

こうふ開府500年記念事業KPI設定調査 ～各調査結果からのサマリー～

調査目的

こうふ開府500年記念事業の実施にあたり、その評価指標としての「本事業実施に伴う市民や県民等の意識変容及び態度変容等」測定のため、その各項目にかかる実態把握、数値目標設定及び分析・検証に向けたインターネット調査、アンケート調査を実施した。

調査仕様

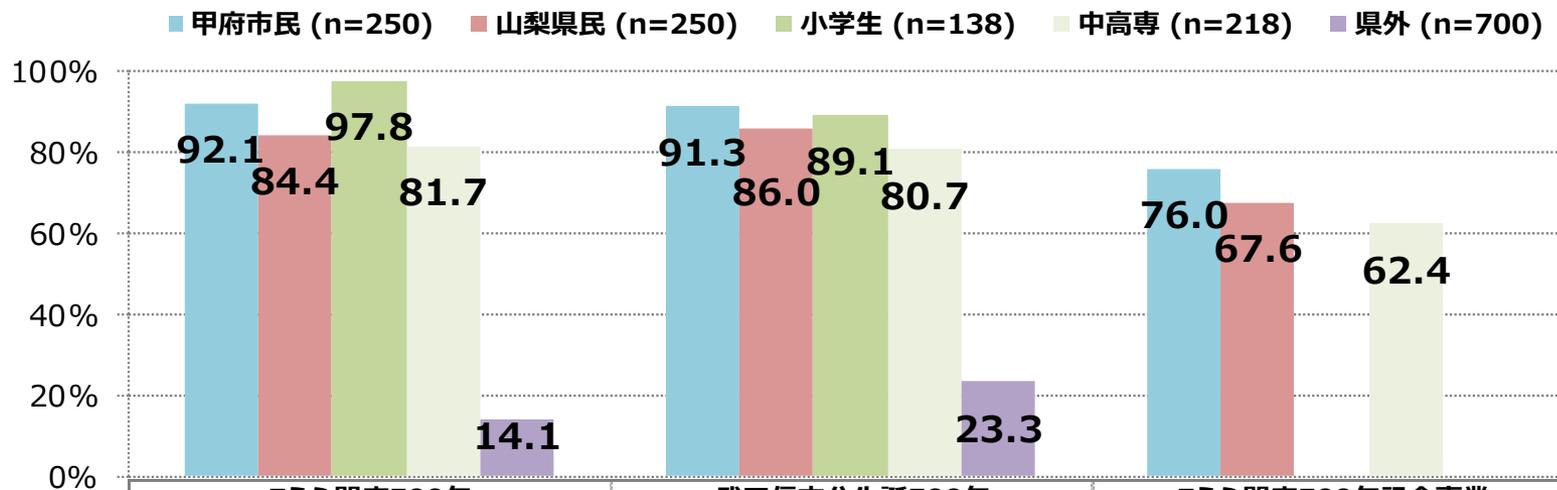
- (1) インターネット調査/ 市民・県民【調査A】
- 1) 調査対象者 甲府市民・山梨県民 ※山梨県在住者／居住地を「山梨県」と登録しているモニター
 - 2) 調査モニター数 500名
 - 3) 調査時期 2022年1月
- (2) アンケート調査/ 学生【調査B】 ※PC・タブレットでの回答
- 1) 調査対象者① 甲府市在学の小学生（5～6年生/5校）
 - 調査対象者② 甲府市在学の中学生・高校生・専門学生（7校）
 - 2) 調査モニター数 小学生 138サンプル
中学・高校生・専門学生 218サンプル
 - 3) 調査時期 2021年12月～2022年1月
 - 4) その他 ・教育委員会及び関係機関へ協力依頼
- (3) インターネット調査/ 県外【調査C】
- 1) 調査対象者 1都3県+隣県3県（東京・千葉・神奈川・埼玉・静岡・長野・愛知）在住者
 - 2) 調査モニター数 700名
 - 3) 調査時期 2022年1月

個別調査の詳細及び結果については、各調査報告書（分冊）をご覧ください。

昨年2021年に信玄公が生誕500年を迎えたこともあり、認知浸透は前回から大幅に上昇。 しかし、こうふ開府/記念事業の認知浸透については前回からやや薄れている傾向が見られる。

- 『こうふ開府500年』は、甲府市民・小学生で9割以上の認知。山梨県民・中高専では8割の認知。しかし、中高専の認知は前回調査から11ptの減少。
- 『武田信玄公生誕500年』は、甲府市民・小学生で9割程度の認知。山梨県民・中高専では8割台の認知。いずれの居住地域・学生種別においても前回調査から認知は大きく上昇傾向。
- 『こうふ開府500年記念事業』は、山梨県民・中高専では6割程度の認知。甲府市民では7割半ばの認知。また、甲府市民・中高専は前回調査から10pt程度減少。山梨県民はほぼ横ばい。

「知っていた」「聞いたことがある程度」計 (%)

