

# 野呂山の利用実態調査

---

2026.3

I	調査設計	2
II	野呂山来訪者調査結果	3
III	野呂高原ロッジ利用者調査結果	18
IV	ファミリー層向けレジャー調査結果	29
IV	調査結果のまとめ	47

## ■ 調査目的

広島県呉市の「野呂山」の利用実態等を把握し、来訪者増加に向けての施策検討のための基礎資料とすることを目的とする。

## ■ 調査設計全体図

調査テーマ	測定内容	調査対象
野呂山来訪者の実態把握	<b>■ 利用実態を把握することで現状の利用状況を知る</b> 【調査項目】 ● 来訪目的 ● 利用回数(リピート) ● 利用施設 ● (野呂高原ロッジ利用者のみ) サービス、メニューの要望 等	◆ 野呂山来訪者 ・ 対面調査 ・ 野呂高原ロッジ利用者調査
ファミリー層向け レジャー調査結果	<b>■ 呉市含む周辺市町のファミリー層のレジャー実態を把握する</b> 【調査項目】 ● レジャー内容 ● 滞在時間 ● 支出率 ● レジャーに求めるサービス ● 求める設備 等	◆ ファミリー層 ・ インターネット調査

## ■ 本報告書の見方

- 各調査結果については、原則として、調査数[調査に回答した全体数]を基数(n)とした百分率(%)で表している。なお、回答比率は四捨五入している関係上、百分率の合計が100%にならない場合がある。
- 2つ以上の選択肢を選択できる複数回答の質問では、回答比率の合計が100%を超える場合がある。
- SAは単数回答、MAは複数回答、FAは自由回答を示す。
- 図中においては見やすさを考慮し、回答者がいない選択肢の数値(0.0%)は、図と干渉して見えにくい場合などに省略している。

## Ⅱ 野呂山来訪者調査結果

野呂山での専門調査員  
による聞き取り調査

# 1. 調査概要

## ■ 調査手法

専門調査員による聞き取り調査(ヒアリング調査)

## ■ 実施日程

2025年10月25日(土)・26日(日)・11月3日(月・祝) ※前回調査:2024年8月10日(土)・11日(日)・12日(月・祝)

## ■ 調査場所

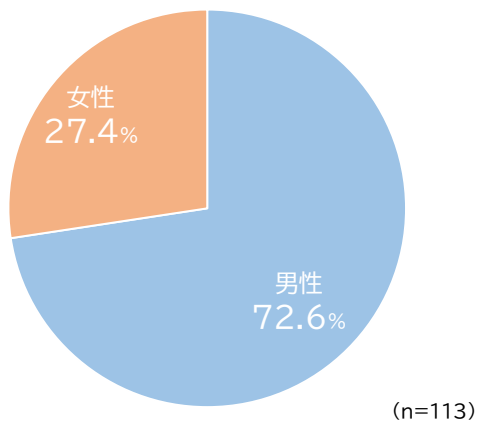
野呂山ビジターセンター付近

## ■ 回収数

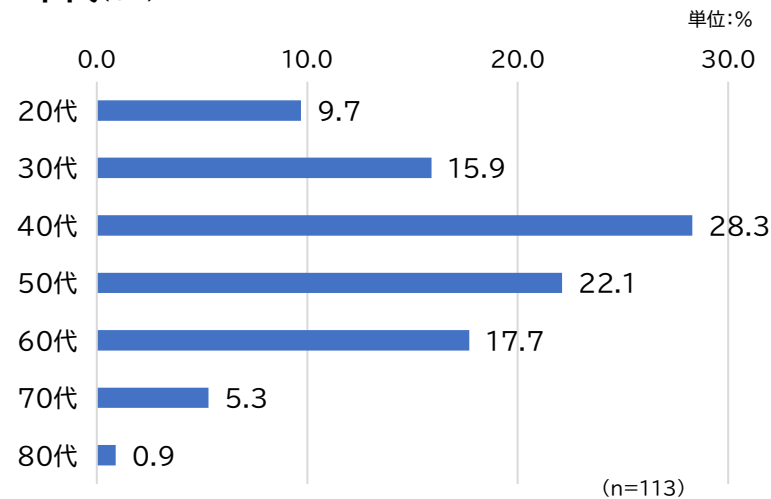
回収数 113票

## 2. 属性情報

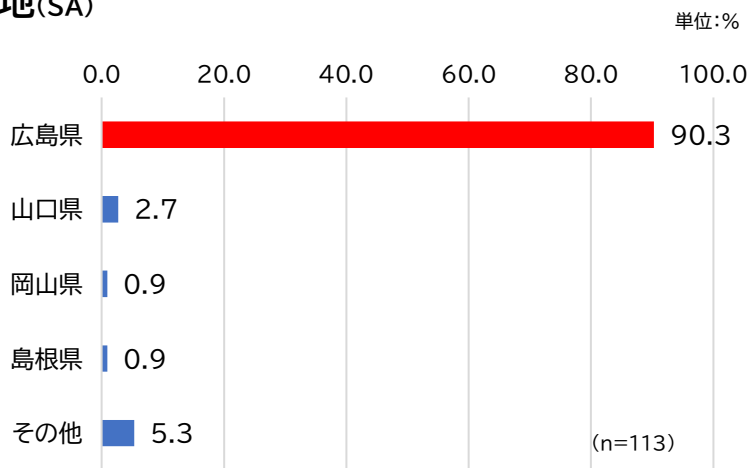
### ■ 性別(SA)



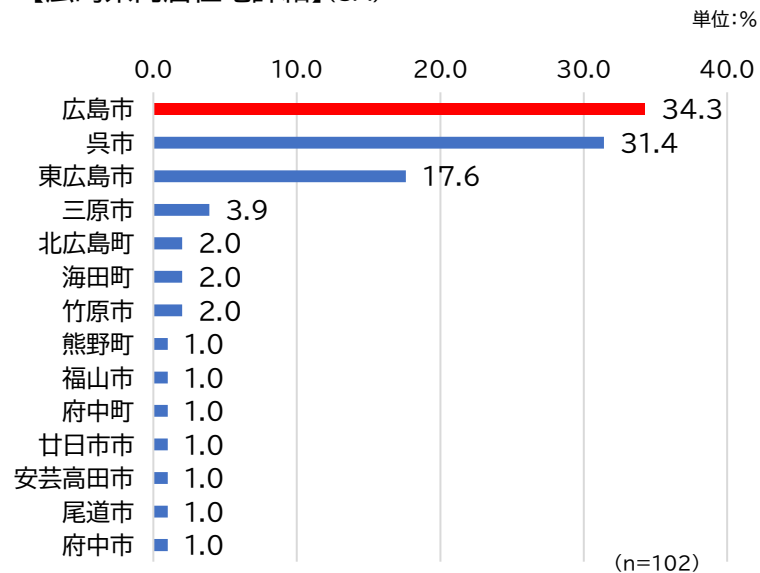
### ■ 年代(SA)



### ■ 居住地(SA)



### 【広島県内居住地詳細】(SA)



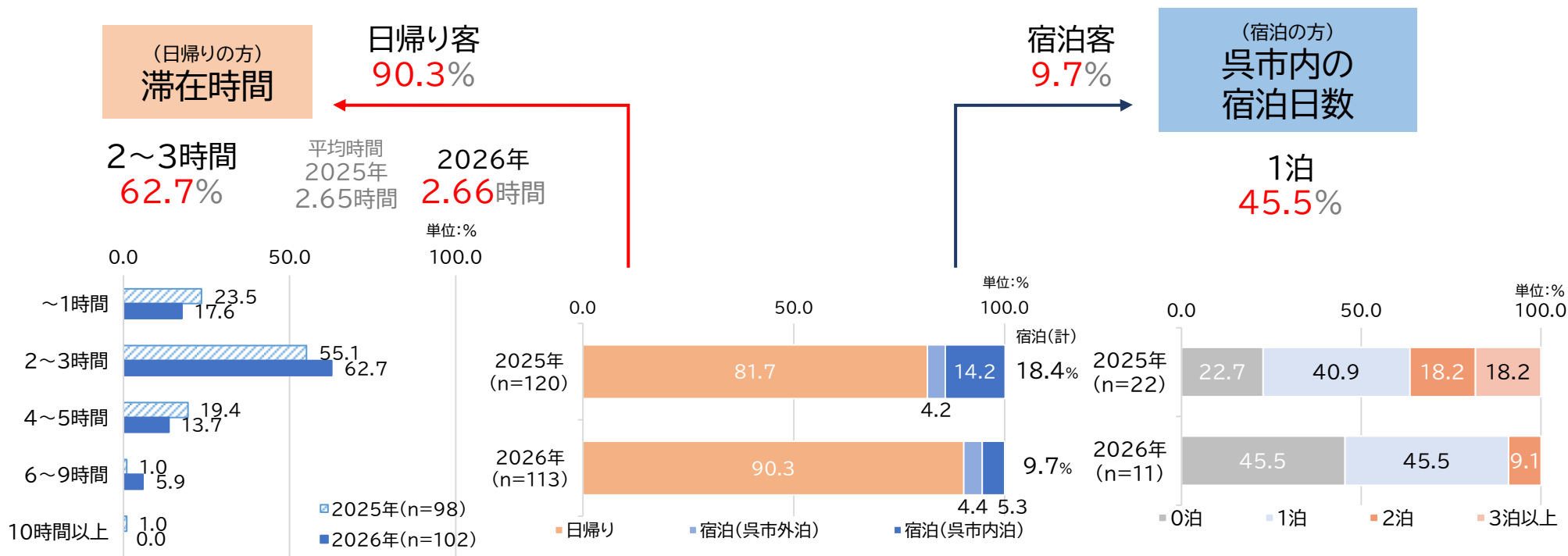
## 野呂山の来訪実態

B1 旅行形態  
滞在時間(日帰りのみ)、宿泊日数(宿泊のみ)

### 1 旅行形態、滞在時間、宿泊日数

#### Point

- 野呂山の来訪者は、日帰りが90.3%であり、滞在時間は2～3時間が最多(62.7%)であった。平均滞在時間は前年度と同様。宿泊は9.7%であり、呉市内の宿泊は、5.3%であった。宿泊数は1泊が最多(45.5%)。



## 野呂山の来訪実態

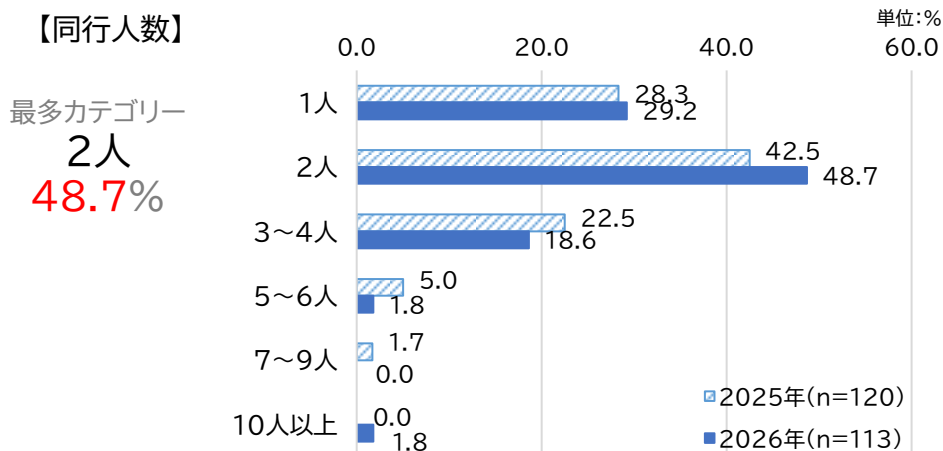
C3 同行人数、同行者  
C4 訪問回数  
C5 前回訪問時期

### 2 同行人数、同行者、訪問回数、前回訪問時期

Point

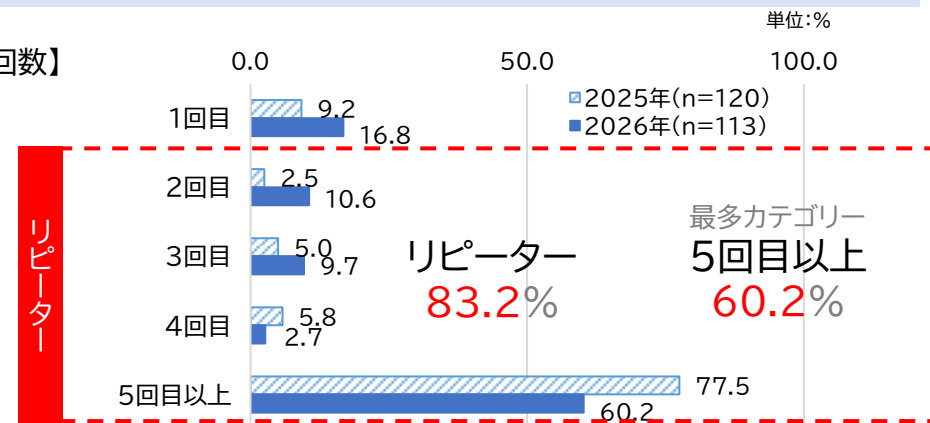
- 野呂山の来訪者は、「2人」で訪れる方が多く、ほとんどが「家族」との訪問。前年度より「1人」での来訪が上昇。
- 訪問回数では、5回以上が多く(60.2%)、8割以上がリピート訪問。前回訪問は「半年未満」(61.7%)が多く、短いサイクルでリピートしている傾向がうかがえる。

【同行人数】

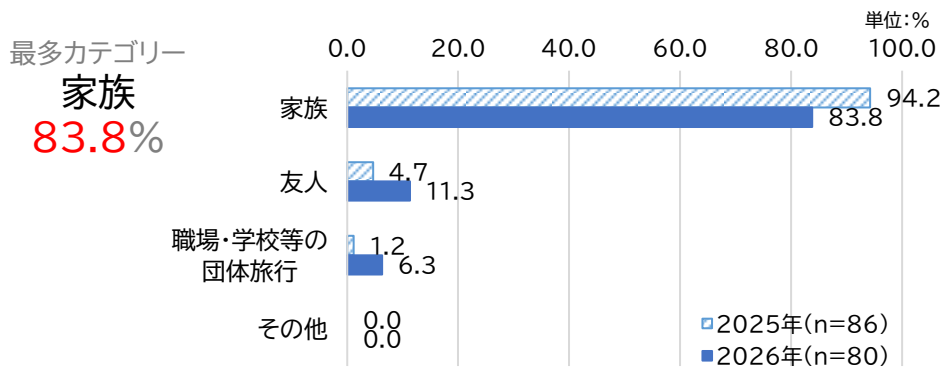


最多カテゴリー  
2人  
48.7%

【訪問回数】

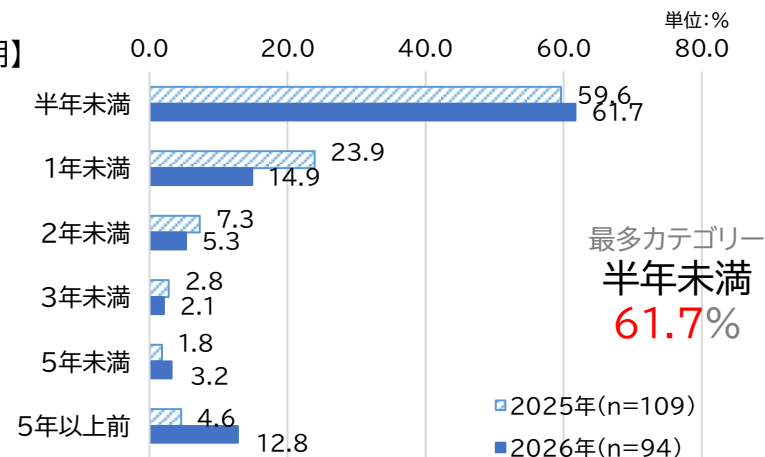


【同行者】



最多カテゴリー  
家族  
83.8%

【前回訪問時期】



## 野呂山の来訪実態

### 3 野呂山訪問の目的

Point

- 来訪者の9割以上が野呂山を目的地として訪問しており、主目的である人は約8割。
- 野呂山の来訪目的は、「自然、景観鑑賞」が6割、「ドライブ」が3割で上位。前年度より「ドライブ」の割合が増加。

