

ジブリパーク来園者 県内周遊傾向分析レポート

令和8年3月

愛知県観光コンベンション局観光振興課

目次

01. GPSデータ分析
02. インターネット調査
03. クラスター分析
04. ペルソナ

I .GPSデータ分析

GPSデータ分析の概要

調査概要

| | |
|-------|---|
| 目的 | ジブリパークを訪れる来園者の属性や滞在時間、来園前後の訪問市町村等の分析を行い、愛知県内での周遊状況を把握するとともに、今後の周遊観光の促進を図るための検討材料とする。 |
| 取得データ | スマートフォンの提携アプリ（150以上）利用者のGPSデータ データ提供元：Agoop |
| 対象期間 | 2025年5月 |
| 対象者 | 対象期間中にジブリパーク有料5エリアのいずれかに訪れた人。 ※愛・地球博記念公園内の無料エリアのみの来訪者は除外 ※休園日、営業時間外にログを落とした人や、有料エリア勤務者を除外 ※ジブリパーク来園と同一旅行内（愛知県内の前後宿泊は、居住地を出発または帰宅するまで、愛知県外の前後宿泊は、1泊のみカウント）の行動を分析 ※位置情報の利用を許諾しているユーザーのみ |

※本レポートにおける数値は、小数点以下の調整の関係で合計100%にならない可能性がある。

また、ランキングにおいては上位を表記している。

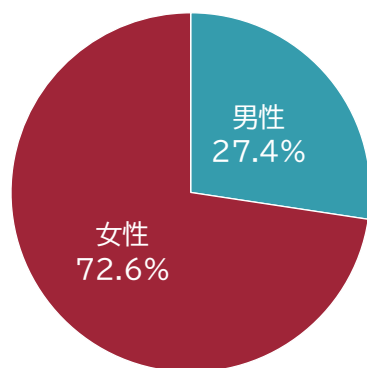
※来園者の滞在時間、来訪タイミングについては愛・地球博記念公園無料エリアの滞在時間も含めた集計となっている。

全体の来園状況

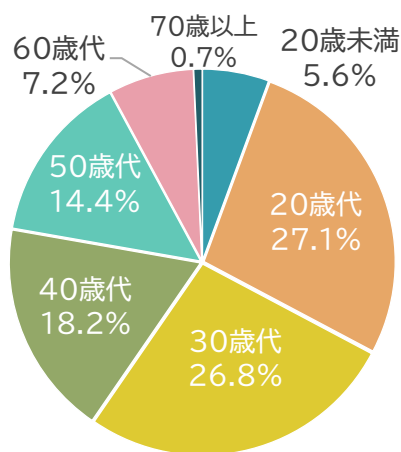
① 性別・年代

- 女性が全体の7割強を占めており、特に20代・30代の女性が多い傾向にある。
- 男性では、女性と比べ40代・50代の割合が高くなっている。

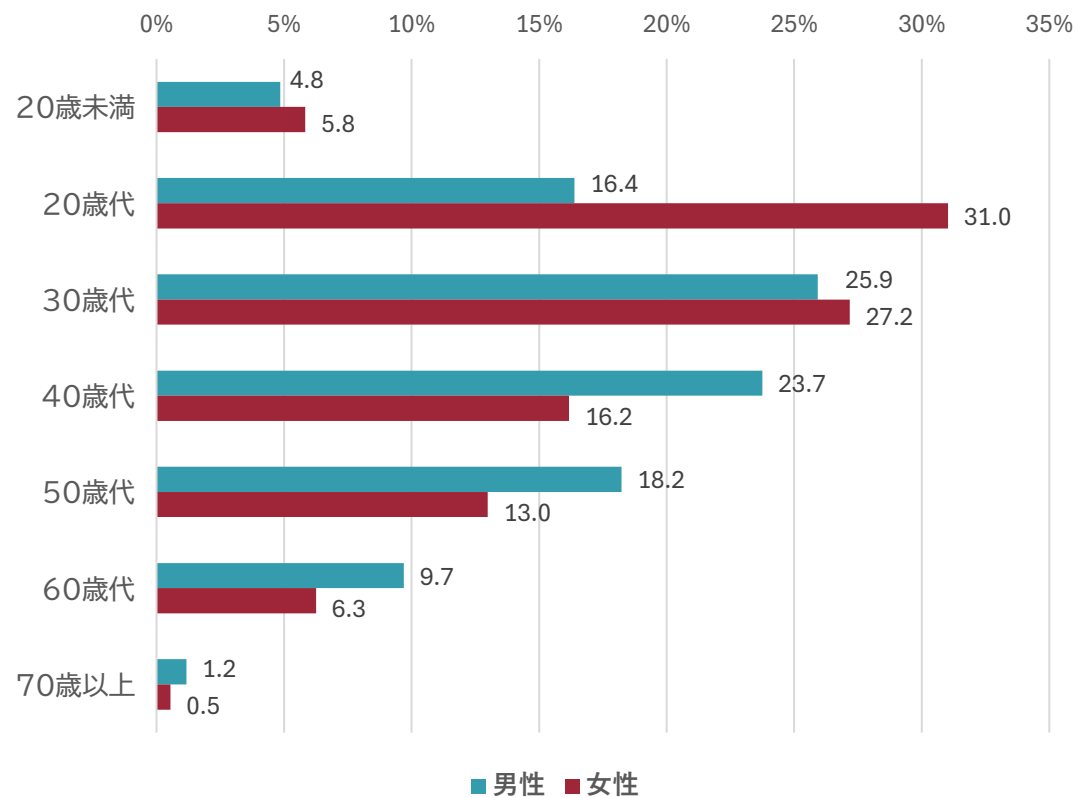
性別



年代



性・年代

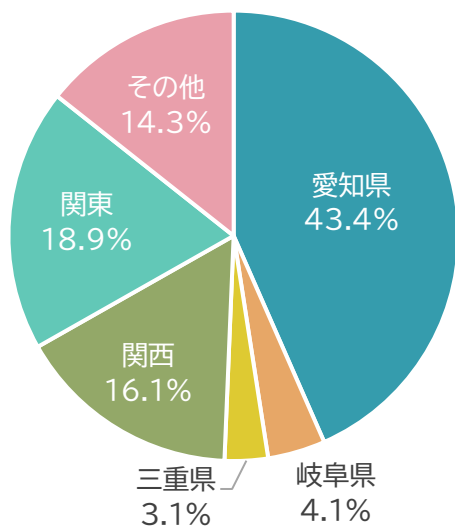


全体の来園状況

② 居住地

- 愛知県内居住者が4割強を占めている。
- 愛知県外からは、東京、大阪をはじめとする関東、関西からの来訪が多い。

居住地（地域別）

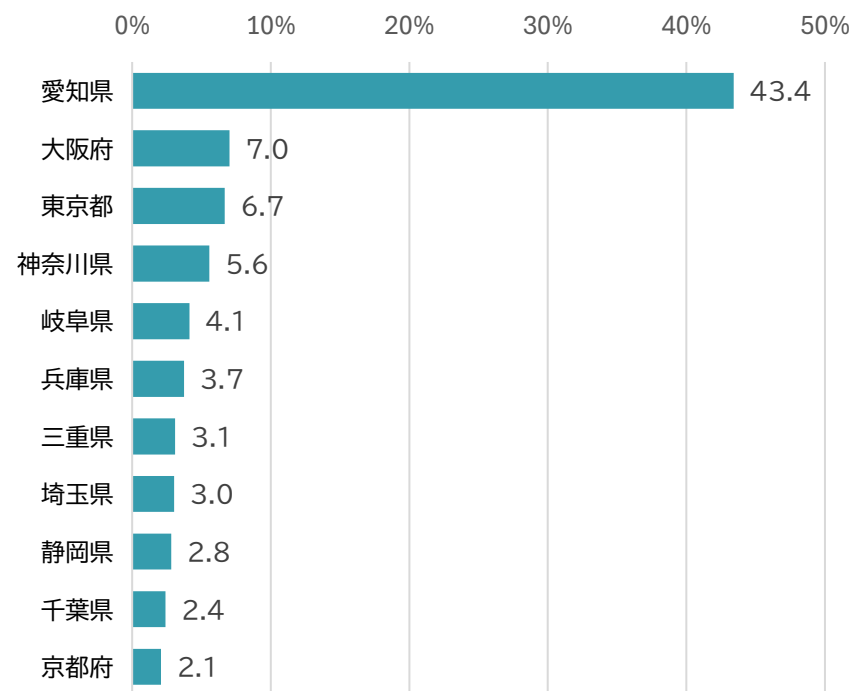


関東：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県、栃木県、群馬県

関西：大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県、和歌山県

その他：愛知県・岐阜県・三重県と上記以外の都道府県

居住地（都道府県別・県外上位10都府県まで）

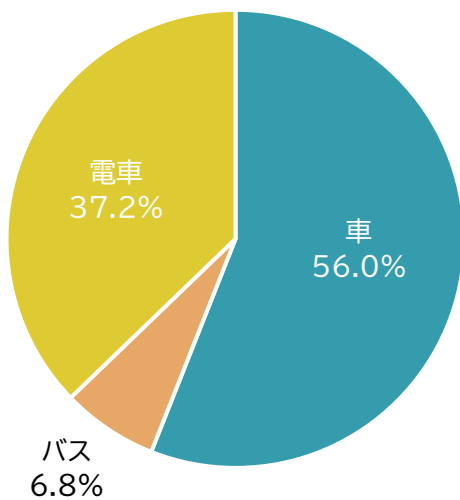


全体の来園状況

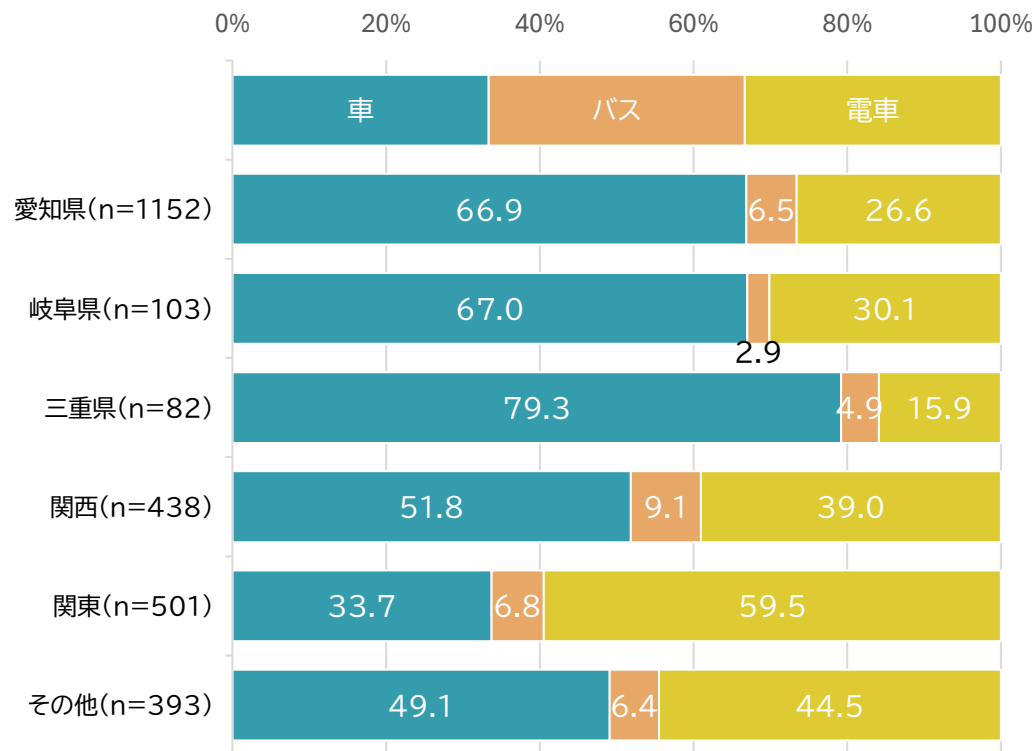
③ 来園手段

- 自動車の利用者が5割半ばと最も多く、次いで電車利用者が4割弱となっている。
- 愛知県・岐阜県・三重県では自動車利用が多い一方で、関西・関東・その他の地域では電車利用も約4割～約6割となっており、特に関東居住者では電車利用が多くなっている。

来園手段（全体）



来園手段（居住地域別）

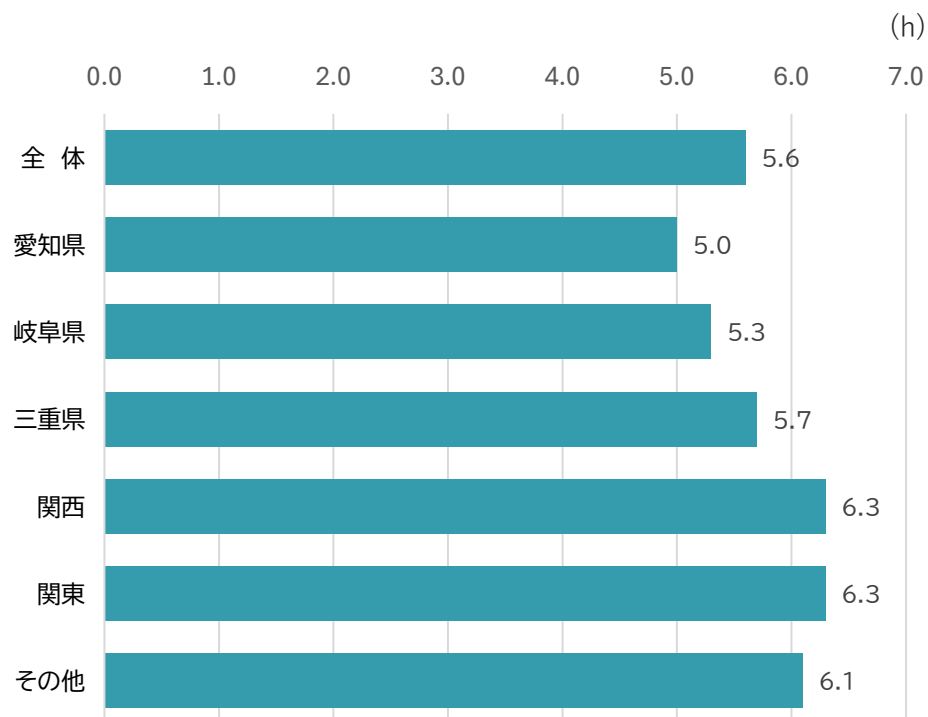


全体の来園状況

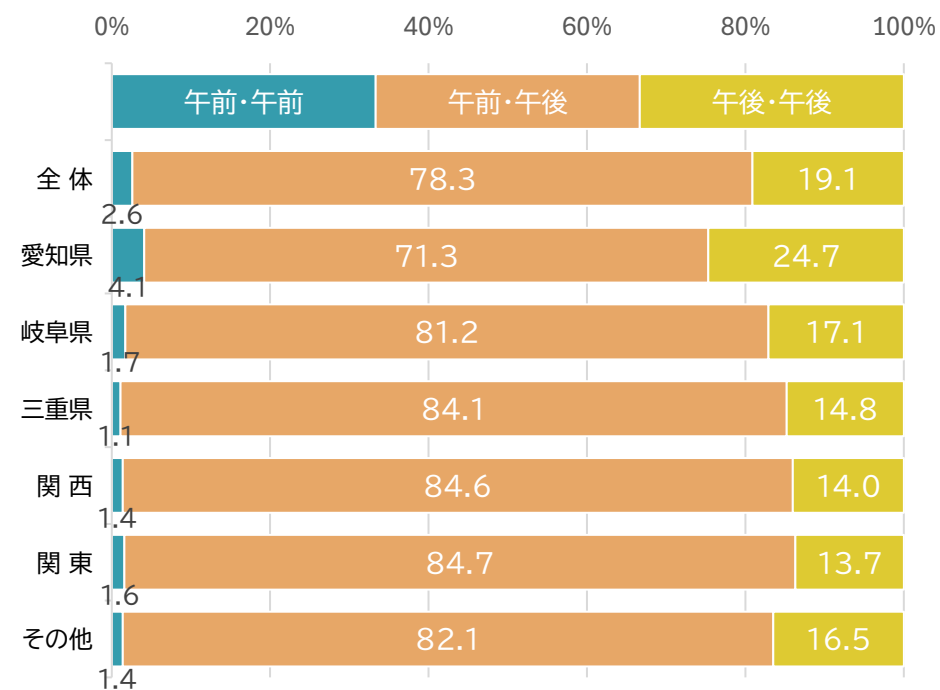
④ 滞在時間・訪問タイミング

- 平均滞在時間は5.6時間となっている。居住地域別にみると、愛知県居住者が最も滞在時間が短く、関西・関東・その他地域など、遠方に住む人は岐阜県や三重県などの近隣県と比べても滞在時間が長い。
- 訪問タイミングについても全体で午前に来訪し、午後に出ていく割合が最も多いが、愛知県居住者は県外居住者に比べ「午前・午前」「午後・午後」などの来訪割合が高く、県外居住者よりも気軽に来訪している様子がうかがえる。

滞在時間



訪問タイミング

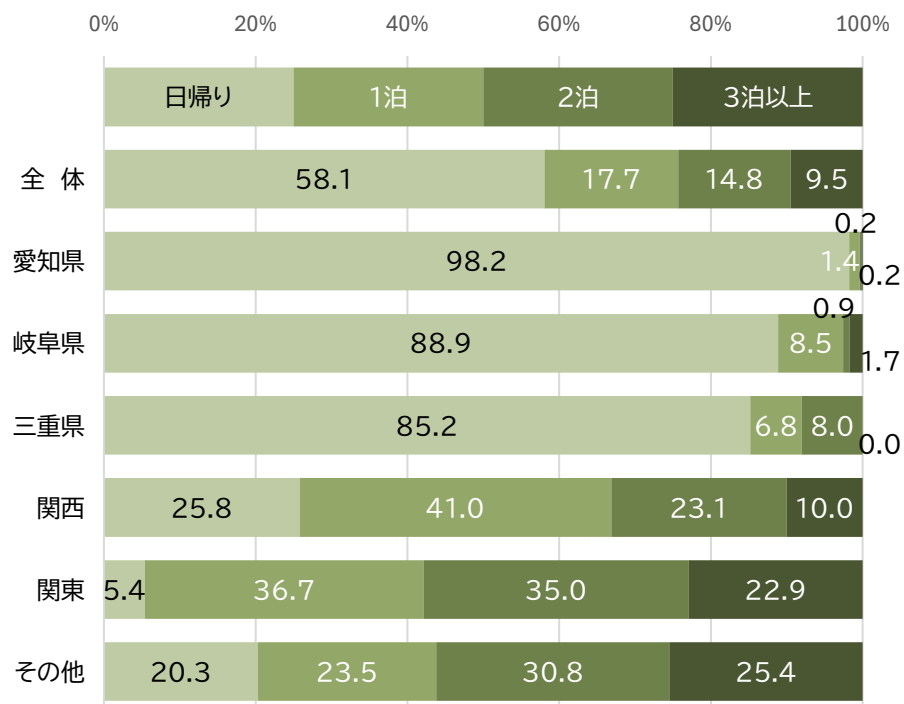


来園に伴う宿泊状況

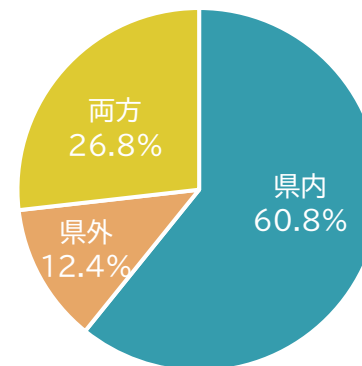
① 来園に伴う宿泊の概要

- ジブリパーク来園に伴う旅行では、約6割が日帰りの来訪で、約4割が宿泊を伴っている。愛知県内や近隣の岐阜県・三重県居住者は8割以上が日帰りで来園している一方で、関西・関東・その他の地域からは7割以上が宿泊を伴って来園しており、特に関東居住者は9割以上が宿泊している。
- 宿泊者のうち、愛知県内のみ宿泊が6割、県内・県外ともに宿泊が3割弱、愛知県外のみ宿泊が1割強となっている。

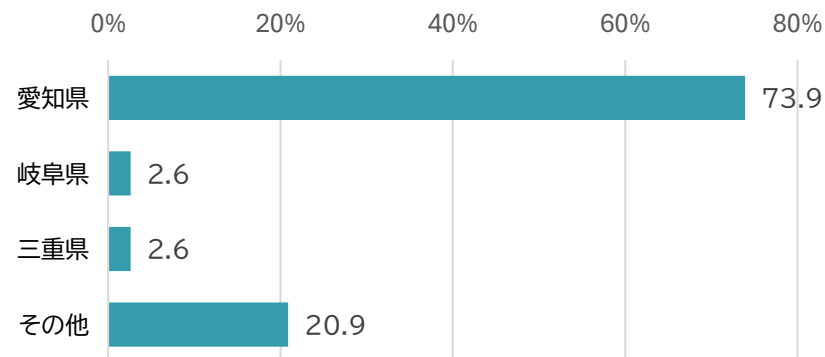
宿泊日数（旅行内合計）



宿泊先分類【愛知県内・愛知県外】



宿泊地域（泊数）

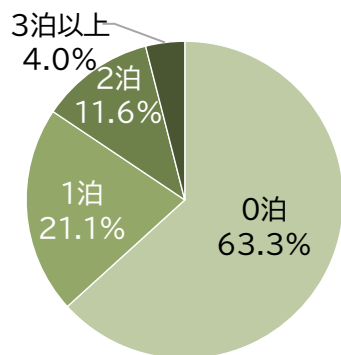


※対象期間内の全宿泊日数のうち、該当地域での宿泊日数の割合

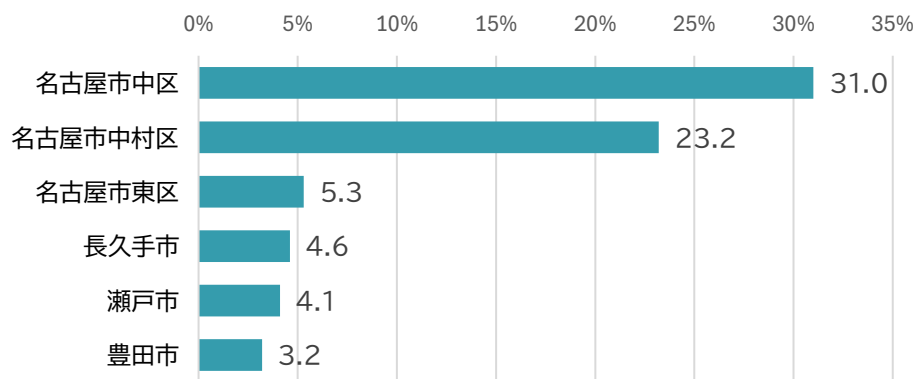
② 愛知県内での宿泊について

- 愛知県居住者はほぼ日帰り、近隣の岐阜県・三重県居住者についても約9割以上の方が愛知県内での宿泊をしていない一方で、関西・関東・その他の地域では6割以上が愛知県内で宿泊しており、特に関東では8割以上が愛知県内で宿泊している。
- 愛知県内での宿泊先は名古屋市中区・中村区が圧倒的に多く、名古屋市以外だとジブリパーク周辺市や西三河の地域が多い。

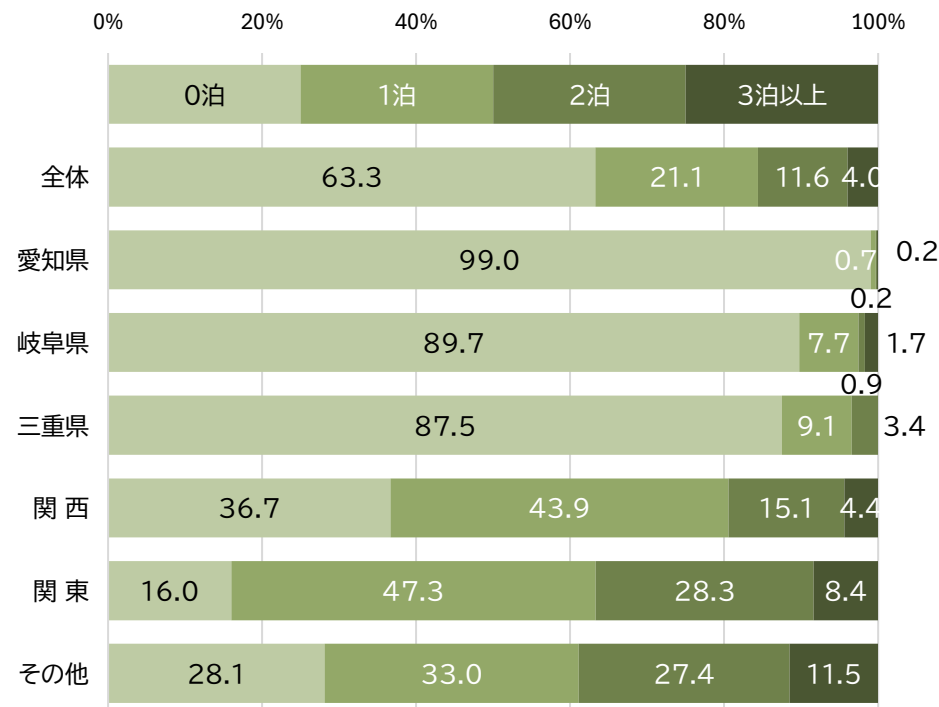
愛知県内での宿泊【日数・宿泊先分類】



宿泊地域（県内上位6市町村）



宿泊日数（愛知県内のみ）

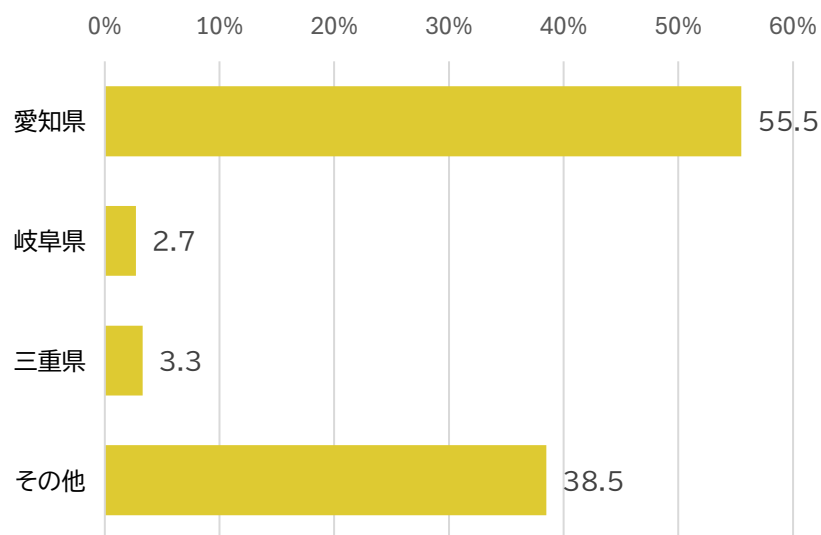


※来園に伴う旅行内のうち、愛知県内での全宿泊日数と宿泊地域

③ 愛知県外での宿泊について

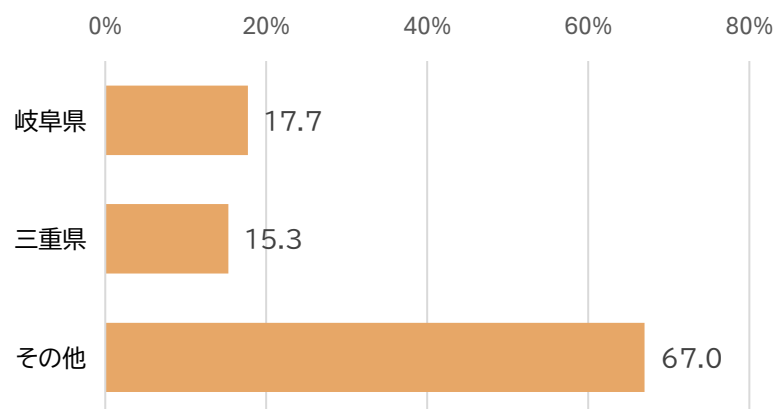
- 愛知県内に宿泊した人は、岐阜県・三重県にはあまり宿泊しない傾向にある。
- 一方で、愛知県に宿泊しない人は、岐阜県・三重県への宿泊も一定数みられる。

