

# 令和3年度第7回「しがwebアンケートプラス調査」

## (県内向け調査)の結果について

### 1 調査の目的

県政における喫緊の課題や重要事項について、インターネットを活用し適時迅速に県民の意識や意向を調査し、速やかに県の方針や県政運営に反映させるための基礎資料とする。

### 2 調査の概要

- (1) 調査対象 県内在住の満 20 歳以上の個人
- (2) 標本数 500 人
- (3) 調査方法 インターネットを利用し、パソコン、スマホ等により回答するWEB調査
- (4) 調査期間 令和4年3月11(金)～ 18日(金)
- (5) 調査会社 株式会社都市設計総合研究所

### 3 調査項目

観光および地酒の振興に関する調査

### 4 主な調査結果

**Q1** 昨年1年間(令和3年)に、滋賀県内で訪れた観光地は下記のうちどこですか。(答えはいくつでも)

※「観光地」とは、観光・ビジネスの目的を問わず、日常生活圏を離れて訪れる場所。ショッピングモール等の日常的な利用、通過型の利用がほとんどを占めると考えられる地点は除く。

1 位: 昨年は滋賀県内の観光地を訪れていない	31.0%
2 位: 東近江)ラコリーナ	20.0%
3 位: 湖西)メタセコイアの並木	14.8%
4 位: 東近江)道の駅「あいとうマーガレットステーション」	14.6%
5 位: 湖東)多賀大社	14.4%
6 位: 湖東)彦根城	13.2%
7 位: 大津)石山寺	12.2%
8 位: 大津)近江神宮	12.0%
大津)道の駅「びわ湖大橋米プラザ」	12.0%
10 位: 湖南)琵琶湖博物館	11.4%
11 位: 大津)びわ湖バレイ	10.6%
12 位: 大津)三井寺	10.4%
13 位: 湖南)矢橋帰帆島公園	10.0%

・「昨年は滋賀県内の観光地を訪れていない」と回答した人は 31.0%と最も多くなっており、コロナ禍の下、外出を控えた人が多かったことが窺え、例えば、定番の観光地である「湖北)黒壁ガラス館」を訪れた人は 9.0%、「東近江)八幡堀」は 7.2%などと低迷している

・「東近江)ラコリーナ」を訪れた人は 20.0%と一番多く、次いで、「湖西)メタセコイアの並木」の

14.8%、「東近江」道の駅「あいとうマーガレットステーション」の14.6%、「湖東」多賀大社の14.4%、「湖東」彦根城」の13.2%と、コロナ禍の下でも、昨今話題の観光地が1, 2位を占めている。

・女性には、「東近江」ラコリーナ」が31.2%と大変人気がある。

**Q2** Q1で1.「石山寺」から4.「その他」のいずれかを回答された方にお尋ねします。その観光地を訪れるために利用した移動手段はどれですか。(答えはいくつでも)

※自宅(会社)から観光地、観光地間、またはその両方で利用した移動手段をお答えください。

1 位:自家用車、社用・公用車	85.5%
2 位:JR 在来線	9.6%
3 位:私鉄	4.9%
その他	4.9%
5 位:地元路線バス	4.7%
6 位:貸切バス・観光バス	3.2%
7 位:レンタカー	2.3%
8 位:高速バス	2.0%
9 位:タクシー・ハイヤー	1.2%

・「自家用車、社用・公用車」と回答した人が85.5%と圧倒的に多く、次いで「JR 在来線」の9.6%、「私鉄」等の4.9%と続き、自家用車等で移動する人が圧倒的に多いことが窺える。

・「その他」には、徒歩や自転車を挙げた人が多かった。

**Q3** あなたは、滋賀県の観光地を友人や家族、県外から訪れる人におすすめできますか。(答えは1つ)

1 位:どちらかといえばおすすめできる	35.6%
2 位:おすすめできる	29.8%
3 位:どちらともいえない	27.0%
4 位:どちらかといえばおすすめできない	4.2%
5 位:おすすめできない	3.4%

・「どちらかといえばおすすめできる」と回答した人が35.6%と最も多く、次いで「おすすめできる」の29.8%、「どちらともいえない」の27.0%となっており、控えめながらすすめられると回答した人が多いことが窺える。

