

駿府城夏まつり 2024
来場者アンケート調査等
報告書

駿府城夏まつり
8月17日(土)-18日(日) 駿府城公園

2024（令和6）年9月

公益財団法人するが企画観光局





目 次

1. 調査の概要	3
(1) イベントの概要	3
(2) 調査対象	4
(3) 調査事項	4
(4) 調査方法	5
2. 調査の結果	6
(1) 来場者の属性	6
① 居住地	6
② 性別	7
③ 年代	8
④ 同行者の人数（回答者本人を含む）	10
⑤ 主な同行者	11
⑥ まつりのターゲット該当者	13
(2) 駿府城夏まつりに関すること	14
① 駿府城夏まつりへの来場回数	14
② 駿府城夏まつりを訪れるきっかけとなった情報源	15
③ 来場するために使用した交通機関	16
④ 駿府城夏まつりの推奨度	17
⑤ 駿府城夏まつりを訪れた行程及び宿泊先	19
(3) シビックプライドに関すること	20
① 全体	20
② 全体（年代区分別）	22
③ 愛着	23
④ 誇り	24
⑤ 共感	25
⑥ 居住の推奨意向	26
⑦ 訪問の推奨意向	27
(4) 伝統芸能エリアに関すること	28
(5) 消費額	29
① 全体	29
② 交通費	30
③ 宿泊費	30
④ 飲食代	30
⑤ 土産代	31
⑥ 入館料・体験料	31
⑦ その他	31
(6) 駿府城夏まつりへの意見感想	32
① 良かったこと	32
② 不便・残念だったこと	33
(7) 推奨度と主な設問の相関関係	34
① 年代 × 推奨度	34

② 居住地 × 推奨度.....	35
③ ターゲット × 推奨度.....	36
④ 伝統芸能 × 推奨度.....	37
⑤ 暑さ × 推奨度.....	38
3. 駿府城夏まつりに関するインターネット検索の動向.....	39
4. 人流（GPS）分析	40
5. 総括	41

1. 調査の概要

(1) イベントの概要

名 称	駿府城夏まつり						
内 容	<p>今年のテーマは「若者をつくる静岡の未来」。県内出身・在学中の大学生が共創パートナー企業と連携し、若者が静岡に帰ってきたいくなる夏まつりを創り上げます。</p> <p>出典：@S (https://www.at-s.com/event/article/festival/1490661.html)</p> <p>【主なコンテンツ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● メインステージ（音楽ライブ、ダンスワークショップ） ● エンタメステージ（ラジオ公開生放送、各種パフォーマンス） ● 共創パートナー企業と学生実行委員による企画ブース（葵舟特別運航、伝統芸能ステージ、縁日など） ● 飲食ブース ● 体験ブース 						
日 時	2024（令和6）年8月17日（土）～18日（日）						
会 場	駿府城公園（静岡市葵区駿府城公園 1-1）						
参加者数 （主催者発表）	<table border="0"> <tr> <td>8月17日（土）</td> <td>92,988人</td> </tr> <tr> <td>8月18日（日）</td> <td>113,652人</td> </tr> <tr> <td>2日間合計</td> <td>206,640人</td> </tr> </table>	8月17日（土）	92,988人	8月18日（日）	113,652人	2日間合計	206,640人
8月17日（土）	92,988人						
8月18日（日）	113,652人						
2日間合計	206,640人						
天 候	<p>18日（日）の午前中に通り雨はあったものの、イベントを行う14:00～20:00は好天に恵まれた。しかしながら日中は気温が高く、屋外イベントだったために来場者にとっては厳しい環境であった。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; text-align: center;"> <p>17</p>  <p>晴</p> <p>35.3 / 26.7</p> </div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; text-align: center;"> <p>18</p>  <p>晴一時雨</p> <p>33.2 / 28.3</p> </div> </div> <p>tenki.jp「静岡（静岡県）の過去の天気」を加工して作成 (https://tenki.jp/past/2024/08/weather/5/25/47656/)</p>						

(2) 調査対象

駿府城夏まつりの来場者 【サンプルサイズ 351人】

① 来訪日の回答割合

来場日	回答数	割合(%)
8月17日(土)のみ	101	29
8月18日(日)のみ	185	53
両日	65	18
合計	351	100

(3) 調査事項

- ・駿府城夏まつりに関すること(来場回数、情報源、推奨度など)
- ・駿府城夏まつりへの意見・感想
- ・シビックプライドに関すること(愛着、誇り、共感など)
- ・今回のお出かけに関すること(行程、交通手段、消費額など)
- ・基本属性(性別、年代、居住地など)

(4) 調査方法

会場入口で来場者にアンケートチラシ（回答フォームのQRコードと景品を掲載）を配布した。またイベント終了後に、まつり公式 SNS においてアンケートの回答を促す投稿を行った。

来場者は、8月17日（土）～24日（土）の間に、自身のスマートフォン等でQRコードを読み取り、WEBフォームから回答した。



配布物



配布場所



SNS 投稿



アンケートチラシ (5,000部)



配付場所 ※総合案内での配布 (赤枠)

2. 調査の結果

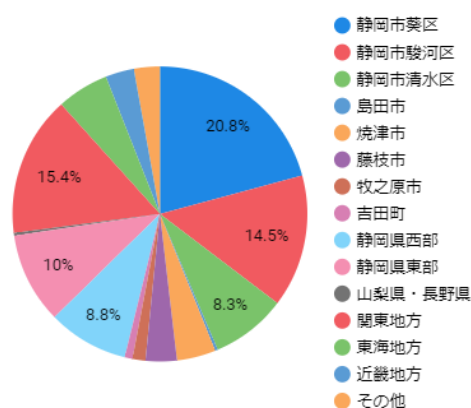
(1) 来場者の属性

① 居住地

- 「静岡市」が44%、「関東地方」が15%、「静岡県東部」が10%の構成となった。
- 昨年よりも「静岡市」の割合が23ポイント減少し、主に県外からの来訪割合が増加した。特に「関東地方」は11ポイントの大幅増となった。
- 市内居住者の3区の割合は、「葵区」48%、「駿河区」33%、「清水区」19%であった。
- 回答数が少ない居住地が多く存在するため、以降の分析では、「静岡市」、「県中部（静岡市を除く4市2町）」、「県西部」、「県東部」、「県外」でデータを区分することとする。

居住地別回答数及び回答割合

1.	静岡市	153	44%	-23% ↓
2.	島田市	1	0%	-1% ↓
3.	焼津市	15	4%	1% ↑
4.	藤枝市	12	3%	-1% ↓
5.	牧之原市	5	1%	1% ↑
6.	吉田町	3	1%	0% ↑
7.	静岡県西部	31	9%	1% ↑
8.	静岡県東部	35	10%	3% ↑
9.	山梨県・長野県	1	0%	-0% ↓
10.	関東地方	54	15%	11% ↑
11.	東海地方	20	6%	4% ↑
12.	近畿地方	11	3%	2% ↑
13.	その他	10	3%	2% ↑
	総計	351	100%	0%



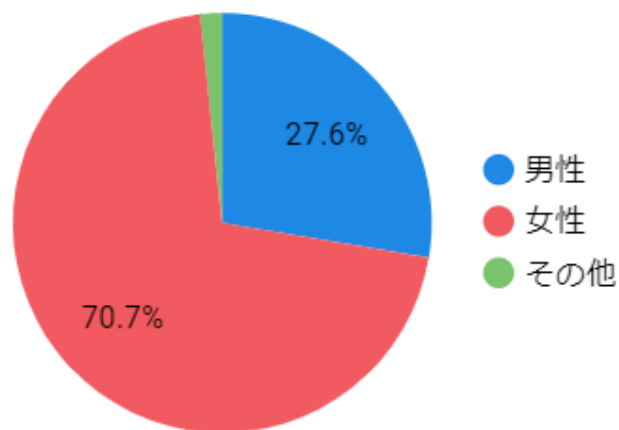
居住区分別回答数及び回答割合

1.	静岡市	153	44%
2.	県中部(静岡市除く)	36	10%
3.	県西部	31	9%
4.	県東部	35	10%
5.	県外	96	27%
	総計	351	100%

② 性別

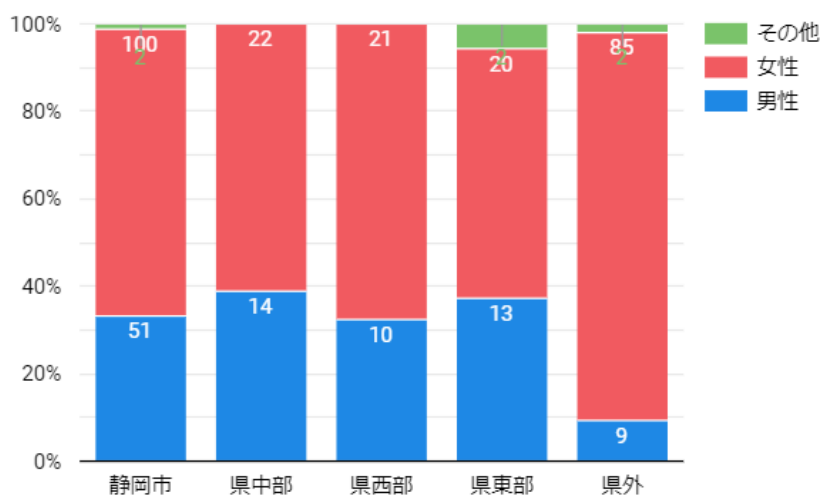
- 「女性」が71%、「男性」が28%、「回答しない」が1%の構成となった。
- 昨年よりも女性の割合が7ポイント増加した。
- 県外の居住者は、特に「女性」の割合が高い傾向が見られた。

性別回答数及び回答割合



1.	男性	97	28%	-6% ↓
2.	女性	248	71%	7% ↑
3.	その他	6	2%	-
総計		351	100%	0%

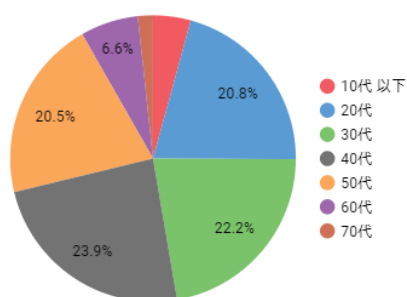
性別・居住区分別回答数及び回答割合



③ 年代

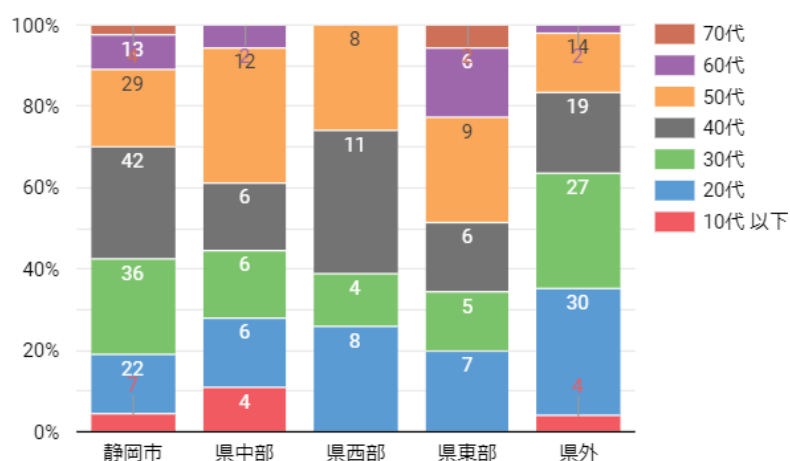
- 「40代」が24%、「30代」が22%、「20代」と「50代」が21%の構成となった。
- 「40代」が最も高い割合を占めている点は昨年同様であるが、割合自体は6ポイント減少しており、一方で「20代」の割合は7ポイント増加した。
- 県外の居住者は、「30代」以下が60%以上と、若年層が高い割合となった。

