

平成 29 年度
栃木県観光動態調査

報告書

平成 30 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
2.調査報告書の見方	3
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平成29年度調査結果.....	8
②過去調査との比較	15
(2)エリア別	18
i.那須エリア	18
ii.日光エリア	25
iii.県央エリア	32
iv.県東エリア	39
v.県南エリア	46
2.宿泊客.....	53
(1)県全体.....	53
①平成29年度調査結果.....	53
②過去調査との比較	60
(2)エリア別	64
i.那須エリア	64
ii.日光エリア	71
iii.県央エリア	78
iv.県東エリア	86
v.県南エリア	93

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、栃木県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（土日祝日から1日）

調査地点：

エリア	調査観光地点名
那須エリア 計3カ所	①道の駅那須高原友愛の森
	②那須ガーデンアウトレット
	③アグリパル塩原
日光エリア 計3カ所	④二社一寺（日光東照宮）
	⑤華厳ノ滝（県営華厳第2駐車場）
	⑥東武ワールドスクウェア
県央エリア 計3カ所	⑦道の駅うつのみや ろまんちっく村
	⑧道の駅きつれがわ
	⑨道の駅ばとう
県東エリア 計3カ所	⑩道の駅「もてぎ」
	⑪陶芸メッセ・益子
	⑫道の駅はが
県南エリア 計3カ所	⑬足利学校
	⑭佐野プレミアム・アウトレット
	⑮岩下の新生姜ミュージアム

②調査対象

調査地点に訪れる全ての方（日本人のみ）

③調査時期

第1回：平成29年6月

第2回：平成29年9月

第3回：平成29年12月

第4回：平成30年2月

(3) アンケート回答状況

有効サンプル数：3,665 票

	第一回調査	第二回調査	第三回調査	第四回調査	合計
観光地点調査	905 件	927 件	917 件	916 件	3,665 件

①調査地点別回収結果

エリア	調査観光地点名	回収数	合計
那須エリア	①道の駅那須高原友愛の森	239	730
	②那須ガーデンアウトレット	244	
	③アグリパル塩原	247	
日光エリア	④二社一寺（日光東照宮）	244	736
	⑤華厳ノ滝（県営華厳第2駐車場）	248	
	⑥東武ワールドスクウェア	244	
県央エリア	⑦道の駅うつのみや ろまんちっく村	236	718
	⑧道の駅きつれがわ	246	
	⑨道の駅ばとう	236	
県東エリア	⑩道の駅「もてぎ」	243	730
	⑪陶芸メッセ・益子	240	
	⑫道の駅はが	247	
県南エリア	⑬足利学校	245	751
	⑭佐野プレミアム・アウトレット	253	
	⑮岩下の新生姜ミュージアム	253	

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。

- ・ 那須、日光、県央、県東、県南の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
那須エリア	①道の駅那須高原友愛の森	那須町
	②那須ガーデンアウトレット	那須塩原市
	③アグリパル塩原	
日光エリア	④二社一寺（日光東照宮）	日光市
	⑤華厳ノ滝（県営華厳第2駐車場）	
	⑥東武ワールドスクウェア	
県央エリア	⑦道の駅うつのみや ろまんちっく村	宇都宮市
	⑧道の駅きつれがわ	さくら市、高根沢町、那珂川町 那須烏山市
	⑨道の駅ばとう	那珂川町、那須烏山市
県東エリア	⑩道の駅「もてぎ」	真岡市、芳賀町、市貝町、益子町、茂木町
	⑪陶芸メッセ・益子	益子町
	⑫道の駅はが	真岡市、芳賀町、市貝町、益子町、茂木町
県南エリア	⑬足利学校	足利市
	⑭佐野プレミアム・アウトレット	佐野市
	⑮岩下の新生姜ミュージアム	栃木市

(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、および福島県を表示、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、および年代を集計。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
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」を離れるまで時間を集計。なお区分は以下の6区分。 2時間未満 2時間以上～4時間未満 4時間以上～6時間未満 6時間以上～8時間未満 8時間以上～10時間未満 10時間以上
宿泊旅程	県全体	宿泊の種類を集計。なお区分は次の2区分。 県内のみの宿泊 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5区分。 1施設、2施設、3施設、4施設、5施設以上
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15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、二回目、三回目、四回目、五回目以上
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2〉の区分のとおり。
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）。

集計項目	集計方法	備考
立ち寄り 観光施設数	県全体	<p>選択肢で示した交通機関を、利用したかしないかを集計。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。</p> <p>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。</p> <p>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様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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>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。</p>
立ち寄り 観光施設	エリア別	<p>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。</p>
旅行先に選んだ 情報源	県全体 エリア別	<p>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13区分（具体的な項目は調査票参照）。</p>
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	<p>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13区分（具体的な項目は調査票参照）。</p>
消費支出（平均）	県全体 エリア別	<p>栃木県内で消費した支出の総額およびその内訳を集計。</p> <p>内訳として表示する項目は以下の6項目。 県内交通費、宿泊費、土産代、飲食代、入場料、その他</p> <p>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。</p> <p>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。 交通費総額のみ回答の場合：居住県より県内外の距離を按分し集計。</p>
調査地域の総合満足度／再来訪意向	県全体 エリア別	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>※「県全体」ではグラフの下に各項目の加重平均を表示。</p> <p>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</p>

第1章 調査の概要

2. 報告書の見方

		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。
--	--	---

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15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。
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) 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	3,665	2,386	1,188
那須エリア	730	328	376
日光エリア	736	240	471
県央エリア	718	580	127
県東エリア	730	651	72
県南エリア	751	587	142

※日帰り・宿泊客(県内)について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

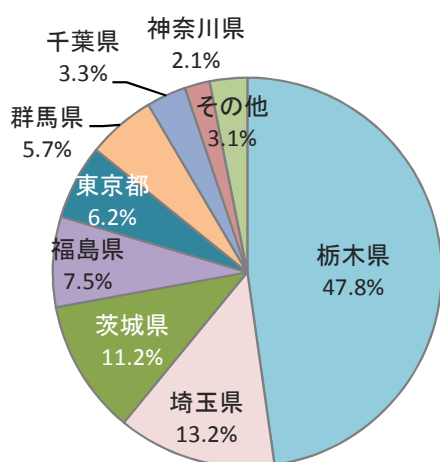
(1) 県全体

① 平成29年度調査結果

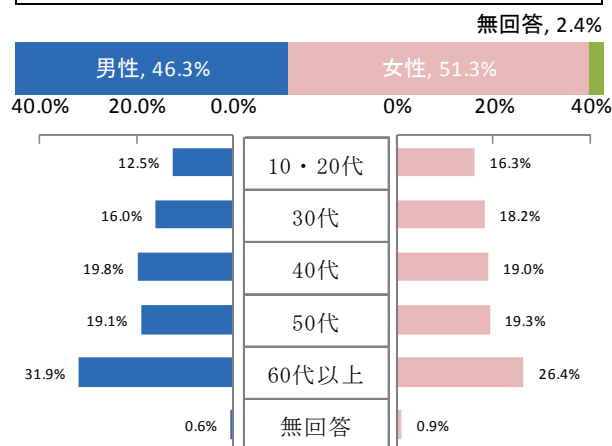
お住まいは「栃木県」が47.8%で最も多く、次いで「埼玉県」が13.2%、「茨城県」が11.2%であった。性別は、「男性」が46.3%、「女性」が51.3%であった。

年代は、男性は「60代以上」が31.9%で最も多く、女性も「60代以上」が26.4%で最も多かった。

お住まい (n=2386)



性別・年代 (n=2386)

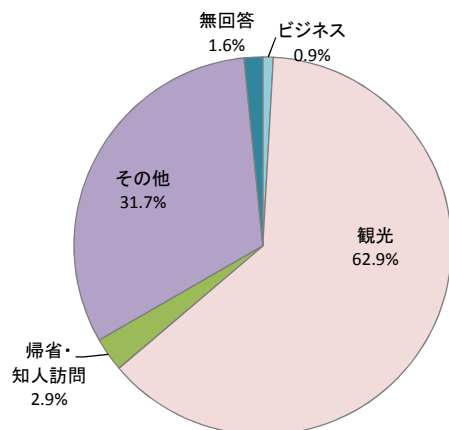


年代別については性別または年代が無回答のものは除外して集計

しており、ここでの無回答は性別・年代ともに無回答の割合を指す。

旅行の主要目的は、「観光」が62.9%と6割を超えた。

旅行の主要目的 (n=2386)

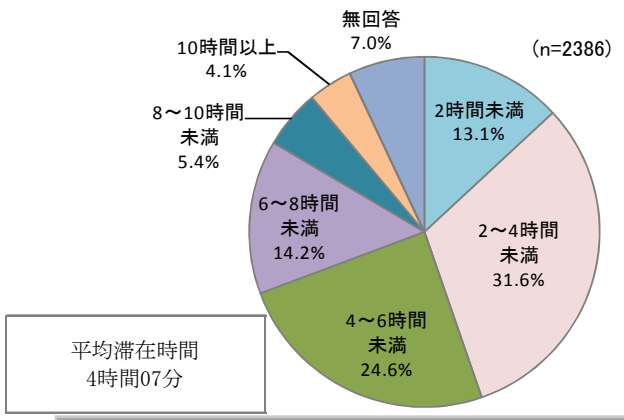


栃木県での滞在時間は、県全体では、「2時間以上4時間未満」が31.6%で最も多く、次いで「4時間以上6時間未満」が24.6%で、2時間以上6時間未満で56.2%となった。平均滞在時間は4時間07分。

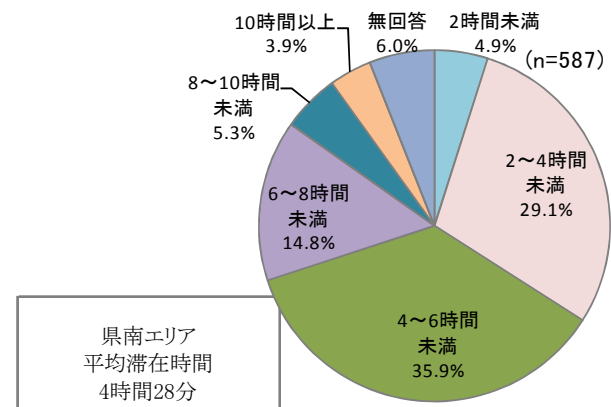
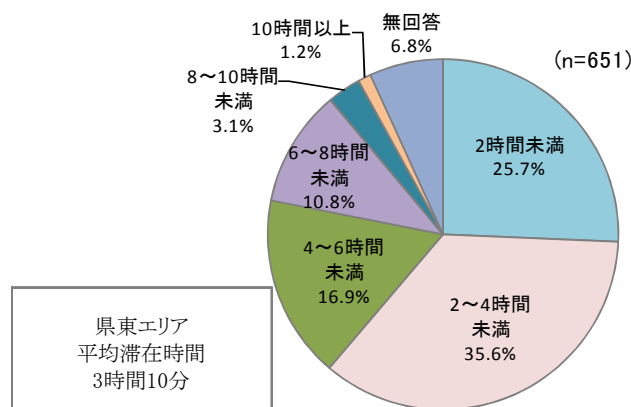
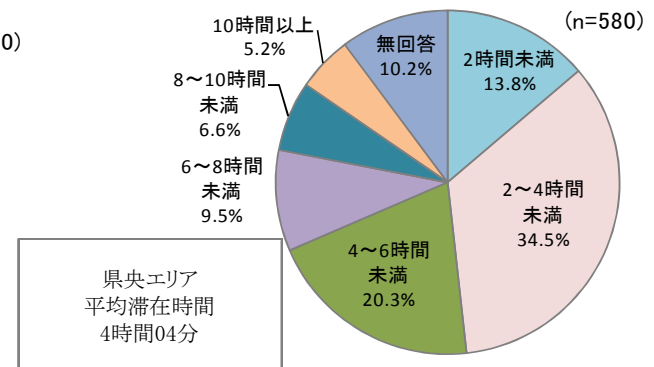
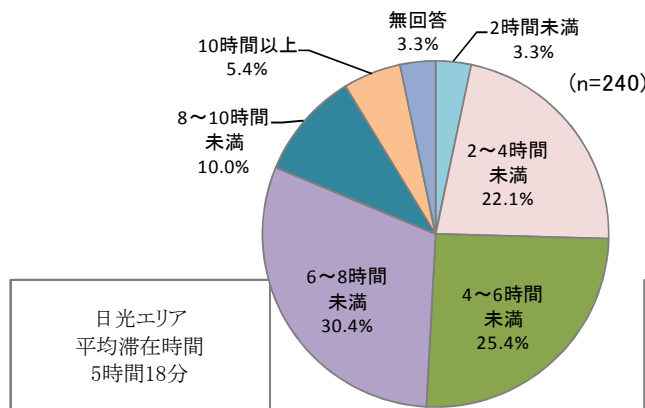
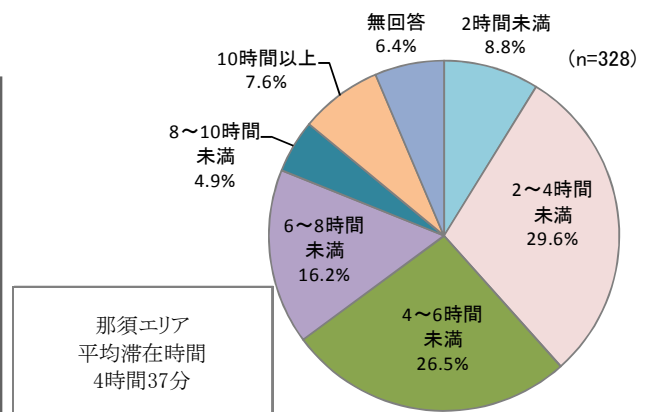
エリアごとに見ると、日光が5時間18分で最も長く、県東が3時間10分で最も短かった。「2時間未満」が県東で25.7%と他のエリアに比べて多い。また、「10時間以上」が那須で7.6%と他のエリアに比べて多かった。

栃木県での滞在時間 (n=2386)

【県全体】



【エリア別】

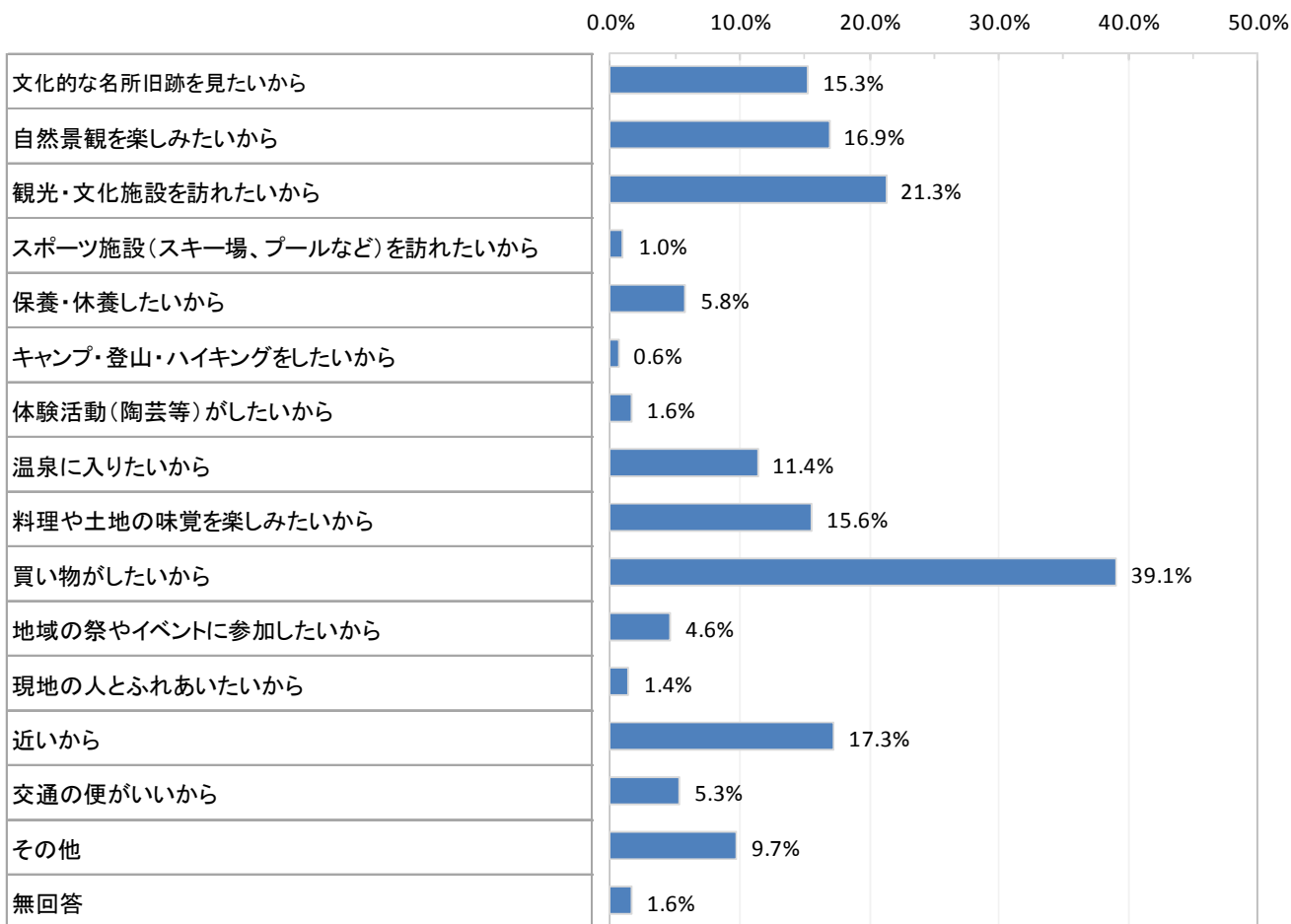


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (1) 県全体

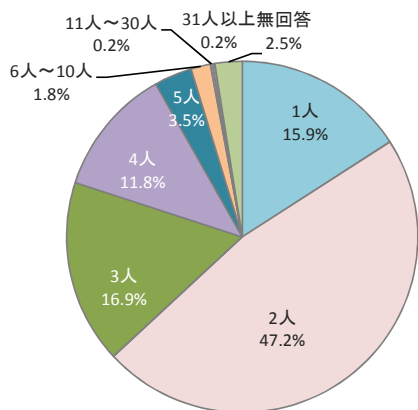
旅行先に選んだ理由は、「買い物がしたいから」が39.1%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が21.3%、「近いから」が17.3%、「自然景観を楽しみたいから」が16.9%であった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=2386）

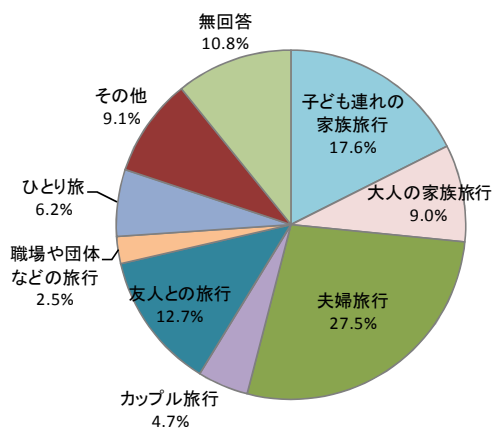


回答者を含む同行者数は、「2人」が47.2%で最も多く、次いで「3人」が16.9%、「1人」が15.9%であった。
 同行者の関係は、「夫婦旅行」が27.5%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が17.6%、「友人との旅行」が12.7%、「大人の家族旅行」が9.0%であった。

同行者数 ※回答者を含む（n=2386）

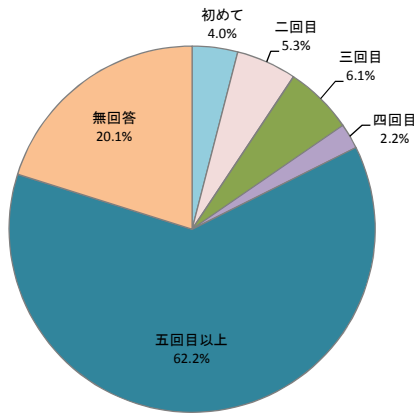


同行者の関係（n=2386）



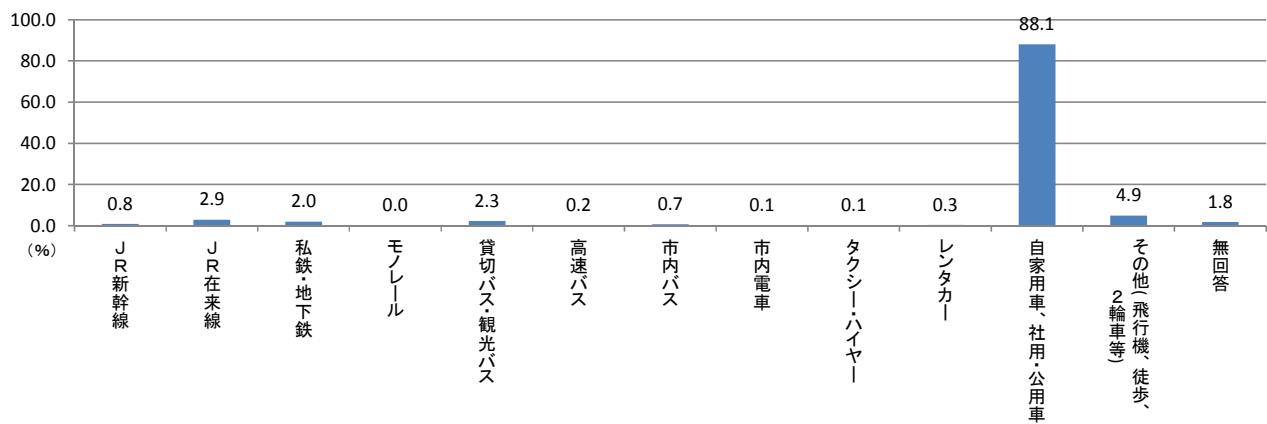
県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」が62.2%と6割を超えた。一方、「初めて」は4.0%であった。

県外客の栃木県への来訪回数 (n=1245)



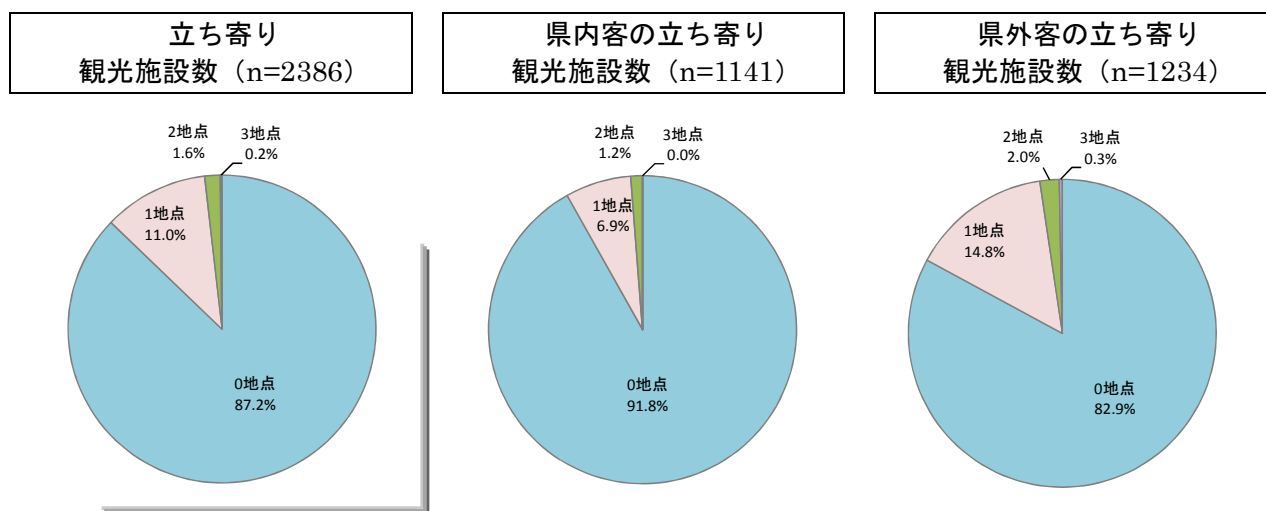
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が88.1%で大半を占めた。その他の交通機関としては「その他（飛行機、徒歩、2輪車等）」が4.9%、「JR在来線」が2.9%、「貸切バス・観光バス」が2.3%であった。

利用交通機関（複数回答） (n=2386)



1. 日帰り客 (1) 県全体

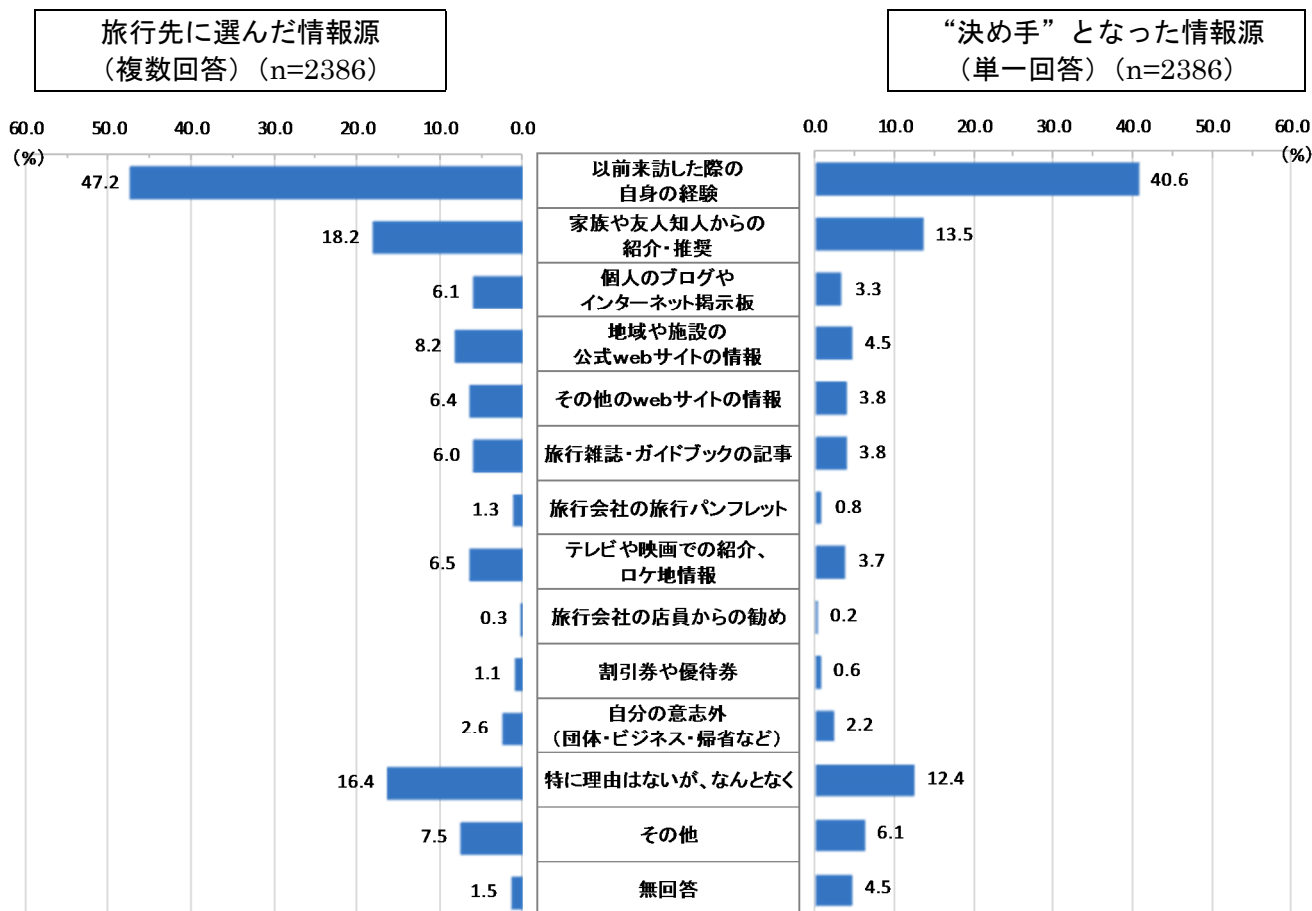
立ち寄り観光施設は、「0地点（調査地点以外立ち寄りなし）」が87.2%で最も多く、次いで「1地点」が11.0%であった。調査地点も含め1地点～2地点が9割を超えた。



※居住都道府県について無回答が11件あったため、県内客と県外客の和は2386件と一致しない。

旅行先を選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が47.2%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が18.2%であった。

“決め手”となった情報源も、旅行先を選んだ情報源とほぼ同様の傾向で、「以前来訪した際の自身の経験」が40.6%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が13.5%であった。



旅行先を選んだ“決め手”となった情報源 年代別

※全体で回答数の多い順（「その他」「無回答」を除く）

NO.	全体(n=2386)	
1	以前来訪した際の自身の経験	40.6
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	13.5
3	地域や施設の公式webサイトの情報	4.5
4	その他のwebサイトの情報	3.8
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	3.8
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.7
7	個人のブログやインターネット掲示板	3.3
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.2
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.8
10	割引券や優待券	0.6
11	旅行会社の店員からの勧め	0.2
12	特に理由はないが、なんとなく	12.4

NO.	10・20代(n=341)	
1	以前来訪した際の自身の経験	34.9
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	20.2
3	地域や施設の公式webサイトの情報	6.7
4	その他のwebサイトの情報	5.9
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	5.0
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	2.1
7	個人のブログやインターネット掲示板	2.9
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	1.5
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.0
10	割引券や優待券	0.3
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	特に理由はないが、なんとなく	12.3

NO.	30代(n=409)	
1	以前来訪した際の自身の経験	40.8
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	13.4
3	地域や施設の公式webサイトの情報	4.4
4	その他のwebサイトの情報	4.4
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	2.9
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.7
7	個人のブログやインターネット掲示板	3.7
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.2
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.2
10	割引券や優待券	0.2
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	特に理由はないが、なんとなく	12.2

NO.	40代(n=455)	
1	以前来訪した際の自身の経験	33.8
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	13.2
3	地域や施設の公式webサイトの情報	4.4
4	その他のwebサイトの情報	4.4
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	4.0
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.5
7	個人のブログやインターネット掲示板	4.8
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.0
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.4
10	割引券や優待券	1.5
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	特に理由はないが、なんとなく	16.5

NO.	50代(n=462)	
1	以前来訪した際の自身の経験	39.0
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	12.8
3	地域や施設の公式webサイトの情報	5.4
4	その他のwebサイトの情報	4.5
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	3.7
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.5
7	個人のブログやインターネット掲示板	4.5
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.2
9	旅行会社の旅行パンフレット	2.2
10	割引券や優待券	0.6
11	旅行会社の店員からの勧め	0.2
12	特に理由はないが、なんとなく	10.0

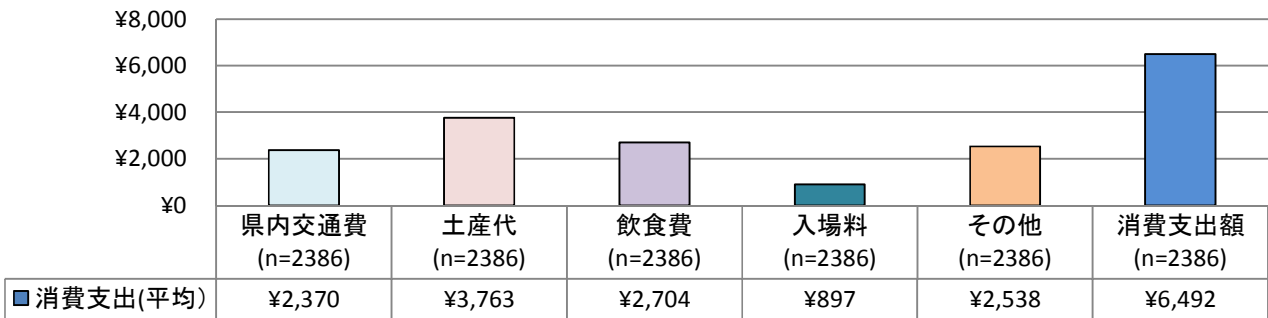
NO.	60代(n=693)	
1	以前来訪した際の自身の経験	49.4
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	10.5
3	地域や施設の公式webサイトの情報	3.0
4	その他のwebサイトの情報	1.3
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	3.5
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.0
7	個人のブログやインターネット掲示板	1.4
8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.7
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.7
10	割引券や優待券	0.3
11	旅行会社の店員からの勧め	0.6
12	特に理由はないが、なんとなく	11.5

第2章 観光客調査 調査結果

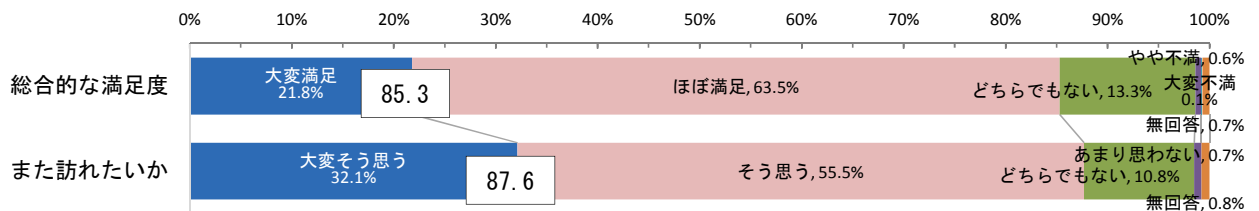
1. 日帰り客 (1) 県全体

日帰り客一人当たりの消費支出の平均は、総額で 6,492 円であった。
内訳は、「土産代」が 3,763 円で最も多く、次いで「飲食費」が 2,704 円であった。

消費支出 (平均)

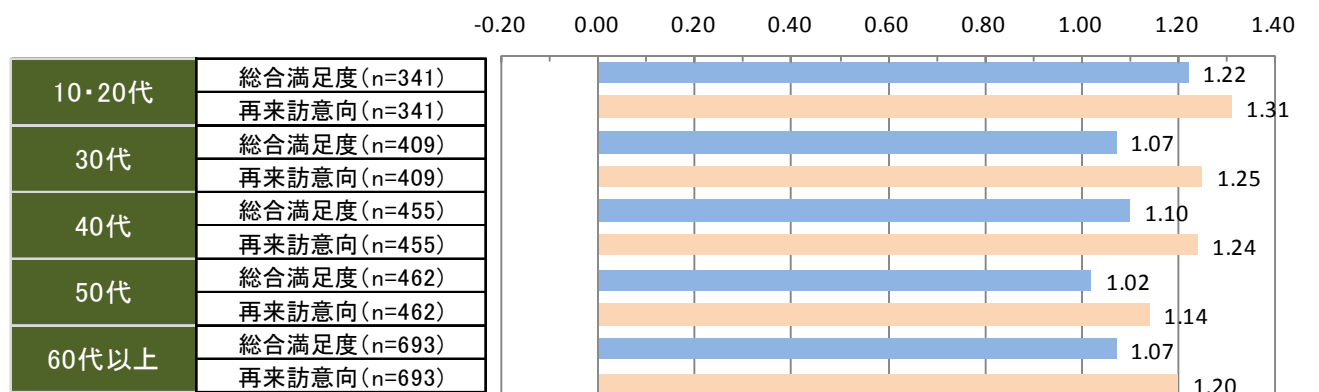
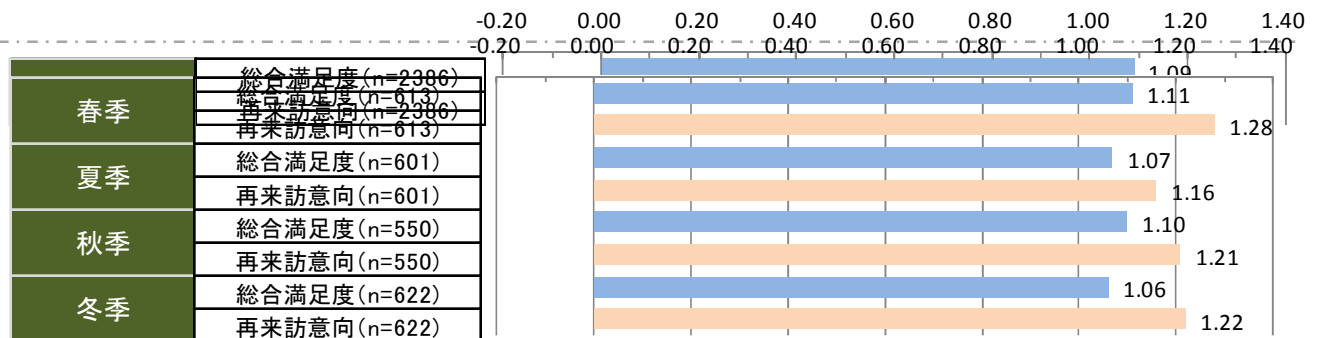


調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=2386)



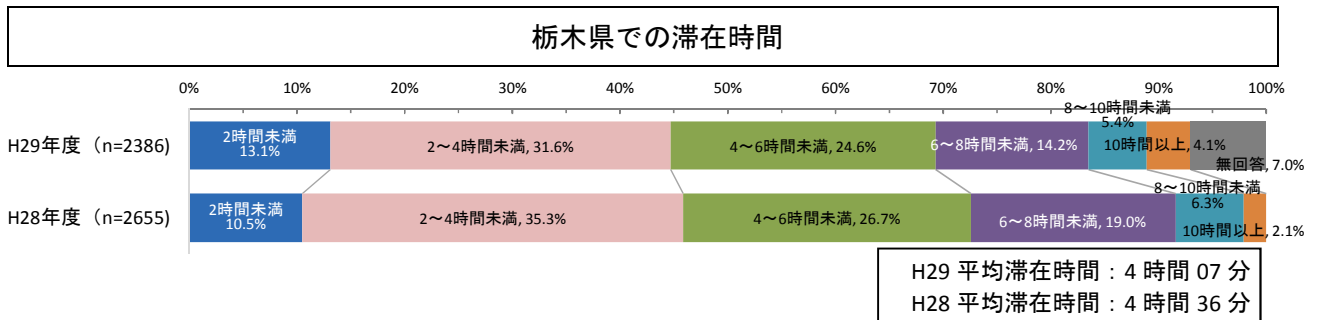
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「春季」が 1.11 で最も高かった。再来訪意向についても「春季」が 1.28 で最も高かった。
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が 1.22 で最も高かった。また、再来訪意向も、「10・20代」が 1.31 で最も高かった。

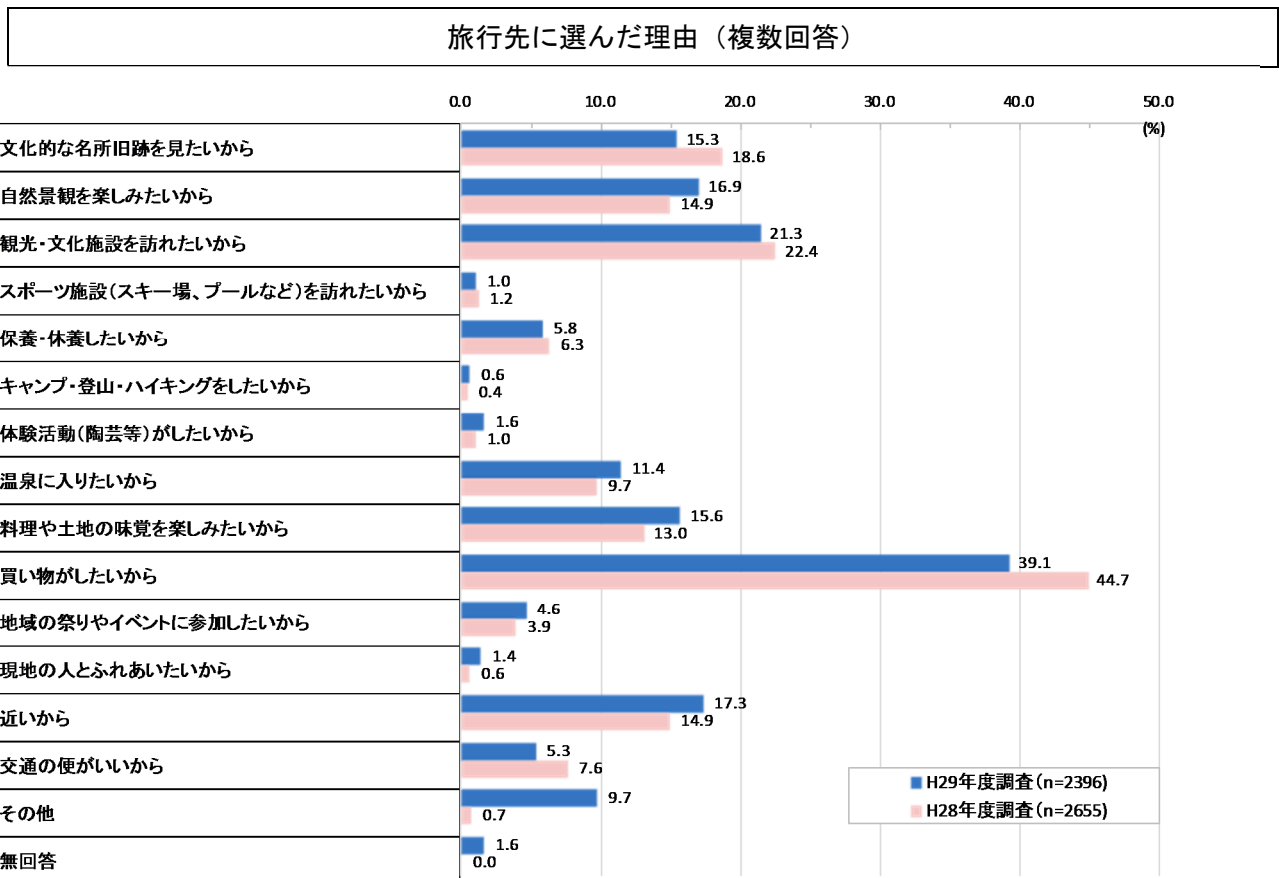


②過去調査との比較

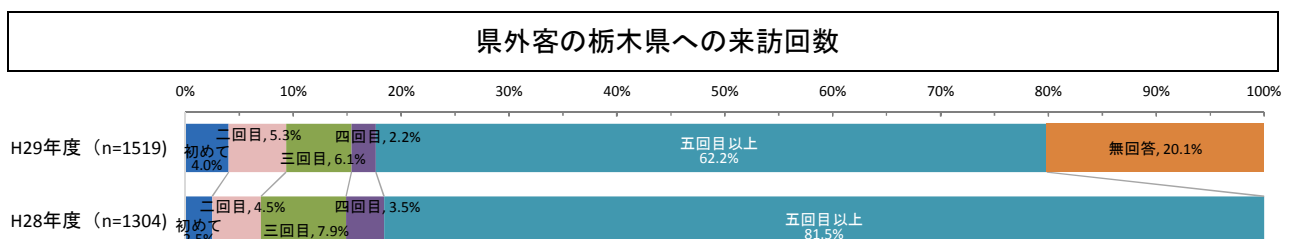
栃木県での滞在時間は、「2 時間未満」が平成 28 年度調査では 10.5%であったが、平成 29 年度調査では 13.1%と 2.6 ポイント増加した。一方、6 時間以上の長時間滞在者の割合は平成 28 年度調査と比較して減少した。平均滞在時間は、平成 28 年度調査では 4 時間 36 分であったが、平成 29 年度調査では 4 時間 07 分と減少した。



旅行先に選んだ理由は、平成 28 年度の調査同様「買い物がしたいから」が最も多く 39.1%であった。次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が 21.3%となった。「料理や土地の味覚を楽しみたいから」は 2.6 ポイント、「温泉に入りたいから」は 1.7 ポイント平成 28 年度と比べ増加している。



県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」が平成 28 年度の調査では 81.5%であったが、平成 29 年度調査では 62.2%と 19.3 ポイント減少した。一方「初めて」が平成 28 年度の調査では 2.5%であったが、平成 29 年度調査では 4.0%と 1.5 ポイント増加した。

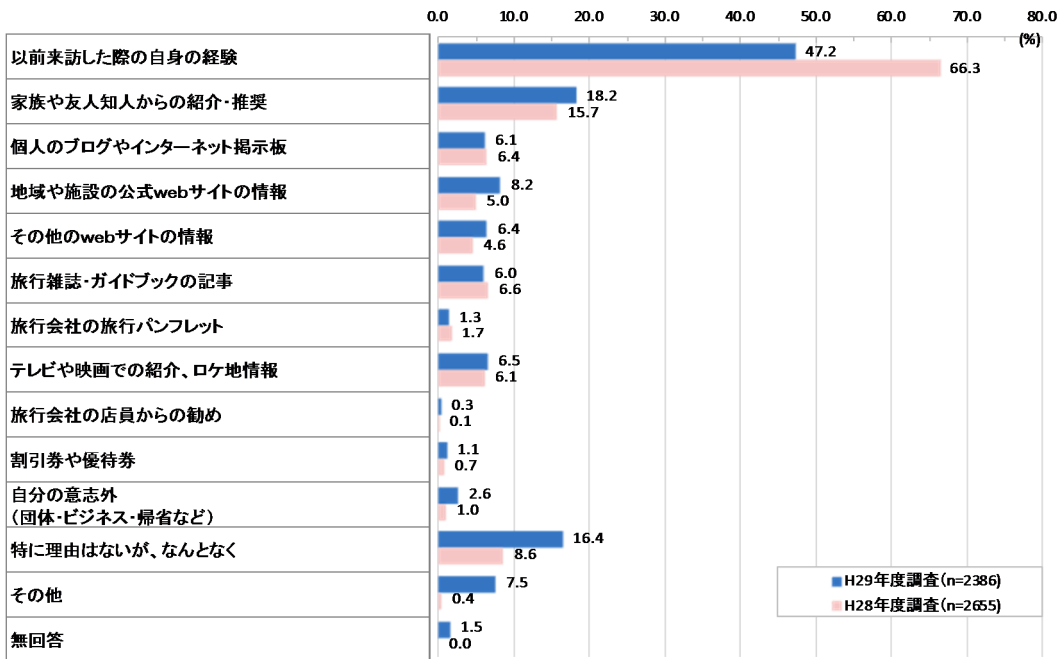


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (1) 県全体

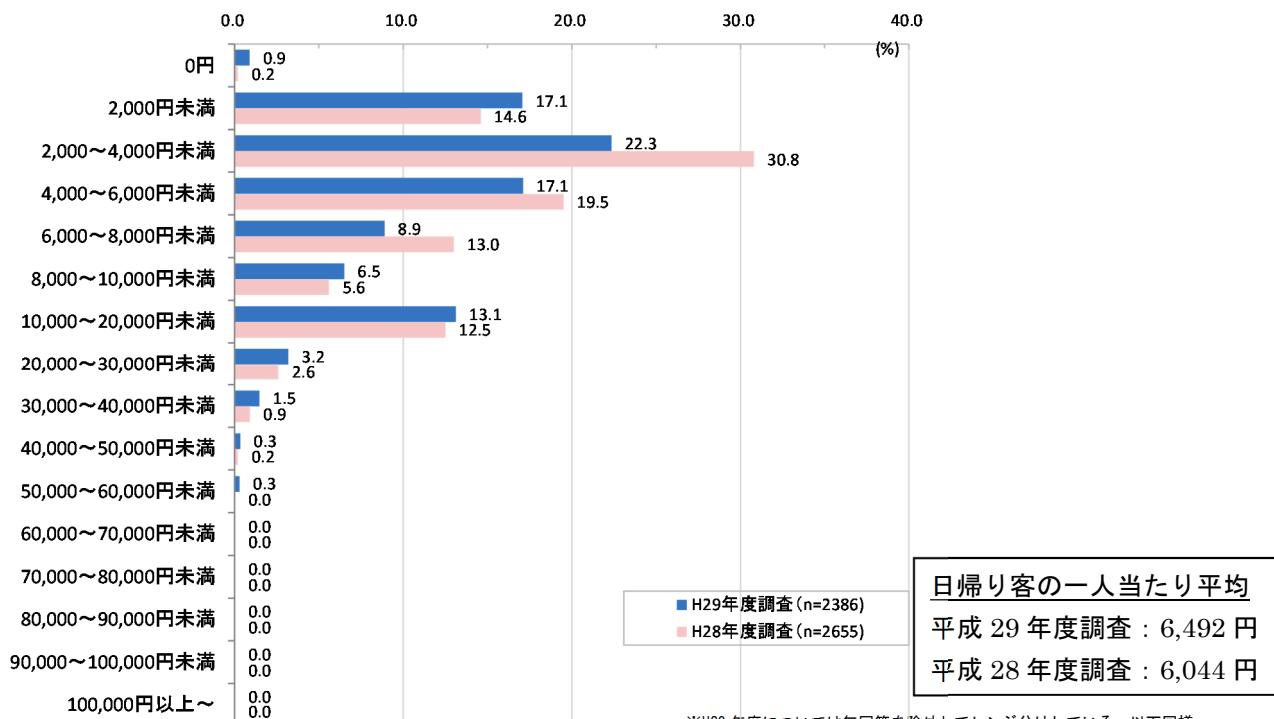
旅行先に選んだ情報源は、平成 28 年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く 66.3%であったが、平成 29 年度調査では 47.2%と 19.1 ポイント減少した。一方、「地域や施設の公式 web サイトの情報」は平成 28 年度調査では 5.0%であったが、平成 29 年度調査では 8.2%と 3.2 ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、「2,000～4,000 円未満」は平成 28 年度調査の 30.8%に対し、平成 29 年度は 22.3%で 8.5 ポイント減少した。一方、「2,000 円未満」は平成 28 年度調査の 14.6%に対し、平成 29 年度調査では 17.1%で 2.5 ポイント増加、「8,000～10,000 円未満」も平成 28 年度調査の 5.6%に対し、平成 29 年度調査では 6.5%で 0.9 ポイント増加、「10,000～20,000 円未満」も平成 28 年度調査の 12.5%に対し、平成 29 年度調査では 13.1%で 0.6 ポイント増加した。日帰り客の一人当たり平均は、平成 28 年度調査では 6,044 円であったが、平成 29 年度調査では 6,492 円と増加した。

消費支出（総額）

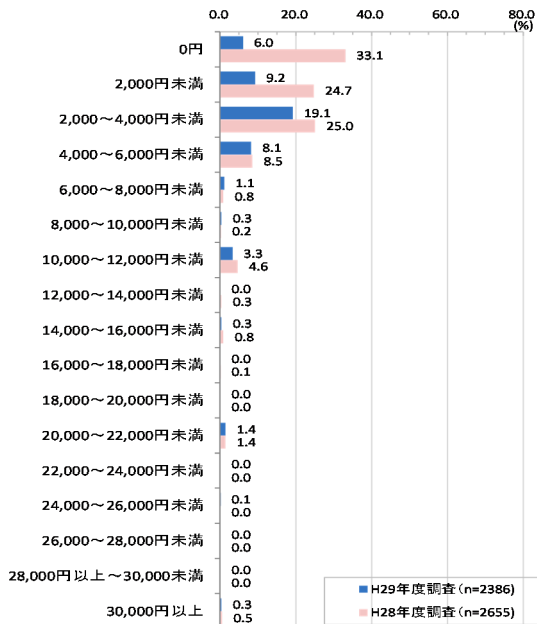


日帰り客の一人当たり平均
平成 29 年度調査：6,492 円
平成 28 年度調査：6,044 円

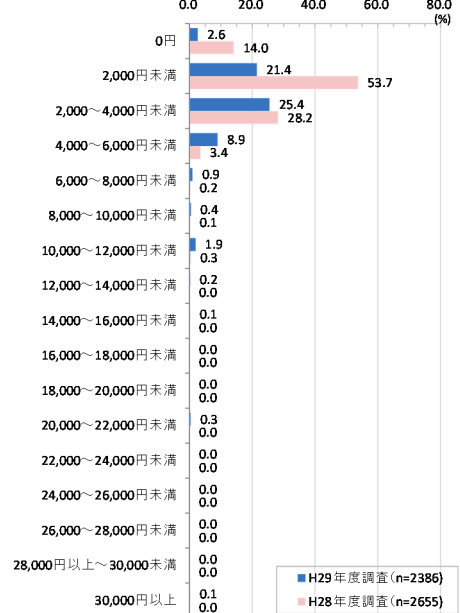
※H29 年度については無回答を除外してレンジ分けしている。以下同様。

土産代は、「2,000円未満」が平成28年度調査の24.7%に対し、平成29年度は9.2%と15.5ポイント減少、「2,000円～4,000円未満」も平成28年度調査の25.0%に対し平成29年度は19.1%と5.9ポイント減少した。飲食費も「2,000円未満」が平成28年度調査の53.7%に対し、平成29年度は21.4%と32.3ポイント減少、「2,000円～4,000円未満」が平成28年度調査の28.2%に対し、平成29年度は25.4%と2.8ポイント減少した。一方、「4,000円～6,000円未満」は平成28年度調査の3.4%に対し、平成29年度は8.9%と5.5ポイント増加した。

消費支出 土産代



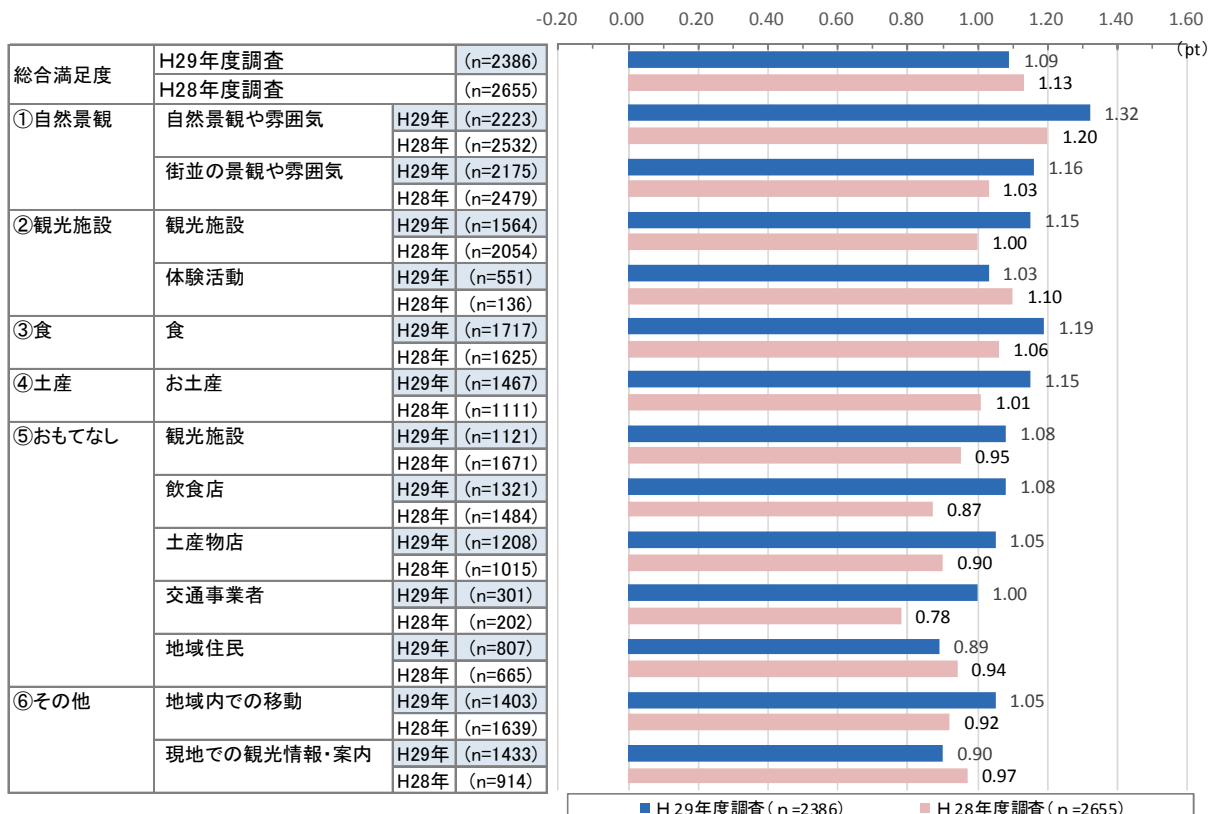
消費支出 飲食費



※H29年度については無回答を除外してレンジ分けしている。以下同様。

総合満足度は、平成28年度調査では1.13であったが、平成29年度調査では1.09と0.04ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.20で最も高く、平成29年度調査でも「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.32で最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)



(2) エリア別

i. 那須エリア

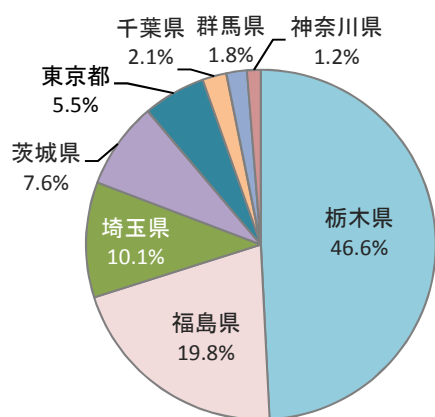
① 平成29年度調査結果

日帰り客 (那須エリア)

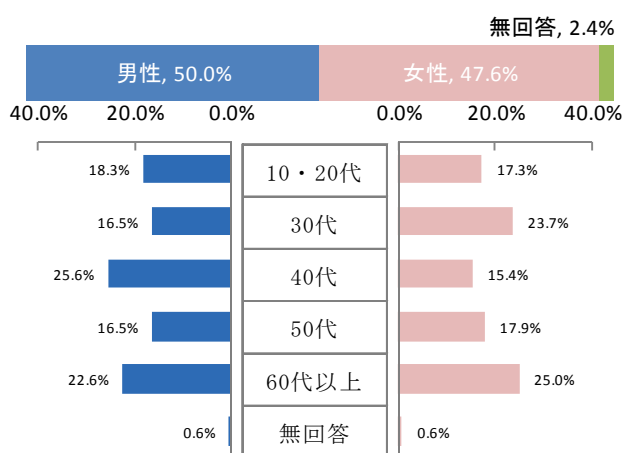
サンプル数 : 328

お住まいは「栃木県」が最も多く46.6%、次いで「福島県」が19.8%、「埼玉県」が10.1%であった。年代は、男性では「40代」が25.6%、女性では「60代以上」が25.0%で最も多かった。調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」のリピーターが60.8%で最も多かった。同行者数は「2人」が50.6%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が27.4%で最も多かった。

