる場所は決めているため、現地では交通情報（交通手段、発着時刻等）以外のことは特に調べない。	● 満足度8点 / 再訪意向2（たぶん再訪する） ⇒美術館が期待通りで素敵だった。／福島は何もないイメージだったが、駅周辺におしゃれなカフェなどもたくさんあった。／食べ物も総じておいしく、カフェのサンドイッチに使われている野菜も新鮮でおいしかった。／現代的なところとのんびりした自然（猪苗代湖）が共存していて、楽しめた。 ⇒観光スポットが少ない。ゆっくり観光できるのは良いが、もう見たいところがないので再訪するとしても日帰りになりそう。
  43歳男性 既婚	- 同行者：妻・息子 - 交通手段：自家用車 1日目：7時頃出発 → 11時半頃福島市観光物産館に到着、食事・休憩・周辺を散策、13時頃出発 → 14時頃郡山市に着き、開成山公園・開成山大神宮 → 16時頃道の駅でお土産（地酒、喜多方ラーメン、ままだおる等）購入 → 磐梯熱海のホテル着 2日目：10時頃ホテル出発 → 郡山市立美術館 → 喜多方市へ移動・昼食 → 会津若松市へ移動・鶴ヶ城周辺を観光 → 17時頃帰途に着く	● 時間を持て余した時はGoogleマップで現在地の周辺で観光できるところを探す。	● 満足度4点 / 再訪意向4（たぶん再訪しない） ⇒郡山は「福島の中では人口が多いビジネスの街」というイメージで観光地のイメージがなかった。実際、これといった知名度のある観光スポットやグルメがなく、人に言っても「聞いたことがない」と言われてしまいそう。温泉以外、満足できるものがなかった。 ・開成山公園・開成山大神宮＝子供が遊べるような場所が何もなく、どう過ごしていいかわからなかった。 ・郡山市立美術館＝妻の希望で行ったため、まるで印象に残っていない。 ・猪苗代湖＝行ってみたかったが、広い湖のどこでどんなアクティビティができるのかわからず、距離もあったので行かなかった。 ・磐梯熱海温泉の旅館：リーズナブルで、人が少なく静かで雰囲気良く、ゆっくりできた。
  26歳男性 未婚	- 同行者：ナン - 交通手段：鉄道（在来線）・徒歩 1日目：12時半頃郡山駅着 → 昼食（郡山ブラックラーメン等） → 郡山市ふれあい科学館・展望台 → クリームボックス、酪王カフェオレ、酪王カフェオレアイス等を買ってホテルで食べる 2日目：ホテルをチェックアウトし朝食 → 開成山公園 → 調べておいた飲食店で昼食（郡山・福島のカラパティールの飲み比べ・郷土料理（漬物セット等）） → お土産購入（移動途中に見かけた柏屋でお饅頭を、駅前でままだおる、喜多方ラーメン棒を購入） → 17時頃帰途に着く	● 徒歩移動のためGoogleマップは見るが、旅行プランは予め立てて行動するので、現地で情報収集することはほぼない。	● 満足度10点 / 再訪意向2（たぶん再訪する） ⇒東北全般に過疎のイメージがあったが、行ってみると良い意味で地方都市らしく、ほど良くにぎわっていた。／駅からまっすぐな道が伸びる街の風景がきれいで、歩きやすかった。／街中の雰囲気が良く空気も澄んでいてリラックスして過ごせた。／グルメがメインの目的だったが、食べものはリーズナブルで全ておいしくて満足した。／街が一望できる展望台、自然や歴史を感じる開成山公園も良かった。 ⇒今回は駅の西側しか見ていないので、次は東側を見て回りたい。まだ食べていないグルメの情報が入ってきたら行きたくなりそう。分厚い肉、焼肉、牛たんなどに惹かれる。

PR動画の印象

- 景色には惹かれるものの、下記理由で「ぜひ郡山に行きたい」とまでは思えないとの反応であった。
 - ✓ （桜やひまわり畑の景色は）きれいではあるが、郡山以外の観光地でも見られる
 - ✓ 郡山ならではの魅力、郡山でないと体験できないことがわからない

ポジティブな反応・魅力	ネガティブな反応・問題
● No.1：きれいな自然の風景に惹かれる様子で「見てみたい」との発言があった。 ● 桜の名所、夏のひまわり畑はきれいだった、行ってみたい。夕暮れの風景もきれいだった。冬の猪苗代湖はあんな風景になると知らなかったの、近くで見てみたいと思った。	● No.2：「桜やひまわり畑は、福島まで行かなくても、近場にも名所がある」「郡山ならではの魅力的な観光ポイントやそこで体験できることがわからない」と感じるため、郡山へ行こうと思えないとの反応。 ● 動画に出てきた場所は、以前郡山について調べた時に見たものがほとんどだった。／郡山の名所の魅力があまり伝わってこない、イマイチ弱い。私は今関東圏に住んでいるが、梅の庭園は熱海にあるし、桜は伊豆半島の河津桜、茨城でもしだれ桜が見られる。／動画では猪苗代湖が唯一魅力的なところだったが、猪苗代湖で何ができるの？と思った。よくあるボートに乗って散策くらいはできるんでしょうけど、他に何ができるのか、どんなアクティビティがあるのか、そこで食べる食事ってどんなものなのか、猪苗代湖でしか買えないお土産は何なのか、さっきの動画ではわからない。 ● No.1：No.2と同様に桜やひまわりは「福島まで行かなくても見られそう」と感じるようだ。 ● 桜の名所といえいろいろあるし、ひまわり畑は近場で見たことがある。桜やひまわりだけだと、そのために福島まで足を延ばそうとは、あまり考えないかもしれない。

※PR動画は未訪者2名（No.1、2）のみに視聴させた。



<https://www.youtube.com/watch?v=gMbmAvLC1WE>

主要な観光スポット・グルメ等の印象
 (1) 観光スポット

■ 自然の景観が美しいスポットに惹かれる傾向。布引風の高原は来訪者も知らなかったとの反応で興味が示されたが、既述の通り“郡山ならではの”という印象が弱いため、これだけでは来訪動機になりにくいと思われる。

