

令和6（2024）年度
栃木県観光動態調査

報告書

令和7（2025）年3月
栃木県産業労働観光部観光交流課

目次

第1章 調査の概要	1
1. 調査の目的及び方法	1
(1) 調査目的	1
(2) 調査概要	1
(3) アンケート回答状況	2
2. 調査報告書の見方	3
(1) 調査地域区分	3
(2) 集計内容	4
(3) 調査項目の変更	6
(4) 集計対象サンプル数	7
(5) 集計値の誤差について	7
第2章 観光客調査 調査結果	8
1. 日帰り客	8
(1) 県全体	8
①令和6(2024)年度調査結果	8
②過去調査との比較	15
(2) エリア別	18
i. 日光エリア	18
ii. 那須エリア	25
iii. 県央エリア	32
iv. 県南エリア	39
v. 県東エリア	46
2. 宿泊客	53
(1) 県全体	53
①令和6(2024)年度調査結果	53
②過去調査との比較	60
(2) エリア別	64
i. 日光エリア	64
ii. 那須エリア	71
iii. 県央エリア	78
iv. 県南エリア	85
v. 県東エリア	92

参考資料

第1章 調査の概要

1. 調査の目的及び方法

(1) 調査目的

栃木県を訪れる旅行客の流動実態について、観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」、「観光入込客統計に関する共通基準調査要領」等に基づき、栃木県を訪れる観光客に対するアンケートを行い、その観光実態を把握し、観光動向を分析する。

(2) 調査概要

① 観光地点調査

調査手法：県内の観光地点（15カ所）にて調査員が聞き取り

調査地点：

エリア	調査観光地点名
日光エリア 計3カ所	①二社一寺（日光東照宮）
	②華厳滝（県営華厳の滝第二駐車場）
	③東武ワールドスクウェア
那須エリア 計3カ所	④道の駅 那須高原友愛の森
	⑤那須ガーデンアウトレット
	⑥アグリパル塩原
県央エリア 計3カ所	⑦大谷資料館
	⑧道の駅 きつれがわ
	⑨道の駅 ばとう
県南エリア 計3カ所	⑩足利学校
	⑪佐野プレミアム・アウトレット
	⑫いちごの里
県東エリア 計3カ所	⑬道の駅 もてぎ
	⑭益子陶芸美術館
	⑮道の駅 はが

② 調査対象

調査地点に訪れるすべての方（日本人のみ）

③ 調査時期

第1回：令和6（2024）年6月

第2回：令和6（2024）年9月

第3回：令和6（2024）年12月

第4回：令和7（2025）年1月

(3) アンケート回答状況

①有効サンプル数：3,677件

	第1回調査	第2回調査	第3回調査	第4回調査	合計
観光地点調査	948件	905件	902件	922件	3,677件

②調査地点別回収結果

エリア	調査観光地点名	回収数	合計
日光エリア	①二社一寺（日光東照宮）	236	711
	②華厳滝（県営華厳の滝第二駐車場）	220	
	③東武ワールドスクウェア	255	
那須エリア	④道の駅 那須高原友愛の森	239	726
	⑤那須ガーデンアウトレット	242	
	⑥アグリパル塩原	245	
県央エリア	⑦大谷資料館	253	748
	⑧道の駅 きつれがわ	255	
	⑨道の駅 ばとう	240	
県南エリア	⑩足利学校	255	758
	⑪佐野プレミアム・アウトレット	263	
	⑫いちごの里	240	
県東エリア	⑬道の駅 もてぎ	240	734
	⑭益子陶芸美術館	251	
	⑮道の駅 はが	243	

2. 調査報告書の見方

本調査では、構成比などの数値は、原則として単位未満四捨五入で表記しており、合計や積算などの計算値は、紙面上に表記された数値による計算値と一致しないことがある。

(1) 調査地域区分

今回の調査では、調査対象の観光地点の地域を以下のとおり区分した。

- ・日光、那須、県央、県南、県東の5エリア

なお、各観光地点に対する周辺地域の考え方は〈表1〉のとおり。

観光地点調査における調査地点と周辺地域の考え方

〈表1〉 調査観光地点周辺地域

観光地点 エリア	観光地点名	周辺地域の範囲
日光エリア	①二社一寺（日光東照宮）	日光市
	②華厳滝（県営華厳の滝第二駐車場）	
	③東武ワールドスクウェア	
那須エリア	④道の駅 那須高原友愛の森	那須町
	⑤那須ガーデンアウトレット	那須塩原市
	⑥アグリパル塩原	
県央エリア	⑦大谷資料館	宇都宮市
	⑧道の駅 きつれがわ	さくら市、那須烏山市、高根沢町 那珂川町
	⑨道の駅 ばとう	那須烏山市、那珂川町
県南エリア	⑩足利学校	足利市
	⑪佐野プレミアム・アウトレット	佐野市
	⑫いちごの里	小山市、栃木市
県東エリア	⑬道の駅 もてぎ	真岡市、益子町、茂木町、市貝町、芳賀町
	⑭益子陶芸美術館	益子町
	⑮道の駅 はが	真岡市、益子町、茂木町、市貝町、芳賀町

(2)集計内容

集計項目	集計方法	備考
お住まい	県全体 エリア別	回答者の住所を都道府県単位で集計し、栃木県を含む関東7都県及び福島県を表示し、それ以外を「その他」として集計。
性別・年代別	県全体 エリア別	回答者の性別及び年代を集計。なお、性別は男性、女性の2区分、年代は以下の5区分。 10・20代、30代、40代、50代、60代以上
旅行の主要目的	県全体	県外客が栃木県を訪れた主要目的を集計。区分は次の4区分。 ビジネス、観光、帰省・知人訪問、その他
栃木県での滞在時間	県全体 エリア別 エリア比較	栃木県内の最初の「目的地」から最終「目的地」を離れるまでの時間を集計。なお、区分は以下の6区分。 2時間未満、2時間～4時間未満、4時間～6時間未満、6時間～8時間未満、8時間～10時間未満、10時間以上
宿泊旅程	県全体	宿泊の種別を集計。なお、区分は次の2区分。 県内のみ宿泊、県外を含む宿泊
栃木県内での宿泊日数	県全体 エリア別	今回の旅行（居住地を出てから居住地に戻るまで）の栃木県内での宿泊数を集計。なお、区分は以下の5区分。 1泊、2泊、3泊、4泊、5泊以上
栃木県内での宿泊施設数	県全体	今回の旅行（居住地を出てから居住地に戻るまで）の宿泊した施設の数を集計。なお、区分は以下の2区分。 1施設、2施設
栃木県内での利用宿泊施設	県全体	宿泊施設の分類を集計。なお、区分は10区分（具体的な項目は調査票参照）。
旅行先に選んだ理由	県全体 エリア別	調査地点の周辺地域を旅行先に選んだ理由を集計。なお、区分は12区分（具体的な項目は調査票参照）。
同行者数	県全体 エリア別	今回の旅行の回答者を含む同行人数を集計。なお、区分は以下の8区分。 1人、2人、3人、4人、5人、6～10人、11～30人、31人以上
同行者の関係	県全体 エリア別	今回の旅行の同行者の関係を集計。なお、区分は8区分（具体的な項目は調査票参照）。
県外客の栃木県への来訪回数	県全体	栃木県への来訪回数を集計。なお、区分は以下の5区分。 初めて、2回目、3回目、4回目、5回目以上
調査地域周辺への来訪回数	エリア別	調査地域周辺への来訪回数を集計。現在地周辺とは調査地点の「周辺地域」を指し、観光地点調査の各観光地点に対する周辺地域の考え方はP.3〈表1〉の区分のとおり。
利用交通機関	県全体 エリア別	今回の旅行で利用した交通機関を集計。なお、区分は12区分（具体的な項目は調査票参照）。 選択肢で示した交通機関を利用したかしないかで集計。旅程内で一度でも利用すれば集計の対象とし、二度以上使った場合も1として集計。

集計項目	集計方法	備考
立ち寄り観光施設数	県全体	今回の旅行での立ち寄り先（これからの予定も含む）の合計数を集計。 ここで対象としている観光施設（地点数）は栃木県作成の『観光地点等名簿に掲載の観光地点等名』を参照している。そのため栃木県外の観光地点や下記のような観光施設とみなさない場所、不明確な場所は対象外としている。 ・宿泊施設、実家、友人の家 ・コンビニ、飲食店 ・鉄道の駅、高速道路のサービスエリア ・宇都宮、日光、鬼怒川、那須などの地名 なお、調査に回答した観光地点はその数には含まない。 ※調査地点以外に立ち寄りがない場合は0地点と表す。
立ち寄り観光施設	エリア別	今回の旅行での立ち寄り先（これからの予定も含む）。上記「立ち寄り観光施設数」と同様、ここで対象としている観光施設は栃木県作成の『観光地点等名簿に掲載の観光地点等名』を参照している。
旅行先に選んだ情報源	県全体 エリア別	調査地点の周辺地域を旅行先として選んだ際の情報源を集計。なお、区分は10区分（具体的な項目は調査票参照）。
旅行先を選んだ“決め手”となった情報源	県全体 （年代別） エリア別	調査地点の周辺地域を旅行先として選んだ際の情報源のうち“決め手”となったものを集計。なお、区分は10区分（具体的な項目は調査票参照）。
消費支出（平均）	県全体 エリア別	栃木県内で消費した支出の総額及びその内訳を集計。 内訳として表示する項目は以下の7項目。 県内交通費、宿泊費、土産代、飲食費、入場料、体験活動、その他 なお、内訳項目のうちひとつでも記入がある場合には、それを総額とする。 県内交通費については、以下の考え方により集計。 回答者の回答がある場合：回答を集計。 県外交通費のみの回答がある場合：居住県より県内外の距離を按分し集計。
調査地域の総合満足度／再来訪意向	県全体 エリア別	総合的な満足度：調査地点の周辺地域への訪問後の総合満足度を5段階で回答。 また訪れたいか：調査地点の周辺地域への再来訪意向を5段階で回答。 ※「県全体」ではグラフの下に各項目の加重平均を表示。 加重平均：肯定意見「大いに（大変）～」を+2、「やや（ほぼ）～」を+1に、中間意見「どちらでもない」を0、否定意見「あまり（やや）～ない」を-1、「全く（大変）～ない」を-2に置き換えて算出した平均値で、+の数値で肯定的、-の数値で否定的な度合いとなる。 なお、同設問に無回答である場合には、満足度・再来訪意向のn数からは除外。

第1章 調査の概要
2. 調査報告書の見方

集計項目	集計方法	備考
項目別満足度 (加重平均値)	県全体 エリア別	県全体・調査地域に対する8の項目別の「満足度」についてまとめて表示。また、グラフの1行目には比較用として「調査地域の総合満足度」を表示し、グラフ右側には加重平均を表示。 なお、無回答の項目がある場合には、それぞれの項目のn数から除外。
調査地域の総合満足度・再来訪意向 (季節別/年代別)	県全体 エリア別	調査地域の総合満足度と再来訪意向を加重平均値で表示。季節別、年代別に調査地域の総合満足度と再来訪意向を加重平均値で表示。

(3)調査項目の変更

今回の調査から質問項目を一部変更したことに伴い、過去調査との比較において、下記の方針に基づき各項目を比較表示している。

□ 旅行先に選んだ理由

令和6(2024)年度調査項目	令和5(2023)年度調査項目
1. 歴史的・文化的な施設	1. 文化的な名所旧跡を見たいから
2. 自然景観	2. 自然景観を楽しみたいから
3. スポーツ施設(ゴルフ場、スキー場等)	4. スポーツ施設(スキー場、プールなど)を訪れたいから
4. 保養・休養	5. 保養・休養したいから
5. アウトドアアクティビティ(キャンプ、登山、サイクリング等)	6. キャンプ・登山・ハイキングをしたいから
6. 体験活動(農業体験、フルーツ狩り、陶芸等)	7. 体験活動(陶芸など)がしたいから
7. 栃木の名物、郷土料理	9. 料理や土地の味覚を楽しみたいから
8. 温泉	8. 温泉に入りたいから
9. イベント(祭・行事・展示会等)	11. 地域の祭やイベントに参加したいから
10. 買い物	10. 買い物がしたいから
11. レジャー施設(遊園地、動物園、水族館等)	3. 観光・文化施設を訪れたいから
12. その他	15. その他

□ 旅行先に選んだ情報源

令和6(2024)年度調査項目	令和5(2023)年度調査項目
1. 以前来訪した際の自身の経験	1. 以前来訪した際の自身の経験
2. 家族や友人知人からの紹介・推奨	2. 家族や友人知人からの紹介・推奨
3. 地域や施設の公式webサイトの情報	4. 地域や施設の公式webサイトの情報
4. 宿泊予約サイト	5. 宿泊予約サイト
5. X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	6. X(旧ツイッター)、インスタグラムなどのSNS
6. 動画サイト(YouTube等)	※該当する項目が無い場合、比較分析しない

令和6（2024）年度調査項目	令和5（2023）年度調査項目
7. 旅行雑誌・パンフレット	7. 旅行会社の旅行パンフレット
8. テレビや映画での紹介、ロケ地情報	8. テレビや映画での紹介、ロケ地情報
9. 自分の意志外（団体・ビジネス・帰省等）	11. 自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）
10. その他	12. その他

□ 項目別満足度（加重平均値）

令和6（2024）年度調査項目	令和5（2023）年度調査項目
①自然や街並みの景観	①自然景観や雰囲気と②街並みの景観や雰囲気の各加重平均値の平均値を表示 ※回答数（n）は表示しない
②現地での観光情報・案内	⑩現地での観光情報・案内
③アクセスのしやすさ	⑨地域内での移動
④体験活動	⑤体験活動
⑤食	⑥食
⑥お土産	⑦お土産
⑦宿泊施設	③宿泊施設
⑧交通事業者（バス・タクシーなど）	⑧おもてなし 交通事業者（バス・タクシーなど）

(4)集計対象サンプル数

調査区分	アンケート 回収状況	集計区分	
		日帰り客	宿泊客（県内）
全体	3,677	2,541	1,119
日光エリア	711	240	471
那須エリア	726	387	339
県央エリア	748	545	199
県南エリア	758	702	49
県東エリア	734	667	61

※日帰り客・宿泊客(県内)については無回答の回答者がいたため、日帰り客と宿泊客(県内)の和が回収件数とはならない。

(5)集計値の誤差について

- 集計値は小数点第2位を四捨五入とする。したがって、数値の合計が100.0%にならない場合がある。
- 基数となるべき実数はnとして表示した。その比率は、nを100.0%として算出した。

第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客

(1) 県全体

①令和6（2024）年度調査結果

お住まいは「栃木県」が47.7%で最も多く、次いで「茨城県」が13.4%、「埼玉県」が11.6%であった。
性別は、「男性」が53.2%、「女性」が45.9%であった。
年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く、男性31.0%、女性29.9%であった。

お住まい (n=2,541)



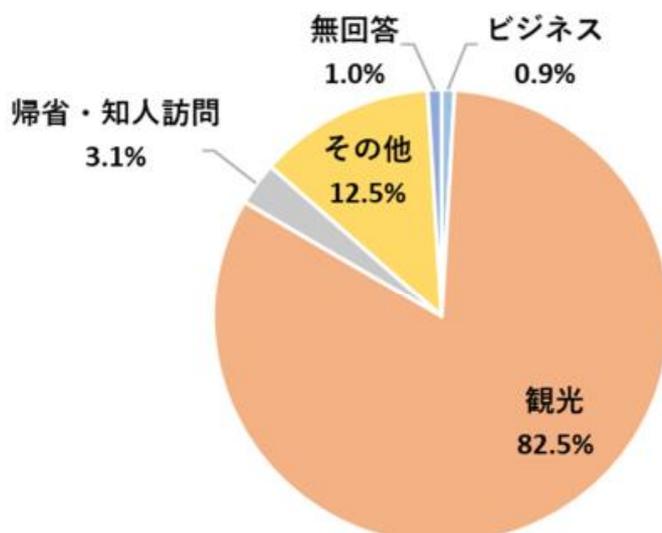
性別・年代別 (n=2,541)



※年代別については性別が無回答のものを除外して集計しており、
ここでの無回答は年代が無回答の割合を指す。

旅行の主要目的は、「観光」が82.5%と大半を占めた。

旅行の主要目的 (n=1,565)

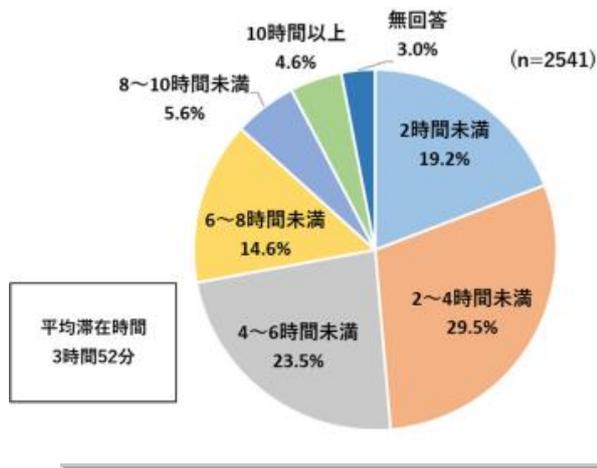


栃木県での滞在時間は、県全体では、「2～4時間未満」が29.5%で最も多く、次いで「4～6時間未満」が23.5%となり、合わせると『2～6時間未満』が53.0%となった。平均滞在時間は3時間52分であった。

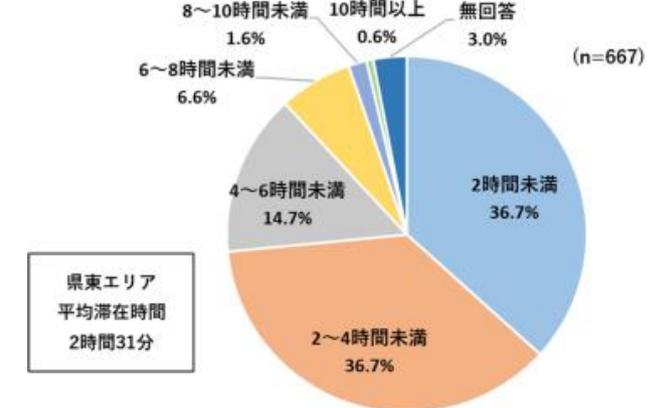
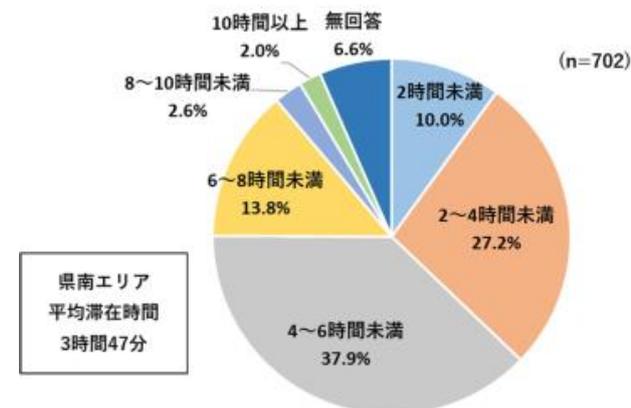
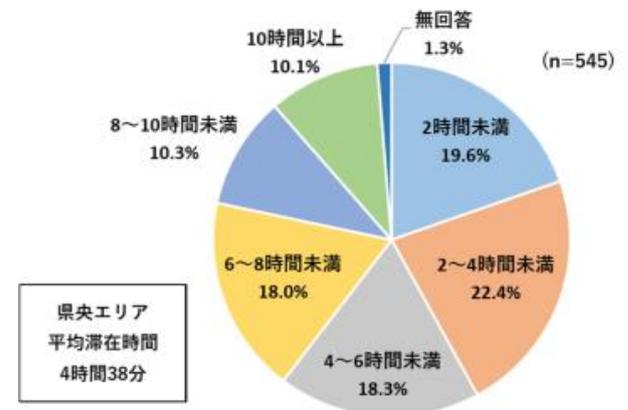
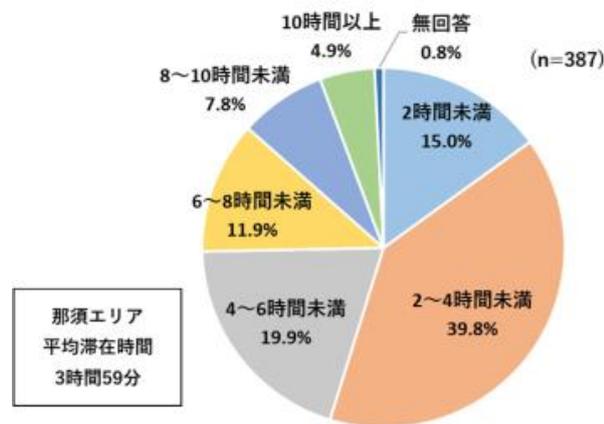
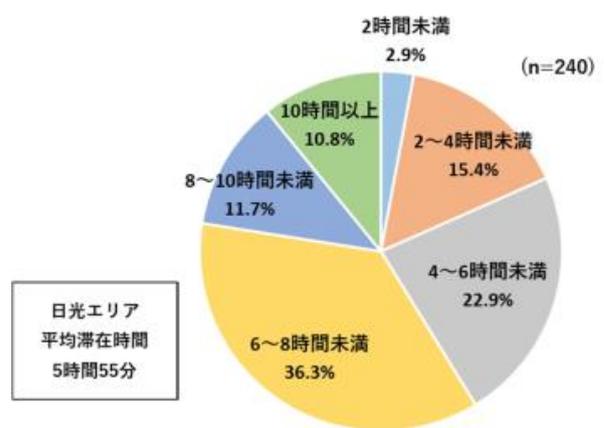
平均滞在時間をエリア別にみると、日光が5時間55分で最も長く、県東が2時間31分で最も短かった。また、「10時間以上」は日光、県央がともに10%以上と、他のエリアより多かった。

栃木県での滞在時間

【県全体】



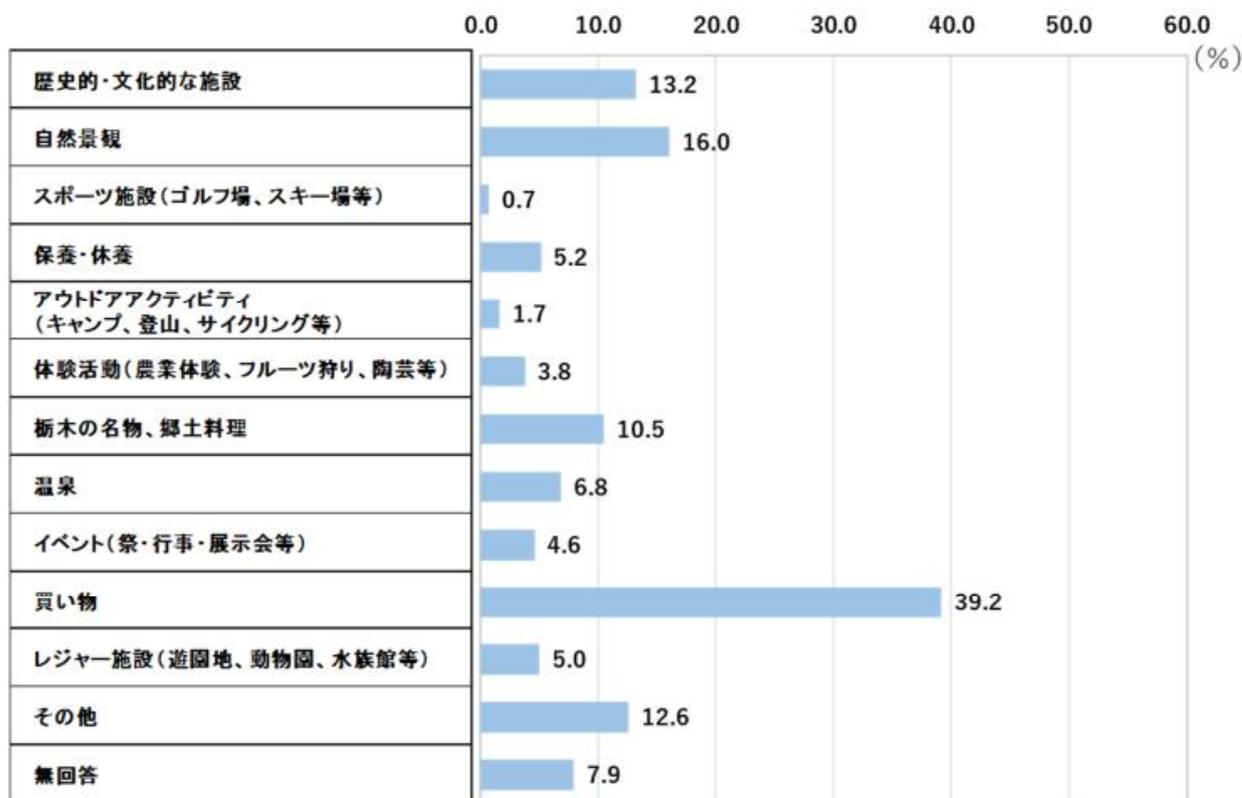
【エリア別】



1. 日帰り客 (1) 県全体

旅行先に選んだ理由は、「買い物」が39.2%で最も多く、次いで「自然景観」が16.0%、「歴史的・文化的な施設」が13.2%、「その他」が12.6%であった。

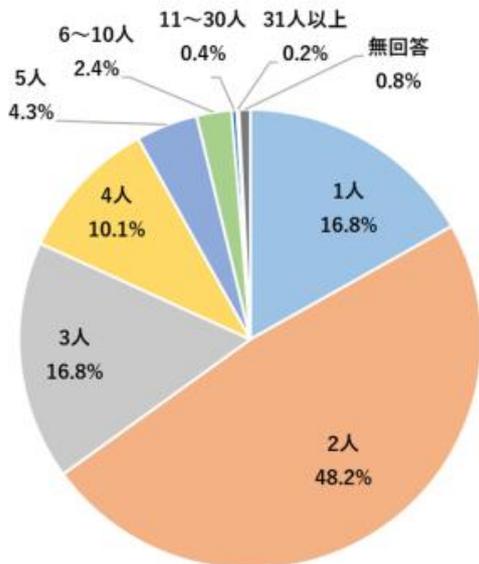
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=2,541）



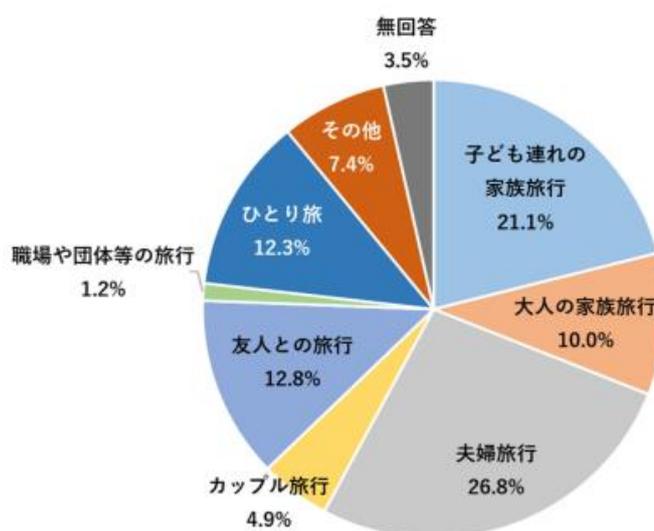
同行者数は、「2人」が48.2%で最も多く、次いで「1人」と「3人」がともに16.8%、「4人」が10.1%であった。

同行者の関係は、「夫婦旅行」が26.8%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が21.1%、「友人との旅行」が12.8%、「ひとり旅」が12.3%、「大人の家族旅行」が10.0%であった。

同行者数 ※回答者を含む（n=2,541）

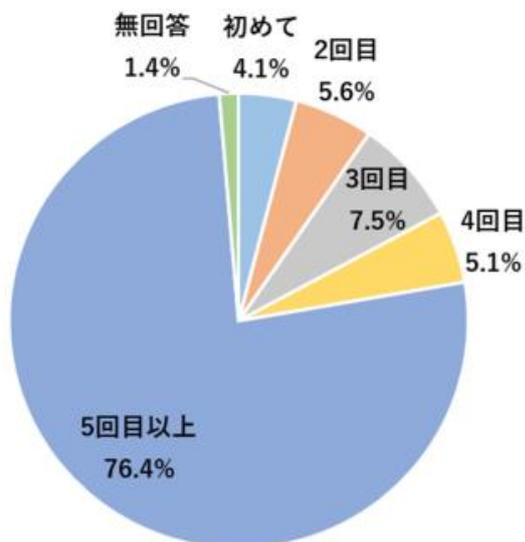


同行者の関係（n=2,541）



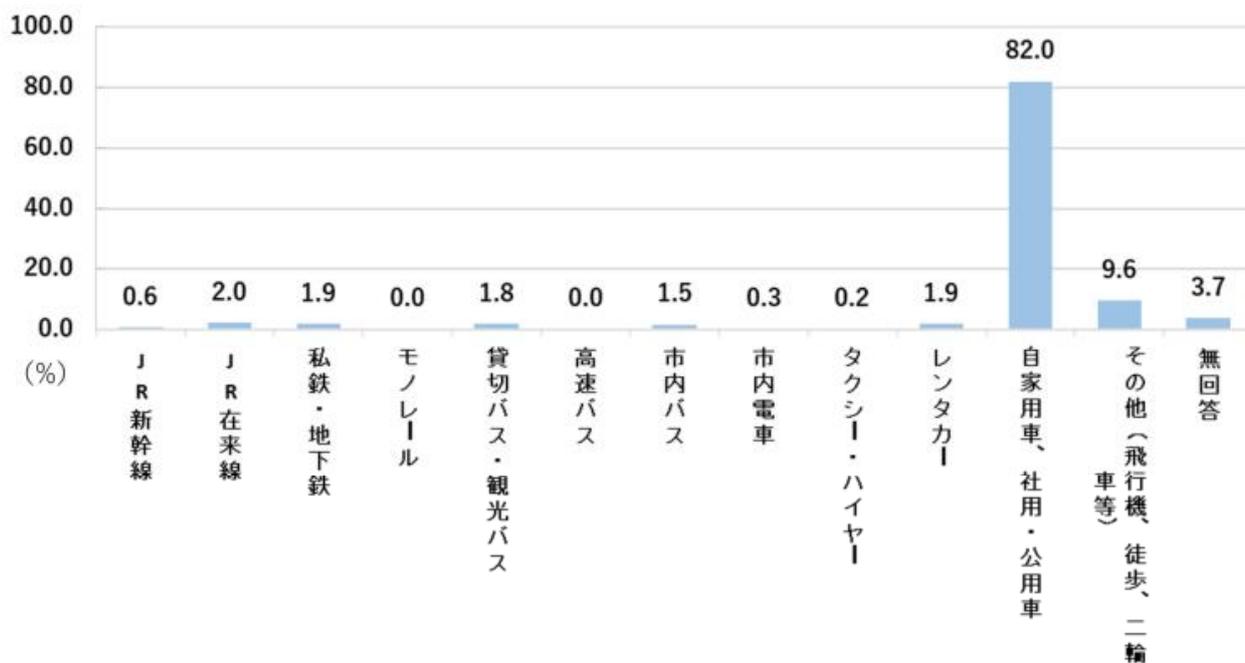
県外客の栃木県への来訪回数は、「5回目以上」が76.4%と4分の3以上であった。一方、「初めて」は4.1%であった。

県外客の栃木県への来訪回数 (n=1,329)



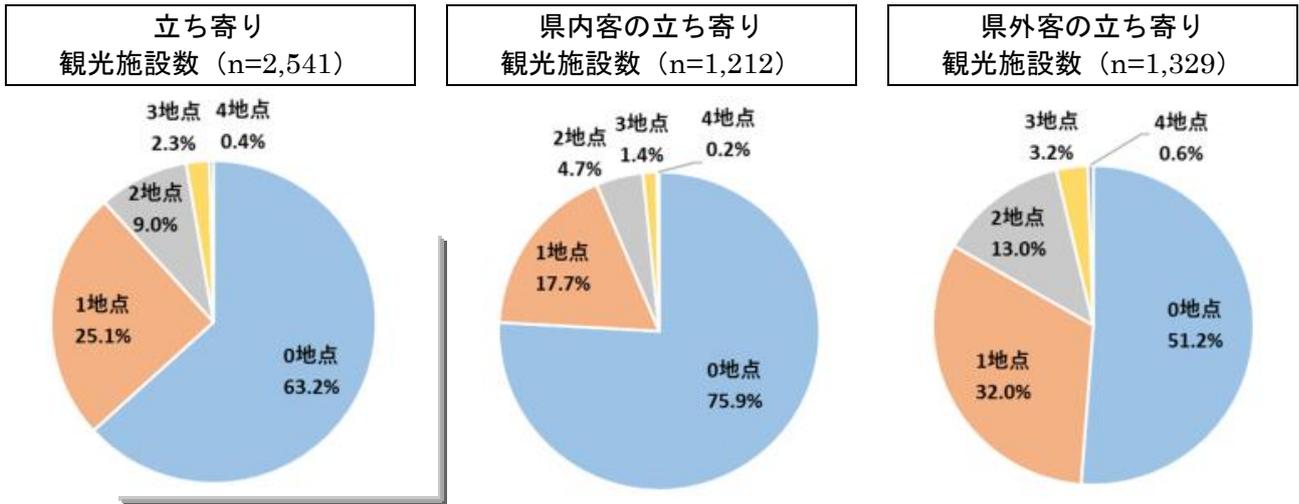
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が82.0%で8割以上であった。他の交通機関としては「その他（飛行機、徒歩、二輪車等）」が9.6%、「JR在来線」が2.0%であった。

利用交通機関（複数回答） (n=2,541)



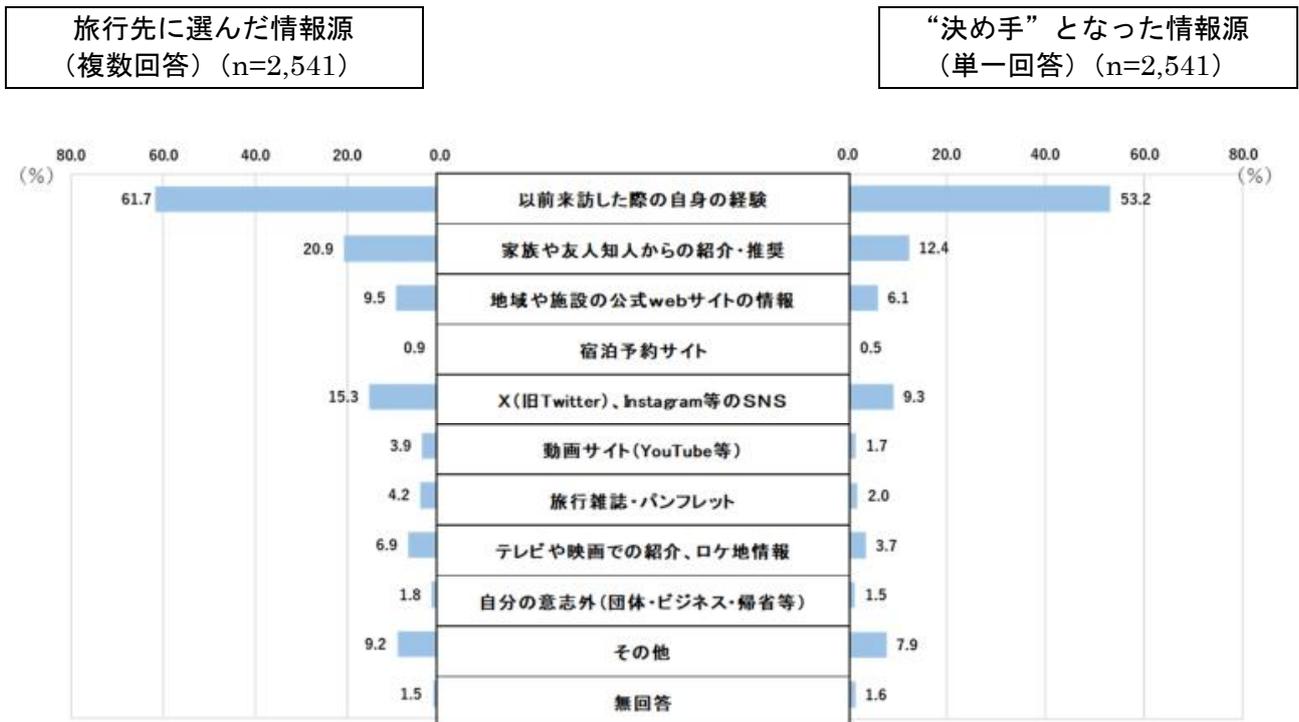
1. 日帰り客 (1) 県全体

立ち寄り観光施設は、「0 地点（調査地点以外立ち寄りなし）」が 63.2%で最も多く、次いで「1 地点」が 25.1%、「2 地点」が 9.0%であった。



旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が 61.7%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 20.9%であった。

“決め手”となった情報源も同様に「以前来訪した際の自身の経験」が 53.2%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 12.4%であった。



旅行先に選んだ“決め手”となった情報源 年代別

※全体で回答数の多い順（「無回答」を除く）

(%)

NO.	全体(n=2541)	
1	以前来訪した際の自身の経験	53.2
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	12.4
3	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	9.3
4	地域や施設の公式webサイトの情報	7.9
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	6.1
6	旅行雑誌・パンフレット	3.7
7	動画サイト(YouTube等)	2.0
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	1.7
9	宿泊予約サイト	1.5
10	その他	7.9

NO.	10代・20代(n=251)	
1	以前来訪した際の自身の経験	33.9
2	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	21.1
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	18.3
4	地域や施設の公式webサイトの情報	8.8
5	動画サイト(YouTube等)	5.2
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.0
7	旅行雑誌・パンフレット	1.6
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	1.2
9	宿泊予約サイト	0.8
10	その他	4.0

NO.	30代(n=403)	
1	以前来訪した際の自身の経験	44.4
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	15.9
3	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	15.1
4	地域や施設の公式webサイトの情報	6.9
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.2
6	動画サイト(YouTube等)	1.7
7	旅行雑誌・パンフレット	1.7
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	1.0
9	宿泊予約サイト	0.5
10	その他	7.7

NO.	40代(n=542)	
1	以前来訪した際の自身の経験	48.7
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	12.0
3	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	10.9
4	地域や施設の公式webサイトの情報	8.1
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.0
6	旅行雑誌・パンフレット	2.8
7	動画サイト(YouTube等)	1.8
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	1.3
9	宿泊予約サイト	0.4
10	その他	8.1

NO.	50代(n=535)	
1	以前来訪した際の自身の経験	56.1
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	10.5
3	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	9.2
4	宿泊予約サイト	7.1
5	地域や施設の公式webサイトの情報	6.4
6	旅行雑誌・パンフレット	4.5
7	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	1.7
8	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	1.7
9	動画サイト(YouTube等)	1.5
10	その他	1.5

NO.	60代以上(n=775)	
1	以前来訪した際の自身の経験	65.3
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	10.6
3	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	3.0
4	地域や施設の公式webサイトの情報	2.8
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	2.6
6	旅行雑誌・パンフレット	2.2
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	1.8
8	宿泊予約サイト	0.8
9	動画サイト(YouTube等)	0.5
10	その他	8.3

1. 日帰り客 (1) 県全体

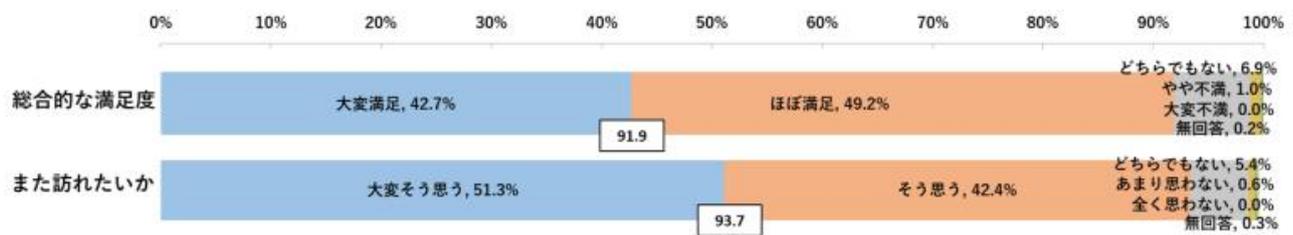
日帰り客一人当たりの消費支出の平均は、総額で7,461円であった。
内訳は、「土産代」が2,271円で最も多く、次いで「飲食費」が1,935円であった。

消費支出（平均）



調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が91.9%であった。
また訪れたいかは、「大変そう思う」「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が93.7%であった。

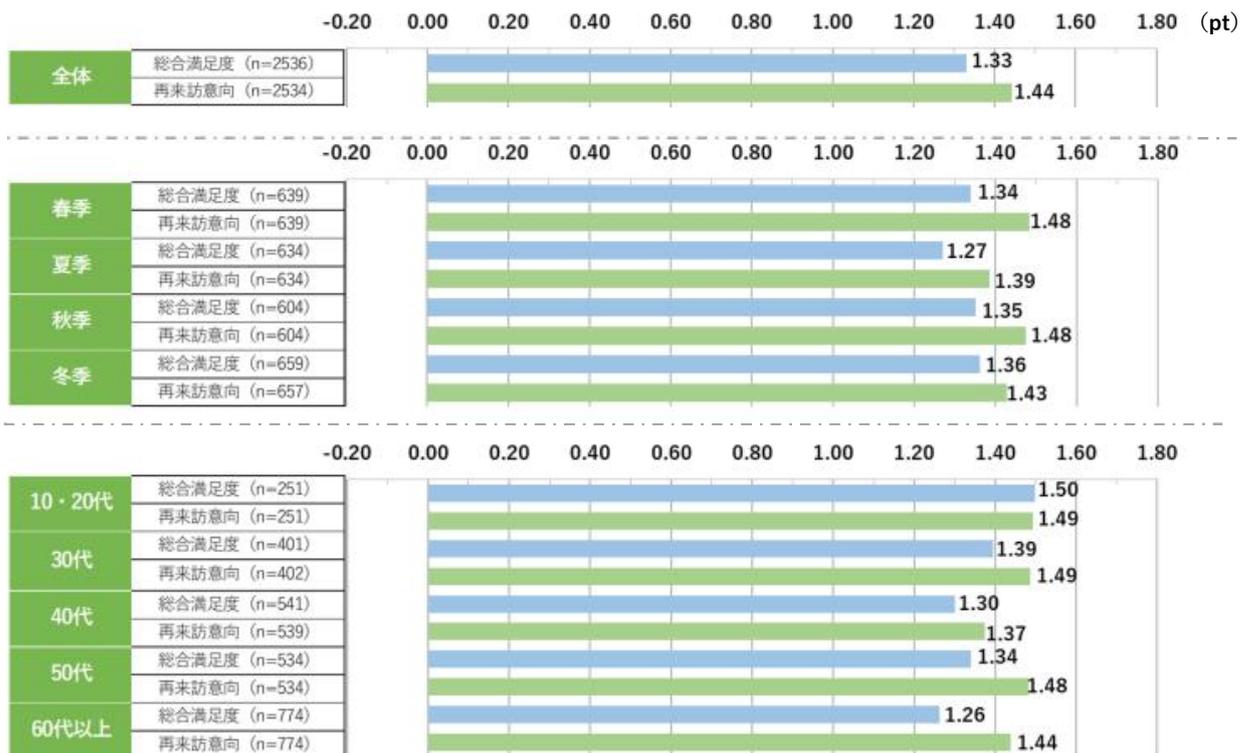
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=2,541)



調査地域の総合満足度／再来訪意向（季節別・年代別）

総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.36で最も高かった。再来訪意向は「春季」と「秋季」がともに1.48で最も高かった。

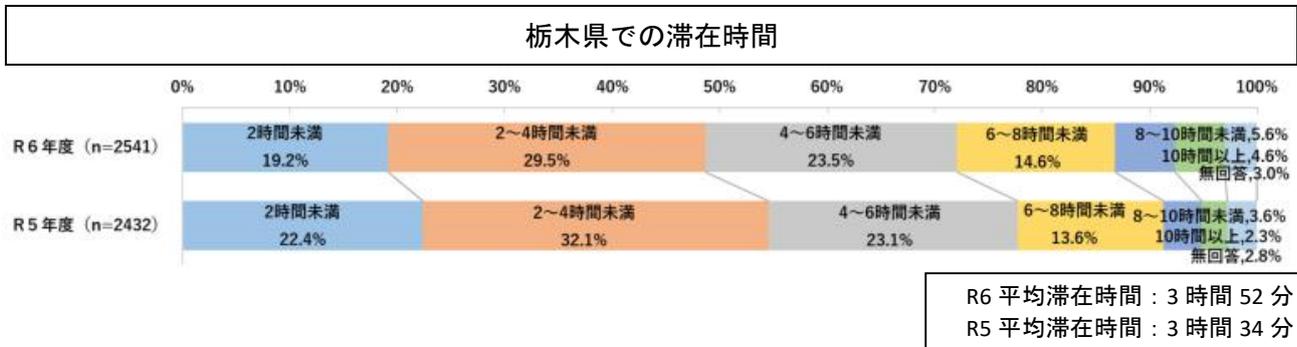
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.50で最も高かった。また、再来訪意向は「10・20代」と「30代」がともに1.49で最も高かった。



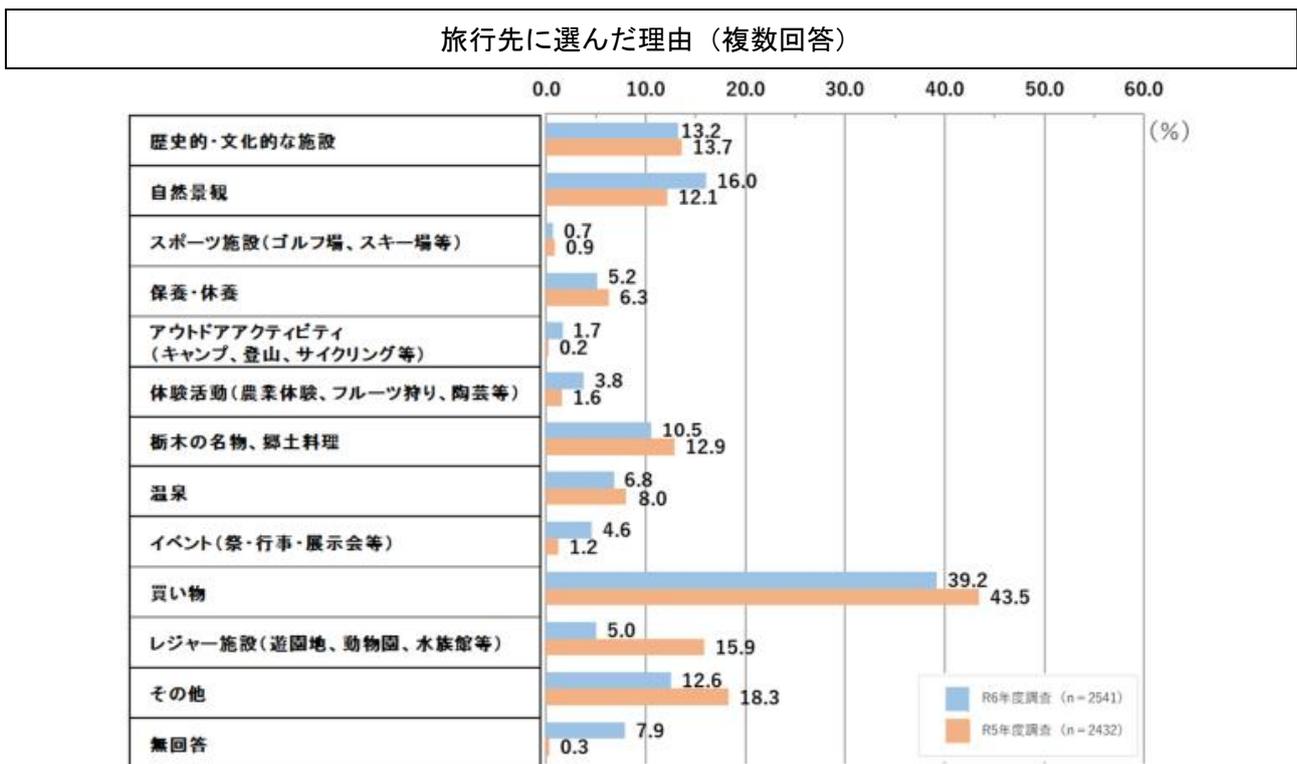
②過去調査との比較

栃木県での滞在時間は、「2～4 時間未満」が最も多く、令和6（2024）年度調査では 29.5%であった。「4～6 時間未満」は令和6（2024）年度調査では 23.5%で、令和5（2023）年度調査の 23.1%と比べて 0.4 ポイント増加した。また「2 時間未満」は、令和6（2024）年度調査では 19.2%で、令和5（2023）年度調査の 22.4%と比べて 3.2 ポイント減少した。

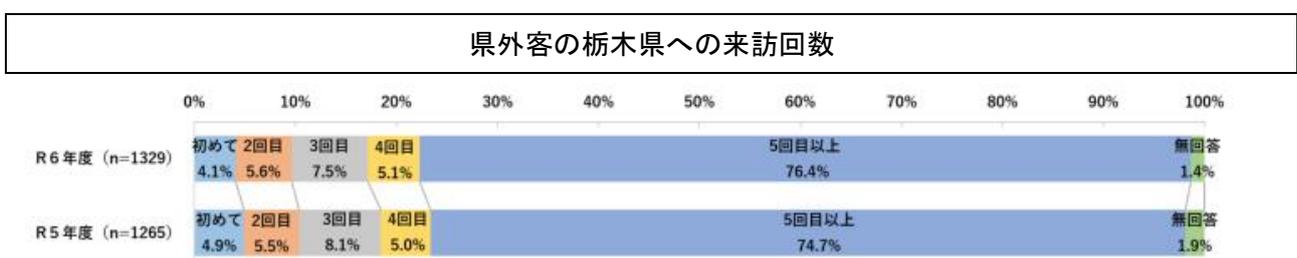
平均滞在時間は、令和6（2024）年度調査では 3 時間 52 分であり、令和5（2023）年度調査の 3 時間 34 分と比べて 18 分長くなった。



旅行先に選んだ理由は、「買い物」が最も多く、令和6（2024）年度調査では 39.2%で、令和5（2023）年度調査での 43.5%と比べて 4.3 ポイント減少した。一方、「自然景観」は、令和6（2024）年度調査では 16.0%で、令和5（2023）年度調査での 12.1%と比べて 3.9 ポイント増加した。



県外客の栃木県への来訪回数は、「5 回目以上」が最も多く、令和6（2024）年度調査では 76.4%で、令和5（2023）年度調査の 74.7%と比べて 1.7 ポイント減少した。

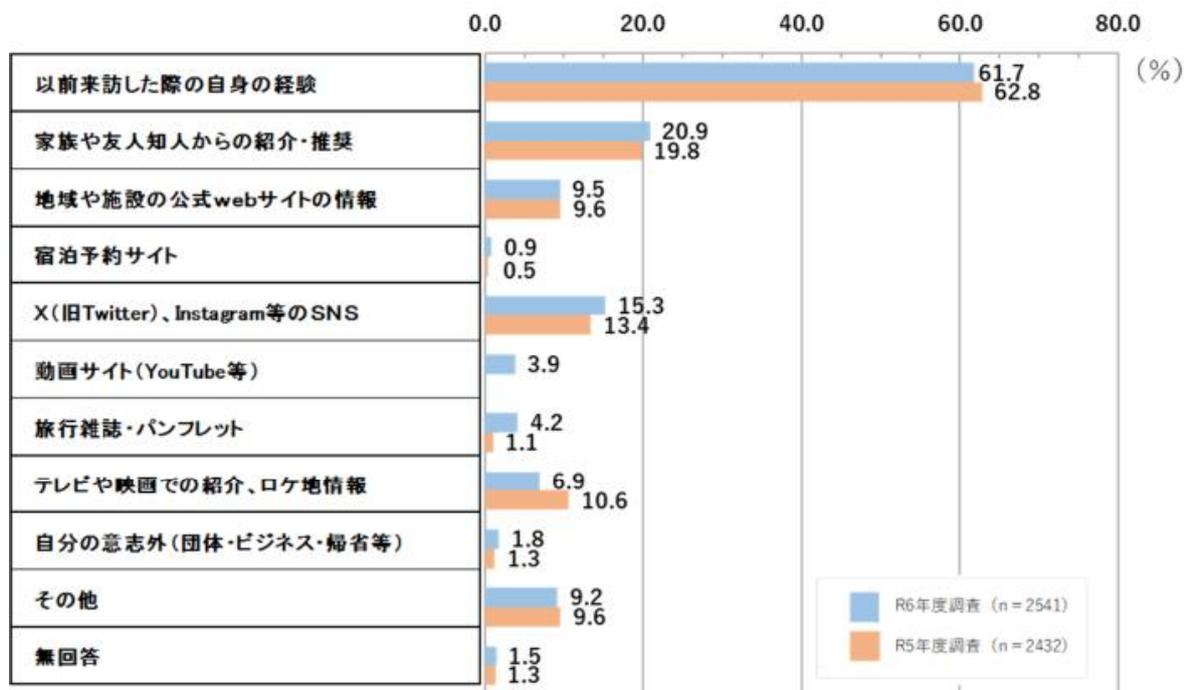


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (1) 県全体

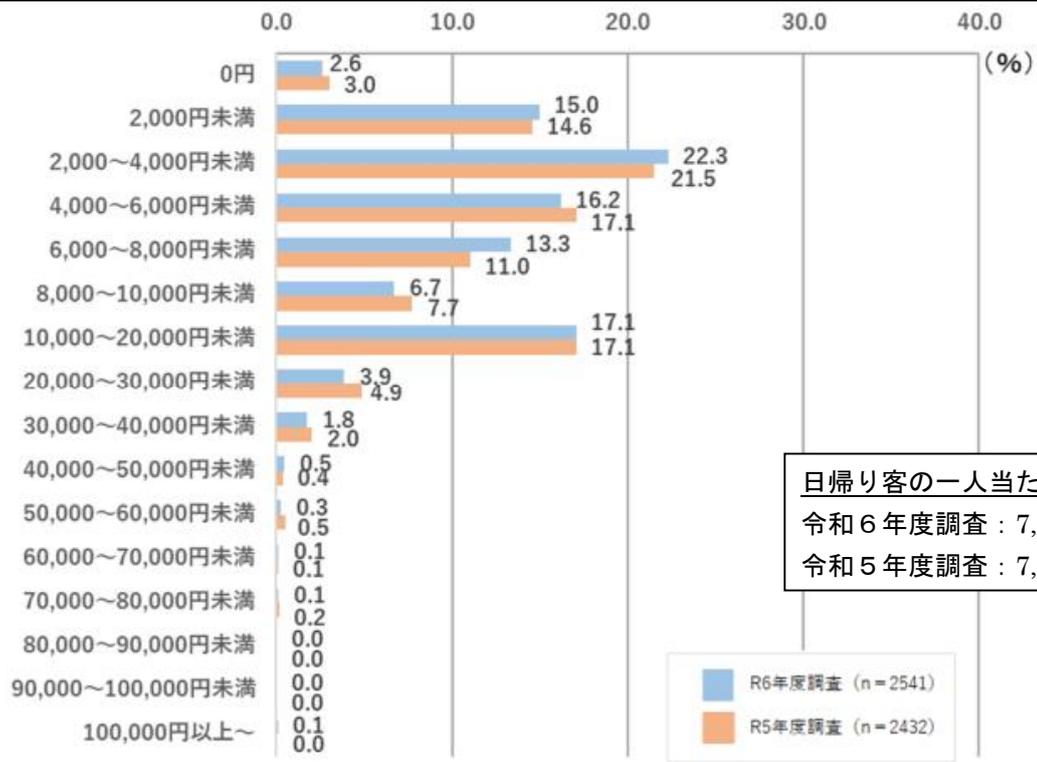
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では61.7%で、令和5（2023）年度調査の62.8%と比べて1.1ポイント減少した。一方、「家族や友人知人からの紹介・推奨」は、令和6（2024）年度調査では20.9%で、令和5（2023）年度調査の19.8%と比べて1.1ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、「2,000～4,000円未満」が最も多く、令和6（2024）年度調査では22.3%で、令和5（2023）年度調査の21.5%と比べてやや増加した。
 日帰り客の一人当たり平均消費支出は、令和6（2024）年度調査では7,460円であり、令和5（2023）年度調査の7,670円と比べて210円減少した。