#### 【野呂山訪問が主目的か】

もともと野呂山を訪れる目的があった方

野呂山訪問が主目的  
野呂山訪問が主目的ではないが目的地ではあった

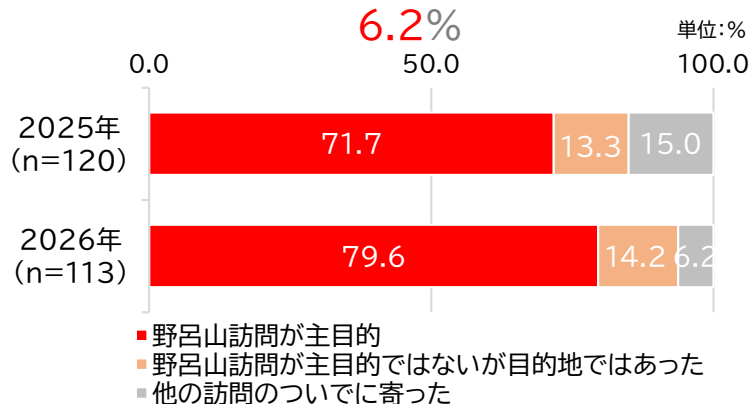
79.6%

14.2%

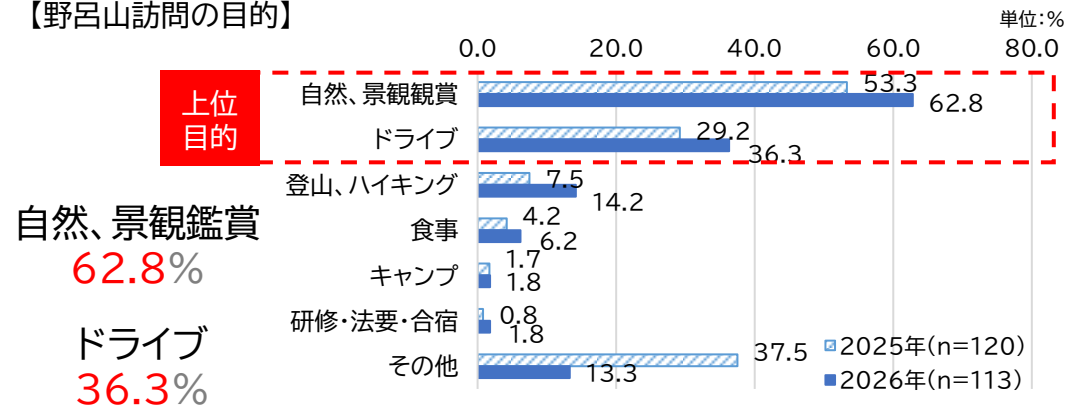
野呂山訪問が目的  
93.8%

ついでに野呂山に寄った

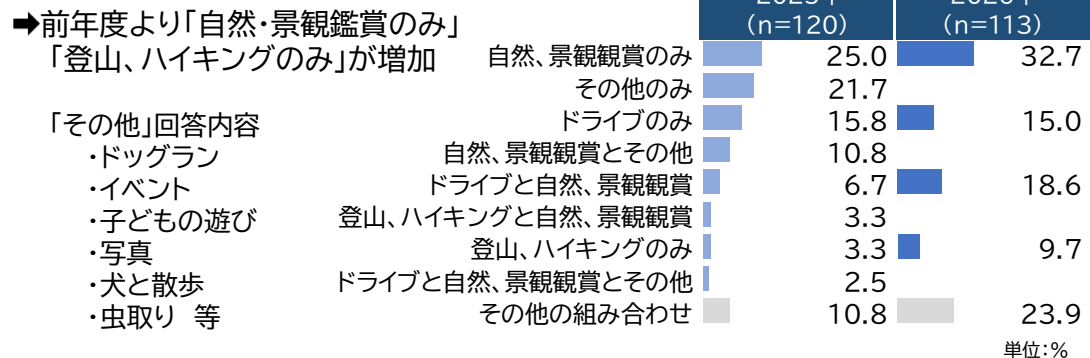
他の訪問のついでに寄った



#### 【野呂山訪問の目的】



#### 【参考：野呂山訪問の目的組み合わせ】



## 野呂山の来訪実態

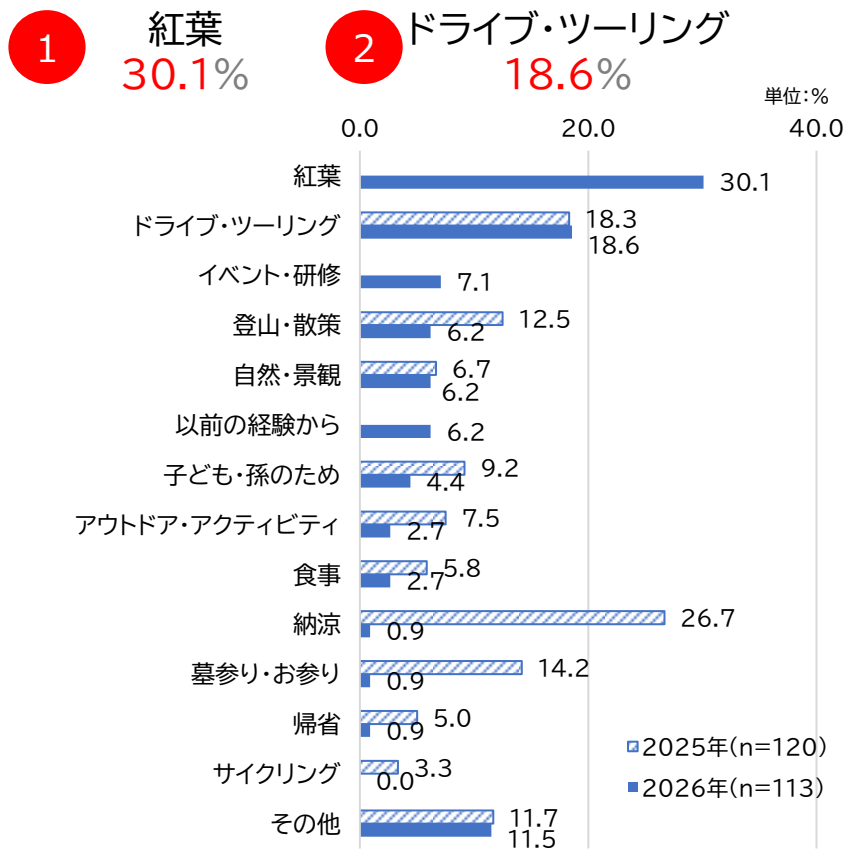
D1 野呂山訪問のきっかけ・理由  
D2 きっかけとなった情報媒体

### 4 野呂山訪問のきっかけ、情報媒体

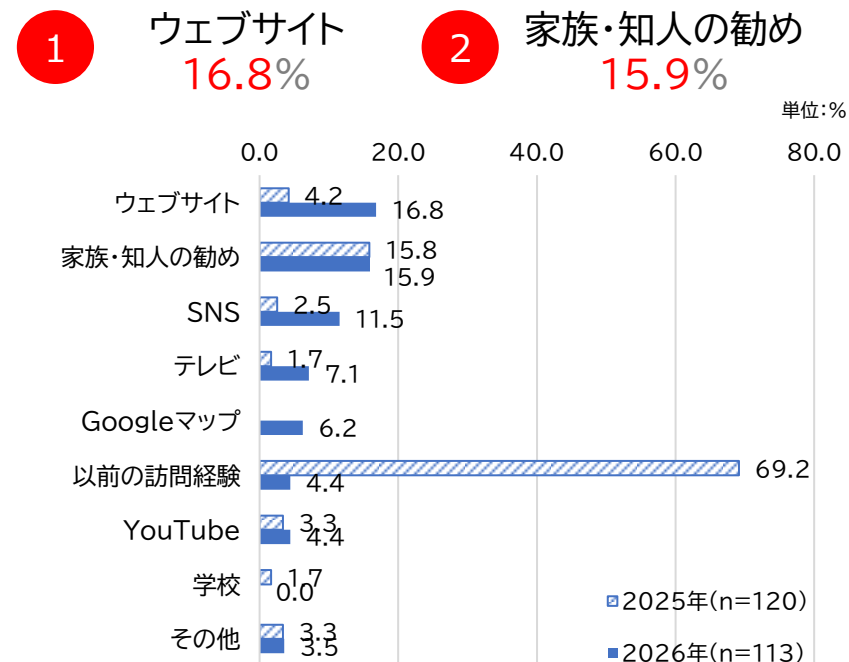
Point

- 野呂山訪問のきっかけは「紅葉」が30.1%で最も高く、次いで「ドライブ・ツーリング(18.6%)」。
- きっかけとなった情報情報媒体は「ウェブサイト」が16.8%で最も高く、次いで「家族・知人の勧め(15.9%)」。

【野呂山訪問のきっかけ・理由】



【きっかけとなった情報媒体】



## 野呂山の来訪実態

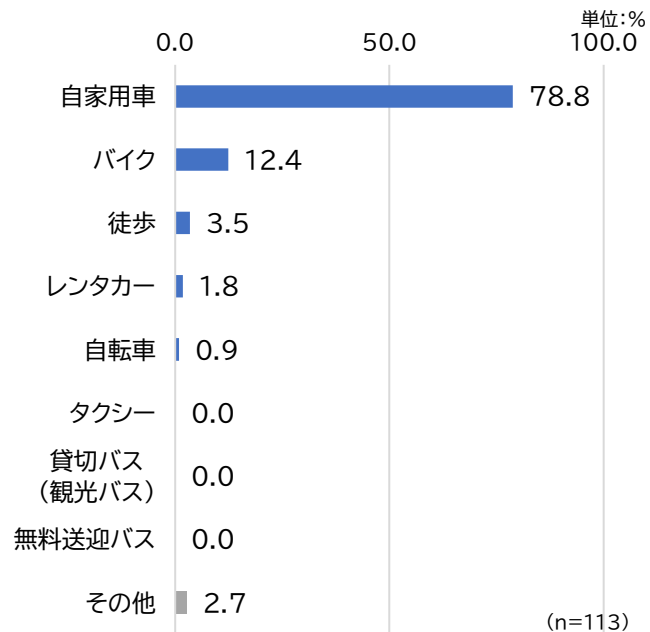
C6 野呂山の頂上までの移動手段

### 5 野呂山の頂上までの移動手段

Point

- 野呂山の頂上までの移動手段は「自家用車」が78.8%で最も高く、次いで「バイク(12.4%)」。

【野呂山の頂上までの移動手段】



## 野呂山の来訪実態

E1 今回の野呂山の訪問で行ったこと・行う予定のこと

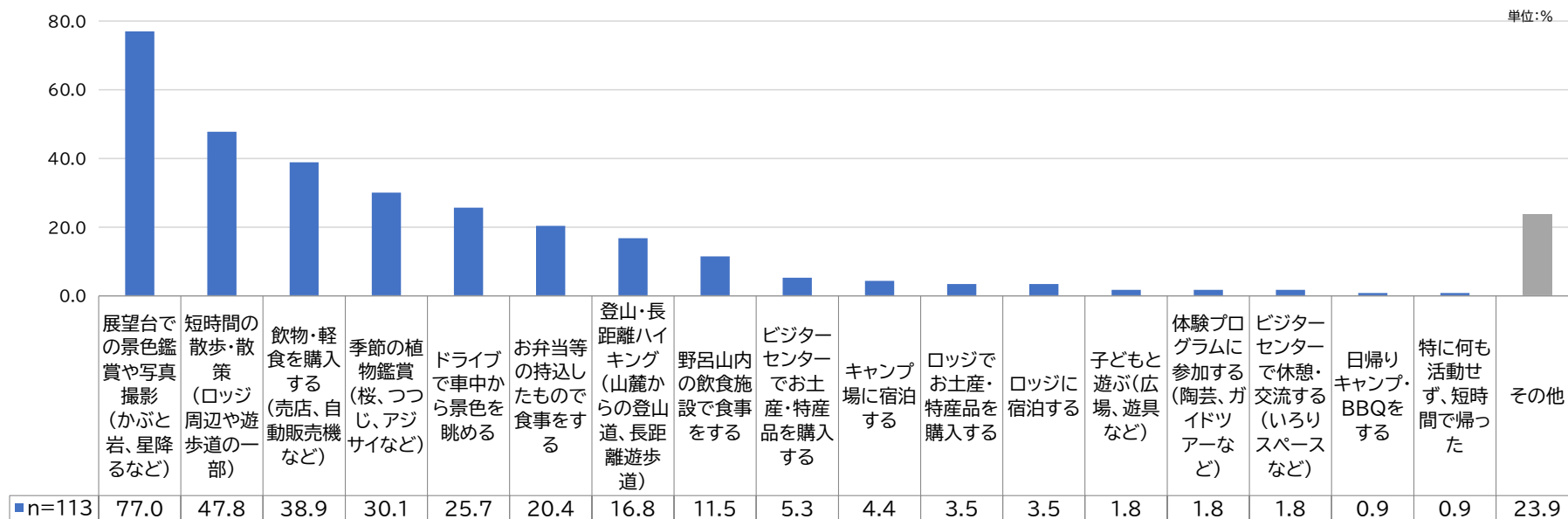
### 6 今回の野呂山の訪問で行ったこと・行う予定のこと

Point

- 今回の野呂山の訪問で行ったこと・行う予定のことは「展望台での景色鑑賞や写真撮影」が77.0%で最も高く、次いで「短時間の散歩・散策(47.8%)」。

【今回の野呂山の訪問で行ったこと・行う予定のこと】

- 1 展望台での景色鑑賞や写真撮影 77.0%
- 2 短時間の散歩・散策 47.8%
- 3 飲物・軽食を購入する 38.9%



## 野呂山の来訪実態

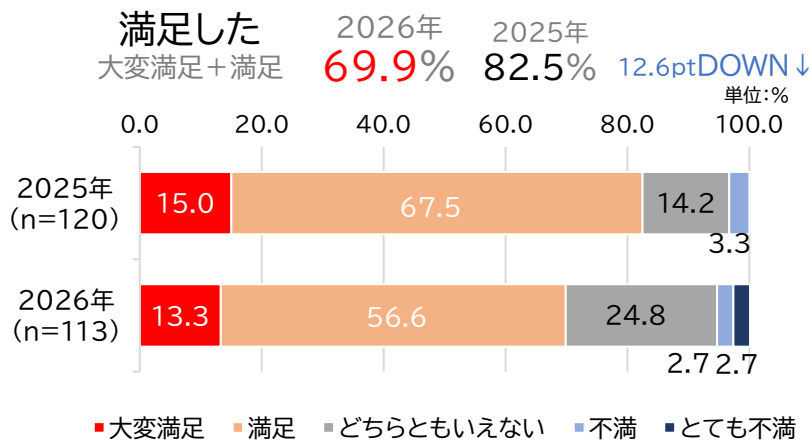
F2 野呂山の総合的な満足度  
F1 各施設の満足度

### 7 野呂山の満足度

Point

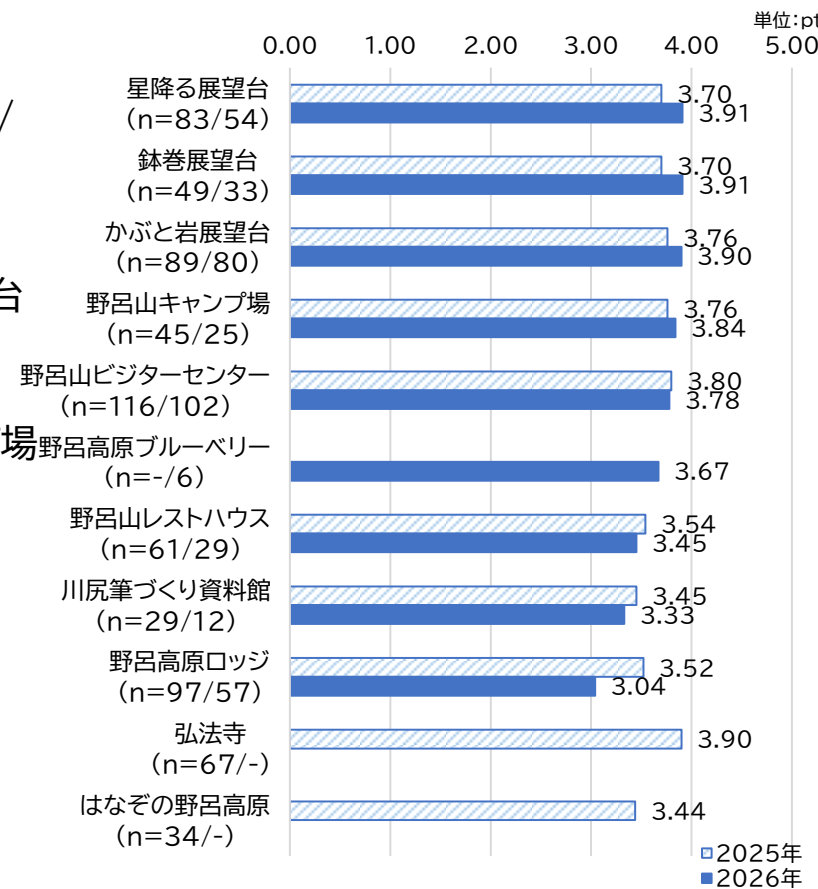
- 野呂山の満足度は69.9%で、前年度より12.6ポイント減少。  
施設別にみると、「星降る展望台」「鉢巻展望台」「かぶと岩展望台」「野呂山キャンプ場」の満足度が上位。

#### 【満足度】



#### 【各施設満足度】

- 1 星降る展望台/  
鉢巻展望台  
3.91pt
- 2 かぶと岩展望台  
3.90pt
- 3 野呂山キャンプ場  
3.84pt



●各施設満足度算出方法:  
「非常に悪い」→1点~「非常に良い」→5点 で加重平均し算出

※n数は2025年/2026年

## 野呂山の来訪実態

8

### 満足度の理由、再訪意向

Point

- 野呂山の満足度が高い理由としては、「自然/景観が良かった」「施設・設備に満足」などが挙げられている。
- 野呂山の満足度は、98.2%で前年度より0.7ポイント上昇。

#### 【満足度の理由】 ※意見を分類したものを抜粋して掲載

##### 大変満足、満足の理由

##### 自然/景観が良かった(18件)

- 景色が良い、散歩が気持ちいい(女性50代/竹原市)
- 良い景色が見れた(男性40代/三原市)

##### 施設・設備に満足(16件)

- 休憩所とトイレの利用ができる。(女性30代/呉市)
- キャンプ場が安い(男性20代/広島市)

##### 紅葉がきれい(8件)

- 風は強いが紅葉が綺麗(男性60代/呉市)
- 紅葉が一番いいところで見れた(女性60代/呉市)

##### 過ごしやすかったから(6件)

- 人が少ないので静かに過ごせて良かった(女性60代/広島市)
- カモにエサをやり癒された(女性40代/東広島市)

##### 交通関係に満足(4件)

- 道が走りやすいから。(男性60代/東広島市)

##### 子/孫が楽しんでいたので(3件)

- 虫取りができ、子供が満足しているので(女性30代/呉市)