**Q4** Q3で4.「どちらかといえばおすすめできない」または5.「おすすめできない」と回答された方にお尋ねします。その理由は何ですか。(答えはいくつでも)

1 位:魅力的な観光地がない	71.1%
2 位:観光地へのアクセスが悪い (公共交通機関がない・本数が少ない等)	44.7%
3 位:魅力的な土産物等の特産品がない	34.2%
4 位:美味しい食べ物がない	31.6%
5 位:観光地や交通機関、道路等が混雑する	23.7%
6 位:その他	7.9%

・「魅力的な観光地がない」と回答した人が最も多く、71.1%、次いで「観光地へのアクセスが悪い」の44.7%、「魅力的な土産物等の特産品がない」の34.2%などとなっている。

**Q5** あなたは、どれくらいの頻度で日本酒を飲みますか。(答えは1つ)

1 位:飲まない	50.4%
2 位:宴会・懇親会・その他、機会があれば飲む	25.6%
3 位:月に1日～2日	8.4%
4 位:週に1日～2日	6.4%
5 位:週に3日～4日	5.0%
6 位:週に5日以上	4.2%

・「飲まない」と回答した人は約半数の50.4%となっており、「機会があれば飲む」の25.6%と、積極的に飲む人の割合が、約3/4となっている。

・性別で見ると、「飲まない」と回答した人について、女性は64.3%で、男性の41.2%よりも20%以上多くなっており、年代別で見ても、20歳代は64.5%で、60歳以上の40.6%よりも25%近く多くなっていて、日本酒が女性や若者にあまり人気がないことが窺える。

**Q6** Q5で4.「月に1日～2日」、5.「宴会・懇親会・その他、機会があれば飲む」および6.「飲まない」と回答された方にお尋ねします。日本酒をあまり飲まない理由を教えてください。

(答えはいくつでも)

1 位:アルコール自体が体質に合わない	29.4%
2 位:味が好きではない	21.1%
3 位:アルコール度数が高く、酔いやすい	20.9%
4 位:その他	15.6%
5 位:価格が高い	14.0%
6 位:悪酔いする、気分が悪くなる	13.5%
7 位:匂いが好きではない	13.3%
8 位:二日酔いになりやすい	10.9%

・「アルコール自体が体質に合わない」と回答した人は29.4%と最も多く、次いで「味が好きではない」の21.1%、「アルコール度数が高く、酔いやすい」の20.9%などとなっている。

・性別で見ると、「味が好きではない」と回答した人について、女性は26.0%で、男性の17.6%よりも10%近く多く、「アルコール度数が高く、酔いやすい」についても、女性は27.1%で、男性の16.3%よりも10%以上多くなっている。

・「その他」には、ビールなど他の酒を好むという回答が複数みられた。

**Q7** 滋賀県内には30を超える酒蔵がありますが、何か所程度知っていますか。(答えは1つ)

1 位:知らない	50.6%
2 位:5か所以下	36.4%
3 位:6か所～10か所	8.4%
4 位:11か所～15か所	2.6%
5 位:21か所以上	1.2%
6 位:16か所～20か所	0.8%

- ・「知らない」と回答した人は50.6%と、最も多くなっており、女性では61.8%、男性でも43.2%の人が「知らない」と回答した。
- ・酒蔵を知っている人についても、「5か所以下」と回答した人が36.4%となっており、日本酒を飲まない人が多い中では、酒蔵についても知らない人が多いことが窺える。

**Q8** 滋賀県内の酒蔵を個人やツアー等で訪問・見学したことはありますか。(答えは1つ)

※「酒蔵」とは、日本酒を造る製造所のことを指します。

1 位:ない	66.0%
2 位:ある	34.0%

- ・「ない」と回答した人は66.0%となっており、日本酒を飲まない、酒蔵もあまり知らない人が多い中では、当然ともいえる数字である。

**Q9** 滋賀県内の酒蔵を訪問・見学する場合、どのような事を希望しますか。(答えはいくつでも)

1 位:特にない／わからない	43.4%
2 位:試飲やその場で地酒を購入できる	37.0%
3 位:酒造り工程の見学・体験	28.0%
4 位:蔵元(製造元)による醸造工程等の説明	20.4%
5 位:ツアー等で観光スポットの一つとして訪問できる	18.0%
6 位:その他	1.4%

- ・「特にない／わからない」と回答した人は43.4%と最も多く、半数近くを占めており、日本酒を飲まない、酒蔵もあまり知らない人が多い中では、積極的な意見が出ないことが窺える。