消費支出（総額）

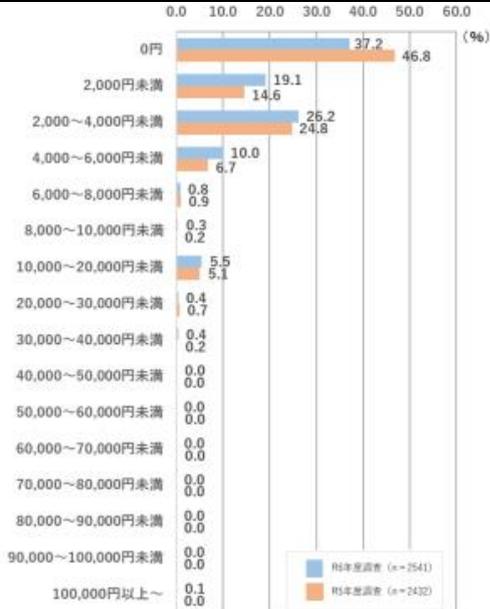


日帰り客の一人当たり平均
 令和6年度調査：7,461円
 令和5年度調査：7,670円

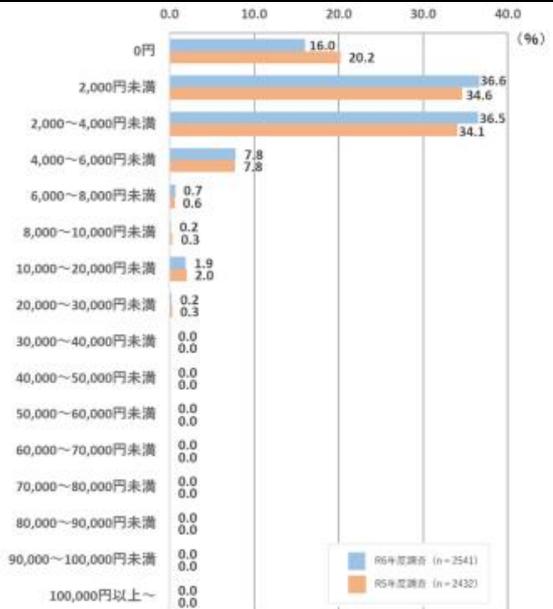
※無回答は「0円」とし、n数に含まれている。以下同様。

土産代は、「2,000 円未満」が令和 6（2024）年度調査では 19.1%で、令和 5（2023）年度調査の 14.6%と比べて 4.5 ポイント増加した。一方、「0 円」は 9.6 ポイント減少した。
 飲食費は「2,000 円未満」が令和 6（2024）年度調査では 36.6%で、令和 5（2023）年度調査の 34.6%と比べて 2.0 ポイント増加した。

消費支出 土産代



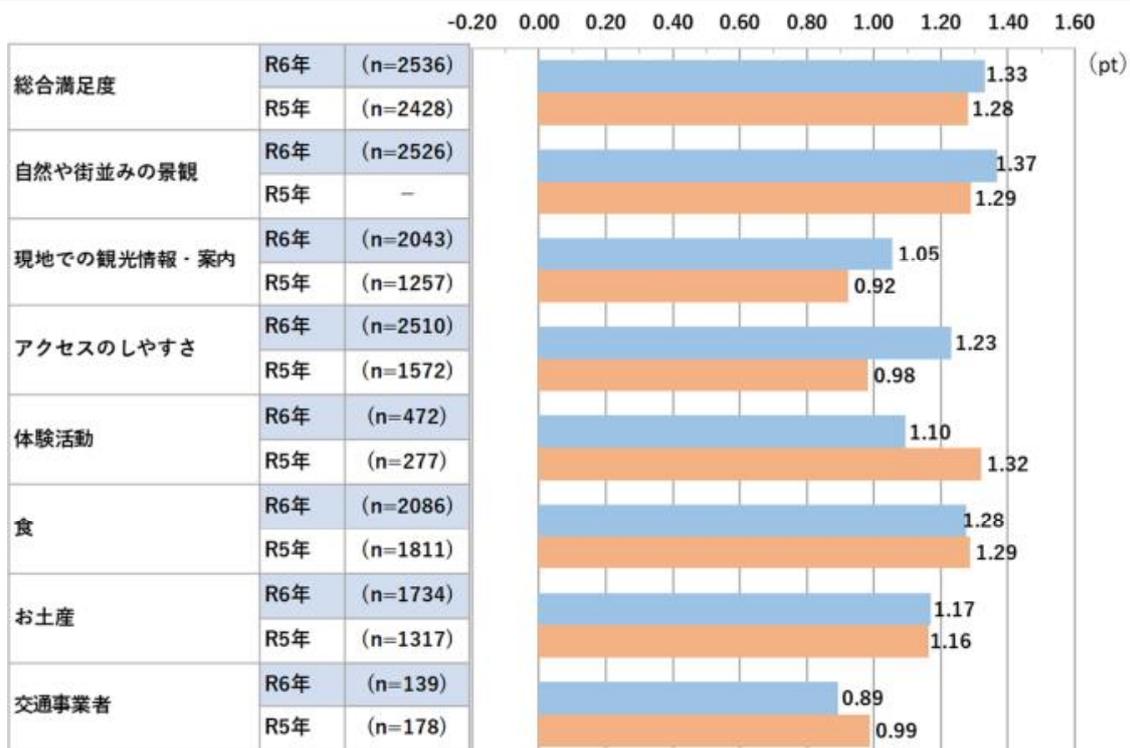
消費支出 飲食費



総合満足度は、令和 6（2024）年度調査では 1.33 で、令和 5（2023）年度調査の 1.28 と比べて 0.05 ポイント増加した。

満足度を項目別にみると、令和 5（2023）年度調査では「体験活動」が 1.32 と最も高かったが、令和 6（2024）年度調査では「自然や街並みの景観」が 1.37 と最も高くなった。次いで「食」が 1.28 であった。

項目別満足度（加重平均値）



(2) エリア別

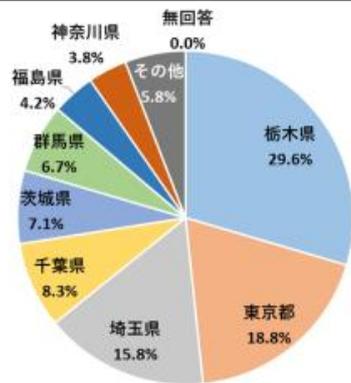
i. 日光エリア

① 令和6 (2024) 年度調査結果

日帰り客 (日光エリア) サンプル数 : 240

お住まいは「栃木県」が 29.6% で最も多く、次いで「東京都」が 18.8%、「埼玉県」が 15.8% であった。
 年代は、男性では「10代・20代」が 26.7% で最も多く、女性でも「10代・20代」が 23.9% で最も多かった。
 調査地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」が 33.3% で最も多かった。
 同行者数は「2人」が 50.0% で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 27.1% で最も多かった。

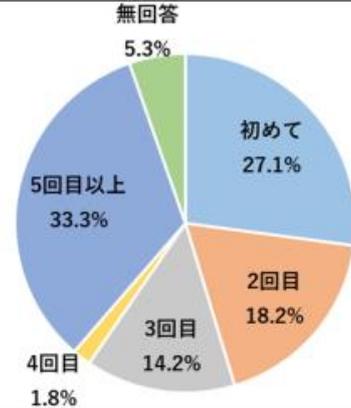
お住まい (n=240)



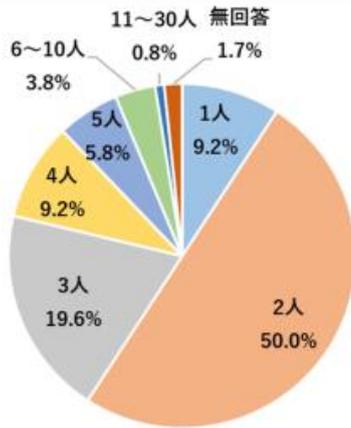
性別・年代別 (n=240)



調査地域周辺への来訪回数 (n=225)



同行者数 ※回答者を含む (n=240)



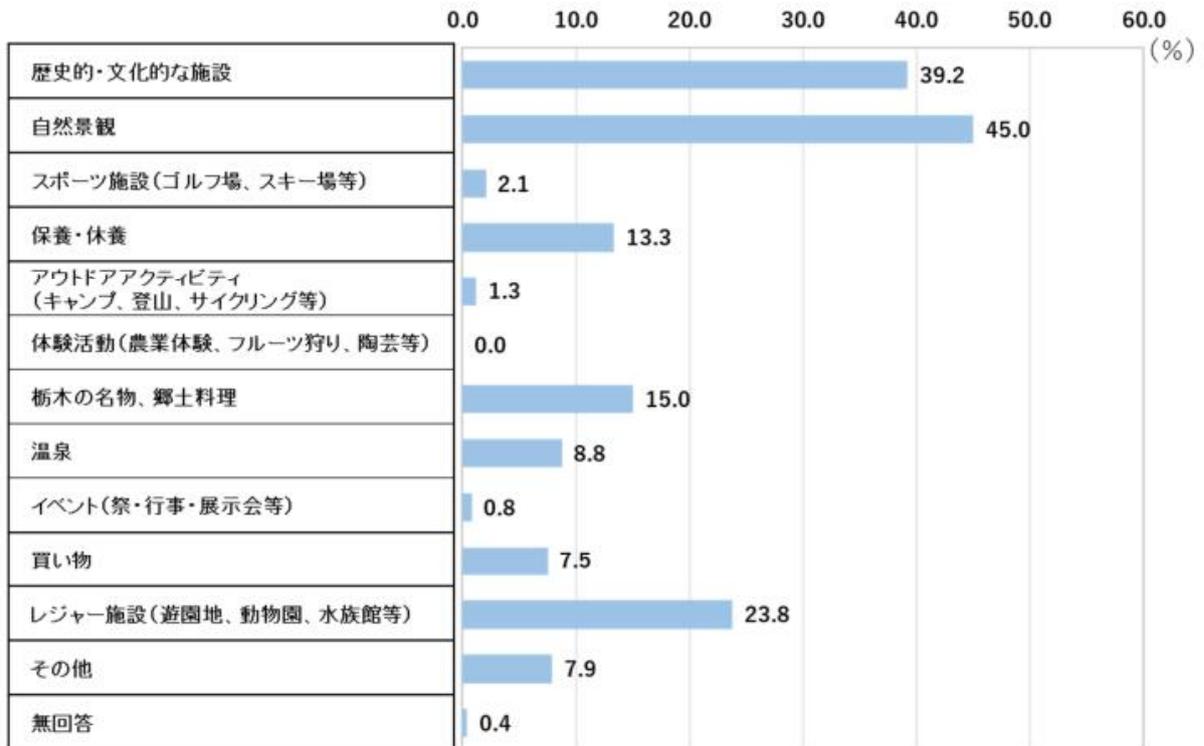
同行者の関係 (n=240)



旅行先に選んだ理由は、「自然景観」が45.0%で最も多く、次いで「歴史的・文化的な施設」が39.2%であった。

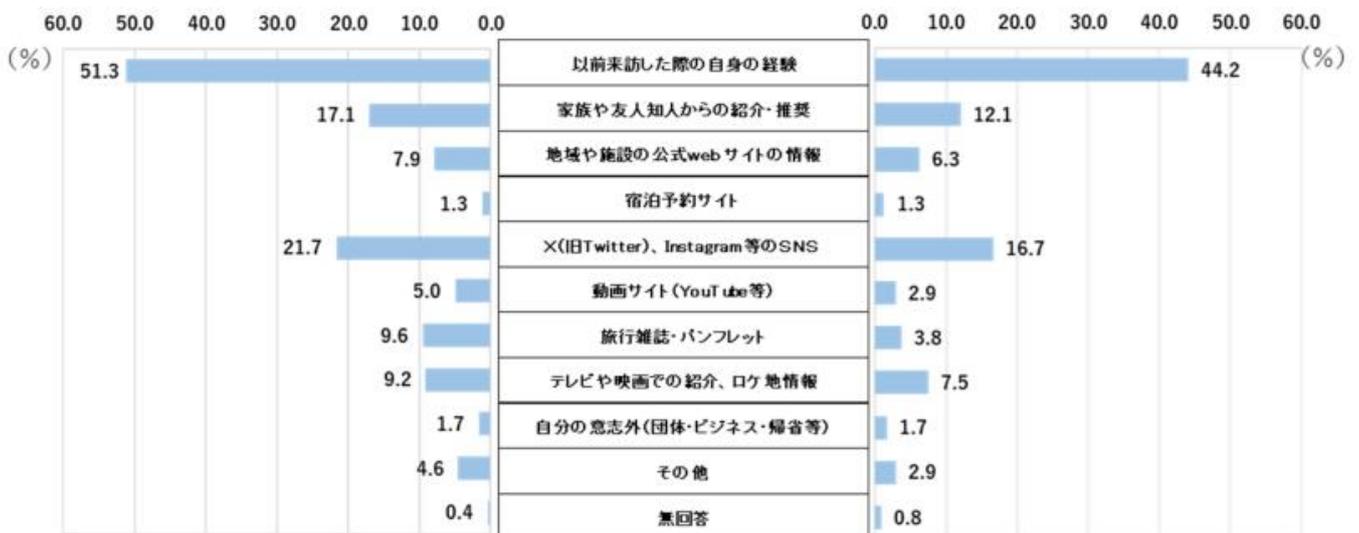
旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が51.3%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が44.2%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=240）



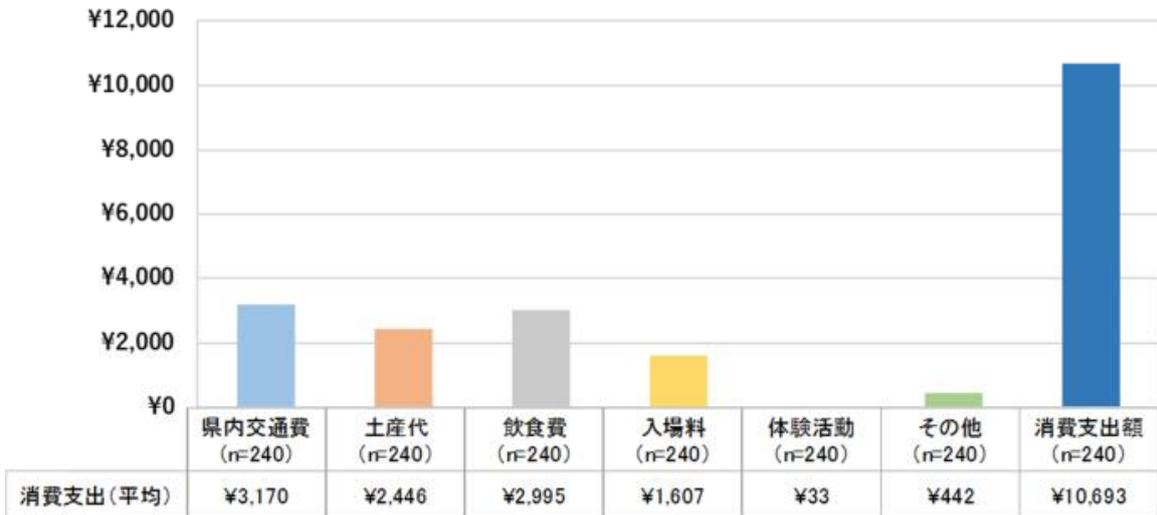
旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=240)

“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=240)

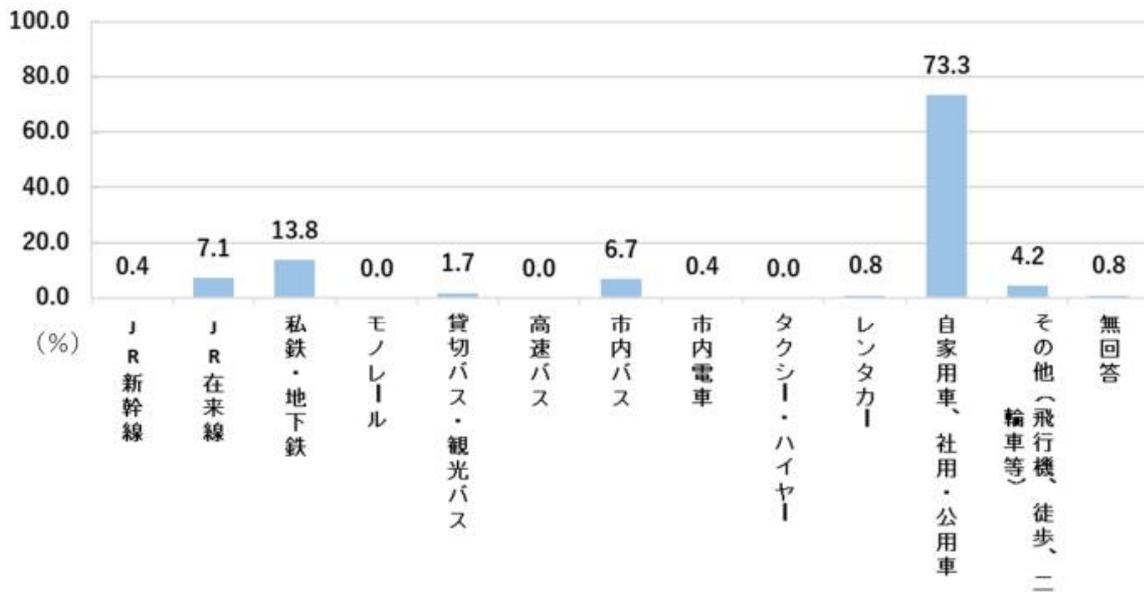


消費支出の平均は、総額で 10,693 円であった。内訳は、「県内交通費」が 3,170 円で最も多く、次いで「飲食費」が 2,995 円であった。
 利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 73.3%で最も多かった。
 立ち寄り観光施設は、「二社一寺」が 36 人で最も多く、次いで「中禅寺湖」が 26 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=240）

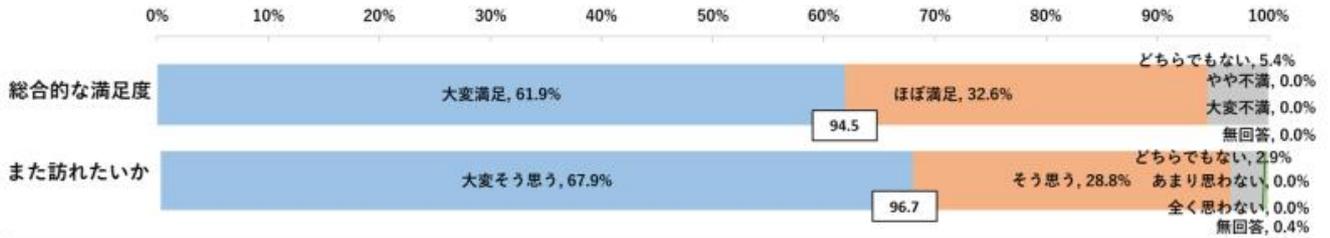


立ち寄り観光施設（n=240）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	おさるランド&アニタウン日光さる軍団(3)	ろまんちっく村(2)
二社一寺(36)	華厳ノ滝(1)	大谷資料館(2)
中禅寺湖(26)	龍王峡(1)	道の駅たかねざわ元気あつぷむら(1)
鬼怒川温泉(20)	まちの駅 新・鹿沼宿(1)	県南
戦場ヶ原・小田代原(7)	那須	佐野プレミアム・アウトレット(4)
日光街道ニコニコ本陣(5)	那須ガーデンアウトレット(5)	佐野厄よけ大師(2)
EDO WONDERLAND日光江戸村(5)	道の駅那須与一の郷(1)	あしかがフラワーパーク(1)
日光湯元温泉(4)	千本松牧場(1)	
明智平(4)	県央	
東武ワールドスクウェア(3)	道の駅ばとう(3)	

調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が94.5%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が96.7%であった。

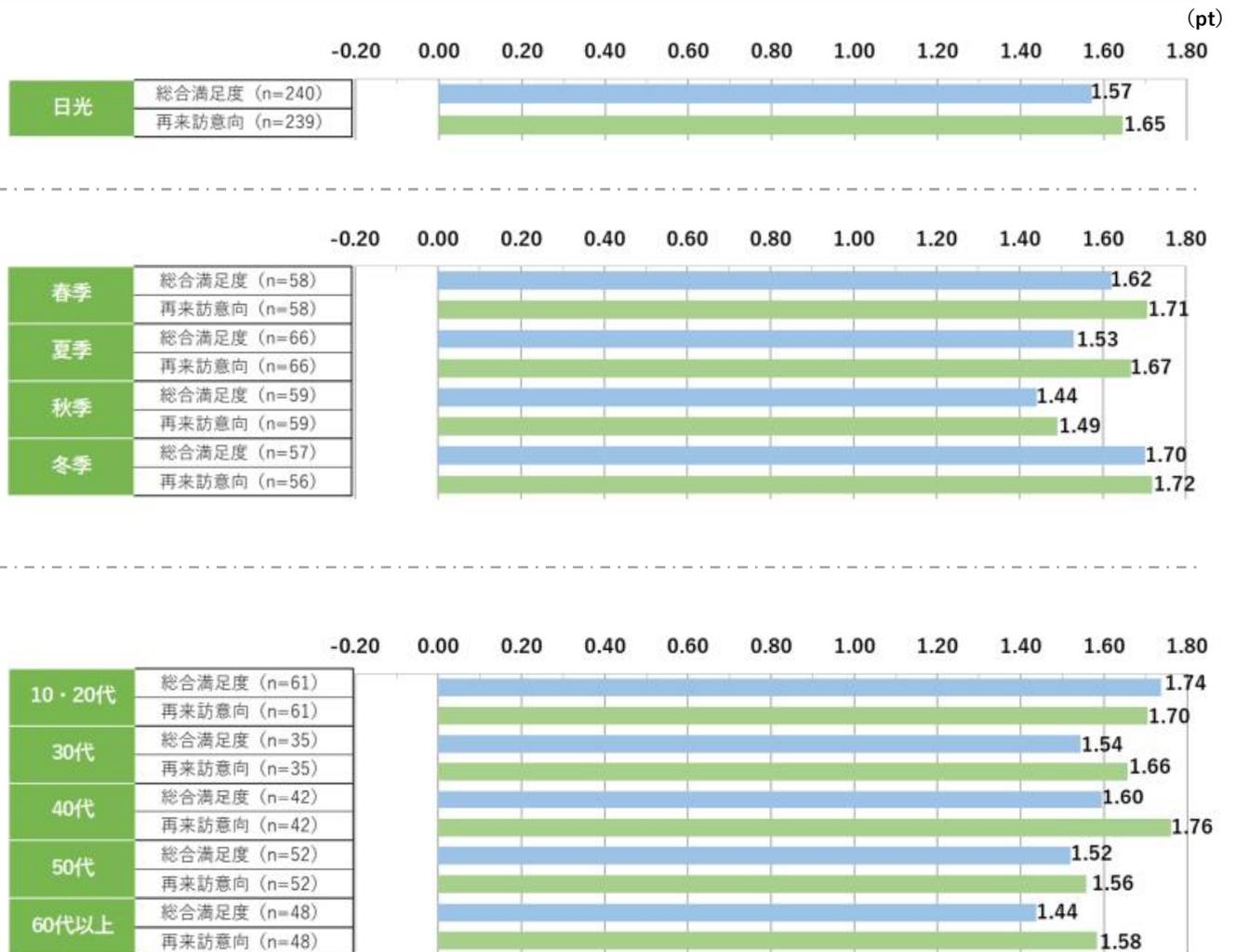
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=240)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.70で最も高く、「秋季」が1.44で最も低かった。また、再来訪意向も「冬季」が1.72で最も高く、「秋季」が1.49で最も低かった。

年代別にみると、総合満足度は「10代・20代」が1.74と最も高く、「60代以上」が1.44と最も低かった。また、再来訪意向は「40代」が1.76と最も高く、「50代」が1.56と最も低かった。



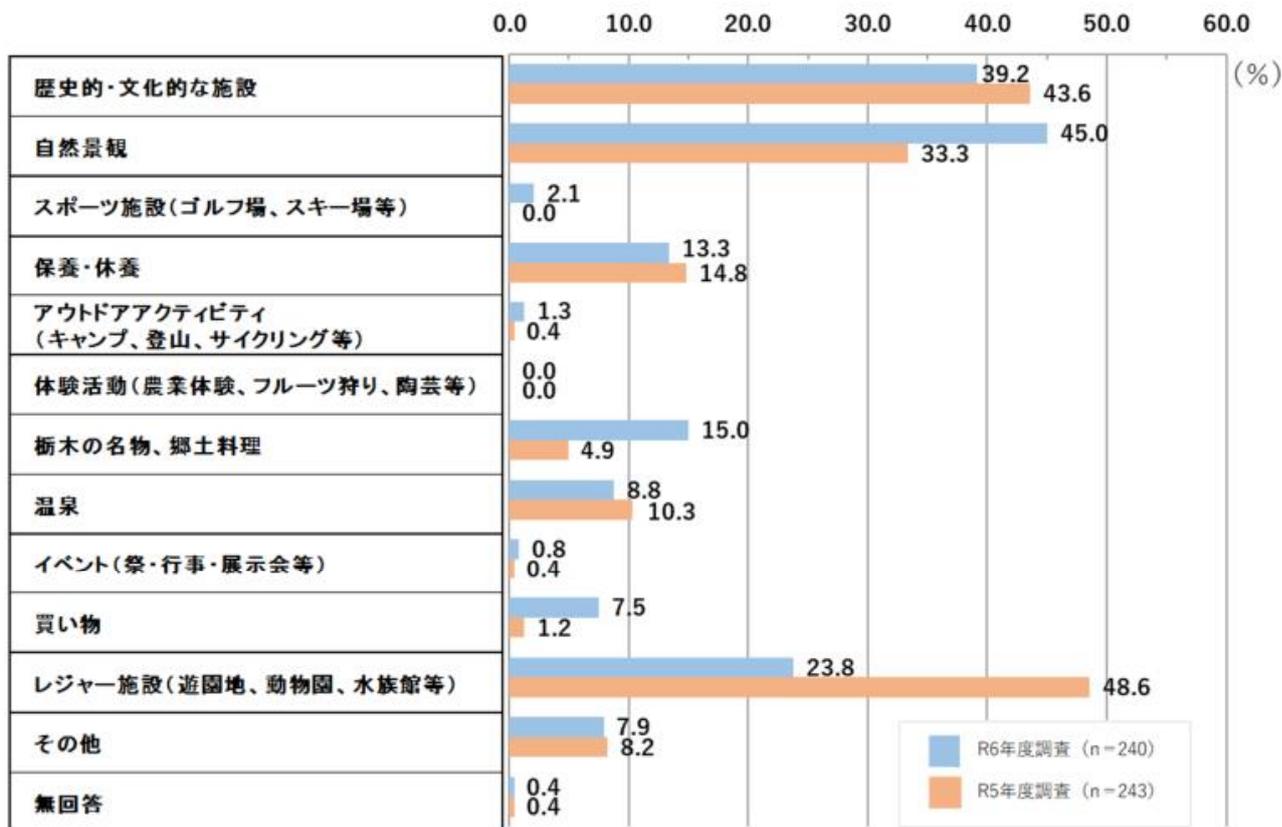
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 i. 日光エリア

②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「自然景観」が最も多く、令和6（2024）年度調査では 45.0%で、令和5（2023）年度調査の 33.3%と比べて 11.7 ポイント増加した。次いで多かった「歴史的・文化的な施設」は令和6（2024）年度調査では 39.2%で、令和5（2023）年度調査の 43.6%と比べて 4.4 ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



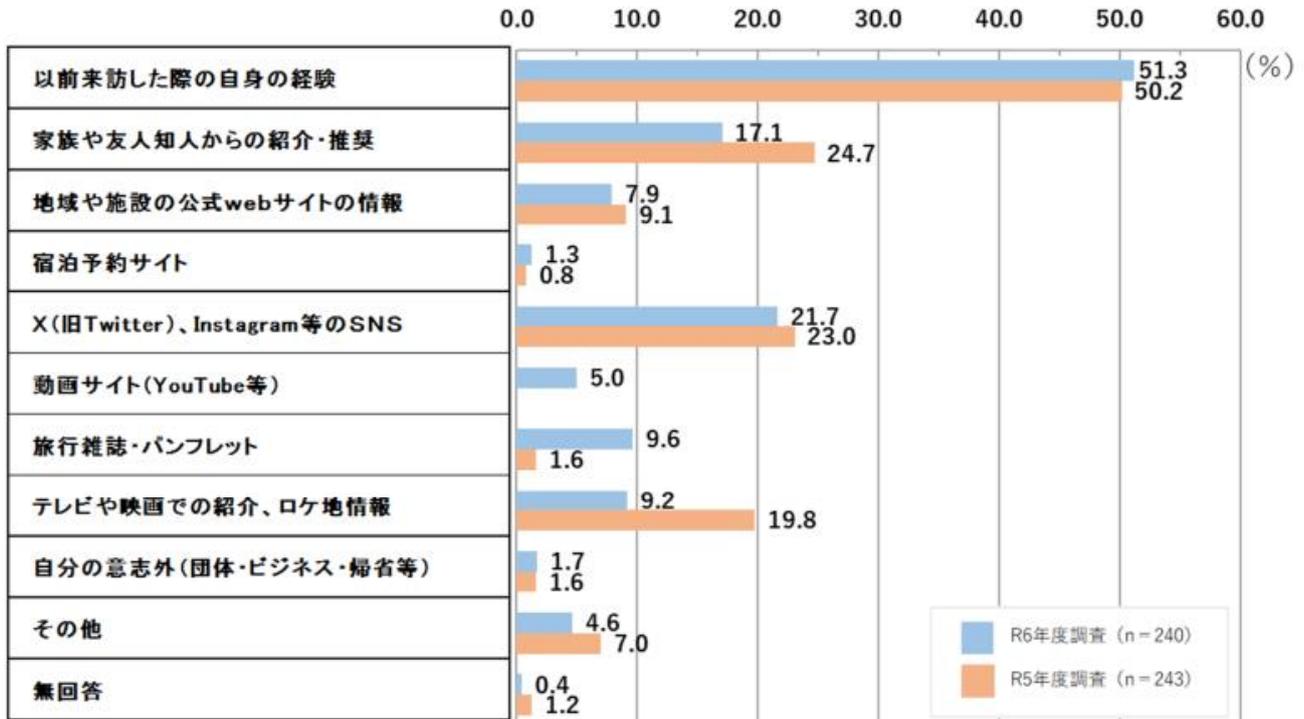
調査地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」が最も多く、令和6（2024）年度調査では 33.3%で、令和5（2023）年度調査の 30.5%と比べて 2.8 ポイント増加した。次いで多かった「初めて」は令和6（2024）年度調査では 27.1%で、令和5（2023）年度調査の 21.2%と比べて 5.9 ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



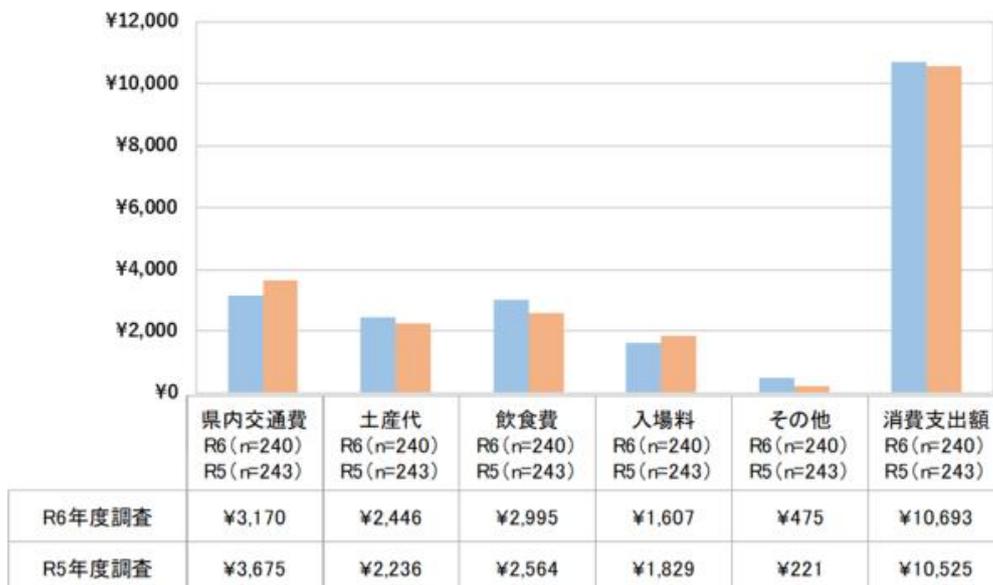
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では51.3%で、令和5（2023）年度調査の50.2%と比べて1.1ポイント増加した。また、「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」は、令和6（2024）年度調査では9.2%で、令和5（2023）年度調査の19.8%と比べて10.6ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和6（2024）年度調査では10,693円で、令和5（2023）年度調査の10,525円と比べて増加した。

消費支出（総額）



※ R6年度調査の「その他」は体験活動の消費支出を含んでいる

第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 i. 日光エリア

総合満足度は、令和6（2024）年度調査では 1.57 で、令和5（2023）年度調査の 1.36 と比べて 0.21 ポイント増加した。
 満足度を項目別にみると、「現地での観光情報・案内」は令和6（2024）年度調査では 1.31 で、令和5（2023）年度調査の 0.93 と比べて 0.38 ポイント増加した。

項目別満足度（加重平均値）



ii. 那須エリア

① 令和6(2024)年度調査結果

日帰り客(那須エリア) サンプル数：387

お住まいは「栃木県」が55.0%で最も多く、次いで「福島県」が20.2%、「茨城県」が8.5%であった。
 年代は、男性では「60代以上」が35.8%で最も多く、女性でも「60代以上」が29.0%で最も多かった。
 調査地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」が67.9%で最も多かった。
 同行者数は「2人」が50.9%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が31.0%で最も多かった。

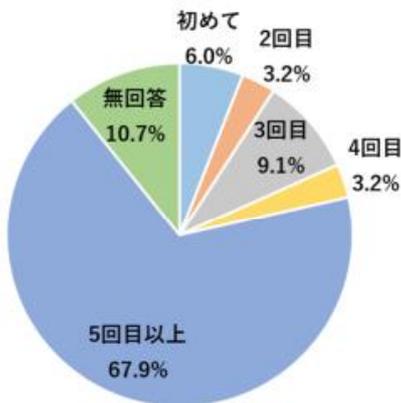
お住まい (n=387)



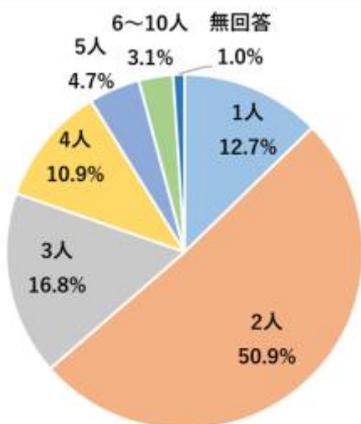
性別・年代別 (n=387)



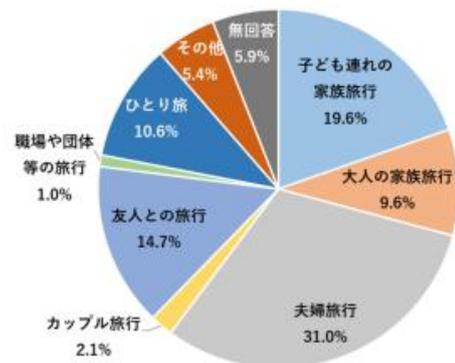
調査地域周辺への来訪回数 (n=252)



同行者数 ※回答者を含む (n=387)



同行者の関係 (n=387)

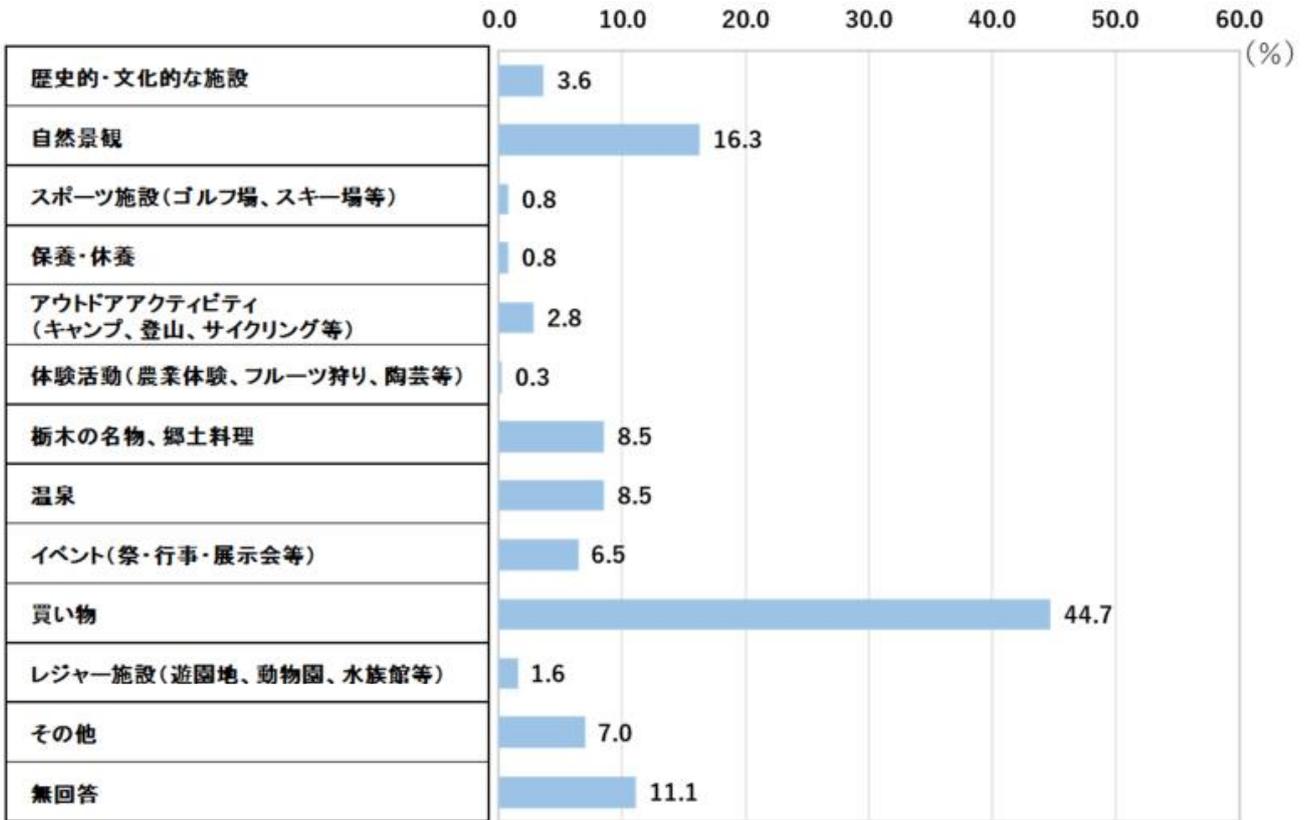


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 那須エリア

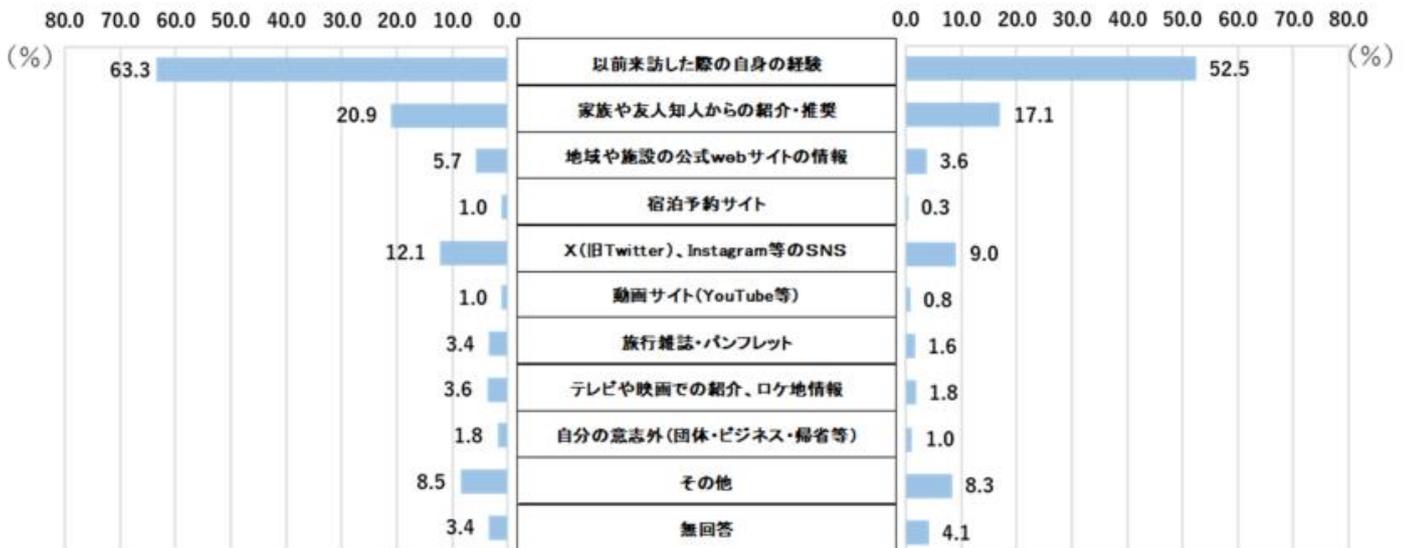
旅行先に選んだ理由は、「買い物」が44.7%で最も多く、次いで「自然景観」が16.3%であった。
 旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が63.3%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が52.5%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=387）



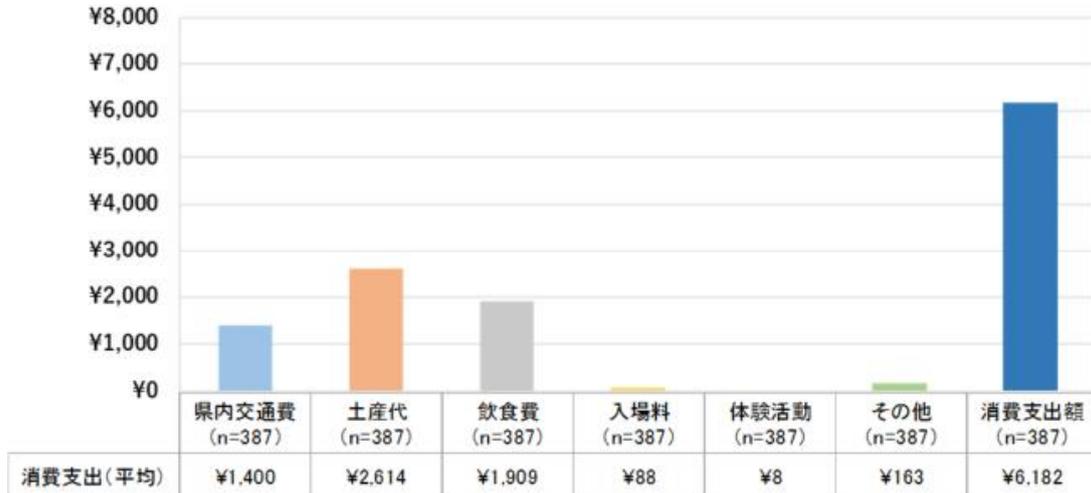
旅行先に選んだ情報源
 (複数回答) (n=387)

“決め手”となった情報源
 (単一回答) (n=387)

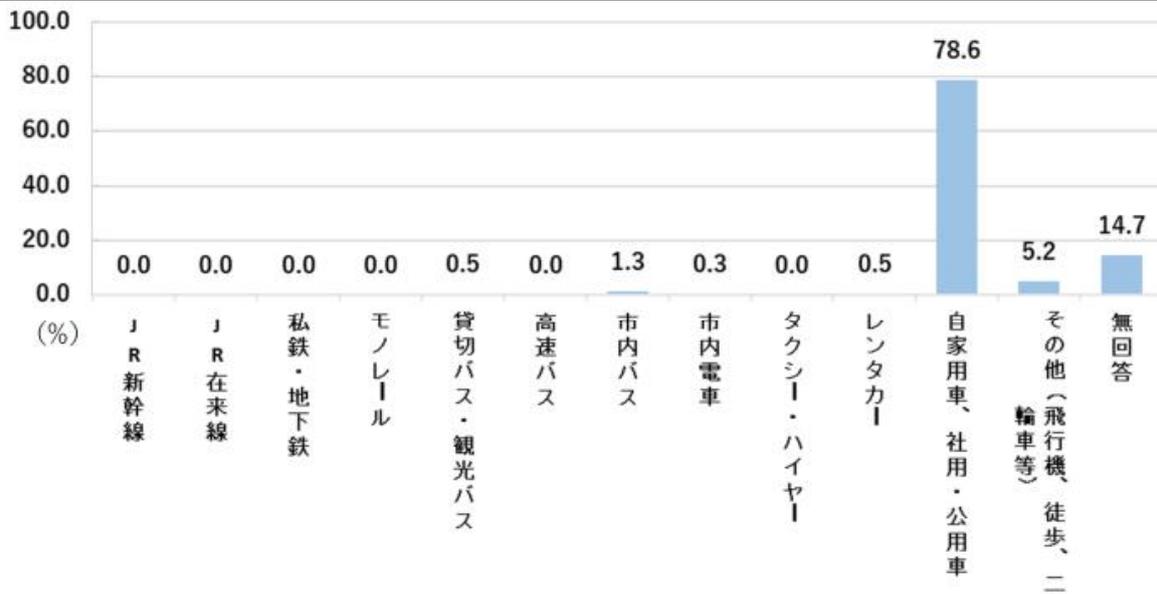


消費支出の平均は、総額で 6,182 円であった。内訳は、「土産代」が 2,614 円で最も多く、次いで「飲食費」が 1,909 円であった。
 利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 78.6%であった。
 立ち寄り観光施設は、「那須ガーデンアウトレット」が 55 人で最も多く、次いで「道の駅『明治の森黒磯』」が 16 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=387）



立ち寄り観光施設（n=387）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

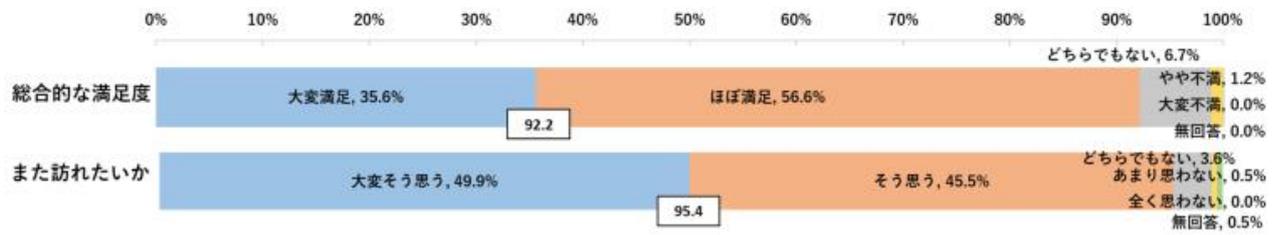
那須	那須どうぶつ王国(2)	鬼怒川温泉(1)
那須ガーデンアウトレット(55)	那須フラワーワールド(2)	県央
道の駅「明治の森黒磯」(16)	那須高原りんどう湖ファミリー牧場(2)	道の駅ばとう(4)
塩原溪谷(12)	那須神社(1)	大谷資料館(1)
千本松牧場(10)	那須野が原博物館(1)	ろまんちっく村(1)
道の駅やいた(8)	アグリパル塩原(1)	道の駅きつれがわ(1)
那須高原友愛の森(8)	日光	県南
南ヶ丘牧場(6)	湯西川温泉(2)	あしががフラワーパーク(1)
道の駅那須与一の郷(4)	日光田母沢御用邸記念公園(1)	県東
東山道伊王野(4)	川治温泉(1)	道の駅もてぎ(1)
塩原温泉湯っ歩の里(3)	龍王峡(1)	道の駅サシバの里いちかい(1)
もみじ谷大吊橋(2)	日光湯元温泉(1)	
ハンターマウンテン塩原(2)	華厳ノ滝(1)	

第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 那須エリア

調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が92.2%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が95.4%であった。

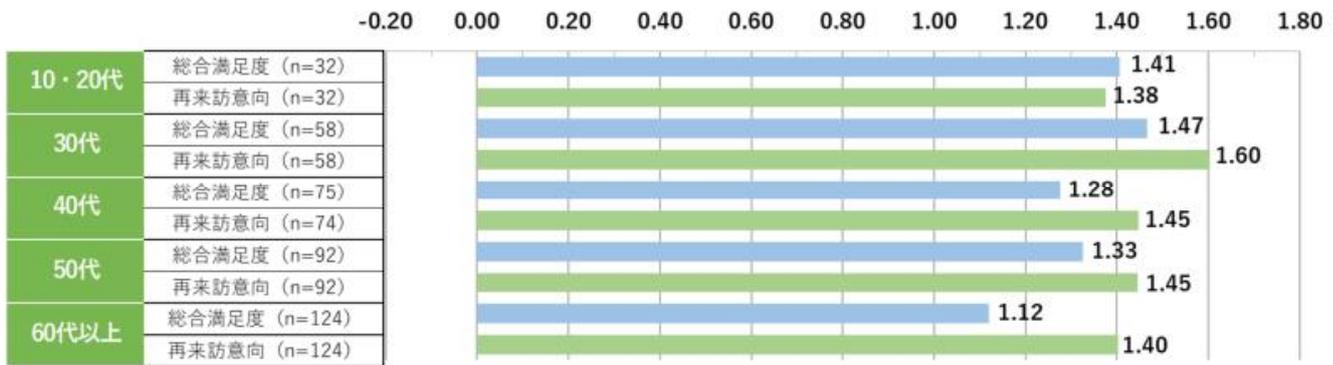
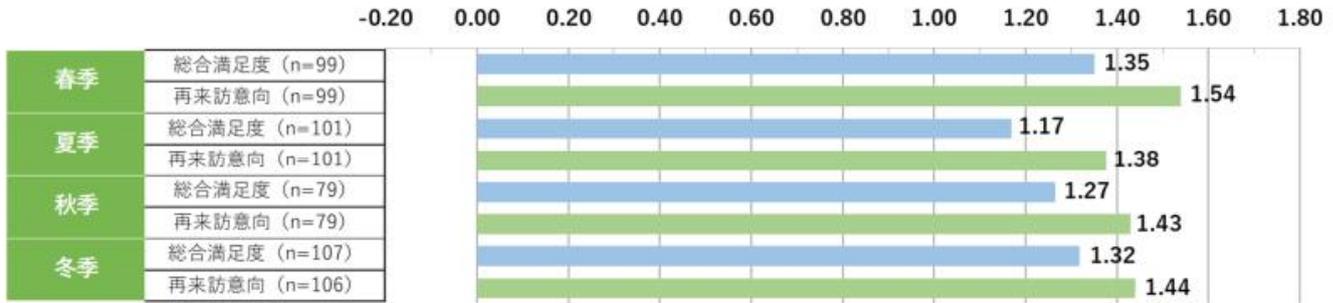
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=387)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.35で最も高く、「夏季」が1.17で最も低かった。再来訪意向も「春季」が1.54で最も高く、「夏季」が1.38で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「30代」が1.47と最も高く、「60代以上」が1.12と最も低かった。また、再来訪意向は「30代」が1.60と最も高く、「10代・20代」が1.38と最も低かった。

