

第 38 回 小山城まつり  
来場者アンケート調査等  
報告書

2024（令和6）年 12 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.....	3
(3) 調査事項.....	3
(4) 調査方法.....	4
(5) 配付物、掲出物.....	5
2. 調査の結果.....	7
(1) 来場者の属性.....	7
① 居住地.....	7
② 性別.....	8
③ 年代.....	9
④ 同行者の人数（回答者本人を含む）.....	10
⑤ 主な同行者.....	11
(2) 小山城まつりに関すること.....	12
① 小山城まつりへの来訪回数.....	12
② 小山城まつりを訪れるきっかけとなった情報源（複数回答可）.....	13
③ 小山城まつりの目当て（複数回答可）.....	15
④ 小山城まつりの目当てのうち、最も満足したもの.....	17
⑤ 小山城まつりの親しい知人への推奨度.....	18
⑥ 小山城まつりへの再訪意向.....	19
(3) 今回のお出かけ全体に関すること.....	20
① 行程.....	20
② 宿泊先（前問で“宿泊”と回答した方のみ）.....	21
③ 利用施設（複数回答可）.....	22
④ 1人あたり消費額.....	24
⑤ 会場に辿り着くために使用した主な交通手段（複数回答可）.....	25
(4) シビックプライドについて.....	26
(5) 小山城まつりへの意見感想.....	28
① 特に良かったこと.....	28
② 不便・残念だったこと.....	29
③ 小山城まつりと聞いて思い浮かべるイメージ.....	30
(6) 推奨度と主な設問の相関関係.....	31
① 推奨度 × 居住地.....	31
② 推奨度 × 来訪回数.....	32
③ 推奨度 × 年代.....	33

3. 小山城まつりに関する検索等.....	34
(1) インターネット (Googleトレンド) .....	34
4. 総括 .....	35

## 1. 調査の概要

### (1) イベントの概要

名 称	第38回 小山城まつり
内 容	町内外の事業者や団体による物産展・バザール、ステージイベントなど、様々なイベントを開催。 ➢ 物産展、バザール ➢ 展望台小山城を無料開放 ➢ 八女市特産品販売 ➢ お楽しみ抽選会 ➢ ステージイベント ➢ ちびっこスタンプラリー ほか (吉田町ホームページ及び公式チラシから引用)
日 時	2024(令和6)年11月3日(日・祝)8時30分～15時00分
会 場	小山城前広場、展望台小山城
参加者数	約17,000人
天 候	前日夕方から強い雨が降ったが、まつり開催時には天気が持ち直した。雨の影響で会場の地面はぬかるむなどコンディションの不良はあったが、イベントそのものは滞りなく行われた。  曇一時雨 23.5 / 18.5  tenki.jp「静岡(静岡県)の過去の天気」を加工して作成 ( <a href="https://tenki.jp/past/2024/11/weather/5/25/47656/">https://tenki.jp/past/2024/11/weather/5/25/47656/</a> )

### (2) 調査対象

小山城まつりの来場者 【サンプルサイズ 270人】

### (3) 調査事項

- ・基本属性(性別、年代、居住地など)
- ・小山城まつりに関すること(目当て、情報源、満足度など)
- ・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)
- ・小山城まつりへの意見・感想 ほか

#### (4) 調査方法

会場内に調査ブースを設置し、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。回答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。

(5) 配付物、掲出物

① A5 チラシ (2000 部)、A1 チラシ (2 部)

# 第38回 小山城まつり WEBアンケートに ご協力ください

小山城まつりに対する満足度や今回のお出かけの内容についてお答えください。

吉田町の特産品を  
抽選で合計45名様にプレゼント!



よし吉  
オリジナルグッズ  
15名様



黄金のえごま油  
えごまパウダーセット  
(かつ農園)  
15名様



ポチ ※小さなポーチ  
(本橋テープ)  
15名様



回答はこちら▲



ダブルチャンス  
アンケートブースで  
回答画面を見せると  
小山城サイダー  
プレゼント!!

先着  
300名

※景品写真はイメージです。  
※当選の発表は商品の発送をもって  
代えさせていただきます。  
※いただいた個人情報は、来訪者の分析および  
当選者への商品発送のためのみに使用します。

吉田町観光協会 小山城まつり実行委員会  
(調査事務局：公益財団法人するが企画観光局 054-204-6677)



## ② 実施場所等

会場入り口付近、本部テント内の調査ブースにおいて、アンケートチラシを配布するとともに、調査ブース前の立て看板にポスターを掲出した。

### 地理院地図



調査ブースの立地



調査ブースの様子

## 2. 調査の結果

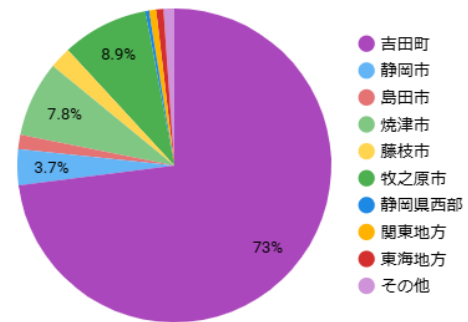
### (1) 来場者の属性

#### ① 居住地

- 「吉田町」が73%と昨年同様に最も多く、昨年から更に割合が11ポイント増加した。
- 「静岡県中部地域」は24%であり、吉田町を含めると97%が「県中部地域」からの来訪であった。
- 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、「吉田町」、「県中部地域(吉田町を除く5市1町)」、「域外」でデータを区分することとする。なお「域外」は回答が8件と少数のため参考値として確認されたい。

居住地別回答数及び回答割合

1.	吉田町	197	73%	11% ↑
2.	静岡市	10	4%	1% ↑
3.	島田市	4	1%	-2% ↓
4.	焼津市	21	8%	-0% ↓
5.	藤枝市	6	2%	-6% ↓
6.	牧之原市	24	9%	-1% ↓
7.	静岡県西部	1	+0%	-1% ↓
8.	関東地方	2	1%	-0% ↓
9.	東海地方	2	1%	+0% ↑
10.	その他	3	1%	+0% ↑
	<b>総計</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>



居住区分別回答数及び回答割合

1.	吉田町	197	73%
2.	県中部地域	65	24%
3.	域外	8	3%
	<b>総計</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

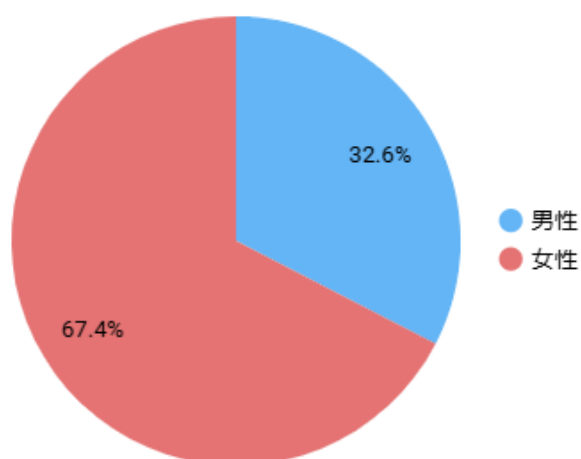
※県中部地域は吉田町を除く



## ② 性別

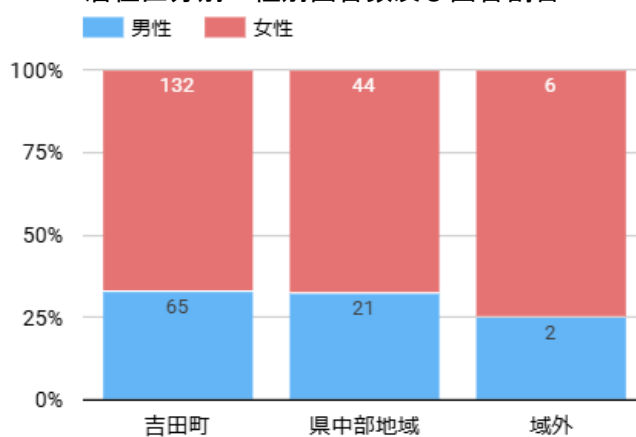
- 「女性」が67%、「男性」が33%の構成となった。昨年から構成比に大きな変化は見られなかった。
- 居住区分別の比較においても、明確な差は見られなかった。

性別回答数及び回答割合



1.	男性	88	33%	-0% ↓
2.	女性	182	67%	1% ↑
	総計	270	100%	0%

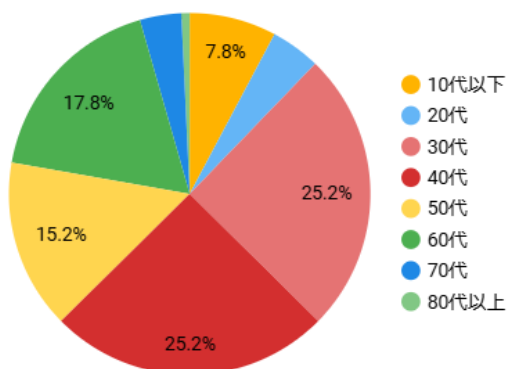
居住区分別・性別回答数及び回答割合



### ③ 年代

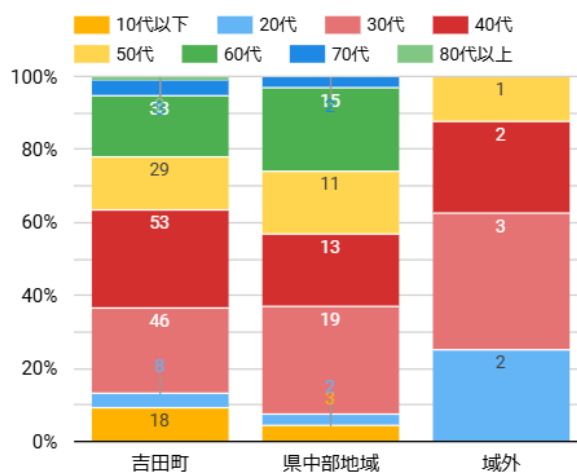
- 「30代」と「40代」が25%と最も多く、次いで「60代」が18%、「50代」が15%であった。
- 昨年に比べ30代以下の割合は減少し、40代から60代の割合が増加した。