		1 郡山の桜	2 桜里の菊楽園	3 磐梯熱海温泉	4 四季の里緑水苑	5 郡山布引風の高原・ヒマワリ	6 スペースパーク	7 21世紀記念公園・麓山の杜	8 鹿島大神宮	9 開成山大神宮	10 郡山市立美術館	11 高屋敷稻荷神社	12 銚子ヶ滝・母成グリーンライン
未訪者	1		○	◎ 温泉が好き	○	○							
	2		△ 菊はあまり見たことがなく珍しい										
来訪者	3	○				○	○ いま見ているアニメに関連がありそうなので行ってみたい				来訪		
	4			来訪		○ 風車とひまわりの組み合わせは新鮮				来訪	来訪		
	5					○	来訪						

※未訪者には「興味がある・行ってみたい・体験したいもの」を、
 来訪者には「知らなかったが、興味がある・行ってみたい・体験したいもの」を尋ねた。

主要な観光スポット・グルメ等の印象
 (2) グルメ

- クリームボックスは比較的知られており、来訪者2名は現地で購入している。
- その他はあまり知られていなかったが、郡山ブラックとあさか舞には複数の人から興味が示された。

		13 郡山生 チョコ ケーキ	14 檸檬 (れも)	15 郡山ブ ラック	16 クリー ムボッ クス	17 モン・リ ブラン ワッフル	18 フルー ツピー クス	19 あさか 舞	20 郡山 ラーメ ン 大地の 麺	21 桃の フィナン シェ	22 モーニ ングの ヨーグ ルト	23 嘉永餅	24 エキソ ンパイ
未訪者	1 			◎ 知らな かった、 食べて みたい	◎ 有名な ので 食べて みたい			○ ブランド 米はお いそう、 気になる					
	2 			○ 富山ブ ラックと 比べて みたい	○ 見たこと がないの で食べ てみたい	○ 見たこと がないの で食べ てみたい	○ 気にな る、食べ てみたい	◎ 米好き ／色々 な米を 食べ比 べたい				○	
来訪者	3 			購入 (食べた)	購入			○ 高そう、 おいそ う					
	4 			○ 知らな かった、 食べて みたい									
	5 	○ おいそ う、食べ てみたい		購入 (食べた)	購入								

主要な観光スポット・グルメ等の印象
 (3) イベント

- イベントは知られておらず、強い来訪意向が示されたものはなかった。
- 花火（25、27、28）には「見たいけれど混んでいそう・宿が取れなさそう」との理由で来訪意向は示されなかった。
- お酒が好きな人は逢瀬ワイナリーに興味を示したが、「車でないと行けなさそうだが、車では飲めない」との理由で来訪意向は高まらなかった。

	25 あさか 野夏祭 り花火大 会	26 桜まつ り	27 ふくや ま夢花 火	28 唐傘行 灯花火	29 布引 風の高 原まつ り	30 ビッグ ツリー パー ジェント	31 白鳥飛 来	32 磐梯熱 海温泉 けやき 祭	33 ふくしま 逢瀬ワイ ナリーイ ベント	34 安積国 造神社 秋季例 大祭	35 サマー フェスタ INKO RIYA MA ビール 祭	36 湖祭り
未訪者					○ 妻と風 車の中 を歩き たい					○ 熱気が ありそう 盛り上 がりそう		
									△ 強いて いえばお 酒が好 きな ので 行っ てみ たい			
来訪者												○ 迫力が ありそう
									△ 行きた いが、車 で行くと 飲めな い			
								○ 自然豊 かな場 所を ウォー キング した い			○	

インタビューフロー

インタビューフロー

■ 来訪経験のない方へのインタビュー内容

配分時間／開始からの経過時間	インタビュー項目	視点・目的
導入：対象者プロフィール～旅行に関する嗜好・価値観（10分）		
1/1	インタビューの趣旨・進行方法の説明 ・旅行や観光について詳しくうかがいたいと説明	対象者の旅行の好み・価値観、旅行の情報収集の仕方等を把握
9/10	対象者自己紹介 □ 職業／同居の家族構成／普段の生活 or 最近の関心事・趣味 □ 旅行全般について： ・旅行に行く頻度 ・旅行のスタイル ⇒誰と／何処に／どんな目的で行くことが多いか ⇒旅行の計画は自分で調べて立てるほうか／どのように立てるか（情報収集に対する態度、利用するメディアや旅行サイト・調べる内容 等） ・これまでに行った旅行で、楽しかった・印象に残った旅行／「また行きたい」と思う旅行先・「また行きたい」と思う理由 ・旅行の魅力（旅行に求めること・期待すること・旅行にはどんな効用があるか 等）	
郡山市に興味を持ったきっかけ・未訪理由（10分）		
10/20	「アンケートで“旅行先として郡山市を検討したことがある”とお答えいただいておりますが、その件についていかがいます。」 □ 検討した時期 □ その時、郡山市への旅行を思い立ったきっかけ * 接した情報がきっかけの場合、メディア・具体的な内容を聴取 □ どういう旅行を想定していたか 例）友人との女子旅、家族旅行 等 □ 興味はあったが、行かなかった理由 ・別の場所へ旅行を決めた場合、何処か ・そこと郡山市の比較検討のために調べたことはあるか／どこ（どんなメディア）でどんなことを調べたか ・そこと郡山市を比較して、郡山市が劣っていたのはどんな点か ・接した情報で、そこに決まったことに影響したものはあったか／あった場合、メディア・具体的な内容を聴取	旅先として郡山市に興味をもったきっかけ・経緯（タッチポイント等）、興味はあったが来訪に至らなかった要因を把握
その他：①主要な観光地・イベント・グルメ・お土産等の印象（20分）		
10/30	▼PR動画を画面共有 □ 印象／郡山に行ってみたくなるか・その理由 □ 惹かれるところはあったか	ポテンシャルのある観光資源の探索
10/40	▼資料（郡山市の観光スポット、イベント、グルメ、お土産等）を画面共有 □ 興味があるもの／その理由 □ 惹かれないもの・興味がわからないもの／その理由	
その他：②直近の国内旅行について（20分）		
20/60	「ここからは一番最近の旅行についていかがいます。」 □ 旅行の概要 ・旅行先／行った時期・日数／同行者／宿泊地・訪れた主な場所（地域・観光スポット等）／交通・宿泊の予約の仕方（利用した予約サイト等）／おおよその費用（総額） 「何故そこに旅行することになったのですか。」 □ そこへの旅行を思い立ったきっかけ／そこに決めた理由 ・接した情報で、郡山市へ行くことに影響したものはあったか／あった場合、メディア・具体的な内容を聴取 □ 行く前に、どんなことを楽しみにしていたか・どんなことを期待したか 「実際に行ってどうでしたか。」 □ 良かったこと ・訪れた場所・体験・食べ物・買い物（お土産）等で印象に残っていること・良かったこと ・旅行先としての魅力はどんなことか □ 物足りないところがある場合、何が足りないか 「最後に、次の旅行の予定はありますか？いつ頃何処へ行きたいと思いますか？」 □ 郡山市は旅行先の候補か／その理由 ・来訪意向がある人：旅行の目的・楽しみにしていること 追加質問 ～ 終了	参考として直近の国内旅行のきっかけや満足点等を聴取

