

令和元（2019）年度  
栃木県観光動態調査

報告書

令和2（2020）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令和元（2019）年度調査結果 .....	7
②過去調査との比較 .....	14
(2) エリア別 .....	18
i. 日光エリア .....	18
ii. 那須エリア .....	26
iii. 県央エリア .....	34
iv. 県南エリア .....	42
v. 県東エリア .....	50
2. 宿泊客 .....	58
(1) 県全体 .....	58
①令和元（2019）年度調査結果 .....	58
②過去調査との比較 .....	66
(2) エリア別 .....	70
i. 日光エリア .....	70
ii. 那須エリア .....	78
iii. 県央エリア .....	86
iv. 県南エリア .....	94
v. 県東エリア .....	102







## 第1章 調査の概要

### 1. 調査の目的及び方法

#### (1) 調査目的

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

#### (2) 調査概要

##### ① 観光地点調査

調査手法：県内の観光地点（15カ所）にて調査員が聞き取り（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大谷資料館
	⑧道の駅きつれがわ
	⑨道の駅ばとう
県南エリア 計3カ所	⑩足利学校
	⑪佐野プレミアム・アウトレット
	⑫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：令和元（2019）年6月

第2回：令和元（2019）年9月

第3回：令和元（2019）年12月

第4回：令和2（2020）年2月

(3) アンケート回答状況

①有効サンプル数：3,605 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	904 件	900 件	900 件	901 件	3605 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）	240	721
	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	241	
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	240	
	⑥アグリパル塩原	240	
県央エリア	⑦大谷資料館	240	720
	⑧道の駅きつれがわ	240	
	⑨道の駅ばとう	240	
県南エリア	⑩足利学校	240	723
	⑪佐野プレミアム・アウトレット	243	
	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	240	720
	⑭陶芸メッセ・益子	240	
	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大谷資料館	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	宿泊の種類を集計。なお、区分は次の2区分。 県内のみ宿泊、県外を含む宿泊
栃木県内での宿泊日数	県全体 エリア別	今回の旅行（居住地を出てから居住地に戻るまで）の栃木県内での宿泊数を集計。なお、区分は以下の5区分。 1泊、2泊、3泊、4泊、5泊以上
栃木県内での宿泊施設数	県全体	今回の旅行（居住地を出てから居住地に戻るまで）の宿泊した施設の数を集計。なお、区分は以下の2区分。 1施設、2施設
栃木県内での利用宿泊施設	県全体	宿泊施設の分類を集計。なお、区分は10区分（具体的な項目は調査票参照）。
旅行先に選んだ理由	県全体 エリア別	調査地点の周辺地域を旅行先に選んだ理由を集計。なお、区分は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しないかで集計。旅程内で一度でも利用すれば集計の対象とし、二度以上使った場合も1として集計。

集計項目	集計方法	備考
立ち寄り 観光施設数	県全体	今回の旅行での立ち寄り先（これからの予定も含む）の合計数を集計。 ここで対象としている観光施設（地点数）は栃木県作成の『観光地点等名簿に掲載の観光地点等名』を参照している。そのため栃木県外の観光地点や下記のような観光施設とみなさない場所、不明確な場所は対象外としている。 ・宿泊施設、実家、友人の家 ・コンビニ、飲食店 ・鉄道の駅、高速道路のサービスエリア ・宇都宮、日光、鬼怒川、那須などの地名 なお、調査に回答した観光地点はその数には含まない。※調査地点以外に立ち寄りがない場合は0地点と表す。
立ち寄り 観光施設	エリア別	今回の旅行での立ち寄り先（これからの予定も含む）。上記「立ち寄り観光施設数」と同様、ここで対象としている観光施設は栃木県作成の『観光地点等名簿に掲載の観光地点等名』を参照している。
旅行先に選んだ 情報源	県全体 エリア別	調査地点の周辺地域を旅行先として選んだ際の情報源を集計。なお、区分は12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12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、-の数値で否定的な割合となる。 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
全体	3,605	2,387	1,215
日光エリア	721	246	472
那須エリア	721	349	372
県央エリア	720	535	185
県南エリア	723	627	96
県東エリア	720	630	90

※日帰り・宿泊客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

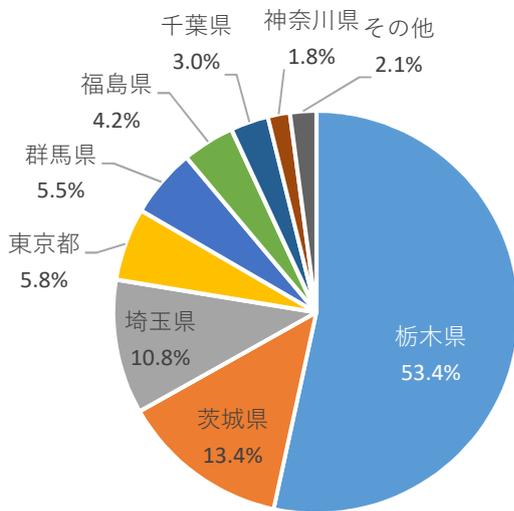
### 1. 日帰り客

#### (1) 県全体

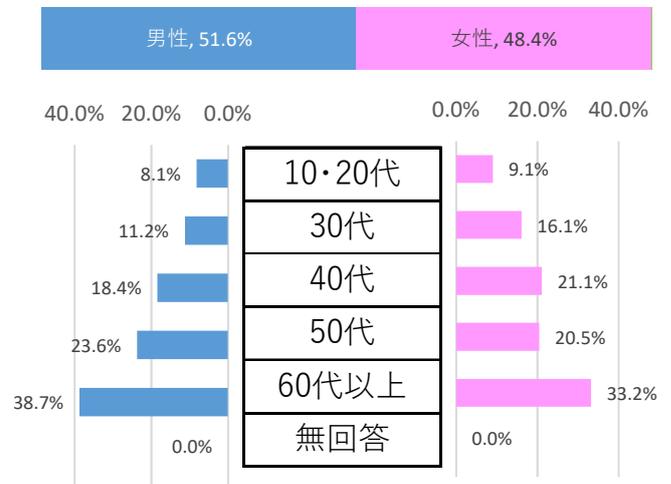
##### ①令和元（2019）年度調査結果

お住まいは「栃木県」が53.4%で最も多く、次いで「茨城県」が13.4%、「埼玉県」が10.8%であった。  
性別は、「男性」が51.6%、「女性」が48.4%であった。  
年代は、男性は「60代以上」が38.7%で最も多く、女性も「60代以上」が33.2%で最も多かった。

お住まい (n=2,387)

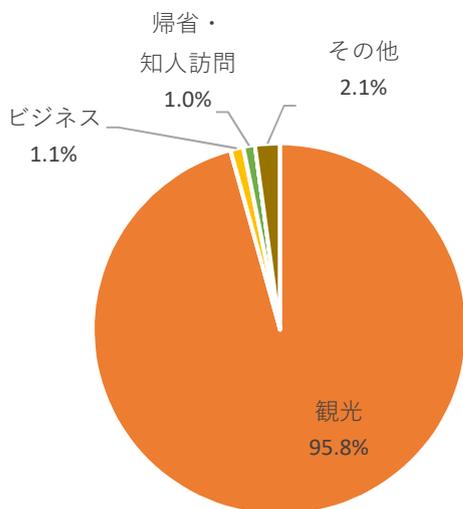


性別・年代 (n=2,387)



旅行の主要目的は、「観光」が95.8%と9割を超えた。

旅行の主要目的 (n=2,387)



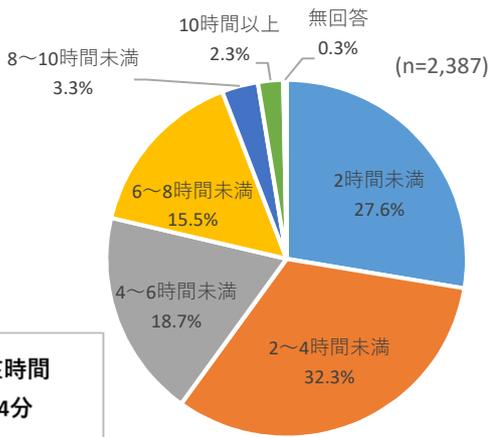
1. 日帰り客 (1) 県全体

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 32.3%で最も多く、次いで「2 時間未満」が 27.6%となり、合わせると 4 時間未満が 6 割を占めた。平均滞在時間は 3 時間 04 分であった。

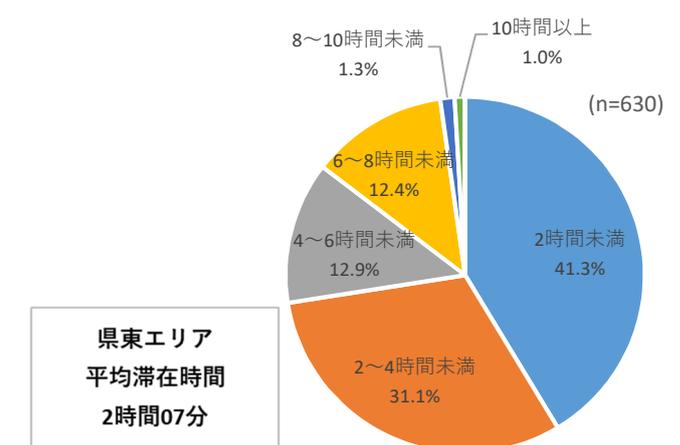
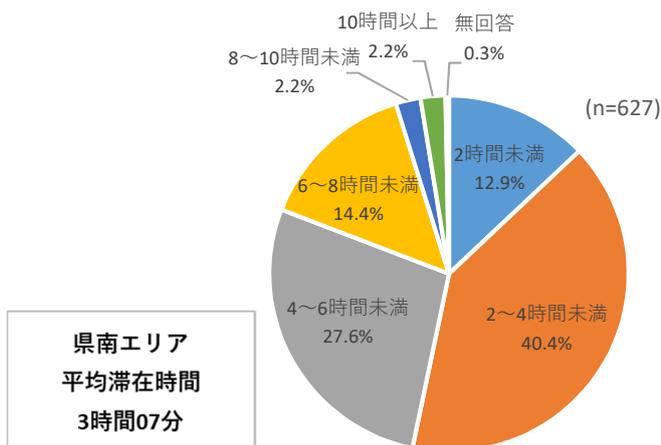
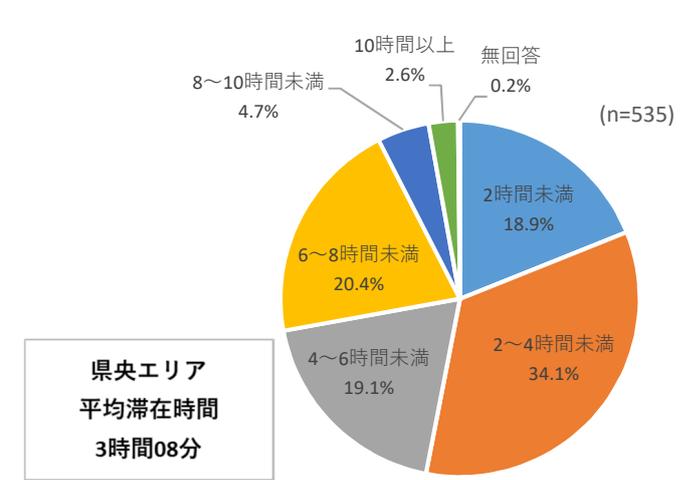
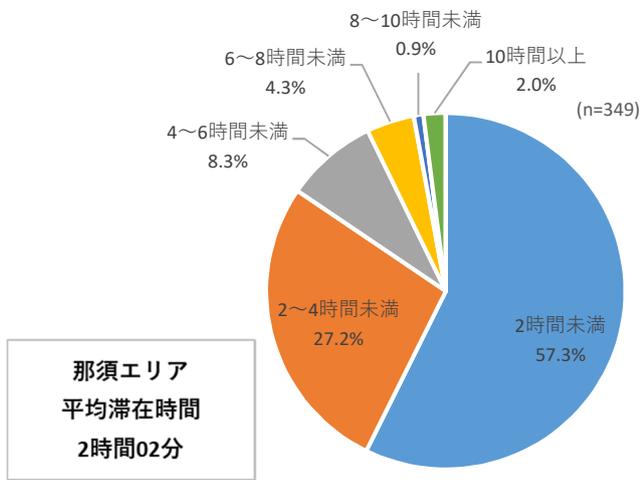
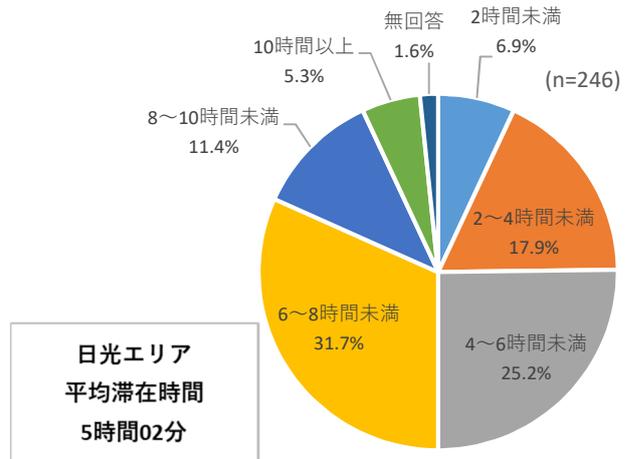
エリアごとに見ると、滞在時間は那須で「2 時間未満」が 57.3%と他のエリアに比べて多く、平均滞在時間は 2 時間 02 分であった。一方、日光では「6～8 時間未満」が 31.7%と他のエリアに比べて多く、平均滞在時間は 5 時間 02 分であった。

栃木県での滞在時間

【県全体】

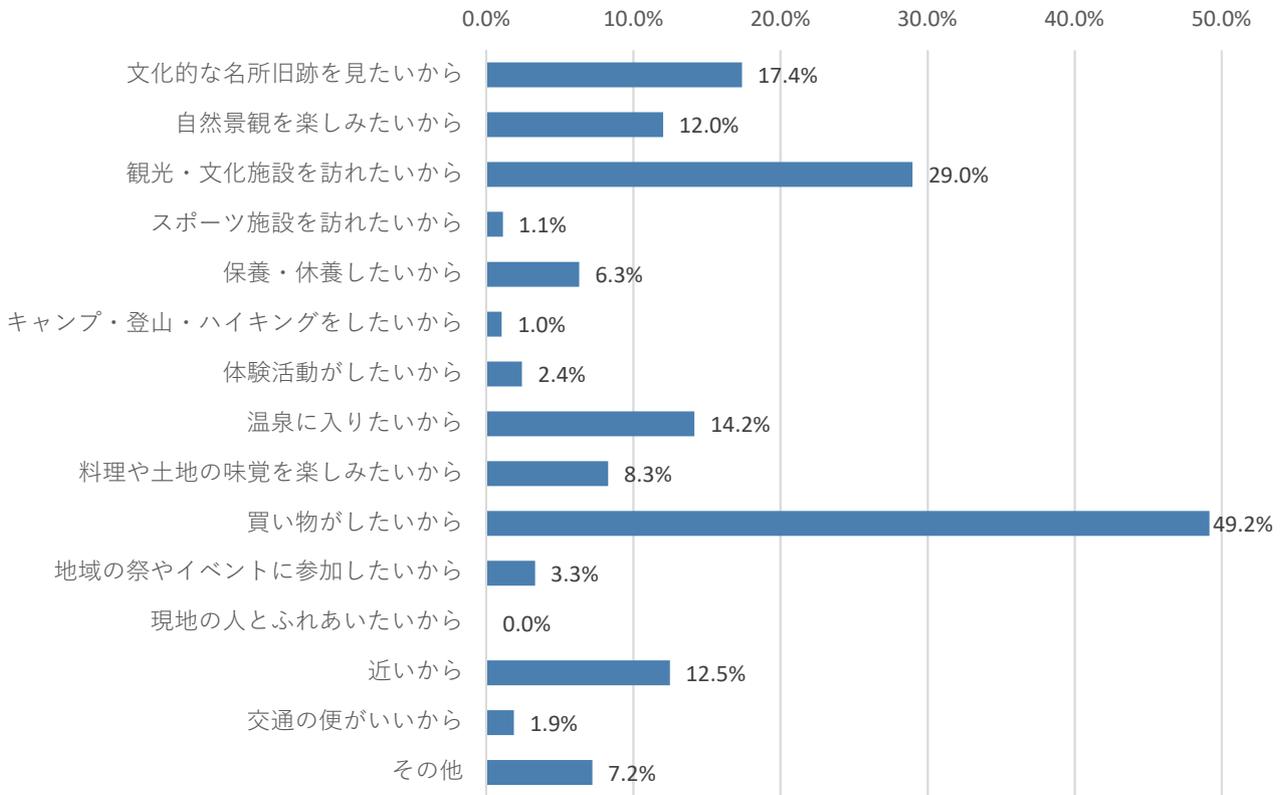


【エリア別】



旅行先に選んだ理由は、「買い物をしたいから」が49.2%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が29.0%、「文化的な名所旧跡を見たいから」が17.4%、「温泉に入りたいから」が14.2%となった。

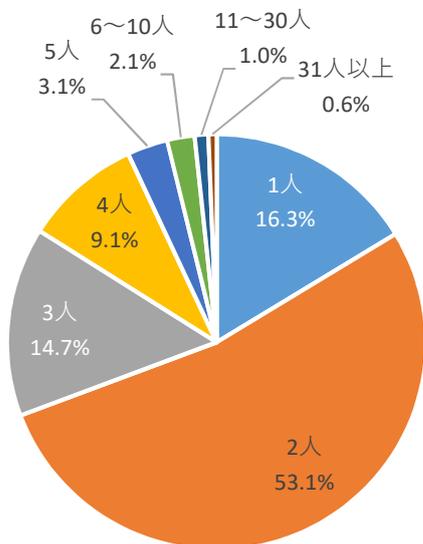
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=2,387）



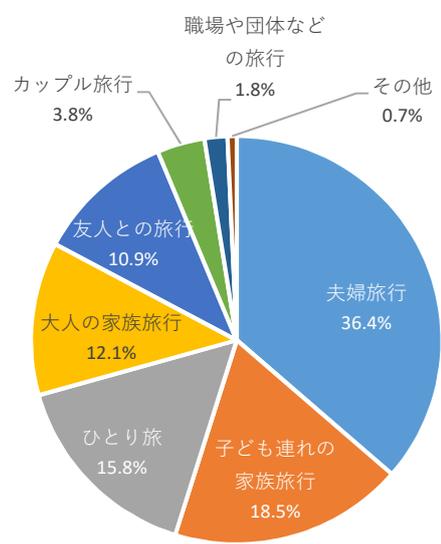
回答者を含む同行者数は、「2人」が53.1%で最も多く、次いで「1人」が16.3%、「3人」が14.7%であった。

同行者の関係は、「夫婦旅行」が36.4%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が18.5%、「ひとり旅」が15.8%、「大人の家族旅行」が12.1%であった。

同行者数 ※回答者を含む（n=2,387）



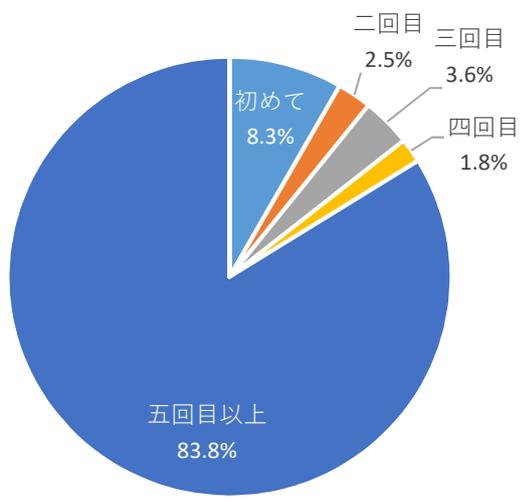
同行者の関係（n=2,387）



1. 日帰り客 (1) 県全体

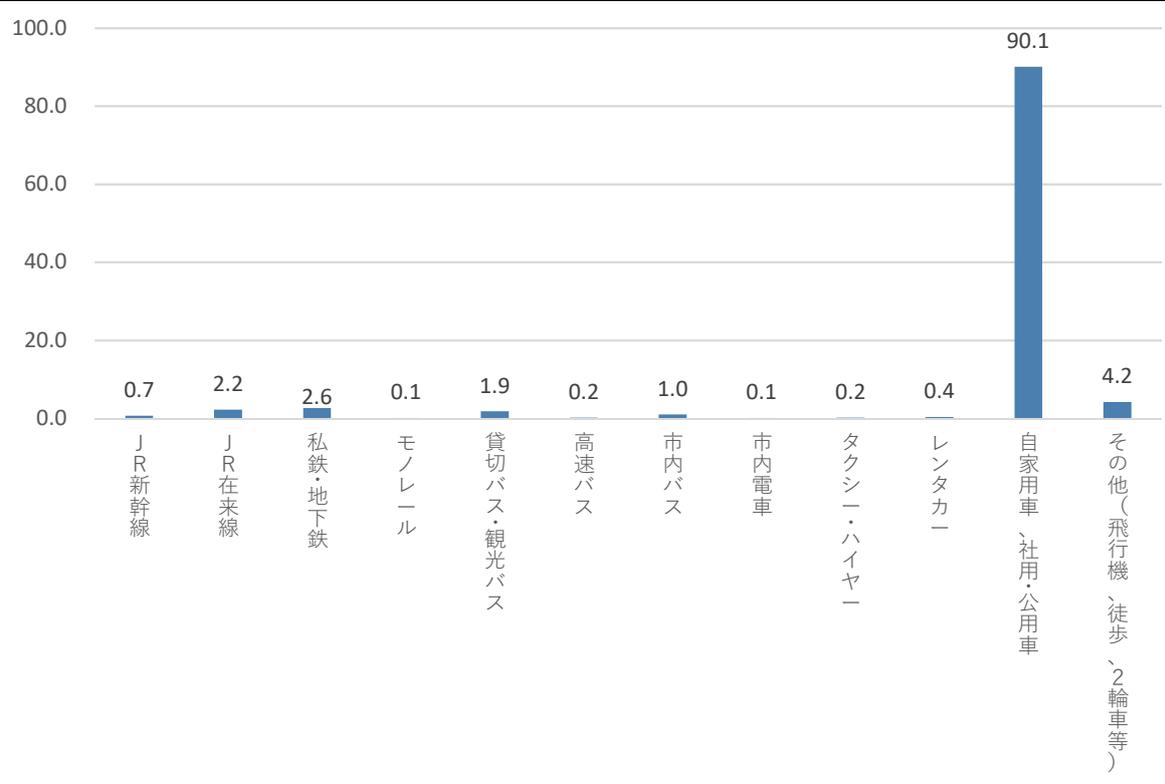
県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」が83.8%と8割を超えた。一方、「初めて」は8.3%となった。

県外客の栃木県への来訪回数 (n=1,114)

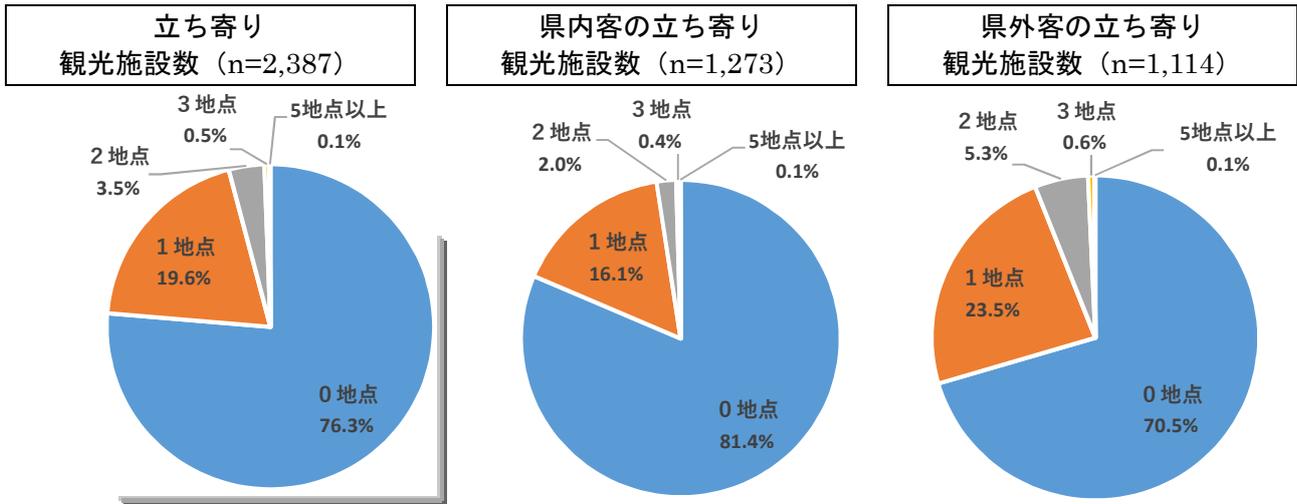


利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が90.1%で大半を占めた。その他の交通機関としては「私鉄・地下鉄」が2.6%、「JR 在来線」が2.2%、「貸切バス・観光バス」が1.9%であった。

利用交通機関 (複数回答) (n=2,387)

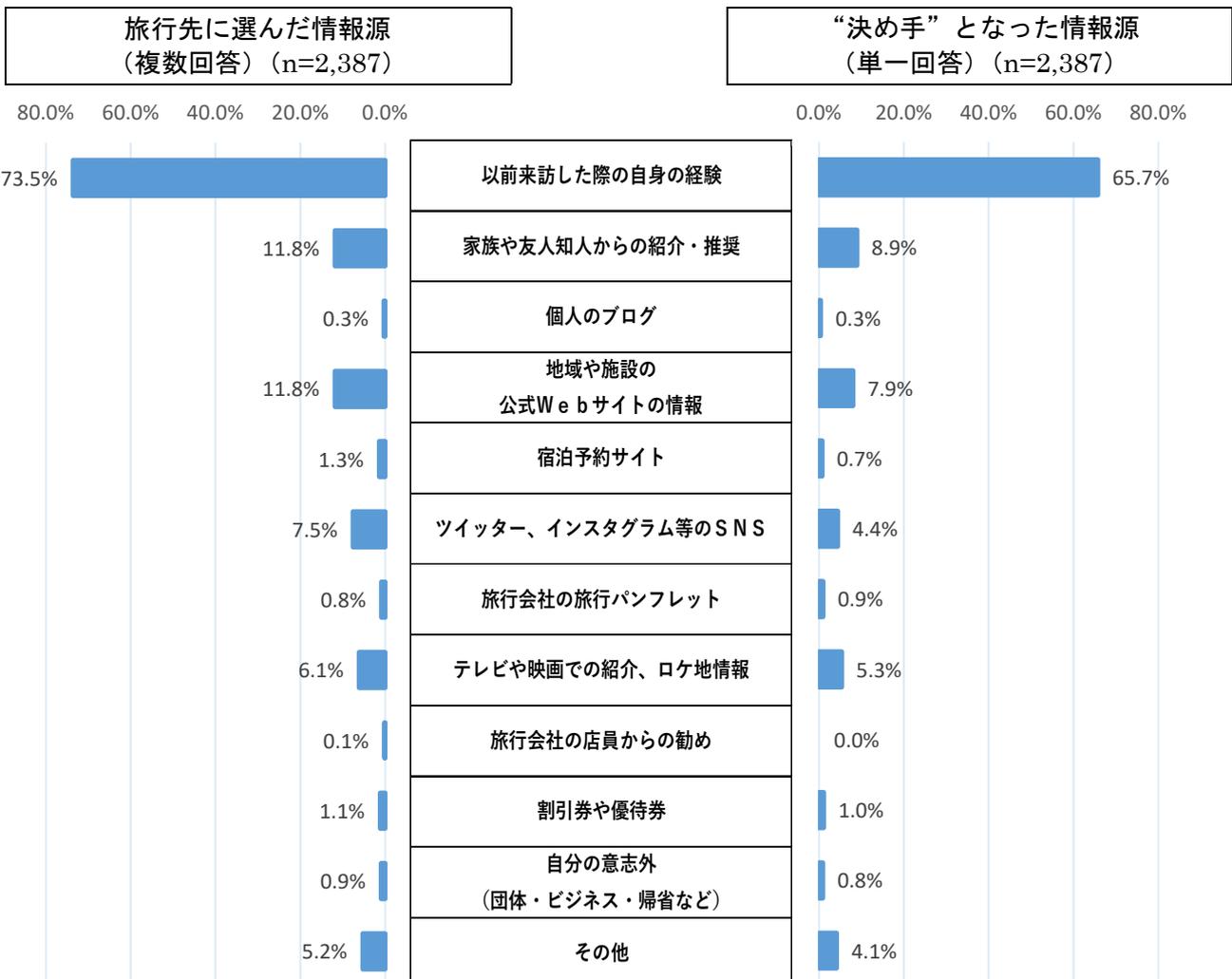


立ち寄り観光施設は、「0 地点（調査地点以外立ち寄りなし）」が 76.3%で最も多く、次いで「1 地点」が 19.6%であった。調査地点も含めると、1 地点～2 地点が 9 割を超えた。



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 73.5%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」、「地域や施設の公式 Web サイトの情報」が 11.8%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 65.7%で最も多かった。次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 8.9%、「地域や施設の公式 Web サイトの情報」が 7.9%であった。



第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (1) 県全体

**旅行先を選んだ“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）

※10歳未満が4名いるため、全体（n=2,387）とは一致しない。

(%)

No.	全体 (n=2,387)	
1	以前来訪した際の自身の経験	65.7%
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	8.9%
3	地域や施設の公式Webサイトの情報	7.9%
4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.3%
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	4.4%
6	割引券や優待券	1.0%
7	旅行会社の旅行パンフレット	0.9%
8	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	0.8%
9	宿泊予約サイト	0.7%
10	個人のブログ	0.3%
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0%

No.	10・20代 (n=201)	
1	以前来訪した際の自身の経験	53.6%
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	12.6%
3	ツイッター、インスタグラム等のSNS	11.6%
4	地域や施設の公式Webサイトの情報	7.8%
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.9%
6	割引券や優待券	1.5%
7	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	1.1%
8	宿泊予約サイト	1.0%
9	個人のブログ	0.5%
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.5%
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0%

No.	30代 (n=324)	
1	以前来訪した際の自身の経験	58.6%
2	地域や施設の公式Webサイトの情報	10.8%
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	9.3%
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	5.9%
4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.9%
6	割引券や優待券	2.8%
7	宿泊予約サイト	0.9%
8	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	0.6%
9	個人のブログ	0.3%
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.3%
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0%

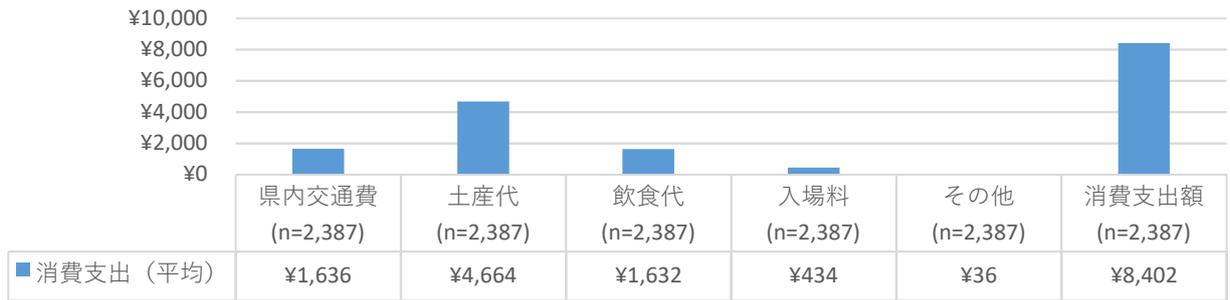
No.	40代 (n=470)	
1	以前来訪した際の自身の経験	61.7%
2	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	8.1%
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	7.9%
3	地域や施設の公式Webサイトの情報	7.9%
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	6.4%
6	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	1.3%
7	宿泊予約サイト	0.9%
7	割引券や優待券	0.9%
9	個人のブログ	0.2%
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.2%
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0%

No.	50代 (n=528)	
1	以前来訪した際の自身の経験	58.8%
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	11.0%
2	地域や施設の公式Webサイトの情報	11.0%
4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	6.6%
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	4.5%
6	個人のブログ	0.8%
6	旅行会社の旅行パンフレット	0.8%
6	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	0.8%
9	宿泊予約サイト	0.6%
9	割引券や優待券	0.6%
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0%

No.	60代以上 (n=860)	
1	以前来訪した際の自身の経験	77.4%
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	7.1%
3	地域や施設の公式Webサイトの情報	5.0%
4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.0%
5	旅行会社の旅行パンフレット	1.6%
6	ツイッター、インスタグラム等のSNS	0.8%
7	割引券や優待券	0.6%
7	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	0.6%
9	宿泊予約サイト	0.5%
10	個人のブログ	0.1%
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0%

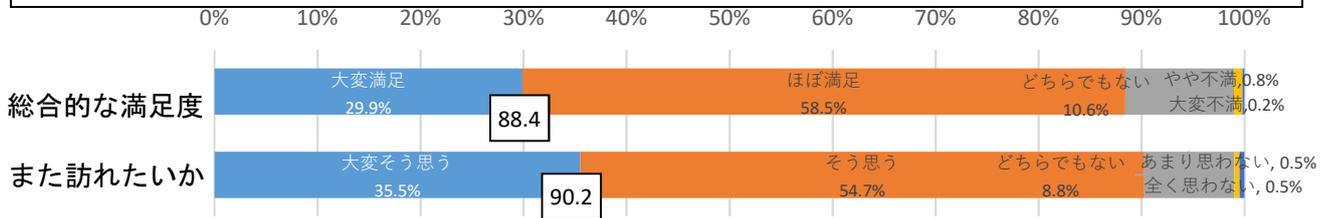
日帰り客一人当たりの消費支出の平均は、総額で8,402円であった。  
内訳は、「土産代」が4,664円で最も多く、次いで「県内交通費」が1,636円であった。

消費支出（平均）



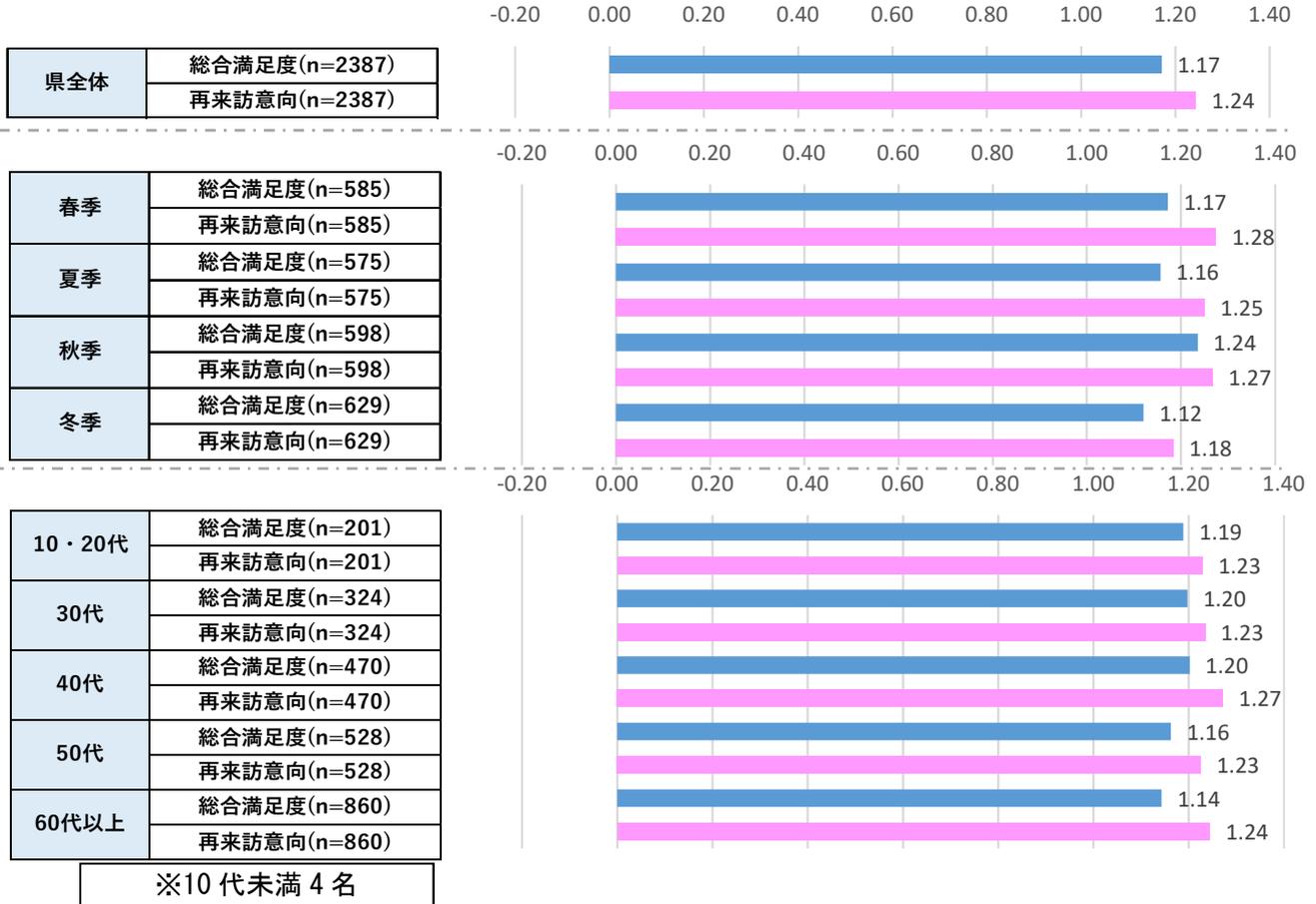
調査地域への総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が88.4%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が90.2%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=2,387)



調査地域の総合満足度／再来訪意向（季節別・年代別）

総合満足度を季節別にみると、「秋季」が1.24で最も高かった。再来訪意向については「春季」が1.28で最も高かった。  
年代別にみると、総合満足度は「30代」「40代」が1.20で最も高かった。再来訪意向は「40代」が1.27で最も高かった。



