



山梨フルーツキャンペーン2023 プレゼント企画参加状況

夏季（さくらんぼ、もも、ぶどう）

山梨フルーツキャンペーン2023プレゼント企画参加状況

1. 全体概況

2. フルーツ別分析:さくらんぼ

3. フルーツ別分析:もも

4. フルーツ別分析:ぶどう

<項目>

- クイズ正答率
- 参加者居住地(県内or県外)
- 参加者居住地(県外)
- 参加者居住地(県内)
- 参加者年齢層
- キャンペーンをどこで知ったか
- 山梨県への旅行日程
- 山梨県での宿泊エリア
- 山梨県での移動手段
- (山梨県への旅行の同行者)

01

全体概況 フルーツ別応募数・対象件数ほか

応募総数 22,794件

※WEB応募については、分析に影響を及ぼす可能性のある一定の重複応募を対象から削除した。

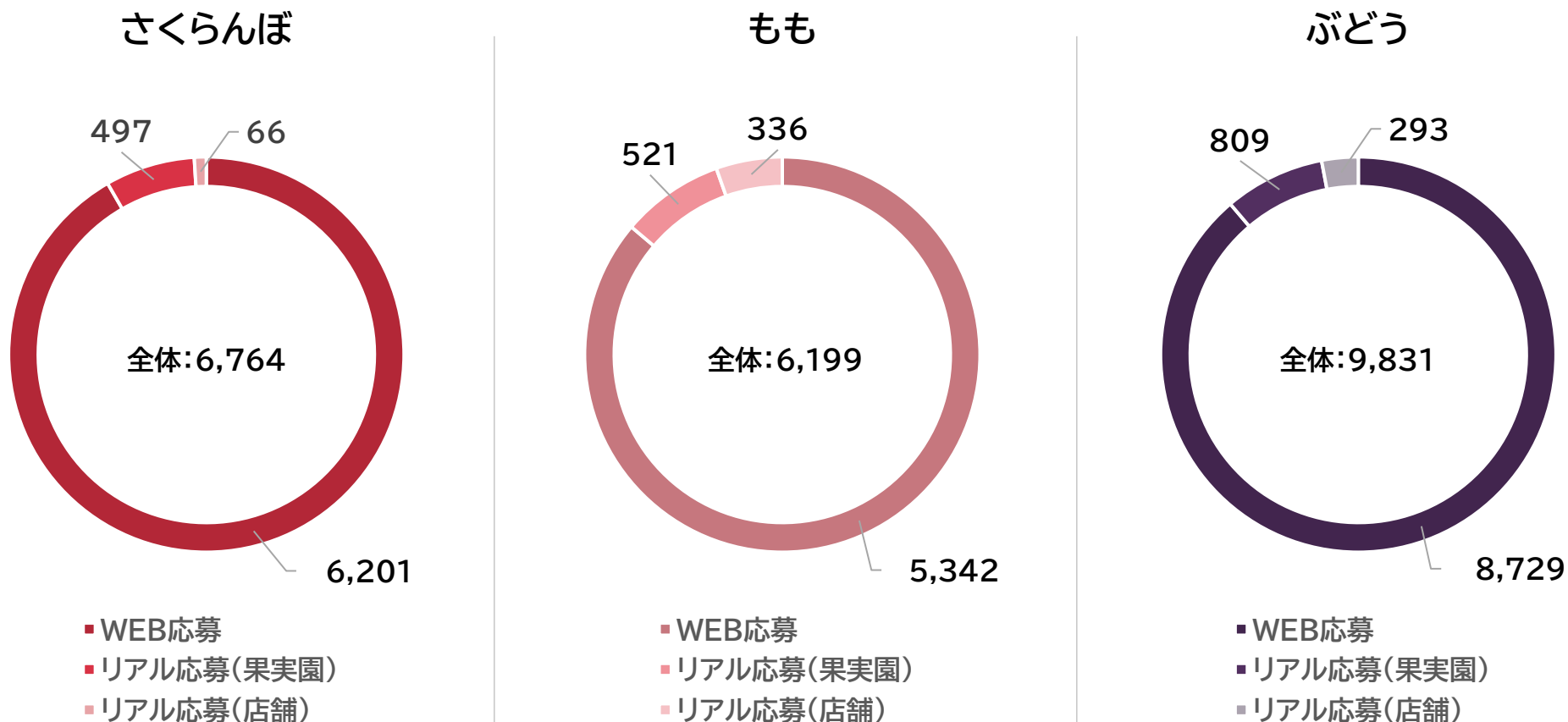
	WEB応募	リアル応募 (果実園)	リアル応募 (店舗)	計
さくらんぼ	6,201	497	66	6,764
もも	5,342	521	336	6,199
ぶどう	8,729	809	293	9,831
計	20,272	1,827	695	22,794

POINT

フルーツごとの開催期間は以下のとおり。

さくらんぼ:5月29日~6月25日(4週間) もも:6月26日~8月6日(5週間) ぶどう:8月7日~9月18日(6週間)

全体概況 WEB応募数とリアル応募数の比較



POINT

いずれもWEB応募が9割近くを占めている。
リアル応募では、果実園での応募が多い傾向(もも、ぶどうでは参画いただいた果実園数と店舗数に大きな差はない)。

山梨フルーツキャンペーン2023プレゼント企画参加状況

1. 全体概況

2. フルーツ別分析:さくらんぼ

3. フルーツ別分析:もも

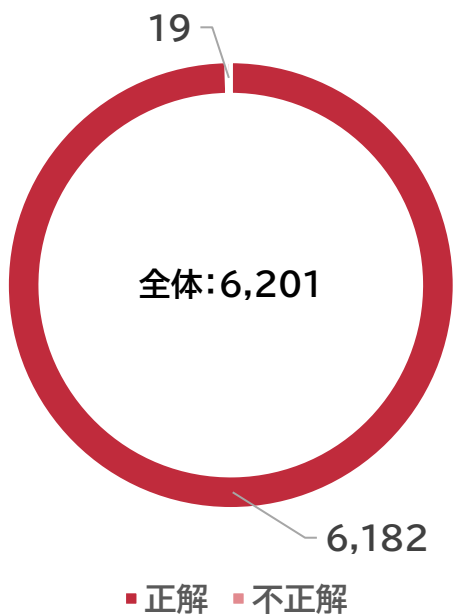
4. フルーツ別分析:ぶどう

<項目>

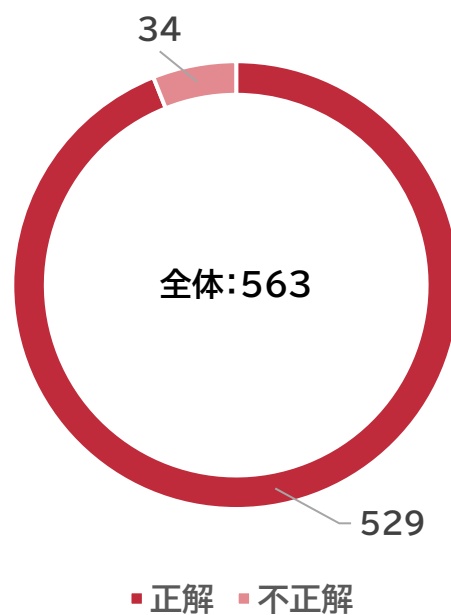
- クイズ正答率
- 参加者居住地(県内or県外)
- 参加者居住地(県外)
- 参加者居住地(県内)
- 参加者年齢層
- キャンペーンをどこで知ったか
- 山梨県への旅行日程
- 山梨県での宿泊エリア
- 山梨県での移動手段

フルーツ別分析 さくらんぼ① クイズ正答率

WEB応募



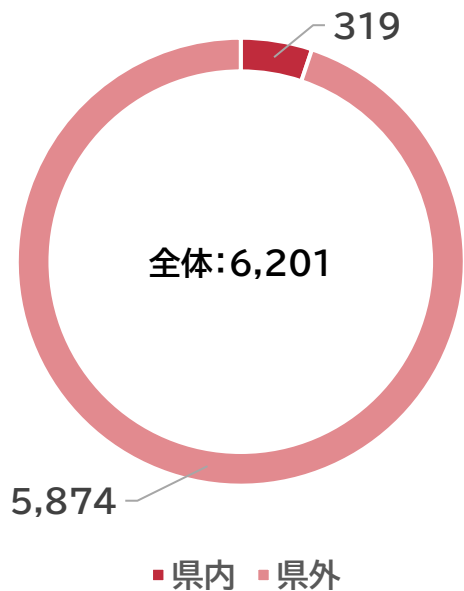
リアル応募

**POINT**

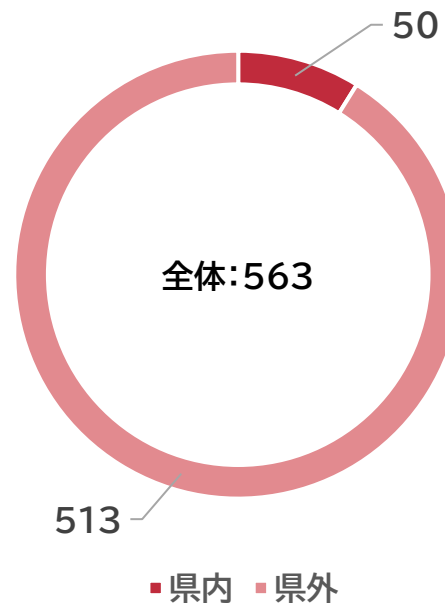
クイズ:さくらんぼを漢字で書くとある花とフルーツを使います。それは何でしょう？
いずれも9割以上が正解しており、クイズの難易度に問題はなかったと考えられる。
WEB応募、リアル応募いずれも不正解だった年齢層に偏りはみられなかった。

フルーツ別分析 さくらんぼ② 参加者居住地(県内or県外)

WEB応募



リアル応募



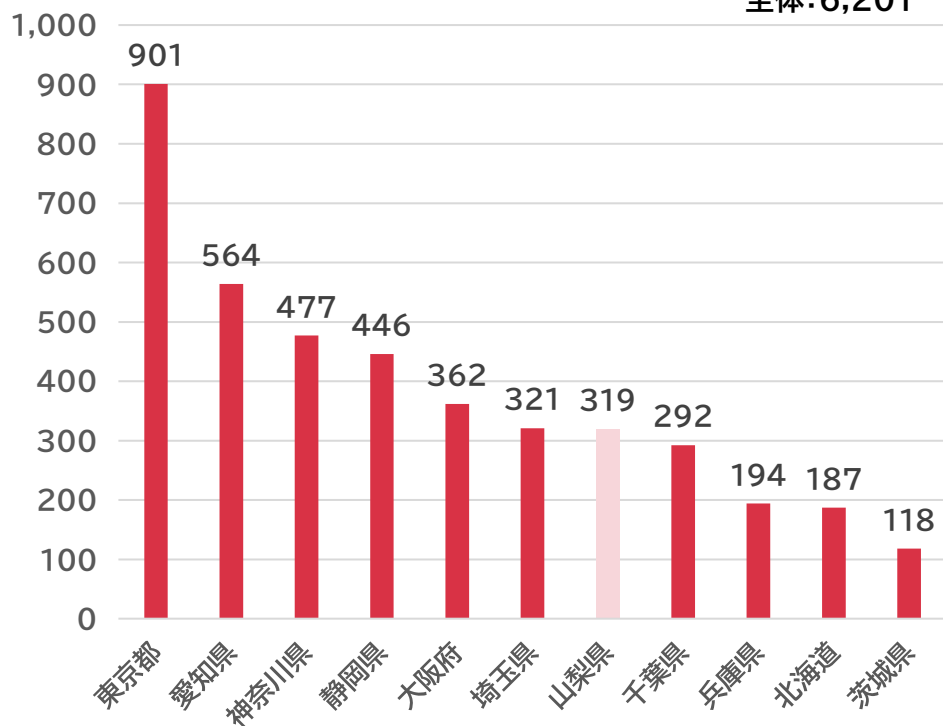
POINT

WEB応募においては全体の約5%、リアル応募においては全体の約8%が県内居住者。
WEB応募においては、全国の人口に占める山梨県の人口は約0.6%であることを踏まえると、県内居住者の参加は多いと言える。

フルーツ別分析 さくらんぼ③ 参加者居住地(県外)

