

郡山市国際政策課 御中

アンケート調査結果報告書

2022/8/31

株式会社クロス・マーケティング



目次


調査概要	2
対象者属性	4
調査結果総括	7
結果詳細	20
観光地の情報の収集・重視点	21
郡山市について	33
二拠点生活・ワーケーションへの関心について	52



調査概要

調査概要

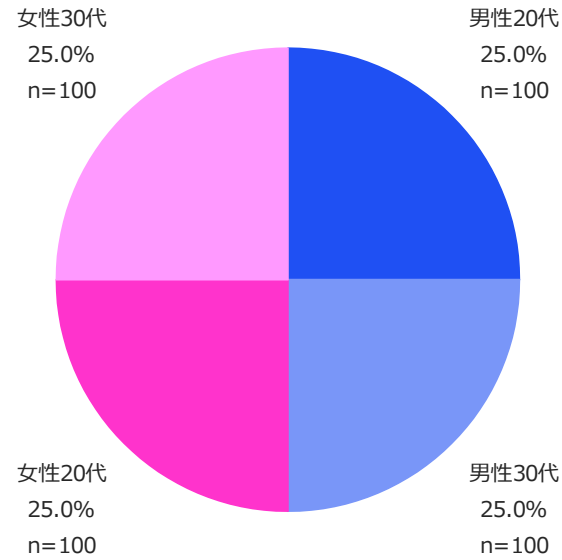
調査目的	「郡山を知る・見る・食べる」発信施策に先立ち、首都圏在住の20代・30代男女を対象に「郡山市」の認知・来訪意向及び観光スポット・名産品認知・関心等を聴取し、効果的な来訪誘因施策のための基礎資料を得る。											
調査対象者条件	<ul style="list-style-type: none">調査エリア：東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県性別：男女年齢：20～39歳対象条件：マスコミ、市場調査関係者除く											
サンプル数	性別×年代別に100ssずつ均等割り付け <table border="1"><thead><tr><th></th><th>20-29歳</th><th>30-39歳</th><th>合計</th></tr></thead><tbody><tr><th>男性</th><td>100</td><td>100</td><td rowspan="2">400</td></tr><tr><th>女性</th><td>100</td><td>100</td></tr></tbody></table>		20-29歳	30-39歳	合計	男性	100	100	400	女性	100	100
	20-29歳	30-39歳	合計									
男性	100	100	400									
女性	100	100										
調査手法	インターネット定量調査（クロス・マーケティング アンケートモニター）											
調査期間	2022年8月10日（水）～8月15日（月）											



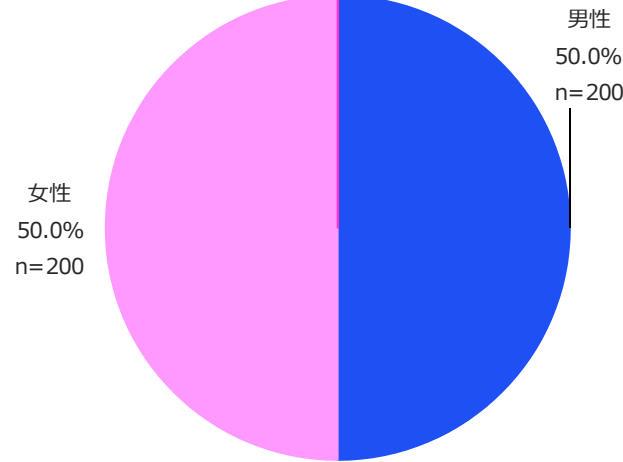
对象者属性

対象者属性

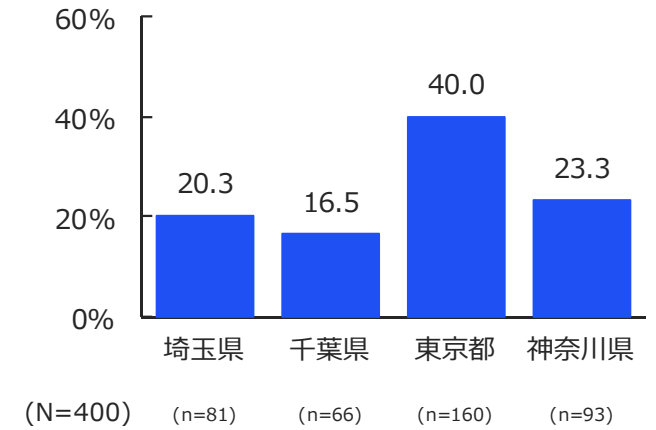
割付



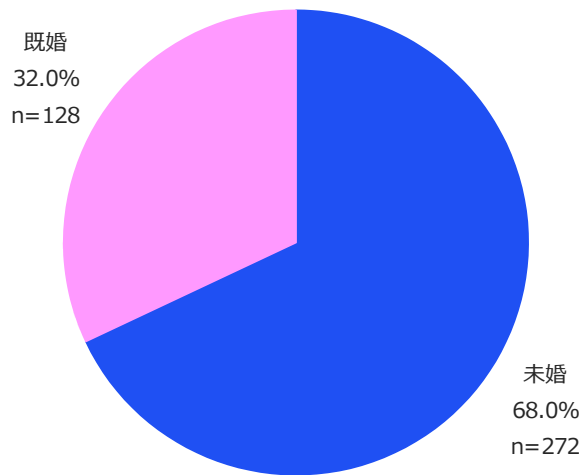
性別



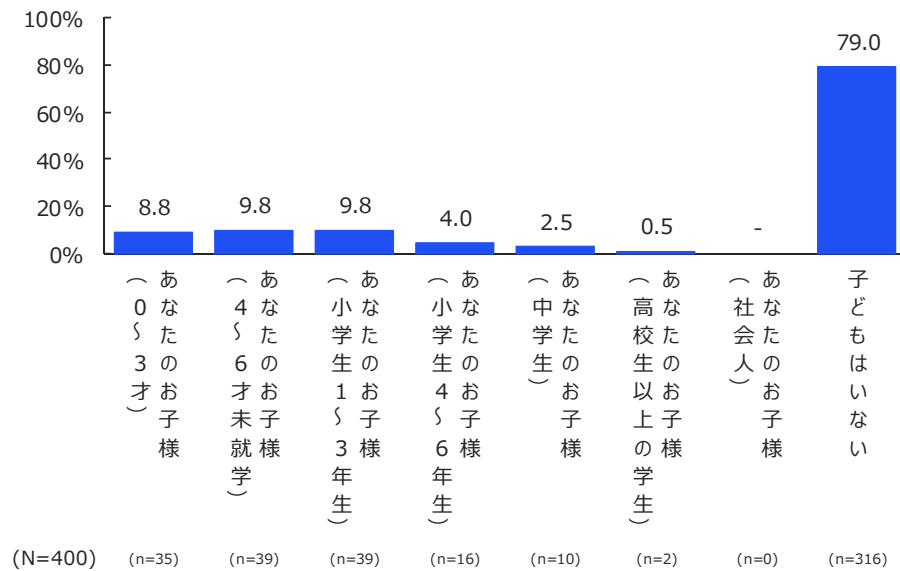
居住地域



未既婚

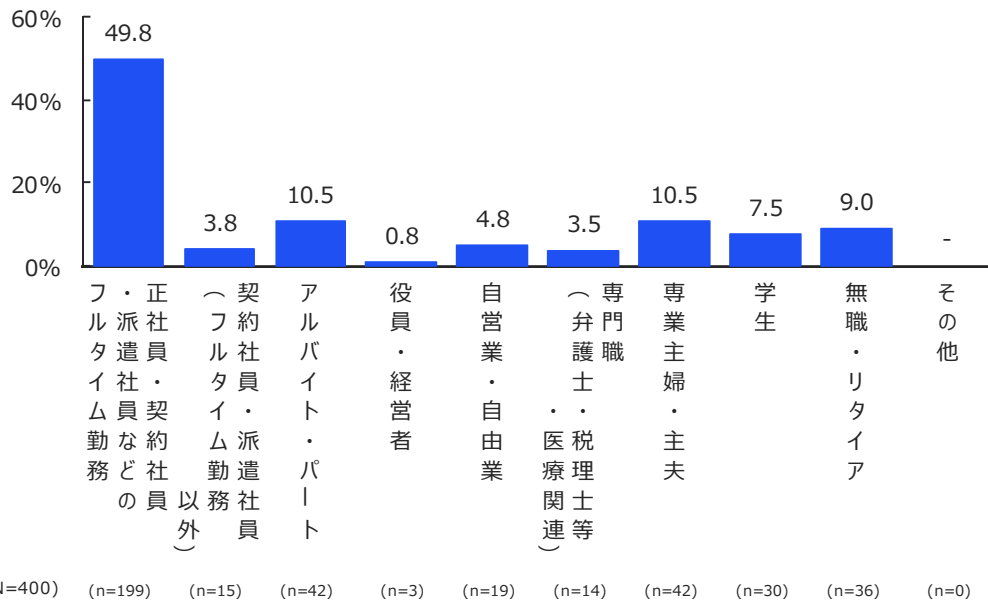


子ども有無

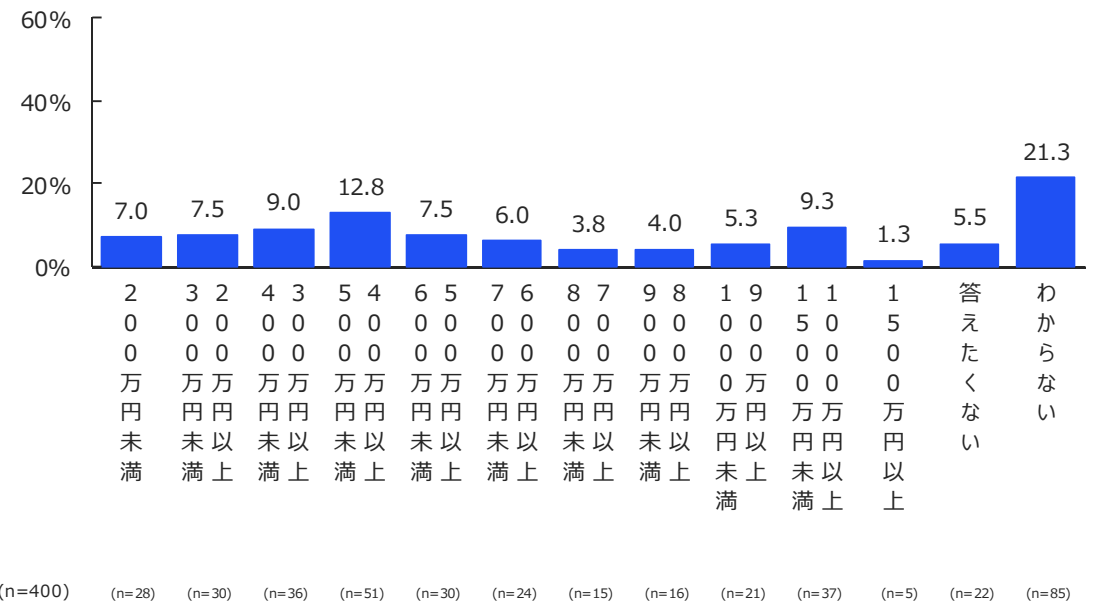


対象者属性

職業



世帯年収





調査結果総括

トップラインサマリ

- 「郡山市」認知は25%。「近い」「大規模な都市圏」として認識されている。
- 郡山市のイメージは、「自然が豊か」「交通の便が良い」「地酒がおいしい」が三大イメージ。
- 訪問経験「なし」だと「自然」「交通の便が良い」程度だが、訪問経験があると飛躍的にイメージが豊かになる。
- 郡山市を訪問したことがある人は全体の1/4。
- 訪問経験者の中で半数以上の人々が「複数回」訪問経験。「1回だけ」より目的も多岐にわたっている。
- 全体で見ると観光スポットは「猪苗代湖畔」（14%）、名産品は「三万石『ままだおる』」（18%）がそれぞれトップ。観光スポット、名産品に対する関心も同様。

しかし、郡山市訪問意向の有無別で見ると歴然とした差がみられる。
= 訪問意向がない人は郡山市のスポット・産品への関心も低いという結果。
郡山市だから関心を持ってもらえないのか？！ということが正しいかを検証。

→ 一般的な「日帰り旅行」「宿泊旅行」に対する目的意識を、郡山市への訪問意向別で見ると、「意向なし」の人は、旅行そのものに対する目的が全般に低いことがわかった。

現在郡山市に「関心」が低い層は、“郡山市だから関心がない”ということではなく、旅行全般に非積極的な人。

一般的に「旅行」の意向がある人ならば『郡山市』旅行のターゲットになりうる。

サマリー ～郡山市はどの程度知られているか

- 「郡山市」のファクトへの認知が高いのは男性。
- 認知程度によって知っている情報の差が大きく、「名前を聞いたことがある程度」の人は首都圏からの時間と都市圏規模程度である。

Q3 郡山市認知 (%)

		n=	知っている	名前を聞いたことがある程度	知らない
全体		400	24.8	39.5	35.8
性別	男性	200	28.5	41.0	30.5
	女性	200	21.0	38.0	41.0
性×年代	男性20代	100	31.0	37.0	32.0
	男性30代	100	26.0	45.0	29.0
	女性20代	100	19.0	31.0	50.0
	女性30代	100	23.0	45.0	32.0

Q5 認知ファクト上位5位 ※グレー文字はサンプル数僅少のため参考値

男性20代「知っている」 n=31

1	首都圏から東北新幹線で約80分	58.1
2	東北地方第2の規模をもつ都市圏	51.6
3	「安積疏水開さく事業」で産業発展	35.5
平均回答個数		2.79

男性30代「知っている」 n=26

1	東北地方第2の規模をもつ都市圏	50.0
2	首都圏から東北新幹線で約80分	46.2
3	「安積疏水開さく事業」で産業発展	26.9
3	音楽都市	26.9
3	江戸時代から続く伝統工芸	26.9
平均回答個数		3.19

女性20代「知っている」 n=19

1	首都圏から東北新幹線で約80分	42.1
2	冬の気温が-10度を下回ることは稀	31.6
3	東北地方第2の規模をもつ都市圏	26.3
3	夏は比較的過ごしやすい気候	26.3
平均回答個数		2.20

女性30代「知っている」 n=23

1	首都圏から東北新幹線で約80分	39.1
2	東北地方第2の規模をもつ都市圏	34.8
3	夏は比較的過ごしやすい気候	13.0
3	街中に楽器の形をかたどったベンチ	13.0
平均回答個数		2.14

男性20代「名前を聞いたことがある程度」 n=37

1	東北地方第2の規模をもつ都市圏	10.8
2	首都圏から東北新幹線で約80分	8.1
2	冬の気温が-10度を下回ることは稀	8.1
平均回答個数		1.70

男性30代「名前を聞いたことがある程度」 n=45

1	首都圏から東北新幹線で約80分	20.0
2	東北地方第2の規模をもつ都市圏	11.1
3	「安積疏水開さく事業」で産業発展	8.9
平均回答個数		1.75

女性20代「名前を聞いたことがある程度」 n=31

1	首都圏から東北新幹線で約80分	12.9
1	東北地方第2の規模をもつ都市圏	12.9
1	音楽都市	12.9
平均回答個数		1.64

女性30代「名前を聞いたことがある程度」 n=45

1	首都圏から東北新幹線で約80分	11.1
2	東北地方第2の規模をもつ都市圏	6.7
2	「安積疏水開さく事業」で産業発展	6.7
平均回答個数		2.10

サマリー ～郡山市を知っている人のもつ郡山市イメージ

- 「郡山市」を知っている人に聞いた「郡山市イメージ」を訪問有無別で見ると、「自然が豊か」「交通の便が良い」「地酒がおいしい」がいずれの層でも上位3項目。
- 「訪問経験『なし』」では3位以下のイメージは1割に満たないが、**訪問経験がある層、訪問回数が複数回の層では幅広くイメージが高い。**

Q4 郡山市イメージベスト10（認知者）

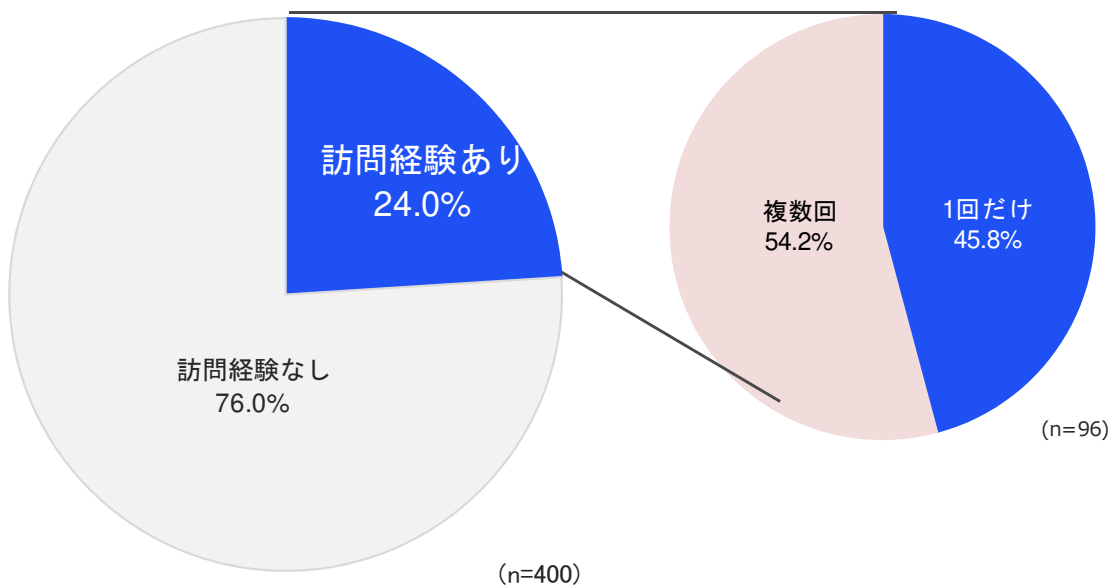
訪問経験「1回だけ」		n=43	訪問経験「複数回」		n=51	訪問経験「なし」		n=163
1	自然が豊か	37.2	1	交通の便が良い	37.3	1	自然が豊か	20.2
2	交通の便が良い	25.6	2	地酒がおいしい	27.5	2	交通の便が良い	12.3
3	地酒がおいしい	23.3	2	自然が豊か	27.5	3	地酒がおいしい	9.2
4	温泉地	18.6	4	ビジネス来訪者が多い	19.6	4	温泉地	8.6
5	観光スポットが多い	14.0	5	観光スポットが多い	17.6	4	食品産業や酒造産業が盛ん	8.6
6	宿泊・商業施設が充実	11.6	5	食品産業や酒造産業が盛ん	17.6	6	観光スポットが多い	8.0
7	災害が多い	7.0	5	移住者が暮らしやすい	17.6	6	農林業が盛ん	8.0
8	ビジネス来訪者が多い	4.7	8	温泉地	15.7	8	災害が多い	7.4
8	スポーツが盛ん	4.7	9	宿泊・商業施設が充実	13.7	9	どの季節に行っても楽しめる	5.5
8	高齢者に優しい	4.7	9	どの季節に行っても楽しめる	13.7	10	SDGsに力を入れている	4.9
8	どの季節に行っても楽しめる	4.7						

※太字は10%以上の項目

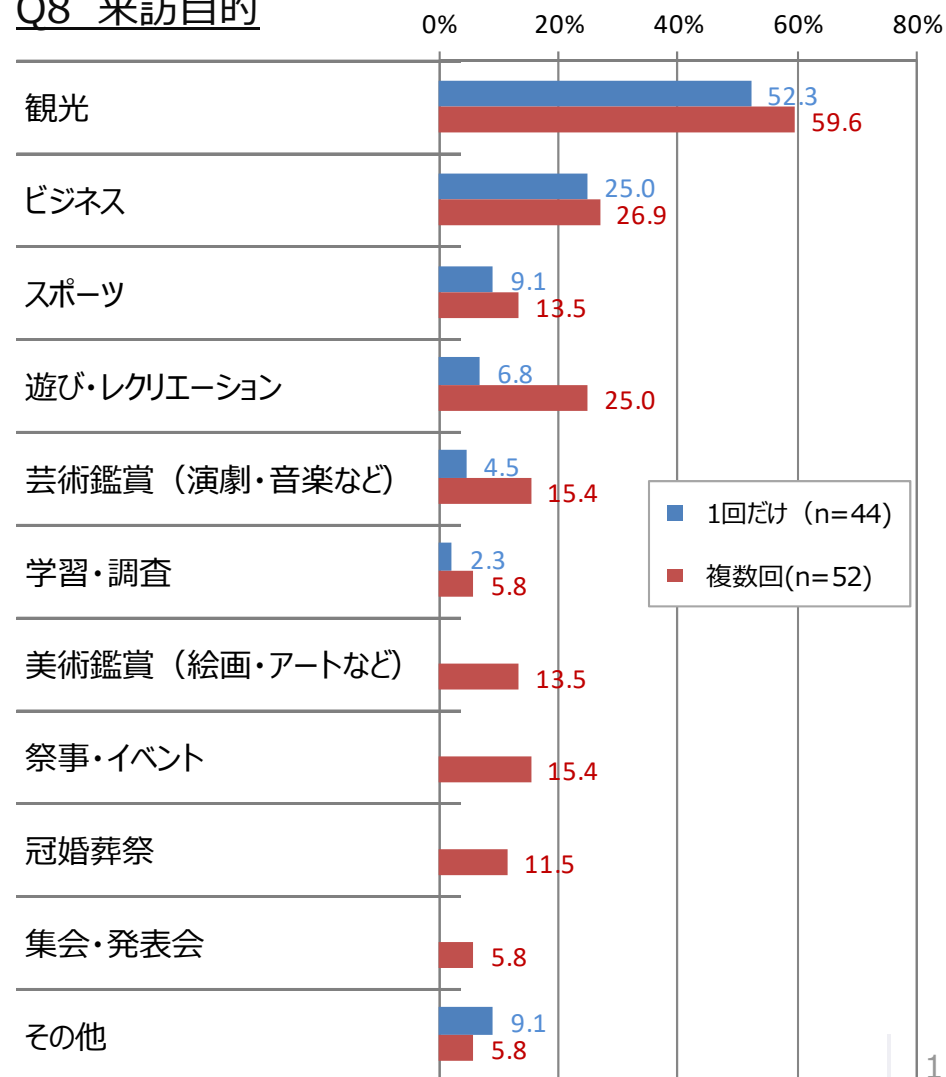
サマリー ～訪問経験者のリピート割合と来訪の目的

- 訪問経験ありの人は4人に1人。訪問経験者の過半数は「複数回」来訪。
- 訪問回数による目的の別を見ると、「観光」が過半数。複数回の人には「芸術鑑賞」「美術鑑賞」「祭事・イベント」といった文化的目的が目立つ。

Q6 郡山市訪問経験



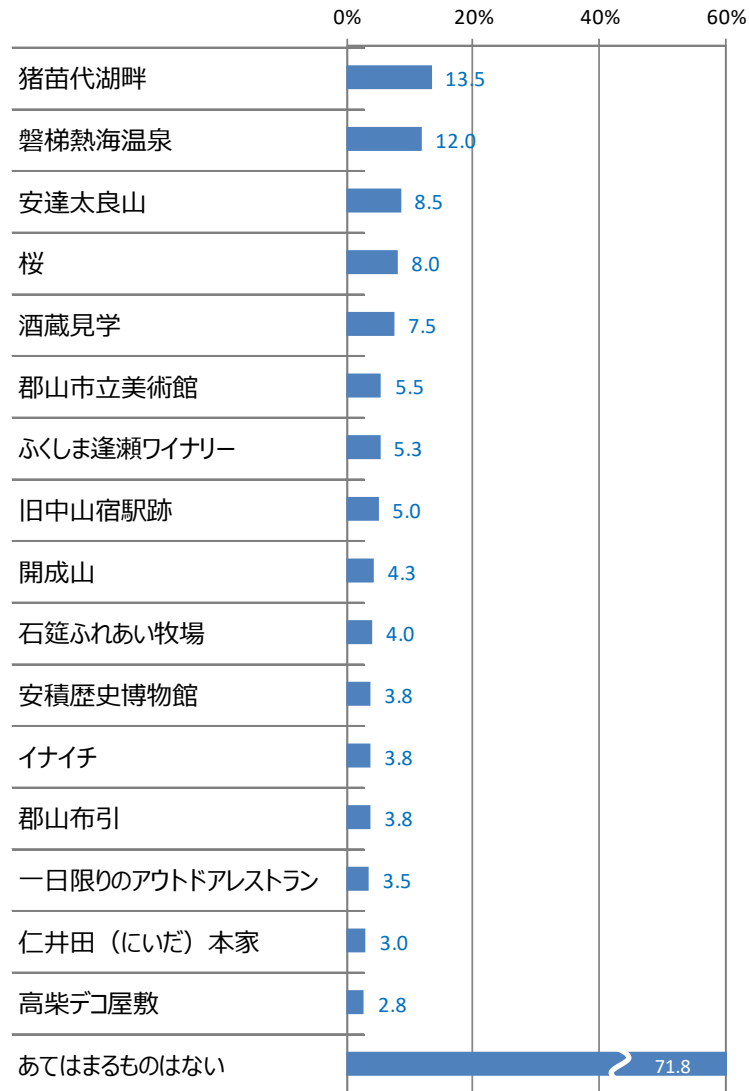
Q8 来訪目的



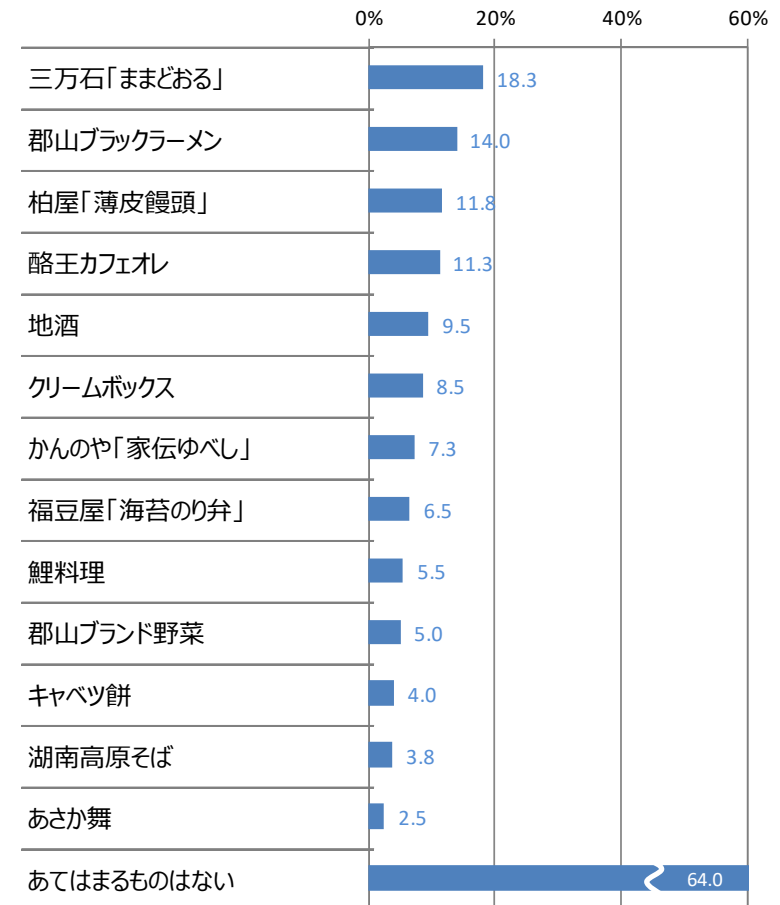
サマリー ～観光スポット・特産品の認知

- 全体で見ると、観光スポットは「猪苗代湖」（14%）がトップで、2位は「磐梯熱海温泉」（12%）。
- 名産品は「三万石『ままだおる』」（18%）を筆頭に1割超が3品目。