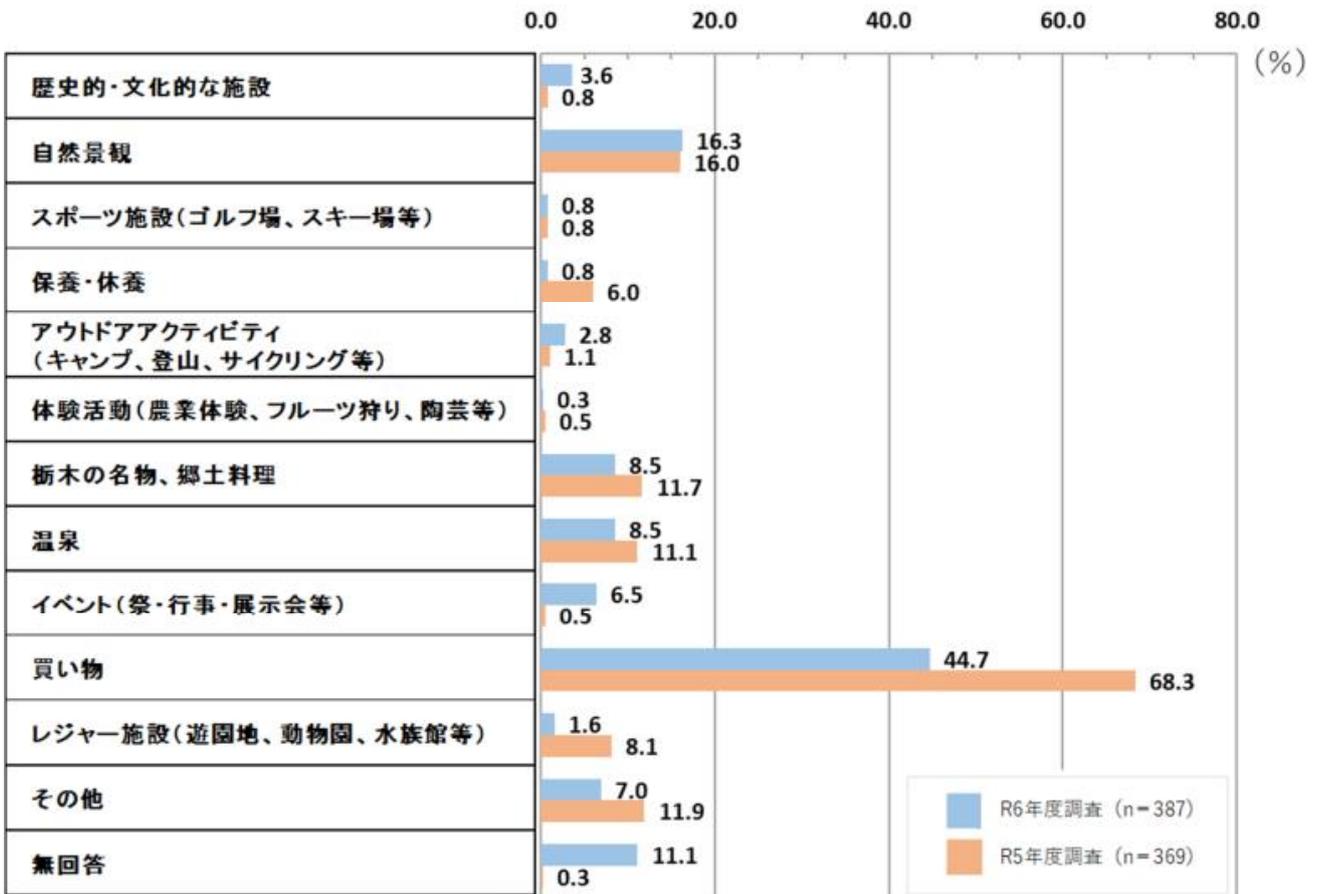
(pt)



② 過去調査との比較

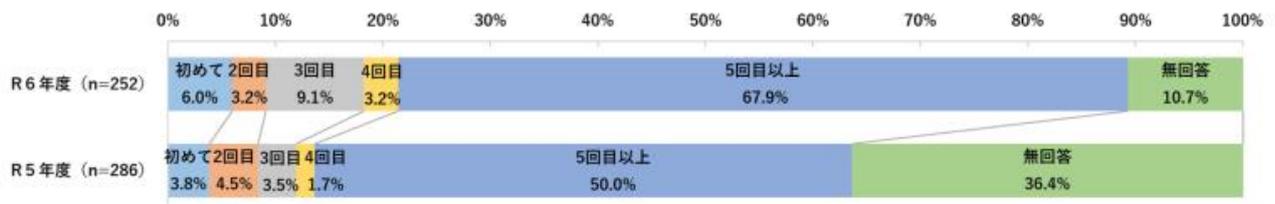
旅行先に選んだ理由は、「買い物」が最も多く、令和6（2024）年度調査では44.7%で、令和5（2023）年度調査の68.3%と比べて23.6ポイント減少した。次いで多かった「自然景観」は、令和6（2024）年度調査では16.3%で、令和5（2023）年度調査の16.0%と比べて0.3ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」が最も多く、令和6（2024）年度調査では67.9%で、令和5（2023）年度調査の50.0%と比べて17.9ポイント増加した。次いで多かった「初めて」は令和6（2024）年度調査では6.0%で、令和5（2023）年度調査の3.8%と比べて2.2ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く

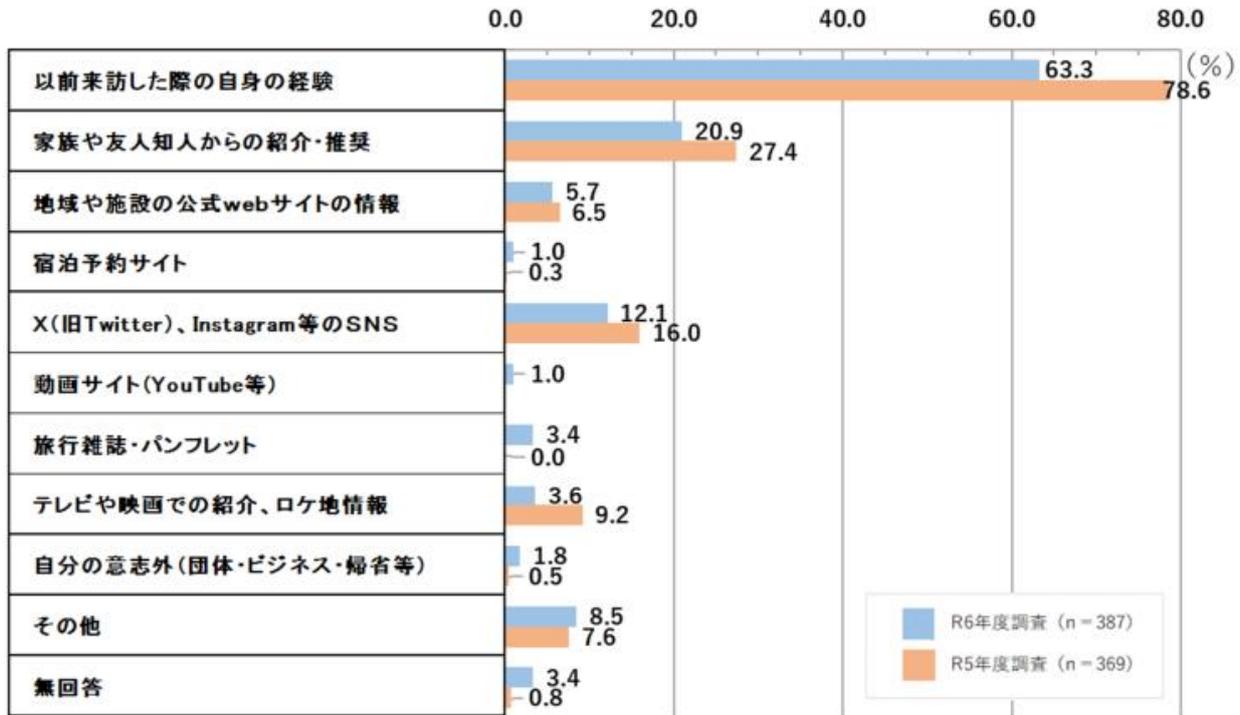


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 那須エリア

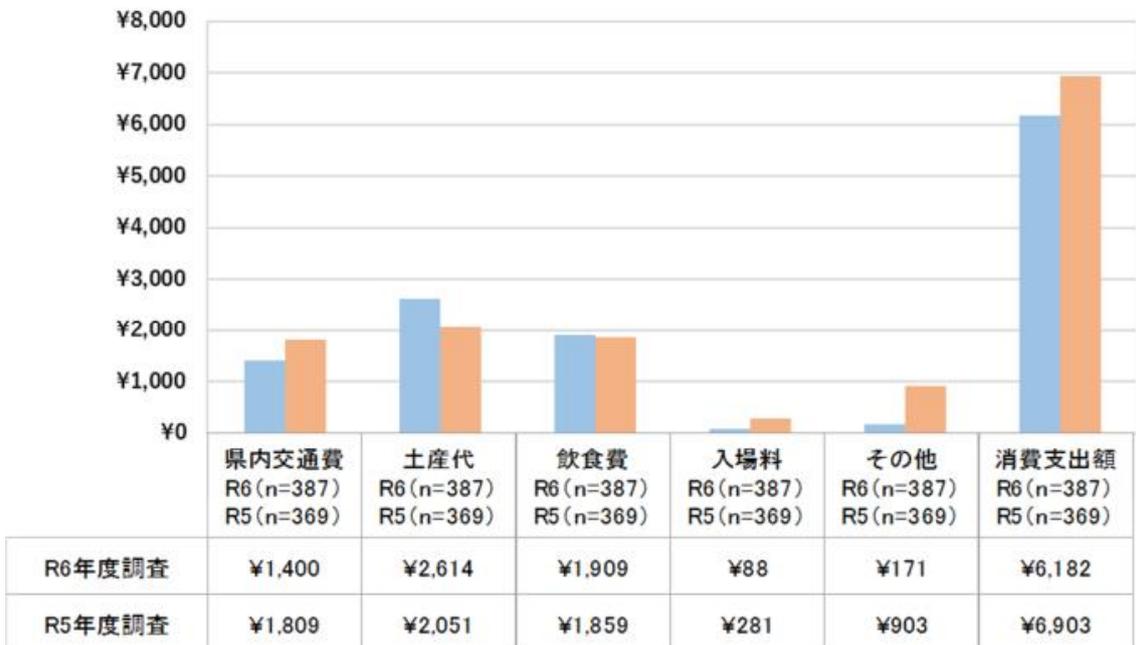
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では63.3%で、令和5（2023）年度調査の78.6%と比べて15.3ポイント減少した。また、「家族や友人知人からの紹介・推奨」も20.9%と、令和5（2023）年度調査と比べて6.5ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和6（2024）年度調査では6,182円で、令和5（2023）年度調査の6,903円に比べて減少した。

消費支出（総額）



※ R6年度調査の「その他」は体験活動の消費支出を含んでいる

総合満足度は、令和6（2024）年度調査では1.28で、令和5（2023）年度調査の1.27と比べて0.1ポイント増加した。
 満足度を項目別にみると「交通事業者」が令和6（2024）年度調査では1.23で、令和5（2023）年度調査の0.61と比べて0.62ポイント増加した。

項目別満足度（加重平均値）



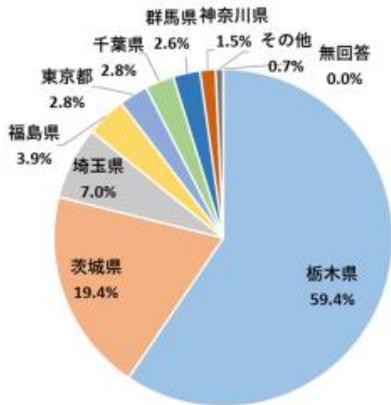
iii. 県央エリア

①令和6(2024)年度調査結果

日帰り客(県央エリア)	サンプル数：545
-------------	-----------

お住まいは「栃木県」が59.4%で最も多く、次いで「茨城県」が19.4%、「埼玉県」が7.0%であった。
 年代は、男性では「60代以上」が38.7%で最も多く、女性でも「60代以上」が37.5%で最も多かった。
 調査地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」が40.9%で最も多かった。
 同行者数は「2人」が47.0%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が29.5%で最も多かった。

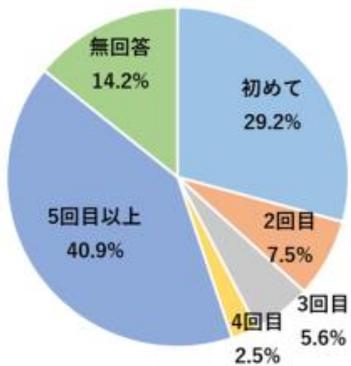
お住まい (n=545)



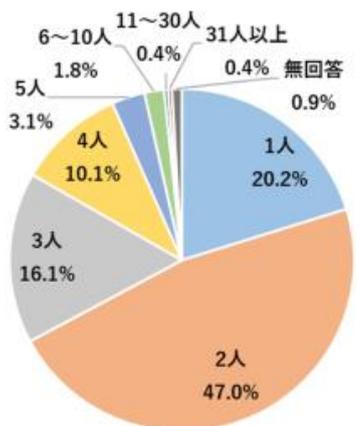
性別・年代別 (n=545)



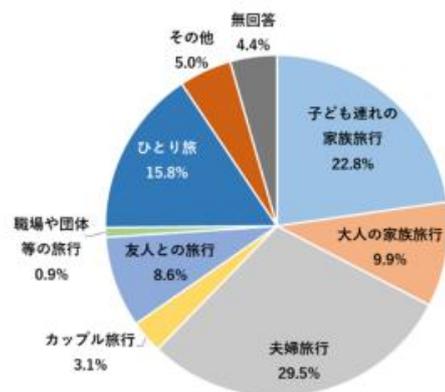
調査地域周辺への来訪回数 (n=359)



同行者数 ※回答者を含む (n=545)

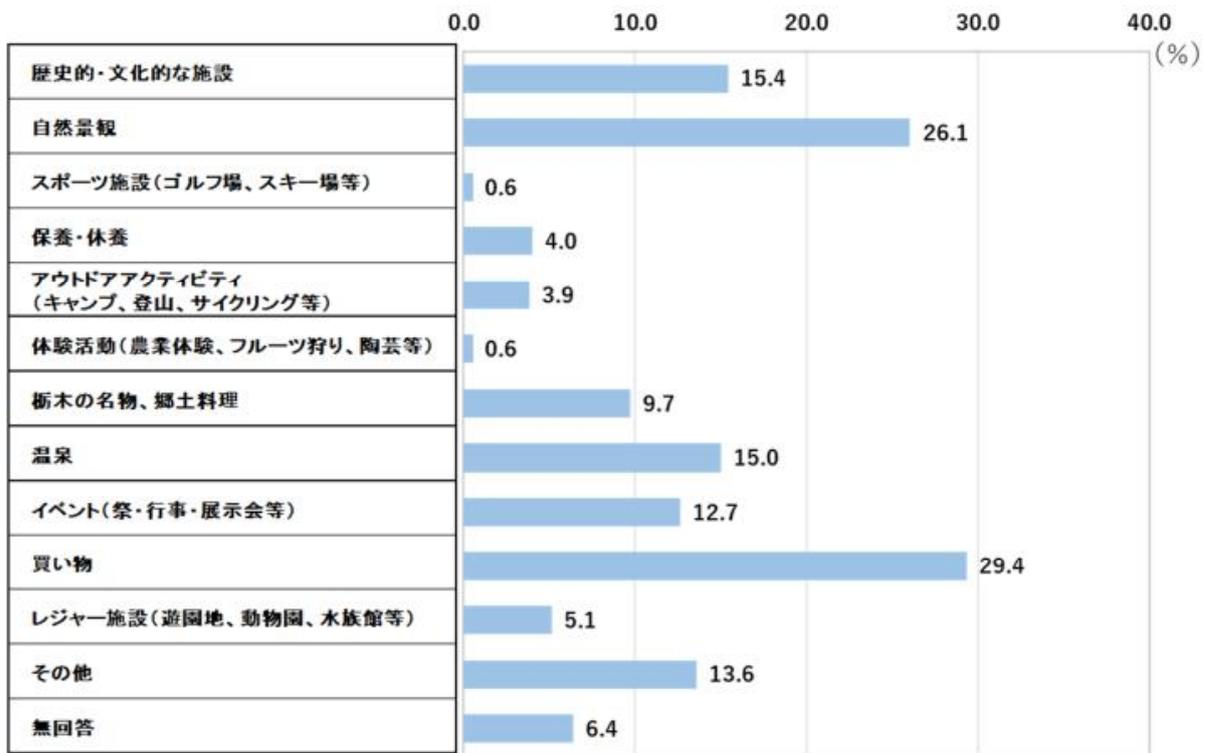


同行者の関係 (n=545)

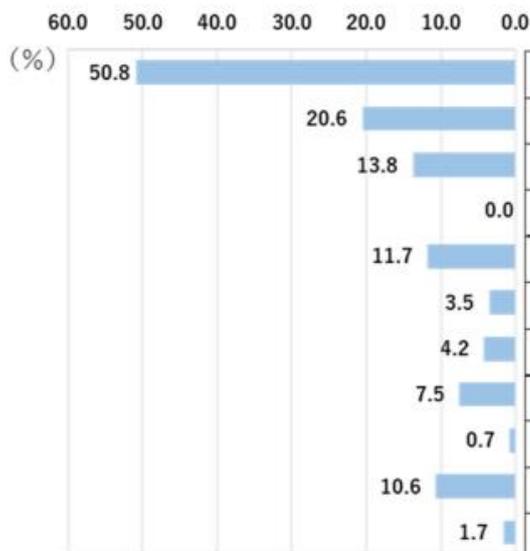


旅行先に選んだ理由は、「買い物」が29.4%で最も多く、次いで「自然景観」が26.1%であった。
旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が50.8%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が47.5%で最も多かった。

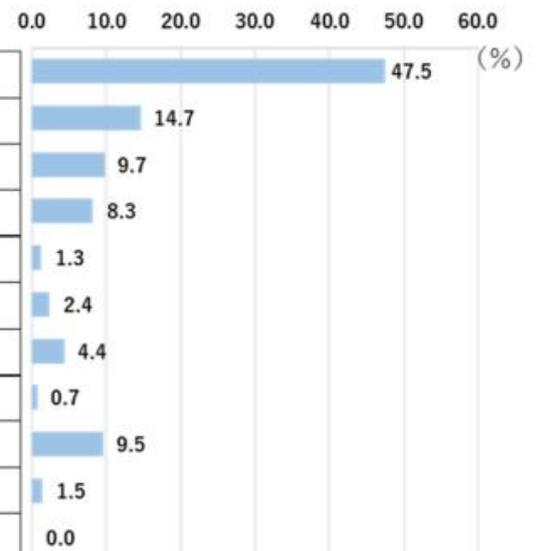
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=545）



旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=545)



“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=545)



第2章 観光客調査 調査結果

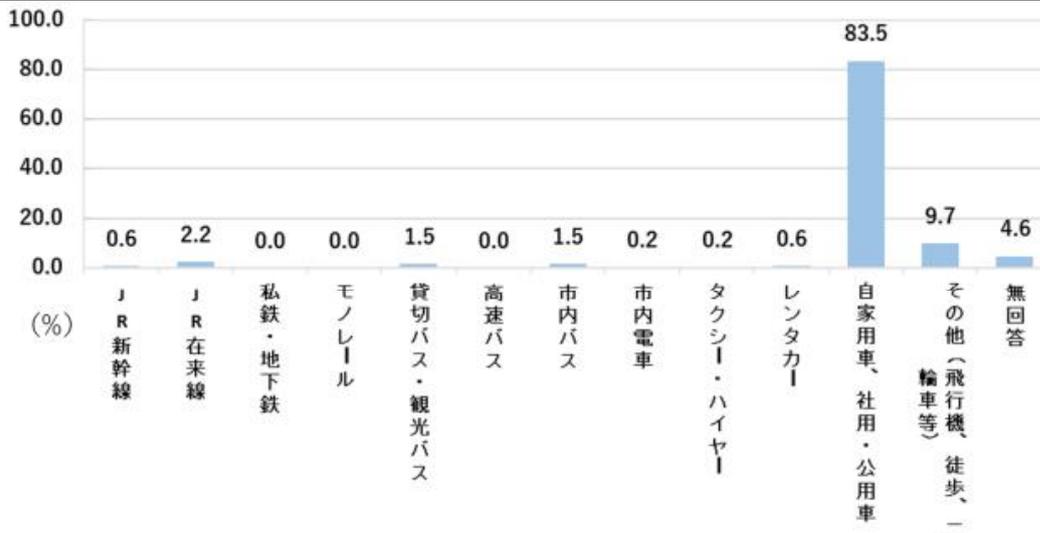
1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

消費支出の平均は、総額で 6,230 円であった。内訳は、「飲食費」が 1,904 円で最も多く、次いで「土産代」が 1,893 円であった。
 利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 83.5%で最も多かった。
 立ち寄り観光施設は、「ろまんちっく村」が 26 人で最も多く、次いで「道の駅ばとう」が 15 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）(n=545)

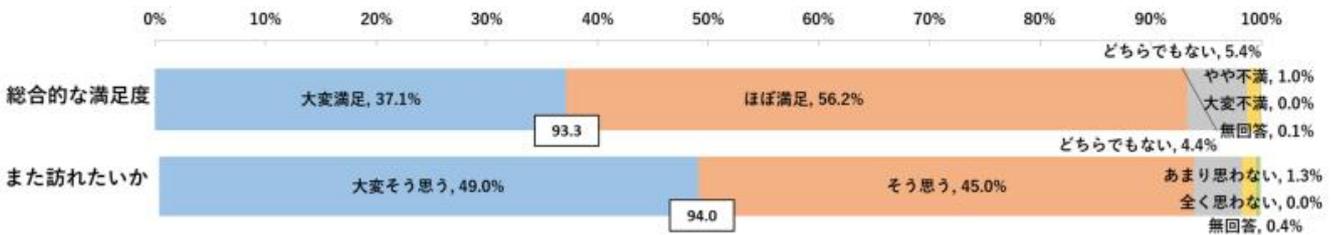


立ち寄り観光施設 (n=545) ※ () 内は施設に立ち寄った人数

県央	日光湯元温泉(4)	県南
ろまんちっく村(26)	鬼怒川温泉(4)	佐野プレミアム・アウトレット(7)
道の駅ばとう(15)	東山道伊王野(4)	道の駅 しもつけ(2)
道の駅きつれがわ(14)	中禅寺湖(2)	あしかがフラワーパーク(2)
大谷資料館(10)	華厳ノ滝(1)	小山ゴルフクラブ(1)
喜連川温泉第1浴場(9)	湯西川温泉(1)	岩下の新生姜ミュージアム(1)
道の駅たかねざわ元気あつむら(9)	龍王峡(1)	佐野厄よけ大師(1)
馬頭温泉郷(9)	二荒山神社中宮祠(1)	道の駅思川(1)
馬頭広重美術館(6)	上三依水生植物園(1)	エヴァンティユゴルフクラブ(1)
鷺子山上神社(3)	那須	県東
早乙女温泉(2)	栃木県ながわ水遊園(18)	道の駅もてぎ(7)
栃木県子ども総合科学館(2)	千本松牧場(9)	道の駅ましこ(6)
とちのきファミリーランド(2)	那須ガーデンアウトレット(8)	道の駅サシバの里いちかい(3)
若山農場(2)	道の駅那須与一の郷(6)	友遊はが(3)
栃木県立博物館(1)	アグリパル塩原(5)	井頭公園(2)
那珂川(釣り客)(1)	道の駅やいた(3)	益子焼(1)
まほろばの湯湯親館(1)	道の駅「湧水の郷しおや」(3)	モビリティリゾートもてぎ(1)
いわむらかずお絵本の丘美術館(1)	那須高原友愛の森(2)	
花木センター(1)	雲巖寺(1)	
日光	那須どうぶつ王国(1)	
二社一寺(7)	道の駅「明治の森黒磯」(1)	

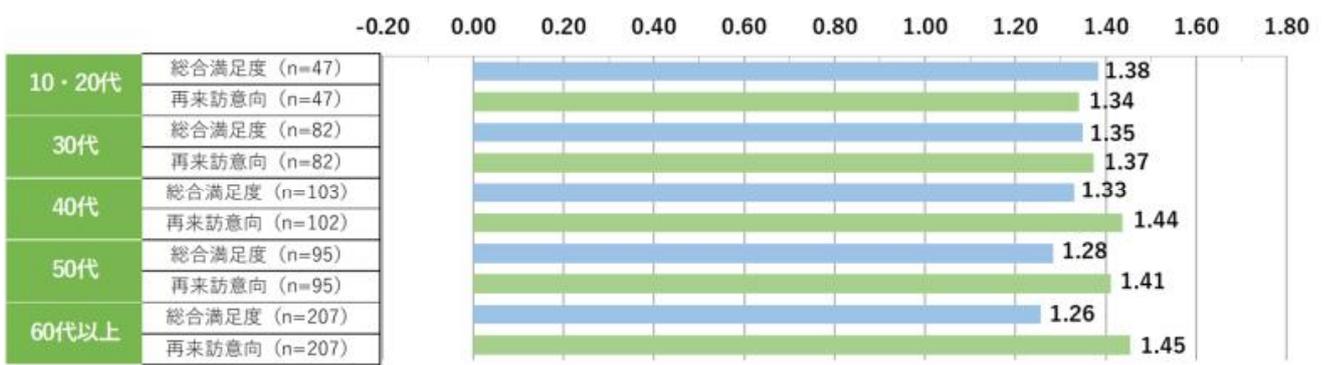
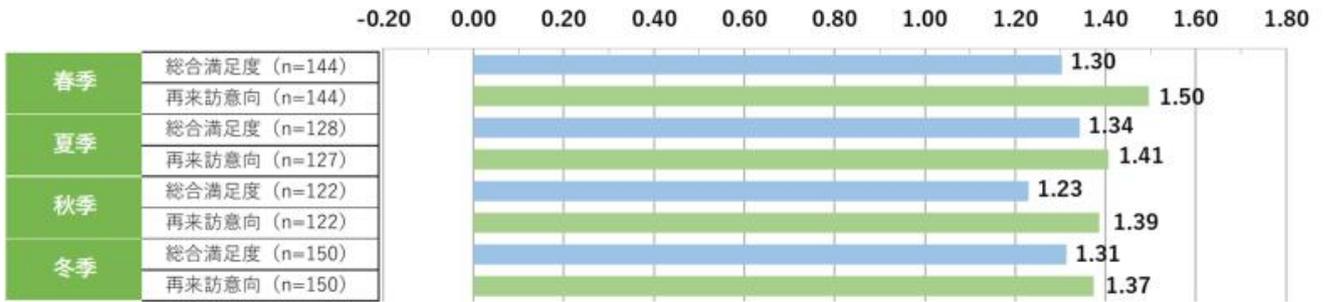
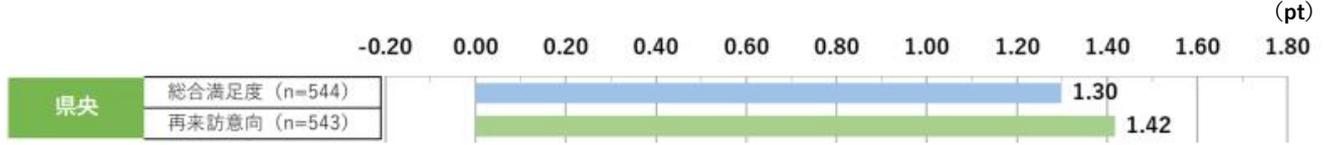
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が93.3%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が94.0%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=545)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「夏季」が1.34で最も高く、「秋季」が1.23で最も低かった。また、再来訪意向は、「春季」が1.50で最も高く、「冬季」が1.37で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「10代・20代」が1.38と最も高く、「60代以上」が1.26と最も低かった。また、再来訪意向は「60代以上」が1.45と最も高く、「10代・20代」が1.34と最も低かった。



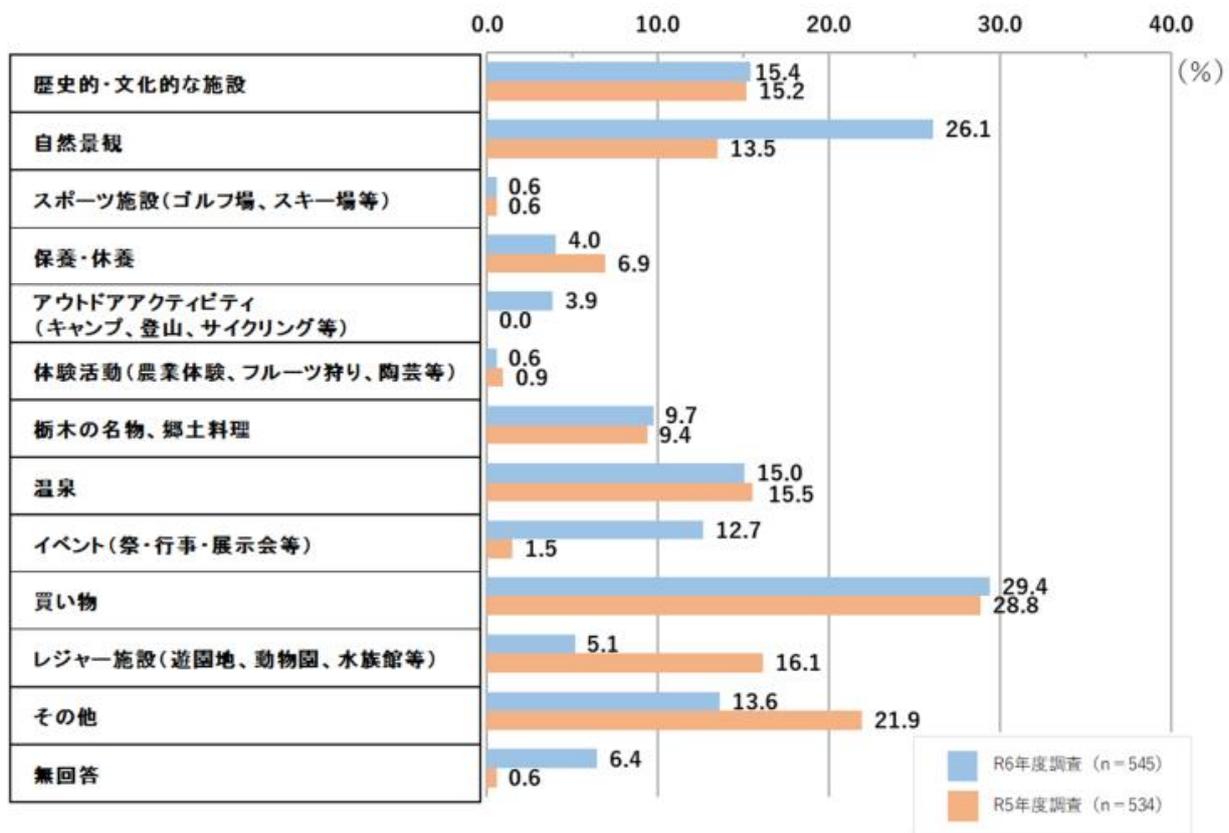
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

③ 過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「買い物」が最も多く、令和6（2024）年度調査では29.4%で、令和5（2023）年度での28.8%と比べて0.6ポイント増加した。次いで多かった「自然景観」は令和6（2024）年度調査では26.1%で、令和5（2023）年度調査の13.5%と比べて12.6ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



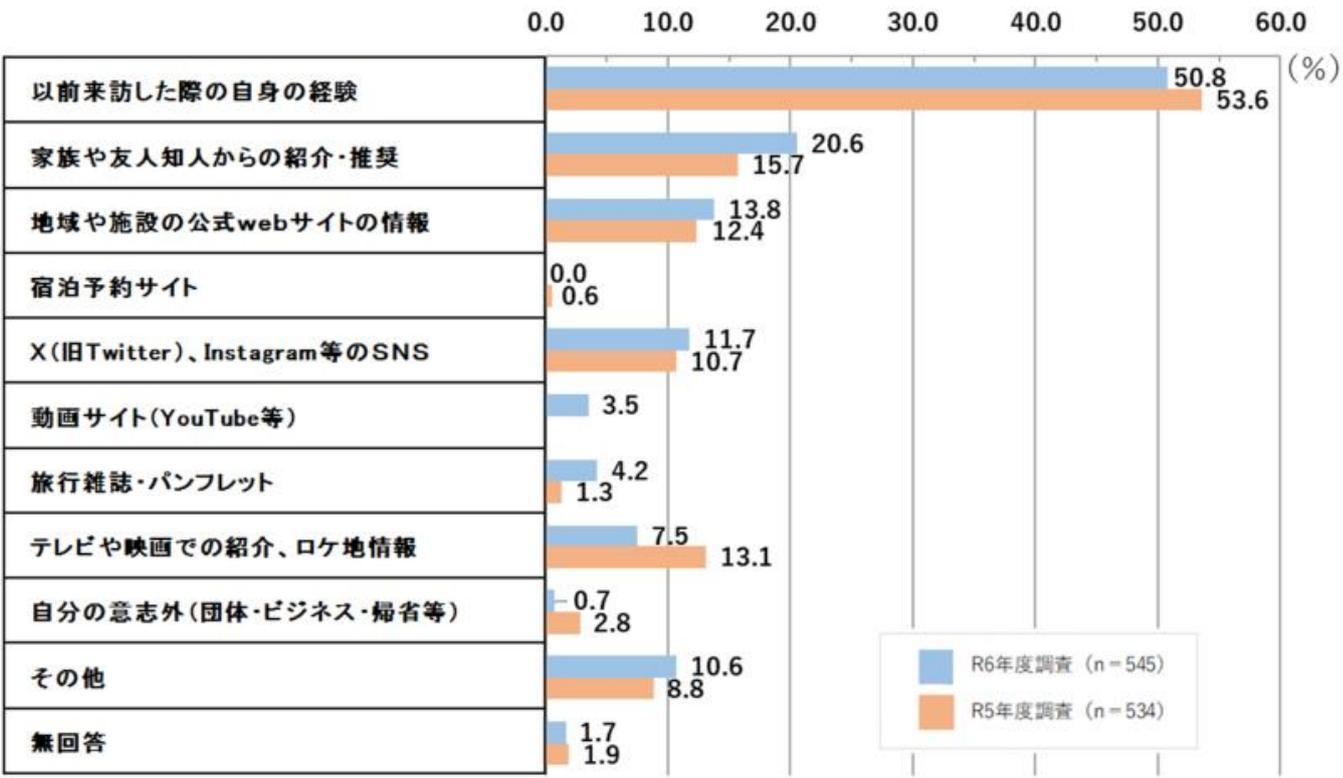
調査地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」が最も多く、令和6（2024）年度調査では40.9%で、令和5（2023）年度調査の29.7%と比べて11.2ポイント増加した。次いで多かった「初めて」は令和6（2024）年度調査では29.2%で、令和5（2023）年度調査時の30.0%と比べて0.8ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



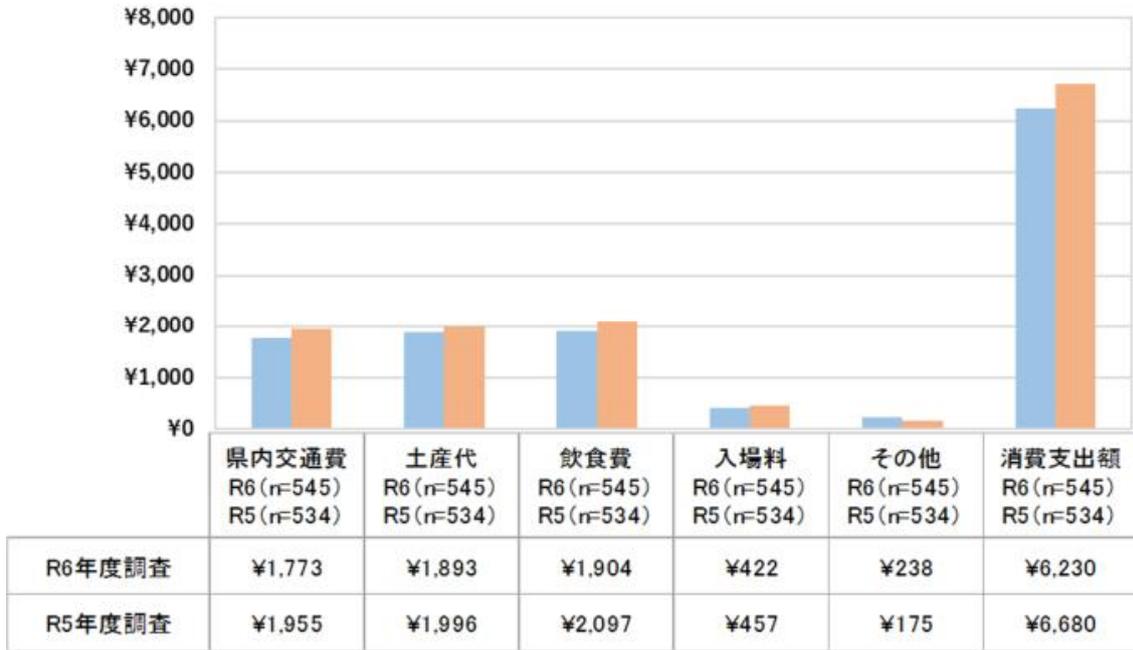
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では50.8%で、令和5（2023）年度調査の53.6%と2.8ポイント減少した。一方、「家族や友人知人からの紹介・推奨」は、令和5（2023）年度調査と比べて4.9ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和6（2024）年度調査では6,230円で、令和5（2023）年度調査の6,680円に比べて減少した。

消費支出（総額）



※ R6年度調査の「その他」は体験活動の消費支出を含んでいる

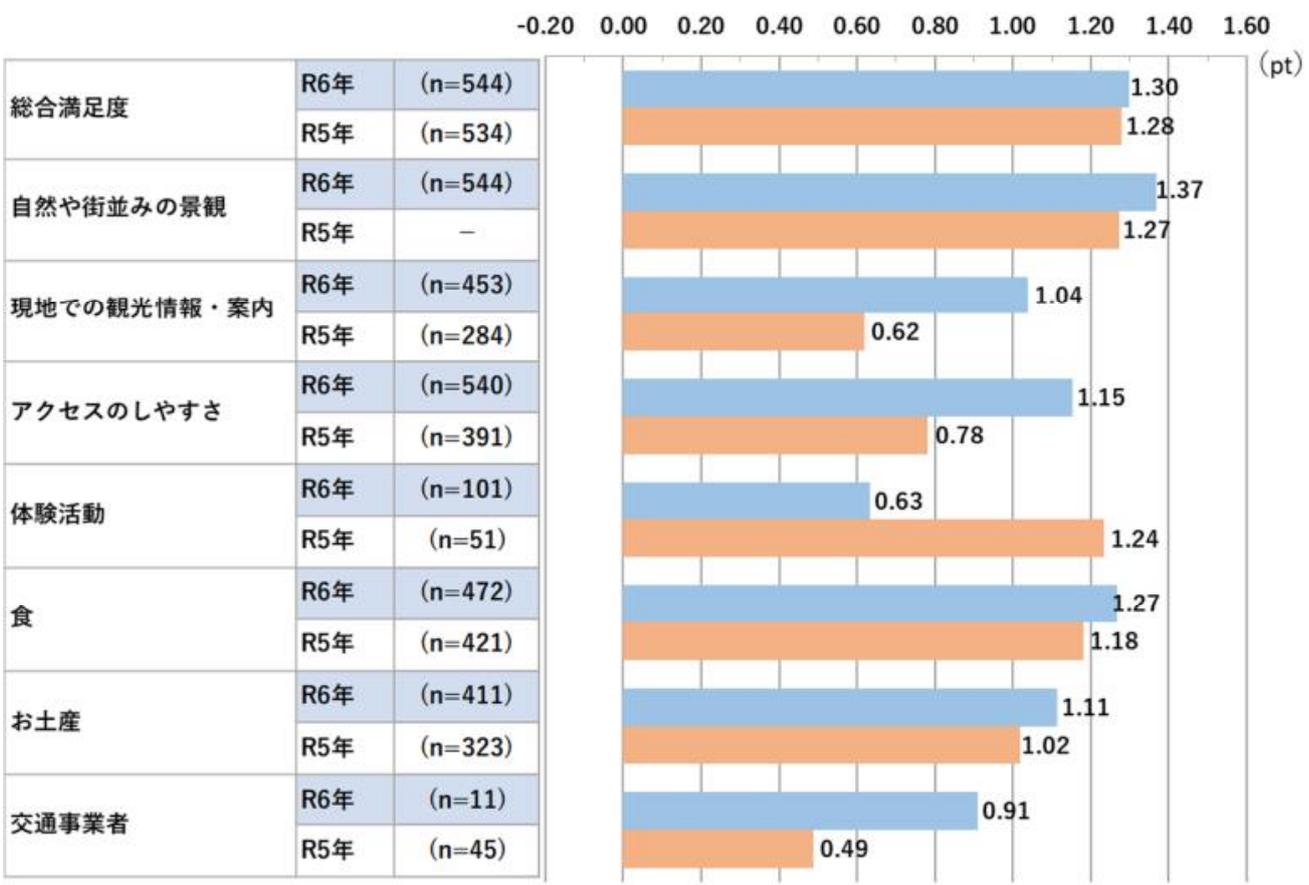
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

総合満足度は、令和6（2024）年度調査では 1.30 で、令和5（2023）年度調査の 1.28 と比べて 0.02 ポイント増加した。

満足度を項目別にみると、「現地での観光情報・案内」と「交通事業者」がともに、令和5（2023）年度調査と比べて 0.42 ポイント増加した。一方、「体験活動」は、令和5（2023）年度調査と比べて 0.61 減少した。

項目別満足度（加重平均値）



iv. 県南エリア

①令和6（2024）年度調査結果

日帰り客（県南エリア）	サンプル数：702
-------------	-----------

お住まいは「栃木県」が28.5%で最も多く、次いで「埼玉県」が22.1%、「群馬県」が16.7%であった。
年代は、男性では「40代」が33.4%で最も多く、女性でも「40代」が25.8%で最も多かった。
調査地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」55.3%で最も多かった。
同行者数は「2人」が44.9%で最も多く、同行者の関係は「子ども連れの家族旅行」が25.4%で最も多かった。

お住まい（n=702）



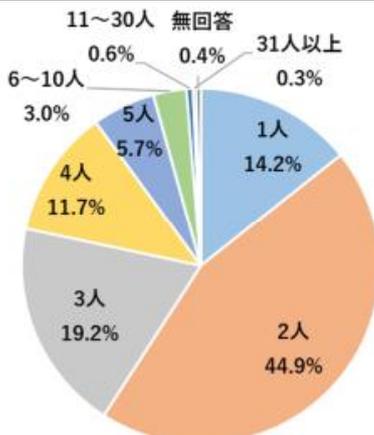
性別・年代別（n=702）



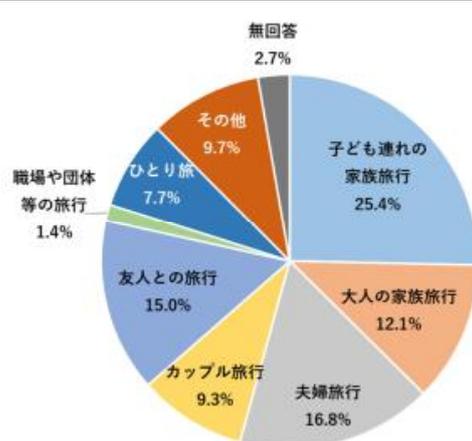
調査地域周辺への来訪回数（n=559）



同行者数 ※回答者を含む（n=702）



同行者の関係（n=702）



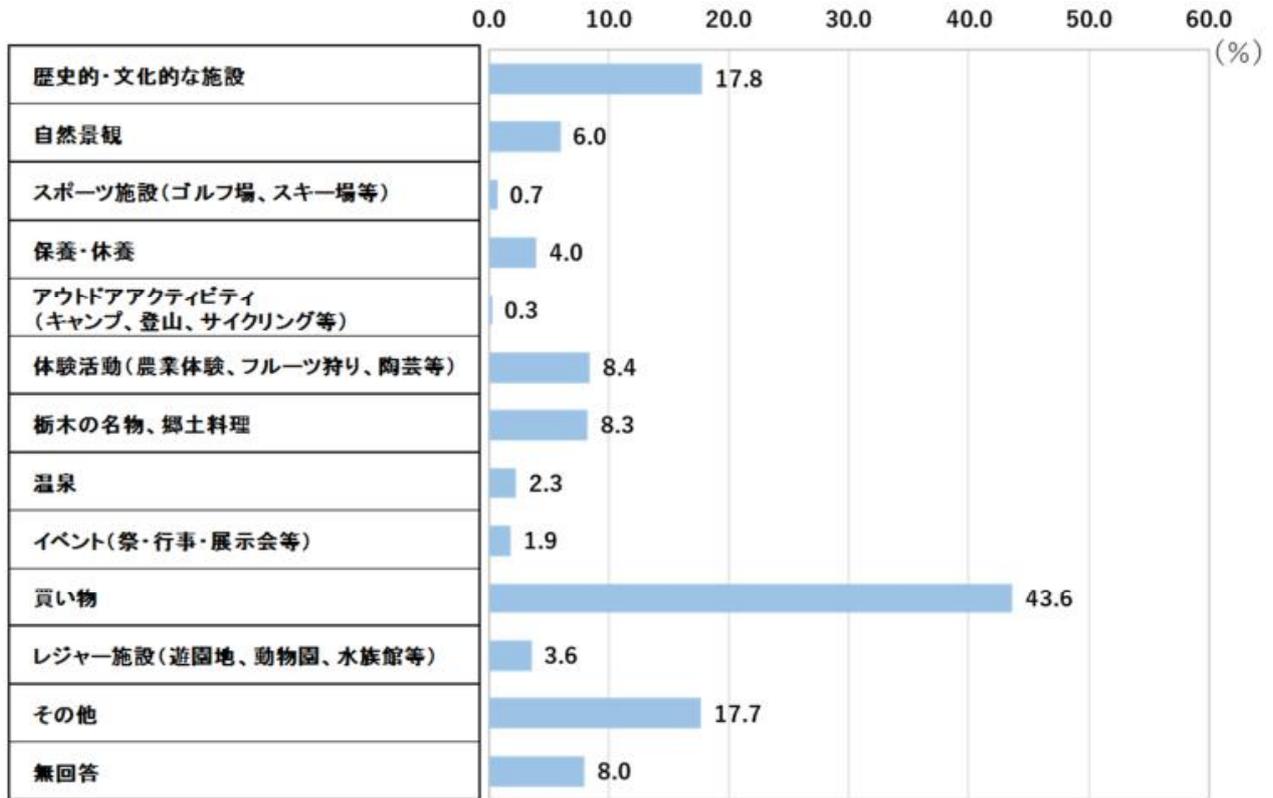
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県南エリア

旅行先に選んだ理由は、「買い物」が43.6%で最も多く、次いで「歴史的・文化的な施設」が17.8%であった。

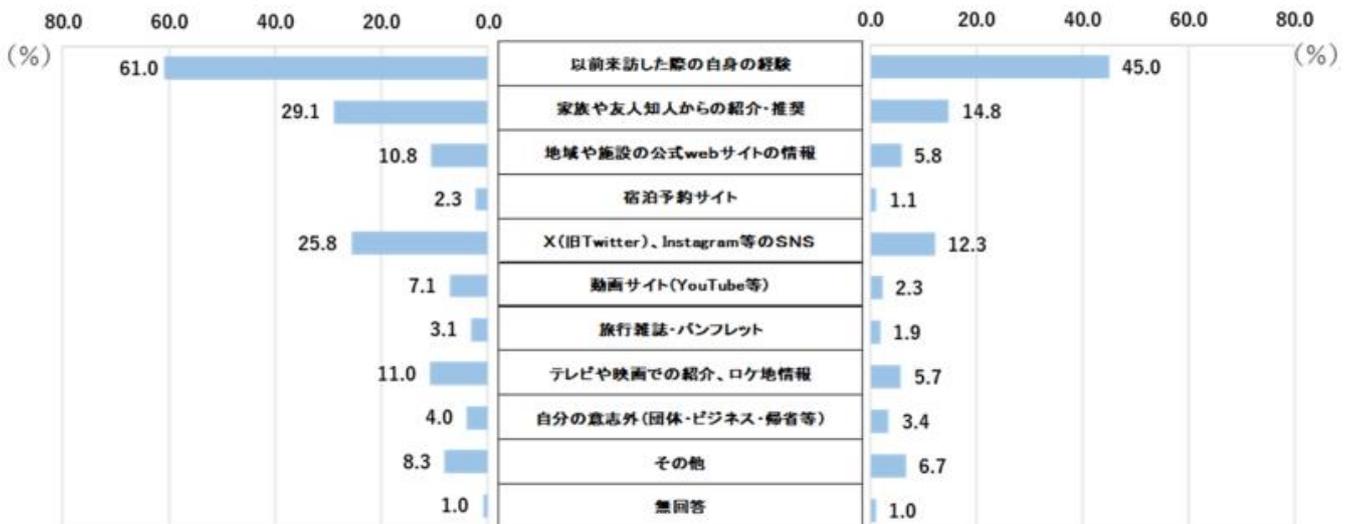
旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が61.0%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が45.0%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=702）



旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=702)

“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=702)



消費支出の平均は、総額で 10,136 円であった。内訳は、「その他」が 3,580 円で最も多く、次いで「飲食費」が 2,177 円であった。

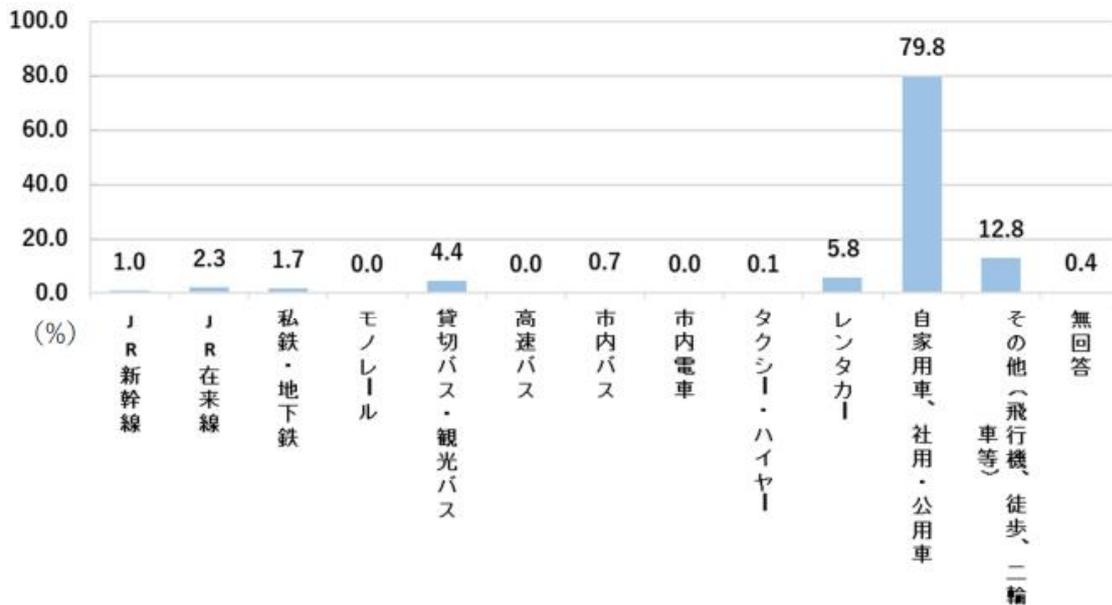
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 79.8%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「佐野プレミアム・アウトレット」が 104 人で最も多く、次いで「あしかがフラワーパーク」が 95 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）(n=702)



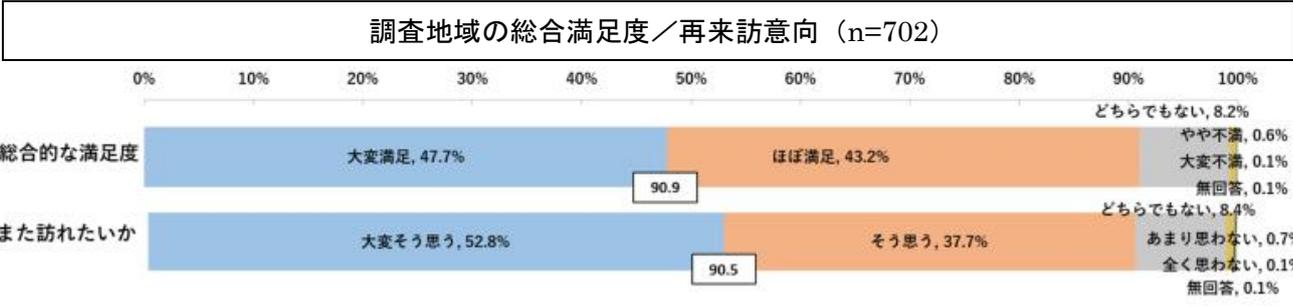
立ち寄り観光施設 (n=702) ※ () 内は施設に立ち寄った人数

県南	道の駅 しもつけ(5)	明智平(2)
佐野プレミアム・アウトレット(104)	出流山(4)	東武ワールドスクウェア(1)
あしかがフラワーパーク(95)	マルシェいわふね(3)	鬼怒川温泉(1)
鏝阿寺(68)	佐野観光農園いちご畑(1)	那須
佐野厄よけ大師(63)	いわふねフルーツパーク(1)	塩原温泉湯つ歩の里(1)
織姫公園(29)	岩下の新生姜ミュージアム(1)	県央
道の駅思川(23)	蔵の街遊覧船(1)	大谷資料館(4)
いちごの里(12)	道の駅 みぶ(1)	ろまんちっく村(2)
とちぎ花センター(9)	まちの駅 新・鹿沼宿(1)	道の駅きつれがわ(1)
太平山(8)	県営みかも山公園(1)	県東
道の駅どまんなかたぬま(8)	日光	道の駅もてぎ(2)
道の駅みかも(7)	二社一寺(3)	
唐澤山神社(5)	日光湯元温泉(2)	

