

人流分析

■分析の目的

○柏市の主要な施設の人流や訪問者の特性を分析することで、今後の柏市の観光政策に生かすことを目的としています。

■分析の方法

○KDDIのロケーションアナライザーを用いて分析を行います。KDDIのロケーションアナライザーは、auスマートフォンの位置情報集計ビッグデータとなっており、明確に同意を得たアプリのユーザーのデータを使用しています。

位置情報から推計した居住地と、契約情報に基づく性別・年齢の情報から、2020年国勢調査の市区町村ごとの性別・年齢別の人口を比較し、拡大倍率を求めます。この拡大倍率を用い、分析対象のエリアに訪問した人について全人口推計値を算出しています。なお、分析では20歳以上の人のみの推計となっております。

分析では日のユーザーを集計しております。つまり分析対象期間に2日以上訪問した場合はその訪問日数が集計されます。

訪問者の居住地で示している獲得比率は、月のユニーク訪問者数の平均を対象の市区町村人口で割ったものとなっております。

■分析対象

○分析の対象施設として、[柏駅][柏の葉キャンパス駅][柏たなか駅][北柏駅][南柏駅][新柏駅][我孫子駅][流山おおたかの森駅][三協フロンテアスタジアム][あけぼの山][道の駅しょうなん][手賀沼フィッシングセンター][旧吉田家住宅歴史公園][布施弁天][旧手賀教会堂][かしわで][RECAMP][柏ふるさと公園][北柏ふるさと公園][柏の葉公園][KASHIWANOHA T-SITE][こんぶくろ池][イオンモール柏][ららぽーと柏][アリオ柏]などの施設の分析を行っていますが、ここでは代表的な、[柏駅][柏の葉キャンパス駅][あけぼの山][道の駅しょうなん]の分析結果について示します。

■分析の期間

○分析の対象期間として、主に2022年8月16日～2023年8月15日の1年間としております。

柏駅の人流分析

■調査対象

○柏駅から半径 500m の人流分析を行いました。ここでは、乗り換えや通勤のみで利用する人を除いて分析を行うため、滞在時間が 15 分以上の人を集計しました。

■利用状況

○1 日平均利用者：8600 人（平日：9000 人・休日：7760 人）¹

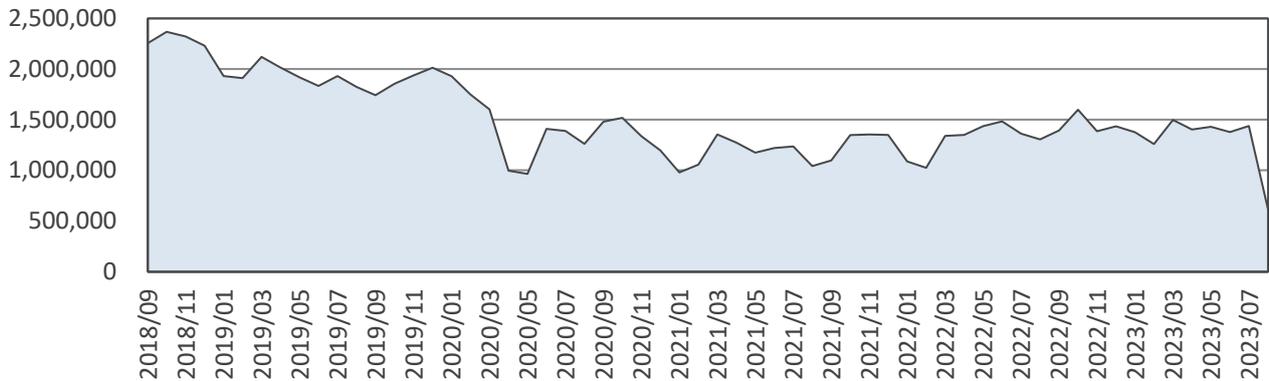
○特徴

新型コロナウイルスの感染拡大により、2020 年以降では来訪者が大きく減少しています。月による来訪者に大きな変動はありません。また、来訪者の居住地では、柏市が多くを占めています。年代別では 30 代～70 歳以上の利用が多くなっています。特に 70 歳以上の来訪者の割合は他の年代と比べて男女問わず多くなっています。時間帯別の来訪者をみますと、朝～昼頃に多い傾向にあります。また、他の施設との同日利用が多く、各施設への拠点として機能しているものと考えられます。

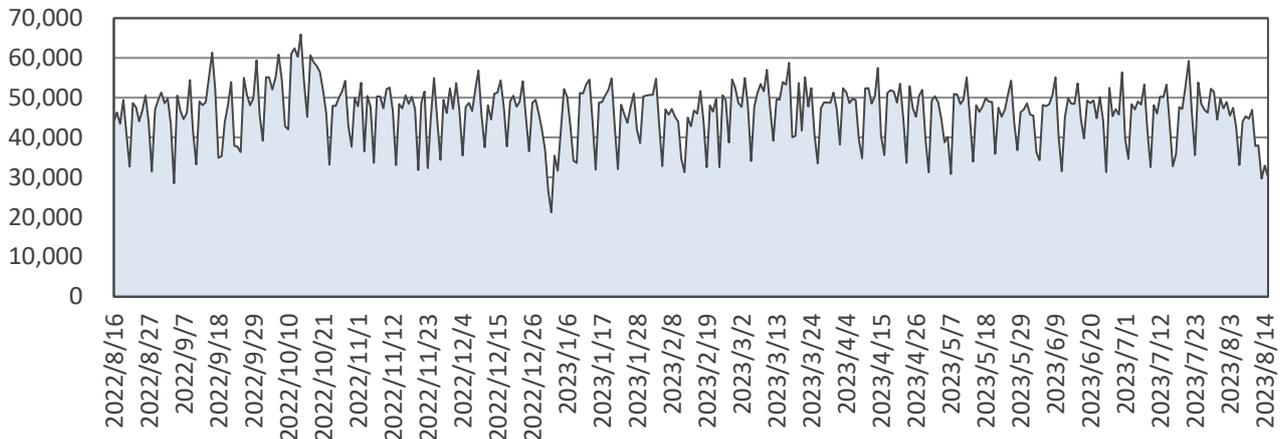
¹ 2022 年 8 月 16 日～2023 年 8 月 15 日の 1 年間の平均として、20 歳以上人口を推計。

■ 訪問者数の推移

月次推移（2018年9月～2023年7月）



年間推移（2022年8月16日～2023年8月15日）



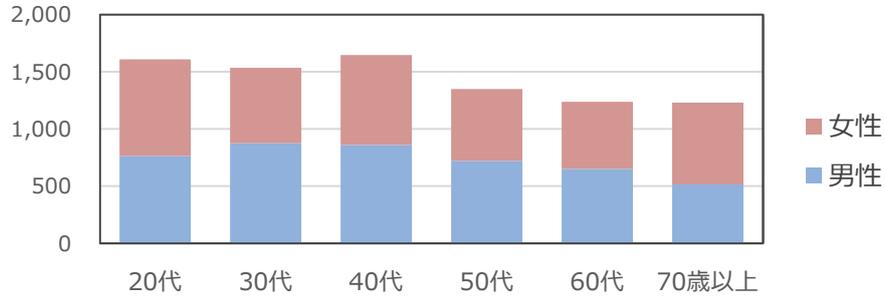
■ 訪問者の居住地（2022年8月16日～2023年8月15日の合計）²

市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)
柏市	641,707	6.7%	6.2
流山市	264,925	7.6%	3.0
松戸市	77,404	1.0%	10.9
野田市	59,826	2.8%	15.0
我孫子市	30,062	1.8%	11.3
船橋市	16,522	0.2%	19.5
取手市	14,863	0.8%	12.0
三郷市	10,393	0.5%	10.0

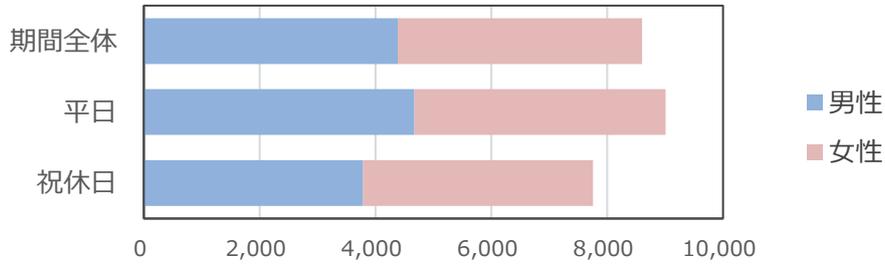
² 獲得比率は各市の人口に対する訪問者(ユニークユーザー)の割合を示す

■訪問者の属性 (2022年8月16日～2023年8月15日の平均 1日当たり)

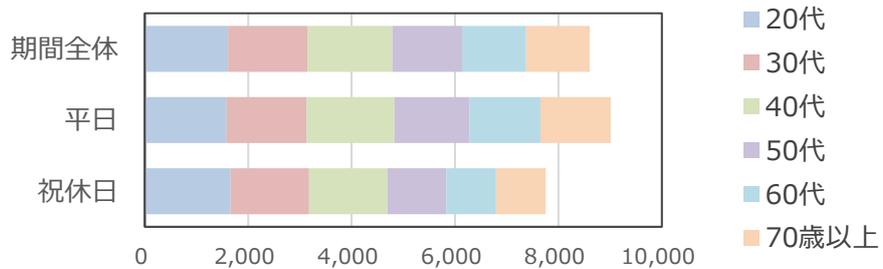
年代×性別



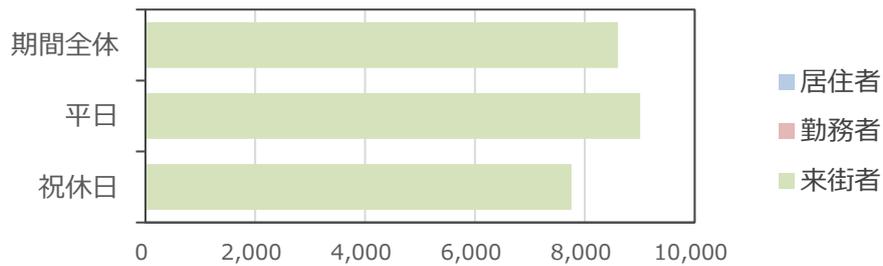
性別



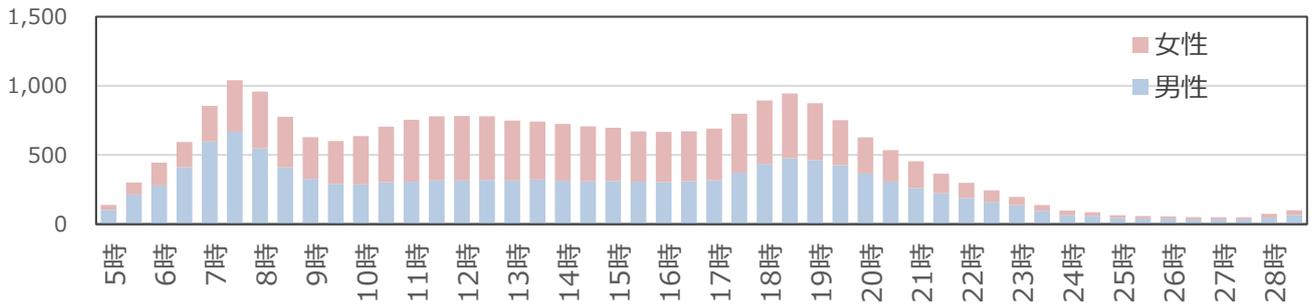
年代別



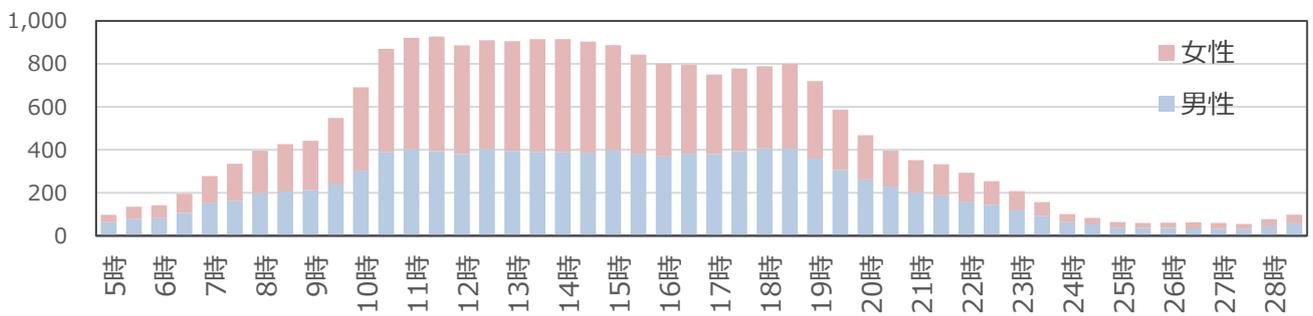
居住者/勤務者/来街者別



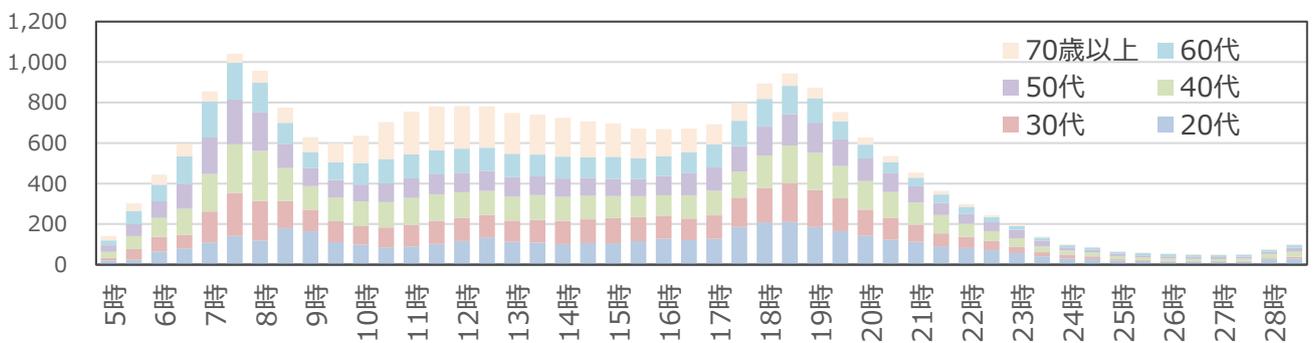
時間帯別×性別（平日）



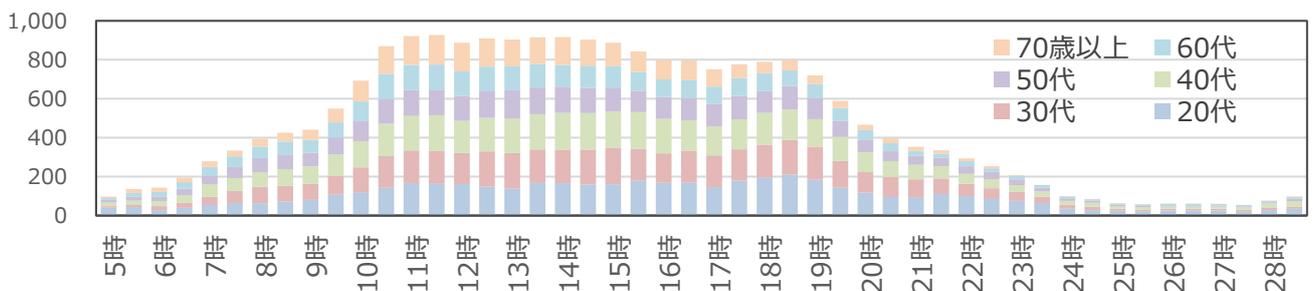
時間帯別×性別（祝休日）



時間帯別×年代別（平日）



時間帯別×年代別（祝休日）



■主要施設間の移動³

柏駅と各種主要施設との同日利用

(2022年8月16日～2023年8月15日の平均 1日当たり)

	平日	祝休日	全体
柏駅	-	-	-
柏の葉キャンパス駅	100	80	90
柏たなか駅	90	700	290
北柏駅	1,250	930	1,150
南柏駅	1,760	1,350	1,620
新柏駅	1,120	580	940
我孫子駅	5,450	4,060	5,000
流山おおたかの森駅	2,430	1,900	2,260
三協フロンテア柏スタジアム	30	230	90
あけぼの山	10	20	10
道の駅しょうなん	30	40	30
手賀沼フィッシングセンター	0	0	0
旧吉田家住宅歴史公園	0	10	0
布施弁天	0	0	0
旧手賀教会堂	0	0	0
かしわで	10	10	10
RECAMP	0	0	0
柏ふるさと公園	30	30	30
北柏ふるさと公園	10	20	10
柏の葉公園	90	110	100
KASHIWANOHA T-SITE	10	30	20
こんぶくろ池	10	60	20
イオンモール柏	580	590	580
ららぽーと柏	190	250	210
アリオ柏	180	340	240

³ 当該施設と各種主要施設を同日に利用した20歳以上人口を推計

柏の葉キャンパス駅の人流分析

■調査対象

○柏の葉キャンパス駅から半径 500m の人流分析を行いました。

■利用状況

○1 日平均利用者：9000 人（平日：10080 人・休日：6760 人）¹

○特徴

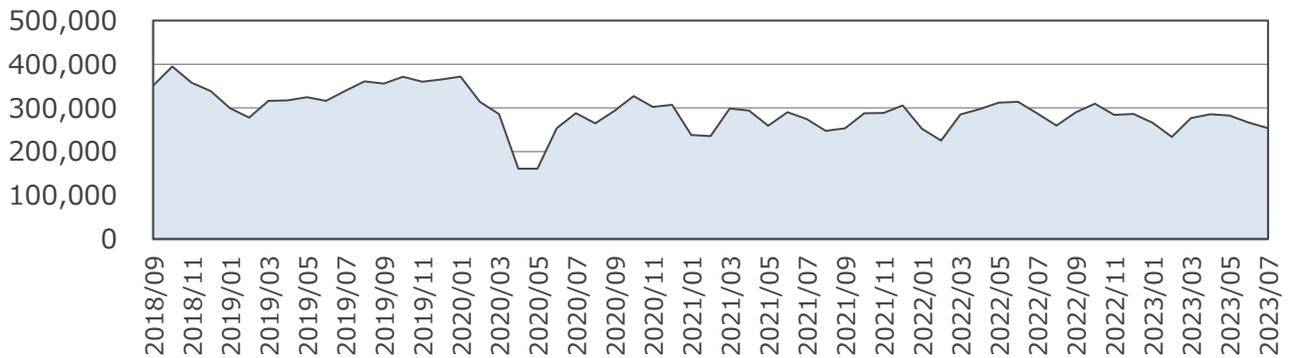
新型コロナウイルス以降、利用者はやや低下していますが、その後は横ばいの利用となっています。訪問者の居住地では、柏市が最も多く約 129 万人(2022 年 8 月 16 日～2023 年 8 月 15 日の累計)となっています。次いで流山市の約 25 万人となっています。

30 代・40 代の利用が多く、休日よりも平日の利用が多くなっています。流山おおたかの森駅や、ららぽーと柏との同日利用が多い傾向です。

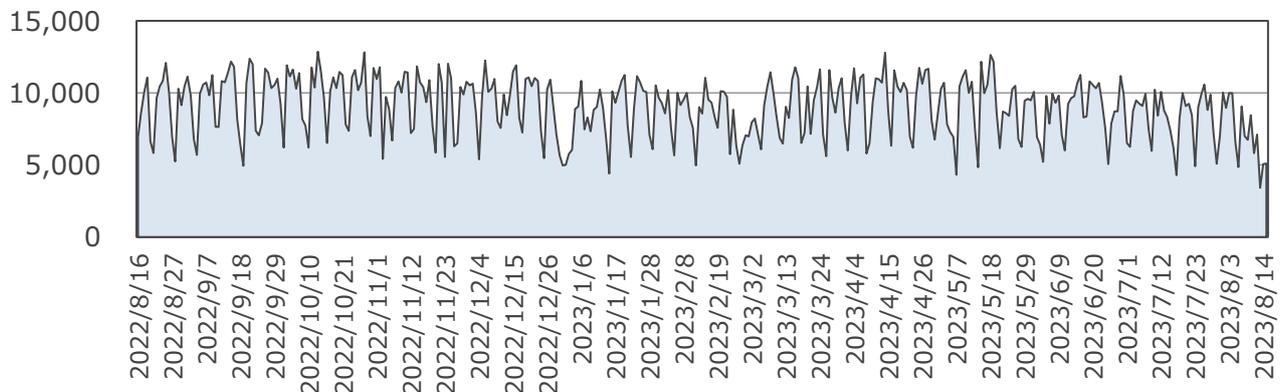
¹ 2022 年 8 月 16 日～2023 年 8 月 15 日の 1 年間の平均として、20 歳以上人口を推計。

■訪問者数の推移

月次推移（2018年9月～2023年7月）



年間推移（2022年8月16日～2023年8月15日）



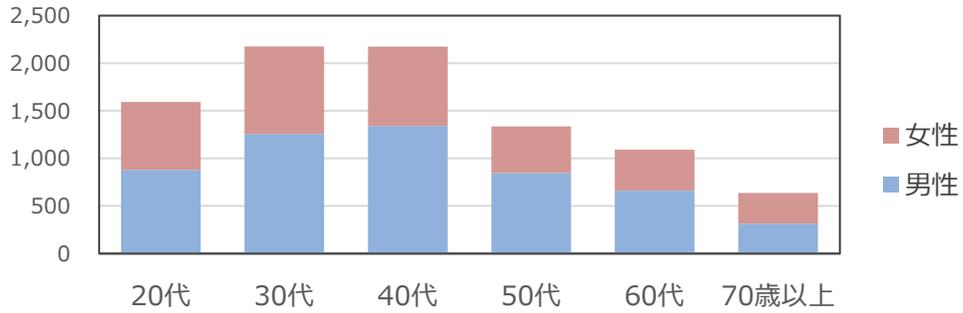
■訪問者の居住地（2022年8月16日～2023年8月15日の合計）²

市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)
柏市	1,294,400	8.2%	5.0
流山市	248,800	6.3%	3.7
つくば市	235,600	5.8%	24.8
守谷市	225,700	16.1%	6.0
松戸市	124,200	1.1%	10.6
つくばみらい市	120,700	12.3%	12.7
足立区	108,200	0.5%	19.2
野田市	70,200	2.0%	16.0
取手市	58,300	2.0%	10.7
三郷市	42,500	1.5%	10.6
上記以外	756,800	—	—

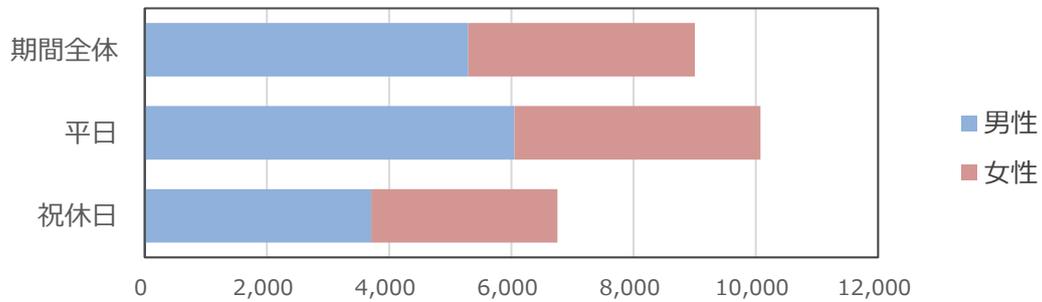
² 獲得比率は各市の人口に対する訪問者(ユニークユーザー)の割合を示す

■訪問者の属性 (2022年8月16日～2023年8月15日の平均 1日当たり)

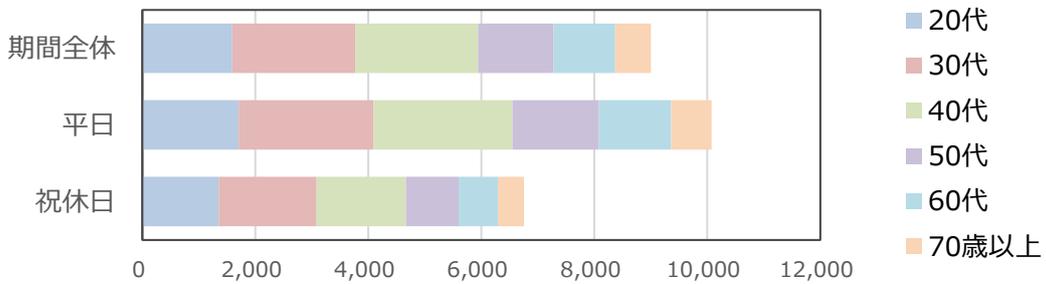
年代×性別



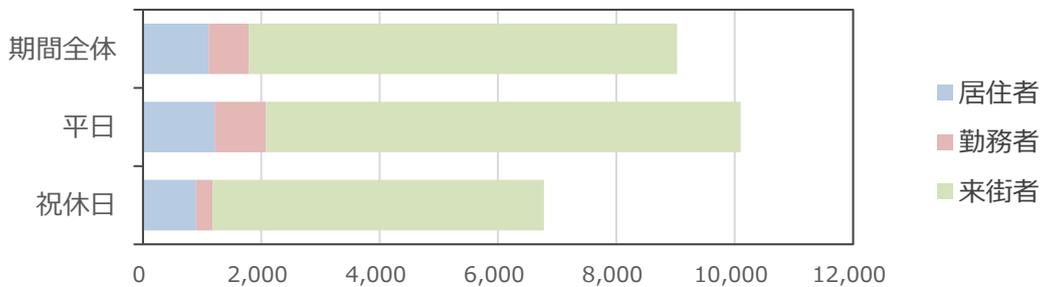
性別



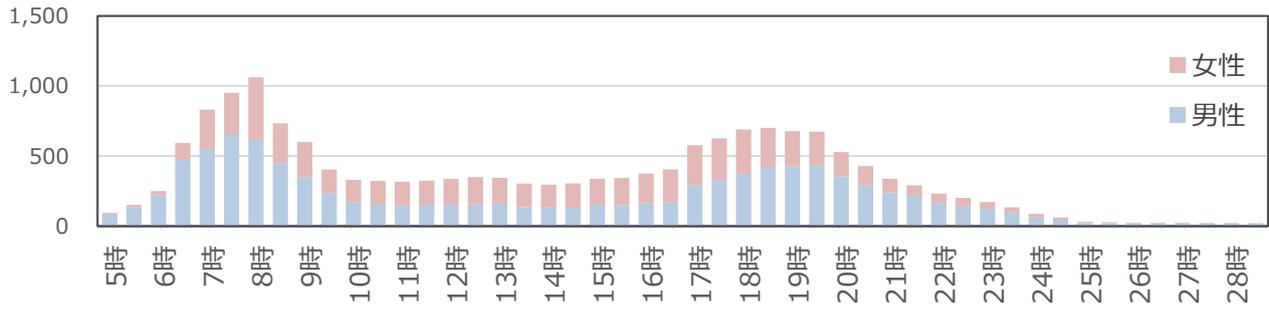
年代別



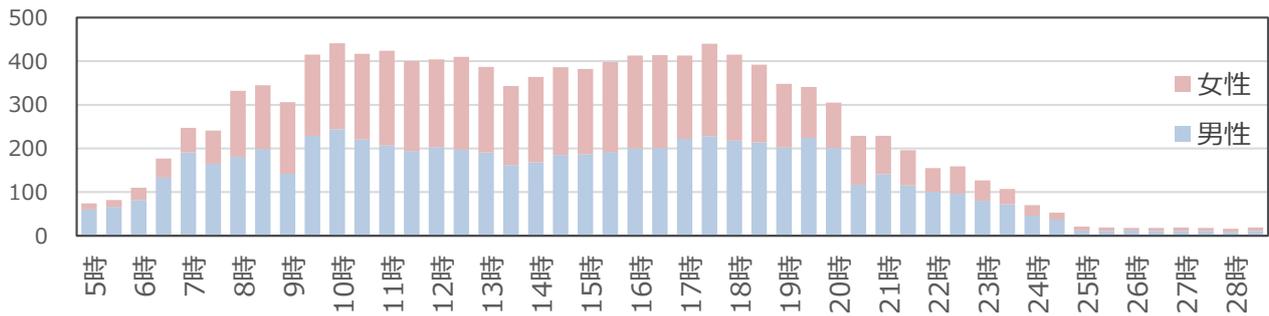
居住者/勤務者/来街者別



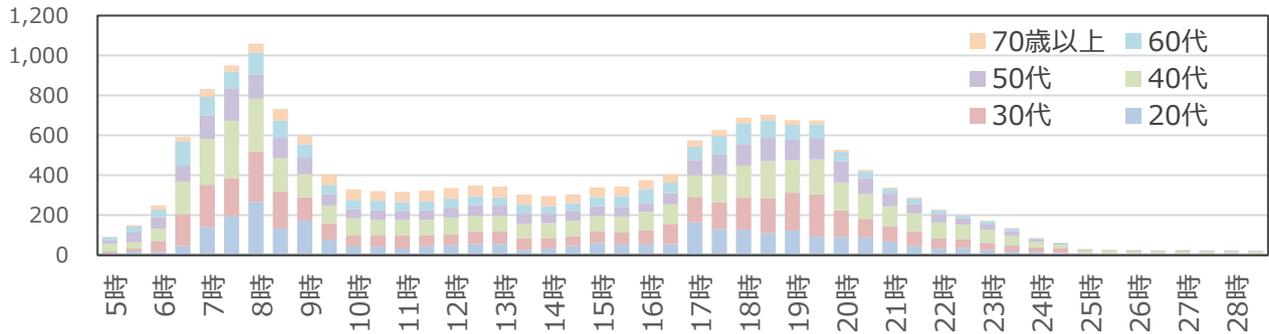
時間帯別×性別（平日）



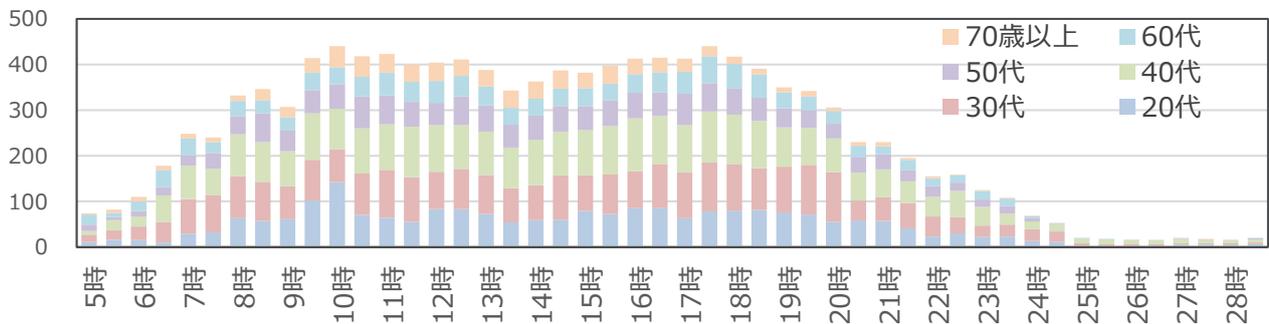
時間帯別×性別（祝休日）



時間帯別×年代別（平日）



時間帯別×年代別（祝休日）



■主要施設間の移動³

柏の葉キャンパス駅と各種主要施設との同日利用

(2022年8月16日～2023年8月15日の平均 1日当たり)

	平日	祝休日	全体
柏駅	100	80	90
柏の葉キャンパス駅	-	-	-
柏たなか駅	430	270	380
北柏駅	10	10	10
南柏駅	10	10	10
新柏駅	10	10	10
我孫子駅	20	20	20
流山おおたかの森駅	2,400	1,620	2,150
三協フロンテア柏スタジアム	0	0	0
あけぼの山	0	0	0
道の駅しょうなん	0	0	0
手賀沼フィッシングセンター	0	0	0
旧吉田家住宅歴史公園	0	0	0
布施弁天	0	0	0
旧手賀教会堂	0	0	0
かしわで	0	0	0
RECAMP	0	0	0
柏ふるさと公園	0	0	0
北柏ふるさと公園	0	0	0
柏の葉公園	200	250	220
KASHIWANOHA T-SITE	80	140	100
こんぶくろ池	80	70	70
イオンモール柏	20	20	20
ららぽーと柏	2,540	2,630	2,570
アリオ柏	10	380	130

³ 当該施設と各種主要施設を同日に利用した20歳以上人口を推計

あけぼの山の人流分析

■調査対象

○あけぼの山の人流分析を行いました。ここでは、あけぼの山の形にエリアを設定し分析を行いました。

■利用状況

○1日平均利用者：1200人（平日：1000人・休日：1700人）¹

○特徴

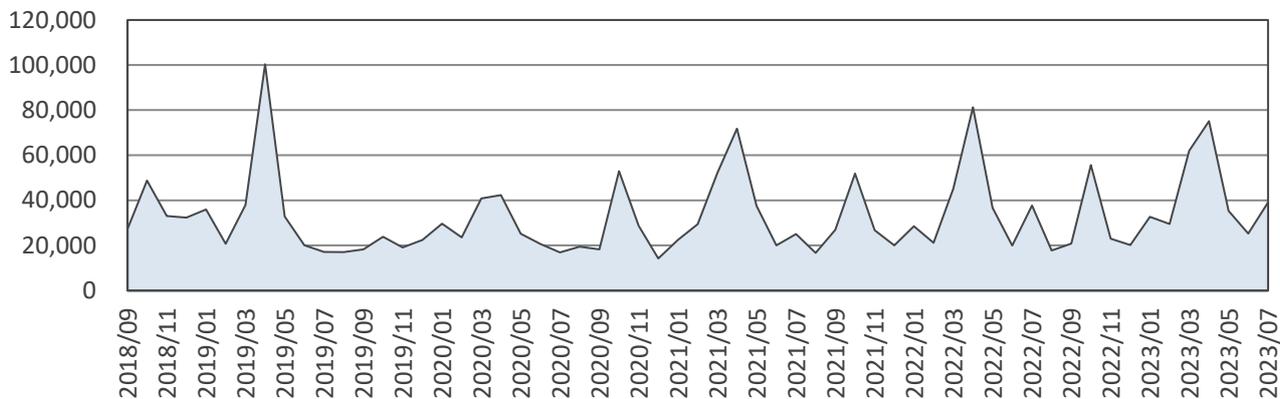
チューリップが見頃の3月~5月、コスモスが見頃の9月~11月に来訪者が増える傾向です。他の時期はほぼ同程度の来訪者です。訪問者の居住地では、柏市が最も多く約21万人となっています。次いで我孫子市となっています。

70歳以上の利用が最も多く、平日よりも休日の利用が多くなっています。施設が隣り合っている布施弁天との同日利用が多い傾向です。

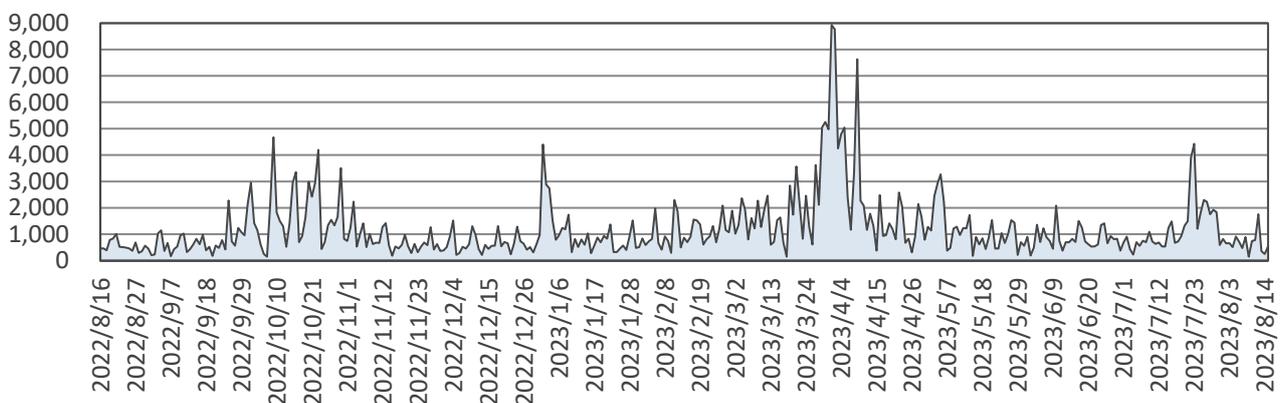
¹ 2022年8月16日~2023年8月15日の1年間の平均として、20歳以上人口を推計。

■ 訪問者数の推移

月次推移（2018年9月～2023年7月）



年間推移（2022年8月16日～2023年8月15日）



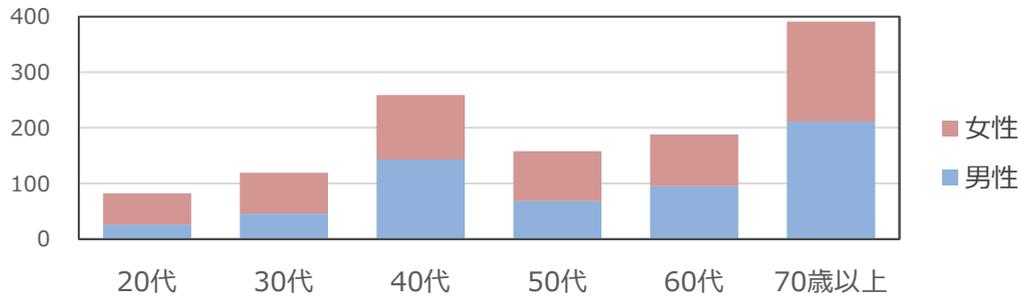
■ 訪問者の居住地（2022年8月16日～2023年8月15日の合計）²

市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)
柏市	213,947	2.4%	4.6
我孫子市	53,706	2.8%	5.7
松戸市	22,364	0.4%	12.5
流山市	20,223	1.0%	8.3
野田市	13,292	0.8%	18.9
取手市	12,072	1.0%	5.9
船橋市	7,335	0.1%	18.5
守谷市	6,237	0.9%	5.7
市川市	5,022	0.1%	21.6
龍ヶ崎市	4,363	0.4%	19.5
上記以外	78,713	-	-

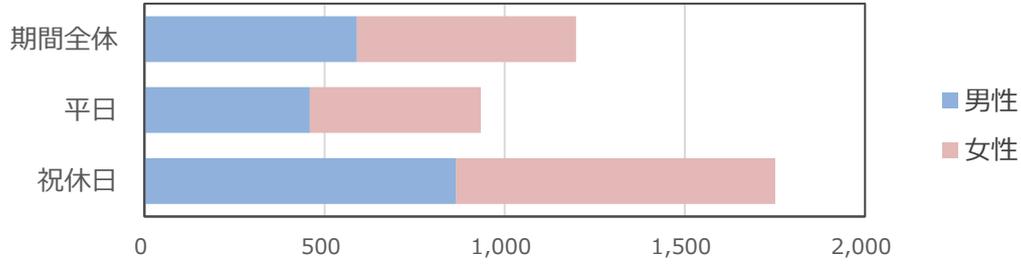
² 獲得比率は各市の人口に対する訪問者(ユニークユーザー)の割合を示す

■ 訪問者の属性 (2022年8月16日～2023年8月15日の平均 1日当たり)

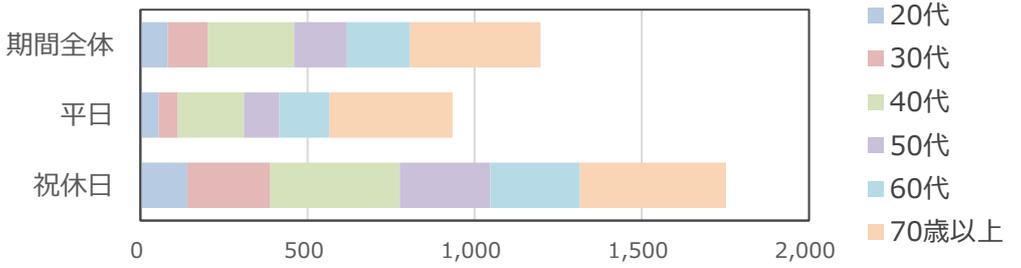
年代×性別



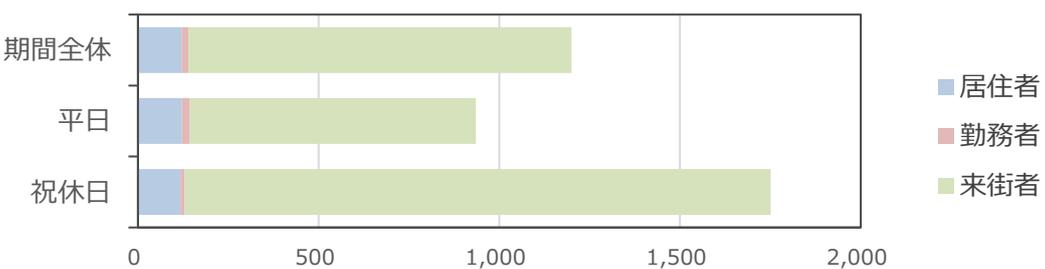
性別



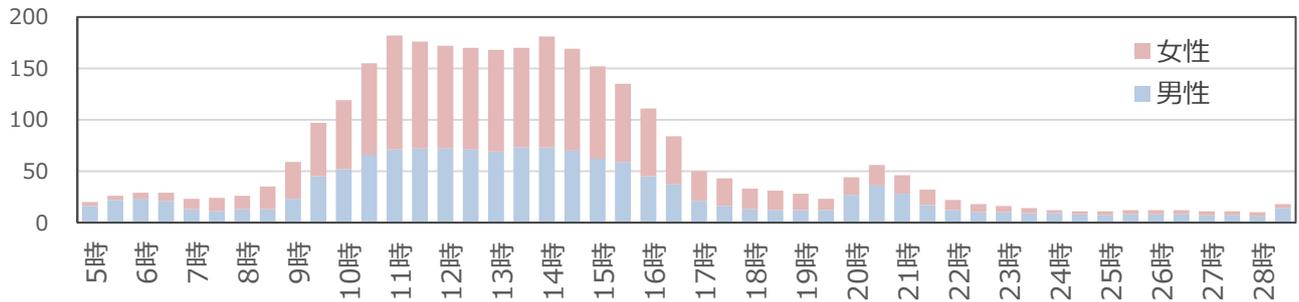
年代別



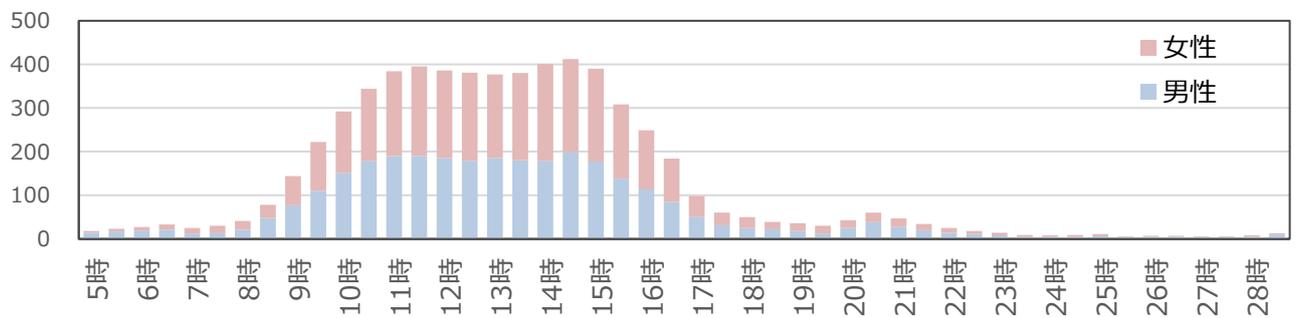
居住者/勤務者/来街者別



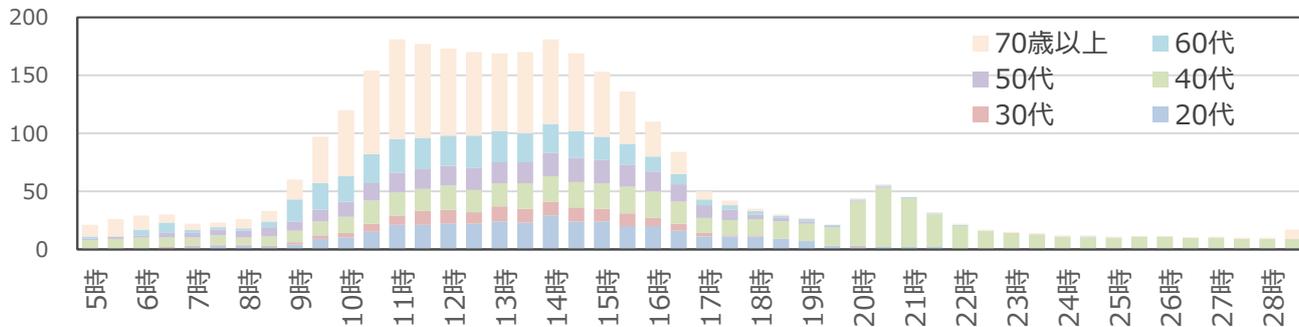
時間帯別×性別（平日）



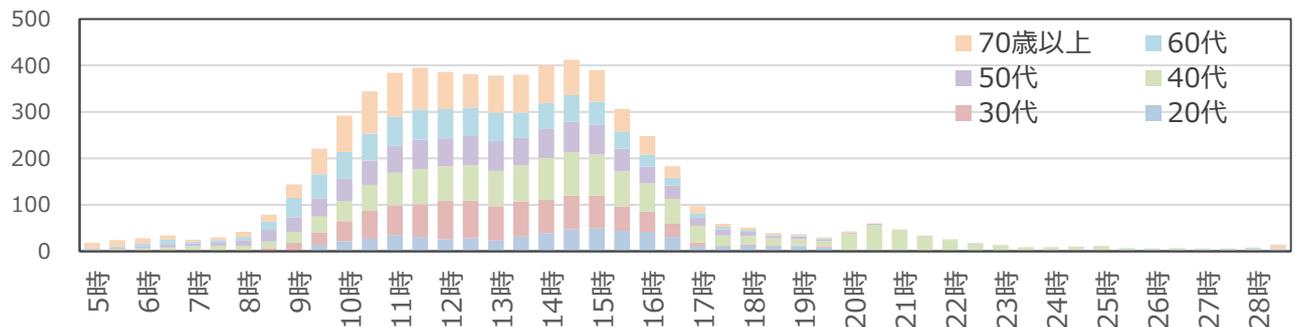
時間帯別×性別（祝休日）



時間帯別×年代別（平日）



時間帯別×年代別（祝休日）



■主要施設間の移動³

あけぼの山と各種主要施設との同日利用

(2022年8月16日～2023年8月15日の平均 1日当たり)

	平日	祝休日	全体
柏駅	10	20	10
柏の葉キャンパス駅	0	0	0
柏たなか駅	0	0	0
北柏駅	0	0	0
南柏駅	0	0	0
新柏駅	0	0	0
我孫子駅	20	50	30
流山おおたかの森駅	0	0	0
三協フロンテア柏スタジアム	0	0	0
あけぼの山	-	-	-
道の駅しょうなん	30	50	40
手賀沼フィッシングセンター	0	0	0
旧吉田家住宅歴史公園	0	0	0
布施弁天	150	270	190
旧手賀教会堂	0	0	0
かしわで	0	0	0
RECAMP	0	0	0
柏ふるさと公園	0	0	0
北柏ふるさと公園	0	10	0
柏の葉公園	0	20	10
KASHIWANOHA T-SITE	0	10	0
こんぶくろ池	0	0	0
イオンモール柏	10	20	10
ららぽーと柏	10	30	20
アリオ柏	20	40	30

³ 当該施設と各種主要施設を同日に利用した20歳以上人口を推計

道の駅しょうなんの人流分析

■調査対象

○道の駅しょうなんの人流分析を行いました。ここでは、道の駅しょうなん（駐車場を含む）の形にエリアを設定し分析を行いました。ここでは、道の駅の営業時間に合わせて9:00～18:00の人流を分析しています。

■利用状況

○1日平均利用者：3300人（平日：2700人・休日：4500人）¹

○特徴

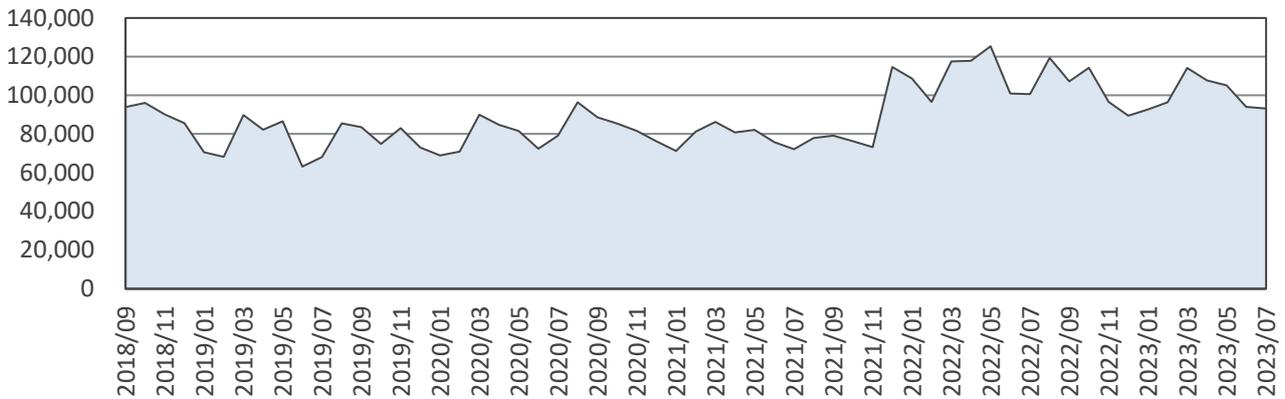
新設棟がオープンした2021年の12月を境に利用者数が増加しています。月ごとの来訪者数では、オープン前は6万～10万人でしたが、オープン後は10万人を超える月が増えています。また、地域型の買い物施設もあり、新型コロナウイルスの流行があまり多くない傾向が示されています。来訪者の居住地では、柏市が最も多く約27万人となっています。次いで我孫子市となっています。

40代から70歳以上の利用が多く、平日よりも休日の利用が多くなっています。アリオ柏との同日利用が多い傾向です。

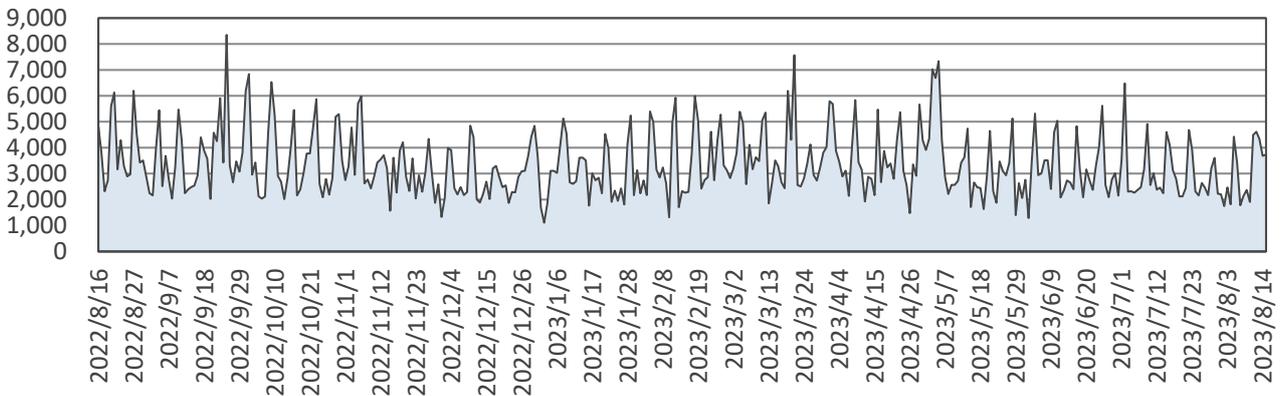
¹ 2022年8月16日～2023年8月15日の1年間の平均として、20歳以上人口を推計。

■ 訪問者数の推移

月次推移（2018年9月～2023年7月）



年間推移（2022年8月16日～2023年8月15日）



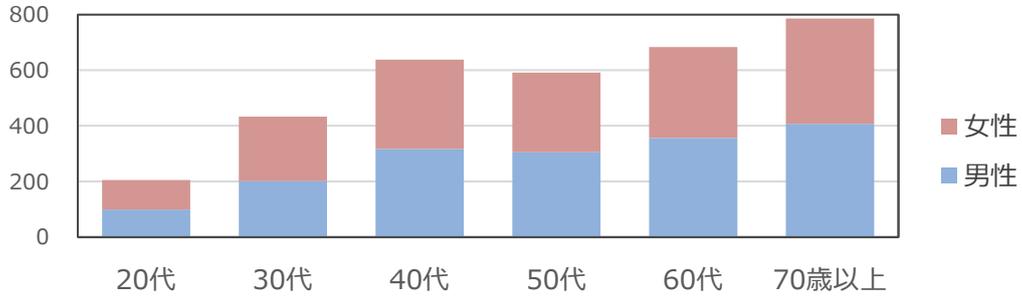
■ 訪問者の居住地（2022年8月16日～2023年8月15日の合計）²

市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)
柏市	266,772	4.2%	3.1
我孫子市	88,902	4.8%	3.6
松戸市	63,882	1.1%	9.8
船橋市	35,176	0.5%	14.0
流山市	29,428	1.3%	9.5
取手市	21,955	1.6%	7.4
鎌ヶ谷市	16,058	1.2%	9.9
野田市	15,760	0.9%	23.1
市川市	15,474	0.3%	18.1
葛飾区	13,433	0.2%	19.3
上記以外	262,738	-	-

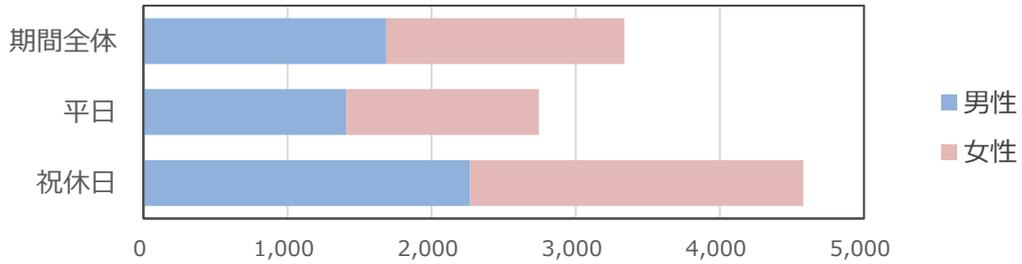
² 獲得比率は各市の人口に対する訪問者(ユニークユーザー)の割合を示す

■訪問者の属性 (2022年8月16日～2023年8月15日の平均 1日当たり)

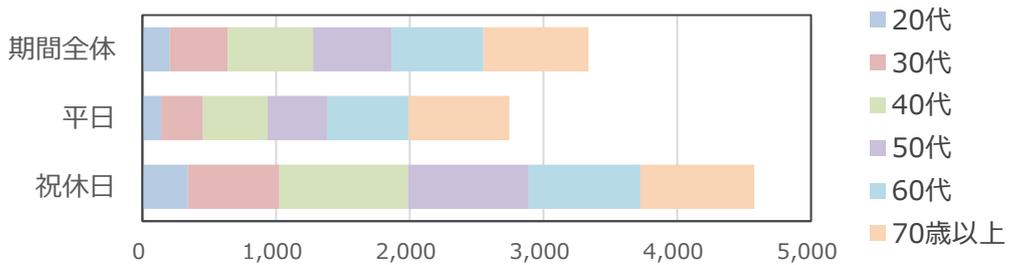
年代×性別



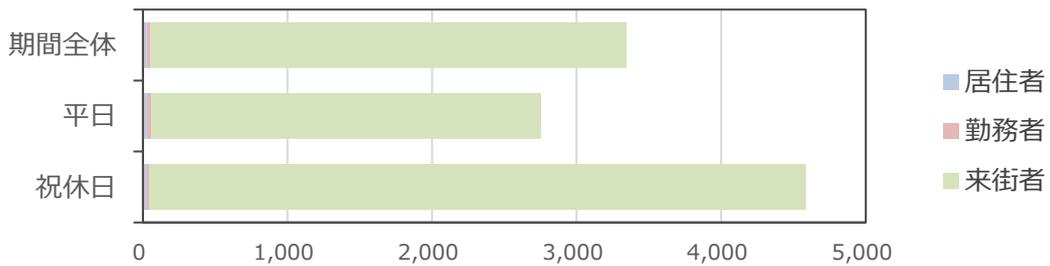
性別



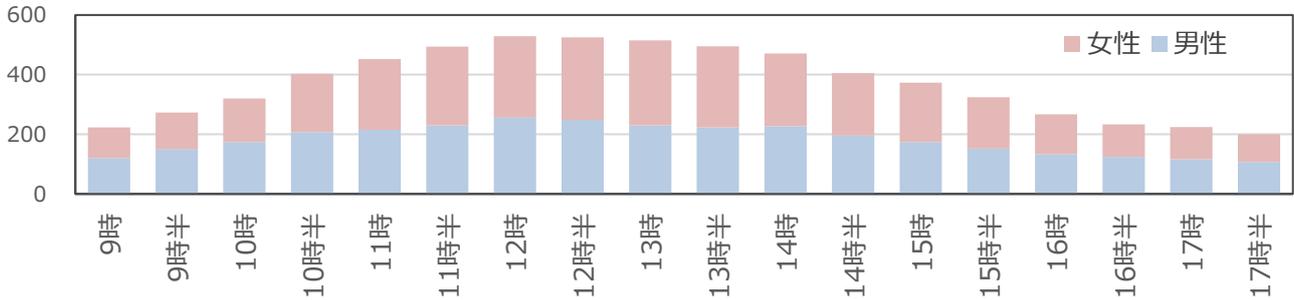
年代別



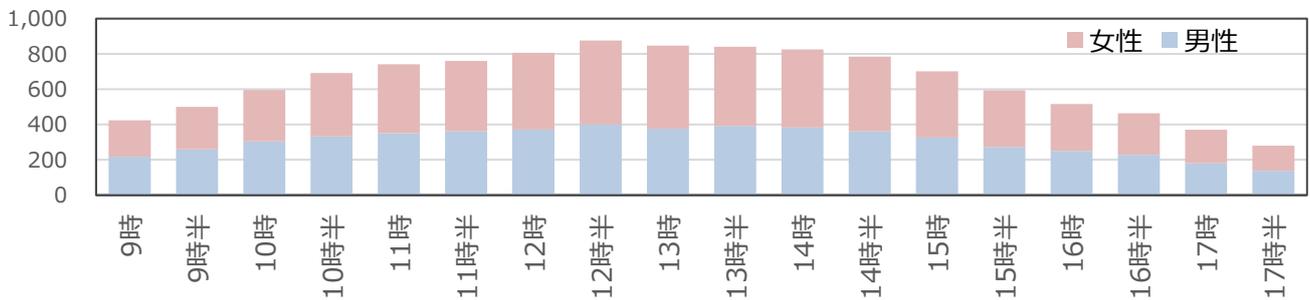
居住者/勤務者/来街者別



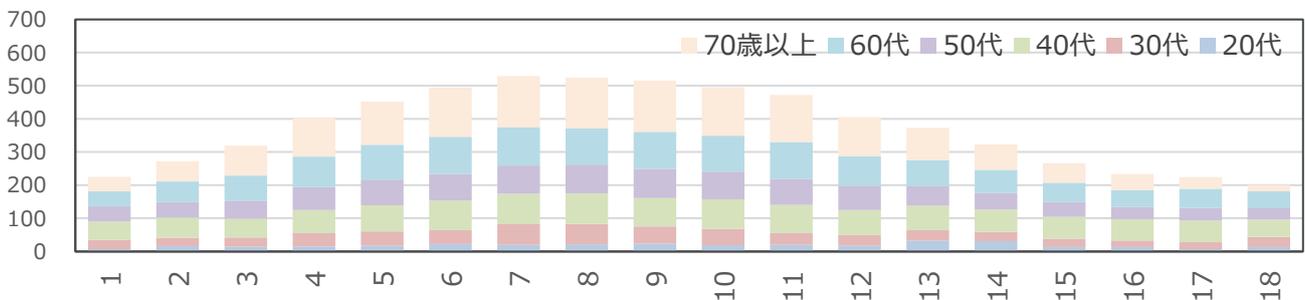
時間帯別×性別（平日）



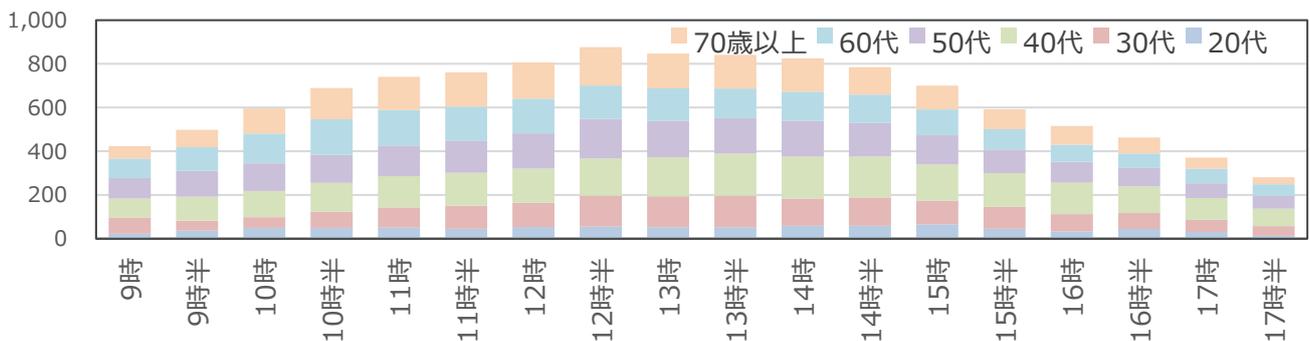
時間帯別×性別（祝休日）



時間帯別×年代別（平日）



時間帯別×年代別（祝休日）



■主要施設間の移動³

道の駅しょうなんと各種主要施設との同日利用

(2022年8月16日～2023年8月15日の平均 1日当たり)