年代別回答数及び回答割合



1.	10代以下	15	4%	1% ↓
2.	20代	73	21%	7% ↓
3.	30代	78	22%	-1% ↓
4.	40代	84	24%	-6% ↓
5.	50代	72	21%	-4% ↓
6.	60代	23	7%	2% ↓
7.	70代	6	2%	1% ↓
	総計	351	100%	0%

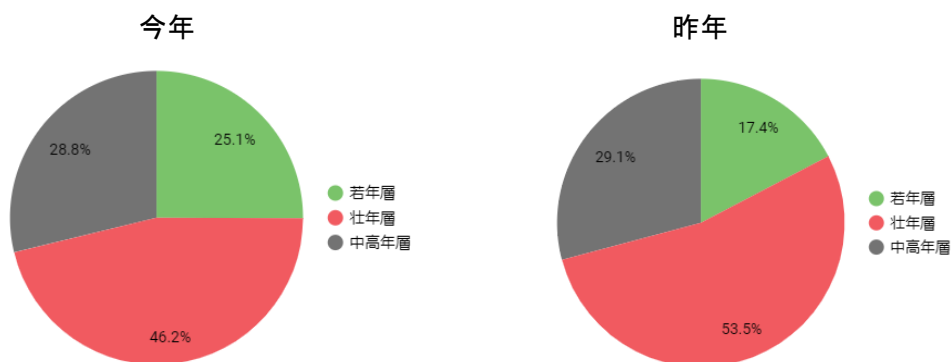
年代別・居住区分別回答数及び回答割合



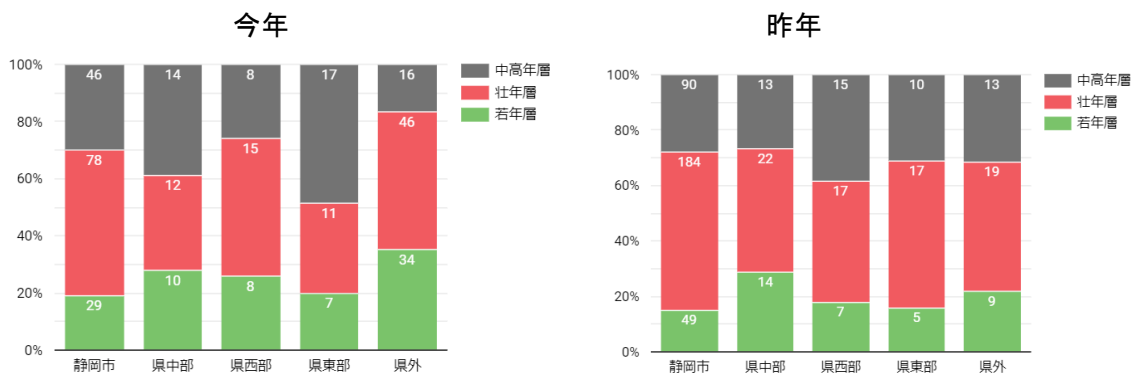
20代以下を「若年層」、30代及び40代を「壮年層」、50代以上を「中高年層」と定義し集約したうえで、昨年との比較を行う。

- 昨年と比較し、「壮年層」の割合が減少し、「若年層」の割合が増加した。
- 居住区分別に見ると、**県外**の居住者に「若年層」の増加が顕著に認められる。
- 駿府城夏まつりは、「若者のふるさと回帰」をコンセプトとしているが、このターゲットとなる層に対して的確にアプローチがなされている。

年代区分別回答割合



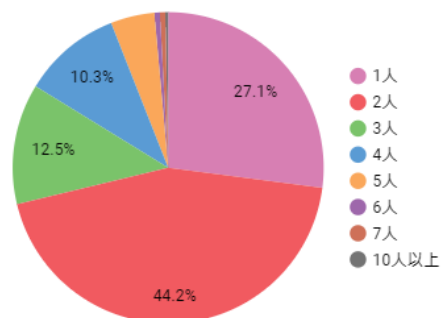
年代区分別・居住区分別回答割合



④ 同行者の人数（回答者本人を含む）

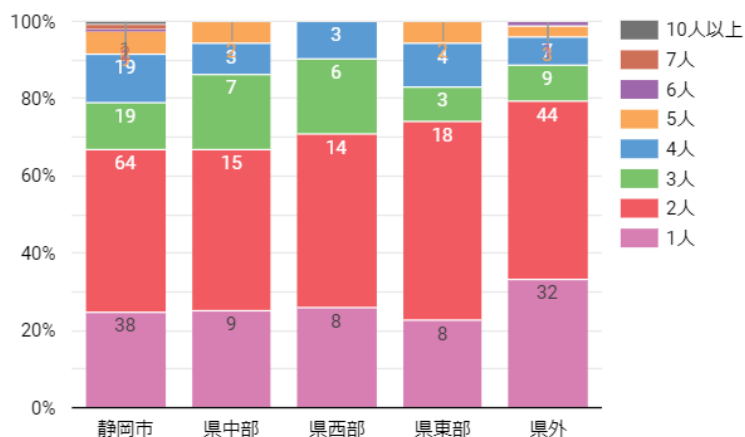
- 「2人」が44%で最も多く、次いで、「1人」が27%、「3人」が12%の構成となった。
- 昨年よりも「1人」の割合が10ポイント増加し、「3人」以上の割合は減少した。
- 県外の居住者は、「1人」の割合がやや多い傾向が見られた。

同行者人数別回答数及び回答割合



1.	1人	95	27%	10% ↑
2.	2人	155	44%	1% ↑
3.	3人	44	13%	-4% ↓
4.	4人	36	10%	-6% ↓
5.	5人	16	5%	-0% ↓
6.	6人	2	1%	-0% ↓
7.	7人	2	1%	-0% ↓
8.	10人以上	1	0%	-0% ↓
総計		351	100%	0%

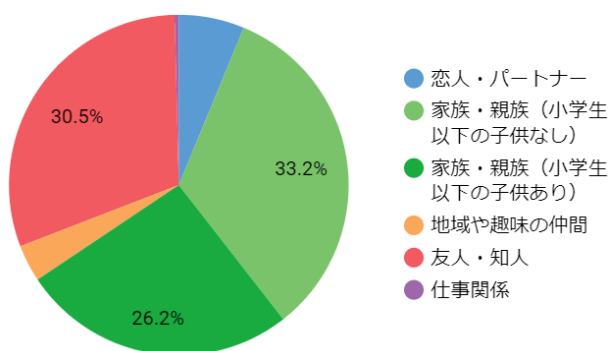
同行者人数別・居住区分別回答数及び回答割合



⑤ 主な同行者

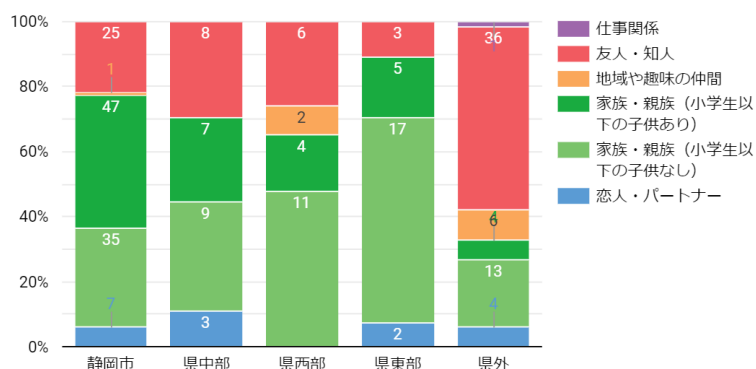
- 「家族・親族（小学生以下の子供なし）」が33%、「家族・親族（小学生以下の子供あり）」が26%で、家族・親族での来訪が約6割を占めた。
- 本質問は、昨年調査では複数回答としているため厳密に比較はできないが、「友人・知人」は30%で、昨年に比べ大きく増加している。
- **静岡市**の居住者は、「家族・親族（小学生以下の子供あり）」の割合が高く、**県外**の居住者は、「友人・知人」の割合が高い傾向が見られる。

同行者種類別回答数及び回答割合



1.	恋人・パートナー	16	6%
2.	家族・親族（小学生以下の子供なし）	85	33%
3.	家族・親族（小学生以下の子供あり）	67	26%
4.	地域や趣味の仲間	9	4%
5.	友人・知人	78	30%
6.	仕事関係	1	0%
	総計	256	100%

同行者種類別・居住区分別回答数及び回答割合

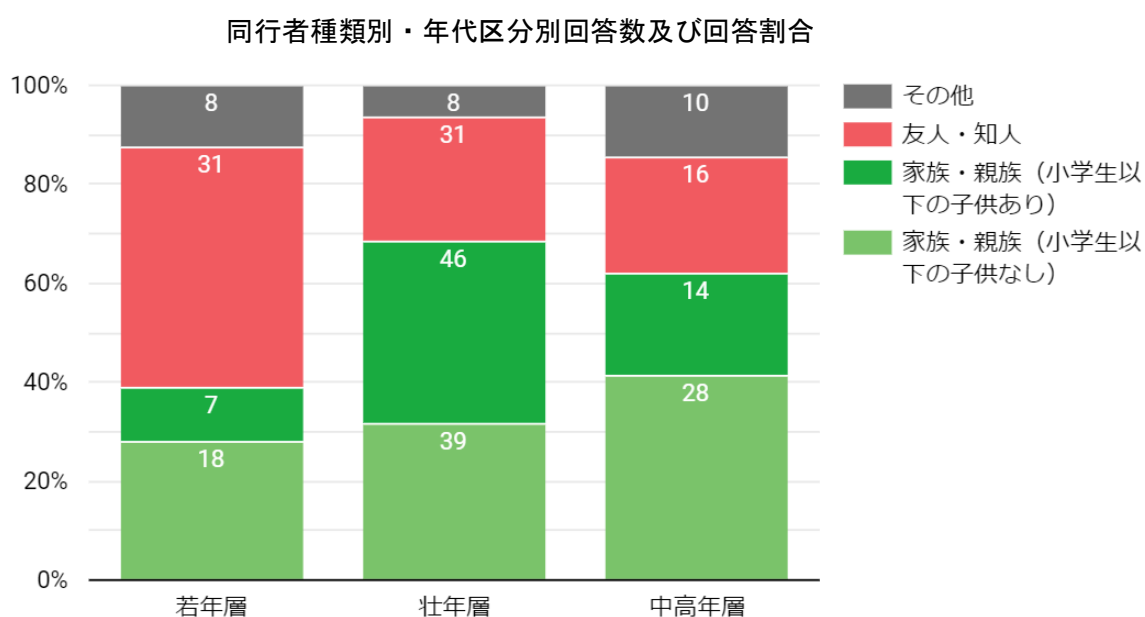


※同行者人数「1人」の回答者除く N=256

※昨年は複数回答で質問しているため昨年比は記載していない

次に、主な同行者と年代の関係を確認する。煩雑さ回避のために、主な同行者については、回答数が少なかった「恋人・パートナー」、「地域や趣味の仲間」及び「仕事関係」を「その他」という要素に集約した。また年代については、前述の集約した区分を用いる。