第2章 観光客調査 調査結果

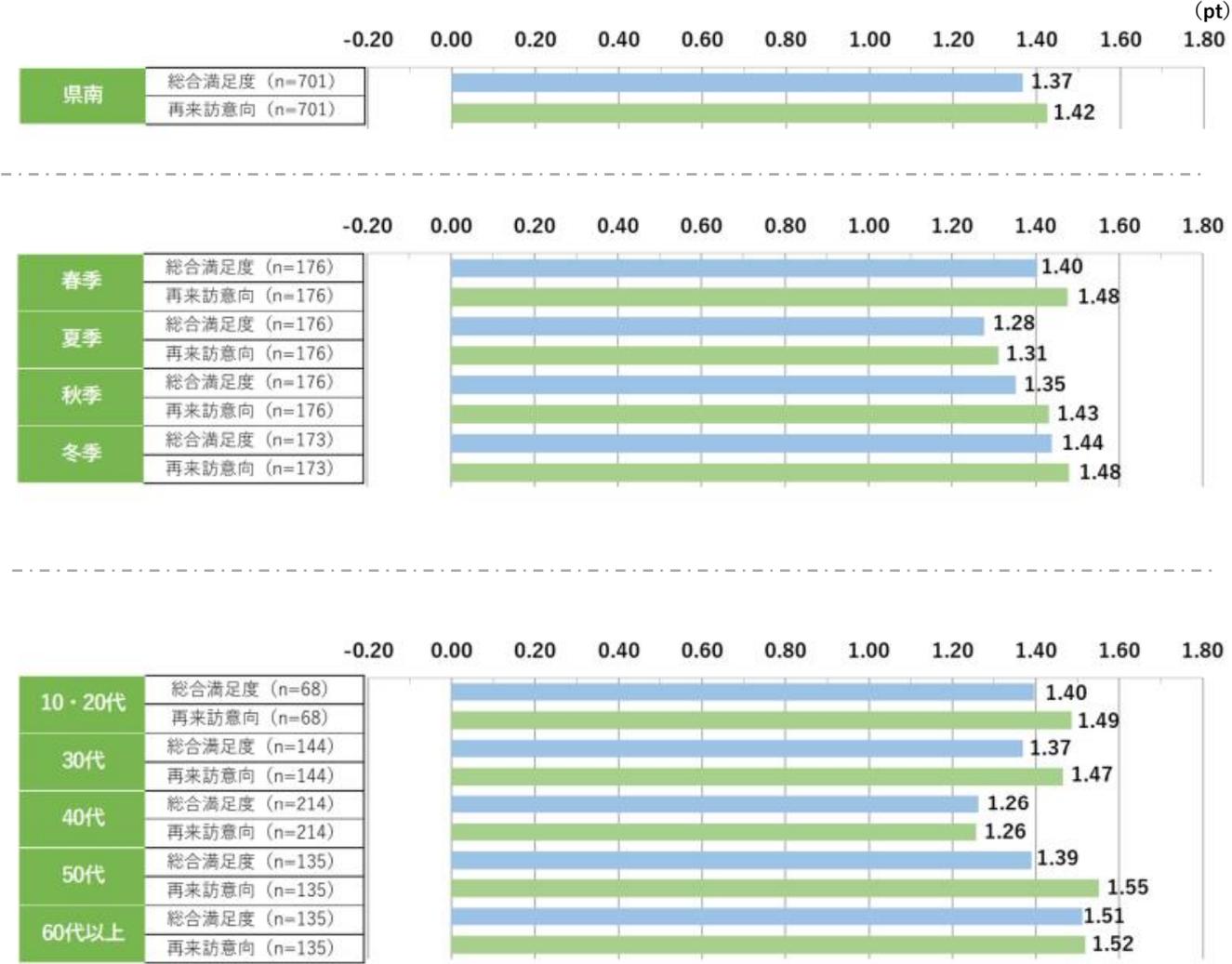
1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県南エリア

調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が90.9%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】も90.5%であった。



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

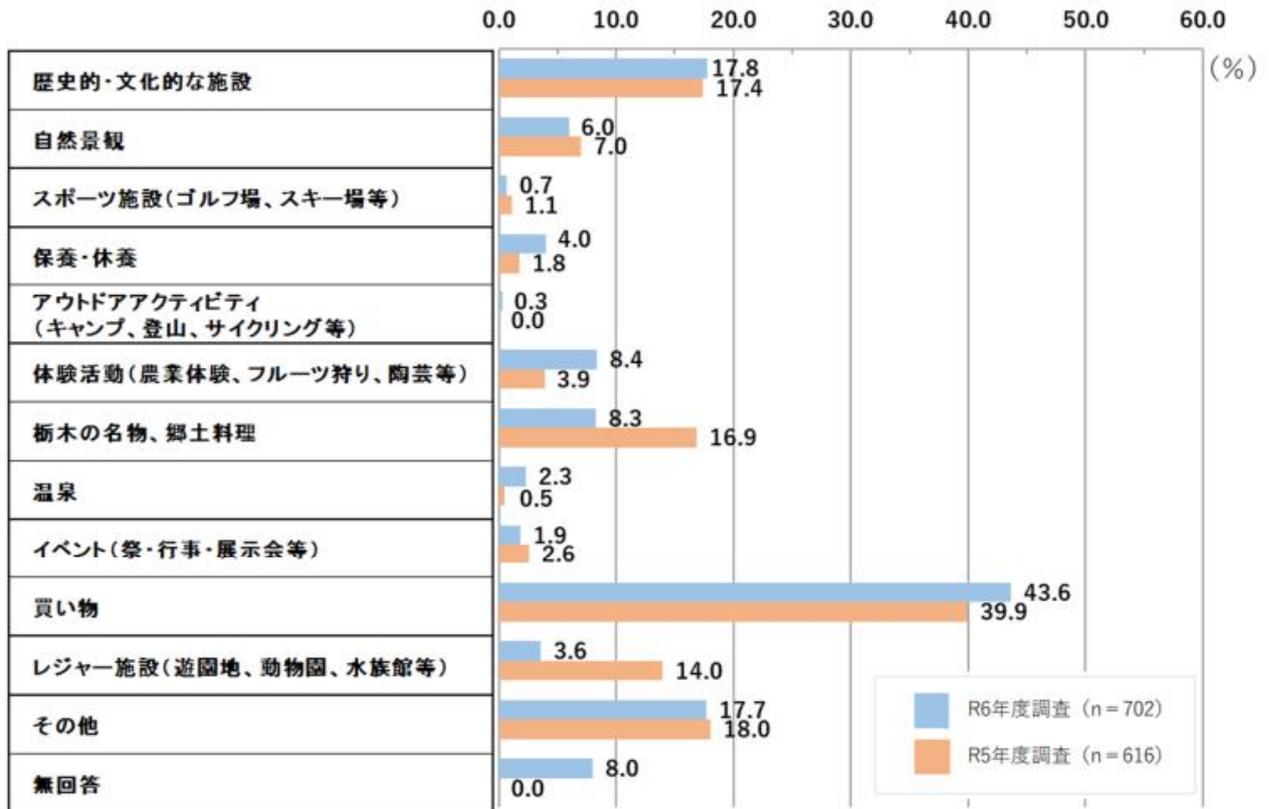
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.44で最も高く、「夏季」が1.28で最も低かった。また、再来訪意向は「春季」と「冬季」が1.48で最も高く、「夏季」が1.31で最も低かった。
 年代別にみると、総合満足度は「60代以上」が1.51と最も高く、「40代」が1.26と最も低かった。また、再来訪意向は「50代」が1.55と最も高く、「40代」が1.26と最も低かった。



②過去調査との比較

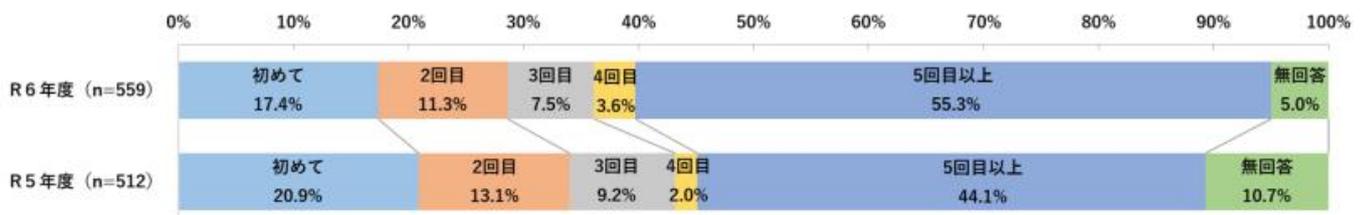
旅行先に選んだ理由は、「買い物」が最も多く、令和6（2024）年度調査では43.6%で、令和5（2023）年度調査の39.9%と比べて3.7ポイント増加した。一方、「歴史的・文化的な施設」は、令和6（2024）年度調査では17.8%で、令和5（2023）年度調査の17.4%と比べて0.4ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



調査地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」が最も多く、令和6（2024）年度調査では55.3%で、令和5（2023）年度調査の44.1%と比べて11.2ポイント増加した。次いで多かった「初めて」は令和6（2024）年度調査では17.4%で、令和5（2023）年度調査の20.9%と比べて3.5ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く

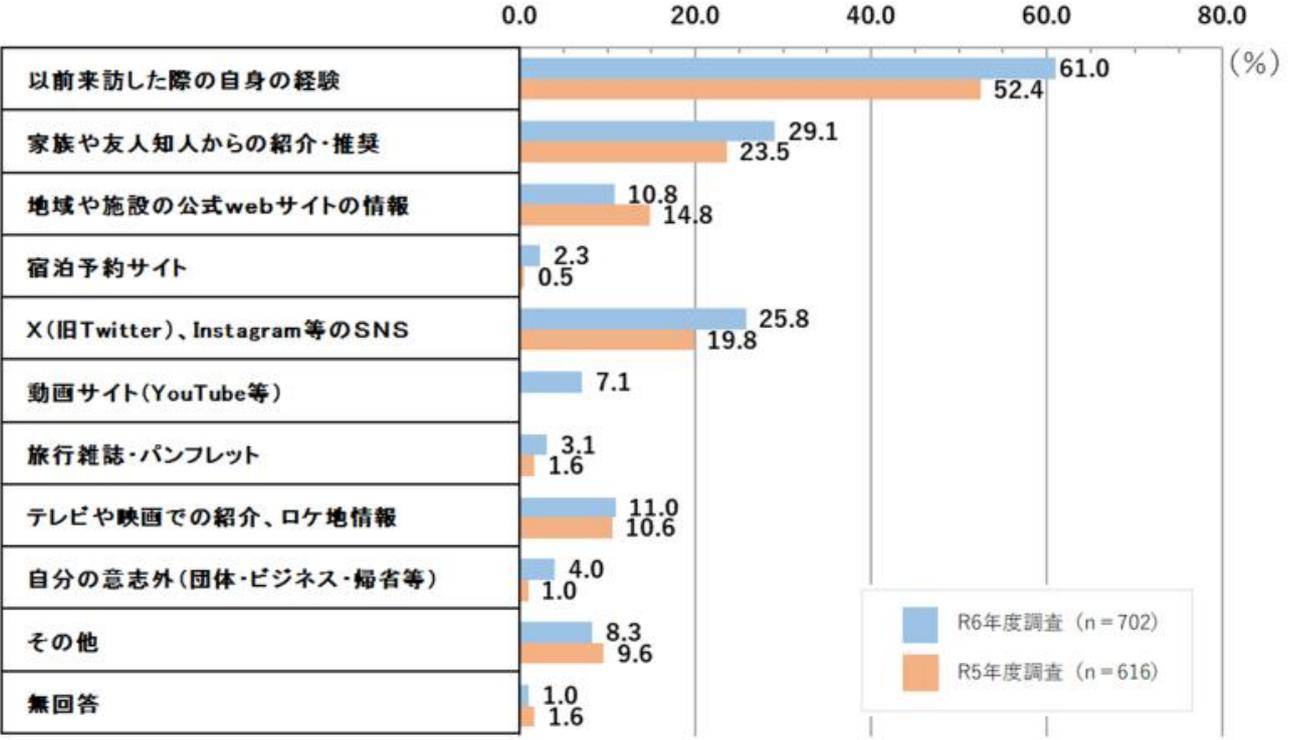


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県南エリア

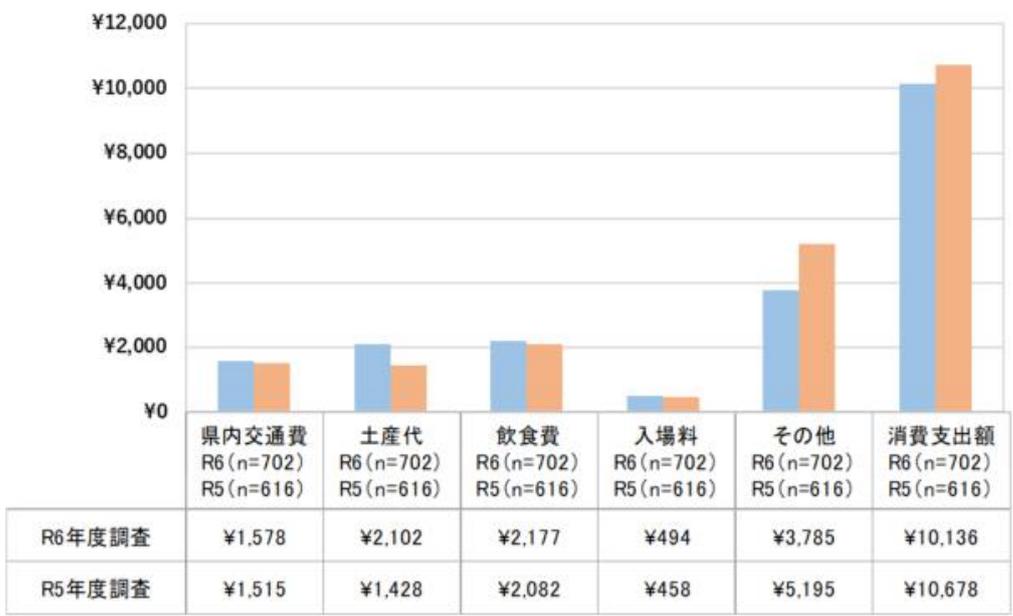
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では61.0%で、令和5（2023）年度調査の52.4%と比べて8.6ポイント増加した。また「家族や友人知人からの紹介・推奨」は令和6（2024）年度調査では29.1%で、令和5（2023）年度調査の23.5%と比べて5.6ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和6（2024）年度調査では10,136円で、令和5（2023）年度調査の10,678円に比べて減少した。

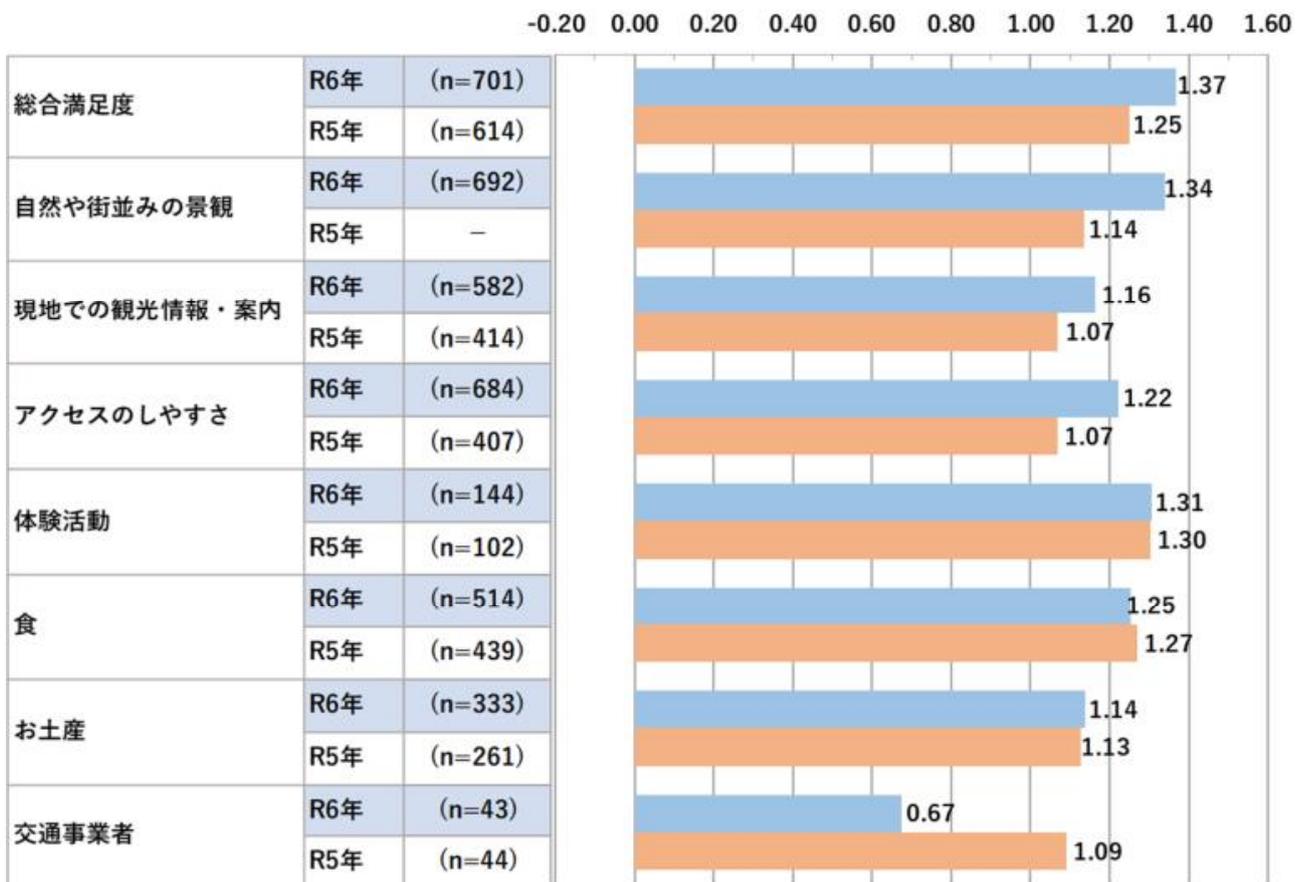
消費支出（総額）



※ R6年度調査の「その他」は体験活動の消費支出を含んでいる

総合満足度は、令和6（2024）年度調査では1.37で、令和5（2023）年度調査の1.25と比べて0.12ポイント増加した。
 満足度を項目別にみると「交通事業者」が令和6（2024）年度調査では0.67で、令和5（2023）年度調査の1.09と比べて0.42ポイント減少した。

項目別満足度（加重平均値）



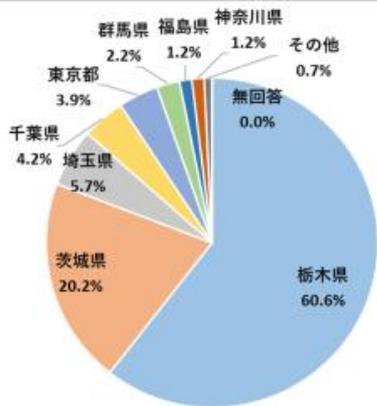
v. 関東エリア

①令和6(2024)年度調査結果

日帰り客(関東エリア) サンプル数：667

お住まいは「栃木県」が60.6%で最も多く、次いで「茨城県」が20.2%、「埼玉県」が5.7%であった。
 年代は、男性では「60代以上」が40.9%で最も多く、女性でも「60代以上」が37.5%で最も多かった。
 調査地域周辺の来訪回数は、「5回目以上」が55.8%で最も多かった。
 同行者数は「2人」が50.5%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が32.5%と最も多かった。

お住まい (n=667)



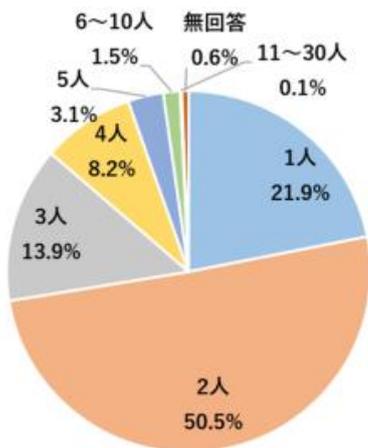
性別・年代別 (n=667)



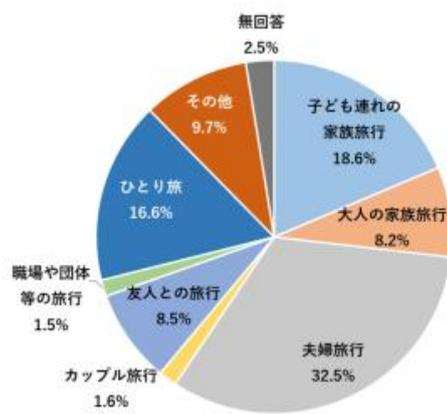
調査地域周辺への来訪回数 (n=532)



同行者数 ※回答者を含む (n=667)



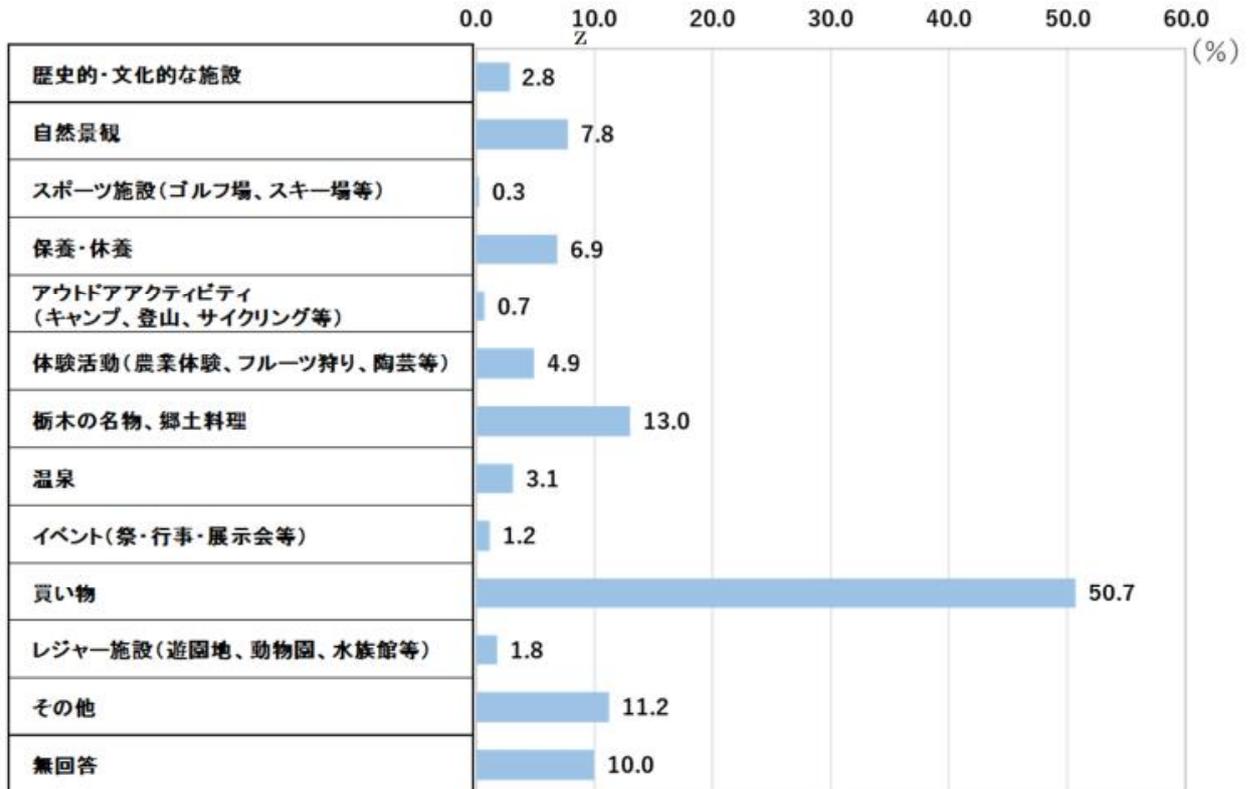
同行者の関係 (n=667)



旅行先に選んだ理由は、「買い物」が50.7%で最も多く、次いで「栃木の名物、郷土料理」が13.0%であった。

旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が74.4%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が70.2%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=667）



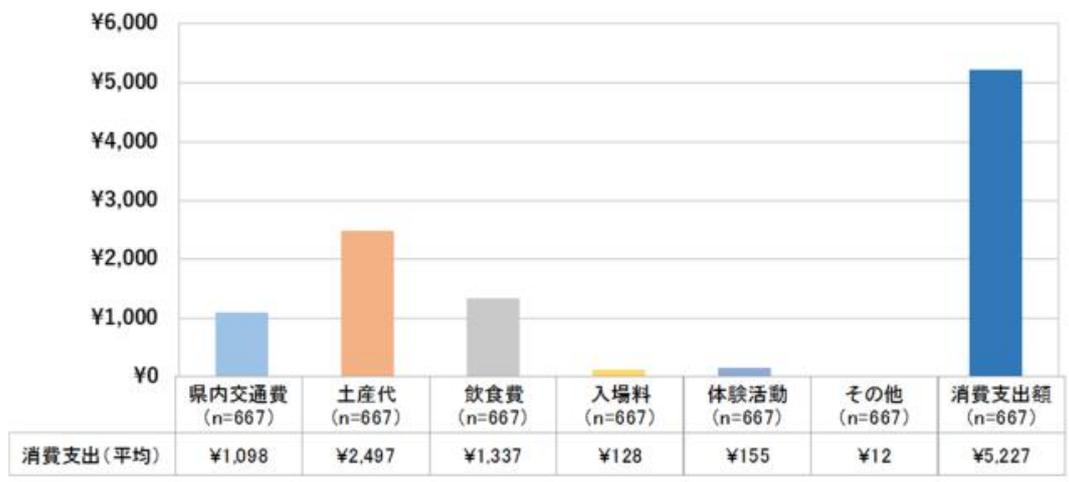
旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=667)

“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=667)

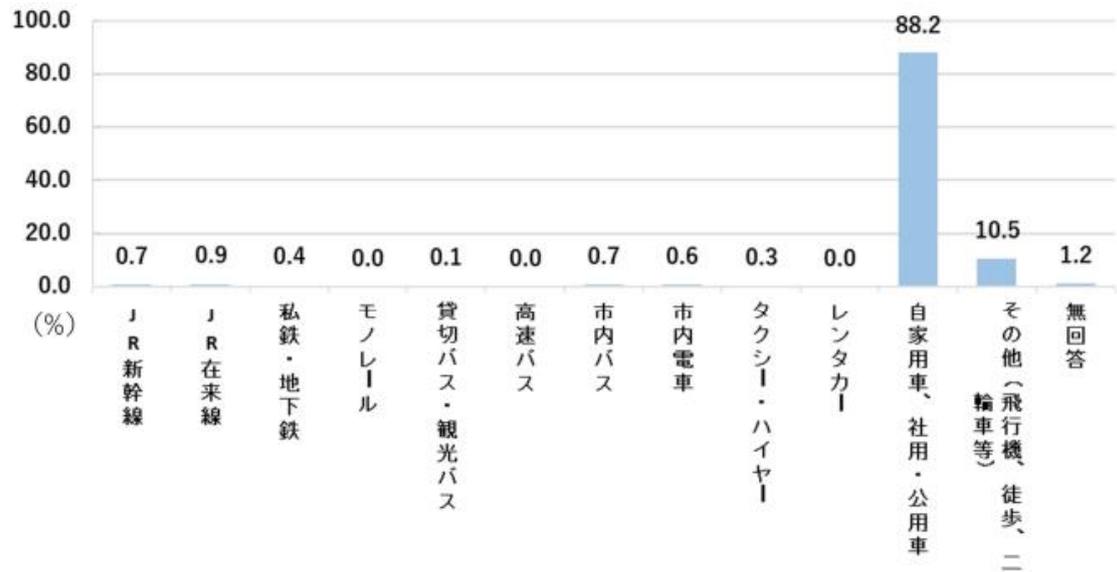


消費支出の平均は、総額で 5,227 円であった。内訳は、「土産代」が 2,497 円で最も多く、次いで「飲食費」が 1,337 円であった。
 利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 88.2%で最も多かった。
 立ち寄り観光施設は、「道の駅ましこ」が 60 人で最も多く、次いで「道の駅サシバの里いちかい」が 25 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=667）

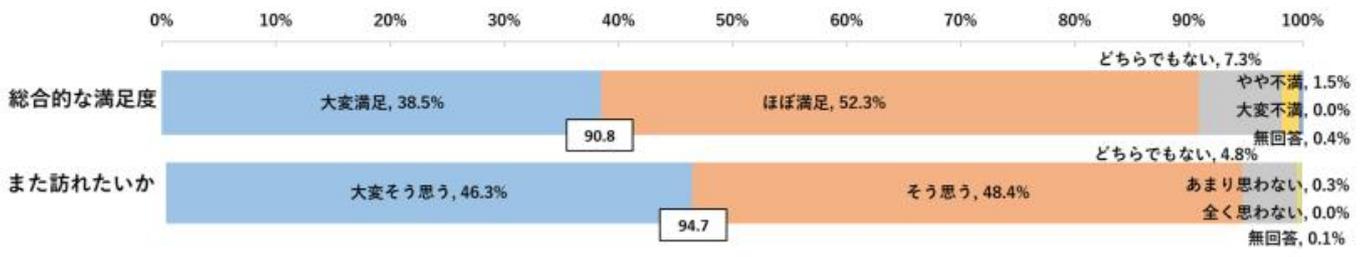


立ち寄り観光施設（n=667）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

県東	芳賀温泉ロマンの湯(1)	那須ガーデンアウトレット(1)
道の駅ましこ(60)	大前神社(1)	道の駅「湧水の郷しおや」(1)
道の駅サシバの里いちかい(25)	日光	県央
益子焼(23)	鬼怒川温泉(3)	道の駅たかねざわ元気あつぷむら(5)
道の駅もてぎ(20)	華厳ノ滝(2)	ろまんちっく村(4)
益子陶芸美術館(8)	中禅寺湖(2)	馬頭温泉郷(4)
お宝骨董市(7)	二社一寺(1)	道の駅きつれがわ(3)
モビリティリゾートもてぎ(5)	川治温泉(1)	喜連川温泉第1浴場(2)
友遊はが(5)	湯西川温泉(1)	道の駅ばとう(2)
真岡鐵道(4)	那須	鷺子山上神社(2)
道の駅にのみや(3)	道の駅やいた(2)	烏山和紙会館(1)
井頭公園(2)	栃木県なががわ水遊園(1)	県南
益子の森(2)	千本松牧場(1)	いちごの里(5)
外池酒造(2)	塩原温泉湯っ歩の里(1)	道の駅 しもつけ(5)
いい里さかがわ館(2)	東山道伊王野(1)	塚田歴史伝説館(1)
SL列車(1)	南ヶ丘牧場(1)	あしががフラワーパーク(1)

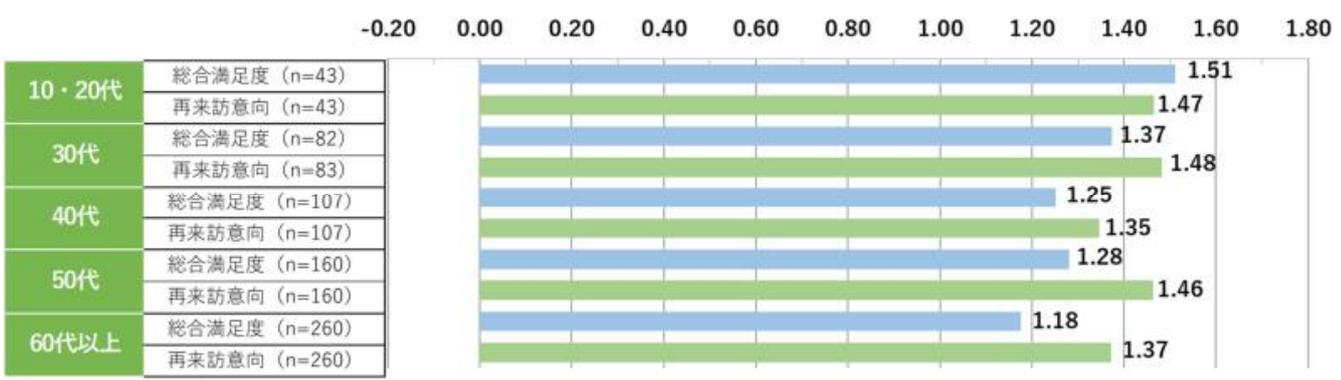
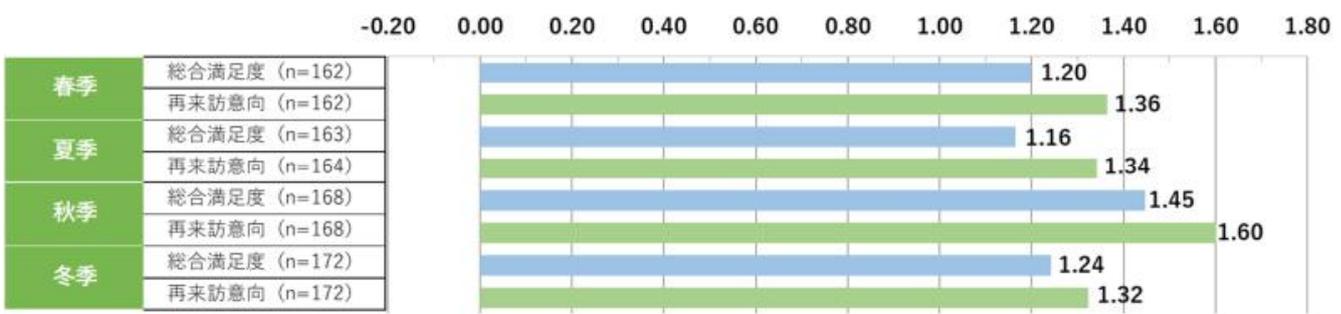
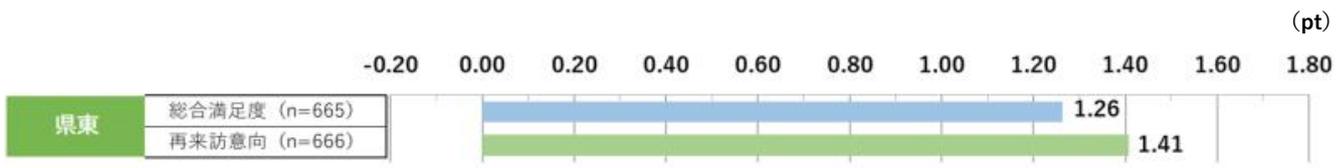
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が90.8%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が94.7%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=667)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「秋季」が1.45で最も高く、「夏季」が1.16で最も低かった。また、再来訪意向は、「秋季」が1.60で最も高く、「冬季」が1.32で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「10代・20代」が1.51で最も高く、「60代以上」が1.18で最も低かった。また、再来訪意向は、「30代」が1.48で最も高く、「40代」が1.35で最も低かった。



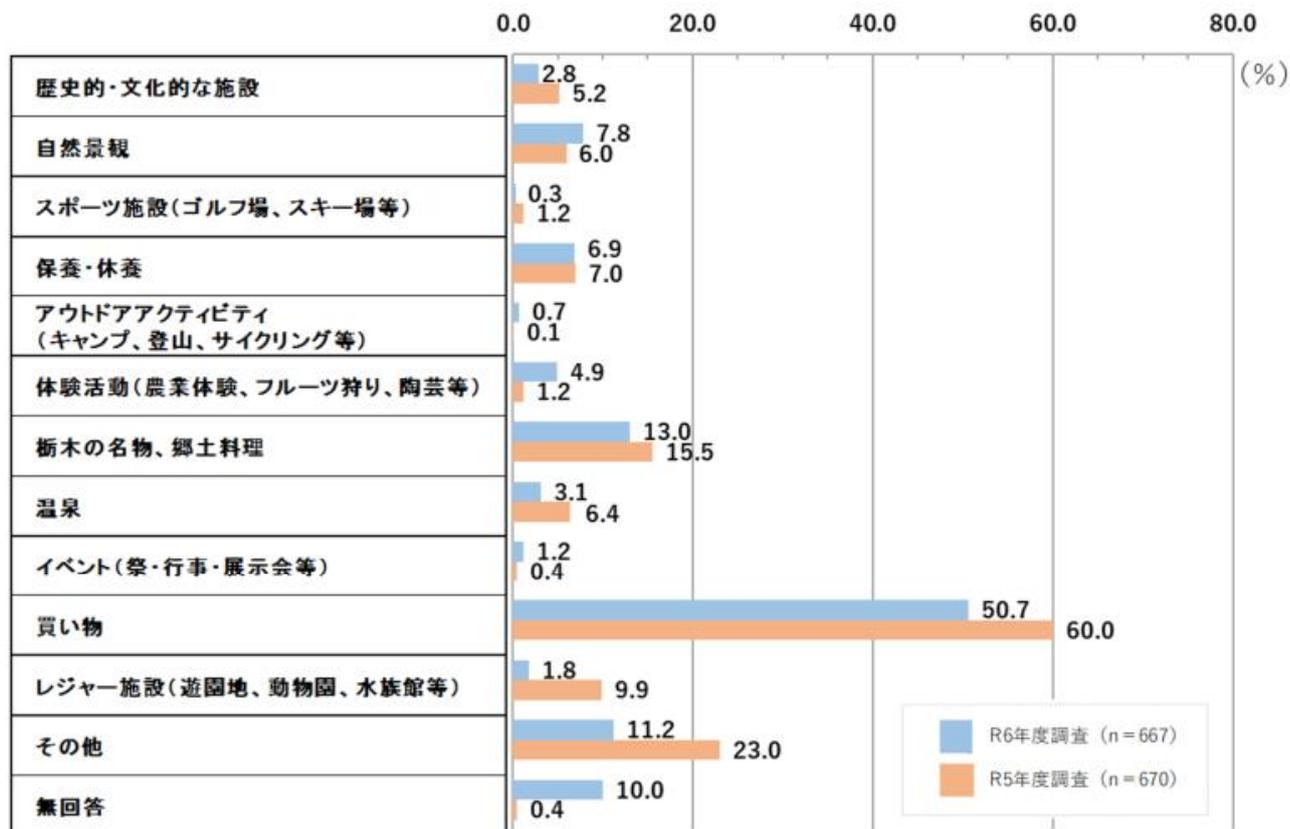
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 関東エリア

②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「買い物」が最も多く、令和6（2024）年度調査では50.7%で、令和5（2023）年度調査の60.0%と比べて9.3ポイント減少した。次いで多かった「栃木の名物、郷土料理」は令和6（2024）年度調査では13.0%で、令和5（2023）年度調査の15.5%に比べて2.5ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



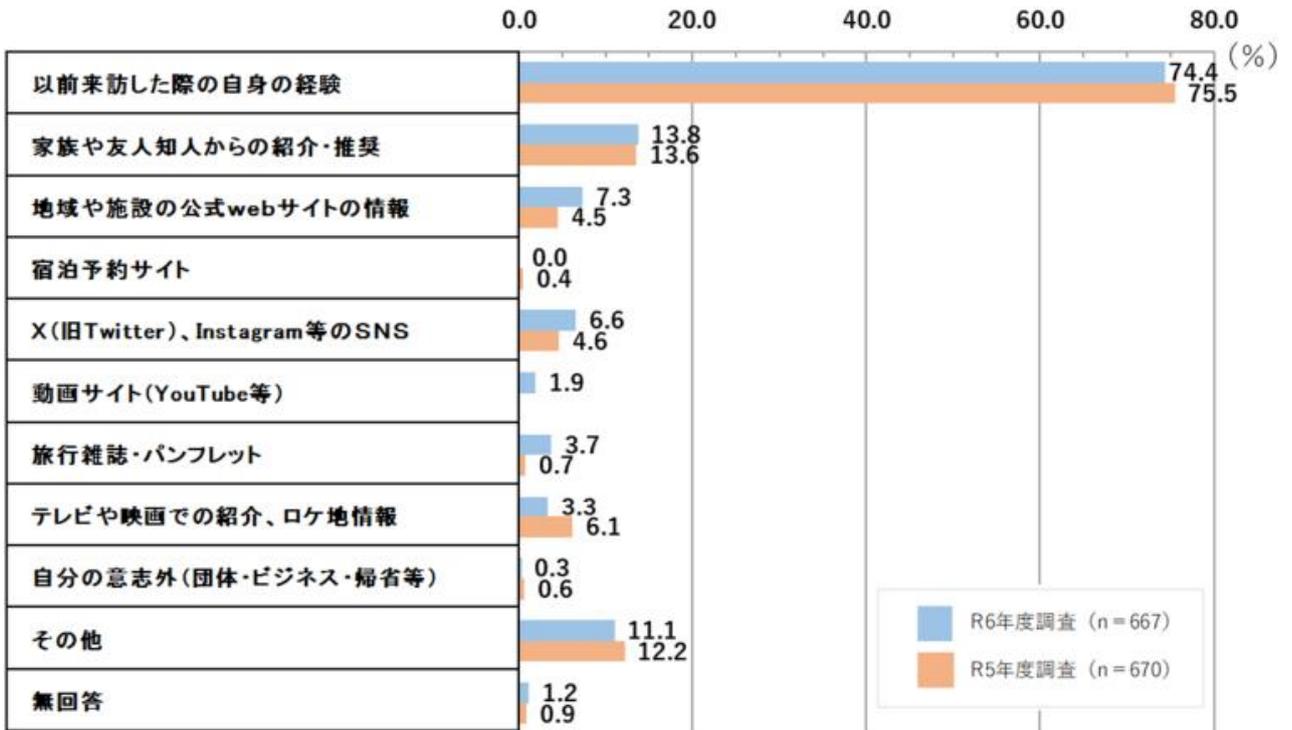
調査地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」が最も多く、令和6（2024）年度調査では55.8%で、令和5（2023）年度調査の61.6%と比べて5.8ポイント減少した。次いで多かった「初めて」は令和6（2024）年度調査では12.0%で、令和5（2023）年度調査の6.4%と比べて5.6ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数※周辺住民を除く



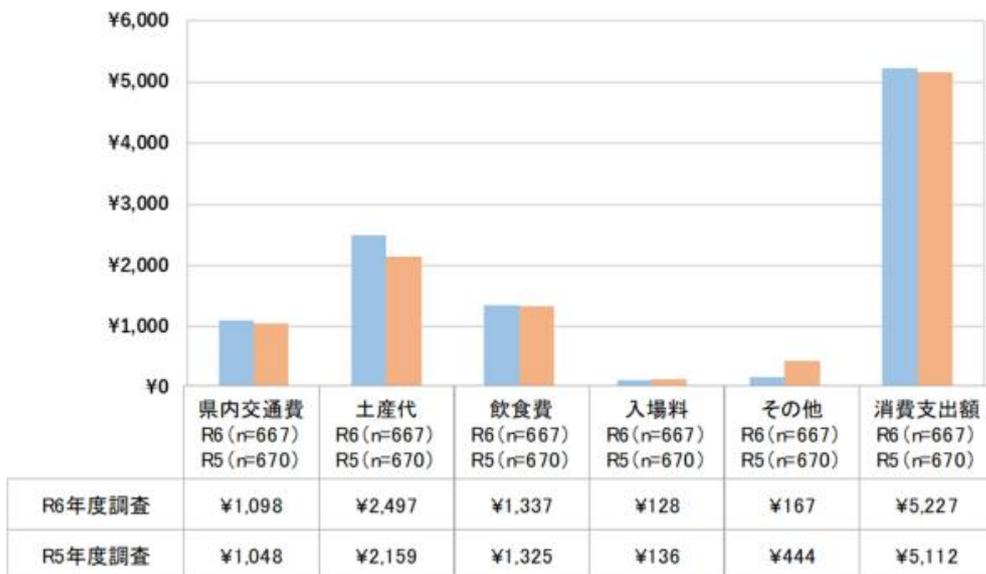
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では74.4%で、令和5（2023）年度調査の75.5%と比べて1.1ポイント減少した。次いで多かった「家族や友人知人からの紹介・推奨」は、令和6（2024）年度調査では13.8%で、令和5（2023）年度調査の13.6%と比べて0.2ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和6（2024）年度調査では5,227円で、令和5（2023）年度調査の5,112円に比べて増加した。

消費支出（総額）



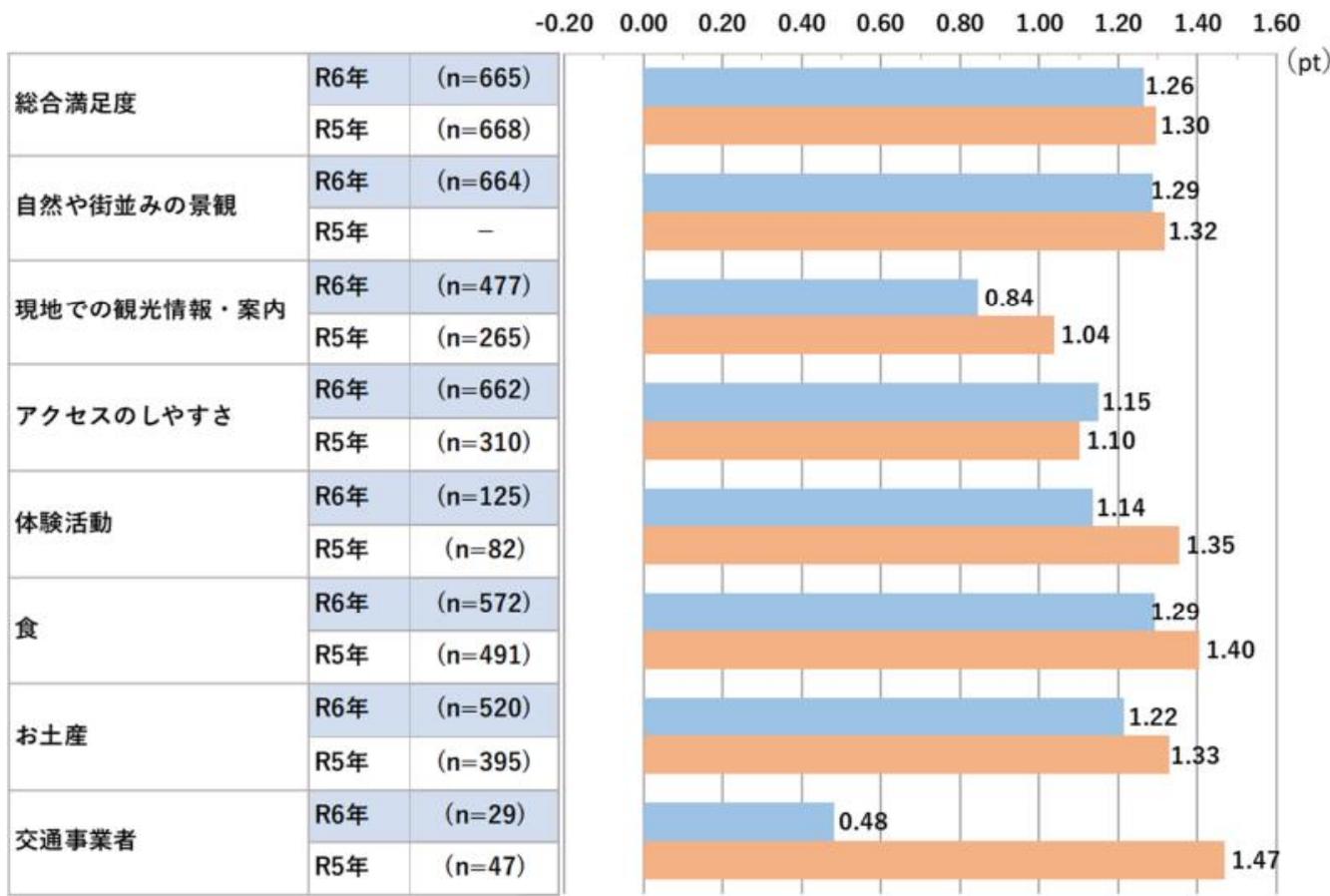
※ R6年度調査の「その他」は体験活動の消費支出を含んでいる

第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 県東エリア

総合満足度は、令和6（2024）年度調査では 1.26 で、令和5（2023）年度調査の 1.30 に比べて 0.04 ポイント減少した。満足度を項目別にみると、令和6（2024）年度調査では「自然や街並みの景観」と「食」が 1.29 と最も高いが、令和5（2023）年度調査では「交通事業者」が 1.47 と最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



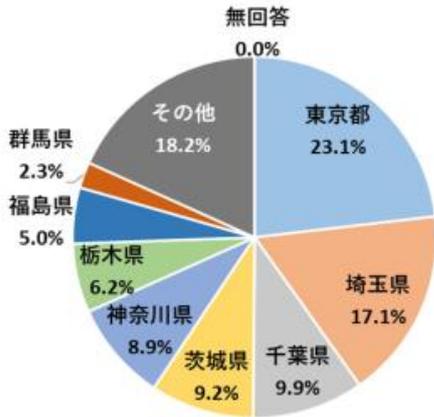
2. 宿泊客

(1) 県全体

①令和6（2024）年度調査結果

お住まいは「東京都」が23.1%で最も多く、次いで「埼玉県」が17.1%、「千葉県」が9.9%であった。
性別は、「男性」が50.7%、「女性」が47.2%であった。
年代は、男性は「60代以上」が37.0%で最も多く、女性も「60代以上」が29.2%で最も多かった。

お住まい (n=1,119)

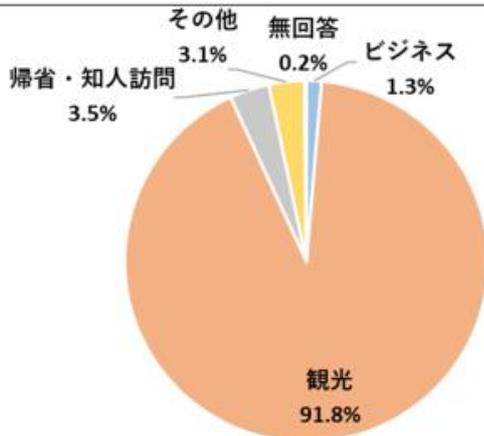


性別・年代別 (n=1,119)

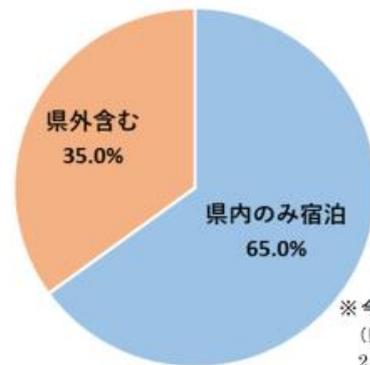


旅行の主要目的は、「観光」が91.8%と大半を占めた。
宿泊旅程は、「県内のみ宿泊」が65.0%であった。

旅行の主要目的 (n=1,050)



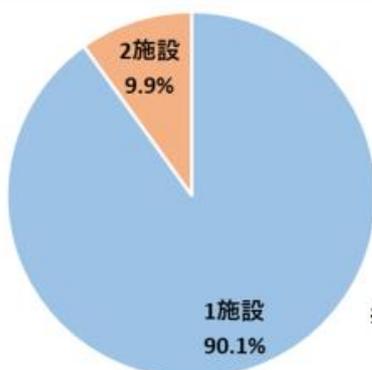
宿泊旅程 (n=202)



※今回の旅行の宿泊日数（県内に限らない）が2泊以上の方のみ集計。

県内に2泊以上した方の宿泊施設数は、「1施設」が90.1%、「2施設」が9.9%であった。

栃木県内の宿泊施設数 (n=313)