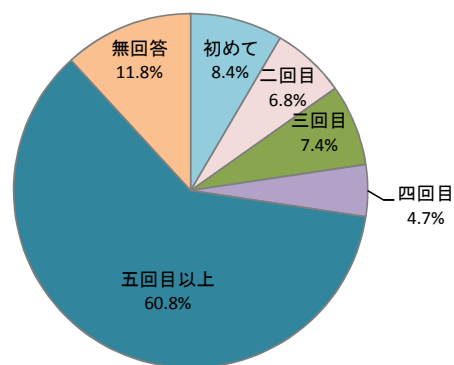
お住まい (n=328)



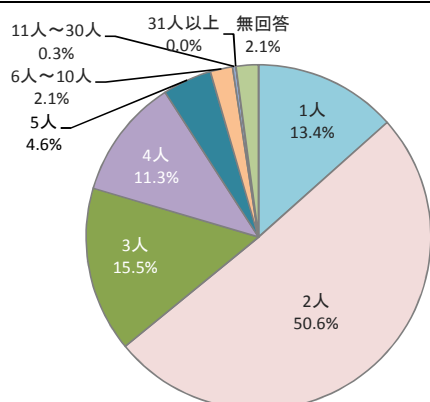
性別・年代 (n=328)



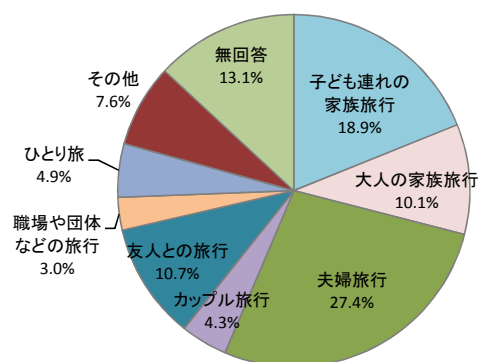
調査地域周辺への来訪回数 (n=296)



同行者数 ※回答者を含む (n=328)

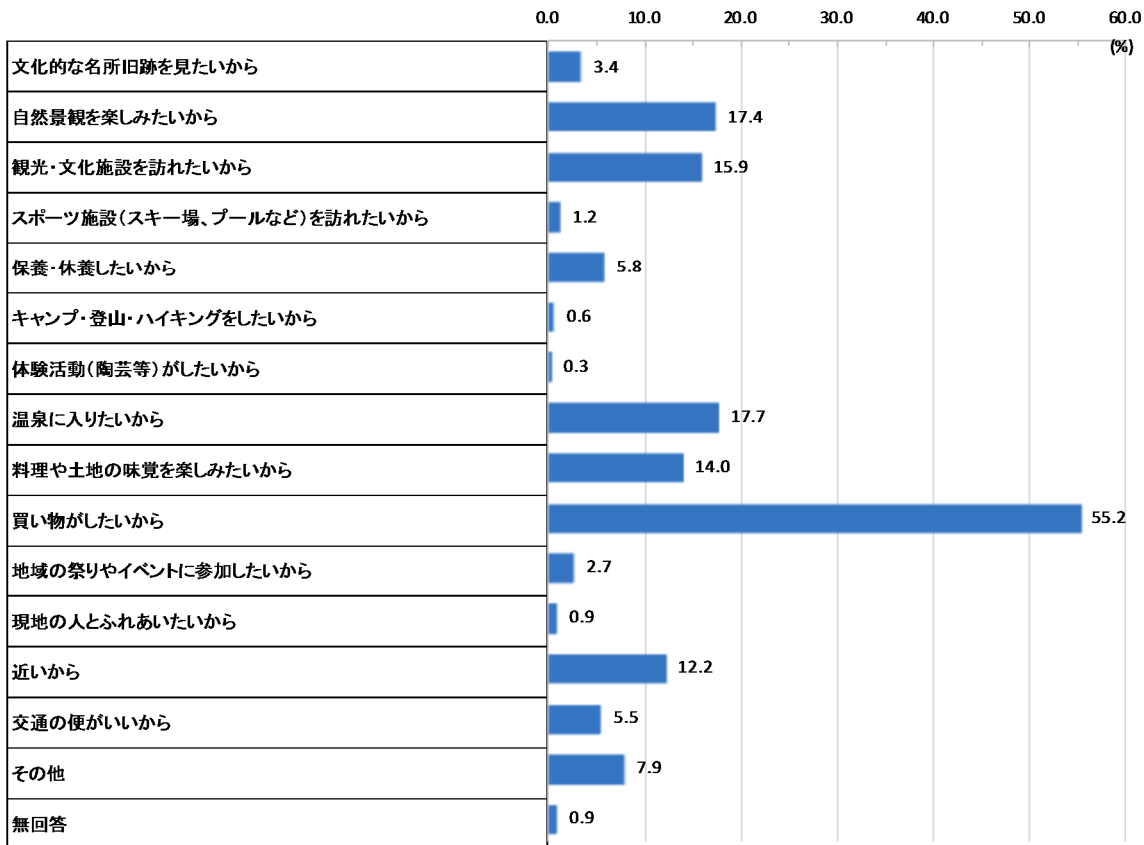


同行者の関係 (n=328)



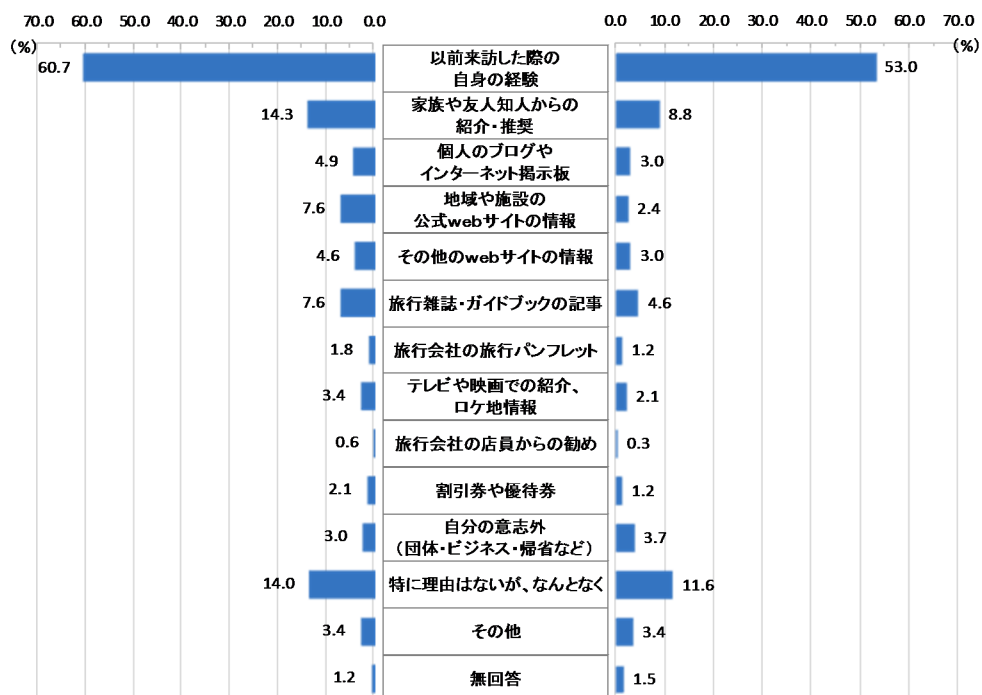
旅行先に選んだ理由は「買い物をしたいから」が55.2%で最も多く、次いで「温泉に入りたいから」が17.7%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が60.7%で最も多く、決め手となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が53.0%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=328）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=328）

“決め手”となった情報源（単一回答）（n=328）



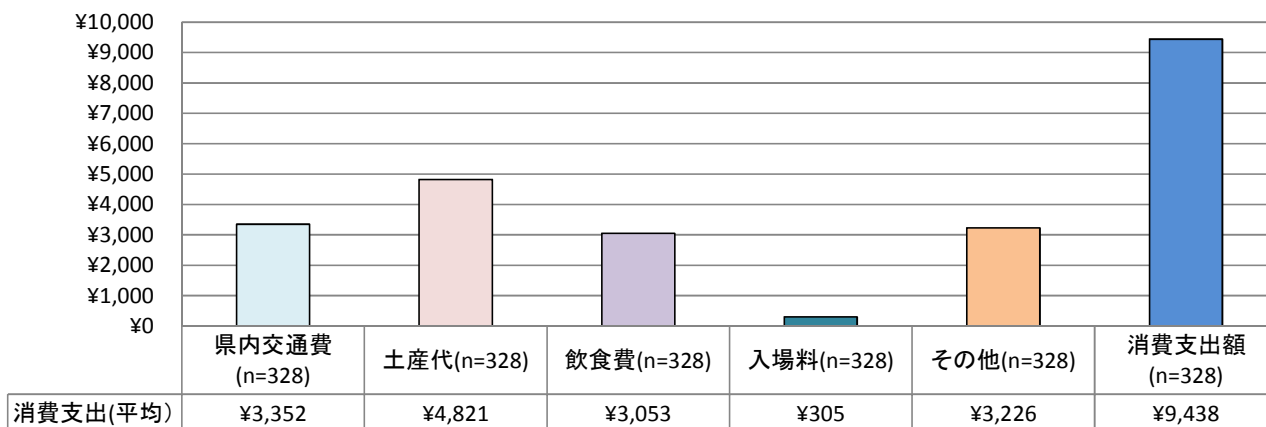
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 i. 那須エリア

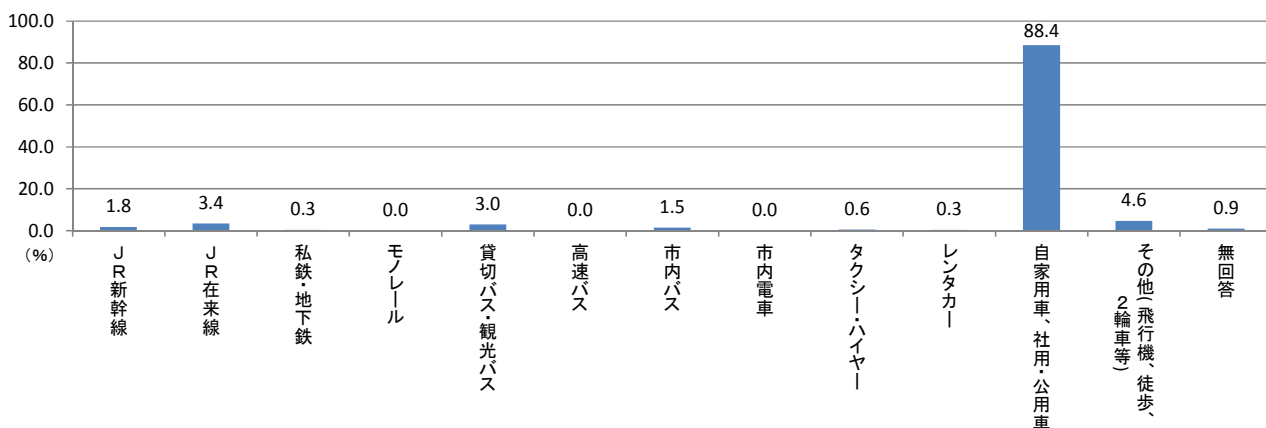
消費支出の平均は、総額で9,438円であった。内訳は、「土産代」が4,821円で最も多く、次いで「県内交通費」が3,352円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が88.4%であった。

立ち寄り観光施設は、「千本松牧場」が9人で最も多く、次いで「那須ガーデンアウトレット」、「鬼怒川温泉」が6人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=328）

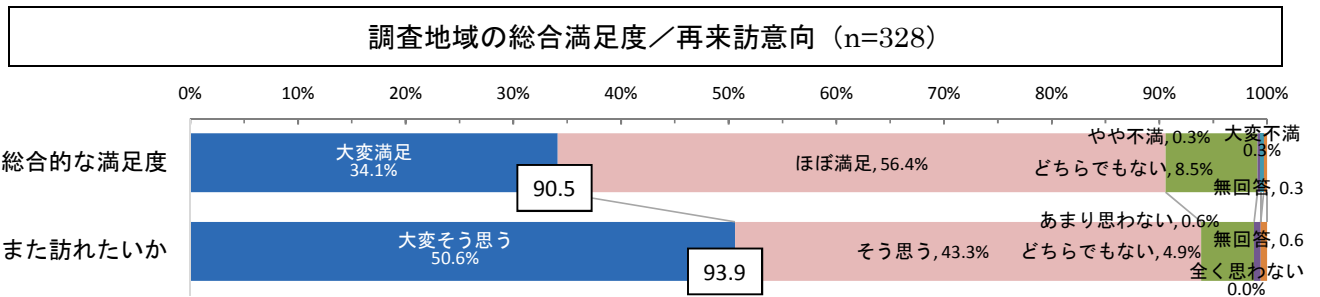


立ち寄り観光施設（n=328）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

那須	日光	那須
千本松牧場(9)	鬼怒川温泉(6)	道の駅やいた(1)
那須ガーデンアウトレット(6)	華厳ノ滝(1)	那須オルゴール美術館(1)
南ヶ丘牧場(5)	湯西川温泉(1)	板室温泉郷(1)
ホテルサンバレー那須(3)	龍王峡(1)	県央
那須岳(茶臼岳)(3)	県南	道の駅ばとう(1)
塩原温泉郷(1)	佐野プレミアム・アウトレット(1)	

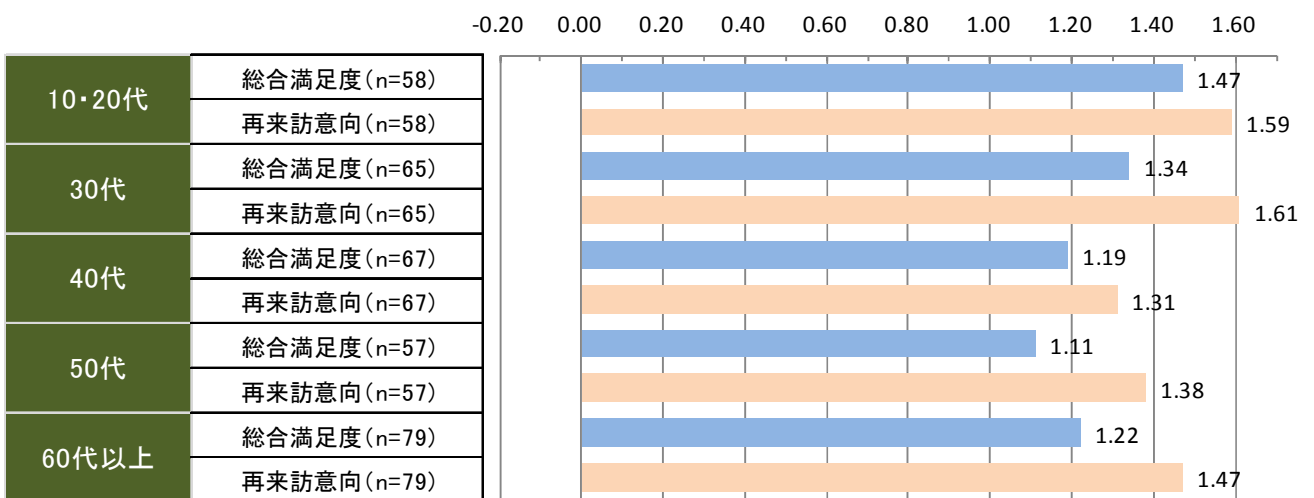
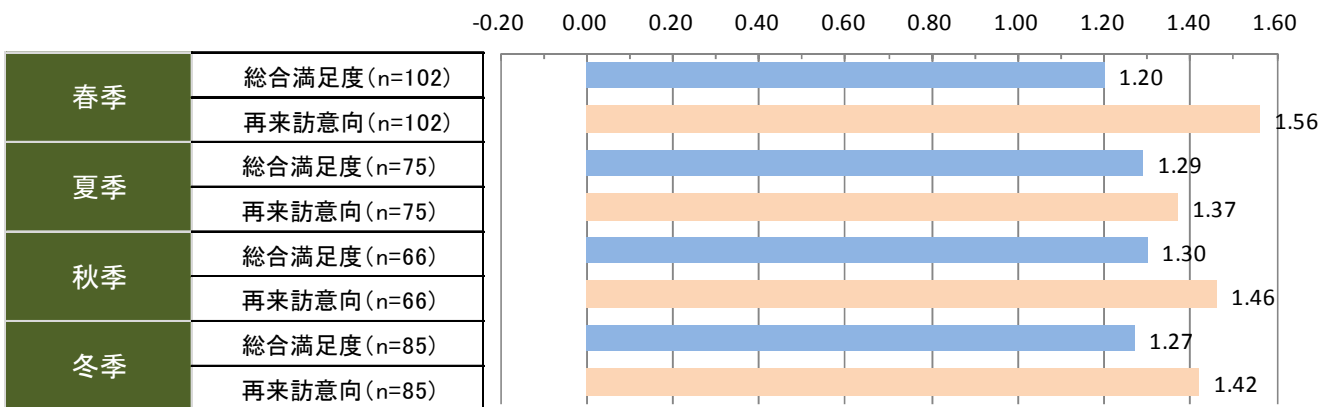
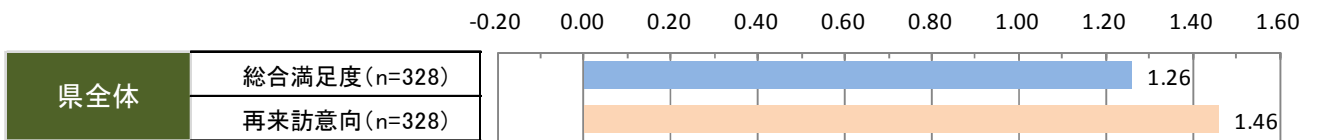
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
 那須高原友愛の森（89）、那須ガーデンアウトレット（142）、アグリパル塩原（97）

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90.5%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93.9%であった。



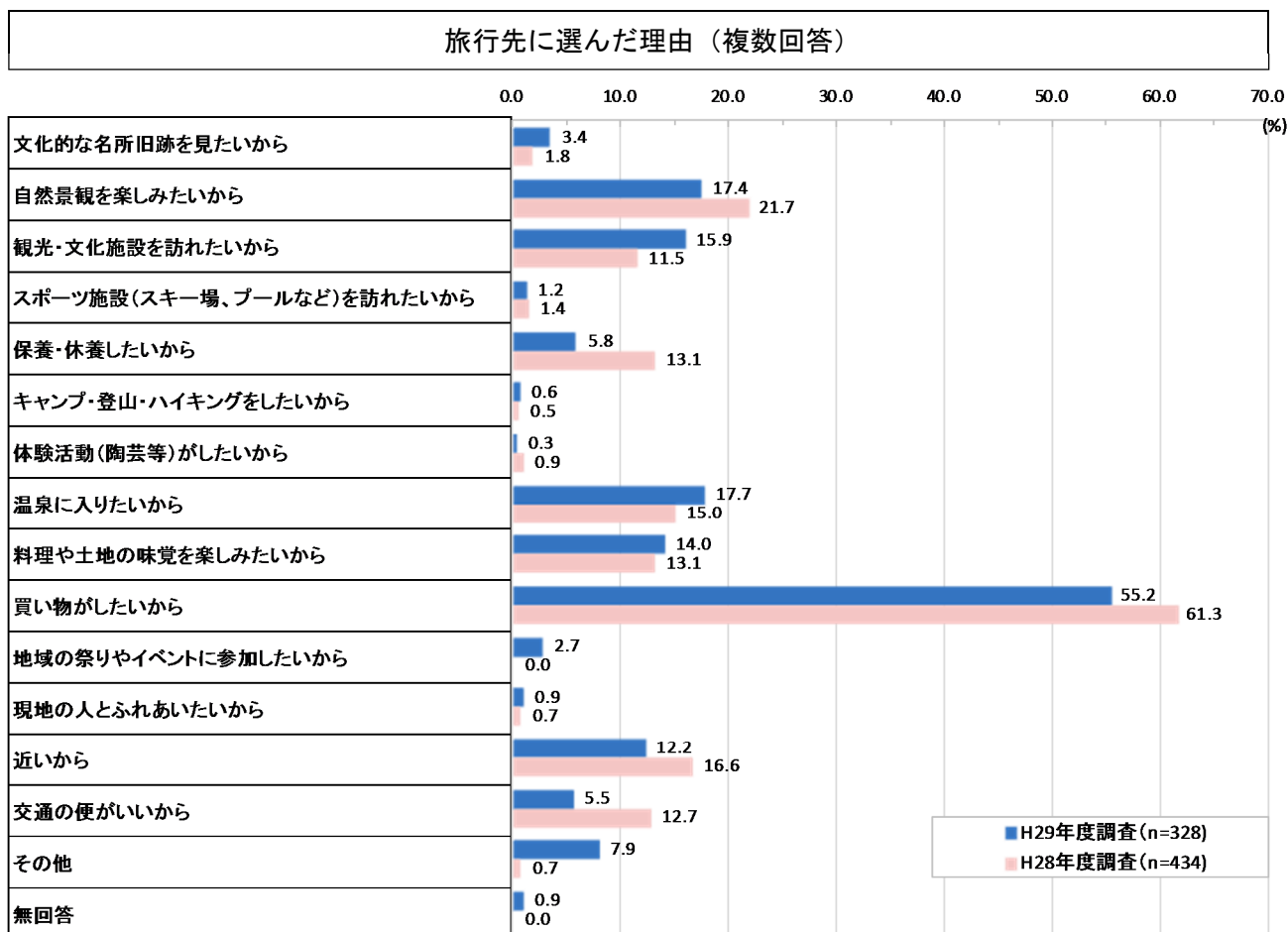
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「秋季」が1.30で最も高く、「春季」が1.20で最も低かった。再来訪意向については「春季」が1.56で最も高く、「夏季」が1.37で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.47で最も高く、「50代」が1.11で最も低かった。また、再来訪意向は、「30代」が1.61で最も高く、「40代」が1.31で最も低かった。

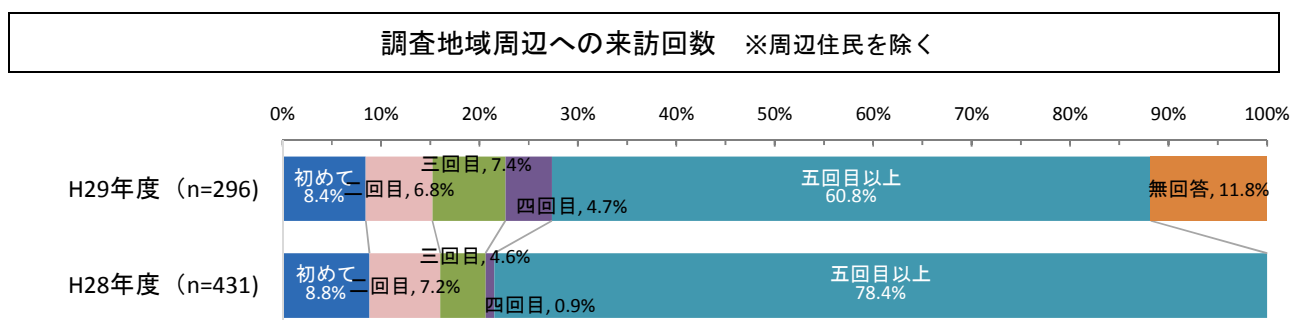


②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、平成28年度の調査では「買い物がしたいから」が最も多く61.3%で、平成29年度調査では55.2%と6.1ポイント減少した。「観光・文化施設を訪れたいから」は平成28年度の調査では11.5%であったが、平成29年度調査では15.9%と4.4ポイント増加した。

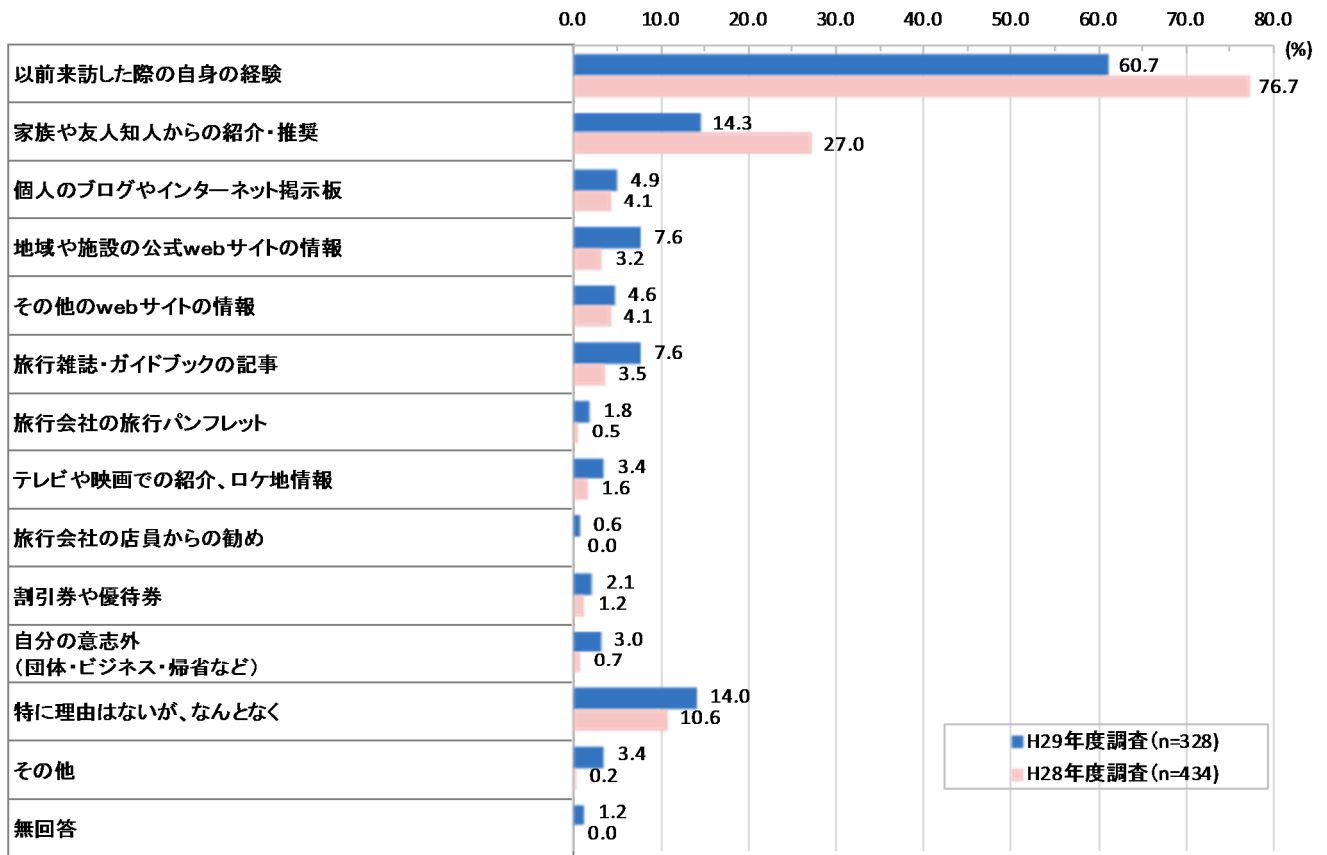


地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成28年度調査では8.8%であったが、平成29年度調査では8.4%と0.4ポイント減少した。一方「三回目」、「四回目」はそれぞれ4.6%から7.4%、0.9%から4.7%とそれぞれ2.8ポイント、3.8ポイント増加した。



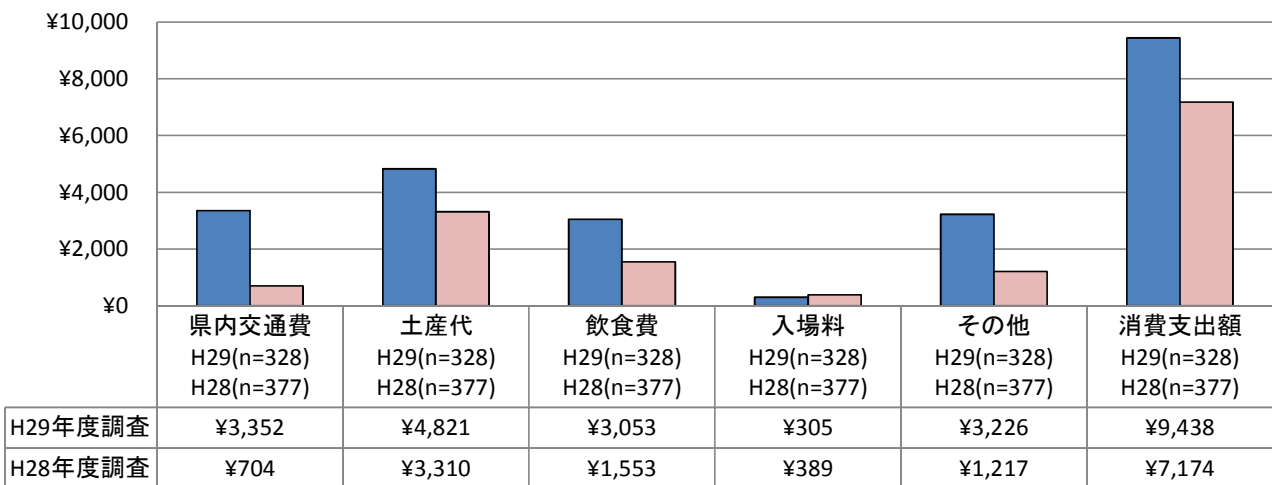
旅行先を選んだ情報源は、平成28年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く76.7%であったが、平成29年度調査では60.7%と16.0ポイント減少した。一方「地域や施設の公式webサイトの情報」は、平成28年度調査の3.2%から7.6%へ4.4ポイント増加した。

旅行先を選んだ情報源（複数回答）



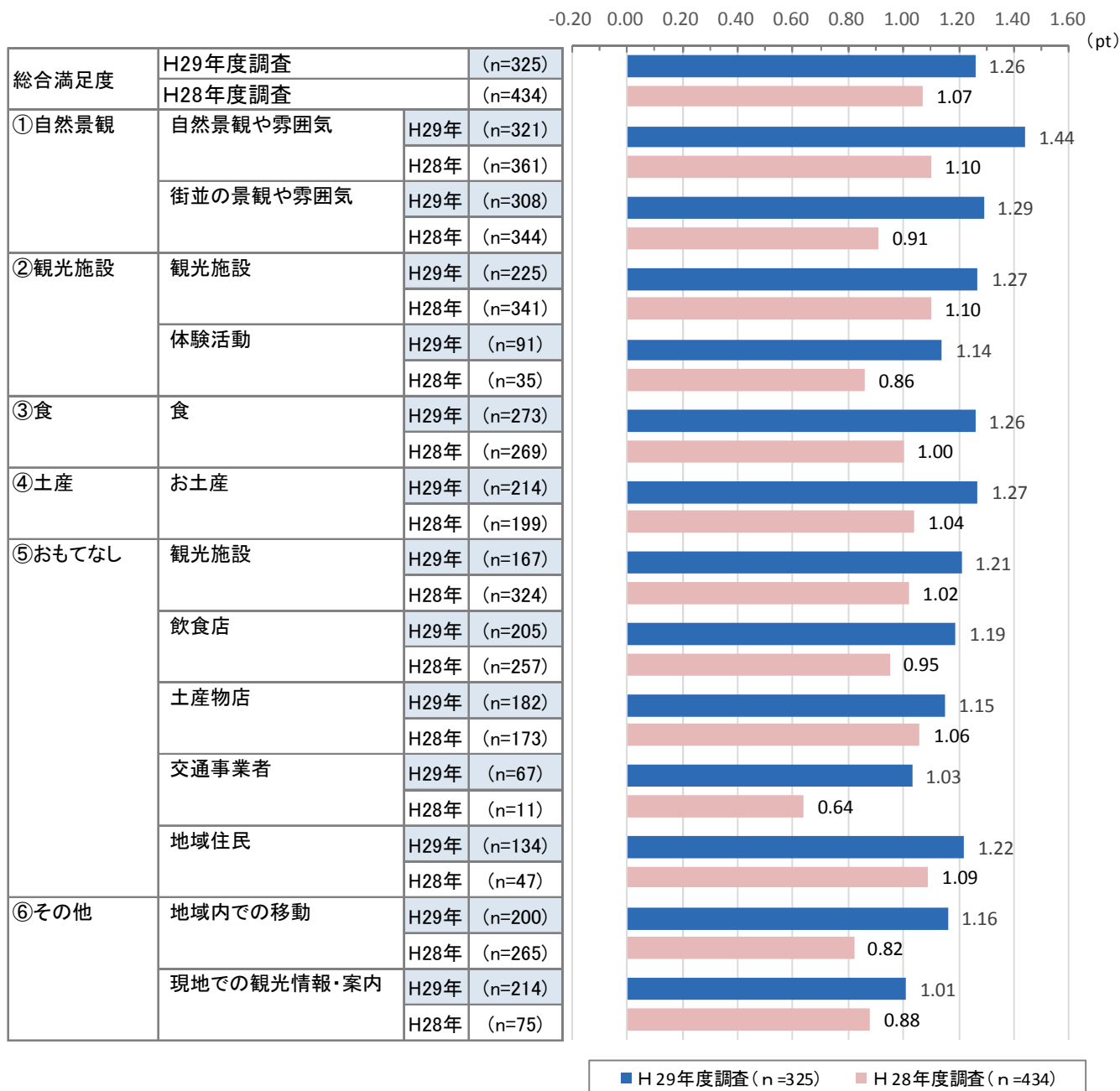
消費支出の総額は、平成28年度調査では7,174円であったが、平成29年度調査では9,438円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、平成28年度調査では1.07であったが、平成29年度調査では1.26と0.19ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」「観光施設 観光施設」が1.10で最も高く、平成29年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.44で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



ii. 日光エリア

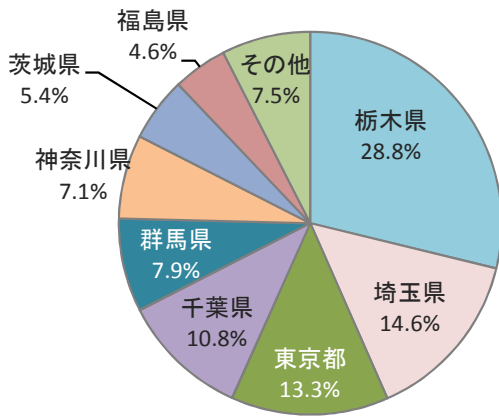
①平成 29 年度調査結果

日帰り客（日光エリア）

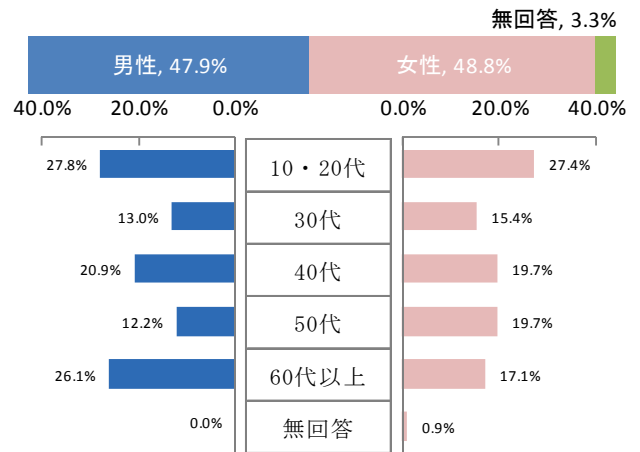
サンプル数：240

お住まいは「栃木県」が最も多く 28.8%、次いで「埼玉県」が 14.6%、「東京都」が 13.3%であった。年代は、男女ともに「10・20代」が最も多く、男性では 27.8%、女性では 27.4%であった。調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が 30.3%で最も多かった。同行者数は「2人」が 51.3%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 25.8%で最も多かった。

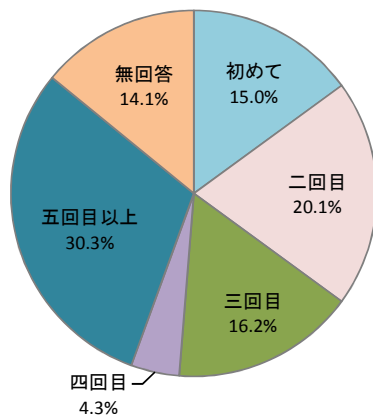
お住まい（n=240）



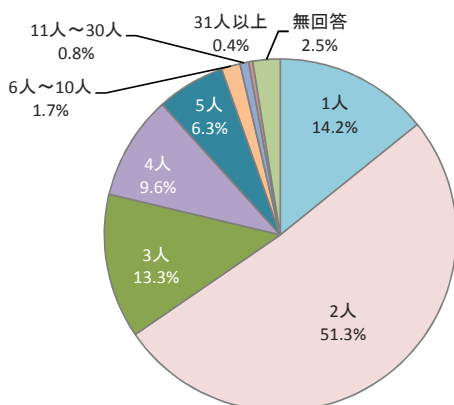
性別・年代（n=240）



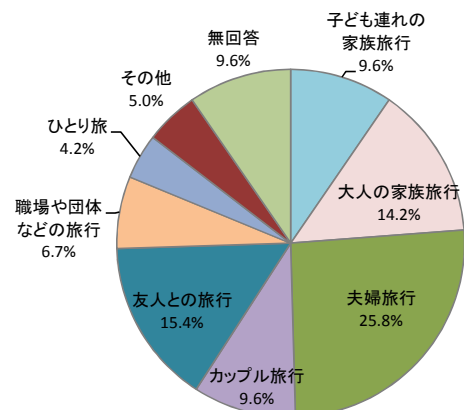
調査地域周辺への来訪回数（n=234）



同行人数 ※回答者を含む（n=240）



同行者の関係（n=240）

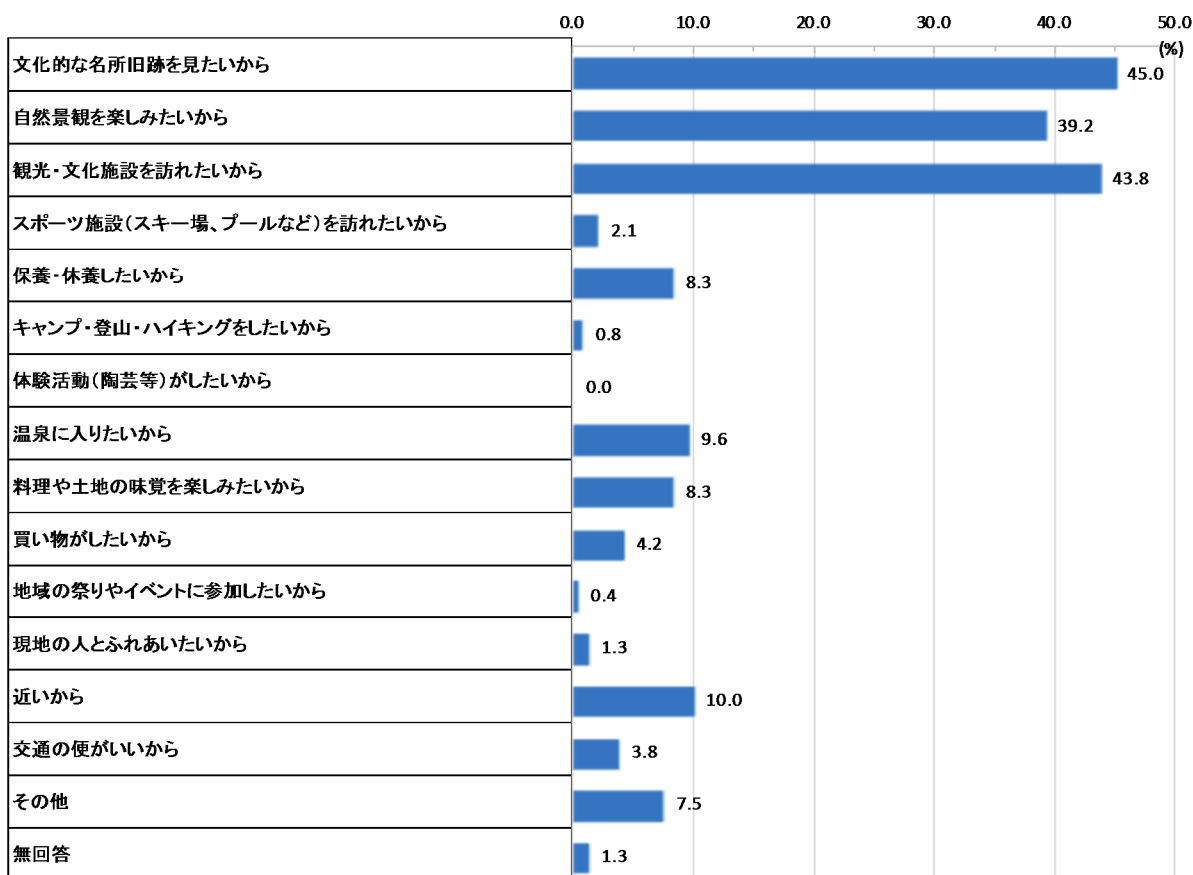


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 日光エリア

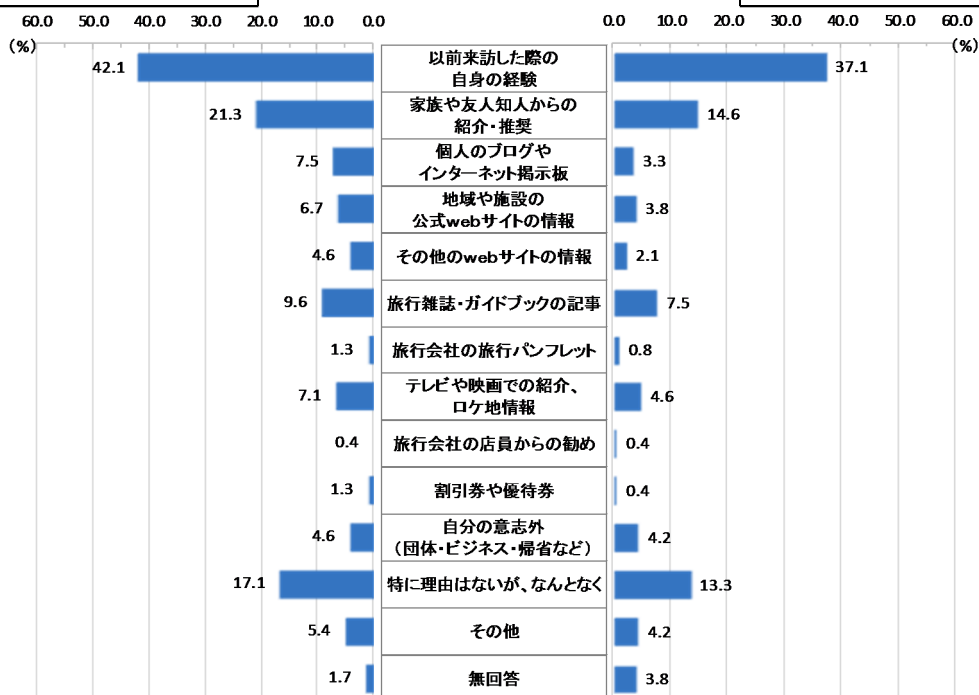
旅行先に選んだ理由は「文化的な名所旧跡を見たいから」が45.0%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が43.8%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が42.1%で最も多く、決め手となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が37.1%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=240）



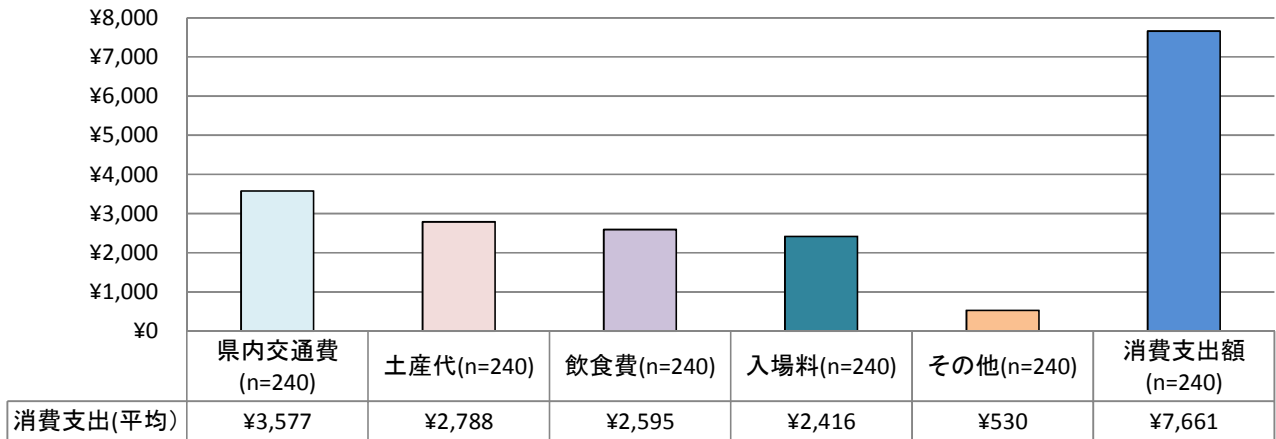
旅行先に選んだ情報源
（複数回答）（n=240）

“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=240）

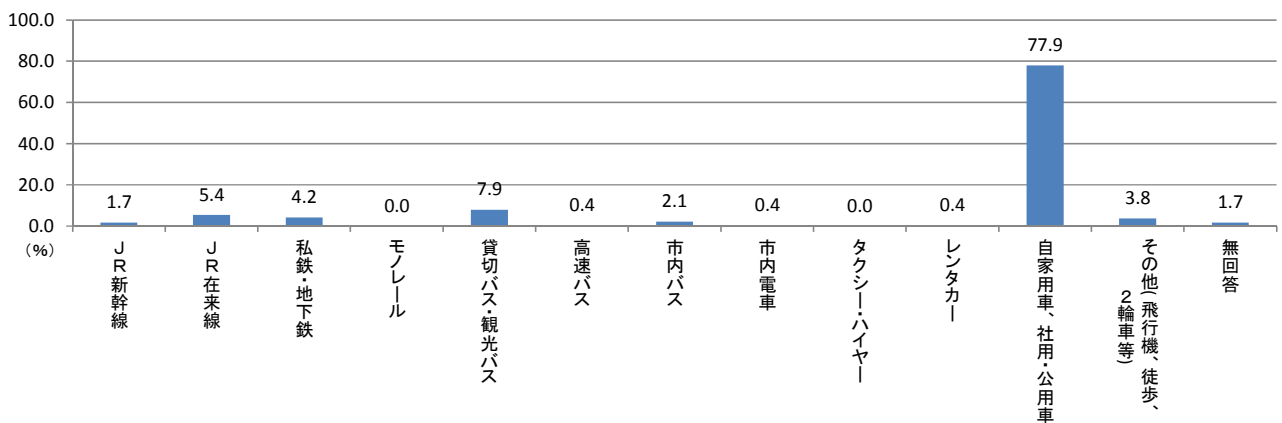


消費支出の平均は、総額で7,661円であった。内訳は、「県内交通費」が3,577円で最も多く、次いで「土産代」が2,788円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が77.9%で最も多かった。
立ち寄り観光施設は、「二社一寺参拝者」が24人で最も多く、次いで「鬼怒川温泉」が7人であった。

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

県央	日光	日光
ろまんちっく村(1)	湯滝・湯の湖(6)	足尾銅山観光(2)
日光	中禅寺湖(5)	東武ワールドスクウェア(2)
二社一寺参拝者(24)	華厳ノ滝(4)	川治温泉(1)
鬼怒川温泉(7)	明智平(4)	太子食品工業(株)日光工場(1)
戦場ヶ原・小田代原(6)		

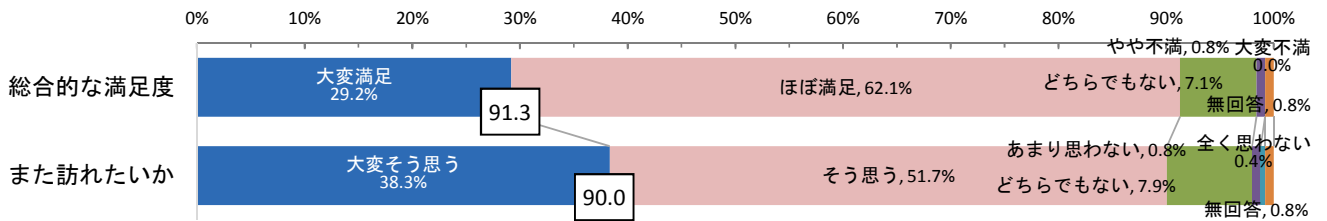
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
二社一寺（94）、華厳ノ滝（84）、東武ワールドスクウェア（62）

第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 日光エリア

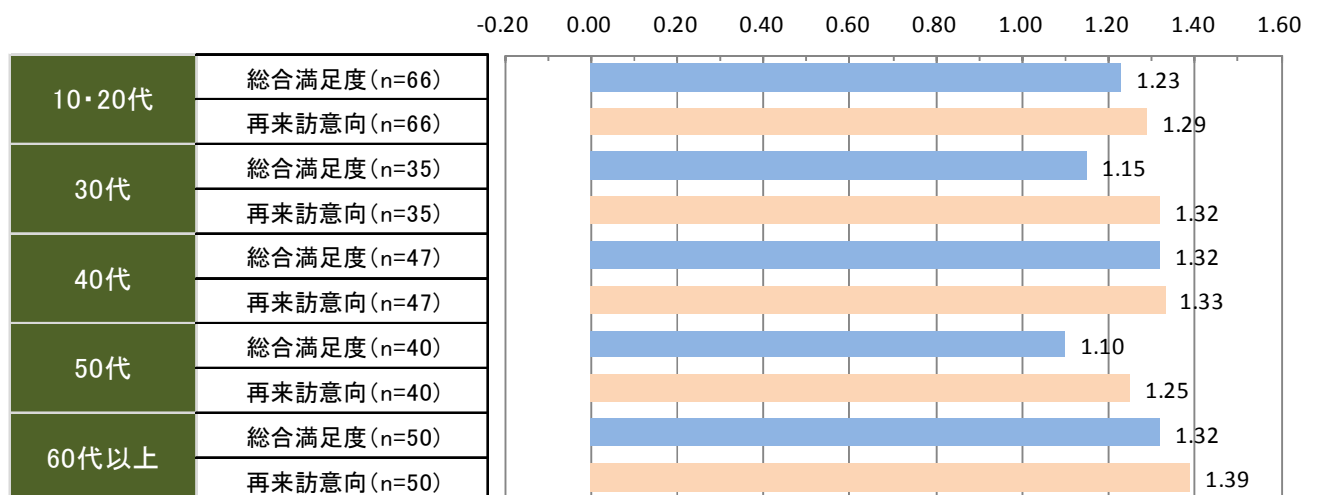
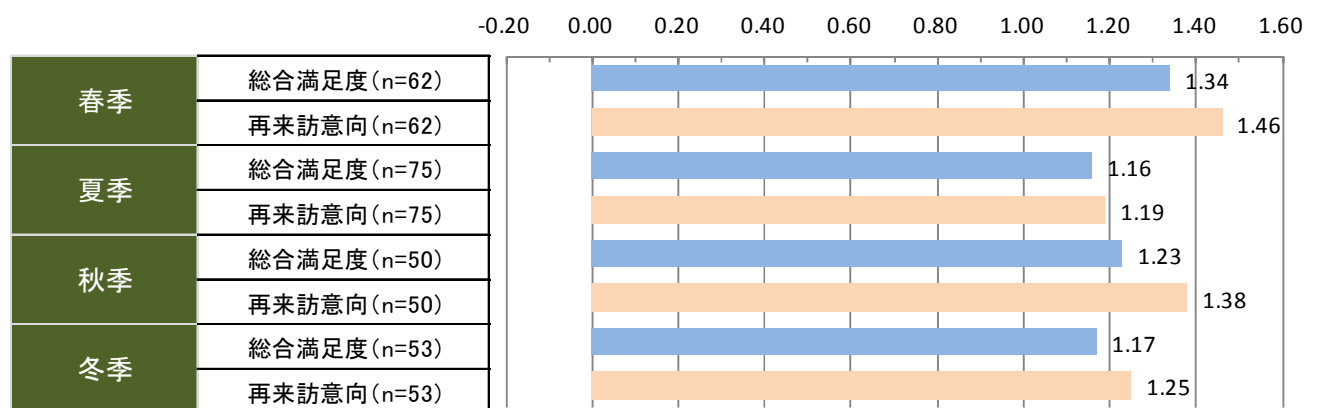
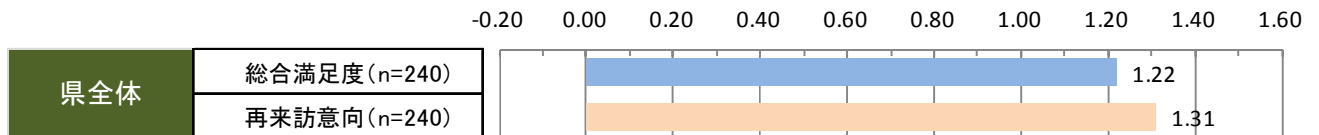
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が91.3%で9割を超えた。また訪れたいかは「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が90.0%で「満足度」、「再来訪意向」とともに9割を超えた。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=240)



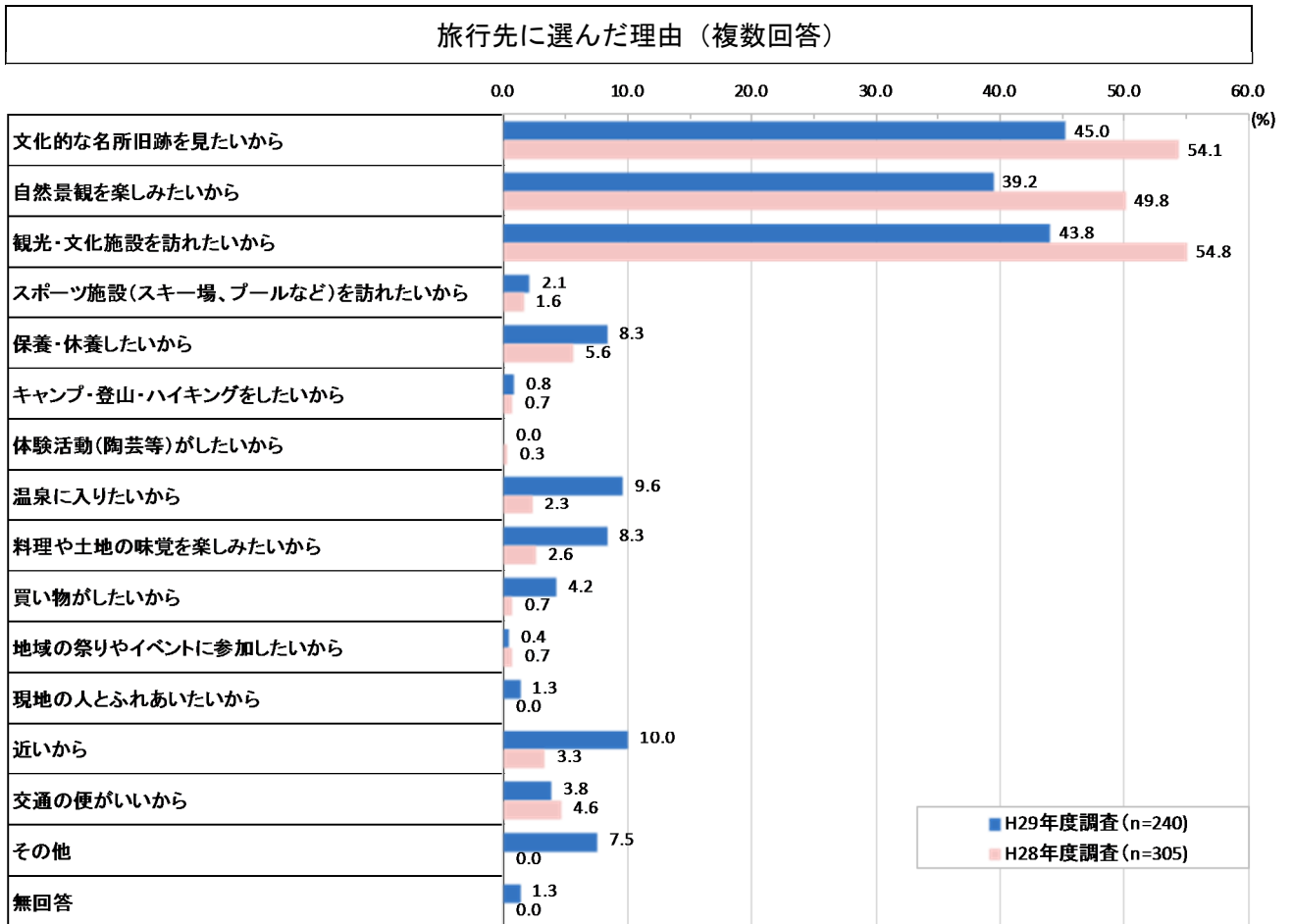
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.34で最も高く、「夏季」が1.16で最も低かった。また、再来訪意向も、「春季」が1.46で最も高く、「夏季」が1.19で最も低かった。
年代別にみると総合満足度は「40代」、「60代以上」が1.32で最も高く、「50代」が1.10で最も低かった。また、再来訪意向は「60代以上」が1.39で最も高く、「50代」が1.25で最も低かった。