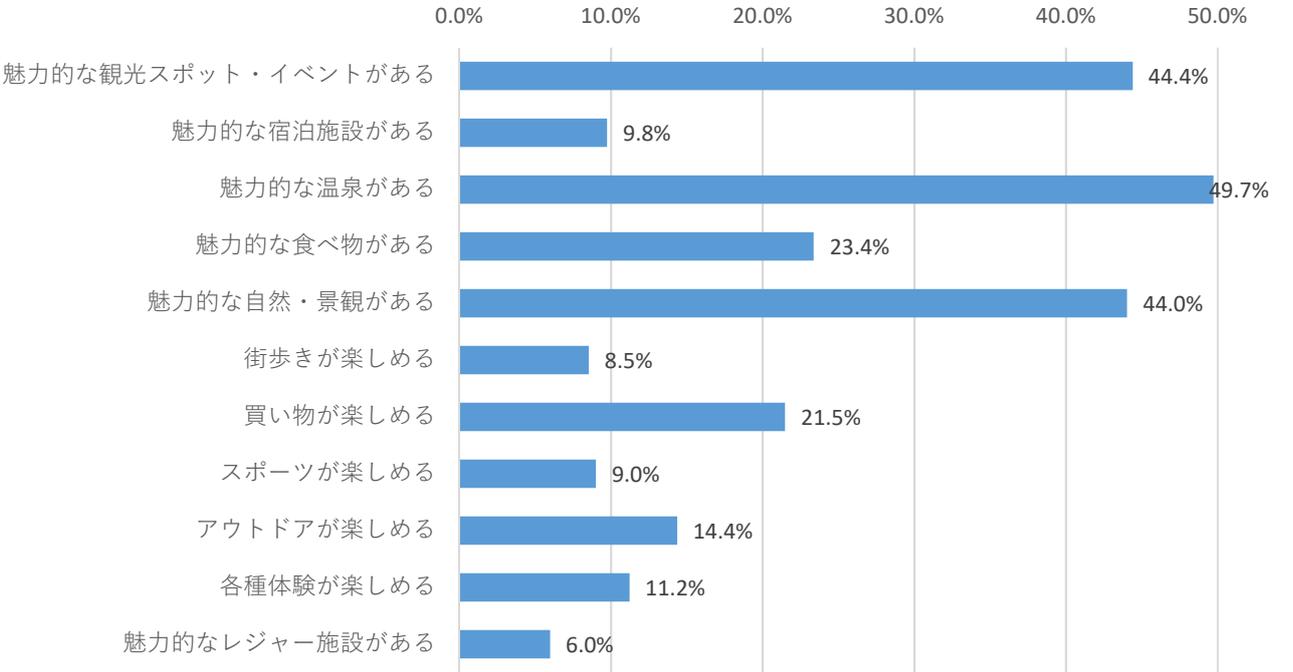
※10代未満4名

第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (1) 県全体

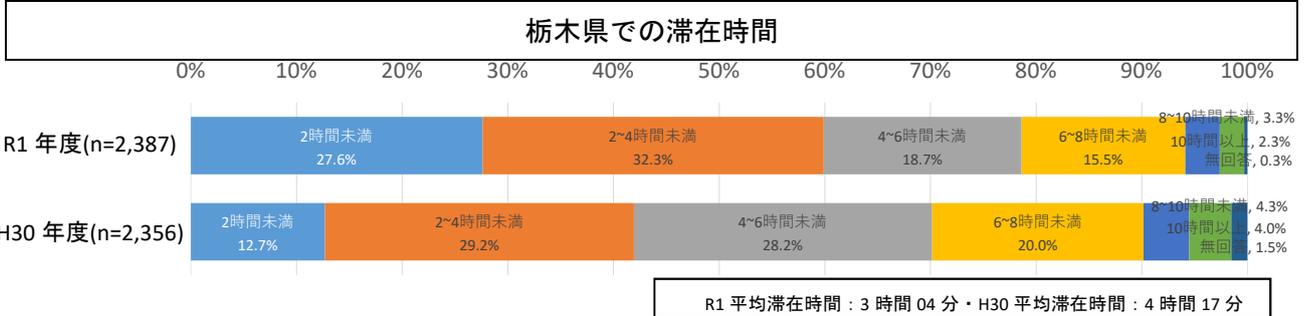
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=2,387）

栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、県全体では「魅力的な温泉がある」が49.7%で最も多く、次いで「魅力的な観光スポット・イベントがある」が44.4%、「魅力的な自然・景観がある」が44.0%であった。

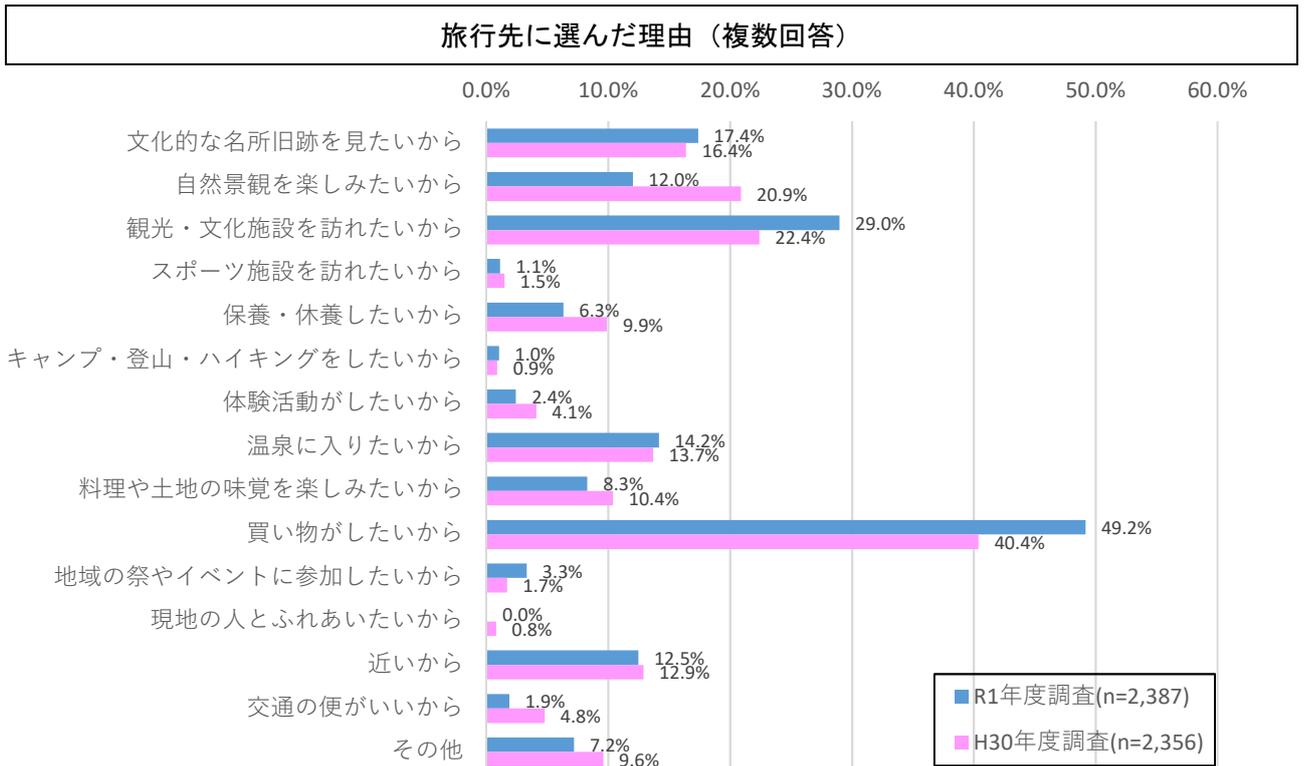


②過去調査との比較

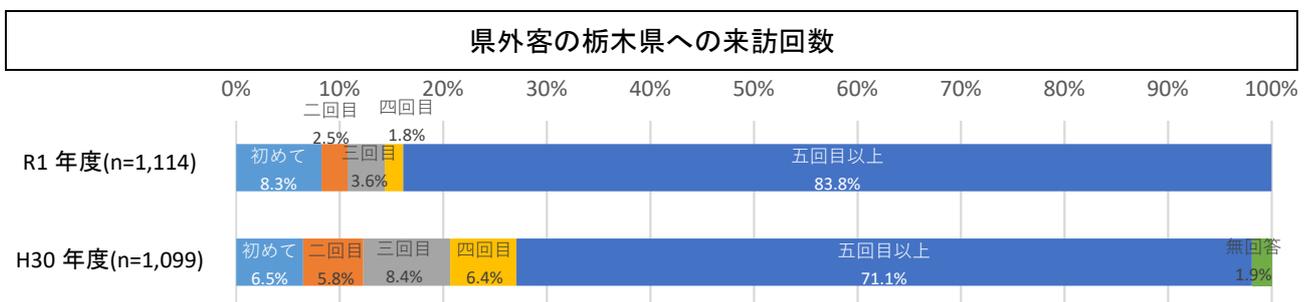
栃木県での滞在時間は「2～4 時間未満」が 32.3%で最も多かった。「2 時間未満」は平成 30 (2018) 年度調査では 12.7%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 27.6%と 14.9 ポイント増加した。一方、6～8 時間未満の長時間滞在者の割合は平成 30 (2018) 年度調査と比較して 4.5 ポイント減少した。平均滞在時間は、平成 30 (2018) 年度調査では 4 時間 17 分であったが、令和元 (2019) 年度調査では 3 時間 04 分に減少した。



旅行先に選んだ理由は、「買い物ができるから」が最も多く平成 30 (2018) 年度調査では 40.4%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 49.2%と 8.8 ポイント増加した。「観光・文化施設を訪れたいから」は 6.6 ポイント、「文化的な名所旧跡を見たいから」は 1.0 ポイント増加した。「自然景観を楽しみたいから」は平成 30 (2018) 年度調査では 20.9%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 12.0%と 8.9 ポイント減少した。



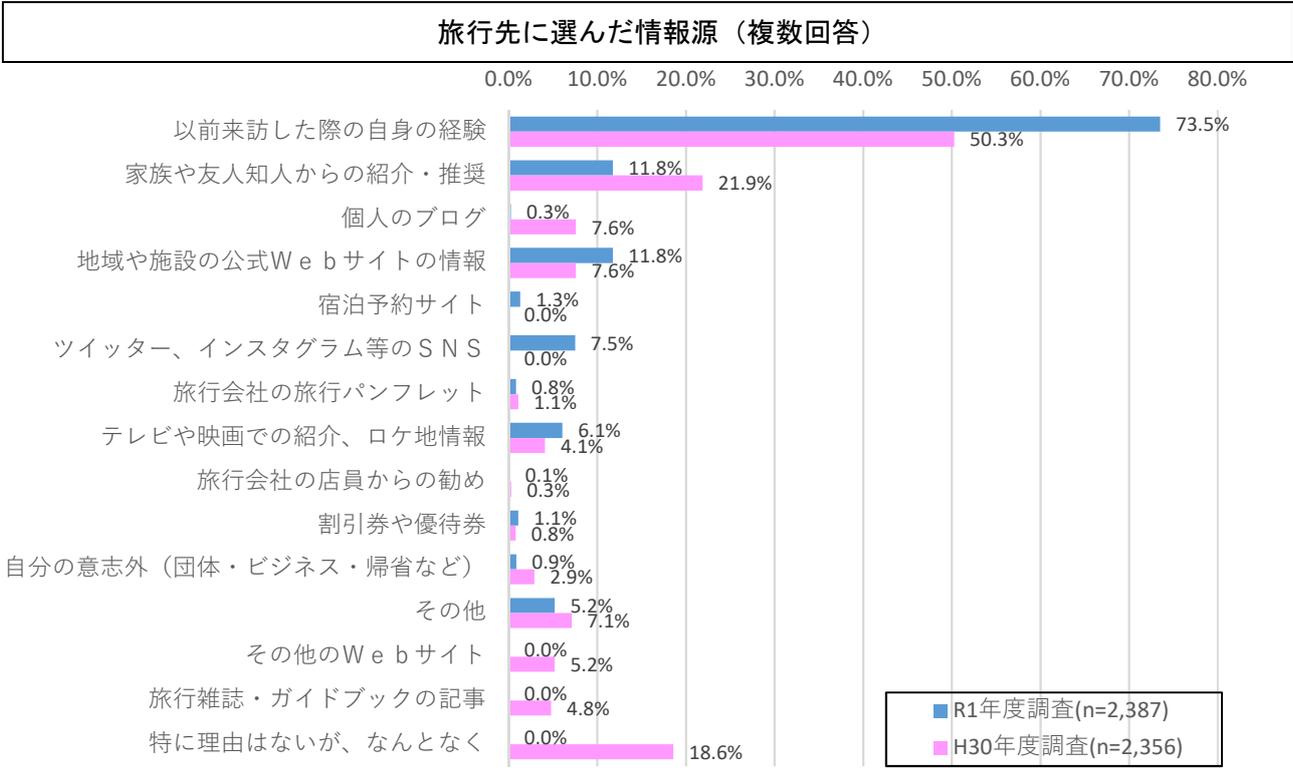
県外客の栃木県への来訪回数は「五回目以上」が最も多く、平成 30 (2018) 年度調査では 71.1%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 83.8%と 12.7 ポイント増加した。



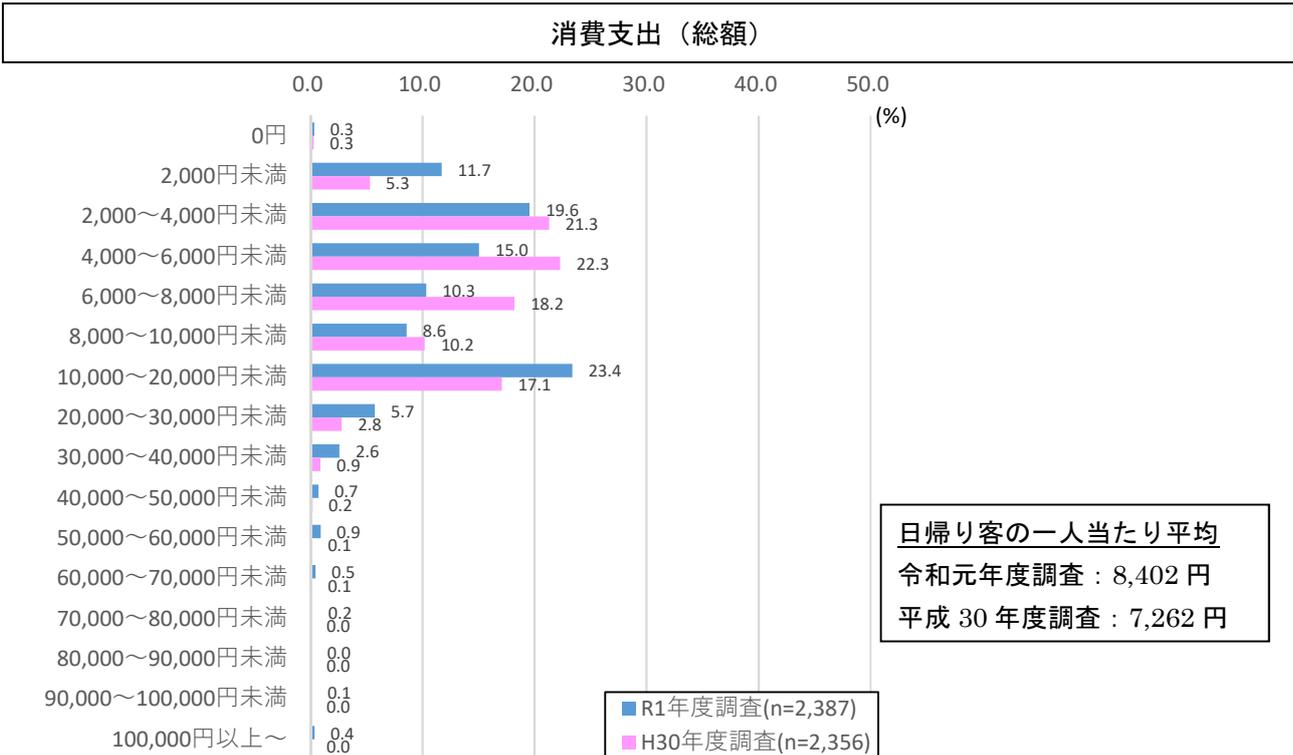
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (1) 県全体

旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、平成30(2018)年度では50.3%であったが、令和元(2019)年度調査では73.5%と23.2ポイント増加した。一方、「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成30(2018)年度調査では21.9%であったが、令和元(2019)年度調査では11.8%と10.1ポイント減少した。



消費支出の総額は、「10,000～20,000円未満」が最も多く、平成30(2018)年度調査の17.1%に対し、令和元(2019)年度調査は23.4%と6.3ポイント増加した。一方、「6,000～8,000円未満」は平成30(2018)年度調査の18.2%に対し、令和元(2019)年度調査では10.3%と7.9ポイント減少した。日帰り客の一人当たり平均は、平成30(2018)年度調査では7,262円であったが、令和元(2019)年度調査では8,402円に増加した。

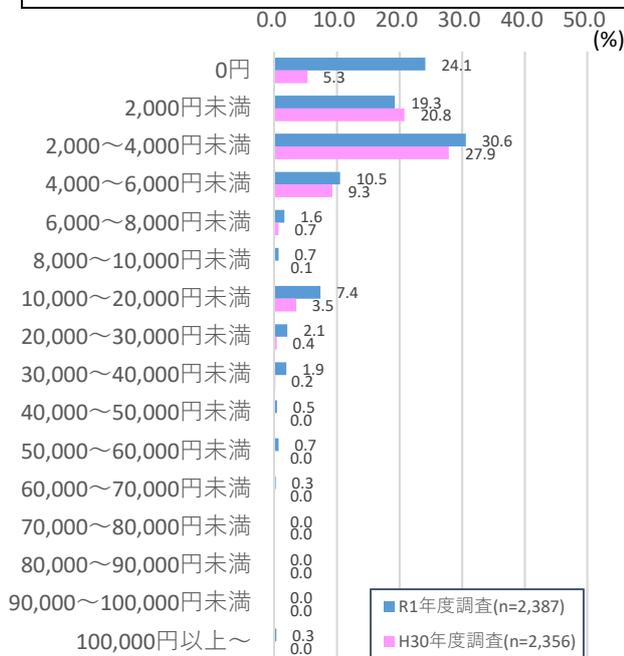


※無回答は「0円」とし、n数に含まれている。以下同様。

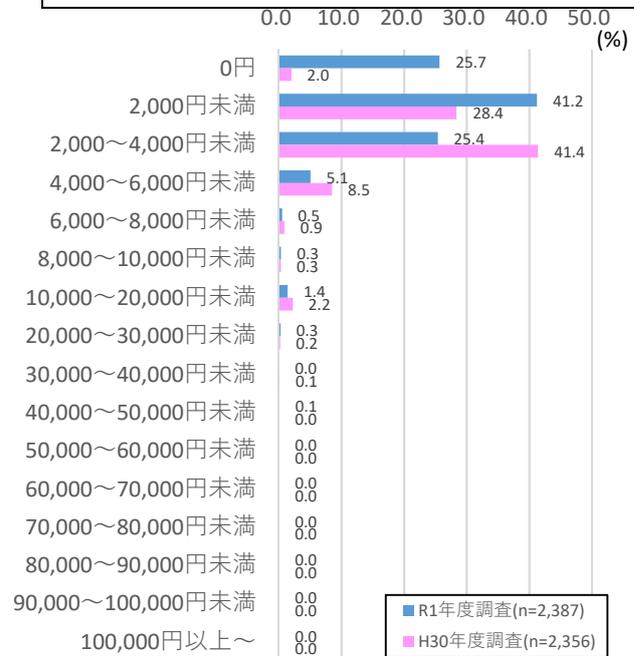
土産代は、「2,000円～4,000円未満」が平成30(2018)年度調査の27.9%に対し、令和元(2019)年度は30.6%と2.7ポイント増加した。「10,000～20,000円未満」も平成30(2018)年度調査の3.5%に対し、令和元(2019)年度は7.4%と3.9ポイント増加した。

飲食費は、「2,000円未満」が平成30(2018)年度調査の28.4%に対し、令和元(2019)年度は41.2%と12.8ポイント増加した。「2,000円～4,000円未満」は平成30(2018)年度調査の41.4%に対し、令和元(2019)年度は25.4%と16.0ポイント減少した。

消費支出 土産代

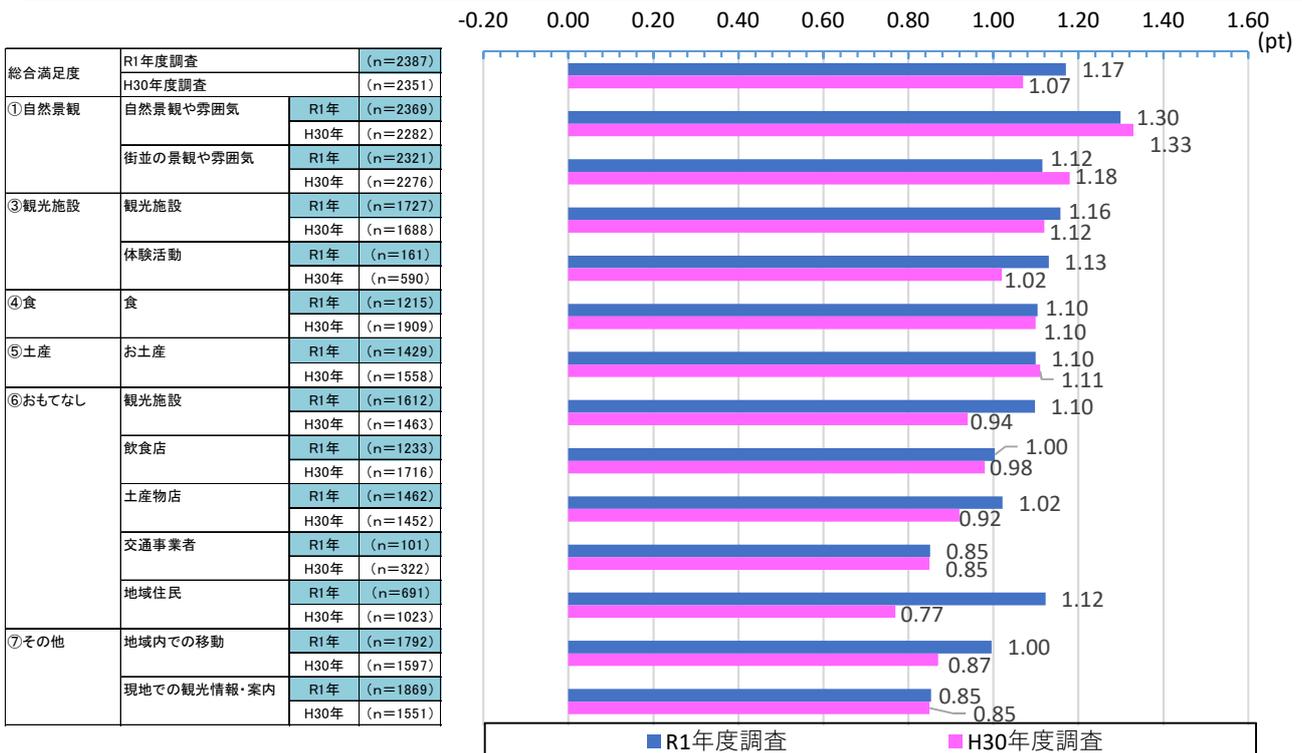


消費支出 飲食代



総合満足度は、令和元(2019)年度調査は1.17であり、平成30(2018)年度調査の1.07より0.1ポイント増加した。満足度を項目別にみると、「地域住民」が平成30(2018)年度調査の0.77に対し、令和元(2019)年度は1.12と0.35ポイント増加した。また、「おもてなし 観光施設」も平成30(2018)年度調査の0.94に比べ、令和元(2019)年度は1.10と0.16ポイント増加した。

項目別満足度 (加重平均値)



(2) エリア別

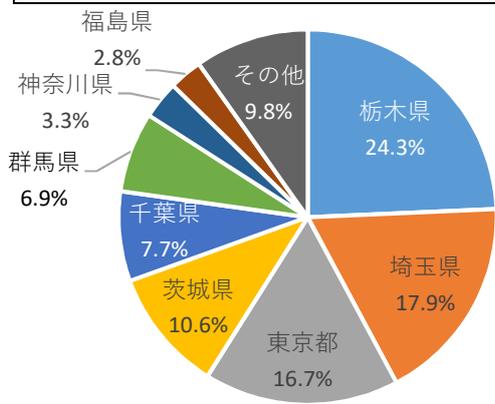
i. 日光エリア

① 令和元 (2019) 年度調査結果

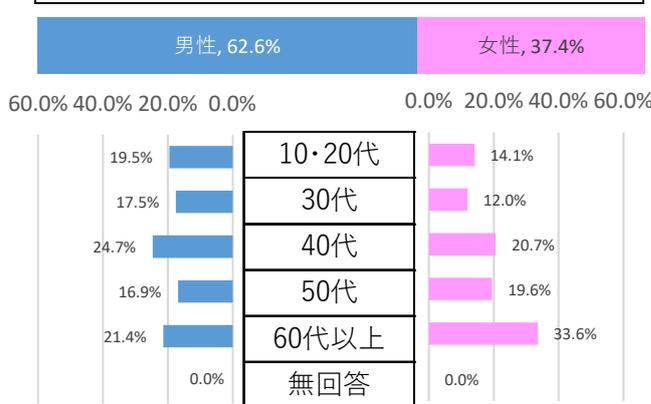
日帰り客 (日光エリア) サンプル数 : 246

お住まいは「栃木県」が最も多く 24.3%、次いで「埼玉県」が 17.9%、「東京都」が 16.7%であった。  
 年代は、男性は「40代」が最も多く 24.7%、女性は「60代以上」が最も多く 33.6%であった。  
 調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が 39.2%で最も多かった。  
 同行者数は「2人」が 46.3%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 26.9%で最も多かった。

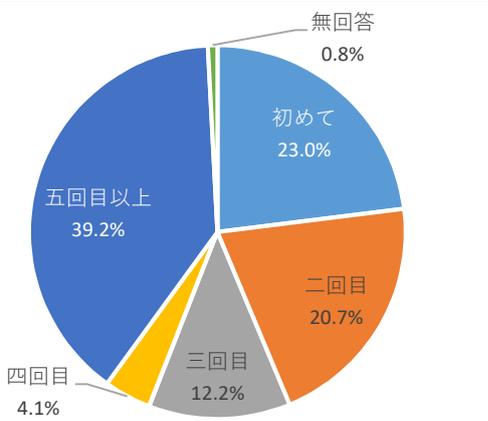
お住まい (n=246)



性別・年代 (n=246)



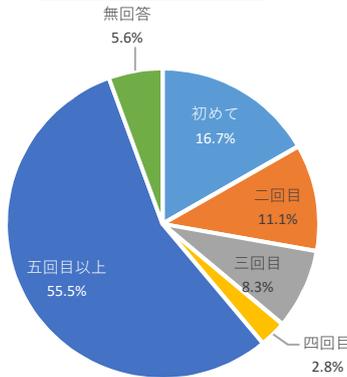
調査地域周辺への来訪回数 (n=222)



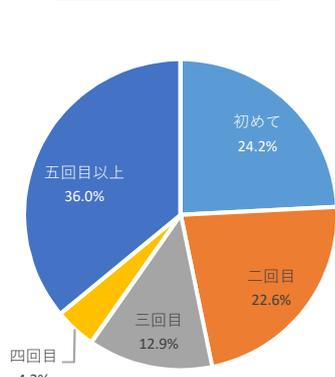
※周辺住民を除く

<内訳>

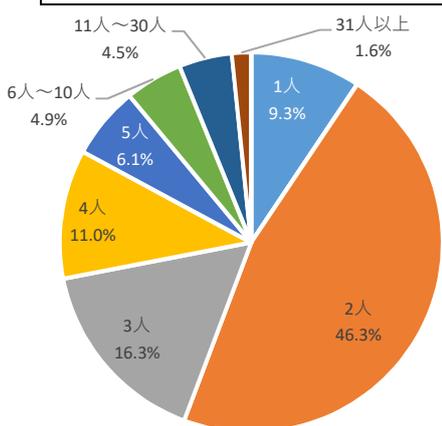
県内 (n=36)



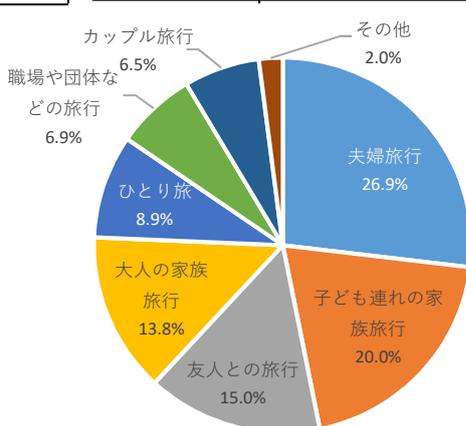
県外 (n=186)



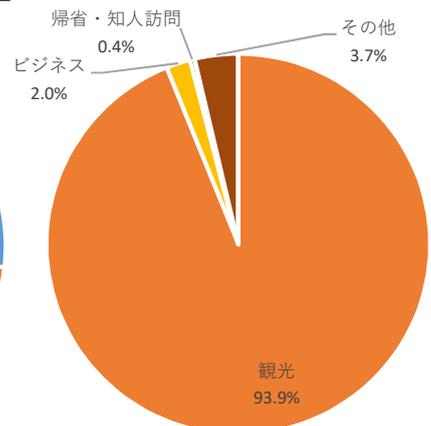
同行者数 ※回答者を含む (n=246)



同行者の関係 (n=246)

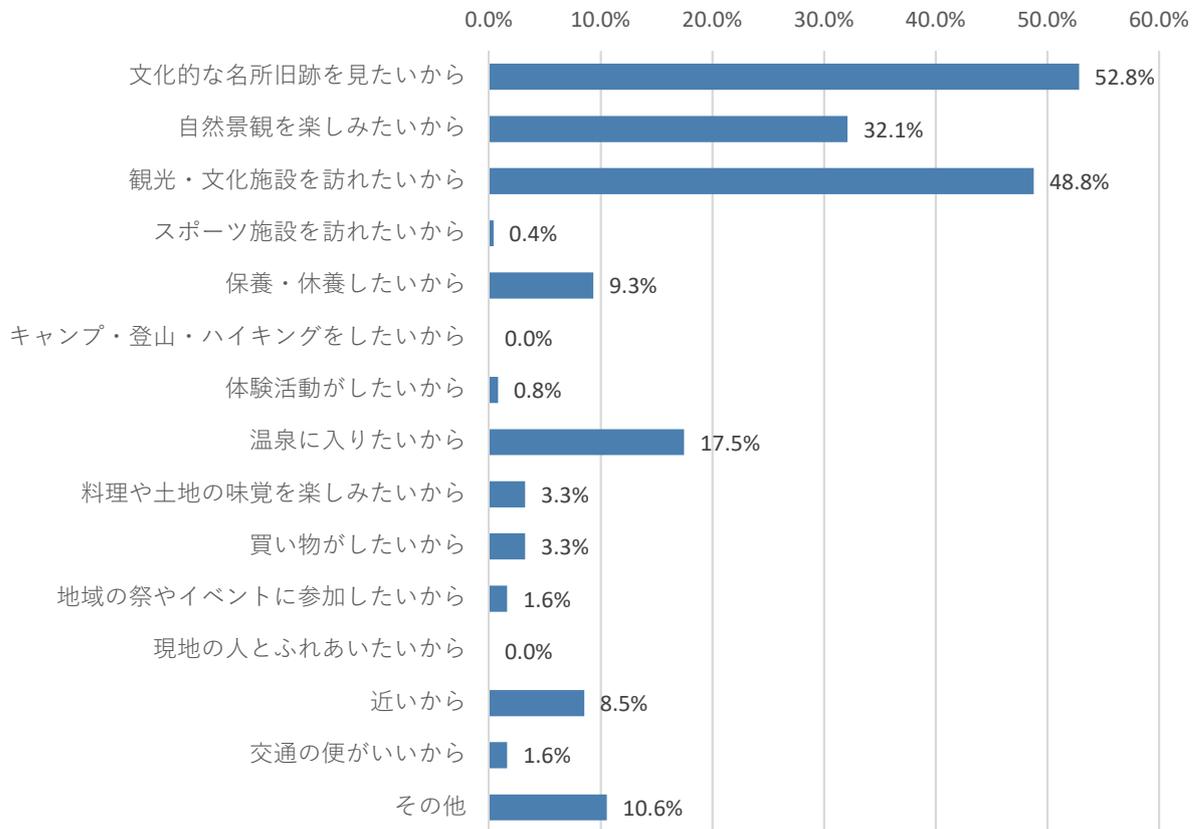


目的 (n=246)



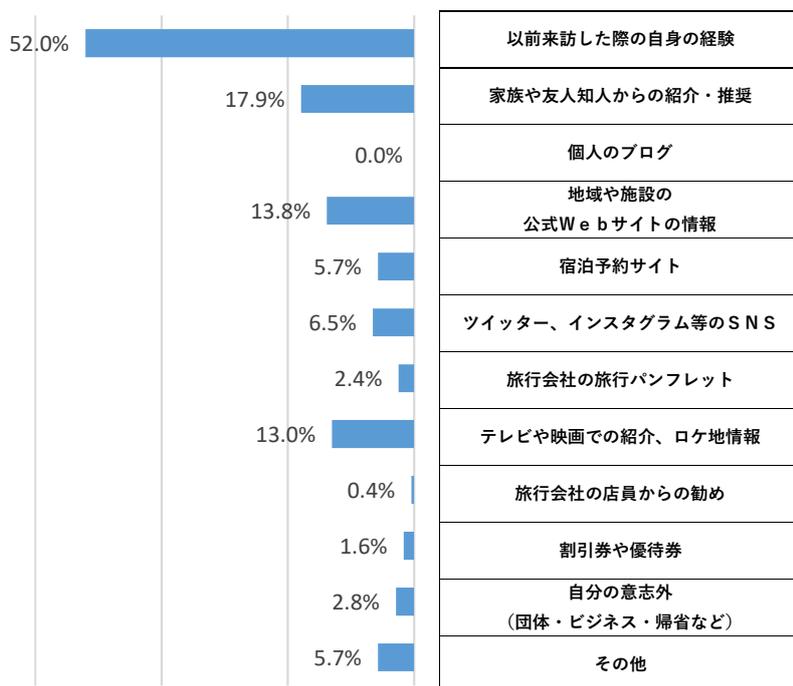
旅行先に選んだ理由は「文化的な名所旧跡を見たいから」が52.8%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が48.8%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」52.0%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が50.1%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=246）



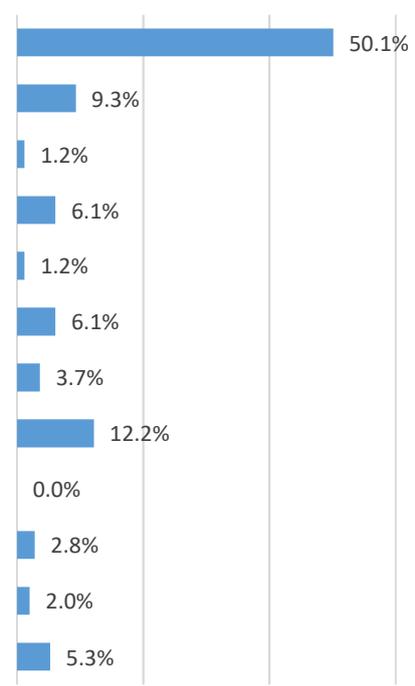
旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=246）

60.0% 40.0% 20.0% 0.0%



“決め手”となった情報源（単一回答）（n=246）

0.0% 20.0% 40.0% 60.0%

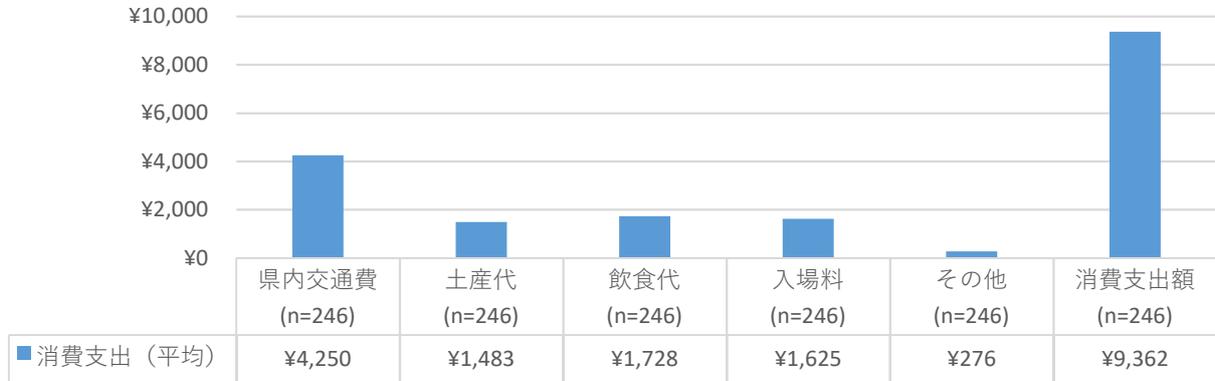


第2章 観光客調査 調査結果

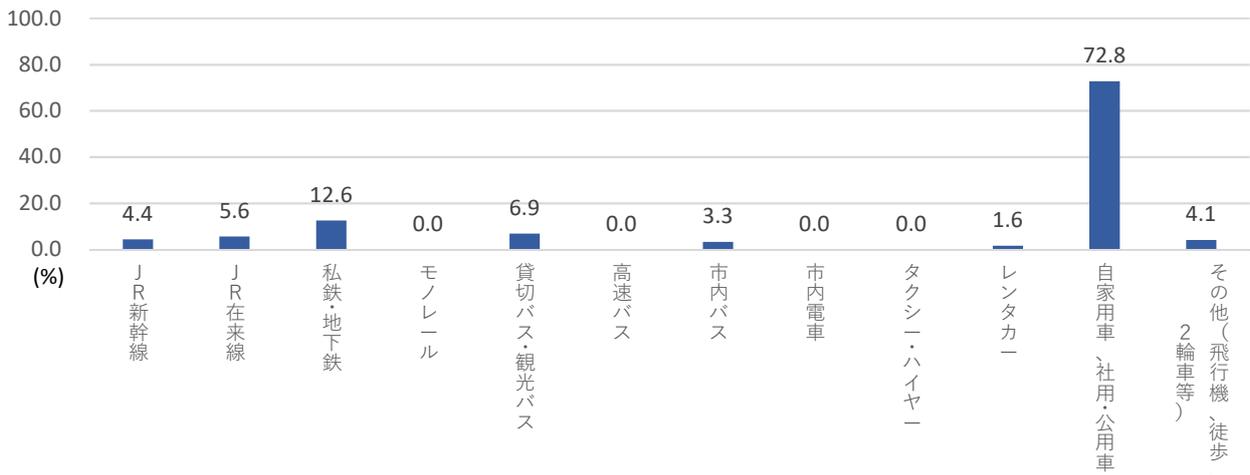
1. 日帰り客 (2) エリア別 i. 日光エリア

消費支出の平均は、総額で 9,362 円であった。内訳は、「県内交通費」が 4,250 円で最も多く、次いで「飲食代」が 1,728 円であった。  
 利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 72.8%で最も多かった。  
 立ち寄り観光施設は、「中禅寺湖」が 23 人で最も多く、次いで「鬼怒川温泉」が 5 人であった。