年代別回答数及び回答割合



1.	10代以下	21	8%	-4% ↓
2.	20代	12	4%	-4% ↓
3.	30代	68	25%	-7% ↓
4.	40代	68	25%	2% ↑
5.	50代	41	15%	5% ↑
6.	60代	48	18%	7% ↑
7.	70代	10	4%	-1% ↓
8.	80代以上	2	1%	0% ↑
	<b>総計</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>

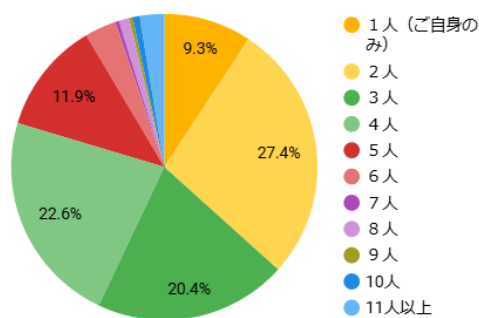
居住区分別・年代別回答数及び回答割合



#### ④ 同行者の人数（回答者本人を含む）

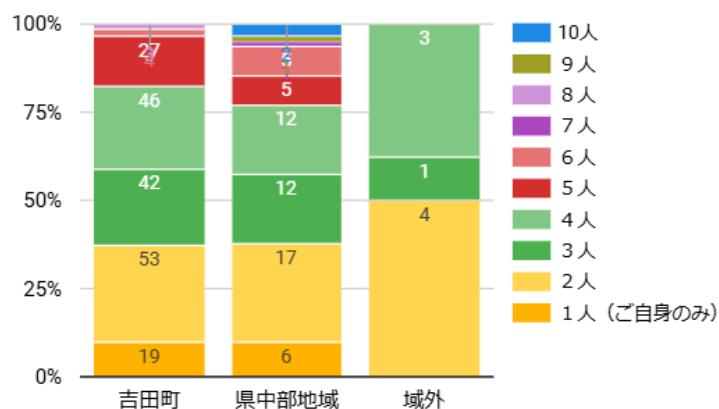
- 「2人」の割合が27%と最も高く、「2人」「3人」「4人」がそれぞれ20%を超え、全体の70%を占める構成となった。「1人」、「5人」での来訪も10%前後存在した。
- 中部地域からの来訪は、吉田町に比べ「6人」以上の団体がやや多かった。

同行者人数別回答数及び回答割合



1.	1人（ご自身のみ）	25	9%	-
2.	2人	74	27%	6% ↑
3.	3人	55	20%	-4% ↓
4.	4人	61	23%	-4% ↓
5.	5人	32	12%	2% ↑
6.	6人	9	3%	-3% ↓
7.	7人	1	0%	-1% ↓
8.	8人	3	1%	-0% ↓
9.	9人	1	0%	-0% ↓
10.	10人	2	1%	-
11.	11人以上	7	3%	2% ↑
総計		270	100%	0%

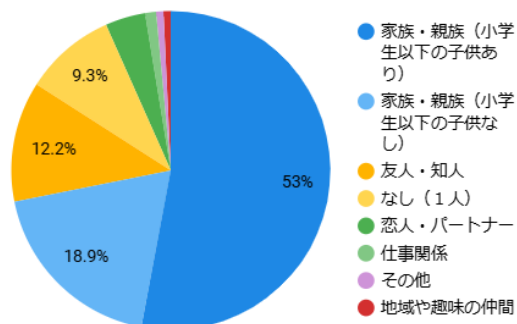
居住区別・同行者人数別回答数及び回答割合



## ⑤ 主な同行者

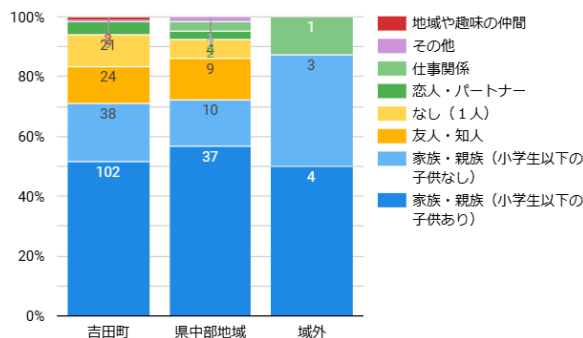
- 「家族・親族（小学生以下の子供あり）」が、昨年より 13 ポイント減少したものの、53%と最も多く、次いで「家族・親族（小学生以下の子供なし）」が 19%、「友人・知人」が昨年より 5 ポイント増加し 12%であった。なお「家族・親族（小学生以下の子供あり）」の減少について、昨年調査では回答のインセンティブとして、その場でガチャガチャの抽選による景品配布をしていたことが、子供を引きつけるバイアスとなっていた可能性に注意が必要である。
- 居住区分別の割合に明確な差は見られなかった。

同行者種類別回答数及び回答割合



順位	同行者種類	回答数	回答割合	変化
1.	家族・親族（小学生以下の子供あり）	143	53%	-13% ↓
2.	家族・親族（小学生以下の子供なし）	51	19%	2% ↑
3.	友人・知人	33	12%	5% ↑
4.	なし（1人）	25	9%	2% ↑
5.	恋人・パートナー	11	4%	2% ↑
6.	仕事関係	3	1%	0% ↑
7.	地域や趣味の仲間	2	1%	0% ↑
8.	その他	2	1%	-
総計		270	100%	0%

居住区分別・同行者種類別回答数及び回答割合

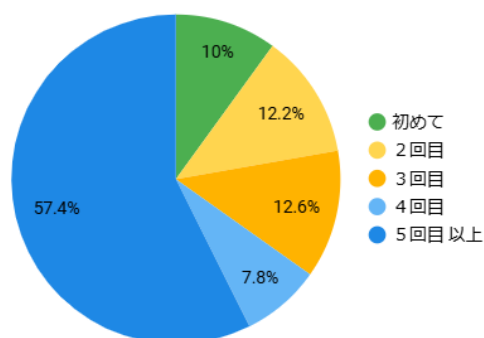


## (2) 小山城まつりに関すること

### ① 小山城まつりへの来訪回数

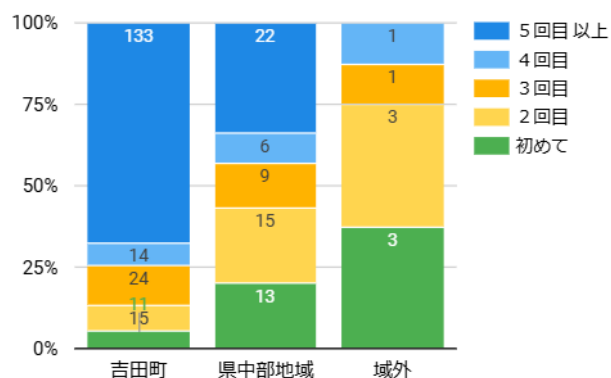
- 昨年も最も多かった「5回目以上」が、更に14ポイント増加し57%となった。吉田町の来訪者割合が増加したこととあわせ、町内在住の毎年訪れている層の参加が、今年は多かったと見られる。
- 域外からの来訪者においても、2回目以上のリピーターの存在が確認できた。

来訪回数別回答数及び回答割合



1.	初めて	27	10%	-8% ↓
2.	2回目	33	12%	-6% ↓
3.	3回目	34	13%	0% ↑
4.	4回目	21	8%	0% ↑
5.	5回目以上	155	57%	14% ↑
総計		270	100%	0%

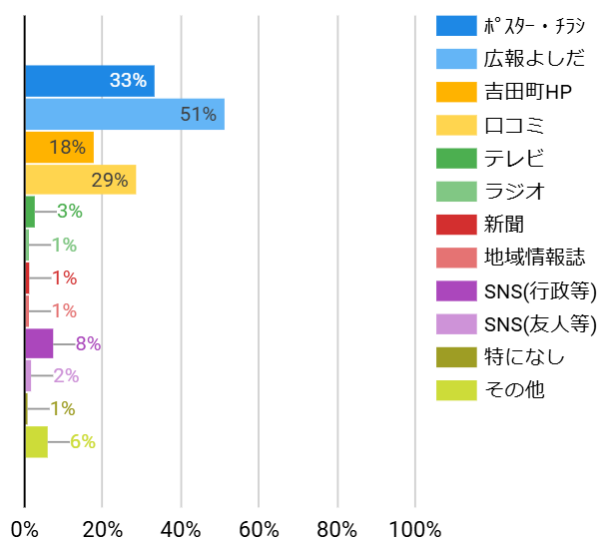
居住区別・来訪回数別回答数及び回答割合



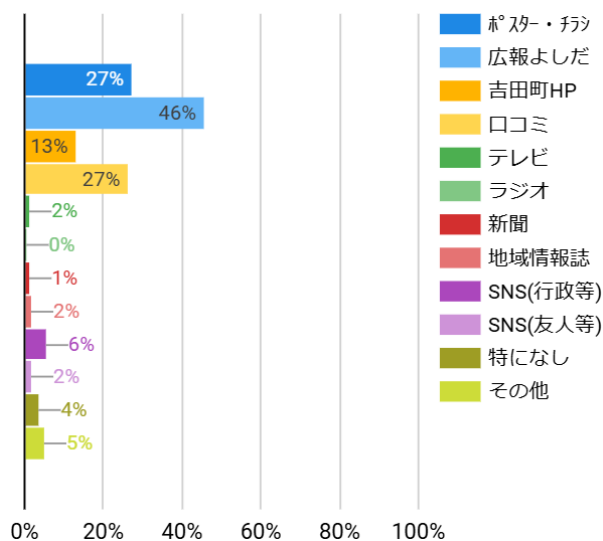
② 小山城まつりを訪れるきっかけとなった情報源（複数回答可）

- 「広報よしだ」が51%と最も高く、次いで「ポスター・チラシ」が33%、「家族や友人・知人の口コミ」が29%となった。
- 昨年同様、ポスター・チラシ及び広報よしだといった、町内住民に訴求しやすい媒体の効果が認められる一方で、口コミによる訴求が一定程度行われていることが、改めて確認できた。

