

平成 30（2018）年度
栃木県観光動態調査

報告書

平成 31（2019）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) 集計対象サンプル数	6
(4) 集計値の誤差について	6
第2章 観光客調査 調査結果	7
1. 日帰り客	7
(1) 県全体	7
①平成30(2018)年度調査結果	7
②過去調査との比較	14
(2) エリア別	17
i. 日光エリア	17
ii. 那須エリア	24
iii. 県央エリア	31
iv. 県南エリア	38
v. 県東エリア	45
2. 宿泊客	52
(1) 県全体	52
①平成30(2018)年度調査結果	52
②過去調査との比較	59
(2) エリア別	63
i. 日光エリア	63
ii. 那須エリア	70
iii. 県央エリア	77
iv. 県南エリア	84
v. 県東エリア	91

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者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（土日祝日から1日）

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華厳ノ滝（県営華厳第2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岩下の新生姜ミュージアム
県東エリア 計3カ所	⑬道の駅もてぎ
	⑭陶芸メッセ・益子
	⑮道の駅はが

② 調査対象

調査地点を訪れる全ての方（日本人のみ）

③ 調査時期

第1回：平成30（2018）年6月

第2回：平成30（2018）年9月

第3回：平成30（2018）年12月

第4回：平成31（2019）年2月

(3) アンケート回答状況

①有効サンプル数：3,595 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	896 件	899 件	900 件	900 件	3,595 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）	238	717
	②華厳ノ滝（県営華厳第2駐車場）	240	
	③東武ワールドスクウェア	239	
那須エリア	④道の駅那須高原友愛の森	241	721
	⑤那須ガーデンアウトレット	241	
	⑥アグリパル塩原	239	
県央エリア	⑦道の駅うつのみや ろまんちっく村	240	719
	⑧道の駅きつれがわ	239	
	⑨道の駅ばとう	240	
県南エリア	⑩足利学校	240	720
	⑪佐野プレミアム・アウトレット	240	
	⑫岩下の新生姜ミュージアム	240	
県東エリア	⑬道の駅もてぎ	239	718
	⑭陶芸メッセ・益子	239	
	⑮道の駅はが	240	

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華厳ノ滝（県営華厳第2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岩下の新生姜ミュージアム	栃木市
県東エリア	⑬道の駅もてぎ	真岡市、芳賀町、市貝町、益子町、茂木町
	⑭陶芸メッセ・益子	益子町
	⑮道の駅はが	真岡市、芳賀町、市貝町、益子町、茂木町

(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都県および福島県を表示し、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
旅行の主要目的	県全体	回答者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	宿泊の種別を集計。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1〉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）。 選択肢で示した交通機関を利用したかないかで集計。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13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13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およびその内訳を集計。 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、飲食費、入場料、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。

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。 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) 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	3,595	2,356	1,187
日光エリア	717	272	442
那須エリア	721	367	345
県央エリア	719	535	174
県南エリア	720	571	138
県東エリア	718	611	88

※日帰り・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。

(4) 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

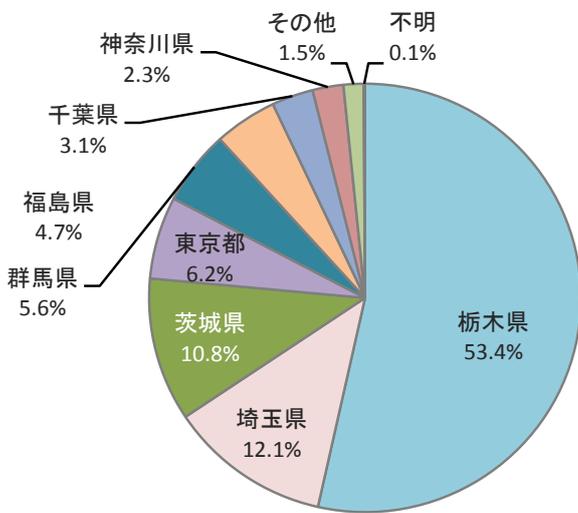
1. 日帰り客

(1) 県全体

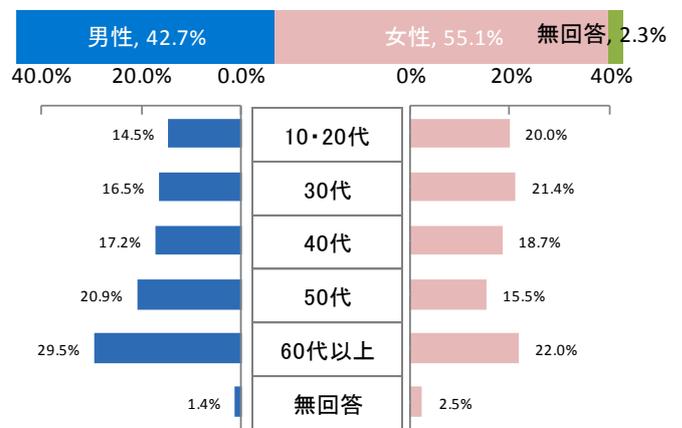
①平成30(2018)年度調査結果

お住まいは「栃木県」が53.4%で最も多く、次いで「埼玉県」が12.1%、「茨城県」が10.8%であった。
性別は、「男性」が42.7%、「女性」が55.1%であった。
年代は、男性は「60代以上」が29.5%で最も多く、女性も「60代以上」が22.0%で最も多かった。

お住まい (n=2356)



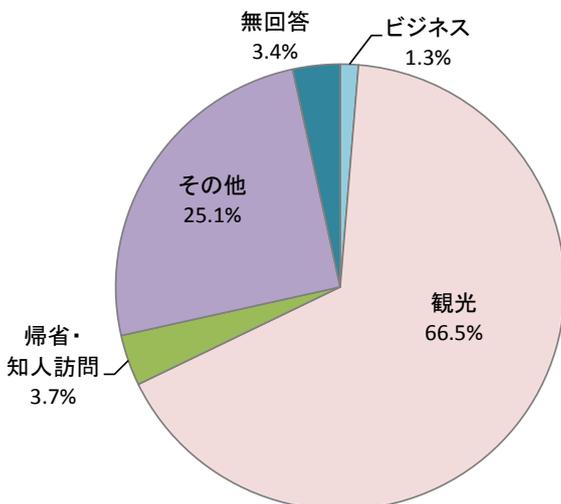
性別・年代 (n=2356)



※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66.5%と6割を超えた。

旅行の主要目的 (n=2356)



第2章 観光客調査 調査結果

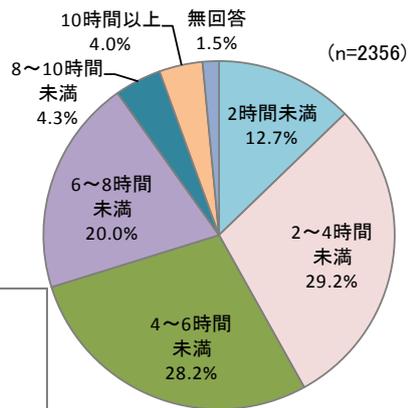
1. 日帰り客 (1) 県全体

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 29.2%で最も多く、次いで「4 時間以上 6 時間未満」が 28.2%となり、合わせると『2 時間以上 6 時間未満』は 57.4%となった。平均滞在時間は 4 時間 17 分。

エリアごとに見ると、日光が 5 時間 07 分で最も長く、県央が 3 時間 59 分で最も短かった。「2 時間未満」は県央で 18.7%と他のエリアに比べて多く、「10 時間以上」は日光で 8.1%と他のエリアに比べて多かった。

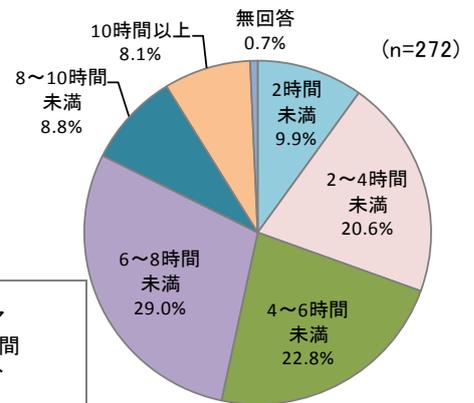
栃木県での滞在時間

【県全体】

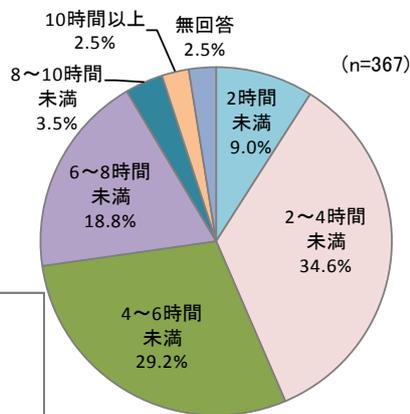


平均滞在時間
4時間17分

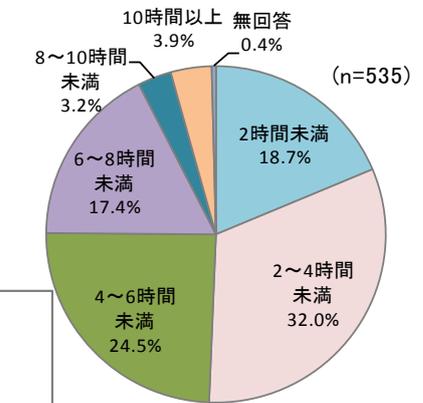
【エリア別】



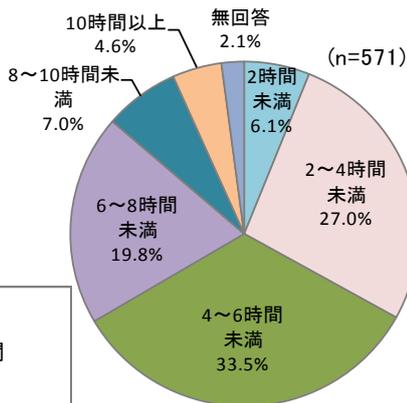
日光エリア
平均滞在時間
5時間07分



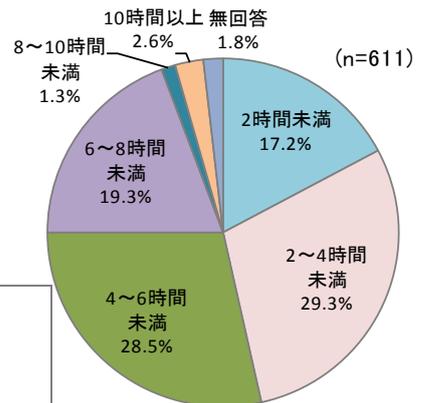
那須エリア
平均滞在時間
4時間09分



県央エリア
平均滞在時間
3時間59分



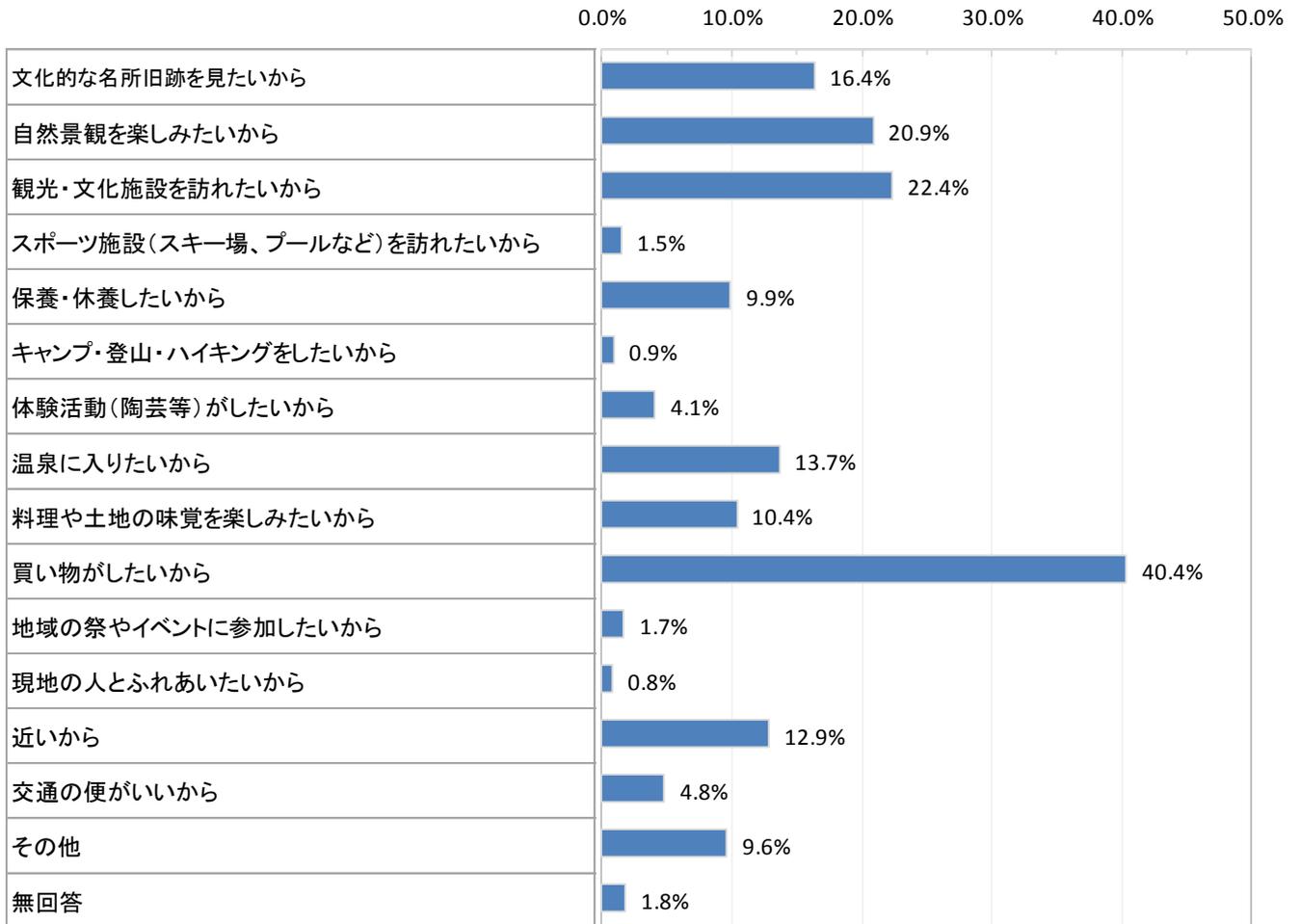
県南エリア
平均滞在時間
4時間36分



県東エリア
平均滞在時間
4時間01分

旅行先に選んだ理由は、「買い物がしたいから」が40.4%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が22.4%、「自然景観を楽しみたいから」が20.9%、「文化的な名所旧跡を見たいから」が16.4%となった。

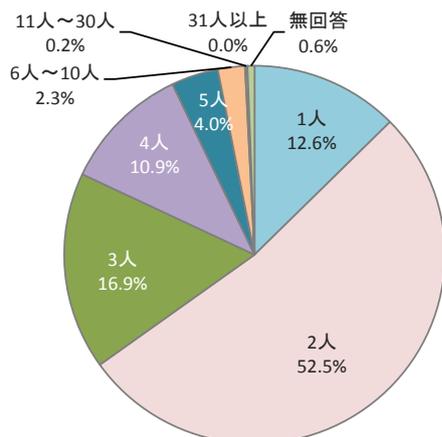
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=2356）



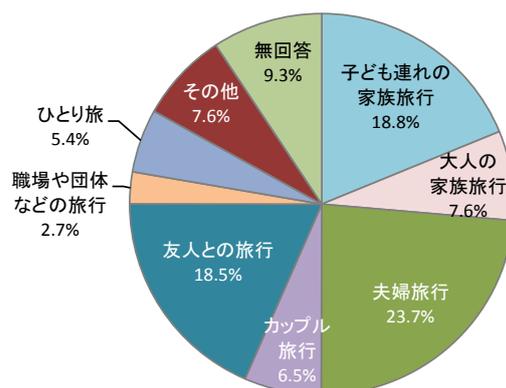
回答者を含む同行者数は、「2人」が52.5%で最も多く、次いで「3人」が16.9%、「1人」が12.6%であった。

同行者の関係は、「夫婦旅行」が23.7%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が18.8%、「友人との旅行」が18.5%、「大人の家族旅行」が7.6%であった。

同行者数 ※回答者を含む（n=2356）



同行者の関係（n=2356）

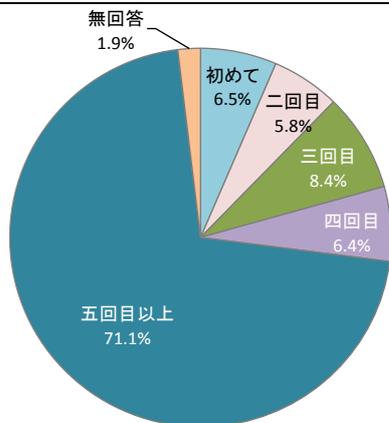


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (1) 県全体

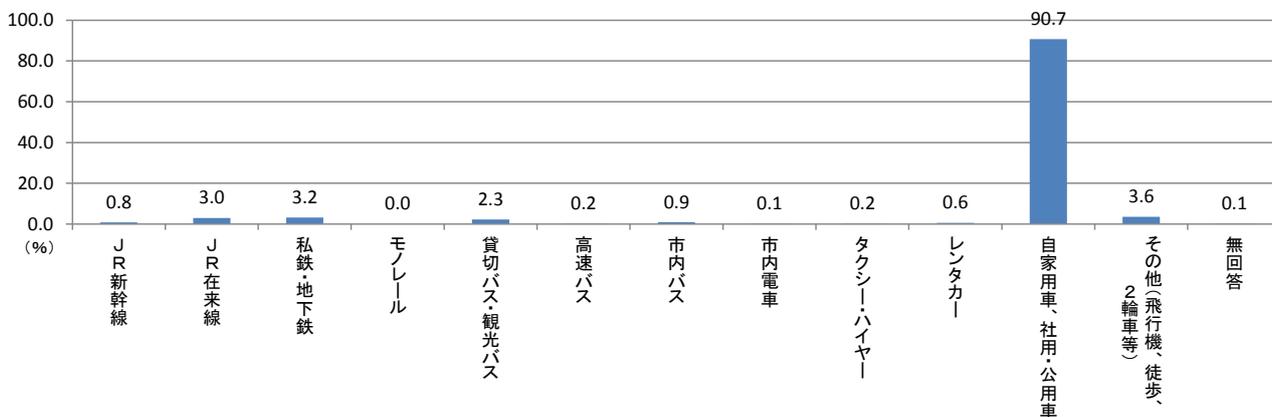
県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」が71.1%と7割を超えた。一方、「初めて」は6.5%となった。

県外客の栃木県への来訪回数 (n=1099)



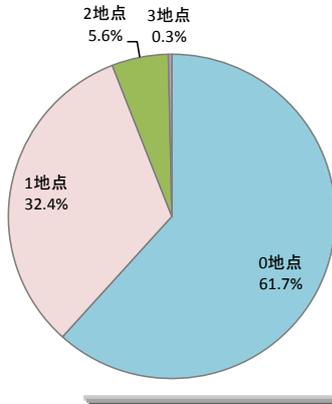
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が90.7%で大半を占めた。その他の交通機関としては「その他（飛行機、徒歩、2輪車等）」が3.6%、「私鉄・地下鉄」が3.2%、「JR在来線」が3.0%であった。

利用交通機関 (複数回答) (n=2356)

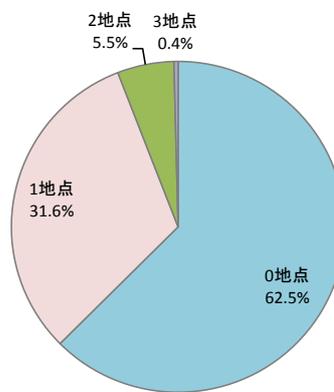


立ち寄り観光施設は、「0 地点（調査地点以外立ち寄りなし）」が 61.7%で最も多く、次いで「1 地点」が 32.4%であった。調査地点も含めると、1 地点～2 地点が 9 割を超えた。

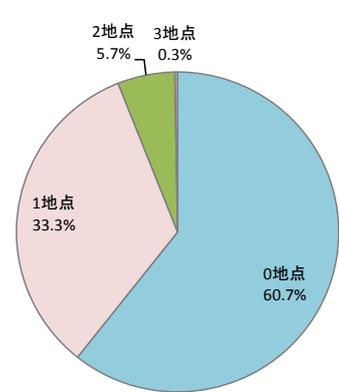
立ち寄り
観光施設数 (n=2356)



県内容の立ち寄り
観光施設数 (n=1257)



県外客の立ち寄り
観光施設数 (n=1096)

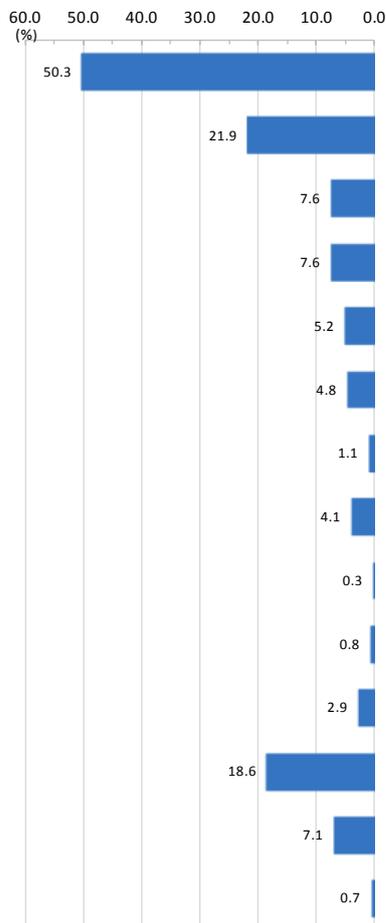


※居住都道府県について無回答が3件あったため、県内容と県外客の和は2356件と一致しない。

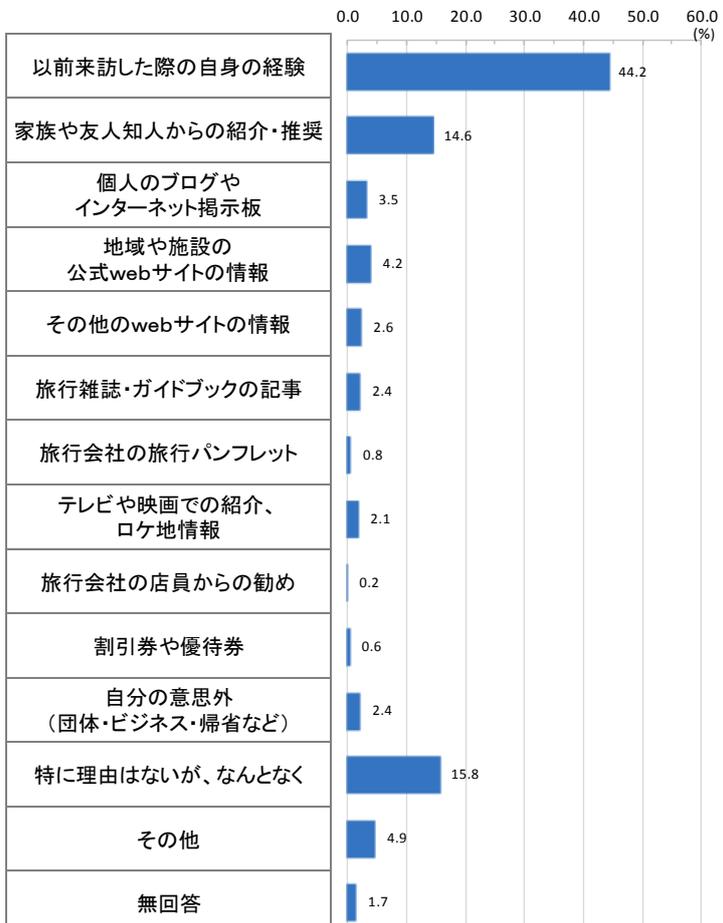
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が 50.3%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 21.9%であった。

“決め手”となった情報源は、旅行先に選んだ情報源と同様に「以前来訪した際の自身の経験」が 44.2%で最も多かった。次いで「特に理由はないが、なんとなく」が 15.8%となり、「家族や友人知人からの紹介・推奨」を上回った。

旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=2356)



“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=2356)



第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (1) 県全体

旅行先を選んだ“決め手”となった情報源 年代別

※全体で回答数の多い順（「その他」「無回答」を除く）

(%)

NO.	全体 (n=2356)	
1	以前来訪した際の自身の経験	44.2
2	特に理由はないが、なんとなく	15.8
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	14.6
4	地域や施設の公式webサイトの情報	4.2
5	個人のブログやインターネット掲示板	3.5
6	その他のwebサイトの情報	2.6
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.4
8	旅行雑誌・ガイドブックの記事	2.4
9	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	2.1
10	旅行会社の旅行パンフレット	0.8
11	割引券や優待券	0.6
12	旅行会社の店員からの勧め	0.2

NO.	10・20代 (n=409)	
1	以前来訪した際の自身の経験	31.8
2	特に理由はないが、なんとなく	22.5
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	22.2
4	地域や施設の公式webサイトの情報	3.9
5	個人のブログやインターネット掲示板	4.6
6	その他のwebサイトの情報	3.4
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	1.0
8	旅行雑誌・ガイドブックの記事	1.7
9	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	2.4
10	旅行会社の旅行パンフレット	0.2
11	割引券や優待券	0.5
12	旅行会社の店員からの勧め	0.0

NO.	30代 (n=455)	
1	以前来訪した際の自身の経験	44.0
2	特に理由はないが、なんとなく	18.2
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	12.5
4	地域や施設の公式webサイトの情報	4.4
5	個人のブログやインターネット掲示板	3.5
6	その他のwebサイトの情報	3.5
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.0
8	旅行雑誌・ガイドブックの記事	2.6
9	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	1.5
10	旅行会社の旅行パンフレット	0.9
11	割引券や優待券	1.3
12	旅行会社の店員からの勧め	0.2

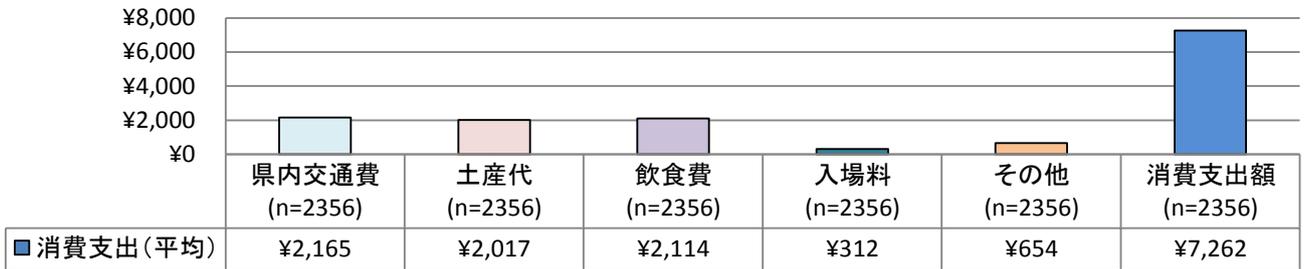
NO.	40代 (n=418)	
1	以前来訪した際の自身の経験	43.5
2	特に理由はないが、なんとなく	10.5
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	16.0
4	地域や施設の公式webサイトの情報	5.7
5	個人のブログやインターネット掲示板	3.8
6	その他のwebサイトの情報	2.6
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.9
8	旅行雑誌・ガイドブックの記事	2.6
9	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	2.6
10	旅行会社の旅行パンフレット	0.2
11	割引券や優待券	0.5
12	旅行会社の店員からの勧め	0.2

NO.	50代 (n=420)	
1	以前来訪した際の自身の経験	47.9
2	特に理由はないが、なんとなく	13.3
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	12.6
4	地域や施設の公式webサイトの情報	5.5
5	個人のブログやインターネット掲示板	2.6
6	その他のwebサイトの情報	3.1
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.6
8	旅行雑誌・ガイドブックの記事	2.6
9	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	2.9
10	旅行会社の旅行パンフレット	1.2
11	割引券や優待券	0.0
12	旅行会社の店員からの勧め	0.2

NO.	60代 (n=599)	
1	以前来訪した際の自身の経験	51.3
2	特に理由はないが、なんとなく	13.5
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	11.4
4	地域や施設の公式webサイトの情報	2.5
5	個人のブログやインターネット掲示板	3.2
6	その他のwebサイトの情報	1.3
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	3.2
8	旅行雑誌・ガイドブックの記事	2.2
9	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	1.7
10	旅行会社の旅行パンフレット	1.5
11	割引券や優待券	0.7
12	旅行会社の店員からの勧め	0.2

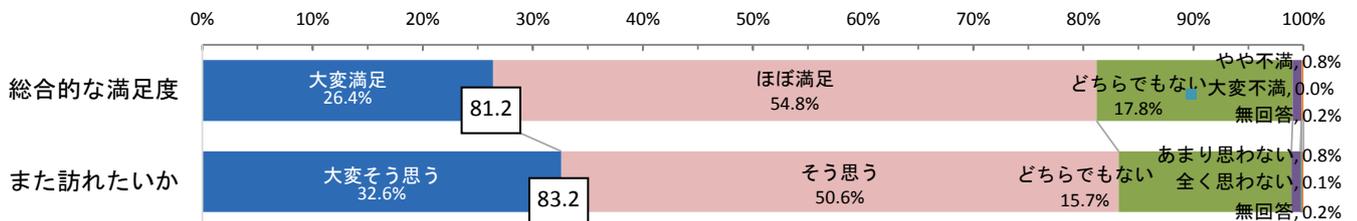
日帰り客一人当たりの消費支出の平均は、総額で7,262円であった。
内訳は、「県内交通費」が2,165円で最も多く、次いで「飲食費」が2,114円であった。

消費支出（平均）



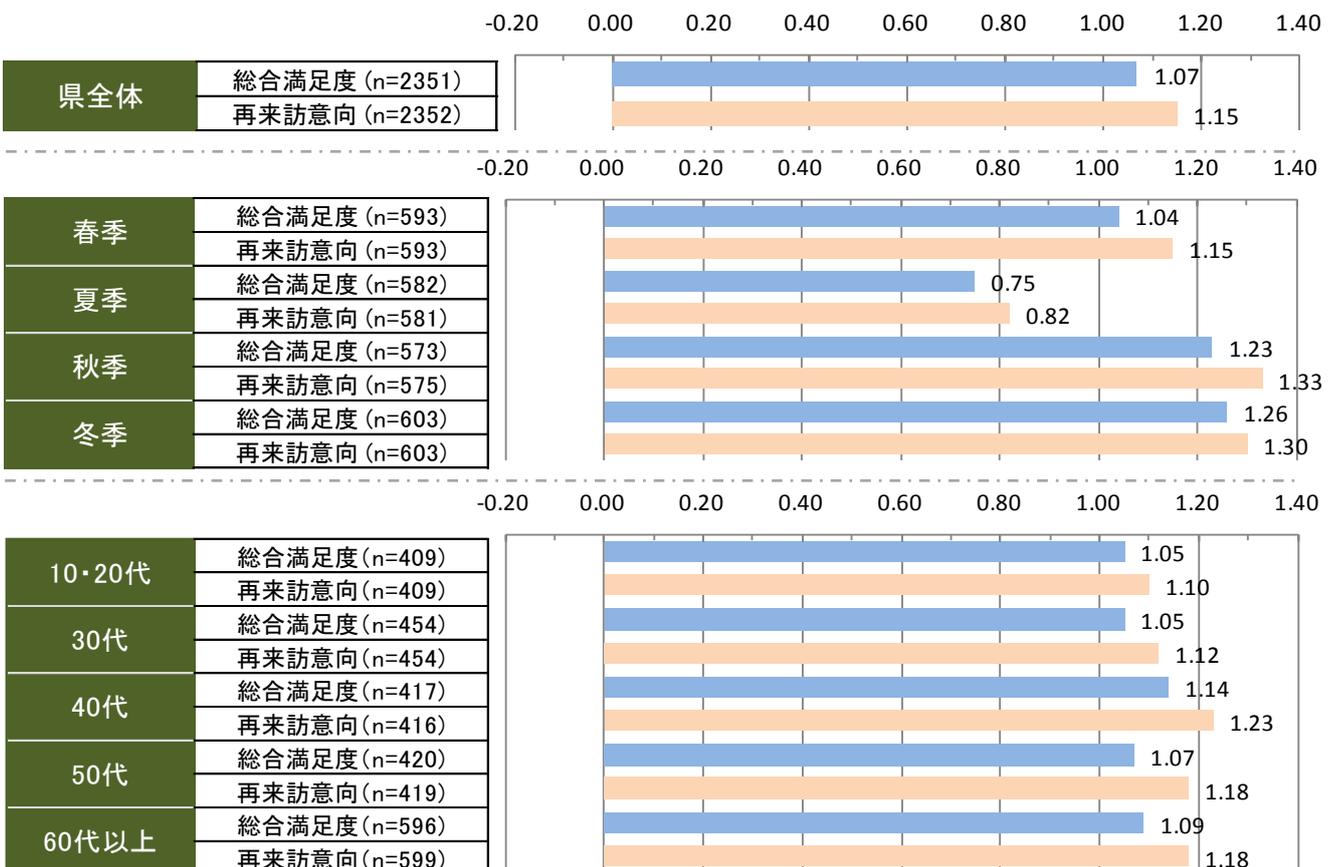
調査地域への総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が81.2%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が83.2%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=2356)



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1.26で最も高かった。再来訪意向については「秋季」が1.33で最も高かった。
年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.14で最も高かった。また、再来訪意向も「40代」が1.23で最も高かった。

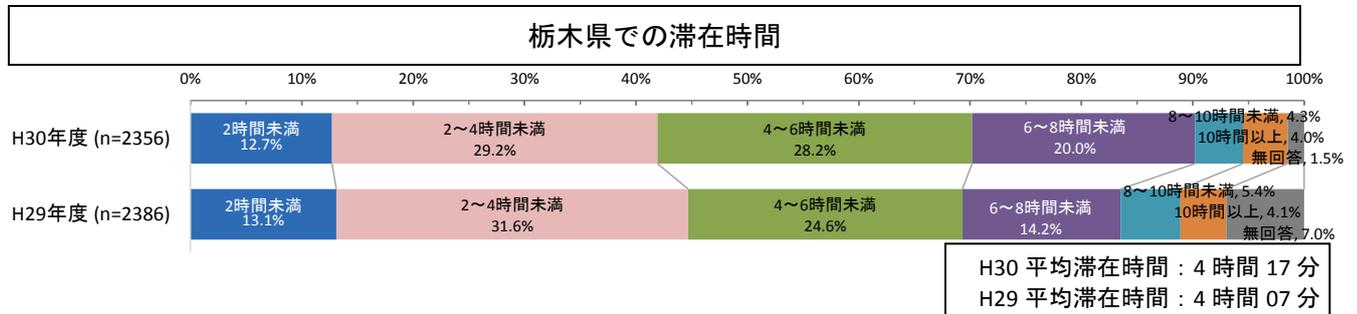


第2章 観光客調査 調査結果

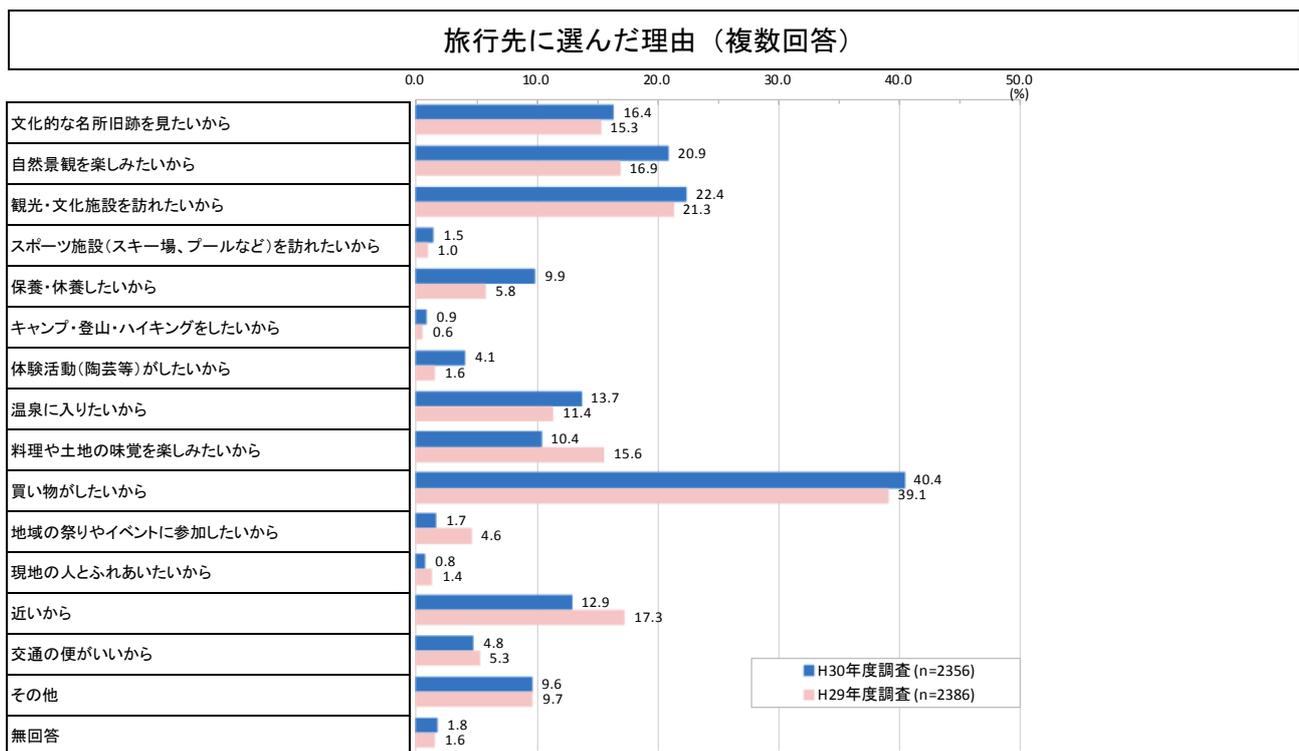
1. 日帰り客 (1) 県全体

②過去調査との比較

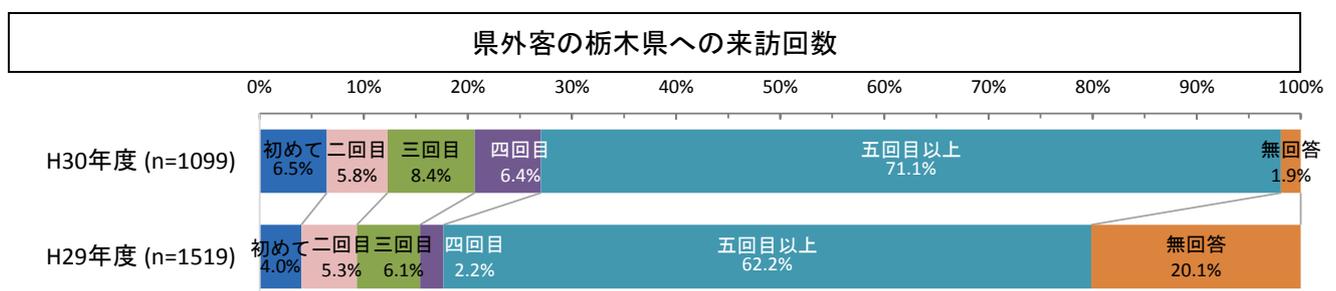
栃木県での滞在時間は「2～4 時間未満」が 29.2%で最も多かった。「6～8 時間未満」は平成 29(2017) 年度調査では 14.2%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 20.0%と 5.8 ポイント増加した。「4～6 時間未満」も 3.6 ポイント増加した。一方、8 時間以上の長時間滞在者の割合は平成 29 (2017) 年度調査と比較して減少した。平均滞在時間は、平成 29 (2017) 年度調査では 4 時間 07 分であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 4 時間 17 分に増加した。



旅行先に選んだ理由は、「買い物がしたいから」が最も多く平成 29 (2017) 年度調査では 39.1%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 40.4%と 1.3 ポイント増加した。「保養・休養したいから」は 4.1 ポイント、「自然景観を楽しみたいから」は 4.0 ポイント増加した。「料理や土地の味覚を楽しみたいから」は平成 29 (2017) 年度調査では 15.6%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 10.4%と 5.2 ポイント減少した。

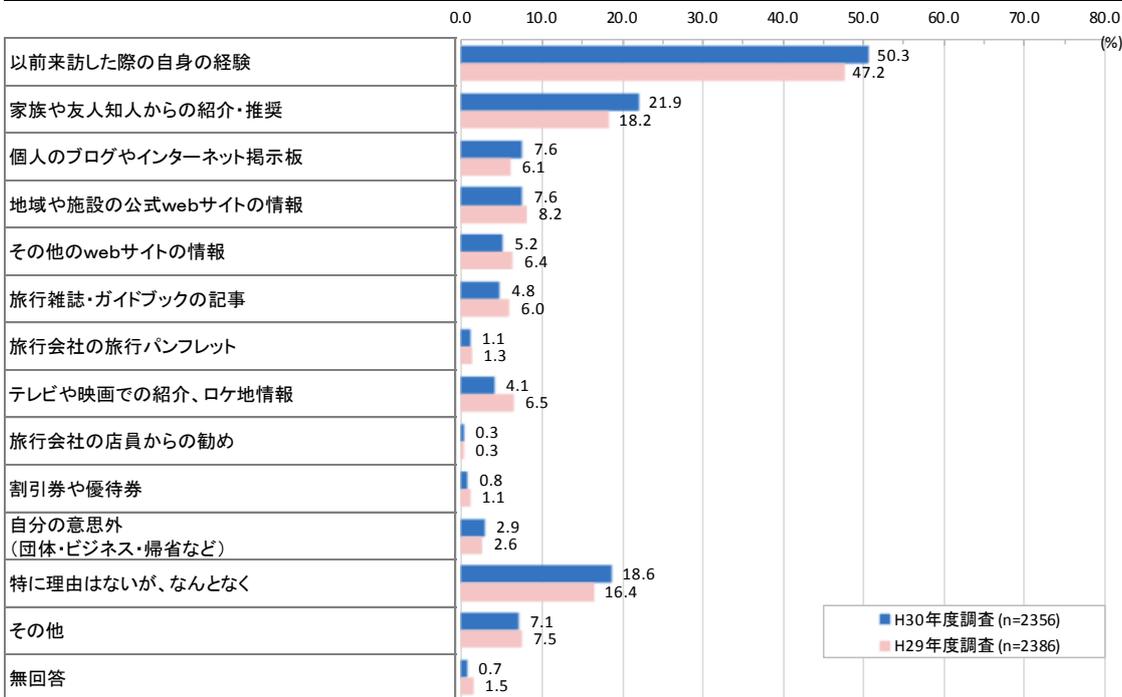


県外客の栃木県への来訪回数は「五回目以上」が最も多く、平成 29 (2017) 年度調査では 62.2%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 71.1%と 8.9 ポイント増加した。また、平成 29 (2017) 年度調査との比較では「四回目」が 4.2 ポイント、「初めて」は 2.5 ポイント増加した。



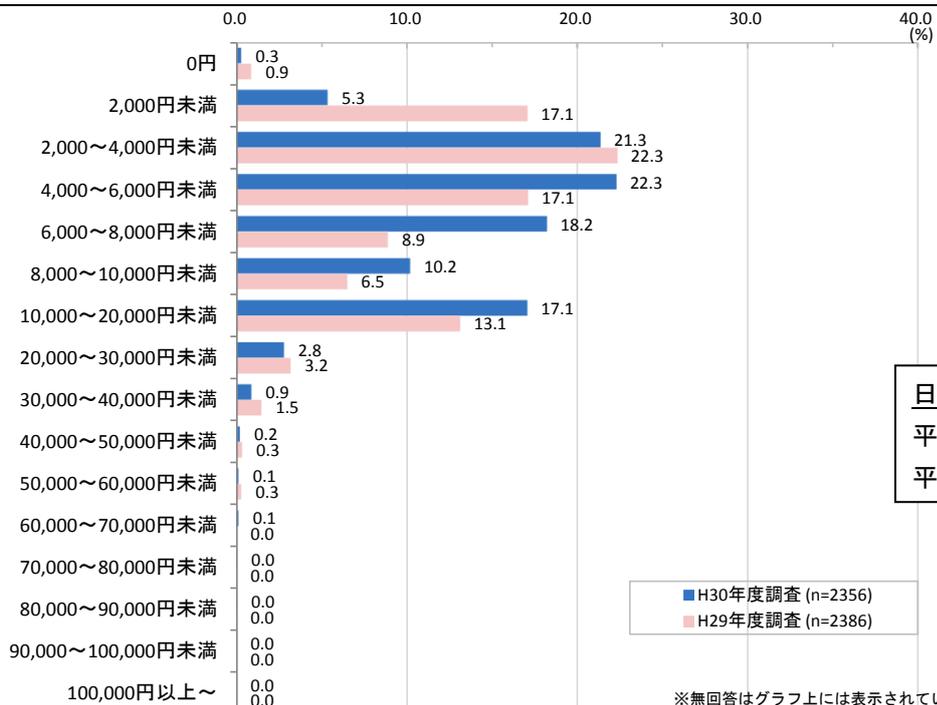
旅行先に選んだ情報源は、平成 29 (2017) 年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が 47.2% であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 50.3% と 3.1 ポイント増加した。「家族や友人知人からの紹介・推奨」も 3.7 ポイント増加した。一方、「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」は平成 29 (2017) 年度調査では 6.5% であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 4.1% と 2.4 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



消費支出の総額は、「2,000円未満」は平成 29 (2017) 年度調査の 17.1% に対し、平成 30 (2018) 年度調査は 5.3% と 11.8 ポイント減少した。一方、「6,000~8,000円未満」は平成 29 (2017) 年度調査の 8.9% に対し、平成 30 (2018) 年度調査では 18.2% と 9.3 ポイント増加、「8,000~10,000円未満」は平成 29 (2017) 年度調査の 6.5% に対し、平成 30 (2018) 年度調査では 10.2% と 3.7 ポイント増加、「10,000~20,000円未満」も平成 29 (2017) 年度調査の 13.1% に対し、平成 30 (2018) 年度調査では 17.1% と 4.0 ポイント増加した。日帰り客の一人当たり平均は、平成 29 (2017) 年度調査では 6,492 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 7,262 円に増加した。

消費支出 (総額)



日帰り客の一人当たり平均
平成 30 年度調査 : 7,262 円
平成 29 年度調査 : 6,492 円

※無回答はグラフ上には表示されていないが、n 数には含まれている。以下同様。

第2章 観光客調査 調査結果

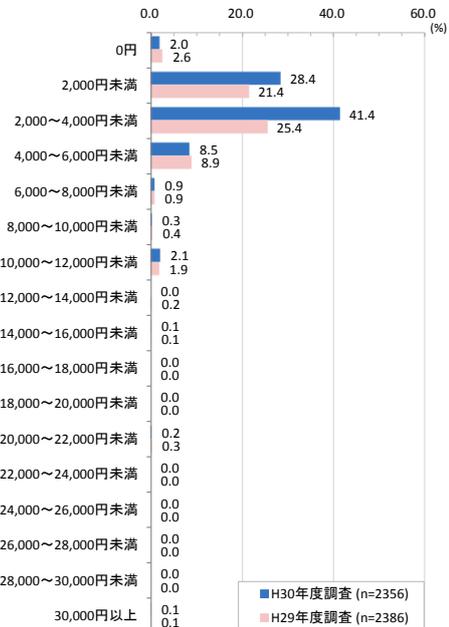
1. 日帰り客 (1) 県全体

土産代は、「2,000円未満」が平成29(2017)年度調査の9.2%に対し、平成30(2018)年度は20.8%と11.6ポイント、「2,000円～4,000円未満」も平成29(2017)年度調査の19.1%に対し、平成30(2018)年度は27.9%と8.8ポイント増加した。飲食費は、「2,000円未満」が平成29(2017)年度調査の21.4%に対し、平成30(2018)年度は28.4%と7.0ポイント、「2,000円～4,000円未満」も平成29(2017)年度調査の25.4%に対し、平成30(2018)年度は41.4%と16.0ポイント増加した。

消費支出 土産代

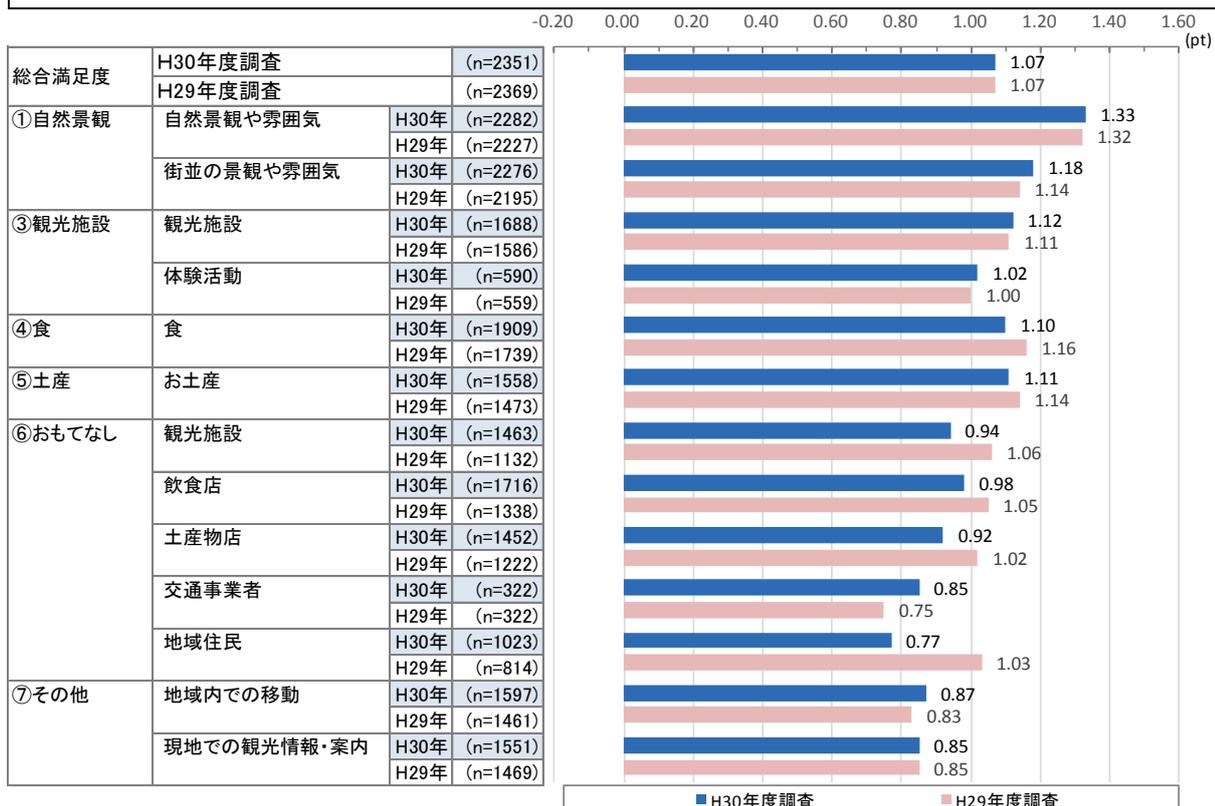


消費支出 飲食費



総合満足度は、平成30(2018)年度調査では1.07となり、平成29(2017)年度調査と同様の結果となった。満足度を項目別にみると、「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.33で平成29(2017)年度調査と同様に最も高く、次いで「自然景観 街並の景観や雰囲気」となった。平成29(2017)年度との比較では「おもてなし 交通事業者」が0.10ポイント増加した一方、「おもてなし 地域住民」は0.26ポイント減少した。

項目別満足度 (加重平均値)



(2) エリア別

i. 日光エリア

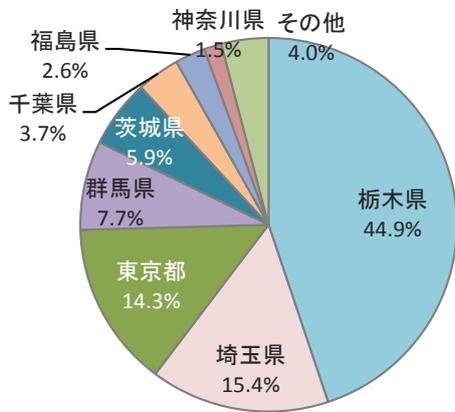
①平成30(2018)年度調査結果

日帰り客(日光エリア)

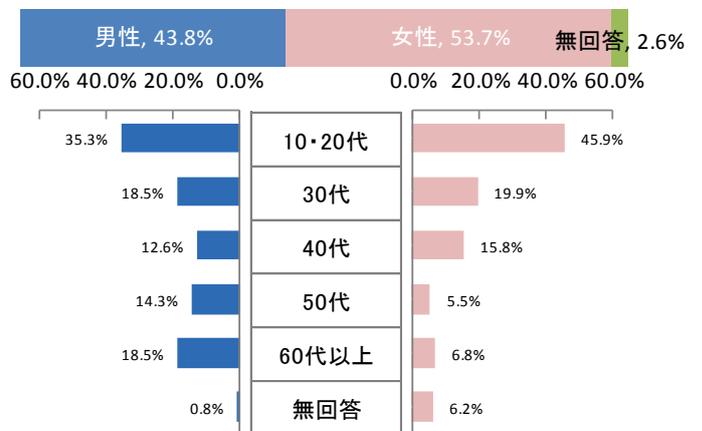
サンプル数：272

お住まいは「栃木県」が最も多く 44.9%、次いで「埼玉県」が 15.4%、「東京都」が 14.3%であった。
 年代は、男女ともに「10・20代」が最も多く、男性では 35.3%、女性では 45.9%であった。
 調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が 38.3%で最も多かった。
 同行者数は「2人」が 56.3%で最も多く、同行者の関係は「友人との旅行」が 35.7%で最も多かった。

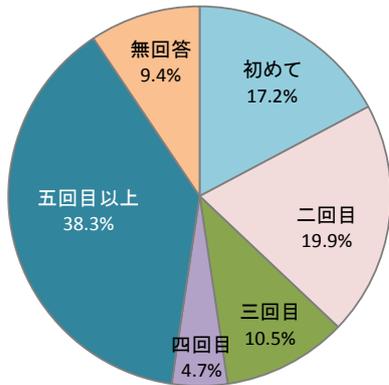
お住まい (n=272)



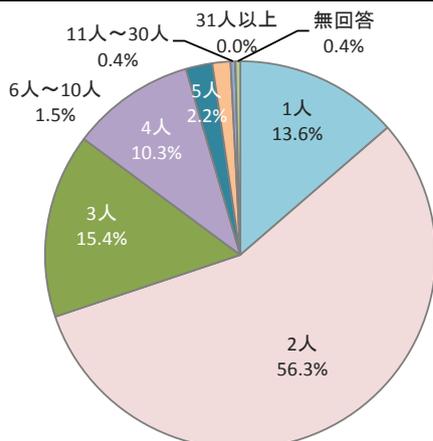
性別・年代 (n=272)



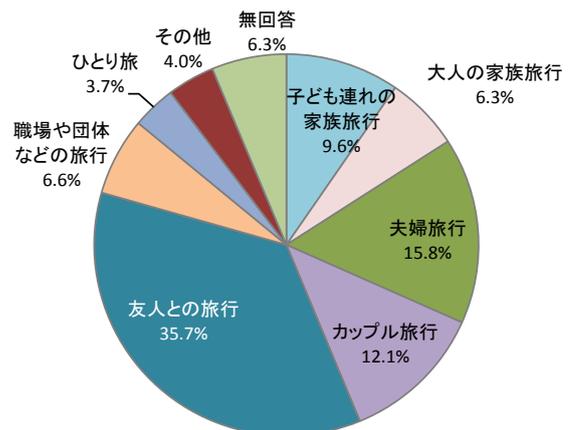
調査地域周辺への来訪回数 (n=256)



同行人数 ※回答者を含む (n=272)



同行者の関係 (n=272)

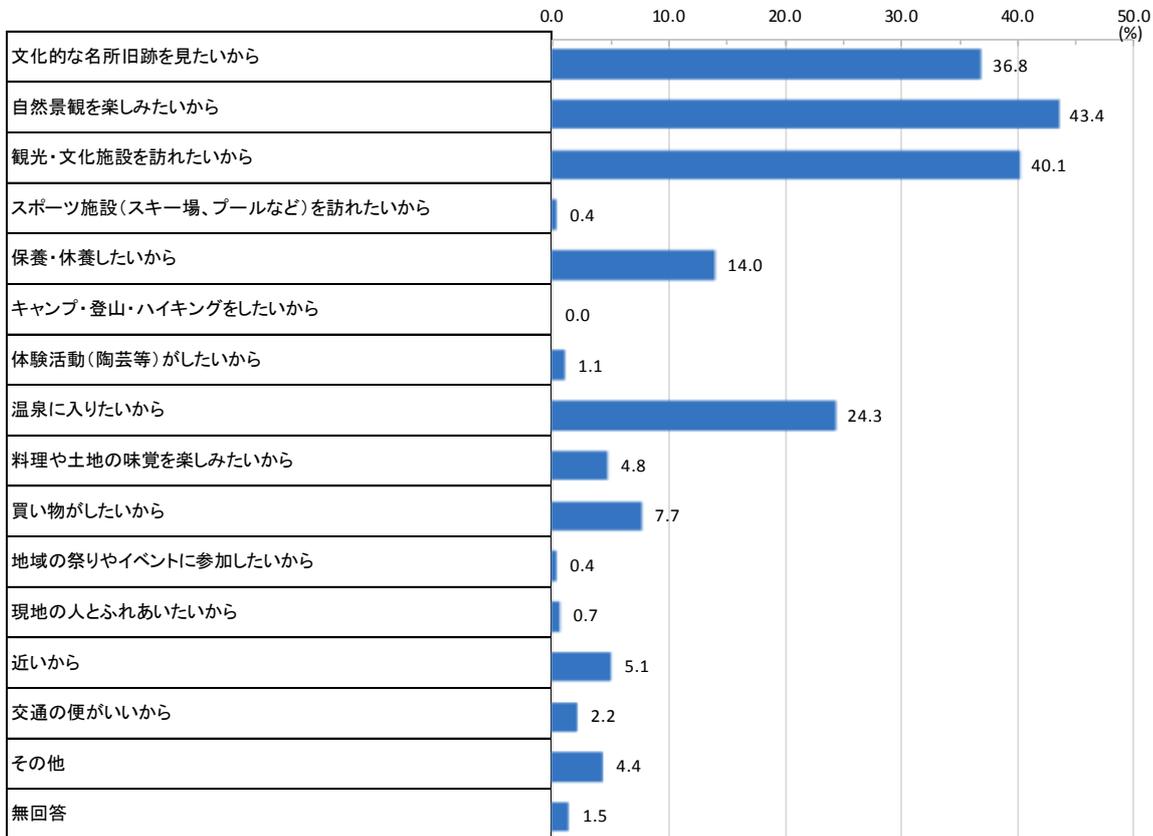


第2章 観光客調査 調査結果

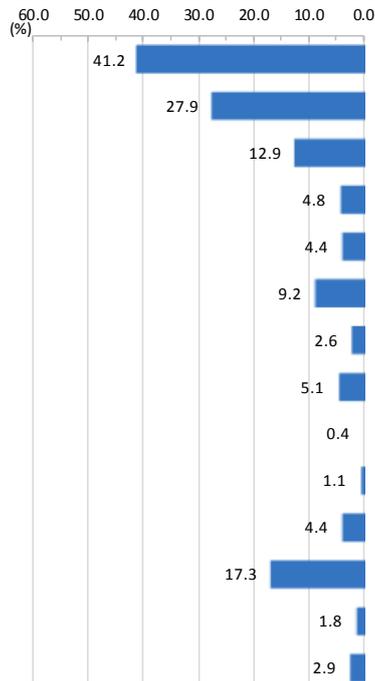
1. 日帰り客 (2) エリア別 i. 日光エリア

旅行先に選んだ理由は「自然景観を楽しみたいから」が43.4%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が40.1%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41.2%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36.8%で最も多かった。