- 年代が上がるに従って、子供なし家族の割合が高くなった。
- 若年層は友人・知人との来場が最も多く、壮年層は子供あり家族との来場が最も多かった。

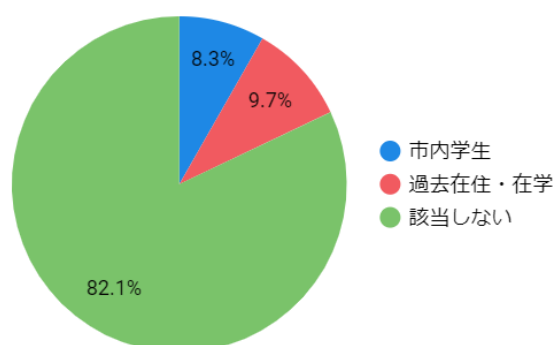


⑥ まつりのターゲット該当者

駿府城夏まつりは、「静岡市内に在住・通学する学生（大学・専門・高校生）」及び「現在は静岡市内に在住・通学していないが、かつて在住・通学したことがある方」を主なターゲットとしている。ターゲット該当者の来場状況を、回答者がターゲットに該当するか直接尋ねる質問により確認した。

- 「かつて静岡市内に在住・通学したことがある方」は10%、「静岡市内に在住・通学する学生」は8%と、2割程度の来場者がターゲットに該当する層であった。

ターゲット該当区分別回答数及び回答割合



1.	市内学生	24	8%
2.	過去在住・在学	28	10%
3.	該当しない	238	82%
	総計	290	100%

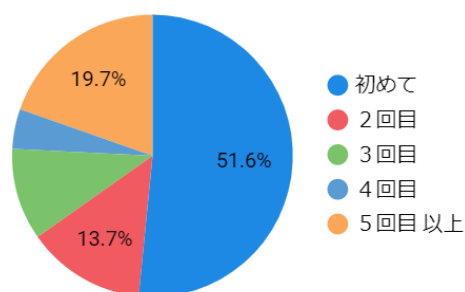
※有効回答数 290

(2) 駿府城夏まつりに関すること

① 駿府城夏まつりへの来場回数

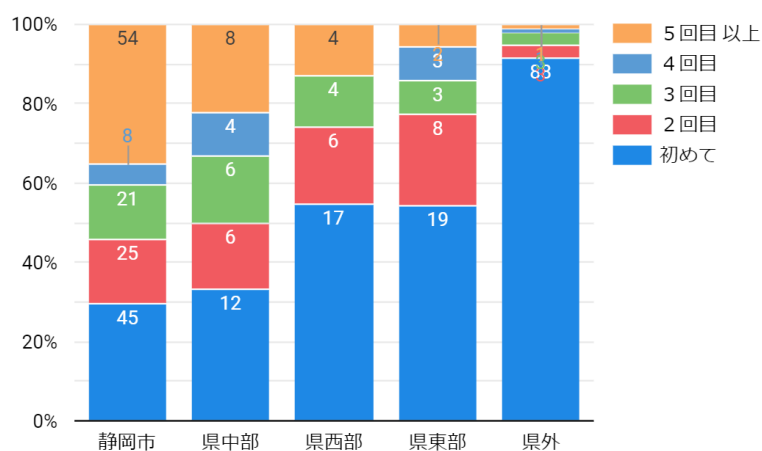
- 「初めて」が52%で最も多く、次いで「5回目以上」が20%を占めた。
- **静岡市**の居住者は「5回目以上」の熱心なリピーターの割合が大きく、居住地が遠くなるにつれて「初めて」の割合が大きくなる。**県外**の居住者は9割以上が「初めて」であった。
- 昨年よりも「5回目以上」の割合が8ポイント減少し、「初めて」の割合が12ポイント増加した。

来場回数別回答数及び回答割合



1.	初めて	181	52%	12% ↑
2.	2回目	48	14%	-5% ↓
3.	3回目	37	11%	-1% ↓
4.	4回目	16	5%	2% ↑
5.	5回目以上	69	20%	-8% ↓
総計		351	100%	0%

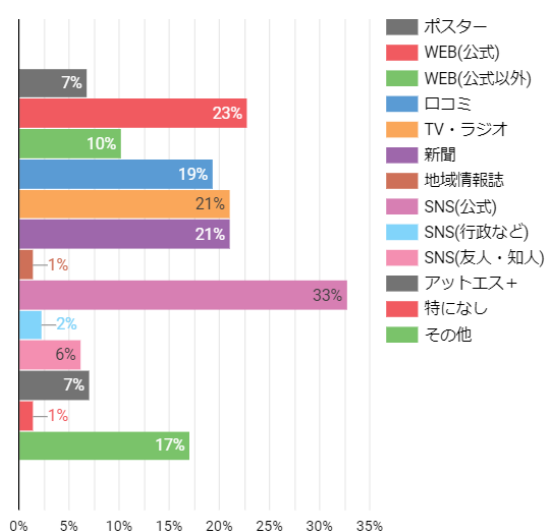
来場回数別・居住区分別回答数及び回答割合



② 駿府城夏まつりを訪れるきっかけとなった情報源

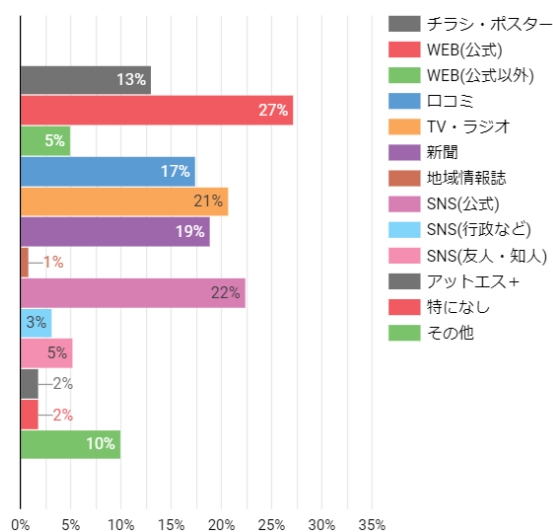
- 「SNS（駿府城夏まつり公式アカウントの投稿）」が33%で最も高く、次いで「WEBサイト（駿府城夏まつりの公式サイト）」が23%であった。
- 昨年との比較では、「SNS（駿府城夏まつり公式アカウントの投稿）」、「アプリ「静岡新聞DIGITAL アットエス+」」など、スマートフォンによる情報取得に増加傾向が見られた。
- 一方で、「テレビ・ラジオ」、「新聞」といった従来媒体も依然として20%程度の需要が存在した。

情報源別回答割合（今年）



※今年にはチラシの配布なし

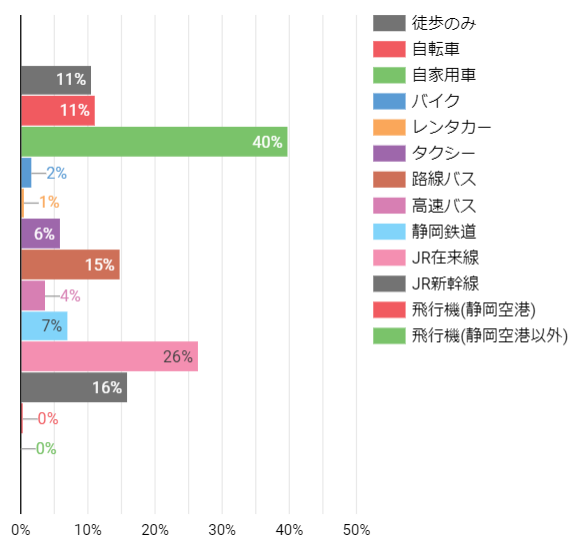
情報源別回答割合（昨年）



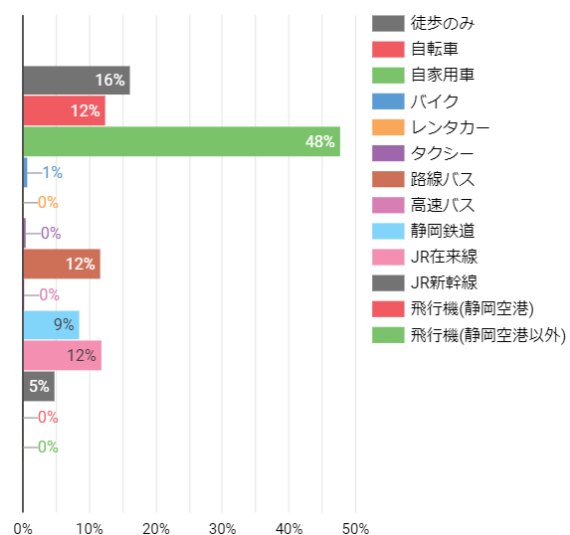
③ 来場するために使用した交通機関

- 「自家用車」が40%で最も高かったが、昨年 비해割合は低下した。
- 昨年よりも「JR在来線」、「JR新幹線」が10ポイント以上増加した。また昨年はほぼ利用が無かった「タクシー」、「高速バス」の利用が見られた。

交通機関別回答割合（今年）



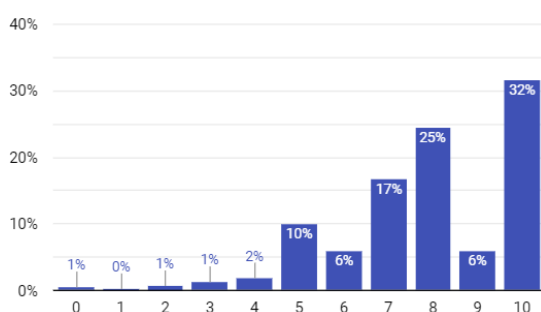
交通機関別回答割合（昨年）



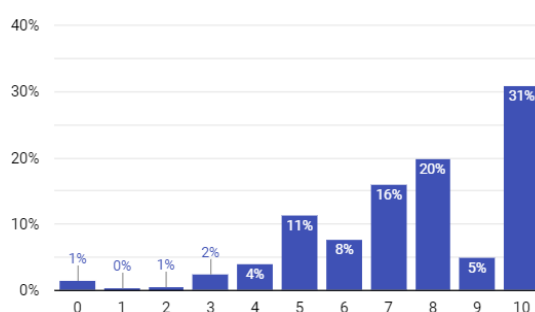
④ 駿府城夏まつりの推奨度

- 推奨者（9～10点）の割合から批判者（0～6点）の割合を差し引いたNPS（Net Promoter Score）は16.5となった。
- 昨年よりも「8点」の割合が増加し、「6点」以下の割合が全体的に減少したことにより、NPSは8.8ポイント増加した。
- 推奨度別では、「10点」が111件と最も多く、次いで「8点」が86件であった。「4点」以下が占める割合は約5%であった。

推奨度分布（今年 NPS：16.5）

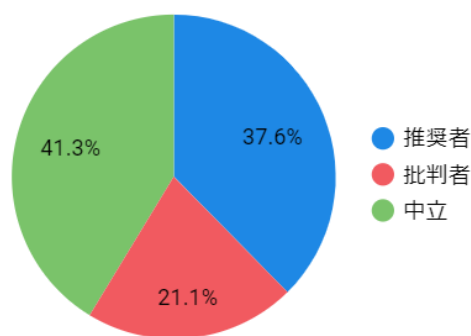


推奨度分布（昨年 NPS：7.7）



推奨度別回答数及び回答割合

1.	0	2	1%	-1% ↓
2.	1	1	0%	-0% ↓
3.	2	3	1%	0% ↓
4.	3	5	1%	-1% ↓
5.	4	7	2%	-2% ↓
6.	5	35	10%	-1% ↓
7.	6	21	6%	-2% ↓
8.	7	59	17%	1% ↑
9.	8	86	25%	5% ↑
10.	9	21	6%	1% ↑
11.	10	111	32%	1% ↑
	総計	351	100%	0%



