

第69回 静岡まつり 来場者アンケート調査等 報告書



2025（令和7）年6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. 調査結果 | 6 |
| (1) 来場者の属性 | 6 |
| ① 性別 | 6 |
| ② 年代 | 7 |
| ③ 居住地 | 8 |
| ④ 同行者の人数（回答者本人を含む） | 9 |
| ⑤ 主な同行者 | 10 |
| (2) 静岡まつりに関すること | 11 |
| ① 静岡まつりへの来訪回数 | 11 |
| ② 静岡まつりへの来訪日 | 12 |
| ③ 静岡まつりを訪れるきっかけとなった情報源（複数回答可） | 14 |
| ④ 静岡まつりの目当て（複数回答可） | 15 |
| ⑤ 実際に訪れたコンテンツ（複数回答可） | 17 |
| ⑥ 静岡まつりへの参加形式 | 19 |
| ⑦ 静岡まつりの親しい知人への推奨度 | 20 |
| ⑧ イベントの構成要素に対する満足度 | 22 |
| (3) 今回のお出かけ全体に関すること | 23 |
| ① 行程 | 23 |
| ② 宿泊先（日帰りを除く） | 24 |
| ③ 利用施設（複数回答可） | 25 |
| ④ 静岡市内での1人分の消費額 | 26 |
| ⑤ 交通手段（会場にたどり着くのに最後に利用したもの） | 28 |
| (4) 静岡まつりへの意見感想 | 29 |
| ① 特に良かったこと | 29 |
| ② 不便を感じたこと | 30 |
| (5) NPSの向上に向けた要因分析 | 31 |
| ① イベントの構成要素がNPSに与える影響 | 31 |
| ② コンテンツがコンテンツ満足度に与える影響 | 32 |
| ③ 「大御所花見行列の参加の有無」に影響を与える要因 | 34 |
| (6) 消費額の向上に向けた要因分析 | 35 |
| ① イベントの構成要素が一人当たりの消費額に与える影響 | 35 |
| 3. 静岡まつりに対する関心 | 36 |
| (1) 静岡まつりに対する想起 | 36 |
| (2) インターネット（Googleトレンド） | 37 |
| 4. インバウンド | 39 |
| (1) 居住国 | 39 |
| (2) 静岡まつりの親しい知人への推奨度 | 40 |
| (3) 来訪のきっかけ | 41 |
| (4) よかった点 | 42 |

| | |
|---------------------|----|
| 5. その他 | 43 |
| (1) アンケートの回答契機..... | 43 |
| 6. 次回のイベントに向けて..... | 44 |

1. 調査の概要

(1) イベントの概要

| | |
|------|---|
| 名 称 | 第 69 回静岡まつり |
| 内 容 | <p>静岡まつりは、遥か今川時代以前より駿河の大祭とされた 450 年以上の歴史と伝統がある浅間神社の「廿日会祭」に呼応して、昭和 32 年から始まった市民のまつりです。</p> <p>「ここ駿府で徳川家康公が家臣を連れて花見をした」という故事にちなみ、「大御所花見行列」をメインに、桜の花の咲く頃のまつりとして市民に親しまれています。</p> <p>第 40 回からは、「静」から「動」へ、「見る」から「参加する」まつりへと大きく変わり、城下総踊りの「夜桜乱舞」が誕生。「駿府登城行列」が始まりました。</p> <p>会場となる駿府城公園や静岡市中心街では、様々なまつりが繰り広げられ、多くの人で賑わいます。</p> <p>主な催し 大御所が「花見に行こう」と呼びかける【前夜まつり】 大御所の呼びかけに応じて駿府城をめざす【駿府登城行列】 大御所とともに花見に出かける【大御所花見行列】 花見の宴を盛上げる【城下総踊り夜桜乱舞・城下桜踊り】 そのほか、 城下あげてのおまつり会場【青葉会場】と 駿府城内のおまつり会場【駿府城会場】にて ステージをはじめとするさまざまな催しが企画されています。</p> <p style="text-align: right;">引用：静岡まつり公式ウェブページ</p> |
| 日 時 | 2025（令和 7）年 4 月 4 日（金）～4 月 6 日（日） |
| 会 場 | 駿府城会場、青葉会場、追手町会場 他 |
| 参加者数 | <p>約 69 万人 昨年度を約 27 万人下回った</p> <p>（内訳） 4 月 4 日（金） 4 万人 4 月 5 日（土） 45 万人 4 月 6 日（日） 20 万人（主催者調べ）</p> |

| | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|--------------------------------------|------|------|-------------------------|--------------------------|------|------|-------------------------|--------------------------|------|------|------|
| 天 候 | <p>静岡まつり初日の4日(金)は、昼頃から小雨が断続的に降った。5日(土)は天候に恵まれたものの、6日(日)は午前中を中心に雨の予報となり多くの催しが中止となった。</p> <p>桜の満開時期と重なった。(満開4月3日、平年差+1日、昨年差-5日(気象庁))</p> <p>なお昨年(第68回(2024年))は、初日の天候がやや悪かったものの、2日目、3日目は天候に恵まれた。</p> | | | | | | | | | | | | |
| | 日(曜) | 4月4日(金) [17.2°C / 8.3°C] | | | | 4月5日(土) [16.8°C / 6.4°C] | | | | 4月6日(日) [16.0°C / 9.0°C] | | | |
| | 時間 | 0時 | 6時 | 12時 | 18時 | 0時 | 6時 | 12時 | 18時 | 0時 | 6時 | 12時 | 18時 |
| | 天気 | | | | | | | | | | | | |
| | 気温(°C) | 10.4 | 9.1 | 15.8 | 12.0 | 10.2 | 6.9 | 16.1 | 14.7 | 11.2 | 9.5 | 12.3 | 14.5 |
| | 湿度(%) | 92 | 95 | 54 | 79 | 83 | 86 | 40 | 65 | 84 | 91 | 91 | 77 |
| | 降水量(mm) | 0.0 | 0.0 | 1.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 4.5 | 0.0 | 0.0 |
| | 風向・風速(m/s) | 北西 | 北北西 | 南 | 北北西 | 北東 | 西北西 | 南 | 西南西 | 西北西 | 北西 | 北北東 | 南 |
| | | 1.1 | 0.6 | 2.8 | 1.6 | 2.5 | 0.7 | 2.0 | 1.3 | 1.2 | 1.0 | 1.0 | 1.2 |
| | | (参考) 昨年 (満開4月8日、平年差+6日、昨年差+10日(気象庁)) | | | | | | | | | | | |
| 日(曜) | 4月5日(金) [15.8°C/10.6°C] | | | | 4月6日(土) [20.1°C/10.5°C] | | | | 4月7日(日) [22.5°C/14.0°C] | | | | |
| 時間 | 0時 | 6時 | 12時 | 18時 | 0時 | 6時 | 12時 | 18時 | 0時 | 6時 | 12時 | 18時 | |
| 天気 | | | | | | | | | | | | | |
| 気温(°C) | 15.7 | 15.7 | 12.8 | 10.8 | 11.0 | 11.3 | 18.4 | 17.2 | 16.0 | 14.3 | 20.7 | 18.0 | |
| 湿度(%) | 94 | 75 | 87 | 92 | 94 | 95 | 62 | 68 | 83 | 96 | 65 | 85 | |
| 降水量(mm) | 0.0 | 0.0 | 1.0 | 3.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | |
| 風向・風速(m/s) | 北西 | 北北東 | 北東 | 北東 | 北北西 | 北西 | 北東 | 南 | 南 | 北西 | 南 | 南 | |
| | 0.7 | 2.0 | 4.2 | 2.1 | 1.5 | 0.6 | 1.3 | 0.7 | 0.4 | 0.7 | 2.6 | 1.4 | |
| | 出典 : http://www.tvg.ne.jp/george/weather/index.html?city=shizuoka&target=2025-04 | | | | | | | | | | | | |

(2) 調査対象

静岡まつりの来場者 【サンプルサイズ 408】

(3) 調査事項

- ・基本属性 (性別、年代、居住地など)
- ・静岡まつりに関すること (目当て、情報源、推奨度など)
- ・今回のお出かけ全体に関すること (行程、他の利用施設、消費額など)
- ・静岡まつりへの意見・感想

(4) 調査方法

会場の案内所等において、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。また食事処のテーブルなどにチラシを掲示した。来場者は、自身のスマートフォンからQRコードを読み取り、WEBフォームから回答した。

① アンケートチラシ（7,000部）



② 配布場所等

各会場の入り口や案内所にて、上記アンケートチラシを配布した。または食事用テーブルに同チラシを掲出した。



チラシの手渡し



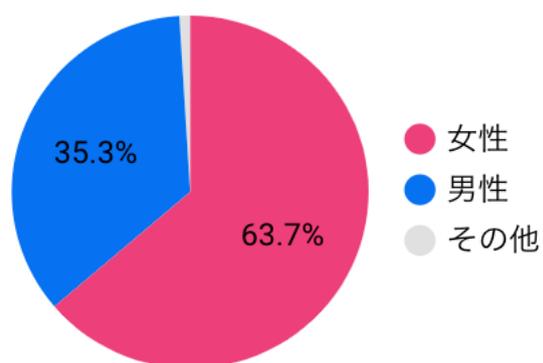
食事用テーブル

2. 調査結果

(1) 来場者の属性

① 性別

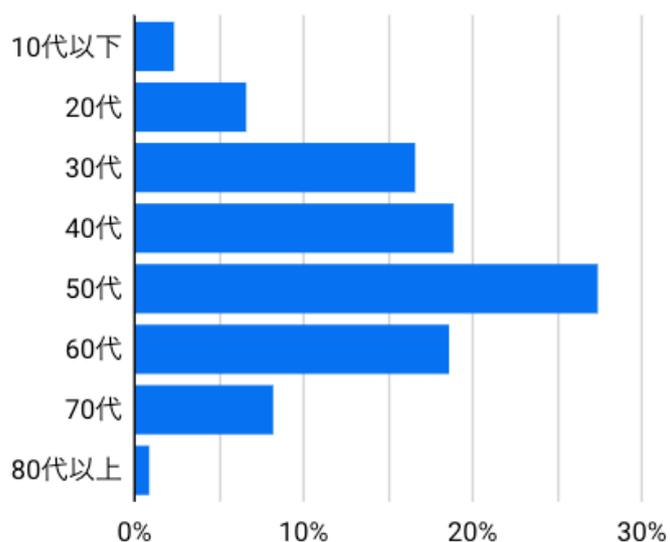
- 「女性」が64%、「男性」が35%の構成となり、女性が多数を占めた。
- 昨年からはほぼ変化していない。



| | | | |
|-----------|------------|-------------|-----------|
| 男性 | 144 | 35% | 0% ↑ |
| 女性 | 259 | 63% | -1% ↓ |
| その他 | 5 | 1% | 1% ↑ |
| 総計 | 408 | 100% | 0% |

② 年代

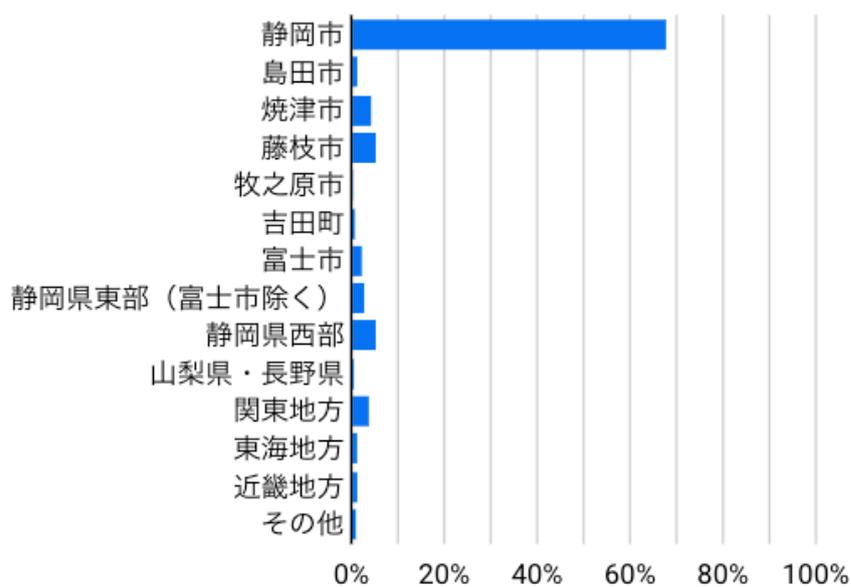
- 「50代」が最も多く27%、次いで「40代」「60代」がそれぞれ19%となり、50代を中心とした分布となった。
- 昨年よりも「50代」の割合が6ポイント増加するなど、中高年層の割合が増加した。一方「10代以下」が5ポイント低下するなど、若年層の割合が低下した。



| | | | |
|-----------|------------|-------------|-----------|
| 10代以下 | 10 | 2% | -5% ↓ |
| 20代 | 27 | 7% | -3% ↓ |
| 30代 | 68 | 17% | -1% ↓ |
| 40代 | 77 | 19% | -1% ↓ |
| 50代 | 112 | 27% | 6% ↑ |
| 60代 | 76 | 19% | 2% ↑ |
| 70代 | 34 | 8% | 3% ↑ |
| 80代以上 | 4 | 1% | -0% ↓ |
| 総計 | 408 | 100% | 0% |