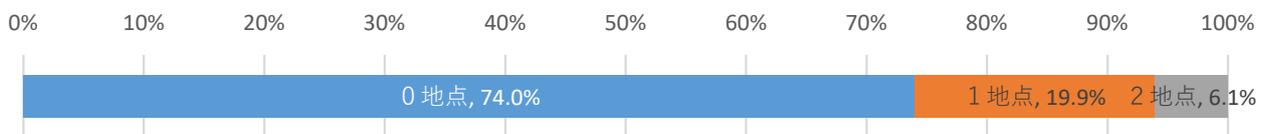
消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=246）



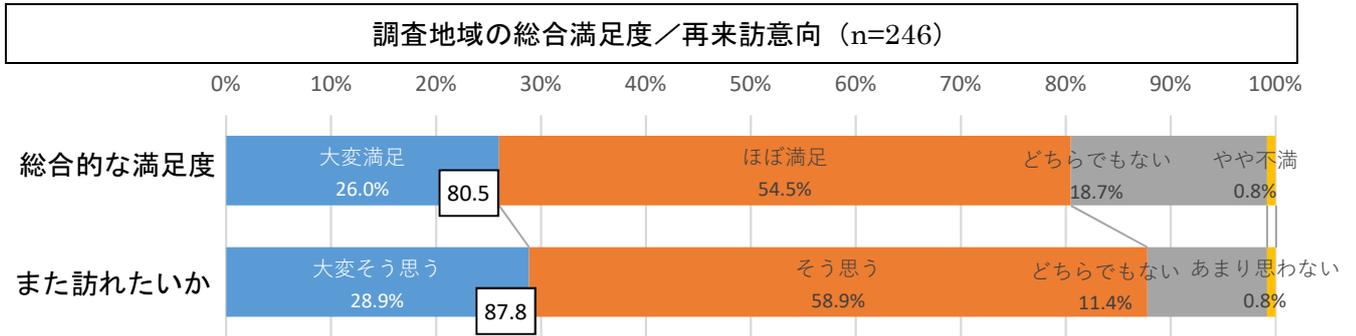
立ち寄り観光施設（n=246）※（ ）内は施設に立ち寄った人数



日光	日光	県南
中禅寺湖 (23)	日光江戸村 (1)	おもちゃ博物館 (1)
鬼怒川温泉 (5)	日光田母沢御用邸記念公園 (1)	岩下の新生姜ミュージアム (1)
戦場ヶ原・小田代原 (3)	霧降の滝 (1)	佐野プレミアム・アウトレット (1)
二荒山神社中宮祠 (3)	龍王峡 (1)	
明智平 (3)	那須	
日光街道ニコニコ本陣 (3)	那須ガーデンアウトレット (3)	
湯滝・湯の湖 (3)	トリックアートの館 (2)	
川治温泉 (2)	県央	
道の駅湯西川 (1)	大谷資料館 (4)	

※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 (36)、華厳ノ滝 (8)、東武ワールドスクウェア (2)

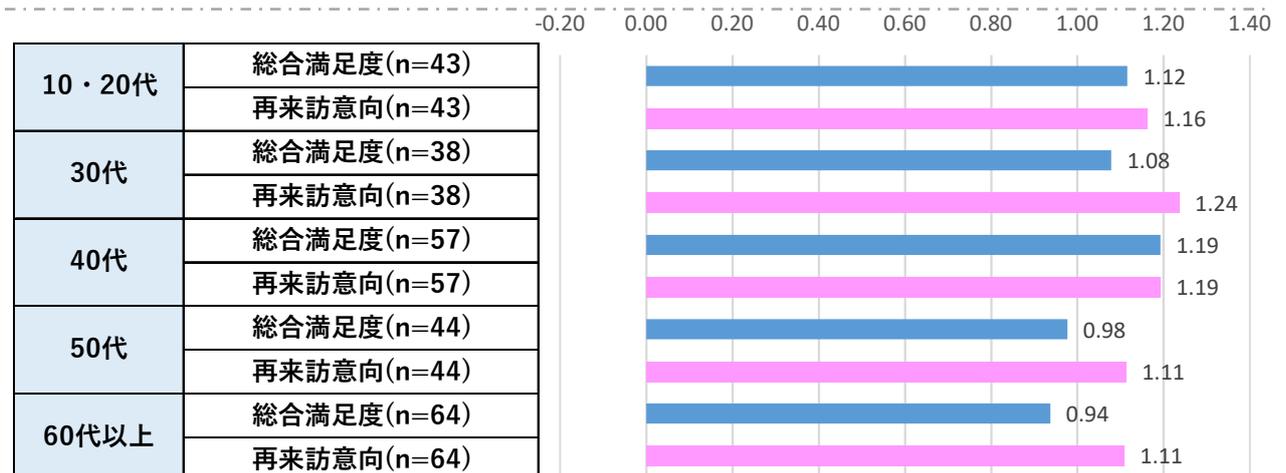
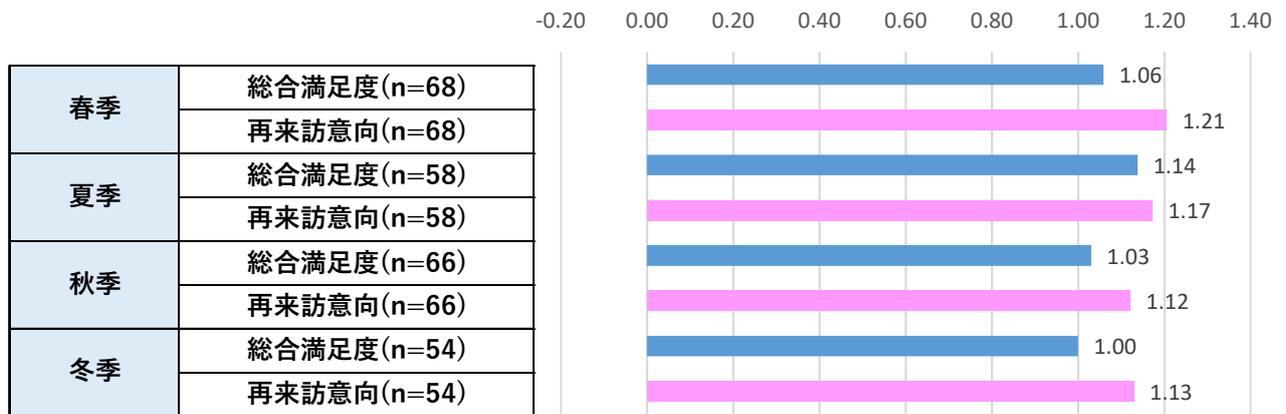
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が 80.5%となった。また訪れたいかについても「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が 87.8%となり、「満足度」「再来訪意向」ともに8割を超えた。



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

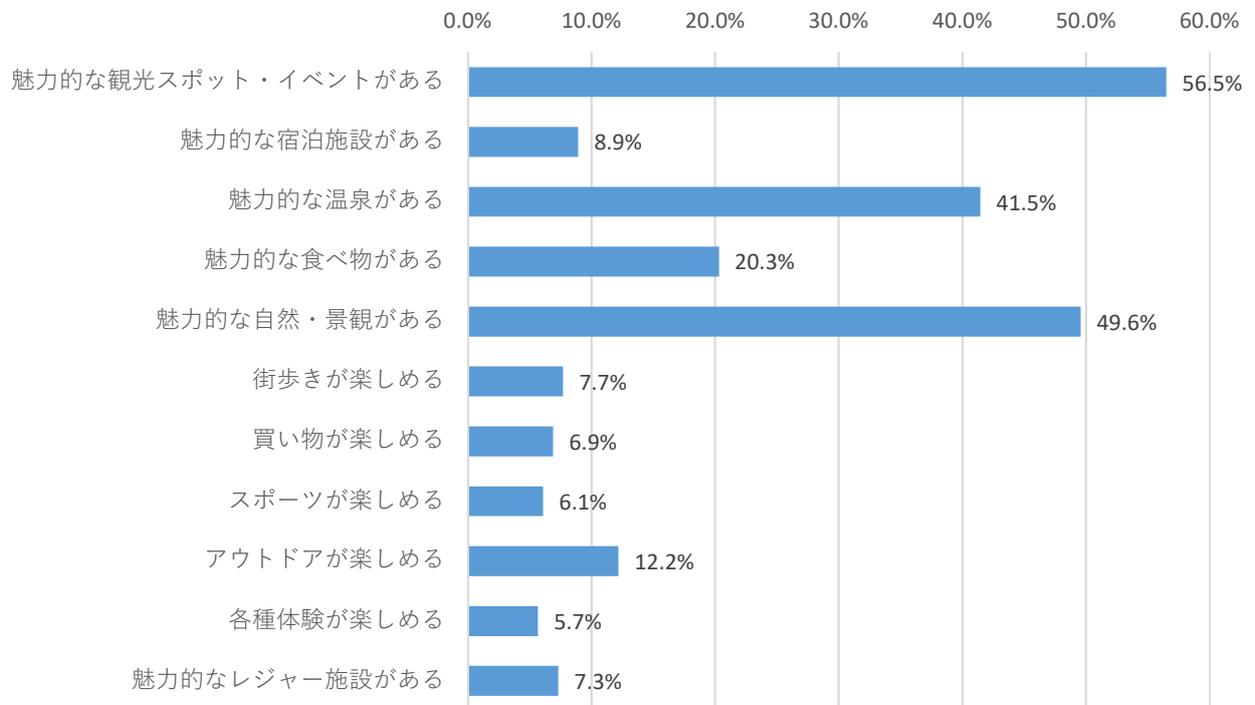
総合満足度を季節別にみると、「夏季」が 1.14 で最も高く、「冬季」が 1.00 で最も低かった。また、再来訪意向は、「春季」が 1.21 で最も高く、「秋季」が 1.12 で最も低かった。

年代別にみると、総合満足度は「40代」で 1.19 と最も高く、「60代以上」で 0.94 と最も低かった。また、再来訪意向は「30代」で 1.24 と最も高く、「50代」「60代以上」が 1.11 と最も低かった。



栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=246）

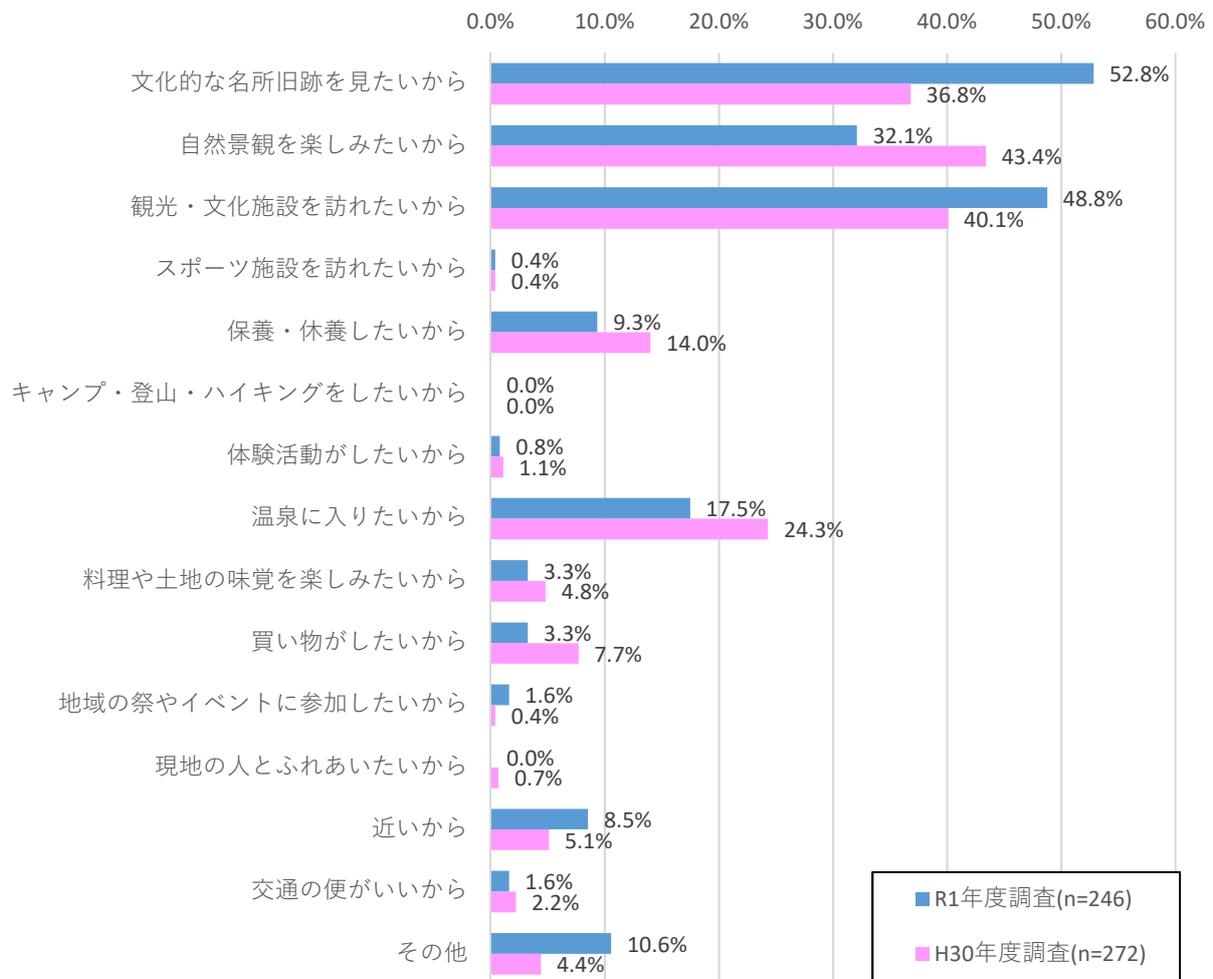
栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、日光エリアでは「魅力的な観光スポット・イベントがある」が56.5%で最も多く、次いで「魅力的な自然・景観がある」が49.6%、「魅力的な温泉がある」が41.5%であった。



②過去調査との比較

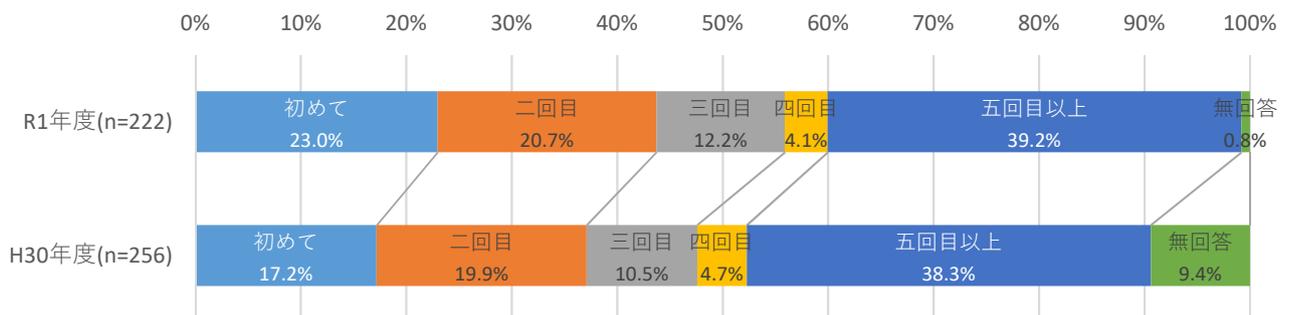
旅行先に選んだ理由は、「文化的な名所旧跡を見たいから」が最も多く、平成30(2018)年度調査では36.8%だったが、令和元(2019)年度調査では52.8%と16.0ポイント増加した。「観光・文化施設を訪れたいから」は平成30(2018)年度調査では40.1%であったが、令和元(2019)年度調査では48.8%となり8.7ポイント増加した。一方で「自然景観を楽しみたいから」は平成30(2018)年度調査で43.4%と最も多かったが、令和元(2019)年度調査では32.1%と11.3ポイント減少した。

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30(2018)年度調査では17.2%であったが、令和元(2019)年度調査では23.0%と5.8ポイント増加した。また、「三回目」は平成30(2018)年度調査では10.5%であったが、令和元(2019)年度調査では12.2%と1.7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

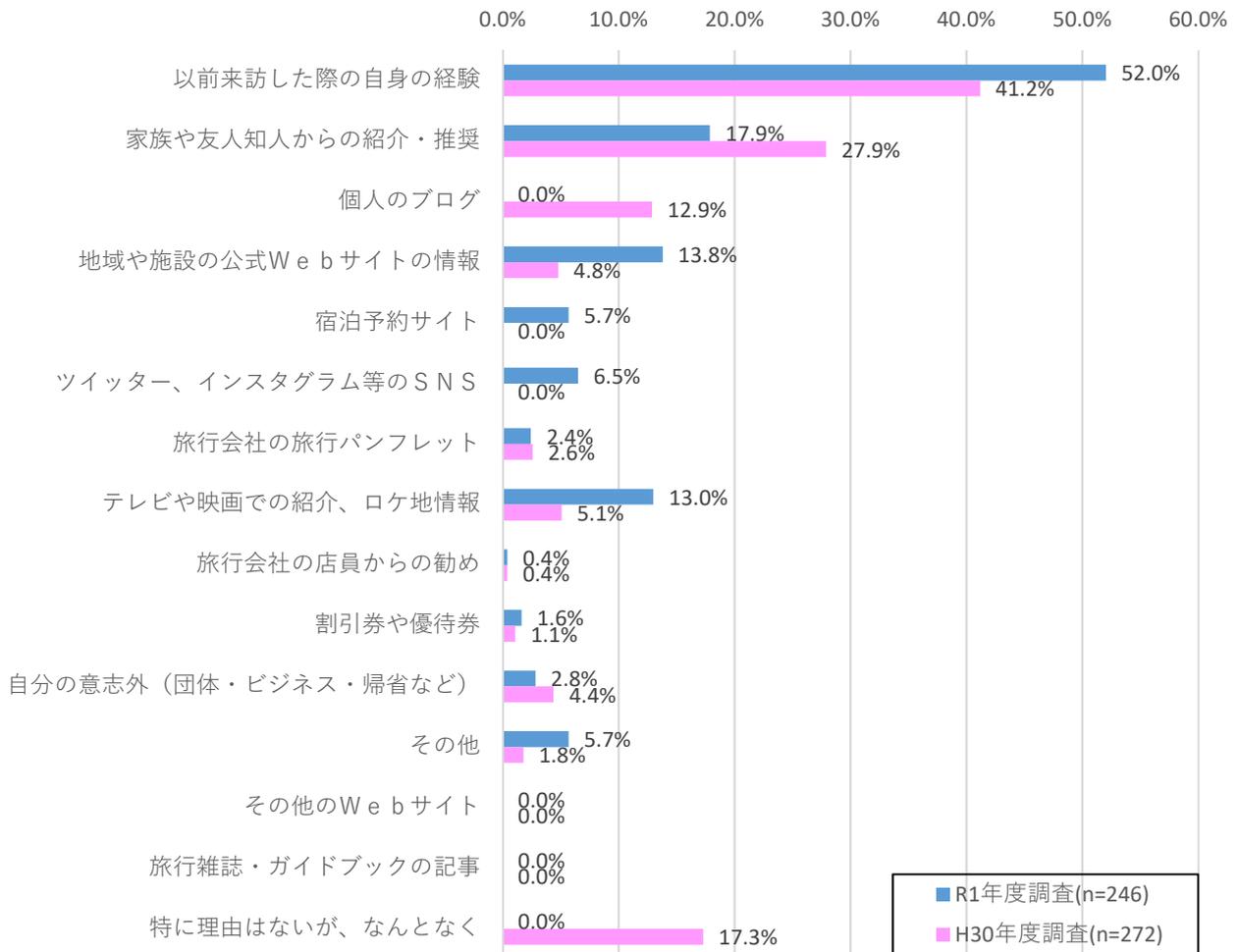


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 i. 日光エリア

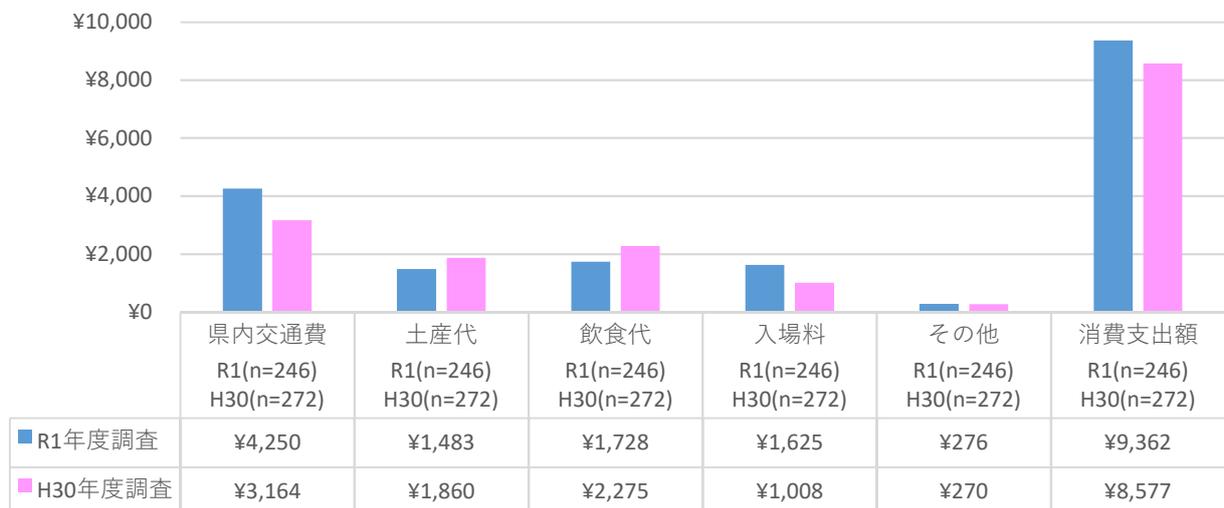
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、平成30(2018)年度調査では41.2%であったが、令和元(2019)年度調査では52.0%と10.8ポイント増加した。一方、「家族や友人からの紹介・推奨」は平成30(2018)年度調査では27.9%であったが、令和元(2019)年度調査では17.9%と10.0ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



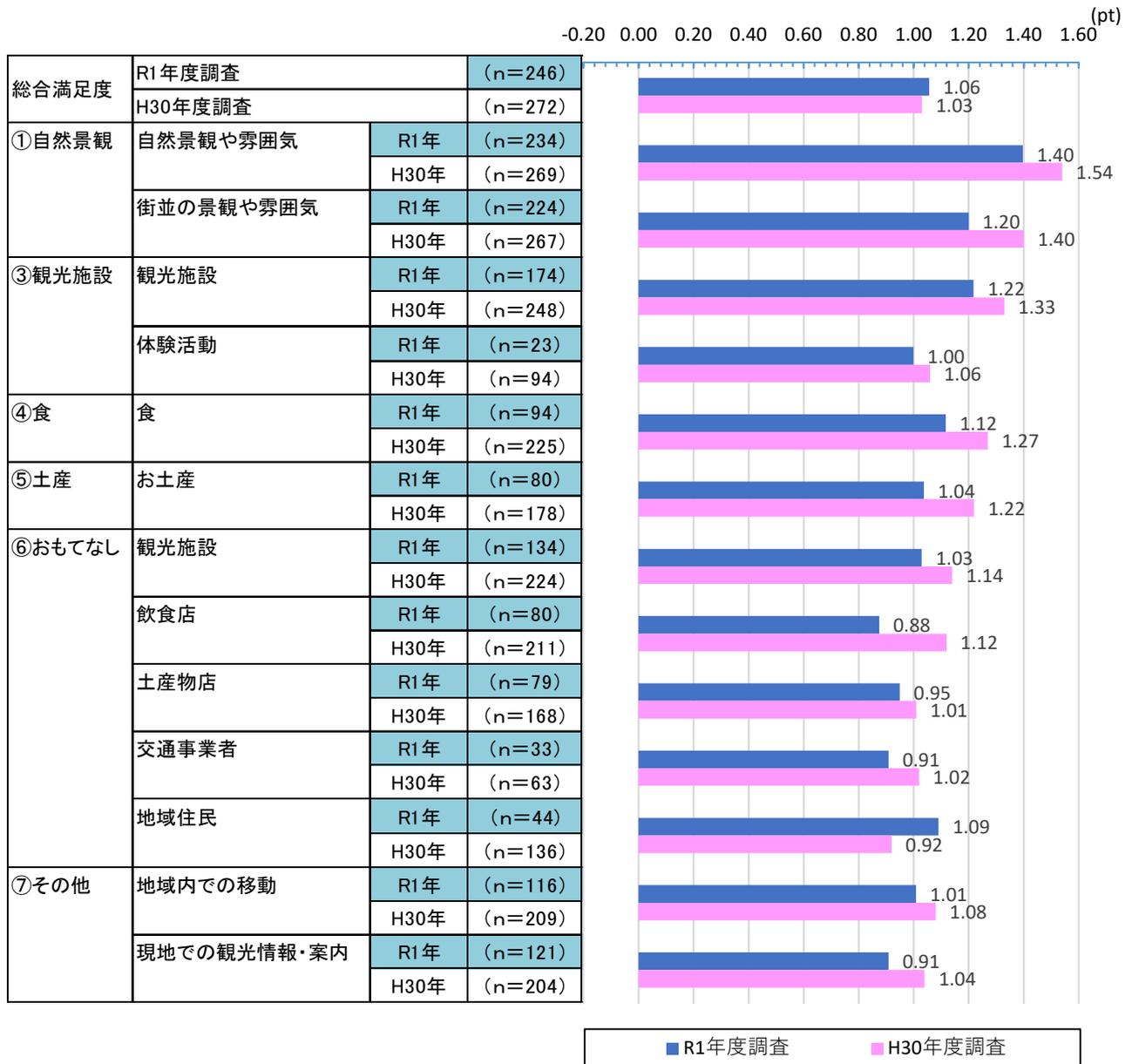
消費支出の総額は、平成30(2018)年度調査では8,577円であったが、令和元(2019)年度調査では9,362円に増加した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、令和元（2019）年度調査で 1.06 となり、平成 30（2018）年度調査の 1.03 と比較して 0.03 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成 30（2018）年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.54 で最も高く、令和元（2019）年度調査では 0.14 ポイント減少したものの、1.40 で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



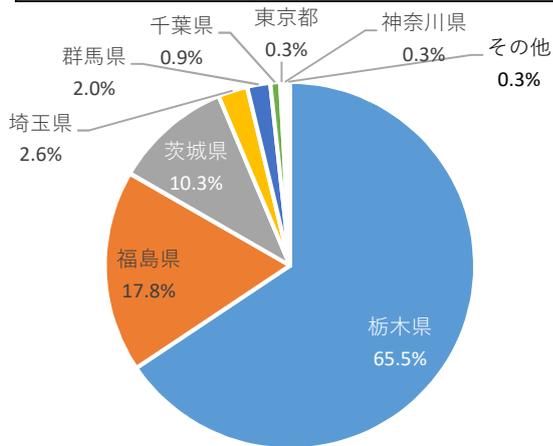
ii. 那須エリア

①令和元(2019)年度調査結果

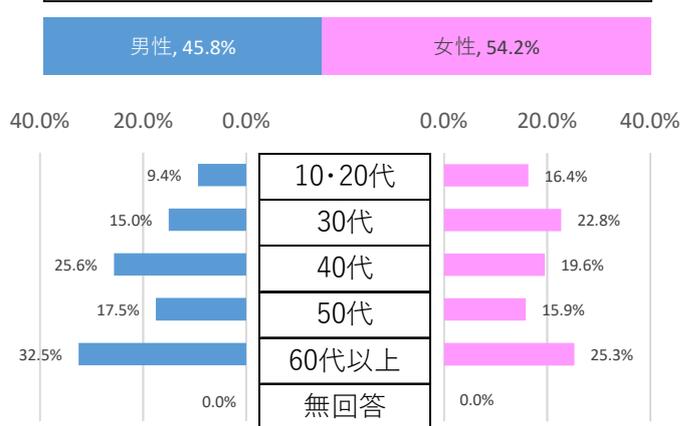
日帰り客(那須エリア) サンプル数: 349

お住まいは「栃木県」が最も多く 65.5%、次いで「福島県」が 17.8%、「茨城県」が 10.3%であった。  
 年代は、男性・女性とも「60代以上」が最も多く、男性 32.5%、女性 25.3%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 84.2%で最も多かった。  
 同行者数は「2人」が 59.8%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 36.1%で最も多かった。

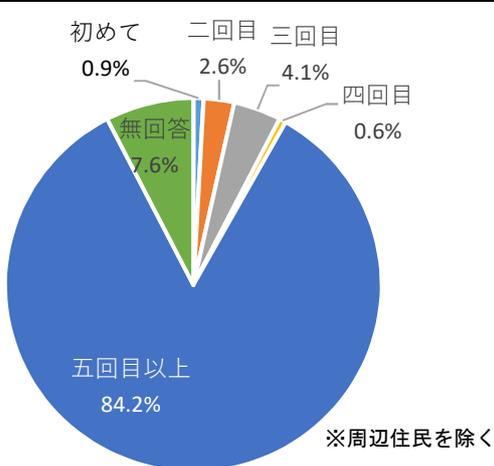
お住まい (n=349)



性別・年代 (n=349)

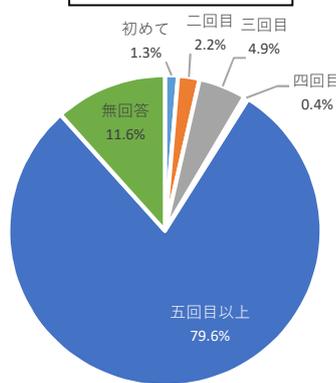


調査地域周辺への来訪回数 (n=344)

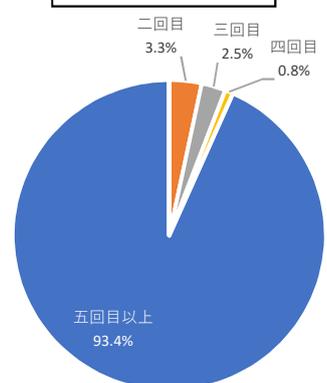


<内訳>

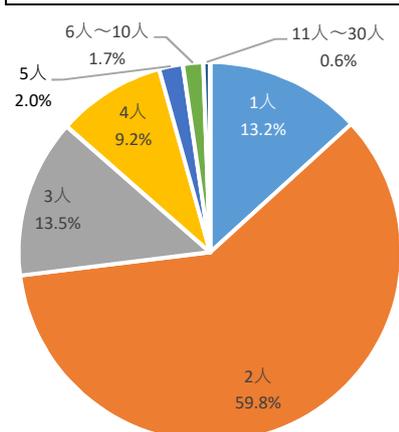
県内 (n=224)



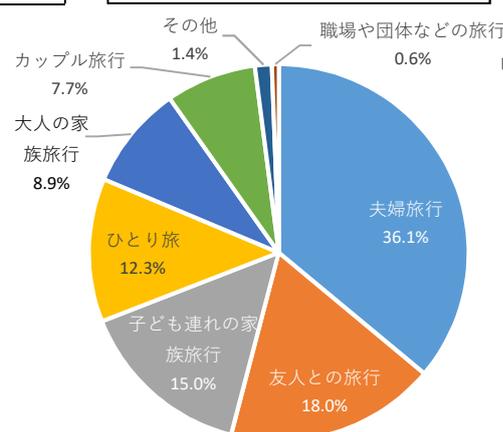
県外 (n=120)



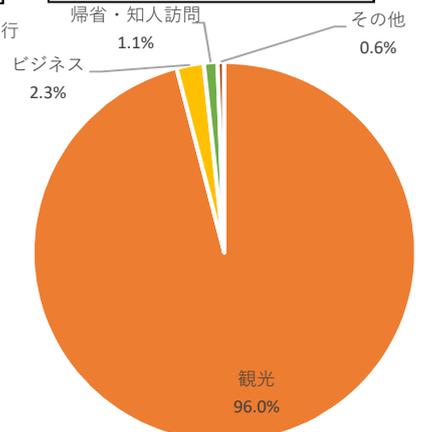
同行者数 ※回答者を含む (n=349)



同行者の関係 (n=349)

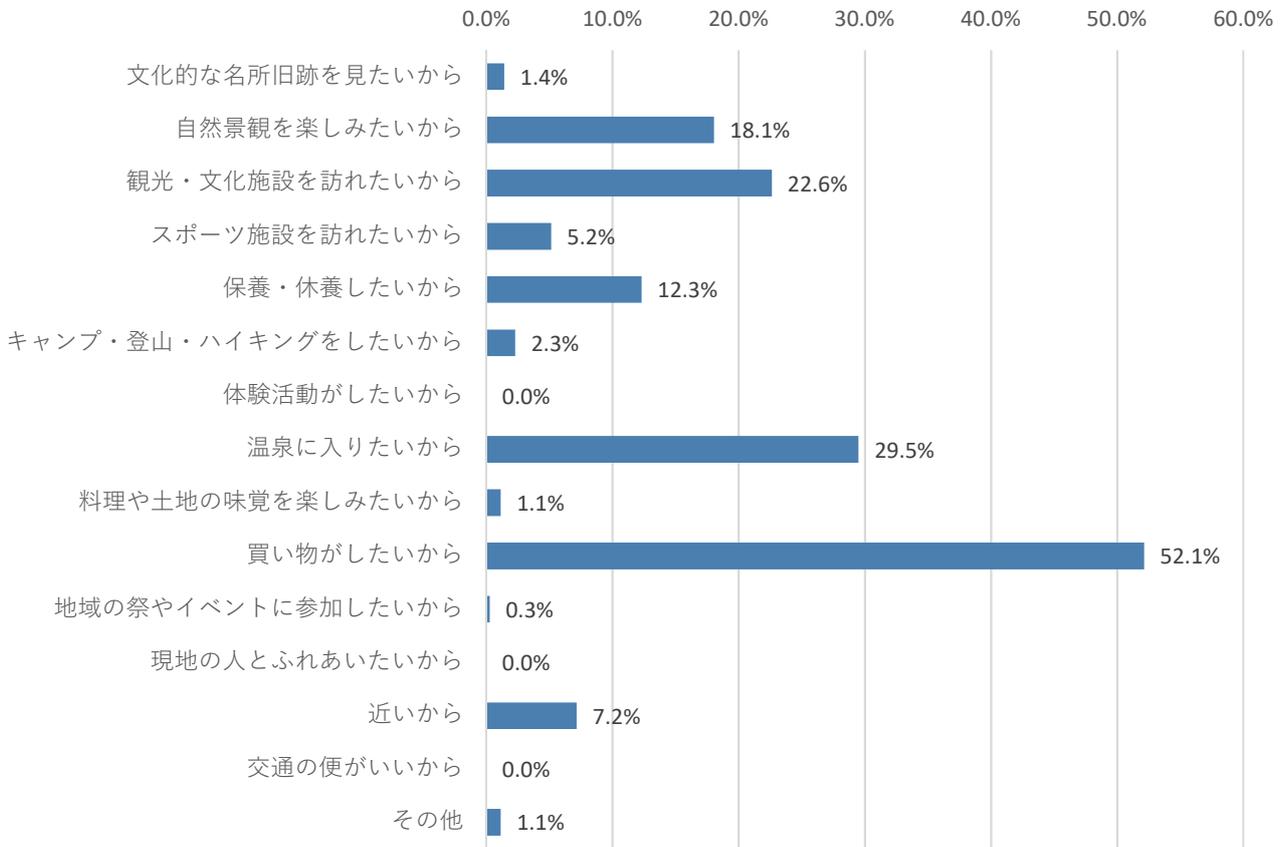


目的 (n=349)