宿泊地域【県内・県外両方宿泊】



※対象期間内の「両方宿泊者」の全宿泊日数のうち、該当地域での宿泊日数の割合

宿泊地域【愛知県外のみ宿泊】

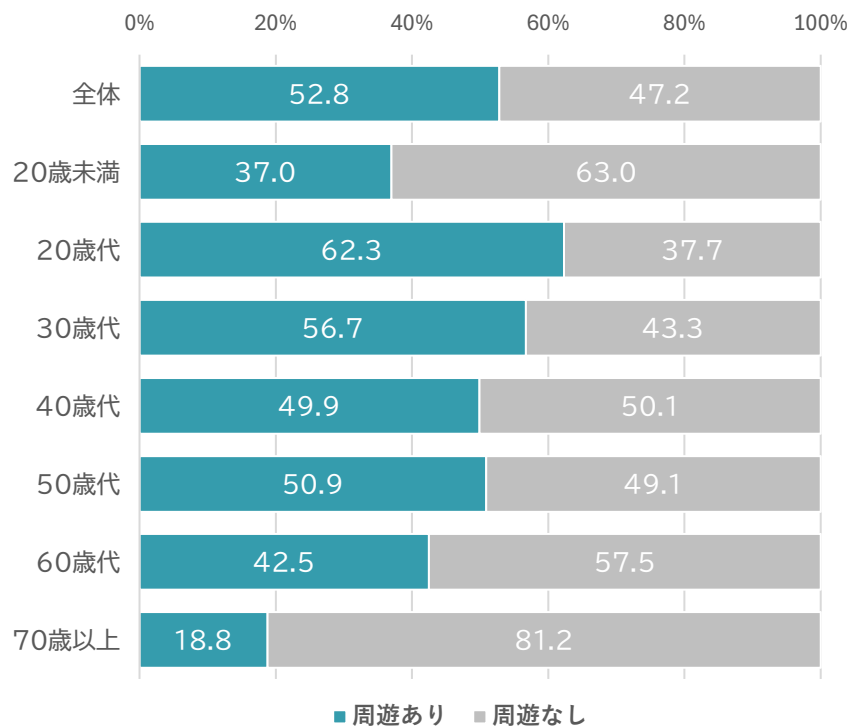


※対象期間内の「県外のみ宿泊者」の全宿泊日数のうち、該当地域での宿泊日数の割合

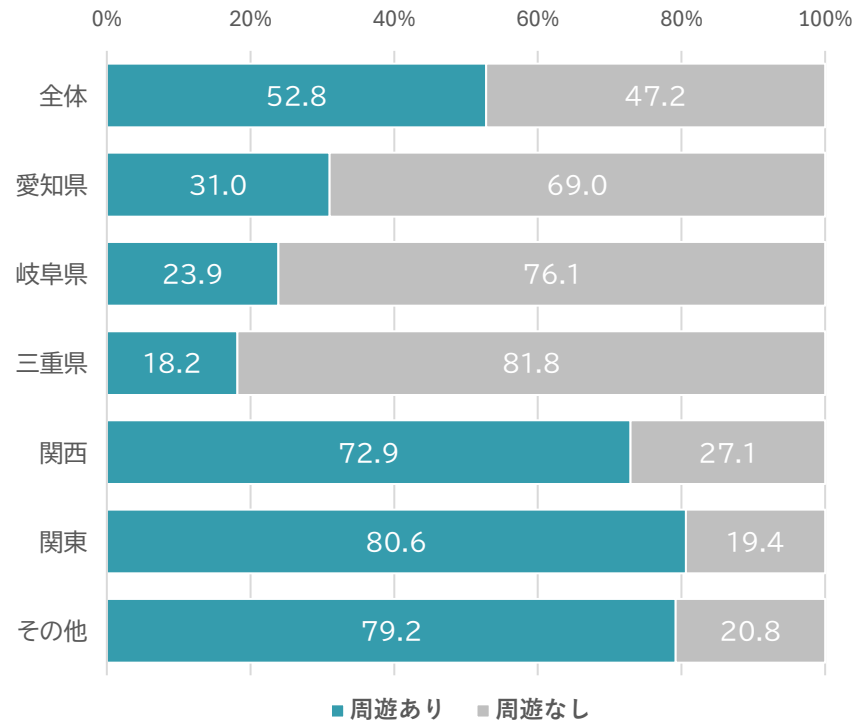
① 愛知県内での周遊の有無【年代別・居住地別】

- ・ ジブリパーク来園に伴い、愛知県内での周遊する人は全体のおよそ半数程度となっている。
- ・ 周遊の有無を年代別で見ると、20歳代～50歳代では5割を超えており、特に20歳代・30歳代の周遊が多い。
- ・ 居住地別では、日帰りの来訪が多い愛知・岐阜・三重県居住者は周遊が少ない一方、宿泊者が多い関西・関東・その他の地域の居住者は周遊する人が8割程度となっている。また、岐阜県・三重県居住者は愛知県居住者よりも周遊が少なくなっている。

年代別



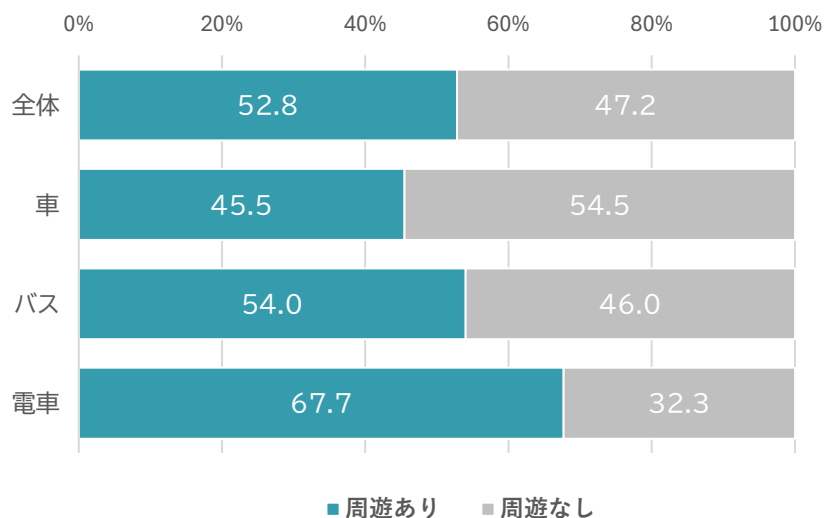
居住地別



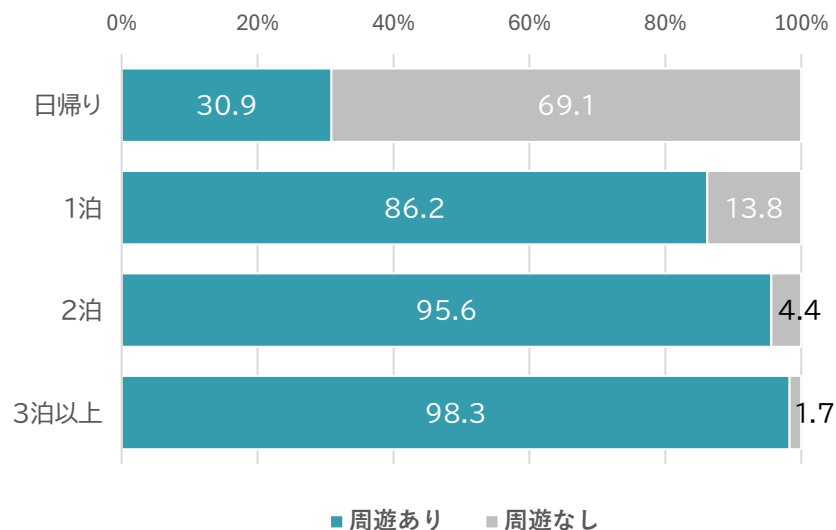
② 愛知県内での周遊の有無【来園手段別・宿泊日数別】

- 周遊の有無を来園手段別で見ると、電車利用者の周遊が最も多く、次いでバス利用者、自動車利用者の順となっており、公共交通機関ないしは観光バスツアー等の利用者が愛知県内の周遊が多いと考えられる。
- 宿泊日数別にみると、日帰り客は周遊は3割程度であるのに対し、宿泊客は8割以上となっており、宿泊日数が増えるほど周遊する割合も増える。

来園手段別

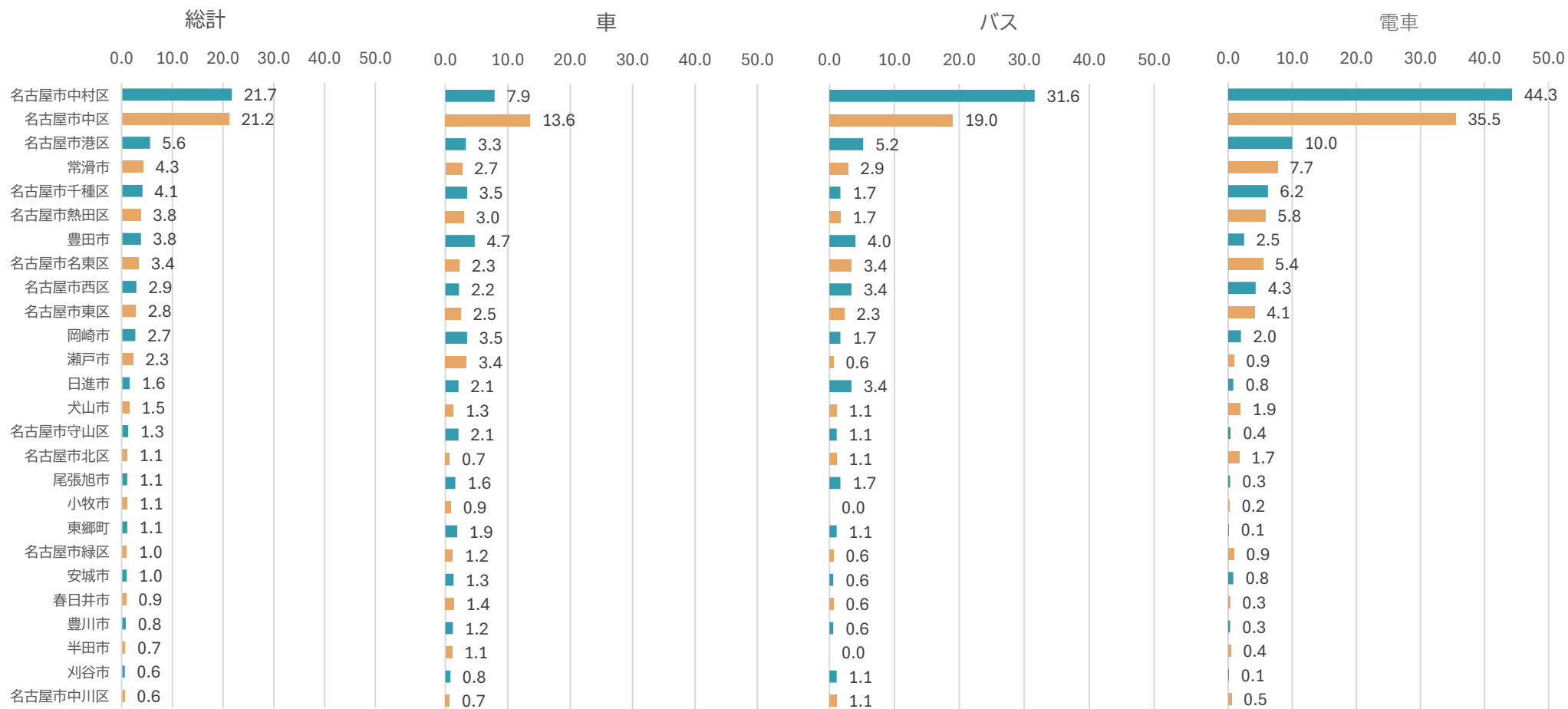


宿泊日数別



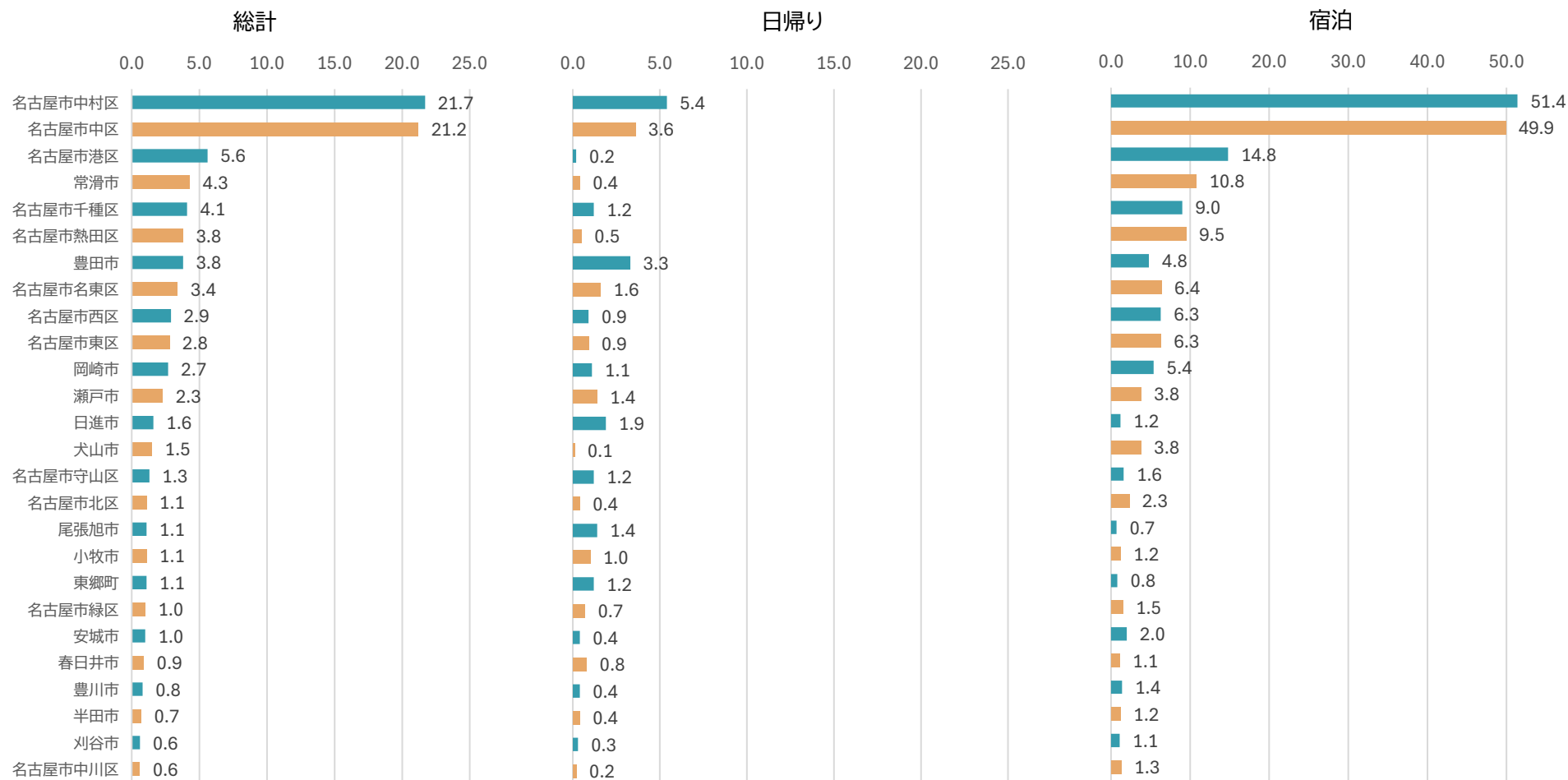
③ 愛知県内の周遊状況【来園手段別】

- 自動車利用者では、交通起点である名古屋駅を經由しないためか、公共交通機関利用者と比べて名古屋市中村区への周遊が少ない。また、周遊自体はわずかではあるものの全体として周遊範囲が広い。
- バス・電車の公共交通機関利用者では交通の基点となる名古屋駅のある中村区への周遊が圧倒的に多く、次いでアクセスも良く都市部で栄えている中区への周遊が多くなっている。また、電車利用者では名古屋市内での周遊が他利用者と比べて多い。



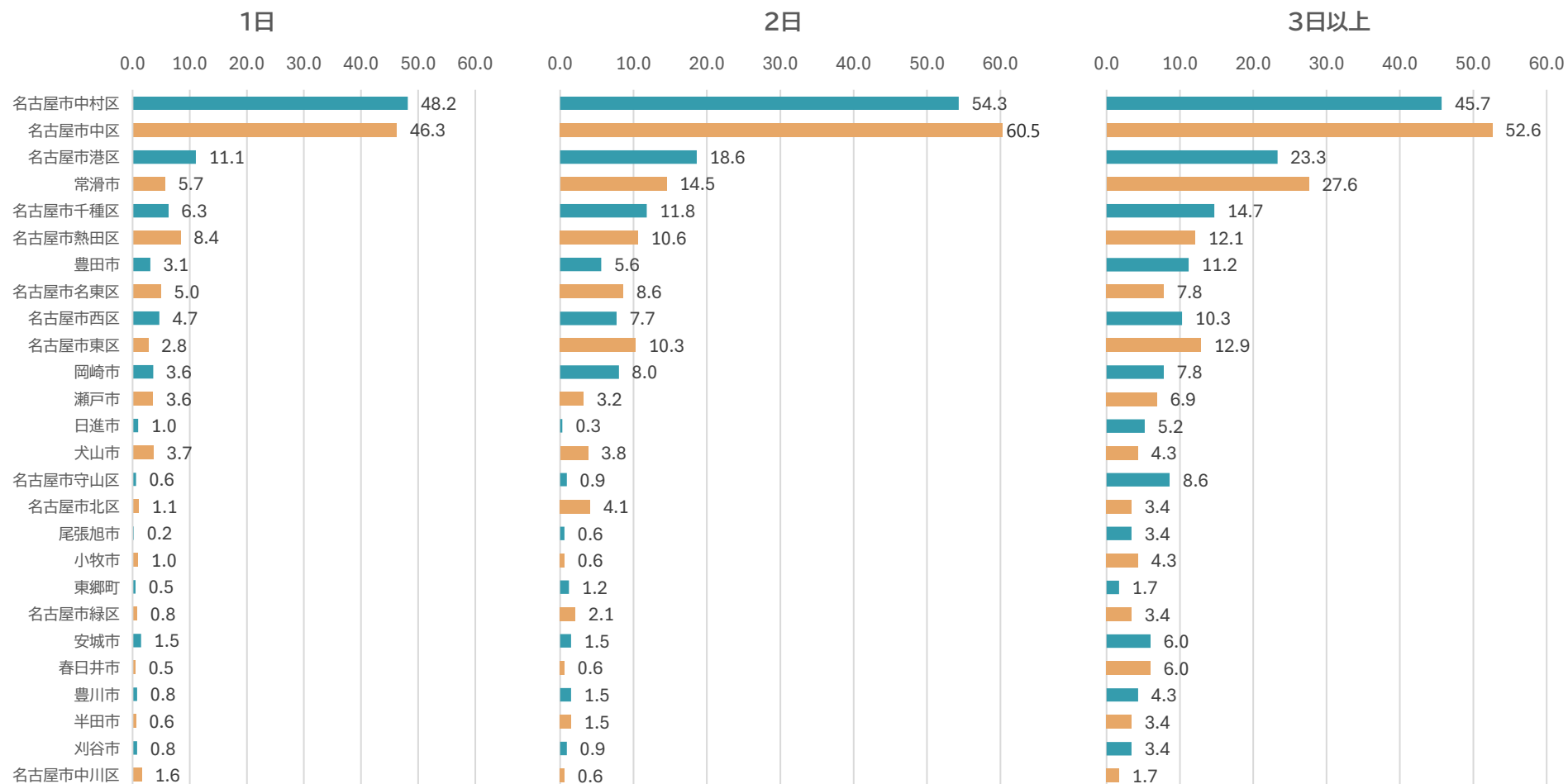
④ 愛知県内の周遊状況【日帰り・宿泊別】

- 日帰り客では、名古屋市中村区・中区の他に豊田市への周遊も多く、これは日帰り客の大多数を占める愛知県居住者の多くが豊田市を訪れていることとの関連があると見受けられる。
- 宿泊を伴う来園客では、宿泊・交通の基点となる名古屋市中村区・中区への周遊が圧倒的に多い。また、日帰り客に比べ周遊が全体的に増える。特に名古屋市、豊田市、岡崎市、常滑市への周遊が多い。



⑤ 愛知県内の周遊状況【宿泊日数別】

- 宿泊日数が増えるにつれ、全体の周遊率も高くなる。
- 3日以上になると、全体で周遊が多い名古屋市内や豊田市・岡崎市以外の遠方の地域への周遊も増える。
- 常滑市の周遊が日数の増加につれて増えるのは、宿泊数の多い遠方地域居住者が飛行機を利用しているためだと考えられる。



来園者の特性

- ジブリパークへの来訪者は7割が女性が占め、**20～30代女性**をコアとしつつも20～50代の男女にも一定の来訪がある。
- 来訪者の居住地は愛知県在住者が4割強で最も多く、これに岐阜県・三重県を加えた東海圏の地元需要が大きい一方、東京・大阪を含む**関東圏・関西圏からの広域集客**も多い。
- ジブリパークへの来園手段は、地元・近隣圏は車利用、遠方は公共交通利用が中心で関東居住者では電車利用の割合が高くなっている。
- ジブリパークの平均滞在時間は5.6時間で基本来園パターンは午前来園 → 午後退園であるが、愛知県在住者では「午前のみ」「午後のみ」の来園も多い。

来園に伴う旅程

- 来園者の約4割が宿泊旅行者で宿泊者の約9割が愛知県内の宿泊と宿泊需要の大半を愛知県内で取り込んでいる。
(愛知県内のみ宿泊：6割、愛知県内+県外宿泊：3割)
- 宿泊者は関東圏・関西圏など東海圏外からの来訪者が中心で特に関東居住者は9割以上が宿泊するなど**遠方客ほど宿泊率が高**くなっている。
- 宿泊エリアは名駅、栄地区といった**名古屋中心部の宿泊拠点化**が顕著でジブリパーク周辺や西三河といった周辺市域は複数宿泊者の二次的受け皿となっている。

来園に伴う県内の周遊状況

- ジブリパーク来園に伴う県内の周遊は、愛知県居住者で3割、関東圏、関西圏居住者では7-8割と高くなっている。
- 県内周遊は**公共交通機関**での移動が主で、名古屋市を拠点に豊田市、岡崎市、常滑市、犬山市への周遊が多くなっている。
- 宿泊客の周遊率は8割以上と高く、宿泊日数が増えるほど周遊する割合が増え、**周遊範囲も広がる**傾向にある。



GPSデータ分析からみる県内周遊のターゲット考察

ジブリパーク来訪者を起点とした愛知県周遊のコアターゲットは関東・関西在住の「20～30代女性」及び「ファミリー層」と考えられる。また、ジブリパークは認知度が高く年代に偏らず集客できているところから、幅広い年代も準コアターゲットと考える必要がある。関東在住者と関西在住者には大きな違いは見られないが、関東在住者の方が遠方旅行という事もあり宿泊率や周遊率が高くなっている。

コアターゲット層

- 関東圏・関西圏の20～30代女性
- 関東圏・関西圏のファミリー層（40～50代）
- 関東圏・関西圏の大人層（50～60代）

拡張ターゲット層

- 東海圏の20～30代女性
- 東海圏のファミリー層（40～50代）

戦略案

1. 【ジブリ1日+もう1テーマ】の複合化 『ジブリ × 歴史巡り』 『ジブリ × ものづくり』 etc.
2. 半日+1立ち寄り”モデルの開発（東海、近畿）
3. 【名古屋拠点型広域周遊モデル】 【1泊2日→2泊3日への延伸モデル】の創出とPR

II.インターネット調査

インターネット調査の概要

調査概要

| | |
|---------|--|
| 目的 | ジブリパークを訪れる来園者の属性や目的、再訪意向などのほか、来園に伴う愛知県内の周遊状況や観光地の認知度などについて把握し、今後の周遊観光の促進を図るための検討材料とする。 |
| 調査時期 | 2025年9月 |
| 対象者 | 3年以内にジブリパークに来園した観光客 |
| 調査方法 | WEB調査 |
| 取得サンプル数 | 1,000サンプル |

SC調査

北海道地方：北海道
東北地方：青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関東地方：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県、栃木県、群馬県
中部地方：新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、愛知県、岐阜県、静岡県
関西地方：大阪府、京都府、三重県、兵庫県、奈良県、滋賀県、和歌山県
中国地方：鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
四国地方：徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九州地方：福岡県、佐賀県、長崎県、大分県、熊本県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

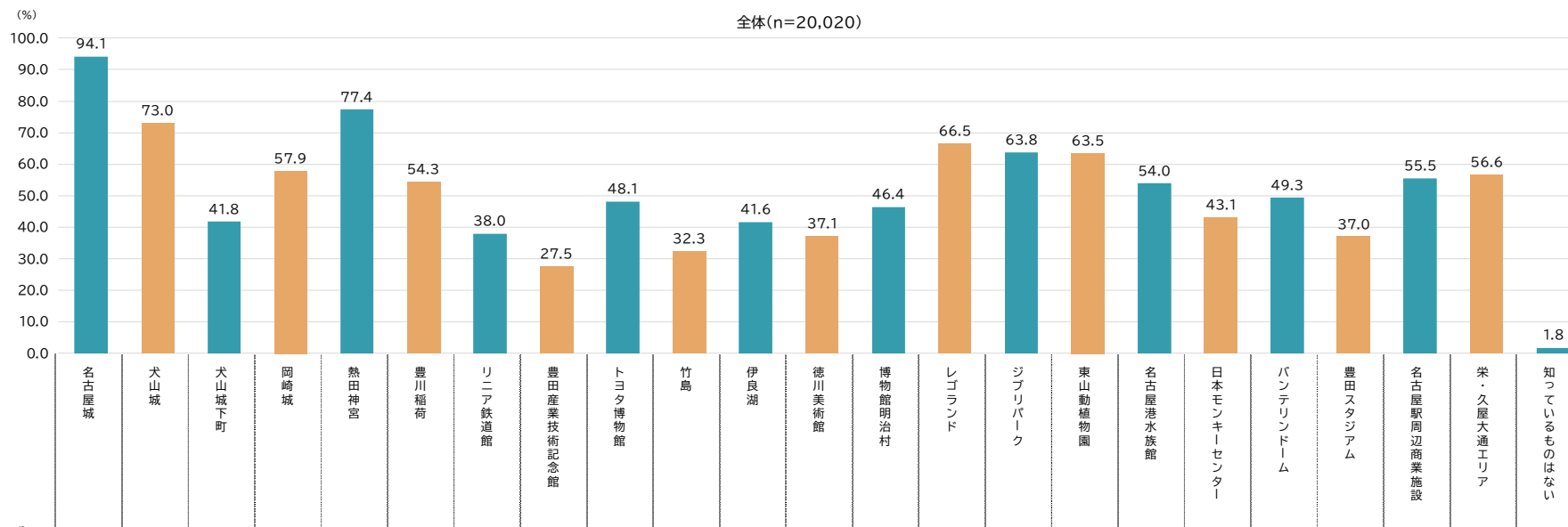
本調査

関東：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県、栃木県、群馬県
関西：大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県、和歌山県
東海：愛知県、岐阜県、三重県
その他：上記以外の都道府県

愛知県の観光施設の認知度

- 認知度は名古屋城が9割以上、熱田神宮、犬山城が7割以上、レゴランド、ジブリパーク、東山動物園が6割以上と高くなっている。また、名古屋城は居住地に関わらずで認知度が高い。
- 中部地方以外の地方において名古屋市内の観光施設の認知度はそれなりにあるものの、市外の施設については低い傾向があり、周遊促進のためには中部地方以外でのPRなどを強化するなどして認知度を上げていく必要がある。

