

千葉県南房総市GAP調査 報告書

2021年10月25日
株式会社 リクルート
じゃらん リサーチセンター



PRODUCED BY RECRUIT

GAP調査を実施した目的

- ✓ 現状はDMOとして戦略策定するにあたっての必要なデータが揃っていない
- ✓ GAP調査を実施し、定量での現状把握及びそこから見えてくる課題を明らかにする

現状

- ・地域観光戦略を策定するにあたり、根拠となるデータがない
- ・定住人口、関係人口を増やしていく必要があることは分かっているものの、具体的に何が課題で、何をしていくのが良いかがはっきり見えていない
- ・グルメ、観光スポット、アクティビティなど南房総市には魅力は沢山あるが、結局何が人気なのかが良く分からない

ありたい姿

- ・地域観光戦略を策定するにあたり、根拠となるデータが揃っている
- ・感覚値ではなく定量データをもとに地域の現状が把握できている
- ・他地域に負けない南房総市の観光コンテンツが揃っている

GAP調査

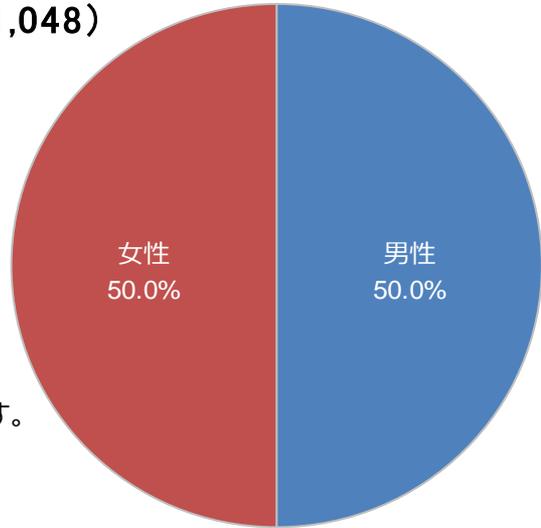
定量での現状把握 + 課題の顕在化
観光戦略策定

千葉県南房総市 G A P 調査 対象者プロフィール

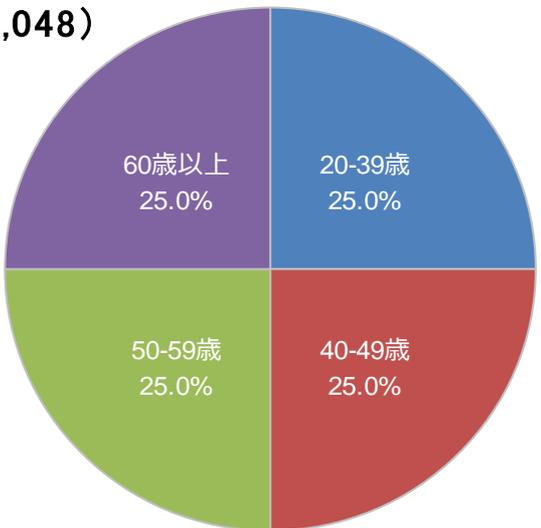
- ◆ **実査期間** 2021年09月01日(水)～2021年09月02日(木)
- ◆ **対象者** インターネットリサーチ「マクロミル」のモニタ会員 1,048名
- ◆ **ターゲット設定**
 - [年代] 20～30代、40代、50代、60代以上 各25.0%
 - [性別比] 男性、女性 各50.0%
 - [居住都道府県]
 - ・東京都 : 352名
 - ・神奈川県 : 352名
 - ・千葉県 : 344名

◆ **各表における割合について**
小数点以下第2位を四捨五入して整理している為、割合の和と各表の数値が異なる場合があります。

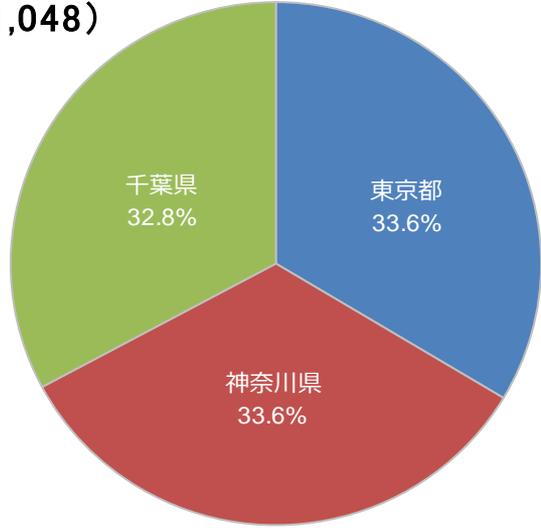
性別
(n=1,048)



年代別
(n=1,048)



エリア別
(n=1,048)



調査結果サマリ

◆ 来訪状況

- 来訪経験層は4割。「1回」が2割弱。千葉県を除けばそこまで経験・頻度は高くない。
- 「勝浦・鴨川エリア」「木更津・君津・富津エリア」「白浜エリア」などが人気エリア。
- 目的は「地元の美味しいものを食べる」「ドライブ」「温泉や露天風呂」などが上位で、海や山を魅力とする南房総らしい結果。

◆ 典型的な来訪者

- 性年代別の同行者構成を見ると、来訪者の典型パターンとしては、「シニア夫婦層」、「子連れファミリー層」「親と来ている若年層」「友人と来ている層」などであると思われる。特に「シニア夫婦層」「子連れファミリー層」はボリュームゾーン。

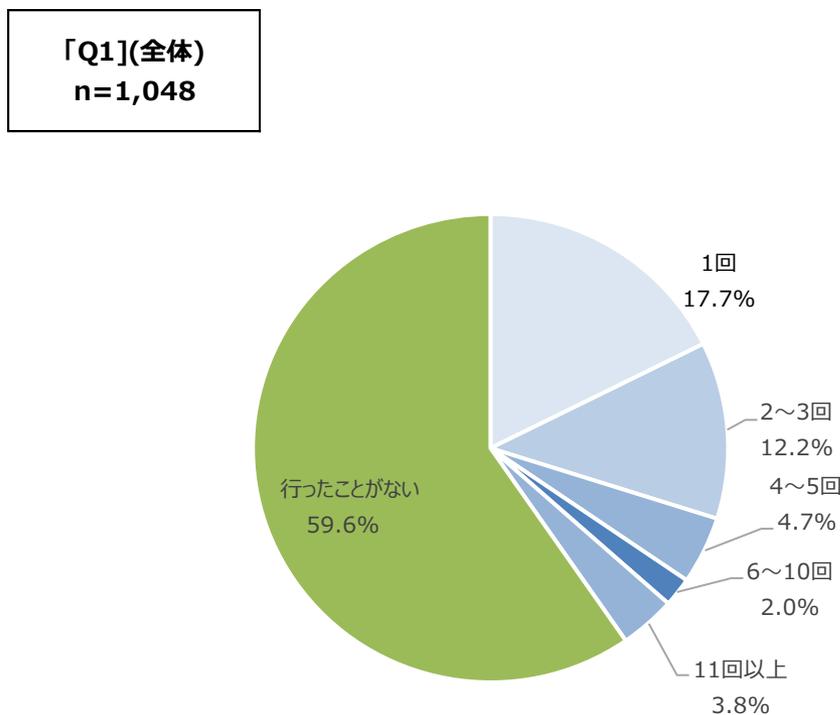
◆ コンテンツ評価

- 食コンテンツでは「刺身」「海鮮丼」「イチゴ」「あじフライ」などが牽引役となっている。
- 観光スポットでは「ダイヤモンド富士」「ローズマリー公園」などが牽引役となっている。
- 潜在力のあるコンテンツ（魅力度は高いが認知率は比較的に低いもの）は特に食コンテンツで目立ち、「房州寿司」「おらが丼」「炙り海鮮丼」「伊勢海老カレー」などの「海鮮コンテンツ」が挙げられる。
- アクティビティでは「海ほたるの見学」が圧倒的に高評価。
- 潜在力のあるものとしては、若年層を中心として「漁船サンセットクルーズ」「プラネタリウムとナイトウォーク」など、「写真映え」するようなコンテンツが挙げられている。

Q 1 . 南房総市の旅行経験

■南房総市の旅行経験については、「**行ったことがない**」が**6割**を占めている。

■経験ありの中では「**1回**」が**2割弱**を占める。



Q 1. 南房総市の旅行経験[クロス集計]

- ✓ 東京都民は約66.8%、神奈川県民は68.2%が訪問経験なし
- ✓ 男女ともに20-39歳の若年層は73%以上が訪問経験なし

あなたはこれまでに旅行で南房総市へ行ったことがありますか。行ったことのある方は回数をお答えください。

Q1 また、旅行に行ったことがある方は、どこに行ったのか施設名もあわせてお答えください。

※宿泊を伴わない旅行も含めてお答えください。

		全体	1回(どこに行きましたか) ⇒【 】	2~3回(どこに行きましたか) ⇒【 】	4~5回(どこに行きましたか) ⇒【 】	6~10回(どこに行きましたか) ⇒【 】	11回以上(どこに行きましたか) ⇒【 】	行ったことがない	来訪歴あり計
全体に対して									
+10ポイント以上									
+5ポイント以上									
-5ポイント以上									
-10ポイント以上									
※n=30以上のみ色づけ									
全体		(1048)	17.7	12.2	4.7	2.0	3.8	59.6	40.4
エリア別	東京都	(352)	14.2	11.6	3.7	1.7	2.0	66.8	33.2
	神奈川県	(352)	18.2	7.4	3.4	1.4	1.4	68.2	31.8
	千葉県	(344)	20.6	17.7	7.0	2.9	8.1	43.6	56.4
性年代別	男性	(524)	17.9	13.2	5.0	2.5	3.8	57.6	42.4
	男性20-39歳	(131)	13.7	6.9	2.3	2.3	1.5	73.3	26.7
	男性40-49歳	(131)	16.0	14.5	4.6	4.6	2.3	58.0	42.0
	男性50-59歳	(131)	19.1	15.3	5.3	1.5	4.6	54.2	45.8
	男性60歳以上	(131)	22.9	16.0	7.6	1.5	6.9	45.0	55.0
	女性	(524)	17.4	11.3	4.4	1.5	3.8	61.6	38.4
	女性20-39歳	(131)	15.3	6.9	2.3	0.8	1.5	73.3	26.7
	女性40-49歳	(131)	13.7	16.8	3.8	0.8	3.8	61.1	38.9
	女性50-59歳	(131)	16.8	10.7	5.3	2.3	6.9	58.0	42.0
女性60歳以上	(131)	23.7	10.7	6.1	2.3	3.1	54.2	45.8	

