

常滑市観光戦略プラン策定に向けた 地点調査集計データ

サマリー報告書

報告日：2022年2月



目次

■来訪者アンケート 対象者プロフィール	P 3
■来訪者アンケート 調査項目	P 4
■観光消費額	P 6
■属性	P11
■消費行動	P19
■来訪きっかけ	P25
■立ち寄りスポット	P33

来訪者アンケート 対象者プロフィール

常滑市内5つの観光スポットにて実施（アンケート回答者数：合計650名）

■イオンモール常滑

実施期間：2021年10月16日（土）・10月17日（日）の2日間

対象者：イオンモール常滑の来訪者 76名

■陶磁器会館

実施期間：2021年10月9日（土）・10月16日（土）の2日間

対象者：陶磁器会館の来訪者 153名

■セラモール

実施期間：2021年10月9日（土）・10月10日（日）の2日間

対象者：セラモールの来訪者 146名

■ココテラス

実施期間：2021年10月10日（日）・10月16日（土）の2日間

対象者：ココテラスの来訪者 139名

■セントレア

実施期間：2021年12月4日（土）・12月5日（日）の2日間

対象者：セントレアの来訪者 136名

来訪者アンケート 調査項目

設問	回答選択肢
①基本属性	
・性別（単一回答）	1.男性／2.女性
・年齢（単一回答）	1.10代／2.20代／3.30代／4.40代／5.50代／6.60歳以上
・居住地（単一回答）※都道府県＋市町村	
②旅程・行程	
・今日の常滑市での旅程（フリーコメント） ≪例≫陶磁器会館→散歩道→イオンモール常滑	
③同行者	
・今日の常滑市への来訪における同行者 （複数回答・その他はフリーコメント）	1.恋人／2.夫婦／3.家族（小学生以下の子ども）／ 4.家族（中学生以上の子ども）／5.家族（親）／6.家族（三世代）／ 7.友人（2～3人）／8.友人（4人以上）／9.一人／10.団体旅行／ 11.その他
④来訪きっかけ	
・今日の常滑市への来訪の際に、どこから情報を得たか （複数回答・その他はフリーコメント）	1.雑誌／2.新聞／3.テレビ／4.ポスター／5.観光パンフレット／ 6.Web／7.SNS／8.旅行予約サイト／9.家族や友人の紹介／ 10.もともと知っていた／11.その他
⑤購入金額	
『本日』、常滑市で購入や飲食に使用した、または使用予定の金額を教えてください。	宿泊：
	陶磁器：
	食事：
	お土産：
	日用雑貨：
	食料品：
	衣服：
	交通費：
⑥満足度	その他：
・常滑市の来訪満足度は（単一回答）	1.大変満足／2.満足／3.不満足／4.まったく満足できなかった

来訪者アンケート 調査項目

⑦観光客おもてなし策についての興味度	
今後常滑市が以下の「おもてなし策」を実行するとしたら、体験してみたいと思いますか？	
市内に点在する『招き猫インスタ映えスポット』をMAP化する！	1. とても興味がある 2. やや興味がある 3. やや興味がない 4. まったく興味がない
市内のカフェ・レストラン・雑貨店・散歩道・ビーチなど『”かわいいもの”をSNSで大量情報発信』！	
常滑市を巡る定額制の『観光タクシープラン』を造成！	
常滑焼・常滑の特産品を購入するための『🍷お買い物ツアー』を造成！	
赤ちゃん出産記念に手形・足形を陶器で残せる『家族の思い出・成長記録になる陶芸体験』	
りんくうビーチで、大手アウトドアメーカーとコラボした『海キャンプ体験』ができる！	
「遊び体験×ショッピング」が『親子で楽しめる楽園と大アピール』！	
知多半島産の食材・常滑焼を活用した『常滑のご当地グルメを提供』！	
「常滑焼の酒器」と「常滑地酒」を活用した『常滑焼×日本酒体験』！	
知多半島産の食材を活かした食事を楽しめる『ナイトマーケット(夜市)を開催』！	
りんくうビーチにテントサウナを設置し、『夕日を眺めながらビーチサウナ、夜は音楽とたき火』が楽しめる！	
『市内移動用に、電動アシスト自転車』を空港・駅・主要観光施設に設置	
「おもてなし策」案の中で 最も興味があるもの を教えてください。	
	市内に点在する『招き猫インスタ映えスポット』をMAP化する！／市内のカフェ・レストラン・雑貨店・散歩道・ビーチなど『”かわいいもの”をSNSで大量情報発信』！／常滑市を巡る定額制の『観光タクシープラン』を造成！／常滑焼・常滑の特産品を購入するための『🍷お買い物ツアー』を造成！／赤ちゃん出産記念に手形・足形を陶器で残せる『家族の思い出・成長記録になる陶芸体験』／りんくうビーチで、大手アウトドアメーカーとコラボした『海キャンプ体験』ができる！／「遊び体験×ショッピング」が『親子で楽しめる楽園と大アピール』！／知多半島産の食材・常滑焼を活用した『常滑のご当地グルメを提供』！／「常滑焼の酒器」と「常滑地酒」を活用した『常滑焼×日本酒体験』！／知多半島産の食材を活かした食事を楽しめる『ナイトマーケット(夜市)を開催』！／りんくうビーチにテントサウナを設置し、『夕日を眺めながらビーチサウナ、夜は音楽とたき火』が楽しめる！／『市内移動用に、電動アシスト自転車』を空港・駅・主要観光施設に設置
最も興味がある「おもてなし策」案について、その理由を教えてください。	

■観光消費額

【考察】消費額について

■宿泊

来訪者アンケート全体650名に対して宿泊した回答数は44人（宿泊6.8%）の結果から、日帰り利用者の多さが明確となった。

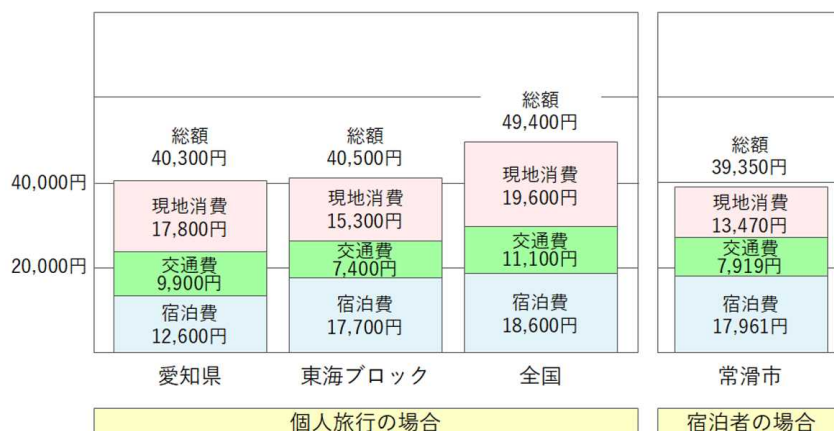
宿泊者のみ1人当たりの平均宿泊金額は17,961円となっており、愛知県の個人旅行の場合の平均宿泊金額12,600円（資料①参照）よりも、5,361円高い結果となっている。