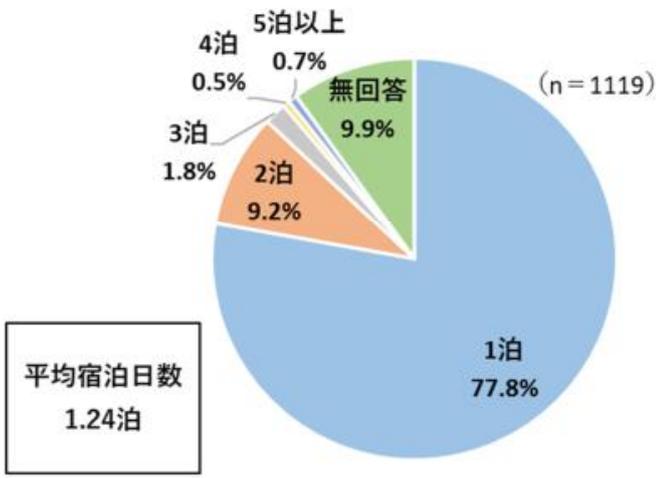


※1泊目と2泊目で同じ宿泊施設に宿泊した場合は1施設としてカウントしている。

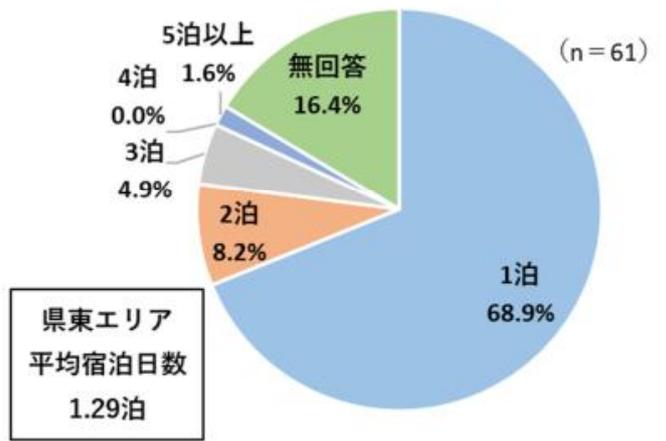
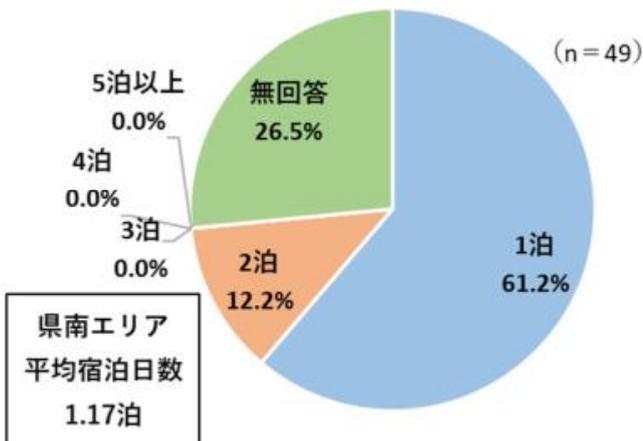
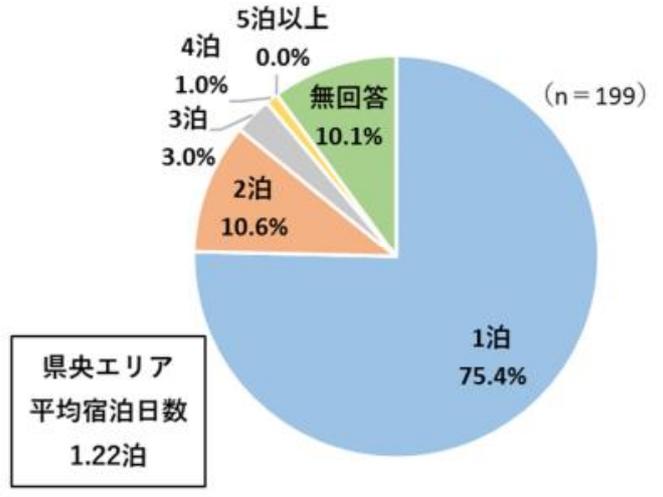
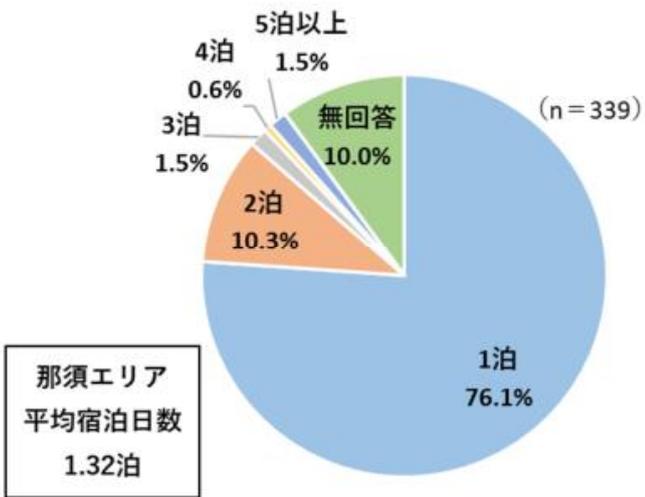
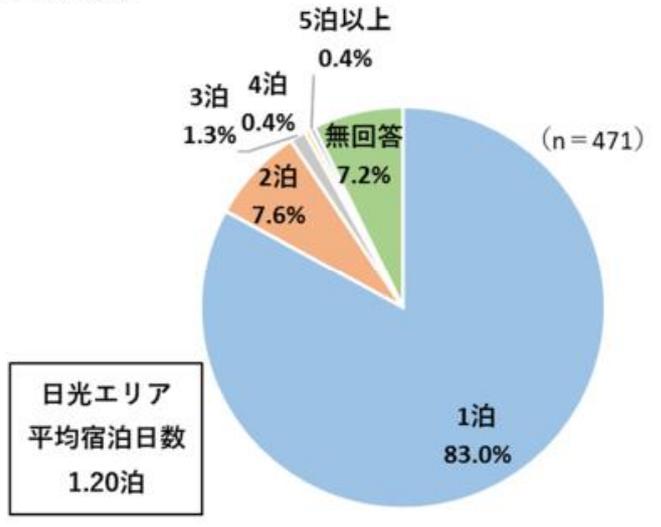
2. 宿泊客 (1) 県全体

県内での宿泊日数は、「1泊」が全てのエリアで最も多く、日光では8割を超えた。
 平均宿泊日数をエリア別にみると、那須で1.32泊と他のエリアと比較して多かった。

【県全体】

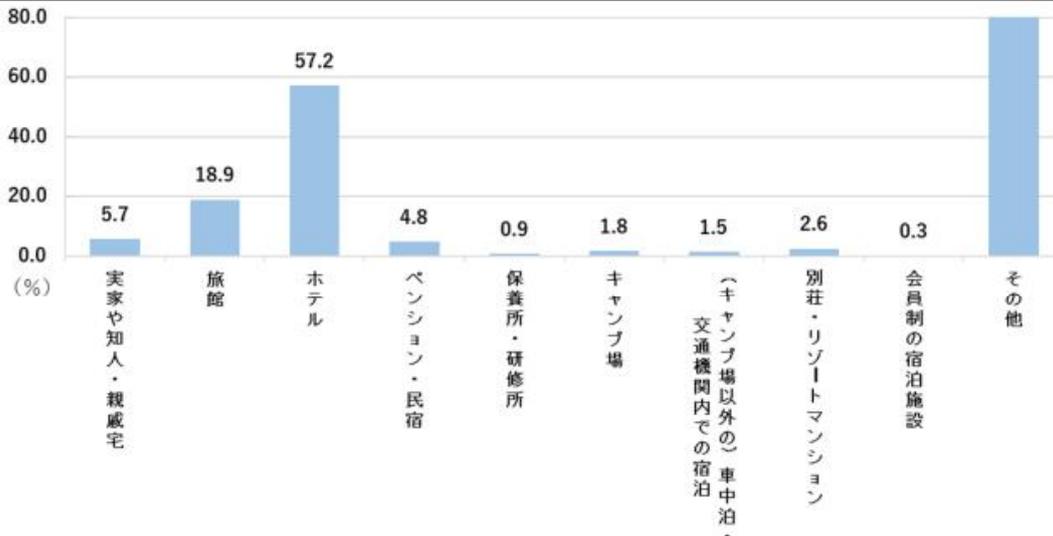


【エリア別】



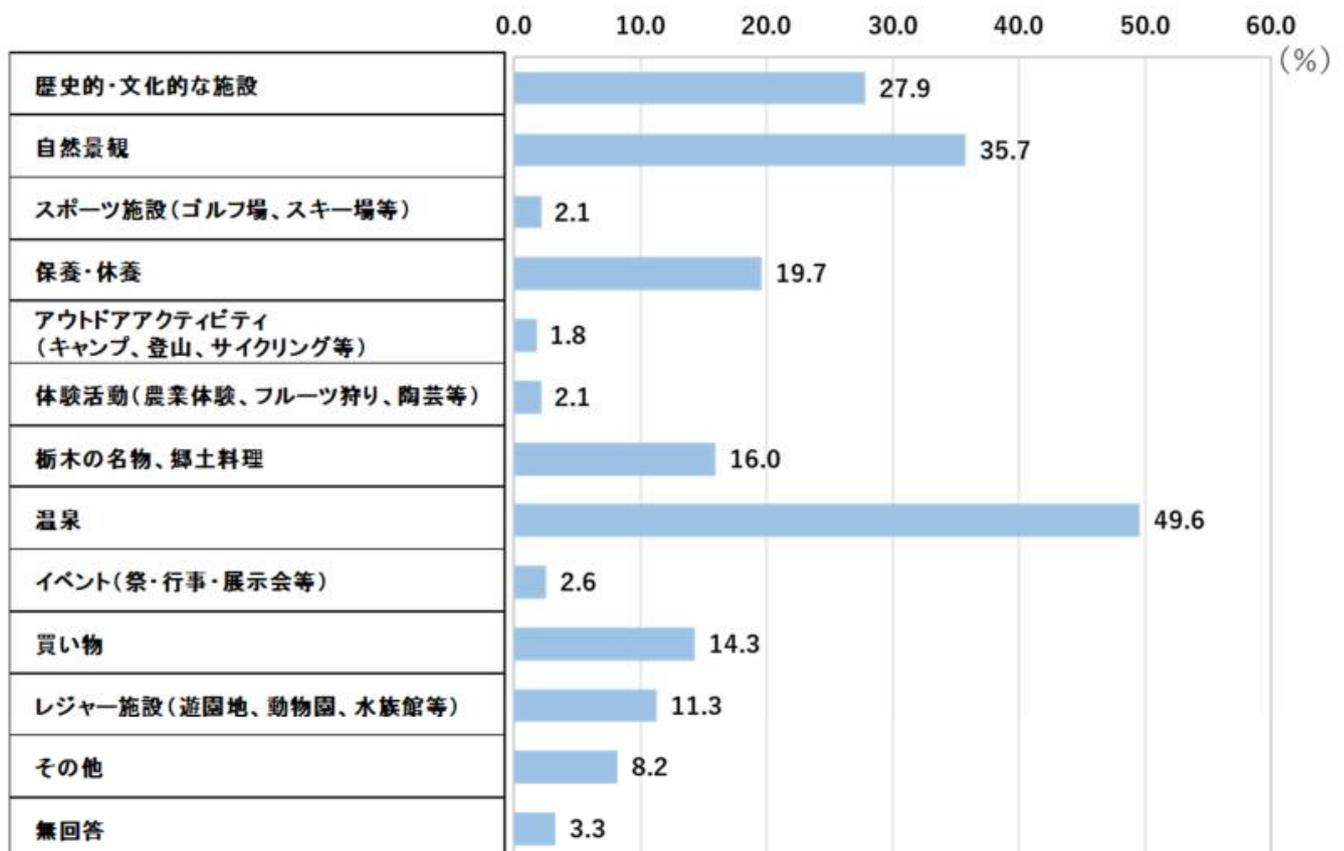
県内での利用宿泊施設は「ホテル」が57.2%で最も多く、次いで「旅館」が18.9%であった。

栃木県内での利用宿泊施設（複数回答）（n=1,119）



旅行先に選んだ理由は、「温泉」が49.6%で最も多く、次いで「自然景観」が35.7%、「歴史的・文化的な施設」が27.9%、「保養・休養」が19.7%であった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=1,119）

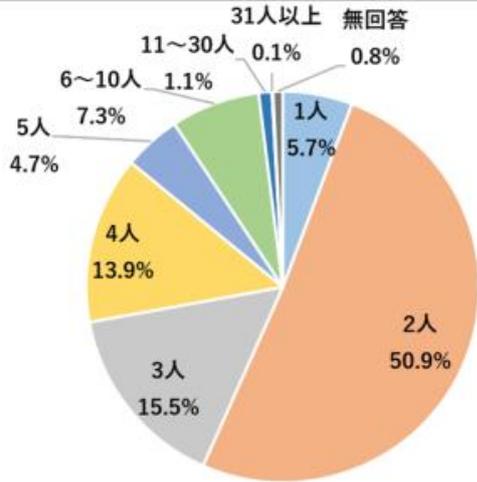


2. 宿泊客 (1) 県全体

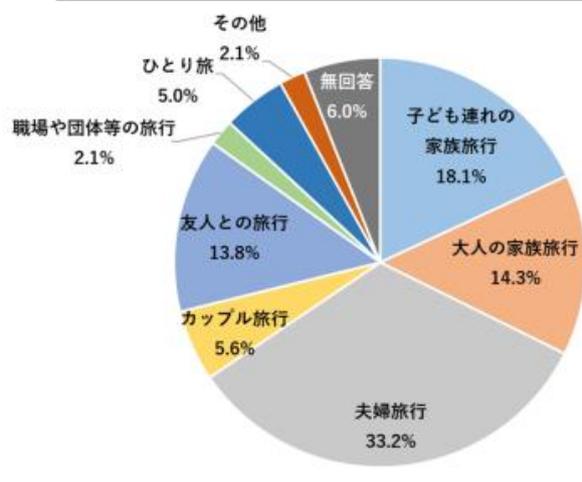
回答者を含む同行者数は、「2人」が50.9%で最も多く、次いで「3人」が15.5%、「4人」が13.9%であった。

同行者の関係は、「夫婦旅行」が33.2%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が18.1%であった。

同行者数 ※回答者を含む (n=1,119)



同行者の関係 (n=1,119)



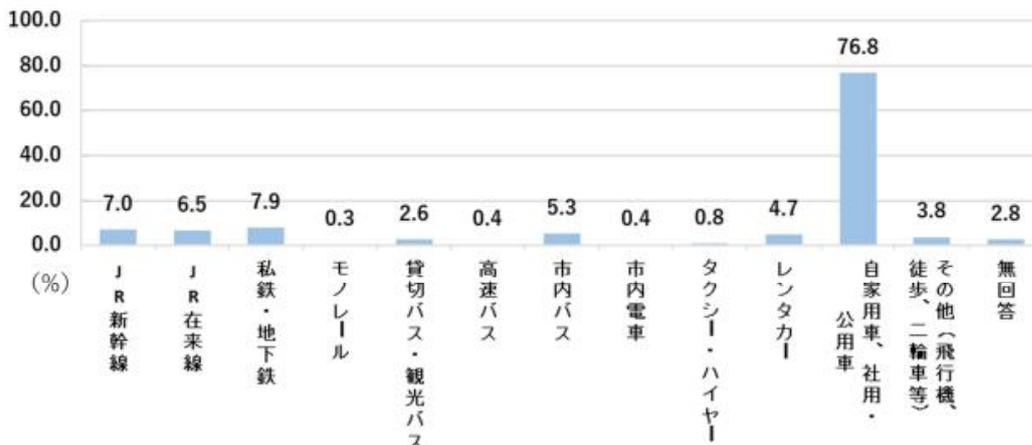
県外客の栃木県への来訪回数は、「5回目以上」が58.8%で最も多かった。一方「初めて」は11.5%であった。

県外客の栃木県への来訪回数 (n=1,050)



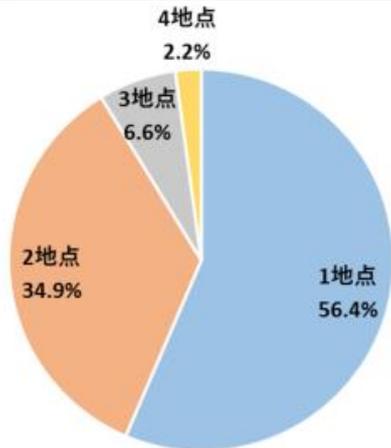
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が76.8%で大半を占めた。その他の交通機関としては「私鉄・地下鉄」が7.9%、「JR新幹線」が7.0%、「JR在来線」が6.5%であった。

利用交通機関 (複数回答) (n=1,119)



立ち寄り観光施設数は、「1 地点」が 56.4%で最も多く、次いで「2 地点」が 34.9%であった。

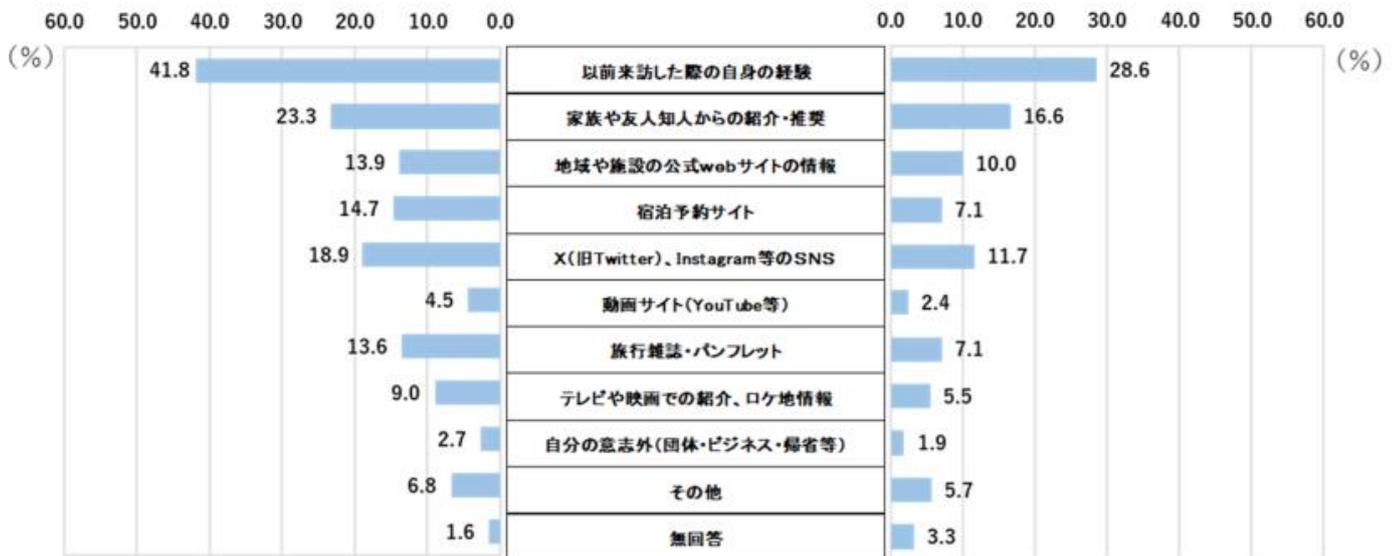
立ち寄り観光施設数 (n=617)
※「0 地点 (調査地点以外立ち寄りなし)」を除く



旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が 41.8%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 23.3%であった。
“決め手”となった情報源も、「以前来訪した際の自身の経験」が 28.6%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 16.6%であった。

旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=1,119)

“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=1,119)



旅行先に選んだ“決め手”となった情報源 年代別

※全体で回答数の多い順（「無回答」を除く）

(%)

NO.	全体(n=1119)	
1	以前来訪した際の自身の経験	28.6
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	16.6
3	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	11.7
4	地域や施設の公式webサイトの情報	10.0
5	旅行雑誌・パンフレット	7.1
6	宿泊予約サイト	7.1
7	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.5
8	動画サイト(YouTube等)	2.4
9	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	1.9
10	その他	5.7

NO.	10代・20代(n=149)	
1	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	26.8
2	以前来訪した際の自身の経験	19.5
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	16.1
4	地域や施設の公式webサイトの情報	12.8
5	宿泊予約サイト	4.0
6	動画サイト(YouTube等)	4.0
7	旅行雑誌・パンフレット	4.0
8	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.4
9	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	2.7
10	その他	4.7

NO.	30代(n=133)	
1	以前来訪した際の自身の経験	20.3
2	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	18.0
3	地域や施設の公式webサイトの情報	15.0
4	家族や友人知人からの紹介・推奨	13.5
5	宿泊予約サイト	8.3
6	旅行雑誌・パンフレット	7.5
7	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.5
8	動画サイト(YouTube等)	2.3
9	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	0.8
10	その他	4.5

NO.	40代(n=182)	
1	以前来訪した際の自身の経験	36.3
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	16.5
3	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	9.9
4	地域や施設の公式webサイトの情報	8.8
5	宿泊予約サイト	5.5
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.9
7	動画サイト(YouTube等)	3.8
8	旅行雑誌・パンフレット	3.8
9	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	2.2
10	その他	2.2

NO.	50代(n=270)	
1	以前来訪した際の自身の経験	31.1
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	16.3
3	宿泊予約サイト	8.5
4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	8.1
5	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	7.8
6	地域や施設の公式webサイトの情報	7.0
7	旅行雑誌・パンフレット	7.0
8	動画サイト(YouTube等)	2.2
9	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	2.2
10	その他	6.3

NO.	60代以上(n=370)	
1	以前来訪した際の自身の経験	30.3
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	17.8
3	旅行雑誌・パンフレット	10.3
4	地域や施設の公式webサイトの情報	9.5
5	宿泊予約サイト	7.8
6	X(旧Twitter)、Instagram等のSNS	6.8
7	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.1
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省等)	1.6
9	動画サイト(YouTube等)	1.4
10	その他	6.8

※全体 (n=1,119) には年代無回答の方が含まれているため、各年代の合計と一致しない。

宿泊客一人当たりの消費支出の平均は、総額で 34,799 円であった。
内訳は、「宿泊費」が 16,480 円で最も多く、次いで「飲食費」が 5,890 円であった。

消費支出（平均）



調査地域への総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が 95.9%であった。

また訪れたいかは、「大変そう思う」「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が 94.6%であった。

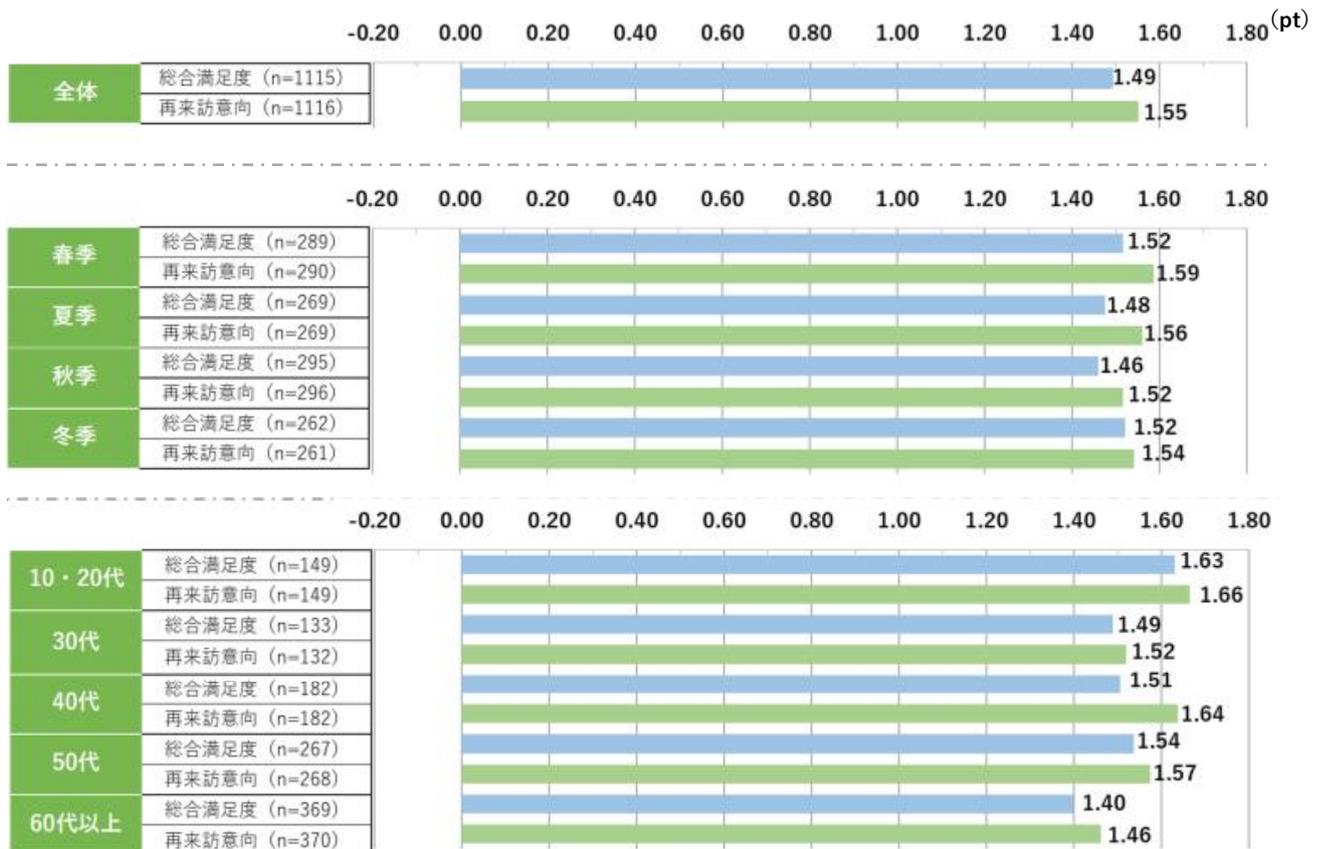
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=1,119)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「春季」と「冬季」がともに 1.52 で最も高かった。再来訪意向は、「春季」が 1.59 で最も高かった。

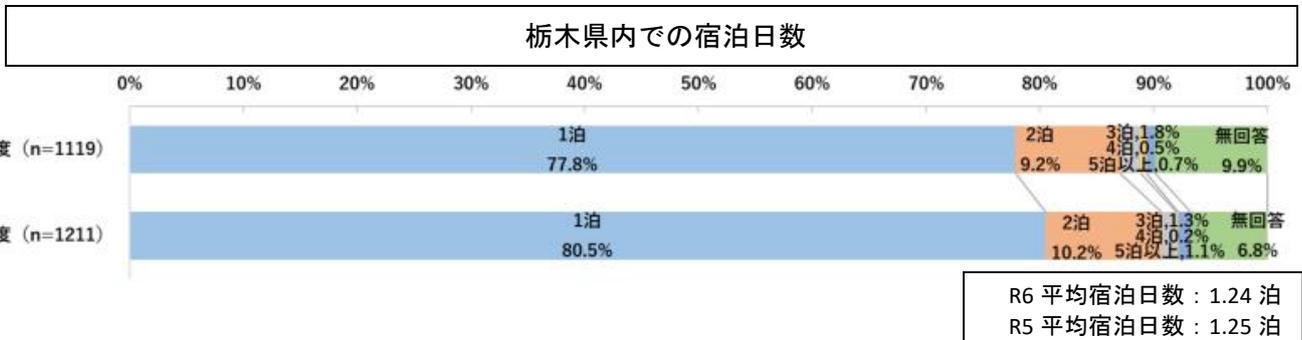
年代別にみると、総合満足度は「10代・20代」が 1.63 で最も高かった。再来訪意向も、「10代・20代」が 1.66 で最も高かった。



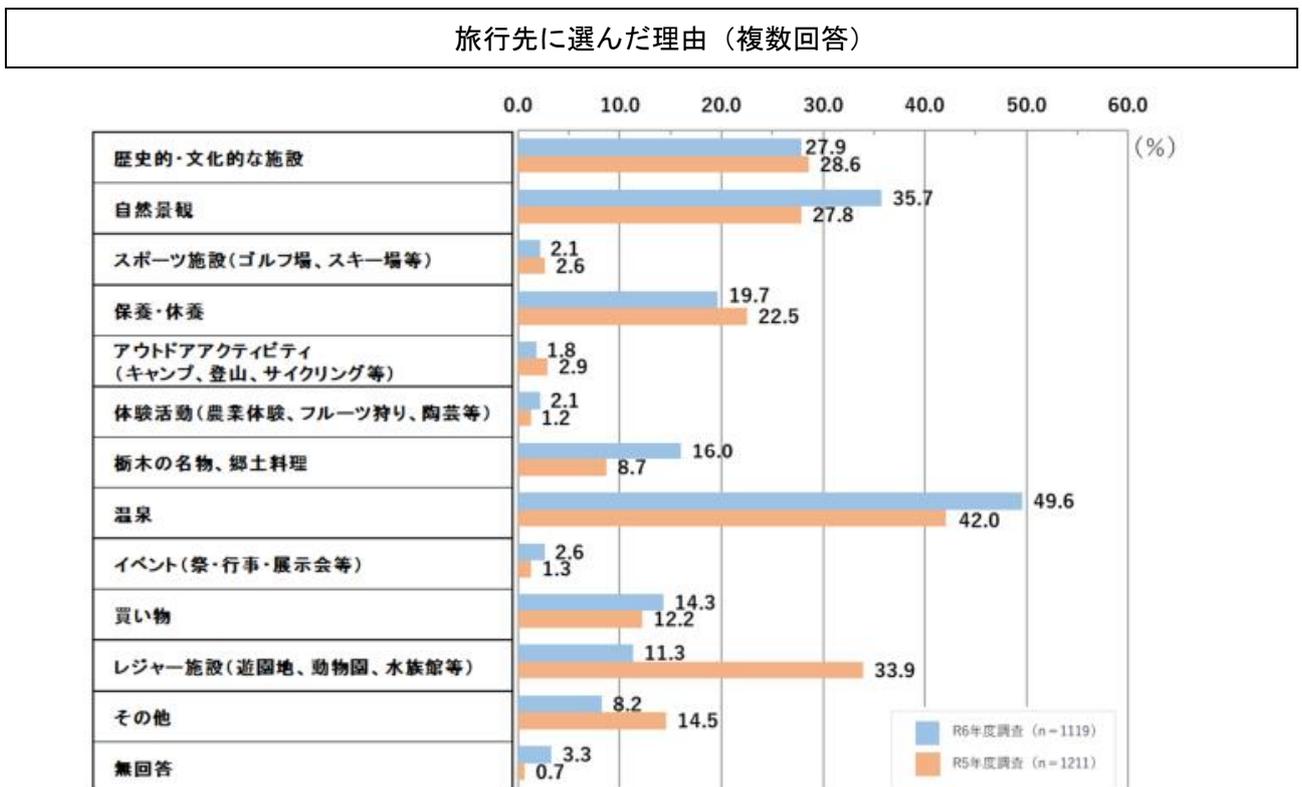
②過去調査との比較

栃木県内での宿泊日数は、「1泊」が令和6（2024）年度調査では77.8%で、令和5（2023）年度の80.5%と比べて2.7ポイント減少した。一方、2泊以上の宿泊者の割合は令和6（2024）年度調査では12.2%、令和5（2023）年度調査では12.8%と0.6ポイント減少した。

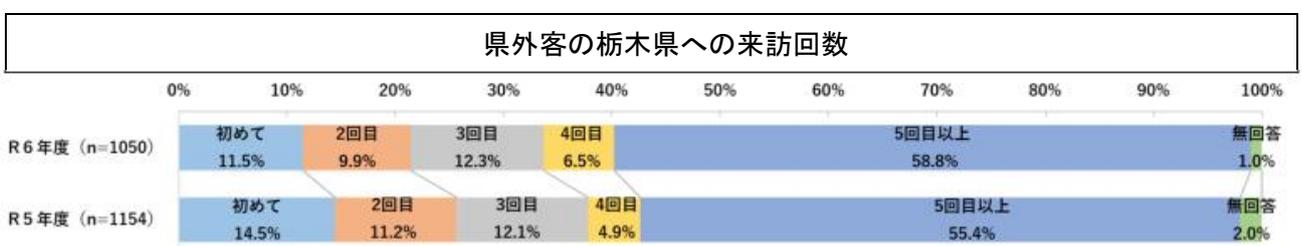
平均宿泊日数は、令和6（2024）年度では1.24泊であり、令和5（2023）年度の1.25泊と比べて0.01ポイント減少した。



旅行先に選んだ理由は、「温泉」が最も多く、令和6（2024）年度調査では49.6%で、令和5（2023）年度調査の42.0%と比べて7.6ポイント増加した。次いで多かった「自然景観」は、令和6（2024）年度調査では35.7%で、令和5（2023）年度調査の27.8%と比べて7.9ポイント増加した。

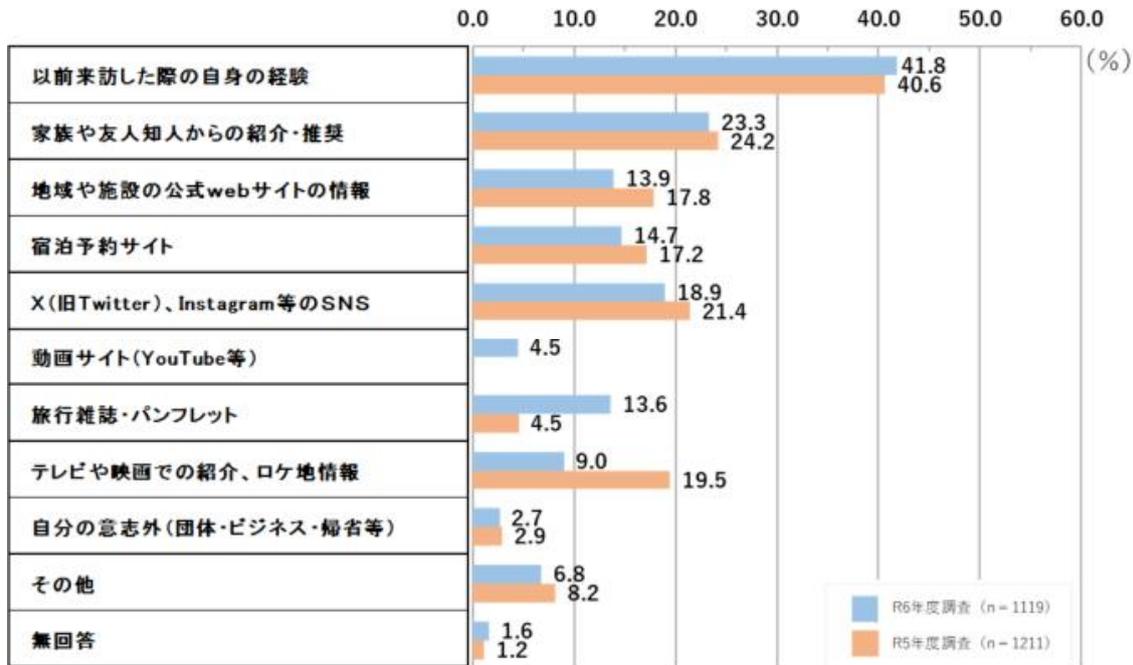


県外客の栃木県への来訪回数は、「5回目以上」が最も多く、令和6（2024）年度調査では58.8%で、令和5（2023）年度調査の55.4%と比べて3.4ポイント増加した。一方、「初めて」は令和6（2024）年度調査では11.5%で、令和5（2023）年度調査の14.5%と比べて3.0ポイント減少した。



旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では41.8%で、令和5（2023）年度調査の40.6%と比べてやや増加した。次いで多かった「家族や友人知人からの紹介・推奨」は、令和6（2024）年度調査では23.3%で、令和5（2023）年度調査の24.2%と比べて0.9ポイント減少した。

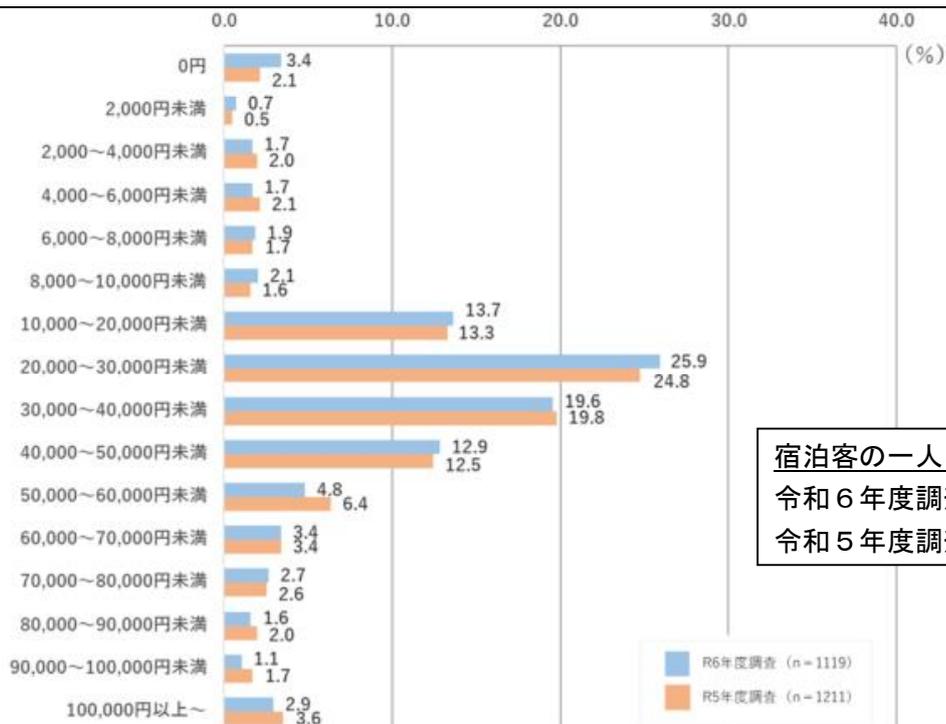
旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、「20,000～30,000円未満」が最も多く、令和6（2024）年度調査では25.9%で、令和5（2023）年度調査の24.8%と比べて1.1ポイント増加した。また、「30,000～40,000円未満」は令和6（2024）年度調査では19.6%で、令和5（2023）年度調査の19.8%と比較して0.2ポイント減少した。

宿泊客の一人当たり平均は、令和6（2024）年度調査では34,799円で、令和5（2023）年度調査では37,122円と比べて2,323円減少した。

消費支出（総額）



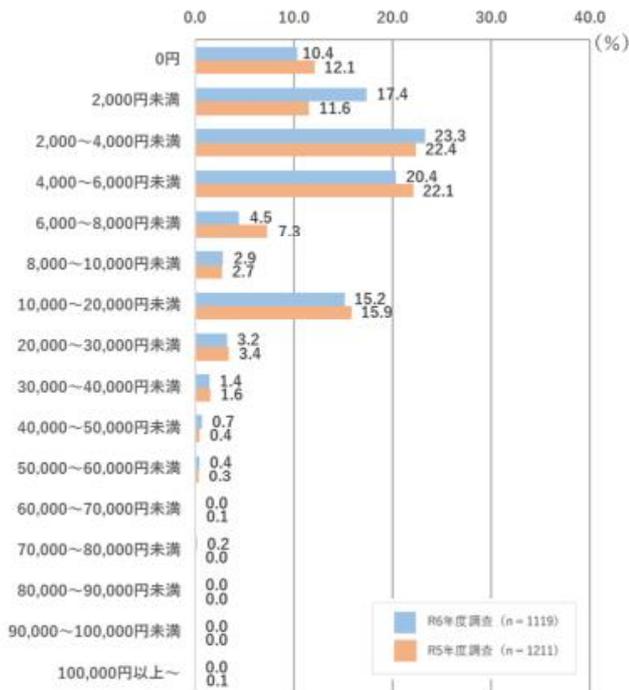
宿泊客の一人当たり平均
令和6年度調査：34,799円
令和5年度調査：37,122円

第2章 観光客調査 調査結果

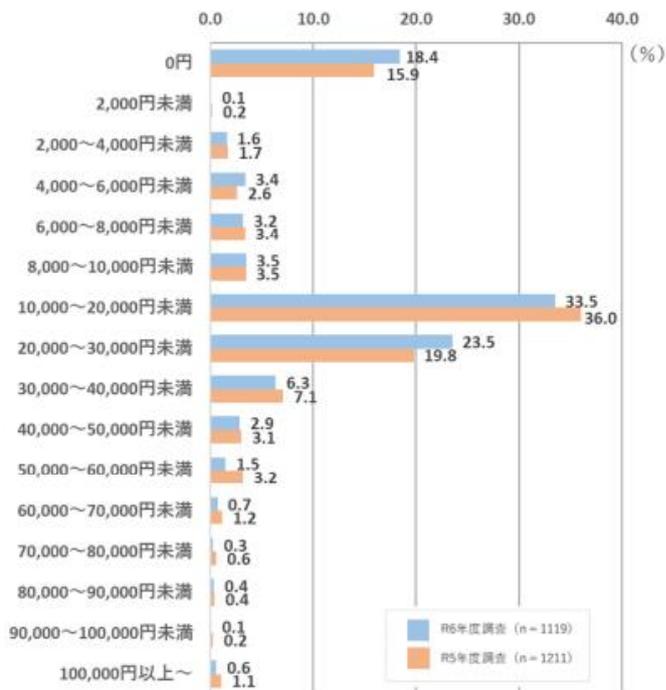
2. 宿泊客 (1) 県全体

県内交通費は、「2,000～4,000円未満」が令和6（2024）年度調査では23.3%で、令和5（2023）年度調査の22.4%と比べて0.9ポイント増加した。
 宿泊費は「10,000～20,000円未満」が令和6（2024）年度調査では33.5%で、令和5（2023）年度調査の36.0%と比較して2.5ポイント減少した。

消費支出 県内交通費

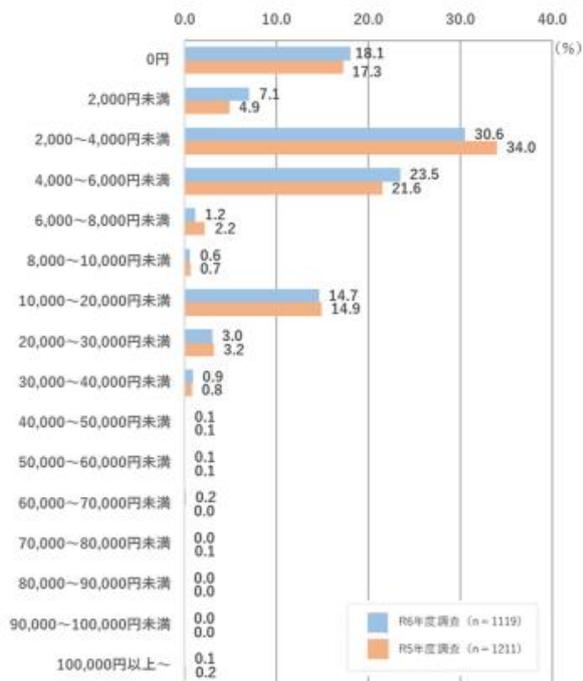


消費支出 宿泊費

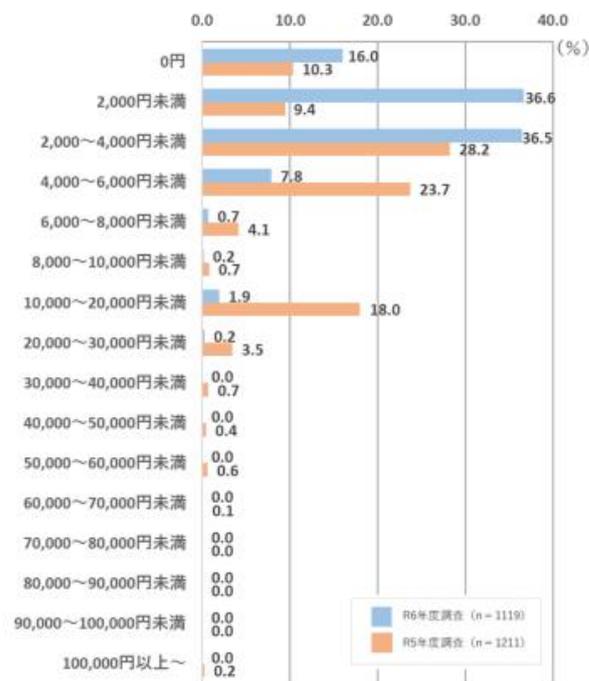


土産代は、「2,000～4,000円未満」が令和6（2024）年度調査では30.6%で、令和5（2023）年度調査の34.0%と比べて3.4ポイント減少した。
 飲食費は、「2,000円未満」が令和6（2024）年度調査では36.6%で、令和5（2023）年度調査の9.4%と比べて27.2ポイント増加した。

消費支出 土産代



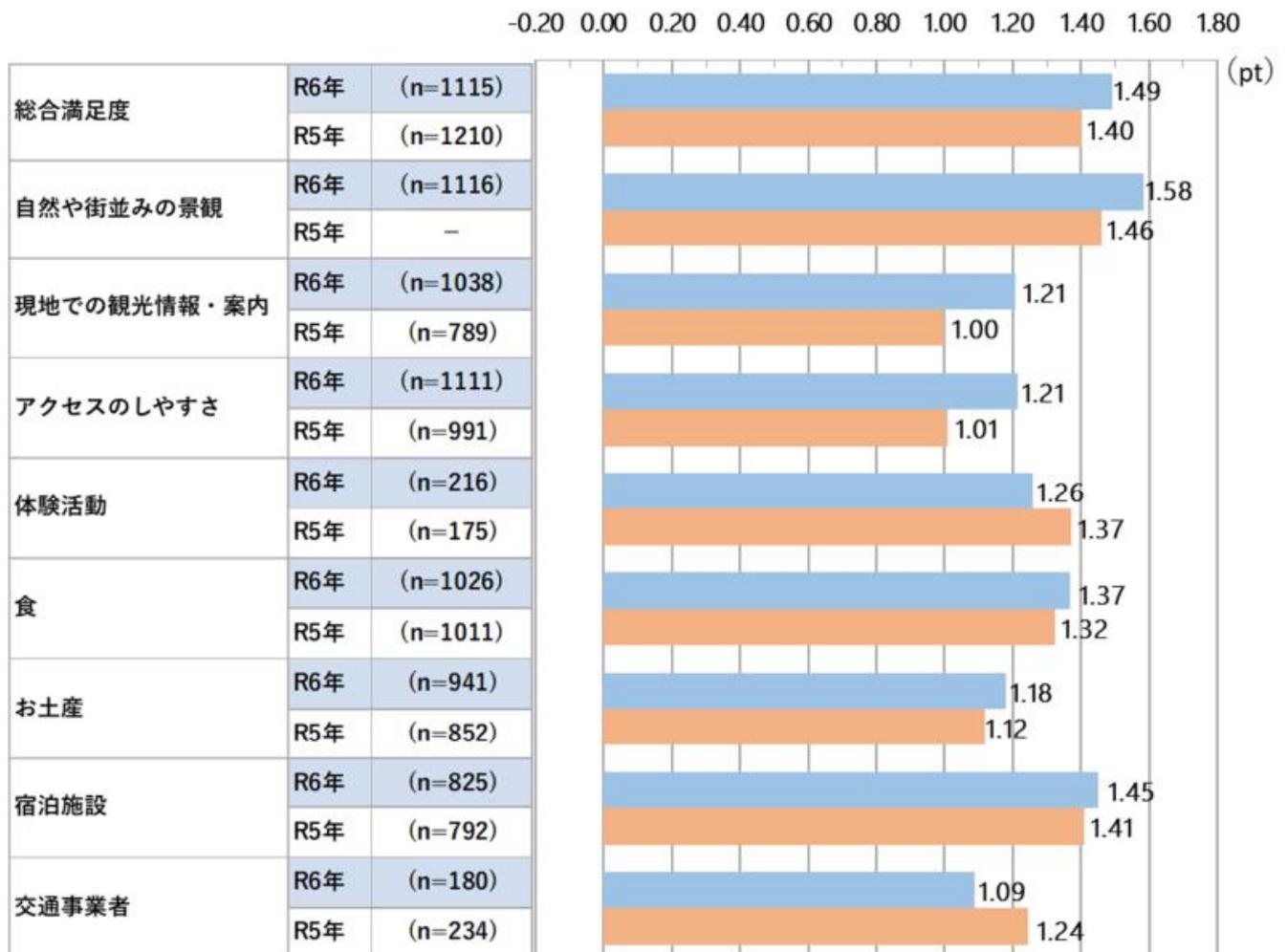
消費支出 飲食費



総合満足度は、令和6（2024）年度調査では1.49となり、令和5（2023）年度調査の1.40と比較して0.09ポイント増加した。

満足度を項目別にみると、「現地での観光情報・案内」が令和6（2024）年度調査では1.21で令和5（2023）年度調査の1.00と比べて0.21ポイント増加した。

項目別満足度（加重平均値）



(2) エリア別

i. 日光エリア

① 令和6(2024)年度調査結果

宿泊客(日光エリア) サンプル数：471

お住まいは「東京都」が24.8%で最も多く、次いで「埼玉県」が17.2%、「千葉県」が9.8%であった。
 年代は、男性では「60代以上」が最も多く28.7%、女性では「40代」が25.9%で最も多かった。
 調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が43.5%で最も多かった。
 同行者数は「2人」が53.7%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が33.1%で最も多かった。

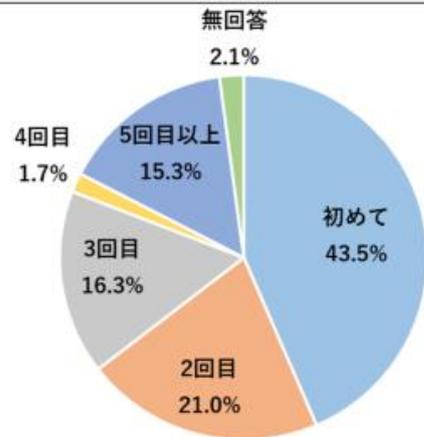
お住まい (n=471)



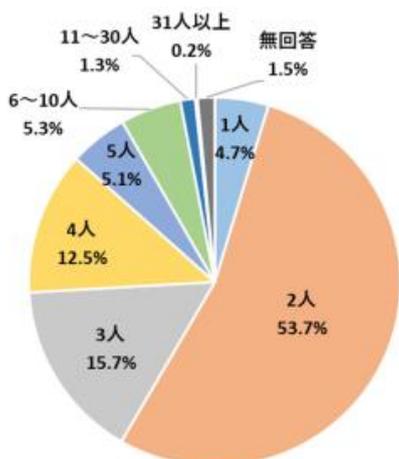
性別・年代別 (n=471)



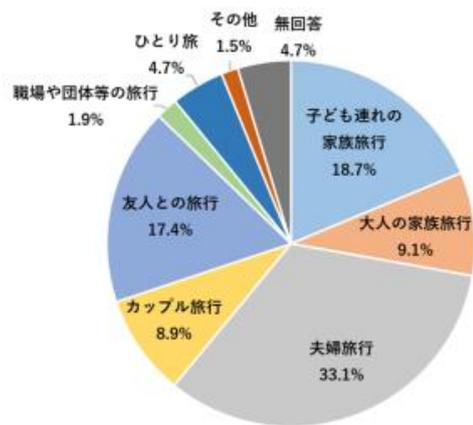
調査地域周辺への来訪回数 (n=471)



同行者数 ※回答者を含む (n=471)

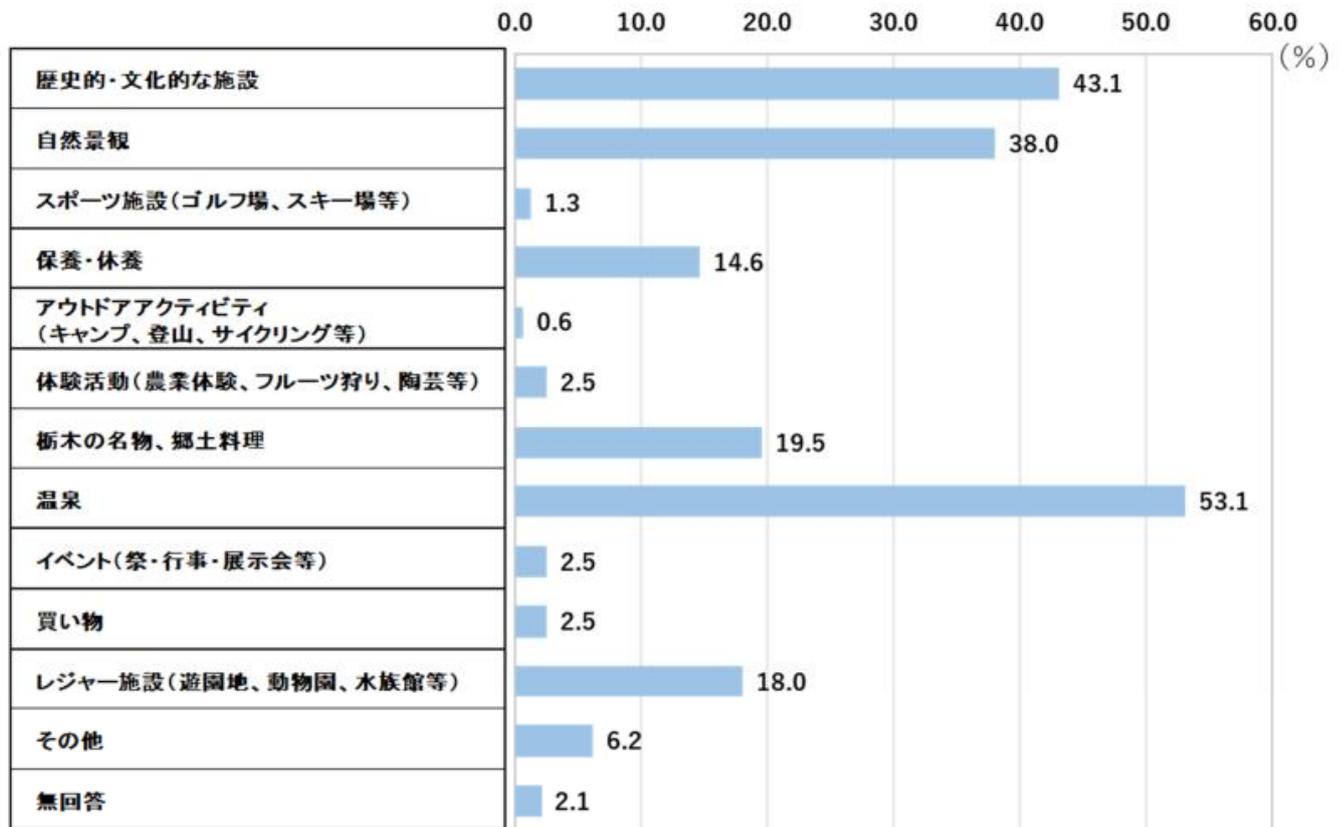


同行者の関係 (n=471)

