

# 令和4年度サイクリスト誘客調査結果（概要）

## ①WEBアンケート サイクリスト全体の趣向等を分析

東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県のサイクリストが対象

サンプル数 **1,000件**

## ②現地アンケート 相模原エリアの特徴・特性を分析

相模原市内を走行するサイクリストが対象

取得場所：橋本駅、オギノパン、鳥居原ふれあいの館(宮ヶ瀬)

サンプル数 **296件**

回答者居住地	%
神奈川県相模原市	20.9
神奈川県横浜市	14.5
神奈川県川崎市	7.4
それ以外の神奈川県の市区町村	17.2
東京都23区	17.2
東京都23区外	17.6



← オギノパン本社工場直売店様では、左図のような形で、現地調査場所を確保頂き、実施いたしました。

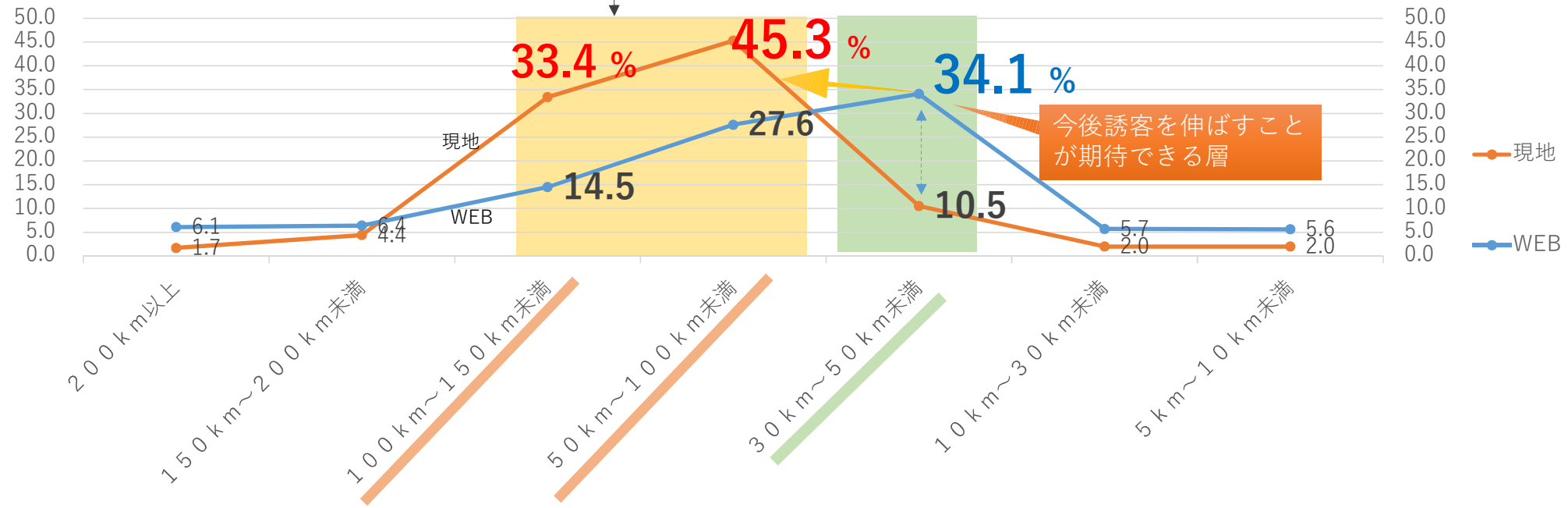


# 1回あたりの走行距離数の比較

※本調査では「1回あたりの走行距離」をもとにレベルを分類しています

サイクリスト全体のボリュームゾーンは初中級者 (30~50km/1回)