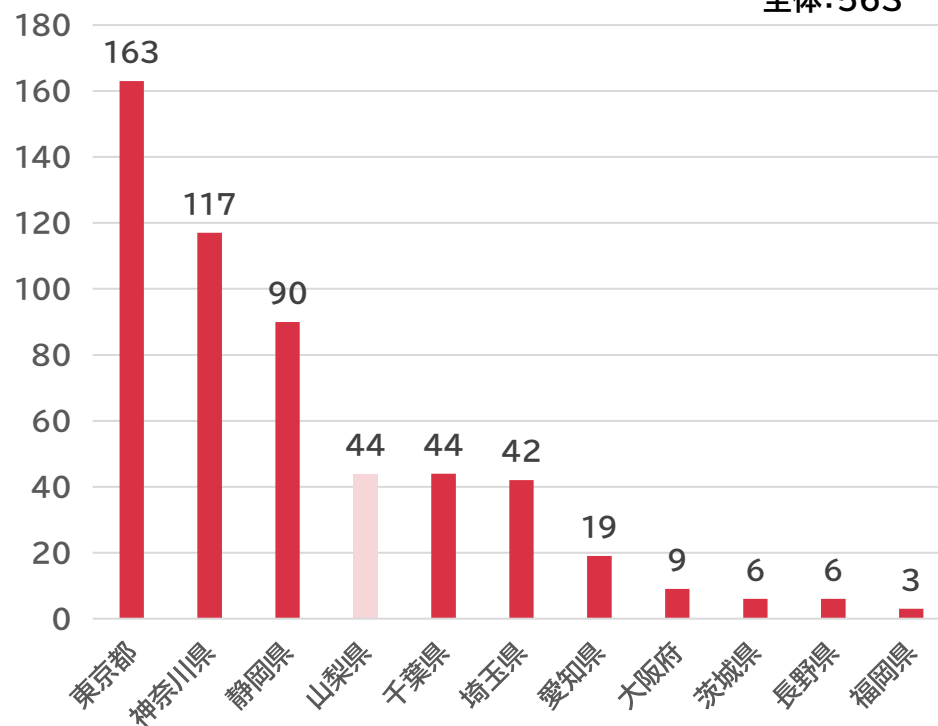
WEB応募

全体:6,201



リアル応募

全体:563

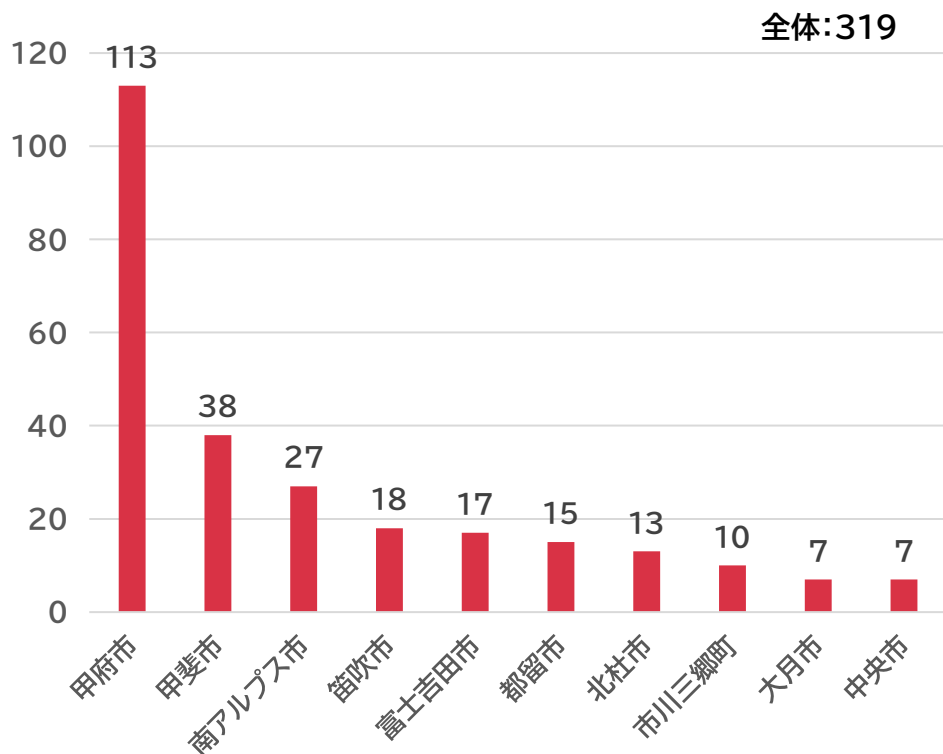


POINT

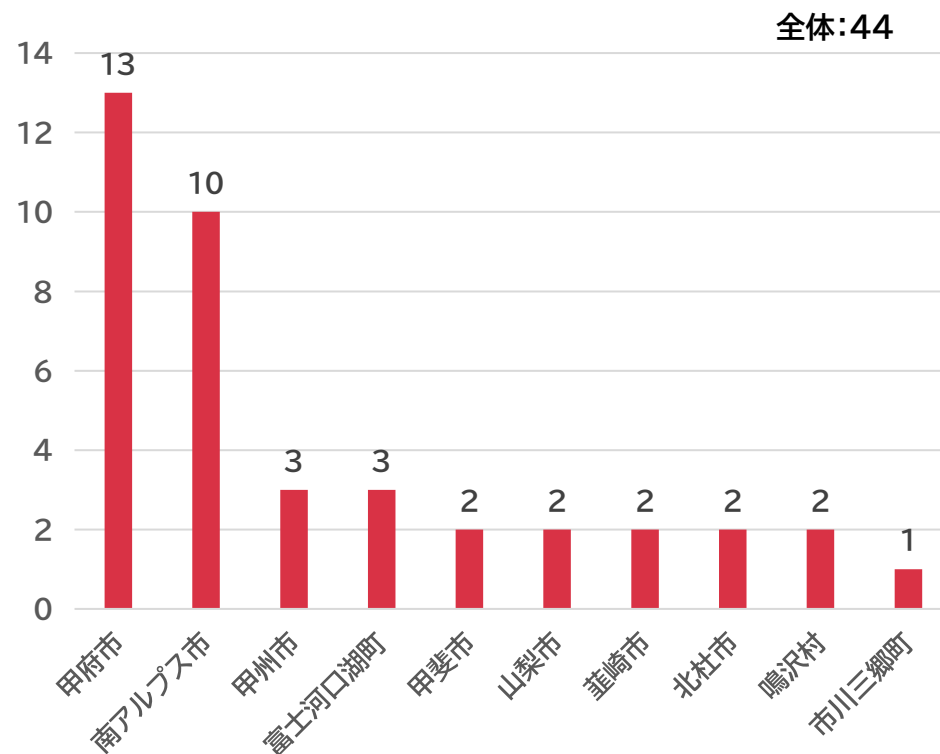
WEB応募でもリアル応募でも東京都が最も多い。WEB応募では人口が反映される傾向にあると言える。
リアル応募では、隣県がほとんどを占める中、福岡や、上記には表示されていない北海道など、遠方からの参加もあった。
※誤入力、誤記載などにより、集計できないものなどがあり、前スライドの数値とズレが生じている。

フルーツ別分析 さくらんぼ④ 参加者居住地(県内)

WEB応募



リアル応募

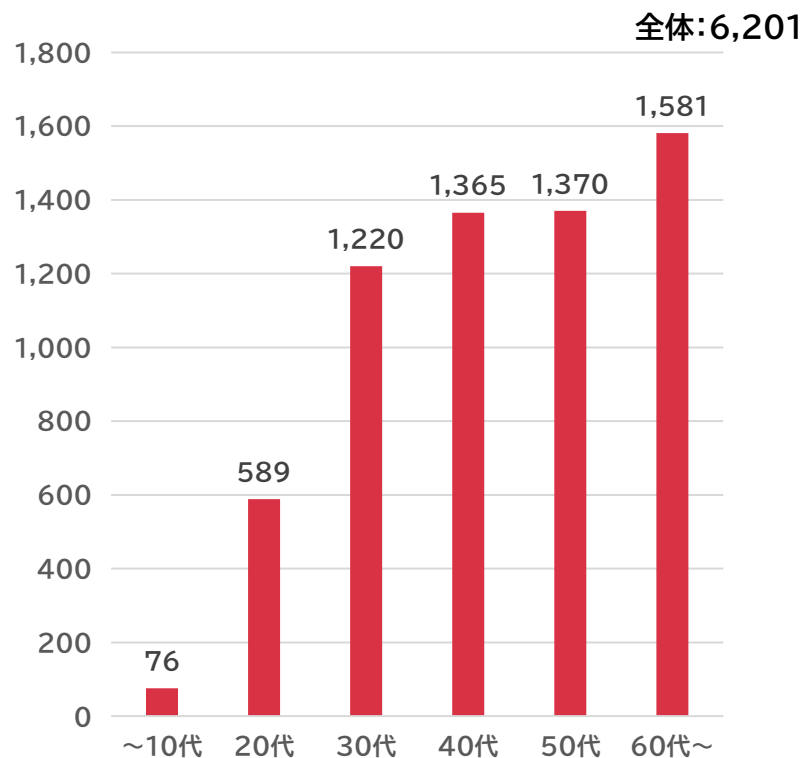


POINT

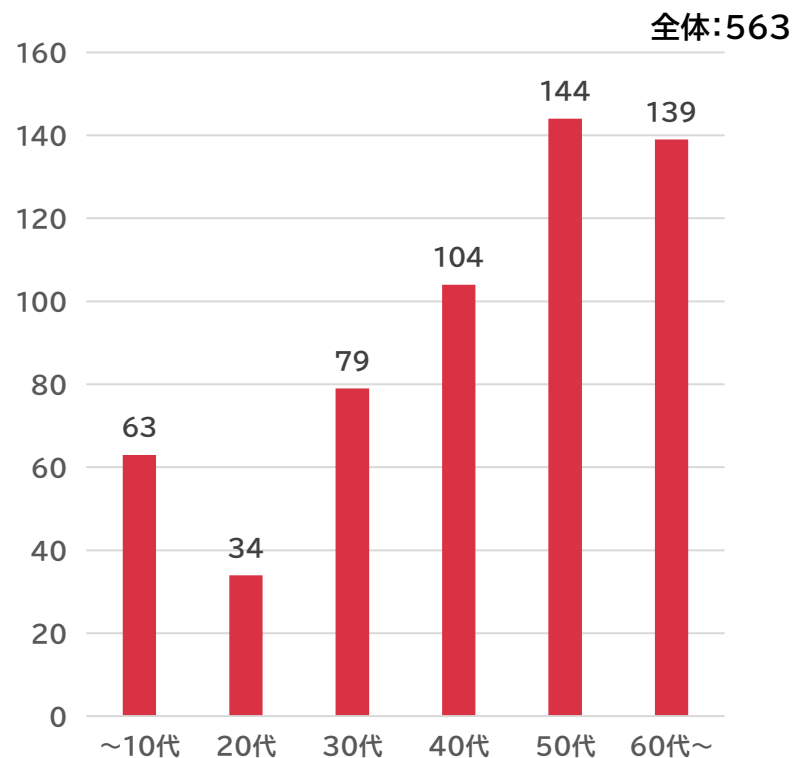
WEB応募、リアル応募いずれも甲府市が最も多かった。人口の多いエリアが上位になる傾向があると言える。
リアル応募では、参加者居住地の傾向は特に見られなかった(サンプル数の少なさも原因)。

フルーツ別分析 さくらんぼ⑤ 参加者年齢層

WEB応募



リアル応募



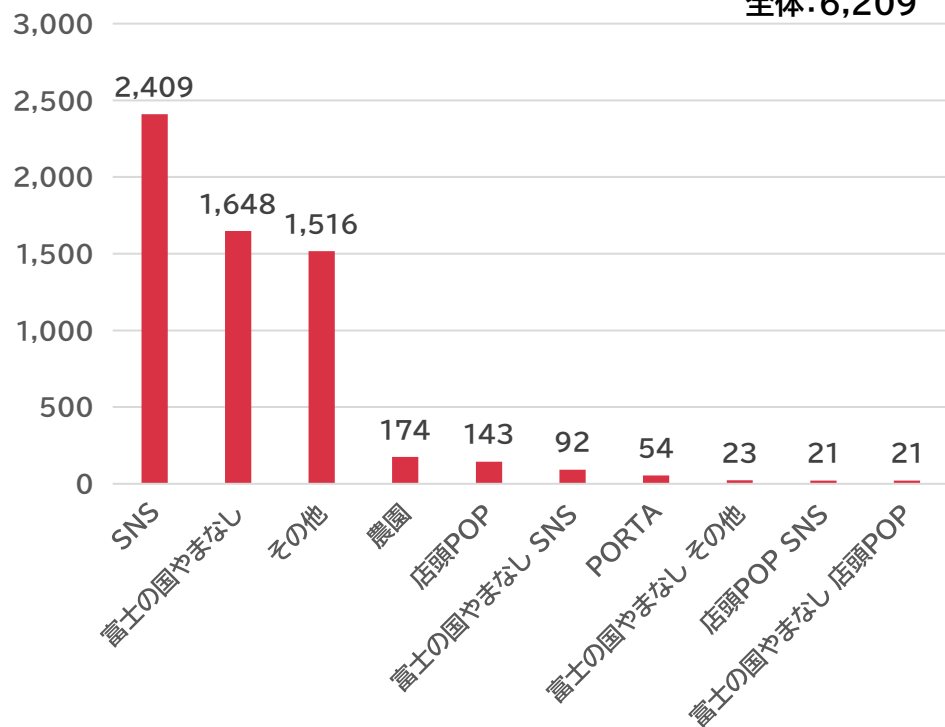
POINT

WEB応募では「~10代」が顕著に少ない(個人情報の入力、応募というハードルが原因か)。
WEB応募、リアル応募いずれも40代以上がボリュームゾーンであり、20代は少ない傾向と言える。

フルーツ別分析 さくらんぼ⑥ キャンペーンをどこで知ったか

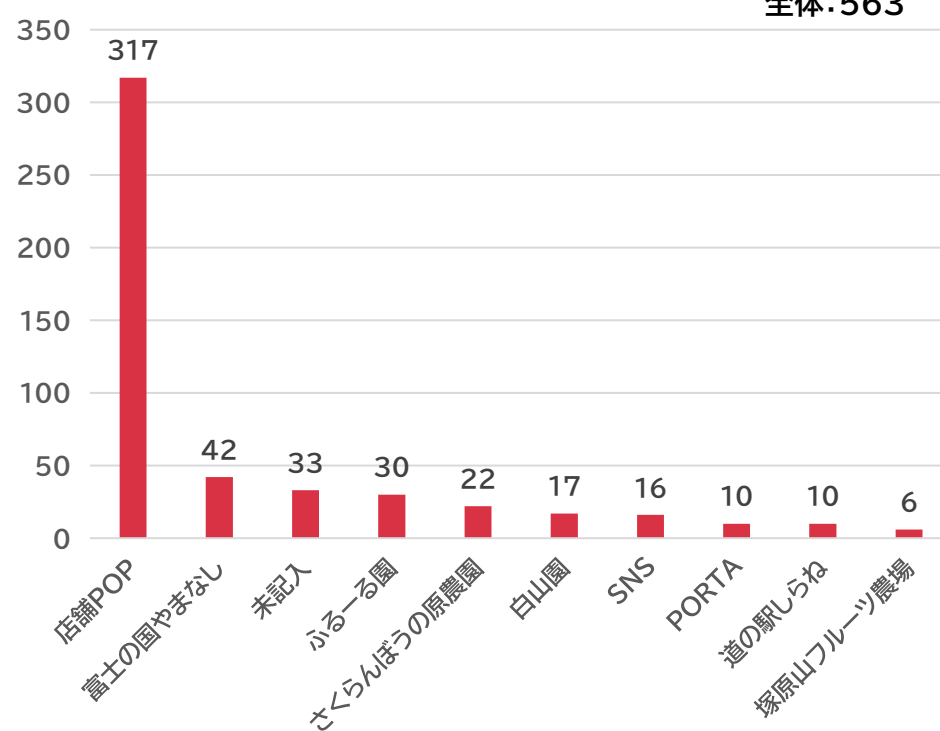
WEB応募

全体:6,209



リアル応募

全体:563

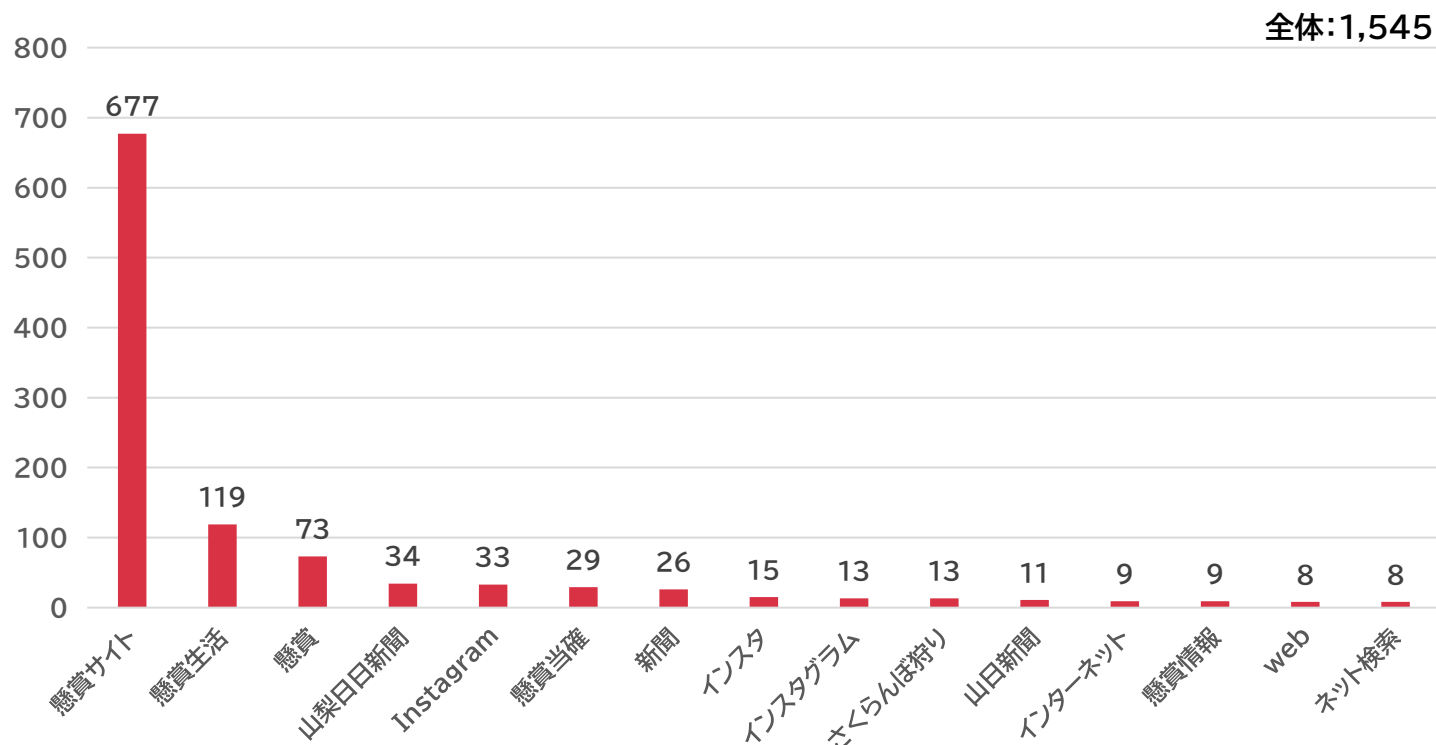


POINT

WEB応募ではSNSが多く、次点で富士の国やまなしとなっている。観光情報を検索した際に知ったという回答もあった。
リアル応募では店舗POPが圧倒的。現地で、周知にご協力をいただいたことが分かる。富士の国やまなしで知った方は7%程度だった。
※複数回答可のため、重複が生じ、全体数にズレが生じている。

