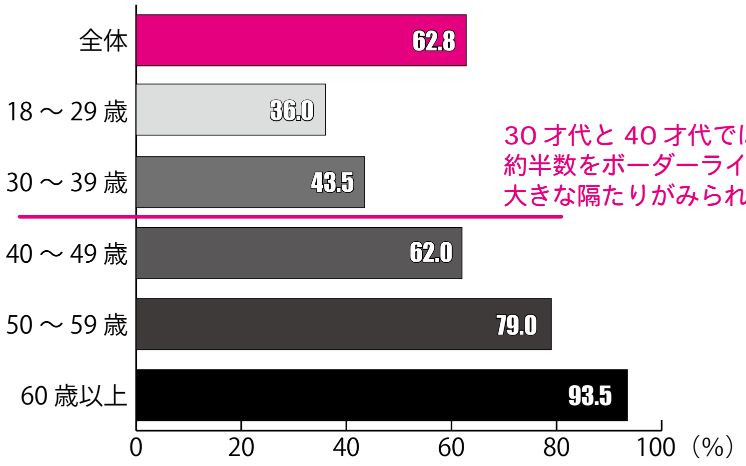
▶首都圏在住者における「小諸」の名称認知率



【30才代以下の半数にも名前が知られていない「小諸」】

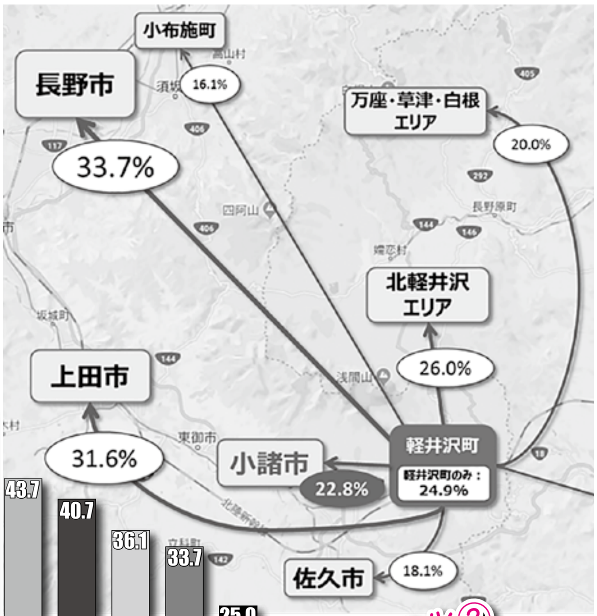
- 全体（19歳以上男女）の認知率は63%と一定の水準
- 50歳代以上は約8割以上の非常に高い認知
- 30歳代以下の若年層は半数以下の認知

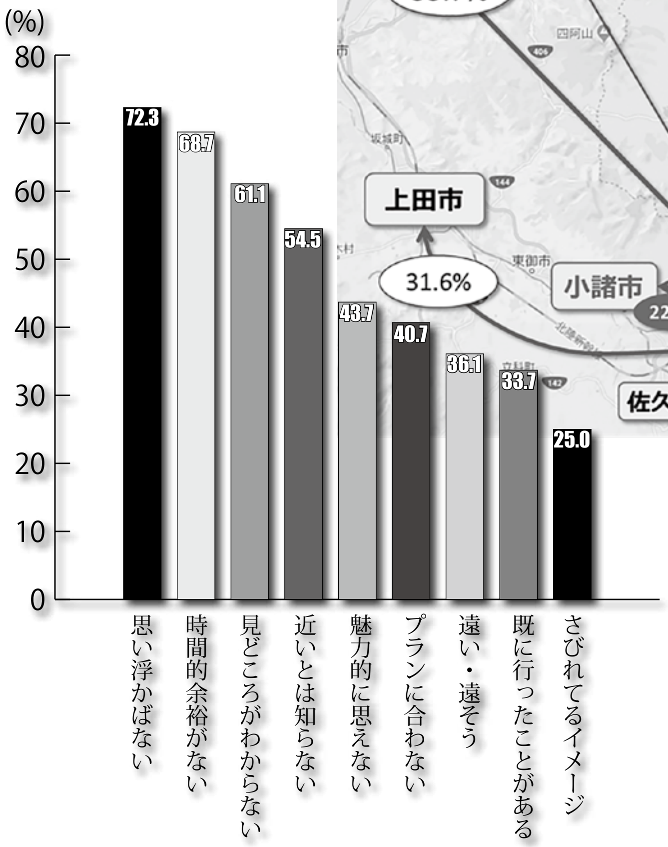
強化①

中長期的な将来の来訪者を考えると、
ファミリー層を含む
30歳代へのアプローチに注力していくことが重要

～名前を知らないことには興味を持ってもらえないし、来訪にもつながらない～

▶軽井沢来訪者の周遊状況・小諸を来訪しない理由





こもろ観光局
KOMORO TOURISM BUREAU

首都圏の居住者、軽井沢への旅行者をターゲットに取組みを強化！

首都圏在住の30代、その中でも、特に小諸から近い観光地である軽井沢を訪れる人を主なターゲットとして取組みを進めています。
インターネットによるマーケティング調査からは、これらの皆様に小諸にお越しいただくための課題が見えてきました。今後は、「小諸」の名前をより多くの皆様に知っていただく活動も進めていきます。

【軽井沢来訪者の小諸への来訪は2割程度】

- 軽井沢来訪者の4人に3人が近隣地域を回遊
- 軽井沢から小諸を飛び越し、長野市、上田市に3割以上が来訪
- 北軽井沢エリアでも26%と高い。

【来訪しない理由は「思い浮かばなかった」】

「認知の低さ」と「理解の浅さ」が非来訪に大きく影響している。

強化②

まずは、名称認知・存在感を高め
的確なメッセージを
発信していくことが重要

～軽井沢からしなの鉄道で24分、車で約30分～

【アンケート概要】
対象：①首都圏（一都三県）に居住している18歳以上の男女一般
　　　②首都圏居住者で小諸の近隣観光地3年以内来訪者
アンケート数：20,000～30,000サンプル（有効回収1,500サンプル）