Q9 1 観光スポット認知



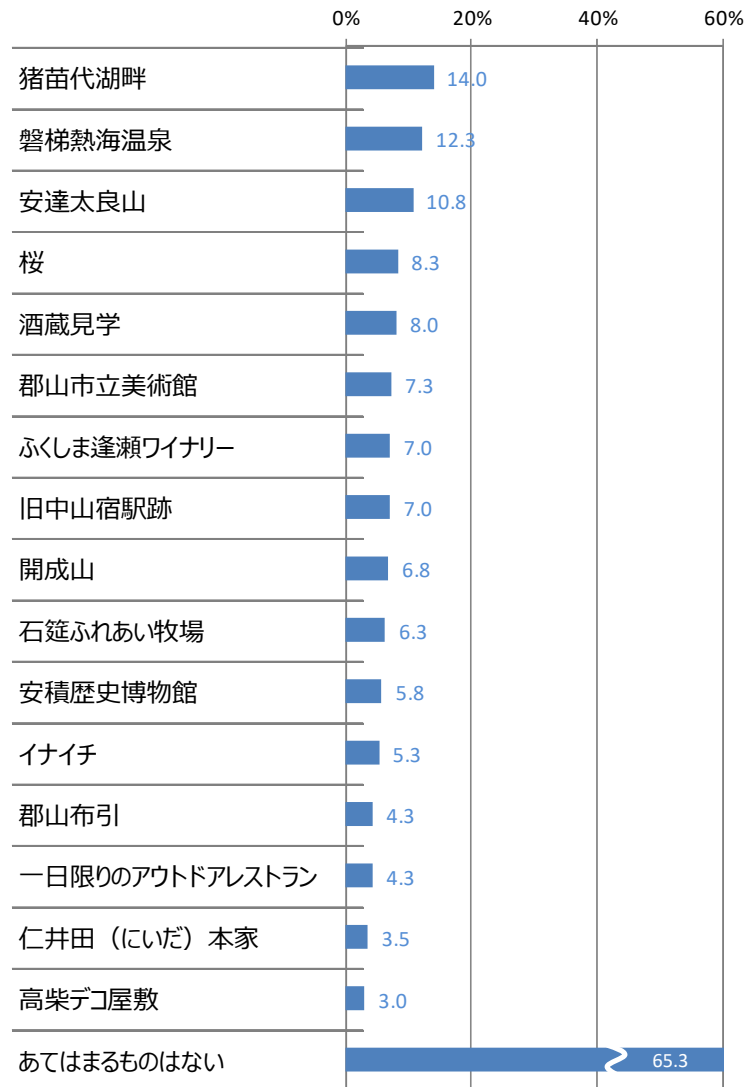
Q10 1 名産品認知



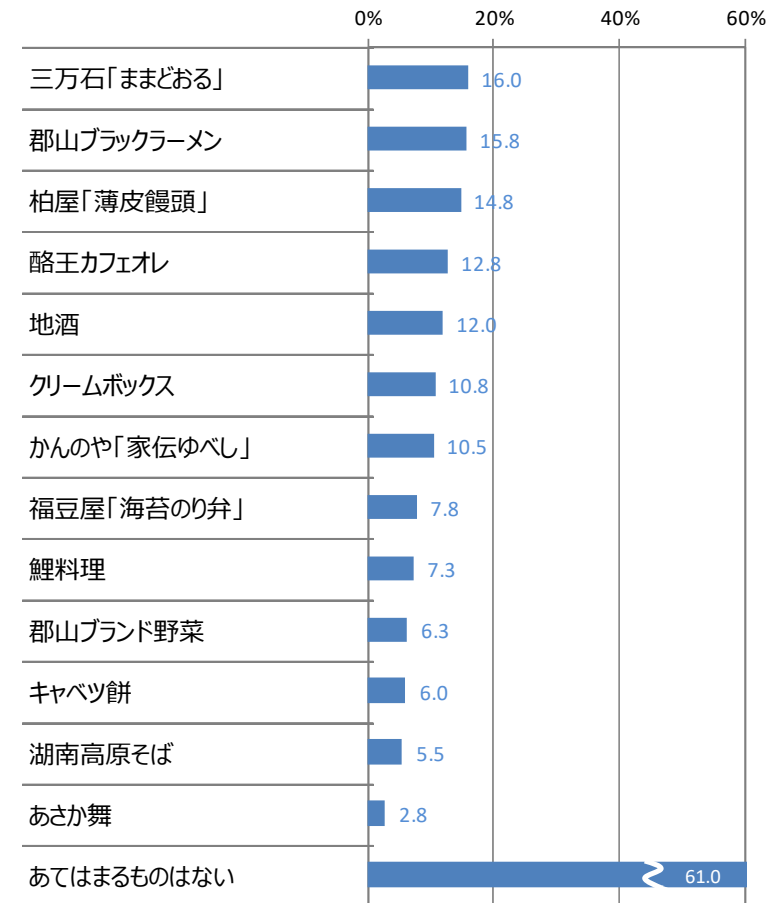
サマリー ～観光スポット・特産品への関心

- 全体で見て、認知と同じ傾向である。

Q9 2 観光スポット関心



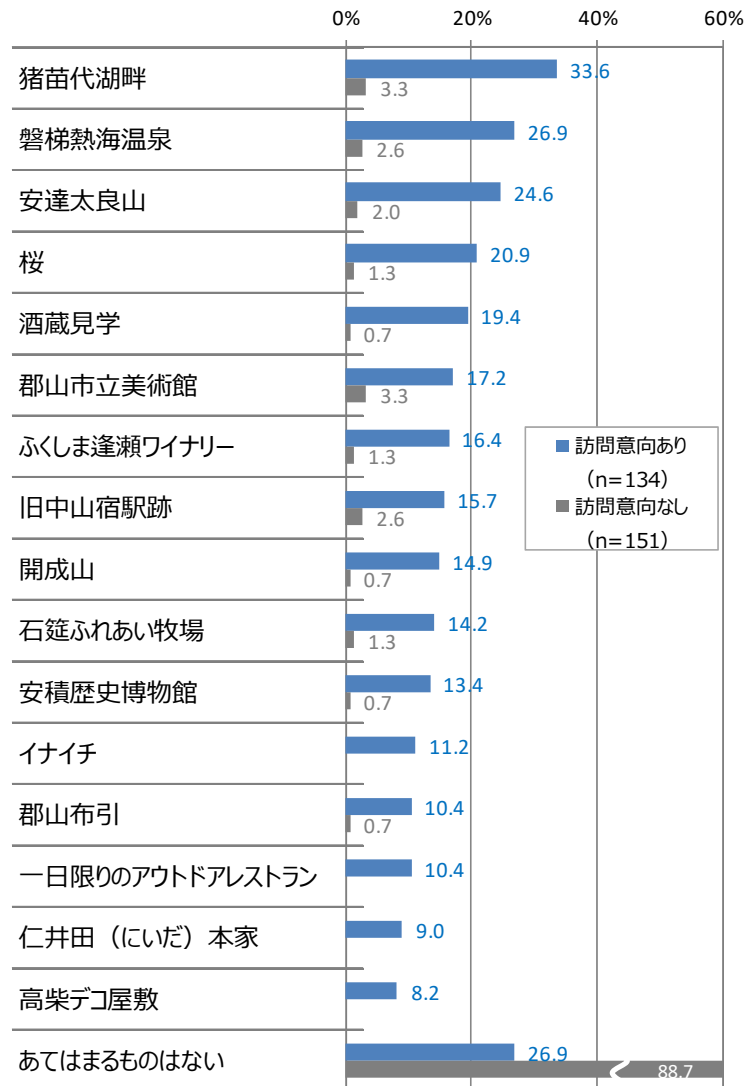
Q10 2 名産品関心



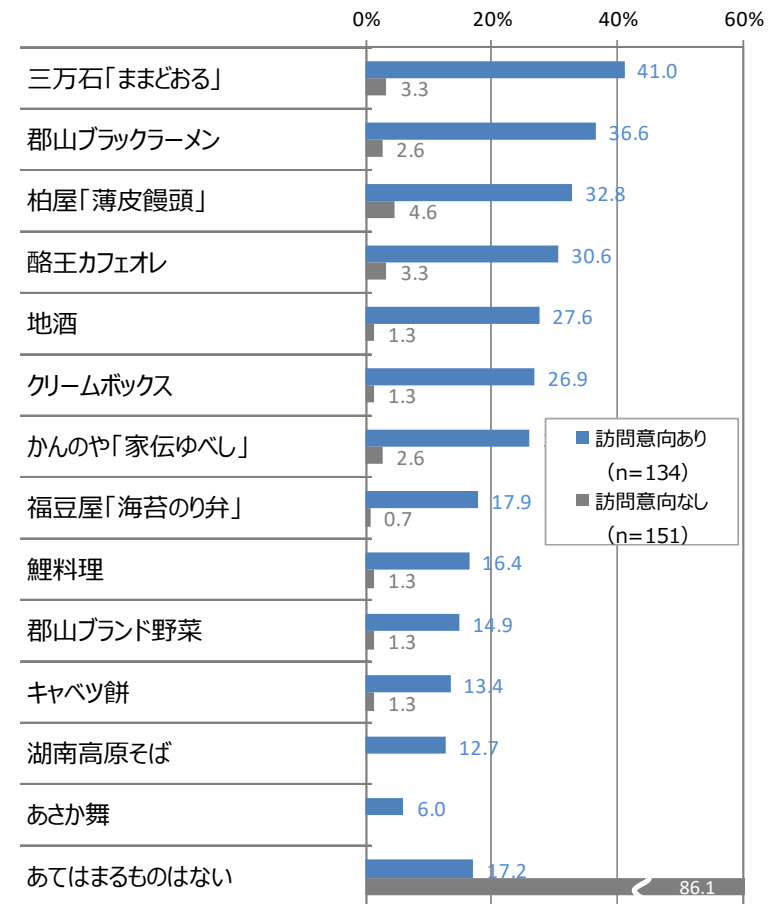
サマリー ～観光スポット・特産品への関心 郡山市訪問意向別

- 訪問意向別で見ると、「意向あり」と「意向なし」で関心の差が非常に大きい。

Q9 2 観光スポット関心 (訪問意向別)



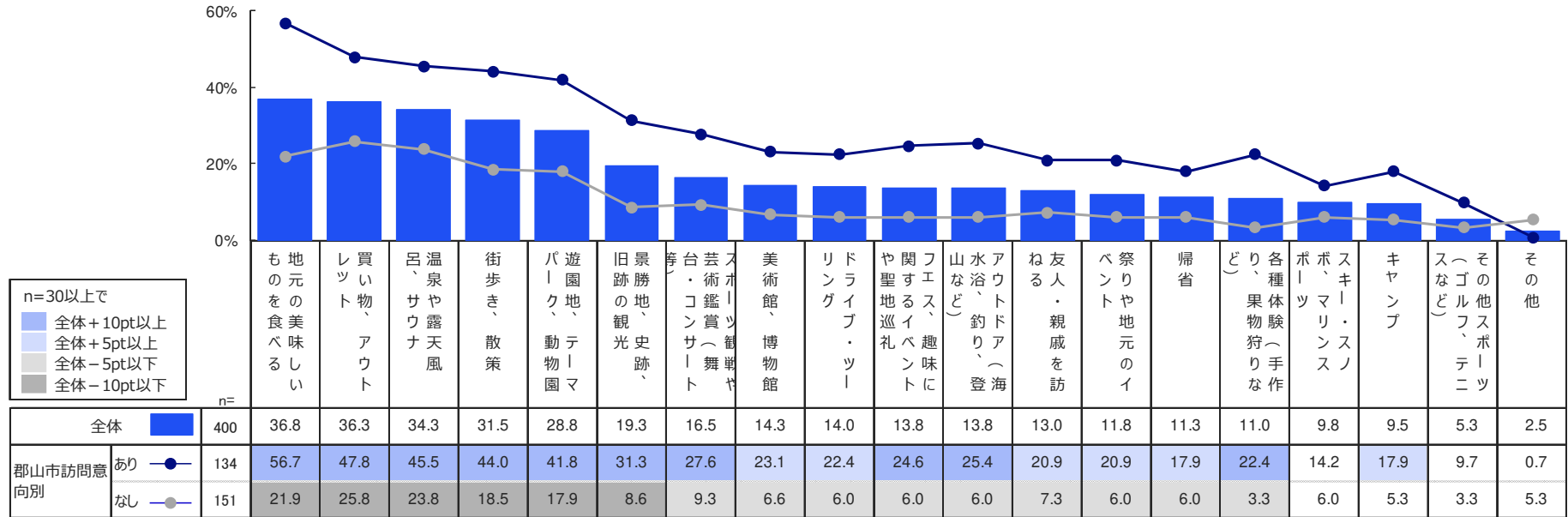
Q10 2 名産品関心 (訪問意向別)



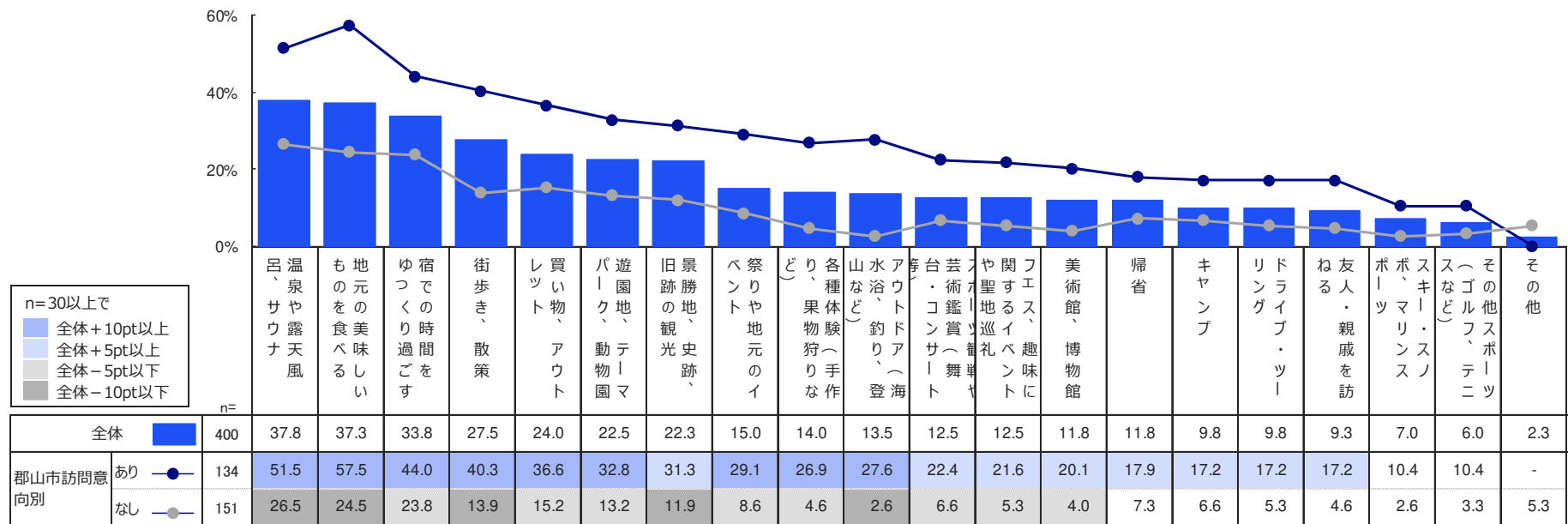
サマリー ～日帰り旅行・宿泊旅行の目的 郡山市訪問意向別

- 郡山市への訪問意向別で見ると、「意向なし」の人は、旅行そのものに対する目的が全般に低く、“郡山市だから”というところが要因ではない。先の郡山市のスポット・産品への低さもここに起因するとみられる。

日帰り

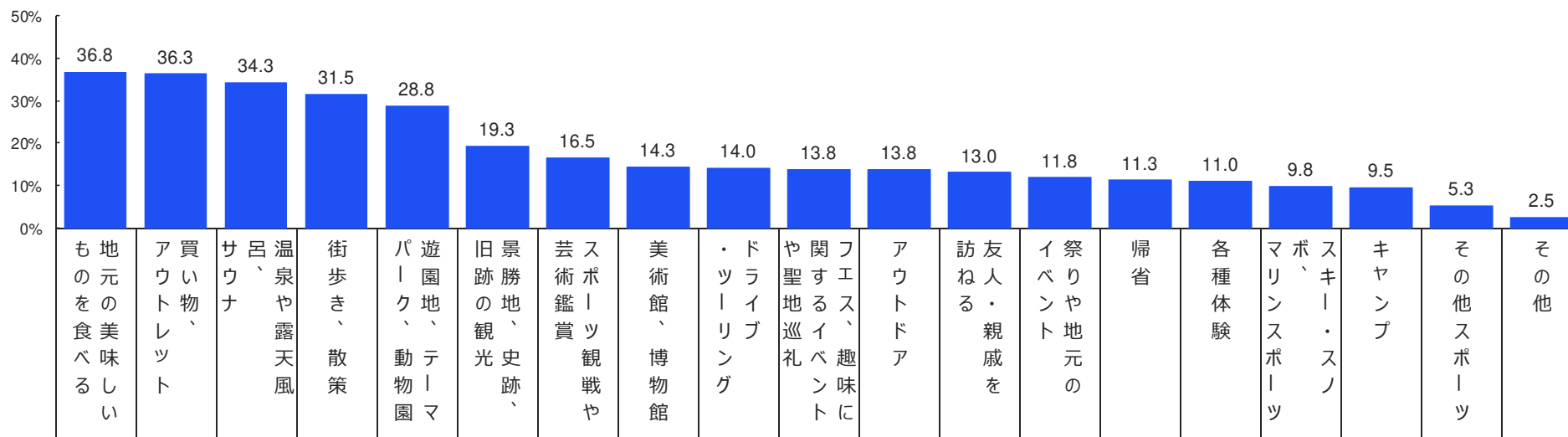


宿泊



サマリー ～日帰り旅行の目的 性別×未既婚、性別×子ども有無

- 男性未婚者は「ドライブ・ツーリング」(19%)が平均よりやや高い一方で「買い物・アウトレット」「遊園地、テーマパーク、動物園」はやや低く、移動と移動に付随する観光や食事が目的となっている様子。男性既婚者は「景勝地、史跡、旧跡の観光」(26%)、「各種体験」(21%)がやや高いのに加え「帰省」「友人・親戚を訪ねる」(ともに19%)、「アウトドア」(19%)、「スキー・スノーボ、マリンスポーツ」(14%)も高めの傾向。
- 女性は未婚者「美術館、博物館」(20%)、「祭りや地元のイベント」(17%)がやや高い。「景勝地」(13%)はやや低め。女性既婚者は「地元の美味しいものを食べる」(48%)、「買い物、アウトレット」(49%)「遊園地、テーマパーク、動物園」(49%)、「各種体験」(24%)が全体を大きく上回っている。女性・子あり層がほぼ類似した傾向を示すが「景勝地」は4%と極端に低い。



n=30以上で
 ■ 全体+10pt以上
 ■ 全体+5pt以上
 ■ 全体-5pt以下
 ■ 全体-10pt以下

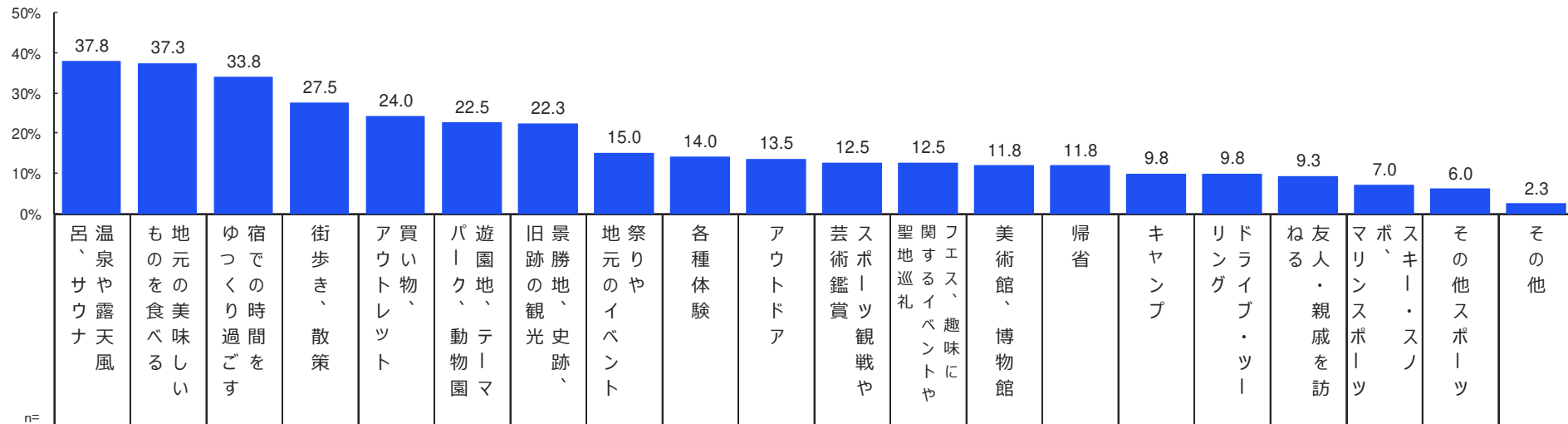
n=		全体	36.8	36.3	34.3	31.5	28.8	19.3	16.5	14.3	14.0	13.8	13.8	13.0	11.8	11.3	11.0	9.8	9.5	5.3	2.5
性別×未既婚+子ども有無	男性・未婚	157	35.0	28.7	30.6	28.0	21.0	24.2	19.7	13.4	19.1	14.6	14.6	15.3	7.0	12.1	6.4	9.6	10.8	5.7	4.5
	男性・既婚	43	30.2	39.5	30.2	32.6	27.9	25.6	18.6	4.7	7.0	9.3	18.6	18.6	11.6	18.6	20.9	14.0	9.3	7.0	2.3
	女性・未婚	115	33.0	35.7	37.4	30.4	28.7	13.0	15.7	20.0	13.9	16.5	8.7	11.3	17.4	8.7	4.3	11.3	7.8	3.5	0.9
	女性・既婚	85	48.2	49.4	38.8	38.8	43.5	15.3	10.6	12.9	8.2	10.6	16.5	8.2	12.9	9.4	23.5	5.9	9.4	5.9	1.2
	男性・子あり	29	24.1	37.9	31.0	27.6	34.5	13.8	17.2	3.4	3.4	6.9	13.8	13.8	10.3	13.8	27.6	17.2	10.3	6.9	3.4
	女性・子あり	55	47.3	50.9	34.5	34.5	49.1	3.6	7.3	10.9	5.5	9.1	16.4	3.6	12.7	9.1	21.8	9.1	3.6	5.5	-
	男性・子なし	171	35.7	29.8	30.4	29.2	20.5	26.3	19.9	12.9	18.7	14.6	15.8	16.4	7.6	13.5	6.4	9.4	10.5	5.8	4.1
	女性・子なし	145	36.6	37.9	39.3	33.8	29.7	17.9	15.9	19.3	13.8	15.9	10.3	12.4	16.6	9.0	9.0	9.0	10.3	4.1	1.4

※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

サマリー ～宿泊旅行の目的 性別×未既婚、性別×子ども有無

- 男性未婚者は「街歩き、散歩」(31%)、「景勝地」(26%)、「アウトドア」(15%) 数pt平均を超えている他は上位項目の多くが平均を下回る。男性既婚は「各種体験」(21%)、「スポーツ観戦や芸術鑑賞」(19%) がやや高く、全般に男性未婚とは相反する傾向。
- 女性未婚は概ね平均並みだが、「美術館、博物館」(18%) がやや高い。女性既婚は上位項目のうち「街歩き」「景勝地」を除く項目がすべて平均を上回る。中でも「地元の美味しいものを食べる」(48%)、「買い物、アウトレット」(35%)、「遊園地、テーマパーク、動物園」(40%) は全体を10pt以上超える高さ。この傾向は、女性子あり層でさらに顕著。



n=30以上で
 全体+10pt以上
 全体+5pt以上
 全体-5pt以下
 全体-10pt以下

		n=	全体	男性・未婚	男性・既婚	女性・未婚	女性・既婚	男性・子あり	女性・子あり	男性・子なし	女性・子なし											
全体		400	37.8	37.3	33.8	27.5	24.0	22.5	22.3	15.0	14.0	13.5	12.5	12.5	11.8	11.8	9.8	9.8	9.3	7.0	6.0	2.3
性別×未既婚+子ども有無	男性・未婚	157	36.9	29.9	28.0	31.2	15.9	15.9	25.5	8.9	8.3	14.6	10.8	12.7	8.9	12.1	8.9	10.8	11.5	7.6	7.0	3.8
	男性・既婚	43	32.6	41.9	32.6	20.9	20.9	18.6	20.9	14.0	20.9	9.3	18.6	7.0	4.7	11.6	14.0	2.3	11.6	9.3	9.3	-
	女性・未婚	115	39.1	37.4	36.5	26.1	27.8	20.0	20.9	19.1	13.0	13.0	14.8	16.5	18.3	9.6	11.3	8.7	8.7	6.1	5.2	0.9
	女性・既婚	85	40.0	48.2	41.2	25.9	35.3	40.0	18.8	21.2	22.4	14.1	9.4	9.4	11.8	14.1	7.1	12.9	4.7	5.9	3.5	2.4
	男性・子あり	29	37.9	44.8	24.1	24.1	24.1	24.1	13.8	13.8	20.7	10.3	13.8	6.9	6.9	13.8	13.8	3.4	10.3	6.9	6.9	-
	女性・子あり	55	32.7	52.7	34.5	21.8	40.0	43.6	14.5	20.0	25.5	16.4	7.3	9.1	10.9	7.3	7.3	7.3	3.6	7.3	3.6	-
	男性・子なし	171	35.7	30.4	29.8	29.8	15.8	15.2	26.3	9.4	9.4	14.0	12.3	12.3	8.2	11.7	9.4	9.9	11.7	8.2	7.6	3.5
	女性・子なし	145	42.1	37.9	40.0	27.6	27.6	22.8	22.1	20.0	13.8	12.4	14.5	15.2	17.2	13.1	10.3	11.7	8.3	5.5	4.8	2.1