Q 1. 南房総市の旅行経験[フリーコメント] <来訪経験1回>

- ✓ 南房総市内の施設でいうとローズマリー公園、野島崎灯台等が人気
- ✓ エリアでは白浜、千倉が人気。
- ✓ とみうら枇杷倶楽部はじめ道の駅の来訪経験は多い

質問文

あなたはこれまでに旅行で南房総市へ行ったことがありますか。行ったことのある方は回数をお答えください。
また、旅行に行ったことがある方は、どこに行ったのか施設名もあわせてお答えください。

Q1_1 1回

館山 34名	館山 御宿 富浦
白浜 23名	館山市 ホテル
千倉 15名	丸山
ローズマリー公園 12名	金谷
鴨川 11名	御宿海岸
鴨川シーワールド 11名	三日月ホテル
とみうら枇杷倶楽部 5名	三芳
富浦 4名	小湊鉄道
鋸山 3名	千倉 (青山荘)
白浜海岸 3名	千倉海水浴場
野島崎灯台 3名	滝田城址
鴨川市 館山 2名	那古寺
館山城 2名	南房総市白浜
勝浦 2名	白浜エリアのビーチ
千葉 2名	白浜エリア道の駅
道の駅 2名	白浜温泉
野島崎 2名	白浜灯台
和田浦 2名	白浜野島崎
sirahama	白浜野島崎園地、白浜温泉
ゴルフ場	富山
それぞれの道の駅めぐりをしたことがある。 ちくら潮風王国	富浦エリア、白浜エリア 野島岬、ちくら潮風王国、ローズマリー公園
ドイツ村	野島崎東大
とみうら	和田エリア
とみやま	和田浦海水浴場
岡本棧橋、大山千枚田、かなや、マザー牧場	
産観音	
鴨川温泉	
鴨川館	
館山 のこぎりやま	

Q 1. 南房総市の旅行経験[フリーコメント] <来訪経験2~3回>

✓ 来訪経験2~3回のピーターも南房総市内ではローズマリー公園、道の駅が人気

質問文
あなたはこれまでに旅行で南房総市へ行ったことがありますか。行ったことのある方は回数をお答えください。 また、旅行に行ったことがある方は、どこに行ったのか施設名もあわせてお答えください。

Q1_2 2~3回	
館山市 16名	館山市立博物館、道の駅
鴨川 7名	鋸山、鴨川シーワールド
鴨川シーワールド 6名	鋸南町 館山
白浜エリア 6名	鋸南町、富山エリア、館山市
ローズマリー公園 4名	金谷
千倉 4名	三芳村
マザー牧場、鴨川シーワールド 3名	勝浦 鴨川シーワールド 白浜
白浜 3名	千倉 鴨川 鋸南
ちくら潮騒王国 2名	千倉漁港、とみうら枇杷倶楽部
館山 千倉 2名	大津の里花倶楽部
館山、鴨川 2名	道の駅
鋸山 2名	南海荘、南国ホテル、野島崎
勝浦 2名	南房パラダイス
千倉、白浜 2名	南房総市山下
富浦 2名	白浜 館山 富浦
富津 2名	白浜、館山
とみうら琵琶湖	白浜、三芳
とみやま	白浜、千倉
ドライブ	白浜エリア 丸山エリア
マザー牧場	白浜エリア、館山エリア
マザー牧場 海沿いのホテル	白浜海岸
安房鴨川	浜金谷
安房白浜	富浦、千倉
花摘み	富浦、白浜、千倉
海岸	富浦枇杷くらぶ、野島崎灯台
海水浴場	富楽里とみやま
鴨川、鋸山	富楽里とみやま、とみうら枇杷倶楽部
鴨川、上総一宮、館山、岩井	富山・白浜
鴨川シーワールド、マザー牧場、館山	富浦 勝浦
鴨川シーワールド、濃溝の滝	保田
館山、鴨川、夷隅	保田の番屋
館山、行川アイランド、誕生寺	野島崎
館山、千倉	野島崎 鴨川
館山、白浜、鴨川	立山
館山市 鴨川シーワールド	和田
館山市、白浜エリア	和田エリア、とみやまエリア
館山市、富浦町	和田浦

Q 1. 南房総市の旅行経験[フリーコメント]

✓ ヘビーリピーターも南房総市内ではローズマリー公園、道の駅が人気

質問文

あなたはこれまでに旅行で南房総市へ行ったことがありますか。行ったことのある方は回数をお答えください。
また、旅行に行ったことがある方は、どこに行ったのか施設名もあわせてお答えください。

Q1_3 4~5回	Q1_4 6~10回	Q1_5 11回以上
館山市 7名	鴨川シーワールド 2名	千倉 6名
鴨川シーワールド 4名	館山 2名	鴨川 2名
ゴルフ場	白浜エリア 2名	白浜 2名
しらはま、ローズマリー公園など	館山 君津 鴨川 白子	ちくろ潮風王国、白浜、、マザー牧場
ちくろエリア	館山 千倉 富浦 白浜など	とみうら枇杷倶楽部
ツーリングで行ったが施設名までは覚えていない	館山ファミリーパーク、鏡ヶ浦	ローズマリー公園
ホテル、旅館	館山市、白浜エリア、鴨川市	ローズマリー公園 和田浦 三芳村部の里 富楽里とみやま
マザー牧場 鴨川シーワールド	千倉潮風王国	海
ローズマリー公園	道の駅・温泉ホテル	館山 千倉 富浦 丸山 和田 鋸南町 鴨川
海水浴場、サーフィンスポット	道の駅おおつ	館山市
鴨川	道の駅巡り、シェイクスピアシアター、野島崎灯台	主に海
鴨川、千倉、館山	虹真崎灯台。フラワーライン。海中公園。いすみ朝市	千倉 和田
館山、白浜、勝浦	白浜 千倉	千倉エリア中心
館山、富浦、富山、鋸南	白浜千倉丸山和田	祖母の家、野島崎灯台
館山、富浦、鋸南町、鴨川	白浜野島崎	道の駅ふらり、館山海岸、ローズマリー公園
岩井（民宿やまげん）	富浦	道の駅全て、野島崎灯台
岩井海岸、フラワーパーク、フラワーライン、釈迦涅槃仏、とみうら枇杷倶楽部	富山エリア 富山 伊予が岳 御殿山など	道の駅富楽里 館山 お城 他
鋸山	野島崎灯台 白浜 ローズマリー公園	南房パラダイス、野島崎灯台、すべての道の駅、白浜、千倉、富浦など
鋸南、富浦、立山、千倉、鴨川		枇杷倶楽部 潮風大園 ローズマリー公園
勝浦、鶴原、五井、久留里、亀山		富浦、館山、十倉
千倉、富津、館山		富浦の民宿・千倉の海岸
千倉・白浜・富浦		富楽里とみやま
千倉潮風王国とみうら枇杷倶楽部		富浦エリア、白浜エリア、千倉エリア、丸山エリア、和田エリア、富山エリア
道の駅、温泉		野島崎灯台
道の駅ちくろ		野島崎灯台、道の駅千倉、富浦漁港、など
道の駅ちくろ、とみやま、とみうら バスツアーで 2 回どうらくえんに寄った気がする。		
道の駅巡り		
南国ホテル		
白浜、鴨川、富浦、館山		
白浜エリア		
琵琶倶楽部、ちくろ潮風王国、富楽里とみやま、おおつの里花倶楽部		
富浦 館山 富山		
富浦、館山、鴨川		
富浦		
木更津		
野島崎		
和田エリア 白浜エリア		
和田浦、富浦		

Q 2. 南房総市の来訪エリア [全体]

■南房総旅行の来訪エリアについては、宿泊では「勝浦・鴨川エリア」、日帰りでは「木更津・君津・富津エリア」の来訪率が高い。

「Q2」全体

Q2 南房総市に旅行で行ったことのある方のみお答えください。
 Q2 今までの南房総旅行は下記のどれですか？

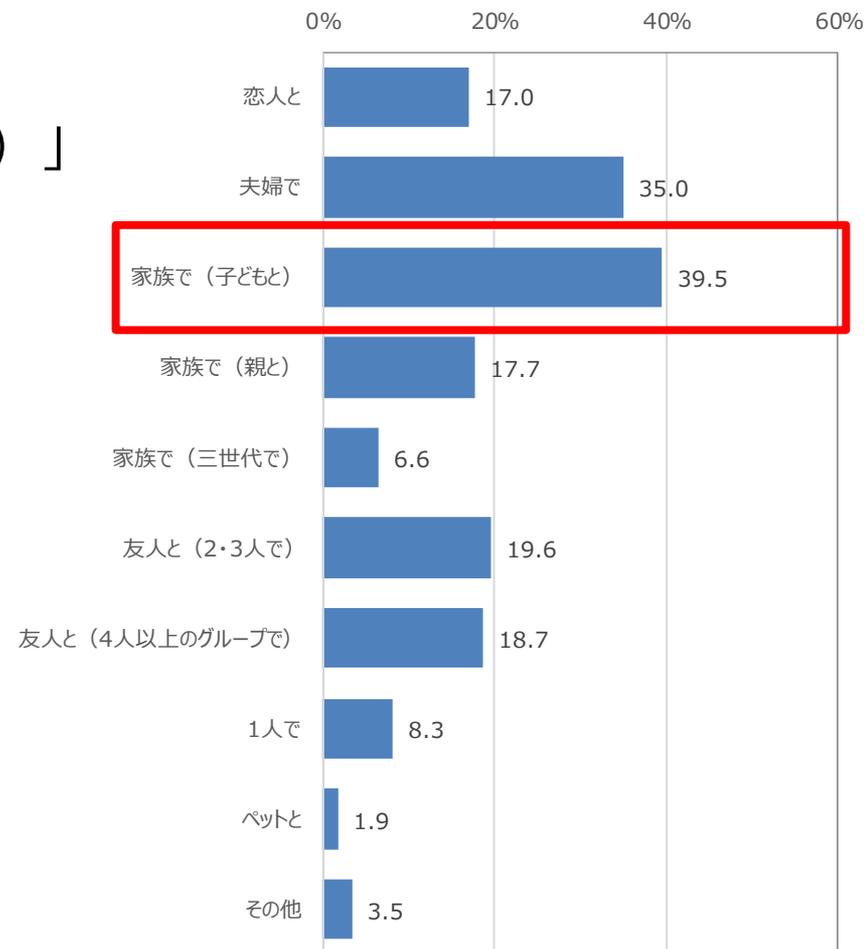
※n=30以上の場合 各項目毎（横方向）に 下記基準で色付け	全体	南房総市（	館山市	勝浦・鴨川	木更津・君	この旅行形	この形態で						
		富山エリア	富浦エリア	三芳エリア	丸山エリア	和田エリア	千倉エリア	白浜エリア	エリア	津・富津エ			
宿泊のみ（食事なし）	(423)	1.4	1.7	0.7	0.9	1.2	2.4	3.1	2.8	3.8	1.9	87.9	12.1
宿泊のみ（朝食のみ）	(423)	0.9	0.9	0.7	0.5	0.5	1.7	2.6	2.1	3.8	1.9	91.0	9.0
宿泊のみ（1泊2食付）	(423)	4.3	9.0	1.4	2.8	3.3	10.2	18.2	20.3	25.3	7.1	42.8	57.2
日帰り（食事なし）	(423)	8.0	8.3	5.4	5.4	5.7	9.0	9.7	9.0	9.0	12.8	72.8	27.2
日帰り（食事あり）	(423)	10.4	18.2	7.3	7.3	9.0	14.2	15.6	22.0	23.4	28.4	49.2	50.8
日帰り（食事2回以上あり）	(423)	3.5	5.4	2.8	3.8	2.6	5.7	6.9	9.2	11.1	11.1	74.7	25.3