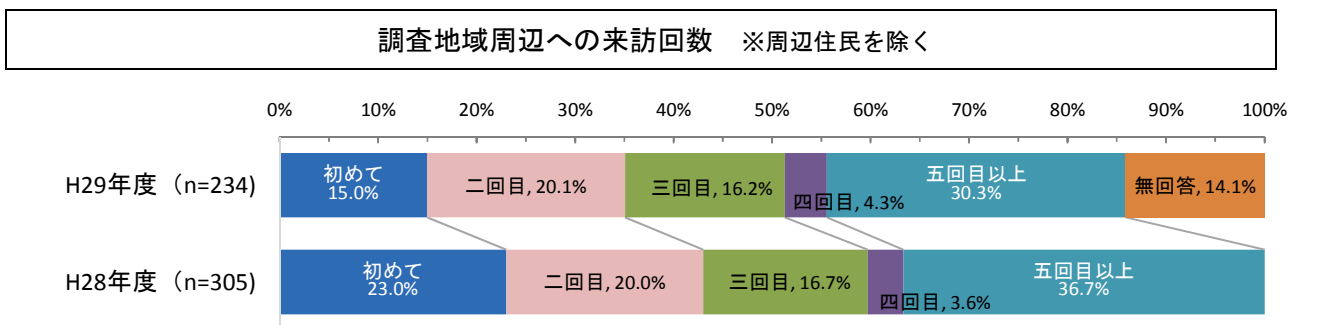


②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「文化的な名所旧跡を見たいから」が平成29年度調査では45.0%と最も多いが、平成28年度調査の54.1%と比較して9.1ポイント減少した。「温泉に入りたいから」は平成28年度調査では2.3%であったが、平成29年度調査では9.6%と7.3ポイント増加した。



調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が平成28年度調査では36.7%であったが、平成29年度調査では30.3%と6.4ポイント減少した。また、「初めて」が平成28年度調査では23.0%であったが、平成29年度調査では15.0%と8.0ポイント減少した。

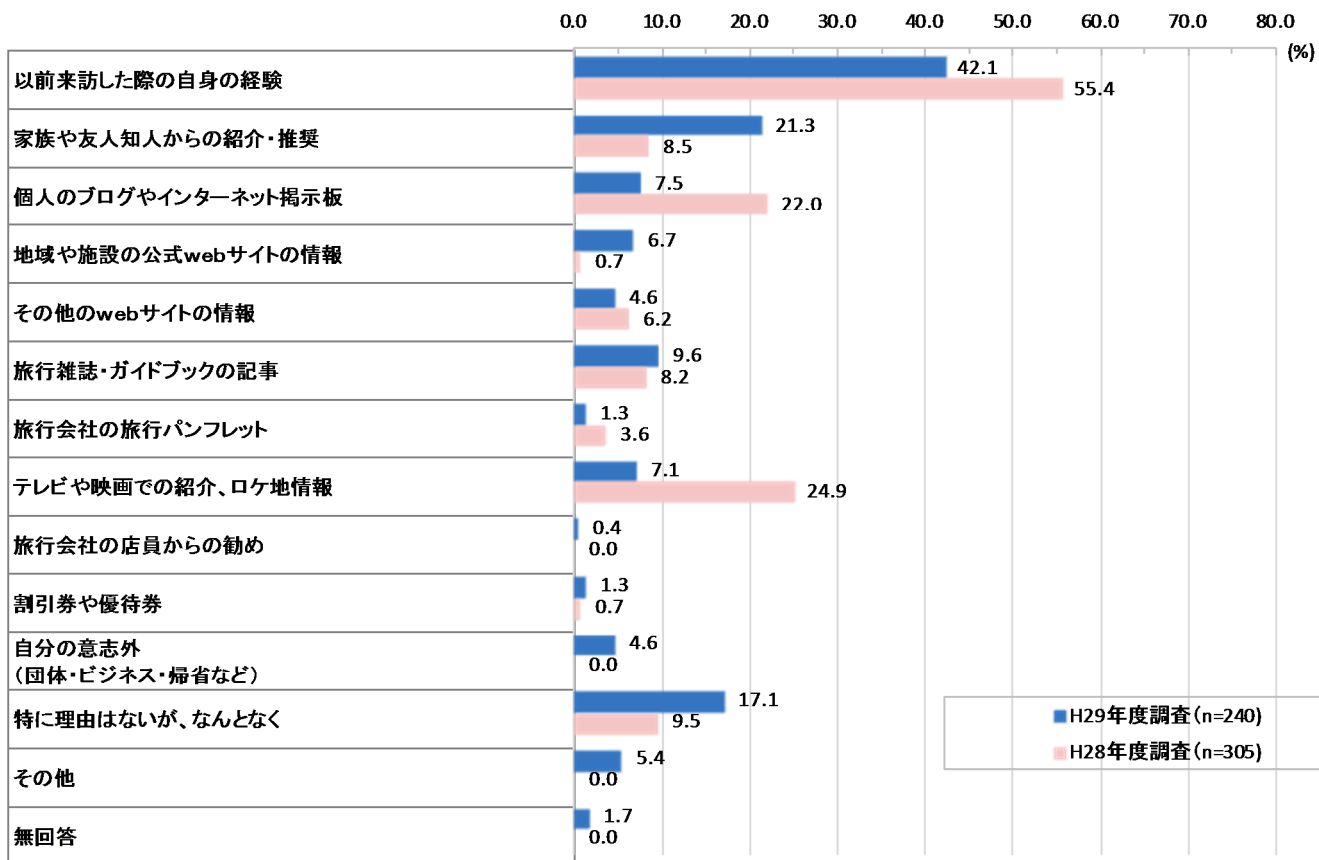


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 日光エリア

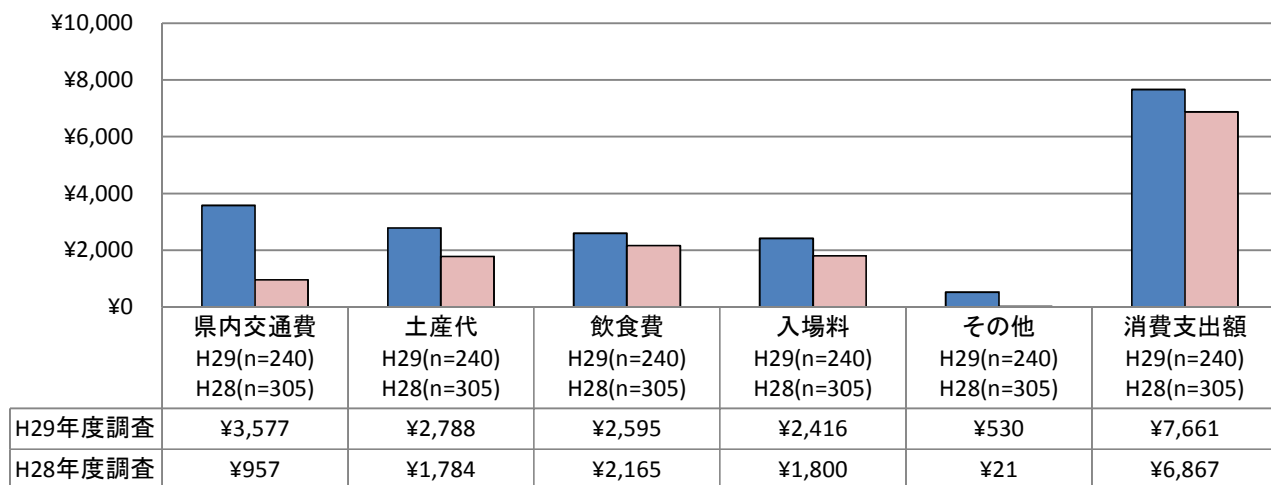
旅行先に選んだ情報源は、平成28年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く55.4%であったが、平成29年度調査では42.1%と13.3ポイント減少した。また、「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成28年度調査では8.5%であったが、平成29年度調査では21.3%と12.8ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



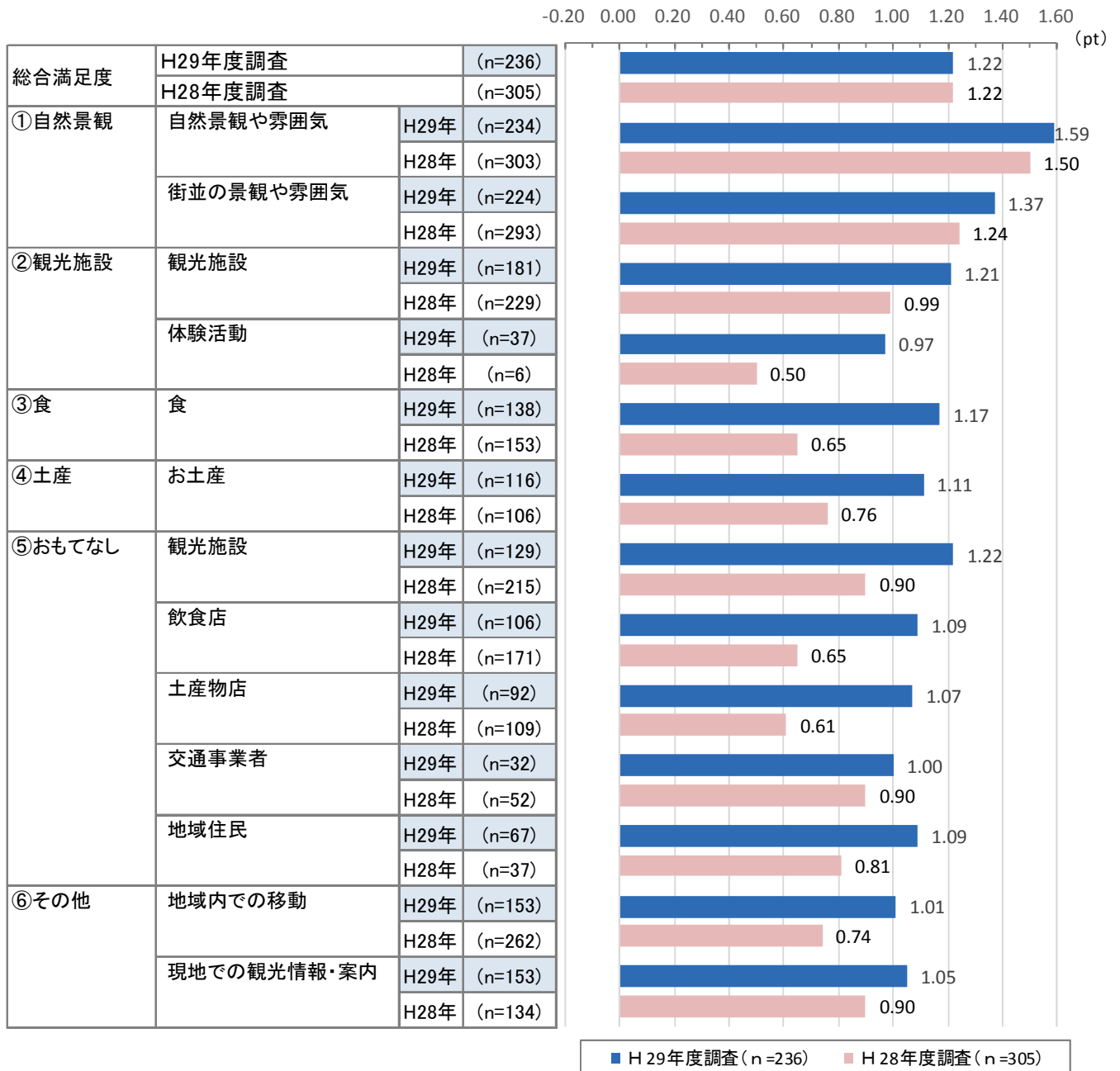
消費支出の総額は、平成28年度調査では6,867円であったが、平成29年度調査では7,661円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、平成28年度調査では1.22で、平成29年度調査でも同様に1.22となった。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.50で最も高く、平成29年度調査でも1.59と最も高く0.9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

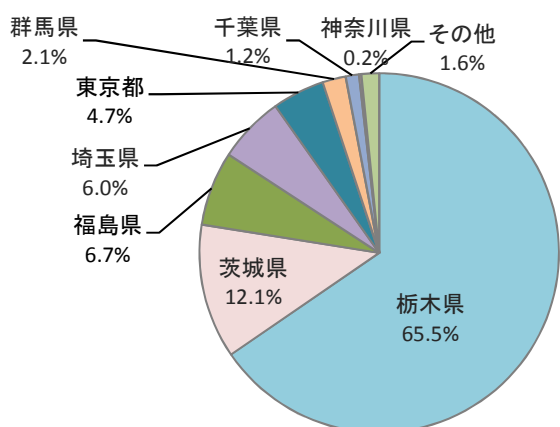
①平成29年度調査結果

日帰り客（県央エリア）

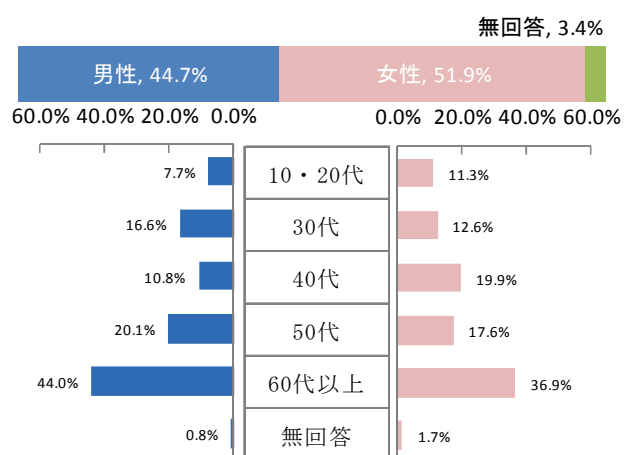
サンプル数：580

お住まいは「栃木県」が最も多く65.5%、次いで「茨城県」が12.1%、「福島県」が6.7%であった。年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く、「男性」が44.0%、「女性」が36.9%であった。調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」のリピーターが43.0%で最も多かった。同行者数は「2人」が48.1%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が30.9%で最も多かった。

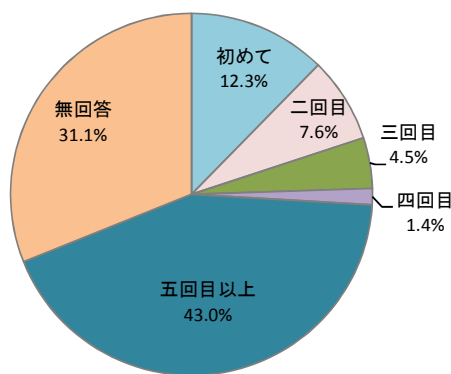
お住まい (n=580)



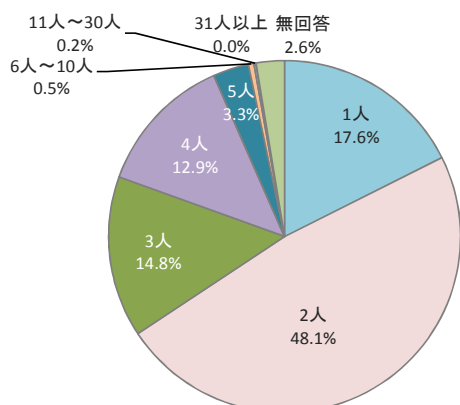
性別・年代 (n=580)



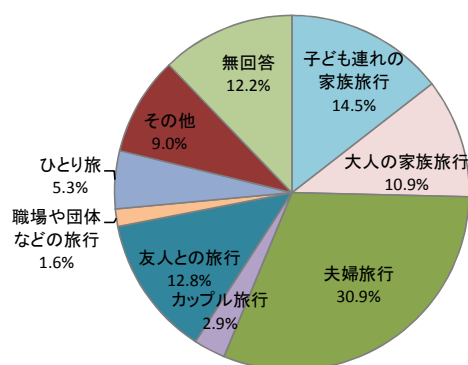
調査地域周辺への来訪回数 (n=486)



同行者数 ※回答者を含む (n=580)

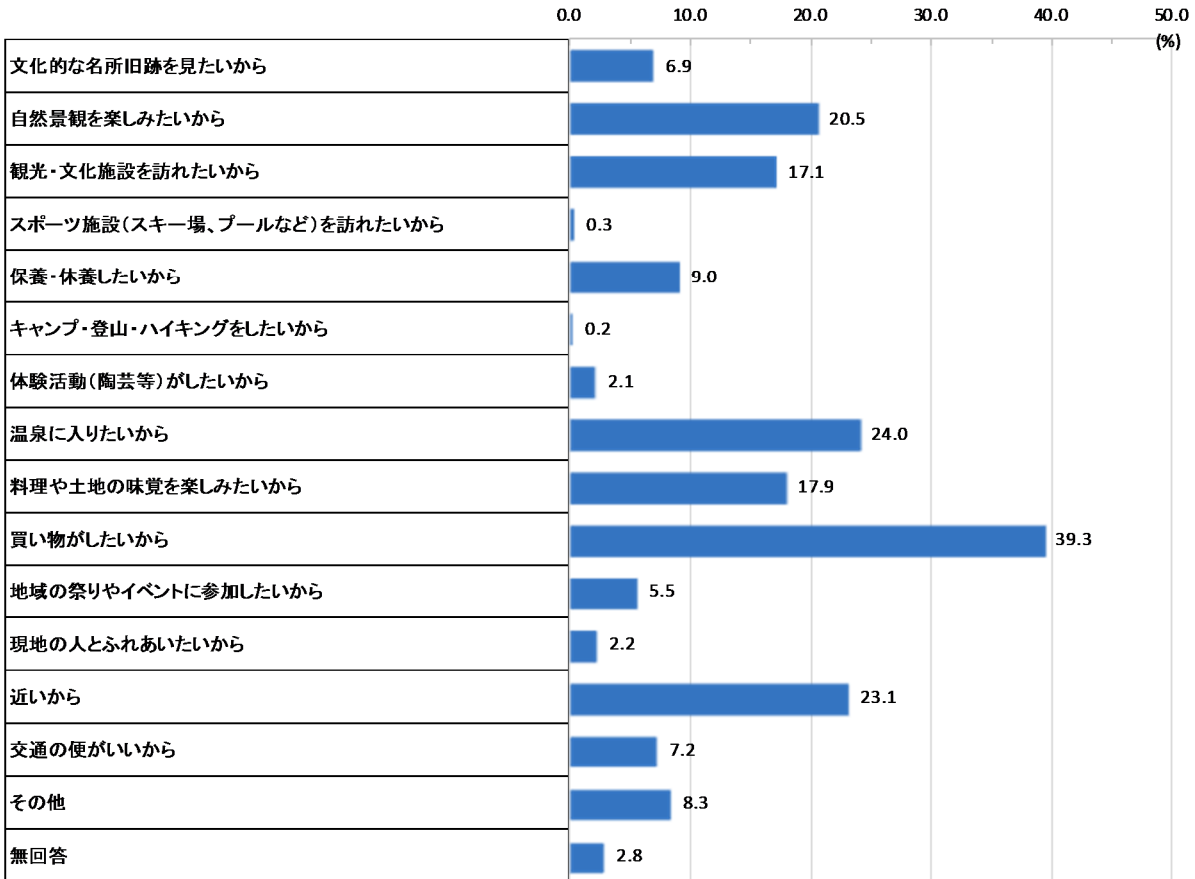


同行者の関係 (n=580)



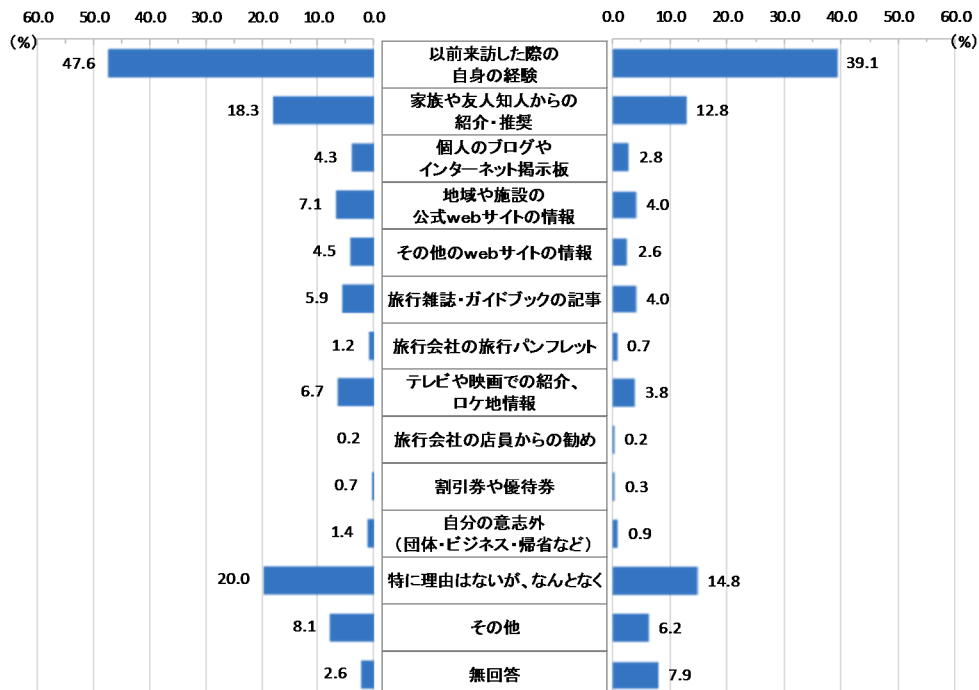
旅行先に選んだ理由は「買い物をしたいから」が39.3%で最も多く、次いで「温泉に入りたいから」が24.0%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が47.6%で最も多く、決め手となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が39.1%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=580）



旅行先に選んだ情報源
（複数回答）（n=580）

“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=580）

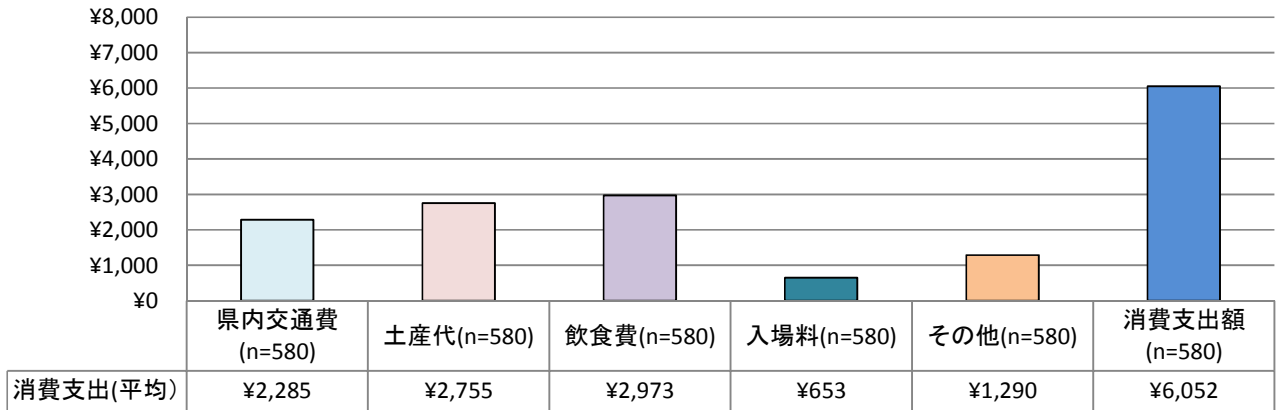


第2章 観光客調査 調査結果

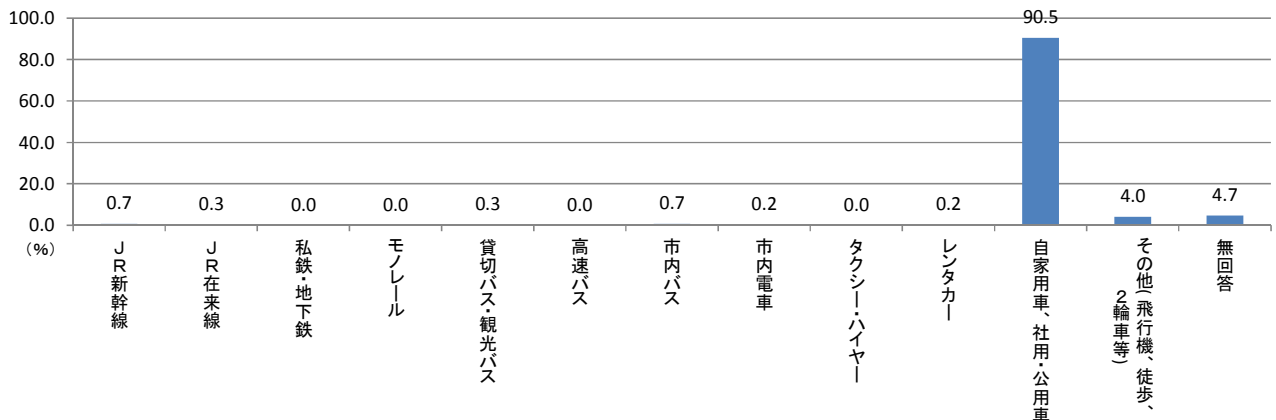
1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

消費支出の平均は、総額で6,052円であった。内訳は、「飲食費」が2,973円で最も多く、次いで「土産代」が2,755円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が90.5%で最も多かった。立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が15人で最も多く、次いで「栃木県なかがわ水遊園」が7人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=580）

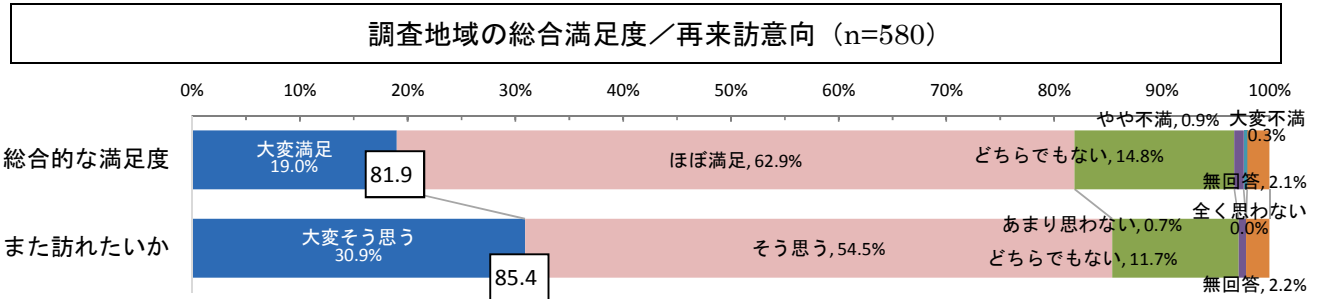


立ち寄り観光施設（n=580）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

県央	県央	那須
大谷資料館(4)	道の駅ばとう(1)	栃木県なかがわ水遊園(7)
御前岩(4)	道の駅きつれがわ(1)	道の駅やいた(3)
鷲子山上神社(3)	日光	道の駅那須与一の郷(1)
宇都宮動物園(2)	鬼怒川温泉(15)	那須ガーデンアウトレット(2)
馬頭温泉郷(2)	道の駅湯西川(2)	那須フラワーワールド(2)
来らっせ(1)	東武ワールドスクウェア(1)	光丸山法輪寺(1)
かんぼの宿 喜連川温泉(1)	二社一寺参拝者(1)	県南
		佐野プレミアム・アウトレット(2)
		道の駅 しもつけ(1)

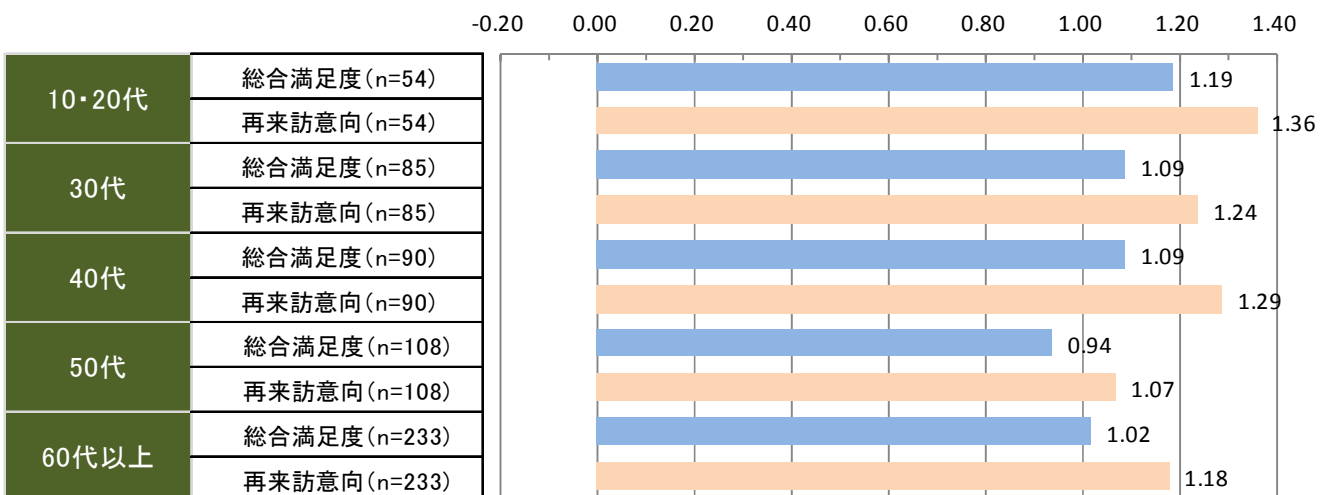
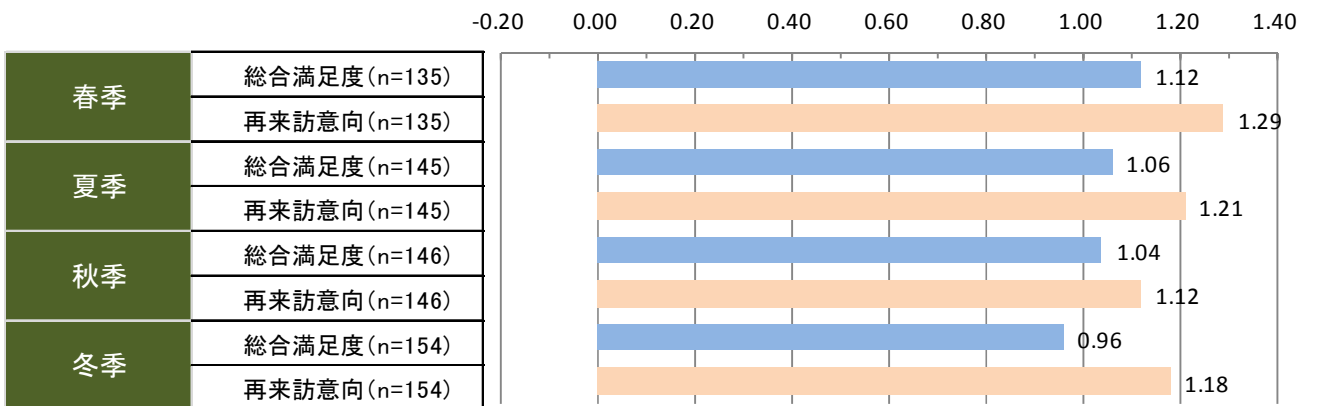
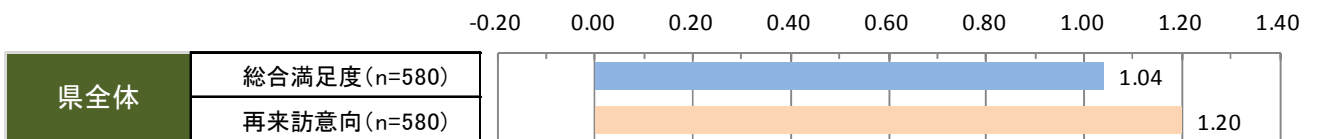
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
ろまんちっく村（172）、道の駅きつれがわ（213）、道の駅ばとう（195）

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81.9%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】が85.4%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1.12で最も高く、「冬季」は0.96で最も低かった。また、再来訪意向は、「春季」が1.29で最も高く、「秋季」が1.12で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.19で最も高く、「50代」が0.94で低い傾向にあった。また、再来訪意向については「10・20代」が1.36で最も高く、「50代」が1.07で最も低かった。

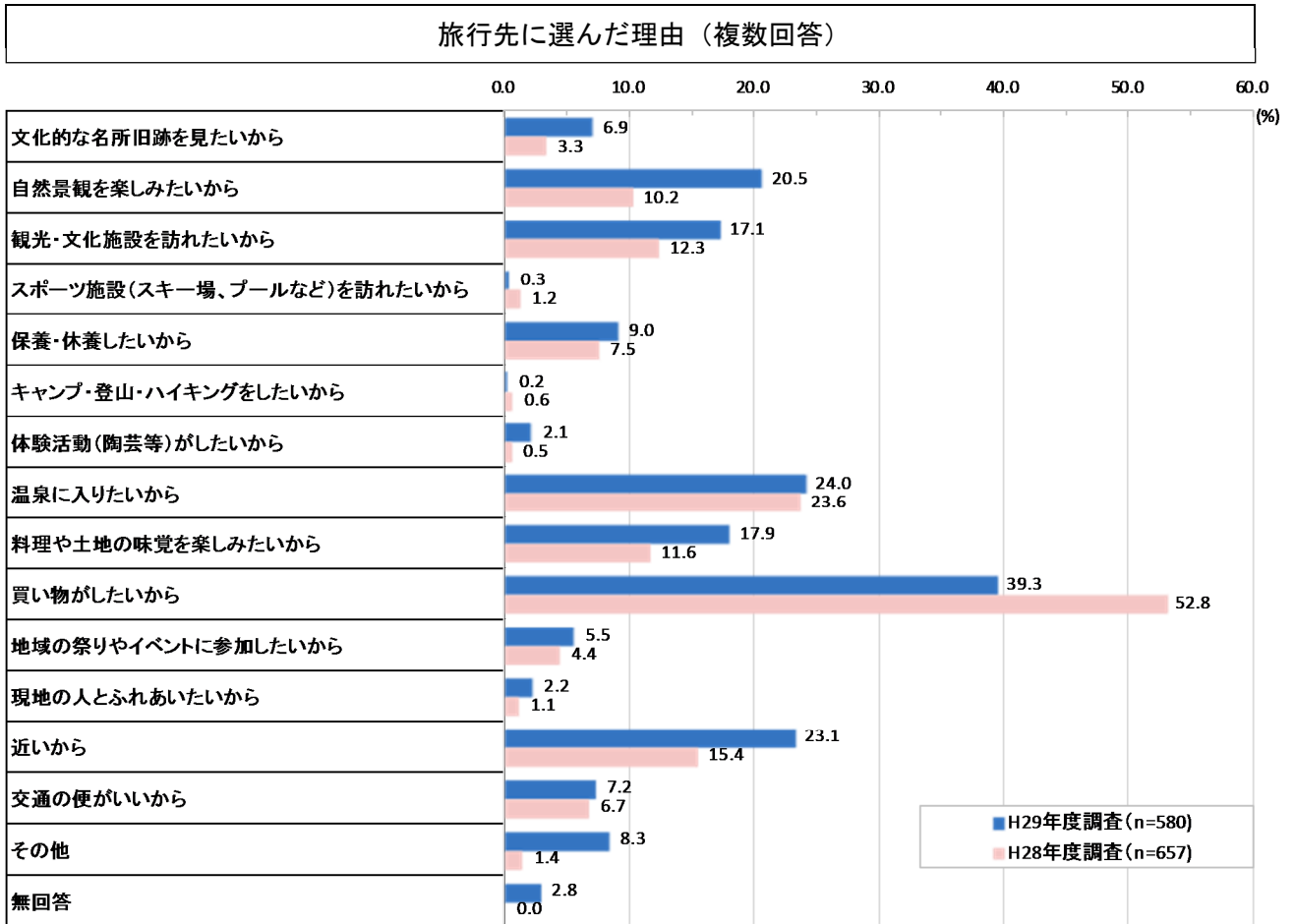


第2章 観光客調査 調査結果

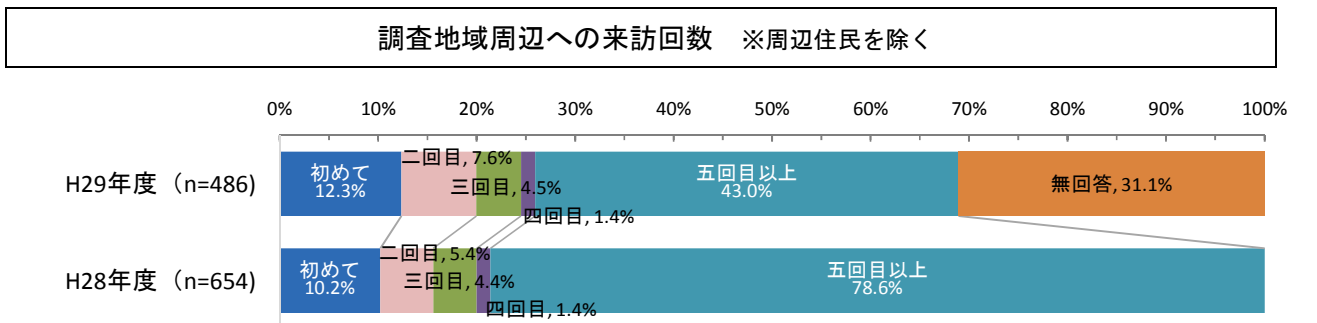
1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

② 過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、平成 28 年度調査では「買い物がしたいから」が最も多く 52.8%であったが、平成 29 年度調査では 39.3%と 13.5 ポイント減少した。「自然景観を楽しみたいから」は平成 28 年度調査では 10.2%であったが、平成 29 年度調査では 20.5%と 10.3 ポイント増加した。

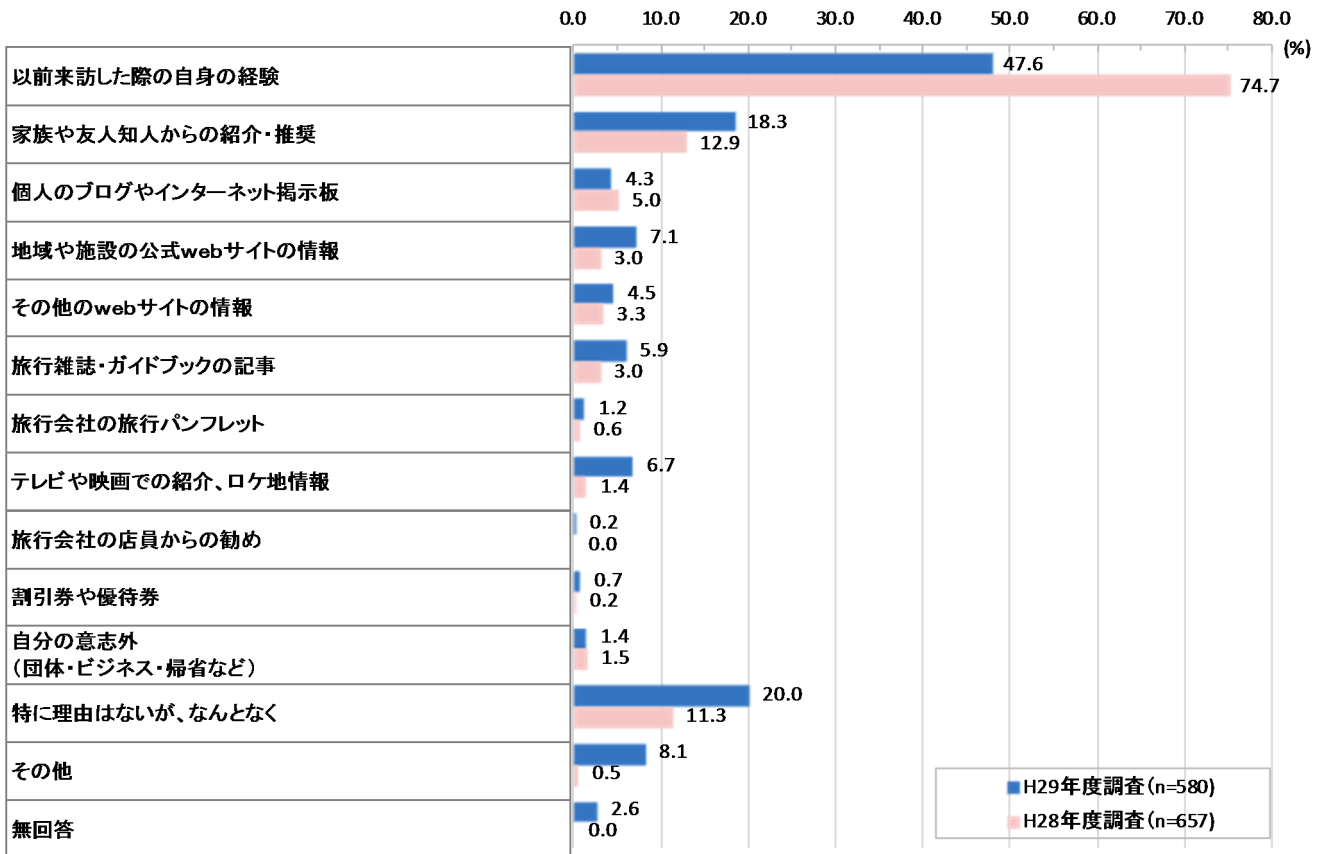


調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 28 年度調査では 10.2%であったが、平成 29 年度調査では 12.3%と 2.1 ポイント増加した。一方「五回目以上」が平成 28 年度調査では 78.6%であったが、平成 29 年度調査では 43.0%と 35.6 ポイント減少した。



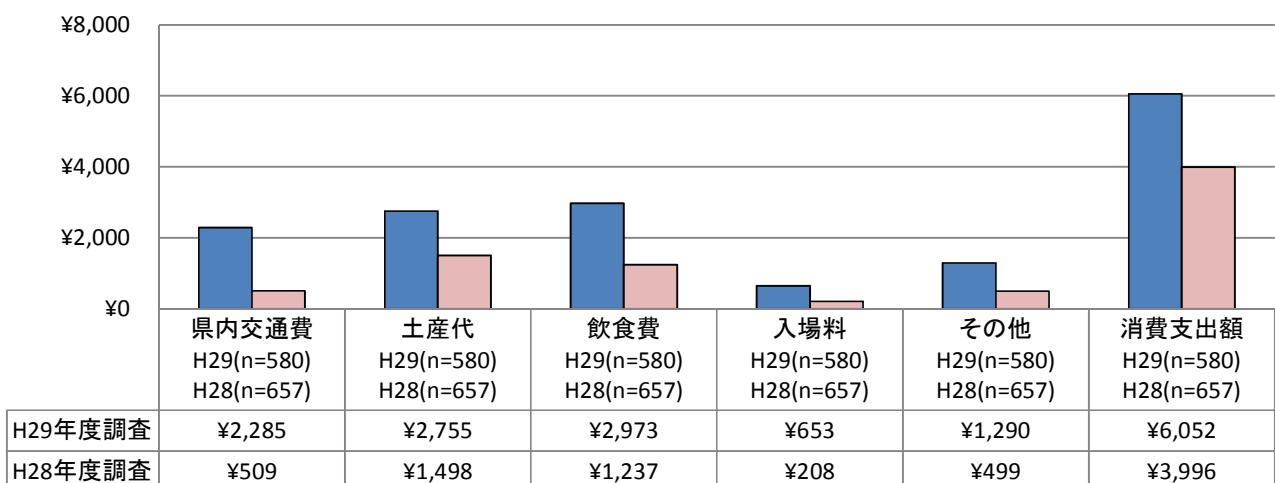
旅行先に選んだ情報源は、平成28年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く74.7%であったが、平成29年度調査では47.6%と27.1ポイント減少した。「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成28年度調査では12.9%であったが、平成29年度調査では18.3%と5.4ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、平成28年度調査では3,996円であったが、平成29年度調査では6,052円に増加した。

消費支出（総額）

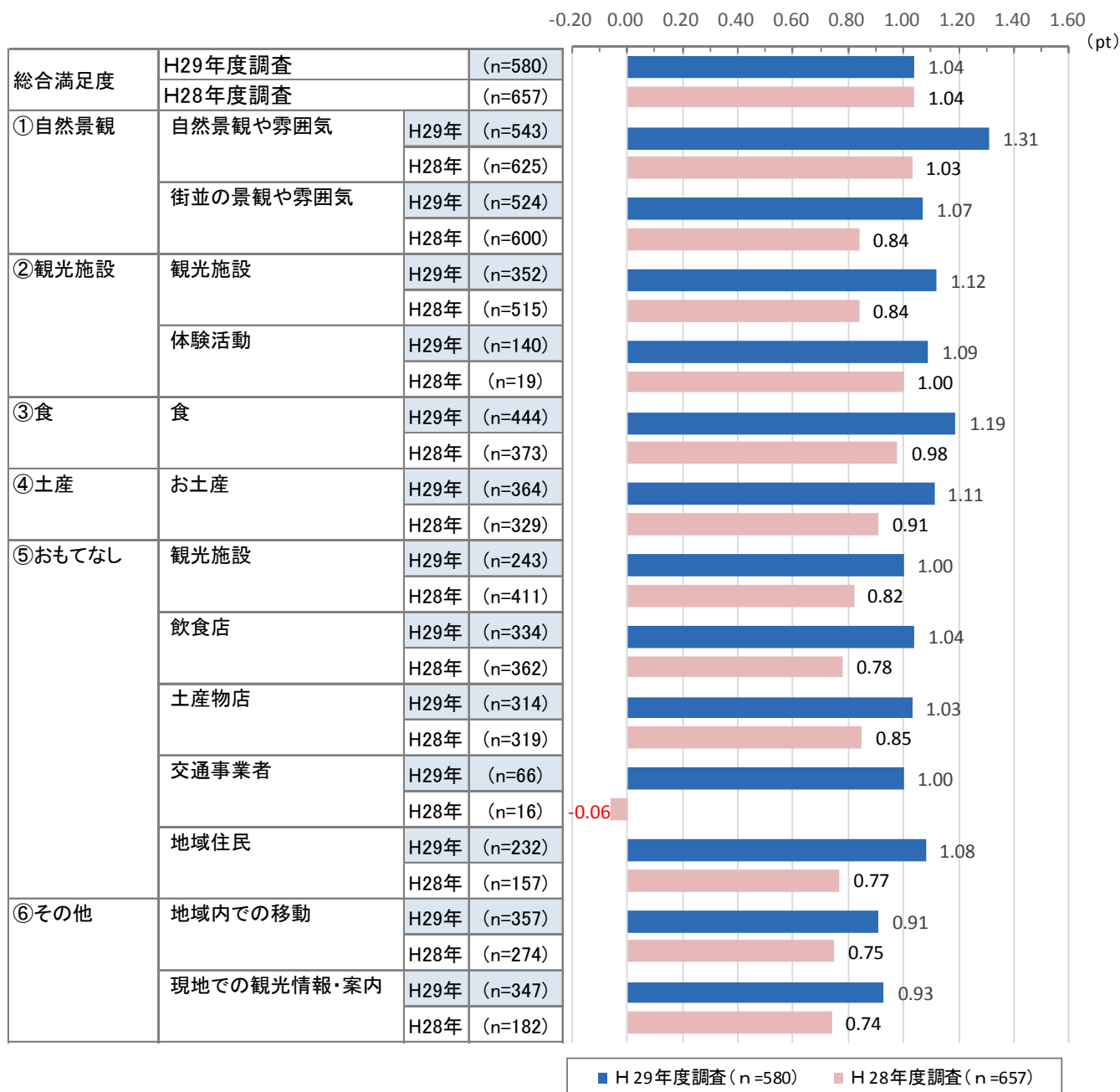


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

総合満足度は、平成28年度調査では1.04で、平成29年度調査でも1.04と同様の結果となった。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.03で最も高く、平成29年度調査でも同様に「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.31で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



iv. 県東エリア

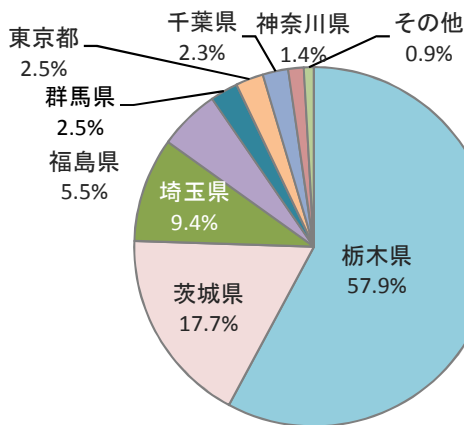
①平成29年度調査結果

日帰り客（県東エリア）

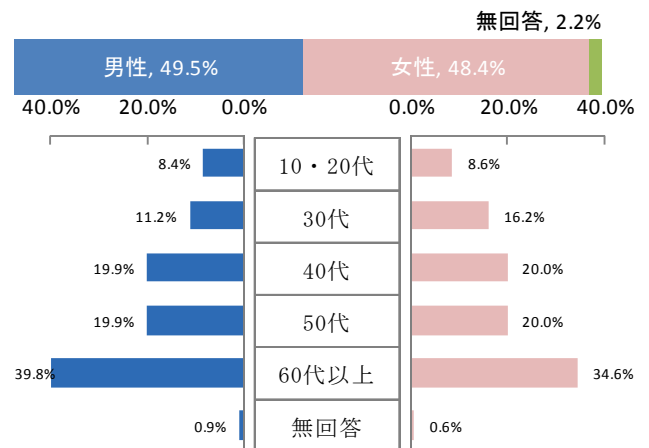
サンプル数：651

お住まいは「栃木県」が最も多く57.9%、次いで「茨城県」が17.7%、「埼玉県」が9.4%であった。年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く、「男性」が39.8%、「女性」が34.6%であった。調査地域周辺の来訪回数は、「五回目以上」のリピーターが48.9%で最も多かった。同行者数は「2人」が48.2%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」29.3%で最も多かった。

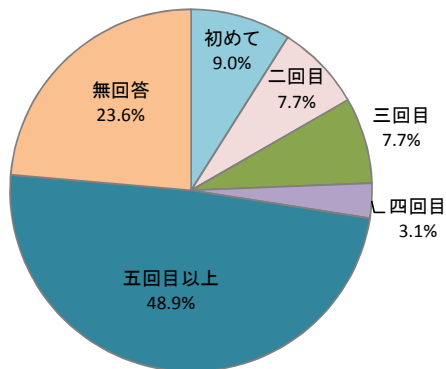
お住まい（n=651）



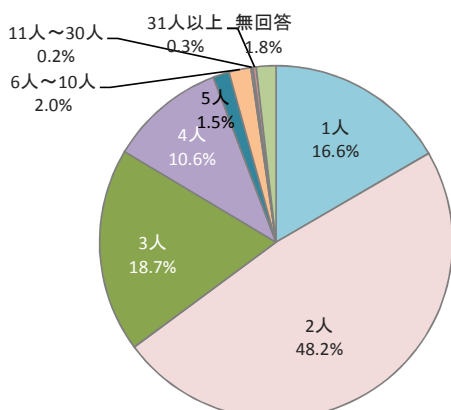
性別・年代（n=651）



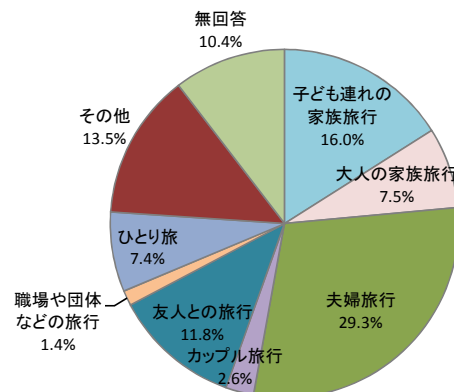
調査地域周辺への来訪回数（n=546）



同行人数 ※回答者を含む（n=651）



同行者の関係（n=651）

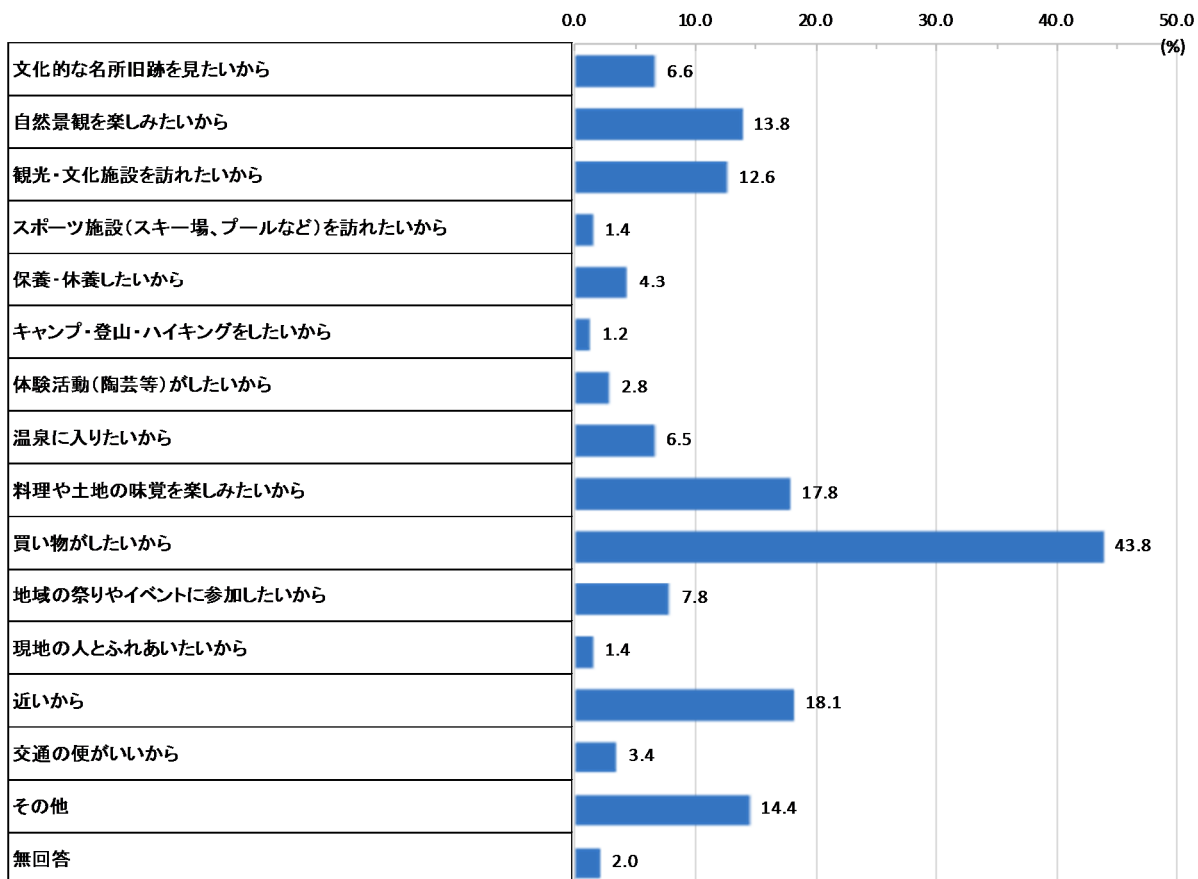


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 関東エリア

旅行先に選んだ理由は「買い物をしたいから」が43.8%で最も多く、次いで「近いから」が18.1%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52.1%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=651)



旅行先に選んだ情報源 (複数回答) (n=651)

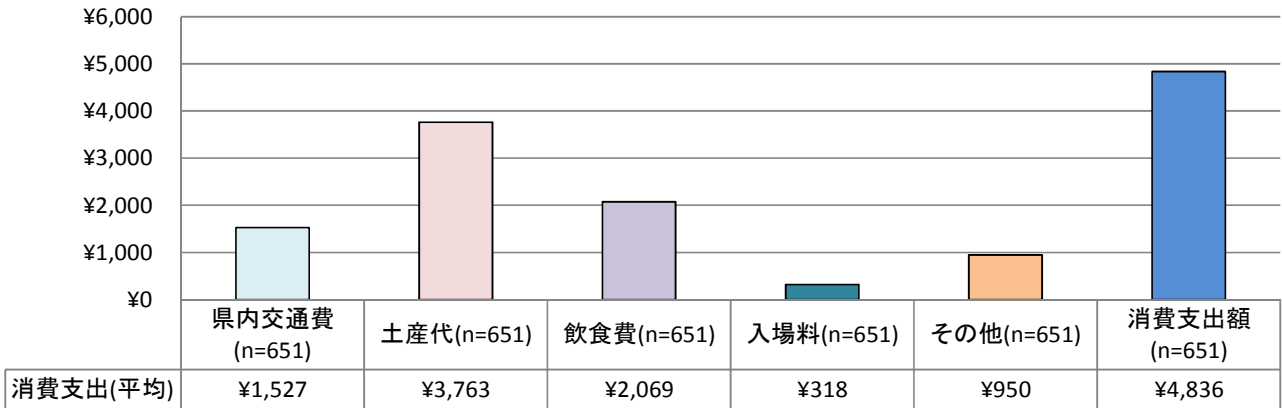
“決め手”となった情報源 (単一回答) (n=651)