③ 居住地

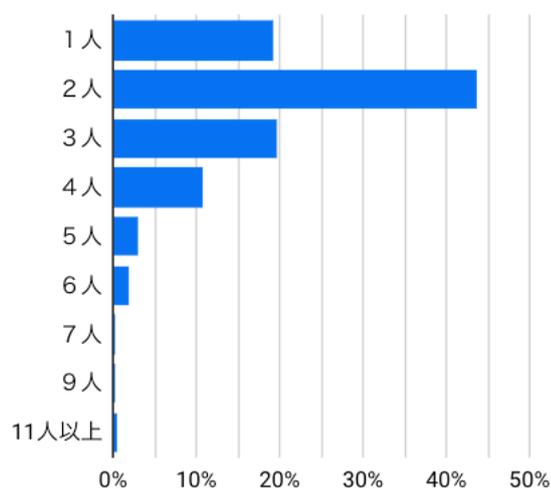
- 市町別では「静岡市」が 68%と最も高く、次いで「藤枝市」が 5%、「焼津市」が 4%の構成となった。
- 静岡県中部地域外では、「静岡県西部」が 5%、次いで「関東地方」が 4%となった。



| | | | |
|---------------|------------|-------------|-----------|
| 静岡市 | 277 | 68% | -2% ↓ |
| 島田市 | 7 | 2% | -0% ↓ |
| 焼津市 | 18 | 4% | 2% ↑ |
| 藤枝市 | 22 | 5% | 2% ↑ |
| 牧之原市 | 1 | 0% | -1% ↓ |
| 吉田町 | 3 | 1% | 0% ↑ |
| 富士市 | 11 | 3% | 2% ↑ |
| 静岡県東部 (富士市除く) | 12 | 3% | -1% ↓ |
| 静岡県西部 | 22 | 5% | -0% ↓ |
| 山梨県・長野県 | 2 | 0% | 0% ↑ |
| 関東地方 | 17 | 4% | -2% ↓ |
| 東海地方 | 5 | 1% | -1% ↓ |
| 近畿地方 | 7 | 2% | 1% ↑ |
| その他 | 4 | 1% | 0% ↑ |
| 総計 | 408 | 100% | 0% |

④ 同行者の人数（回答者本人を含む）

- 「2人」の割合が最も高く44%を占める構成となった。
- 昨年と比較して大きな傾向の変化はない。

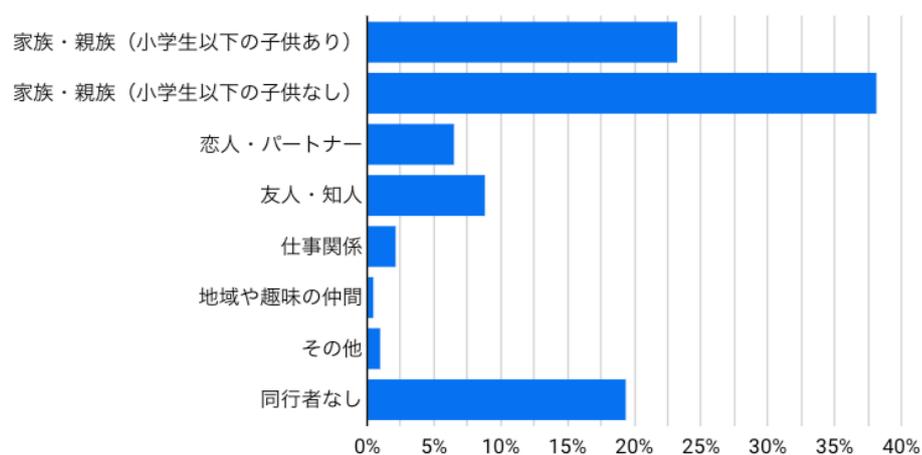


| | | | |
|-----------|------------|-------------|-----------|
| 1人 | 79 | 19% | 2% ↑ |
| 2人 | 179 | 44% | -2% ↓ |
| 3人 | 81 | 20% | 3% ↑ |
| 4人 | 44 | 11% | -3% ↓ |
| 5人 | 13 | 3% | 0% ↑ |
| 6人 | 8 | 2% | 1% ↑ |
| 7人 | 1 | 0% | -0% ↓ |
| 9人 | 1 | 0% | 0% ↑ |
| 11人以上 | 2 | 0% | -0% ↓ |
| 総計 | 408 | 100% | 0% |

※「10人」を選択した回答者は0人であった

⑤ 主な同行者

- 「家族・親族（小学生以下の子供あり）」が23%、「家族・親族（小学生以下の子供なし）」が38%となり、家族・親族が全体の61%を占めた。
- 昨年と比較し、「家族・親族（小学生以下の子供あり）」が6ポイント減少し23%に、「同行者なし」が2ポイント増加の19%となった。

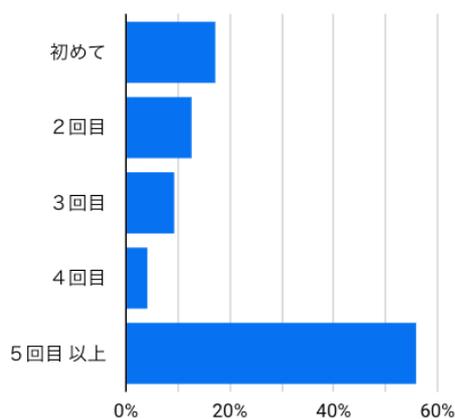


| | | | |
|-------------------|------------|-------------|-----------|
| 家族・親族（小学生以下の子供あり） | 95 | 23% | -6% ↓ |
| 家族・親族（小学生以下の子供なし） | 156 | 38% | 4% ↑ |
| 恋人・パートナー | 27 | 7% | -1% ↓ |
| 友人・知人 | 36 | 9% | -1% ↓ |
| 仕事関係 | 9 | 2% | 1% ↑ |
| 地域や趣味の仲間 | 2 | 0% | - |
| その他 | 4 | 1% | 0% ↑ |
| 同行者なし | 79 | 19% | 2% ↑ |
| 総計 | 408 | 100% | 0% |

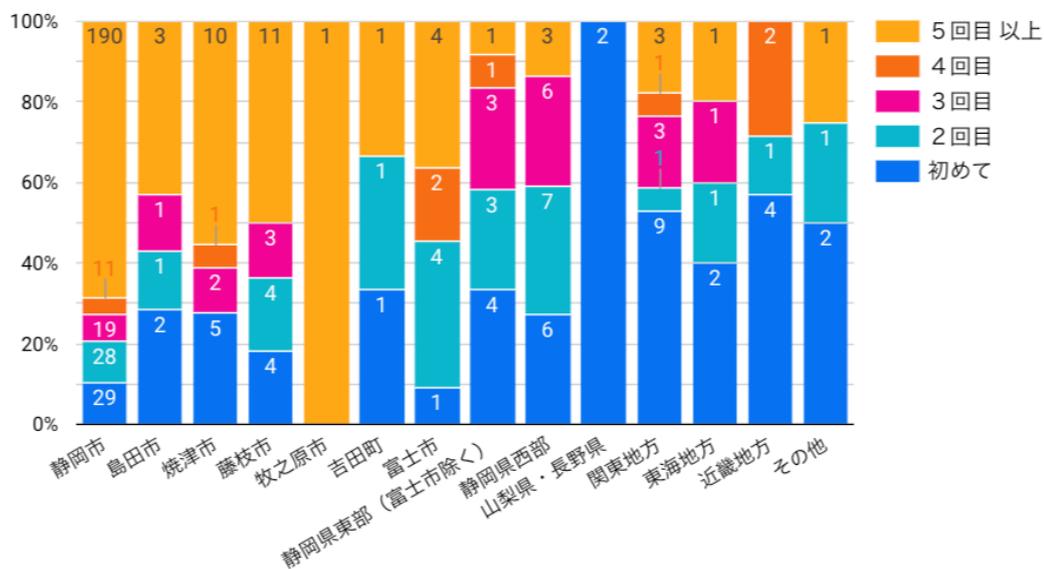
(2) 静岡まつりに関すること

① 静岡まつりへの来訪回数

- 「5回目以上」が58%で最も多く、次いで「初めて」が19%を占めた。
- 静岡市の居住者では、「5回目以上」が69%を占めた。
- 遠方の居住者ほど、来訪回数が少なくなる傾向がある。

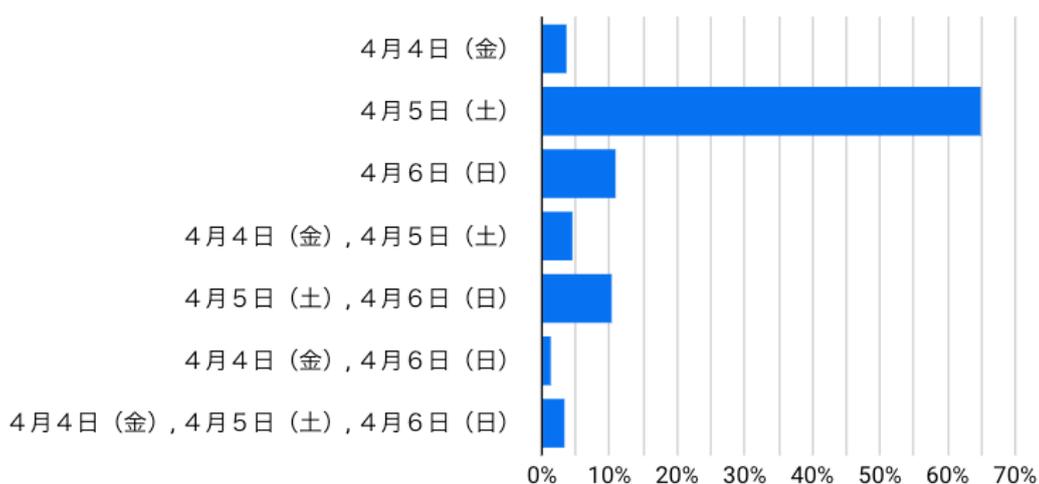


| | | | | |
|----|-------|-----|------|-------|
| 1. | 初めて | 77 | 19% | -1% ↓ |
| 2. | 2回目 | 40 | 10% | 0% ↑ |
| 3. | 3回目 | 39 | 9% | 2% ↑ |
| 4. | 4回目 | 17 | 4% | 1% ↑ |
| 5. | 5回目以上 | 241 | 58% | -3% ↓ |
| 総計 | | 414 | 100% | 0% |



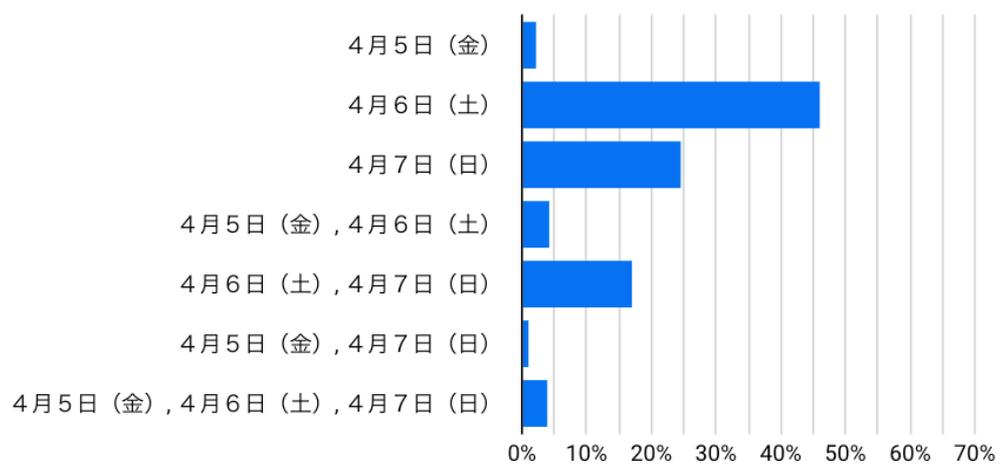
② 静岡まつりへの来訪日

- 3日間のうち天候に恵まれた「4月6日（土）」（2日目）のみの来訪者が65%となった（昨年46%）。
- 単日の参加者が全体の80%を占め、昨年の73%と比較して高くなった。土日の2日間とも参加した方は11%（昨年17%），金土日の3日間全て参加した者は3%（昨年4%）であった。



| | | |
|-------------------------|------------|-------------|
| 4月4日（金） | 15 | 4% |
| 4月5日（土） | 266 | 65% |
| 4月6日（日） | 45 | 11% |
| 4月4日（金），4月5日（土） | 19 | 5% |
| 4月5日（土），4月6日（日） | 43 | 11% |
| 4月4日（金），4月6日（日） | 6 | 1% |
| 4月4日（金），4月5日（土），4月6日（日） | 14 | 3% |
| 総計 | 408 | 100% |