■ 来訪経験のある方へのインタビュー内容

配分時間／開始からの経過時間	インタビュー項目	視点・目的
導入：対象者プロフィール～旅行に関する嗜好・価値観（10分）		
1/1 9/10	インタビューの趣旨・進行方法の説明 - 旅行や観光、特に郡山市への旅行・観光について詳しくうかがいたいと説明 対象者自己紹介 - 職業／同居の家族構成／普段の生活 or 最近の関心事・趣味 - 旅行全般について： - 旅行に行く頻度 - 旅行のスタイル ⇒誰と／何処に／どんな目的で行くことが多いか ⇒旅行の計画は自分で調べて立てるほうか／どのように立てるか（情報収集に対する態度、利用するメディアや旅行サイト・調べる内容 等） - これまでに行った旅行で、楽しかった・印象に残った旅行／「また行きたいと思う旅行先・「また行きたい」と思う理由 - 旅行の魅力（旅行に求めること・期待すること・旅行にはどんな効用があるか 等）	対象者の旅行の好み・価値観、旅行の情報収集の仕方等を把握
郡山市来訪の経緯（15分）		
15/25	「ここからは郡山市への旅行についてうかがいます。」 - 旅行の感想／旅行地としての郡山市の印象 - 旅行先としてどうだったか／旅行に行く前は旅行先としてどんなイメージをもっていたか・そのイメージと実際に旅行した印象にギャップはあったか ▼これまでの郡山市来訪回数を確認。初めて郡山市を観光した時のことを聴取。※複数回訪れていて初回の来訪の記憶があいまいな場合は直近の旅行について聴取する。 - 旅行の概要 - 行った時期・日数／同行者／宿泊地・訪れた主な場所（地域・観光スポット等）／交通・宿泊の予約の仕方（利用した予約サイト等）／おおよその費用（総額・飲食・お土産・宿泊） 「最初に、何故郡山市に旅行することになったのか、その経緯を教えてください。」 - この時、郡山市への旅行を思い立ったきっかけ ※接した情報がきっかけの場合、メディア・具体的な内容を聴取 - この時、郡山市以外に旅行先の候補になったところはあったか - あったとして何処か - 比較検討のために調べたことはあるか／どこ（どんなメディア）でどんなことを調べたか - 行先を郡山市に決めた理由 - 決め手になったこと - 接した情報で、郡山市へ行くことに影響したものはあったか／あった場合、メディア・具体的な内容を聴取 - 行く前に、どんなことを楽しみにしていたか・どんなことを期待したか	旅先として郡山市に興味をもったきっかけ・経緯（タッチポイント等）を把握
郡山市観光の実態（20分）		
20/45	「実際の旅程を教えてください。」 ▼覚えてる範囲で、時系列で来訪した場所・行ったこと等をあげてもらい ※来訪先の確認の際には、適宜、資料（郡山市周辺の観光地図等）を画面共有しながら聴取する - 旅行プランは予め決めていたか／決めていた場合、プランを立てる上で参考にしたもの・役立ったものはあるか - 現地（郡山市）で観光や行先の参考にしたもの・役立ったものはあるか ※参考にした・役立ったメディア・サイト・コンテンツ等を具体的に聴取 ▼下記のアンケートに回答してもらい - 満足度（観光・旅行先として郡山市にどのくらい満足していますか？ ※10点満点で点数を回答） - 再訪意向（また郡山市に観光・旅行に行きたいと思いますか？ 今のお気持ちに近い番号を選んでください。） - 絶対に再訪する - たぶん再訪する - どちらともいえない - たぶん再訪しない - 絶対に再訪しない - 満足度・再訪意向の回答・その理由 - 郡山市で良かったこと - 訪れた場所・体験・食べ物・買い物（お土産）等で印象に残っていること・良かったこと - 来訪前の期待に合ったか／行く前は期待していなかった・知らなかったが、意外に良かったこと・発見はあったか - 旅行先としての郡山市の魅力はどんなことか - 物足りないところがある場合、何が足りないか - 満足度・来訪意向が高い人に： 「郡山市に行く、お勧めを教えてください」という人がいたら、何処を・何をお勧めするか／その理由 - 次に郡山市に行く時は、何処に行きたいか・何をしたいか／その理由	郡山市旅行・観光の実態、魅力と課題を把握
その他：主要な観光地・イベント・グルメ・お土産等の印象（15分）		
15/60	▼資料（郡山市の観光スポット、イベント、グルメ、お土産等）を画面共有 - 知らなかった且つ興味があるもの／その理由 - 惹かれないもの・興味がわからないもの／その理由 追加質問 ～ 終了	ポテンシャルのある観光資源の探索