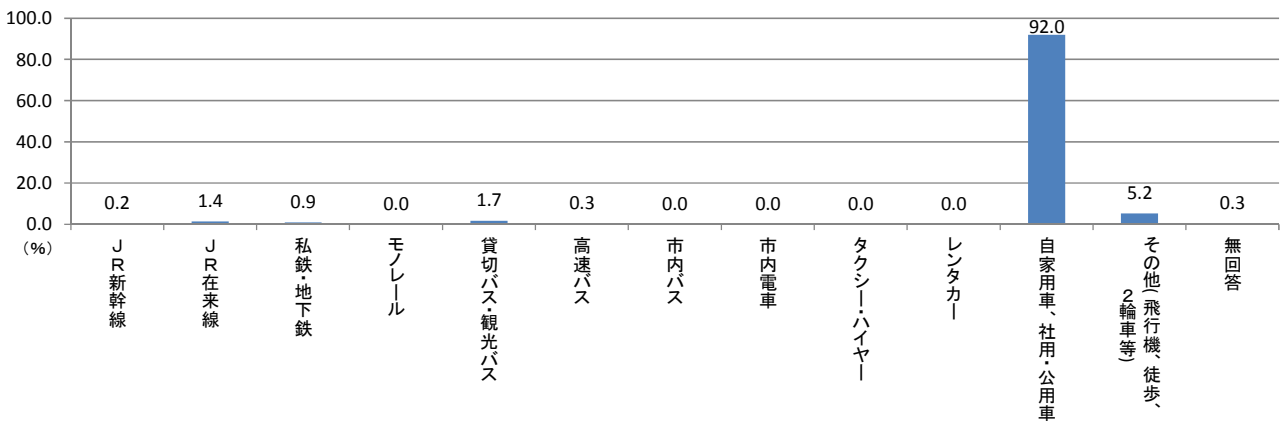
消費支出の平均は、総額で4,836円であった。内訳は、「土産代」が3,763円で最も多く、次いで「飲食費」が2,069円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が92.0%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が33人で最も多く、次いで「西明寺」が8人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=651）



立ち寄り観光施設（n=651）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

県東	県東	県南
西明寺(8)	道の駅にのみや(1)	佐野プレミアム・アウトレット(1)
大瀬観光やな(4)	県央	道の駅 しもつけ(1)
道の駅もてぎ(4)	山あげ会館(2)	道の駅みかも(1)
道の駅サシバの里いちかい(3)	G7カントリー倶楽部(1)	日光
いい里さかがわ館(1)	道の駅きつれがわ(1)	鬼怒川温泉(33)
ツインリンクもてぎ(1)	大谷資料館(1)	二社一寺参拝者(1)
大前神社(1)		

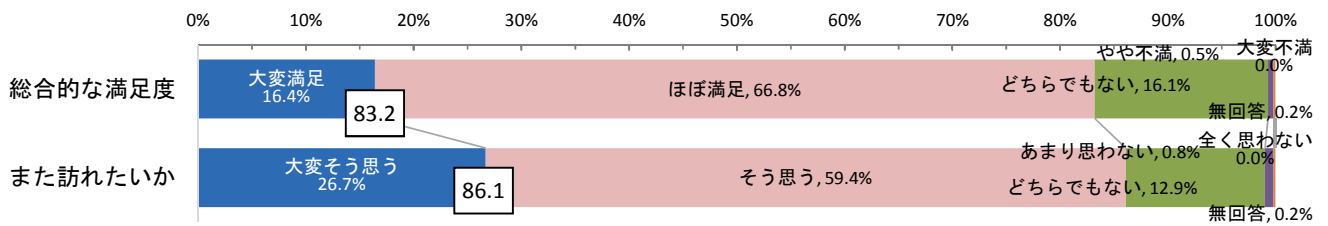
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
道の駅もてぎ（228）、陶芸メッセ益子（201）、道の駅はが（222）

第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県東エリア

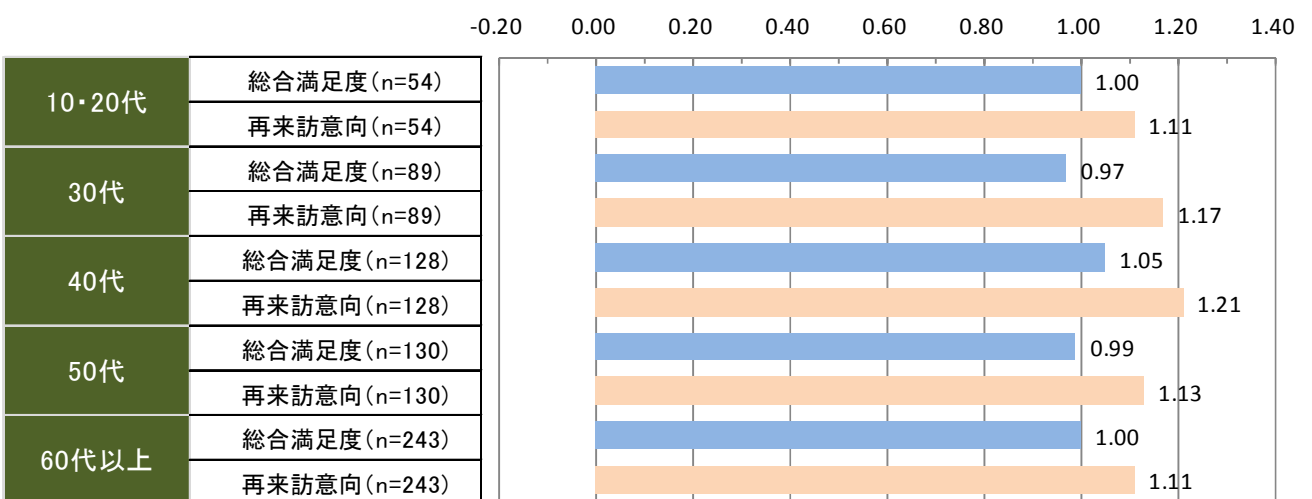
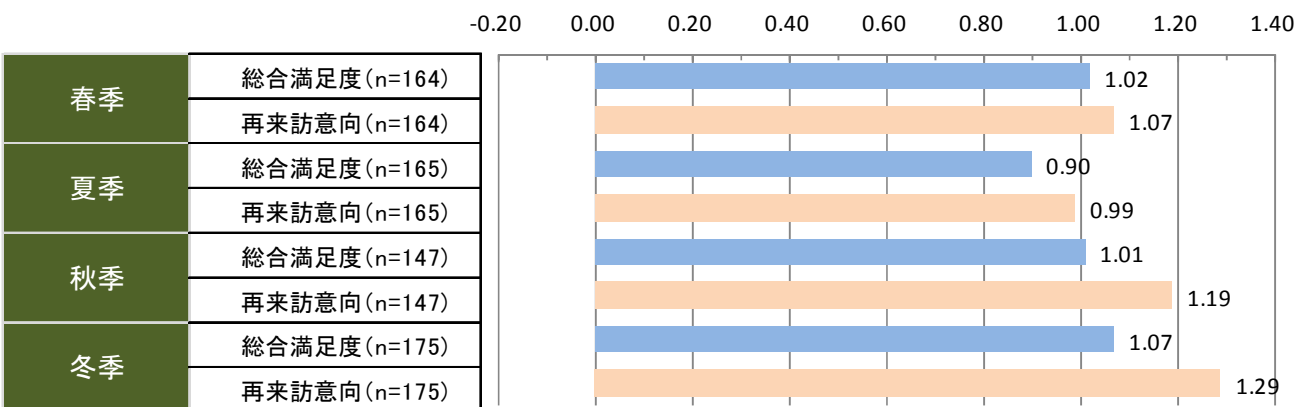
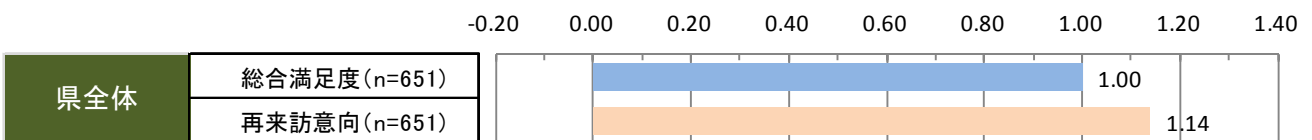
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が83.2%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が86.1%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=651)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

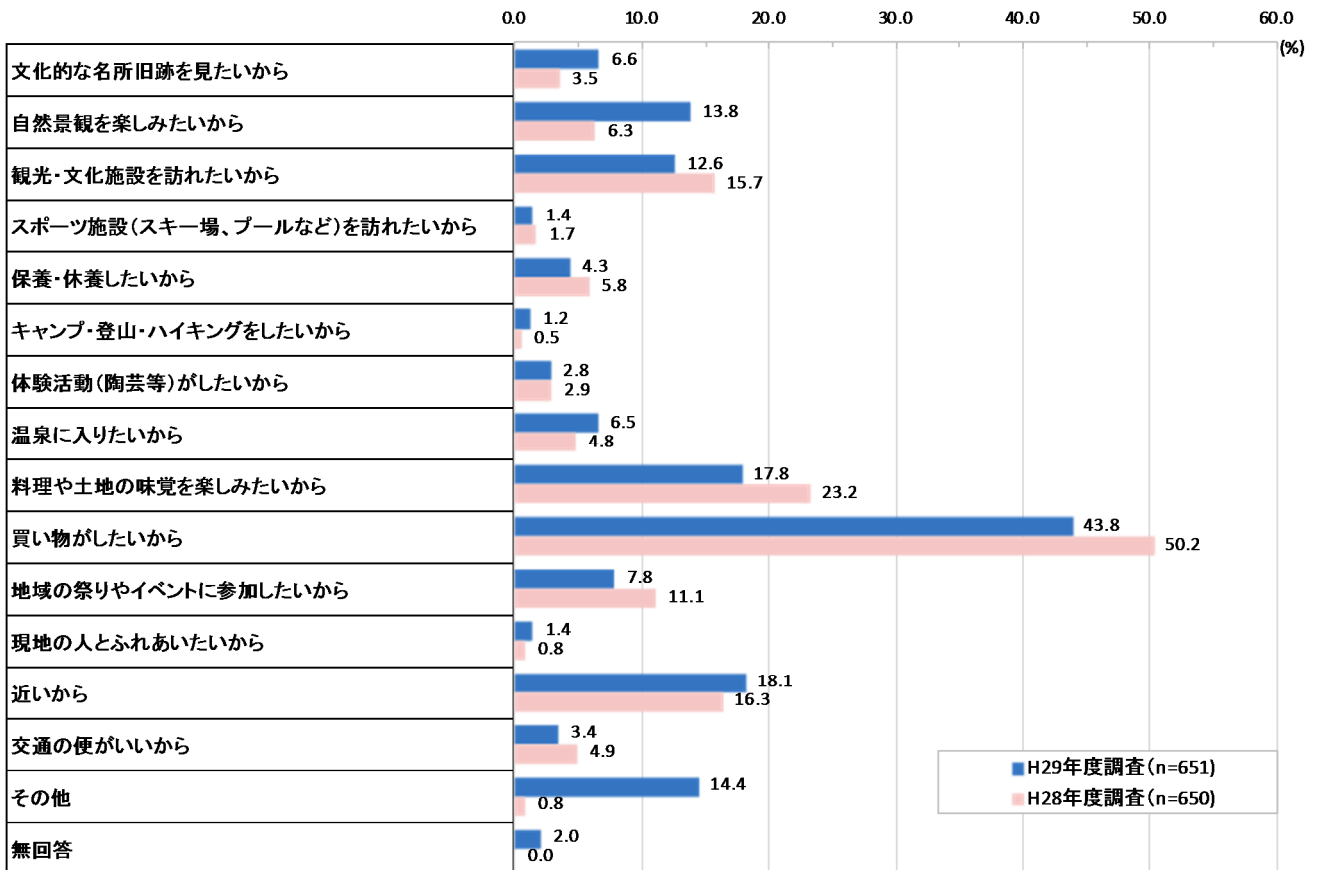
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.07で最も高く、「夏季」が0.90で最も低かった。また、再来訪意向も、「冬季」が1.29で最も高く、「夏季」が0.99で最も低かった。
 年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.05で最も高く、「30代」が0.97で最も低かった。また、再来訪意向については、「40代」が1.21で最も高く、「10代・20代」、「60代以上」が1.11で最も低かった。



②過去調査との比較

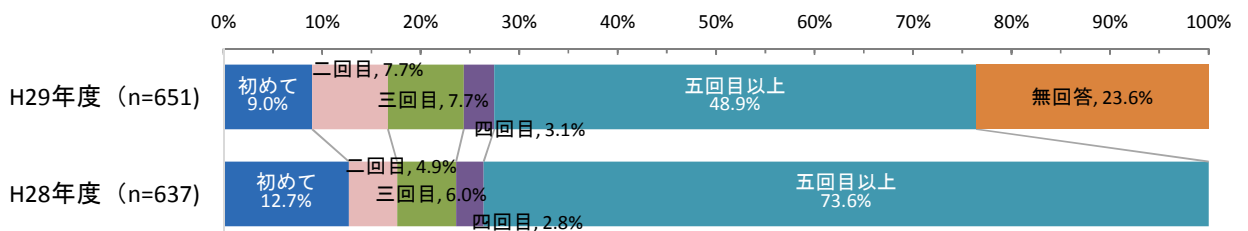
旅行先に選んだ理由は、平成 28 年度調査では「買い物がしたいから」が最も多く 50.2%であったが、平成 29 年度調査では 43.8%と 6.4 ポイント減少した。次いで「料理や土地の味覚を楽しみたいから」は平成 28 年度調査では 23.2%であったが、平成 29 年度調査では 17.8%と 5.4 ポイント減少した。

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、「初めて」が平成 28 年度調査では 12.7%であったが、平成 29 年度調査では 9.0%と 3.7 ポイント減少した。「五回目以上」が平成 28 年度調査では 73.6%であったが、平成 28 年度調査では 48.9%と 24.7 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

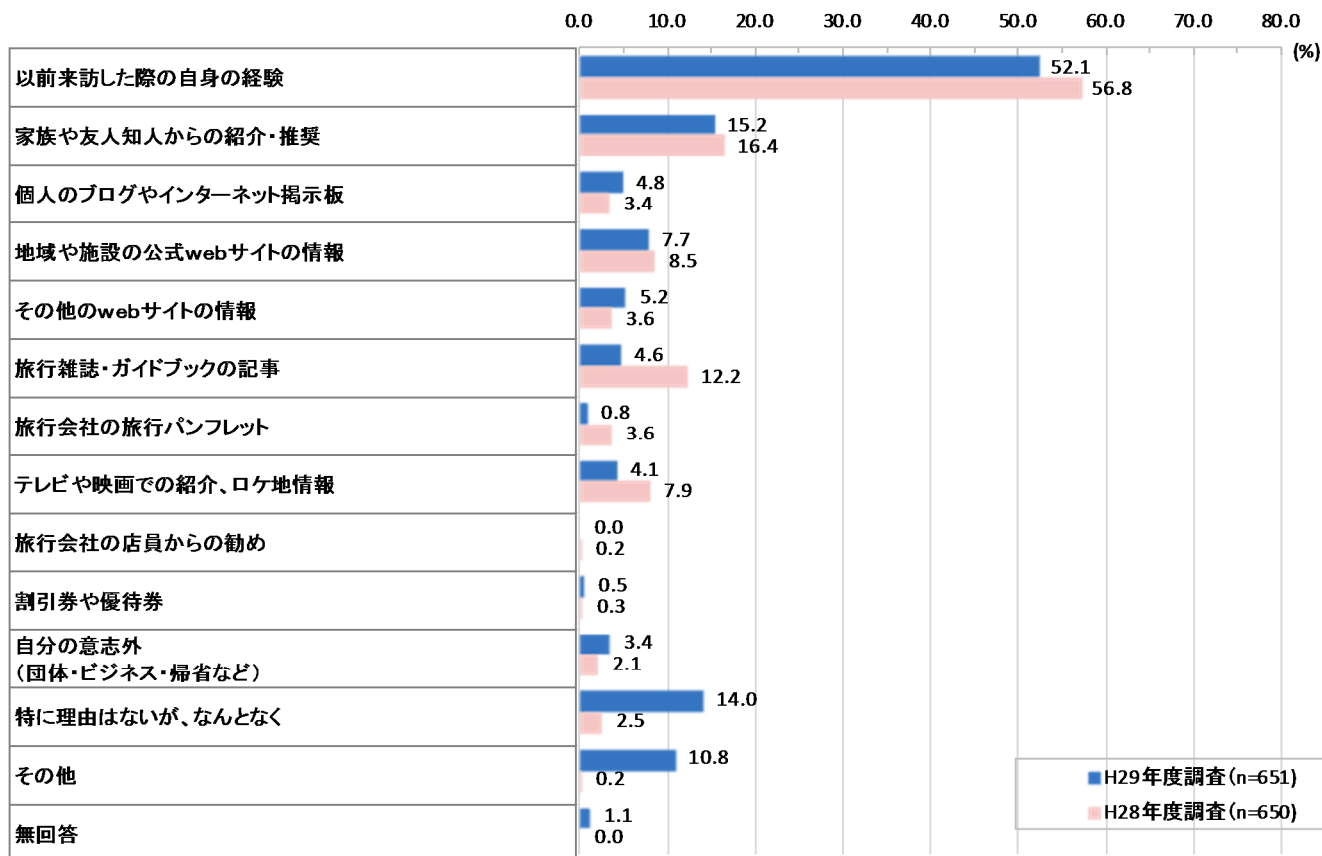


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県東エリア

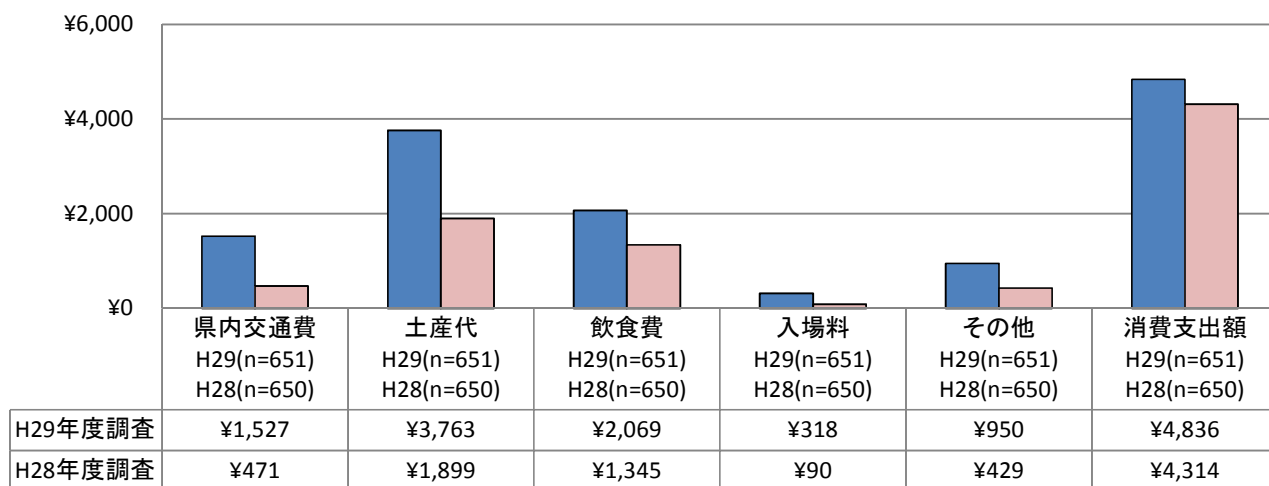
旅行先に選んだ情報源は、平成28年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く64.9%であったが、平成29年度調査では52.1%と12.8ポイント減少した。次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成28年度調査では13.7%であったが、平成29年度調査では15.2%と1.5ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



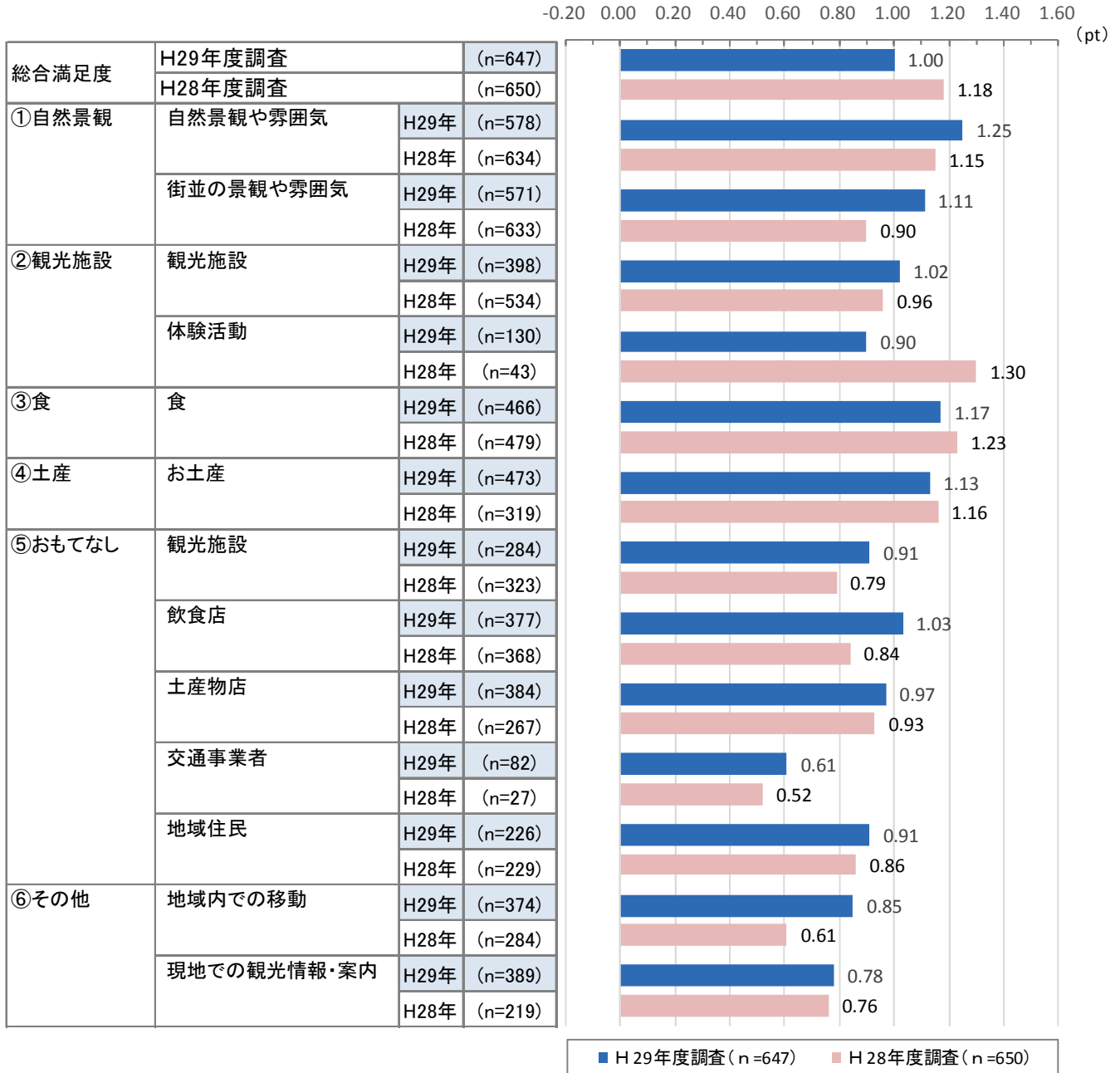
消費支出の総額は、平成28年度調査では4,314円であったが、平成29年度調査では4,836円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、平成28年度調査では1.18であったが、平成29年度調査では1.00と0.18ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「観光施設 体験活動」が1.30で最も高く、平成29年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.25と最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



v. 県南エリア

①平成29年度調査結果

日帰り客 (県南エリア)

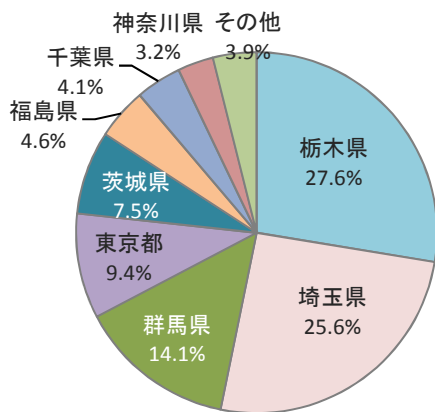
サンプル数 : 587

お住まいは「栃木県」が最も多く27.6%、次いで「埼玉県」が25.6%、「群馬県」が14.1%であった。年代は、男性では「40代」が25.0%、女性では「10・20代」「30代」が同率23.6%で最も多かった。

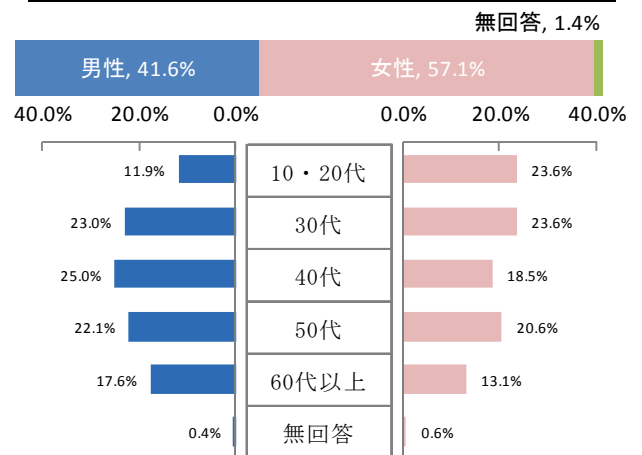
調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」のリピーターが39.8%で最も多く、次いで「初めて」が25.7%であった。

同行者数は「2人」が41.7%で最も多く、同行者の関係は「子ども連れの家族旅行」が25.0%で最も多かった。

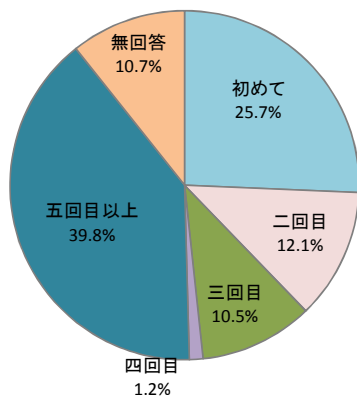
お住まい (n=587)



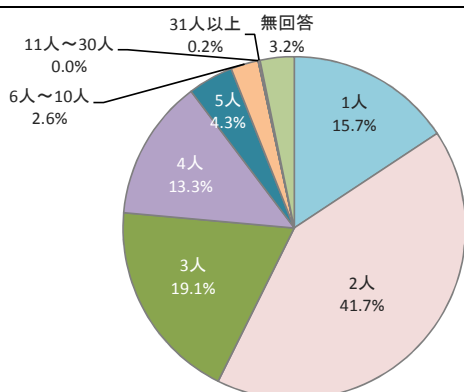
性別・年代 (n=587)



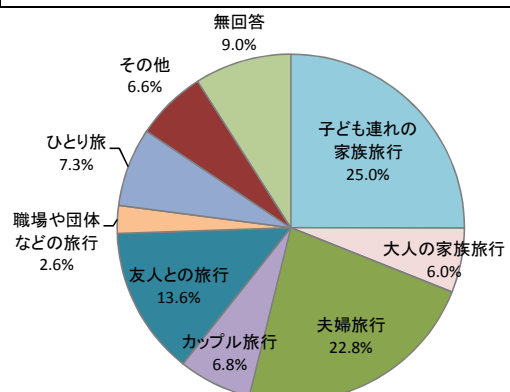
調査地域周辺への来訪回数 (n=561)



同行者数 ※回答者を含む (n=587)

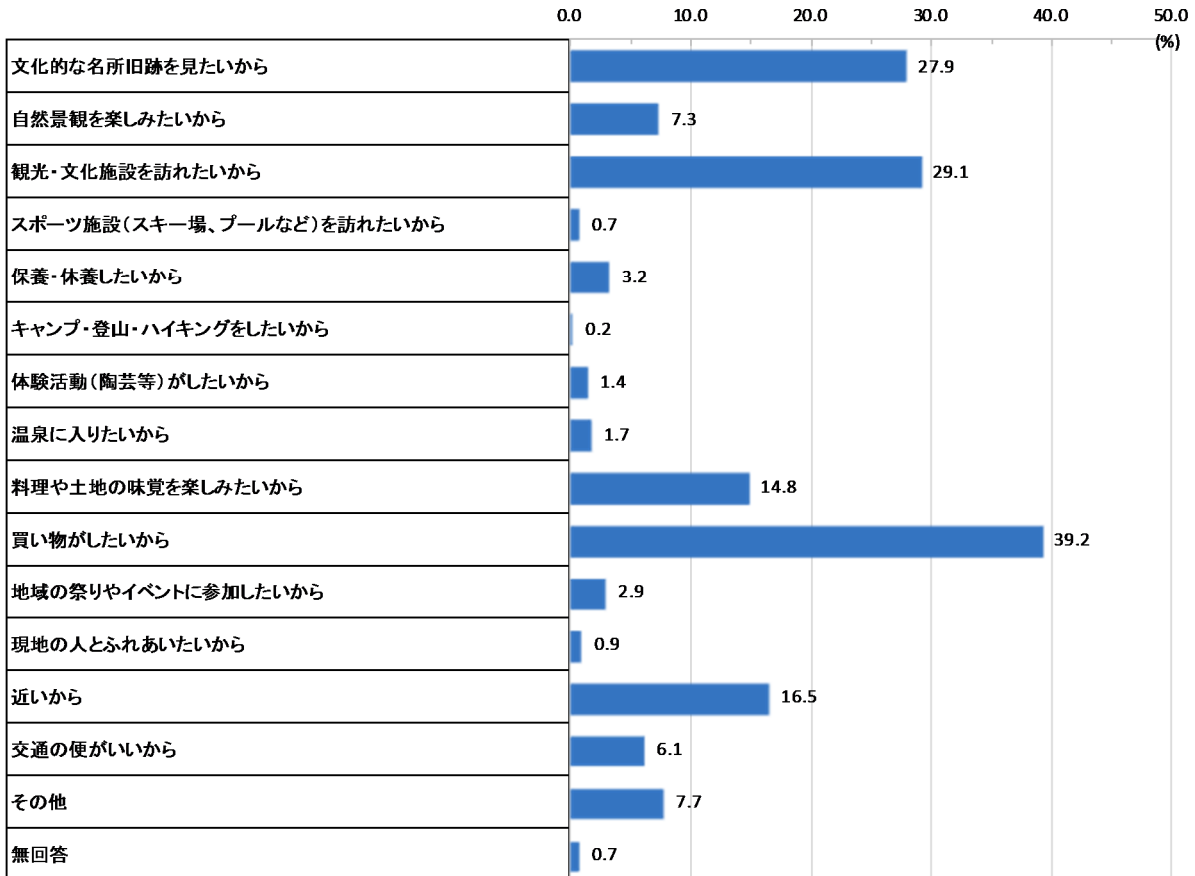


同行者の関係 (n=587)



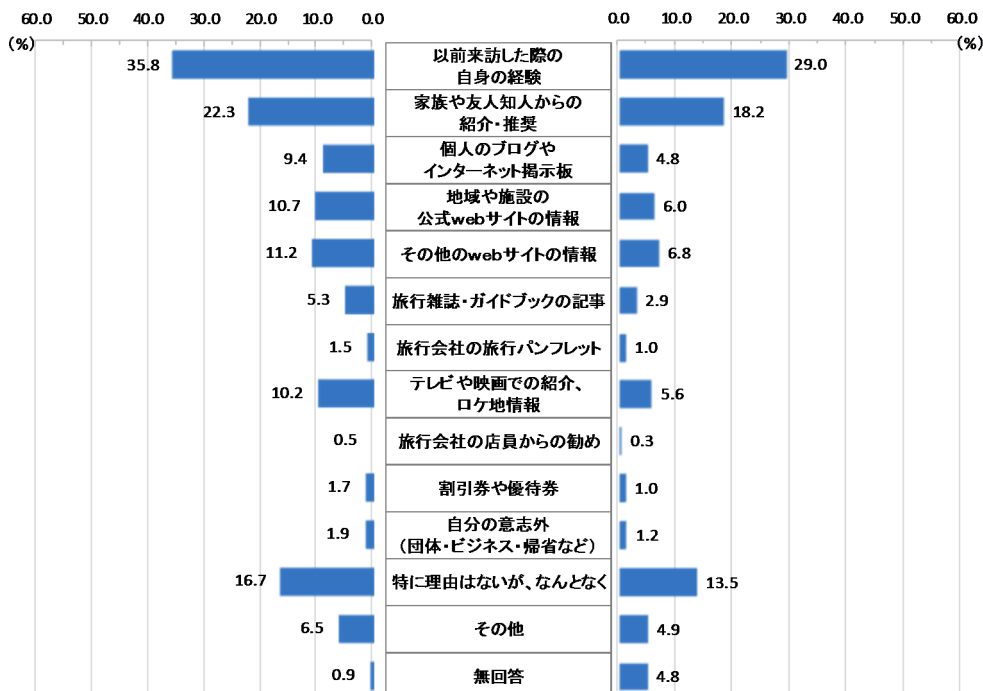
旅行先に選んだ理由は「買い物をしたいから」が39.2%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が29.1%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が35.8%で最も多く、決め手となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が29.0%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=587）



旅行先に選んだ情報源
（複数回答）（n=587）

“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=587）



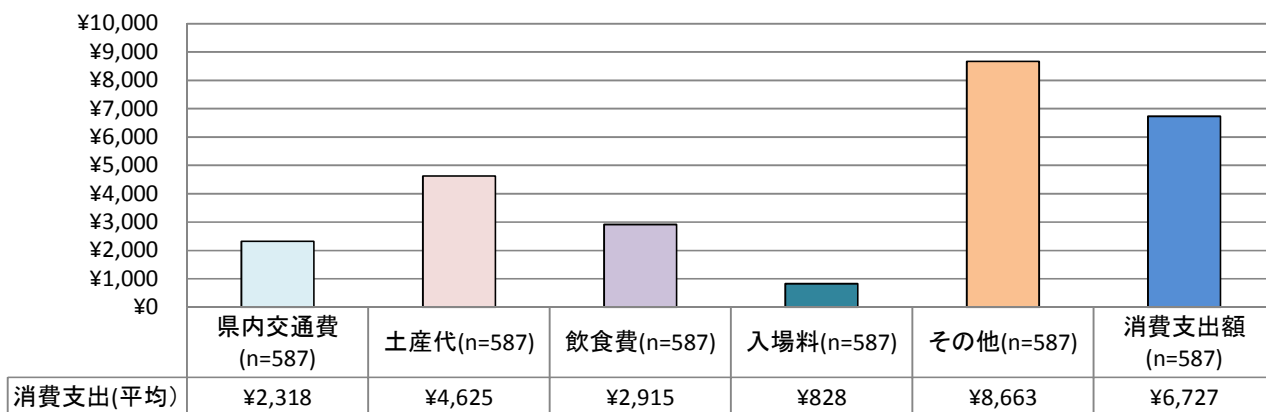
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 県南エリア

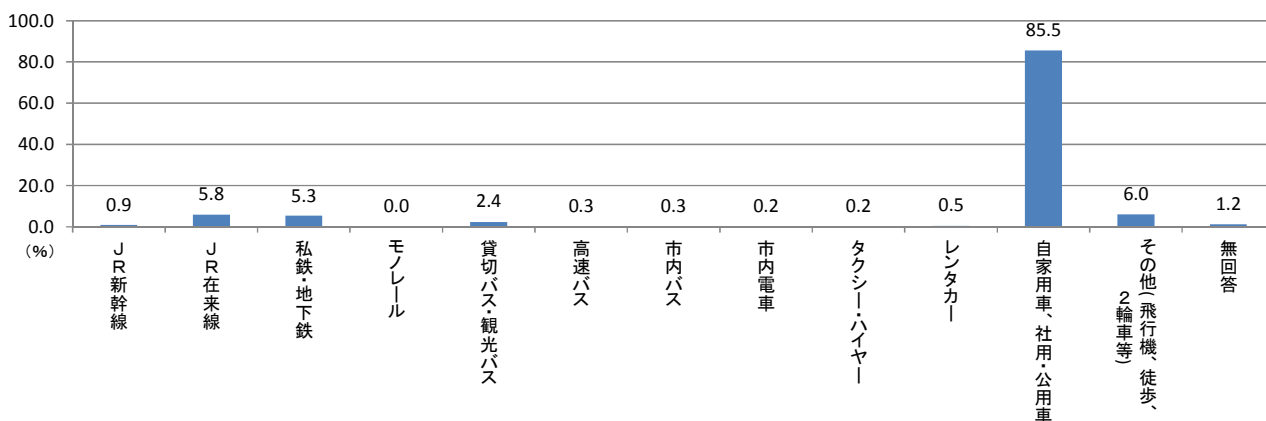
消費支出の平均は、総額で 6,727 円であった。内訳は、「その他」が 8,663 円で最も多かった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 85.5%であった。

立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が 41 人で最も多く、次いで「あしかがフラワーパーク」が 11 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=587）

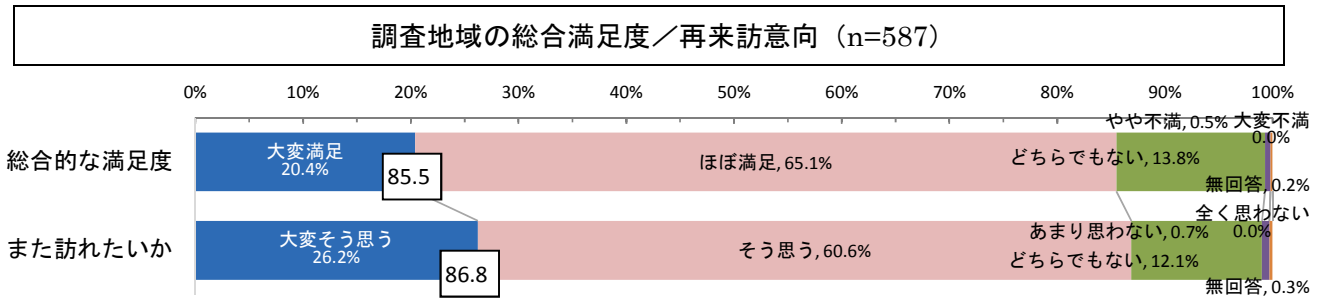


立ち寄り観光施設（n=587）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

那須	県南	県南
りんどう湖LAKE VIEW(1)	あしかがフラワーパーク(11)	ココ・ファーム・ワイナリー収穫祭(3)
日光	佐野厄よけ大師(10)	栗田美術館(2)
鬼怒川温泉(41)	織姫公園(9)	史跡足利学校(2)
足尾銅山観光(1)	いちごの里(6)	道の駅どまんなかたぬま(2)
県央	鏝阿寺(6)	道の駅みかも(2)
宇都宮動物園(1)	佐野プレミアム・アウトレット(5)	おもちゃのまちバンダイミュージアム(2)
	太平山(4)	道の駅思川(1)

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
足利学校（183）、佐野プレミアムアウトレット（221）、岩下の新生姜ミュージアム（183）

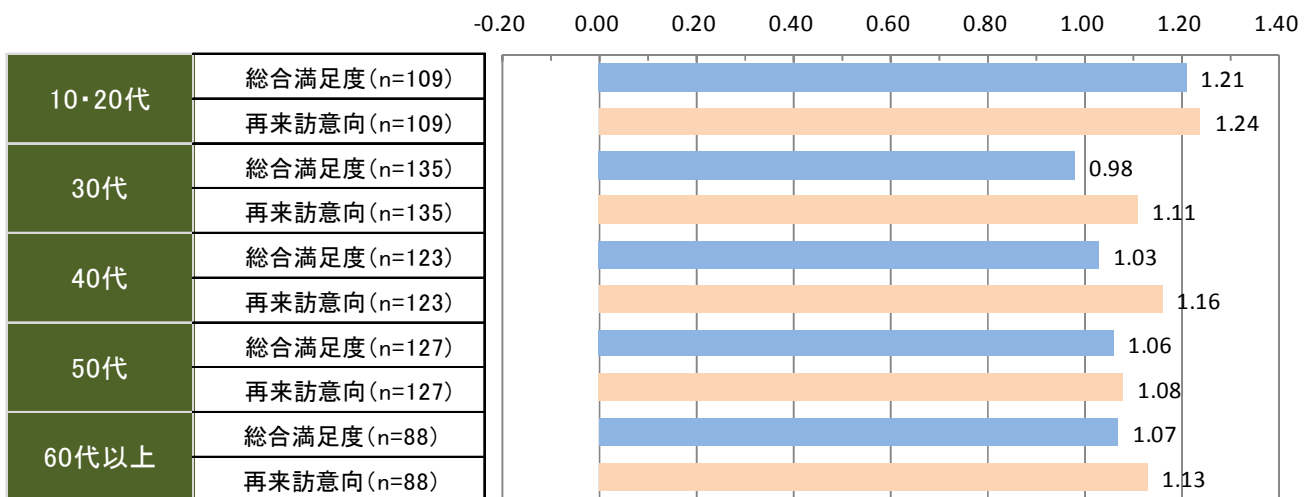
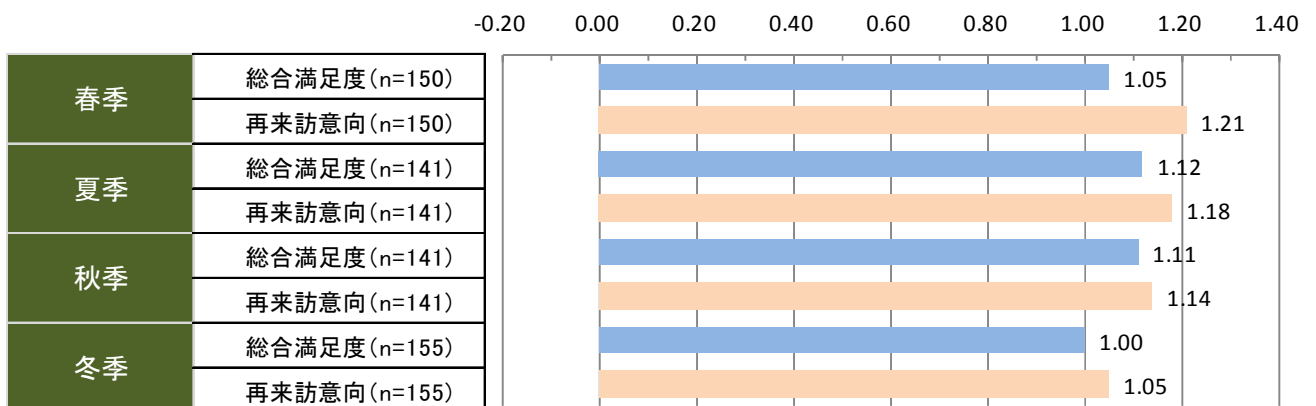
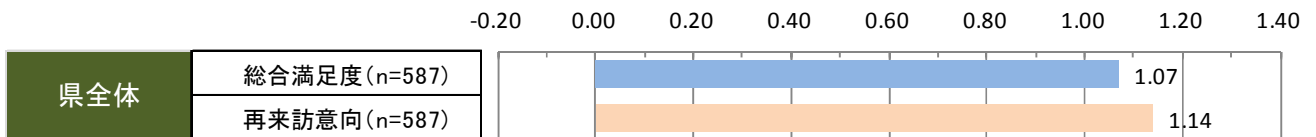
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が85.5%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が86.8%であった。



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、「夏季」が1.12で最も高く、「冬季」が1.00で最も低かった。また、再来訪意向については、「春季」が1.21で最も高く、「冬季」が1.05で最も低かった。

年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.21で最も高く、「30代」が0.98で最も低かった。また、再来訪意向については、「10・20代」1.24で最も高く、「50代」が1.08で最も低かった。



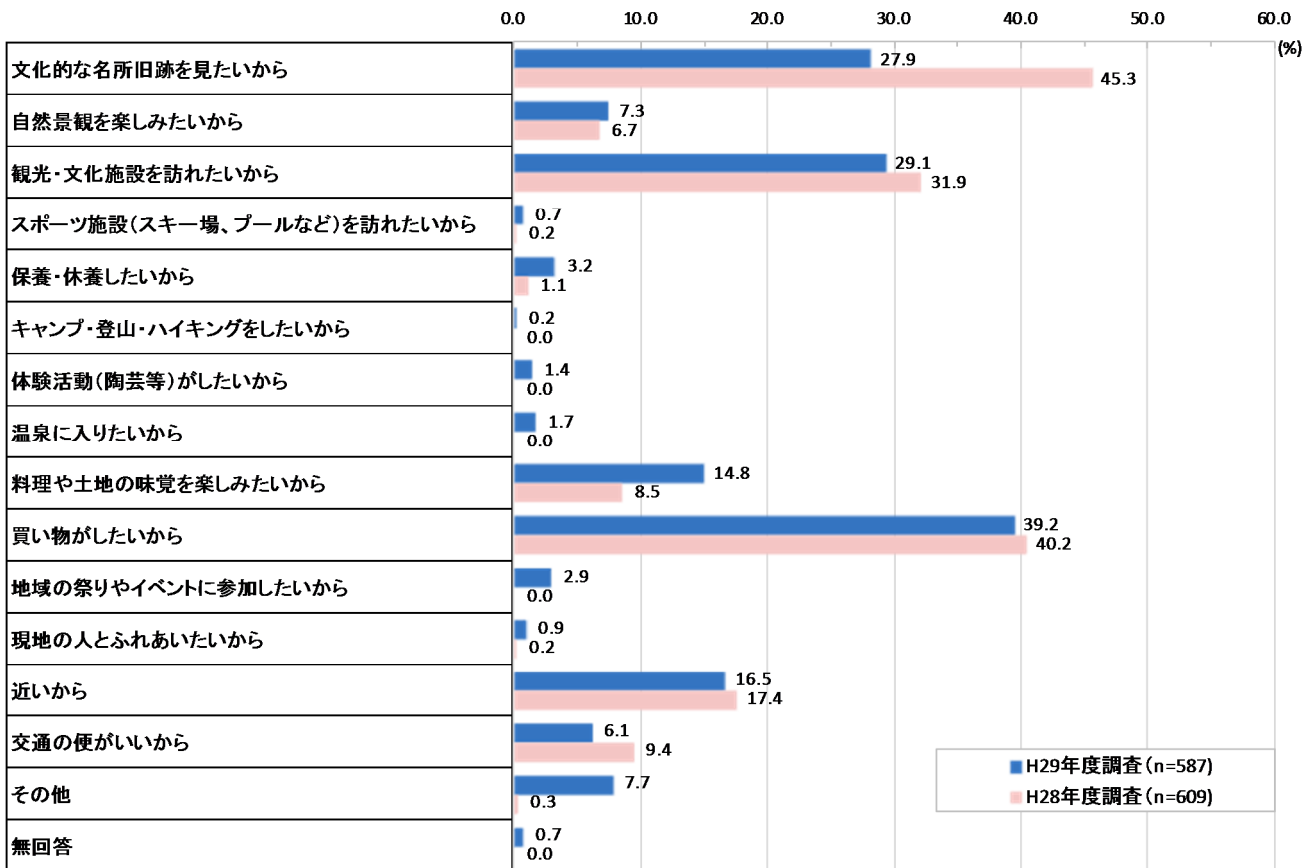
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 県南エリア

② 過去調査との比較

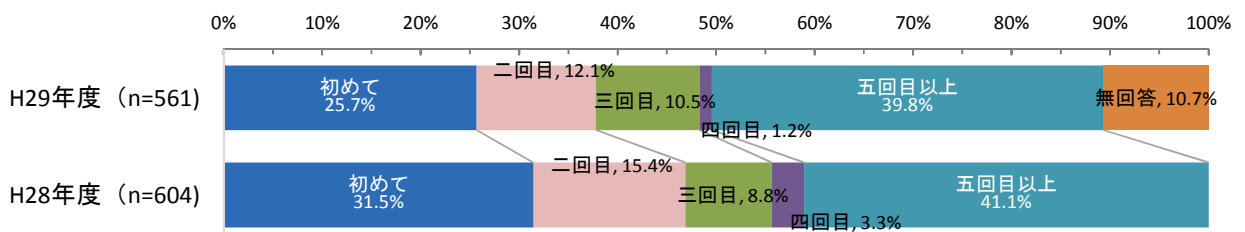
旅行先に選んだ理由は、平成 29 年度調査では「買い物がしたいから」が 39.2%で最も高いが、平成 28 年度調査の 40.2%と比較すると 1.0 ポイント減少した。「料理や土地の味覚を楽しみたいから」は平成 28 年度調査の 8.5%と比較して平成 29 年度は 14.8%と 6.3 ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



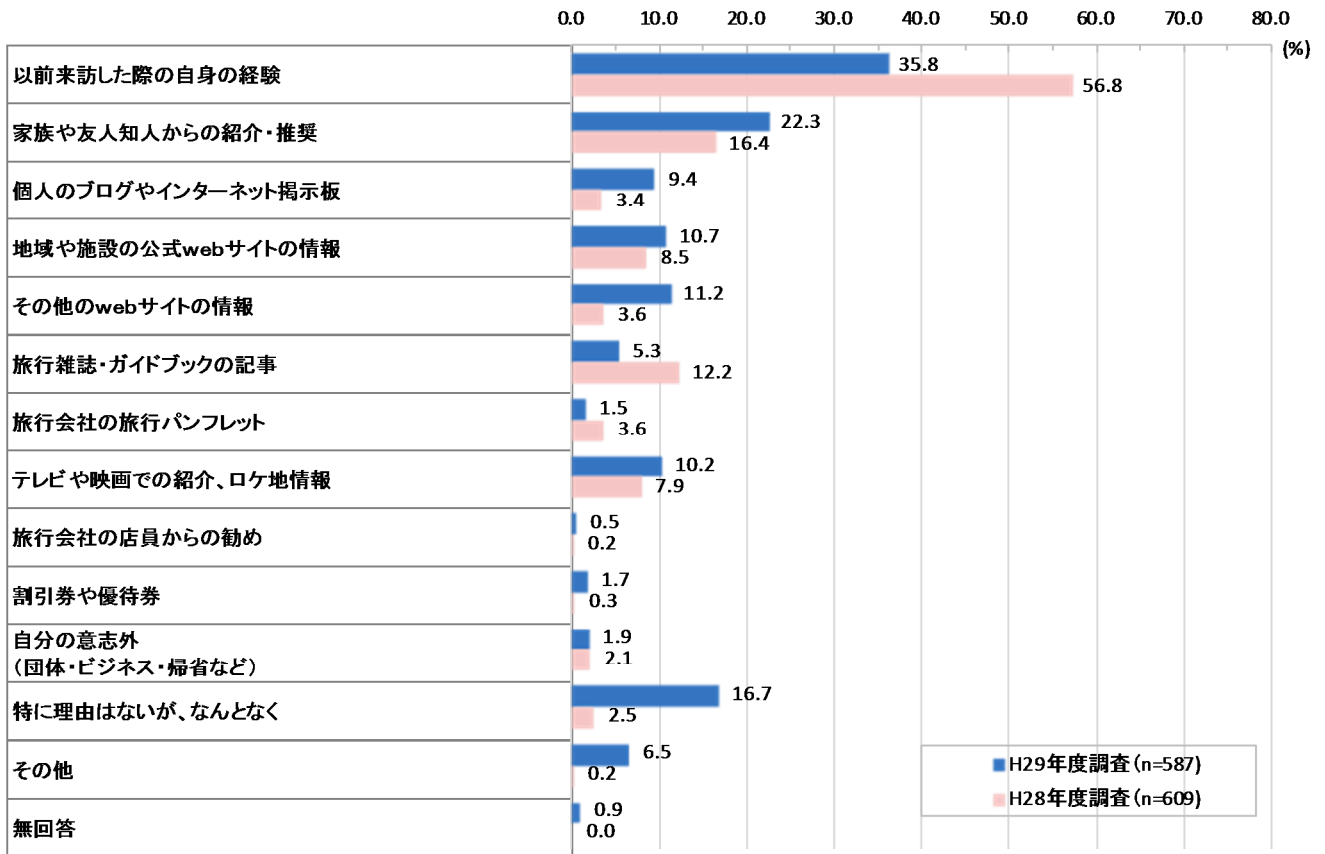
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 28 年度調査では 31.5%であったが、平成 29 年度調査では 25.7%と 5.8 ポイント減少した。「五回目以上」は平成 28 年度調査では 41.1%であったが、平成 29 年度調査では 39.8%と 1.3 ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



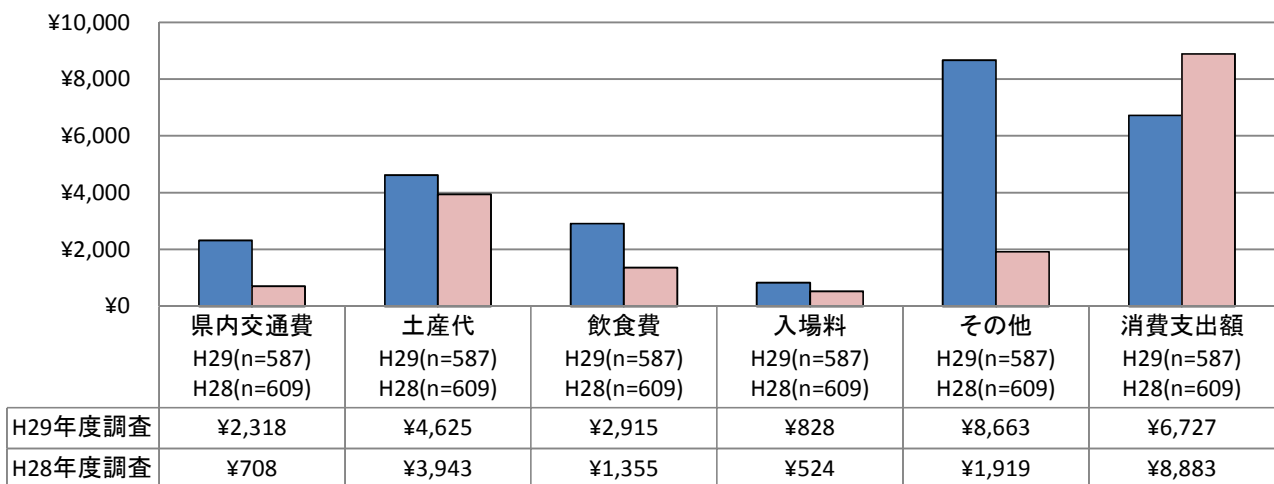
旅行先に選んだ情報源は、平成28年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く56.8%であったが、平成29年度調査では35.8%と21.0ポイント減少した。一方、「その他のwebサイトの情報」は平成28年度調査では3.6%であったが、平成29年度調査では11.2%と7.6ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、平成28年度調査では8,883円であったが、平成29年度調査では6,727円に減少した。

消費支出（総額）

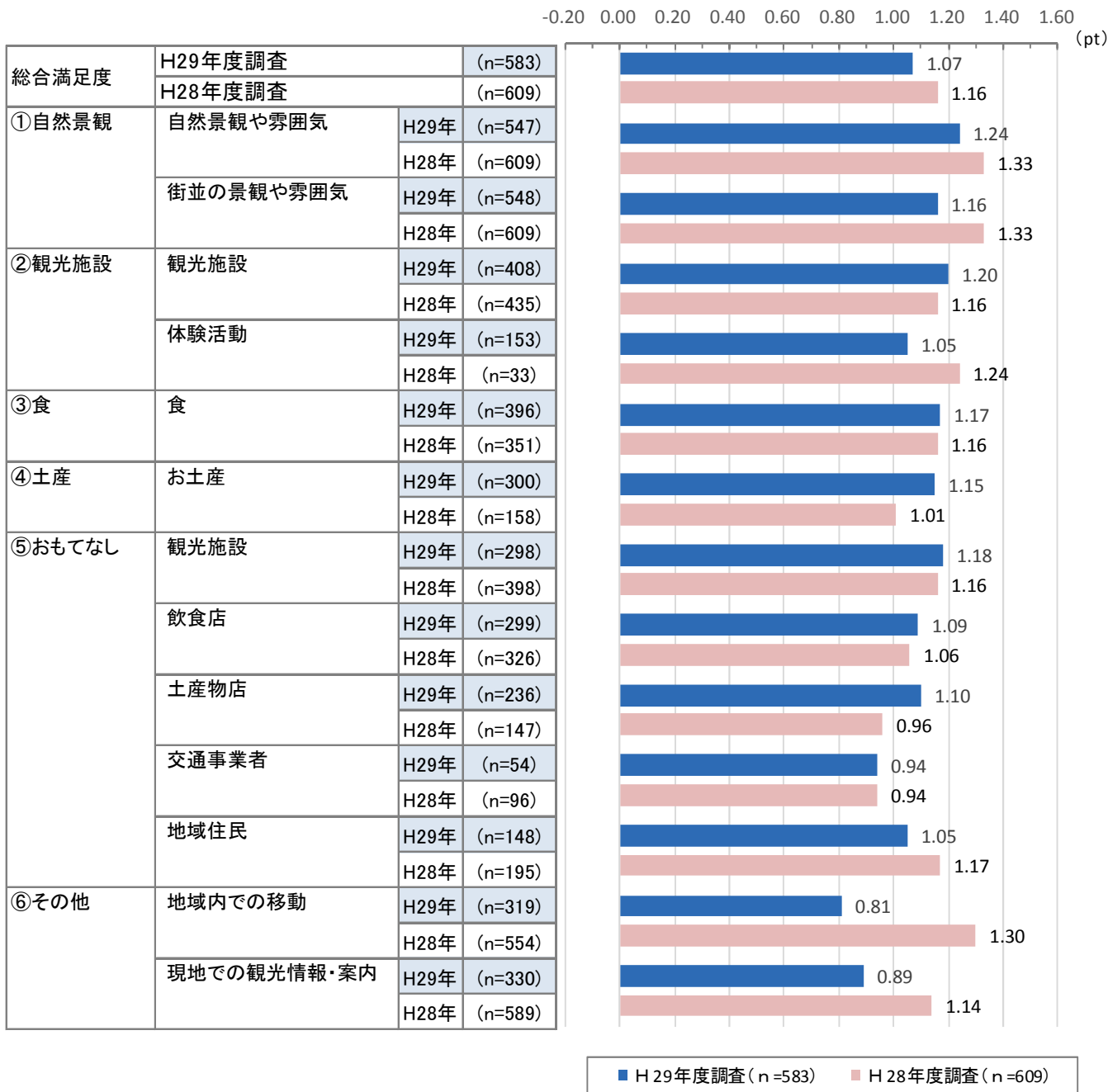


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 県南エリア

総合満足度は、平成28年度調査では1.16であったが、平成29年度調査では1.07と0.09ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」及び「自然景観 街並の景観や雰囲気」が1.33で最も高く、平成29年度調査でも「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.24と最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