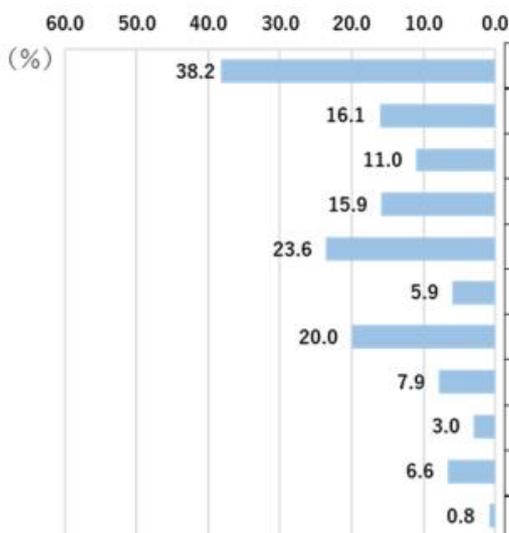


旅行先に選んだ理由は、「温泉」が53.1%で最も多く、次いで「歴史的・文化的な施設」が43.1%であった。
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が38.2%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が27.4%で最も多かった。

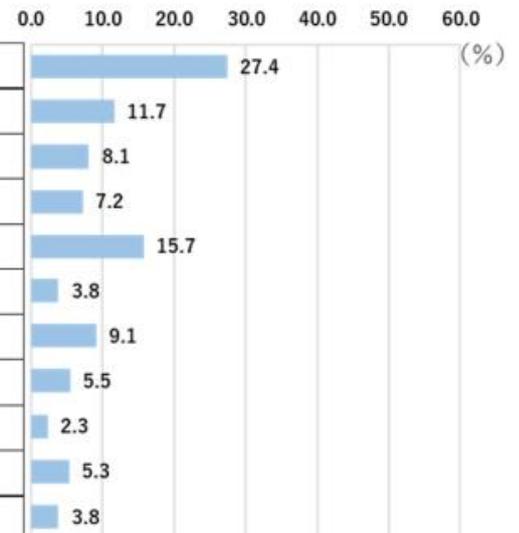
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=471）



旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=471)

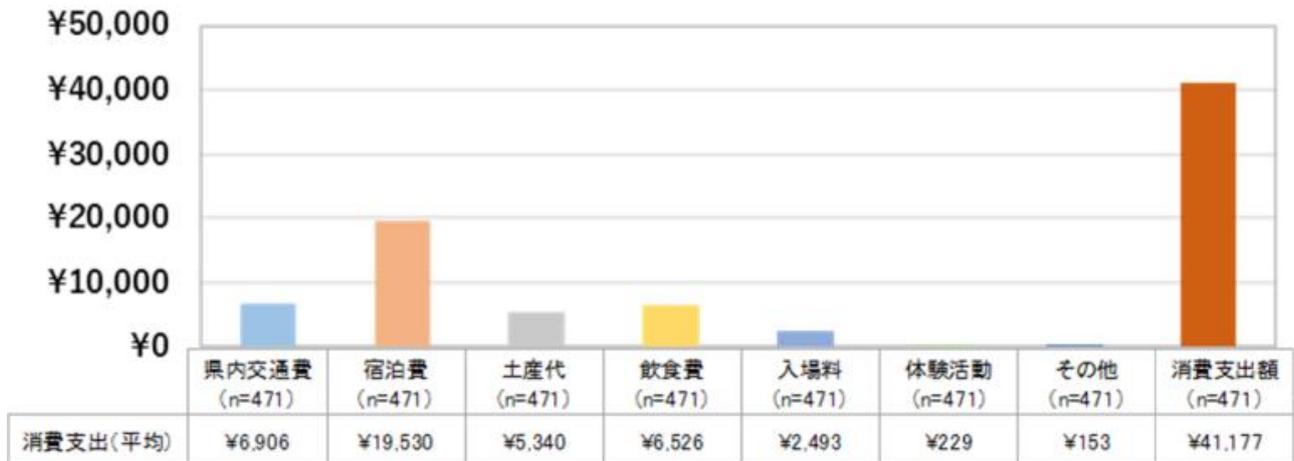


“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=471)

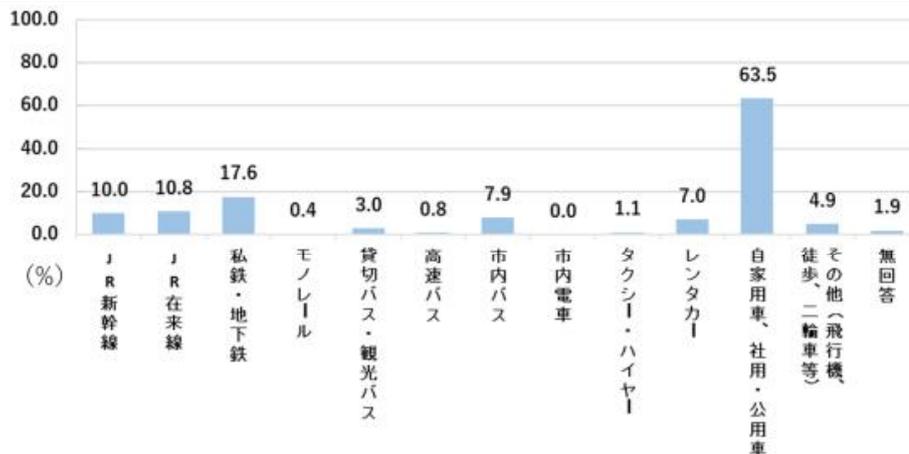


消費支出の平均は、総額で 41,177 円であった。内訳は、「宿泊費」が 19,530 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 6,906 円であった。
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 63.5%で最も多かった。
立ち寄り観光施設は、「二社一寺」が 147 人で最も多く、次いで「鬼怒川温泉」が 111 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=471）



立ち寄り観光施設（n=471）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	二荒山神社中宮祠(1)	道の駅きつれがわ(2)
二社一寺(147)	とりつくあーとぴあ日光(1)	サンヒルズカントリークラブ(1)
鬼怒川温泉(111)	那須	古峯神社(1)
中禅寺湖(60)	那須ガーデンアウトレット(13)	まちの駅 新・鹿沼宿(1)
東武ワールドスクウェア(19)	那須どうぶつ王国(4)	県南
華厳ノ滝(14)	道の駅やいた(2)	佐野プレミアム・アウトレット(10)
EDO WONDERLAND日光江戸村(13)	塩原温泉湯っ歩の里(1)	あしかがフラワーパーク(2)
日光湯元温泉(10)	塩原渓谷(1)	岩下の新生姜ミュージアム(1)
湯西川温泉(9)	道の駅「湧水の郷しおや」(1)	佐野厄よけ大師(1)
龍王峡(8)	南ヶ丘牧場(1)	道の駅 しもつけ(1)
明智平(7)	那須ハイランドパーク(1)	県東
戦場ヶ原・小田代原(5)	道の駅「明治の森黒磯」(1)	道の駅ましこ(10)
おさるランド&アニタウン日光さる軍団(4)	那須ワールドモンキーパーク(1)	SL列車(2)
霧降の滝(2)	千本松牧場(1)	道の駅もてぎ(1)
川治温泉(2)	県央	
日光街道ニコニコ本陣(2)	大谷資料館(11)	
男体山(1)	ろまんちっく村(2)	

調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が96.0%であった。また訪れたいかは「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が94.3%であった。

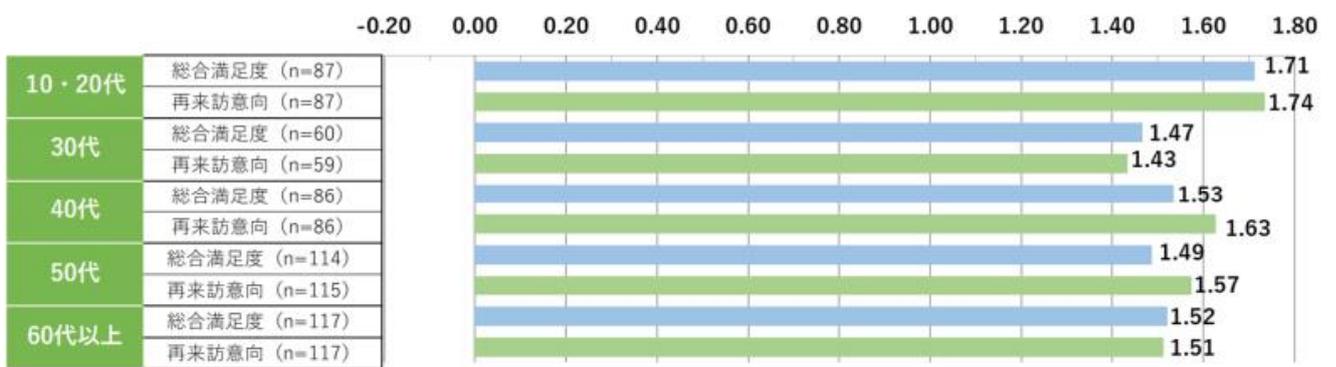
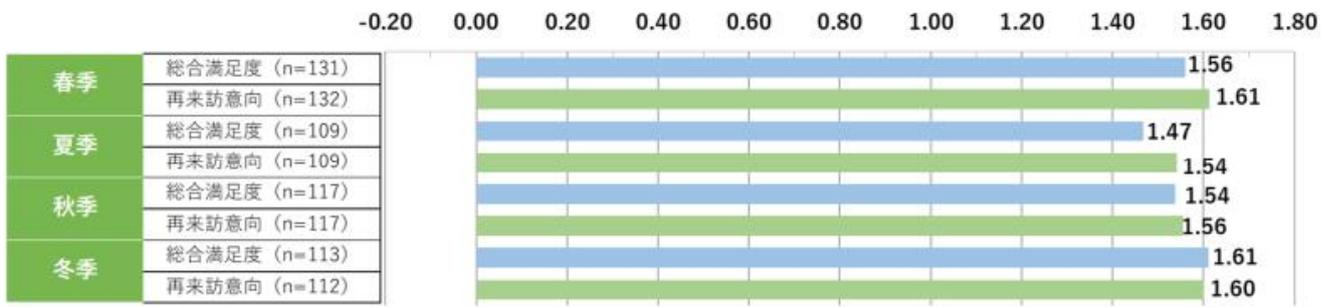
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=471)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.61で最も高く、「夏季」が1.47で最も低かった。再来訪意向は、「春季」が1.61で最も高く、「夏季」が1.54で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「10代・20代」が1.71で最も高く、「30代」が1.47で最も低かった。再来訪意向についても「10代・20代」が1.74で最も高く、「30代」が1.43で最も低かった。

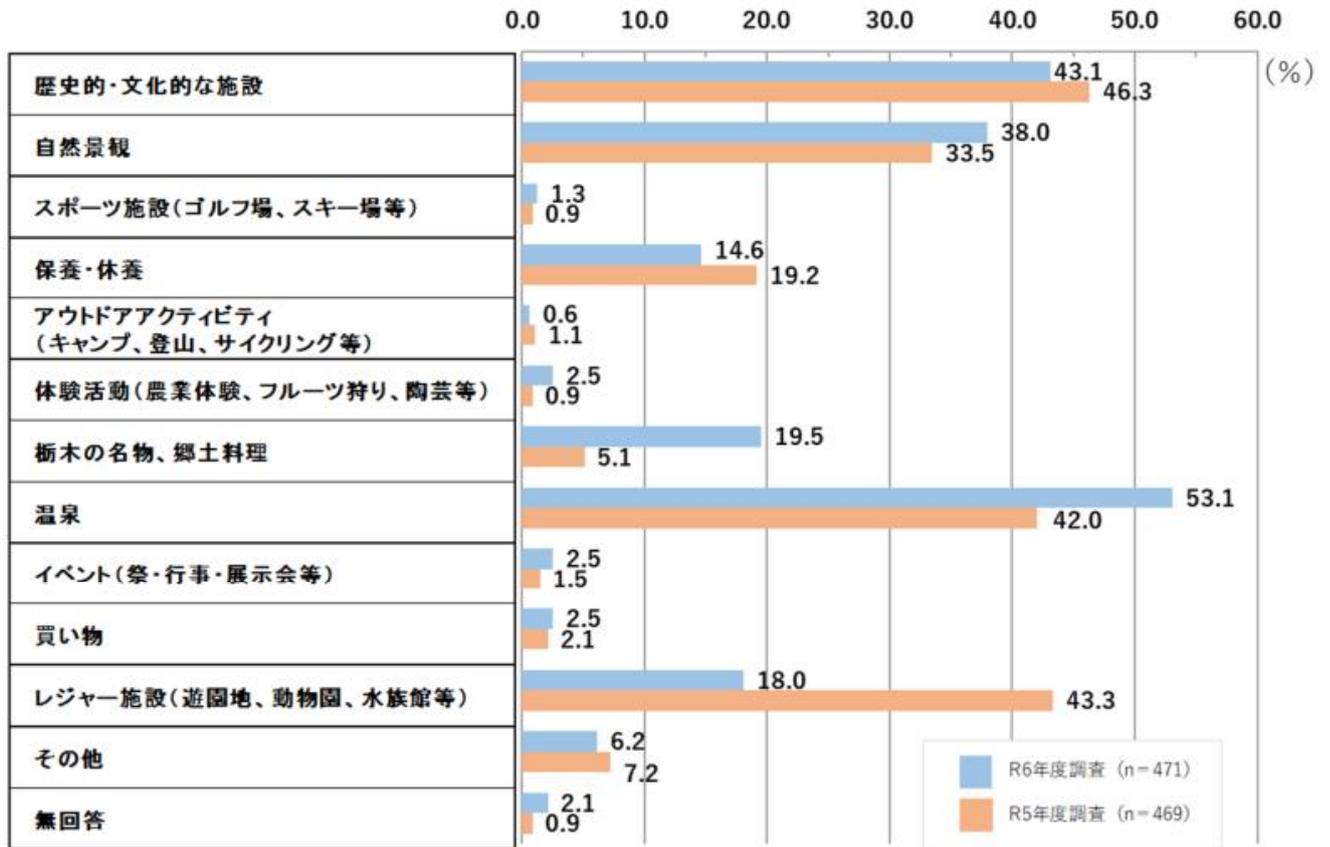
(pt)



② 過去調査との比較

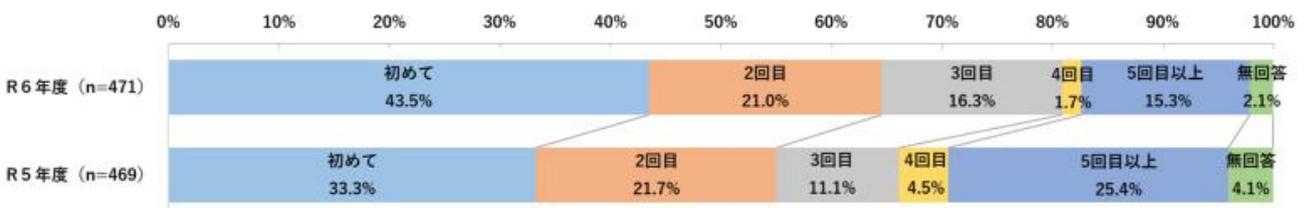
旅行先に選んだ理由は、「温泉」が最も多く、令和6（2024）年度調査では53.1%で、令和5（2023）年度調査の42.0%と比べて11.1ポイント増加した。次いで多かった「歴史的・文化的な施設」は、令和6（2024）年度調査では43.1%で、令和5（2023）年度調査の46.3%と比べて3.2ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



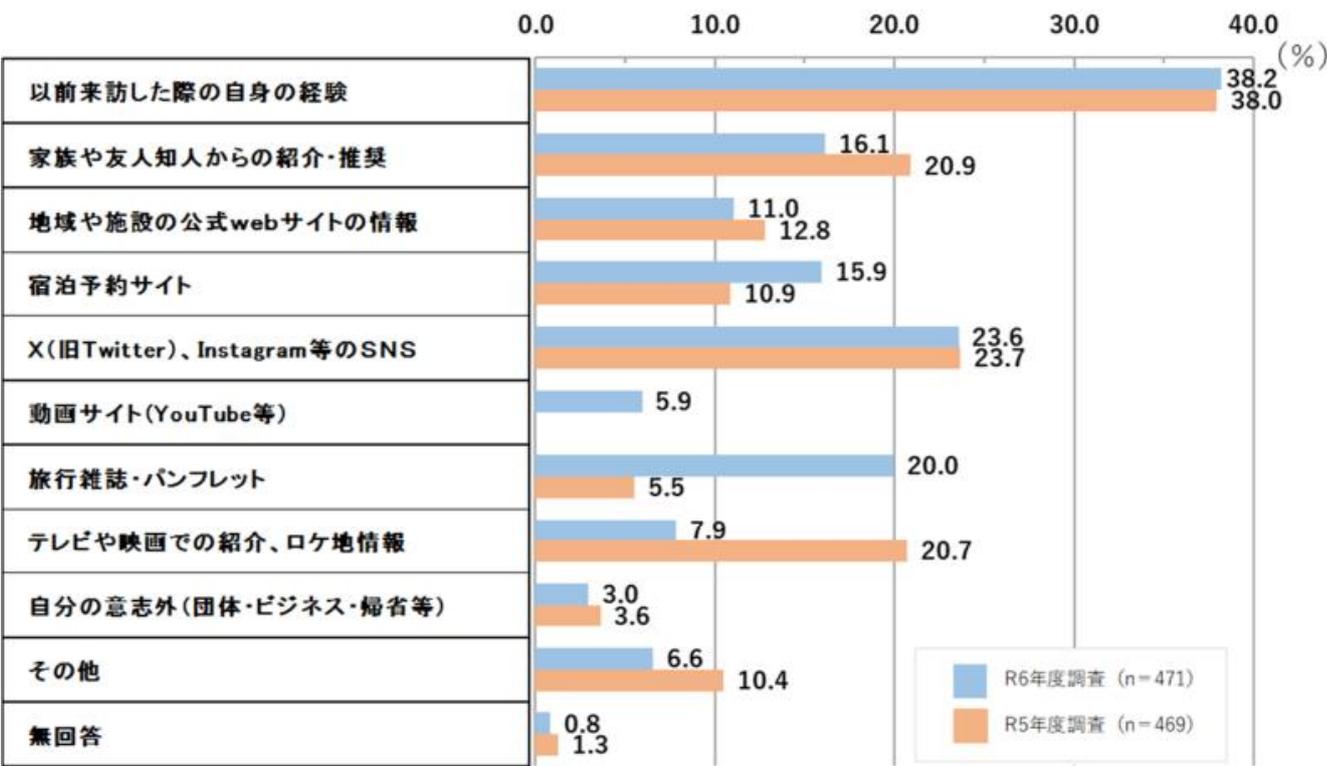
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が最も多く、令和6（2024）年度調査では43.5%で、令和5（2023）年度調査の33.3%と比べて10.2ポイント増加した。一方、「5回目以上」は令和6（2024）年度調査では15.3%で、令和5（2023）年度調査の25.4%と比べて10.1ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



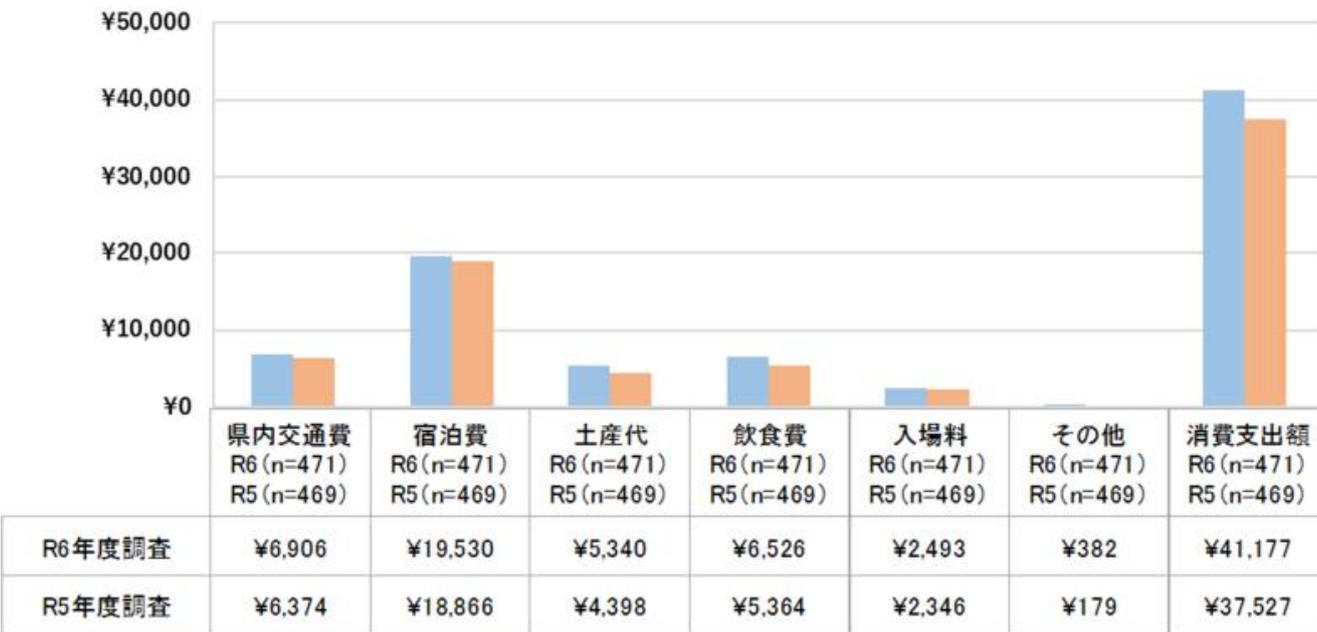
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では38.2%で、令和5（2023）年度調査の38.0%と比べて0.2ポイント増加した。次いで多かった「X（旧Twitter）、Instagram等のSNS」は令和6（2024）年度調査では23.6%で、令和5（2023）年度調査の23.7%と比べて0.1ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和6（2024）年度調査では41,177円で、令和5（2023）年度調査の37,527円と比べて増加した。

消費支出（総額）

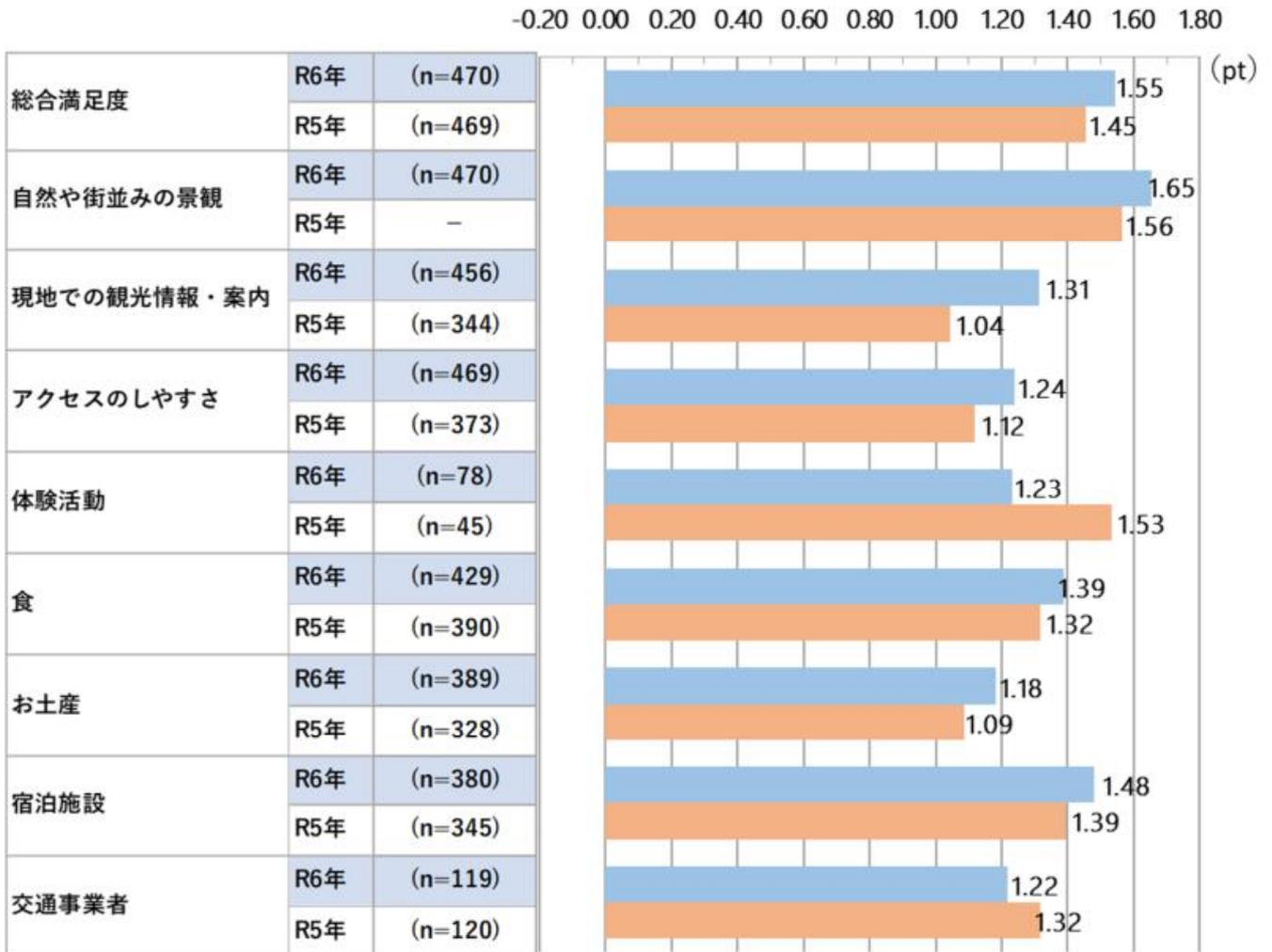


※ R6年度調査の「その他」は体験活動の消費支出を含んでいる

総合満足度は、令和6（2024）年度調査では 1.55 で、令和5（2023）年度調査の 1.45 と比べて 0.1 ポイント増加した。

満足度を項目別にみると、「現地での観光情報・案内」が令和6（2024）年度調査では 1.31 で、令和5（2023）年度調査の 1.04 と比べて 0.27 ポイント増加した。

項目別満足度（加重平均値）



ii. 那須エリア

① 令和6(2024)年度調査結果

宿泊客(那須エリア) サンプル数: 339

お住まいは「東京都」と「埼玉県」がともに20.6%で最も多く、次いで「茨城県」が12.4%、「栃木県」が11.8%であった。
年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く、男性では46.6%、女性では31.3%であった。
調査地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」が64.6%で最も多かった。
同行者数は「2人」が52.5%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が39.5%で最も多かった。

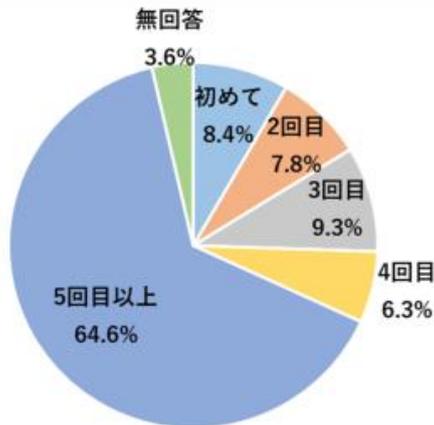
お住まい (n=339)



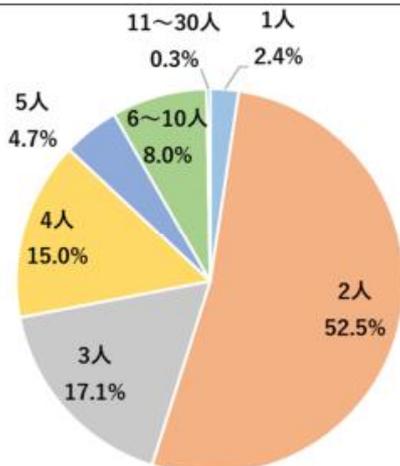
性別・年代別 (n=339)



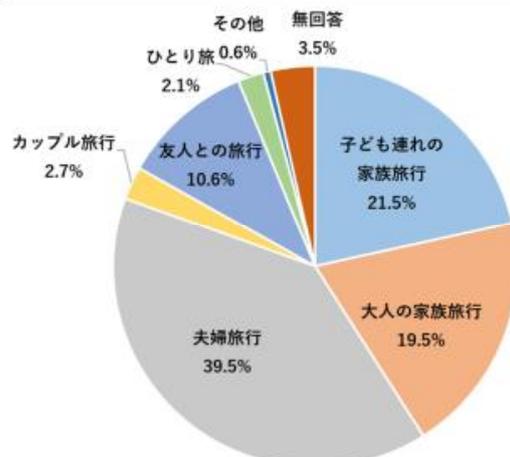
調査地域周辺への来訪回数 (n=333)



同行者数 ※回答者を含む (n=339)

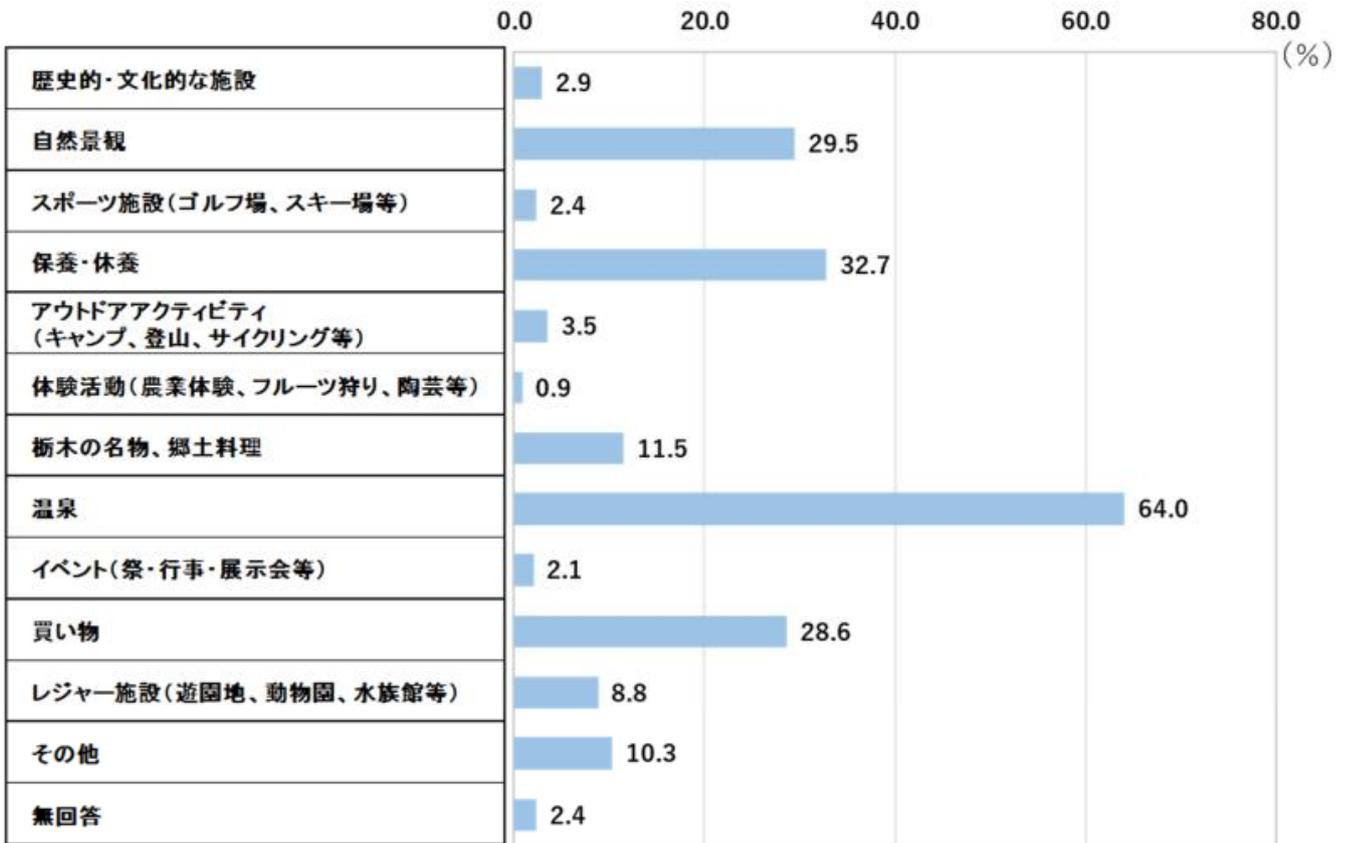


同行者の関係 (n=339)



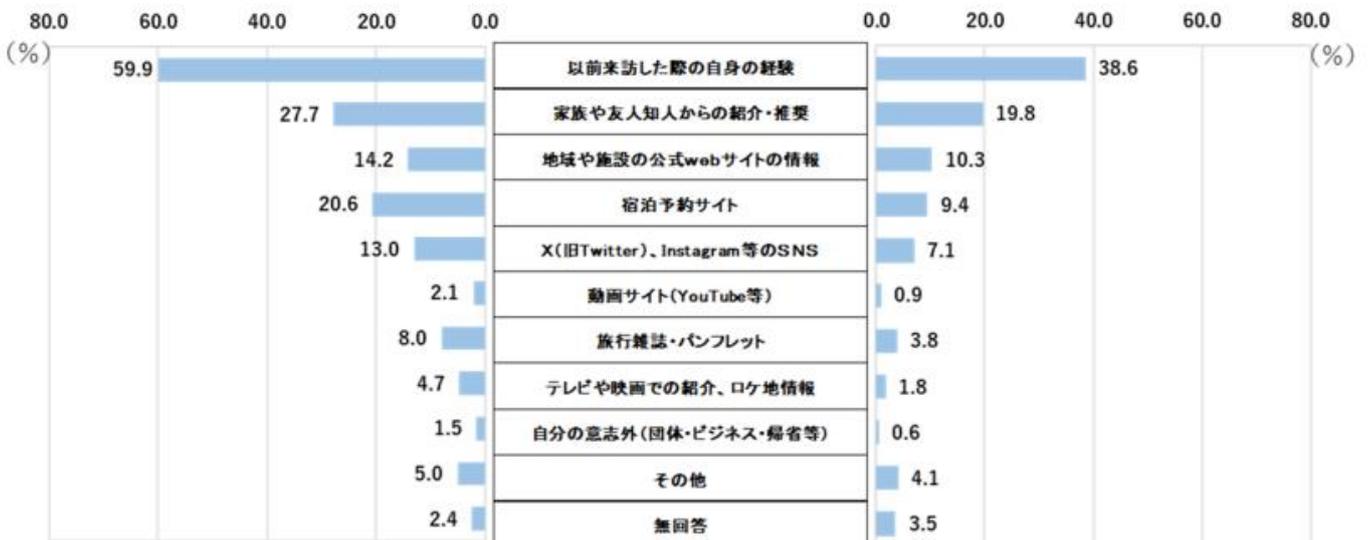
旅行先に選んだ理由は、「温泉」が64.0%で最も多く、次いで「保養・休養」が32.7%であった。
 旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が59.9%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が38.6%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=339）



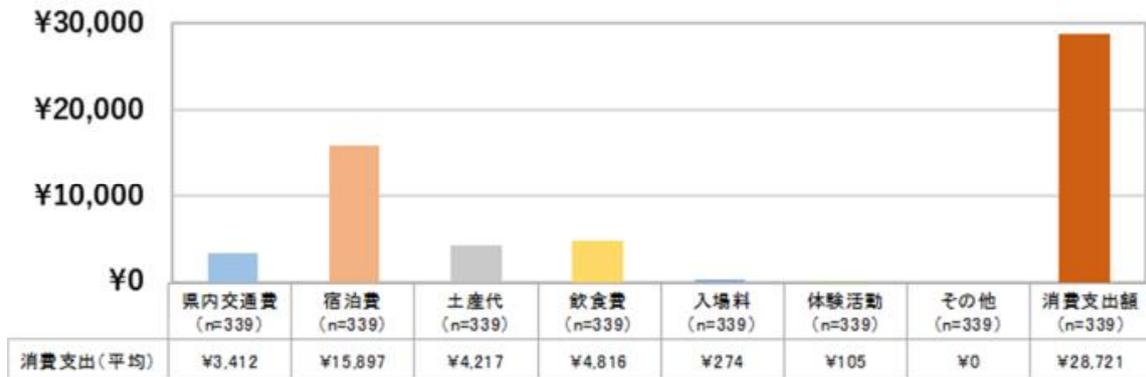
旅行先に選んだ情報源
 (複数回答) (n=339)

“決め手”となった情報源
 (単一回答) (n=339)

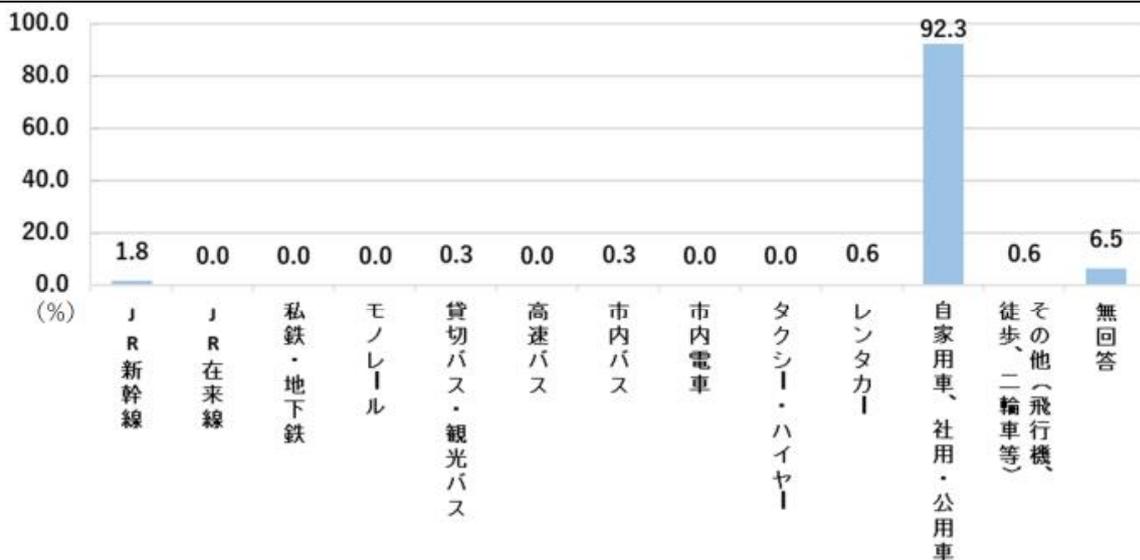


消費支出の平均は、総額で 28,721 円であった。内訳は、「宿泊費」が 15,897 円で最も多く、次いで「飲食費」が 4,816 円であった。
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 92.3%で最も多かった。
立ち寄り観光施設は、「那須ガーデンアウトレット」が 55 人で最も多く、次いで「千本松牧場」が 29 人であった。

消費支出（平均）



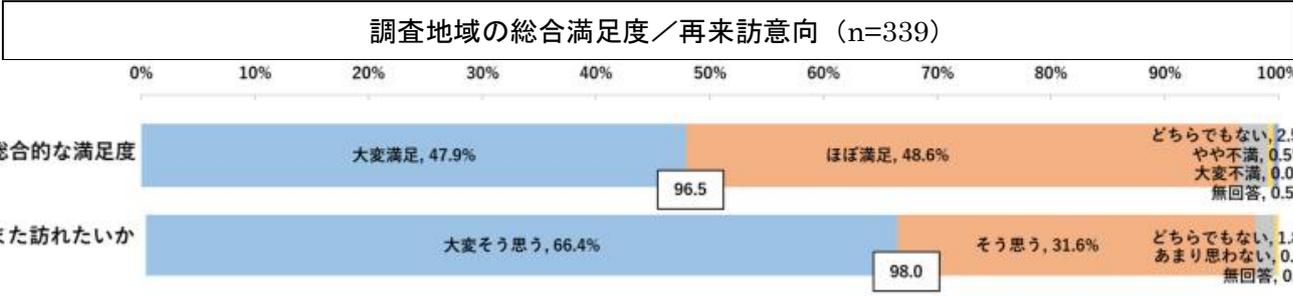
利用交通機関（複数回答）(n=339)



立ち寄り観光施設 (n=339) ※ () 内は施設に立ち寄った人数

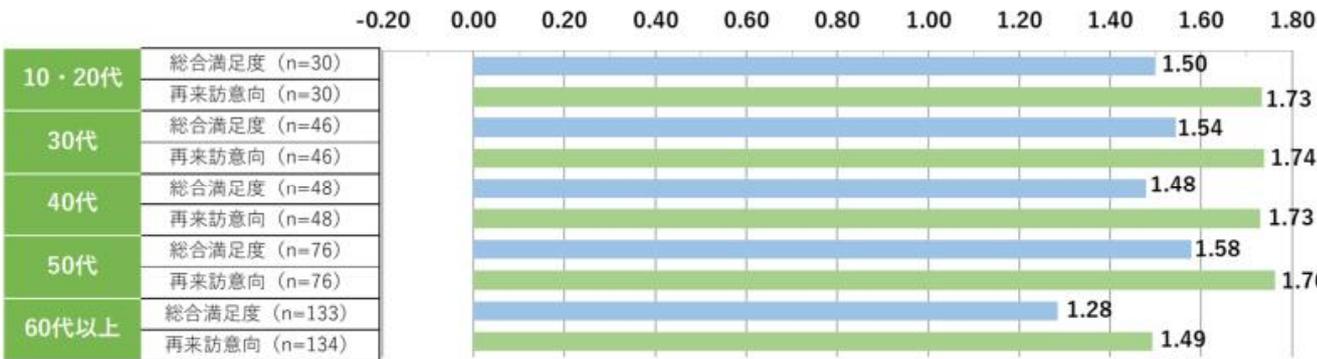
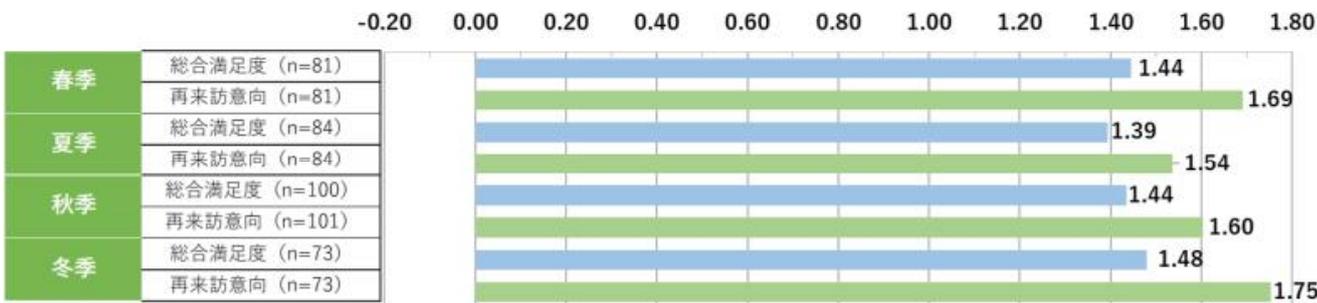
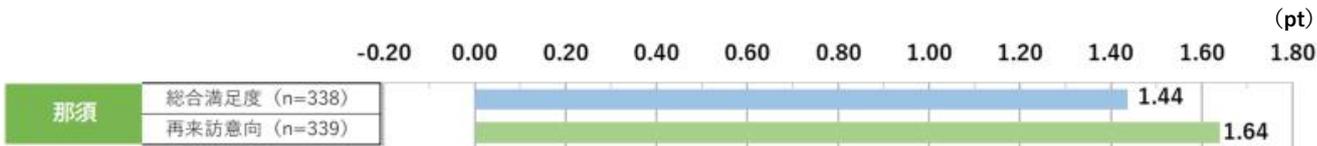
那須	宝石探しトレジャーストーンパーク(2)	鬼怒川カントリークラブ(1)
那須ガーデンアウトレット(55)	もみじ谷大吊橋(2)	龍王峡(1)
千本松牧場(29)	那須サファリパーク(1)	おさるランド&アニタウン日光さる軍団(1)
南ヶ丘牧場(17)	那須ティニーベア・ミュージアム(1)	明智平(1)
道の駅「明治の森黒磯」(15)	那須高原ビジターセンター(1)	県央
道の駅やいた(8)	ホテルサンバレー那須(1)	ろまんちっく村(3)
道の駅那須与一の郷(7)	滝のある釣堀 清流の里(1)	とちのきファミリーランド(1)
塩原渓谷(7)	那須ハイランドパーク(1)	出合いの森オートキャンプ場(1)
那須どうぶつ王国(7)	塩原温泉華の湯(1)	道の駅ばとう(1)
那須高原友愛の森(6)	那須野が原公園(1)	県南
那須高原りんどう湖ファミリー牧場(5)	那須ステンドグラス美術館(1)	岩下の新生姜ミュージアム(1)
東山道伊王野(4)	日光	佐野厄よけ大師(1)
ハンターマウンテン塩原(3)	湯西川温泉(7)	いちごの里(1)
那須ロープウェイ(3)	二社一寺(4)	佐野プレミアム・アウトレット(1)
那須フラワーワールド(3)	鬼怒川温泉(4)	県東
塩原温泉湯つ歩の里(3)	華厳ノ滝(4)	益子焼(1)
板室温泉郷(2)	戦場ヶ原・小田代原(2)	道の駅ましこ(1)
アグリパル塩原(2)	中禅寺湖(2)	道の駅もてぎ(1)
ホテルエピナル那須(2)	日光湯元温泉(1)	
藤城清治美術館(2)	霧降の滝(1)	

調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が96.5%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が98.0%であった。



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

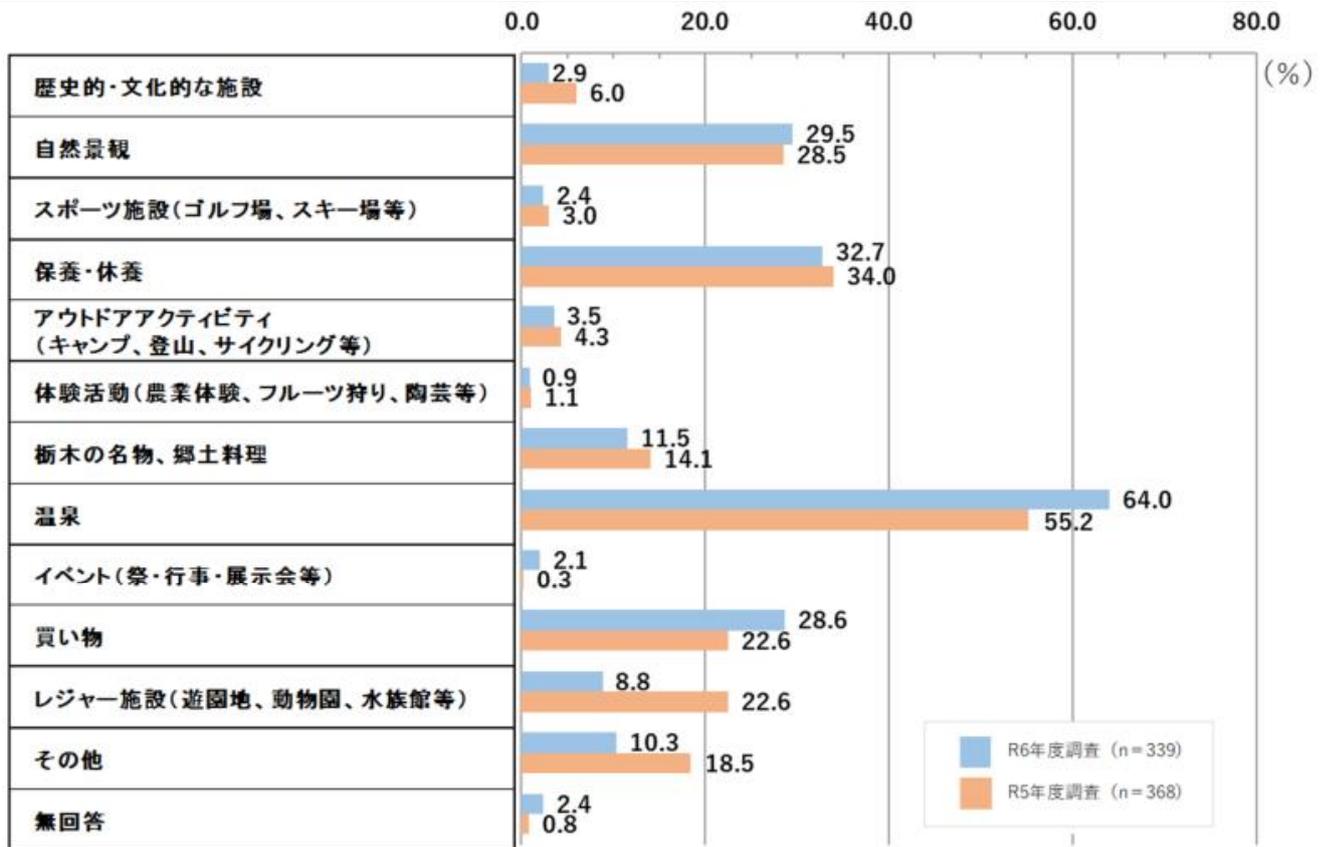
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.48で最も高く、「夏季」が1.39で最も低かった。再来訪意向は「冬季」が1.75で最も高く、「夏季」が1.54で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「50代」が1.58で最も高く、「60代以上」が1.28で最も低かった。再来訪意向についても「50代」が1.76で最も高く、「60代以上」が1.49で最も低かった。



② 過去調査との比較

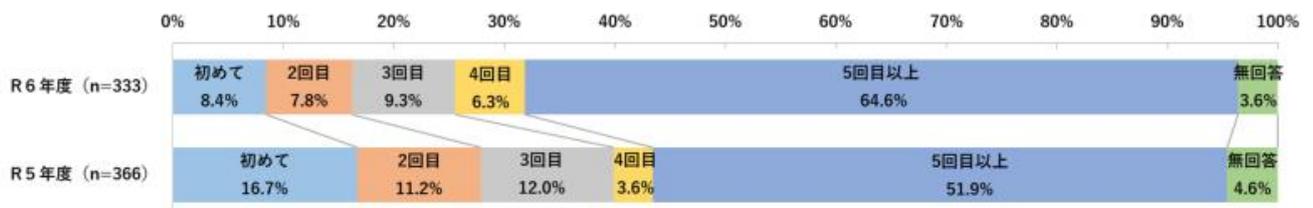
旅行先に選んだ理由は、「温泉」が最も多く、令和6（2024）年度調査では64.0%で、令和5（2023）年度調査の55.2%と比べて8.8ポイント増加した。次いで多かった「保養・休養」は令和6（2024）年度調査では32.7%で、令和5（2023）年度調査の34.0%と比べて1.3ポイント減少した。「自然景観」は令和6（2024）年度調査では29.5%で、令和5（2023）年度調査の28.5%と比べて1.0ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



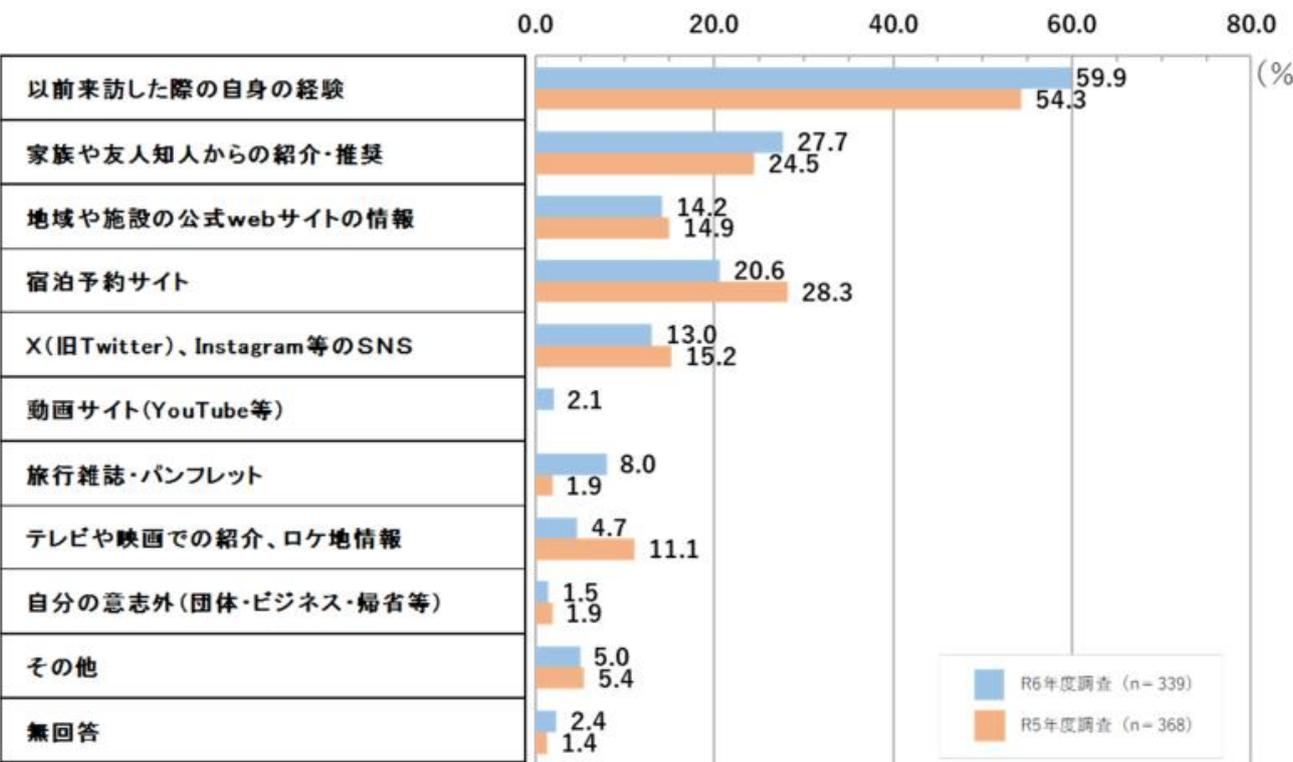
調査地域周辺への来訪回数は、「5回目以上」が最も多く、令和6（2024）年度調査では64.6%で、令和5（2023）年度調査の51.9%と比べて12.7ポイント増加した。また、「3回目」は令和6（2024）年度調査では9.3%で、令和5（2023）年度調査の12.0%と比べて2.7ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