全体+居住地別

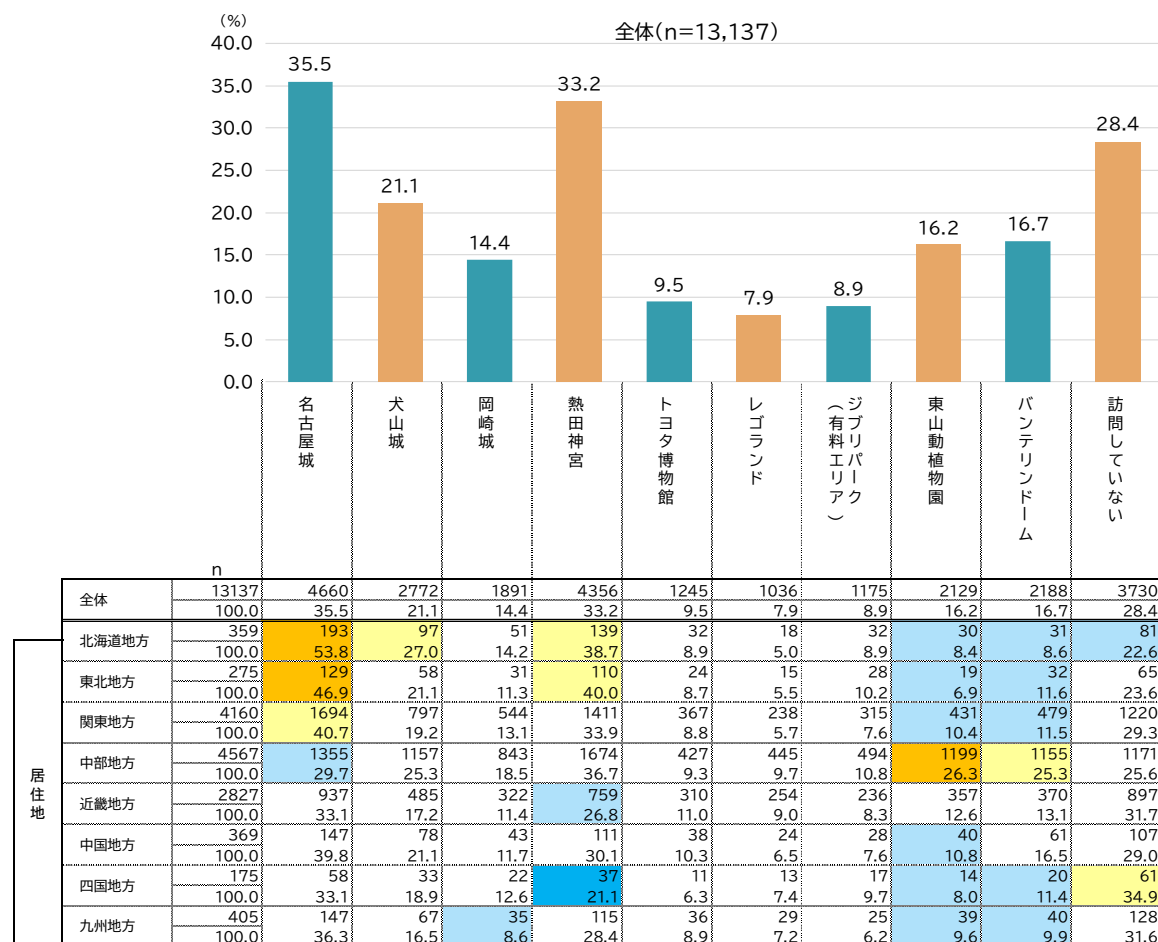


| | | 施設名 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | n | | | |
|-----|-------|-------|------|-------|------|------|------|--------|-----------|--------|------|------|-------|--------|-------|--------|--------|---------|------------|----------|---------|------------|-----------|------------|-----|
| | | 名古屋城 | 犬山城 | 犬山城下町 | 岡崎城 | 熱田神宮 | 豊川稲荷 | リニア鉄道館 | 豊田産業技術記念館 | トヨタ博物館 | 竹島 | 伊良湖 | 徳川美術館 | 博物館明治村 | レゴランド | ジブリパーク | 東山動植物園 | 名古屋港水族館 | 日本モンキーセンター | パンテリンドーム | 豊田スタジアム | 名古屋駅周辺商業施設 | 栄・久屋大通エリア | 知っているものはない | |
| 居住地 | 全体 | 100.0 | 94.1 | 73.0 | 41.8 | 57.9 | 77.4 | 54.3 | 38.0 | 27.5 | 48.1 | 32.3 | 41.6 | 37.1 | 46.4 | 66.5 | 63.8 | 63.5 | 54.0 | 43.1 | 49.3 | 37.0 | 55.5 | 56.6 | 1.8 |
| | 北海道地方 | 562 | 531 | 354 | 188 | 239 | 389 | 211 | 136 | 123 | 230 | 89 | 86 | 181 | 141 | 308 | 316 | 268 | 199 | 114 | 212 | 130 | 302 | 278 | 16 |
| | 東北地方 | 470 | 420 | 279 | 127 | 196 | 337 | 174 | 115 | 90 | 182 | 77 | 76 | 133 | 117 | 243 | 272 | 222 | 170 | 109 | 170 | 118 | 212 | 208 | 17 |
| | 関東地方 | 7109 | 6717 | 4908 | 2484 | 3821 | 5460 | 3736 | 2246 | 1494 | 2748 | 1594 | 2311 | 2124 | 2714 | 4254 | 4014 | 3930 | 2712 | 2171 | 2980 | 2152 | 3727 | 3564 | 136 |
| | 中部地方 | 5441 | 5198 | 4727 | 3410 | 4052 | 4742 | 4107 | 2999 | 2400 | 3675 | 3413 | 3749 | 3185 | 3852 | 4294 | 4299 | 4652 | 4567 | 3954 | 3712 | 3225 | 3770 | 4065 | 55 |
| | 近畿地方 | 4739 | 4390 | 3318 | 1670 | 2468 | 3418 | 2044 | 1697 | 1071 | 2103 | 1037 | 1806 | 1360 | 1983 | 3252 | 2923 | 2798 | 2539 | 1848 | 2109 | 1318 | 2344 | 2460 | 82 |
| | 中国地方 | 671 | 611 | 416 | 205 | 326 | 457 | 241 | 183 | 139 | 274 | 97 | 122 | 177 | 209 | 402 | 393 | 337 | 254 | 166 | 301 | 182 | 316 | 302 | 20 |
| | 四国地方 | 297 | 289 | 181 | 83 | 152 | 197 | 108 | 73 | 49 | 116 | 42 | 61 | 79 | 86 | 141 | 164 | 128 | 116 | 74 | 104 | 76 | 119 | 118 | 4 |
| | 九州地方 | 731 | 684 | 437 | 197 | 333 | 493 | 255 | 157 | 138 | 292 | 110 | 117 | 180 | 189 | 411 | 390 | 373 | 249 | 192 | 284 | 200 | 329 | 331 | 21 |

過去3年以内の愛知県の観光施設の訪問経験

- 名古屋城、熱田神宮は訪問経験のある人が3割以上となっており、特に関東以北の居住者の割合が高い。
- 訪問経験のない人は約3割となっている。
- 東山動物園、バンテリンドームは中部地方以外の居住者の訪問経験が少ない。

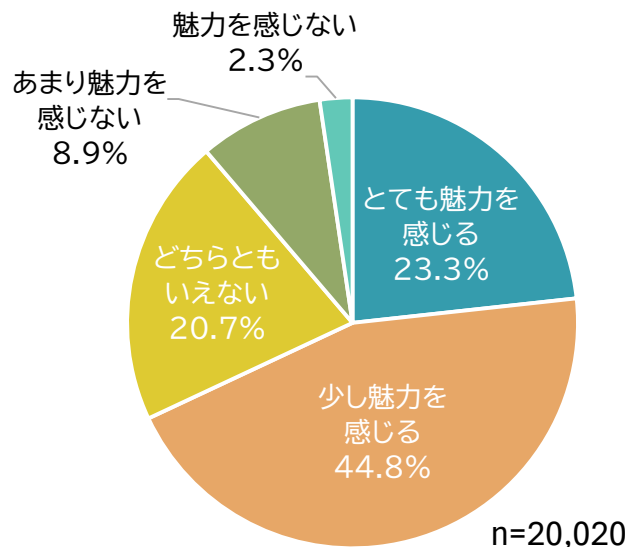
全体+居住地別



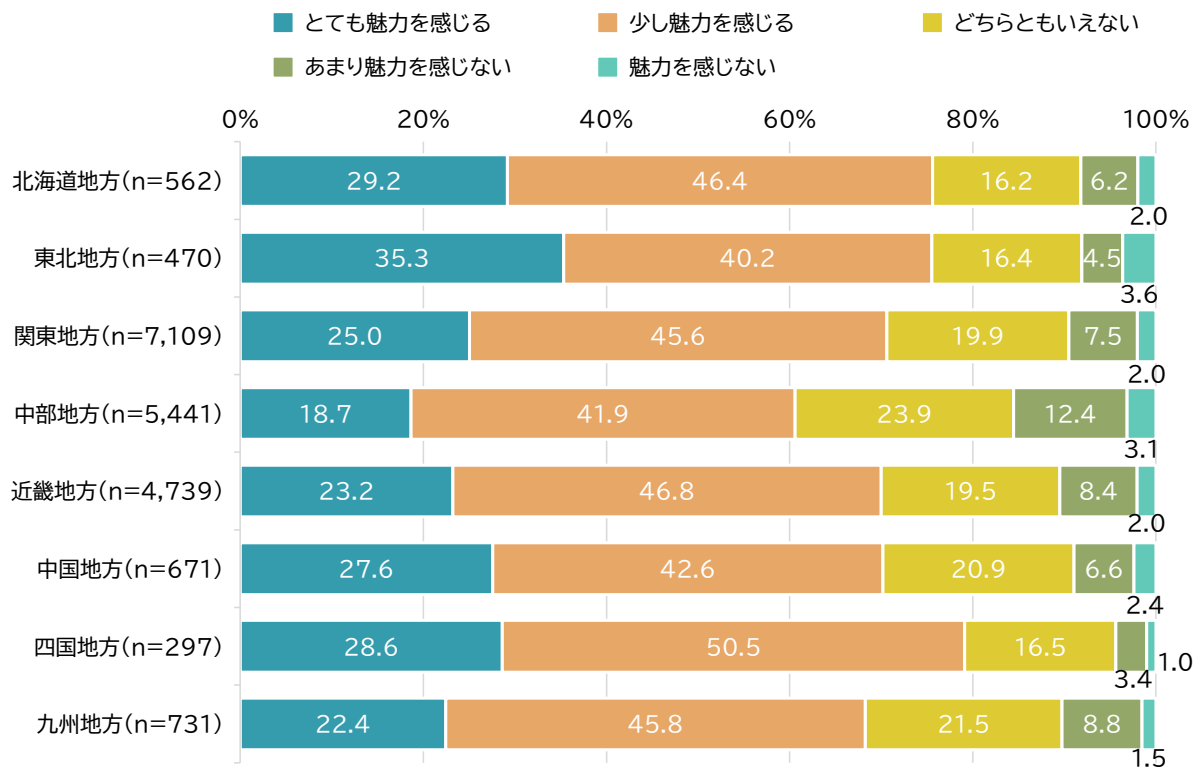
愛知県の観光魅力度

- 7割弱の人が魅力を感じている。
- 魅力を感じている割合は、居住地が中部地方から遠い地方の居住者で高い傾向となっており、愛知県に魅力を感じている人が多いため、遠方の居住者の観光の認知度を上げるための戦略的な観光PRが求められる。

全体



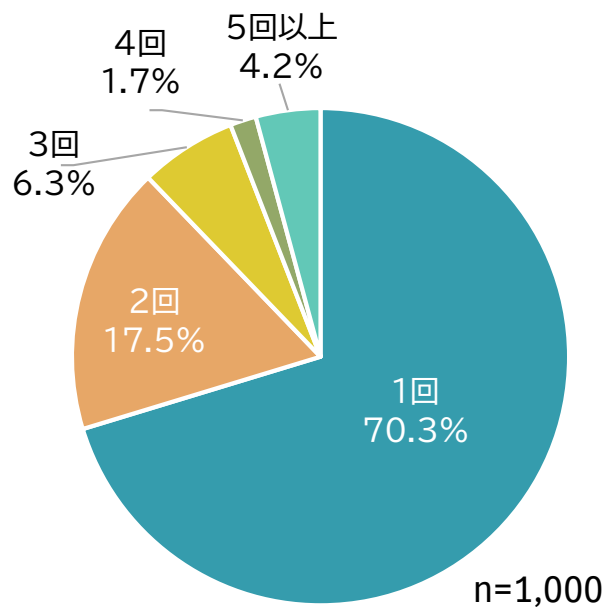
居住地別



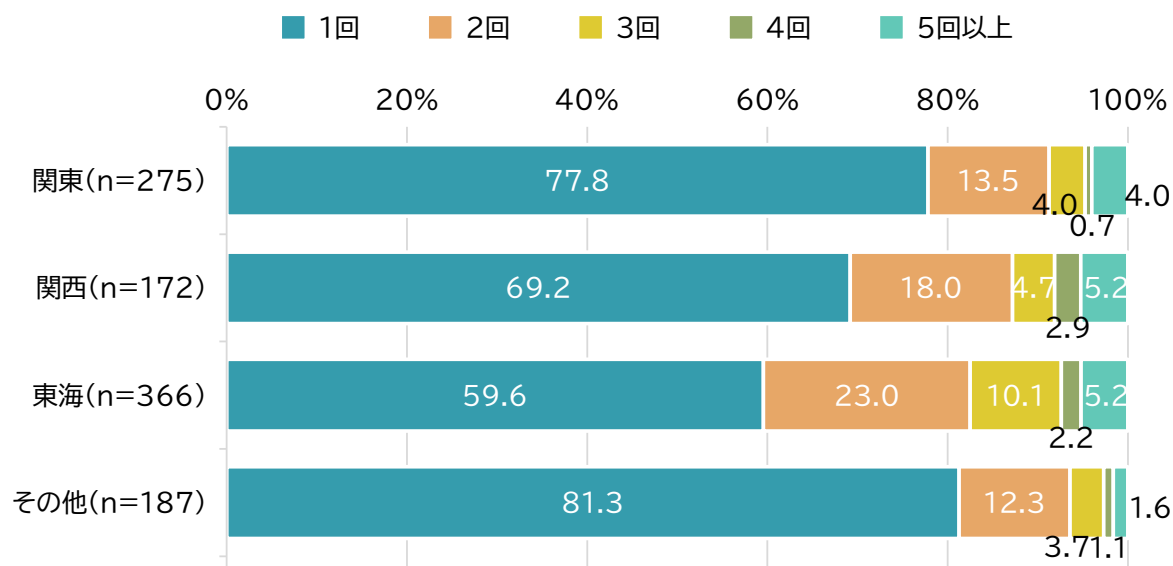
Q1 パーク（有料エリア）の訪問経験

- ジブリパーク有料エリアの訪問回数は初回利用が中心でリピート層は少数にとどまる傾向がみられた。
- リピート率は東海居住者が4割以上、関西居住者が約3割、関東居住者が2割以上となっており、居住地からジブリパーク有料エリアの距離に比例している。

全体



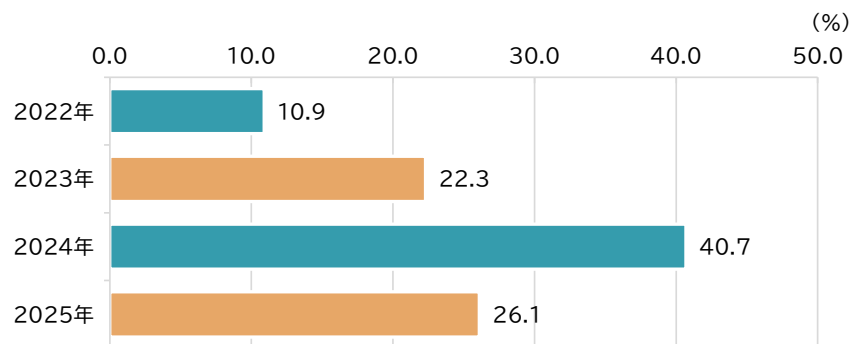
居住地別



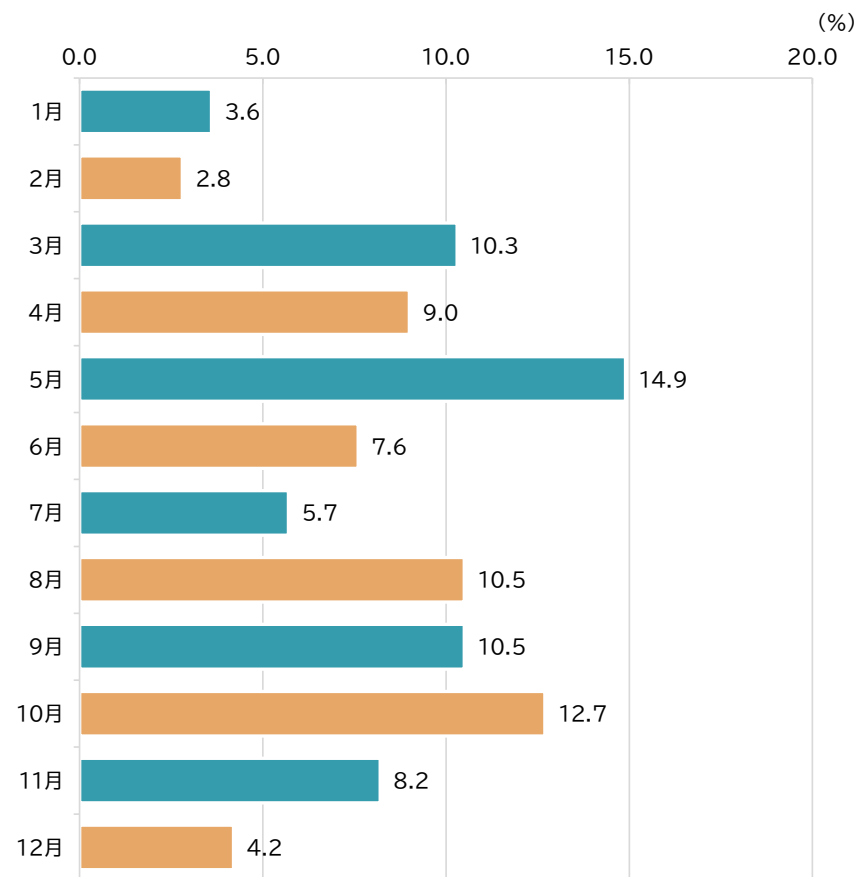
Q2 直近のパーク訪問時期

- ジブリパークの全エリアが完成した2024年の訪問が約4割と最も多い。また、直近1～2年の訪問者が全体の半数以上を占めている。
- 3月、5月、夏から秋にかけての訪問が多く、ピークは5月、10月となっている。

訪問年



訪問月

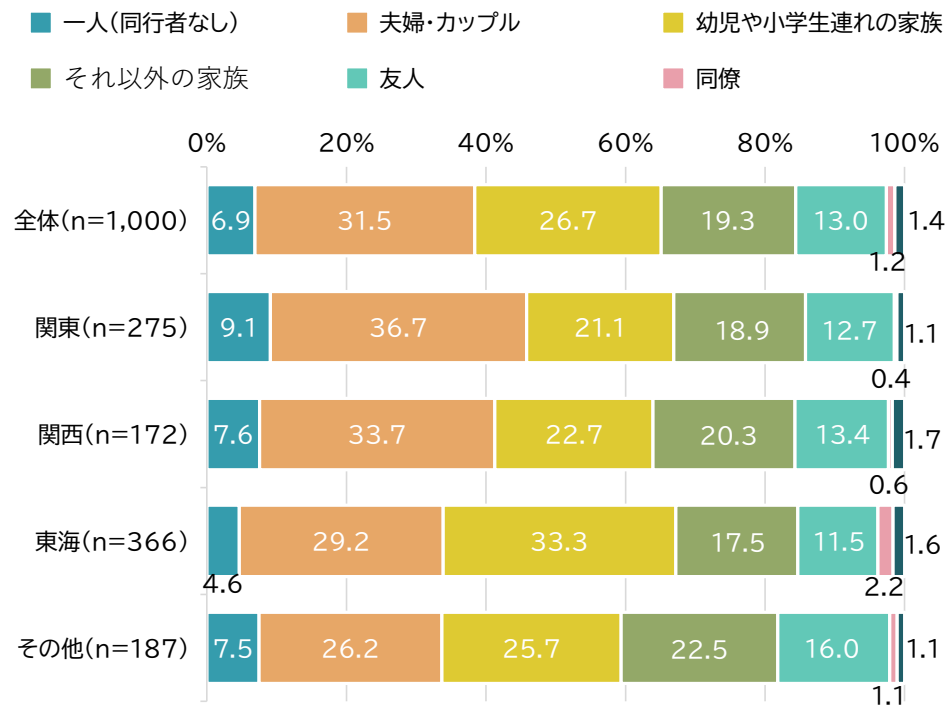


全体の来園状況

Q3 パーク訪問時の同行者

- 夫婦・カップルや家族連れが多く、1人や友人、同僚などは少ない。
- 関東や関西居住者は夫婦・カップル、東海居住者は幼児や小学生連れの家族が他地域の居住者より多い。

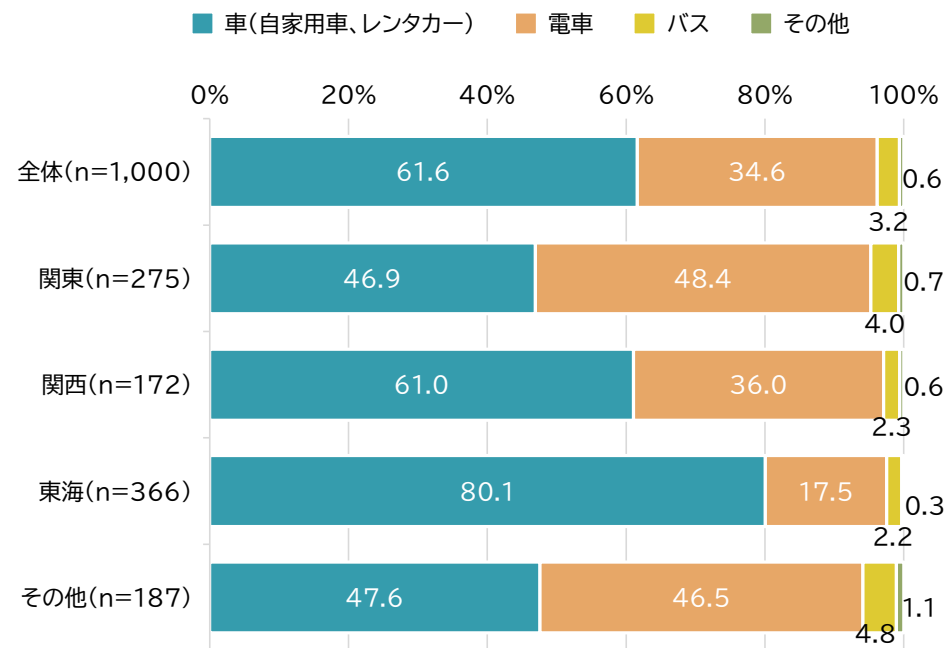
同行者【全体+居住地】



Q6 交通手段

- 車（自動車、レンタカー）が6割以上、電車が3割以上となっている。
- 東海居住者は車（自動車、レンタカー）が約8割と突出して高くなっている。関東居住者は電車の割合が車（自家用車、レンタカー）より高い。

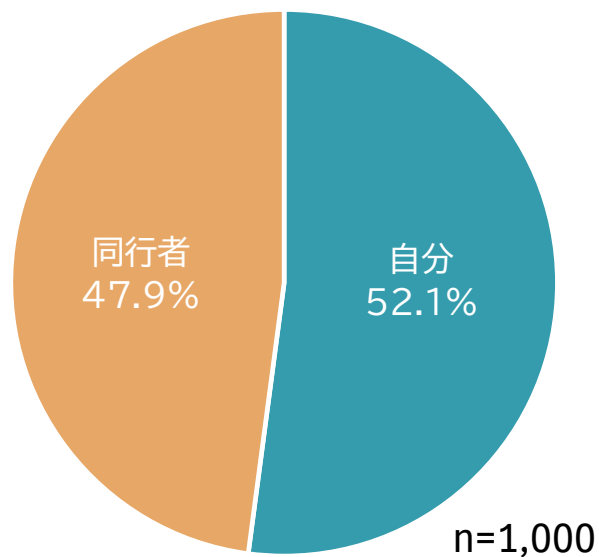
交通手段【全体+居住地】



Q4 パーク訪問の訪問決定者

- 自分で決めた人と同行者が決めた人の割合はほぼ半数ずつとなっている。

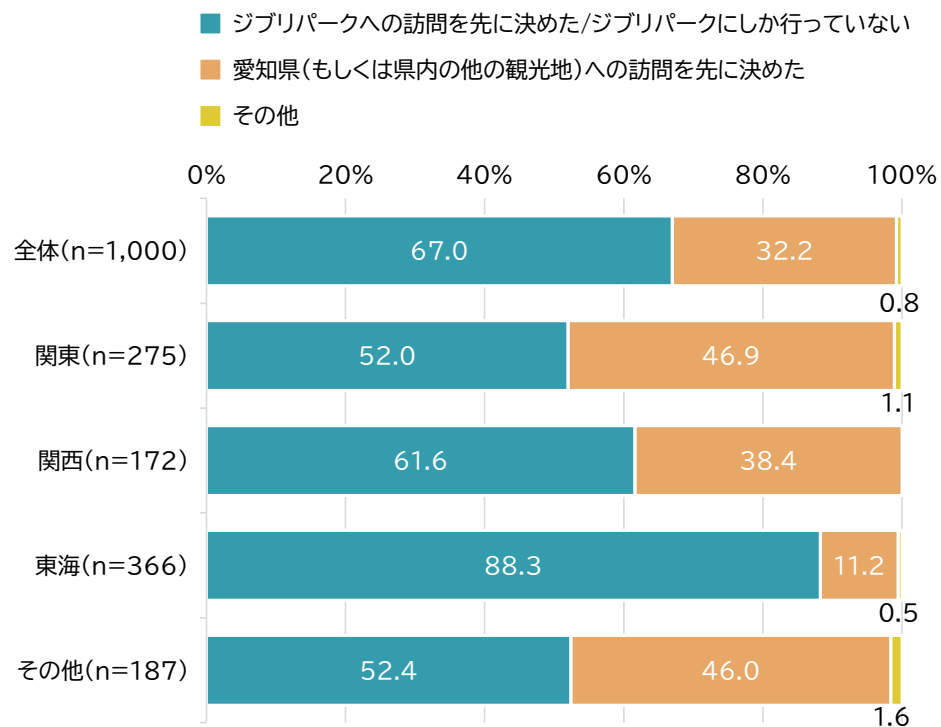
全体



Q5 パークへの訪問決定の順番

- ジブリパークへの訪問をメインの目的としている人の割合が7割弱。
- 東海居住者はジブリパークへの訪問を目的とした人が圧倒的に多いが、関東居住者は愛知県（もしくは県内の他の観光地）を観光したついでに来ている人が5割弱となっている。
- 特に遠方からの観光客は愛知県内の複数の観光地を訪れる人が多いと考えられる。