	平日	祝休日	全体
柏駅	30	40	30
柏の葉キャンパス駅	0	0	0
柏たなか駅	0	0	0
北柏駅	0	10	0
南柏駅	0	10	10
新柏駅	0	0	0
我孫子駅	40	70	50
流山おおたかの森駅	0	10	10
三協フロンテア柏スタジアム	0	0	0
あけぼの山	30	50	40
道の駅しょうなん	-	-	-
手賀沼フィッシングセンター	20	70	40
旧吉田家住宅歴史公園	0	0	0
布施弁天	10	10	10
旧手賀教会堂	0	0	0
かしわで	10	10	10
RECAMP	0	10	0
柏ふるさと公園	40	70	50
北柏ふるさと公園	30	50	40
柏の葉公園	10	20	10
KASHIWANOHA T-SITE	10	20	10
こんぶくろ池	0	0	0
イオンモール柏	30	50	40
ららぽーと柏	20	40	30
アリオ柏	230	370	280

³ 当該施設と各種主要施設を同日に利用した20歳以上人口を推計

アンケート調査分析

■分析の目的

○柏市の各種観光資源の利用に関する意識を把握することで、今後の柏市の観光政策に生かすことを目的としています。

■分析の方法

○各観光資源の訪問者や周辺住民に対してアンケート調査を実施しました。調査の目的や特性に応じ、WEBアンケートと紙面によるアンケートを行っております。

■分析対象

○分析の対象として、[柏市中心市街地][柏市中心市街地(夜間)][Jリーグ観戦者][柏の葉][道の駅しょうなん周辺住民][道の駅しょうなん訪問者][あけぼの山][手賀沼・大堀川周辺住民]としました。

各アンケート調査の概要を以下に示します。

調査対象	調査期間	調査対象	調査方法	有効回答
中心市街地	7月5日(水)～7月8日(日)	柏駅デッキ通過者	手渡しでの案内の配布・WEBでの回収	270票
中心市街地 (夜利用)	飲食店：7月26日(水)～8月25日(金) WEB：9月7日(木)～9月8日(金)	柏市内飲食店利用者 柏市中心市街地利用者	飲食店にWEB回答フォームのコード掲示 楽天インサイトによるWEB調査	333票
Jリーグ	6月24日(土)・7月8日(土) 8月12日(土)・8月26日(土) 9月2日(土)	柏駅東口・南口を 通過したJリーグ観戦者	手渡しでの案内の配布・WEBでの回収	ホーム：122票 アウェイ：190票
柏の葉	7月5日(水)～7月8日(日)	柏の葉キャンパス駅通過者	手渡しでの案内の配布・WEBでの回収	316票
道の駅周辺住民	8月1日(火)	柏市箕輪、岩井、鷲野谷、 手賀の杜1～3丁目の居住者	郵便局による郵送配布・郵送回収	400票
道の駅利用者	7月29日(土)・7月30日(日) 8月3日(木)・8月4日(金)	道の駅しょうなん訪問者	手渡しでの案内の配布・WEBでの回収 手渡しでの調査票の配布・郵送回収	488票
あけぼの山	7月29日(土)・7月30日(日) 8月3日(木)・8月4日(金)	あけぼの山農業公園訪問者	手渡しでの案内の配布・WEBでの回収 手渡しでの調査票の配布・郵送回収	156票
手賀沼・大堀川 周辺住民	8月7日(月)	手賀沼・大堀川周辺居住者	ポストへの調査票の投函・郵送/WEB回収	423票

柏市中心市街地のアンケート結果

中心市街地での行動や意識について把握するため、アンケート調査を実施しました。

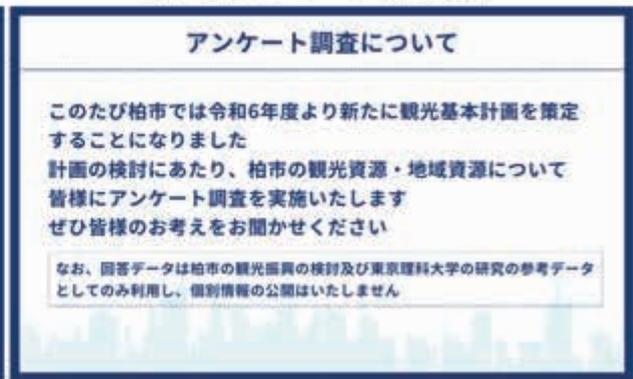
【アンケート概要】

配布日： 2023年7月5日(水)・7月6日(木)・7月7日(土)・7月8日(日)
配布場所： 柏駅東口ダブルデッキ・柏駅西口デッキ
対象者： 柏駅東口ダブルデッキ・柏駅西口デッキを通過した人
方法： 手渡しでの案内の配布・WEBでの回収
有効回答： 270票

配布したアンケート案内表面



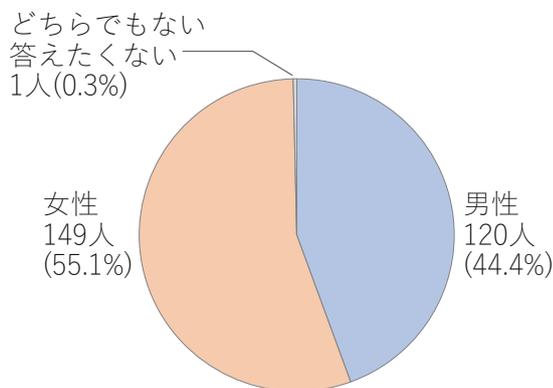
配布したアンケート案内裏面



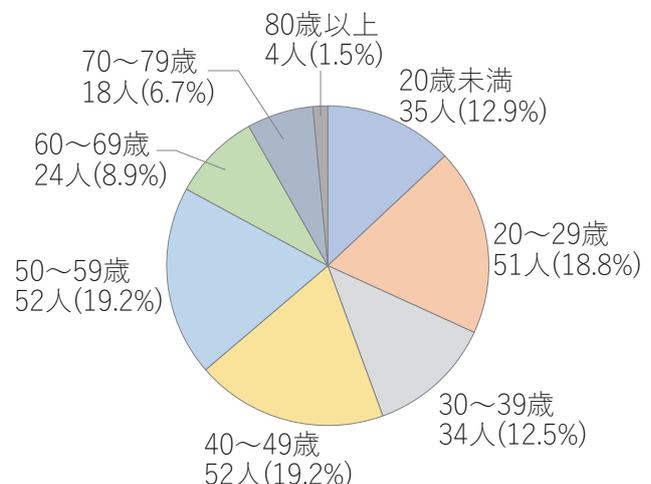
(1) 回答者の属性

回答票数 270 のうち、男性が 120 人(44.4%)となっております。WEB アンケートであることもあり、70 歳以上の回答が 8.2%とやや少ない傾向ですが、全体的に幅広い年代からの意見が収集できています。居住地も柏市と柏市外でおよそ半数となっております。

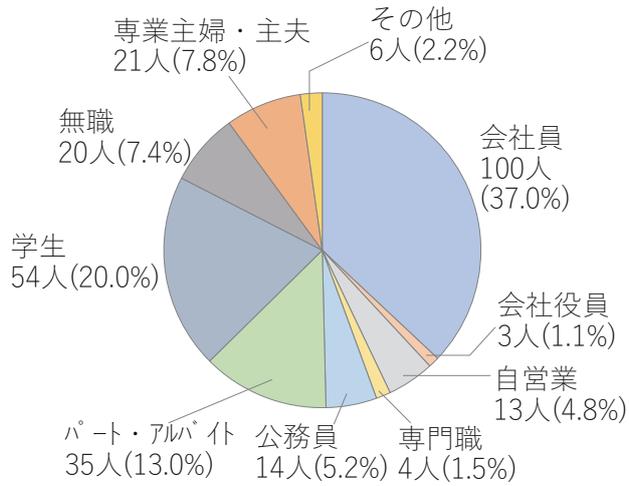
【性別】



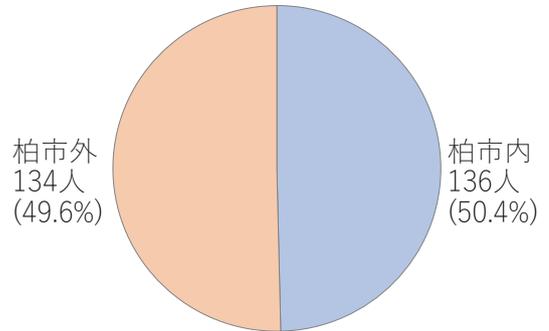
【年代】



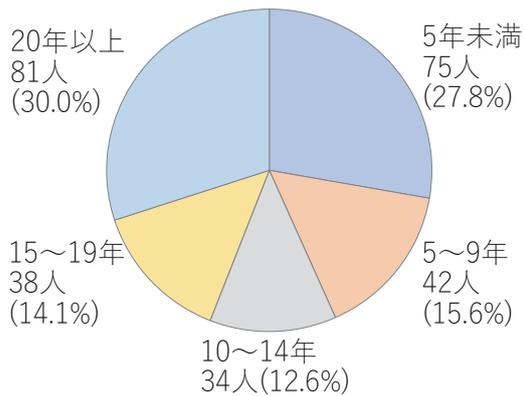
【職業】



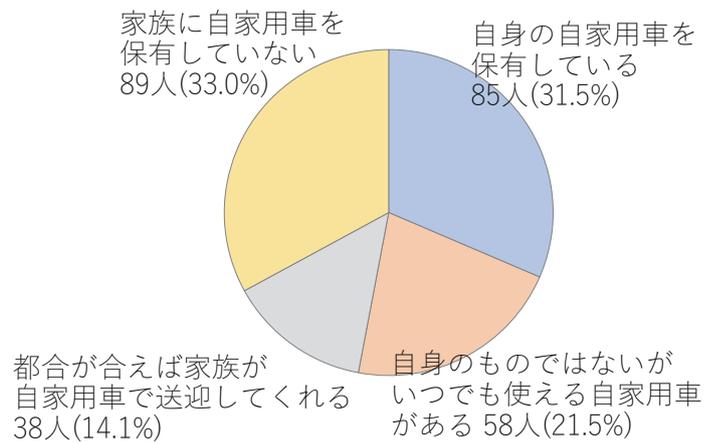
【居住地】



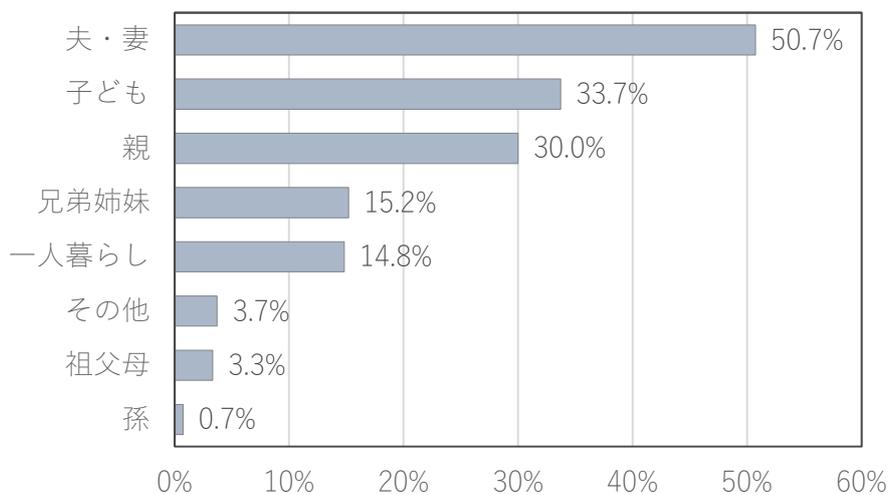
【現居住地の居住年数】



【自家用車の保有】



【家族構成】

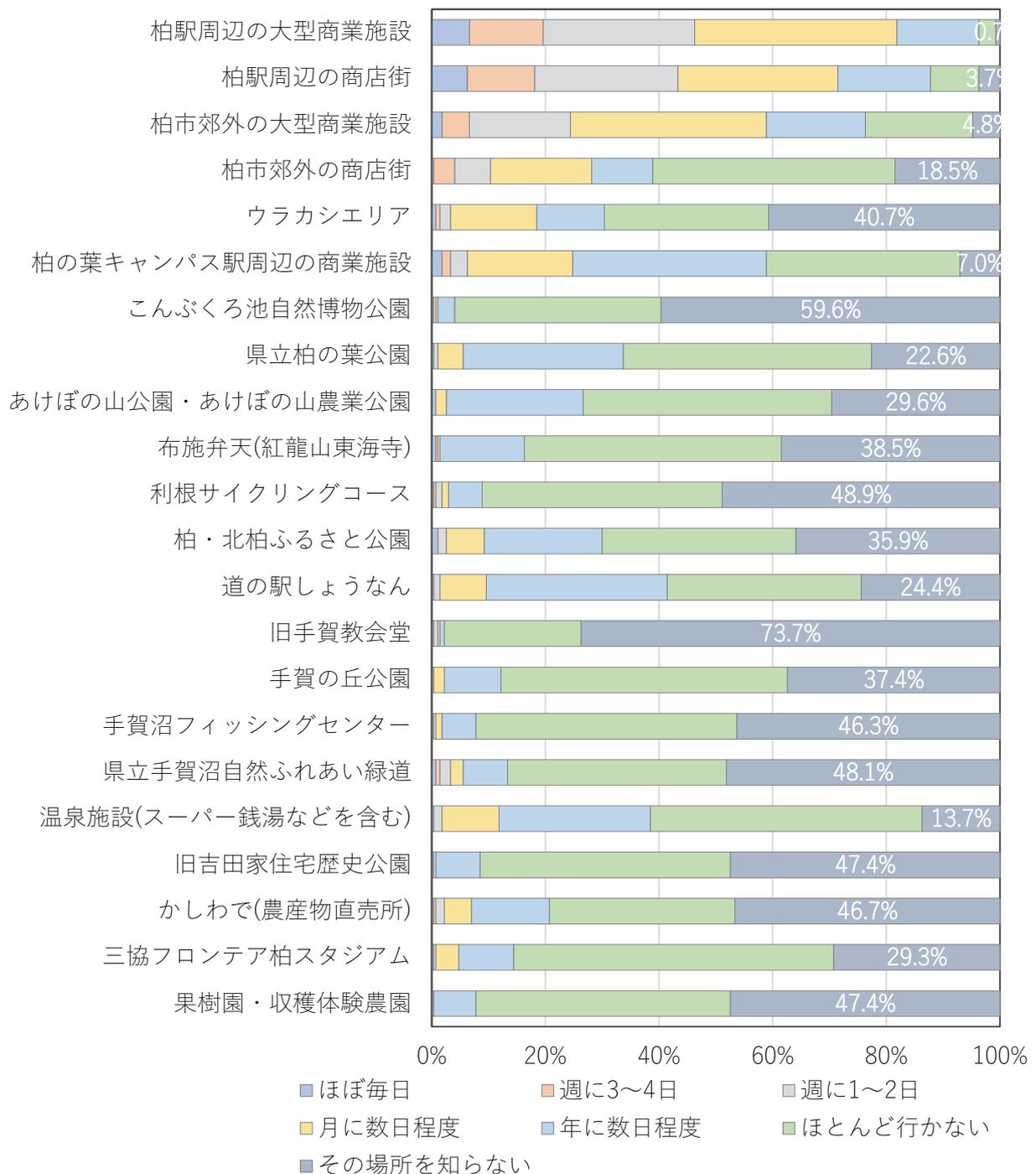


(2) 観光資源の利用頻度

●知られていない観光資源が多く存在

柏駅周辺の大型商業施設などの利用頻度が比較的高くなっております。その一方で「その場所を知らない」と回答される割合が高い観光資源も多く存在します。例えば「旧手賀教会堂」では73.7%、「こんぶくろ池自然博物公園」では59.6%が「その場所を知らない」と回答しています。観光資源の周知が課題といえます。

【観光資源の訪問頻度】



(3) おすすめの観光資源

●おすすめ観光スポットは多様であり、統一はされていない

おすすめの観光資源について3つまで質問しております。おすすめの観光資源について無回答もしくは「なし」と回答した人が66人(24.4%)となりました。商業施設や公園など多様なおすすめスポットが挙げられております。

おすすめスポット	回答数
高島屋	15
手賀沼	9
アリオ柏	8
三協フロンテア柏スタジアム	8
道の駅しょうなん	7
柏の葉エリア	7
あけぼの山	6
KASHIWANOHA T-SITE	5
大堀川	5
柏駅周辺	5
デッキ	4
ららぽーと柏の葉	4
柏駅周辺商業施設	4
柏・北柏ふるさと公園	4

おすすめスポット	回答数
イオンモール柏	3
ウラカシエリア	3
柏の葉公園	3
イトーヨーカドー柏店	2
スカイプラザ柏	2
リフレッシュプラザ柏	2
吉田家住宅	2
旧手賀教会堂	2
増尾城址公園	2
柏駅周辺飲食店	2
柏駅周辺商店街	2
布施弁天	2
流山おおたかの森	2
汽車ポッポ公園	2

○回答数が1のおすすめスポット

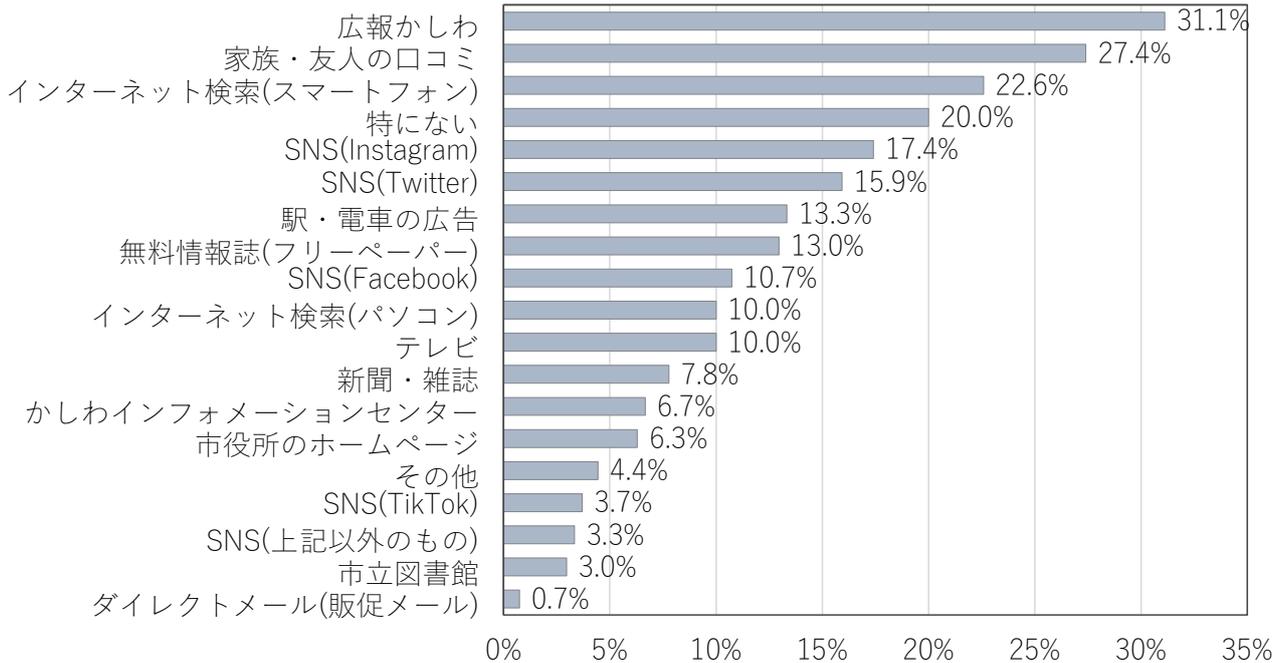
「16号柏インター近くのモツ屋」「2番街」「Athenae」「GLEEFUL COFFEE」「HUB」
「KIDSPRAYGROUND,ALLGOODGARDEN」「MODI」「VAT 館」「WOODMAN'S VILLAGE」「アクセスしやすい駅」「アンテナショップ daichi」「エクセルシオールカフェ(東口)」「エスカルゴ(カラオケ)」「おせし様板碑」「かけだし横丁」「かしわで」「かしわもち」「かしわ天」「キネマ旬報シアター」「グリュウ」
「サイゼリヤ」「ショッピングモール」「スペイン食堂フェスタマリオ」「そごう」「だるま」「デパート」「ドン」「キホーテ」「とんかつ瓢」「ハウディモール」「パレット」「ビストロえん」「ビックカメラ」「プリプリ」「ベッカーズ柏店」「ホワイト餃子」「ボンベイ」「マック3店舗」「マルイ」「ミナガワセレクト」「もうないかしわ」「モディ」「モラージュ柏」「ラーメン」「ラーメン屋」「ラーメン二郎 柏店」「ワールドカレンシーショップ柏」「一小通り」「飲食店」「駅ビル」「駅構内の商業施設」
「王道家」「王道家 柏店」「温泉」「花太郎」「旧柏飛行場を含む戦争遺構」「蕎麦屋 福本」「郷土資料展示室」「極楽湯」「銀座通り」「県民プラザ」「県立柏高校」「呼塚交差点」「広く東大キャンパス付近」「広幡八幡神宮」「弘誓院の梵鐘」「国道16号の柏IC付近」「国道16号線沿い」「三番街」「市内の百庚申」「篠籠田の三匹獅子舞」「手賀の丘公園」「駿台予備学校」「旬食酒手打蕎麦玉川」「商業施設」「松ヶ崎城跡 & その公園」「松葉町緑地」「沼南体育館」「沼南道の駅」「焼き鳥つかさ」「新星堂」「諏訪神社」「西光院」「大型スポーツ用品点」「達磨(居酒屋)」「中原防災公園」「長全寺」「東葛飾高校」「東急ハンズ」「東京大学柏の葉キャンパス」「南柏駅前」「南部クリーンセンター」「二番街」「柏プラネタリウム」「柏駅」「柏駅ビル」「柏銀座」「柏献血ルーム」「柏神社」「柏諏訪神社」「豊四季台商店街」「満天の湯」「名戸ヶ谷ビオトープ」「蒙古タンメン中本」「誉」「竜泉寺の湯」「鷲野谷地区」「廣幡八幡宮」

(4) 柏市における観光情報の入手先・柏市のイメージ

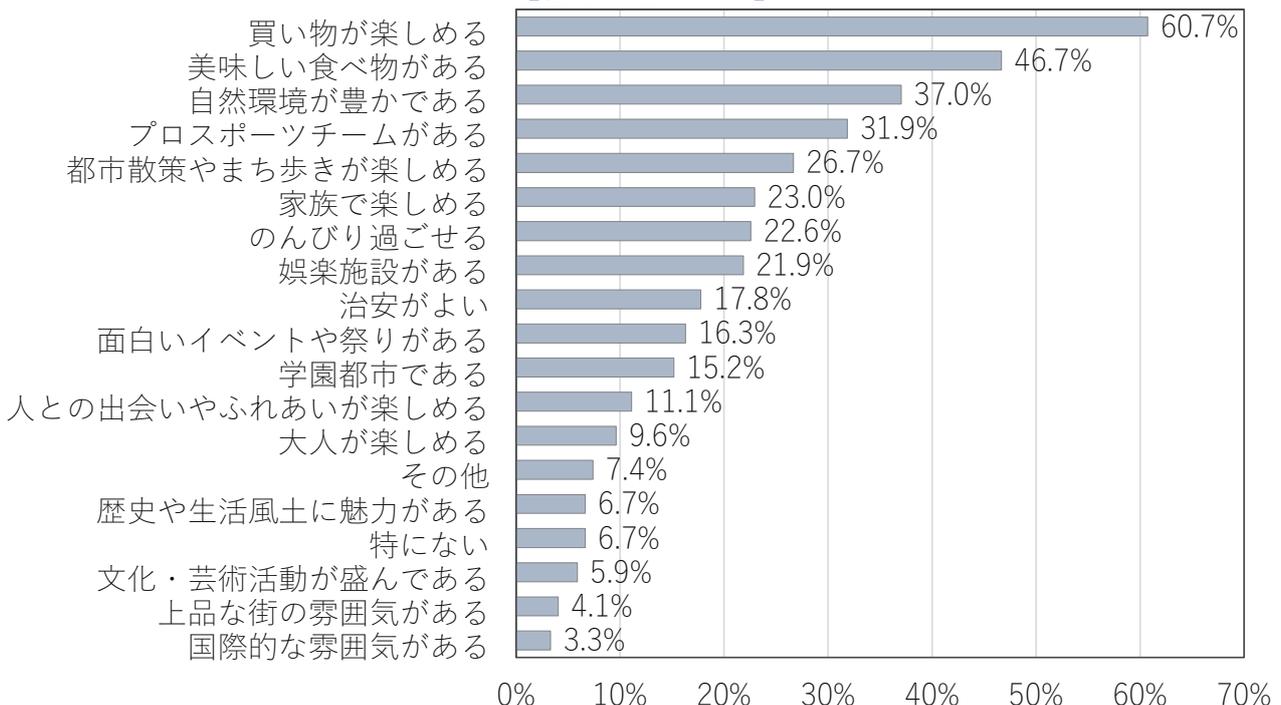
● SNS 等を生かして、駅前の商業・食と郊外の自然との2極化のイメージ戦略が必要

柏市民に全戸配布している「広報かしわ」による観光情報の入手が多い傾向です。また、スマートフォンによる検索や SNS も観光情報入手のツールとなっています。買い物や食に関するイメージが強い一方で、自然へのイメージも強く、柏駅前と郊外の自然との2極化したイメージが持たれています。

【観光情報の入手先】



【柏市のイメージ】

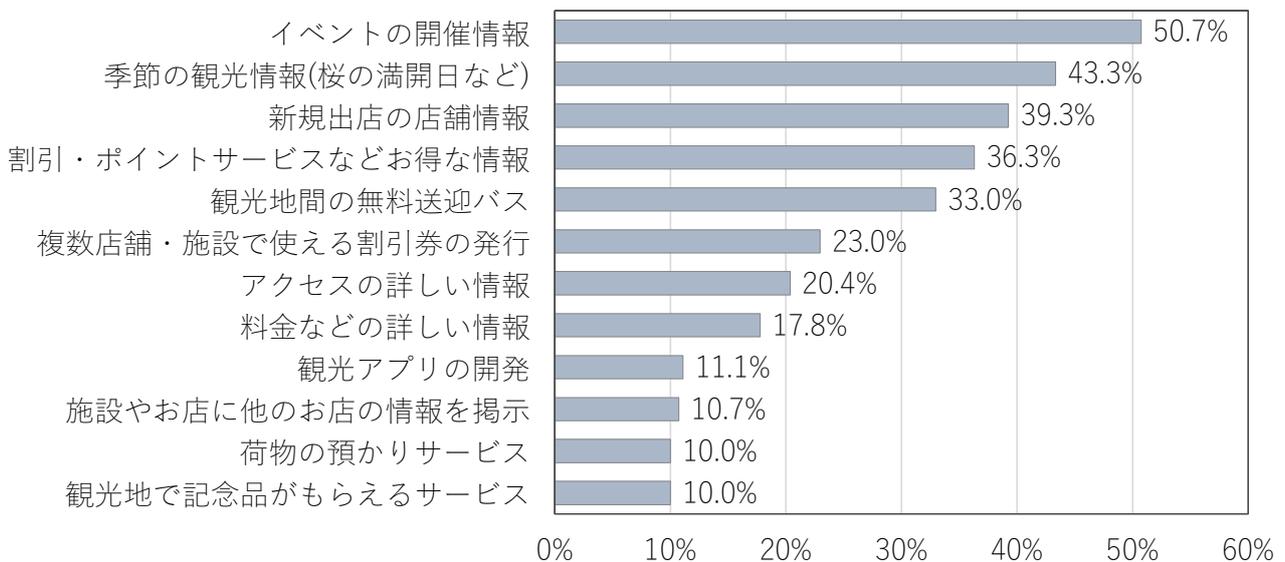


(5) 柏市の観光でほしい情報やサービス

●中心市街地でのイベント情報や、郊外の季節の自然情報の提供が必要

イベント開催情報が50.7%、や季節の観光情報が43.3%と多くなっています。その一方で「どんな情報やサービスがあっても行きたいと思わない」と回答している人も5.9%存在します。

【柏市の観光でほしい情報やサービス】

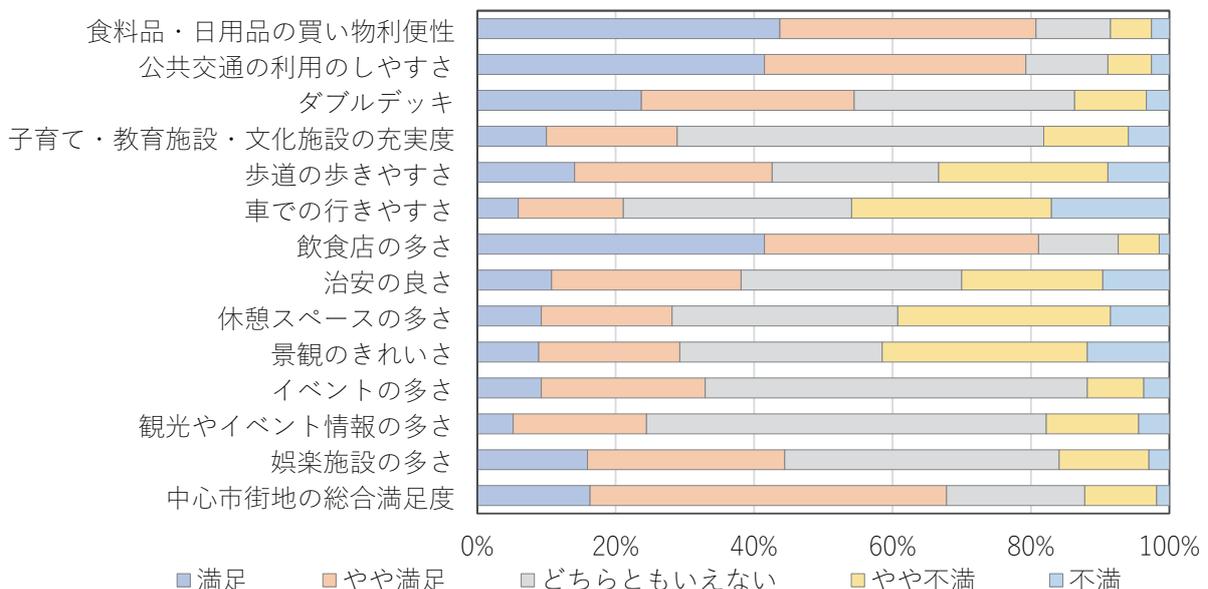


(6) 柏市中心市街地への満足度

●きれいな景観で来訪したくなる取り組みを、休憩スペース確保で長い滞在を

「食料品・日用品の買い物利便性」や「飲食店の多さ」、「公共交通の利用のしやすさ」の満足度が高い一方で、「車での行きやすさ」や「景観のきれいさ」「休憩スペースの大催」の満足度は高くない傾向です。

【柏市中心市街地の満足度】

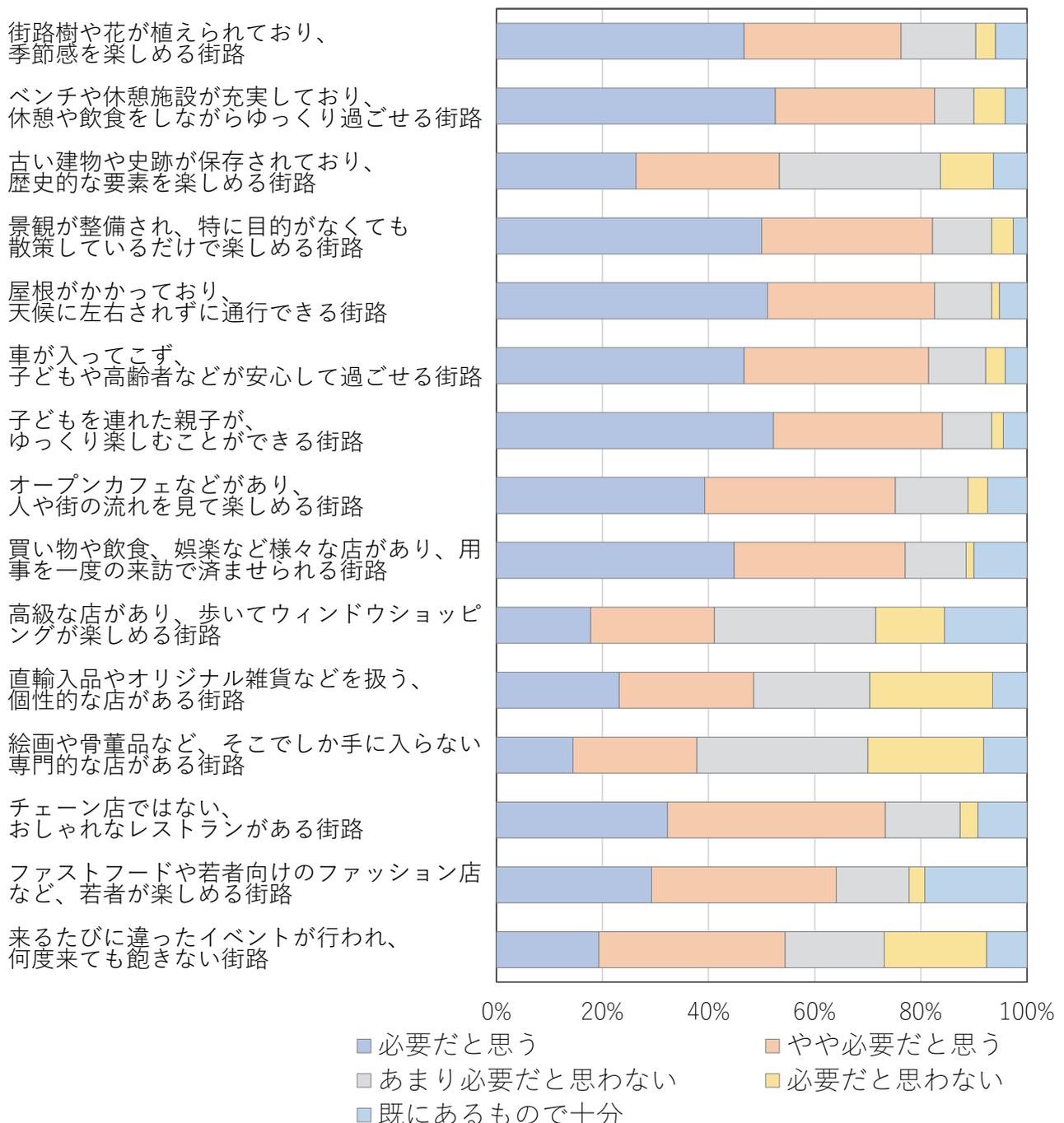


(7) 柏市中心市街地に必要だと思う街路

● 中心市街地でゆっくりと過ごせる街路設計が必要

「ベンチや休憩施設が充実しており、休憩や飲食をしながらゆっくり過ごせる街路」や「景観が整備され、特に目的がなくても散策しているだけで楽しめる街路」、「屋根がかかっており、天候に左右されずに通行できる街路」、「車が入ってこず、子どもや高齢者などが安心して過ごせる街路」「子どもを連れた親子がゆっくり楽しむことができる街路」などの回答割合が高くなっております。目的を果たすよりも、中心市街地にて過ごせる街路が求められていることが推測されます。

【柏市中心市街地に必要だと思う街路】

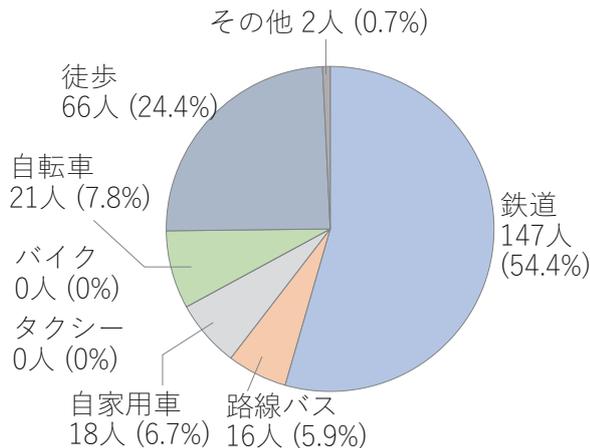


(8) 柏市中心市街地への来訪

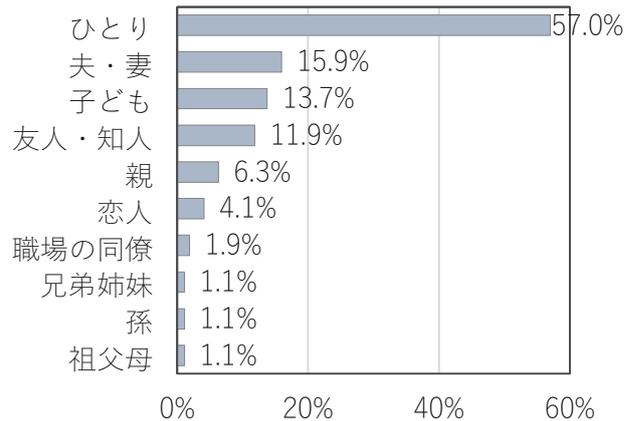
●ひとりで気軽に楽しめる中心市街地の設計が必要

中心市街地の来訪交通手段は「鉄道」が多く54.4%となっています。次いで「徒歩」の24.4%となっています。中心市街地へのひとりで来訪する人が多い傾向です。柏高島屋で買い物をする人が多い一方で、買い物をしない人も27.4%存在します。買い物金額では「1000～5000円」、飲食金額では「1000～2000円」が多くなっています。

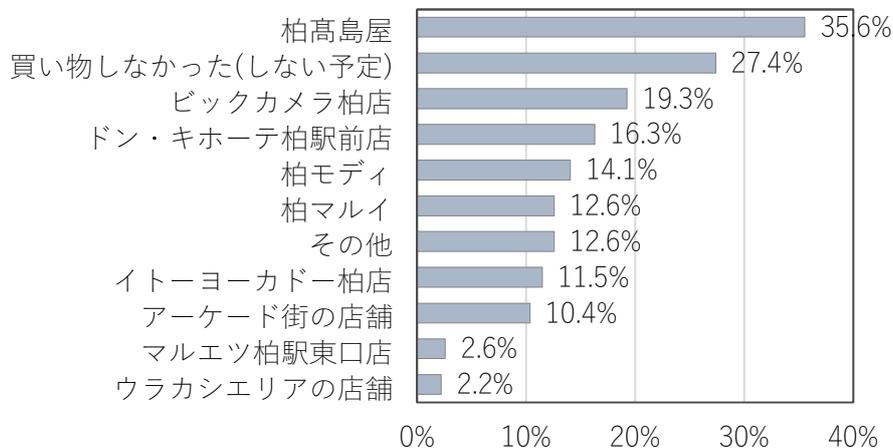
【中心市街地来訪の交通手段】



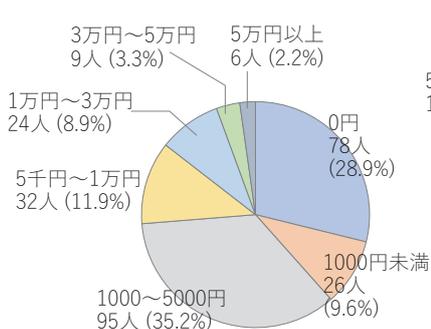
【中心市街地来訪の同行者】



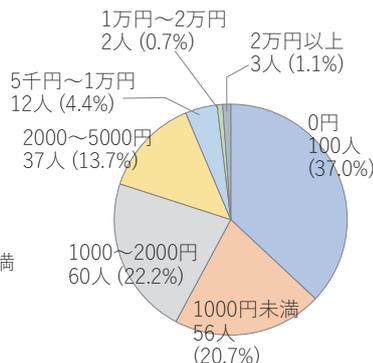
【中心市街地来訪時に買い物をした場所】



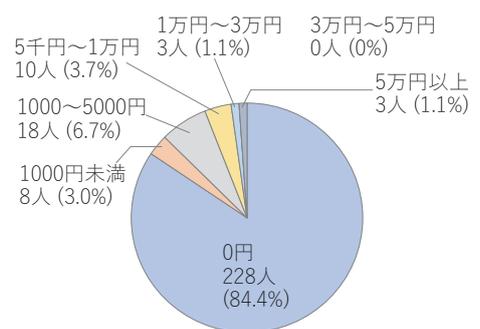
【買い物金額】



【飲食金額】



【美容関係金額】

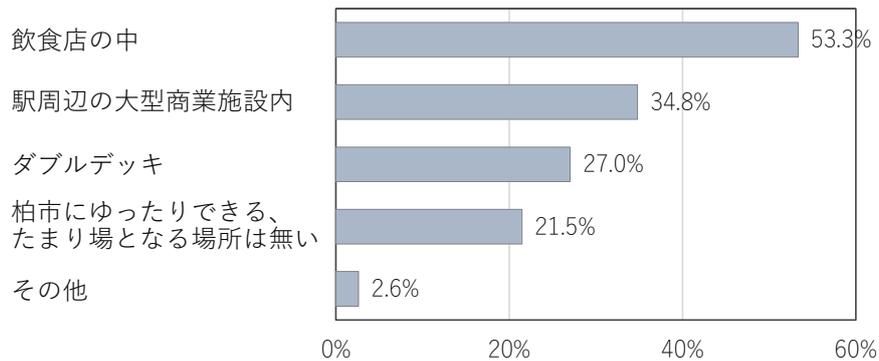


(9) 柏市中心市街地でゆったりと過ごせる場所

● ゆったりと過ごせる空間が必要

柏市中心市街地内において、ゆったりと過ごせる場所として「飲食店の中」や「駅周辺の大型商業施設内」が多く挙げられています。その一方で「柏市にゆったりできる、たまり場となる場所は無い」と回答した人が21.5%存在します。

【中心市街地でゆったりと過ごせる場所】



○その他で挙げられた意見

「そごう跡地のグリーンガーデン」「パレット柏」「dayone」「旧そごう再開発地域」「花太郎」

柏市中心市街地のアンケート結果

夜の中心市街地での行動や意識について把握するため、アンケート調査を実施しました。

【アンケート概要】

柏市内飲食店配布日：2023年7月26日(水)～約1か月間

ウェブアンケート実施日：2023年9月7日(木)・8日(金)

配布場所： あさひ通り、一小通り、銀座通り商店会に所属の飲食店・楽天インサイト

対象者： 柏市内飲食店利用者・柏の中心市街地を利用したことがある人(web)

方法： 店内にアンケート回答フォームに繋がるコードを配置・楽天インサイトに

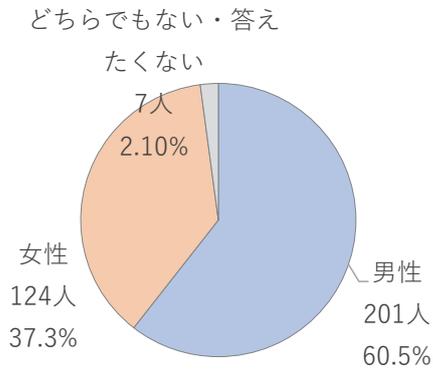
有効回答： 333票



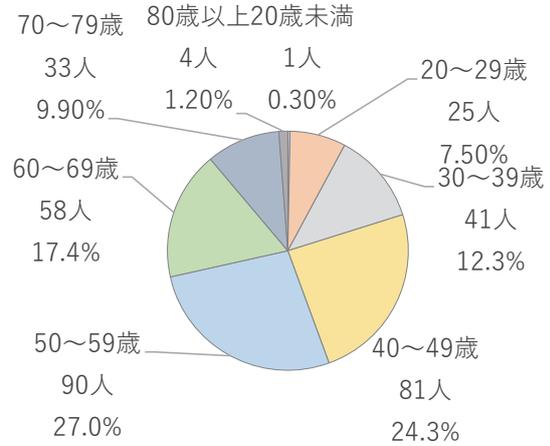
(1) 回答者の属性

回答票数 333 のうち、男性が 201 人(60.5%)となっております。WEB アンケートであることもあり、80 歳以上の回答が 1.2%と少なくなっていますが、幅広い年代からの意見が収集できております。居住地は柏市が 319 人(98.1%)と多くなっています。

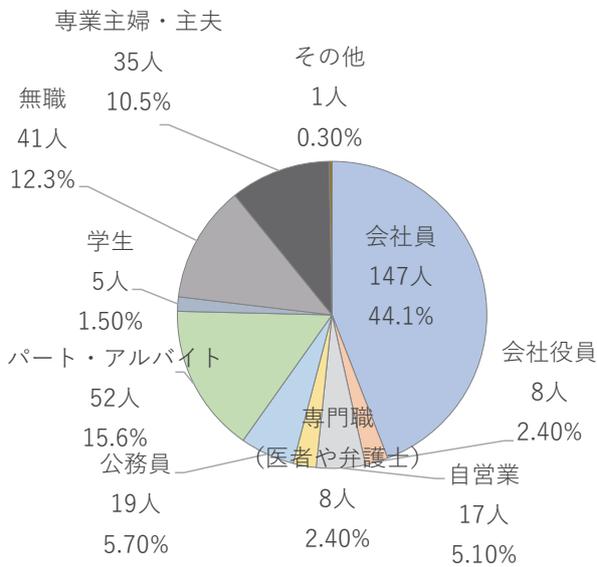
【性別】



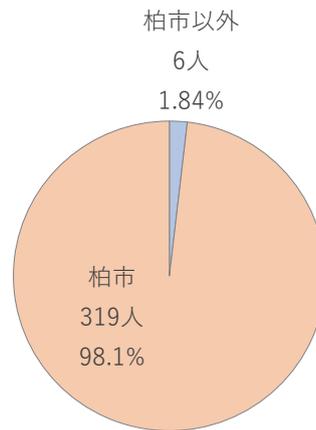
【年代】



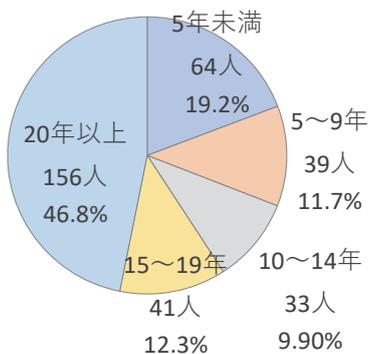
【職業】



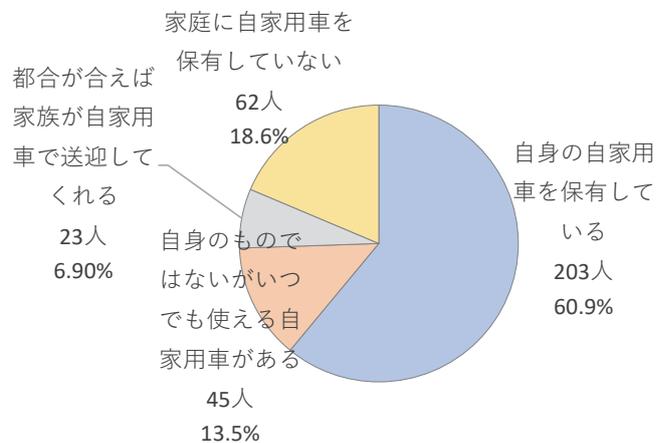
【居住地】



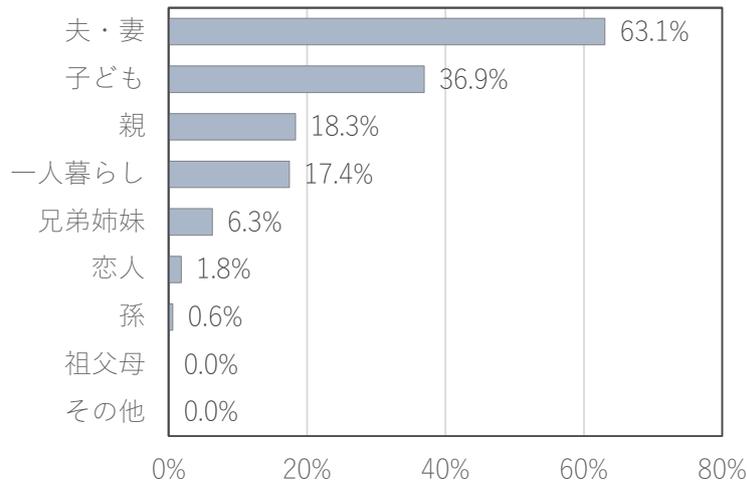
【現居住地の居住年数】



【自家用車の保有】



【家族構成】

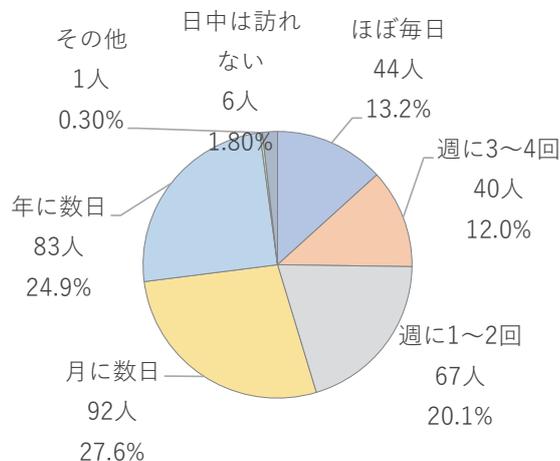


(2) 日中の柏市中心市街地に関して

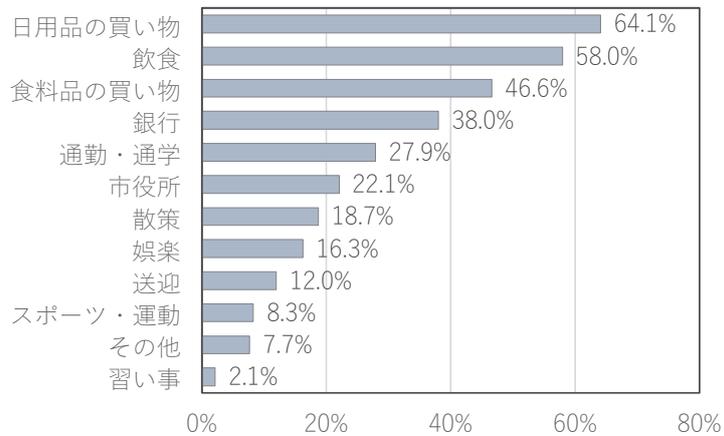
●買い物や飲食を目的に訪れる人が多い

月に数日、日中に柏市中心市街地に訪れるという回答が92人(27.6%)となっております。目的に着目すると、柏駅周辺で日用品・食料品の買い物・飲食をするという回答が多くなっています。目的のその他には「美容院」や「ネイルサロン」等、美容に関する回答がみられました。満足度について、「満足」「やや満足」という回答が197人(60.3%)と割合が高い一方で、「どちらでもない」の回答割合も101人(30.9%)と次に高いため、満足度を高める工夫が必要と言えます。

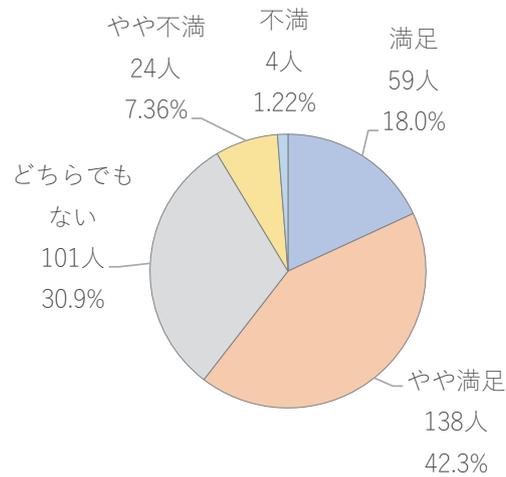
【日中に柏市中心市街地(柏駅周辺)を訪れる頻度】



【日中に柏市中心市街地(柏駅周辺)を訪れる目的】



【日中の柏市中心市街地(柏駅周辺)満足度】

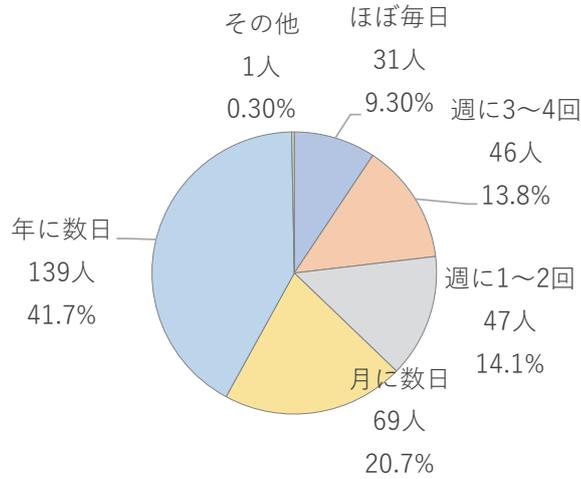


(3) 夜の柏市中心市街地に関して

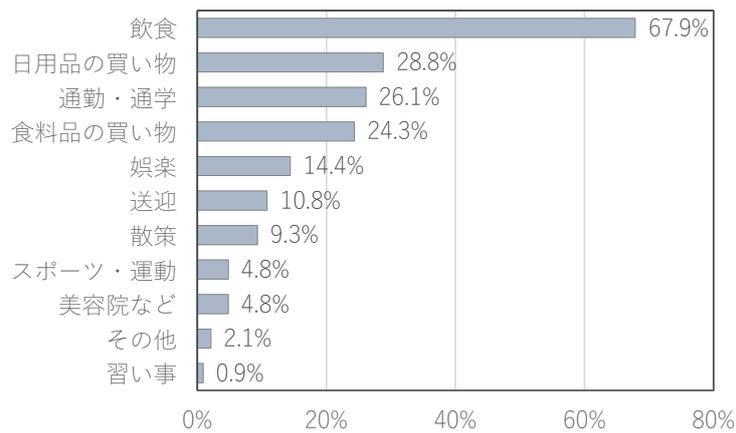
●夜の柏市中心市街地満足度は日中に比べて若干低い

夜の柏市中心市街地の満足度をみますと、「満足」「やや満足」の回答が171人(51.3%)となっており、日中よりやや満足度が少し低くなっております。

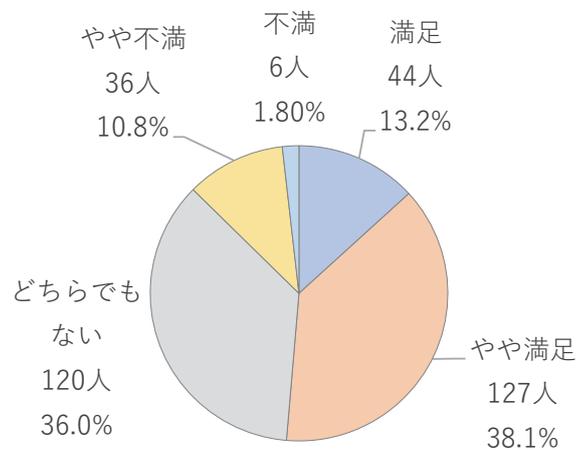
【夜に柏市中心市街地(柏駅周辺)を訪れる頻度】



【夜に柏市中心市街地(柏駅周辺)を訪れる目的】



【夜の柏市中心市街地(柏駅周辺)満足度】

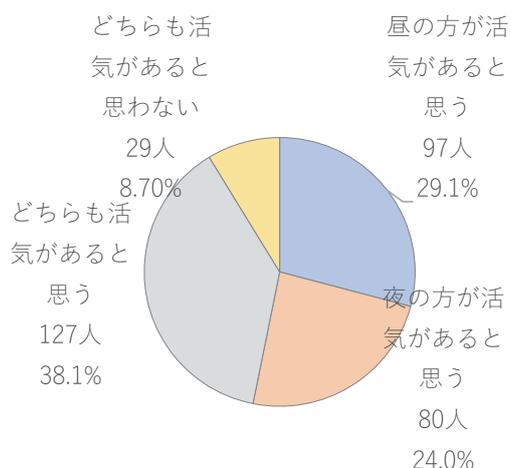


(4) 日中と夜の活気比較

●日中夜ともに活気あり

柏市中心市街地の日中と夜の活気を比較した質問では、「昼の方が活気があると思う」の回答が、「夜の方が活気があると思う」の回答より5.1%多くなっていますが、「どちらも活気があると思う」の回答が最も多く、127人(38.1%)となっております。このことより、どちらの時間帯も柏に活気があると感じている人が多いことが読み取れます。