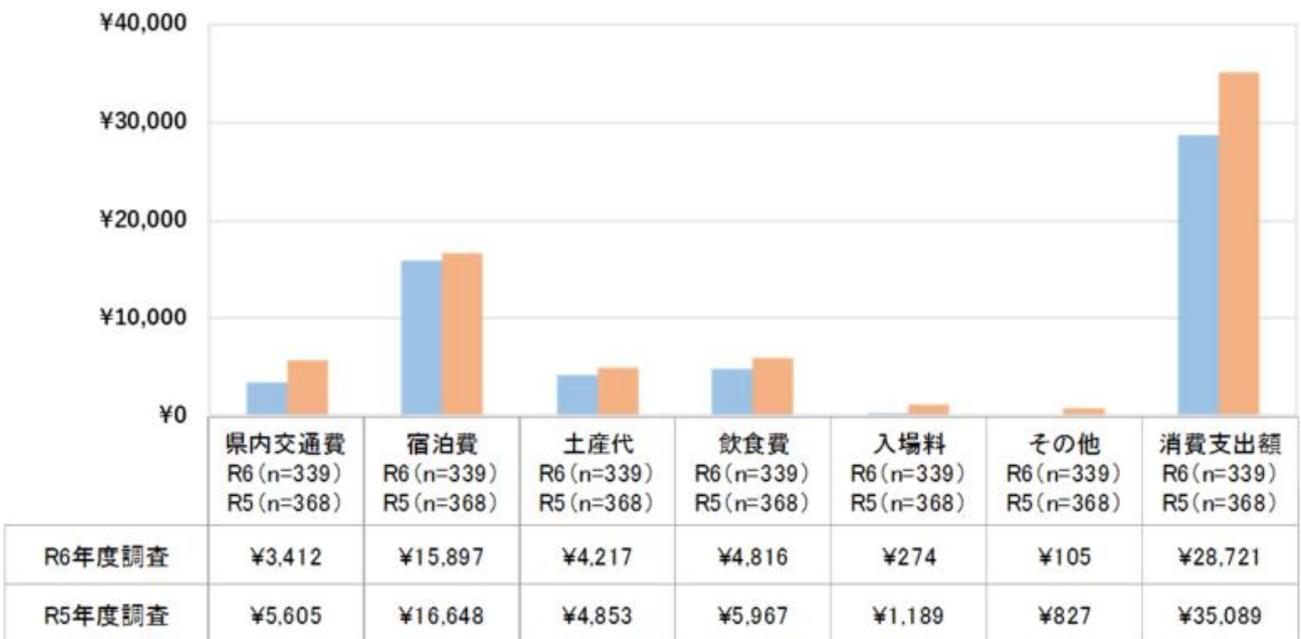
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では59.9%で、令和5（2023）年度調査の54.3%と5.6ポイント増加した。次いで多かった「家族や友人知人からの紹介・推奨」は令和6（2024）年度調査では27.7%で、令和5（2023）年度調査の24.5%と比べて3.2ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和6（2024）年度調査では28,721円であったが、令和5（2023）年度調査の35,089円と比べて減少した。

消費支出（総額）

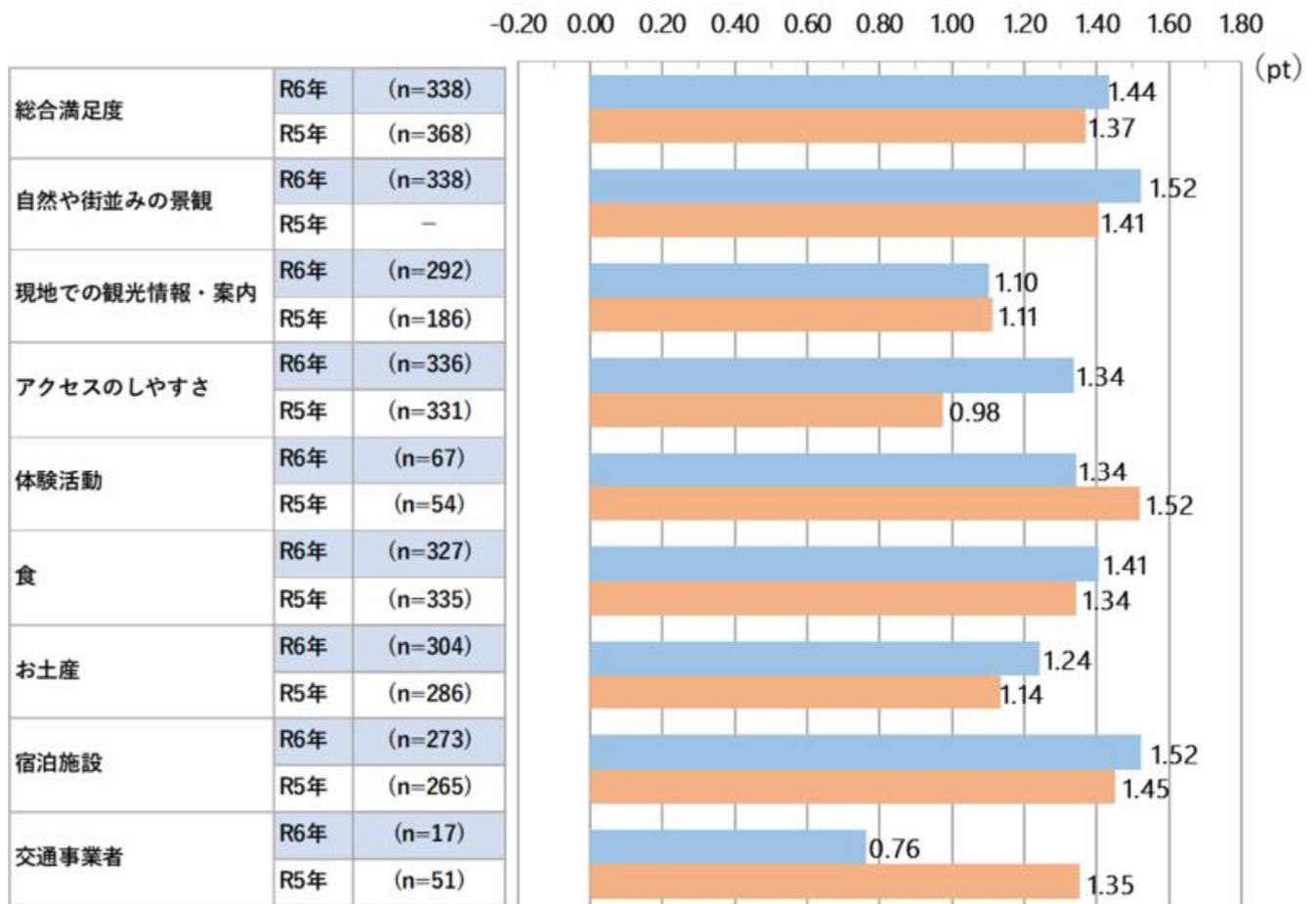


※ R6年度調査の「その他」は体験活動の消費支出を含んでいる

総合満足度は、令和6（2024）年度調査では 1.44 で、令和5（2023）年度調査の 1.37 と比べて 0.07 ポイント増加した。

満足度を項目別にみると、令和5（2023）年度調査では「体験活動」が 1.52 と最も高かったが、令和6（2024）年度調査では「自然や街並みの景観」と「宿泊施設」がともに 1.52 と最も高くなった。

項目別満足度（加重平均値）



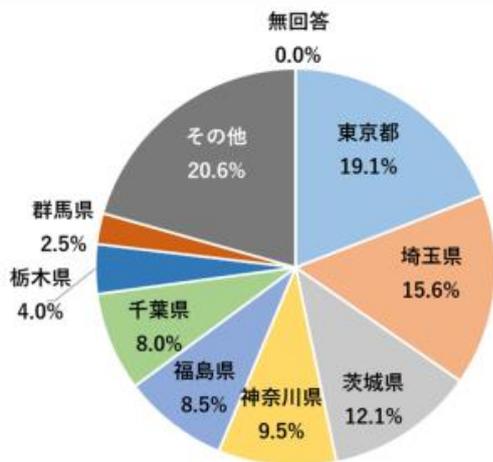
iii. 県央エリア

① 令和6（2024）年度調査結果

宿泊客（県央エリア） サンプル数：199

お住まいは「東京都」が19.1%で最も多く、次いで「埼玉県」が15.6%、「茨城県」が12.1%であった。
 年代は、男女とも「60代以上」が最も多く、男性では38.0%、女性では41.2%となっている。
 調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が59.7%で最も多かった。
 同行者数は「2人」が41.7%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が24.6%で最も多かった。

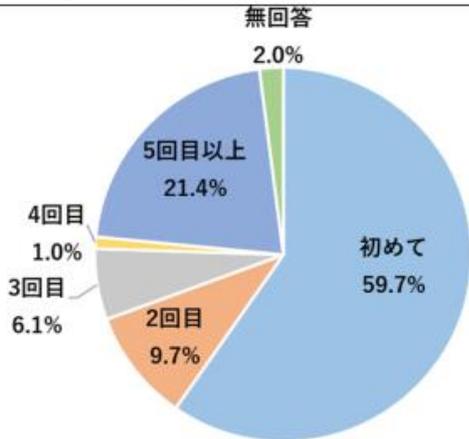
お住まい（n=199）



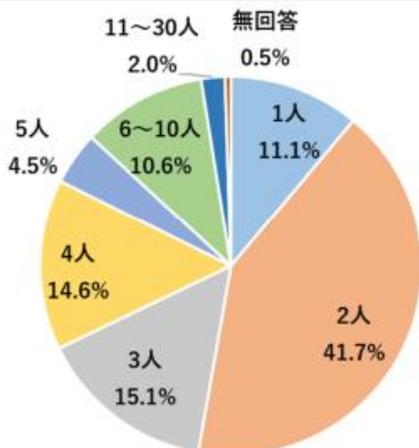
性別・年代別（n=199）



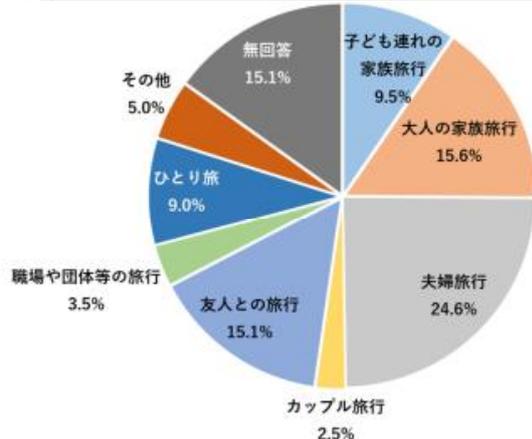
調査地域周辺への来訪回数（n=196）



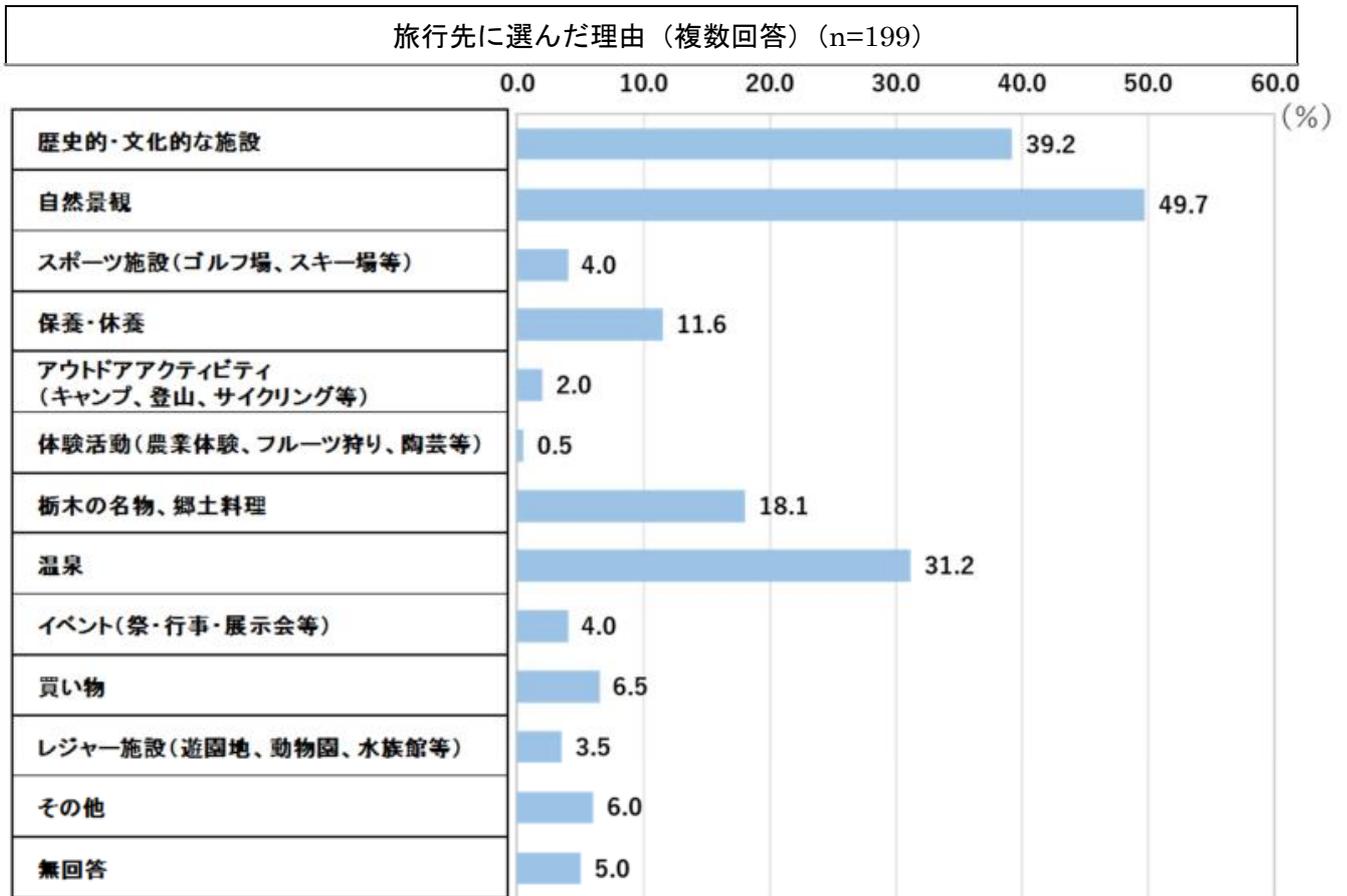
同行者数 ※回答者を含む（n=199）



同行者の関係（n=199）

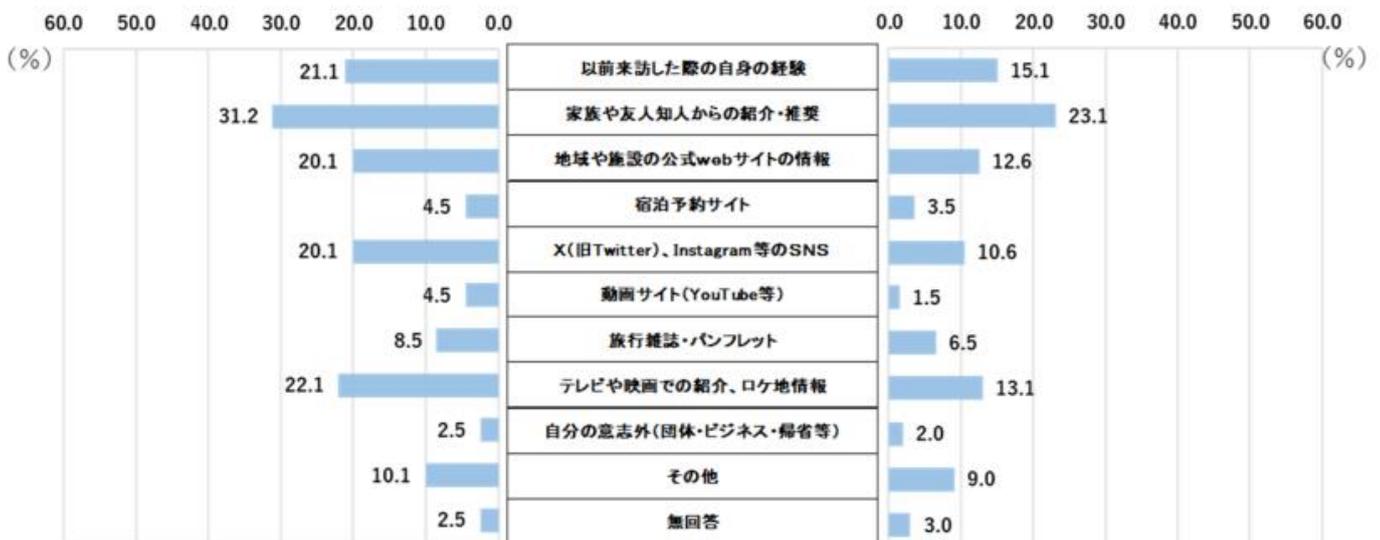


旅行先に選んだ理由は、「自然景観」が49.7%で最も多く、次いで「歴史的・文化的な施設」が39.2%であった。
旅行先に選んだ情報源は「家族や友人知人からの紹介・推奨」が31.2%で最も多く、“決め手”となった情報源も「家族や友人知人からの紹介・推奨」が23.1%で最も多かった。



旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=199)

“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=199)

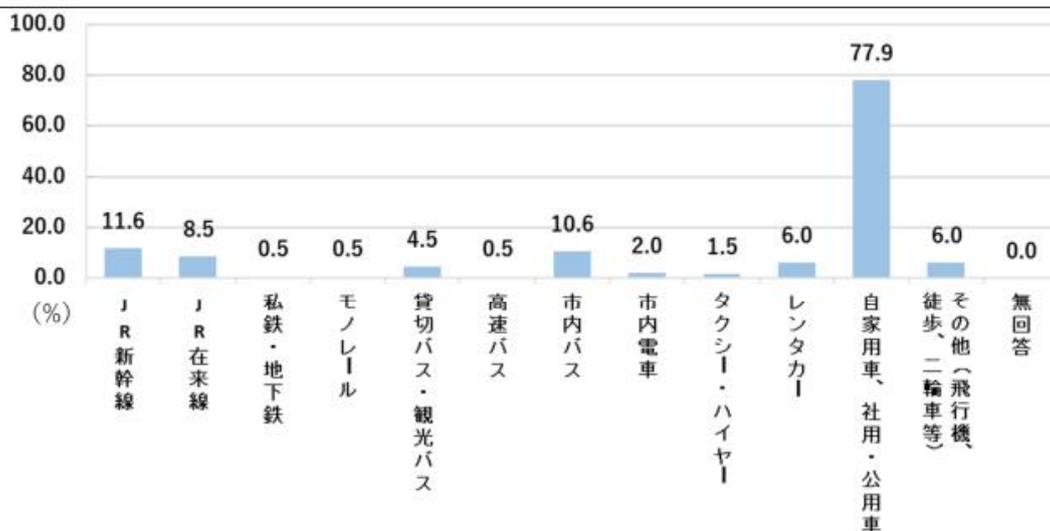


消費支出の平均は、総額で 34,822 円であった。内訳は、「宿泊費」が 13,978 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 7,584 円であった。
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 77.9%で最も多かった
立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が 35 人と最も多く、次いで「二社一寺」が 24 人であった。

消費支出（平均）



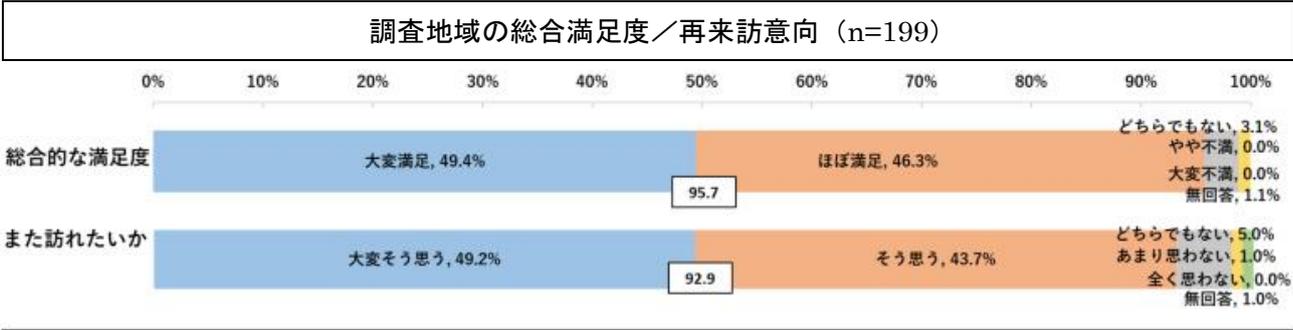
利用交通機関（複数回答）(n=199)



立ち寄り観光施設 (n=199) ※ () 内は施設に立ち寄った人数

県央	日光	ホテルサンバレー那須(1)
ろまんちっく村(16)	鬼怒川温泉(35)	那須どうぶつ王国(1)
道の駅きつねがわ(6)	二社一寺(24)	アグリパル塩原(1)
大谷資料館(3)	湯西川温泉(5)	千本松牧場(1)
亀の井ホテル喜連川(3)	日光湯元温泉(2)	那須フラワーワールド(1)
来らせ(2)	華厳ノ滝(2)	那須ロープウェイ(1)
馬頭広重美術館(2)	龍王峡(2)	宝石探しトレジャーストーンパーク(1)
宇都宮動物園(1)	中禅寺湖(2)	県南
出会いの森オートキャンプ場(1)	二荒山神社中宮祠(1)	佐野プレミアム・アウトレット(5)
道の駅たかねざわ元気あつむら(1)	川治温泉(1)	あしかがフラワーパーク(2)
ゆりがねの湯(1)	東武ワールドスクウェア(1)	道の駅にしかた(1)
道の駅ばとう(1)	那須	道の駅 しもつけ(1)
ジュンクラシックカントリークラブ(1)	那須ガーデンアウトレット(5)	いちごの里(1)
まほろばの湯湯親館(1)	塩原渓谷(2)	県東
とちのきファミリーランド(1)	南ヶ丘牧場(2)	井頭公園(1)
古峯神社(1)	那須ハイランドパーク(2)	道の駅にのみや(1)
喜連川温泉第1浴場(1)	道の駅那須与一の郷(1)	道の駅ましこ(1)

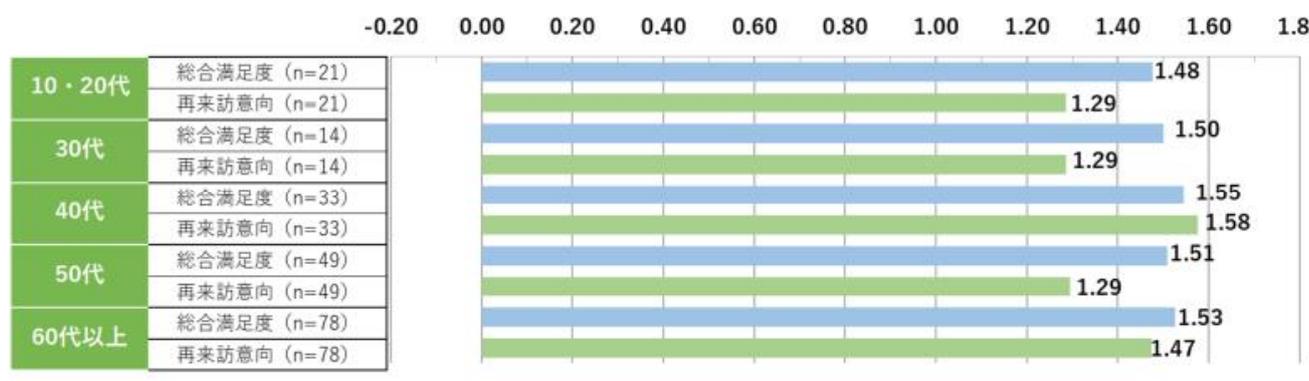
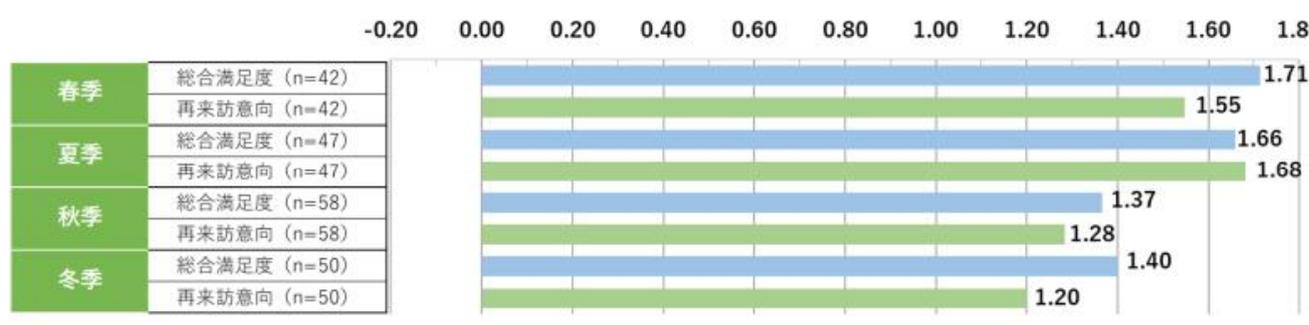
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が95.7%であった。また訪れたいかは「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が92.9%であった。



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.71で最も高く、「秋季」が1.37で最も低かった。再来訪意向は、「夏季」が1.68で最も高く、「冬季」が1.20で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.55で最も高く、「10・20代」が1.48で最も低かった。
再来訪意向は、「40代」が1.58で最も高く、「10・20代」「30代」「50代」が1.29で最も低かった。

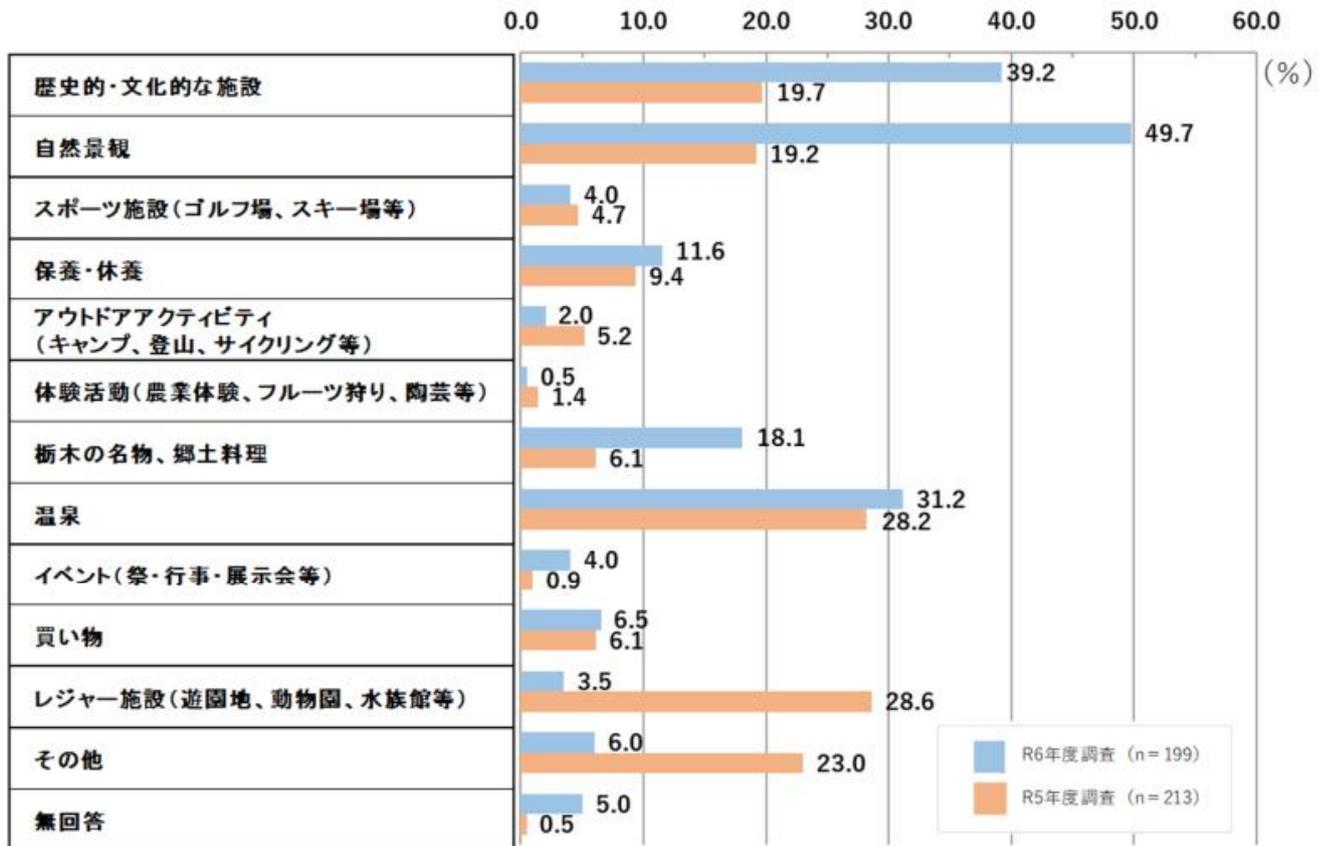
(pt)



② 過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「自然景観」が最も多く、令和6（2024）年度では49.7%で、令和5年（2023）年度の19.2%と比べて30.5ポイント増加した。次いで多かった「歴史的・文化的な施設」は令和6（2024）年度調査では39.2%で、令和5（2023）年度調査の19.7%と比べて19.5ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



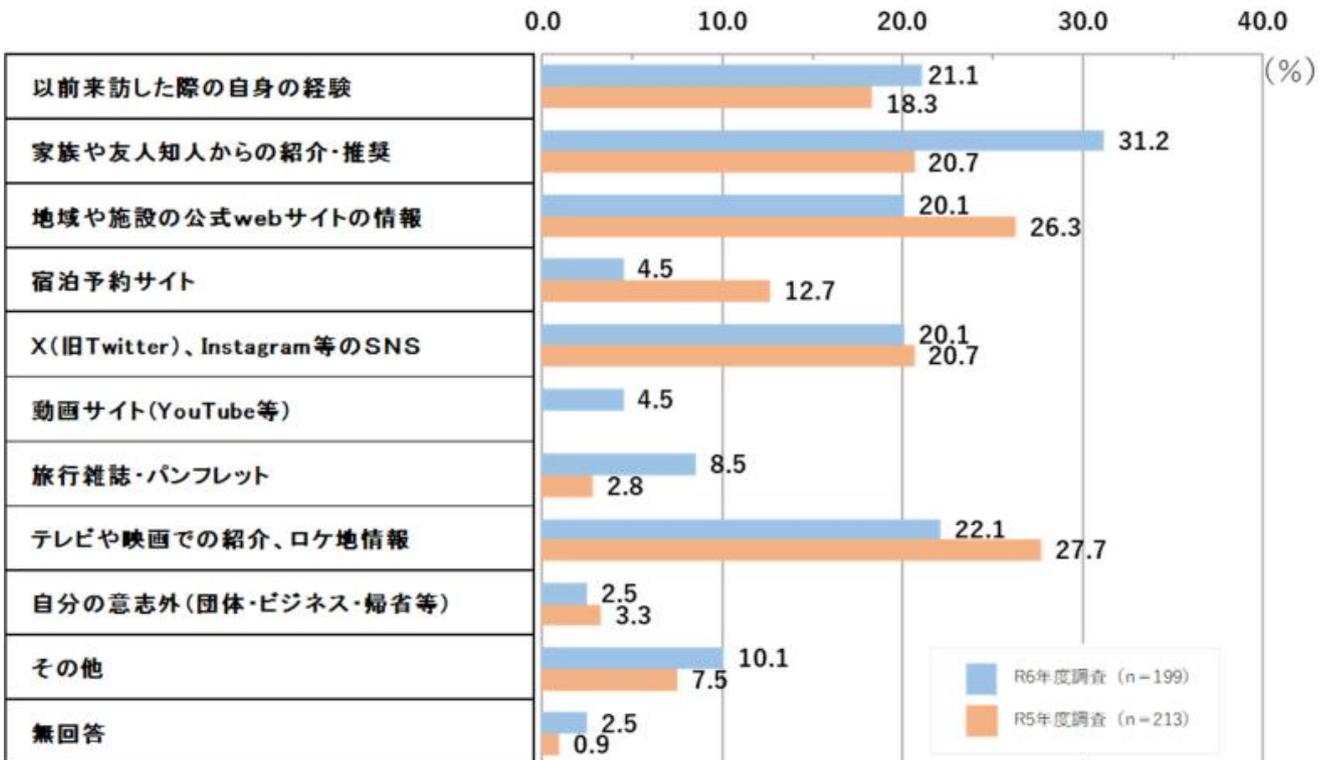
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が最も多く、令和6（2024）年度調査では59.7%で、令和5（2023）年度調査の55.7%と比べて4.0ポイント増加した。また、「5回目以上」は令和6（2024）年度調査では21.4%で、令和5（2023）年度調査の20.0%と比べて1.4ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



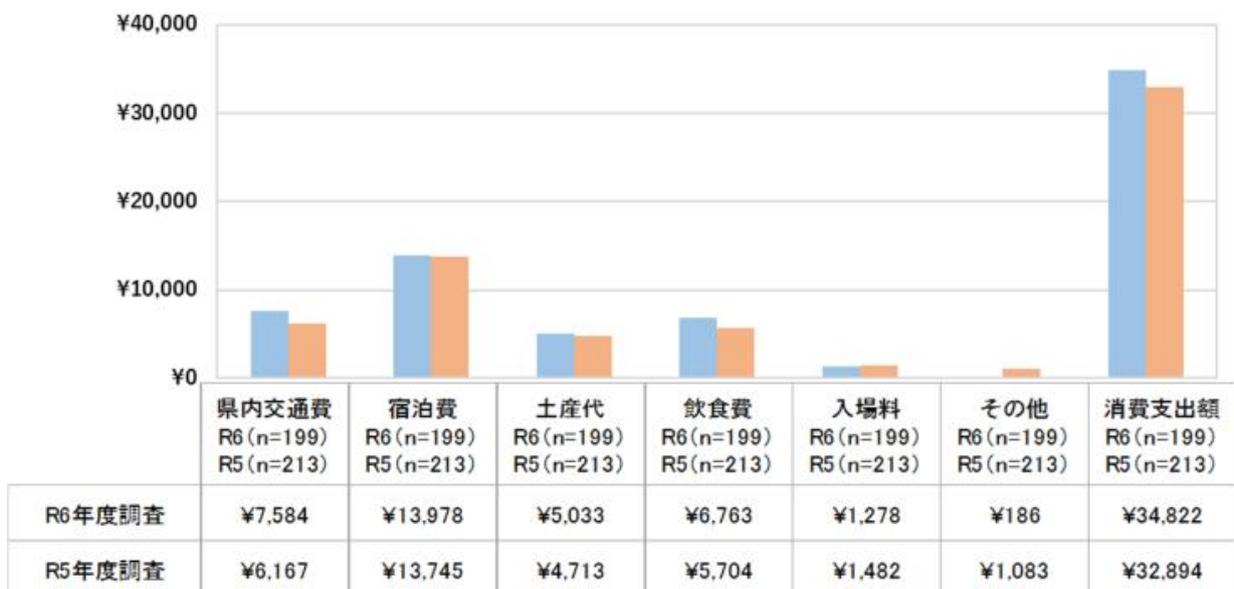
旅行先に選んだ情報源は、「家族や友人知人からの紹介・推奨」が最も多く、令和6（2024）年度調査では31.2%で、令和5（2023）年度調査の20.7%と比べて10.5ポイント増加した。
次いで多かった「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」は、令和6（2024）年度調査では22.1%で、令和5（2023）年度調査の27.7%と比べて5.6ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和6（2024）年度調査では34,822円で、令和5（2023）年度調査の32,894円と比べて増加した。

消費支出（総額）



※ R6年度調査の「その他」は体験活動の消費支出を含んでいる

総合満足度は、令和6（2024）年度調査では 1.52 で、令和5（2023）年度調査の 1.43 と比べて 0.09 ポイント増加した。
 満足度を項目別にみると、「現地での観光情報・案内」は令和6（2024）年度調査では 1.17 で、令和5（2023）年度調査の 0.74 と比べて 0.43 ポイント増加した。

項目別満足度（加重平均値）



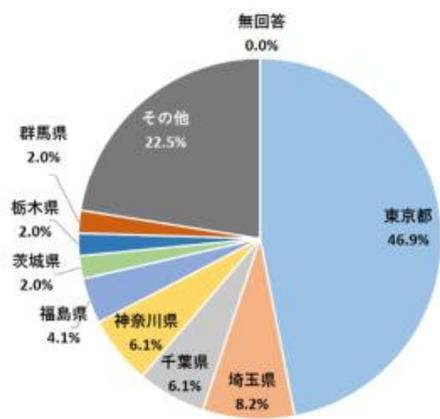
iv. 県南エリア

① 令和6（2024）年度調査結果

宿泊客（県南エリア） サンプル数：49

お住まいは「東京都」が46.9%で最も多く、次いで「埼玉県」が8.2%、「千葉県」と「神奈川県」がともに6.1%であった。
年代は、男性では「60代以上」が最も多く38.1%、女性では「40代」が42.9%で最も多かった。
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が45.8%で最も多かった。
同行者数は「2人」が44.9%で最も多く、同行者の関係は「大人の家族旅行」が20.4%で最も多かった。

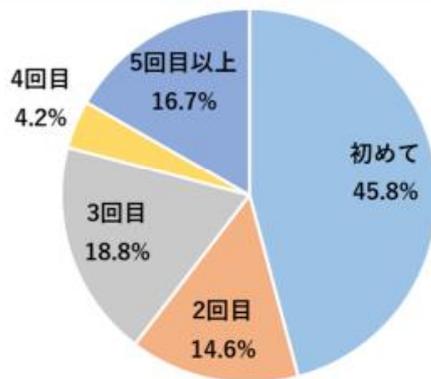
お住まい（n=49）



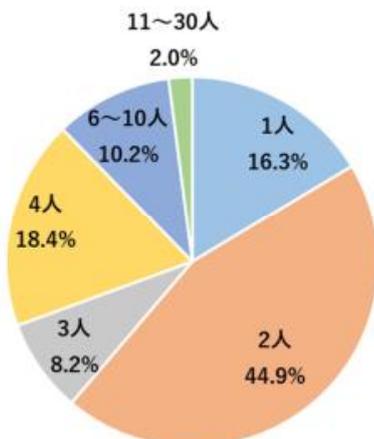
性別・年代別（n=49）



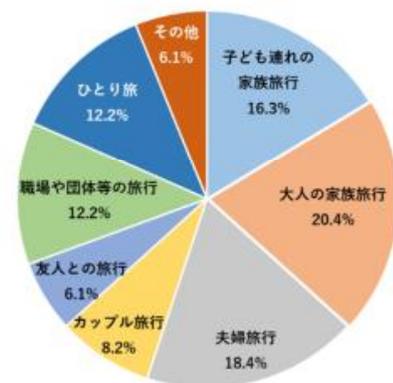
調査地域周辺への来訪回数（n=48）



同行者数 ※回答者を含む（n=49）

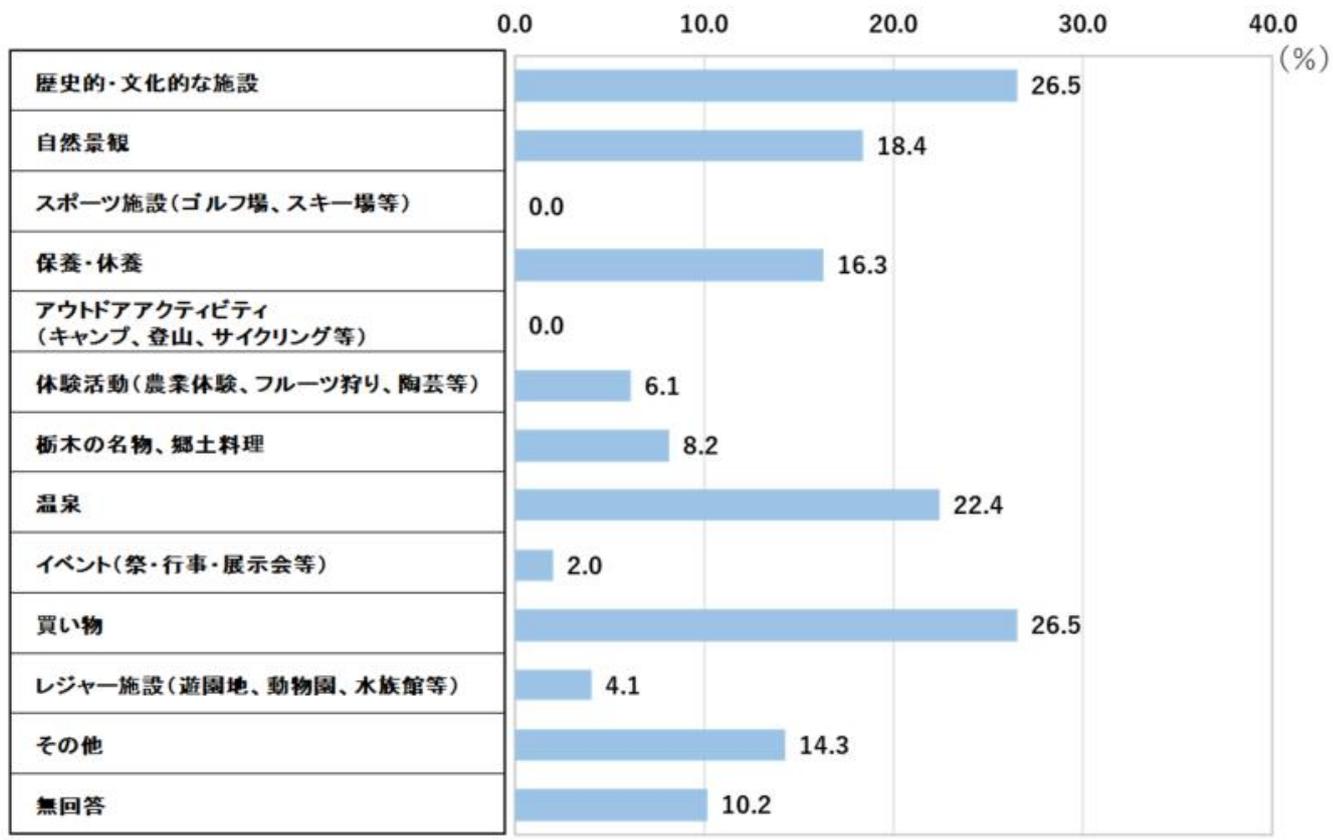


同行者の関係（n=49）



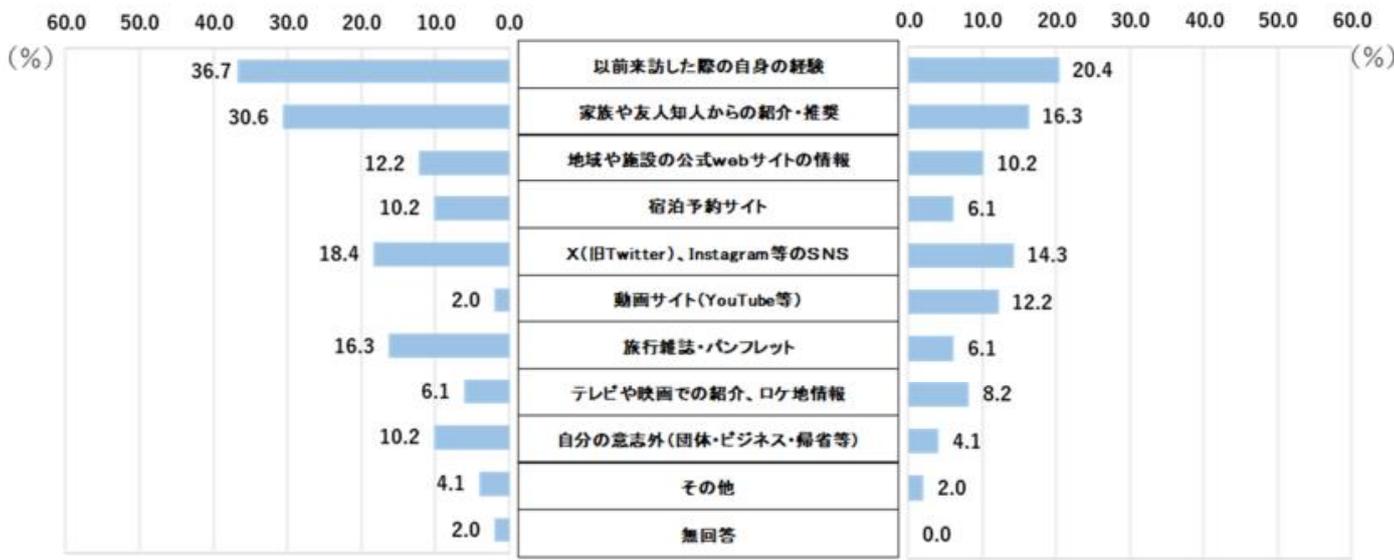
旅行先に選んだ理由は、「歴史的・文化的な施設」と「買い物」がともに26.5%で最も多く、次いで「温泉」が22.4%であった。
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が36.7%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、20.4%であった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=49）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=49）

“決め手”となった情報源（単一回答）（n=49）

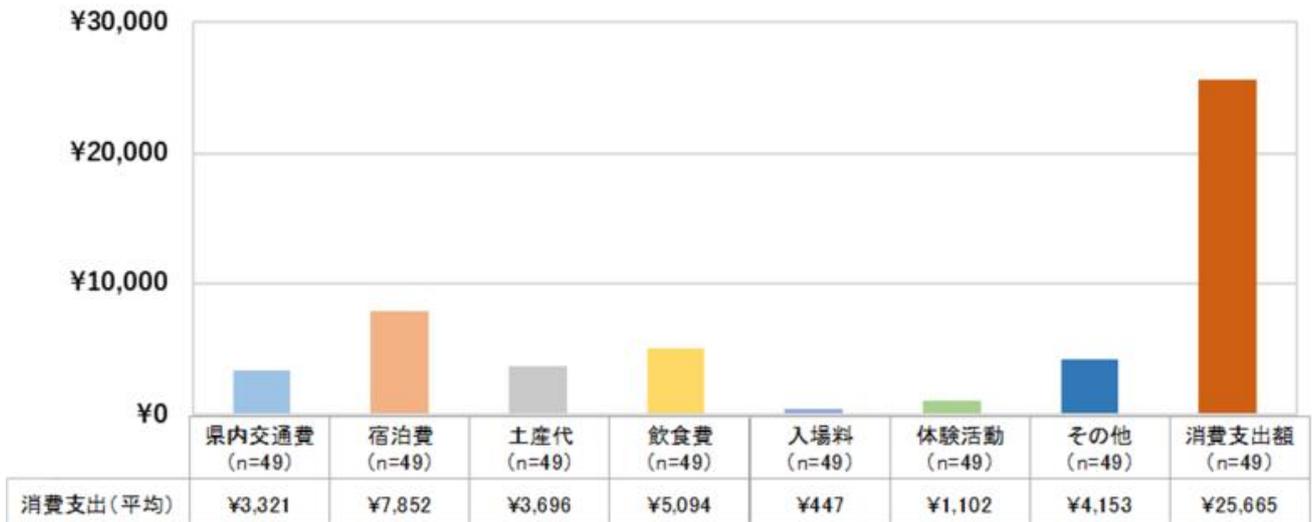


消費支出の平均は、総額で 25,665 円であった。内訳は、「宿泊費」が 7,852 円で最も多く、次いで「飲食費」が 5,094 円であった。

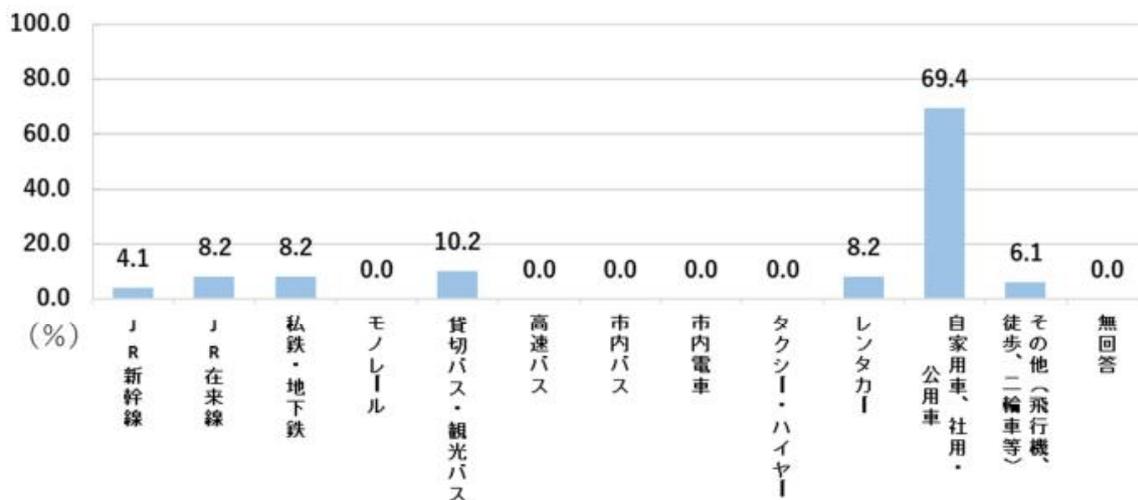
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 69.4%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が 9 人で最も多く、次いで「佐野厄よけ大使」と「二社一寺」がともに 6 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）(n=49)

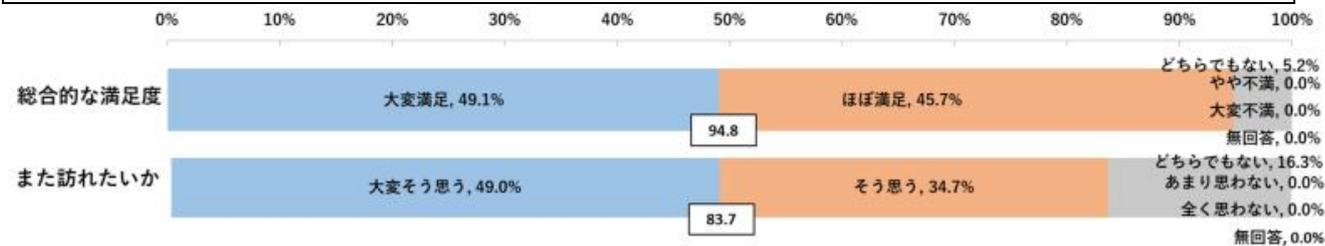


立ち寄り観光施設 (n=49) ※ () 内は施設に立ち寄った人数

県南	佐野プレミアム・アウトレット(1)	戦場ヶ原・小田代原(1)
佐野厄よけ大師(6)	日光	県央
あしががフラワーパーク(5)	鬼怒川温泉(9)	道の駅ばとう(1)
織姫公園(4)	二社一寺(6)	
鑲阿寺(2)	東武ワールドスクウェア(2)	

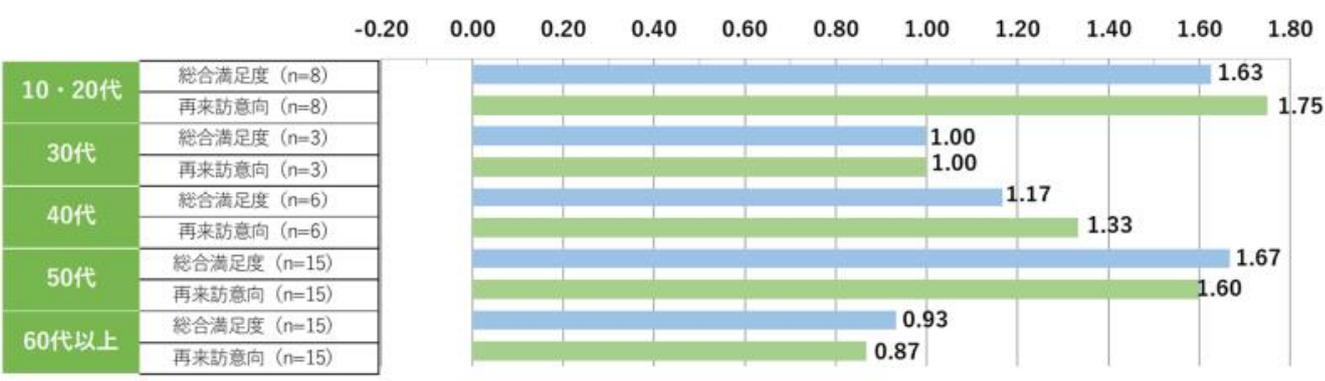
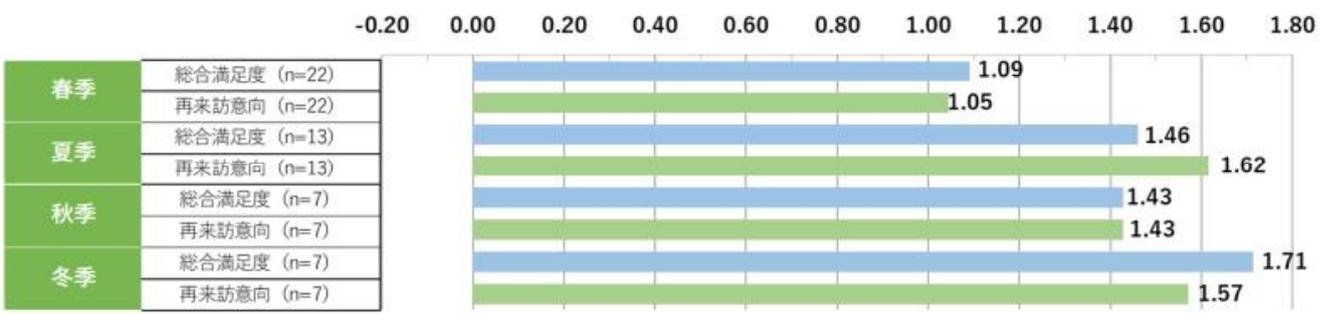
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が94.8%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が83.7%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=49)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