Q 3. 同行者

同行者については、

「**家族で（子どもと）**」が40%で最も高く、
次いで「夫婦で」35%、「友人と（2・3人で）」
20%となっている。

「Q3」(全体)
n=423



Q 4 . 南房総市への来訪目的について

「Q3」(全体)
n=423

■南房総市への来訪目的については、
「**地元の美味しいものを食べる**」が51%で
最も高く、次いで「**ドライブ**」33%、「**温泉や
露天風呂**」31% となっている。



Q 5. 南房総市のグルメの認知度・興味関心度

1	●房州寿司	新鮮な海の幸満点の房州寿司は、古くからシャリが大きいのが特徴
2	●太巻き寿司	花をあしらったり、菜花を加えたり、見ても嬉しい美しい太巻き寿司
3	●海鮮丼	南房総の新鮮な魚を使った、ボリュームたっぷりの美味しい海鮮丼
4	●刺身	リーズナブルな価格で新鮮な美味しい地魚の刺身が食べられる
5	●房州エビ（房総産イセエビ）	千葉県は伊勢海老の水揚げ高全国トップクラス。南房総で獲れる伊勢海老を「房州エビ」と命名しブランド化
6	●あわび（黒あわび）	内房の岩井地区で育てられる「黒あわび」は、市場では高値で取り引きされるほどの特選素材
7	●サザエ	昔から海女漁が盛んな南房総最南端の白浜地区で、アワビと並び漁獲量が高く、南房総名物として親しまれている
8	●あじフライ	せん政水産の名物「てっばつあじフライ」など、新鮮なアジを使ったフライ ※てっばつ = 房州弁で大きいという意味
9	●なめろう	新鮮な鰯や鰯の身に味噌・生姜・葱・大葉を加え、細かくたたき混ぜ合わせる南房総の名物料理
10	●さんが焼き	「なめろう」を焼いて味わうのが「さんが焼き」。漁師が「なめろう」をアワビの殻に詰めて焼いたのがはじまりと言われる
11	●鯨料理（刺身、竜田揚げ、カツ等）	日本全国で4カ所しかない捕鯨基地のひとつがある和田漁港。鯨食文化は古くから南房総の郷土料理
12	●びわかレー	道の駅とみうら枇杷倶楽部の人気メニュー。びわ特有の甘みとコクのあるおいしいポークカレー
13	●サザエカレー	地元産のサザエを加えたカレー。昔は高価だった肉の代わりに地元で獲れるさざえを使用して作った昔ながらの郷土食

Q 5. 南房総市のグルメの認知度・興味関心度

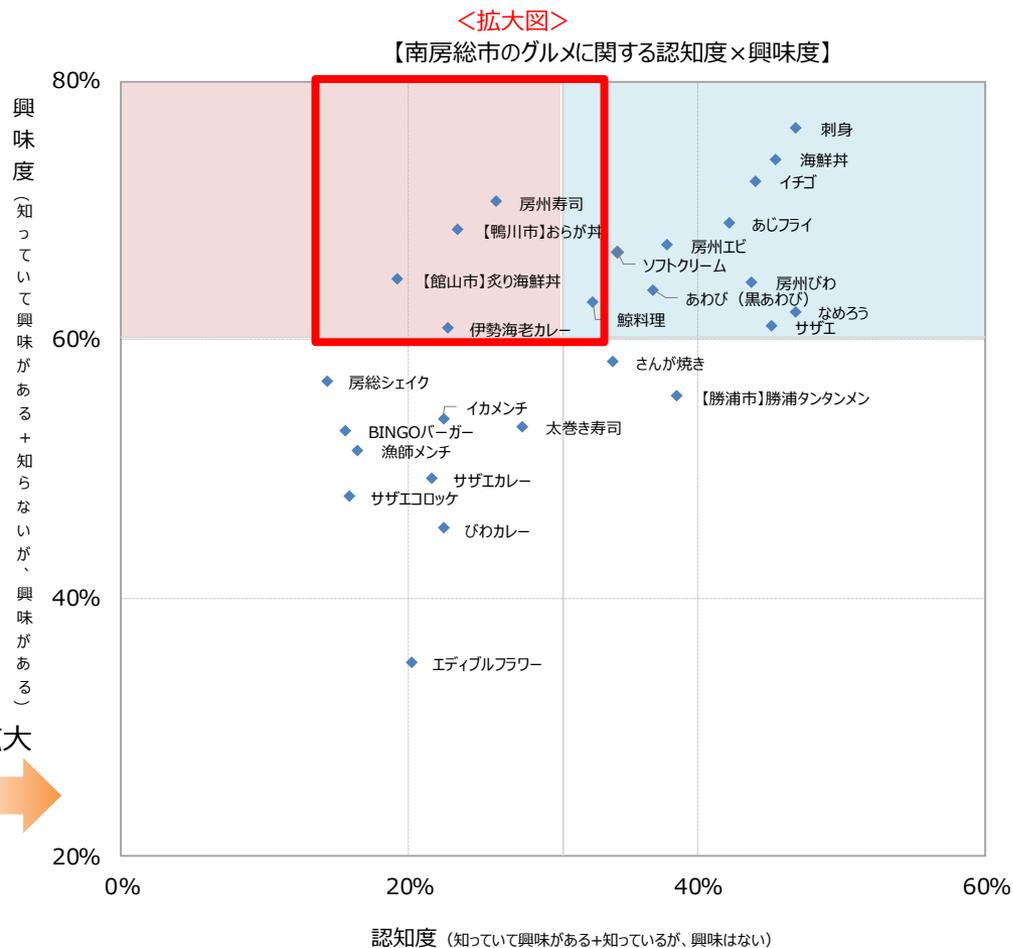
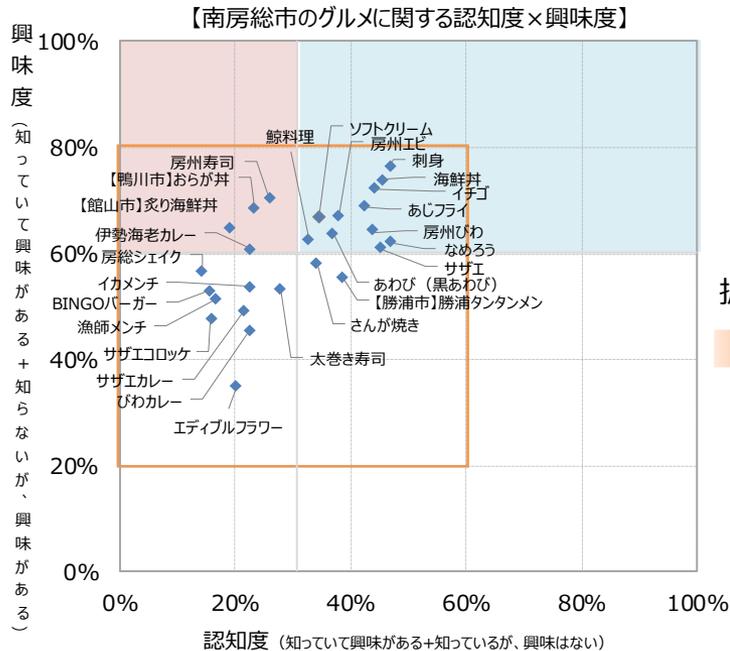
14	● 伊勢海老カレー	房総産の伊勢海老を贅沢に使ったエビの旨みたっぷりのカレー
15	● サザエコロッケ	地元千倉産のサザエをたっぷり使った「道の駅ちくら潮風王国」の人気商品。1日に多いときで600個以上を売り上げる
16	● イカメンチ	ひき肉の代わりに新鮮なイカのミンチがぎっしり詰まった、地元で愛されるメンチカツ
17	● 漁師メンチ	さばをサイコロ状にカットし、ハーブやチーズを使ってジューシーに仕上げたメンチカツ
18	● BINGOバーガー	和牛100%のパティは180gのビックサイズ。野菜はシェフ自らが選んだ地元三芳の野菜を使用
19	● エディブルフラワー（食用花）	キンセンカなどをちらし寿司にまぶしたり、天ぷらにしたり。花のまち、南房総だからこそこの食の楽しみ方
20	● 房州びわ	明治42年から皇室へ毎年献上している初夏の味覚。房州びわは、肉厚たっぷりの大粒の果実でみずみずしさが特徴
21	● イチゴ	あきひめ、紅ほっぺ、やよいひめといった人気品種に加え、道の駅オリジナル品種「モモコ」なども
22	● 房総シェイク	日本酪農発祥の地、安房地域の須藤牧場のアイスを使い、房総の飲食店がそれぞれコンセプトを生かして提供するシェイク
23	● ソフトクリーム（びわソフトなど）	房州びわを原料にした枇杷倶楽部オリジナルのびわソフトなど、市内8つの道の駅でオリジナルソフトクリームを提供
24	● 【館山市】炙り海鮮丼	旬の地場産魚介類を8種類楽しめる海鮮丼。特製の三段どんぶりを使い上から順に「炙り海鮮」「刺身」「彩り花ちらし」
25	● 【鴨川市】おらが丼	鴨川のブランド米「長狭米」をはじめとした新鮮な地元の海の幸、山の幸を主体としたお店ごとに異なるオリジナル丼
26	● 【勝浦市】勝浦タンタンメン	千葉県勝浦市のご当地グルメ。通常のコマ系と違いラー油が多く使われた激辛タンタンメン

