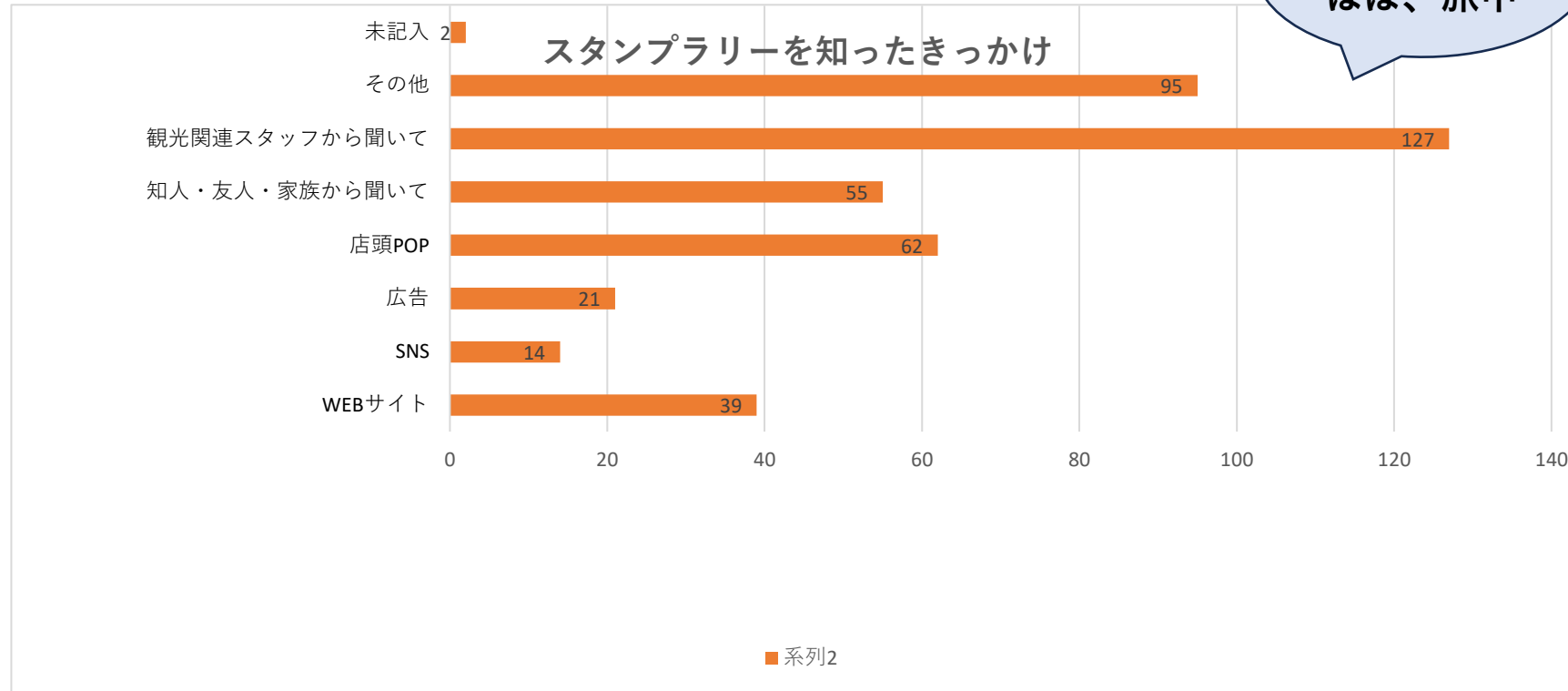


日本海三大古墳めぐりスタンプラリーキャンペーン

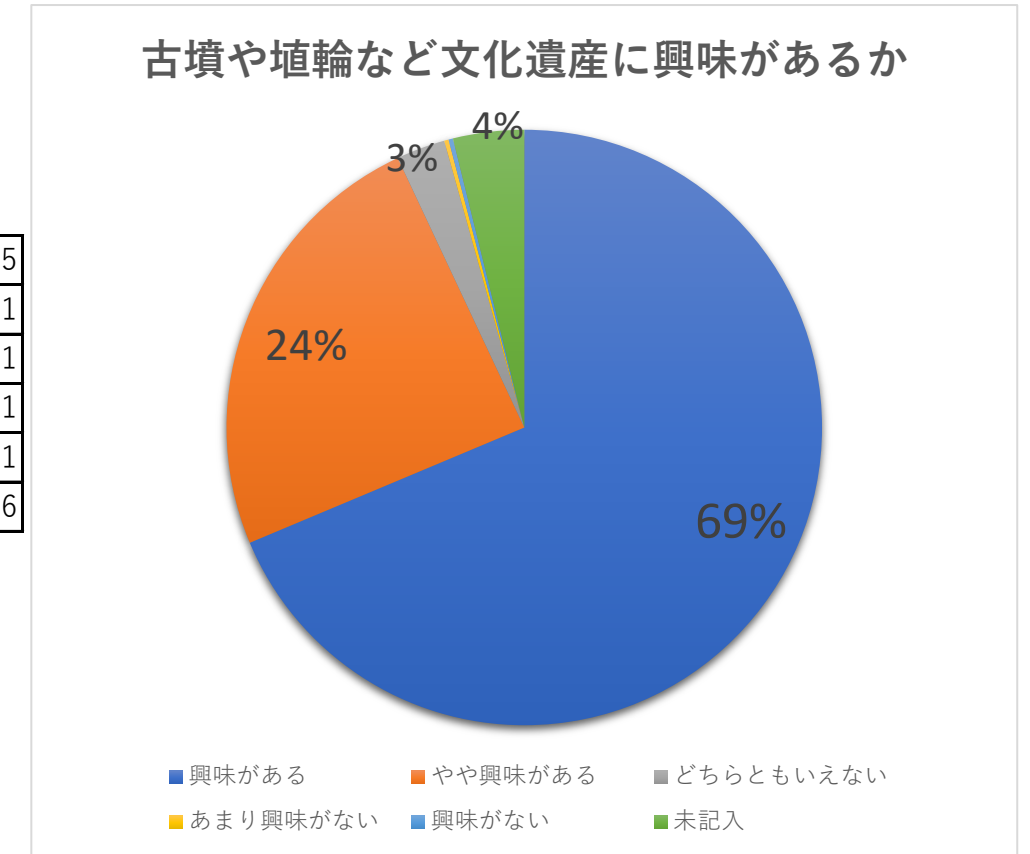