【日中と夜の活気比較】

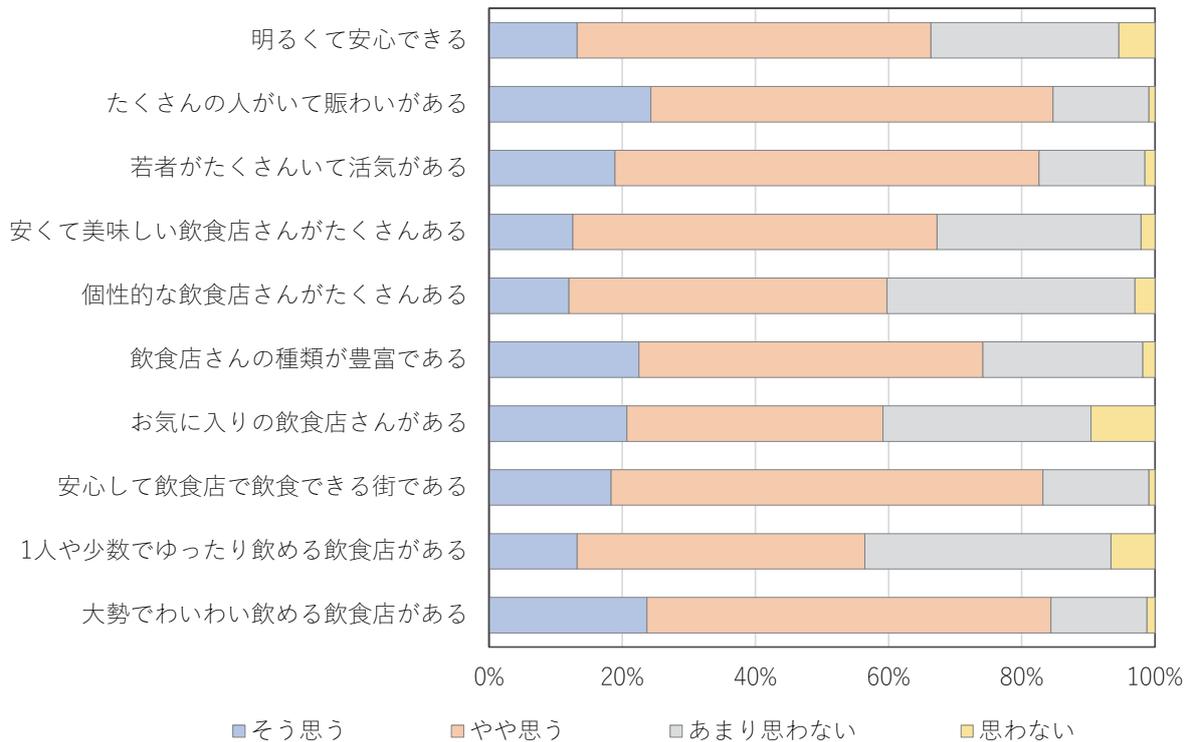


(5) 夜の柏市中心市街地に対するイメージ

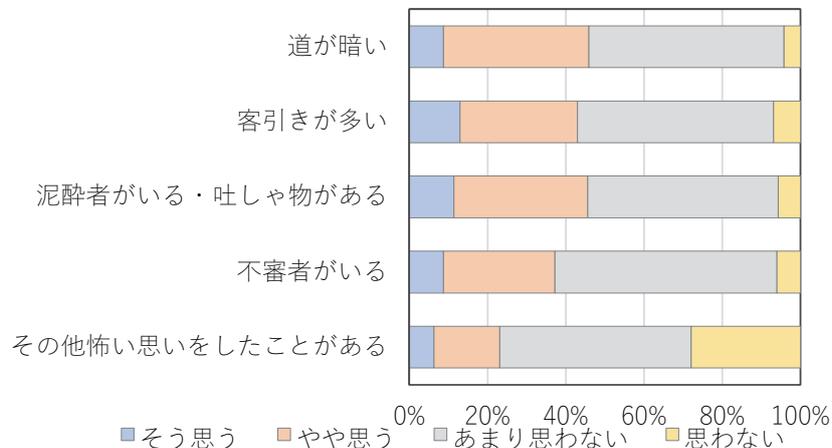
●賑わいや活気はあるが、一人や少数で楽しめる場所は少ない

「たくさんの方がいて賑わいがある」「若者がたくさんいて活気がある」「安心して飲食店で飲食できる街である」「大勢でわいわい飲める飲食店がある」の「そう思う・やや思う」の回答割合が多いことから、夜でも賑わいや活気のあるまちであることが読み取れます。良いイメージに関する調査項目の「1人や少数でゆったり飲める飲食店がある」の「あまり思わない・思わない」の回答がその他の項目より多く、かつ悪いイメージに関する調査項目の「道が暗い」「客引きが多い」「泥酔者がいる・吐しゃ物がある」「泥酔者がいる・吐しゃ物がある」の「そう思う・やや思う」が相対的に多いことから、夜に一人で安心して過ごすためには少し改善が必要なが読み取れます。

【夜の柏市中心市街地に対する良いイメージ】



【夜の柏市中心市街地に対する悪いイメージ】



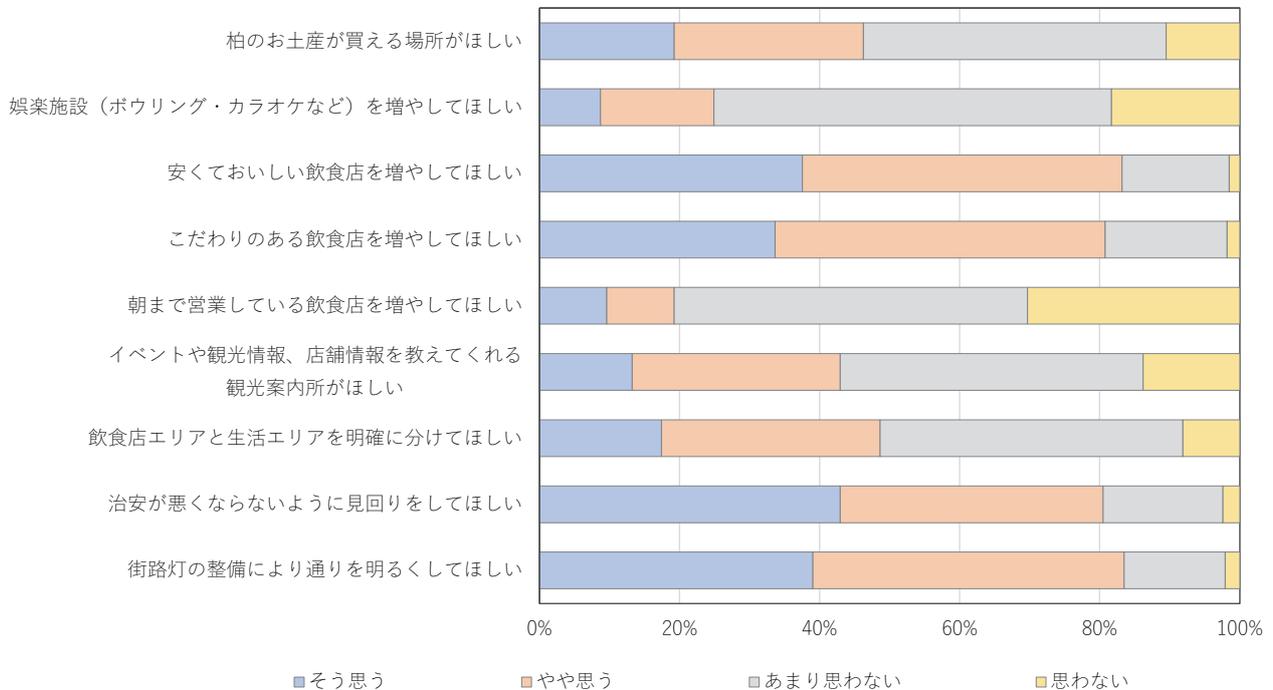
(6) 夜の柏市中心市街地への希望・活性化のためにやった方が良いこと

● 飲食店への期待大。お得に楽しめる飲食イベントを

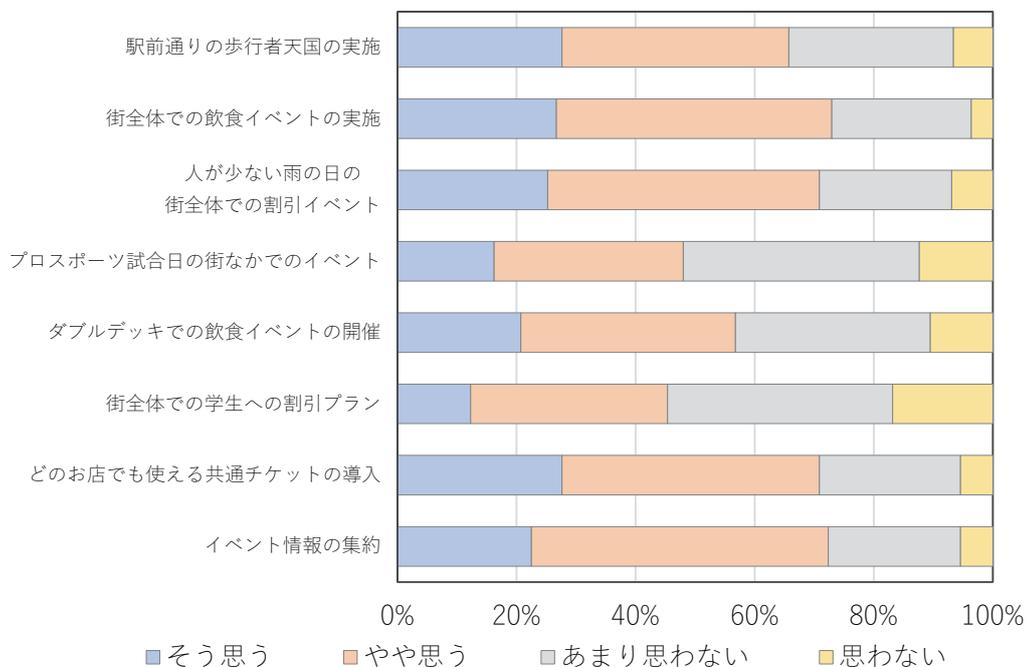
「安くておいしい飲食店を増やしてほしい」や「こだわりのある飲食店を増やしてほしい」の希望が多くなっており、飲食のまちとしてまだまだ期待されています。「治安が悪くならないように見回りをしてほしい」「街路灯の整備により通りを明るくしてほしい」に賛同する意見も多く見られ、夜の中心市街地の安全性を高める必要があると読み取れます。活性化のためには「街全体での飲食イベントの実施」や「人が少ない雨の日の街全体での割引イベント」、「どのお店でも使える共通チケットの導

入」をした方が良いと回答する割合が多く、お得に柏の中心市街地で飲食を楽しみたい利用者が多いことが読み取れます。

【夜の柏市中心市街地に対する希望】



【夜の柏市中心市街地の活性化のためにやった方がよいこと】

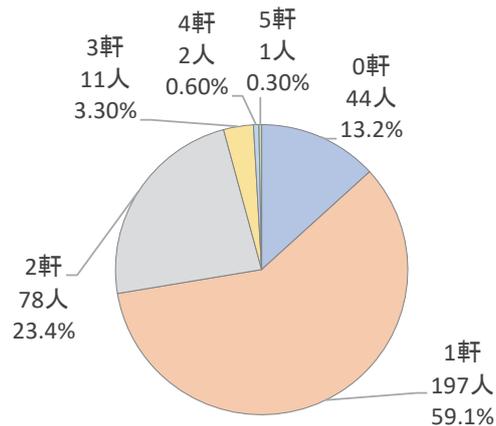


(7) 夜の柏市中心市街地をどの程度楽しむか

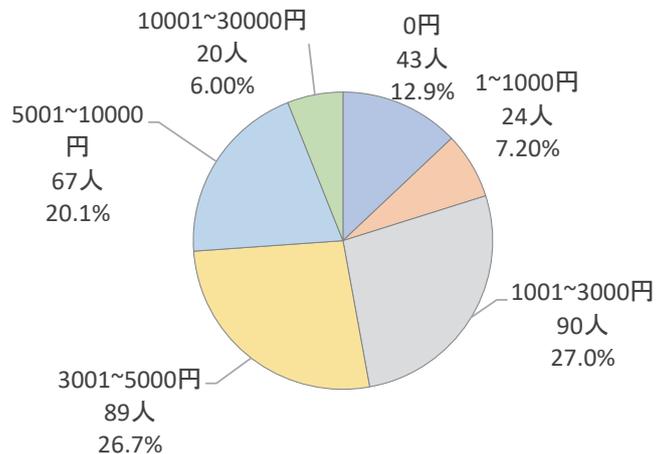
●1 晩で 1 軒、5000 円以内の飲食が多い

一晩で 1 軒と回答した回答が 197 人(59.1%)と最も多く、一晩に 5,000 円以内の利用者が 246 人(73.9%)と多い傾向でした。このことから、比較的リーズナブルに飲食をできるまちだということが読み取れます。

【夜の柏市中心市街地で一晩で飲食店何軒訪れるか】



【夜の柏市中心市街地で一晩で何円使うか】



Jリーグ観戦者のアンケート結果

三協フロンテア柏スタジアムでJリーグ観戦するサポーターの行動や意識を把握するため、アンケート調査を実施しました。

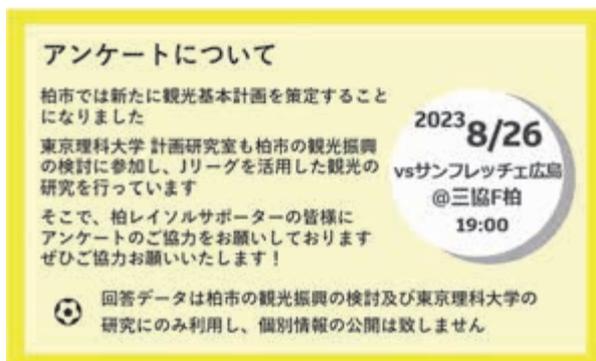
【アンケート概要】

- 配布日： 2023年6月24日(土)・7月8日(土)・8月12日(土)
8月26日(土)・9月2日(土)
- 配布場所： 柏駅東口ダブルデッキ・柏駅南口デッキ
- 対象者： 柏駅東口・南口を通過したJリーグ観戦者
- 方法： WEBでの回収
- 有効回答： ホームサポーター 122票・アウェイサポーター 190票

配布したアンケート案内 表面

(8月26日配布 ホームサポーター)

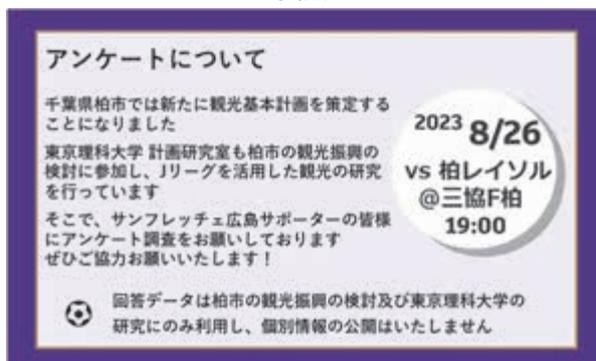
裏面



配布したアンケート案内 表面

(8月26日配布 アウェイサポーター)

裏面



【試合概要】

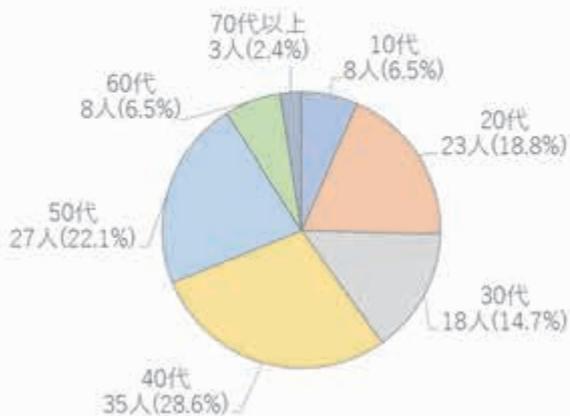
日	曜日	天気	対戦相手	キックオフ時刻	試合結果
6月24日	土曜	晴れ	アルビレックス新潟	19:03	0△0
7月8日	土曜	くもり	湘南ベルマーレ	19:03	1△1
8月12日	土曜	晴れ	セレッソ大阪	19:03	1△1
8月26日	土曜	晴れ	サンフレッチェ広島	19:03	0△0
9月2日	土曜	くもり	横浜F・マリノス	19:03	2〇0

(1) 回答者の属性

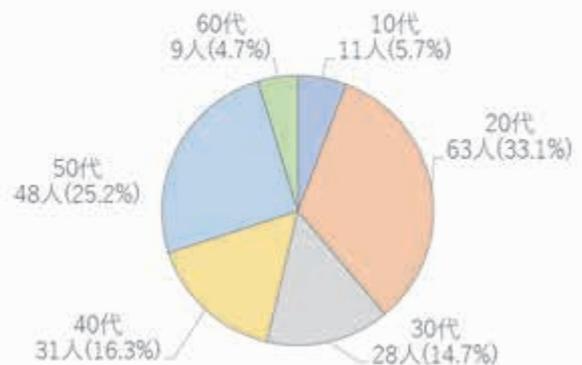
ホームサポーター122人のうち男性は96人(78.6%)、アウェイサポーター190人のうち男性は129人(67.8%)で、全体的に男性の割合が高くなっております。また、ホームサポーターの23.7%が柏市在住のサポーターです。アウェイサポーターの居住地は、東京都を除き、アウェイチームの本拠地に大きく影響される結果となりました。

【年代】

ホームサポーター

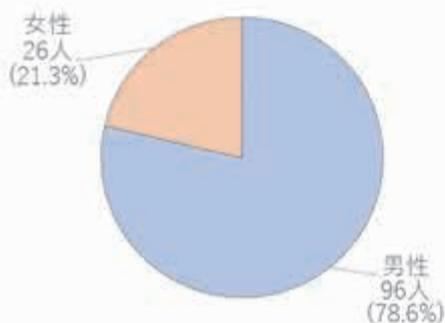


アウェイサポーター

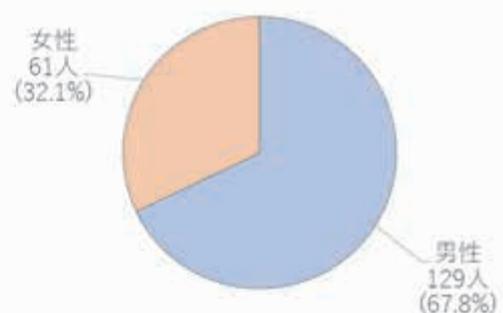


【性別】

ホームサポーター

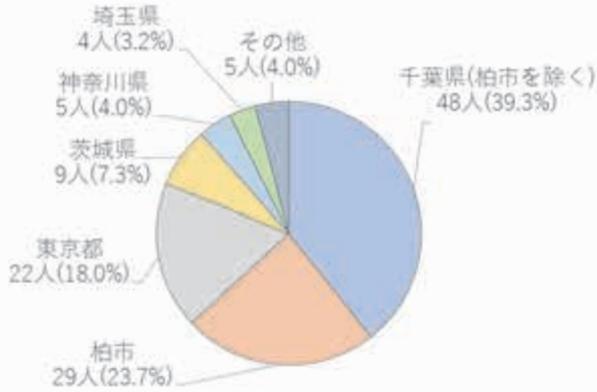


アウェイサポーター

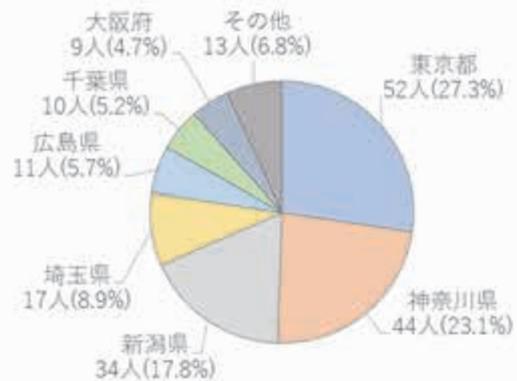


【居住地】

ホームサポーター



アウェイサポーター



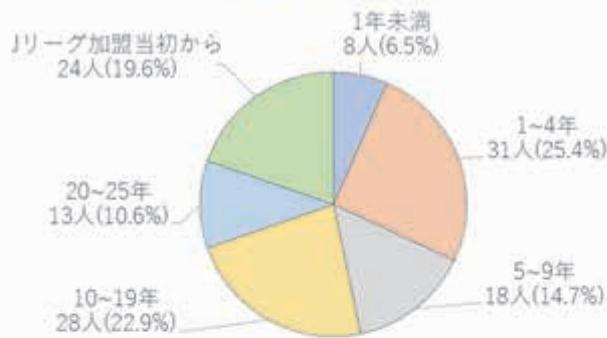
アウェイチームは、6/24 アルビレックス新潟(新潟県)・7/8 湘南ベルマーレ(神奈川県)・8/12 セレッソ大阪(大阪府)・8/26 サンフレッチェ広島(広島県)・9/2 横浜F・マリノス(神奈川県)である

(2) サポーター属性

ホームサポーターのサポーター歴は、ばらつきがみられます。アウェイサポーターの方がアウェイゲームの観戦頻度が比較的高く、年に5回以上の人で61.5%を占めます。

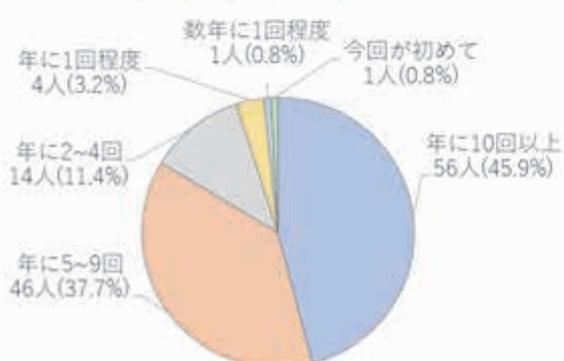
【柏レイソルのサポーター歴】

ホームサポーター



【三協フロンテア柏スタジアムでのJリーグ観戦頻度】

ホームサポーター

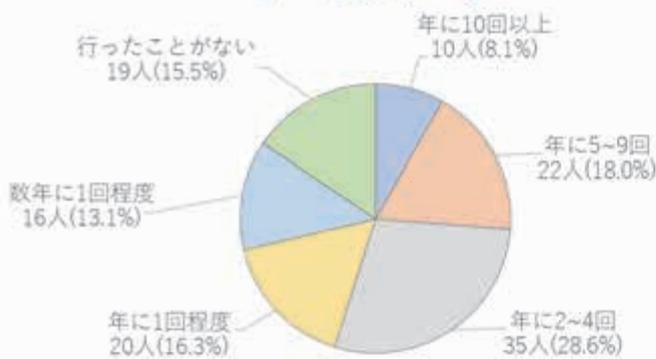


アウェイサポーター

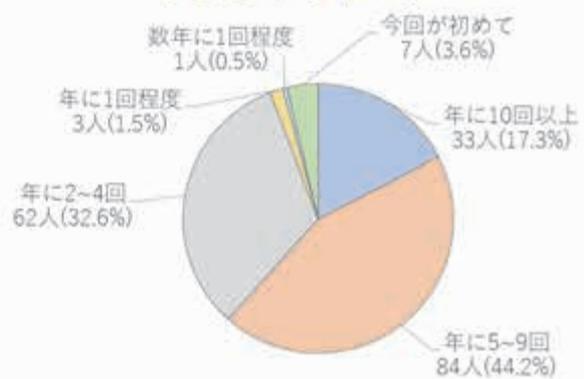


【アウェイゲームの観戦頻度】

ホームサポーター



アウェイサポーター

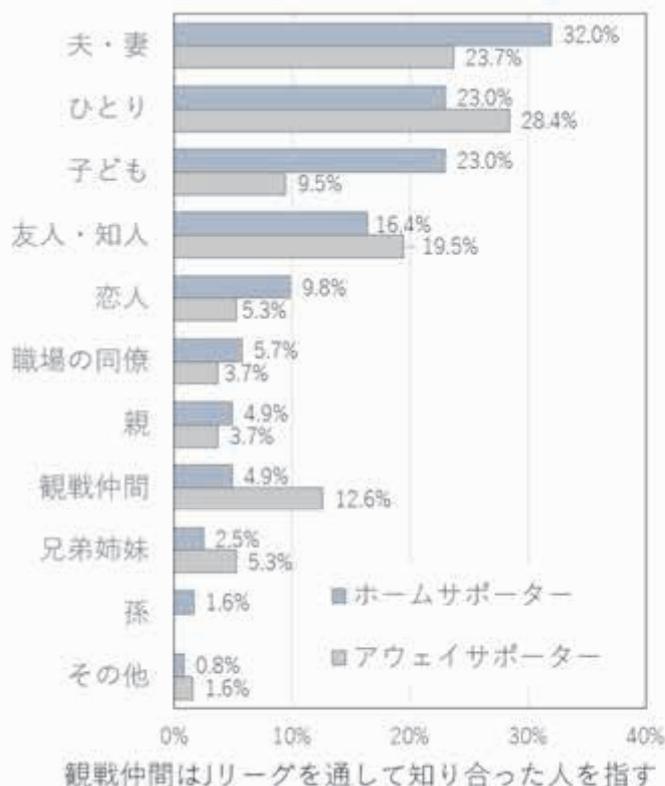


(3) 三協フロンテア柏スタジアムへの来訪に関して

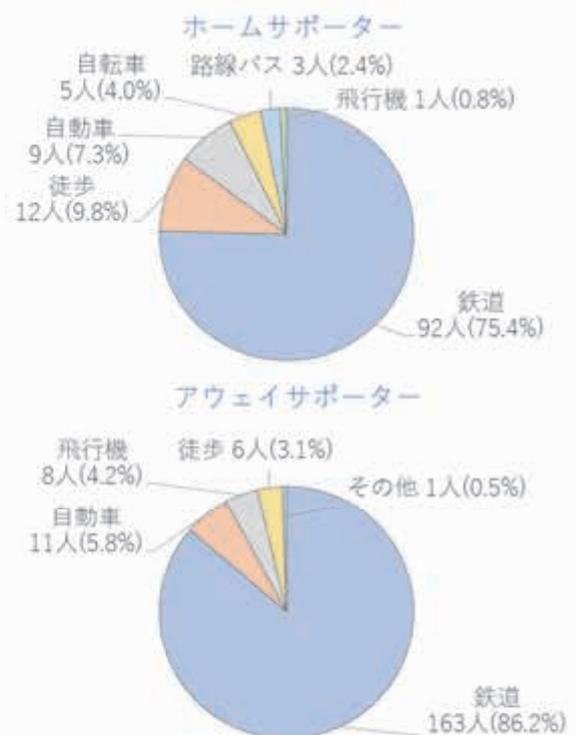
●子ども連れの人でも一人で観戦する人も、幅広い人が楽しめる空間を

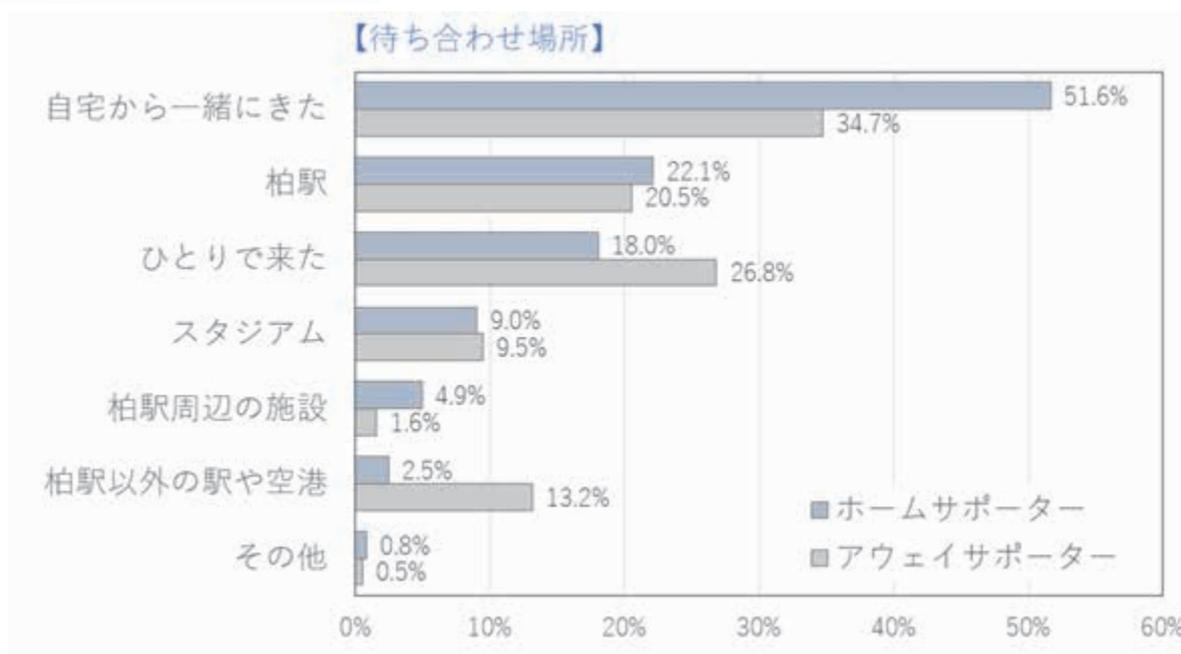
ホーム・アウェイサポーターともに、「夫・妻」と来訪する人や「ひとり」で来訪する人の割合が高くなっております。また、ホームサポーターは「子ども」と来訪する人も23.0%と、比較的多い傾向です。このことを踏まえて、子どもを連れた家族も一人観戦の人も、幅広い人が楽しめる空間づくりが重要です。また、ホーム・アウェイサポーターともに、スタジアムまでの主な交通手段は鉄道が最も多い結果となりました。

【同行者】



【主な交通手段】





(4) アウェイゲーム観戦において満足度の高かったスタジアム

●スタジアム自体の良さだけでなく、周辺観光や歓迎具合も重要な要素である

アウェイゲーム観戦の際に満足度の高かったスタジアムについて、順位をつけて3つまで質問しています。満足度の高かった理由をみると、ピッチの近さやスタジアムの設備といったスタジアムのもつ良さだけでなく、周辺観光や歓迎具合等の要素も満足度に直結する重要な要素だと分かります。なお、スタジアムの順位については、回答者の居住地や観戦経験に大きく影響されることを考慮する必要があります。

【満足度の高かったスタジアム】

満足度の高かったスタジアム	得点	満足度の高かったスタジアム	得点
サンガスタジアム by KYOCERA	122	NACK5スタジアム大宮	41
三協フロンテア柏スタジアム	121	札幌ドーム	32
駅前不動産スタジアム	88	ヨドコウ桜スタジアム	30
味の素スタジアム	81	豊田スタジアム	28
パナソニック スタジアム 吹田	70	IAIスタジアム日本平	26
レモンガススタジアム平塚	66	デンカビッグスワンスタジアム	21
埼玉スタジアム2002	64	ベスト電器スタジアム	17
ユアテックスタジアム仙台	62	JIT リサイクルインク スタジアム	16
等々力陸上競技場	62	石川県西部緑地公園陸上競技場	16
日産スタジアム	54	カンセキスタジアムとちぎ	14
フクダ電子アリーナ	51	国立競技場	13
県立カシマサッカースタジアム	50	サンプロ アルウィン	12
ニッパツ三ツ沢球技場	44	エディオンスタジアム広島	11
NDソフトスタジアム山形	42	トランスコスモススタジアム長崎	9
ノエビアスタジアム神戸	42	岐阜メモリアルセンター長良川競技場	8

「最も」満足度の高かったスタジアム…3点、「2番目」に満足度の高かったスタジアム…2点、「3番目」に満足度の高かったスタジアム…1点として、集計したものを「得点」とする

○得点が7以下のスタジアム（「スタジアム名(得点)」）

「シティライトスタジアム(7)」 「レゾナックドーム大分(6)」 「町田 GION スタジアム(5)」 「ケーズデンキスタジアム水戸(5)」 「正田醤油スタジアム群馬(4)」 「白波スタジアム(4)」 「浦和駒場スタジアム(4)」 「いわぎんスタジアム(3)」 「ブリーラム・スタジアム(3)」 「わかさスタジアム京都(3)」 「栃木県グリーンスタジアム(3)」 「関東近郊のアウェイなら日立台より環境は良い(3)」 「えがお健康スタジアム(2)」 「エコパスタジアム(2)」 「タピック県総ひやごんスタジアム(2)」 「維新みらいふスタジアム(2)」 「新国立競技場(2)」 「鳴門・大塚スポーツパーク ポカリスエットスタジアム(1)」

【その理由】

理由	件数
スタジアムグルメの満足度が高い	157
試合が観やすい	100
駅から近い・駅から徒歩圏内	92
ピッチが近い	91
スタジアムの設備が良い	64
アクセスが良い	64
サッカー専用スタジアム	61
周辺観光の満足度が高い	51
雰囲気が良い	48
歓迎されている・アウェイを感じない	44

理由	件数
周辺のグルメの満足度が高い	42
迫力・臨場感がある	35
自宅から近い	32
綺麗	28
イベントの満足度が高い	26
周辺施設の満足度が高い	23
スタジアムが立派・広い	22
人が優しい	18
勝利した・試合の内容がよかった	13
車利用の満足度が高い・駐車場が充実	13

類似している要素ごとに集計し、件数が多かった上位20の要素を挙げている

(5) 観戦前後の消費金額

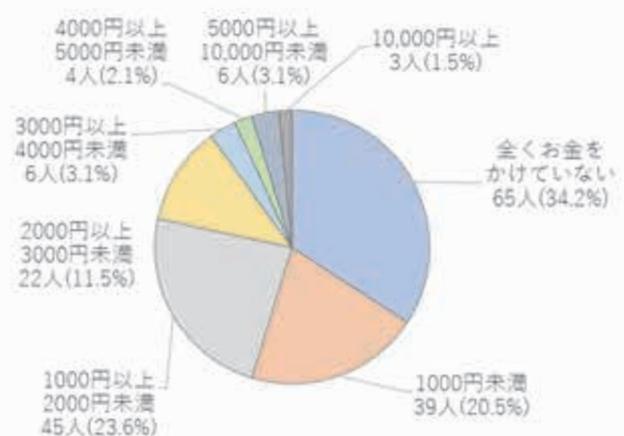
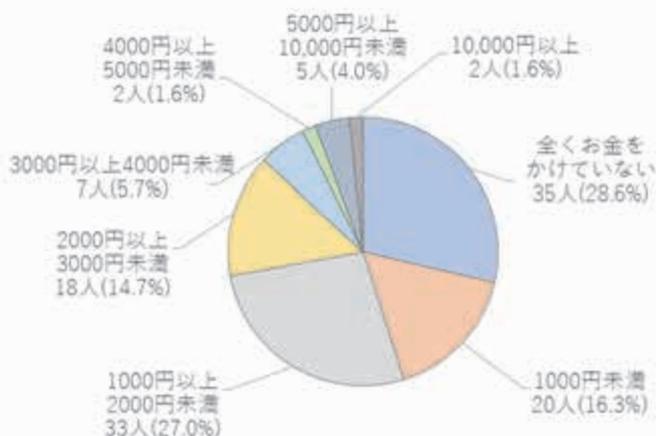
● 柏市内におけるJリーグ観戦の前後の購買行動の促進が課題

配布日におけるJリーグ観戦前後の柏市内での消費金額を質問しています。ホーム・アウェイサポーターともに、60%以上の方が買い物に全くお金をかけておらず、Jリーグ観戦の来訪の機会を生かした、観戦前後の購買行動の促進が今後の課題といえます。

【スタジアムグルメ消費金額】

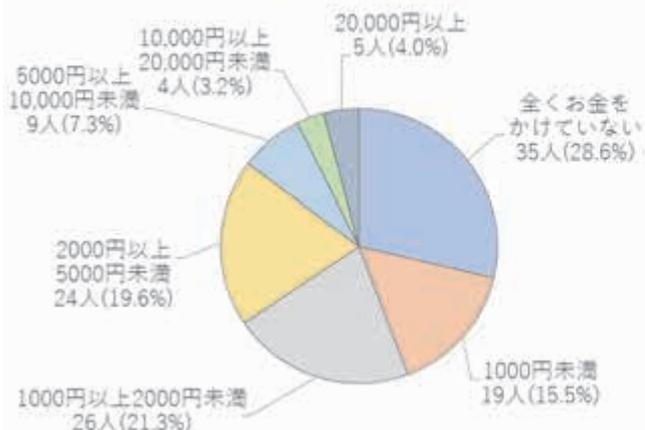
ホームサポーター

アウェイサポーター

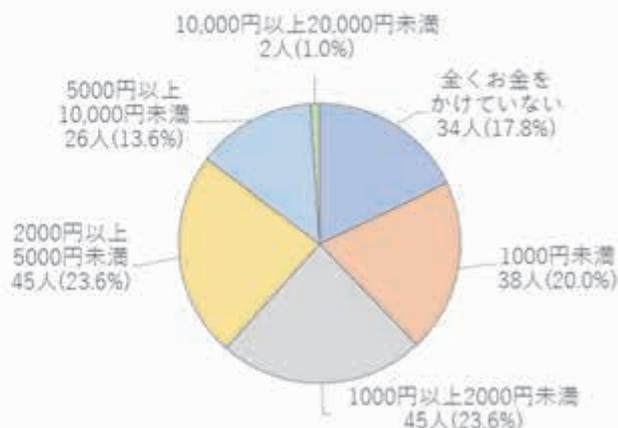


【飲食 消費金額】

ホームサポーター



アウェイサポーター

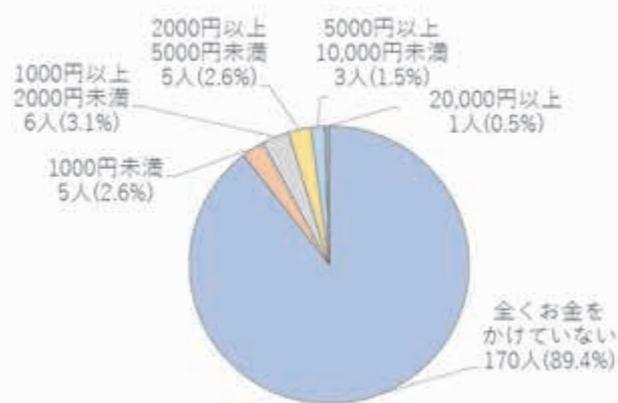


【Jリーグ関連グッズ 消費金額】

ホームサポーター

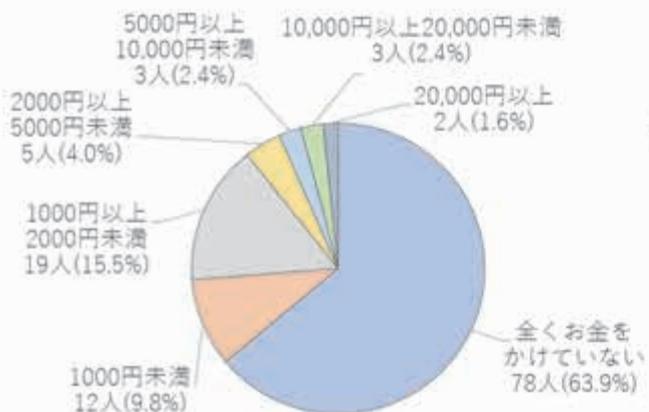


アウェイサポーター

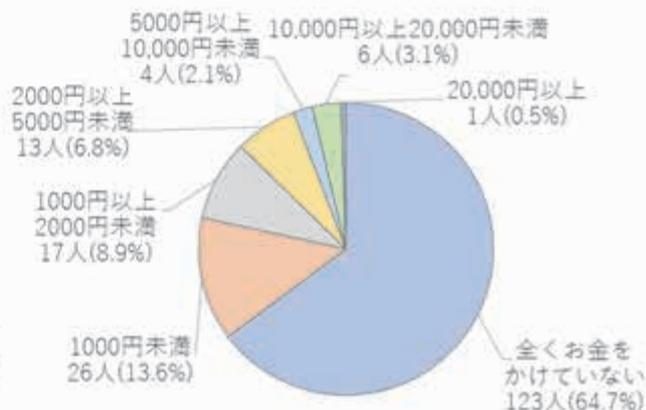


【買い物(お土産含む) 消費金額】

ホームサポーター



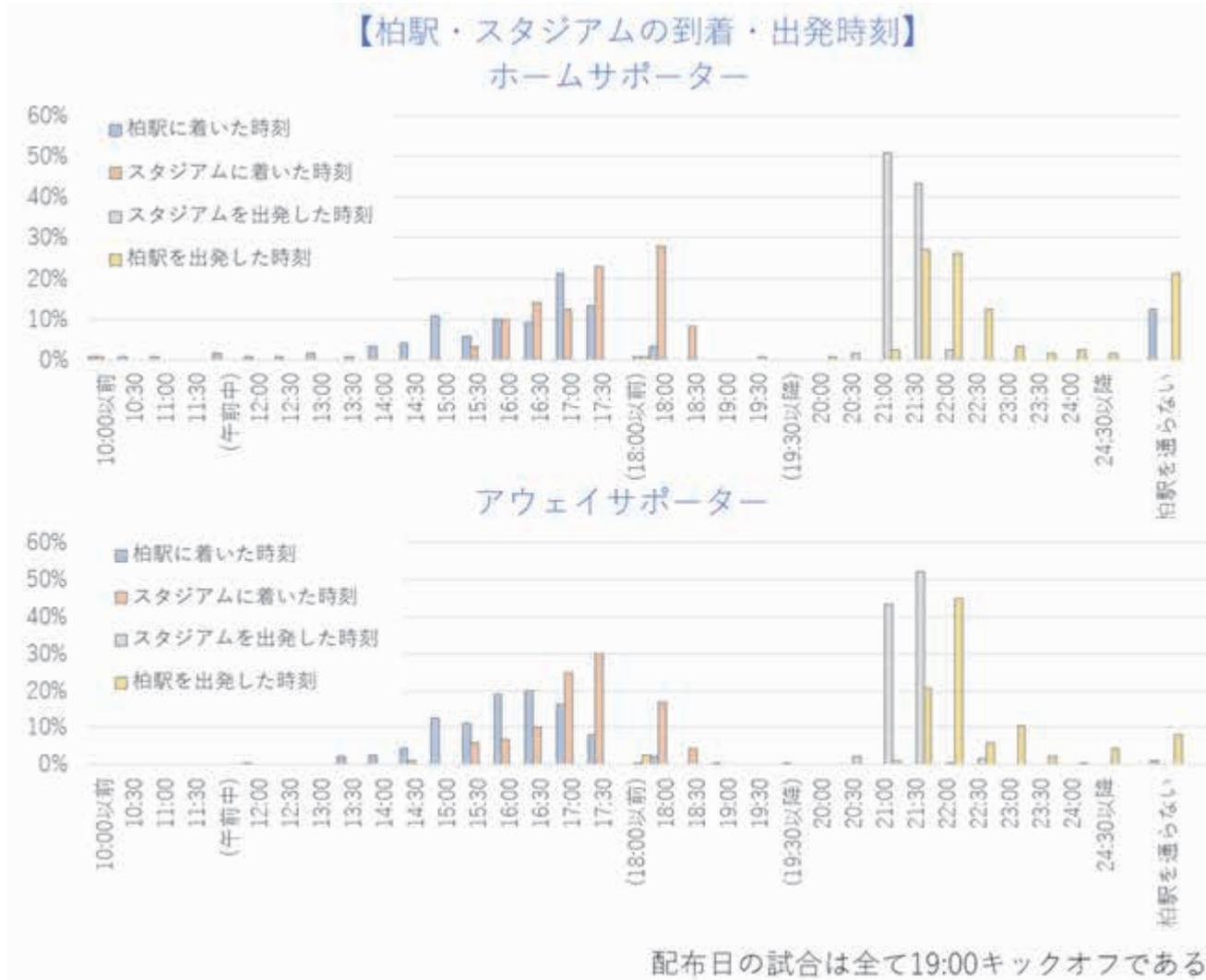
アウェイサポーター



(6) スタジアム・最寄り駅への到着・出発時刻

● 来訪時は到着時刻にばらつきがある一方で、帰宅時は混雑集中が課題

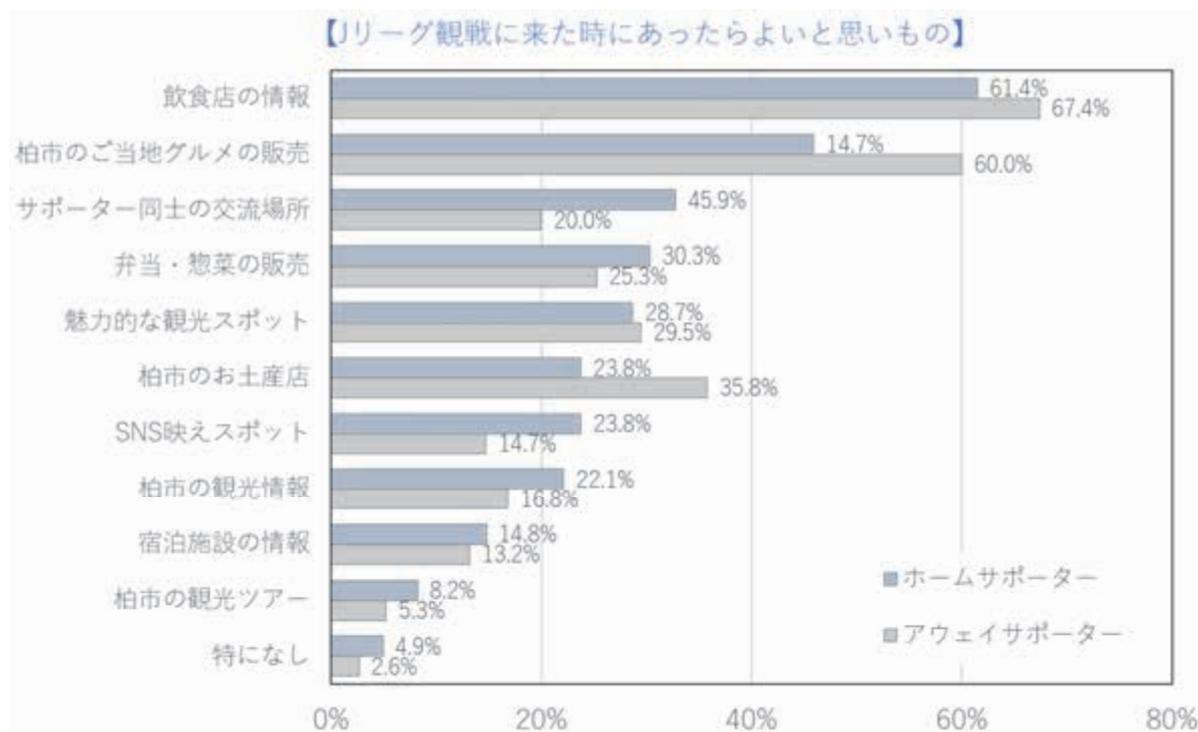
来訪時は柏駅・スタジアムへの到着にばらつきがみられる一方で、帰宅時は試合終了後1時間に集中しており、混雑集中が課題といえます。



(7) Jリーグ観戦にあったらよいと思うもの

● 「飲食店の情報」と「柏市のご当地グルメの販売」が求められている

ホーム・アウェイサポーターともに、「飲食店の情報」と「柏市のご当地グルメの販売」の回答率が高くなっております。また、ホームサポーターは「サポーター同士の交流場所」の回答率が、アウェイサポーターは「柏市のお土産店」の回答率が比較的高くなっております。このことから、飲食店の情報公開やご当地グルメ・お土産の販売、サポーター同士の交流場所の創出が重要だといえます。



○他のアイデアや意見(一部抜粋)

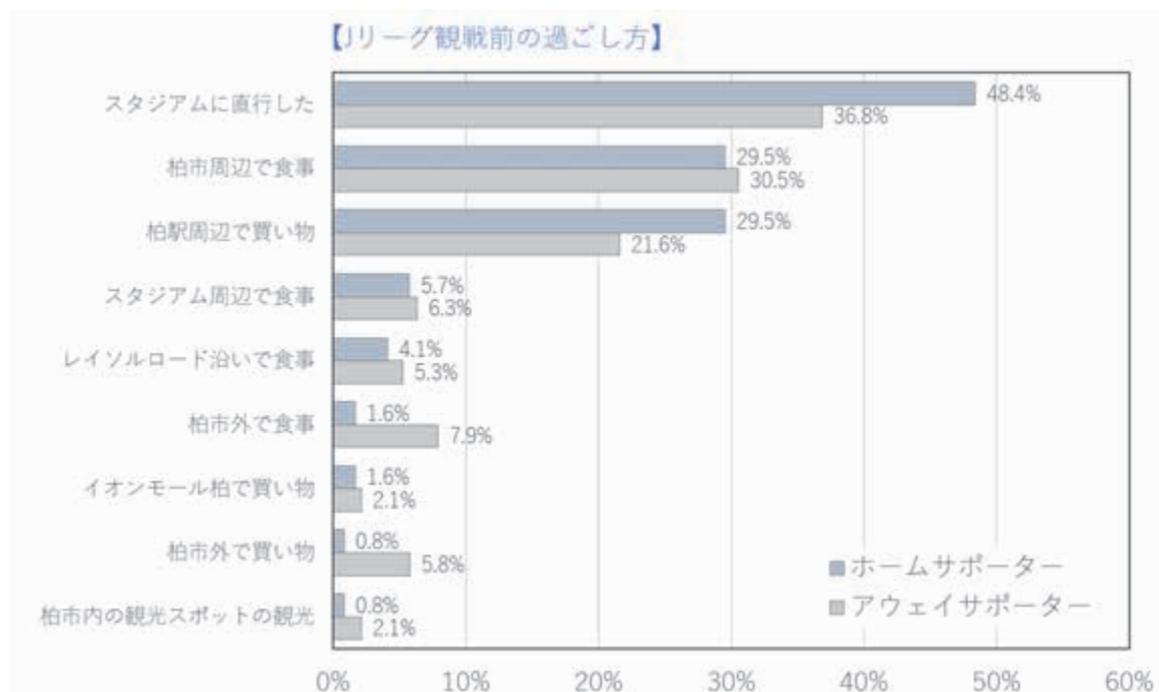
「アウェイの方向けのスタジアムの方向と距離の看板」「アウェイ側のお店の共有スペース」「お弁当を食べられる芝生広場」「サポーター同士の交流がしたい」「スタジアムイベント お祭り」「スタジアムがあって、いい試合があれば他はいらない」「インフラ整備」「スタジアム内にコインロッカー」「スタンプラリー・その時限定の試合関連の記念品がもらえる企画」「ドリンク飲み放題のフリーパスや回数券」「ビジターサポとの交流」「フードコート」「ホーム、アウェイの選手紹介・チャントの歌詞・各席からのピッチの見え方・駅からのアクセス・スタグル情報(ビジターユニで利用できるエリアできないエリアがわかりやすいと安心できる)・おすすめグルメ・試合の注目ポイントや選手情報」「モバイルバッテリー、充電スポット」「臨時シャトルバス」「柏駅から行ける観光名所 MAP」「応援歌が書かれたチラシ」「温浴施設」「街中が黄色に1色で、ああ~かしわのまちに愛されてるなという演出」「休憩所」「今回のような地元の特産品の試食ブース」「試合開始までの時間を有効活用できるイベント」「大量の水」「駐車場」「徒歩などの抜け道マップ」「当日に駅の切符売り場あたりに柏関連のお店」「柏駅前でのレイソルイベントやキッチンカー」「柏前で地域を巻き込んだJリーグイベント」「柏駅前で配っていたアウェイサポーター向けの飲食店情報を見たが、ホスタピリティも含めて良かったと思います」「アウェイチームや遠方からのサポーターの為にネットサイトやペーパー情報」「影響力のある業界(アニメ、映画、音楽、ファッション等)とのコラボ」「有名タレントを呼んだイベント」「涼しさを感じられる何か」「街やスタジアムのエレベータやエスカレータ等バリアフリー設備の位置」「Twitterのタグなどでスタグル等の情報」「アウェイで来た人を歓迎するような雰囲気」「アウェイ民も楽しめるスタグル、マスコットの周回」「アウェイ側売店にご当地グルメやお土産」「おすすめスタジアムグルメ」「スタグルガイド」「スタジアムに行くまでの、ちょっとした寄り道スポット情報」「スタジアム独自のグルメ、開催前時間帯でのイベント」「トイレなどの設備の充実。ウェットティッシュ」「ビジターサポーター向けの市内ツアー」「ビジターサポ限定の割引などのサービス」「ホー

ムスタジアム駅構内に旗やユニフォームを飾ったり、駅の階段全体の側面にエンブレムやマスコットキャラクターをラッピング」「最寄り駅のグルメ情報」「ボールが蹴れる公園や芝生・マイナーなスポーツ体験」「リーグ全体で、対戦チームの観戦情報をアピール」「ロッカーもしくは荷物預かり所」「市立柏高校吹奏楽部のレベルも高いので演奏があれば試合前のイベントに参加したい」「雨宿りできる場所」「駅からスタジアムまでの近道案内」「屋根」「何時にどこに行くとスムーズに観光できて、試合に間に合う等観光プラン」「喫煙所マップ、煙草が吸える飲食店マップ」「近隣の町のオススメスポット」「現地の人のおすすめ店情報」「現地の天気とイベントスケジュール」「交通渋滞のない歩きやすいレイソルロード、マナーの良い良心的なレイソルサポーター」「公衆電話またはインターネットが見られる有料PC」「今回、梨の赞助商がきてたから、梨ジュースとかあったら飲みたかったなぁと思いました」「試合会場にレイソルのグッズ売り場」「自転車のレンタル」「宿泊サービス」「もっとスタジアムで飲めたら良いなと思いました」「ビジターのチームとのコラボグッズ」「各チームHPのスタジアム観戦ガイドのバリアフリー設備情報はほぼホーム客向けなので、ビジターに対しても記載してほしい」「相手チームサポーターとの交流の場、反省会」「着替える場所」「日陰」「熱中症対策のドリンク」「背もたれ、ドリンクホルダー」「柏はスタグルが少ない、あとスタジアムまでの道が狭い」

(8) Jリーグ観戦前後の過ごし方

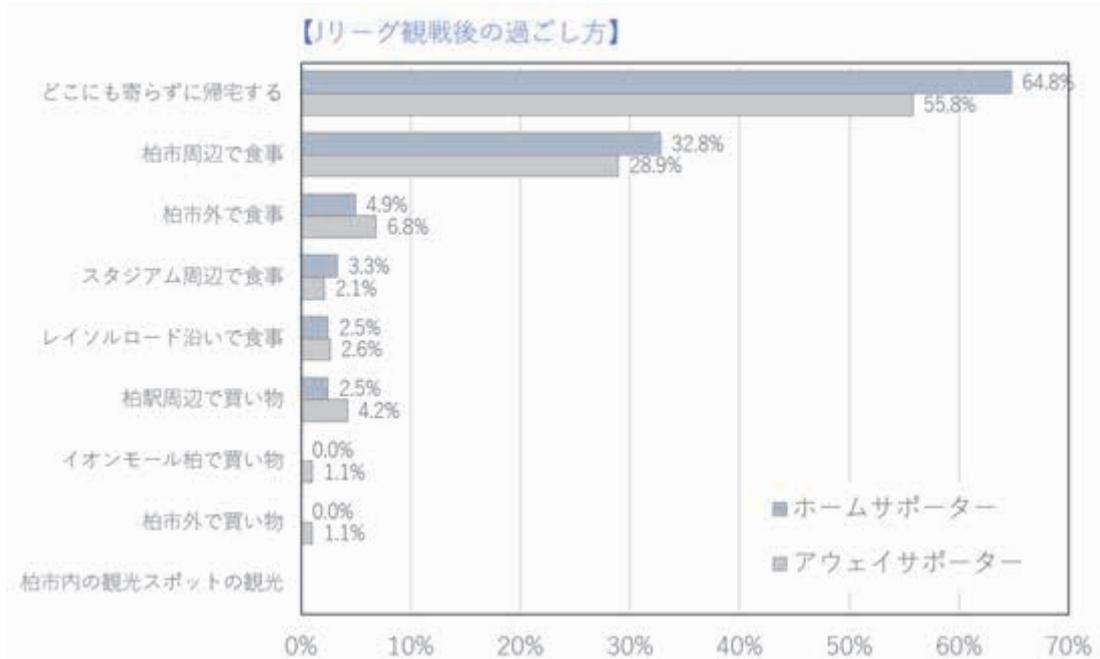
● 柏駅周辺の飲食店や宿泊施設を選んでもらう工夫が必要

直行直帰する人や柏市外を訪問後に観戦に来る人がみられます。また、アウェイサポーターの67.9%は日帰りです。Jリーグ観戦の機会に柏市内で消費を行い、宿泊を伴う人が多くなるように、前述した「あったらよいと思うもの」で挙げたものを踏まえて、工夫していく必要があります。



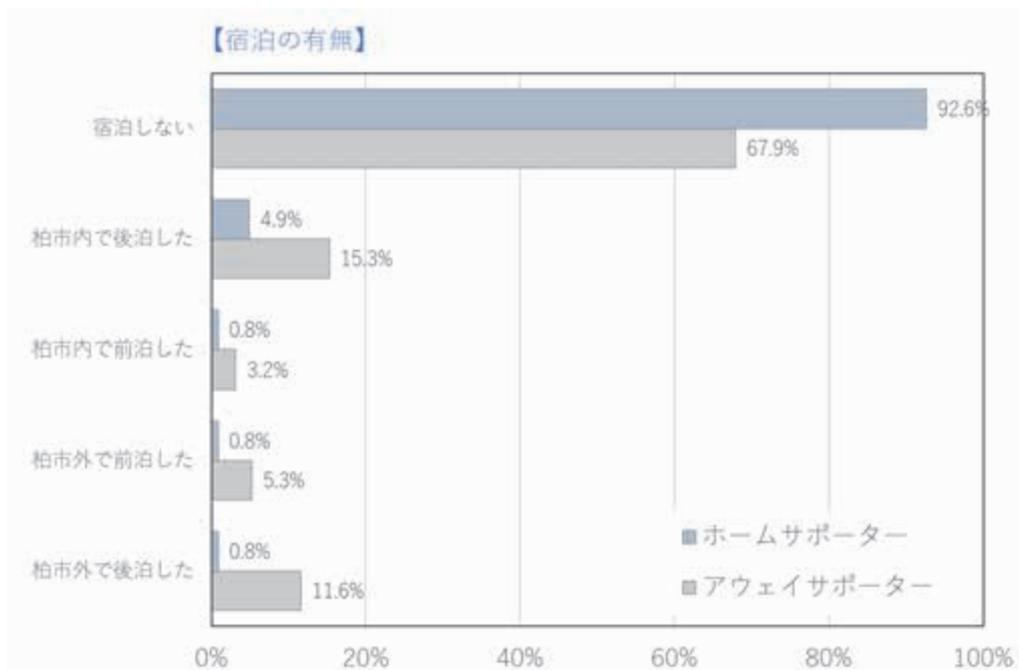
○その他

「テイクアウトグルメを買い、スタジアムで食べた」「南柏駅周辺で飲食」「毎回キネ旬シアターで映画鑑賞」「アリオ柏で暇つぶし」「別の場所でサッカーをしてきた」「喫茶店で休憩後、スタジアムに直行」「宿泊ホテルでまったり」「上野で飲み」「駅周辺を街ブラ」「宿泊施設で休憩」「柏駅周辺のコワーキングスペースで仕事」「鶴見でダンスバトルイベントに参加した」「宿泊ホテルにチェックイン」「柏市以外での千葉県の観光スポットの観光」



○その他

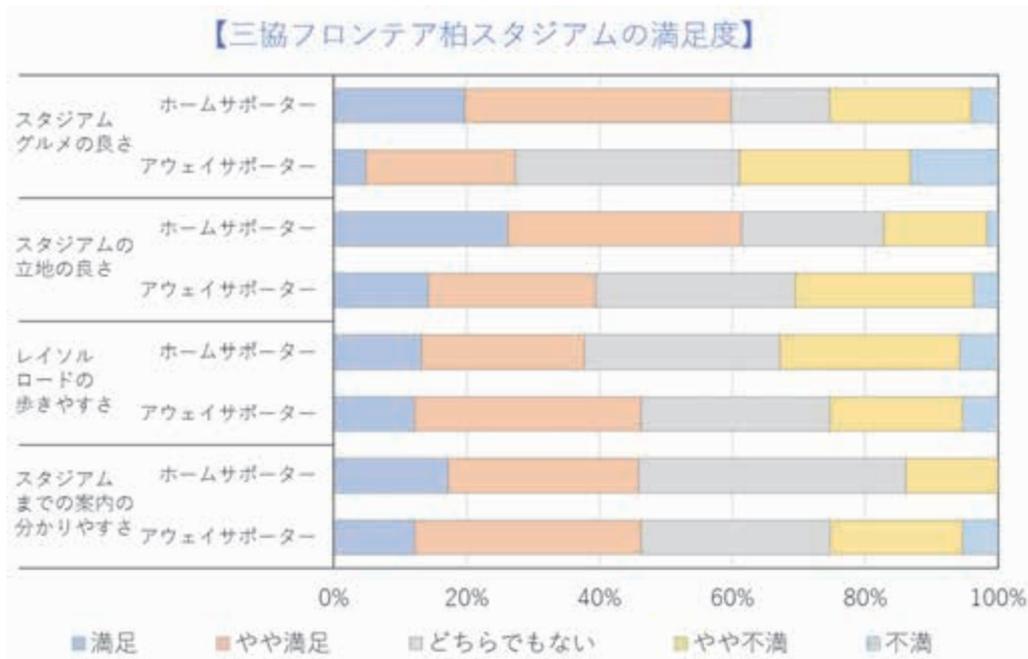
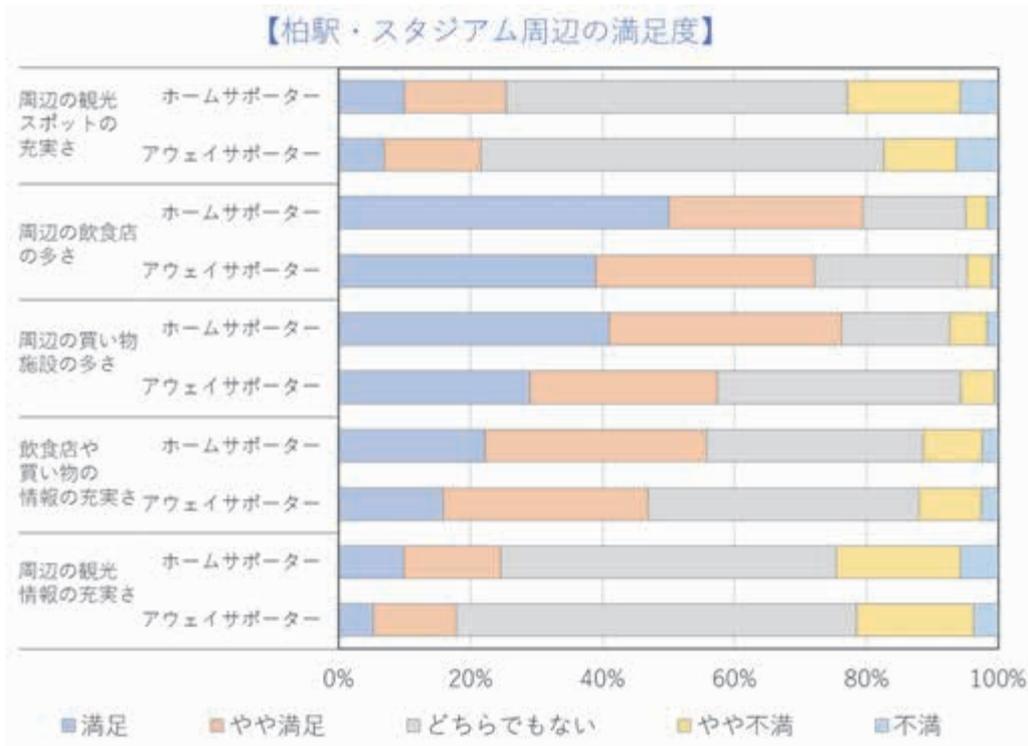
「ヤオコーで買い物」「ファミリー柏」「勝てば飲みに行く。負ければ直帰。」「南柏駅で飲食」「コンビニで缶ビール飲みながらプチ打ち上げ」「宿泊ホテルに帰った」「ホテル泊まり」「遠方なので柏市内で宿泊」「試合終了の時間や結果により違う。」「宿泊に周辺まで戻って食事」「成田観光に行く」「宿泊」「柏市外でサウナ」「北千住で食事」「違う場所をふらつく」