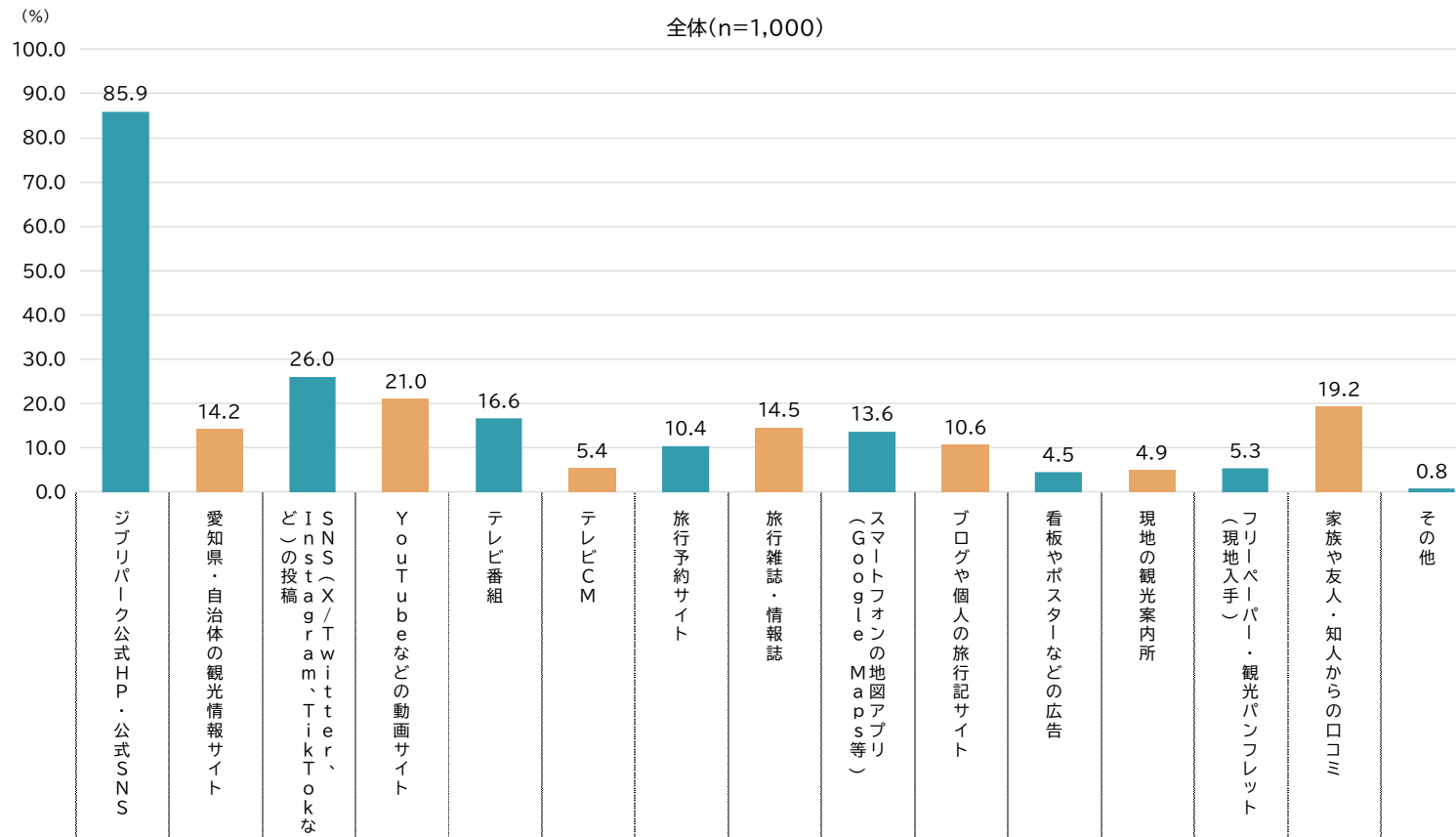
全体 + 居住地別



Q7 パークの情報収集方法

- ジブリパーク公式HP・公式SNSからの情報収集が8割以上と最も多い。
- XやInstaguram、YoutubeといったSNSや動画サイトでの情報収集が2割以上を占めており、これらを利用した広報、宣伝を強化して集客の増加に繋げていく必要がある。

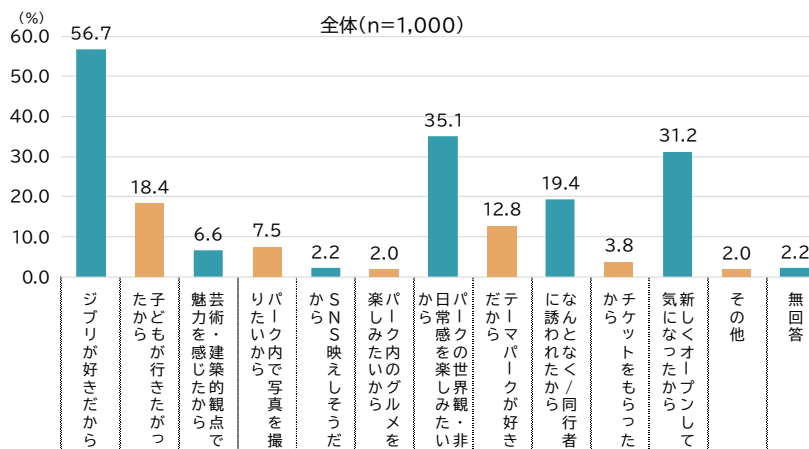
全体



Q8 パークを訪問した理由（1つ目+2つ目）

- ジブリが好きだからという理由での訪問者が半数以上となっている。また、ジブリの世界観や非日常感、目新しさといった理由での訪問者も3割以上を占めている。
- 子どもが行きたがったため訪問した家族連れも多い。
- ジブリにあまり思い入れのない人でも同行者に誘われた、新しくオープンして気になったといった理由で訪問している。

全体 + 同行者別 + 愛好度別

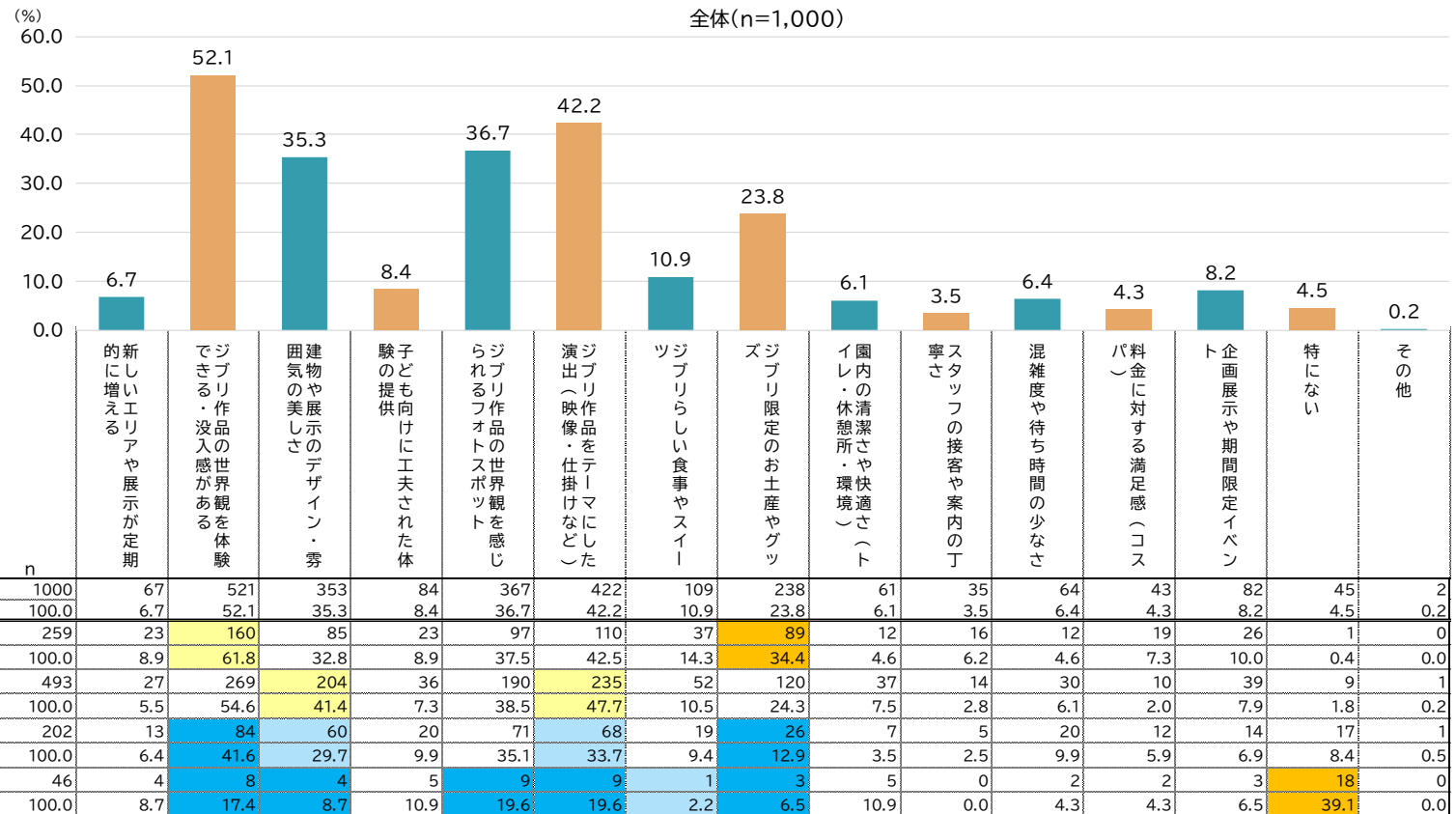


| | | n | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | |
|--|-------------|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|----|--|
| 同行者 | 全体 | 1000 | 56.7 | 18.4 | 6.6 | 7.5 | 2.2 | 2.0 | 35.1 | 12.8 | 19.4 | 3.8 | 31.2 | 2.0 | 2.2 | | | |
| | 一人(同行者なし) | 69 | 42.1 | 1.0 | 9.1 | 10.3 | 3.3 | 3.3 | 26.1 | 11.5 | 5.5 | 4.4 | 20.2 | 2.9 | 2.9 | | | |
| | 夫婦・カップル | 315 | 18.3 | 7.2 | 26.3 | 24.4 | 9.2 | 11.1 | 12.2 | 4.5 | 6.6 | 11.1 | 11.4 | 4.4 | 8.8 | | | |
| | 幼児や小学生連れの家族 | 267 | 14.4 | 11.9 | 9.0 | 16.1 | 0.0 | 2.2 | 7.5 | 3.5 | 4.6 | 6.6 | 7.2 | 3.3 | 7.7 | | | |
| | それ以外の家族 | 193 | 11.0 | 4.8 | 12.3 | 16.2 | 2.3 | 3.3 | 6.3 | 1.8 | 4.0 | 8.8 | 6.0 | 4.4 | 2.2 | | | |
| | 友人 | 130 | 7.8 | 3.3 | 10.3 | 7.7 | 8.1 | 8.1 | 5.8 | 1.5 | 2.8 | 7.7 | 3.7 | 5.5 | 3.3 | | | |
| | 同僚 | 12 | 4.0 | 1.0 | 0.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 3.0 | 3.0 | 5.0 | 2.0 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | | | |
| | その他 | 14 | 6.5 | 5.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 4.0 | 1.0 | 4.0 | 0.0 | 5.0 | 2.0 | 0.0 | | | |
| | ジブリ愛好度 | 作品を何度も見返したり、グッズ収集やイベントにも参加するほど、自分にとって「ジブリ」は特別な存在だ | 259 | 19.8 | 3.6 | 1.9 | 2.9 | 5.5 | 9.5 | 11.4 | 3.2 | 1.2 | 4.4 | 5.3 | 2.2 | 5.5 | | |
| | | 好きな作品はあるし、たまに見返すこともあるが、特別熱心ではない | 493 | 76.4 | 13.9 | 7.3 | 11.2 | 1.9 | 3.5 | 44.0 | 12.4 | 4.6 | 1.5 | 20.5 | 0.8 | 1.9 | | |
| 有名作品を一度は見たことがある程度、関心は無いわけではない/テレビでやっていたら見る | | 202 | 7.0 | 5.0 | 8.1 | 1.5 | 4.3 | 3.3 | 5.7 | 3.0 | 6.7 | 1.1 | 7.8 | 5.5 | 5.5 | | | |
| 特に愛着はない | | 46 | 8.8 | 8.8 | 5.5 | 3.3 | 3.3 | 1.1 | 4.4 | 3.3 | 2.7 | 2.2 | 1.9 | 6.6 | 1.1 | | | |

Q9 ジブリパークの気に入っている要素

- 全体では没入感・建築や展示のデザイン・フォトスポット・演出やお土産、グッズが評価されている。パーク訪問者は基本的にはジブリ好きな人が多く、そのジブリ作品の再現度や没入感、限定性を重視している。
- ジブリに愛着がない人は時に気に入っている要素がない人が多い。

全体+ジブリ愛着度別

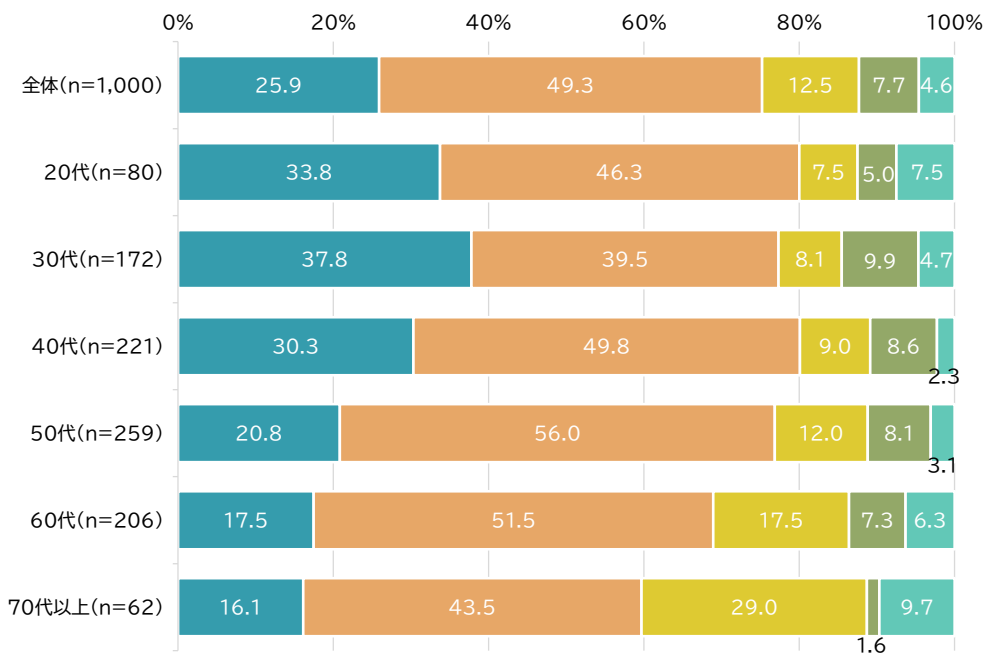


Q10 ジブリの愛好度

- 好きな作品はある程度の人が約半数と最も多い。
- ジブリが好きな人が多い年齢層は20代～40代で、50代以降は年代が上がるにつれて愛好度は低くなっている。
- 東海居住者はそこまで愛好度が高くないライト層も気軽に訪れているが、関東・関西居住者は熱心なジブリのファンが多く訪れていると考えられる。

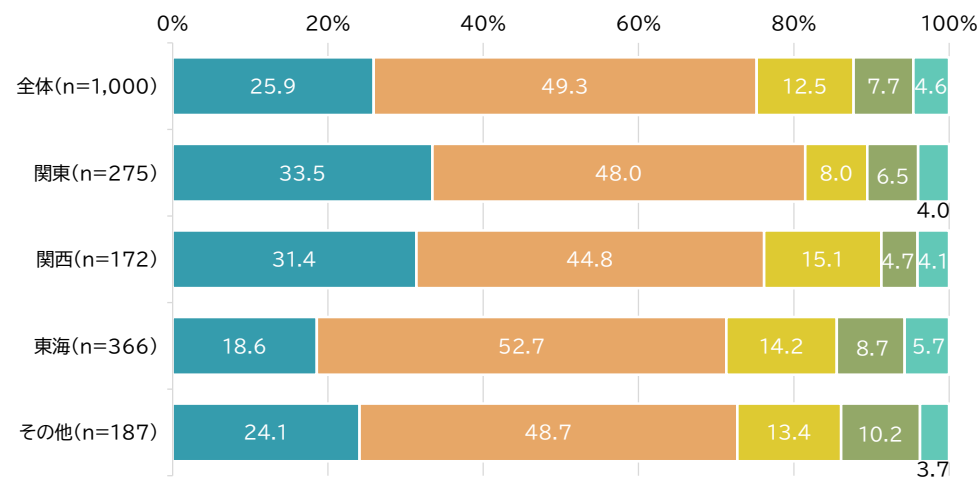
全体 + 年代別

- 作品を何度も見返したり、グッズ収集やイベントにも参加するほど、自分にとって「ジブリ」は特別な存在だ
- 好きな作品はあるし、たまに見返すこともあるが、特別熱心ではない
- 有名作品を一度は見たことがある程度、関心は無いわけではない
- テレビでやっていたら見る
- 特に愛着はない



全体 + 居住地別

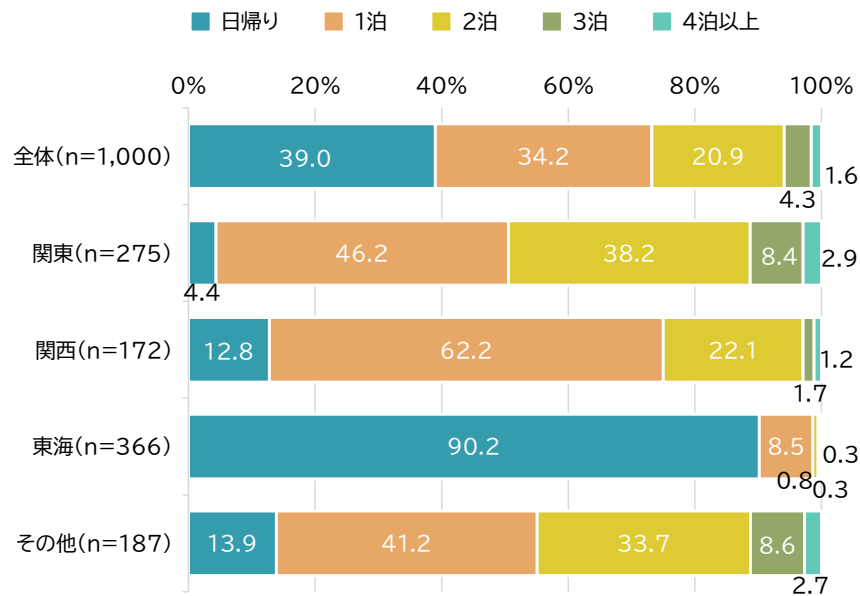
- 作品を何度も見返したり、グッズ収集やイベントにも参加するほど、自分にとって「ジブリ」は特別な存在だ
- 好きな作品はあるし、たまに見返すこともあるが、特別熱心ではない
- 有名作品を一度は見たことがある程度、関心は無いわけではない
- テレビでやっていたら見る
- 特に愛着はない



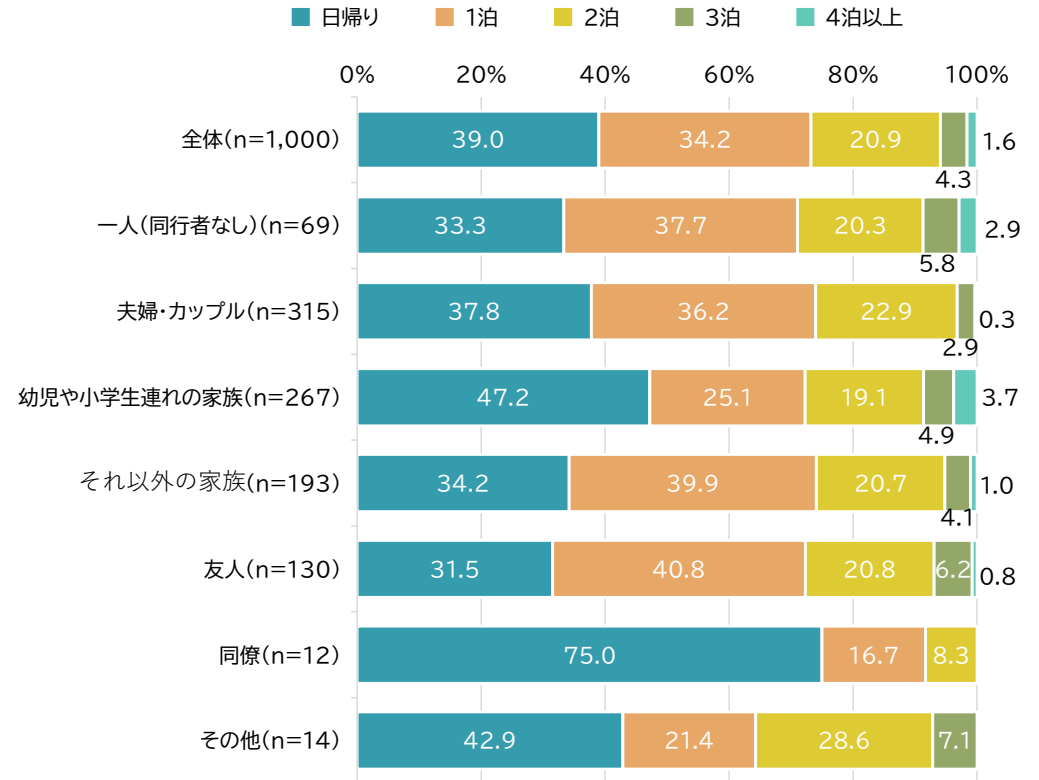
Q12愛知県内での宿泊日数

- 日帰りは東海居住者が突出しており、関東では1泊～2泊、関西では1泊での旅行者が多い。
- 幼児や小学生など幼い子ども連れの家は日帰りが多く、それ以外の家族や友人との旅行では一泊がやや多い。

全体 + 居住地別



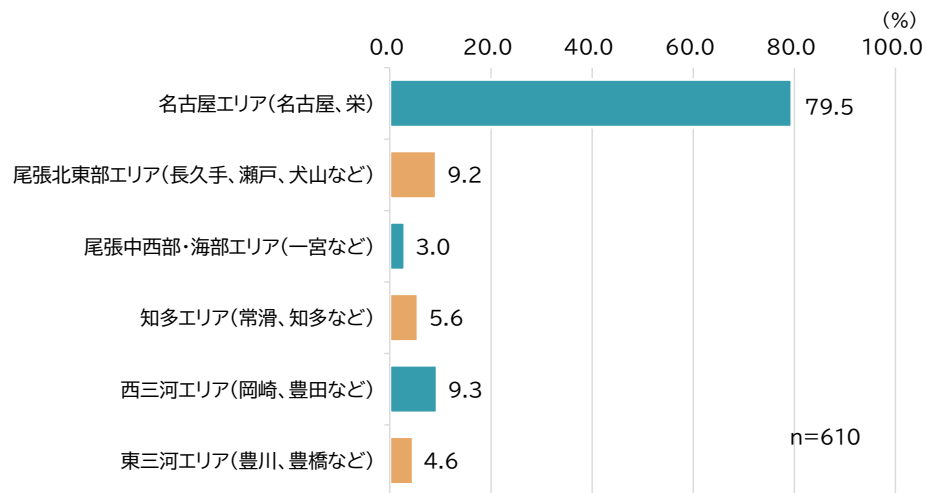
全体 + 同行者別



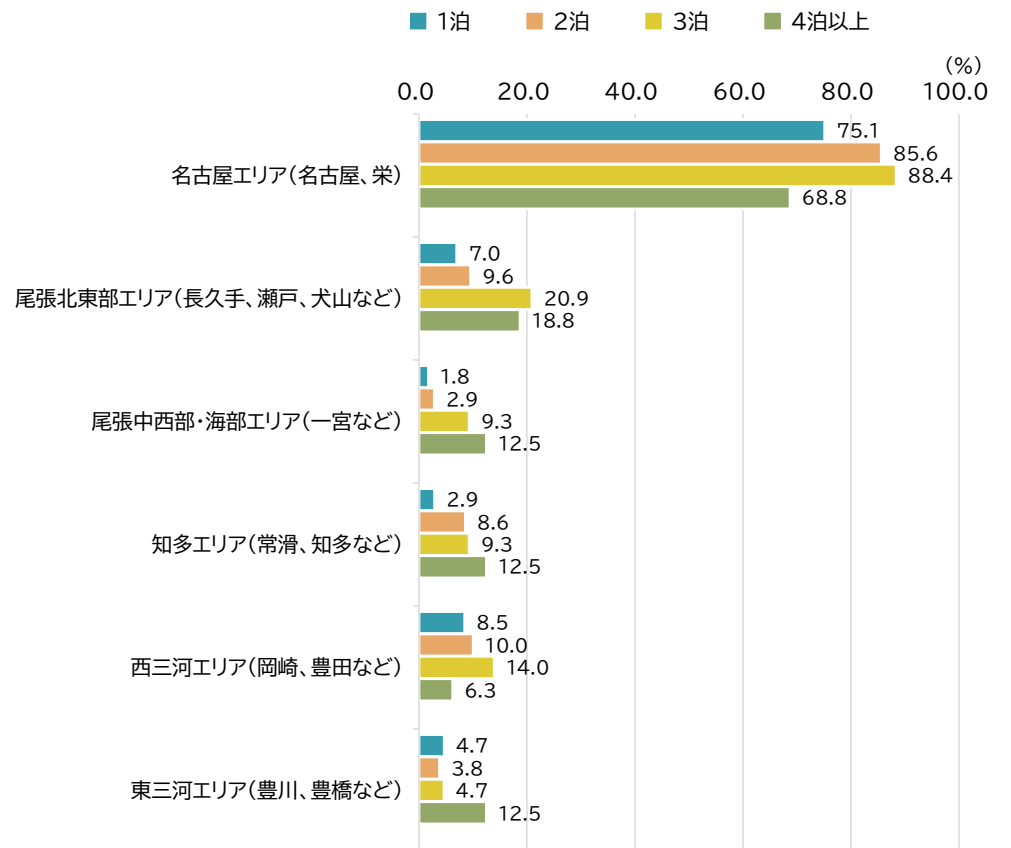
Q13 愛知県内での宿泊先

- ジブリパーク来園に伴う旅行の愛知県内での宿泊先は名古屋エリアが約8割と突出して多い。
- 3泊までは名古屋エリアでの宿泊の割合が高いが、4泊以上になると尾張北東部、尾張中西部・海部など他のエリアが選ばれる割合が高くなっている。

愛知県内での宿泊先【全体】



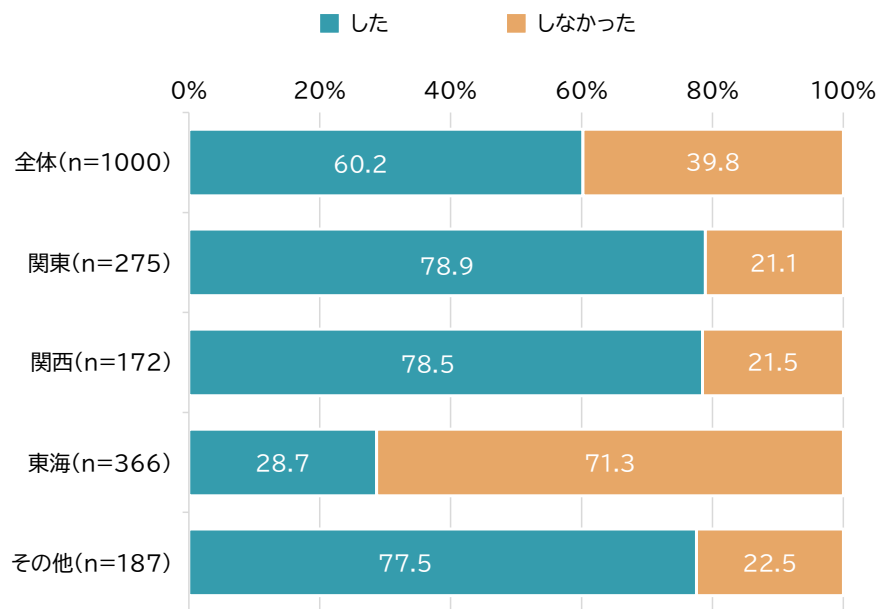
愛知県内での宿泊先【宿泊日数別】



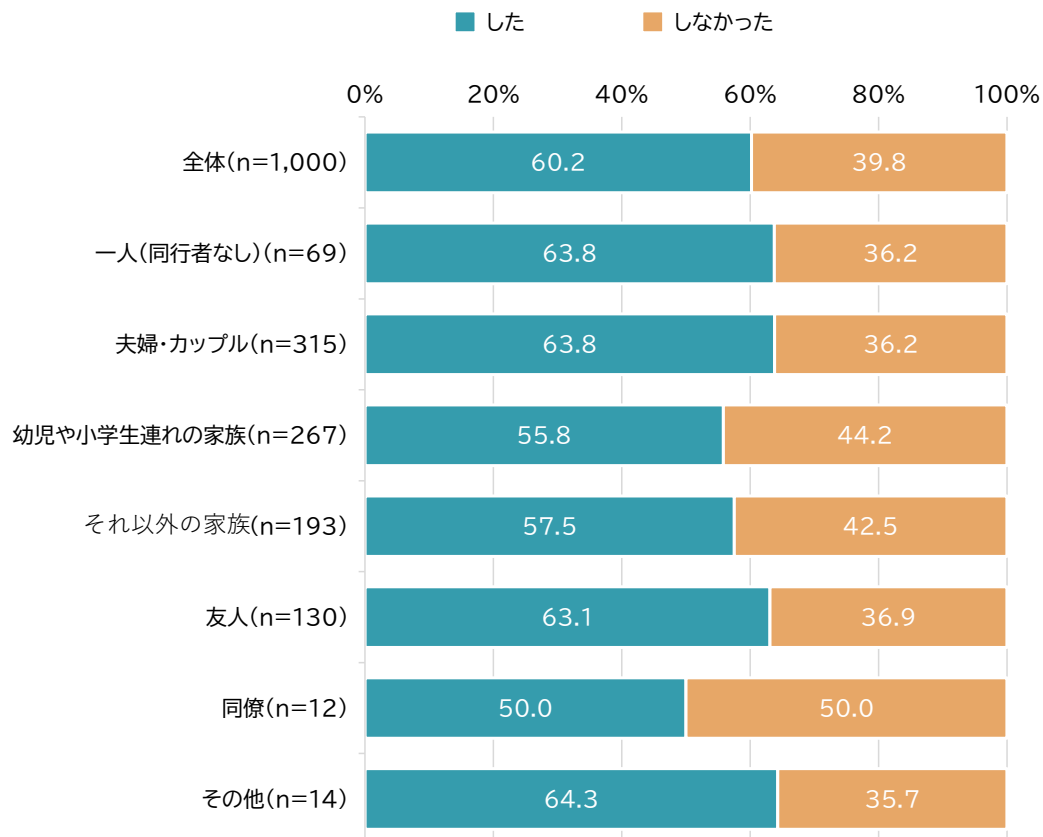
Q14 パーク訪問時の愛知県内周遊の有無

- ・ ジブリパークのみ訪問した人の割合が4割で、特に東海居住者はジブリパークのみの来訪者が多い。
- ・ 1人や夫婦・カップル、友人との来訪者は他の観光地を周遊する割合が6割以上となっているが、家族連れでの来訪者は愛知県観光をしない割合が他の層と比べると高くなっている。