##### どちらともいえない理由

##### 施設/設備に不満(7件)

- 道の整備、看板を綺麗にするとウォーキングができる(男性40代/広島市)

##### 食事/売店に不満(3件)

- 食べる所が暗く、施設も老朽化していて一度だけ利用したがあまり入りたくない(男性50代/呉市)

##### 不満の理由

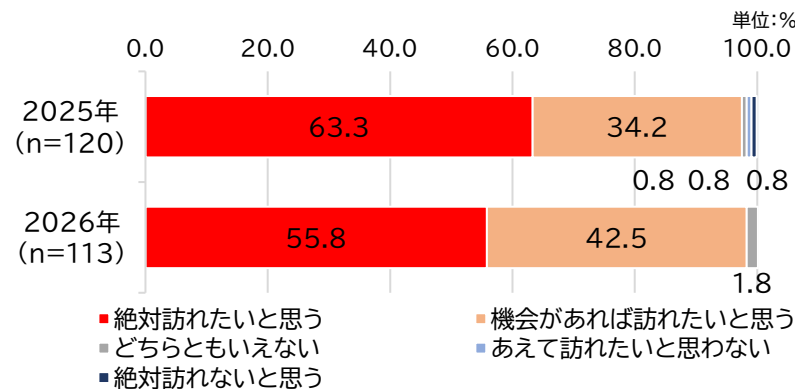
##### 施設/設備に不満(4件)

- 展望台のベンチが朽ちている(男性50代/広島市)

#### 【再訪意向】

再訪したい  
絶対訪れたい+  
訪れたい

2026年 2025年  
98.2% 97.5% 0.7ptUP↑



## 野呂山での滞在について

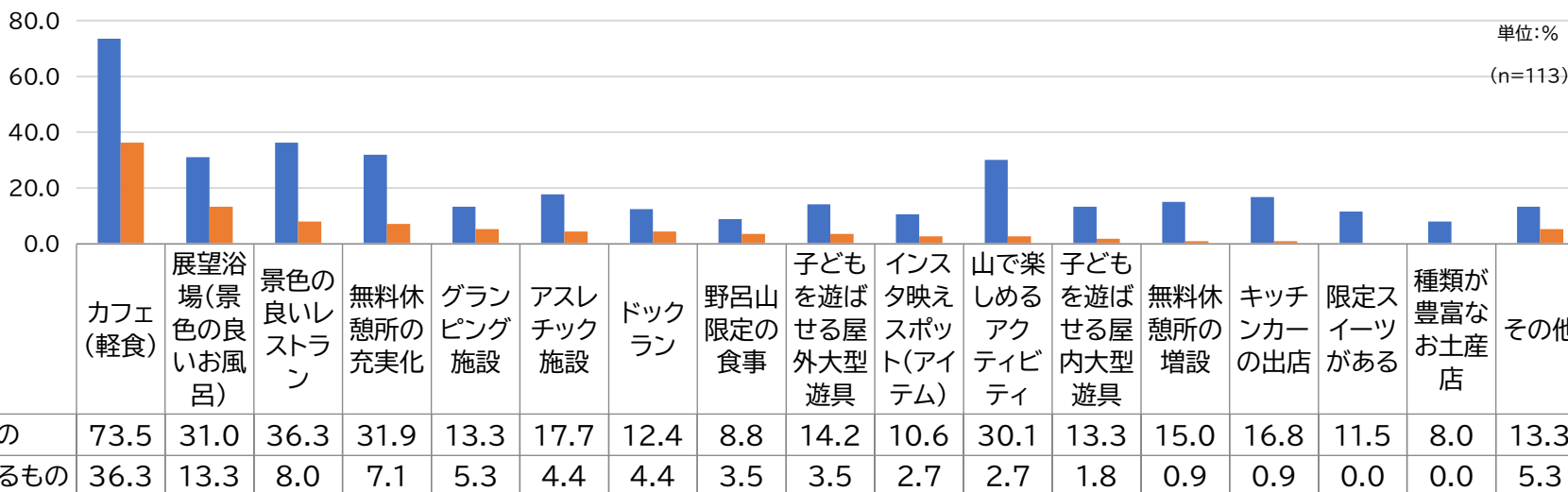
G1 野呂山に来るきっかけ、野呂山で過ごす際にあったら良いと思うもの

### 1 野呂山に来るきっかけ

Point

- 野呂山に来るきっかけ、野呂山で過ごす際にあったら良いと思うものは「カフェ」「展望浴場」「景色の良いレストラン」が上位。

【野呂山に来るきっかけ】



## 野呂山での滞在について

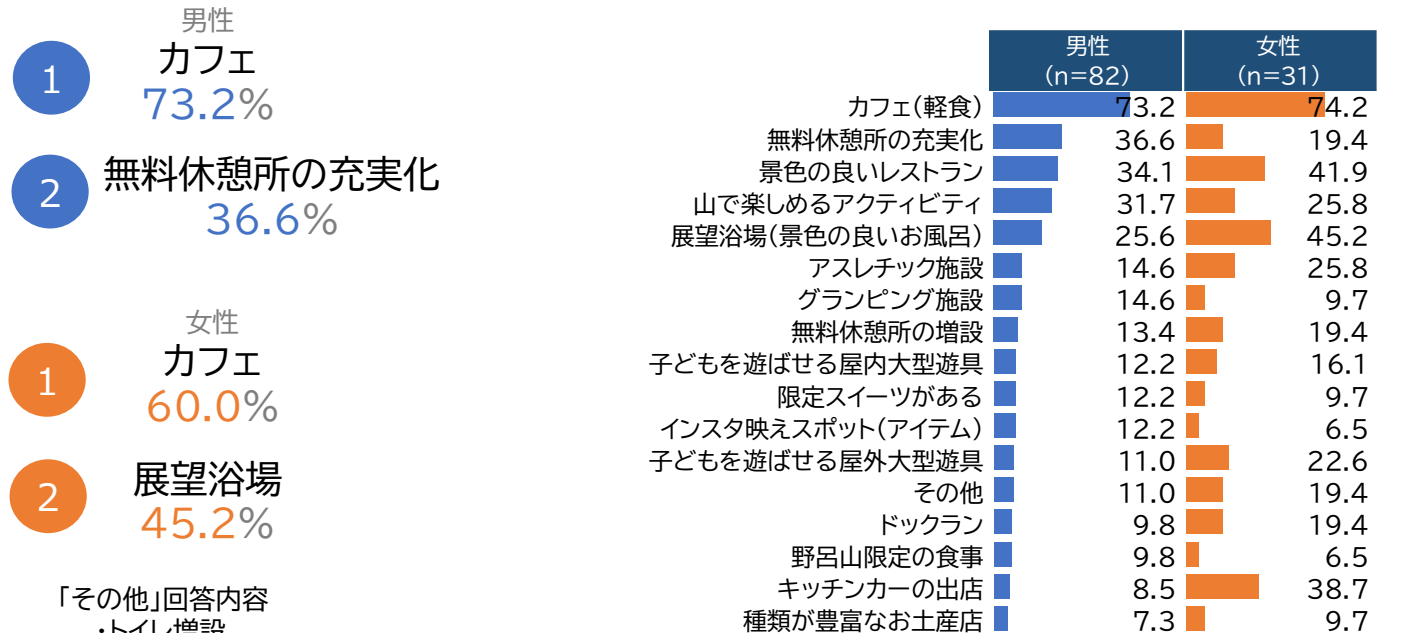
G1 野呂山に来るきっかけ、野呂山で過ごす際にあったら良いと思うもの

### 1 野呂山に来るきっかけ

Point

- 性別で野呂山に来るきっかけをみると、「カフェ(軽食)」「景色の良いレストラン」「展望浴場」「キッチンカーの出店」などは男性よりも女性で高くなっている。

【参考:性別×来るきっかけ】



単位:%

「その他」回答内容

- ・トイレ増設
- ・レストハウス
- ・子ども遊具
- ・星空観賞会
- ・犬と一緒に泊まれる場所
- ・遊園地 等

## 野呂山での滞在について

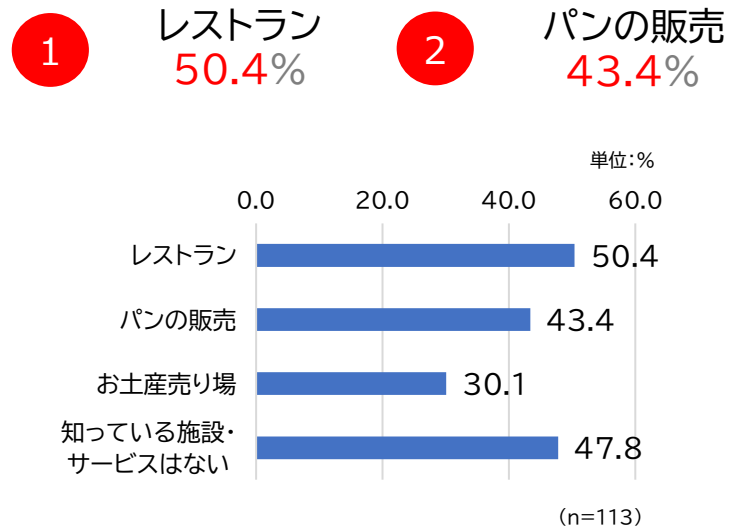
H1 野呂山高原ロッジで知っている施設・サービス  
 H2 野呂高原ロッジの施設・サービスの購入回数/ 利用回数

### 2 野呂山高原ロッジで知っている施設・サービス

Point

- 野呂山高原ロッジで知っている施設・サービスは「レストラン」が50.4%で最多。次いで「パンの販売(43.4%)」となっている。
- 購入回数/利用回数では「レストラン」が47.7%で最多、次いで「パンの販売(40.7%)」となっており、「お土産売り場」は22.1%に留まっている。

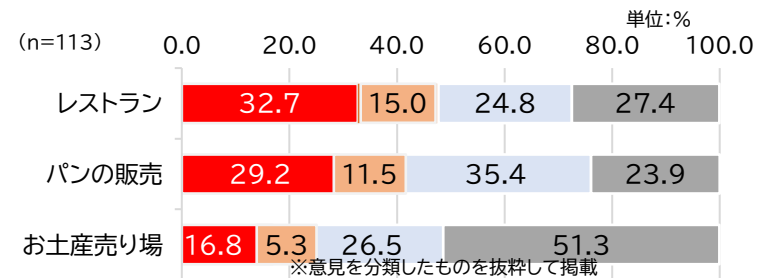
【野呂山高原ロッジで知っている施設・サービス】



【野呂高原ロッジの施設・サービスの購入回数/ 利用回数】

購入/利用したことがある  
 複数回+1回

レストラン 47.7%  
 お土産売り場 22.1%



- 複数回購入/利用したことがある
- 1回だけ購入/利用したことがある
- 購入したことは無いが興味はある
- 興味はない

## 野呂山での滞在について

### 3 野呂山の活用について

Point

I1 野呂山を活用するために必要だと思う取り組み  
I2 必要だと思う施設  
I3 必要だと思う理由

- 野呂山の活用のために必要な取り組みは「環境/施設の整備」「交通関係の整備」などが多く挙げられている。
- 必要だと思う施設は「野呂山ビジターセンター」と「野呂高原ロッジ」がともに5割前後。

#### 【野呂山活用のために必要だと思う取り組み】※意見を分類したものを抜粋して掲載

##### 環境/施設の整備(34件)

- 全体的に整備されていない感じがするので見直しも必要かも(女性30代/広島市)
- 施設やトイレを新しくする。かぶと岩展望台までの道路整備(男性50代/呉市)
- 登山、ハイキングのためのトイレなどの充実(女性60代/東広島市)

##### 交通関係の整備(18件)

- 砂利などありバイクだとヒヤッとするので道の整備(男性50代/熊野町)
- 雑草や木の枝などわりと整備されていない印象。整備したほうが良いと思う。整備されたらリピートしたくなると思う。(男性20代/東広島市)

##### PR強化(11件)

- インスタでの発信(男性30代/山口県)
- ロッジの日帰り温泉などアピール。お客様を迎え入れると感じられるようにする。(女性40代/東広島市)

##### 子ども向け設備の充実(7件)

- 子どもががっかりしていたので、ロッジのブランコや遊具などの公園を復活してほしい(女性30代/呉市)

##### 飲食の充実(6件)

- 焼き立てパン、焙煎コーヒー等自然を楽しみながら利用できるなど自然、景観は利用(男性50代/大阪府)

##### イベント開催(4件)

- 夜空が綺麗なので鑑賞会等、自然を利用したイベント(男性50代/呉市)

##### その他(16件)

- お土産をもっと魅力あるものにする。少しずつ変化がある方が行ってみようとなる(男性40代/呉市)
- welcomeな雰囲気作り(女性20代/広島市)

##### 今の環境が良い(3件)

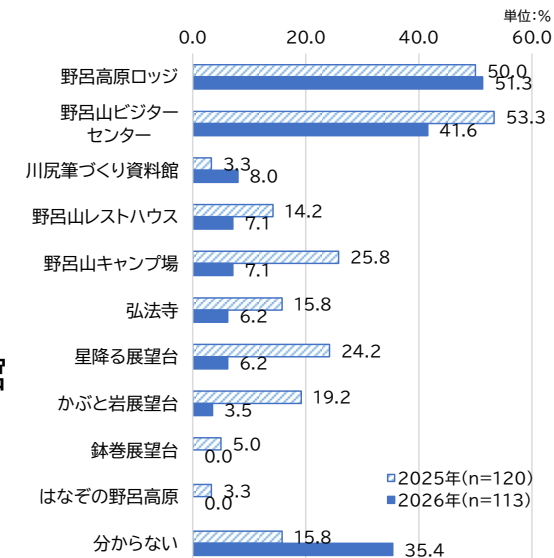
- このまま静かな方が良い(男性60代/福山市)

#### 【必要だと思う施設】

1 ロッジ  
53.3%

2 ビジターセンター  
41.6%

3 川尻筆づくり資料館  
8.0%



#### 【必要だと思う理由】※上位施設に関する意見を抜粋して掲載

##### 野呂山ビジターセンター

- 充電スポットがあれば若い人も来るし山登りの時役立つ(男性20代/東広島市)
- 中に入っても暗く、建て替えまでしなくても明るい雰囲気にしてほしい(女性60代/呉市)

##### 野呂高原ロッジ

- モーニング的のものや軽食、休める場所、カフェがあれば良い(男性40代/東広島市)
- お風呂にジャグジーなどがあると良い(女性60代/呉市)

##### 野呂山キャンプ場

- トイレをもう少し新しいものにしてほしい、洋式トイレがほしい(女性40代/東広島市)
- カフェ、キャンプ、グランピングなどSNSで若者向けに呼び込み(男性30代/広島市)

# Ⅲ 野呂高原ロッジ利用者 調査結果

野呂高原ロッジでの  
専門調査員による  
聞き取り調査

# 1. 調査概要

## ■ 調査手法

専門調査員による聞き取り調査(ヒアリング調査)

## ■ 実施日程

2025年11月15日(土)・16日(土)

## ■ 調査場所

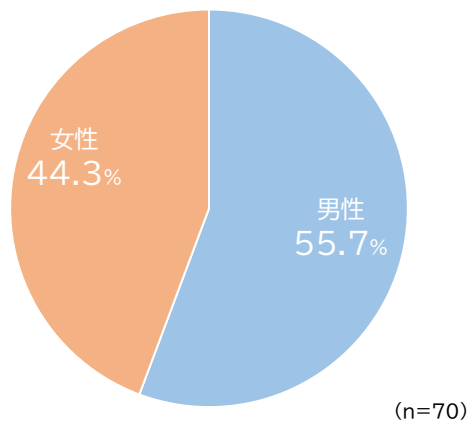
野呂高原ロッジ

## ■ 回収数

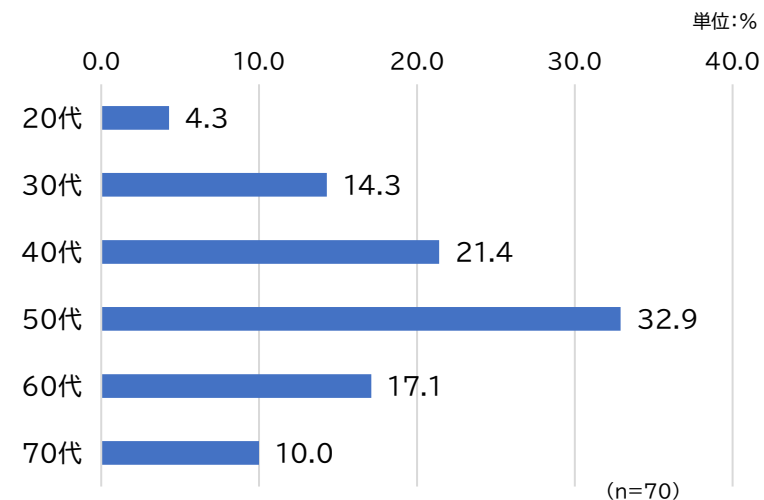
回収数 70票

## 2. 属性情報

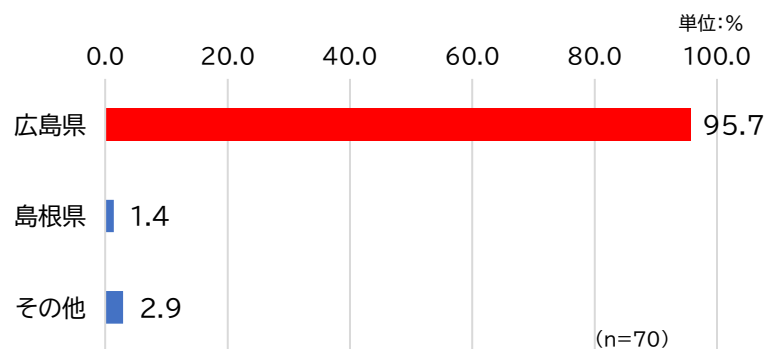
### ■ 性別(SA)