さくらんぼ⑦ キャンペーンをどこで知ったか②

WEB応募

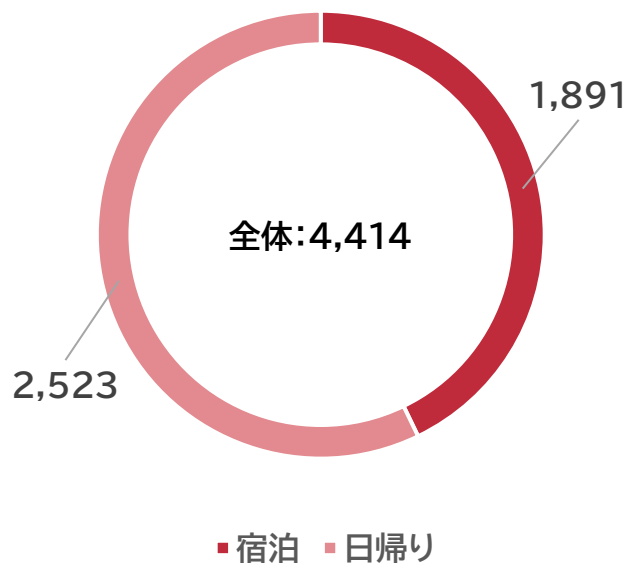


POINT

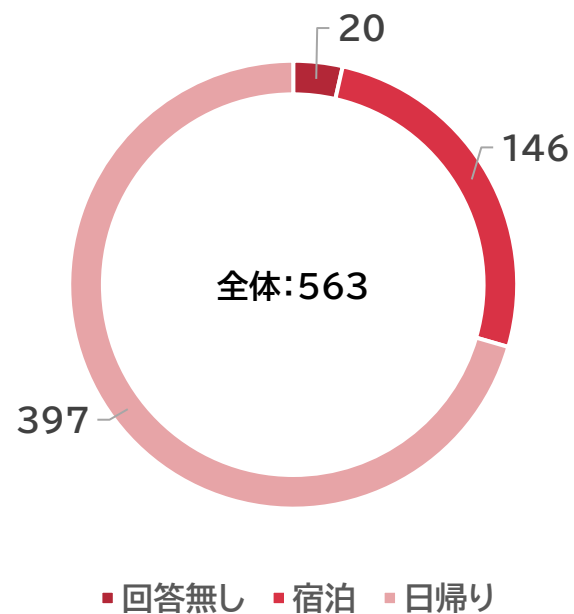
WEB応募のみ集計。懸賞サイト(サイト名など)が大多数を占めた。
新聞と回答した方の多くは山梨県の40代以上。山梨県における約8割(125名中102名)が新聞と回答している。
Instagramのストーリー、菱丸くんのTwitterなどといった回答もあった。

フルーツ別分析 さくらんぼ⑧ 山梨県への旅行日程

WEB応募



リアル応募



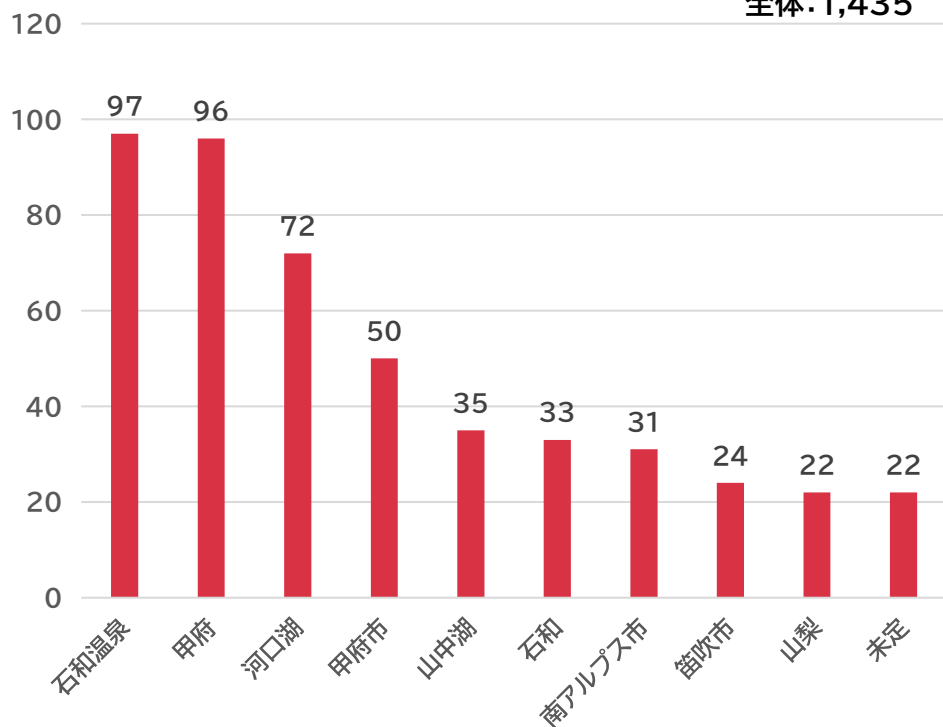
POINT

任意回答の設問。WEB応募では回答率71%程度(グラフ中の「全体」は回答者の総数)、リアル応募では回答率96%程度。WEB応募では宿泊が約43%だったのに対し、リアル応募では約26%と差が顕著に表れた。

フルーツ別分析 さくらんぼ⑨ 山梨県での宿泊エリア

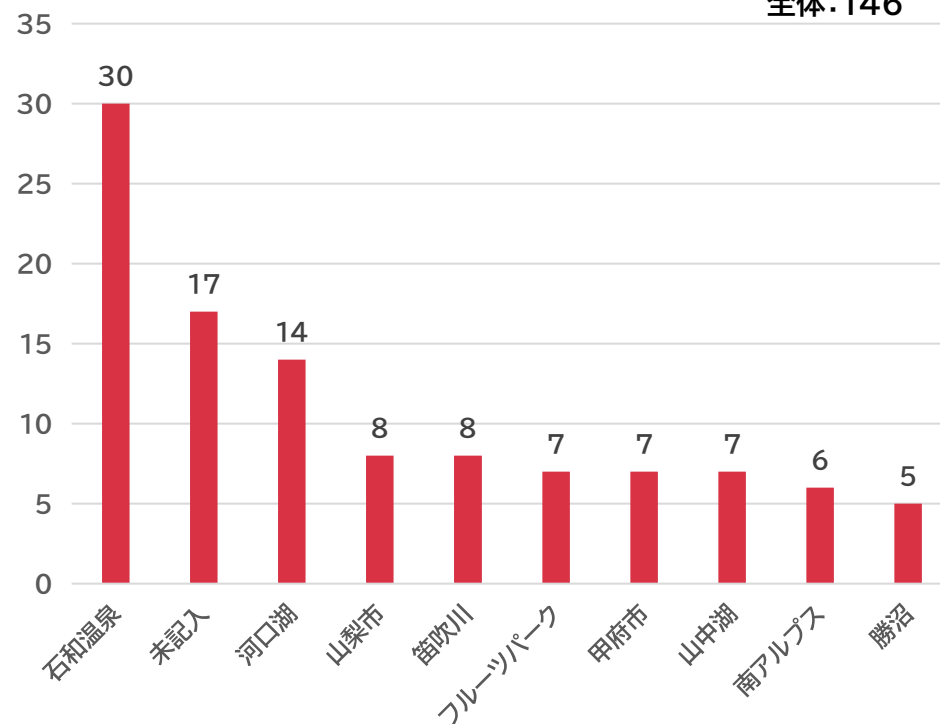
WEB応募

全体:1,435



リアル応募

全体:146

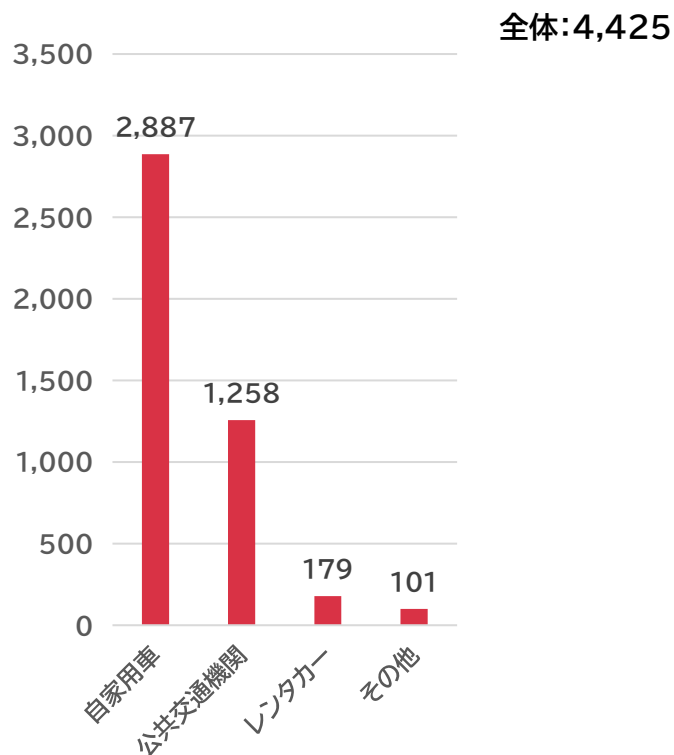


POINT

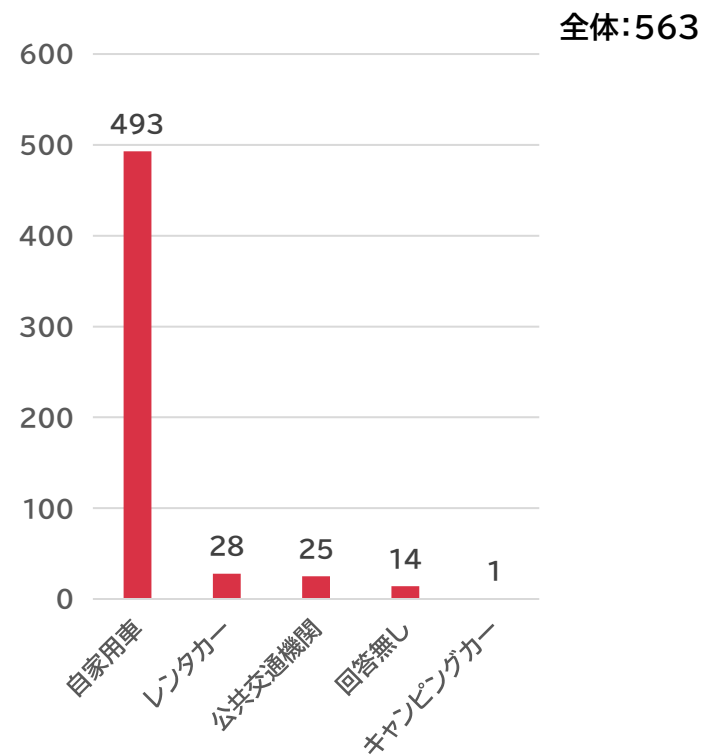
WEB応募、リアル応募いずれも石和温泉という回答が最も多かった。下位においても「石和」、「笛吹」といった回答が見られた。リアル応募に関しては実際に山梨にいらしている方からの回答なので、果実園や店舗に近いエリアがより多く上がったと考えられる。

フルーツ別分析 さくらんぼ⑩ 山梨県での移動手段

WEB応募



リアル応募



POINT

WEB応募、リアル応募いずれも自家用車が最も多かった。
WEB応募では公共交通機関が約28%だったものの、リアル応募では約5%と大きく差が開いた。
実際に山梨県へお越しいただき、果実園や店舗へいらしている方々の回答と考えると自然な結果と言える。

山梨フルーツキャンペーン2023プレゼント企画参加状況

1. 全体概況

2. フルーツ別分析:さくらんぼ

3. フルーツ別分析:もも

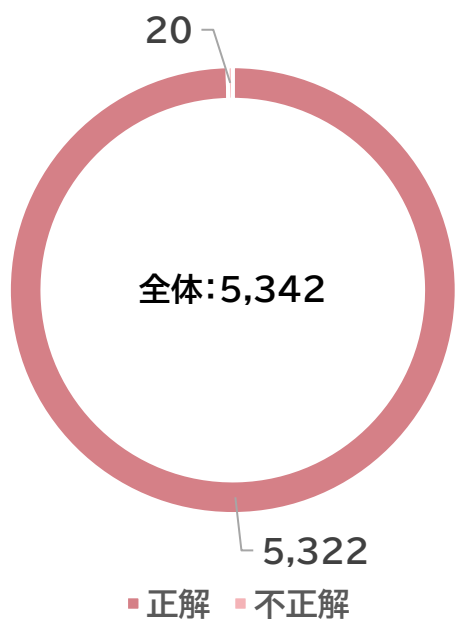
4. フルーツ別分析:ぶどう

<項目>

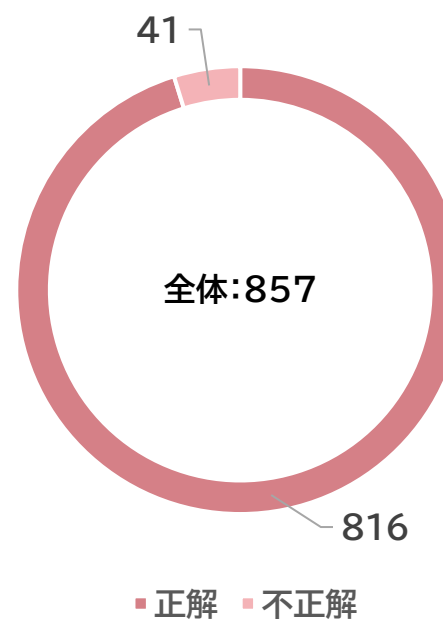
- クイズ正答率
- 参加者居住地(県内or県外)
- 参加者居住地(県外)
- 参加者居住地(県内)
- 参加者年齢層
- キャンペーンをどこで知ったか
- 山梨県への旅行日程
- 山梨県での宿泊エリア
- 山梨県での移動手段

フルーツ別分析 もも① クイズ正答率

WEB応募



リアル応募



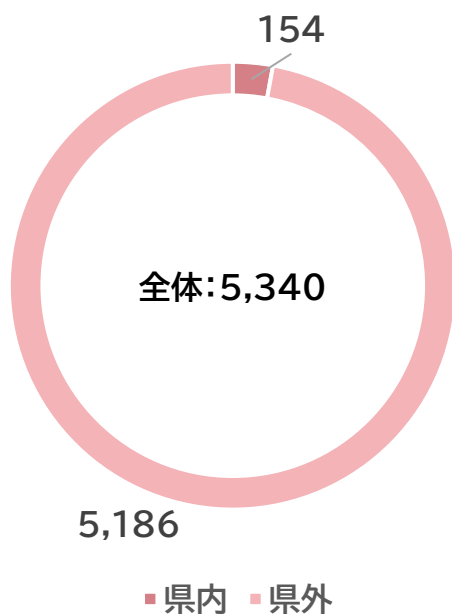
POINT

クイズ:「さくらんぼ・もも・いちご」川を見つめながら食べるフルーツはどれだ?
いずれも9割以上が正解しており、クイズの難易度に問題はなかったと考えられる。
WEB応募、リアル応募いずれも不正解だった年齢層に偏りはみられなかった。

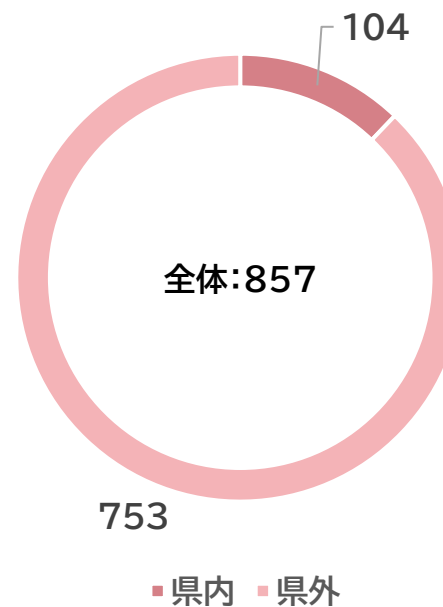
フルーツ別分析

もも② 参加者居住地(県内or県外)