情報源別回答割合（今年）

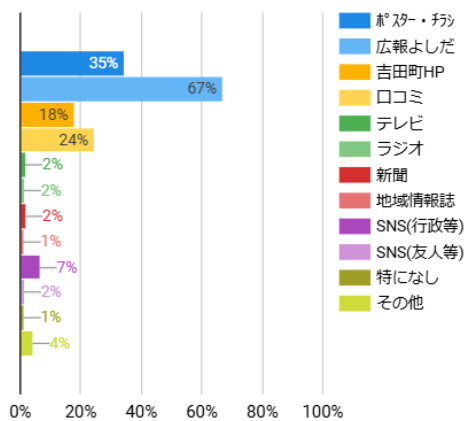


情報源別回答割合（昨年）

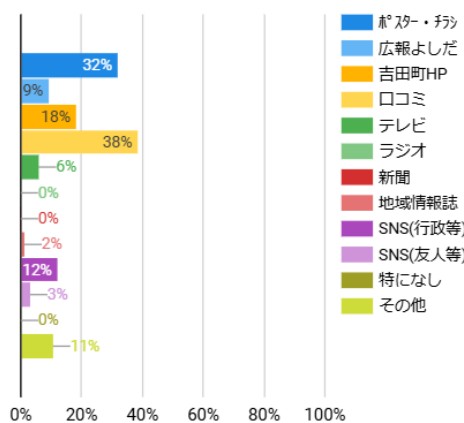


- 居住区分別では、吉田町は「広報よしだ」が67%と最も多く、県中部地域は「口コミ」が38%と最も多くなった。

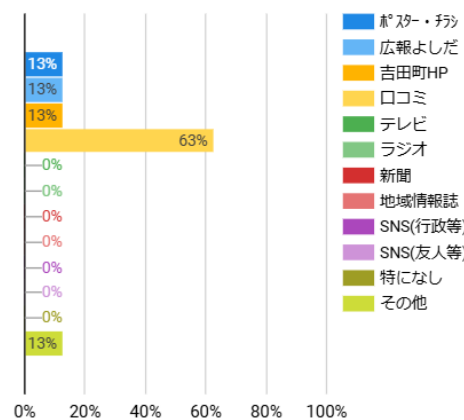
居住区分別・情報源別回答割合（吉田町）



居住区分別・情報源別回答割合（県中部地域）



居住区分別・情報源別回答割合（域外）

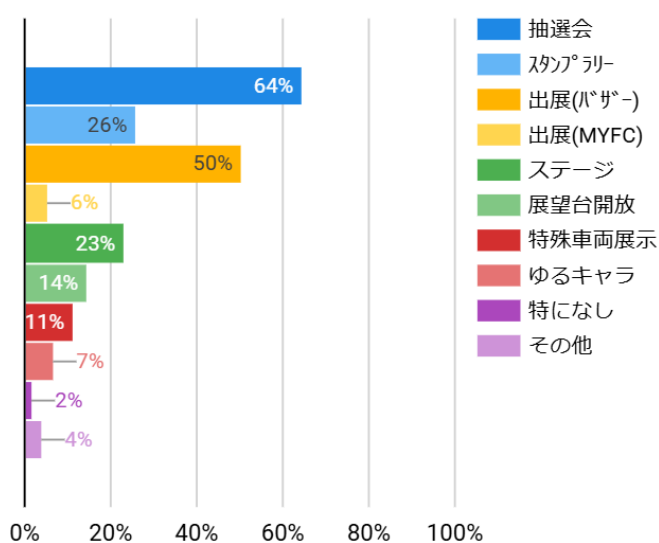




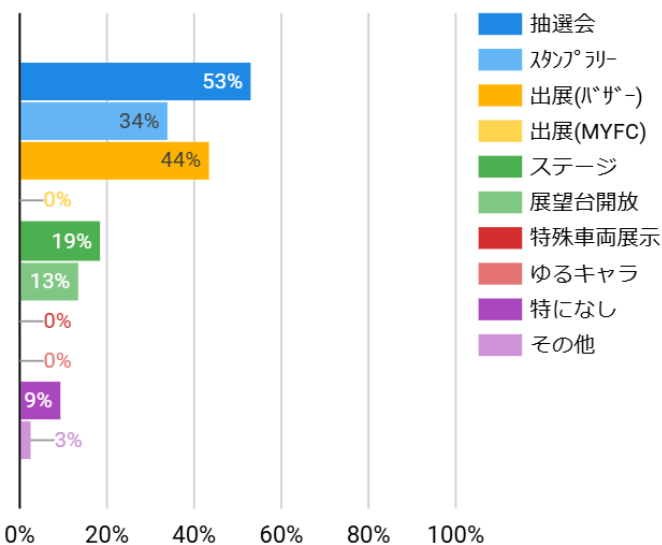
### ③ 小山城まつりの目当て（複数回答可）

- 「お楽しみ抽選会」が64%と最も高く、次いで「ブース出展（特産品バザール等）」が50%、「子ども向けスタンプラリー」が26%となった。
- 昨年に比べ「特になし」の割合が減少し、新規実施した「ブース出展（藤枝 MYFC）」、「特殊車両展示」、「ゆるキャラとの交流」の回答が6%～11%と一定数存在したことから、新規取組みの成果が認められた。

目当て別回答割合（今年）



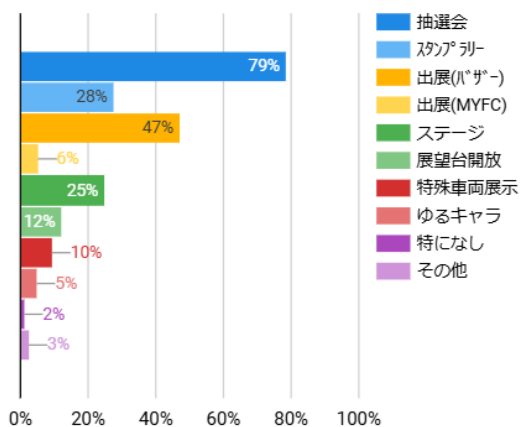
目当て別回答割合（昨年）



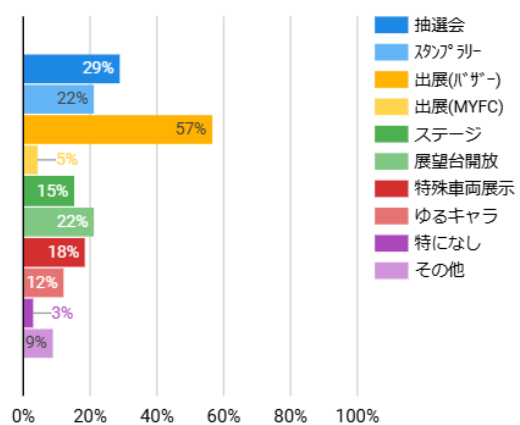
※「ブース出展（藤枝 MYFC）」、「特殊車両展示」、「ゆるキャラとの交流」は今年のみ実施

- 居住区分別では、**吉田町**は「お楽しみ抽選会」が79%と最も多く、**県中部地域**は「ブース出展（特産品バザール等）」が57%と最も多くなった。

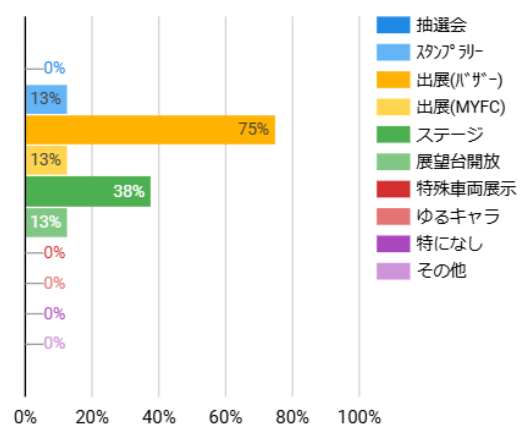
居住区分別・目当て別回答割合（吉田町）



居住区分別・目当て別回答割合（県中部地域）



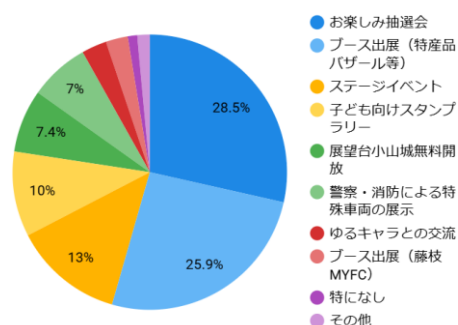
居住区分別・目当て別回答割合（域外）



#### ④ 小山城まつりの目当てのうち、最も満足したもの

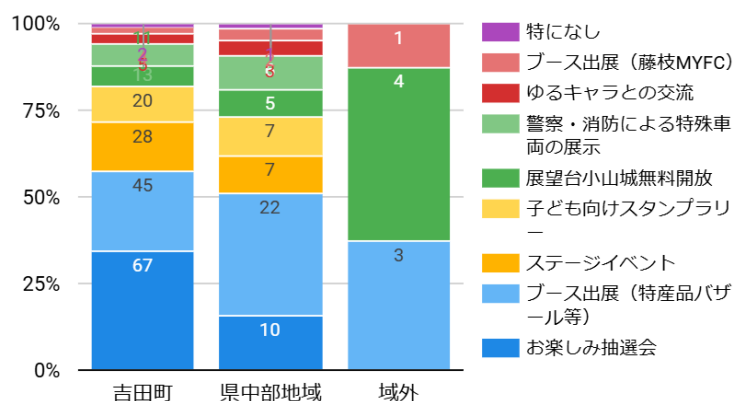
- 「お楽しみ抽選会」、「ブース出展（特産品バザール等）」は、前問で確認できた期待の度合いのとおり、満足感についても高い回答割合となった。
- **域外**の方は「展望台無料開放」の割合が最も高く、小山城というスポットに満足していることが伺える。また**吉田町**は「お楽しみ抽選会」、**県中部地域**は「ブース出展（特産品バザール等）」と、期待していたコンテンツがそのまま満足に繋がっている傾向が見られた。