■ 主要な観光スポット・グルメ等の印象をヒアリングする際に提示した資料

	1. 郡山の桜 郡山には桜の名所がたくさん。紅枝垂地蔵桜は三春滝桜の娘といわれるしだれ桜で、樹齢は約400年。妖艶なピンクの花が特徴。この桜の下には、地蔵堂があり、昔から赤ん坊の短命、夭折（ようぜつ）の難を逃れるため、この地蔵に餅をかけていたといわれている。		4. 四季の里緑水苑 秀峰安達太良を背景に清流五百川に隣接した、約3万坪に及ぶ自然型池泉回遊式の花庭園。春の桜を始めツツジ、シヤクナグ、花菖蒲、アジサイ等の花々、秋のモミジ等が装いを替えながら豪華に園内を彩る。
	2. 桜里の菊楽園 桜の名所で知られる郡山市中田町の「紅枝垂地蔵桜」南側にある「桜里の菊楽園」。約2,800株のさる菊が約30アールの園内に咲き誇る。		5. 郡山市引風の高原・ヒマワリ 猪苗代湖の南に位置する標高約1,000mの高原で、鷲峰山や猪苗代湖が一望できる絶好のロケーション。日本最大級の風力発電所である33基の巨大風車の下、夏はヒマワリが咲き誇る。
	3. 磐梯熱海温泉・観光物産館・ケヤキの森散策路 古くから東北の玄関・宿場町として栄えた福島県郡山市。南北朝時代、京の公家の娘・秋姫が不治の病を治したという事で伝説がある磐梯熱海温泉がある。周辺には物産館があり、ケヤキの森が散策できる。		6. スペースパーク（郡山市ふれあい科学館） 「宇宙」がテーマの体験型スポット。23階～24階には世界一地上から高いビネース認定されている、プラネタリウムがある。
	7. 21世紀記念公園・麓山の杜 四季折々のロケーションが広がる公園。「花・緑・水」をテーマにした市民憩いの場。		10. 郡山市立美術館 郡山市街から安達太良山までを一望できる風土記の丘にあり、国内では例を見ないイギリス美術のコレクションをはじめ、日本近代美術、郡山市ゆかりの作家を紹介する常設展のほか、企画展を開催している。
	8. 鹿島大神宮・ベグマタイト岩脈 鹿島神社境内のあちこちに突出する白色の巨岩花コウ岩は、国指定天然記念物の「ベグマタイト」。境内には1万4,000もの岩脈があると推定されている。		11. 高屋敷稲荷神社 参道の朱鳥居は、崇敬者によって願掛け成就で奉納された「奉納鳥居」。現在、鳥居は100基あるが、戦前は4,000基もの鳥居が舞木駅まで連なっていた。拝観までの石段を登りきって見る景色は壮観。
	9. 開成山大神宮 明治9年、安福開拓に関わる人々の心のよりどころとして、伊勢神宮の御分霊が奉遷され創建された神社。「東北のお伊勢さま」と称され、初詣や桜まつりでは多くの参拝客で賑わう。		12. 銚子ヶ滝・母成グリーンライン 熱海町石笠から中ノ沢温泉までを結ぶ道路で、沿線には石笠ふれあい牧場、戊辰の役古戦場、銚子ヶ滝などの観光名所が多くある。

■ 主要な観光スポット・グルメ等の印象をヒアリングする際に提示した資料



13. 郡山生チョコケーキ
食べやすいサイズのトリュフケーキ。生地と生チョコのハーモニーが絶妙で、おやつにおみやげにと人気。



14. 檸檬（れも）
レモン風味のチーズタルト。フランスでつくられた「ギリ クリームチーズ」をチーズ中100%使用して丹念に焼き上げたもの。



15. 郡山ブラック
濃厚な醤油を使った黒いスープが特徴のご当地ラーメン「郡山ブラック」は、飲んだ後でもあつさり味わえる。



16. クリームボックス
厚切りで手のひらサイズのパンに、白いミルク風味のクリームをたっぷり塗った郡山市発祥のご当地グルメ。市内のいるパン屋さんで100円～150円程度で販売されている。



17. モン・リブランワッフル
郡山市安積にある手作りワッフル、焼き菓子のお店。さまざまなワッフルが楽しめる。



18. フルーツピークス
熟練のフルーツマイスターが厳選したフルーツを、タルトやパフェ、お食事など、様々なスタイルで提供。



19. 米（あさか舞・ASAKAMAI887）
「コシヒカリ」と「ひとめぼれ」から厳選された一等米「あさか舞」。最高級プレミアム米「ASAKAMAI 887」。



20. 郡山ラーメン大地の麺
郡山のラーメン店による「郡山一麺会」が米や酒など地元の食材を使用して作り上げたお土産ラーメン。



21. 桃のフィナンシェ
あかつき桃のグミをバター・アーモンド等の贅沢な素材と融合。「かんのや」が作るしっとりとした焼き菓子。



22. モーニングのヨーグルト
14種類の新鮮な生のヨーグルトが揃うヨーグルト専門店。季節のフルーツのヨーグルトが特に人気。



23. 嘉永餅
ほんのりバター風味の粒あんや松の実を、もちもちとした食感の生地で包み焼き上げた、「柏屋」のお菓子。



24. エキソンパイ
パイ生地でくるみ入りのあんを包み込み、香ばしく焼き上げたもの。エキソンはフランス語の「盾（たて）」からイメージしている。

■ 主要な観光スポット・グルメ等の印象をヒアリングする際に提示した資料



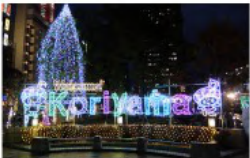
25. あさか野夏祭り花火大会
毎年8月14日にカルチャーパーク周辺で連続打ち上げを行う。360度どこからでも観覧できる花火は迫力満点。



