

一般社団法人みなかみ町観光協会 御中

2017年スノーボード天国 来場者アンケート報告書

YAMADAグリーンドーム前橋

12月23・24日実施



TOTAL ADVERTISING AGENCY

株式会社総合PR

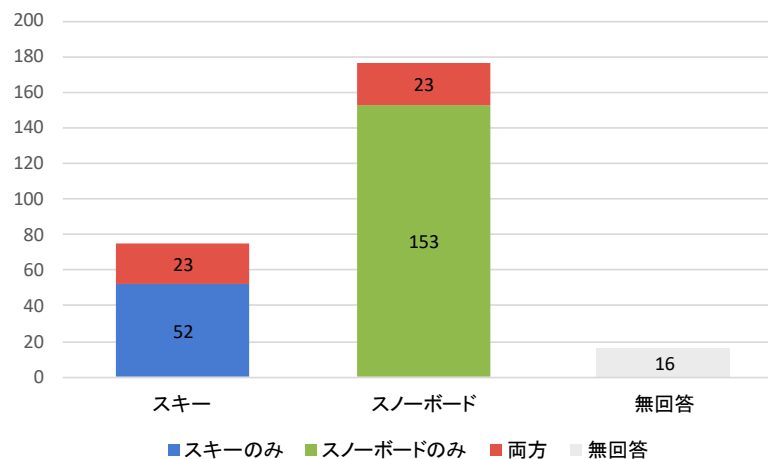
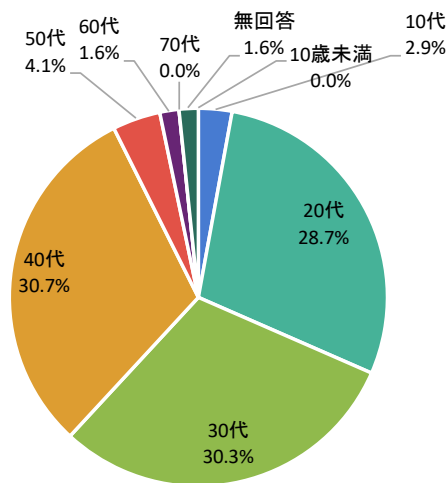
お客様について（属性）

来場者の男女比は冬スポ同様、男性が約6割女性が約4割。年代は20代～40代が89.7%で最も多いのは僅差で40代（30.7%）であった。スキーとスノーボードではスノーボードをする人の方が多く、3倍近い差があった。

性別	実数	割合
男性	144	59.0%
女性	100	41.0%
合計	244	100.0%

年齢	実数	割合
10歳未満	0	0.0%
10代	7	2.9%
20代	70	28.7%
30代	74	30.3%
40代	75	30.7%
50代	10	4.1%
60代	4	1.6%
70代	0	0.0%
無回答	4	1.6%
合計	244	100.0%

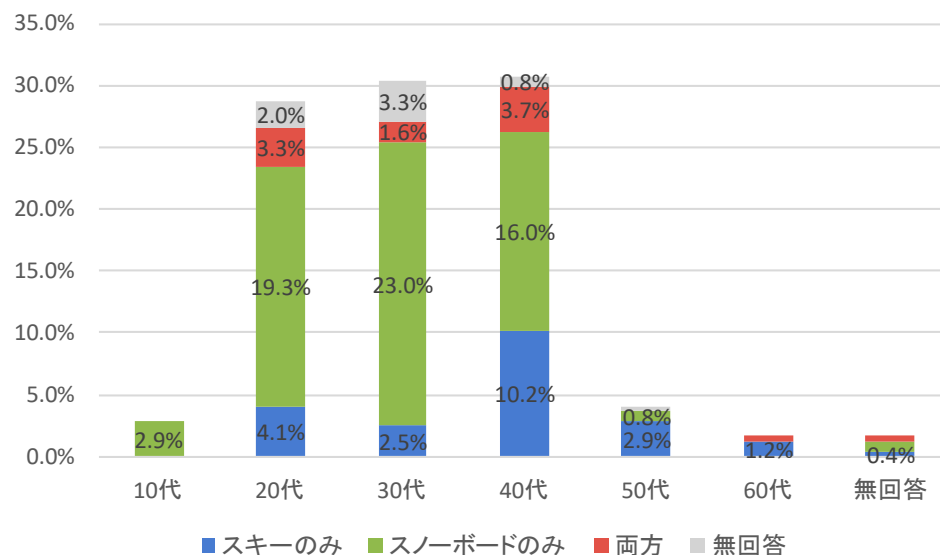
種別	実数	割合
スキー	52	21.3%
スノーボード	153	62.7%
両方	23	9.4%
無回答	16	6.6%
合計	244	100.0%



お客様について（年代×種別）

年代と種別のクロス集計では、若年層の方がスノーボードの割合が高いが、20代のスキーヤーの割合が4.1%と意外と高かった。冬スポとは若干異なり、40代でもスノーボードの割合が比較的高かった。

	スキー		スノーボード		両方		無回答	
	実数	割合	実数	割合	実数	割合	実数	割合
10代		0.0%	7	2.9%	0	0.0%	0	0.0%
20代	10	4.1%	47	19.3%	8	3.3%	5	2.0%
30代	6	2.5%	56	23.0%	4	1.6%	8	3.3%
40代	25	10.2%	39	16.0%	9	3.7%	2	0.8%
50代	7	2.9%	2	0.8%	0	0.0%	1	0.4%
60代	3	1.2%	0	0.0%	1	0.4%	0	0.0%
無回答	1	0.4%	2	0.8%	1	0.4%	0	0.0%
合計	52	21.3%	153	62.7%	23	9.4%	16	6.6%