満足したコンテンツ別回答数及び回答割合



1.	お楽しみ抽選会	77	29%
2.	ブース出展（特産品バザール等）	70	26%
3.	ステージイベント	35	13%
4.	子ども向けスタンプラリー	27	10%
5.	展望台小山城無料開放	20	7%
6.	警察・消防による特殊車両の展示	19	7%
7.	ゆるキャラとの交流	8	3%
8.	ブース出展（藤枝MYFC）	7	3%
9.	特になし	3	1%
	<b>総計</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

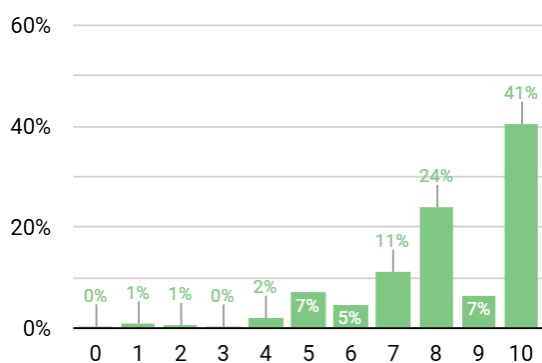
居住区別・満足したコンテンツ別回答数及び回答割合



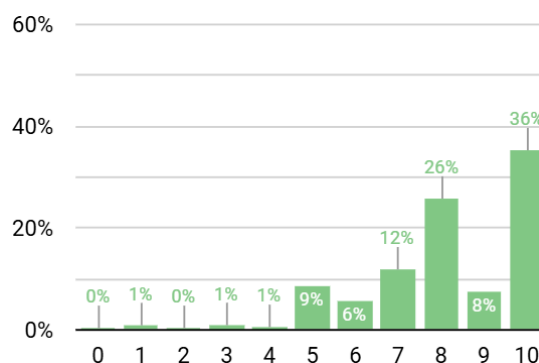
### ⑤ 小山城まつりの親しい知人への推奨度

- 推奨度は、昨年に比べ「10点」の回答が5ポイント増加し、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）は昨年を上回る30.4となった。
- 「4点」以下の回答割合は全体の4%とわずかであり、「5点」、「6点」をあわせた「批判者」の割合は17%であった。

推奨度分布（今年 NPS：30.4）

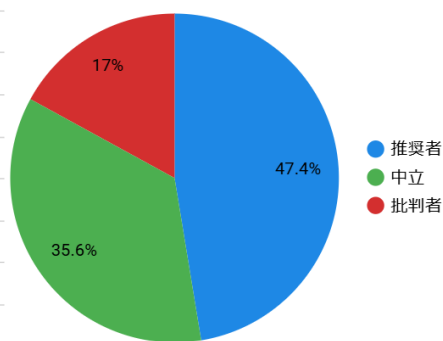


推奨度分布（昨年 NPS：24.7）



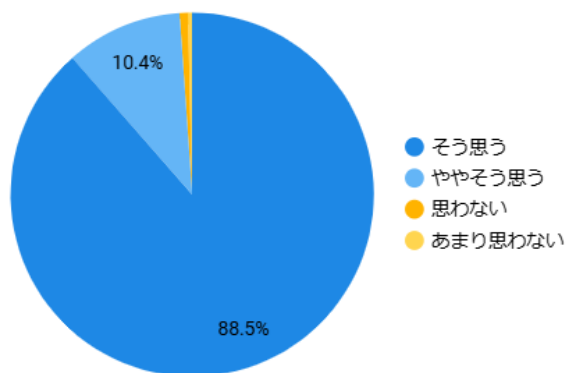
推奨度別回答数及び回答割合

1.	0	1	0%	-0% ↓
2.	1	3	1%	0% ↑
3.	2	2	1%	0% ↑
4.	3	1	0%	-1% ↓
5.	4	6	2%	2% ↑
6.	5	20	7%	-2% ↓
7.	6	13	5%	-1% ↓
8.	7	31	11%	-1% ↓
9.	8	65	24%	-2% ↓
10.	9	18	7%	-1% ↓
11.	10	110	41%	5% ↑
	<b>総計</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>

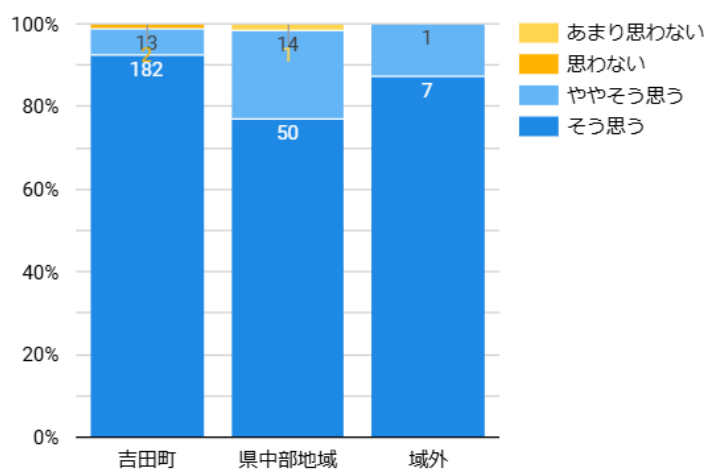


### ⑥ 小山城まつりへの再訪意向

- 「そう思う」が89%、「ややそう思う」が10%で、昨年に引き続き極めて高い再訪意向が認められた。



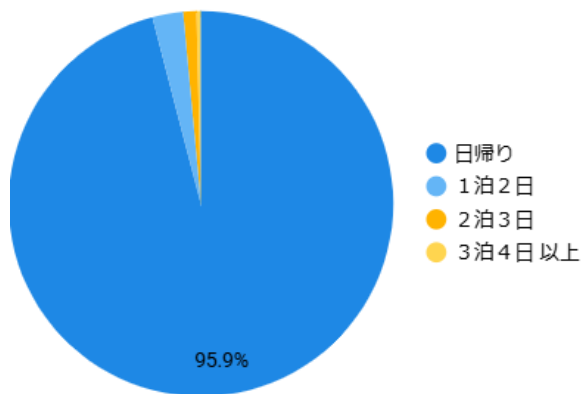
1. そう思う	239	89%	3% ↑
2. ややそう思う	28	10%	-3% ↓
3. 思わない	2	1%	-0% ↓
4. あまり思わない	1	0%	0% ↑
<b>総計</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>



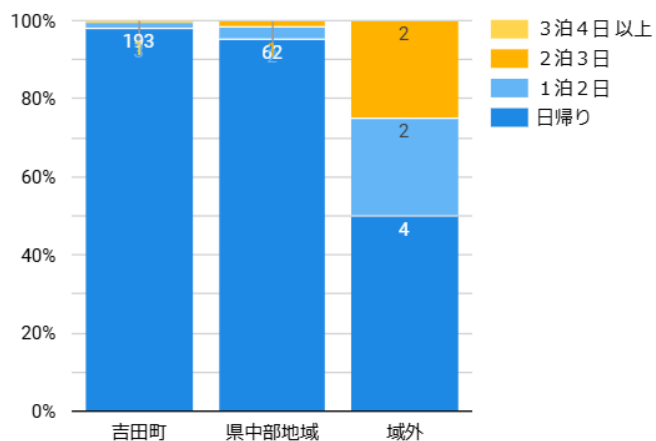
(3) 今回のお出かけ全体に関すること

① 行程

➤ 昨年同様に、「日帰り」の割合が96%と、大多数が日帰りでの来訪者であった。

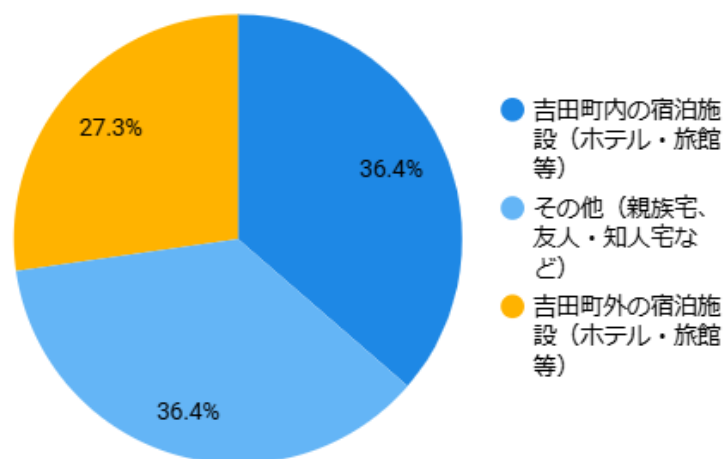


1. 日帰り	259	96%	-0% ↓
2. 1泊2日	7	3%	1% ↑
3. 2泊3日	3	1%	-0% ↓
4. 3泊4日以上	1	0%	-1% ↓
<b>総計</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>