- 補足として、他のイベントに比べNPSはやや低い値を示しているが、イベントの内容そのものよりも、暑さが全体的な印象を押し下げた可能性も考えられるため、NPSの大小の解釈には注意が必要である。

参考 他イベントのNPS例

イベント名	実施場所	実施時期	NPS
大道芸ワールドカップ	静岡市	2023年11月	36.7
静岡まつり	静岡市	2024年4月	22.9
焼津みなとまつり	焼津市	2024年4月	19.8
焼津みなとマラソン	焼津市	2024年4月	25.3
藤まつり	藤枝市	2024年4～5月	27.6

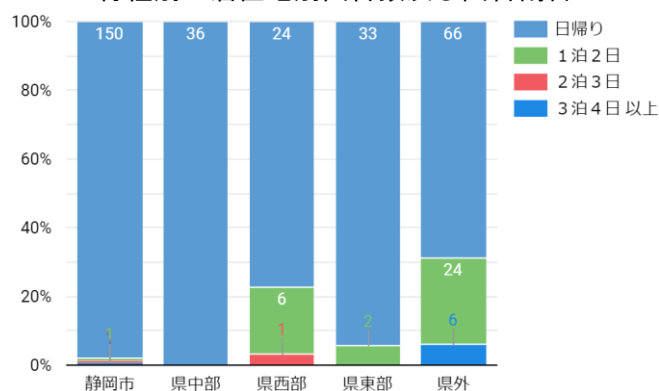
⑤ 駿府城夏まつりを訪れた行程及び宿泊先

- 「日帰り」が88%と、昨年同様に9割程度が日帰り客であるが、「1泊2日」は昨年よりも4ポイント増の9%であった。
- 県外のみならず県西部からも宿泊行程で訪れるケースが見られた。
- 宿泊した場合の宿泊先は最下部の表のとおりで、全体件数は少ないものの、昨年よりも市内ホテルが増加した。

行程別回答数及び回答割合



行程別・居住地別回答数及び回答割合



宿泊先別回答数及び回答割合（宿泊者のみ）

1.	“静岡市内”の宿泊施設（ホテル、旅館など）	28	67%	21% ↑
2.	“静岡市外”の宿泊施設（ホテル、旅館など）	2	5%	-10% ↓
3.	その他（親族宅、友人・知人宅など）	12	29%	-11% ↓
総計		42	100%	0%

(3) シビックプライドに関すること

駿府城夏まつりは、シビックプライドの醸成を主な目的の1つに掲げている。シビックプライドの変化を定量的に捉えるため、次の5項目について来場前後に分けて質問し、まつりが来場者の心情に与える影響を調査した。

- i. 静岡市に愛着を持っているか
- ii. 静岡市に誇りを持っているか
- iii. 静岡市の理念や取り組みなど、街のあり方に共感しているか
- iv. 静岡市に住むことを親しい友人や同僚に薦める可能性
- v. 静岡市を訪れることを親しい友人や同僚に薦める可能性

① 全体

- 全指標において、来場前に比べ来場後の値は増加した。特に「愛着」と「訪問推奨意向」は比較的高い伸びを示した。
- 「愛着」、「誇り」、「共感」の値は、大阪・東京23区の調査よりもやや高い値であった。
- 各推奨意向は、川崎市において居住者向け行われた調査を参考に、比較材料とするために同様の質問を設定したものであり、イベント来場者に向けた本調査では、回答の困難性が増し、値が低くなったものと思われる。しかしながら、いずれも来場前後で値は増加しており、イベントが来場者の心情に与える影響は認められた。

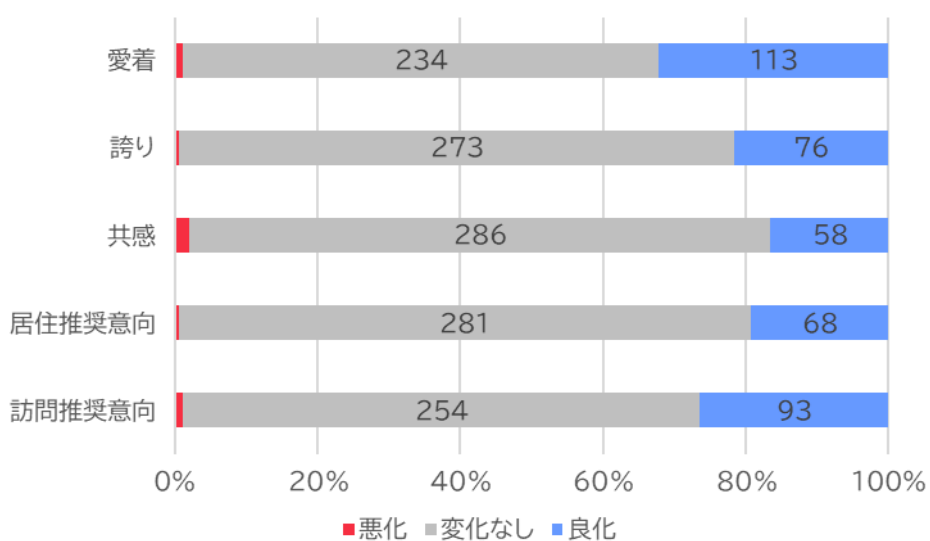
シビックプライドに係る来場前後の指標の変化

	来場前	→	来場後	参考	指標算出方法
愛着	61.5	+19.4Pt	80.9	71.3(大阪) 61.7(東京23区)	「やや当てはまる」以上の回答割合
誇り	51.6	+10.5Pt	62.1	53.7(大阪) 48.6(東京23区)	
共感	42.8	+9.6Pt	52.4	48.2(大阪) 43.9(東京23区)	
居住推奨意向	-26.2	+10.8Pt	-15.4	21.3(横浜市) 7.7(川崎市)	「9,10」の回答割合 - 「0~6」の回答割合
訪問推奨意向	-13.4	+26.5Pt	13.1	34.3(横浜市) 8.2(川崎市)	

※参考値出典：愛着、誇り、共感 「GLOBAL CIVIC PRIDE SURVEY, 株式会社読売広告社, 2023」
 推奨度 「令和5年度川崎市都市イメージ調査調査結果, 川崎市, 2023」
 なお、いずれも「居住者」を対象とした調査である点に注意

- 各回答者の来場前後での回答の変化について、回答が変化しなかったケースが最も多かった（これには”高止まり”も含まれる点に注意）。
- 概ね2割～3割程度は回答が良化している。訪問推奨意向については、前ページのとおり伸び幅は最も大きかったが、良化した回答者数は愛着と逆転していることから、1人あたりの伸びが大きいことが伺える。
- わずかではあるが、まつりに来場したことで意識が悪化したという回答も存在した。

同一回答者における来場前後での回答の変化



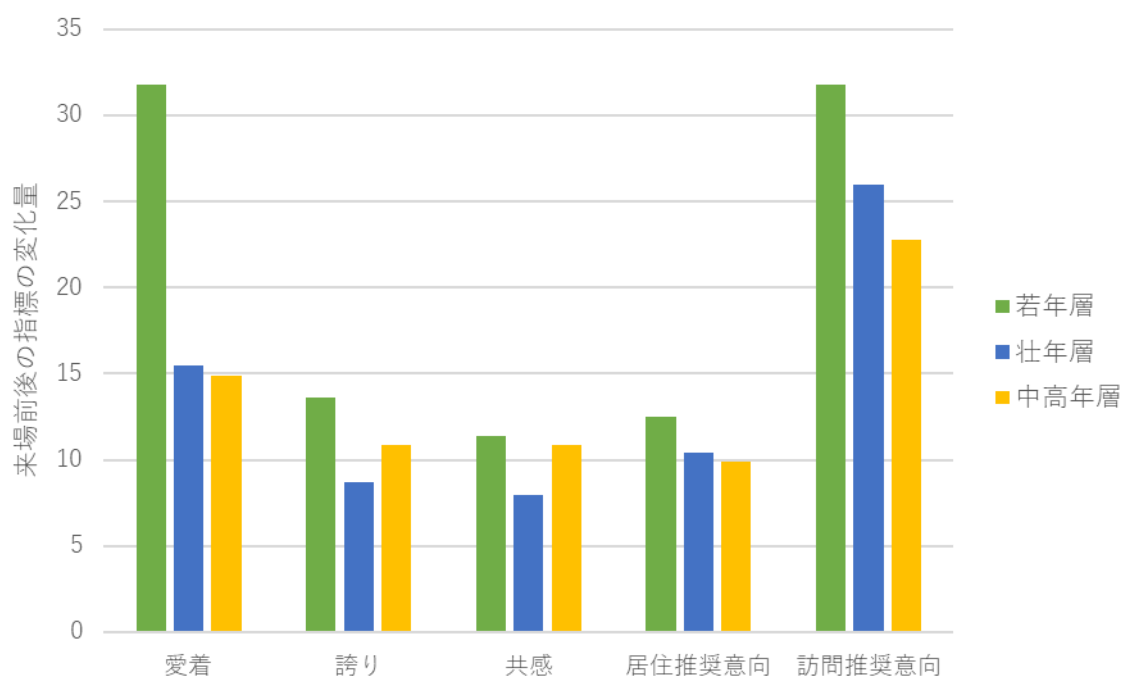
② 全体（年代区分別）

- 年代区分別に見ると、いずれの項目も指標の変化量は若年層が最大となった。
- 特に「愛着」と「訪問推奨意向」は32ポイントと高い伸びを示した。
- イベントが来場者の心情に影響を与えていることは、前述のとおり全体の傾向としても認められたが、その効果は特に若年層に対して顕著に見られる結果となった。

年代区分別シビックプライドに係る来場前後の指標の変化

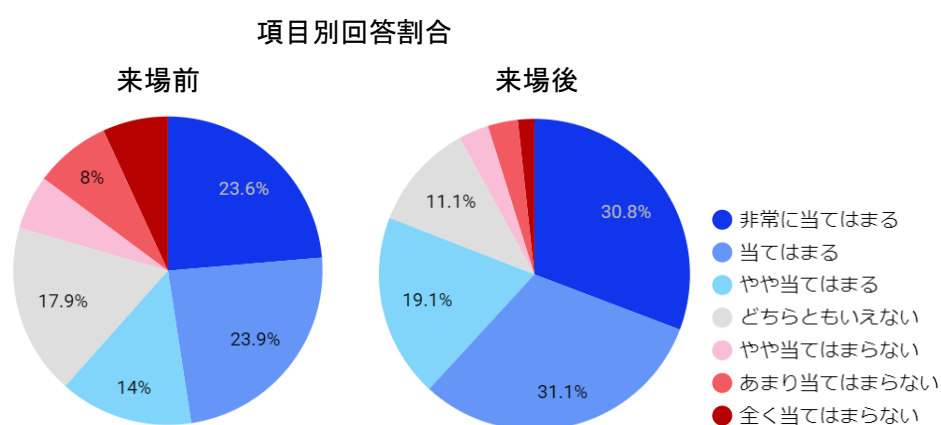
年代	区分	愛着	誇り	共感	居住推奨意向	訪問推奨意向
若年層	来場前	55.7	52.3	43.2	-26.1	-13.6
	来場後	87.5	65.9	54.6	-13.6	18.2
	変化量	31.8	13.6	11.4	12.5	31.8
壮年層	来場前	65.4	53.7	42.6	-26.5	-12.4
	来場後	80.9	62.4	50.6	-16.1	13.6
	変化量	15.5	8.7	8.0	10.4	26.0
中高年層	来場前	60.4	47.5	42.6	-25.7	-14.9
	来場後	75.3	58.4	53.5	-15.8	7.9
	変化量	14.9	10.9	10.9	9.9	22.8