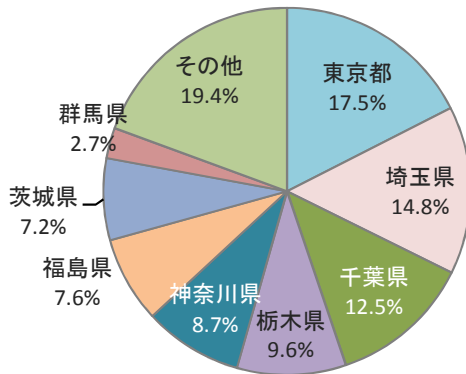
2. 宿泊客

(1) 県全体

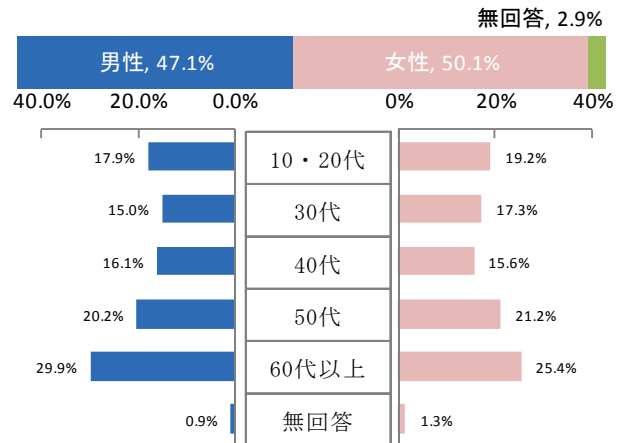
① 平成 29 年度調査結果

お住まいは「東京都」が 17.5% で最も多く、次いで「埼玉県」が 14.8%、「千葉県」が 12.5% であった。
性別は、「男性」が 47.1%、「女性」が 50.1% であった。
年代は、男性は「60 代以上」が 29.9% で最も多く、女性も「60 代以上」が 25.4% で最も多かった。

お住まい (n=1188)

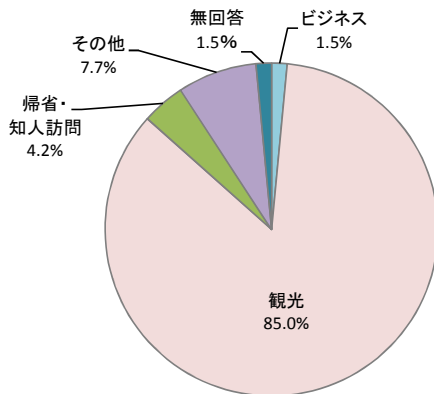


性別・年代 (n=1188)



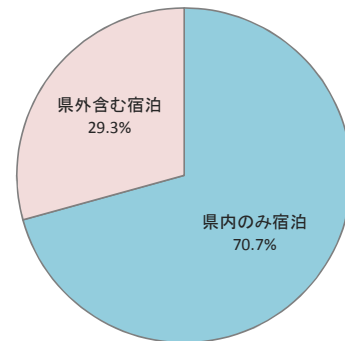
旅行の主要目的は、「観光」が 85.0% と 8 割を超えた。
宿泊旅程は、「県内のみ宿泊」が 70.7% と 7 割を超えた。

旅行の主要目的 (n=1188)



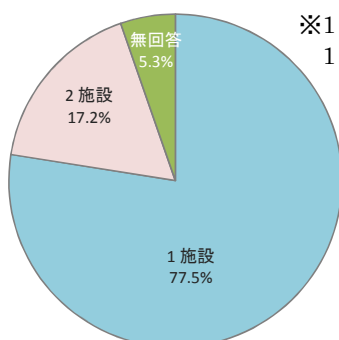
宿泊旅程 (n=222)

※ 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 77.5% と 7 割半ばを超えた。

栃木県内の宿泊施設数 (n=169)

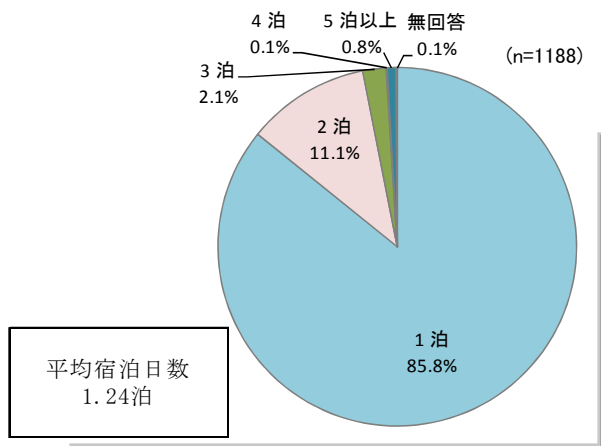


※ 1 泊目と 2 泊目で同じ宿泊施設に宿泊した場合は 1 施設としてカウントしている。

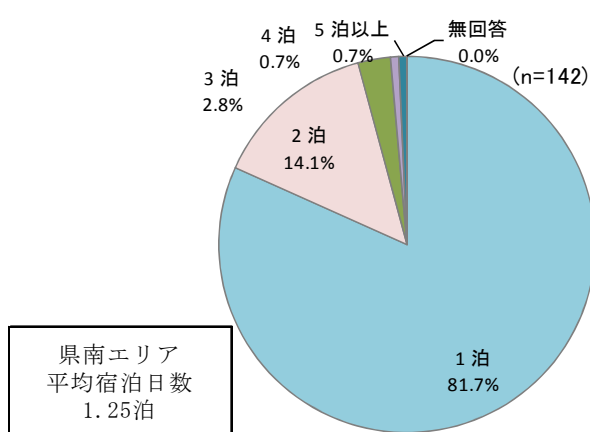
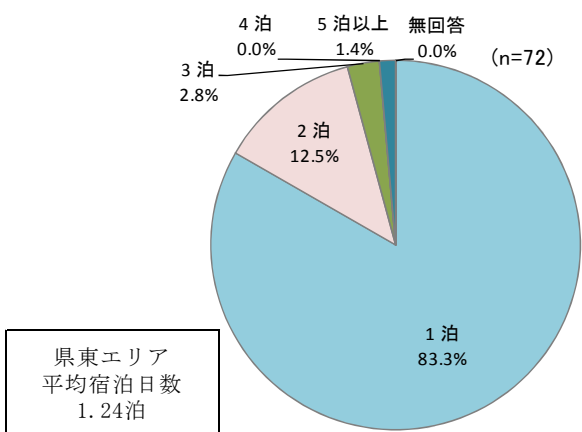
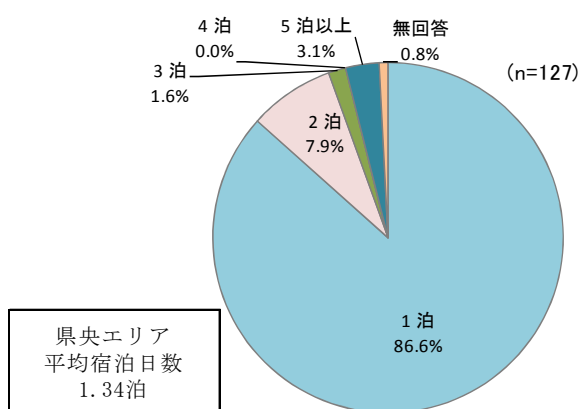
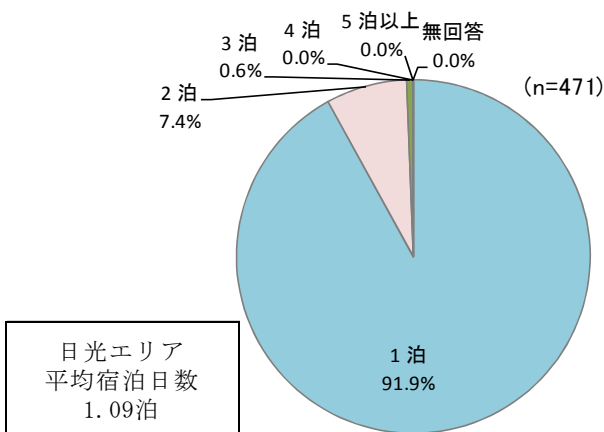
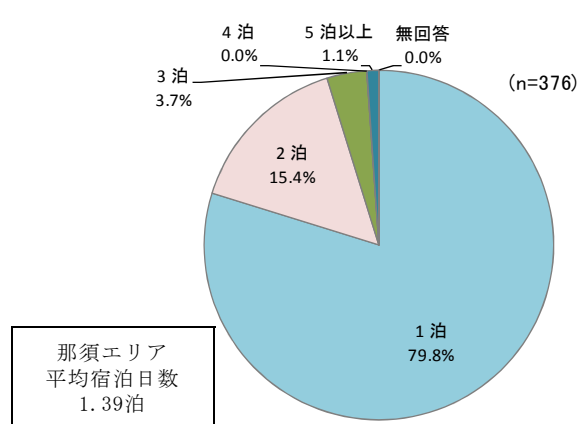
1. 宿泊客 (1) 県全体

県内での宿泊日数は那須エリアを除く全てのエリアで「1泊」が8割を超えた。
 平均宿泊日数をエリア別にみると、那須エリアで 1.39泊、県央エリアで 1.34泊と他のエリアと比較して高かった。

【県全体】

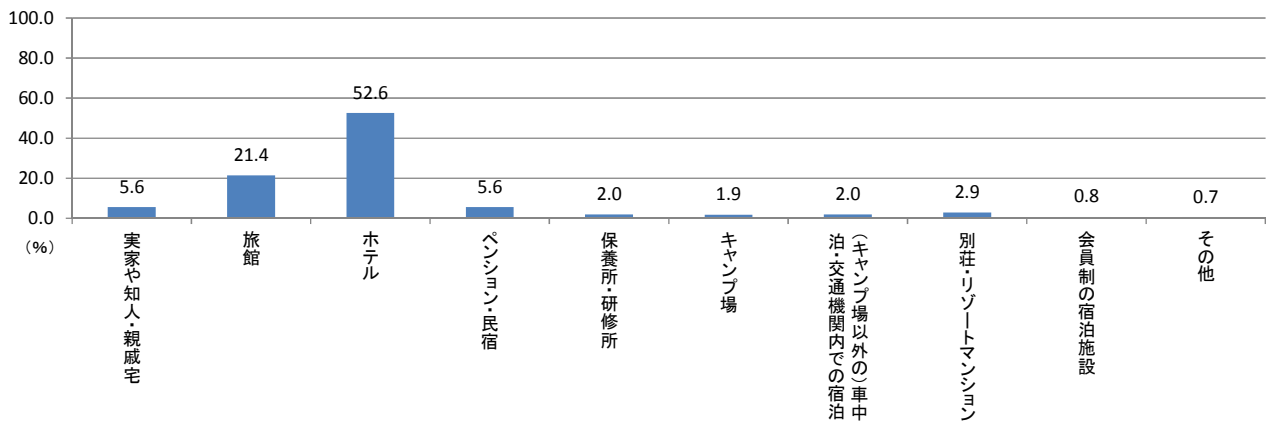


【エリア別】

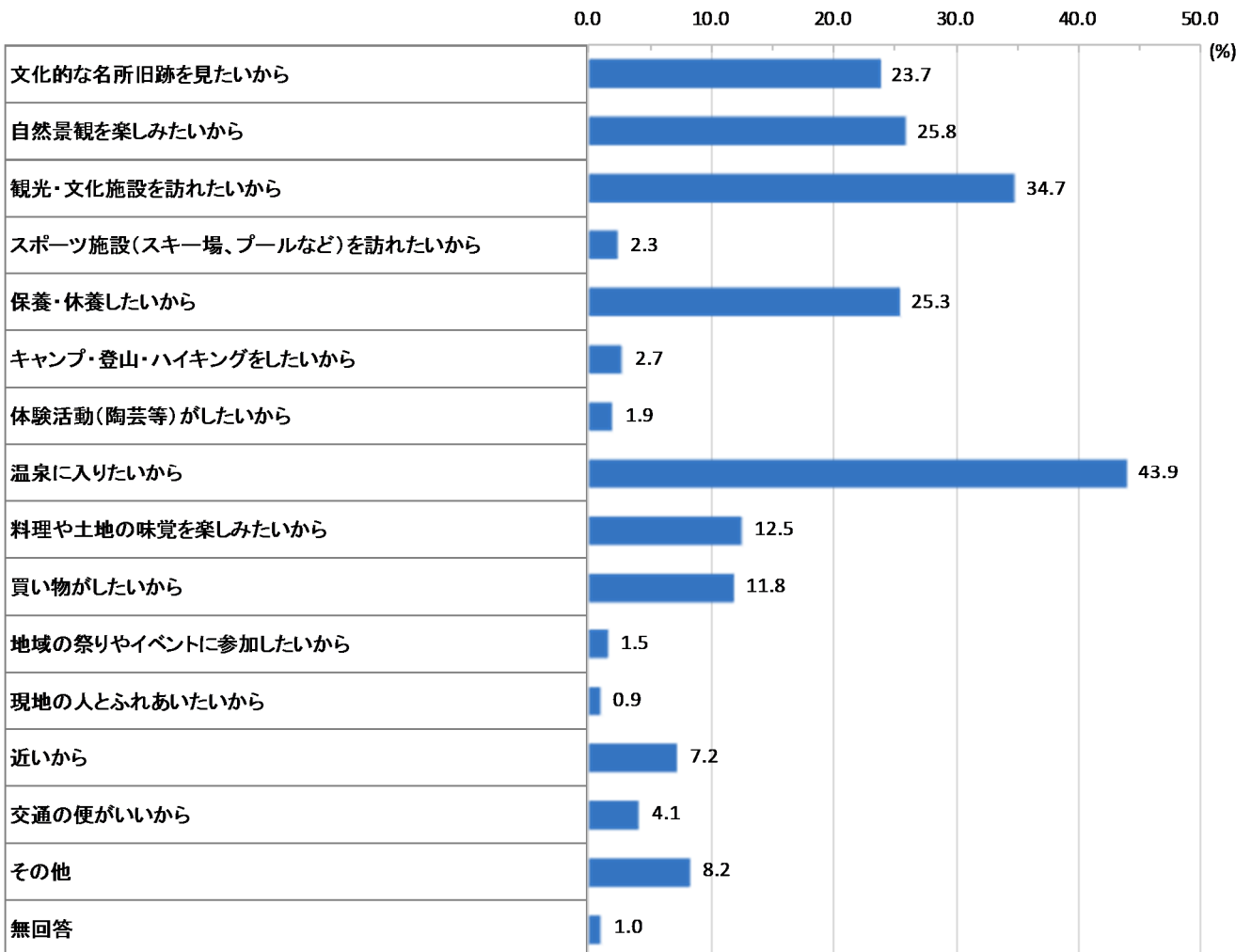


県内での利用宿泊施設は「ホテル」が52.6%で最も多く、次いで「旅館」が21.4%であった。

栃木県内での利用宿泊施設（複数回答）（n=1188）



旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が43.9%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が34.7%、「自然景観を楽しみたいから」が25.8%、「保養・休養したいから」が25.3%であった。

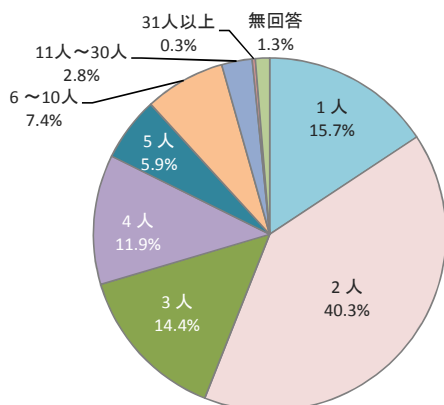


1. 宿泊客 (1) 県全体

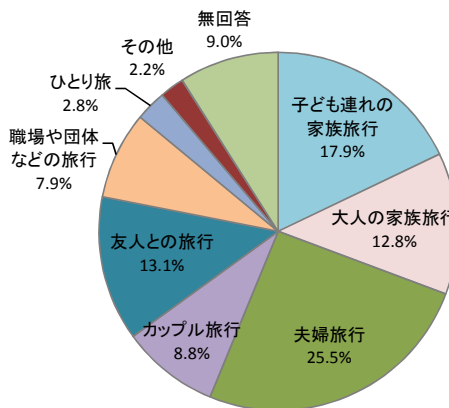
回答者を含む同行者数は、「2人」が40.3%で最も多く、次いで「1人」が15.7%、「3人」が14.4%であった。

同行者の関係は、「夫婦旅行」が25.5%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が17.9%、「友人との旅行」が13.1%、「大人の家族旅行」が12.8%であった。

同行者数 ※回答者を含む (n=1188)

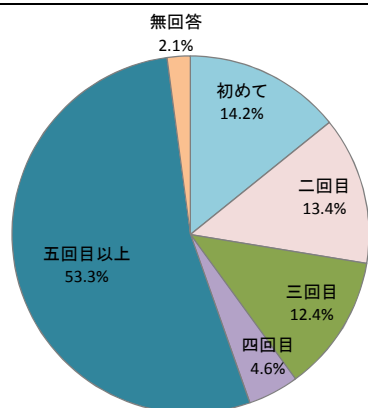


同行者の関係 (n=1188)



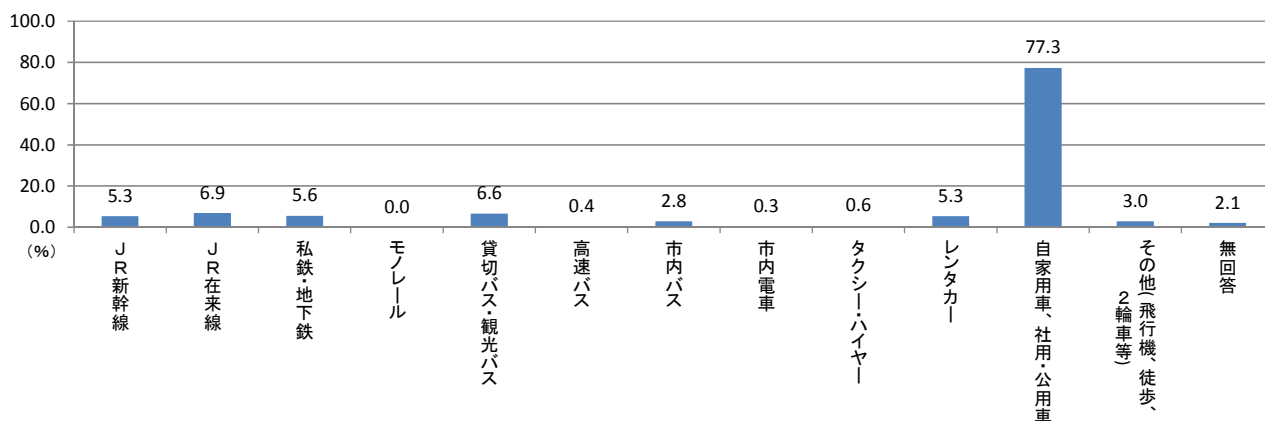
県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」が53.3%と5割を超えた。一方、「初めて」は14.2%であった。

県外客の栃木県への来訪回数 (n=1074)



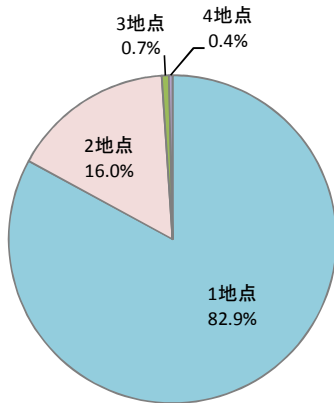
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が77.3%で大半を占めた。その他の交通機関としては「JR在来線」が6.9%、「貸切バス・観光バス」が6.6%、「私鉄・地下鉄」が5.6%であった。

利用交通機関 (複数回答) (n=1188)



立ち寄り観光施設数は、「1 地点」が 82.9%で最も多く、次いで「2 地点」が 16.0%であった。

立ち寄り観光施設数 (n=281) ※「0 地点 (調査地点以外立ち寄りなし)」を除く)

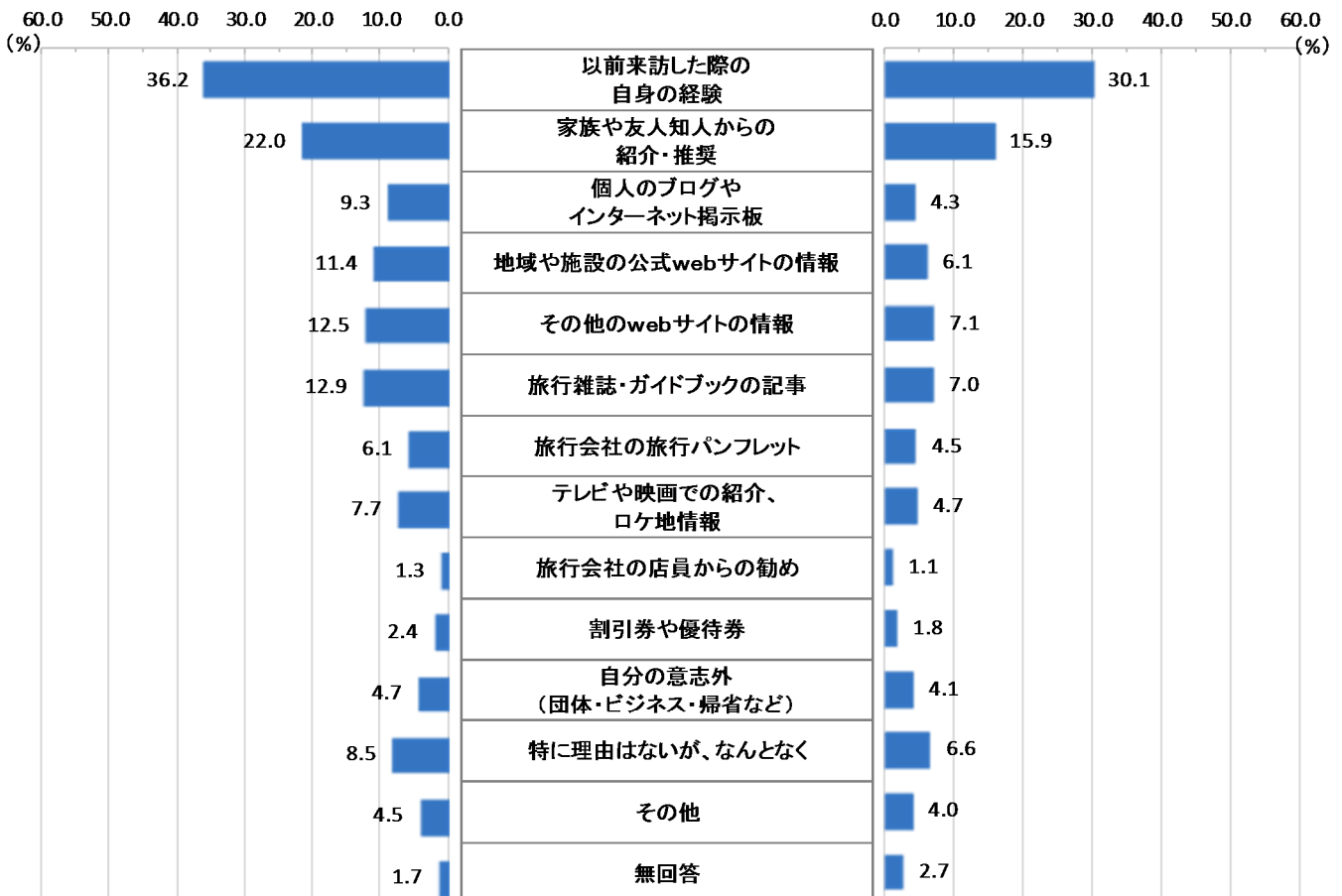


旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が 36.2%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 22.0%であった。

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 30.1%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 15.9%であった。

旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=1188)

“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=1188)



第2章 観光客調査 調査結果

1. 宿泊客 (1) 県全体

旅行先を選んだ“決め手”となった情報源 年代別

※回答数の多い順（「その他」「無回答」を除く）

NO.	全体(n=1188)	
1	以前来訪した際の自身の経験	30.1
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	15.9
3	その他のwebサイトの情報	7.1
4	旅行雑誌・ガイドブックの記事	7.0
5	特に理由はないが、なんとなく	6.6
6	地域や施設の公式webサイトの情報	6.1
7	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.7
8	旅行会社の旅行パンフレット	4.5
9	個人のブログやインターネット掲示板	4.3
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	4.1
11	割引券や優待券	1.8
12	旅行会社の店員からの勧め	1.1

NO.	10・20代(n=217)	
1	以前来訪した際の自身の経験	17.5
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	20.7
3	その他のwebサイトの情報	9.7
4	旅行雑誌・ガイドブックの記事	7.4
5	特に理由はないが、なんとなく	13.8
6	地域や施設の公式webサイトの情報	6.5
7	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.1
8	旅行会社の旅行パンフレット	3.7
9	個人のブログやインターネット掲示板	3.2
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	4.6
11	割引券や優待券	2.3
12	旅行会社の店員からの勧め	0.5

NO.	30代(n=190)	
1	以前来訪した際の自身の経験	29.5
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	17.9
3	その他のwebサイトの情報	10.0
4	旅行雑誌・ガイドブックの記事	5.8
5	特に理由はないが、なんとなく	3.7
6	地域や施設の公式webサイトの情報	6.8
7	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.7
8	旅行会社の旅行パンフレット	3.7
9	個人のブログやインターネット掲示板	4.7
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.6
11	割引券や優待券	2.6
12	旅行会社の店員からの勧め	1.1

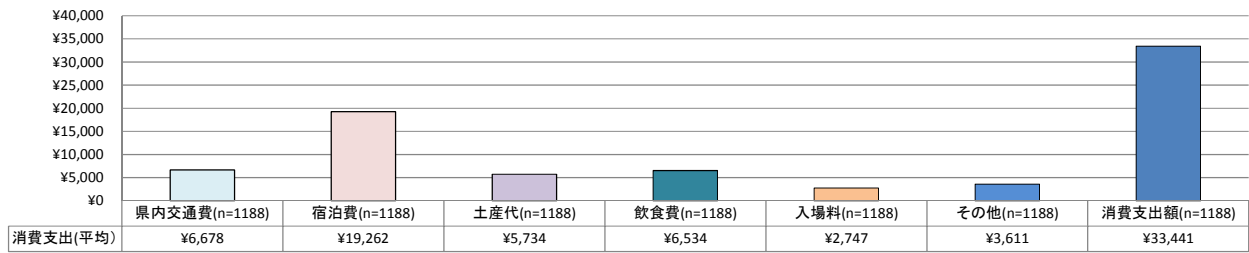
NO.	40代(n=184)	
1	以前来訪した際の自身の経験	31.0
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	11.4
3	その他のwebサイトの情報	8.2
4	旅行雑誌・ガイドブックの記事	8.7
5	特に理由はないが、なんとなく	7.1
6	地域や施設の公式webサイトの情報	9.8
7	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.4
8	旅行会社の旅行パンフレット	2.2
9	個人のブログやインターネット掲示板	2.2
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	5.4
11	割引券や優待券	1.6
12	旅行会社の店員からの勧め	1.1

NO.	50代(n=245)	
1	以前来訪した際の自身の経験	33.5
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	14.7
3	その他のwebサイトの情報	6.1
4	旅行雑誌・ガイドブックの記事	6.5
5	特に理由はないが、なんとなく	5.7
6	地域や施設の公式webサイトの情報	4.9
7	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	6.1
8	旅行会社の旅行パンフレット	4.9
9	個人のブログやインターネット掲示板	6.1
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.9
11	割引券や優待券	1.6
12	旅行会社の店員からの勧め	1.6

NO.	60代(n=337)	
1	以前来訪した際の自身の経験	35.6
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	14.2
3	その他のwebサイトの情報	3.9
4	旅行雑誌・ガイドブックの記事	6.8
5	特に理由はないが、なんとなく	4.2
6	地域や施設の公式webサイトの情報	4.7
7	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.9
8	旅行会社の旅行パンフレット	6.5
9	個人のブログやインターネット掲示板	4.7
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	4.5
11	割引券や優待券	1.2
12	旅行会社の店員からの勧め	1.2

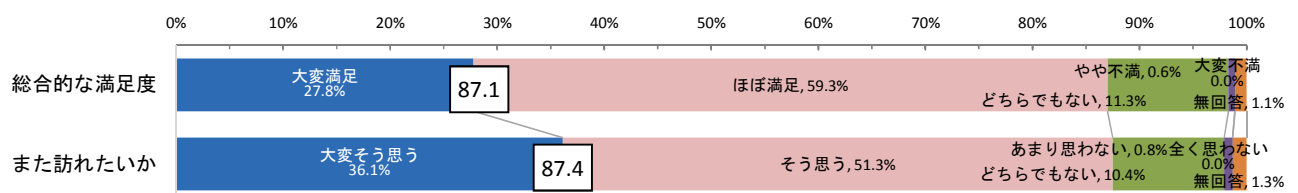
宿泊客一人当たりの消費支出の平均は、総額で 33,441 円であった。
内訳は、「宿泊費」が 19,262 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 6,678 円であった。

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】は 87.1% 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】は 87.4% であった。

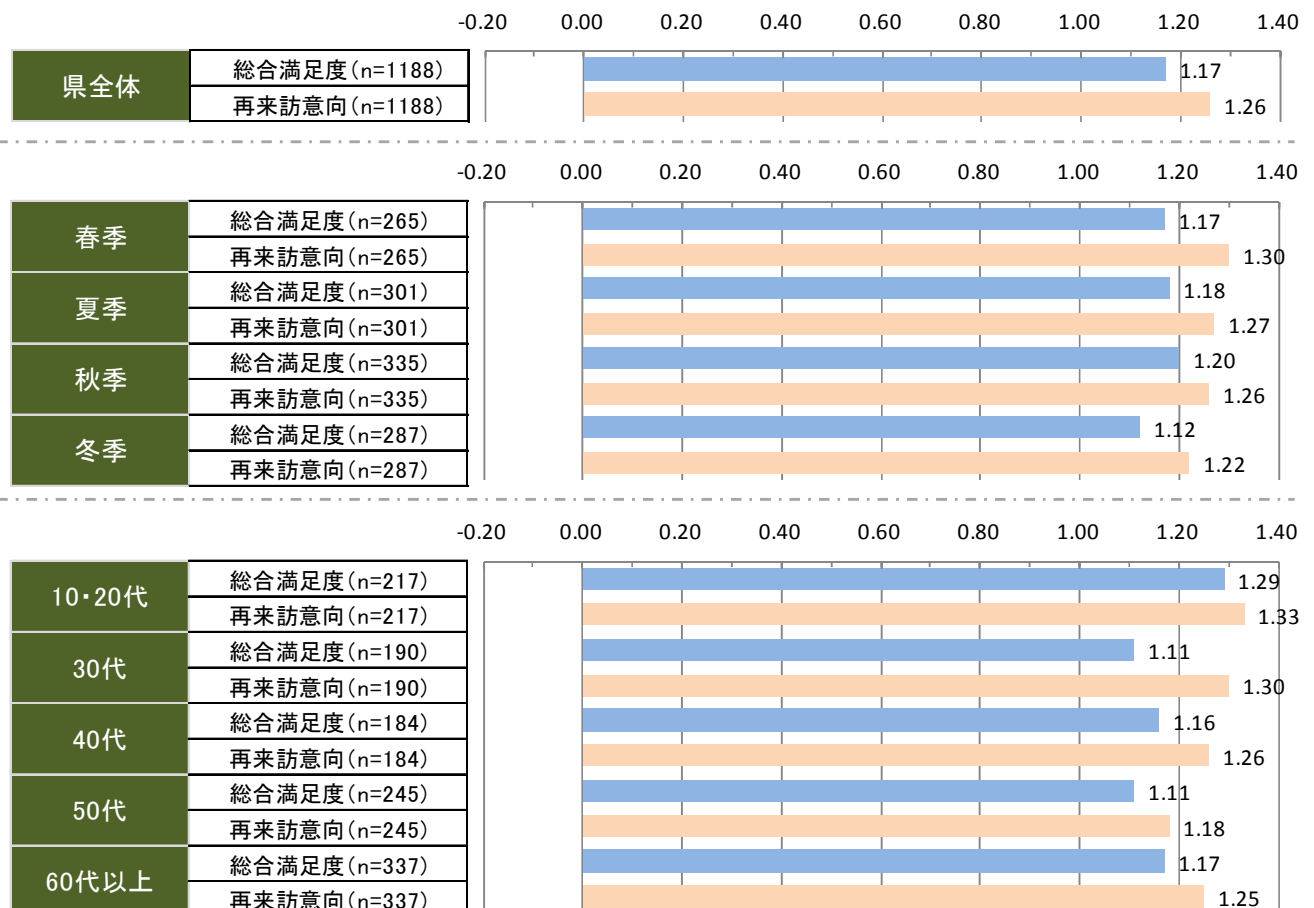
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=1188)



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 1.20 で最も高かった。再来訪意向については「春季」が 1.30 で最も高かった。

年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が 1.29 で最も高く、「30代」「50代」がともに 1.11 で最も低かった。また、再来訪意向は、「10・20代」が 1.33 で最も高かった。

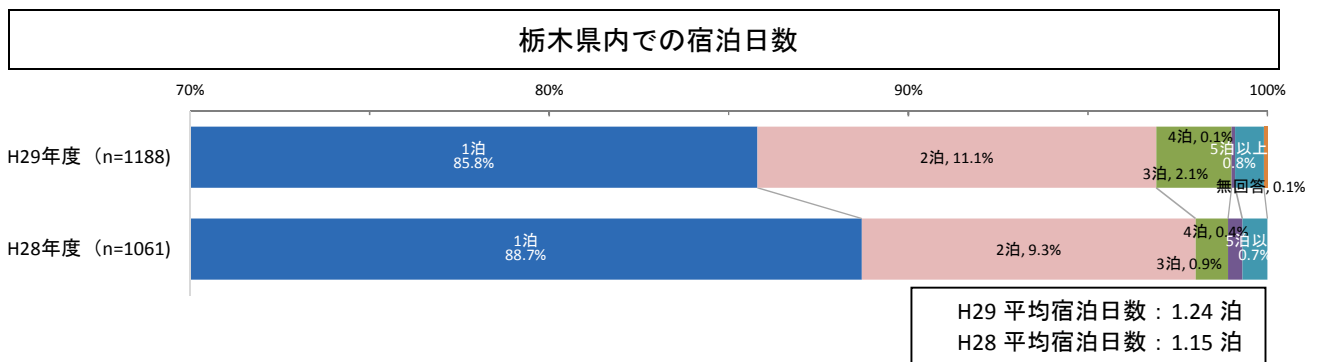


第2章 観光客調査 調査結果

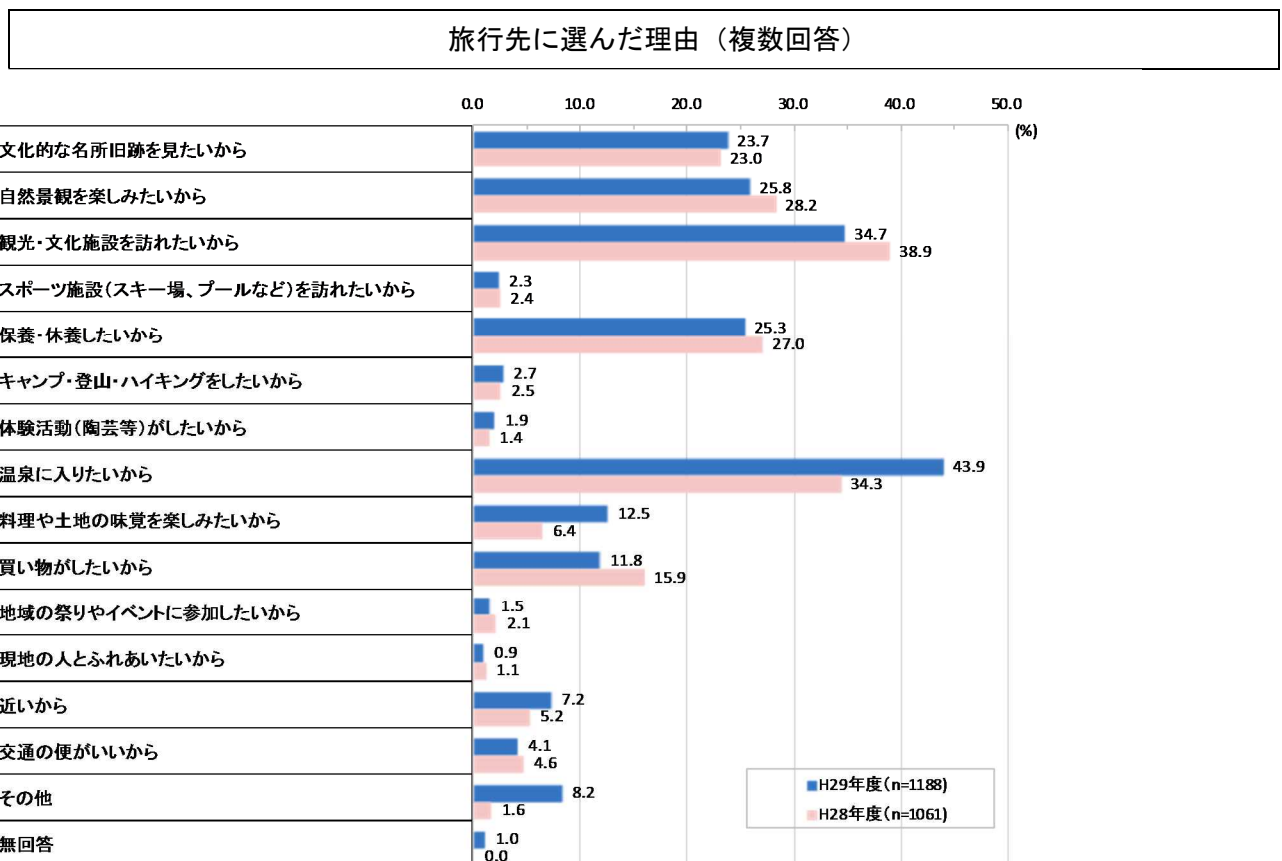
2. 宿泊客 (1) 県全体

② 過去調査との比較

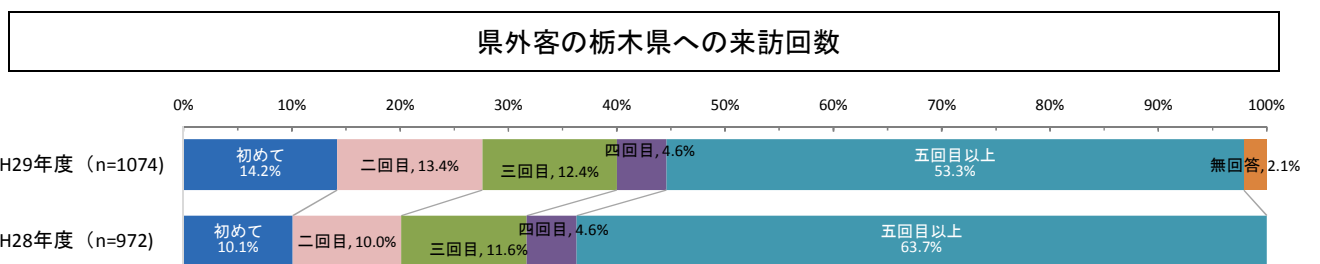
栃木県内での宿泊日数は、「1泊」が平成28年度調査では88.7%で、平成29年度調査では85.8%と2.9ポイント減少した。一方、2泊以上の宿泊者の割合は平成28年度調査と比較して増加した。平均宿泊日数は、平成28年度は1.15泊、平成29年度は1.24泊と0.9ポイント増加した。



旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が平成29年度調査では43.9%と最も多く、平成28年度調査と比較して9.6ポイント増加した。次いで「観光・文化施設を訪れたいから」は平成28年度の調査では38.9%であったが、平成29年度調査では34.7%と4.2ポイント減少した。

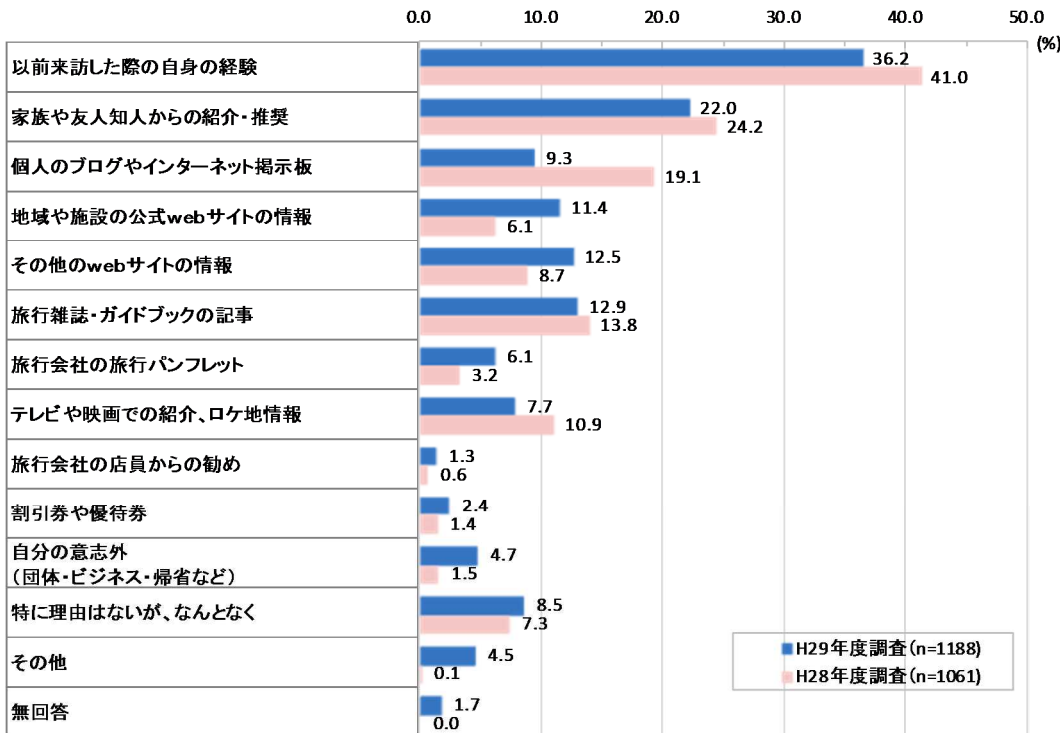


県外客の栃木県への来訪回数は、「初めて」が平成28年度の調査では10.1%であったが、平成29年度調査では14.2%と4.1ポイント増加した。一方「五回目以上」が平成28年度の調査では63.7%であったが、平成29年度調査では53.3%と10.4ポイント減少した。



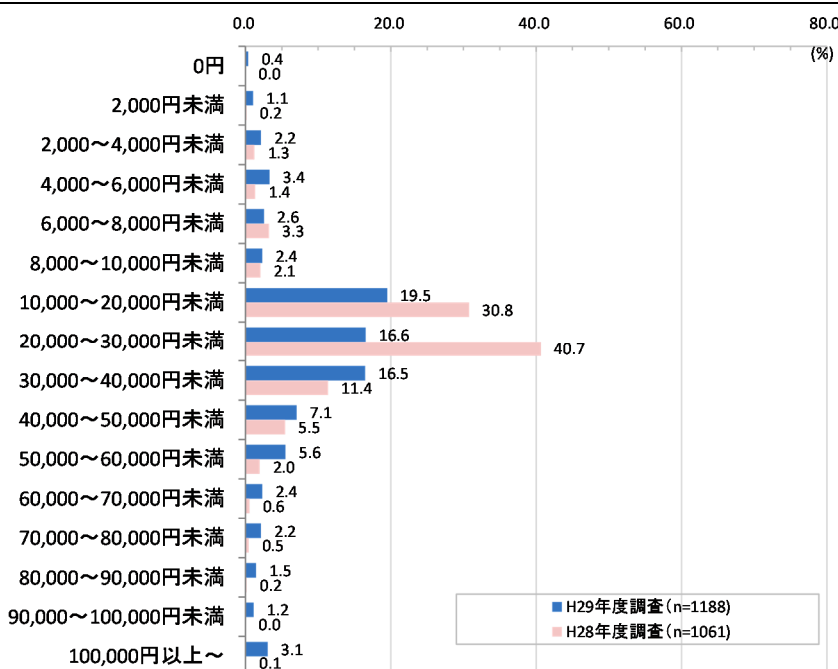
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」は平成28年度調査で最も多く41.0%であったが、平成29年度調査では36.2%と4.8ポイント減少した。次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成28年度調査では24.2%であったが、平成29年度調査では22.0%と2.2ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、「10,000～20,000円未満」は平成28年度調査の30.8%に対し、平成29年度調査では19.5%で11.3ポイント減少し、「20,000～30,000円未満」も平成28年度調査の40.7%に対し、平成29年度調査では16.6%で24.1ポイント減少した。一方、30,000円以上の割合は平成28年度調査と比較して増加した。宿泊客の一人当たり平均は、平成28年度調査では23,554円であったが、平成29年度調査では33,441円と増加した。

消費支出（総額）

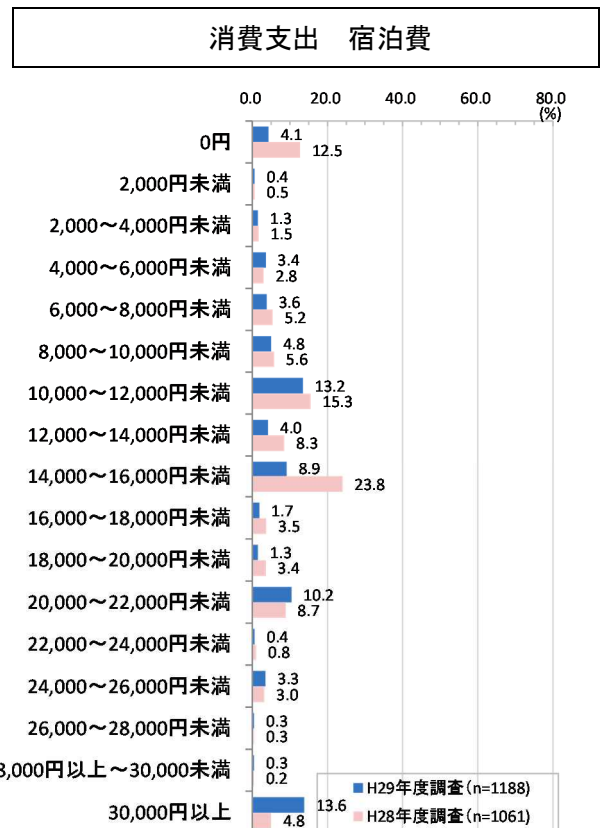
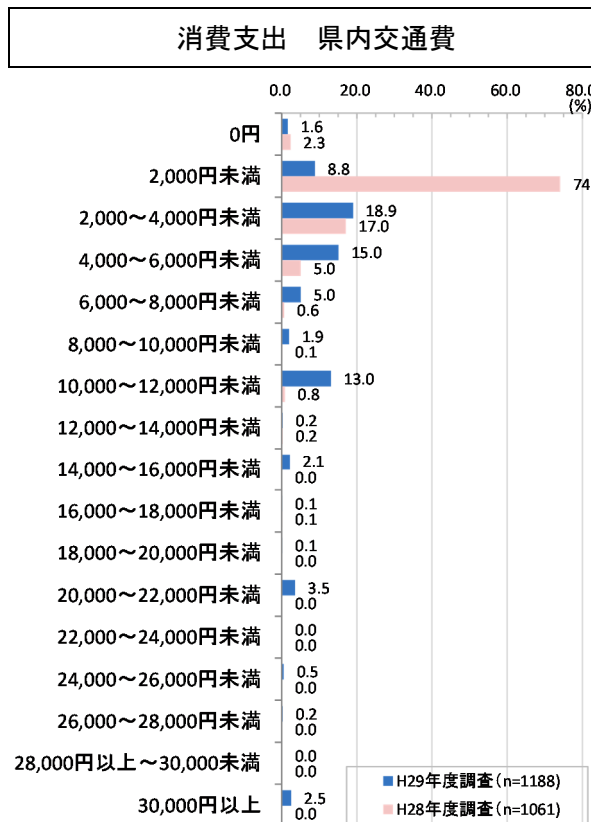


宿泊客の一人当たり平均
平成29年度調査：33,441円
平成28年度調査：23,544円

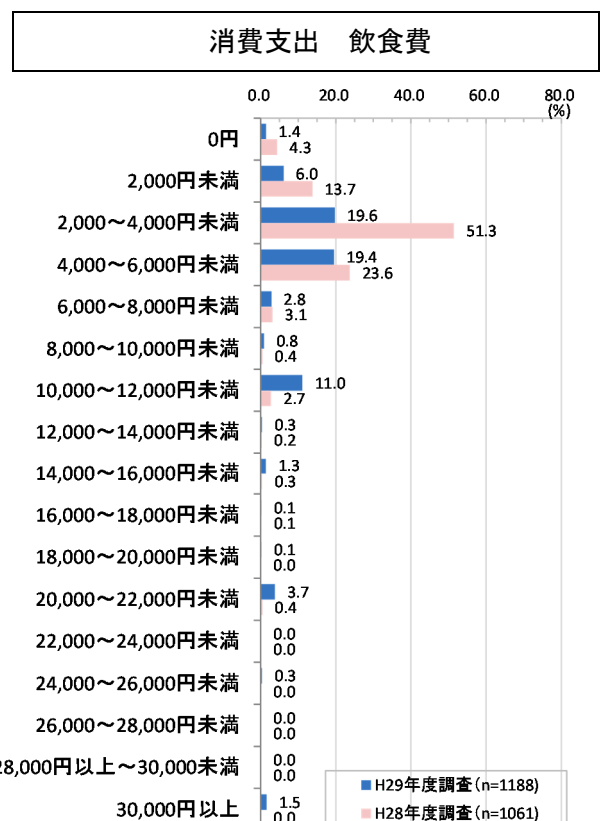
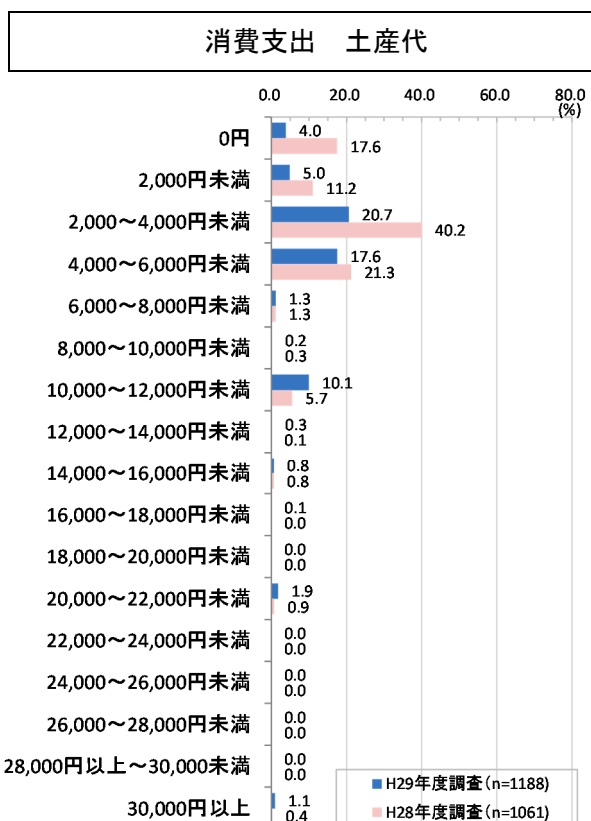
第2章 観光客調査 調査結果

2. 宿泊客 (1) 県全体

県内交通費は、「2,000円未満」が平成28年度調査の74.0%に対し、平成29年度調査では8.8%で65.2ポイント減少した。宿泊費は「14,000～16,000円未満」が平成28年度調査の23.8%に対し、平成29年度調査では8.9%で14.9ポイント減少した。一方、「20,000～22,000円未満」が8.7%から10.2%で1.5ポイント増加した。

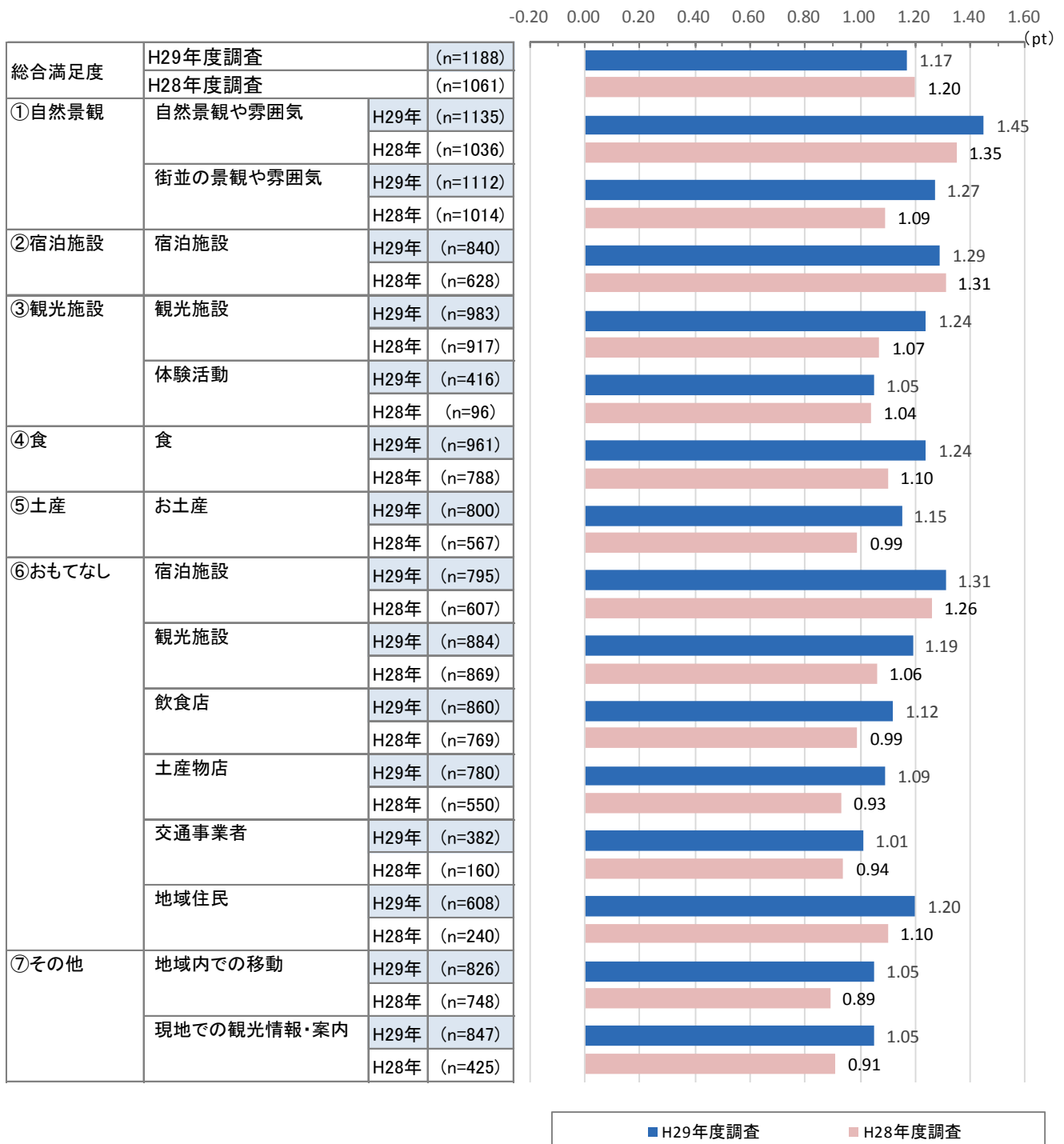


土産代は、「2,000～4,000円未満」が平成28年度調査の40.2%に対し、平成29年度調査では20.7%で19.5ポイント減少した。飲食費は、「2,000～4,000円未満」が平成28年度調査の51.3%に対し、平成29年度調査では19.6%で31.7ポイント減少した。



総合満足度は、平成28年度調査では1.20であったが、平成29年度調査では1.17と0.03ポイント減少した。満足度を項目別にみると、「自然景観 自然景観や雰囲気」は平成28年度調査では1.35で最も高く、平成29年度調査でも1.45と最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



(2)エリア別

i. 那須エリア

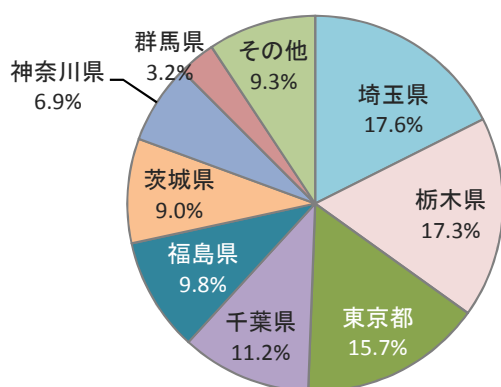
①平成 29 年度調査結果

宿泊客（那須エリア）

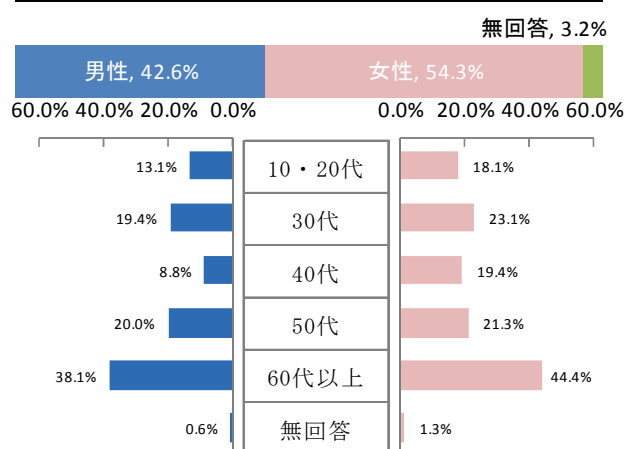
サンプル数：376

お住まいは「埼玉県」が最も多く 17.6%、次いで「栃木県」が 17.3%、「東京都」が 15.7%であった。年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く「男性」が 38.1%、「女性」が 34.8%であった。調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」のリピーターが 49.1%で最も多かった。同行者数は「2人」が 38.6%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 26.1%で最も多かった。