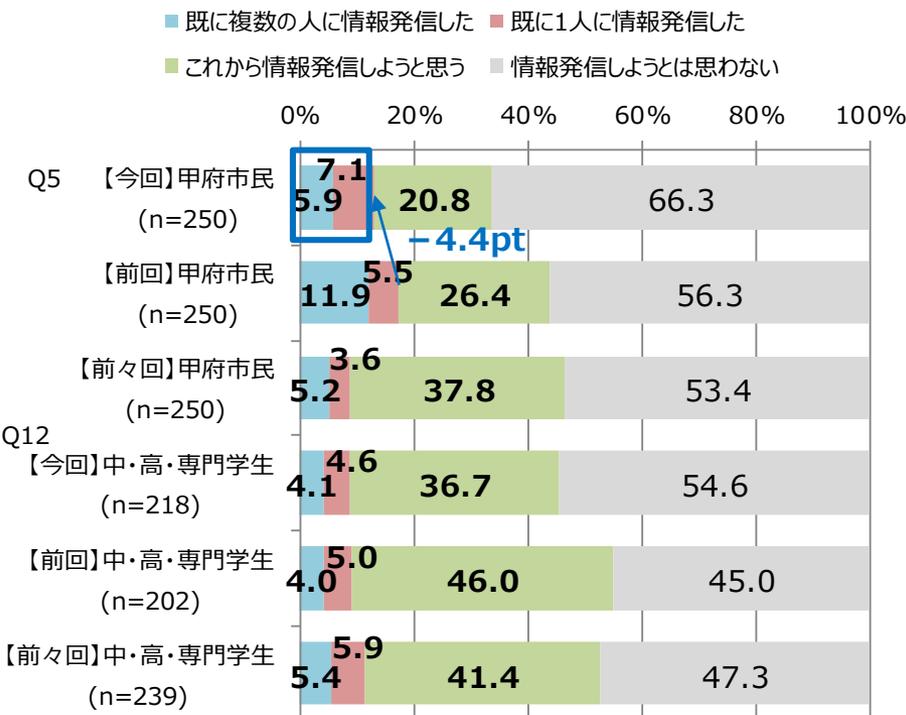


	こうふ開府500年			武田信玄公生誕500年			こうふ開府500年記念事業			
	2021年	21-19差分	19-18差分	2021年	21-19差分	19-18差分	2021年	21-19差分	19-18差分	
甲府市民 (n=250)	92.1	-3.5	+7.7	91.3	+15.0	+15.6	76.0	-8.8	+12.5	SQ3/SQ4/SQ6
山梨県民 (n=250)	84.4	+0.0	+14.0	86.0	+22.8	+18.0	67.6	+0.8	+12.8	
小学生 (n=138)	97.8	+3.5	+8.6	89.1	+22.0	+4.9				Q4/Q5/-
中高専 (n=218)	81.7	-10.9	+7.6	80.7	+27.8	-1.8	62.4	-9.4	+14.0	Q4/Q5/Q7
県外 (n=700)	14.1	-2.3	+3.0	23.3	+3.1	+2.3				Q4/Q5/-

情報発信率は、中高専では前回から変化がなかった。甲府市民では昨年から若干減少。

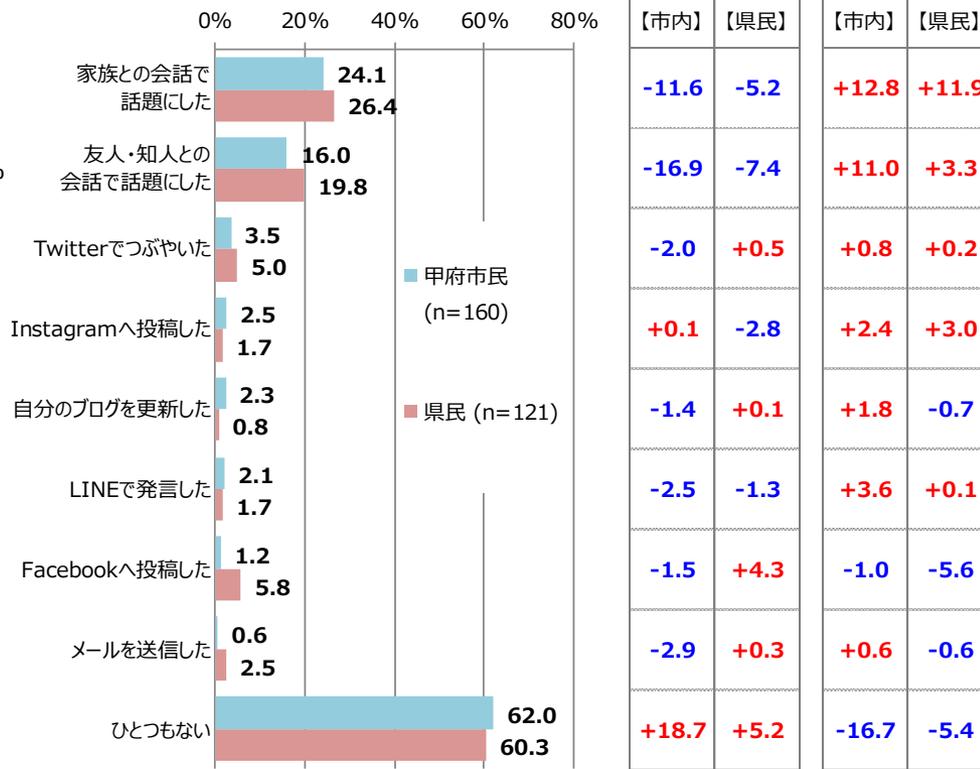
- こうふ開府500年について情報発信を行ったのは甲府市民で13%で、前回調査から4pt減少。中高専では、9%が実際に情報発信を行っており、前回調査から変化は見られない。
- 甲府市民・県民のともに、家族や友人・知人との会話において、記念事業イベントを話題にしている傾向。しかし、甲府市民では家族等の会話の話題にする割合が、前回から10~15pt減少しており、何も発信していない層が19pt増加している。県民では、Facebookへの投稿割合が前回から微増しているものの、家族や友人・知人との会話の話題にする割合は5~7pt減少。