全体 + 居住地別



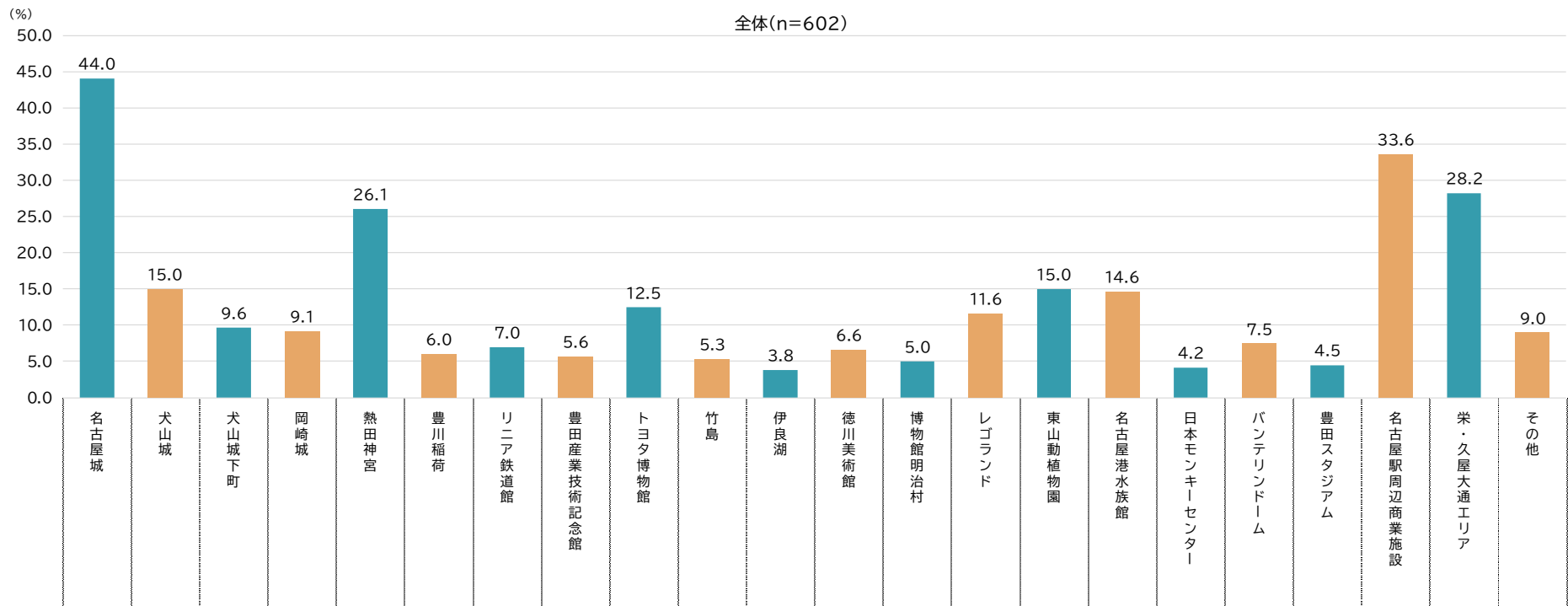
全体 + 同行者別



Q15 パーク訪問時に県内で周遊した場所（観光した人のみ）

- 名古屋城、名古屋駅周辺商業施設、栄・久屋大通エリア、熱田神宮が上位を占めており、観光地として定番の歴史施設や主要商業エリアに集中する傾向がみられる。
- ほぼ名古屋市内のみの観光となっている。
- 名古屋市外では犬山城やトヨタ博物館が多い。

全体



Q15 パーク訪問時に県内で周遊した場所（観光した人のみ）

- ・ 東海居住者では犬山城下町、岡崎城、豊川稲荷など地域密着型のスポット訪問率が高く、関東では名古屋城が最も高かった。
- ・ 同行者がいない層では熱田神宮、名古屋駅周辺商業施設が高く、家族連れではレゴランド、東山動植物園など子ども向け施設の利用が目立った。

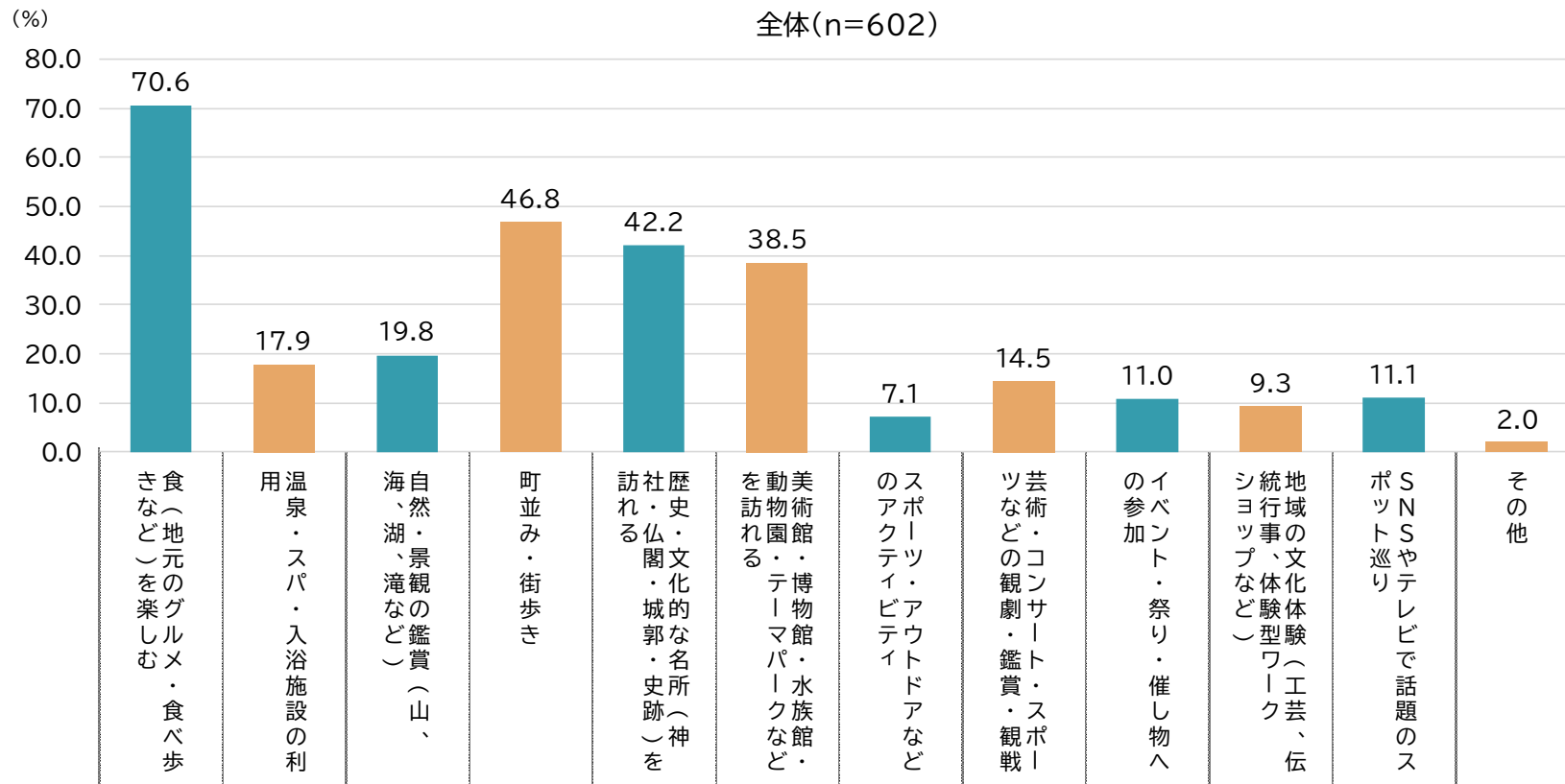
全体 + 居住地 + 同行者

| | n | 名古屋城 | 犬山城 | 犬山城下町 | 岡崎城 | 熱田神宮 | 豊川稲荷 | リニア鉄道館 | 豊田産業技術記念館 | トヨタ博物館 | 竹島 | 伊良湖 | 徳川美術館 | 博物館明治村 | レゴランド | 東山動植物園 | 名古屋港水族館 | 日本モンキーセンター | バンテリンドーム | 豊田スタジアム | 名古屋駅周辺商業施設 | 栄・久屋大通エリア | その他 | |
|-----|-------------|-------|------|-------|------|------|------|--------|-----------|--------|------|-----|-------|--------|-------|--------|---------|------------|----------|---------|------------|-----------|------|-----|
| 全体 | 602 | 265 | 90 | 58 | 55 | 157 | 36 | 42 | 34 | 75 | 32 | 23 | 40 | 30 | 70 | 90 | 88 | 25 | 45 | 27 | 202 | 170 | 54 | |
| | 100.0 | 44.0 | 15.0 | 9.6 | 9.1 | 26.1 | 6.0 | 7.0 | 5.6 | 12.5 | 5.3 | 3.8 | 6.6 | 5.0 | 11.6 | 15.0 | 14.6 | 4.2 | 7.5 | 4.5 | 33.6 | 28.2 | 9.0 | |
| 居住地 | 関東 | 217 | 111 | 37 | 20 | 19 | 60 | 17 | 14 | 11 | 28 | 6 | 9 | 12 | 22 | 26 | 26 | 5 | 17 | 6 | 76 | 50 | 21 | |
| | | 100.0 | 51.2 | 17.1 | 9.2 | 8.8 | 27.6 | 7.8 | 6.5 | 5.1 | 12.9 | 2.8 | 4.1 | 5.5 | 10.1 | 12.0 | 12.0 | 2.3 | 7.8 | 2.8 | 35.0 | 23.0 | 9.7 | |
| | 関西 | 135 | 57 | 18 | 12 | 11 | 33 | 8 | 14 | 6 | 13 | 8 | 3 | 7 | 5 | 15 | 18 | 25 | 7 | 8 | 7 | 46 | 42 | 13 |
| | | 100.0 | 42.2 | 13.3 | 8.9 | 8.1 | 24.4 | 5.9 | 10.4 | 4.4 | 9.6 | 5.9 | 2.2 | 5.2 | 3.7 | 11.1 | 13.3 | 18.5 | 5.2 | 5.9 | 5.2 | 34.1 | 31.1 | 9.6 |
| | 東海 | 105 | 33 | 19 | 18 | 16 | 27 | 8 | 9 | 10 | 21 | 15 | 10 | 12 | 10 | 15 | 27 | 14 | 13 | 12 | 12 | 33 | 30 | 9 |
| | 100.0 | 31.4 | 18.1 | 17.1 | 15.2 | 25.7 | 7.6 | 8.6 | 9.5 | 20.0 | 14.3 | 9.5 | 11.4 | 9.5 | 14.3 | 25.7 | 13.3 | 12.4 | 11.4 | 11.4 | 31.4 | 28.6 | 8.6 | |
| その他 | 145 | 64 | 16 | 8 | 9 | 37 | 3 | 5 | 7 | 13 | 3 | 1 | 12 | 3 | 18 | 19 | 23 | 0 | 8 | 2 | 47 | 48 | 11 | |
| | 100.0 | 44.1 | 11.0 | 5.5 | 6.2 | 25.5 | 2.1 | 3.4 | 4.8 | 9.0 | 2.1 | 0.7 | 8.3 | 2.1 | 12.4 | 13.1 | 15.9 | 0.0 | 5.5 | 1.4 | 32.4 | 33.1 | 7.6 | |
| 同行者 | 一人（同行者なし） | 44 | 18 | 10 | 5 | 5 | 16 | 4 | 5 | 4 | 7 | 4 | 4 | 6 | 6 | 9 | 6 | 3 | 7 | 3 | 19 | 19 | 4 | |
| | | 100.0 | 40.9 | 22.7 | 11.4 | 11.4 | 36.4 | 9.1 | 11.4 | 9.1 | 15.9 | 9.1 | 9.1 | 13.6 | 13.6 | 20.5 | 13.6 | 6.8 | 15.9 | 6.8 | 43.2 | 43.2 | 9.1 | |
| | 夫婦・カップル | 201 | 86 | 37 | 22 | 22 | 58 | 19 | 10 | 17 | 23 | 17 | 15 | 14 | 14 | 15 | 25 | 25 | 8 | 18 | 11 | 68 | 55 | 18 |
| | | 100.0 | 42.8 | 18.4 | 10.9 | 10.9 | 28.9 | 9.5 | 5.0 | 8.5 | 11.4 | 8.5 | 7.5 | 7.0 | 7.0 | 7.5 | 12.4 | 12.4 | 4.0 | 9.0 | 5.5 | 33.8 | 27.4 | 9.0 |
| | 幼児や小学生連れの家族 | 149 | 59 | 21 | 15 | 12 | 31 | 7 | 17 | 7 | 23 | 10 | 3 | 6 | 7 | 38 | 32 | 27 | 8 | 10 | 8 | 42 | 37 | 14 |
| | | 100.0 | 39.6 | 14.1 | 10.1 | 8.1 | 20.8 | 4.7 | 11.4 | 4.7 | 15.4 | 6.7 | 2.0 | 4.0 | 4.7 | 25.5 | 21.5 | 18.1 | 5.4 | 6.7 | 5.4 | 28.2 | 24.8 | 9.4 |
| | それ以外の家族 | 111 | 56 | 10 | 7 | 8 | 25 | 3 | 7 | 5 | 13 | 0 | 0 | 8 | 1 | 7 | 14 | 15 | 5 | 6 | 2 | 43 | 31 | 10 |
| | | 100.0 | 50.5 | 9.0 | 6.3 | 7.2 | 22.5 | 2.7 | 6.3 | 4.5 | 11.7 | 0.0 | 0.0 | 7.2 | 0.9 | 6.3 | 12.6 | 13.5 | 4.5 | 5.4 | 1.8 | 38.7 | 27.9 | 9.0 |
| | 友人 | 82 | 37 | 10 | 7 | 8 | 24 | 3 | 3 | 1 | 7 | 1 | 1 | 6 | 2 | 3 | 9 | 15 | 1 | 3 | 3 | 27 | 25 | 5 |
| | 100.0 | 45.1 | 12.2 | 8.5 | 9.8 | 29.3 | 3.7 | 3.7 | 1.2 | 8.5 | 1.2 | 1.2 | 7.3 | 2.4 | 3.7 | 11.0 | 18.3 | 1.2 | 3.7 | 3.7 | 32.9 | 30.5 | 6.1 | |
| 同僚 | 6 | 5 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | |
| | 100.0 | 83.3 | 16.7 | 16.7 | 0.0 | 33.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 33.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 16.7 | 0.0 | 16.7 | 16.7 | 0.0 | |
| その他 | 9 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 3 | |
| | 100.0 | 44.4 | 11.1 | 11.1 | 0.0 | 11.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 11.1 | 11.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 22.2 | 22.2 | 33.3 | |

Q16 愛知県内で体験したこと（観光した人のみ）

- 愛知県内では食（地元のグルメ・食べ歩きなど）を楽しんだ人が7割と最も多く、その他では街並みや歴史・文化的な名所を楽しむ人も多くなっている。
- 東海居住者は温泉や自然、スポーツやイベントへの参加が多い。
- 関東・関西居住者はグルメや歴史・文化的な名所、美術館・博物館等のテーマパークなど、旅行の定番どころを訪れる人が多く、定番以外の観光地の認知度は低いと思われる。

全体



Q16 愛知県内で体験したこと（観光した人のみ）

- ・ 東海居住者は温泉や自然、スポーツやイベントへの参加が多い。
- ・ 関東・関西居住者はグルメや歴史・文化的な名所、美術館・博物館等のテーマパークなど、旅行の定番どころを訪れる人が多く、定番以外の観光地の認知度は低いと思われる。
- ・ 幼児や小学生連れの家族はテーマパークを訪れる人が多い。

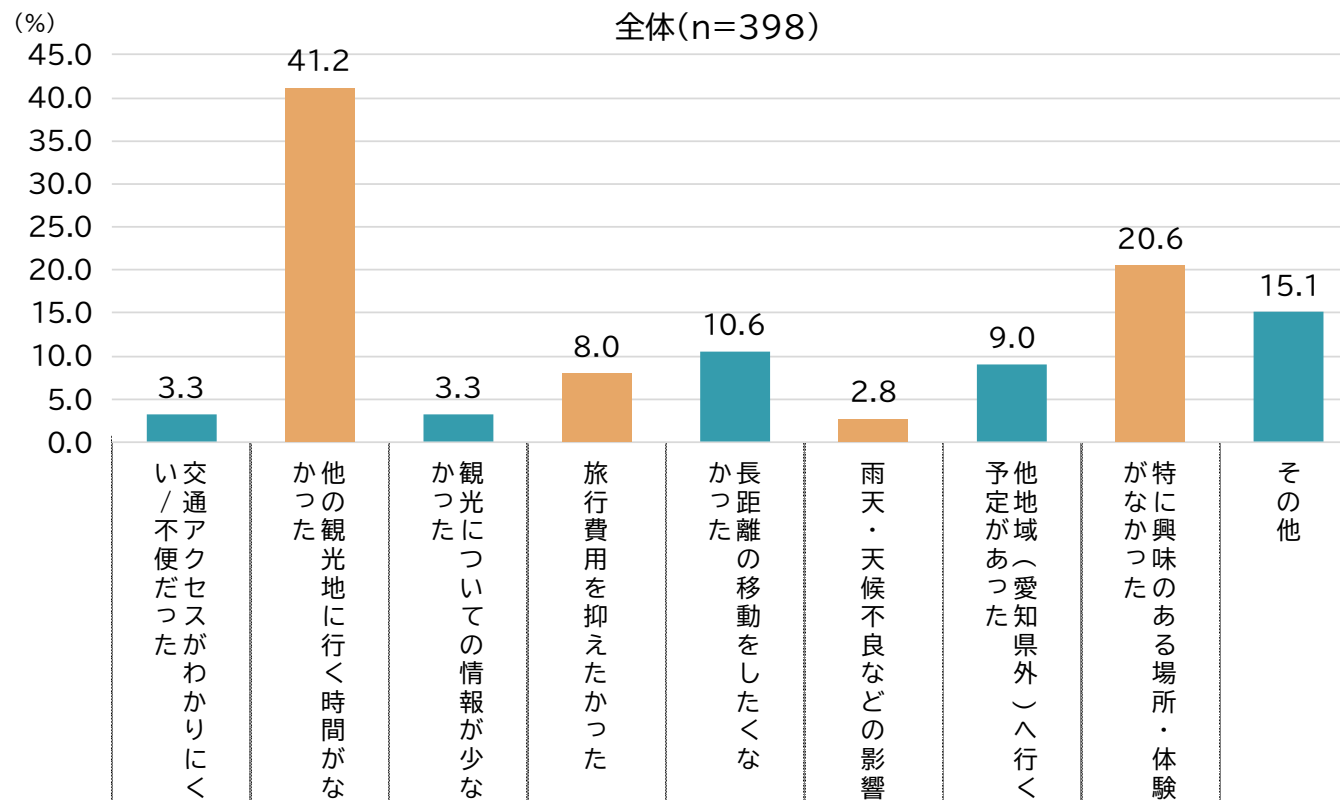
全体＋居住地＋同行者

| | n | 食（地元 のグルメ・ 食べ歩き など） | 温泉・スバ ・入浴施設 の利用 | 自然・景 観の鑑賞 （山、海、 湖、滝 など） | 町並み・ 街歩き | 歴史・文 化的な名 所（神社 ・仏閣・ 城郭・史 跡）を訪 れる | 美術館・ 博物館・ 水族館・ 動物園・ テーマパ ークなど を訪れる | スポー ツ・アウ トドアな どのアク ティビテ ィ | 観劇・鑑 賞・観戦 | 芸術・コ ンサート ・スポーツ などの | イベン ト・祭り ・催し物 への参加 | 地域の文 化体験（ 工芸、伝 統行事、 体験型ワ ークショ ップなど） | SNSやテ レビで話 題のスポ ット巡り | その他 |
|-----|-------------|------------------------------|-----------------------|-------------------------------------|-------------|--|--|--|--------------|------------------------------|-----------------------------|---|-------------------------------|-----|
| 全体 | 602 | 425 | 108 | 119 | 282 | 254 | 232 | 43 | 87 | 66 | 56 | 67 | 12 | |
| | 100.0 | 70.6 | 17.9 | 19.8 | 46.8 | 42.2 | 38.5 | 7.1 | 14.5 | 11.0 | 9.3 | 11.1 | 2.0 | |
| 居住地 | 関東 | 217 | 154 | 40 | 49 | 102 | 110 | 80 | 15 | 29 | 20 | 22 | 20 | 3 |
| | | 100.0 | 71.0 | 18.4 | 22.6 | 47.0 | 50.7 | 36.9 | 6.9 | 13.4 | 9.2 | 10.1 | 9.2 | 1.4 |
| | 関西 | 135 | 99 | 23 | 24 | 64 | 57 | 54 | 9 | 20 | 16 | 13 | 19 | 3 |
| | | 100.0 | 73.3 | 17.0 | 17.8 | 47.4 | 42.2 | 40.0 | 6.7 | 14.8 | 11.9 | 9.6 | 14.1 | 2.2 |
| | 東海 | 105 | 63 | 27 | 28 | 50 | 31 | 40 | 17 | 19 | 20 | 14 | 18 | 2 |
| | 100.0 | 60.0 | 25.7 | 26.7 | 47.6 | 29.5 | 38.1 | 16.2 | 18.1 | 19.0 | 13.3 | 17.1 | 1.9 | |
| その他 | 145 | 109 | 18 | 18 | 66 | 56 | 58 | 2 | 19 | 10 | 7 | 10 | 4 | |
| | 100.0 | 75.2 | 12.4 | 12.4 | 45.5 | 38.6 | 40.0 | 1.4 | 13.1 | 6.9 | 4.8 | 6.9 | 2.8 | |
| 同行者 | 一人（同行者なし） | 44 | 25 | 10 | 12 | 20 | 21 | 15 | 6 | 10 | 10 | 6 | 6 | 1 |
| | | 100.0 | 56.8 | 22.7 | 27.3 | 45.5 | 47.7 | 34.1 | 13.6 | 22.7 | 22.7 | 13.6 | 13.6 | 2.3 |
| | 夫婦・カップル | 201 | 144 | 47 | 46 | 102 | 95 | 69 | 14 | 31 | 30 | 25 | 28 | 2 |
| | | 100.0 | 71.6 | 23.4 | 22.9 | 50.7 | 47.3 | 34.3 | 7.0 | 15.4 | 14.9 | 12.4 | 13.9 | 1.0 |
| | 幼児や小学生連れの家族 | 149 | 102 | 26 | 37 | 57 | 57 | 73 | 12 | 18 | 12 | 13 | 16 | 5 |
| | | 100.0 | 68.5 | 17.4 | 24.8 | 38.3 | 38.3 | 49.0 | 8.1 | 12.1 | 8.1 | 8.7 | 10.7 | 3.4 |
| | それ以外の家族 | 111 | 87 | 16 | 11 | 50 | 43 | 42 | 5 | 13 | 5 | 4 | 8 | 1 |
| | | 100.0 | 78.4 | 14.4 | 9.9 | 45.0 | 38.7 | 37.8 | 4.5 | 11.7 | 4.5 | 3.6 | 7.2 | 0.9 |
| 友人 | 82 | 60 | 7 | 13 | 46 | 31 | 27 | 5 | 14 | 7 | 8 | 9 | 2 | |
| | 100.0 | 73.2 | 8.5 | 15.9 | 56.1 | 37.8 | 32.9 | 6.1 | 17.1 | 8.5 | 9.8 | 11.0 | 2.4 | |
| 同僚 | 6 | 2 | 1 | 0 | 3 | 4 | 3 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | |
| | 100.0 | 33.3 | 16.7 | 0.0 | 50.0 | 66.7 | 50.0 | 16.7 | 0.0 | 16.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | |
| その他 | 9 | 5 | 1 | 0 | 4 | 3 | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | |
| | 100.0 | 55.6 | 11.1 | 0.0 | 44.4 | 33.3 | 33.3 | 0.0 | 11.1 | 11.1 | 0.0 | 0.0 | 11.1 | |

Q17 愛知県で観光・周遊しなかった理由（観光しなかった人のみ）

- 愛知県内の観光をしなかった理由としては、時間がなかったため4割、興味のある場所・体験がなかったため2割で、旅行費用や交通アクセスの不便さなどは相対的に少数であった。
- 関東・関西居住者は他地域（愛知県外）への移動傾向が東海居住者より強いことがうかがえる。
- 居住地に関わらず、興味のある場所・体験がなかったと回答する人が2割を占めている。

全体



Q17 愛知県で観光・周遊しなかった理由（観光しなかった人のみ）

- ・ 関東・関西居住者は他地域（愛知県外）への移動傾向が東海居住者より強いことがうかがえる。
- ・ 居住地に関わらず、興味のある場所・体験がなかったと回答する人が2割を占めている。
- ・ 友人との来訪者は興味のある場所や体験がなかったといという回答が目立った。