※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

性別×未既婚で見た旅行目的上位10

- 「景勝地、史跡、旧跡の観光」を好むのは男性。「祭りや地元のイベント」を好むのは女性で未婚でその傾向が強い。
- 女性既婚は日帰り・宿泊とも、幅広い目的で高い値を示す。男性既婚は女性既婚と女性未婚の中間的な指向性。

※**黒太字**は3人に1人以上が挙げたもの

※**青太字**は当該の層に特徴的なもの

日
帰
り

男性・未婚	n=157
1 地元の美味しいものを食べる	35.0
2 温泉や露天風呂、サウナ	30.6
3 買い物、アウトレット	28.7
4 街歩き、散策	28.0
5 景勝地、史跡、旧跡の観光	24.2
6 遊園地、テーマパーク、動物園	21.0
7 スポーツ観戦や芸術鑑賞	19.7
8 ドライブ・ツーリング	19.1
9 友人・親戚を訪ねる	15.3
10 フェス、趣味に関するイベントや聖地	14.6
10 アウトドア	14.6

男性・既婚	n=43
1 買い物、アウトレット	39.5
2 街歩き、散策	32.6
3 温泉や露天風呂、サウナ	30.2
3 地元の美味しいものを食べる	30.2
5 遊園地、テーマパーク、動物園	27.9
6 景勝地、史跡、旧跡の観光	25.6
7 各種体験	20.9
8 スポーツ観戦や芸術鑑賞	18.6
8 アウトドア	18.6
8 友人・親戚を訪ねる	18.6
8 帰省	18.6

女性・未婚	n=115
1 温泉や露天風呂、サウナ	37.4
2 買い物、アウトレット	35.7
3 地元の美味しいものを食べる	33.0
4 街歩き、散策	30.4
5 遊園地、テーマパーク、動物園	28.7
6 美術館、博物館	20.0
7 祭りや地元のイベント	17.4
8 フェス、趣味に関するイベントや聖地	16.5
9 スポーツ観戦や芸術鑑賞	15.7
10 ドライブ・ツーリング	13.9
11 景勝地、史跡、旧跡の観光	13.0

女性・既婚	n=85
1 買い物、アウトレット	49.4
2 地元の美味しいものを食べる	48.2
3 遊園地、テーマパーク、動物園	43.5
4 温泉や露天風呂、サウナ	38.8
4 街歩き、散策	38.8
6 各種体験	23.5
7 アウトドア	16.5
8 景勝地、史跡、旧跡の観光	15.3
9 美術館、博物館	12.9
9 祭りや地元のイベント	12.9
11 スポーツ観戦や芸術鑑賞	10.6

宿
泊

男性・未婚	n=157
1 温泉や露天風呂、サウナ	36.9
2 街歩き、散策	31.2
3 地元の美味しいものを食べる	29.9
4 宿での時間をゆっくり過ごす	28.0
5 景勝地、史跡、旧跡の観光	25.5
6 遊園地、テーマパーク、動物園	15.9
6 買い物、アウトレット	15.9
8 アウトドア	14.6
9 フェス、趣味に関するイベントや聖地	12.7
10 帰省	12.1

男性・既婚	n=43
1 地元の美味しいものを食べる	41.9
2 宿での時間をゆっくり過ごす	32.6
2 温泉や露天風呂、サウナ	32.6
4 景勝地、史跡、旧跡の観光	20.9
4 買い物、アウトレット	20.9
4 街歩き、散策	20.9
4 各種体験	20.9
8 遊園地、テーマパーク、動物園	18.6
8 スポーツ観戦や芸術鑑賞	18.6
10 祭りや地元のイベント	14.0
10 キャンプ	14.0

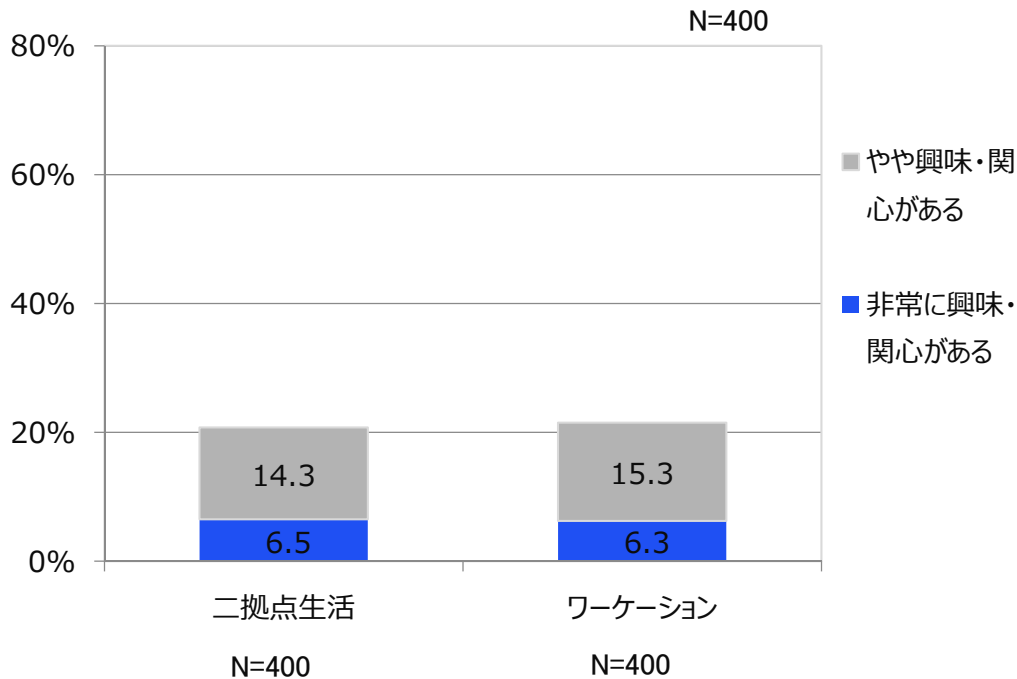
女性・未婚	n=115
1 温泉や露天風呂、サウナ	39.1
2 地元の美味しいものを食べる	37.4
3 宿での時間をゆっくり過ごす	36.5
4 買い物、アウトレット	27.8
5 街歩き、散策	26.1
6 景勝地、史跡、旧跡の観光	20.9
7 遊園地、テーマパーク、動物園	20.0
8 祭りや地元のイベント	19.1
9 美術館、博物館	18.3
10 フェス、趣味に関するイベントや聖地	16.5

女性・既婚	n=85
1 地元の美味しいものを食べる	48.2
2 宿での時間をゆっくり過ごす	41.2
3 温泉や露天風呂、サウナ	40.0
3 遊園地、テーマパーク、動物園	40.0
5 買い物、アウトレット	35.3
6 街歩き、散策	25.9
7 各種体験	22.4
8 祭りや地元のイベント	21.2
9 景勝地、史跡、旧跡の観光	18.8
10 アウトドア	14.1
10 帰省	14.1

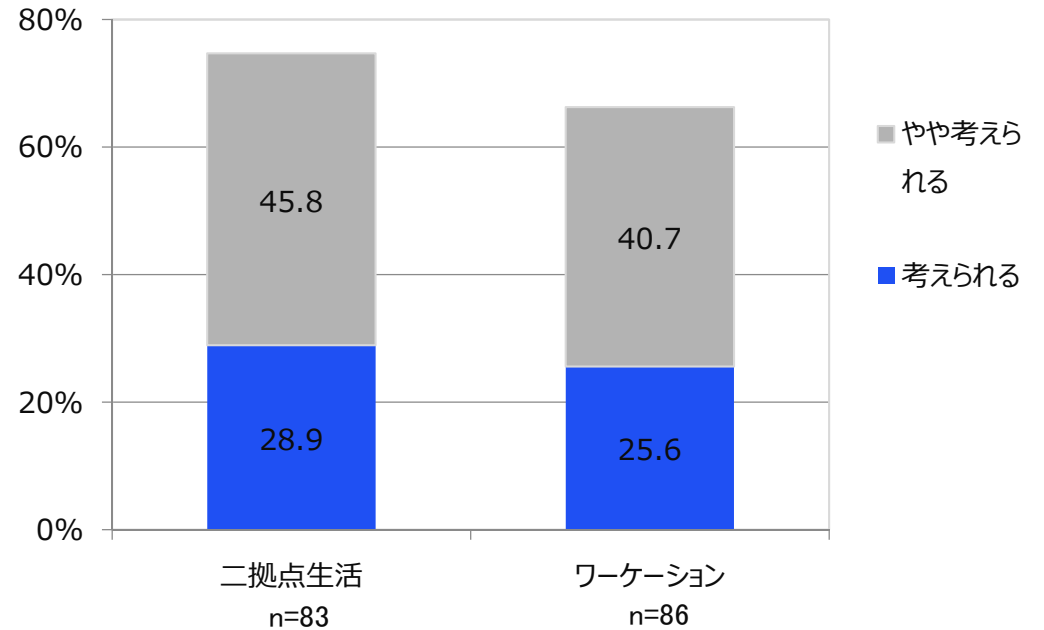
サマリー ～二拠点生活・ワーケーションへの関心と郡山市候補度

- 二拠点生活もワーケーションも、関心者は全体の2割程度。
- その約2割の人の中で、「郡山市」を候補として考えられるという人は6割を超え、特に「二拠点生活」での意向が高い。

Q14 二拠点生活・ワーケーション関心度



Q15 「郡山市」を二拠点生活やワーケーションの候補度



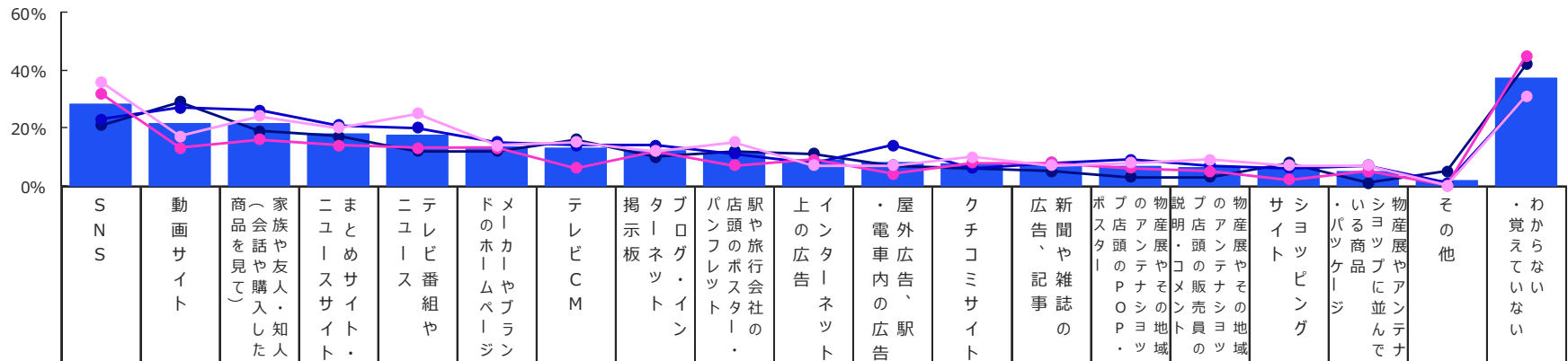


結果詳細

観光地の情報の収集・重視点

初めて行く観光目的地の情報収集経路

- 全体では「SNS」(28%)が最も高く、次いで「動画サイト」(22%)、「家族や友人・知人」(21%)が上位に挙げられる。4位以下は20%に満たない数値となった。
- 男性は「動画サイト」が29%で最も高いが、女性は「SNS」が34%で最も高く、SNSを情報経路とする傾向は女性でより強い。
- 男性30代は「屋外広告・駅・電車内の広告」(14%)が他層よりやや目立つ高さ。



n=30以上で
 ■ 全体+10pt以上
 ■ 全体+5pt以上
 ■ 全体-5pt以下
 ■ 全体-10pt以下

		n=	SNS	動画サイト	商品(家族や友人・知人)	まとめサイト	テレビ番組	ドメーホムやペーラ	テレビCM	掲示板	ブログ・イン	駅の旅行会社	パンフレット	店頭ポスター	インターネット	屋外広告、駅・電車内の広告	クチコミサイト	新聞や雑誌の	ポスター	ブの店頭のテナ	物産展やその	説明・コメン	ブの店頭のテナ	物産展やその	サイト	ショッピング	いる商品に並	物産展やアン	その他	わからない	平均回答個数
全体		400	28.0	21.5	21.3	18.0	17.5	13.5	12.8	12.0	11.3	8.8	8.0	7.5	7.0	6.5	6.0	5.8	5.0	1.5	37.3	3.4									
性別	男性	200	22.0	28.0	22.5	19.0	16.0	13.5	15.0	12.0	11.5	9.5	10.5	6.0	6.5	6.0	5.0	7.0	4.0	3.0	36.5	3.4									
	女性	200	34.0	15.0	20.0	17.0	19.0	13.5	10.5	12.0	11.0	8.0	5.5	9.0	7.5	7.0	7.0	4.5	6.0	-	38.0	3.3									
性×年代	男性20代	100	21.0	29.0	19.0	17.0	12.0	12.0	16.0	10.0	12.0	11.0	7.0	6.0	5.0	3.0	3.0	8.0	1.0	5.0	42.0	3.4									
	男性30代	100	23.0	27.0	26.0	21.0	20.0	15.0	14.0	14.0	11.0	8.0	14.0	6.0	8.0	9.0	7.0	6.0	7.0	1.0	31.0	3.4									
	女性20代	100	32.0	13.0	16.0	14.0	13.0	13.0	6.0	12.0	7.0	9.0	4.0	8.0	8.0	6.0	5.0	2.0	5.0	-	45.0	3.1									
	女性30代	100	36.0	17.0	24.0	20.0	25.0	14.0	15.0	12.0	15.0	7.0	7.0	10.0	7.0	8.0	9.0	7.0	7.0	-	31.0	3.5									
未既婚別	未婚	272	24.3	24.3	17.6	16.9	14.7	12.5	11.4	11.8	9.6	9.9	7.4	8.5	5.1	6.3	4.8	5.1	4.0	1.8	42.6	3.4									
	既婚	128	35.9	15.6	28.9	20.3	23.4	15.6	15.6	12.5	14.8	6.3	9.4	5.5	10.9	7.0	8.6	7.0	7.0	0.8	25.8	3.3									
	男性・未婚	157	22.3	29.9	21.0	18.5	14.6	13.4	15.3	11.5	11.5	10.2	8.9	7.0	5.1	5.7	4.5	7.0	3.2	3.2	38.9	3.5									
	男性・既婚	43	20.9	20.9	27.9	20.9	20.9	14.0	14.0	14.0	11.6	7.0	16.3	2.3	11.6	7.0	7.0	7.0	7.0	2.3	27.9	3.2									
	女性・未婚	115	27.0	16.5	13.0	14.8	14.8	11.3	6.1	12.2	7.0	9.6	5.2	10.4	5.2	7.0	5.2	2.6	5.2	-	47.8	3.3									
女性・既婚	85	43.5	12.9	29.4	20.0	24.7	16.5	16.5	11.8	16.5	5.9	5.9	7.1	10.6	7.1	9.4	7.1	7.1	-	24.7	3.3										
子ども有無別	子どもなし	316	25.6	23.4	19.3	18.4	16.1	12.7	11.7	12.0	11.1	9.2	8.5	7.9	6.6	6.3	6.0	4.7	5.1	1.6	40.5	3.5									
	子どもあり・計	84	36.9	14.3	28.6	16.7	22.6	16.7	16.7	11.9	11.9	7.1	6.0	6.0	8.3	7.1	6.0	9.5	4.8	1.2	25.0	3.1									
	未就学の子あり	63	39.7	15.9	28.6	17.5	22.2	15.9	15.9	12.7	11.1	7.9	7.9	6.3	7.9	7.9	7.9	9.5	6.3	1.6	25.4	3.3									
	未就学の子なし	21	28.6	9.5	28.6	14.3	23.8	19.0	19.0	9.5	14.3	4.8	-	4.8	9.5	4.8	-	9.5	-	-	23.8	2.6									

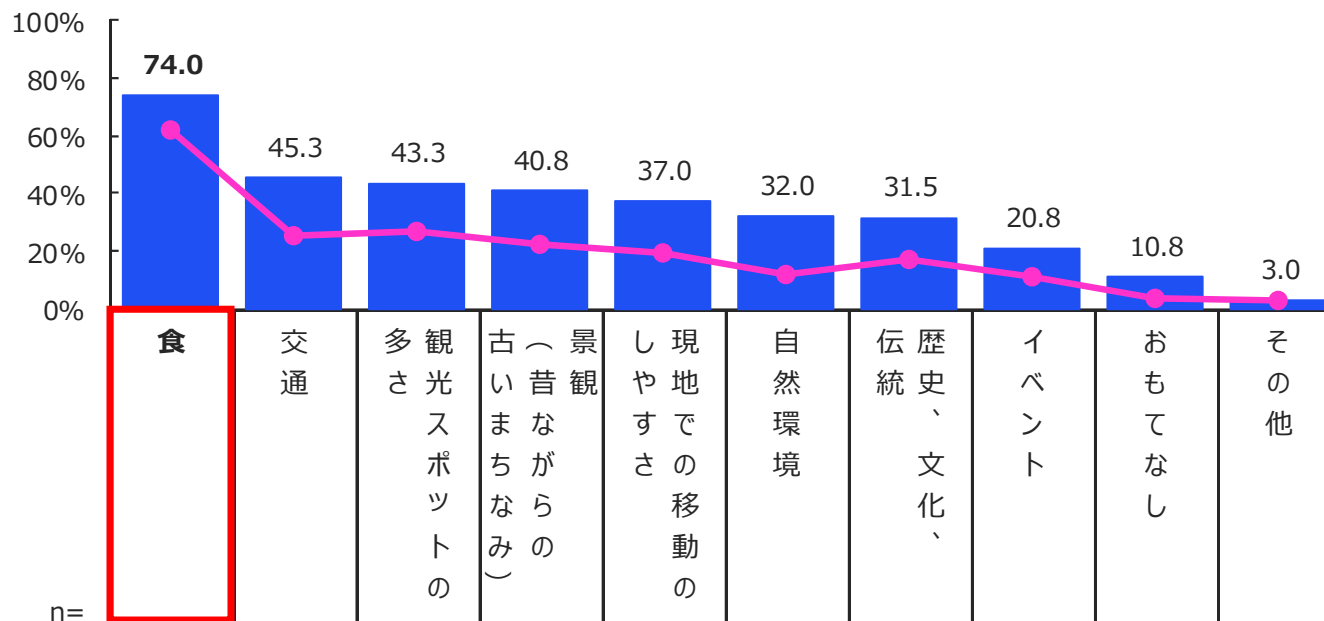
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q1 あなたは、初めて行く観光目的地について、どのようなところで情報に接触したり情報を集めていますか。あてはまるものをすべてお選びください。(MA)

観光に行こうと思う目的地を選ぶにあたって重視すること

- 『いつでも』の回答で上位にあげられるのは「食」（74%）が抜き出た高さ。次いで「交通」（45%）、「観光スポットの多さ」（43%）、「景観」（41%）が僅差で続く。
- 『3つまで』の回答でも「食」（62%）が突出している。2位以下の順位傾向も同様で、「観光スポットの多さ」（27%）、「交通」（25%）、「景観」（22%）と上位内で順位の入替わりはあるものの大勢は変わらない。



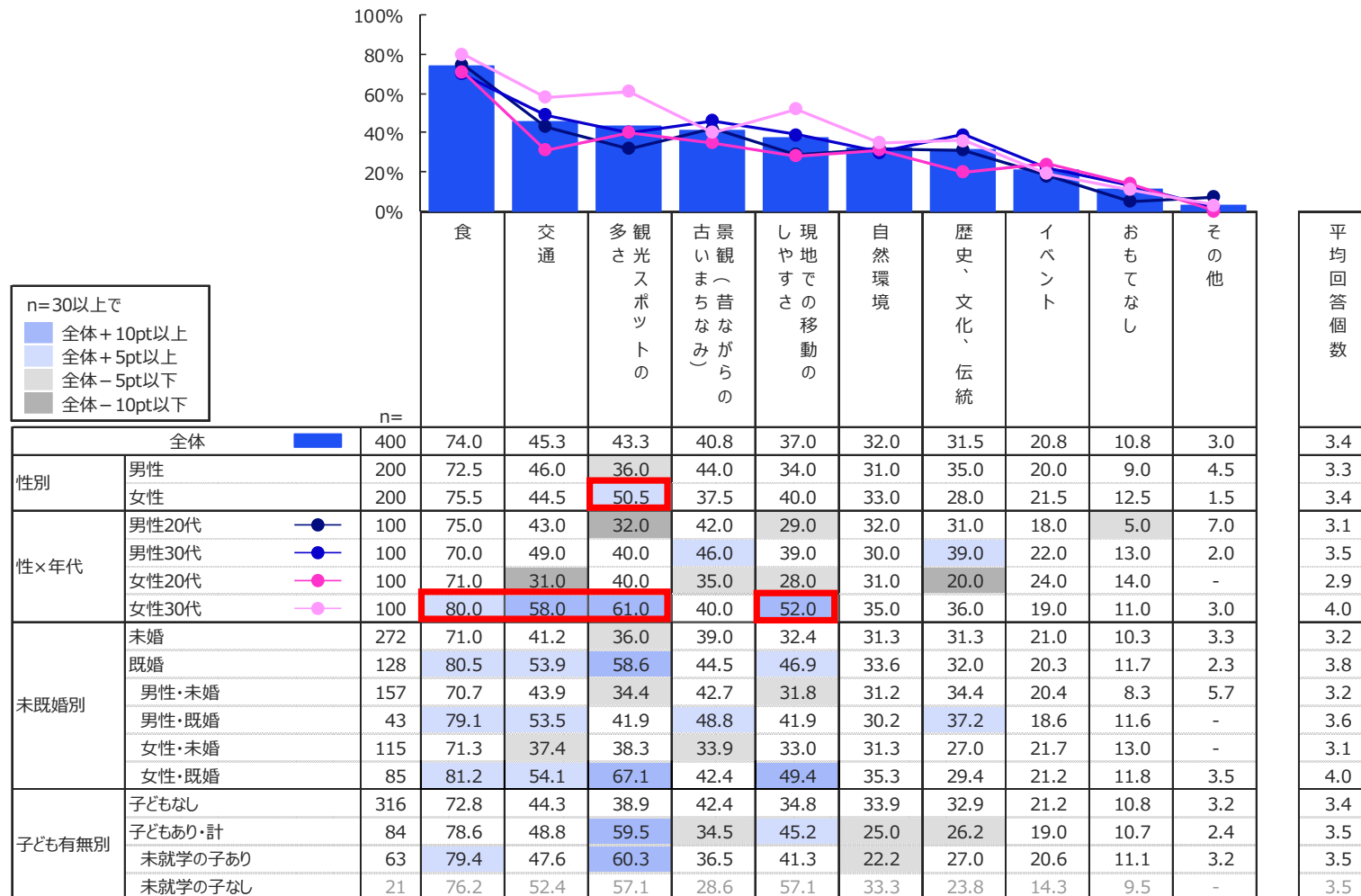
項目	重視すること（いつでも）	n=	重視すること（いつでも）の値を基準に降順並び替え										平均回答個数
			食	交通	観光スポットの多さ	景観（古い昔ながらの風景）	現地の移動のしやすさ	自然環境	伝統、歴史、文化	イベント	おもてなし	その他	
	■	400	74.0	45.3	43.3	40.8	37.0	32.0	31.5	20.8	10.8	3.0	3.4
	●	400	62.3	25.3	27.0	22.0	19.5	11.5	16.8	11.3	3.8	3.0	2.0

※「重視すること（いつでも）」の値を基準に降順並び替え

Q2 あなたが観光に行こうと思う目的地を選ぶにあたって重視することをすべてお選びください。またその中でも特に重視するポイントを3つまでお選びください。【全体ベース】（MA）

観光に行こうと思う目的地を選ぶにあたって重視すること（いくつでも）

- 『性別』で見ると、女性は「観光スポットの多さ」（51%）がやや高い。一方、男性は女性より「歴史、文化、伝統」（35%）が高い傾向。
- 『性×年代』で見ると女性30代は「食」「交通」「観光スポットの多さ」「現地での移動のしやすさ」が5～8割と高い重視度。
- 『未既婚別』で見ると、「既婚」は「未婚」に比べ「食」（80%）、「交通」（58%）、「観光スポットの多さ」（61%）、「現地での移動のしやすさ」（52%）が過半数を超え、既婚者の中でも女性でこの傾向が強い。