情報発信の実施/意向



記念事業イベントに関する情報発信行動 Q3

※記念事業イベント参加または認知者



※SNSは投稿の他に「いいね！」「リツイート」といった反応も含む
 ※市内・県民いずれかが2%以上の媒体について抜粋

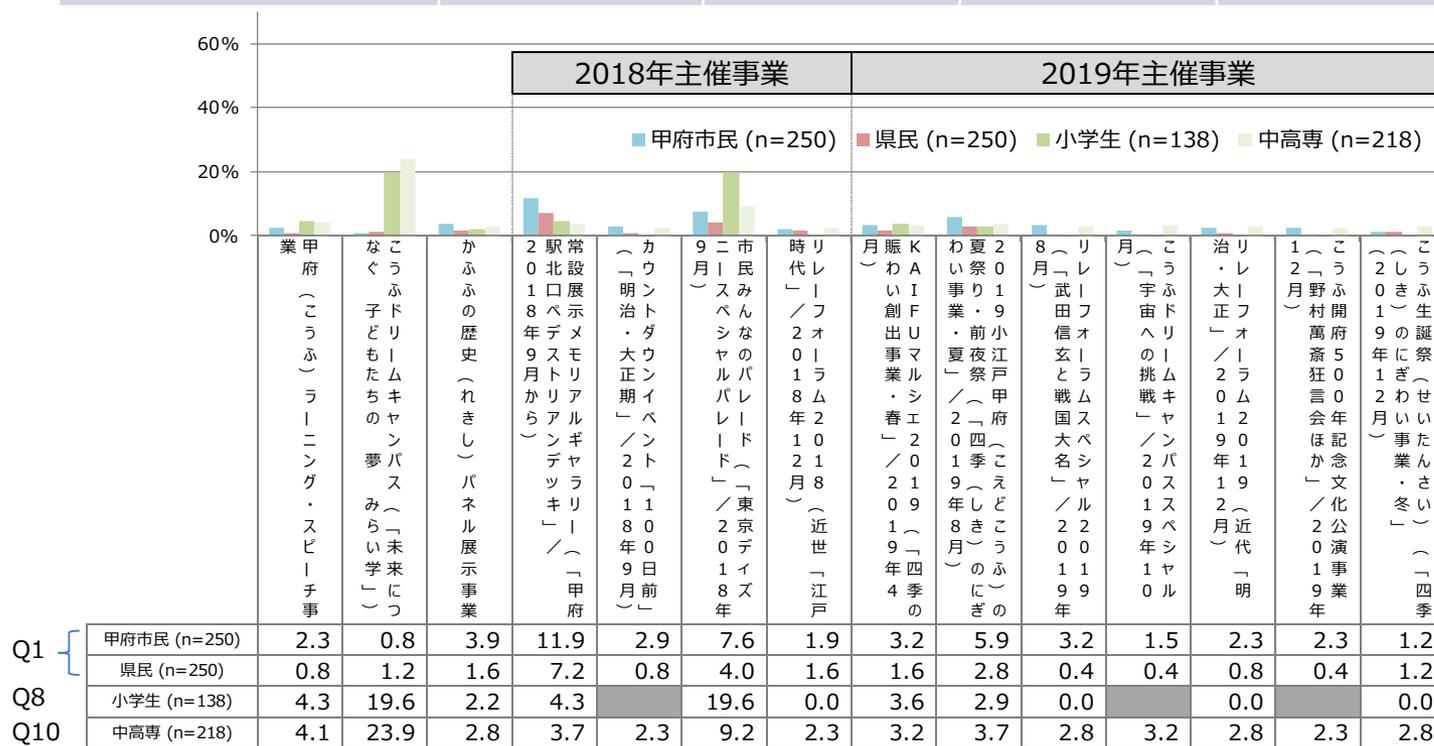
前回調査よりも事業への参加率は低下。コロナによる活動自粛の影響も少なからずあるように思われる。

- 小学生では5割弱が何かしらの事業に参加経験がある様子。一方で、山梨県民は14%の参加率に留まる。
- 甲府市民・山梨県民・小学生・中高専のいずれでも前回調査と比べて参加率が減少。
- 2020~2021年事業に限ると、甲府市民・県民・小学生・中高専のいずれでも、ほとんどの事業の参加率が1割未満に留まる (次頁参照)。