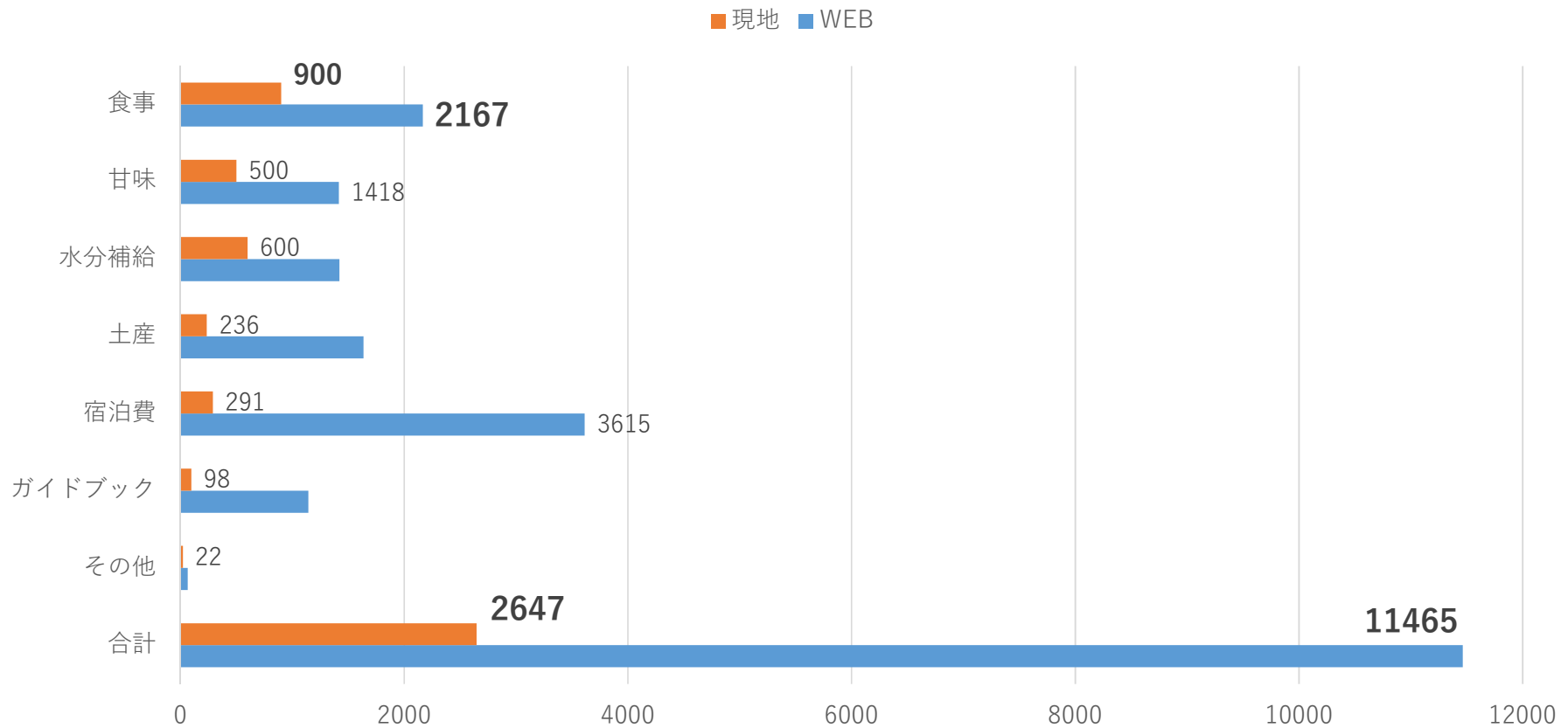
市内を走るサイクリストは中上級者 (50km以上/1回) の割合が高い



## 消費額の比較①

# 相模原市内でのサイクリストによる消費は **2,647円/1回**

1回あたりの消費額調査（現地調査は市内での消費額、WEB調査は全行程での消費額）



## 消費額の比較②

走行距離に比例して消費額は高くなるが（100km/回を境に大幅増）

**市内での消費額は走行距離に影響を受けない。**

⇒【上級者を数多く呼び込めば市内消費額が増えるというものではない】

### 1回あたりの消費額（WEB調査）

100kmを境に差が発生

	食事	甘味	土産	水分補給	宿泊費	ガイドブック	その他	消費額合計	宿泊費・ガイドブック抜き
200km以上	4,303	3,943	4,172	3,131	5,434	3,426	0	24,410	15,549
150km～200km未満	2,633	2,031	2,578	1,992	4,039	2,039	180	15,492	9,414
100km～150km未満	2,700	2,224	2,376	2,331	3,914	2,397	114	16,055	9,745
50km～100km未満	1,866	1,109	1,303	1,187	3,589	832	82	9,966	5,545
30km～50km未満	1,774	890	1,119	985	3,062	503	44	8,377	4,812
10km～30km未満	2,088	1,053	1,333	1,026	4,298	561	0	10,360	5,500
5km～10km未満	1,875	982	991	759	3,179	411	0	8,196	4,607
総計	2,167	1,418	1,637	1,421	3,615	1,143	3,639	11,465	6,707