WEB応募



リアル応募



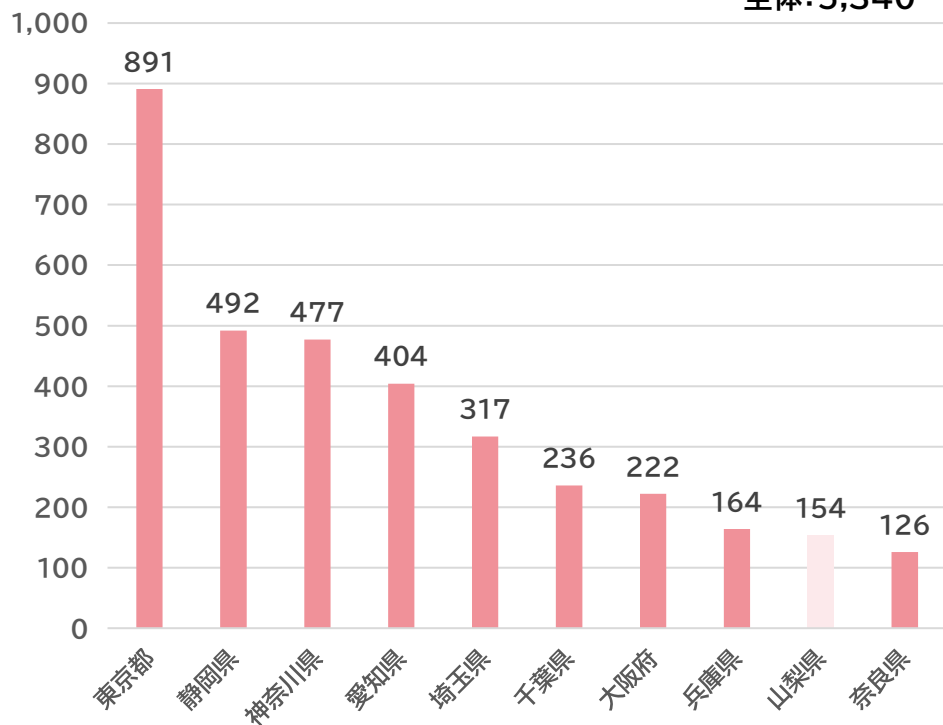
POINT

WEB応募においては全体の約3%、リアル応募においては全体の約12%が県内居住者。
WEB応募においては、全国の人口に占める山梨県の人口は約0.6%であることを踏まえると、県内居住者の参加は多いと言える。
リアル応募における県内居住者率はさくらんぼよりも高かった。

フルーツ別分析 もも③ 参加者居住地(県外)

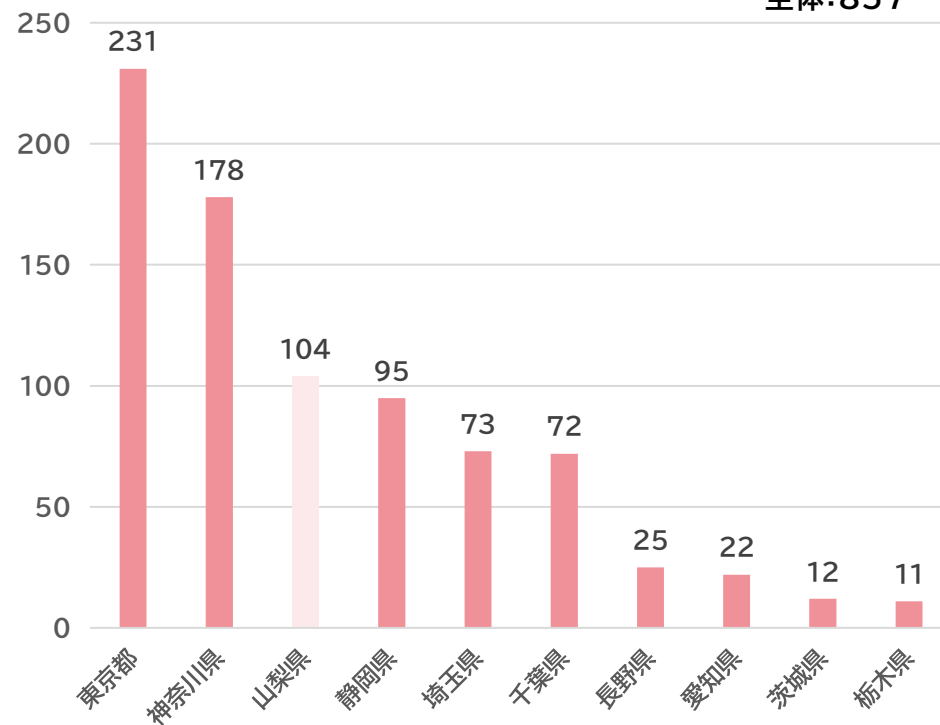
WEB応募

全体:5,340



リアル応募

全体:857

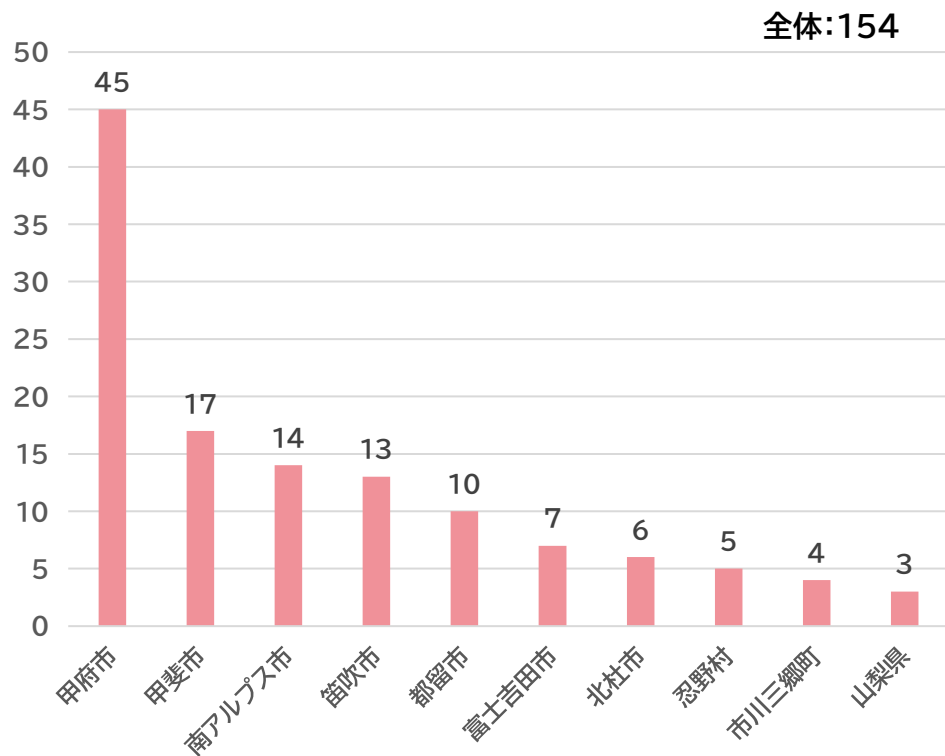


POINT

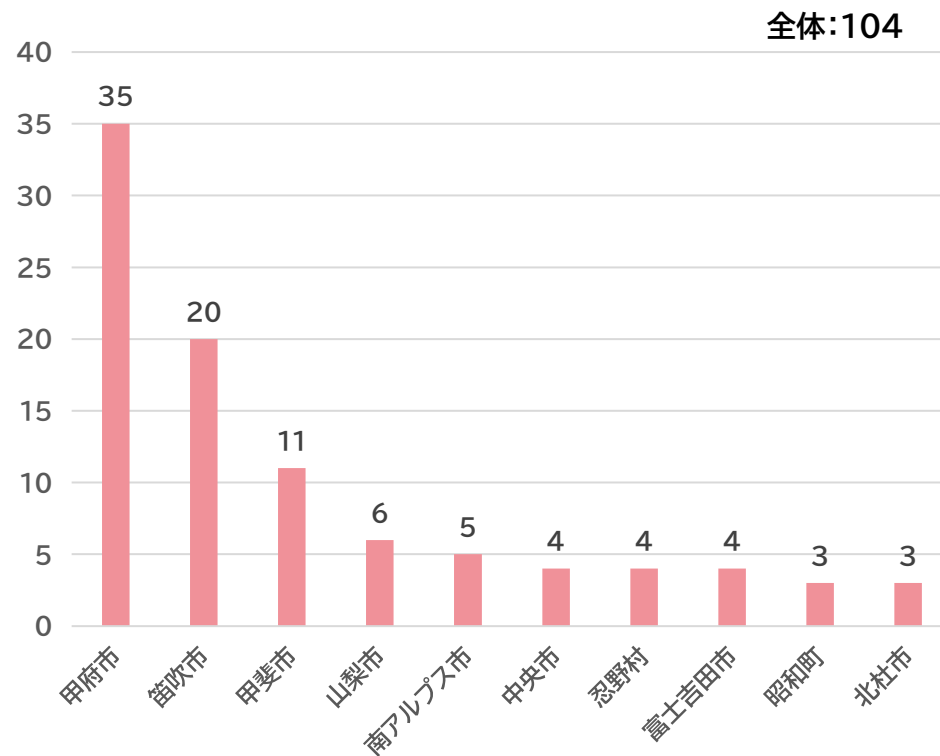
WEB応募でもリアル応募でも東京都が最も多い。さくらんぼと異なり、静岡県が上位となった。
リアル応募では、さくらんぼと同様、隣県がほとんどを占める中、少数ではあるものの、北海道や沖縄など、遠方からの参加もあった。
※誤入力、誤記載などにより、集計できないものなどがあり、前スライドの数値とズレが生じている。

フルーツ別分析 もも④ 参加者居住地(県内)

WEB応募



リアル応募

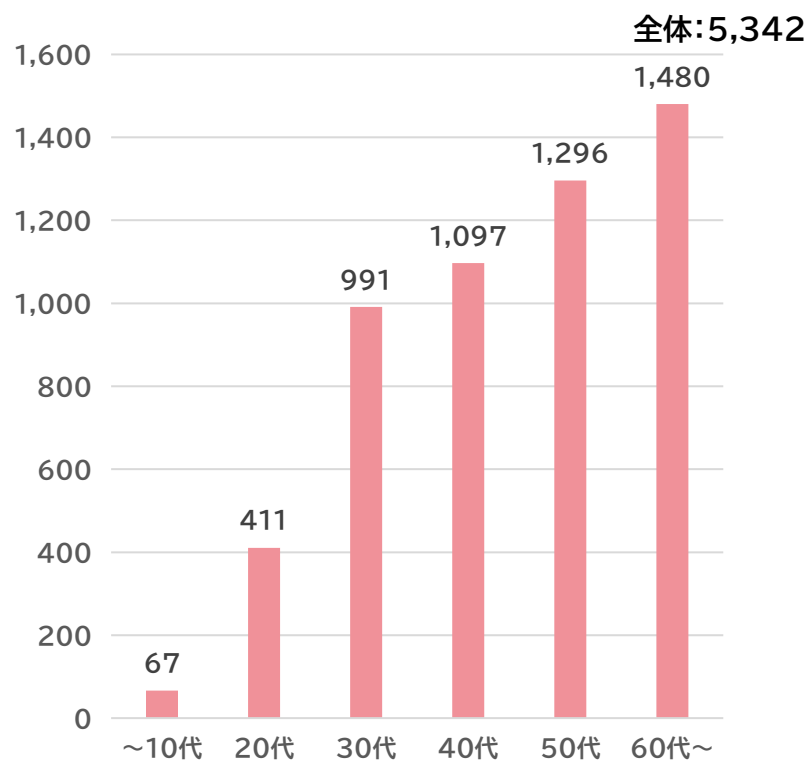


POINT

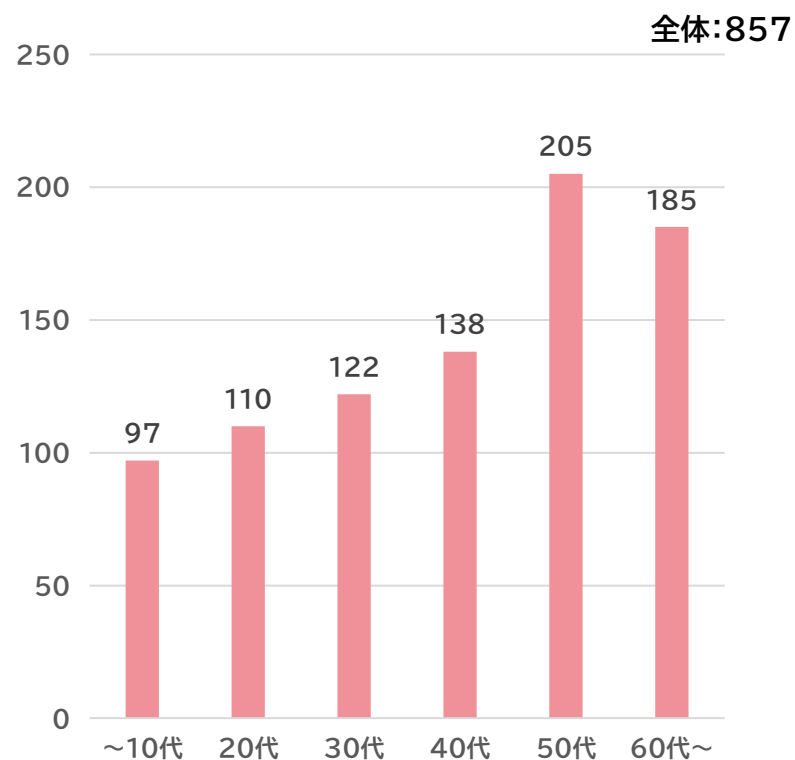
さくらんぼと同様、WEB応募、リアル応募いずれも甲府市が最も多かった。
リアル応募では、山梨市や笛吹市といった果実園や店舗が集中するエリアからの参加が比較的多い傾向にあった。

フルーツ別分析 もも⑤ 参加者年齢層

WEB応募



リアル応募



POINT

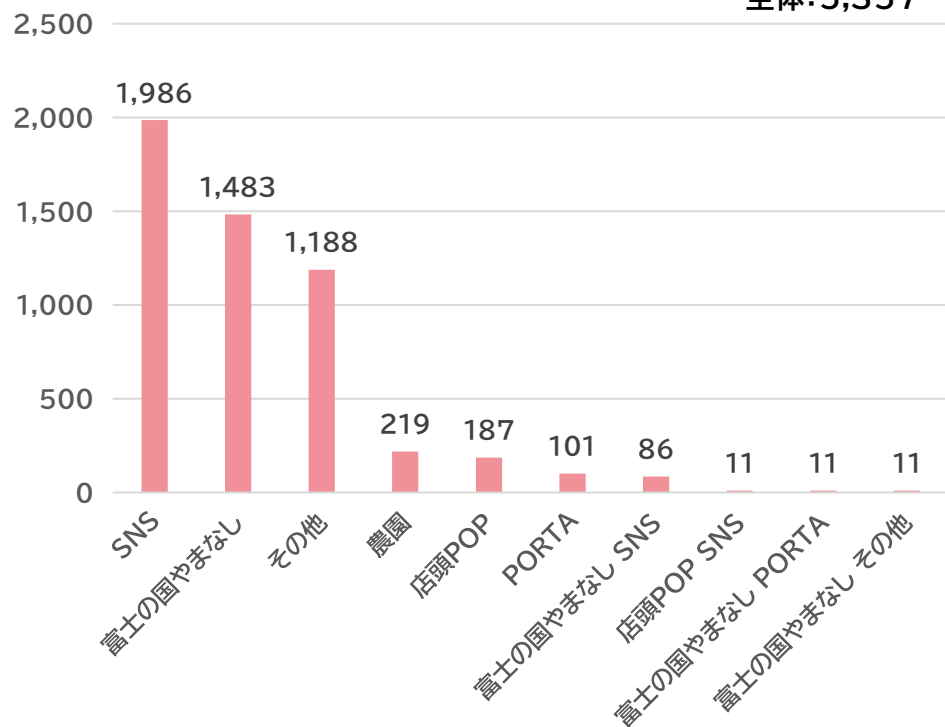
さくらんぼと同様、WEB応募では「~10代」が顕著に少ない(個人情報の入力、応募というハードルが原因か)。WEB応募、リアル応募いずれも年代が上がるほどボリュームが増加している。リアル応募では、~10代は男女比がほぼ横並びである一方、20代からは女性が多くなっている(いずれの年代も女性が7割程度)。