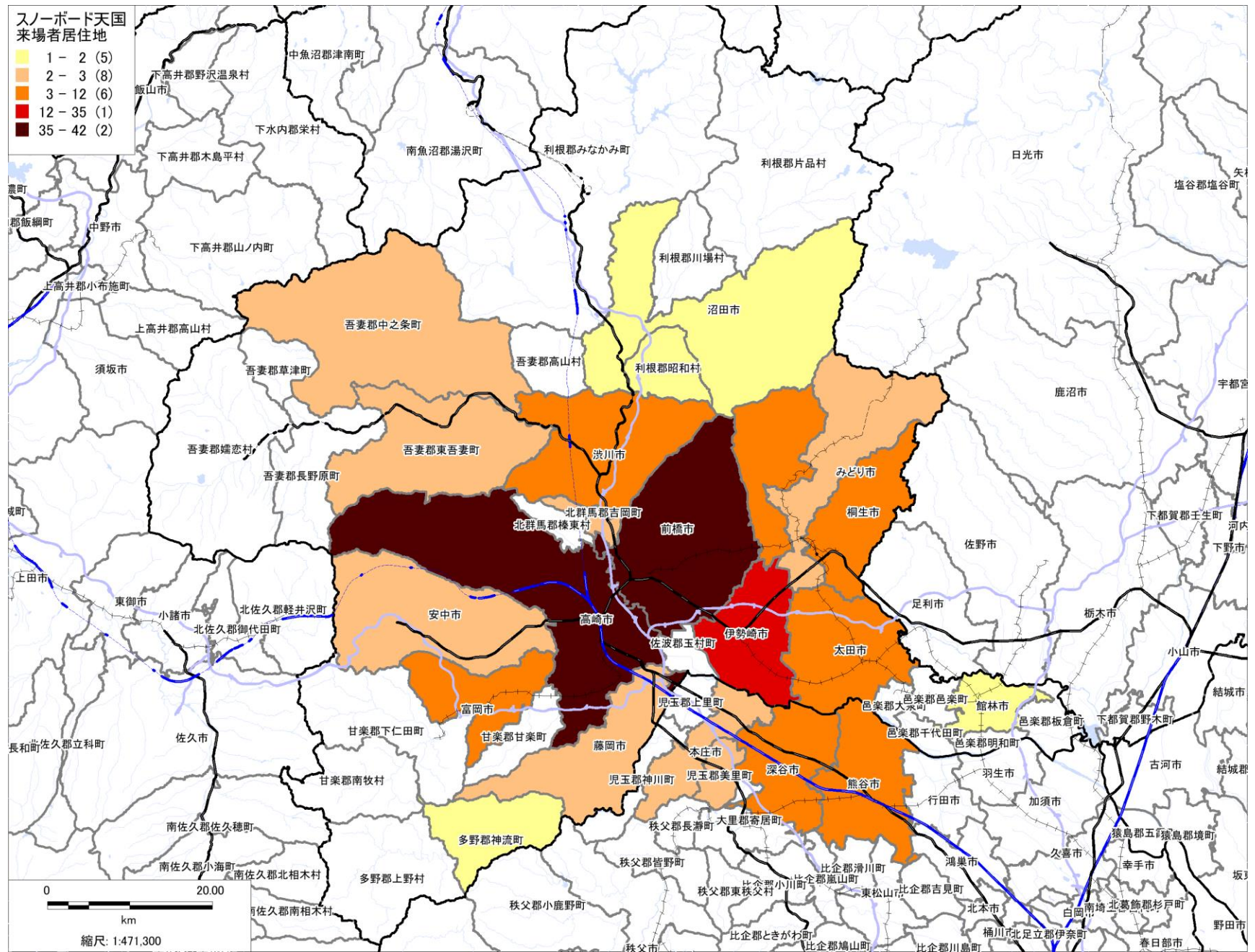
お客様について（居住地）

会場がYAMADAグリーンドーム前橋のため、群馬県民が圧倒的に多く（79.1%）、時点で埼玉県民（17.2%）の来場が多く見られた。

都道府県	実数	割合
群馬県	193	79.1%
埼玉県	42	17.2%
栃木県	4	1.6%
東京都	2	0.8%
茨城県	1	0.4%
千葉県	1	0.4%
無回答	1	0.4%
合計	244	100.0%

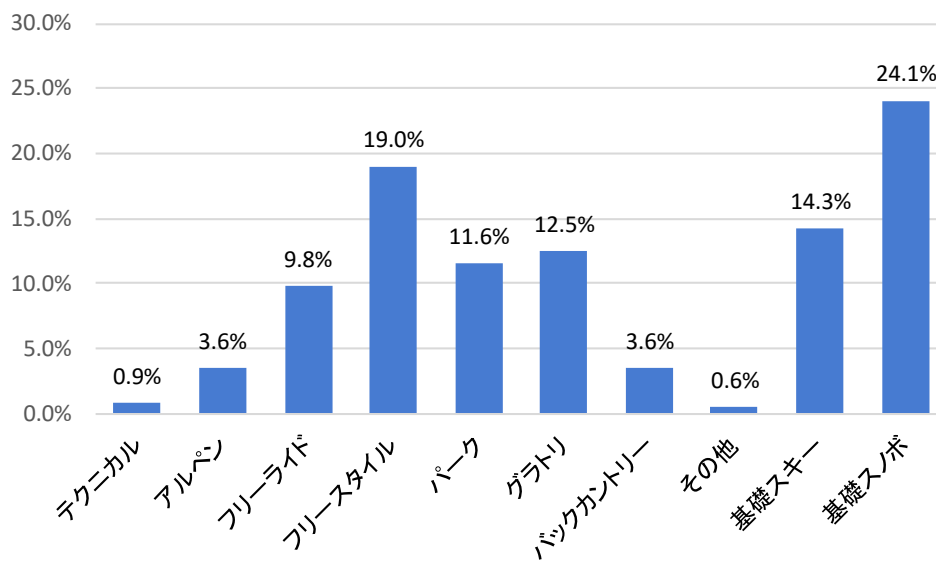
群馬県	実数	東京都	実数
群馬県 前橋市	42	埼玉県 熊谷市	4
群馬県 高崎市	35	埼玉県 深谷市	4
群馬県 伊勢崎市	12	埼玉県 本庄市	2
群馬県 太田市	7	埼玉県 児玉郡美里町	2
群馬県 渋川市	5	埼玉県 児玉郡以下不明	1
群馬県 桐生市	4	埼玉県 以下不明	29
群馬県 富岡市	3		
群馬県 みどり市	2	その他	8
群馬県 安中市	2	茨城県 土浦市	1
群馬県 北群馬郡吉岡町	2	栃木県 以下不明	4
群馬県 吾妻郡東吾妻町	2	東京都 以下不明	2
群馬県 吾妻郡中之条町	2	千葉県 以下不明	1
群馬県 藤岡市	2		
群馬県 館林市	1		
群馬県 沼田市	1		
群馬県 多野郡神流町	1		
群馬県 利根郡昭和村	1		
群馬県 以下不明	69		

お客様について (居住地)



ジャンルについて、冬スポ同様フリースタイルが人気だが、それ以上に基礎スノボが人気であった。テクニカルやアルペン、バックカントリー等の上級者向けのジャンルは低い結果となった。冬スポと比較して今回はライト層の割合が非常に高いことがわかる。

ジャンル	件数	割合
テクニカル	3	0.9%
アルペン	12	3.6%
フリーライド	33	9.8%
フリースタイル	64	19.0%
パーク	39	11.6%
グラトリ	42	12.5%
バックカントリー	12	3.6%
その他	2	0.6%
基礎スキー	48	14.3%
基礎スノボ	81	24.1%
合計	336	



1番最近でいつ頃スキー場エリアに行ったか

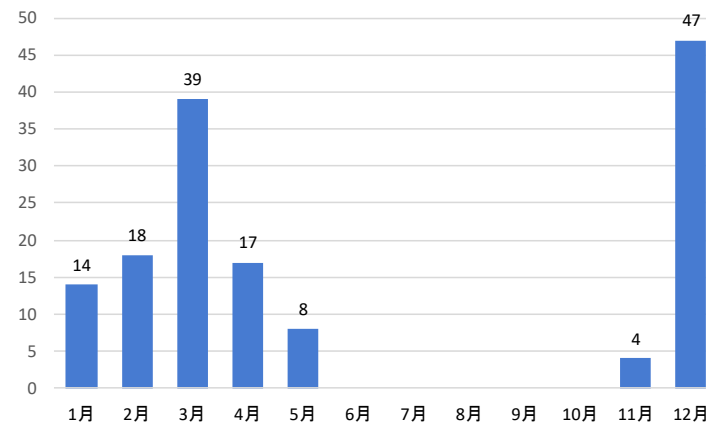
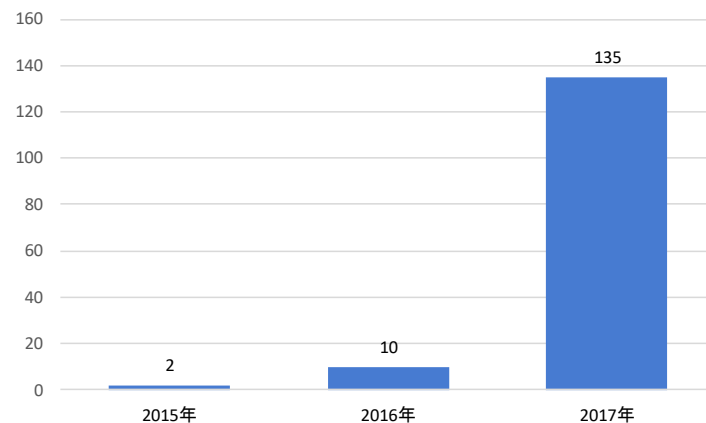
直近の来場については2017年が最も多く来場者の約5割が2017年に来場している。