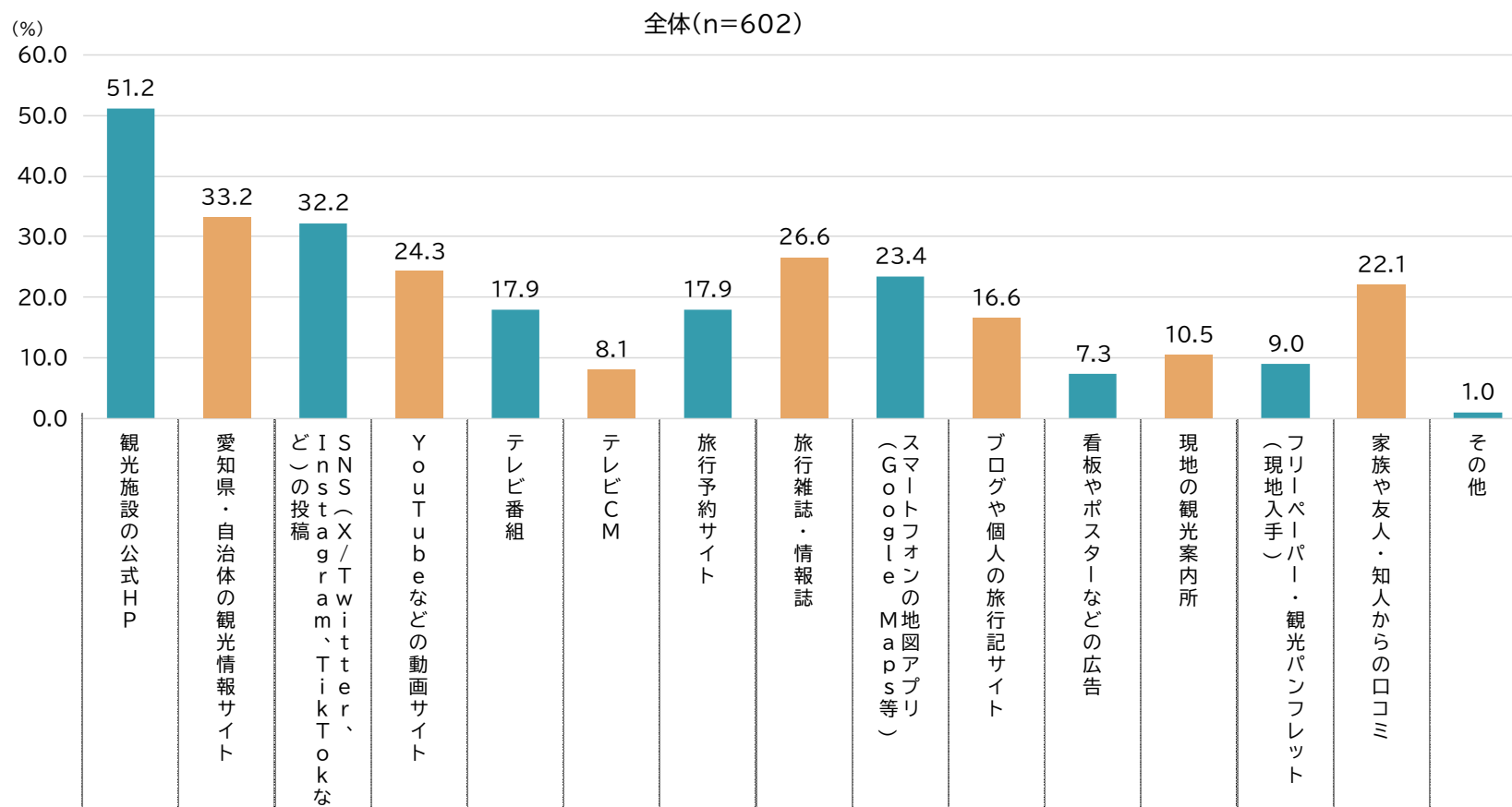
全体+居住地+同行者

| | | n | 交通の不便さがわかりにくいアクセス | 他の観光地に行く時間がかかった | 観光地についての情報が少ない | 旅行費用を抑えなかった | 長距離の移動をしたくなかった | 雨天・天候不良などの影響 | 他地域（愛知県外）へ行く予定があった | 特に興味のある場所・体験がなかった | その他 |
|-----|-------------|--------------|-------------------|-----------------|----------------|-------------|----------------|--------------|--------------------|-------------------|------------|
| 全体 | | 398 100.0 | 13 3.3 | 164 41.2 | 13 3.3 | 32 8.0 | 42 10.6 | 11 2.8 | 36 9.0 | 82 20.6 | 60 15.1 |
| 居住地 | 関東 | 58 100.0 | 1 1.7 | 21 36.2 | 1 1.7 | 6 10.3 | 4 6.9 | 2 3.4 | 16 27.6 | 14 24.1 | 5 8.6 |
| | 関西 | 37 100.0 | 0 0.0 | 20 54.1 | 1 2.7 | 5 13.5 | 4 10.8 | 2 5.4 | 6 16.2 | 8 21.6 | 1 2.7 |
| | 東海 | 261 100.0 | 9 3.4 | 100 38.3 | 9 3.4 | 14 5.4 | 30 11.5 | 5 1.9 | 8 3.1 | 55 21.1 | 52 19.9 |
| | その他 | 42 100.0 | 3 7.1 | 23 54.8 | 2 4.8 | 7 16.7 | 4 9.5 | 2 4.8 | 6 14.3 | 5 11.9 | 2 4.8 |
| 同行者 | 一人（同行者なし） | 25 100.0 | 1 4.0 | 11 44.0 | 0 0.0 | 1 4.0 | 1 4.0 | 1 4.0 | 6 24.0 | 2 8.0 | 6 24.0 |
| | 夫婦・カップル | 114 100.0 | 3 2.6 | 49 43.0 | 7 6.1 | 11 9.6 | 8 7.0 | 2 1.8 | 12 10.5 | 26 22.8 | 13 11.4 |
| | 幼児や小学生連れの家族 | 118 100.0 | 5 4.2 | 42 35.6 | 4 3.4 | 8 6.8 | 21 17.8 | 3 2.5 | 7 5.9 | 24 20.3 | 21 17.8 |
| | それ以外の家族 | 82 100.0 | 4 4.9 | 37 45.1 | 2 2.4 | 6 7.3 | 9 11.0 | 2 2.4 | 8 9.8 | 14 17.1 | 12 14.6 |
| | 友人 | 48 100.0 | 0 0.0 | 22 45.8 | 0 0.0 | 5 10.4 | 3 6.3 | 3 6.3 | 1 2.1 | 15 31.3 | 4 8.3 |
| | 同僚 | 6 100.0 | 0 0.0 | 2 33.3 | 0 0.0 | 1 16.7 | 0 0.0 | 0 0.0 | 0 0.0 | 0 0.0 | 3 50.0 |
| | その他 | 5 100.0 | 0 0.0 | 1 20.0 | 0 0.0 | 0 0.0 | 0 0.0 | 0 0.0 | 2 40.0 | 1 20.0 | 1 20.0 |

Q18 愛知観光の情報源

- 情報収集方法としては、観光施設の公式HPが5割以上と最も利用されており、次いで愛知県・自治体の観光情報サイト、SNS投稿が多い。
- その他では旅行雑誌・情報誌、動画サイト、地図アプリや口コミなど情報源は多岐にわたっている。

全体



Q19 愛知観光での消費額

- 全体の旅行支出額は平均70,705円、中央値50,000円であった。最高額は100万円と幅広い分布がみられた。
- 関東・関西が平均8万～10万円台と高く、東海は平均約2.3万円・中央値1.5万円と他地域に比べて低い傾向がみられた。
- ジブリを「特別な存在」とする層が平均81,629円と全体より高く、愛着が薄い層ほど支出額が低い傾向がみられた。

全体 + 居住地 + 同行者 + ジブリ愛好度

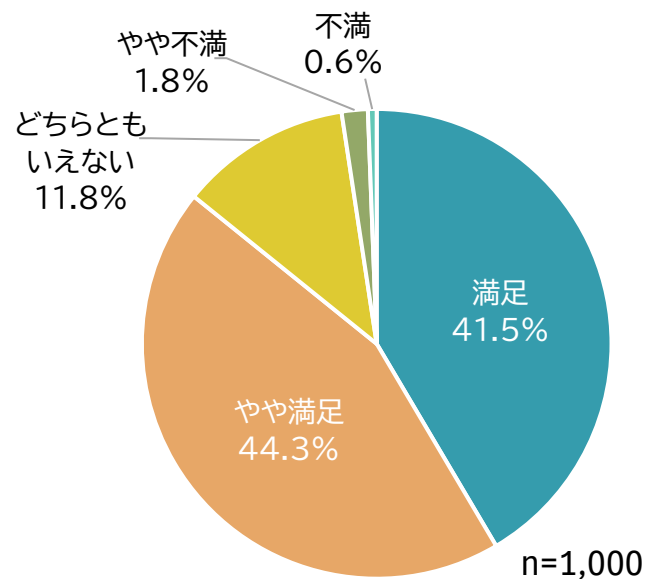
(円)

| | | n | 平均値 | 中央値 |
|--------|---|-------|---------|--------|
| 全体 | | 1,000 | 70,705 | 50,000 |
| 居住地 | 関東 | 275 | 104,236 | 80,000 |
| | 関西 | 172 | 87,989 | 50,000 |
| | 東海 | 366 | 22,954 | 15,000 |
| | その他 | 187 | 98,957 | 80,000 |
| 同行者 | 一人（同行者なし） | 69 | 57,493 | 30,000 |
| | 夫婦・カップル | 315 | 67,766 | 50,000 |
| | 幼児や小学生連れの家族 | 267 | 85,588 | 50,000 |
| | それ以外の家族 | 193 | 77,195 | 50,000 |
| | 友人 | 130 | 47,078 | 40,000 |
| | 同僚 | 12 | 18,417 | 10,000 |
| | その他 | 14 | 92,857 | 60,000 |
| ジブリ愛好度 | 作品を何度も見返したり、グッズ収集やイベントにも参加するほど、自分にとって「ジブリ」は特別な存在だ | 259 | 81,629 | 50,000 |
| | 好きな作品はあるし、たまに見返すこともあるが、特別熱心ではない | 493 | 67,941 | 50,000 |
| | 有名作品を一度は見たことがある程度、関心は無いわけではない／テレビでやっていたら見る | 202 | 68,005 | 40,000 |
| | 特に愛着はない | 46 | 50,674 | 20,000 |

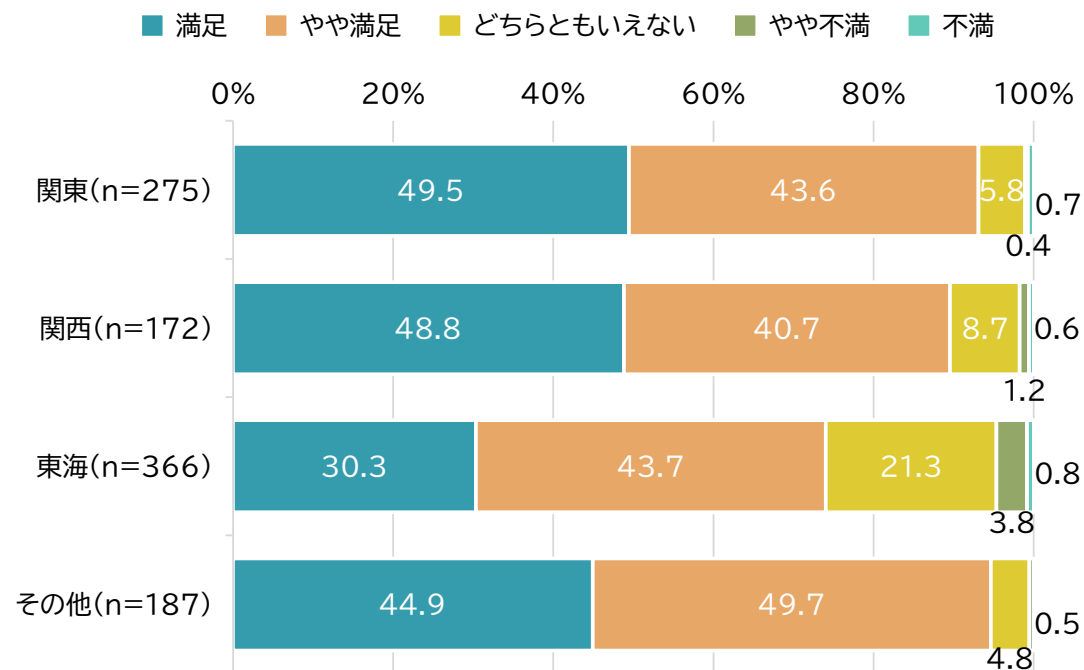
Q20 愛知県観光の総合満足度

- 愛知県の観光に対し、8割以上が肯定的に評価している。否定的回答（「やや不満」「不満」）は低水準であった。
- 満足度は関東、関西で約5割と高く、東海は3割と低めであった。

全体



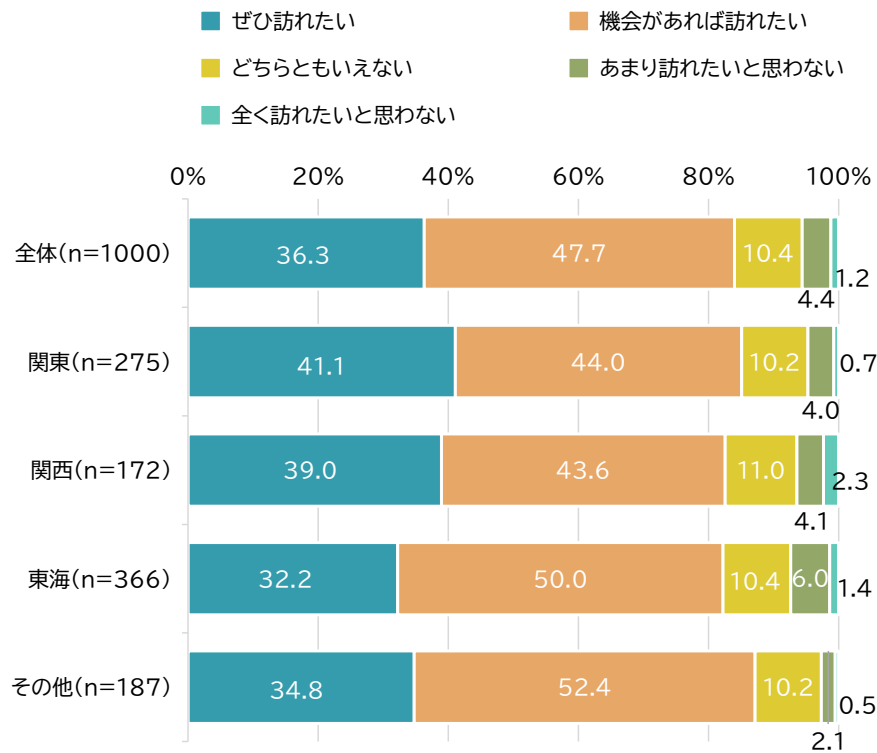
居住地別



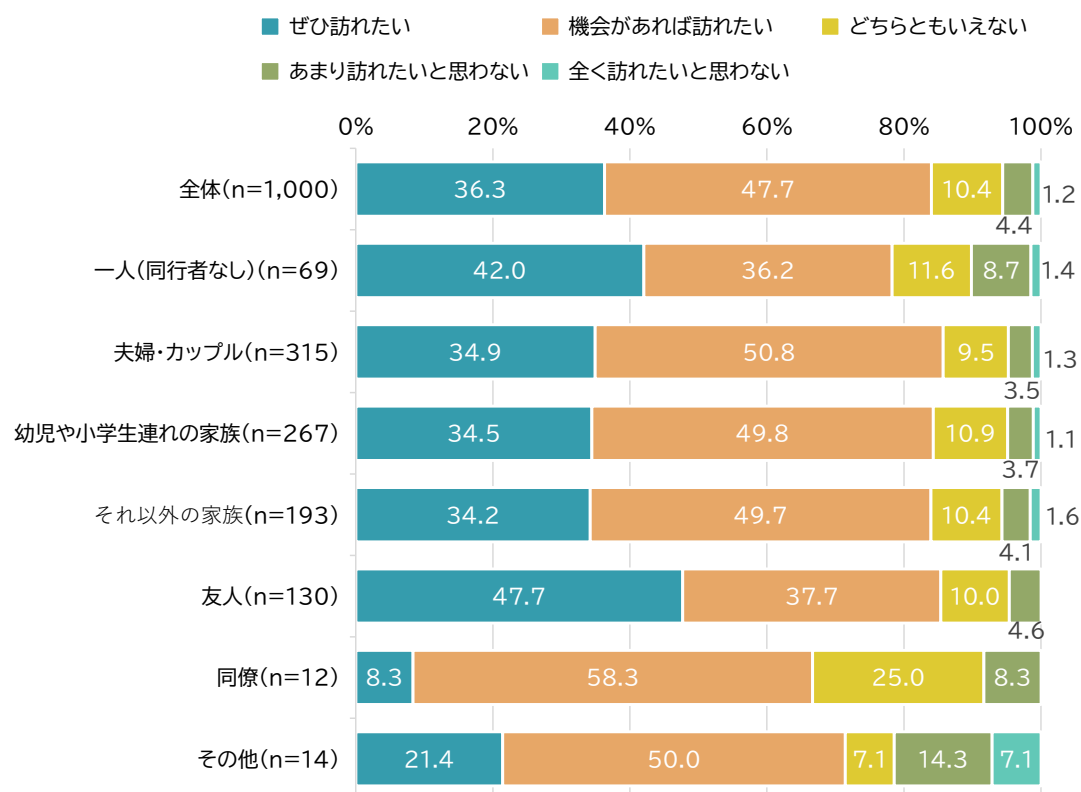
Q21 ジブリパークへの再訪意向

- ジブリパークへの再訪意向がある人は8割以上と高くなっている。
- 居住地に関わらず再訪意向は8割を超えており、中でも関東居住者の再訪意向が最も高い。
- 同僚以外の同行者でも再訪意向は8割前後と高いものの、より積極的に訪れたい人の割合は夫婦・カップルや家族連れでやや低くなっている。

全体 + 居住地別



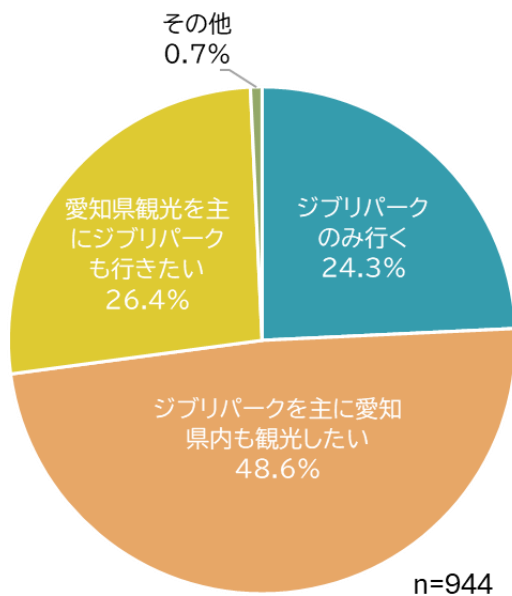
全体 + 同行者別



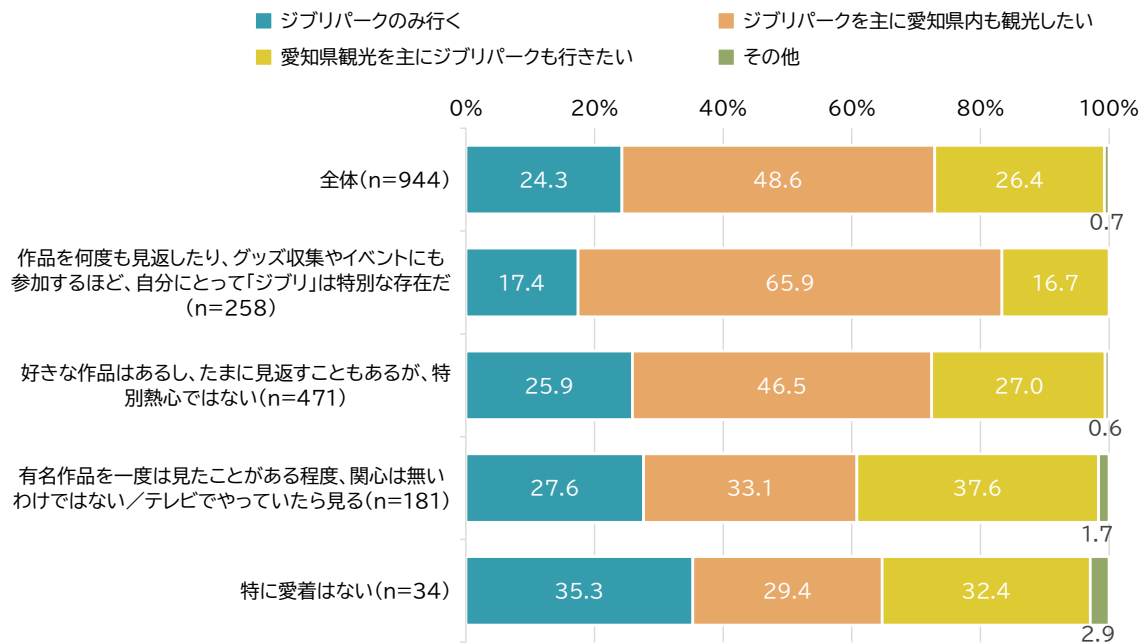
Q22 次回パーク訪問時の愛知県観光の意向

- ジブリパークを主に愛知県内も観光したい人が5割弱と最も多い。
- ジブリへの愛着が強い層はジブリパークを主に愛知県内も観光したい人が多く、ジブリに特別熱心ではない層の方がジブリパークのみの来訪意向が高い。

全体



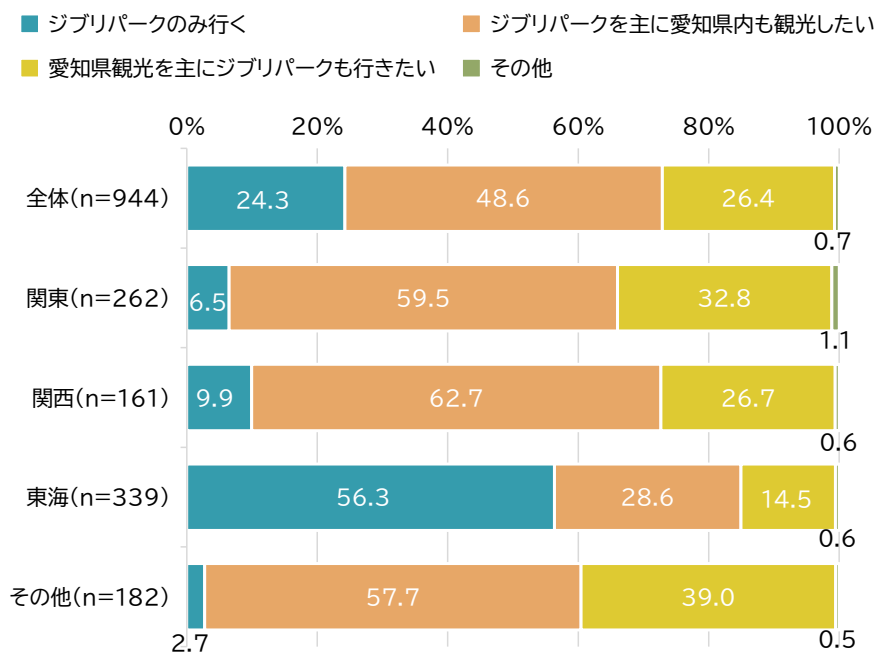
ジブリ愛好度



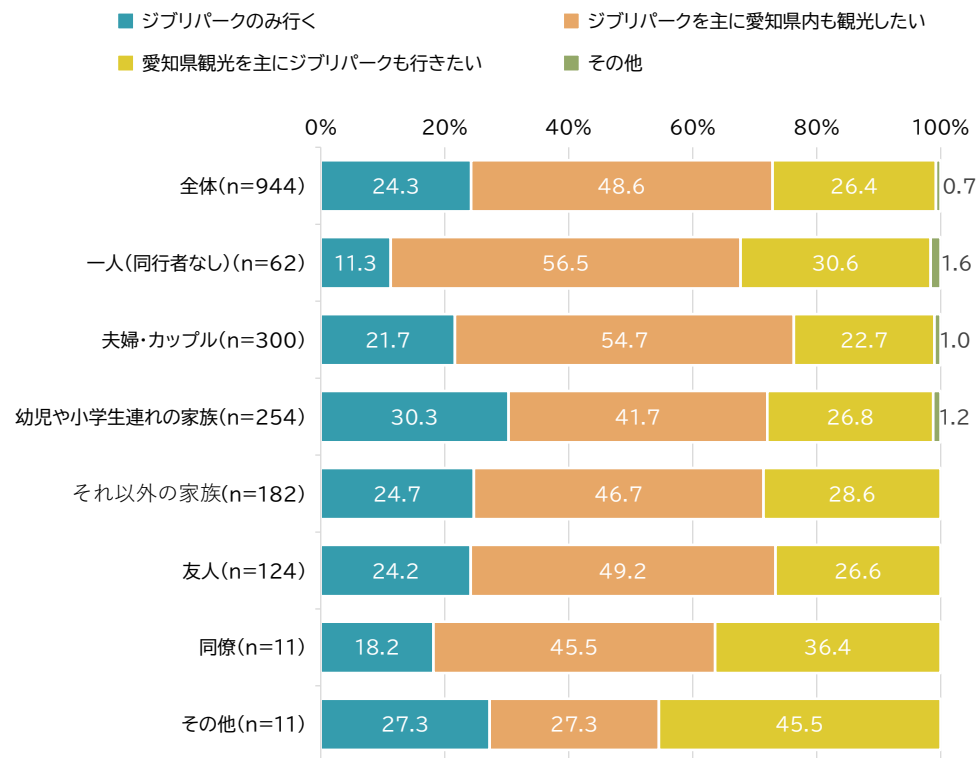
Q22 次回パーク訪問時の愛知県観光の意向

- 東海居住者はジブリパークのみが目的の人が突出して多い。関東・関西居住者ではジブリパークを主に愛知県内も観光したい人が6割前後と多く、関東居住者では愛知県観光のついでにジブリパークを訪れる意向の人も3割以上を占めている。
- 幼児や小学生連れの家族はジブリパークのみを訪れ、同行者がいない場合や夫婦・カップルはジブリパークをメインとして他の愛知県内の観光地も回る意向がある。

全体 + 居住地別



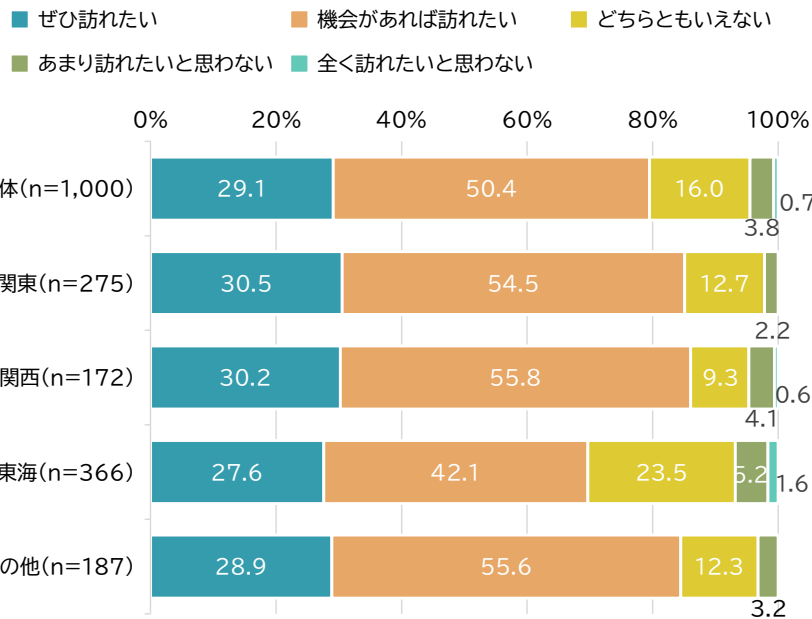
全体 + 同行者別



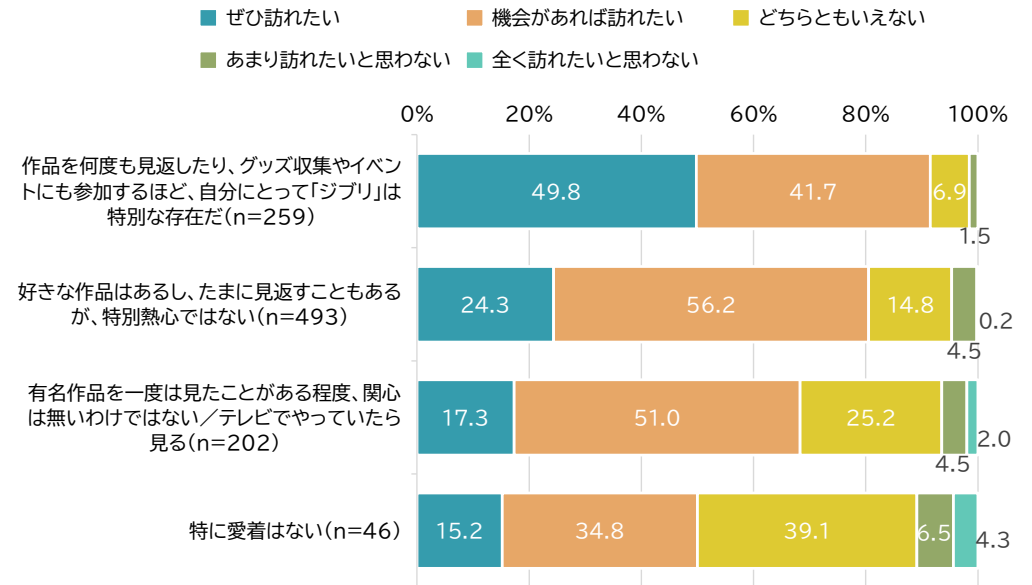
Q23 パーク抜きでの愛知県観光の訪問意向

- ・ 愛知県を訪れたいと考える人が約8割を占め、愛知県への観光意欲は高い。
- ・ 関東・関西居住者は、ジブリパーク抜きでも愛知県を観光したい割合が東海居住者よりも高くなっている。
- ・ ジブリへの愛着が強いほど愛知県への訪問意向が強い傾向にある。