Q 5. 南房総市のグルメの認知度・興味関心度

[散布図] [全体]

「認知」は低い
「興味」は高い
今後のお宝項目

「認知」「興味」
共に高い
現在の人気項目

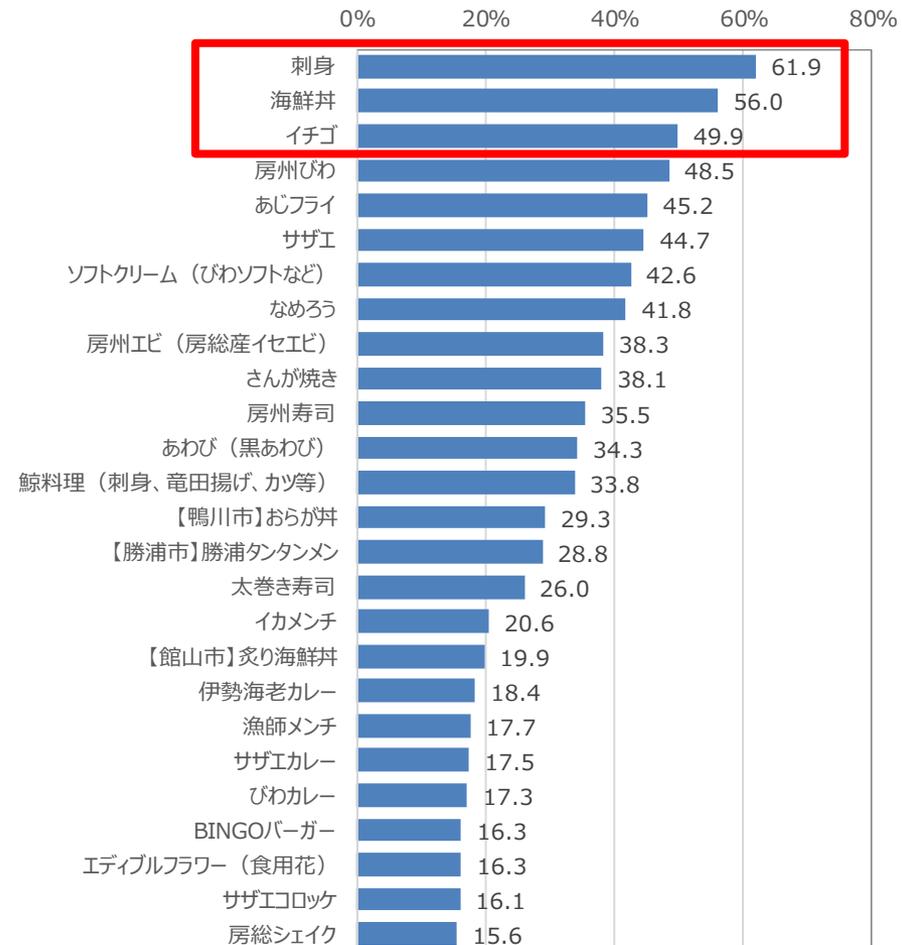


Q 6. 南房総市のグルメの喫食経験[全体値]

※ スコアは「食べた計」 …… 100-「食べたことはない」の合計値

■南房総市のグルメの喫食経験については、「刺身」が 62% で最も高く、次いで「海鮮丼」56%、「イチゴ」50% となっている。

「Q6」(全体)
n=423

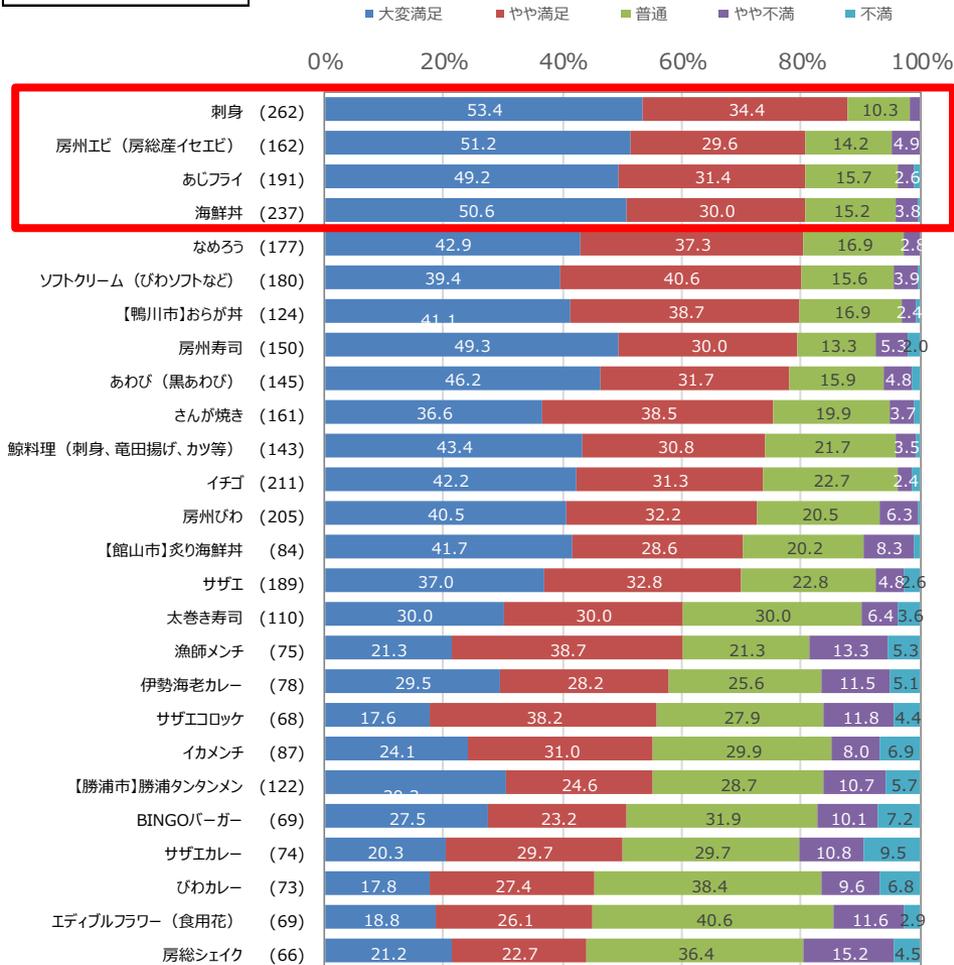


Q 6. 南房総市のグルメの満足度[全体値]

■南房総市のグルメの満足度については、「刺身」が88%で最も高く、次いで「房州エビ」「あじフライ」「海鮮丼」81% となっている。

「Q6」(全体)
n=262

※ 各喫食経験者ベース



Q 7. 南房総市の観光スポットの認知度・興味関心度

1	●道の駅 とみうら枇杷倶楽部	新鮮な海の幸満点の房州寿司は、古くからシャリが大きいのが特徴
2	●道の駅 おおつの里花倶楽部	四季折々の花とフルーツを栽培しており、花摘みやフラワーアレンジメント体験、イチゴ狩りが楽しめる
3	●道の駅 富楽里とみやま	漁協直営の海鮮レストランや南房総の牧場、直売所など地域のテナントが充実。富楽里オリジナル「伏姫びわワイン」も
4	●道の駅 三芳村鄙の里	酪農が盛んなエリアで低温殺菌牛乳、ソフトクリーム等を販売。和牛100%にこだわった手づくりハンバーガーも
5	●道の駅 和田浦WA・O!	シロナガスクジラの巨大骨格標本が目印。南房総の朝採れ食材、クジラ&地魚料理が人気。限定スイーツも
6	●道の駅 ローズマリー公園	「食のテーマパーク」はなまる市場は地元の農産物や加工品が充実。オリジナルスイーツ「びわロールケーキ」も人気
7	●道の駅 白浜野島崎	冬に咲く花の絨毯、夏の爽やかな海の蒼さは大きな魅力。白く輝く野島崎灯台を中心とした公園は格好の散策コース
8	●道の駅 ちくら潮風王国	活魚や鮮魚など、海産物のおみやげや地元農産物が豊富。千倉の魚介類をふんだんに活かした海鮮レストランも人気
9	●高家神社	料理の神様であり、しょう油業の祖神ともされる。日本唯一の料理の祖神を祀る社。年3回庖丁式奉納が行われる
10	●岩井海岸などのビーチ	子供の海岸として知られる岩井海岸他、南房総のビーチは首都圏はじめ近県や近隣から多くの海水浴客や釣り客などで賑わう
11	●伊予ヶ岳	千葉県内で唯一名称に「岳」がつく南房総では珍しい岩峰。頂上からは房総の山々、東京湾、伊豆の山々を一望できる
12	●大房岬自然公園	南房総国定公園の中にあり運動広場やキャンプ場等整備されている。一年を通してハイキング、磯遊び、キャンプ等が楽しめる
13	●原岡栈橋（岡本栈橋）	全国でも数少ない木製の栈橋。映画やCMのロケ地としても使われており、フォトジェニックなスポットとして人気

Q 7. 南房総市の観光スポットの認知度・興味関心度

14	●野島埼灯台	白く輝く姿から「白鳥の灯台」とも呼ばれる、日本で2番目に古い美しい西洋式灯台。最南端の夕日スポット
15	●抱湖園の桜	「花の南房総」をつくりあげた花栽培の先駆者・間宮七郎平が、山の急斜面に土手を築いて作った花木園。寒桜が有名
16	●ダイヤモンド富士	富士山頂の直線上に朝日や夕陽が重なり、光輝くダイヤモンドのように見える現象。年に2度繰り広げられる自然の芸術
17	●南房総の山城	里見氏や正木氏などの有力な戦国大名や国衆が領地を守るために、天然の要害である丘陵や山を利用して築いた城
18	●南房総温泉郷	アルカリ性で「美肌の湯」としても知られる泉質。20リットル 100 円で販売する「温泉テイクアウト事業」もスタート
19	●塩浦児童遊園のブランコ	ドラマ「逃げ恥」のロケ地。インスタで星野源と新垣結衣が仲良くブランコを漕いでいる投稿で話題に
20	●南房千倉大橋	白間津（しらまづ）漁港をまたぐ形で架かる千倉のシンボリック的存在。太平洋を一望できるビューポイントとして有名
21	●南房総の花畑	10月～翌6月にかけて30軒ほどの農家で花が栽培され、最盛期の1月中旬～3月下旬頃には花摘みも可能