28. 唐傘行灯花火
雨乞い、豊作、家内安全を祈願する。閉じられた傘が開き、光が雨のように降り注ぐという全国でも珍しい花火。



29. 風の高原まつり
33基の風車が立ち並ぶ標高1000mの高原に、ひまわりが咲き誇る風景の中、ウォーキングイベントや収穫体験などが開催。



30. ビッグツリーページェント
郡山駅の東西を色鮮やかな光で飾る。音楽をモチーフとした電飾など、約38万球の輝きが訪れた人を楽しませる。



26. 桜まつり
東北のお伊勢さまと呼ばれる開成山大神宮をはじめ、市内各所で桜の見ごころに桜まつりが開催される。



27. ふくやま夢花火
郡山中心部にほど近い富久山町で開催される花火大会。音楽とコラボした創作花火やダイナミックなスターマインなどが見もの。



31. 白鳥飛来
富久山町堂坂の阿武隈川(河川敷)には、毎年たくさんの白鳥が飛来し、冬の間を過ごす。



34. 安積国造神社秋季例大祭
山車が八幡ばやしを奏で、本神輿3社と29の町神輿が出るなど、毎年多くの人出があり賑わう。



32. 磐梯熱海温泉けやき祭
毎年5月に開催。ケヤキの森・源泉神社・湯泉神社の3か所のチェックポイントを巡ってスタンプを集めるウォーキングイベント。



35. サマーフェスタ INKORIYAMA ビール祭
郡山駅前大通り全体を巨大ビアガーデンとして開催。地元の飲食店60店舗以上が出店。多彩なステージイベントも。



33. ふくしま達瀬ワイナリーイベント
地元果樹農家の支援の為に誕生したワイナリー。ぶどう、リンゴ、桃などを使用したワインやスパークリングの製造、販売を行う。



36. 湖祭り
“猪苗代湖の水の恵みに感謝”をテーマに開催。SAPやタライ舟体験のほか、夜には「湖上花火大会」が行われる。

2 データ分析

調査にて把握した主な現状と課題

(1) 定量的調査にて把握した主な現状と課題

■ 宿泊

◎現状

- ・年間を通して安定した来訪者が存在。人泊数も微増
- ・宿泊施設業態は旅館よりホテルの方が施設数も人泊数も多い
- ・男性の1名泊が多い = **ビジネス利用が多い**と想定

性別シェア !			グループサイズシェア			! リピーター率			集計間隔
	実績	比較年		実績	比較年		実績	比較年	1年 ▼
男性割合	72%	71%	1人	68%	66%	リピート	23%	20%	
女性割合	28%	29%	2人	23%	25%	新規	77%	80%	
			グループ !	6%	5%				
			家族 !	3%	3%				

※2023年4月1日～2024年3月31日 じゃらんnet取扱宿泊実績
(じゃらんエリアダッシュボード)

◎課題

- ・ **観光を目的とした誘客の強化**
- ・ ビジネス客のブレジャー需要取り込み

(1) 定量的調査にて把握した主な現状と課題

■ 観光資源

◎現状

- ・ 来訪者数が多いスポットは郡山駅周辺に偏っている
- ・ 観光エリアで来訪者が比較的多いのは磐梯熱海温泉だが、県内居住者が圧倒的に多く、宿泊客はあまり外出しない傾向

来訪地ランキング

来訪地	来訪者数		
郡山駅	3,686,000	磐梯熱海スポーツパーク・磐梯...	18,890
郡山駅前ホテル（西口・東口）	1,649,609	21世紀記念公園・麓山の杜・麓...	16,808
国見サービスエリア（上り）	1,243,611	磐梯熱海温泉足湯(駅前・けやき...	14,443
うすい百貨店	549,120	蓬瀬公園	14,052
磐梯熱海温泉エリア	508,981	湖南町（秋山浜）	12,414
郡山駅前大通り	472,781	湖南町（舟津浜）	11,934
ビッグアイ・スペースパーク	287,070	湖南町(舟津公園)	11,233
郡山駅西口広場	237,205	高屋敷稲荷神社	9,273
ビッグパレットふくしま	218,056	ふくしま蓬瀬ファイナリー	8,521
郡山市民文化センター	127,634	湖南町（館浜）	7,424
JAさくら農産物直売施設 あぐりあ	102,038	浄土松公園・郡山自然の家	7,103
郡山カルチャーパーク	89,942	湖南町（青松浜）	6,572
開成山公園（スポーツ施設を除...	82,449	湖南町（横沢浜）	6,518
郡山ユラックス熱海	74,703	大安場史跡公園	5,757
宝来屋郡山総合体育館	41,657	仁井田本家	5,002
郡山市磐梯熱海観光物産館	40,392	笹の川酒造・安積蒸溜所	4,202
開成山大神宮	40,106	湖南町（浜路浜）	3,769
磐梯熱海駅	36,213	安積歴史博物館	3,318
郡山市立美術館	34,219	高篠山森林公園	2,876
郡山布引風の高原	24,603	四季の里郡山緑水苑	2,266
石鎚ふれあい牧場	23,515	富久山河川敷多目的広場	1,991
高柴デコ屋敷	20,197	延命地藏尊・紅枝垂地蔵桜	1,668