フルーツ別分析

もも⑥ キャンペーンをどこで知ったか

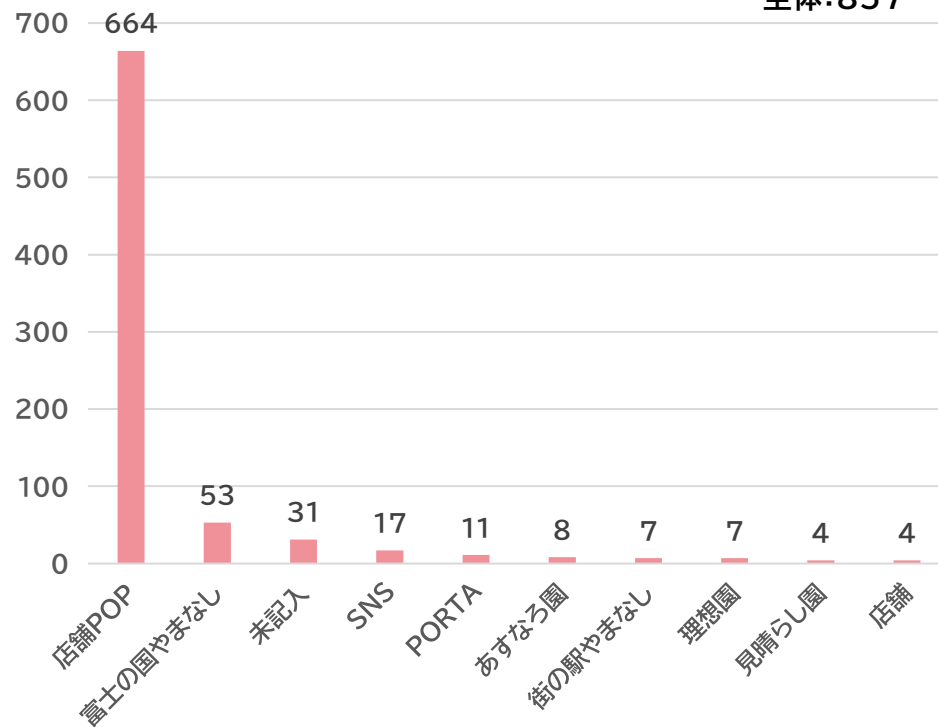
WEB応募

全体:5,357



リアル応募

全体:857



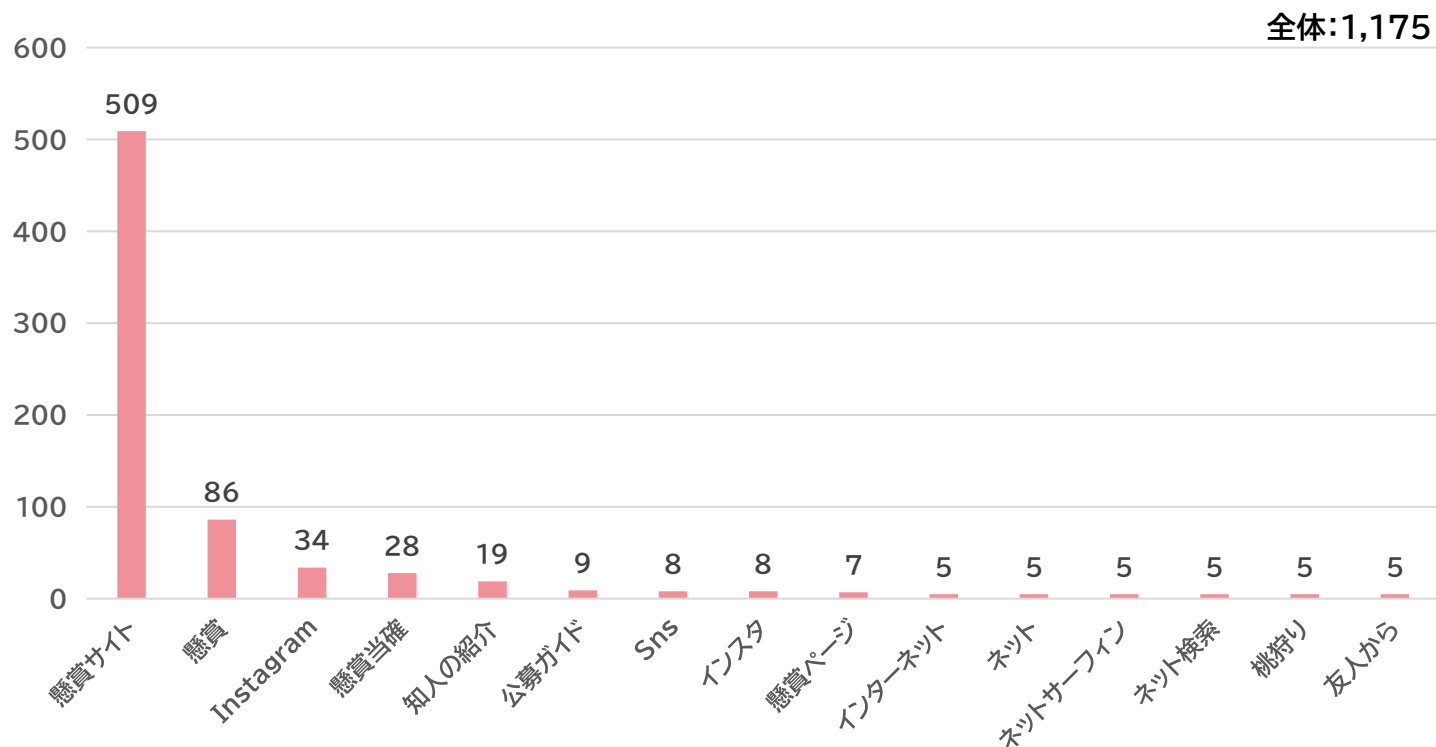
POINT

さくらんぼと同様、WEB応募ではSNSが多く、次点で富士の国やまなし。店舗や農園という回答も少なくなかった。こちらもさくらんぼと同様、リアル応募では店舗POPが圧倒的(約77%)。富士の国やまなしで知った方は6%程度だった。
※複数回答可のため、重複が生じ、全体数にズレが生じている。

フルーツ別分析

もも⑦ キャンペーンをどこで知ったか②

WEB応募



POINT

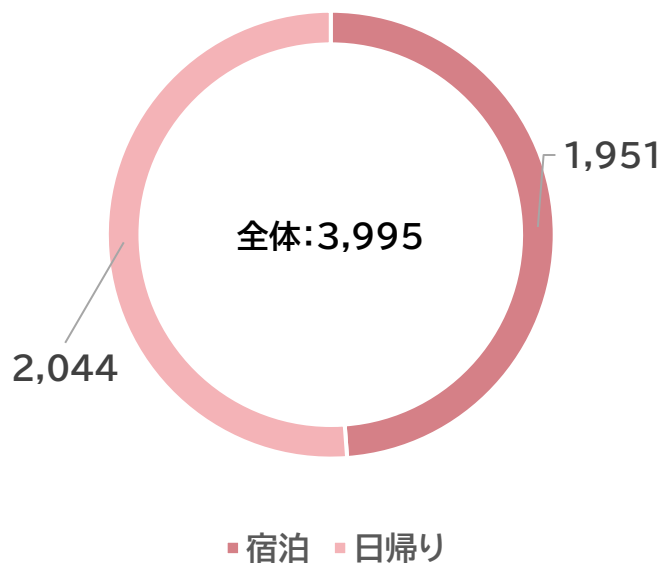
WEB応募のみ集計。懸賞サイト(サイト名など)が大多数を占めた。

ももでは新聞などのメディアで取り上げていただけなかったため、メディア関連の回答はない。

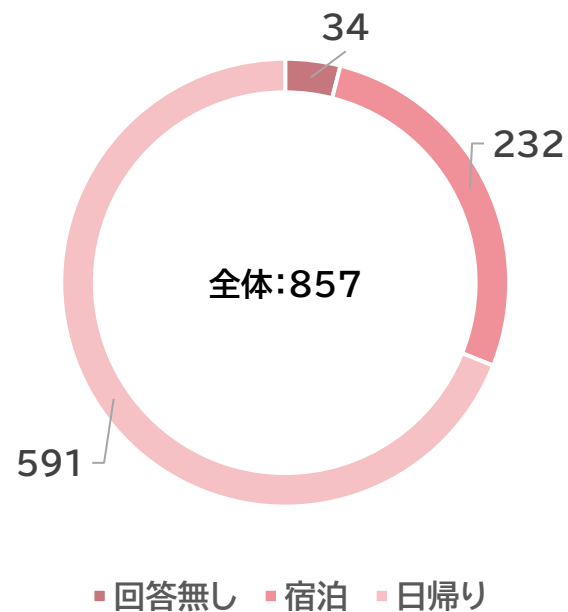
知人や友人からといった回答が40程度あった。応募用紙がなくなった場合、現地でWEB応募になるため、要因の一つとして考えられる。

フルーツ別分析 もも⑧ 山梨県への旅行日程

WEB応募



リアル応募



POINT

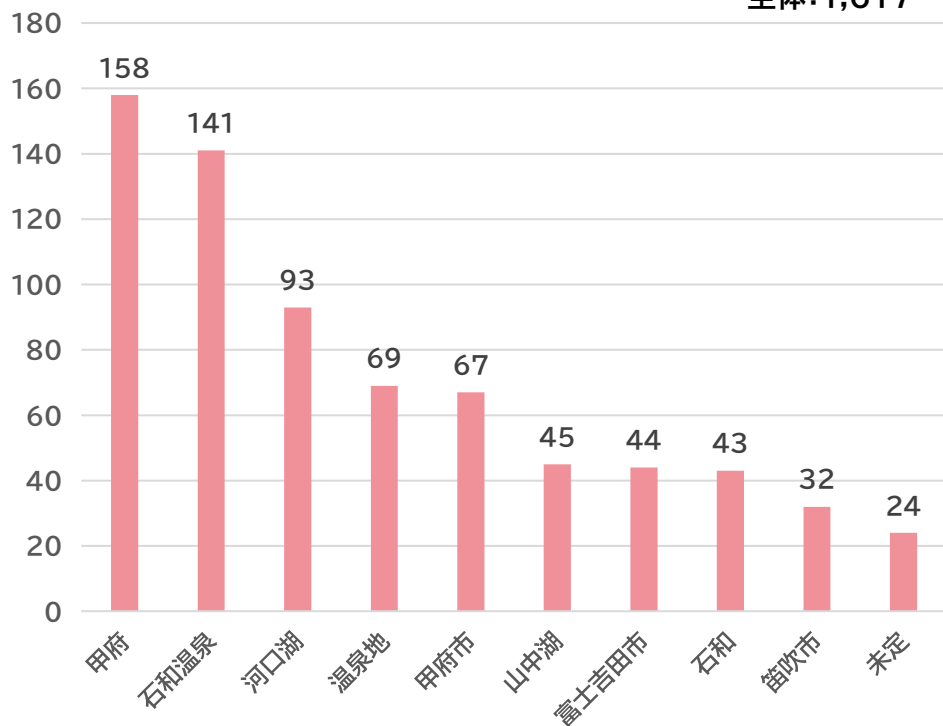
任意回答の設問。WEB応募では回答率75%程度(グラフ中の「全体」は回答者の総数)、リアル応募では回答率96%程度。WEB応募では宿泊が約49%だったのに対し、リアル応募では約27%と差が顕著に表れた。いずれもさくらんぼと同様の傾向。

フルーツ別分析

もも⑨ 山梨県での宿泊エリア

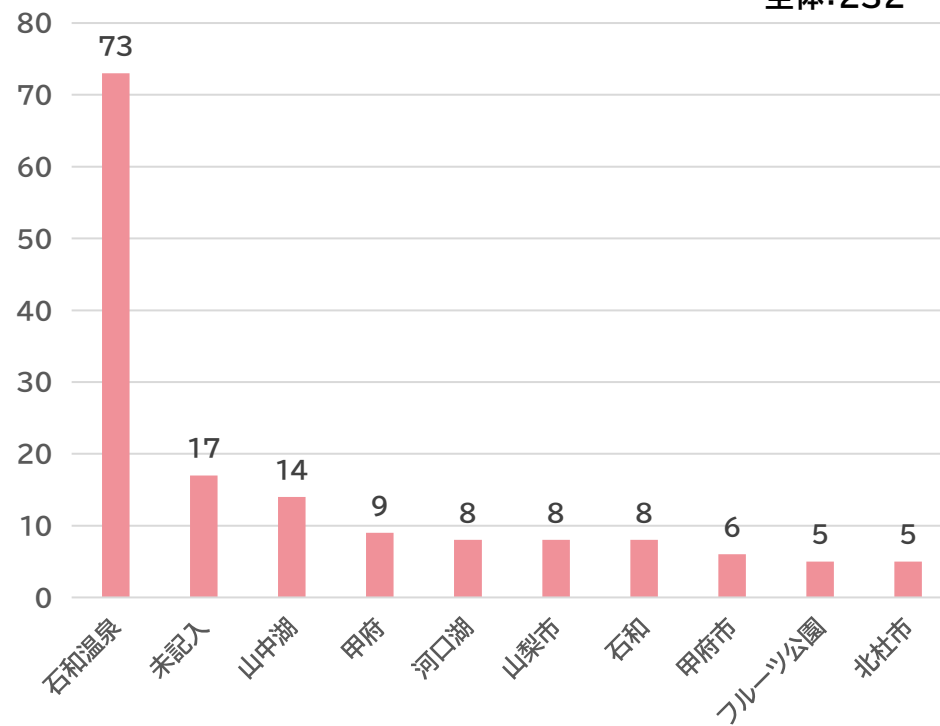
WEB応募

全体:1,617



リアル応募

全体:232



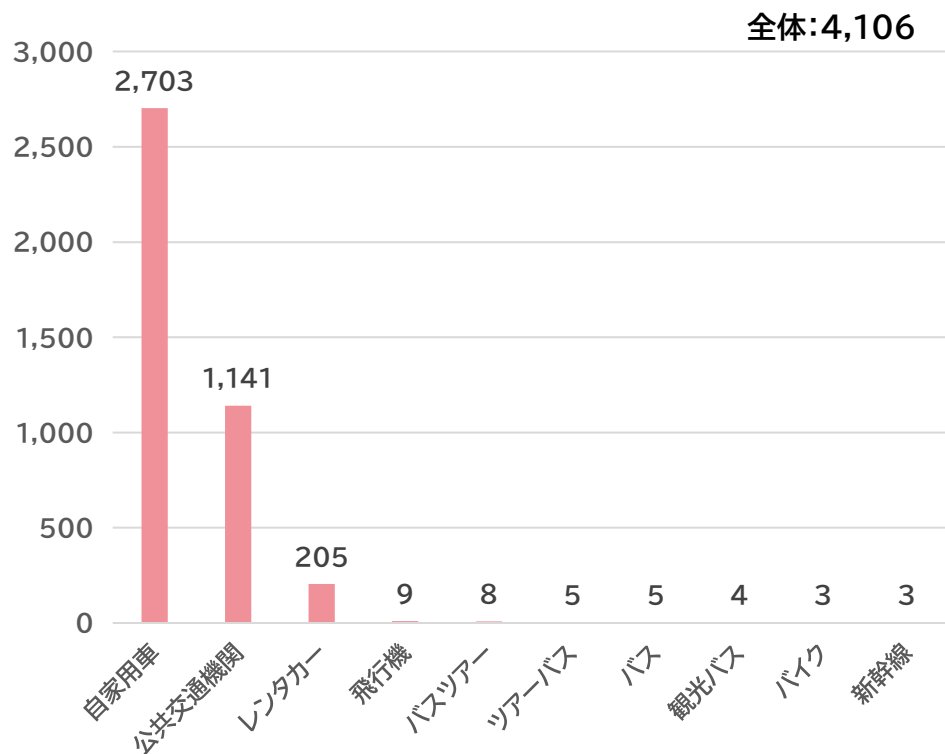
POINT

WEB応募では甲府という回答が最も多かったが、下位の「石和」、「笛吹市」といった回答を含めると石和温泉エリアが最も多い。
WEB応募では1割以上が石和温泉エリアに宿泊する(あるいはしたいと考えている)。
リアル応募では、石和温泉エリアに回答が集中した(3割以上が石和温泉エリアと回答)。