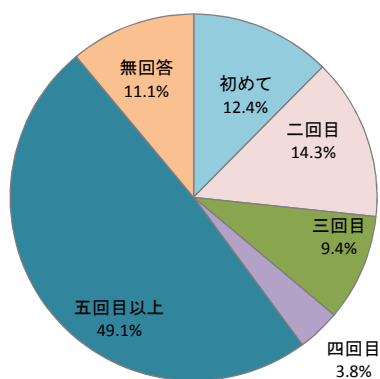
お住まい (n=376)



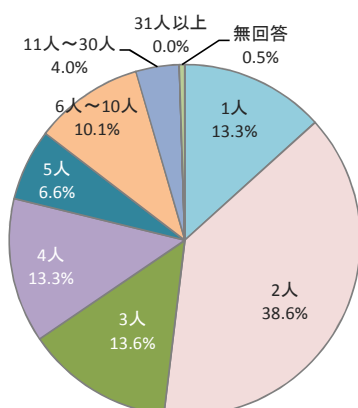
性別・年代 (n=376)



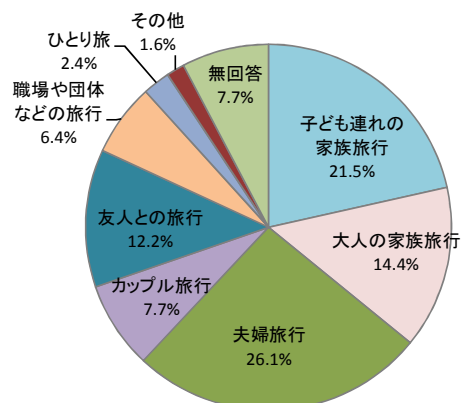
調査地域周辺への来訪回数 (n=371)



同行者数 ※回答者を含む (n=376)

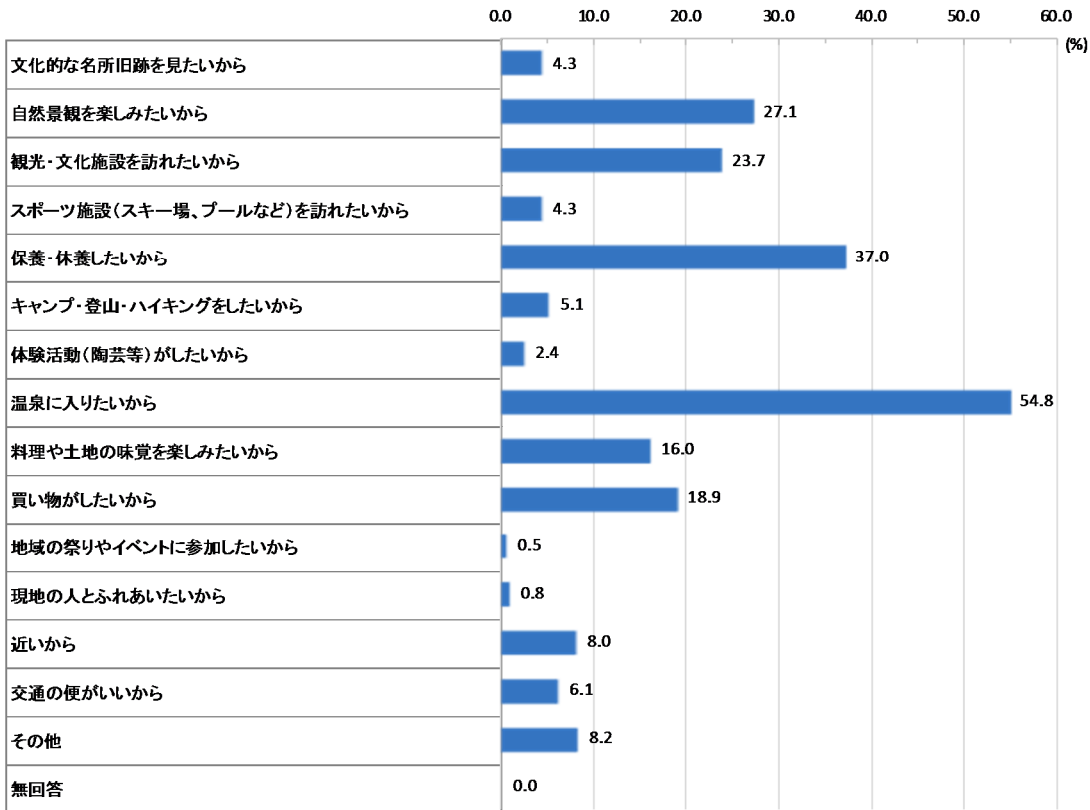


同行者の関係 (n=376)

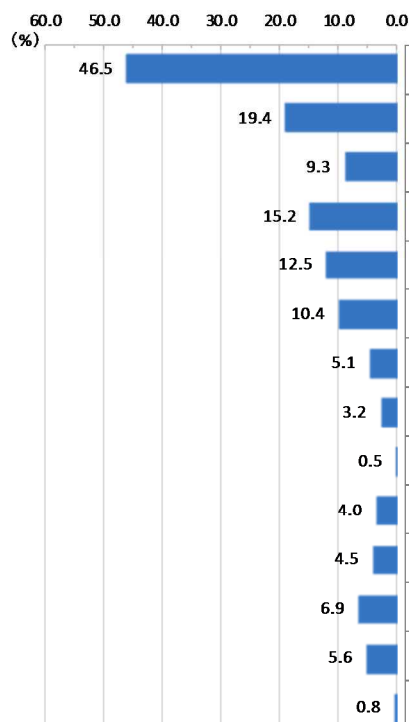


旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が54.8%で最も多く、次いで「保養・休養したいから」が37.0%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が46.5%で最も多く、決め手となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が38.8%で最も多かった。

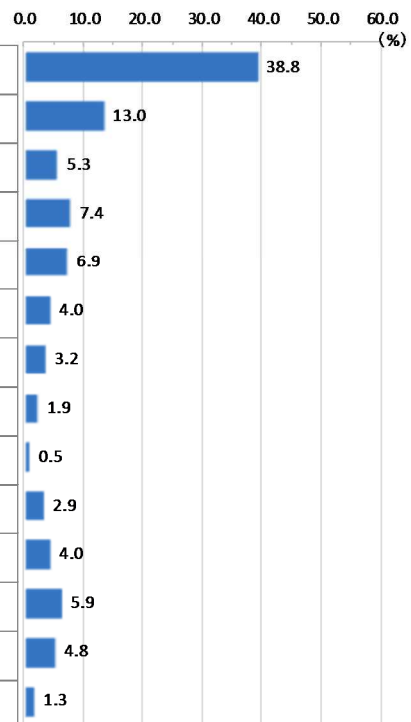
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=376）



旅行先に選んだ情報源
（複数回答）（n=376）



“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=376）

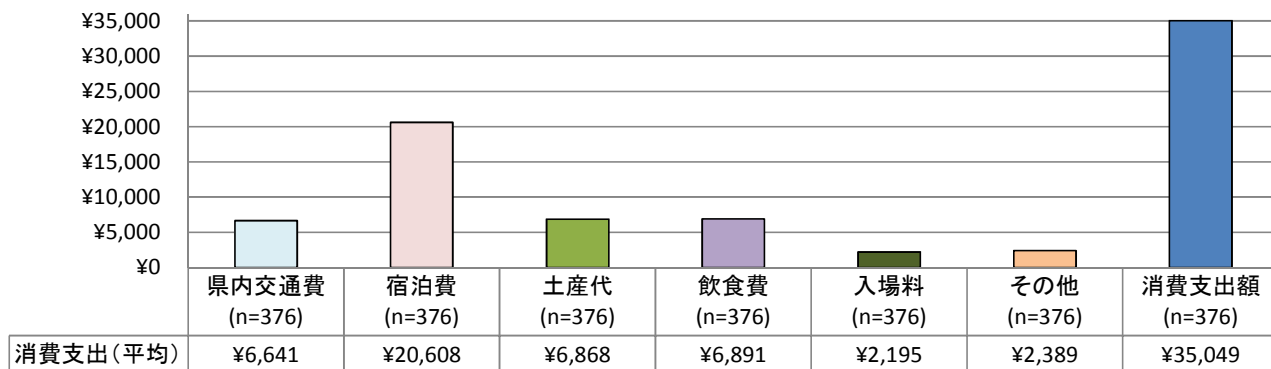


第2章 観光客調査 調査結果

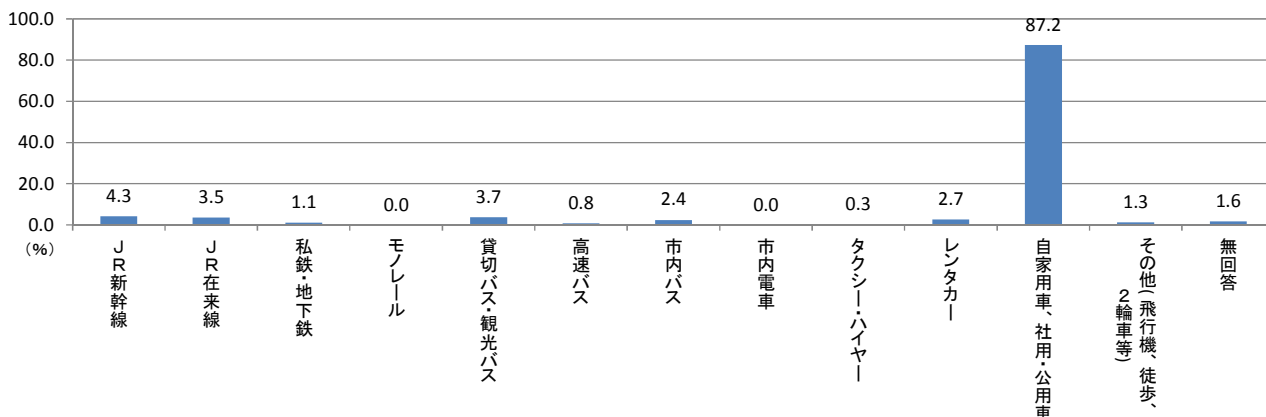
2. 宿泊客 (2) エリア別 i. 那須エリア

消費支出の平均は、総額で 35,049 円であった。内訳は、「宿泊費」が 20,608 円で最も多く、次いで「飲食費」が 6,891 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 87.2%であった。立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が 19 人で最も多かった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）(n=376)

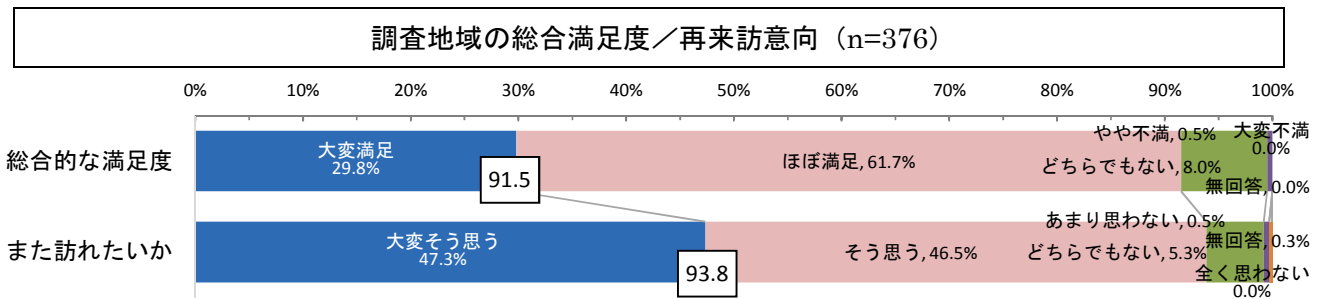


立ち寄り観光施設 (n=376) ※ () 内は施設に立ち寄った人数

日光	県南	那須
鬼怒川温泉(19)	佐野厄よけ大師(1)	ホテルエピナール那須(5)
二社一寺参拝者(3)	おもちゃのまちバンダイミュージアム(1)	りんどう湖LAKE VIEW(4)
川治温泉(2)	那須	塩原温泉郷(4)
東武ワールドスクウェア(2)	ホテルサンパレー那須(8)	千本松牧場(4)
日光田母沢御用邸記念公園(1)	那須ガーデンアウトレット(8)	那須ステンドグラス美術館(2)
県央	那須ハイランドパーク(8)	那須ティーベア・ミュージアム(2)
ろまんちっく村(1)	那須どうぶつ王国(6)	那須ワールドモンキーパーク(2)
大谷資料館(1)	南ヶ丘牧場(6)	ハンターマウンテン塩原(1)
		那須オルゴール美術館(1)

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
 那須高原友愛の森（142）、那須ガーデンアウトレット（92）、アグリパル塩原（142）

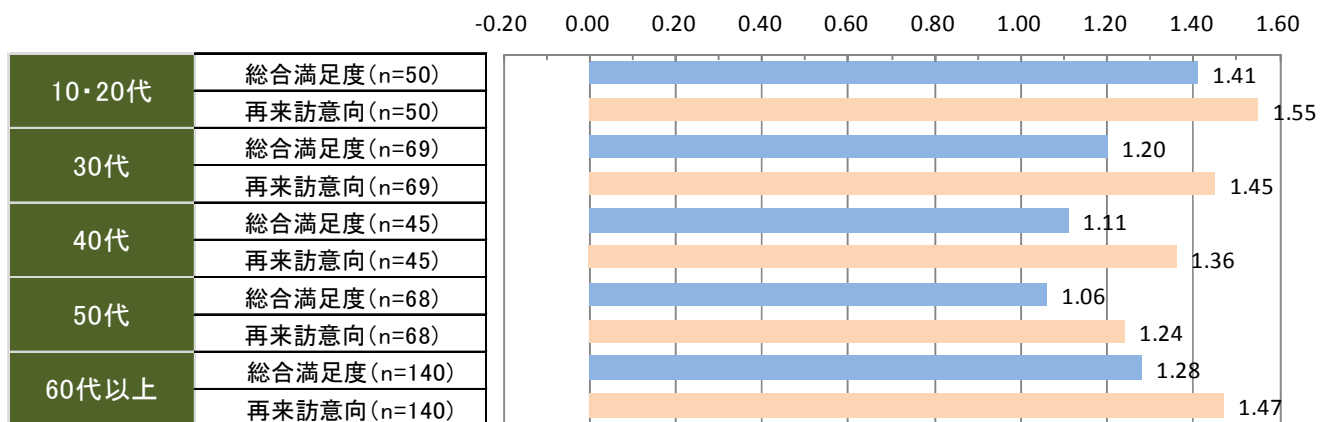
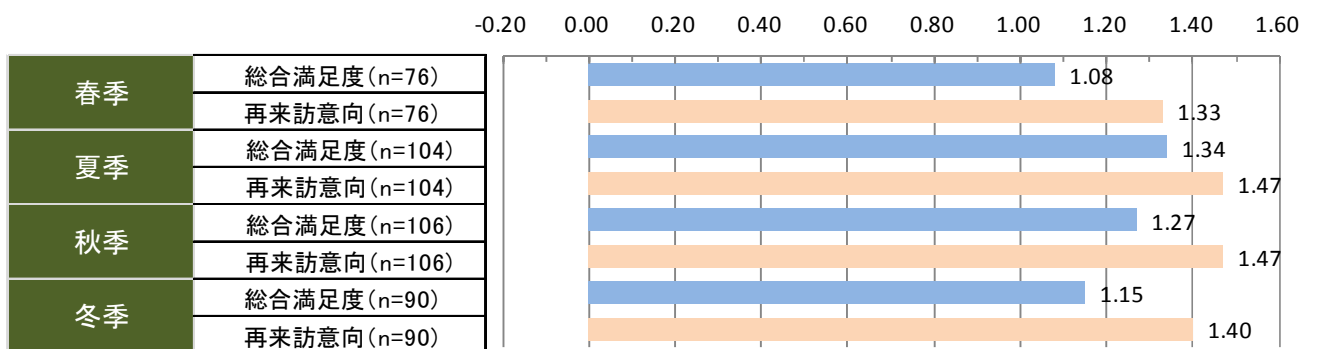
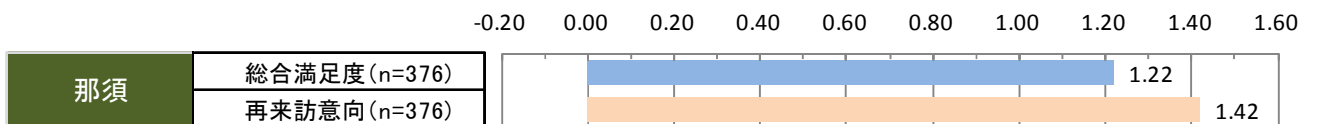
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が91.5%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が93.8%であった。



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、「夏季」が1.34で最も高く、「春季」が1.08で最も低かった。また、再来訪意向については、「夏季」「秋季」が同率1.47で最も高く、「春季」が1.33で最も低かった。

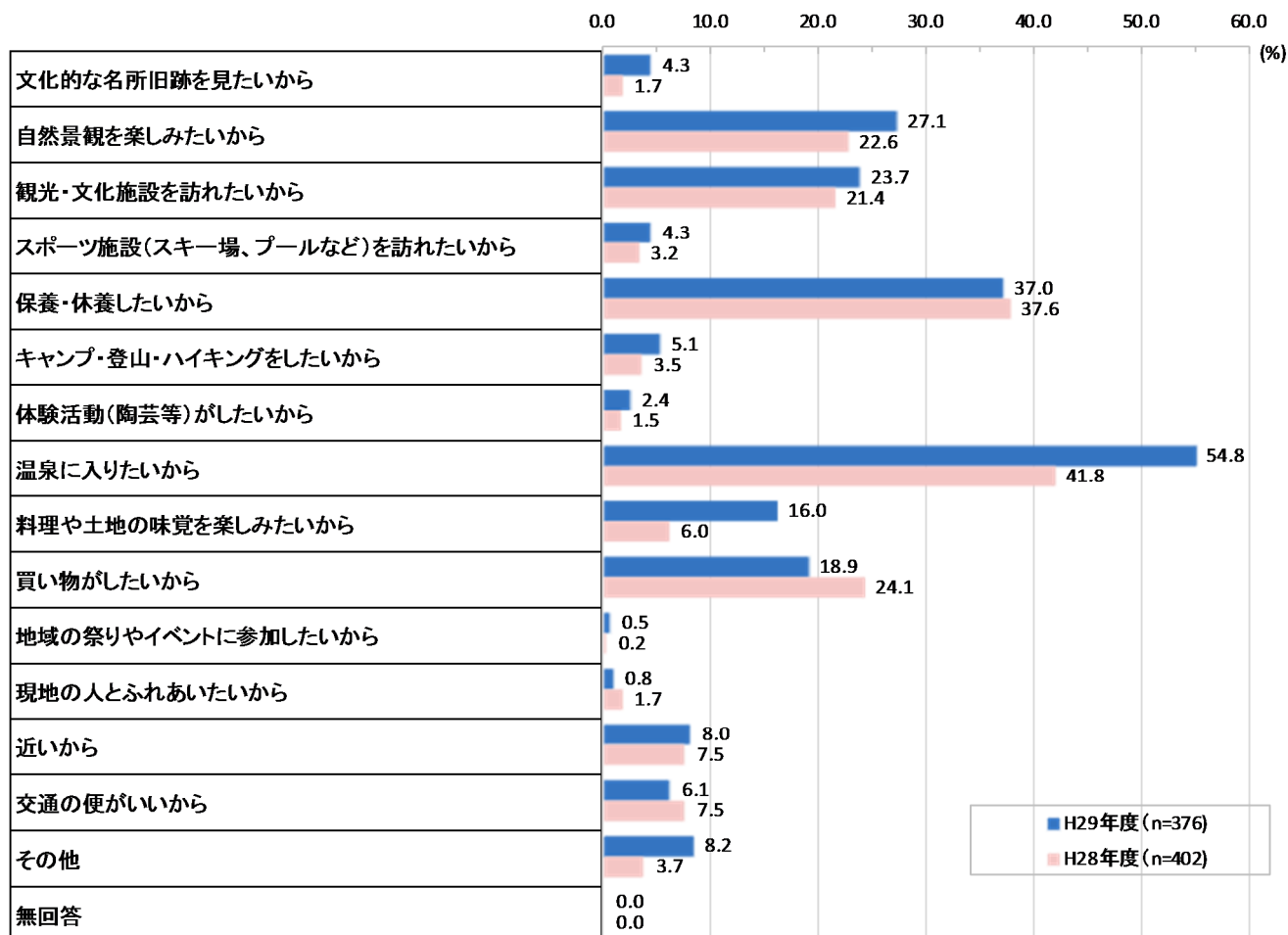
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.41で最も高く、「50代」が1.06で最も低かった。また、再来訪意向についても「10・20代」が1.55で最も高く、「50代」が1.24で最も低かった。



②過去調査との比較

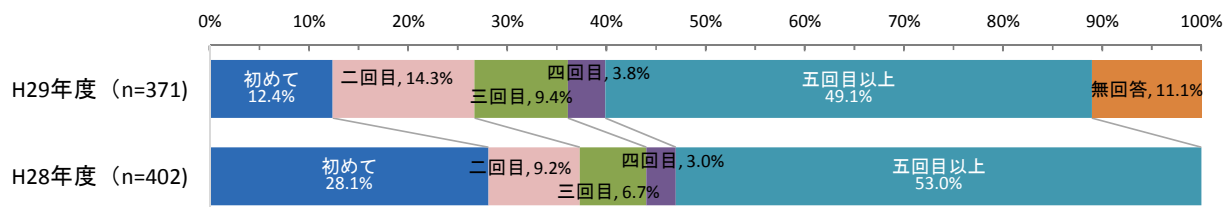
旅行先に選んだ理由は、平成 28 年度の調査では「温泉に入りたいから」が最も多く 41.8%で、平成 29 年度調査は 54.8%と 13.0 ポイント増加した。次いで「保養・休養したいから」が平成 28 年度の調査では 37.6%であったが、平成 29 年度調査では 37.0%と 0.6 ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



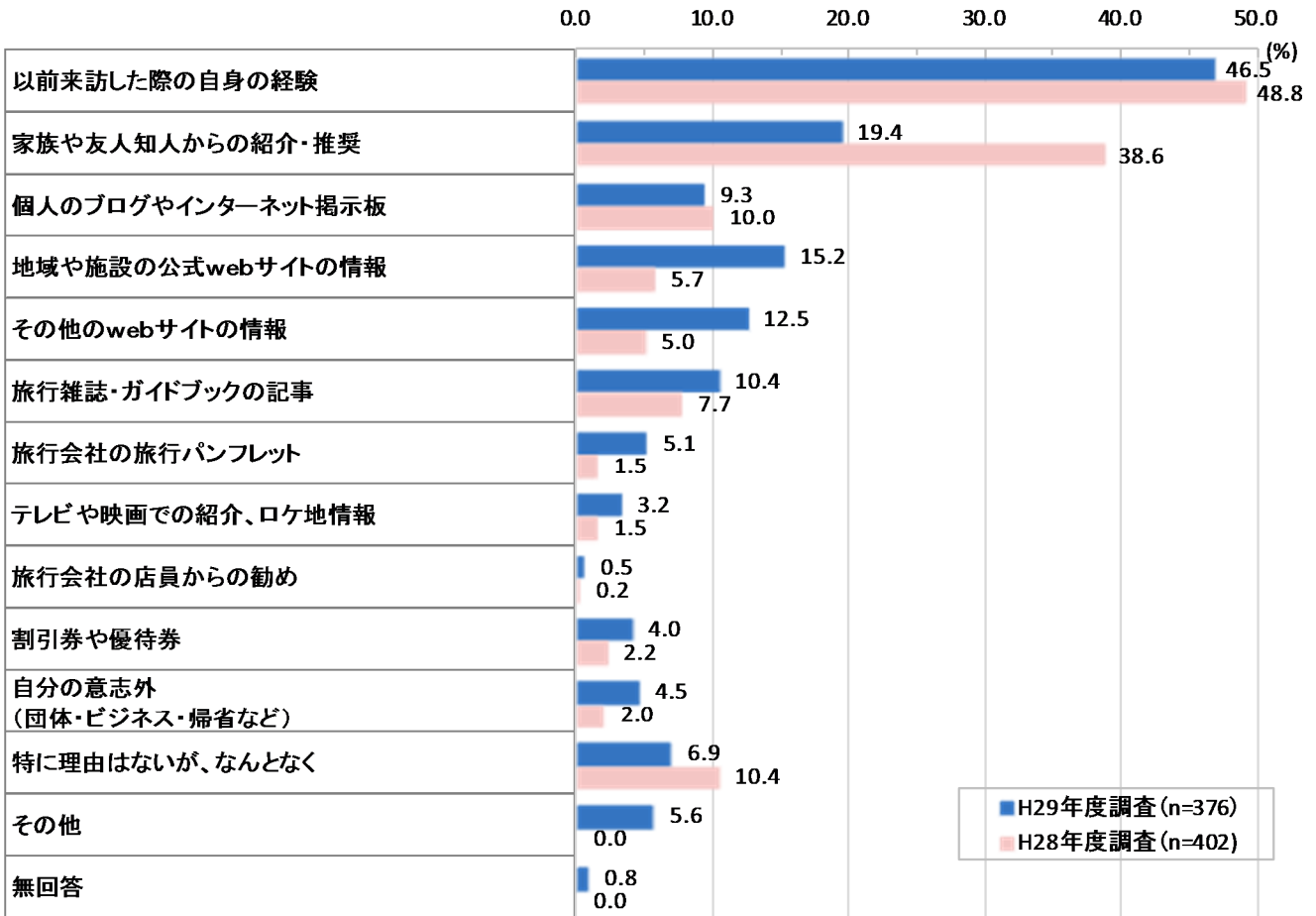
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 28 年度調査では 28.1%であったが、平成 29 年度調査では 12.4%と 15.7 ポイント減少した。一方「二回目」は平成 28 年度調査では 9.2%であったが、平成 29 年度調査では 14.3%と 5.1 ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



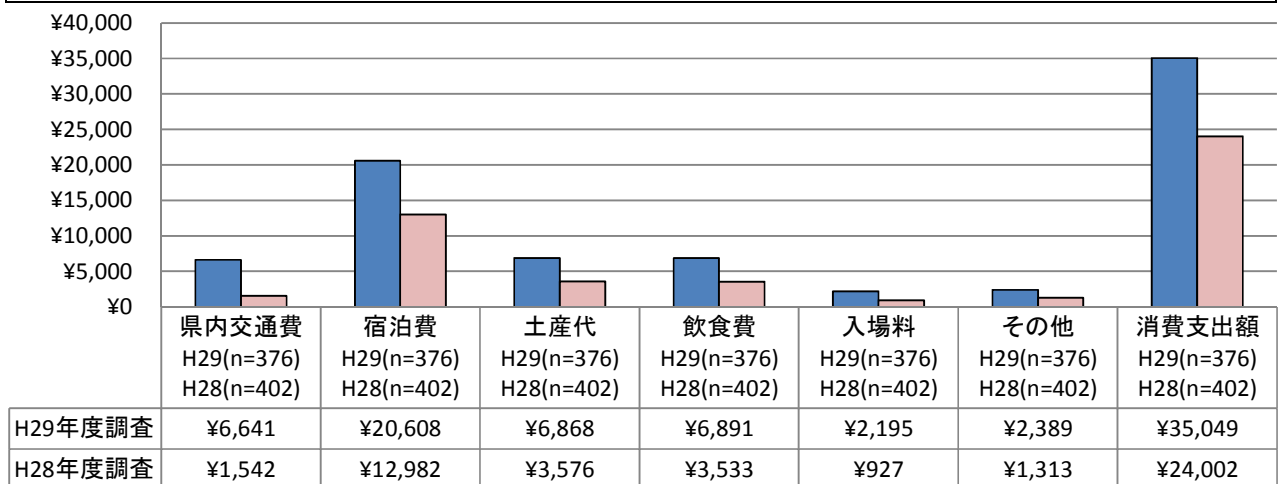
旅行先を選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が平成28年度調査では48.8%と最も多く、平成29年度調査では46.5%で2.3ポイント減少した。「その他のwebサイトの情報」は平成29年度調査では12.5%と、平成28年度と比較して7.5ポイント増加した。

旅行先を選んだ情報源（複数回答）



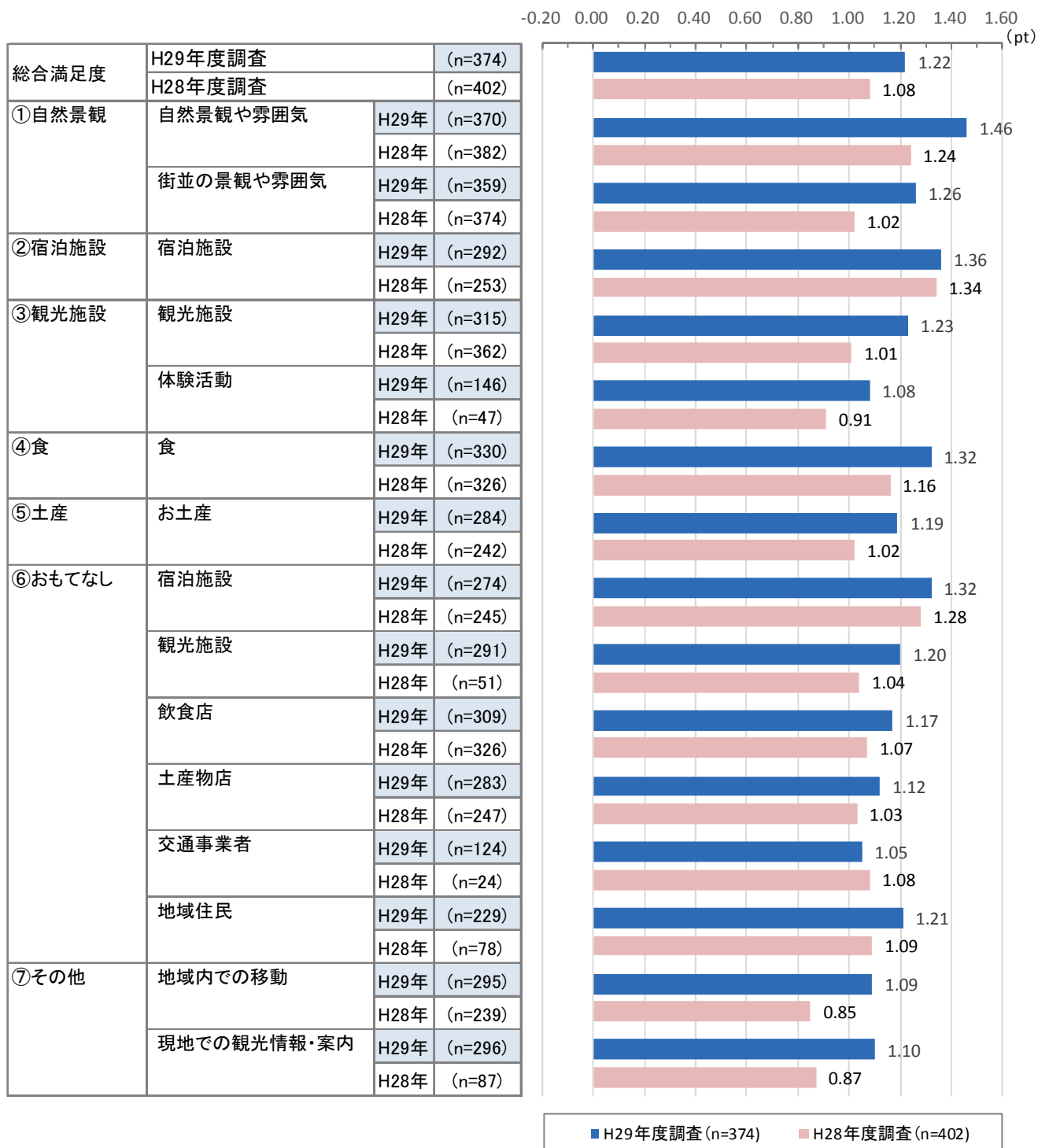
消費支出の総額は、平成28年度調査では24,002円であったが、平成29年度調査では35,049円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、平成28年度調査では1.08で、平成29年度調査では1.22と0.14ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「宿泊施設 宿泊施設」が1.34で最も高く、平成29年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.46で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



ii. 日光エリア

①平成29年度調査結果

宿泊客（日光エリア）

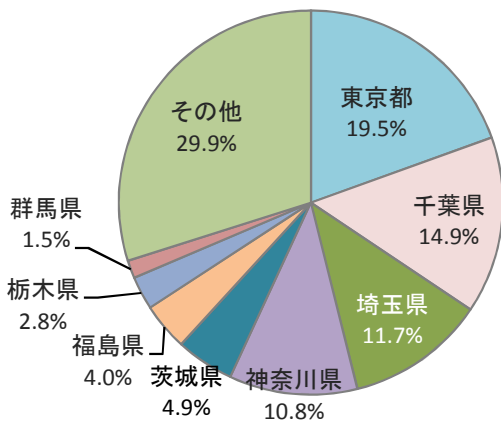
サンプル数：471

お住まいは「東京都」が最も多く19.5%、次いで「千葉県」が14.9%、「埼玉県」が11.7%であった。
年代は、男性では「10・20代」が25.2%、女性は「50代」が28.2%で最も多かった。

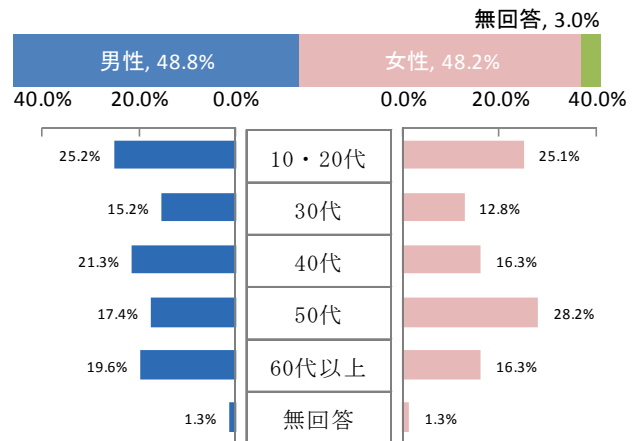
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が35.7%で最も多かった。

同行者数は「2人」が39.9%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が24.2%で最も多かった。

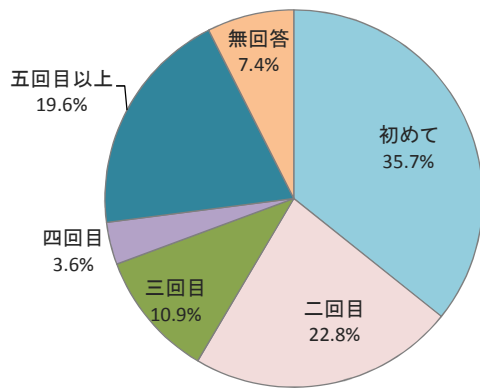
お住まい（n=471）



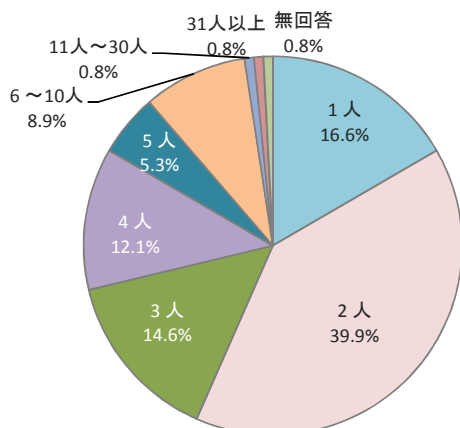
性別・年代（n=471）



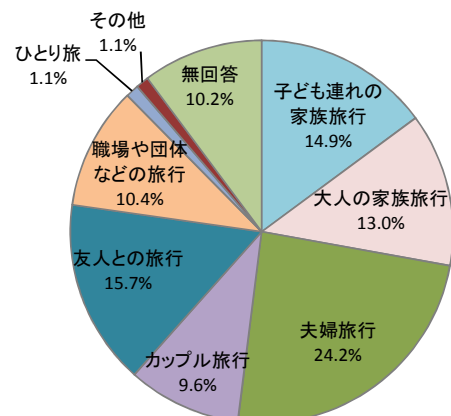
調査地域周辺への来訪回数（n=470）



同行者数 ※回答者を含む（n=471）

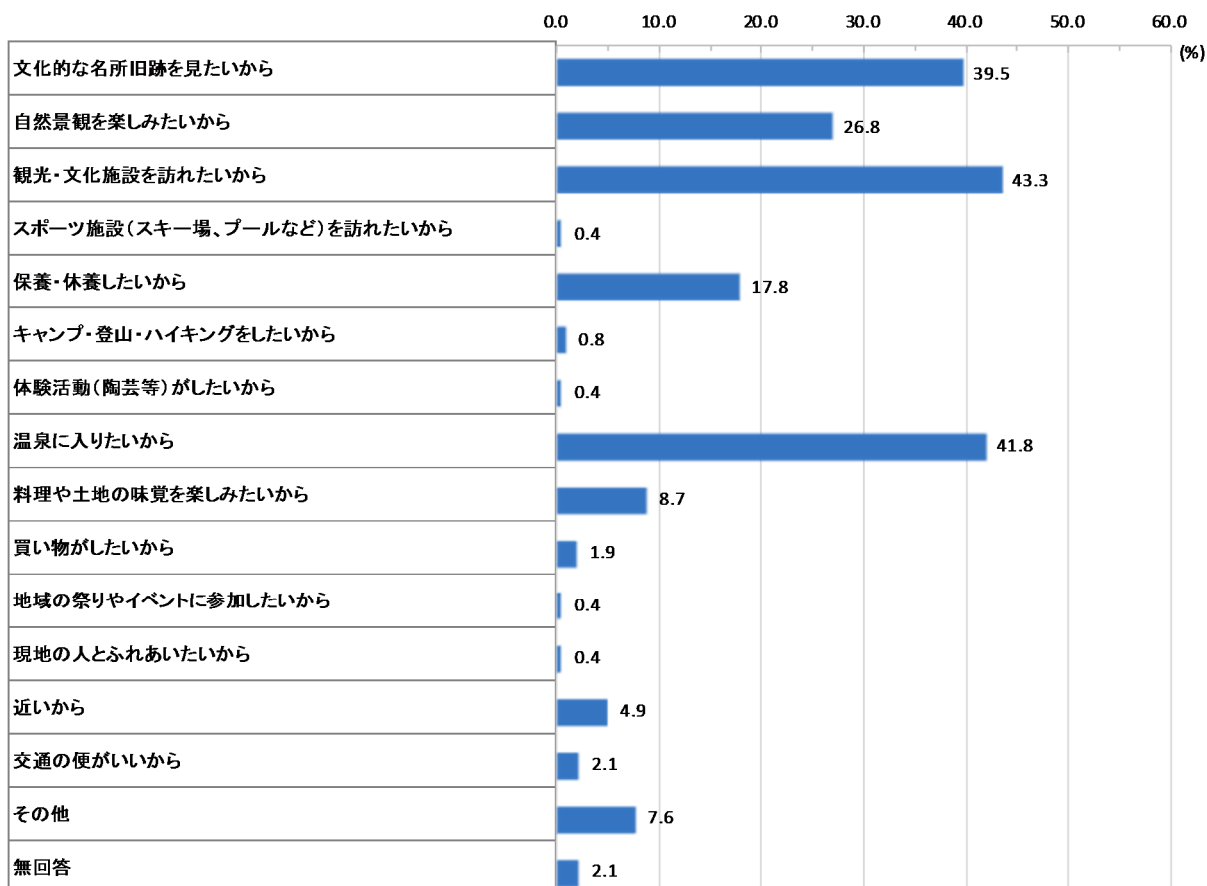


同行者の関係（n=471）



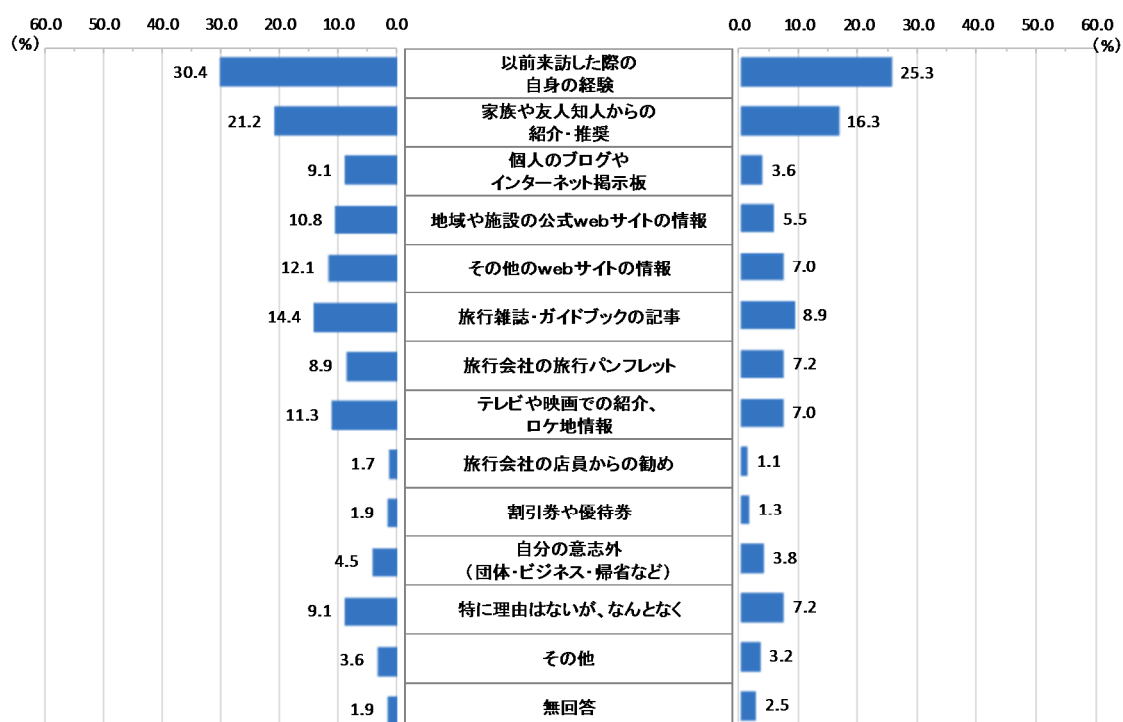
旅行先に選んだ理由は「観光・文化施設を訪れたいから」が43.3%で最も多く、次いで「温泉に入りたいから」が41.8%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が30.4%で最も多く、決め手となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が25.3%で最も多かった。

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）

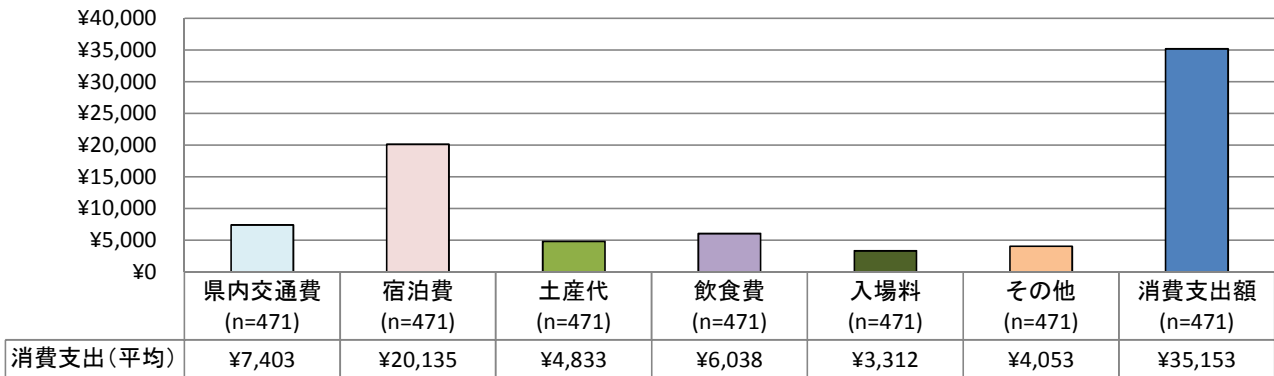
“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=471）



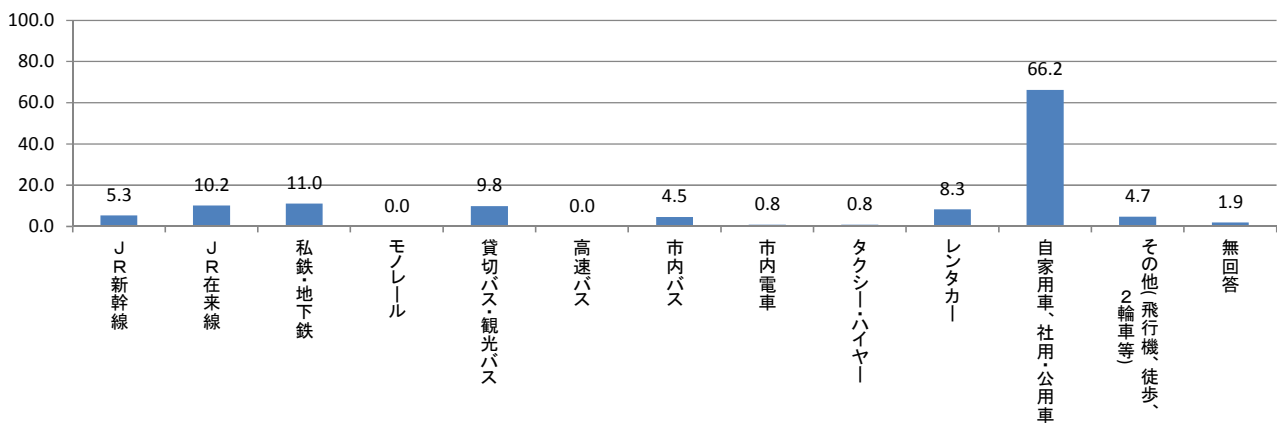
消費支出の平均は、総額で 35,153 円であった。内訳は、「宿泊費」が 20,135 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 7,403 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 66.2%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「二社一寺参拝者」が 70 人と最も多く、次いで「鬼怒川温泉」が 57 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=471）



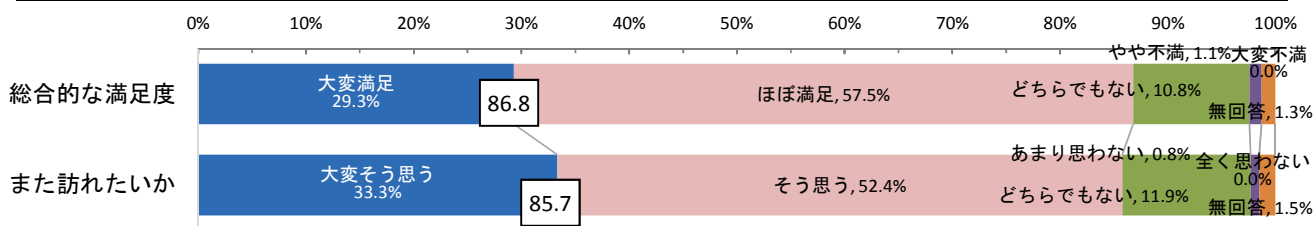
立ち寄り観光施設（n=471）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

県南	日光	日光
あしかがフラワーパーク(1)	東武ワールドスクウェア(8)	大笹牧場(1)
プレステージカントリークラブ(1)	戦場ヶ原・小田代原(3)	湯滝・湯の湖(1)
道の駅どまんなかたぬま(1)	足尾銅山観光(3)	道の駅湯西川(1)
日光	川治温泉(2)	日光さる軍団劇場(1)
二社一寺参拝者(70)	日光江戸村(2)	県央
鬼怒川温泉(57)	日光湯元温泉(2)	大谷資料館(2)
中禅寺湖(15)	とりっくあーとぴあ日光(1)	古峯神社(1)
華厳ノ滝(8)		

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
二社一寺（133）、華厳ノ滝（159）、東武ワールドスクウェア（179）

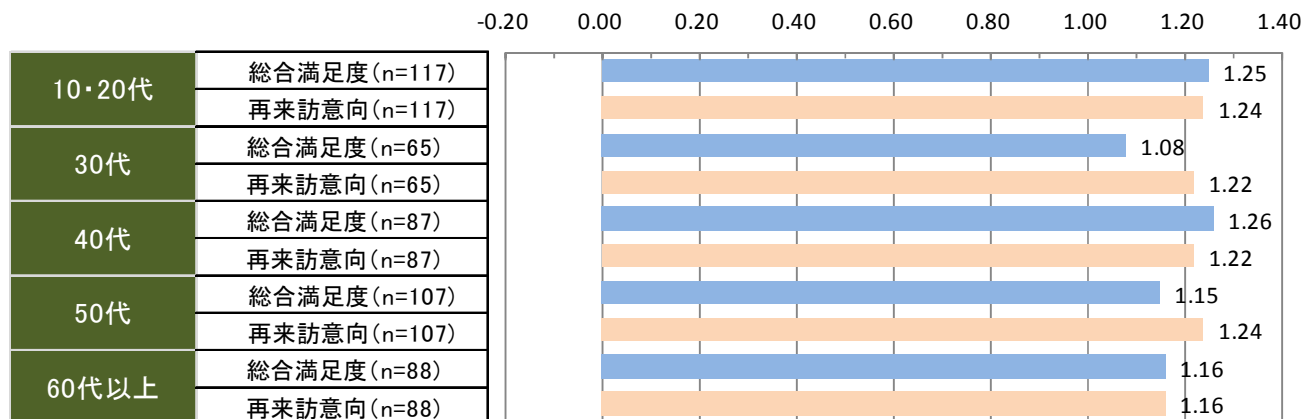
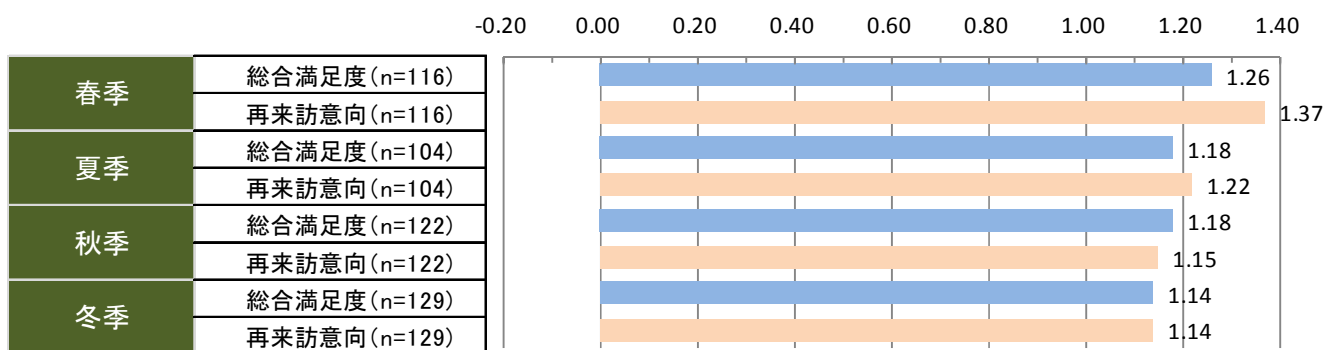
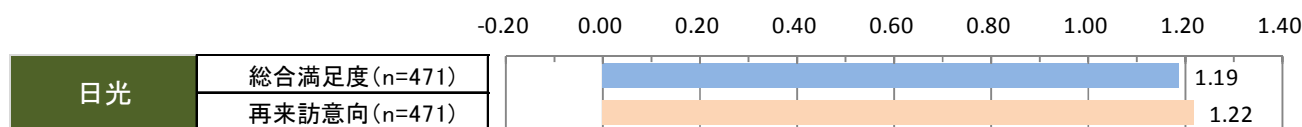
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が86.8%であった。また訪れたいかは「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が85.7%であった。

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)

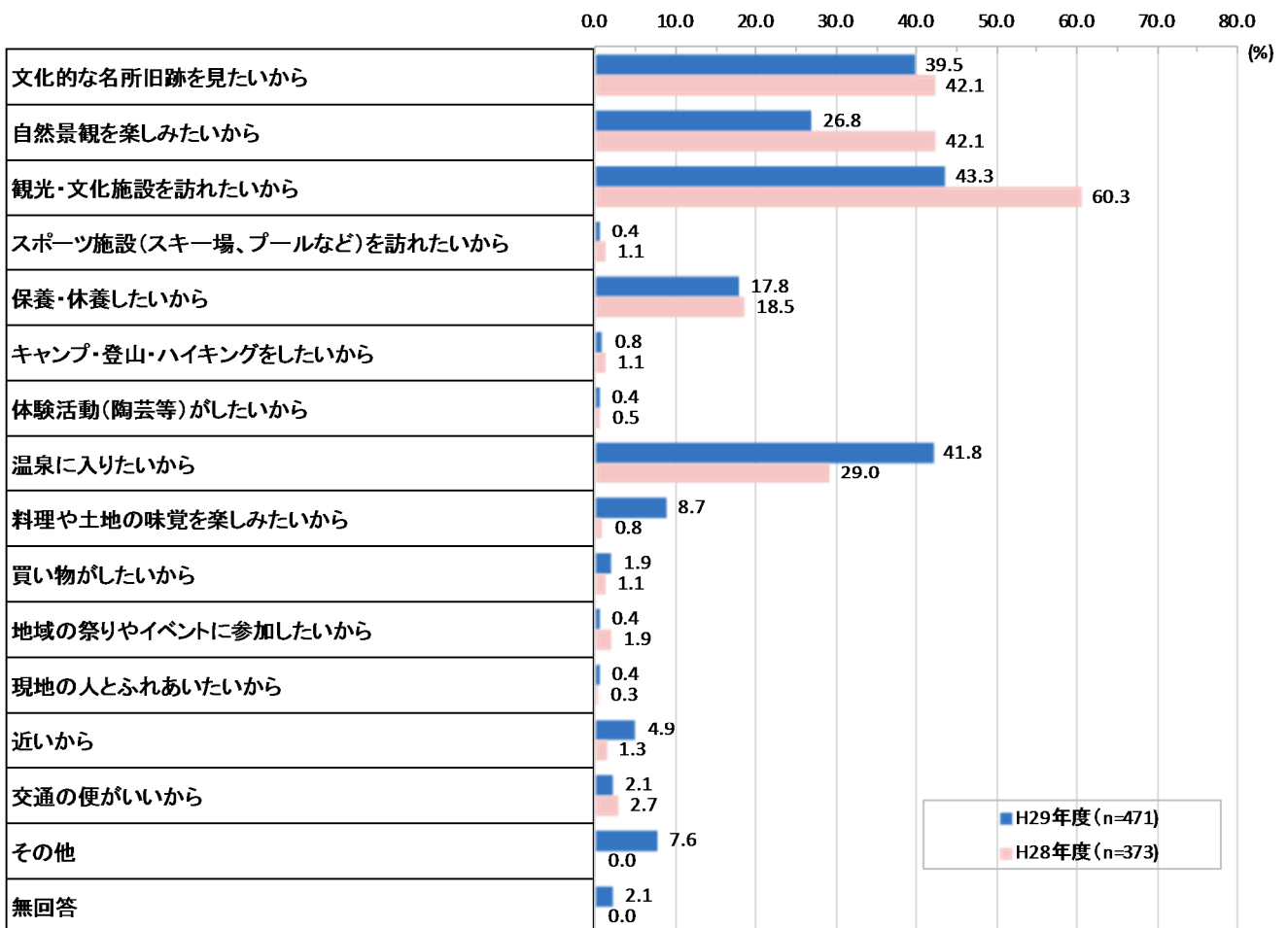
総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.26で最も高く、「冬季」が1.14で最も低かった。また、再来訪意向についても、「春季」が1.37で最も高く、「冬季」が1.14で最も低かった。年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.26で最も高く、「30代」が1.08で最も低かった。また、再来訪意向については「10・20代」が1.24で最も高く、「60代以上」が1.16で最も低かった。



②過去調査との比較

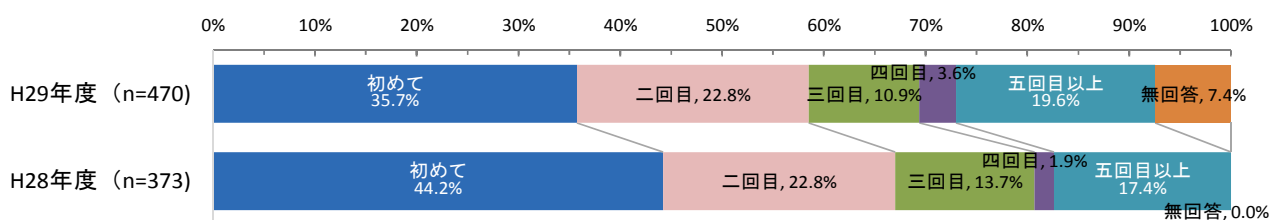
旅行先に選んだ理由は、「観光・文化施設を訪れたいから」が平成28年度調査では60.3%と最も多く、平成29年度調査では43.3%と17.0ポイント減少した。次いで、「温泉に入りたいから」が平成29年度調査では41.8%と平成28年度と比較して12.8ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