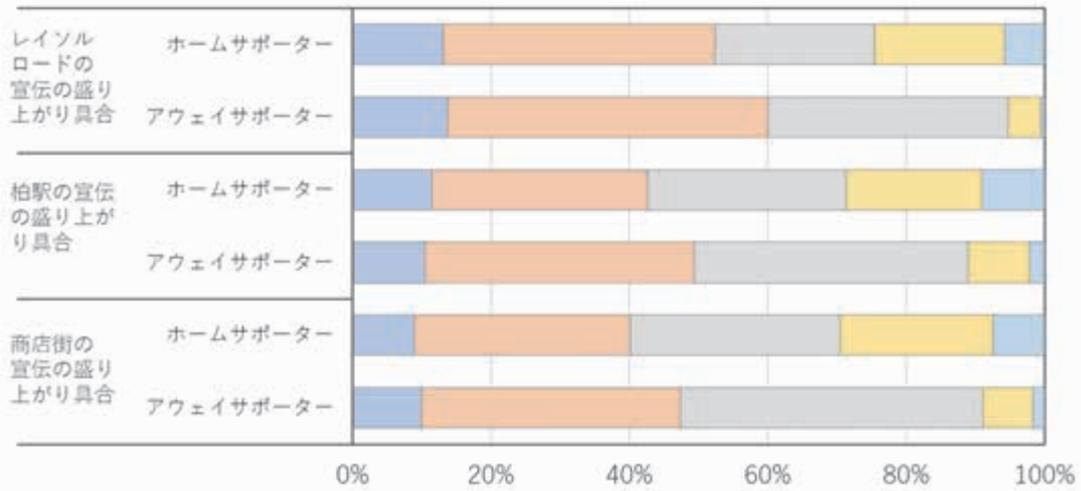
(9) Jリーグ観戦における満足度

●ホームサポーターとアウェイスポーターで異なるアプローチが必要

三協フロンテア柏スタジアムにおけるJリーグ観戦全体の満足度はホーム・アウェイともに、75%以上の方が「やや満足」「満足」と回答しています。個別にみると、ホームサポーターは「レイソルロードの歩きやすさ」「柏駅の宣伝の盛り上がり具合」「商店街の宣伝の盛り上がり具合」において、不満に感じている割合が比較的高くなっております。一方で、アウェイスポーターは「スタジアムグルメの良さ」「スタジアムの立地の良さ」において、不満に感じている割合が比較的高くなっております。



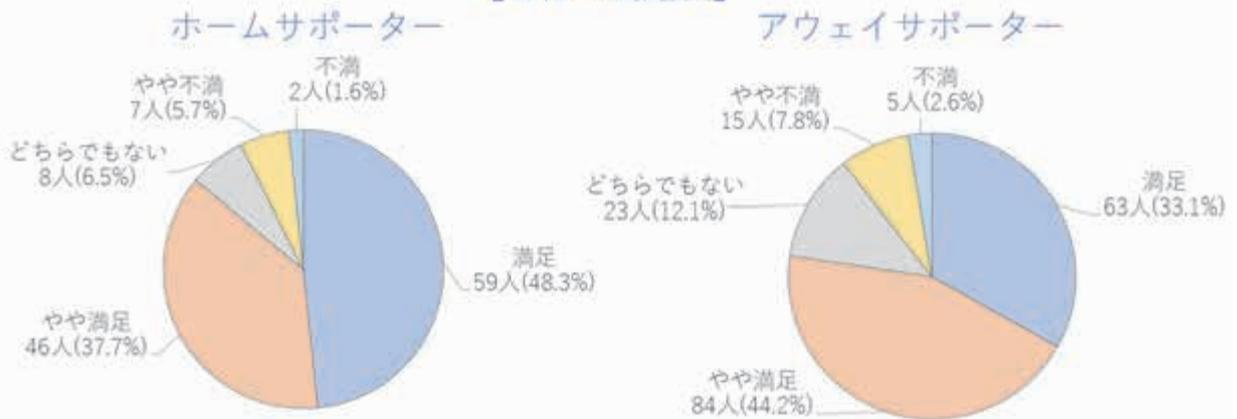
【柏市の街中の盛り上がり具合の満足度】



■満足 ■やや満足 ■どちらでもない ■やや不満 ■不満

本問の「宣伝」とは、Jリーグに関するフラッグ・横断幕・のぼり旗や、マスコットやチームカラーを用いた広告等を指す。

【全体の満足度】



柏の葉のアンケート結果

柏の葉での行動や意識について把握するため、アンケート調査を実施しました。

【アンケート概要】

配布日： 2023年7月5日(水)・7月6日(木)・7月7日(土)・7月8日(日)

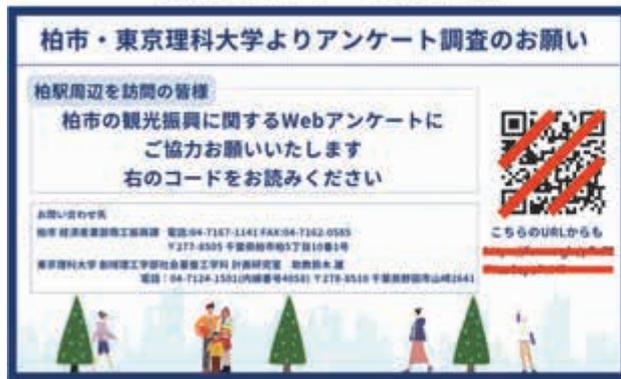
配布場所： 柏の葉キャンパス駅

対象者： 柏の葉キャンパス駅を通過した人

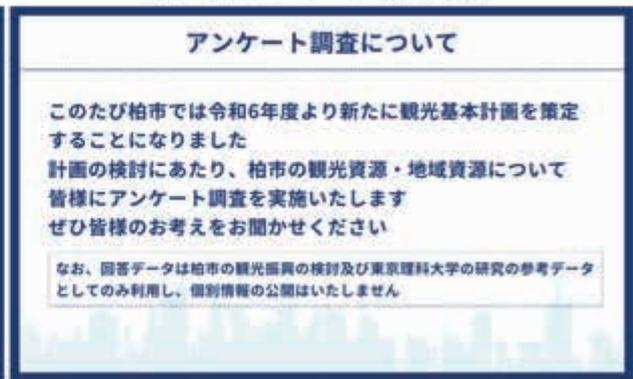
方法： 手渡しでの案内の配布・WEBでの回収

有効回答： 316票

配布したアンケート案内表面

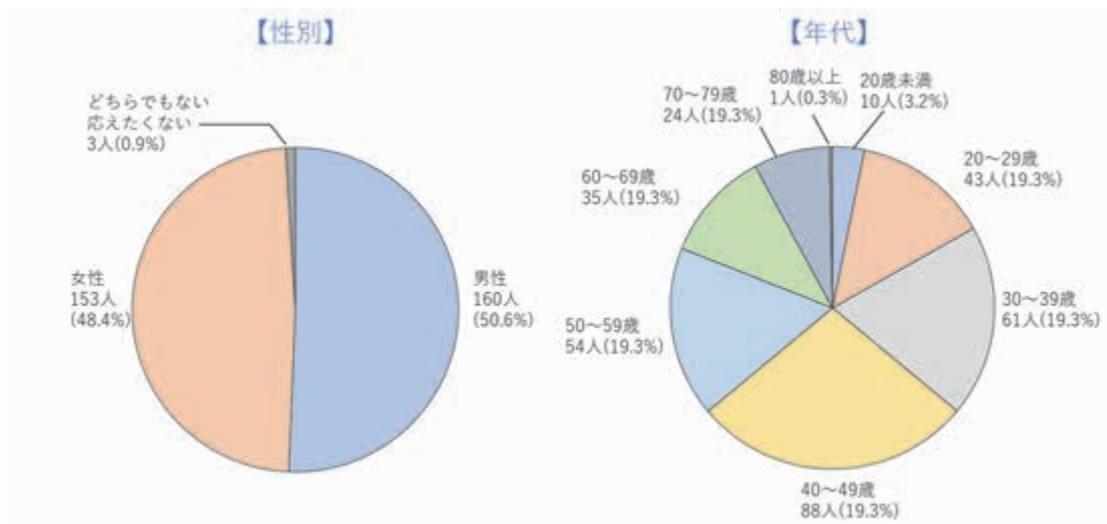


配布したアンケート案内裏面

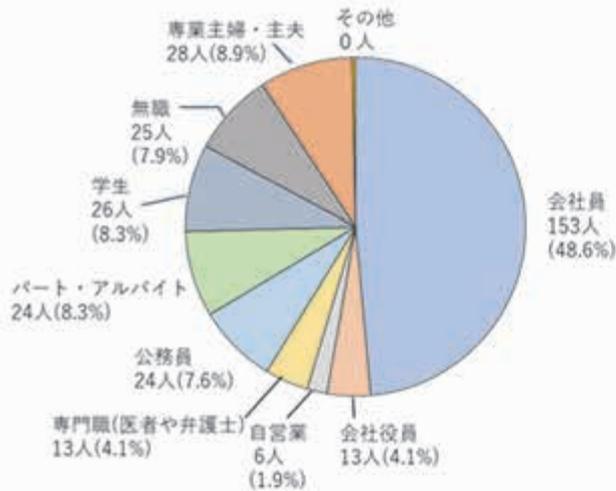


(1) 回答者の属性

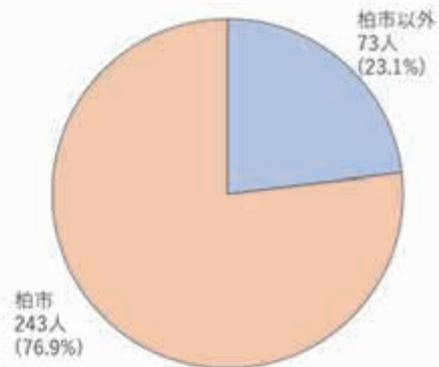
回答票数 316 のうち、男性と女性の割合は概ね同数で、年代面も全体的に幅広い年代からの意見が収集できています。職業は約半数が会社員であり、居住地は柏市出身の人が 76.9%と高い割合を占めています。



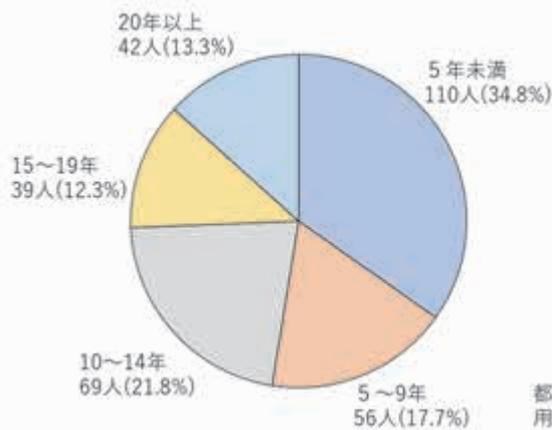
【職業】



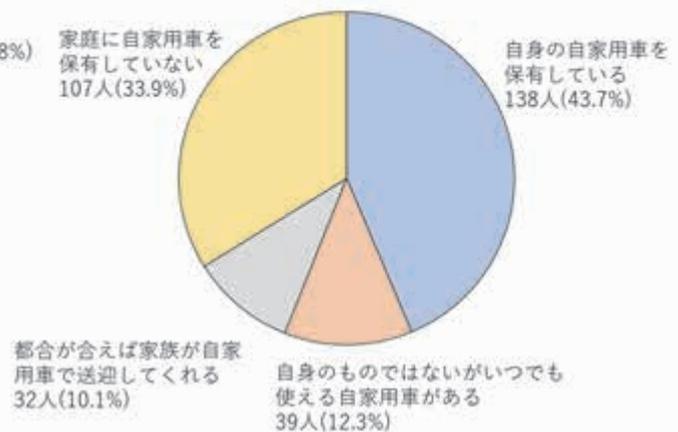
【居住地】



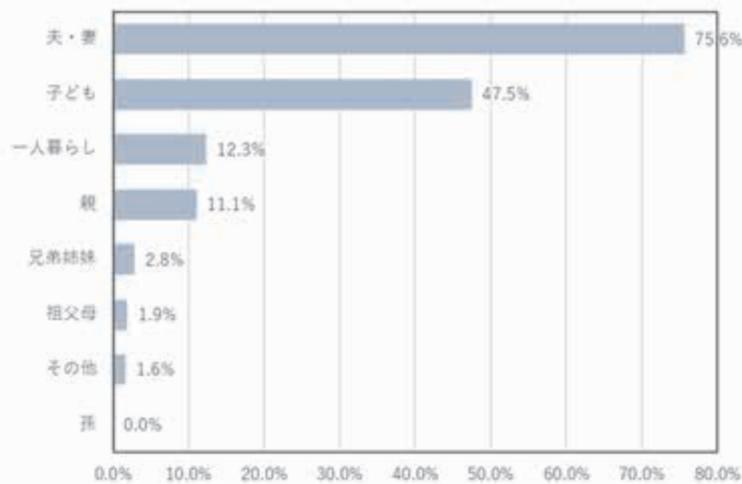
【現居住地の居住年数】



【自家用車の保有】



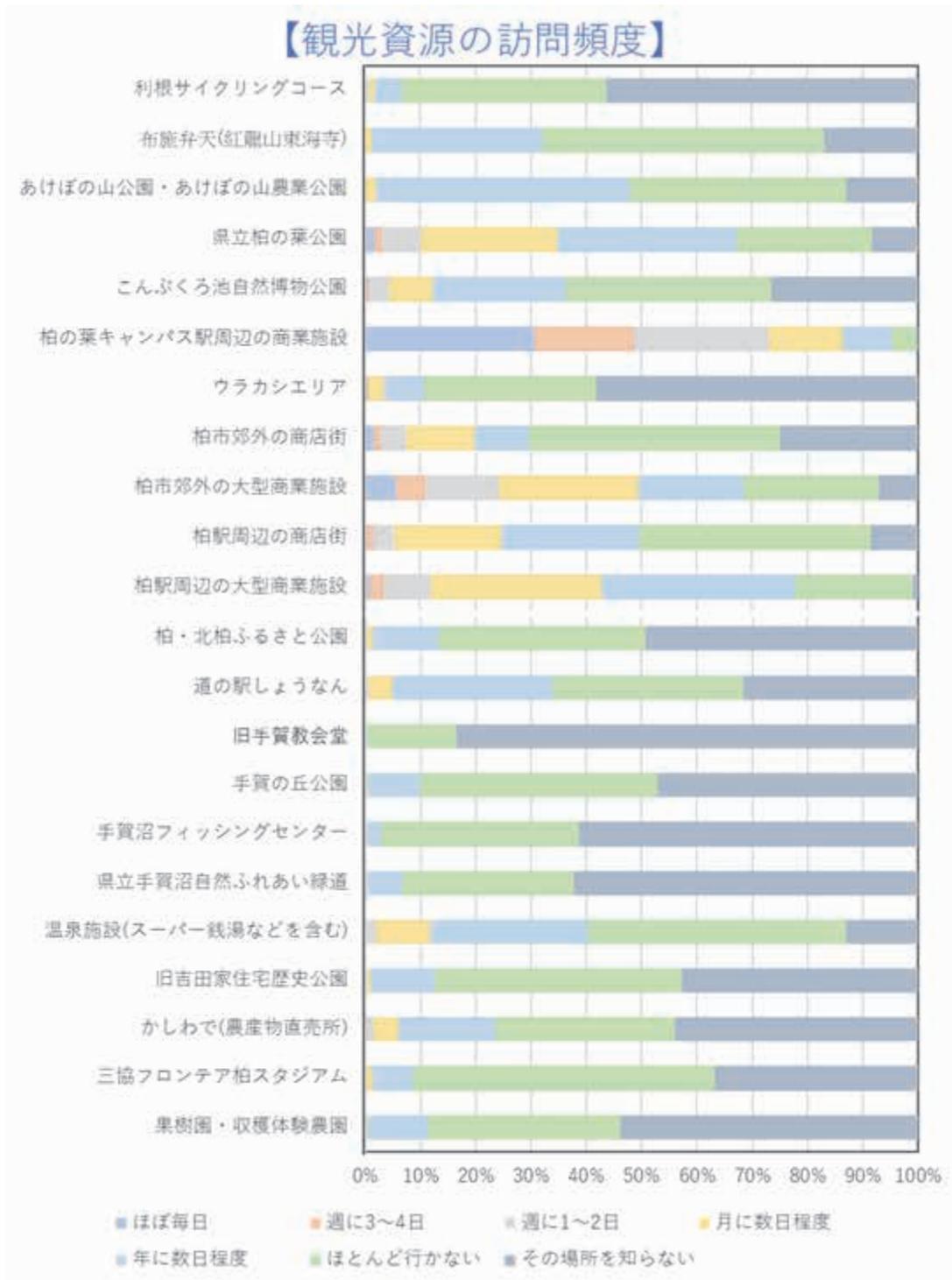
【家族構成】



(2) 観光資源の利用頻度

●知られていない観光資源が多く存在

あけぼの山公園、県立柏の葉公園や柏駅周辺の大型商業施設や柏駅周辺の商店街の利用頻度が比較的高くなっています。その一方で、「その場所を知らない」と回答される割合が高い観光資源も多く存在します。例えば「旧手賀教会堂」では83.5%、「手賀沼フィッシングセンター」や「手賀沼自然ふれあい緑道」では6割以上が「その場所を知らない」と回答しています。観光資源の周知が課題といえます。



(3) おすすめの観光資源

●柏の葉キャンパス駅周辺の施設が多数

おすすめの観光資源について3つまで質問しています。おすすめの観光資源について無回答もしくは「なし」と回答した人が58人(18.4%)でした。「柏の葉公園」、「ららぽーと柏の葉」、「T-site」の回答数が多上位の3つを占める結果となりました。柏の葉キャンパス駅から徒歩圏内にあることや、柏の葉キャンパス駅周辺でアンケート配布して回答していただいたことが理由として挙げられます。

おすすめスポット	回答数
柏の葉公園	110
ららぽーと柏の葉	56
T-Site	55
柏の葉キャンパス	33
あけぼのやま公園	23
こんぶくろ池	22
手賀沼	15
道の駅しょうなん	11
高島屋	8
特になし	8
TSUTAYA	7
アクアテラス	6
アリオ柏	6
かしわで	6
旧吉田家住宅	6
柏駅	6
三協フロンテアスタジアム	5

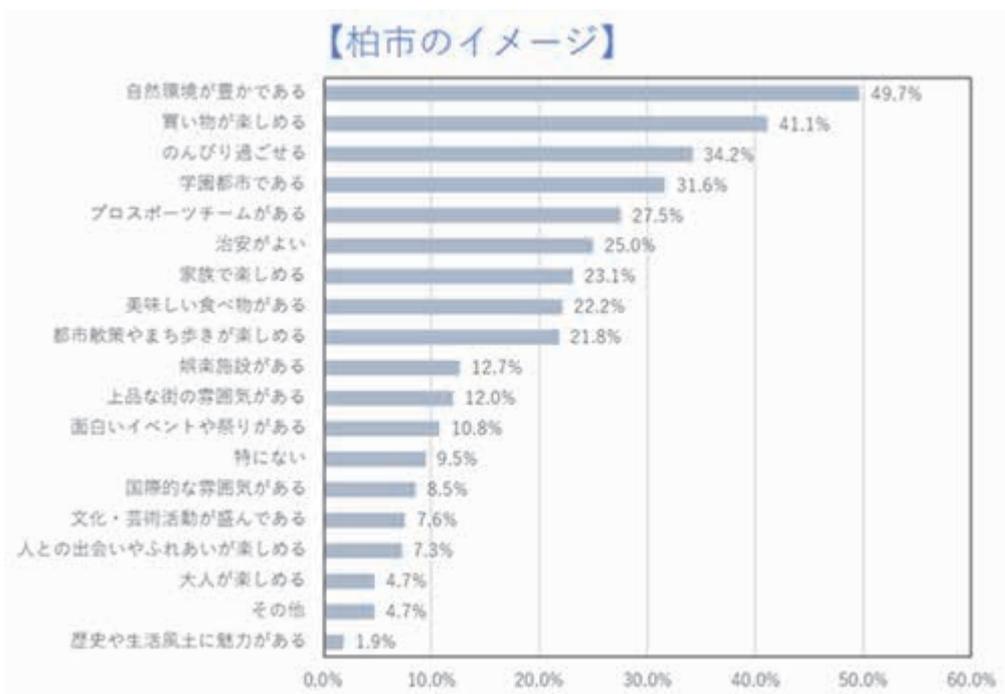
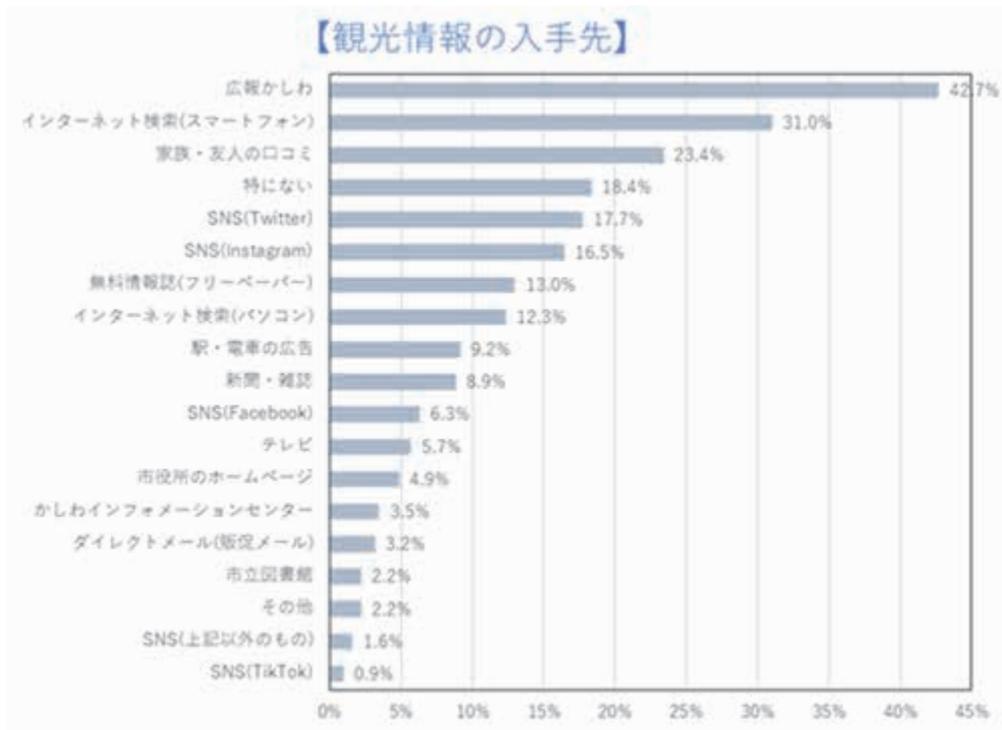
おすすめスポット	回答数
柏の葉エリア	5
レイソル	4
手賀の丘公園	4
大堀川沿い	4
東京大学	4
かけだし横丁	3
市場	3
千葉大学のイベント	3
柏駅周辺の飲食店	3
布施弁天	3
イオンモール柏	2
ひまつぶしカフェ	2
国立がんセンター	2
柏たなか公園	2
柏駅周辺	2
柏駅周辺の商業地	2

○回答数が1のおすすめスポット

「AKEBI」[Gleeful カフェ] 「T-Site の池」 「ウラカシ」 「おおたかの森 SC」 「カフェ アゴラ」 「かまへい (レストラン)」 「コーマルサロン」 「さわやか千葉県民センター」 「ジョッキー酒場」 「ステモ」 「そのべ農園(イチゴの購入)」 「ダブルデッキ」 「ボンベイ」 「モラージュ」 「レイソルロード」 「噂の太郎」 「駅前の大型商業施設」 「王道家」 「下総航空基地」 「吉田記念テニスセンター」 「ラーメン屋」 「手賀沼サイクリングロード」 「自宅」 「手作り科学館 Exedra」 「沼カフェ」 「諏訪神社」 「水辺公園」 「戦争軌跡」 「増尾城址公園」 「大島神社」 「土手」 「南柏天然温泉すみれ」 「にぎやかな商店街」 「日立グラウンド」 「農業公園と布施弁天」 「柏の葉スタジアム」 「柏ふるさと公園」 「柏モディ」 「柏周辺飲み屋街」 「柏駅東口エリア」 「柏駅路上ライブ」 「柏神社」 「布施の水田」 「北柏ふるさと公園」 「満点の湯」 「利根川」 「龍泉寺の湯」

(4) 柏市における観光情報の入手先・柏市のイメージ

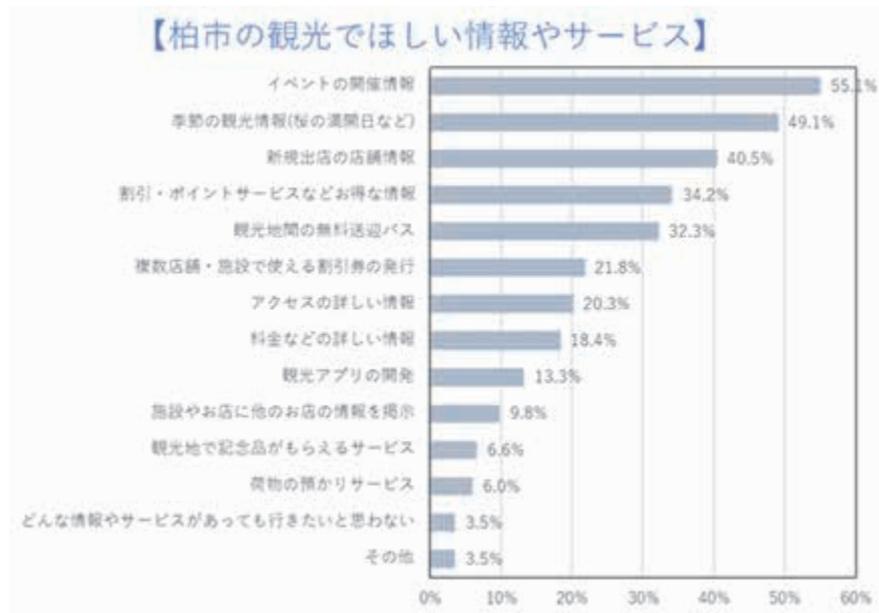
- SNS 等を生かして、駅前の商業・食と郊外の自然との 2 極化のイメージ戦略が必要
柏市民に全戸配布している「広報かしわ」による観光情報の入手が多い傾向でした。また、スマートフォンによる検索や SNS も観光情報入手のツールとなっています。イメージに関しては以外にも買い物よりも自然環境の豊かさが一番多い結果となりました。柏駅前と郊外の自然との 2 極化したイメージが持たれていることが推測されます。



(5) 柏市の観光でほしい情報やサービス

● イベントの開発情報や郊外の季節の自然情報の提供が必要

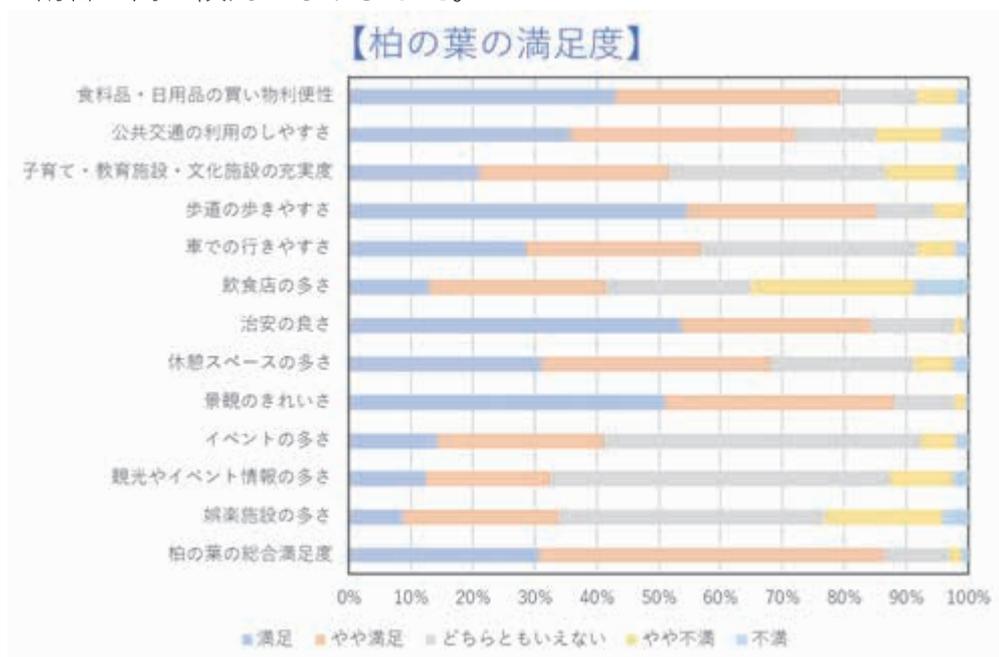
イベント開催情報が55.1%、季節の観光情報が49.1%、新規出店の店舗情報が40.5%と高い割合を示しています。割合が高かったスマートフォンやSNSを活用してそれらの情報を発信する事が重要になってくる可能性があります。



(6) 柏の葉への満足度

● 飲食店の増加とイベントの充実性がカギ

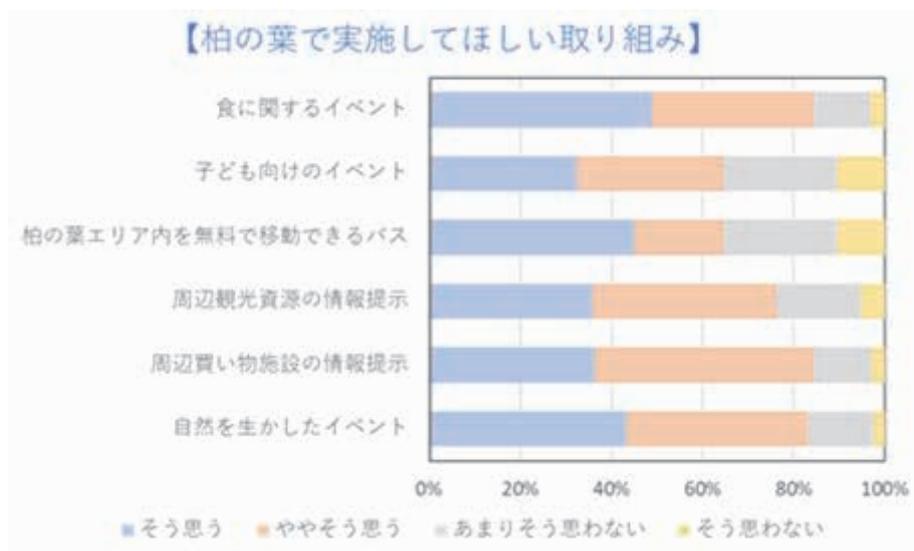
「食料品・日用品の買い物利便性」や「治安の良さ」、「景観の綺麗さ」の満足度が高い一方で、「飲食店の多さ」に満足していない人が多い傾向です。また、「景観のきれいさ」「休憩スペースの大催」の満足度は高くない結果となりました。さらに、「イベントの多さ」、「観光やイベント」、「娯楽施設の多さ」がどちらともいえないと回答した人の割合が高い傾向となりました。



(7) 柏の葉で実施してほしい取り組み

●まずは食や買い物、自然を生かしたイベントを中心に

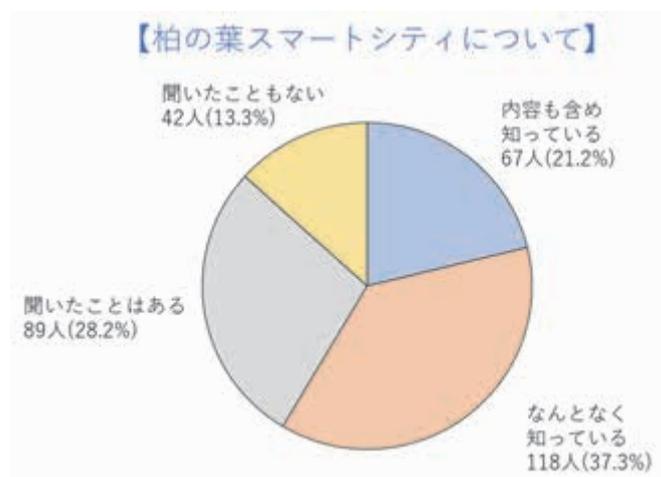
「食に関するイベント」、「周辺買い物施設の情報提示」、「自然を生かしたイベント」が80%以上の割合で実施してほしいと回答されましたが、全体的にどの取り組みも実施してほしいと回答した人が多い傾向となりました。一方、「柏の葉エリア内を無料で移動できる」などの取り組みに対して、「そう思う」と回答した人と、「そう思う」と「あまりそう思わない」と回答した人で、考えが分かれているものもみられました。



(8) 柏の葉スマートシティについて

●スマートシティの魅力を今後も伝えていく姿勢が必要

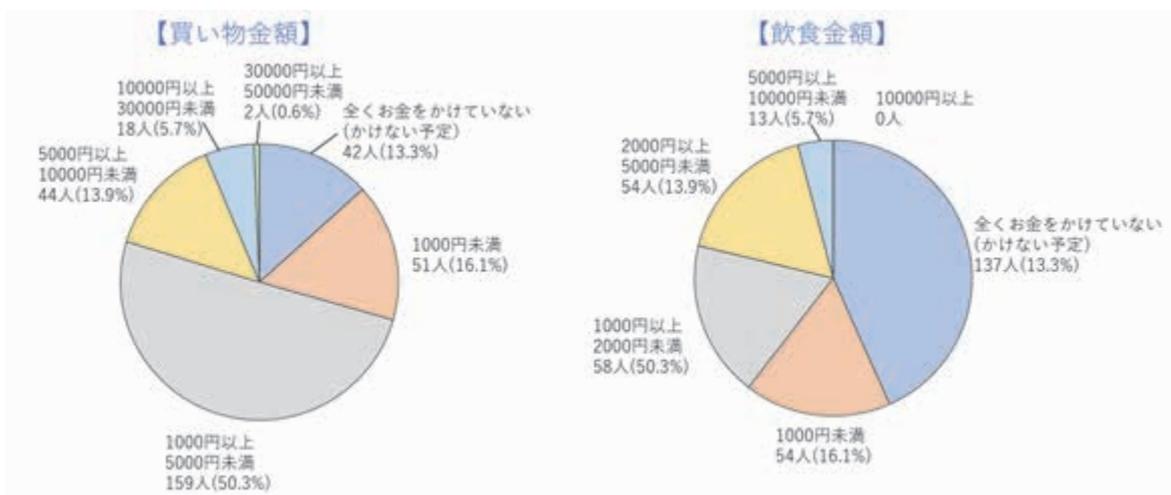
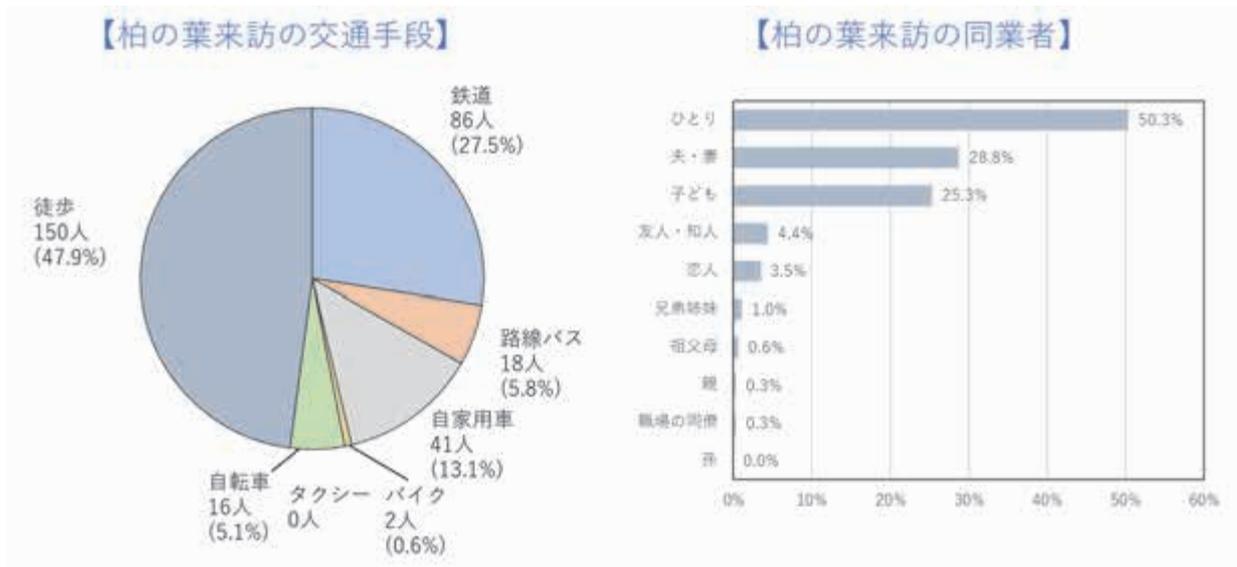
「なんとなく知っている」と回答した人が118人(37.3%)と一番多い結果となりましたが、柏の葉スマートシティの意味を知らない人(「聞いたことはある」、「聞いたこともない」の合計)が全体の41.5%を占めていることから、多くの人に知ってもらうためにスマートシティの魅力をインターネットやSNSなどを通じて発信していくことが重要だと考えられます。



(9) 柏の葉への来訪

●ひとりで来ても飲食がしやすい環境づくりが必要

柏の葉の来訪交通手段は「徒歩」が多く54.4%となっています。次いで「鉄道」が27.5%となっています。中心市街地へのひとりで来訪する人が多い傾向です。ほとんどの人がららぽーと柏の葉で買い物したと回答しましたが、飲食をしなかったと回答している人も多く見られるため、飲食面でのサービス面の充実が求められます。



道の駅しょうなん周辺住民のアンケート結果

道の駅周辺での行動や意識について把握するため、道の駅の周辺住民に対しアンケート調査を実施しました。

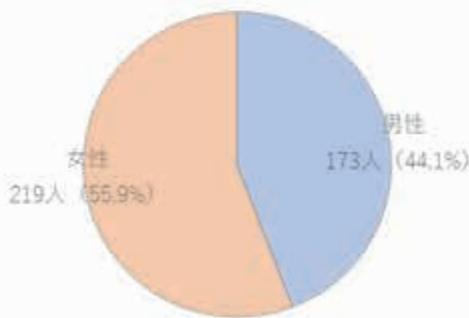
【アンケート概要】

配布日： 2023年8月1日(火)～
配布場所： 柏市箕輪、岩井、鷲野谷、手賀の杜1～3丁目
対象者： 対象地域住民
方法： 郵便局による郵送配布・郵送回収
有効回答： 400

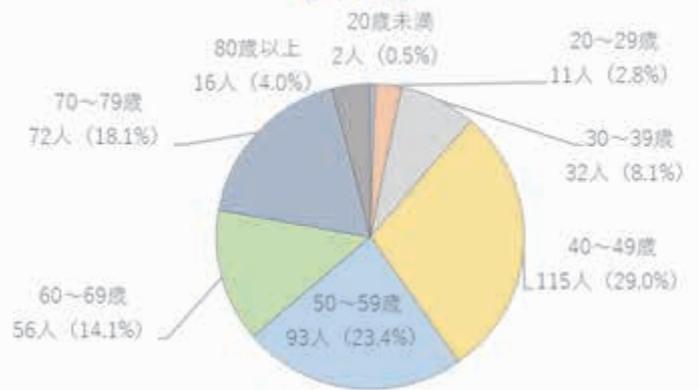
(1) 回答者の属性

回答票数 392 のうち、男性が 173 人(44.1%)となっております。全体的に幅広い年代からの意見が収集できています。居住年数は 10 年以上の住民が多い傾向です。

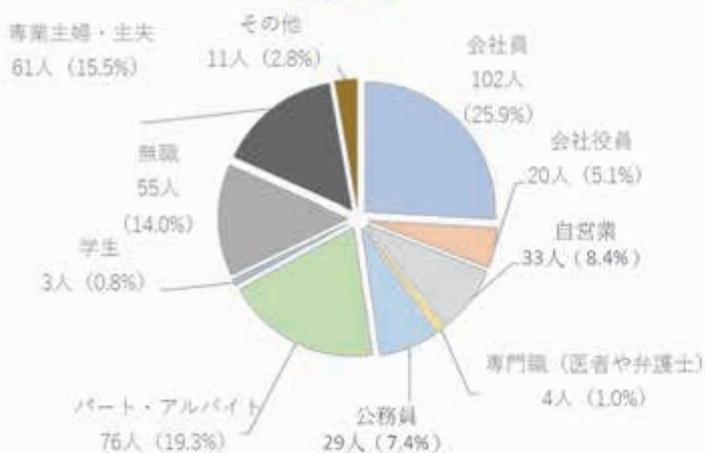
【性別】



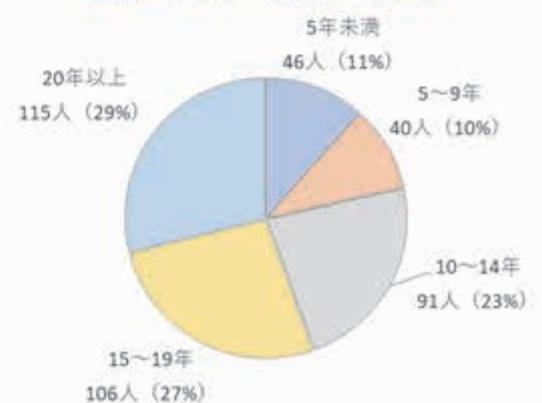
【年代】



【職業】



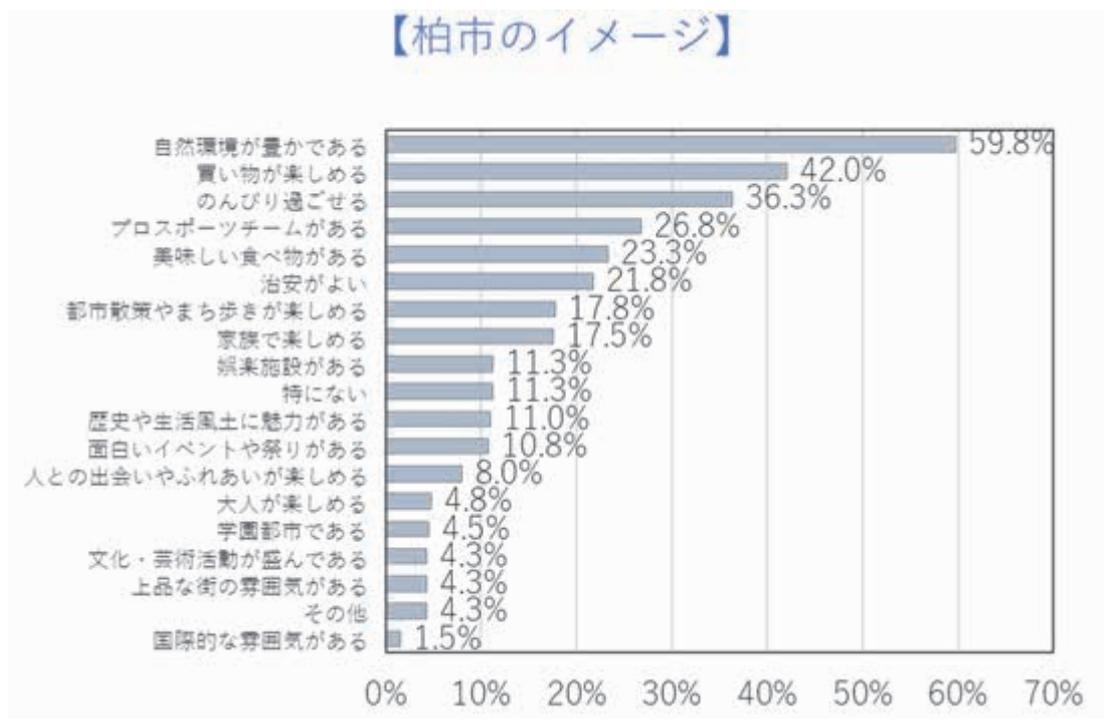
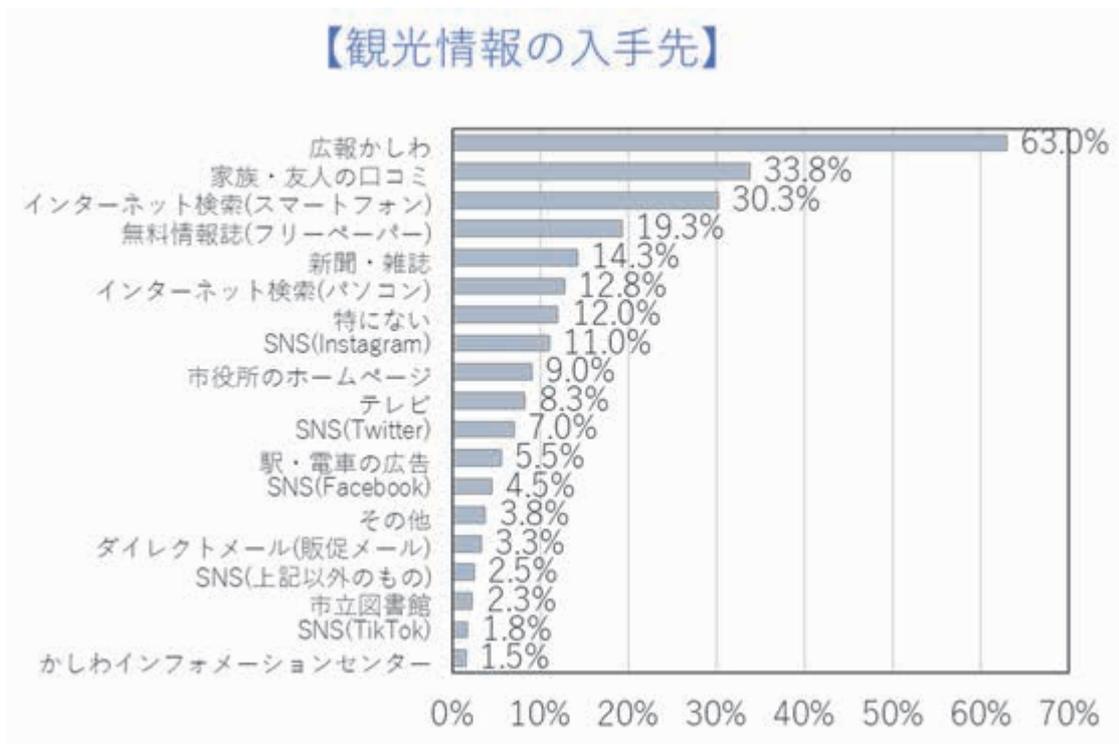
【現居住地の居住年数】



(4) 柏市における観光情報の入手先・柏市のイメージ

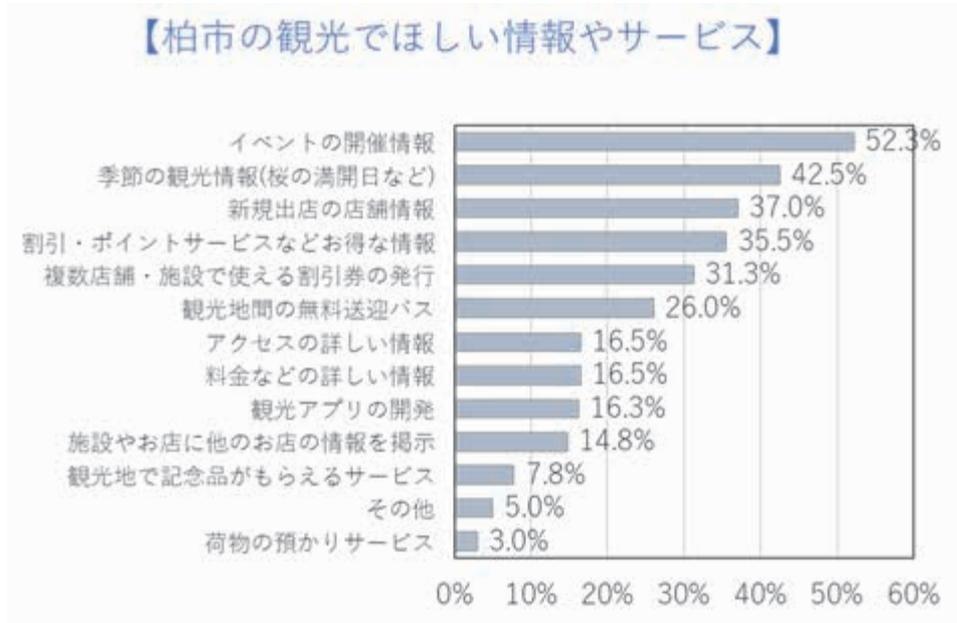
● SNS 等を生かして、駅前の商業・食と郊外の自然との2極化のイメージ戦略が必要

柏市民に全戸配布している「広報かしわ」による観光情報の入手が多い傾向です。また、スマートフォンによる検索や SNS も観光情報入手のツールとなっています。買い物や食に関するイメージが強い一方で、自然へのイメージも強く、柏駅前と郊外の自然との2極化したイメージが持たれています。



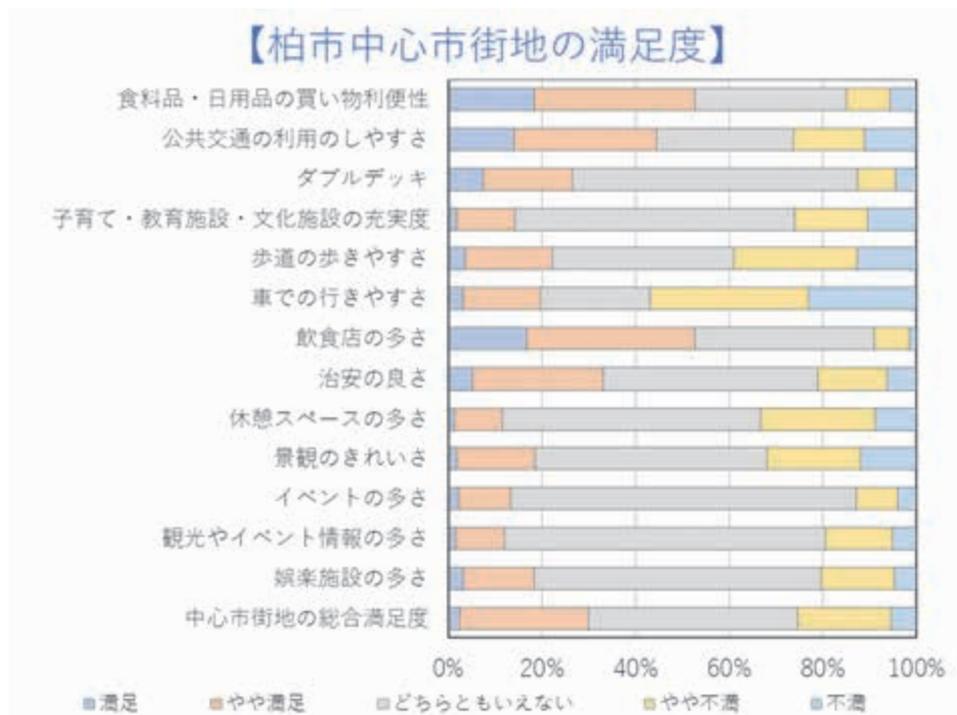
(5) 柏市の観光でほしい情報やサービス

- 中心市街地でのイベント情報や、郊外の季節の自然情報の提供が必要
イベント開催情報が52.3%、季節の観光情報が42.5%と多くっております。



(6) 柏市中心市街地への満足度

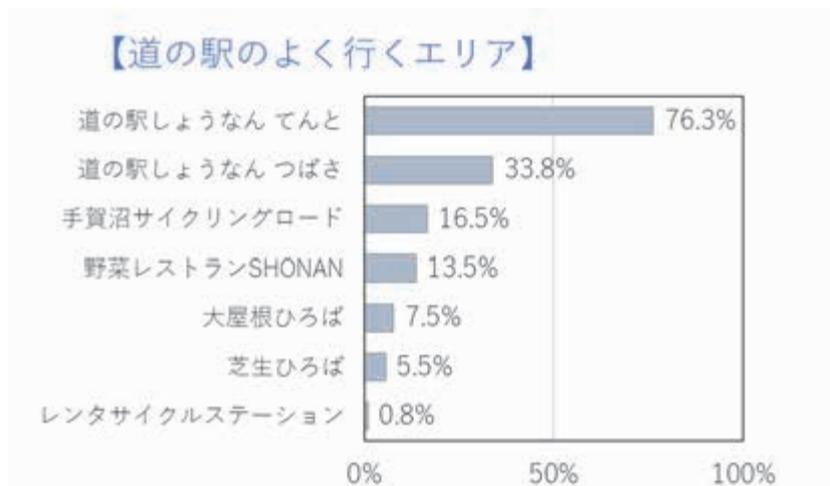
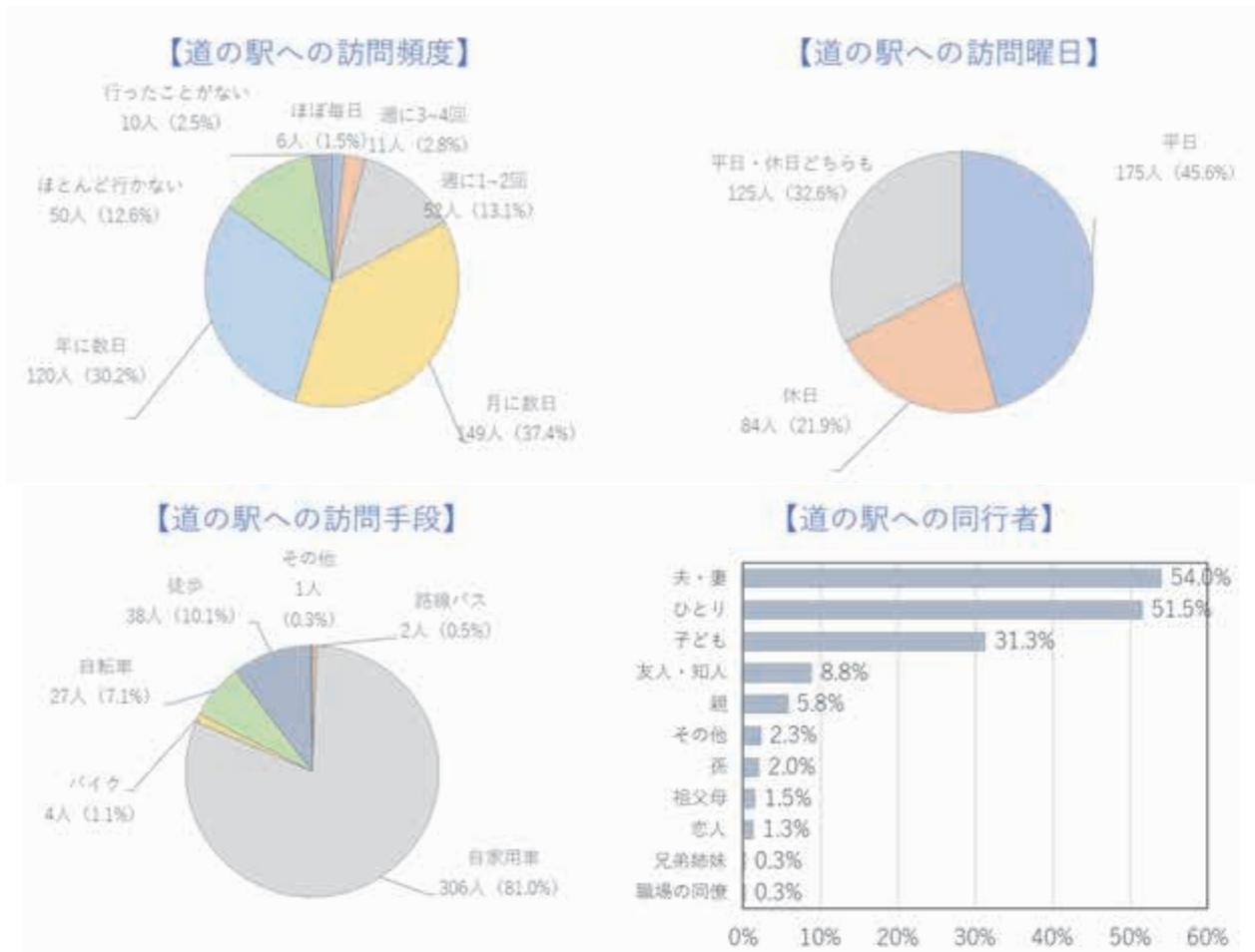
- きれいな景観で来訪したくなる取り組みを、休憩スペース確保で長い滞在を「食料品・日用品の買い物利便性」や「飲食店の多さ」、「公共交通の利用のしやすさ」の満足度が高い一方で、「車での行きやすさ」や「歩道のあるきやすさ」「休憩スペースの大催」の満足度は高くない傾向です。