年代区分別・項目別指標の変化量



③ 愛着

- 来場前は「非常に当てはまる」、「当てはまる」が24%、「やや当てはまる」が14%であった。来場後はこの割合が更に高まり「非常に当てはまる」、「当てはまる」が31%、「当てはまる」が19%となった。
- 来場前後の回答の変化は、「どちらともいえない」→「やや当てはまる」(20件)、「やや当てはまる」→「当てはまる」(16件)のように1段階の変化が多く見られたが、「全く当てはまらない」→「やや当てはまる」(9件)のように大幅に上昇するケースも存在した。
- 一方で、来場前より指標数値が低下するケースが4件存在した。



同一回答者における来場前後での回答の変化 (人)

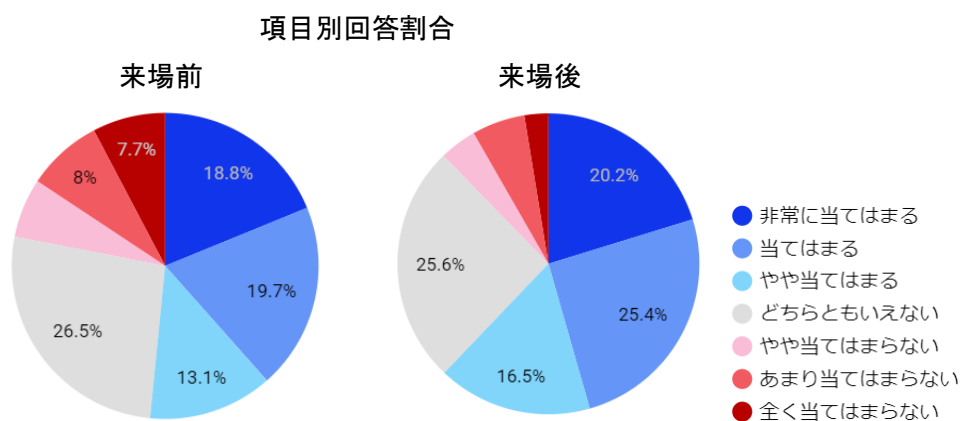
		来場後						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
来場前	①	6	1	0	3	9	3	2
	②	0	9	2	1	9	6	1
	③	0	1	7	5	2	4	1
	④	0	0	2	30	20	6	5
	⑤	0	0	0	0	27	16	6
	⑥	0	0	0	0	0	73	11
	⑦	0	0	0	0	0	1	82

※①：全く当てはまらない～④：どちらともいえない～⑦：非常に当てはまる

※表内の数値は該当する回答者の人数

④ 誇り

- 来場前は「非常に当てはまる」が19%、「当てはまる」が20%、「やや当てはまる」が13%であった。来場後はこの割合が更に高まり、それぞれ20%、25%、17%となった。
- 来場前後の回答の変化は、前項と同様の傾向であった。



同一回答者における来場前後での回答の変化（人）

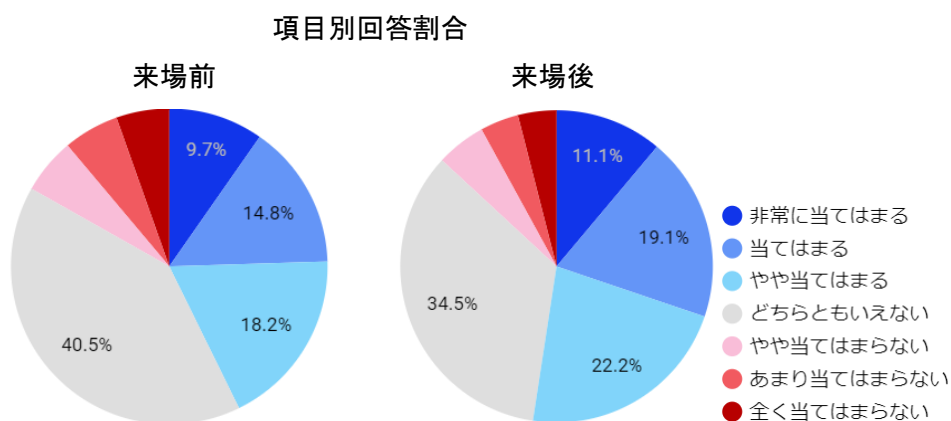
		来場後						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
来場前	①	9	5	0	8	4	1	0
	②	0	14	0	6	5	3	0
	③	0	1	14	3	4	0	0
	④	0	0	0	72	14	5	2
	⑤	0	0	0	1	31	13	1
	⑥	0	0	0	0	0	67	2
	⑦	0	0	0	0	0	0	66

※①：全く当てはまらない～④：どちらともいえない～⑦：非常に当てはまる

※表内の数値は該当する回答者の人数

⑤ 共感

- 来場前は「非常に当てはまる」が10%、「当てはまる」が15%、「やや当てはまる」が18%であった。来場後は「当てはまる」が19%、「やや当てはまる」が22%となった。
- 来場前後の回答の変化は、前項と同様の傾向であった。



同一回答者における来場前後での回答の変化（人）

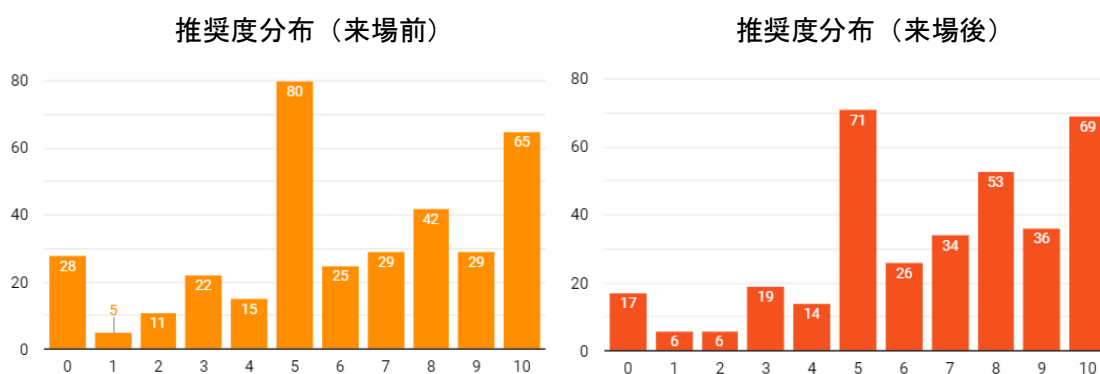
		来場後						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
来場前	①	13	1	0	1	4	0	0
	②	1	12	0	4	2	1	0
	③	0	0	17	2	0	1	0
	④	0	0	1	114	15	12	0
	⑤	0	1	0	0	53	8	2
	⑥	0	0	0	0	2	45	5
	⑦	0	0	0	0	2	0	32

※①：全く当てはまらない～④：どちらともいえない～⑦：非常に当てはまる

※表内の数値は該当する回答者の人数

⑥ 居住の推奨意向

- 来場前後において、「5点」が80件、71件といずれも最多となった。これは前述のとおり、非居住者に対しても居住に関する質問をしたことによる影響と思われる。
- 来場前後の回答の変化は、「批判者（0～6点）」から「中立（7、8点）」への変化が23件と、一定の改善傾向が見られた。



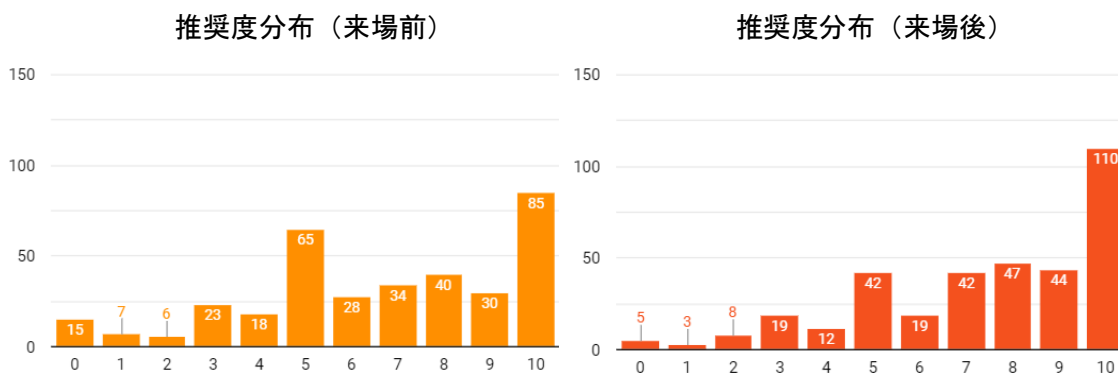
同一回答者における来場前後での回答の変化（人）

		来場後										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
来場前	0	17	1	0	3	0	5	0	1	0	1	0
	1	0	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	2	0	1	6	1	1	1	0	1	0	0	0
	3	0	0	0	14	3	1	0	2	1	0	1
	4	0	0	0	0	10	2	3	0	0	0	0
	5	0	0	0	0	0	61	5	6	6	0	2
	6	0	0	0	0	0	0	18	4	2	1	0
	7	0	0	0	0	0	1	0	20	7	2	0
	8	0	0	0	0	0	0	0	0	38	4	0
	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	31	1
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	65

※表内の数値は該当する回答者の人数

⑦ 訪問の推奨意向

- 来場前は「10点」が85件、「5点」が65件であったが、来場後は「0～6点」が減少し「7～10点」が増加しており、「10点」は110件となった。
- 来場前後の回答の変化は、「批判者（0～6点）」から「中立（7、8点）」への変化が32件、「推奨者（9、10点）」への変化が22件、「中立」から「推奨者」への変化が18件と、区分を超える意識の変容が顕著に見られた。



同一回答者における来場前後での回答の変化（人）

		来場後										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
来場前	0	5	0	1	2	0	2	0	0	1	0	4
	1	0	3	1	1	0	2	0	0	0	0	0
	2	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	1	15	0	1	0	2	1	2	1
	4	0	0	0	0	12	1	2	2	0	0	1
	5	0	0	0	0	0	37	2	10	9	2	7
	6	0	0	0	0	0	1	15	4	3	2	3
	7	0	0	0	0	0	0	0	24	3	4	3
	8	0	0	0	0	0	0	0	0	31	6	5
	9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	27	2
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	84

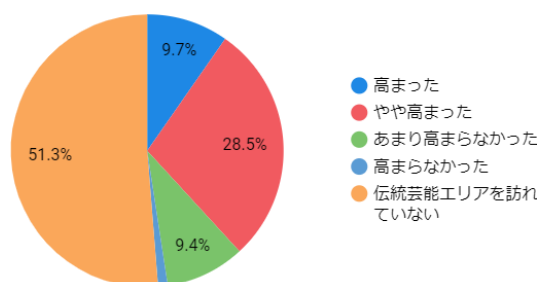
※表内の数値は該当する回答者の人数

(4) 伝統芸能エリアに関すること

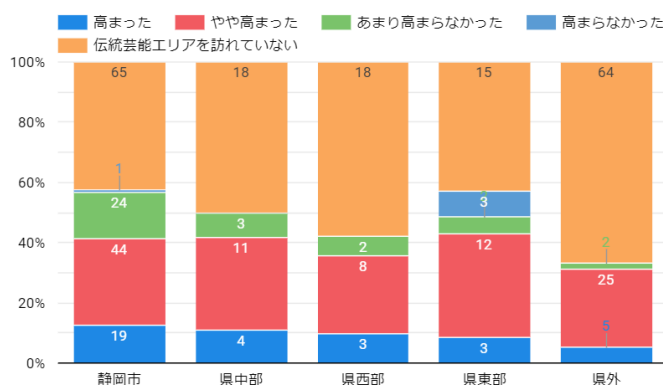
「伝統芸能エリアでの鑑賞・体験を通じて、「地域の祭り・伝統芸能」への興味・関心が高まったか」という質問により、まつりによる意識の変化を確認した。