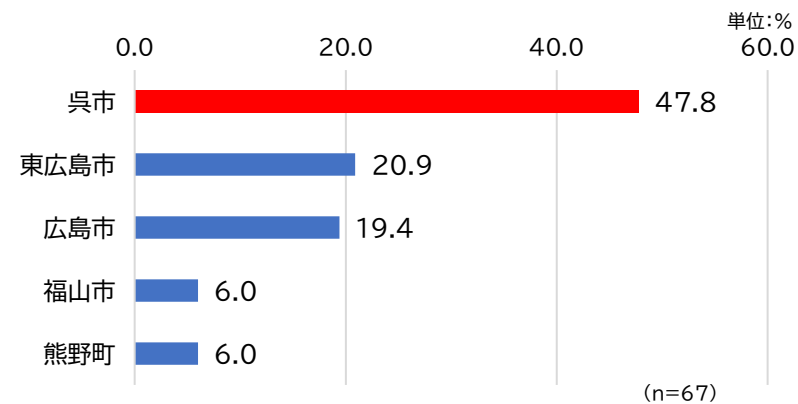
### ■ 年代(SA)



### ■ 居住地(SA)



### 【広島県内居住地詳細】(SA)



B1 主目的  
B2 野呂高原ロッジ利用目的  
B3 訪問ルート

Point

## 野呂高原ロッジの来訪実態

### 1 野呂高原ロッジ訪問の目的、訪問ルート

- 今回の訪問は、7割が野呂山を訪れるついでの訪問であり、野呂高原ロッジを主目的としての訪問は2割強。
- 野呂山の来訪目的は、「食事」が約6割、「売店・パンの購入」が4割弱で上位。前年度より「宿泊」の割合が増加。
- 訪問ルートは「さざなみスカイライン」が6割で前年度より18.9ポイント上昇。

#### 【野呂高原ロッジ訪問が主目的か】

もともと野呂高原ロッジを訪れる目的があった方

野呂高原ロッジ  
訪問が主目的

24.3%

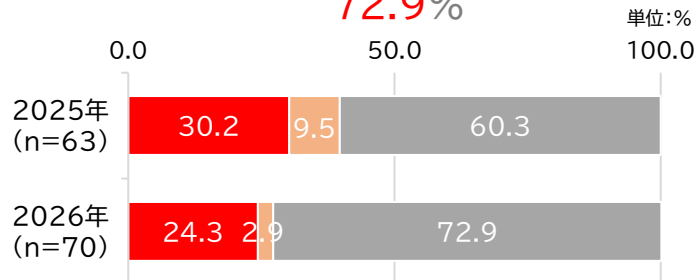
ロッジ訪問が主目的では  
ないが目的地ではあった

2.9%

ロッジ訪問が目的  
27.2%

野呂山を訪れるついでに寄った

野呂山を訪れるついでに寄った  
72.9%



- 野呂高原ロッジ訪問が主目的
- 野呂高原ロッジ訪問が主目的ではないが訪問予定はあった
- 野呂山を訪れるついでに寄った

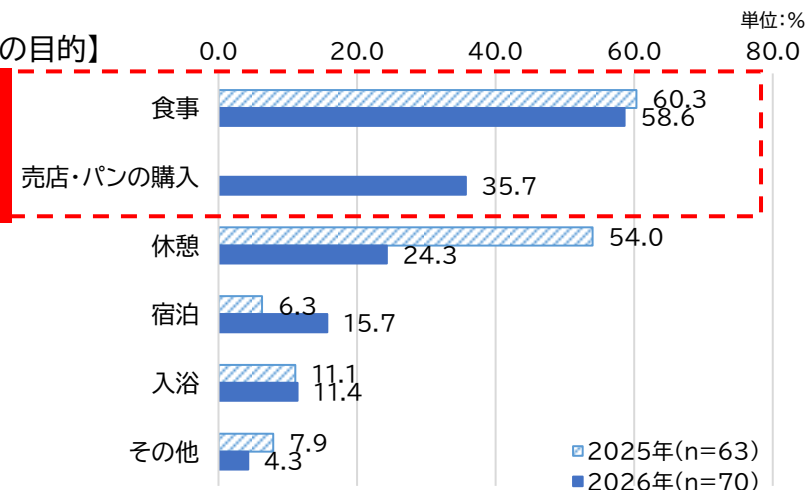
#### 【野呂高原ロッジ訪問の目的】

食事  
58.6%

上位  
目的

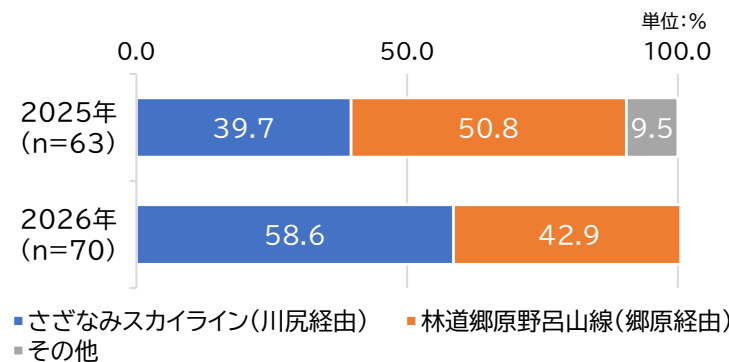
売店・パンの  
購入  
35.7%

「その他」回答内容  
・写真



#### 【訪問ルート】

さざなみ  
スカイライン  
58.6%



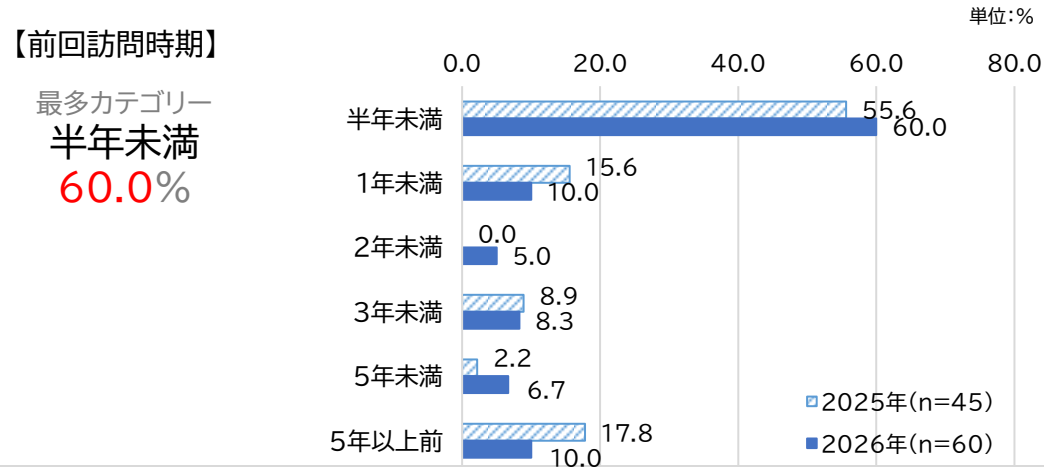
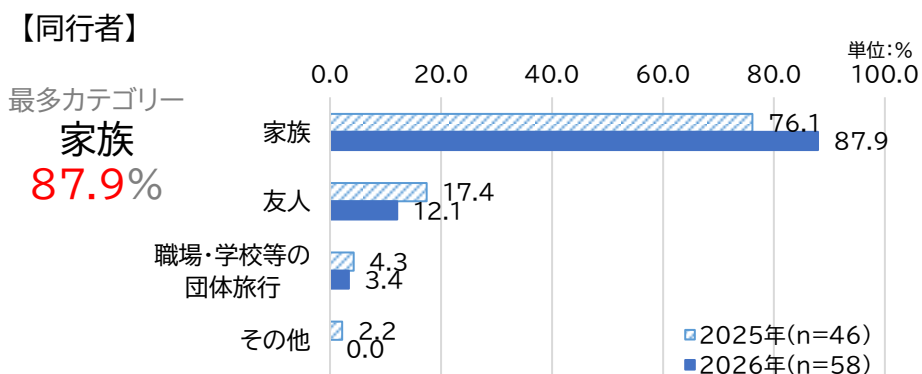
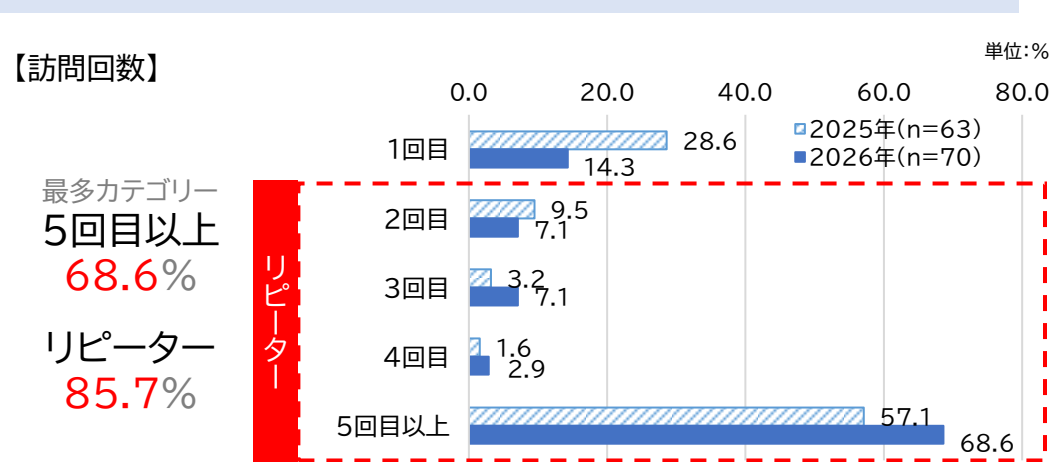
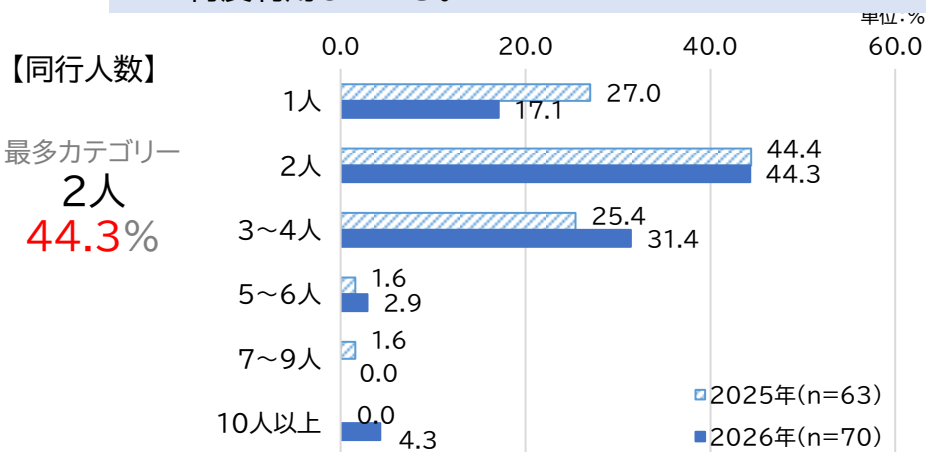
B4 同行人数、同行者  
B5 訪問回数  
B6 前回訪問時期

## 野呂高原ロッジの来訪実態

### 2 同行人数、同行者、訪問回数、前回訪問時期

Point

- 野呂高原ロッジの利用者は、「2人」で訪れる方が多く、「家族」との訪問が多い。
- 訪問回数では、「5回目以上」が多く(68.6%)、リピーターは8割強。前回訪問は「半年未満」(60.0%)が多く、7割が1年以内に再度利用している。



## 野呂高原ロッジの来訪実態

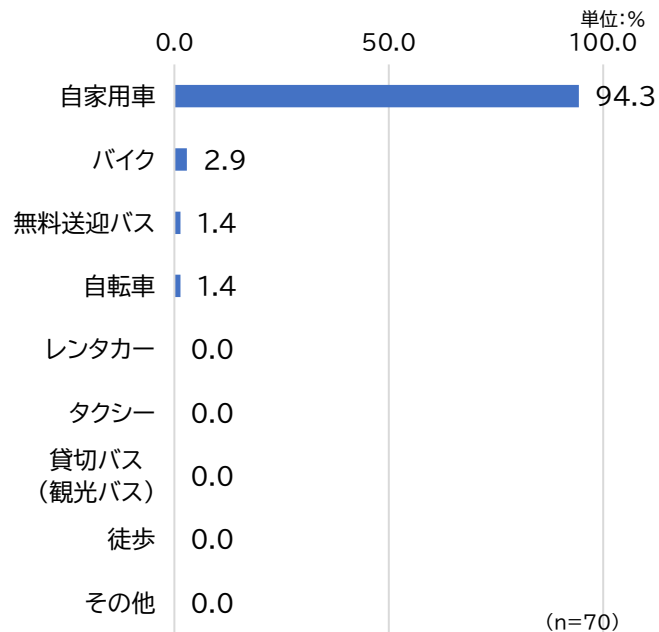
B6 野呂山の頂上までの移動手段

### 3 野呂山山頂までの移動手段

Point

- 野呂山の頂上までの移動手段は、「自家用車」が94.3%で最も高く、次いで「バイク(2.9%)」。ほとんどの人が自家用車で移動。

【野呂山の頂上までの移動手段】



C1 利用のきっかけ  
C2 きっかけとなった情報媒体  
D1 各施設の満足度

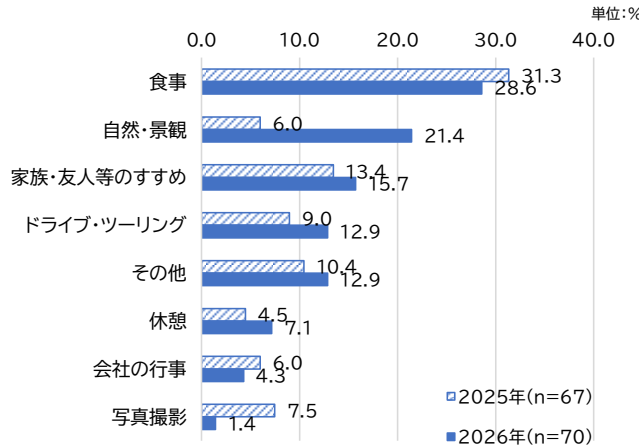
## 野呂高原ロッジの来訪実態

### 4 野呂高原ロッジ利用のきっかけ

Point

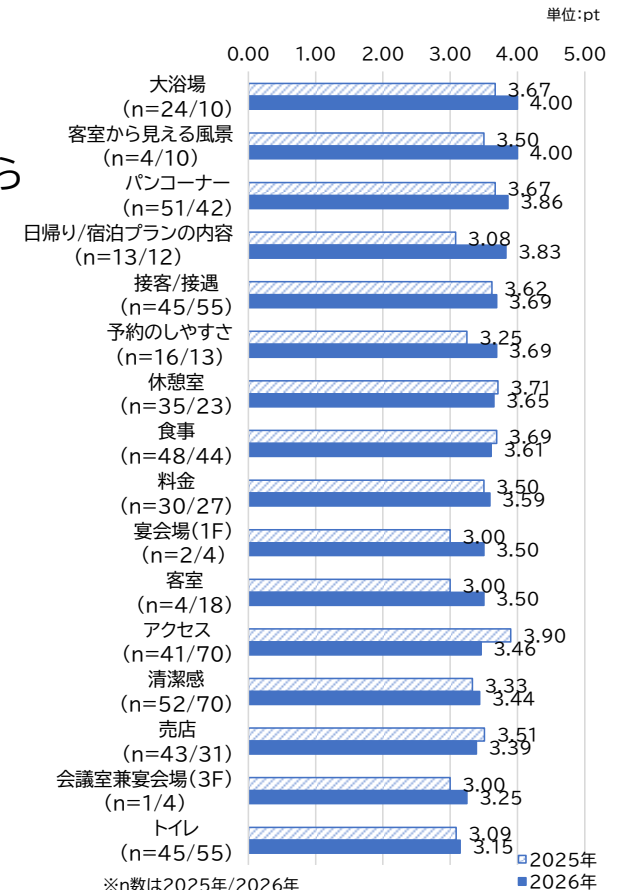
- 野呂高原ロッジ利用のきっかけは「食事」「自然・景観」が多く、情報媒体は「家族、知人等」が4割で最多。
- 施設の満足度は「大浴場」「客室から見える風景」「パンコーナー」などが上位。