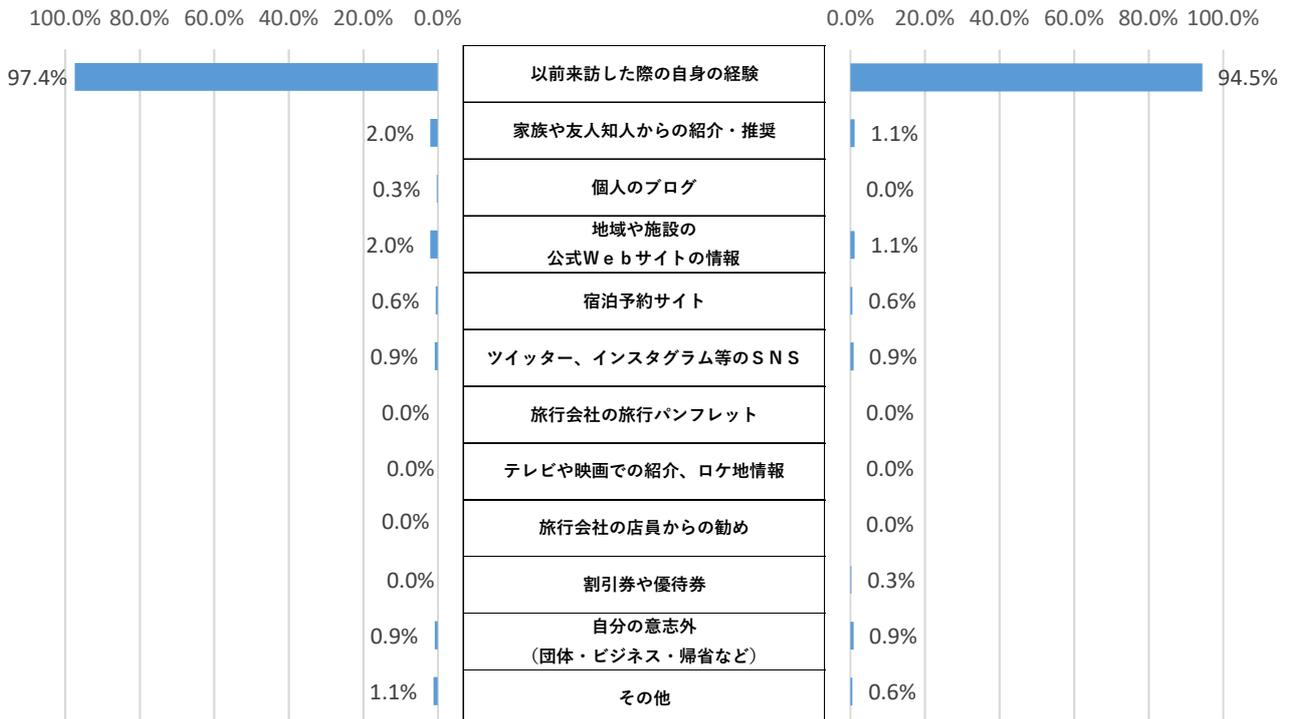
旅行先に選んだ理由は「買い物がしたいから」が52.1%で最も多く、次いで「温泉に入りたいから」が29.5%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が97.4%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が94.5%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=349）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=349）

“決め手”となった情報源（単一回答）（n=349）

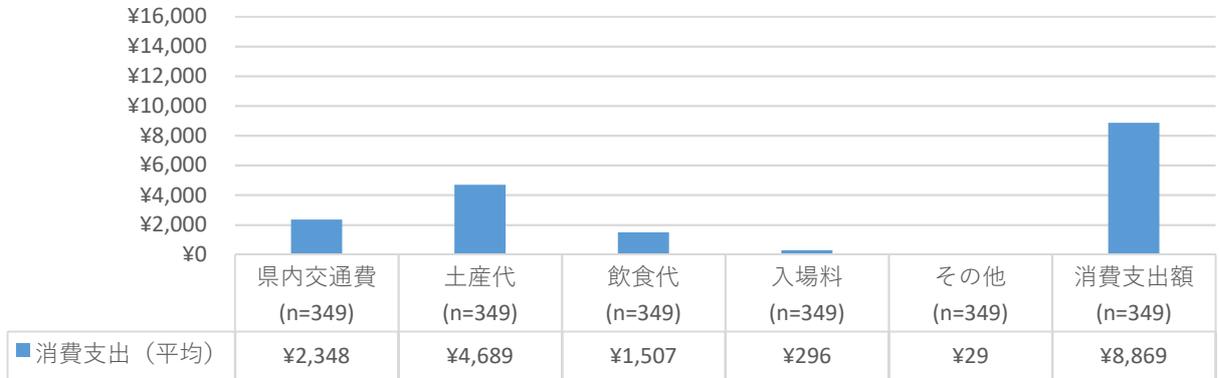


第2章 観光客調査 調査結果

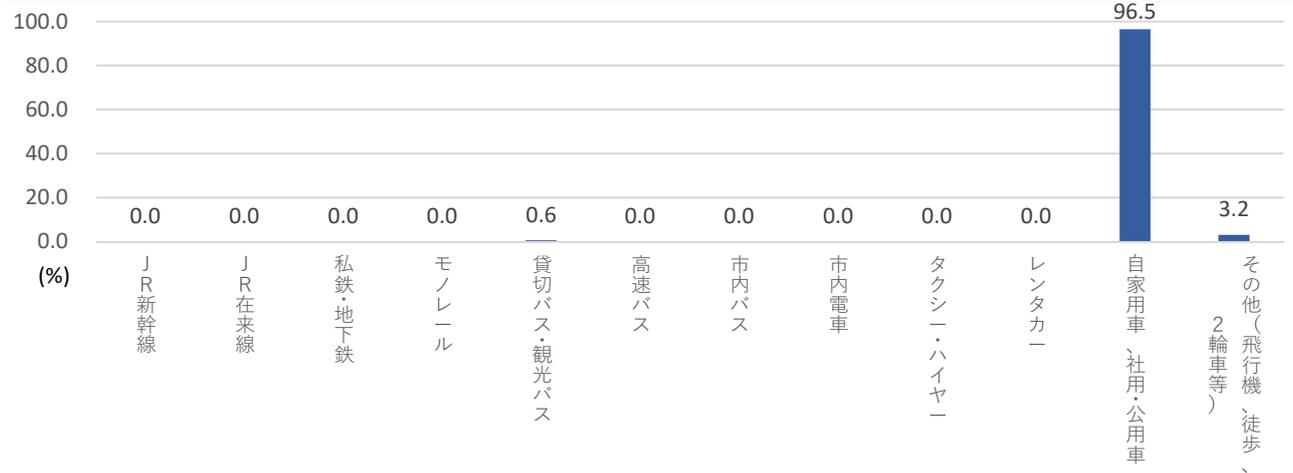
1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 那須エリア

消費支出の平均は、総額で 8,869 円であった。内訳は、「土産代」が 4,689 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 2,348 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 96.5%であった。立ち寄り観光施設は、「千本松牧場」が 16 人で最も多く、次いで「栃木県なかがわ水遊園」が 13 人であった。

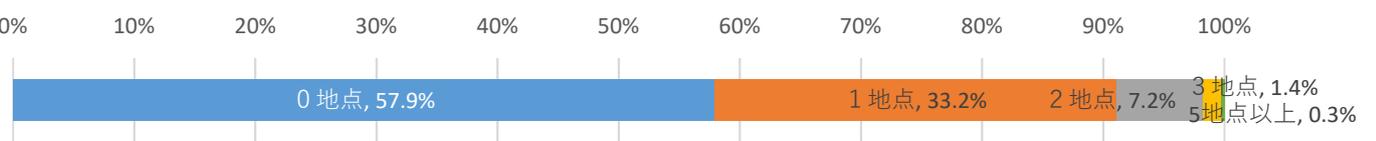
消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=349）



立ち寄り観光施設（n=349）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

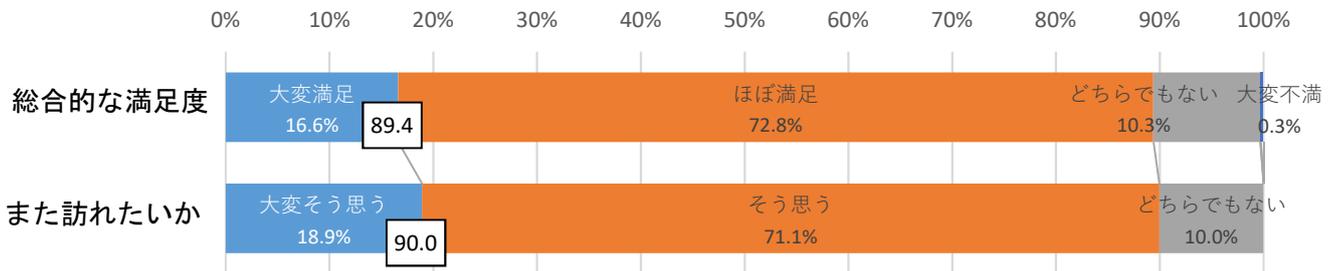


日光	那須	那須	県央
日光街道ニコニコ本陣 (2)	トリックアートの館(4)	SLランドミュージアム(1)	ふるさと宮まつり (1)
神事流鏝馬・春季(日光東照宮) (2)	りんどう湖L A K E V I E W (4)	塩原温泉湯っ歩の里(1)	馬頭広重美術館 (1)
二荒山神社中宮祠 (1)	道の駅「明治の森黒磯」 (3)	県央	馬頭ゴルフクラブ (1)
華厳滝 (1)	道の駅那須与一の郷 (2)	ろまんちっく村 (8)	那須小川ゴルフクラブ (1)
神事流鏝馬・秋季(日光東照宮) (1)	塩原温泉ビジターセンター (2)	鷲子山上神社 (8)	県南
那須	板室温泉郷(2)	道の駅きつれがわ (5)	佐野プレミアム・アウトレット(1)
千本松牧場 (16)	那須平成の森フィールドセンター (2)	道の駅ばとう (3)	県東
栃木県なかがわ水遊園 (13)	那須フラワーワールド (1)	まほろばの湯湯親館 (2)	友遊はが (2)
南ヶ丘牧場 (10)	道の駅やいた (1)	早乙女温泉 (1)	道の駅サンバの里いちかい (1)
ハンターマウンテン塩原(10)	ホテルサンバレー那須 (1)	ホテルニューさくら (1)	道の駅もてぎ (1)
もみじ谷大吊橋 (6)	黒羽物産センター・くらしの館(1)	紫塚ゴルフ倶楽部 (1)	
東山道伊王野 (6)	源泉那須山(1)	いわむらかずお絵本の丘美術館(1)	
塩原温泉郷(4)	那須野が原博物館 (1)	馬頭温泉郷 (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 (4)、那須ガーデンアウトレット (26)

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89.4%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90.0%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=349)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

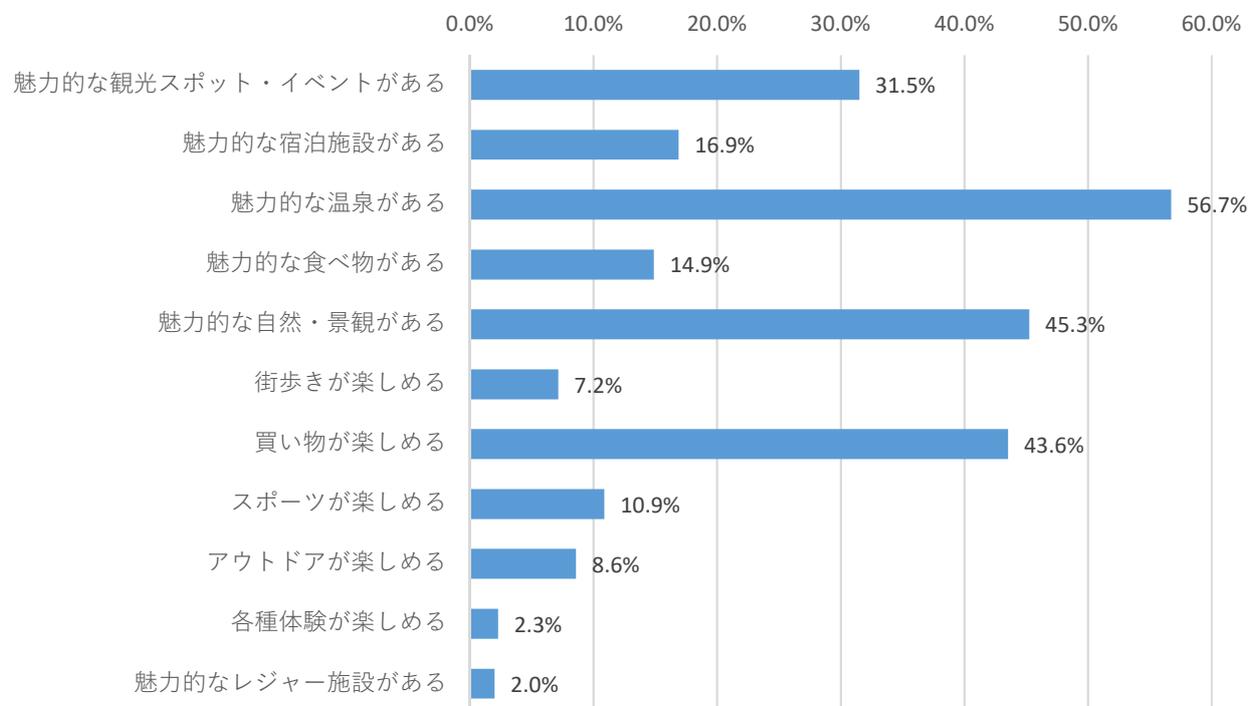
総合満足度を季節別にみると、「夏季」が1.18で最も高く、「冬季」が0.95で最も低かった。再来訪意向についても「春季」が1.29で最も高く、「冬季」が0.95で最も低かった。

年代別にみると、総合満足度は「10・20代」「60代以上」が1.13で最も高く、「50代」が0.97で最も低かった。再来訪意向についても「10・20代」が1.16で最も高く、「50代」が1.03で最も低かった。



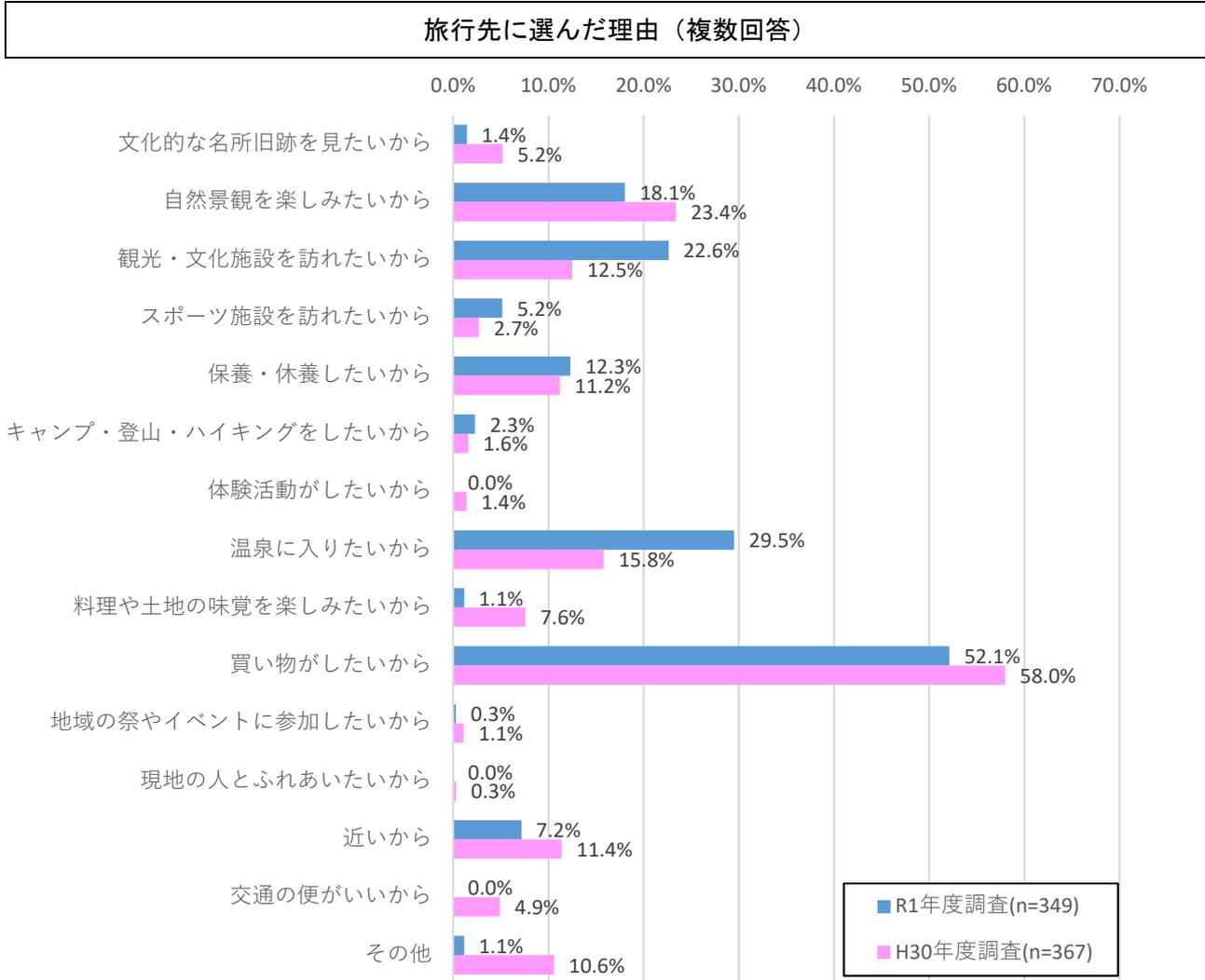
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=349）

栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、那須エリアでは「魅力的な温泉がある」が56.7%で最も多く、次いで「魅力的な自然・景観がある」が45.3%、「買い物が楽しめる」が43.6%であった。

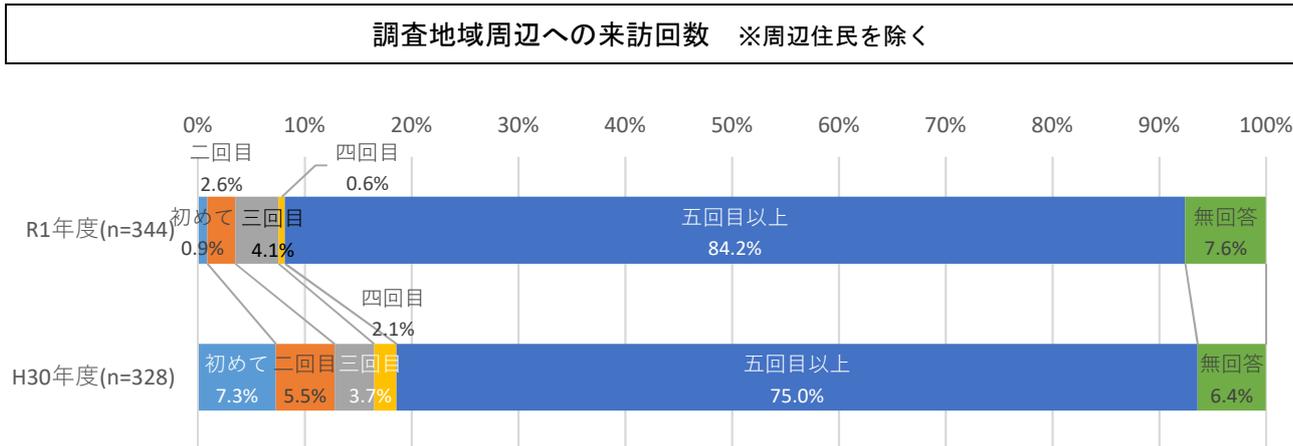


②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「買い物がしたいから」が最も多かったが、平成30(2018)年度調査では58.0%に対し、令和元(2019)年度調査では52.1%と5.9ポイント減少した。一方で「温泉に入りたいから」は平成30(2018)年度調査で15.8%であったが、令和元(2019)年度調査では29.5%と13.7ポイント増加した。



地域周辺への来訪回数は、平成30(2018)年度調査では「五回目以上」が75.0%であり、令和元(2019)年度調査では84.2%と9.2ポイント増加した。一方、「初めて」が平成30(2018)年度調査では7.3%であり、令和元(2019)年度調査では0.9%と6.4ポイント減少した。

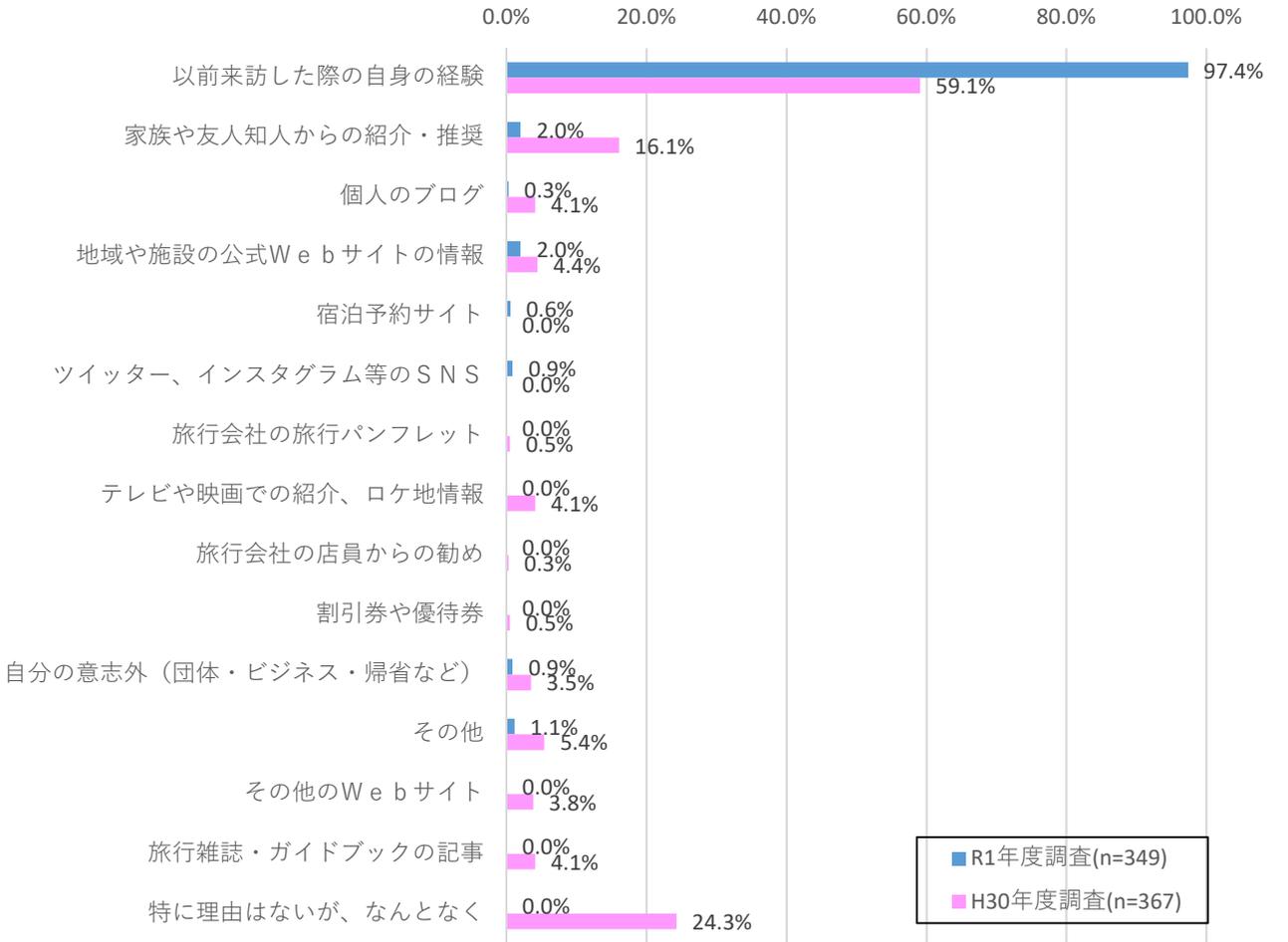


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 那須エリア

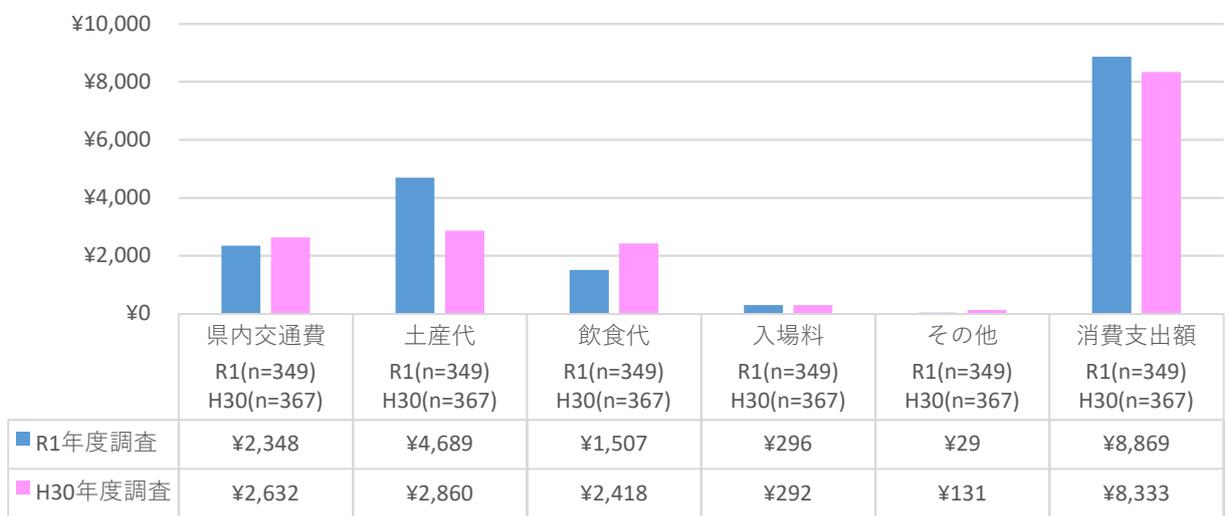
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く平成30(2018)年度調査では59.1%であったが、令和元(2019)年度調査では97.4%と38.3ポイント増加した。一方、「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成30(2018)年度調査では16.1%であったが、令和元(2019)年度調査では2.0%となり、14.1ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



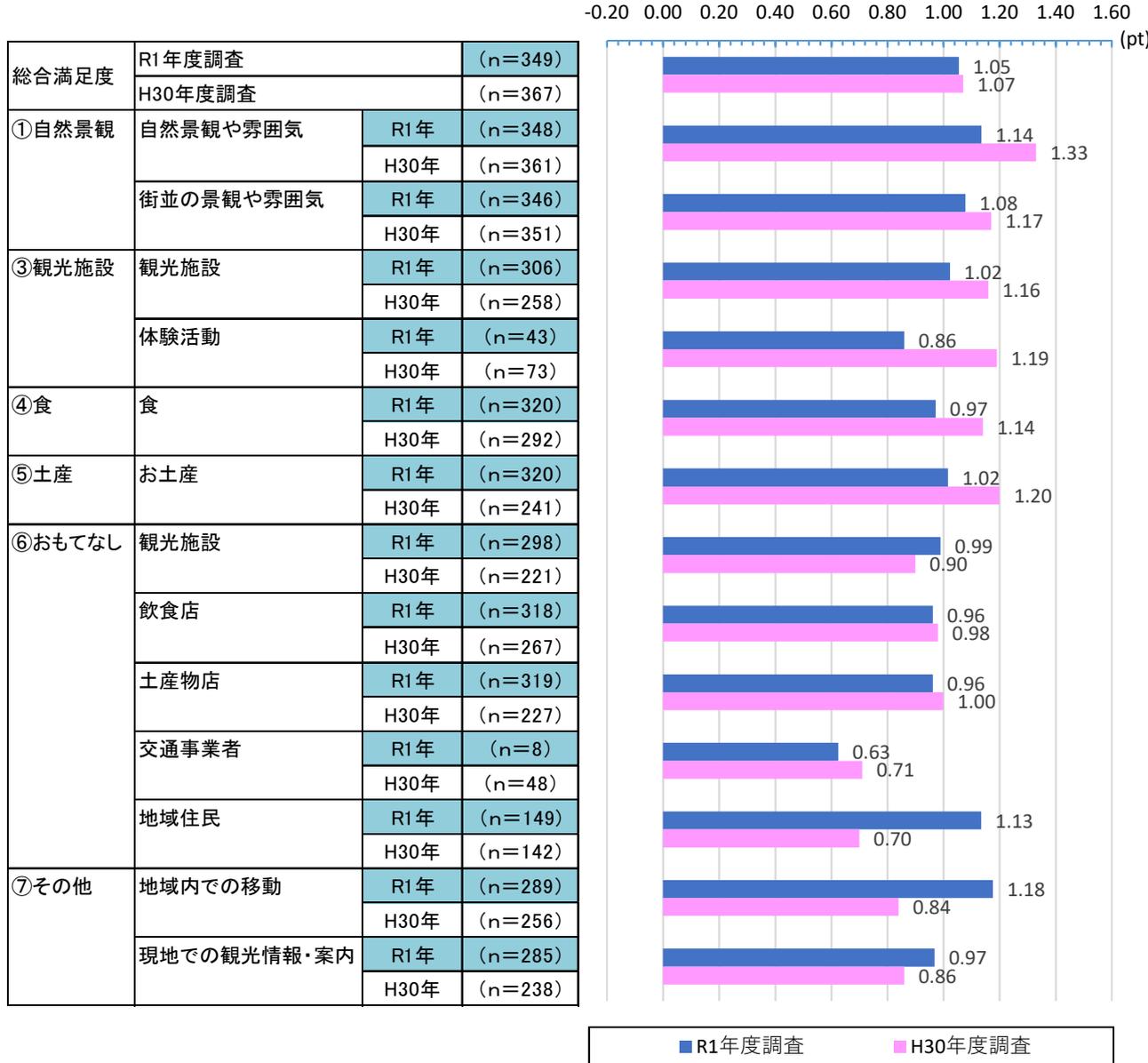
消費支出の総額は、平成30(2018)年度調査では8,333円であったが、令和元(2019)年度調査では8,869円に増加した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成30(2018)年度調査では1.07であったが、令和元(2019)年度調査では1.05と0.02ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成30(2018)年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.33で最も高かったが、令和元(2019)年度調査では「その他 地域内での移動」が1.18と最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)



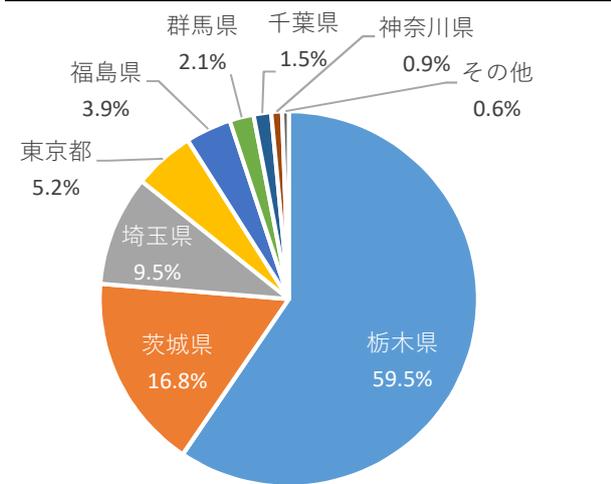
iii. 県央エリア

①令和元(2019)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59.5%、次いで「茨城県」が16.8%、「埼玉県」が9.5%であった。  
 年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く、「男性」が37.9%、「女性」が38.7%であった。  
 調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が61.0%で最も多かった。  
 同行者数は「2人」が51.8%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が37.9%で最も多かった。

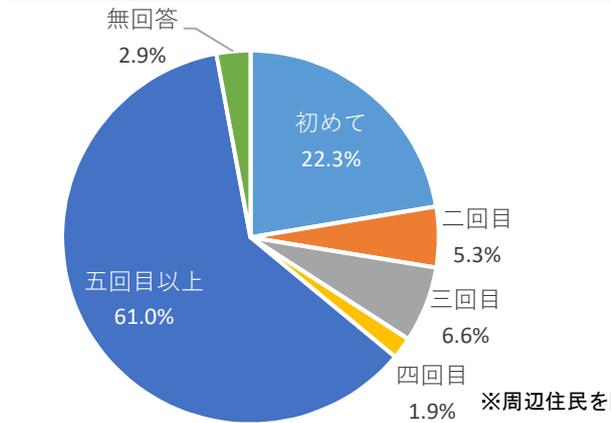
お住まい (n=535)



性別・年代 (n=535)

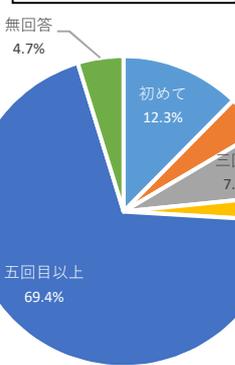


調査地域周辺への来訪回数 (n=533)

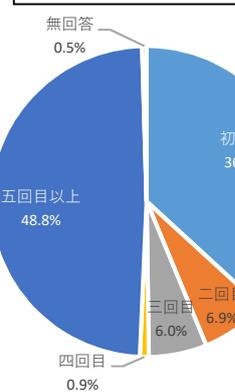


<内訳>

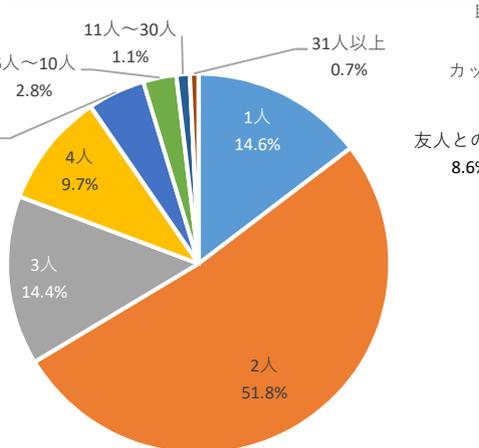
県内 (n=316)



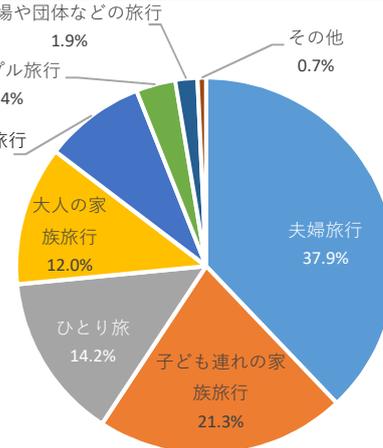
県外 (n=217)



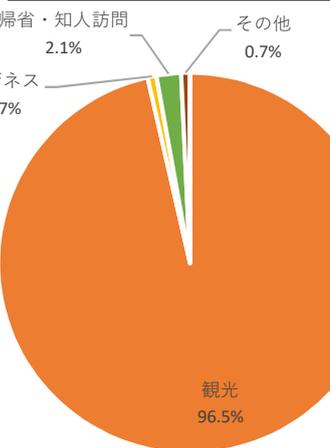
同行者数 ※回答者を含む (n=535)



同行者の関係 (n=535)

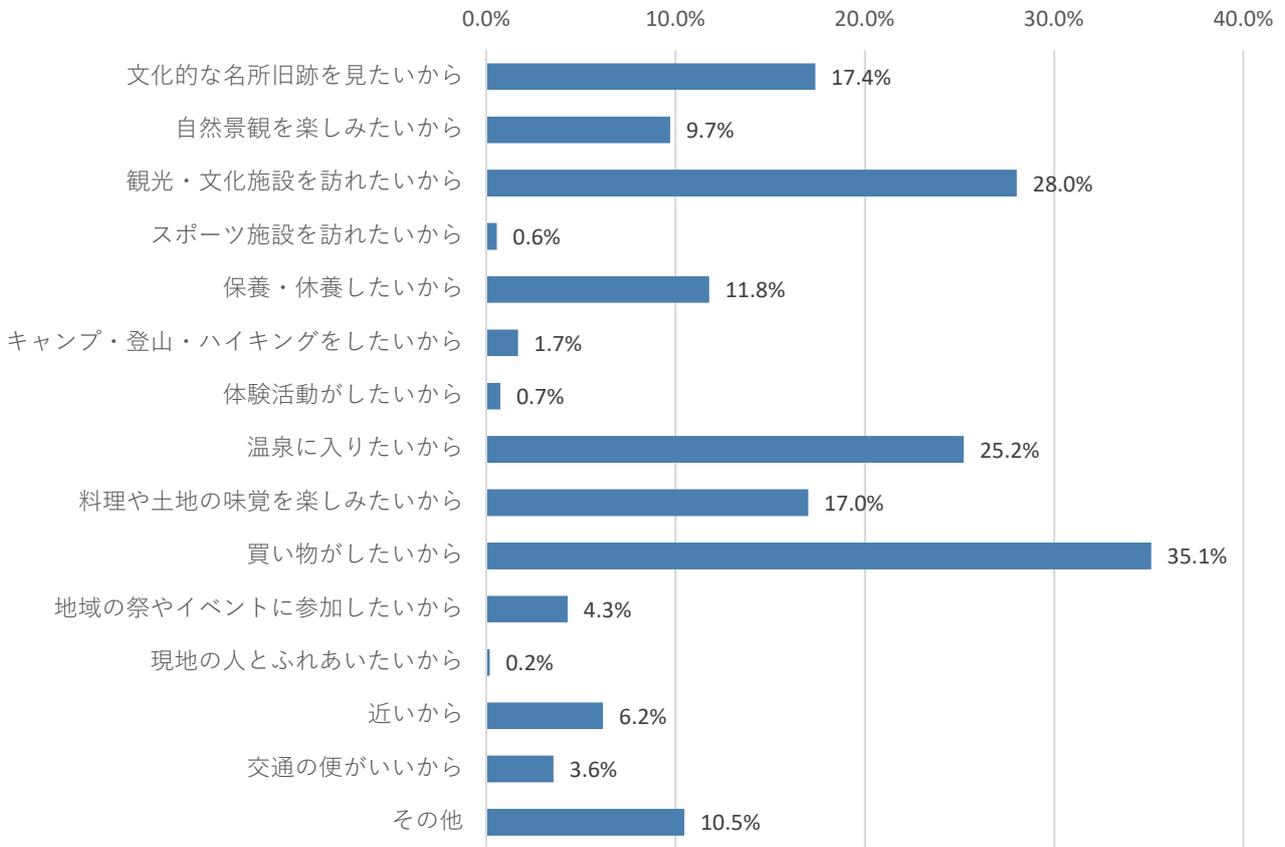


目的 (n=535)