② 宿泊先（前問で“宿泊”と回答した方のみ）

- 宿泊を伴う来訪者 11 名のうち、「吉田町内」の宿泊施設（ホテル、旅館等）を利用したのは 4 名（36%）であった。

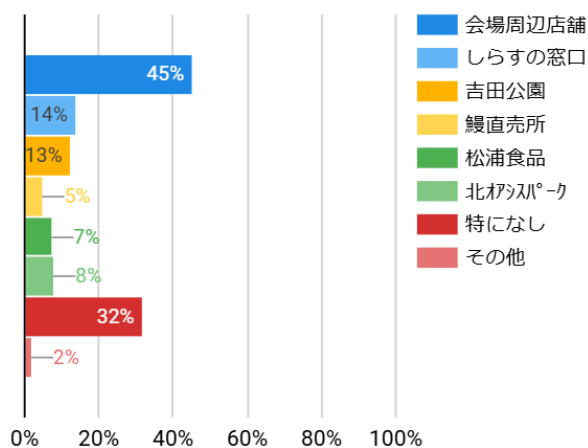




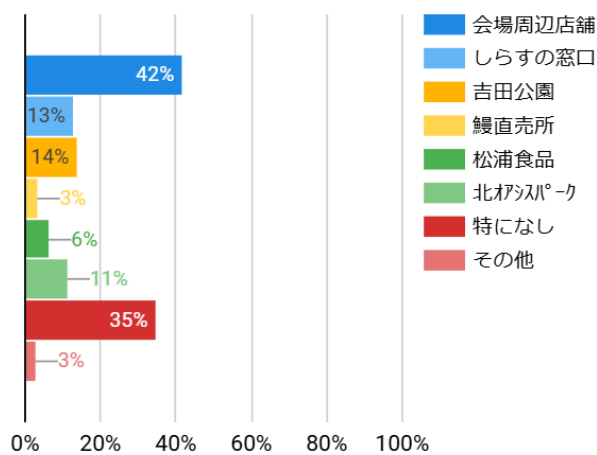
### ③ 利用施設（複数回答可）

- 「会場周辺の飲食店や土産店」が45%と最も高く、次いで、会場に隣接する「しらすの窓口」が14%、「県営吉田公園」が13%となった。なお、「利用していない（する予定はない）」は32%となった。
- 全体の傾向は、昨年から変化が見られなかった。

目当て別回答割合（今年）

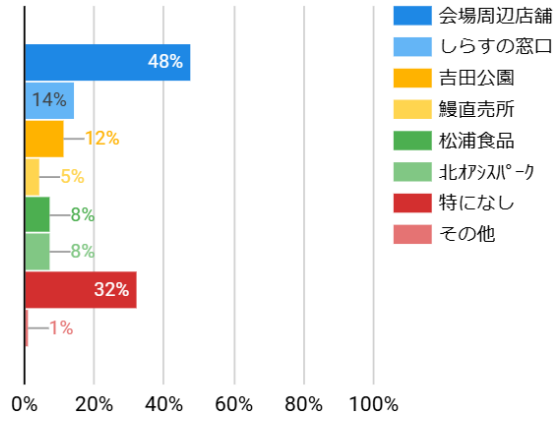


目当て別回答割合（昨年）

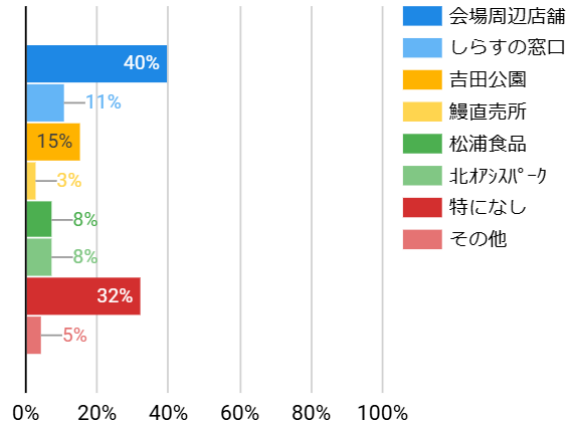


➤ 居住区分別の比較においては、明確な傾向の差は見られなかった。

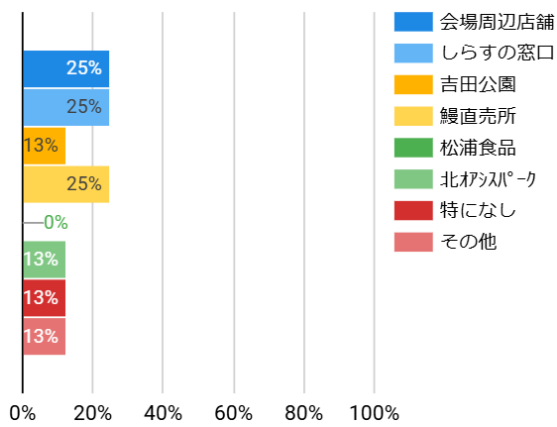
居住区分別・目当て別回答割合（吉田町）



居住区分別・目当て別回答割合（県中部地域）



居住区分別・目当て別回答割合（域外）



#### ④ 1人あたり消費額

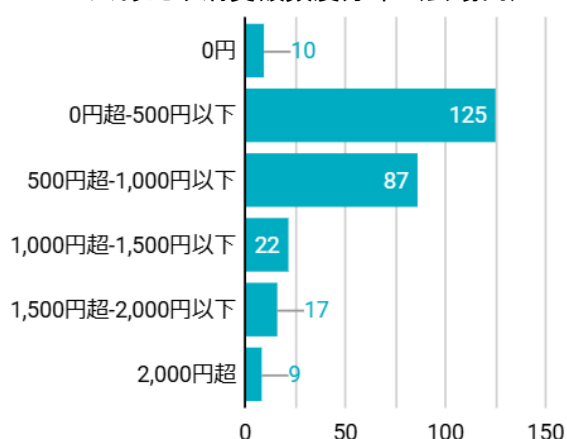
本調査では、消費額が過大となる問題を回避するため、項目ごとに「消費した合計額」と「当該金額が何人分か」に分けて質問し、1人あたりの消費額を算出している。分析にあたり、「消費した合計額>0円」かつ「当該金額が何人分か=0人」の回答については、金額を0円に補正した。

- 1人あたり消費額は、会場内が808円、会場外が472円、合計が1,280円となった。
- 昨年よりも消費額は下がっているが、これは物価高騰等の影響を受けた消費控えが要因として推測され、当財団が2024年度に行った他のイベント来場者調査でも同様の傾向が見られている。

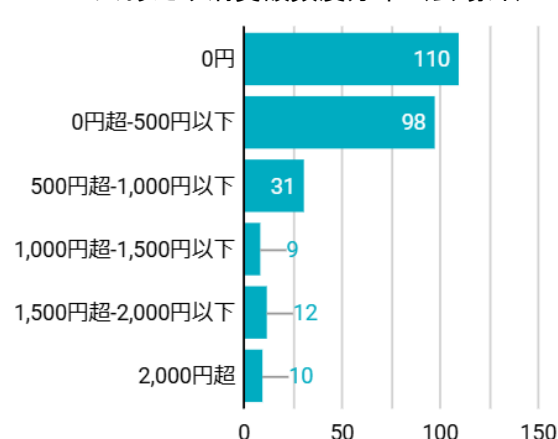
項目	今年	昨年
合計額	1,280円	1,718円
うち会場内	808円	1,040円
うち会場外	472円	678円

- 会場内の消費額の分布は、0円超1,000円以下が多く、中央値は525円であった。2,000円を超える消費は9件であり、最大値は6,500円であった。
- 会場外の消費額の分布は、0円が110件（41%）と最も多く、次いで500円以下が98件、中央値は200円であった。2,000円を超える消費は10件であり、最大値は7,500円であった。

1人あたり消費額頻度分布（会場内）

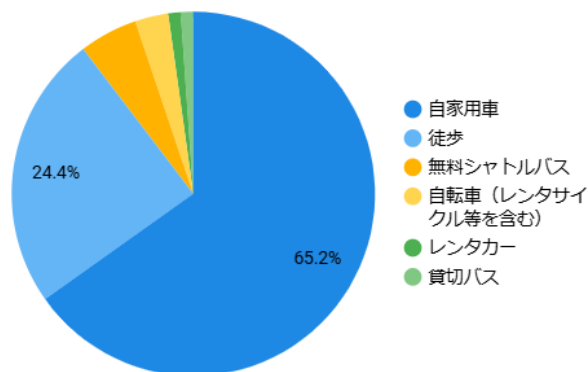


1人あたり消費額頻度分布（会場外）

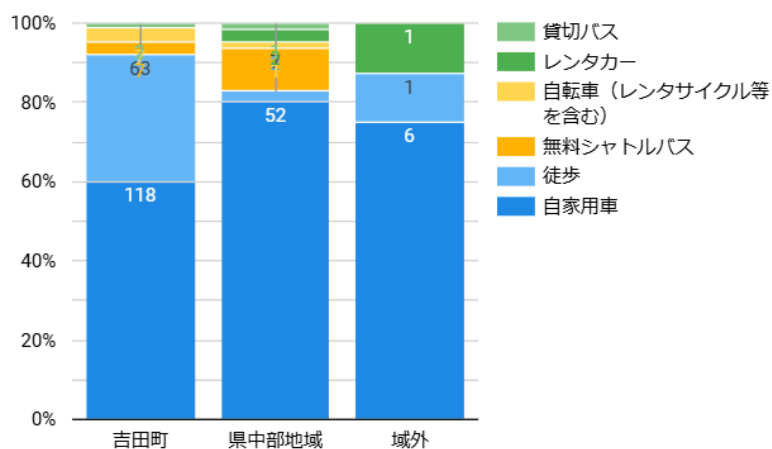


⑤ 会場に辿り着くために使用した主な交通手段 （複数回答可）

- 「自家用車」が65%で最も多く、次いで「徒歩」が24%であった。「無料シャトルバス」は5%に留まった。
- 居住地区別では、**県中部地域**からの来訪者が、比較的「無料シャトルバス」を使用している傾向が見られた。