(参考) 昨年

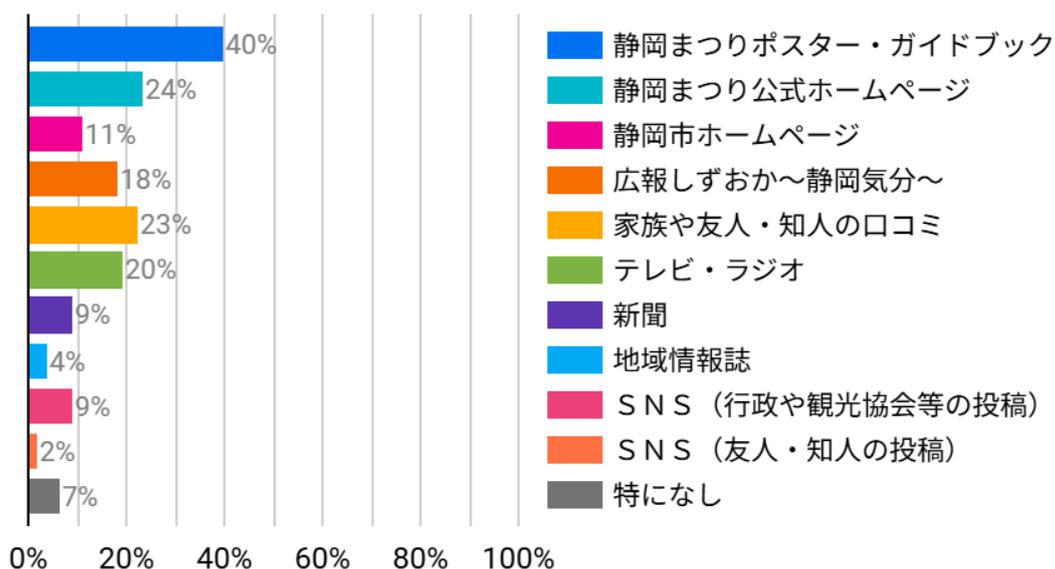


| | | |
|------------------------------|------------|-------------|
| 4月5日 (金) | 10 | 2% |
| 4月6日 (土) | 191 | 46% |
| 4月7日 (日) | 102 | 25% |
| 4月5日 (金), 4月6日 (土) | 18 | 4% |
| 4月6日 (土), 4月7日 (日) | 71 | 17% |
| 4月5日 (金), 4月7日 (日) | 5 | 1% |
| 4月5日 (金), 4月6日 (土), 4月7日 (日) | 17 | 4% |
| 総計 | 414 | 100% |

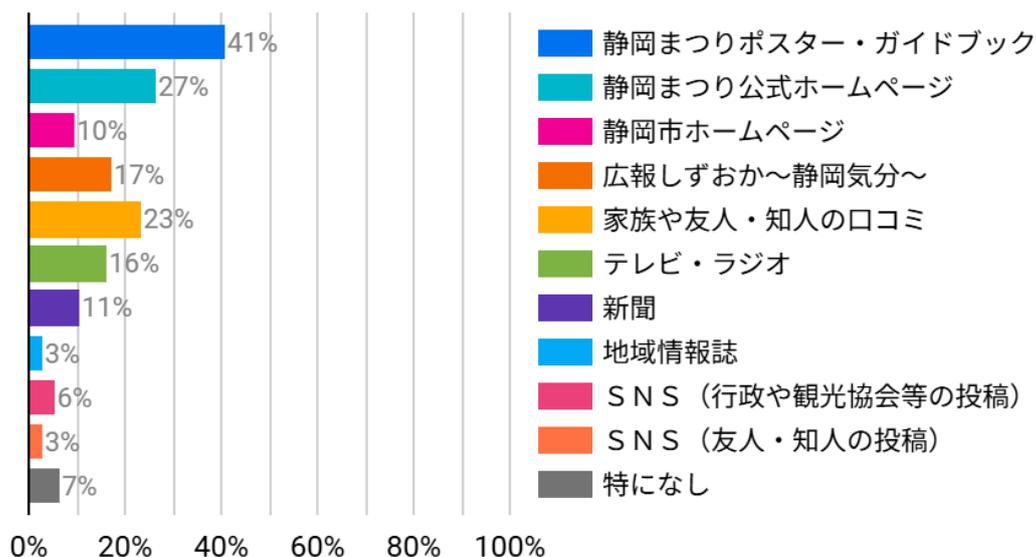
③ 静岡まつりを訪れるきっかけとなった情報源（複数回答可）

- 「静岡まつりポスター・ガイドブック」が40%と最も多く影響力があることがわかった。次いで「静岡まつり公式ホームページ」が24%、「家族や友人・知人の口コミ」が23%となった。
- 昨年と比較し大きな傾向の変化はなかった。

今 年



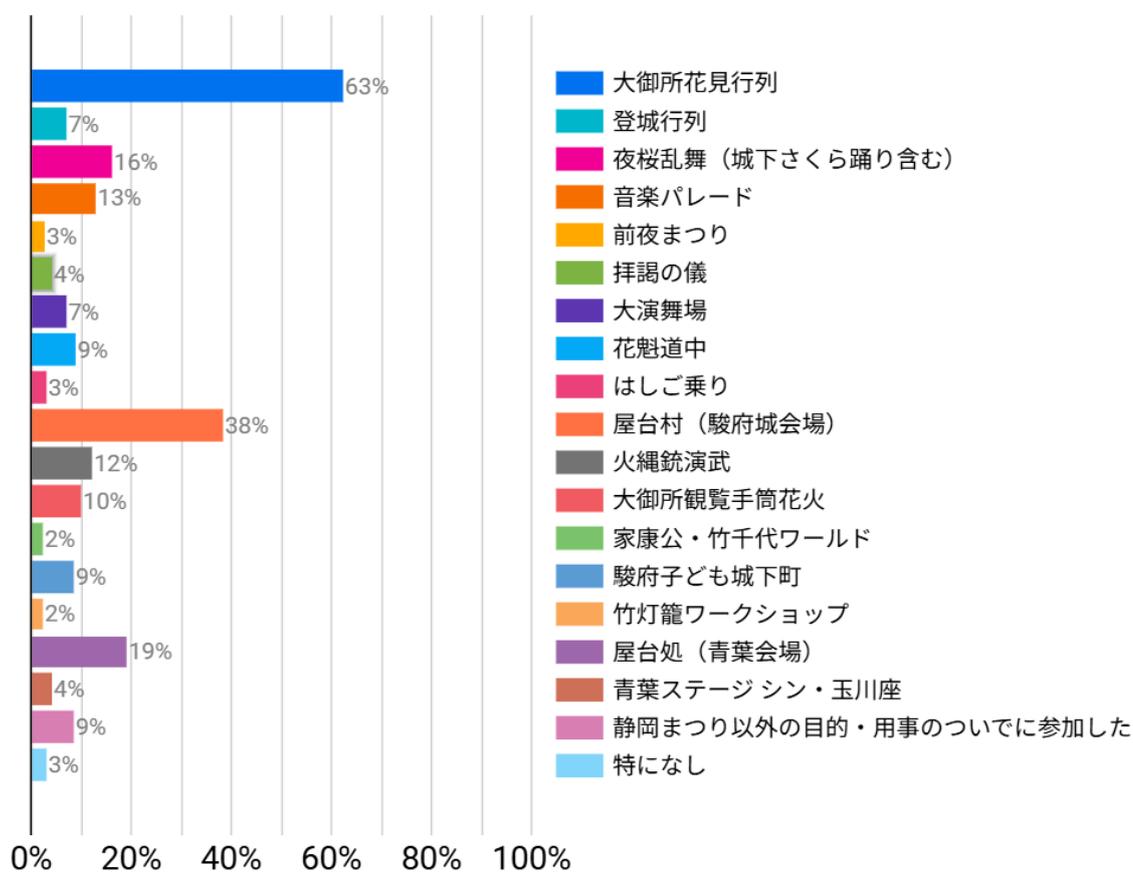
昨 年



④ 静岡まつりの目当て（複数回答可）

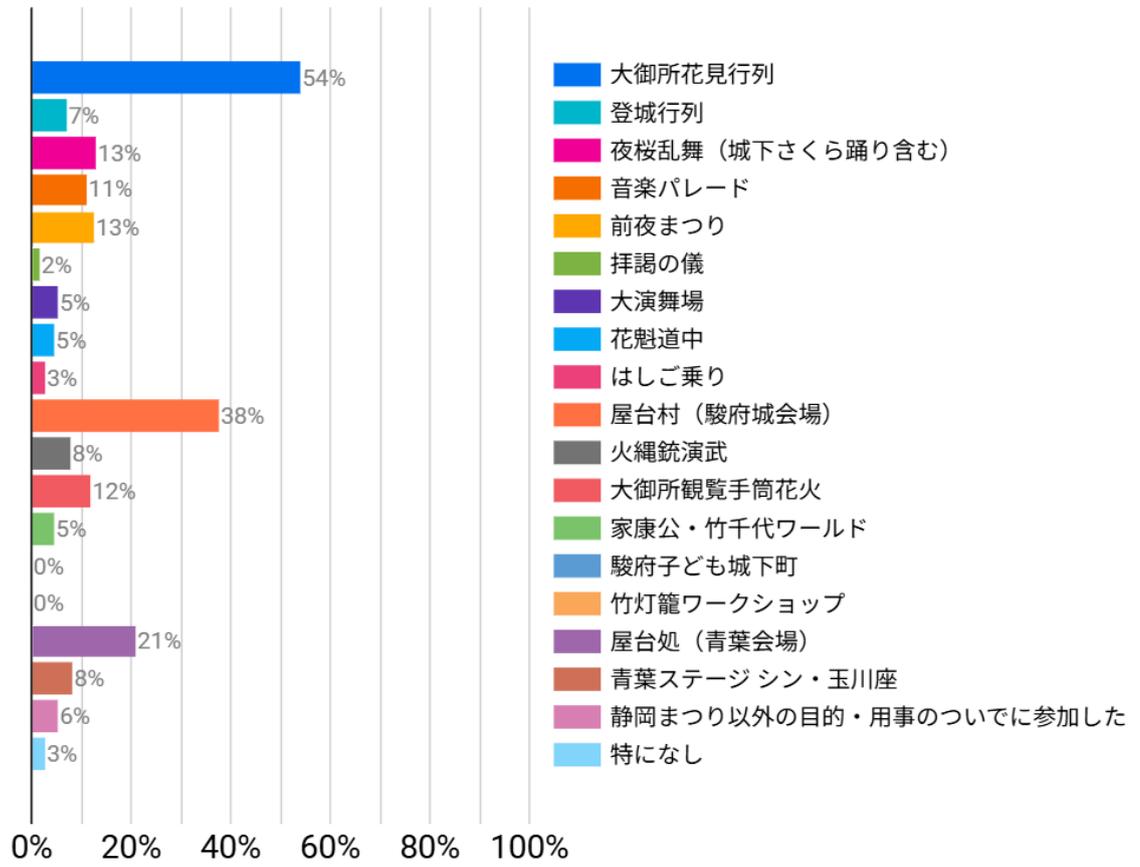
- 「大御所花見行列」が63%と最も高く、昨年の期待(54%)を上回った。次いで「屋台村（駿府城会場）」が38%、「屋台処（青葉会場）」が19%となった。
- 昨年、夜桜ドローン光のショーを実施した「前夜まつり」は、今年は3%となり昨年の13%から10ポイント低下した。