こうふ開府500年 (及び信玄公生誕500年事業) への参加経験率

※「参加(応募)した」割合

【いずれか参加】	甲府市民	山梨県民	小学生	中高専
2021年	25.7	14.0	47.8	34.4
2019年	30.9	17.2	74.7	59.9
2018年	10.8	4.8	24.3	5.9



※前頁にコメントを記載

- 前頁のライド下段では2019年までに開催した事業/今頁掲載のライド下段では2020年以降+その他の開催事業の参加率を掲載。

こうふ開府500年 (及び信玄公生誕500年事業) への参加経験率

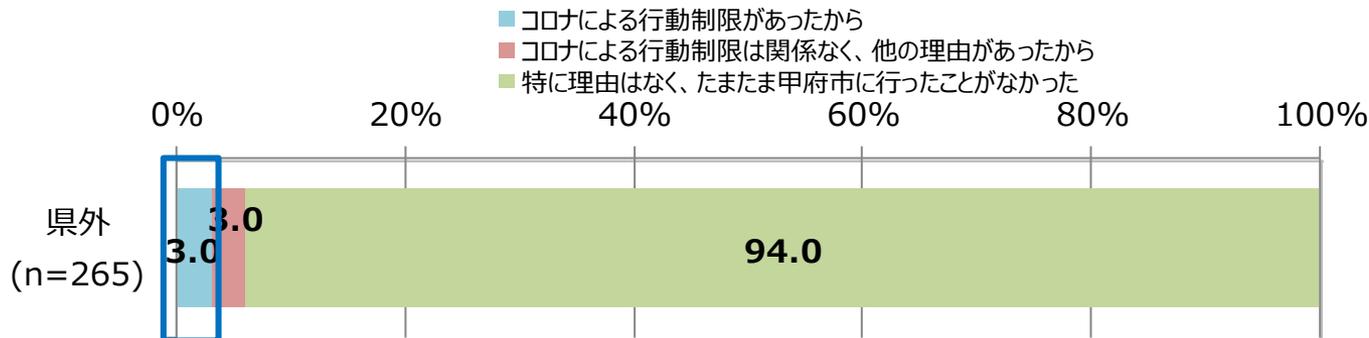
※「参加(応募)した」割合

【いずれか参加】	甲府市民	山梨県民	小学生	中高専
2021年	25.7	14.0	47.8	34.4
2019年	30.9	17.2	74.7	59.9
2018年	10.8	4.8	24.3	5.9