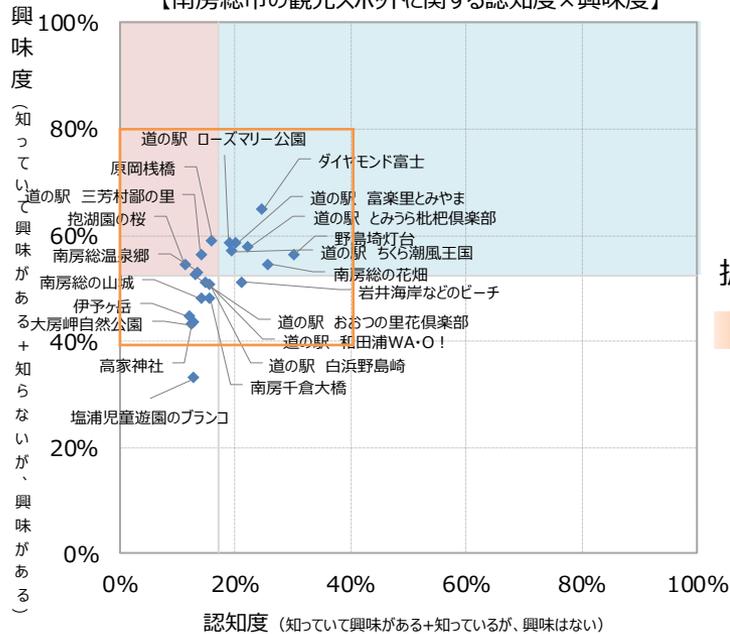
Q 7. 南房総市の観光スポットの認知度・興味関心度

[散布図] [全体]

「認知」は低い
「興味」は高い
今後のお宝項目

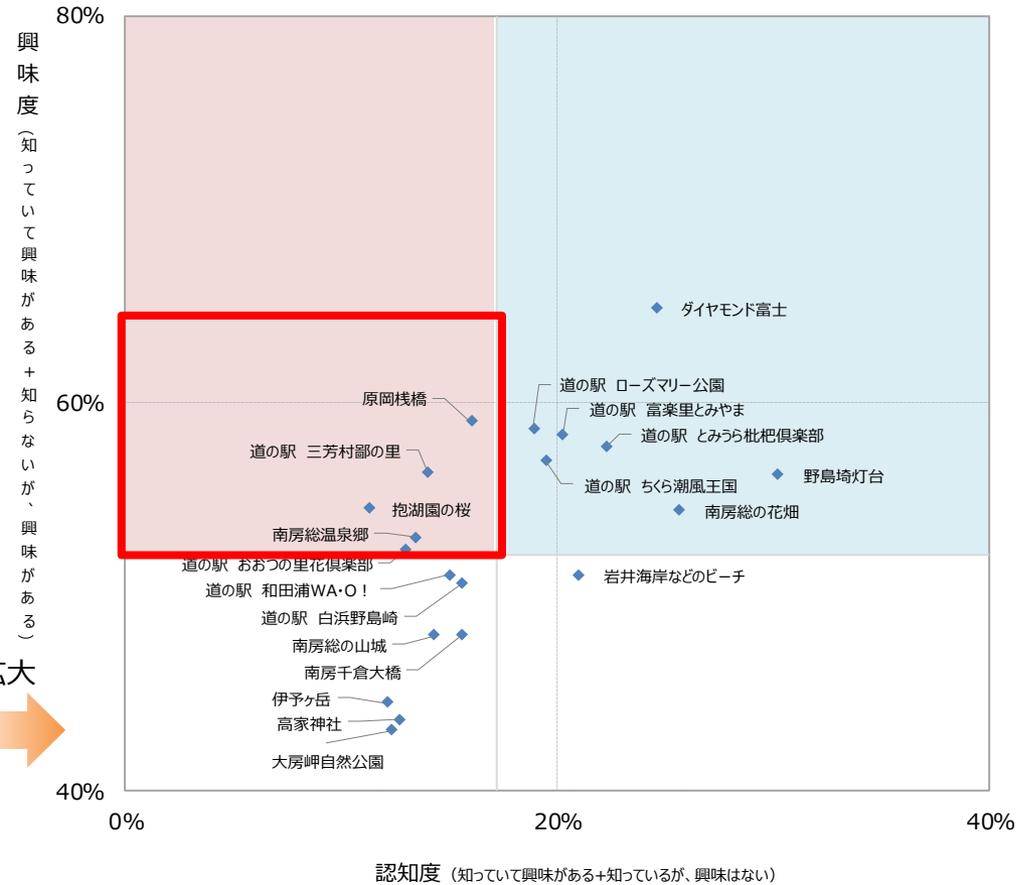
「認知」「興味」
共に高い
現在の人気項目

【南房総市の観光スポットに関する認知度×興味度】



<拡大図>

【南房総市の観光スポットに関する認知度×興味度】

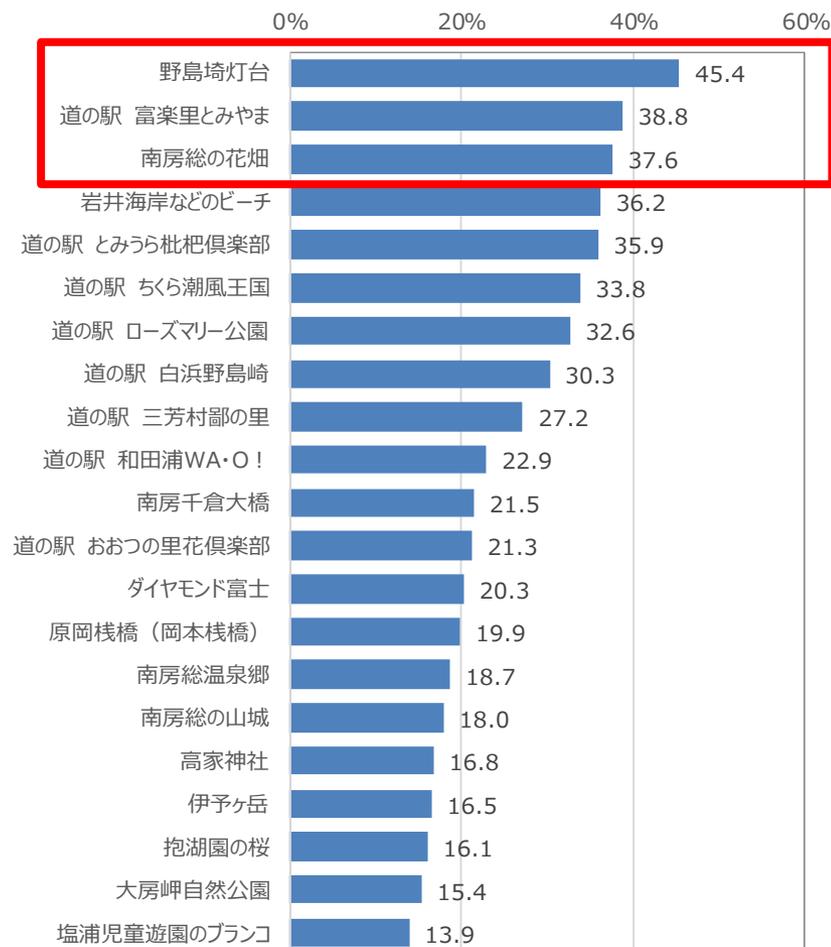


Q 8. 南房総市の観光スポットの来訪経験[全体値]

※ スコアは「行った計」 …… 100-「行ったことはない」の合計値

■南房総市の観光スポットの来訪経験については、「野島崎灯台」が45%で最も高く、次いで「道の駅 富楽里とみやま」39%、「南房総の花畑」38%となっている。

「Q8」(全体)
n=423

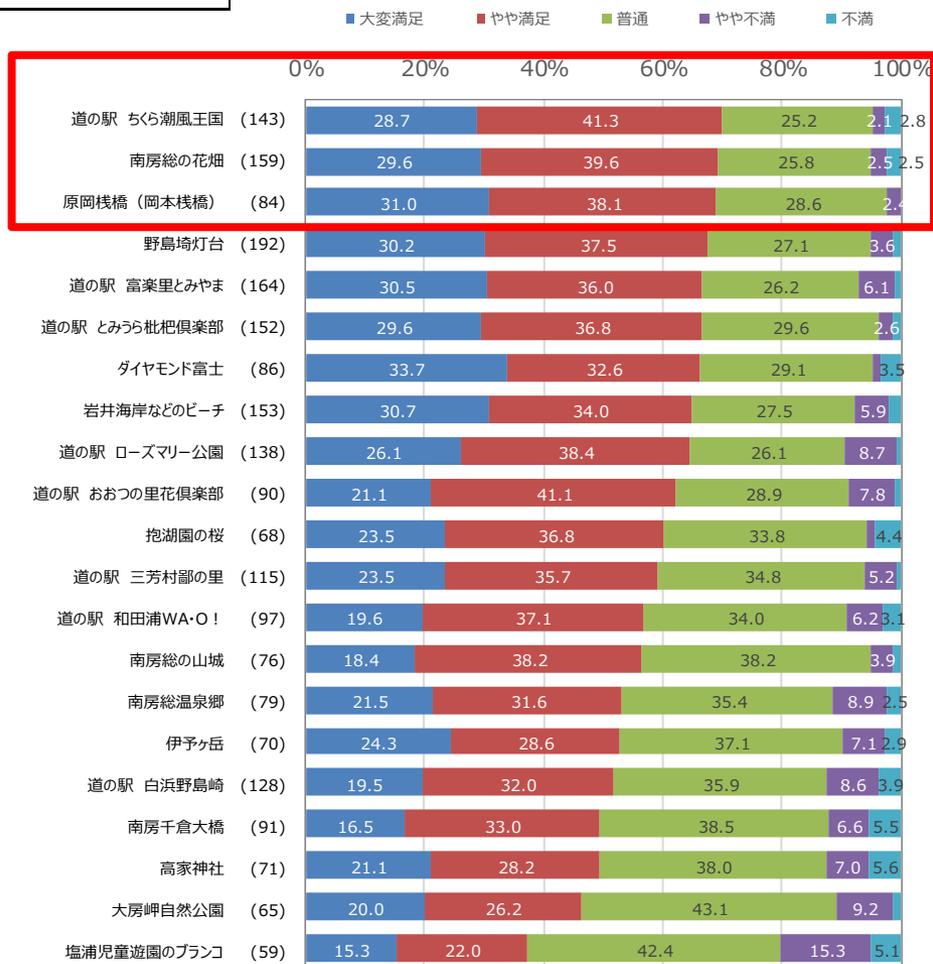


Q 8. 南房総市の観光スポットの満足度[全体値]