今年



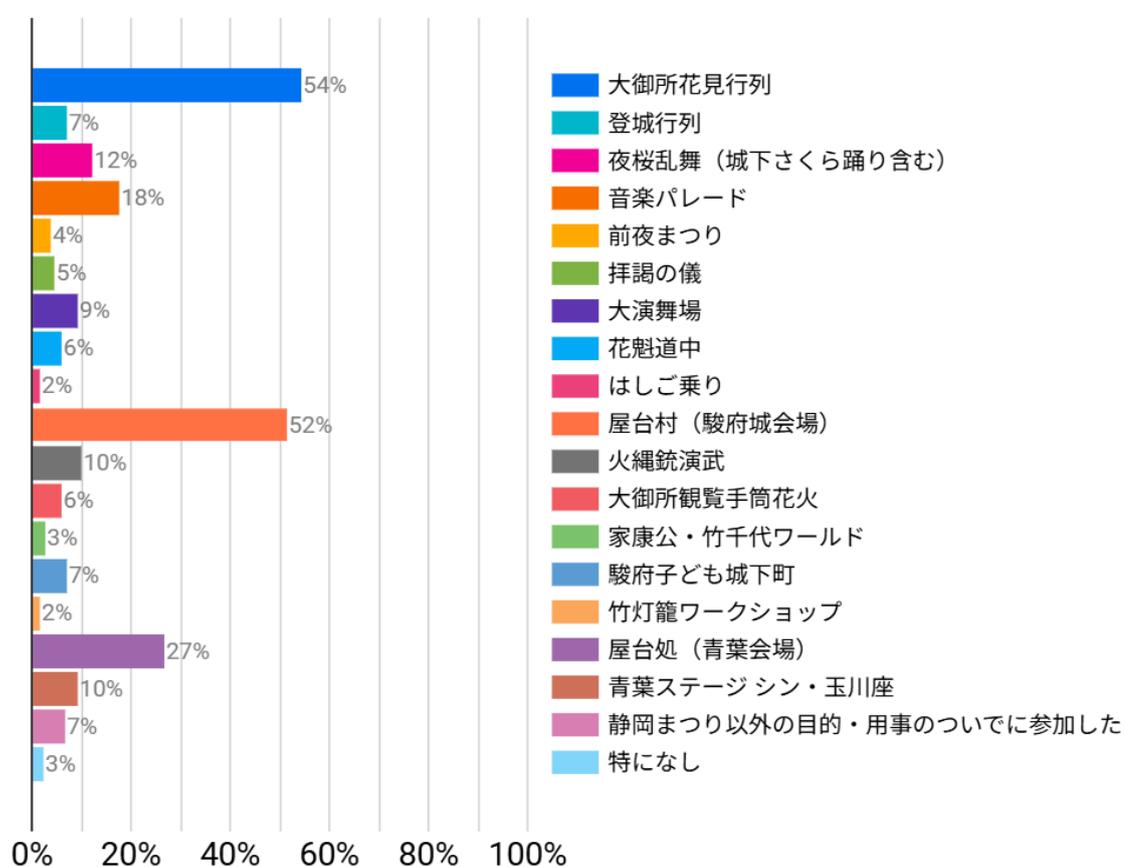
※今年「駿府子ども城下町」と「竹灯笼ワークショップ」を選択肢に追加した

昨 年

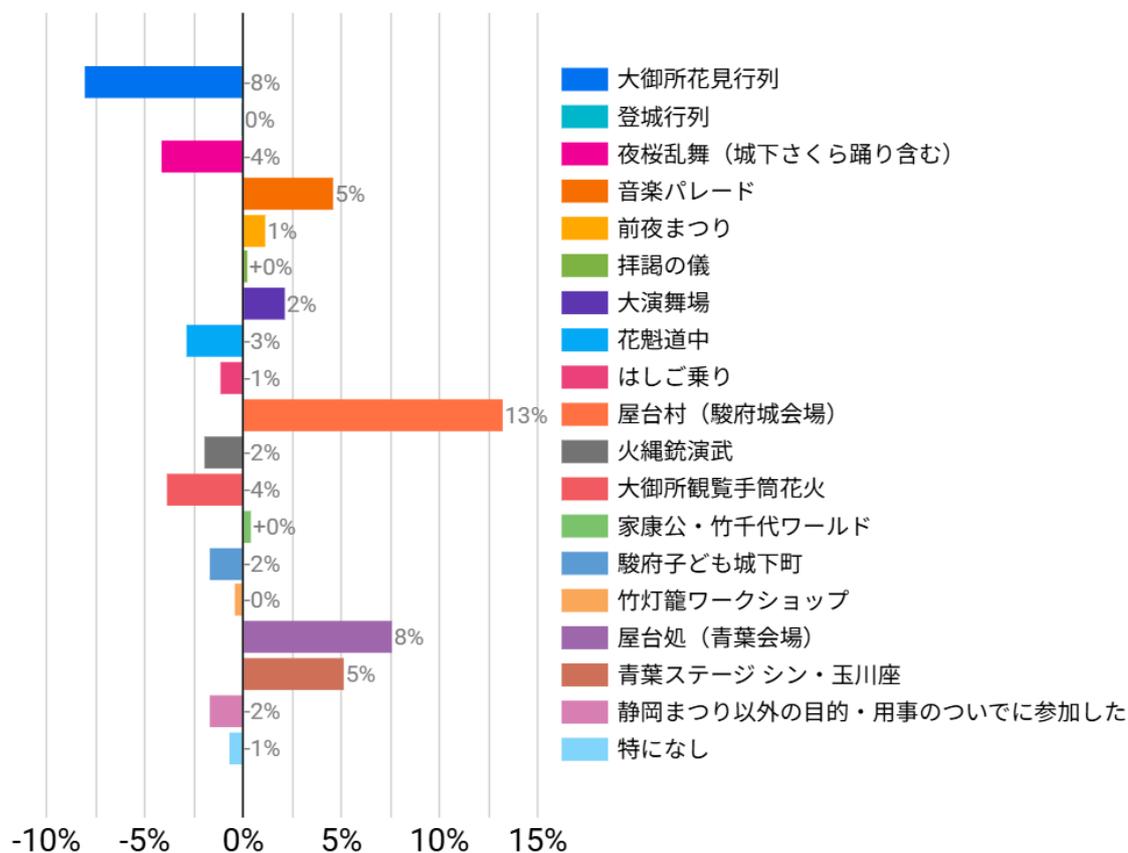


⑤ 実際に訪れたコンテンツ（複数回答可）

- 「大御所花見行列」は54%となり、目当てに対し8ポイント低下した。4月7日（日）の実施分が中止となったことが要因として考えられる。
- 「屋台村（駿府城会場）」および「屋台処（青葉会場）」は、目当てで38%、19%と高かったが、実際に訪れたコンテンツとしても13ポイント、8ポイント上昇するなど十分な機会を提供できたことが伺い知れる。
- 「音楽パレード」および「青葉ステージシン・玉川座」については、目当てでそれぞれ13%、4%と低かったが、訪れたコンテンツとしてそれぞれ5ポイント上昇しており、現地で目を引くコンテンツであったことが伺い知れる。

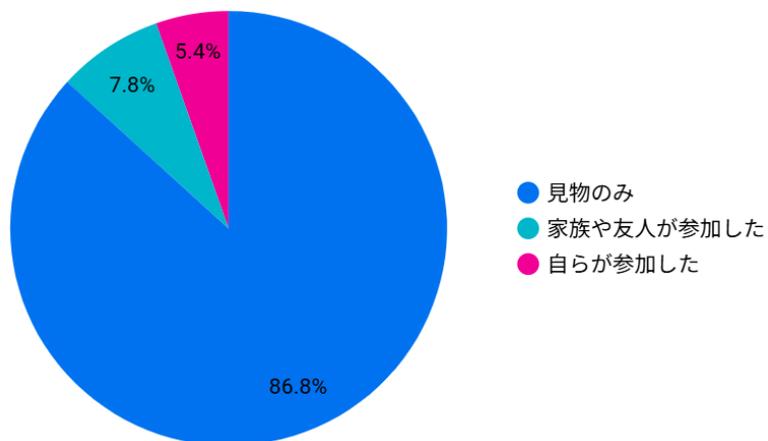


“⑤実際に訪れたコンテンツ” から “③静岡まつりの目当て” を引いた値



⑥ 静岡まつりへの参加形式

- 「見物のみ」が 87%と最も多く、次いで「家族や友人が参加した」が 8%となり、「自らが参加した」は 5%であった。

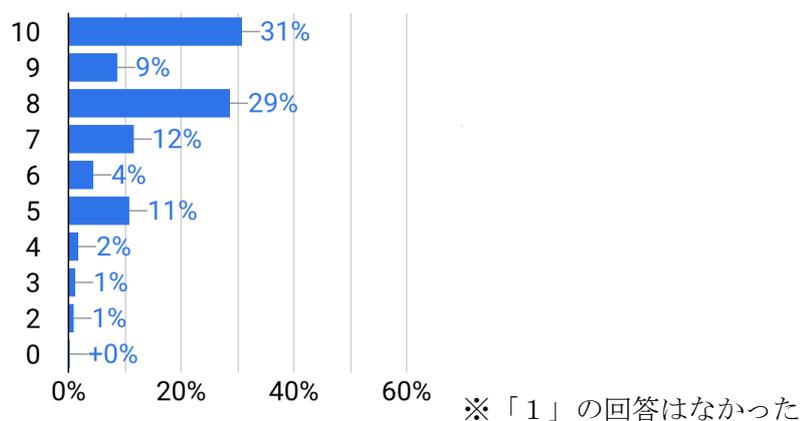


| | | |
|------------|-----|------|
| 見物のみ | 354 | 87% |
| 家族や友人が参加した | 32 | 8% |
| 自らが参加した | 22 | 5% |
| 総計 | 408 | 100% |

⑦ 静岡まつりの親しい知人への推奨度

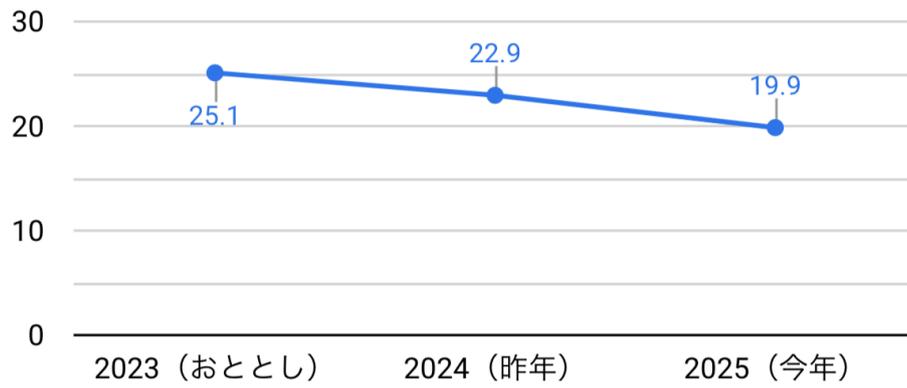
- 静岡まつりの親しい知人への推奨度は、「10」が最も多く 31%となった。
- 推奨者（「9」～「10」）の割合から批判者（「0」～「6」）の割合を差し引いた N P S（Net Promoter Score）は 19.9 となった。
- 静岡市の居住者は 20.2 となり、昨年と同程度となった。
- 昨年、おととしと比較して、今年の N P S は低下した。

推奨度（NPS） 19.9



居住地別NPS

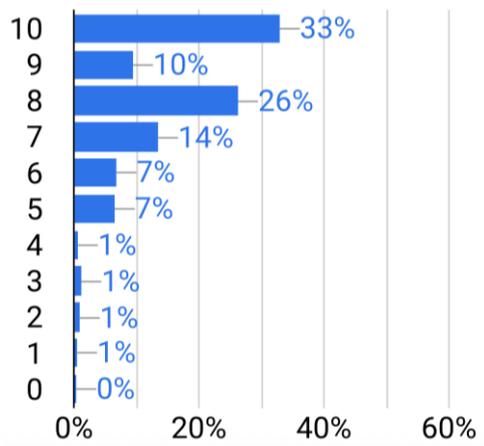
| 居住地 | NPS | Δ | 回答数 |
|--------------|-------------|---------------|------------|
| 静岡市 | 20.2 | -0.1 ↓ | 277 |
| 島田市 | 14.3 | -19.0 ↓ | 7 |
| 焼津市 | 44.4 | 17.2 ↑ | 18 |
| 藤枝市 | -18.2 | -46.8 ↓ | 22 |
| 牧之原市 | -100.0 | -100.0 ↓ | 1 |
| 吉田町 | 0.0 | -66.7 ↓ | 3 |
| 富士市 | 36.4 | 36.4 ↑ | 11 |
| 静岡県東部（富士市除く） | 16.7 | -6.9 ↓ | 12 |
| 静岡県西部 | 27.3 | 36.0 ↑ | 22 |
| 山梨県・長野県 | 0.0 | 0.0 | 2 |
| 関東地方 | 41.2 | -26.8 ↓ | 17 |
| 東海地方 | 20.0 | -2.2 ↓ | 5 |
| 近畿地方 | 0.0 | -50.0 ↓ | 7 |
| その他 | 25.0 | -75.0 ↓ | 4 |
| 総計 | 19.9 | -3.1 ↓ | 408 |



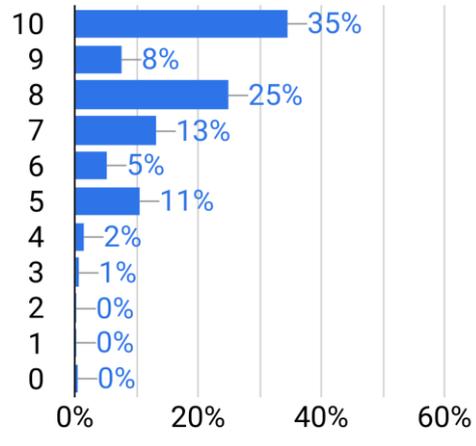
開催年別NPS

推奨度 (NPS) 25.1

推奨度 (NPS) 22.9



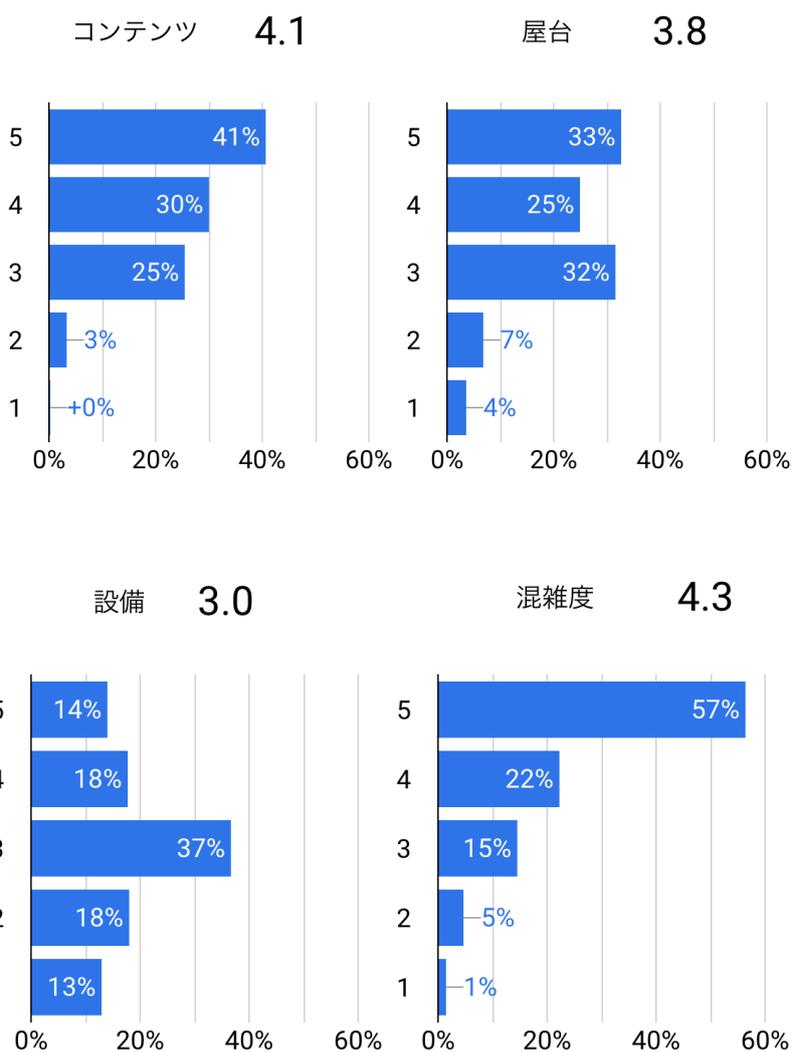
2023 (おととし)