- 「高まった」が10%、「やや高まった」が29%となり、伝統芸能エリアを訪れた方の8割程度は関心を高めていた。
- 一方で、「訪れていない」の割合が51%と半数を超えていた。
- 居住地別、年代別に大きな差は見られないが、**市外及び若年層**は「訪れていない」の割合がやや高くなる傾向が見られた。

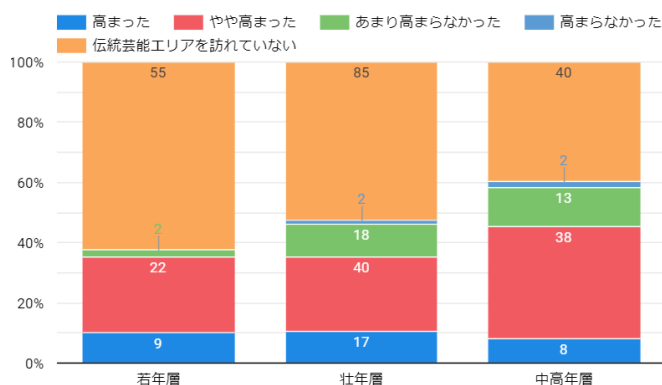
項目別回答数及び回答割合



項目別・居住区分別回答数及び回答割合



項目別・年代区分別回答数及び回答割合



(5) 消費額

本調査では、消費額が過大となる問題を回避するため、項目ごとに「消費した合計額」と「当該金額が何人分か」に分けて質問し、1人あたりの消費額を算出している。分析にあたり、「消費した合計額＞0円」かつ「当該金額が何人分か＝0人」の回答については、金額を0円に補正した。

① 全体

- 本調査の回答における総額は、飲食代 1,184,400 円が最も高く、次いで交通費 1,181,400 円であった。1人あたり平均は交通費 2,464 円が最も高く、次いで飲食代 2,086 円であった。

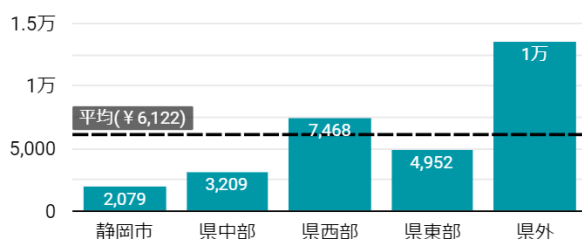
項目別消費額の内訳

(円)

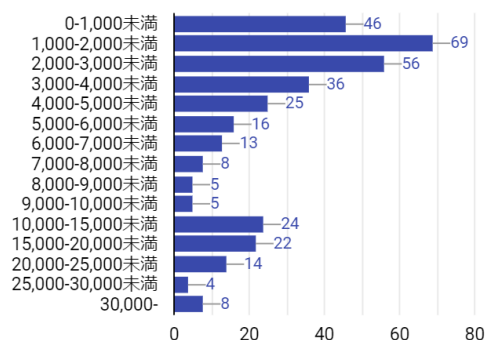
項目	総額	1人あたり平均			
		全体	市内	市外県内	県外
交通費	1,181,400	2,464	345	1,620	6,736
宿泊費	334,500	617	43	585	1,567
飲食代	1,184,400	2,086	1,277	1,975	3,495
土産代	413,600	754	280	604	1,668
入館料・体験料	56,400	123	105	136	138
その他	9,500	78	29	183	47
合計	3,179,800	6,122	2,079	5,103	13,651

- 居住地別平均消費額は、**県外**が最も大きかった。
- 1人あたり消費額の分布は、3,000 円未満が全体の約半数を占めている。一方で、1万円以上の消費も2割程度存在しており、最高額は 46,333 円であった。

居住区分別1人あたり平均消費額

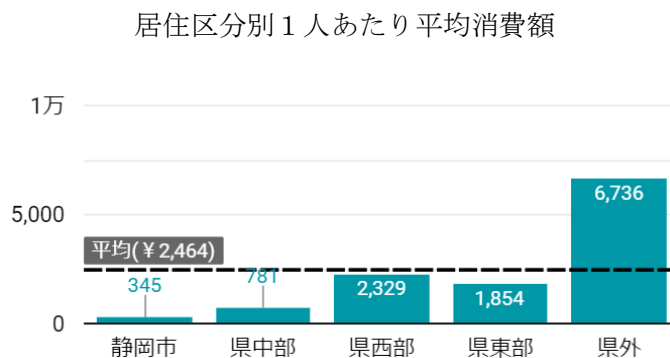


1人あたり消費額頻度分布



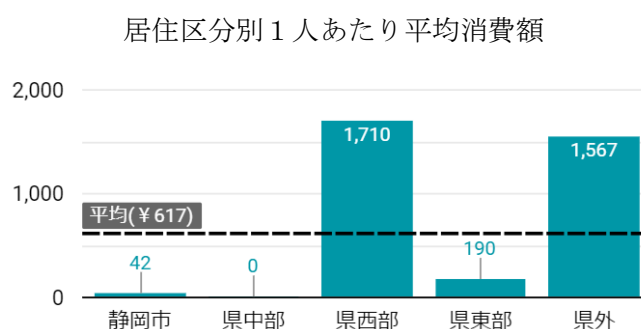
② 交通費

- 静岡市までの交通費を含むこともあり、**県外**が6,736円と最も高かった。



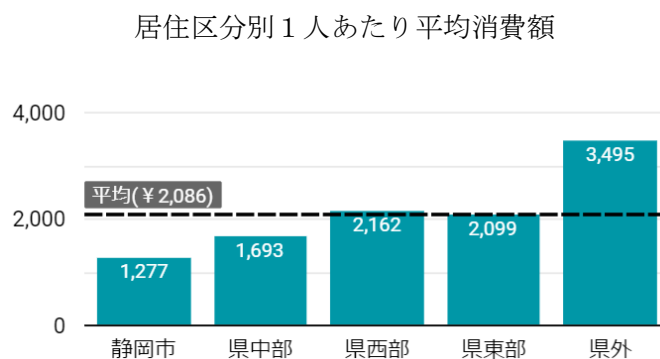
③ 宿泊費

- **県西部**が1,710円で、次いで**県外**が1,567円となった。



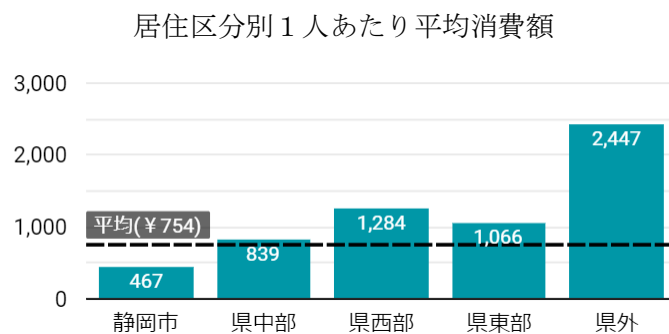
④ 飲食代

- **県外**が3,495円と最も高く、遠方からの来場者が高い傾向となった。



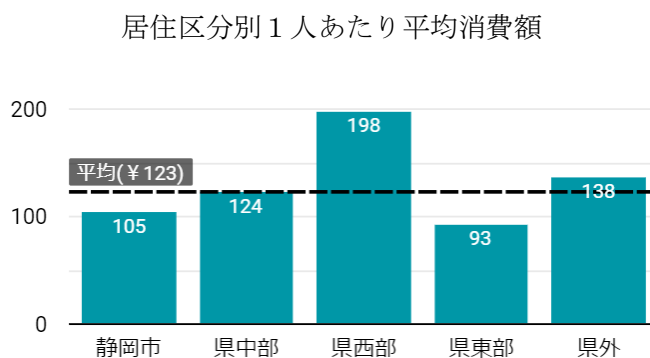
⑤ 土産代

- 県外が 2,447 円と最も高く、飲食代同様に遠方からの来場者が高い傾向となった。



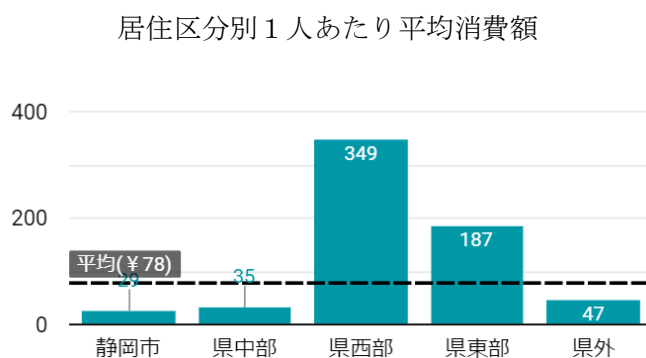
⑥ 入館料・体験料

- 他の項目に比べ全体的に消費額は低かった。



⑦ その他

- 他の項目に比べ全体的に消費額は低かった。

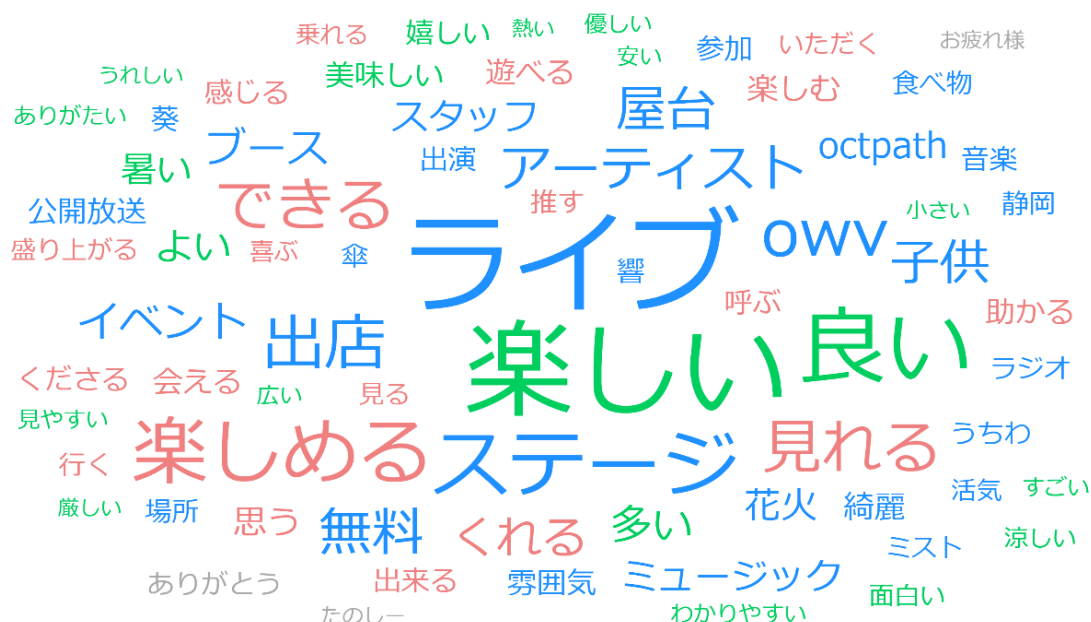


(6) 駿府城夏まつりへの意見感想

① 良かったこと

ミュージックステージへの意見が最も多かった。出店については数の多さと種類の豊富さが評価を得ており、数件だがご当地グルメや地元企業の出店への言及もあった。子供が無料で遊べる体験ブースが多くあったことも好評であった。なお伝統芸能に関する言及は見られなかった。