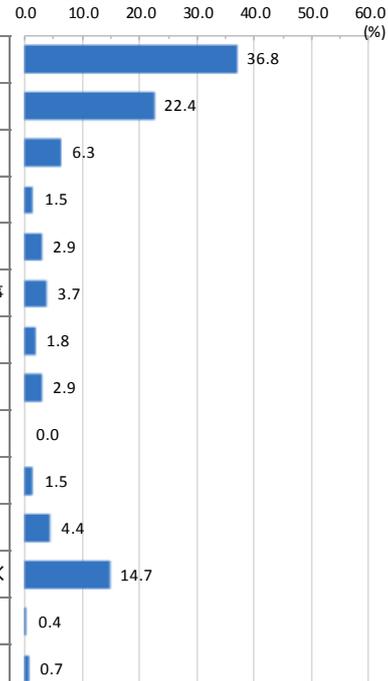
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=272）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=272）



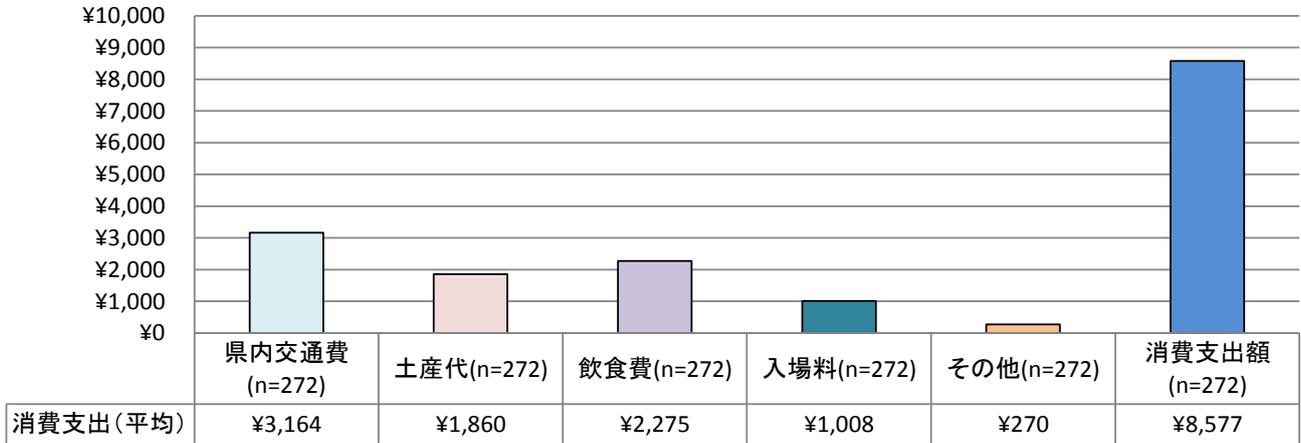
“決め手”となった情報源（単一回答）（n=272）



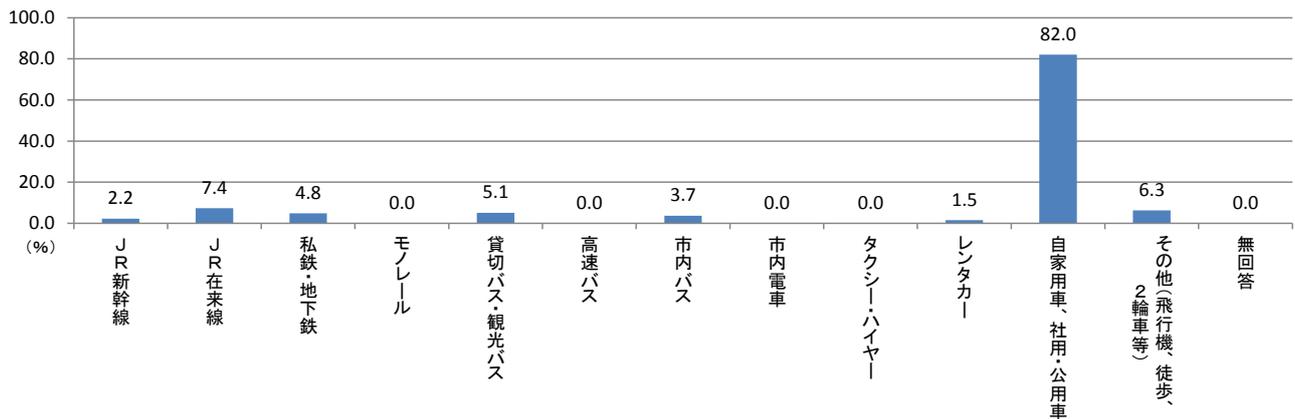
消費支出の平均は、総額で 8,577 円であった。内訳は、「県内交通費」が 3,164 円で最も多く、次いで「飲食費」が 2,275 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 82.0%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「二社一寺」が 57 人で最も多く、次いで「鬼怒川温泉」が 27 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=272）



立ち寄り観光施設（n=272）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	日光	那須
二社一寺 (57)	戦場ヶ原・小田代原 (3)	那須ガーデンアウトレット (4)
鬼怒川温泉 (27)	足尾銅山 (3)	県央
二荒山神社中宮祠 (24)	日光植物園 (2)	ろまんちっく村 (3)
中禅寺湖 (17)	大笹牧場 (2)	道の駅きつれがわ (2)
華厳ノ滝 (15)	川治温泉 (1)	古峯神社 (1)
東武ワールドスクウェア (12)	道の駅湯西川 (1)	県南
日光江戸村 (7)	川俣温泉 (1)	あしかがフラワーパーク (3)
日光湯元温泉 (5)	明智平 (1)	佐野プレミアム・アウトレット (2)
湯西川温泉 (5)	平家の里 (1)	県東
とりつくあーとびあ日光 (4)	日光田母沢御用邸記念公園 (1)	道の駅サシバの里いちかい (1)
		道の駅はが (1)

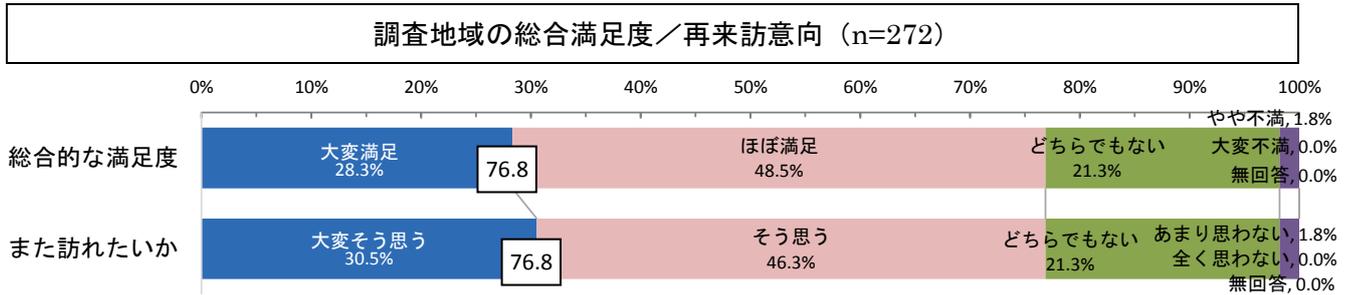
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。

二社一寺 (13)、華厳ノ滝 (2)、東武ワールドスクウェア (2)

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

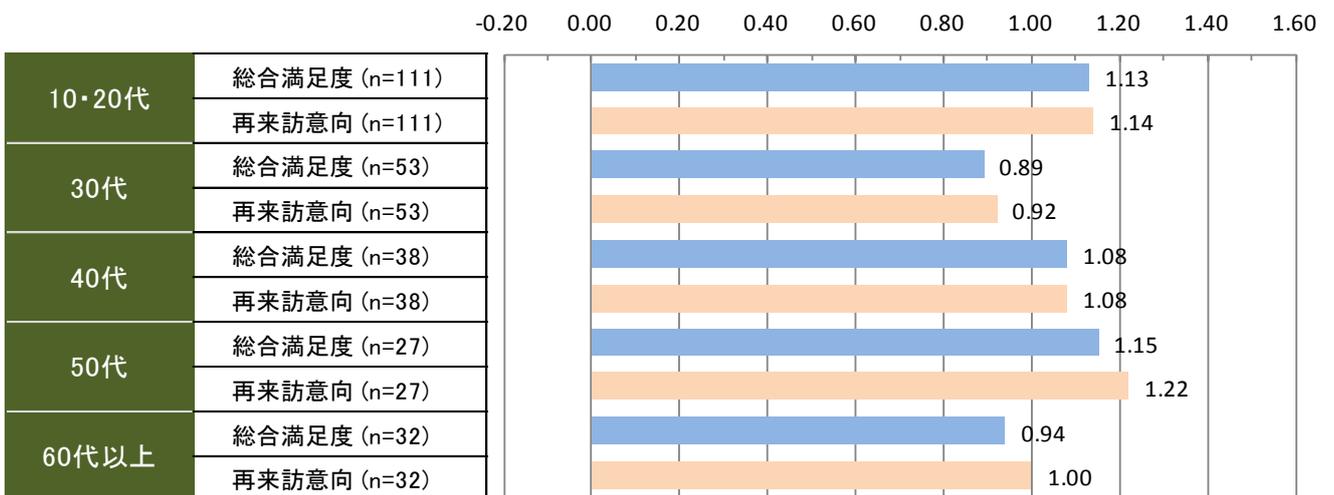
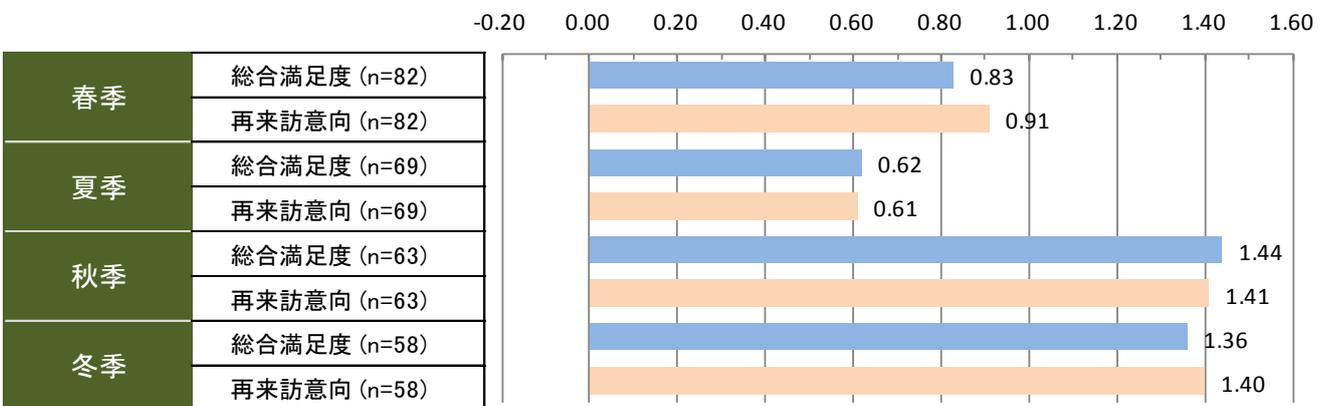
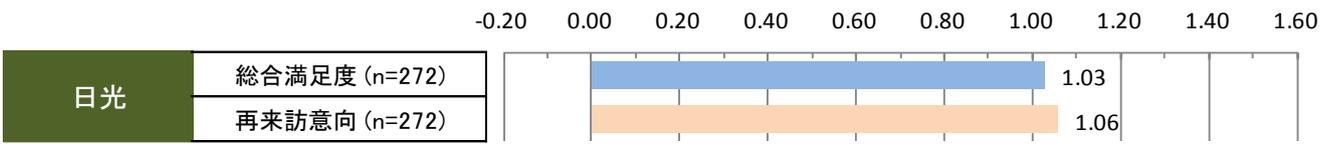
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が76.8%となった。また訪れたいかについても「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が76.8%となり、「満足度」「再来訪意向」とともに7割を超えた。



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1.44で最も高く、「夏季」が0.62で最も低かった。また、再来訪意向も、「秋季」が1.41で最も高く、「夏季」が0.61で最も低かった。

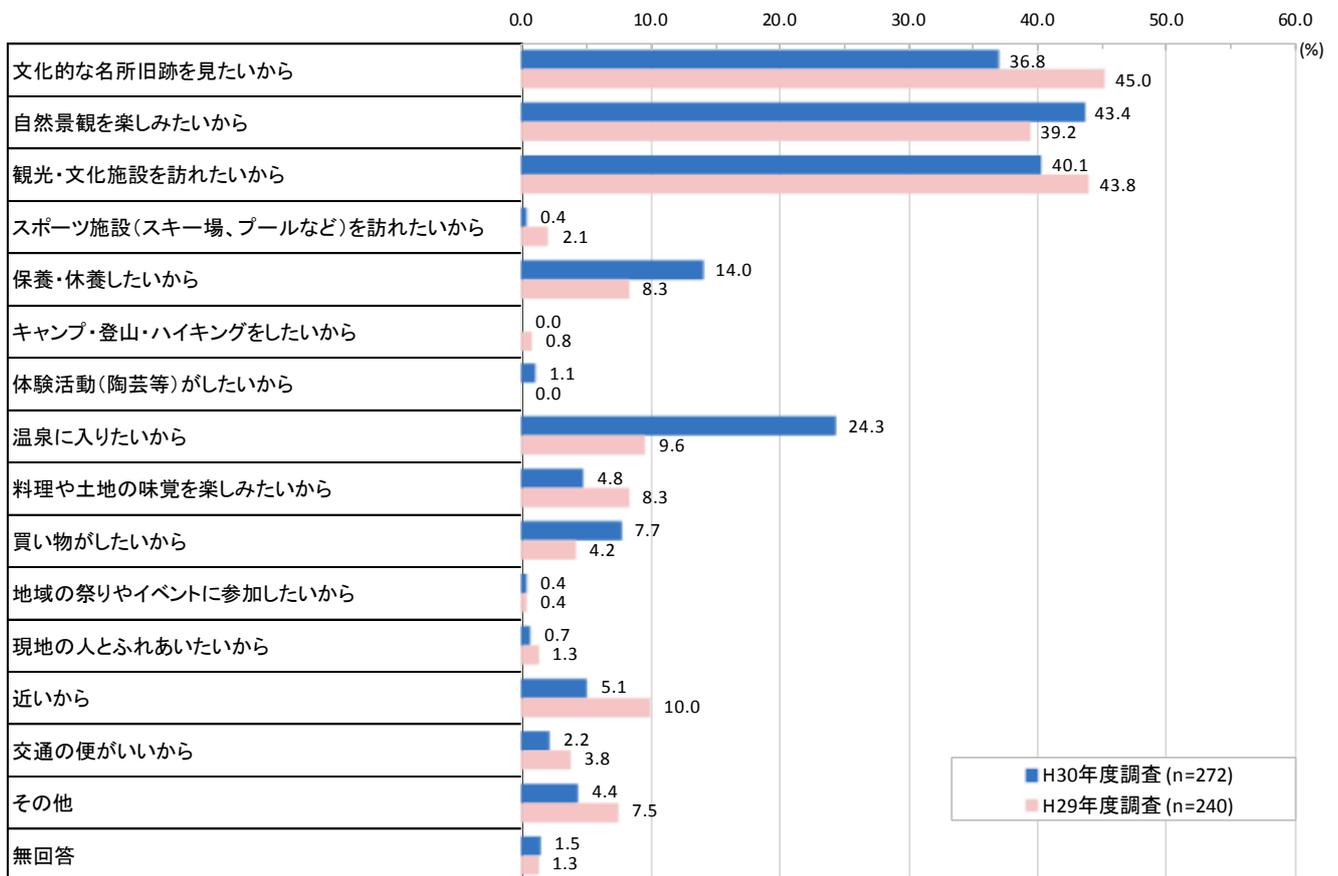
年代別にみると、総合満足度は「50代」で1.15と最も高く、「30代」で0.89と最も低かった。また、再来訪意向も「50代」で1.22と最も高く、「30代」で0.92と最も低かった。



②過去調査との比較

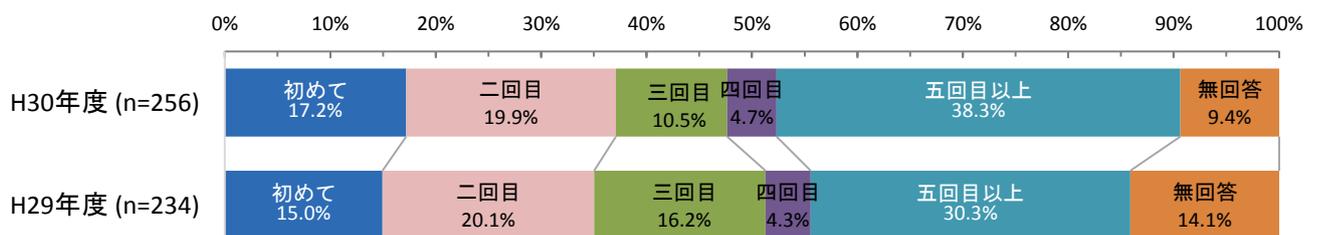
旅行先に選んだ理由は、「自然景観を楽しみたいから」が最も多く、平成 29 (2017) 年度調査では 39.2% だったが、平成 30 (2018) 年度調査では 43.4% と 4.2 ポイント増加した。「温泉に入りたいから」は平成 29 (2017) 年度調査では 9.6% であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 24.3% となり 14.7 ポイント増加した。一方で「文化的な名所旧跡を見たいから」は平成 29 (2017) 年度調査で 45.0% と最も多かったが、平成 30 (2018) 年度調査では 36.8% と 8.2 ポイント減少した。

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、「五回目以上」が平成 29 (2017) 年度調査では 30.3% であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 38.3% と 8.0 ポイント増加した。また、「初めて」は 2.2 ポイント増加した。一方で「三回目」は平成 29 (2017) 年度調査では 16.2% であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 10.5% と 5.7 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

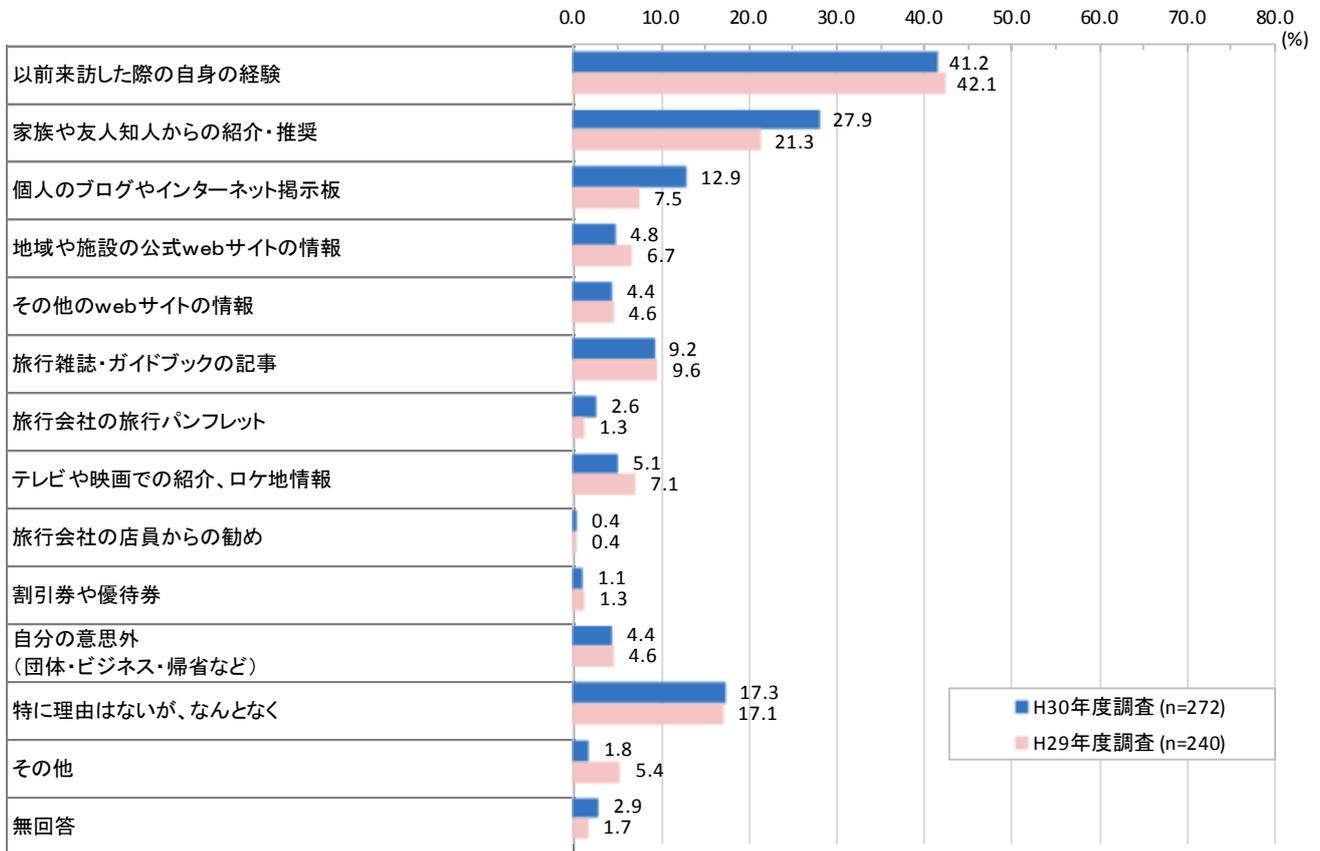


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 i. 日光エリア

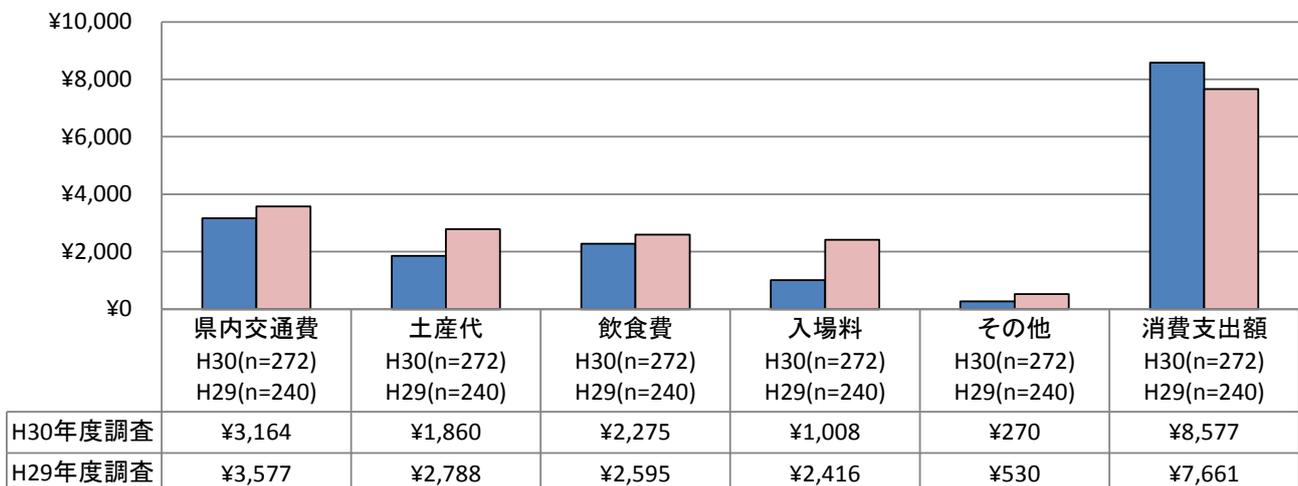
旅行先に選んだ情報源は、平成 29 (2017) 年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く 42.1%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 41.2%と 0.9 ポイント減少した。平成 29 (2017) 年度調査と比較して「家族や友人知人からの紹介・推奨」は 6.6 ポイント、「個人のブログやインターネット掲示板」は 5.4 ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



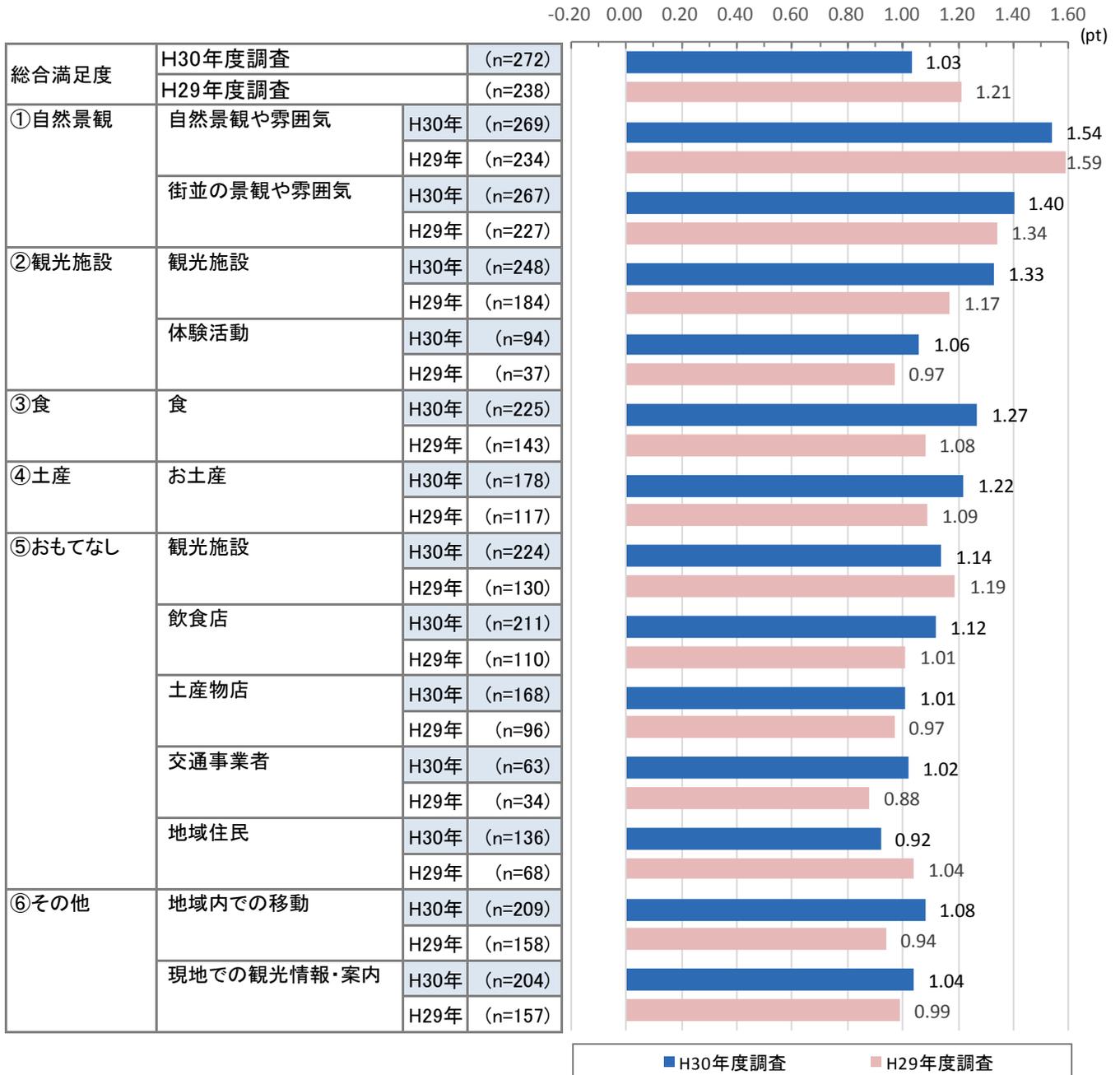
消費支出の総額は、平成 29 (2017) 年度調査では 7,661 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 8,577 円に増加した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 30 (2018) 年度調査で 1.03 となり、平成 29 (2017) 年度調査の 1.21 と比較して 0.18 ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成 29 (2017) 年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.59 で最も高く、平成 30 (2018) 年度調査では 0.05 ポイント減少したものの、1.54 で最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)



ii. 那須エリア

①平成30(2018)年度調査結果

日帰り客(那須エリア)

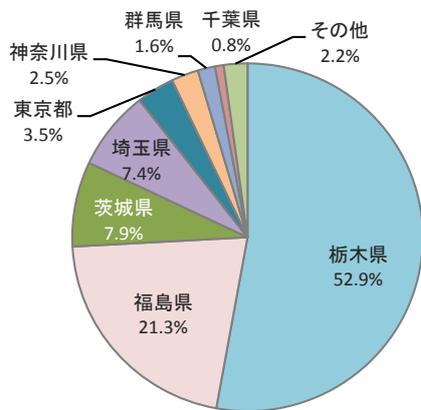
サンプル数：367

お住まいは「栃木県」が最も多く52.9%、次いで「福島県」が21.3%、「茨城県」が7.9%であった。年代は、男性では「60代以上」が33.1%、女性では「30代」「60代以上」が同率22.7%で最も多かった。

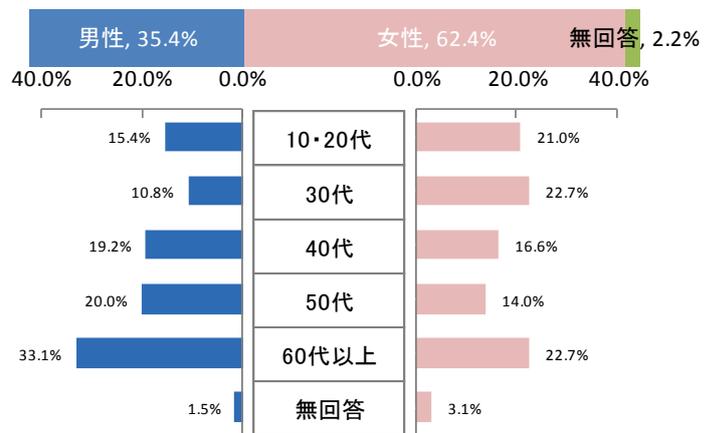
調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」のリピーターが75.0%で最も多かった。

同行者数は「2人」が49.3%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が25.1%で最も多かった。

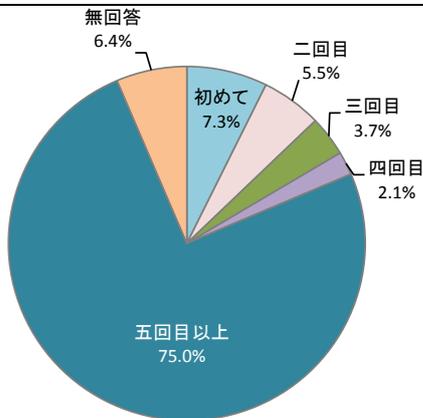
お住まい (n=367)



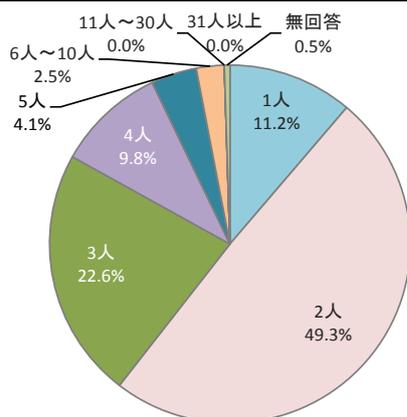
性別・年代 (n=367)



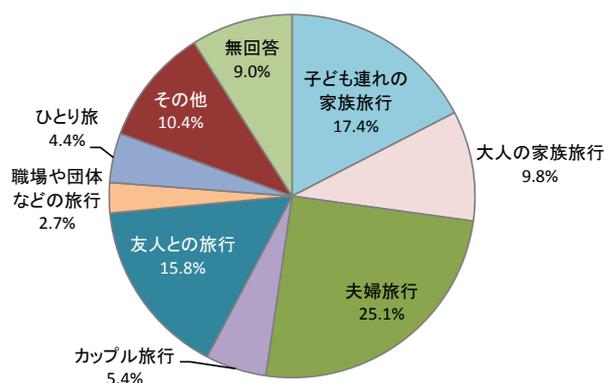
調査地域周辺への来訪回数 (n=328)



同行者数 ※回答者を含む (n=367)

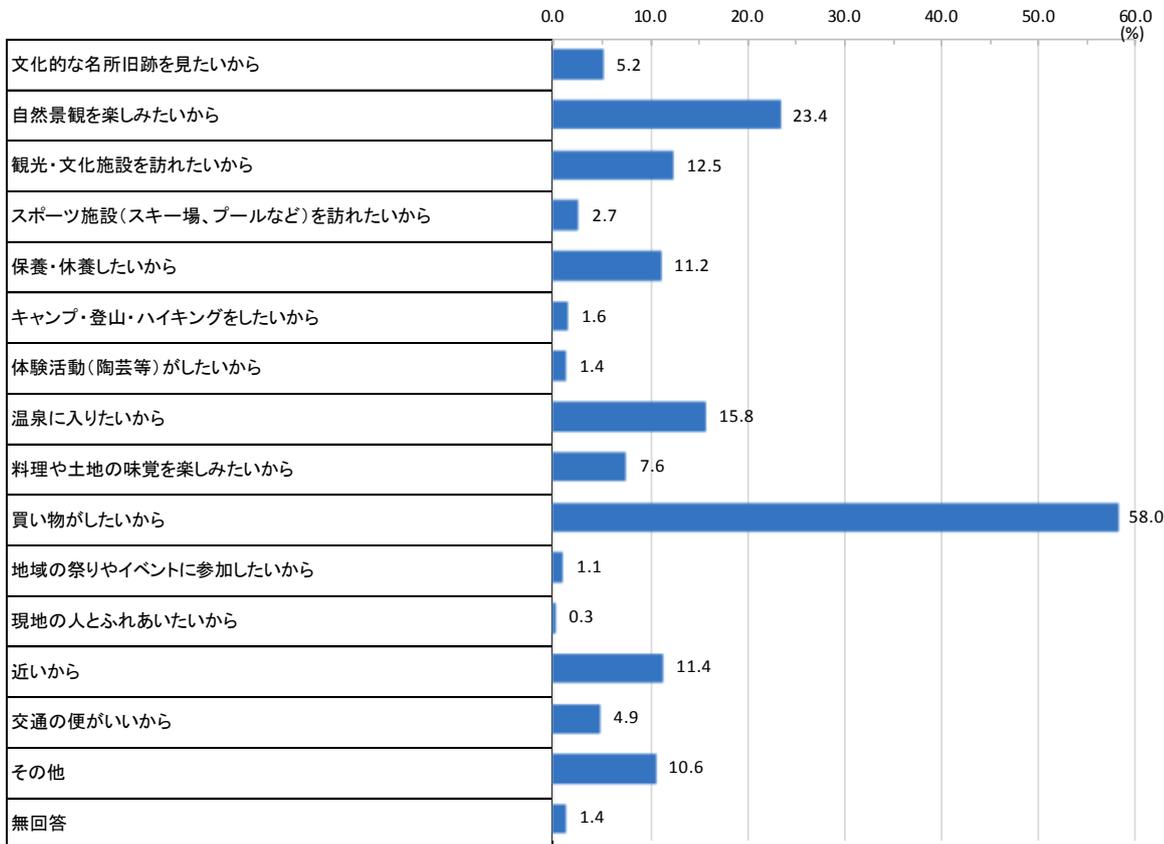


同行者の関係 (n=367)



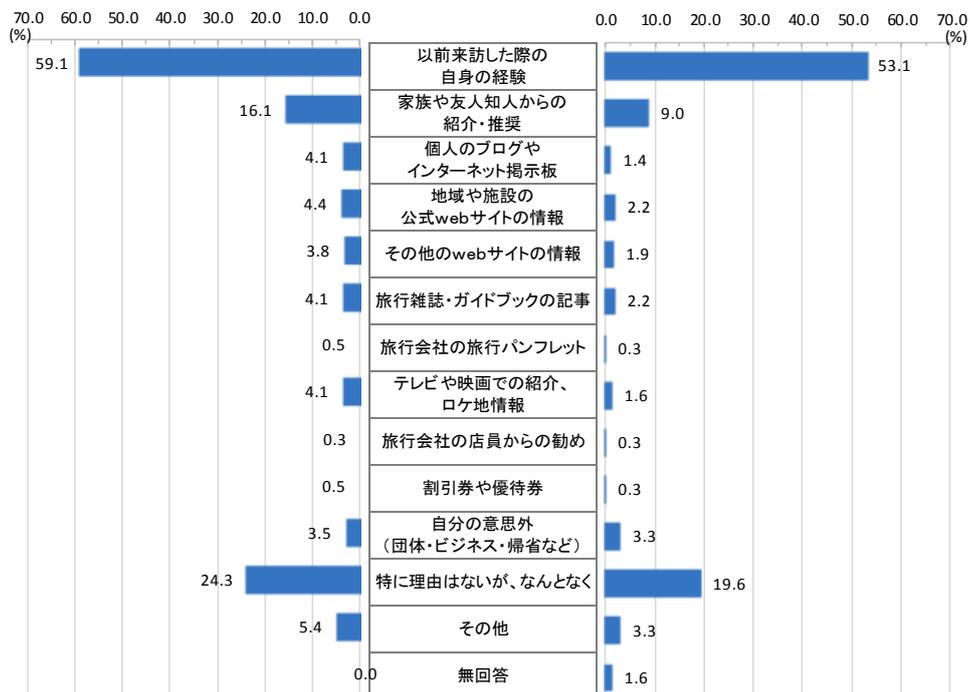
旅行先に選んだ理由は「買い物がしたいから」が58.0%で最も多く、次いで「自然景観を楽しみたいから」が23.4%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が59.1%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が53.1%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=367）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=367）

“決め手”となった情報源（単一回答）（n=367）

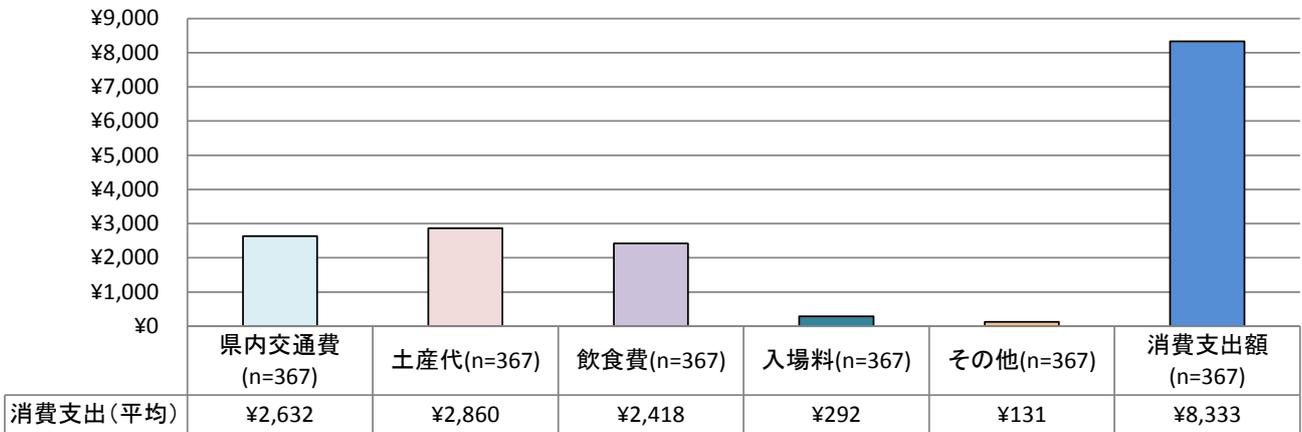


第2章 観光客調査 調査結果

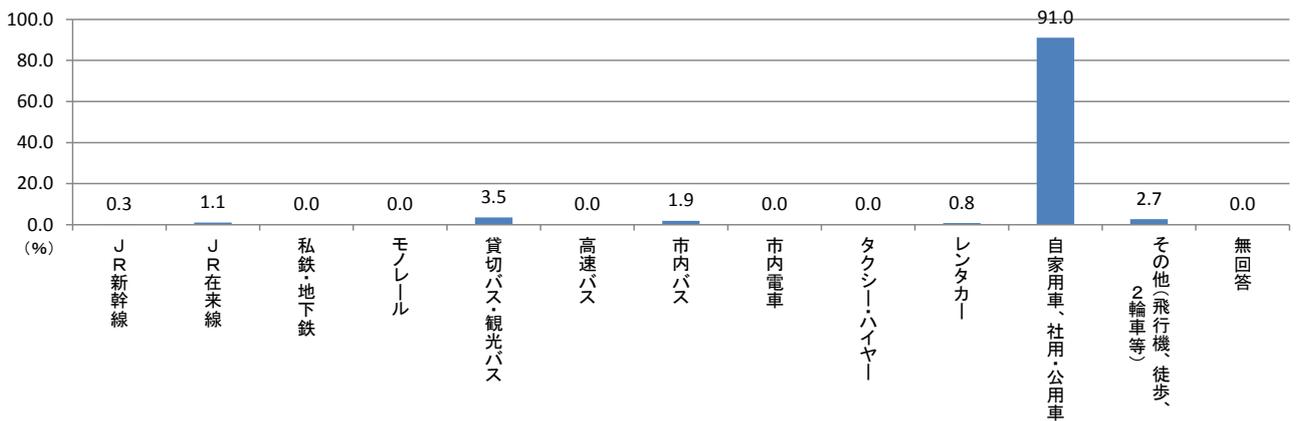
1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 那須エリア

消費支出の平均は、総額で 8,333 円であった。内訳は、「土産代」が 2,860 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 2,632 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 91.0%であった。立ち寄り観光施設は、「那須高原ビジターセンター」が 26 人で最も多く、次いで「那須ガーデンアウトレット」が 24 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=367）

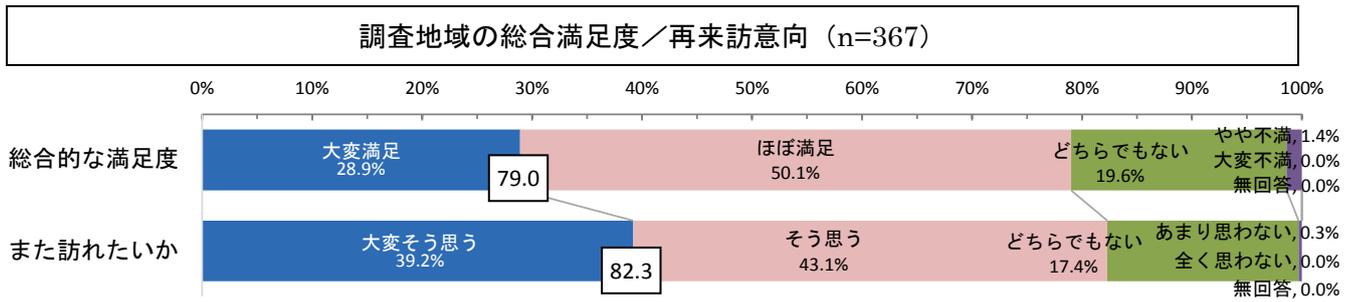


立ち寄り観光施設（n=367）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

那須	那須	日光
那須高原ビジターセンター (26)	那須アルパカ牧場 (2)	二社一寺 (1)
那須ガーデンアウトレット (24)	道の駅那須与一の郷 (2)	県央
那須どうぶつ王国 (19)	那須クラシックカー博物館 (2)	道の駅ばとう (1)
りんどう湖LAKE VIEW (15)	那須オルゴール美術館 (2)	県南
那須高原友愛の森 (12)	那須ステンドグラス美術館 (2)	渡良瀬遊水地 (2)
千本松牧場 (8)	とちぎ明治の森記念館 (1)	道の駅 しもつけ (1)
ハンターマウンテン塩原 (7)	東山道伊王野 (1)	佐野プレミアム・アウトレット (1)
南ヶ丘牧場 (6)	那須ハイランドパーク (1)	ココ・ファーム・ワイナリー (1)
塩原温泉郷 (5)	八方ヶ原 (1)	道の駅思川 (1)
那須サファリパーク (5)	もみじ谷大吊橋 (1)	道の駅 みぶ (1)
道の駅「明治の森黒磯」 (5)	芦野温泉 (1)	県東
那須岳(茶臼岳) (5)	ホテルエピナール那須 (1)	道の駅サンバの里いちかい (2)
板室温泉郷 (4)	那須ティニーベア・ミュージアム (1)	
道の駅やいた (3)	アグリパル塩原 (1)	
源泉那須山 (2)		

※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。
アグリパル塩原（1）

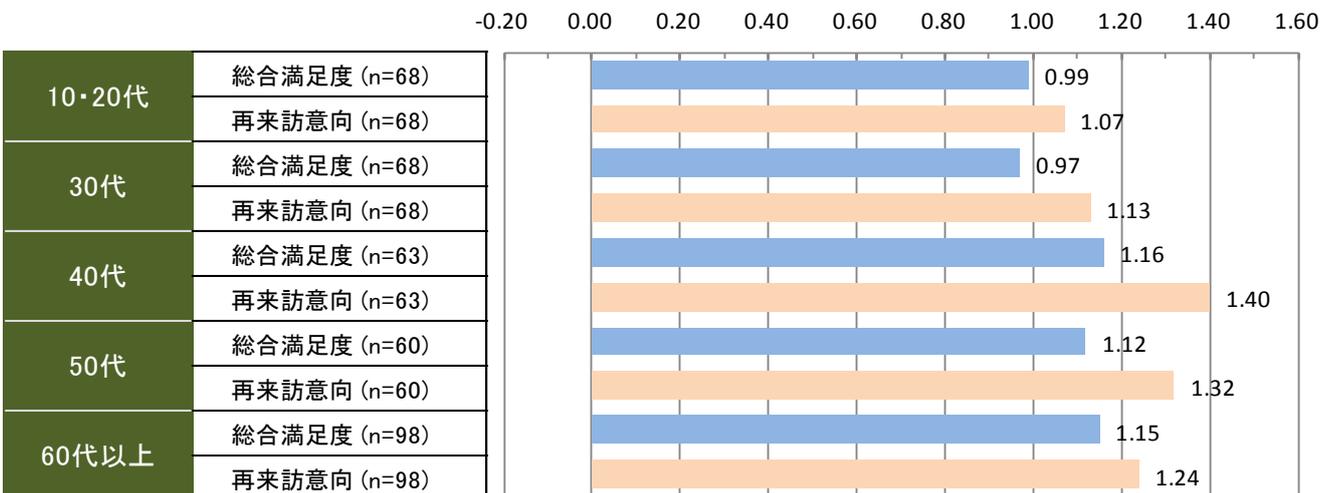
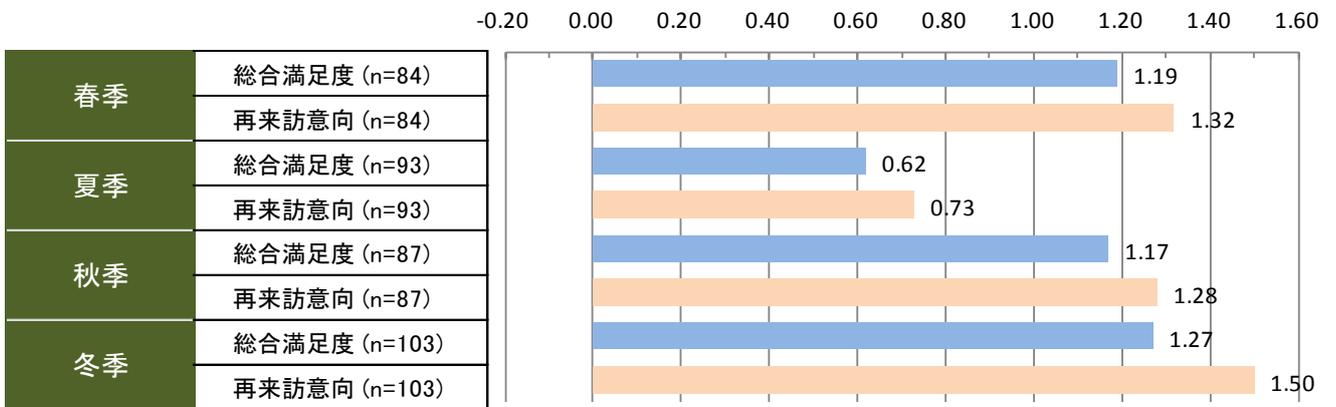
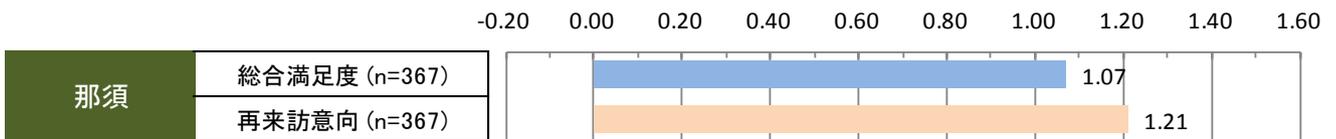
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が79.0%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が82.3%であった。



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1.27で最も高く、「夏季」が0.62で最も低かった。再来訪意向についても「冬季」が1.50で最も高く、「夏季」が0.73で最も低かった。

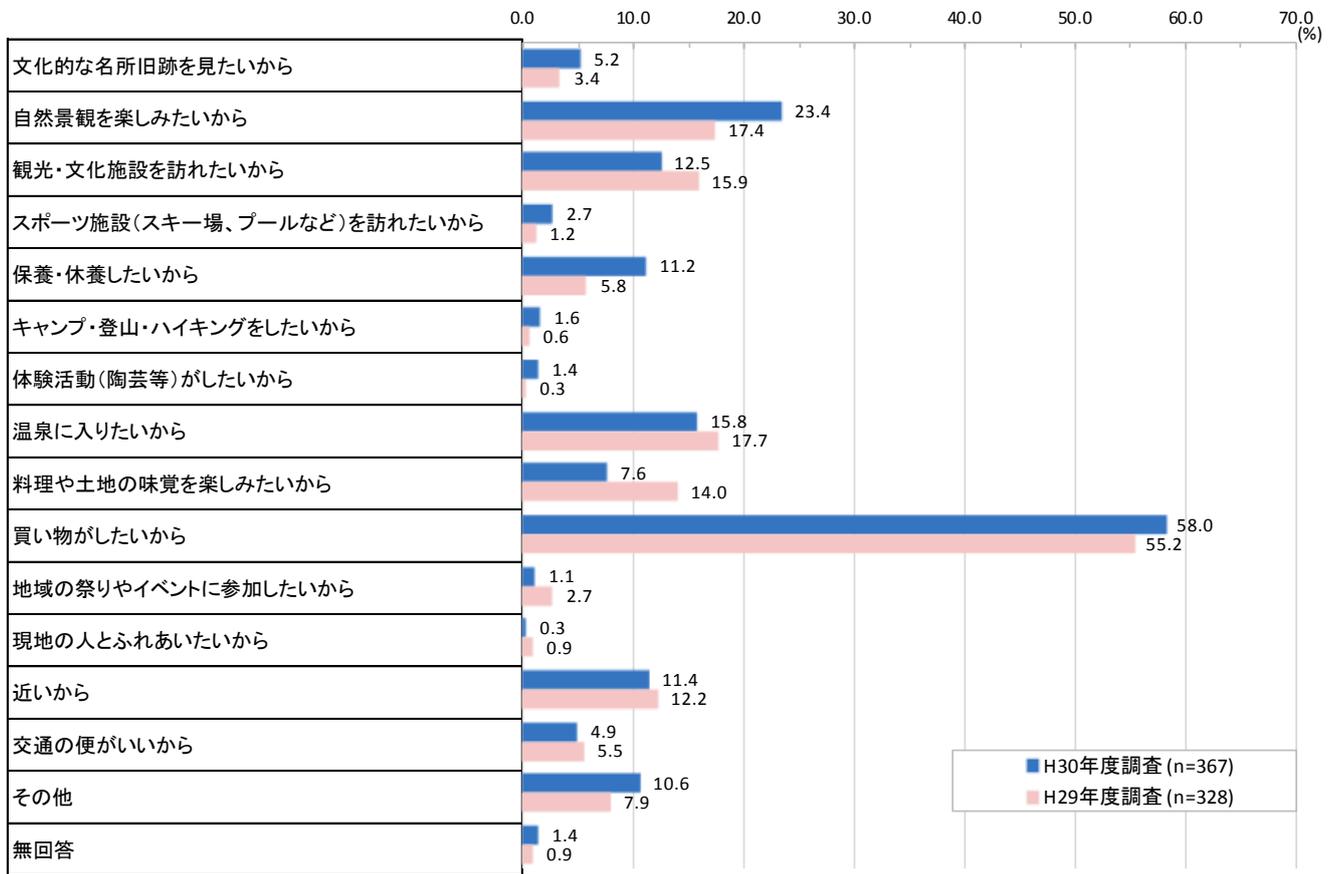
年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.16で最も高く、「30代」が0.97で最も低かった。再来訪意向は、「40代」が1.40で最も高く、「10・20代」が1.07で最も低かった。



②過去調査との比較

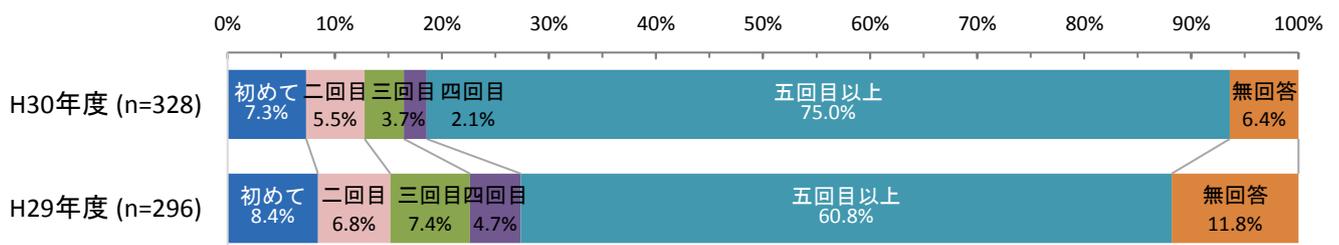
旅行先に選んだ理由は、平成 29 (2017) 年度調査では「買い物がしたいから」が 55.2%で最も多かったが、平成 30 (2018) 年度調査では 2.8 ポイント増加して 58.0%となった。「自然景観を楽しみたいから」も 6.0 ポイント増加した。一方で「料理や土地の味覚を楽しみたいから」は平成 29 (2017) 年度調査で 14.0%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 7.6%と 6.4 ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由 (複数回答)



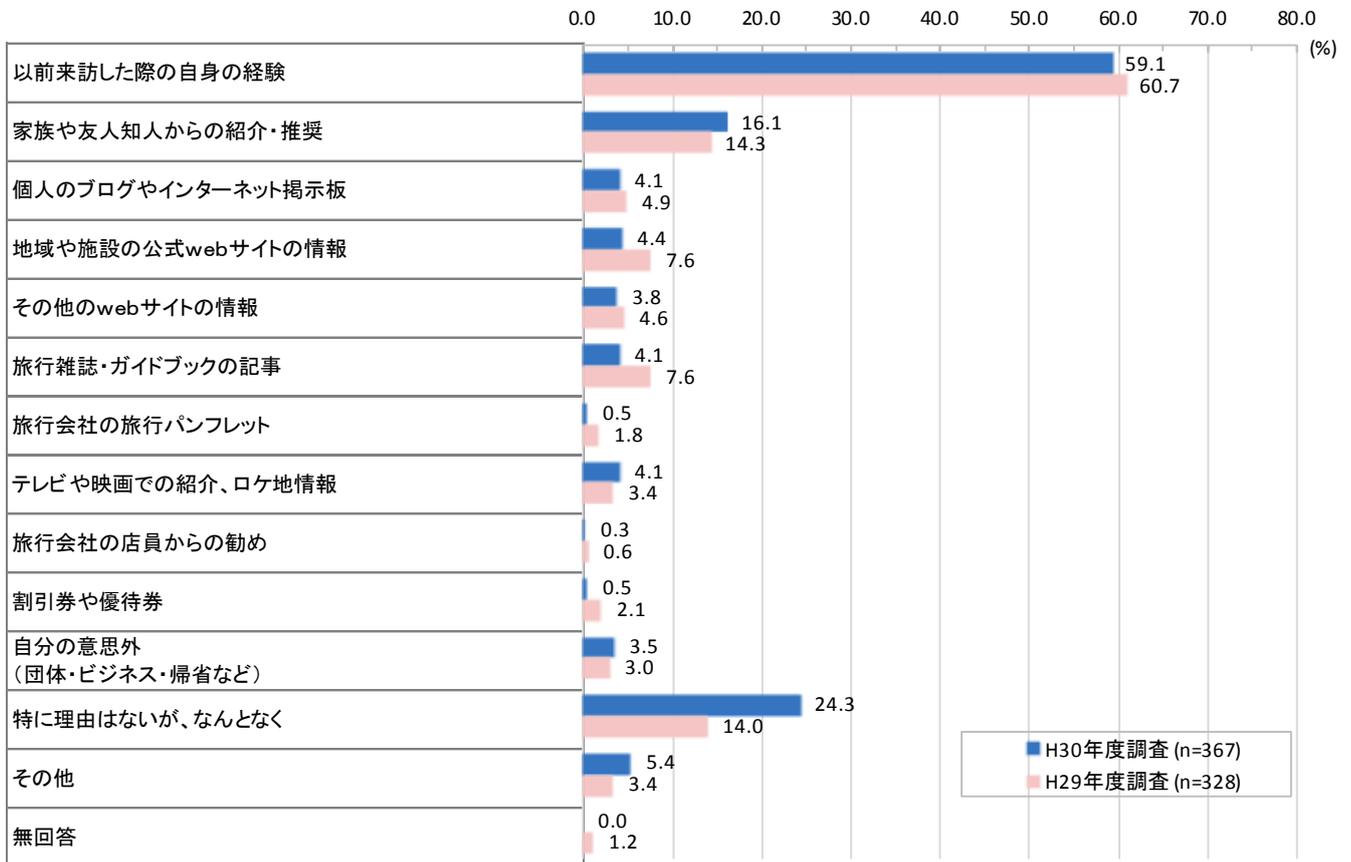
地域周辺への来訪回数は、平成 29 (2017) 年度調査では「五回目以上」が 60.8%で最も多かったが、平成 30 (2018) 年度調査では 75.0%であり、14.2 ポイント増加した。「初めて」「二回目」「三回目」「四回目」は平成 29 (2017) 年度調査と比較していずれも減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