■購入金額

常滑市内に来訪した際に、現地（常滑市内）で消費した費用のことで、具体的には、買い物、飲食など。1人当たりの平均金額は、宿泊者13,470円、日帰り3,166円となっており、現地での消費額の増加を目指す上で、1人当たりの購入金額が高い宿泊者の誘客促進は必須になるであろうと思われる。

■交通費

1人当たりの平均金額は、全体961円、宿泊者7,919円、日帰り655円となっている。宿泊者1人当たりの交通費と愛知県の宿泊個人旅行の場合の交通費9,900円（資料①参照）を比較すると、1,981円低い結果となっている。



▲資料①

（じゃらん宿泊旅行調査2021愛知県版より）
※総額は、各項目の平均金額を四捨五入する前の数値から合計を算出

▲来訪者アンケート（本調査）

【観光消費額】①（全体）

■宿泊金額:1,216円／回答者1人当たりの平均

宿泊金額は？※宿泊金額を回答した数

	回答者数(人)	宿泊者数(人)	回答合計額(円)	宿泊割合	平均額(円)	回答者1人当たり(円)
全体	650	44	790,300	6.8%	17,961	1,216
イオンモール	76	1	10,000	1.3%	10,000	132
陶磁器会館	153	10	145,200	6.5%	14,520	949
セラモール	146	0	0	0.0%	0	0
ココテラス	139	8	69,300	5.8%	8,663	499
セントレア	136	25	565,800	18.4%	22,632	4,160

■購入金額:3,902円／回答者1人当たりの平均

購入金額は？※合計（回答総額）

	回答者数(人)	陶磁器	食事	お土産	日用雑貨	食料品	衣服	その他	回答者1人当たり
全体	650	265,160	925,970	520,099	110,100	247,230	125,000	342,950	3,902
イオンモール	76	6,600	95,400	7,700	60,800	158,900	102,000	32,000	6,097
陶磁器会館	153	176,320	190,030	72,300	13,600	41,600	0	14,500	3,323
セラモール	146	49,240	58,200	91,699	700	400	0	0	1,372
ココテラス	139	21,000	288,940	71,400	3,000	37,830	5,000	15,950	3,188
セントレア	136	12,000	293,400	277,000	32,000	8,500	18,000	280,500	6,775

■交通費:961円／回答者1人当たりの平均

交通費は？※合計（回答総額）

	回答者数(人)	交通費	回答者1人当たり
全体	650	624,950	961
イオンモール	76	4,450	59
陶磁器会館	153	121,430	794
セラモール	146	6,000	41
ココテラス	139	35,500	255
セントレア	136	457,570	3,364

回答者1人当たりの宿泊金額+現地消費(購入金額)+交通費

6,080円

※回答者1人当たりの各種平均金額を四捨五入する前の数値から合計を算出

【観光消費額】②（宿泊者のみ）

■宿泊金額：17,961円／宿泊者1人当たりの平均

宿泊金額は？※宿泊金額を回答した数

	回答者数(人)	宿泊者数(人)	回答合計額(円)	宿泊割合	宿泊者一人当たり(円)
全体	650	44	790,300	6.8%	17,961
イオンモール	76	1	10,000	1.3%	10,000
陶磁器会館	153	10	145,200	6.5%	14,520
セラモール	146	0	0	0.0%	0
ココテラス	139	8	69,300	5.8%	8,663
セントレア	136	25	565,800	18.4%	22,632

■購入金額：13,470円／宿泊者1人当たりの平均

購入金額は？※合計（宿泊者のみ）

	宿泊者数(人)	陶磁器	食事	お土産	日用雑貨	食料品	衣服	その他	合計	宿泊者1人当たり
全体	44	49,600	195,000	213,500	38,600	6,000	23,000	67,000	592,700	13,470
イオンモール	1	3,000	5,000	3,000	2,000	2,000	10,000	2,000	27,000	27,000
陶磁器会館	10	24,600	29,000	12,500	5,600	2,000	0	0	73,700	7,370
セラモール	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ココテラス	8	10,000	26,000	9,000	0	0	0	0	45,000	5,625
セントレア	25	12,000	135,000	189,000	31,000	2,000	13,000	65,000	447,000	17,880

■交通費：7,919円／宿泊者1人当たりの平均

交通費は？※合計（宿泊者のみ）

	宿泊者数(人)	交通費	宿泊者1人当たり
全体	44	348,440	7,919
イオンモール	1	3,000	3,000
陶磁器会館	10	43,300	4,330
セラモール	0	0	0
ココテラス	8	14,500	1,813
セントレア	25	287,640	11,506

宿泊者1人当たりの宿泊金額+現地消費(購入金額)+交通費

39,351円

※回答者1人当たりの各種平均金額を四捨五入する前の数値から合計を算出

【観光消費額】③（日帰り客のみ）

■購入金額:3,166円／日帰り客1人当たりの平均

購入金額は?※合計（宿泊なし）

（円）

	日帰り客数（人）	陶磁器	食事	お土産	日用雑貨	食料品	衣服	その他	合計	日帰り客1人当たり
全体	606	227,560	707,570	407,599	101,500	236,730	110,000	127,450	1,918,409	3,166
イオンモール	75	3,600	90,400	4,700	58,800	156,900	92,000	32,000	438,400	5,845
陶磁器会館	143	151,720	161,030	59,800	8,000	39,600	0	14,500	434,650	3,040
セラモール	146	49,240	58,200	91,699	700	400	0	0	200,239	1,372
ココテラス	131	11,000	262,940	62,400	3,000	37,830	5,000	15,950	398,120	3,039
セントレア	111	12,000	135,000	189,000	31,000	2,000	13,000	65,000	447,000	4,027

■交通費:655円／日帰り客1人当たりの平均

交通費は?※合計（宿泊者なし）

（円）

	日帰り客数（人）	交通費	日帰り客1人当たり
全体	606	397,220	655
イオンモール	75	4,450	59
陶磁器会館	143	78,130	546
セラモール	146	6,000	0
ココテラス	131	21,000	160
セントレア	111	287,640	2,591

