

# 大磯ブランド戦略に関するアンケート調査結果(概要版)

## 1. アンケート調査の概要

大磯町では、「大磯町新たな観光の核づくり基本計画」の事業の一つである「(仮)大磯ブランド戦略の策定と大磯ブランドの認定」を実施するため、以下の概要のとおり、町民及び町外者に対してアンケート調査を実施した。

### ①大磯ブランド戦略に関する町民アンケート調査【町民向けアンケート】

- 調査対象：大磯町民 1,000 人(無差別抽出)
- 調査方法：郵送法(郵送発送、郵送回収)
- 調査期間：平成 25 年 11 月 8 日～平成 25 年 12 月 16 日

### ②大磯ブランド戦略に関するアンケート調査【町外者(観光客)向けアンケート】

- 調査対象：観光イベント等に来場した観光客。また、東海大学・文教大学の協力を得て、観光学部等の学生を対象とした(町外者) 1,000 人
- 調査方法：来場者自記入式(イベント来場者に対して、その場で記入してもらう方式)
- 調査場所：
  - ・平成 25 年 11 月 17 日 大磯港  
大磯町新たな観光の核づくりキックオフイベント「大磯秋のミナト祭り」
  - ・平成 25 年 11 月 23 日 横浜赤レンガ倉庫  
かながわ商工会まつり 2013
  - ・東海大学
  - ・文教大学

## 2. アンケート調査の回収状況

	送付数	回収数	回収率
町民向けアンケート	1,000	395	39.5%
町外者向けアンケート	1,000	942	94.2%

## 3. アンケート調査結果

### (1) 大磯町のイメージ

◆現在の大磯町のイメージは、町民、町外者とも「歴史・文化のまち」や「自然環境の豊かなまち」などのイメージが強いが、町民は「安全なまち」、「人情に厚くふるさとを大切にするまち」など生活面に関する項目が多かった。一方、町外者は、「観光・レジャーのまち」、「おいしい食(食材、食品)があふれるまち」など、観光に関するイメージが多い傾向にあった。

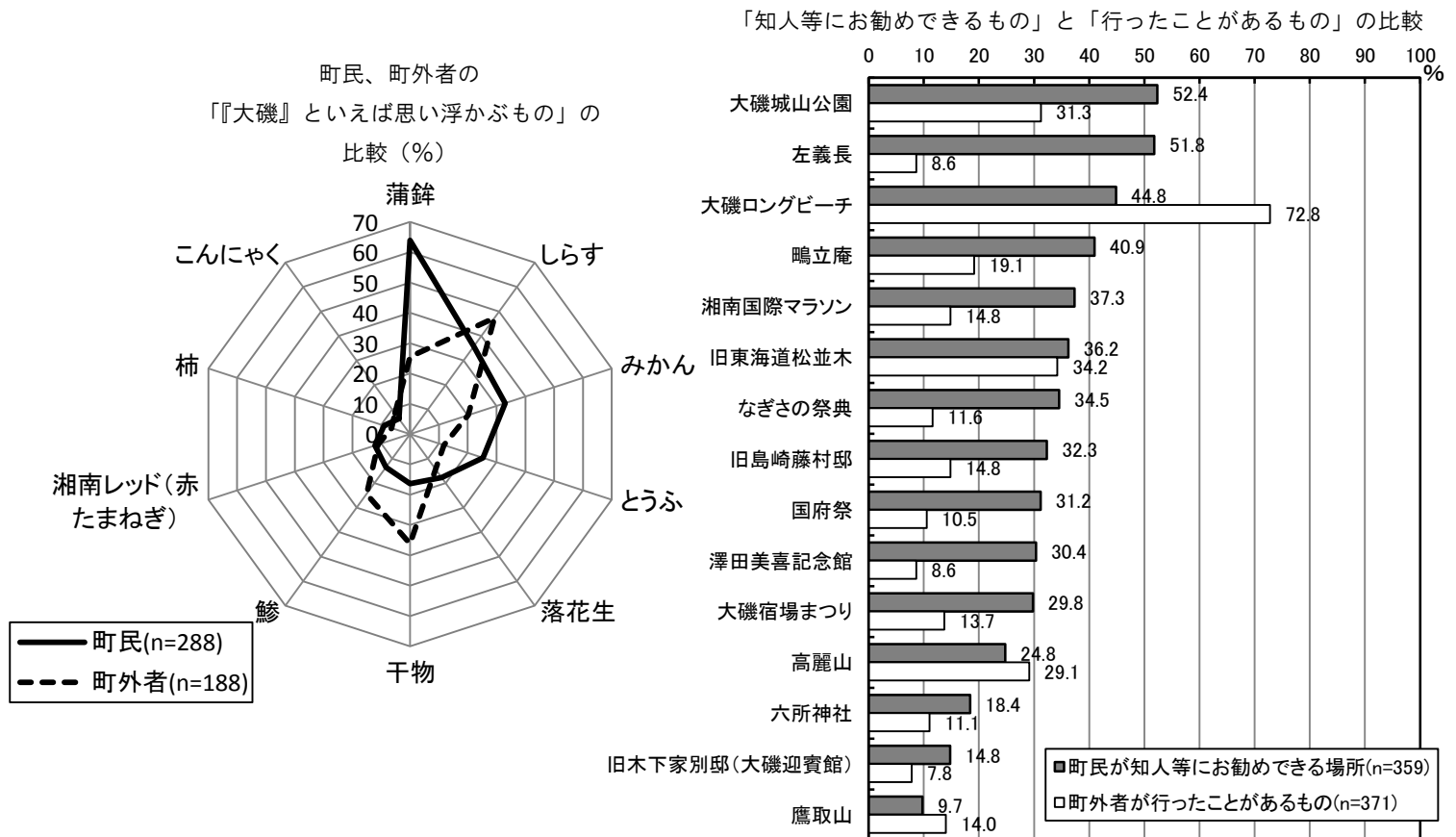
◆町民の将来の大磯町に対するイメージとしては、「歴史・文化のまち」、「自然環境の豊かなまち」、「安全なまち」など、現在のイメージと同じ内容の項目が多くなっていた。