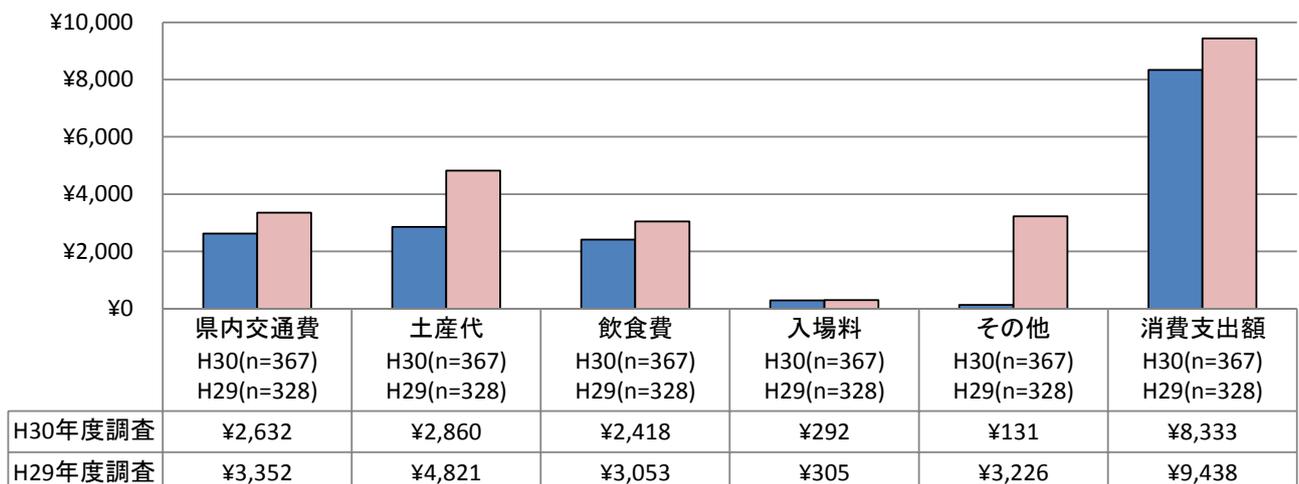
旅行先に選んだ情報源は、平成 29 (2017) 年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く 60.7%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 59.1%と 1.6 ポイント減少した。「特に理由はないが、なんとなく」は平成 29 (2017) 年度調査では 14.0%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 24.3%となり、10.3 ポイント増加した。一方で「旅行雑誌・ガイドブックの記事」は 3.5 ポイント、「地域や施設の公式 web サイトの情報」は、3.2 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



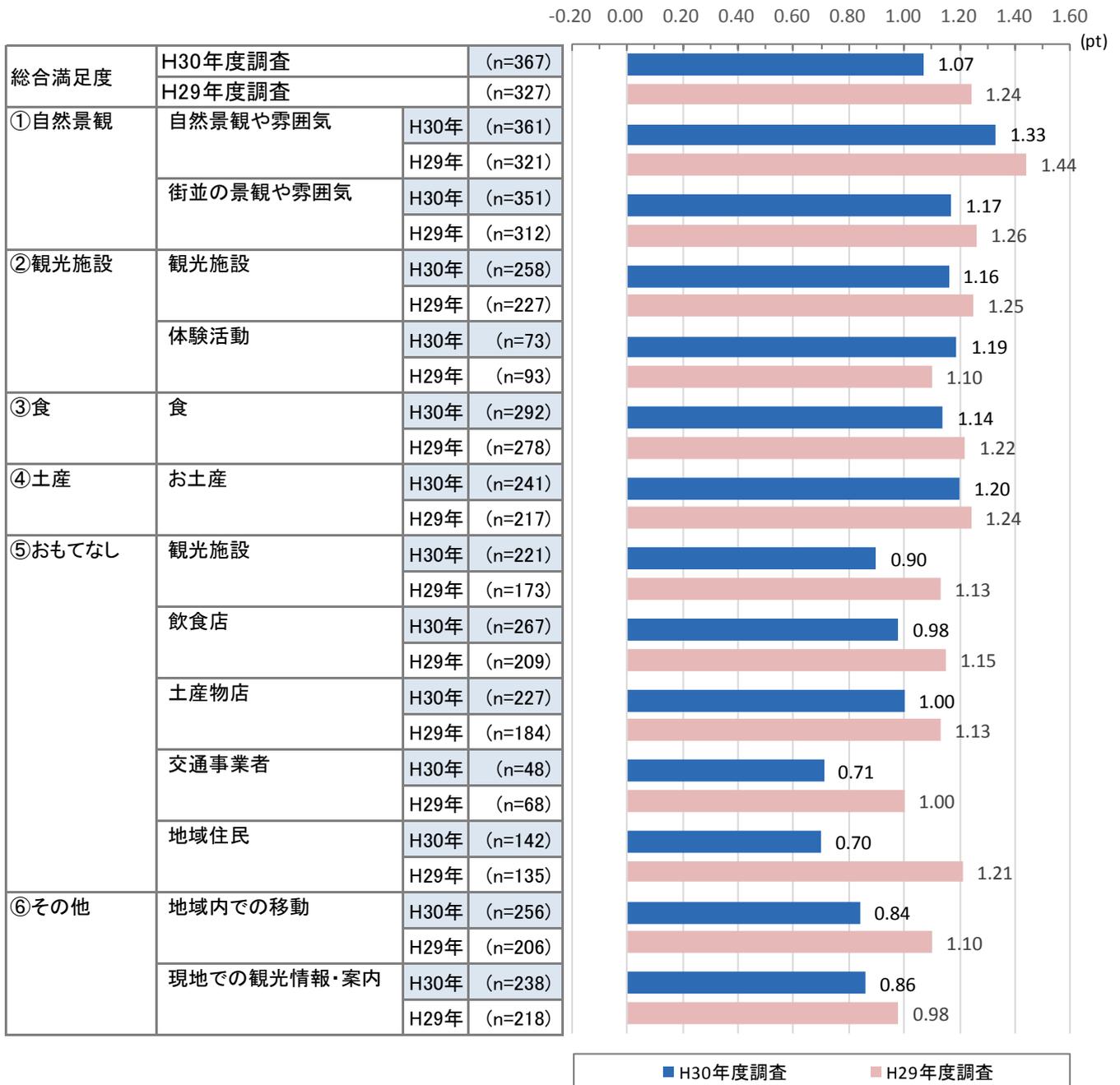
消費支出の総額は、平成 29 (2017) 年度調査では 9,438 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 8,333 円に減少した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 29 (2017) 年度調査では 1.24 であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 1.07 と 0.17 ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成 29 (2017) 年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.44 で最も高く、平成 30 (2018) 年度調査でも同項目が 1.33 で最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)



iii. 県央エリア

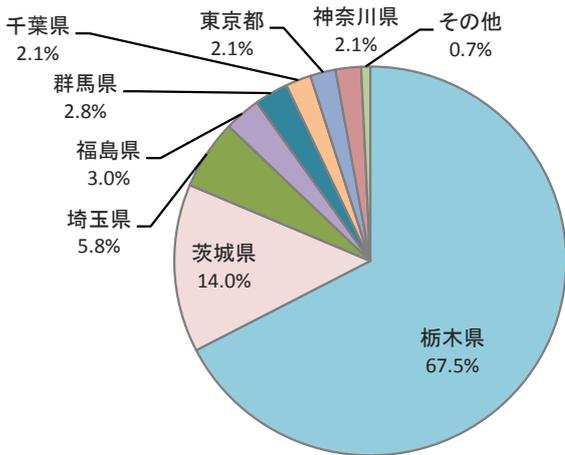
①平成 30 (2018) 年度調査結果

日帰り客 (県央エリア)

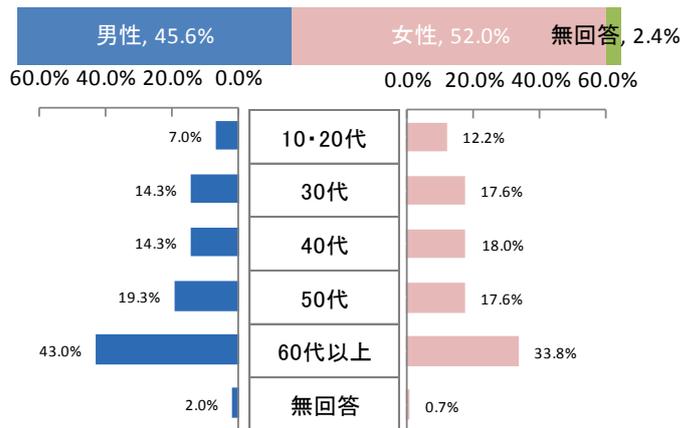
サンプル数 : 535

お住まいは「栃木県」が最も多く 67.5%、次いで「茨城県」が 14.0%、「埼玉県」が 5.8%であった。
年代は、男女ともに「60代」が最も多く、「男性」が 43.0%、「女性」が 33.8%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 52.5%で最も多かった。
同行者数は「2人」が 53.8%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 27.3%で最も多かった。

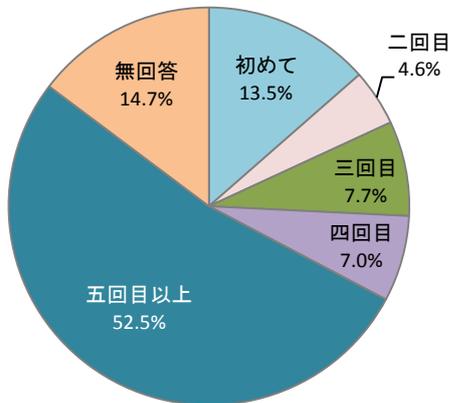
お住まい (n=535)



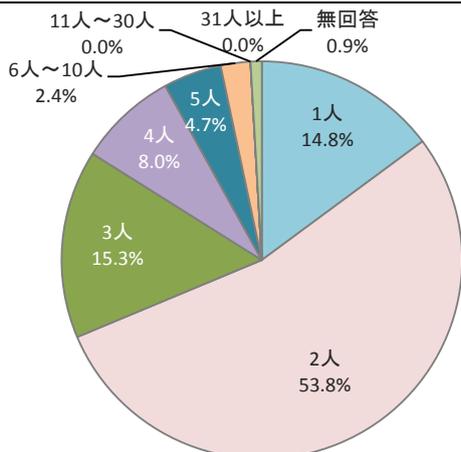
性別・年代 (n=535)



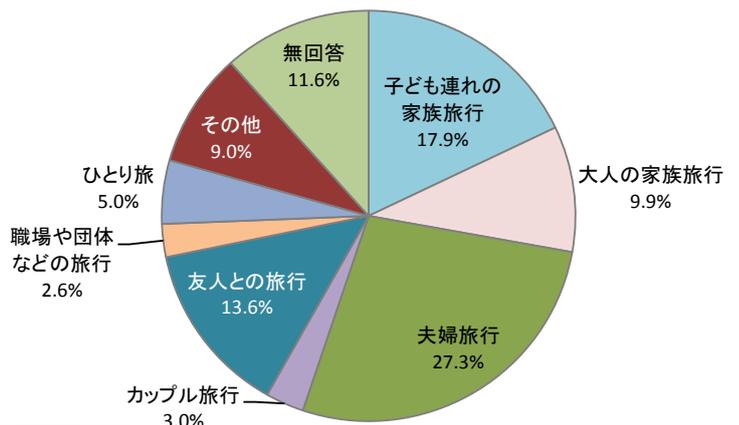
調査地域周辺への来訪回数 (n=415)



同行者数 ※回答者を含む (n=535)



同行者の関係 (n=535)

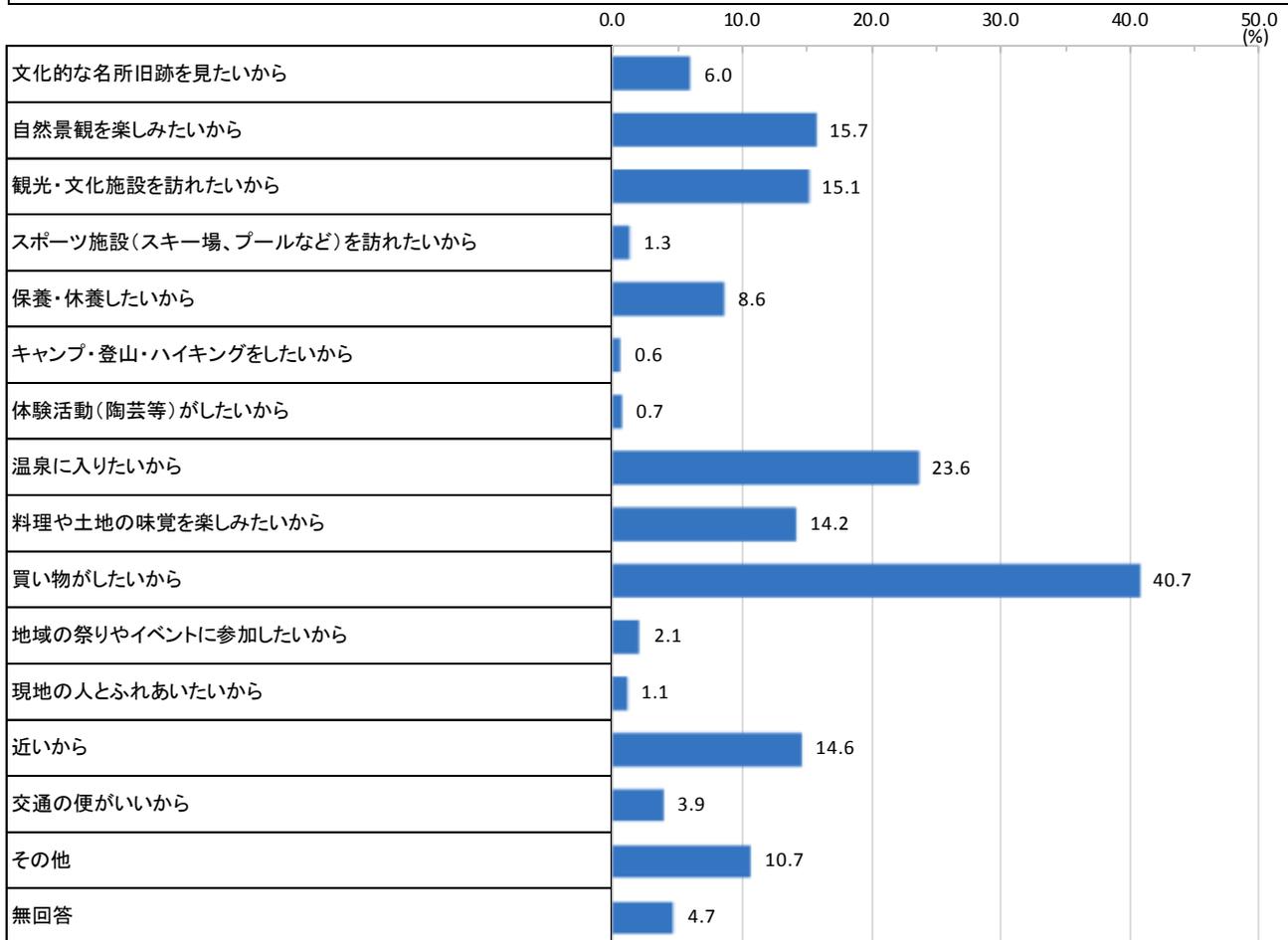


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

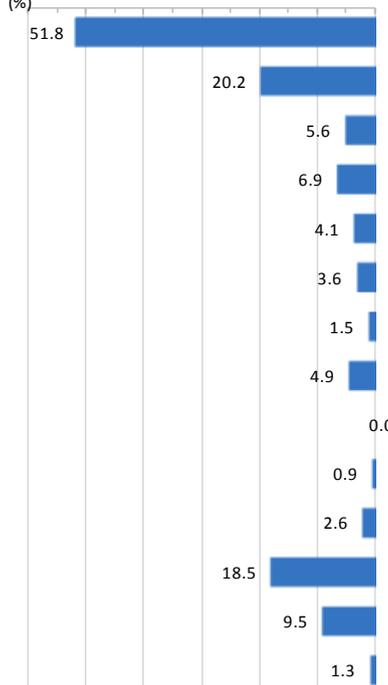
旅行先に選んだ理由は「買い物がしたいから」が40.7%で最も多く、次いで「温泉に入りたいから」が23.6%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が51.8%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が46.2%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=535）



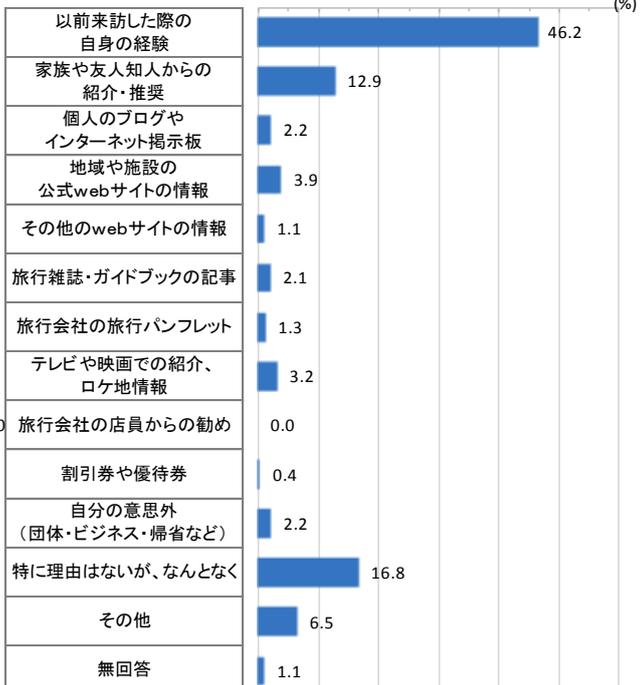
旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=535）

60.0 50.0 40.0 30.0 20.0 10.0 0.0 (%)



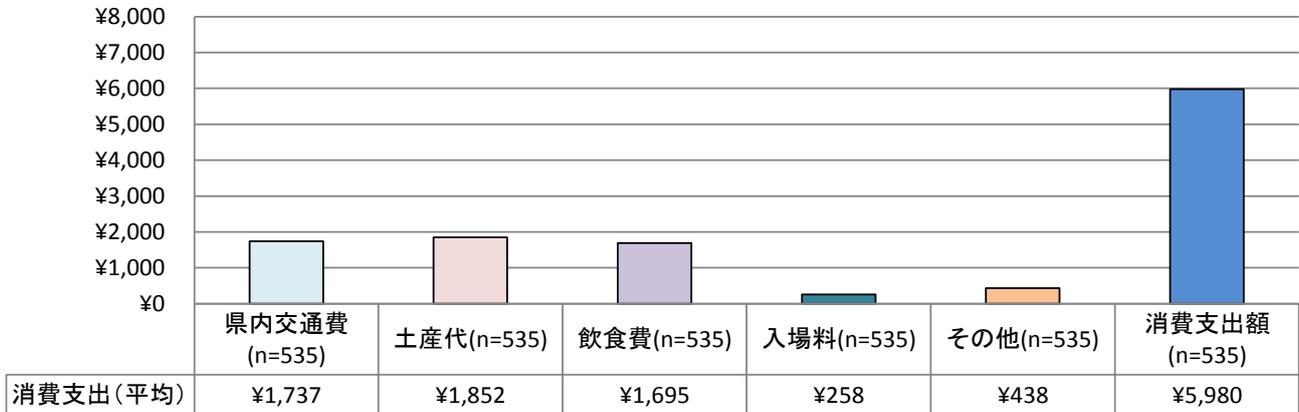
“決め手”となった情報源（単一回答）（n=535）

0.0 10.0 20.0 30.0 40.0 50.0 60.0 (%)

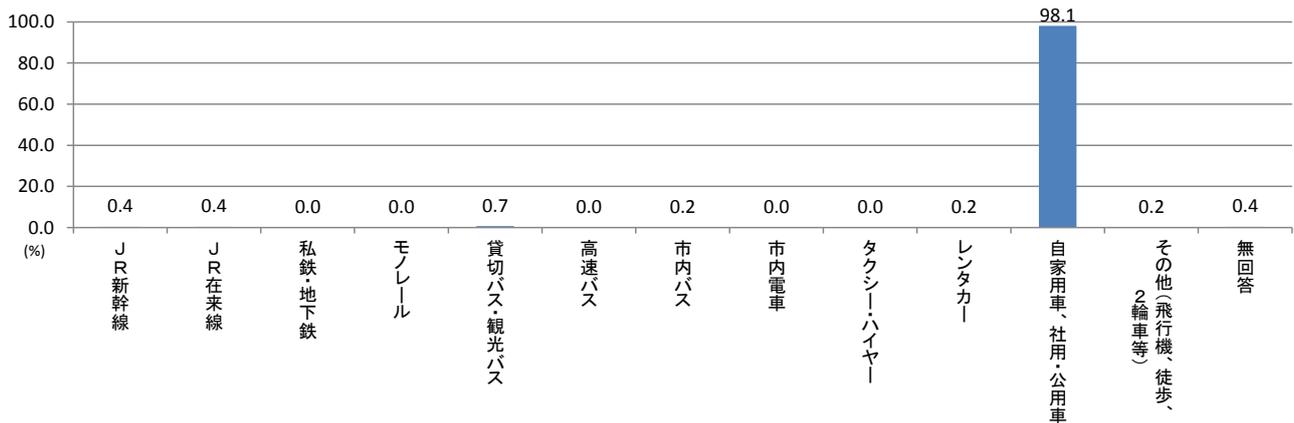


消費支出の平均は、総額で 5,980 円であった。内訳は、「土産代」が 1,852 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 1,737 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 98.1%で最も多かった。立ち寄り観光施設は、「馬頭温泉郷」が 34 人で最も多く、次いで「栃木県なかがわ水遊園」が 32 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=535）

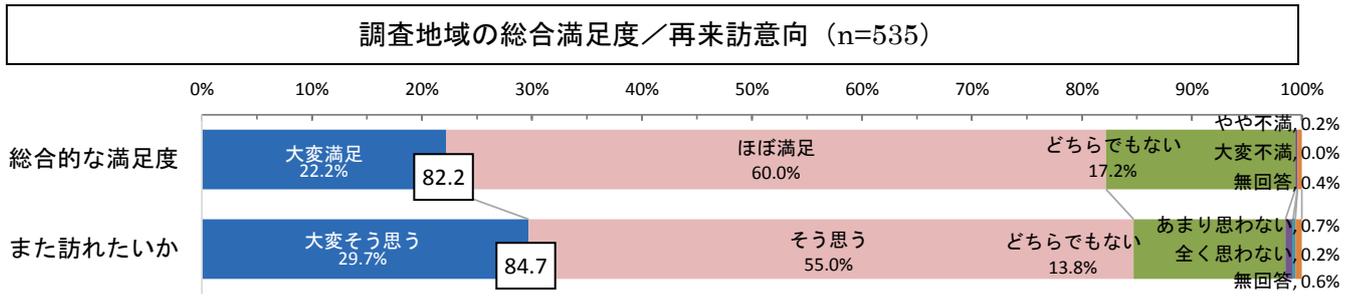


立ち寄り観光施設（n=535）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

県央	那須	日光
馬頭温泉郷 (34)	栃木県なかがわ水遊園 (32)	二社一寺 (7)
喜連川温泉第1浴場 (24)	那須高原ビジターセンター (6)	鬼怒川温泉 (3)
大谷資料館 (5)	塩原温泉郷 (6)	華厳ノ滝 (2)
いわむらかずお絵本の丘美術館 (4)	那須ガーデンアウトレット (4)	県南
松島温泉 (3)	雲巖寺 (3)	いちごの里 (1)
道の駅きつれがわ (3)	千本松牧場 (3)	県東
道の駅ばとう (3)	黒羽城址公園 (2)	道の駅もてぎ (9)
鷲子山上神社 (2)	光丸山法輪寺 (1)	芳賀温泉ロマンの湯 (1)
高瀬観光やな (2)	大雄寺 (1)	道の駅はが (1)
宇都宮動物園 (2)	那須スポーツパーク (1)	ツインリンクもてぎ (1)
ろまんちっく村 (2)	道の駅やいた (1)	
花木センター (1)	道の駅那須与一の郷 (1)	
まほろばの湯湯親館 (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。
ろまんちっく村 (1)、道の駅ばとう (10)

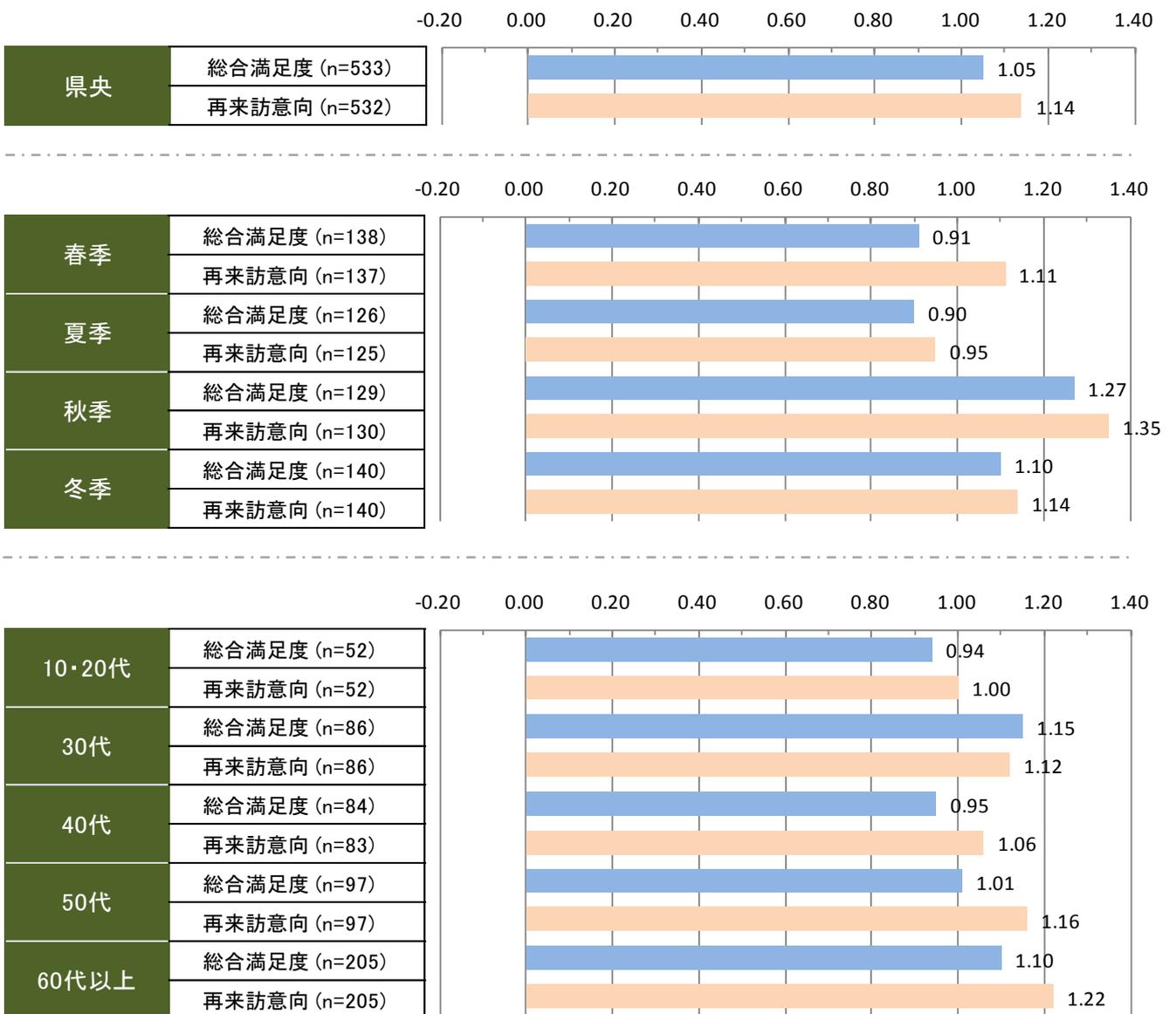
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が82.2%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が84.7%であった。



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1.27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、「秋季」が1.35で最も高く、「夏季」が0.95で最も低かった。

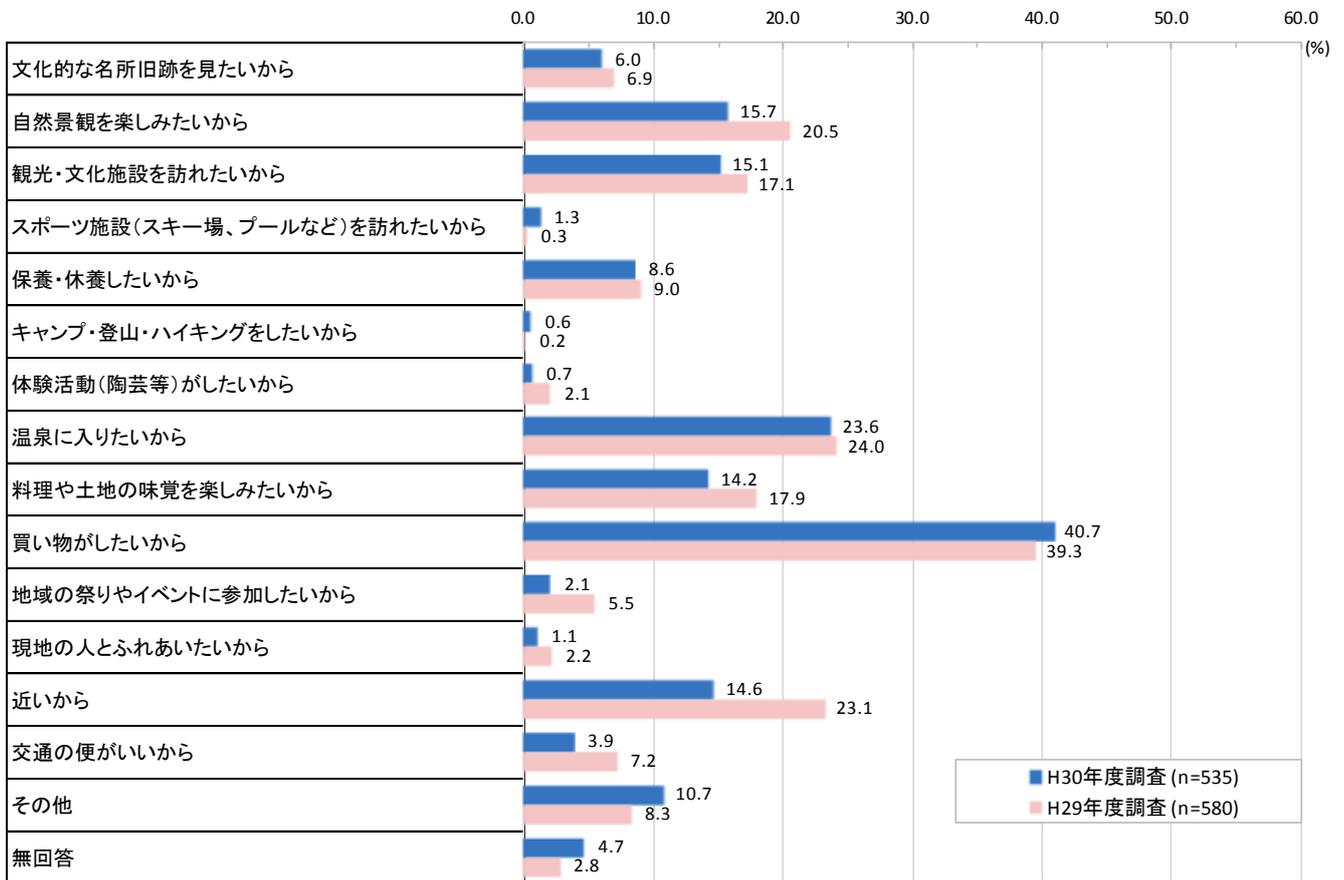
年代別にみると、総合満足度は「30代」で1.15と最も高く、「10・20代」で0.94と最も低かった。再来訪意向については「60代以上」が1.22で最も高く、「10・20代」が1.00で最も低かった。



②過去調査との比較

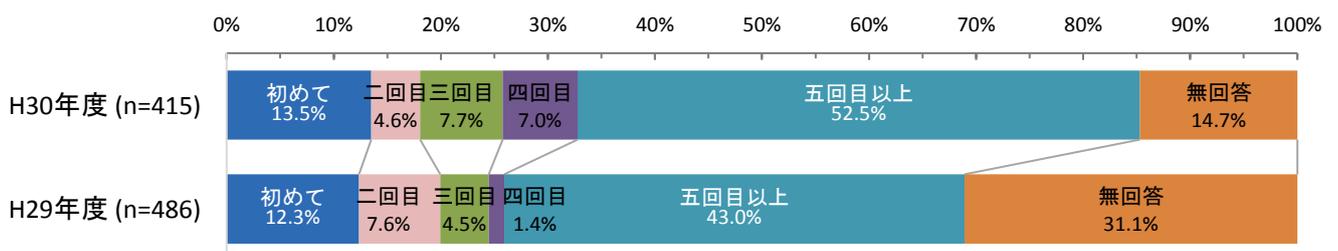
旅行先に選んだ理由は、平成 29 (2017) 年度では「買い物がしたいから」が最も多く 39.3%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 40.7%と 1.4 ポイント増加した。「近いから」は平成 29 (2017) 年度調査では 23.1%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 14.6%と 8.5 ポイント減少した。

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、平成 29 (2017) 年度調査では「五回目以上」が 43.0%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 52.5%と 9.5 ポイント増加した。「四回目」は平成 29 (2017) 年度調査では 1.4%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 7.0%と 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

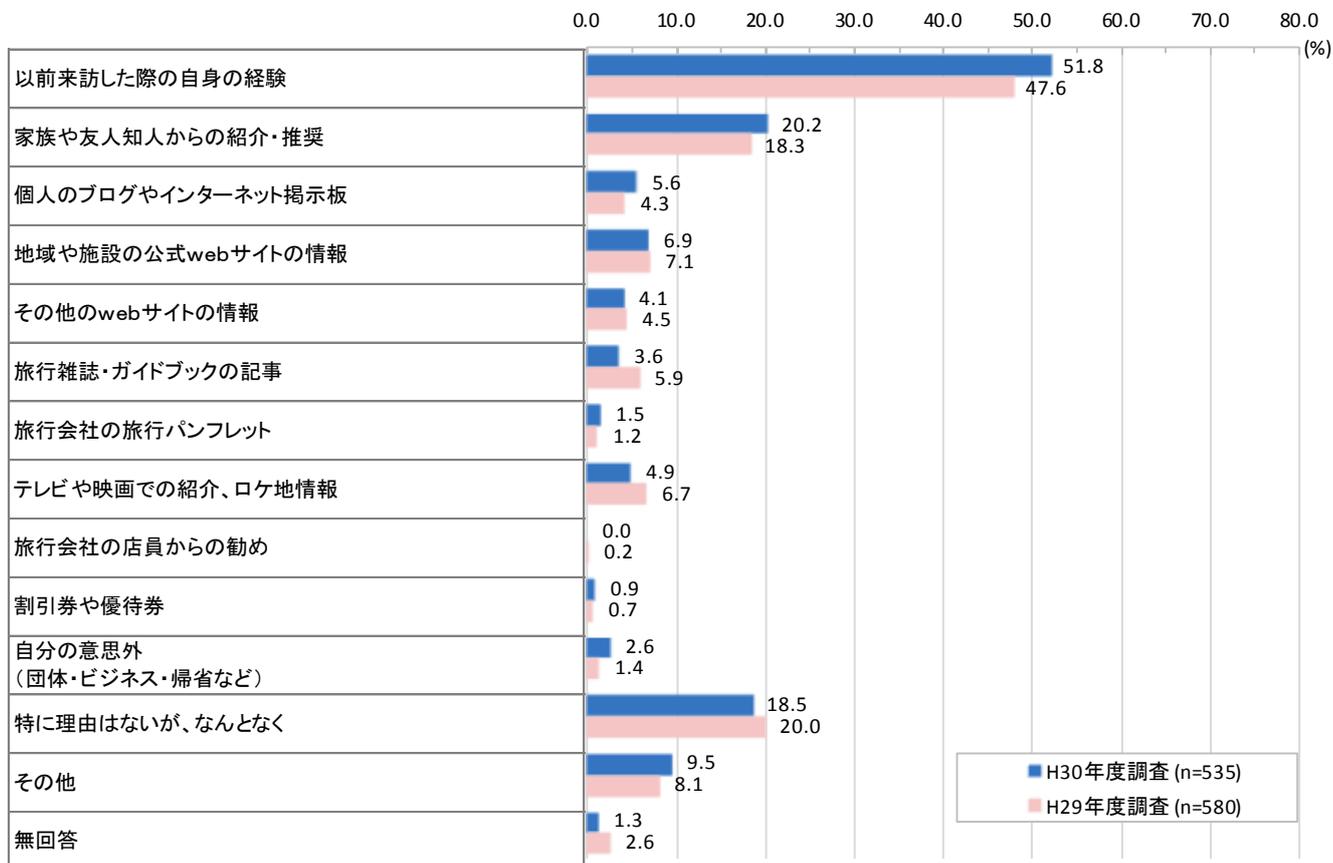


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

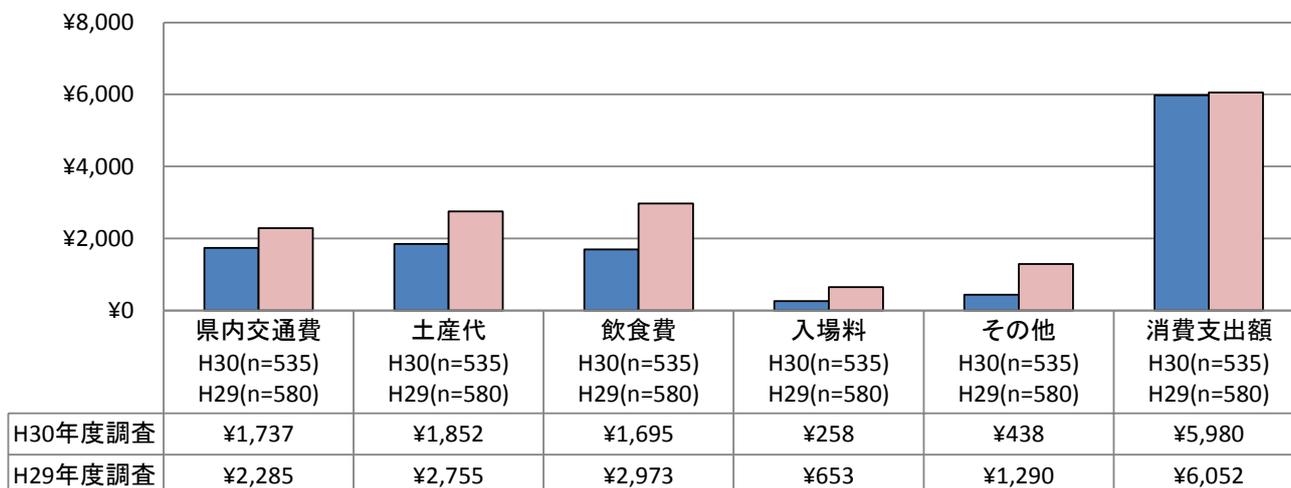
旅行先に選んだ情報源は、平成 29 (2017) 年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く 47.6%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 51.8%と 4.2 ポイント増加した。「旅行雑誌・ガイドブックの記事」は平成 29 (2017) 年度調査では 5.9%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 3.6%と 2.3 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



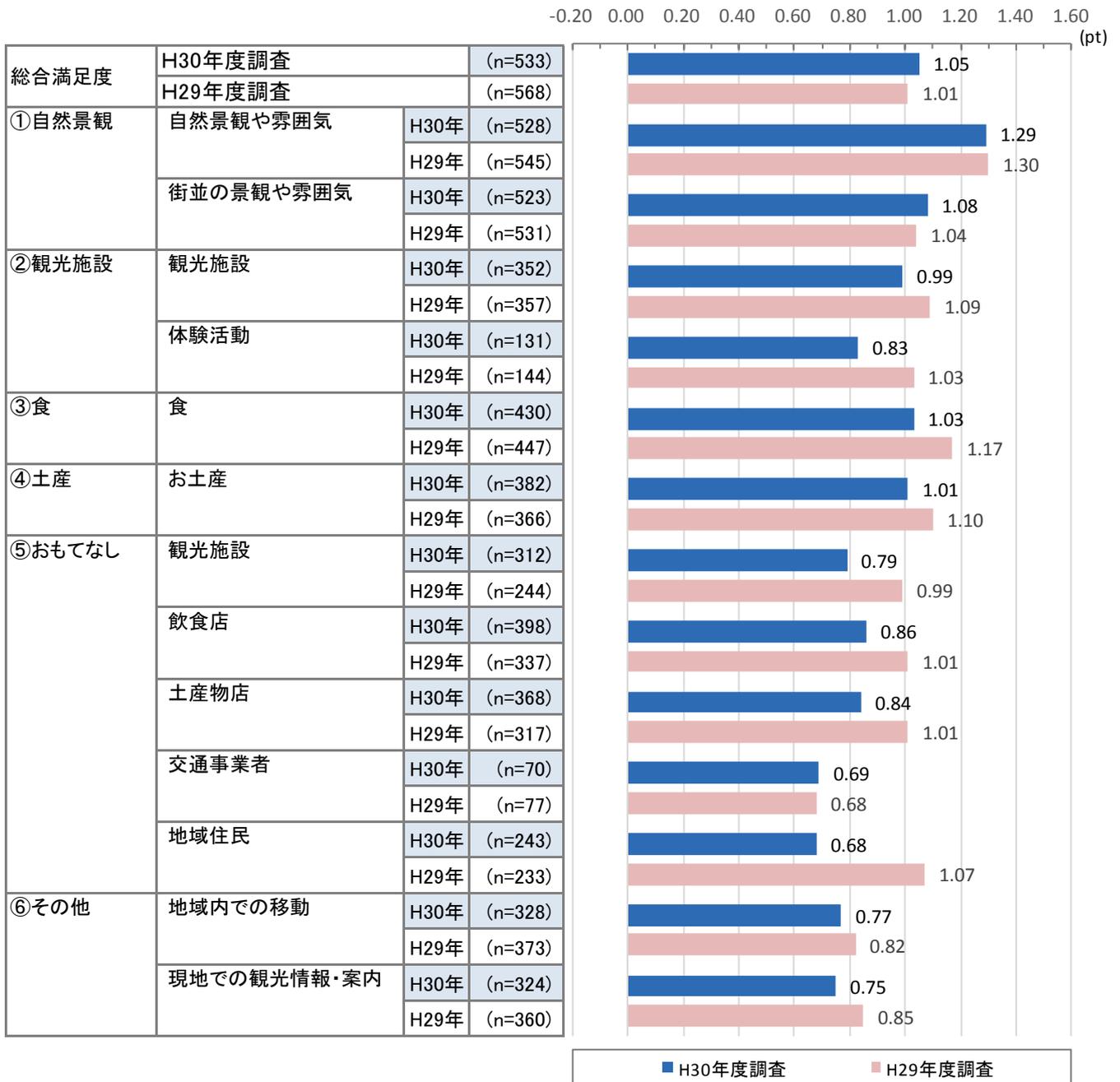
消費支出の総額は、平成 29 (2017) 年度調査では 6,052 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 5,980 円に減少した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 29 (2017) 年度調査では 1.01、平成 30 (2018) 年度調査では 1.05 と 0.04 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成 29 (2017) 年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.30 で最も高く、平成 30 (2018) 年度調査でも同様に「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.29 で最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)



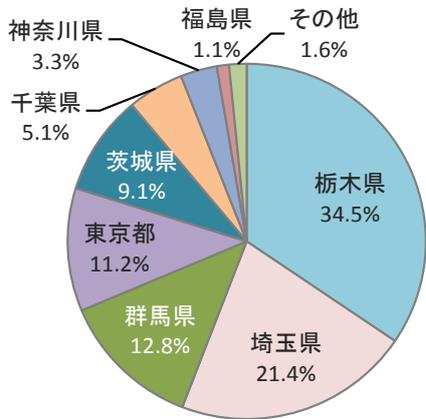
iv. 県南エリア

①平成30(2018)年度調査結果

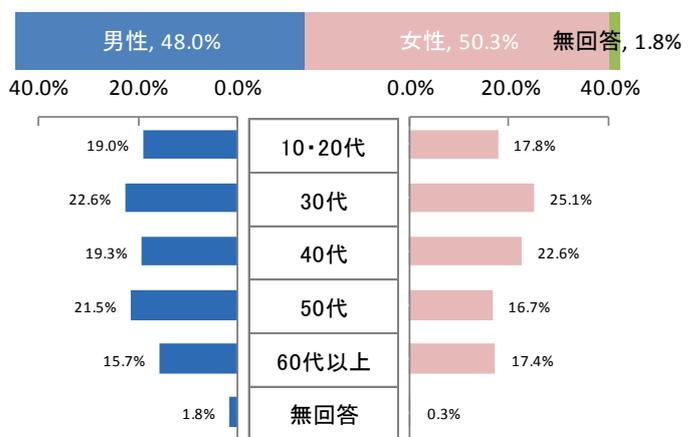
日帰り客 (県南エリア) サンプル数 : 571

お住まいは「栃木県」が最も多く 34.5%、次いで「埼玉県」が 21.4%、「群馬県」が 12.8%であった。年代は、男女ともに「30代」が最も多く、男性では 22.6%、女性では 25.1%となった。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 48.5%で最も多く、次いで「初めて」が 22.6%であった。同行者数は「2人」が 48.0%で最も多く、同行者の関係は「子ども連れの家族旅行」が 25.2%で最も多かった。

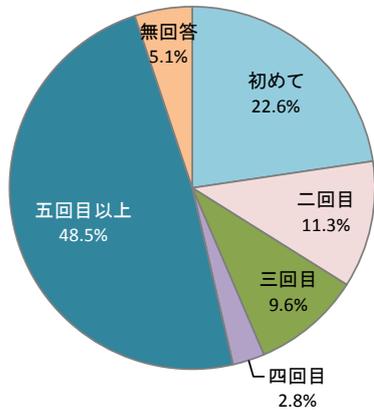
お住まい (n=571)



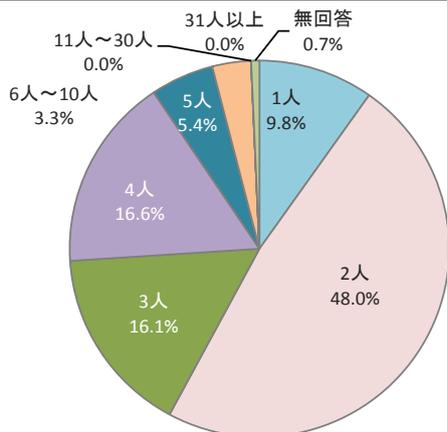
性別・年代 (n=571)



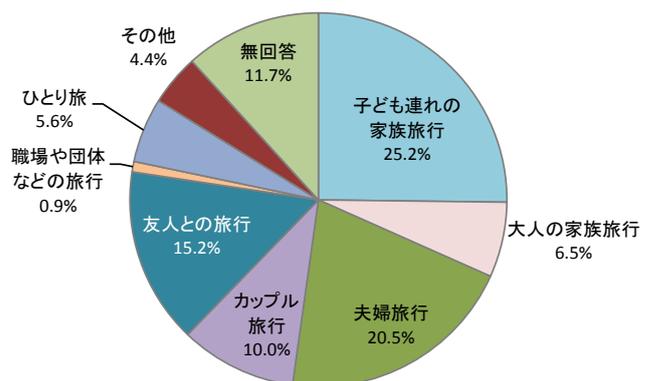
調査地域周辺への来訪回数 (n=530)



同行者数 ※回答者を含む (n=571)

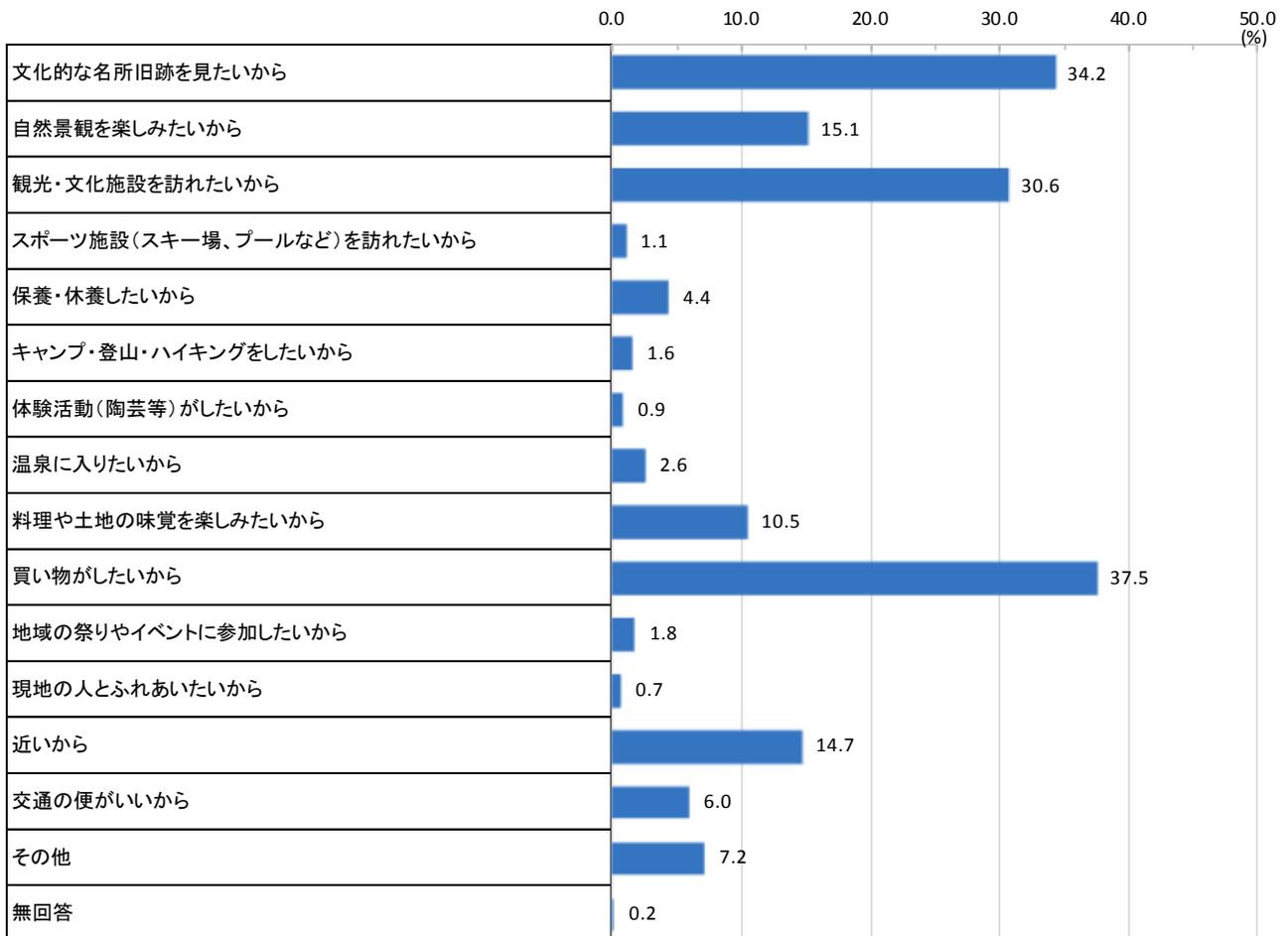


同行者の関係 (n=571)



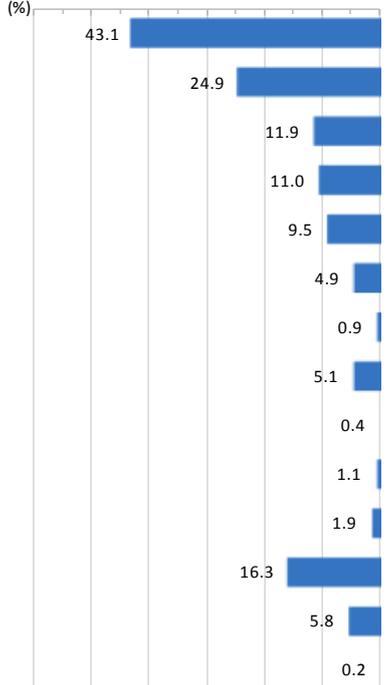
旅行先に選んだ理由は「買い物がしたいから」が37.5%で最も多く、次いで「文化的な名所旧跡を見たいから」が34.2%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が43.1%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が36.1%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=571）



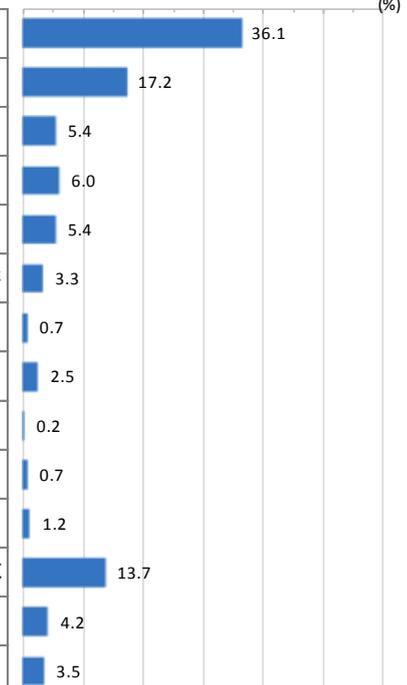
旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=571）

60.0 50.0 40.0 30.0 20.0 10.0 0.0 (%)



“決め手”となった情報源（単一回答）（n=571）

0.0 10.0 20.0 30.0 40.0 50.0 60.0 (%)



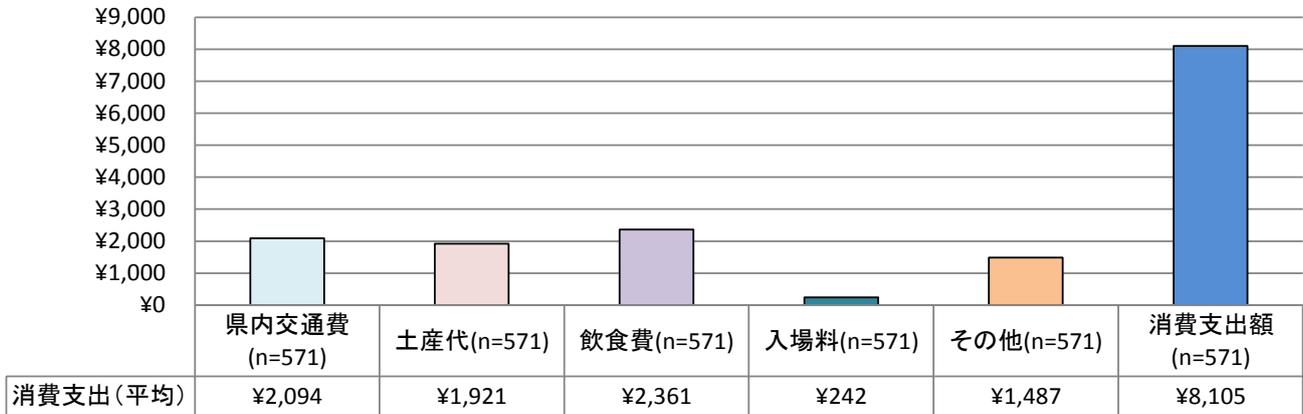
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県南エリア

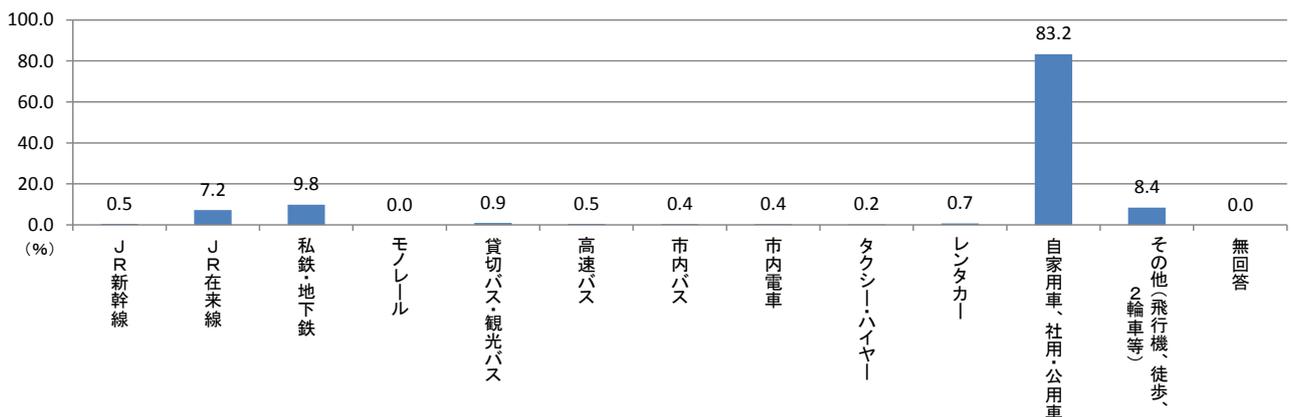
消費支出の平均は、総額で 8,105 円であった。内訳は、「飲食費」が 2,361 円で最も多かった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 83.2%であった。