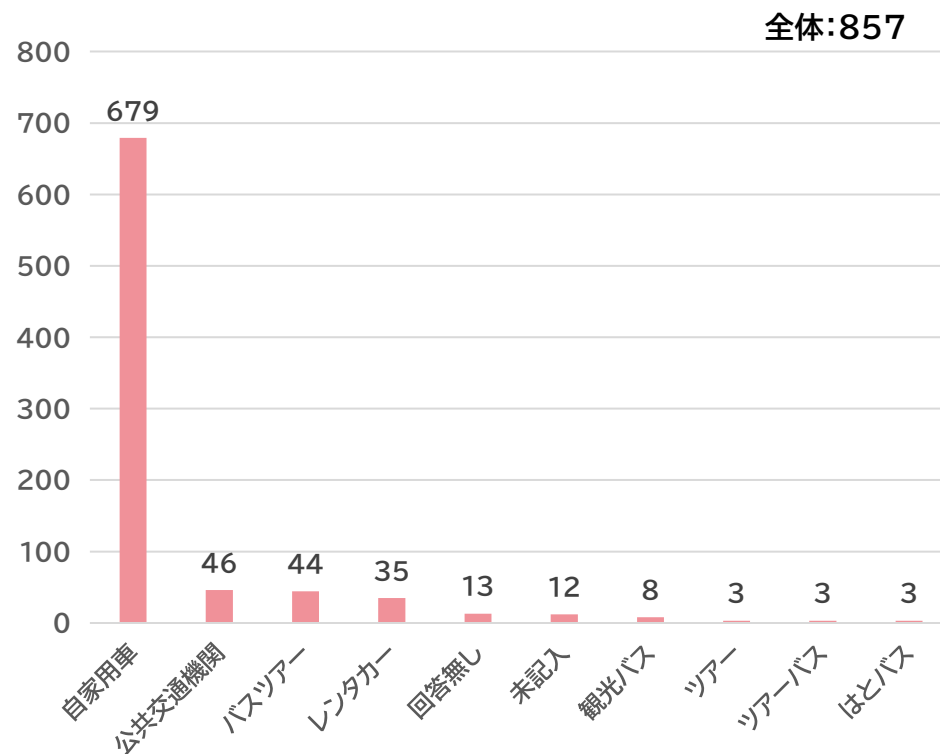
フルーツ別分析

もも⑩ 山梨県での移動手段

WEB応募



リアル応募



POINT

さくらんぼと同様、WEB応募、リアル応募いずれも自家用車が最も多かった。
 こちらもさくらんぼと同様、WEB応募では公共交通機関が約27%だったものの、リアル応募では約5%と大きく差が開いた。
 さくらんぼとは異なり、WEB応募、リアル応募いずれもツアーに関連した回答が見られた。

山梨フルーツキャンペーン2023プレゼント企画参加状況

1. 全体概況

2. フルーツ別分析:さくらんぼ

3. フルーツ別分析:もも

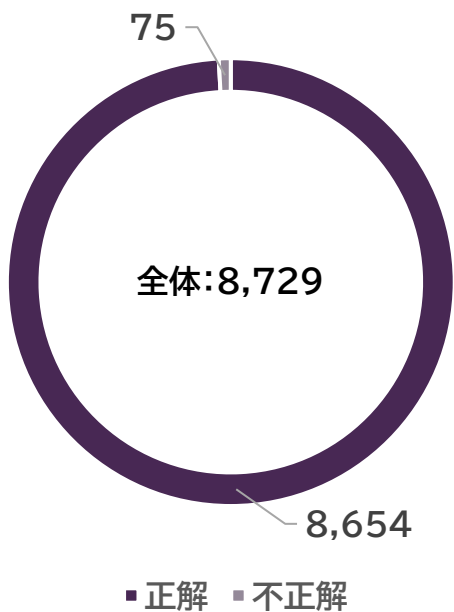
4. フルーツ別分析:ぶどう

<項目>

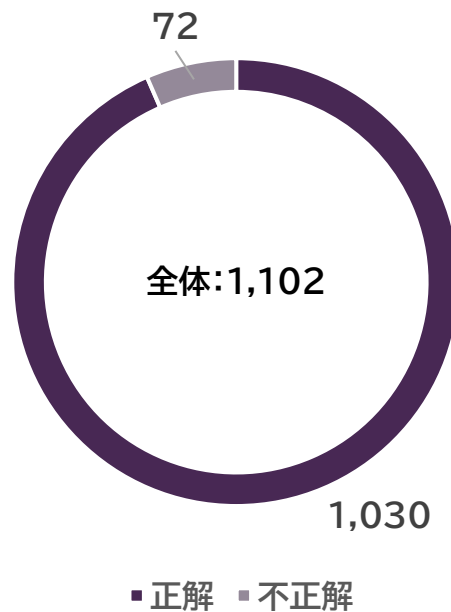
- クイズ正答率
- 参加者居住地(県内or県外)
- 参加者居住地(県外)
- 参加者居住地(県内)
- 参加者年齢層
- キャンペーンをどこで知ったか
- 山梨県への旅行日程
- 山梨県での宿泊エリア
- 山梨県での移動手段
- (山梨県への旅行の同行者)

フルーツ別分析 ぶどう① クイズ正答率

WEB応募



リアル応募

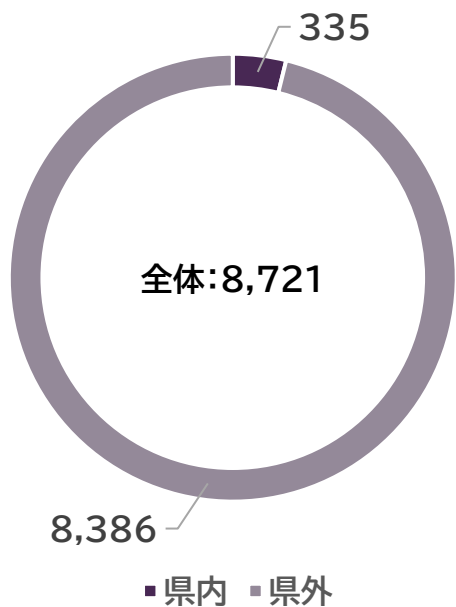


POINT

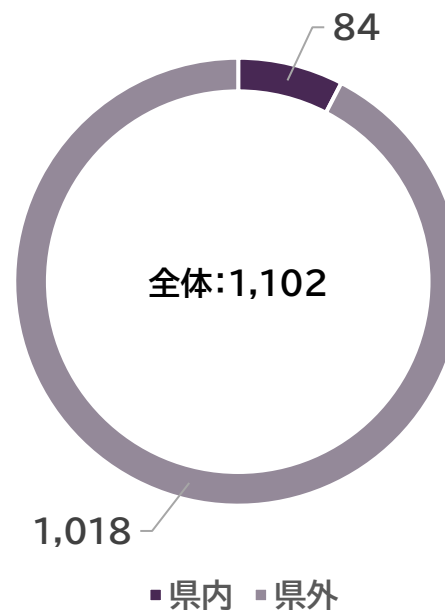
クイズ:「犬」→○○●、「星」→○○○●、「手」→○●○○、「ペン」→●○○、「卵」→●○○ ●を繋げたら何になる？
いずれも9割以上が正解しており、さくらんぼ、ももと同程度の正答率。クイズの難易度に問題はなかったと考えられる。
WEB応募、リアル応募いずれも不正解だった年齢層に偏りはみられなかった。

フルーツ別分析 ぶどう② 参加者居住地(県内or県外)

WEB応募



リアル応募



POINT

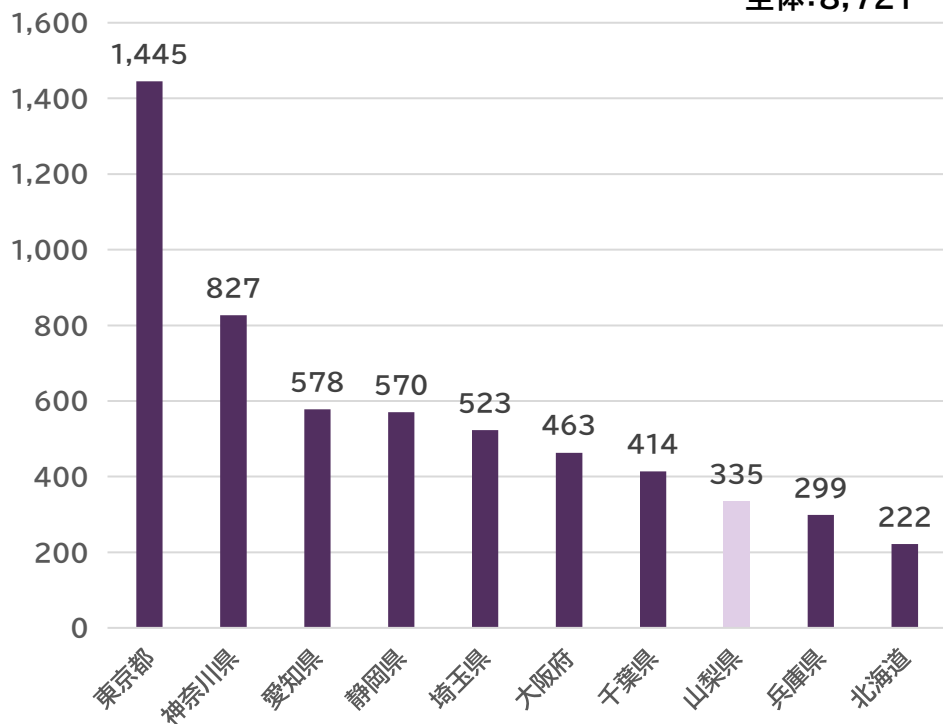
WEB応募においては全体の約4%、リアル応募においては全体の約7%が県内居住者。
WEB応募においては、全国の人口に占める山梨県の人口は約0.6%であることを踏まえると、県内居住者の参加は多いと言える。
リアル応募における県内居住者率はももが最も高く、かつ最も多かった。

フルーツ別分析

ぶどう③ 参加者居住地(県外)

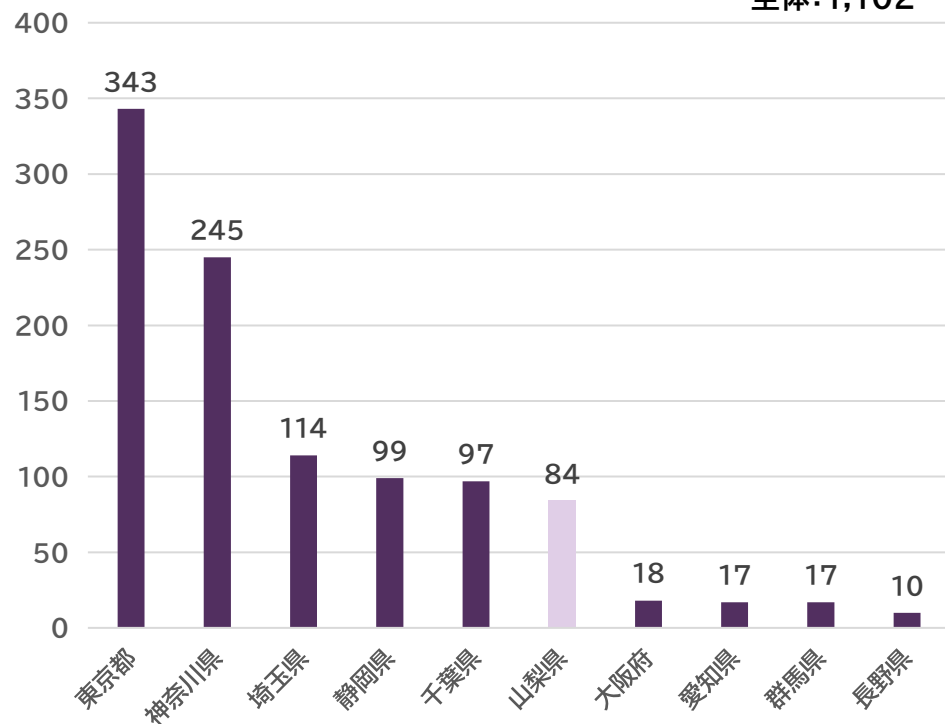
WEB応募

全体:8,721



リアル応募

全体:1,102



POINT

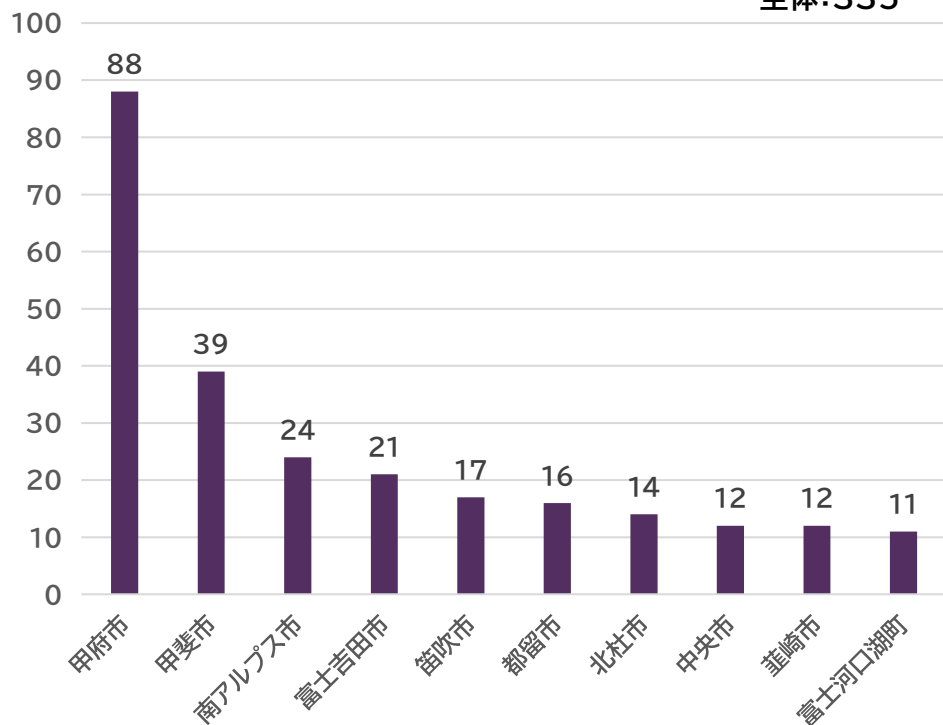
WEB応募でもリアル応募でも東京都が最も多い。神奈川県と合わせると、応募者全体のおよそ4分の1を占めている。リアル応募では、さくらんぼ、ももと同様、隣県が多く、少数ではあるものの、北海道や沖縄など、遠方からの参加もあった。※誤入力、誤記載などにより、集計できないものなどがあり、前スライドの数値とズレが生じている。

フルーツ別分析

ぶどう④ 参加者居住地(県内)