【利用のきっかけ】



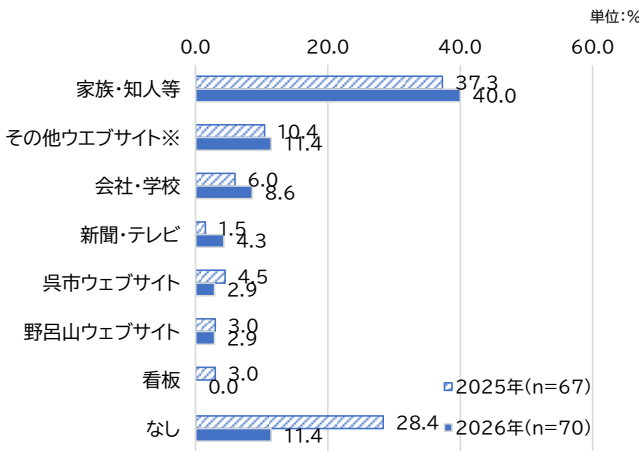
- 1 食事 28.6%
- 2 自然・景観 21.4%

【各施設満足度】



- 1 大浴場/客室から見える風景 4.00pt
- 2 パンコーナー 3.86pt

【情報媒体】



- 1 家族・知人等 40.0%
- 2 その他ウェブサイト 11.4%

※n数は2025年/2026年 ●各施設満足度算出方法:「非常に悪い」→1点~「非常に良い」→5点 で加重平均し算出

## 野呂高原ロッジの来訪実態

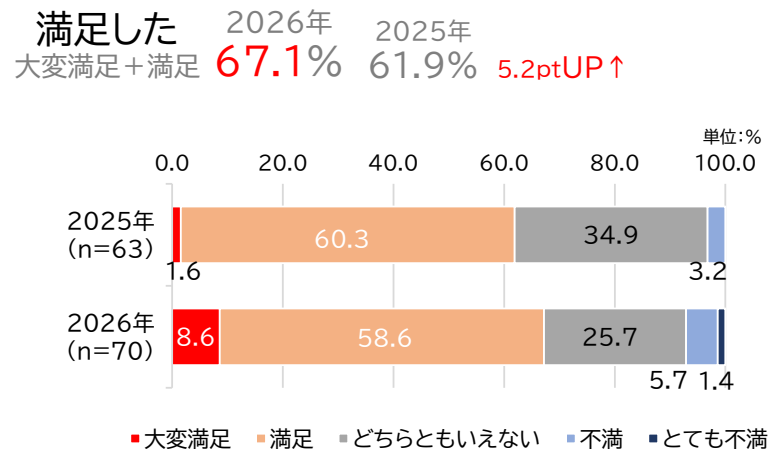
D2 野呂高原ロッジの総合的な満足度  
D3 野呂高原ロッジを利用して良かった点/悪かった点  
D4 野呂高原ロッジの再訪意向

### 5 野呂高原ロッジの満足度と再利用意向、要望

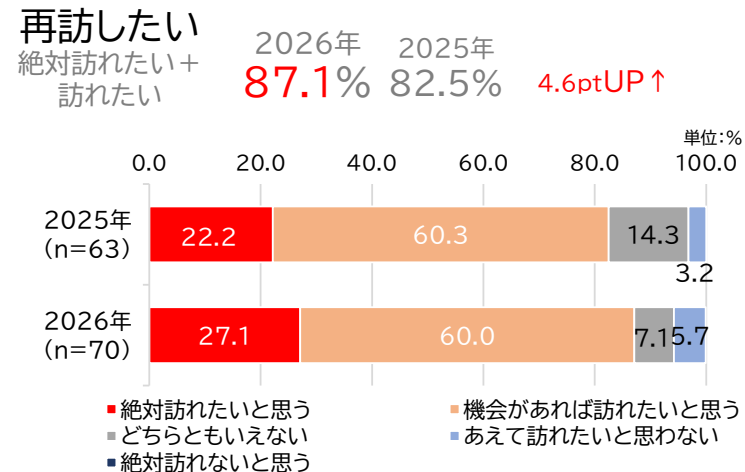
Point

- 野呂山高原ロッジの満足度は67.1%で前年度より5.2ポイント上昇。
- 再訪意向は87.1%で前年度より4.6ポイント上昇。
- 利用して最も良かった点では「食事」に関する意見が多く挙げられた。

#### 【満足度】



#### 【再訪意向】



#### 【利用して良かった点】

※意見の一部を抜粋して掲載

##### 食事(24件)

- パンが美味しかった。景色がいい(男性50代/広島市)
- 食事が変わらず母が喜んだ(女性50代/呉市)
- ジビエ料理(女性60代/呉市)
- 猪ラーメンの味は良かった(男性50代/東広島市)

##### 施設/施設(15件)

- welcome看板があり入りやすかった(男性40代/呉市)
- 景色は見れないが山の山頂にお風呂がある(男性50代/東広島市)
- トイレがあるので休める(女性50代/広島市)
- 友人たちと語らう場所があった(女性50代/呉市)

##### 自然/景観(12件)

- 景色と天気良かった(女性30代/呉市)
- 景色と空気が綺麗で駐車場が広くて停めやすい(男性30代/府中市)
- 自然を満喫(女性70代/呉市)
- ゆっくりできた。自然の美しさ。(男性40代/福岡県)

##### その他(2件)

- 宿泊の広告のプランは安くて良い(男性40代/呉市)
- リーズナブルに利用できる(女性60代/呉市)

## 野呂高原ロッジへの要望

D5 野呂高原ロッジの施設・サービスへの要望

### 1 野呂高原ロッジの施設・サービスへの要望

#### Point

- 野呂高原ロッジへの要望としては、物販では「地元産品の販売の充実」、その他では「トイレの改善」に関する意見が多く挙げられている。

#### 【物販(お土産コーナー、パンコーナー)】

- 種類が少ないので総菜パンがあると嬉しい(男性60代/呉市)
- サンドイッチなど総菜パン(女性30代/呉市)
- お土産が買って帰りたいものがない(女性50代/呉市)
- 品数を増やしてほしい。パンも朝と昼程度に入荷してほしい(女性60代/呉市)
- 夏はかき氷、冬は餅入りぜんざいまたは甘酒(女性40代/呉市)
- 地元の野菜とか出したら良い(男性50代/広島市)
- 野呂山オリジナルの料理、みかん(男性40代/呉市)
- 野菜や果物など地元の農作物(男性60代/東広島市)
- 見てみたがなかったのが、猪などジビエの販売(男性30代/福山市)
- パンだけでなくコンビニ的なドリップコーヒーがあると嬉しい(男性20代/広島市)
- コンビニ的なものが売っていると利用しやすい。パンは美味しいが、子どもが買いたいものがない。(女性60代/広島市)

#### 【宿泊(部屋・飲食・風呂)】

- トイレ、風呂を各個室に(女性50代/呉市)
- 風呂に時計をつけてほしい(男性50代/東広島市)
- 部屋にトイレがないのは分かっていたがやっぱりあった方が良かった(男性40代/福岡県)
- 最近入っていないがバリアフリー化できていたら嬉しい(女性50代/呉市)
- 大浴場にしては狭く、もう少し見直してほしい(女性40代/熊野町)

#### 【飲食(レストラン)】

- 子ども用の食事メニュー(女性30代/呉市)
- 種類を増やしてほしい(女性70代/呉市)
- 季節ごとの入れ替えなどメニューを増やす(女性50代/呉市)
- ジビエ料理が好きなので期待(女性30代/広島市)
- 味は普通だが照明などが暗く長く居づらい(女性40代/呉市)
- 猪や鹿を利用したフレンチ料理(男性50代/呉市)
- 山菜やジビエ、カレーなど他府県から来た方はもっと食べたいのではないかと思う(女性50代/広島市)
- 景色を楽しみながらくつろぎたいのでコーヒー等朝飲めると良い。(男性40代/福岡県)
- コーヒーをいただいたが、ケーキセット等あればうれしい。パンセットはあるが食後等には向かない(女性50代/呉市)

#### 【その他(トイレ、フロント等)】

- フロントの対応はホテルっぽくない(男性50代/広島市)
- トイレ、設備が古いので少しずつで良いので見直してほしい(女性50代/呉市)
- 日帰り温泉の時間がもう少し早いと嬉しい(男性50代/東広島市)
- トイレは綺麗だが和式トイレを洋式トイレにしてほしい(男性50代/広島市)
- トイレが古い。においがキツイ(女性70代/呉市)
- エレベーターがあればうれしい(女性60代/呉市)
- 家族から女性トイレの洋式が少ないと聞いた(男性50代/呉市)

※意見の一部を抜粋して掲載

## 野呂高原ロッジへの要望

D6 野呂高原ロッジで食べてみたい料理  
D7 新しいサービスや体験メニューへの要望

### 2 野呂高原ロッジで食べてみたい料理、新しいサービスやメニューへの要望

#### Point

- 野呂高原ロッジで食べてみたい料理では「軽食」、サービスやメニューへの要望では「飲食の充実」「環境/施設の整備」に関する意見が多く挙げられている。

#### 【野呂高原ロッジで食べてみたい料理】

- ジビエ料理の種類が増えると嬉しい(男性60代/呉市)
- 山菜料理、子供が食べるハンバーガーなど(女性30代/呉市)
- 子ども(孫)が喜ぶ料理があればうれしい。呉市は魚料理も美味しいと思うので魚料理もほしい(女性40代/広島市)
- ジビエのバリエーション(男性50代/広島市)
- 呉名物月間とかで呉の美味しいものをお願いします。(男性50代/広島市)
- 家族で利用できるバイキング料理(女性40代/呉市)
- 近くの農家と連携し、オリジナル海産物や野菜、果物などの市場。地産地消。(男性50代/広島市)
- フランス料理のランチ、魚と山菜料理(男性50代/呉市)
- 牡蠣とか地元のものがあると良い(女性50代/広島市)
- サンドイッチ、洋食など(男性30代/呉市)
- 地元の食材を使った料理(女性60代/呉市)
- 昔猪バーガー等あったのでまた食べてみたい(女性60代/広島市)
- 呉冷麺(女性60代/廿日市市)
- スイーツとコーヒーセットがあると良い(女性50代/呉市)
- ジビエはラーメンしか食べていないので次は別のものを食べたい(男性40代/東広島市)
- メニューが少なく、食べるものが決まってくるのももう少しあると良い(女性70代/呉市)
- ハンバーガー的なカジュアルなもの(男性40代/呉市)

#### 【新しいサービスや体験メニューなどの要望】

##### 環境/施設の整備(11件)

- キッチンカーみたいな外で食べられるようなサービス(男性40代/呉市)
- 宿泊施設として最近のものに比べ設備等古いので充実してほしい(男性50代/呉市)
- テラスで犬も連れて食べられるところがあれば利用する(女性40代/呉市)
- エレベーター等バリアフリーの充実(女性60代/呉市)
- 子どもも利用しやすいコンビニ的なもの(女性60代/広島市)
- 季節が良い時期は駐車場の一部でコーヒーが飲めるようなコーナーがあれば立ち寄りも増えると思う(女性50代/呉市)
- 難しいとは思いますが大浴場を見直してほしい。ジャグジー、サウナなどが増えると人も増えると思う(男性50代/東広島市)

##### アクティビティ・イベント等(10件)

- 何か面白いことがないかと思うワクワク感があるものがあれば来やすい(男性60代/島根県)
- 秋は木の実や枝を使ったリース作り体験などあれば参加したい(女性50代/府中町)
- ジビエ祭りなど食の祭りやイベント(男性50代/広島市)
- 花火大会や登山者向けの大会(女性50代/広島市)
- 野呂山登山ラリー(地点ポイント作り)(男性30代/呉市)

##### 飲食の充実(8件)

- 来た後にないと分かったら残念なので、ジビエなど現在の在庫がリアルにわかると行ってみよとなる。(男性60代/呉市)
- 料理の量が少なめなものがあると嬉しい(女性70代/呉市)
- 和食バイキング(男性50代/広島市)
- 山菜料理コースとかの食事プランの充実(男性40代/呉市)
- おこぜの天ぷらや季節ものの山菜料理など和食メニューを増やす(男性60代/呉市)

※意見の一部を抜粋して掲載

## 野呂山の評価

E1 各施設の満足度  
E2 野呂山の満足度  
E3 野呂山をもっと活用するための取り組み

### 1 野呂山の施設の満足度、総合的な満足度、野呂山を活用するための取り組み

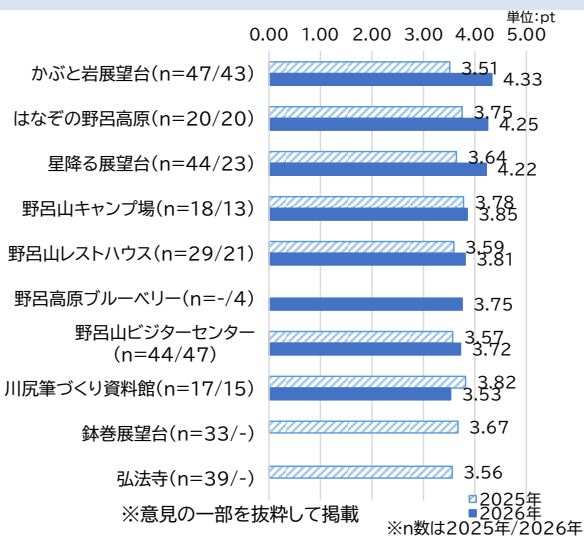
Point

- 施設の満足度は「かぶと岩展望台」「はなぞの野呂高原」「星降る展望台」などが上位。
- 野呂山の満足度は82.9%で前年度より5.1ポイント上昇。
- 野呂山の活用のために必要な取り組みは「環境/施設の整備」「PR強化」などが多く挙げられている。

#### 【各施設満足度】

1 かぶと岩展望台  
4.33pt

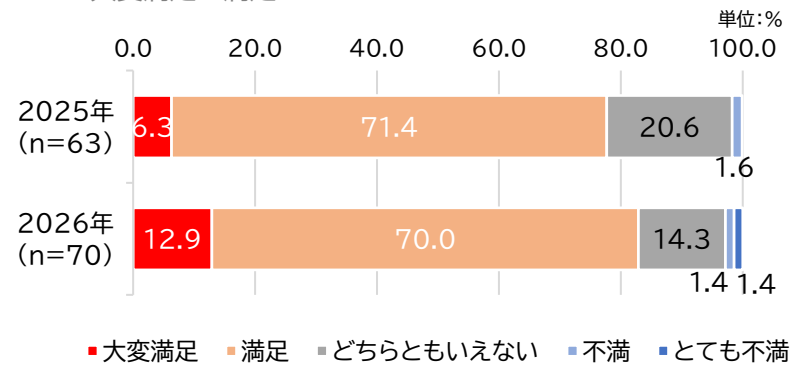
2 はなぞの野呂高原  
4.25pt



●各施設満足度算出方法:「非常に悪い」→1点～「非常に良い」→5点 で加重平均し算出

#### 【総合満足度】

満足した 2026年 2025年  
大変満足+満足 82.9% 77.8% 5.1ptUP↑



#### 【野呂山を活用するための取り組み】

##### 環境/施設の整備(29件)

- 散策ルートの整備(男性40代/広島市)
- Wi-Fiをつけてほしい。パソコンやスマホを使う際の電波が悪い(男性50代/東広島市)
- ドッグランなどあればペットを持った方が訪れる。展望を活かして観光的なものがあると違った景色が見れるので良い(女性40代/広島市)

##### PR強化(14件)

- スポットのPRをインスタに載せる(男性30代/呉市)
- 県内で知らない方が多いと思うのでPRする(男性40代/呉市)
- PR不足、インスタ、Facebook等の利用。フォローしたら特典あり等すると増えると思う(男性30代/福山市)

##### イベント開催(7件)

- グランドゴルフ大会、老人と若者が集えるアスレチックやゲーム大会などイベント開催(男性70代/三原市)
- 自然を活用して子どもを集める(女性30代/広島市)

##### 交通関係の整備(6件)

- 野呂山道路の整備(男性40代/呉市)
- 野呂山に上る途中の草刈りが行き届いていない(女性70代/呉市)

##### その他(4件)

- 静かな所で景色も良いところだと思うので特に思いつかない(男性60代/島根県)

# IV ファミリー層向けレジジャー 調査結果

インターネットによる  
ファミリー層のレジジャー  
実態に関する調査

# 1. 調査概要

## ■ 調査手法

インターネット調査 ※楽天インサイト(株)のモニターを利用

## ■ 実施日程

2026年2月24日(火)～3月16日(月)