(7) 道の駅に関する設問

●半数以上が毎月訪問、「おひとりさま」でも楽しめる施設

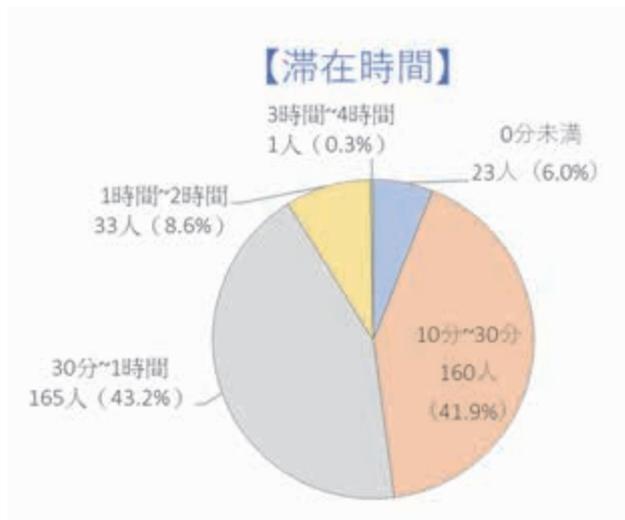
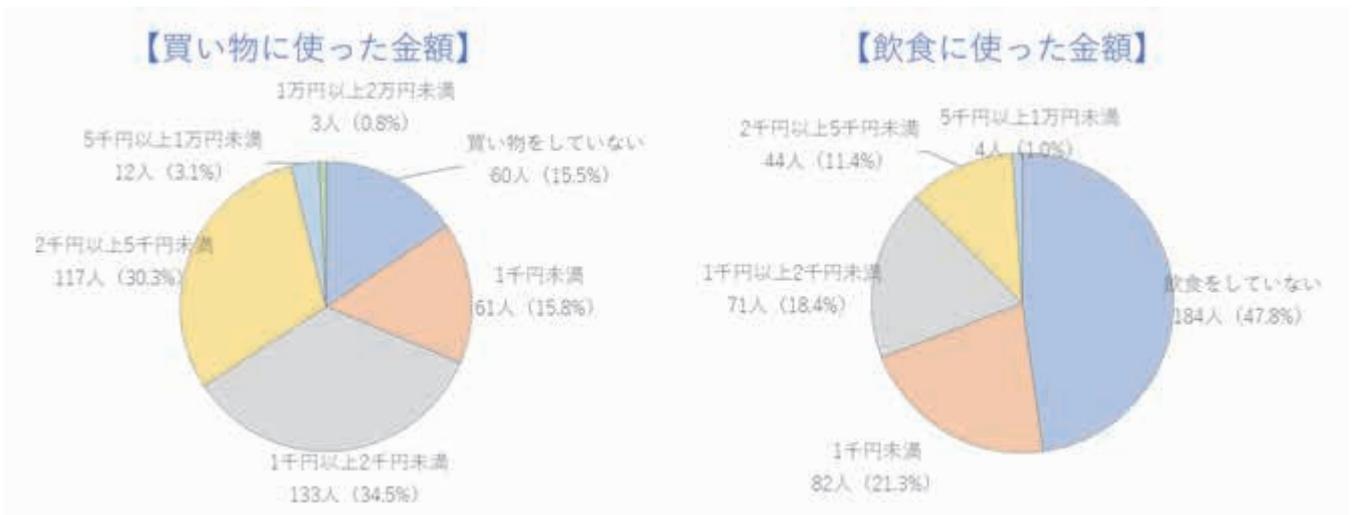
道の駅への訪問頻度では半数以上が毎月訪問していることが分かります。一方で「ほとんど行かない」や「行ったことがない」層も約15%と、更なる集客拡大の可能性を持ち合わせています。また、道の駅へ一緒に行く人に関する設問では、「夫・妻」や「子供」といった家族での訪問に限らず、「ひとり」での訪問も多くを占めており、あらゆる人が訪れやすい施設であると考えられます。



(8) 道の駅での経済活動

● 飲食活動を促進させ、滞在時間の拡大化が課題

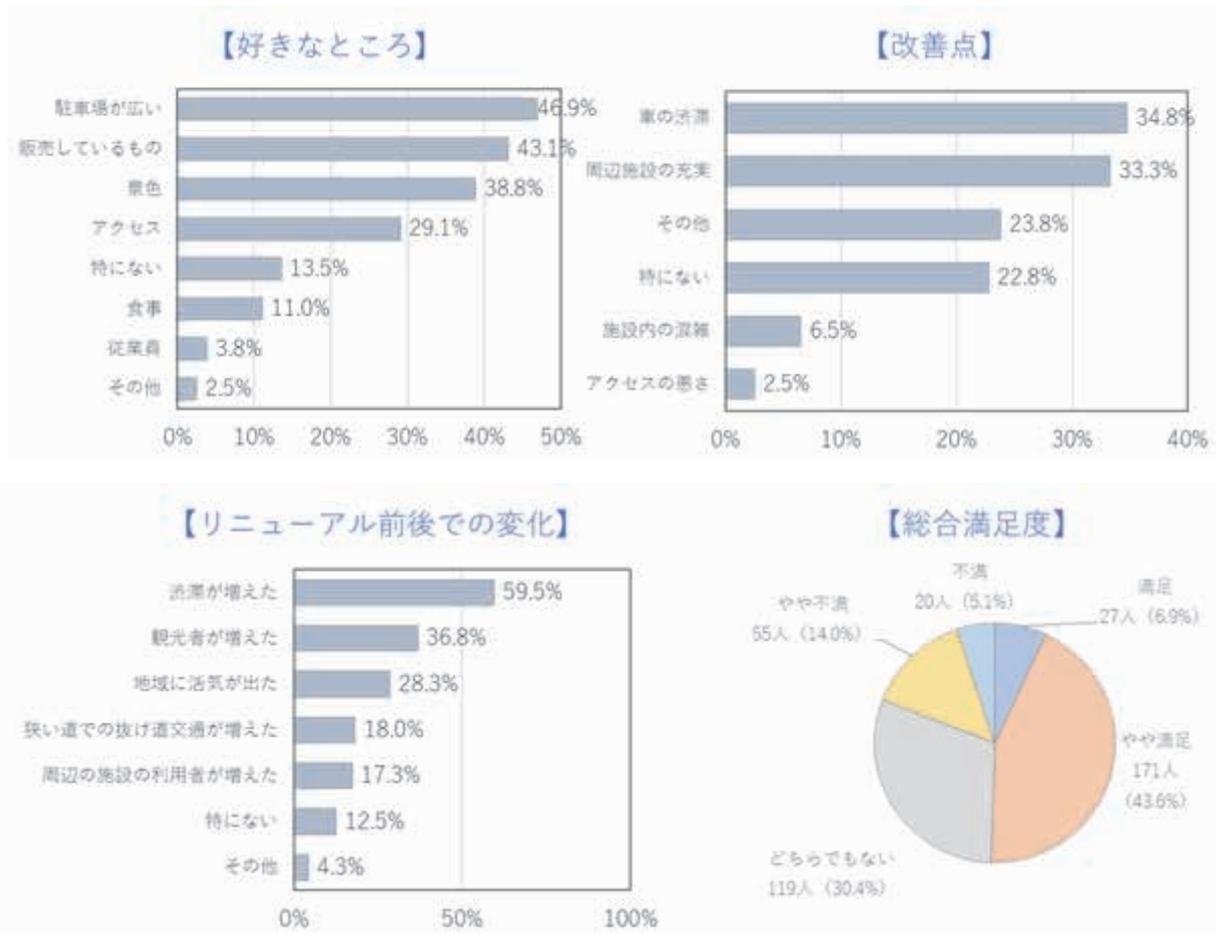
道の駅での使用金額に関して、買い物では金額の大小こそあるものの8割以上の方が何らか購入しています。その一方で、半数近くの方が飲食をしていないことが示されており、飲食よりも買い物重視の傾向が、滞在時間の短さに繋がっていると考えられます。8割以上の方が、1時間以内の滞在に留まっている現状です。



(9) 道の駅に対する評価

● 交通関連と価格に関する意見を多く回収、満足度はまだ改善の余地あり

道の駅の訪問手段で「自動車」が多かったことから、改善点として「車の渋滞」や、リニューアル前後の変化で「渋滞が増えた」といった交通関連の回答が多く見られました。また「その他」として、道の駅で販売している野菜や花の価格がリニューアル前より高騰していることへの回答も多く見られました。総合満足度は約半数が「満足」「やや満足」と回答しており、上記のような課題を改善することで更に満足度は向上すると考えられます。

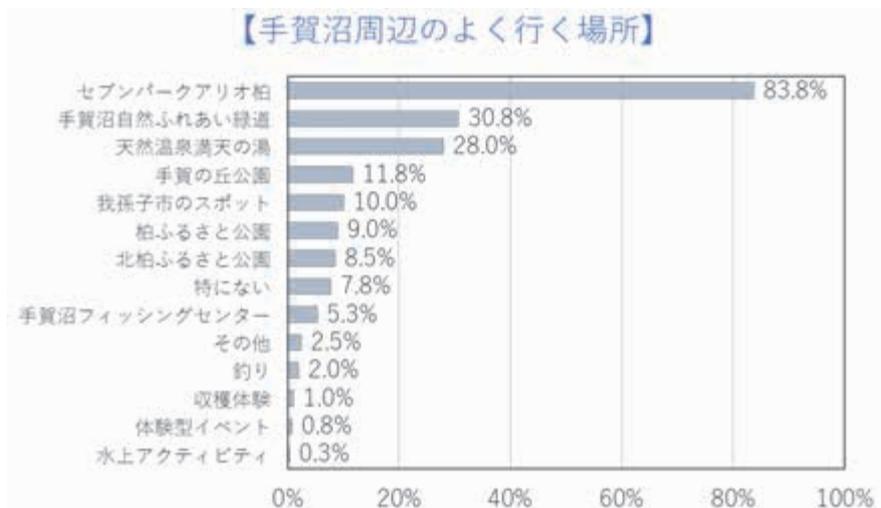


(9) 手賀沼周辺をよく行く場所

●セブンパークアリオ柏が圧倒的

手賀沼周辺をよく行く場所の回答としては「セブンパークアリオ柏」が飛びぬけて他のスポットより多い結果となりました。規模の大きな商業施設に多くの人が集まっていることが伺えます。その他の回答としては以下の通りとなりました。

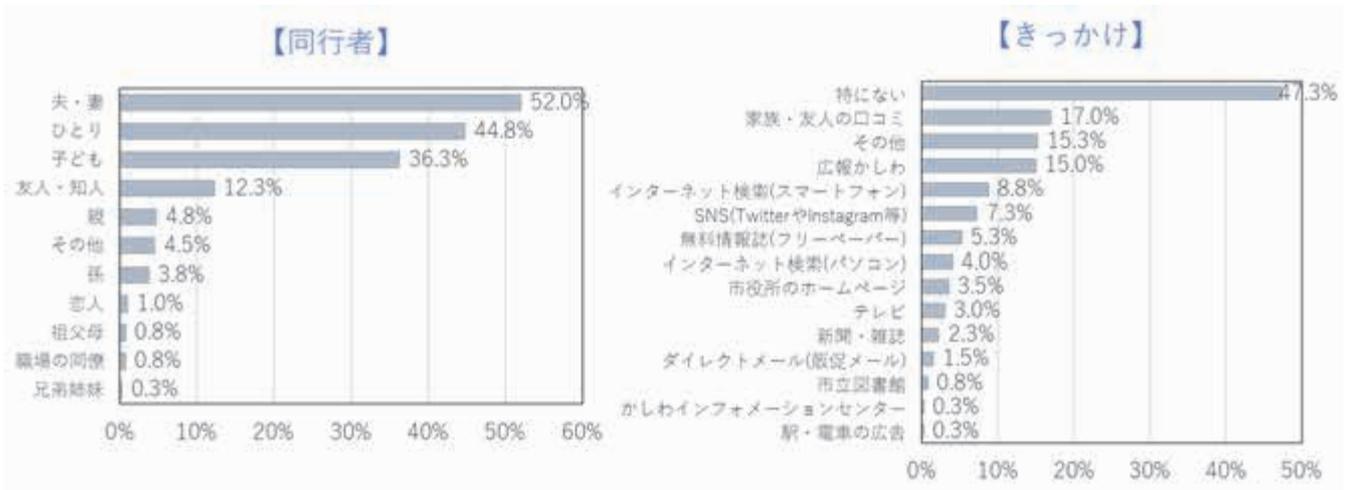
アビスタ、カフェ、サイクリングロード、みのわ園、我孫子市若松の手賀沼近くの店、散歩道、周辺コンビニ、駐車場(各1件)



(9) 手賀沼周辺に訪れるきっかけ

● **きっかけ無く訪れる人が多数、SNSの活用で周知が必要**

道の駅周辺に訪れるきっかけに関しては「特にない」と答える人が半数近くとなりました。何かしらのきっかけがある場合は「家族・友人の口コミ」や「広報かしわ」が多くなっております。インターネット検索やSNSの割合は10%未満と少なく、これらの媒体の積極利用も重要です。



【その他の回答】

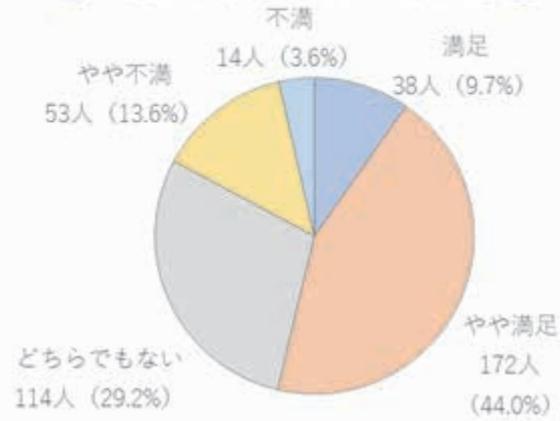
その他の回答	回答数
近いから、生活圏だから等	22
ウォーキング・散歩等	10
買い物のため	7
犬の散歩	3
運動	3
仕事、職場での情報	2
他人との交流	1
天候	1
我孫子の図書館	1
その日の気分	1
ひまつぶし	1
通りかかる時にきになったから	1
行くきっかけがない	1

(9) 手賀沼周辺に対する評価

● **半数以上が満足も、まだまだ改善の余地あり**

手賀沼周辺の総合満足度に関して、半数以上が「満足」「やや満足」と回答しています。道の駅や利用者の多いセブンパークアリオ柏、隣接自治体である我孫子市などと連携を取りながら、手賀沼周辺の更なる魅力向上に努めることが重要と考えられます。

【手賀沼周辺の総合満足度】



道の駅しょうなん利用者のアンケート結果

道の駅しょうなんでの行動や意識について把握するため、道の駅の利用者に対しアンケート調査を実施しました。

【アンケート概要】

- 配布日： 2023年7月29日(土)・7月30日(日)・8月3日(木)・8月4日(金)
配布場所： 道の駅しょうなん
対象者： 道の駅しょうなん に訪れた人
方法： 手渡しでの案内や紙アンケートの配布・郵送やWEBでの回収
有効回答： 488票

配付したアンケート案内の表面(うちわ版)



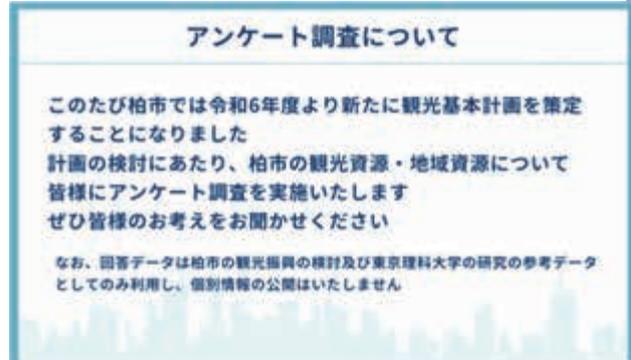
配付したアンケート案内の裏面(うちわ版)



配付したアンケート案内の表面(紙版)

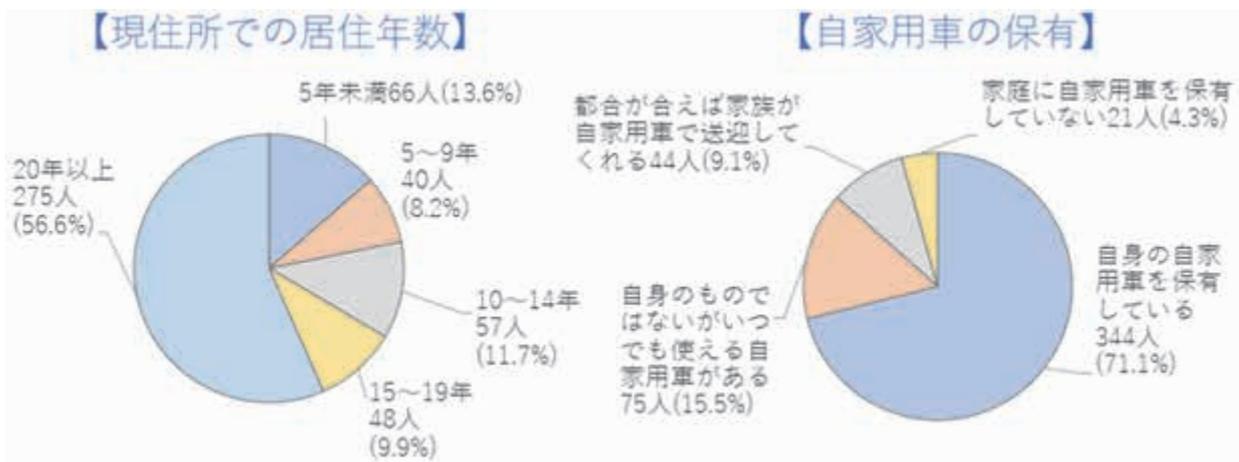
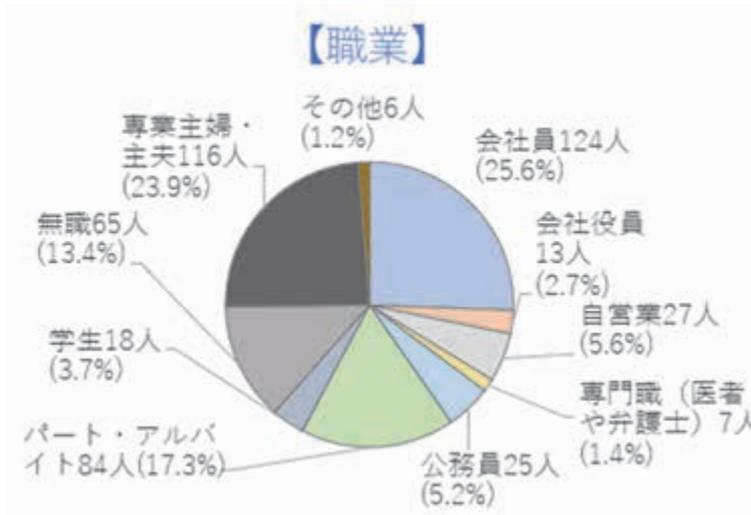
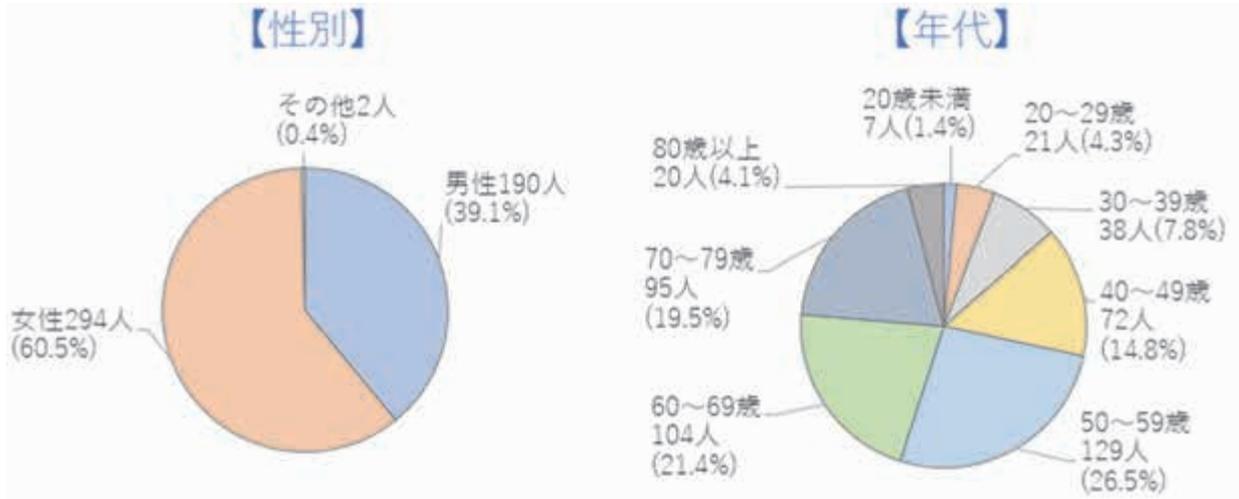


配付したアンケート案内の裏面(紙版)

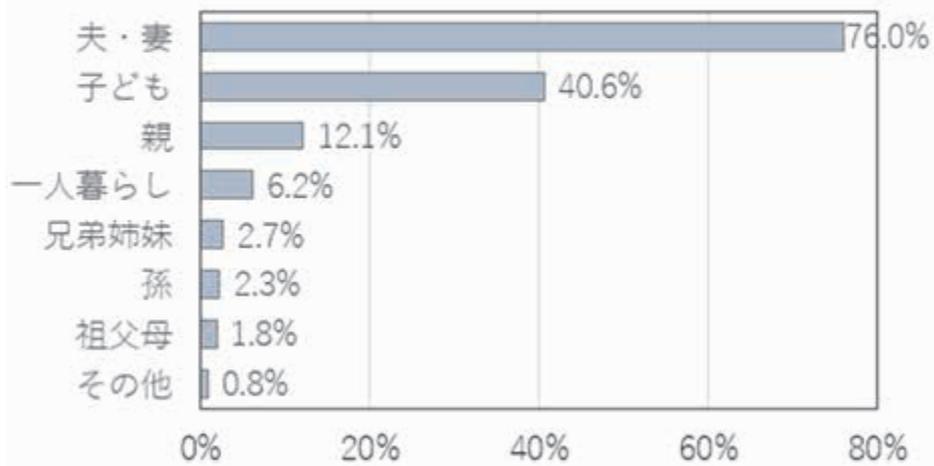


(1) 回答者の属性

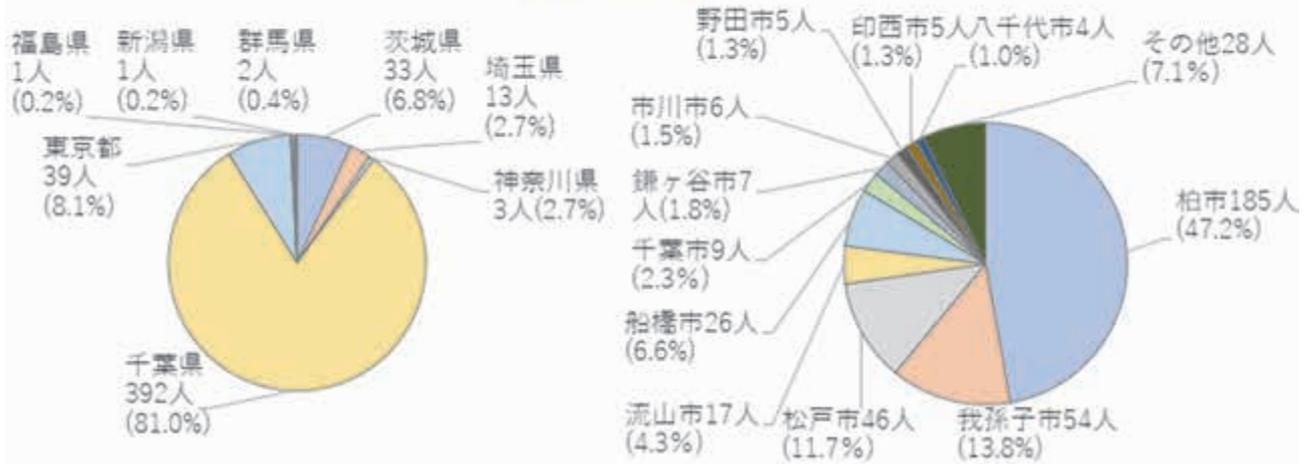
回答票数 488 のうち、男性が 190 人(39.1%)となっています。紙アンケートと WEB アンケートの両方を用いたことで、幅広い年代からの意見が収集できています。居住地は柏市 185 人(47.2%)と半数以下となっております。しかし、県外からの来訪者は少なく、県内からの来訪に留まっていることが示されております。



【家族構成】



【居住地】



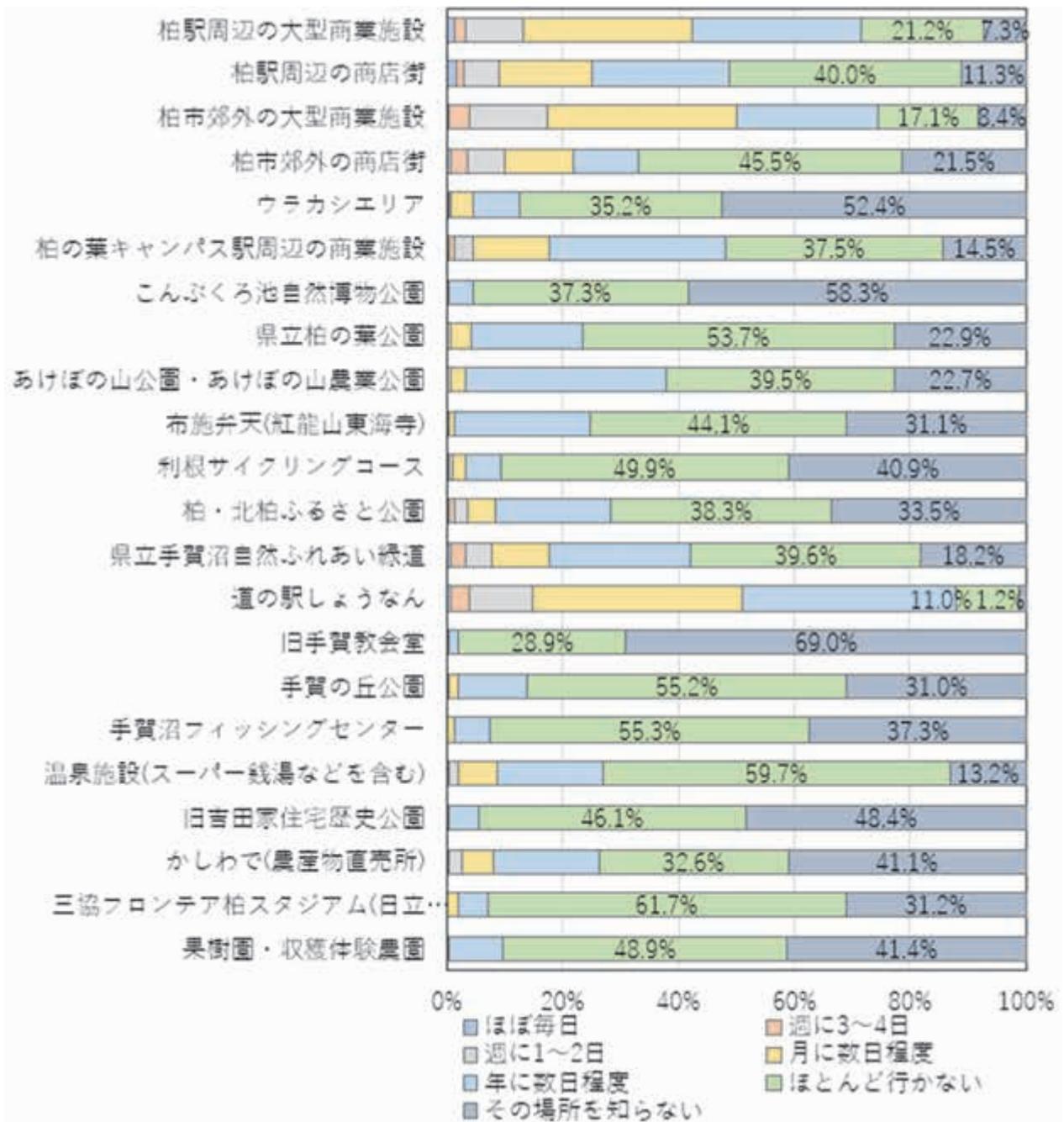
居住地：右図の“その他”には、「千葉県」のみの回答を含む、千葉県内の市区町村居住者

(2) 観光資源の利用頻度

●知られていない観光資源が多く存在

柏駅周辺の大型商業施設などの利用頻度が比較的高くなっております。その一方で、「その場所を知らない」と回答される割合が高い観光資源も多く存在します。例えば「旧手賀教会堂」では69.0%、「こんぶくろ池自然博物公園」では58.3%が「その場所を知らない」と回答しています。観光資源の周知が課題といえます。

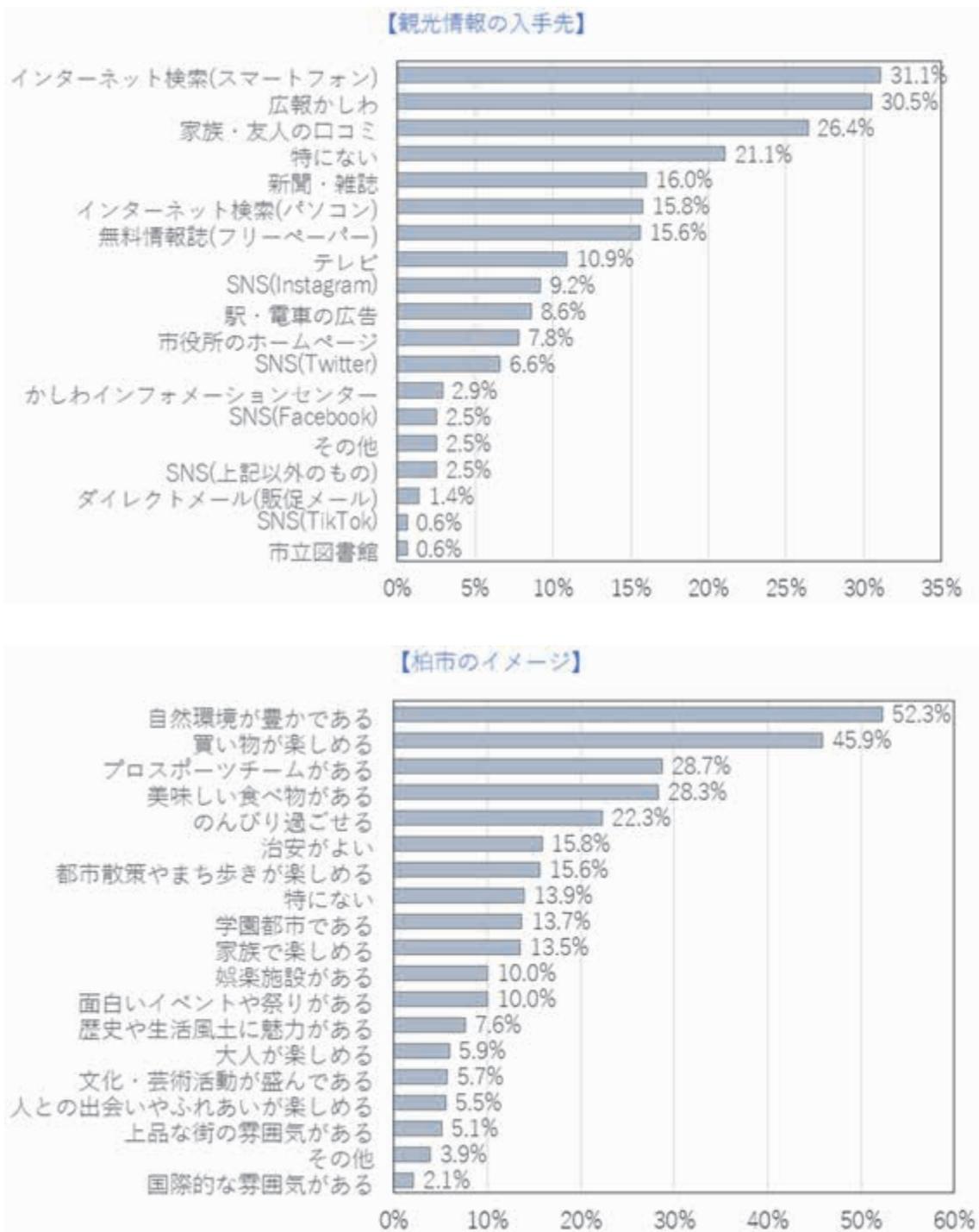
【観光資源の訪問頻度】



(3) 柏市における観光情報の入手先・柏市のイメージ

● SNS 等を生かして、駅前の商業・食と郊外の自然との 2 極化のイメージ戦略が必要

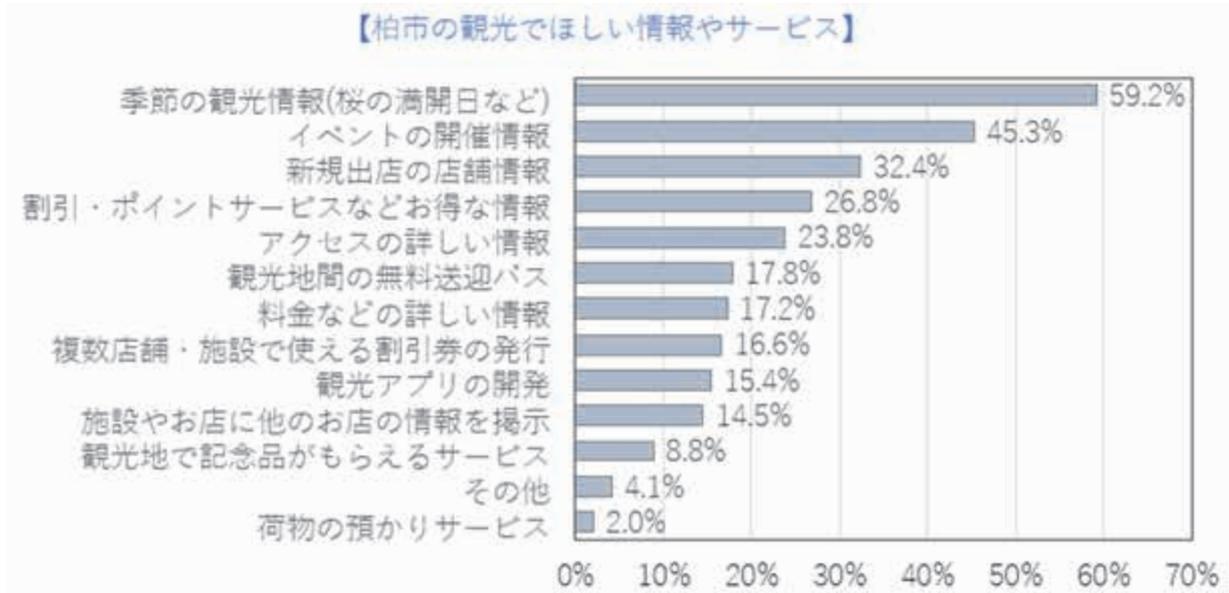
柏市民に全戸配布している「広報かしわ」による観光情報の入手が多くなっておりま
す。また、スマートフォンなど電子機器による検索や口コミによる観光情報の入手も
存在し、多くのツールから情報を得ていることがわかります。柏市は、買い物のイメ
ージや自然へのイメージが強く持たれています。「その他」では、道の渋滞や治安が
悪い等のマイナス要素のイメージも上げられました。



(4) 柏市の観光でほしい情報やサービス

● イベント情報や季節の自然情報の提供が必要

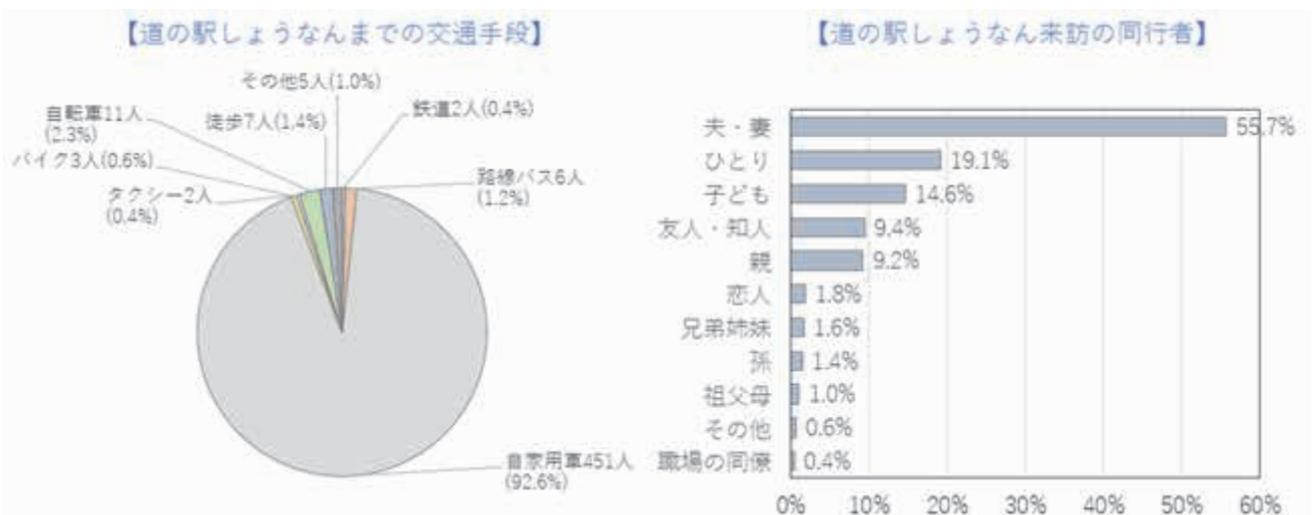
季節の観光情報が59.2%、イベント開催情報が45.3%と多くなっております。また、「その他」の中でSNSでの継続的情報発信を希望する声があり、観光アプリの開発(15.4%)と合わせて、情報発信ツールの多様化への対応が重要であるといえます。



(5) 道の駅しょうなんへの来訪

● 農産物以外の売り、道の駅の広報活動が課題

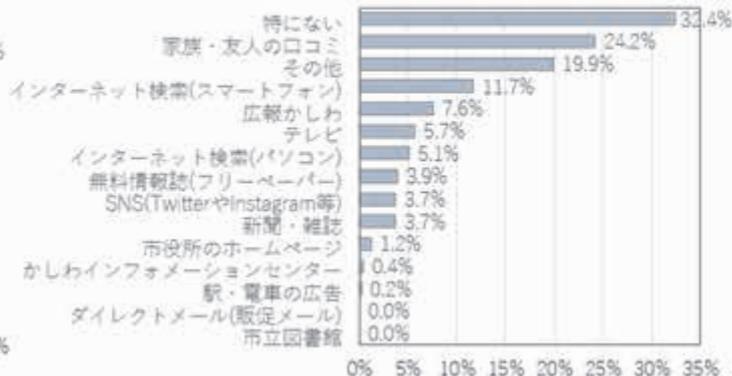
道の駅までの交通手段は自家用車が圧倒的に多くなっております。また、来訪目的は農産物直売所での買い物が85.5%を占め、新鮮な野菜を求めて来訪していることが推測されます。来訪のきっかけにて「インスタグラム」などは多くなく、さらに道の駅しょうなん内での飲食する人が約半数という点から、道の駅しょうなんらしい飲食物のPR活動を積極的に行うことが重要だと考えられます。



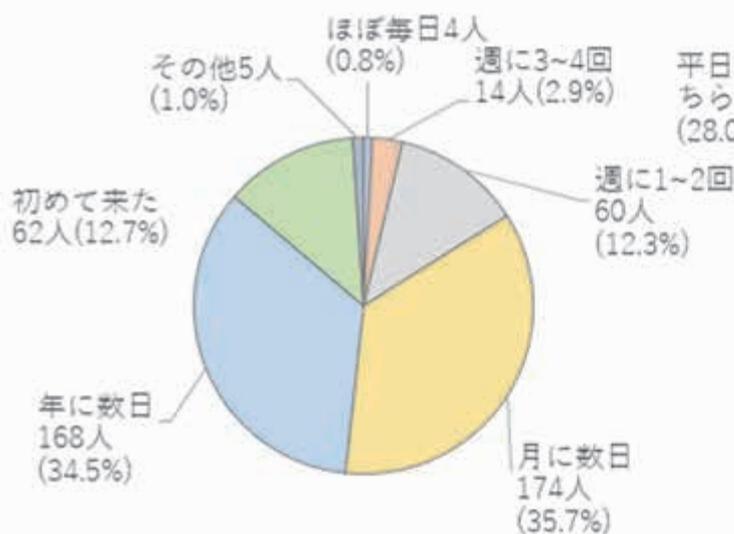
【道の駅しょうなんへの来訪目的】



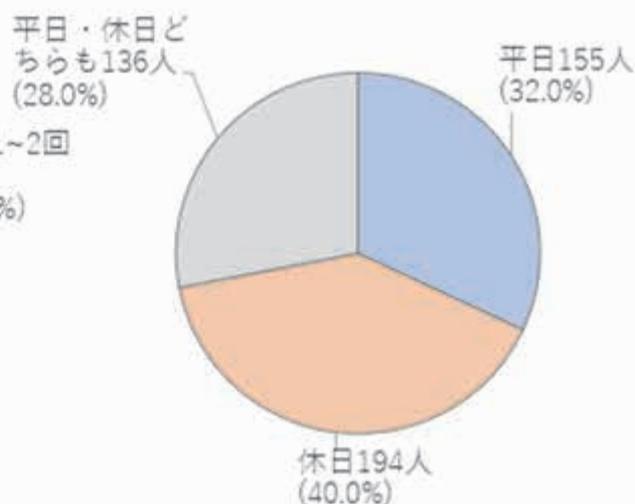
【道の駅しょうなんへの来訪のきっかけ】



【道の駅しょうなんへ訪れた回数】



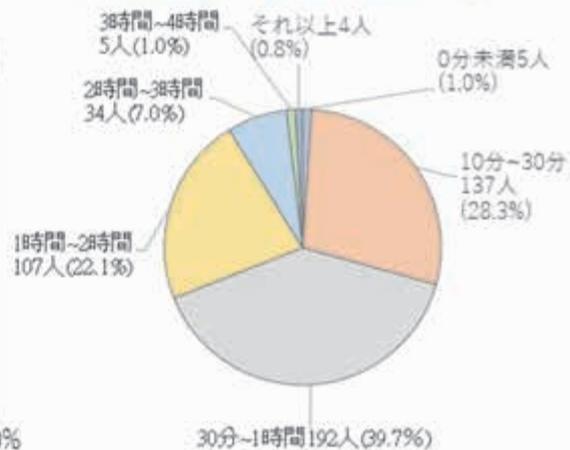
【道の駅しょうなんに訪れる曜日】



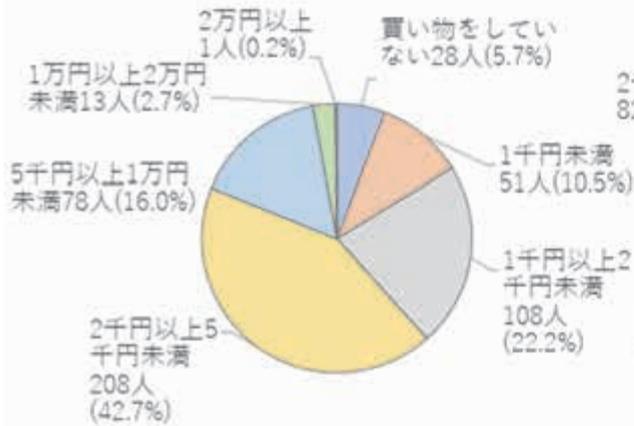
【道の駅しょうなんの利用エリア】



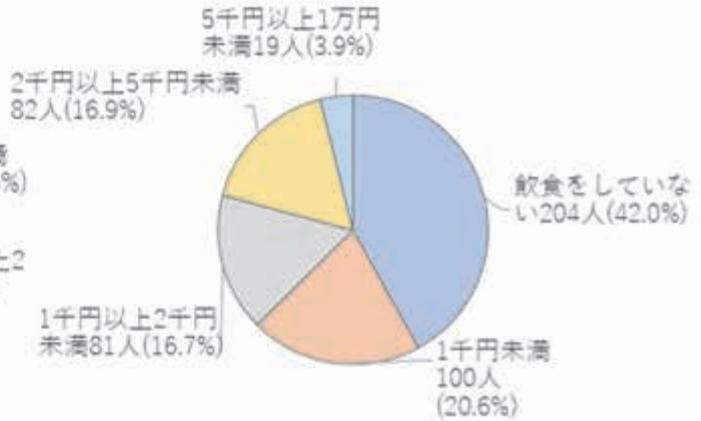
【道の駅しょうなんの滞在時間】



【道の駅しょうなんでの買い物金額】



【道の駅しょうなんでの飲食金額】

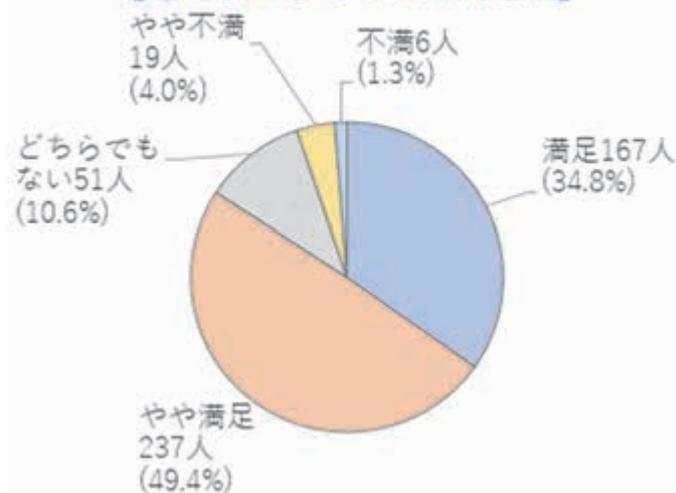


(6) 道の駅しょうなんの満足度・好きのところ・改善点

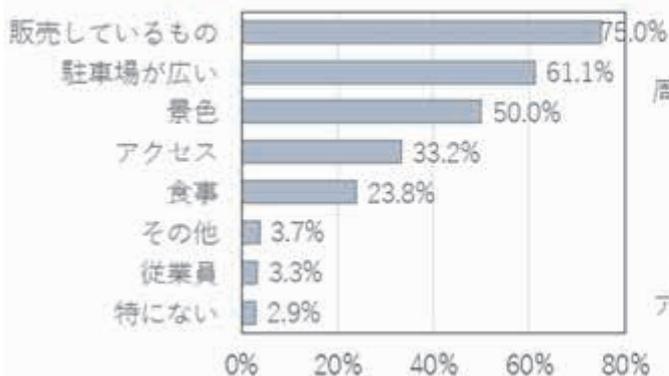
●満足度が高い、道の駅しょうなん

道の駅しょうなんの満足度は、満足とやや満足を合わせて404人で、75%以上の人が満足しています。しかし、不満という回答もあることから、改善点を見直していく必要もあります。

【道の駅しょうなんの満足度】



【道の駅しょうなんの好きのところ】



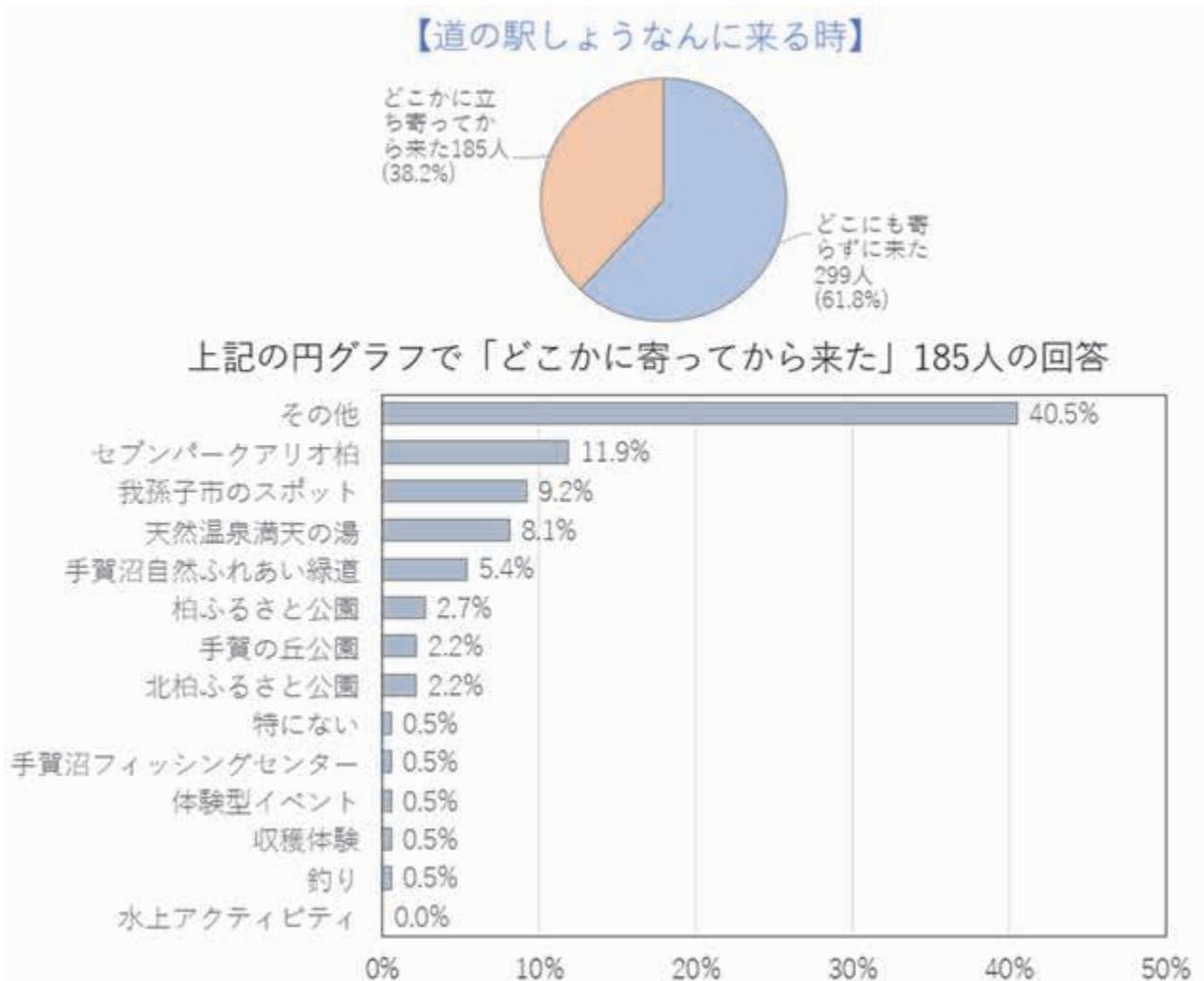
【道の駅しょうなんの改善点】



(7) 道の駅しょうなんに行く前に寄った場所

● 「道の駅しょうなん」を目当てに訪れる人が多数、他施設との連携強化も課題

どこかに立ち寄ってから来た人よりも立ち寄らずに来た人の方が多い結果となりました。道の駅しょうなんを目当てに訪れる人が多いことが分かります。どこかに立ち寄ってから道の駅に来た人の中では、食事をしてから来た人が多い傾向でした。また、梨園という回答が複数ありました。来訪を増やすために、他施設との連携を強化することも重要と考えられます。



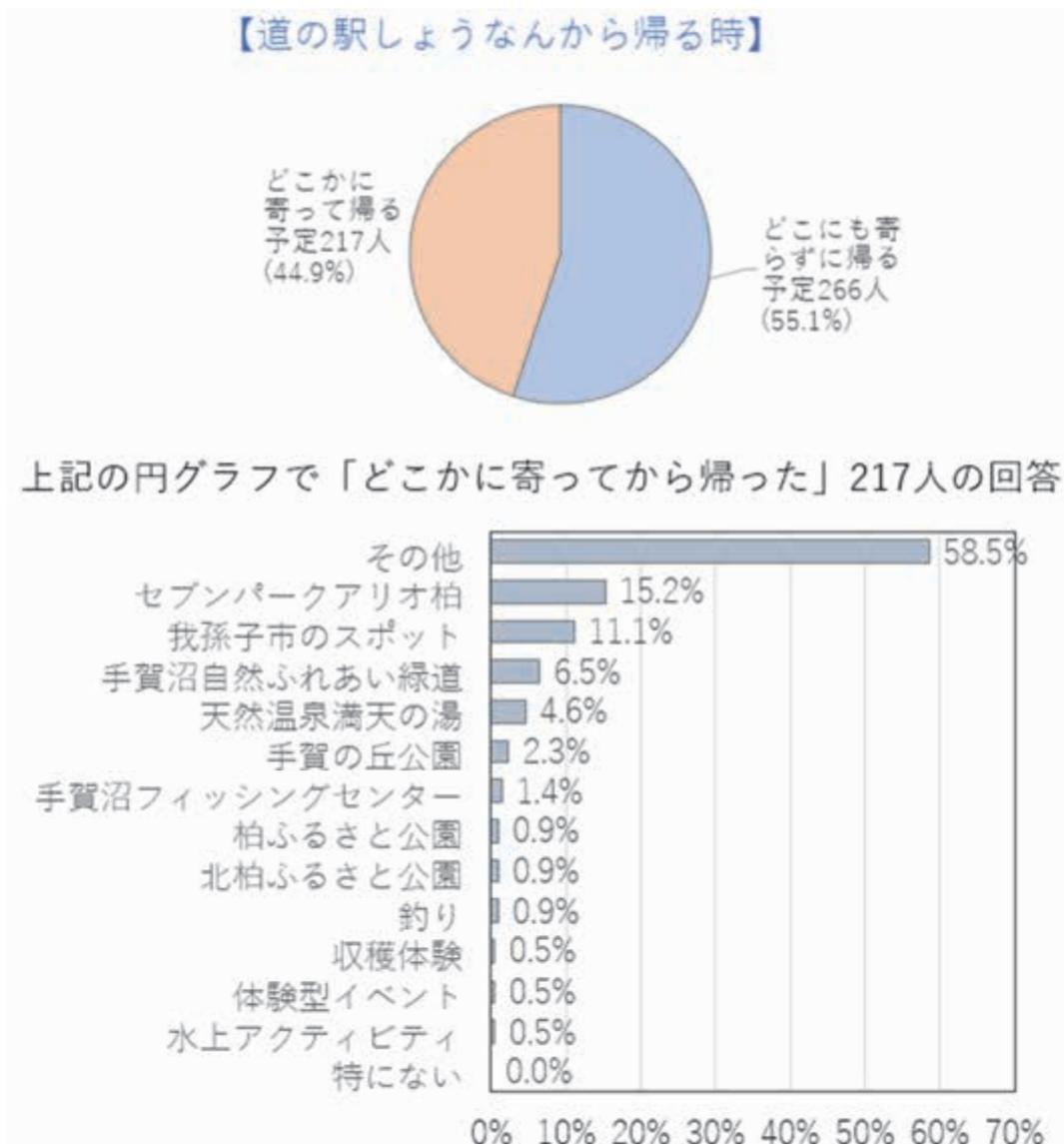
○ 「その他」の回答例

昼食(7票)・梨直売所(3票)・スーパー(2票)・あびこん TA 直売所(2票)・他の道の駅・買い物・JA 西印旗・柏市ひまわり・手賀にある園芸店・柏市役所・印西・ガソリンスタンド・イオン柏・車の点検ディーラー・車の整備会社の帰り・他の商店・貸農園・沼南庁舎(選挙)・友人の家・ハスの花はよく見てくる・仕事が農家・"農産物直売所"かしわで・ドラッグストア"コスモス"・茨城の道の駅たまつくり・かき氷の吉岡茶房・映画館・柏駅前2ヶ所・慈恵医科大柏病院・息子の家・風呂すみれ・ゴルフ場・ステモで映画を見た・家族の送迎・相撲クラブ・無回答(37票)

(8) 道の駅しょうなんから帰る時に寄る予定の(寄った)場所

●なぜどこにも寄らずに帰るのか、別途検証・調査が必要

どこかに寄って帰る予定(帰った)人よりもどこにも寄らずに帰る予定(帰った)人の方が多
い結果となりました。アンケート配布日の気温が暑かったこともどこにも寄らずに帰る人
が多かった要因の1つとは考えられます。季節や天候に問わずそのまま帰る人が多いの
かは別に検証が必要です。道の駅来訪後にどこかに立ち寄った人は、周辺の観光地では
なくスーパーに寄る人が多い結果となりました。立ち寄り場所として、梨園という回答
が複数みられました。また、季節的にもお墓参りという回答もありました。



○「その他」の回答例

スーパー(31票)・食事(10票)・梨園(5票)・タカシマ屋(4票)・コンビニ(4票)・墓参り(2票)・友人宅(2票)・ガソリンスタンド(2票)・ドラッグストア(2票)・他県へ向かう・わくわく広場・ホームセンター・満天の湯のとなりお店・八潮パーキングエリア・我孫子駅・子どもの家・ウォーキング・美容院・コットンフィールド(パン屋さん)・柏祭・吉岡茶房・カラオケ・ユニクロ・ららぽーと柏の葉・仕事・牛久大仏・セカンドストリート・ホテル・釣り具屋・実習先の確認・無回答(4票)

あけぼの山のアンケート結果

あけぼの山での行動や意識について把握するため、アンケート調査を実施しました。

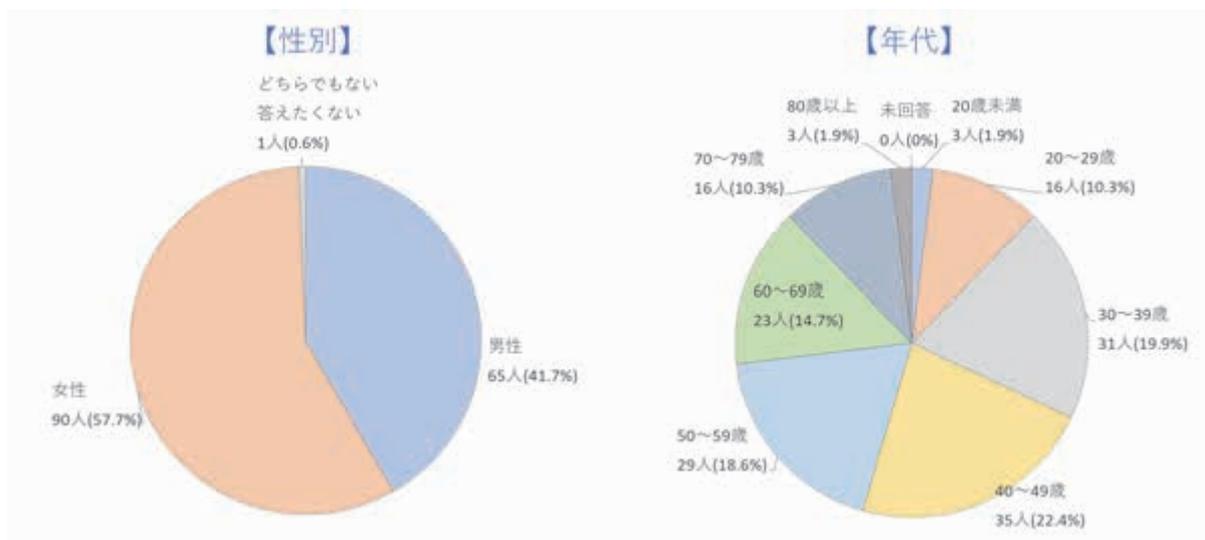
【アンケート概要】

配布日： 2023年7月29日(土)・7月30日(日)・8月3日(木)・8月4日(金)
配布場所： あけぼの山公園・あけぼの山農業公園
対象者： あけぼの山公園・あけぼの山農業公園内を通過した人
方法： 手渡しでの案内の配布・WEBでの回収
有効回答： 156票



(1) 回答者の属性

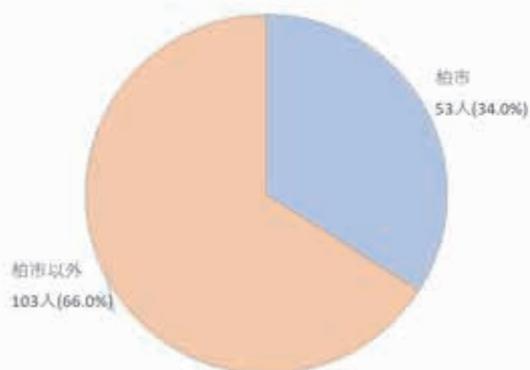
回答票数 156 人のうち、男性が 65 人(41.7%)となっております。20 歳未満の回答が 1.9%と少なくなっていますが、それ以外では全体的に幅広い年代からの意見が収集できております。居住地も柏市在住が 34.0%となっております。