また、月別の数値をみると最も多いのは12月で次点は3月であり、シーズン最初に1度行った層と終盤まで通った層が2極化している。

年	月	件数	割合
2015年	3月	1	0.4%
2015年	11月	1	0.4%
2016年	1月	6	2.5%
2016年	2月	2	0.8%
2016年	4月	1	0.4%
2016年	12月	1	0.4%
2017年	1月	8	3.3%
2017年	2月	16	6.6%
2017年	3月	38	15.6%
2017年	4月	16	6.6%
2017年	5月	8	3.3%
2017年	11月	3	1.2%
2017年	12月	46	18.8%
合計		147	

年	件数	割合
2015年	2	0.8%
2016年	10	4.1%
2017年	135	55.3%

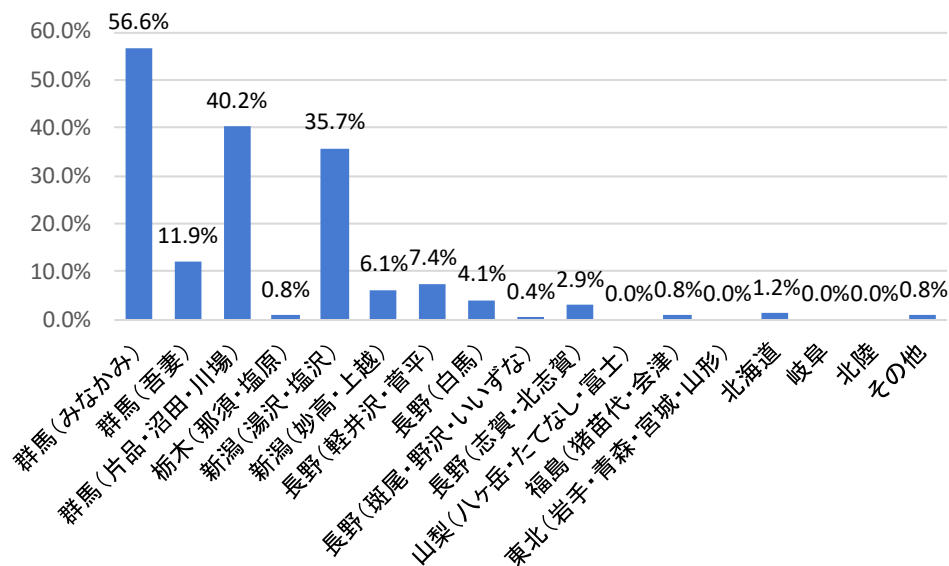
月	件数	割合
1月	14	5.7%
2月	18	7.4%
3月	39	16.0%
4月	17	7.0%
5月	8	3.3%
6月	0	0.0%
7月	0	0.0%
8月	0	0.0%
9月	0	0.0%
10月	0	0.0%
11月	4	1.6%
12月	47	19.3%



よく行くスキー場エリア

よく行くスキー場エリアについては、みなかみエリアが1番人気で、2番はエリアは片品・沼田・川場エリアで3番は湯沢・塩沢エリアが人気であった。来場者の79.1%が群馬県民であったが、みなかみエリアが地元の県民から最も選ばれていることがわかる。また、新潟エリアは今回は3番人気だが、35.7%は無視できない数値である。

エリア	実数	割合
群馬(みなかみ)	138	56.6%
群馬(吾妻)	29	11.9%
群馬(片品・沼田・川場)	98	40.2%
栃木(那須・塩原)	2	0.8%
新潟(湯沢・塩沢)	87	35.7%
新潟(妙高・上越)	15	6.1%
長野(軽井沢・菅平)	18	7.4%
長野(白馬)	10	4.1%
長野(斑尾・野沢・いいずな)	1	0.4%
長野(志賀・北志賀)	7	2.9%
山梨(八ヶ岳・たてなし・富士)	0	0.0%
福島(猪苗代・会津)	2	0.8%
東北(岩手・青森・宮城・山形)	0	0.0%
北海道	3	1.2%
岐阜	0	0.0%
北陸	0	0.0%
その他	2	0.8%
合計	412	



よく行くスキー場エリア×居住地

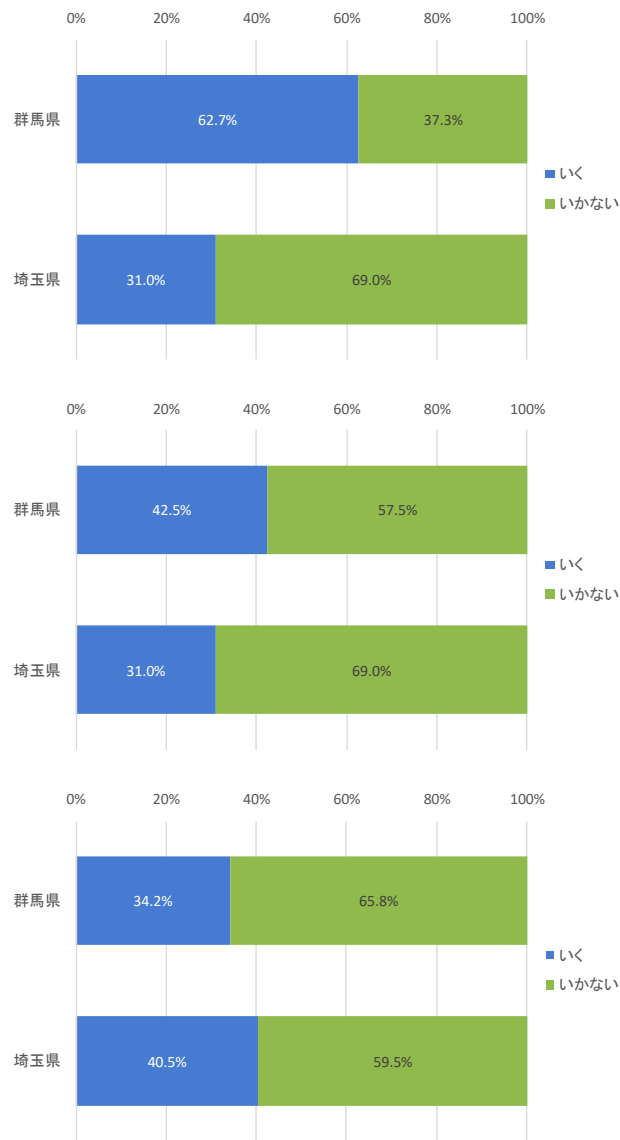
よく行くスキー場エリアと居住地のクロス集計では、サンプル数の多い群馬県・埼玉県を比較した。みなかみエリアは群馬県民の方が倍近い割合だが、片品・沼田・川場エリアはそこまでの差は見られなかった。また、湯沢・塩沢エリアは埼玉県民の方が割合が高い。埼玉県民を獲得する施策が集客を増やすために求められることがわかる。