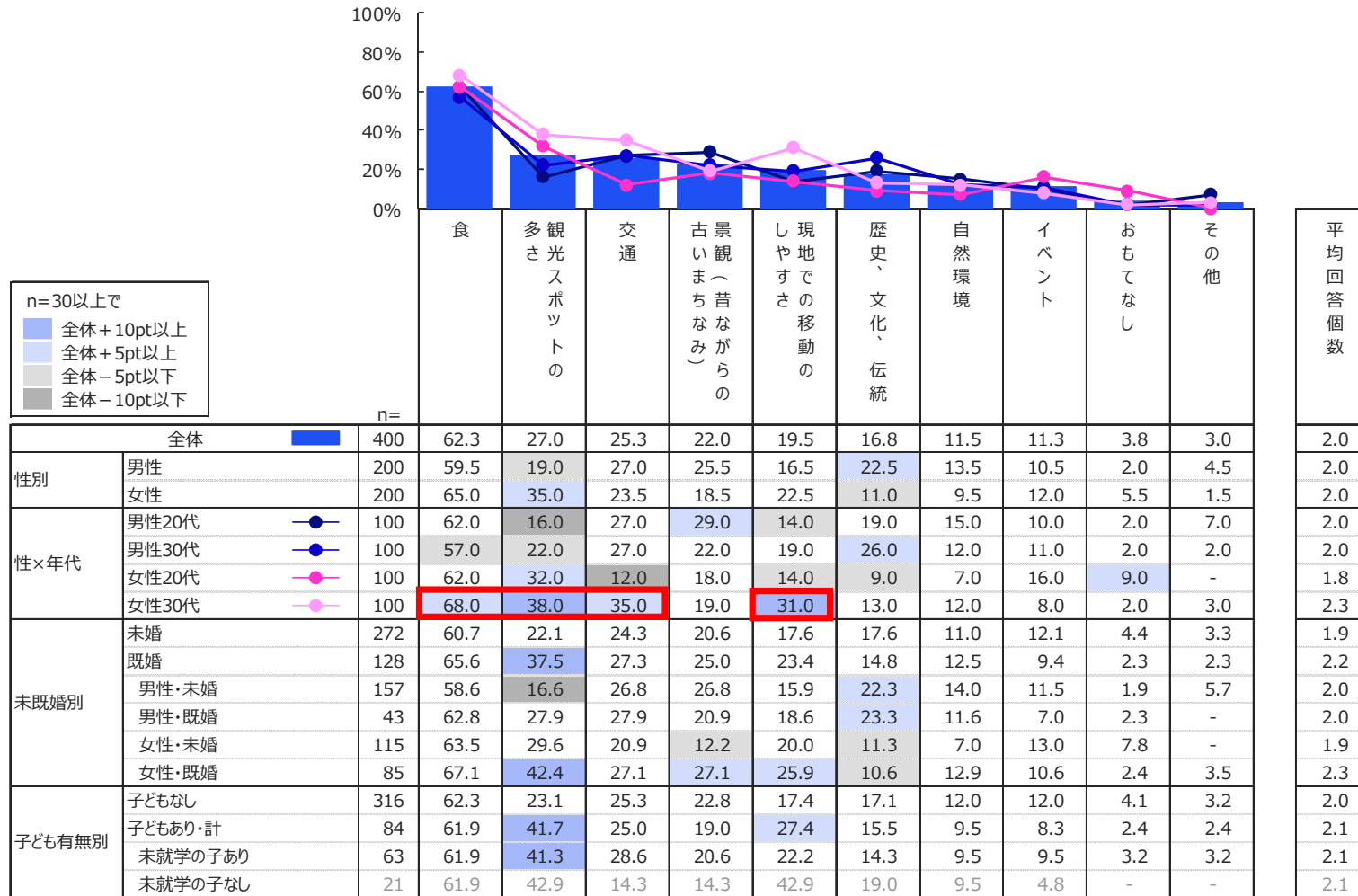
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q2_1 あなたが観光に行こうと思う目的地を選ぶにあたって重視することをすべてお選びください。またその中でも特に重視するポイントを3つまでお選びください。／重視すること（いくつでも）

「観光に行こうと思う目的地を選ぶにあたって重視すること（3つまで）」

- 『いくつでも』と同様の傾向となっている。



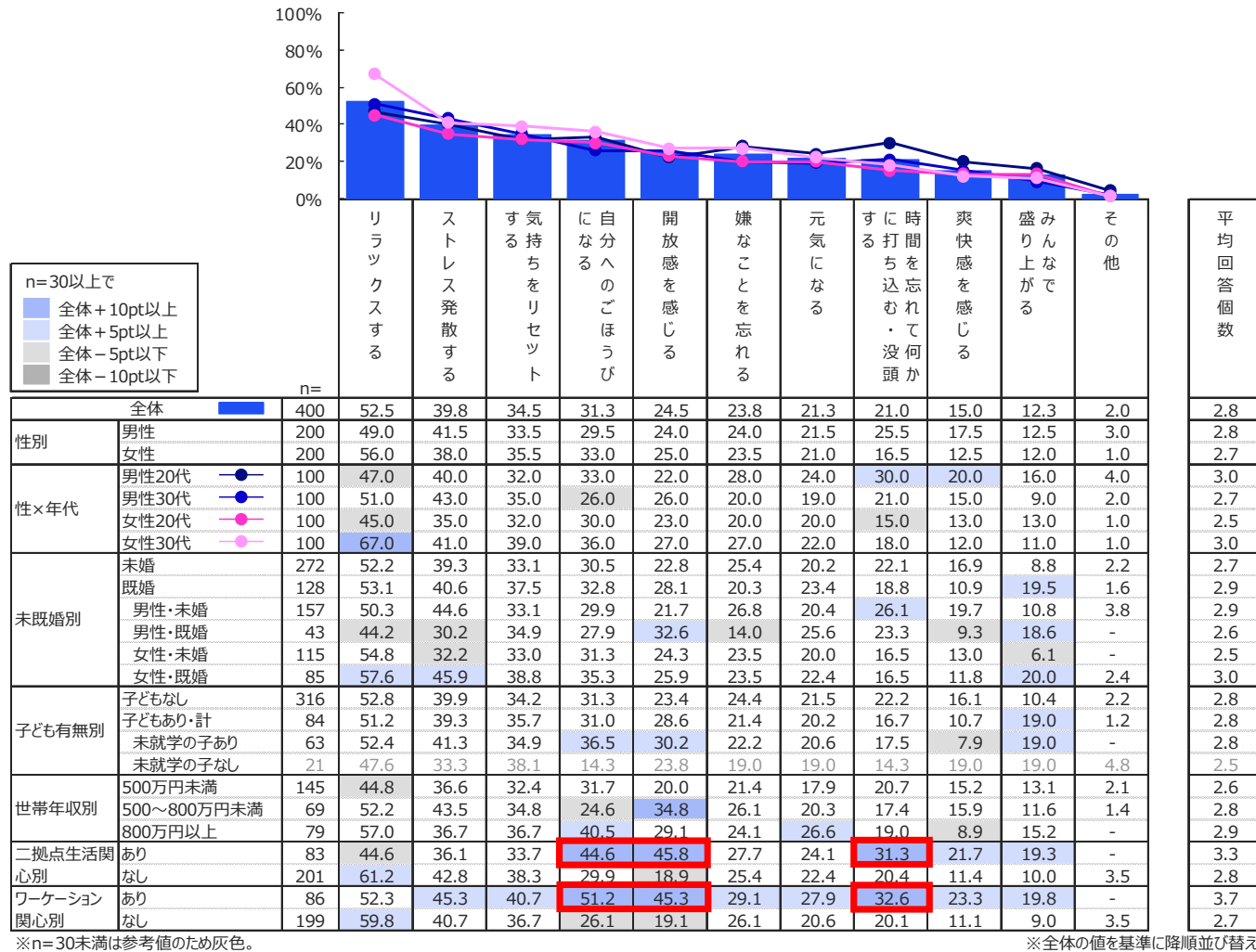
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q2_2 あなたが観光に行こうと思う目的地を選ぶにあたって重視することをすべてお選びください。またその中でも特に重視するポイントを3つまでお選びください。／特に重視すること（3つまで）

休日の過ごし方の重視要素

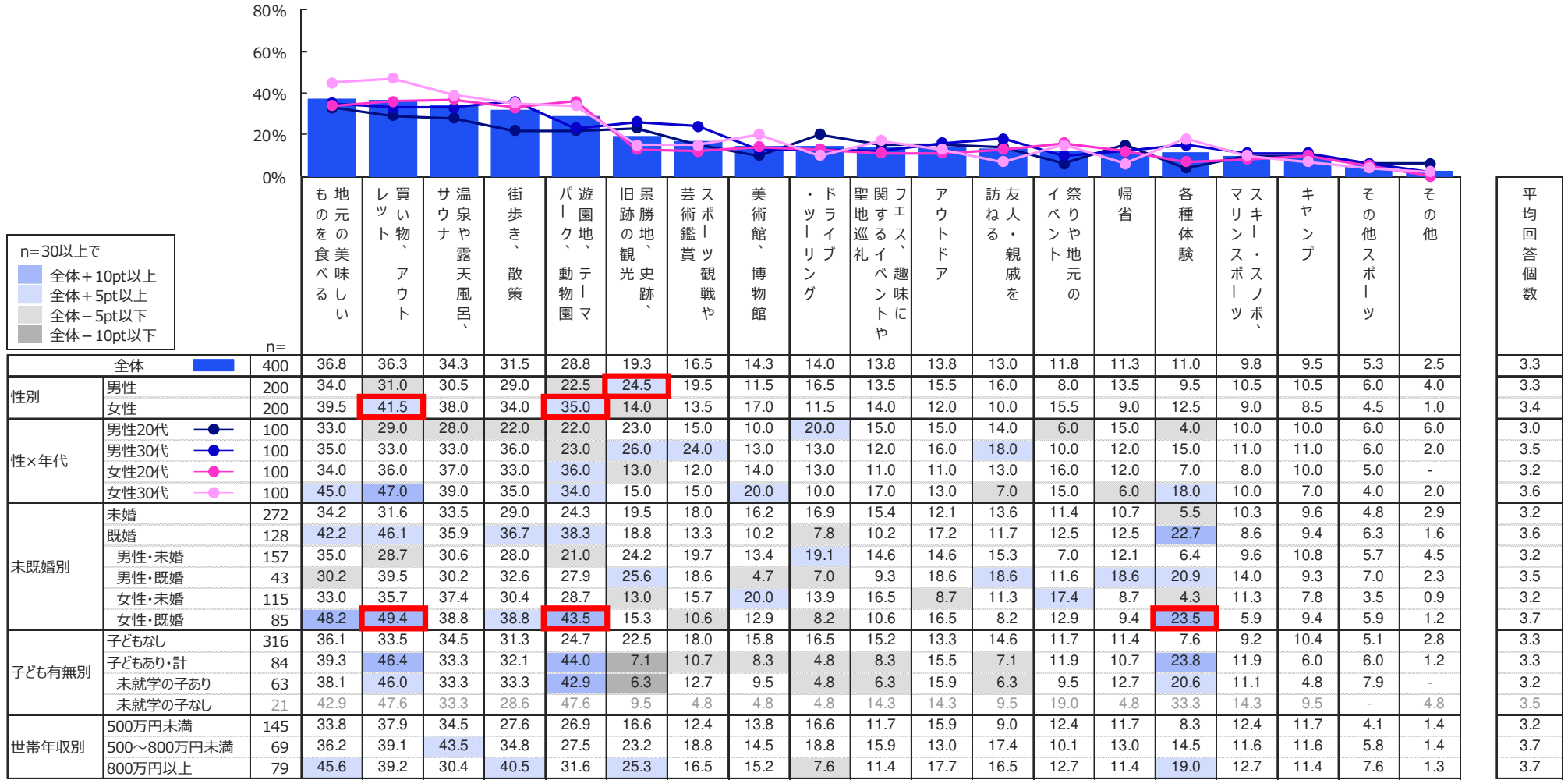
- 休日の過ごし方としては「リラックスする」(53%)が2位の「ストレスを発散する」(40%)に13ptの差を付けてトップ。3位以下は「気持ちをリセットする」(35%)、「自分へのごほうびになる」(31%)が3割を超える高さ。
- 「二拠点生活関心动別」「ワーケーション関心动別」で「あり」層は「自分へのごほうび」「開放感を感じる」が4~5割、「時間を忘れて何かに打ち込む・没頭する」が3割強と目立つ高さ。



Q19 あなたが「休日の過ごし方」として重視することをすべてお選びください。(MA)

日帰り旅行で行きたい目的内容（いくつでも）

- 上位は「地元のおいしいものを食べる」（37%）、「買い物、アウトレット」（36%）、「温泉や露天風呂、サウナ」（34%）、「街歩き、散策」（32%）が僅差でほぼ並ぶ。
- 『性別』を見ると男性は「景勝地、史跡・旧跡の観光」（25%）がやや高く、対して女性は「買い物、アウトレット」（42%）、「遊園地、テーマパーク、動物園」（35%）がやや高い。女性の傾向は特に「女性・既婚」で強く、この層では「各種体験」（24%）もやや高い。



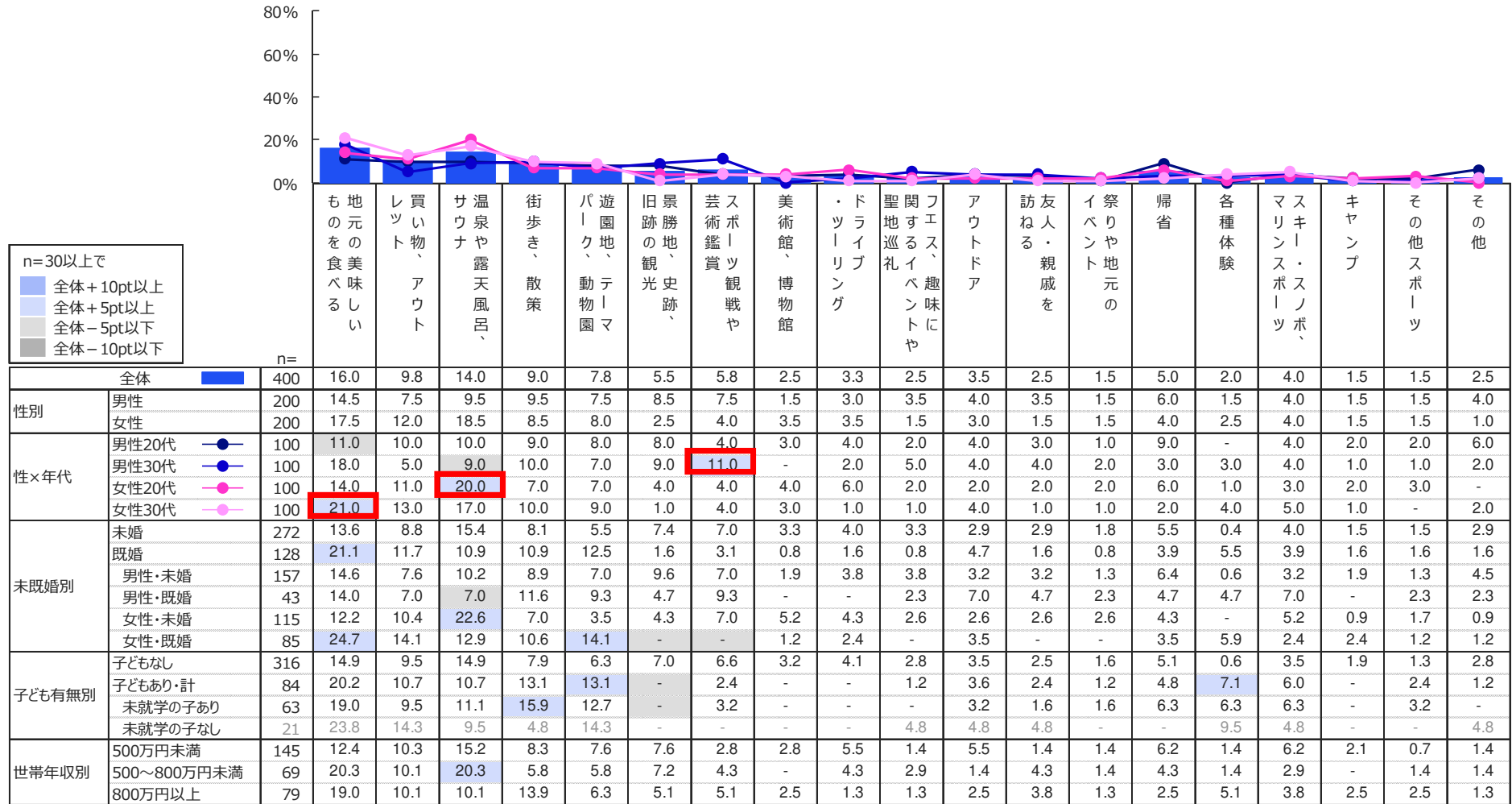
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q20_1 あなたが日帰り旅行に行くとしたらどのような目的で行きたいと思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。また、その中で最も行きたい目的を1つだけお選びください。／行きたい目的（いくつでも）（MA）

日帰り旅行で最も行きたい目的内容

- 上位は『いくつでも』と変わらないものの、「買い物、アウトレット」より「温泉や露天風呂、サウナ」の順位が高まっている。
- 『性×年代』の女性20代でこの傾向が顕著。また、女性30代は「地元のおいしいものを食べる」、男性30代は「スポーツ観戦や芸術鑑賞」が高い傾向。



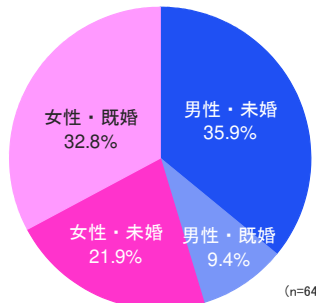
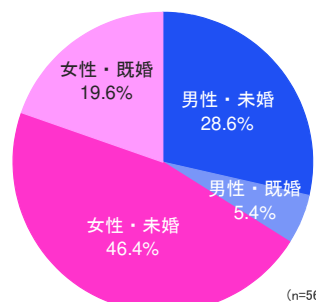
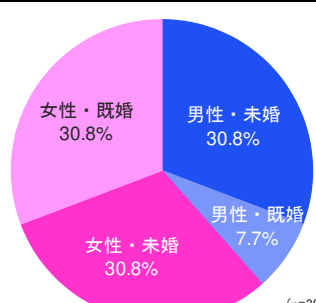
※n=30未満は参考値のため灰色。

※「いくつでも」の全体を基準に降順並び替え

Q20_2 あなたが日帰りで旅行に行くとしたらどのような目的で行きたいと思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。また、その中で最も行きたい目的を1つだけお選びください。／最も行きたい目的（1つだけ）（SA）

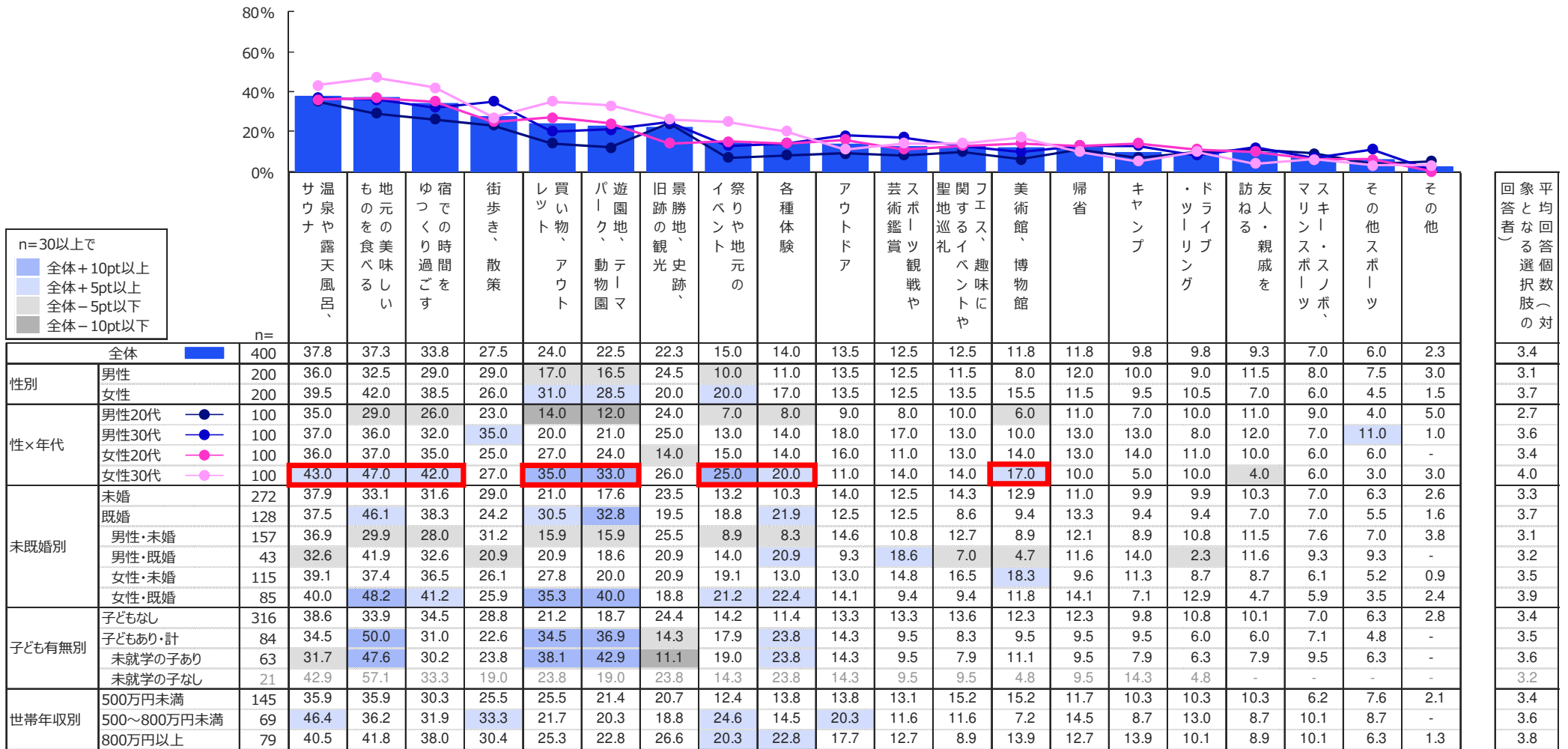
日帰り旅行で最も行きたい目的内容を選んだ理由（自由回答）

- 日帰り旅行目的として最も高い「地元の美味しいものを食べる」は、未婚男性と既婚女性の支持が高く、「おいしいものを食べる」こと自体が満足になるという理由。
- 「温泉や露天風呂、サウナ」は、未婚女性の支持が最も高く「日常を忘れて疲れをとる」という理由が大きい。
- 「買い物、アウトレット」は女性が6割で未既婚同程度。女性は様々な理由が見られたが、男性の理由は「楽しいから」「特に理由はない」と多様性に乏しい。

	性×未既婚構成	性別	未既婚	年齢	職業	日帰りでもっと行きたい旅行目的を選んだ理由
『地元の美味しいものを食べる』		男性	未婚	35	フルタイム勤務	地域の文化や歴史を感じる手っ取り早い手段だから
			既婚	24	学生	食べることが好きだから
				30	フルタイム勤務	その土地で美味しいとされているものを一度は食べてみたいから。
		女性	未婚	28	自営業・自由業	普段食べられないような美味しい食べ物を食べると幸せな気持ちになるから
			既婚	32	専業主婦・主夫	ここでしか食べられないものを食べたい
				35	フルタイム勤務	気軽に行けて満足感も得られる
			37	専業主婦・主夫	日帰りで時間があまり取れなくても、美味しいものを食べると満足感が高そうだから。	
	『温泉や露天風呂、サウナ』		男性	未婚	21	学生
27					自営業・自由業	温泉が好き
32					フルタイム勤務	気軽に行ける近場の温泉で疲れを取りたい
女性			未婚	22	学生	手軽に非日常を味わえる
				26	フルタイム勤務	温泉がメインではなく観光しつつついでに温泉にいきたい
				32	フルタイム勤務	都会の喧騒を離れてのんびりと疲れを取りたいから
	38	フルタイム勤務		温泉は都心から離れた場所にあるので、温泉に入る以外楽しみがないように感じるから、時間を持て余す。だから日帰りがいい		
	既婚	33	フルタイム勤務	温泉に浸かって、ほっとリラックスしたいから仕事や家庭、人間関係を忘れてほっとひと息つきたいから		
『買い物、アウトレット』		男性	未婚	27	専門職	日帰りで一番無難。
				28	無職	お土産という形になる物を持って帰りたいから
		女性	未婚	29	アルバイト・パート	買い物が好きでここでしか買えないものを買いたいから。
				32	無職	普段見ないものがある
			既婚	24	専業主婦	車ですぐ行けるとところにゆっくり買い物したい
				34	専業主婦	色々買えそう
		36	専業主婦	日帰りでは買い物するくらいしか時間がとれないと思ったので。		

宿泊旅行で行きたい目的内容（いくつでも）

- 宿泊では「温泉や露天風呂、サウナ」（38%）がトップになり、次いで「地元のおいしいものを食べる」（37%）、「宿での時間をゆっくり過ごす」（34%）が上位に挙がる。「街歩き、散策」（28%）、「買い物、アウトレット」（24%）は相対的にやや数値が低まるものの上位。
- 『性別』でも日帰り旅行と傾向は大きく変わらないが、『性×年代』の女性30代は他層より目的内容が幅広く高い傾向。



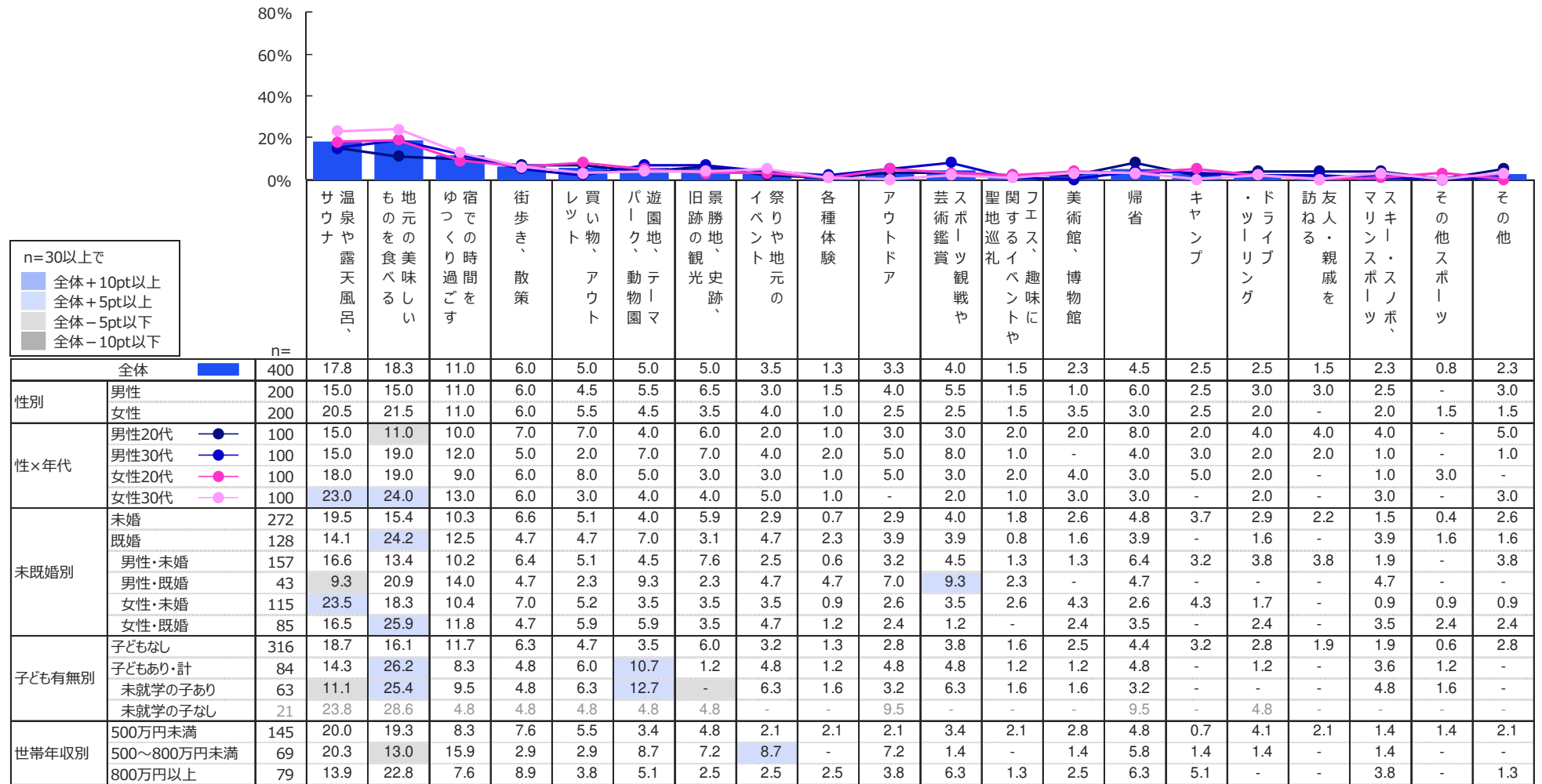
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q21_1 あなたが宿泊で旅行に行くとしたらどのような目的で行きたいと思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。また、その中で最も行きたい目的を1つだけお選びください。／行きたい目的（いくつでも）（MA）