- ライブ・ステージ… ライブが豪華、熱いステージに感動 (115 件)
- 出店・屋台… 屋台や出店のジャンルの幅の広さ (65 件)
- 無料… 子供向けの無料遊び場、葵舟が無料 (31 件)
- 子供… 子供も楽しめる企画が多かった (29 件)



【ワードクラウド図】 ※青字…名詞、赤字…動詞、緑字…形容詞、黒字…感動詞

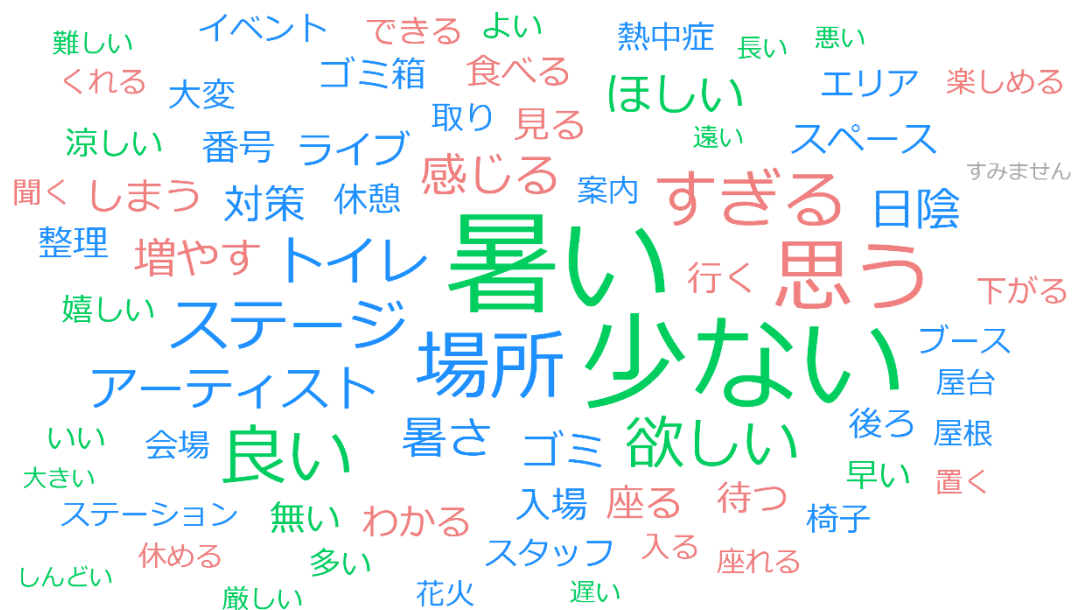
出典：ユーザーローカル AI テキストマイニングによる分析 (<https://textmining.userlocal.jp/>)

② 不便・残念だったこと

暑さに関するコメントが最も多く、日陰が少ないなど対策への指摘のほか、自然現象は仕方ないので時期変更を提案するといった意見もあった。

ライブステージが全アーティスト共通の整理番号だったため、目当てのアーティストまで何時間も待ち続け、まつり会場は楽しめなかったという意見や、後半の場所取り組に最前列を埋めつくされ前半のステージも見えなかったという意見など、ステージの運営に関する声も多く見られた。また当日券のルールについても浸透しきっておらず混乱が見られた。

- 暑い・暑さ … 暑すぎる、時期の変更を検討しては (88 件)
- 少ない … 日陰、トイレ、休憩所、ゴミ箱、出店など (62 件)
- ステージ … 何時間もステージの場所取りをしていた (35 件)
- アーティスト … アーティストごと入れ替え制だとよかった (25 件)



【ワードクラウド図】 ※青字…名詞、赤字…動詞、緑字…形容詞、黒字…感動詞

出典：ユーザーローカル AI テキストマイニングによる分析 (<https://textmining.userlocal.jp/>)

(7) 推奨度と主な設問の相関関係

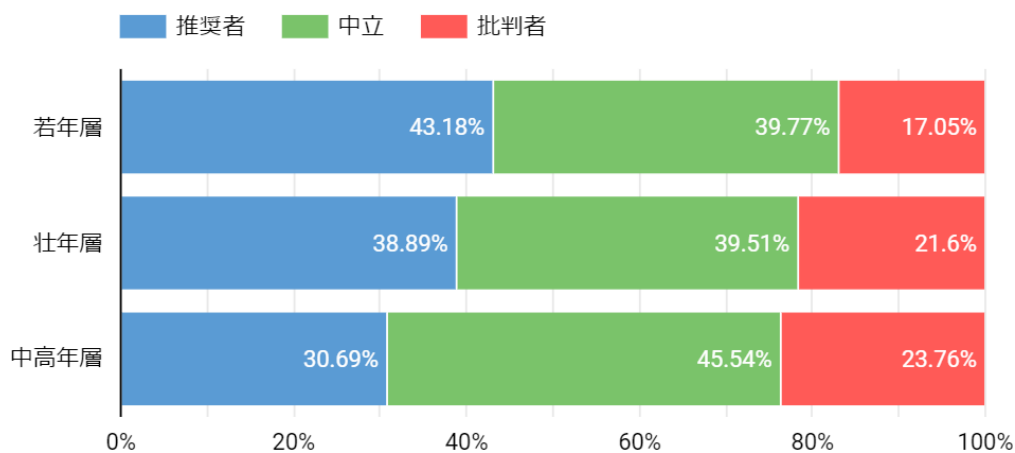
「2-3. 駿府城夏まつりを親しい友人や同僚に薦める可能性は10点満点中の何点ですか。」の設問について、NPSの算出方法に準じて、回答者を「批判者（0～6点）」「中立（7～8点）」「推奨者（9～10点）」の区分に整理し、NPS及び推奨度区分と他の設問の回答内容を比較した。なおNPSは回答数が少ないほど極端な数値を取る傾向があるため、回答数が少ない項目には言及しない場合がある。

① 年代 × 推奨度

- NPSは若年層が26.1で最も高く、若い年代ほど値が高くなる傾向が見られた。
- 若年層と壮年層では、「中立」の割合は同程度だが、「推奨者」と「批判者」の構成比率が異なることでNPSにも差が生じていた。

年代区分別NPS及び推奨度区分構成比

年代	回答数	NPS	Δ
1. 若年層	88	26.1	7.1 ↑
2. 壮年層	162	17.3	12.2 ↑
3. 中高年層	101	6.9	1.3 ↑
総計	351	16.5	8.8 ↑

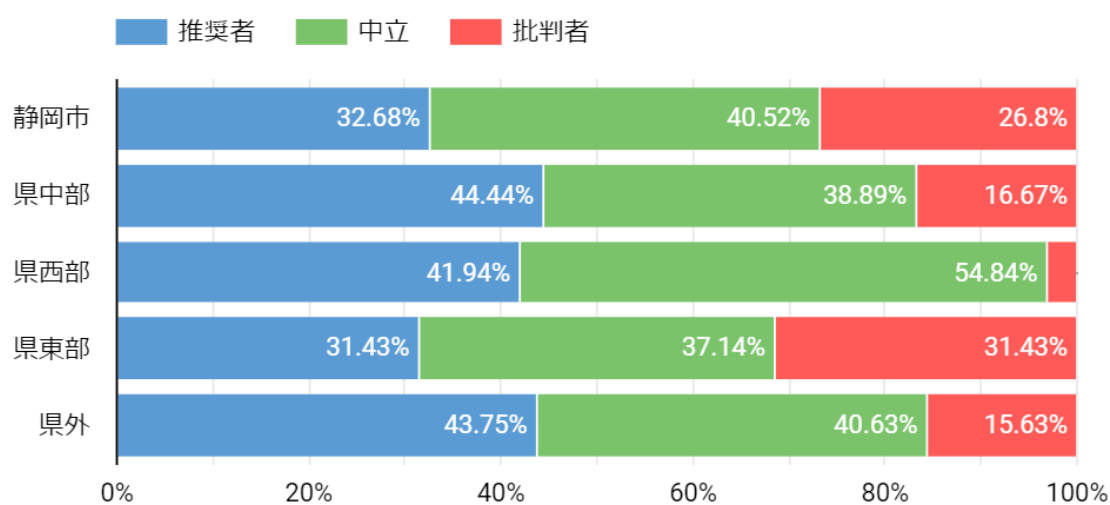


② 居住地 × 推奨度

- NPSは県西部が38.7で最も高かった。静岡市は5.9と市外に比べ低い傾向だが、昨年よりも値は増加した。
- 静岡市と県外は、中立の割合は同程度であるが、県外は「推奨者」の割合が高いことから、NPSには差が出る結果となった。

居住区分別NPS及び推奨度区分構成比

居住地	回答数	NPS	Δ
1. 静岡市	153	5.9	3.1
2. 県中部	36	27.8	31.9
3. 県西部	31	38.7	5.4
4. 県東部	35	0.0	-6.3
5. 県外	96	28.1	-8.5
総計	351	16.5	8.8

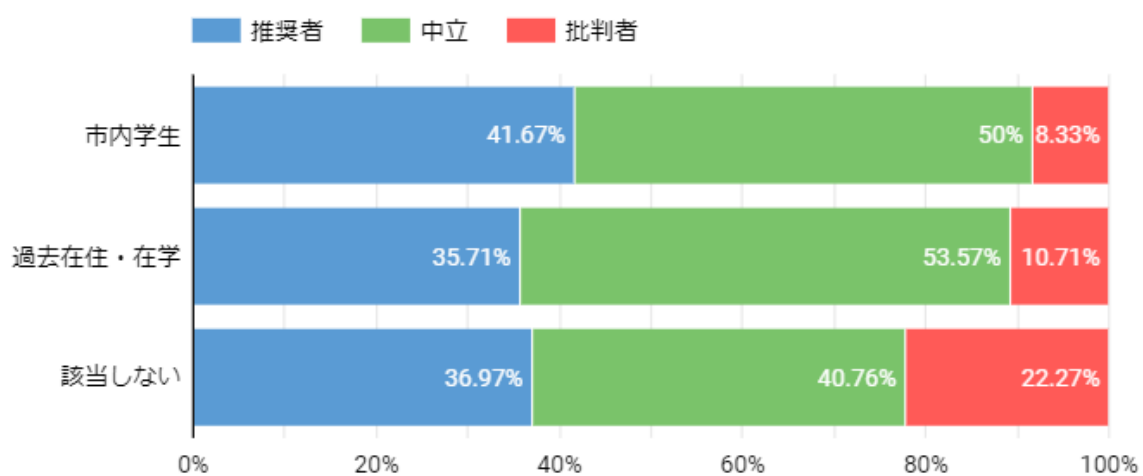


③ ターゲット × 推奨度

- ターゲットに該当する者は、該当しない者に比べNPSが高い傾向が見られた。
- 過去在住・在学の者は、該当しない者に比べ「批判者」の割合が低いことにより、NPSは高い値を示した。

ターゲット該当区分別NPS及び推奨度区分構成比

ターゲット	回答数...	NPS
1. 市内学生	24	33.3
2. 過去在住・在学	28	25.0
3. 該当しない	238	14.7
総計	290	17.2