※n≥30のみ表示

みなかみエリア	いく		いかない		合計
	実数	割合	実数	割合	
茨城県		0.0%	1	100.0%	1
群馬県	121	62.7%	72	37.3%	193
埼玉県	13	31.0%	29	69.0%	42
千葉県	1	100.0%	0	0.0%	1
東京都	1	50.0%	1	50.0%	2
栃木県	1	25.0%	3	75.0%	4
無回答	1	100.0%	0	0.0%	1
合計	138	56.6%	106	43.4%	244

片品・沼田・川場エリア	いく		いかない		合計
	実数	割合	実数	割合	
茨城県		0.0%	1	100.0%	1
群馬県	82	42.5%	111	57.5%	193
埼玉県	13	31.0%	29	69.0%	42
千葉県		0.0%	1	100.0%	1
東京都	1	50.0%	1	50.0%	2
栃木県	2	50.0%	2	50.0%	4
無回答		0.0%	1	100.0%	1
合計	98	40.2%	146	59.8%	244

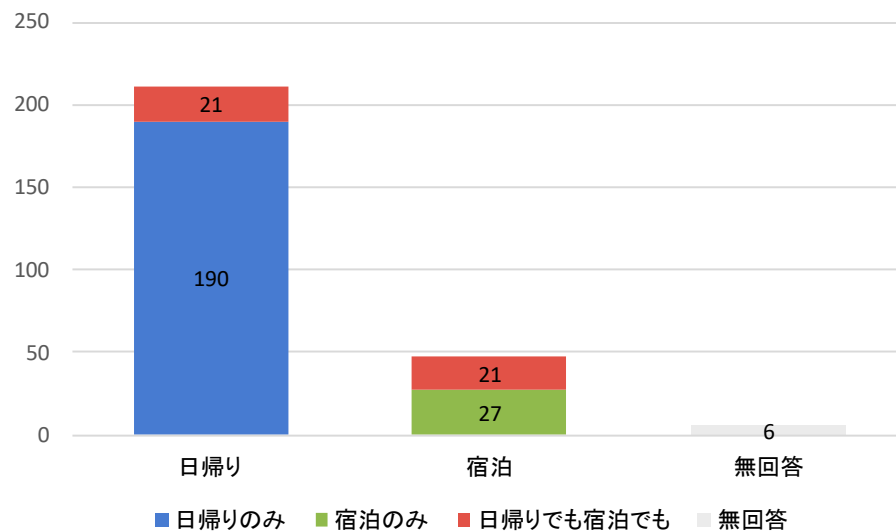
湯沢・塩沢エリア	いく		いかない		合計
	実数	割合	実数	割合	
茨城県		0.0%	1	100.0%	1
群馬県	66	34.2%	127	65.8%	193
埼玉県	17	40.5%	25	59.5%	42
千葉県		0.0%	1	100.0%	1
東京都	2	100.0%	0	0.0%	2
栃木県	2	50.0%	2	50.0%	4
無回答		0.0%	1	100.0%	1
合計	87	35.7%	157	64.3%	244



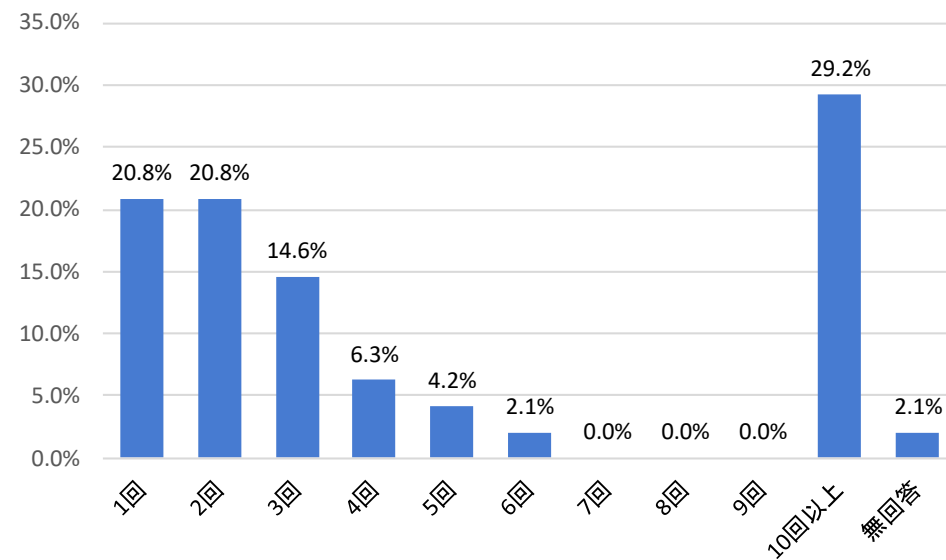
日帰・宿泊/昨シーズンの宿泊で行った回数

日帰りと宿泊の割合は日帰りのみが約8割、宿泊のみのみが約1割であるが、昨シーズンの宿泊で行った回数で最も多かったのは10回以上である。

	実数	割合
日帰りのみで行く	190	77.9%
宿泊のみで行く	27	11.1%
日帰りでも宿泊でも行く	21	8.6%
無回答	6	2.5%
合計	244	100.0%



宿泊で行った回数	実数	割合
1回	10	20.8%
2回	10	20.8%
3回	7	14.6%
4回	3	6.3%
5回	2	4.2%
6回	1	2.1%
7回	0	0.0%
8回	0	0.0%
9回	0	0.0%
10回以上	14	29.2%
無回答	1	2.1%
合計	48	100.0%



日帰りの理由

日帰りの理由で多かったのは冬スポ同様で仕事や、学校の都合によるものや居住地からの距離が近い、または実家からの距離が近いというものであった。

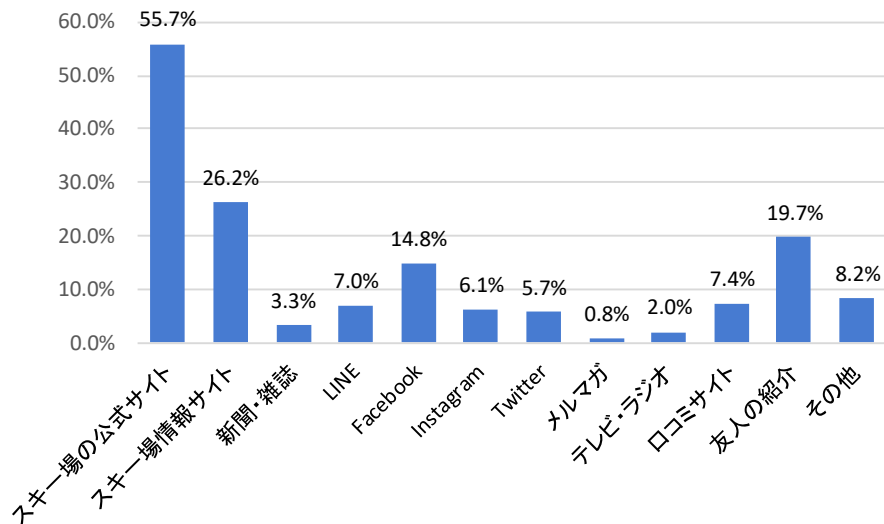
日帰り理由	実数
すぐに行ける/家が近い/実家が近い	109
仕事の都合/休曜日数の都合/学校の都合	29
お金がない	12
楽だから/手軽だから	5
家族がいるから/子供がいるから	5
時間がない/日程が取れない	4
体がきついから	3
家でゆっくりしたい	2
二日間だと飽きる	2
泊まる理由がない	2
シーズンパス	1
そんなに滑れない	1
たくさん行くため	1
ペットがいるから	1
何度も行くから	1
帰りたいたいから	1