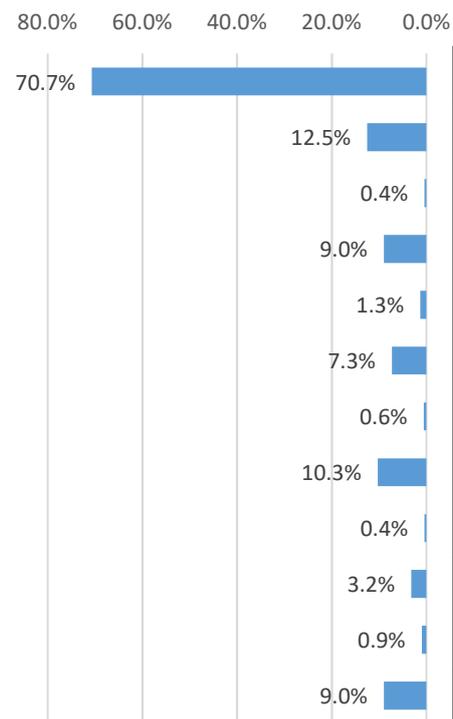


旅行先に選んだ理由は「買い物がしたいから」が35.1%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が28.0%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が70.7%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が58.2%で最も多かった。

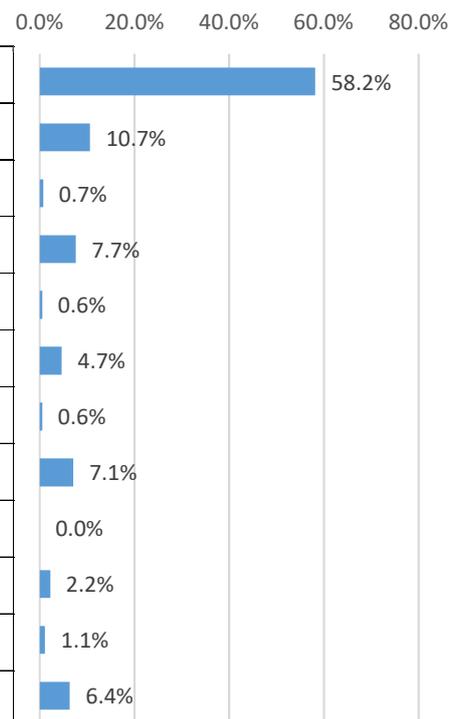
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=535）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=535）



“決め手”となった情報源（単一回答）（n=535）

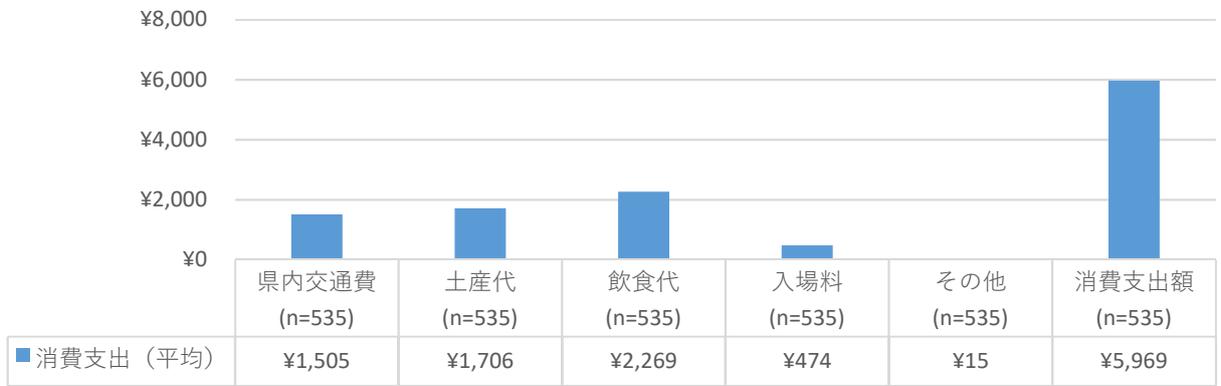


第2章 観光客調査 調査結果

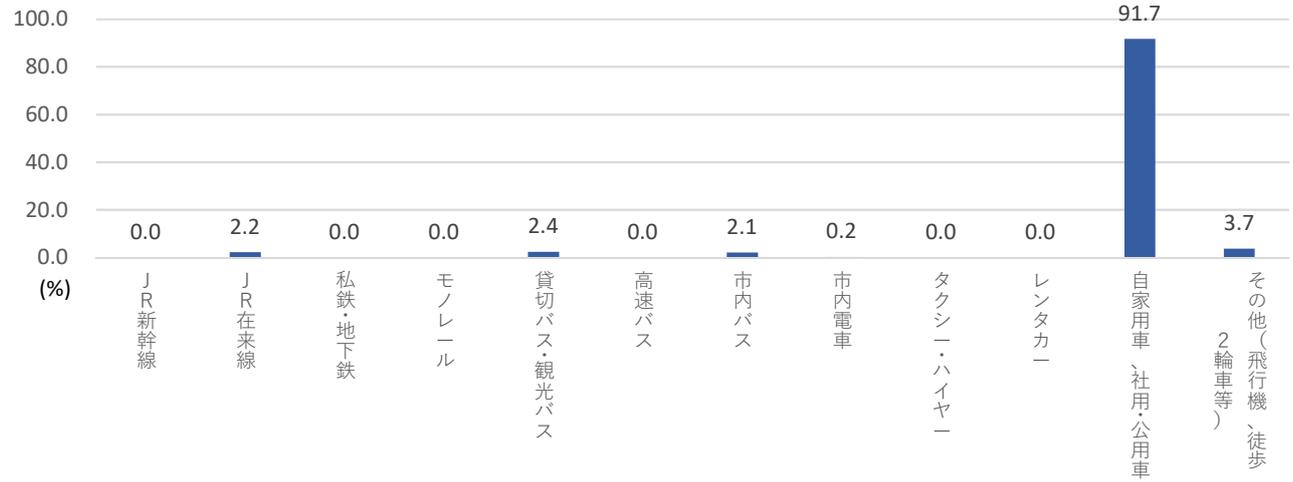
1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

消費支出の平均は、総額で 5,969 円であった。内訳は、「飲食代」が 2,269 円で最も多く、次いで「土産代」が 1,706 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 91.7% で最も多かった。  
立ち寄り観光施設は、「栃木県なかがわ水遊園」が 21 人で最も多く、次いで「ろまんちっく村」が 13 人であった。

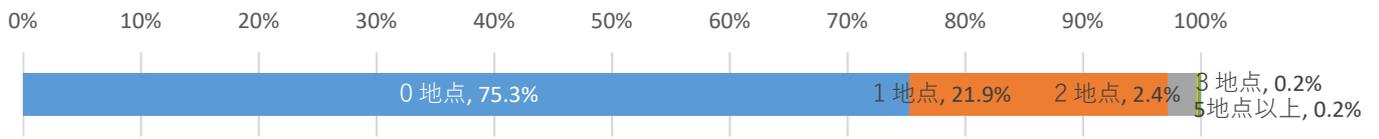
消費支出（平均）



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

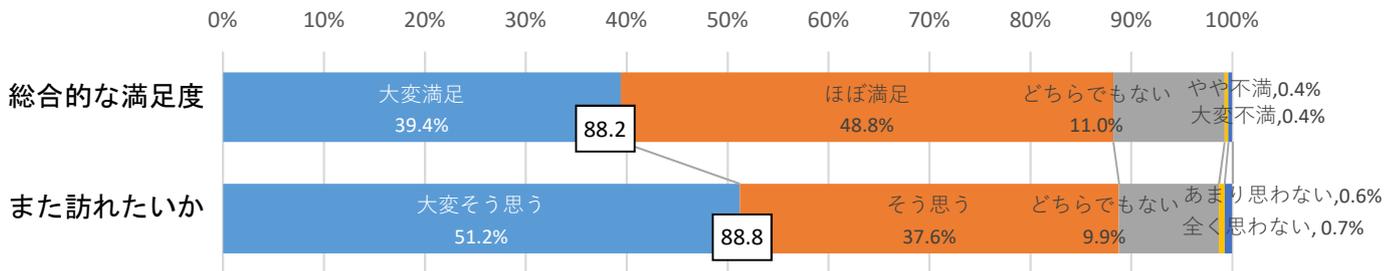


日光	那須	県央	県南
二荒山神社中宮祠 (2)	黒羽物産センター・くらしの館(2)	鷲子山上神社 (11)	佐野プレミアム・アウトレット(2)
神事流鏝馬・春季(日光東照宮) (2)	那須高原友愛の森 (2)	まほろばの湯湯親館 (7)	まちの駅 新・鹿沼宿 (1)
神事流鏝馬・秋季(日光東照宮) (1)	道の駅「明治の森黒磯」 (1)	馬頭温泉郷 (4)	いちごの里 (1)
東武ワールドスクウェア (1)	ホテルサンパレー那須 (1)	ゆりがねの湯(4)	県東
華厳滝 (1)	塩原温泉ビジターセンター (1)	来らせ (3)	道の駅サシバの里いちかい (3)
那須	城の湯温泉センター (1)	馬頭広重美術館 (3)	友遊はが (3)
栃木県なかがわ水遊園 (21)	芦野温泉 (1)	御前岩(3)	道の駅もてぎ (2)
東山道伊王野 (6)	龍門ふるさと民芸館 (1)	紫塚ゴルフ倶楽部 (1)	道の駅ましこ (1)
那須ガーデンアウトレット (5)	ふれあいの里しおや (1)	いわむらかずお絵本の丘美術館(1)	ツインリンクもてぎ (1)
黒羽城址公園 (5)	道の駅「湧水の郷しおや」(1)	馬頭ゴルフクラブ (1)	
道の駅那須与一の郷 (5)	県央	那須小川ゴルフクラブ (1)	
道の駅やいた (3)	ろまんちっく村 (13)	栃木県子ども総合科学館 (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。  
道の駅ばとう (8)、道の駅きつれがわ (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88.2%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88.8%であった。

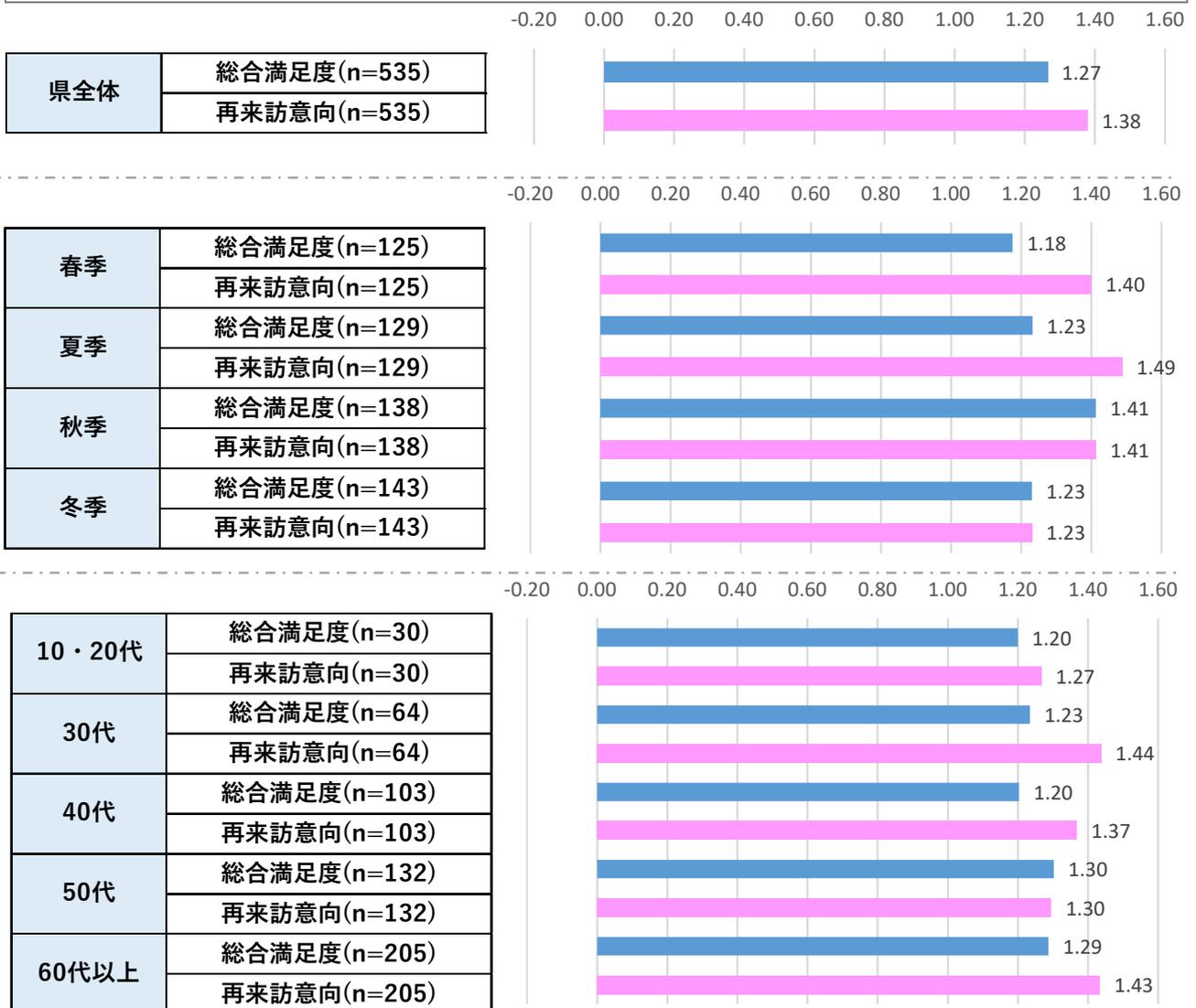
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=535)



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1.41で最も高く、「春季」が1.18で最も低かった。また、再来訪意向については、「夏季」が1.49で最も高く、「冬季」が1.23で最も低かった。

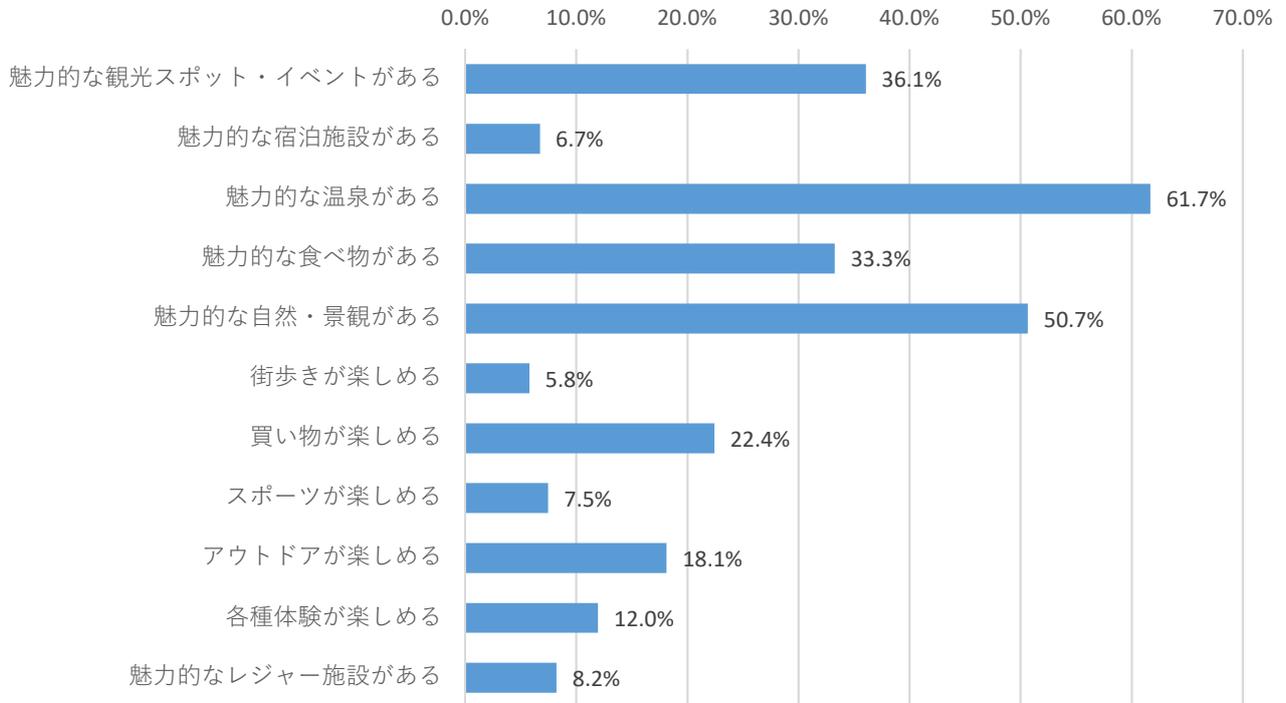
年代別にみると、総合満足度は「50代」で1.30と最も高く、「10・20代」「40代」で1.20と最も低かった。再来訪意向については「30代以上」が1.44で最も高く、「10・20代」が1.27で最も低かった。



※10代未満1名

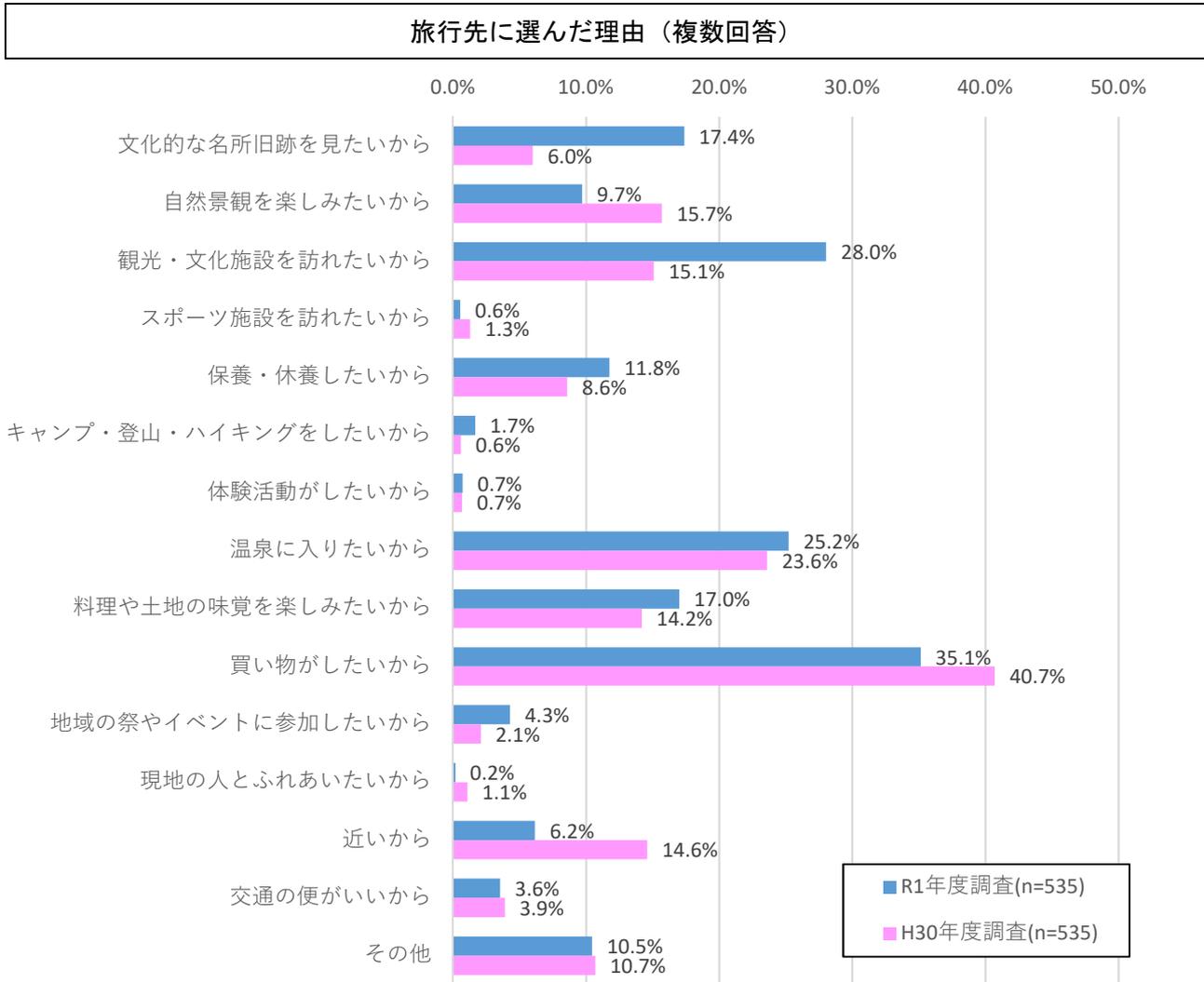
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=535）

栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、県央エリアでは「魅力的な温泉がある」が61.7%で最も多く、次いで「魅力的な自然・景観がある」が50.7%、「魅力的な観光スポット・イベントがある」が36.1%であった。

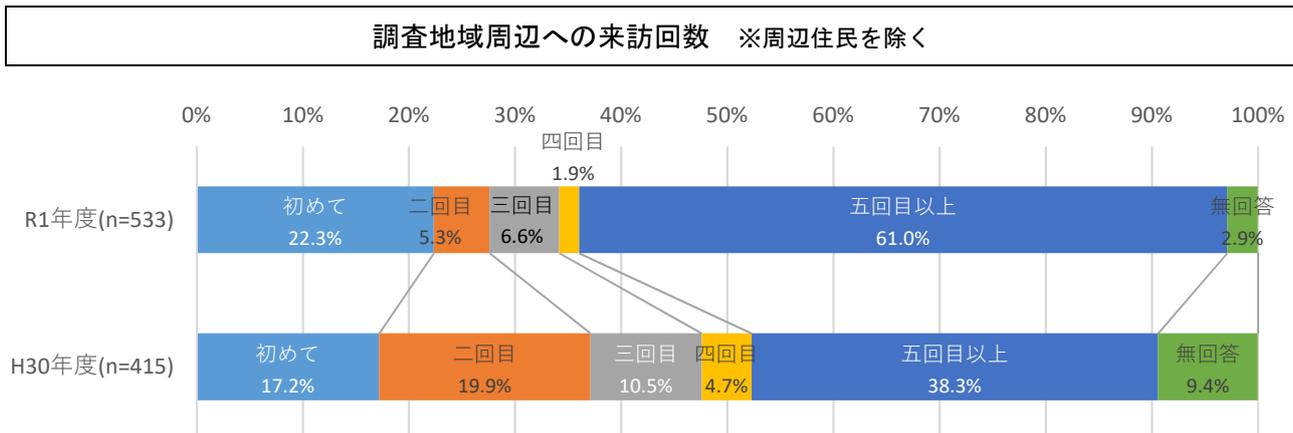


②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「買い物がしたいから」が最も多く平成30(2018)年度では40.7%であったが、令和元(2019)年度調査では35.1%と5.6ポイント減少した。「観光・文化施設を訪れたいから」は平成30(2018)年度調査では15.1%であったが、令和元(2019)年度調査では28.0%と12.9ポイント増加した。



調査地域周辺への来訪回数は、平成30(2018)年度調査では「五回目以上」が38.3%であったが、令和元(2019)年度調査では61.0%と22.7ポイント増加した。「二回目」は平成30(2018)年度調査では19.9%であったが、令和元(2019)年度調査では5.3%と14.6ポイント減少した。

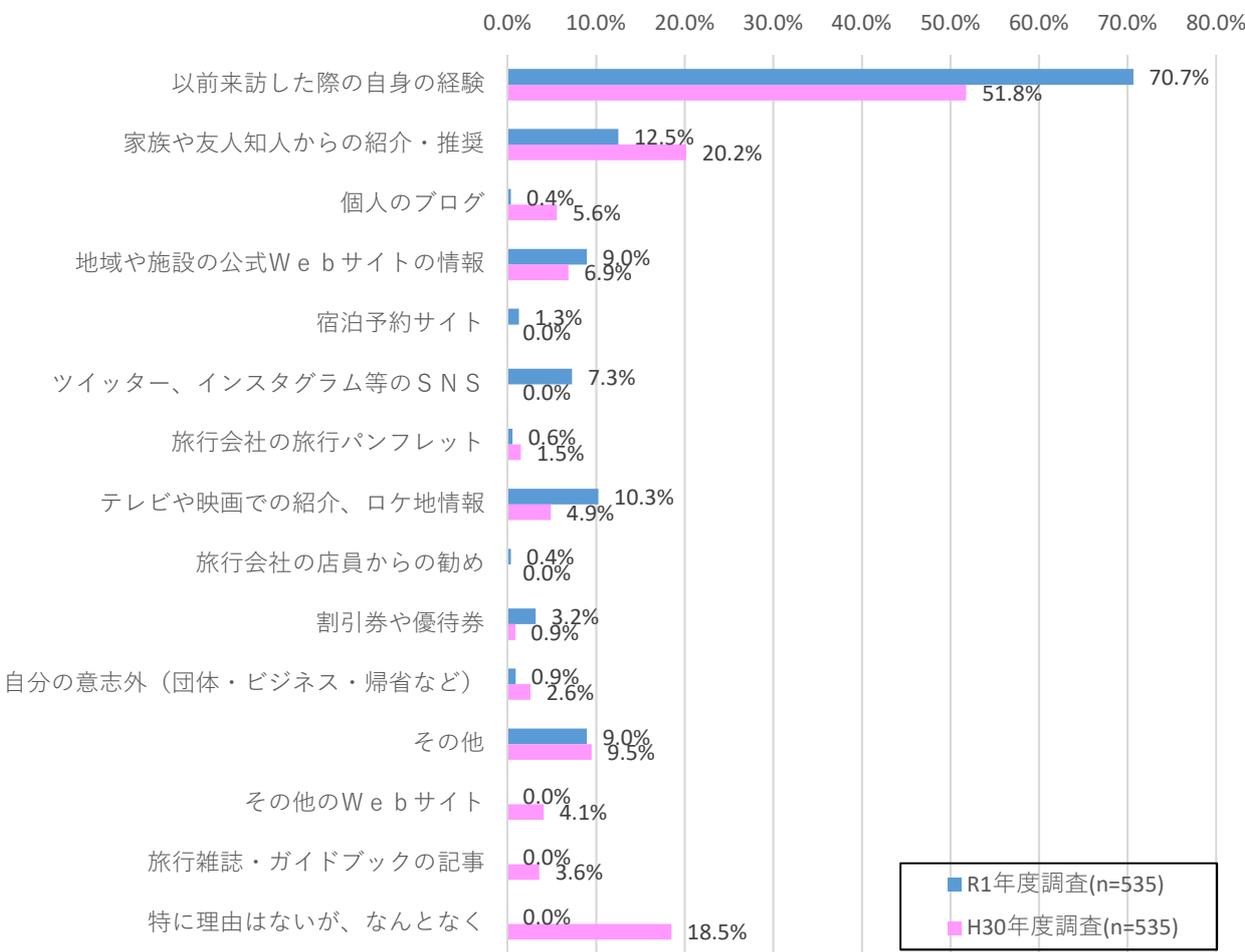


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

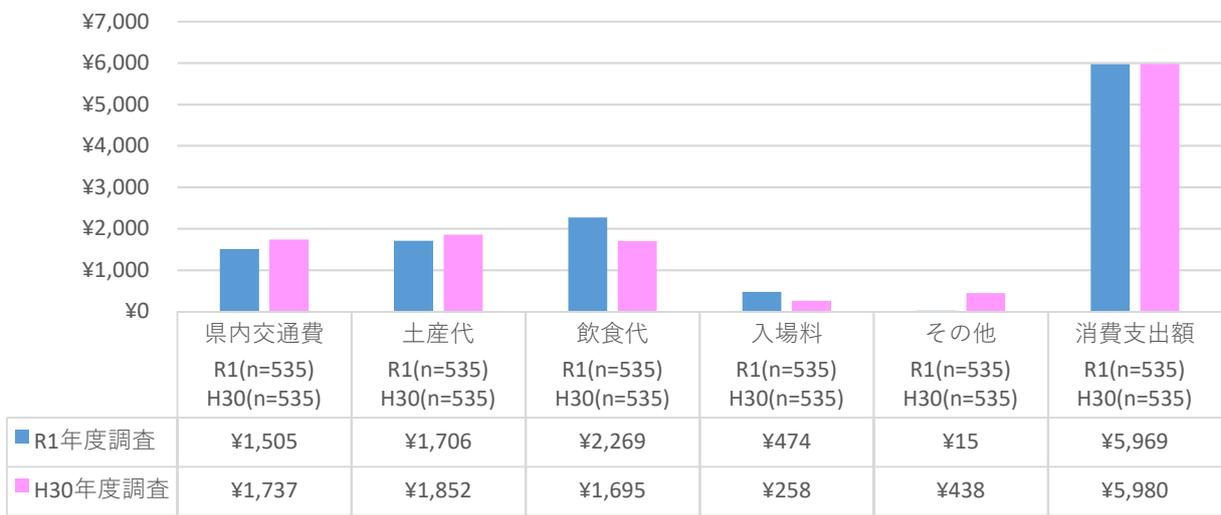
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、平成30(2018)年度調査では51.8%であったが、令和元(2019)年度調査では70.7%と18.9ポイント増加した。「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成30(2018)年度調査では20.2%であったが、令和元(2019)年度調査では12.5%と7.7ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



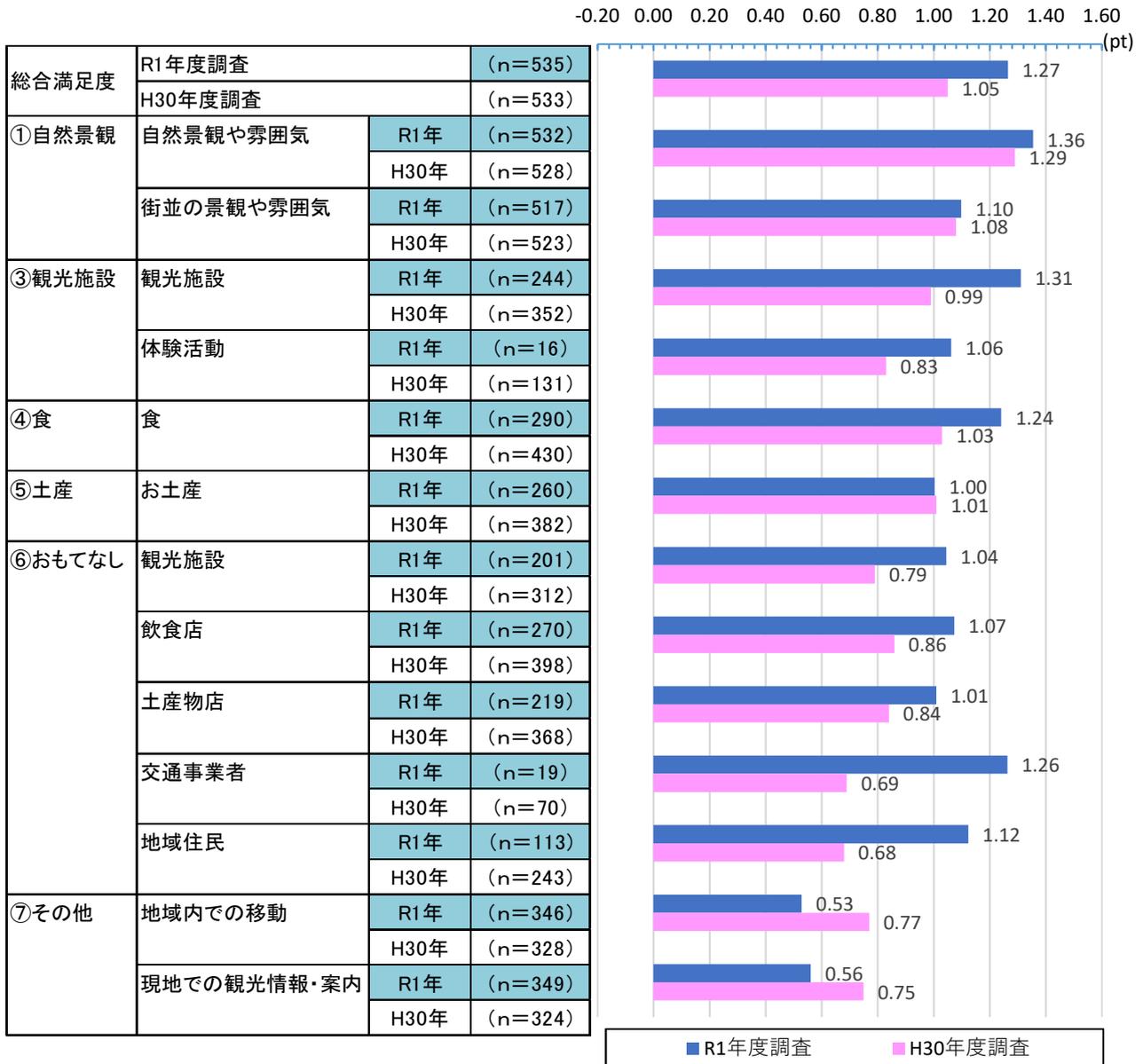
消費支出の総額は、平成30(2018)年度調査では5,980円であったが、令和元(2019)年度調査では5,969円に減少した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 30 (2018) 年度調査では 1.05、令和元 (2019) 年度調査では 1.27 と 0.22 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成 30 (2018) 年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.29 で最も高く、令和元 (2019) 年度調査でも同様に「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.36 で最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)



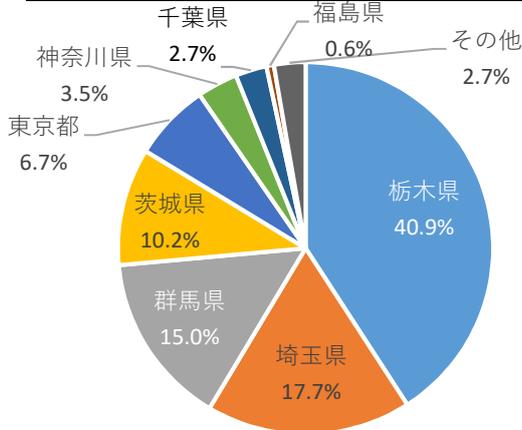
iv. 県南エリア

①令和元(2019)年度調査結果

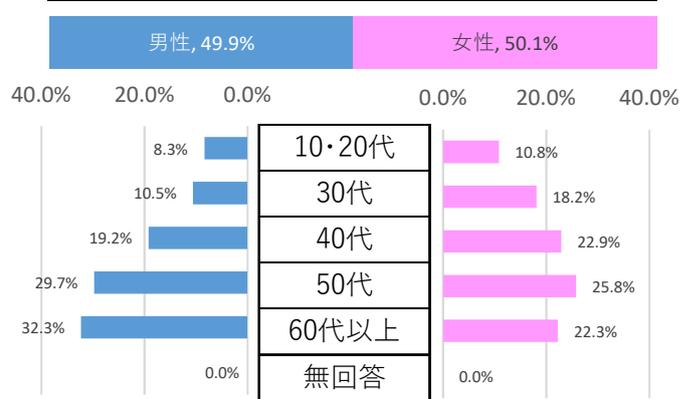
日帰り客(県南エリア) サンプル数：627

お住まいは「栃木県」が最も多く40.9%、次いで「埼玉県」が17.7%、「群馬県」が15.0%であった。年代は、男性は「60代以上」が32.3%で最も多く、女性は「50代」が25.8%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42.2%で最も多く、次いで「初めて」が36.9%であった。同行者数は「2人」が51.2%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が32.1%で最も多かった。

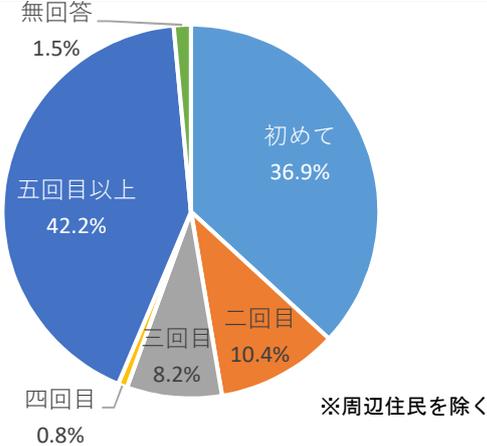
お住まい (n=627)



性別・年代 (n=627)

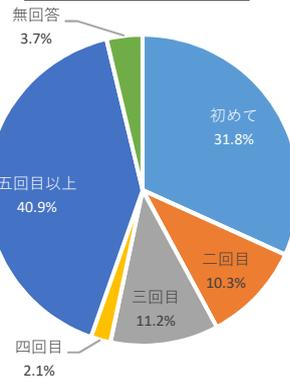


調査地域周辺への来訪回数 (n=613)

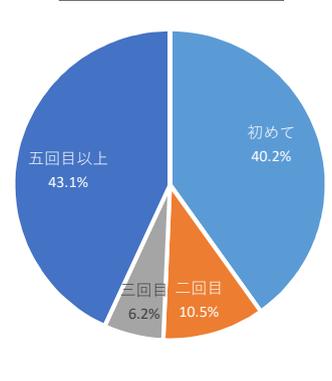


<内訳>

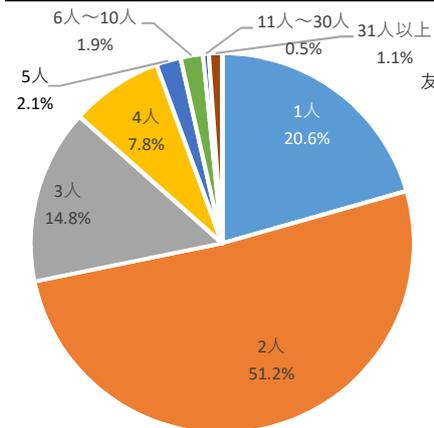
県内 (n=242)



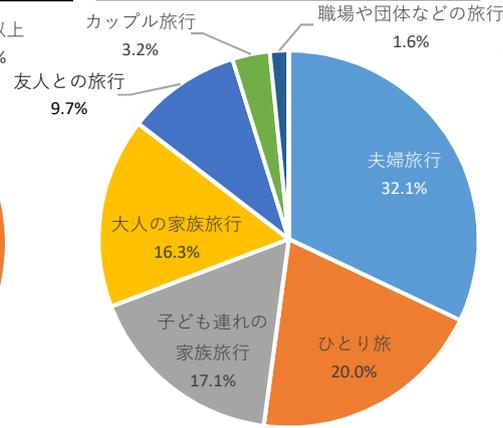
県外 (n=371)