※ 各来訪経験者ベース

■南房総市の観光スポットの満足度については、「道の駅 ちくら潮風王国」が70%で最も高く、次いで「南房総の花畑」、「原岡栈橋」69%となっている。

「Q8」(全体)



Q9. 南房総市の体験・アクティビティの認知度・興味関心度

1	●房州うちわ作り体験	千葉県伝統的工芸品「房州うちわ」作り体験。約90分、1人1500円程度
2	●地引網体験	海から引き揚げたばかりの魚介類をバーベキューで味わえる。当日参加大人3000円、3歳～小学生1500円程度
3	●BOSO KART（公道カート）	南房総の一般公道をオープンなカートタイプの車両で走りぬける体感型イベント。3500円～6500円
4	●ストライダー	ストライダーは足で地面を蹴って進む新しいコンセプトのキッズバイク。レンタル料30分300円
5	●花摘み体験	南房総の風と太陽の光をいっぱいを受けて育ったお花をお土産として持ち帰ることができる。1人500円程度
6	●癒しの森のセラピーウォーキング	潮風を浴びながら森林浴を楽しむウォーキングと休息を、ゆったりとした時間の流れの中で体験できる。1人2800円
7	●富山【とみさん】トレッキング	初心者でも安心なトレッキングコースをガイドがご案内。山頂でいただくご当地カップラーメンの味は絶品。1人5800円
8	●電動トゥクトゥク	南房総の風を感じながら移動することができる電動トゥクトゥクのレンタルサービス。2022年2月まで無料
9	●ウミホタル見学	海に住んでいる3mmほどのサイズの小さな発光生物「ウミホタル」見学。1人2000円
10	●サイクリング	南房総地域のレンタサイクル貸出拠点をネットワーク化、サイクリングで回遊できる。1日500円～1000円
11	●プラネタリウムとナイトウォーク	プラネタリウムで満天の星空を鑑賞。その後は夜の森を歩いて生き物観察や静かな森を体験。料金いくら？
12	●狩猟体験	現役の地元ハンターと一緒に、里山の話から獣道の見つけ方、罠の設置の仕方を学ぶことができる。1人4980円
13	●里山ライフ体験（農業体験）	里山で身体を動かして、リフレッシュ。2拠点居住者や移住者、地元の人と交流しながら里山ワークを体験。1人3300円

Q9. 南房総市の体験・アクティビティの認知度・興味関心度

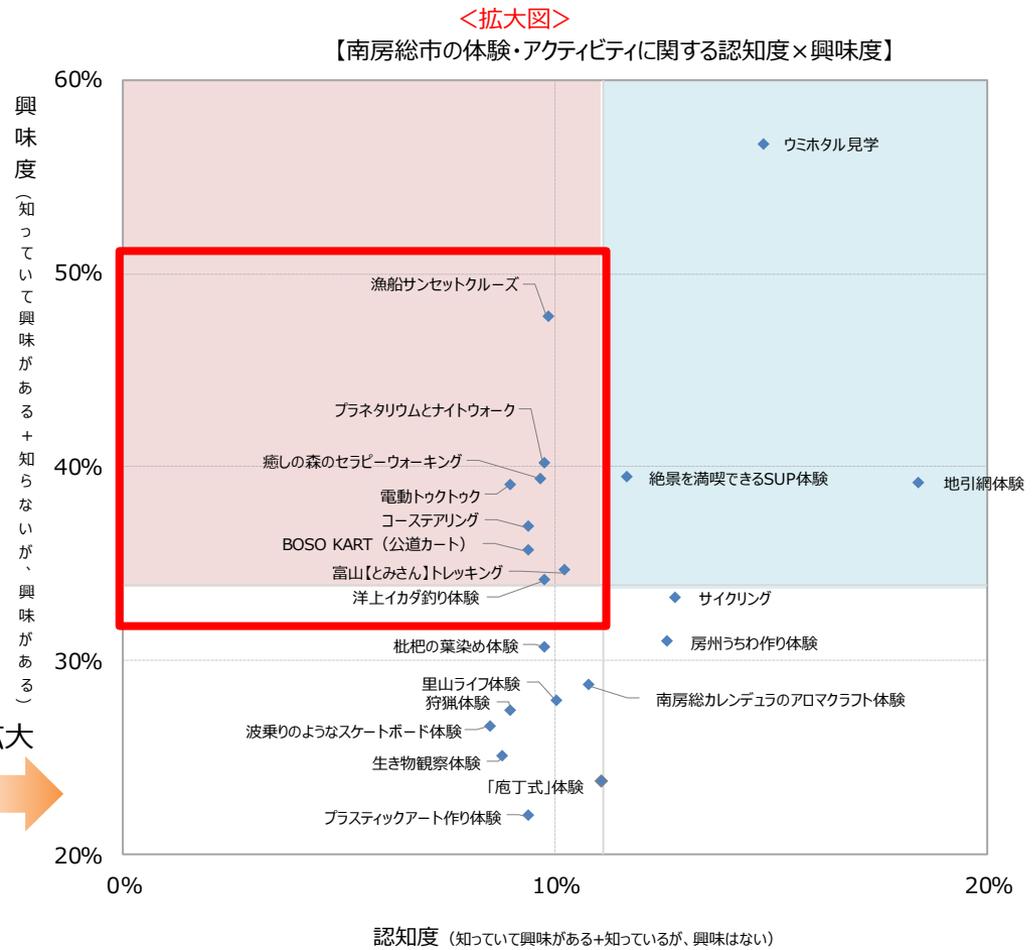
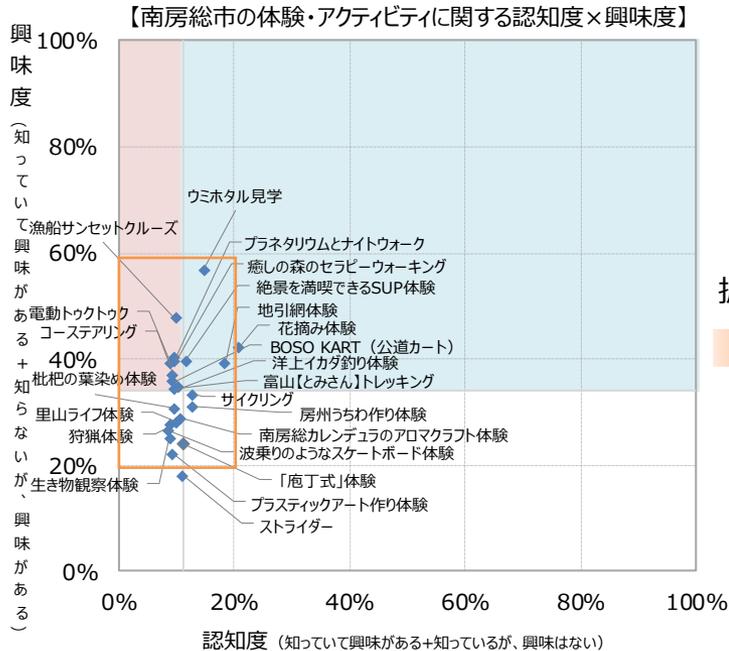
14	● 枇杷の葉染め体験	枇杷の葉で染める、世界に1つだけのオリジナル風呂敷。1人1980円
15	● 南房総カレンデュラのアロマクラフト体験	キンセンカの効能を凝縮した特製アロマクリームを簡単手作り体験。1人3650円
16	● プラスティックアート作り体験	「海洋プラスチックごみ問題」に目を向けて、生活の中での身近な取り組みが自然に及ぼす影響などを学ぶ。1人2890円
17	● 波乗りのようなスケートボード体験	ボードの乗り方だけでなく、転び方もレクチャー。参加者のレベルに合わせて、基本の“基”から学べる。1人13000円
18	● 絶景を満喫できるSUP体験	初心者向けのSUP体験プログラム。原岡海岸の遠浅で湖のように穏やかな海をゆったり水上散歩。1人7200円
19	● 漁船サンセットクルーズ	漁船に乗って東京湾クルーズ。メインイベントは、大房岬の沖合いで眺める圧巻のサンセット。1人2890円
20	● 洋上イカダ釣り体験	千葉県唯一。洋上に浮かぶイカダで楽しむ、究極の海釣り体験。1人5480円
21	● 生き物観察体験	春はサンショウウオ、夏はサシバ、秋はカヤネズミなど、里山に住む生き物を観察。1人4980円
22	● コーステアリング	起伏に富んだ大房岬の海岸線を探検。岩場を歩き、時には登り、海の中を歩いたり。磯遊びよりアドベンチャラスな海辺の体験
23	● 「庖丁式」体験	日本で唯一の料理の神様を祀る高家神社を訪ね、平安時代から受け継がれた庖丁式を体験出来る。1人28350円

Q 9. 南房総市の体験・アクティビティの認知度・興味関心度

[散布図] [全体]