世代別にみると、年齢が若いほど「観光・レジャーのまち」や「おいしい食(食材、食品)があふれるまち」と答える割合が高い傾向にあり、居住経験別にみると、町外から転入した人は、生まれた時から大磯に住んでいる人や町外から戻ってきた人に比べ、「観光・レジャーのまち」のイメージが強かった。

町民の大磯町のイメージ(現在) 上位		町外者の大磯町のイメージ(現在) 上位	
1	歴史・文化のまち	1	自然環境の豊かなまち
2	自然環境の豊かなまち	2	歴史・文化のまち
3	安全なまち	3	観光・レジャーのまち
4	観光・レジャーのまち	4	おいしい食(食材、食品)があふれるまち
5	人情に厚くふるさとを大切にするまち	5	安全なまち
7	おいしい食(食材、食品)があふれるまち	7	人情に厚くふるさとを大切にするまち

## (2) 大磯町の観光資源のニーズギャップ

- ◆大磯といえば思い浮かぶものとしては、大磯町民は「蒲鉾」、「しらす」、「みかん」などが多かった一方、町外者は「しらす」、「干物」、「鰯」が多く、大磯町民と町外者ではギャップが生じていた。世代別にみると、大磯町民の若年層は「洋菓子」を勧める割合が高かった。
- ◆町民は勧めているが、町外者が行ったことがない場所としては、観光資源では「大磯城山公園」、イベントでは「左義長」などがあった。一方、町外者は72.8%が「大磯ロングビーチ」に訪問していた。
- ◆大磯といえば思い浮かぶものとしては、町民、町外者ともに「大磯ロングビーチ」を一番にあげているが、町外者は大磯ロングビーチ以外に思い浮かぶものが少ない状況にあった。
- ◆大磯町の歴史、文化に関する観光資源について、大磯町民と町外者を比較した際に知名度で差があったのは、「西行法師」や「虎御前」であった。
- ◆町民が勧める大磯町の体験観光メニューとしては、「のんびりとした雰囲気の中で過ごす」、「森林浴など自然とのふれあい」などが多かったが、町民の若い世代ほど、これら体験観光メニューを勧める傾向が見られた。



## (3) 大磯町のキャッチコピー

- ◆応募されたキャッチコピーで使用されたキーワードを見ると、「歴史」、「自然」、「海」、「山」などが多く、同様の内容で複数件挙げられていたものとしては、「湘南発祥の地 大磯 (町)」、「自然と歴史の町 (好きです) 大磯」、「海と緑のまち (大磯)」、「やすらぎの (大磯町) 街」などがあった。