2024 (昨年)

⑧ イベントの構成要素に対する満足度

- コンテンツに対する満足度は「5」が最も高く 41%となった。
- 屋台に対する満足度は「5」が最も高かったものの、次いで中立である「3」となるなど、ばらついた。
- 設備に対する満足度は「3」が最も多かった。
- 混雑度に対しては、「5」が 57%と、大多数が混雑を感じていた。

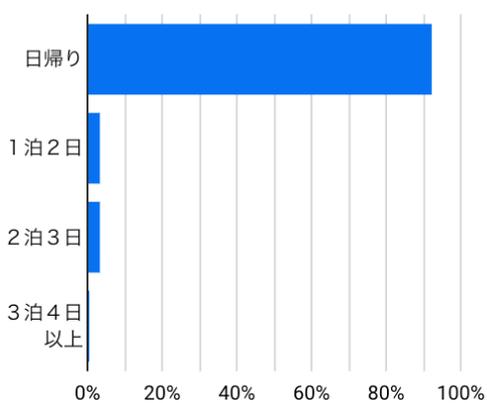


コンテンツ、屋台、設備 : 1 不満～5 満足
混雑度 : 1 空いていた～5 混雑していた

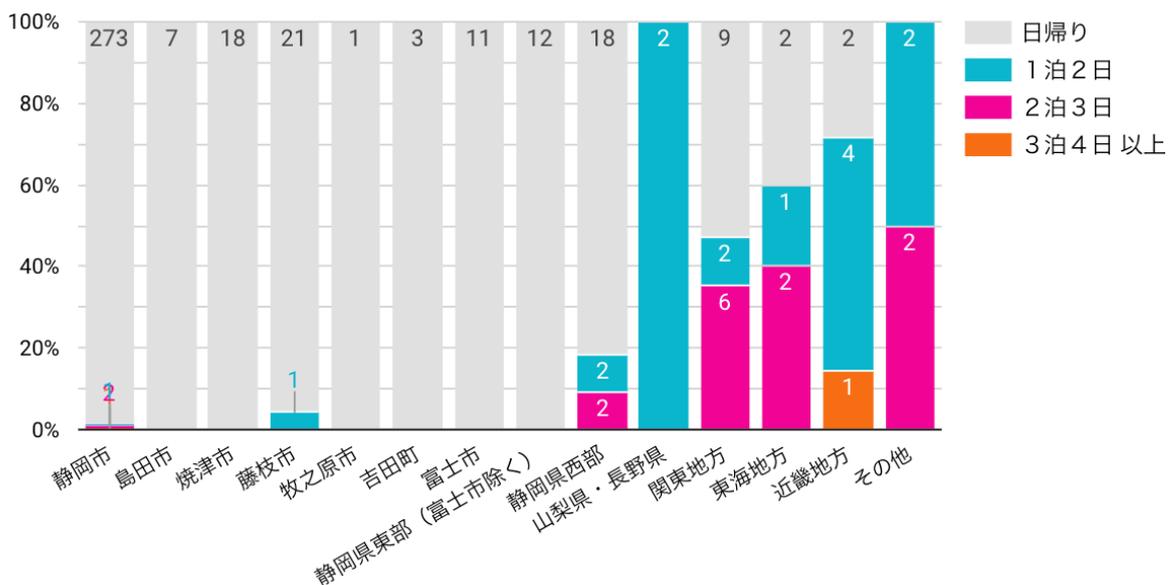
(3) 今回のお出かけ全体に関すること

① 行程

- 「日帰り」の割合が92%であったのに対し、宿泊の割合は7%となった。
- 昨年と比較して「日帰り」の割合が2%増加し、宿泊の割合が低下した。

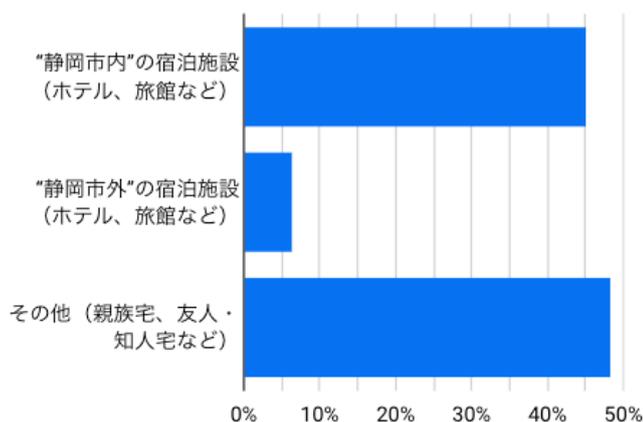


| | | | |
|-----------|------------|-------------|-----------|
| 日帰り | 377 | 92% | 2% ↑ |
| 1泊2日 | 15 | 4% | -1% ↓ |
| 2泊3日 | 14 | 3% | 1% ↑ |
| 3泊4日以上 | 2 | 0% | -2% ↓ |
| 総計 | 408 | 100% | 0% |

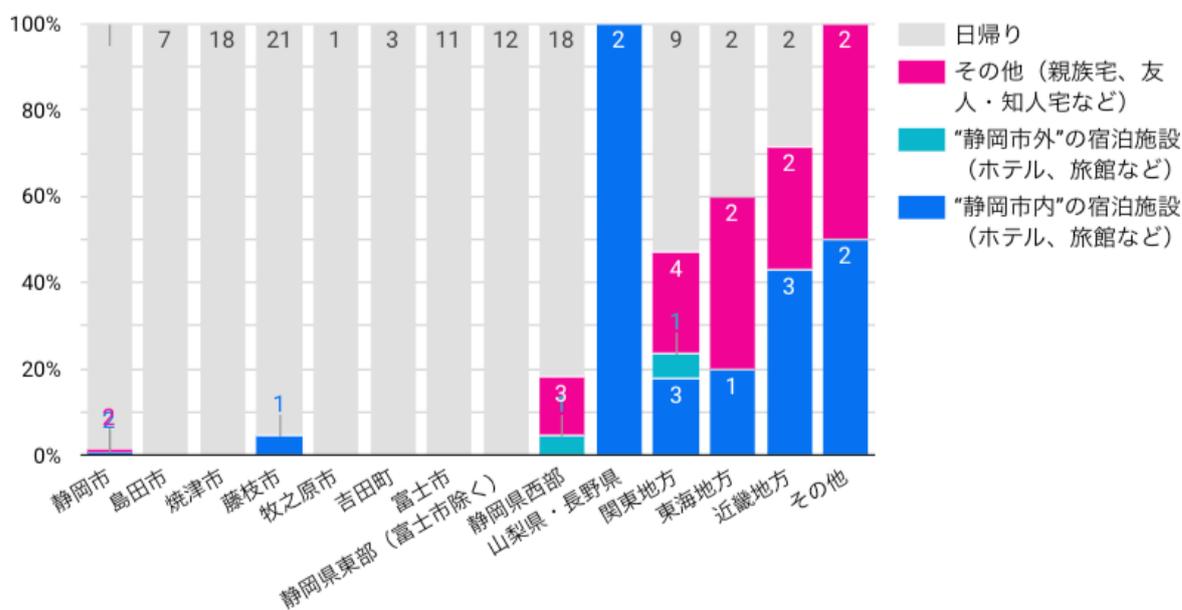


② 宿泊先（日帰りを除く）

- 最も多い宿泊先は、「その他（親族宅、友人・知人宅など）」で48%となった。
- 「“静岡市内”の宿泊施設（ホテル・旅館など）」の利用者は45%となった。



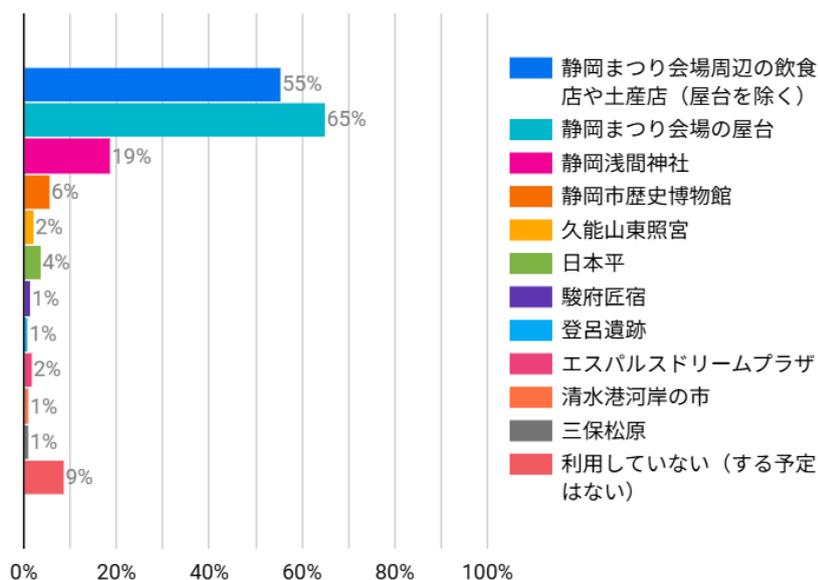
| | | | |
|-----------------------|-----------|-------------|-----------|
| “静岡市内”の宿泊施設（ホテル、旅館など） | 14 | 45% | 0% 増 |
| “静岡市外”の宿泊施設（ホテル、旅館など） | 2 | 6% | -12% 減 |
| その他（親族宅、友人・知人宅など） | 15 | 48% | 12% 増 |
| 総計 | 31 | 100% | 0% |



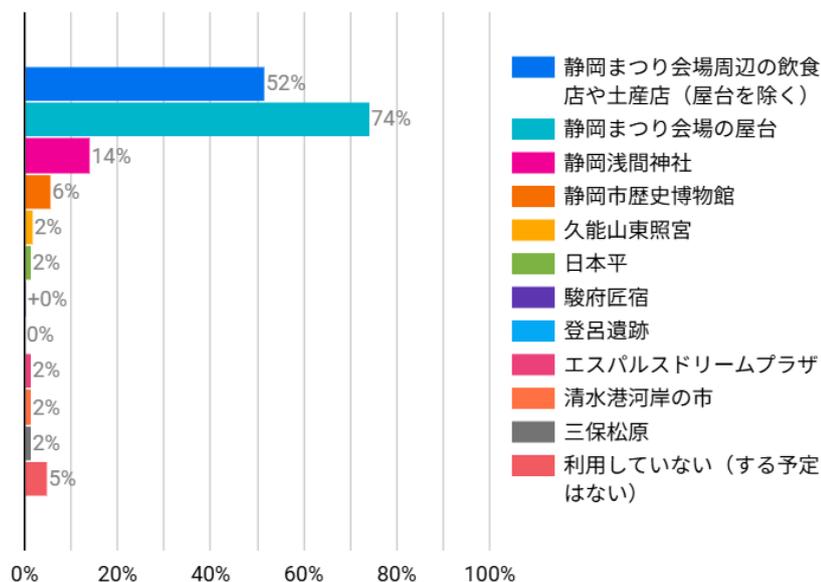
③ 利用施設（複数回答可）

- 「静岡まつり会場の屋台」が65%と最も多かった。次いで「静岡まつり会場周辺の飲食店や土産店（屋台を除く）」が55%であり、来訪者の半数以上が周辺の飲食店や土産店で消費を行っていることが明らかになった。
- 昨年と比較し、「静岡まつり会場周辺の飲食店や土産店（屋台を除く）」「浅間神社」などの訪問が高まった。