立ち寄り観光施設は、「あしかがフラワーパーク」が 69 人で最も多く、次いで「佐野プレミアム・アウトレット」が 49 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=571）



立ち寄り観光施設（n=571）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

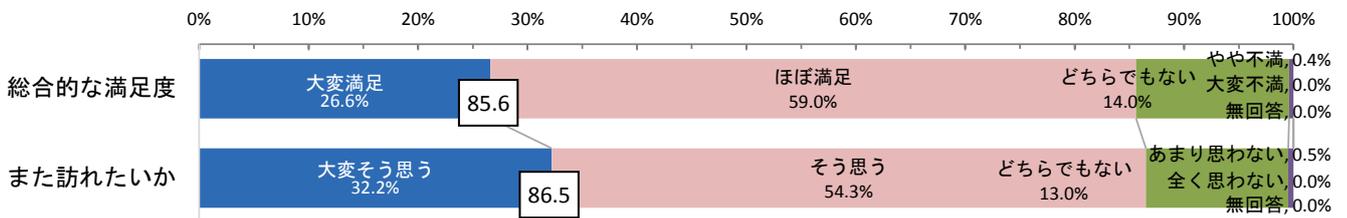
那須	県南	県南
那須ガーデンアウトレット (1)	ココ・ファーム・ワイナリー (12)	塚田歴史伝説館 (1)
県央	とちぎ蔵の街美術館 (8)	とちぎ山車会館 (1)
ろまんちっく村 (1)	道の駅どまんなかたぬま (6)	大岩毘沙門天 (1)
県東	史跡足利学校 (4)	佐野市こどもの国 (1)
井頭観光いちご園 (2)	いちごの里 (4)	まちの駅コエド市場 (1)
道の駅もてぎ (1)	道の駅みかも (4)	おもちゃのまちバンダイミュージアム (1)
県南	太平山 (3)	かかしの里 (1)
あしかがフラワーパーク (69)	岩下の新生姜ミュージアム (3)	県営みかも山公園 (1)
佐野プレミアム・アウトレット (49)	おもちゃ博物館 (1)	とちぎ花センター (1)
鑲阿寺 (27)	いわふねフルーツパーク (1)	
織姫公園 (20)	出流山 (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（7）、佐野プレミアム・アウトレット（7）、岩下の新生姜ミュージアム（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85.6%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86.5%であった。

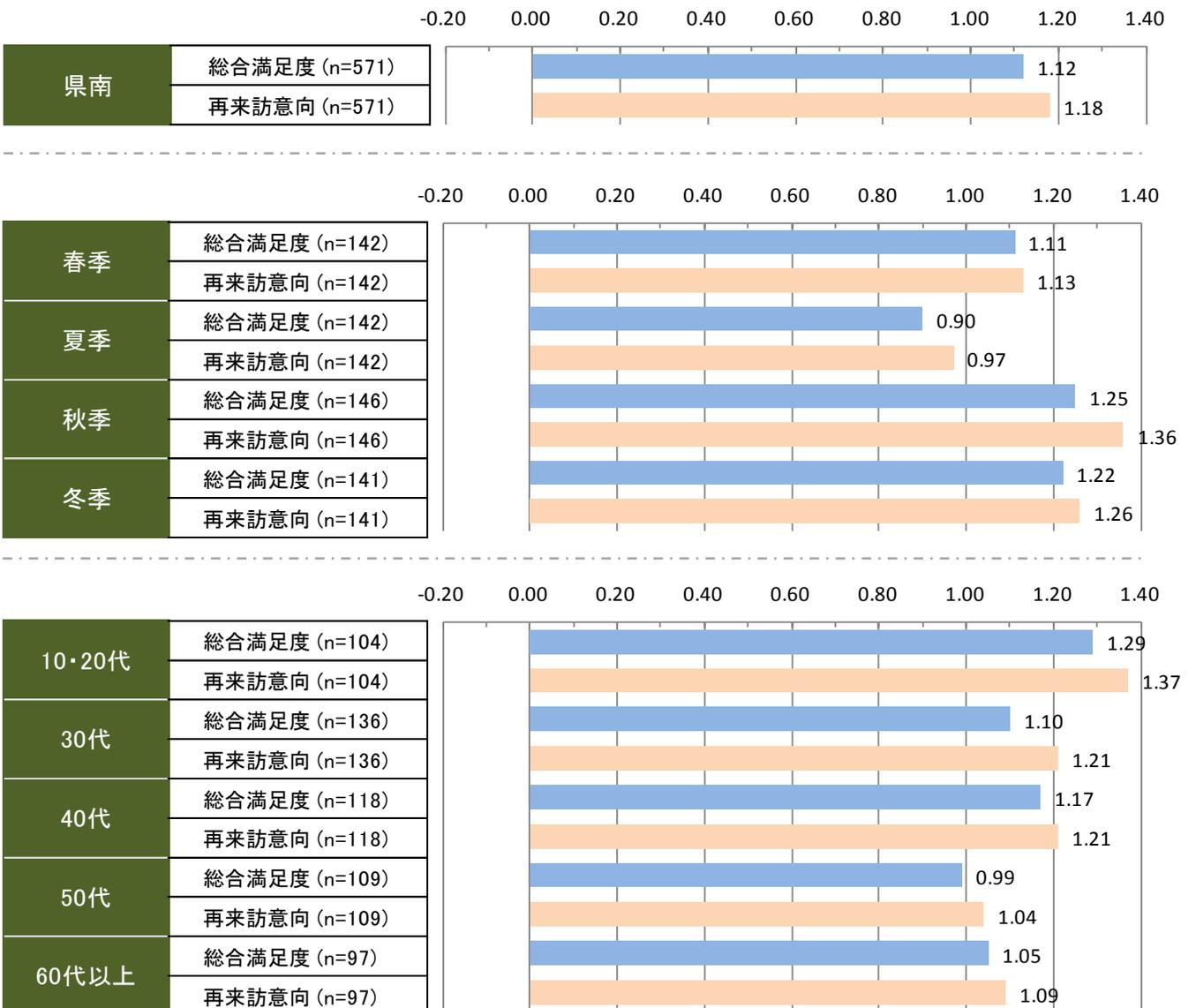
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=571)



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1.25で最も高く、「夏季」が0.90で最も低かった。また、再来訪意向についても「秋季」が1.36で最も高く、「夏季」が0.97で最も低かった。

年代別にみると、総合満足度は「10・20代」で1.29と最も高く、「50代」で0.99と最も低かった。同様に、再来訪意向についても「10・20代」で1.37と最も高く、「50代」で1.04と最も低かった。

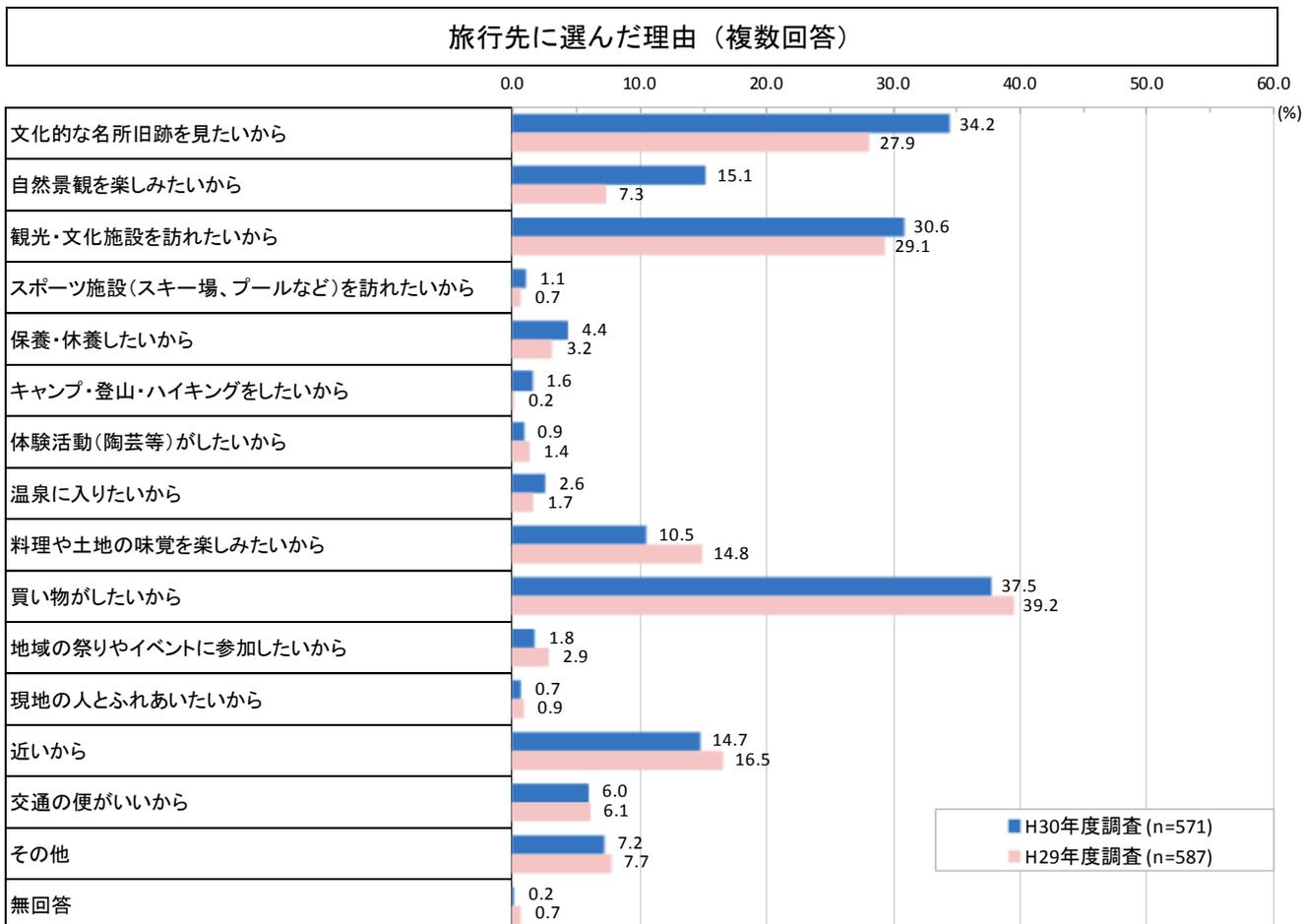


第2章 観光客調査 調査結果

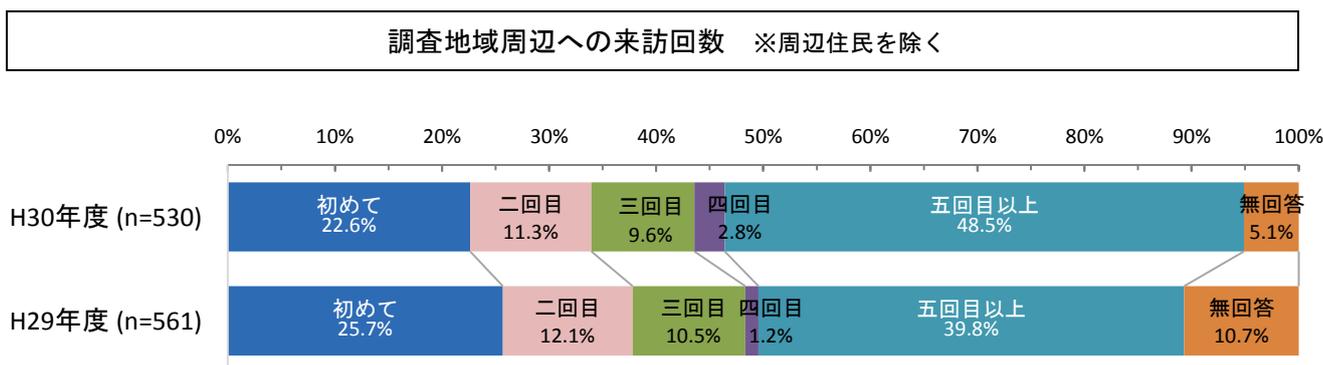
1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県南エリア

②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、平成 29 (2017) 年度調査では「買い物がしたいから」が 39.2%で最も多かったが、平成 30 (2018) 年度調査では 37.5%と 1.7 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」が多く、平成 29 (2017) 年度調査では 27.9%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 34.2%と 6.3 ポイント増加した。「自然景観を楽しみたいから」も 7.8 ポイント増加した。一方で「料理や土地の味覚を楽しみたいから」は平成 29 (2017) 年度調査では 14.8%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 10.5%と 4.3 ポイント減少した。

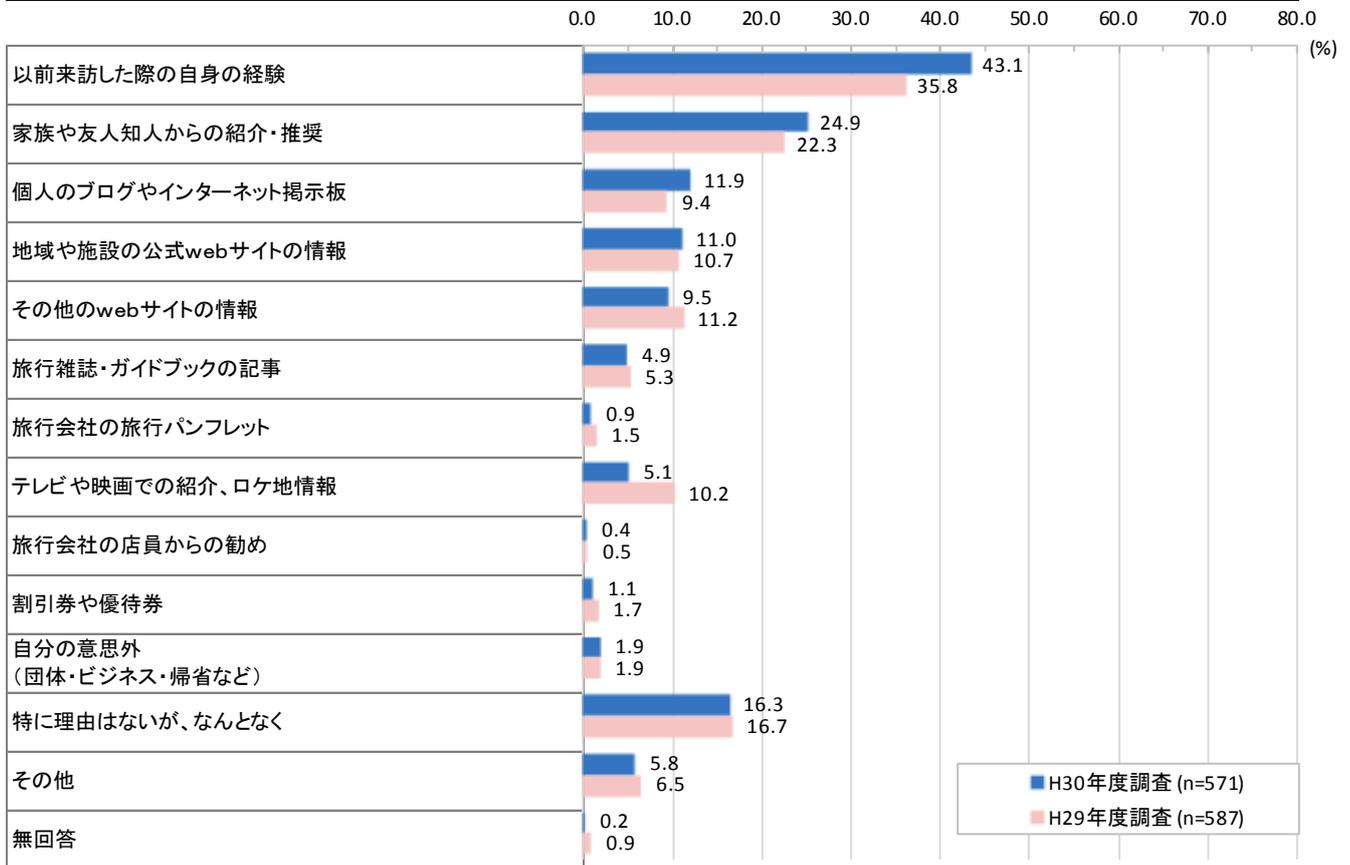


調査地域周辺への来訪回数は、平成 29 (2017) 年度調査では「五回目以上」が最も多く 39.8%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 48.5%と 8.7 ポイント増加した。一方、「初めて」は平成 29 (2017) 年度調査では 25.7%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 22.6%と 3.1 ポイント減少した。



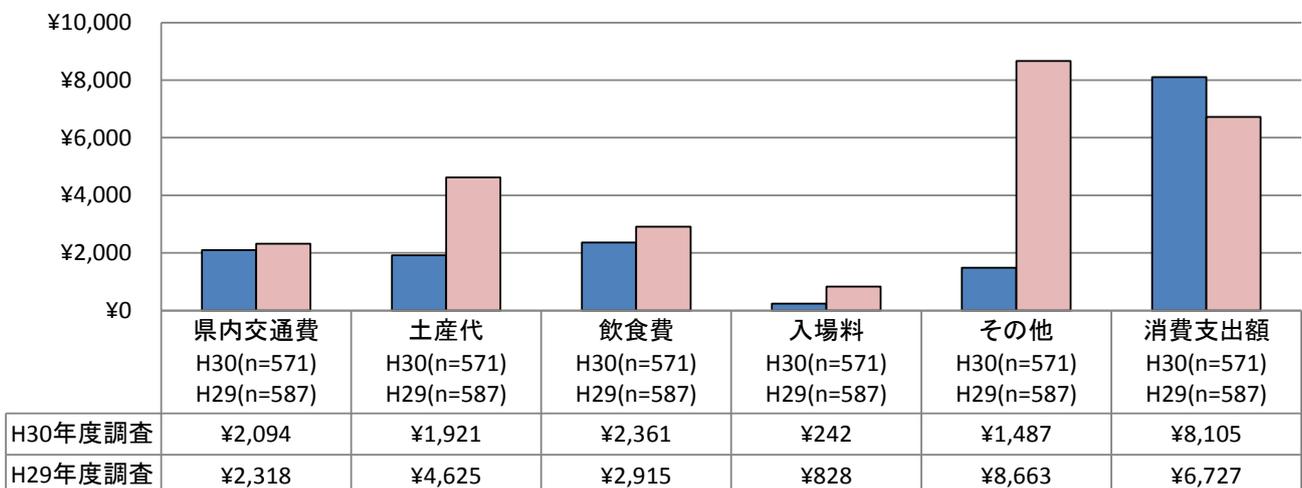
旅行先に選んだ情報源は、平成 29 (2017) 年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く 35.8%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 43.1%と 7.3 ポイント増加した。一方、「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」は平成 29 (2017) 年度調査では 10.2%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 5.1%と 5.1 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



消費支出の総額は、平成 29 (2017) 年度調査では 6,727 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 8,105 円に増加した。

消費支出 (総額)

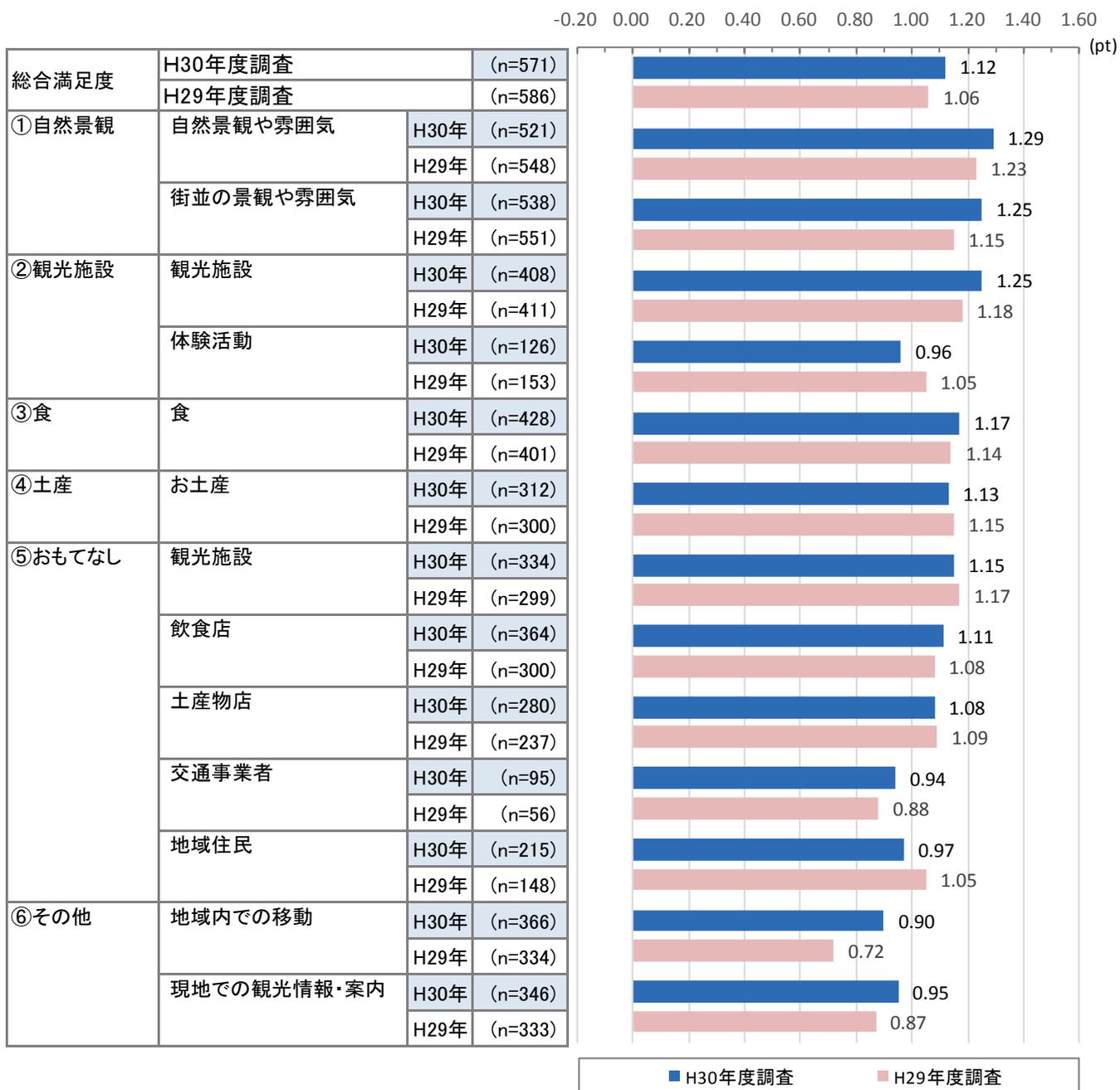


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県南エリア

総合満足度は、平成 29 (2017) 年度調査では 1.06 であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 1.12 と 0.06 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成 29 (2017) 年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.23 で最も高く、平成 30 (2018) 年度調査でも同項目が 1.29 と最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)



v. 県東エリア

①平成30(2018)年度調査結果

日帰り客(県東エリア)

サンプル数：611

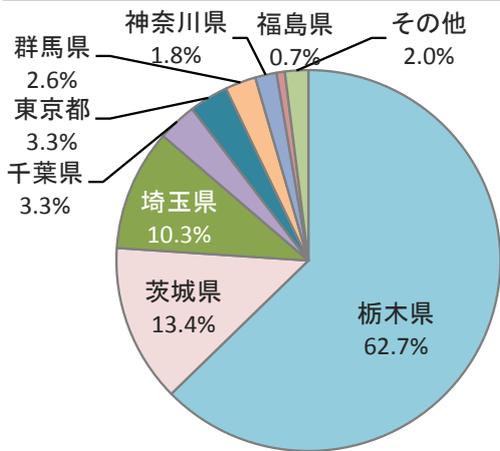
お住まいは「栃木県」が最も多く62.7%、次いで「茨城県」が13.4%、「埼玉県」が10.3%であった。

年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く、「男性」が34.9%、「女性」が22.1%であった。

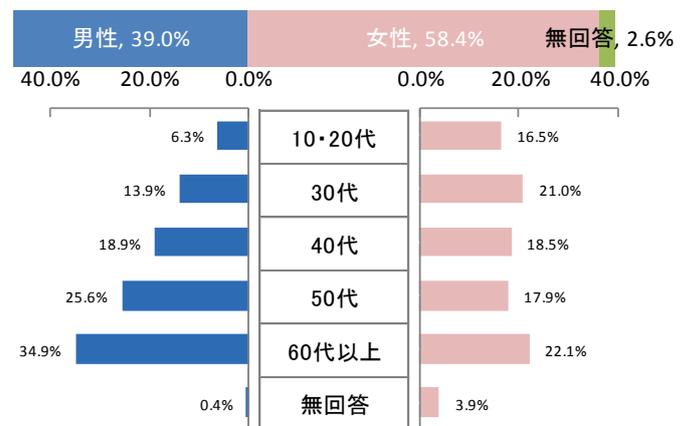
調査地域周辺の来訪回数は、「五回目以上」のリピーターが57.3%で最も多かった。

同行者数は「2人」が55.8%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が26.2%で最も多かった。

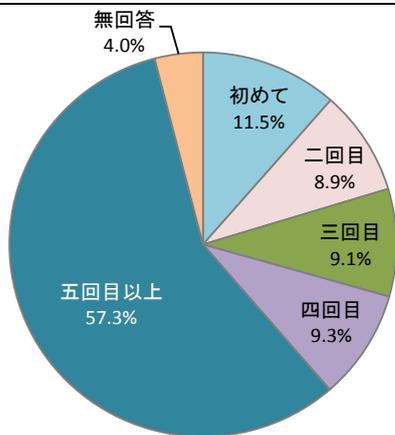
お住まい (n=611)



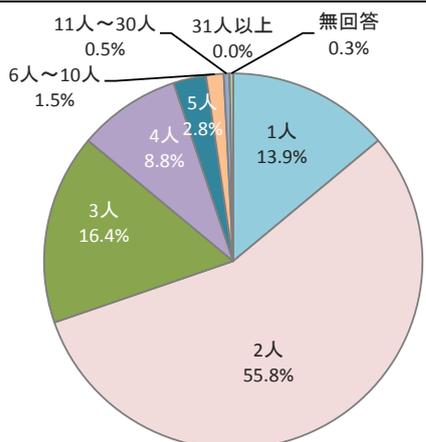
性別・年代 (n=611)



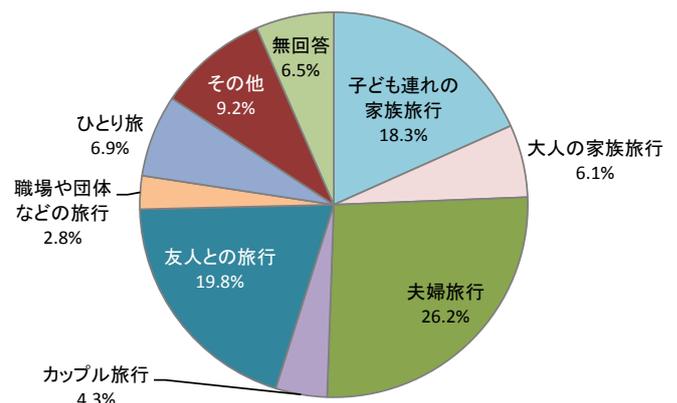
調査地域周辺への来訪回数 (n=497)



同行人数 ※回答者を含む (n=611)



同行者の関係 (n=611)

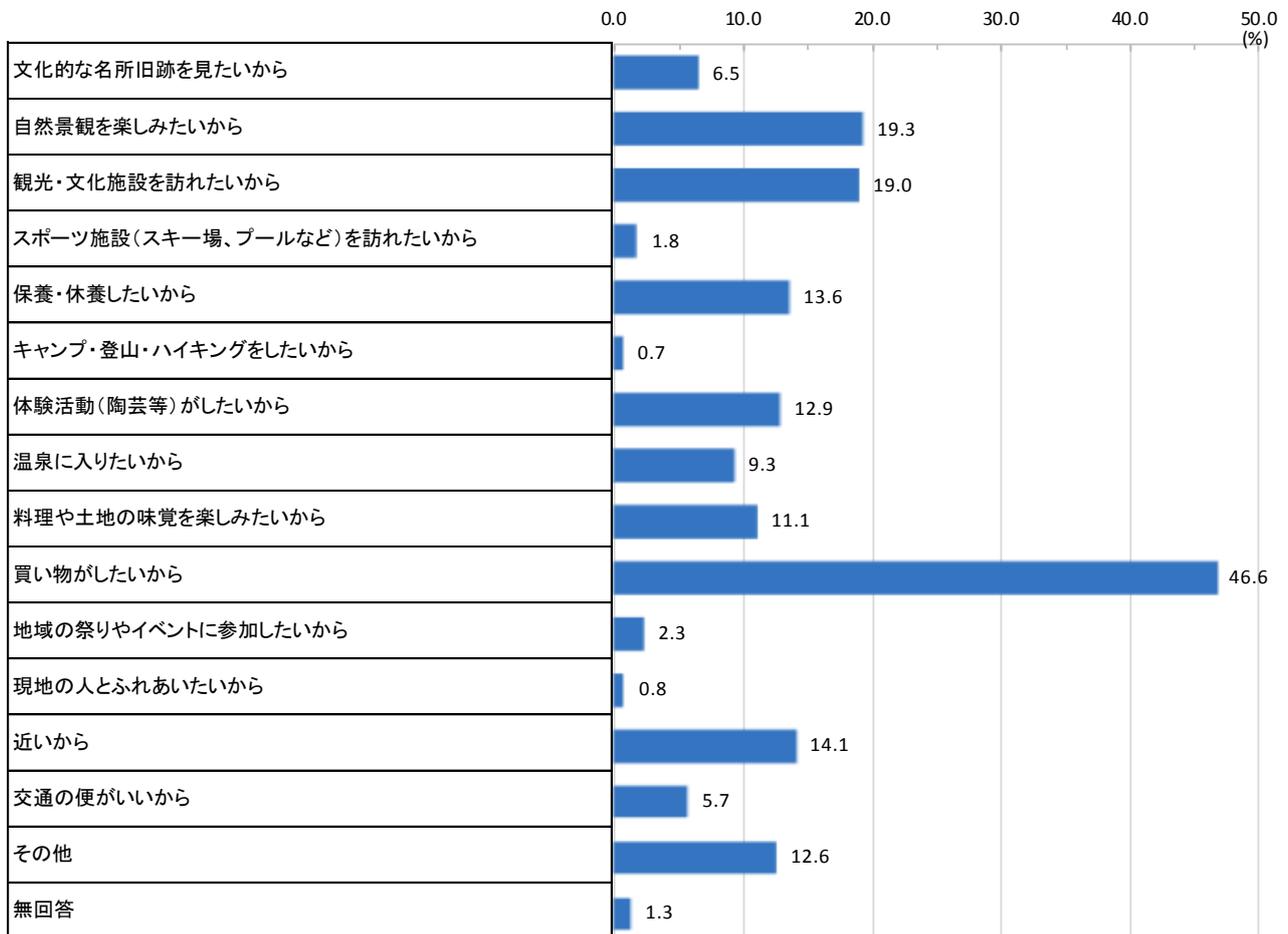


第2章 観光客調査 調査結果

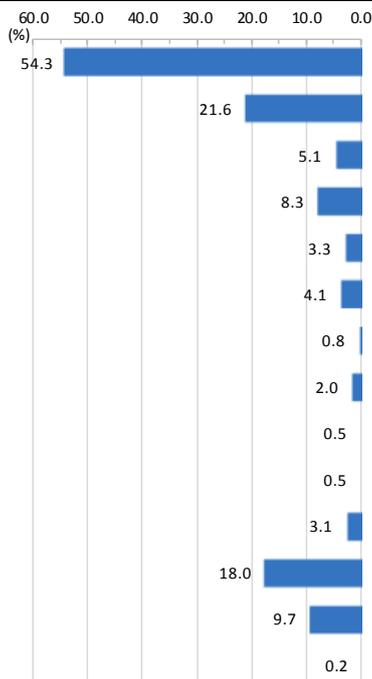
1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 関東エリア

旅行先に選んだ理由は「買い物がしたいから」が46.6%で最も多く、次いで「自然景観を楽しみたいから」「観光・文化施設を訪れたいから」が多かった。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54.3%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48.1%で最も多かった。

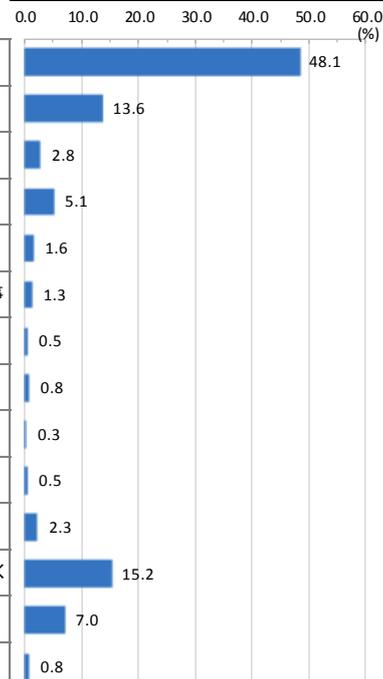
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=611）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=611）



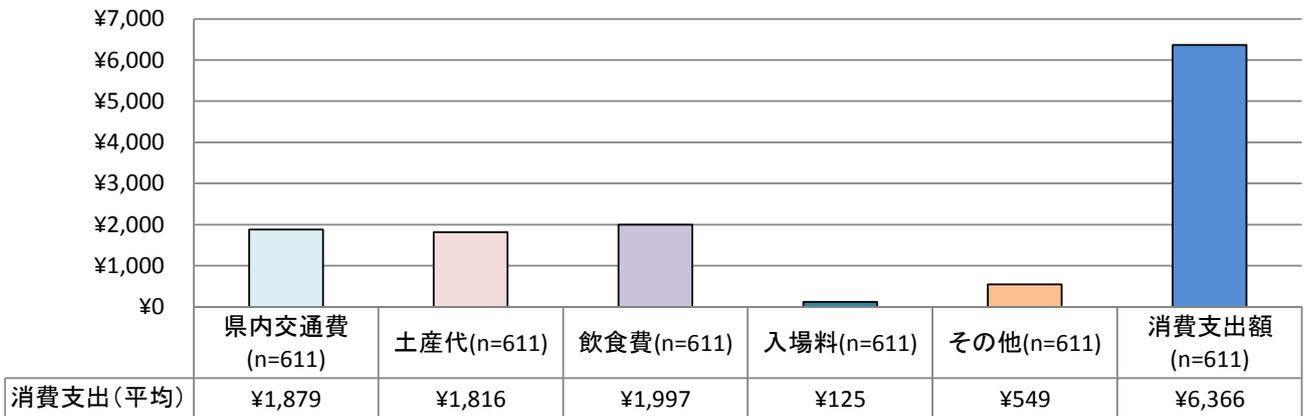
“決め手”となった情報源（単一回答）（n=611）



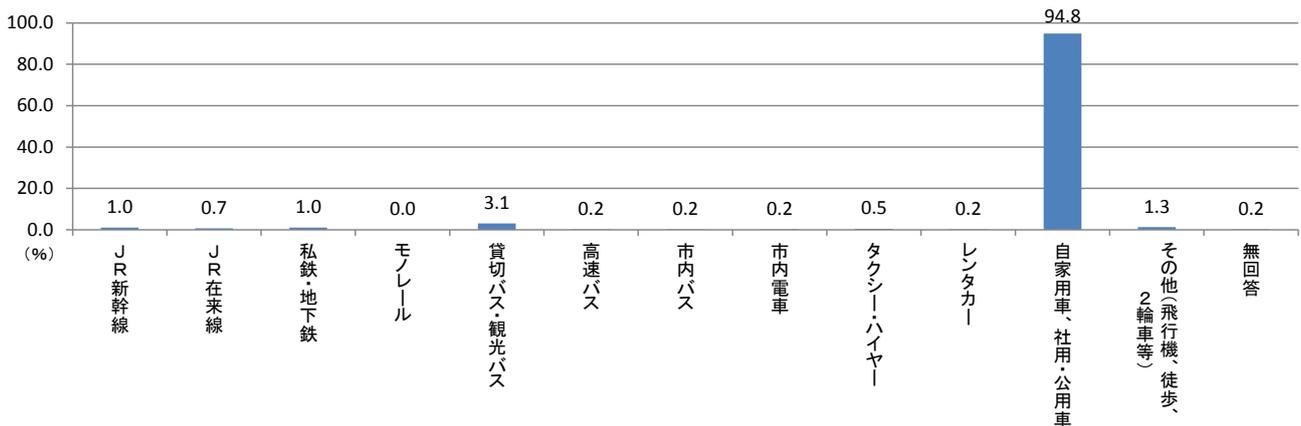
消費支出の平均は、総額で 6,366 円であった。内訳は、「飲食費」が 1,997 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 1,879 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 94.8%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「道の駅サンバの里いちかい」が 41 人で最も多く、次いで「ツインリンクもてぎ」が 33 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=611）



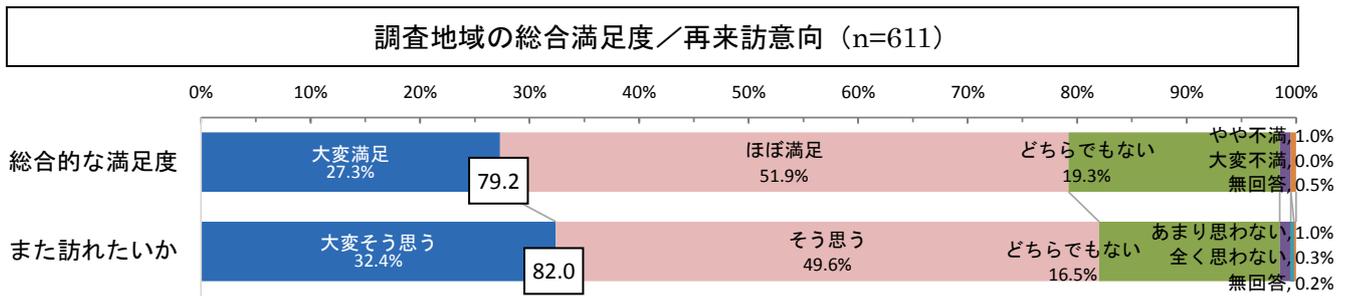
立ち寄り観光施設（n=611）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

那須	県南	県東
那須ガーデンアウトレット (8)	あしかがフラワーパーク (7)	道の駅もてぎ (10)
道の駅「湧水の郷しおや」 (2)	道の駅 しもつけ (6)	西明寺 (10)
道の駅やいた (1)	佐野プレミアム・アウトレット (5)	益子の森 (10)
県央	とちぎわんぱく公園 (3)	観光いちご狩り (9)
宇都宮動物園 (5)	とちぎ蔵の街美術館 (1)	学問の神様天満宮 (5)
大谷資料館 (3)	道の駅みかも (1)	道の駅はが (5)
道の駅ばとう (2)	渡良瀬遊水地 (1)	井頭公園 (5)
ろまんちっく村 (2)	道の駅思川 (1)	道の駅にのみや (3)
花木センター (1)	県東	サンバの里いちかい夏まつり (2)
龍門ふるさと民芸館 (1)	道の駅サンバの里いちかい (41)	真岡市根本山自然観察センター (2)
道の駅きつれがわ (1)	ツインリンクもてぎ (33)	観音山梅の里 (1)
元気あつむら (1)	道の駅ましこ (29)	大前神社 (1)
喜連川温泉第1浴場 (1)	芳賀温泉ロマンの湯 (28)	真岡井頭温泉 (1)
馬頭温泉郷 (1)	陶芸メッセ・益子 (21)	外池酒造 (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。

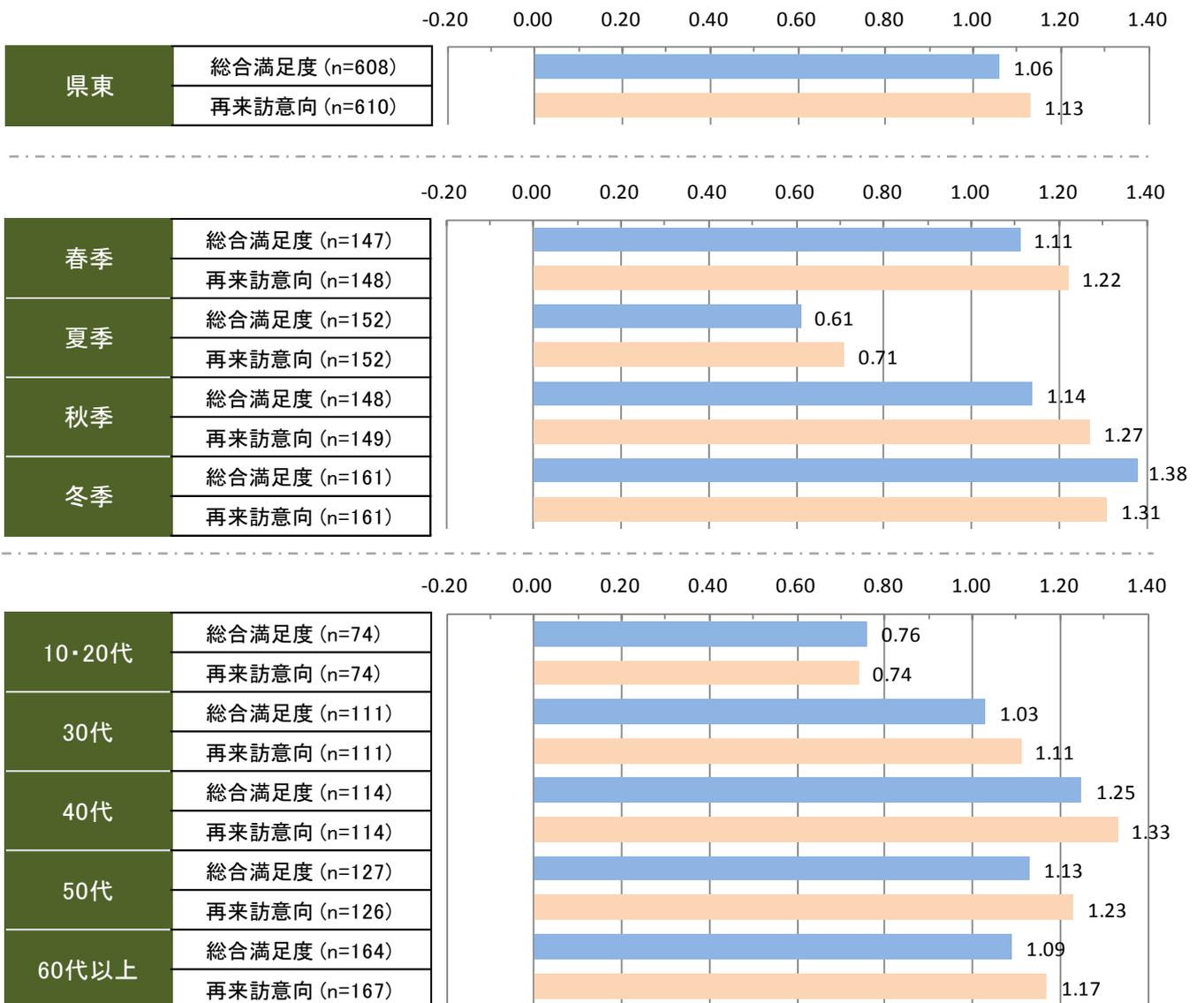
道の駅もてぎ (20)、陶芸メッセ・益子 (19)、道の駅はが (15)

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79.2%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82.0%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)

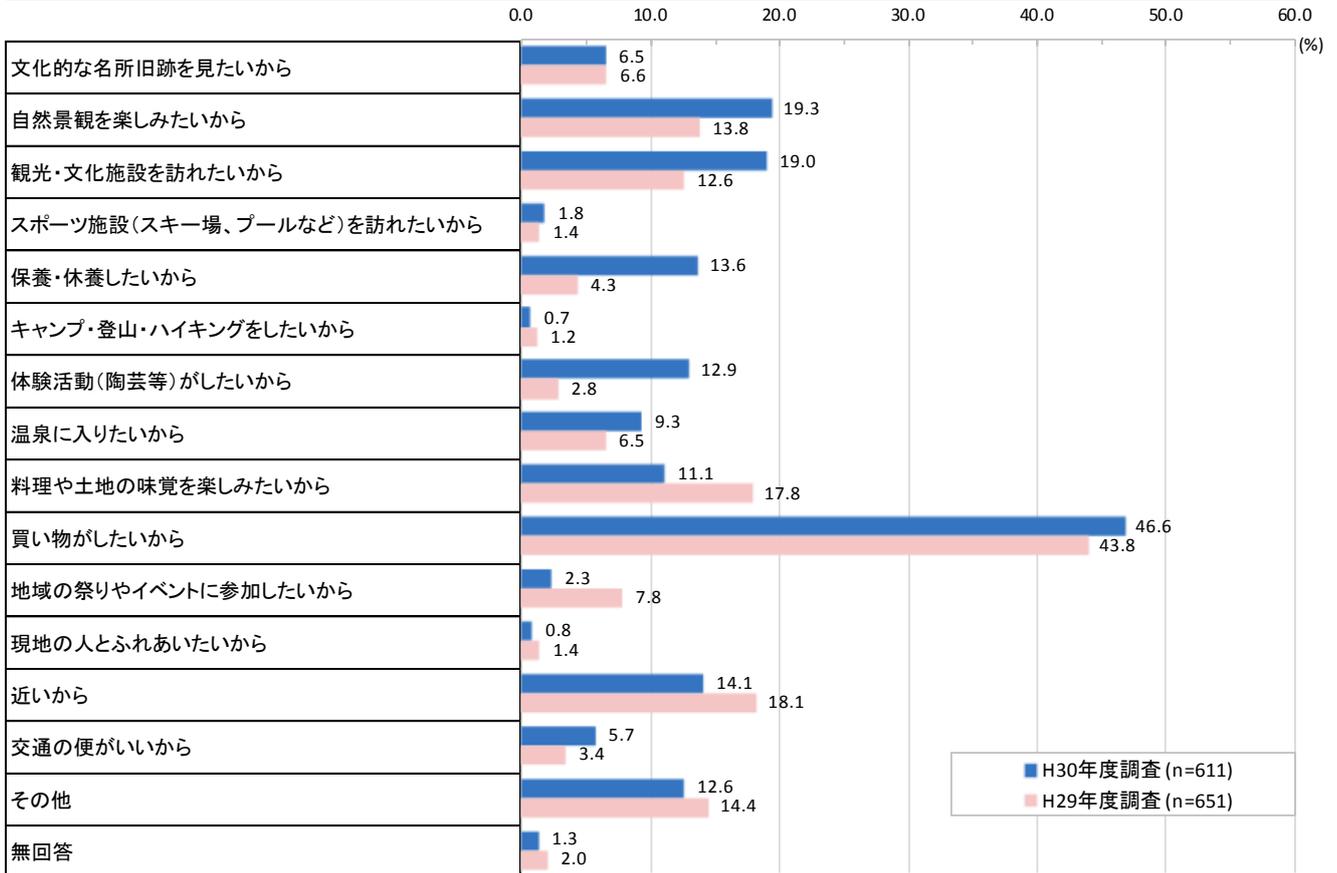
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.38で最も高く、「夏季」が0.61で最も低かった。また、再来訪意向も、「冬季」が1.31で最も高く、「夏季」が0.71で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.25で最も高く、「10・20代」が0.76で最も低かった。また、再来訪意向についても、「40代」が1.33で最も高く、「10・20代」が0.74で最も低かった。



②過去調査との比較

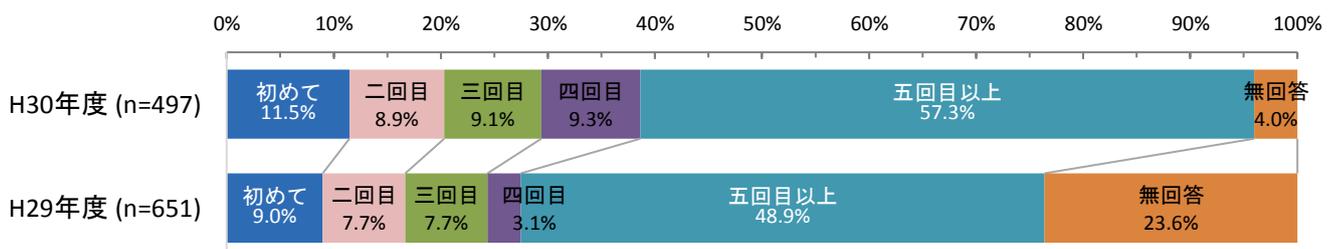
旅行先に選んだ理由は、平成 29 (2017) 年度調査では「買い物がしたいから」が最も多く 43.8%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 46.6%と 2.8 ポイント増加した。「体験活動(陶芸等)がしたいから」は平成 29 (2017) 年度調査では 2.8%だったが、平成 30 (2018) 年度調査では 12.9%と 10.1 ポイント増加した。一方で「料理や土地の味覚を楽しみたいから」は平成 29 (2017) 年度調査では 17.8%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 11.1%と 6.7 ポイント減少した。

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、平成 29 (2017) 年度調査では「五回目以上」が最も多く 48.9%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 57.3%と 8.4 ポイント増加した。平成 29 (2017) 年度調査と比較して「四回目」は 6.2 ポイント、「初めて」は 2.5 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

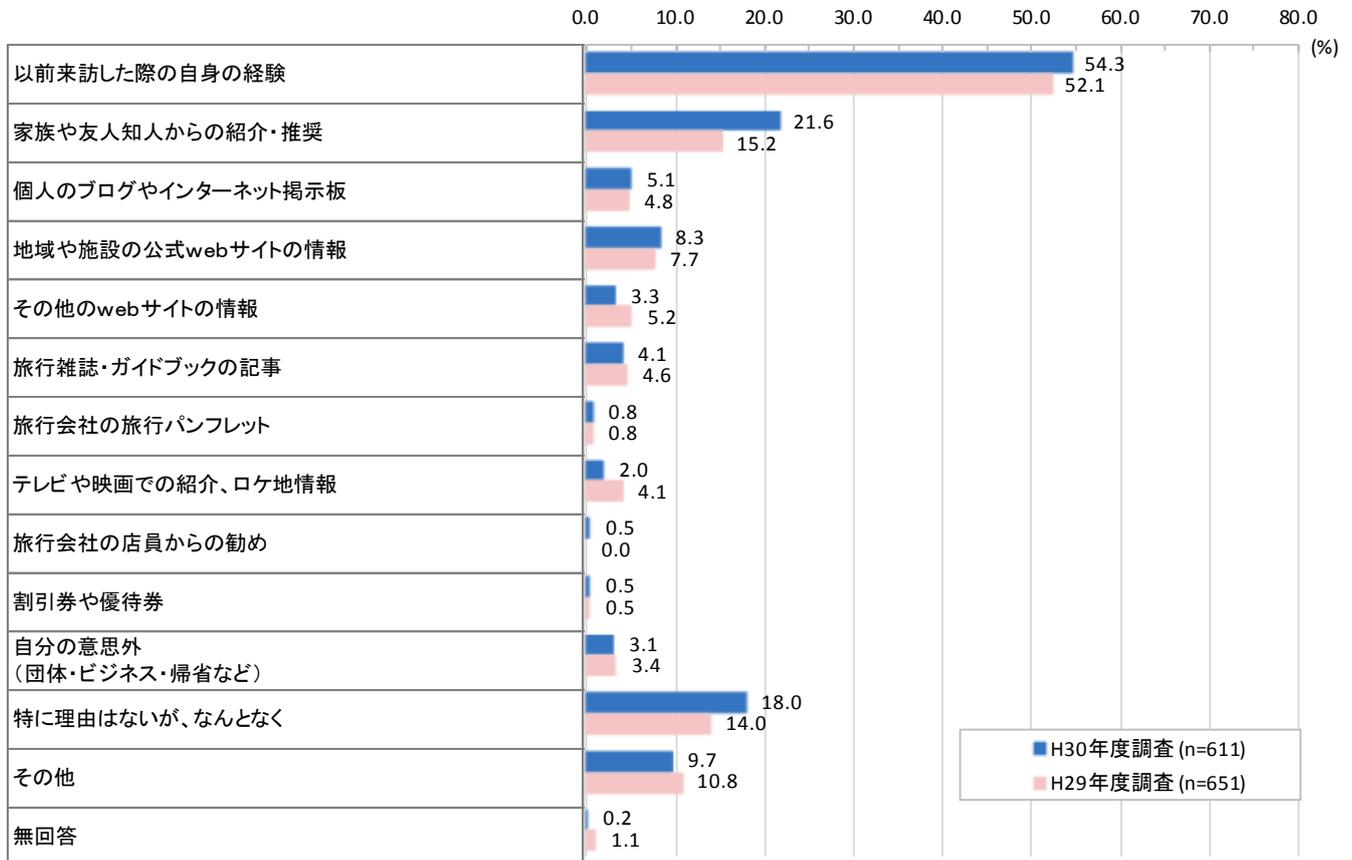


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 関東エリア

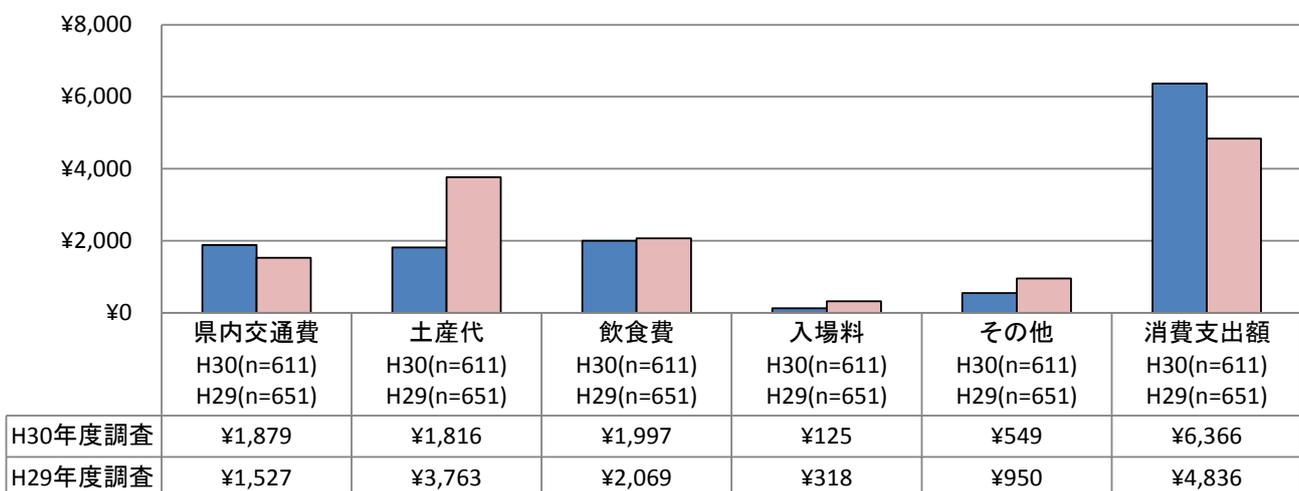
旅行先に選んだ情報源は、平成 29 (2017) 年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く 52.1%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 54.3%と 2.2 ポイント増加した。次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が多く、平成 29 (2017) 年度調査では 15.2%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 21.6%と 6.4 ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



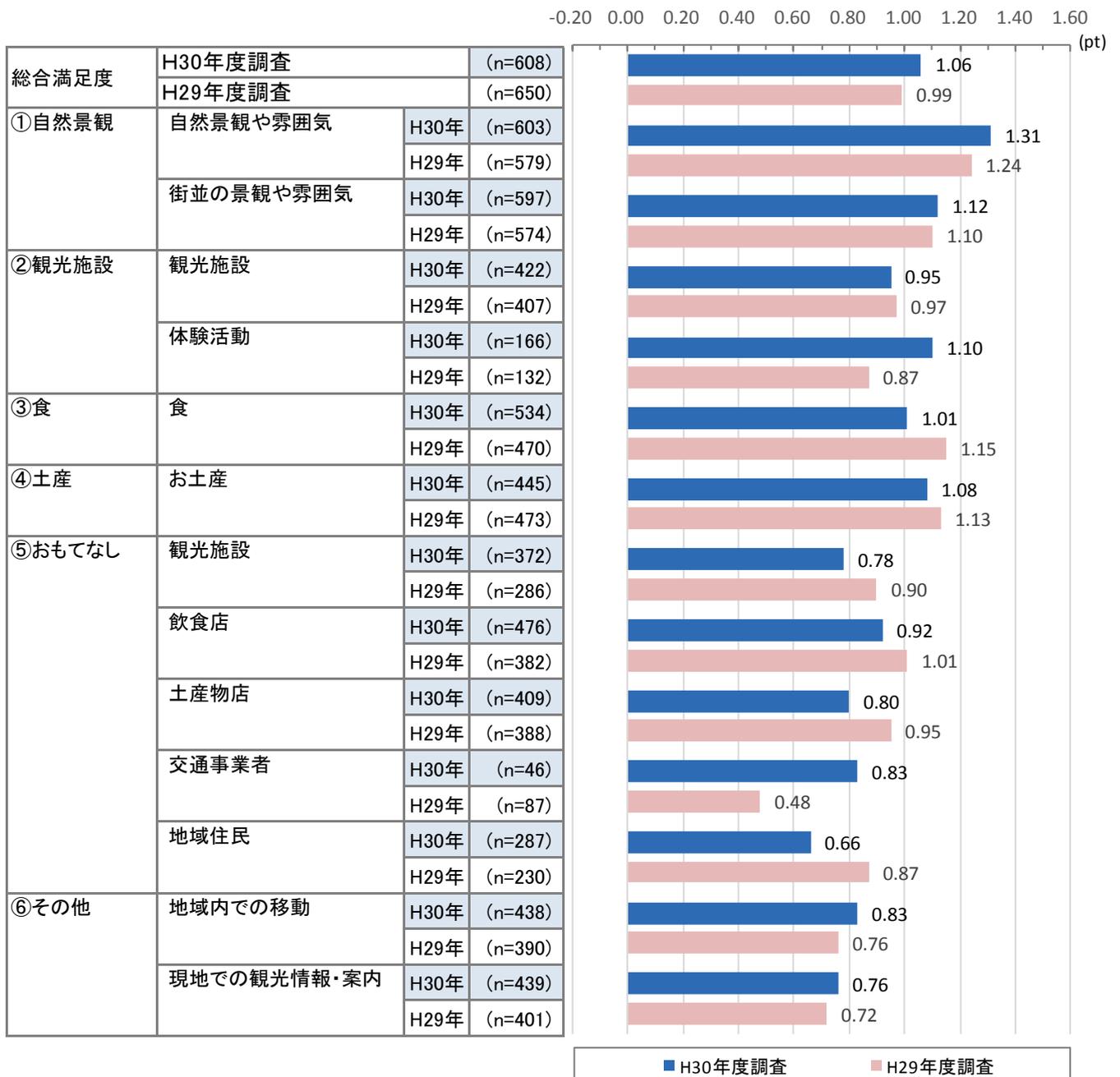
消費支出の総額は、平成 29 (2017) 年度調査では 4,836 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 6,366 円に増加した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 29 (2017) 年度調査では 0.99 であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 1.06 と 0.07 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成 29 (2017) 年度調査、平成 30 (2018) 年度調査ともに「自然景観 自然景観や雰囲気」が最も高く、平成 30 (2018) 年度は 1.31 と、平成 29 (2017) 年度の 1.24 に比べて 0.07 ポイント増加した。