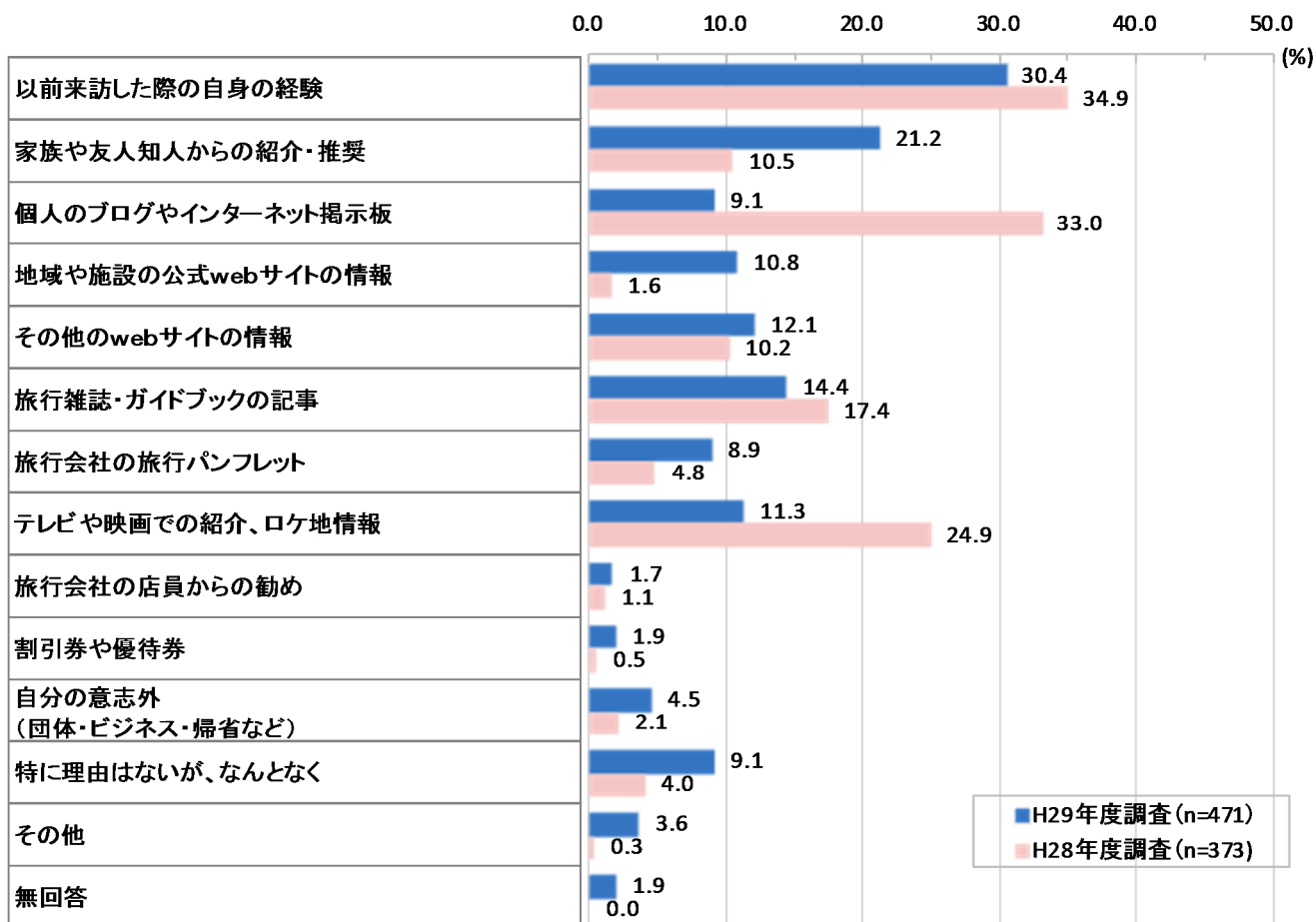
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成28年度調査では44.2%であったが、平成29年度調査では35.7%と8.5ポイント減少した。一方「五回目以上」は平成28年度調査では17.4%であったが、平成29年度調査では19.6%と2.2ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



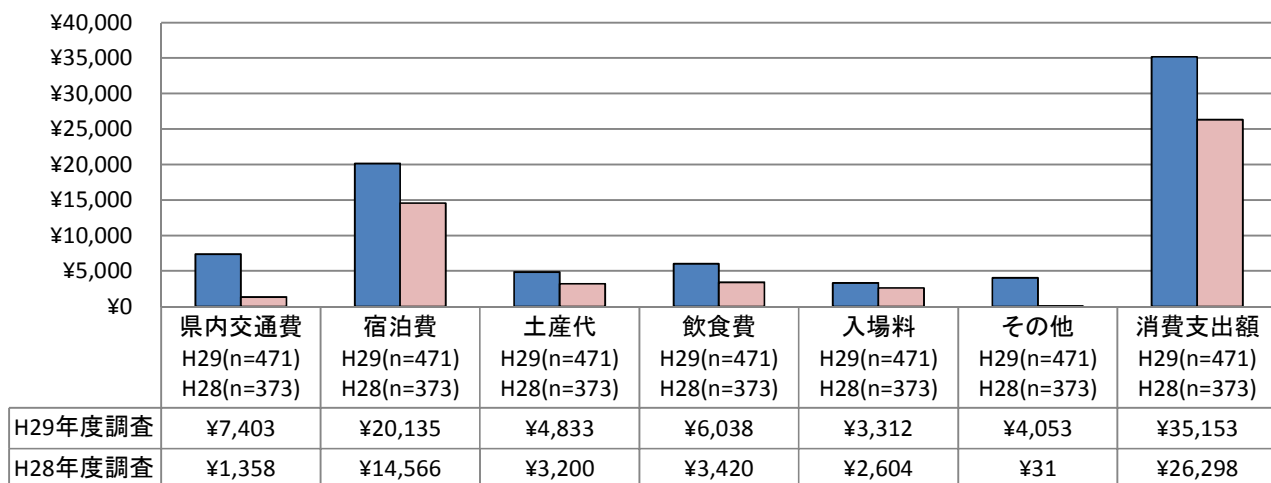
旅行先に選んだ情報源は、平成28年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く34.9%であったが、平成29年度調査では30.4%と4.5ポイント減少した。次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が平成28年度調査では10.5%であったが、平成29年度調査では21.2%と10.7ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



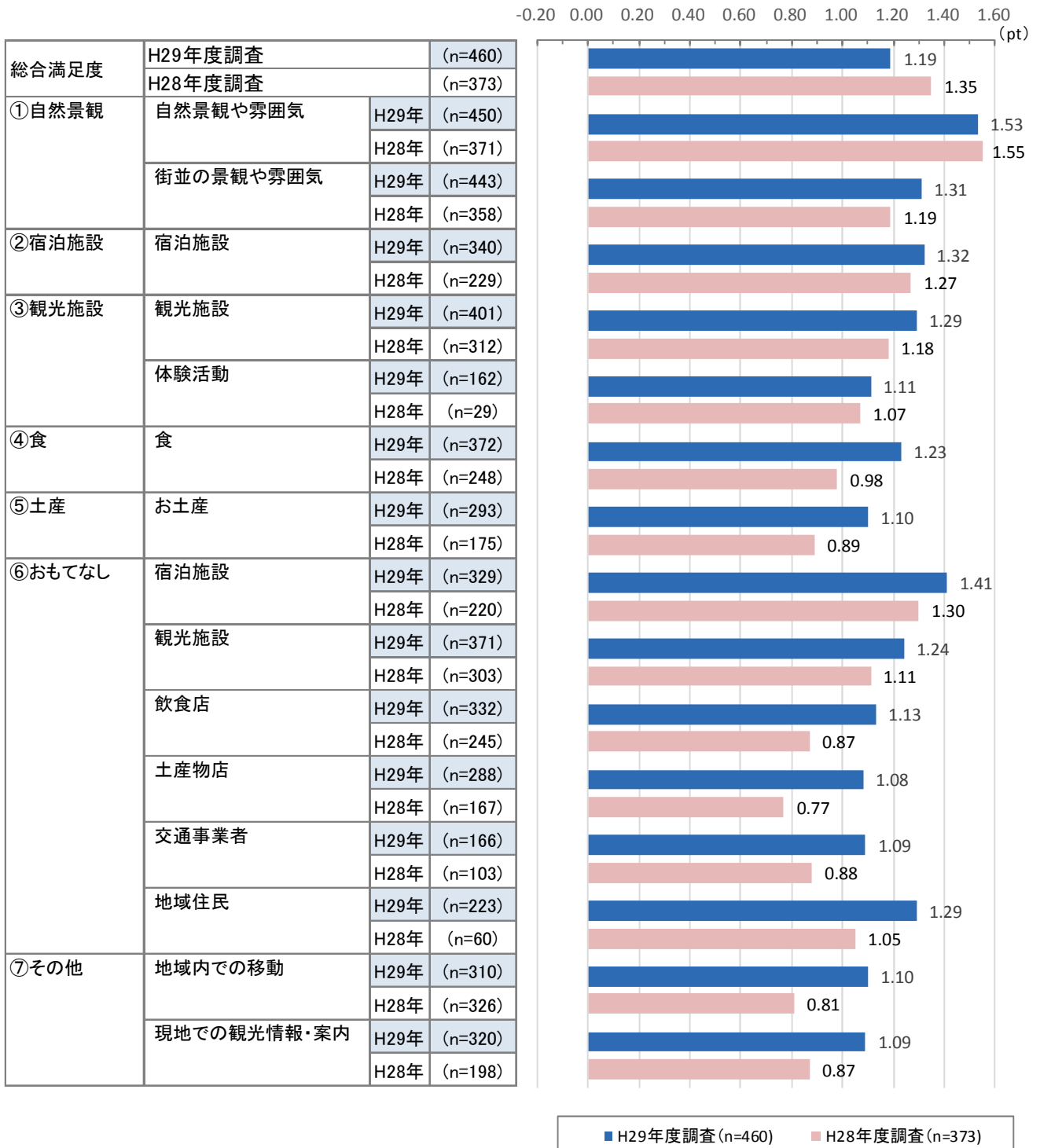
消費支出の総額は、平成28年度調査では26,298円であったが、平成29年度調査では35,153円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、平成28年度調査では1.35であったが、平成29年度調査では1.19と0.16ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.55で最も高く、平成29年度調査でも1.53と最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



iii. 県央エリア

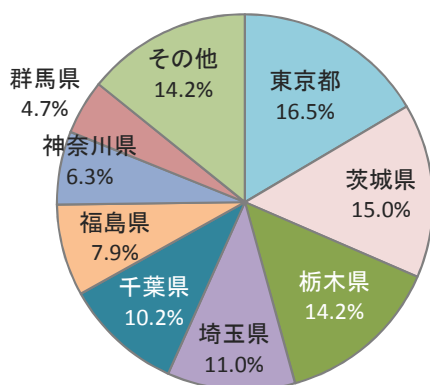
①平成29年度調査結果

宿泊客（県央エリア）

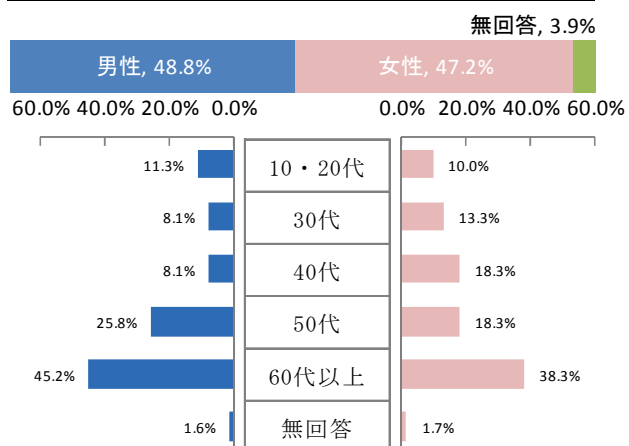
サンプル数：127

お住まいは「東京都」が最も多く16.5%、次いで「茨城県」が15.0%、「栃木県」が14.2%であった。年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く「男性」が45.2%、「女性」が38.3%であった。調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が32.0%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33.9%で最も多かった。

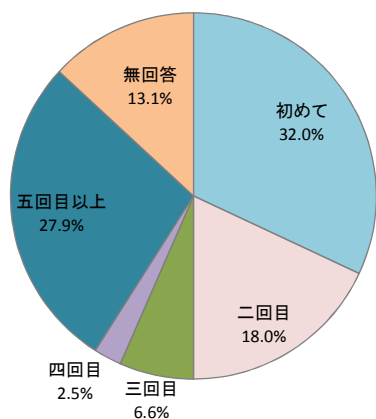
お住まい (n=127)



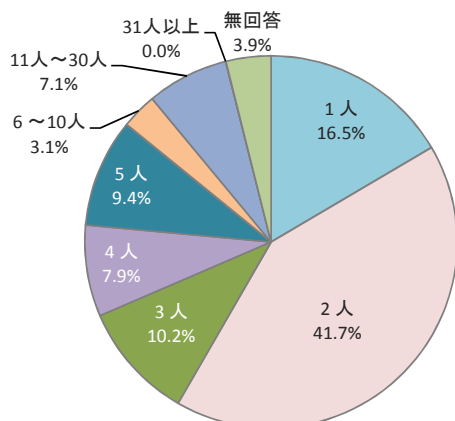
性別・年代 (n=127)



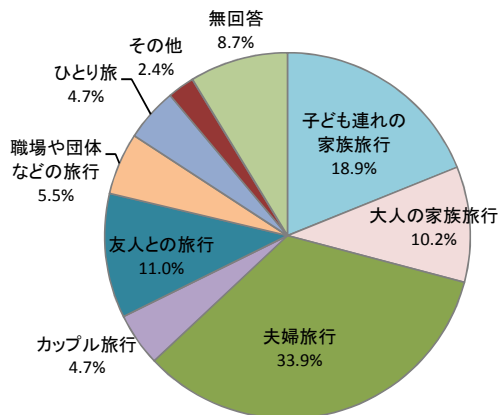
調査地域周辺への来訪回数 (n=122)



同行者数 ※回答者を含む (n=127)

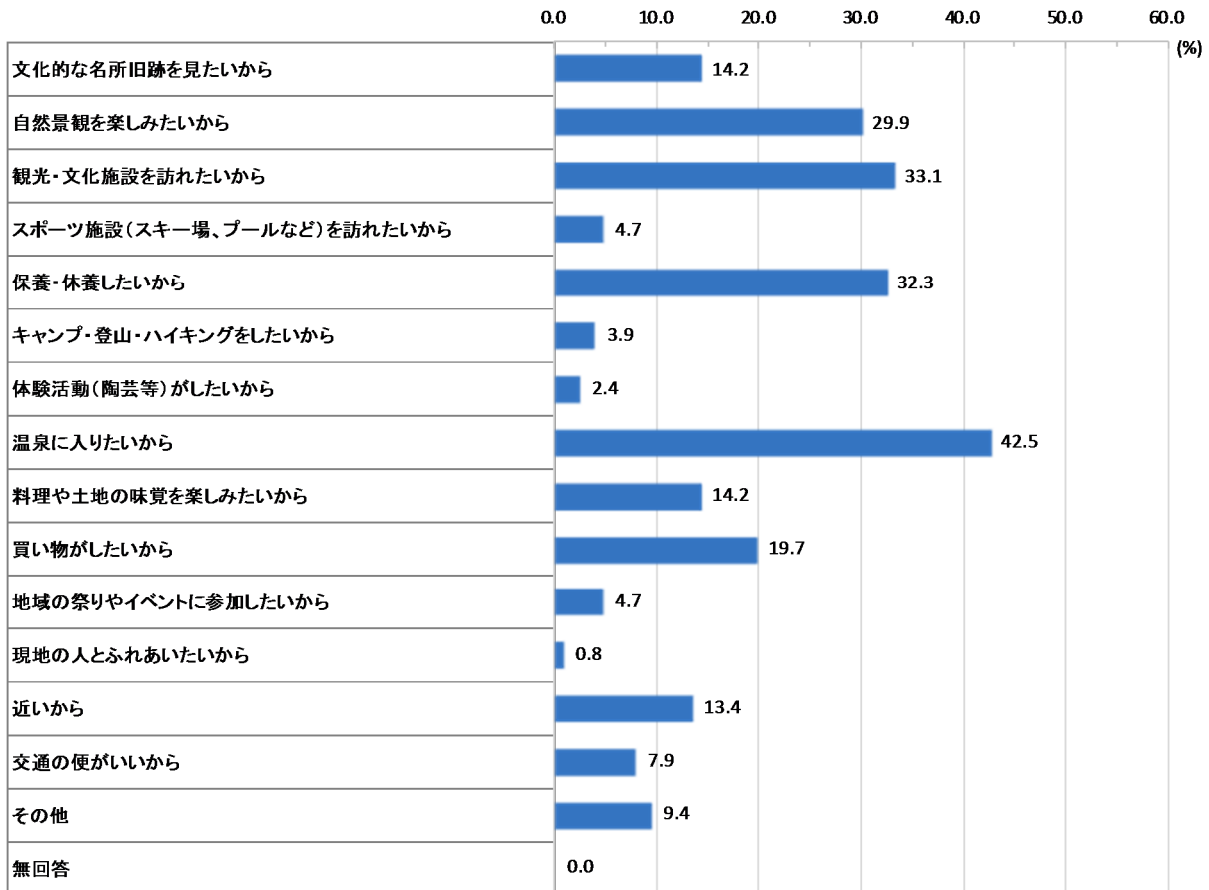


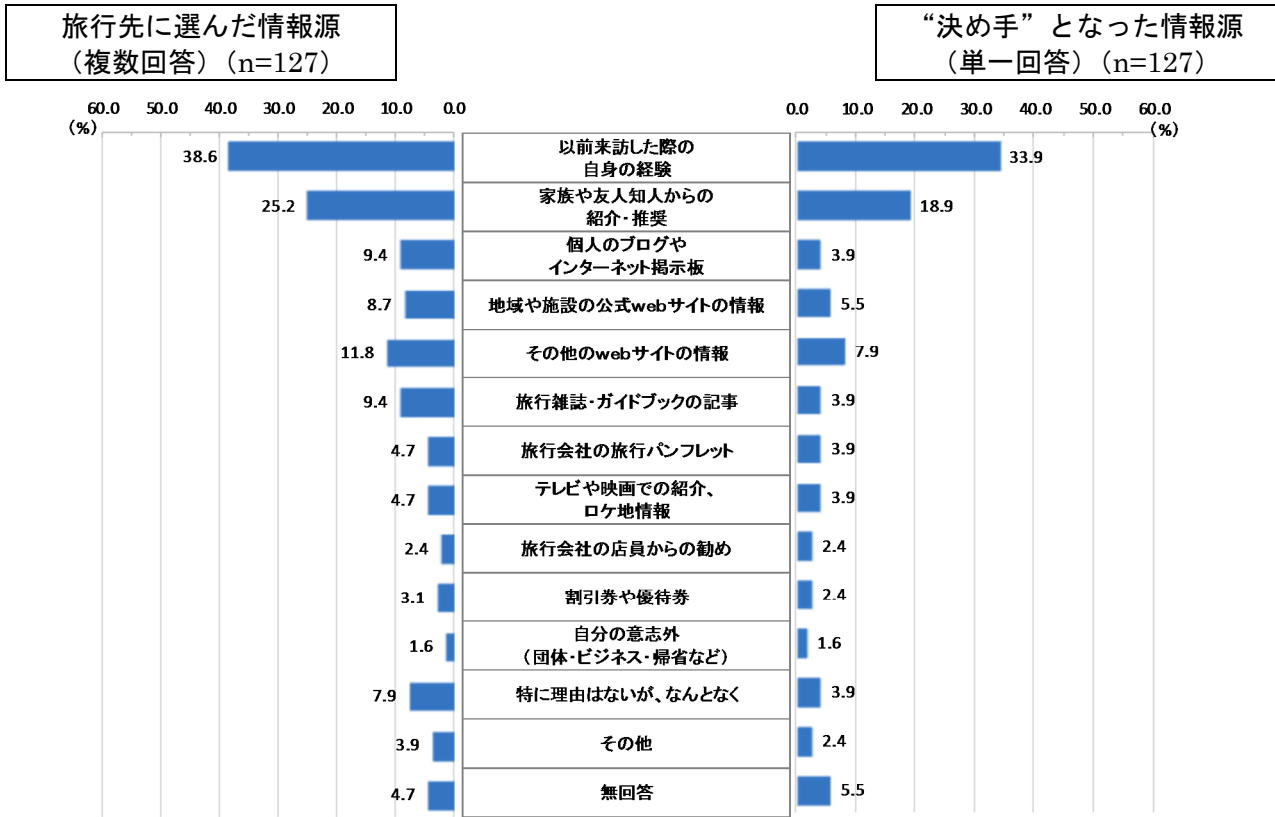
同行者の関係 (n=127)



旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が42.5%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が33.1%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38.6%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33.9%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=127）

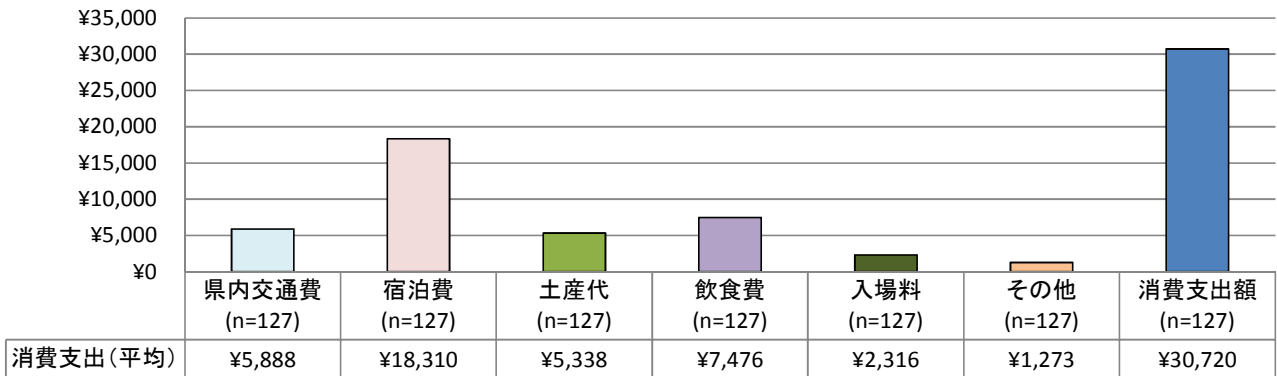




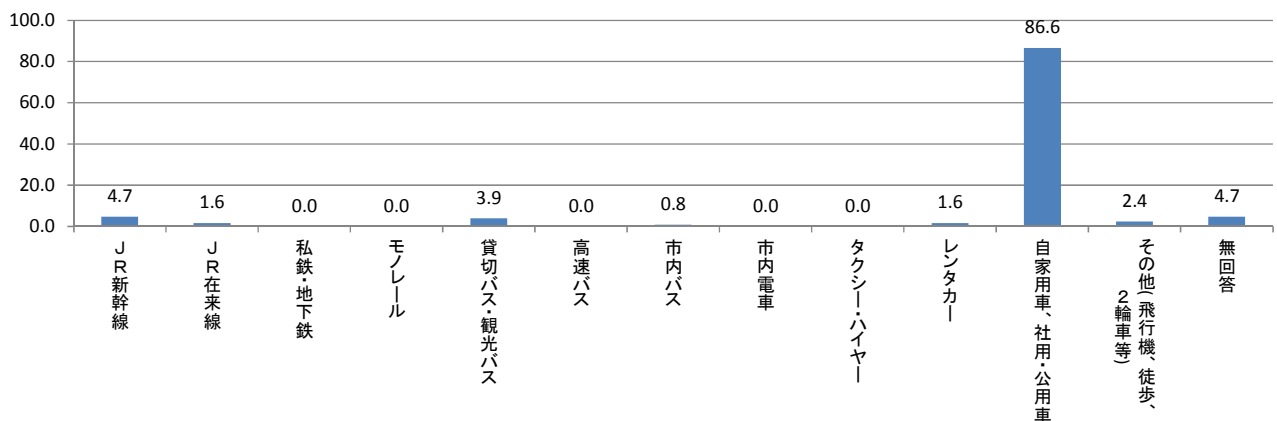
消費支出の平均は、総額で 30,720 円であった。内訳は、「宿泊費」が 18,310 円で最も多く、次いで「飲食費」が 7,476 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 86.6%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が 12 人で最も多く、次いで「二社一寺参拝者」、「大谷資料館」がともに 4 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=127）



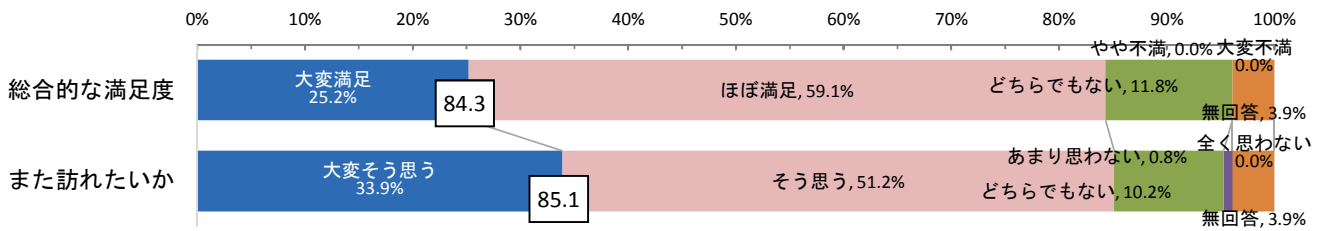
立ち寄り観光施設（n=127）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

那須	日光	県央
千本松牧場(1)	鬼怒川温泉(12)	大谷資料館(4)
栃木県なかがわ水遊園(1)	二社一寺参拝者(4)	いわむらかずお絵本の丘美術館(2)
那須ガーデンアウトレット(1)	湯西川温泉(2)	道の駅ばとう(2)
那須サファリパーク(1)	二荒山神社中宮祠(1)	ハートピアさくらの郷(1)
南ヶ丘牧場(1)	県南	
県東	あしかがフラワーパーク(2)	
芳賀温泉ロマンの湯(2)	史跡足利学校(1)	

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
ろまんちっく村（63）、道の駅きつれがわ（28）、道の駅ばとう（36）

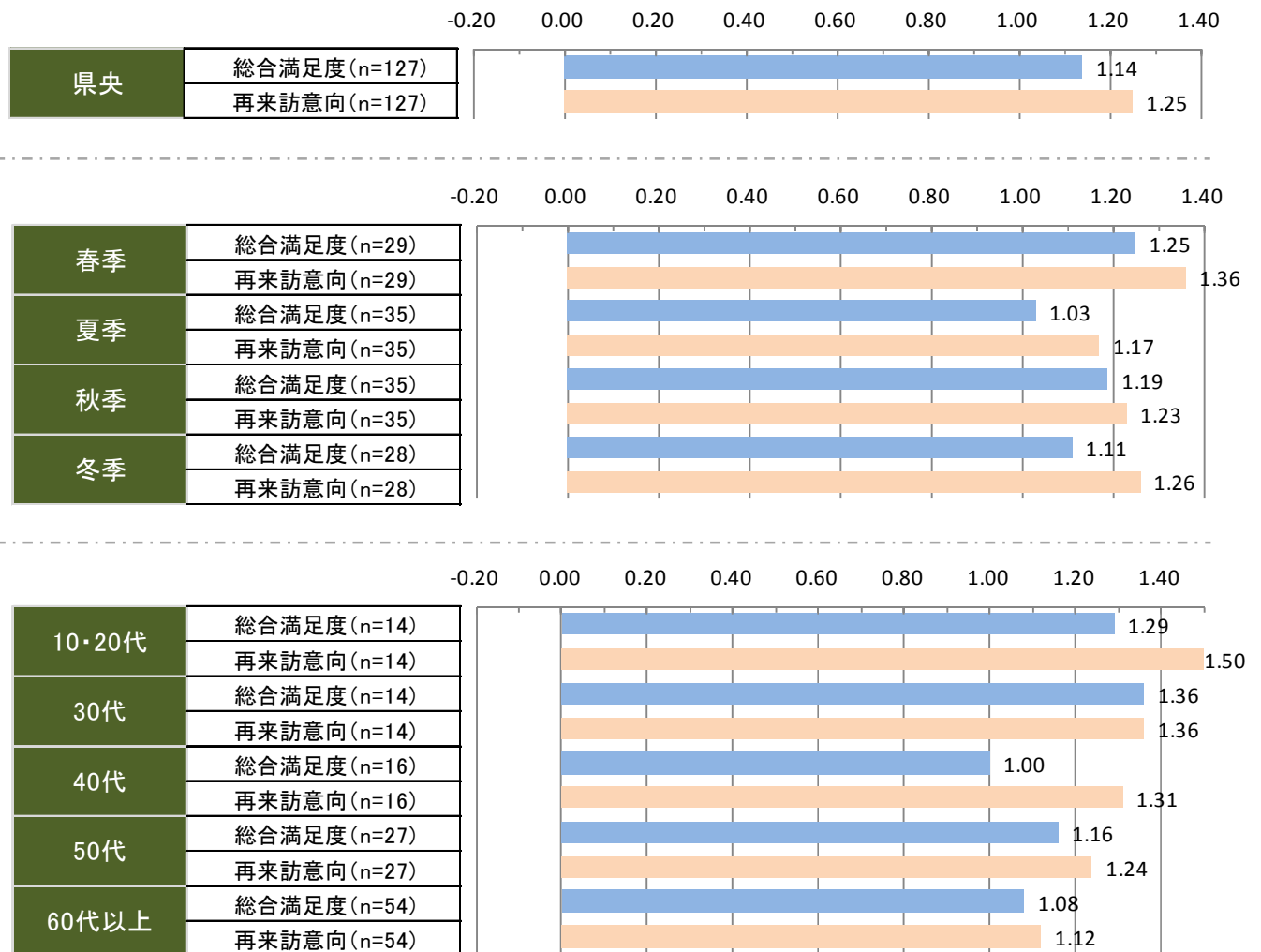
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が84.3%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が85.1%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=127)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

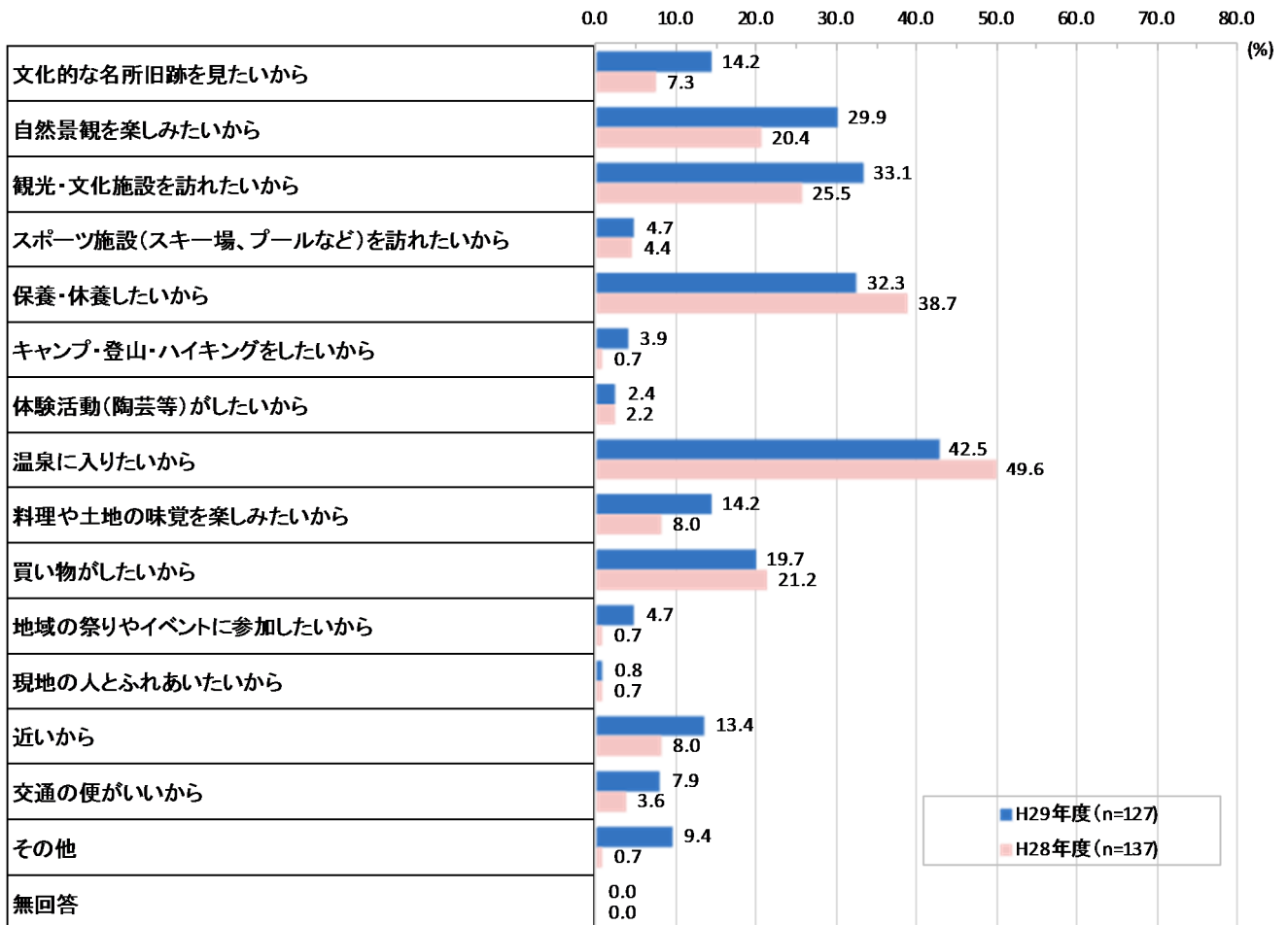
総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.25で最も高く、「夏季」が1.03で最も低かった。また、再来訪意向についても、「春季」が1.36で最も高く、「夏季」が1.17で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「30代」が1.36で最も高く、「40代」が1.00で最も低かった。また、再来訪意向については、「10・20代」が1.50で最も高く、「60代以上」が1.12で最も低かった。



②過去調査との比較

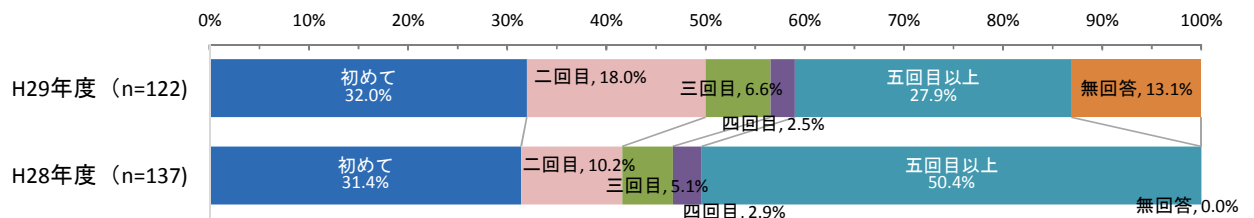
旅行先に選んだ理由は、平成28年度の調査では「温泉に入りたいから」が最も多く49.6%であったが、平成29年度調査では42.5%と7.1ポイント減少した。「観光・文化施設を訪れたいから」が平成28年度の調査では25.5%であったが、平成29年度調査では33.1%と7.6ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



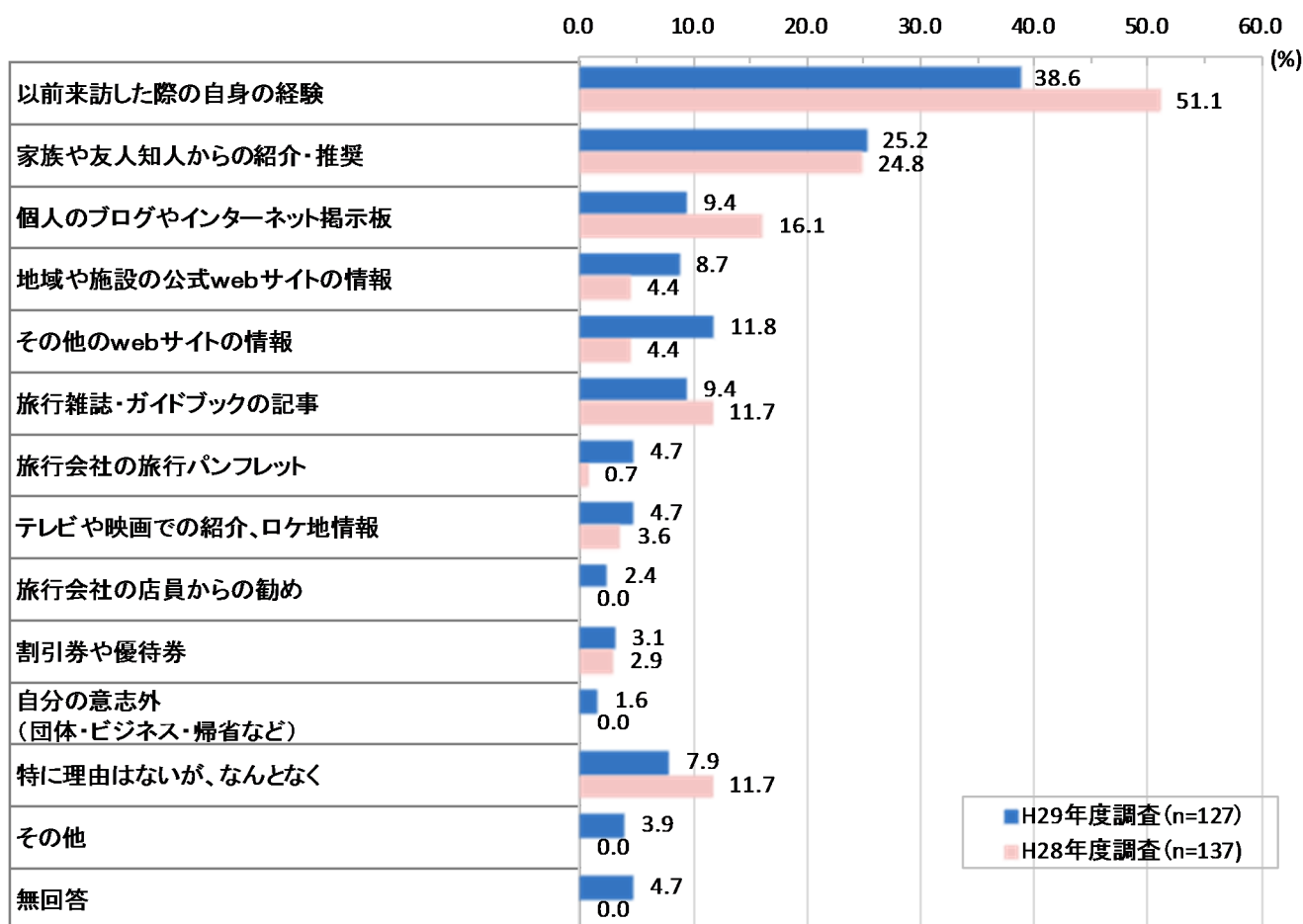
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成28年度調査では31.4%であったが、平成29年度調査では32.0%と0.6ポイント増加した。一方「五回目以上」が平成28年度調査では50.4%であったが、平成29年度調査では27.9%と22.5ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



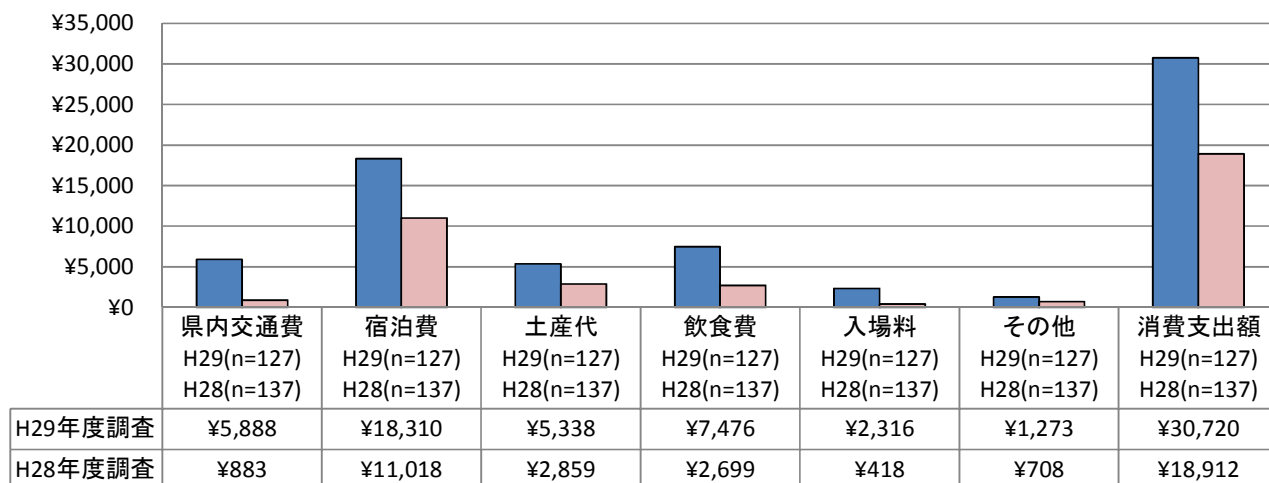
旅行先に選んだ情報源は、平成28年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く51.1%であったが、平成29年度調査では38.6%と12.5ポイント減少した。次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が平成28年度調査では24.8%であったが、平成29年度調査では25.2%と平成28年度と比較して0.4ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



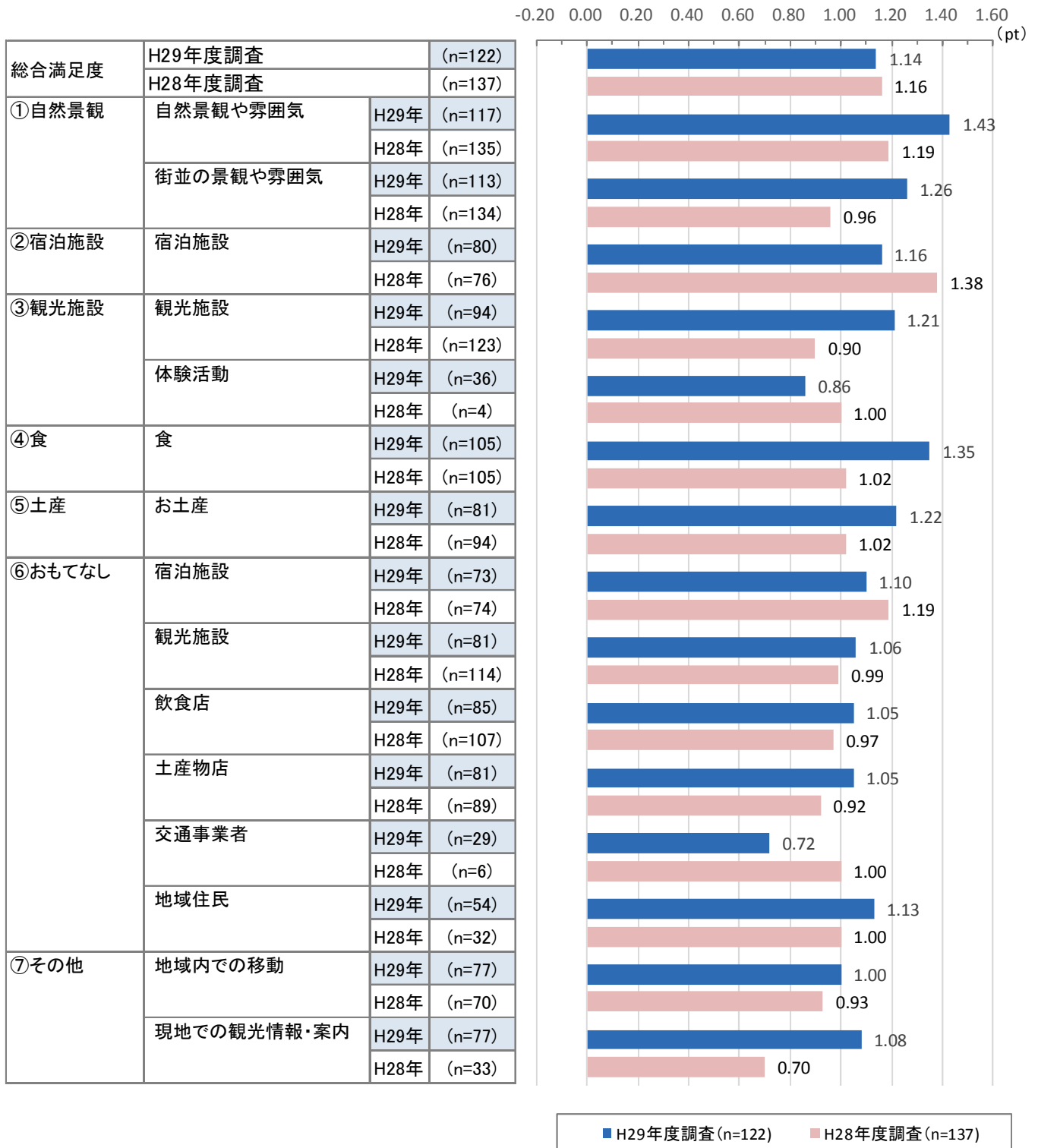
消費支出の総額は、平成28年度調査では18,912円であったが、平成29年度調査では30,720円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、平成28年度調査では1.16であったが、平成29年度調査では1.14と0.02ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「宿泊施設 宿泊施設」が1.38で最も高かったが、平成29年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.43で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



iv. 関東エリア

①平成29年度調査結果

宿泊客（関東エリア）

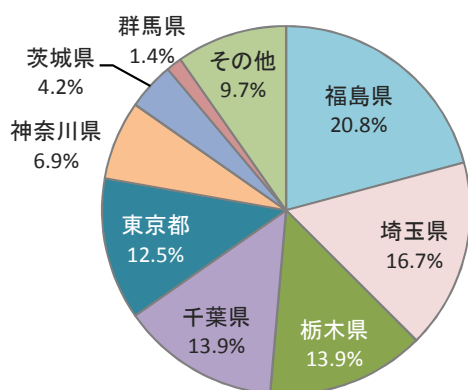
サンプル数：72

お住まいは「福島県」が最も多く20.8%、次いで「埼玉県」が16.7%、「栃木県」「千葉県」が同率で13.9%であった。年代は、男性では「60代以上」が最も多く39.5%、女性では「30代」が24.1%で最も多かった。

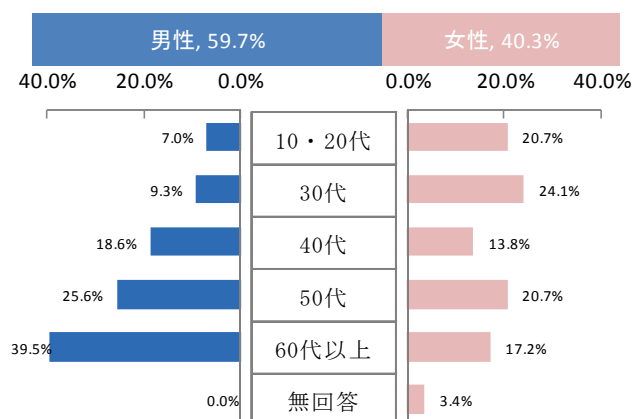
調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が49.3%で最も多かった。

同行者数は「2人」が51.4%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が31.9%で最も多かった。

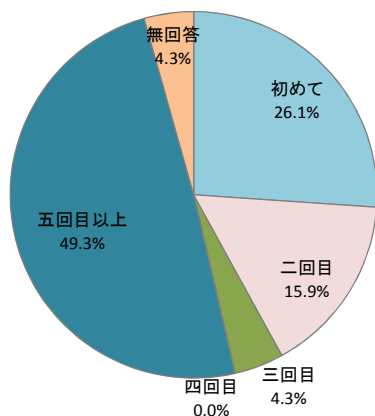
お住まい (n=72)



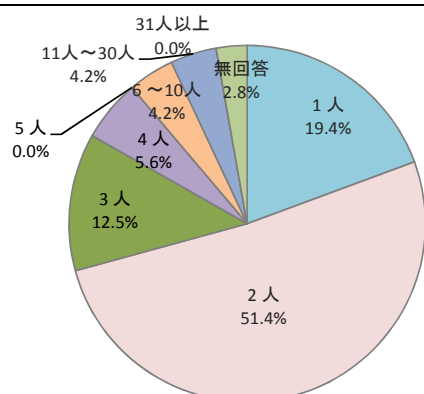
性別・年代 (n=72)



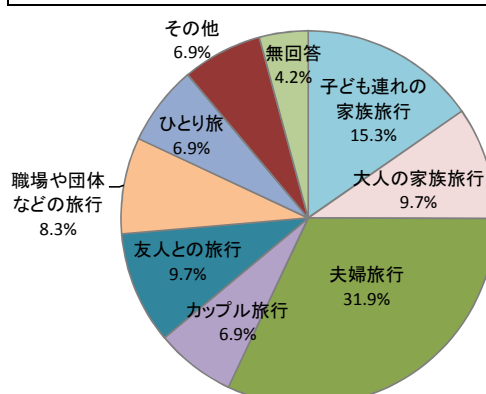
調査地域周辺への来訪回数 (n=69)



同行人数 ※回答者を含む (n=72)

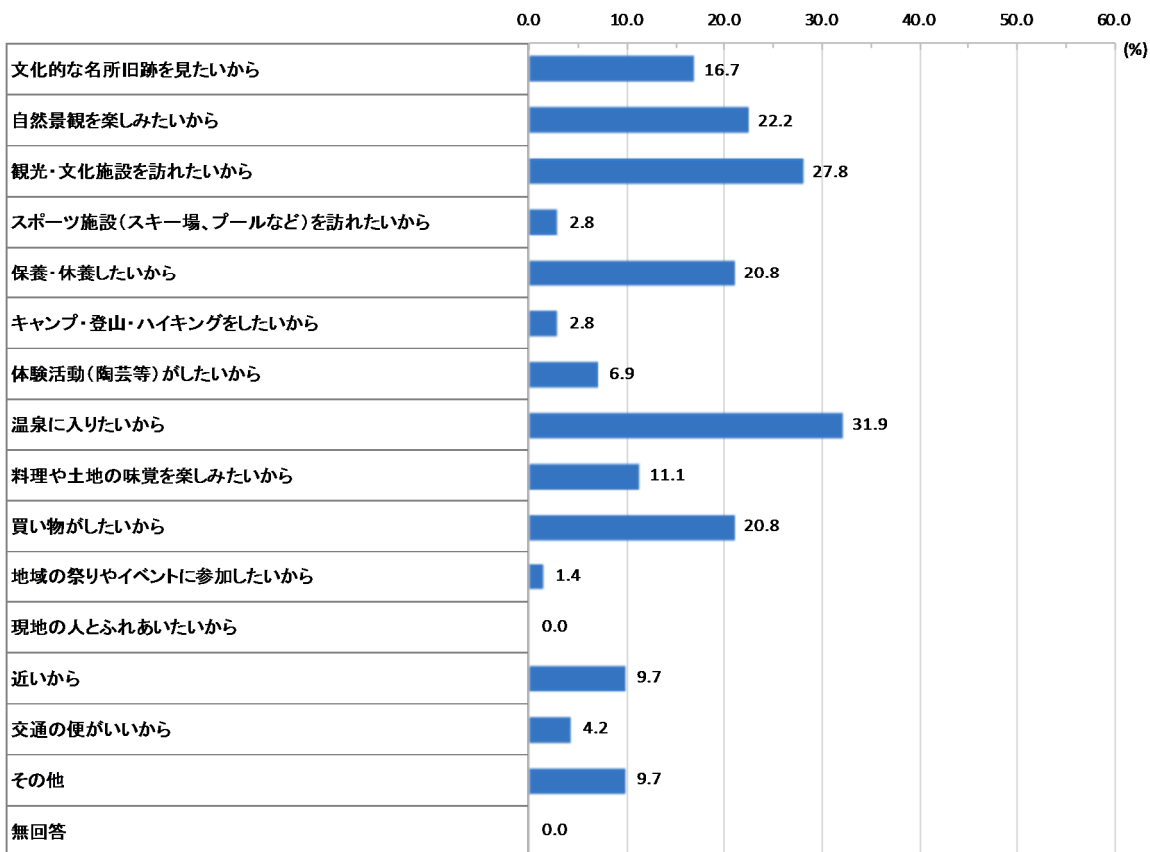


同行者の関係 (n=72)



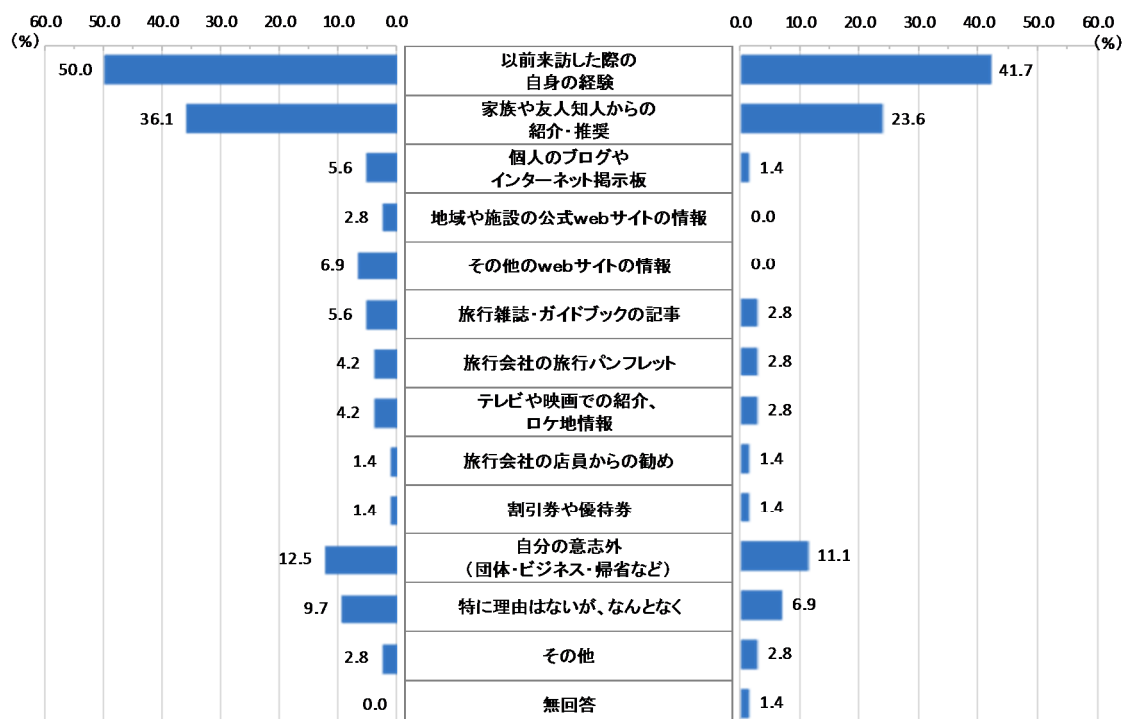
旅行先を選んだ理由は「温泉に入りたいから」が31.9%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が27.8%であった。旅行先を選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が50.0%で最も多く、決め手となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が41.7%で最も多かった。

旅行先を選んだ理由（複数回答）（n=72）



旅行先を選んだ情報源
（複数回答）（n=72）

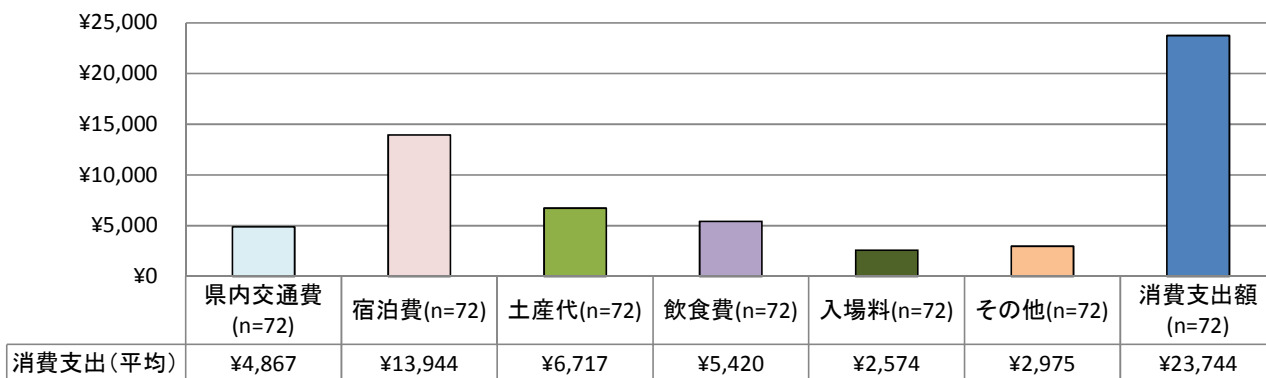
“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=72）