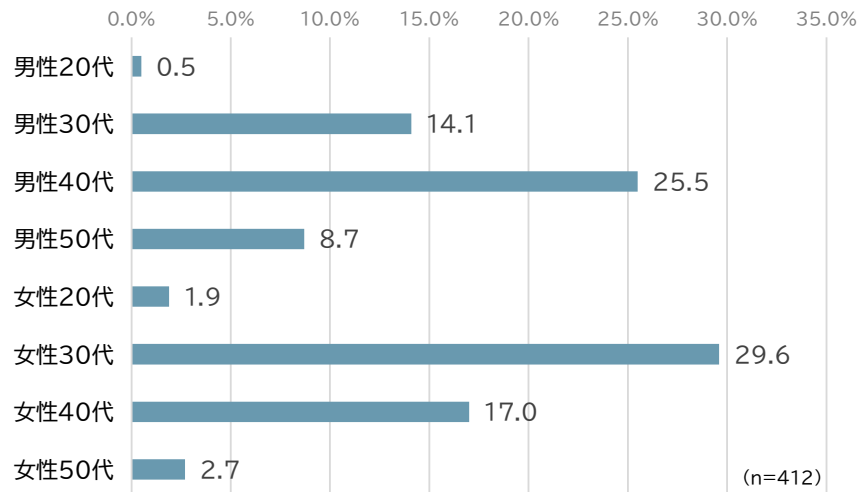
## ■ 対象者

広島県広島市、呉市、東広島市、安芸郡、竹原市在住の20歳～59歳の男女

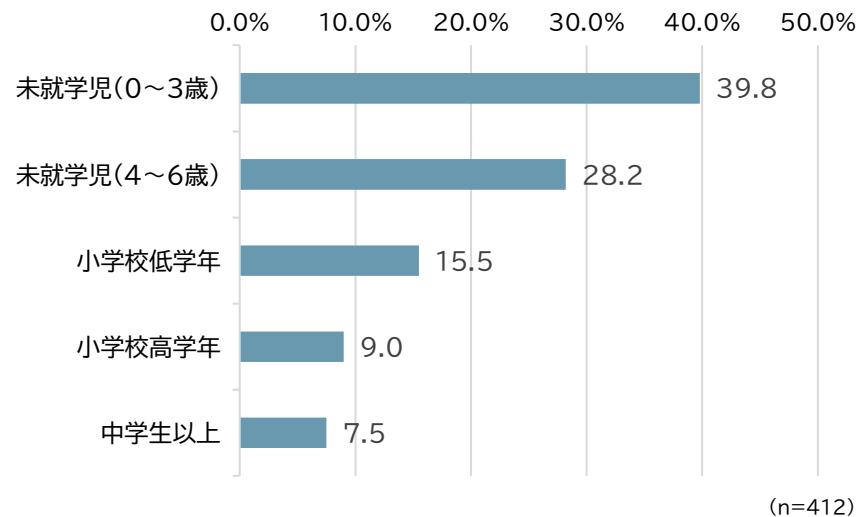
## ■ 回収数

412サンプル

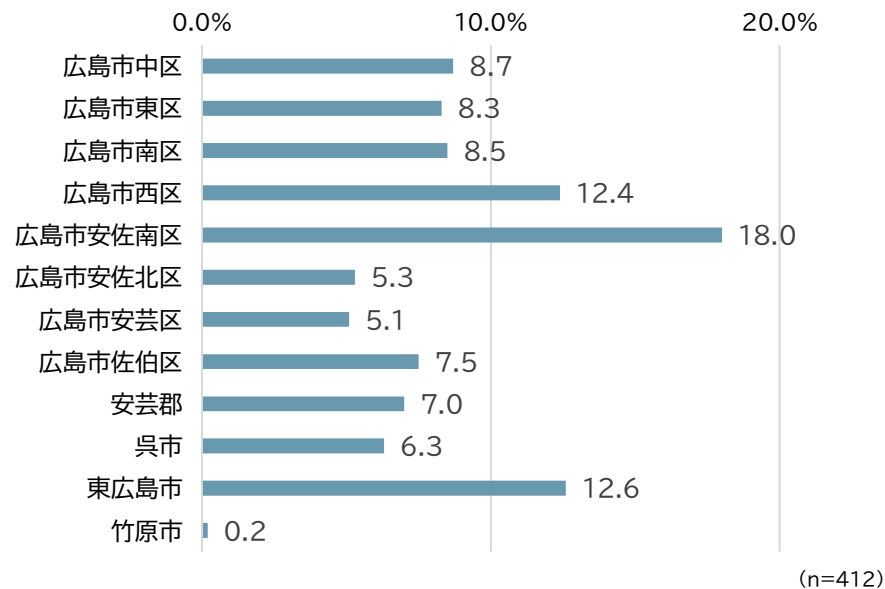
## ■ 性年代



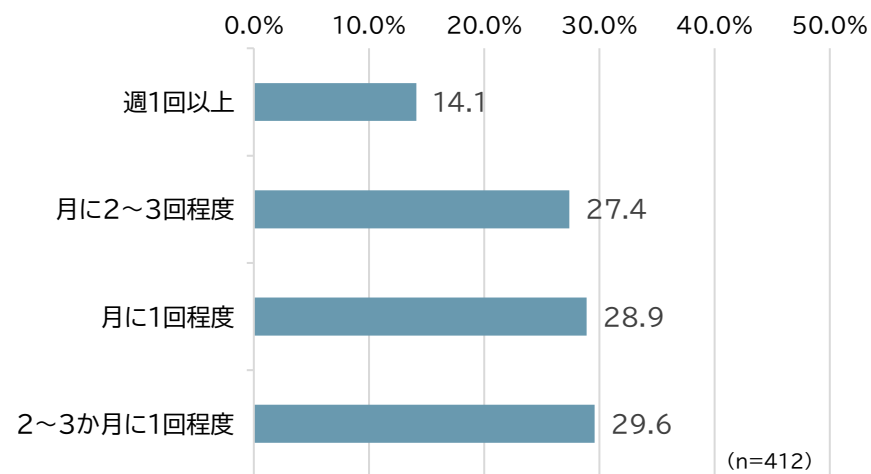
## ■ 子どもの有無(一番下の子どもの年齢)



## ■ 居住地



## ■ レジャー頻度(公園やアウトドアレジャー(BBQ、キャンプ、ハイキング等))



## レジャーの実態

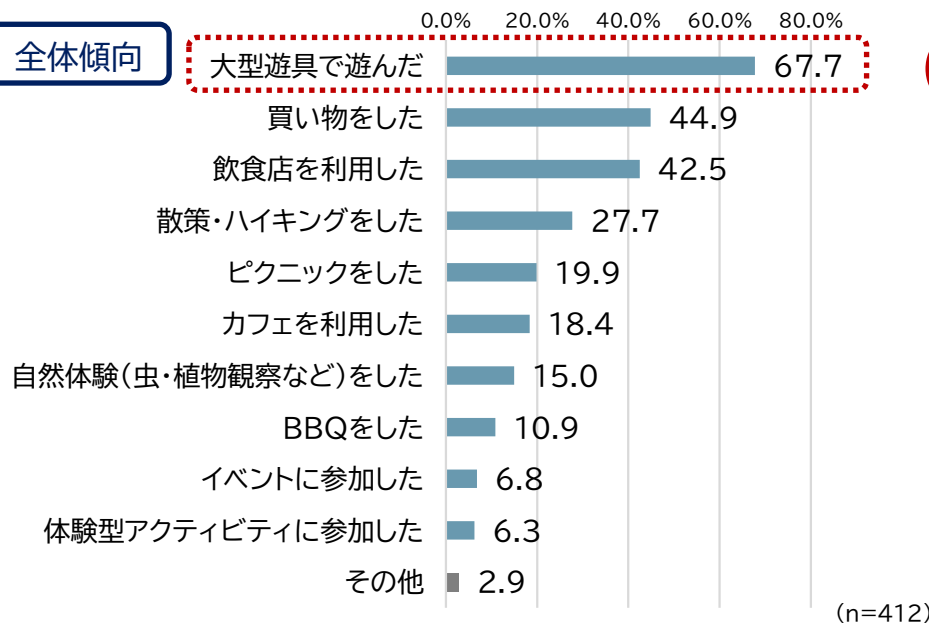
Q1 直近のレジャーで「具体的に行ったこと」は何ですか？

### 1 レジャーの内容

Point

- レジャーの内容では、「大型遊具で遊んだ」が67.7%が最多。次いで、「買い物をした」(44.9%)「飲食店を利用した」(42.5%)という結果であった。レジャーの誘客には「大型遊具」がポイントであることがうかがえる。また、消費という観点で見ると、「飲食費」「お土産代」が発生する可能性が高いと推察される。

全体傾向



1 大型遊具で遊んだ  
67.7%

2 買い物をした  
44.9%

3 飲食店を利用した  
42.5%

【想定される1日の動き】

①アスレチックのある公園で遊ぶ

②ご飯を食べる

③買い物をして帰る

→レジャーで誘客することで、  
飲食費、買い物代を消費する  
可能性あり

子どもの年齢別傾向

	n数	大型遊具で遊んだ	自然体験をした	ピクニックをした	BBQをした	カフェを利用した	飲食店を利用した	買い物をした	散策・ハイキングをした	体験型アクティビティに参加した	イベントに参加した	その他	
全体	412	67.7	15.0	19.9	10.9	18.4	42.5	44.9	27.7	6.3	6.8	2.9	
子どもの年齢	未就学児(0~3歳)	164	73.8	14.6	18.9	7.3	18.3	41.5	43.3	28.0	3.0	4.9	2.4
	未就学児(4~6歳)	116	78.4	17.2	27.6	6.9	21.6	39.7	46.6	25.9	6.0	9.5	-
	小学生以上	132	50.8	13.6	14.4	18.9	15.9	46.2	45.5	28.8	10.6	6.8	6.1

## レジャーの実態

Q2 直近のレジャーにおける支出をお答えください。(一人分)

### 2 レジャーでの支出

Point

- レジャーにおける支出を見ると、飲食費の支出率が高いことがうかがえる。レジャー先で調達する場合もあるが、コンビニ等で購入して持ち込むという行動も見られている。また、カフェ代の支出も50%を超えており、休憩を含めた利用が多いのではないかと推察される。

1 飲食費(持込)  
72.5%

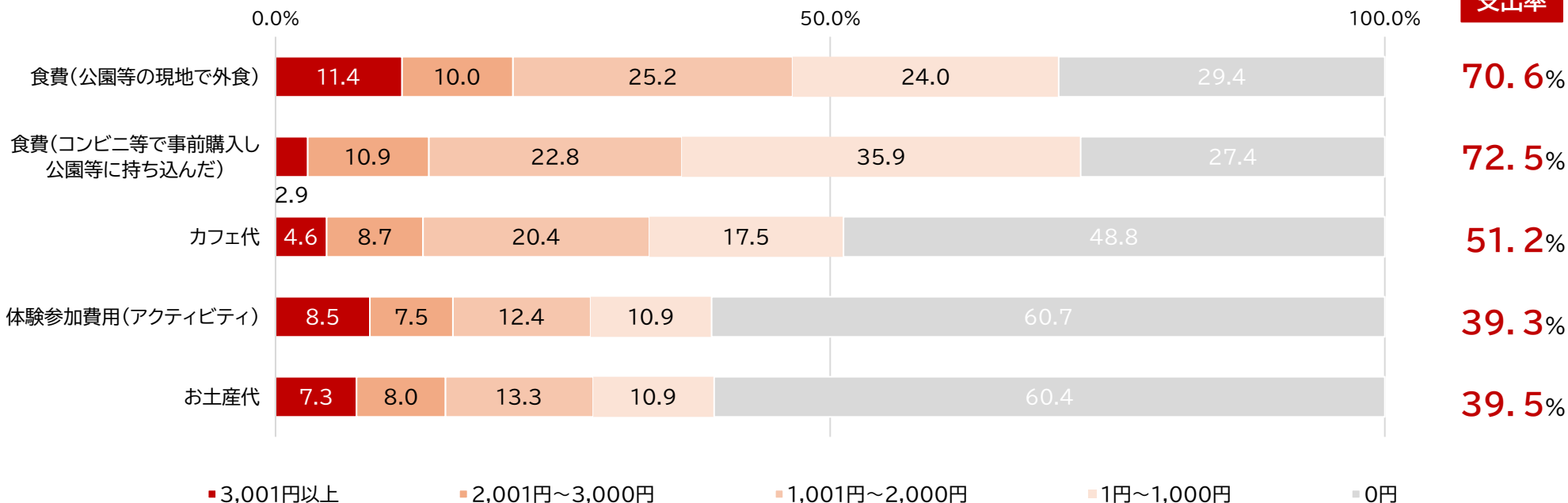
2 飲食費(現地)  
70.6%

3 カフェ代  
51.2%

● 飲食費の支出率が高い

全体傾向

(n=412)



## レジャーの実態

Q2 直近のレジャーにおける支出をお答えください。(一人分)

### 2 レジャーでの支出(子どもの年齢別)

Point

- 小学校以上の子どもを持つ層は、支出率が全体的に高い。6歳以下の子どもを持つ層でも、飲食費の支出率は50%以上である。

#### 子どもの年齢別傾向

		支出率	n数	食費(公園等の現地)	食費(持ち込み)	カフェ代	アクティビティ台	お土産代
全体			412	70.6	72.6	51.2	39.3	39.6
子どもの年齢	未就学児(0~3歳)		164	65.2	67.7	48.2	29.9	30.5
	未就学児(4~6歳)		116	66.4	74.1	46.6	39.7	37.1
	小学生以上		132	81.1	77.3	59.1	50.8	53.0

#### 金額

子どもの年齢	n数	食費(公園等の現地)					食費(持ち込み)					カフェ代				アクティビティ台				お土産代						
		0円	1円	2円	3円	以上	0円	1円	2円	3円	以上	0円	1円	2円	3円	以上	0円	1円	2円	3円	以上					
全体	412	29.4	24.0	25.2	10.0	11.4	27.4	35.9	22.8	10.9	2.9	48.8	17.5	20.4	8.7	4.6	60.7	10.9	12.4	7.5	8.5	60.4	10.9	13.3	8.0	7.3
未就学児(0~3歳)	164	34.8	23.8	25.6	6.7	9.1	32.3	37.8	22.0	6.1	1.8	51.8	18.3	20.1	6.7	3.0	70.1	11.0	8.5	5.5	4.9	69.5	9.1	9.8	5.5	6.1
未就学児(4~6歳)	116	33.6	25.0	22.4	10.3	8.6	25.9	39.7	20.7	11.2	2.6	53.4	15.5	18.1	11.2	1.7	60.3	13.8	11.2	6.9	7.8	62.9	14.7	12.9	7.8	1.7
小学生以上	132	18.9	23.5	27.3	13.6	16.7	22.7	30.3	25.8	16.7	4.5	40.9	18.2	22.7	9.1	9.1	49.2	8.3	18.2	10.6	13.6	47	9.8	18.2	11.4	13.6

単位:%

## レジャーの実態

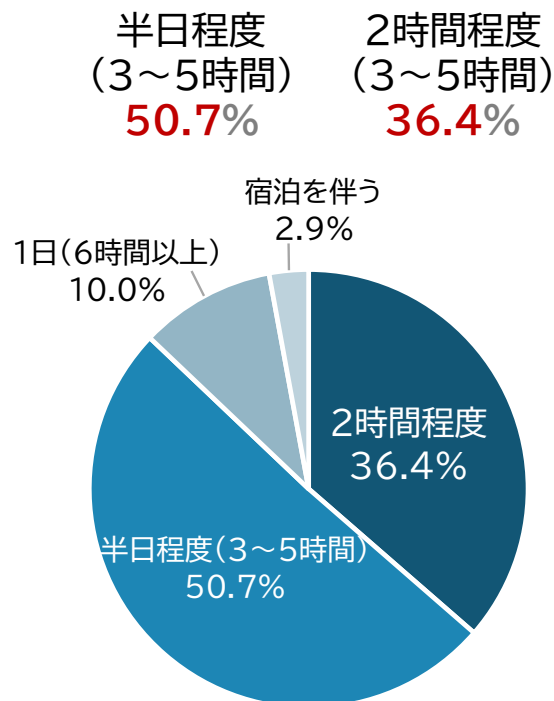
Q3 直近のレジャーでの滞在時間をお答えください。

### 3 滞在時間

Point

- 滞在時間では、「半日程度(3~5時間)」が50.7%が最多。
- 子どもの年齢別に見ると、「未就学児(0~3歳)」は、2時間以内のレジャーの割合も51.2%となっており、短時間でのレジャーも行われていることが考えられる。

#### 全体傾向



#### 子どもの年齢別傾向

		n数	2時間程度	3~5半日程度	6時間以上1日	宿泊を伴う
子どもの年齢	全体	412	36.4	50.7	10.0	2.9
	未就学児(0~3歳)	164	51.2	42.7	4.9	1.2
	未就学児(4~6歳)	116	27.6	59.5	9.5	3.4
	小学生以上	132	25.8	53.0	16.7	4.5
		各年齢層の最上位			単位:%	

## レジャーの実態

### 4 支出 × 滞在時間

Point

- 支出と滞在時間の関係性を見ると、滞在時間が長くなると支出率が増える傾向が見受けられた。長時間のレジャーを提供することで、食費等の支出が期待される。

### Q2 レジャーの支出 × Q3 滞在時間

	n 数	食費		カフェ代		アクティビティ		お土産代	
		支出率	円 上以	支出率	円 上以	支出率	円 上以	支出率	円 上以
全体	412	70.6	11.4	51.2	4.6	39.3	8.5	39.5	7.3
Q3 滞在時間									
2 時間程度	150	54.0	8.0	39.3	3.3	20.0	5.3	21.3	4.0
半日程度(3~5時間)	209	78.0	11.5	53.6	4.3	43.2	7.7	42.1	6.2
1 日(6時間以上)	41	90.3	17.1	80.5	9.8	83.0	22.0	83.0	17.1
宿泊を伴う	12	83.3	33.3	58.4	8.3	66.7	16.7	75.0	33.3