### 市内での消費額（現地調査）

有意差なし

	食事	甘味	土産	水分補給	宿泊費	ガイドブック	その他	消費額合計	宿泊費・ガイドブック抜き
200km以上	1,300	500	300	400	1,800	0	0	4,300	2,500
150km～200km未満	1,462	1,000	154	1,192	115	0	0	3,923	3,808
100km～150km未満	1,086	540	288	667	419	157	0	3,157	2,737
50km～100km未満	780	455	190	526	153	56	0	2,160	2,007
30km～50km未満	661	306	210	548	355	145	0	2,226	1,871
10km～30km未満	583	917	167	583	83	83	0	2,417	2,333
5km～10km未満	500	333	83	333	83	83	1,083	2,500	2,417
総計	900	500	236	600	291	98	22	2,647	2,356

## 消費額の比較③

「相模原市内を走行しているが、**市内で食事しないサイクリスト**」が  
**一定数存在する。**

特に**30km～100km**において、**消費額を増やす**伸びしろがある

走行距離別 食事をする割合

(1回あたりの走行距離)	走行中に 食事をする	走行中に 市内で食事をする
100km～150km未満	90%	90%
50km～100km未満	93%	<b>77%</b>
30km～50km未満	82%	<b>61%</b>

約4割が市内で食事を  
していない

## 調査結果を受けて

### 施策の方向性

- ① 初中級者（30～50km/1回）層を相模原市に呼び込む手法や環境づくり
- ② 初中級者層が中上級者（50～100km/1回）層にレベルアップする、  
レベルアップしたくなる手法や環境づくり
- ③ 初中級者・中上級者が立ち寄りたくなるスポットづくり



調査結果をもとに、  
ターゲット層にあった環境整備に向け、  
補助制度・情報発信等の事業を実施していく。

# ターゲットを呼び込む方策の視点

Q. あなたがサイクリングに行く目的は何ですか。あてはまるものすべてお知らせください。(WEB調査)(%)

		該当数	自身の健康のため	体を鍛えるトレーニングとして	自転車を漕ぐことを楽しむため	なまった体を動かすため	移動のため	景色を楽しむため	気持ちをリフレッシュするため	コーディネート(服装など)を楽しむため	趣味を同じくする人との出会いのため	地元知らない面を発見するため	現地の美味しいものを食べるため	現地でしか買えないものを買うため	その他	特に理由はない
離別 サイクリング 走行距	150km以上	125	47.2	47.2	36.8	24.8	20.8	33.6	32.8	10.4	16.0	15.2	16.8	10.4	0.0	4.8
	100km~150km未満	145	41.4	37.2	40.7	23.4	22.1	38.6	37.2	16.6	14.5	17.9	18.6	4.1	0.7	4.8
	50km~100km未満	276	64.5	38.4	51.4	27.5	23.2	49.6	52.5	7.2	12.7	16.7	22.1	10.1	2.5	1.1
	<b>30km~50km未満</b>	341	74.2	40.8	54.5	34.9	23.5	51.0	61.9	3.5	8.2	20.5	19.6	8.2	2.3	1.8
	5km~30km未満	113	59.3	33.6	35.4	31.0	21.2	43.4	47.8	6.2	4.4	21.2	9.7	5.3	0.0	2.7

市内を走るサイクリストの目的 (現地調査)

		回答数	%
全体		296	100.0
1	自身の健康のため	225	76.0
2	体を鍛えるトレーニングとして	177	59.8
3	自転車を漕ぐことを楽しむため	203	68.6
4	なまった体を動かすため	73	24.7
5	移動のため	35	11.8
6	景色を楽しむため	183	61.8
7	気持ちをリフレッシュするため	183	61.8

「今後誘客を伸ばしていきたい層」と「既に市内を走っているサイクリスト」の「サイクリングに行く目的」の傾向は類似している

中上級者が感じる本市エリアの特徴を  
初中級者向けに訴求する情報・伝え方へと変換する

## ルート情報の入手経路

(WEB調査)

1回あたりの走行距離	家族や友人、知人から聞いて	自転車関連の雑誌	観光雑誌	自転車関連のSNS投稿	自転車関連のYouTubeチャンネル	自転車関連の情報ウェブサイト	Googleなどの検索エンジンで調べて
150km以上	52.8%	34.4%	21.6%	23.2%	18.4%	20.8%	21.6%
100km～150km未満	32.4%	17.9%	13.1%	20.0%	10.3%	17.2%	26.9%
50km～100km未満	29.7%	20.3%	15.2%	19.2%	17.4%	32.2%	43.5%
30km～50km未満	24.3%	14.1%	13.2%	13.8%	14.4%	24.0%	51.0%
5km～30km未満	25.7%	11.5%	12.4%	16.8%	12.4%	15.9%	43.4%