スキー場を選ぶ際に参考にすること

スキー場を選ぶ際に参考にすることは、スキー場の公式サイトが最も多く約6割の人が参考に行っていることがわかる。

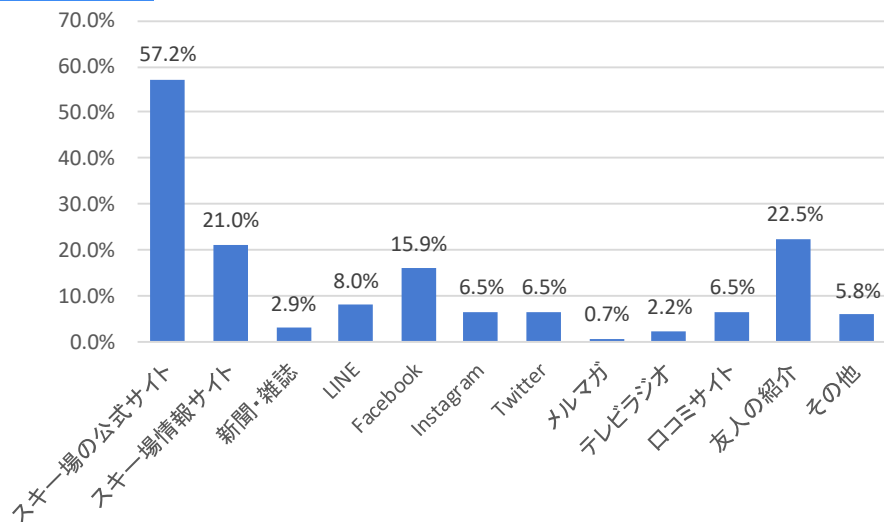
次点でスキー場情報サイトや友人の紹介と続く。また、冬スポと比べLINE（7.0%）・twitter（5.7%）・Facebook（14.8%）等のSNS関連が比較的参考にされているという結果が得られた。

参考	実数	割合
スキー場の公式サイト	136	55.7%
スキー場情報サイト	64	26.2%
新聞・雑誌	8	3.3%
LINE	17	7.0%
Facebook	36	14.8%
Instagram	15	6.1%
Twitter	14	5.7%
メルマガ	2	0.8%
テレビ・ラジオ	5	2.0%
口コミサイト	18	7.4%
友人の紹介	48	19.7%
その他	20	8.2%



スキー場を選ぶ際に参考にすること×みなかみエリアに行く人

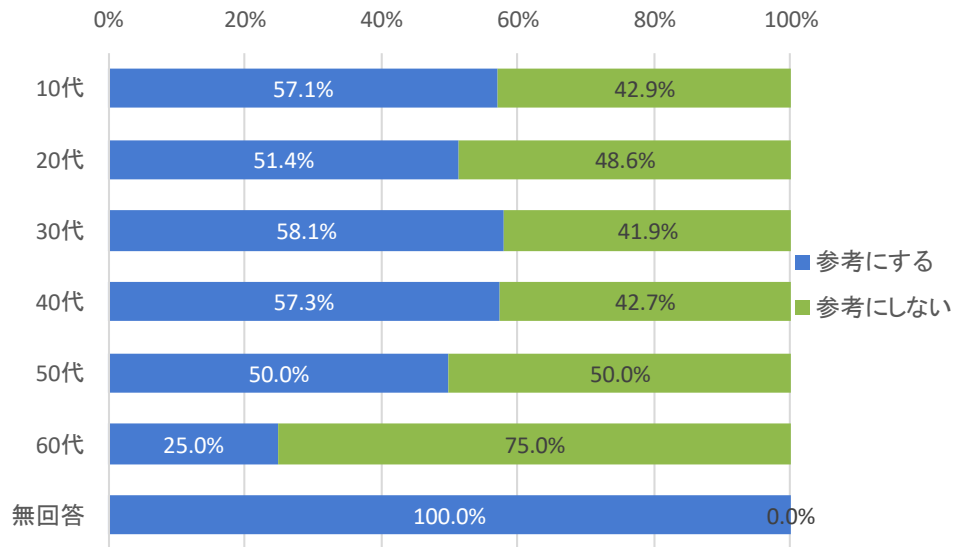
参考	実数	割合
スキー場の公式サイト	79	57.2%
スキー場情報サイト	29	21.0%
新聞・雑誌	4	2.9%
LINE	11	8.0%
Facebook	22	15.9%
Instagram	9	6.5%
Twitter	9	6.5%
メルマガ	1	0.7%
テレビラジオ	3	2.2%
口コミサイト	9	6.5%
友人の紹介	31	22.5%
その他	8	5.8%



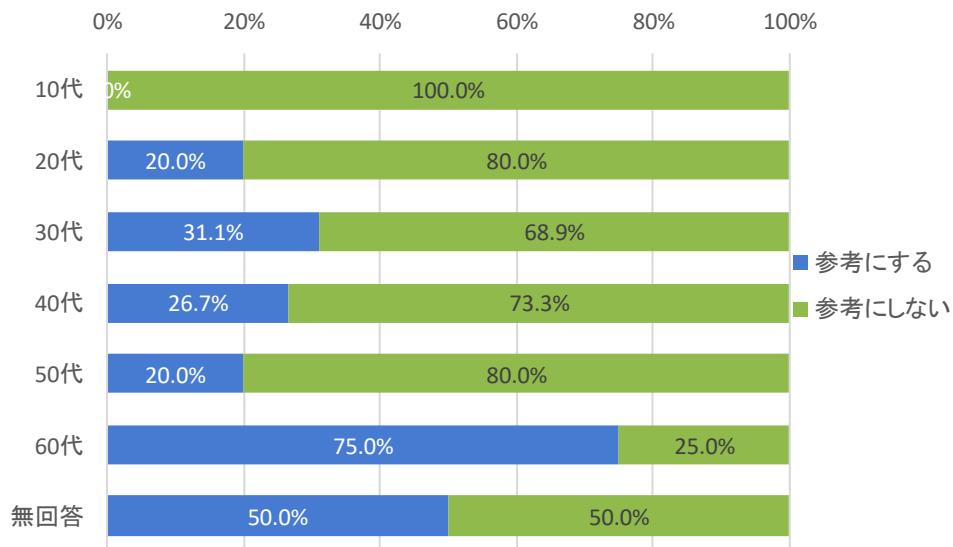
スキー場を選ぶ際に参考にすること×年代

スキー場を選ぶ際に参考にすることと年代のクロス集計について、参考にされている上位4項目に着目した。スキー場の公式サイトを参考にしているのは全年代と言えるが、その中でも若年層が参考にしていることがわかる。また、スキー情報サイトを参考にしている割合も公式サイトと異なり年齢が高い層の方が若年層よりも高い。ただし、20代～40代以外はサンプル数が少ないので参考程度に捉えるべきである。