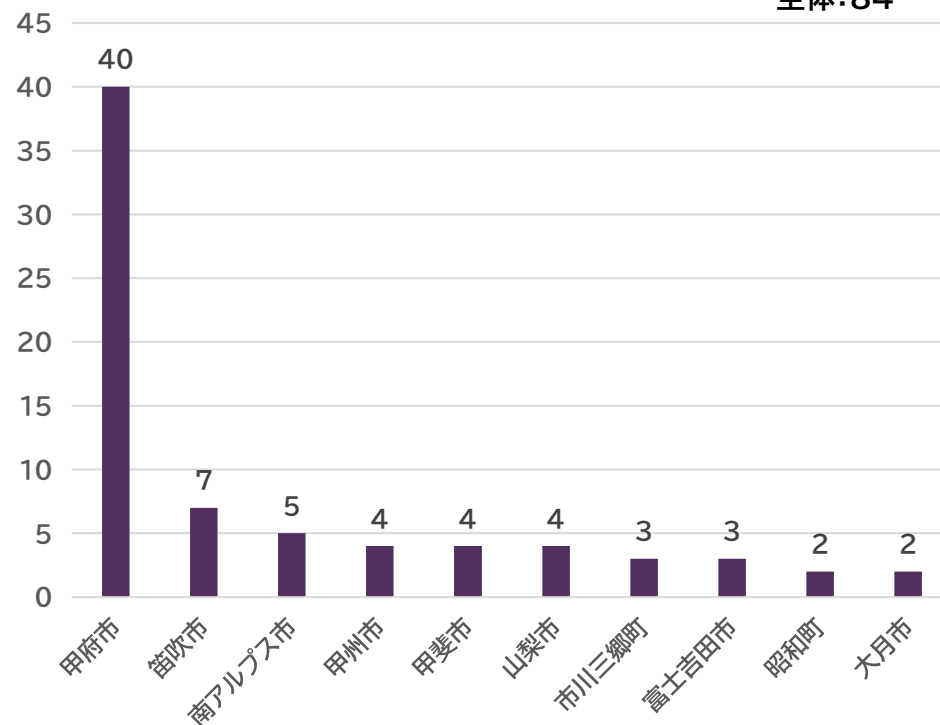
WEB応募

全体:335



リアル応募

全体:84

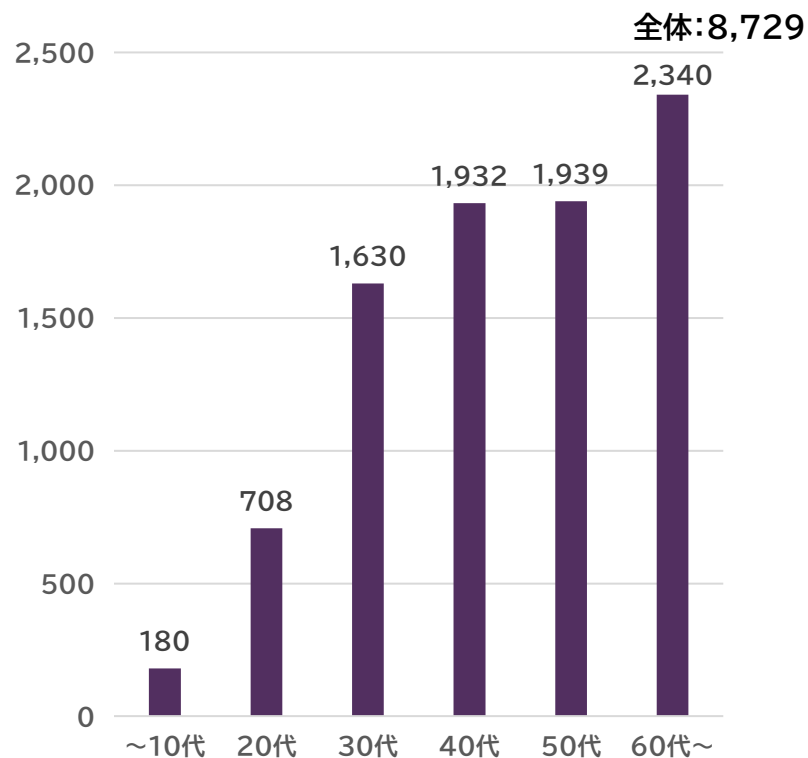


POINT

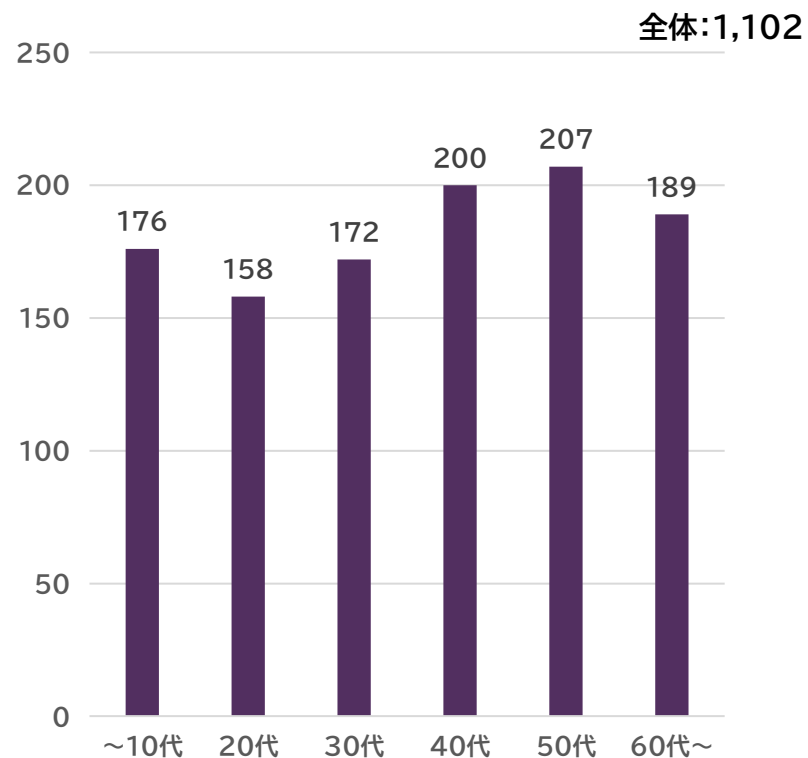
さくらんぼ、ももと同様、WEB応募、リアル応募いずれも甲府市が最も多かった。
WEB応募では全体のおよそ4分の1、リアル応募では2分の1を占めており、さくらんぼとももよりも割合が大きかった。

フルーツ別分析 ぶどう⑤ 参加者年齢層

WEB応募

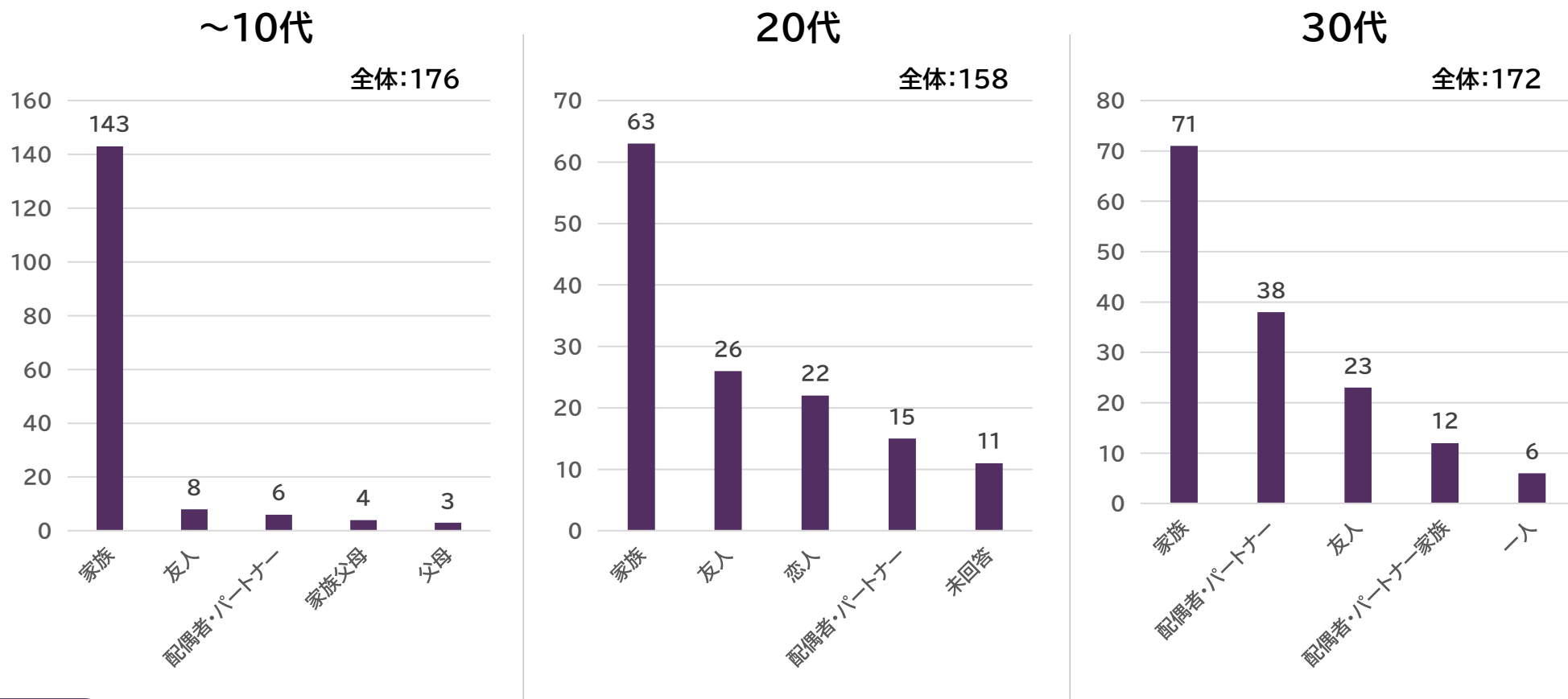


リアル応募



POINT

さくらんぼ、ももと同様、WEB応募では「~10代」が顕著に少ない(個人情報の入力、応募というハードルが原因か)。WEB応募では年代が上がるほどボリュームが増加しており、50代以上で約半数、40代以上で7割程度を占める。リアル応募では、さくらんぼ、ももと異なり、年代ごとのばらつきが小さい。