1回あたりの走行距離により、ルート情報の入手経路が大きく異なる。

中上級者はすでに**情報交換ができるコミュニティ**が形成されており、  
 初中級者は**自らWeb上で調べてコースを引く**ことが多い結果となった。

それぞれに適した情報の出し方、ルートの選び方を試行・検証しながら  
 コース・立ち寄りスポットを開発・発信していく。



# 立ち寄りスポット整備の方向性

Q. あなたがサイクリングに行くとして、**サイクリング先にあったら入りたくなるお店**はどのようなお店ですか。  
 あてはまるものをすべてお知らせください。

(%)

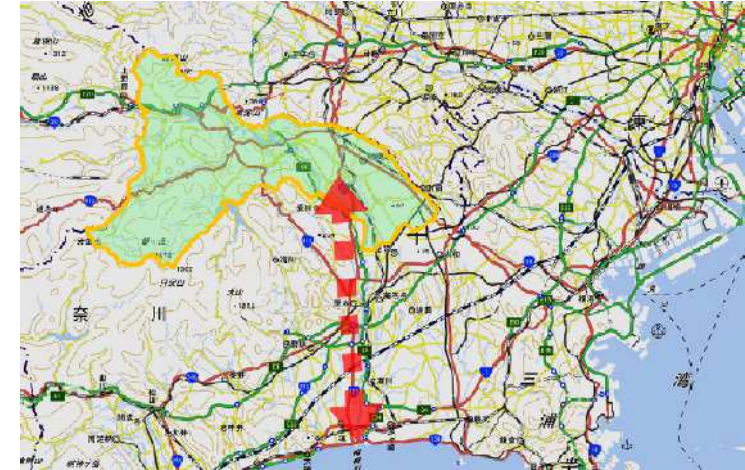
		該当数	お洒落なカフェ	ボリュームがある食事を提供しているお店	ヘルシーな食事を提供しているお店	美味しい食事を提供しているお店	地元の名物グルメを提供しているお店	栄養補給がしやすい軽食（スイーツ等）を提共しているお店	自転車を店内に持ち込めるお店	自転車の盗難防止対策が徹底されているお店	自転車の整備アイテムをレンタルできるお店	自転車の空気入れをレンタルできるお店	サイクルラックがあるお店	着替えスペースがあるお店	無料Wi-Fiが利用できるお店	無料で給水できるお店	朝早くから営業しているお店	周辺の地図や観光情報誌を置いているお店	地元の名産品や農産物を購入できるお店	その他	特にない
サイクリング走行距離別	150km以上	125	36.0	27.2	27.2	31.2	30.4	25.6	21.6	24.8	20.0	18.4	23.2	14.4	22.4	22.4	15.2	12.8	12.8	0.8	4.8
	100km～150km未満	145	17.9	20.7	17.9	36.6	35.2	28.3	27.6	28.3	21.4	16.6	26.9	7.6	18.6	24.8	17.9	11.0	9.7	0.0	9.0
	<b>50km～100km未満</b>	276	19.6	22.5	16.7	44.9	43.8	27.9	28.6	42.0	20.3	21.4	37.0	14.5	32.2	33.7	22.1	19.2	18.1	1.1	9.8
	<b>30km～50km未満</b>	341	23.5	21.7	14.4	46.0	42.8	27.3	23.5	39.3	16.7	22.9	33.1	13.5	29.6	38.7	24.3	22.0	18.2	0.6	12.9
	5km～30km未満	113	34.5	15.0	30.1	46.9	34.5	22.1	16.8	28.3	15.9	28.3	15.9	8.8	23.0	27.4	14.2	11.5	21.2	0.0	3.5

今後誘客・消費を伸ばすことが期待できる層

## その他：相模川沿いルート（広域連携）について

あなたは、相模川沿いのルートをサイクリングで走行したいと思いますか。あなたのお気持ちにもっとも近いものをお知らせください。（S A）

		回答数	%
全体		296	100.0
1	とても走行したい	126	42.6
2	やや走行したい	90	30.4
3	どちらでもない	47	15.9
4	あまり走行したくない	25	8.4
5	まったく走行したくない	8	2.7



相模川沿いルートについて、あったとしたら走行意欲が今よりも高まるものをすべてお知らせください。（M A）

		回答数	%
全体		296	100.0
1	ルートマップ	116	39.2
2	自転車通行帯としての矢羽根	170	57.4
3	河川敷ルートの案内表示としての矢羽根	104	35.1
4	立寄りスポットの情報	85	28.7
5	その他	26	8.8
6	特にない	14	4.7

ソフト整備だけでも  
効果が期待できる

県内市町村と連携した広域的なルートの可能性も検討していく