項目別満足度 (加重平均値)



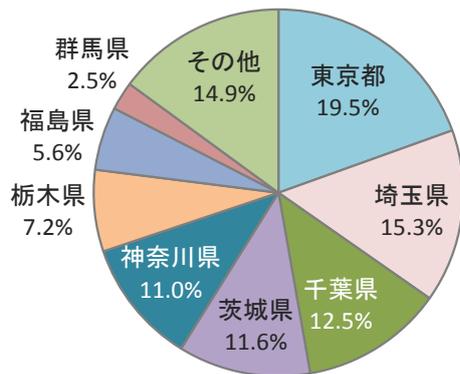
2. 宿泊客

(1) 県全体

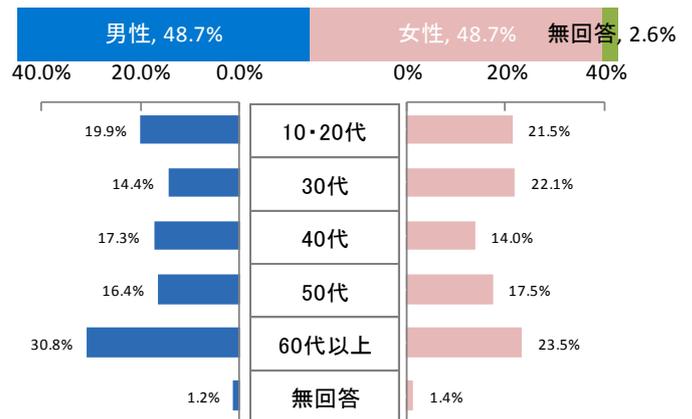
①平成 30 (2018) 年度調査結果

お住まいは「東京都」が19.5%で最も多く、次いで「埼玉県」が15.3%、「千葉県」が12.5%であった。
性別は、「男性」「女性」ともに48.7%であった。
年代は、男性は「60代以上」が30.8%で最も多く、女性も「60代以上」が23.5%で最も多かった。

お住まい (n=1187)

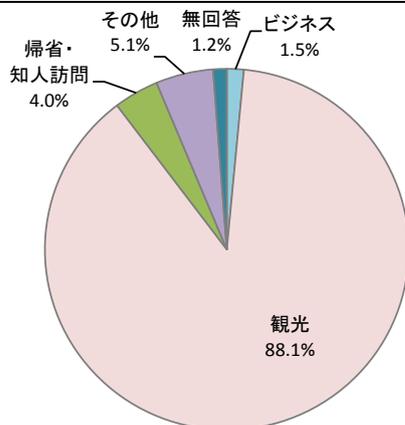


性別・年代 (n=1187)

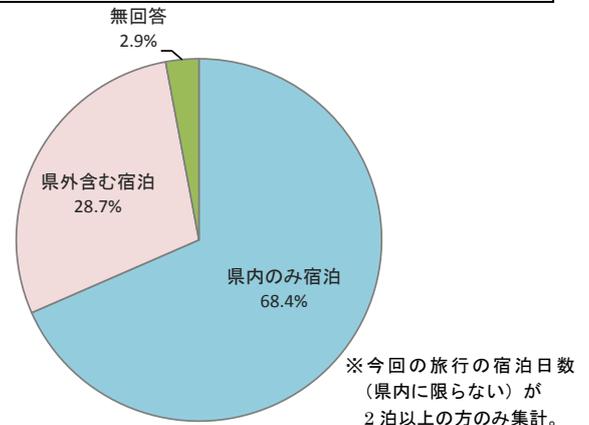


旅行の主要目的は、「観光」が88.1%と8割を超えた。
宿泊旅程は、「県内のみ宿泊」が68.4%と7割弱となった。

旅行の主要目的 (n=1187)

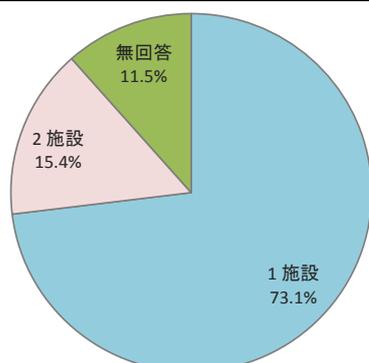


宿泊旅程 (n=171)



県内に2泊以上した方の宿泊施設数は、「1施設」が73.1%と7割を超えた。

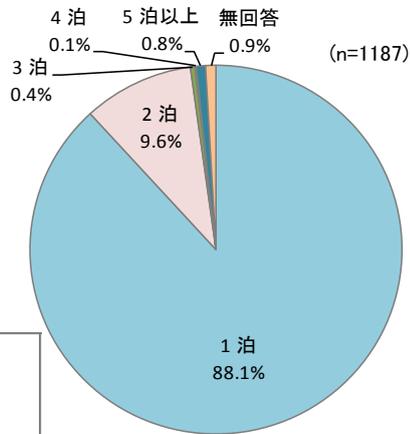
栃木県内の宿泊施設数 (n=130)



※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。

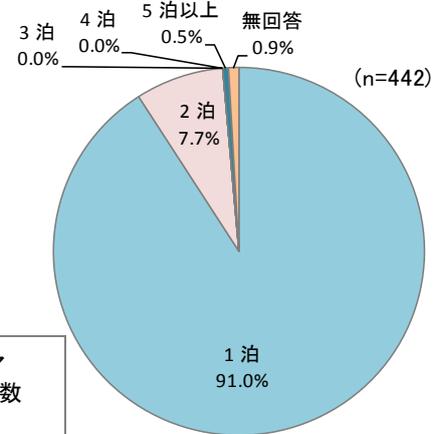
県内での宿泊日数は、「1泊」が全てのエリアで8割を超え、日光エリアでは9割に達した。
平均宿泊日数をエリア別にみると、那須エリアで1.32泊と他のエリアと比較して多かった。

【県全体】

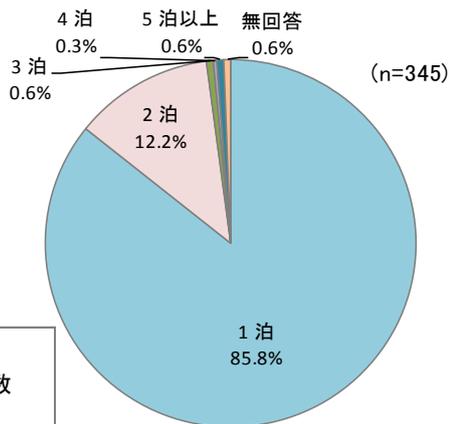


平均宿泊日数
1.21泊

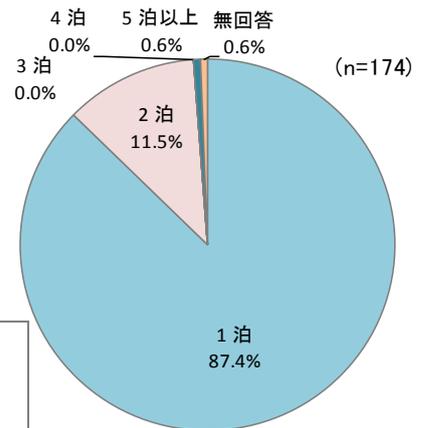
【エリア別】



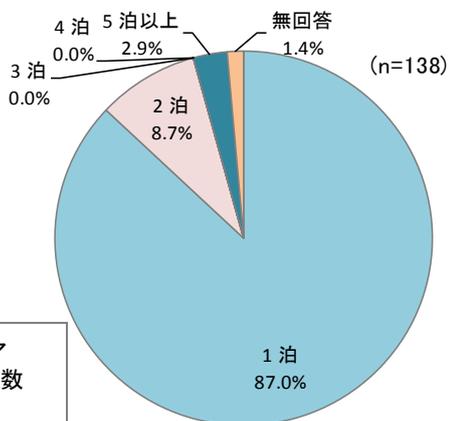
日光エリア
平均宿泊日数
1.15泊



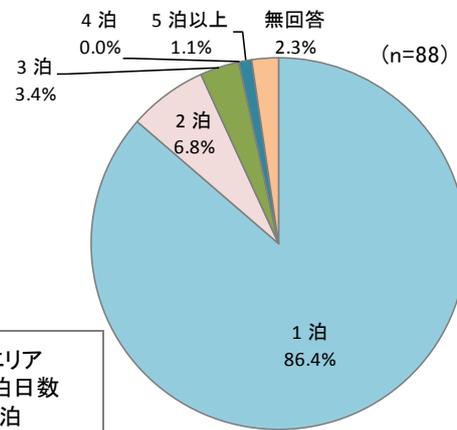
那須エリア
平均宿泊日数
1.32泊



県央エリア
平均宿泊日数
1.13泊



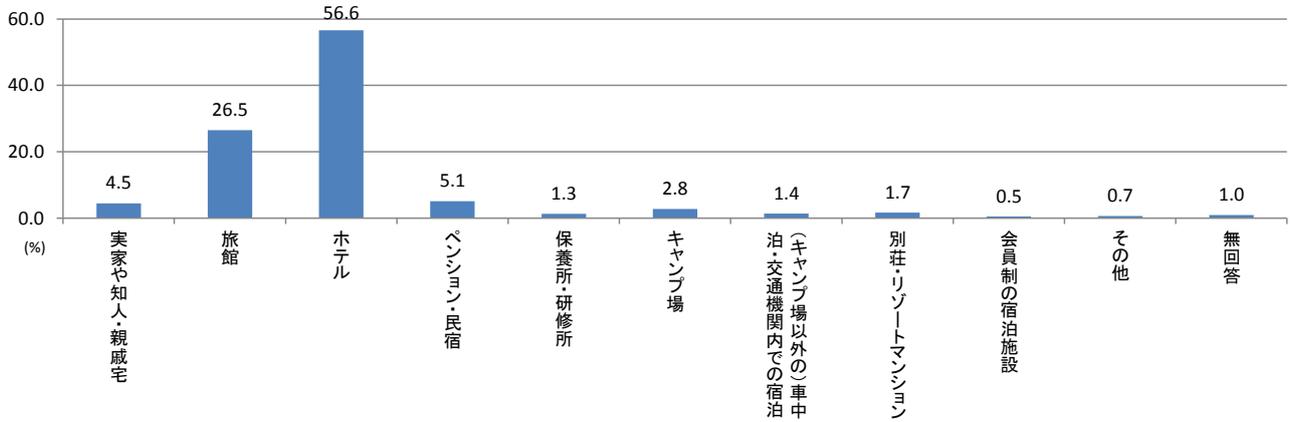
県南エリア
平均宿泊日数
1.22泊



県東エリア
平均宿泊日数
1.18泊

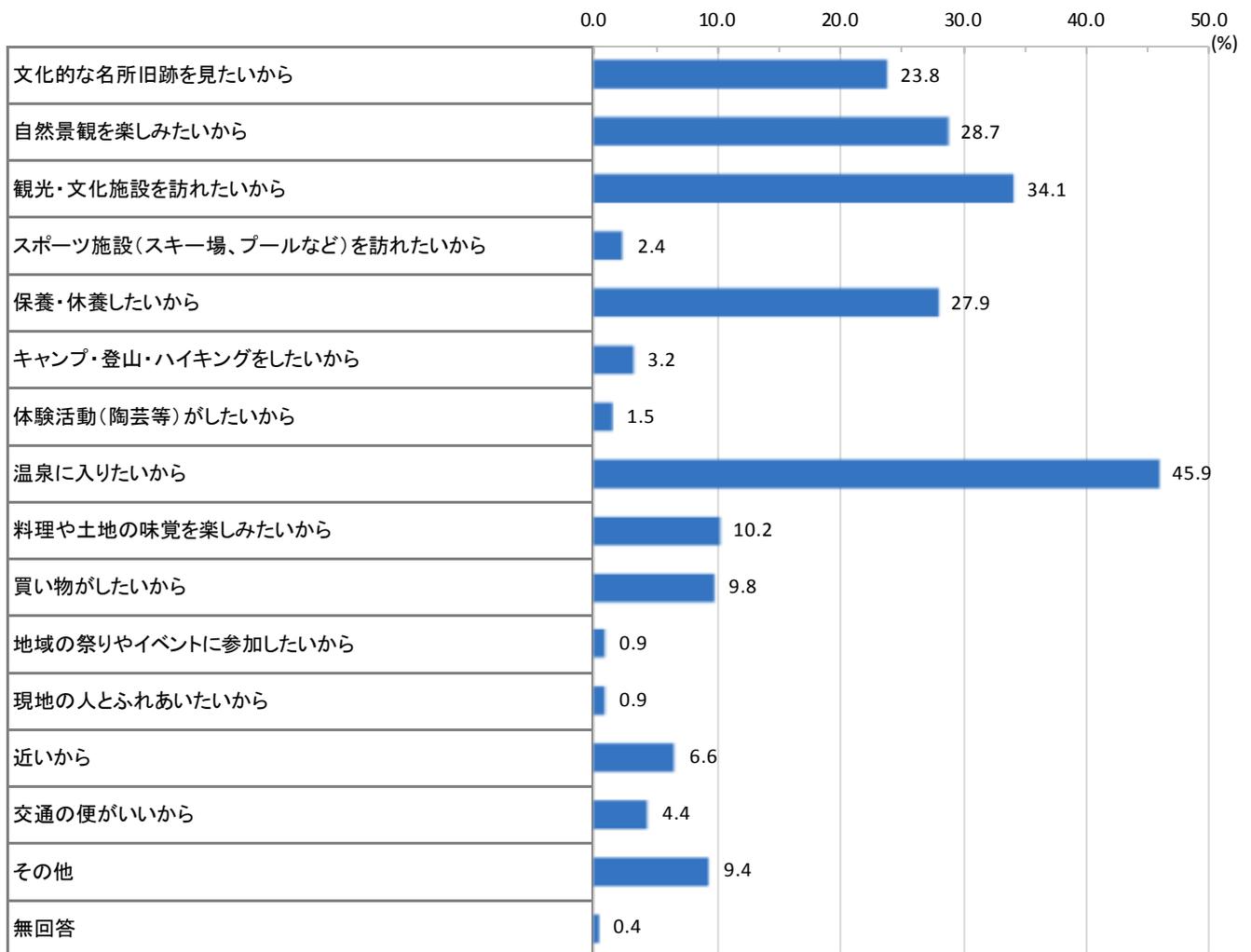
県内での利用宿泊施設は「ホテル」が56.6%で最も多く、次いで「旅館」が26.5%であった。

栃木県内での利用宿泊施設（複数回答）（n=1187）



旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が45.9%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が34.1%、「自然景観を楽しみたいから」が28.7%、「保養・休養したいから」が27.9%であった。

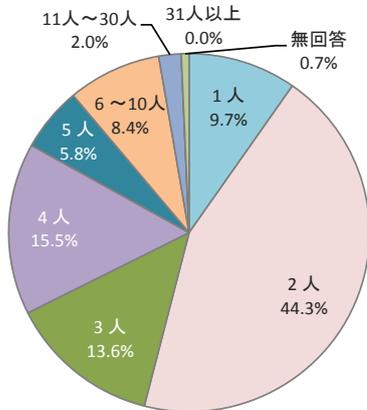
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=1187）



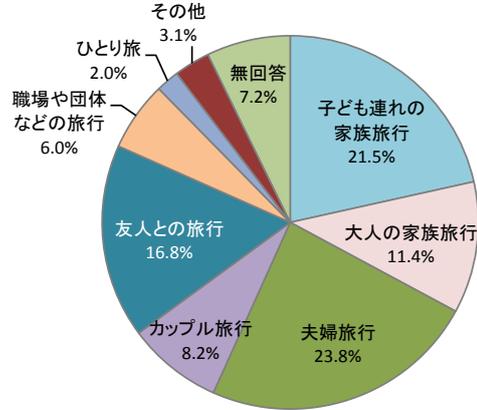
回答者を含む同行者数は、「2人」が44.3%で最も多く、次いで「4人」が15.5%、「3人」が13.6%であった。

同行者の関係は、「夫婦旅行」が23.8%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が21.5%、「友人との旅行」が16.8%、「大人の家族旅行」が11.4%であった。

同行者数 ※回答者を含む (n=1187)

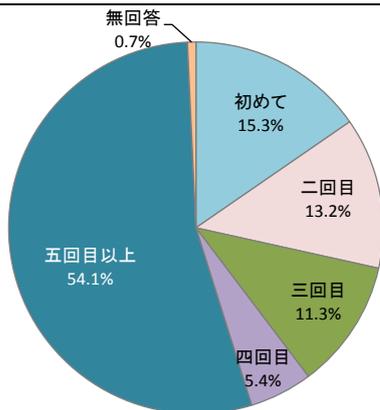


同行者の関係 (n=1187)



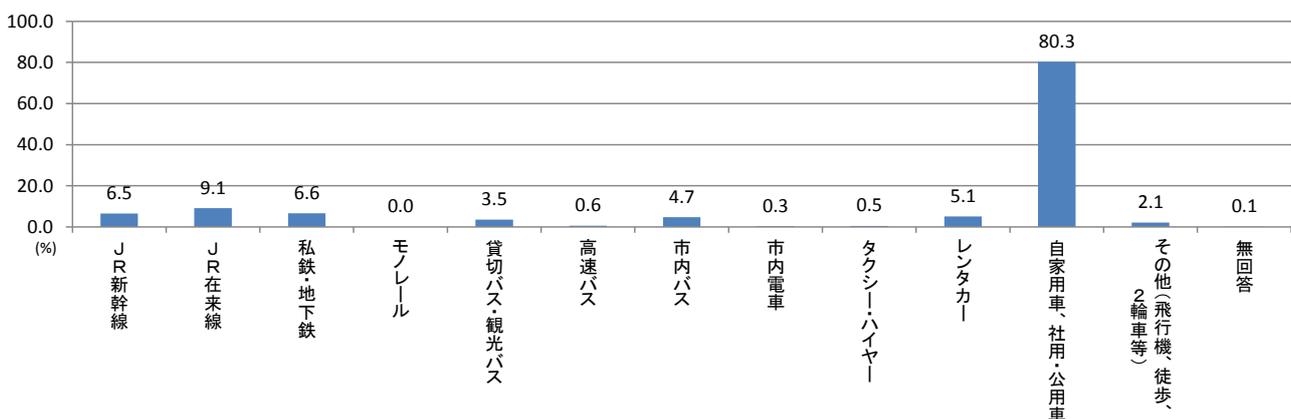
県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」が54.1%と半数を超えた。次いで「初めて」が15.3%であった。

県外客の栃木県への来訪回数 (n=1102)



利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が80.3%で大半を占めた。その他の交通機関としては「JR在来線」が9.1%、「私鉄・地下鉄」が6.6%、「JR新幹線」が6.5%であった。

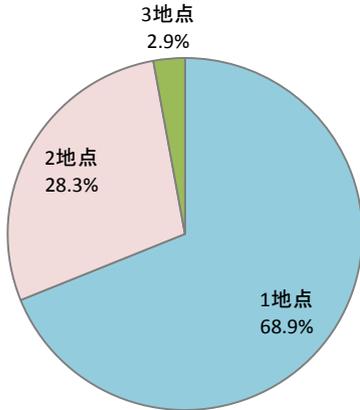
利用交通機関 (複数回答) (n=1187)



立ち寄り観光施設数は、「1地点」が68.9%で最も多く、次いで「2地点」が28.3%であった。

立ち寄り観光施設数 (n=559)

※「0地点(調査地点以外立ち寄りなし)」を除く

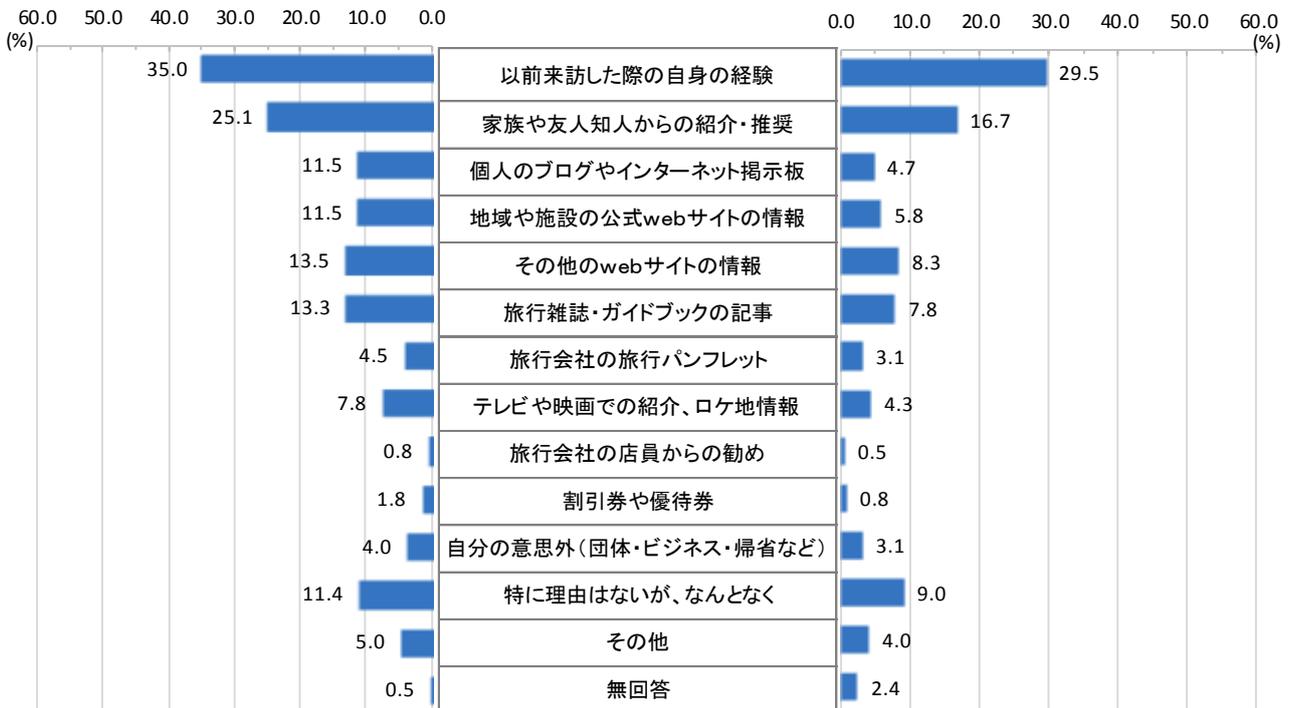


旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が35.0%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が25.1%であった。

“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29.5%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が16.7%であった。

旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=1187)

“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=1187)



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=1187)	
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	16.7
3	特に理由はないが、なんとなく	9.0
4	その他のwebサイトの情報	8.3
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	7.8
6	地域や施設の公式webサイトの情報	5.8
7	個人のブログやインターネット掲示板	4.7
8	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.3
9	旅行会社の旅行パンフレット	3.1
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	3.1
11	割引券や優待券	0.8
12	旅行会社の店員からの勧め	0.5

NO.	10・20代 (n=240)	
1	以前来訪した際の自身の経験	19.6
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	25.8
3	特に理由はないが、なんとなく	13.3
4	その他のwebサイトの情報	11.3
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	7.5
6	地域や施設の公式webサイトの情報	5.0
7	個人のブログやインターネット掲示板	3.8
8	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.3
9	旅行会社の旅行パンフレット	1.7
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.5
11	割引券や優待券	0.0
12	旅行会社の店員からの勧め	0.8

NO.	30代 (n=216)	
1	以前来訪した際の自身の経験	25.0
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	14.8
3	特に理由はないが、なんとなく	10.6
4	その他のwebサイトの情報	6.9
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	11.1
6	地域や施設の公式webサイトの情報	7.4
7	個人のブログやインターネット掲示板	6.0
8	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.6
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.9
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	4.2
11	割引券や優待券	0.5
12	旅行会社の店員からの勧め	0.5

NO.	40代 (n=184)	
1	以前来訪した際の自身の経験	29.9
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	16.3
3	特に理由はないが、なんとなく	5.4
4	その他のwebサイトの情報	9.8
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	9.8
6	地域や施設の公式webサイトの情報	6.0
7	個人のブログやインターネット掲示板	7.1
8	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.8
9	旅行会社の旅行パンフレット	2.7
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	3.8
11	割引券や優待券	1.1
12	旅行会社の店員からの勧め	0.5

NO.	50代 (n=200)	
1	以前来訪した際の自身の経験	26.5
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	15.5
3	特に理由はないが、なんとなく	8.0
4	その他のwebサイトの情報	9.0
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	7.0
6	地域や施設の公式webサイトの情報	6.0
7	個人のブログやインターネット掲示板	4.5
8	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	6.5
9	旅行会社の旅行パンフレット	4.5
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	4.0
11	割引券や優待券	1.5
12	旅行会社の店員からの勧め	0.0

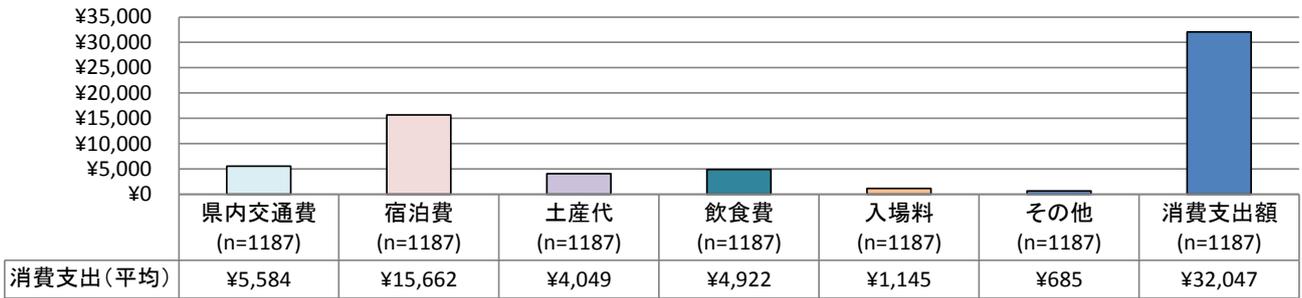
NO.	60代 (n=325)	
1	以前来訪した際の自身の経験	40.6
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	12.3
3	特に理由はないが、なんとなく	8.0
4	その他のwebサイトの情報	5.2
5	旅行雑誌・ガイドブックの記事	5.5
6	地域や施設の公式webサイトの情報	4.6
7	個人のブログやインターネット掲示板	3.7
8	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.1
9	旅行会社の旅行パンフレット	4.9
10	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.2
11	割引券や優待券	1.2
12	旅行会社の店員からの勧め	0.6

第2章 観光客調査 調査結果

2. 宿泊客 (1) 県全体

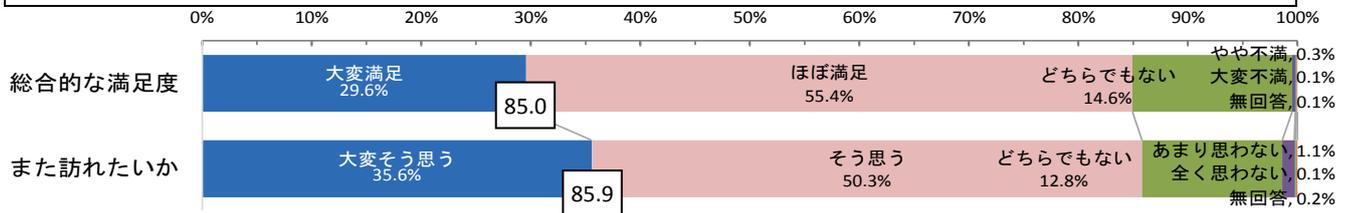
宿泊客一人当たりの消費支出の平均は、総額で 32,047 円であった。
内訳は、「宿泊費」が 15,662 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 5,584 円であった。

消費支出（平均）



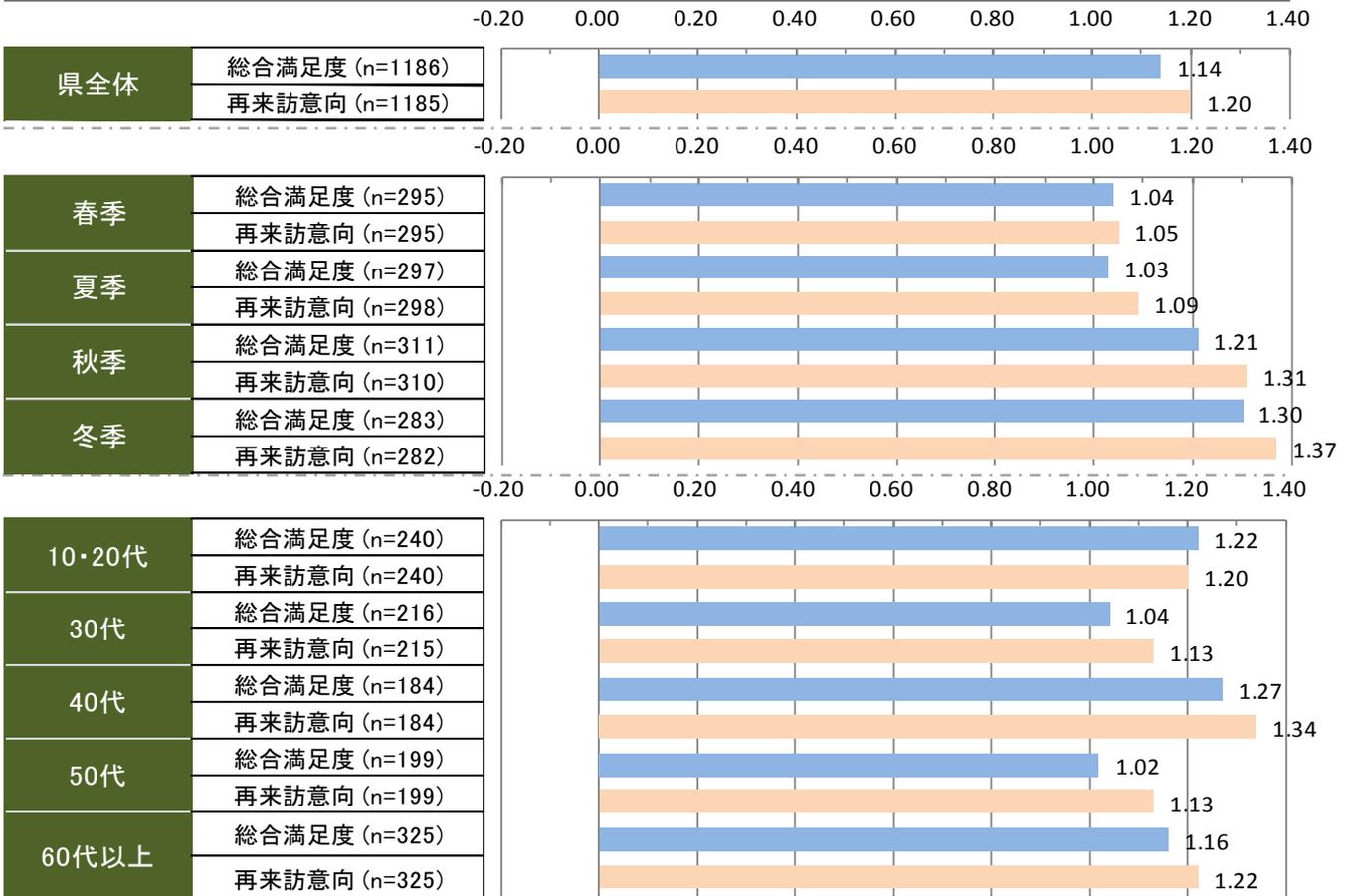
調査地域への総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が 85.0%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が 85.9%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=1187)



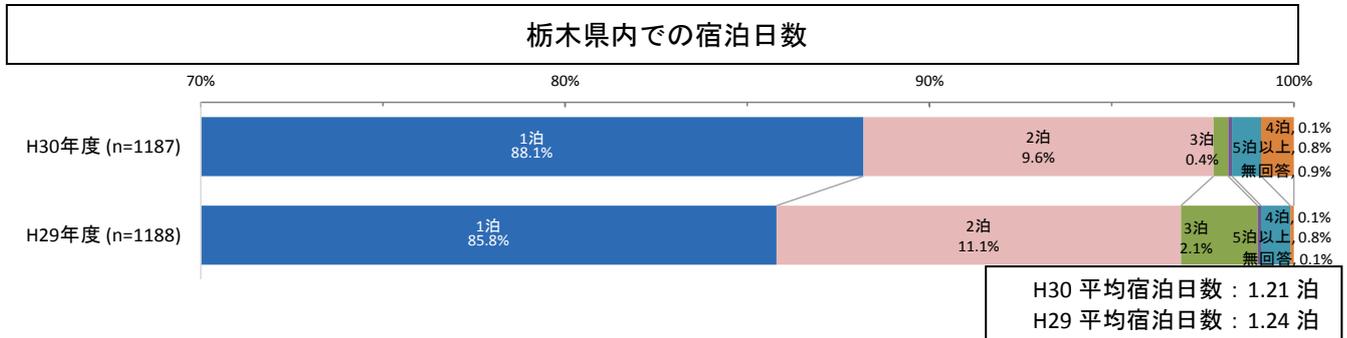
調査地域の総合満足度／再来訪意向（季節別・年代別）

総合満足度を季節別にみると、「冬季」が 1.30 で最も高かった。再来訪意向についても「冬季」が 1.37 で最も高かった。
年代別にみると、総合満足度は「40代」が 1.27 で最も高かった。また、再来訪意向は、「40代」が 1.34 で最も高かった。

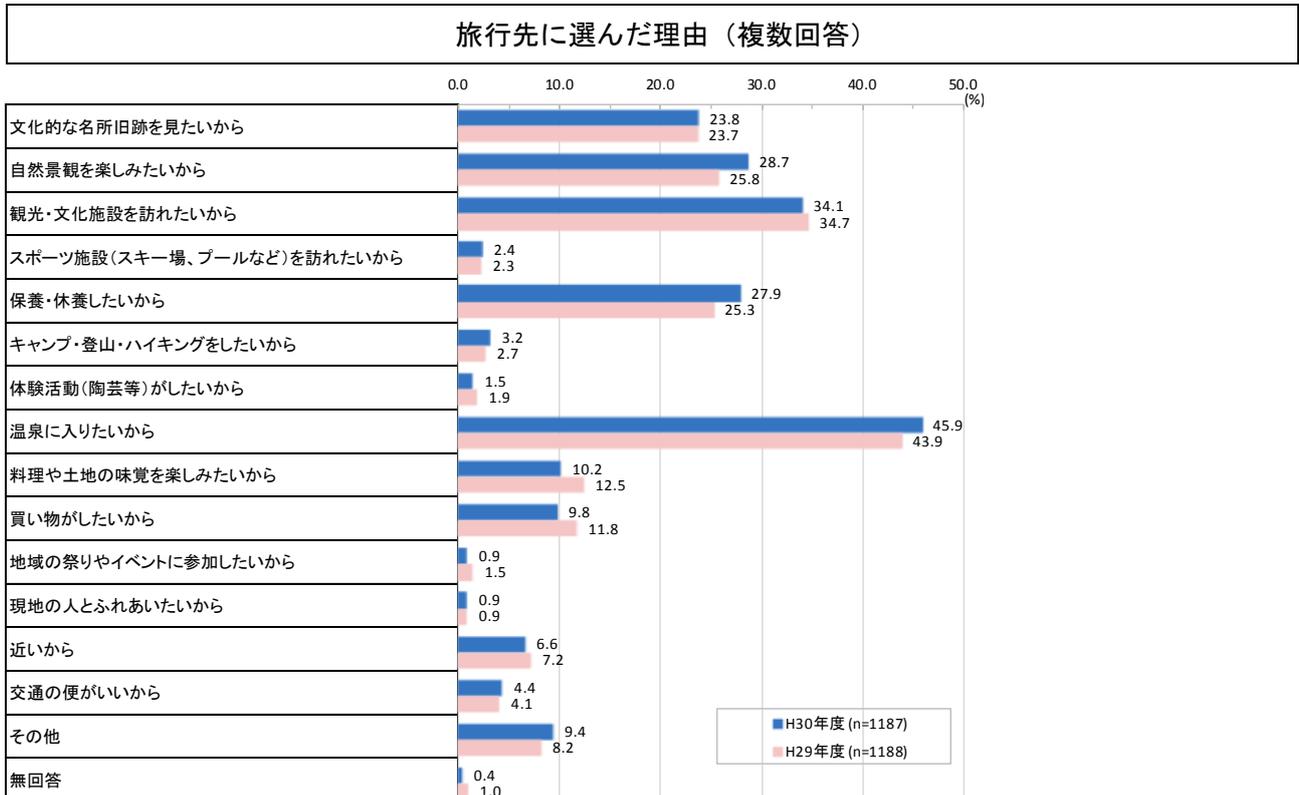


②過去調査との比較

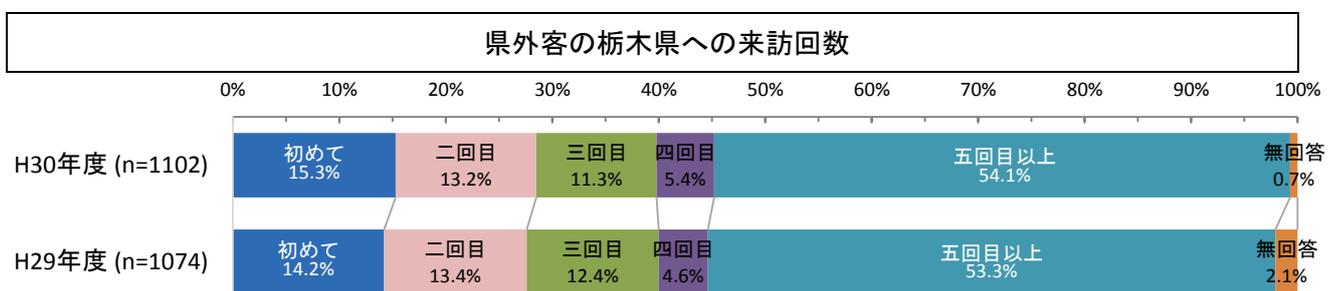
栃木県内での宿泊日数は、「1泊」が平成29(2017)年度調査では85.8%だったが、平成30(2018)年度は88.1%と2.3ポイント増加した。一方、2泊以上の宿泊者の割合は平成29(2017)年度調査と比較して1.5ポイント減少した。平均宿泊日数は、平成29(2017)年度は1.24泊、平成30(2018)年度は1.21泊と減少した。



旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が平成30(2018)年度調査では45.9%と最も多く、平成29(2017)年度調査と比較して2.0ポイント増加した。一方、「料理や土地の味覚を楽しみたいから」は平成29(2017)年度の調査では12.5%であったが、平成30(2018)年度調査では10.2%と2.3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29(2017)年度調査では14.2%であったが、平成30(2018)年度調査では15.3%と1.1ポイント増加した。一方、「三回目」は平成29(2017)年度調査の12.4%に対し、平成30(2018)年度調査では11.3%と1.1ポイント減少した。

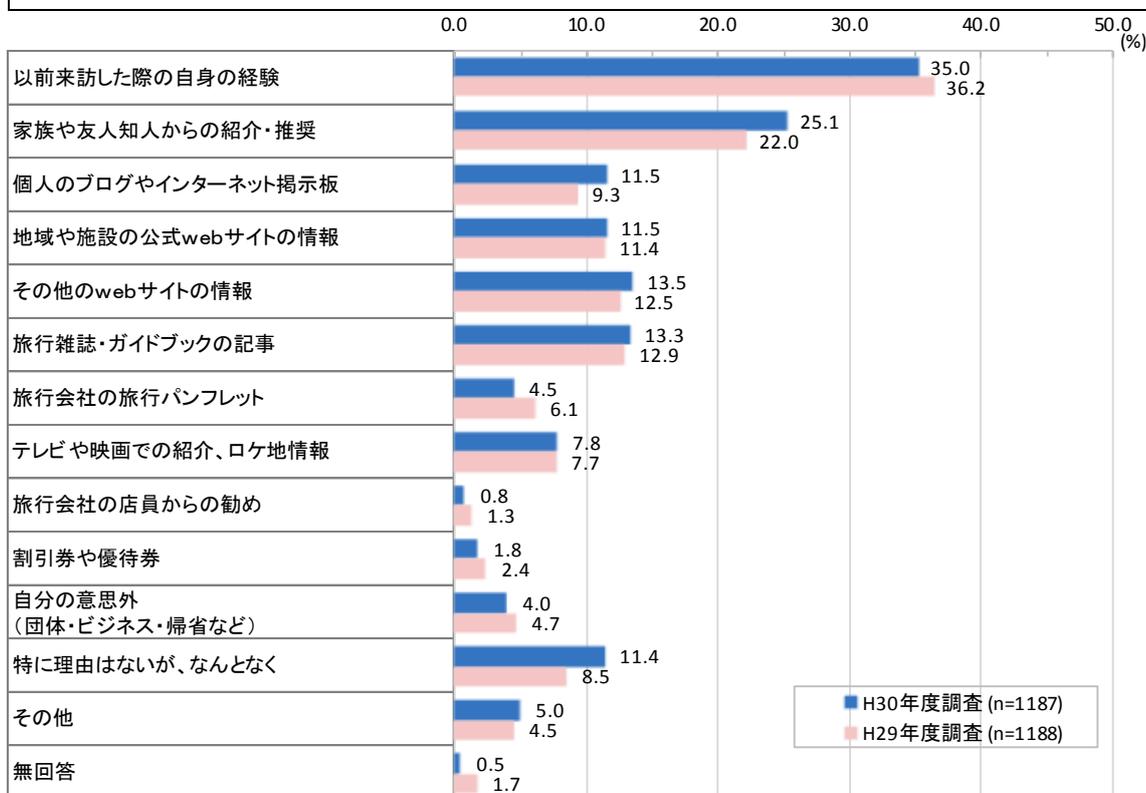


第2章 観光客調査 調査結果

2. 宿泊客 (1) 県全体

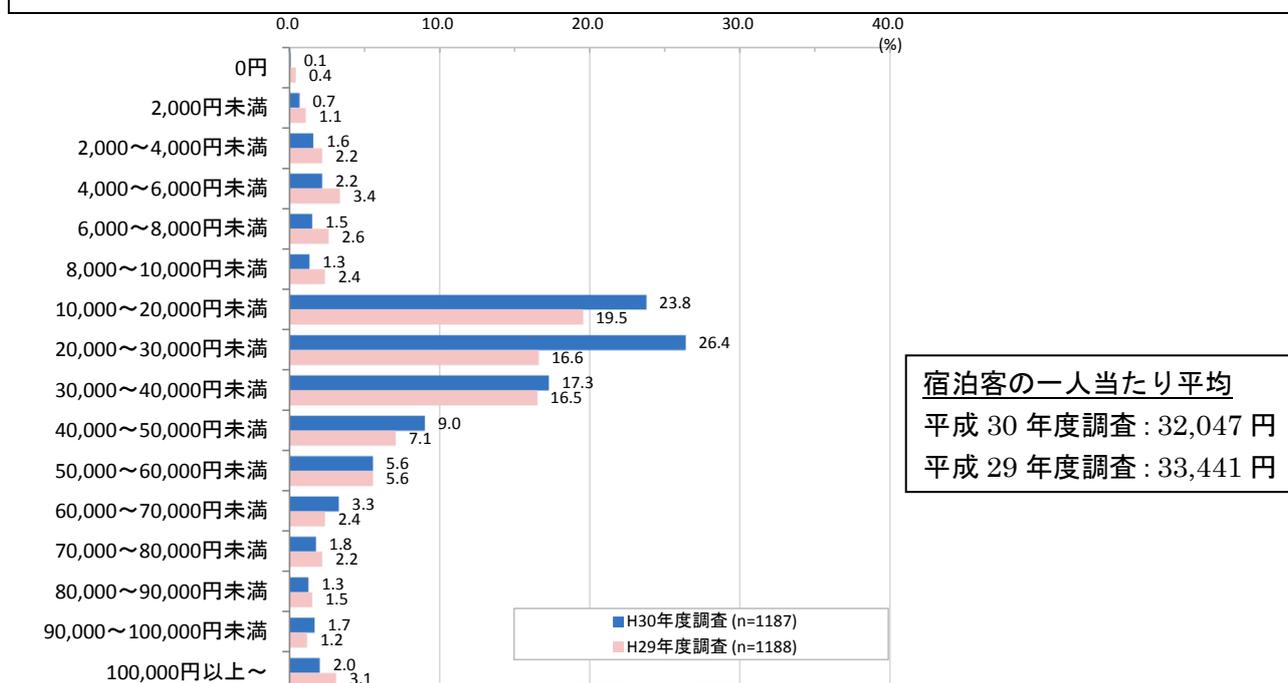
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、平成 29 (2017) 年度調査では 36.2%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 35.0%と 1.2 ポイント減少した。一方で「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成 29 (2017) 年度調査では 22.0%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 25.1%と 3.1 ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



消費支出の総額は、「10,000~20,000 円未満」は平成 29 (2017) 年度調査の 19.5%に対し、平成 30 (2018) 年度調査では 23.8%と 4.3 ポイント増加し、「20,000~30,000 円未満」も平成 29 (2017) 年度調査の 16.6%に対し、平成 30 (2018) 年度調査では 26.4%と 9.8 ポイント増加した。一方、10,000 円未満の割合は平成 29 (2017) 年度調査と比較して減少した。宿泊客の一人当たり平均は、平成 29 (2017) 年度調査では 33,441 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 32,047 円と減少した。

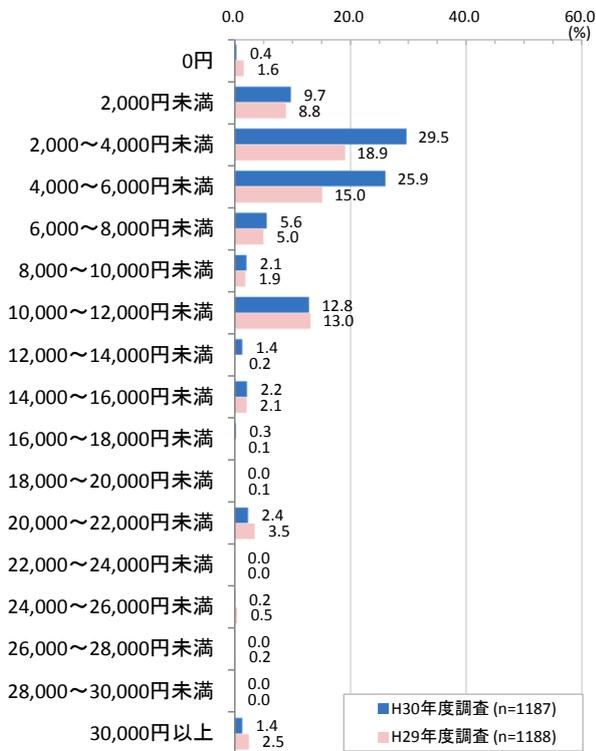
消費支出 (総額)



宿泊客の一人当たり平均
平成 30 年度調査 : 32,047 円
平成 29 年度調査 : 33,441 円

県内交通費は、「4,000～6,000円未満」が平成29(2017)年度調査の15.0%に対し、平成30(2018)年度調査は25.9%と10.9ポイント増加した。宿泊費は、「10,000～12,000円未満」が平成29(2017)年度調査の13.2%に対し、平成30(2018)年度調査では17.2%と4.0ポイント増加した。また、「14,000～16,000円未満」も8.9%から11.7%に2.8ポイント増加した。

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」が平成29(2017)年度調査の20.7%に対し、平成30(2018)年度調査では29.4%と8.7ポイント増加した。飲食費は、「2,000～4,000円未満」が平成29(2017)年度調査の19.6%に対し、平成30(2018)年度調査では30.8%で11.2ポイント増加した。

消費支出 土産代



消費支出 飲食費

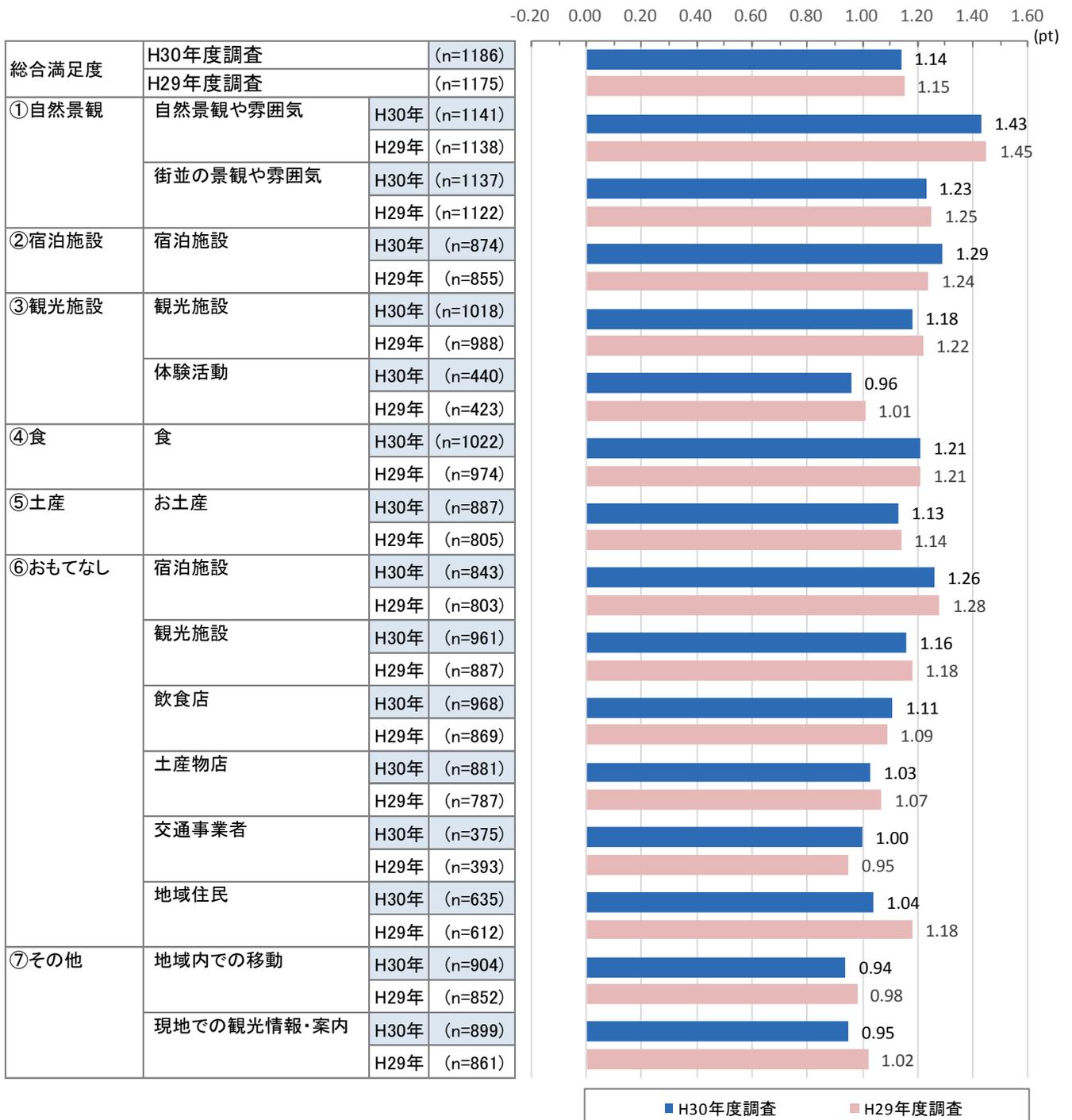


第2章 観光客調査 調査結果

2. 宿泊客 (1) 県全体

総合満足度は、平成30(2018)年度調査では1.14となり、平成29(2017)年度調査の1.15と比較して0.01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」が平成29(2017)年度および平成30(2018)年度調査で最も高く、それぞれ1.45、1.43となった。

項目別満足度 (加重平均値)



(2) エリア別

i. 日光エリア

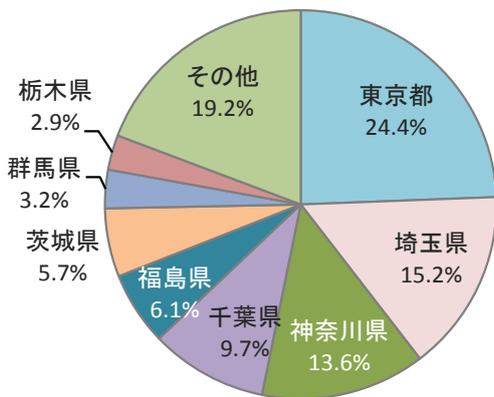
①平成30(2018)年度調査結果

宿泊客(日光エリア)

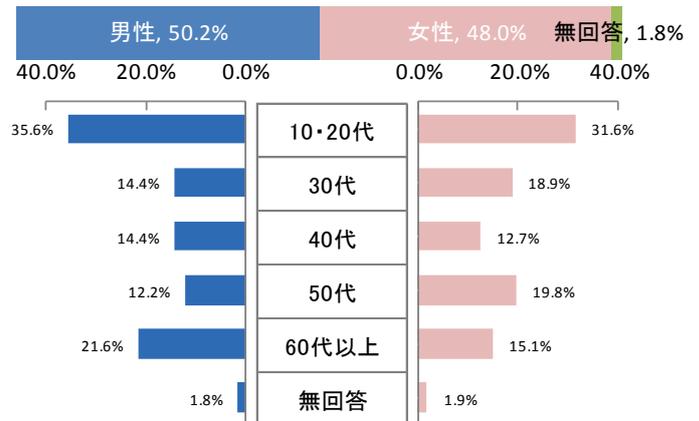
サンプル数: 442

お住まいは「東京都」が最も多く24.4%、次いで「埼玉県」が15.2%、「神奈川県」が13.6%であった。年代は、男女ともに「10・20代」が最も多く、「男性」が35.6%、「女性」が31.6%であった。調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が32.6%で最も多かった。同行者数は「2人」が45.9%で最も多く、同行者の関係は「友人との旅行」が25.1%で最も多かった。

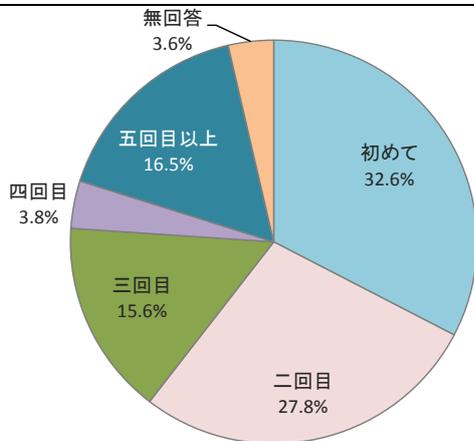
お住まい (n=442)



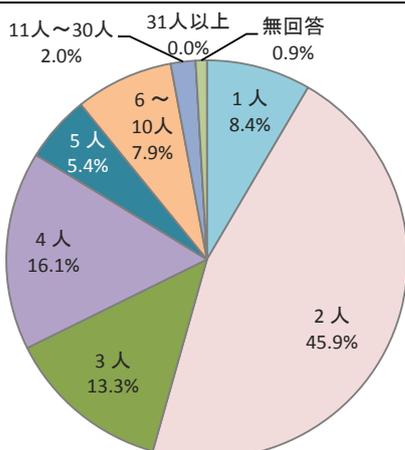
性別・年代 (n=442)



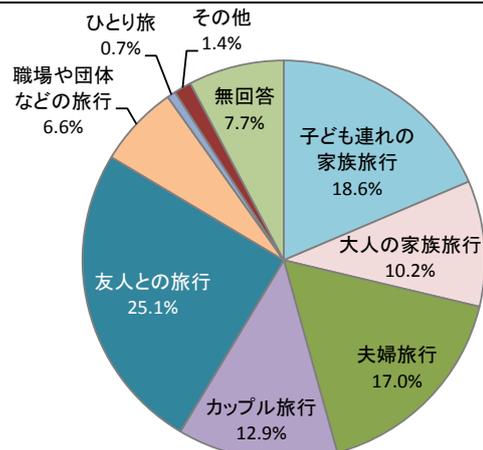
調査地域周辺への来訪回数 (n=442)



同行者数 ※回答者を含む (n=442)