1. 自家用車	176	65%
2. 徒歩	66	24%
3. 無料シャトルバス	14	5%
4. 自転車（レンタサイクル等を含む）	8	3%
5. 貸切バス	3	1%
6. レンタカー	3	1%
<b>総計</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>



#### (4) シビックプライドについて

小山城まつりが、いわゆるシビックプライドと呼ばれるような「生まれ育った地域に限らず、自身が思いを寄せる特定の地域に誇りを持ち、積極的・能動的に地方創生につながるような行動をしようとする意識」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. 吉田町に愛着を持っているか
- ii. 吉田町に誇りを持っているか
- iii. 吉田町の理念や取り組みなど、街のあり方に共感しているか
- iv. 吉田町に住むことを親しい友人や同僚に薦める可能性
- v. 吉田町を訪れることを親しい友人や同僚に薦める可能性

- まつりの前後で指標に大きな変化は見られなかった。
- 過去の調査において、「誇り」や「共感」の値は「愛着」に比べ顕著に低くなる傾向があるが、本調査において「誇り」と「共感」は比較的高い値を示していた。

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	<b>69.6</b>	+2.6pt	<b>72.2</b>	71.3(大阪) 61.7(東京23区) 80.9(静岡市)	「やや当てはまる」以上の回答割合
誇り	<b>64.4</b>	+1.9pt	<b>66.3</b>	53.7(大阪) 48.6(東京23区) 62.1(静岡市)	
共感	<b>62.6</b>	+0.7pt	<b>63.3</b>	48.2(大阪) 43.9(東京23区) 52.4(静岡市)	
居住推奨意向	<b>0.7</b>	+2.6pt	<b>3.3</b>	21.3(横浜市) 7.7(川崎市) -15.4(静岡市)	「9,10」の回答割合 - 「0~6」の回答割合
訪問推奨意向	<b>5.2</b>	±0pt	<b>5.2</b>	34.3(横浜市) 8.2(川崎市) 13.1(静岡市)	

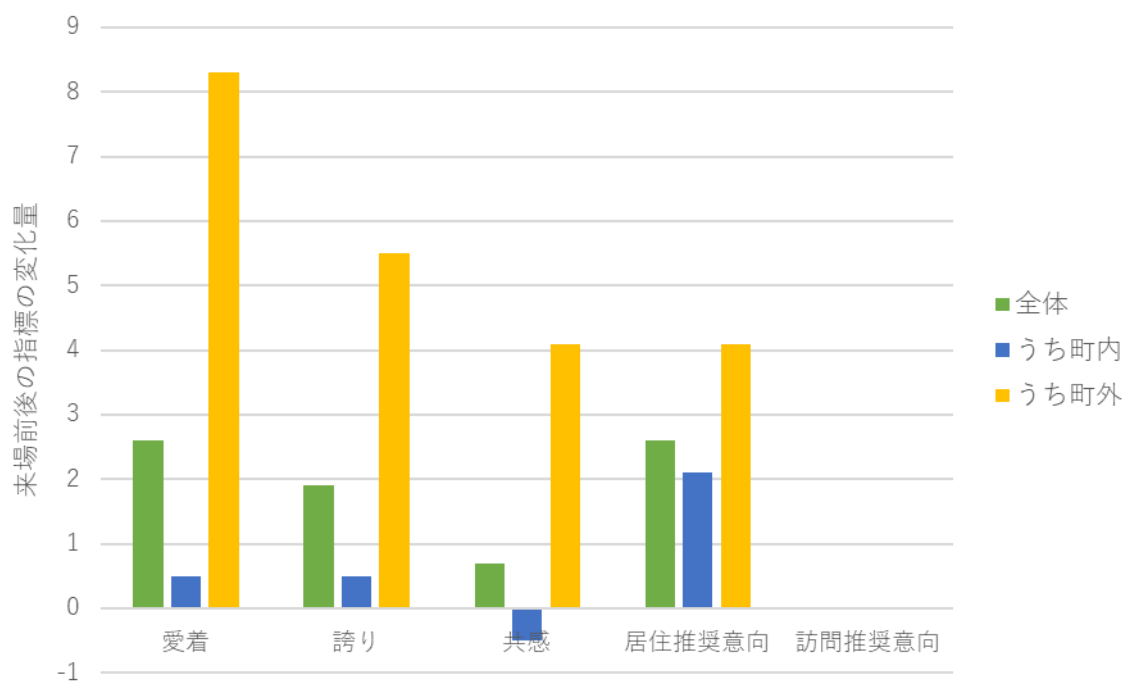
※参考値出典：愛着、誇り、共感（大阪、東京） 「GLOBAL CIVIC PRIDE SURVEY, 株式会社読売広告社, 2023」  
 （静岡） 「駿府城夏まつり イベント来場者調査, するが企画観光局, 2024」  
 推奨度 （横浜、川崎） 「令和5年度川崎市都市イメージ調査調査結果, 川崎市, 2023」  
 （静岡） 「駿府城夏まつり イベント来場者調査, するが企画観光局, 2024」  
 上記のうち静岡以外は、いずれも「居住者」を対象とした調査である点に注意

- 指標の変化を町内在住者、町外在住者に分けて比較した結果、町内は値そのものが高い傾向が、町外は、まつりの前後で指標が良化する傾向が見られた。
- 町内は、まつり来場前からシビックプライドに係る意識を有しており、町外は、まつりを通してそういった意識が醸成されたと考えられる。

居住地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
全体	来場前	69.6	64.4	62.6	0.7	5.2
	来場後	72.2	66.3	63.3	3.3	5.2
	<b>変化量</b>	<b>2.6</b>	<b>1.9</b>	<b>0.7</b>	<b>2.6</b>	<b>0.0</b>
うち町内	来場前	74.1	71.6	68.5	16.2	16.2
	来場後	74.6	72.1	68.0	18.3	16.2
	<b>変化量</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>	<b>-0.5</b>	<b>2.1</b>	<b>0.0</b>
うち町外	来場前	57.5	45.2	46.6	-41.1	-24.7
	来場後	65.8	50.7	50.7	-37.0	-24.7
	<b>変化量</b>	<b>8.3</b>	<b>5.5</b>	<b>4.1</b>	<b>4.1</b>	<b>0.0</b>

居住地別・項目別指標の変化量



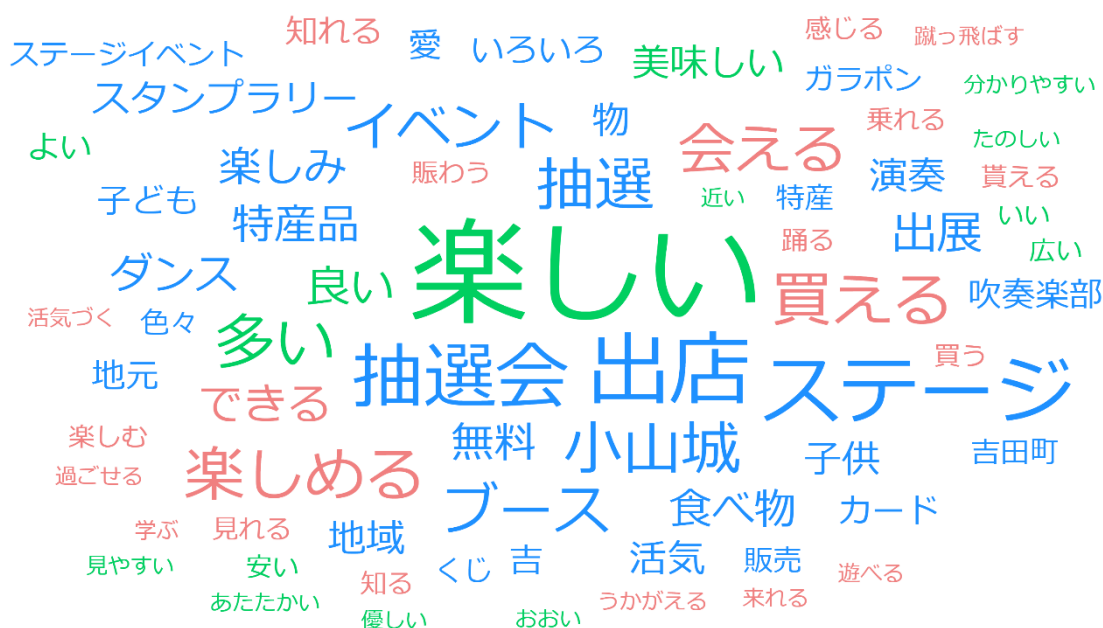
## (5) 小山城まつりへの意見感想

### ① 特に良かったこと

出店、抽選会、ステージイベントといった、主要コンテンツがきちんと訴求できている。また形容詞、動詞では「楽しむ」、「買う」要素が表れており、小山城まつりが物産を中心とした地域のまつりとして愛されている様子が伺える。

- 出店、出展、ブース (35 件)
  - ・・・出店が充実していた、いろんなブースがあり子供も大人も楽しめる
- 抽選 (26 件)
  - ・・・お楽しみ抽選会、愛カードの抽選
- ステージ (17 件)
  - ・・・ステージの演舞、
- 楽しい (23 件)、楽しめる (9 件)、買える (9 件)
  - ・・・子供が楽しめるイベント、普段は買えない地方の特産物

【ワードクラウド図】 ※青字・・・名詞、赤字・・・動詞、緑字・・・形容詞



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/> )