宿泊旅行で最も行きたい目的内容

- 上位は『いくつでも』と変わらず、上位3項目で47%を占める。
- 女性30代は上位3項目で6割に達する。



※n=30未満は参考値のため灰色。

※「いくつでも」の全体を基準に降順並び替え

Q21_2 あなたが宿泊で旅行に行くとしたらどのような目的で行きたいと思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。また、その中で最も行きたい目的を1つだけお選びください。／最も行きたい目的（1つだけ）（SA）

宿泊旅行で最も行きたい目的内容を選んだ理由（自由回答）

- 日帰り旅行目的でも、日帰り旅行と同じく「地元の美味しいものを食べる」がトップ。宿泊前提の「ゆっくり」「夕食として」という理由がみられる。
- 「温泉や露天風呂、サウナ」は未婚男性割合が高まり、サウナ、温泉情緒などひとり旅を楽しむ理由が挙がる。未婚女性も割合は下げたものの宿泊ではお風呂へのこだわりが強いことが表れている。
- 「宿での時間をゆっくり過ごす」が3位で、男女比は同程度。男女とも、「非日常を楽しむ」が理由。

	性×未既婚構成	性別	未既婚	年齢	職業	宿泊で最も行きたい旅行目的に選んだ理由	
『地元の美味しいものを食べる』	<p>女性・既婚 30.1% 男性・未婚 28.8% 女性・未婚 28.8% 男性・既婚 12.3% (n=73)</p>	男性	未婚	27	フルタイム勤務	帰りのことを考えずに飲食するため	
				36	フルタイム勤務	宿泊で食べる時は、時間がかかってもよいから地元民が強すすめる、名産品でなくても良いから、美味しいものを食べたい	
			既婚	30	フルタイム勤務	その土地で美味しいとされているものを夜ご飯として一度は食べてみたいから。	
		女性	未婚	28	自営業・自由業	普段食べられないような美味しい食べ物を食べると幸せな気持ちになるから。	
				既婚	32	アルバイト・パート	美味しいものを食べてゆっくりしたいから。
			既婚	34	専業主婦	のんびり遠くまで出かけて、普段は食べないものを食べてみたい。	
『温泉や露天風呂、サウナ』	<p>女性・既婚 19.7% 男性・未婚 36.6% 女性・未婚 38.0% 男性・既婚 5.6% (n=71)</p>	男性	未婚	27	フルタイム勤務	サウナが好きで全国各地を制覇したいから	
				32	フルタイム勤務	露天風呂でゆっくり情緒を味わいたい	
				39	フルタイム勤務	温泉に入るのが好きだから。そこにしかない宿や食も含めて温泉を楽しみたいから。	
		女性	未婚	既婚	39	フルタイム勤務	ゆったりしたいから
				未婚	21	学生	親が好むから
			未婚	26	フルタイム勤務	宿泊なら温泉にはこだわる。特に露天風呂があるかないかは重要。	
			既婚	31	自営業・自由業	ゆっくりとのんびりしたいと思うため。色んなお風呂があると尚よいと感じる。	
			既婚	37	専業主婦	日帰りだとバタバタするから宿泊の方がいい	
既婚	38	専業主婦	泊まる時でないと温泉に入りたくないから				
『宿での時間をゆっくり過ごす』	<p>女性・既婚 22.7% 男性・未婚 36.4% 女性・未婚 27.3% 男性・既婚 13.6% (n=44)</p>	男性	未婚	24	学生	宿での時間を楽しみたいから。	
				既婚	31	フルタイム勤務	色々見たいものはあるがそれをおいても非日常感を味わいたい
		女性	未婚	既婚	38	フルタイム勤務	ラグジュアリーな非現実的な空間で何もしない贅沢を味わいたいから
				既婚	25	専業主婦	それぞれの宿にしかない魅力や環境を満喫したいから
			既婚	33	フルタイム勤務	普段頭も身体もたくさん使っていて疲れているので、たまには何もせず、美味しいものを食べて温泉に浸かってゆっくりしたいから	

郡山市について

「福島県郡山市」認知度

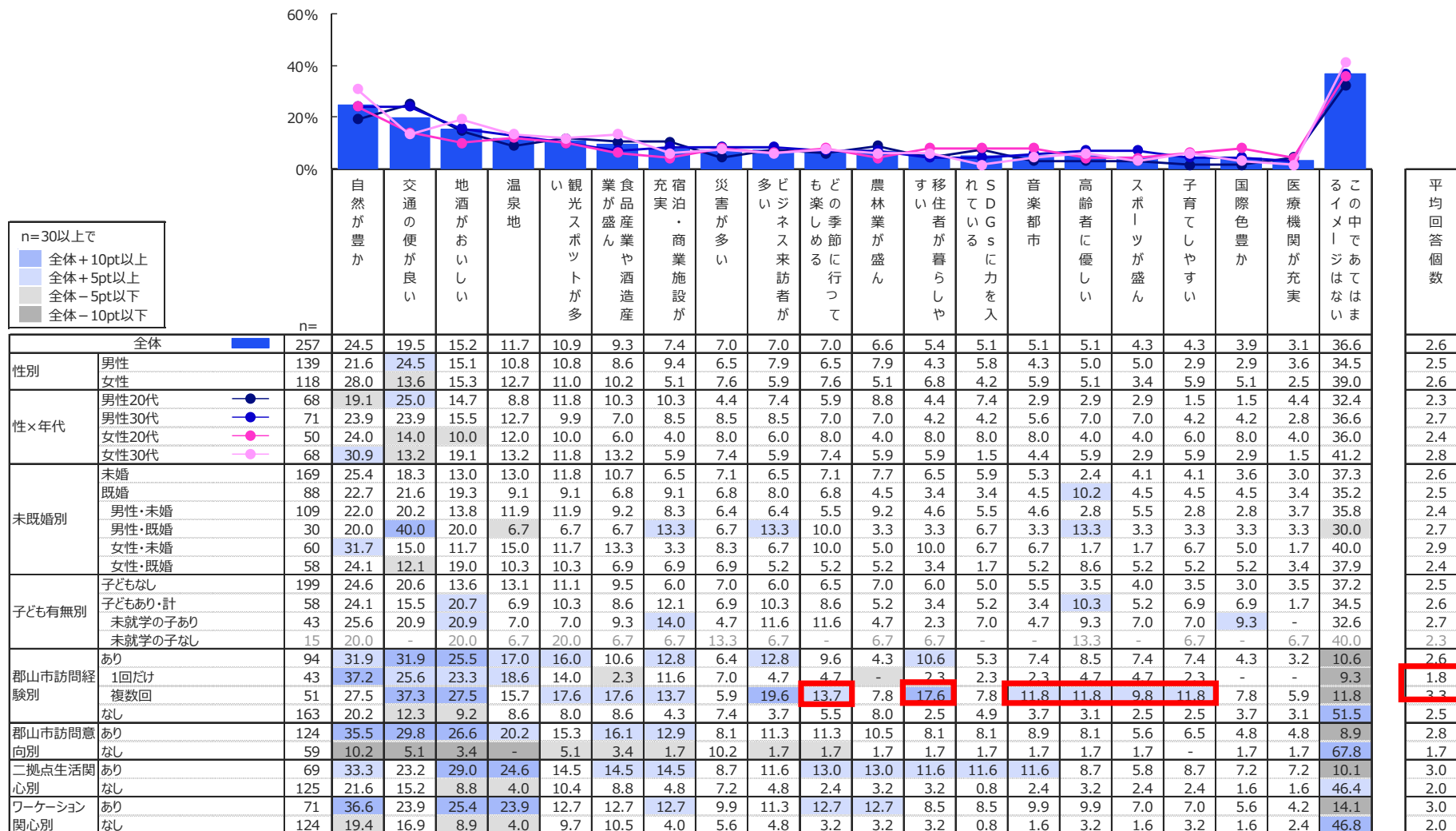
- 「知っている」(25%) は4人に1人。「名前を聞いたことがある程度」(40%) と合わせた「認知・計」は64%に上る。
- 『性別』で見ると、男性の方が認知率は高く、「知らない」の割合が女性は41%と男性より10pt程度高く、『性×年代』で見た女性20代では半数が「知らない」(50%) と回答している。
- 『二拠点生活関心別』『ワーケーション関心別』で「関心あり」の人は認知率が高く、候補となりえる場所を探す中で目に留まっていると考えられる。

			認知・計			認知・計 (%)
			知っている	名前を聞いたことがある程度	知らない	
n=30以上で						
■ 全体+10pt以上						
■ 全体+5pt以上						
■ 全体-5pt以下						
■ 全体-10pt以下						
n=						
全体		400	24.8	39.5	35.8	64.3
性別	男性	200	28.5	41.0	30.5	69.5
	女性	200	21.0	38.0	41.0	59.0
性×年代	男性20代	100	31.0	37.0	32.0	68.0
	男性30代	100	26.0	45.0	29.0	71.0
	女性20代	100	19.0	31.0	50.0	50.0
	女性30代	100	23.0	45.0	32.0	68.0
未既婚別	未婚	272	23.2	39.0	37.9	62.1
	既婚	128	28.1	40.6	31.3	68.8
	男性・未婚	157	28.0	41.4	30.6	69.4
	男性・既婚	43	30.2	39.5	30.2	69.8
	女性・未婚	115	16.5	35.7	47.8	52.2
	女性・既婚	85	27.1	41.2	31.8	68.2
子ども有無別	子どもなし	316	24.4	38.6	37.0	63.0
	子どもあり・計	84	26.2	42.9	31.0	69.0
	未就学の子あり	63	25.4	42.9	31.7	68.3
	未就学の子なし	21	28.6	42.9	28.6	71.4
郡山市訪問意向別	あり	134	54.5	38.1	7.5	92.5
	なし	151	4.6	34.4	60.9	39.1
二拠点生活関心別	あり	83	47.0	36.1	16.9	83.1
	なし	201	18.9	43.3	37.8	62.2
ワーケーション関心別	あり	86	41.9	40.7	17.4	82.6
	なし	199	19.6	42.7	37.7	62.3

※n=30未満は参考値のため灰色。

「郡山市」イメージ

- トップは「自然が豊か」(25%)が4人に1人。次いで「交通の便が良い」(20%)があげられた。3位以下は「地酒がおいしい」(15%)、「温泉地」(12%)、「観光スポットが多い」(11%)が続く。
- 『郡山市訪問経験別』で見ると、「1回だけ」の人の平均回答数が1.8個に対し、複数回の人では3.3個と、来訪回数が増えるによりイメージが広がることわかる。中位～下位で「どの季節に行っても楽しめる」「移住者が暮らしやすい」「音楽都市」「高齢者に優しい」「スポーツが盛ん」「子育てしやすい」などが複数回訪問者で高い傾向。



※n=30未満は参考値のため灰色。

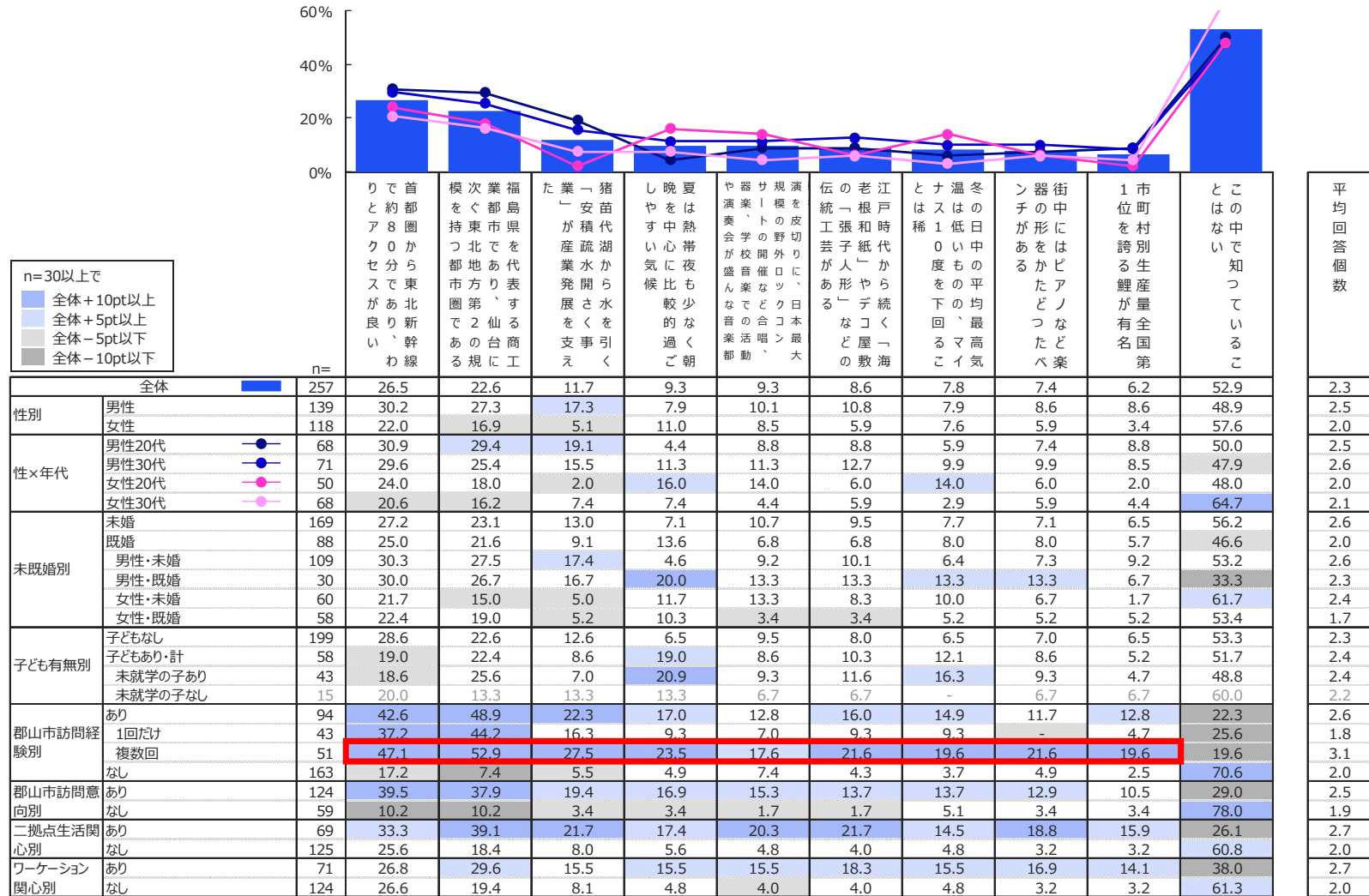
※全体の値を基準に降順並び替え

Q4 あなたが「郡山市」にあてはまると思うイメージを以下の中からすべてお選びください。(MA)



「郡山市」の認知内容

- 上位は「首都圏から東北新幹線で約80分」（27%）、「福島県を代表する商工業都市」（23%）が2割を超えてあげられ、3位以下は1割前後にとどまる。このファクトの中では「知っていることはない」が53%と過半数。中での4人に1人。次いで「交通の便が良い」（20%）があげられた。3位以下は「地酒がおいしい」（15%）、「温泉地」（12%）、「観光スポットが多い」（11%）が続く。
- 『郡山市訪問経験別』で見ると、複数回訪問者は多くの項目で2割を超える。



Q5 あなたが「郡山市」について知っていることを以下の中からすべてお選びください。(MA)

※n=30未満は参考値のため灰色。 ※全体の値を基準に降順並び替え

「郡山市」訪問経験

- 「1回だけ」の訪問経験者が11%で最も多く、次いで「2-3回」が6%で、すべての訪問経験者の計では24%。
- 『性×年代』では男性20代の訪問経験率が最も高く、30%。
- 『未既婚別』で見ると「男性・既婚」は「訪問経験あり・計」が35%と高い。

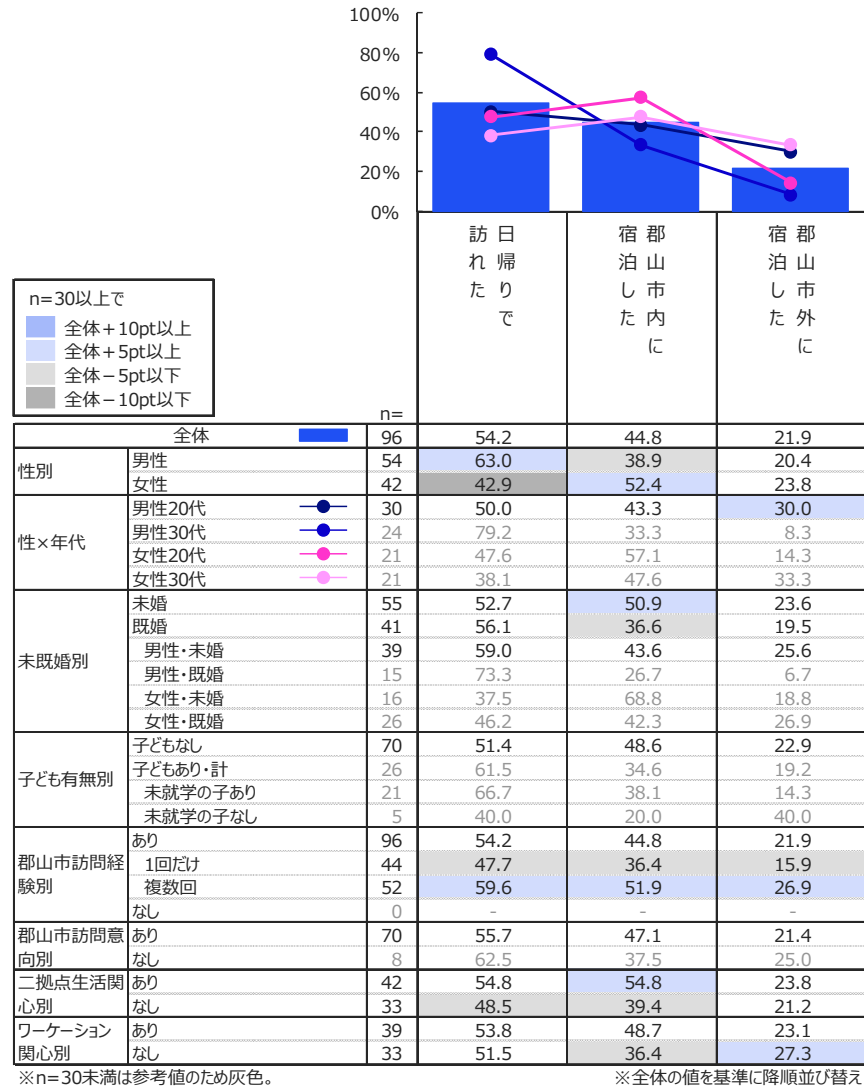
		n=	1回だけある	2~3回	4~5回	6~10回	11回以上	郡山市に行ったことはない	(%)	
全体		400	11.0	5.5	3.3	0.3		76.0	24.0	
性別	男性	200	12.0	6.0	3.5	0.4	5.0		73.0	27.0
	女性	200	10.0	5.0	3.0	0.0	2.0		79.0	21.0
性×年代	男性20代	100	12.0	9.0	5.0	4.0			70.0	30.0
	男性30代	100	12.0	3.0	0.0	5.0			76.0	24.0
	女性20代	100	9.0	4.0	5.0	3.0			79.0	21.0
	女性30代	100	11.0	6.0	1.0	0.0			79.0	21.0
未既婚別	未婚	272	8.1	5.1	2.9	3.3			79.8	20.2
	既婚	128	17.2	6.3	3.9	0.1	6.1		68.0	32.0
	男性・未婚	157	9.6	7.0	3.2	0.6	4.5		75.2	24.8
	男性・既婚	43	20.9	2.3	4.7	2.3	4.7		65.1	34.9
	女性・未婚	115	6.1	2.6	0.0	0.7			86.1	13.9
	女性・既婚	85	15.3	8.2	3.5	2.4			69.4	30.6
子ども有無別	子どもなし	316	10.8	4.7	2.0	2.8			77.8	22.2
	子どもあり・計	84	11.9	8.3	4.8	1.2	4.8		69.0	31.0
	未就学の子あり	63	12.7	7.9	6.3	1.6	4.8		66.7	33.3
	未就学の子なし	21	9.5	9.5	0.0				76.2	23.8
郡山市訪問意向別	あり	134	24.6	12.7	6.7	2.2	6.0		47.8	52.2
	なし	151	3.3	0.0					94.7	5.3
二拠点生活関心別	あり	83	15.7	13.3	10.8	4.8	6.0		49.4	50.6
	なし	201	9.0	4.0	3.0				83.6	16.4
ワーケーション関心別	あり	86	18.6	11.6	7.0	3.5	4.7		54.7	45.3
	なし	199	9.0	3.5	2.5				83.4	16.6

※n=30未満は参考値のため灰色。

Q6 あなたはこれまでに「郡山市」を訪れたことがありますか。(SA)

「郡山市」過去訪問時の宿泊状況

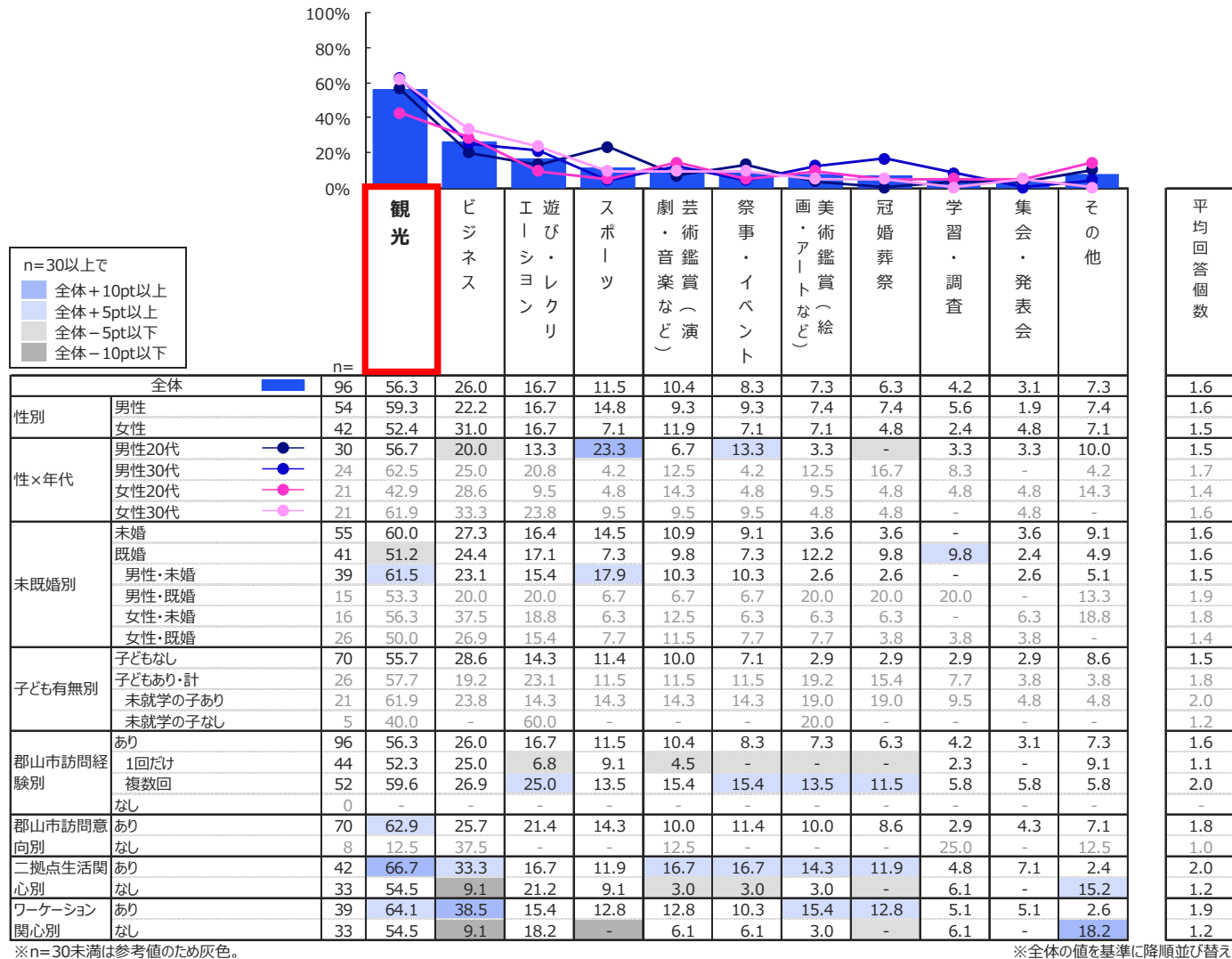
- 「日帰りで訪れた」が54%で半数を超える。一方、「郡山市内に宿泊した」も45%。



Q7 あなたがこれまでに「郡山市」を訪れた際の宿泊状況としてあてはまるものをすべてお選びください。(MA)