**Q10** 滋賀の地酒をPRするためには、どのような方法が効果的だと思いますか。(答えはいくつでも)

1 位:SNSやインターネットの活用	52.8%
2 位:滋賀酒キャンペーンなど販売促進の活用	34.6%
3 位:郷土料理とのペアリングを活用	29.0%
4 位:新聞やテレビの活用	25.8%
地域の風土や食文化と連携したブランディング	25.8%
6 位:特にない／わからない	23.2%
7 位:「1万人乾杯プロジェクト」などイベントの活用	16.8%
8 位:その他	1.6%

- ・「SNSやインターネットの活用」と回答した人は52.8%と最も多く、次いで「滋賀酒キャンペーンなど販売促進の活用」の34.6%、「郷土料理とのペアリングを活用」の29.0%などとなっている。

**Q11** 滋賀県民の方が県内の観光地に対する誇りを高め、県外の方にすすめたくなる観光地となるためには、どのような対策が効果的だと思いますか。(自由記述)

500人のうち、259人の方(51.8%)から、下記のようなご意見をいただいた。

- ・交通網の整備(道路整備や公共交通機関の利便性向上など)を挙げた人は28人であった。
- ・県民自ら滋賀の歴史や文化、特産品などを知ること(学校での学習、県民向けセミナー・ツアー

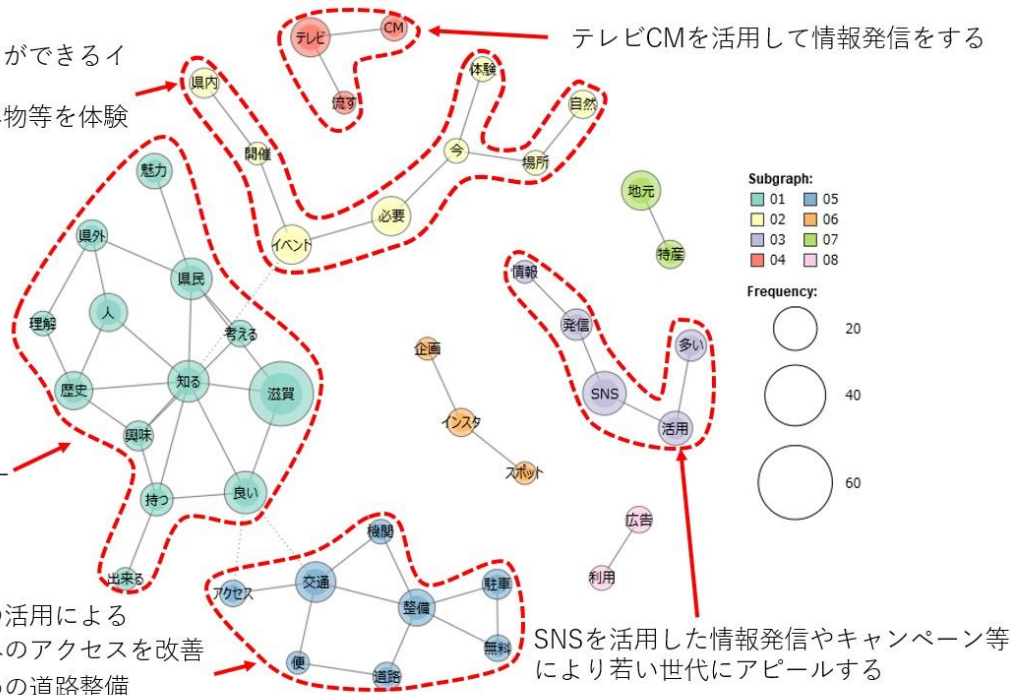
の開催も含め)の重要性を挙げた人は9人であった。

・「滋賀県は広告宣伝力が弱い、役所に積極性がみられない」という厳しいご意見もみられた。

- ・ 滋賀の魅力を感じることができるイベントの開催
- ・ 豊かな自然や滋賀の食べ物等を体験できるようにする

- ・ 県民自らが観光地や歴史、風土を理解する
- ・ 県民が魅力を感じるツアーやイベントを実施する

- ・ レンタカーや周遊バス等の活用による公共交通機関から観光地へのアクセスを改善
- ・ 自家用車による来訪のための道路整備や駐車場の確保



テレビCMを活用して情報発信をする

SNSを活用した情報発信やキャンペーン等により若い世代にアピールする