※2023年4月1日～2024年3月31日の合計
（おでかけウォッチャー）

◎課題

- ・ 駅周辺エリア以外への誘客や周遊の促進

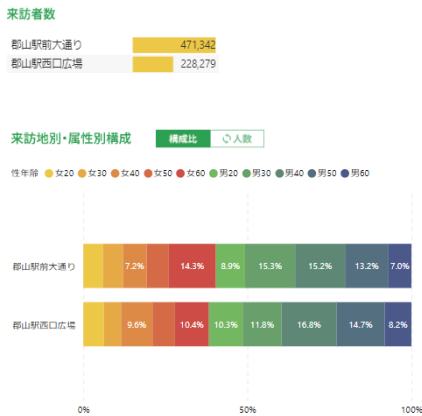
(1) 定量的調査にて把握した主な現状と課題

■ イベント

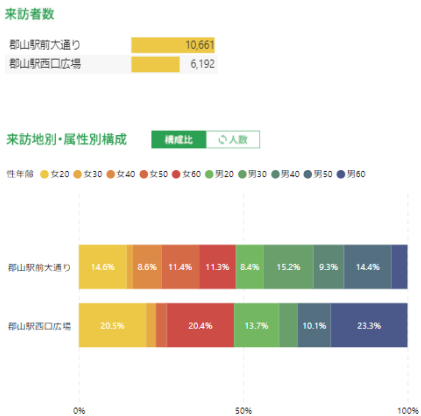
◎現状

- ・大規模イベント開催時は**通常時の数倍程度の来訪者増加**
- ・特に飲食系イベントは滞在時間も長く、**消費額増加に寄与**

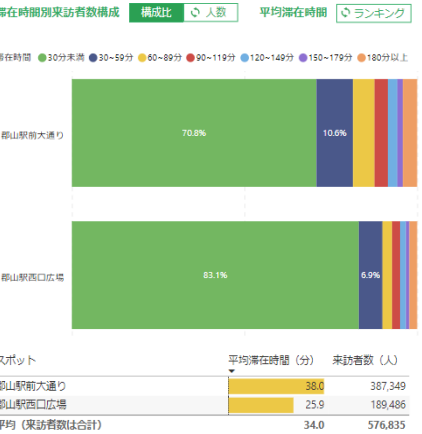
年間：2023年4月1日～2024年3月31日



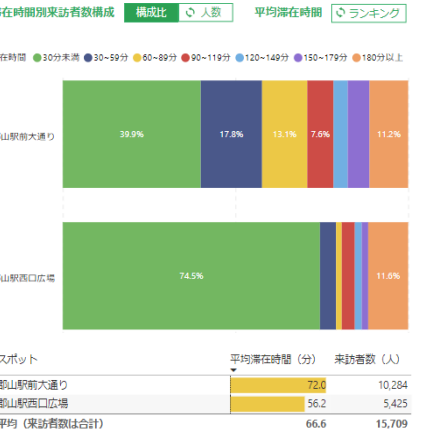
イベント開催日：2024年7月26日～28日



年間：2023年4月1日～2024年3月31日



イベント開催日：2024年7月26日～28日



サマーフェスタ IN KORIYAMA ビール祭
(おでかけウォッチャー)

◎課題

- ・誘客効果は強いが期間が短い
- ・**郡山の魅力を知るきっかけとして効果的な活用法を検討**

(1) 定量的調査にて把握した主な現状と課題

■ 周遊

◎現状

- ・ 郡山市への来訪者のほとんどが郡山駅をハブとして移動
- ・ 駅周辺エリアへの来訪が多いものの、磐梯熱海や会津方面への移動も見られる

郡山市外⇄郡山市内

スポット間周遊者数・シェア

周遊パターン	周遊者数	シェア
東京駅 ⇄ 郡山駅	436,690	23.51%
仙台駅 ⇄ 郡山駅	168,327	9.06%
大宮駅 ⇄ 郡山駅	124,230	6.69%
鶴ヶ城・鶴ヶ城市民公園 ⇄ 郡山駅	58,126	3.13%
新白河駅 ⇄ 郡山駅	52,435	2.82%
東京駅 ⇄ 郡山駅前ホテル（西口・東口）	52,138	2.81%
仙台駅 ⇄ 国見サービスエリア（上り）	48,857	2.63%
福島駅 ⇄ 郡山駅	42,754	2.30%
東山温泉 ⇄ 郡山駅	37,368	2.01%
宇都宮駅 ⇄ 郡山駅	32,113	1.73%
那須塩原駅 ⇄ 郡山駅	23,022	1.24%
水戸駅 ⇄ 郡山駅	22,730	1.22%
道の駅猪苗代・猪苗代いちご園 ⇄ 磐梯熱海...	22,271	1.20%
いわき駅 ⇄ 郡山駅	20,080	1.08%
道の駅猪苗代・猪苗代いちご園 ⇄ 郡山駅	19,737	1.06%
仙台駅 ⇄ 郡山駅前ホテル（西口・東口）	18,200	0.98%
飯盛山・会津さざえ堂・白虎隊記念館 ⇄ 郡...	18,041	0.97%
大内宿 ⇄ 郡山駅	15,661	0.84%
鶴ヶ城・鶴ヶ城市民公園 ⇄ 磐梯熱海温泉工...	15,506	0.83%
郡山駅 ⇄ 福島空港	14,941	0.80%
岳温泉 ⇄ 郡山駅	14,688	0.79%
国見サービスエリア（上り）⇄ 道の駅ふく...	13,927	0.75%
郡山駅前ホテル（西口・東口）⇄ 福島空港	13,625	0.73%
鶴ヶ城・鶴ヶ城市民公園 ⇄ 郡山駅前ホテル...	11,817	0.64%
三城湯エリア（野口英世記念館・地ビール...	11,689	0.63%
飯坂温泉 ⇄ 国見サービスエリア（上り）	10,913	0.59%
東京駅 ⇄ 郡山駅西口広場	10,815	0.58%
三城湯エリア（野口英世記念館・地ビール...	10,235	0.55%