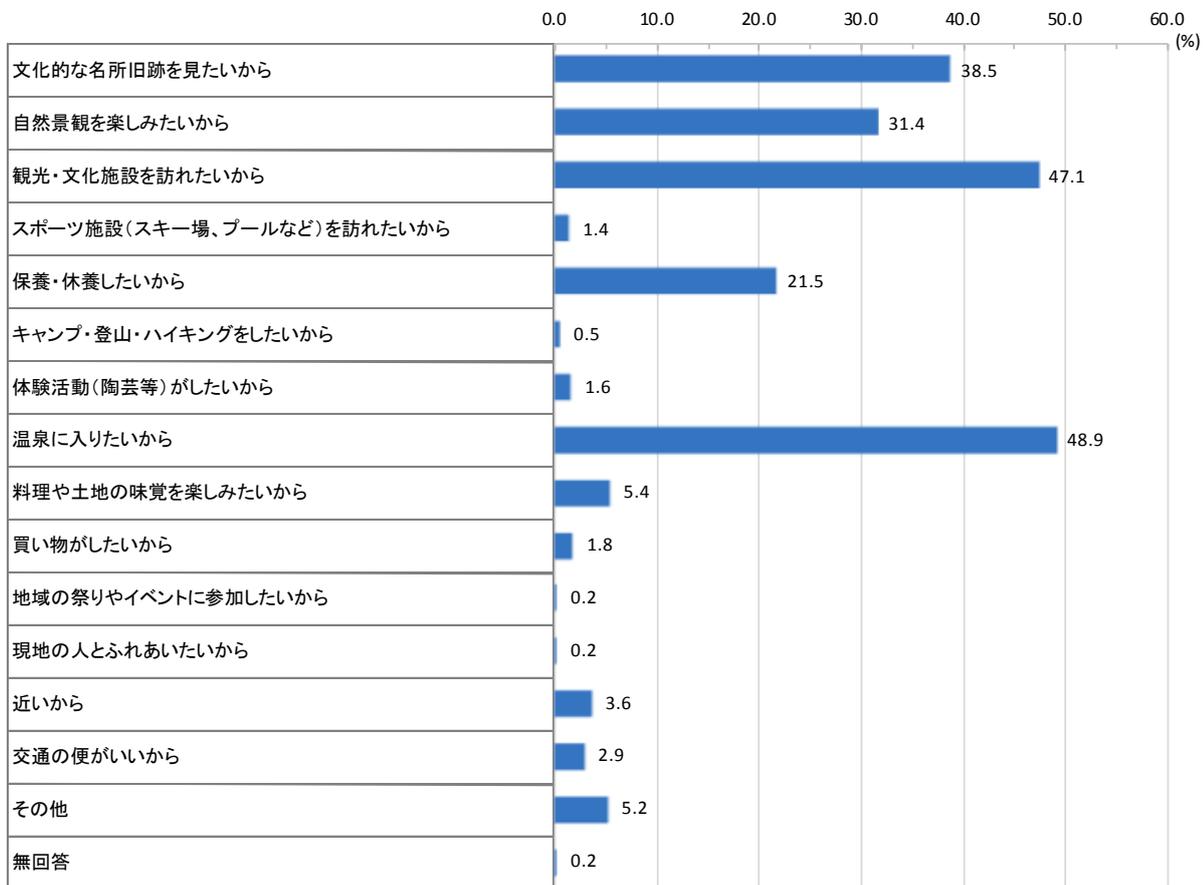


同行者の関係 (n=442)

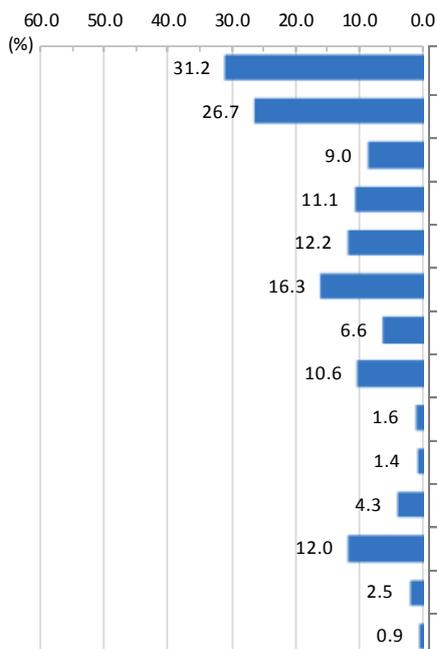


旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が48.9%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が47.1%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が31.2%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が26.2%で最も多かった。

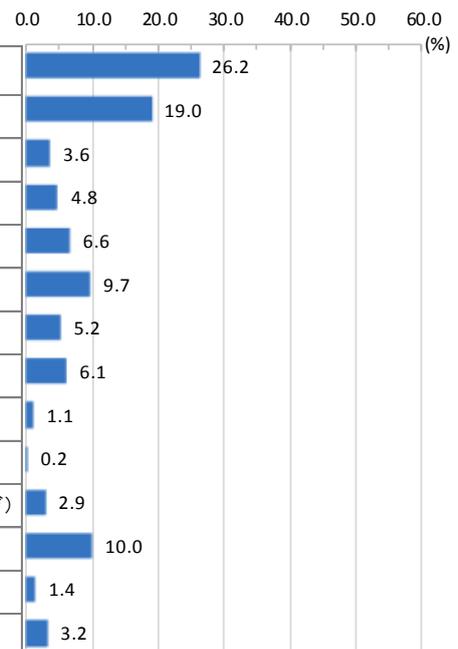
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=442）



旅行先に選んだ情報源
（複数回答）（n=442）



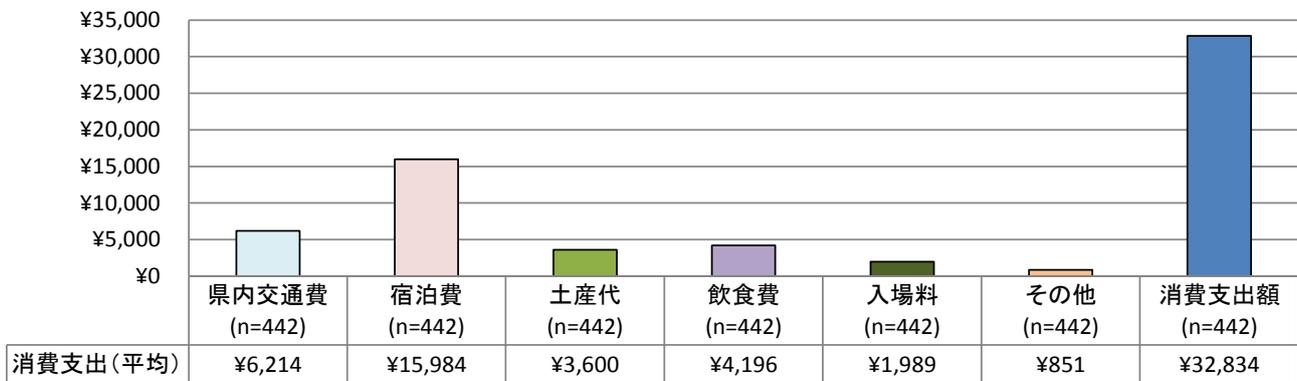
“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=442）



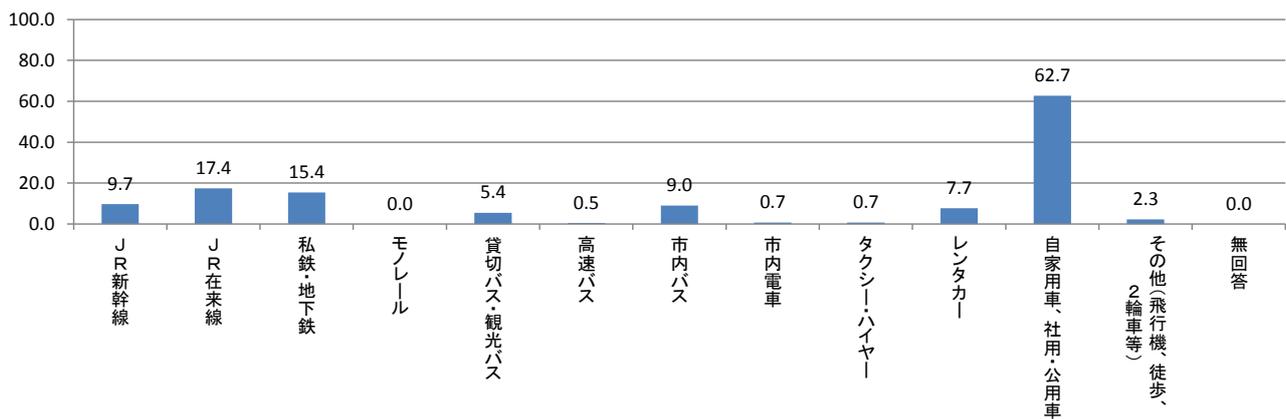
消費支出の平均は、総額で 32,834 円であった。内訳は、「宿泊費」が 15,984 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 6,214 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 62.7%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が 113 人と最も多く、次いで「二社一寺」が 100 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=442）



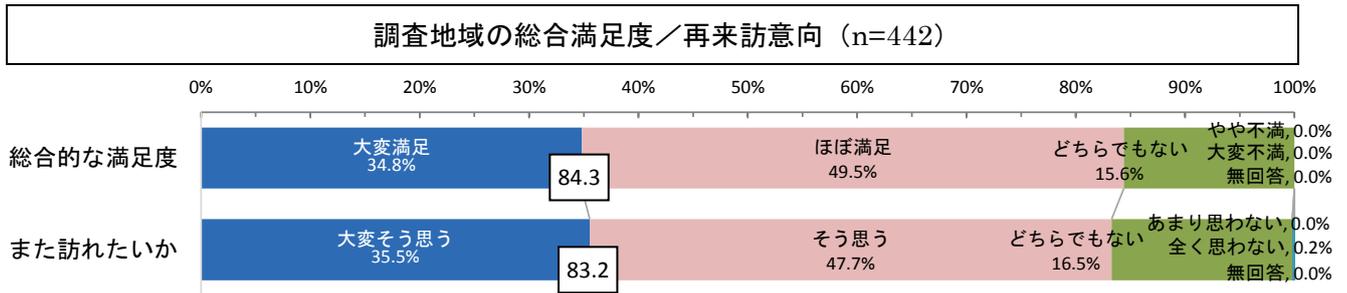
立ち寄り観光施設（n=442）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	日光	那須
鬼怒川温泉 (113)	巨大迷路パラディウム (2)	那須ハイランドパーク (2)
二社一寺 (100)	霧降の滝 (2)	那須高原ビジターセンター (1)
中禅寺湖 (31)	川治温泉 (2)	県央
華厳ノ滝 (28)	日光自然博物館 (2)	ろまんちっく村 (4)
二荒山神社中宮祠 (21)	日光さる軍団劇場 (1)	大谷資料館 (4)
東武ワールドスクウェア (20)	日光街道ニコニコ本陣 (1)	県南
日光江戸村 (12)	日光だいや川公園オートキャンプ場 (1)	あしががフラワーパーク (3)
とりっくあーとぴあ日光 (6)	日光おかき工房 (1)	佐野プレミアム・アウトレット (2)
湯西川温泉 (5)	日光田母沢御用邸記念公園 (1)	
戦場ヶ原・小田代原 (4)	龍王峡 (1)	
日光湯元温泉 (3)	足尾銅山 (1)	
大笹牧場 (3)		

※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 (5)、華厳ノ滝 (2)、東武ワールドスクウェア (6)

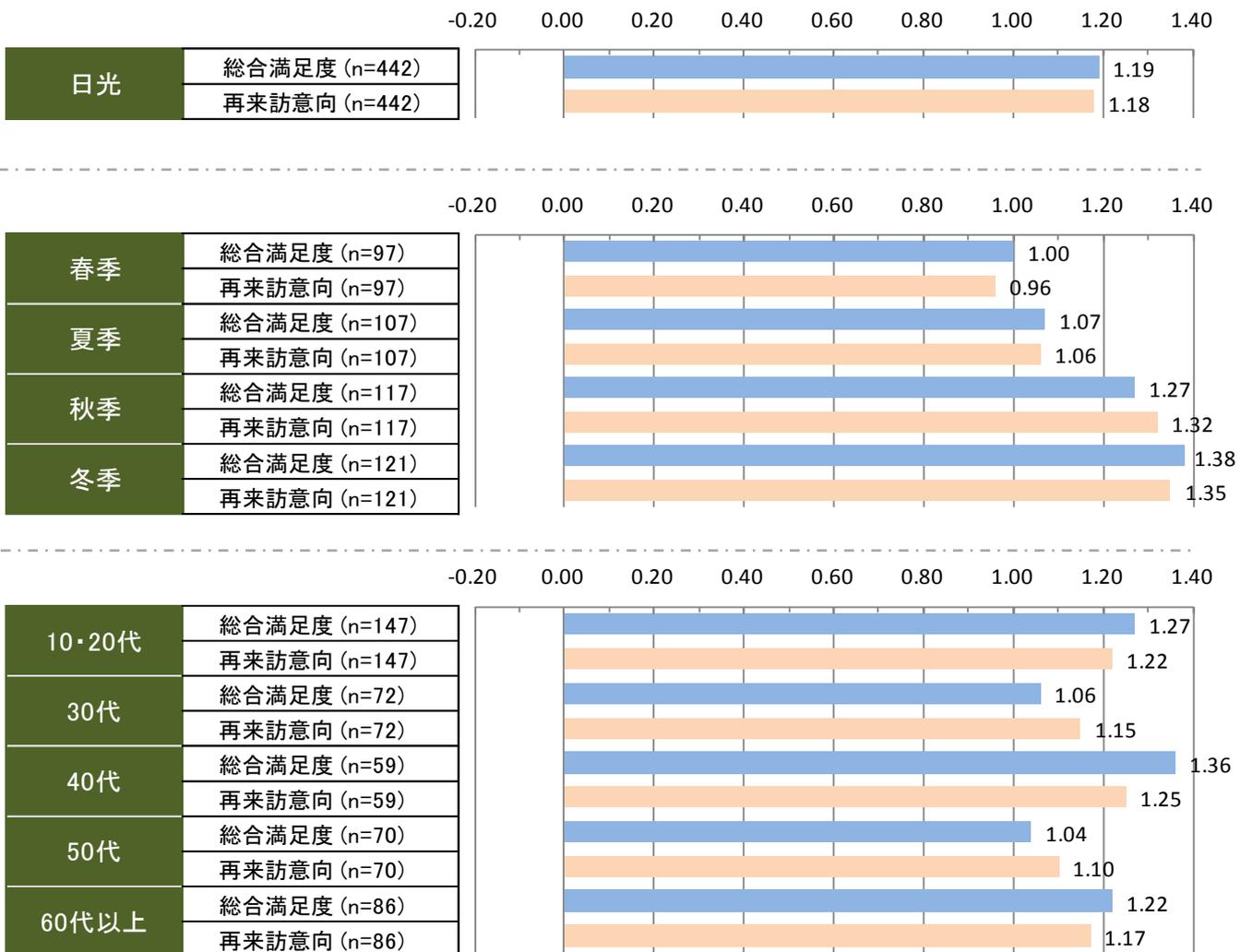
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が84.3%であった。また訪れたいかは「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が83.2%であった。



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1.38で最も高く、「春季」が1.00で最も低かった。また、再来訪意向についても、「冬季」が1.35で最も高く、「春季」が0.96で最も低かった。

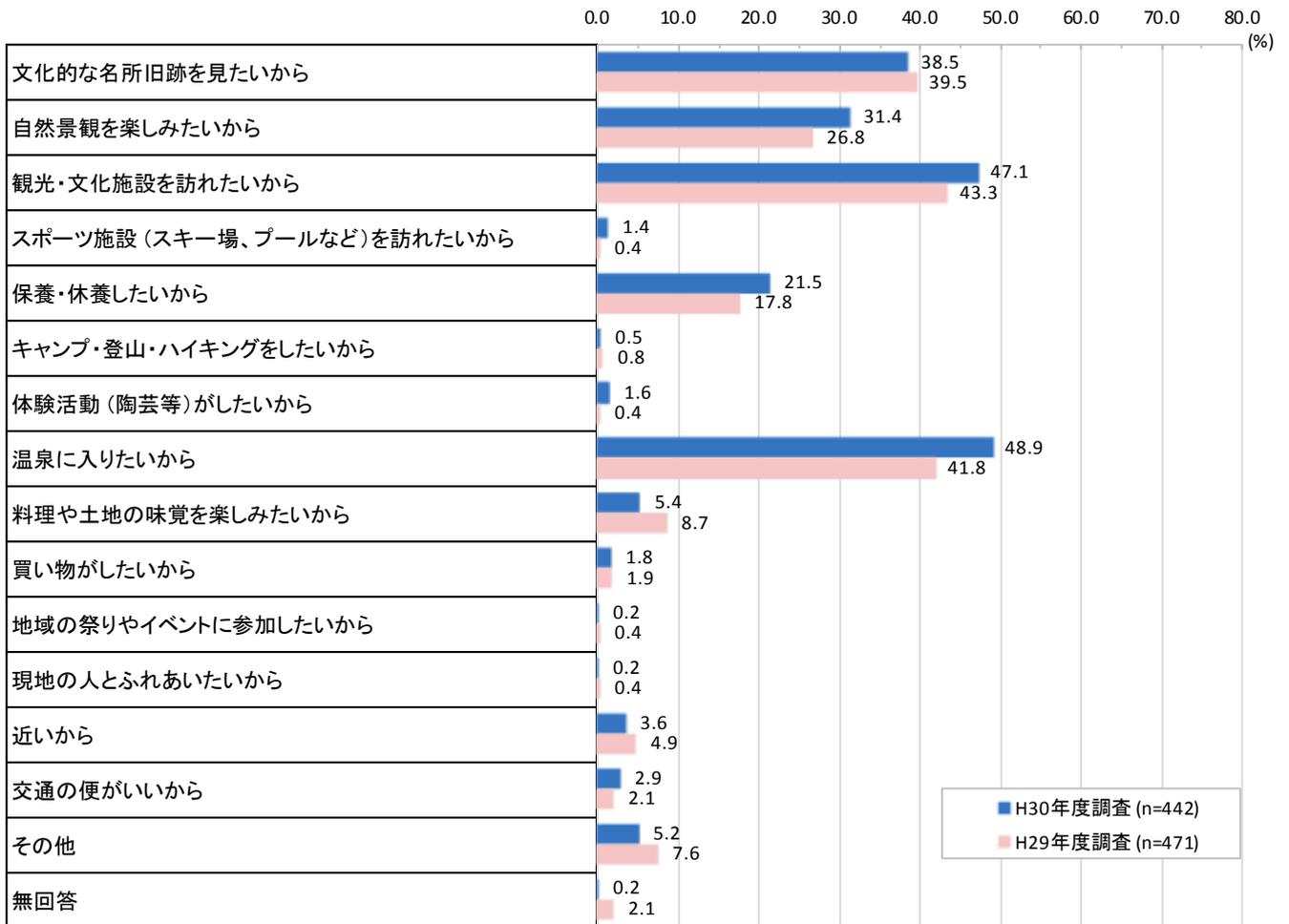
年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.36で最も高く、「50代」が1.04で最も低かった。同様に、再来訪意向についても「40代」が1.25で最も高く、「50代」が1.10で最も低かった。



②過去調査との比較

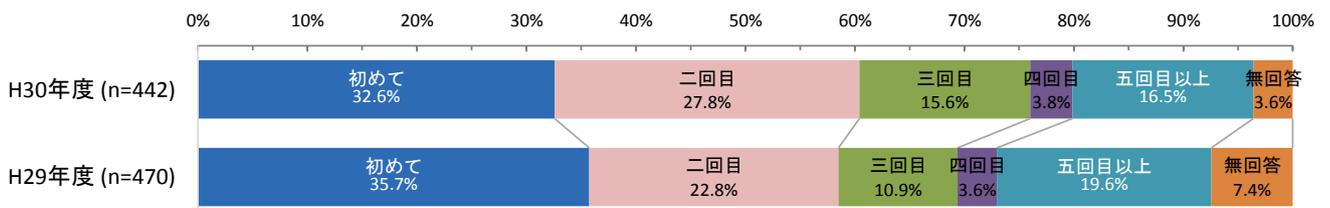
旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が最も多く、平成 29 (2017) 年度調査では 41.8% だったが、平成 30 (2018) 年度調査では 48.9% と 7.1 ポイント増加した。次いで「観光・文化施設を訪れたいから」は、平成 29 (2017) 年度調査では最も多い 43.3% であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 47.1% で 3.8 ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由 (複数回答)



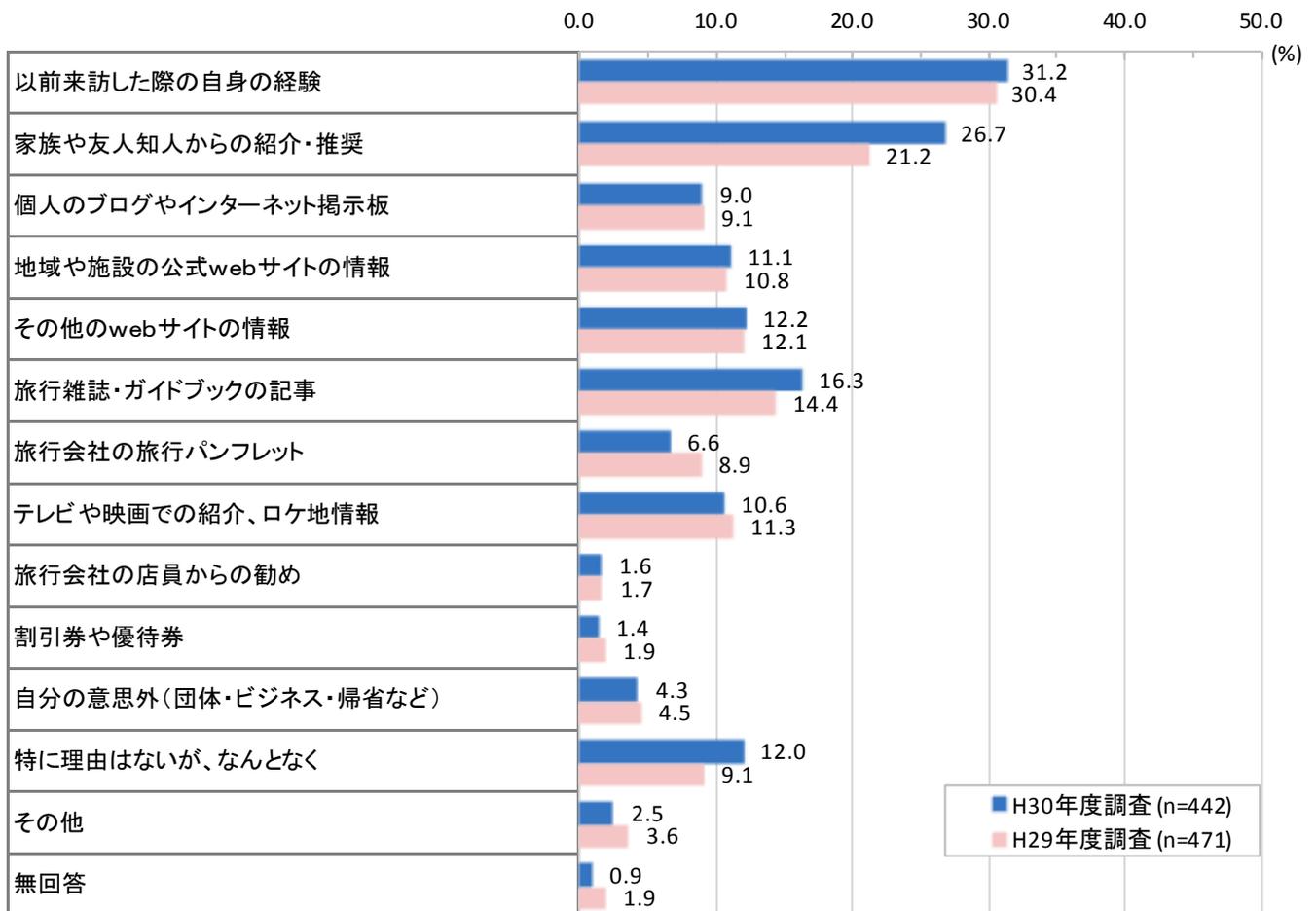
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 29 (2017) 年度調査では 35.7% であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 32.6% と 3.1 ポイント減少した。一方、「二回目」は平成 29 (2017) 年度調査で 22.8% であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 27.8% と 5.0 ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



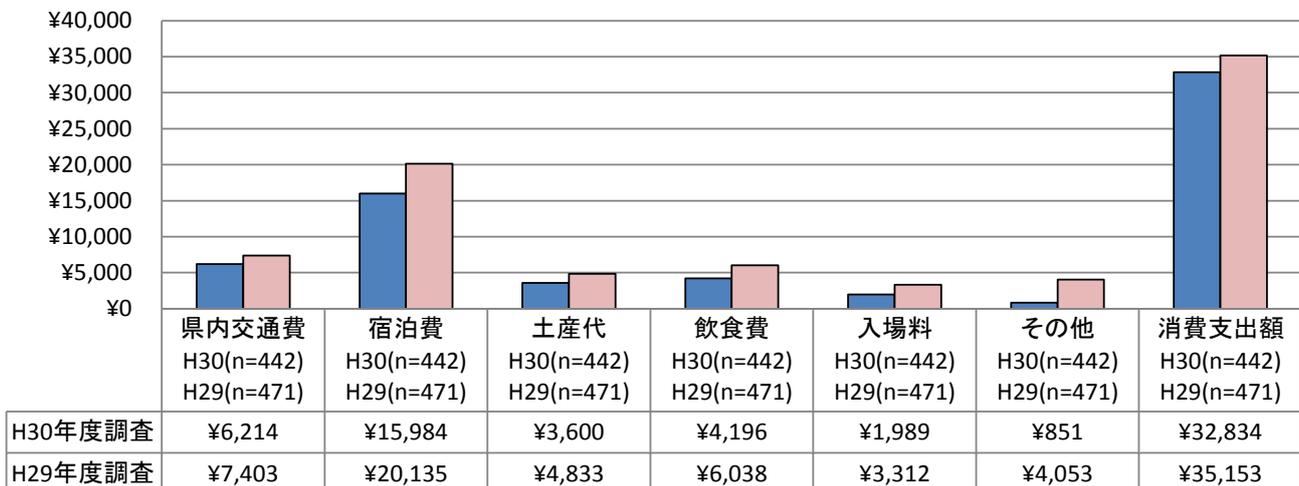
旅行先に選んだ情報源は、平成 29 (2017) 年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く 30.4%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 31.2%と 0.8 ポイント増加した。次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が平成 29 (2017) 年度調査では 21.2%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 26.7%と 5.5 ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



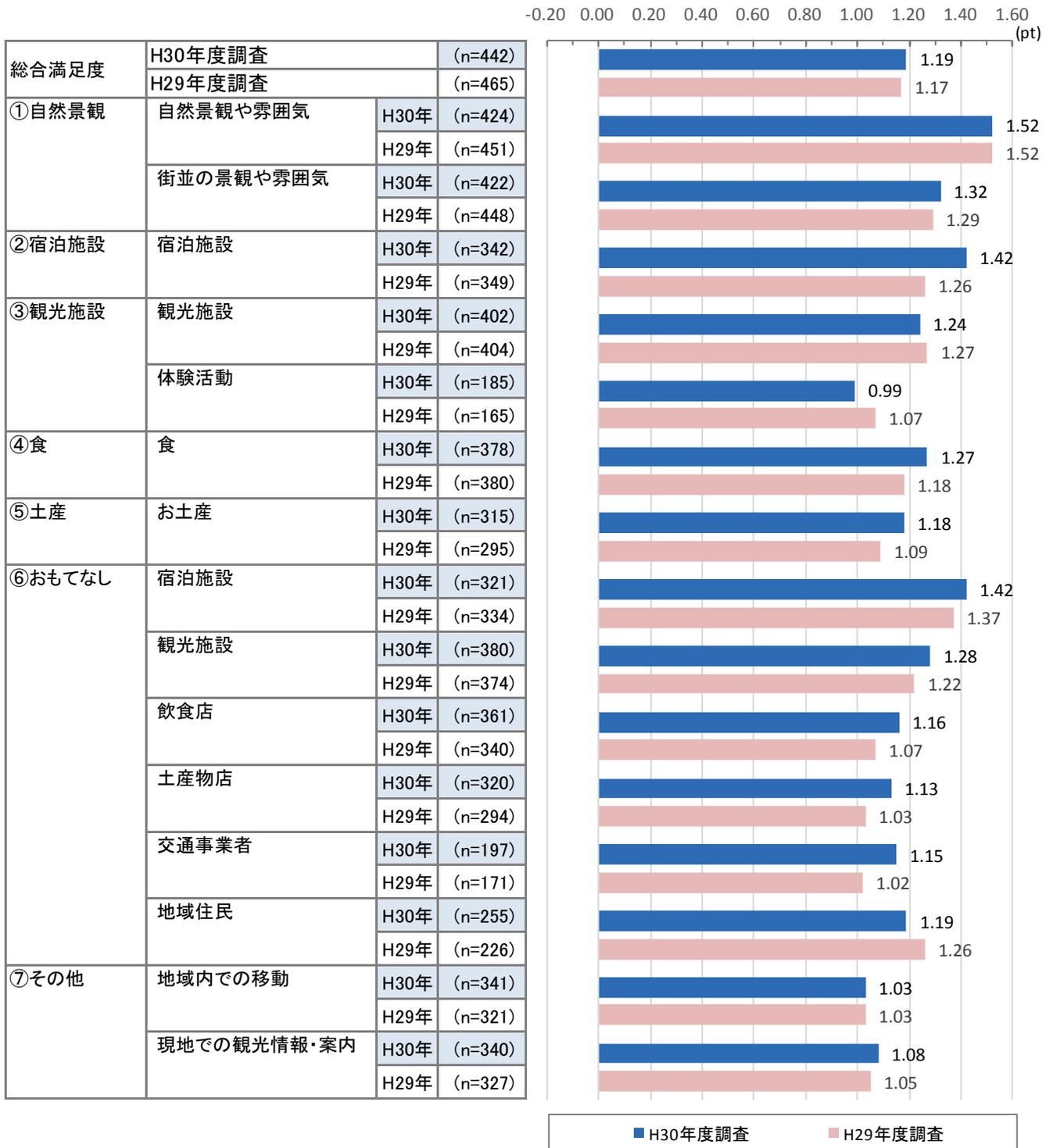
消費支出の総額は、平成 29 (2017) 年度調査では 35,153 円だったが、平成 30 (2018) 年度調査では 32,834 円に減少した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 29 (2017) 年度調査では 1.17 であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 1.19 と 0.02 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、「自然景観 自然景観や雰囲気」が平成 29 (2017) 年度調査、平成 30 (2018) 年度調査ともに最も高く、1.52 であった。

項目別満足度 (加重平均値)



ii. 那須エリア

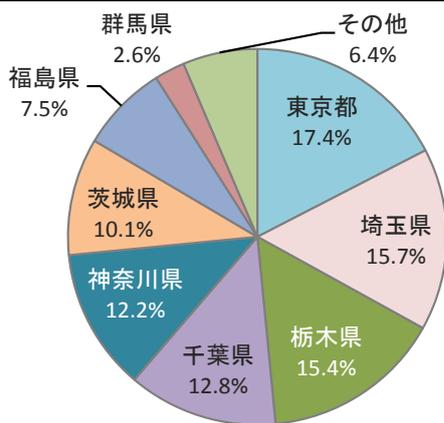
①平成30(2018)年度調査結果

宿泊客(那須エリア)

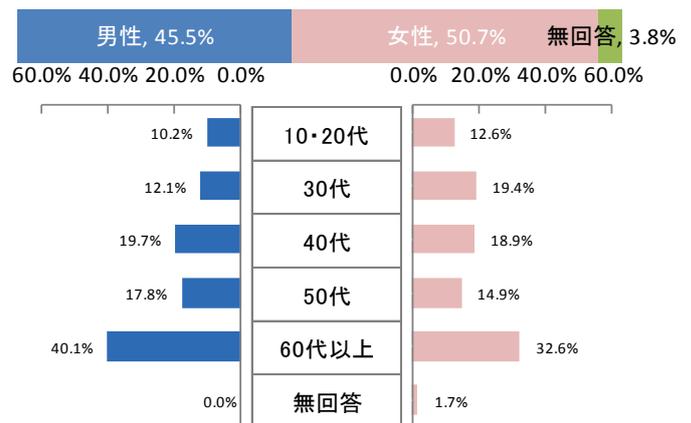
サンプル数：345

お住まいは「東京都」が最も多く17.4%、次いで「埼玉県」が15.7%、「栃木県」が15.4%であった。年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く「男性」が40.1%、「女性」が32.6%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52.8%で最も多かった。同行者数は「2人」が50.4%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が34.2%で最も多かった。

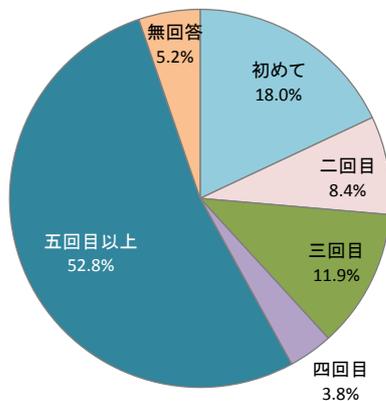
お住まい (n=345)



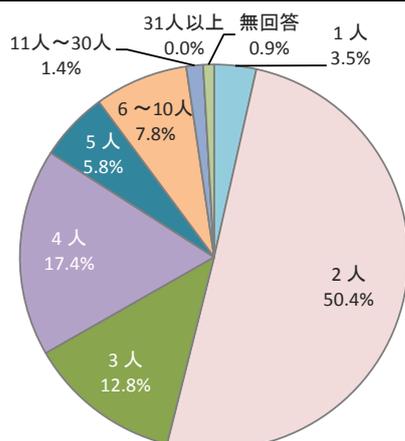
性別・年代 (n=345)



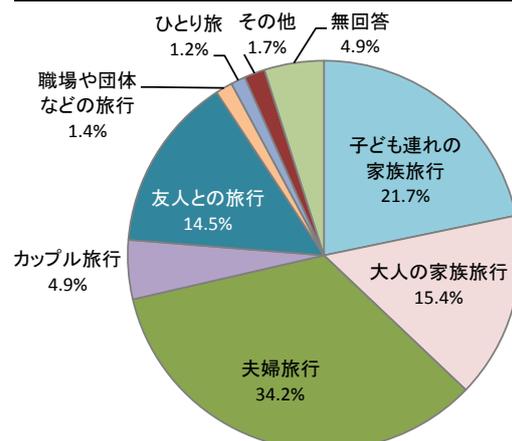
調査地域周辺への来訪回数 (n=345)



同行者数 ※回答者を含む (n=345)

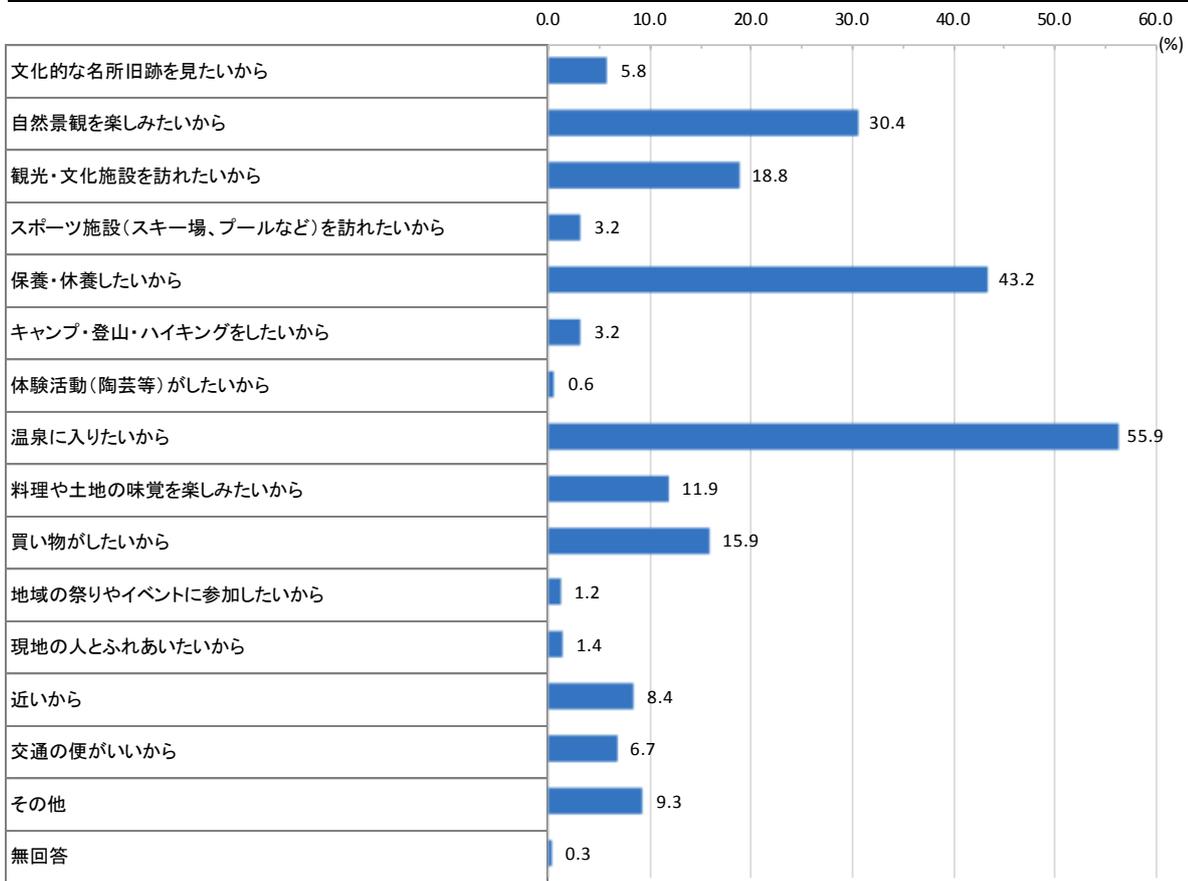


同行者の関係 (n=345)



旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が55.9%で最も多く、次いで「保養・休養したいから」が43.2%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48.7%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42.0%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=345）

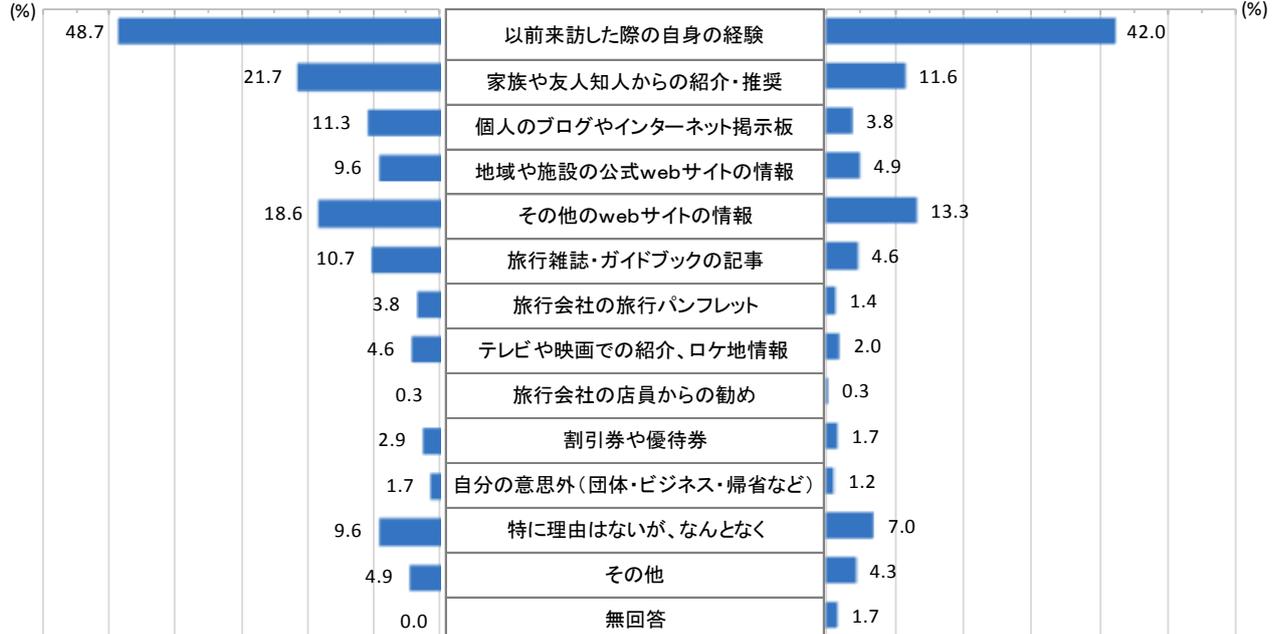


旅行先に選んだ情報源
（複数回答）（n=345）

60.0 50.0 40.0 30.0 20.0 10.0 0.0 (%)

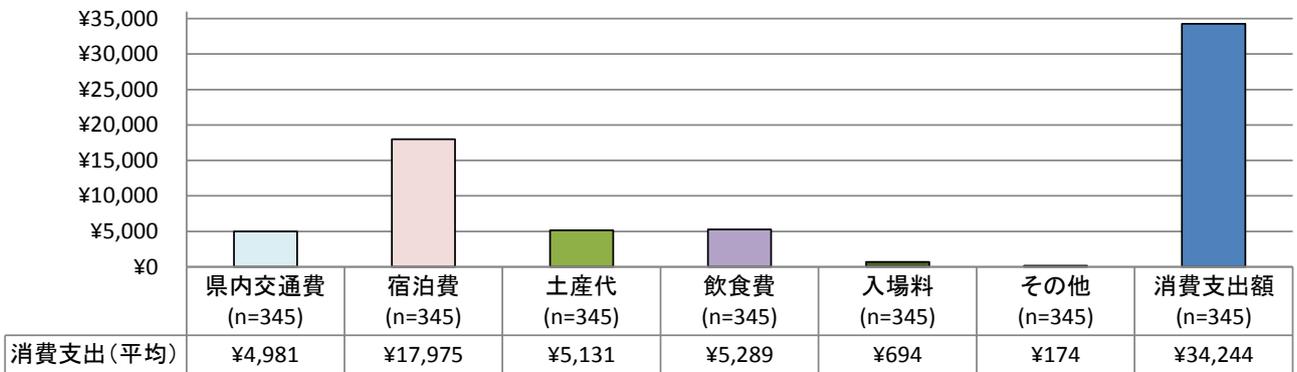
“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=345）

0.0 10.0 20.0 30.0 40.0 50.0 60.0 (%)

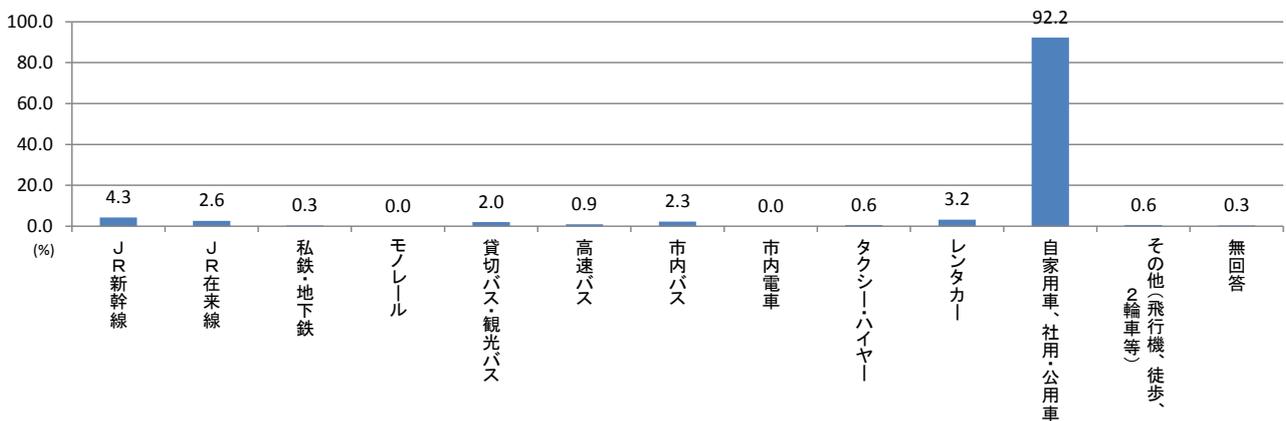


消費支出の平均は、総額で 34,244 円であった。内訳は、「宿泊費」が 17,975 円で最も多く、次いで「飲食費」が 5,289 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 92.2%であった。立ち寄り観光施設は、「那須ガーデンアウトレット」が 32 人で最も多かった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=345）

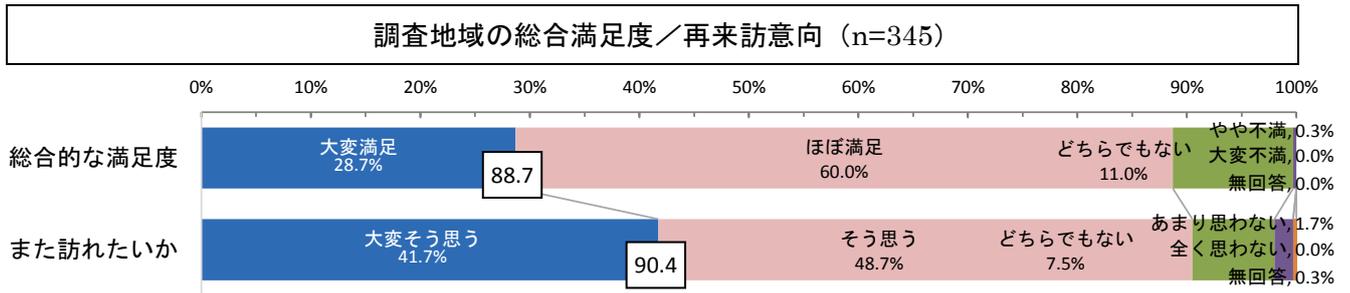


立ち寄り観光施設（n=345）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

那須	那須	日光
那須ガーデンアウトレット (32)	那須フィッシュランド (2)	東武ワールドスクウェア (2)
那須高原ビジターセンター (27)	那須フラワーワールド (2)	鬼怒川温泉 (1)
千本松牧場 (23)	栃木県なかがわ水遊園 (2)	湯西川温泉 (1)
那須どうぶつ王国 (18)	滝のある釣堀 清流の里 (1)	華厳ノ滝 (1)
塩原温泉郷 (16)	那須ティニーベア・ミュージアム (1)	県央
りんどう湖LAKE VIEW (14)	塩原温泉華の湯 (1)	かんぽの宿 喜連川温泉 (1)
那須ハイランドパーク (10)	那須ロープウェイ (1)	大谷資料館 (1)
南ヶ丘牧場 (6)	那須オルゴール美術館 (1)	道の駅ばとう (1)
もみじ谷大吊橋 (5)	天皇の間記念公園 (1)	ろまんちっく村 (1)
那須サファリパーク (5)	那須平成の森フィールドセンター (1)	県南
道の駅「明治の森黒磯」 (4)	那須温泉ファミリースキー場 (1)	あしかがフラワーパーク (1)
ホテルエピナール那須 (4)	那須ワールドモンキーパーク (1)	おもちゃ博物館 (1)
那須高原友愛の森 (3)	ホテルサンパレー那須 (1)	岩下の新生姜ミュージアム (1)
那須岳（茶臼岳） (2)	東山道伊王野 (1)	県東
那須ステンドグラス美術館 (2)	マウントジーンズスキー場 (1)	道の駅はが (2)
道の駅那須与一の郷 (2)	くろばね紫陽花まつり (1)	ツインリンクもてぎ (1)

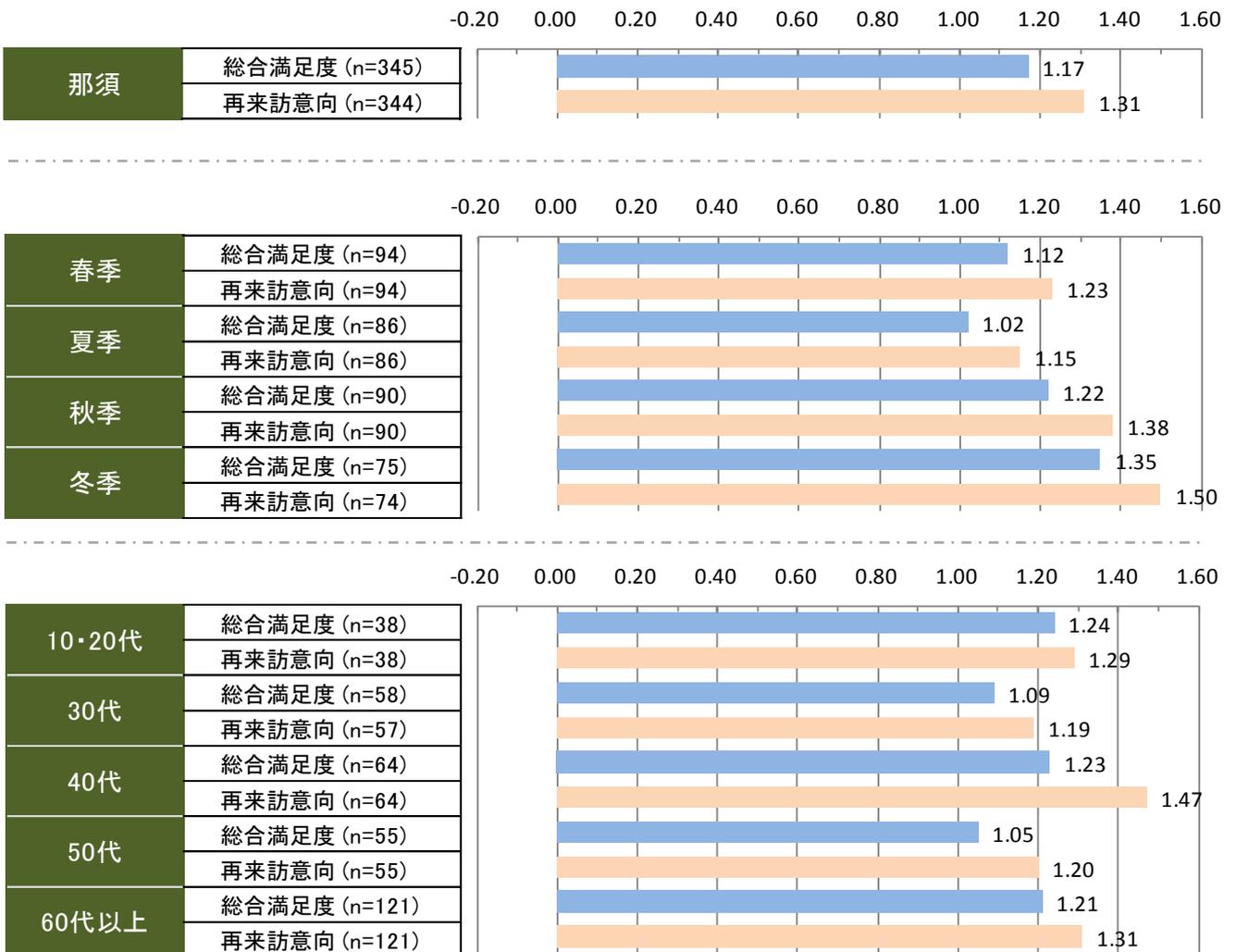
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
那須高原友愛の森 (1)

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88.7%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90.4%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)

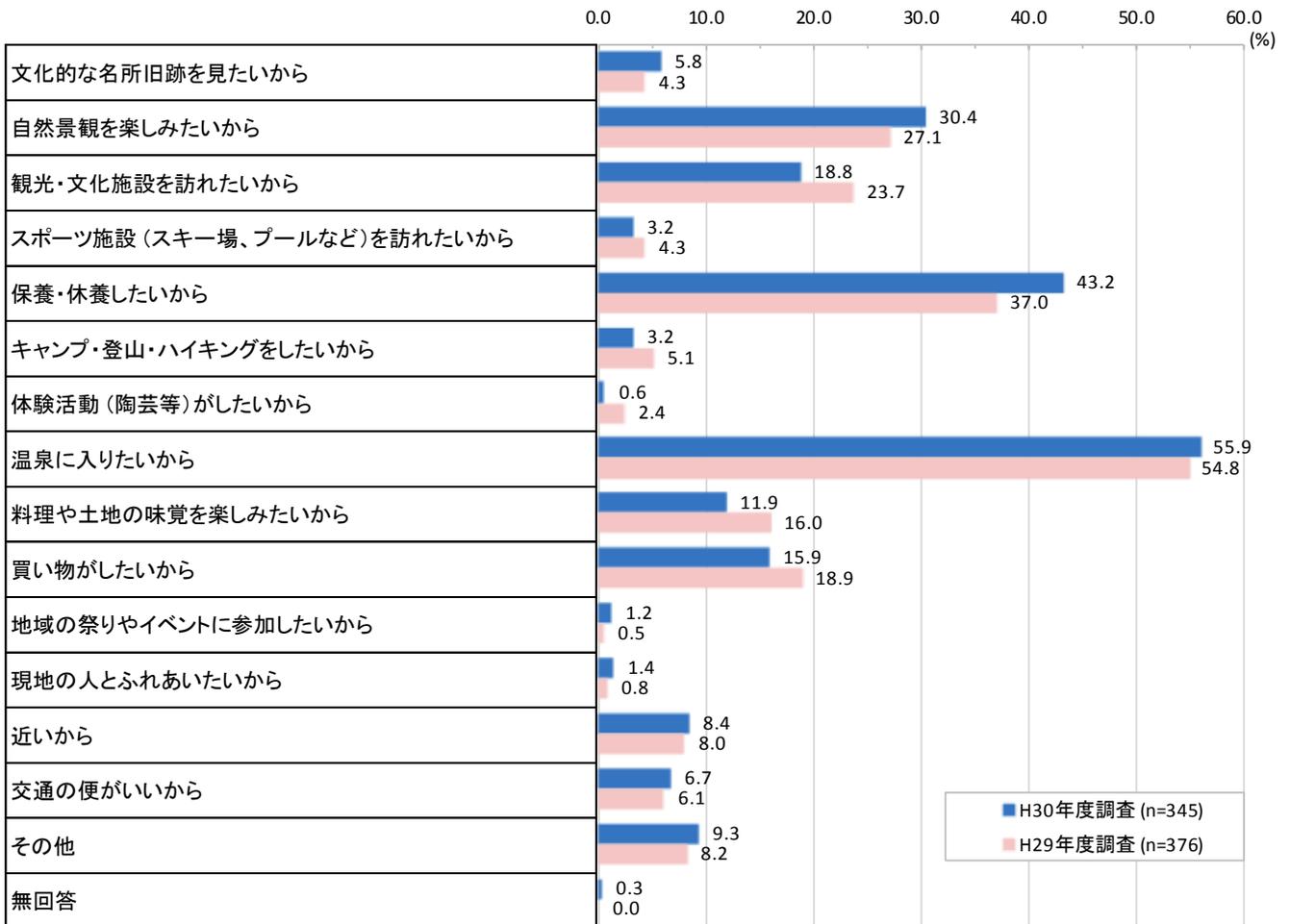
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.35で最も高く、「夏季」が1.02で最も低かった。また、再来訪意向についても「冬季」が1.50で最も高く、「夏季」が1.15で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.24で最も高く、「50代」が1.05で最も低かった。再来訪意向については「40代」が1.47で最も高く、「30代」が1.19で最も低かった。



②過去調査との比較

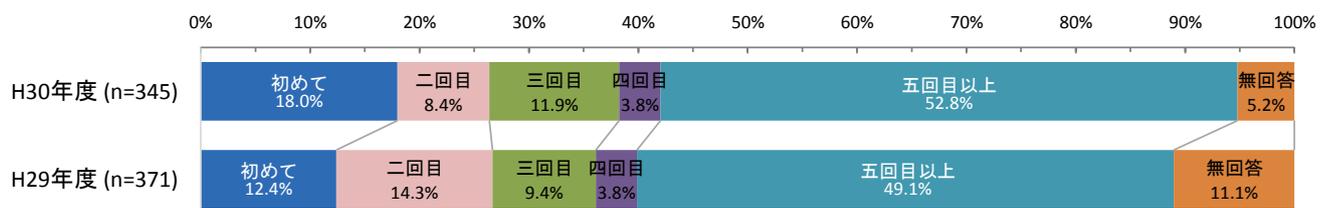
旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が最も多く、平成 29 (2017) 年度調査では 54.8%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 55.9%と 1.1 ポイント増加した。次いで多かった「保養・休養したいから」は平成 29 (2017) 年度調査では 37.0%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 43.2%と 6.2 ポイント増加した。一方、「観光・文化施設を訪れたいから」は平成 29 (2017) 年度調査では 23.7%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 18.8%と 4.9 ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由 (複数回答)