アンケート結果 開催日：2025年4月26日～12月21日

参加者数：415名

資料3-2



興味がある	285
やや興味がある	101
どちらともいえない	11
あまり興味がない	1
興味がない	1
未記入	16



地域別参加者数

東北	1
関東	90
中部・北陸	38
中国・四国	12
九州	3
関西	259

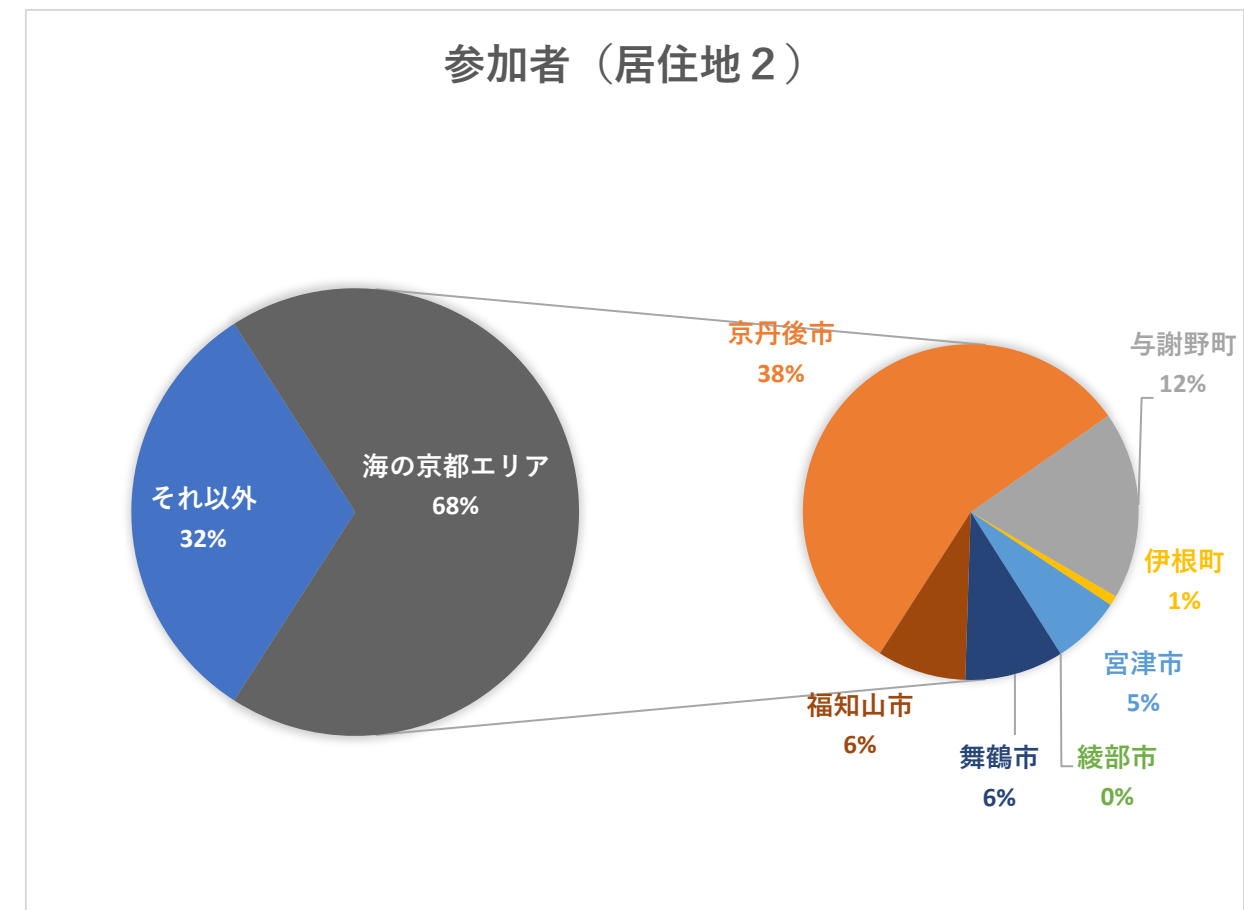
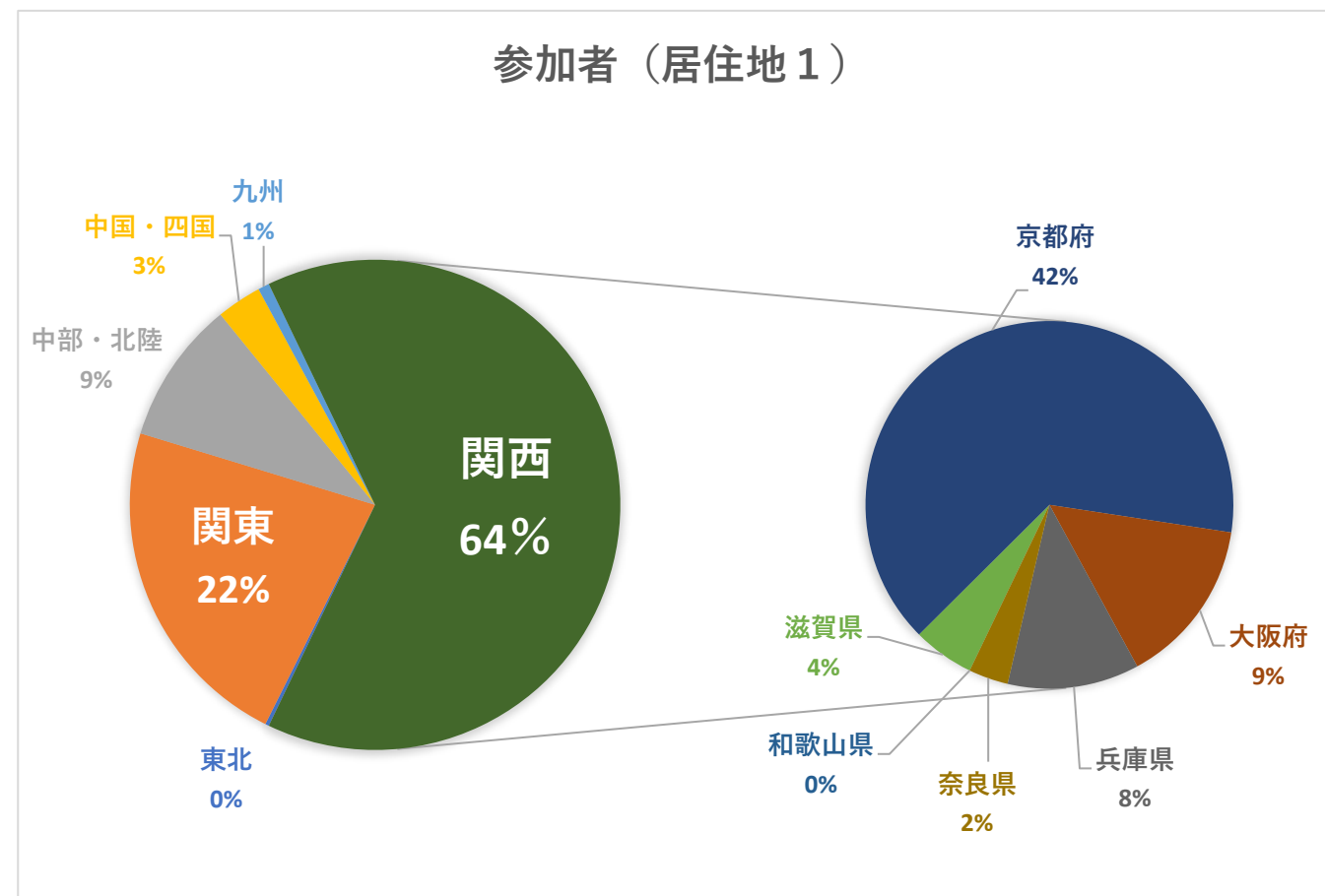
関西内訳