「認知」は低い
「興味」は高い
今後のお宝項目

「認知」「興味」
共に高い
現在の人気項目

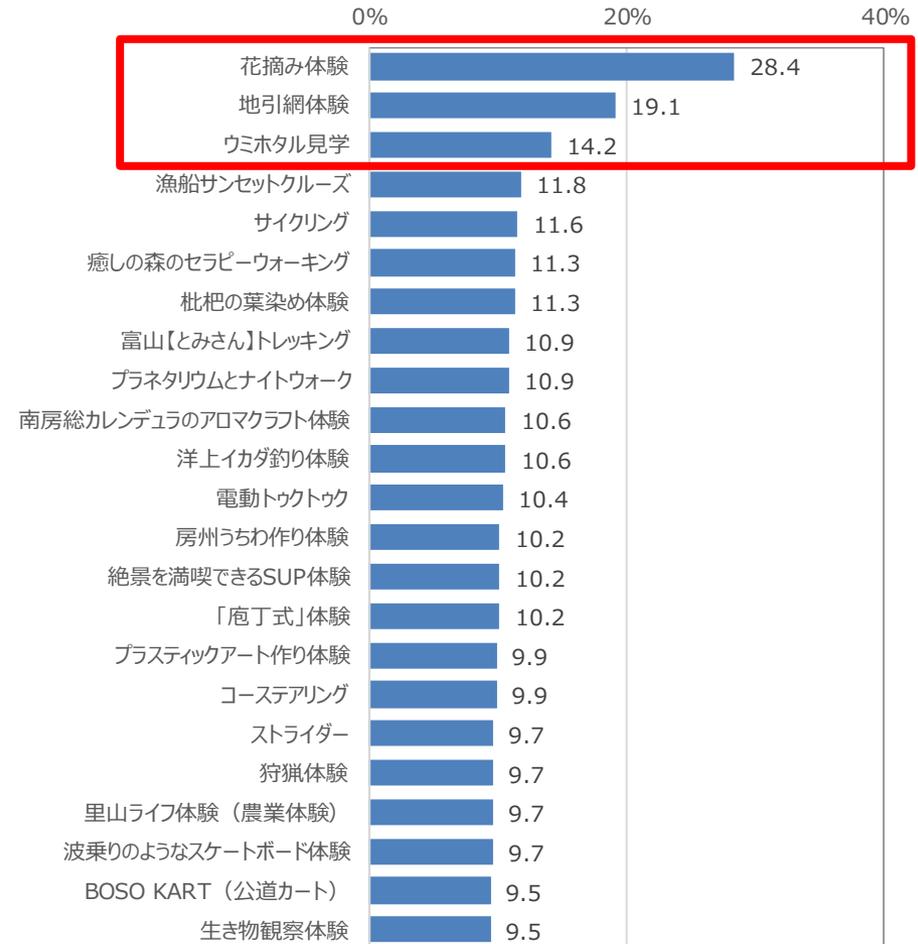


Q 1 0 . 南房総市の体験・アクティビティの体験率[全体値]

※ スコアは「体験した計」 …… 100-「体験したことはない」の合計値

■南房総市の体験・アクティビティの体験率については、「**花摘み体験**」が28%で最も高く、次いで「**地引網体験**」19%、「**ウミホテル見学**」14%となっている。

「Q10」(全体)
n=423

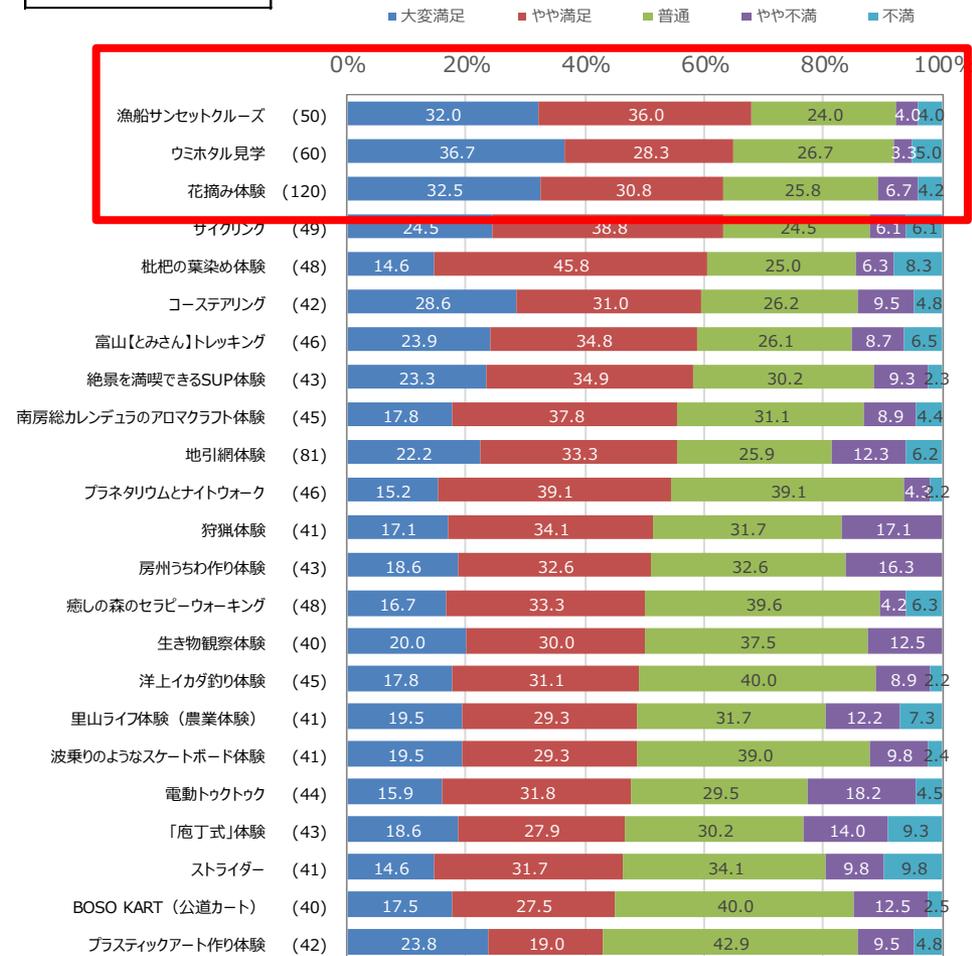


Q10. 南房総市の体験・アクティビティの満足度[全体値]

※ 各体験者ベース

■南房総市の体験・アクティビティの満足度については、「漁船サンセットクルーズ」が68%で最も高く、次いで「ウミホテル見学」65%、「花摘み体験」「サイクリング」が63%となっている。

「Q10」(全体)



＜再掲＞ 調査結果サマリ

◆ 来訪状況

- ・来訪経験層は4割。「1回」が2割弱。千葉県を除けばそこまで経験・頻度は高くない。
- ・「勝浦・鴨川エリア」「木更津・君津・富津エリア」「白浜エリア」などが人気エリア。
- ・目的は「地元の美味しいものを食べる」「ドライブ」「温泉や露天風呂」などが上位で、海や山を魅力とする南房総らしい結果。

◆ 典型的な来訪者

- ・性年代別の同行者構成(P22)を見ると、来訪者の典型パターンとしては、「シニア夫婦層」、「子連れファミリー層」「親と来ている若年層」「友人と来ている層」などであると思われる。特に「シニア夫婦層」「子連れファミリー層」はボリュームゾーン。

◆ コンテンツ評価

- ・食コンテンツでは「刺身」「海鮮丼」「イチゴ」「あじフライ」などが牽引役となっている。
- ・観光スポットでは「ダイヤモンド富士」「ローズマリー公園」などが牽引役となっている。
- ・潜在力のあるコンテンツ（魅力度は高いが認知率は比較的に低いもの）は特に食コンテンツで目立ち、「房州寿司」「おらが丼」「炙り海鮮丼」「伊勢海老カレー」などの“海鮮コンテンツ”が挙げられる。
- ・アクティビティでは「海ほたるの見学」が圧倒的に高評価。
- ・潜在力のあるものとしては、若年層を中心として「漁船サンセットクルーズ」「プラネタリウムとナイトウォーク」など、“写真映え”するようなコンテンツが挙げられている。

今後の取り組みにおける示唆

- 南房総エリアの特徴を考えると、潜在コンテンツである「房州寿司」「おらが丼」「炙り海鮮丼」「伊勢海老カレー」などの“海鮮コンテンツ”の認知度を上げて牽引役コンテンツを増やすことで、コンテンツ多様化によるCS向上はもとより、“海の幸が素晴らしいエリア”という南房総のブランドの相乗的な強化・深化を狙う方向性は有効と思われる。
- ターゲット別に考えるならば、ボリュームが大きいであろう「シニア夫婦層」においては、特にグルメニーズの高い“妻側”に対して、海鮮コンテンツを押し出す方向性は正しいと思われる。加えて、「花や紅葉などの自然鑑賞」に惹かれる様子が見られることから、潜在コンテンツである「抱湖園の桜」や、既にメジャーコンテンツではあるが「花摘み体験」等のセット訴求は来訪促進に有益と思われる。
- 「子連れファミリー層」に対しても、意思決定者であろうママ層・パパ層はグルメニーズが高い様子がかがえるため、海鮮コンテンツを訴求する方向性は正しい。加えて、子供がいるような世代の興味関心度を見ると、「ソフトクリーム」「房総シェイク」の訴求も効果的と思われる。
- より細かくは、ママ層に対しては「房総びわ」「イチゴ」あるいはなど、パパ層に対しては「海水浴」（子供と一緒に遊ぶニーズ？）に惹かれている様子がかがえるため、これらの訴求も有効と思われる。
- アクティビティ系の潜在コンテンツでは、「漁船サンセットクルーズ」「プラネタリウムとナイトウォーク」などの“写真映え”するようなコンテンツが、特に若い世代の来訪を促すには有効と思われる。

南房総市への**来訪目的**は
「**地元の美味しいものを食べる**」
「**ドライブ**」「**温泉や露天風呂**」



それに対し

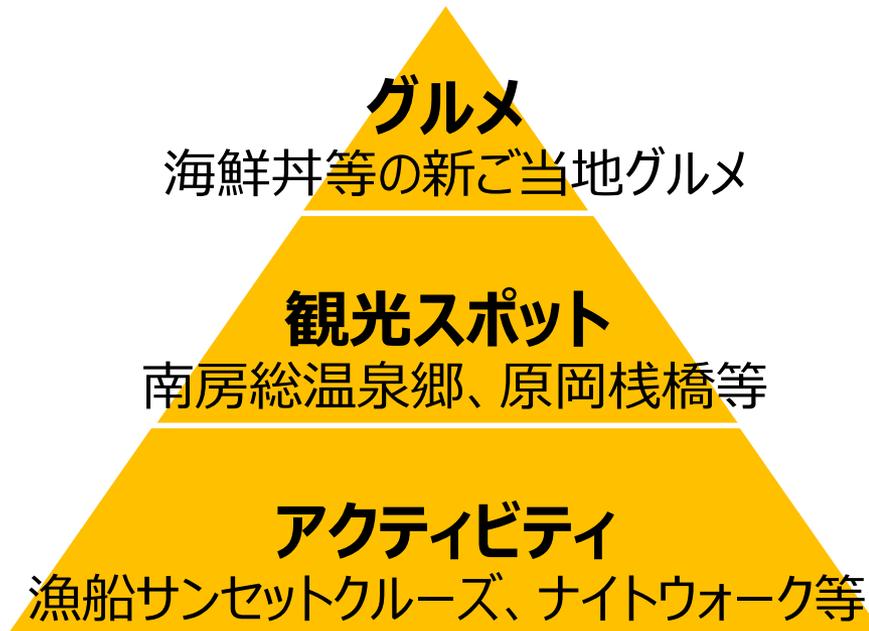
鴨川のおらが丼、館山市の炙り海鮮丼のような「南房総市」のグルメがない
鴨川シーワールドやドイツ村のようなドライブの目的となる観光スポットがない
南房総温泉郷の認知がまだ低い