今 年



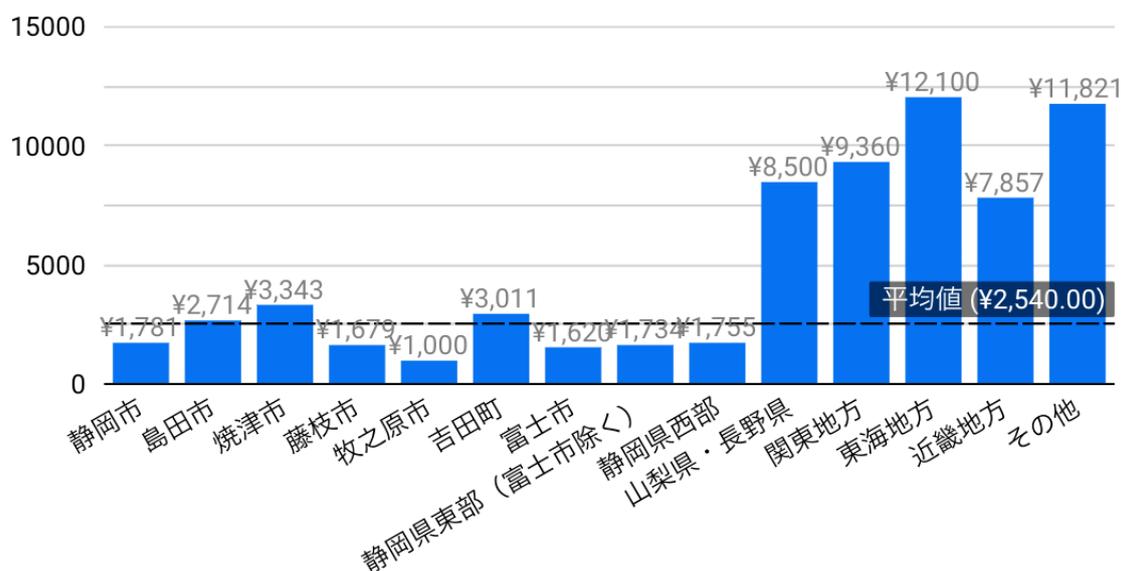
昨 年



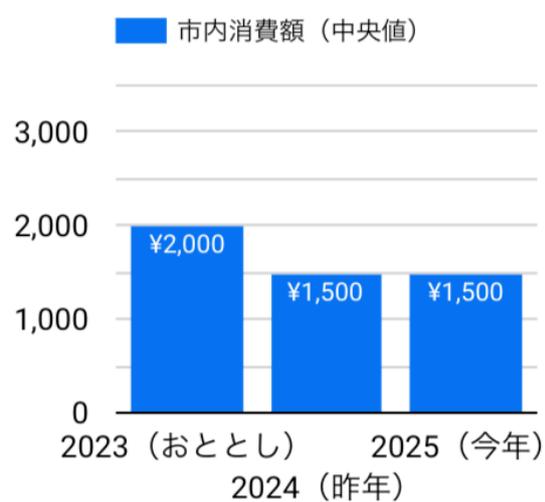
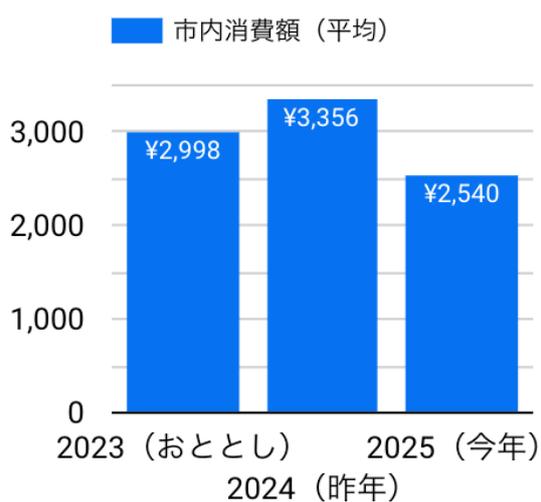
※昨年のアンケートでは「静岡まつり会場の屋台」が2箇所ありその合計であるため参考

④ 静岡市内での1人分の消費額

- 静岡市内における1人あたり消費額の全体平均値は2,540円となり、昨年と比較し816円減少した。これは、昨年調査における、県外居住者の高額消費者による平均消費額の押上げが大きな要因である。なお中央値については、昨年と同様に1,500円で変化がなかった。
- 居住地が「静岡市」の来訪者の平均値は、昨年度と比較し126円低下し1,781円となった。
- 一般来場者の市内消費額は総額で約18億円(約5.8億円/日)と推計される(静岡市内における一人分の平均消費額2,540円×来場者69万人)。なお昨年と比較し14億円低下しており(昨年:約32億円(約10.7億円/日))、これは1人分の平均消費額の低下に加え、雨天による来場者数の大幅な低下が要因として考えられる。
- 本イベントにより、静岡市内の1年間の旅行消費額約1,180億円(R5年度)の1.5%が創出された。1日あたり市内消費額約5.8億円/日は、年間平均3.2億円/日(R5年度)の約1.8倍であった。



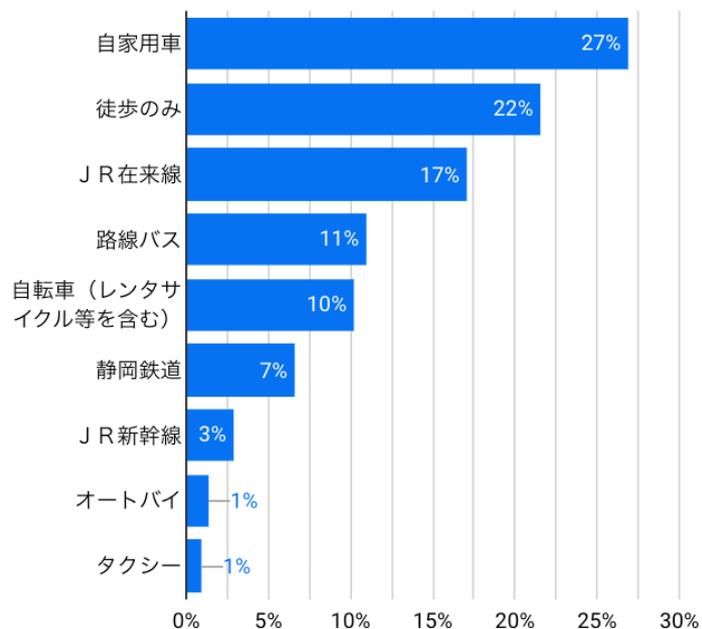
| 居住地 | 市内消費額 | Δ | 回答数 |
|--------------|---------------|----------------|------------|
| 静岡市 | ¥1,781 | ¥-126 ↓ | 277 |
| 島田市 | ¥2,714 | ¥539 ↑ | 7 |
| 焼津市 | ¥3,343 | ¥1,246 ↑ | 18 |
| 藤枝市 | ¥1,679 | ¥-32 ↓ | 22 |
| 牧之原市 | ¥1,000 | ¥-2,300 ↓ | 1 |
| 吉田町 | ¥3,011 | ¥594 ↑ | 3 |
| 富士市 | ¥1,620 | ¥231 ↑ | 11 |
| 静岡県東部（富士市除く） | ¥1,734 | ¥-838 ↓ | 12 |
| 静岡県西部 | ¥1,755 | ¥-573 ↓ | 22 |
| 山梨県・長野県 | ¥8,500 | ¥7,625 ↑ | 2 |
| 関東地方 | ¥9,360 | ¥-6,706 ↓ | 17 |
| 東海地方 | ¥12,100 | ¥1,615 ↑ | 5 |
| 近畿地方 | ¥7,857 | ¥-52,143 ↓ | 7 |
| その他 | ¥11,821 | ¥-3,179 ↓ | 4 |
| 総計 | ¥2,540 | ¥-816 ↓ | 408 |



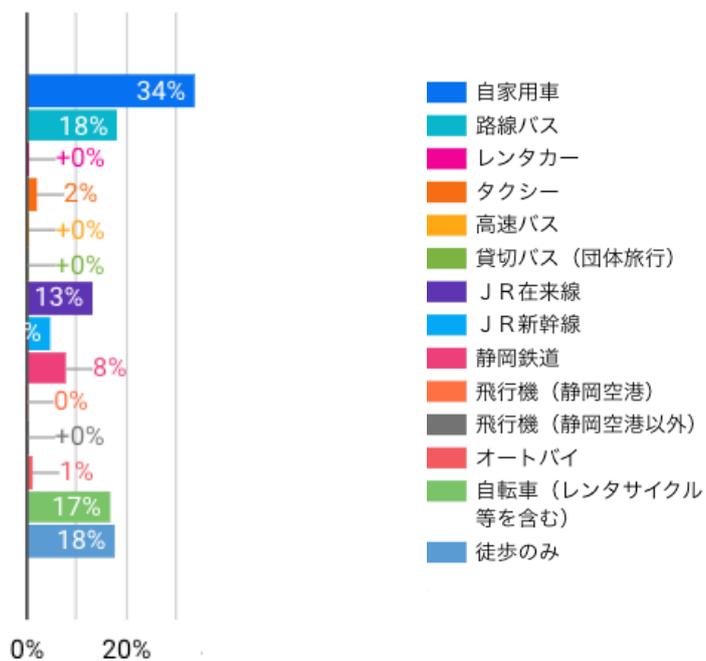
⑤ 交通手段（会場にたどり着くのに最後に利用したもの）

- 「自家用車」が最も多く27%となった。次いで「徒歩のみ」が22%、「JR在来線」が17%となった。

今年



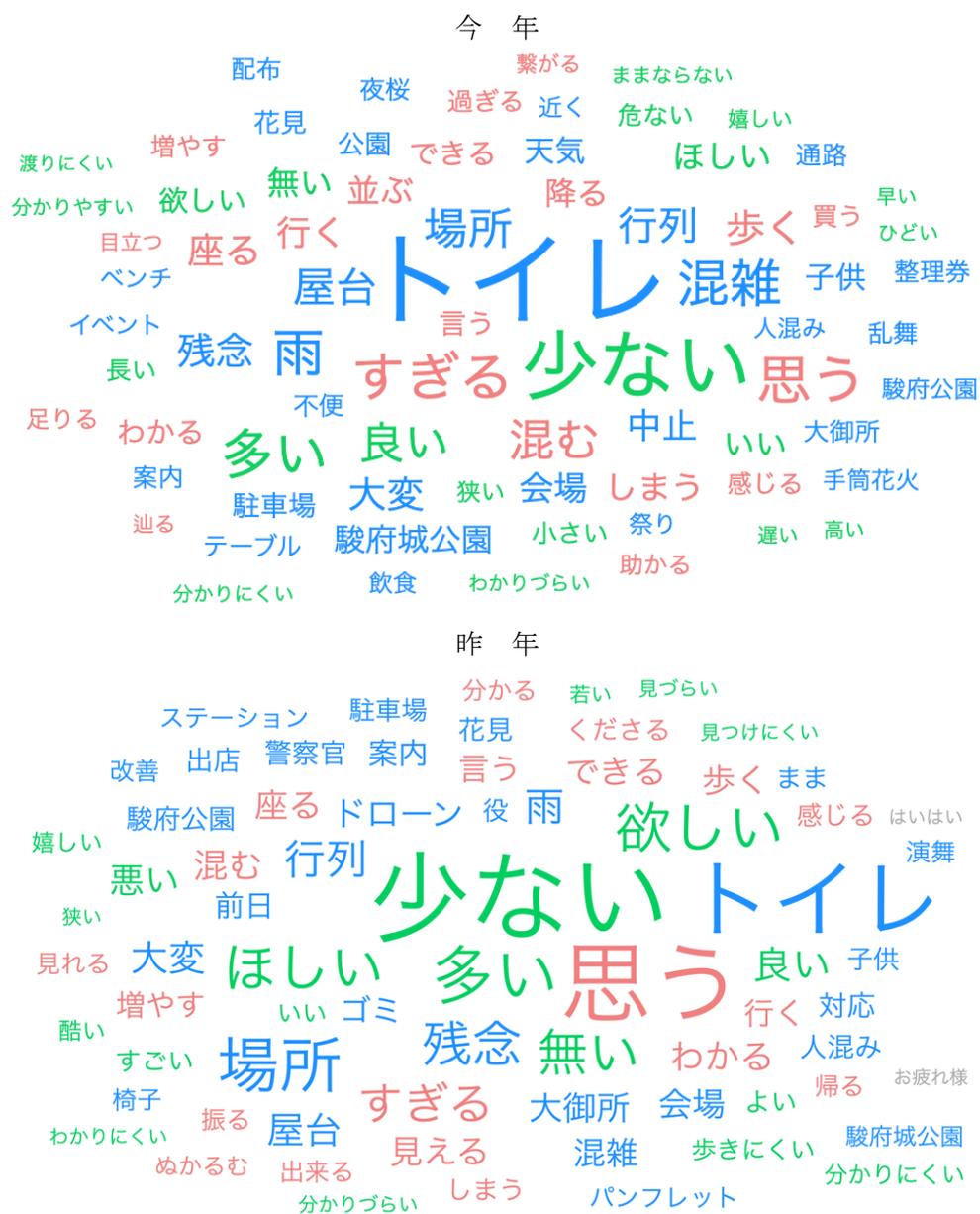
昨年



※昨年は複数選択としており参考

② 不便を感じたこと

- 昨年と同様にトイレの少なさや混雑のほか、雨の影響について言及があった。
- トイレ… トイレが少なかった、混んでいた (82 件)
 - 混雑… 混雑が激しい、トイレの混雑 (29 件)
 - 雨… 雨で地面が濡れていた、手筒花火の時の雨が残念 (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/>)

(5) NPSの向上に向けた要因分析

① イベントの構成要素がNPSに与える影響

NPSを向上させることは、口コミなどにより将来の来訪者の増加につながると考えられる。そこで、NPSの向上を目的に、回答者の属性およびイベントの構成要素に対する満足度がNPSに与える影響を重回帰分析（※）により算定した。

その結果「コンテンツ満足度」および「屋台満足度」の回帰係数の推定値がプラスかつ統計的に有意（5%水準）との結果が得られた。なかでも、最も影響度が大きいのは「コンテンツ満足度」であった。

| | | 標準偏回帰係数 | 標準偏差 | P値 |
|------|-----------------|-------------|--------------|--------------------|
| 切片 | | -1.81 | 0.264 | 3.3E-11 *** |
| 属性 | 性別（女性） | -0.11 | 0.065 | 0.0963 . |
| | 年齢 | 0.00 | 0.002 | 0.1908 |
| | 居住地（静岡市） | 0.03 | 0.076 | 0.6617 |
| | 同行者人数 | -0.02 | 0.026 | 0.4497 |
| | 同行者（子連れ） | 0.10 | 0.083 | 0.2265 |
| | 来訪回数 | 0.01 | 0.022 | 0.5916 |
| | 参加形式（自らが参加） | -0.24 | 0.138 | 0.0841 . |
| 来訪日 | 4月4日（金） | 0.07 | 0.096 | 0.4773 |
| | 4月5日（土） | 0.01 | 0.109 | 0.9512 |
| | 4月6日（日） | -0.02 | 0.087 | 0.8282 |
| 満足度 | コンテンツ満足度 | 0.34 | 0.044 | 6.3E-14 *** |
| | 屋台満足度 | 0.11 | 0.040 | 0.0045 ** |
| | 設備満足度 | 0.05 | 0.033 | 0.1591 |
| | 混雑度 | 0.05 | 0.035 | 0.1519 |
| 行動特性 | 宿泊日数 | 0.03 | 0.076 | 0.6855 |
| | 消費額 | 0.00 | 0.000 | 0.7403 |