「郡山市」過去訪問時の目的

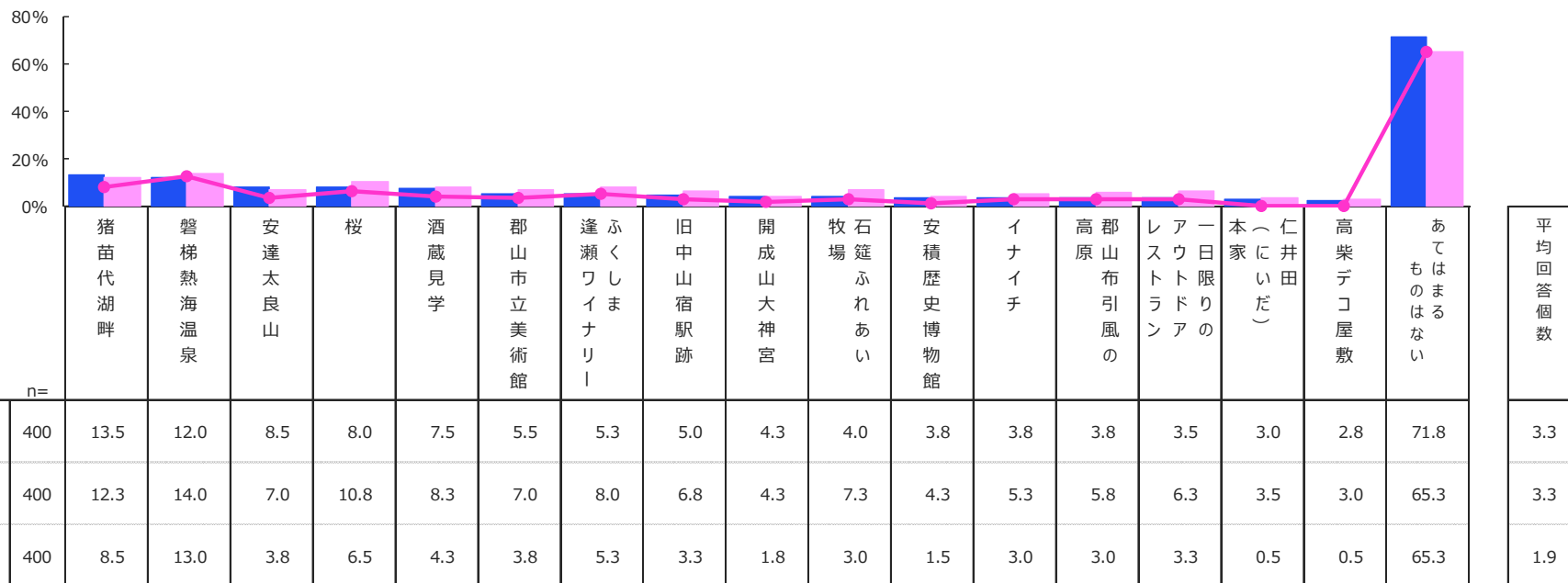
- 「観光」(56%)が目立って高く、次ぐ「ビジネス」(26%)に大きく差を付けている。



Q8 あなたがこれまでに「郡山市」を訪れた目的をいくつでもお選びください。(MA)

「郡山市」観光スポットの認知/興味・関心/特に関心を持つ3つ

- 『知っているもの』は「猪苗代湖畔」(14%)を筆頭に、「磐梯熱海温泉」(12%)、「安達太良山」(9%)、「桜」(8%)、「酒蔵見学」(8%)が上位。
- 『関心を持つもの』も概ね同様の傾向だが『特に関心を持つもの』だと「磐梯熱海温泉」(13%)への支持が他よりやや高い傾向。

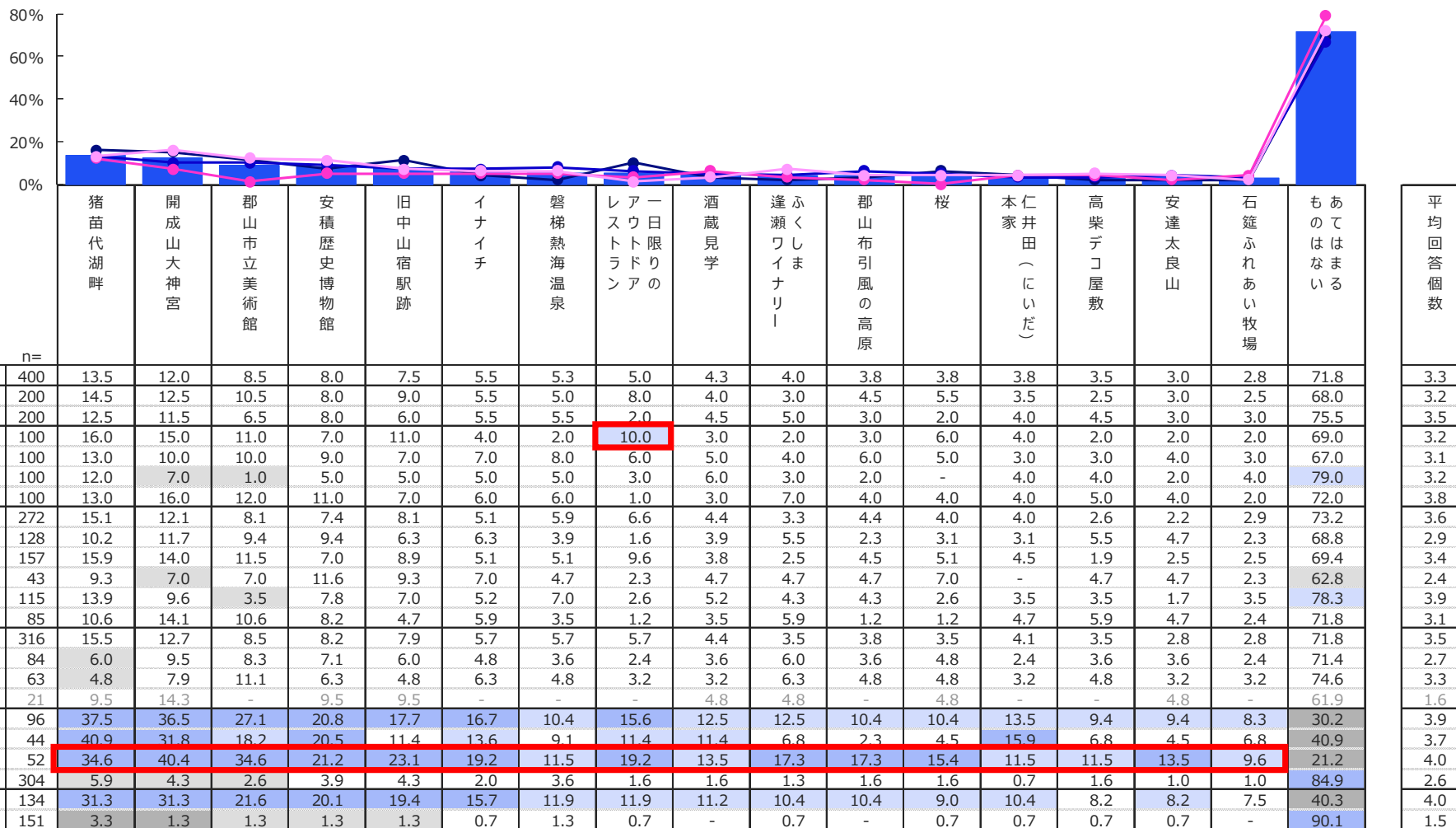


※「知っているもの」の値を基準に降順並び替え

Q9 下記にあげるのは「郡山市」の観光スポットです。①あなたが知っているものをすべてお選びください。②あなたが興味・関心を持つものをすべてお選びください。③その中で、特に興味・関心を持つものを3つまでお選びください。【全体ベース】(MA)

「郡山市」観光スポット 知っているもの

- ・ 呈示した『観光スポット・知っているもの』に関して「あてはまるものはない」が72%で、**知っているものがある人は28%**にとどまる。
- ・ 『性×年代』で「男性20代」は「一日限りのアウトドアレストラン」が1割見られ、他の年代と比べてもやや高い。
- ・ 『訪問経験別』で「複数回」では多くの項目で全体を大きく上回っている。



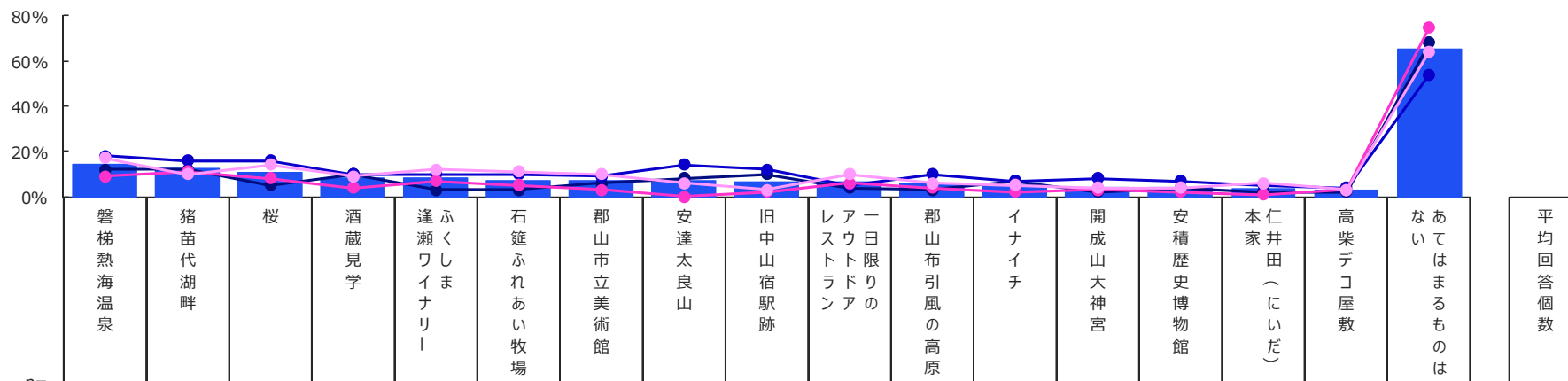
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q9_1 下記にあげるの「郡山市」の観光スポットです。①あなたが知っているものをすべてお選びください。②あなたが興味・関心を持つものをすべてお選びください。③その中で、特に興味・関心を持つものを3つまでお選びください。／知っているもの（いくつでも）（MA）

「郡山市」観光スポット 興味・関心を持つもの

- ・ 呈示した『観光スポット 興味・関心を持つもの』に対し、「磐梯熱海温泉郷」（14%）、「猪苗代湖畔」（12%）、「桜」（11%）がトップ3項目。『性×年代』で「男性30代」は「桜」（16%）、「安達太良山」（14%）、「旧中山宿駅跡」（12%）がやや高く、「あてはまるものはない」の割合が54%と他層より目立って低い。
- ・ 『訪問経験別』で「1回だけ」は「旧中山宿駅跡」（15%）、「郡山布引風の高原」（12%）がやや高く、「複数回」では「郡山市立美術館」（17%）、「がやや高い。



n=30以上で
 ■ 全体+10pt以上
 ■ 全体+5pt以上
 ■ 全体-5pt以下
 ■ 全体-10pt以下

		n=	磐梯熱海温泉郷	猪苗代湖畔	桜	酒蔵見学	逢瀬くしま	石鐘ふれあい牧場	郡山市立美術館	安達太良山	旧中山宿駅跡	レアードの	郡山布引風の高原	イナイチ	開成山大神宮	安積歴史博物館	本家仁井田(にいだ)	高柴デコ屋敷	あてはまるものはない	平均回答個数
全体		400	14.0	12.3	10.8	8.3	8.0	7.3	7.0	7.0	6.8	6.3	5.8	5.3	4.3	4.3	3.5	3.0	65.3	3.3
性別	男性	200	15.0	14.0	10.5	10.0	6.5	6.5	7.5	11.0	11.0	4.5	6.5	7.0	5.0	5.5	3.5	3.0	61.0	3.3
	女性	200	13.0	10.5	11.0	6.5	9.5	8.0	6.5	3.0	2.5	8.0	5.0	3.5	3.5	3.0	3.5	3.0	69.5	3.3
性×年代	男性20代	100	12.0	12.0	5.0	10.0	3.0	3.0	6.0	8.0	10.0	4.0	3.0	7.0	2.0	4.0	2.0	2.0	68.0	2.9
	男性30代	100	18.0	16.0	16.0	10.0	10.0	10.0	9.0	14.0	12.0	5.0	10.0	7.0	8.0	7.0	5.0	4.0	54.0	3.5
	女性20代	100	9.0	11.0	8.0	4.0	7.0	5.0	3.0	-	2.0	6.0	4.0	2.0	3.0	2.0	1.0	3.0	75.0	2.8
	女性30代	100	17.0	10.0	14.0	9.0	12.0	11.0	10.0	6.0	3.0	10.0	6.0	5.0	4.0	4.0	6.0	3.0	64.0	3.6
未既婚別	未婚	272	13.2	13.2	8.8	7.7	8.5	6.3	7.0	6.3	7.7	4.8	6.3	5.5	4.4	4.4	2.6	3.3	67.3	3.4
	既婚	128	15.6	10.2	14.8	9.4	7.0	9.4	7.0	8.6	4.7	9.4	4.7	4.7	3.9	3.9	5.5	2.3	60.9	3.1
	男性・未婚	157	15.9	15.3	8.9	9.6	7.0	6.4	7.6	10.2	12.1	4.5	7.6	6.4	5.1	5.1	3.8	3.2	63.1	3.5
	男性・既婚	43	11.6	9.3	16.3	11.6	4.7	7.0	7.0	14.0	7.0	4.7	2.3	9.3	4.7	7.0	2.3	2.3	53.5	2.6
	女性・未婚	115	9.6	10.4	8.7	5.2	10.4	6.1	6.1	0.9	1.7	5.2	4.3	4.3	3.5	3.5	0.9	3.5	73.0	3.1
女性・既婚	85	17.6	10.6	14.1	8.2	8.2	10.6	7.1	5.9	3.5	11.8	5.9	2.4	3.5	2.4	7.1	2.4	64.7	3.4	
子ども有無別	子どもなし	316	14.6	13.9	10.8	8.5	8.2	7.0	7.6	7.3	7.9	5.7	6.6	6.0	5.1	4.7	3.5	3.5	65.8	3.5
	子どもあり・計	84	11.9	6.0	10.7	7.1	7.1	8.3	4.8	6.0	2.4	8.3	2.4	2.4	1.2	2.4	3.6	1.2	63.1	2.3
	未就学の子あり	63	9.5	3.2	11.1	6.3	7.9	7.9	6.3	7.9	3.2	9.5	3.2	3.2	1.6	3.2	3.2	1.6	65.1	2.5
	未就学の子なし	21	19.0	14.3	9.5	9.5	4.8	9.5	-	-	-	4.8	-	-	-	-	4.8	-	57.1	1.8
郡山市訪問経験別	あり	96	30.2	28.1	15.6	14.6	9.4	11.5	12.5	17.7	14.6	6.3	11.5	7.3	7.3	9.4	5.2	5.2	29.2	2.9
	1回だけ	44	29.5	27.3	15.9	11.4	6.8	11.4	6.8	15.9	13.6	4.5	13.6	4.5	6.8	6.8	4.5	6.8	36.4	2.9
	複数回	52	30.8	28.8	15.4	17.3	11.5	11.5	17.3	19.2	15.4	7.7	9.6	9.6	7.7	11.5	5.8	3.8	23.1	2.9
	なし	304	8.9	7.2	9.2	6.3	7.6	5.9	5.3	3.6	4.3	6.3	3.9	4.6	3.3	2.6	3.0	2.3	76.6	3.6
郡山市訪問意向別	あり	134	33.6	26.9	24.6	20.9	17.2	15.7	14.9	19.4	16.4	14.2	13.4	10.4	10.4	11.2	9.0	8.2	26.9	3.6
	なし	151	3.3	2.6	2.0	1.3	3.3	2.6	0.7	0.7	1.3	1.3	0.7	0.7	-	-	-	-	88.7	1.8

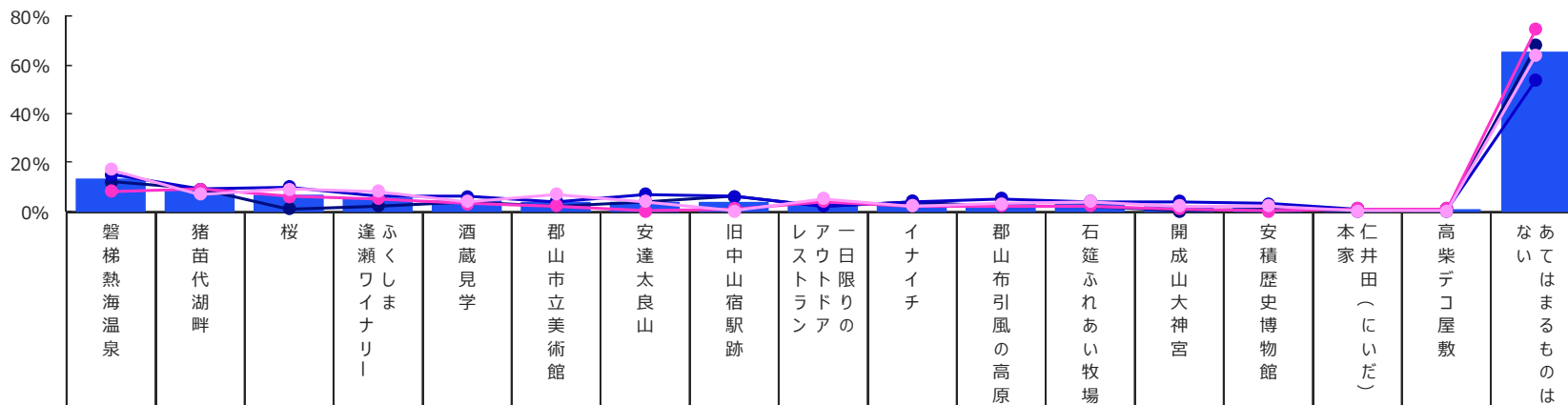
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q9_2 下記にあげるの「郡山市」の観光スポットです。①あなたが知っているものをすべてお選びください。②あなたが興味・関心を持つものをすべてお選びください。③その中で、特に興味・関心を持つものを3つまでお選びください。／興味・関心をもつもの（いくつでも）（MA）

「郡山市」観光スポット 特に興味・関心を持つもの（3つまで）

- 『いつでも』傾向は同様である。



n=30以上で
 ■ 全体+10pt以上
 ■ 全体+5pt以上
 ■ 全体-5pt以下
 ■ 全体-10pt以下

		n=	磐梯熱海温泉	猪苗代湖畔	桜	逢瀬くしまり	酒蔵見学	郡山市立美術館	安達太良山	旧中山宿駅跡	レア一日のアトラクション	イナイチ	郡山布引風の高原	石筵ふれあい牧場	開成山大神宮	安積歴史博物館	本家仁井田(にいだ)	高柴デコ屋敷	ないてはまるものは	平均回答個数
全体		400	13.0	8.5	6.5	5.3	4.3	3.8	3.8	3.3	3.3	3.0	3.0	3.0	1.8	1.5	0.5	0.5	65.3	1.9
性別	男性	200	13.5	9.0	5.5	4.0	5.0	3.0	5.5	6.0	2.0	4.0	3.5	3.0	2.0	2.0	0.5	0.5	61.0	1.8
	女性	200	12.5	8.0	7.5	6.5	3.5	4.5	2.0	0.5	4.5	2.0	2.5	3.0	1.5	1.0	0.5	0.5	69.5	2.0
性×年代	男性20代	100	12.0	9.0	1.0	2.0	4.0	2.0	4.0	6.0	2.0	4.0	2.0	2.0	-	1.0	-	-	68.0	1.6
	男性30代	100	15.0	9.0	10.0	6.0	6.0	4.0	7.0	6.0	2.0	4.0	5.0	4.0	4.0	3.0	1.0	1.0	54.0	1.9
	女性20代	100	8.0	9.0	6.0	5.0	3.0	2.0	-	1.0	4.0	2.0	2.0	2.0	1.0	-	1.0	1.0	75.0	1.9
	女性30代	100	17.0	7.0	9.0	8.0	4.0	7.0	4.0	-	5.0	2.0	3.0	4.0	2.0	2.0	-	-	64.0	2.1
未既婚別	未婚	272	12.1	9.2	5.9	5.1	3.3	3.3	3.3	4.0	1.8	2.9	3.3	3.3	1.8	1.1	0.4	0.4	67.3	1.9
	既婚	128	14.8	7.0	7.8	5.5	6.3	4.7	4.7	1.6	6.3	3.1	2.3	2.3	1.6	2.3	0.8	0.8	60.9	1.8
	男性・未婚	157	14.6	9.6	5.1	3.8	3.2	2.5	5.7	6.4	1.3	3.2	4.5	3.2	1.9	1.3	0.6	-	63.1	1.8
	男性・既婚	43	9.3	7.0	7.0	4.7	11.6	4.7	4.7	4.7	4.7	7.0	-	2.3	2.3	4.7	-	2.3	53.5	1.7
	女性・未婚	115	8.7	8.7	7.0	7.0	3.5	4.3	-	0.9	2.6	2.6	1.7	3.5	1.7	0.9	-	0.9	73.0	2.0
子ども有無別	子どもなし	316	13.6	9.5	6.3	5.1	3.5	3.5	4.1	3.8	1.9	3.5	3.5	2.8	1.9	1.3	0.3	0.6	65.8	1.9
	子どもあり・計	84	10.7	4.8	7.1	6.0	7.1	4.8	2.4	1.2	8.3	1.2	1.2	3.6	1.2	2.4	1.2	-	63.1	1.7
	未就学の子あり	63	7.9	3.2	6.3	7.9	6.3	6.3	3.2	1.6	9.5	1.6	1.6	3.2	1.6	3.2	-	-	65.1	1.8
	未就学の子なし	21	19.0	9.5	9.5	-	9.5	-	-	-	4.8	-	-	4.8	-	-	4.8	-	57.1	1.4
郡山市訪問経験別	あり	96	30.2	22.9	7.3	4.2	6.3	7.3	11.5	10.4	3.1	4.2	9.4	3.1	4.2	6.3	1.0	1.0	29.2	1.9
	1回だけ	44	29.5	20.5	9.1	2.3	2.3	-	13.6	9.1	-	4.5	11.4	2.3	2.3	4.5	-	2.3	36.4	1.8
	複数回	52	30.8	25.0	5.8	5.8	9.6	13.5	9.6	11.5	5.8	3.8	7.7	3.8	5.8	7.7	1.9	-	23.1	1.9
	なし	304	7.6	3.9	6.3	5.6	3.6	2.6	1.3	1.0	3.3	2.6	1.0	3.0	1.0	-	0.3	0.3	76.6	1.9
郡山市訪問意向別	あり	134	30.6	17.2	13.4	12.7	9.7	7.5	10.4	9.0	7.5	5.2	6.7	4.5	3.7	4.5	1.5	1.5	26.9	2.0
	なし	151	3.3	2.6	2.0	2.0	1.3	0.7	-	-	1.3	0.7	0.7	1.3	-	-	-	-	88.7	1.4

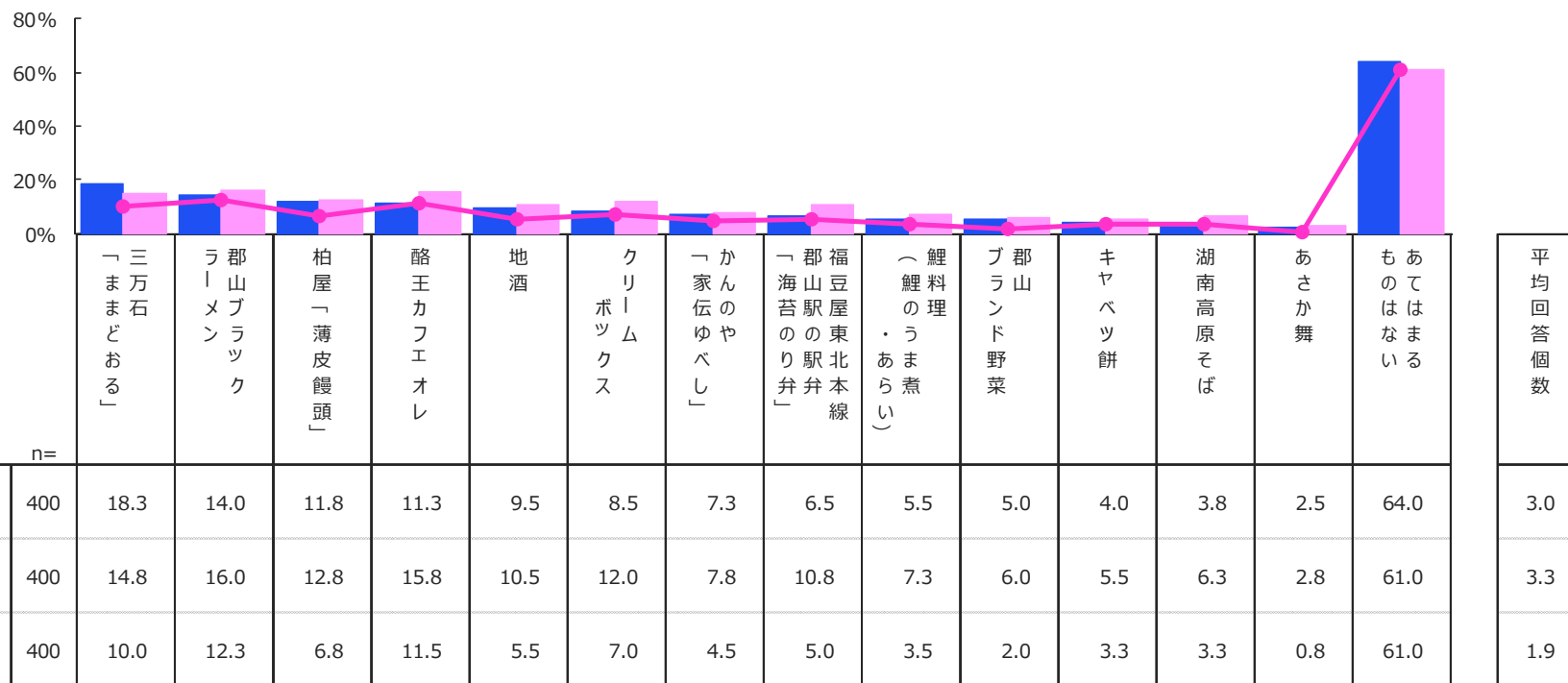
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q9_3 下記にあげるの「郡山市」の観光スポットです。①あなたが知っているものをすべてお選びください。②あなたが興味・関心を持つものをすべてお選びください。③その中で、特に興味・関心を持つものを3つまでお選びください。／特に興味・関心をもつもの（3つまで）（MA）

「郡山市」名産品・ご当地食 認知/興味・関心/特に興味を持つ3つ

- ・ 呈示した『名産品・ご当地食』で最も知られているのは「三万石『ままだおる』」（18%）。次いで「郡山ブラックラーメン」（14%）、「柏屋『薄皮饅頭』」（12%）、「酪王カフェオレ」（11%）と続く。
- ・ 興味・関心において、13品中11品が「認知」の数値を超え、知ること興味喚起されていることが表れている。
- ・ 特に興味を持つものは「郡山ブラックラーメン」「酪王カフェオレ」がともに12%で2トップ。