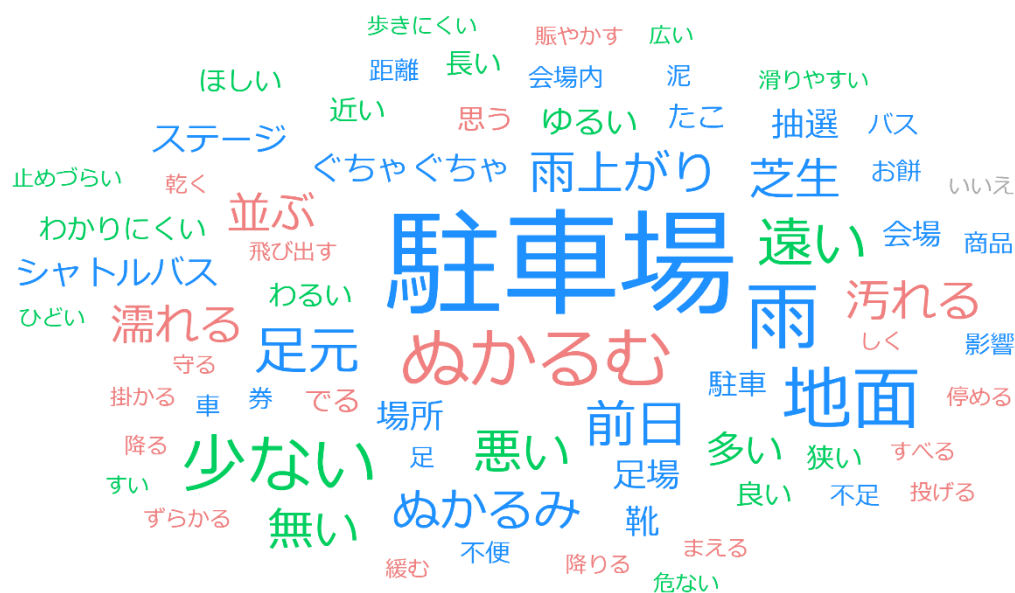


## ② 不便・残念だったこと

駐車場の少なさ及び距離並びに地面のぬかるみに対する意見が多数を占めた。一方で、現実的に対策可能な少数意見としては、「椅子、机が少ない」、「ブースの位置がわかりにくい」、「並ぶ時間が長い」、「山の上にも賑やかしが欲しい」といったものが挙げられる。

- 駐車場 (62 件)
  - ・・・駐車場が少ない、遠い
- 地面、足元、ぬかるみ (49 件)
  - ・・・雨上がりで地面がぬかるんでいた

【ワードクラウド図】 ※青字・・・名詞、赤字・・・動詞、緑字・・・形容詞



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

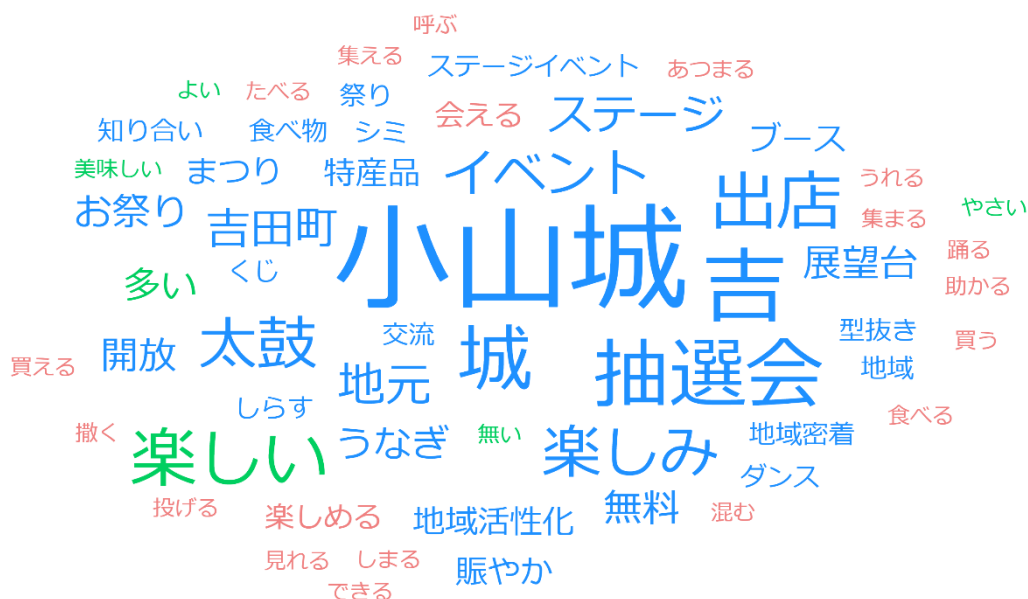
( <https://textmining.userlocal.jp/> )

### ③ 小山城まつりと聞いて思い浮かべるイメージ

小山城、抽選会といったまつりの主要素が訴求できていることが確認できたほか、よし吉が一定程度想起されていることが確認できた。なお回答における小山城は、無料開放だけでなく、一般名詞としての回答が多いため、解釈には留意されたい。回答は6件であるものの「地元」という単語も出現しており、「地元の交流の場」、「地元密着のイベント」など、地域に根差したまつりのイメージも確認できた。

- 小山城 (25 件)
- よし吉 (16 件)
- 抽選会 (14 件)
- 太鼓 (9 件)

【ワードクラウド図】 ※青字…名詞、赤字…動詞、緑字…形容詞



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/> )

## (6) 推奨度と主な設問の相関関係

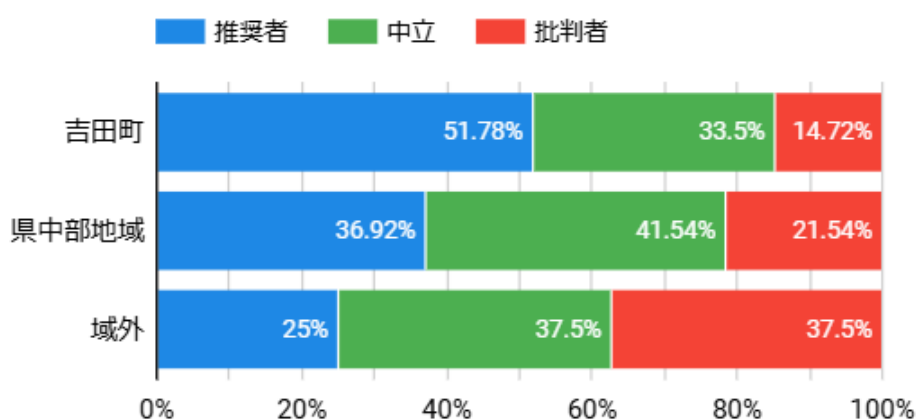
「2-4. 小山城まつりを親しい友人や同僚に薦める可能性は 10 点満点中の何点ですか」の設問について、NPS の算出方法に準じて、回答者を「批判者（0～6 点）」「中立（7～8 点）」「推奨者（9～10 点）」の区分に整理し、NPS 及び推奨度区分と他の設問の回答内容を比較した。なお NPS は回答数が少ないほど極端な数値を取る傾向があるため、回答数が少ない項目には言及しない場合がある。

### ① 推奨度 × 居住地

- 吉田町の居住者、県中部地域の居住者、域外の居住者の順に、吉田町から離れた地域に居住しているほど、推奨度が高くなる傾向が見られた。
- 吉田町の居住者は、昨年から NPS が 14 ポイント増加した一方で、県中部地域の居住者は 12 ポイント減少した。
- 吉田町の居住者の推奨度区分構成比は、52%が「推奨者」という結果であった。

居住区分別 NPS 及び推奨度区分構成比

居住区分	回答数	NPS	Δ
1. 吉田町	197	37.1	14.0 ↑
2. 県中部地域	65	15.4	-12.2 ↓
3. 域外	8	-12.5	-39.8 ↓
総計	270	30.4	5.7 ↑

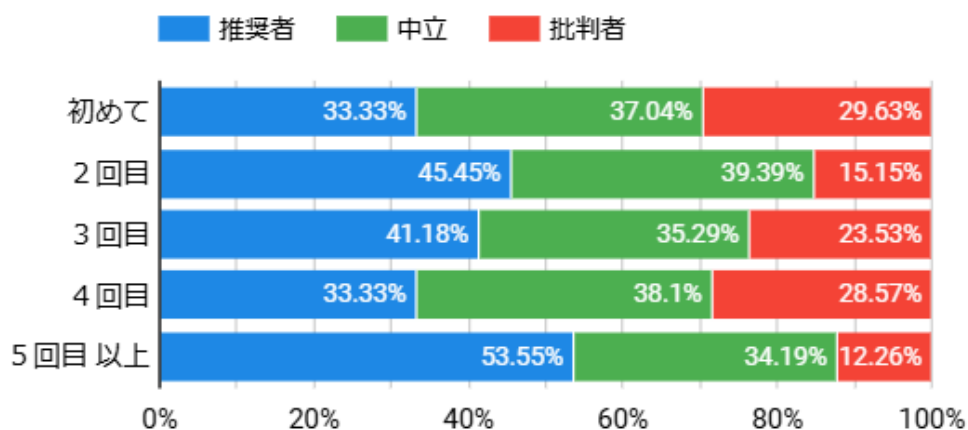


## ② 推奨度 × 来訪回数

- 来訪回数によりNPSの値及び昨年からの増減にはバラつきがあるものの、最も回答が多かった「5回目以上」のコアリピーター層は、昨年に引き続き安定して高いNPSを示している。

来訪回数別NPS及び推奨度区分構成比

来訪回数 ▲	回答数	NPS	Δ
1. 初めて	27	3.7	-23.0 ↓
2. 2回目	33	30.3	29.0 ↑
3. 3回目	34	17.6	-3.1 ↓
4. 4回目	21	4.8	-25.5 ↓
5. 5回目以上	155	41.3	7.2 ↑
<b>総計</b>	<b>270</b>	<b>30.4</b>	<b>5.7 ↑</b>