全体 + 居住地別



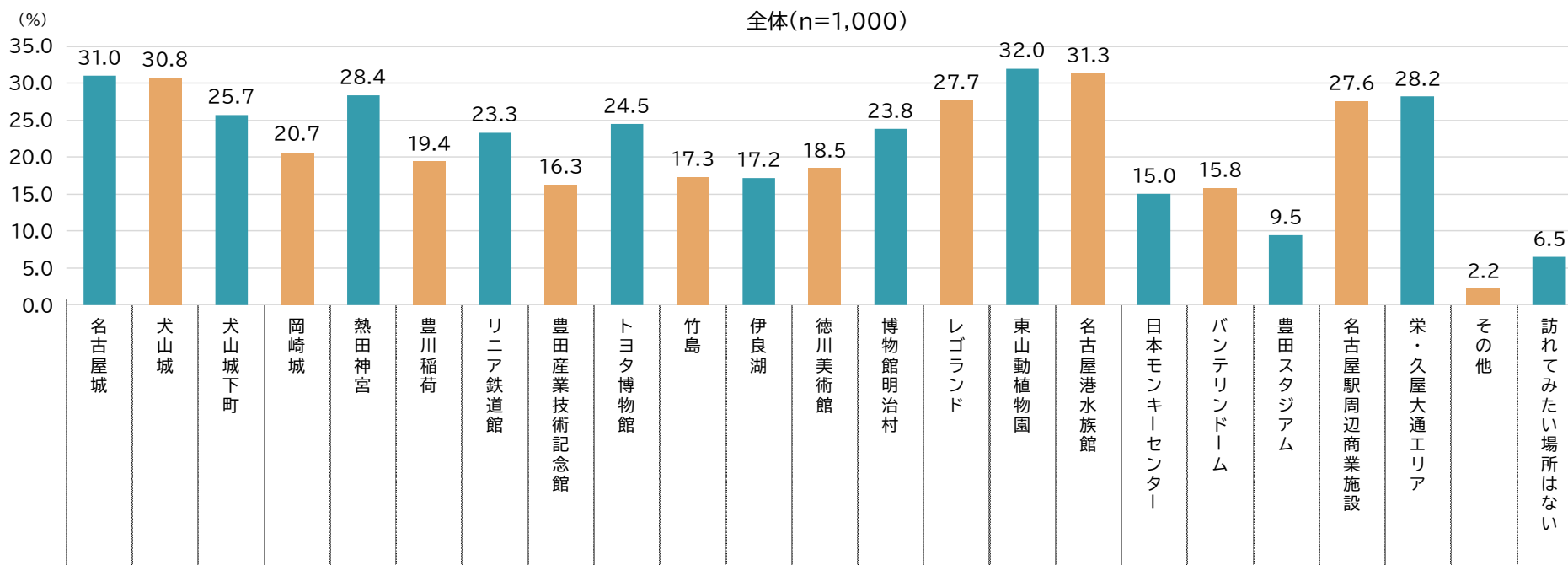
ジブリ愛好度



Q24 今後、愛知県で訪れてみたいところ

- 東山動植物園、名古屋港水族館、名古屋城、犬山城、熱田神宮、レゴランドなど、もともと認知度の高い観光地が上位を占めている。また、名古屋駅周辺商業施設や栄・久屋大通エリアといった文化・商業施設にも一定の興味が示された。
- ジブリへの愛着が強い層では名古屋城、東山動植物園、レゴランドといったレジャー施設のほか、多くの項目で全体より高く、観光意欲の高さがうかがえた。

全体



Q24 今後、愛知県で訪れてみたいところ

- ・ 関東で熱田神宮、東海で犬山城下町が高い傾向がみられた。
- ・ 同行者がいない層は岡崎城やリニア鉄道館などを筆頭に幅広く観光地を訪れている。また、幼児や小学生連れの家族はレゴランドや東山動物園といった子どもが楽しめる施設を訪れる割合が高い。
- ・ ジブリへの愛着が強い層では名古屋城、東山動植物園、レゴランドといったレジャー施設のほか、多くの項目で全体より高く、観光意欲の高さがうかがえた。

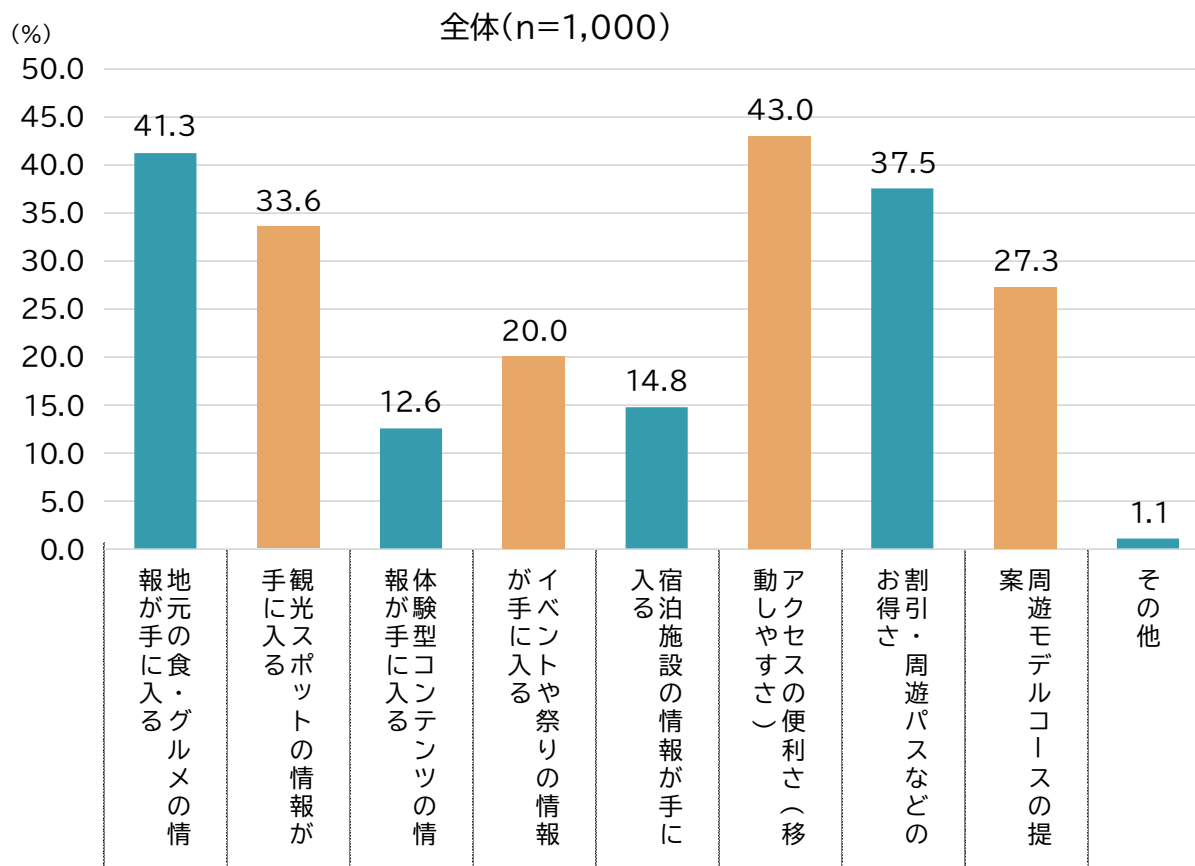
居住地 + 同行者 + ジブリ愛好度

| | n | 名古屋城 | 犬山城 | 犬山城下町 | 岡崎城 | 熱田神宮 | 豊川稲荷 | リニア鉄道館 | 豊田産業技術記念館 | トヨタ博物館 | 竹島 | 伊良湖 | 徳川美術館 | 博物館明治村 | レゴランド | 東山動物園 | 名古屋港水族館 | 日本モンキーセンター | バンテリンドーム | 豊田スタジアム | 名古屋駅周辺商業施設 | 栄・久屋大通エリア | その他 | 訪れてみたい場所はない | |
|--------|---|------|------|-------|------|------|------|--------|-----------|--------|------|------|-------|--------|-------|-------|---------|------------|----------|---------|------------|-----------|-----|-------------|----|
| 全体 | 1000 | 31.0 | 30.8 | 25.7 | 20.7 | 28.4 | 19.4 | 23.3 | 16.3 | 24.5 | 17.3 | 17.2 | 18.5 | 23.8 | 27.7 | 32.0 | 31.3 | 15.0 | 15.8 | 9.5 | 27.6 | 28.2 | 2.2 | 6.5 | |
| 居住地 | 関東 | 275 | 95 | 89 | 63 | 68 | 94 | 65 | 72 | 42 | 79 | 34 | 39 | 46 | 73 | 82 | 69 | 78 | 30 | 41 | 29 | 82 | 80 | 9 | 12 |
| | 関西 | 172 | 50 | 51 | 39 | 29 | 35 | 25 | 43 | 28 | 42 | 20 | 24 | 16.7 | 26.5 | 29.8 | 50 | 50 | 23 | 23 | 14 | 43 | 46 | 5 | 11 |
| | 東海 | 366 | 106 | 119 | 115 | 79 | 104 | 77 | 77 | 72 | 81 | 98 | 86 | 78 | 104 | 98 | 142 | 137 | 75 | 71 | 43 | 93 | 98 | 5 | 34 |
| | その他 | 187 | 59 | 49 | 40 | 31 | 51 | 27 | 21 | 21 | 43 | 21 | 23 | 37 | 25 | 49 | 59 | 48 | 22 | 23 | 9 | 58 | 58 | 3 | 8 |
| | 一人(同行者なし) | 69 | 22 | 24 | 18 | 22 | 19 | 17 | 26 | 10 | 23 | 14 | 14 | 13 | 21 | 18 | 20 | 25 | 12 | 17 | 12 | 22 | 22 | 1 | 4 |
| 同行者 | 夫婦・カップル | 315 | 113 | 104 | 92 | 73 | 90 | 73 | 65 | 53 | 84 | 56 | 58 | 69 | 85 | 71 | 95 | 93 | 46 | 50 | 31 | 95 | 94 | 5 | 10 |
| | 幼児や小学生連れの家族 | 267 | 80 | 76 | 61 | 52 | 73 | 46 | 69 | 60 | 71 | 49 | 50 | 46 | 62 | 96 | 101 | 95 | 57 | 45 | 27 | 66 | 61 | 7 | 19 |
| | それ以外の家族 | 193 | 49 | 57 | 42 | 30 | 54 | 30 | 46 | 23 | 36 | 27 | 26 | 28 | 40 | 42 | 60 | 52 | 17 | 25 | 12 | 52 | 54 | 3 | 19 |
| | 友人 | 130 | 43 | 40 | 37 | 26 | 42 | 25 | 25 | 14 | 29 | 21 | 20 | 26 | 27 | 44 | 37 | 41 | 14 | 18 | 11 | 36 | 44 | 4 | 9 |
| | 同僚 | 12 | 1 | 4 | 4 | 1 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0 | 1 |
| その他 | 14 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 3 | |
| ジブリ愛好度 | 作品を何度も見返したり、グッズ収集やイベントにも参加するほど、自分にとって「ジブリ」は特別な存在だ | 259 | 115 | 97 | 87 | 71 | 84 | 61 | 71 | 59 | 78 | 63 | 56 | 67 | 69 | 100 | 114 | 97 | 51 | 53 | 37 | 92 | 97 | 5 | 9 |
| | 好きな作品はあるし、たまに見返すこともあるが、特別な作品ではない | 493 | 136 | 139 | 117 | 95 | 138 | 97 | 115 | 81 | 125 | 80 | 78 | 89 | 125 | 129 | 142 | 150 | 73 | 68 | 39 | 136 | 131 | 13 | 23 |
| | 有名作品を一度は見たことがある程度、関心は無いわけではない/テレビでやっていたら見る | 202 | 51 | 59 | 44 | 35 | 52 | 32 | 40 | 16 | 33 | 25 | 30 | 24 | 35 | 42 | 55 | 58 | 19 | 32 | 16 | 39 | 42 | 2 | 24 |
| | 特に愛着はない | 46 | 8 | 13 | 9 | 6 | 10 | 4 | 7 | 7 | 9 | 5 | 8 | 5 | 9 | 6 | 9 | 8 | 7 | 5 | 3 | 9 | 12 | 2 | 9 |
| その他 | 100.0 | 17.4 | 28.3 | 19.6 | 13.0 | 21.7 | 8.7 | 15.2 | 15.2 | 19.6 | 10.9 | 17.4 | 10.9 | 19.6 | 13.0 | 19.6 | 17.4 | 15.2 | 10.9 | 6.5 | 19.6 | 26.1 | 4.3 | 19.6 | |

Q25 パークの訪問の周遊を促すのに有効なこと

- アクセスの便利さ、地元の食・グルメの情報、割引・周遊パスなどのお得さといった項目が上位となっており、移動のしやすさや地域の食・グルメ、価格面の魅力が観光・周遊促進の有効策として重視されているといえる。

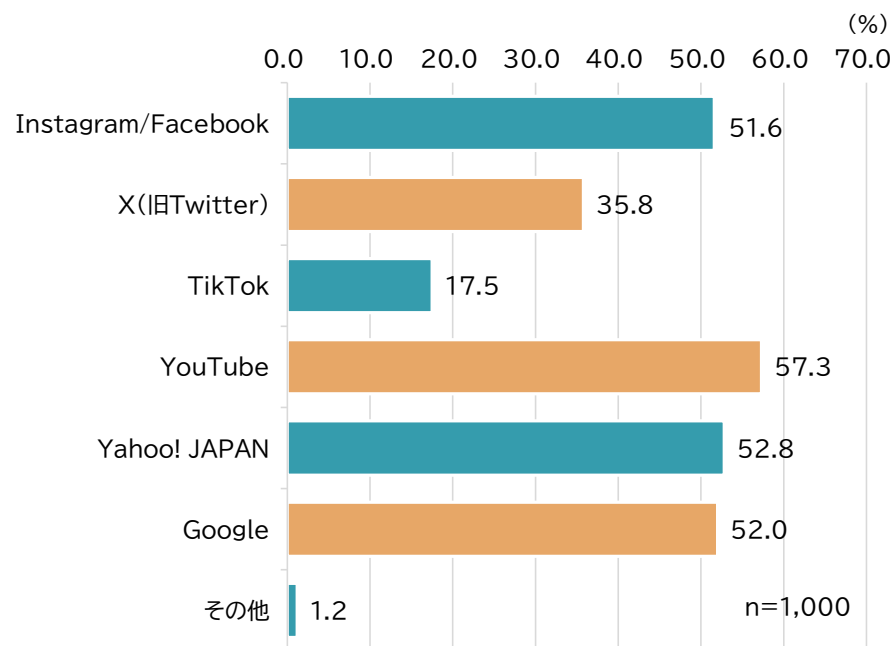
全体



Q26 普段、情報収集に利用するツール

- YouTube、Yahoo! JAPAN、Google、Instagram/Facebookがいずれも5割以上の利用率となっている。
- X（旧Twitter）やTikTokはやや低めであった。

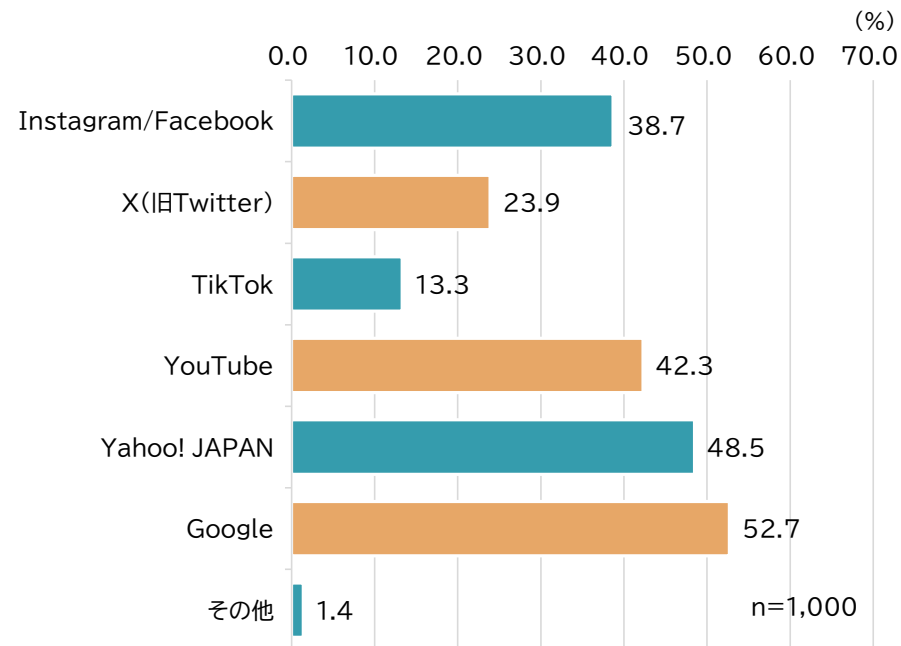
全体



Q27 普段、旅行計画時に情報収集に利用するツール

- Googleを筆頭にYahoo! Japan、YouTube、Instagram/Facebookが高い利用率となっている。
- SNSではInstagram/Facebookの利用率が最も高く、TikTokやX（旧Twitter）の利用はやや低めであった。

全体



Q28 旅行計画時に使用する検索キーワード

- “愛知”、“観光”、“グルメ”、“名古屋”といったワードが上位となっている。
- レジャー施設 の名称としては“ジブリパーク”のみが上位に入っており、ジブリパークへの関心の高さがうかがえる。
- 食・グルメの検索も多く、名古屋めしへの関心も高い。

検索キーワード一覧（多いものを抜粋）

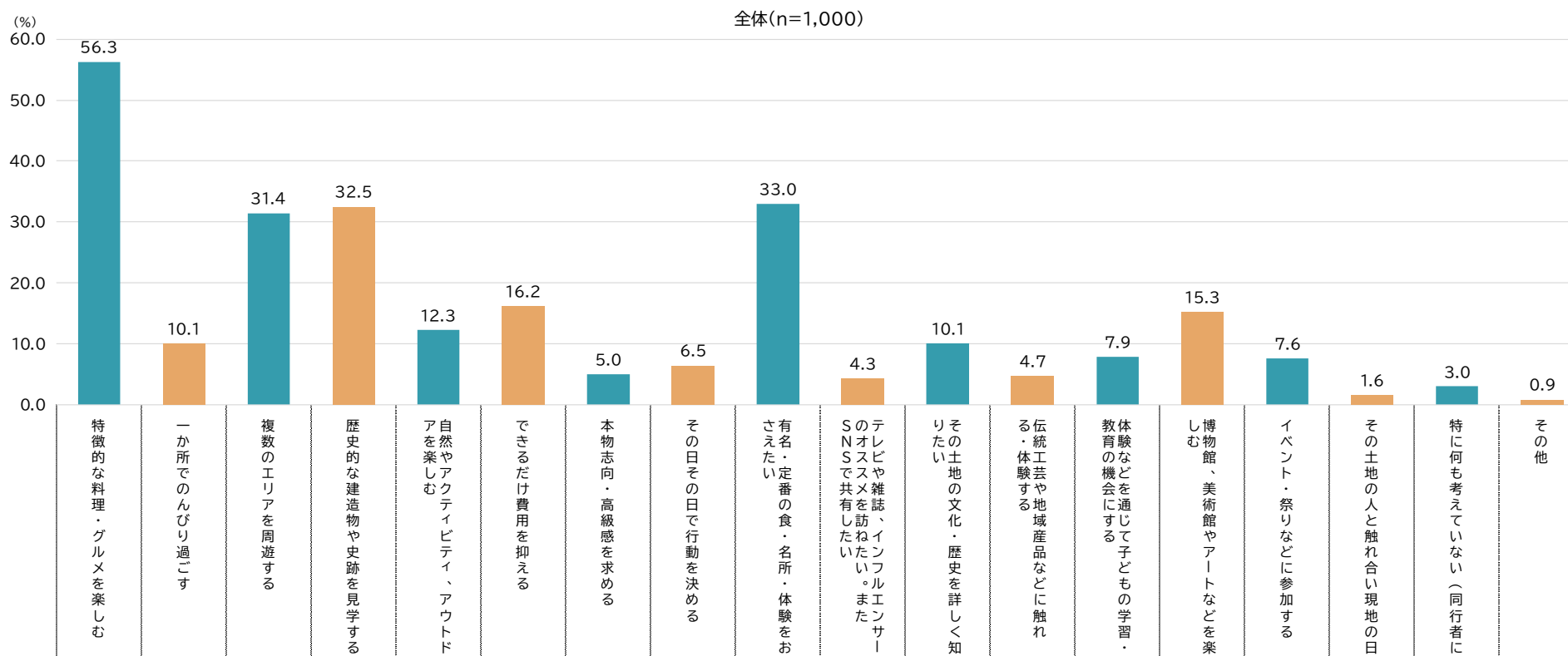
| 検索キーワード一覧 | 件数 |
|-----------|----|
| "愛知 観光" | 40 |
| "グルメ" | 31 |
| "名古屋 観光" | 27 |
| "観光" | 26 |
| "愛知県 観光" | 19 |
| "名古屋観光" | 15 |
| "愛知観光" | 14 |
| "名古屋 グルメ" | 12 |
| "ジブリパーク" | 12 |
| "名古屋飯" | 10 |
| "名古屋めし" | 10 |

| 検索キーワード一覧 | 件数 |
|--------------|----|
| "愛知 グルメ" | 7 |
| "なごやめし" | 6 |
| "愛知 観光 おすすめ" | 6 |
| "歴史" | 6 |
| "食事" | 5 |
| "子供 遊び" | 5 |

Q29 旅行を検討する際に重視すること

- 料理・グルメ、名所、体験、歴史的な建造物や史跡が上位を占めており、食や観光名所、歴史的な体験が重視されているといえる。
- 複数のエリアの周遊も上位に入っており、旅行時の体験の幅を重視する傾向もみられる。

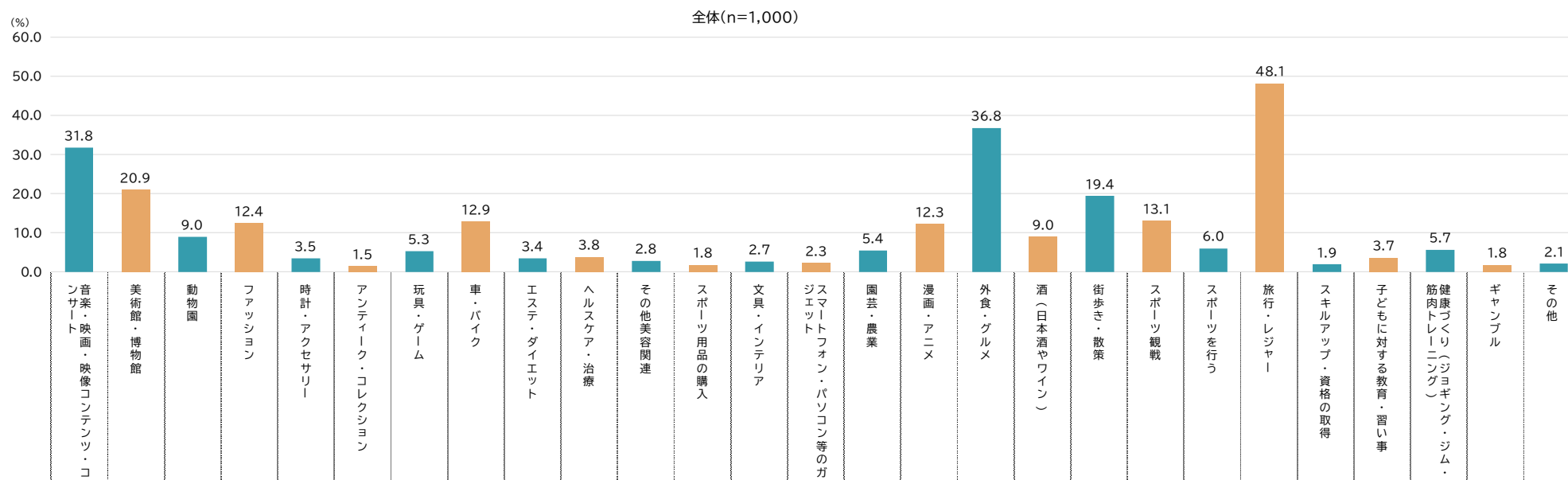
全体



Q30 関心のある余暇活動・趣味

- 最も趣味・興味が深い項目は旅行・レジャーで、その他では外食・グルメ、音楽・映画・映像コンテンツ・コンサートが上位を占めている。他にも美術館・博物館や街歩き・散策が比較的高くなっている。

全体



県内観光地の認知

中部地方在住者は県内の多くの観光地を認知している。一方、中部地方以外の在住者は、名古屋市内の観光地は一定の認知があるものの、市外では犬山城以外の認知度はあまり高くない。

観光の魅力度評価

中部地方在住者は観光地の認知度が高い一方で、中部地方以外の在住者と比べて**魅力度評価が低い**傾向にある。その要因として、名称や場所は知っていても実際の訪問・体験機会が十分でないことや、「いつでも行ける」という心理により非日常性が薄れ、魅力を実感しにくくなっている可能性が考えられる。一方、遠方在住者は情報接触が限定的である分、観光地のイメージが理想化されやすく、期待感が高まりやすいと推察される。

以上を踏まえると、県内在住者に対しては地域資源の価値を再提示する「再発見型」プロモーションや体験機会の創出に加え、ストーリー性を持たせた情報発信等により、「**知っている場所**」から「**体験したくなる場所**」への**転換**を図ることが重要である。また、県外在住者に対しては、名古屋市以外の観光地も含めた情報発信の強化により、さらなる**認知拡大**を進める必要がある。

ジブリパークの来訪について

- ジブリパークへの訪問は**初回訪問者が7割**と多く、リピート層では東海居住者が4割、関西居住者が3割、関東在住者が2割となっている。
- ジブリパークへの旅行形態は、**夫婦・カップル**や**家族連れ**が多い。
- ジブリパークへは、「ジブリが好きだから」「子どもが行きたがったから」が主な理由で特に関東・関西居住者は熱心なジブリのファンが多く訪れている。（東海圏はライト層も目立つ）

ジブリパークと愛知県観光について

- 宿泊動向については、**関東在住者で1泊～2泊**、関西在住者で1泊が多く、宿泊先は名古屋市内が圧倒的に多いが、泊数が多くなると名古屋市以外のエリアにも宿泊するようになる。**短期滞在は「名古屋拠点型」、長期滞在で「周辺分散型」**の傾向がある。
- ジブリパーク訪問時の県内周遊は**関東、関西在住者で8割と高く**、周遊先は名古屋城、名古屋駅、栄、熱田神宮など**名古屋市内が中心**である。名古屋市外では犬山城やトヨタ博物館が多くなっている。
- 周遊者の関心傾向は、グルメ、歴史・文化名所、美術館・博物館、テーマパークなどの**定番観光地**が多く、一方、周遊しなかった理由としては「時間がなかった」を除くと「興味のある場所・体験がなかった」が上位となり、周遊しない理由は「情報不足」よりも「**魅力訴求不足**」の可能性が考えられる。