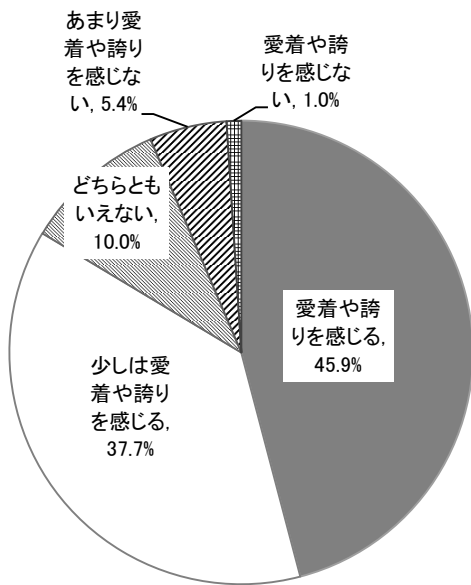
## (4) 特産品開発のポイント

- ◆町外者が特産物を購入する際には、「味の良さ」、「新鮮さ」、「当該地域でしか買えない (レア度)」、「品質」などを重視していた。大磯町民も、ほぼ同様の項目を重視していた。

## (5) 大磯町への愛着の把握

- ◆町民の多くは、大磯町に住んでいることに対して、「愛着や誇りを感じる」と答えていたが、70歳以上となるとその割合が若干低下していた。
- ◆町民が、大磯町の誇りや象徴とを感じるものについては、世代を通じて、「旧東海道松並木・大磯宿」、「吉田茂」、「海水浴場発祥の地」などが上位にあり、29歳以下では「大磯ロングビーチ」が1位であった。

大磯町への愛着度



世代別町民の大磯町観光資源に対する愛着度

順位	29歳以下	30～49歳	50～69歳	70歳以上
1	大磯ロングビーチ	旧東海道松並木・大磯宿	旧東海道松並木・大磯宿	吉田茂
2	吉田茂	海水浴場発祥の地	鳴立庵	旧東海道松並木・大磯宿
3	海水浴場発祥の地	吉田茂	海水浴場発祥の地	鳴立庵
4	旧東海道松並木・大磯宿	大磯海岸	吉田茂	海水浴場発祥の地
5	湘南発祥の地	大磯ロングビーチ	旧島崎藤村邸	大磯城山公園
6	鳴立庵	鳴立庵	左義長	澤田美喜記念館
7	大磯城山公園	左義長	澤田美喜記念館	左義長
8	左義長	旧島崎藤村邸	大磯城山公園	旧島崎藤村邸
9	大磯海岸	大磯城山公園	高麗山	六所神社
10	旧島崎藤村邸	六所神社	湘南発祥の地	アオバト