日帰り客1人当たりの現地消費（購入金額）+交通費

3,821円

※回答者1人当たりの各種平均金額を四捨五入する前の数値から合計を算出

■属性

【考察】属性について

■全体

女性56.2%、男性43.8%の割合。女性は20代、男性は40代、50代が多かった。

知多半島27.7%、名古屋24.6%となっている。

同行者は夫婦、次いで友人2~3人が多い結果となっている。

■イオンモール ※特徴:知多半島の小学生以下のこども家族が多い

女性は50代、60歳以上、男性は30代、60歳以上の割合が高い。

知多半島から81.6%が訪問している。

同行者は夫婦に次いで、小学生以下のこども家族、中学生以上のこども家族の順になっている。

今回、アンケート調査をした5地点の中で、小学生以下のこども家族が一番多い結果となっている。

■陶磁器会館 ※特徴:名古屋、三河からの夫婦が多い

女性は20代と50代、男性は30代、50代の割合が高く、女性の割合が多い。

名古屋、三河からの訪問が多い。

同行者は夫婦に次いで、友人2~3人での訪問が多くみられる。

今回、アンケート調査をした5地点の中で、夫婦が一番多い結果となっている。

■セラモール ※特徴:名古屋、知多半島からの一人または夫婦が多い

女性は50代、男性は40代の割合が高い。また、今回アンケート調査をした5地点の中で唯一男性の割合の方が高い。

名古屋、知多半島からの訪問者で78.7%になっている。

一人での訪問が多いことが特徴で、夫婦の訪問は「陶磁器会館」と同様に多くみられる。

■ココテラス ※特徴:知多半島、三河、名古屋からの恋人または友人2~3人が多い

女性・男性ともに20代の割合が高く、20代女性の訪問が目立って多い。

知多半島、三河、名古屋の割合順で訪問している。

同行者は恋人、友人2~3人に次いで、夫婦での訪問が多くみられる。

今回、アンケート調査した5地点の中で、恋人、友人2~3人が一番多い結果となっている。

■セントレア ※特徴:友人と訪れる割合が高い

女性は20代、40代、男性は60代、20代の割合が高い。

三河、名古屋からの訪問が多い。また44.8%が、北海道・東北、甲信越、九州・沖縄など、空港ならではの居住地からの訪問である。

同行者は友人2~3人、夫婦での訪問が多くみられる。

今回、アンケート調査した5地点の中で、4人以上の友人が一番多い結果となっている。

【属性】

■施設別×性別／年代

	女性						男性						女性 集計	男性 集計	総計
	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上			
イオンモール	3.9%	0.0%	9.2%	11.8%	13.2%	14.5%	2.6%	2.6%	11.8%	9.2%	9.2%	11.8%	52.6%	47.4%	100.0%
陶磁器会館	3.3%	14.4%	8.5%	9.8%	17.0%	8.5%	2.0%	5.9%	9.2%	5.2%	9.2%	7.2%	61.4%	38.6%	100.0%
セラモール	0.0%	3.4%	6.2%	6.8%	21.2%	6.2%	0.0%	0.7%	6.8%	23.3%	17.8%	7.5%	43.8%	56.2%	100.0%
ココテラス	5.0%	33.8%	8.6%	6.5%	3.6%	5.8%	2.2%	18.0%	4.3%	5.0%	2.9%	4.3%	63.3%	36.7%	100.0%
セントレア	7.4%	14.7%	5.9%	13.2%	6.6%	10.3%	3.7%	8.8%	5.9%	2.9%	8.1%	12.5%	58.1%	41.9%	100.0%
全施設合計	3.8%	14.5%	7.5%	9.4%	12.5%	8.5%	2.0%	7.5%	7.2%	9.2%	9.5%	8.3%	56.2%	43.8%	100.0%

■施設別×居住地

	知多半島	名古屋	尾張	三河	愛知県 その他	愛知県 全体	北海道・ 東北	関東	甲信越	東海	関西	中国四国	九州・沖縄	回答なし	その他	総計
イオンモール	81.6%	6.6%	1.3%	3.9%	2.6%	96.1%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	100.0%
陶磁器会館	17.0%	23.5%	3.9%	20.9%	2.6%	68.0%	1.3%	11.1%	0.0%	10.5%	6.5%	1.3%	0.0%	1.3%	0.0%	100.0%
セラモール	30.8%	47.9%	2.1%	6.8%	1.4%	89.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%	6.8%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ココテラス	25.9%	21.6%	2.9%	25.2%	6.5%	82.0%	0.0%	0.7%	0.0%	8.6%	4.3%	0.0%	2.9%	1.4%	0.0%	100.0%
セントレア	8.1%	14.0%	4.4%	19.1%	8.1%	53.7%	10.3%	5.9%	6.6%	13.2%	2.9%	1.5%	4.4%	1.5%	0.0%	100.0%
全施設合計	27.7%	24.6%	3.1%	16.3%	4.3%	76.0%	2.5%	4.0%	1.4%	8.2%	4.6%	0.8%	1.5%	0.9%	0.2%	100.0%

■施設別×同行者

	いとこ	一人	家族 (三世 代)	家族 (三世 代), 友 人(自身 を含め2 ~3人)	家族 (小学生 以下の こども), 家族 (中学生 以上の こども)	家族 (小学生 以下の こども), 家族 (中学生 以上の こども)	家族 (親)	家族 (中学生 以上の こども)	家族(中 学生以 上のこ ども), 家 族(親), 家族(三 世代)	家族 (中学生 以上の こども), 家族(親), 友人 (自身を 含め 4人以上)	同僚	夫婦	夫婦, 一 人	夫婦, 家族 (小学生 以下の こども)	夫婦, 家 族(親)	夫婦, 家族 (中学生 以上の こども)	友人 (自身を 含め 2~3人)	友人 (自身を 含め 4人 以上)	恋人	恋人, 家族 (親)	恋人, 夫婦	その他	総計	
イオン モール	0.0%	14.5%	5.3%	0.0%	19.7%	0.0%	10.5%	13.2%	0.0%	0.0%	1.3%	0.0%	26.3%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	3.9%	1.3%	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%	100.0%
陶磁器 会館	0.0%	9.2%	2.6%	0.0%	10.5%	0.7%	7.8%	10.5%	0.7%	0.7%	0.0%	0.0%	30.1%	0.7%	0.7%	0.7%	0.0%	13.1%	1.3%	9.8%	0.0%	0.0%	1.3%	100.0%
セラ モール	0.0%	42.5%	1.4%	0.0%	4.8%	0.0%	4.8%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	30.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.8%	0.0%	6.8%	0.0%	1.4%	0.0%	100.0%
ココ テラス	1.4%	0.0%	0.7%	0.7%	3.6%	2.2%	10.1%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	18.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	29.5%	0.0%	29.5%	0.7%	0.0%	0.0%	100.0%
セント レア	0.0%	11.0%	5.1%	0.0%	3.7%	0.0%	6.6%	11.8%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	16.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	26.5%	6.6%	5.1%	0.0%	0.0%	3.7%	100.0%
全施設 合計	0.3%	15.7%	2.8%	0.2%	7.4%	0.6%	7.7%	7.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.9%	24.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	16.9%	1.8%	11.4%	0.2%	0.3%	1.2%	100.0%