甲府市に行ったことがない理由（甲府市非来訪者ベース）

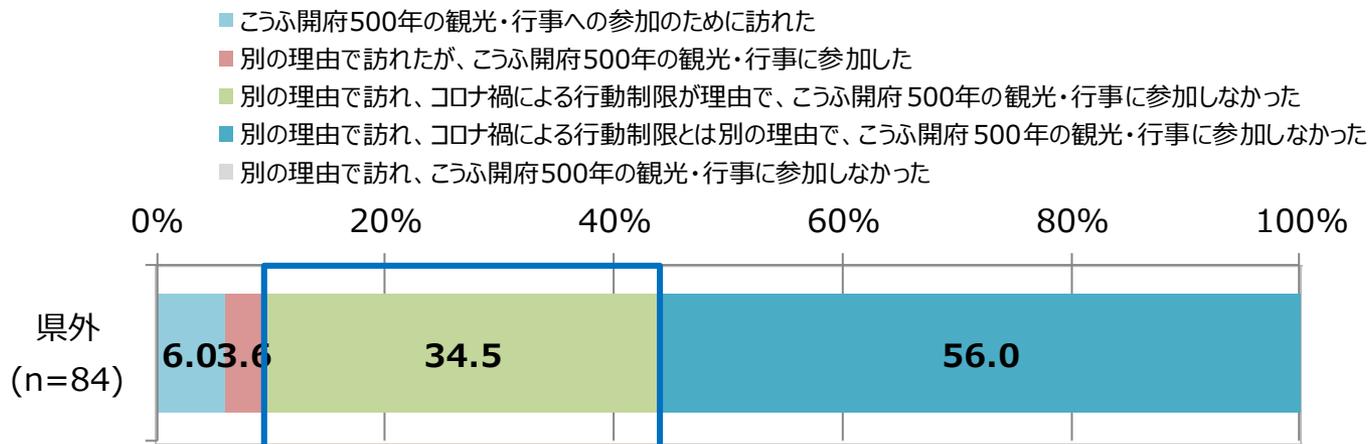
Q3



コロナによる影響

こうふ開府500年の観光・行事への参加・不参加とその理由（甲府市来訪者 且つ こうふ開府500年認知者ベース）

Q6



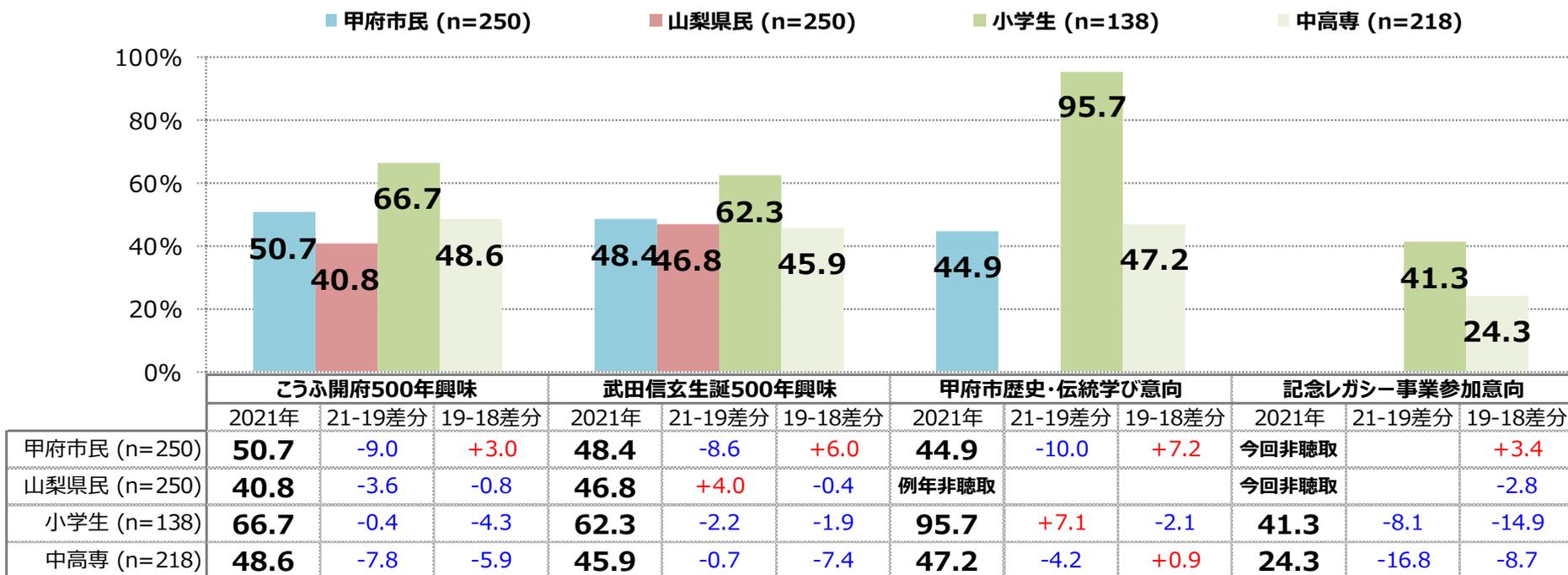
コロナによる影響

こうふ開府/武田信玄公生誕500年の関心度は前回と比べて低下傾向。 歴史・伝統を学びたい意欲は、小学生で9割半ば。前回よりさらに上昇。

- こうふ開府500年の興味について、市民・県民・中高専の興味度は前回調査から減少傾向。小学生はほぼ横ばい。
- 武田信玄公生誕500年の興味について、市民は前回調査から減少、県民は微増、小学生・中高専はほぼ横ばい～微減の傾向。
- 歴史等の学習意向について、市民・中高専のともに4割半ば。小学生では9割半ば。特に小学生は前回から7pt増加。
- 記念事業への参加意向について、小学生・中高専のともに前回調査から減少しており、特に中高専は17ptと大幅減少。

甲府の歴史・文化に関する関心度 (学びを含む)

開府500年・信玄生誕=「興味・関心がある」+「やや興味・関心がある」計 学び意向=「既に学んでいる」+「まだ学んでいないが、今後学びたい」計 記念事業=「是非参加したい」+「参加したい」計



甲府市民・山梨県民：SQ7S1/SQ7S2/SQ8 (甲府市民のみ) /-

小学生：Q6S1/Q6S2/Q7/Q9

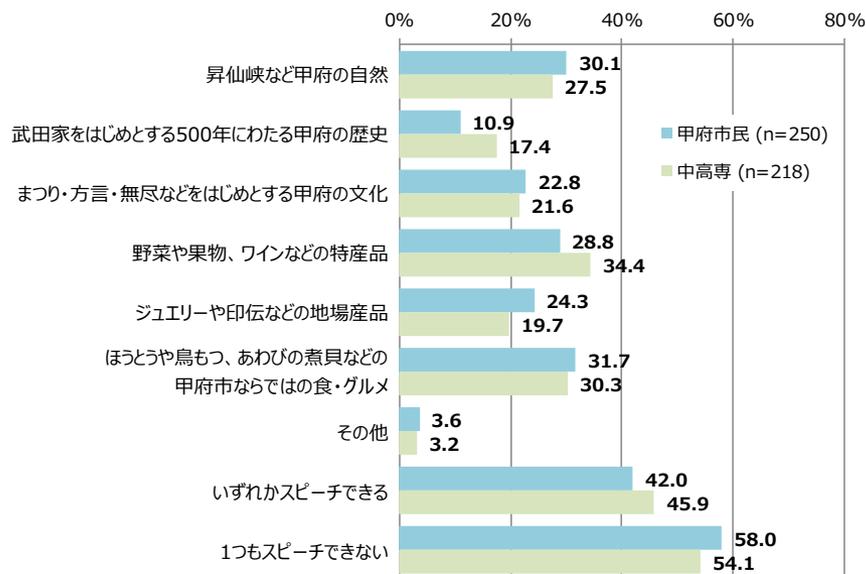
中高専：Q8S1/Q8S2/Q9/Q11

食・自然・特産品（甲府市民/中高専）や居住地・甲府（小学生）について話せる人は一定数いる。 特に、小学生では、居住地・甲府市についてスピーチできる層が4割以上いるが、前回からは減少。