単位:人数

単位:%

## レジャーに対する意識

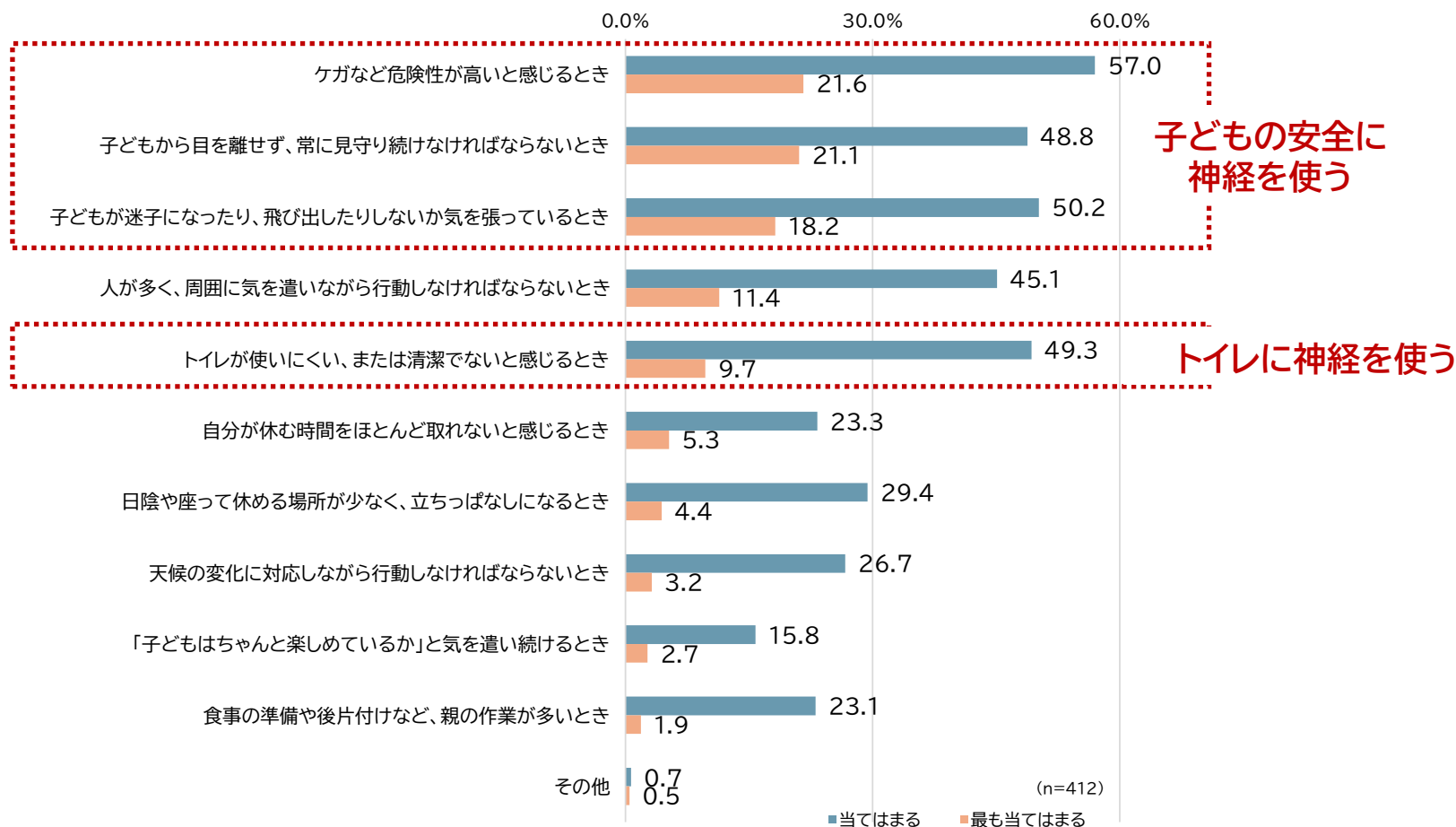
Q4 お出かけ先で、親として「神経を使う(疲れる)」のはいつですか？  
当てはまるものすべてと最も当てはまるもの一つお選びください。

### 1 神経を使う場面

Point

- 親として神経を使う部分について尋ねると、安全性に関する選択肢の回答割合が高い傾向を示していた。レジャーを行う際に子どもをいかに安全に遊ばせるかということについて、気を遣っていることがうかがえる。
- また、トイレについても気を遣っていることもうかがえた。

全体傾向



## レジャーに対する意識

Q4 お出かけ先で、親として「神経を使う(疲れる)」のはいつですか？  
当てはまるものすべてと最も当てはまるものを一つお選びください。

1

### 神経を使う場面(子どもの年齢別)

Point

- 6歳以下の子どもをもつ層は、子どもが迷子や飛び出しの危険性があるため、常に見守り続けていることに疲れている傾向がうかがえた。
- 小学生以上の子どもをもつ層は、子どもの活動量が増えることからケガの危険性に気を遣っていることがうかがえた。
- 各選択肢への反応個数を見ると、「未就学児(0~3歳)」は、4.35個と他の年代と比較すると高くなっている。そのため、レジャーに出かけることでより疲れやすい環境があると推察される。

#### 子どもの年齢別傾向

	n数	子どもが迷子や飛び出しの危険性があるため、常に見守り続けていることに疲れている傾向がうかがえた。	小学生以上の子どもをもつ層は、子どもの活動量が増えることからケガの危険性に気を遣っていることがうかがえた。	各選択肢への反応個数を見ると、「未就学児(0~3歳)」は、4.35個と他の年代と比較すると高くなっている。	そのため、レジャーに出かけることでより疲れやすい環境があると推察される。	また、清潔で使いにくいと感じることも、行動しなげば、人が多く、周りに行動しなげば、対応がき	行動しなげば、人が多く、周りに行動しなげば、対応がき	行動しなげば、人が多く、周りに行動しなげば、対応がき	食事の準備や後片付けなど、親の負担が大きいこと	と、子どもは楽しんでいるか、継続しているか	ほとんどの人が、自分の時間をとりたい	その他	
全体	412	50.2	48.8	57.0	29.4	49.3	45.1	26.7	23.1	15.8	23.3	0.7	
子どもの年齢	未就学児(0~3歳)	164	64.0	68.9	68.3	29.3	50.0	55.5	28.0	31.1	17.1	22.6	0.6
	未就学児(4~6歳)	116	56.0	51.7	55.2	31.0	53.4	49.1	23.3	20.7	16.4	29.3	-
	小学生以上	132	28.0	21.2	44.7	28.0	44.7	28.8	28.0	15.2	13.6	18.9	1.5

反応個数

4.35個

3.86個

2.73個

各年齢層の上位3つ

単位:%

## 必要なサービス・設備

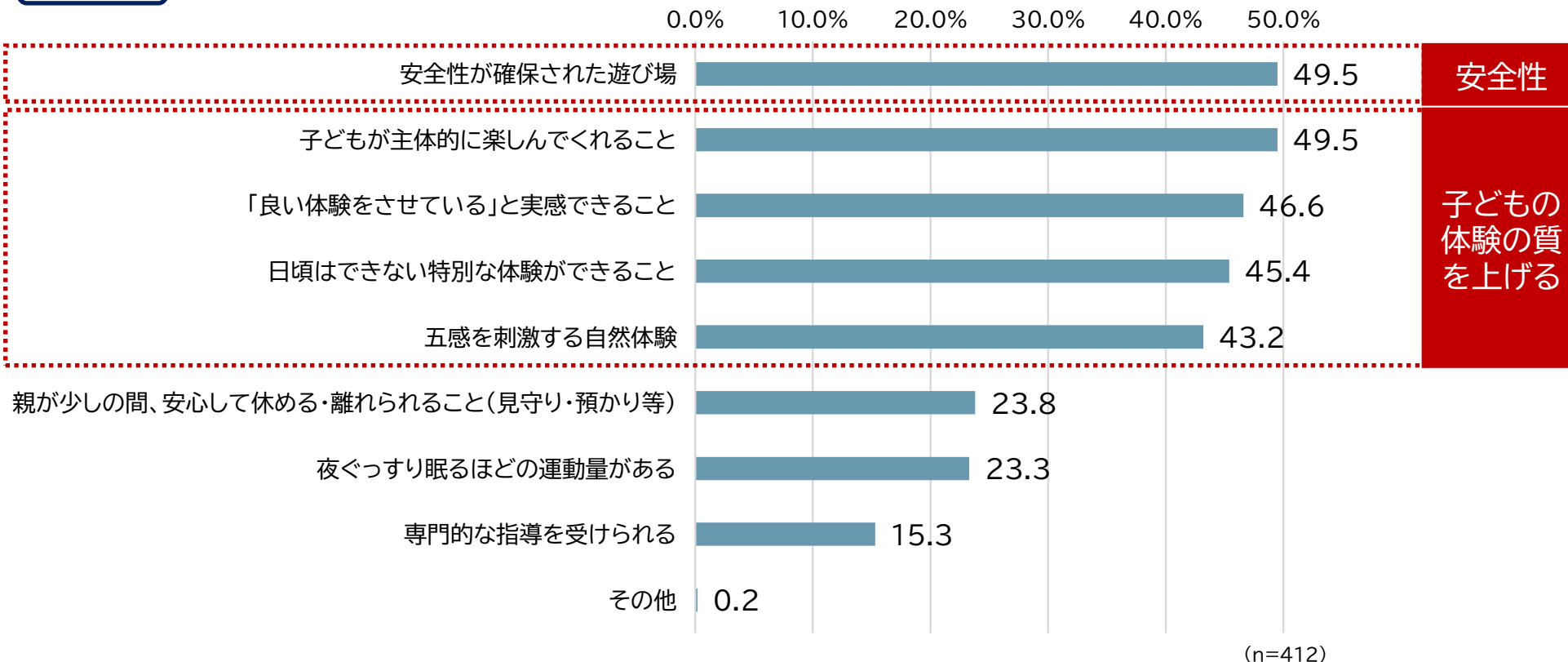
Q5 子どもを遊ばせる環境として、「お金を払ってでも提供したい価値」は何ですか？

### 1 お金を支払ってもよいと思う価値・サービス

Point

- お金を払ってもよいサービスについては、「安全性」が確保された空間へのニーズと、質の高い体験コンテンツへのニーズがあることが分かった。

全体傾向



## 必要なサービス・設備

Q5 子どもを遊ばせる環境として、「お金を払ってでも提供したい価値」は何ですか？

### 1 お金を支払ってもよいと思う価値・サービス(子どもの年齢別)

Point

- 子どもの年齢別傾向を見ると、「未就学児(0~3歳)」は安全性、「未就学児(4~6歳)」は子どもが主体的に楽しめるコンテンツ、「小学生以上」は良質な体験コンテンツを期待されている。

子どもの年齢別傾向 最上位回答

未就学児(0~3歳)

安全性の確保  
**62.2%**

未就学児(4~6歳)

主体的に楽しむ  
**51.7%**

小学生以上

子どもに「良い  
体験」をさせたい  
**53.8%**

	n 数	安全 性が 確保 され た遊 び場	五 感を 刺激 する 自然 体験	夜 ぐっ す 運り 動眠 量が ほ あど るの	専 門 的 な 指 導 を 受 け ら れ る	休 親 め が 少 し 離 れ 間 ら れ 安 心 こ し と て	「 良 い 体 験 を さ せ て い こ る と」	楽 し ん ど も く が 主 体 的 に	日 頃 は 体 験 が で き な い 特 別 な	そ の 他	
全体	412	49.5	43.2	23.3	15.3	23.8	46.6	49.5	45.4	0.2	
子 ど も の 年 齢	未就学児(0~3歳)	164	<b>62.2</b>	45.1	25.6	13.4	22.6	42.1	<b>49.4</b>	<b>47.6</b>	0.6
	未就学児(4~6歳)	116	<b>50.0</b>	42.2	25.0	18.1	31.0	44.8	<b>51.7</b>	<b>49.1</b>	-
	小学生以上	132	33.3	<b>41.7</b>	18.9	15.2	18.9	<b>53.8</b>	<b>47.7</b>	39.4	-

各年齢層の上位3つ

単位:%

## 必要なサービス・設備

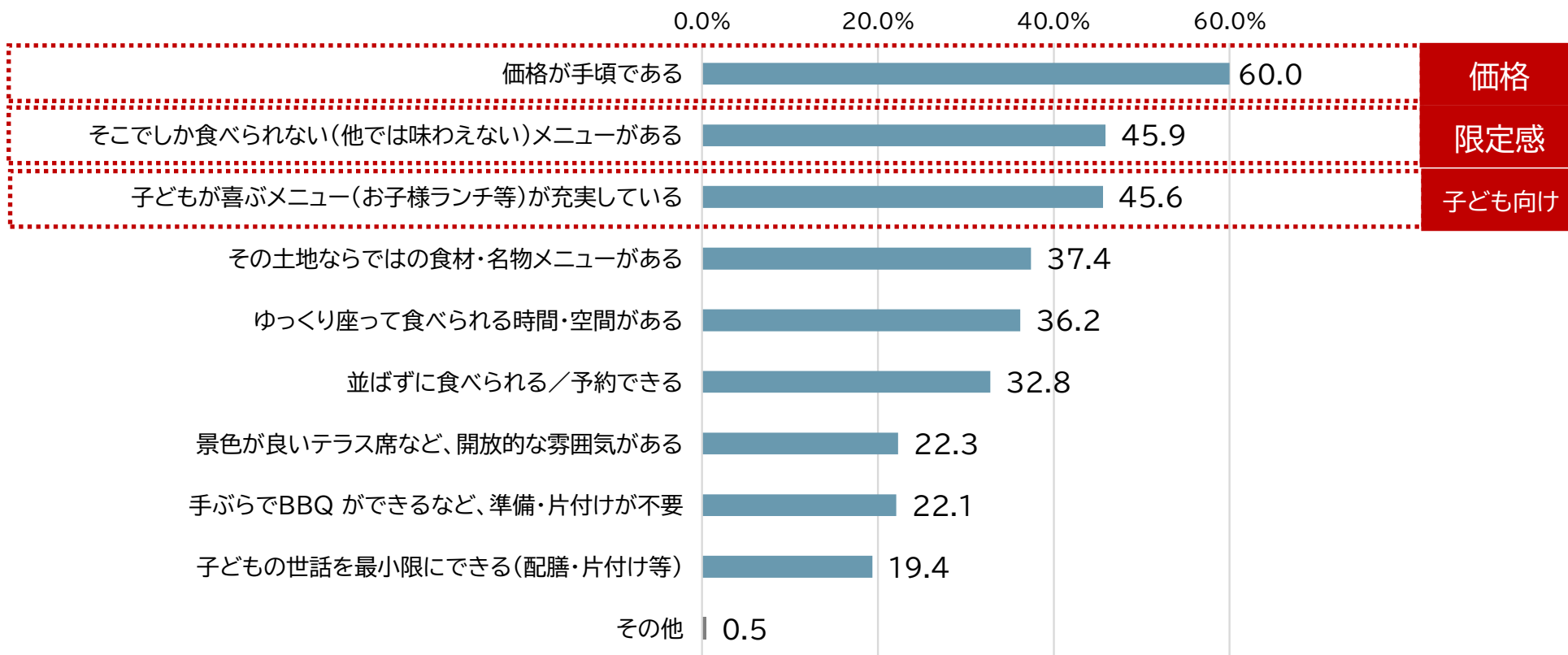
Q6 お出かけ先で、持ち込みをやめて「現地で食事をしよう」と思う決定打は何ですか？

### 2 現地で食事を促す要因

Point

- 現地で食事を促す要因としては、「価格が手頃である」が最も高い割合を示していた(60.0%)。
- 次に「限定感(45.9%)」「子どもが喜ぶメニュー(45.6%)」が続く。
- 一方で、野呂山の魅力と考えられる「景色の良さ・開放的な雰囲気」は22.3%であった。

全体傾向



(n=412)

## 必要なサービス・設備

Q6 お出かけ先で、持ち込みをやめて「現地で食事をしよう」と思う決定打は何ですか？

### 2 現地で食事をする誘因(子どもの年齢別)

Point

- 子どもの年齢別傾向を見ると、「未就学児(0~3歳)」と「未就学児(4~6歳)」は「子どもが喜ぶメニュー」が「小学生以上」は「そこでしか食べられないメニューが充実している」が「価格が手頃」に加えて高かった。
- また、「未就学児(4~6歳)」では「ゆっくり座って食べられる時間・空間がある」も44.8%であった。

子どもの年齢別傾向		価格が手頃以外の回答割合(最上位)											
年齢別	誘因	割合	景色が開放的なテラス気席がある、	その土地ならではの食材料・	メニューがおいしい	ここでしか食べられない(他は味わる)	子どもが喜ぶメニュー	手ぶらでBBQ	価格が手頃である	並ばずに食べられる	子ども(の世話を最限に)	ゆっくり座って食べられる	その他
n	数												
未就学児(0~3歳)	子どもが喜ぶメニュー	49.4%											
未就学児(4~6歳)	子どもが喜ぶメニュー	55.2%											
小学生以上	その場所限定のメニュー	56.1%											
全体			22.3	37.4	45.9	45.6	22.1	60.0	32.8	19.4	36.2	0.5	
子どもの年齢	未就学児(0~3歳)	164	21.3	32.9	43.9	49.4	21.3	61.0	33.5	30.5	39.0	0.6	
	未就学児(4~6歳)	116	19.0	34.5	37.1	55.2	22.4	64.7	41.4	17.2	44.8	-	
	小学生以上	132	26.5	45.5	56.1	32.6	22.7	54.5	24.2	7.6	25.0	0.8	
各年齢層の上位3つ													

単位:%

## 必要なサービス・設備

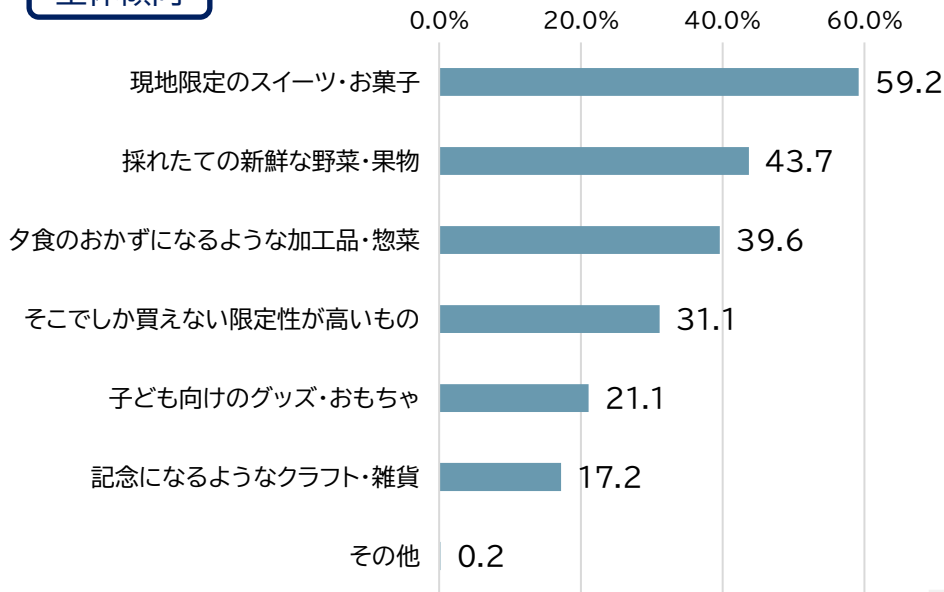
Q7 お出かけ先で、思わず「買って帰りたい」と思うものは何ですか？

### 3 お土産購入の誘因(商品内容)

Point

- お土産を購入してもらうための誘因(商品内容)としては、「現地限定のスイーツ・お菓子」が最も高い割合を示していた(59.2%)。
- 次に「採れたての新鮮な野菜・果物(43.7%)」「夕食のおかずになるような加工品・惣菜(39.6%)」であった。