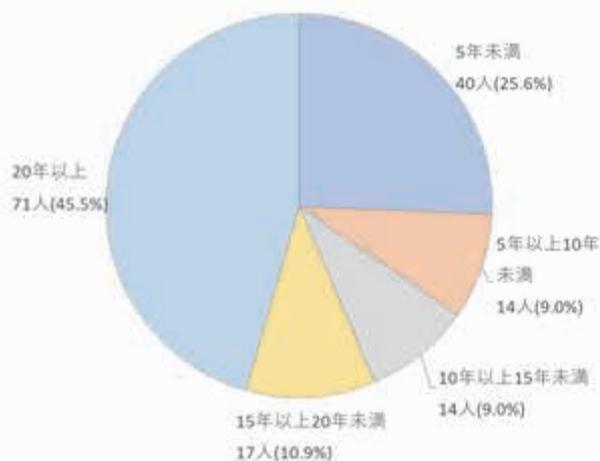
【職業】



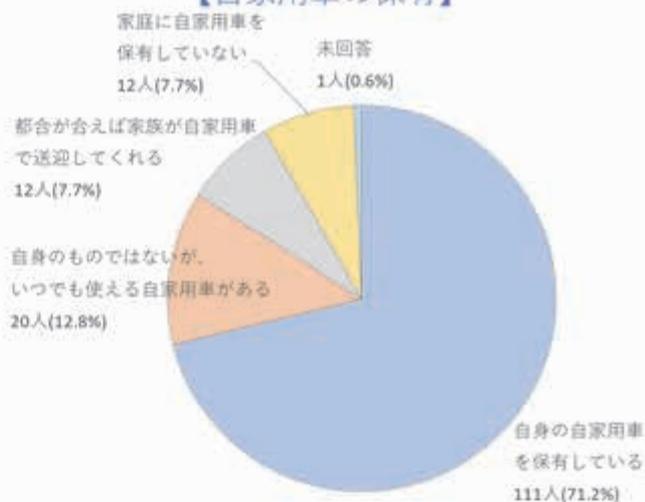
【居住地】



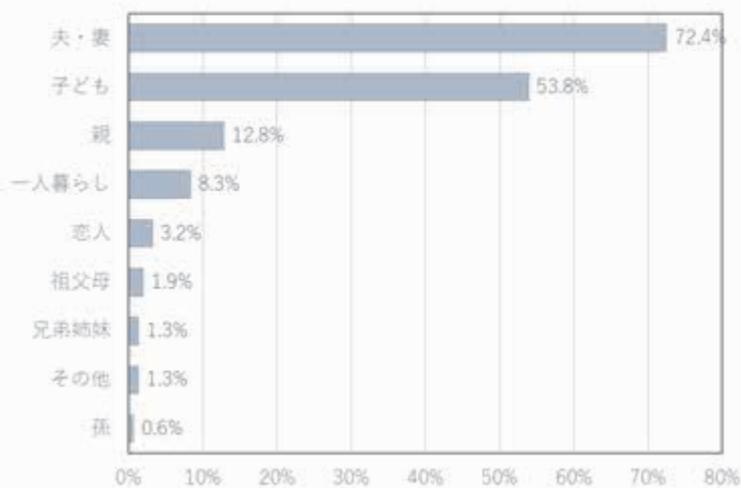
【居住地の居住年数】



【自家用車の保有】



【家族構成】

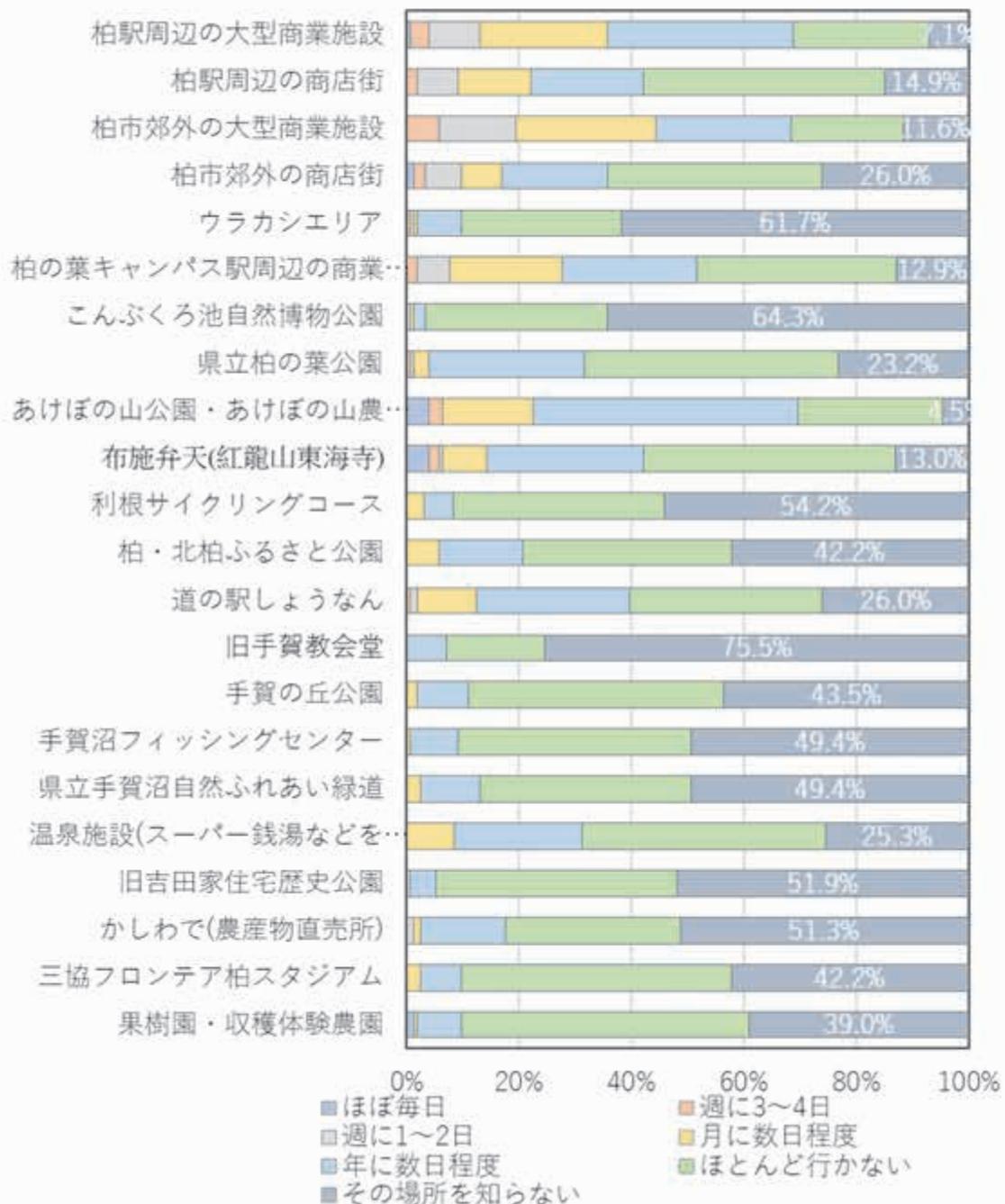


(2) 観光資源の利用頻度

●知られていない観光資源が多く存在

柏駅周辺の大型商業施設や柏駅周辺の商店街の利用頻度が高い傾向です。その一方で「その場所を知らない」と回答される割合が高い観光資源も存在します。例えば「道の駅しょうなん」では75.5%、「こんぶくろ池自然博物公園」では64.3%が「その場所を知らない」と回答しています。観光資源の周知が課題といえます。

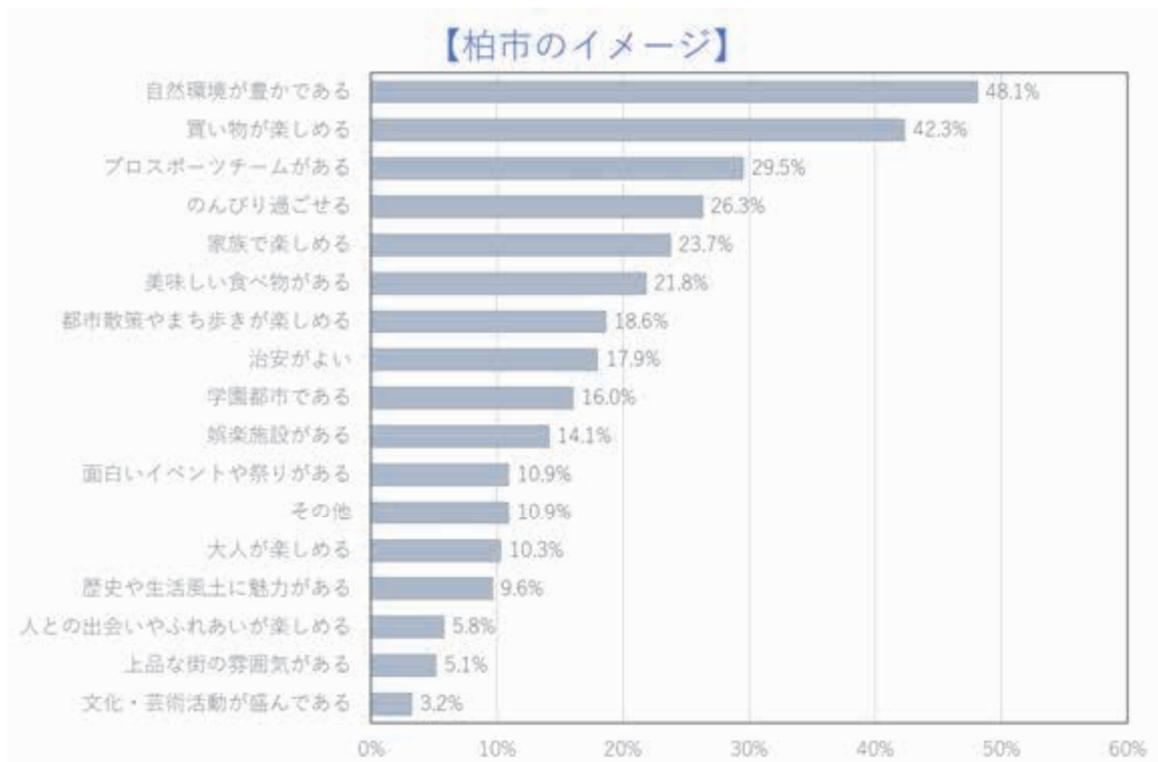
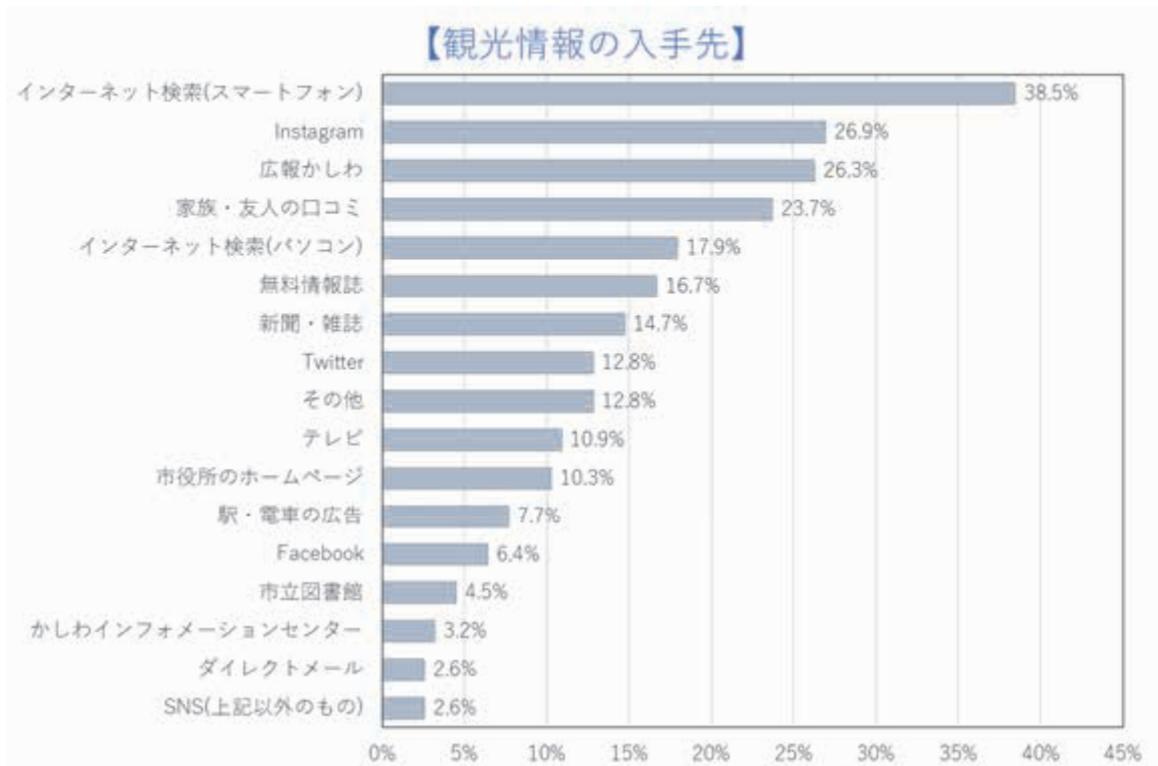
【観光資源の来訪頻度】



(3) 柏市における観光情報の入手先・柏市のイメージ

● SNS等を生かして、駅前の商業・郊外の自然との2極化のイメージ戦略が必要

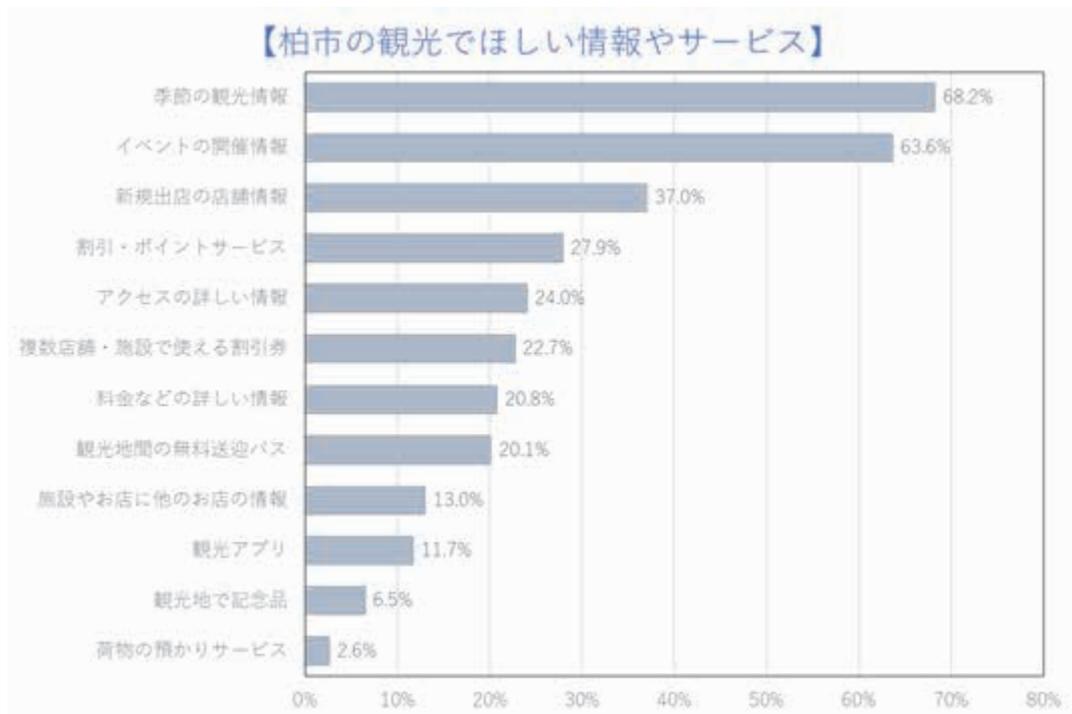
スマートフォンによる検索やInstagram、「広報かしわ」による観光情報の入手が多くなっており、自然へのイメージが強い一方で、買い物へのイメージも強く、柏駅前と郊外の自然との2極化したイメージが持たれています。



(4) 柏市の観光でほしい情報やサービス

● 中心市街地でのイベント情報や、郊外の季節の自然情報の提供が必要

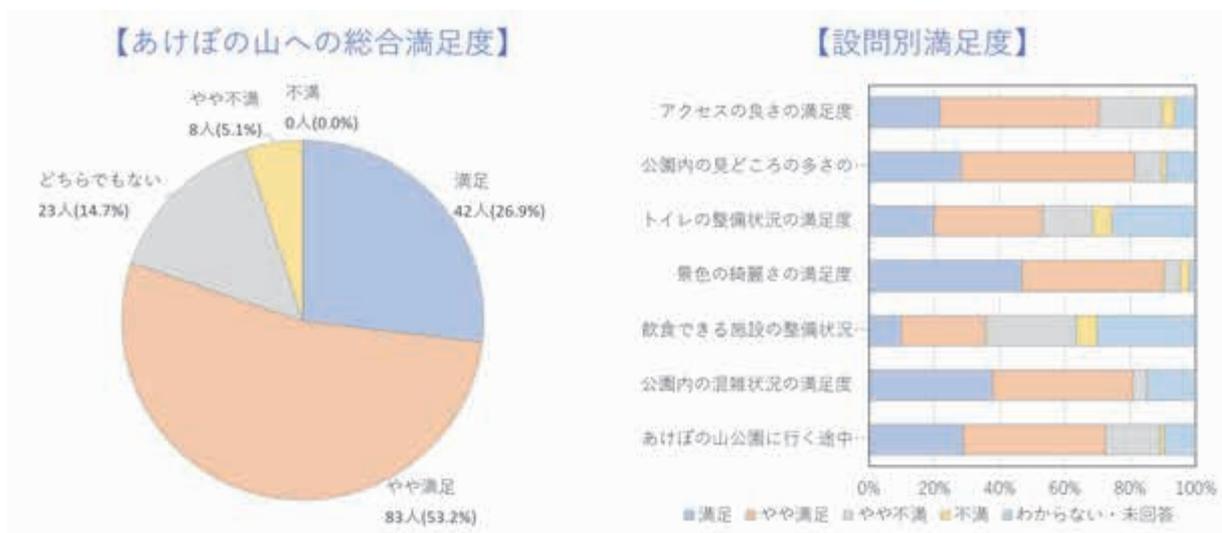
季節の観光情報が68.2%、やイベントの開催情報が63.6%と多くなっています。その一方で荷物のお預かりサービスが2.6%、観光地で記念品が6.5%と回答が少なくなっています。



(5) あけぼの山への満足度

● 公園内の飲食店とトイレの整備を

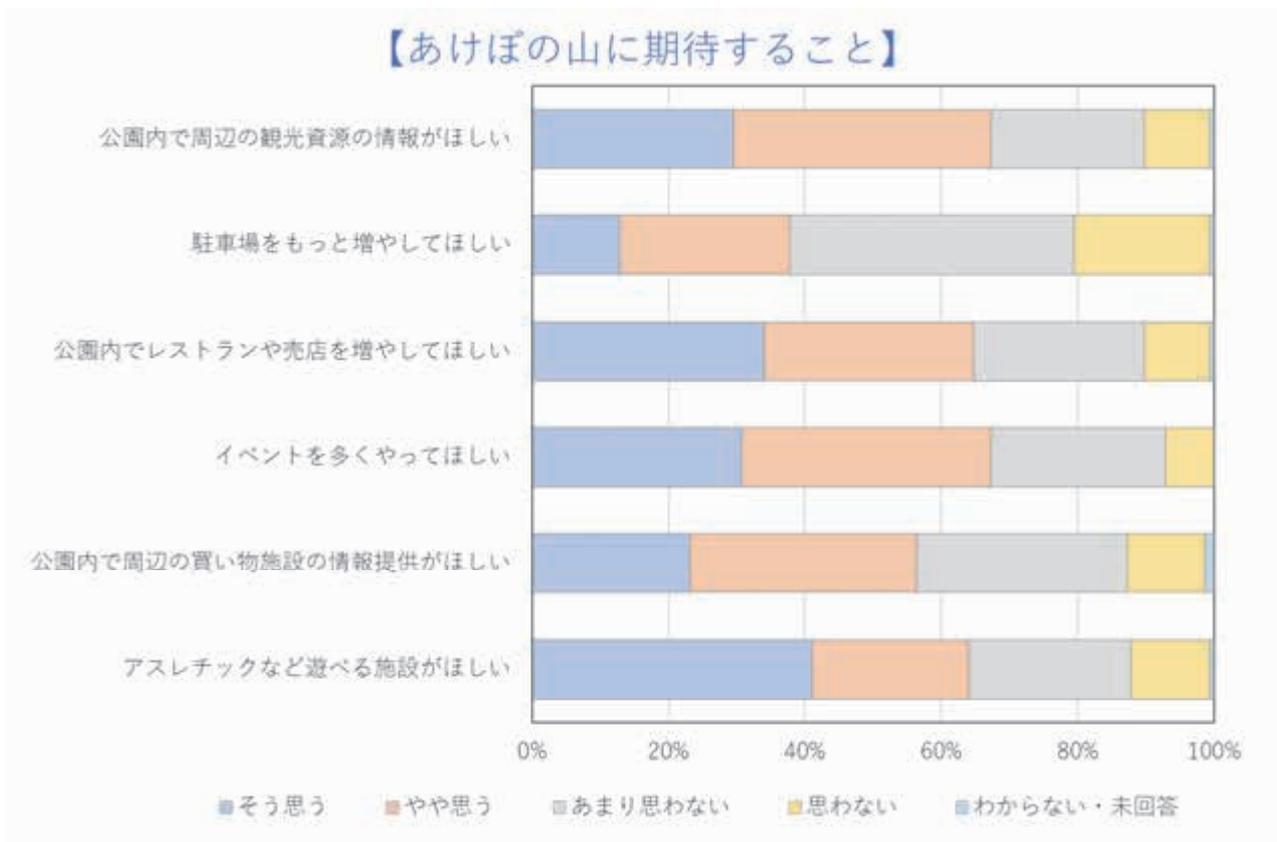
あけぼの山の総合満足度はやや満足53.2%と多くなっています。設問別の満足度では、「景色のきれいさ」や「公園の見どころの多さ」の満足度が高い一方で、「飲食できる施設の整備状況」や「トイレの整備状況」の満足度はそこまで高くありません。



(6) あけぼの山に期待すること

●長時間滞在できる取り組みが必要

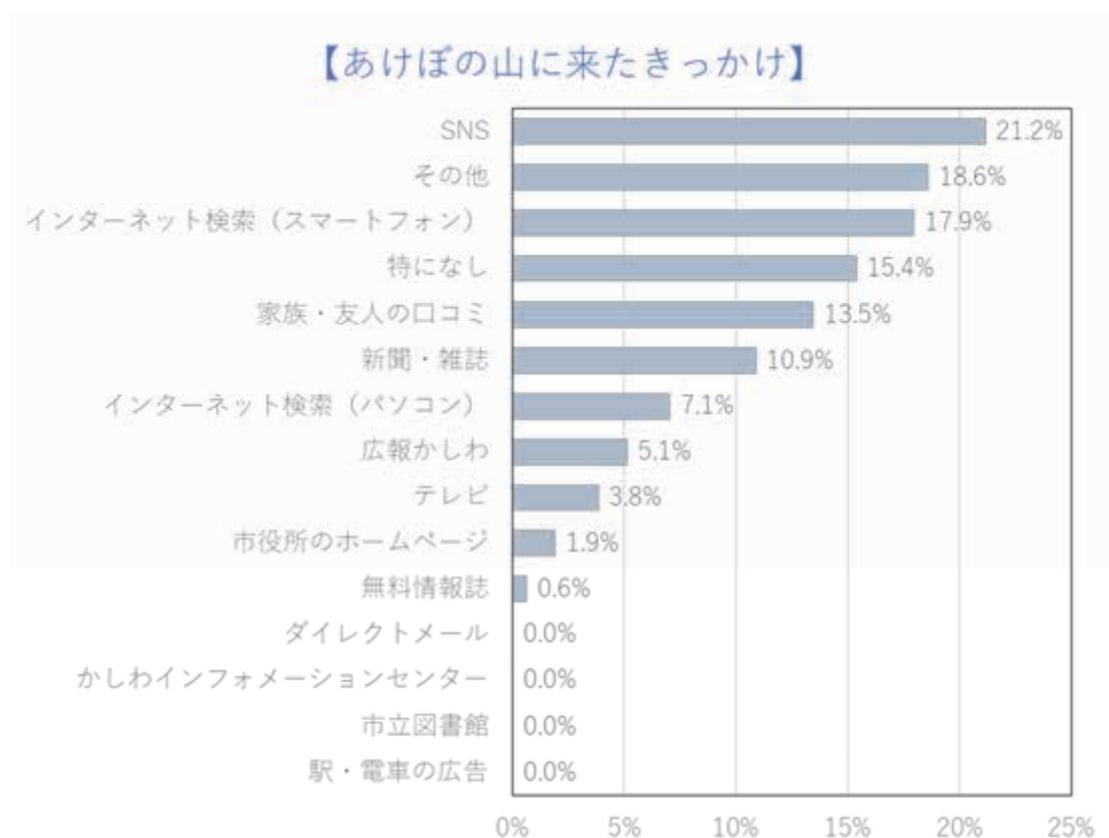
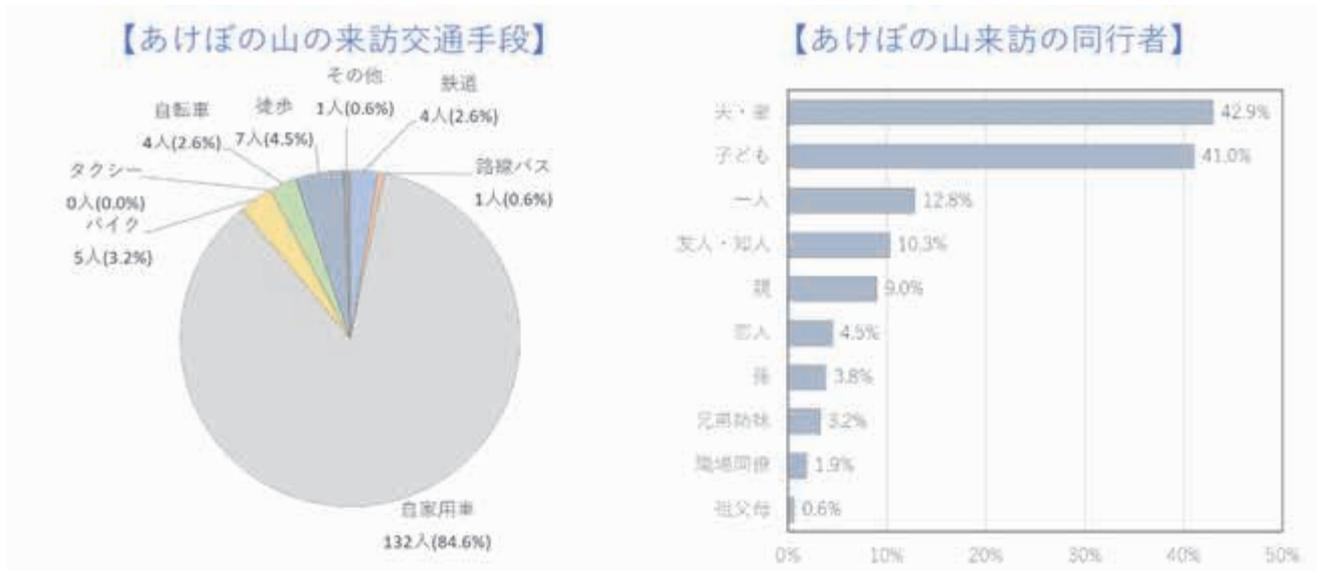
「公園内のレストランや売店を増やすこと」や「アスレチックなど遊べる施設」が求められています。また、「イベントを多く開催すること」や「公園内で周辺の観光情報」も求められています。施設内の設備を充実させることや、公園に来訪するためのきっかけが重要といえます。



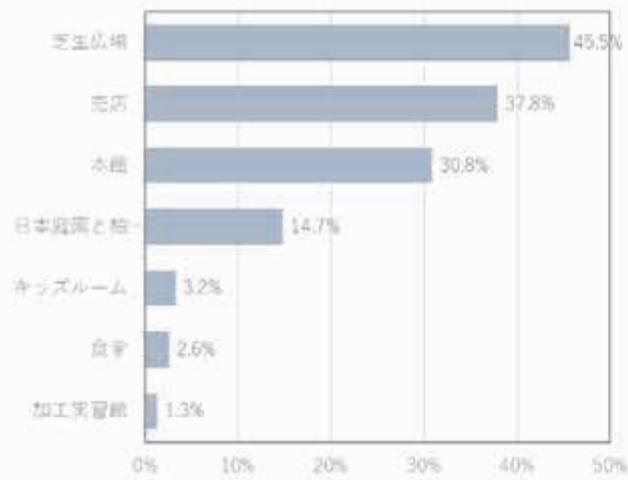
(7) あけぼの山への来訪

●家族で楽しめるような施設の整備が必要

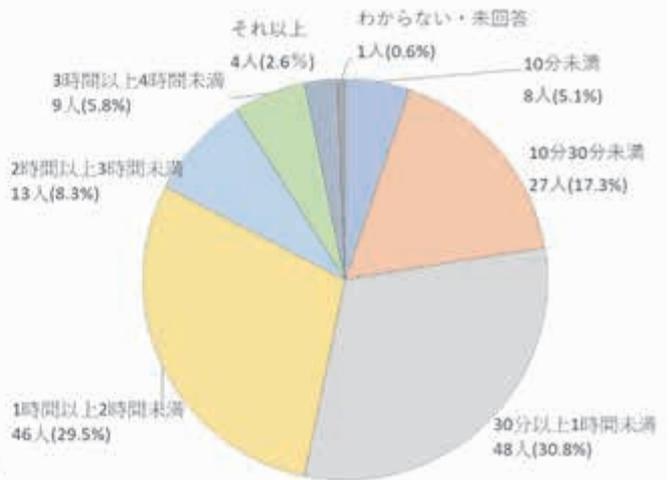
あけぼの山の来訪交通手段は「自家用車」が多く 84.6%となっています。あけぼの山へは「夫・妻」や「子ども」との来訪、すなわち家族で来訪する人が多い傾向です。利用する施設は芝生広場が 45.5%と最も多くなっております。



【利用した施設】



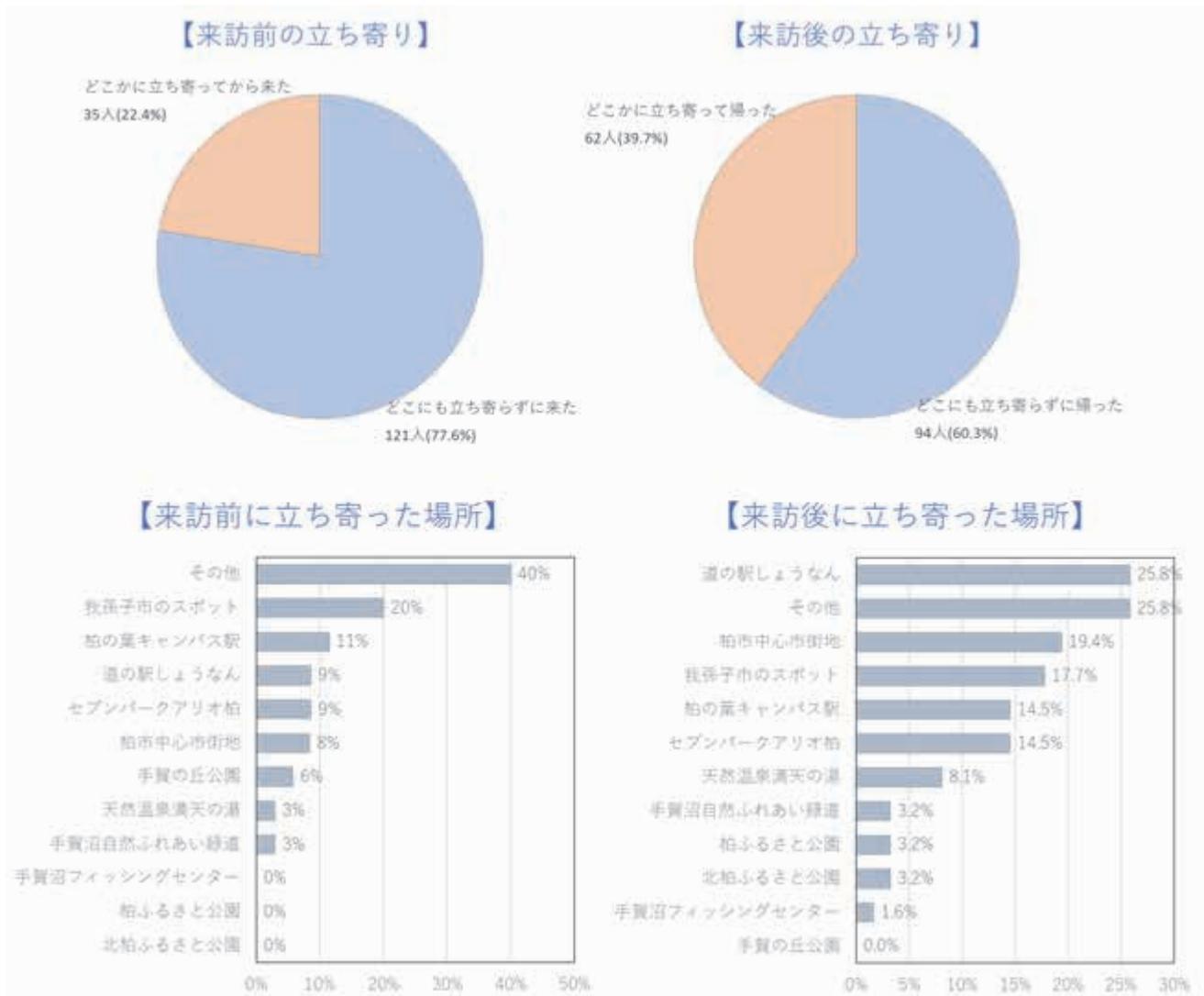
【滞在時間】



(8) あけぼの山来訪前後の立ち寄り

●あけぼの山周辺の観光資源の周知が必要

あけぼの山来訪前にどこかに立ち寄ったのは22.4%で、「その他」40%や我孫子市のスポット20%に多く立ち寄っていると回答されました。来訪後にどこかに立ち寄ったのは39.7%で、道の駅しょうなんに最も立ち寄っていると回答されました。あけぼの山来訪前後に立ち寄る人はとあまり多くない傾向です。



○その他で挙げられた意見

来訪前

「布施弁天」(3票)、「フライングガーデン」「モディ」「弁天通りのご飯屋さん」「セブンイレブン」「あけぼの山近くのコンビニ」「マクドナルド」(各1票)

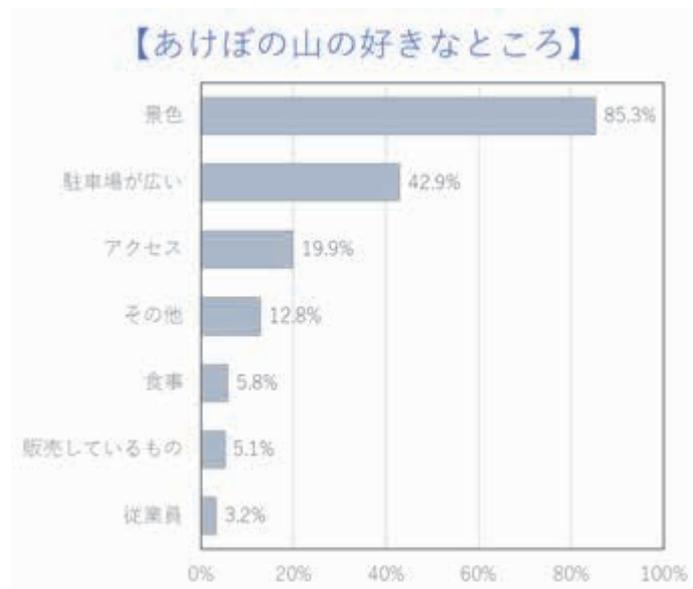
来訪後

「柴又帝釈天」「中食」「食事処」「ファミレス」「北柏のおっかさん食品館」「近隣のケーキ屋」「近くのスーパー」「柏たなか駅周辺」「柏市外」「柏市郊外の喫茶店とスーパーマーケット」「柏たなか駅周辺」「流山おおたかの森SC」「千葉ニュータウン」「地元の守谷で買物」「TSUTAYA」「アルペン」「キャスティング」(各1票)

(9) あけぼの山の好きなおところ

●景色の魅力の周知を

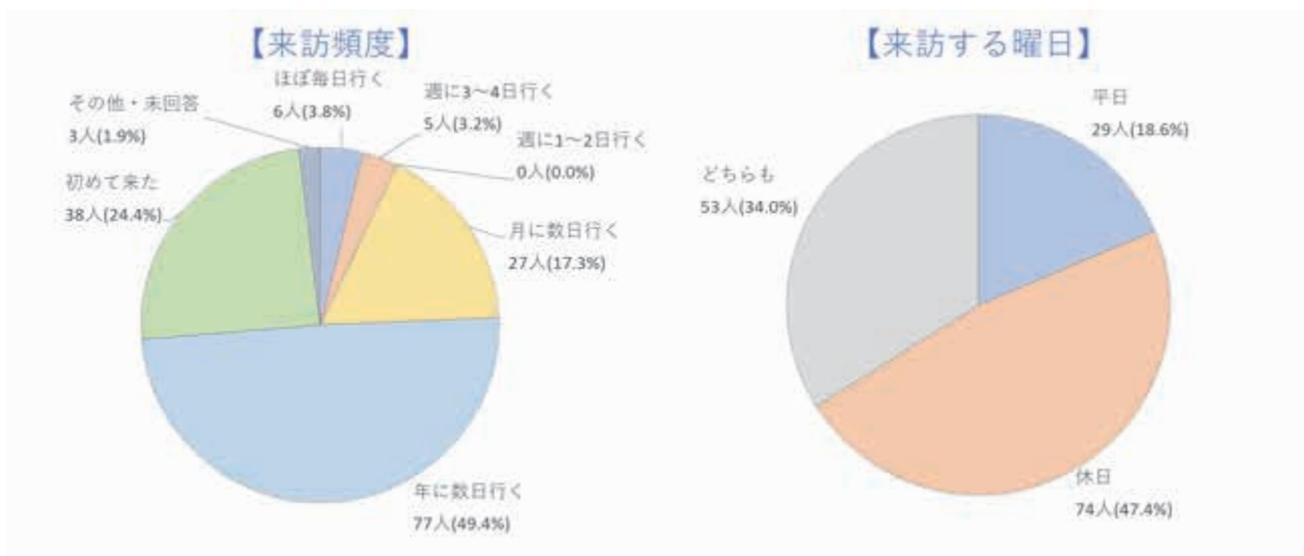
あけぼの山の好きなおところとして「景色」が85.3%で最も多く、次点で「駐車場が広い」が45.2%で多く挙げられております。その一方で「従業員」で3.2%、「販売しているもの」で3.2%と回答した人が少なくなっております。



(10) あけぼの山への来訪習慣

●何度も来たくなる施設整備を

あけぼの山の来訪頻度は、「年に数日行く」が49.4%で最も多く、次点で「初めて来た」が24.4%となっております。一方で、週に数回以上行く人は非常に少なくなっております。来訪日は「休日」が47.4%、「平日」が18.6%、「どちらも」が34.0%の回答となっております。



手賀沼・大堀川周辺住民のアンケート結果

手賀沼・大堀川周辺での行動や意識を把握するため、アンケート調査を実施しました。

【アンケート概要】

配布日： 2023年8月7日(月)

配布場所： 手賀沼・大堀川周辺住宅（下図参照）



Google My Maps により作成・引用

対象者： 手賀沼・大堀川周辺住民

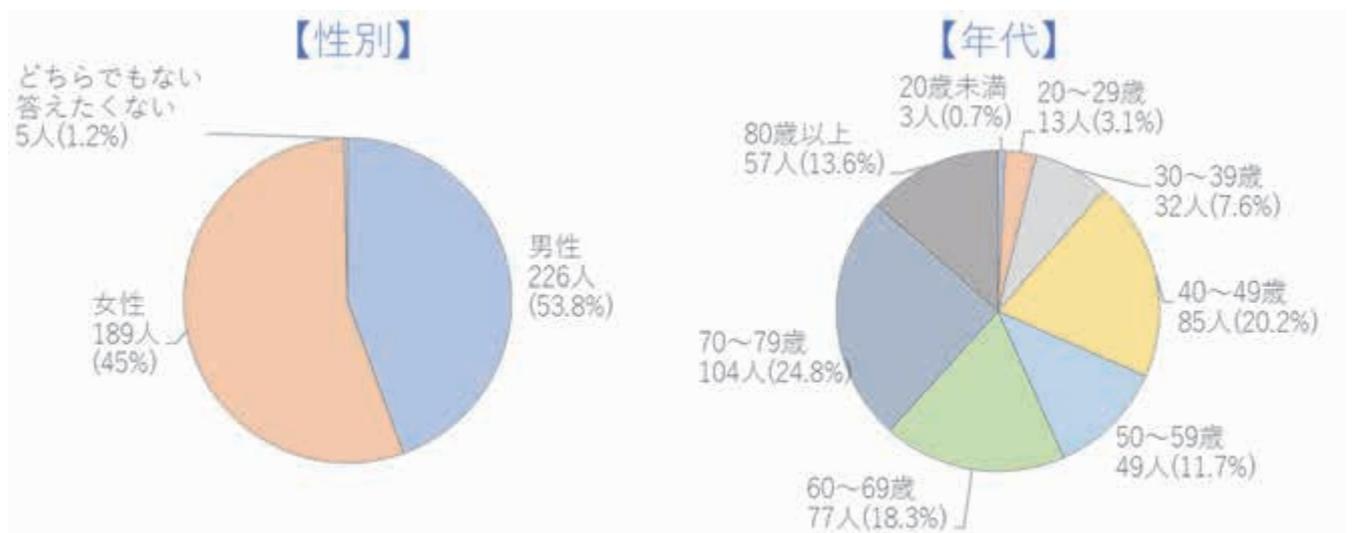
方法： ポスト投函によるアンケート票配布・封筒とWEBでの回収

配布票数： 2020票

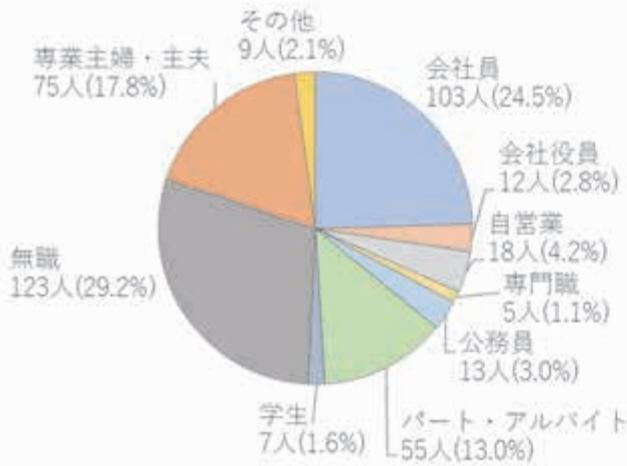
有効回答： 423票（回収率20.9%）

(1) 回答者の属性

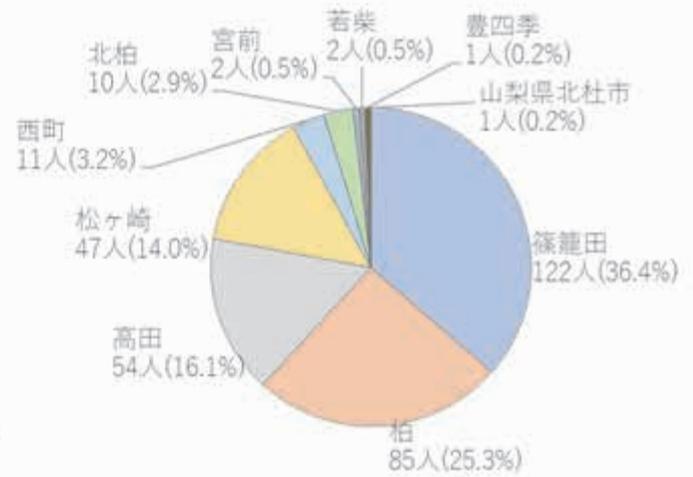
回答票数420のうち、男性が226人(53.8%)となっております。戸建て住宅への配布であることもあり30歳未満の回答が3.8%と少ない傾向ですが、全体的に幅広い年代からの意見が収集できております。同居している子どもがいる世帯は123人(29.1%)となっております。



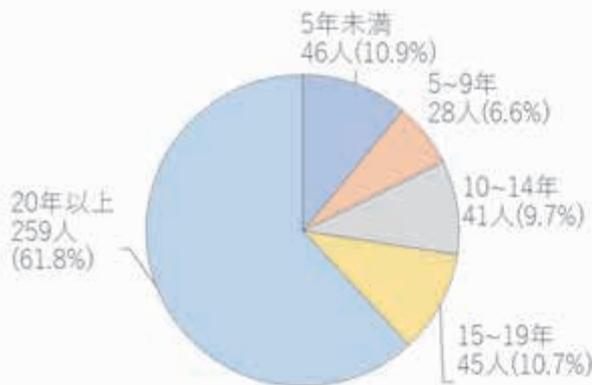
【職業】



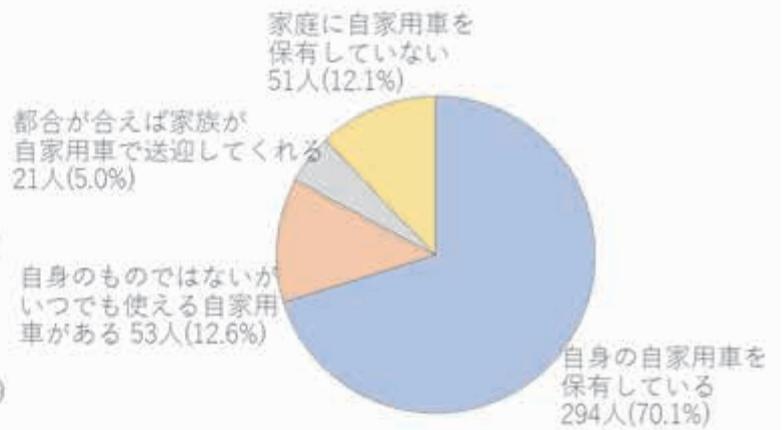
【居住地】



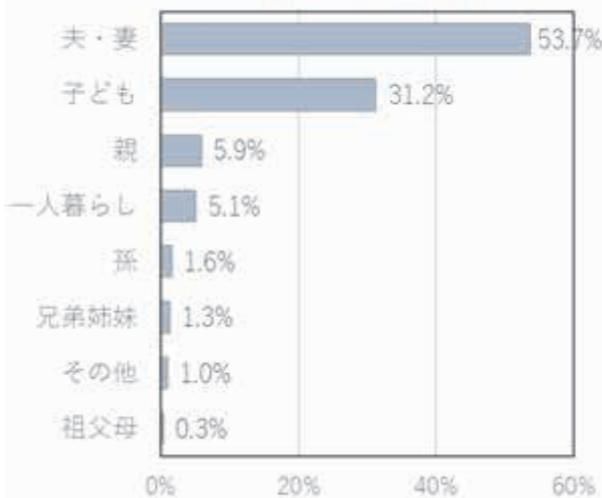
【現住所での居住年数】



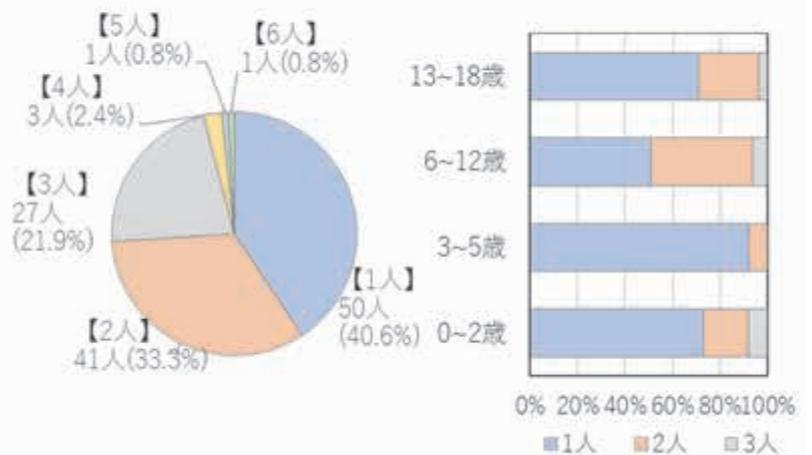
【自家用車の保有】



【家族構成】



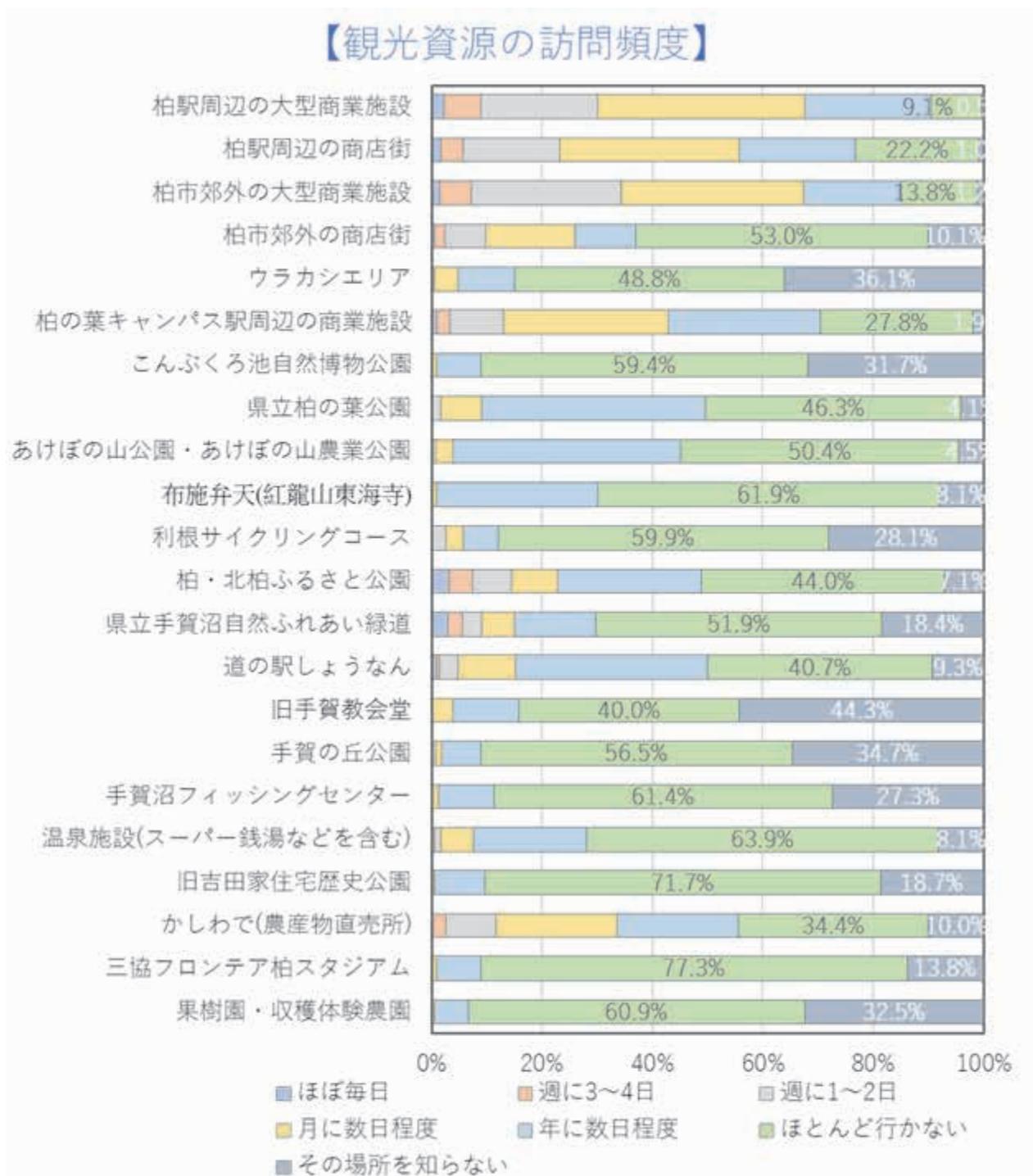
【子どもの人数】



(2) 観光資源の利用頻度

●ほとんど利用されていない観光資源が多く存在

柏駅周辺の大型商業施設などの利用頻度が高くなっております。その一方で「ほとんど行かない」と回答される割合が高い観光資源も存在します。例えば「三協フロンテア柏スタジアム」では77.3%、「旧吉田家住宅歴史公園」では71.7%が「ほとんど行かない」と回答しています。観光資源の魅力などの情報発信が課題といえます。



(3) おすすめの観光資源

●おすすめ観光スポットは多様であり、統一はされていない

おすすめの観光資源について3つまで質問しています。おすすめの観光資源について無回答もしくは「なし」と回答した人が125人(29.6%)となっています。全体としては、大堀川や手賀沼沿いの施設や景観を中心に、商業施設や公園など多様なおすすめスポットが挙げられております。

おすすめスポット	回答数
大堀川	38
手賀沼	21
柏駅周辺	10
柏の葉エリア	10
あけぼの山	10
高島屋	10
柏の葉公園	9
ららぽーと柏の葉	8
柏・北柏ふるさと公園	8
三協フロンテア柏スタジアム	8
柏駅周辺商業施設	5
旧吉田家住宅歴史公園	5
アリオ柏	5

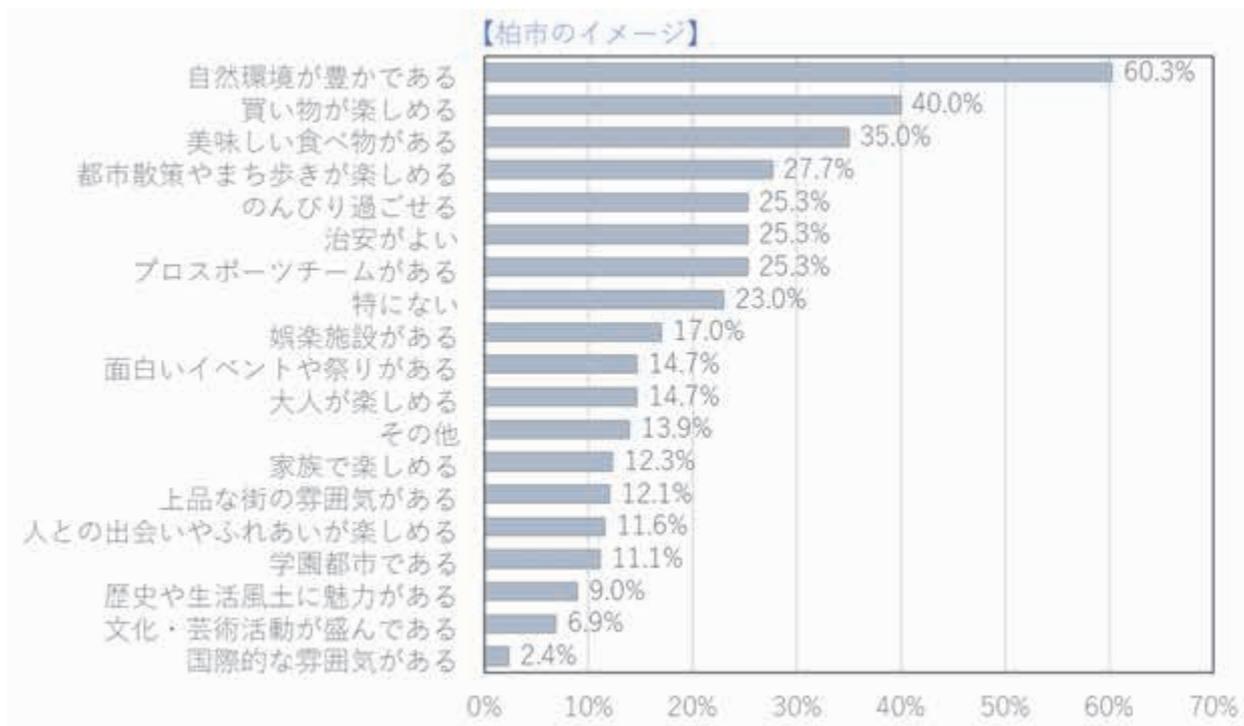
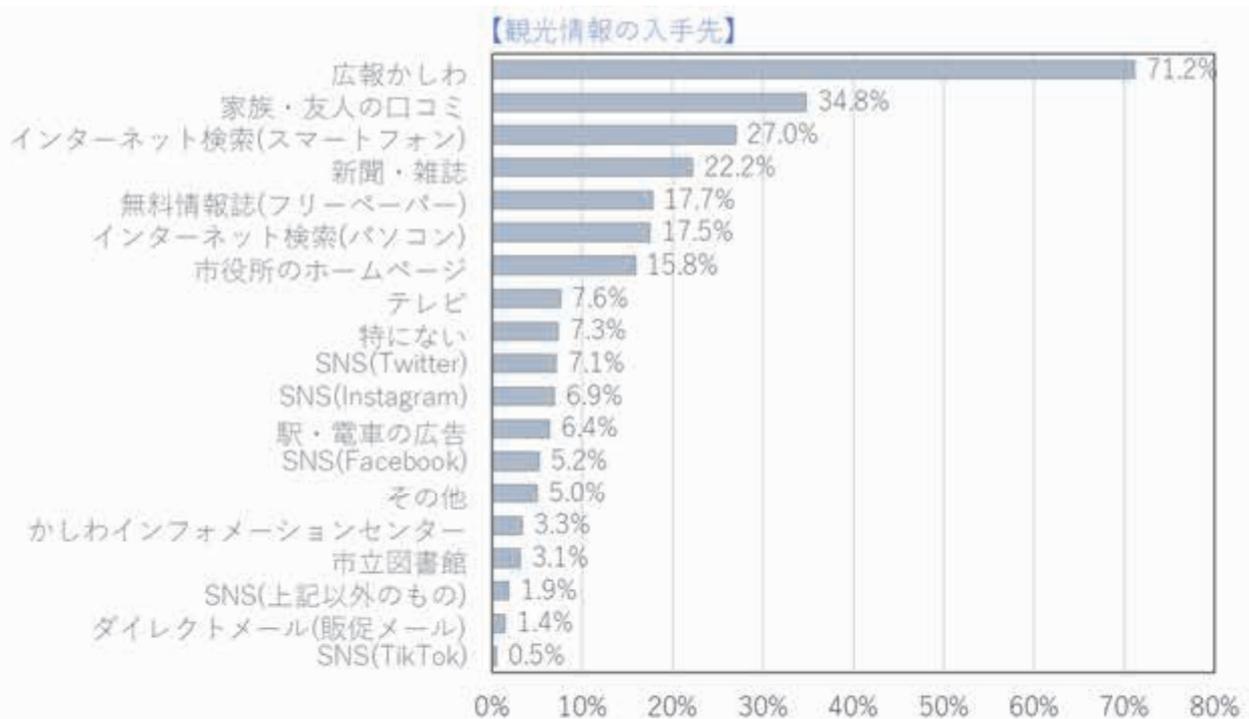
おすすめスポット	回答数
布施弁天(紅龍山東海寺)	5
モラージュ柏	4
道の駅しょうなん	4
KASHIWANOHA T-SITE	4
こんぶくろ池自然博物館	3
かしわで	3
船戸市民プール	2
ウラカシエリア	2
大堀川防災レクリエーション公園	2
柏公園	2
高田緑地	2
手賀沼花火	2
松ヶ崎城跡	2

○回答数が1のおすすめスポット

「柏駅周辺飲食店」「柏駅周辺商店街」「高島屋地下食料品街」「ダブルデッキ」「柏市郊外の大型商業施設」「増尾城址公園」「汽車ぽっぽ公園」「柏ふるさと公園～手賀沼～沼南地区」「大きめの公園」「豊四季台公園」「西口公園」「森林公園」「手賀の丘公園」「宮前第二緑地」「柏の葉公園内の茶室」「柏の葉球場」「マミーマート旭町店」「柏たなか病院」「中央公民館、近隣センター」「図書館」「公設市場」「柏市文化会館」「飲食店」「銀座通り商店街」「クライムコーヒー」「ロピア」「厚生病院近辺の川沿い」「スーパー」「マルハン」「メカロス」「花小鳥」「キネマ旬報シアター」「レジーブル」「廣幡八幡宮」「諏訪神社」「西光院」「東京大学柏の葉キャンパス」「Recamp しょうなん」「キャンプ場」「サイクリングコース」「手賀沼フィッシングセンター」「サンキ」「さんちゃ(かしわでの飲食店)」「手賀大橋からの景色」「柏ふるさと大橋」「柏導水場周辺」「野鳥博物館」「ふれあい緑道」「利根川(布施～水せき橋)」「利根サイクリングコース」「そのべ農園」「イチゴ農園、ブルーベリー農園などの収穫体験」「万天の湯」