- 甲府市民・中高専のともに、食関連、自然、特産品についてスピーチできる人が多い様子。しかし、甲府市民・中高専のともにいずれかスピーチできる人が前回から10～13pt減少。
- 小学生は「住んでいる地域」「甲府市」についてスピーチできる人が4割以上いる。しかし、前回調査と比べて1つもスピーチできない人が前回から12pt増加。

自らの言葉でスピーチできる割合 (甲府市民/中高専)TOP2

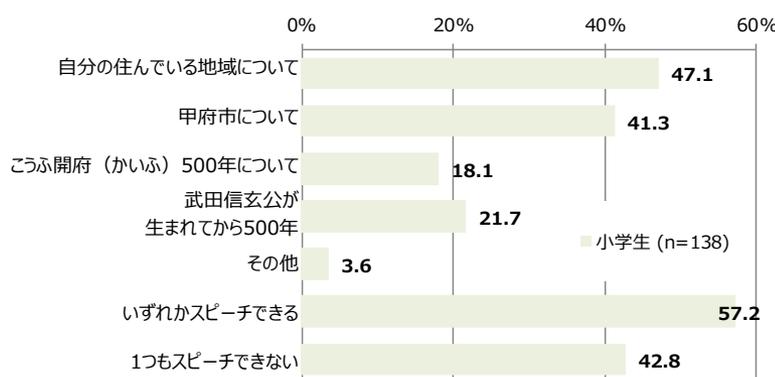
Q6 Q13



21-19 差分		19-18 差分	
甲府市民	中高専	甲府市民	中高専
-5.8	-5.2	-1.4	+3.0
-6.2	-4.8	+2.7	+2.2
-8.2	-8.6	-0.3	+2.6
-16.3	-8.7	+4.6	+2.9
-5.4	-10.0	+1.1	+5.4
-10.5	-2.9	-0.8	+0.1
+0.7	-0.7	-1.9	+0.2
-13.4	-9.6	+0.4	-1.0
+13.4	+9.6	-0.4	+1.0

スピーチできる割合 (小学生)TOP2

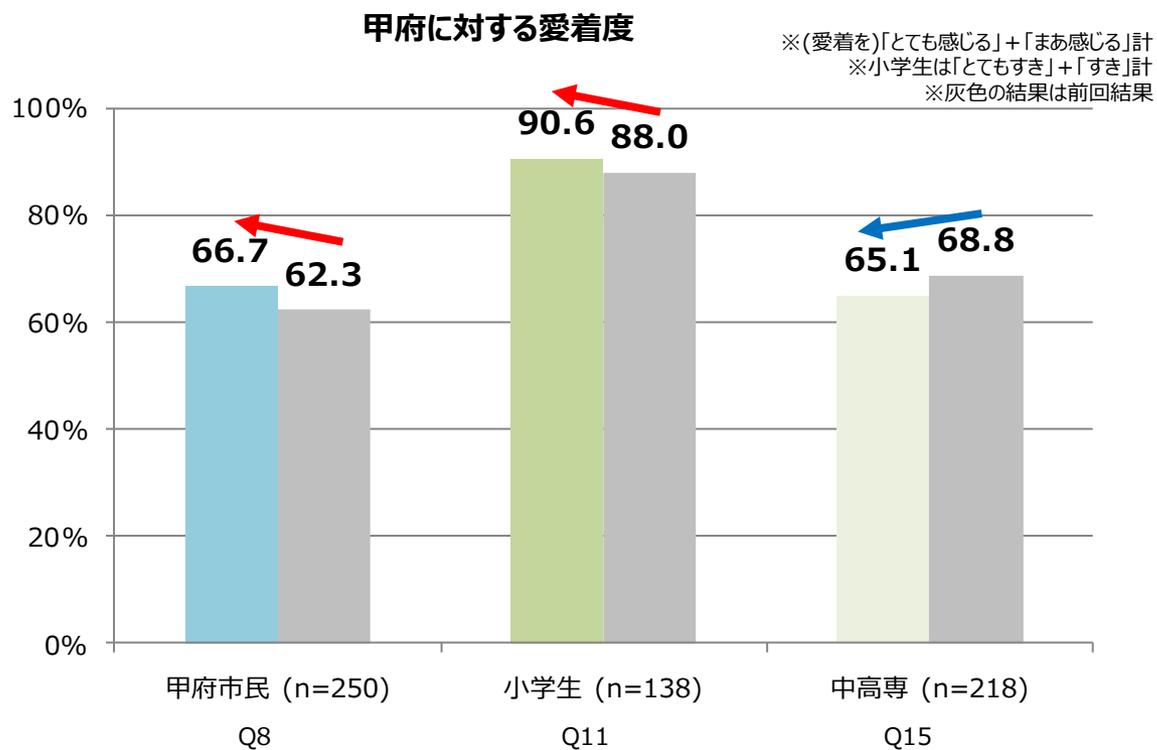
Q10



21-19差分	19-18 差分
-14.3	+17.1
-16.3	+14.7
-8.5	+14.4
-1.7	+12.7
+2.4	-10.2
-12.4	+13.9
+12.4	-13.9