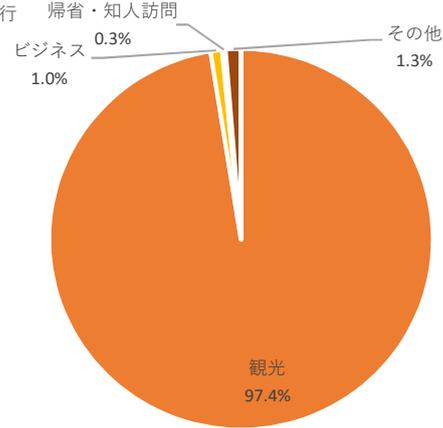
同行者数 ※回答者を含む (n=627)



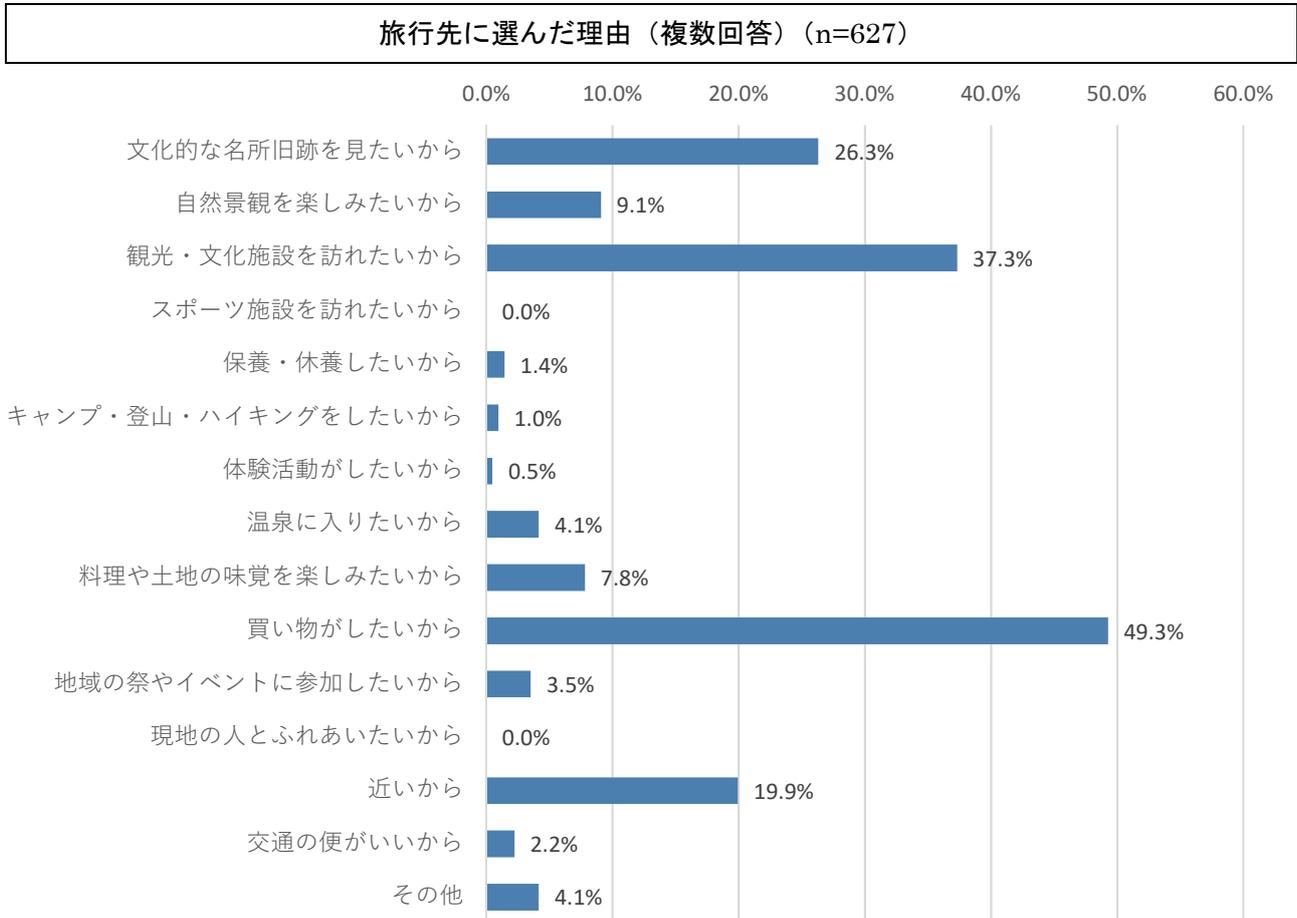
同行者の関係 (n=627)



目的 (n=627)

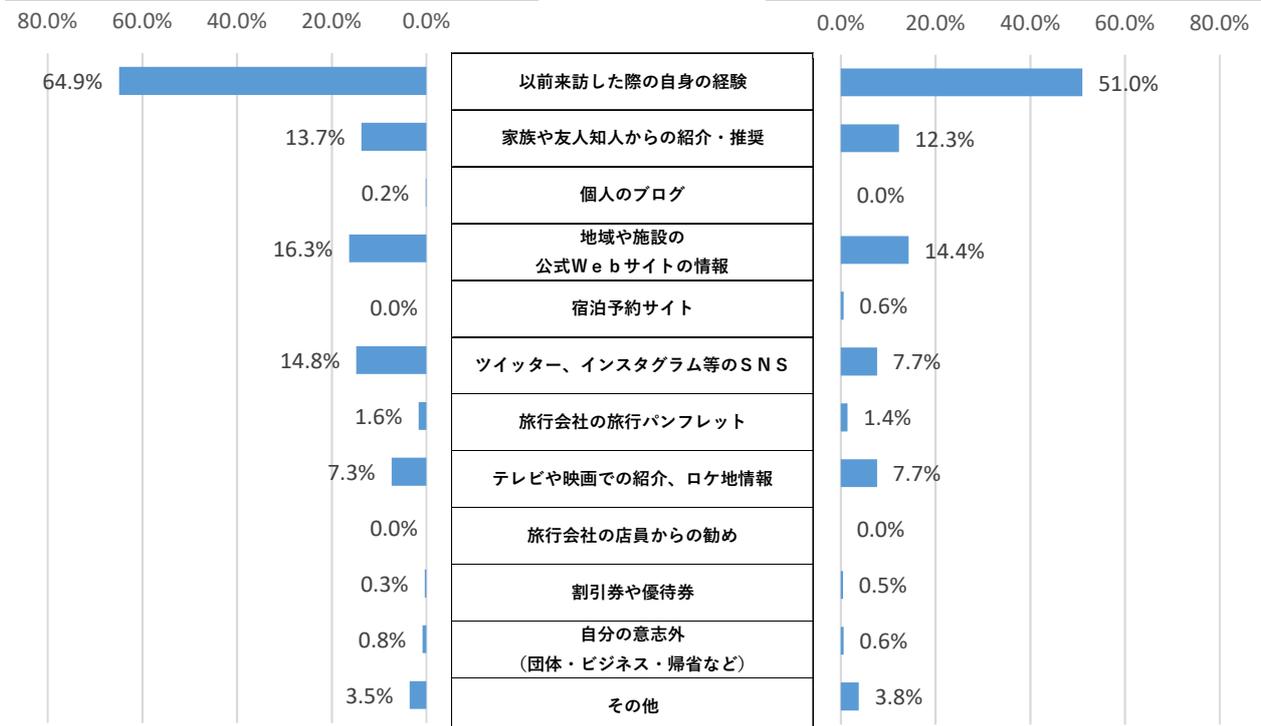


旅行先に選んだ理由は「買い物ができるから」が49.3%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が37.3%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が64.9%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が51.0%で最も多かった。



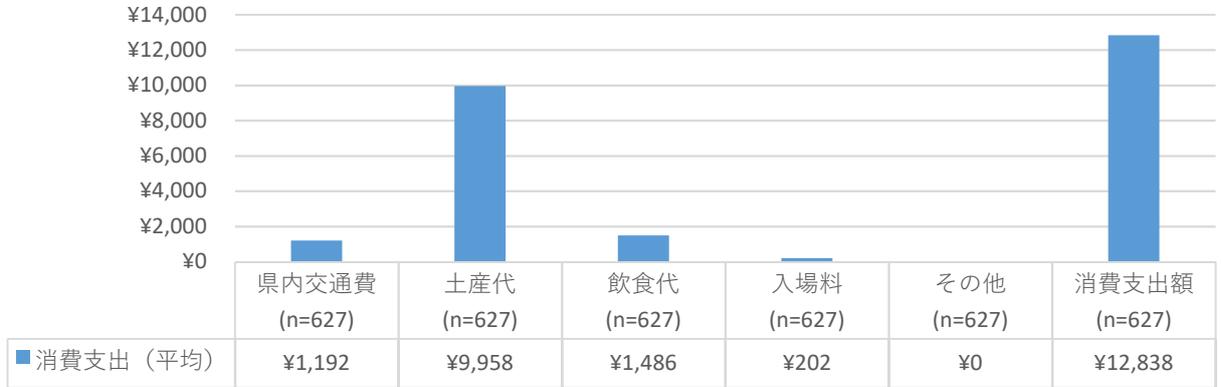
旅行先に選んだ情報源  
（複数回答）（n=627）

“決め手”となった情報源  
（単一回答）（n=627）

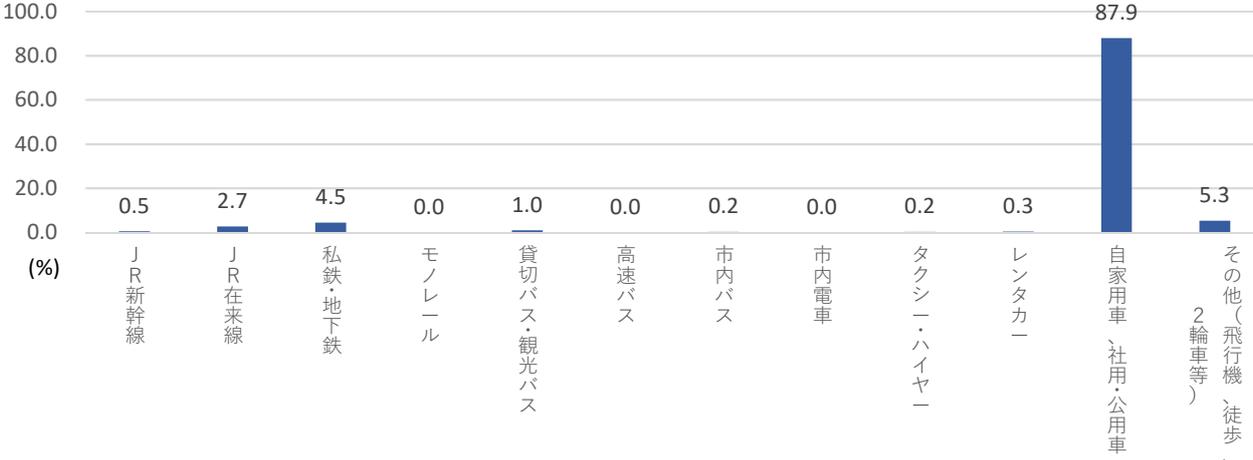


消費支出の平均は、総額で 12,838 円であった。内訳は、「土産代」が 9,958 円で最も多かった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 87.9%で最も多かった。  
立ち寄り観光施設は、「鑿阿寺」が 40 人で最も多く、次いで「あしかがフラワーパーク」が 18 人であった。

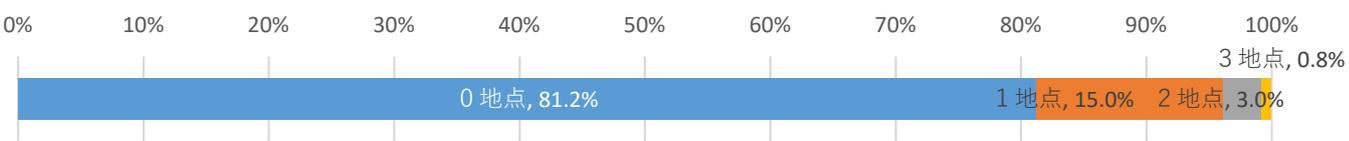
消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=627）



立ち寄り観光施設（n=627）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

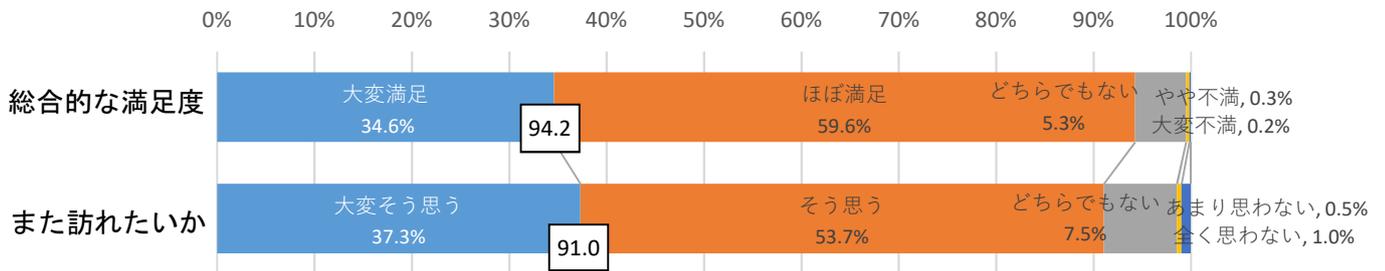


日光	県南	県南	県南
二社一寺参拝者 (2)	佐野厄よけ大師 (13)	唐澤山神社 (2)	とちぎ花センター (1)
足尾銅山観光 (1)	初山祭 (ベタンコまつり) (5)	県営みかも山公園 (2)	渡良瀬遊水地(藤岡渡良瀬運動公園)(1)
那須	蔵の街遊覧船 (5)	道の駅みかも (2)	まちの駅コエド市場 (1)
那須神社 (1)	太平山 (4)	出流山満願寺 (1)	道の駅どまんなかたぬま (1)
県央	栗田美術館 (4)	みかも山観光物産会館 (1)	県東
花木センター (1)	いちごの里 (4)	道の駅にしかた (1)	陶芸メッセ・益子 (2)
県南	道の駅思川 (3)	野木町煉瓦窯 (1)	
鑿阿寺 (40)	ココ・ファーム・ワイナリー収穫祭 (3)	つがの里 ふるさとセンター (1)	
あしかがフラワーパーク (18)	大谷資料館 (3)	おもちゃ博物館 (1)	
織姫公園 (13)	とちぎ山車会館 (2)	おもちゃのまちパナダミュージアム (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。  
佐野プレミアム・アウトレット (5)

調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が94.2%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91.0%であった。

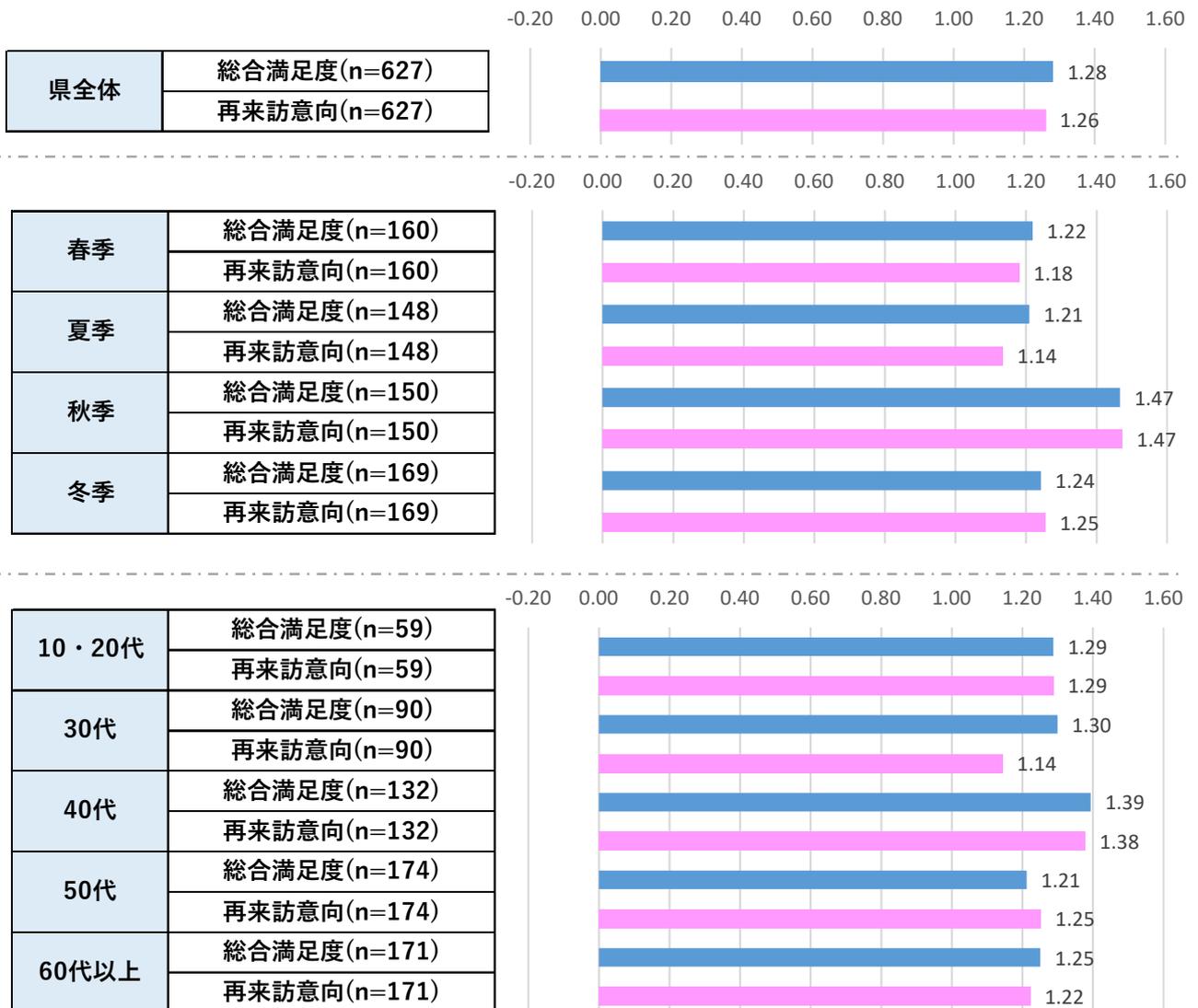
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=627)



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1.47で最も高く、「夏季」が1.21で最も低かった。また、再来訪意向についても「秋季」が1.47で最も高く、「夏季」が1.14で最も低かった。

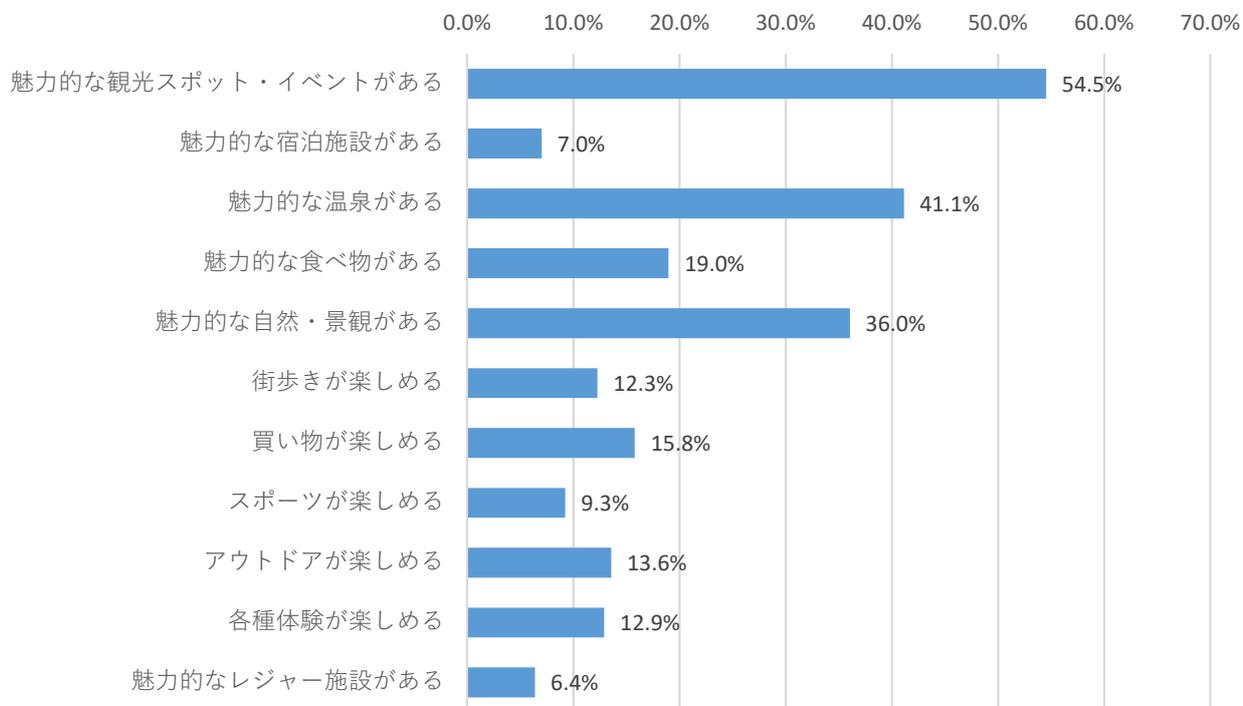
年代別にみると、総合満足度は「40代」で1.39と最も高く、「50代」で1.21と最も低かった。再来訪意向については「40代」で1.38と最も高く、「30代」で1.14と最も低かった。



※10代未満1名

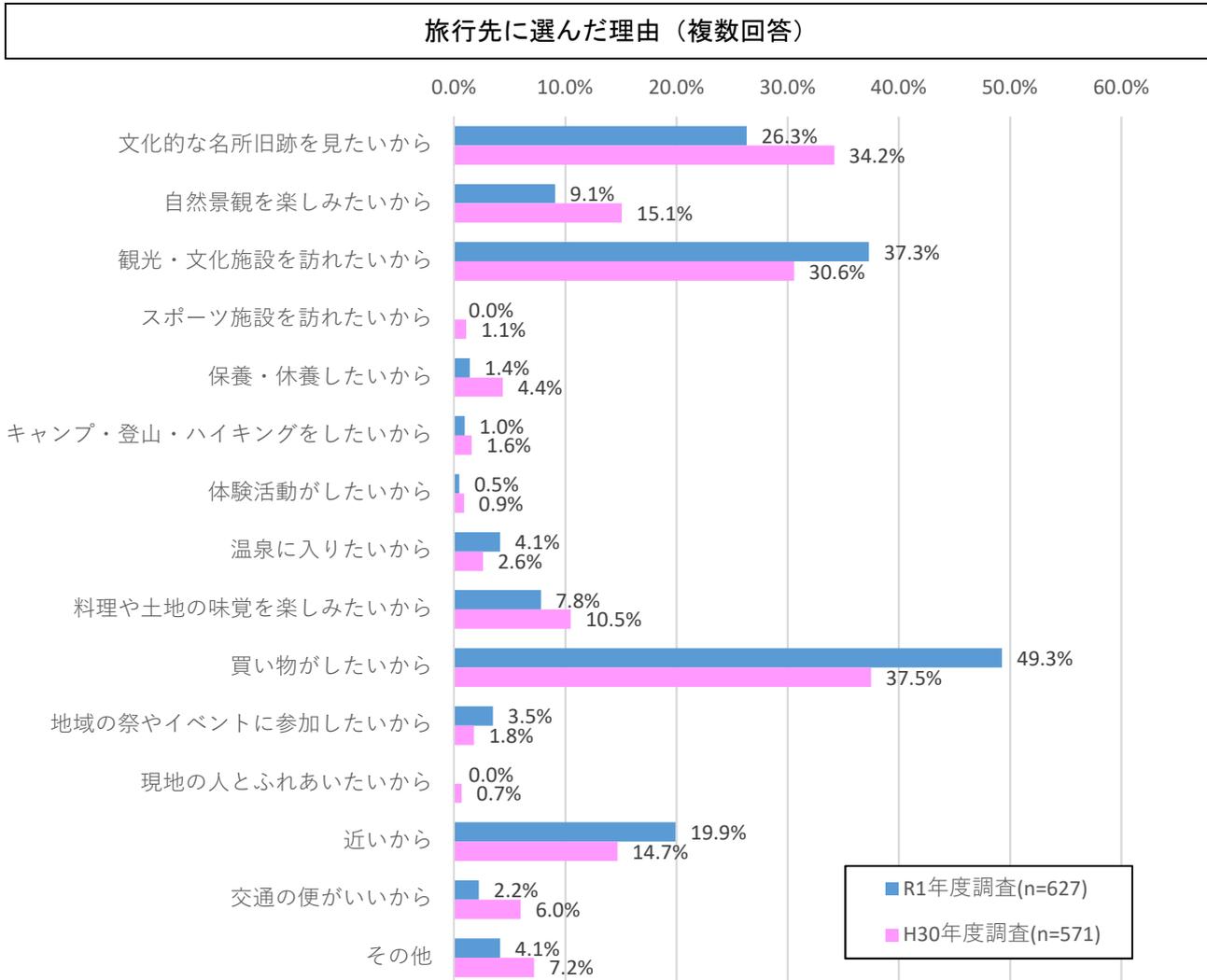
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=627）

栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、日光エリアでは「魅力的な観光スポット・イベントがある」が54.5%で最も多く、次いで「魅力的な温泉がある」が41.1%、「魅力的な自然・景観がある」が36.0%であった。

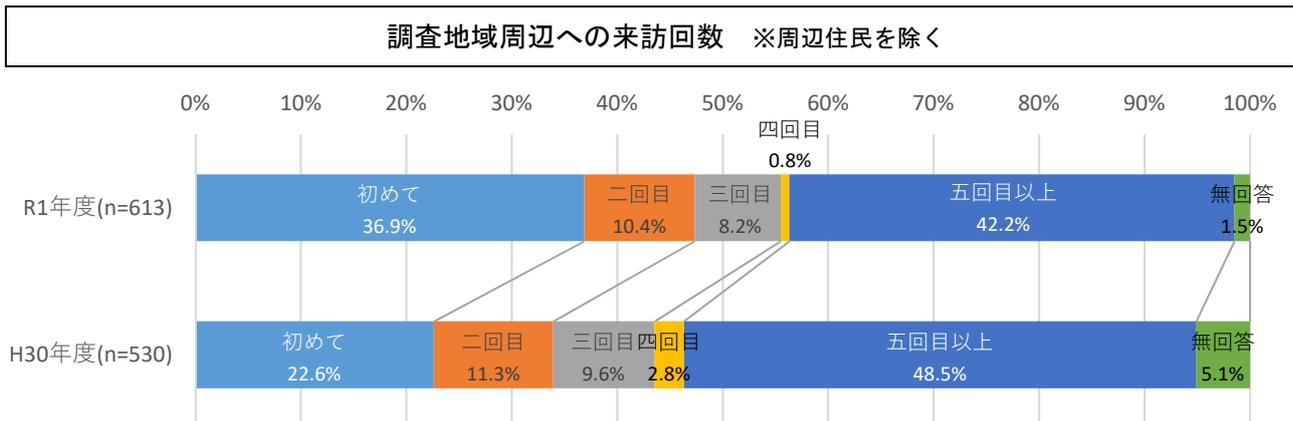


②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「買い物がしたいから」が最も多く、平成 30 (2018) 年度調査では 37.5%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 49.3%と 11.8 ポイント増加した。次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が多く、平成 30 (2018) 年度調査では 30.6%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 37.3%と 6.7 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 30 (2018) 年度調査では 34.2%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 26.3%と 7.9 ポイント減少した。



調査地域周辺への来訪回数は、平成 30 (2018) 年度調査では「五回目以上」が最も多く 48.5%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 42.2%と 6.3 ポイント減少した。一方、「初めて」は平成 30 (2018) 年度調査では 22.6%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 36.9%と 14.3 ポイント増加した。

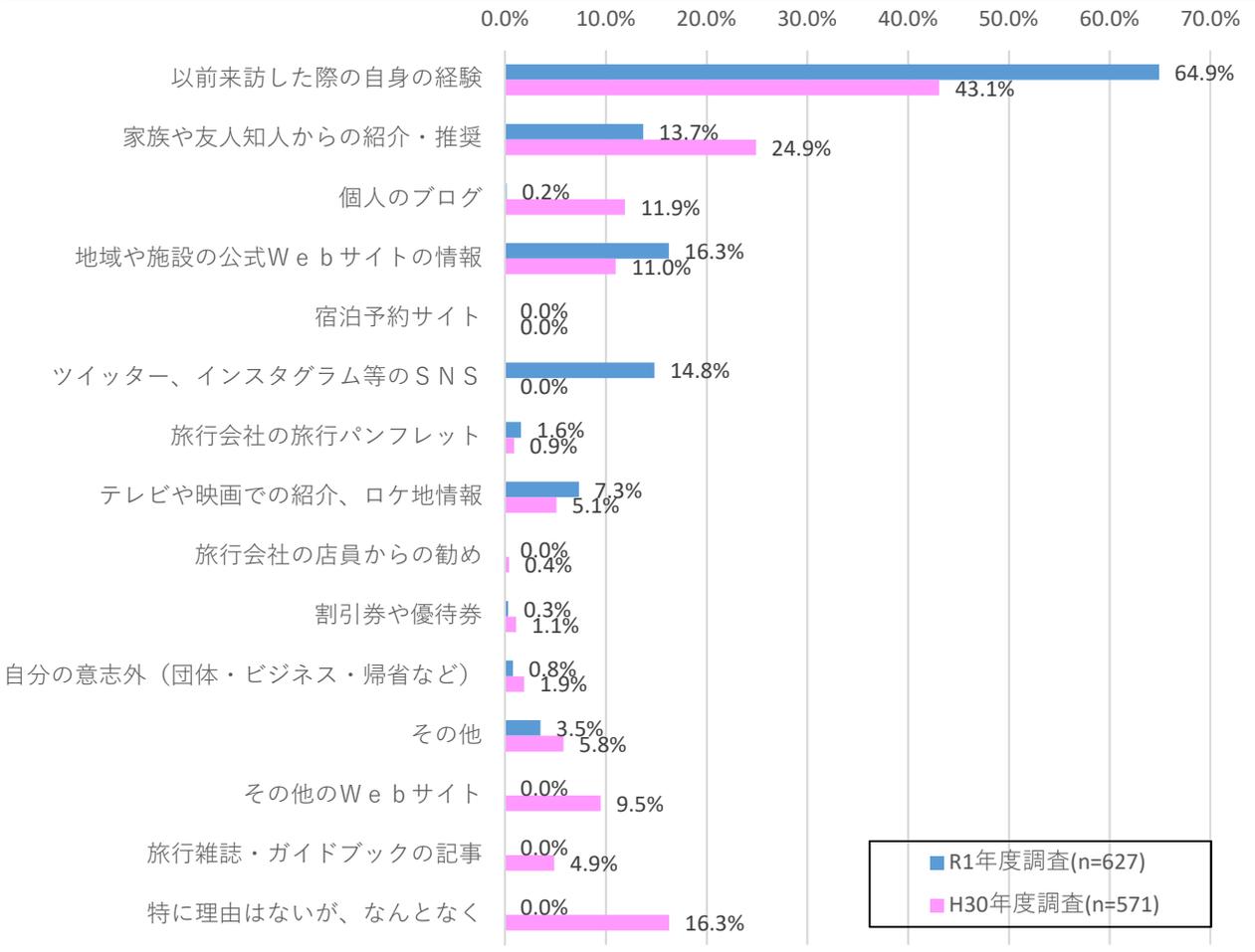


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県南エリア

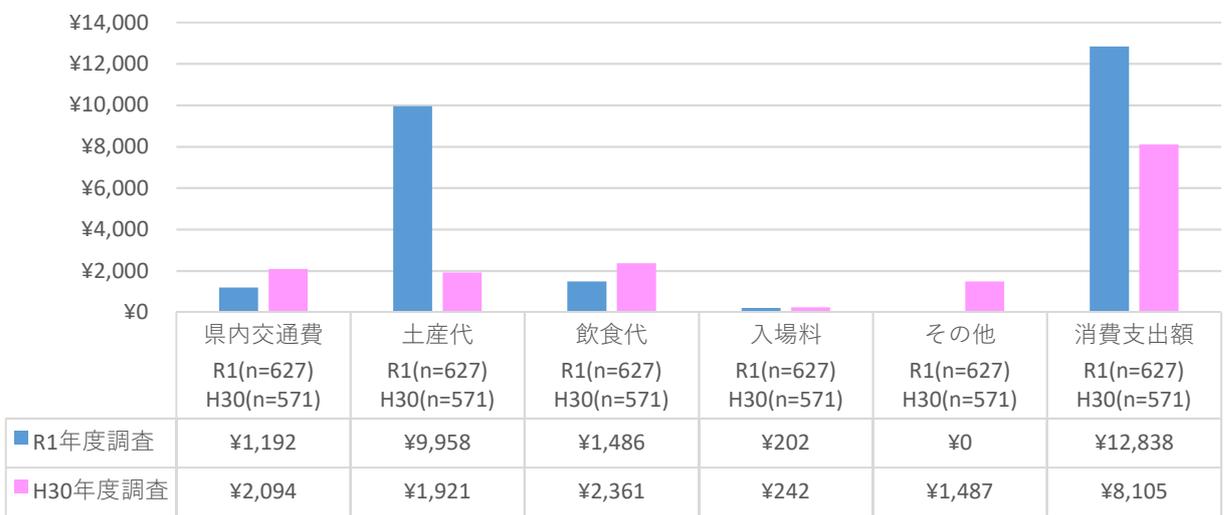
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、平成30(2018)年度調査では43.1%であったが、令和元(2019)年度調査では64.9%と21.8ポイント増加した。一方、「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成30(2018)年度調査では24.9%であったが、令和元(2019)年度調査では13.7%と11.2ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



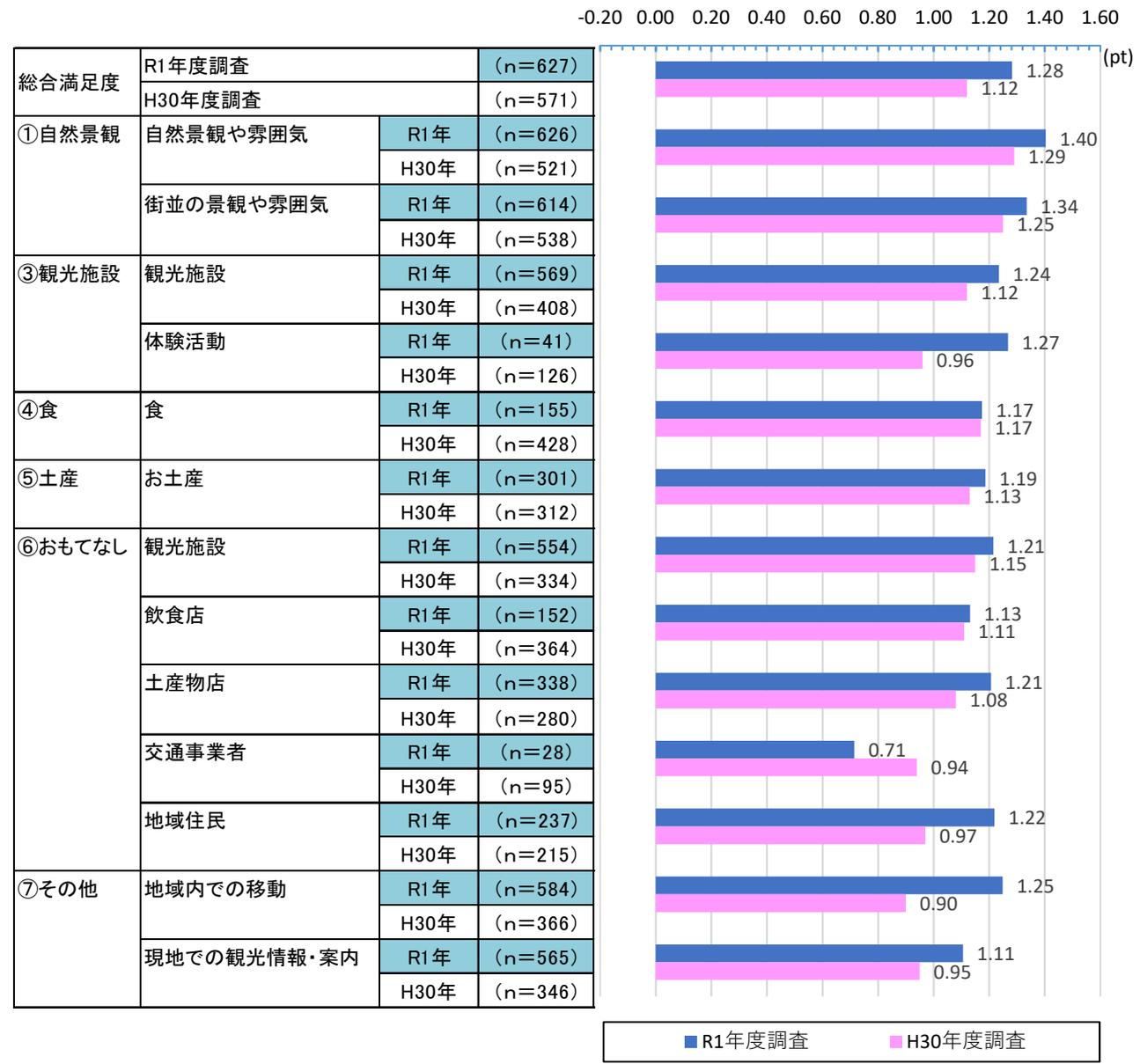
消費支出の総額は、平成30(2018)年度調査では8,105円であったが、令和元(2019)年度調査では12,838円に増加した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 30 (2018) 年度調査では 1.12 であったが、令和元 (2019) 年度調査では 1.28 と 0.16 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成 30 (2018) 年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.29 で最も高く、令和元 (2019) 年度調査でも同項目が 1.40 と最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)