【属性】施設別

■イオンモール

■同行者×年代別

	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上	総計
夫婦	0	0	1	2	9	8	20
家族(小学生以下のこども)	0	2	7	5	1	0	15
一人	0	0	1	1	4	5	11
家族(中学生以上のこども)	1	0	1	4	2	2	10
家族(親)	2	0	2	3	0	1	8
家族(三世代)	0	0	0	0	0	4	4
友人(自身を含め2~3人)	2	0	0	0	1	0	3
家族(中学生以上のこども), 家族(親), 友人(自身を含め4人以上)	0	0	0	1	0	0	1
夫婦, 家族(小学生以下のこども)	0	0	1	0	0	0	1
友人(自身を含め4人以上)	0	0	1	0	0	0	1
恋人	0	0	1	0	0	0	1
その他	0	0	1	0	0	0	1
総計	5	2	16	16	17	20	76

【属性】施設別

■陶磁器会館

■同行者×年代別

	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上	総計
夫婦	0	3	5	5	22	11	46
友人(自身を含め2~3人)	0	11	5	3	0	1	20
家族(小学生以下のこども)	1	0	6	6	3	0	16
家族(中学生以上のこども)	2	2	0	4	6	2	16
恋人	4	7	3	0	1	0	15
一人	0	1	1	1	6	5	14
家族(親)	1	5	3	0	1	2	12
家族(三世代)	0	1	2	1	0	0	4
友人(自身を含め4人以上)	0	1	0	1	0	0	2
その他	0	0	0	0	0	2	2
家族(小学生以下のこども), 家族(中学生以上のこども)	0	0	0	1	0	0	1
家族(中学生以上のこども), 家族(親)	0	0	0	0	0	1	1
家族(中学生以上のこども), 家族(親), 家族(三世代)	0	0	0	0	1	0	1
夫婦, 一人	0	0	1	0	0	0	1
夫婦, 家族(小学生以下のこども)	0	0	0	1	0	0	1
夫婦, 家族(親)	0	0	1	0	0	0	1
総計	8	31	27	23	40	24	153

【属性】施設別

■セラモール

■同行者×年代別

	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上	総計
一人	0	1	8	24	24	5	62
夫婦	0	1	4	11	18	10	44
友人(自身を含め2~3人)	0	0	2	1	4	3	10
恋人	0	1	2	3	4	0	10
家族(小学生以下のこども)	0	0	2	4	1	0	7
家族(親)	0	1	1	0	4	1	7
家族(三世代)	0	0	0	0	1	1	2
家族(中学生以上のこども)	0	2	0	0	0	0	2
恋人, 夫婦	0	0	0	1	1	0	2
総計	0	6	19	44	57	20	146

【属性】施設別

■ココテラス

■同行者×年代別

	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上	総計
友人(自身を含め2~3人)	8	24	7	0	1	1	41
恋人	0	35	4	1	1	0	41
夫婦	0	4	4	7	3	7	25
家族(親)	1	6	1	3	2	1	14
家族(小学生以下のこども)	0	0	1	3	0	1	5
家族(小学生以下のこども), 家族(中学生以上のこども)	0	0	0	1	2	0	3
家族(中学生以上のこども)	1	0	0	0	0	2	3
いとこ	0	2	0	0	0	0	2
同僚	0	0	1	1	0	0	2
家族(三世代)	0	0	0	0	0	1	1
家族(三世代), 友人(自身を含め2~3人)	0	0	0	0	0	1	1
恋人, 家族(親)	0	1	0	0	0	0	1
総計	10	72	18	16	9	14	139

【属性】施設別

■セントレア

■同行者×年代別

	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上	総計
友人(自身を含め2~3人)	4	16	5	3	1	7	36
夫婦	0	3	4	4	3	8	22
家族(中学生以上のこども)	3	2	1	8	1	1	16
一人	0	1	3	1	6	4	15
家族(親)	5	2	0	0	1	1	9
友人(自身を含め4人以上)	0	1	0	0	1	7	9
家族(三世代)	1	1	0	3	1	1	7
家族(小学生以下のこども)	0	0	2	1	2	0	5
その他	1	1	0	1	1	1	5
恋人	1	4	0	0	2	0	7
同僚	0	1	1	0	1	1	4
夫婦, 家族(中学生以上のこども)	0	0	0	1	0	0	1
総計	15	32	16	22	20	31	136

■消費行動

現地消費を行った回答者のみの平均額

【消費行動】平均単価×性年代別

■イオンモール

(円)

	宿泊	陶磁器	食事	お土産	日用雑貨	食料品	衣服	交通費	その他
女性	-	-	2,275	700	1,508	6,206	4,111	1,000	4,250
10代	-	-	750	700	1,000	700	2,000	-	-
20代	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30代	-	-	2,125	-	1,500	5,000	4,000	-	500
40代	-	-	3,480	-	1,200	3,500	4,000	1,000	5,000
50代	-	-	1,667	-	1,000	10,250	-	-	5,000
60歳以上	-	-	2,000	-	2,667	6,833	5,667	-	-
男性	10,000	3,300	3,688	2,100	2,575	4,720	13,000	1,725	2,167
10代	-	-	2,000	-	-	5,000	-	-	-
20代	-	-	-	-	1,000	-	-	-	-
30代	10,000	3,300	4,800	2,100	1,820	2,433	10,000	3,000	2,000
40代	-	-	4,900	-	2,920	15,000	16,500	450	-
50代	-	-	1,375	-	1,750	6,000	-	-	2,250
60歳以上	-	-	3,000	-	4,333	3,475	12,000	-	-
全体	10,000	3,300	2,981	1,540	2,097	5,675	7,286	1,483	3,556

知多半島からの訪問が81.6%のため、宿泊者は、ほとんどいない。

食料品や衣服の購入、食事、日用雑貨など、ライフスタイルに必要な日常の消費行動が多く見られる。

【消費行動】平均単価×性年代別

■陶磁器会館

(円)