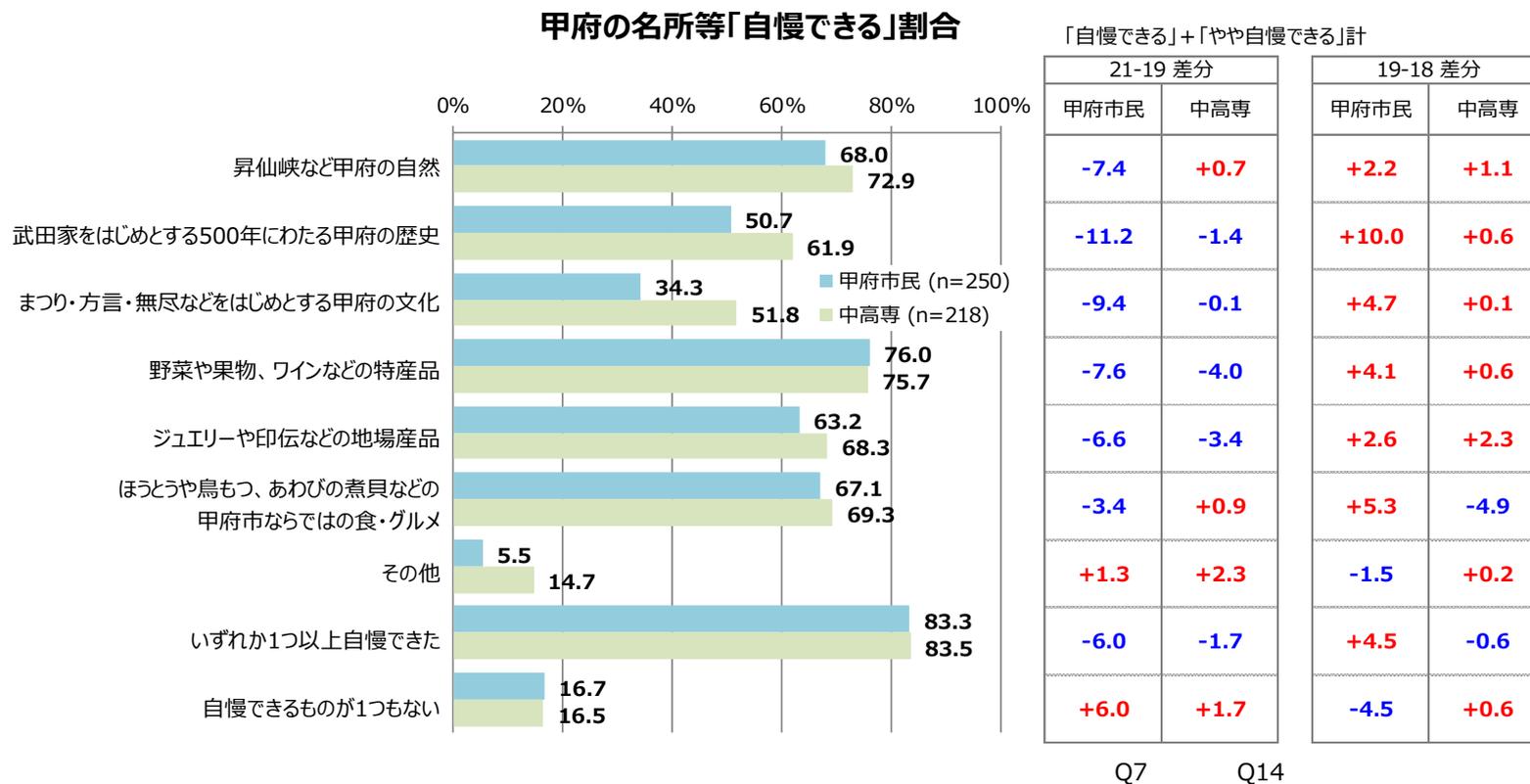
甲府市民・小学生で愛着度がやや増加している。小学生では9割が愛着を持っている。

- 小学生の愛着度が最も高く、9割程度。一方で、甲府市民・中高専では6割半ば。
- 前回調査と比較して、甲府市民・小学生では愛着度が増加、中高専では減少。



特産品・自然・食の評価が過去調査と同様に高め。甲府市民において前回よりも下がった。

- 甲府市民・中高専のともに、特産品や自然、食について自慢できると感じている。しかし、甲府市民では各名所等についての自慢度が前回調査と比べて減少、中高専でも横ばい～微減の傾向となっている。