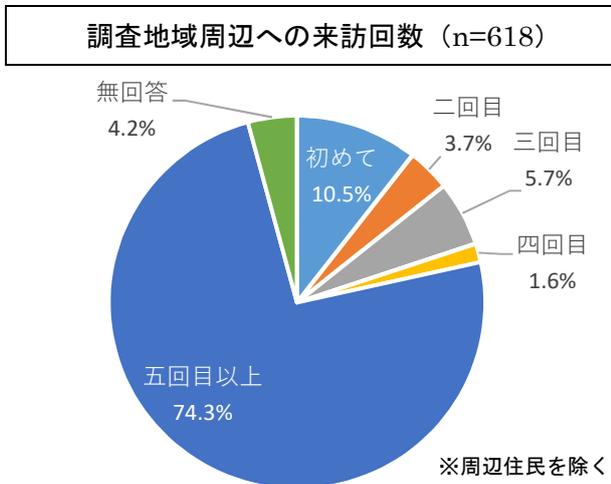
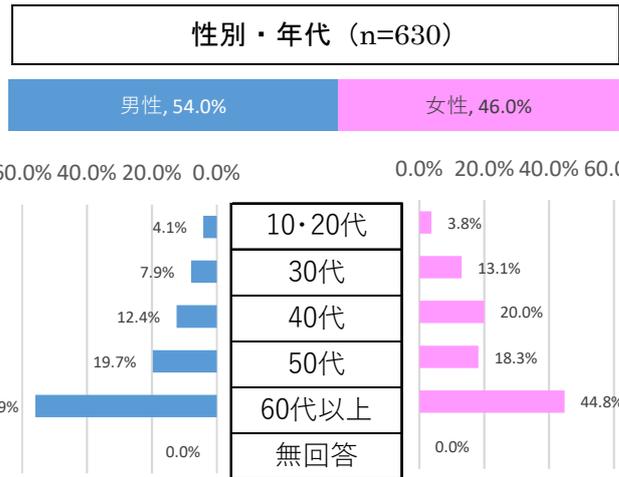
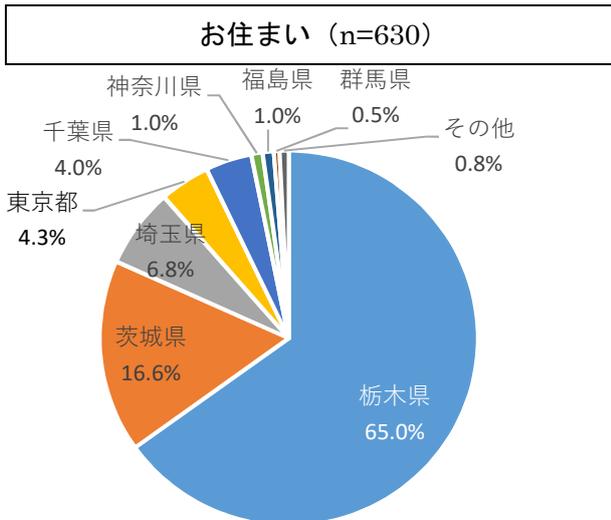


v. 県東エリア

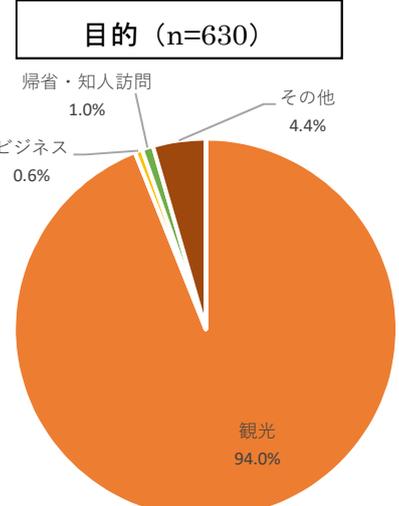
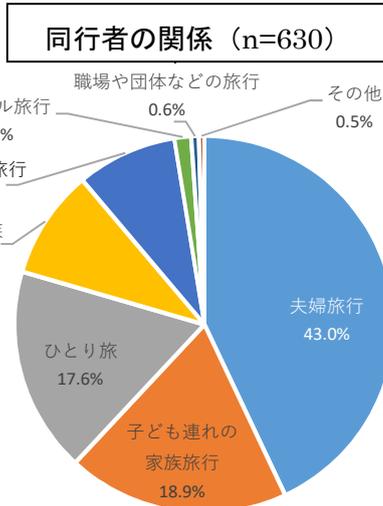
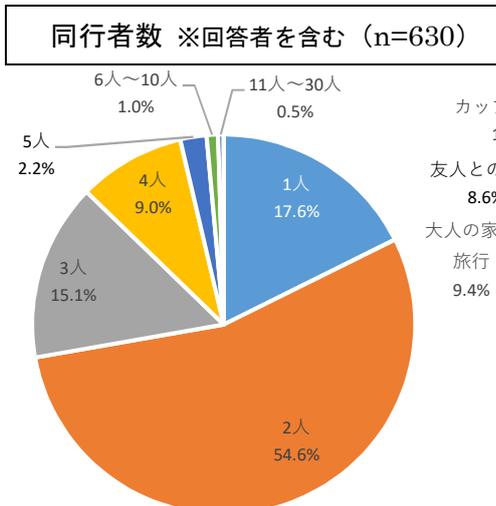
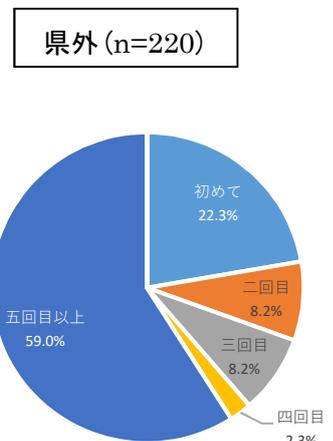
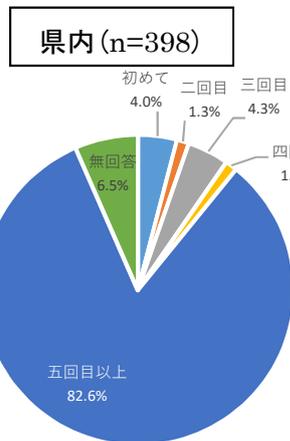
①令和元(2019)年度調査結果

日帰り客(県東エリア) サンプル数: 630

お住まいは「栃木県」が最も多く65.0%、次いで「茨城県」が16.6%、「埼玉県」が6.8%であった。年代は、男性、女性ともに「60代以上」が最も多く、「男性」が55.9%、「女性」が44.8%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74.3%で最も多かった。同行者数は「2人」が54.6%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が43.0%で最も多かった。

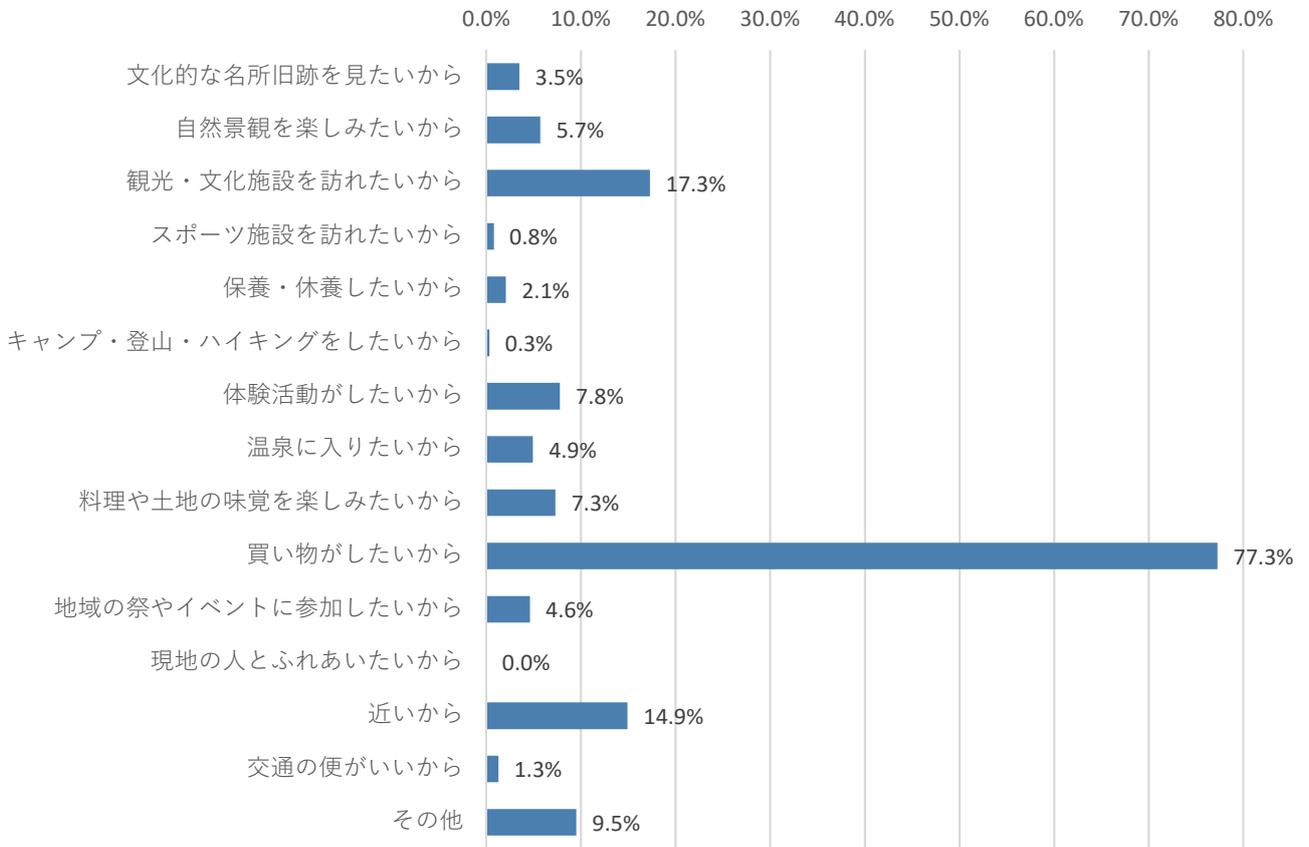


<内訳>



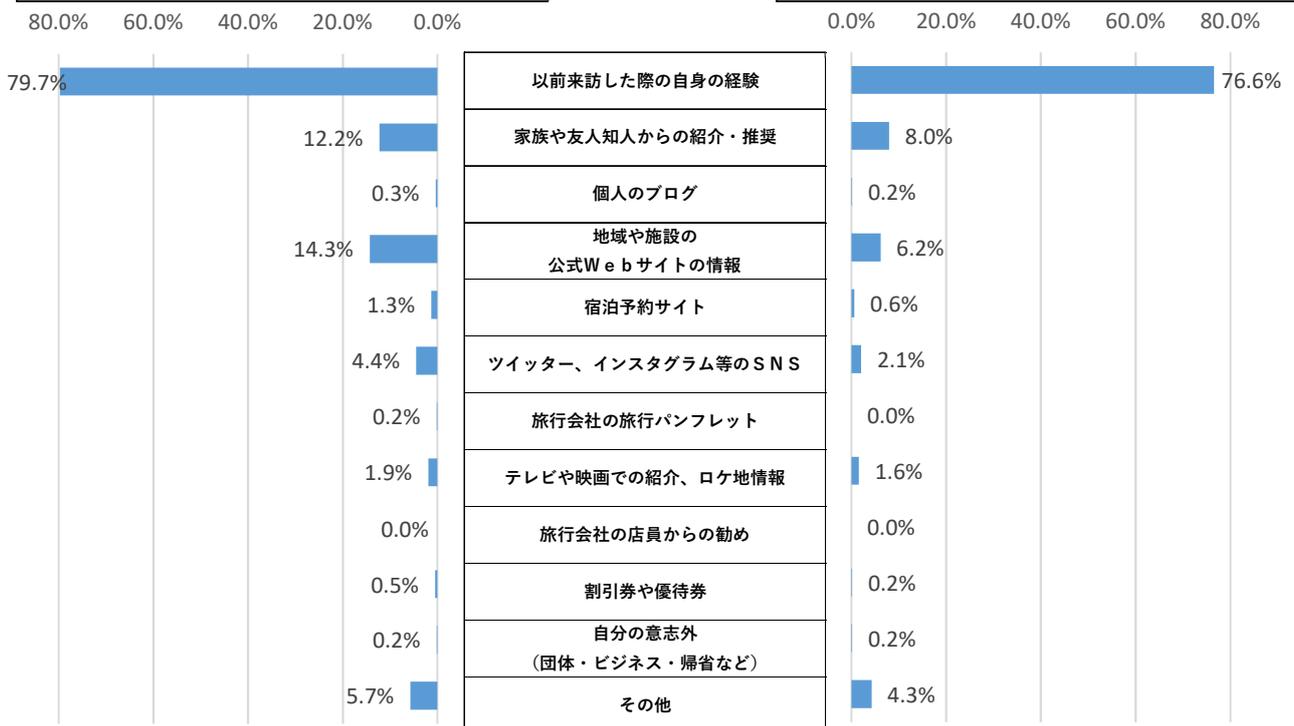
旅行先に選んだ理由は「買い物がしたいから」が77.3%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が17.3%が多かった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が79.7%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が76.6%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=630）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=630）

“決め手”となった情報源（単一回答）（n=630）

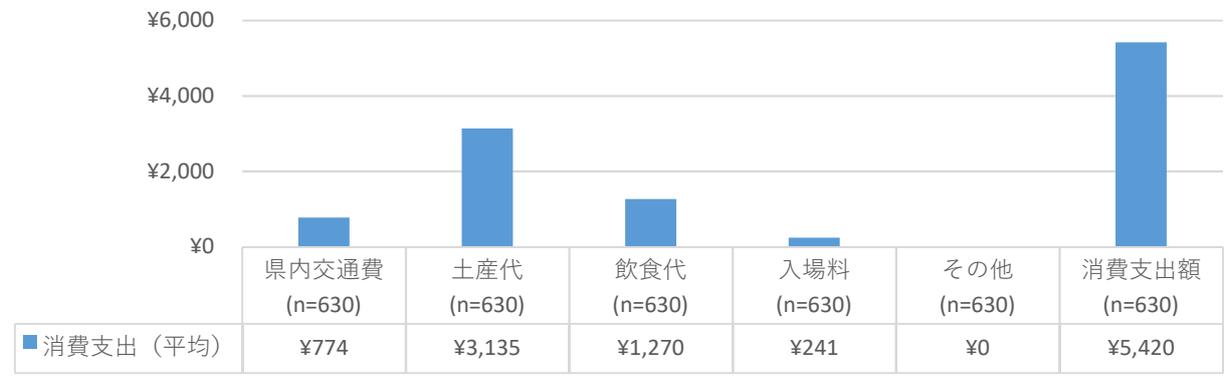


第2章 観光客調査 調査結果

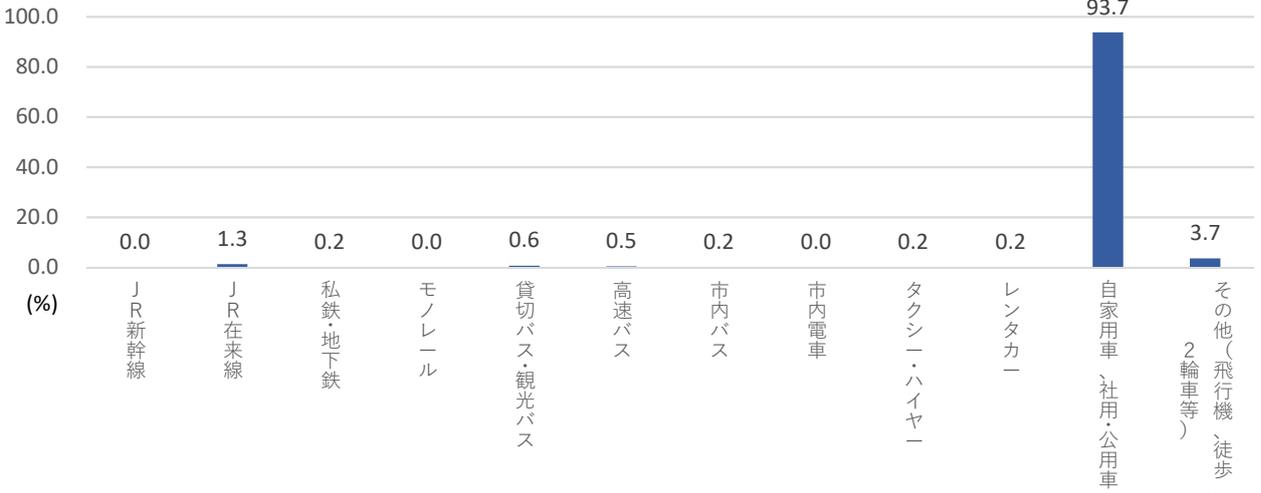
1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 県東エリア

消費支出の平均は、総額で 5,420 円であった。内訳は、「土産代」が 3,135 円で最も多く、次いで「飲食代」が 1,270 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 93.7%で最も多かった。  
 立ち寄り観光施設は、「道の駅ましこ」が 24 人で最も多く、次いで「道の駅サシバの里いちかい」が 21 人であった。

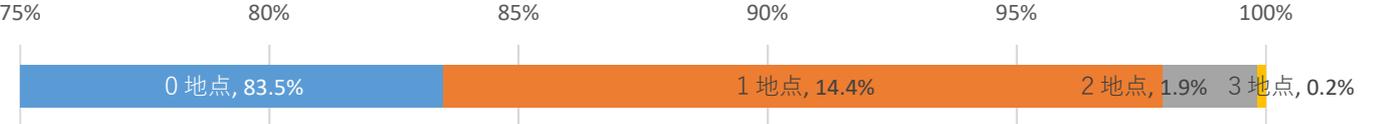
消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）(n=630)



立ち寄り観光施設 (n=630) ※ ( ) 内は施設に立ち寄った人数

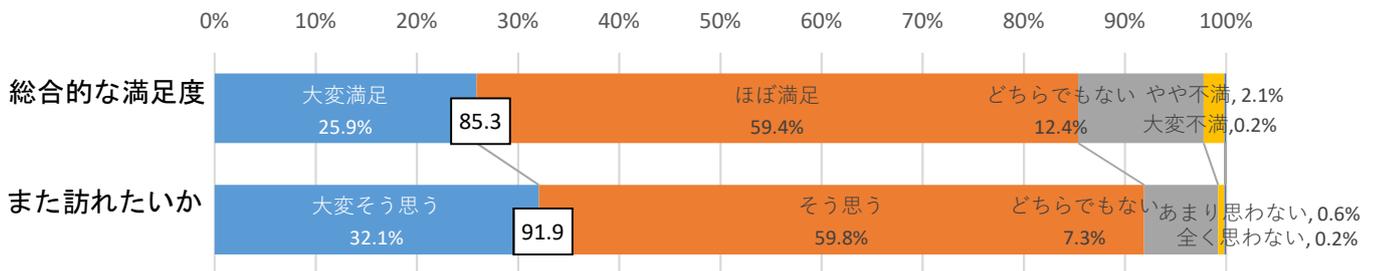


日光	県央	県東	県東
二社一寺参拝者 (1)	島崎酒造 (本店) (1)	道の駅ましこ (24)	そばの里まぎの (1)
那須	喜連川温泉第1浴場 (1)	道の駅サシバの里いちかい (21)	市貝温泉健康保養センター (1)
栃木県なかがわ水遊園 (2)	花木センター (1)	ツインリンクもてぎ (11)	
佐貫観光やな (1)	観光やな ひのきや (1)	芳賀温泉ロマンの湯 (7)	
那須ハイランドパーク (1)	ろまんちっく村 (1)	道の駅にのみや (4)	
県央	鷲子山上神社 (1)	大瀬観光やな (4)	
道の駅きつれがわ (3)	県南	友遊はが (3)	
大谷資料館 (2)	道の駅 しもつけ (1)	真岡井頭温泉 (2)	
道の駅ばとう (1)	岩下の新生姜ミュージアム (1)	陶器市 (春) (2)	
古峯神社 (1)	佐野プレミアム・アウトレット (1)	井頭公園 (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。  
 道の駅もてぎ (20)、陶芸メッセ・益子 (19)、道の駅はが (15)

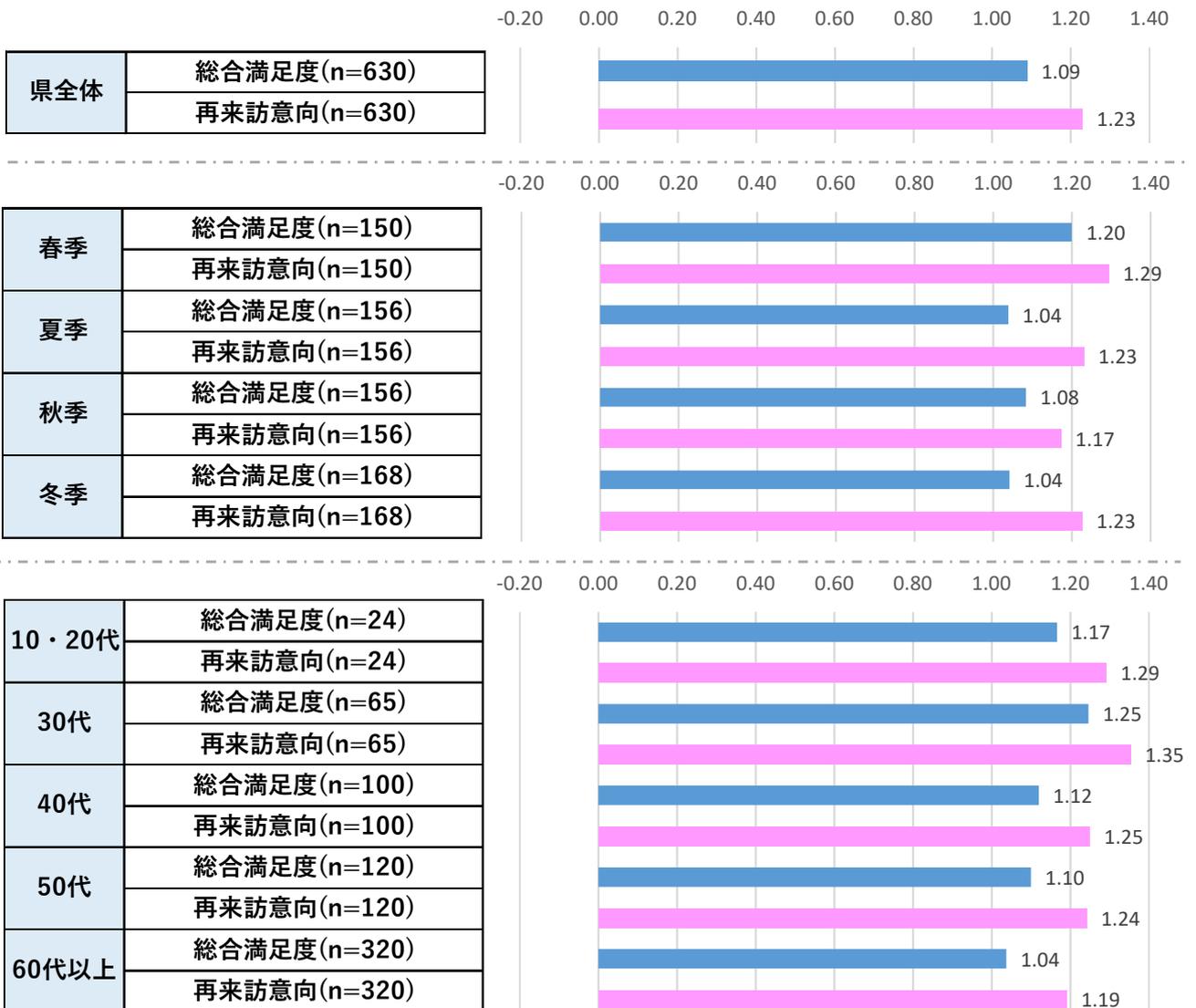
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が85.3%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が91.9%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=630)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

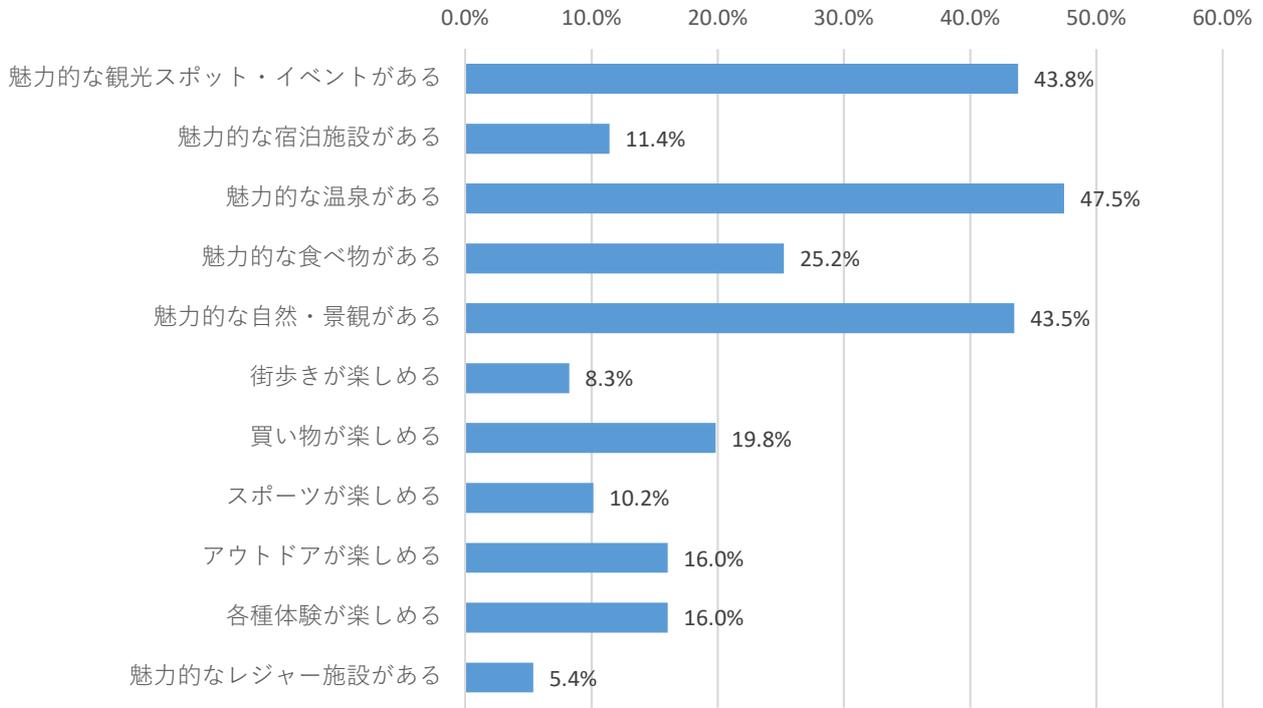
総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.20で最も高く、「夏季」「冬季」が1.04で最も低かった。  
再来訪意向については、「春季」が1.29で最も高く、「秋季」が1.17で最も低かった。  
年代別にみると、総合満足度は「30代」が1.25で最も高く、「60代以上」が1.04で最も低かった。  
また、再来訪意向についても、「30代」が1.35で最も高く、「60代以上」が1.19で最も低かった。



※10代未満1名

栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=630）

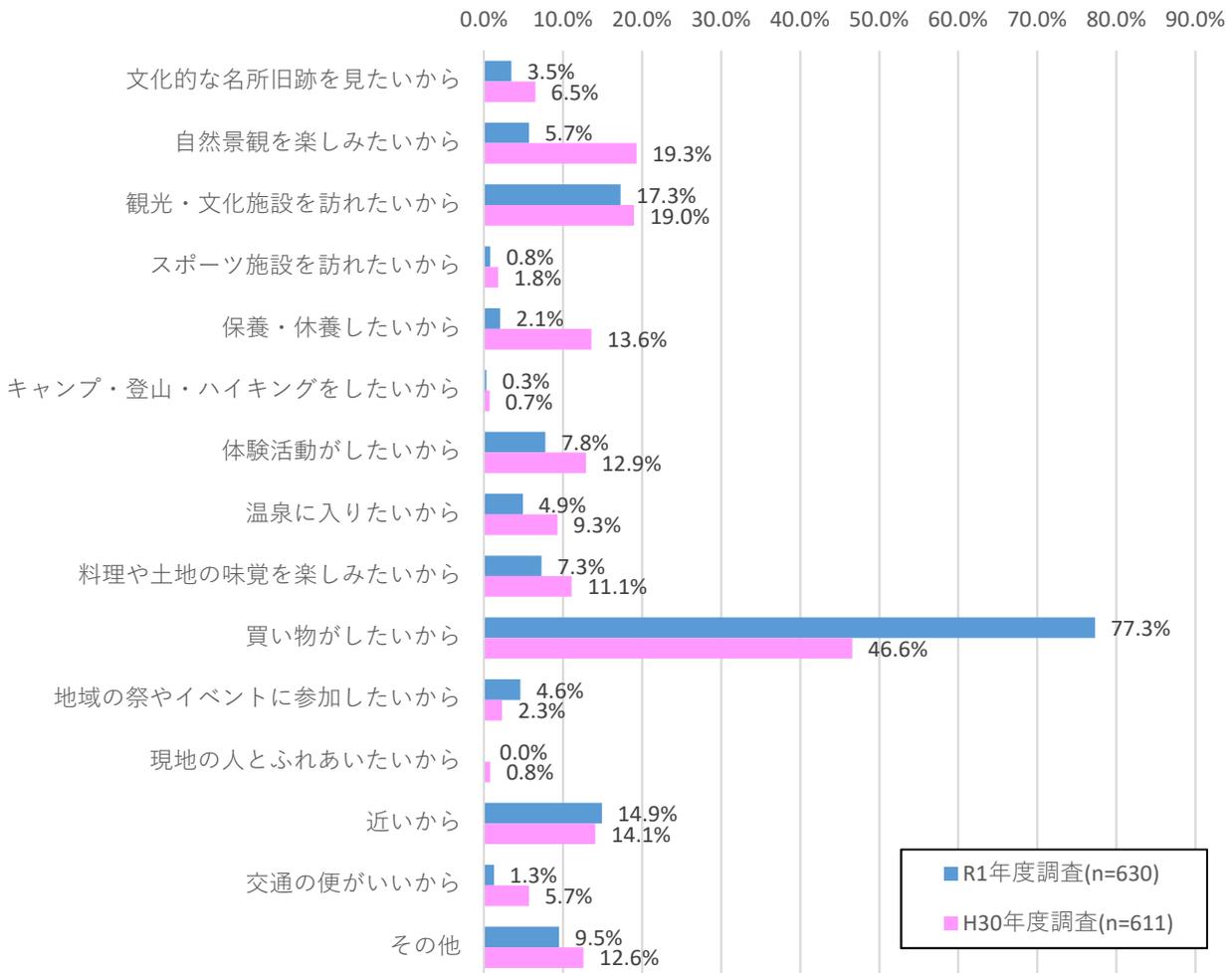
栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、関東エリアでは「魅力的な温泉がある」が47.5%で最も多く、次いで「魅力的な観光スポット・イベントがある」が43.8%、「魅力的な自然・景観がある」が43.5%であった。



②過去調査との比較

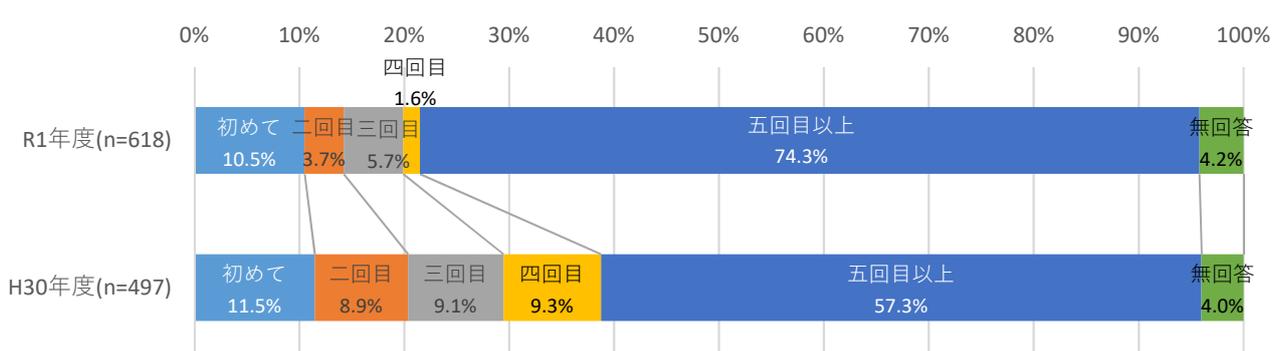
旅行先に選んだ理由は、「買い物がしたいから」が最も多く、平成30(2018)年度調査では46.6%であったが、令和元(2019)年度調査では77.3%と30.7ポイント増加した。一方、「自然景観を楽しみたいから」は平成30(2018)年度調査では19.3%であったが、令和元(2019)年度調査では5.7%と13.6ポイント減少した。また、「保養・休養したいから」は平成30(2018)年度調査では13.6%であったが、令和元(2019)年度調査では2.1%と11.5ポイント減少した。

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、「五回目以上」が最も多く、平成30(2018)年度調査では57.3%であり、令和元(2019)年度調査では74.3%と17ポイント増加した。一方、「四回目」は、平成30(2018)年度調査では9.3%であったが、令和元(2019)年度調査では1.6%で7.7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

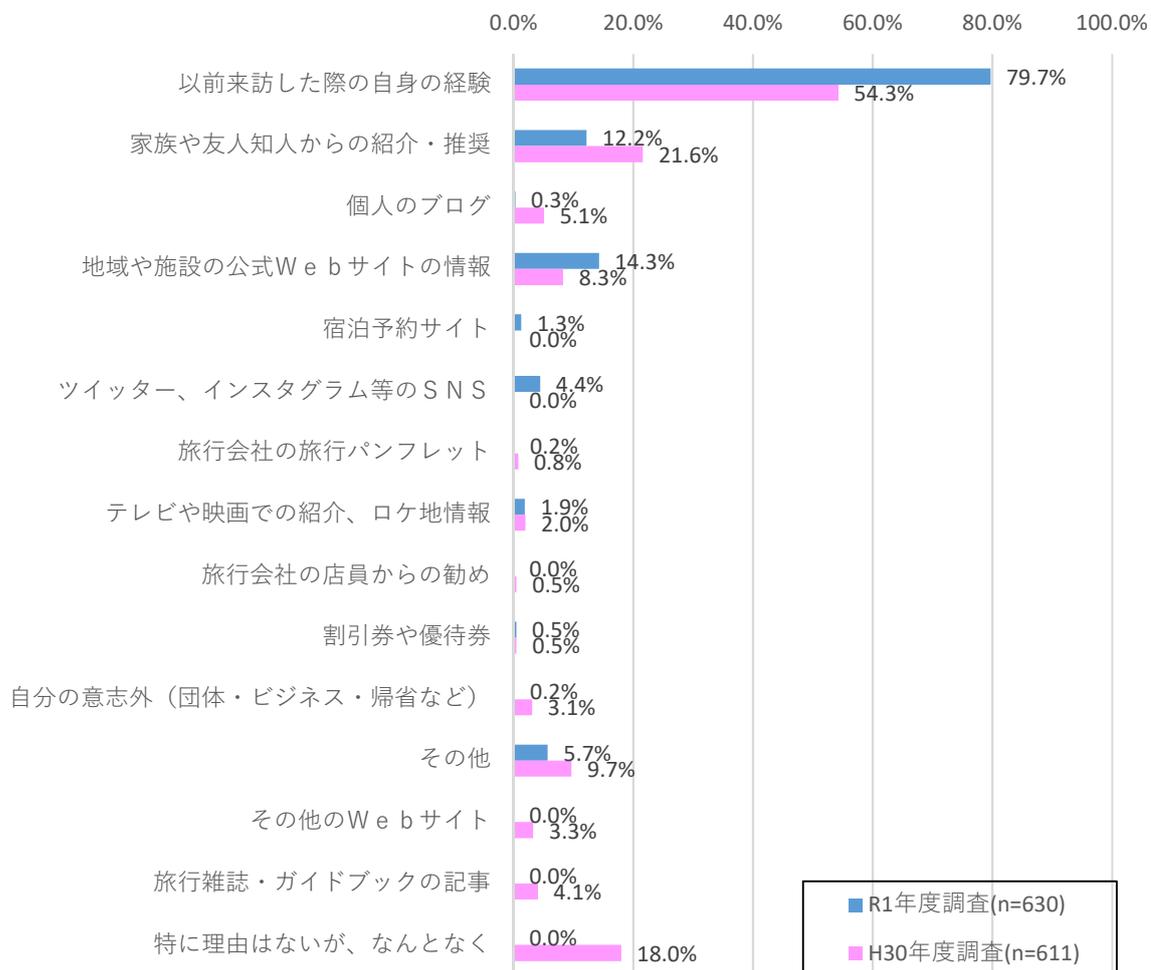


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 県東エリア

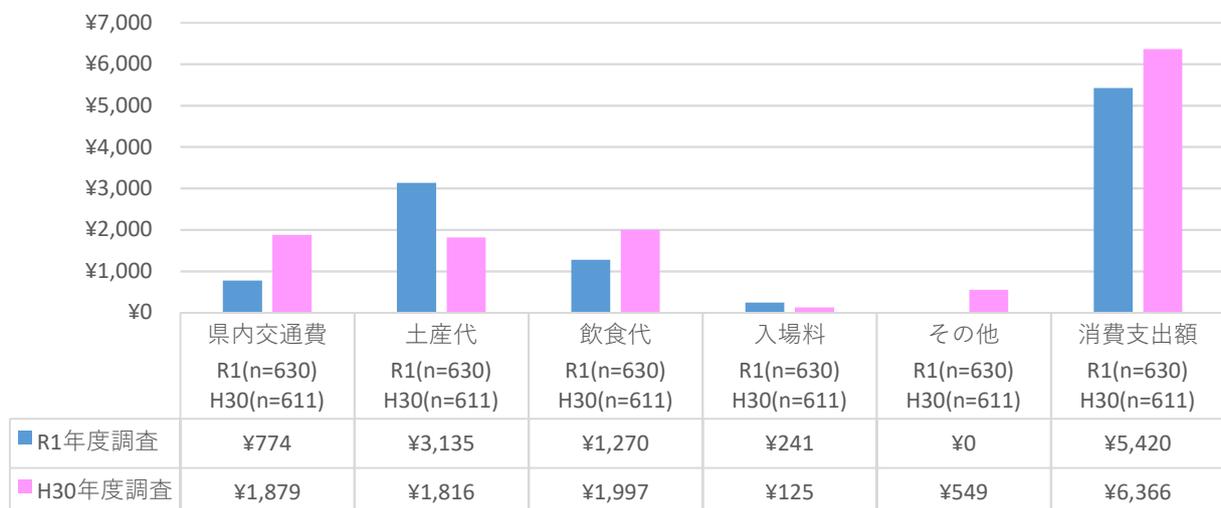
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、平成30(2018)年度調査では54.3%であったが、令和元(2019)年度調査では79.7%と25.4ポイント増加した。一方、「家族や友人知人の紹介・推奨」は平成30(2018)年度調査では21.6%であったが、令和元(2019)年度調査では12.2%で9.4ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