*** : <0.001、** : <0.01、* : <0.05、. : <0.1



※重回帰分析：ある変数（目的変数）と他の複数の変数（説明変数）との関係を直線の式で表し、その関係を分析する方法。 n 個の説明変数がある場合、重回帰式は以下の式で表される。

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

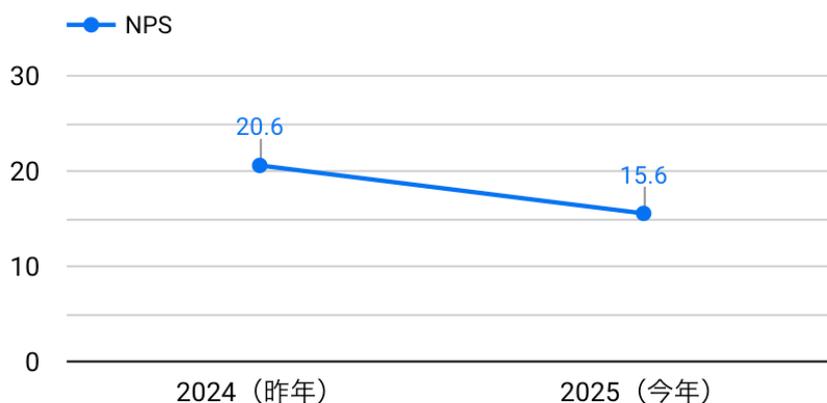
② コンテンツがコンテンツ満足度に与える影響

「コンテンツ満足度」に与える影響が大きい要因を探るため、「参加コンテンツ」を説明変数に、「コンテンツ満足度」を目的変数とした重回帰分析を実施した。この結果「大御所花見行列」への参加が唯一「コンテンツ満足度」とプラスかつ統計的に有意（5%水準）有意に相関があることが確認された。

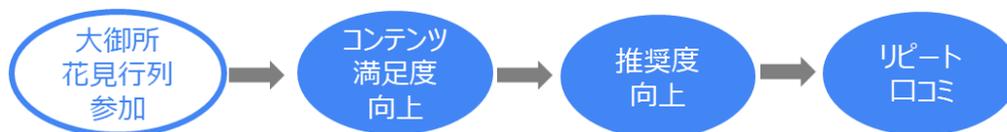
| | 偏回帰係数 | 標準偏差 | P値 | |
|----------------|-------------|--------------|---------------|------------|
| 切片 | 3.83 | 0.099 | <2E-16 | *** |
| 大御所花見行列 | 0.34 | 0.098 | 0.0006 | *** |
| 参加 コンテンツ | | | | |
| 登城行列 | -0.12 | 0.182 | 0.51818 | |
| 夜桜乱舞 | 0.04 | 0.139 | 0.78343 | |
| 音楽パレード | 0.06 | 0.128 | 0.61438 | |
| 前夜まつり | 0.07 | 0.236 | 0.75148 | |
| 拝謁の儀 | 0.23 | 0.229 | 0.31764 | |
| 大演舞場 | 0.06 | 0.163 | 0.71475 | |
| 花魁道中 | -0.18 | 0.204 | 0.37879 | |
| はしご乗り | 0.24 | 0.343 | 0.49208 | |
| 屋台村（駿府城会場） | -0.08 | 0.092 | 0.40252 | |
| 火縄銃演武 | 0.10 | 0.155 | 0.53022 | |
| 大御所観覧手筒花火 | 0.30 | 0.197 | 0.12559 | |
| 家康公・竹千代ワールド | 0.10 | 0.277 | 0.71972 | |
| 駿府子ども城下町 | 0.24 | 0.178 | 0.18443 | |
| 竹灯笼ワークショップ | 0.42 | 0.344 | 0.22706 | |
| 屋台処（青葉会場） | 0.06 | 0.106 | 0.58602 | |
| 青葉ステージ シン玉川座 | 0.08 | 0.162 | 0.6105 | |
| 静岡まつり以外の目的 | 0.01 | 0.179 | 0.94568 | |
| 特になし | -0.15 | 0.288 | 0.61246 | |

*** : <0.001、** : <0.01、* : <0.05、. : <0.1

なお、今年の3日目は雨予報により「大御所花見行列」が中止となったが、実際は朝にかけて天候は回復している。そのため昨年の3日目と比較すると、大御所花見行列の有無を除いて、天候のほか桜の開花状況等の主要な条件を同一と考えることで、「大御所花見行列」の開催効果を評価できる。そこで、昨年と今年の3日目のNPSを比較したところ、今年は5ポイントの低下が見られた。つまり、「大御所花見行列」が開催され来訪客が参加することは、静岡まつり全体のNPSを高める要因と考えられる。



3日目のみ来訪した方の推奨度（NPS）
（≒大御所花見行列の開催効果）



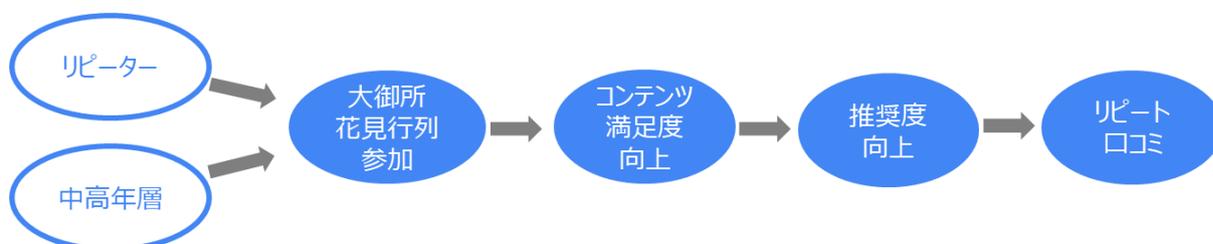
③ 「大御所花見行列の参加の有無」に影響を与える要因

「大御所花見行列」の参加が「コンテンツ満足度」の向上に寄与することが示唆されたことから、「大御所花見行列」への参加を促すことを念頭に「大御所花見行列の参加」を目的変数としてロジスティック回帰分析を実施した（※1）。

「年齢」、「来訪回数」についてオッズ比（※2）が有意（5%水準）に1以上となることが確認された。今年の大御所花見行列への観覧を促す上では、中高年層やリピーターといった人物との相性が良いことが示唆された。

| | オッズ比 | 偏回帰係数 | 標準偏差 | P値 | |
|------|-------------|-------------|-------------|--------------------------------|-----------|
| 切片 | 0.33 | -1.12 | 0.524 | 0.03333 * | |
| 属性 | 性別（女性） | 1.27 | 0.24 | 0.27469 | |
| | 年齢 | 1.02 | 0.02 | 0.007 0.0009 *** | |
| | 居住地（静岡） | 0.72 | -0.33 | 0.257 | 0.19752 |
| | 同行者人数 | 0.85 | -0.16 | 0.091 | 0.07484 . |
| | 同行者（子連れ） | 0.77 | -0.26 | 0.282 | 0.36109 |
| | 来訪回数 | 1.17 | 0.15 | 0.072 0.0318 * | |
| | 参加形式（自らが参加） | 0.97 | -0.03 | 0.479 | 0.94214 |
| 行動特性 | 宿泊日数 | 0.98 | -0.02 | 0.261 | 0.93346 |
| | 消費額 | 1.00 | 0.00 | 0.000 | 0.3424 |

*** : <0.001、** : <0.01、* : <0.05、. : <0.1



※ロジスティック回帰分析：イベントへの参加の「あり」または「なし」などの2値の結果（目的変数）と、他の変数（説明変数）との関係を直線の式で表し、その関係を分析する方法。

※オッズ比：ある事象が起きる確率 p の、その事象が起きない確率 $(1 - p)$ に対する比。

(6) 消費額の向上に向けた要因分析

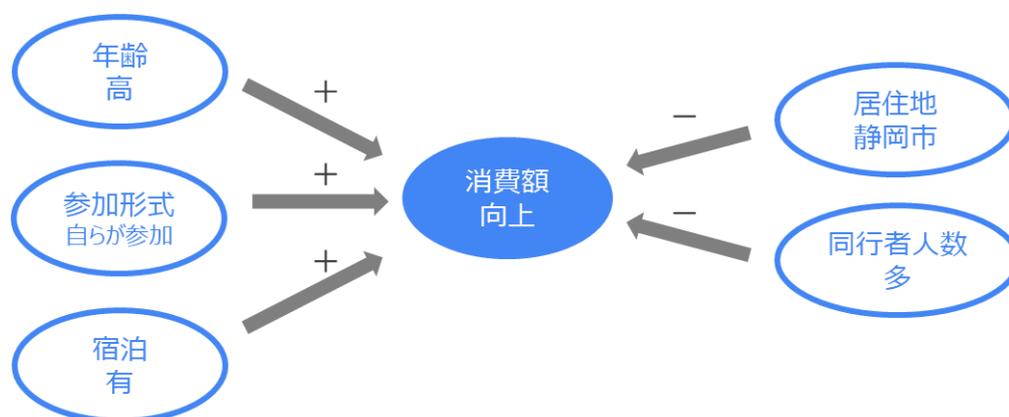
① イベントの構成要素が一人当たりの消費額に与える影響

一般にイベント開催の目的の一つは、地域経済の活性化であり、来場者による消費額の向上を図ることが重要である。そこで、消費額を向上させることを目的に、回答者の属性、満足度および行動特性が消費額に与える影響を重回帰分析により算定した。

この結果、「年齢」が高いこと、「居住地」が市外、「同行者人数」が少ない、「参加形式」として観覧者でなく自らが参加者であること、「宿泊」をとまなう来訪である場合に消費額が向上することが示唆された。

| | | 偏回帰係数 | 標準偏差 | P値 |
|------|---------------------|-----------------|----------------|------------------|
| 切片 | | 2944.28 | 1727.525 | 0.0891 . |
| 属性 | 性別 (女性) | 3.63 | 414.507 | 0.993 |
| | 年齢 | 28.26 | 13.543 | 0.0376 * |
| | 居住地 (静岡市) | -1052.01 | 475.891 | 0.0276 * |
| | 同行者人数 | -341.79 | 164.988 | 0.039 * |
| | 同行者 (子連れ) | -755.70 | 530.280 | 0.1549 |
| | 来訪回数 | -246.49 | 134.795 | 0.0682 . |
| | 参加形式 (自らが参加) | 2055.29 | 870.329 | 0.0187 * |
| 満足度 | NPS | 137.69 | 324.245 | 0.6713 |
| | コンテンツ満足度 | 28.03 | 295.663 | 0.9245 |
| | 屋台満足度 | 165.15 | 257.155 | 0.5211 |
| | 設備満足度 | -105.59 | 211.440 | 0.6178 |
| | 混雑度 | -30.65 | 204.741 | 0.8811 |
| 行動特性 | 宿泊日数 | 3322.07 | 454.643 | 2E-12 *** |

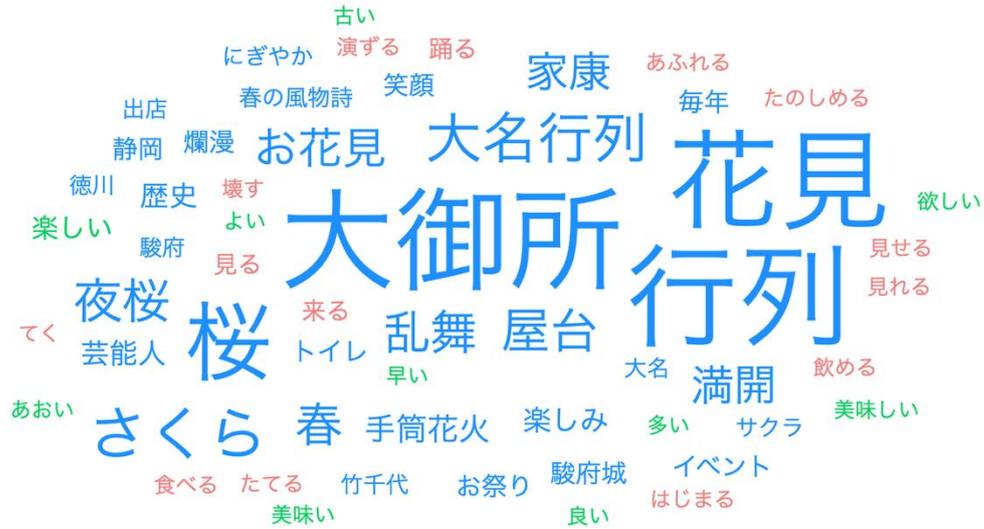
*** : <0.001、** : <0.01、* : <0.05、. : <0.1