#### 全体傾向



#### 子どもの年齢別傾向

→全体傾向と同一の傾向  
「スイーツ・お菓子」「野菜・果物」「加工品・惣菜」

子どもの年齢	n数	誘因(商品内容)							
		採れたての新鮮な野菜・果物	現地限定のスイーツ・お菓子	夕食のおかずになるような加工品・惣菜	子ども向けのグッズ・おもちゃ	記念になるようなクラフト・雑貨	限定性が高いもの	そこでしか買えないもの	その他
全体	412	43.7	59.2	39.6	21.1	17.2	31.1	0.2	
未就学児(0~3歳)	164	44.5	57.3	39.6	29.3	15.2	28.0	-	
未就学児(4~6歳)	116	44.8	56.9	39.7	21.6	19.0	35.3	0.9	
小学生以上	132	41.7	63.6	39.4	10.6	18.2	31.1	-	

各年齢層の上位3つ

単位:%

1 スイーツ・お菓子  
59.2%

2 野菜・果物  
43.7%

3 加工品・惣菜  
39.6%

## 必要なサービス・設備

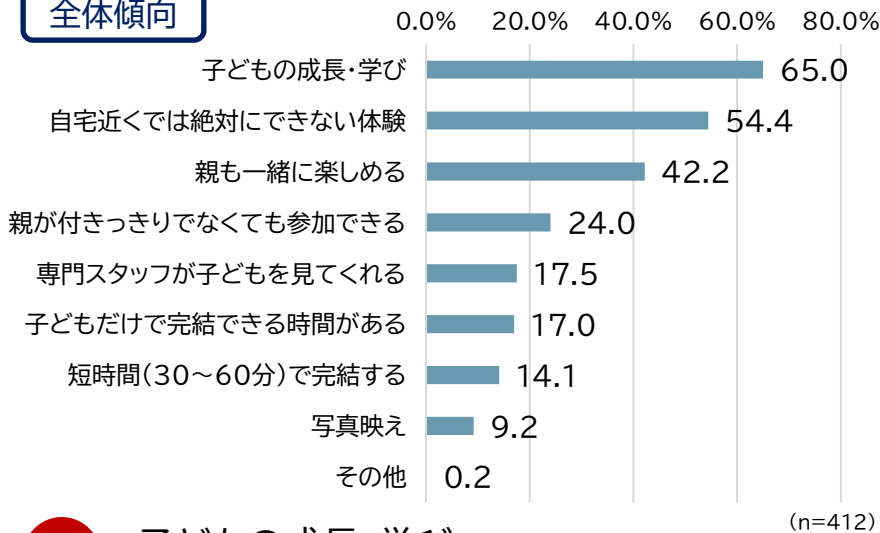
Q8 「有料でも子どもに体験させたい」アクティビティに不可欠な要素は何ですか？

### 4 アクティビティの誘因

Point

- アクティビティの誘因としては、「子どもの成長・学び」が最も高い割合を示していた(65.0%)。
- 次に「自宅近くでは絶対にできない体験(54.4%)」「親も一緒に楽しめる(42.2%)」であった。

#### 全体傾向



#### 子どもの年齢別傾向

→全体傾向と同一の傾向

「子どもの成長」「自宅近くでは体験できない」「親も一緒に楽しめる」

子どもの年齢	n数	親も一緒に楽しめる	写真映え	子どもの成長・学び	自宅近くでは絶対にできない体験	短時間(30~60分)で完結する	でなくても親が付きっきり	子ども専門が見守ってくれる	子どもだけで完結できる	その他
全体	412	42.2	9.2	65.0	54.4	14.1	24.0	17.5	17.0	0.2
子どもの年齢	未就学児(0~3歳)	44.5	8.5	70.1	50.0	20.7	21.3	21.3	14.6	-
	未就学児(4~6歳)	35.3	11.2	66.4	61.2	11.2	24.1	20.7	22.4	0.9
	小学生以上	45.5	8.3	57.6	53.8	8.3	27.3	9.8	15.2	-
各年齢層の上位3つ										

1 子どもの成長・学び  
65.0%

2 自宅近くでは絶対にできない体験  
54.4%

3 親も一緒に楽しめる  
42.2%

## 必要なサービス・設備

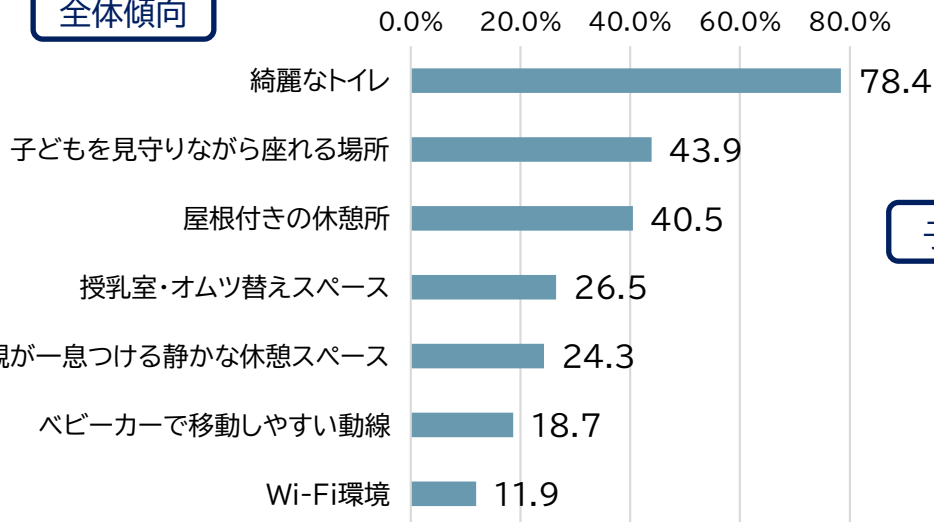
Q9 山頂レジャースポットにおいて、「これだけは整備してほしい」設備は何ですか？

### 5 整備して欲しい設備のニーズ

Point

- 整備して欲しい設備の回答を見ると、「綺麗なトイレ」へのニーズが高かった(78.4%)。
- 次いで「見守りながら座れる場所(43.9%)」「屋根付きの休憩所(40.5%)」であった。
- 子どもの年齢別に見ると、「綺麗なトイレ」のニーズはどの年齢層でも高い傾向を示している。

#### 全体傾向



#### 子どもの年齢別傾向

子どもの年齢	n数	綺麗なトイレ	授乳室・オムツ替えスペース	屋根付きの休憩所	Wi-Fi環境	移動しやすい動線	静かな親が休憩できる	ながら子ども座れる見守り	
									全
全体 (n=412)	412	78.4	26.5	40.5	11.9	18.7	24.3	43.9	
子どもの年齢	未就学児(0~3歳)	164	80.5	54.9	43.3	11.0	33.5	28.7	45.1
	未就学児(4~6歳)	116	79.3	8.6	44.0	13.8	8.6	22.4	50.9
	小学生以上	132	75.0	6.8	34.1	11.4	9.1	20.5	36.4

各年齢層の上位3つ

単位:%

1 綺麗なトイレ  
78.4%

2 見守りながら座れる場所  
43.9%

3 屋根付きの休憩所  
40.5%

## 必要なサービス・設備

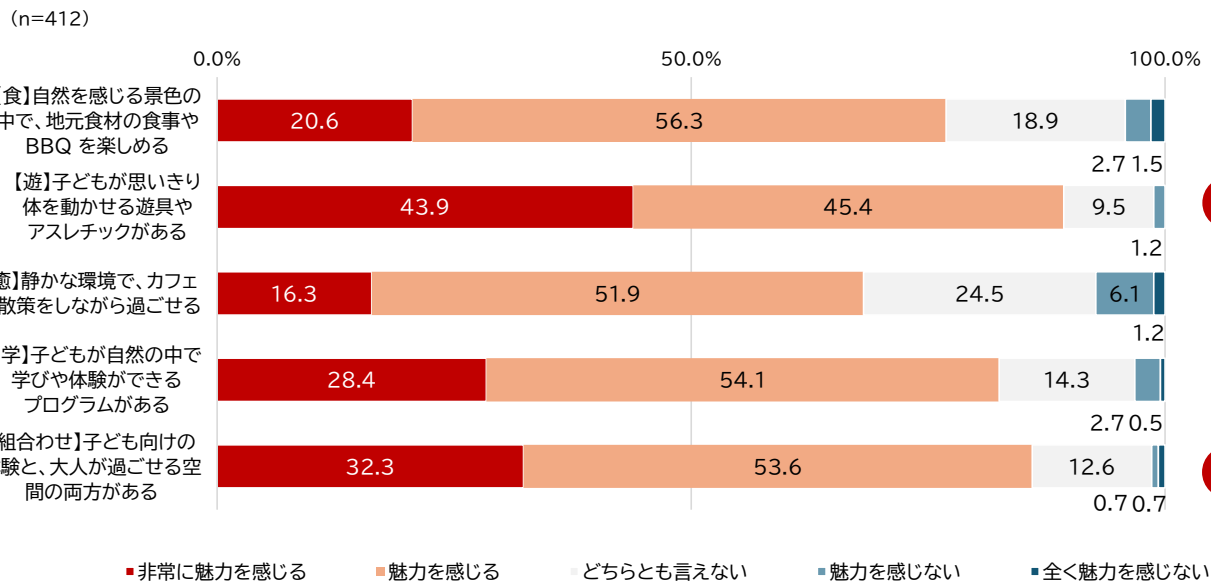
Q10 もし近場に「景色が良く、自然を感じられる山」があったとしたら、次のような過ごし方について、どの程度魅力を感じますか。

### 6 景色が良く、自然を感じられる山での過ごし方

Point

- 魅力的な過ごし方について、「【遊】子どもが思いきり体を動かせる遊具やアスレチックがある」が最も高い傾向だった(4.32pt)。次いで「【組み合わせ】子ども向けの体験と、大人が過ごせる空間の両方がある」が4.16ptだった。
- 子どもが遊べる空間を提供するのはもちろん重要だが、大人の過ごせる環境作りも重要である。

#### 全体傾向



※平均ポイント:「非常に魅力を感じる」5点~「全く魅力を感じない」1点で平均化したもの

#### 平均ポイント※

3.92pt

① 4.32pt

3.76pt

4.07pt

② 4.16pt

#### 子どもの年齢別傾向

年齢	n数	全体	【食】自然を感じる	【遊】子どもが思いきり体を動かせる	【癒】静かな環境で、散歩をしながら過ごせる	【学】子どもが自然の中で学びや体験ができる	【組み合わせ】子ども向けの体験と、大人が過ごせる空間の両方がある
子どもS C 2の年齢							
未就学児(0~3歳)	164	3.91	4.43	3.74	4.10	4.15	
未就学児(4~6歳)	116	3.84	4.28	3.72	4.03	4.16	
小学生以上	132	4.00	4.21	3.81	4.08	4.17	

各年齢層の上位3つ

単位:pt

# V 調査結果のまとめ

各調査の結果のまとめ

## ■ 野呂山来訪者調査経年比較まとめ

### 【滞在日数/滞在時間】

- 野呂山来訪者の宿泊率(呉市内)は9.7%(前年18.4%)であり、日帰り客の滞在時間は平均2.66時間(前年2.65時間)であった。滞在時間は変化はないが、宿泊率は減少傾向にある。

### 【目的、同行人数、同行者】

- 野呂山を主目的として訪問した方は79.6%(前年71.7%)で、前年度より上昇。訪問目的は自然、景観鑑賞(62.8%)が最も多い。ドライブ(36.3%)は前年度より7ポイント以上上昇。
- 訪問人数は2人が多く(48.7%)、ほとんどが家族での訪問となっている(83.8%)。

### 【観光経験(リピーター比率)】

- リピーター比率は83.2%であり、前年度(90.8%)よりも減少。うち60.2%が5回目以上の訪問である。
- 半年未満での再訪が61.7%と前年度(59.6%)よりも上昇。

### 【満足度】

- 総合満足度では、満足した(大変満足と満足を合算した割合)が69.9%。前年度から12.6ポイント減少したものの、約7割と高水準を維持している。施設別にみると、「星降る展望台」「鉢巻展望台」「かぶと岩展望台」の評価が高い。

### 【再訪意向】

- 再訪意向では、再訪したい(絶対訪れたい+訪れたいを合算した割合)が前年度と同様に98.2%と高水準を維持している。

### 【来訪のきっかけ・要望】

- 野呂山に来るきっかけでは「カフェ」「展望浴場」「景色の良いレストラン」が上位。
- 野呂山の活用のための要望では、「環境/施設の整備」「交通関係の整備」に関する意見が多く挙げられた。

## まとめ

近隣から野呂山を主目的とし、家族で自然、景観鑑賞やドライブに訪れる方が多く、短時間の滞在となる傾向は継続。  
野呂山の自然景観を生かした飲食店や、浴場等の需要が見込まれるため、そのような環境があれば滞在時間が延びる可能性がある。

## ■ 野呂高原ロッジ利用者調査経年比較まとめ

### 【目的、同行人数、同行者】

- ・ 野呂高原ロッジを主目的として訪問した方は27.2%（前年39.7%）であり、前年度より減少。7割が野呂山のついでに訪問している。訪問目的は「食事」「売店・パンの購入」が上位となり、宿泊(15.7%)は前年度より9.4ポイント上昇した。
- ・ 訪問人数は2人(44.3%)が多く、家族(87.9%)での訪問が多い。

### 【観光経験(リピーター比率)】

- ・ リピーター比率は85.7%であり、前年度(71.4%)よりも上昇。うち68.6%が5回目以上の訪問である。

### 【利用のきっかけ】

- ・ 利用のきっかけは食事(28.6%)、情報媒体は家族、知人等(40.0%)が多い。

### 【野呂高原ロッジの満足度】

- ・ 総合満足度では、満足した(大変満足と満足を合算した割合)が67.1%で前年度より5.2ポイント上昇している。施設別にみると、「大浴場」「客室から見える風景」「パンコーナー」等が高い。

### 【野呂高原ロッジの再訪意向】

- ・ 再訪意向では、再訪したい(絶対訪れたいと訪れたいを合算した割合)が87.1%で前年度と同様に高水準を維持している。

### 【野呂高原ロッジの施設・サービスへの要望、食べてみたい料理】

- ・ 施設・サービスの要望としては、野菜、果物等の販売など「地元産品の販売の充実」、洋式トイレ、ウォシュレットの設置など「トイレの改善」に関する意見が多く挙げられている。食べてみたい料理では「軽食」が多く挙げられている。

### 【野呂山の満足度】

- ・ 野呂山の総合満足度では、満足した(大変満足と満足を合算した割合)が82.9%で前年度より5.1ポイント上昇。

まとめ 野呂高原ロッジは、野呂山訪問のついでに食事、売店、パンの購入での利用が多く、休憩等で軽食の需要が見られる。PRが不十分との意見も多くあり、野呂山及び野呂高原ロッジの強みの情報を発信することが必要と推察される。

## ■ファミリー層向けレジャー調査結果まとめ

### 【レジャーの実態と消費動向】

- ・ 来訪動機と活動内容: 「大型遊具での遊び」が67.7%と突出しており、ファミリー層への強力な誘客フックとなっている。一方で、活動内容は遊具や景観鑑賞に偏っており、体験型コンテンツの利用は限定的である。
- ・ 現在の支出ポイント: 支出の約7割が飲食費(現地購入・持込含む)に集中している。カフェ利用への支出意向も5割を超えており、特定の「食」に対する支払意欲は確認できる。
- ・ 滞在時間と収益の相関: 滞在時間は「3~5時間」が半数を占める。滞在時間が延びるほど飲食費等の支出率が上昇する傾向にあるが、現状は短時間滞在に留まっているため、消費機会を逸失している可能性がある。

### 【利用者の潜在ニーズに応じた付加価値サービスの拡充】

- ・ 親の心理的ストレスと安全管理: 外出時の最大の懸念は「ケガなどの危険性」(57.0%)や「子どもの見守り」である。この「見守り負担」を軽減する付加価値サービス(例:安全監視スタッフ付きのプレイエリア、リストバンド型迷子防止策など)には課金の余地がある。
- ・ インフラへの不満とプレミアム需要: トイレの清潔さ(78.4%)や、日陰・休憩所の不足が顕著な課題となっている。単なる公共設備の改善に留まらず、有料の「プレミアム休憩ラウンジ」や「予約制の日除けスペース」など、快適さを保証するサービスへの転換が検討できる。
- ・ 支出の決定打となる価値観: アクティビティに対しては「子どもの成長・学び」(65.0%)が重要な選択基準となっている。単なる遊具遊びから、親が安心して見守れる「教育的価値のある有料プログラム」へのシフトにより、顧客単価の向上が期待できる。

### まとめ

ファミリー層が抱える「安全性・快適性」への強い要望は、現状の無料提供範囲では十分に満たされていない。これらのニーズを的確に捉え、心理的負担を軽減し満足度を保証する「付加価値型サービス」を拡充することで、滞在時間の延長と持続可能な事業性の確保が期待できる。