郡山市内⇄郡山市内

スポット間周遊者数・シェア

周遊パターン	周遊者数	シェア
郡山駅前ホテル（西口・東口）⇄ 郡山駅	427,323	21.10%
郡山駅前大通り ⇄ 郡山駅前ホテル（西口・...	242,520	11.98%
ビッグアイ・スペースパーク ⇄ 郡山駅	195,730	9.67%
郡山駅前大通り ⇄ 郡山駅	152,945	7.55%
うすい百貨店 ⇄ 郡山駅	141,652	7.00%
郡山駅西口広場 ⇄ 郡山駅	138,952	6.86%
うすい百貨店 ⇄ 郡山駅前ホテル（西口・東...	95,710	4.73%
郡山駅西口広場 ⇄ 郡山駅前ホテル（西口・...	48,061	2.37%
郡山市民文化センター ⇄ 郡山駅	41,045	2.03%
磐梯熱海温泉エリア ⇄ 郡山駅	37,446	1.85%
ビッグバレットふくしま ⇄ 郡山駅前ホテル...	31,386	1.55%
郡山駅前ホテル（西口・東口）⇄ ビッグア...	30,985	1.53%
郡山市民文化センター ⇄ 郡山駅前ホテル（...	26,472	1.31%
郡山駅前大通り ⇄ うすい百貨店	25,719	1.27%
郡山駅前大通り ⇄ 郡山駅西口広場	23,821	1.18%
磐梯熱海駅 ⇄ 郡山駅	21,416	1.06%
ビッグバレットふくしま ⇄ 郡山駅	20,580	1.02%
磐梯熱海温泉エリア ⇄ 磐梯熱海駅	18,524	0.91%
郡山市磐梯熱海観光物産館 ⇄ 磐梯熱海温泉...	17,012	0.84%
うすい百貨店 ⇄ ビッグアイ・スペースパー...	16,291	0.80%
郡山駅西口広場 ⇄ ビッグアイ・スペースパ...	15,281	0.75%
郡山駅前大通り ⇄ ビッグアイ・スペースパ...	13,507	0.67%
郡山カルチャーパーク ⇄ JAさくら農産物直...	11,593	0.57%
開成山公園（スポーツ施設を除く）⇄ 開成...	8,767	0.43%
開成山公園（スポーツ施設を除く）⇄ 郡山...	7,470	0.37%
郡山市民文化センター ⇄ うすい百貨店	7,028	0.35%
国見サービスエリア（上り）⇄ 郡山駅前ホ...	5,890	0.29%
郡山駅前大通り ⇄ 郡山市民文化センター	5,289	0.26%

※2023年4月1日～2024年3月31日の合計 対象属性のみ集計
（おでかけウォッチャー）

◎課題

- ・ 郡山駅周辺エリアだけで完結している来訪者を周辺にも誘客

(1) 定量的調査にて把握した主な現状と課題

■ インバウンド

◎現状

・ * * * * *

◎課題

・ * * * * *

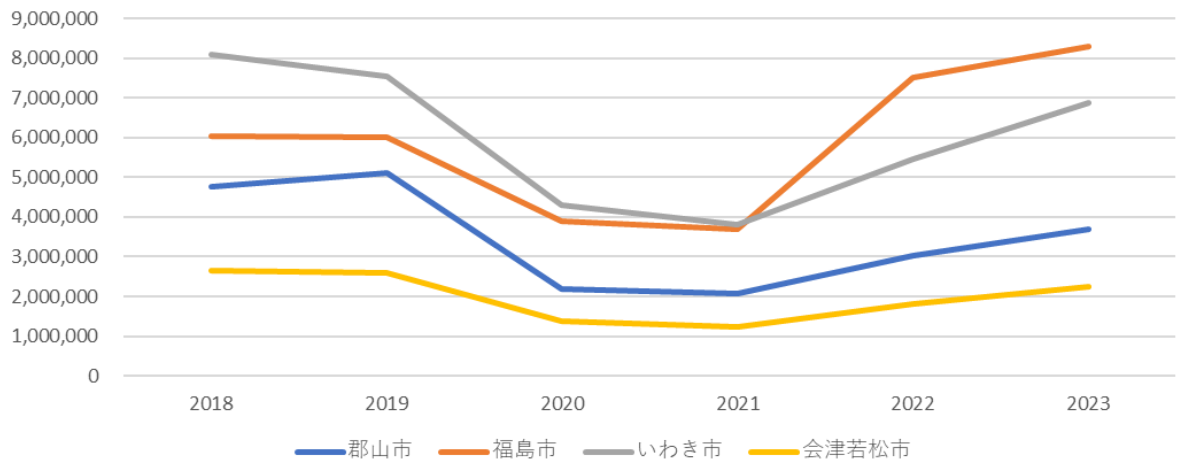
(1) 定量的調査にて把握した主な現状と課題

■ その他（入込客数）

◎現状

- ・ 県内他市町と比較して、都市規模の割には観光入込客が少ない
- ・ コロナ禍後の来訪者数回復基調が弱い

	人口 (2023)	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2018→2023	2023人口比
郡山市	317,486	4,770,379	5,117,071	2,184,607	2,063,074	3,022,648	3,685,021	77.2%	11.6
福島市	270,744	6,049,311	6,022,318	3,908,824	3,691,588	7,506,991	8,286,540	137.0%	30.6
いわき市	310,890	8,087,949	7,553,200	4,287,735	3,812,345	5,462,975	6,869,015	84.9%	22.1
会津若松市	114,200	2,666,535	2,602,060	1,392,255	1,226,863	1,811,287	2,254,677	84.6%	19.7
福島県ALL	1,766,912	56,336,323	56,343,689	36,191,304	35,453,617	47,686,881	53,923,333	95.7%	30.5