つまり

「**観光の目的**」となりうるような
「**南房総市**」の**グルメ、スポット**がない

見えてきた課題からの観光戦略方針

- ✓ 「観光の目的」となりうるような「南房総市」のグルメ、スポットがないことが課題だが、新たにハード面での観光スポットを作りに行くのは難易度が高い
- ✓ そこでまずはニーズの高い「グルメ」に注力し南房総市ならではの**新グルメを開発**。そこに同じくニーズの高い温泉、そしてお宝項目である「原岡棧橋」等のスポットやアクティビティを組み合わせ、DMOが主体となりPRの上PDCAを回していく。



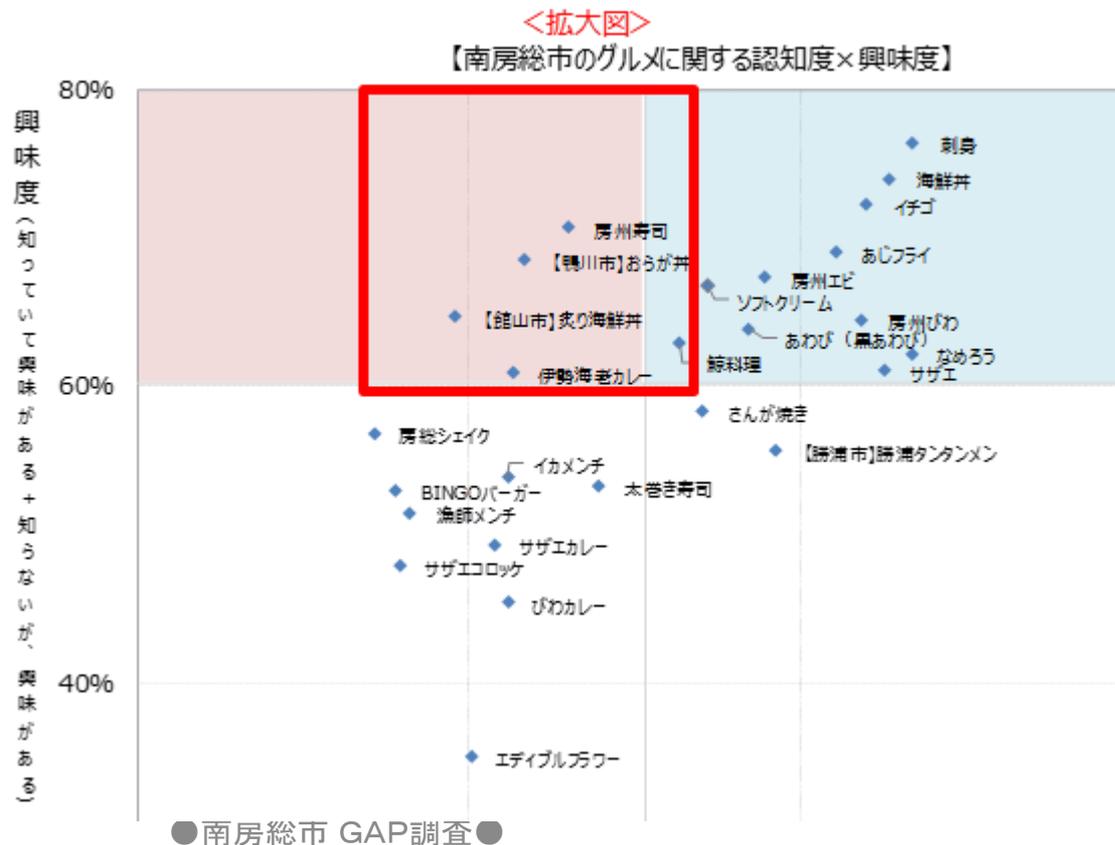
調査結果から見えてきた
左記のコンテンツ開発及びPRを
DMOが主体となり実施。
その結果を定量でモニタリングし
PDCAを回していく。

【新グルメ開発によるエリア誘客】

- ✓ 現状は飲食店、道の駅などそれぞれが個別でグルメ開発 & PRをしている状況
- ✓ 共通の開発テーマを設け、出来上がったものをDMO主体でエリア全体のPRを実施
今後南房総市への来訪目的となりうる強力な観光コンテンツに育てあげていく
- ✓ 注力すべきは「お宝項目」である房州寿司、おらが丼等の「ご当地海鮮丼」など

「認知」は低い
「興味」は高い
今後のお宝項目

「認知」「興味」
共に高い
現在の人気項目



課題に対する打ち手案【グルメ開発】①海鮮丼

- ✓ 鴨川のおらが丼、館山市の炙り海鮮丼と並ぶ「南房総市」の海鮮丼を開発
- ✓ 道の駅、飲食店が主体となり、共通テーマの中でエリア毎の違いを出し周遊を促す
- ✓ 共通の開発テーマを設け、出来上がったものをエリア全体でPRを実施する



エリア毎に違いを出し「選べる楽しさ」を演出。
南房総市内の周遊促進を図る



おらが丼、炙り海鮮丼と
並ぶご当地海鮮丼を開発

※写真はローズマリー公園「おさかな丼屋と丸」の海鮮丼

課題に対する打ち手案【グルメ開発】②あじフライ

- ✓ 小田原SAでは「鰯のから揚げ」が名物になるなど、鰯に注目が集まっている
- ✓ アンテナの感度が高いアーティストが近年「あじフライ」を推しており、これから20~30代を中心にさらに「あじフライ」人気が高まることが予想される
- ✓ あじフライは既に人気項目だが南房総市ならではの特色はないため、海鮮丼同様エリア毎の違いを打ち出した「新あじフライ」を開発、他地域との差別化を図る

山田原 吉屋 結

お知らせ一覧 よくある質問 お客様の声 今昔物語 会社概要 お問い合わせ

RECOMMENDED

カラッ！サクッ！
絶品のあじの唐揚げをどうぞ！

美味しいごだわり

くせになる美味しさが
多くの方にご支持を頂いて
おります

食品まつり a.k.a foodman @shokuhin_maturi · 7月8日
Rolling stone japanで @imdkmdotcom さんにインタビューしていただきました。名古屋の守山パーキングエリアの食堂のあじフライのことなどお話しさせて頂いています。興味ある方は是非👉

食品まつりが語るダンス・ミュージックとやすらぎ感、道の駅とあじフライへの愛情

rollingstonejapan.com
食品まつりが語るダンス・ミュージックとやすらぎ感、道の駅とあじフライへの愛情。名古屋在住のプロデューサー、食品まつり a.k.a foodmanのアルバム『Yasuragi Land』をリリースする。型破りなサウンドと、あじフライの魅力を語る。型破りなサウンドと、あじフライの魅力を語る。

deL_tag @deltagroove3 · 7月17日
なんか最近ずっとあじフライが食べたい。(食品まつりさんのアルバム最高だなあ...)

music.apple.com
食品まつり a.k.a foodmanの“Aji Fly”
食品まつり a.k.a foodmanの“Aji Fly”をApple Musicで聴こう。2021年年。時間：1:59

アボカド @cplyosuke · 7月4日
食品まつりさんがあじフライに目覚めてからやたらあじフライを意識するようになってしまった

poivre @poivre0529 · 2020年9月18日
食品まつりさんの影響であじフライ食べたんだけど、めちゃくちゃ美味しいな👍

FunAs @funasu · 2月10日
ローソンであじフライを売っているところを見る度に食品まつりさんを出す体質になってしまいました

課題に対する打ち手案【グルメ開発】③房州寿司

- ✓ 房州寿司の興味関心は高いが認知は低く、食べられるお店も限られている
- ✓ 提供できる店舗を増やすだけでなく、「何が房州寿司なのか」の定義を明確にした上でサービスのクオリティを統一し、南房総市のグルメとしてPRを強化

「房州寿司とは」の定義を明確にした上で、
提供できる市内の店舗を増やしPR強化



課題に対する打ち手案【グルメ開発】④スイーツ

- ✓ いちごや房州びわ、ソフトクリームなどのスイーツは人気項目だが南房総市への観光目的にするにはまだブラッシュアップの余地がある
- ✓ 旅行目的であるドライブはグルメや温泉だけでなく「絶景」との相性がよい。
- ✓ 調査結果から原岡栈橋やだるま富士の興味関心高いことも明らかになっており、「絶景にちなんだスイーツ」＝「絶景クリームソーダ」開発はインスタ映え観点でも有効。



▼レシピ開発後はこのような形で地域でのお披露目イベントも実施予定（想定：1日）

NIGATA
SADOGASHIMA
TARI SUKI KISSA

「旅する喫茶」
「喫茶時間」
「喫茶時間」
「喫茶時間」

旅する喫茶
佐渡島編

2021
8.25日 12:00-
26日 18:00

旅する喫茶
https://tabisukiss.com

HOSTEL perch 前原市役所市庁舎2階4

▲今感度の高い層から脚光を浴びている「旅する喫茶」のtsunekawa氏による地域オリジナルのクリームソーダレシピ開発が可能。PRで使える写真素材の提供、ショートムービーも作成

課題に対する打ち手案【グルメ開発】他地域との差別化

- ✓ 海鮮は南房総市の強みであるが、海沿いエリアではどこでも提供可能なため、南房総市ならではの価値をそこに付加し差別化を図る必要がある
- ✓ 日本で唯一「料理の神」を祀る「高家神社」は最も他地域と差別化が図れる強力なコンテンツ。高家神社と組み合わせたPRは非常に有効

料理の神様「磐鹿六雁命（いわかむつかりのみこと）」を祀る高家神社にちなんだ内容 & ネーミングに

むつかり海鮮丼



むつかりあじフライ



房州むつかり寿司



DMOとしてのグルメ開発への関わり方について

- ✓ 南房総市内の道の駅、飲食店と連携したグルメ開発の推進
- ✓ 開発したグルメのエリア全体プロモーション
- ✓ 地域全体の販売数とりまとめ
- ✓ 継続的な認知・興味関心のモニタリング調査

上記を実施
した上で

企画・開発、モニタリング、及び
プロモーション等に使用する費用として
手数料を参画店舗から徴収しDMO財源に

※想定5～10%程度