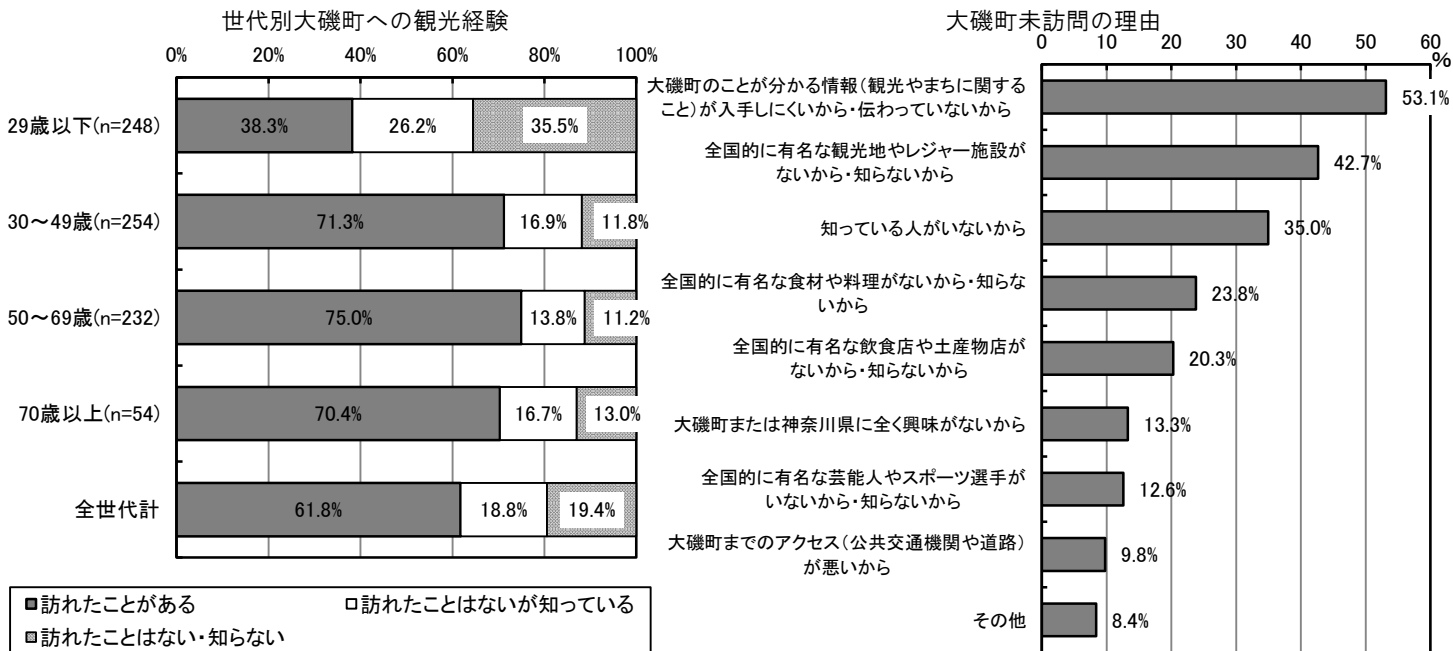
## (6) 大磯町の魅力向上への意見

- ◆町民からみた、大磯で生活する上での不満としては、「買い物に不便」、「働く場所」、「町内移動の利便性」、「娯楽環境」の不足が多かった。特に49歳以下で「働く場所の不足」が5割を超えていた。
- ◆町民からの大磯町魅力向上への意見としては、「PR促進」、商店街の振興、商業施設誘致などの「商業活性化」、街並みなどの「景観保護」などがあがった。
- ◆町外者からの大磯町魅力向上への提案としては、大磯の魅力発信などの「PR促進」や大磯ロングビーチの知名度を生かしたタイアップイベントの実施などがあがった。

町民が感じる課題	29歳以下	30～49歳	50～69歳	70歳以上
買い物に不便	64.7%	64.8%	58.4%	65.6%
子育て支援サービスが不十分	5.9%	16.7%	5.8%	5.2%
教育環境が不十分	11.8%	14.8%	10.9%	5.2%
医療サービスが不十分	8.8%	12.0%	11.7%	12.5%
福祉サービスが不十分	11.8%	4.6%	13.9%	14.6%
娯楽環境が不十分	44.1%	25.9%	26.3%	26.0%
働く場所が不十分	50.0%	51.9%	39.4%	33.3%
田舎である	11.8%	2.8%	5.8%	16.7%
閉鎖的・排他的なところがある	11.8%	26.9%	25.5%	27.1%
町内移動の利便性が不十分	26.5%	32.4%	24.1%	35.4%
防犯・防災体制が不十分	20.6%	12.0%	8.0%	14.6%
地域の絆が強すぎて周囲から干渉される	0.0%	7.4%	8.0%	5.2%
その他	11.8%	12.0%	21.2%	7.3%

## (7) 大磯町への観光経験

- ◆町外者の大磯町への観光経験としては、61.8%が訪問の経験があったが、世代別でみると、29歳以下では38.3%まで低下しており、若年層を中心に大磯への観光経験がないことがわかった。
- ◆一方、大磯町未訪問の理由としては、大磯町の情報が入手しにくいという理由が半数以上を占めていた。



## (8) 一般的な旅行誘因の把握

- ◆町外者が旅行先を決定する際に重視するポイントを見ると、全体的には、「美しい景観(豊富な自然等)がある」、「温泉がある」、「観光・レジャー施設自体の魅力がある」が多かったが、ニーズは年齢によって異なっており、若年層は「観光・レジャー施設自体の魅力」や「手ごろな料金」を求め、高齢になるほど「美しい景観(豊富な自然等)」や「温泉」、「伝統文化・文化施設」、「交通アクセス」、「駐車場」、「トイレ、休憩施設等」といった項目が高くなるなど、観光客を誘致する際は、年代層に沿ったマーケティングが必要になることが分かった。
- ◆一方で大磯町には、美しい景観、知名度が高い魅力的な観光・レジャー施設(大磯ロングビーチ)など、観光資源の魅力は十分揃っており、PR強化を行うことにより、旅行者への大磯情報の接触機会を増加させ、大磯の魅力を伝えることが重要であると考えられる。