※福島県観光客入込状況 H30～R5年
福島県商工労働部 観光交流局 観光交流課

◎課題

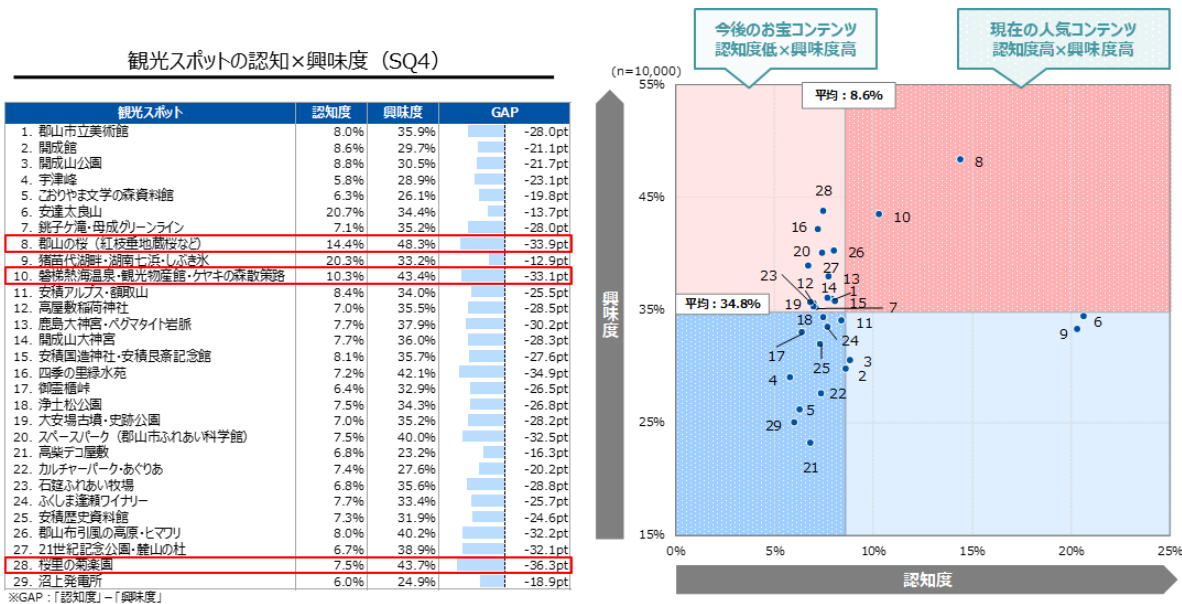
- ・ 周辺他市町との比較検討で選ばれる観光コンテンツの造成やプロモーション

(2) 定性的調査にて把握した主な現状と課題

■ インターネット方式
【GAP調査】

◎現状

- ・ 地域自体の認知度は高いが、来訪経験のある人は少ない
- ・ **観光コンテンツの認知度は各カテゴリとも全体的に低い**
 - ↳ スポットはTOPの猪苗代湖が約20%、磐梯熱海温泉は約10%
 - ↳ グルメ・お土産はTOPが郡山ブラックで約20%。平均14%
 - ↳ イベント・祭・体験はすべて10%未満。
- ・ GAP（認知度と興味度の差）が-30~-50pt程度あるコンテンツも多い。**認知度比べて興味度が高い**ので伸びしろはある



◎課題

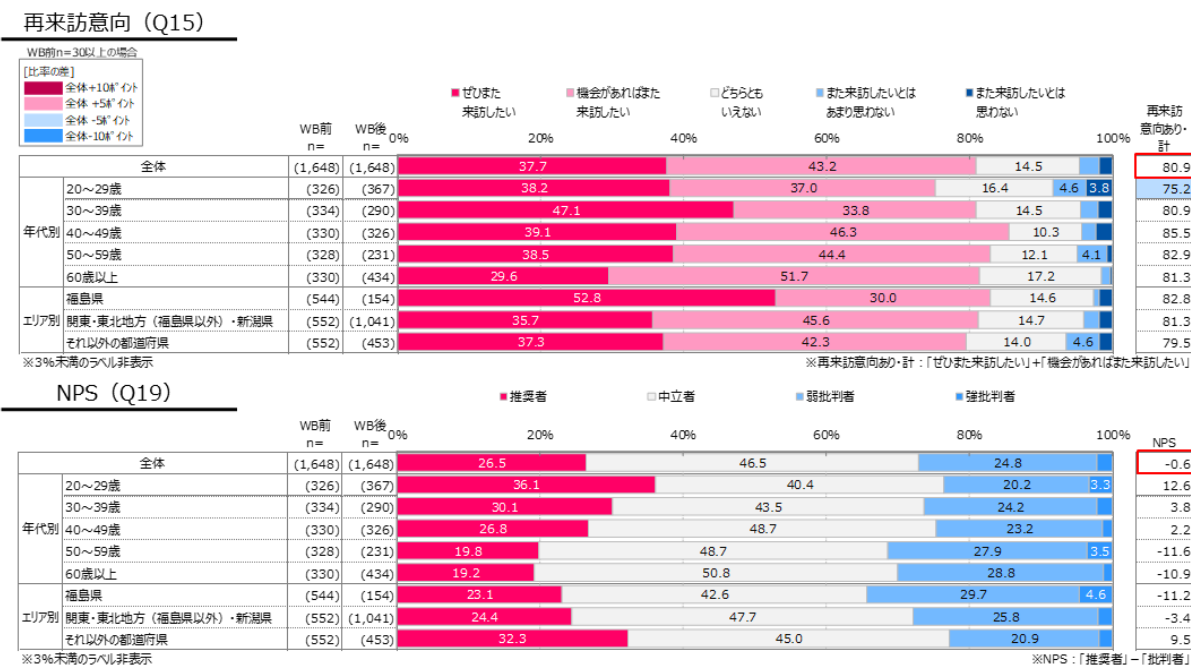
- ・ 認知度⇔興味度のギャップが大きい＝**伸びしろのあるお宝コンテンツの魅力向上・認知向上**

(2) 定性的調査にて把握した主な現状と課題

■ インターネット方式 【旅行実態調査】

◎現状

- ・ 来訪経験者の2割以上が「他地域訪問時の立ち寄り」と回答
↳ 目的地は会津や福島市方面が多い
- ・ 「また来訪したい」という回答は80%を超えているが、
NPSはマイナスのスコアとなっている



◎課題

- ・ 他地域訪問ついでの立ち寄りなど、きっかけがあって行ってみると意外に満足度は高いものの、人に勧めるほどではない、という温度感の方が多いと考えられる⇒**人に勧めたくなる観光地としての魅力の向上**

(2) 定性的調査にて把握した主な現状と課題

■ インタビュー方式

◎現状

- ・郡山までの**アクセスの良さは高評価**。「行きやすい割には行ったことがない」というポジションも伸びしろがあると考えられる
- ・市域内の交通（**二次交通**）については「**不便**」という印象を持たれている
- ・旅の目的として「**グルメ**」「**温泉**」「**景観**」が求められている
- ・「観光地」としてはほとんど認知されておらず、「観光コンテンツ」についても**郡山ならではの魅力が伝わっていない**ため、どんな過ごし方ができるのかというイメージが湧かず、観光客の訪問モチベーションに繋がっていない

◎課題

- ・一次交通の便利さをアピールしつつ、**二次交通の不便さを解消する施策の検討**
- ・郡山市へ来訪する目的となり得る「**グルメ**」「**温泉**」「**自然**」に関する**コンテンツの造成・磨き上げ**
- ・「**郡山ならではの**」のユニークな観光資源の発掘、コンテンツとしての**魅力強化と認知拡大**

end of document