公式サイト	参考にする		参考にしない		合計
	実数	割合	実数	割合	
10代	4	57.1%	3	42.9%	7
20代	36	51.4%	34	48.6%	70
30代	43	58.1%	31	41.9%	74
40代	43	57.3%	32	42.7%	75
50代	5	50.0%	5	50.0%	10
60代	1	25.0%	3	75.0%	4
無回答	4	100.0%	0.0%		4



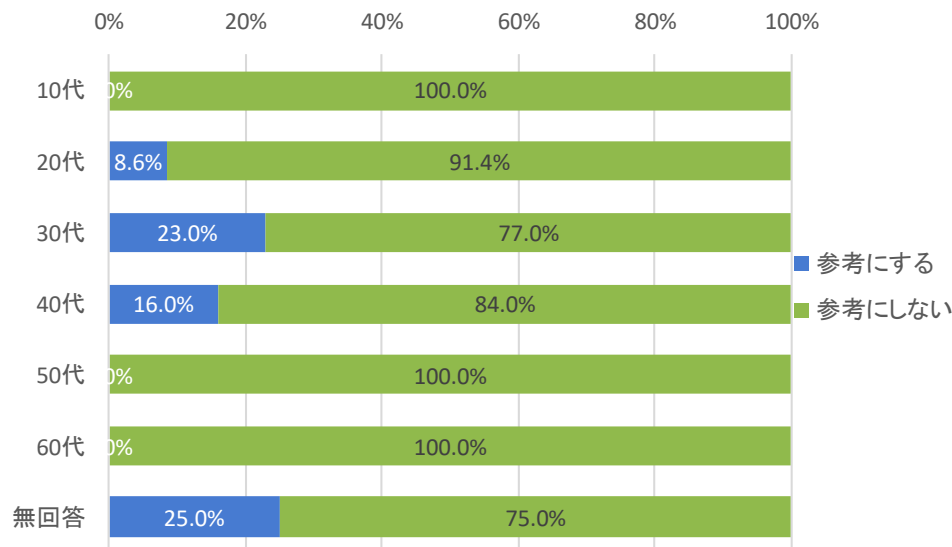
情報サイト	参考にする		参考にしない		合計
	実数	割合	実数	割合	
10代		0.0%	7	100.0%	7
20代	14	20.0%	56	80.0%	70
30代	23	31.1%	51	68.9%	74
40代	20	26.7%	55	73.3%	75
50代	2	20.0%	8	80.0%	10
60代	3	75.0%	1	25.0%	4
無回答	2	50.0%	2	50.0%	4



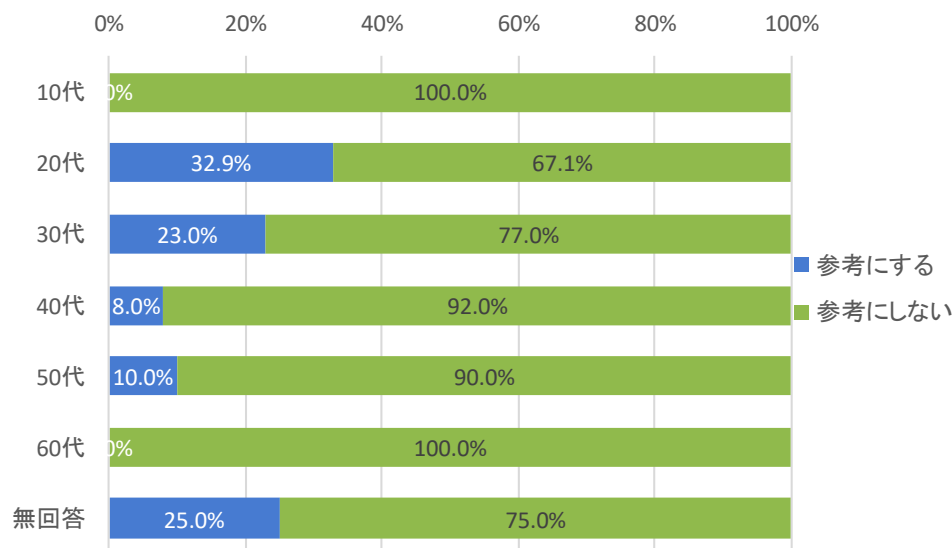
スキー場を選ぶ際に参考にすること×年代

facebookを参考にしている割合が高いのは30代及び40代で20代は伸び悩んだ。
 その一方で友人の紹介を参考にする割合が高いのは若年層であり、様々な情報サイトやSNSは比較的高めの年齢層にリーチしているが、若年層への到達が弱い結果となった。また、この傾向は冬スポと全く同じである。

facebook	参考にする		参考にしない		合計
	実数	割合	実数	割合	
10代		0.0%	7	100.0%	7
20代	6	8.6%	64	91.4%	70
30代	17	23.0%	57	77.0%	74
40代	12	16.0%	63	84.0%	75
50代		0.0%	10	100.0%	10
60代		0.0%	4	100.0%	4
無回答	1	25.0%	3	75.0%	4



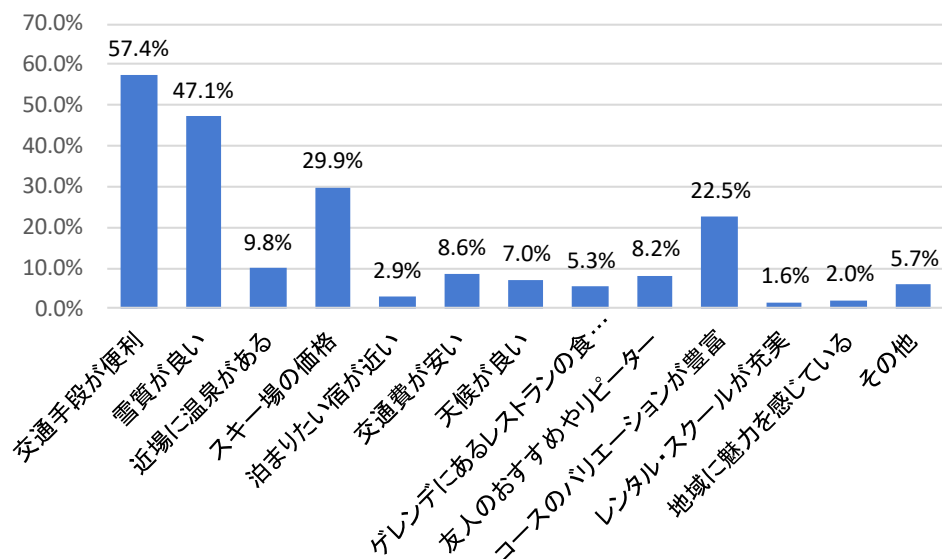
知人の紹介	参考にする		参考にしない		合計
	実数	割合	実数	割合	
10代		0.0%	7	100.0%	7
20代	23	32.9%	47	67.1%	70
30代	17	23.0%	57	77.0%	74
40代	6	8.0%	69	92.0%	75
50代	1	10.0%	9	90.0%	10
60代		0.0%	4	100.0%	4
無回答	1	25.0%	3	75.0%	4



スキー場を決めるうえで最も重要なこと

スキー場を決めるうえで最も重要なことについて、最も重要視されているのは交通手段が便利(57.4%)で次点で雪質が良い(47.1%)であった。3番目はコースのスキー場の価格(29.9%)だが、上位2項目との差が大きい。冬スポの結果と同様で、交通手段の利便性と雪質が特に重要視されていることがわかる。