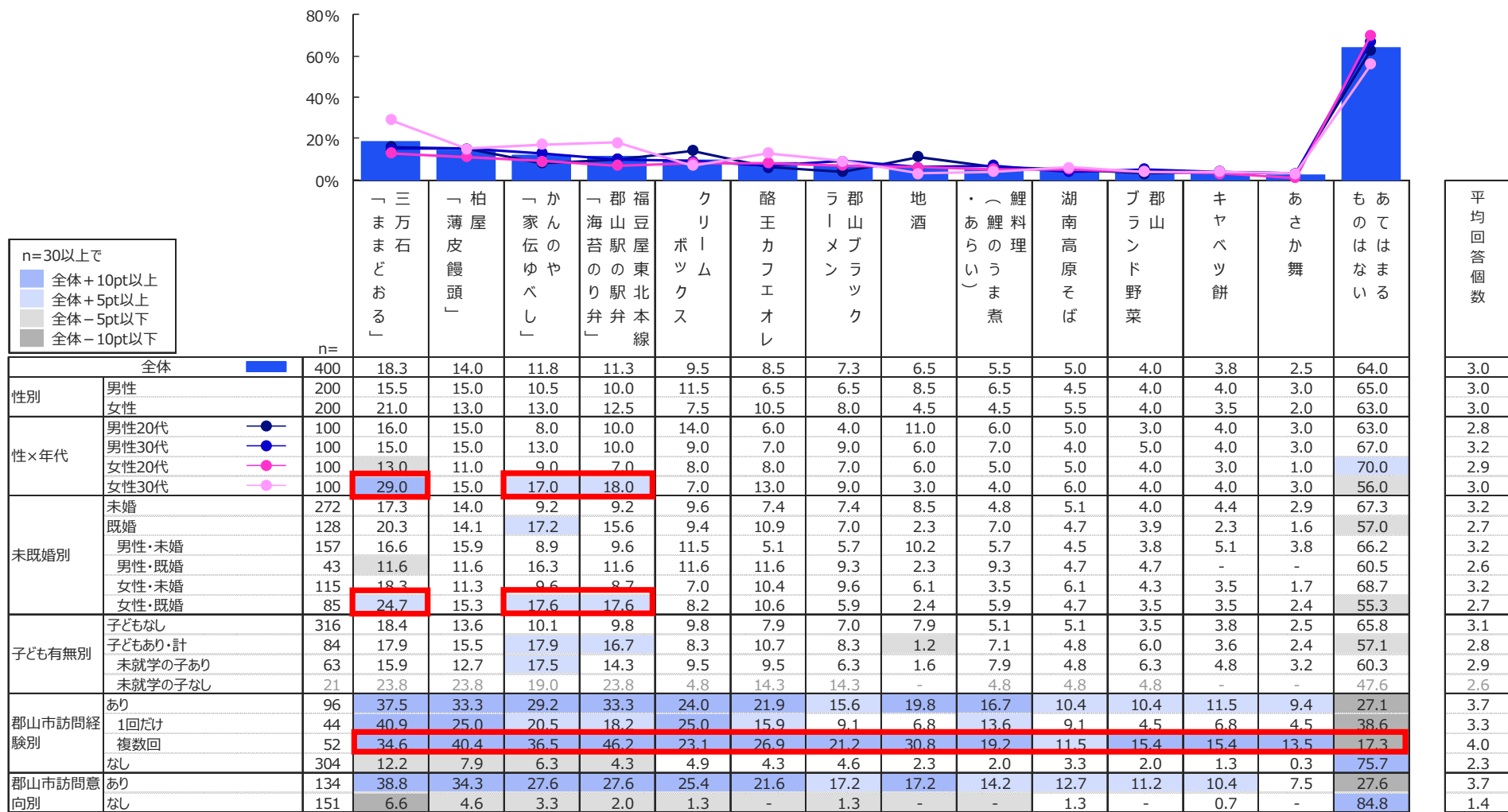


※「知っているもの」の値を基準に降順並び替え

Q10 下記にあげるの「郡山市」の名産品・特産品・ご当地食です。①あなたが知っているものをすべてお選びください。②あなたが興味・関心を持つものをすべてお選びください。③その中で、特に興味・関心を持つものを3つまでお選びください。【全体ベース】(MA)

「郡山市」名産品・ご当地食 知っているもの

- 『性×年代』の女性30代では「三万石『ままだおる』」（29%）、「かんのや『家伝ゆべし』」（17%）、「海苔のり弁」（18%）は認知率が目立って高い。また、未既婚別の女性・既婚層で同様の傾向を示している。
- 訪問経験別の「あり」層では、約半数の項目が2割以上と高い。



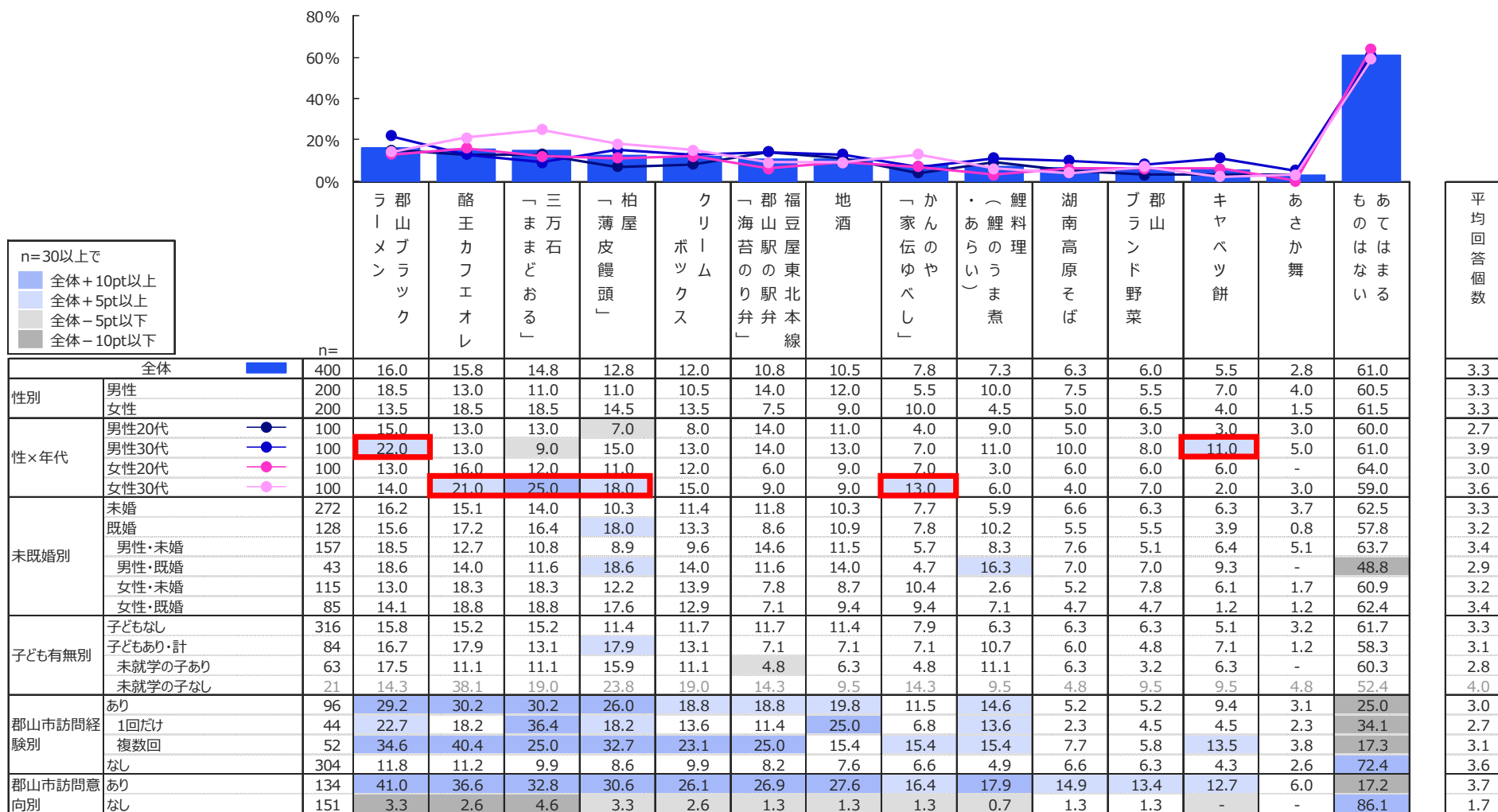
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q10_1 下記にあげるのは「郡山市」の名産品・特産品・ご当地食です。①あなたが知っているものをすべてお選びください。②あなたが興味・関心を持つものをすべてお選びください。③その中で、特に興味・関心を持つものを3つまでお選びください。／知っているもの（いくつでも）（MA）

「郡山市」観光スポット 興味・関心を持つ

- 興味を持つものを見ると、20代は男女とも平均的だが男性30代は「郡山ブラックラーメン」(22%)、「キャベツ餅」(11%)がやや高い。一方、女性30代は「酪王カフェオレ」(21%)、「三万石『ままだおる』」(25%)、「柏屋『薄皮饅頭』」(18%)、「かんのや『家伝ゆべし』」(13%)といった甘味系への関心がやや高い。
- 『訪問意向別』の「あり」層では、上位7項目が25%を超える高さである。最高は「郡山ブラックラーメン」が41%に達する。



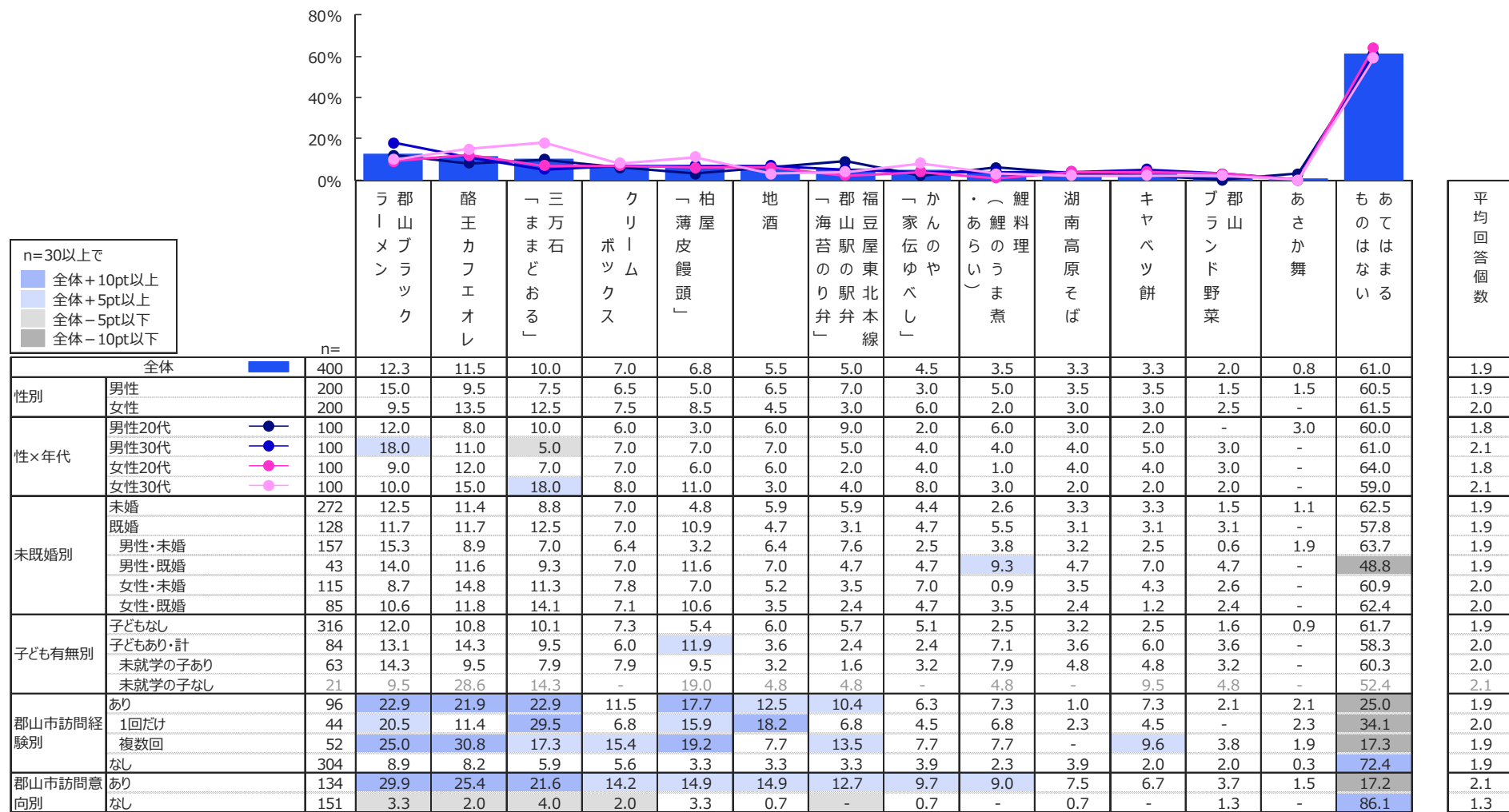
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q10_2 下記にあげるのは「郡山市」の名産品・特産品・ご当地食です。①あなたが知っているものをすべてお選びください。②あなたが興味・関心を持つものをすべてお選びください。③その中で、特に興味・関心を持つものを3つまでお選びください。／興味・関心をもつもの(いくつでも) (MA)

「郡山市」名産品・ご当地食 特に興味・関心を持つもの（3つまで）

- 興味・関心を持つものと傾向は同じである。



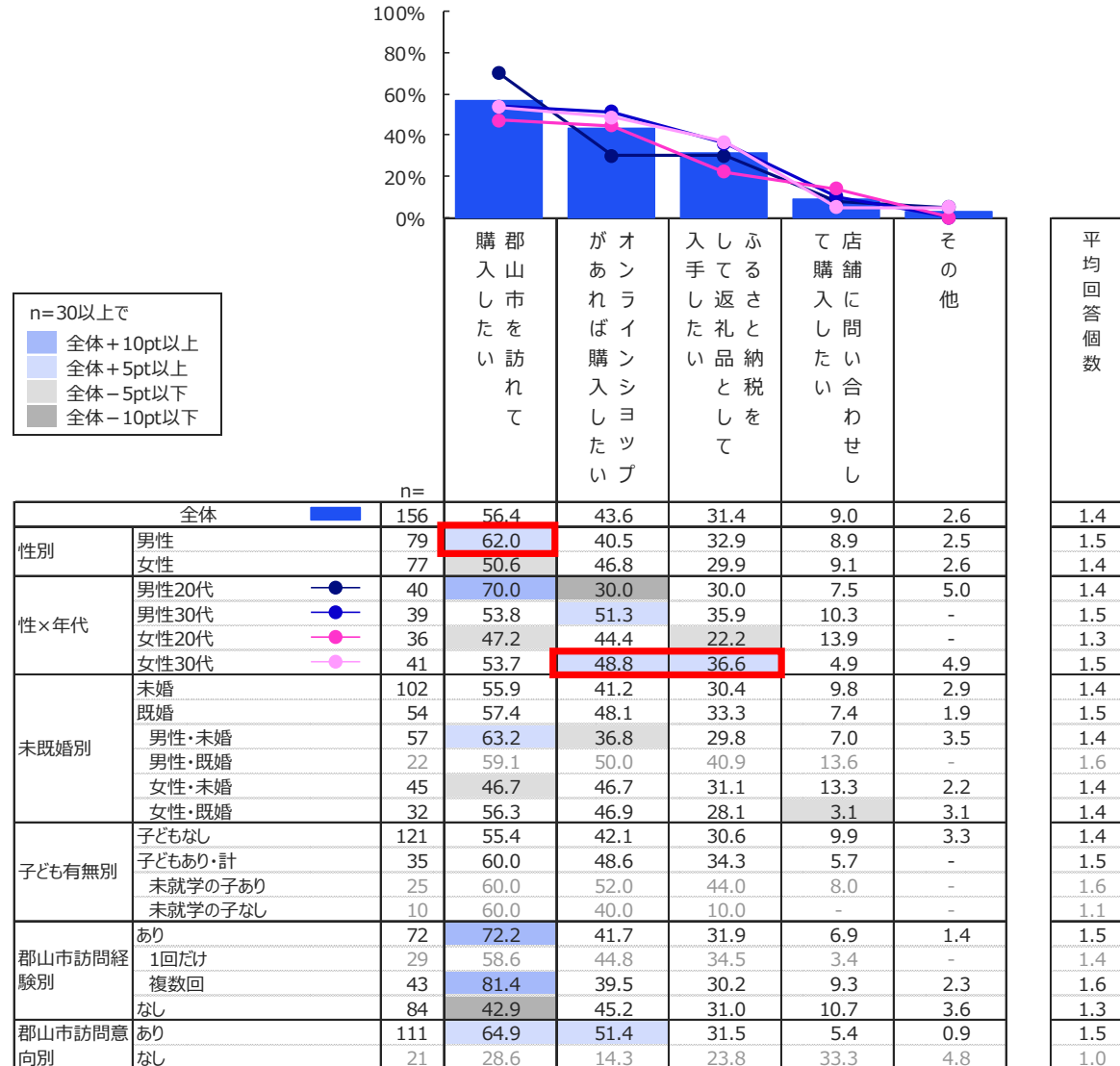
※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q10_3 下記にあげるの「郡山市」の名産品・特産品・ご当地食です。①あなたが知っているものをすべてお選びください。②あなたが興味・関心を持つものをすべてお選びください。③その中で、特に興味・関心を持つものを3つまでお選びください。／特に興味・関心をもつもの（3つまで）（MA）

「郡山市」名産品・ご当地食の希望購入方法

- 購入方法の希望は「郡山市を訪れて購入したい」（56%）が6割に迫る。
- 性別では男性の方が「訪問して購入」の意向が62%とやや高い。
- 女性30代は「オンラインショップがあれば購入したい」（49%）が半数近く見られる他、「ふるさと納税をして返礼品として」（37%）もやや高い。



※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q11 あなたが興味・関心があると答えになった「郡山市」の名産品や特産品をどのように購入したいですか。あてはまる購入方法をいくつでもお選びください。（MA）

「郡山市」名産品・ご当地食を知っての現地観光訪問意向

- 「行ってみたい」（11%）と「やや行ってみたい」（23%）を合わせた「行ってみたい・計」は34%。一方「行きたいと思わない・計」は38%。
- 『性×年代』で最も「行ってみたい・計」が高いのは男性30代。（38%）逆に最も低いのは女性20代で30%。
- 『未既婚別』で見ると、「女性・未婚」は「行ってみたい・計」が26%と低い。ただ、大きい割合を占めているのは「どちらともいえない」（35%）である。

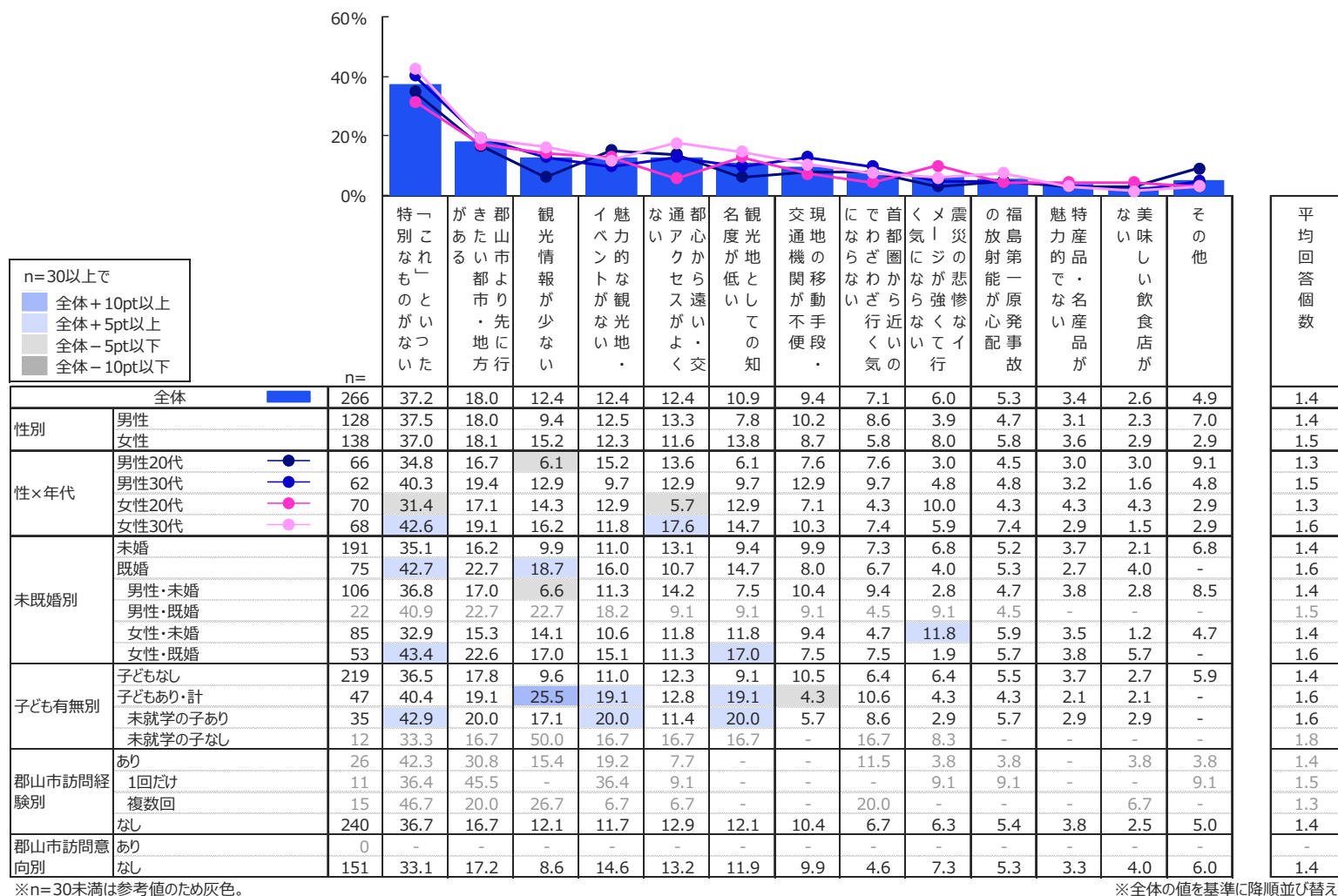
		行ってみたい・計			行きたいと思わない・計					
		行ってみたい	やや行ってみたい	どちらともいえない	あまり行きたいと思わない	行きたいと思わない	行ってみたい・計	行きたいと思わない・計		
n=30以上で		<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>■ 全体+10pt以上</p> <p>■ 全体+5pt以上</p> <p>■ 全体-5pt以下</p> <p>■ 全体-10pt以下</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p>n=</p> </div> </div>								
全体		400	10.8	22.8	28.8	12.8	25.0	33.5	37.8	
性別	男性	200	11.0	25.0	26.0	15.0	23.0	36.0	38.0	
	女性	200	10.5	20.5	31.5	10.5	27.0	31.0	37.5	
性×年代	男性20代	100	9.0	25.0	30.0	14.0	22.0	34.0	36.0	
	男性30代	100	13.0	25.0	22.0	16.0	24.0	38.0	40.0	
	女性20代	100	10.0	20.0	32.0	8.0	30.0	30.0	38.0	
	女性30代	100	11.0	21.0	31.0	13.0	24.0	32.0	37.0	
未既婚別	未婚	272	8.8	21.0	31.3	12.1	26.8	29.8	39.0	
	既婚	128	14.8	26.6	23.4	14.1	21.1	41.4	35.2	
	男性・未婚	157	9.6	22.9	28.7	14.6	24.2	32.5	38.9	
	男性・既婚	43	16.3	32.6	16.3	16.3	18.6	48.8	34.9	
	女性・未婚	115	7.8	18.3	34.8	8.7	30.4	26.1	39.1	
	女性・既婚	85	14.1	23.5	27.1	12.9	22.4	37.6	35.3	
子ども有無別	子どもなし	316	9.2	21.5	29.7	13.0	26.6	30.7	39.6	
	子どもあり・計	84	16.7	27.4	25.0	11.9	19.0	44.0	31.0	
	未就学の子あり	63	15.9	28.6	25.4	9.5	20.6	44.4	30.2	
	未就学の子なし	21	19.0	23.8	23.8	19.0	14.3	42.9	33.3	
郡山市訪問経験別	あり	96	31.3	41.7	18.8	3.1	5.2	72.9	8.3	
	1回だけ	44	25.0	50.0	13.6	4.5	6.8	75.0	11.4	
	複数回	52	36.5	34.6	23.1	1.9	3.8	71.2	5.8	
	なし	304	4.3	16.8	31.9	15.8	31.3	21.1	47.0	
郡山市訪問意向別	あり	134	32.1	67.9	-	-	-	100.0	-	
	なし	151	33.8	66.2	-	-	-	-	100.0	

※n=30未満は参考値のため灰色。

Q12 先ほどご覧いただいたような観光地や名産品や特産品を知って、あなたは「郡山市」に観光に行ってみたく思いますか。（SA）

「郡山市」への非訪問意向理由

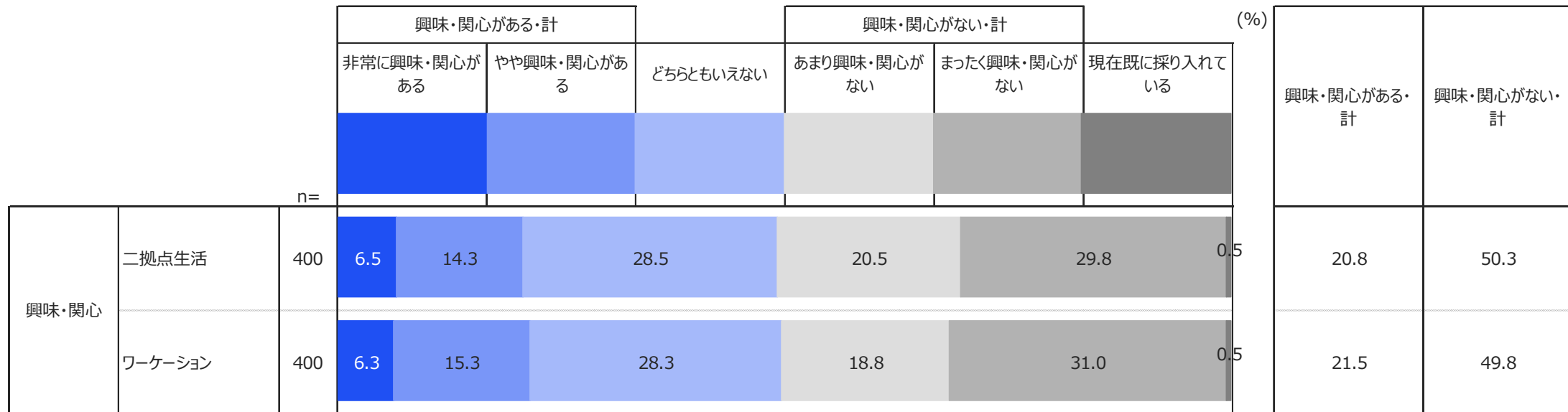
- 非訪問意向理由としては『これ』といった特別なものがない（37%）が抜き出てトップ。次いで「郡山市より先に行きたい都市・地方がある」（18%）が比較的高い。一方「震災の悲惨なイメージ」（6%）、「福島第一原発の放射能」（5%）は下位で低い数値にとどまっている。
- 『性×年代』で女性30代で『これ』といった特別なものがない（43%）がやや高く、「都心から遠い・交通アクセスがよくない」（18%）もやや高い。