(4) 柏市における観光情報の入手先・柏市のイメージ

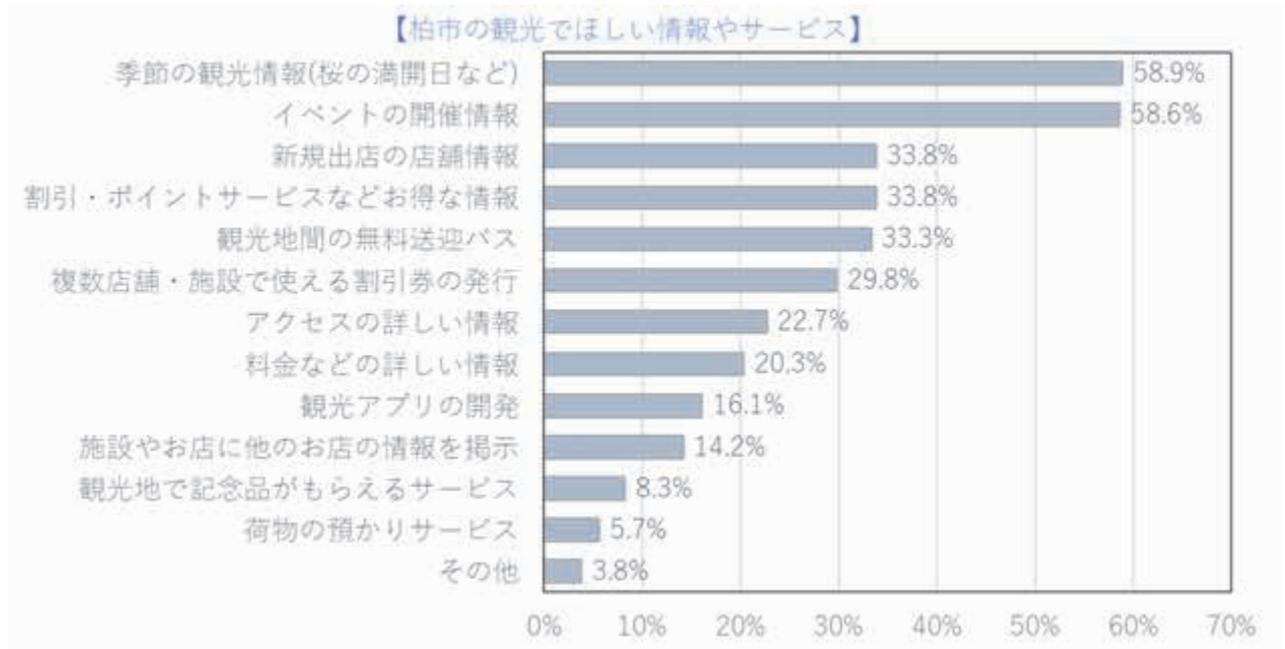
- SNS等を生かして、駅前の商業・食と郊外の自然との2極化のイメージ戦略が必要
柏市民に全戸配布している「広報かしわ」や、スマートフォンによる検索が観光情報入手のツールとなっています。一方で、SNSを活用している人の割合は比較的少なくなっています。自然へのイメージが強い一方で、買い物や食に関するイメージも強く、柏市郊外の自然と柏市中心市街地との2極化したイメージが持たれています。



(5) 柏市の観光でほしい情報やサービス

● 郊外の季節の自然情報や、中心市街地でのイベント情報の提供が必要

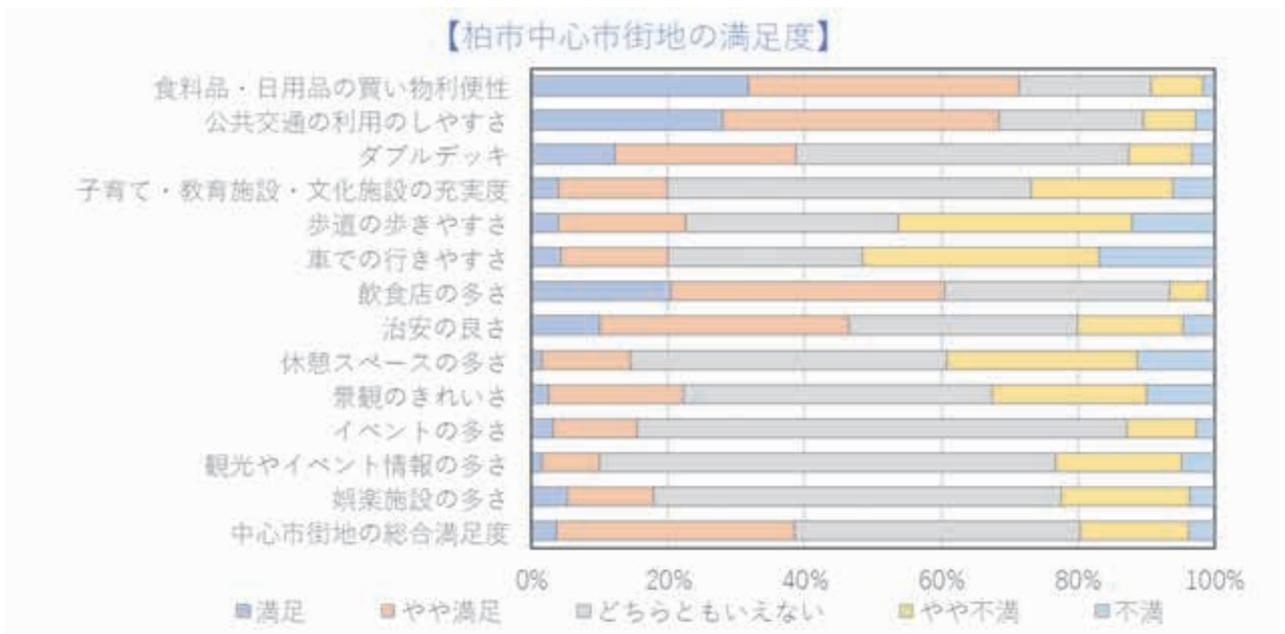
季節の観光情報が58.9%、イベント開催情報が58.6%と多くなっています。「その他」では「一時休憩できるスポット」「障害者向けのサービスや情報」と回答している人がいる一方で、「イベントや観光に興味がない」と回答している人も存在しました。



(6) 柏市中心市街地への満足度

● 車や徒歩で外出したくなる取り組みを、休憩スペース確保で快適な滞在を

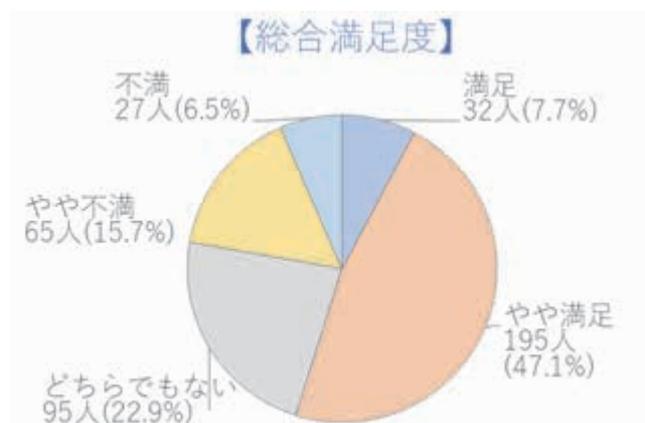
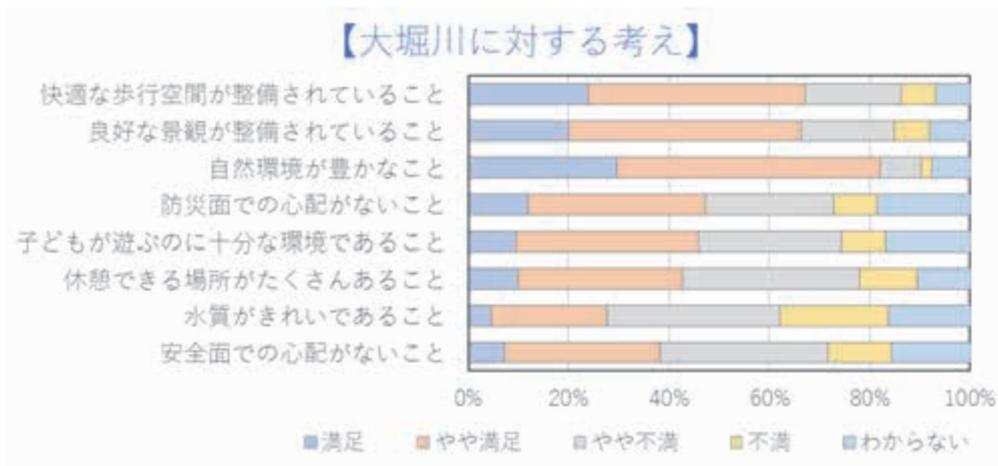
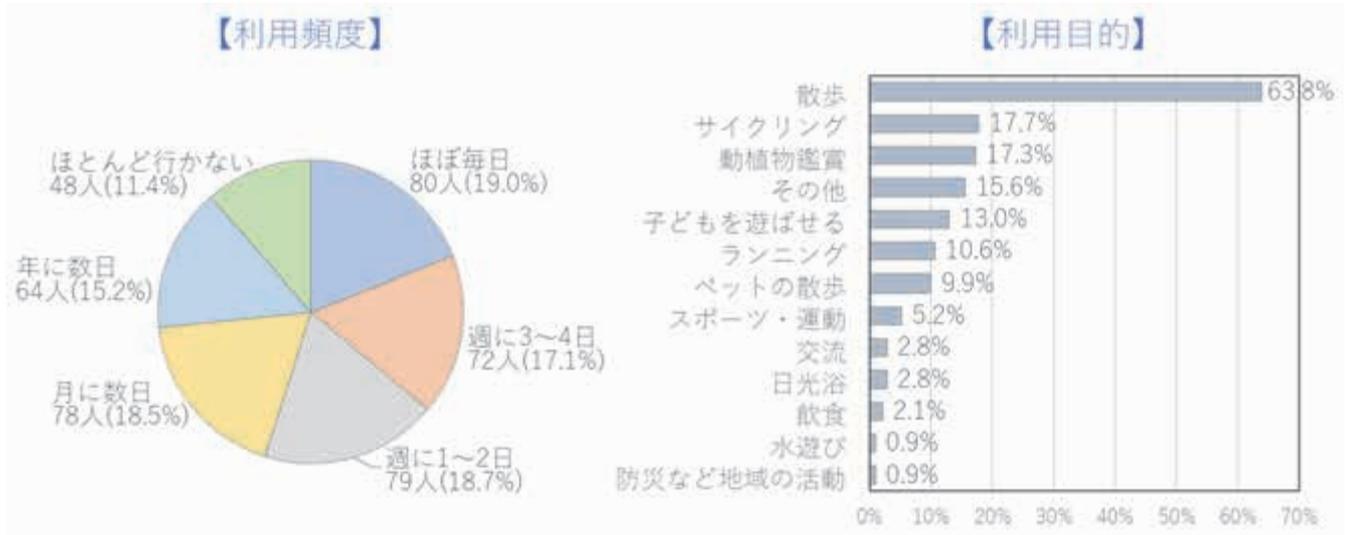
「食料品・日用品の買い物利便性」や「飲食店の多さ」、「公共交通の利用のしやすさ」の満足度が高い一方で、「歩道の歩きやすさ」、「車での行きやすさ」や「休憩スペースの多さ」の満足度は高くない傾向です。



(7) 大堀川(公園含む)に関する設問

● 日常的な利用のための快適な沿道整備が必要

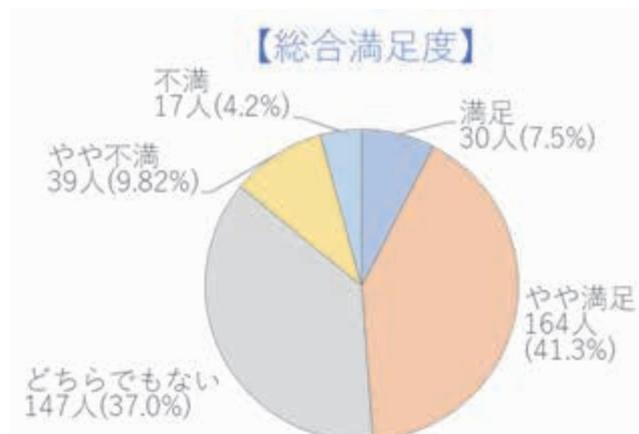
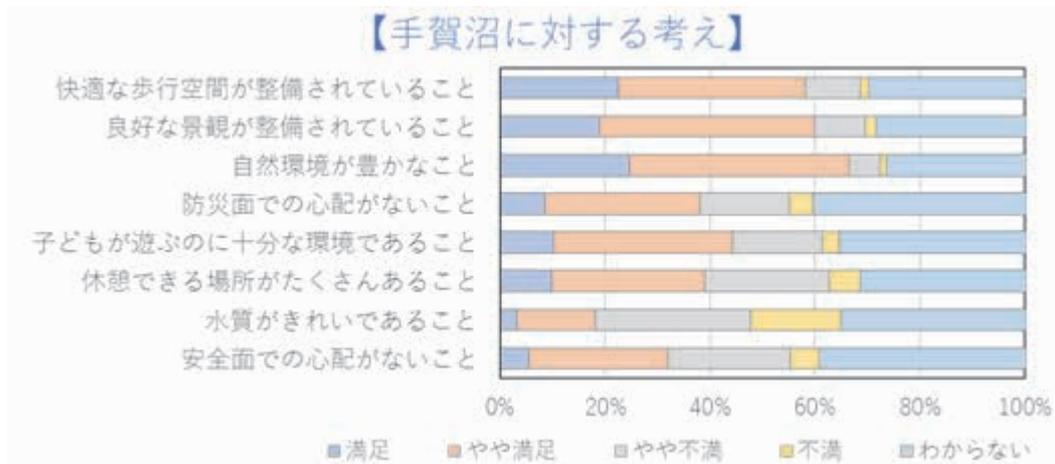
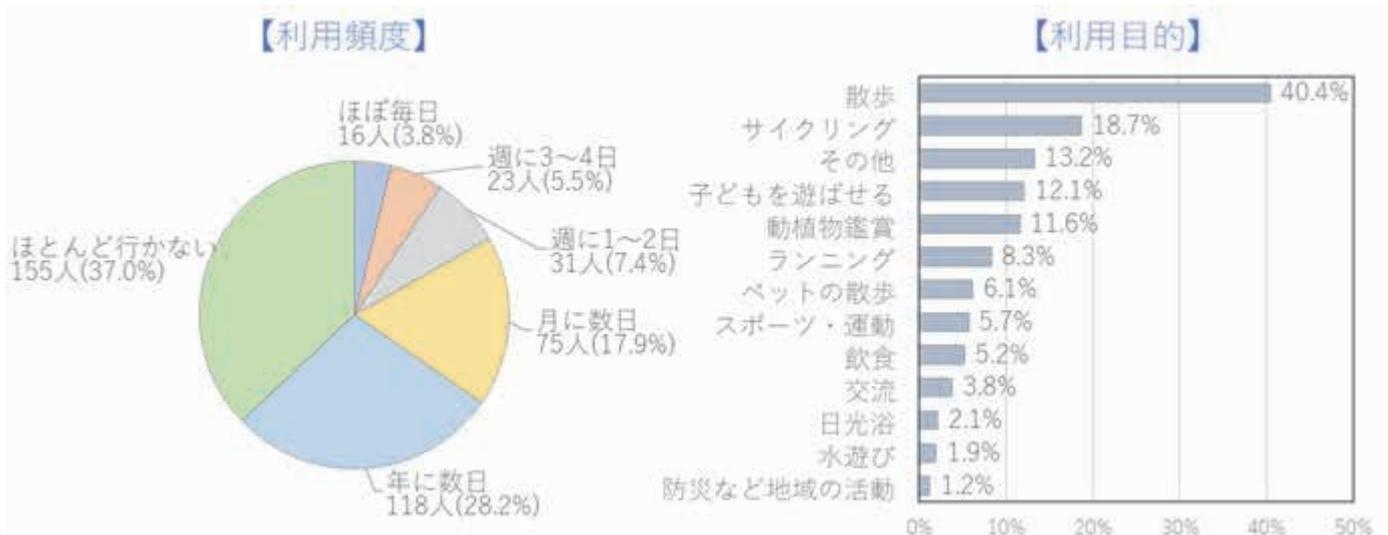
主な利用目的は、「散歩」や「サイクリング」で大堀川沿道が活用されていることが分かります。「自然環境が豊か」「快適な歩行空間」「良好な景観」への満足度は高い一方で、「水質」や「安全面」への満足度は低い傾向です。総合満足度は、「満足」「やや満足」合わせて54.8%となっており比較的高くなっております。



(8) 手賀沼(公園含む)に関する設問

● 日常的な利用の促進などでイメージを持ってもらう取り組みが必要

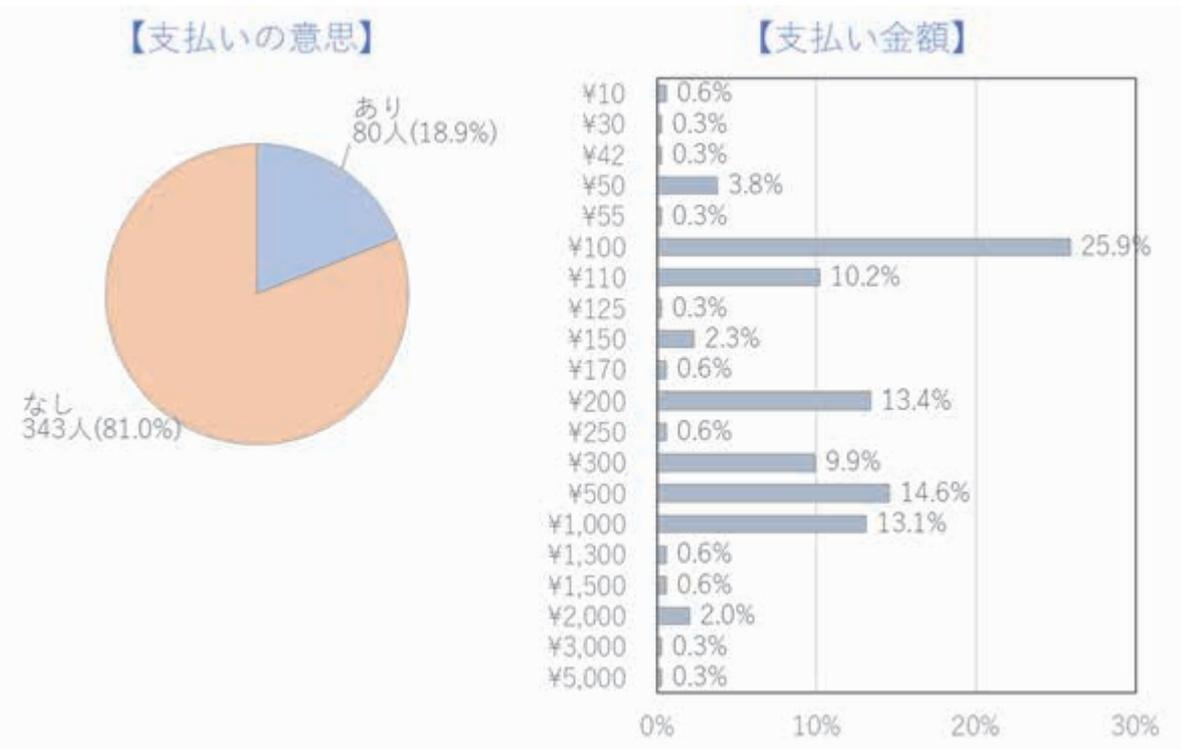
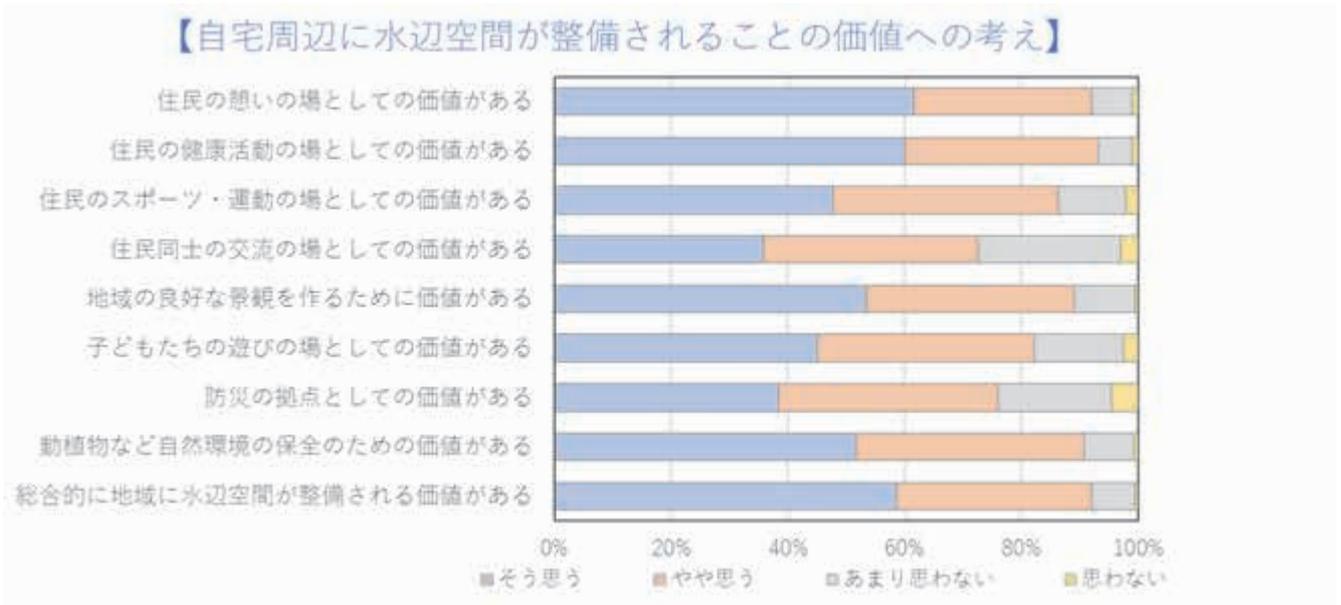
利用頻度は、「ほとんど行かない」が最も多く 37.0%となっております。利用目的の「その他」では6人が「手賀沼花火」と回答しました。「自然環境が豊か」「快適な歩行空間」「良好な景観」への満足度は高い一方で、すべての項目で「わからない」の割合が多くなっています。総合満足度は「どちらでもない」と回答した人が 37.0% となっております。



(9) 水辺空間への考え

●住民の多様な活動拠点が必要

地域に水辺空間が整備されることの価値について「そう思う」「やや思う」を回答している人の割合は比較的高くなっております。その中で、「住民同士の交流の場としての価値」「防災の拠点としての価値」については、「あまり思わない」「思わない」と回答した割合が、他の項目に比べて高い傾向です。自宅周辺に良好な水辺空間が維持、整備されるために月いくらまで支払えるかについての設問には、81.0%の人が支払いたくない、すなわち「0円」と回答しています。支払いの意思がある回答者の中では、25.9%が月100円まで支払えるとなっております。



Instagram分析

各スポットがSNS上でどのように投稿されているのか、またどのように評価されているのかを明らかにする為、Instagram上での投稿に関して分析を実施しました。

【分析概要】

対象のスポット：下図に示す14か所

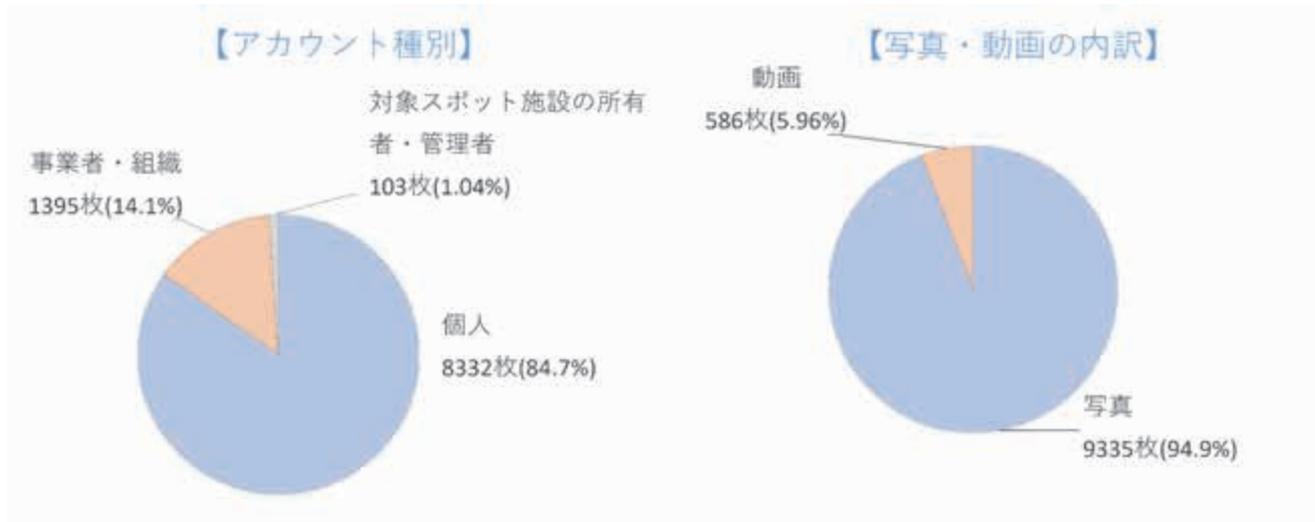


投稿の取得方法：①上記対象スポットの位置情報が付与された投稿

※「手賀沼サイクリングロード」のみ対象の位置情報が存在しない為、「手賀沼サイクリングロード」のハッシュタグが付与されている投稿のうち、Instagram上に表示される「②人気投稿」のみ対象としました。

大分類	対象地	位置情報の名称	取得区分	画像取得枚数
道の駅	道の駅しょうなん	道の駅しょうなん	位置情報	1054
手賀沼周辺	手賀沼	手賀沼	位置情報	1041
		手賀沼湖畔	位置情報	
	手賀沼観光リゾート 天然温泉 満天の湯	手賀沼観光リゾート 天然温泉 満天の湯	位置情報	517
	大堀川	大堀川	位置情報	537
	柏ふるさと公園	柏ふるさと公園	位置情報	546
	北柏ふるさと公園	北柏ふるさと公園	位置情報	576
	Recampしょうなん	Recampしょうなん	位置情報	561
	手賀沼フィッシングセンター	手賀沼フィッシングセンター	位置情報	555
	手賀沼サイクリングロード	手賀沼サイクリングロード	ハッシュタグ	42
	手賀の丘公園	手賀の丘公園	位置情報	563
中心市街地	柏駅	柏駅	位置情報	1095
柏の葉	柏の葉公園	柏の葉公園	位置情報	1167
		千葉県立柏の葉公園	位置情報	
	柏の葉キャンパス駅	柏の葉キャンパス駅	位置情報	563
あげほの山	あげほの山公園	あげほの山公園	位置情報	1104
		あげほの山農業公園	位置情報	

① 取得した全数の傾向



なお、アカウント種別は以下の基準をもとに分類を行いました。

- ① 個人：地元の人や観光客を含みます。
- ② 事業者・組織等：小売店や美容室、市民活動団体など、個人としての体験を表現するのではなく広報活動を主目的としたアカウントとしました。判別が難しい際の基準としては、「各アカウントにHP等へのリンクがあるか否か」としました。
- ③ 対象スポット施設の所有者・管理者：道の駅運営者による発信など、対象スポットの公式情報として発信している投稿としました。

② 対象スポットごとの傾向

対象スポットごとに、以下の4つの項目について数値を示します。

- 出現ラベル（頻度）：Google Cloud Vision API を用いた画像解析により出現したラベルのうち、信頼度が70%以上のものを抽出してランキングとして示します。
- テキスト感情スコア：Google Natural Language API を用いたテキスト解析により投稿ごとに感情スコア（ネガティブ (-1)～±0～(+1) ポジティブ）を算出しました。この平均値を示します。
- いいね数スコア：投稿ごとに算出したフォロワー数あたりの「いいね」獲得数（投稿者のフォロワー数÷いいね数）の平均値を示します。
- ハッシュタグ平均使用数：1投稿あたりにどの程度ハッシュタグ（＃）が使用されているかの平均値を示します。

分析内容は以下のとおりです。

- 主成分分析により、各スポットの投稿がどのような要素で構成されているのかを調べました。主成分分析とは多くの次元（指標）のデータから、全体をわかりやすく見通しの良いいくつかの次元に要約していくものです。第1主成分、第2主成分、…の順に、固有値が1以上の主成分を示しています。
- 重回帰分析により、どの主成分が「いいね」獲得数に影響しているのかを調べました。

道の駅

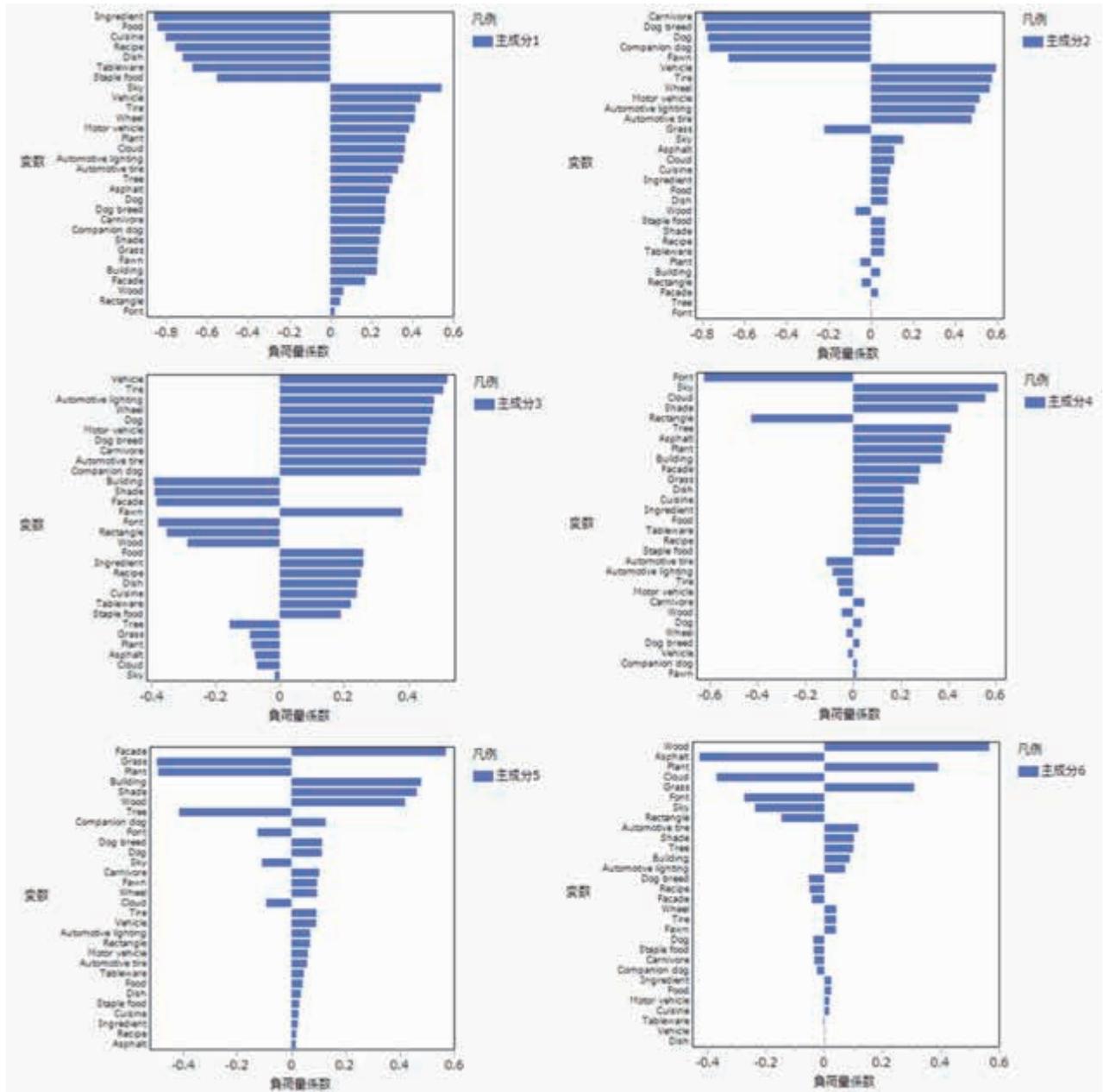
A 道の駅しょうなん

テキスト感情スコア	0.34	1位／14スポット中
いいね数スコア	0.13	6位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	10.0	10位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Sky	空	29.9	16	Dog	犬	10.9
2	Plant	植物	26.6	17	Carnivore	肉食動物	10.5
3	Food	食べ物	25.6	18	Shade	陰	10.4
4	Ingredient	食材・加工食品 など	24.7	19	Vehicle	乗り物	10.1
5	Cuisine	料理	20.0	20	Wheel	車輪	9.8
6	Font	文字	20.0	21	Tire	タイヤ	9.5
7	Recipe	料理(調理法)	17.5	22	Dog breed	犬種	9.4
8	Cloud	雲	15.8	23	Companion dog	ペットの犬	9.2
9	Tableware	食器	14.7	24	Asphalt	アスファルト	8.7
10	Dish	皿など	13.3	25	Motor vehicle	自動車	8.3
11	Tree	木	12.3	26	Staple food	主食	7.5
12	Building	建物	12.1	27	Fawn	子犬・子鹿の毛色	6.5
13	Grass	草・芝	11.7	28	Facade	建物の正面	6.4
14	Rectangle	四角的な物体	11.1	29	Automotive lighting	車両の照明	6.3
15	Wood	木・木製品・木目	11.0	30	Automotive tire	車両のタイヤ	6.2

<主成分分析の結果>



第1主成分は、食関係以外であるもの、第2主成分は車・バイク等の人工物を含めた風景、第3主成分は車・バイクや飼い犬、食べ物など、第4主成分は広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したもの、第5主成分は自然的なものより道の駅の建築物等を映したもの、第6主成分は植物等を映したものと解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値			P値
主成分4	1.787			0.01633
主成分5	1.673			0.02123
主成分3	1.301			0.05002
主成分2	0.601			0.25053
主成分1	0.315			0.48430
主成分6	0.217			0.60656

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	985	63.651217	0.064621	21.2754
純粋誤差	62	0.188315	0.003037	p値(Prob>F)
合計誤差	1047	63.839532		<.0001*

最大R2乗
0.9971

重回帰分析の結果、投稿用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映した投稿が第一に評価に寄与していると言えます。

また、道の駅の建物を映した投稿も評価が高い傾向にあります。さらに、車・バイクや飼い犬、食べ物等の評価が高い傾向であります。

<考察>

道の駅を背景に、自慢の車・バイクを映す投稿やキッチンカー、飼い犬を遊ばせる様子が特筆されます。

手賀沼周辺

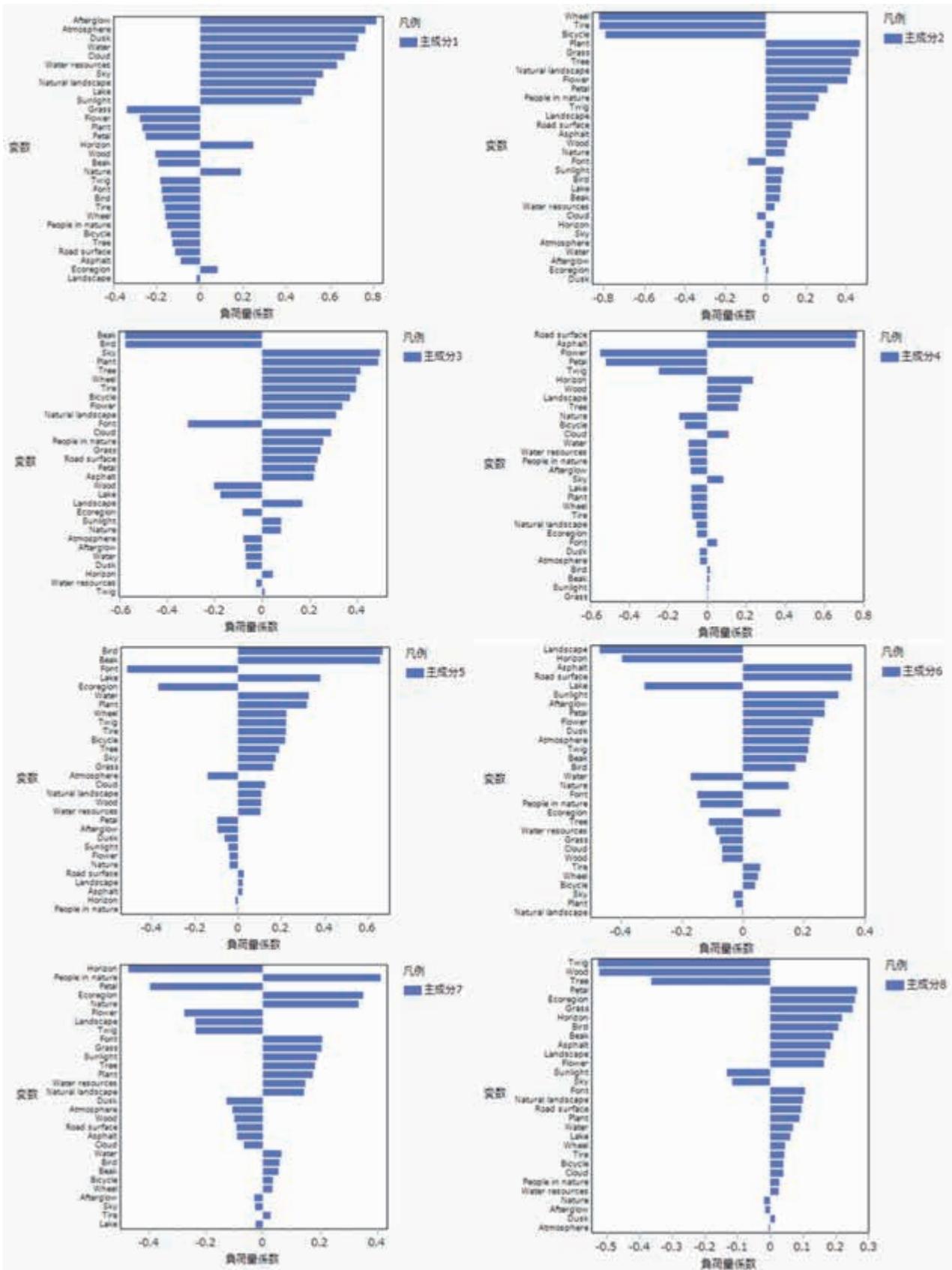
B 手賀沼

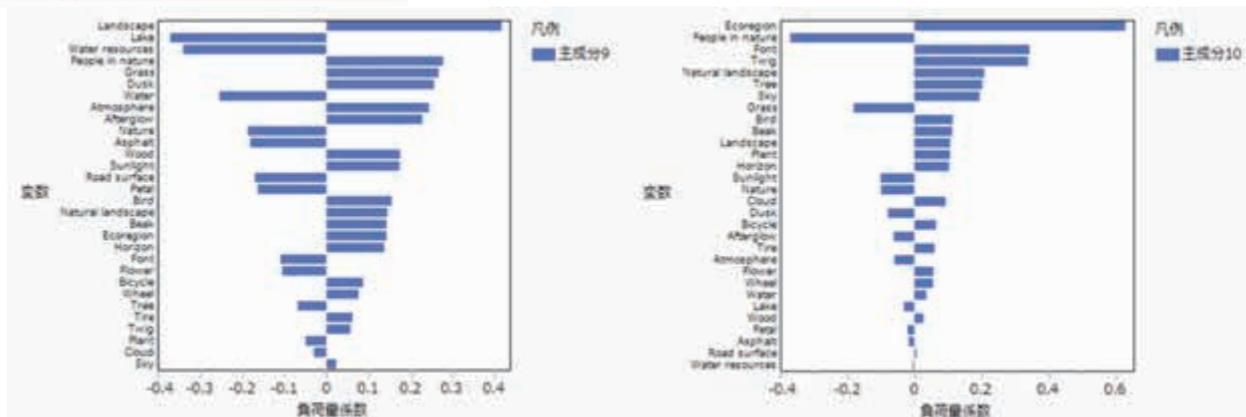
テキスト感情スコア	0.22	10位／14スポット中
いいね数スコア	0.17	3位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	13.8	3位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Sky	空	63.0	16	Tire	タイヤ	8.3
2	Plant	植物	46.1	17	Ecoregion	生態	8.0
3	Natural landscape	自然風景	37.0	18	Wood	木・木製品・木目	7.9
4	Cloud	雲	36.8	19	Font	文字	7.9
5	Water	水	34.7	20	Bird	鳥	7.5
6	Tree	木	27.3	21	Nature	自然	7.5
7	Grass	草・芝	22.6	22	Landscape	風景・見晴らし	7.3
8	Lake	湖	18.3	23	People in nature	自然の中の人々	7.3
9	Afterglow	夕焼け	17.0	24	Twig	小枝	7.0
10	Atmosphere	大気(空気分・ムード)	17.0	25	Road surface	路面	6.9
11	Water resources	水	13.6	26	Petal	花びら	6.7
12	Dusk	薄暮がり	13.3	27	Horizon	地平線・水平線	6.6
13	Flower	花	12.6	28	Asphalt	アスファルト	6.5
14	Sunlight	太陽光	10.5	29	Beak	くちばし	6.5
15	Wheel	車輪	8.3	30	Bicycle	自転車	6.5

<主成分分析の結果>





第1主成分は、夕暮れ・朝焼けなど手賀沼の水辺の風景、第2主成分は植物など、第3主成分は自然風景とその周囲を走る自転車の風景など、第4主成分は人工的なもの、第5主成分は野鳥と周囲の風景、第6主成分は遊歩道等と周囲の花などの風景、第7主成分は自然風景の中に居る人物、第8主成分は木が無く開けた風景、第9主成分はアップの写真ではなく風景写真、第10主成分は人物が映らない写真と解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数優値	P値
主成分3	3.293	0.00051
主成分6	0.797	0.15952
主成分7	0.725	0.18830
主成分1	0.551	0.28151
主成分2	0.490	0.32384
主成分10	0.355	0.44171
主成分5	0.154	0.70151
主成分8	0.135	0.73242
主成分9	0.067	0.85785
主成分4	0.025	0.94513

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	963	12.833861	0.013327	1.0413
純粋誤差	67	0.857490	0.012798	p値(Prob>F)
合計誤差	1030	13.691351		0.4313
				最大R2乗
				0.9385

自然風景とその周囲を走る自転車等の風景が大きく評価に寄与していると言えます。

<考察>

自転車の投稿はルートや寄った場所を詳細に書く傾向にあるほか、自転車好き同士での繋がりが評価に寄与している可能性があります。

手賀沼周辺

C

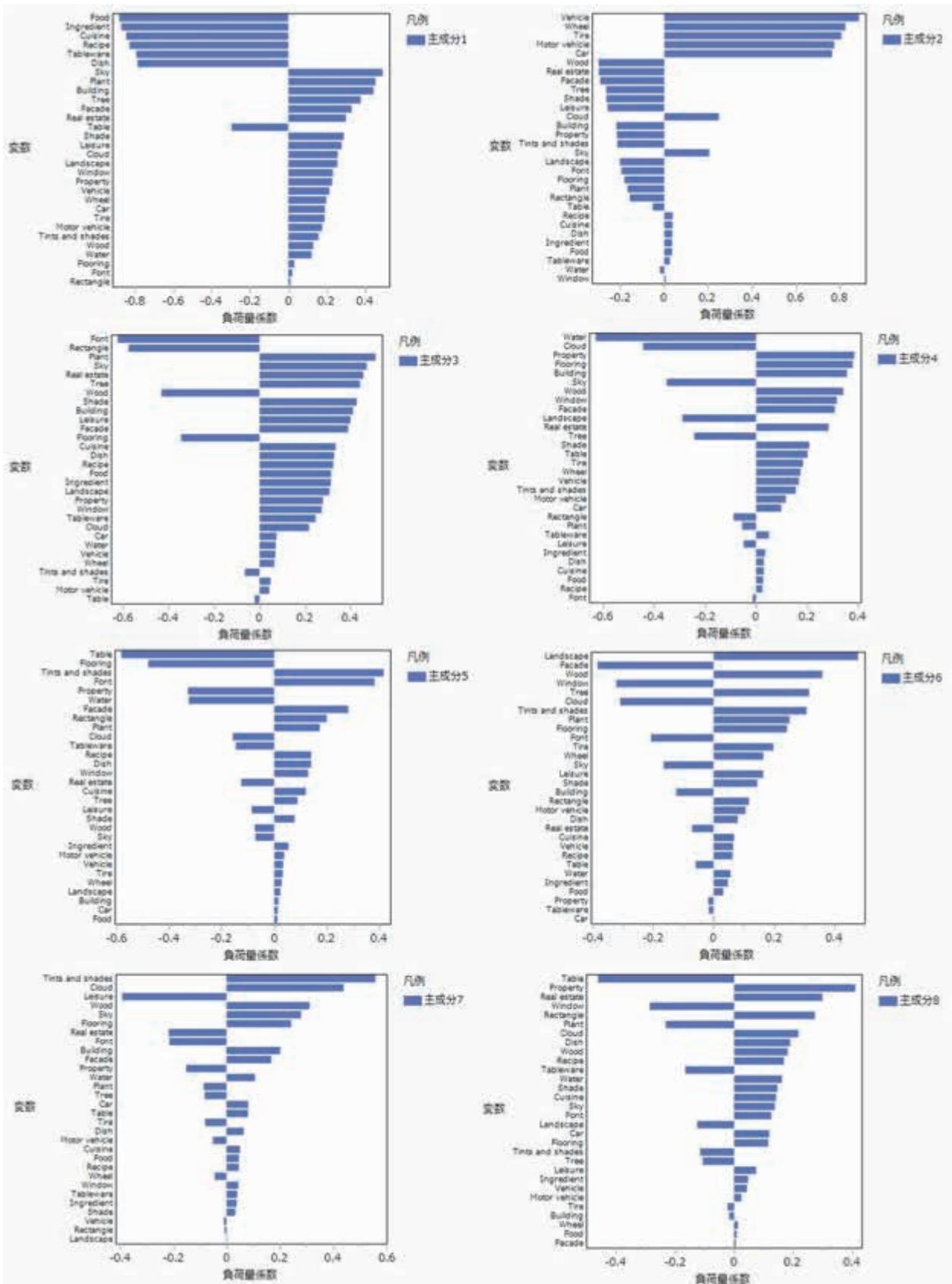
手賀沼観光リゾート 天然温泉 満天の湯

テキスト感情スコア	0.21	11位／14スポット中
いいね数スコア	0.11	11位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	6.84	14位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Sky	空	36.6	16	Shade	影	9.9
2	Plant	植物	33.8	17	Tints and shades	コントラストの強い画像	9.7
3	Building	建物	30.6	18	Flooring	床	9.7
4	Font	文字	25.9	19	Cuisine	料理	9.1
5	Wood	木・木製品・木目	24.2	20	Landscape	風景・見晴らし	8.9
6	Tree	木	20.5	21	Property	所有建物	8.9
7	Cloud	雲	14.9	22	Recipe	料理(調理法)	8.7
8	Facade	建物の正面	14.5	23	Wheel	車輪	7.9
9	Food	食べ物	12.0	24	Tire	タイヤ	7.9
10	Ingredient	食材・加工食品など	11.2	25	Water	水	7.5
11	Tableware	食器	11.2	26	Window	窓	7.5
12	Leisure	レジャー(英語の人々等)	10.8	27	Motor vehicle	自動車	7.2
13	Rectangle	※直線的な物体	10.4	28	Car	車両	7.2
14	Real estate	建物	10.3	29	Dish	皿など	7.0
15	Vehicle	乗り物	9.9	30	Table	テーブル	6.8

<主成分分析の結果>



第1主成分は、食関係でないもの、第2主成分は自動車、第3主成分は広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したものの、第4主成分は施設の外観や内観、第5主成分は施設正面を映したものの、第6主成分は木等を絡めた一般風景、第7主成分は建物や風景を映したコントラストが強めのもの、第8主成分は内観と施設で提供される食等と解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分2	2.672	0.00213
主成分3	1.226	0.05947
主成分5	0.204	0.62545
主成分1	0.200	0.63126
主成分6	0.074	0.84309
主成分8	0.051	0.89010
主成分7	0.028	0.93823
主成分4	0.017	0.96251

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	496	7.7499515	0.015625	1.3833
純粋誤差	11	0.1242468	0.011295	p値(Prob>F)
合計誤差	507	7.8741983		0.2831

最大R2乗
0.9846

重回帰分析の結果、自動車を映した投稿が第一に評価に寄与していると言えます。また、広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したものも評価が高い傾向にあります。

<考察>

施設外観や食事など、全体的に代わり映えしない投稿が多い傾向です。施設正面にある木製看板が象徴的存在です。一方で、施設まで自慢の車等に来て駐車場で写真を撮る等のユニークな投稿は比較的评价されています。

<

手賀沼周辺

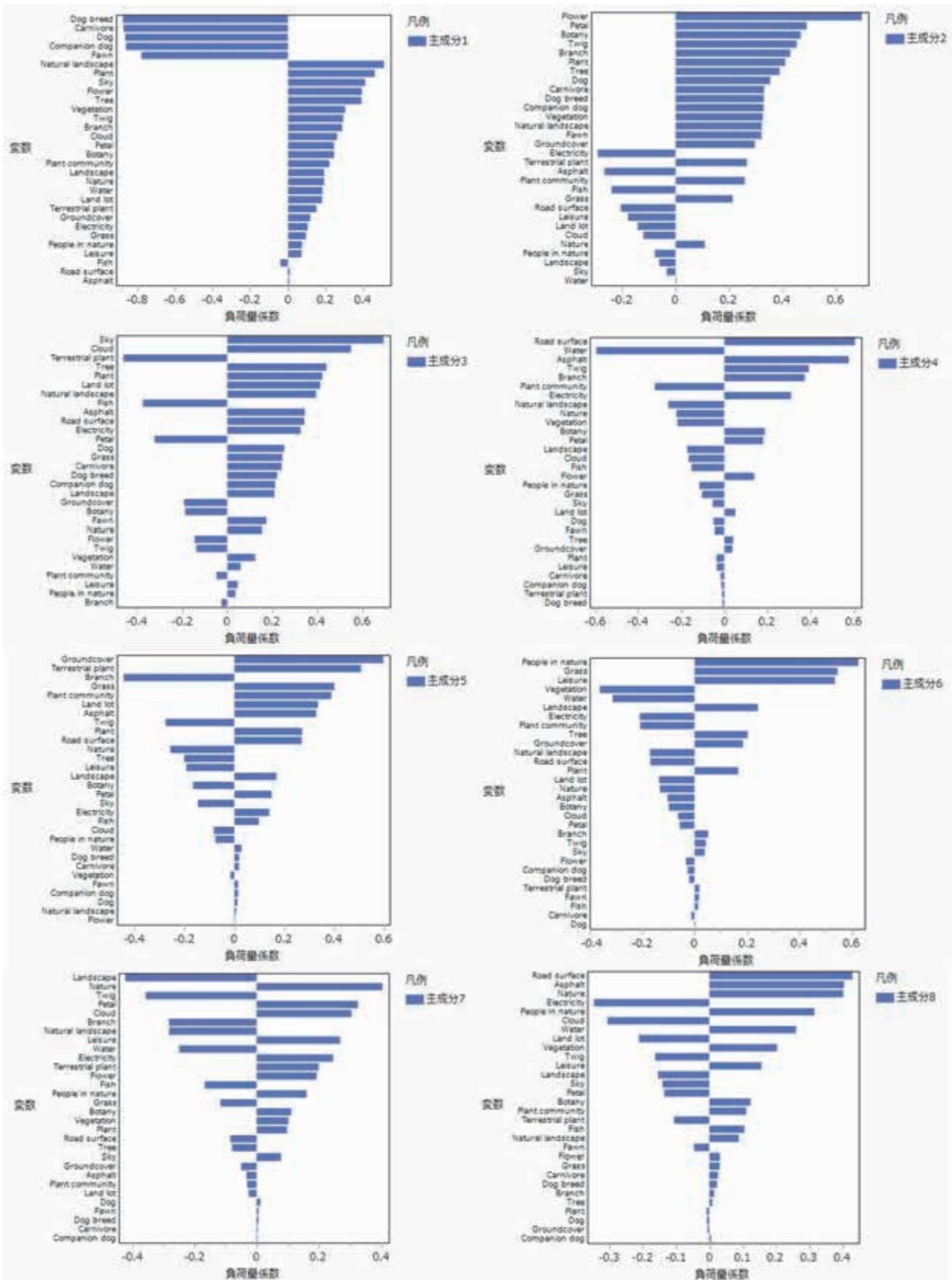
D 大堀川

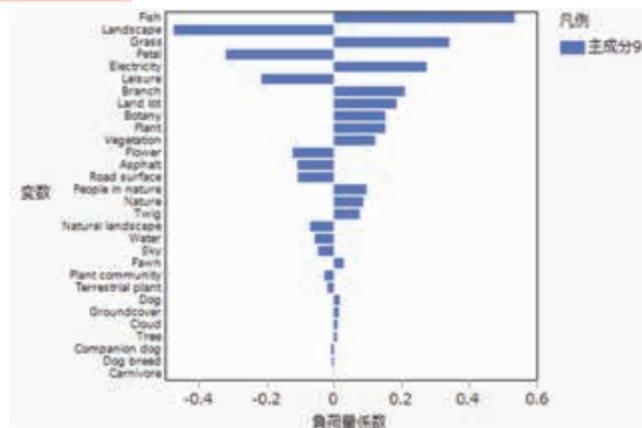
テキスト感情スコア	0.15	13位／14スポット中
いいね数スコア	0.15	4位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	9.93	11位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Plant	植物	68.2	16	Vegetation	植生	9.7
2	Sky	空	58.1	17	Asphalt	アスファルト	8.9
3	Tree	木	44.3	18	Terrestrial plant	陸上植物	8.9
4	Grass	草・芝	42.3	19	Road surface	路面	8.8
5	Natural landscape	自然風景	33.1	20	Petal	花びら	8.8
6	Cloud	雲	27.9	21	Fawn	子犬・子鹿の毛色	8.6
7	Flower	花	20.9	22	Land lot	地画・土地	8.4
8	Water	水	16.8	23	People in nature	自然の中の人々	7.8
9	Carnivore	肉食動物	13.4	24	Electricity	電線・架線	7.6
10	Twig	小枝	13.2	25	Nature	自然	7.4
11	Dog	犬	12.5	26	Groundcover	地被植物	7.4
12	Dog breed	犬種	12.3	27	Leisure	レジャー(英会話の人々等)	6.5
13	Companion dog	ペットの犬	10.6	28	Botany	植物	6.5
14	Branch	枝	9.9	29	Plant community	植物群落	6.5
15	Landscape	風景・見物らし	9.7	30	Fish	魚	6.3

<主成分分析の結果>





第1主成分は、飼い犬関係でないもの、第2主成分は人工物でない自然的風景、第3主成分はアップ写真ではなく風景を映したものの、第4主成分は遊歩道周辺の風景、第5主成分は枝だけ（冬）でなく青々とした緑豊かな風景（春夏）、第6主成分は自然と人物を絡めた風景、第7主成分は花のある風景を中心としたもの、第8主成分は解釈困難、第9主成分は魚を中心としたものと解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分3	17.279	0.00000
主成分9	3.123	0.00075
主成分5	1.770	0.01699
主成分8	1.431	0.03710
主成分4	0.666	0.21597
主成分6	0.504	0.31338
主成分2	0.234	0.58314
主成分7	0.082	0.82833
主成分1	0.013	0.97005

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	485	5.8021630	0.011963	0.6172
純粋誤差	38	0.7365535	0.019383	p値(Prob>F)
合計誤差	523	6.5387165		0.9873

最大R2乗
0.9062

重回帰分析の結果、アップ写真ではなく風景を映したものが第一に評価に寄与していると言えます。また、魚を中心とした画像も評価が高い傾向にあります。さらに、枝だけ（冬）でなく青々とした緑豊かな風景（春夏）評価が高い傾向にあります。

<考察>

大堀川ののどかさや自然の豊かさが伝わる風景写真やバス釣りなど特有の体験も評価されていると考えられます。

手賀沼周辺

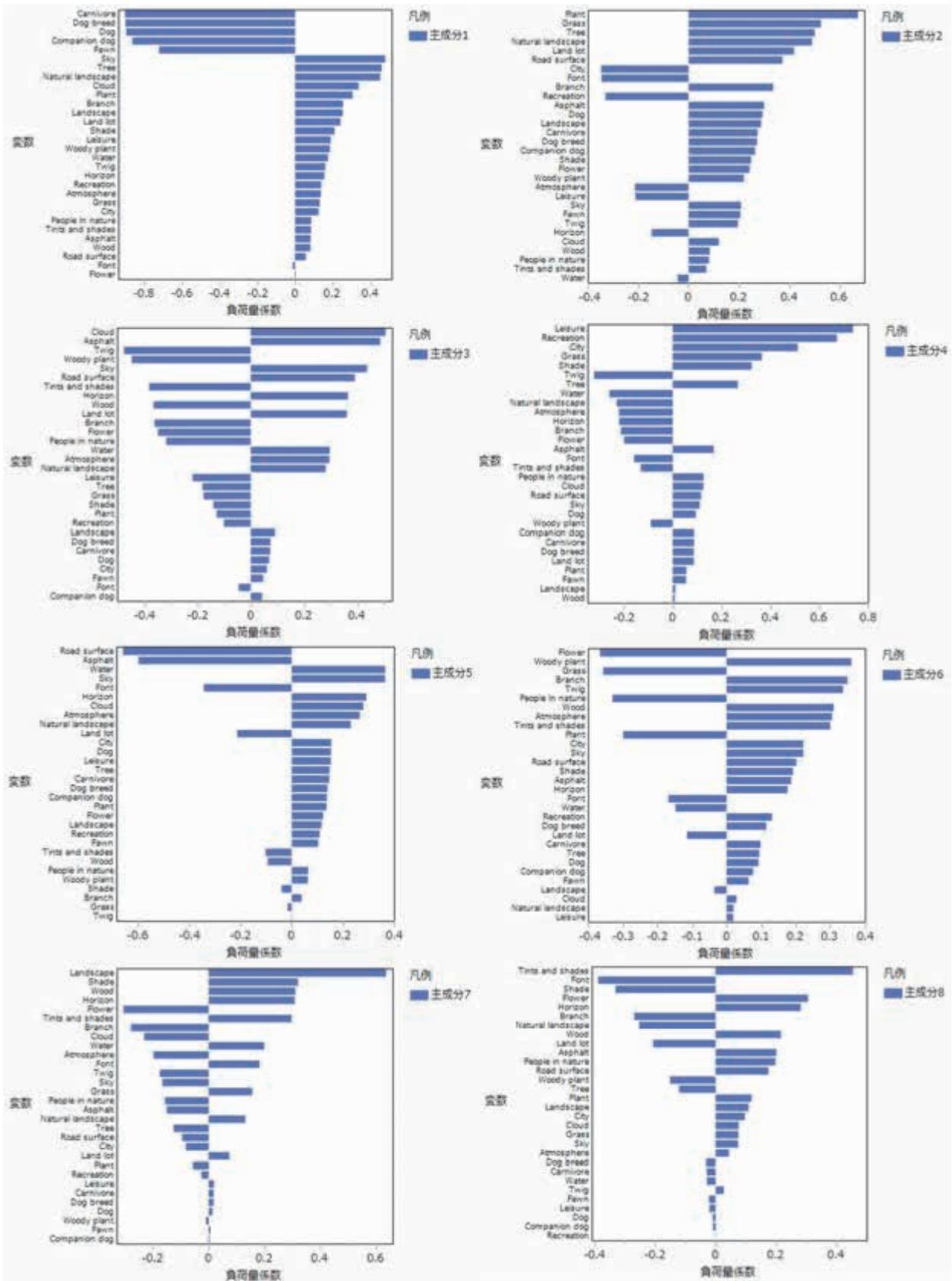
E 柏ふるさと公園

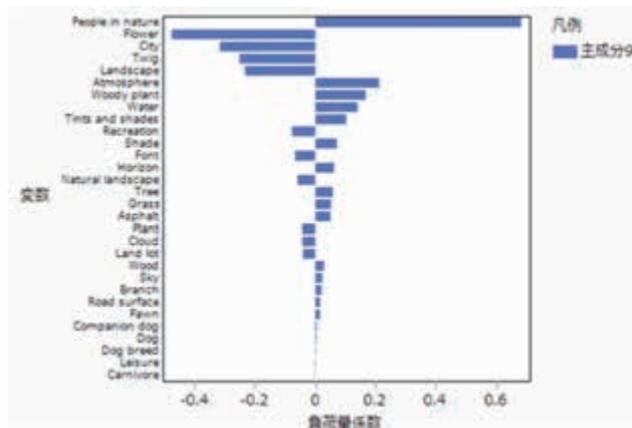
テキスト感情スコア	0.24	9位／14スポット中
いいね数スコア	0.13	8位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	7.57	13位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Sky	空	58.2	16	Recreation	アクティビティ・イベント	11.0
2	Plant	植物	56.0	17	Landscape	風景・見物らし	10.6
3	Tree	木	47.6	18	Branch	枝	10.3
4	Grass	草・芝	34.1	19	Wood	木・木製品・木目	8.8
5	Cloud	雲	28.8	20	People in nature	自然の中の人々	8.6
6	Natural landscape	自然風景	27.5	21	Atmosphere	大気(空気を・ムード)	8.1
7	Road surface	路面	15.9	22	Fawn	子犬・子鹿の毛色	7.7
8	Carnivore	肉食動物	14.3	23	Twig	小枝	7.5
9	Dog	犬	13.7	24	Land lot	地画・土地	7.5
10	Asphalt	アスファルト	13.6	25	Shade	陰	7.3
11	Leisure	レジャー(英類の人々等)	13.4	26	City	都市的な物	7.3
12	Dog breed	犬種	13.0	27	Font	文字	7.0
13	Flower	花	12.8	28	Horizon	地平線・水平線	7.0
14	Companion dog	ペットの犬	11.5	29	Tints and shades	以コントラストの強い画像	6.2
15	Water	水	11.0	30	Woody plant	木と葉	6.2