ジブリパークと愛知県観光について

- 旅行支出は、**関東、関西在住者が平均8万～10万円**、東海在住者が2.3万円と宿泊の有無も影響して大きな差が見られる。また、ジブリを「特別な存在」とする層では支出額が高くなる傾向がみられた。
- 愛知観光の満足度は、**関東、関西在住者では9割**にもなり、東海居住者の7割を大きく上回るものであった。
- ジブリパークへの再訪問意向は地区に関係なく**8割**を超えて高くなっている。
- 次回ジブリパークを来園した際に愛知県内も観光したいという意向は、関東、関西居住者で9割にもなり、せっかく来たんだから愛知県観光もしたいという意向が高い。また、ジブリパーク抜きでも愛知県を観光したいという割合も高く、**ジブリパークへの来訪が愛知県への興味に波及**している可能性もある。
- 今後、愛知県観光で訪れてみたいところは、東山動植物園、名古屋港水族館、名古屋城、犬山城、熱田神宮など、**既存の強力コンテンツが周遊先の中心**となっている。
- 周遊促進に有効な要素としては、「アクセスの便利」「地元の食・グルメ情報」「割引・周遊パスなどのお得感」が上位項目として挙げられ、**移動のしやすさ × 食の魅力 × 価格メリットが周遊拡大の鍵**と考えられる。

情報収集について

- 旅行計画時に利用する情報収集のツールは、Googleを筆頭にYahoo! Japan、YouTube、Instagram/Facebookが高い利用率となっている。SNSではInstagram/Facebookの利用率が高く、TikTokやX（旧Twitter）の利用はやや低めであった。
- 愛知観光の情報収集方法としては、観光施設の公式HPが5割以上と最も利用されており、次いで愛知県・自治体の観光情報サイト、SNS投稿が多い。その他では旅行雑誌・情報誌、動画サイト、地図アプリや口コミなど情報源は多岐にわたっている。
- 検索キーワードは、“愛知”、“観光”、“グルメ”、“名古屋”といったワードが上位となっている。
- ジブリパークの情報は、公式HP、公式SNSからが主であるが、XやInstagram、YoutubeといったSNSや動画サイトでの情報収集も2割以上を占めており、これらを利用した広報、宣伝も有効であると考えられる。



インターネット調査分析からみる県内周遊のターゲット考察

ジブリパーク来訪者を起点とした愛知県周遊の推進にあたっては、関東・関西在住で「ジブリ」への愛着が強く、宿泊を伴う旅行形態で訪れる付加価値層が主要なターゲットと考えられる。

中でも関東在住者は、来訪規模の大きさや旅行消費額、県内周遊意向の高さといった各指標において、関西在住者と比べ優位性がみられることから、優先度の高いコアターゲットとして位置づけることが妥当である。関西在住者についても一定の市場規模が見込まれることから、準コアターゲットとして段階的に施策を展開していくことが望ましい。

コアターゲット層

- 関東圏在住者
- ジブリへの愛着が強い
- 宿泊を伴う旅行

準コアターゲット層

- 関西在住者
- ジブリへの愛着が強い
- 宿泊を伴う旅行

戦略案

1. 愛知県の観光魅力を訴求した広域周遊モデル（名古屋市内完結型から三河・尾張への接続強化）
2. 名古屋市を中心とした歴史・グルメ・体験を組み合わせたモデル
3. ジブリの世界観と県内観光資源の連動・ストーリー展開
4. アクセス×グルメ×周遊パスなど合理性な周遊パック

III. クラスター分析

旅行志向を軸にしたクラスター分析の実施

ジブリ来訪者の旅行志向を把握するため、インターネット調査の回答をもとにクラスター分析を実施した。
なお、クラスター分析には次の項目を使用した。

< 調査項目 >

Q29 旅行先を検討する際に、どのようなことを重視していますか。

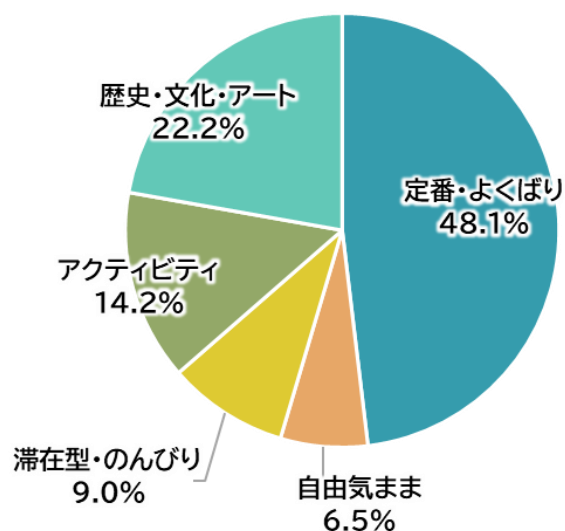
- 1.特徴的な料理・グルメを楽しむ
- 2.一か所でのんびり過ごす
- 3.複数のエリアを周遊する
- 4.歴史的な建造物や史跡を見学する
- 5.自然やアクティビティ、アウトドアを楽しむ
- 6.できるだけ費用を抑える
- 7.本物志向・高級感を求める
- 8.その日その日で行動を決める
- 9.有名・定番の食・名所・体験をおさえたい
- 10.テレビや雑誌、インフルエンサーのオススを訪ねたい。またSNSで共有したい
- 11.その土地の文化・歴史を詳しく知りたい
- 12.伝統工芸や地域産品などに触れる・体験する
- 13.体験などを通じて子どもの学習・教育の機会にする
- 14.博物館、美術館やアートなどを楽しむ
- 15.イベント・祭りなどに参加する
- 16.その土地の人と触れ合い現地の日常を感じる
- 17.特に何も考えていない（同行者についていく）
- 18.その他（ ）

旅行志向を軸にしたクラスター分析

クラスター分析結果

クラスター分析の結果、「旅行で重視すること」の志向は下記の5つに分類された。各派の特徴は右表のとおり。

クラスターの割合



クラスターの特徴

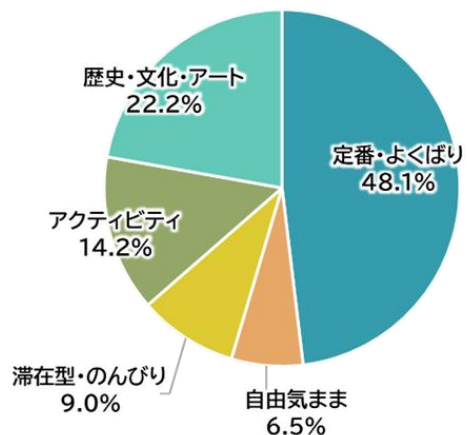
| クラスター名 | n | 特徴 |
|-----------|-----|---|
| 定番・よくばり | 481 | 有名観光地や定番スポットを好み、限られた時間の中で複数の場所を効率よくまわることを重視する傾向がある。 |
| 自由気まま | 65 | あらかじめ細かな計画を立てず、その日の気分や状況に応じて行動を決める柔軟な旅行スタイルを好む傾向がある。 |
| 滞在型・のんびり | 90 | 移動を最小限に抑え、ひとつの拠点に滞在しながら、ゆったりとした時間や空間を楽しむことを重視する傾向がある。 |
| アクティビティ | 142 | 地域ならではのイベントや体験型コンテンツ、自然・アクティビティへの参加意欲が高い傾向がある派。 |
| 歴史・文化・アート | 222 | 地域の歴史や文化、アートに関心が高く、観光において学びや鑑賞体験を重視する傾向がある。 |

各属性におけるクラスターの割合

属性×クラスターの結果

ジブリパーク来訪者の旅行志向は「定番・よくばり」が約5割で最多、次いで「歴史・伝統・アート」が約2割、「アクティビティ」が1割半ばという結果となった。さらに、来訪者属性別のクラスター分布把握のため、属性を軸にクロス集計を行った。どの派においても「定番よくばり」が最も多いが、以下に属性別の特徴を記載する。

- 性別：男性では「歴史・文化・アート」、女性では「定番・よくばり」が多い。
- 年代別：20代では「定番・よくばり」、30・40代では「アクティビティ」が高く、50代以降では「歴史・文化・アート」が多い。
- 居住エリア別：関東では「定番・よくばり」と「歴史・文化・アート」が多い。
- 同行者別：子連れファミリー派では「アクティビティ」が多い。



| | 全 体 | クラスター別 | | | | | |
|--------|-------------|----------|--------|-----------|----------|------------|------|
| | | 定番・よくばり旅 | 自由気まま旅 | 滞在型・のんびり旅 | アクティビティ旅 | 歴史・文化・アート旅 | |
| 全 体 | 1000 | 481 | 65 | 90 | 142 | 222 | |
| | 100.0 | 48.1 | 6.5 | 9.0 | 14.2 | 22.2 | |
| 性別 | 男性 | 575 | 252 | 42 | 61 | 79 | 141 |
| | | 100.0 | 43.8 | 7.3 | 10.6 | 13.7 | 24.5 |
| 性別 | 女性 | 425 | 229 | 23 | 29 | 63 | 81 |
| | | 100.0 | 53.9 | 5.4 | 6.8 | 14.8 | 19.1 |
| 年代 | 10歳未満 | - | - | - | - | - | - |
| | 10代 | - | - | - | - | - | - |
| | 20代 | 80 | 50 | 8 | 5 | 6 | 11 |
| | | 100.0 | 62.5 | 10.0 | 6.3 | 7.5 | 13.8 |
| | 30代 | 172 | 84 | 16 | 12 | 39 | 21 |
| | | 100.0 | 48.8 | 9.3 | 7.0 | 22.7 | 12.2 |
| | 40代 | 221 | 107 | 14 | 24 | 45 | 31 |
| | | 100.0 | 48.4 | 6.3 | 10.9 | 20.4 | 14.0 |
| | 50代 | 259 | 135 | 13 | 20 | 30 | 61 |
| | | 100.0 | 52.1 | 5.0 | 7.7 | 11.6 | 23.6 |
| 60代 | 206 | 87 | 11 | 23 | 15 | 70 | |
| | 100.0 | 42.2 | 5.3 | 11.2 | 7.3 | 34.0 | |
| 70代以上 | 62 | 18 | 3 | 6 | 7 | 28 | |
| | 100.0 | 29.0 | 4.8 | 9.7 | 11.3 | 45.2 | |
| 居住エリア別 | 関東 | 275 | 141 | 14 | 19 | 32 | 69 |
| | | 100.0 | 51.3 | 5.1 | 6.9 | 11.6 | 25.1 |
| | 関西 | 172 | 81 | 11 | 18 | 30 | 32 |
| | 100.0 | 47.1 | 6.4 | 10.5 | 17.4 | 18.6 | |
| 東海 | 366 | 148 | 28 | 40 | 64 | 86 | |
| | 100.0 | 40.4 | 7.7 | 10.9 | 17.5 | 23.5 | |
| 同行者 | 一人(同行者なし) | 69 | 30 | 8 | 6 | 8 | 17 |
| | | 100.0 | 43.5 | 11.6 | 8.7 | 11.6 | 24.6 |
| | 夫婦・カップル | 315 | 160 | 20 | 29 | 28 | 78 |
| | | 100.0 | 50.8 | 6.3 | 9.2 | 8.9 | 24.8 |
| | 幼児や小学生連れの家族 | 267 | 97 | 17 | 29 | 79 | 45 |
| | | 100.0 | 36.3 | 6.4 | 10.9 | 29.6 | 16.9 |
| | それ以外の家族 | 193 | 104 | 12 | 18 | 16 | 43 |
| | | 100.0 | 53.9 | 6.2 | 9.3 | 8.3 | 22.3 |
| 友人 | 130 | 76 | 6 | 8 | 10 | 30 | |
| | 100.0 | 58.5 | 4.6 | 6.2 | 7.7 | 23.1 | |
| 同僚 | 12 | 7 | 1 | - | 1 | 3 | |
| | 100.0 | 58.3 | 8.3 | - | 8.3 | 25.0 | |

クラスターの詳細

ターゲットの選定にあたり、各クラスターの旅行動態や志向を分析した。その結果、【来訪者に占めるシェア】【パーク来訪に伴う愛知県内の周遊の有無】【消費額】【満足度】等の観点から、「定番・よくばり」派、「アクティビティ」派、「歴史・文化・アート」派が、愛知県内周遊の有力なターゲットであると考えられる。

| | | 定番・よくばり | 自由気まま | 滞在型・のんびり | アクティビティ | 歴史・文化・アート |
|------------------------|----|---|---|--|--|---|
| 同行者 (その他除く) | | 1人 : 6.2% 夫婦・カップル : 33.3% 幼児や小学生含む家族 : 20.2% それ以外の家族 : 21.6% 友人 : 15.8% | 1人 : 12.3% 夫婦・カップル : 30.8% 幼児や小学生含む家族 : 26.2% それ以外の家族 : 18.5% 友人 : 9.2% | 1人 : 6.7% 夫婦・カップル : 32.2% 幼児や小学生含む家族 : 32.2% それ以外の家族 : 20.0% 友人 : 8.9% | 1人 : 5.6% 夫婦・カップル : 19.7% 幼児や小学生含む家族 : 55.6% それ以外の家族 : 11.3% 友人 : 7.0% | 1人 : 7.7% 夫婦・カップル : 35.1% 幼児や小学生含む家族 : 20.3% それ以外の家族 : 19.4% 友人 : 13.5% |
| ジブリ愛好度 | | コアファン派 25.4% ライト派 47.6% 無関心派 24.8% | コアファン派 20.0% ライト派 44.6% 無関心派 35.4% | コアファン派 22.2% ライト派 53.3% 無関心派 24.4% | コアファン派 28.9% ライト派 51.4% 無関心派 19.7% | コアファン派 28.4% ライト派 51.4% 無関心派 20.3% |
| 訪問回数 | | 初めて : 72.8% リピーター : 27.2% | 初めて : 69.2% リピーター : 30.7% | 初めて : 63.3% リピーター : 36.7% | 初めて : 67.6% リピーター : 32.3% | 初めて : 69.8% リピーター : 30.2% |
| 旅行検討の際に 重視すること | 1位 | 料理・グルメ(62.8%) | 当日決める(100.0%) | 1か所でのんびりする(100.0%) | 料理・グルメ(50.0%) | 建造物や史跡(65.8%) |
| | 2位 | 複数エリア周遊(47.8%) | 料理・グルメ(43.1%) | 料理・グルメ(38.9%) | イベント参加(47.9%) | 料理・グルメ(57.2%) |
| | 3位 | 食・名所・体験(45.3%) | 複数エリア周遊(29.2%) | 建造物や史跡(17.8%) | 学習・教育(47.2%) | 文化・歴史(41.0%) |
| | 4位 | 建造物や史跡(28.5%) | 費用を抑える(18.5%) | 費用を抑える(17.8%) | 食・名所・体験(37.3%) | 博物館・美術館(30.6%) |
| | 5位 | 費用を抑える(23.3%) | 建造物や史跡(16.9%) | 食・名所・体験(17.8%) | 複数エリア周遊(21.1%) | 本物志向・高級感(18.0%) |
| 愛知県の周遊率(有無) | | 60.7% | 55.4% | 50.0% | 58.5% | 65.8% |
| 旅行での消費額(平均) | | 73,175円 | 56,046円 | 70,422円 | 69,351円 | 70,626円 |
| 満足度 | | 86.7% | 78.5% | 82.2% | 89.5% | 85.1% |
| 次回パーク来訪の際の 愛知県観光の意向 | | 観光意向あり 72.8% 観光意向なし 21.0% | 観光意向あり 73.8% 観光意向なし 23.1% | 観光意向あり 53.4% 観光意向なし 37.8% | 観光意向あり 70.5% 観光意向なし 24.6% | 観光意向あり 72.9% 観光意向なし 19.8% |

V.ペルソナ

ペルソナの作成

ジブリパーク来訪に伴う愛知県周遊モデル作成のために、各種調査分析をもとに5つのペルソナを作成した。

ペルソナの作成にあたっては、それぞれのターゲットに対するインタビュー調査を実施した。

なお、周遊のターゲットはこの5つに限るものではないが、ペルソナの作成においては、効果がより期待できるターゲットをピックアップした。

・GPSデータ分析

→関東在住者、特に20～30代女性、ファミリー層（40～50代）、大人層（50～60代）

・インターネット調査

→基本はジブリパーク初回訪問者。※リピーターの周遊意向は高いため一部取り入れる
関東在住の「ジブリへの愛着が強く、宿泊旅行で訪れる高付加価値層」

・クラスター分析

→「定番・よくばり」「歴史・文化・アート」「アクティビティ」

関東以外にも、関西圏や地元の東海圏からも来訪は多い。しかし東海圏では、スポット的な立ち寄りが多い。また、関西圏では関東圏に比べて周遊率や消費額が低いため、今回は関東在住者に焦点を当て、ペルソナを設定した。

よくばり定番
20代女子旅

30代ジブリリピート
大人女子旅

子連れファミリー
アクティビティ旅

大人ファミリー
定番旅行

シニア夫婦
歴史文化・アート旅

20代よくばり定番 女子旅

～思い出に残る旅をしたい！～



Kawasaki Hina
川崎 陽菜
27歳 女性

職業 会社員

居住地 東京都

居住形態 実家暮らし

趣味 旅行・ドライブ

ジブリ パーク初訪問
コアファン

同行者 友人

Q 愛知といえば？

手羽先・ひつまぶし
レゴランド、ジブリパーク
* 旅行の候補地になったことはない

普段の旅行スタイルについて

◆ 旅行の頻度・スタイル

宿泊旅行は年に3回。予算は1泊2日で5～6万円/人。
初めて行く場所は定番のスポットを回りたいけど、リピートの場合はニッチな場所に行きたい！

◆ 計画の立て方

休暇など旅行に行けそうな日があったら、YouTubeで気になっていた観光地を行先として、
観光スポットの情報はInstagramで調べる。食事は1件目は事前に調べ、2件目以降は現地を探す。

◆ 交通手段 基本的には公共交通機関。アクセスが悪い場所は車でもOK。

◆ コンテンツ 定番・テーマパーク

◆ グルメ 名物を食べたい。夕食はお酒も楽しみ、〆はラーメン♪

◆ 宿泊先 宿泊費を安く抑えるため、ビジネスホテルに宿泊することが多い。アクセスなどの利便性重視。

推しスポット♪

東山動物園

半田赤レンガ建物

日間賀島

招き猫ミュージアム

DAY 1

ジブリパーク&栄で乾杯

- 8:00 新幹線で名古屋駅到着
- 9:00 ジブリパーク到着
* 閉園まで全エリアを探索
* ランチも園内で
- 18:00 栄のホテルにチェックイン
- 19:00 栄の居酒屋で名古屋めし
- 21:00 店員さんお勧めの2軒目へ
- 23:30 〆のラーメン♪

DAY 2

犬山&大須を散策

- 8:30 名駅のカフェでモーニング♪
- 11:00 三光稲荷神社で参拝
- 11:30 犬山城下町で食べ歩き
- 14:00 大須商店街でぶらぶら散歩
* 疲れたらおしゃれなカフェで一息
- 18:00 名駅でひつまぶしを堪能
- 20:00 新幹線で東京へ

30代ジブリリピート 大人女子旅

～非日常に浸りたい～



Takanashi Mayu
高梨 麻友
37歳 女性

職業 会社員

居住地 東京都

居住形態 一人暮らし

趣味 旅行・アニメ

ジブリ パークリピート
コアファン

同行者 友人

Q 愛知といえば？

- ・名古屋城、名古屋港水族館
- ・みそかつ、手羽先、ひつまぶし
- * 旅行の候補地に挙がったことあり

普段の旅行スタイルについて

◆ 旅行の頻度・スタイル

宿泊旅行は年に4回。2泊3日の国内旅行が多い。予算は1泊2日で5～6万円/人。
非日常感が味わえる場所や、自然の景観、没入できるところに行きたい。1人旅もよく行く。

◆ 計画の立て方

気が向いたらぶらり旅。友人に誘われて未訪問の観光地に行ったり、お気に入りの場所をリピート。
観光スポットの詳細はInstagramで調べ、場所をGoogle mapで確認。

◆ 交通手段 基本的には公共交通機関

◆ コンテンツ 定番観光地、アート施設、自然、ショッピング、古い街並み

◆ グルメ その土地ならではの名物を味わいつつ、オシャレなカフェにも行きたい。

◆ 宿泊先 旅行の目的に応じてホテルや旅館を選定。都市部ならビジネスホテル・観光ホテルが多い。

推しスポット♪

東山動物園

半田赤レンガ建物

日間賀島

招き猫ミュージアム

DAY 1

ジブリパーク&なごやめし

- 8:00** 新幹線で名古屋駅到着
- 9:00** ジブリパーク満喫
* ゆっくりジブリを堪能
* ランチも園内で
- 18:00** 名駅のホテルにチェックイン
- 19:00** 夕食にひつまぶしを堪能

DAY 2

常滑でやきもの体験

- 9:30** 名駅のカフェでモーニング
- 10:15** 常滑のやきもの散歩道を歩く
- 12:00** 本格的な窯焼きPizzaを堪能
* 近くのパン屋にも寄り道
- 14:00** 陶芸体験でアートに触れる
- 常滑のカフェで休憩
- 18:00** 名駅でみそかつを堪能
- 19:30** 新幹線で東京へ

子連れファミリー アクティビティ旅

～かけがえのない経験を～



Hikawa Yuichi

氷川 祐一

46歳 男性

職業 会社員

居住地 東京都

居住形態 親子4人暮らし
(小学生と幼稚園児)

趣味 旅行・スポーツ

ジブリ パーク初訪問
コアファン

同行者 家族(妻・子ども)

Q愛知といえば？

・三大都市の名古屋
・トヨタ自動車

普段の旅行スタイルについて

◆ 旅行の頻度・スタイル

宿泊旅行は年に2～3回。1泊2日で子どもの長期休暇にでかける。予算はトータル15万円。アクティビティ系や動物系など、子ども中心の旅行になることが多い。

◆ 計画の立て方

テレビ番組をきっかけに子どもが喜びそうな旅行先を検討。Instagram、Googleで調べるほか、YouTubeも行程の参考にする。

◆ 交通手段 利便性が良ければ公共交通機関。行きづらい場所であれば車で向かう。

◆ コンテンツ アクティビティ、テーマパーク、ファミリーコンテンツ、自然体験系

◆ グルメ グルメは気になる場所をある程度事前にリサーチしておく。あとは当日の子どもの気分次第。

◆ 宿泊先 家族4人で泊まれる+添い寝ができるリゾートホテル。

推しスポット♪

レゴランド
トヨタ博物館

INAXライブミュージアム

名古屋港水族館

DAY 1

熱田神宮&科学館

| | |
|-------|---------------------------|
| 9:30 | 新幹線で名古屋駅到着 |
| 10:30 | 熱田神宮で参拝 *蓬萊軒の整理券を事前に取得 |
| 12:00 | 蓬萊軒のひつまぶしを堪能 |
| 14:00 | 名古屋市科学館で プラネタリウム鑑賞★ |
| 17:30 | 名駅のホテルにチェックイン |
| 18:00 | 名駅周辺でエビフライを食す |

DAY 2

ジブリパーク1日満喫

| | |
|-------|------------------------------------|
| 8:00 | ホテルで朝食 |
| 10:00 | ジブリパーク満喫 *園内をゆっくり散策 *ランチも園内で |
| 18:00 | 名駅周辺で手羽先を堪能 |

DAY 3

東山動物園で生き物と触れ合う

| | |
|-------|--------------|
| 10:00 | 東山動物園を訪問 |
| 12:30 | 園内フードコートでランチ |
| 15:00 | 名古屋駅でお土産を購入 |
| 16:00 | 新幹線で東京へ |

大人ファミリー 定番旅行

～家族の時間を大切に～



Ando Yasuko
安藤 康子
54歳 女性

職業 パート

居住地 東京都

居住形態 家族3人暮らし
(子どもは高校生)

趣味 旅行・エンタメ

ジブリ パーク初訪問
ライトファン

同行者 夫・息子

Q愛知といえば？

・みそかつ、ひつまぶし、味噌煮込み
・新幹線で通過したことのみ

普段の旅行スタイルについて

◆ 旅行の頻度・スタイル

宿泊旅行は年に2～3回。長期休暇などのハイシーズンは避ける。予算は2泊3日で10万円/人。
JR東海ツアーズなど、移動手段と宿泊施設をセットで予約することが多い。東京ではできない体験がしたい。

◆ 計画の立て方

テレビCMや子どもの発言をきっかけに旅行先を検討。旅行ごとにテーマを決める。
AIで作成したプランをもとに、施設などの詳細は公式サイト、Instagram、Google mapで精査する。

◆ 交通手段 飛行機・新幹線・電車などの公共交通機関。

◆ コンテンツ アクティビティ、テーマパーク、陶芸などの体験

◆ グルメ その土地の名物は必ず楽しみたい。口コミも気になるので必ず事前にリサーチする。

◆ 宿泊先 シティホテルなど、部屋が狭すぎず、ゆっくり休める宿を探す。

推しスポット♪

東山動物園
犬山城下町
猿投温泉

DAY 1

ジブリパーク&なごやめし

9:00 新幹線で名古屋駅到着

10:00 ジブリパーク満喫
*閉園まで園内をゆっくり回る
*昼食も園内で済ます

18:00 名駅のホテルチェックイン

19:00 名駅周辺で夕食にみそかつ

DAY 2

博物館&名古屋城

8:30 コメダ珈琲でモーニング

10:30 トヨタ博物館を訪問

12:30 博物館周辺でランチ

14:00 名古屋城を散策

16:30 Hisaya-odori Parkを散策

18:00 名駅でひつまぶしを堪能

DAY 3

リニア鉄道館&水族館

10:00 リニア・鉄道館で
学びながら楽しむ

12:30 メイカースピアでランチ

14:00 名古屋港水族館で
海の生き物に挨拶

18:00 名駅でコーチン親子丼を堪能

20:00 新幹線で東京へ

シニア夫婦 歴史文化・アート旅

～未知を求め、本物に触れる～



Hashimoto Masayoshi

橋本 正義

66歳 男性

職業 定年

居住地 東京都

居住形態 夫婦二人暮らし

趣味 ゴルフ・旅行

ジブリ パーク初訪問
ライトファン

同行者 妻

Q 愛知といえば？

- ・歴史スポットが豊富
- ・観光のイメージはある
- ・みそかつ、ひつまぶし、ういろう

普段の旅行スタイルについて

◆ 旅行の頻度・スタイル

宿泊旅行は月に1回。定年したので2泊以上が多い。予算は2泊3日で10万円/人。今までに訪れたことがない土地を訪れ、新しい体験をしてみたい。

◆ 計画の立て方

テレビや雑誌、口コミの情報から気になっていた場所を旅行先にする。宿泊先や飲食店、コースはGoogleやYouTubeの情報を参考に程度事前に決めておく。

◆ 交通手段 基本的には飛行機・新幹線などの公共交通機関。

◆ コンテンツ 歴史スポット、文化施設

◆ グルメ 名物を食べたい。夕食は事前にリサーチしたお店に行き、昼は現地で見つけたお店に。

◆ 宿泊先 楽天トラベルや一休で予約。温泉旅館やラグジュアリーホテルに泊まることも。

推しスポット♪

トヨタ博物館
旧豊橋鉄道
岡崎城・刈谷城
犬山からくりミュージアム

DAY 1

ジブリパーク&なごやめし

- 9:00 新幹線で名古屋駅到着
- 10:00 ジブリパーク満喫
*閉園まで園内をゆっくり回る
*昼食も園内で済ます
- 18:00 名駅のホテルチェックイン
- 19:00 名駅周辺で夕食にひつまぶし

DAY 2

犬山の文化・歴史に触れる

- 10:00 犬山城下町をめぐる
*国宝犬山城
*三光稲荷神社
- 12:00 お茶屋で田楽御膳のランチ
- 14:00 明治村でレトロな世界を堪能
- 18:00 ホテルインディゴに宿泊
優雅で快適な非日常を楽しむ
*地元食材を使ったこだわりの
食事を味わう

DAY 3

徳川の歴史を辿る

- 10:00 名古屋城を散策
- 11:30 金シャチ横丁で手羽先を堪能
- 13:00 徳川ゆかりのスポットへ
*徳川園
*徳川美術館
- 16:00 熱田神宮で参拝
- 18:00 名駅で夕食にみそかつ
- 19:30 新幹線で東京へ