	宿泊	陶磁器	食事	お土産	日用雑貨	食料品	衣服	交通費	その他
女性	15,233	5,540	2,755	2,657	2,867	3,800	-	3,953	2,125
10代	-	-	1,833	1,000	-	-	-	-	-
20代	4,500	4,425	2,296	3,250	-	-	-	3,929	1,740
30代	5,000	8,000	2,333	5,000	5,000	2,000	-	3,000	-
40代	15,000	3,667	3,625	4,233	-	-	-	20,000	3,000
50代	-	5,680	2,825	2,100	-	4,250	-	1,333	2,000
60歳以上	25,775	5,900	4,625	2,375	1,800	-	-	1,600	-
男性	8,100	6,113	3,096	2,800	5,000	5,650	-	10,355	3,000
10代	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20代	-	5,000	2,400	2,000	-	-	-	4,250	-
30代	-	7,000	2,467	-	-	1,300	-	630	-
40代	-	2,500	4,833	800	-	10,000	-	2,000	3,000
50代	-	6,700	3,200	2,400	5,000	0	-	1,000	3,000
60歳以上	8,100	7,000	3,400	2,000	-	10,000	-	50,000	0
全体	14,520	5,688	2,879	2,493	3,400	4,622	-	5,782	2,417

目的は陶磁器の購入。お土産の購入も高く、「観光」としての訪問意識が感じられる。
お土産用のバリエーションある商品展開をすることで、購入額の増加が見込まれる。

【消費行動】平均単価×性年代別

■セラモール

(円)

	宿泊	陶磁器	食事	お土産	日用雑貨	食料品	衣服	交通費	その他
女性	-	2,891	2,625	3,144	-	-	-	2,000	-
10代	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20代	-	4,000	3,250	1,400	-	-	-	-	-
30代	-	2,500	1,500	3,000	-	-	-	-	-
40代	-	-	10,000	5,000	-	-	-	-	-
50代	-	3,000	1,750	3,900	-	-	-	2,000	-
60歳以上	-	2,620	1,625	2,250	-	-	-	-	-
男性	-	3,625	2,225	3,185	700	400	-	2,000	-
10代	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20代	-	-	2,000	-	-	-	-	-	-
30代	-	6,000	3,000	3,500	700	-	-	-	-
40代	-	2,000	1,000	3,000	-	-	-	-	-
50代	-	3,500	3,333	2,600	-	-	-	2,000	-
60歳以上	-	3,500	1,940	3,850	-	400	-	-	-
全体	-	3,283	2,425	3,162	700	400	-	2,000	-

陶磁器、お土産の購入、食事がセットとなった行動パターンが見られる。

消費行動が他調査スポットに比べると低く、立ち寄り・見学だけのスポットとしての位置づけとなっている。

【消費行動】平均単価×性年代別

■ココテラス

(円)

	宿泊	陶磁器	食事	お土産	日用雑貨	食料品	衣服	交通費	その他
女性	7,375	6,000	2,865	2,847	3,000	4,290	-	2,380	1,225
10代	-	-	3,400	600	-	-	-	-	-
20代	8,000	7,500	2,725	3,000	3,000	4,667	-	2,311	-
30代	5,500	-	2,158	-	-	500	-	-	-
40代	-	3,000	3,040	2,000	-	6,765	-	-	1,750
50代	-	-	2,000	2,500	-	2,000	-	-	700
60歳以上	-	-	6,667	3,575	-	-	-	3,000	-
男性	9,950	3,000	3,200	2,875	-	1,950	5,000	2,340	6,750
10代	-	-	1,500	-	-	-	-	200	-
20代	2,000	-	2,681	2,000	-	2,000	-	2,250	-
30代	20,800	-	5,167	2,500	-	2,000	-	2,000	-
40代	-	3,000	2,740	-	-	1,800	5,000	-	-
50代	-	-	3,500	3,500	-	-	-	-	-
60歳以上	15,000	-	7,550	3,500	-	-	-	5,000	6,750
全体	8,663	5,250	2,979	2,856	3,000	3,439	5,000	2,367	3,988

食事がメイン目的となっている様子。食料品、お土産、陶磁器の購入もみられる。
ご当地グルメを味わい、その後お土産として購入できるような連動感ある展開で消費額の増加が見込まれる。

【消費行動】平均単価×性年代別

■セントレア

(円)

	宿泊	陶磁器	食事	お土産	日用雑貨	食料品	衣服	交通費	その他
女性	24,914	7,000	2,419	5,000	7,000	833	6,250	4,382	13,000
10代	10,000	-	2,143	1,500	-	-	-	2,526	20,000
20代	5,000	-	1,465	2,000	-	-	2,500	2,048	12,667
30代	-	-	1,483	4,333	500	1,000	-	4,333	-
40代	17,000	7,000	2,371	3,000	500	750	-	2,869	9,667
50代	31,500	-	5,383	10,667	20,000	-	10,000	16,000	10,000
60歳以上	39,700	-	2,975	6,000	-	-	-	12,000	-
男性	19,727	5,000	3,876	12,286	5,500	3,000	2,750	16,242	18,167
10代	-	-	1,467	-	-	-	2,500	930	-
20代	7,500	-	2,970	3,000	1,000	3,000	-	3,900	6,425
30代	8,000	-	1,800	27,000	-	-	-	11,550	65,000
40代	15,000	-	6,000	-	-	-	-	1,000	-
50代	15,500	-	8,186	3,750	10,000	-	3,000	19,500	-
60歳以上	39,000	5,000	3,233	13,333	-	-	-	55,000	2,600
全体	22,632	6,000	2,964	7,914	6,400	1,700	4,500	8,633	15,583

宿泊をする人が多く、お土産の購入も多い。宿泊を伴うことから、遠方からの来訪者であることが想定されるが、常滑市を代表する「陶磁器」の購入額が少ないことに対して、常滑＝陶磁器（常滑焼）のイメージを作り出すことが必要と考えられる。

■来訪きっかけ

【来訪きっかけ】常滑市全体

「もともと知っていた」回答が一番多かったのは、イオンモール(90.8%)、陶磁器会館(51.0%)、ココテラス(37.4%)、セントレア(64.7%)。

「ポスター」が来訪ときっかけになっているのはセラモール(41.8%)。

そのほかにも、SNS(ココテラス28.9%)、家族や友人の紹介(陶磁器会館13.1%)、Web(セントレア10.3%)も特徴的と言える。

常滑市のファンによる情報発信、口コミ情報の拡散などが重要な要素といえる。訪問者の満足度を上げることが来訪者の増加、きっかけ作りの拡大と捉え、プロモーションと同様に「来訪者満足度」への対応の拡充がポイントといえる。