<主成分分析の結果>





第1主成分は、飼い犬関係でないもの、第2主成分は人工物でない自然的風景、第3主成分は公園の様子を遠目に映したものの、第4主成分は夜のイベントなど、第5主成分は主に水辺の風景、第6主成分は樹木を絡めた自然風景、第7主成分は一般的な風景、第8主成分は花等を映したコントラストが強めのもの、第9主成分は自然の中に人物が映るものと解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分7	2.817	0.00152
主成分8	1.747	0.01789
主成分1	1.514	0.03060
主成分9	0.972	0.10676
主成分3	0.686	0.20610
主成分6	0.574	0.26687
主成分4	0.400	0.39794
主成分2	0.219	0.60426
主成分5	0.021	0.95373

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	504	13.024653	0.025843	2.3779
純粋誤差	31	0.336904	0.010868	p値(Prob>F)
合計誤差	535	13.361557		0.0022*

最大R2値
0.9760

重回帰分析の結果、一般的な風景の投稿が第一に評価に寄与していると言えます。また、花等を映したコントラストが強めのものも評価が高い傾向にあります。さらに、飼い犬関係でないほど評価が高い傾向にあります。

<考察>

飼い犬の写真はそこまで評価が高くなく、一般的な風景写真、特に花等を映したコントラスト強めのもの（加工している可能性もある）が評価されています。

手賀沼周辺

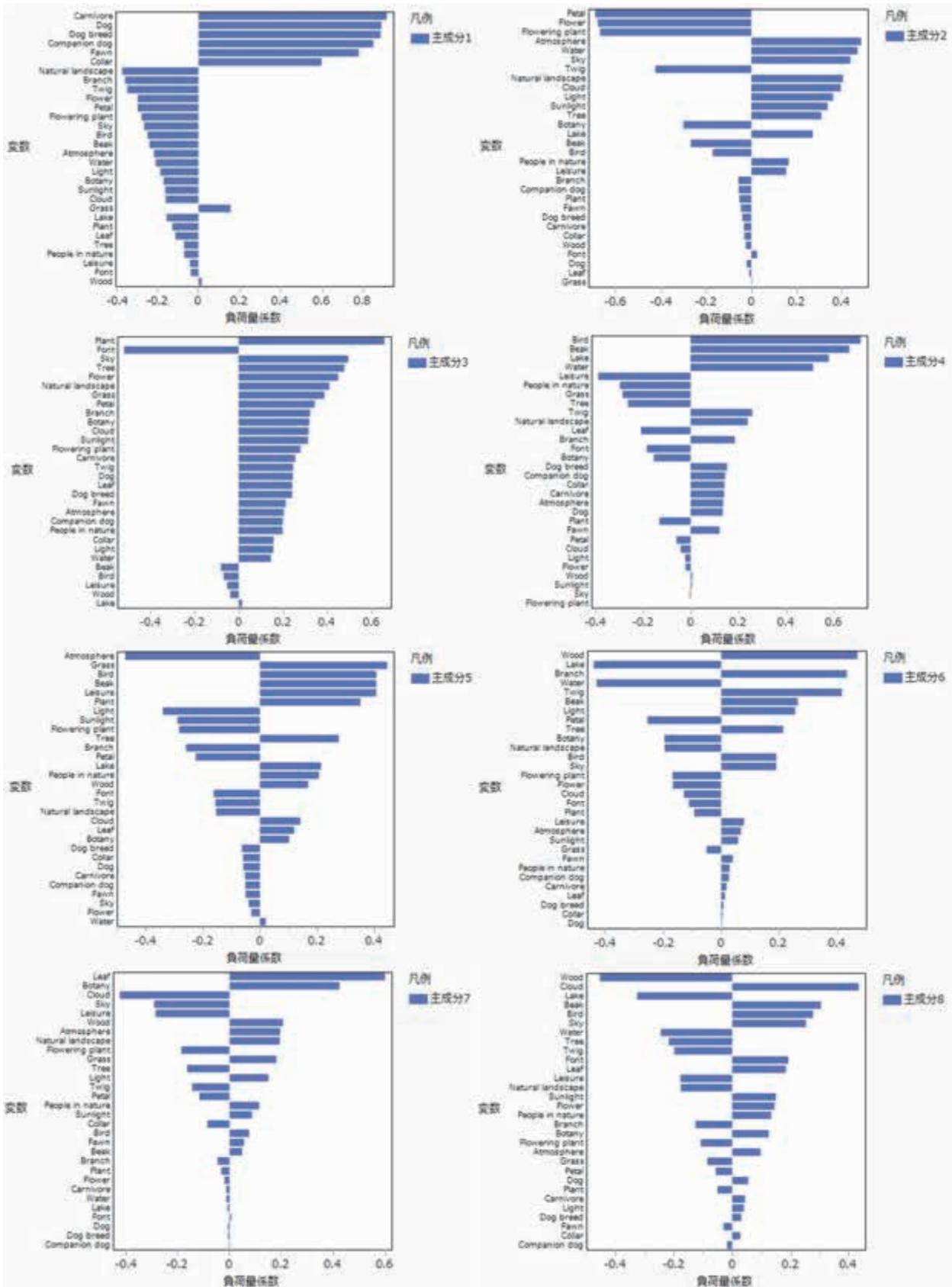
F 北柏ふるさと公園

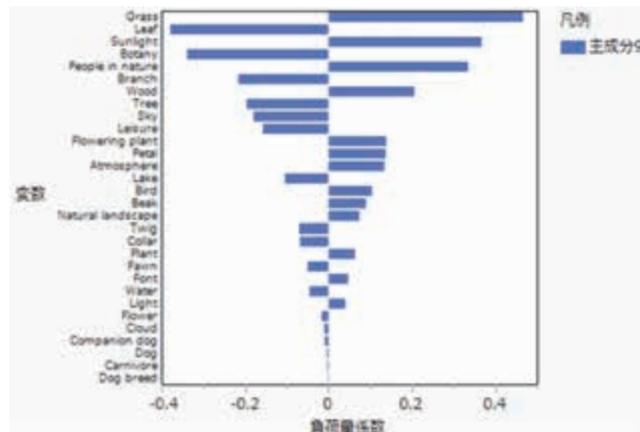
テキスト感情スコア	0.30	7位／14スポット中
いいね数スコア	0.09	12位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	10.1	9位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Plant	植物	63.4	16	Leisure	レジャー(英会話の人々等)	11.3
2	Tree	木	50.3	17	Bird	鳥	11.1
3	Sky	空	39.6	18	Petal	花びら	10.8
4	Grass	草・芝	28.1	19	Font	文字	9.2
5	Natural landscape	自然風景	21.0	20	Light	照明・柔らかい光	9.0
6	Flower	花	19.1	21	Wood	木・木製品・木目	8.7
7	Dog	犬	17.9	22	Flowering plant	花	8.5
8	Carnivore	肉食動物	16.7	23	Beak	くちばし	8.3
9	Cloud	雲	15.6	24	People in nature	自然の中の人々	7.8
10	Twig	小枝	15.6	25	Botany	植物	7.1
11	Branch	枝	14.9	26	Atmosphere	大気(空気を・ムード)	6.6
12	Dog breed	犬種	14.8	27	Leaf	葉	6.6
13	Water	水	14.6	28	Lake	湖	6.4
14	Companion dog	ペットの犬	13.2	29	Collar	犬の首輪	6.3
15	Fawn	子犬・子鹿の毛色	12.2	30	Sunlight	太陽光	6.3

<主成分分析の結果>





第1主成分は、飼い犬関係でないもの、第2主成分は花や鳥ではなく自然的風景、第3主成分は一般的な風景、第4主成分は水辺の鳥など、第5主成分ははっきりと物体を映したものの、第6主成分は水辺ではなく植物等、第7主成分は葉のアップ、第8主成分は空と鳥の風景、第9主成分は人物も含めた広場の風景と解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分1	9.248	0.00000
主成分4	4.688	0.00002
主成分3	4.386	0.00004
主成分2	3.055	0.00088
主成分9	1.257	0.05531
主成分6	1.241	0.05740
主成分8	0.537	0.29048
主成分5	0.297	0.50452
主成分7	0.290	0.51321

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	526	1.6837381	0.003201	0.2356
残差	40	0.5434344	0.013586	p値(Prob>F)
合計誤差	566	2.2271726		1.0000

最大R2乗
0.7913

重回帰分析の結果、飼い犬関係でないものが第一に評価に寄与していると言えます。また、水辺の鳥の評価が高い傾向にあります。さらに、一般的な風景も次に評価が高く、花や鳥のアップではなく自然的風景の評価が高い傾向にあります。

<考察>

場の雰囲気わかる自然的風景、そして公園特有の野鳥などが評価されると考えられます。

手賀沼周辺

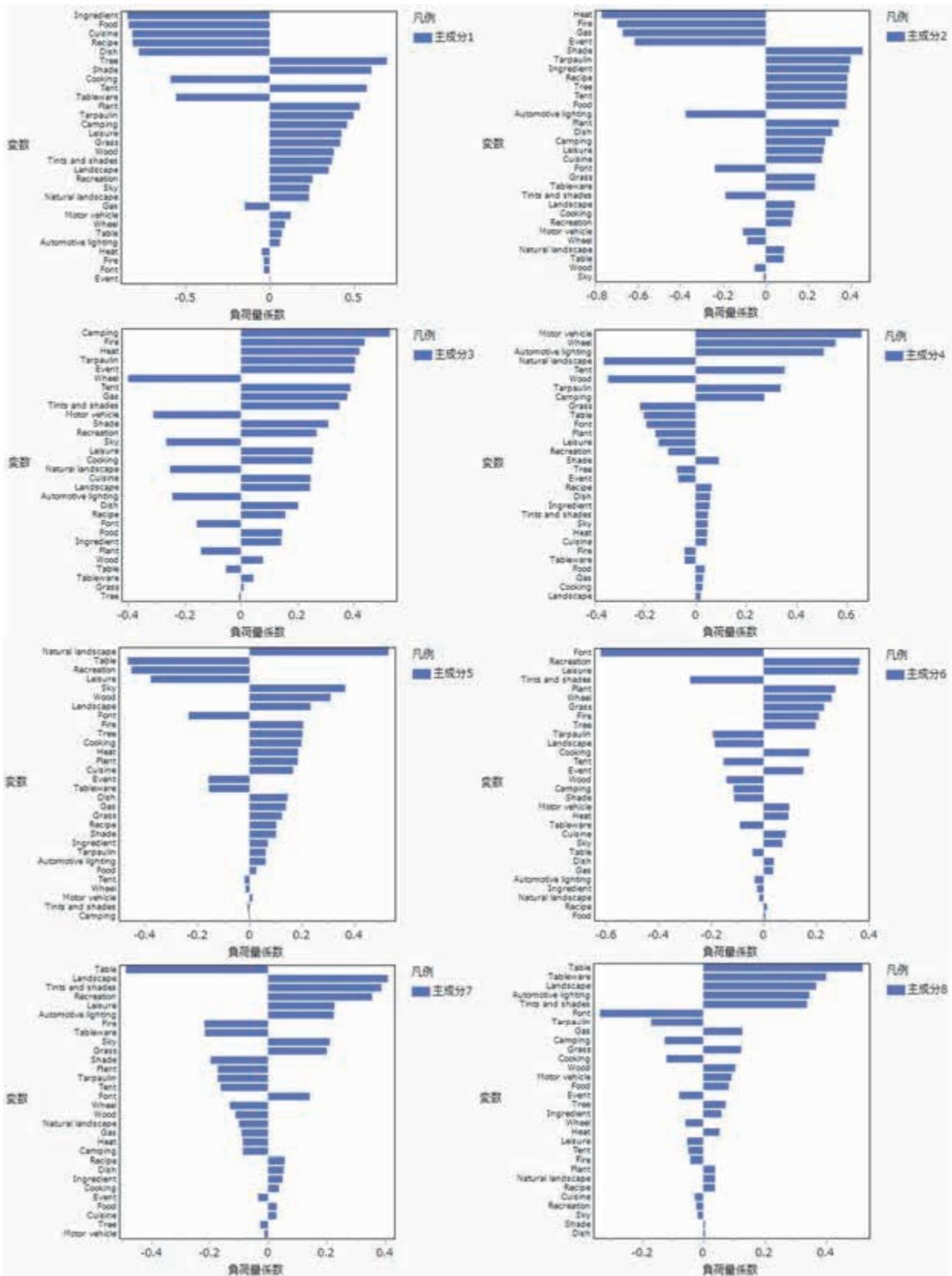
G Recampしようなん

テキスト感情スコア	0.29	8位／14スポット中
いいね数スコア	0.24	2位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	10.6	6位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Tree	木	39.0	16	Sky	空	13.4
2	Plant	植物	33.2	17	Tarpaulin	タープ	13.0
3	Wood	木・木製品・木目	31.0	18	Heat	焚火・ランタン	12.5
4	Tints and shades	双コントラストの強い画像	24.1	19	Cooking	料理	12.1
5	Shade	陰	22.5	20	Camping	キャンプ	11.8
6	Food	食べ物	21.9	21	Automotive lighting	車の照明	10.3
7	Tent	テント	21.6	22	Natural landscape	自然風景	9.4
8	Ingredient	食材・加工食品など	20.7	23	Event	キャンプ道具を広げた風景	9.3
9	Cuisine	料理	20.3	24	Landscape	風景・見晴らし	9.1
10	Leisure	レジャー(英傑の人々等)	18.0	25	Fire	火	9.1
11	Recipe	料理(調理法)	17.8	26	Table	テーブル	8.7
12	Grass	草・芝	17.5	27	Motor vehicle	自動車	7.7
13	Dish	皿など	16.8	28	Font	文字	7.5
14	Gas	燃える様子	15.9	29	Wheel	車輪	7.5
15	Tableware	食器	13.9	30	Recreation	アクティビティ・イベント	7.3

<主成分分析の結果>



第1主成分は、食関係以外であるもの、第2主成分は車・バイク等の人工物を含めた風景、第3主成分は車・バイクや飼い犬、食べ物など、第4主成分は広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したものの、第5主成分は自然的なものより道の駅の建築物等を映したものの、第6主成分は植物等を映したものと解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分6	1.659	0.02195
主成分7	1.279	0.05258
主成分5	1.213	0.06126
主成分2	0.833	0.14691
主成分1	0.481	0.33007
主成分3	0.257	0.55354
主成分8	0.237	0.57927
主成分4	0.049	0.89340

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	543	84.027384	0.154747	15.1612
純粋誤差	9	0.091861	0.010207	p値(Prob>F)
合計誤差	552	84.119245		<.0001*

最大R2乗
0.9989

重回帰分析の結果、投稿用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映した投稿が第一に評価に寄与していると言えます。

また、道の駅の建物を映した投稿も評価が高い傾向にあります。さらに、車・バイクや飼い犬、食べ物等の評価が高い傾向となりました。

<考察>

道の駅を背景に、自慢の車・バイクを映す投稿やキッチンカー、飼い犬を遊ばせる様子が特筆されます。

手賀沼周辺

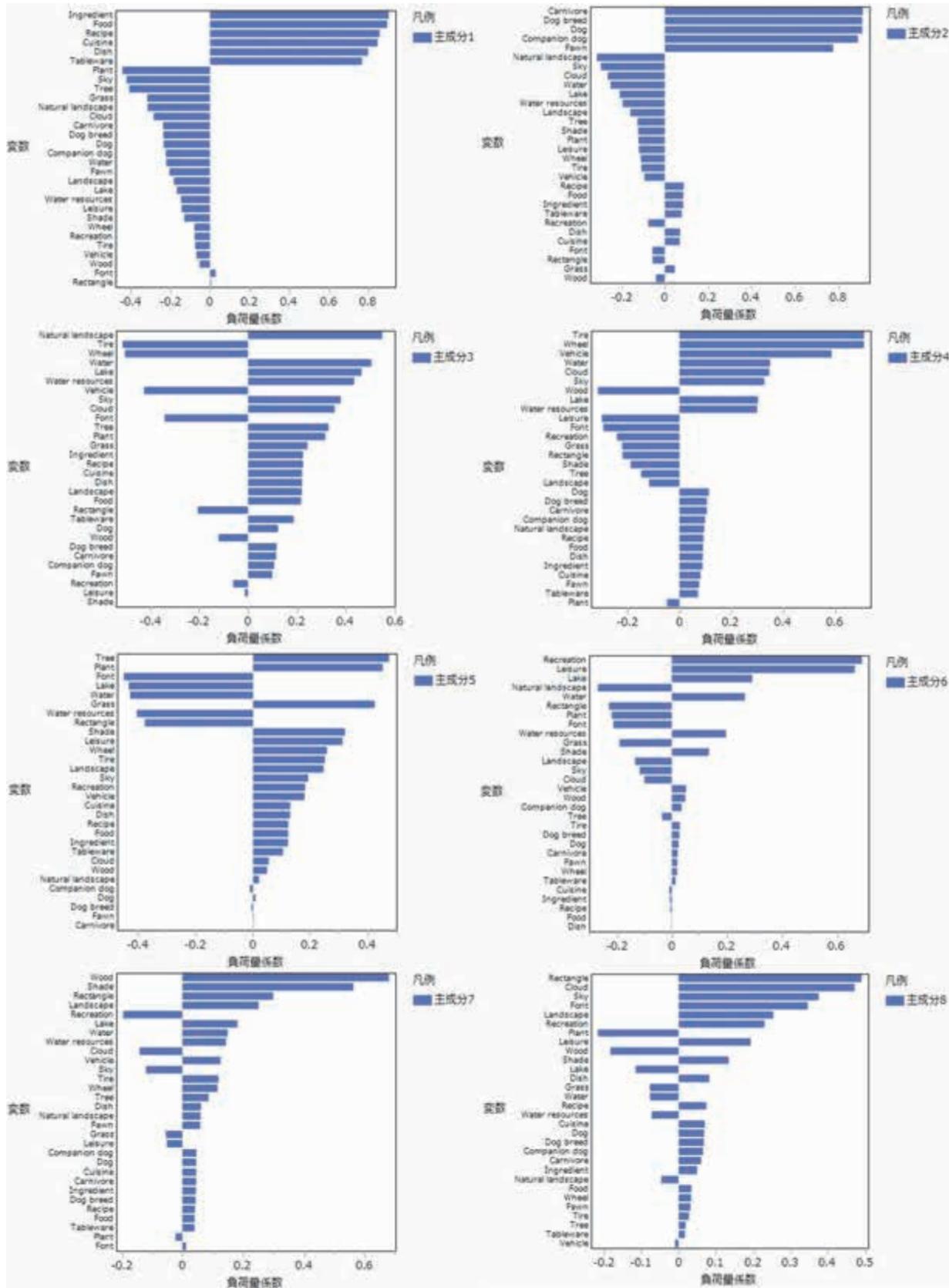
H 手賀沼フィッシングセンター

テキスト感情スコア	0.31	3位／14スポット中
いいね数スコア	0.13	7位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	8.76	12位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Sky	空	46.7	16	Dog	犬	10.3
2	Plant	植物	36.0	17	Wood	木・木製品・木目	9.9
3	Water	水	28.1	18	Dog breed	犬種	9.7
4	Cloud	雲	24.3	19	Dish	皿など	9.4
5	Grass	草・三	22.0	20	Tire	タイヤ	9.2
6	Food	食べ物	18.6	21	Companion dog	ペットの犬	9.0
7	Tree	木	17.5	22	Wheel	車輪	8.6
8	Lake	湖	17.1	23	Landscape	風景・見晴らし	8.3
9	Ingredient	食材・加工食品など	15.9	24	Font	文字	7.0
10	Cuisine	料理	14.4	25	Fawn	子犬・子鹿の色	7.0
11	Leisure	レジャー(英語の人々等)	14.2	26	Recreation	アクティビティ・イベント	6.8
12	Natural landscape	自然風景	13.9	27	Vehicle	乗り物	6.5
13	Tableware	食器	13.7	28	Water resources	水	6.5
14	Recipe	料理(調理法)	13.2	29	Shade	陰	6.1
15	Carnivore	肉食動物	10.5	30	Rectangle	※直線的な物体	6.1

<主成分分析の結果>



第1主成分は、食関係以外であるもの、第2主成分は車・バイク等の人工物を含めた風景、第3主成分は車・バイクや飼い犬、食べ物など、第4主成分は広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したものの、第5主成分は自然的なものより道の駅の建築物等を映したものの、第6主成分は植物等を映したものと解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分8	1.546	0.02846
主成分7	1.158	0.06949
主成分2	1.015	0.09665
主成分6	0.874	0.13380
主成分5	0.723	0.18914
主成分4	0.606	0.24752
主成分3	0.441	0.36216
主成分1	0.164	0.68509

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	533	7.6974039	0.014442	5.7076
純粋誤差	13	0.0328933	0.002530	p値(Prob>F)
合計誤差	546	7.7302972		0.0005*

最大R2乗
0.9959

重回帰分析の結果、投稿用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映した投稿が第一に評価に寄与していると言えます。

また、道の駅の建物を映した投稿も評価が高い傾向となりました。さらに、車・バイクや飼い犬、食べ物等の評価が高い傾向となりました。

<考察>

道の駅を背景に、自慢の車・バイクを映す投稿やキッチンカー、飼い犬を遊ばせる様子が特筆されます。

手賀沼周辺

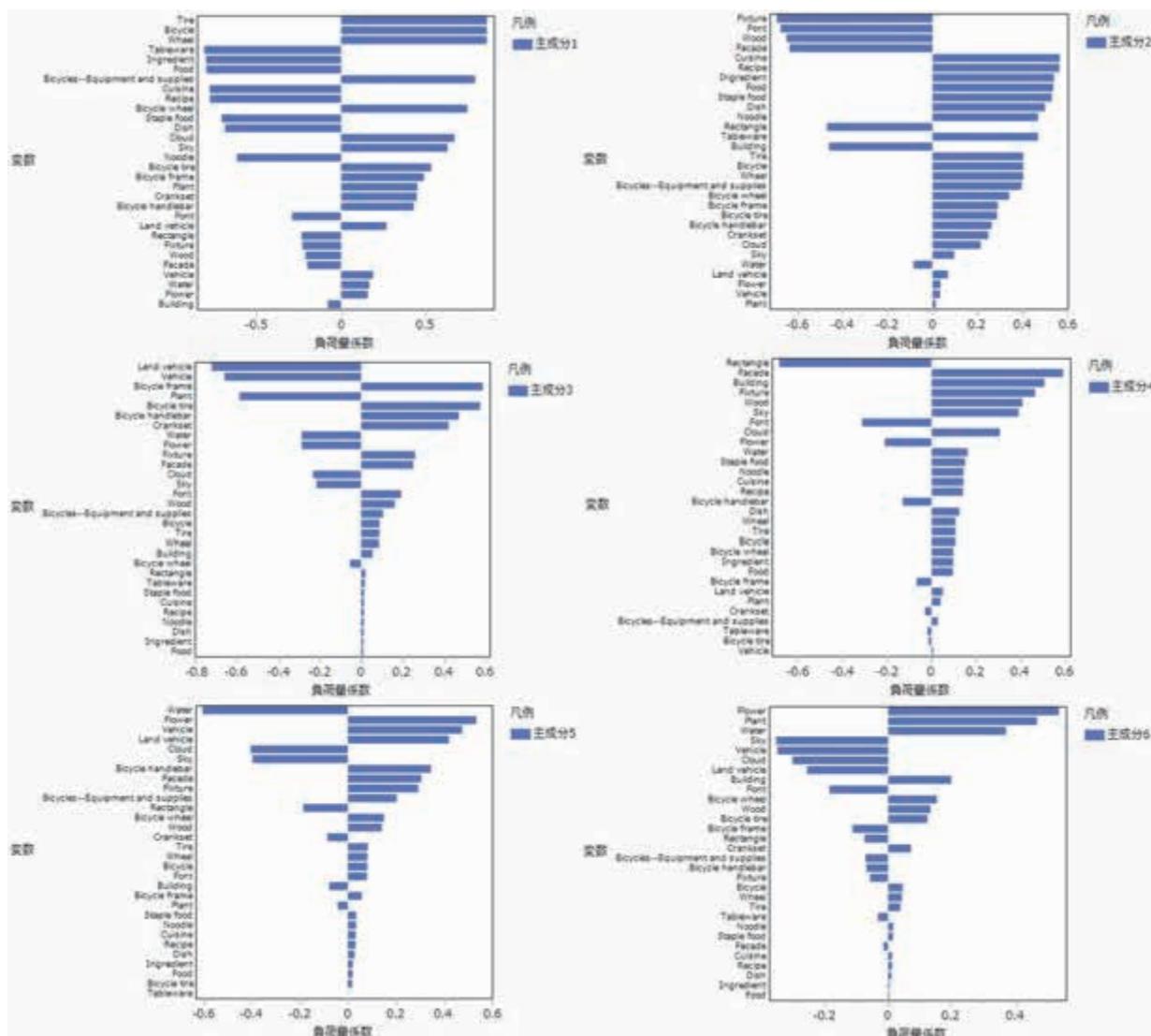
I 手賀沼サイクリングロード ※参考値

テキスト感情スコア	0.13	14位／14スポット中
いいね数スコア	0.25	1位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	14.7	1位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Sky	空	54.8	16	Tableware	食器	14.3
2	Tire	タイヤ	54.8	17	Font	文字	14.3
3	Wheel	車輪	54.8	18	Land vehicle	陸上車両	14.3
4	Bicycle	自転車	54.8	19	Cuisine	料理	11.9
5	Cloud	雲	50.0	20	Recipe	料理(調理法)	11.9
6	Bicycles-- Equipment and supplies	自転車関連と消耗品	50.0	21	Dish	皿など	9.5
7	Bicycle wheel	自転車の車輪	47.6	22	Vehicle	乗り物	9.5
8	Plant	植物	45.2	23	Rectangle	四角的な物体	9.5
9	Bicycle tire	自転車のタイヤ	31.0	24	Staple food	主食	9.5
10	Bicycle frame	自転車フレーム	26.2	25	Building	建物	9.5
11	Crankset	クランク	23.8	26	Flower	花	9.5
12	Bicycle handlebar	自転車のハンドルバー	21.4	27	Wood	木・木製品・木目	7.1
13	Water	水	14.3	28	Facade	建物の正面	7.1
14	Food	食べ物	14.3	29	Fixture	備品	7.1
15	Ingredient	食材・加工食品など	14.3	30	Needle	針	7.1

<主成分分析の結果>



第1主成分は、食関係以外であるもの、第2主成分は車・バイク等の人工物を含めた風景、第3主成分は車・バイクや飼い犬、食べ物など、第4主成分は広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したものの、第5主成分は自然的なものより道の駅の建築物等を映したものの、第6主成分は植物等を映したものと解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分4	1.123	0.07535
主成分5	0.889	0.12926
主成分6	0.836	0.14602
主成分2	0.548	0.28313
主成分3	0.155	0.69951
主成分1	0.088	0.81652

重回帰分析の結果、投稿用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映した投稿が第一に評価に寄与していると言えます。

また、道の駅の建物を映した投稿も評価が高い傾向にあります。さらに、車・バイクや飼い犬、食べ物等の評価が高い傾向です。

<考察>

道の駅を背景に、自慢の車・バイクを映す投稿やキッチンカー、飼い犬を遊ばせる様子が特筆されます。

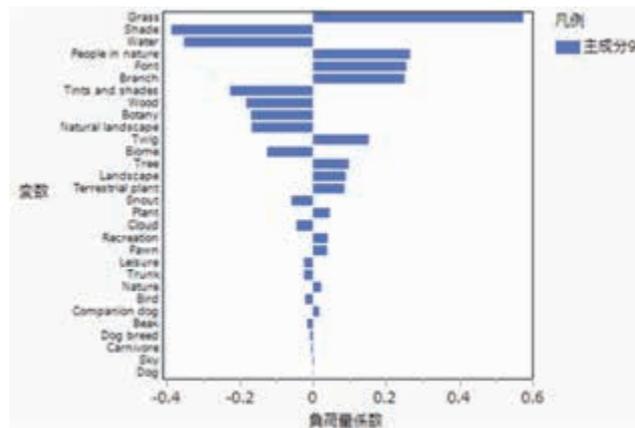
手賀沼周辺

J 手賀の丘公園

テキスト感情スコア	0.30	4位／14スポット中
いいね数スコア	0.12	9位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	10.7	4位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Plant	植物	60.2	16	People in nature	自然の中の人々	12.4
2	Tree	木	59.0	17	Shade	陰	12.3
3	Wood	木・木製品・木目	29.3	18	Biome	植物群	11.5
4	Grass	草・芝	26.8	19	Cloud	雲	11.4
5	Leisure	レジャー(英語の人々等)	23.8	20	Font	文字	10.1
6	Natural landscape	自然風景	23.6	21	Landscape	風景・見晴らし	9.6
7	Sky	空	23.4	22	Branch	枝	8.2
8	Dog	犬	17.2	23	Tints and shades	※コントラストの強い画像	8.0
9	Carnivore	肉食動物	16.7	24	Water	水	7.5
10	Dog breed	犬種	15.1	25	Nature	自然	6.7
11	Trunk	木の幹・木製アスレチック	13.9	26	Beak	くちばし	6.4
12	Companion dog	ペットの犬	13.7	27	Twig	小枝	5.7
13	Terrestrial plant	地上植物	13.1	28	Bird	鳥	5.7
14	Fawn	子犬・子鹿の毛色	13.0	29	Botany	植物	5.3
15	Recreation	アクティビティ・イベント	12.6	30	Snout	犬の鼻	5.0



第1主成分は、食関係以外であるもの、第2主成分は車・バイク等の人工物を含めた風景、第3主成分は車・バイクや飼い犬、食べ物など、第4主成分は広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したものの、第5主成分は自然的なものより道の駅の建築物等を映したものの、第6主成分は植物等を映したものと解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分1	8.444	0.00000
主成分3	8.242	0.00000
主成分2	3.303	0.00050
主成分4	2.545	0.00285
主成分5	1.567	0.02710
主成分7	0.574	0.26663
主成分6	0.386	0.41117
主成分9	0.155	0.69941
主成分8	0.039	0.91425

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	525	3.3928025	0.006462	0.7854
純粋誤差	28	0.2303976	0.008228	p値(Prob>F)
合計誤差	553	3.6232000		0.8398
				最大R2乗
				0.9461

重回帰分析の結果、投稿用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映した投稿が第一に評価に寄与していると言えます。

また、道の駅の建物を映した投稿も評価が高い傾向にある。さらに、車・バイクや飼い犬、食べ物等の評価が高い傾向です。

<考察>

道の駅を背景に、自慢の車・バイクを映す投稿やキッチンカー、飼い犬を遊ばせる様子が特筆される。

手賀沼周辺

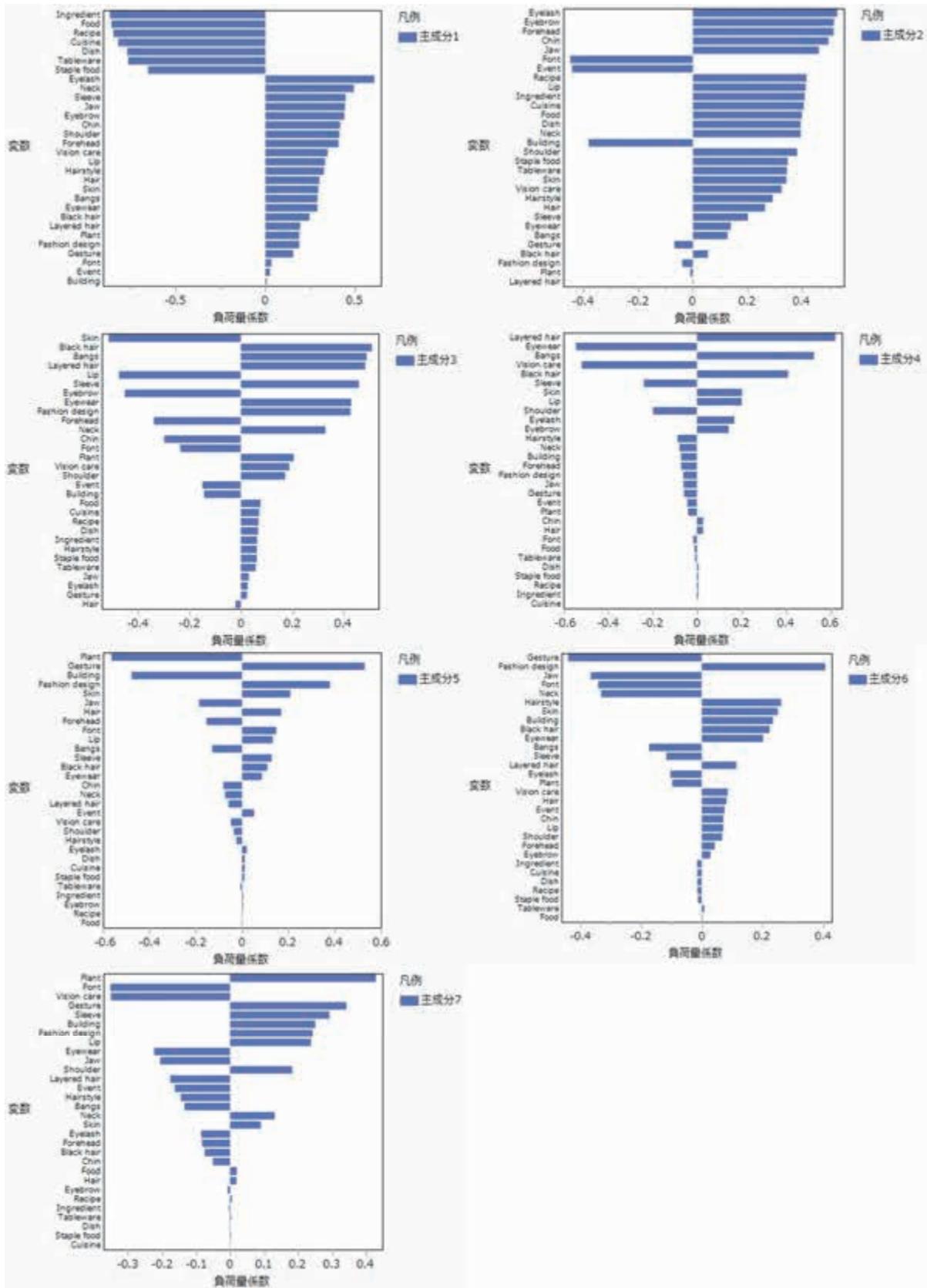
K 柏駅

テキスト感情スコア	0.30	6位／14スポット中
いいね数スコア	0.06	14位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	14.3	2位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Eyeshash	まつ毛	25.9	16	Staple food	主食	10.1
2	Sleeve	衣服のそで	23.0	17	Forehead	額(ひたい)	9.8
3	Food	食べ物	21.3	18	Plant	植物	9.7
4	Ingredient	食材・加工食品など	20.0	19	Event	人の集まり(祭り・ダンス・華会等)	9.2
5	Recipe	料理(調理法)	18.2	20	Vision care	※不明(美容関係)	9.0
6	Neck	首	17.9	21	Bangs	前髪	8.9
7	Tableware	食器	17.6	22	Hairstyle	ヘアスタイル	8.8
8	Cuisine	料理	17.4	23	Building	建物	8.6
9	Font	文字	16.4	24	Hair	髪の毛	8.3
10	Dish	皿など	14.5	25	Black hair	黒髪	8.2
11	Eyebrow	まゆ毛	13.2	26	Skin	肌	8.0
12	Jaw	あご	13.0	27	Lip	唇	7.9
13	Shoulder	肩	12.0	28	Gesture	ジェスチャー(キール・美容)	7.7
14	Chin	あご	11.0	29	Fashion design	ファッションデザイン	7.4
15	Eyewear	めがね	10.3	30	Layered hair	レイヤードヘア	6.6

<主成分分析の結果>



第1主成分は、食関係以外であるもの、第2主成分は車・バイク等の人工物を含めた風景、第3主成分は車・バイクや飼い犬、食べ物など、第4主成分は広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したものの、第5主成分は自然的なものより道の駅の建築物等を映したものの、第6主成分は植物等を映したものと解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分1	30.711	0.00000
主成分2	3.272	0.00053
主成分3	2.529	0.00296
主成分6	0.628	0.23551
主成分4	0.518	0.30315
主成分7	0.446	0.35785
主成分5	0.090	0.81197

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	1009	7.570328	0.007503	0.1662
純粋誤差	76	3.431693	0.045154	p値(Prob>F)
合計誤差	1085	11.002022		1.0000

最大R2乗
0.7302

重回帰分析の結果、投稿用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映した投稿が第一に評価に寄与していると言えます。

また、道の駅の建物を映した投稿も評価が高い傾向にあります。さらに、車・バイクや飼い犬、食べ物等の評価が高い傾向となりました。

<考察>

道の駅を背景に、自慢の車・バイクを映す投稿やキッチンカー、飼い犬を遊ばせる様子が特筆されます。

手賀沼周辺

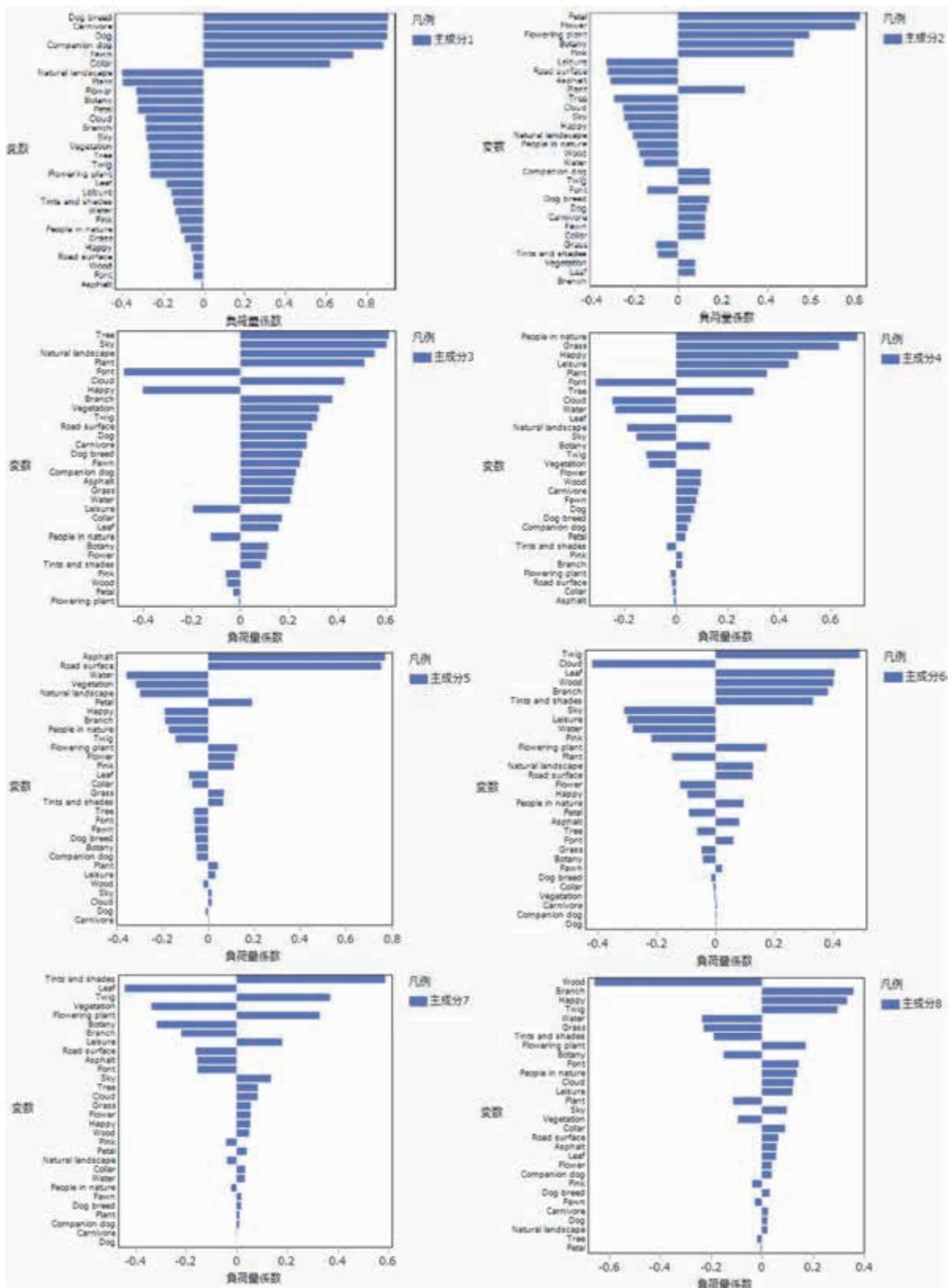
L 柏の葉公園

テキスト感情スコア	0.30	5位／14スポット中
いいね数スコア	0.12	10位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	10.4	8位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Plant	植物	54.8	16	Font	文字	11.3
2	Tree	木	45.5	17	People in nature	自然の中の人々	10.8
3	Sky	空	38.2	18	Happy	幸せな	10.7
4	Grass	草・芝	30.6	19	Botany	植物	10.2
5	Carnivore	肉食動物	22.8	20	Asphalt	アスファルト	9.3
6	Dog	犬	22.4	21	Wood	木・木製品・木目	8.9
7	Dog breed	犬種	20.0	22	Branch	枝	8.8
8	Flower	花	18.9	23	Water	水	8.2
9	Companion dog	ペットの犬	18.8	24	Collar	犬の首輪	7.7
10	Natural landscape	自然風景	18.8	25	Twig	小枝	7.5
11	Cloud	雲	18.2	26	Leaf	葉	7.4
12	Fawn	子犬・子鹿の色	13.7	27	Flowering plant	花	7.3
13	Petal	花びら	13.2	28	Pink	ピンク色	7.2
14	Leisure	レジャー(英語の人々等)	12.9	29	Tints and shades	※コントラストの強い画像	6.9
15	Road surface	路面	11.5	30	Vegetation	植生	6.5

<主成分分析の結果>



第1主成分は、食関係以外であるもの、第2主成分は車・バイク等の人工物を含めた風景、第3主成分は車・バイクや飼い犬、食べ物など、第4主成分は広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したものの、第5主成分は自然的なものより道の駅の建築物等を映したものの、第6主成分は植物等を映したものとなりました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値				P値
主成分1	1.470				0.03388
主成分5	1.346				0.04511
主成分4	1.020				0.09554
主成分7	0.734				0.18454
主成分6	0.666				0.21601
主成分3	0.521				0.30145
主成分2	0.349				0.44747
主成分8	0.079				0.83351

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	1093	18.179314	0.016632	0.5044
純粋誤差	65	2.143185	0.032972	p値(Prob>F)
合計誤差	1158	20.322499		1.0000

最大R2乗
0.8960

重回帰分析の結果、投稿用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映した投稿が第一に評価に寄与していると言えます。

また、道の駅の建物を映した投稿も評価が高い傾向にあります。さらに、車・バイクや飼い犬、食べ物等の評価が高い傾向にあります。

<考察>

道の駅を背景に、自慢の車・バイクを映す投稿やキッチンカー、飼い犬を遊ばせる様子が特筆されます。

手賀沼周辺

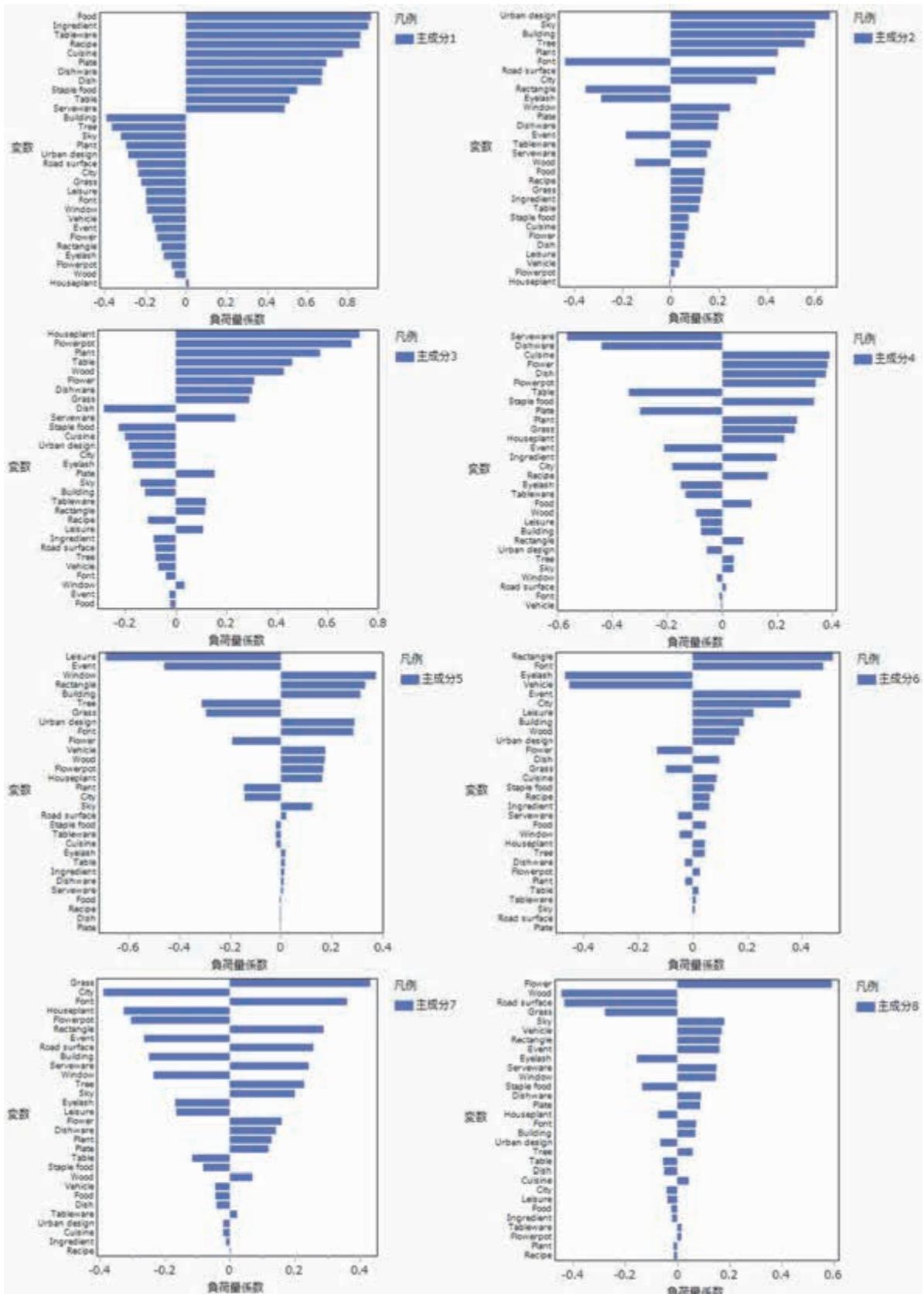
M 柏の葉キャンパス駅

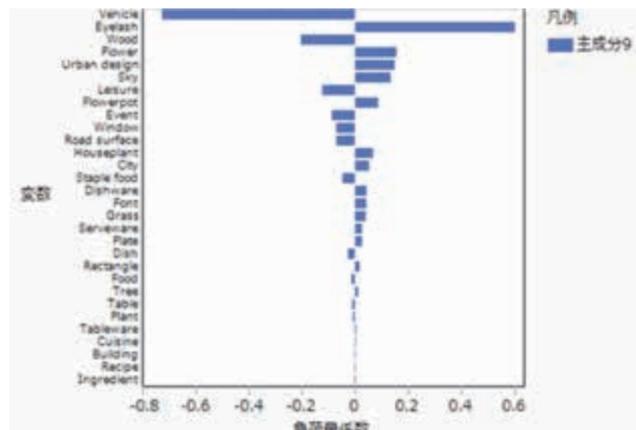
テキスト感情スコア	0.31	2位／14スポット中
いいね数スコア	0.07	13位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	10.6	5位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Plant	植物	30.4	16	Leisure	レジャー(英語の人々等)	9.8
2	Food	食べ物	25.9	17	Grass	草・芝	8.0
3	Ingredient	食材・加工食品など	23.6	18	Staple food	主食	8.0
4	Tableware	食器	21.3	19	Window	窓	7.6
5	Recipe	料理(調理法)	20.1	20	City	都市的な物	7.3
6	Cuisine	料理	19.9	21	Vehicle	乗り物	7.1
7	Building	建物	17.8	22	Urban design	都市景観	6.9
8	Font	文字	16.2	23	Eyeshash	まつ毛	6.7
9	Table	テーブル	15.5	24	Houseplant	観葉植物	6.7
10	Tree	木	14.6	25	Road surface	路面	6.6
11	Dish	皿など	13.5	26	Event	イベント・人の集まり	6.6
12	Wood	木・木製品・木目	13.0	27	Flowerpot	植木鉢	6.6
13	Dishware	皿などware	11.5	28	Rectangle	四角的な物体	6.4
14	Sky	空	10.7	29	Serveware	食器等備品	6.2
15	Plate	皿	10.3	30	Flower	花	6.0

<主成分分析の結果>





第1主成分は、食関係以外であるもの、第2主成分は車・バイク等の人工物を含めた風景、第3主成分は車・バイクや飼い犬、食べ物など、第4主成分は広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したものの、第5主成分は自然的なものより道の駅の建築物等を映したものの、第6主成分は植物等を映したものと解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分1	4.902	0.00001
主成分9	1.716	0.01922
主成分3	1.172	0.06732
主成分5	1.026	0.09418
主成分4	0.935	0.11625
主成分8	0.802	0.15765
主成分2	0.669	0.21413
主成分7	0.136	0.73186
主成分6	0.077	0.83726

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	520	5.4946423	0.010567	4.9302
純粋誤差	33	0.0707271	0.002143	p値(Prob>F)
合計誤差	553	5.5653693		<.0001*

最大R2乗
0.9881

重回帰分析の結果、投稿用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映した投稿が第一に評価に寄与していると言えます。

また、道の駅の建物を映した投稿も評価が高い傾向にあります。さらに、車・バイクや飼い犬、食べ物等の評価が高い傾向です。

<考察>

道の駅を背景に、自慢の車・バイクを映す投稿やキッチンカー、飼い犬を遊ばせる様子が特筆されます。

手賀沼周辺

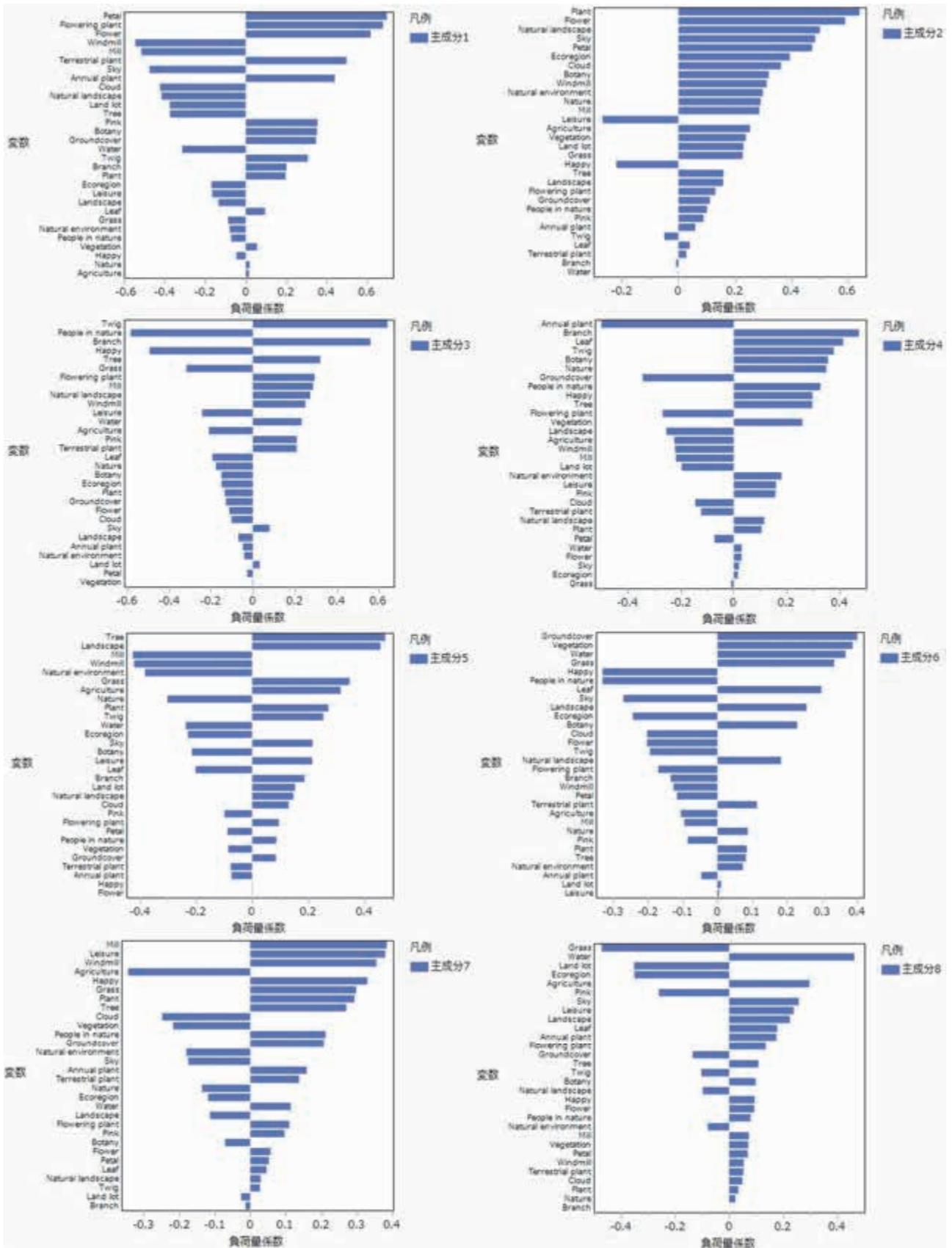
N あけぼの山農業公園

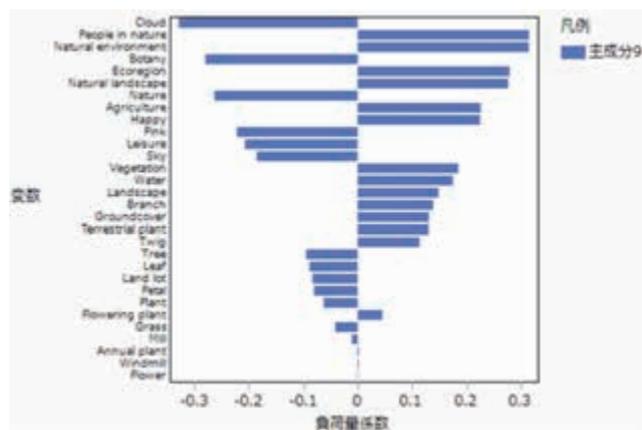
テキスト感情スコア	0.20	12位／14スポット中
いいね数スコア	0.14	5位／14スポット中
1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数	10.5	7位／14スポット中

出現ラベル (頻度) ※信頼度70%以上

順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合	順位	ラベル	ラベル(日本語)	出現割合
1	Plant	植物	82.0	16	Branch	枝	11.4
2	Sky	空	57.0	17	Windmill	風車	10.4
3	Flower	花	51.7	18	Groundcover	地被植物	10.1
4	Tree	木	50.2	19	Water	水	9.4
5	Natural landscape	自然風景	38.7	20	Vegetation	植生	8.7
6	Grass	草・芝	37.1	21	Leaf	葉	7.8
7	Petal	花びら	37.0	22	Mill	製粉所(水車)	7.4
8	Cloud	雲	22.3	23	Leisure	レジャー(英語の人々等)	7.2
9	Flowering plant	花	21.6	24	Happy	幸福な	7.2
10	Botany	植物	20.0	25	Agriculture	農業	7.2
11	Twig	小枝	16.8	26	Pink	ピンク色	6.7
12	People in nature	自然の中の人々	14.9	27	Natural environment	自然環境	6.6
13	Landscape	風景・見晴らし	14.0	28	Ecoregion	生態	6.3
14	Nature	自然	13.2	29	Annual plant	一年生植物	6.3
15	Terrestrial plant	地上植物	12.3	30	Land lot	地面・土地	6.0

<主成分分析の結果>





第1主成分は、食関係以外であるもの、第2主成分は車・バイク等の人工物を含めた風景、第3主成分は車・バイクや飼い犬、食べ物など、第4主成分は広報用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映したものの、第5主成分は自然的なものより道の駅の建築物等を映したものの、第6主成分は植物等を映したものと解釈しました。

<重回帰分析の結果>

要因	対数値	P値
主成分1	3.543	0.00029
主成分4	1.590	0.02570
主成分6	1.000	0.09991
主成分5	0.962	0.10926
主成分3	0.953	0.11140
主成分9	0.949	0.11248
主成分8	0.834	0.14668
主成分7	0.327	0.47107
主成分2	0.084	0.82341

要因	自由度	平方和	平均平方	F値
あてはまりの悪さ(LOF)	1023	16.802268	0.016425	0.5514
純粋誤差	69	2.055364	0.029788	p値(Prob>F)
合計誤差	1092	18.857633		0.9999

最大R2乗
0.8940

重回帰分析の結果、投稿用に作成された画像素材ではなく、一般的な景観や物体等を映した投稿が第一に評価に寄与していると言えます。また、道の駅の建物を映した投稿も評価が高い傾向にあります。さらに、車・バイクや飼い犬、食べ物等の評価が高い傾向となりました。

<考察>

道の駅を背景に、自慢の車・バイクを映す投稿やキッチンカー、飼い犬を遊ばせる様子が特筆されます。