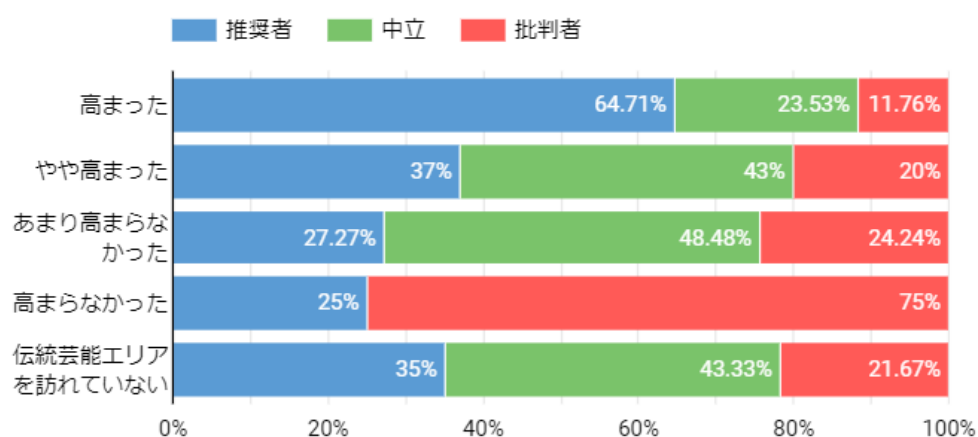
※有効回答数 290

④ 伝統芸能 × 推奨度

- 伝統芸能エリアを訪れ関心が高まった者は、高まらなかった者及びエリアを訪れていない者に比べNPSが高い傾向が見られた。

伝統芸能への関心区分別NPS及び推奨度区分構成比

伝統芸能関心	回答数	NPS
1. 高まった	34	52.9
2. やや高まった	100	17.0
3. あまり高まらなかった	33	3.0
4. 高まらなかった	4	-50.0
5. 伝統芸能エリアを訪れていない	180	13.3
総計	351	16.5



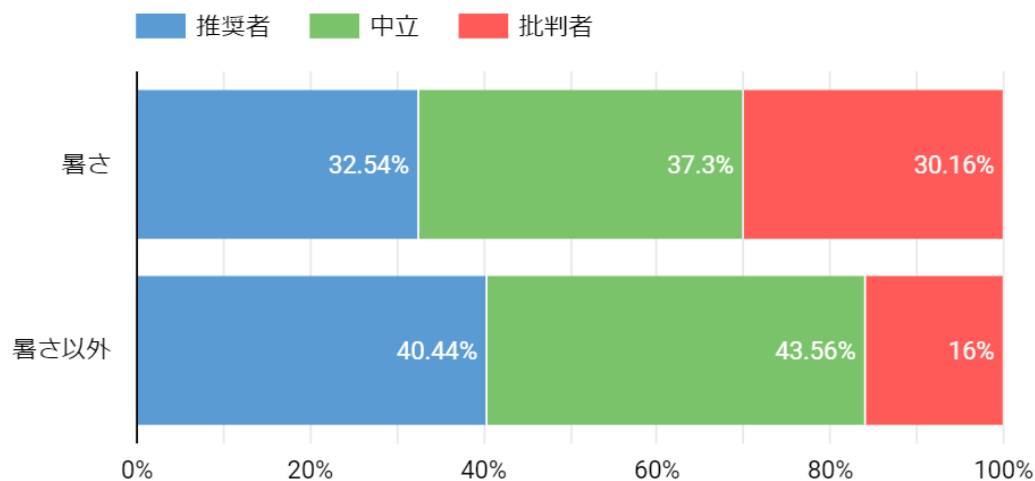
⑤ 暑さ × 推奨度

「2-5. 駿府城夏まつりで不便・残念だったこと」の回答において、「暑い」「日影がない」「屋根が欲しい」など暑さに関するネガティブな意見を含む回答を暑さに関するものと区分し、推奨度を確認した。

- 区分が暑さの場合には「批判者」の割合が30%と高い傾向を示した。NPSは区分が暑さの場合に2.4、暑さ以外の場合に24.4と差が見られた
- イベントの内容そのものの満足感のみならず、暑さという外的要因が推奨度を押し下げている可能性が示唆される。

暑さへの回答区分別NPS及び推奨度区分構成比

区分 ▲	回答数	NPS
1. 暑さ	126	2.4
2. 暑さ以外	225	24.4
総計	351	16.5



3. 駿府城夏まつりに関するインターネット検索の動向

- 「駿府城夏まつり」はトレンド表示が出来ないため、「駿府城」で検索したところ、駿府城夏まつりのあった 8/17～18 は今年 7～8 月で最も検索が多く、平時の 3 倍超の水準となった。
- 過去 1 年間では、前年の駿府城夏まつり 2023 (8/19～20) 期間が最も高く、駿府城夏まつり 2024 期間は前年と比べ 9 割程度の水準であった。第 68 回静岡まつり (4/5～7) 期間にも検索の増加が認められた。

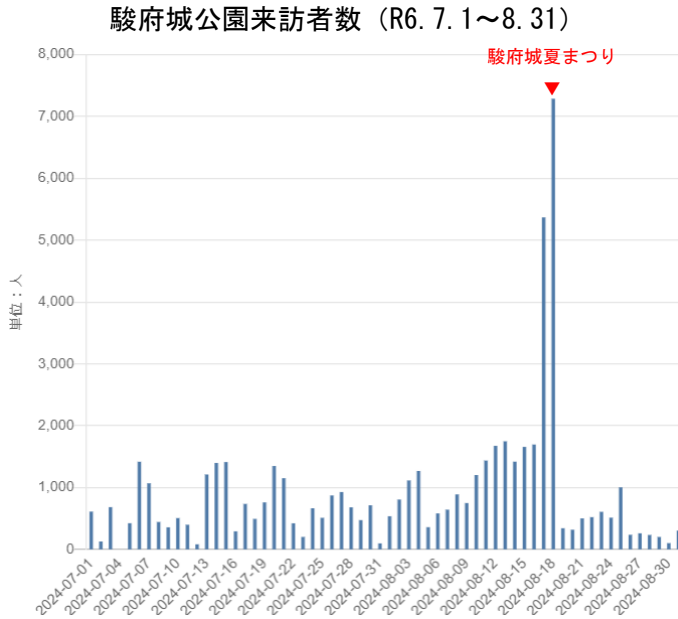
検索キーワード「駿府城」の人気度動向 (R5. 8. 1～R6. 8. 31)



出典 : Google トレンドを用いて当財団調べ

4. 人流（GPS）分析

- 今年7～8月のGPS分析における来訪者数は、8/18が7,284人で最高、次いで8/17の5,366人となった。これは平時の最高値と比べて約3倍程度の水準であった。
- 来訪者の発地は、富士市、浜松市中央区、沼津市、磐田市、富士宮市など県内西部・東部が上位に見られた。



発地別駿府城公園来訪者数（R6. 7. 1～8. 31）

発地	来訪者数	シェア
静岡県富士市	4,061	17.8%
静岡県浜松市中央区	3,383	14.9%
静岡県沼津市	2,270	10%
静岡県磐田市	1,667	7.3%
静岡県富士宮市	1,476	6.5%
静岡県島田市	1,388	6.1%
静岡県三島市	1,095	4.8%
愛知県岡崎市	781	3.4%
静岡県藤枝市	700	3.1%

出典：静岡県観光協会「データ分析・収集プラットフォーム」

※発地：直近2か月間での夜間滞在場所の出現日数/頻度が一定を上回る250mメッシュを定義

※来訪者数：発地から20km以上離れ、かつ位置情報ログ（5～15分間隔で取得）が勤務地域ではない

5. 総括

今回の駿府城夏まつりは、「若者のふるさと回帰」をテーマに、帰省する若者や市内に在住・通学する学生へのターゲティング、地域の祭り・伝統芸能とのハブ、シビックプライドの醸成などをコンセプトに据え、従来とは大きく企画を変更し開催された。

前年に比べNPSは上昇し、来場者属性には変化が見られ、来場前後においてシビックプライドの指標数値が向上するなど、アプローチの効果は本調査でも明確に認められた。

一方で、イベントを契機とした地域の祭り・伝統芸能への水平展開については課題が残った。

主要項目についての総括を以下に記す。なお本調査は来場者向けのものであるため、別の実施された実行委員会学生向けの調査結果等とあわせ、効果検証や今後の企画等に活用されたい。

(来場者の属性)

- ▶ 昨年と比較して割合の増加傾向が見られた要素は次のとおりである。

項目	要素	増加 Pt
性別	女性	7
年代	20代	7
同行者人数	1人	10
居住地	関東地方	11

- ▶ ここから想像できるペルソナとしては、ライブのために1人でも地方へ遠征する趣味をもつ若年層女性が、今回実施したミュージックステージのアーティストを”追っかけ”て来静した、といった例が考えられる。(ただし実際には、単一回答者で全要素を満たすのは3名(全体の1%未満)である点に注意)
- ▶ 出演するアーティストを大幅に見直し、若年層の関心を静岡市へ向けるアプローチが、来場者属性の変化という形で表れているものと思われる。

(シビックプライド)

- ▶ 本調査に使用した全指標において、来場前に比べ来場後の値は増加しており、シビックプライド醸成に対する効果が認められた。特に若年層対しては、比較的高い効果が上がっていた。
- ▶ 指標のうち、特に「愛着」及び「訪問推奨意向」に対して、比較的高い効果が上がっていた。

(伝統芸能エリア)

- エリアを訪れた方については関心の高まりが認められたものの、過半数が「エリアを訪れていない」という結果となった。
- 特に市外・若年層が「訪れていない」割合が高く、これはミュージックステージを主目的として来場し、かつステージに留まらざるを得ない仕組みだったために会場内を周遊しなかったことが原因として推察される。
- 伝統芸能エリアそのものの効果は確認できたため、他のコンテンツとの関連強化や、会場内周遊の促進により、伝統芸能との接点を増やすことで更に関心を増やすことが期待できる。

(推奨度)

- 若年層、市外居住者、伝統芸能の関心が高まっている者などは、高い推奨度を示す傾向が見られ、本イベントがターゲットとしている層に対して一定の効果が上がっているものと推察される。
- 一方で、暑さという外的要因の悪影響は無視することができないと思われる。次回開催にあたっては、日陰・休憩所の確保や時期変更などの対応を検討することが望ましい。

駿府城夏まつり

8月17日(土)~18日(日)
14:00~20:00 飲食料 駿府城公園

アツい夏
ここに
参城!!

SUMPUJO NATSU MATSURI 2024

ON STAGE SHIZUOKA

HP <https://sumpujo-natsumatsuri.com>

X [sumpujo_natsu](#) Instagram [sumpujo_natsu](#) TikTok [sumpujo_natsu](#)

問い合わせ 静岡新聞社・静岡放送 ビジネスプランニングセンター TEL.054-281-9010 (土日祝を除く9:00~17:00)

主催 駿府城夏まつり実行委員会 (静岡市、静岡商工会議所、静岡新聞社・静岡放送)

●熱中症の対策をお願いします。

駿府城まつり 2024
来場者アンケート調査等
報告書

2024（令和6）年9月

公益財団法人するが企画観光局
（地域連携DMO）

〒420-0837 静岡市葵区日出町1-2 TOKAI 日出町ビル9階

T E L 054-204-6677（調査戦略担当）

F A X 054-205-3639

M A I L info@suruga-mtb.or.jp