■居住地別

	もともと知っていた	SNS	ポスター	家族や友人の紹介	Web	テレビ	観光パンフレット	通りすがり	新聞	旅行予約サイト	雑誌	看板	案内所	その他	総計
知多半島	110	12	20	16	2	6	2	3	5	0	3	0	0	1	180
名古屋	52	29	37	12	9	12	2	2	0	1	0	2	0	2	160
尾張	9	3	1	3	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	20
三河	56	19	1	8	13	3	1	1	0	1	0	1	0	2	106
愛知県その他	15	4	0	1	1	0	3	1	2	0	1	0	0	0	28
愛知県合計	242	67	59	40	26	21	9	8	7	3	4	3	0	5	494
北海道・東北	13	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	16
関東	14	0	0	3	3	2	4	0	0	0	0	0	0	0	26
甲信越	6	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9
東海	24	5	1	10	4	5	1	0	0	1	0	0	0	2	53
関西	7	6	1	5	7	1	0	1	0	2	0	0	0	0	30
中国四国	0	2	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
九州・沖縄	2	4	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	10
アメリカ	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
なし	4	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
総計	312	87	61	61	46	29	15	9	7	6	4	3	1	9	650

【来訪きっかけ】常滑市全体

■年代別

	もともと 知って いた	SNS	ポスター	家族や 友人の 紹介	Web	テレビ	観光 パンフ レット	通り すがり	新聞	旅行 予約 サイト	雑誌	看板	案内所	その他	総計
10代	13	11	0	9	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	38
20代	60	43	0	18	12	3	1	2	0	0	0	1	0	3	143
30代	44	12	9	9	7	6	2	2	0	2	0	0	0	3	96
40代	49	9	24	9	10	8	2	1	3	2	1	1	0	2	121
50代	64	9	26	8	13	8	7	2	3	1	1	1	0	0	143
60歳以上	82	3	2	8	3	3	3	1	1	1	1	0	1	0	109
総計	312	87	61	61	46	29	15	9	7	6	4	3	1	9	650

【来訪きっかけ】施設別

■イオンモール

■居住地別

	もともと 知っていた	家族や 友人の紹介	SNS	テレビ	雑誌	新聞	通りすがり	総計
知多半島	57	1	1	1	1	1	0	62
名古屋	5	0	0	0	0	0	0	5
尾張	0	0	0	0	0	0	1	1
三河	3	0	0	0	0	0	0	3
愛知県その他	2	0	0	0	0	0	0	2
愛知県合計	67	1	1	1	1	1	1	73
東海	2	0	0	0	0	0	0	2
アメリカ	0	1	0	0	0	0	0	1
総計	69	2	1	1	1	1	1	76

■年代別

	もともと 知ってた	家族や 友人の紹介	SNS	テレビ	雑誌	新聞	通りすがり	総計
10代	4	0	1	0	0	0	0	5
20代	2	0	0	0	0	0	0	2
30代	14	1	0	1	0	0	0	16
40代	14	0	0	0	1	1	0	16
50代	16	0	0	0	0	0	1	17
60歳以上	19	1	0	0	0	0	0	20
総計	69	2	1	1	1	1	1	76

【来訪きっかけ】施設別

■陶磁器会館

■居住地別

	もともと 知っていた	家族や 友人の 紹介	SNS	Web	テレビ	観光 パンフ レット	雑誌	旅行予約 サイト	新聞	案内所	その他	総計
知多	14	2	2	1	2	1	2	0	1	0	1	26
名古屋	20	5	4	3	2	1	0	0	0	0	1	36
尾張	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
三河	18	5	7	1	0	1	0	0	0	0	0	32
愛知県その他	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4
愛知県合計	60	13	14	5	4	3	2	0	1	0	2	104
北海道・東北	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
関東	6	2	0	3	2	4	0	0	0	0	0	17
東海	9	3	0	1	2	1	0	0	0	0	0	16
関西	1	2	3	2	0	0	0	2	0	0	0	10
中国四国	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
なし	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
総計	78	20	18	13	8	8	2	2	1	1	2	153

■年代別

	もともと 知っていた	家族や 友人の 紹介	SNS	Web	テレビ	観光 パンフ レット	雑誌	旅行予約 サイト	新聞	案内所	その他	総計
10代	0	4	3	0	0	0	1	0	0	0	0	8
20代	14	5	8	3	1	0	0	0	0	0	0	31
30代	13	3	3	2	1	1	0	2	0	0	2	27
40代	12	2	2	3	2	2	0	0	0	0	0	23
50代	23	4	0	5	2	5	1	0	0	0	0	40
60歳以上	16	2	2	0	2	0	0	0	1	1	0	24
総計	78	20	18	13	8	8	2	2	1	1	2	153

【来訪きっかけ】施設別

■セラモール

■居住地別

	ポスター	もともと知っていた	SNS	テレビ	Web	家族や友人の紹介	観光パンフレット	新聞	通りすがり	旅行予約サイト	総計
知多半島	20	14	2	1	0	3	1	2	2	0	45
名古屋	37	4	10	9	4	4	1	0	0	1	70
尾張	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	3
三河	1	2	0	1	6	0	0	0	0	0	10
愛知県その他	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
愛知県合計	59	21	13	11	10	8	3	2	2	1	130
東海	1	0	1	2	0	1	0	0	0	0	5
関西	1	4	1	1	2	1	0	0	0	0	10
中国四国	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
総計	61	25	15	14	13	10	3	2	2	1	146

■年代別

	ポスター	もともと知っていた	SNS	テレビ	Web	家族や友人の紹介	観光パンフレット	新聞	通りすがり	旅行予約サイト	総計
10代	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20代	0	1	0	1	1	2	0	0	1	0	6
30代	9	0	3	3	3	0	1	0	0	0	19
40代	24	3	5	5	3	3	0	1	0	0	44
50代	26	7	7	5	4	3	2	1	1	1	57
60歳以上	2	14	0	0	2	2	0	0	0	0	20
総計	61	25	15	14	13	10	3	2	2	1	146

【来訪きっかけ】施設別

■ココテラス

■居住地別

	もともと知っていた	SNS	家族や友人の紹介	Web	通りすがり	テレビ	看板	雑誌	新聞	その他	総計
知多半島	14	7	10	1	1	2	0	0	1	0	36
名古屋	11	12	1	0	2	1	2	0	0	1	30
尾張	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	4
三河	18	7	2	4	1	2	1	0	0	0	35
愛知県その他	4	2	1	0	1	0	0	1	0	0	9
愛知県合計	48	31	14	5	5	5	3	1	1	1	114
関東	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
東海	2	4	5	0	0	0	0	0	0	1	12
関西	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	6
九州・沖縄	0	3	0	0	0	0	0	0	0	1	4
なし	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
総計	52	40	22	6	6	5	3	1	1	3	139