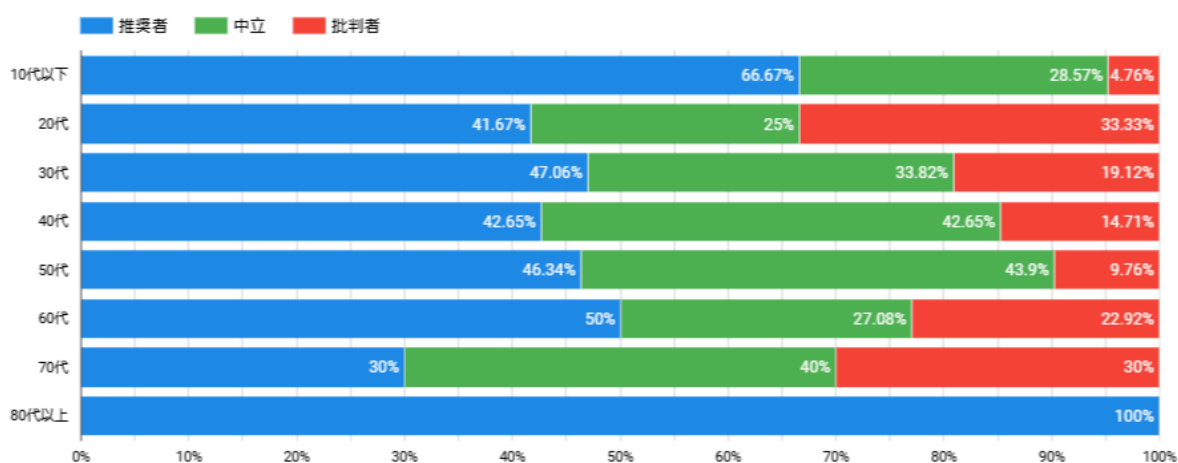


### ③ 推奨度 × 年代

- 来場割合の高い「30代」から「60代」までは、いずれもNPSが27以上となり、一定の推奨意向が認められた。「40代」と「50代」は、他の年代に比べ中立者（受動的に満足している状態）が多い傾向にある。
- 回答割合は少ないものの、「10代以下」が高いNPSを示しており、地元学生からも支持を受けているまつりであることが推察される。

年代別NPS及び推奨度区分構成比

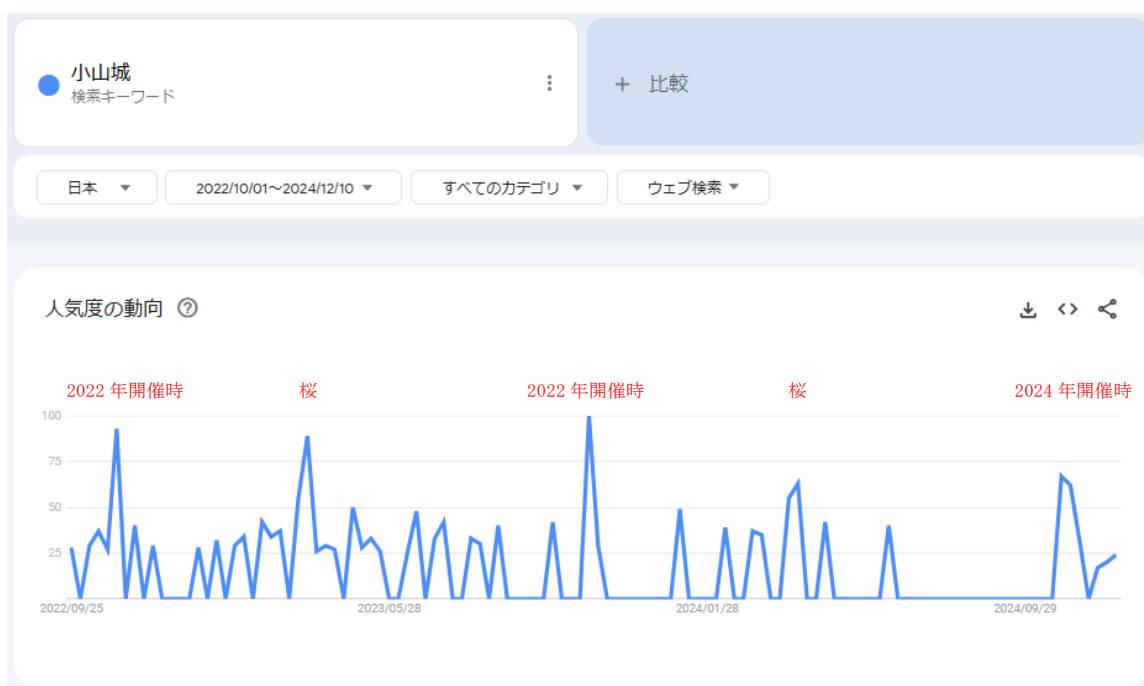
年代	回答数	NPS	Δ
1. 10代以下	21	61.9	22.3 ↑
2. 20代	12	8.3	8.3 ↑
3. 30代	68	27.9	0.5 ↑
4. 40代	68	27.9	-2.7 ↓
5. 50代	41	36.6	11.6 ↑
6. 60代	48	27.1	4.4 ↑
7. 70代	10	0.0	16.7 ↑
8. 80代以上	2	100.0	66.7 ↑
<b>総計</b>	<b>270</b>	<b>30.4</b>	<b>5.7 ↑</b>



### 3. 小山城まつりに関する検索等

#### (1) インターネット (Google トレンド)

- 「小山城」の検索の検索動向は、桜の開花時期と小山城まつりの開催時期に高まる傾向がある。今回の小山城まつり開催時期においては、2022 年開催、2023 年開催の同時期をやや下回る動向であったものの、通年でのピークを確認できた。



出典：Google トレンドを用いて当財団調べ

(期間：2022 年 10 月 1 日～2024 年 12 月 10 日)

※折れ線グラフは最高値を 100 とした検索総数の相対値をグラフにしたもの

#### 4. 総括

昨年行った調査から回答傾向に大幅な変化は無く、メインコンテンツがきちんと訴求できており、来場者が内容に大きな不満もなく満足している状態も伺うことができ、全体として「完成されたまつり」であることが総括できる。新規実施した「ブース出展（藤枝 MYFC）」、「特殊車両展示」、「ゆるキャラとの交流」の効果も確認できたため、こういった取組を継続していくことが更なる満足度向上に繋がるものと思われる。

小山城まつりの来場者属性から見られるターゲットとしては、次のとおり整理できる。

項目	ターゲット①	ターゲット②
来訪元	吉田町内	県中部地域の近隣市
性別	女性	女性
年代	30～40代 (50～60代)	30代 (40～60代)
同行者	子連れ家族	子連れ家族
新規/再訪	コアリピーター	ニューカマー
情報源	広報よしだ	口コミ
目当て	抽選会	出展（特産品バザール等）
来場手段	自家用車、徒歩	自家用車
満足状態	熱心なファン	満足はしているが 人にお薦めするほどではない

メインターゲットは、町内在住で毎年のようにまつりを訪れるコアリピーターである。これらの方々は、定例のイベントに十分満足し、毎年まつりを訪れることが「文化」になっていると推測できるため、運営を変えず、守り抜くことが打ち手であると考えられることもできる。

サブターゲットは近隣市から知人の口コミをきっかけに初めて（又は2回目に）訪れる来場者である。この層に対しては、目当てとされている物産の充実を図りながら、人にお薦めされるようなキラーコンテンツを部分的に訴求していくことで、リピーターへの昇華と、更なる口コミによる来場者増を循環させていくことが期待される。

また主な来場手段はいずれも自家用車であるが、それ故に駐車場の不足がネガティブな意見の筆頭に表れている。ただちに駐車場を増台することは困難と思われるため、例えばカー・セーブデーのように、環境に配慮する啓発キャンペーンなどをあわせて行うことで、町内在住者の自家用車利用率を低減し、徒歩、自転車、シャトルバスへの分散を図っていくことなども考えられる。



第38回  
小山城まつり

11月3日(日・祝)

9:00~15:00 小山城前広場  
(開会式8:30~)

**能満寺記念行事開催!**  
天然記念物の「能満寺のソテツ」は国の指定から100周年を迎えます!!  
・先着300名様に絵はがき無料配布  
・紙芝居の公演  
・特製の「そまつペツ」で書くメッセージコーナー設置  
※能満寺で実施 10:00~

## イベント内容



### 物産展・バザール

飲食物販売やワークショップを行う50店舗以上の露店が出店します!



### 展望台小山城を無料開放

展望台小山城への入場料が無料に! 展望台からは町を一望できます。



### 八女市特産品販売

吉田町の交流都市である福岡県八女市のクラフトビールや八女茶などの特産品を販売します!

### ※お車での来場について

会場周辺に、駐車場が少ないため大変混雑します。徒歩や自転車、無料シャトルバスでご来場ください。シャトルバスの時刻表・発着所は裏面をご覧ください。



### お楽しみ抽選会

先着2000名様限定!  
特産品が当たる抽選会を実施します!  
会場へ本チラシをお持ちください。  
空くじはありません!



### ステージイベント

遠州小山城太鼓保存会、町内団体によるダンスなど、特設ステージでたくさんのパフォーマンスが披露されます!



### ちびっこスタンプラリー

小学生以下限定!  
会場をめぐってスタンプを集めましょう!  
すべてのスタンプを集めればかわいい景品をもらうことができます!

主催：小山城まつり実行委員会（吉田町観光協会） TEL：0548-33-2122

第 38 回 小山城まつり  
来場者アンケート調査等  
報告書

2024（令和6）年 12 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（調査戦略室）

F A X 054-205-3639

M A I L [info@suruga-mtb.or.jp](mailto:info@suruga-mtb.or.jp)