滋賀県	14
京都府	168
大阪府	38
兵庫県	30
奈良県	9
和歌山県	0

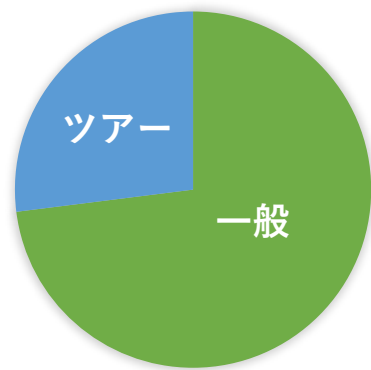
京都府内訳

京丹後市	59
与謝野町	19
伊根町	1
宮津市	7
綾部市	0
舞鶴市	10
福知山市	9
それ以外	49

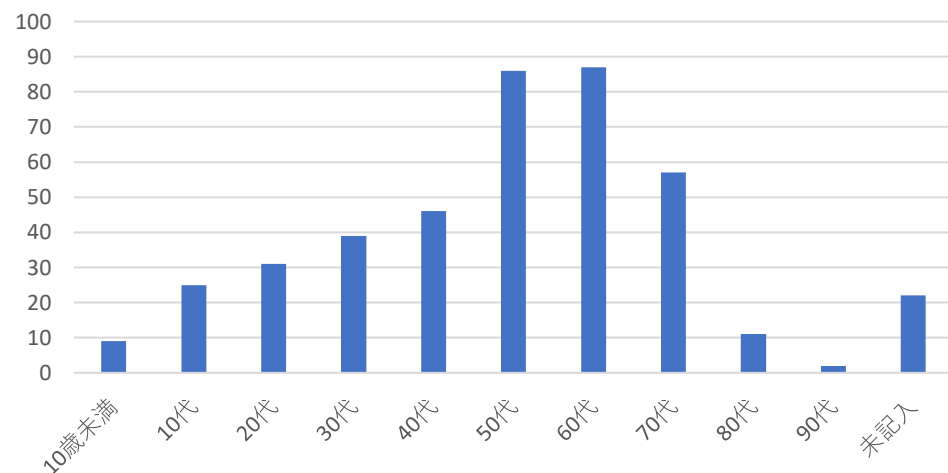
※京都市内35名



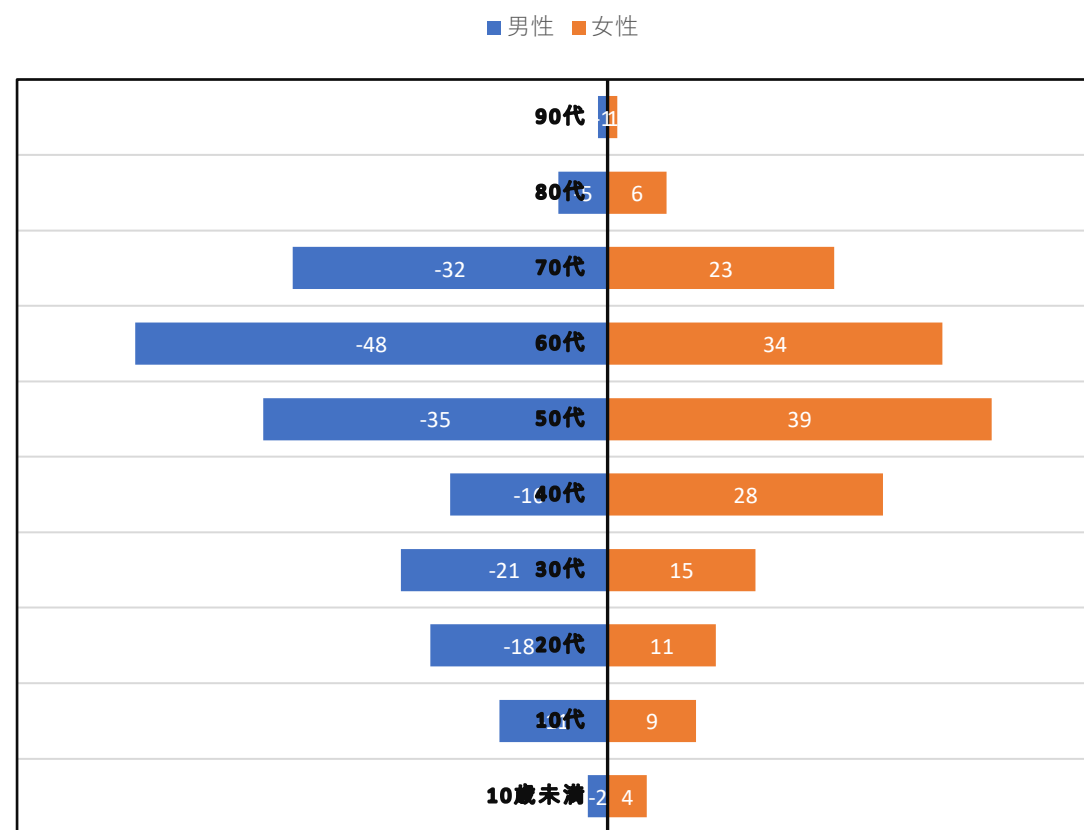
参加形態



年代別

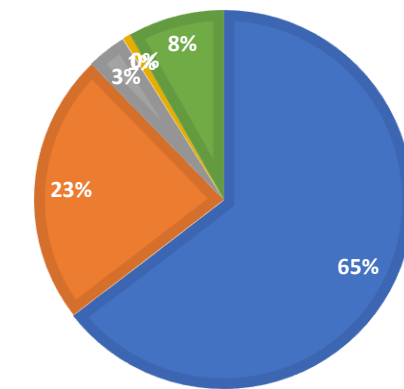


年代別男女比



満足度

■満足 ■ほぼ満足 ■普通 ■やや不満 ■不満 ■未記入



満足度

満足	268
ほぼ満足	96
普通	14
やや不満	3
不満	0
未記入	34

415

古墳や埴輪などの文化遺産に興味ある方々に対して、満足度の高い結果に。やや不満の意見は、「もっと見やすくしてほしい。」「イベントが単発」という意見でした。※別紙参照

～キャンペーン結果について～

約7カ月と、単発的なキャンペーンではありましたが、参加者数415人と多くの方々にご参加いただきました。

今回のニーズ調査の結果としては、キャンペーンの企画時にターゲットの層を「コアなファン層」、「丹後地域の子どもから大人」、「京阪神のツアー会社用」と、幅広い設定を行いました。調査結果の通り夏休み期間の親子の学びや、遠方からの古墳・史跡好きな方々に刺さる企画だったと実証できました。

