

「大磯ブランド戦略に関するアンケート調査」の結果報告について

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、大磯町のイメージや特産品・場所・イベント等の町内の観光資源等についてアンケートを実施しました。

今回、調査結果がまとまりましたので、概要を報告します。

1 アンケート調査の概要

① 町民向けアンケート

- ・無差別に抽出した町民の方1,000人に郵送で実施。
- ・回収率 39・5%

② 町外者向けアンケート

- ・観光イベント等に来場した町外の方、東海大学・文教大学の協力を得て観光学部等の学生に実施。
- ・回収率 94・2%

2 調査結果の概要

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

| | |
|---|---------------------|
| 1 | 自然環境の豊かなまち |
| 2 | 歴史・文化のまち |
| 3 | 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 | 安全なまち |
| 7 | 人情に厚くふるさとを大切にす |

| | |
|---|---------------------|
| 1 | 歴史・文化のまち |
| 2 | 自然環境の豊かなまち |
| 3 | 安全なまち |
| 4 | 観光・レジャーのまち |
| 5 | 人情に厚くふるさとを大切にす |
| 7 | おいしい食(食材、食品)があふれるまち |

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。

結果報告について

② 大磯町の観光資源の

ニーズギャップ

町民が勧めているが、町外者が行ったことがない場所として「大磯城山公園」「左義長」などがあげられた。また、町民の勧めは約4割だが、町外者の約7割は「大磯ロングビーチ」に訪問していた。

③ 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。

また、町民が、大磯町の誇りや象徴と感ずるものについては、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。

④ 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、世代別にみると、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。

③ 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 | 嶋立庵 | 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 | 嶋立庵 |
| 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 |

④ 世代別 大磯町への観光経験