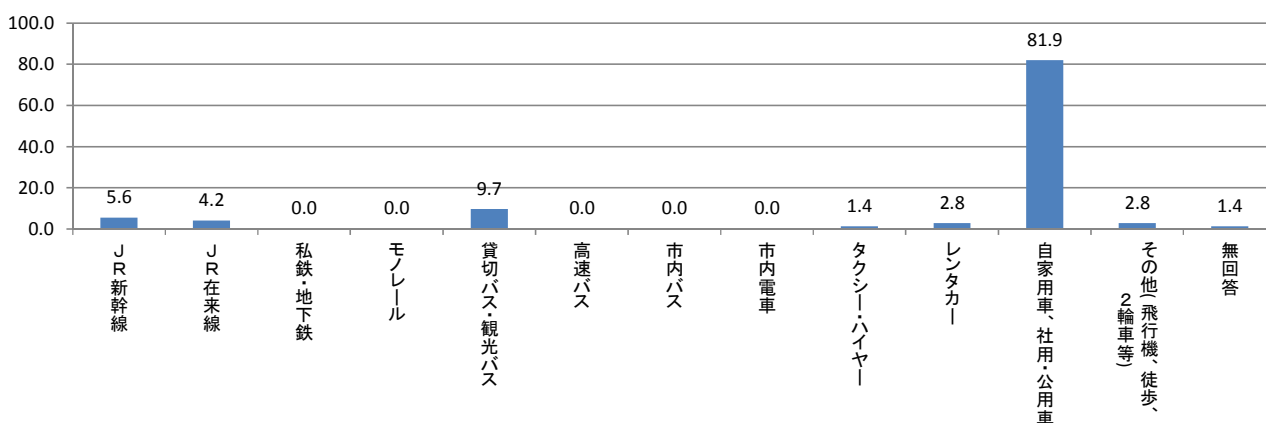
消費支出の平均は、総額で23,744円であった。内訳は、「宿泊費」が13,944円で最も多く、次いで「土産代」が6,717円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が81.9%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は「鬼怒川温泉」が6人と最も多かった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=72）

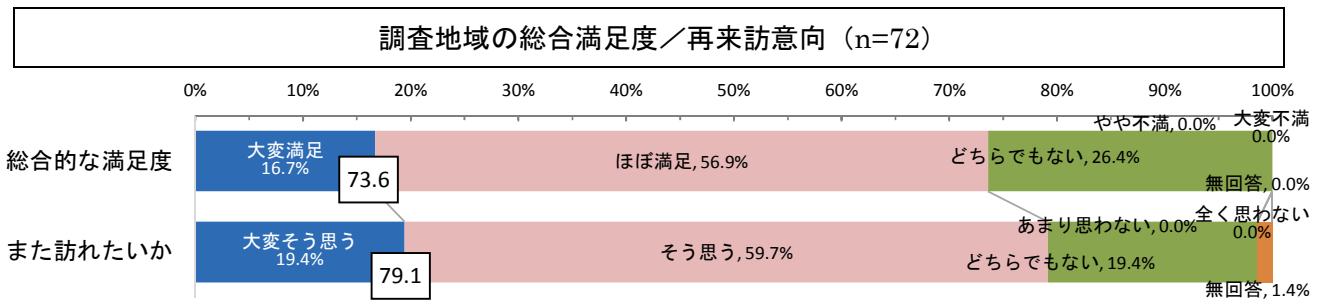


立ち寄り観光施設（n=72）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	県東	県央
鬼怒川温泉(6)	ツインリンクもてぎ(1)	鷲子山上神社(2)
東武ワールドスクウェア(2)		
二社一寺参拝者(1)		

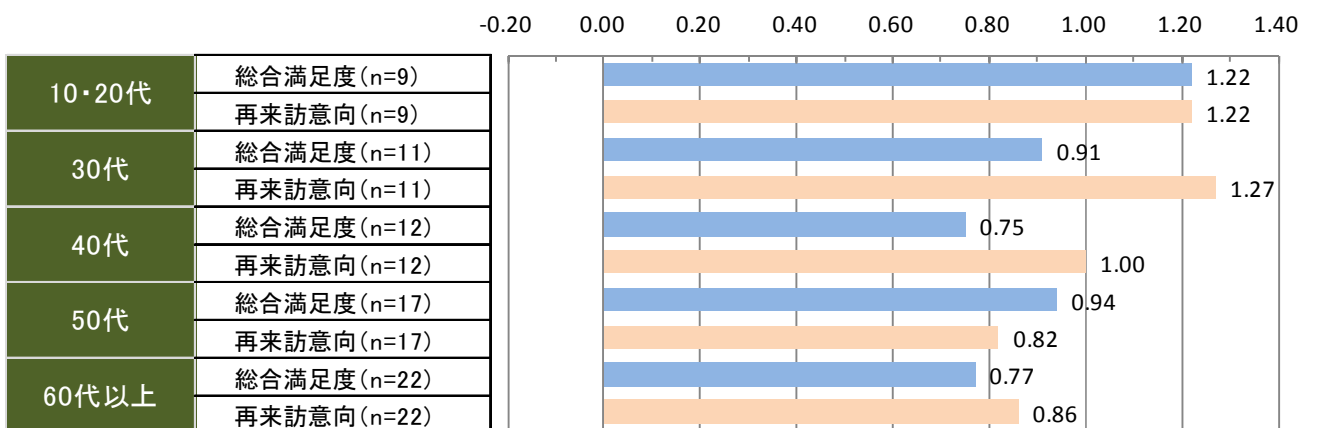
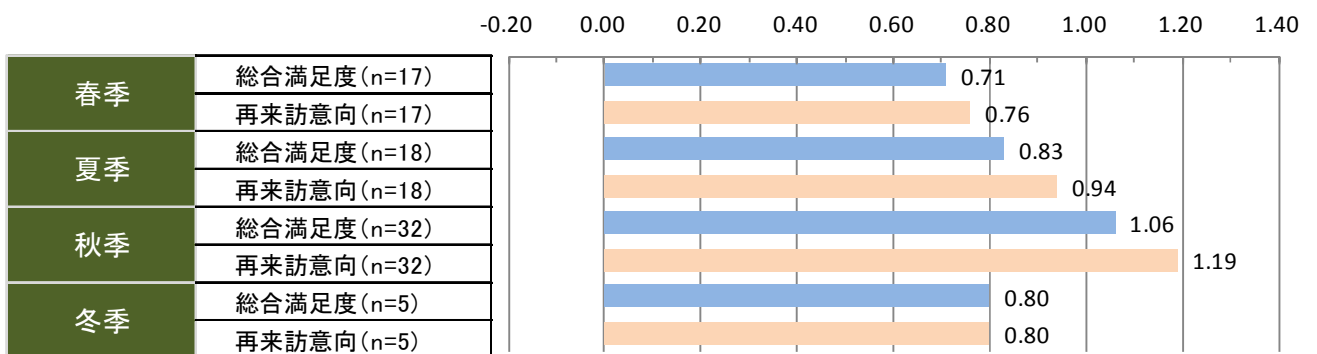
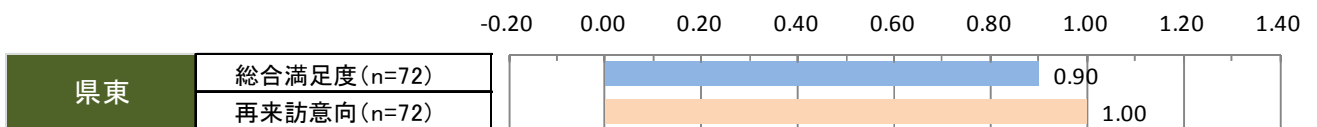
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
道の駅もてぎ（14）、陶芸メッセ益子（35）、道の駅はが（23）

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73.6%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79.1%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)

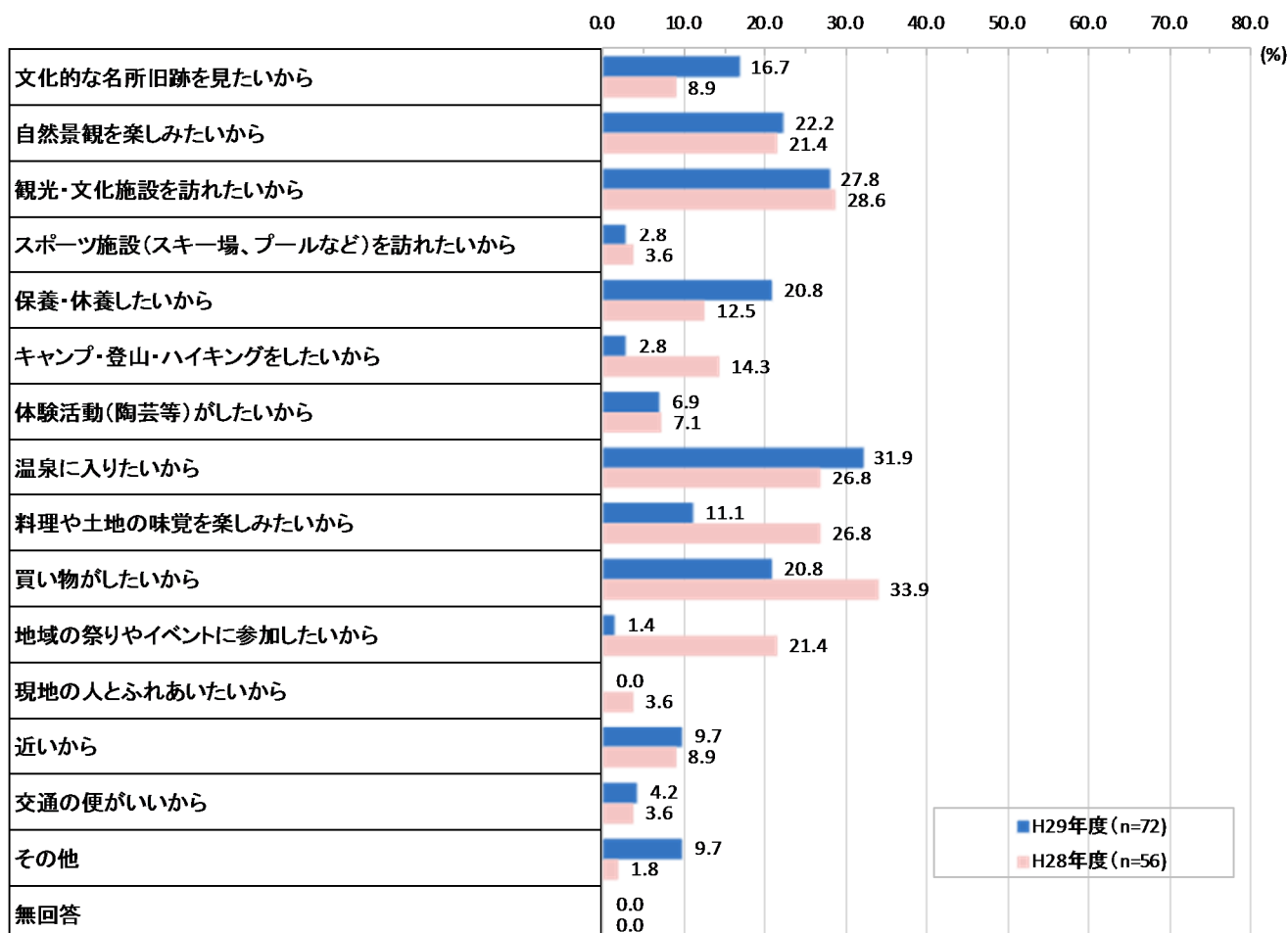
総合満足度を季節別にみると、「秋季」が1.06で最も高く、「春季」が0.71で最も低かった。また、再来訪意向については、「秋季」が1.19で最も高く、「春季」が0.76で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.22で最も高く、「40代」が0.75で最も低かった。また、再来訪意向については「30代」が1.27で最も高く、「50代」が0.82で最も低かった。



②過去調査との比較

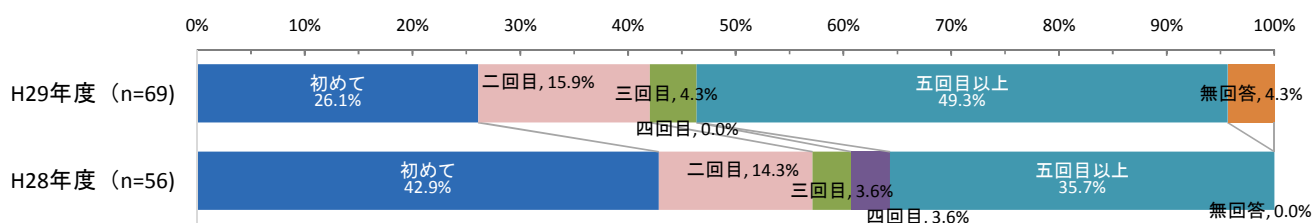
旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が平成29年度調査では31.9%と最も多く、平成28年度調査の26.8%と比較して5.1ポイント増加した。次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が平成28年度の調査では28.6%であったが、平成29年度調査では27.8%と0.8ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



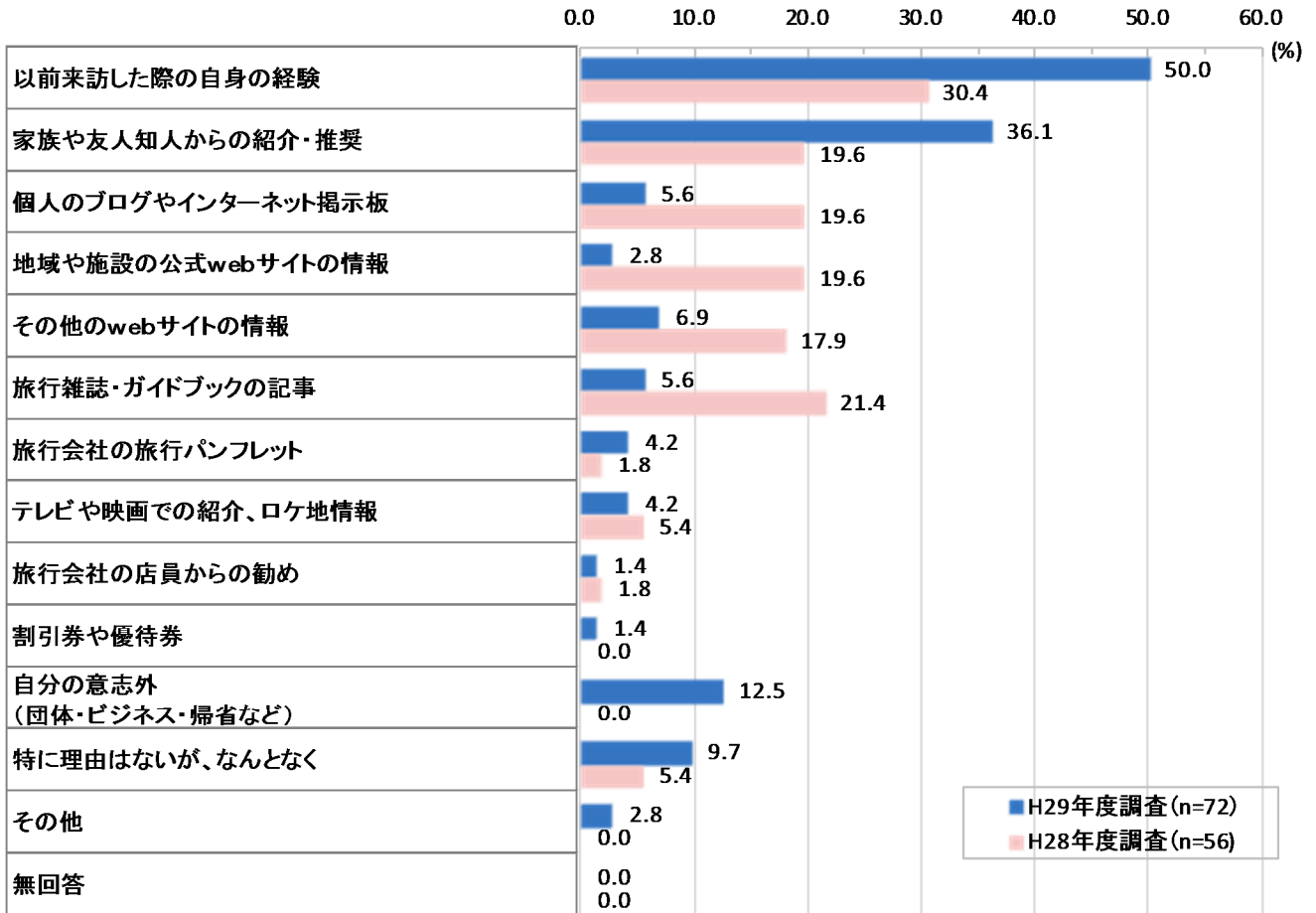
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成28年度調査では42.9%であったが、平成29年度調査では26.1%と16.8ポイント減少した。一方「五回目以上」は平成28年度調査では35.7%であったが、平成29年度調査では49.3%と13.6ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



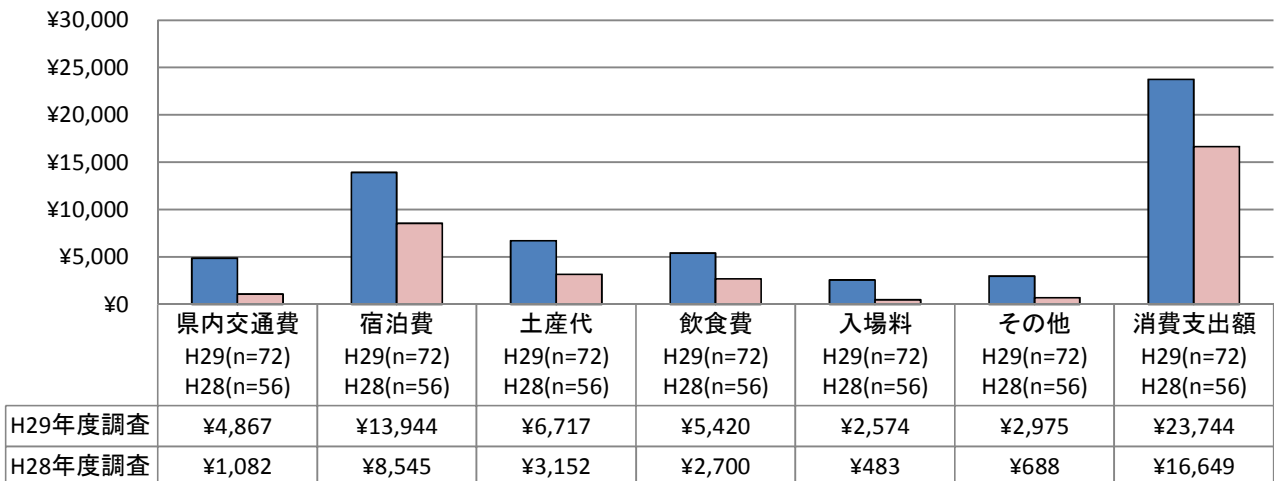
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が平成29年度調査では50.0%と最も多く、平成28年度調査の30.4%と比較して19.6ポイント増加した。次いで「家族や知人友人からの紹介・推奨」は平成28年度調査では19.6%であったが、平成29年度調査では36.1%と平成28年度と比較して16.5ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



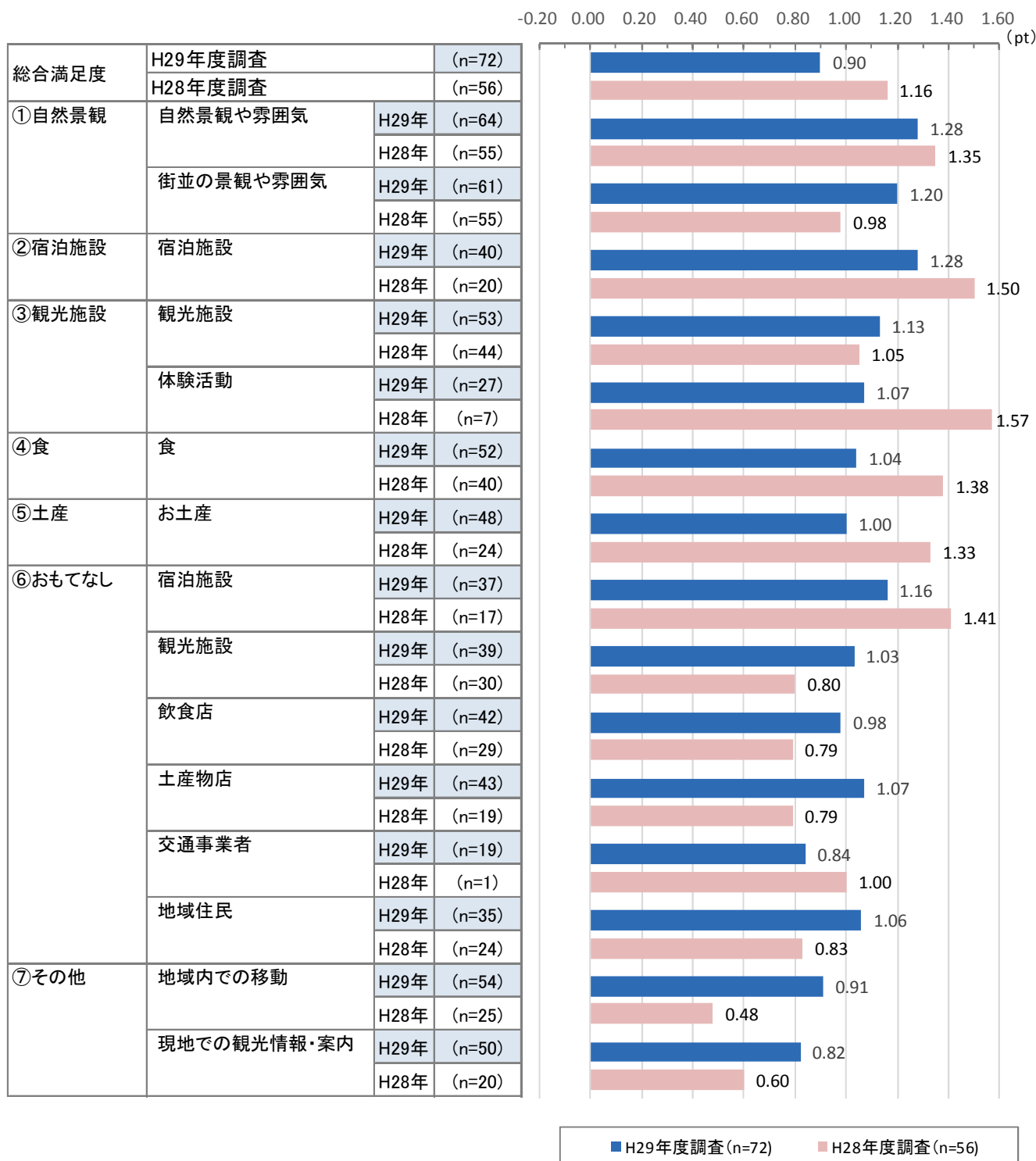
消費支出の総額は、平成28年度調査では16,649円であったが、平成29年度調査では23,744円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、平成28年度調査では1.16であったが、平成29年度調査では0.90と0.26ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「観光施設 体験活動」が1.57で最も高く、平成29年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」「宿泊施設 宿泊施設」がともに1.28で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



v. 県南エリア

①平成 29 年度調査結果

宿泊客（県南エリア）

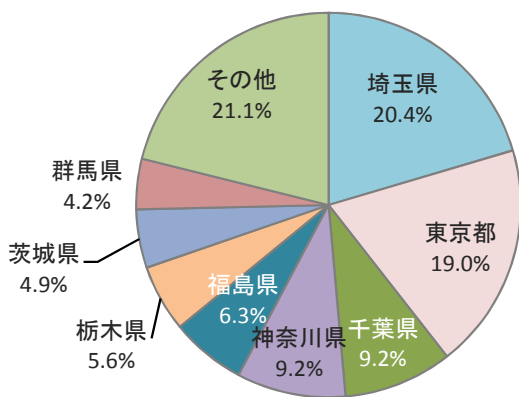
サンプル数：142

お住まいは「埼玉県」が最も多く 20.4%、次いで「東京都」が 19.0%、「千葉県」「神奈川県」が同率で 9.2%であった。年代は、男性では「60 代以上」が最も多く 25.0%、女性では「30 代」が最も多く 29.3%であった。

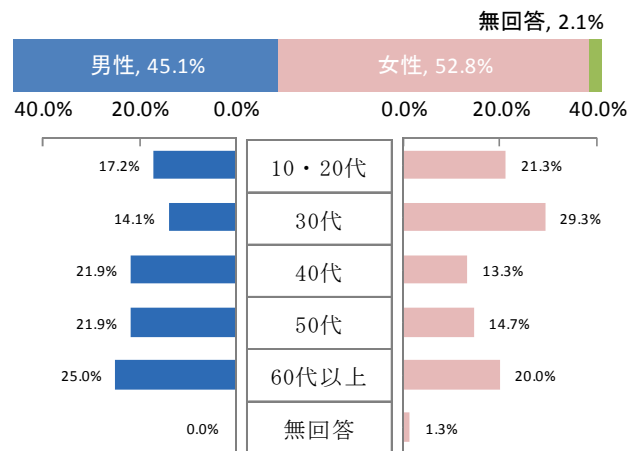
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が 46.5%で最も多かった。

同行者数は「2 人」が 39.4%で最も多く、同行者の関係は「子ども連れの家族旅行」が 19.0%で最も多かった。

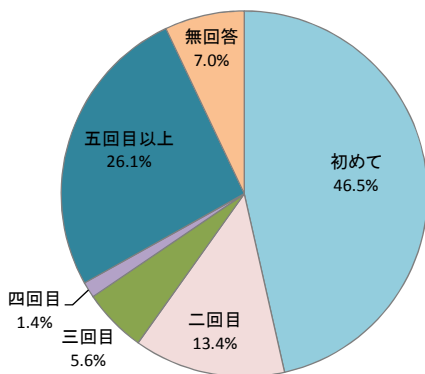
お住まい (n=142)



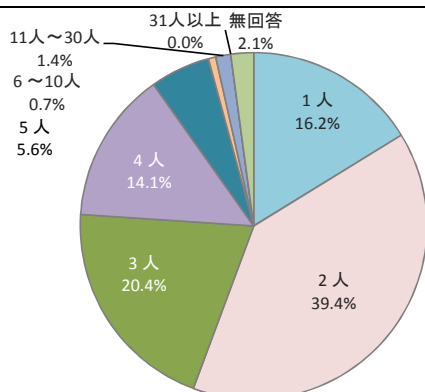
性別・年代 (n=142)



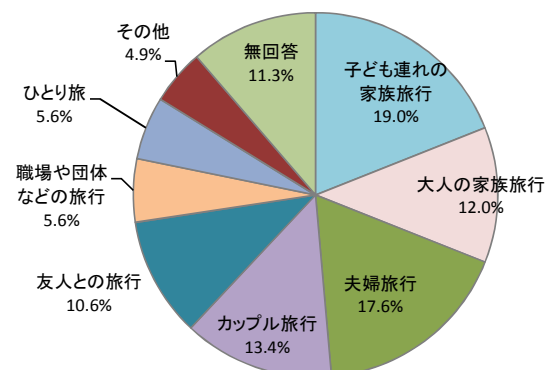
調査地域周辺への来訪回数 (n=142)



同行人数 ※回答者を含む (n=142)



同行者の関係 (n=142)

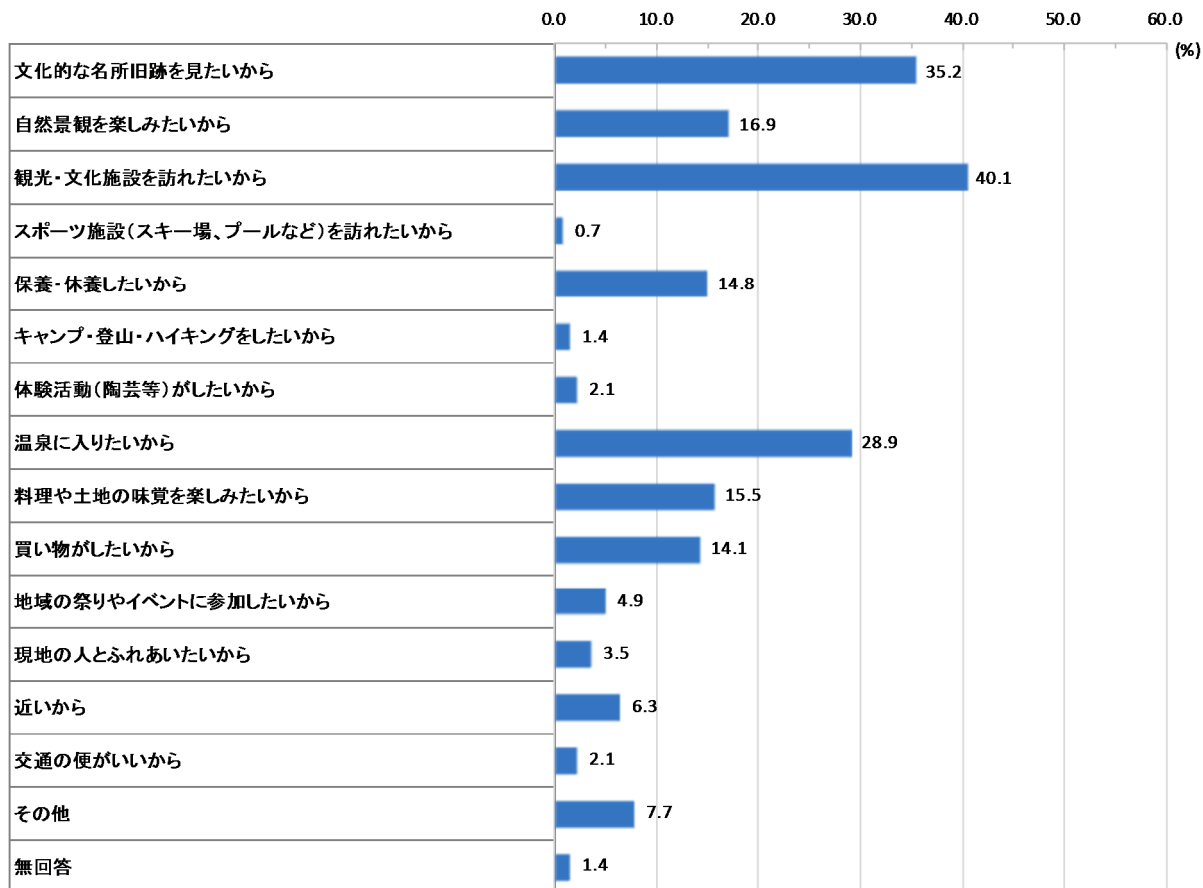


第2章 観光客調査 調査結果

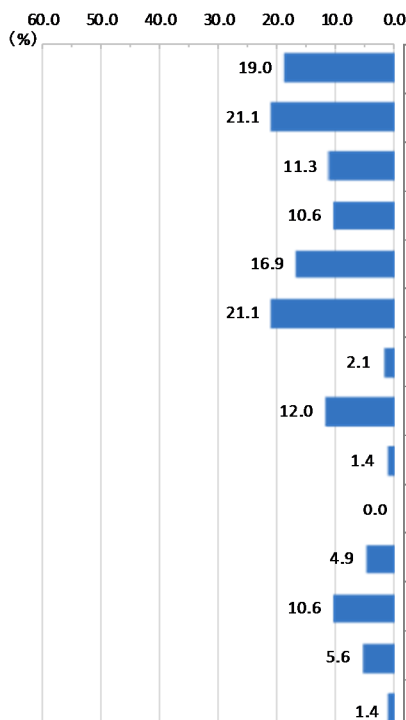
2. 宿泊客 (2)エリア別 iv. 県南エリア

旅行先に選んだ理由は「観光・文化施設を訪れたいから」が40.1%で最も多く、次いで「文化的な名所旧跡を見たいから」が35.2%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」「旅行雑誌・ガイドブックの記事」がともに21.1%で最も多く、決め手となった情報源は「家族や友人知人からの紹介・推奨」が15.5%で最も多かった。

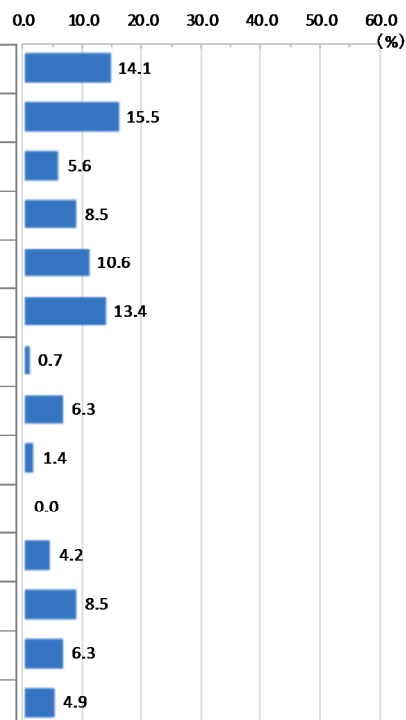
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=142）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=142）



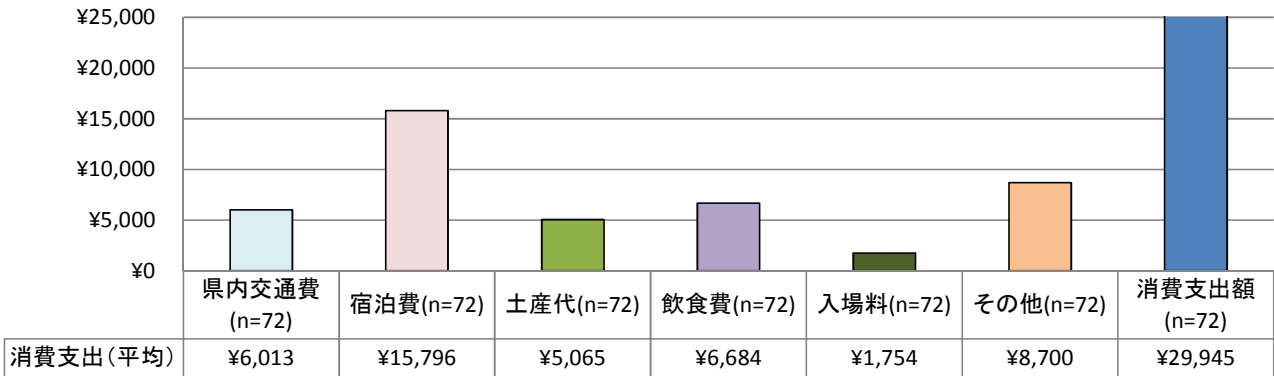
“決め手”となった情報源（単一回答）（n=142）



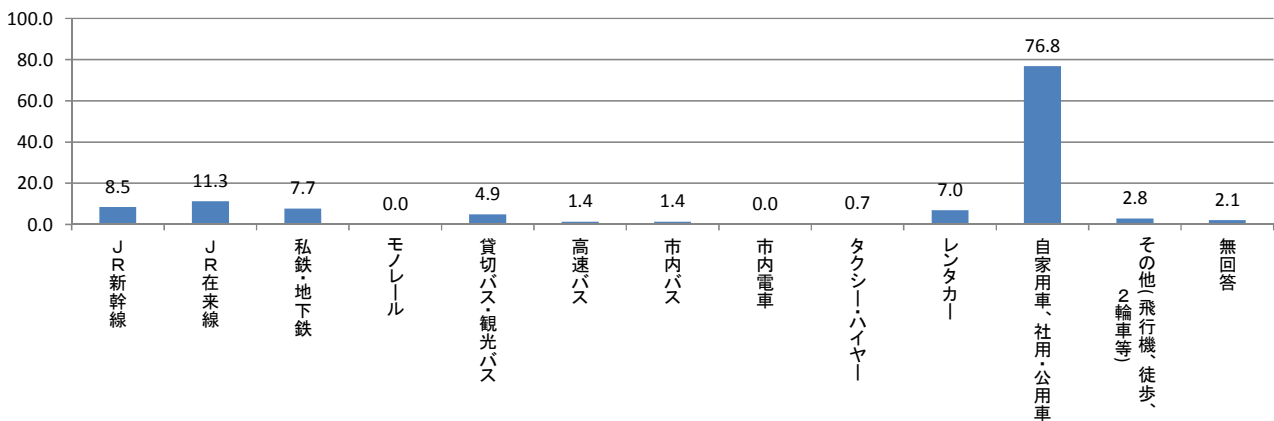
消費支出の平均は、総額で 29,945 円であった。内訳は、「宿泊費」が 15,796 円で最も多く、次いで「その他」が 8,700 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 76.8%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が 21 人で最も多く、次いで「あしかがフラワーパーク」が 7 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=142）



立ち寄り観光施設（n=142）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

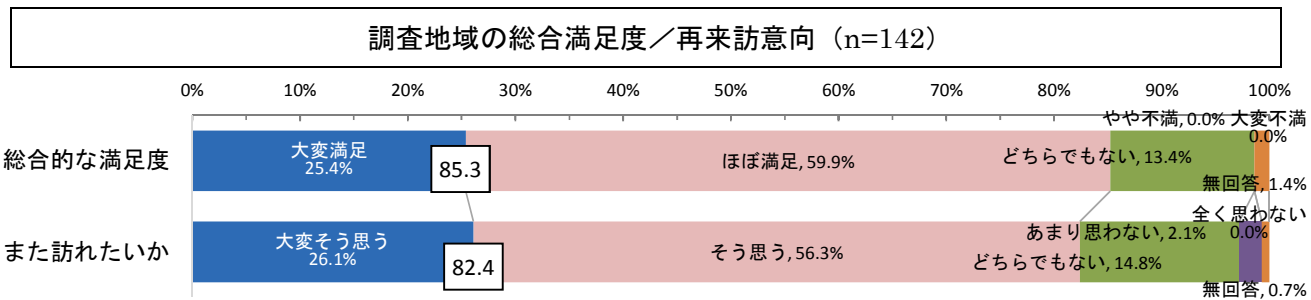
那須	日光	県南
南ヶ丘牧場(1)	鬼怒川温泉(21)	あしかがフラワーパーク(7)
	道の駅湯西川(2)	佐野プレミアム・アウトレット(4)
	足尾銅山観光(1)	佐野厄よけ大師(3)
	東武ワールドスクウェア(1)	織姫公園(2)
	日光江戸村(1)	道の駅 しもつけ(2)
		太平山(1)
		鏝阿寺(1)

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
足利学校（47）、佐野プレミアムアウトレット（28）、岩下の新生姜ミュージアム（67）

第2章 観光客調査 調査結果

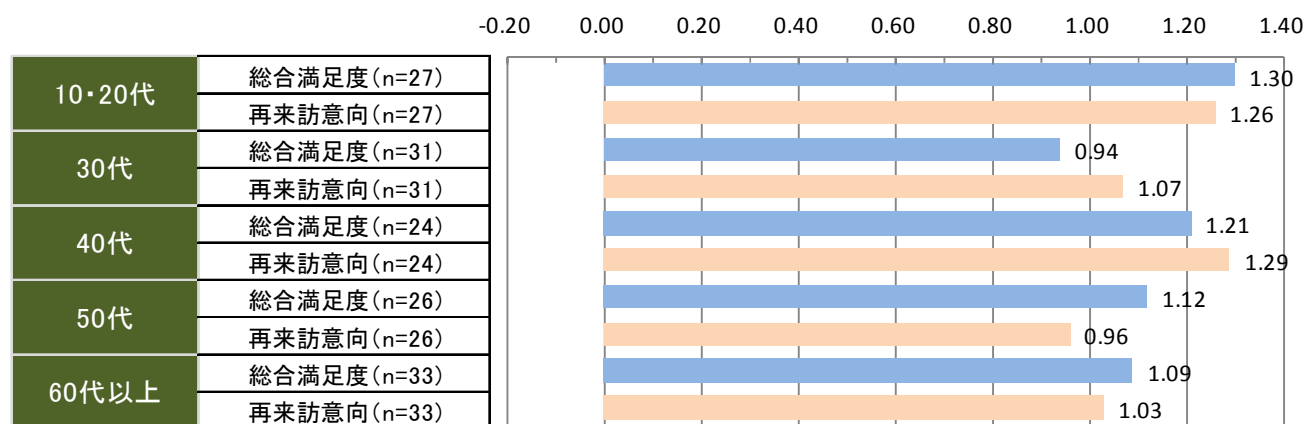
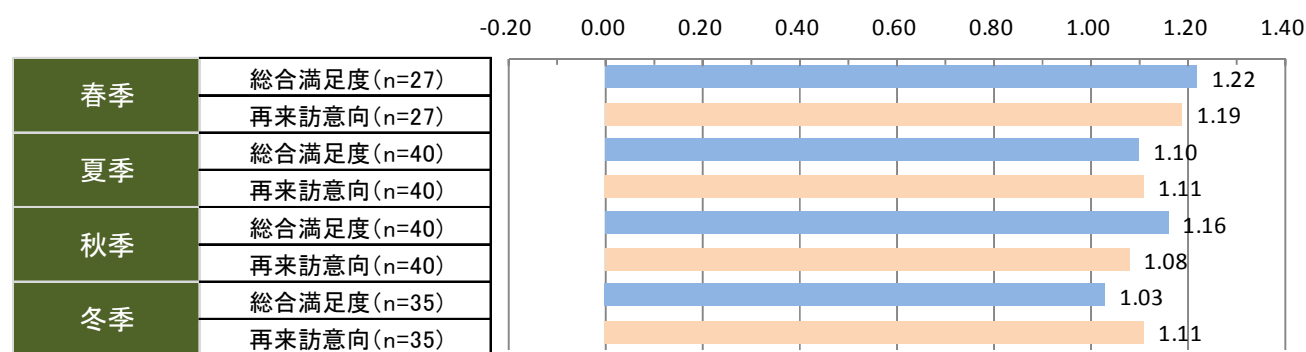
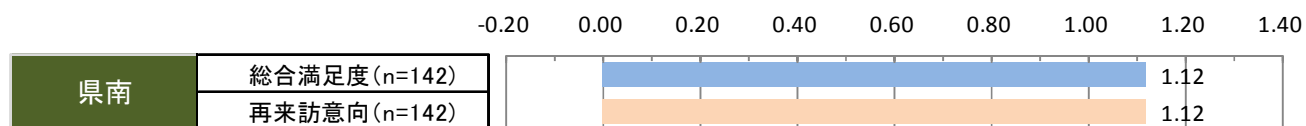
2. 宿泊客 (2)エリア別 iv. 県南エリア

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85.3%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82.4%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)

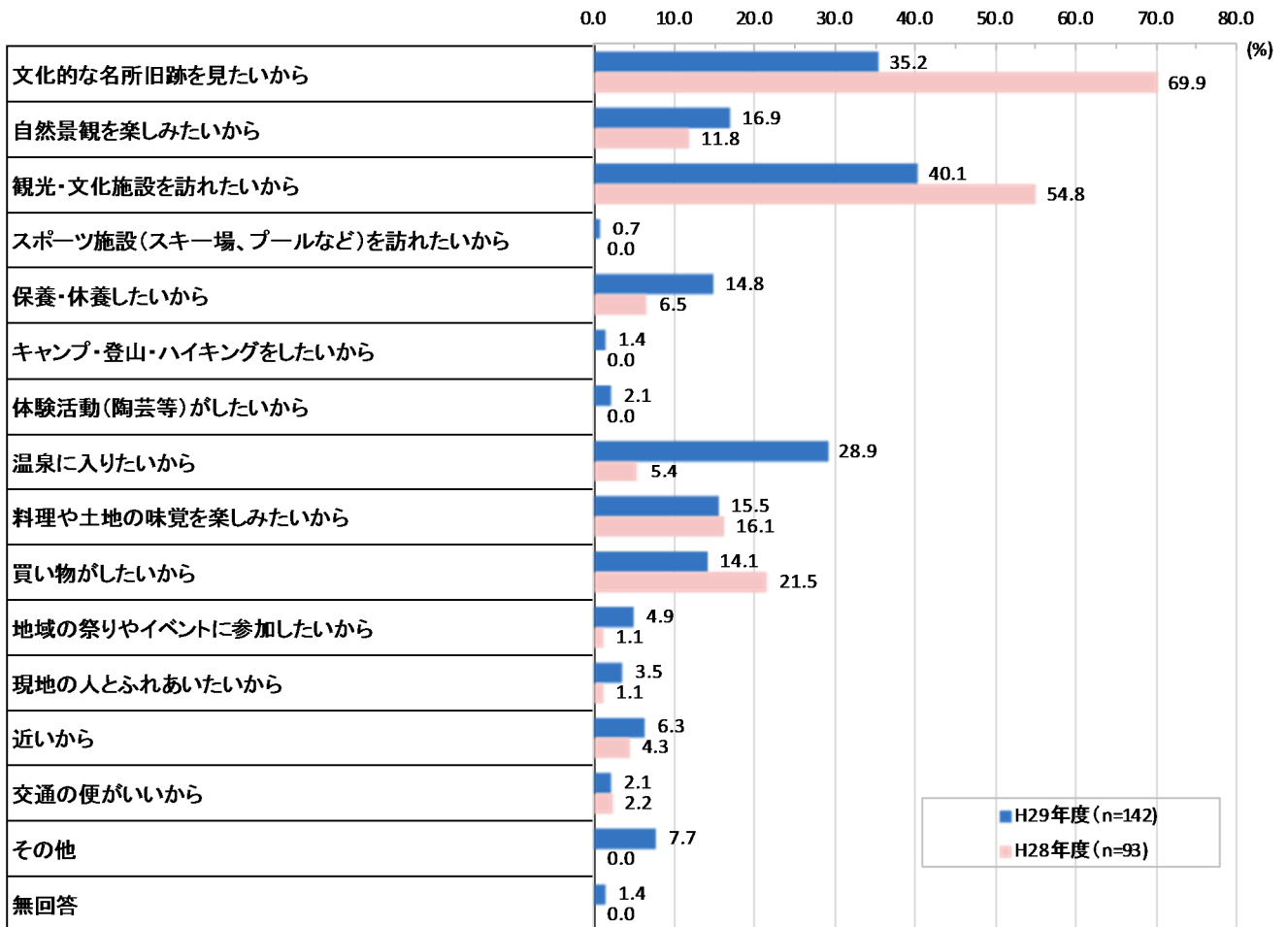
総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.22で最も高く、「冬季」が1.03で最も低かった。また、再来訪意向については「春季」が1.19で最も高く、「秋季」が1.08で最も低かった。
 年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.30で最も高く、「30代」が0.94で最も低かった。また、再来訪意向については、「40代」が1.29と最も高く、「50代」が0.96で最も低かった。



②過去調査との比較

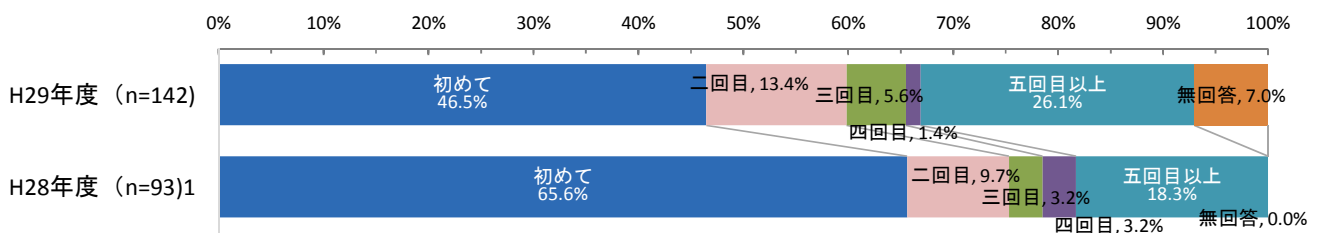
旅行先に選んだ理由は、平成 29 年度の調査では「観光・文化施設を訪れたいから」が 40.1%で最も多いが、平成 28 年度調査と比較して 14.7 ポイント減少した。次いで「文化的な名所旧跡を見たいから」は 35.2%であったが、平成 28 年度調査では 69.9%と 34.7 ポイント減少した。「温泉に入りたいから」は平成 28 年度調査では 5.4%で、平成 29 年度調査では 28.9%と 23.5 ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



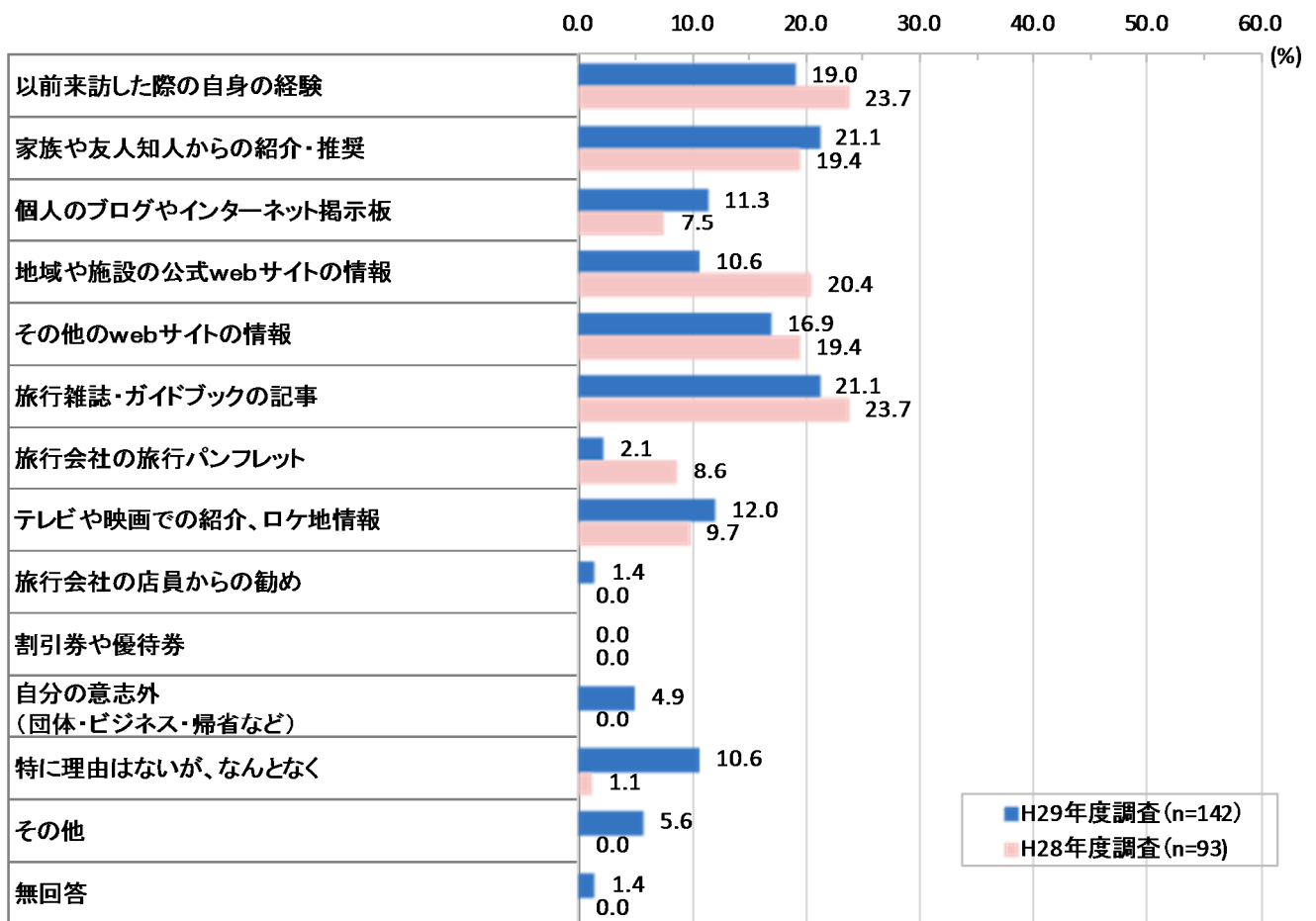
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 28 年度調査では 65.6%であったが、平成 29 年度調査では 46.5%と 19.1 ポイント減少した。一方、「五回目以上」は平成 28 年度調査では 18.3%であったが、平成 29 年度調査では 26.1%と 7.8 ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



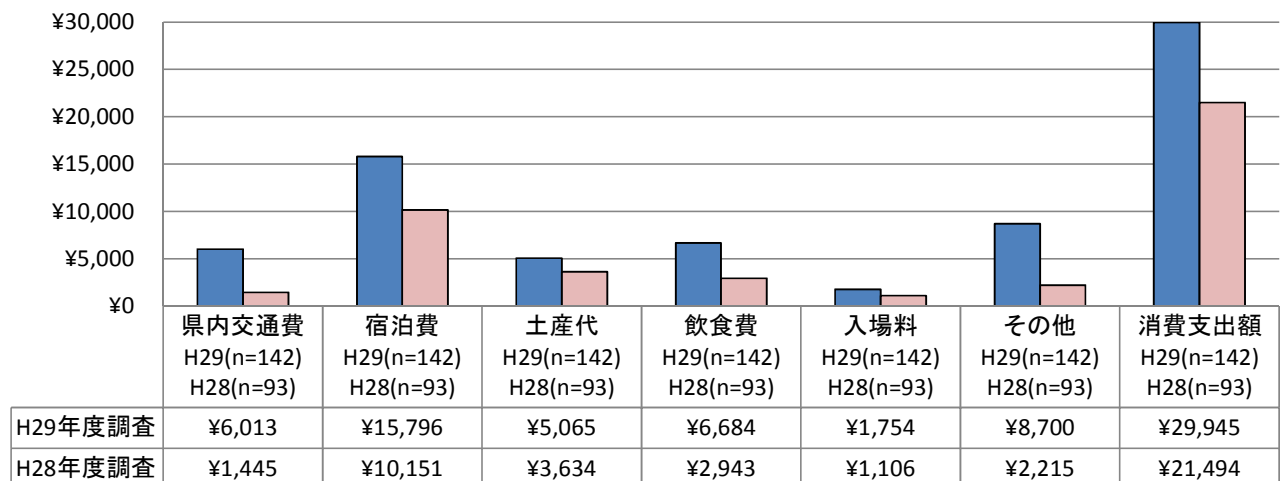
旅行先に選んだ情報源は、「家族や友人知人からの紹介・推奨」「旅行雑誌・ガイドブックの記事」が平成 29 年度調査ではともに 21.1%と最も多かった。同項目は平成 28 年度調査ではそれぞれ 19.4%、23.7%であった。一方、「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」が平成 29 年度調査では 12.0%と平成 28 年度の 9.7%と比較して 2.3 ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



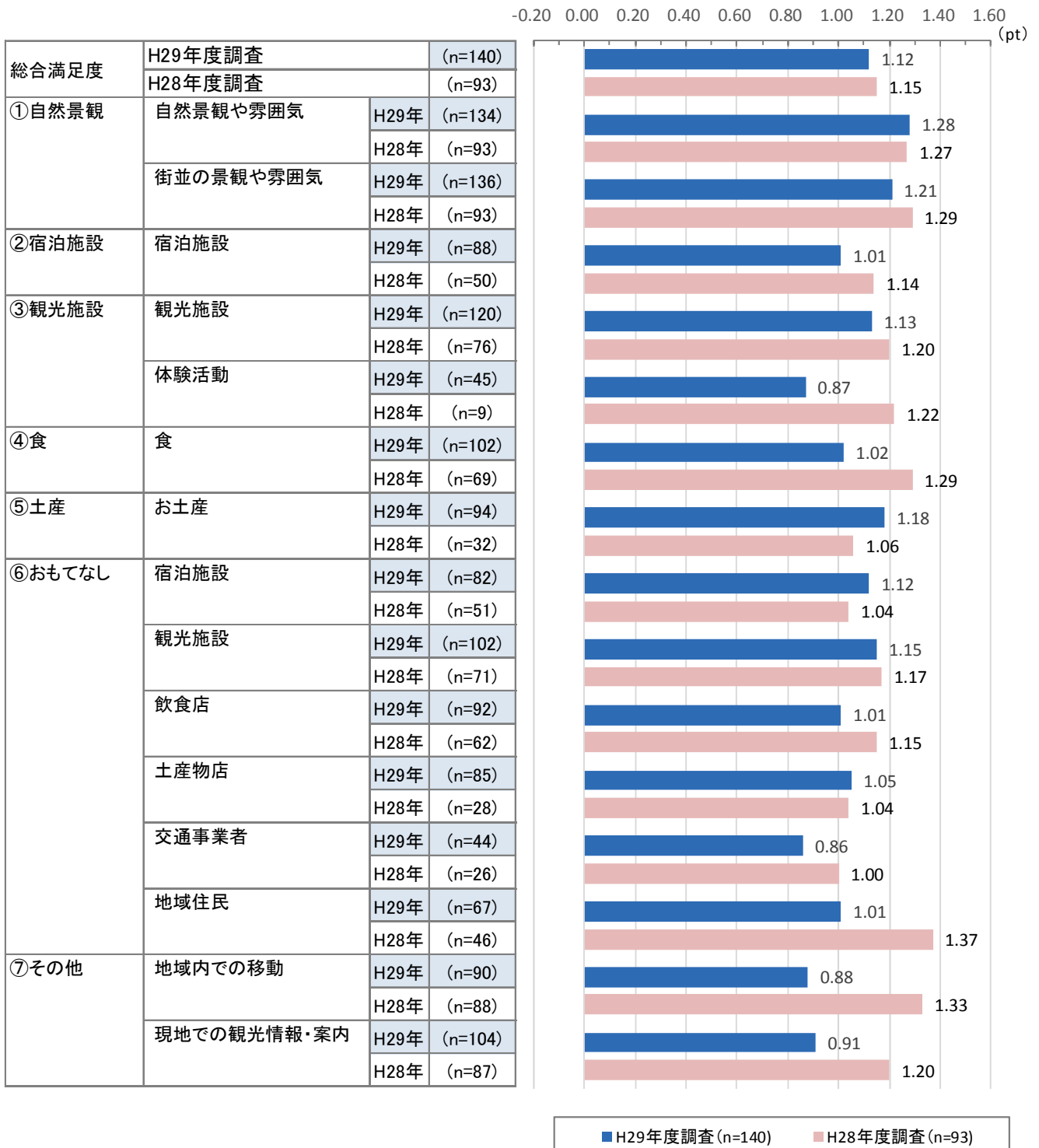
消費支出の総額は、平成 28 年度調査では 21,494 円であったが、平成 29 年度調査では 29,945 円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、平成28年度調査では1.15、平成29年度調査では1.12と0.03ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成28年度調査では「おもてなし 地域住民」が1.37で最も高く、平成29年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.28で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



参考資料 調査票