最も重要なこと	実数	割合
交通手段が便利	140	57.4%
雪質が良い	115	47.1%
近場に温泉がある	24	9.8%
スキー場の価格	73	29.9%
泊まりたい宿が近い	7	2.9%
交通費が安い	21	8.6%
天候が良い	17	7.0%
ゲレンデにあるレストランの食べ物がおいしい	13	5.3%
友人のおすすめやリピーター	20	8.2%
コースのバリエーションが豊富	55	22.5%
レンタル・スクールが充実	4	1.6%
地域に魅力を感じている	5	2.0%
その他	14	5.7%
合計	508	

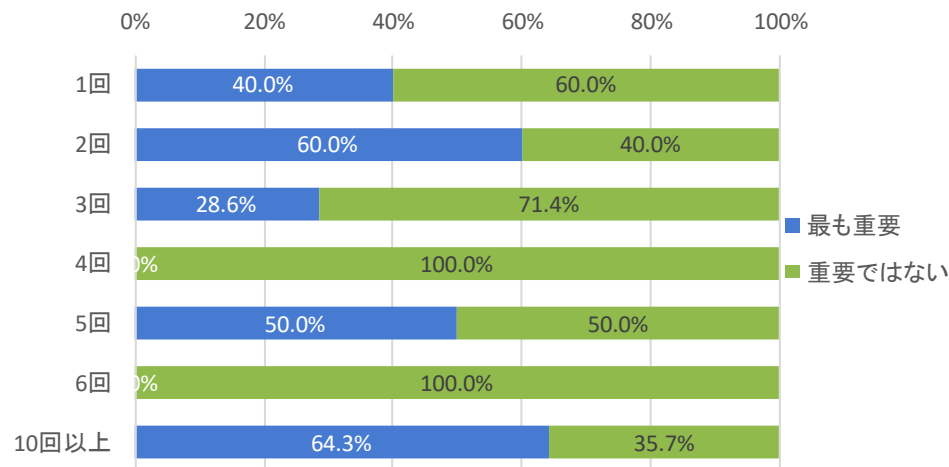


その他内訳	実数
パーク	3
ゲレンデがすいている	1
ゲレンデが広い	1
シーズンパス	1
パークアイテム状況	1
ハーフパイプがあるから	1
バックカントリーに理解がある	1
家族と決めている	1
広い	1
子どもが楽しめる	1
焼肉	1
託児所がある	1

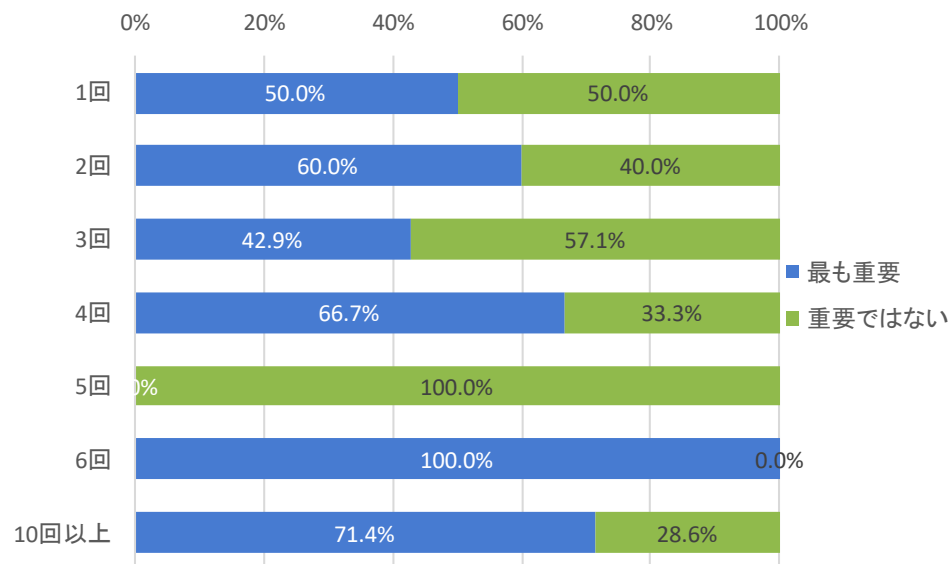
スキー場を決めるうえで最も重要なこと×昨シーズンの宿泊回数

スキー場を決めるうえで最も重要なことと昨シーズンの宿泊回数のクロス集計では重要視されている上位2項目に着目した。サンプルが少ないため、参考までにとどめた方が良いが、冬スポ同様、交通手段を重要視するのがライト層で、雪質を重要視するのがヘビーユーザー層というような傾向が得られた。

交通手段が 便利	最も重要		重要ではない		合計
	実数	割合	実数	割合	
1回	4	40.0%	6	60.0%	10
2回	6	60.0%	4	40.0%	10
3回	2	28.6%	5	71.4%	7
4回		0.0%	3	100.0%	3
5回	1	50.0%	1	50.0%	2
6回		0.0%	1	100.0%	1
10回以上	9	64.3%	5	35.7%	14



雪質が 良い	最も重要		重要ではない		合計
	実数	割合	実数	割合	
1回	5	50.0%	5	50.0%	10
2回	6	60.0%	4	40.0%	10
3回	3	42.9%	4	57.1%	7
4回	2	66.7%	1	33.3%	3
5回		0.0%	2	100.0%	2
6回	1	100.0%		0.0%	1
10回以上	10	71.4%	4	28.6%	14



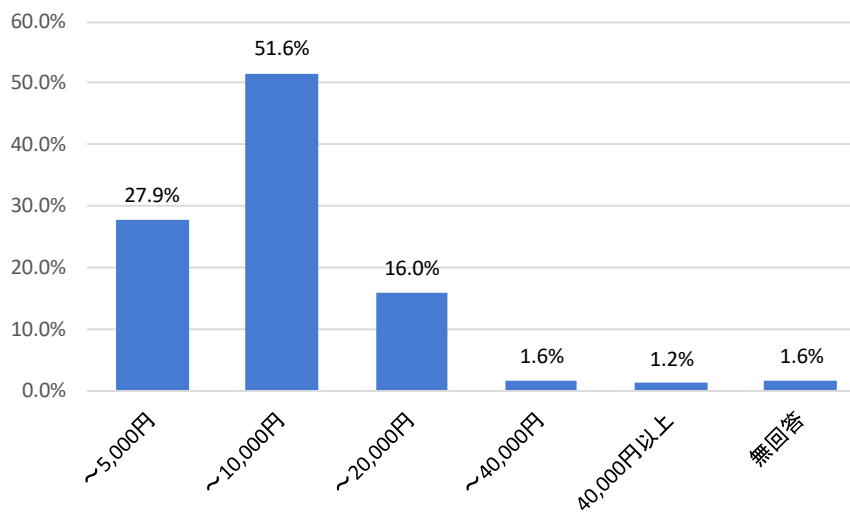
旅行費用

旅行費用(リフト券込み)については～10,000円が51.6%で最も多い。次点で～5,000円(27.9%)でリフト券込みでも95.5%が旅行費用20,000円までであった。県内の回答者が多いためか、冬スポよりも旅行費用は低い傾向が見られる。