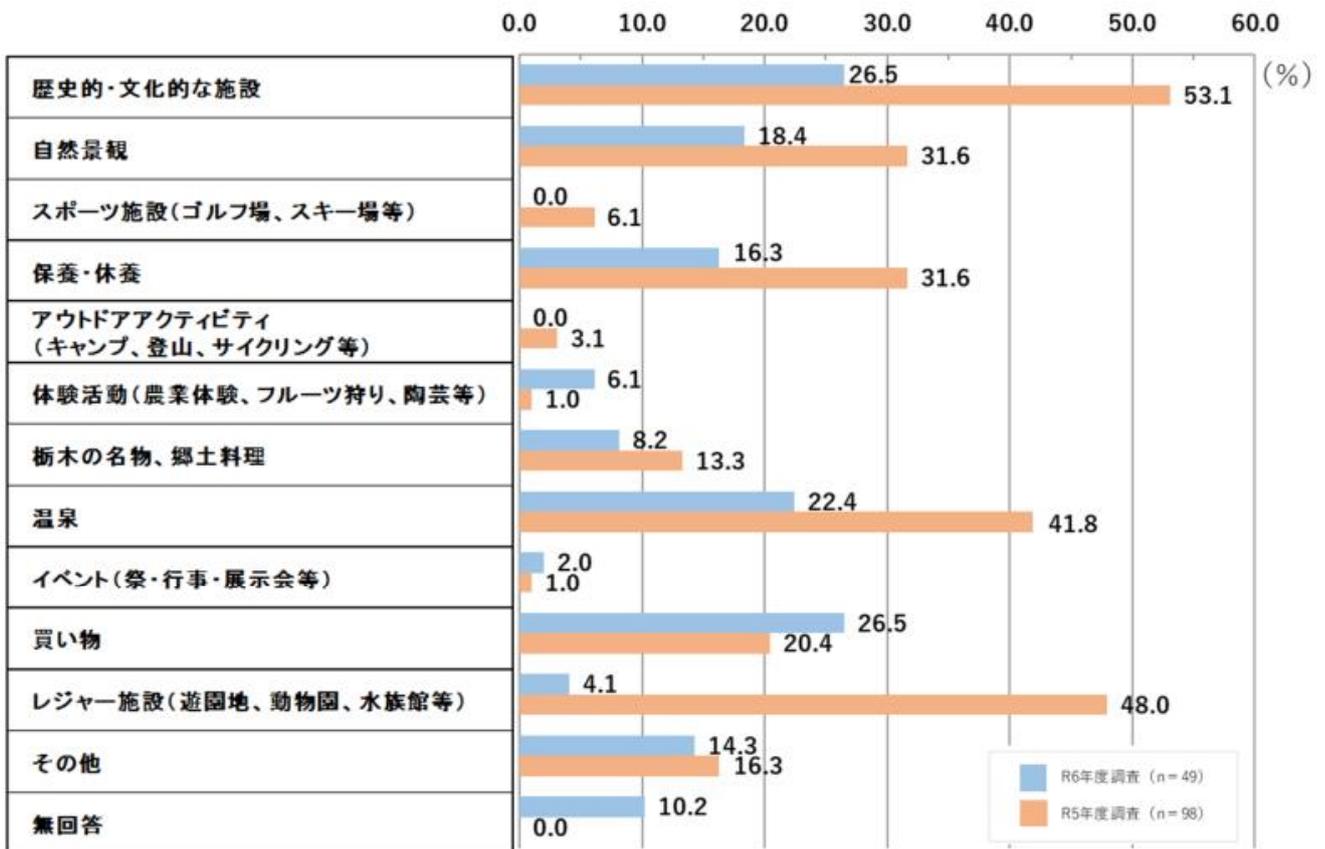
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.71で最も高く、「春季」が1.09で最も低かった。再来訪意向は、「夏季」が1.62で最も高く、「春季」が1.05で最も低かった。
 年代別にみると、総合満足度は「50代」が1.67で最も高く、「60代以上」が0.93で最も低かった。また、再来訪意向は、「10・20代」が1.75と最も高く、「60代以上」が0.87で最も低かった。



② 過去調査との比較

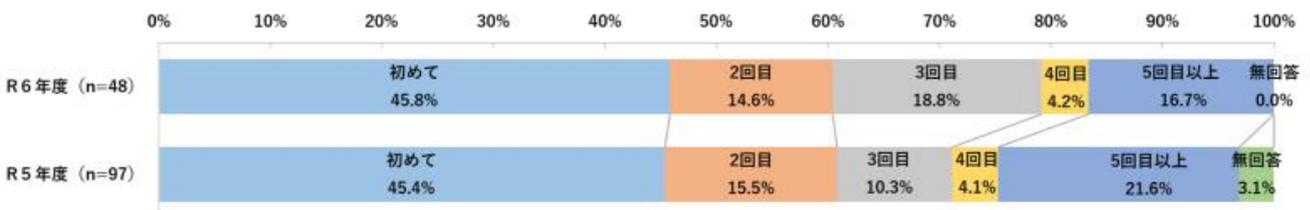
旅行先に選んだ理由は、令和5（2023）年度調査では「歴史的・文化的な施設」が53.1%と最も高く、令和6（2024）年度調査では「歴史的・文化的な施設」と「買い物」がともに最も多く26.5%であった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



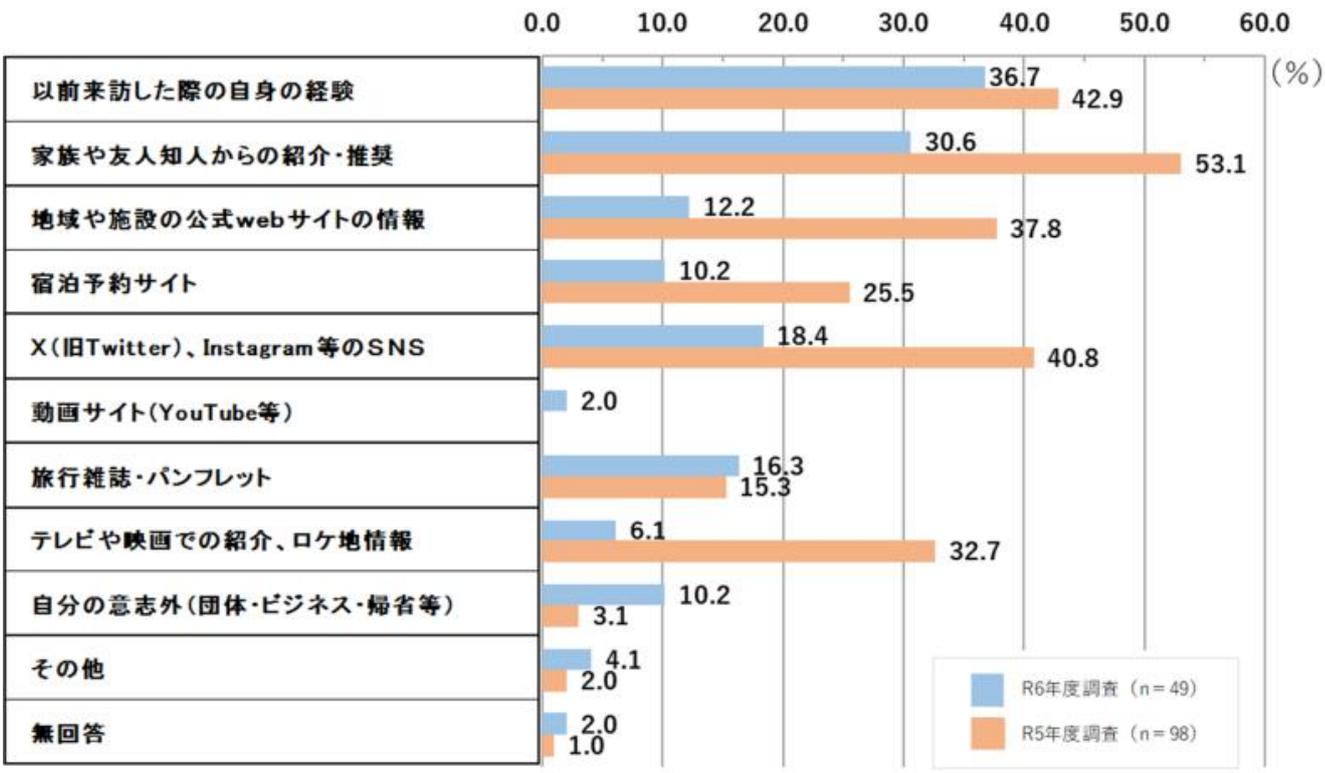
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が令和6（2024）年度調査では45.8%と最も多く、令和5（2023）年度調査の45.4%と比べて0.4ポイント増加した。次いで多い「3回目」は、令和6（2024）年度調査では18.8%で、令和5（2023）年度調査の10.3%と比べて8.5ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



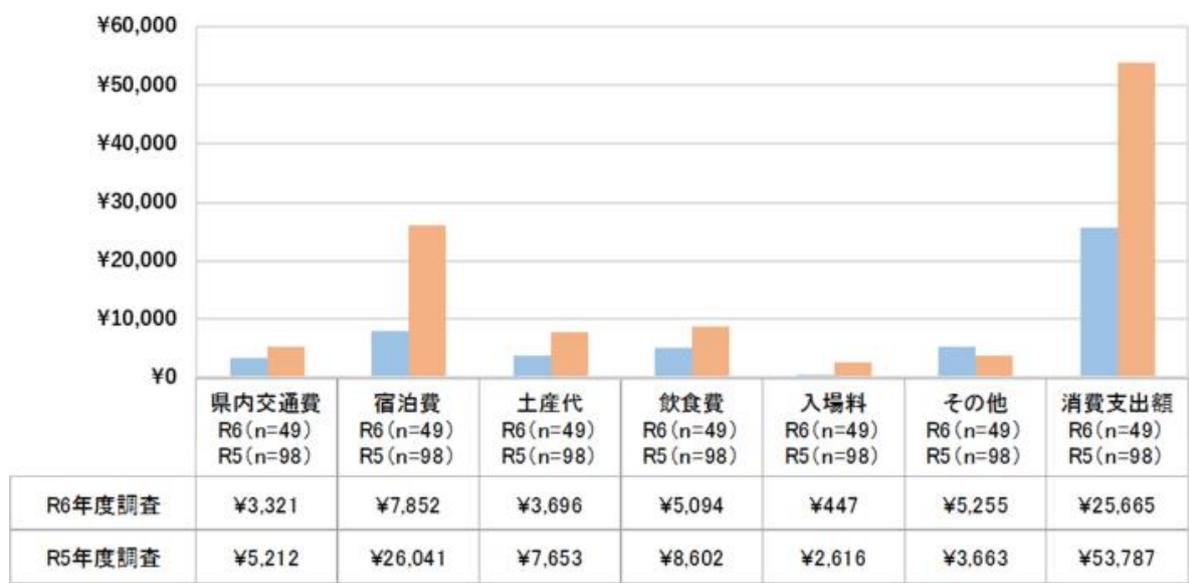
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では36.7%で、令和5（2023）年度調査の42.9%と比べて6.2ポイント減少した。次いで多かった「家族や友人知人からの紹介・推奨」は、令和6（2024）年度調査では30.6%で、令和5（2023）年度調査の53.1%と比べて22.5ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和6（2024）年度調査では25,665円で、令和5（2023）年度調査の53,787円と比べて減少した。

消費支出（総額）

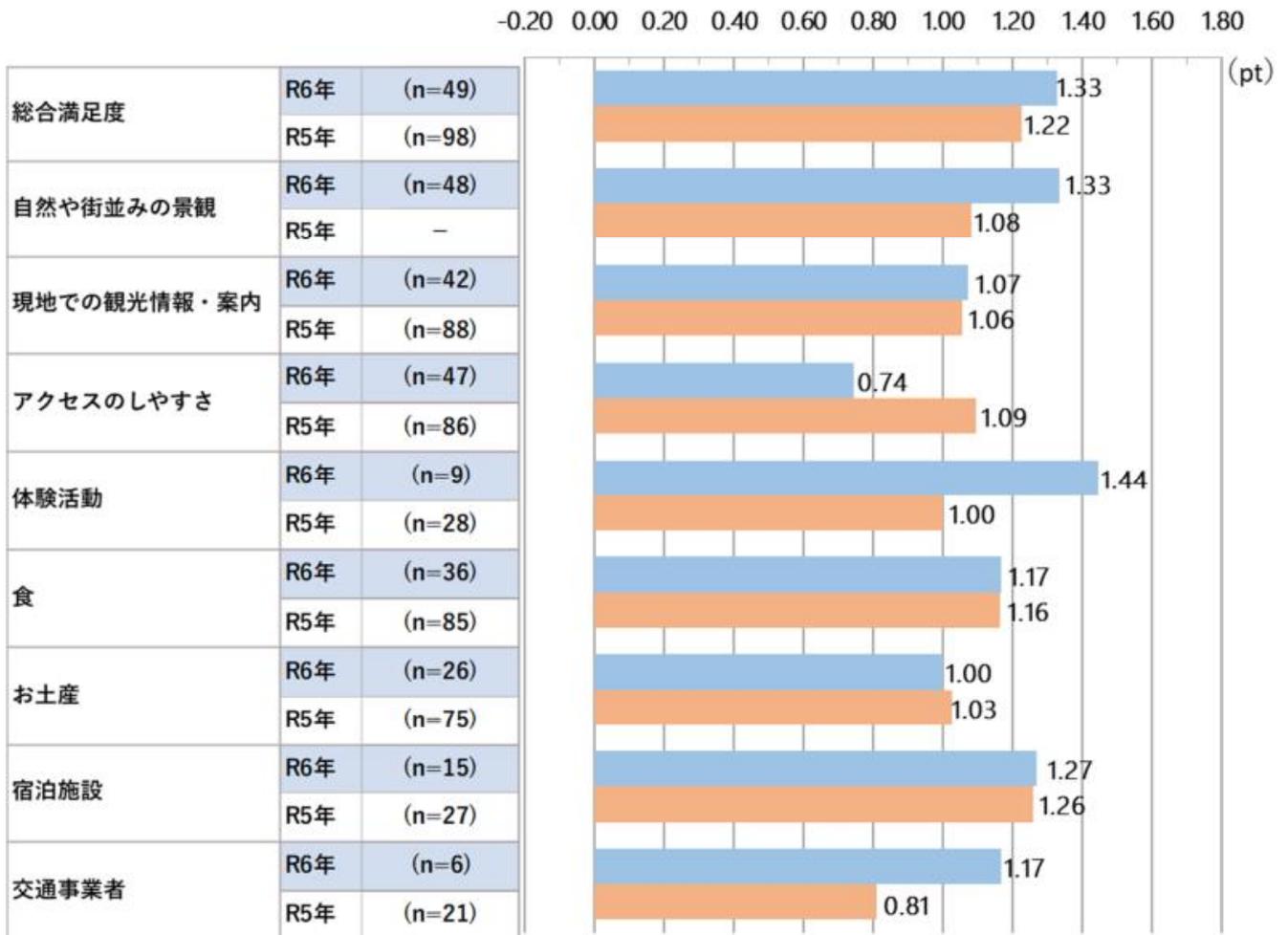


※ R6年度調査の「その他」は体験活動の消費支出を含んでいる

総合満足度は、令和6（2024）年度調査では 1.33 で、令和5（2023）年度調査の 1.22 と比べて 0.11 ポイント増加した。

満足度を項目別にみると、「体験活動」が最も高く、令和6（2024）年度調査では 1.44 で、令和5（2023）年度調査の 1.00 と比べて 0.44 ポイント増加した。

項目別満足度（加重平均値）



v. 関東エリア

① 令和6(2024)年度調査結果

宿泊客(関東エリア)	サンプル数: 61
------------	-----------

お住まいは「茨城県」と「東京都」がともに18.0%で最も多く、次いで「栃木県」が13.1%、「千葉県」と「神奈川県」がともに11.5%であった。
年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く、男性では44.4%、女性では40.6%であった。
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が35.6%で最も多かった。
同行者数は「2人」が55.7%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が37.7%で最も多かった。

お住まい (n=61)



※ 群馬県からの来訪は無かった。

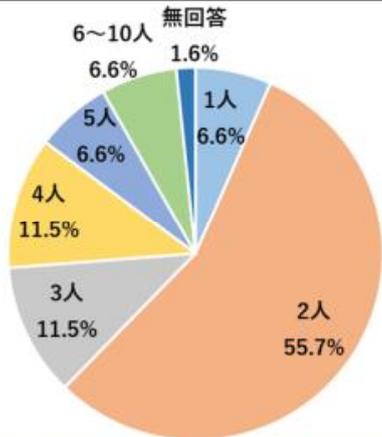
性別・年代別 (n=61)



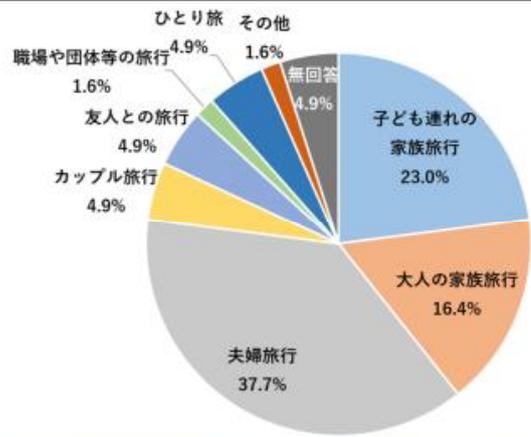
調査地域周辺への来訪回数 (n=59)



同行者数 ※回答者を含む (n=61)

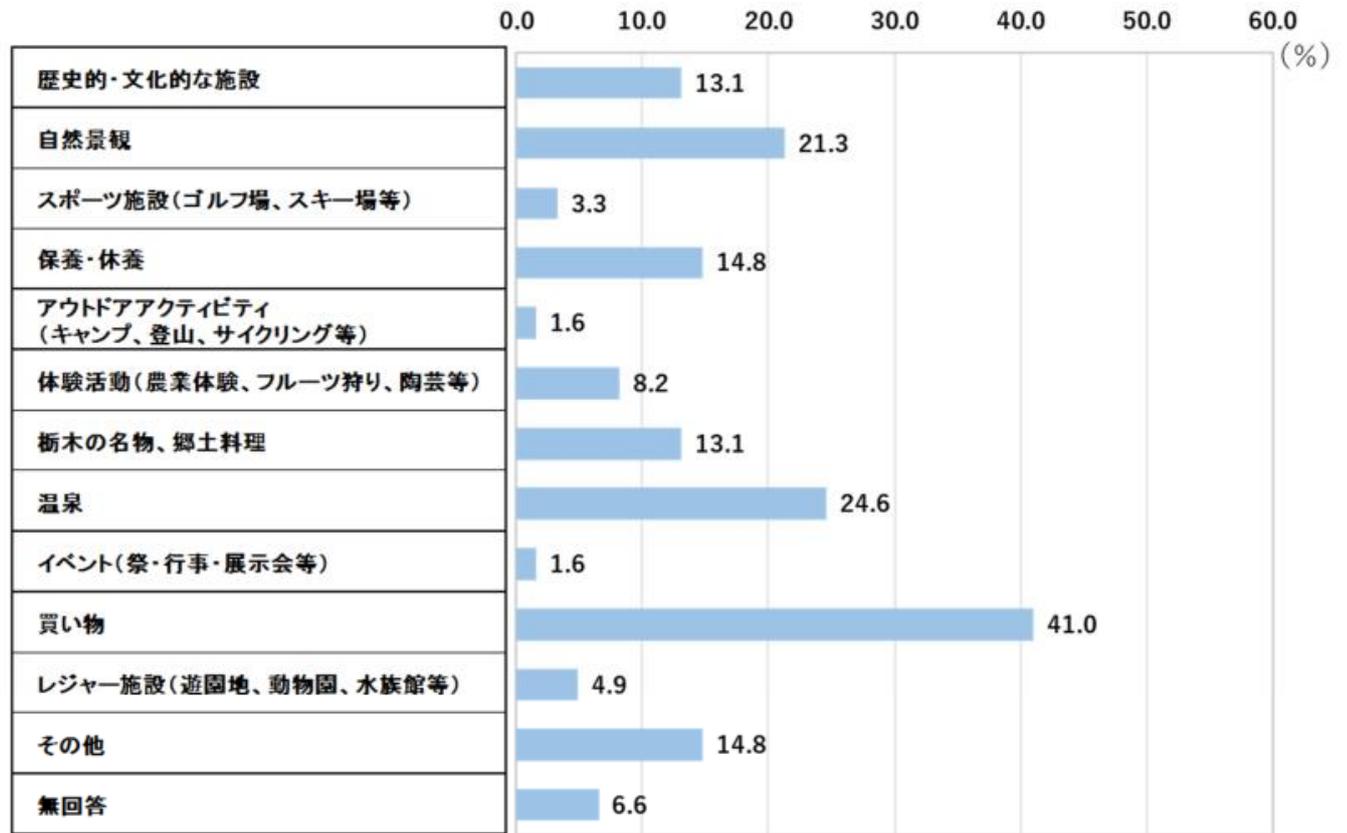


同行者の関係 (n=61)



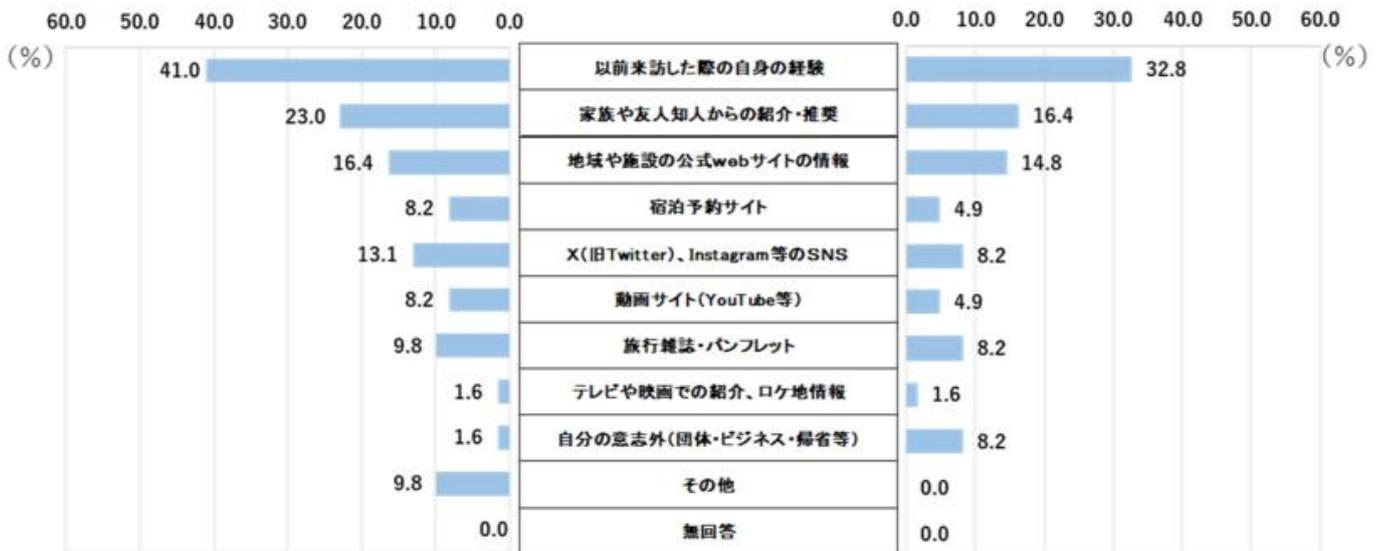
旅行先に選んだ理由は、「買い物」が41.0%で最も多く、次いで「温泉」が24.6%であった。
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が41.0%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が32.8%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=61）



旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=61)

“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=61)

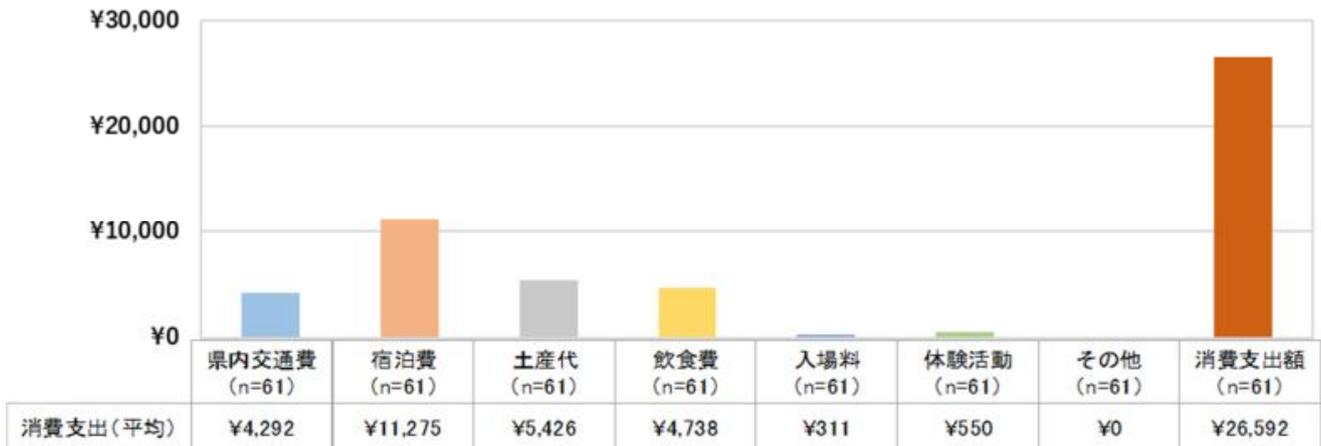


消費支出の平均は、総額で 26,592 円であった。内訳は、「宿泊費」が 11,275 円で最も多く、次いで「土産代」が 5,426 円であった。

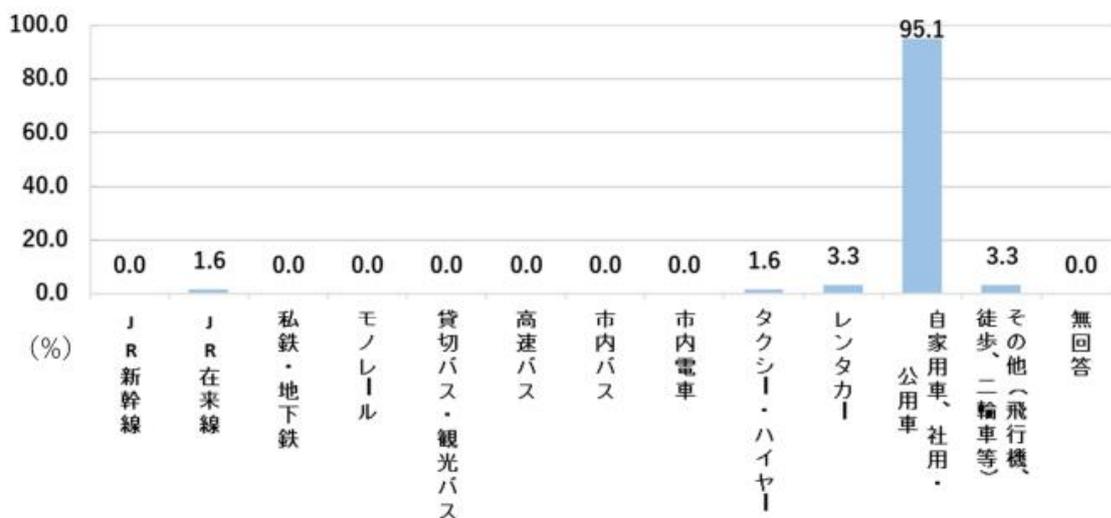
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 95.1%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「道の駅ましこ」と「モビリティリゾートもてぎ」がともに 4 人で最も多く、次いで「道の駅もてぎ」と「二社一寺」と「馬頭温泉郷」がともに 3 人であった。

消費支出（平均）



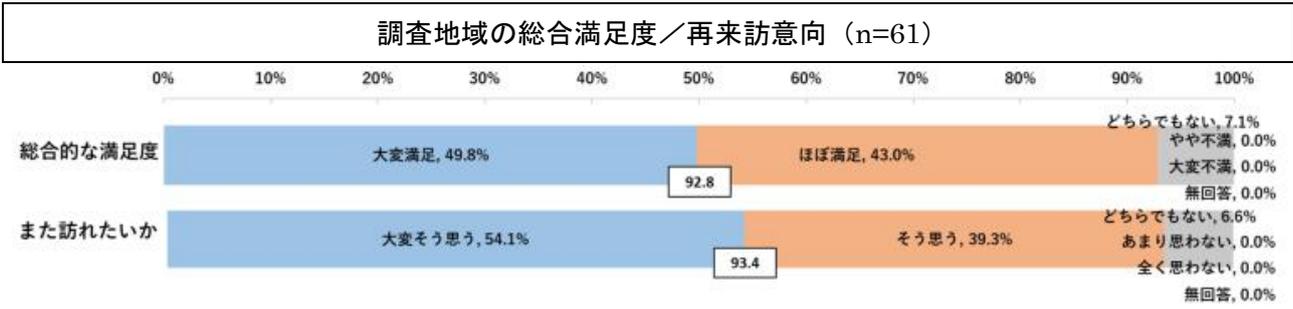
利用交通機関（複数回答）（n=61）



立ち寄り観光施設（n=61）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

県東	鬼怒川温泉(2)	喜連川温泉第1浴場(2)
道の駅ましこ(4)	湯西川温泉(2)	道の駅きつねがわ(1)
モビリティリゾートもてぎ(4)	日光湯元温泉(1)	道の駅ぱとう(1)
道の駅もてぎ(3)	中禅寺湖(1)	ろまんちっく村(1)
井頭公園(1)	那須	県南
益子焼(1)	那須ガーデンアウトレット(2)	道の駅 しもつけ(2)
子ども広場(1)	那須野が原公園(1)	佐野プレミアム・アウトレット(1)
日光	県央	
二社一寺(3)	馬頭温泉郷(3)	

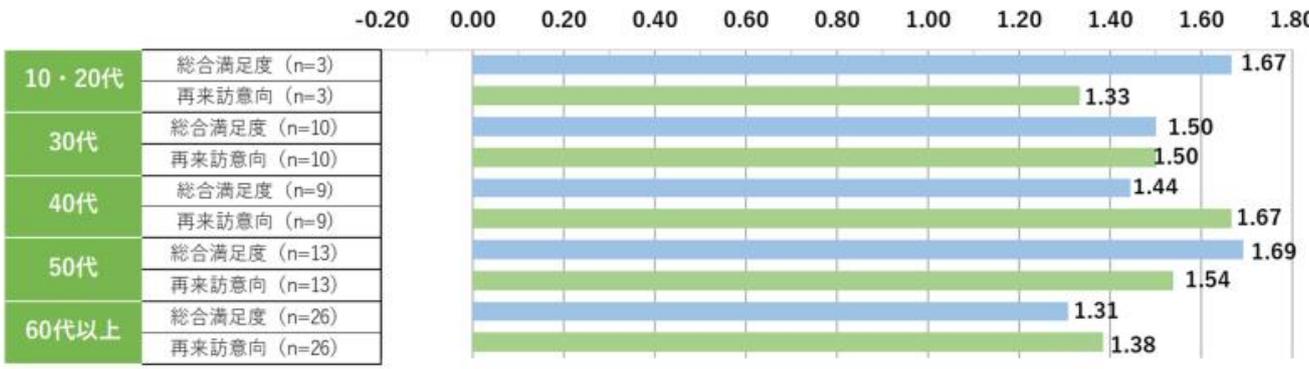
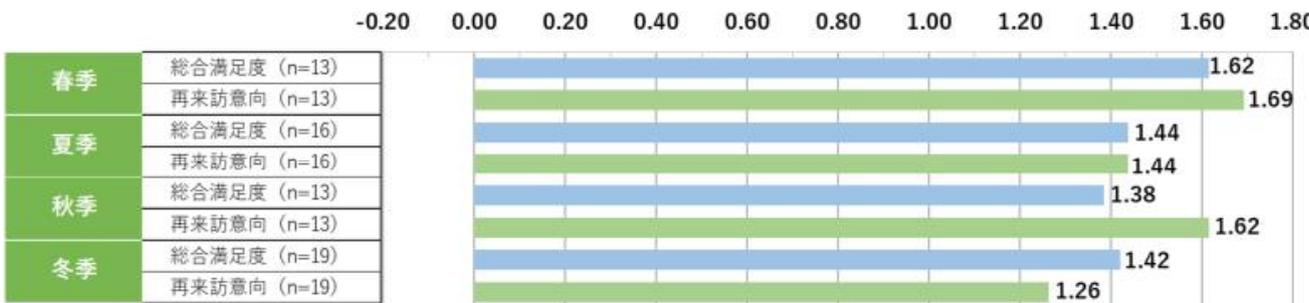
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が92.8%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が93.4%であった。



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.62で最も高く、「秋季」が1.38で最も低かった。また、再来訪意向は「春季」が1.69で最も高く、「冬季」が1.26で最も低かった。
 年代別にみると、総合満足度は「50代」が1.69で最も高く、「60代以上」が1.31で最も低かった。再来訪意向は「40代」が1.67で最も高く、「10・20代」が1.33で最も低かった。

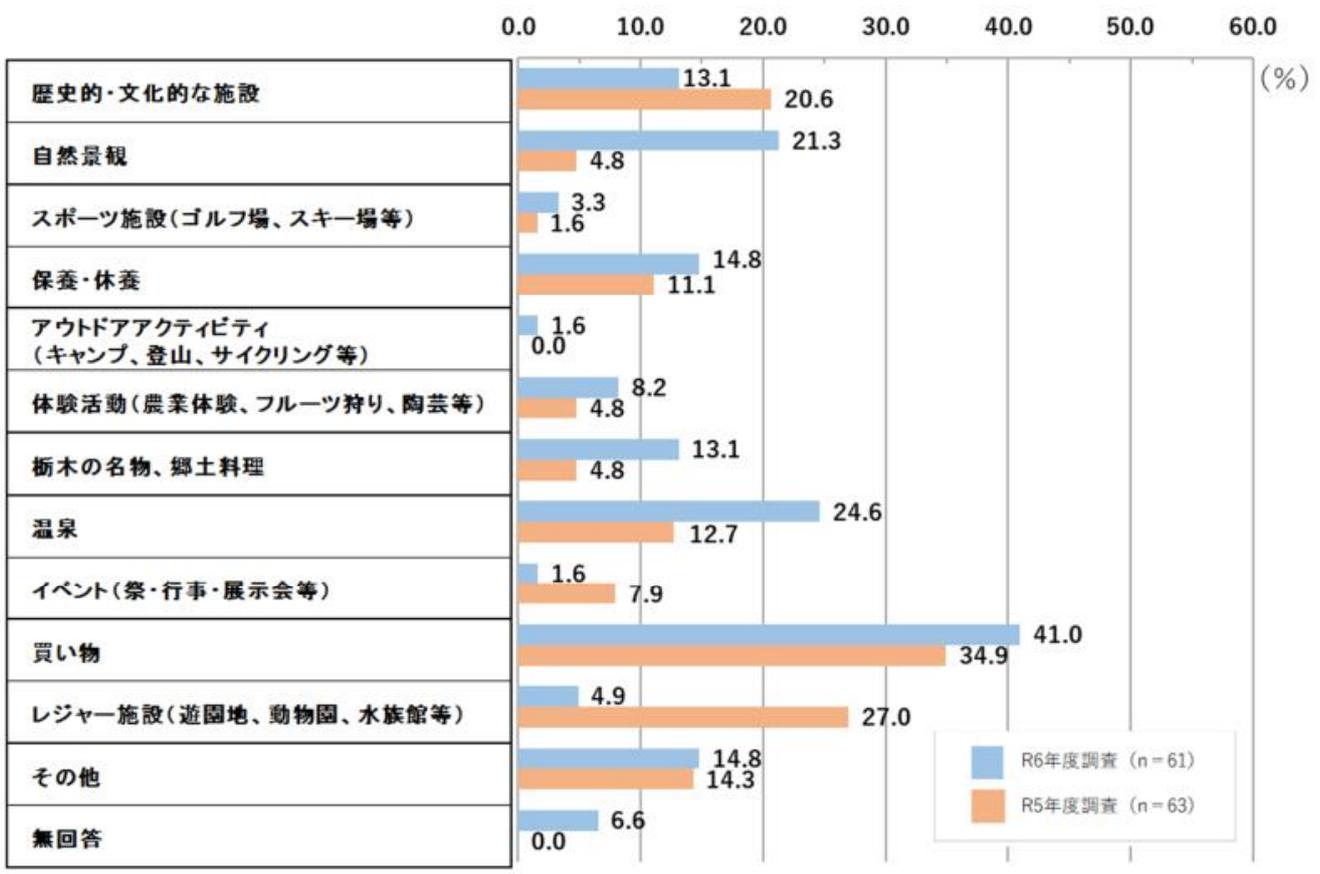
(pt)



②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「買い物」が最も多く、令和6（2024）年度調査では41.0%で、令和5（2023）年度調査の34.9%と6.1ポイント増加した。次いで多い「温泉」は、令和6（2024）年度調査では24.6%で、令和5（2023）年度調査の12.7%と比べて11.9ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



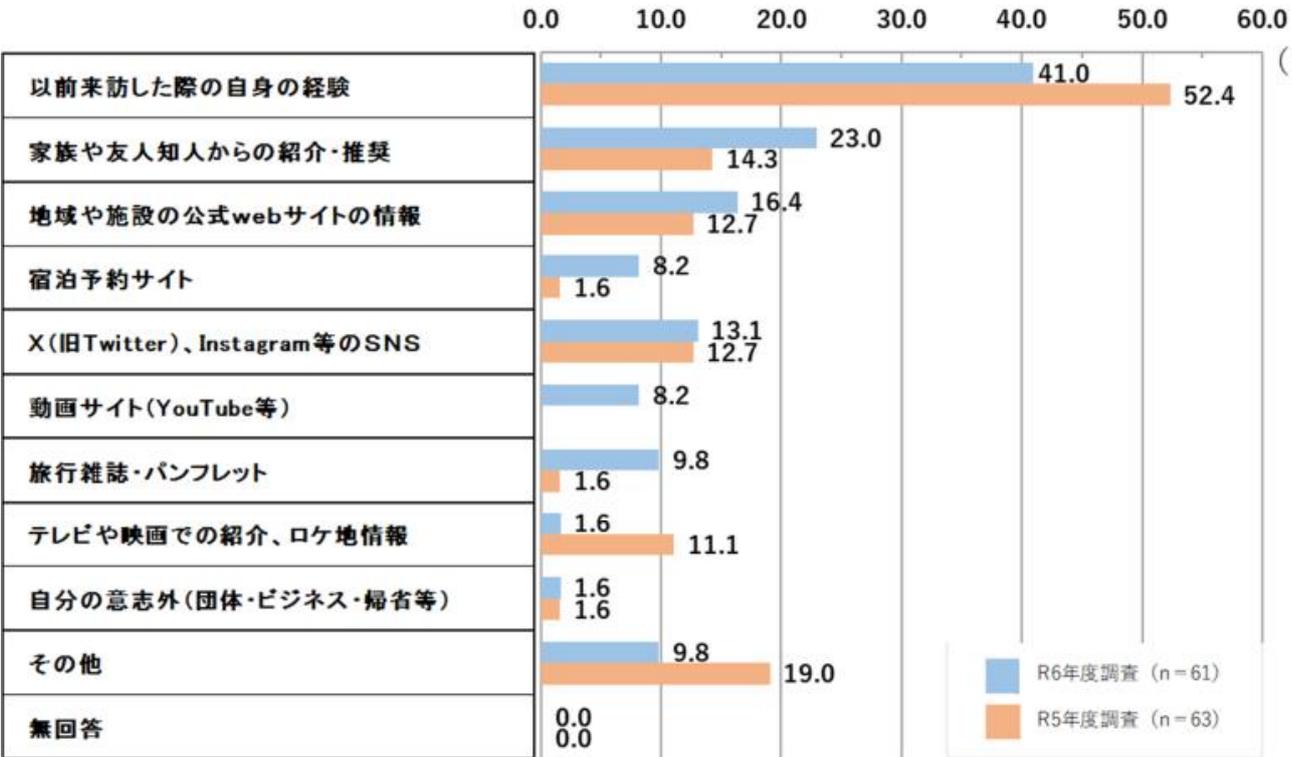
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が最も多く、令和6（2024）年度調査では35.6%で、令和5（2023）年度調査の28.6%と比べて7.0ポイント増加した。次いで多い「5回目以上」は、令和6（2024）年度調査では30.5%で、令和5（2023）年度調査の52.4%と比べて21.9ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和6（2024）年度調査では41.0%で、令和5（2023）年度調査の52.4%と比べて11.4ポイント減少した。次いで多かった「家族や友人知人からの紹介・推奨」は、令和6（2024）年度調査では23.0%で、令和5（2023）年度調査の14.3%と比べて8.7ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和6（2024）年度調査では26,592円で、令和5（2023）年度調査の33,507円と比べて減少した。

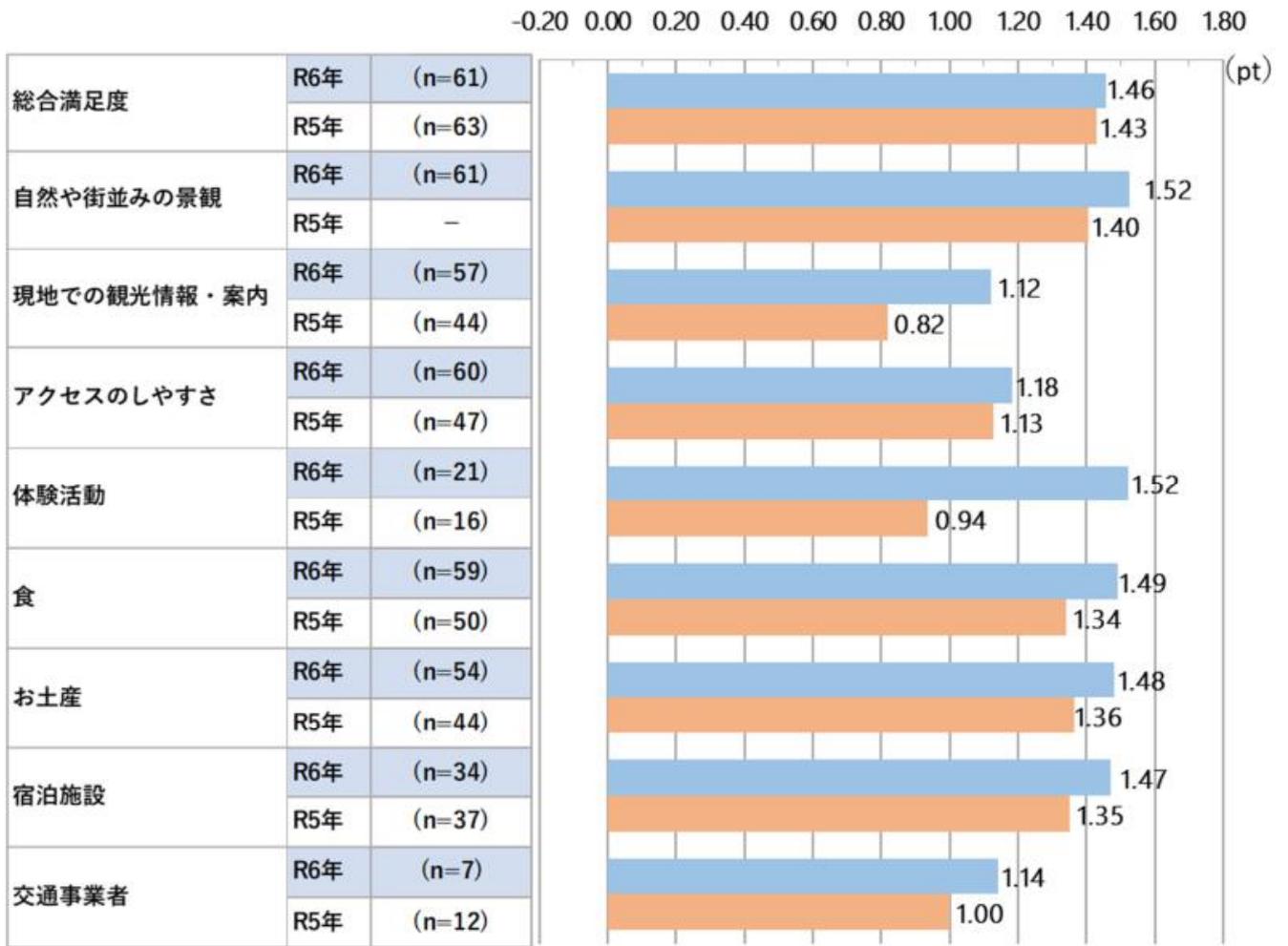
消費支出（総額）



※ R6年度調査の「その他」は体験活動の消費支出を含んでいる

総合満足度は、令和6（2024）年度調査では 1.46 で、令和5（2023）年度調査の 1.43 と比べて 0.03 ポイント増加した。
満足度を項目別にみると、令和6（2024）年度調査では、「自然や街並みの景観」と「体験活動」が 1.52 で最も多く、「体験活動」は、令和5（2023）年度調査の 0.94 と比べて 0.58 ポイント増加した。

項目別満足度（加重平均値）



参考資料 調査票

(回答開始日時： 月 日 時 分)

調査地点ID

令和6(2024)年度 栃木県観光動態調査

ようこそ栃木県へお越しくださいました。今回のご来訪を心から歓迎いたします。
本調査は、県内の観光地をより一層満足いただけるものとしていくために、観光客の皆様の声をお聞かせ
いただくアンケート調査です。
お手数ではございますが、ご協力をお願い申し上げます。

調査実施者：栃木県産業労働観光部観光交流課（電話028-623-3210）

※2人以上でいらしている場合には、どなたかお一人が代表してご記入ください。

※ 欄は具体的にご記入ください。その他は、該当する項目を選択してください。

問1. あなたのお住まい(都道府県・市町村)、性別、年代をお答えください。

お住まい	<input type="text"/>	都・道・府・県	<input type="text"/>	市・町・村	性別	1. 男性 2. 女性
年代	1. 10歳未満	2. 10代	3. 20代	4. 30代	5. 40代	
	6. 50代	7. 60代	8. 70代	9. 80歳以上		

問2. 今回の旅行の栃木県内での滞在時間や宿泊数をお答えください。

・日帰りの方 → 栃木県での滞在時間 時間

・宿泊の方 → 全宿泊数 泊

うち 栃木県内での宿泊数 泊



宿泊地域

1泊目

2泊目

宿泊施設
(宿泊施設の分類は
下表から選択)

【表】宿泊施設の分類

- | | | | |
|---------------|-----------|--------------------------|-----------|
| ①実家や知人・親戚宅 | ②旅館 | ③ホテル | ④ペンション・民宿 |
| ⑤保養所・研修所 | ⑥キャンプ場 | ⑦(キャンプ場以外の)車中泊・交通機関内での宿泊 | |
| ⑧別荘・リゾートマンション | ⑨会員制の宿泊施設 | ⑩その他 | |

問3. 今回の旅行の主要な目的は何ですか。該当するものに○をつけてください。※1つだけ

- | | |
|------------|---------------------|
| 1. ビジネス | 2. 観光 |
| 3. 帰省・知人訪問 | 4. (1~3のどれでもない) その他 |

問4. 問3. で「2. 観光」を選択された方にお伺いします。

現在いらっしゃる地域を旅行先にした理由は何か。該当するものに○をつけてください。※いくつでも

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| 1. 歴史的・文化的な施設 | 2. 自然景観 |
| 3. スポーツ施設(ゴルフ場、スキー場等) | 4. 保養・休養 |
| 5. アウトドアアクティビティ(キャンプ、登山、サイクリング等) | 6. 体験活動(農業体験、フルーツ狩り、陶芸等) |
| 7. 栃木の名物、郷土料理 | 8. 温泉 |
| 9. イベント(祭・行事・展示会等) | 10. 買い物 |
| 11. レジャー施設(遊園地、動物園、水族館等) | 12. その他() |

問5. 今回の旅行の同行者の人数、ご関係についてお答えください。

同行者 人 (※自分を含む)

(該当するものに○をつけてください。※1つだけ)

1. 子ども連れの家族旅行 2. 大人の家族旅行 3. 夫婦旅行 4. カップル旅行
 5. 友人との旅行 6. 職場や団体等の旅行 7. ひとり旅 8. その他

問6. 栃木県への来訪回数、現在いらっしゃる地域への来訪回数についてお答えください。
 該当するものに○をつけてください。※1つだけ

(1) 栃木県への来訪回数 (※栃木県民の方は回答不要です。)

1. 初めて 2. 2回目 3. 3回目 4. 4回目 5. 5回目以上

(2) 現在地周辺への来訪回数 (※周辺住民の方は回答不要です。)

1. 初めて 2. 2回目 3. 3回目 4. 4回目 5. 5回目以上

問7. 今回の旅行で訪れた栃木県内の観光地と移動に用いた交通機関をご記入ください。これから訪問する観光地についても予定をご記入ください。

※観光地は観光地点リストよりご記入ください。(リストにない観光地は自由記述でご記入ください)また、交通機関は下表より番号をお選びください。

○居住地から調査地点まで

○調査地点から居住地まで

【表】交通機関

① J R 新幹線	② J R 在来線	③ 私鉄・地下鉄	④ モノレール	⑤ 貸切バス・観光バス
⑥ 高速バス	⑦ 市内バス	⑧ 市内電車	⑨ タクシー・ハイヤー	
⑩ レンタカー	⑪ 自家用車、社用、公用車	⑫ その他 (飛行機、徒歩、二輪車等)		

問8. 今回の旅行で、栃木県の前に立ち寄った(又は後に立ち寄る予定の)都道府県があればご記入ください。

※交通機関は上表から選択

問9. 今回の旅行の一人当たりの費用(これから使う予定も含めて)を下欄の項目別にご記入ください。

※ 交通費は高速料金やガソリン代や駐車場代を含め、栃木県内分・栃木県外分を分けて記入してください。

※ 今回の旅行がパック旅行である場合、費用が栃木県内分のみか、栃木県外分を含むかを選択してください。

	使用費用	
	栃木県内分	栃木県外分
①交通費	円	円
②宿泊費	円	/
③土産代	円	
④飲食費	円	
⑤入場料	円	
⑥体験活動	円	
⑦その他	円	
⑧パック料金	円	

問10. 現在いらっしゃる地域を選んだ際の情報源は何ですか。該当するものに○をつけてください。※いくつでも

1. 以前来訪した際の自身の経験	2. 家族や友人知人からの紹介・推奨
3. 地域や施設の公式 web サイトの情報	4. 宿泊予約サイト
5. X (旧 Twitter)、Instagram 等の SNS	6. 動画サイト (YouTube 等)
7. 旅行雑誌・パンフレット	8. テレビや映画での紹介、ロケ地情報
9. 自分の意志外 (団体・ビジネス・帰省等)	10. その他 ()

問11. 問10の中で、選んだ“決め手”となったものを1つだけ選んで 内に記入してください。

問12. 実際に訪問されて、現在いらっしゃる地域の以下の項目の満足度はいかがでしたか。※それぞれ1つだけ

		大変良かった	まあまあ良かった	どちらでもない	やや悪かった	非常に悪かった	利用していない 該当しない
観光地について	①自然や街並みの景観	5	4	3	2	1	0
	②現地での観光情報・案内	5	4	3	2	1	0
	③アクセスのしやすさ	5	4	3	2	1	0
	④体験活動	5	4	3	2	1	0
	⑤食	5	4	3	2	1	0
	⑥お土産	5	4	3	2	1	0
サービス おもてなし・	⑦宿泊施設	5	4	3	2	1	0
	⑧交通事業者 (バス・タクシーなど)	5	4	3	2	1	0

問13. 実際に訪問されて、現在いらっしゃる地域の総合的な満足度はいかがでしたか。※1つだけ

大変満足	ほぼ満足	どちらでもない	やや不満	大変不満
5	4	3	2	1

問14. 現在いらっしゃる地域へまた訪れたいと思いますか。※1つだけ

大変そう思う	そう思う	どちらでもない	あまり思わない	全く思わない
5	4	3	2	1

問15. 自由記述欄

(ご意見等ございましたら、こちらにお願いいたします。)

(回答終了日時： 月 日 時 分)

☆☆ アンケートは以上です。御協力ありがとうございました。☆☆