◆KPI-1：こうふ開府500年及び信玄公生誕500年の認知度

- ・『こうふ開府500年』の認知 ⇒ 甲府市民：92.1%(-3.5)／山梨県民：84.4%(0.0)／小学生：97.8%(+3.5)／中高専：81.7%(-10.9)／
県外：14.1%(-2.3)
- ・『武田信玄公生誕500年』の認知 ⇒ 甲府市民：91.3%(+15.0)／山梨県民：86.0%(+22.8)／小学生：89.1%(+22.0)／中高専：80.7%(+27.8)
／県外：23.3%(+3.1)
- ・『こうふ開府500年記念事業』の認知 ⇒ 甲府市民：76.0%(-8.8)／山梨県民：67.6%(+0.8)／中高専：62.4%(-9.4)

◆KPI-2：こうふ開府500年（及び信玄公生誕500年）の情報発信率

- ・情報発信の実施 ⇒ 甲府市民：13.0% (-4.4) / 中高専：8.7% (-0.3)

◆KPI-3：こうふ開府500年（及び信玄公生誕500年）の参加経験率

- ・いずれかの事業への参加率 ⇒ 甲府市民：25.7% (-5.2) / 山梨県民：14.0% (-3.2)
小学生：47.8% (-26.9) / 中高専：34.4% (-25.5)

◆KPI-4：甲府の歴史・文化に関する関心度（学びも含む）

- ・『こうふ開府500年』の興味 ⇒ 甲府市民：50.7%(-9.0)／山梨県民：40.8%(-3.6)／小学生：66.7%(-0.4)／中高専：48.6%(-7.8)
- ・『武田信玄公生誕500年』の興味 ⇒ 甲府市民：48.4%(-8.6)／山梨県民：46.8%(+4.0)／小学生：62.3%(-2.2)／中高専：45.9%(-0.7)
- ・甲府の歴史・文化に関する学び意向 ⇒ 甲府市民：44.9%(-10.0)／小学生：95.7%(+7.1)／中高専：47.2%(-4.2)
- ・『こうふ開府500年記念レガシー事業』への参加意向 ⇒ 小学生：41.3%(-8.1)／中高専：24.3%(-16.8)
※甲府市民／山梨県民／県外では非聴取
- ・甲府の歴史・文化について「いずれか1つでもスピーチできる」 ⇒ 甲府市民：42.0% (-13.4)
⇒ 中高専：45.9% (-9.6)
⇒ 小学生：57.2% (-12.4)

◆KPI-5：甲府に関する誇り・愛着度

- ・甲府市への愛着 ⇒ 甲府市民：66.7%(+4.4)／小学生：90.6%(+2.6)／中高専：65.1%(-3.7)

◆KPI-6：甲府の名所等への評価

- ・いずれかの甲府の名所等「いずれか1つ以上自慢できる」割合 ⇒ 甲府市民：83.3% (-6.0)
⇒ 中高専：83.5% (-1.7)

- こうふ開府500年・信玄公生誕500年は市民・県民・学生で8～9割の認知を獲得。特に前回まだ低かった信玄公生誕500年の認知は、2021年が500年にあたり、その広報活動も寄与し大きくスコアアップした。
- しかし、記念事業への参加レベルは、コロナ禍における行動制限が少なからず影響を及ぼし、前回からは低下した。直接コロナの影響を聞いたのは県外調査であったが、せっかく甲府に来訪しても3人に1人がコロナを原因として観光・行事参加を見合わせており、その影響の大きさを伺うことができる。
- そんな中でも特筆できるのは、今後の甲府を支える小学生、次いで中学生における甲府の歴史・文化に対する学習意向の高さ（特に小学生 96%、+7%）である。また、甲府に関する関心・誇りも9割と突出しており、レガシー事業への参加意向も高かった。今後も小中学生に対する地域・郷土に関する学びを提供し続けるとともに、高校以上の学生、あるいは成年層へも学びの機会を提供し、甲府に対する興味・関心・愛着を育成することが重要と思われる。

今後に向けて

こうふ開府、信玄公生誕500年を機に得た甲府への関心を全ての層でさらに高めていく。

生活者の関心の高いカテゴリをそれぞれのコンタクトポイントに合わせて効果的に訴求

市民

学生

県民

県外

いずれも甲府の『特産品』『自然』『グルメ』『歴史』への関心が高く、参加しやすい施策で誘引
※武田信玄公生誕500年を契機に醸成した歴史はもちろん、上記のカテゴリもフックにしなからさらに興味を喚起

TV・ニュース、甲府市の広報誌・HP、新聞、ラジオ、公式SNS、タウン誌・情報誌、地域の回覧板、交通広告

TV・ニュース、交通広告・駅や公民館のチラシ、新聞、友人知人・家族からの口コミ

TV・ニュース、新聞、ラジオ、タウン誌・情報誌、公式SNS、甲府市のHP、交通広告

TV・ニュース、新聞、甲府市のHP、WEB広告、公式SNS、交通広告、ラジオ

30代ファミリー層向け施策強化で興味喚起。20～30代向け施策で拡散強化

小・中学生の参加意向、学習意向が高い。発信意向も中学生で高い。上の世代への発信も検討が必要

20～30代でイベントへの参加と情報発信が高く誘引強化で参加～発信期待

特に神奈川・東京・千葉、静岡で名所旧跡・特産物、文化への興味・関心が高くポテンシャルあり

カテゴリー

コンタクトポイント

留意点