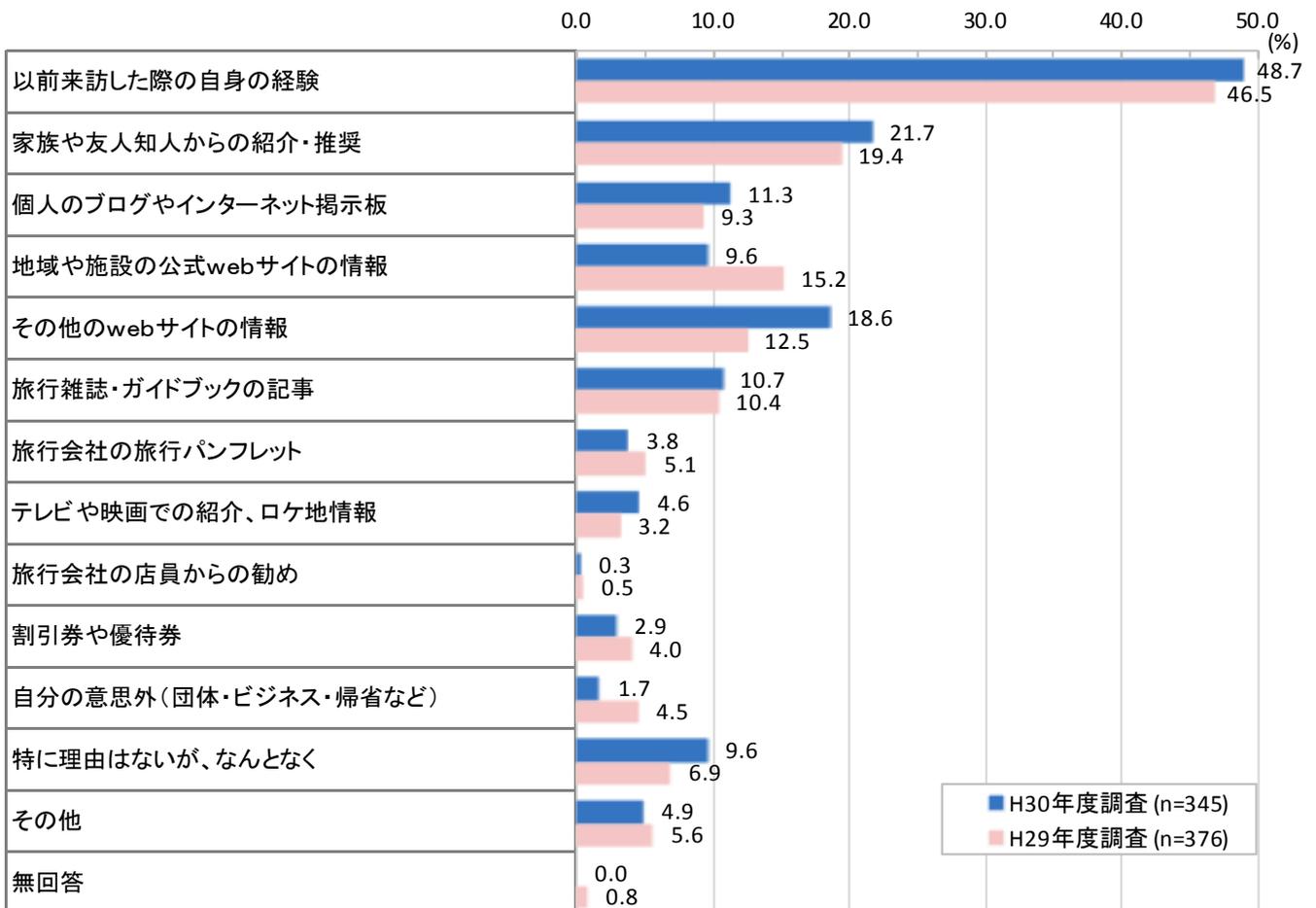
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 29 (2017) 年度調査では 12.4%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 18.0%と 5.6 ポイント増加した。一方、「二回目」は平成 29 (2017) 年度調査では 14.3%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 8.4%と 5.9 ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



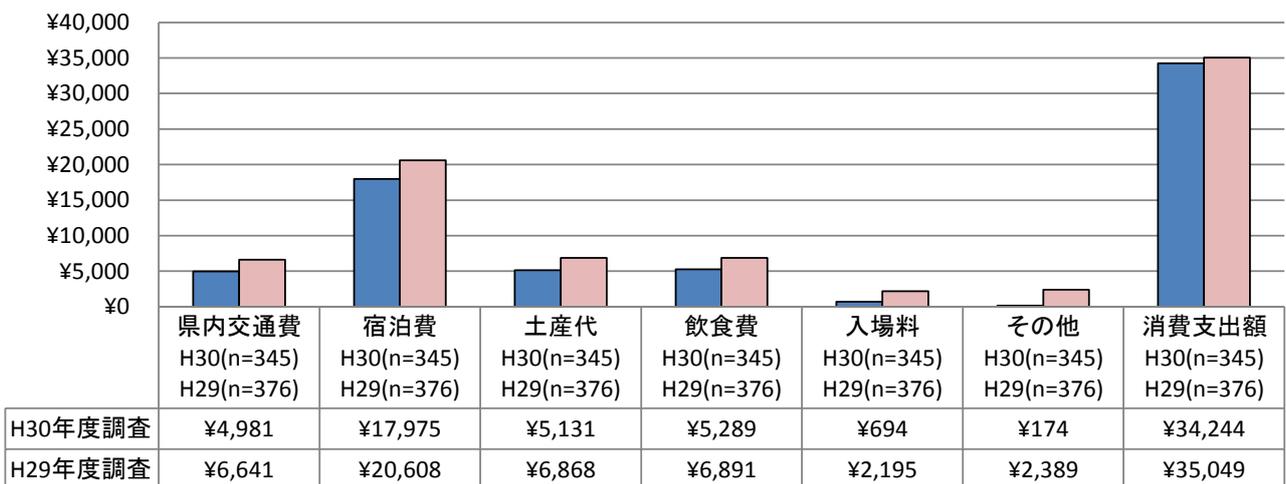
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が平成 29 (2017) 年度調査では 46.5% で最も高かったが、平成 30 (2018) 年度調査では 48.7% と 2.2 ポイント増加した。「その他のweb サイトの情報」も平成 29 (2017) 年度調査と比較して 6.1 ポイント増加した。一方、「地域や施設の公式web サイトの情報」は平成 29 (2017) 年度調査で 15.2% だったが、平成 30 (2018) 年度調査では 9.6% と 5.6 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



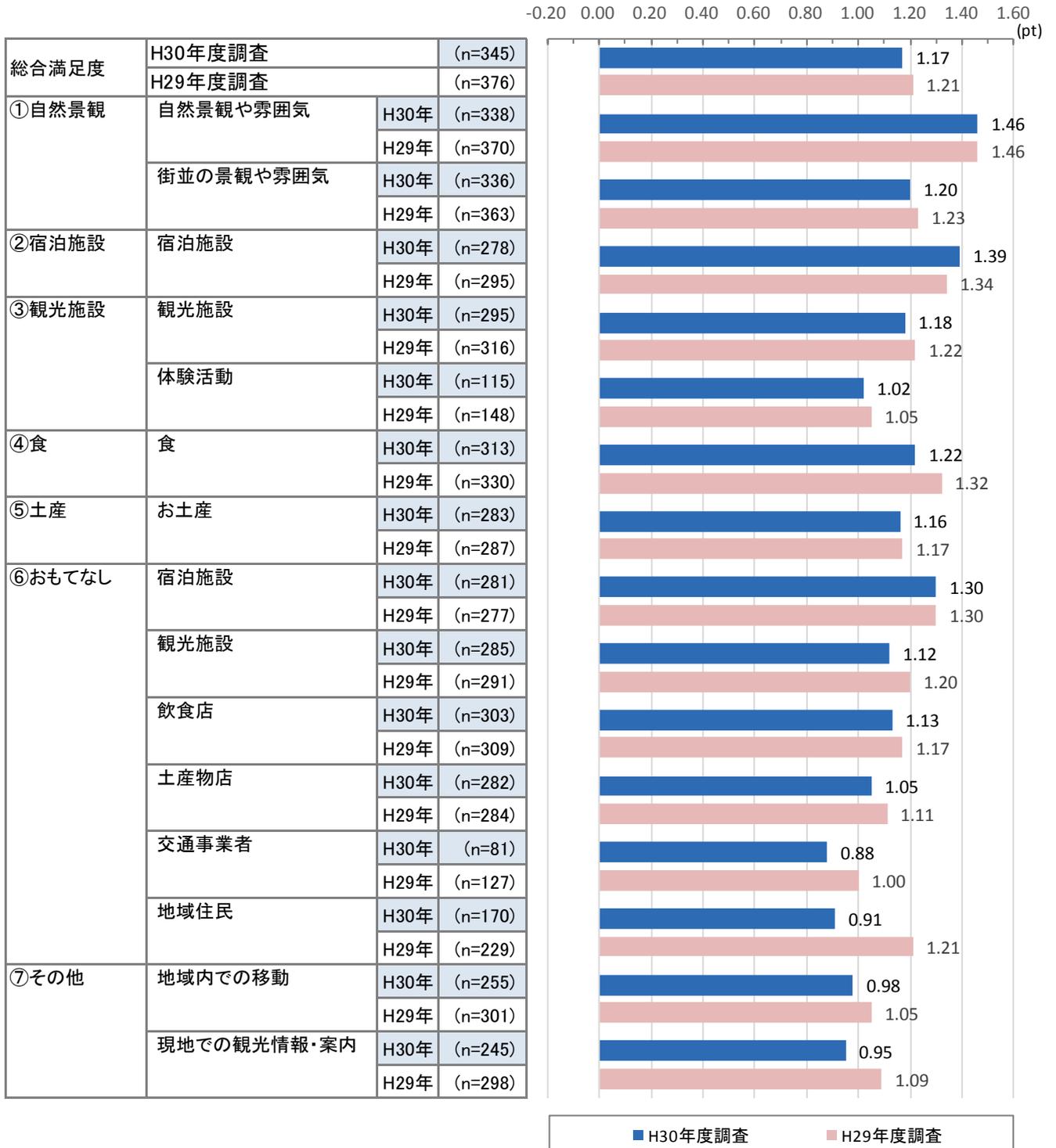
消費支出の総額は、平成 29 (2017) 年度調査では 35,049 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 34,244 円に減少した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 29 (2017) 年度調査で 1.21 であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 1.17 と 0.04 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」が平成 29 (2017) 年度調査、平成 30 (2018) 年度調査ともに最も高く、1.46 であった。

項目別満足度 (加重平均値)



iii. 県央エリア

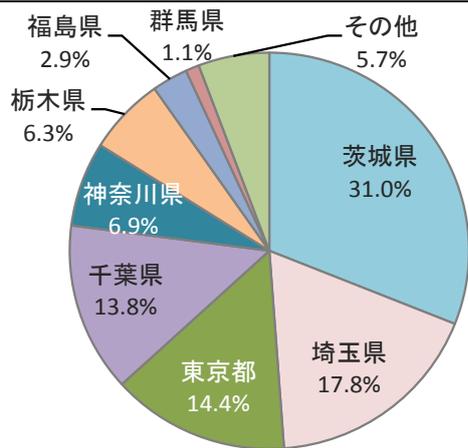
①平成 30 (2018) 年度調査結果

宿泊客 (県央エリア)

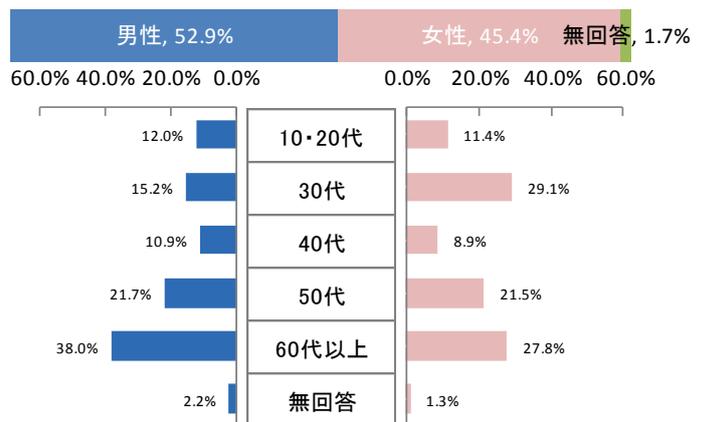
サンプル数 : 174

お住まいは「茨城県」が最も多く 31.0%、次いで「埼玉県」が 17.8%、「東京都」が 14.4%であった。年代は、男性では「60代以上」が最も多く 38.0%、女では「30代」が最も多く 29.1%であった。調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が 45.1%で最も多かった。同行者数は「2人」が 36.8%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 24.7%で最も多かった。

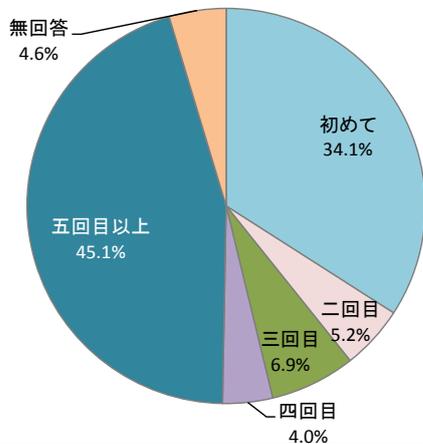
お住まい (n=174)



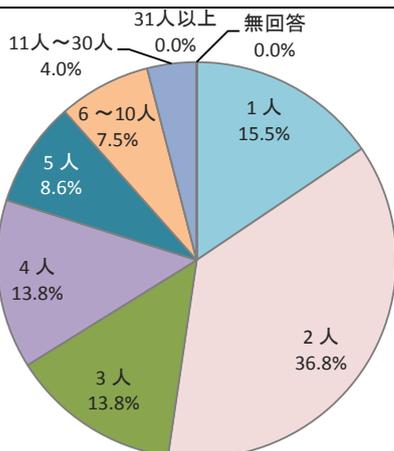
性別・年代 (n=174)



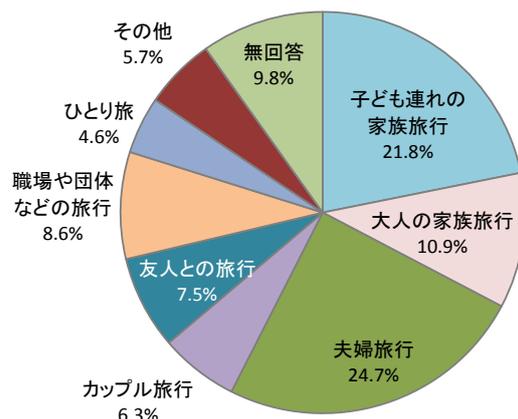
調査地域周辺への来訪回数 (n=173)



同行者数 ※回答者を含む (n=174)

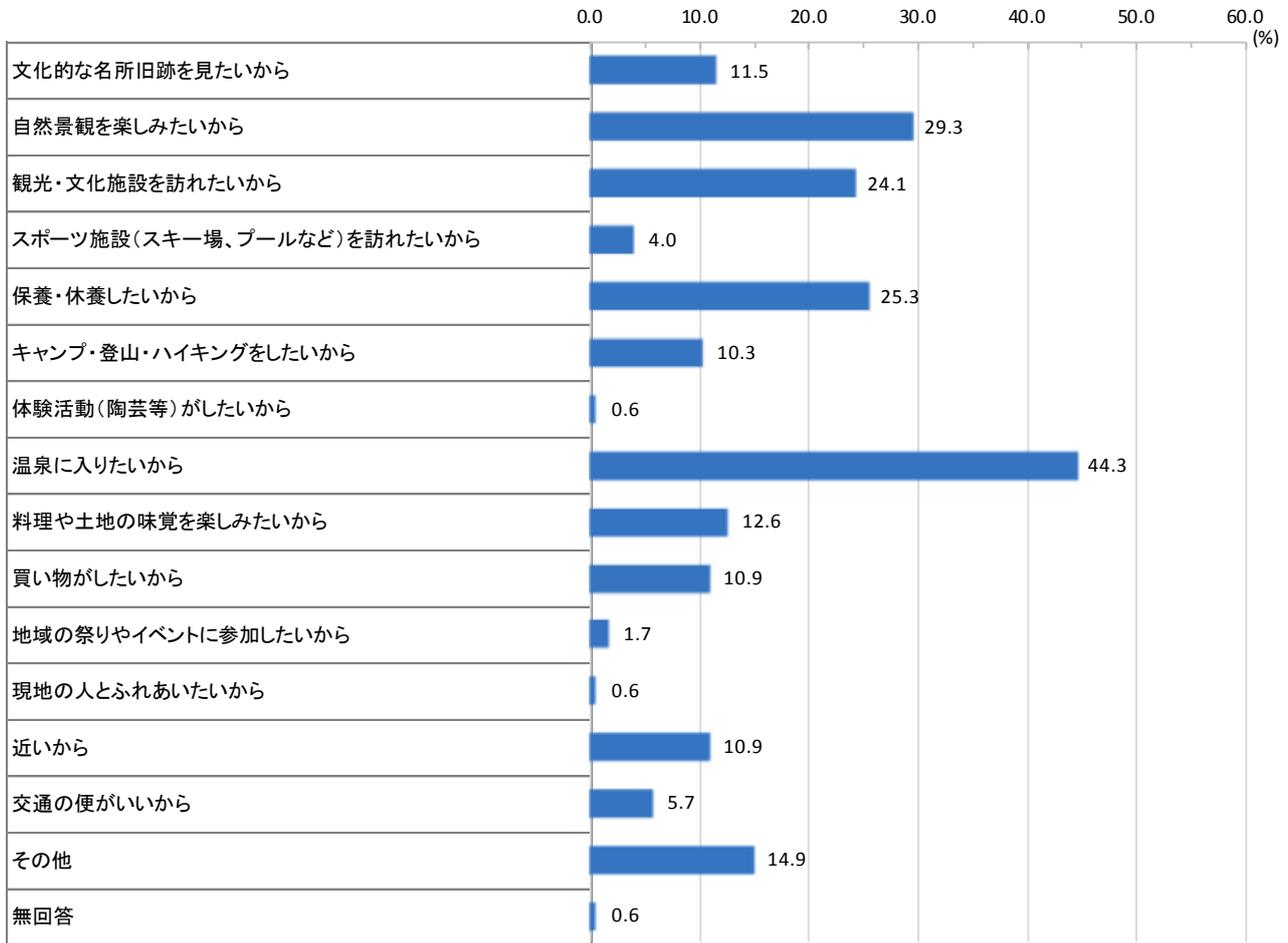


同行者の関係 (n=174)

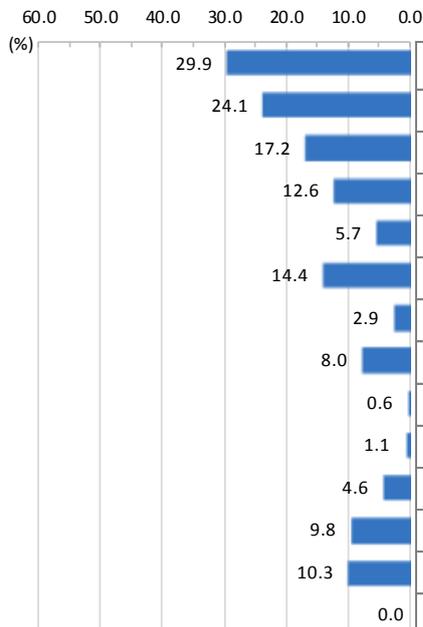


旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が44.3%で最も多く、次いで「自然景観を楽しみたいから」が29.3%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が29.9%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が24.1%で最も多かった。

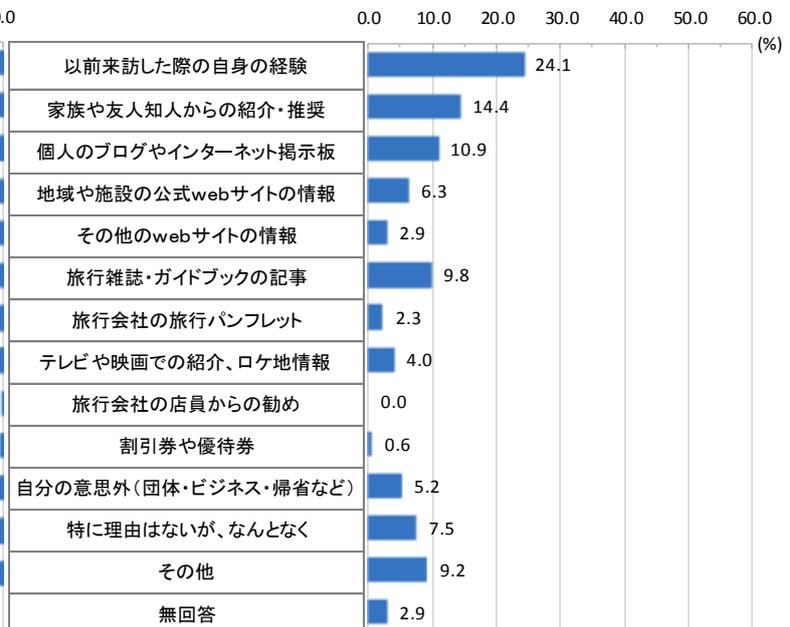
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=174）



旅行先に選んだ情報源
（複数回答）（n=174）



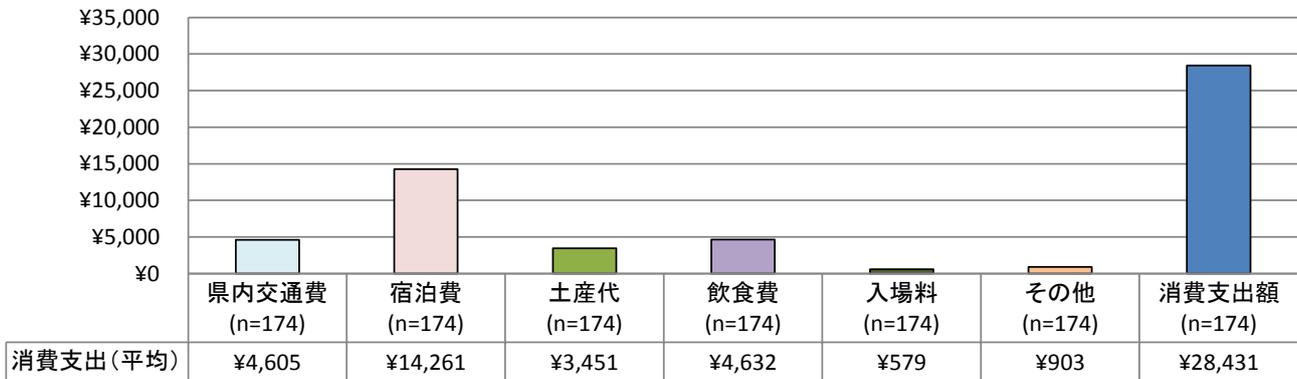
“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=174）



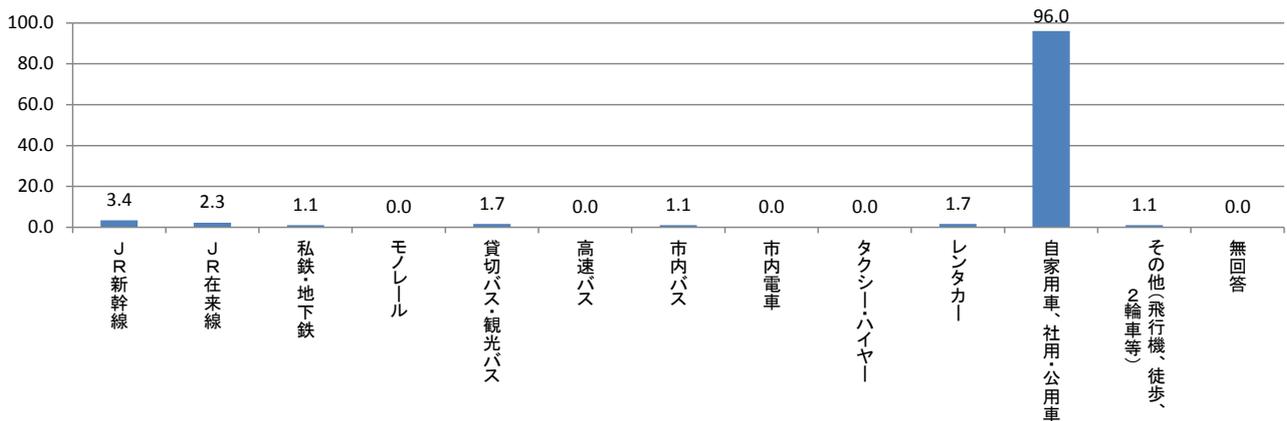
消費支出の平均は、総額で 28,431 円であった。内訳は、「宿泊費」が 14,261 円で最も多く、次いで「飲食費」が 4,632 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 96.0%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」「那須高原ビジターセンター」がともに 8 人で最も多く、次いで「栃木県なかがわ水遊園」「道の駅『湧水の郷しおや』」がともに 7 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=174）

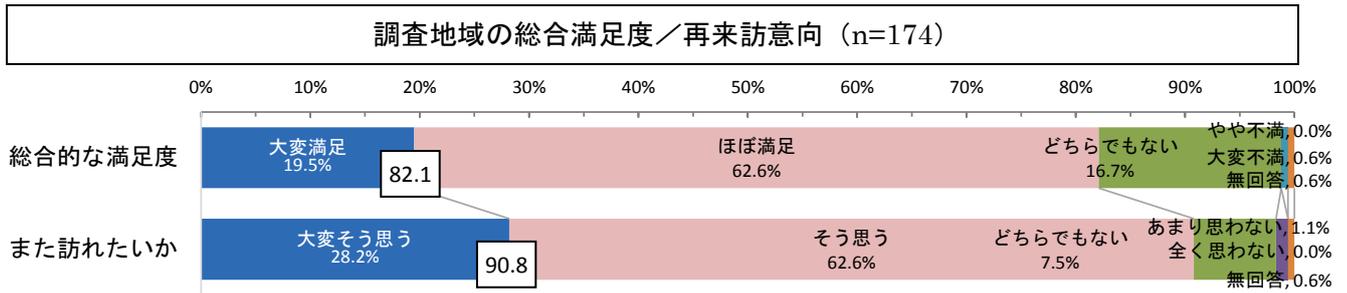


立ち寄り観光施設（n=174）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	那須	県央
鬼怒川温泉 (8)	那須高原ビジターセンター (8)	喜連川温泉第1浴場 (4)
二社一寺 (2)	栃木県なかがわ水遊園 (7)	サントヒルズキャンプ場 (3)
川治温泉 (1)	道の駅「湧水の郷しおや」(7)	道の駅ばとう (2)
中禅寺湖 (1)	塩原温泉郷 (4)	大谷資料館 (2)
華厳ノ滝 (1)	那須ガーデンアウトレット (3)	馬頭温泉郷 (2)
県南	りんどう湖LAKE VIEW (2)	氏家雛めぐり (2)
佐野プレミアム・アウトレット (1)	芦野温泉 (1)	馬頭広重美術館 (1)
あしかがフラワーパーク (1)		来らっせ (1)
		ろまんちっく村 (1)

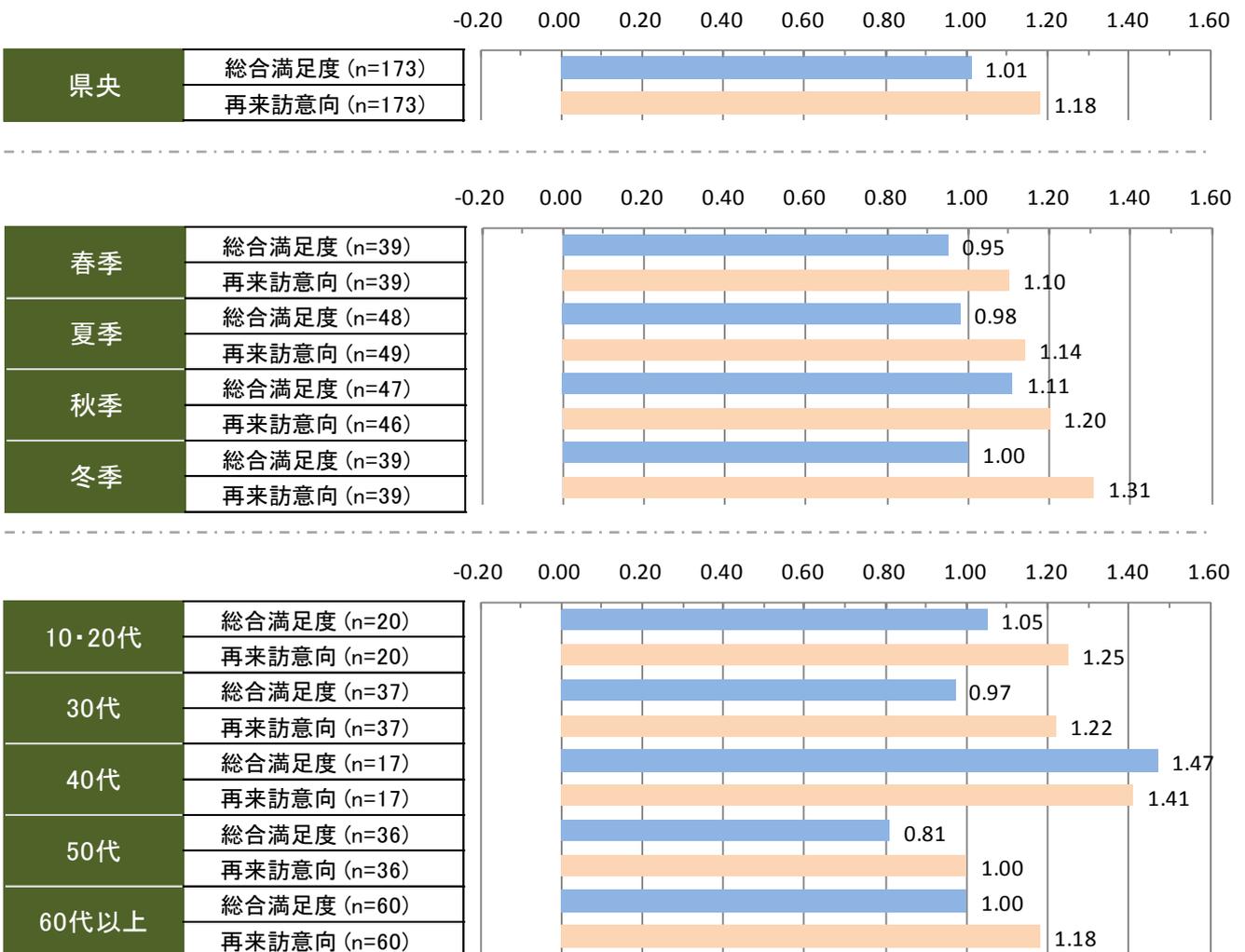
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
ろまんちっく村 (2)

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82.1%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90.8%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)

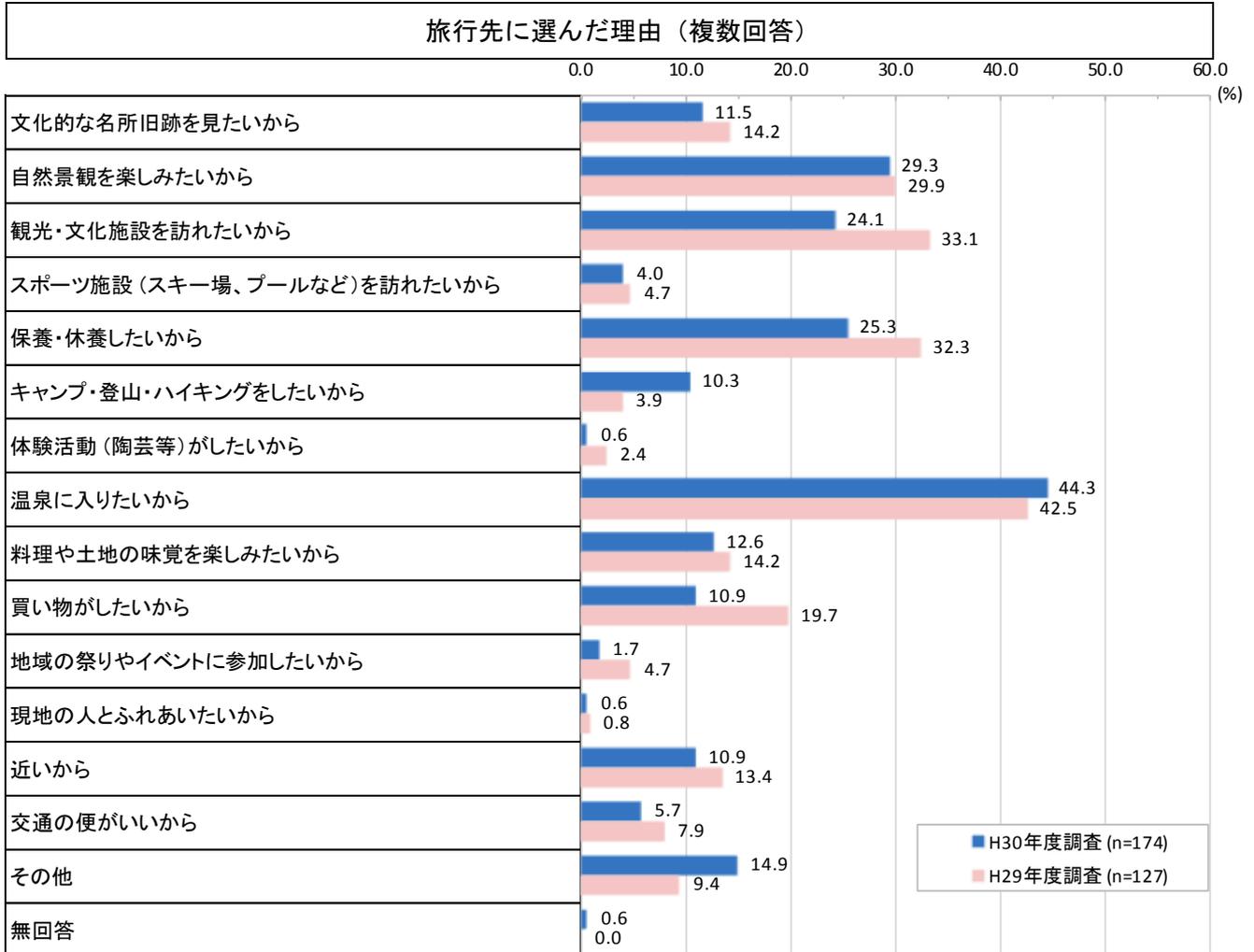
総合満足度を季節別にみると、「秋季」が1.11で最も高く、「春季」が0.95で最も低かった。一方、再来訪意向については、「冬季」が1.31で最も高く、「春季」が1.10で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.47で最も高く、「50代」が0.81で最も低かった。また、再来訪意向についても、「40代」が1.41で最も高く、「50代」が1.00で最も低かった。



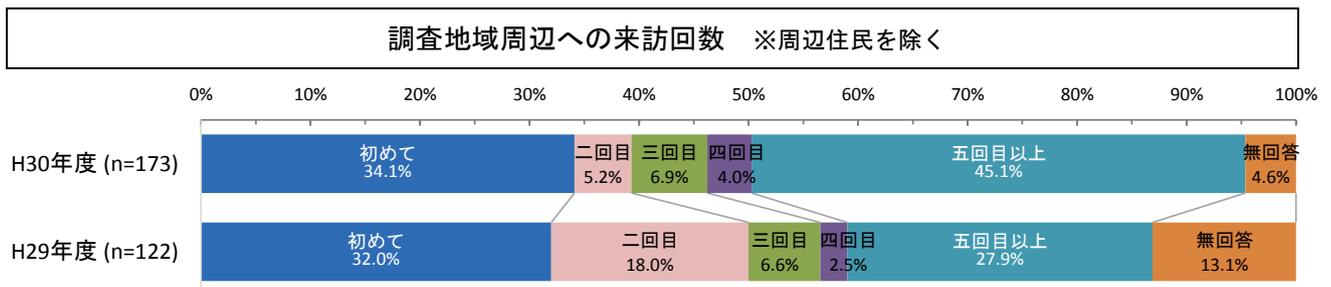
②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、平成 29（2017）年度に引き続き「温泉に入りたいから」が最も多く、平成 29（2017）年度の 42.5%から 1.8 ポイント増加して 44.3%に上った。

「観光・文化施設を訪れたいから」は平成 29(2017)年度調査では 33.1%であったが、平成 30(2018)年度調査では 24.1%と 9.0 ポイント減少した。

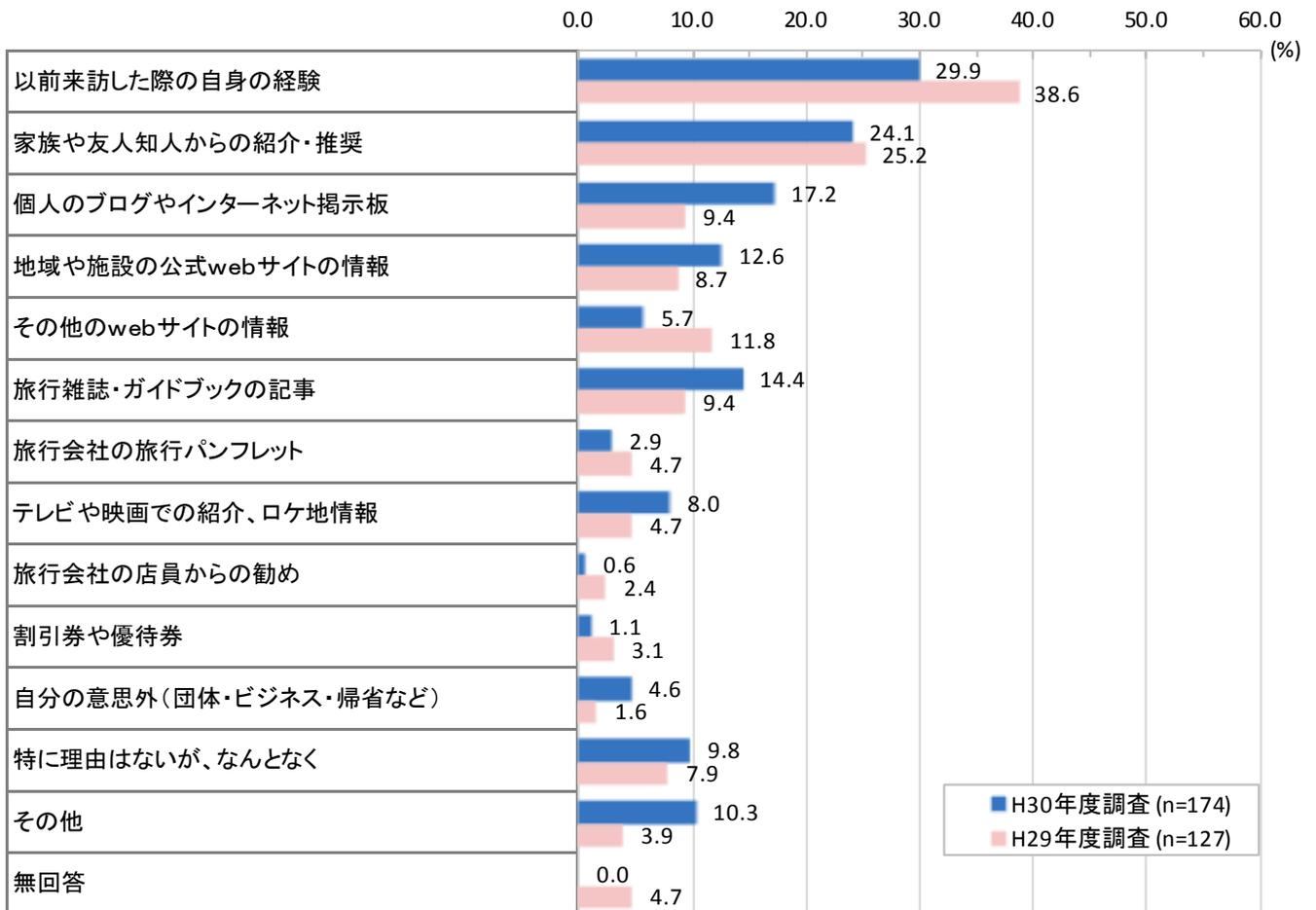


調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 29（2017）年度調査では 32.0%であったが、平成 30（2018）年度調査では 34.1%と 2.1 ポイント増加した。また、「五回目以上」は平成 29（2017）年度調査で 27.9%であったが、平成 30（2018）年度調査では 45.1%と 17.2 ポイント増加した。



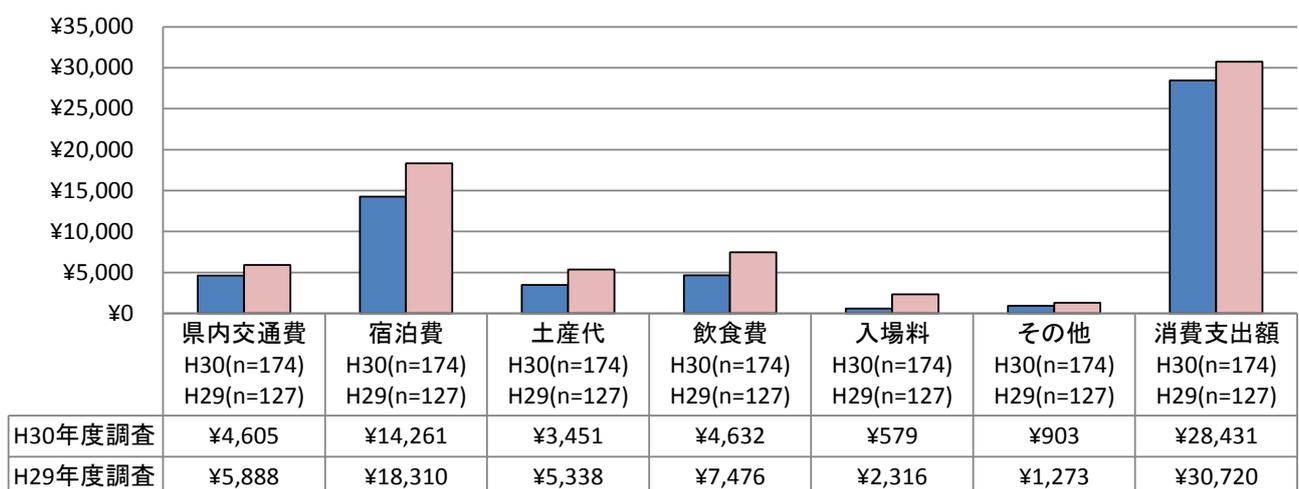
旅行先に選んだ情報源は、平成 29 (2017) 年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く 38.6%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 29.9%と 8.7 ポイント減少した。「個人のブログやインターネット掲示板」は平成 29 (2017) 年度調査では 9.4%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 17.2%と、平成 29 (2017) 年度と比較して 7.8 ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



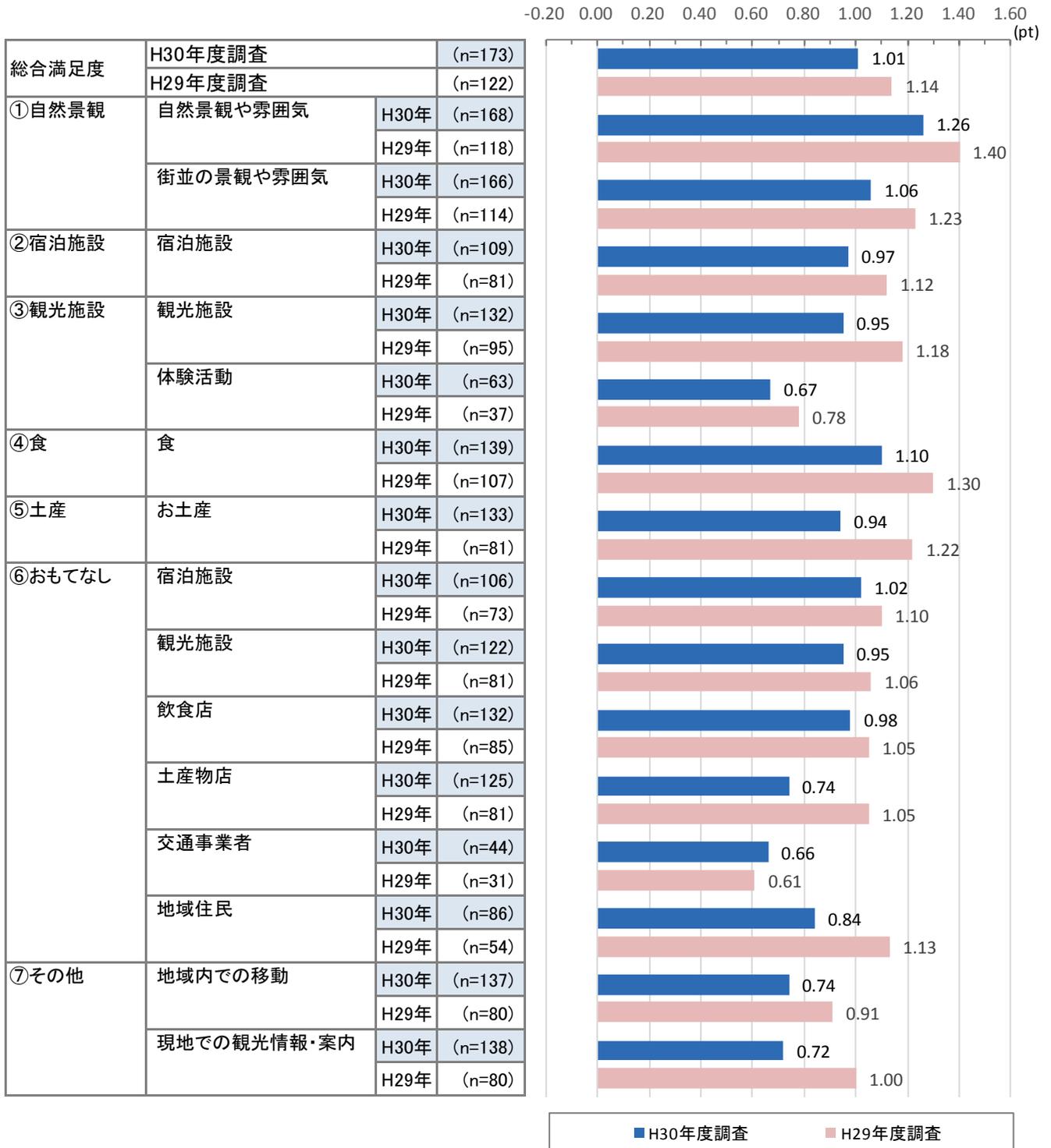
消費支出の総額は、平成 29 (2017) 年度調査では 30,720 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 28,431 円に減少した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 29 (2017) 年度調査では 1.14 であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 1.01 と 0.13 ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成 29 (2017) 年度に引き続き「自然景観 自然景観や雰囲気」が最も高かったが、平成 29 (2017) 年度調査は 1.40 であったのに対し、平成 30 (2018) 年度調査では 1.26 と 0.14 ポイント減少した。

項目別満足度 (加重平均値)



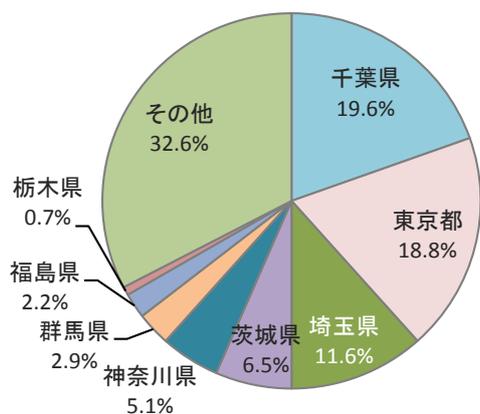
iv. 県南エリア

①平成 30 (2018) 年度調査結果

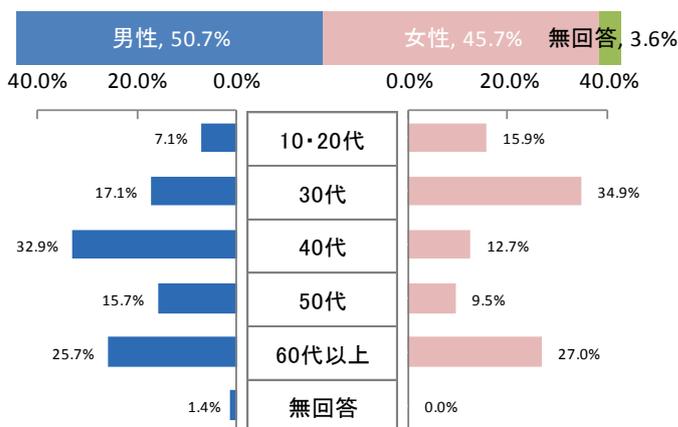
宿泊客 (県南エリア) サンプル数 : 138

お住まいは「千葉県」が最も多く 19.6%、次いで「東京都」が 18.8%、「埼玉県」が 11.6%であった。年代は、男性では「40代」が最も多く 32.9%、女性では「30代」が最も多く 34.9%であった。調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が 56.5%で最も多かった。同行者数は「2人」が 31.9%で最も多く、同行者の関係は「子ども連れの家族旅行」が 29.0%で最も多かった。

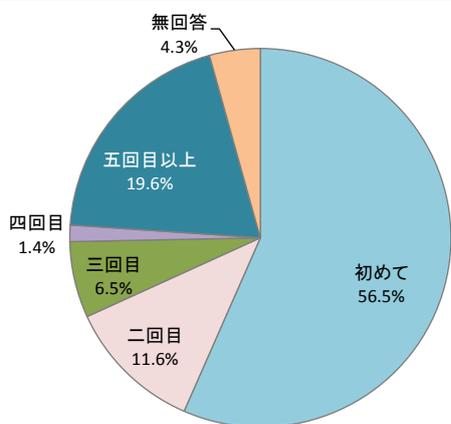
お住まい (n=138)



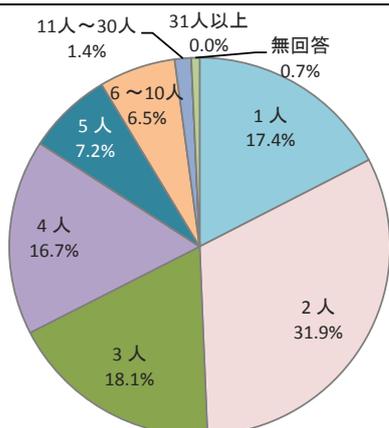
性別・年代 (n=138)



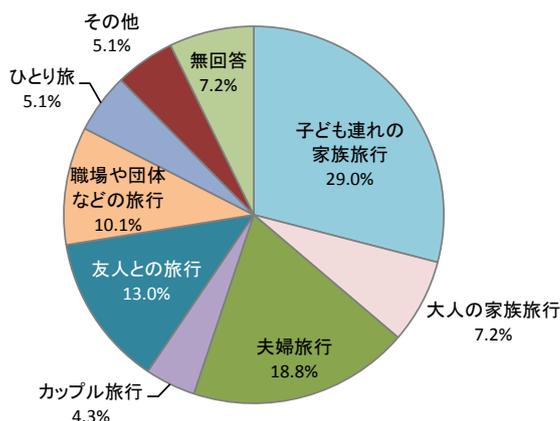
調査地域周辺への来訪回数 (n=138)



同行人数 ※回答者を含む (n=138)

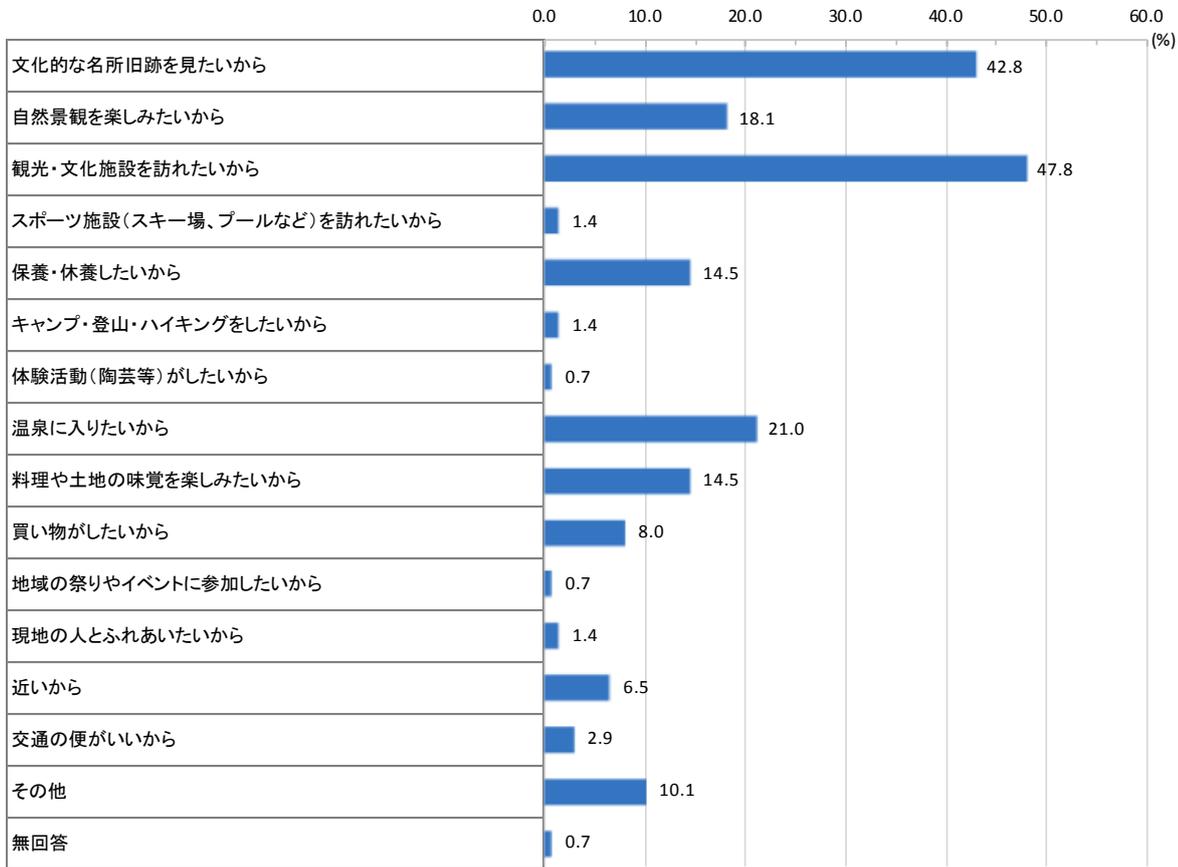


同行者の関係 (n=138)

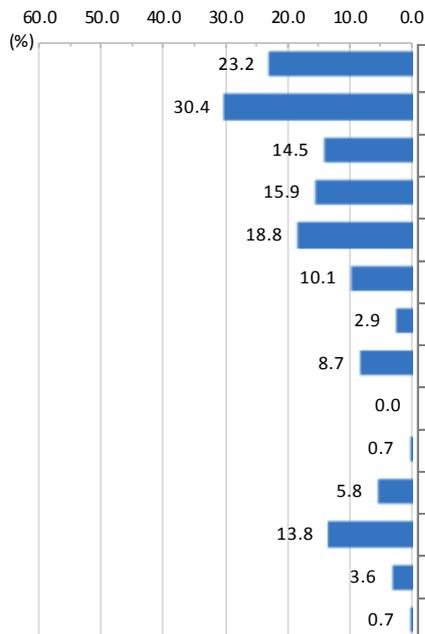


旅行先に選んだ理由は「観光・文化施設を訪れたいから」が47.8%で最も多く、次いで「文化的な名所旧跡を見たいから」が42.8%であった。旅行先に選んだ情報源は「家族や友人知人からの紹介・推奨」が30.4%で最も多く、“決め手”となった情報源も「家族や友人知人からの紹介・推奨」が22.5%で最も多かった。

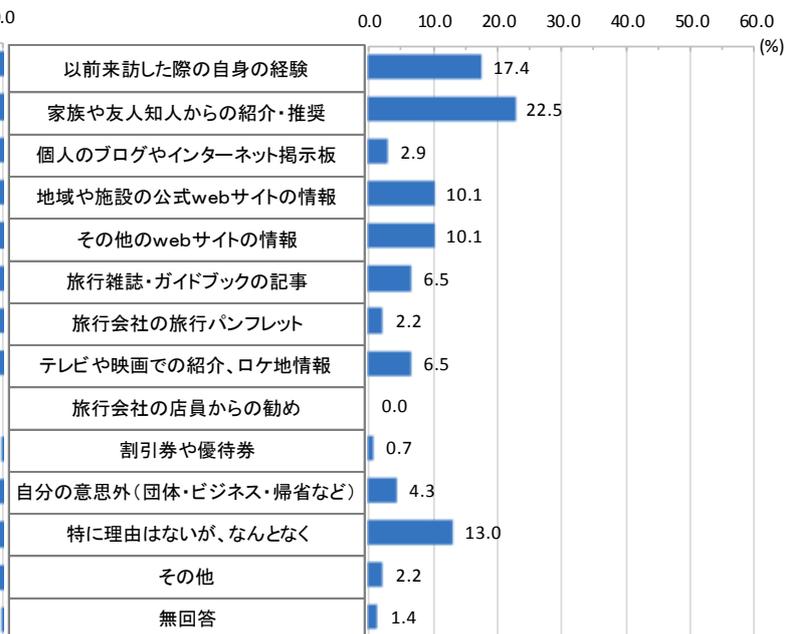
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=138）



旅行先に選んだ情報源
（複数回答）（n=138）



“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=138）



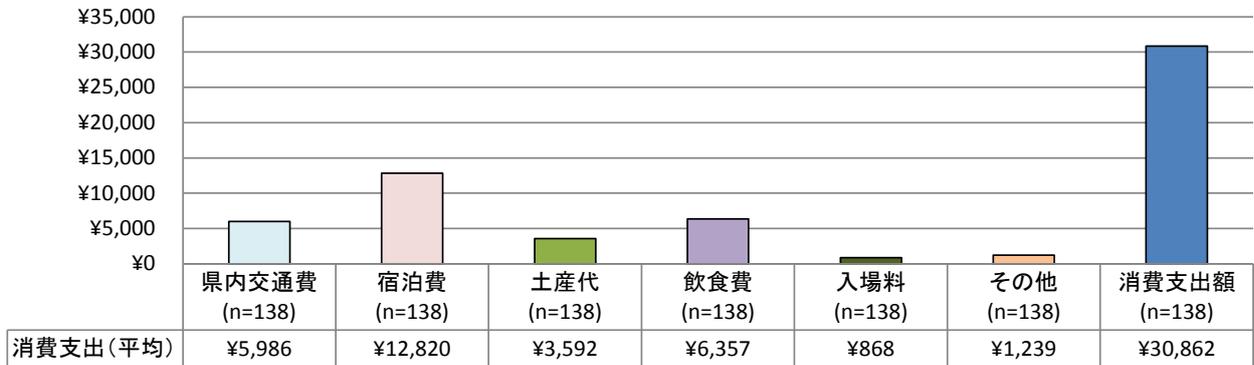
第2章 観光客調査 調査結果

2. 宿泊客 (2)エリア別 iv. 県南エリア

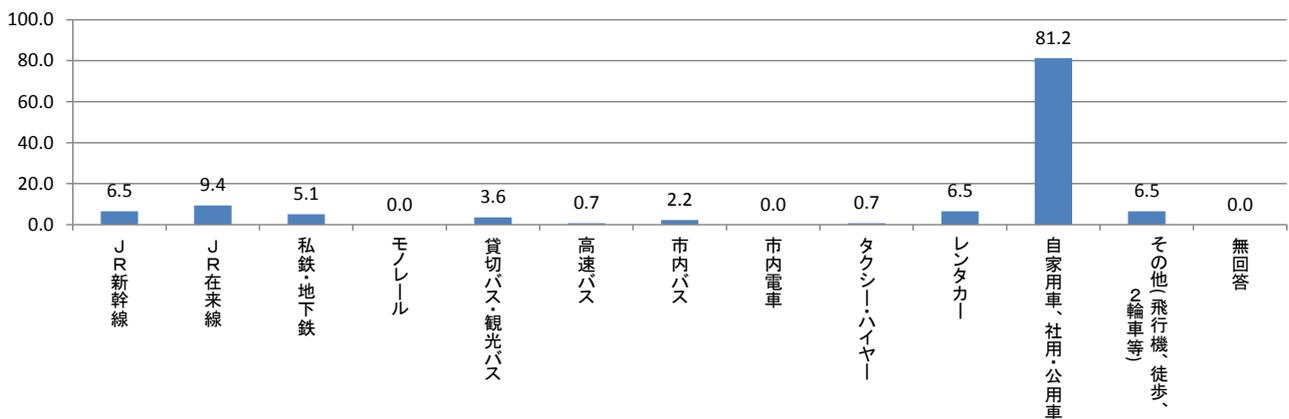
消費支出の平均は、総額で 30,862 円であった。内訳は、「宿泊費」が 12,820 円で最も多く、次いで「飲食費」が 6,357 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 81.2%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「佐野プレミアム・アウトレット」が 19 人で最も多く、次いで「あしかがフラワーパーク」が 18 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=138）