POINT

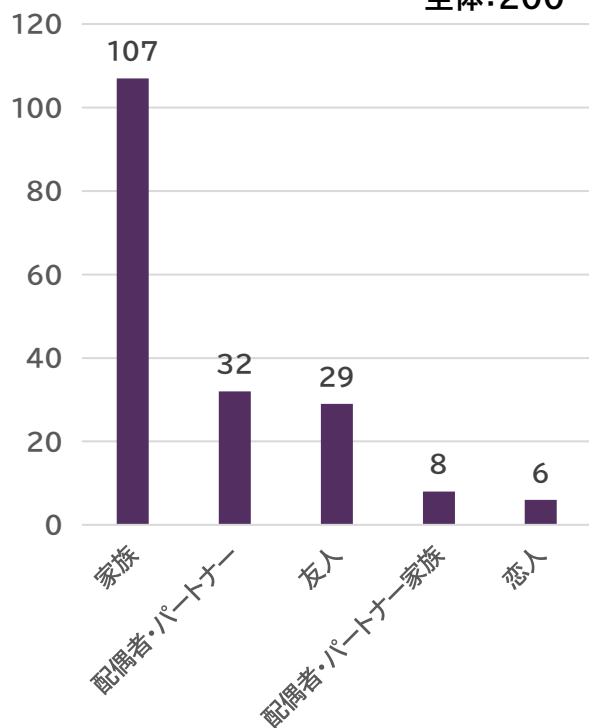
山梨県への旅行の同行者を設問としたのはぶどうのみ。

~10代では家族という回答がほとんどだった。20代では恋人という回答が多い傾向。

どの年齢層も家族という回答が多かったことから、家族連れで訪れ、フルーツキャンペーンに参加いただいたことがうかがえる。

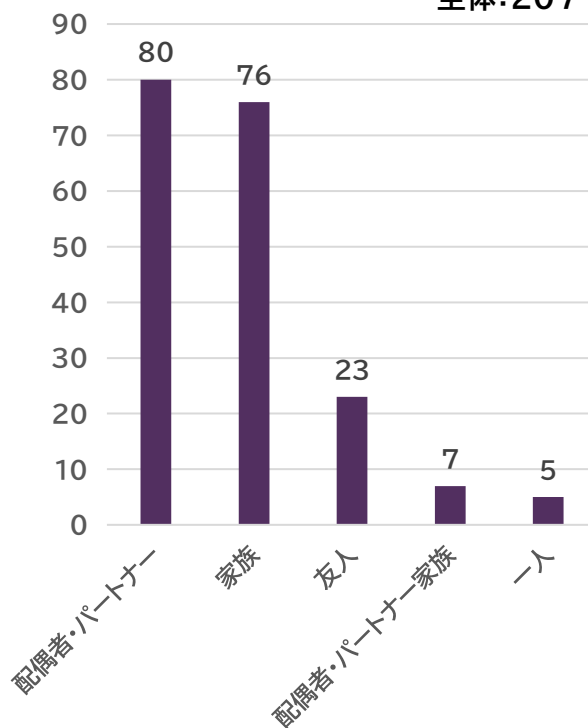
40代

全体:200



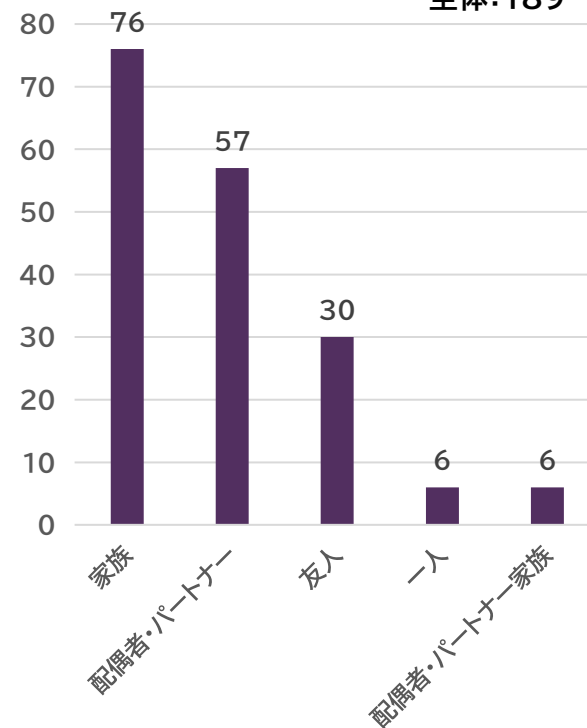
50代

全体:207



60代~

全体:189



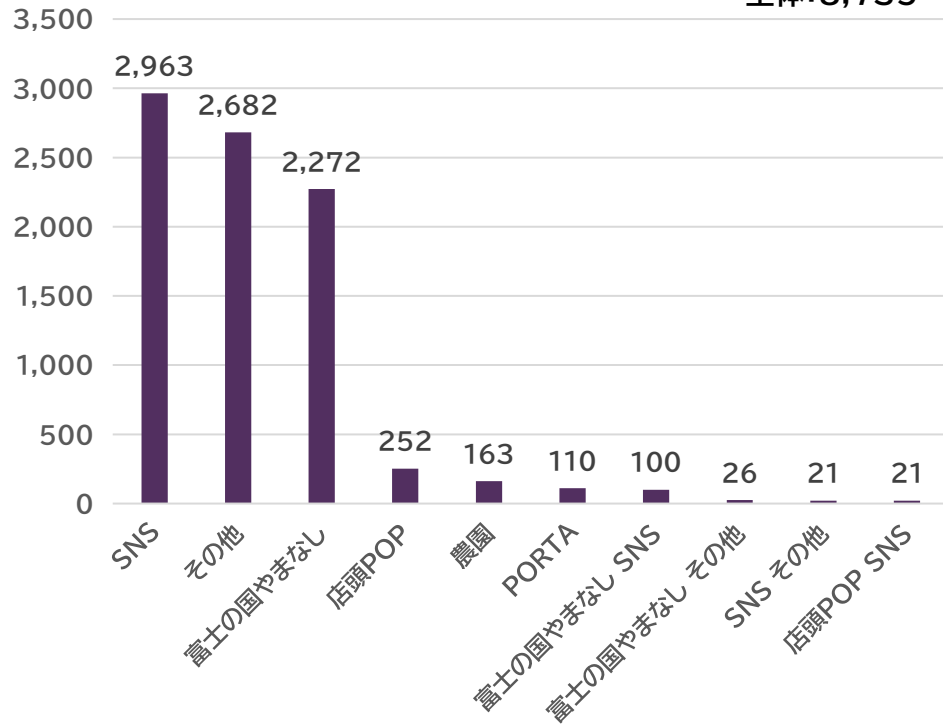
POINT

いずれも家族という回答が約半数を占めている。
全年代を見ると、50代のみ配偶者・パートナーという回答が最も多くなっている。

ぶどう⑧ キャンペーンをどこで知ったか

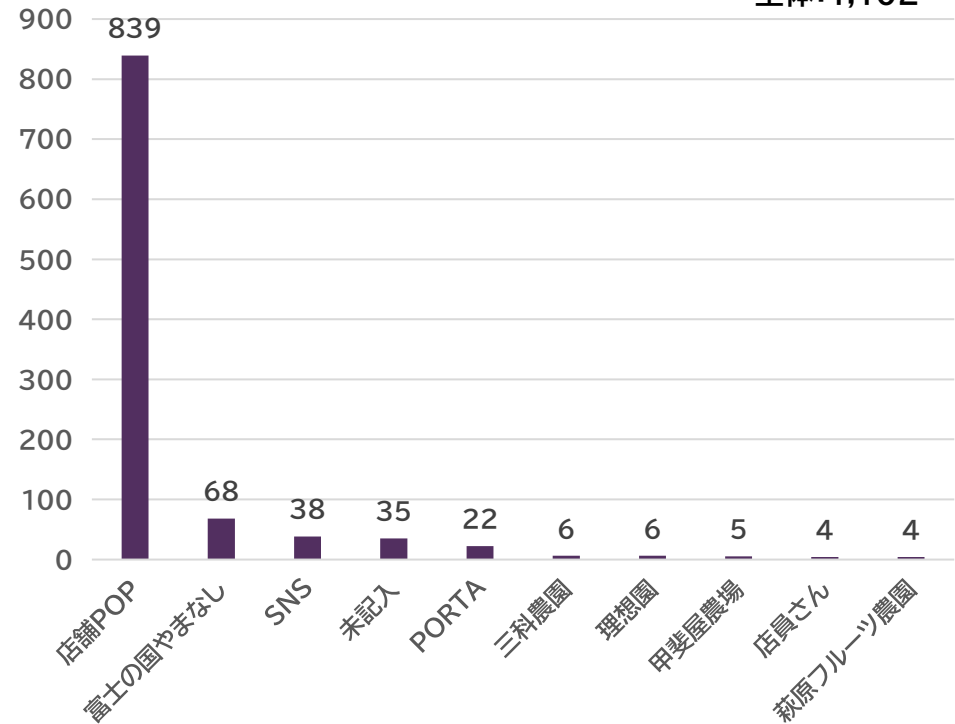
WEB応募

全体:8,735



リアル応募

全体:1,102



POINT

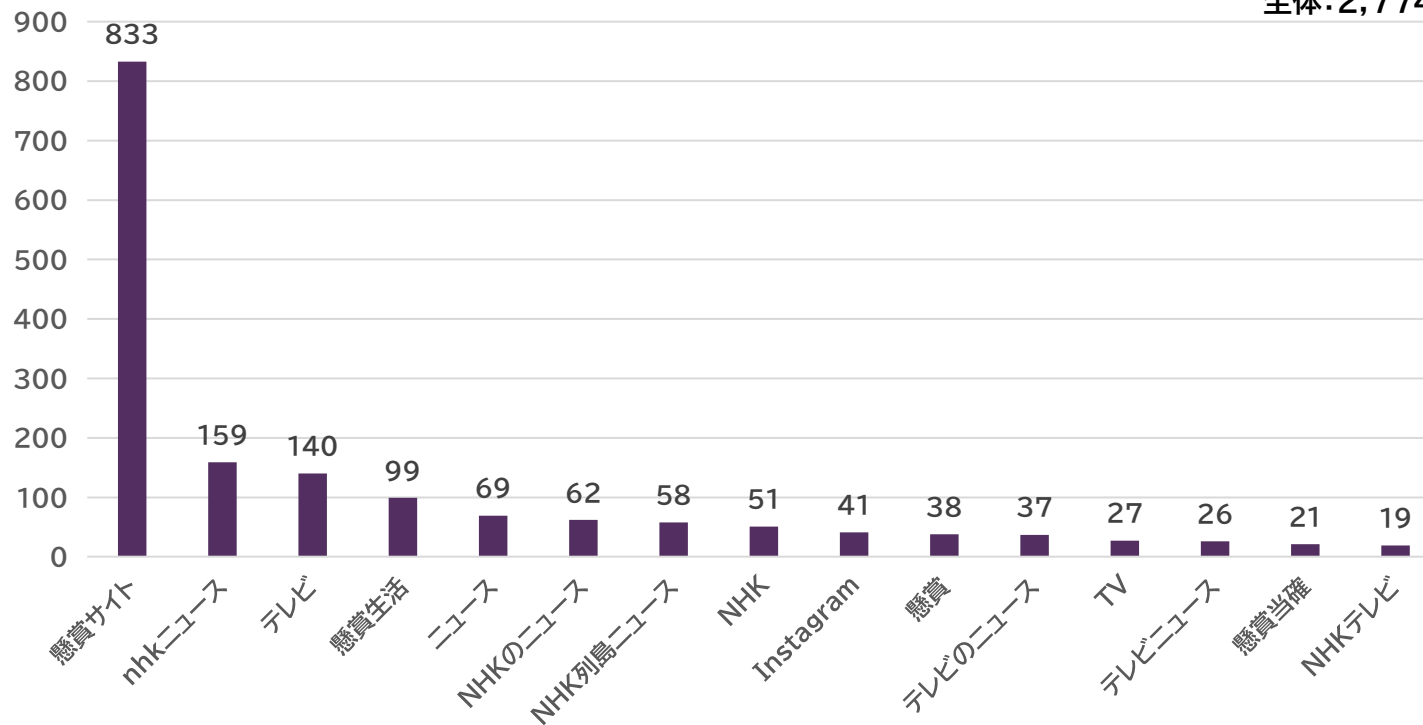
WEB応募では、さくらんぼ、ももでSNS、富士の国やまなしだったところ、今回はその他(懸賞サイトが大部分を占める)。さくらんぼ、桃と同様、リアル応募では店舗POPが圧倒的(約76%)。富士の国やまなしで知った方は6%程度だった。
※複数回答可のため、重複が生じ、全体数にズレが生じている。

フルーツ別分析

ぶどう⑨ キャンペーンをどこで知ったか②

WEB応募

全体:2,774

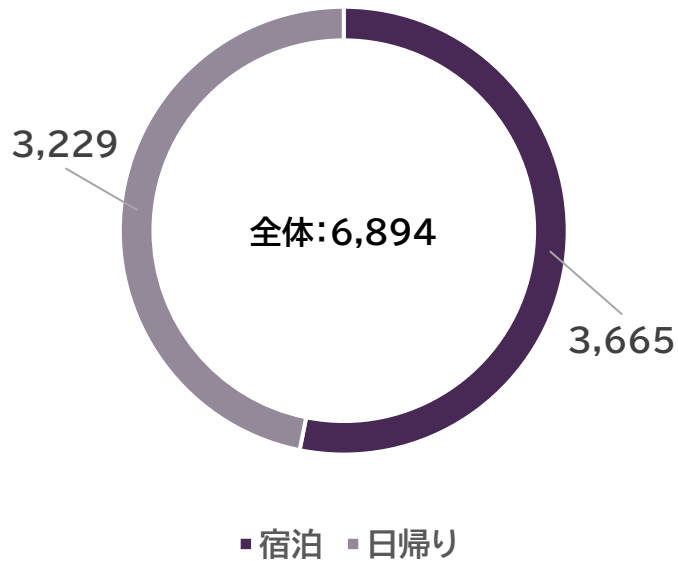


POINT

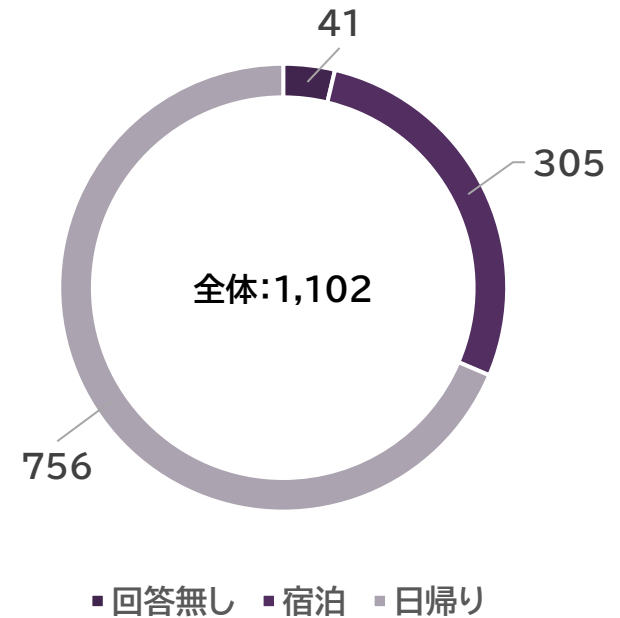
WEB応募のみ集計。懸賞サイト(サイト名など)が大多数を占めた。
ぶどうでは、NHKのニュースで取り上げていただいたため、NHK関連の回答が目立っている(231件、約8%)。
NHKのニュースで知ったという回答が県外の方でも多く、全国メディアの影響力の大きさがうかがえる。

フルーツ別分析 ぶどう⑩ 山梨県への旅行日程

WEB応募



リアル応募



POINT

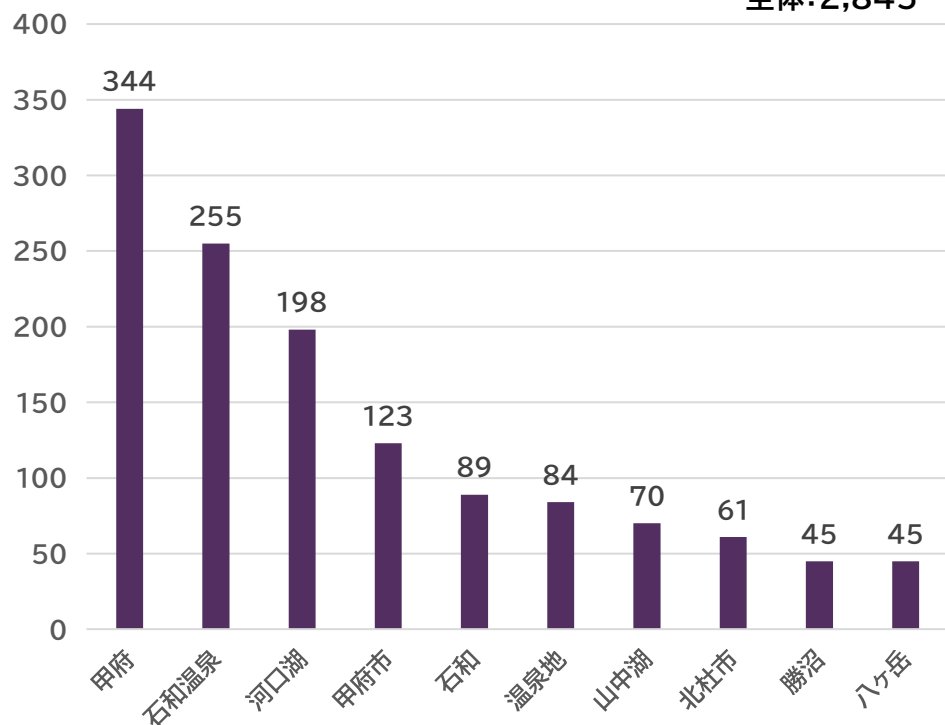
任意回答の設問。WEB応募では回答率80%程度(グラフ中の「全体」は回答者の総数)、リアル応募では回答率96%程度。WEB応募では宿泊が約53%だったのに対し、リアル応募では約27%と差が顕著に表れた。いずれもさくらんぼ、ももと同様の傾向。

フルーツ別分析

ぶどう⑪ 山梨県での宿泊エリア

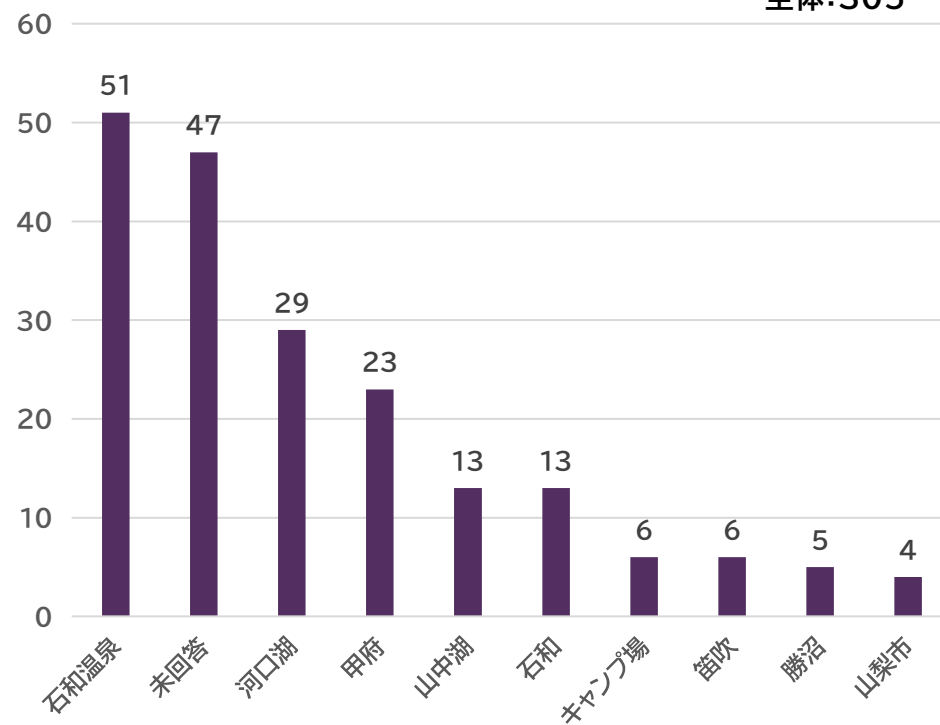
WEB応募

全体:2,845



リアル応募

全体:305



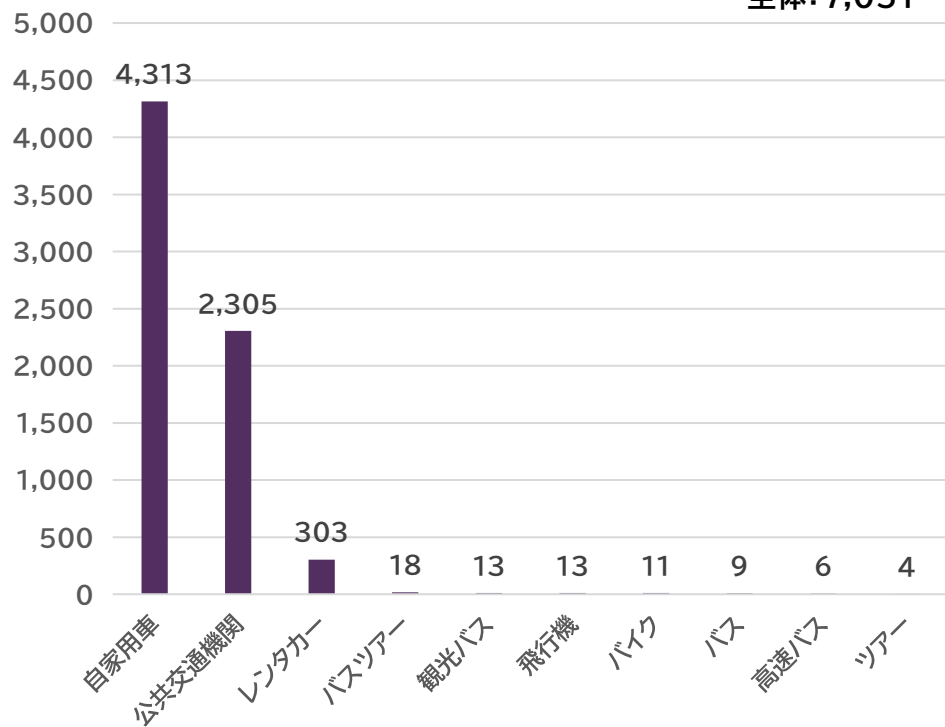
POINT

WEB応募では下位を含めると甲府が最も多く、続いて石和温泉エリア。
 WEB応募では約16%が甲府、約12%が石和温泉エリアに宿泊する(あるいはしたいと考えている)。
 リアル応募では、ももと同様、石和温泉エリアという回答が多かった。

フルーツ別分析 ぶどう⑫ 山梨県での移動手段

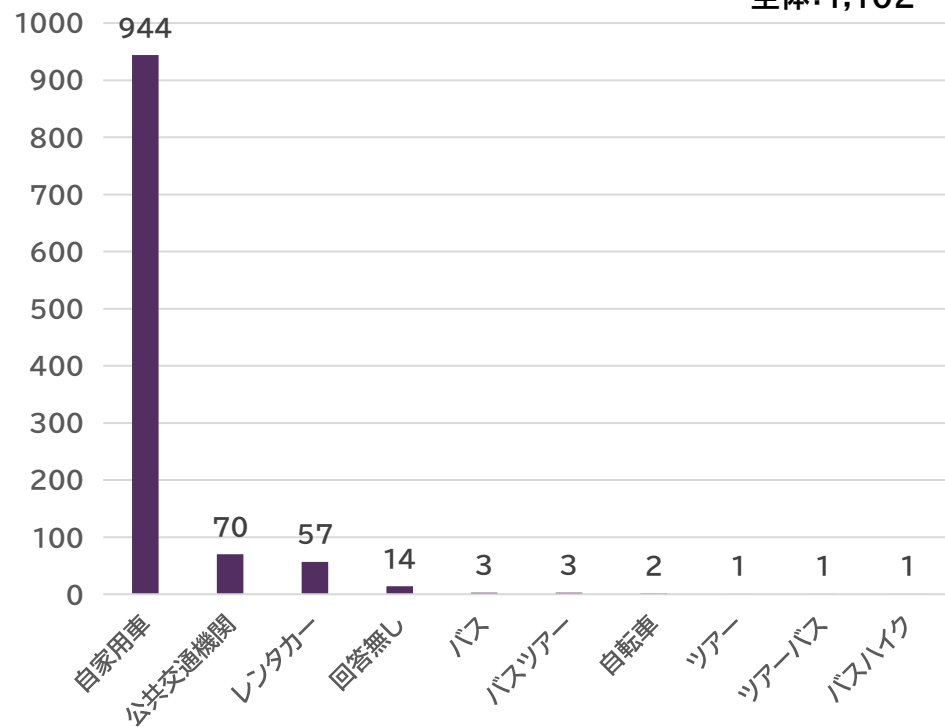
WEB応募

全体:7,051



リアル応募

全体:1,102



POINT

さくらんぼ、ももと同様、WEB応募、リアル応募いずれも自家用車が最も多かった。
こちらもさくらんぼ、ももと同様、WEB応募では公共交通機関が約32%だったものの、リアル応募では約6%と大きく差が開いた。