■年代別

	もともと知っていた	SNS	家族や友人の紹介	Web	通りすがり	テレビ	看板	雑誌	新聞	その他	総計
10代	2	4	3	0	1	0	0	0	0	0	10
20代	26	31	9	3	1	1	1	0	0	0	72
30代	5	3	5	1	2	1	0	0	0	1	18
40代	7	1	1	1	1	1	1	0	1	2	16
50代	5	0	1	1	0	1	1	0	0	0	9
60歳以上	7	1	3	0	1	1	0	1	0	0	14
総計	52	40	22	6	6	5	3	1	1	3	139

【来訪きっかけ】施設別

■セントレア

■居住地別

	もともと 知っていた	Web	SNS	家族や 友人の紹介	観光 パンフレット	旅行 予約サイト	新聞	テレビ	その他	総計
知多半島	11	0	0	0	0	0	0	0	0	11
名古屋	12	2	3	2	0	0	0	0	0	19
尾張	3	1	0	1	0	1	0	0	0	6
三河	15	2	5	1	0	1	0	0	2	26
愛知県その他	5	1	0	0	3	0	2	0	0	11
愛知県合計	46	6	8	4	3	2	2	0	2	73
北海道・東北	12	1	0	1	0	0	0	0	0	14
関東	8	0	0	0	0	0	0	0	0	8
甲信越	6	0	3	0	0	0	0	0	0	9
東海	11	3	0	1	0	1	0	1	1	18
関西	1	3	0	0	0	0	0	0	0	4
中国四国	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
九州・沖縄	2	0	1	1	1	0	0	0	1	6
なし	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
総計	88	14	13	7	4	3	2	1	4	136

■年代別

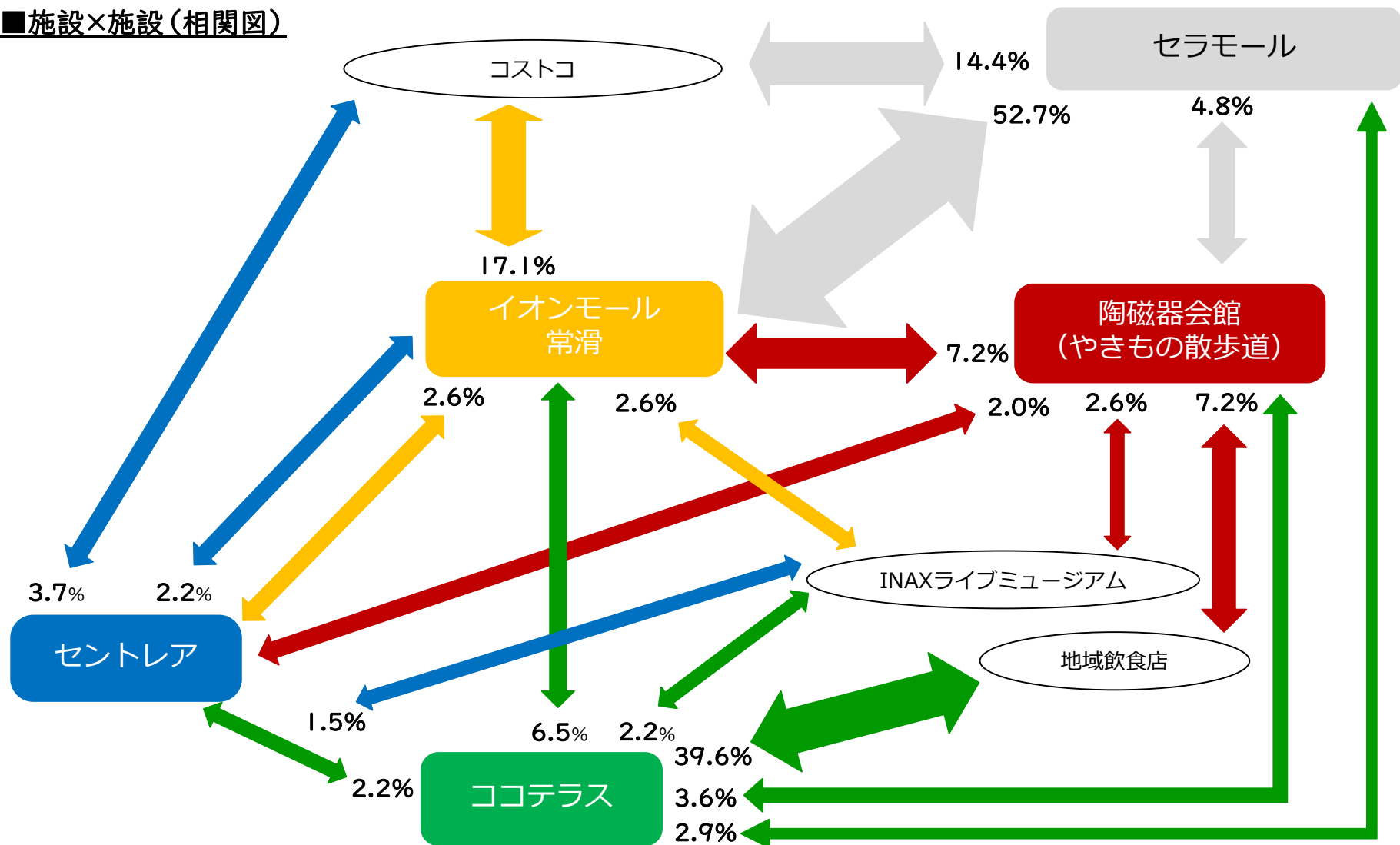
	もともと 知っていた	Web	SNS	家族や 友人の紹介	観光 パンフレット	旅行 予約サイト	新聞	テレビ	その他	総計
10代	7	1	3	2	0	0	0	1	1	15
20代	17	5	4	2	1	0	0	0	3	32
30代	12	1	3	0	0	0	0	0	0	16
40代	13	3	1	3	0	2	0	0	0	22
50代	13	3	2	0	0	0	2	0	0	20
60歳以上	26	1	0	0	3	1	0	0	0	31
総計	88	14	13	7	4	3	2	1	4	136