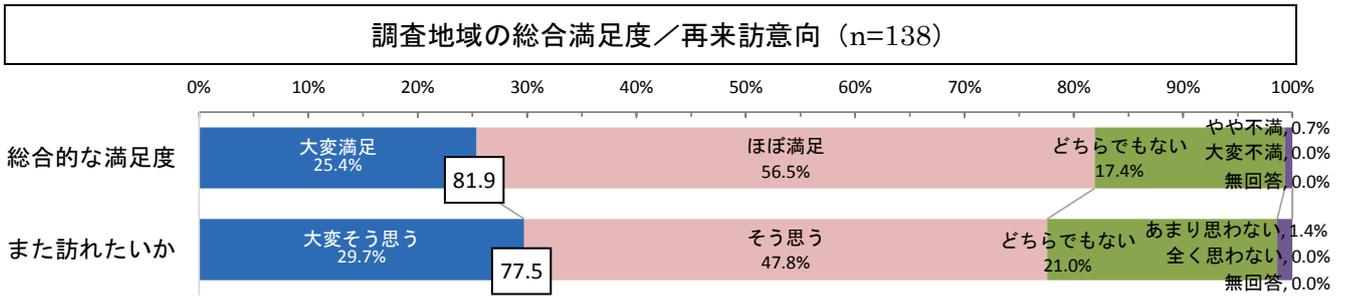


立ち寄り観光施設（n=138）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

那須	県南	県南
栃木県なかがわ水遊園 (1)	佐野プレミアム・アウトレット (19)	歴史民族資料館 (1)
那須高原ビジターセンター (1)	あしかがフラワーパーク (18)	佐野市こどもの国 (1)
塩原温泉郷 (1)	太平山 (3)	日光
那須ガーデンアウトレット (1)	鑿阿寺 (2)	鬼怒川温泉 (3)
県央	岩下の新生姜ミュージアム (1)	日光おかき工房 (2)
大谷資料館 (1)	織姫公園 (1)	

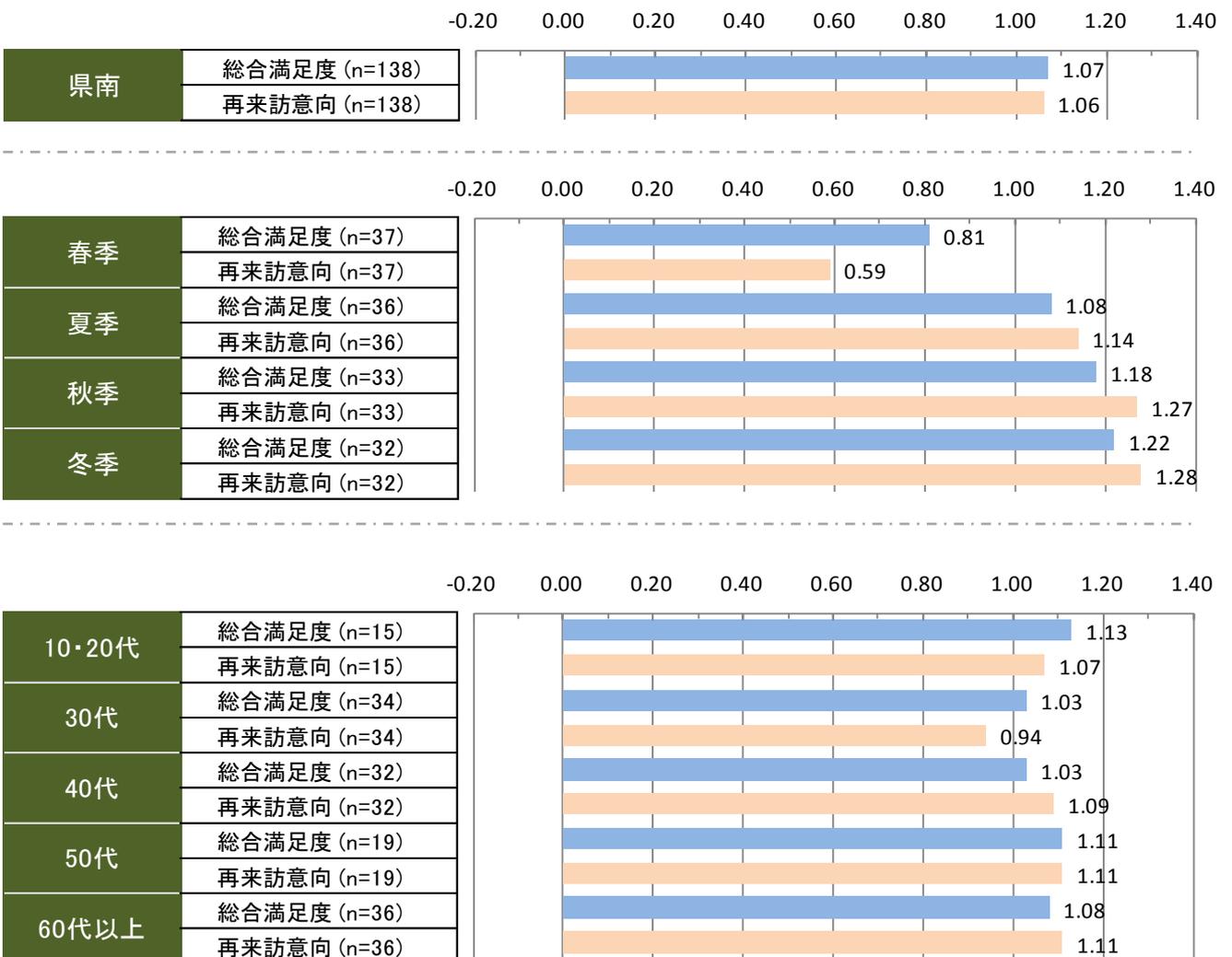
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
足利学校 (1)

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77.5%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)

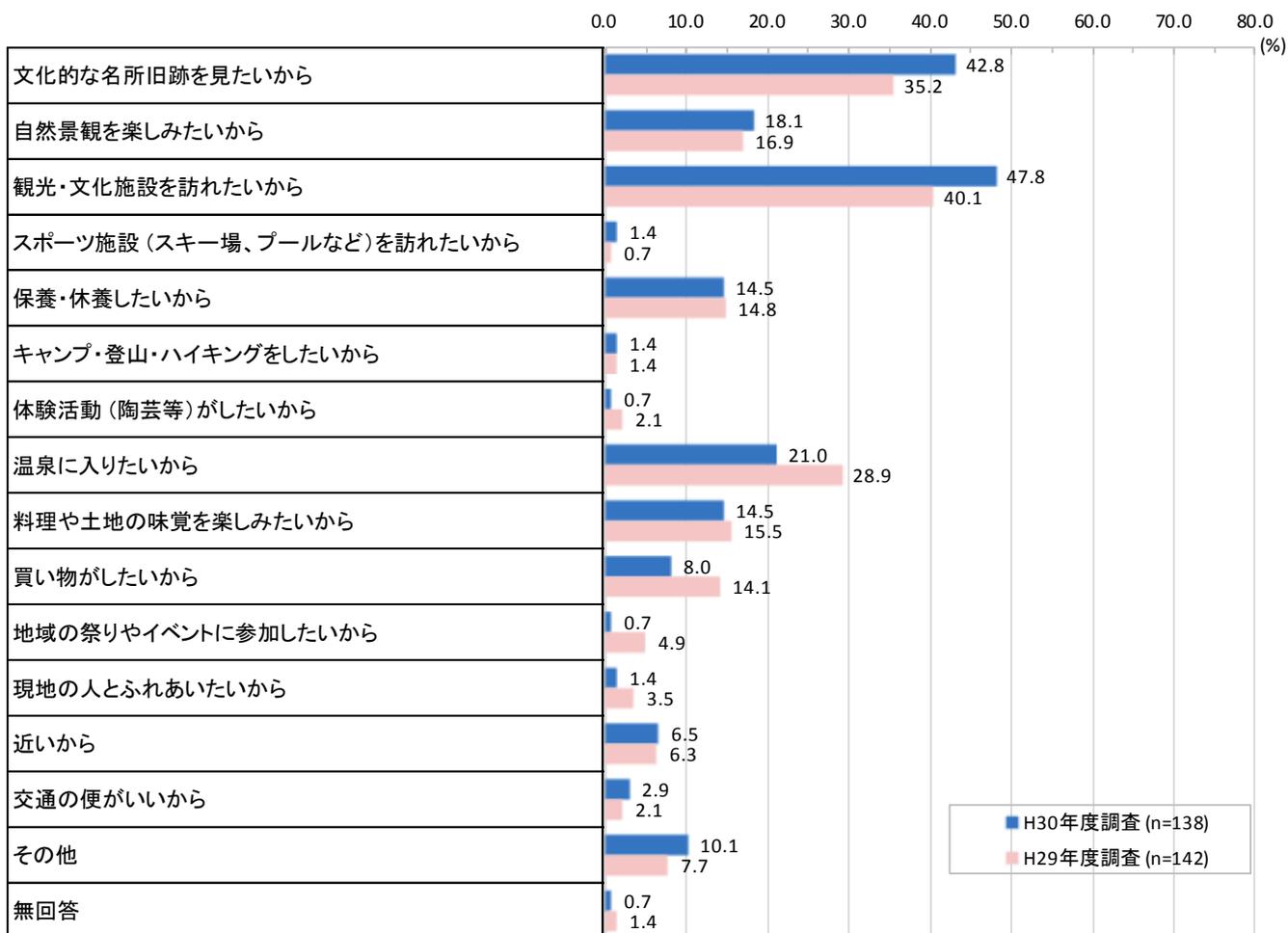
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.22で最も高く、「春季」が0.81で最も低かった。同様に、再来訪意向についても「冬季」が1.28で最も高く、「春季」は0.59で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.13で最も高く、「30代」「40代」がともに1.03で最も低かった。また、再来訪意向については、「50代」「60代以上」がともに1.11と最も高く、「30代」が0.94で最も低かった。



②過去調査との比較

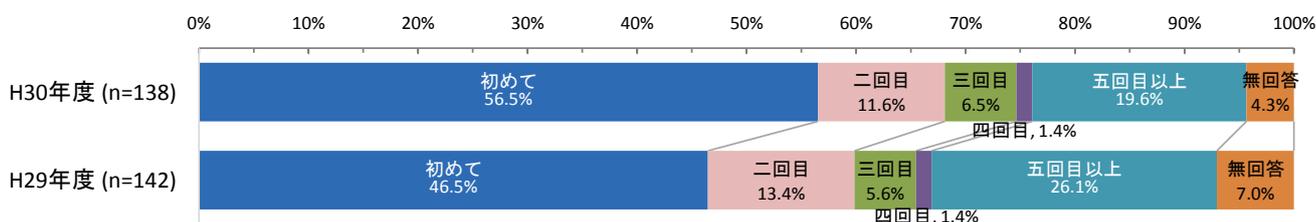
旅行先に選んだ理由は、平成 30 (2018) 年度調査では「観光・文化施設を訪れたいから」が 47.8% で最も多く、平成 29 (2017) 年度調査と比較して 7.7 ポイント増加した。次いで「文化的な名所旧跡を見たいから」は平成 29 (2017) 年度調査で 35.2%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 42.8%と 7.6 ポイント増加した。「温泉に入りたいから」は平成 29 (2017) 年度調査の 28.9%に対し、平成 30 (2018) 年度調査では 21.0%と 7.9 ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由 (複数回答)



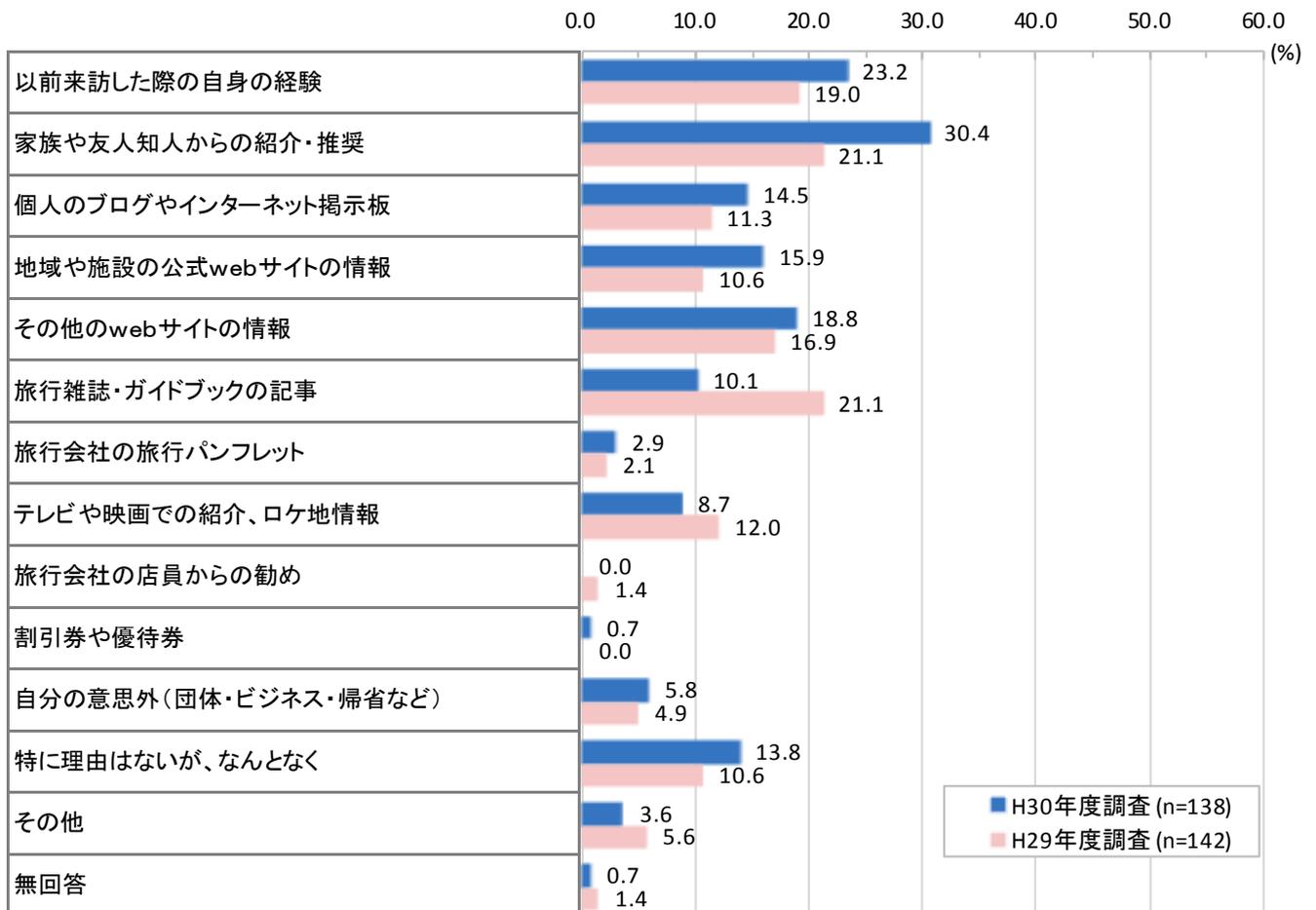
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 29 (2017) 年度調査で 46.5%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 56.5%と 10.0 ポイント増加した。一方、「五回目以上」は平成 29 (2017) 年度調査では 26.1%であったが、平成 29 (2017) 年度調査では 19.6%と 6.5 ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



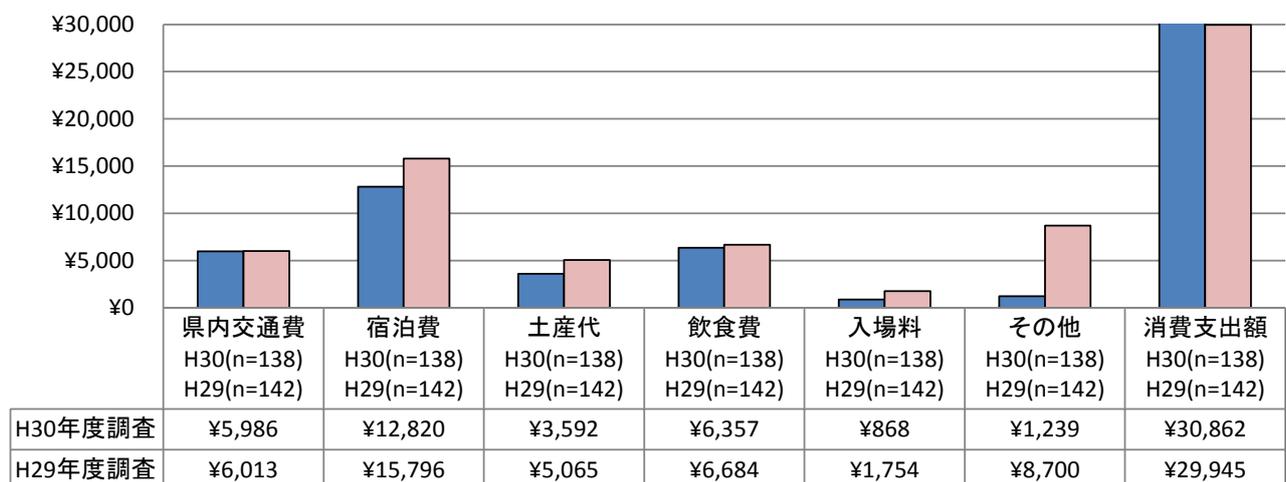
旅行先に選んだ情報源は、「家族や友人知人からの紹介・推奨」「旅行雑誌・ガイドブックの記事」が平成 29 (2017) 年度調査では同率 21.1%で最も多かったが、平成 30 (2018) 年度調査では「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 30.4%で最多となった。一方、「旅行雑誌・ガイドブックの記事」は平成 30 (2018) 年度調査では 10.1%と平成 29 (2017) 年度の 21.1%と比較して 11.0 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



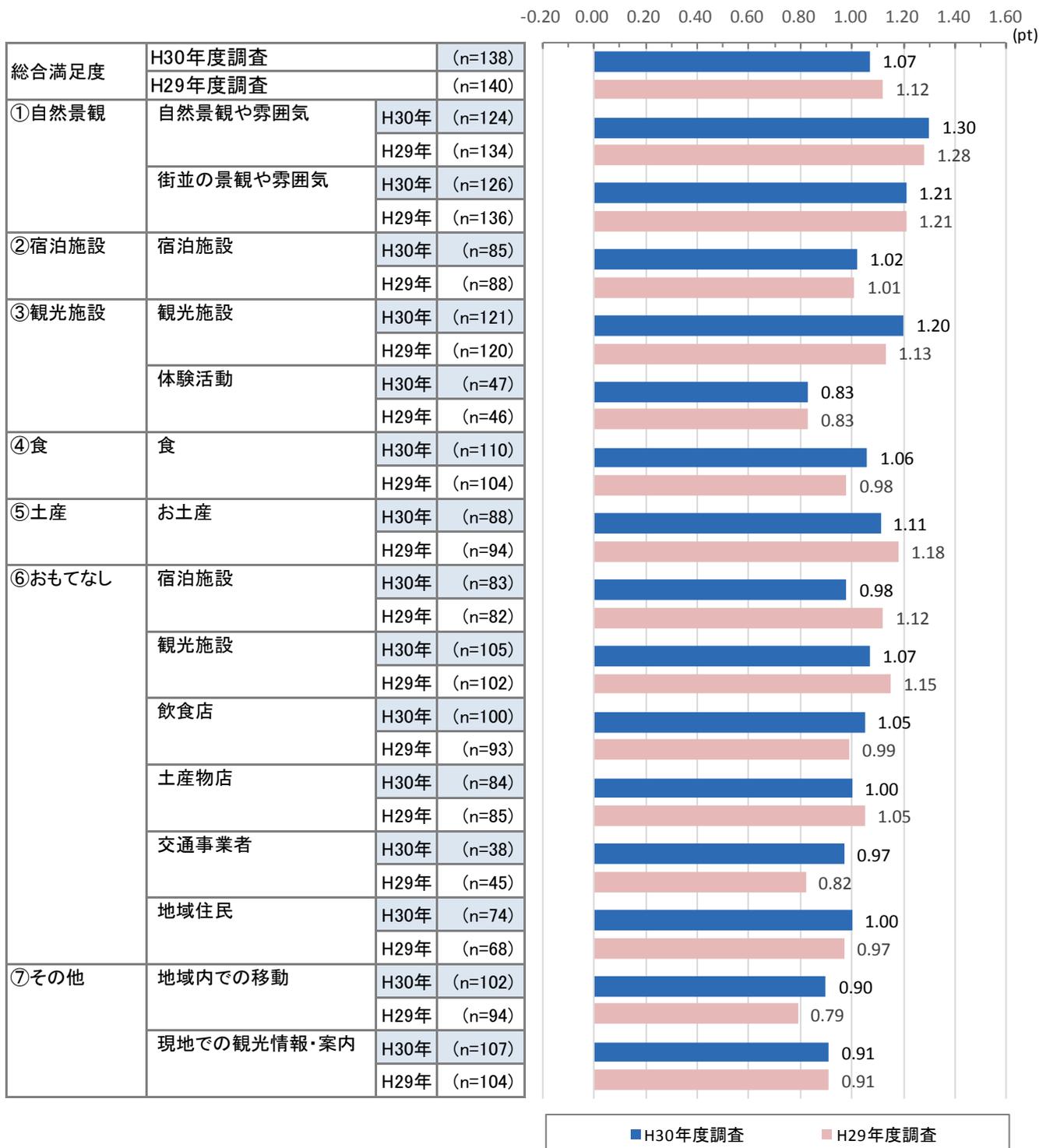
消費支出の総額は、平成 29 (2017) 年度調査では 29,945 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 30,862 円に増加した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 30 (2018) 年度調査では 1.07 と、平成 29 (2017) 年度調査の 1.12 から 0.05 ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成 29 (2017) 年度調査、平成 30 (2018) 年度調査ともに「自然景観 自然景観や雰囲気」が最も高く、平成 29 (2017) 年度調査の 1.28 から 0.02 ポイント増加し、1.30 となった。

項目別満足度 (加重平均値)



v. 県東エリア

①平成 30 (2018) 年度調査結果

宿泊客 (県東エリア)

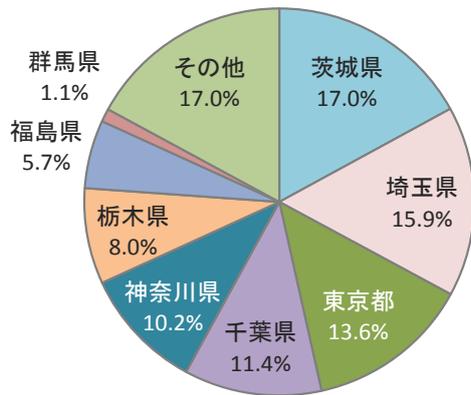
サンプル数 : 88

お住まいは「茨城県」が最も多く 17.0%、次いで「埼玉県」が 15.9%、「東京都」が 13.6%であった。年代は、男性では「60代以上」が最も多く 37.8%、女性では「10・20代」が 32.7%で最も多かった。

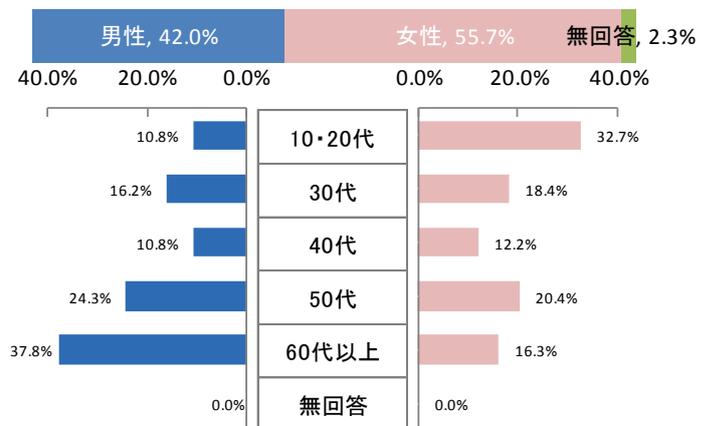
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が 37.2%で最も多かった。

同行者数は「2人」が 46.6%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 23.9%で最も多かった。

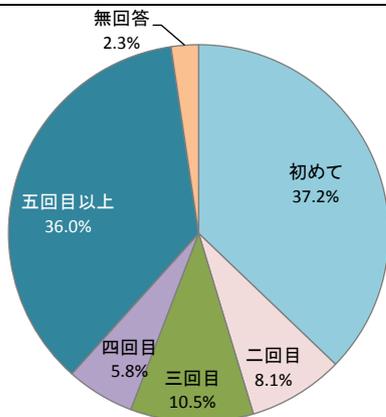
お住まい (n=88)



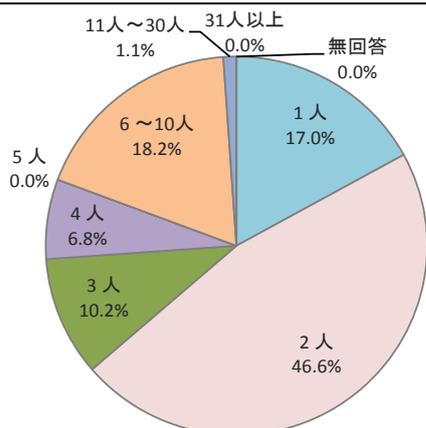
性別・年代 (n=88)



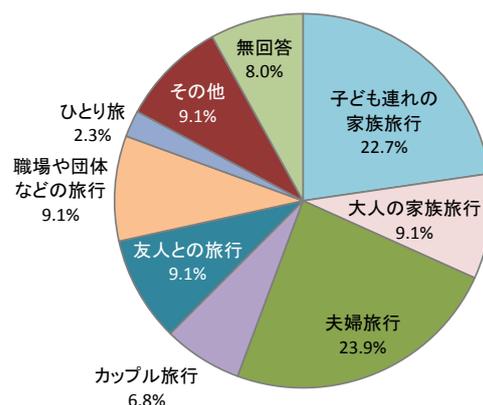
調査地域周辺への来訪回数 (n=86)



同行人数 ※回答者を含む (n=88)

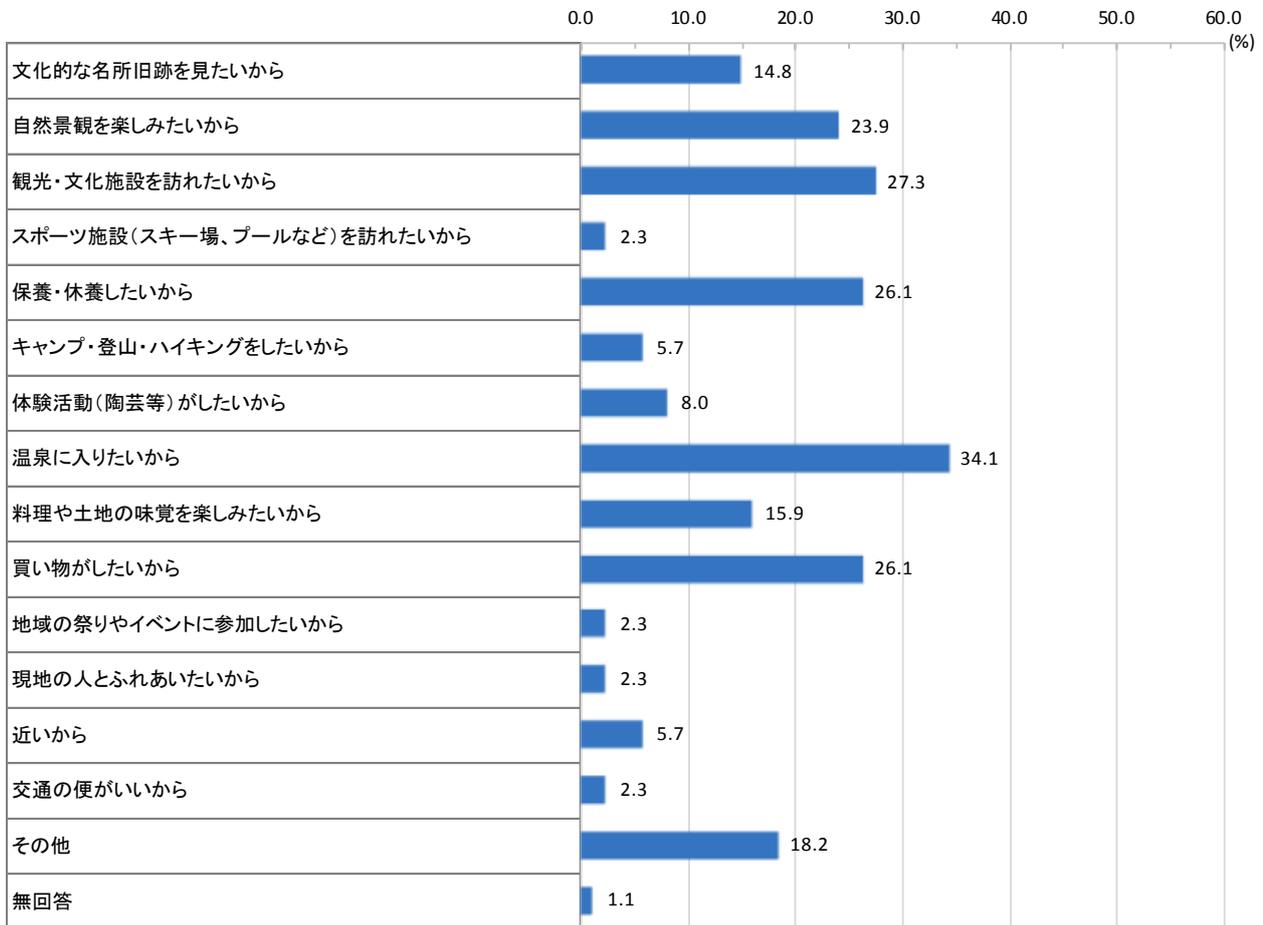


同行者の関係 (n=88)

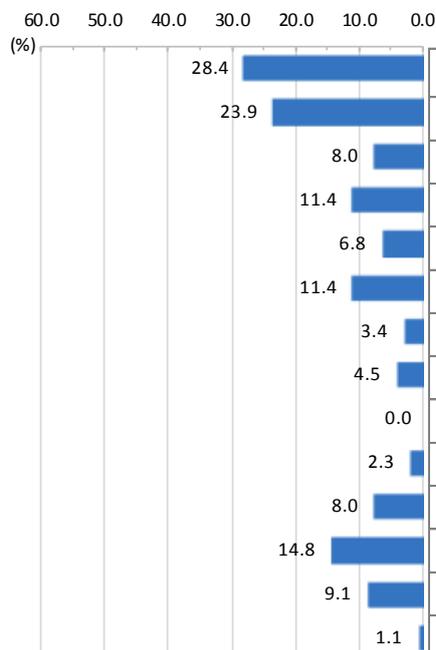


旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が34.1%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が27.3%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が28.4%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が26.1%で最も多かった。

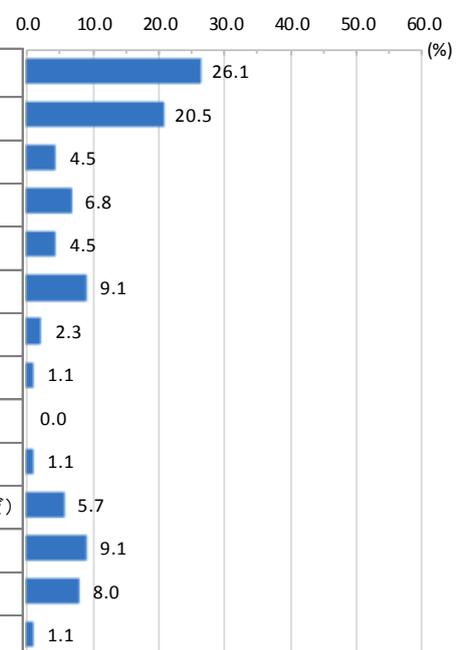
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=88）



旅行先に選んだ情報源
（複数回答）（n=88）



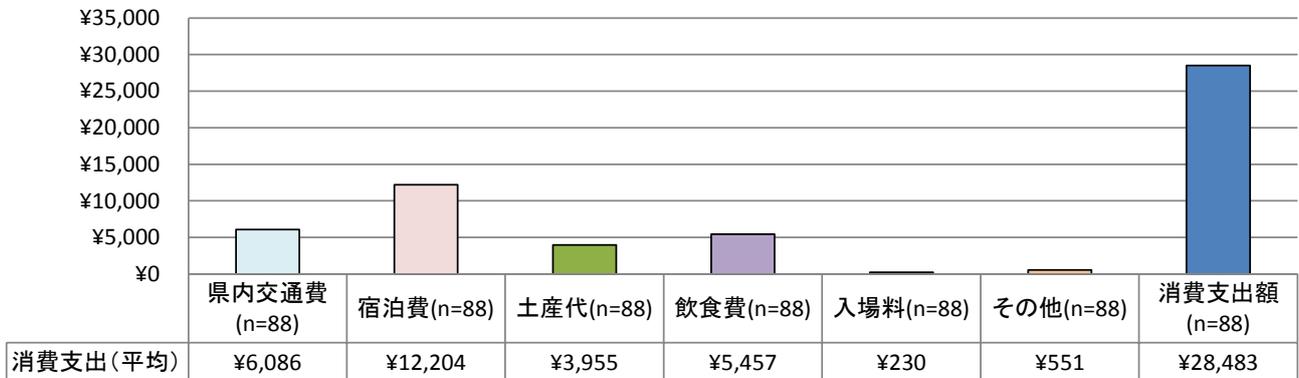
“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=88）



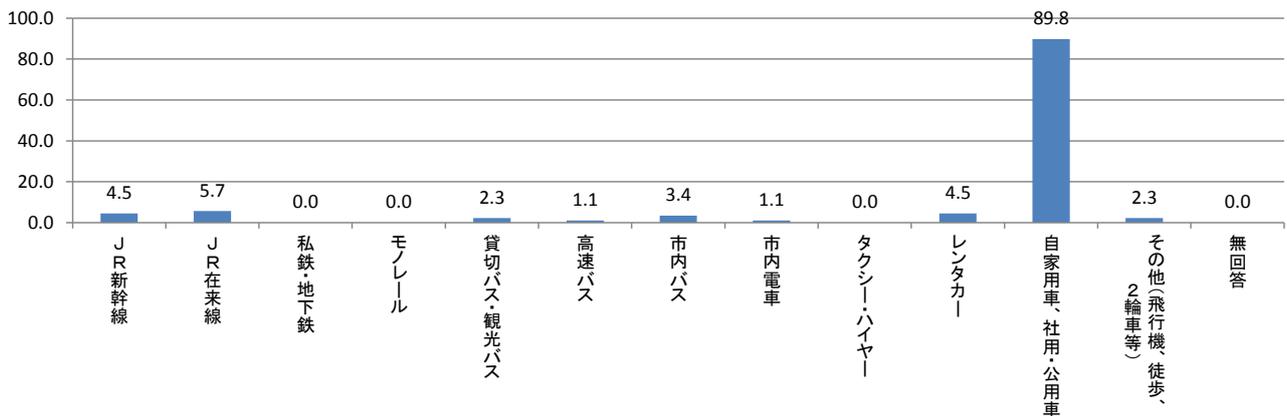
消費支出の平均は、総額で 28,483 円であった。内訳は、「宿泊費」が 12,204 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 6,086 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 89.8%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は「鬼怒川温泉」「ツインリンクもてぎ」がそれぞれ 9 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=88）

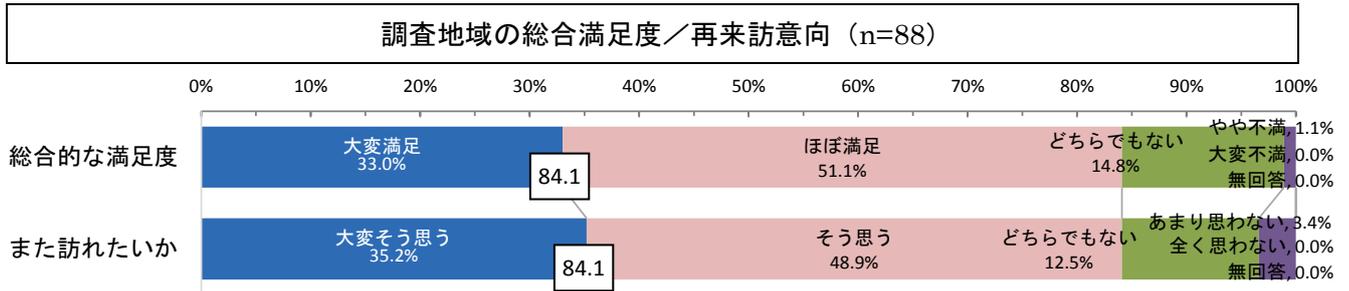


立ち寄り観光施設（n=88）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	県南	県東
鬼怒川温泉 (9)	佐野プレミアム・アウトレット (1)	ツインリンクもてぎ (9)
二社一寺 (2)	那須	道の駅ましこ (6)
県央	那須ガーデンアウトレット (2)	道の駅サシバの里いちかい (3)
大谷資料館 (2)	塩原温泉郷 (2)	観光いちご狩り (2)
馬頭温泉郷 (2)	道の駅やいた (1)	西明寺 (1)
	矢板温泉 (1)	道の駅にのみや (1)

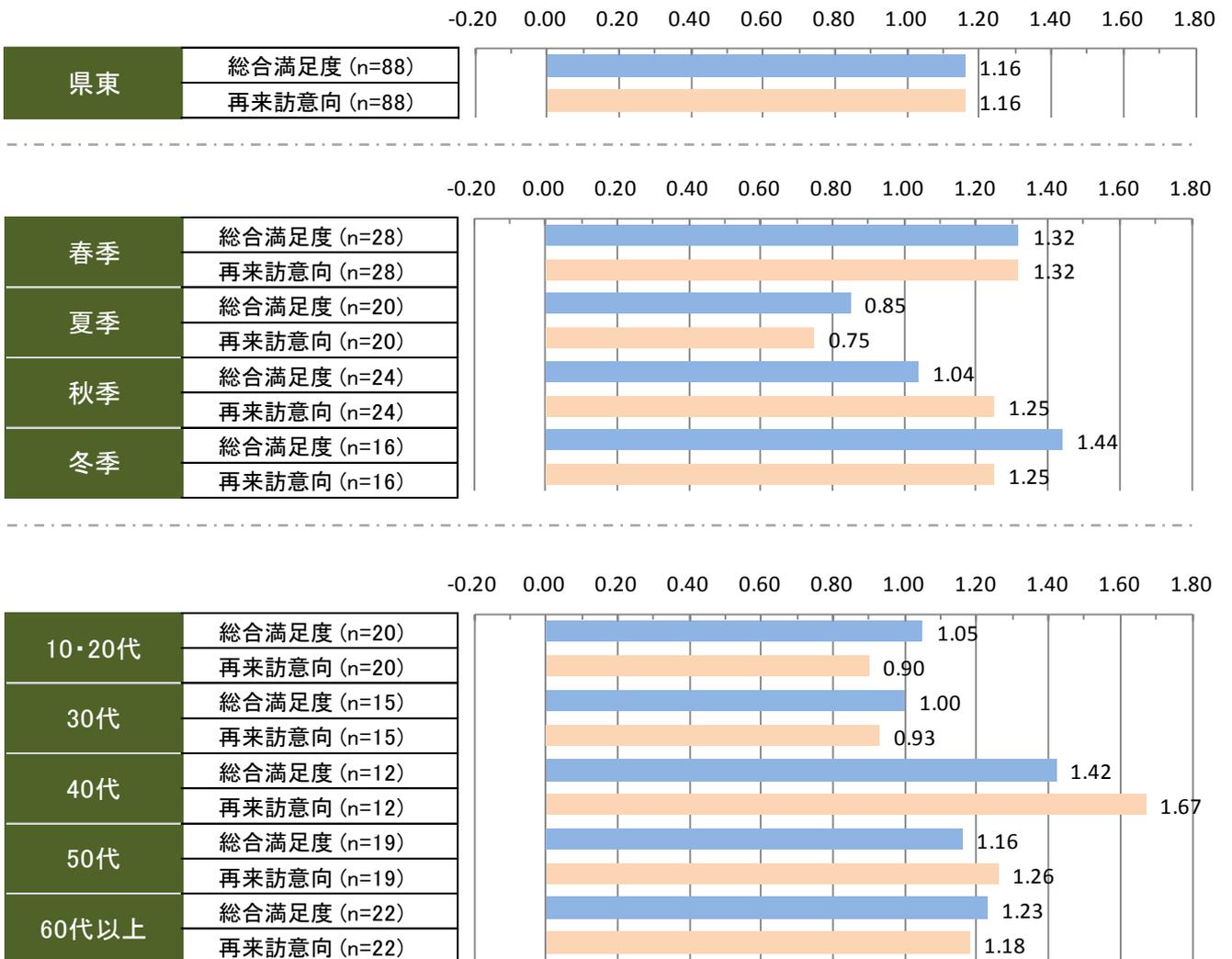
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしないが、重複はなかった。

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84.1%となった。また訪れたいかについても、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が84.1%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)

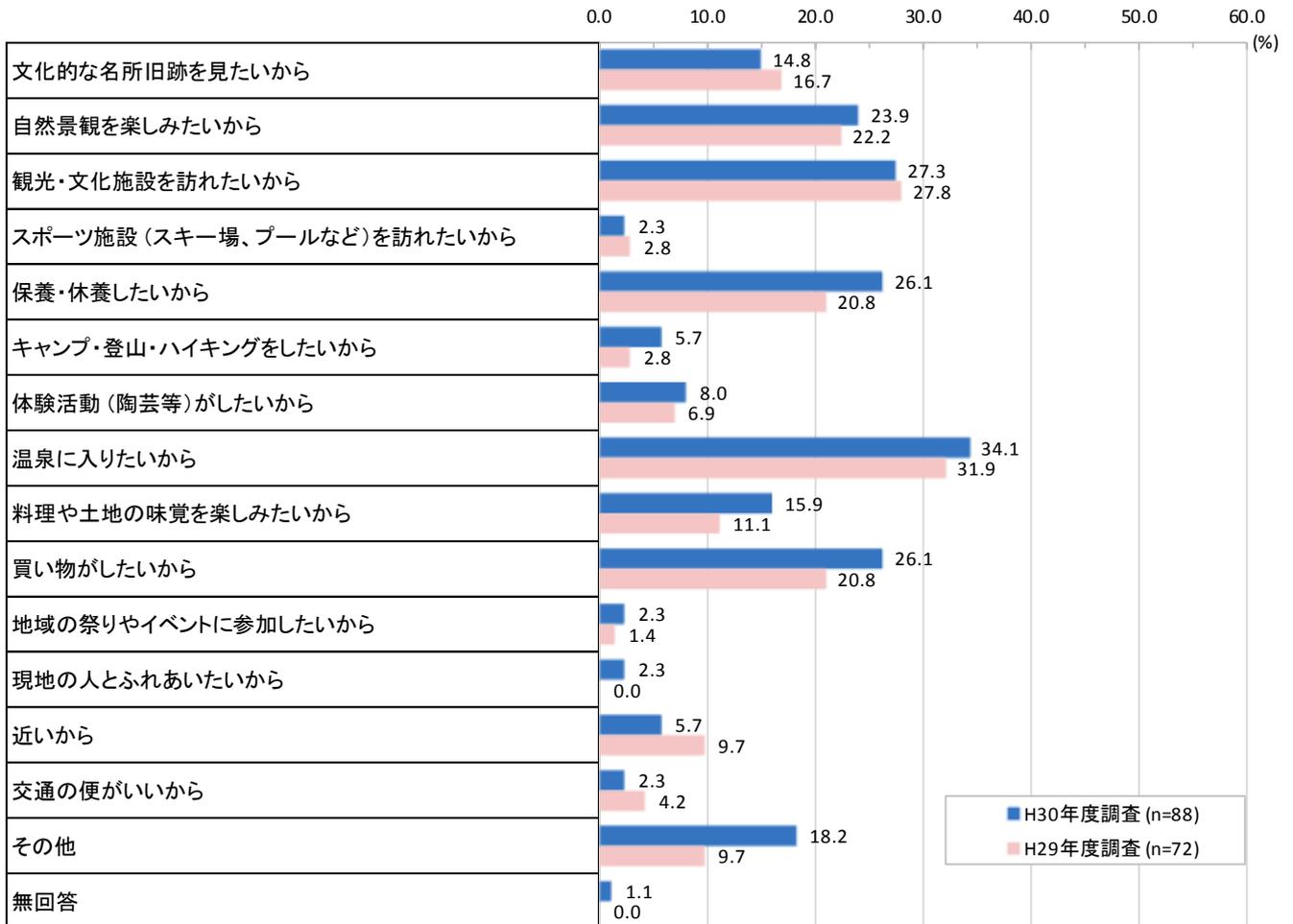
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.44で最も高く、「夏季」が0.85で最も低かった。再来訪意向については、「春季」が1.32で最も高く、「夏季」が0.75で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.42で最も高く、「30代」が1.00で最も低かった。再来訪意向については「40代」が1.67で最も高く、「10・20代」が0.90で最も低かった。



②過去調査との比較

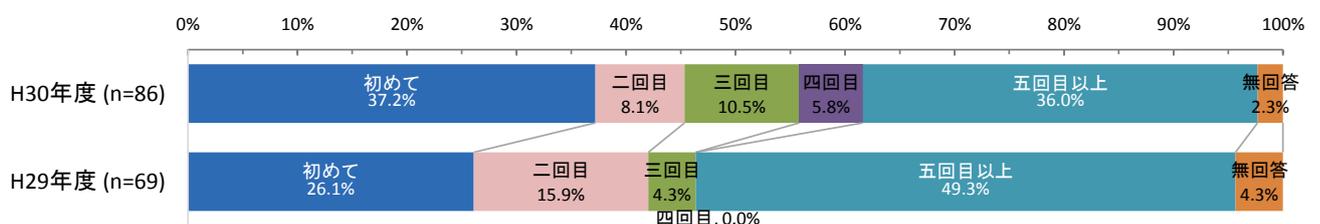
旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が平成 30 (2018) 年度調査では 34.1%と最も多く、平成 29 (2017) 年度調査の 31.9%と比較して 2.2 ポイント増加した。「保養・休養したいから」「買い物したいから」は平成 29 (2017) 年度調査では同率 20.8%であったが、平成 30 (2018) 年度調査でも同率 26.1%とそれぞれ 5.3 ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由 (複数回答)



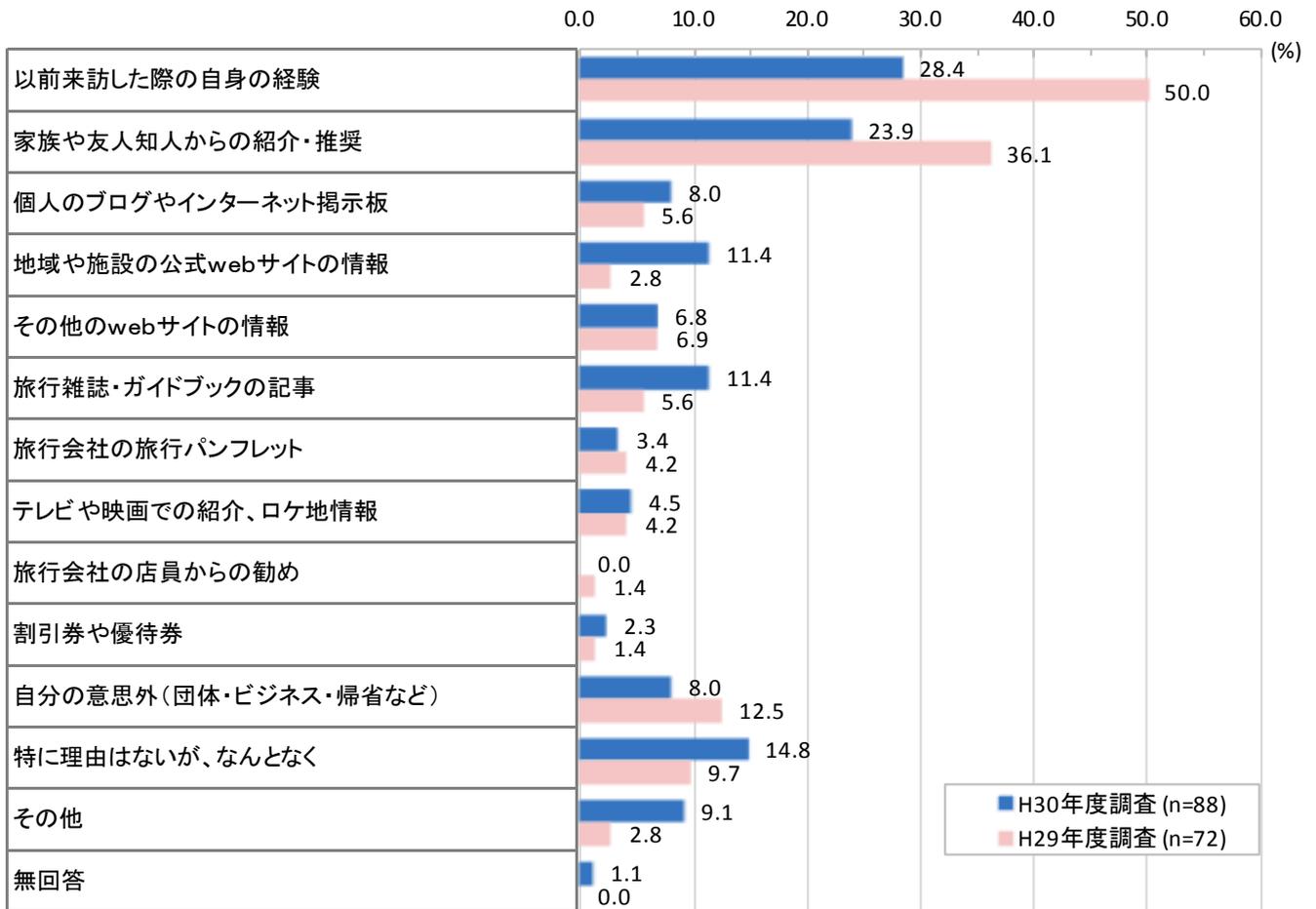
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 29 (2017) 年度調査で 26.1%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 37.2%と 11.1 ポイント増加した。一方、「五回目以上」は平成 29 (2017) 年度調査では 49.3%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 36.0%と 13.3 ポイント減少し、「二回目」は平成 29 (2017) 年度調査では 15.9%であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 8.1%と 7.8 ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



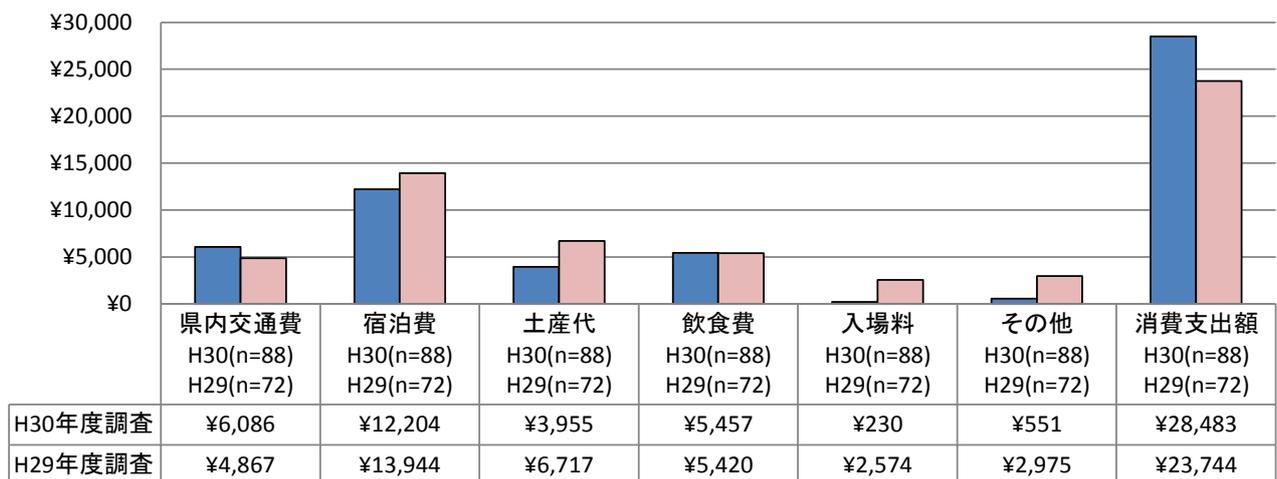
旅行先に選んだ情報源は、平成 30 (2018) 年度調査は「以前来訪した際の自身の経験」が 28.4% で最も多かったが、平成 29 (2017) 年度調査の 50.0% と比較して 21.6 ポイント減少した。次いで「家族や知人友人からの紹介・推奨」は平成 30 (2018) 年度調査では 23.9% であったが、平成 29 (2017) 年度調査の 36.1% と比較して 12.2 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



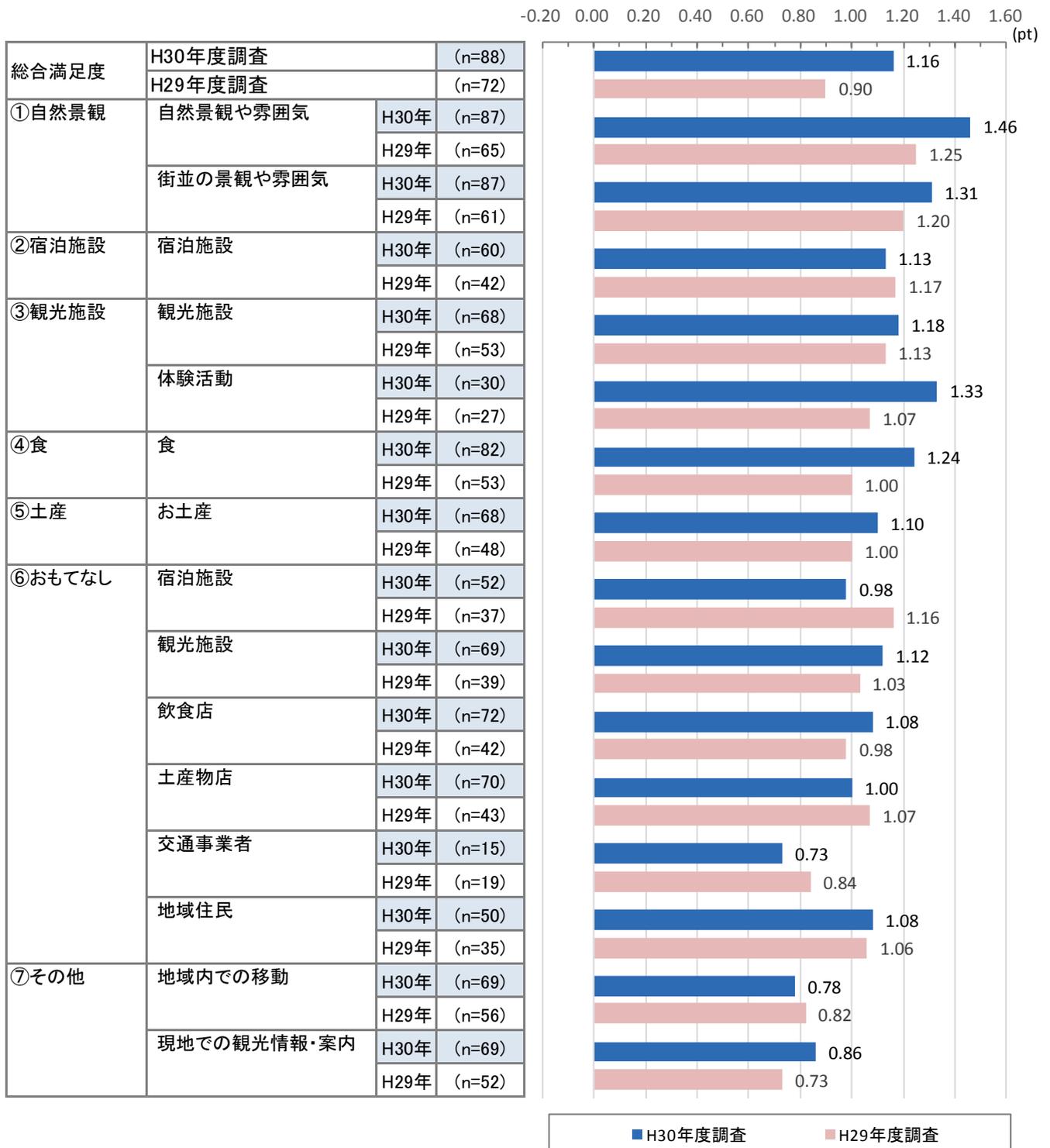
消費支出の総額は、平成 29 (2017) 年度調査では 23,744 円であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 28,483 円に増加した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 29 (2017) 年度調査では 0.90 であったが、平成 30 (2018) 年度調査では 1.16 と 0.26 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成 29 (2017) 年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.25 と最も高く、平成 30 (2018) 年度調査でも同項目が 1.46 で最も高くなった。

項目別満足度 (加重平均値)



参考資料 調査票