Q13 あなたが「郡山市」に観光に訪れたいと思わない理由をすべてお選びください。(MA)

二拠点生活・ワーケーションへの関心

- 二拠点生活もワーケーションも、「興味・関心がある・計」の割合は約2割と同程度。



Q14 あなたは『二拠点生活』や『ワーケーション』に興味・関心がありますか。【全体ベース】(SA)

二拠点生活・ワーケーションへの関心について

二拠点生活への関心度

- 男性は女性より「興味・関心がある・計」の割合が24%とやや高い。
- 『未既婚別』で、「男性・既婚」は「興味・関心がある・計」が35%と高いが、「女性・既婚」では15%と低い。
- 『子ども有無別』で「未就学の子あり」層で「興味・関心がある・計」が29%に上る。
- 『訪問経験別』で「あり」層は「興味・関心がある・計」が44%と高く、「複数回」層は56%に達する。

		n=	興味・関心がある・計			興味・関心がない・計			(%)	
			非常に興味・関心がある	やや興味・関心がある	どちらともいえない	あまり興味・関心がない	まったく興味・関心がない	現在既に採り入れている	興味・関心がある・計	興味・関心がない・計
全体		400	6.5	14.3	28.5	20.5	29.8	0.5	20.8	50.3
性別	男性	200	6.5	17.0	26.5	15.5	34.5		23.5	50.0
	女性	200	6.5	11.5	30.5	25.5	25.0	1.0	18.0	50.5
性×年代	男性20代	100	6.0	16.0	26.0	13.0	39.0		22.0	52.0
	男性30代	100	7.0	18.0	27.0	18.0	30.0		25.0	48.0
	女性20代	100	10.0	13.0	32.0	29.0	15.0	1.0	23.0	44.0
	女性30代	100	3.0	10.0	29.0	22.0	35.0	1.0	13.0	57.0
未既婚別	未婚	272	6.3	14.0	30.5	20.6	28.3	0.4	20.2	48.9
	既婚	128	7.0	14.8	24.2	20.3	32.8	0.8	21.9	53.1
	男性・未婚	157	5.1	15.3	27.4	15.9	36.3		20.4	52.2
	男性・既婚	43	11.6	23.3	23.3	14.0	27.9		34.9	41.9
	女性・未婚	115	7.8	12.2	34.8	27.0	17.4	0.9	20.0	44.3
	女性・既婚	85	4.7	10.6	24.7	23.5	35.3	1.2	15.3	58.8
子ども有無別	子どもなし	316	6.0	13.3	30.7	20.6	29.1	0.3	19.3	49.7
	子どもあり・計	84	8.3	17.9	20.2	20.2	32.1	1.2	26.2	52.4
	未就学の子あり	63	7.9	20.6	20.6	15.9	34.9		28.6	50.8
	未就学の子なし	21	9.5	9.5	19.0	33.3	23.8	4.8	19.0	57.1
郡山市訪問経験別	あり	96	14.6	29.2	20.8	12.5	21.9	1.0	43.8	34.4
	1回だけ	44	6.8	22.7	27.3	13.6	27.3	2.3	29.5	40.9
	複数回	52	21.2	34.6	15.4	11.5	17.3		55.8	28.8
	なし	304	3.9	9.5	30.9	23.0	32.2	0.3	13.5	55.3

※n=30未満は参考値のため灰色。

Q14_1 あなたは『二拠点生活』や『ワーケーション』に興味・関心がありますか。／二拠点生活 (SA)

ワーケーションへの関心度

- 『未既婚別』で、「男性・既婚」は「興味・関心がある・計」が35%と高いが、「女性・既婚」では17%と低い。（二拠点生活と同様の結果）
- 『子ども有無別』で「未就学の子あり」層で「興味・関心がある・計」が30%に上る。
- 『訪問経験別』で「あり」層は「興味・関心がある・計」が41%と高く、「複数回」の層では44%。二拠点生活の方が数値としてはやや高め。

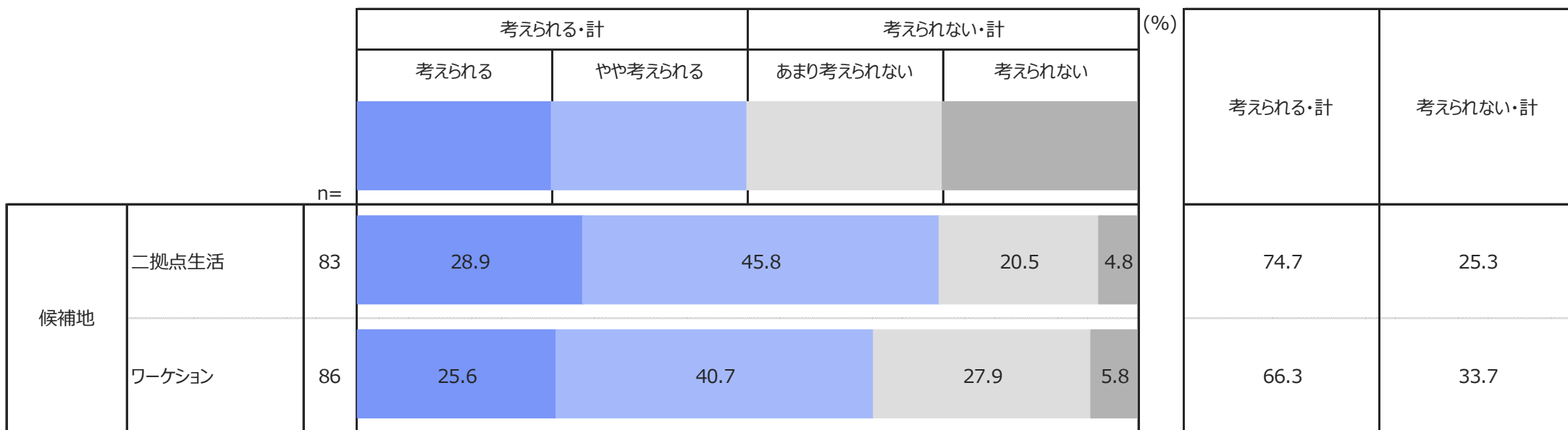
		n=	興味・関心がある・計			興味・関心がない・計			(%)		
			非常に興味・関心がある	やや興味・関心がある	どちらともいえない	あまり興味・関心がない	まったく興味・関心がない	現在既に採り入れている	興味・関心がある・計	興味・関心がない・計	
全体		400	6.3	15.3	28.3	18.8		31.0	0.5	21.5	49.8
性別	男性	200	6.0	16.5	26.5	15.0		36.0		22.5	51.0
	女性	200	6.5	14.0	30.0	22.5		26.0	1.0	20.5	48.5
性×年代	男性20代	100	6.0	15.0	26.0	12.0		41.0		21.0	53.0
	男性30代	100	6.0	18.0	27.0	18.0		31.0		24.0	49.0
	女性20代	100	8.0	18.0	35.0	22.0		16.0	1.0	26.0	38.0
	女性30代	100	5.0	10.0	25.0	23.0		36.0	1.0	15.0	59.0
未既婚別	未婚	272	5.5	15.1	30.1	19.1		29.8	0.4	20.6	48.9
	既婚	128	7.8	15.6	24.2	18.0		33.6	0.8	23.4	51.6
	男性・未婚	157	5.1	14.0	28.0	14.6		38.2		19.1	52.9
	男性・既婚	43	9.3	25.6	20.9	16.3		27.9		34.9	44.2
	女性・未婚	115	6.1	16.5	33.0	25.2		18.3	0.9	22.6	43.5
	女性・既婚	85	7.1	10.6	25.9	18.8		36.5	1.2	17.6	55.3
子ども有無別	子どもなし	316	6.3	14.2	29.7	18.7		30.7	0.3	20.6	49.4
	子どもあり・計	84	6.0	19.0	22.6	19.0		32.1	1.2	25.0	51.2
	未就学の子あり	63	4.8	25.4	20.6	15.9		33.3		30.2	49.2
	未就学の子なし	21	9.5	28.6	28.6	28.6		4.8		9.5	57.1
郡山市訪問経験別	あり	96	15.6	25.0	24.0	13.5		20.8	1.0	40.6	34.4
	1回だけ	44	18.2	18.2	20.5	15.9		25.0	2.3	36.4	40.9
	複数回	52	13.5	30.8	26.9	11.5		17.3		44.2	28.8
	なし	304	3.3	12.2	29.6	20.4		34.2	0.3	15.5	54.6

※n=30未満は参考値のため灰色。

Q14_2 あなたは『二拠点生活』や『ワーケーション』に興味・関心がありますか。／ワーケーション（SA）

「郡山市」候補程度

- 『二拠点生活』『ワーケーション』それぞれに関心がある人の中で、「郡山市」を候補と考えられるという人の割合は、『二拠点生活』で75%、『ワーケーション』で66%と半数を超える。特に『二拠点生活』は「考えられる」という人が29%と、ほぼ3割に達する。



Q15 あなたはどの程度「郡山市」を二拠点生活やワーケーションの候補地として考えることができますか。【全体ベース】（SA）

郡山市の「二拠点生活」候補度

- 『二拠点生活』の候補度を『性別』で見ると、「考えられる・計」の割合で男性（77%）が女性（72%）よりやや高い傾向。
- 『未既婚別』で「未婚」の方が「既婚」よりやや高い傾向が見られる。（※既婚者のサンプル数僅少のため参考値）
- 『訪問経験別』では、「あり」層で8割と非常に高い。

			考えられる・計		考えられない・計		(%)		
			考えられる	やや考えられる	あまり考えられない	考えられない			
n=30以上で			全体 + 10pt以上		全体 + 5pt以上				
			全体 - 5pt以下		全体 - 10pt以下				
n=									
全体			83	28.9	45.8	20.5	4.8	74.7	25.3
性別	男性	47	25.5	51.1	19.1	4.3	76.6	23.4	
	女性	36	33.3	38.9	22.2	5.6	72.2	27.8	
性×年代	男性20代	22	27.3	50.0	13.6	9.1	77.3	22.7	
	男性30代	25	24.0	52.0	24.0		76.0	24.0	
	女性20代	23	43.5	34.8	17.4	4.3	78.3	21.7	
	女性30代	13	15.4	46.2	30.8	7.7	61.5	38.5	
未既婚別	未婚	55	29.1	47.3	16.4	7.3	76.4	23.6	
	既婚	28	28.6	42.9	28.6		71.4	28.6	
	男性・未婚	32	25.0	53.1	15.6	6.3	78.1	21.9	
	男性・既婚	15	26.7	46.7	26.7		73.3	26.7	
	女性・未婚	23	34.8	39.1	17.4	8.7	73.9	26.1	
	女性・既婚	13	30.8	38.5	30.8		69.2	30.8	
子ども有無別	子どもなし	61	29.5	49.2	14.8	6.6	78.7	21.3	
	子どもあり・計	22	27.3	36.4	36.4		63.6	36.4	
	未就学の子あり	18	27.8	38.9	33.3		66.7	33.3	
	未就学の子なし	4	25.0	25.0	50.0		50.0	50.0	
郡山市訪問経験別	あり	42	33.3	47.6	16.7	2.4	81.0	19.0	
	1回だけ	13	15.4	53.8	23.1	7.7	69.2	30.8	
	複数回	29	41.4	44.8	13.8		86.2	13.8	
	なし	41	24.4	43.9	24.4	7.3	68.3	31.7	

※n=30未満は参考値のため灰色。

Q15_1 あなたはどの程度「郡山市」を二拠点生活やワーケーションの候補地として考えることができますか。／二拠点生活（SA）

郡山市の「ワーケーション」候補度

- 『ワーケーション』の候補度を『性別』で見ると、「考えられる・計」の割合で男性（71%）が女性（61%）より高い。
- 『未既婚別』では大きな差は見られないが。
- 『訪問経験別』では、「あり」層が「なし」層を15pt程度上回る高さ。

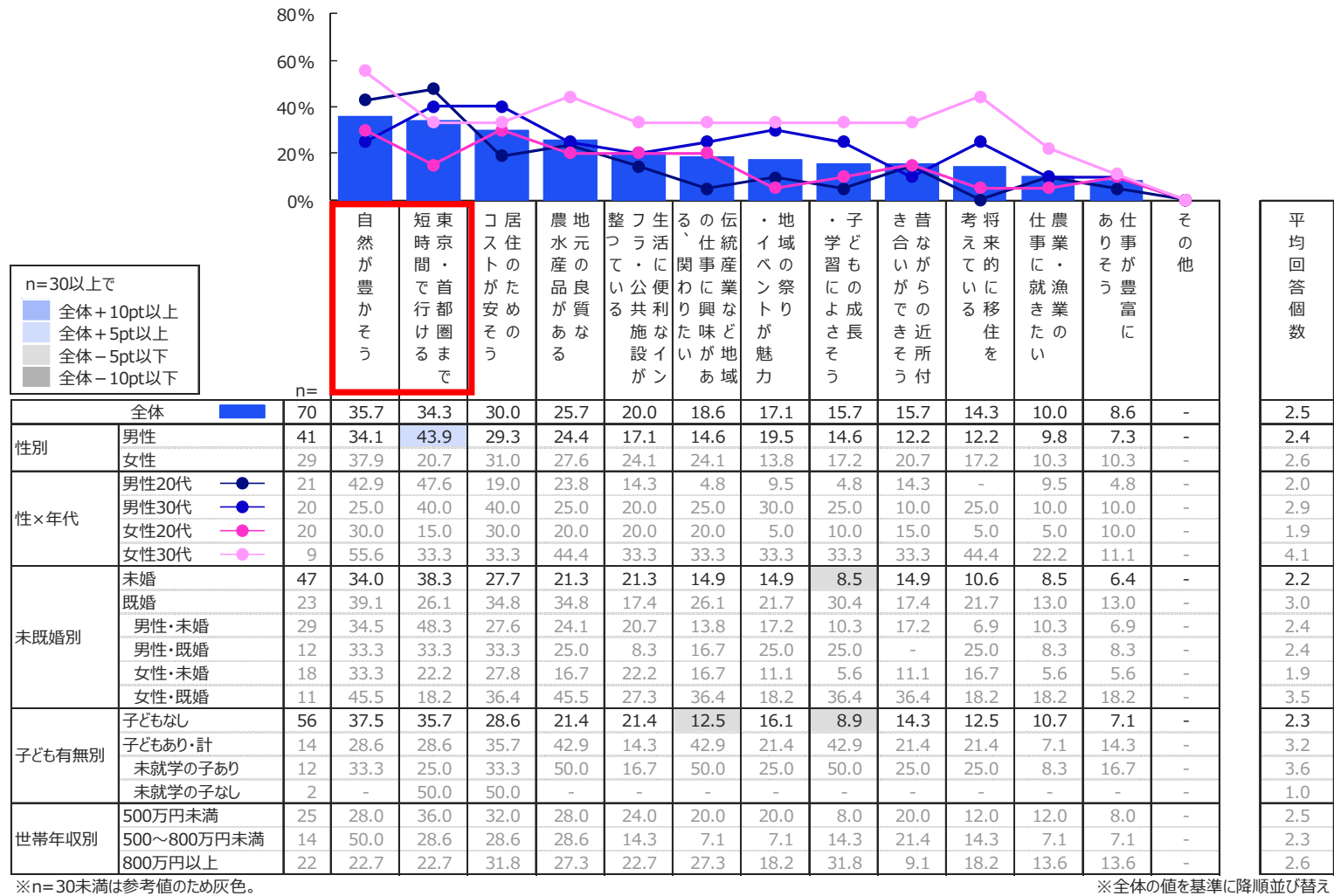
		n=	考えられる・計		考えられない・計		(%)	
			考えられる	やや考えられる	あまり考えられない	考えられない	考えられる・計	考えられない・計
全体		86	25.6	40.7	27.9	5.8	66.3	33.7
性別	男性	45	22.2	48.9	22.2	6.7	71.1	28.9
	女性	41	29.3	31.7	34.1	4.9	61.0	39.0
性×年代	男性20代	21	28.6	52.4	4.8	14.3	81.0	19.0
	男性30代	24	16.7	45.8		37.5	62.5	37.5
	女性20代	26	38.5	26.9	26.9	7.7	65.4	34.6
	女性30代	15	13.3	40.0		46.7	53.3	46.7
未既婚別	未婚	56	28.6	37.5	25.0	8.9	66.1	33.9
	既婚	30	20.0	46.7		33.3	66.7	33.3
	男性・未婚	30	26.7	46.7	16.7	10.0	73.3	26.7
	男性・既婚	15	13.3	53.3		33.3	66.7	33.3
	女性・未婚	26	30.8	26.9	34.6	7.7	57.7	42.3
	女性・既婚	15	26.7	40.0		33.3	66.7	33.3
子ども有無別	子どもなし	65	27.7	38.5	26.2	7.7	66.2	33.8
	子どもあり・計	21	19.0	47.6		33.3	66.7	33.3
	未就学の子あり	19	15.8	47.4		36.8	63.2	36.8
	未就学の子なし	2	50.0		50.0		100.0	-
郡山市訪問経験別	あり	39	33.3	41.0	20.5	5.1	74.4	25.6
	1回だけ	16	25.0	37.5	25.0	12.5	62.5	37.5
	複数回	23	39.1	43.5		17.4	82.6	17.4
	なし	47	19.1	40.4	34.0	6.4	59.6	40.4

※n=30未満は参考値のため灰色。

Q15_2 あなたはどの程度「郡山市」を二拠点生活やワーケーションの候補地として考えることができますか。／ワーケーション（SA）

二拠点生活・ワーケーションの候補地に「郡山市」を選ぶ理由

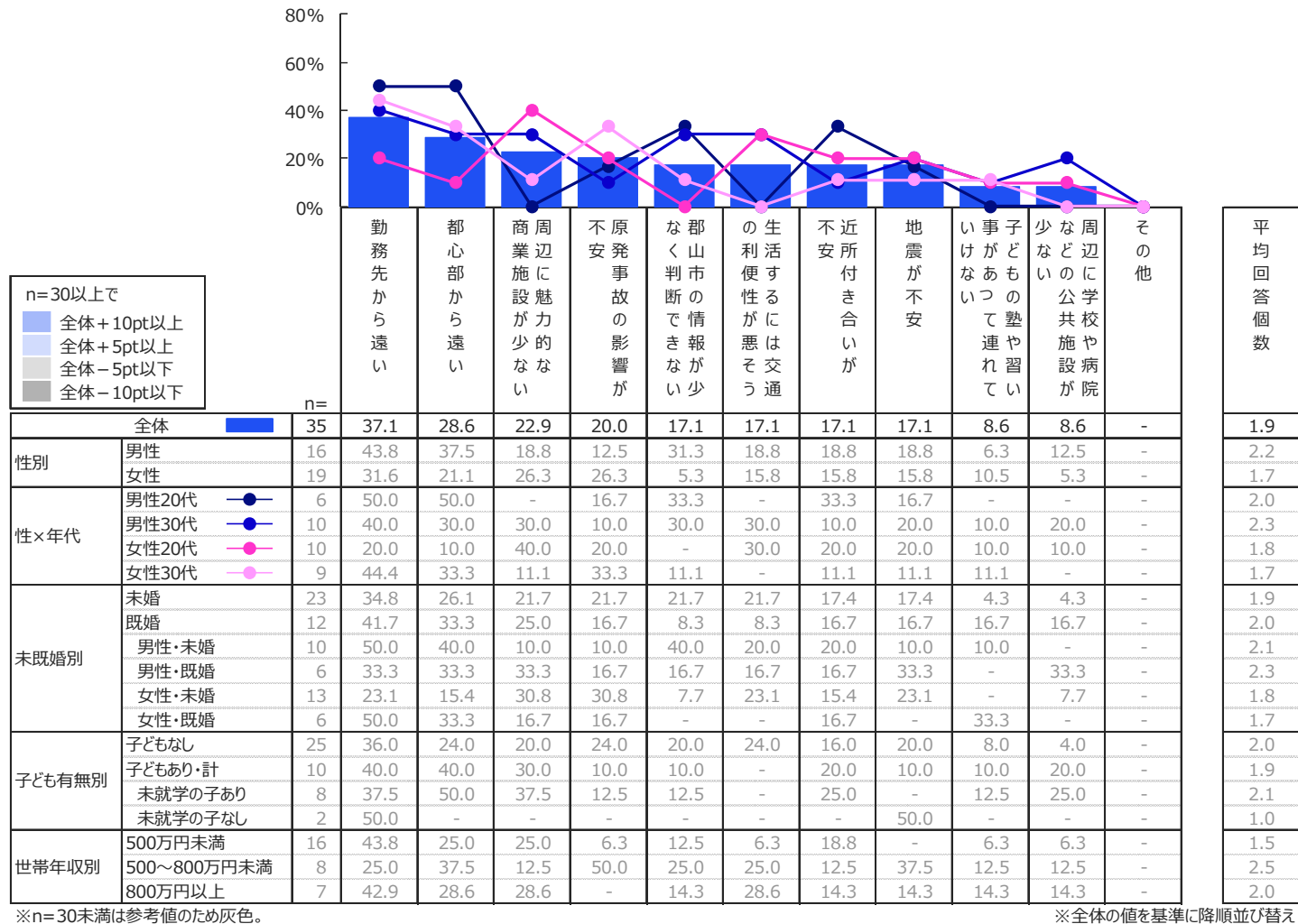
- 『二拠点生活』『ワーケーション』の候補地に「郡山市」を選ぶ理由として「自然が豊かそう」（36%）、「東京・首都圏に短時間でいける」（34%）が僅差で上位2位を占める。次いで「居住のためのコストが安そう」（30%）、「地元の良質な農水産物がある」（26%）、「生活に便利なインフラ・公共施設が整っている」（20%）が2割以上の項目として続く。



Q16 あなたが『二拠点生活』『ワーケーション』（item_q16回答再掲）の候補地として「郡山市」を考える理由としてあてはまるものをすべてお選びください。（MA）

二拠点生活・ワーケーションの候補地に「郡山市」を選ばない理由

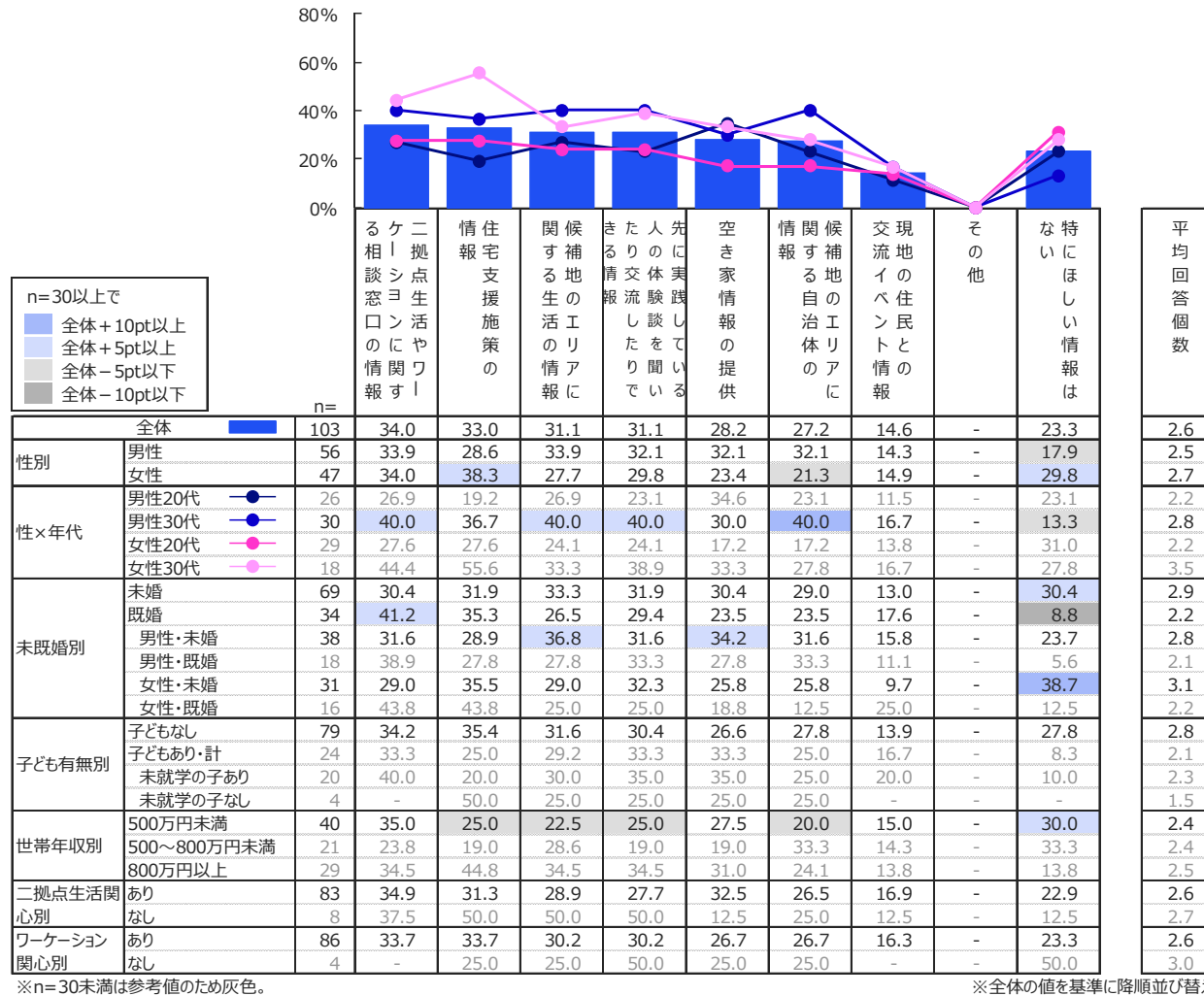
- 選ばない理由の上位は「勤務先から遠い」（37%）、「都心部から遠い」（29%）、「周辺に魅力的な施設が少ない」（23%）が上位3位理由。「原発事故の影響が不安」（20%）が4位に入っている。



Q17 あなたが『二拠点生活』『ワーケーション』（q17回答再掲）の候補地として「郡山市」を考えられない理由としてあてはまるものをすべてお選びください。（MA）

二拠点生活・ワーケーションの候補地から得たい情報

- 上位から中位の数値差は小さく「二拠点生活やワーケーションに関する相談窓口の情報」（34%）と「住宅支援施策の情報」（33%）が1pt差で上位1、2を占め、「候補地のエリアに関する生活の情報」「先に実践している人の体験談を聞いたり交流したりできる情報」（ともに31%）が続く。
- 『未既婚別』で「未婚」層は「特にほしい情報はない」が3割と高く、逆に「既婚」層は1割に満たない低さ。



※n=30未満は参考値のため灰色。

※全体の値を基準に降順並び替え

Q18 『二拠点生活』『ワーケーション』（item_q18回答再掲）に関して、あなたはどのような情報が欲しいと思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。（MA）