スタンプラリー参加の動機については、古墳好きな方以外にも、スタンプラリー（シャチハタ重ね捺しスタンプラリー）の導入によって、古墳をめぐる（知る）きっかけ作りができたことがわかりました。

参加者の年代については、ツアー参加者の年代が60-80代（一部ツアーを除く※）と多く、公共交通機関の少ない丹後では、この年齢のバスツアーが好まれる一傾向があり、一般参加者の年代が50代～60代が多いのを見ても、この年齢層からの興味・関心が今後のターゲット設定になると思われました。

※八巻アンナさんのファンツアー

（所感）京丹後市観光公社

今回のキャンペーン企画で、文化財（古墳・史跡）の活用を踏まえた「独自性の磨き上げ（日本海三大古墳めぐりのブランド化）」が浸透してきたと感じられました。その中でも、コンテンツ（旅行商品）としての販売を目的としたツアー会社へのアプローチは、こちらから京阪神・中部・関東地方を中心に営業を行い、日本海三大古墳をめぐるツアーを企画していただいたり、既存のツアーに組み込んでいただいたり、日本海三大古墳をめぐるツアーの企画作成やツアー内容を盛り上げることができ、今後のバスツアー誘致にも期待できると感じられました。

他にも、約39,000人の集客があるイベントの古墳フェス「はにコット」に、2年連続で出展し、日本海三大古墳めぐりをPRしました。今年度はスタンプラリーキャンペーンを全面的に打ち出し、500冊以上を配架することができました。各機関とも連携した取り組みなので、引き続きスタンプラリーを行っていききたいと思います。