3. 静岡まつりに対する関心

(1) 静岡まつりに対する想起

- 「大御所花見行列」の出現頻度が最も高く、静岡まつりの代表コンテンツとして強く認識されていることがわかる。
- 次に「桜」に関する出現頻度が高く、次いで「屋台」、「夜桜乱舞」が続いた。

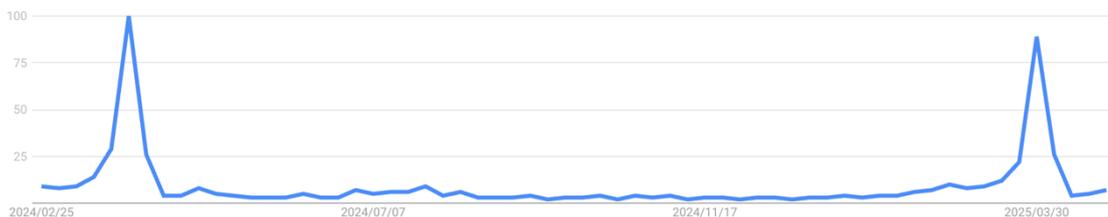


| | 出現ワード | 出現頻度 |
|----|-------|------|
| 1 | 大御所 | 103 |
| 2 | 行列 | 103 |
| 3 | 花見 | 101 |
| 4 | 桜 | 69 |
| 5 | さくら | 32 |
| 6 | 大名行列 | 26 |
| 7 | 夜桜 | 18 |
| 8 | 屋台 | 18 |
| 9 | 乱舞 | 16 |
| 10 | 春 | 15 |

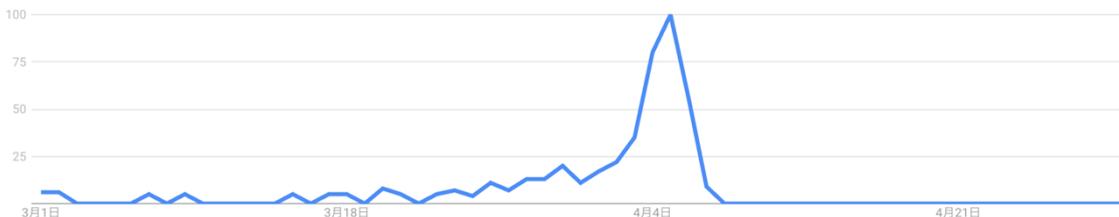
(2) インターネット (Googleトレンド)

- 今年の静岡まつりでは、開催期間に合わせて昨年をやや下回る関心となった。
- 開催期間中の検索のピークは、開催2日目の4月5日(土)であった。
- 「静岡まつり」と関連する検索ワードは、大御所花見行列の大御所役が誰であるのかといったものや、屋台・出店、交通規制、スケジュール、天候に関するものであった。

検索ワード「静岡まつり」の人気度動向



昨年比：2024年3月1日～2025年4月30日



期間前後比：2025年3月1日～2025年4月30日

検索ワード「静岡まつり」の関連ワード（人気）

| | 検索ワード | 相対値 |
|----|-----------------|-----|
| 1 | 静岡 まつり | 100 |
| 2 | 静岡 | 100 |
| 3 | 静岡 まつり 2025 | 51 |
| 4 | 桜 まつり | 16 |
| 5 | 桜 まつり 静岡 | 16 |
| 6 | 静岡 桜 | 16 |
| 7 | 静岡 祭り | 6 |
| 8 | 静岡 まつり 大御所 | 6 |
| 9 | 静岡 桜 まつり 2025 | 6 |
| 10 | 静岡 まつり 2025 芸能人 | 5 |

検索ワード「静岡まつり」の関連ワード（注目）

| | 検索ワード | 相対値 |
|----|--------------------|---------|
| 1 | 静岡 まつり 大御所 | 急激増加 |
| 2 | 静岡 まつり 2025 芸能人 | 急激増加 |
| 3 | 静岡 まつり 屋台 | 急激増加 |
| 4 | 静岡 まつり 2025 何時 まで | 急激増加 |
| 5 | 静岡 まつり 2025 交通 規制 | 急激増加 |
| 6 | 静岡 まつり いつ | 急激増加 |
| 7 | 静岡 まつり 出店 | 急激増加 |
| 8 | 静岡 まつり 大名 行列 | 急激増加 |
| 9 | 静岡 まつり 2025 スケジュール | 急激増加 |
| 10 | 静岡 まつり 雨 | 急激増加 |
| 11 | 静岡 まつり 日程 | 急激増加 |
| 12 | 静岡 まつり 交通 規制 | 200% 増加 |
| 13 | 静岡 まつり 2025 | 60% 増加 |

※人気：最も人気の高い検索ワード。スコアは相対的に計算され流。たとえば、100 の場合はそのワードが最もよく検索されていることを示し、50 の場合はそのワードの検索頻度が半分であることを示す。

※注目：検索頻度の増加が大きいワード。「急激増加」とマークされた結果は、極端な増加を示すもので、原因としては、そのようなワードが新しいために以前の検索が（あったとしても）ほとんどなかったことが考えられる。

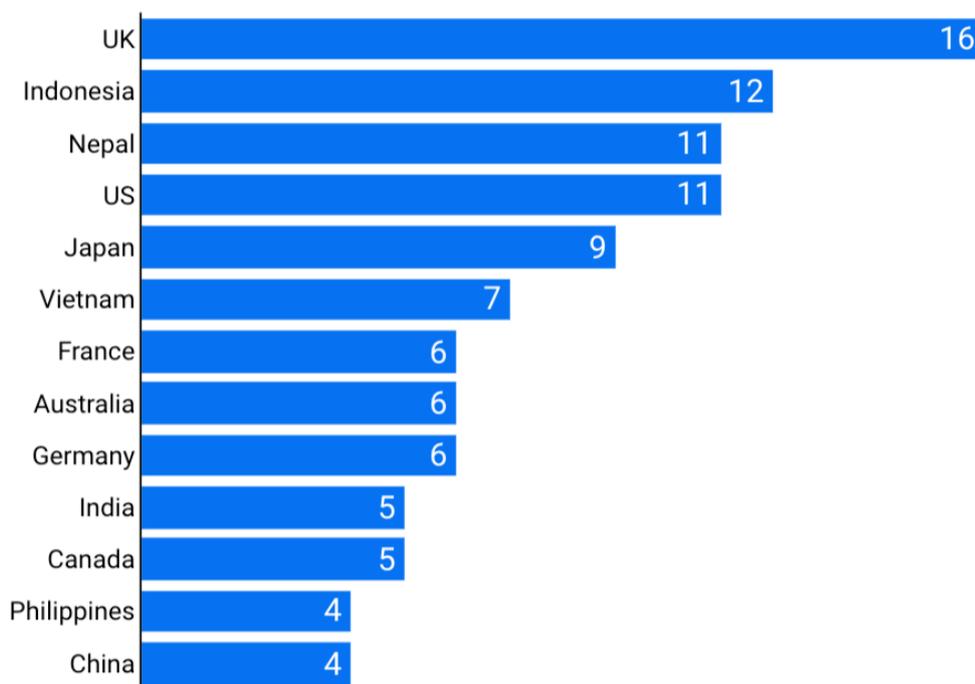
出典：Googleトレンドを用いた当財団調べ

4. インバウンド

昨年の静岡まつりでは、インバウンドが増加傾向にあることが指摘された。そこで、どの国から、何をきっかけに来訪し、何を楽しんでいるのかを明らかにするため、全体調査とは別にインバウンド調査を実施した。本調査は、開催当日に大会ボランティアがアンケートを手渡して実施した。【サンプルサイズ：141】

(1) 居住国

- 来訪者の居住地は 39 カ国に亘り、最も多かったのは UK (イギリス) で 16 件あった。次いで、Indonesia が 12 件、Nepal と US (アメリカ) が 11 件と続いた。



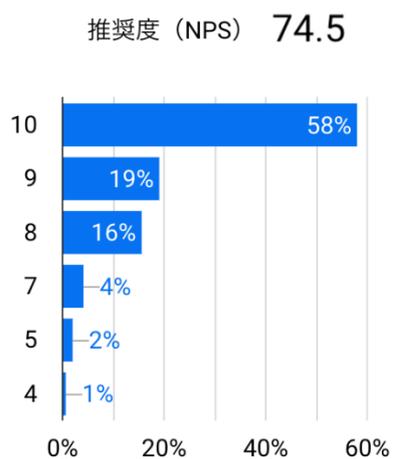
3 件 : New Zealand, Myanmar

2 件 : Russia, Taiwan, Hungary, Mexico, South Korea, Thailand, Brazil

1 件 : Kazakhstan, Switzerland, Honduras, Peru, Tanzania, Singapore, Austria, Nigeria, Sri Lanka, Denmark, Finland, Cuba, Bangladesh, Trinidad and Tobago, Israel, Brazil, Spain, その他 2 件

(2) 静岡まつりの親しい知人への推奨度

- インバウンドを中心とした外国人の静岡まつりの親しい知人への推奨度は、「10」が最も多く 58%となった。
- 推奨者（9～10）の割合から批判者（0～6）の割合を差し引いたNPS（Net Promoter Score）は74.5と非常に高くなった。

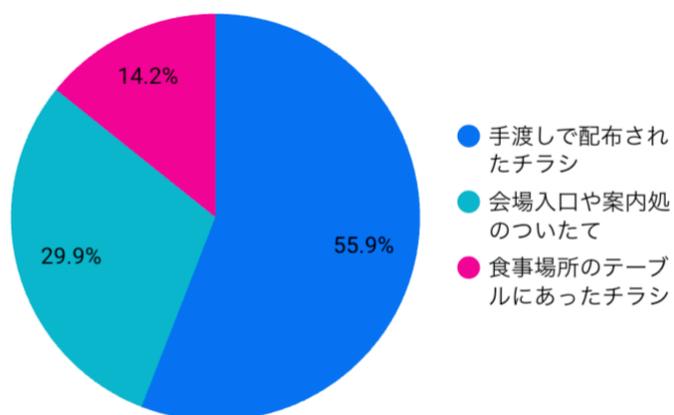


※「0」「1」「2」「3」「6」の回答はなかった

5. その他

(1) アンケートの回答契機

- 「手渡しで配布されたチラシ」が最も効果があり過半数を占めた。ただし、「会場入口や案内処のついたて」や「食事場所のテーブルにあったチラシ」も一定数効果があった。



| | | |
|------------------|------------|-------------|
| 手渡しで配布されたチラシ | 228 | 56% |
| 会場入口や案内処のついたて | 122 | 30% |
| 食事場所のテーブルにあったチラシ | 58 | 14% |
| 総計 | 408 | 100% |

6. 次回のイベントに向けて

(来訪者の推奨度向上)

- コンテンツの満足度を向上させる
 - ◇ コンテンツ満足度と相関が高く、かつ来訪者の期待が最も大きい「大御所花見行列」の開催効果を最大限引き出すよう計画を行う
 - ◇ 具体的には「大御所花見行列」を中心に据えたプロモーションを強化する。プロモーションを実施する際には、効果の最も大きい「ポスターやパンフレットの活用」を重点的に行う。ターゲットを設定する場合は、特に相性のよい「リピーター」「中高年層」を想定する。
 - ◇ 「大御所花見行列」は、来訪者の目当てに対して実際に観覧出来なかった層も一定数あったことから、行列のルートを延長するなど観覧機会を増加させる。ただし、今年は2日目に雨天で中止になったことも観覧できなかった要因である。
- 出店・屋台の満足度を向上させる

(消費額の向上)

- プロモーションを行うにあたりターゲットを設定する場合は以下を設定する。ただし、全てを網羅したペルソナ像として設定する必要はない。
 - 年齢：高い
 - 居住地：市外
 - 同行者人数：少
 - 参加形式：自らがコンテンツに参加
 - 宿泊：あり

(コンテンツごとの期待に対する対処)

- コンテンツごとの来訪者の期待と実際の来訪の差分について、需要と供給のバランスとしてとらえ、要素ごとに以下の対処を行う。
 - ◇ プラスとなったものについてはコンテンツの魅力の向上や事前のプロモーションの強化に取り組む。
 - ◇ マイナスとなったものについては提供枠の増加や当日・現地での案内強化に取り組む。

(来訪者の不満の解消)

- 推奨度の向上には直結しないものの、来訪者が不満として抱えている以下の要素の解消が望まれる。
 - ◇ 混雑の解消
 - ◇ トイレ待ちのと列の解消

(インバウンドへの対応)

- 推奨度（NPS）は非常に高いことから、本イベントへの参加を積極的に促すことが考えられる。
 - ☆ 「大御所花見行列」などのコンテンツよりも「桜」や「食」といった分かりやすいコンテンツの訴求が望まれる。

(次回調査に向けて)

- 大御所花見行列を中心に据えたプロモーション強化など改善に対する効果を検証する。



静岡まつり ポスター・チラシ

第 69 回 静岡まつり
来場者アンケート調査等
報告書

2025（令和 7）年 6 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（事業部 調査分析グループ）

F A X 054-205-3639

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

- ・本資料の数値を引用する場合は、「出典：公益財団法人 するが企画観光局 第 69 回 静岡まつり来場者アンケート調査等報告書」と明示してください。
- ・報道・メディア媒体への掲載については上記までお問合せください。
- ・本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、閲覧者が本資料を用いて行う一切の行為について、何ら責任を負うものではありません。
- ・集計事項により十分な回答数が確保できない場合もあるため、データ精度にご留意ください。