■ 立ち寄りスポット

回答は自由記述方式

【立ち寄りスポット】

■施設×施設（相関図）



※注釈:「相関」とは異なる2つの事象の間で、互いに影響を及ぼすかどうかの指標。高いほど互いに影響を及ぼしやすい。

常滑市内の施設と施設の立ち寄りの傾向を可視化。施設同士の関係性を明かし、相乗効果による誘客最大化を図る基礎データとして活用する。

【立ち寄りスポット】

■イオンモール

目的が「買い物」で共通ジャンルとなるコストコとの親和性が高い。

■他施設との相関

回答者総数 (76人)	コストコ	INAXライブ ミュージアム	セントレア	カインズ	杉本美術館	NTP マリーナ	りんくう ビーチ	めんたい パーク	地域飲食店	その他
回答者数(人)	13	2	2	2	2	1	1	1	1	5
割合	17.1%	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	1.3%	1.3%	1.3%	1.3%	6.6%

■他施設との相関×年代別

	コストコ	INAXライブ ミュージアム	セントレア	カインズ	杉本美術館	NTP マリーナ	りんくう ビーチ	めんたい パーク	地域飲食店	その他
10代	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
20代	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
30代	3	2	1	0	0	0	0	0	1	1
40代	2	0	0	0	1	1	0	0	0	2
50代	4	0	0	0	0	0	1	0	0	1
60歳以上	3	0	2	2	1	0	0	0	0	0
総計	13	2	2	2	2	1	1	1	1	5

【立ち寄りスポット】

■陶磁器会館

やきもの散歩道とセットで楽しむ人が多くみられることから、今後も導線の強化により多くの誘客が見込まれると推察される。

■他施設との相関

回答者総数 (153人)	やきもの 散歩道	イオン モール 常滑	地域 飲食店	INAX ライブ ミュージアム	セントレア	AICHI SKY EXPO	コストコ	サンセット ウォーカー ヒル	陶芸体験	セラモール	めんたい パーク	りんくう ビーチ	その他
回答者数(人)	98	11	11	4	3	3	3	2	2	1	1	1	31
割合	64.1%	7.2%	7.2%	2.6%	2.0%	2.0%	2.0%	1.3%	1.3%	0.7%	0.7%	0.7%	20.3%

■他施設との相関×年代別

	やきもの 散歩道	イオン モール 常滑	地域 飲食店	INAX ライブ ミュージアム	セントレア	AICHI SKY EXPO	コストコ	サンセット ウォーカー ヒル	陶芸体験	セラモール	めんたい パーク	りんくう ビーチ	その他
10代	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
20代	20	1	3	2	1	0	0	0	1	0	1	1	6
30代	20	3	5	0	0	3	0	2	0	0	0	0	7
40代	17	3	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	3
50代	23	4	1	1	0	0	2	0	0	1	0	0	11
60歳以上	12	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	3
総計	98	11	11	4	3	3	3	2	2	1	1	1	31

【立ち寄りスポット】

■セラモール

イオンモール常滑との相関性が高いため、多く訪れている来訪者の共通点である、属性（P12参照）で女性50代、同行者（P12参照）で夫婦に共通の施策を取り入れることで、相乗効果のアップが見込まれる。

■他施設との相関

回答者総数 (146人)	イオンモール常滑	コストコ	散歩道	陶磁器会館	めんたいパーク	その他
回答者数(人)	77	21	5	2	1	10
割合	52.7%	14.4%	3.4%	1.4%	0.7%	6.8%

■他施設との相関×年代別

	イオンモール常滑	コストコ	散歩道	陶磁器会館	めんたいパーク	その他
10代	0	0	0	0	0	0
20代	1	0	0	1	1	2
30代	14	0	0	1	0	2
40代	29	7	0	0	0	2
50代	30	14	1	0	0	1
60歳以上	3	0	4	0	0	3
総計	77	21	5	2	1	10

【立ち寄りスポット】

■ココテラス

属性（P12参照）で男女とも20代、同行者（P12参照）恋人や2～3人の友人が多いため、「お食事」デートやレジャーの利用と推察される。ターゲットを意識したスポットルートなどの提案をするなどして、立ち寄り箇所の増加を促したい。

■他施設との相関

回答者総数 (139人)	地域 飲食店	イオン モール 常滑	りんくう ビーチ	散歩道	南知多 ビーチ ランド	セラ モール	INAX ライブ ミュージ アム	セントレア	めんたい パーク	キャンドル ファーム	AICHI SKY EXPO	水族館	IKEA	コストコ	宿泊施設	盛田 味の館	南知多 花広場	えびせん パーク	その他
回答者数 (人)	55	9	5	5	5	4	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	22
割合	39.6%	6.5%	3.6%	3.6%	3.6%	2.9%	2.2%	2.2%	2.2%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	0.7%	0.7%	0.7%	0.7%	0.7%	15.8%

■他施設との相関×年代別

	地域 飲食店	イオン モール 常滑	りんくう ビーチ	散歩道	南知多 ビーチ ランド	セラ モール	INAX ライブ ミュージ アム	セントレア	めんたい パーク	キャンドル ファーム	AICHI SKY EXPO	水族館	IKEA	コストコ	宿泊施設	盛田 味の館	南知多 花広場	えびせん パーク	その他
10代	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
20代	42	6	3	5	3	2	3	3	2	2	0	2	2	0	1	0	0	1	11
30代	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4
40代	2	1	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
50代	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2
60歳以上	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	3
総計	55	9	5	5	5	4	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	22

【立ち寄りスポット】

■セントレア

AICHI SKY EXPOでのイベント参加があったと推察される。イベント開催の有無で、利用者の属性の変化はありと想定。
※来訪者アンケート実施日の12月4、5日でKing Gnu Live Tourあり。

■他施設との相関

回答者総数 (136人)	AICHI SKY EXPO	コストコ	宿泊施設	イオンモール 常滑	INAX ライブ ミュージアム	レゴランド	常滑駅の 知多原共同店	ごんぎつね の湯	その他
回答者数(人)	49	5	4	3	2	2	2	1	33
割合	36.0%	3.7%	2.9%	2.2%	1.5%	1.5%	1.5%	0.7%	24.3%

■他施設との相関×年代別

	AICHI SKY EXPO	コストコ	宿泊施設	イオンモール 常滑	INAX ライブ ミュージアム	レゴランド	常滑駅の 知多原共同店	ごんぎつね の湯	その他
10代	7	1	0	0	0	0	0	0	0
20代	23	0	0	3	2	0	0	0	3
30代	6	0	0	0	0	2	0	0	5
40代	8	3	4	0	0	0	2	1	2
50代	5	0	0	0	0	0	0	0	8
60歳以上	0	1	0	0	0	0	0	0	15
総計	49	5	4	3	2	2	2	1	33