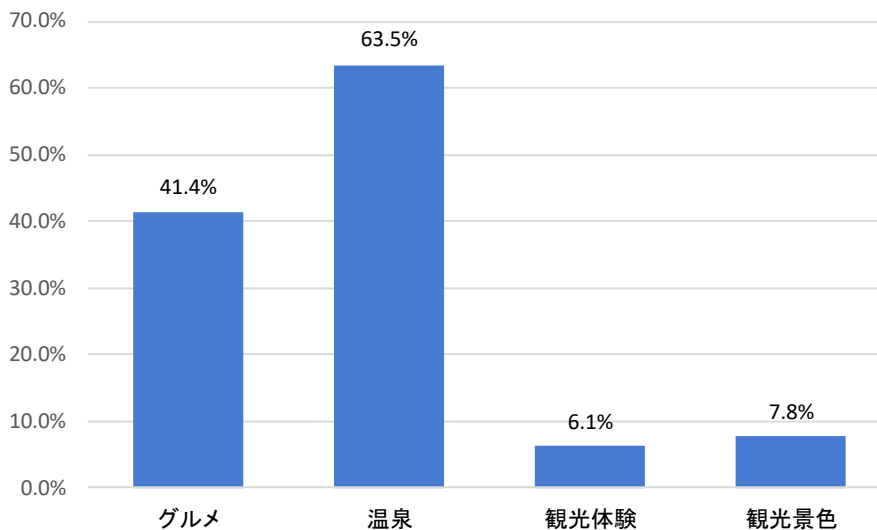
スキーと併せて楽しみたいことについては、温泉が最も高く、65.3%の方が温泉を楽しみたいと回答している。

2番目に楽しみたい事はグルメ(41.4%)で、温泉とは大きく差があるが、冬スポと比較してグルメが若干伸びている。

旅行費用目安	実数	割合
～5,000円	68	27.9%
～10,000円	126	51.6%
～20,000円	39	16.0%
～40,000円	4	1.6%
40,000円以上	3	1.2%
無回答	4	1.6%
合計	244	100.0%



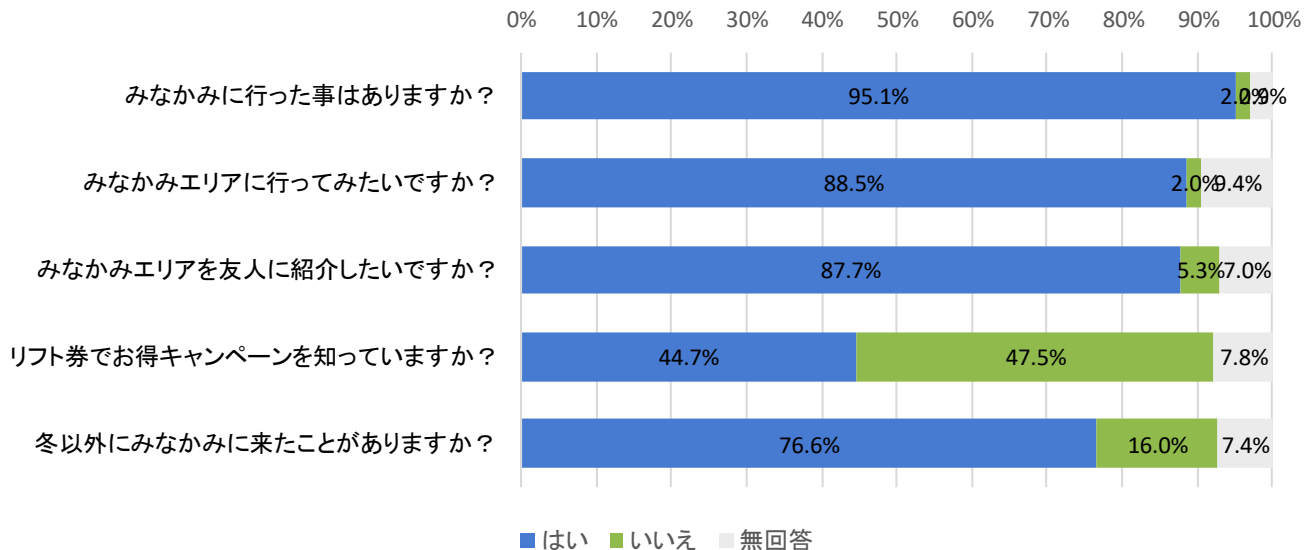
楽しみたい事	実数	割合
グルメ	101	41.4%
温泉	155	63.5%
観光体験	15	6.1%
観光景色	19	7.8%
合計	290	



みなかみエリアについて

みなかみエリアについて、前回同様、みなかみに行ったことがある方、行ってみたい方、友人に紹介したい方共に非常に多く、ポテンシャルの高さが伺える。また、リフト券でお得キャンペーンの認知は44.7%と高く、地元県民への認知の高さが伺えた。また、冬以外にみなかみに来たことがある方は76.6%であり、今回のような地元群馬の回答者が多い調査では、1年間通して遊べることが認知されていることがわかる。

	はい		いいえ		無回答	
	実数	割合	実数	割合	実数	割合
みなかみに行った事がありますか？	232	95.1%	5	2.0%	7	2.9%
みなかみエリアに行ってみたいですか？	216	88.5%	5	2.0%	23	9.4%
みなかみエリアを友人に紹介したいですか？	214	87.7%	13	5.3%	17	7.0%
リフト券でお得キャンペーンを知っていますか？	109	44.7%	116	47.5%	19	7.8%
冬以外にみなかみに来たことがありますか？	187	76.6%	39	16.0%	18	7.4%



みなかみのイメージ

みなかみエリアのイメージ	実数	みなかみエリアのイメージ	実数	みなかみエリアのイメージ	実数
温泉	68	ゲレンデが比較的広い	1	寒い／寒そう	12
雪／雪山／雪質がいい	32	紅葉	1	スキー場が狭い、駐車場が有料	1
自然豊か	15	上毛かるた	1	ちょっと遠い	1
近い	14	ナイター	1	奥利根までは道が良いが、その先は別世界、雪深い	1
スキー	11	のどか	1	狭い	1
スキー場	9	まんじゅう	1	混む	1
登山／山	6	りんご	1	沼田に比べて雪が少ない	1
スキーと登山／上毛かるた	5	レジャーがいろいろある	1	赤沢が雪がない	1
谷川岳	5	夏でも雪が見れる	1	標高が高いので雪が少ない	1
ラフティング／川下り	5	活気がある	1		
アクティビティが豊富	3	汽車	1		
家から近い／地元	3	景色がきれい	1		
おいしい食べ物が多い	3	穴場なスキー場がある	1		
川／川がきれい／水がきれい	3	広くて近くて良いところ	1		
一年間楽しめる	3	行政ががんばっている	1		
楽しい	3	最近おしゃれなお店が増えた	1		
行きやすい	3	車で走りやすい	1		
アウトドア	2	初心者に易しい	1		
いろいろ遊べる	2	小荒井製菓の生どら焼き	1		
スノーボード	2	親しみやすい	1		
ダム	2	清流	1		
ノルン	2	生どら焼き	1		
ほのほのしている	2	雪ほたか	1		
焼きカレー／カレー	2	釣り	1		
ICから近い	1	田舎でのんびりしている	1		
アユの塩焼き	1	冬	1		
いいところがたくさんある	1	東京ラブストーリー	1		
おいでちゃん	1	道が整備されている	1		
川魚	1	キャンプ	1		