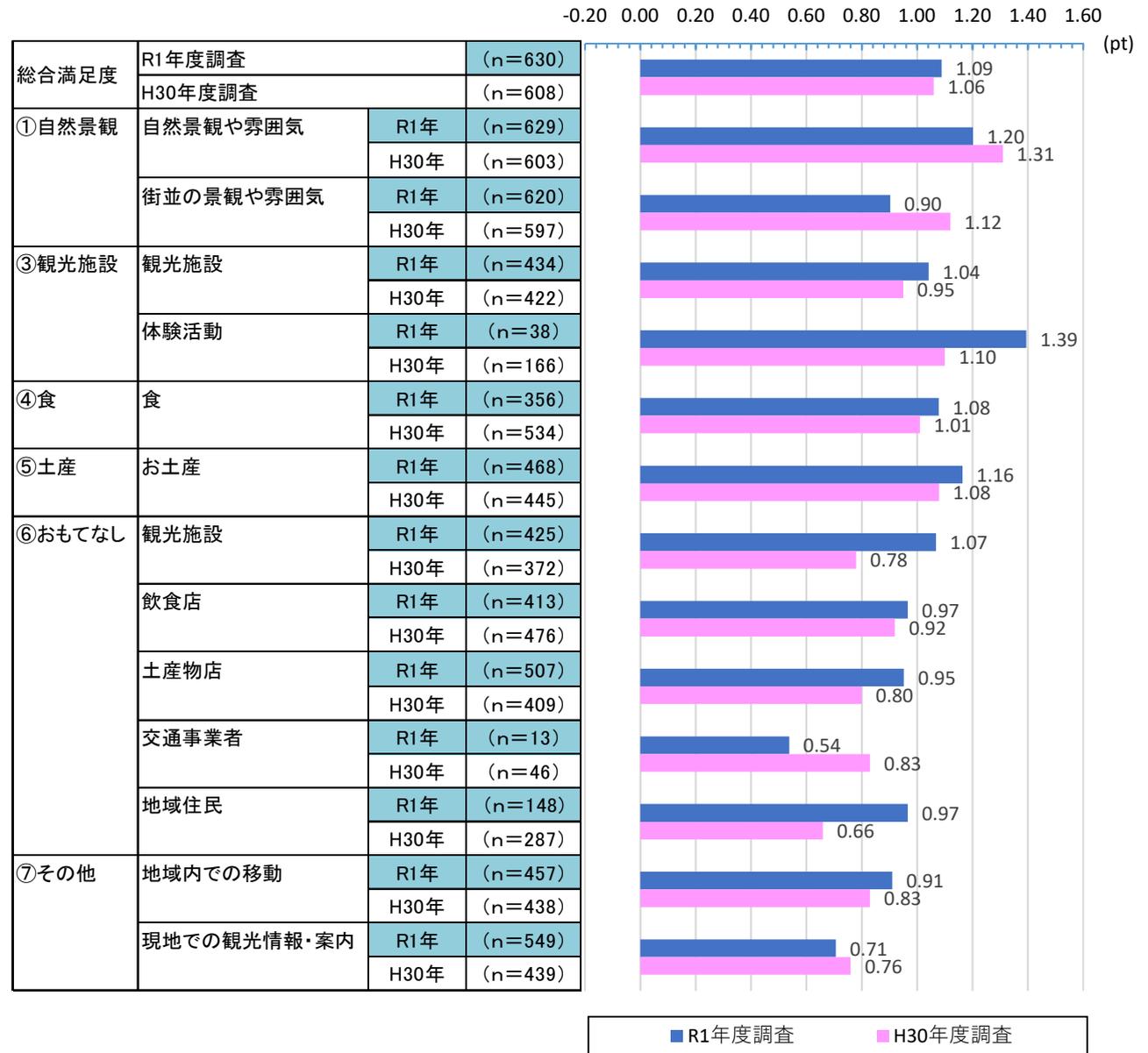
消費支出の総額は、平成30(2018)年度調査では6,366円であったが、令和元(2019)年度調査では5,420円に減少した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成 30 (2018) 年度調査では 1.06 であったが、令和元 (2019) 年度調査では 1.09 と 0.03 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成 30 (2018) 年度調査では、「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.31 と最も高かったが、令和元 (2019) 年度調査では「観光施設 体験活動」が 1.39 と最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)



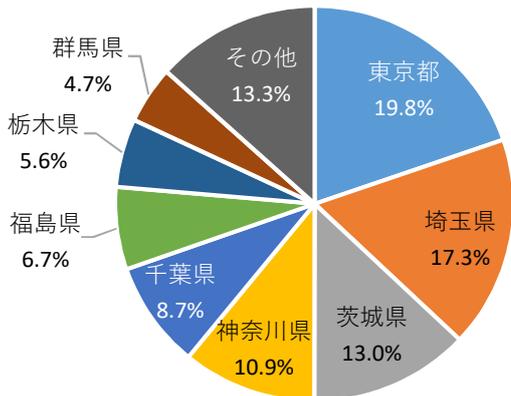
## 2. 宿泊客

### (1) 県全体

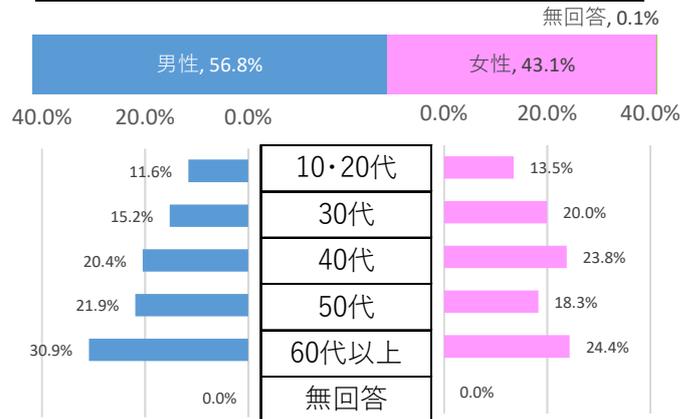
#### ①令和元（2019）年度調査結果

お住まいは「東京都」が19.8%で最も多く、次いで「埼玉県」が17.3%、「茨城県」が13.0%であった。  
性別は、「男性」が56.8%、「女性」は43.1%であった。  
年代は、男性は「60代以上」が30.9%で最も多く、女性も「60代以上」が24.4%で最も多かった。

お住まい (n=1,215)

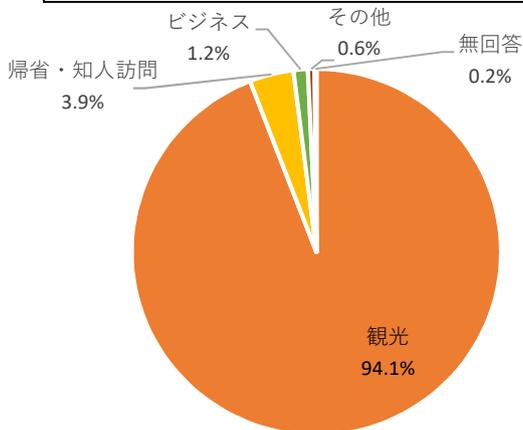


性別・年代 (n=1,215)

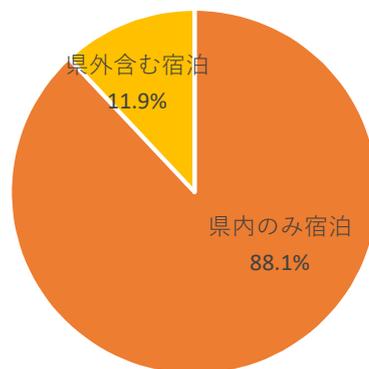


旅行の主要目的は、「観光」が94.1%と9割を超えた。  
宿泊旅程は、「県内のみ宿泊」が88.1%と8割を超えた。

旅行の主要目的 (n=1,215)

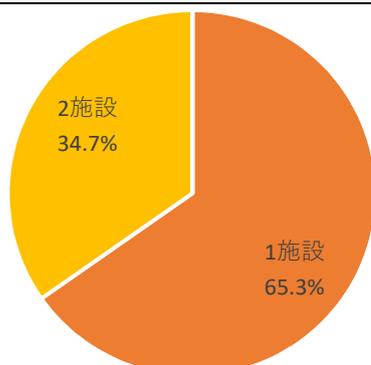


宿泊旅程 (n=134)



県内に2泊以上した方の宿泊施設数は、「1施設」が65.3%と6割を超えた。

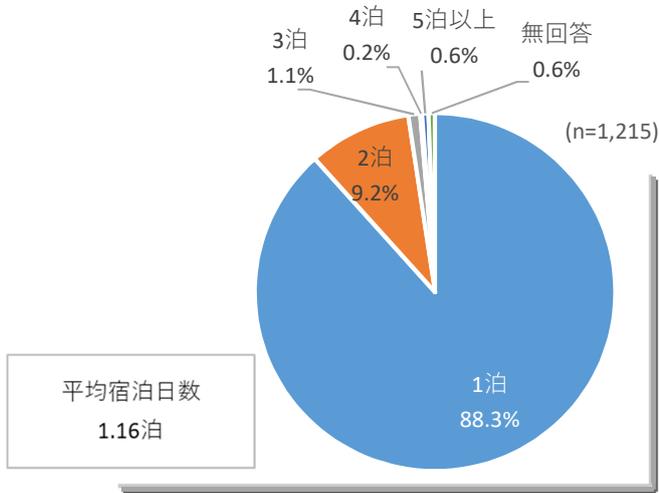
栃木県内の宿泊施設数 (n=118)



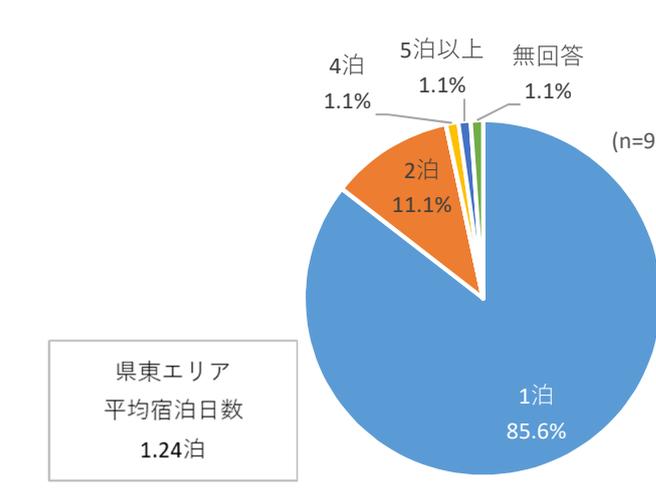
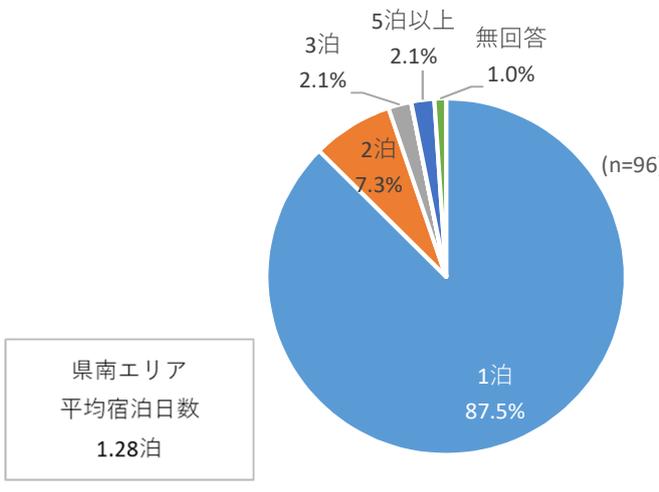
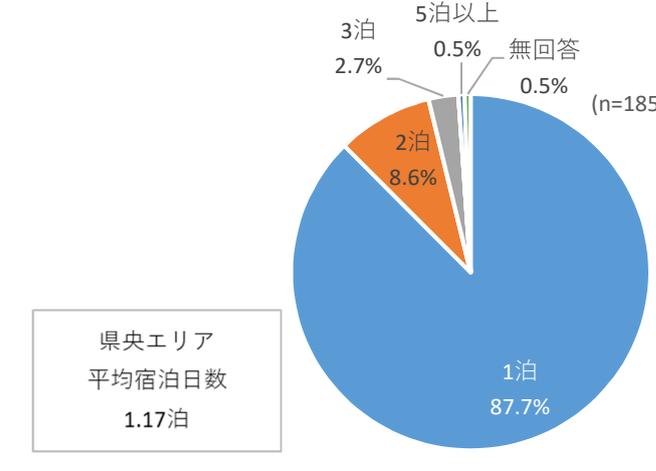
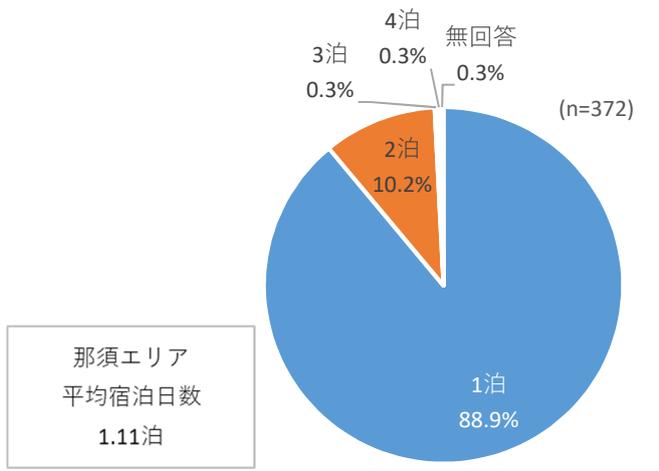
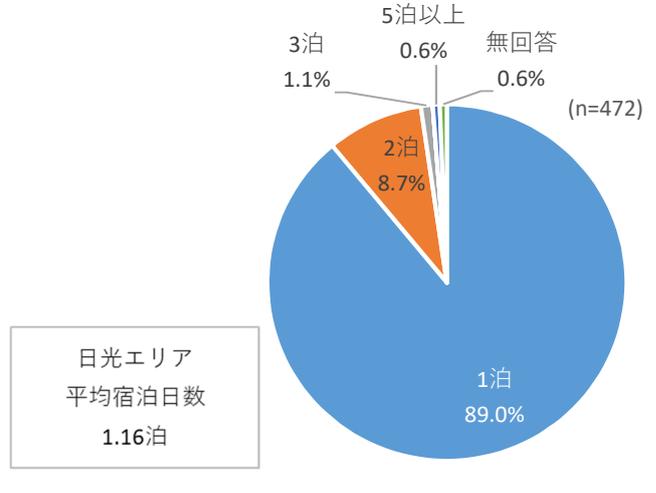
県内での宿泊日数は、「1泊」が全てのエリアで8割を超えた。  
平均宿泊日数をエリア別にみると、県南エリアで1.28泊と他のエリアと比較して多かった。

栃木県での宿泊日数

【県全体】

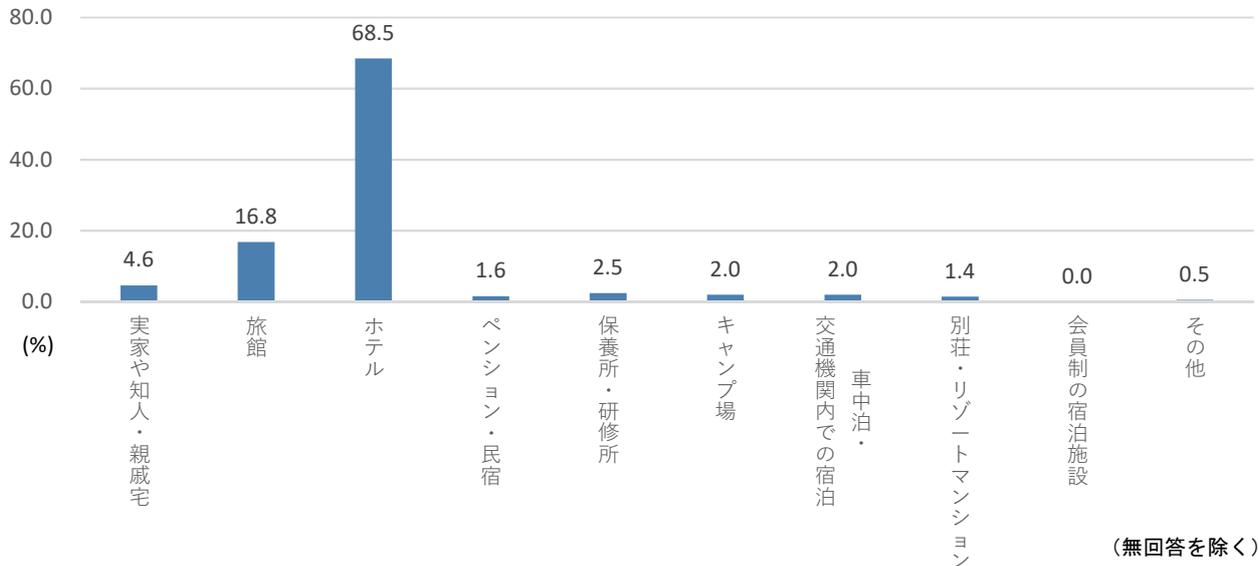


【エリア別】



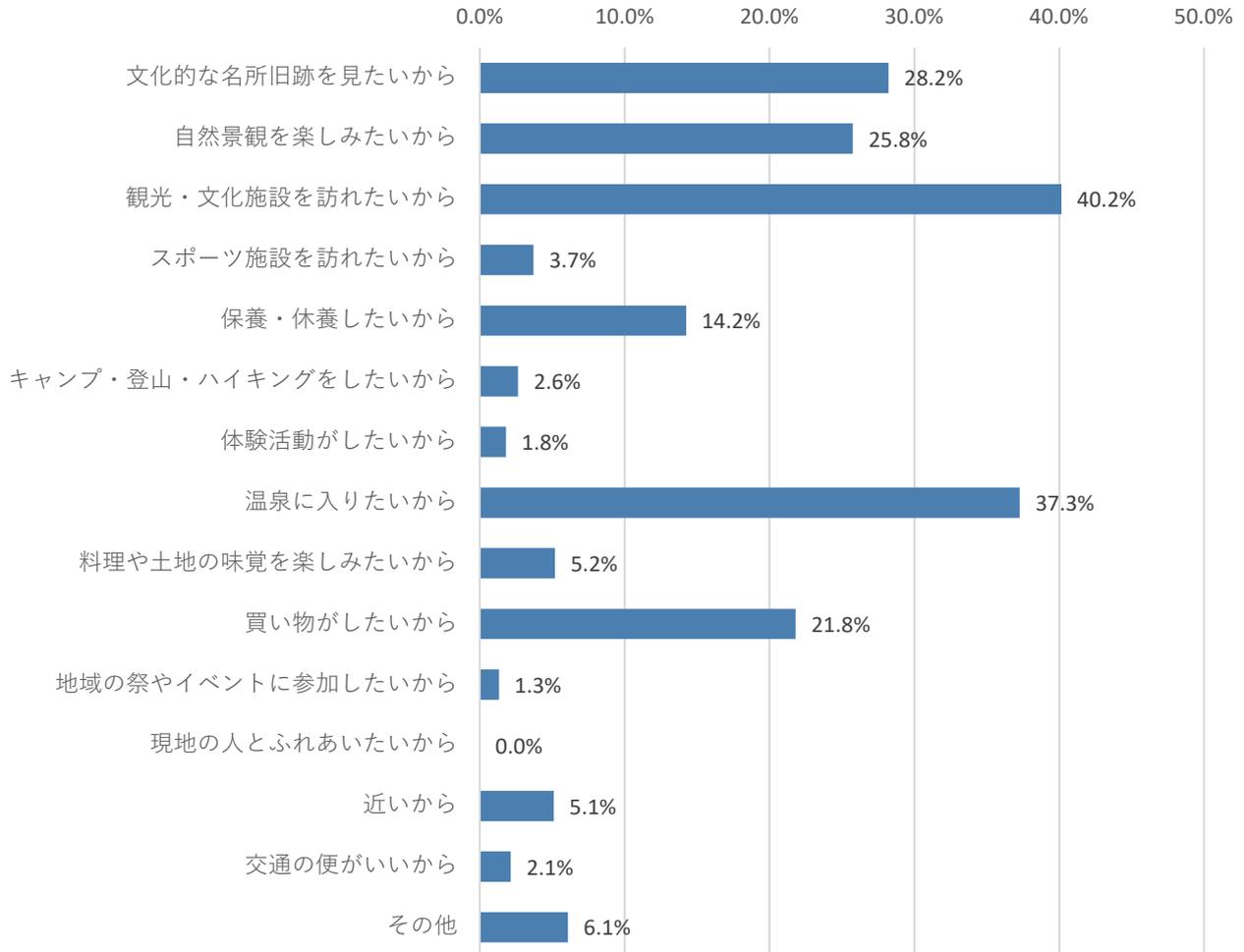
県内での利用宿泊施設は「ホテル」が68.5%で最も多く、次いで「旅館」が16.8%であった。

栃木県内での利用宿泊施設（複数回答）（n=1,215）



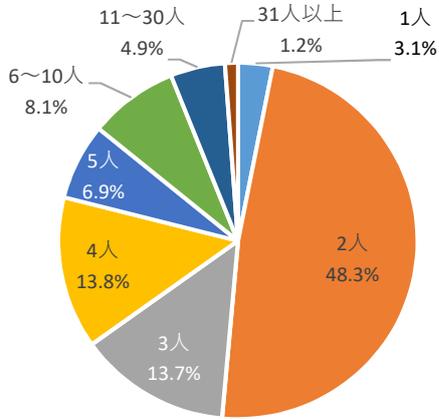
旅行先に選んだ理由は、「観光・文化施設を訪れたいから」が40.2%で最も多く、次いで「温泉に入りたいから」が37.3%、「文化的な名所旧跡を見たいから」が28.2%、「自然景観を楽しみたいから」が25.8%であった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=1,215）

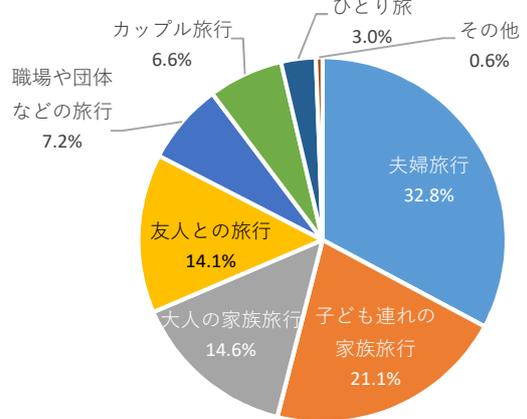


回答者を含む同行者数は、「2人」が48.3%で最も多く、「3人」が13.7%、「4人」が13.8%であった。  
同行者の関係は、「夫婦旅行」が32.8%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が21.1%、「大人の家族旅行」が14.6%、「友人との旅行」が14.1%であった。

同行者数 ※回答者を含む (n=1,215)

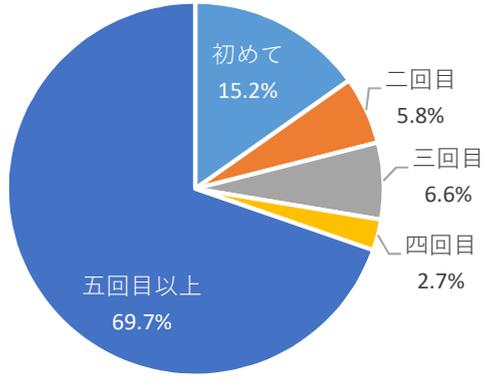


同行者の関係 (n=1,215)



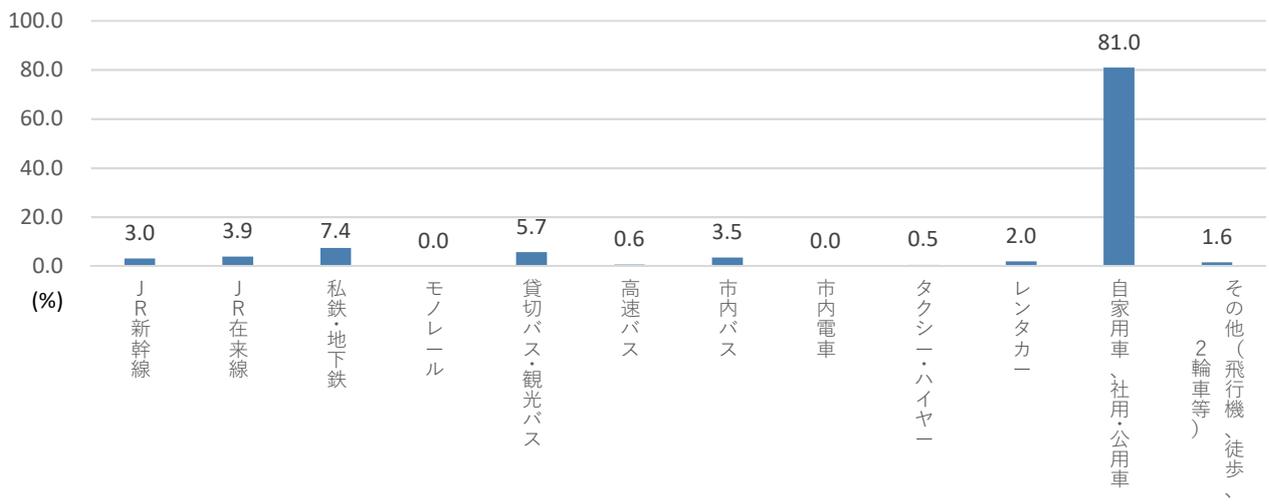
県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」が69.7%と半数を超えた。次いで「初めて」が15.2%であった。

県外客の栃木県への来訪回数 (n=1,147)



利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が81.0%で大半を占めた。その他の交通機関としては「私鉄・地下鉄」が7.4%、「貸切バス・観光バス」が5.7%、「JR在来線」が3.9%であった。

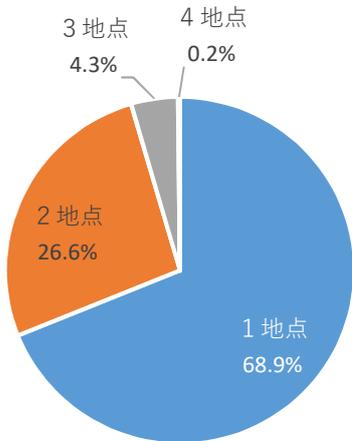
利用交通機関 (複数回答) (n=1,215)



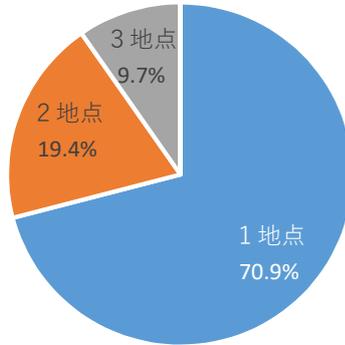
2. 宿泊客 (1) 県全体

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 26.6%であった。

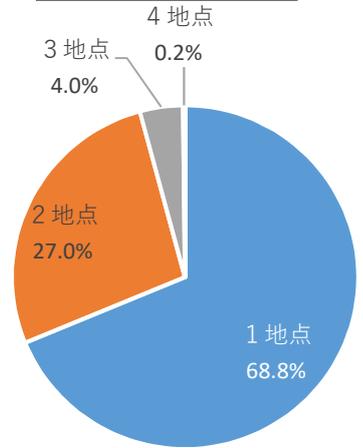
立ち寄り観光施設数 (n=553)  
※「0 地点 (調査地点以外立ち寄りなし)」を除く



県内容 (n=31)



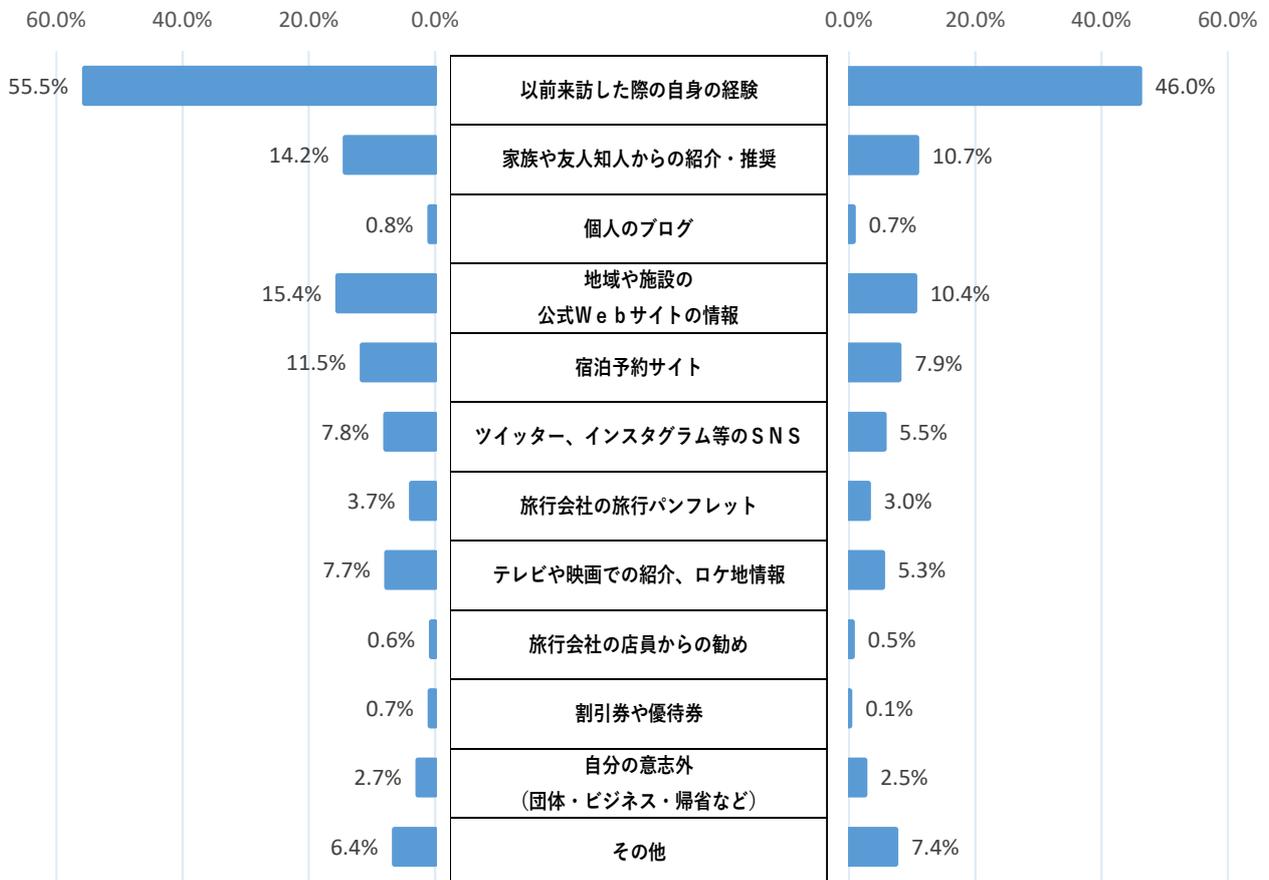
県外客 (n=522)



旅行先にした情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が 55.5%で最も多く、次いで「地域や施設の公式 Web サイトの情報」が 15.4%であった。  
“決め手”となった情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が 46.0%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 10.7%であった。

旅行先にした情報源  
(複数回答) (n=1,215)

“決め手”となった情報源  
(単一回答) (n=1,215)



## 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=1,215)	
1	以前来訪した際の自身の経験	46.0%
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	10.7%
3	地域や施設の公式Webサイトの情報	10.4%
4	宿泊予約サイト	7.9%
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	5.5%
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.3%
7	旅行会社の旅行パンフレット	3.0%
8	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	2.5%
9	個人のブログ	0.7%
10	旅行会社の店員からの勧め	0.5%
11	割引券や優待券	0.1%

No.	10・20代 (n=151)	
1	以前来訪した際の自身の経験	32.4%
2	ツイッター、インスタグラム等のSNS	14.6%
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	11.9%
4	地域や施設の公式Webサイトの情報	11.3%
5	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	7.9%
6	宿泊予約サイト	7.3%
7	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.3%
8	個人のブログ	1.3%
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.7%
10	旅行会社の店員からの勧め	0.0%
10	割引券や優待券	0.0%

No.	30代 (n=210)	
1	以前来訪した際の自身の経験	44.7%
2	地域や施設の公式Webサイトの情報	11.9%
2	宿泊予約サイト	11.9%
4	家族や友人知人からの紹介・推奨	11.0%
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	6.7%
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.3%
7	旅行会社の旅行パンフレット	2.4%
8	個人のブログ	1.4%
9	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	0.5%
10	旅行会社の店員からの勧め	0.0%
10	割引券や優待券	0.0%

No.	40代 (n=266)	
1	以前来訪した際の自身の経験	45.4%
2	地域や施設の公式Webサイトの情報	12.4%
3	宿泊予約サイト	11.7%
4	家族や友人知人からの紹介・推奨	9.0%
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.6%
6	ツイッター、インスタグラム等のSNS	4.5%
7	旅行会社の旅行パンフレット	2.3%
7	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	2.3%
9	個人のブログ	0.4%
9	割引券や優待券	0.4%
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0%

No.	50代 (n=247)	
1	以前来訪した際の自身の経験	47.5%
2	地域や施設の公式Webサイトの情報	12.1%
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	8.9%
4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	7.7%
5	宿泊予約サイト	4.9%
6	ツイッター、インスタグラム等のSNS	3.2%
7	旅行会社の旅行パンフレット	2.8%
8	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	2.0%
9	旅行会社の店員からの勧め	0.8%
10	個人のブログ	0.0%
10	割引券や優待券	0.0%

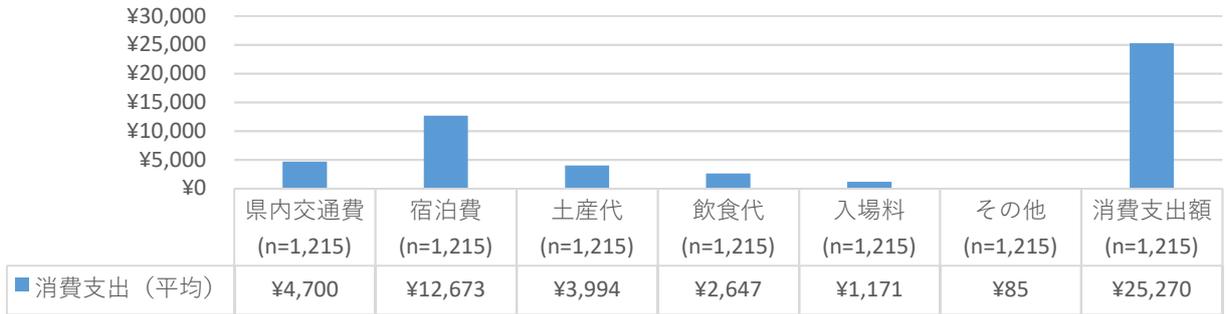
No.	60代以上 (n=341)	
1	以前来訪した際の自身の経験	52.1%
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	12.6%
3	地域や施設の公式Webサイトの情報	6.2%
4	旅行会社の旅行パンフレット	5.3%
5	宿泊予約サイト	5.0%
6	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.4%
7	ツイッター、インスタグラム等のSNS	3.2%
8	自分の意志外（団体・ビジネス・帰省など）	1.8%
9	旅行会社の店員からの勧め	1.2%
10	個人のブログ	0.6%
11	割引券や優待券	0.0%

第2章 観光客調査 調査結果

2. 宿泊客 (1) 県全体

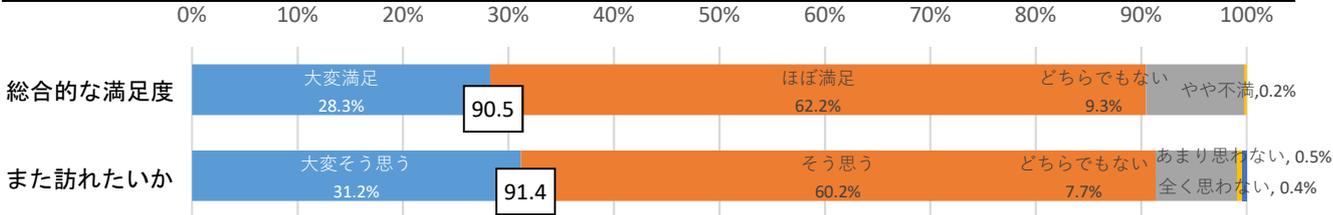
宿泊客一人当たりの消費支出の平均は、総額で 25,270 円であった。  
内訳は、「宿泊費」が 12,673 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 4,700 円であった。

消費支出（平均）



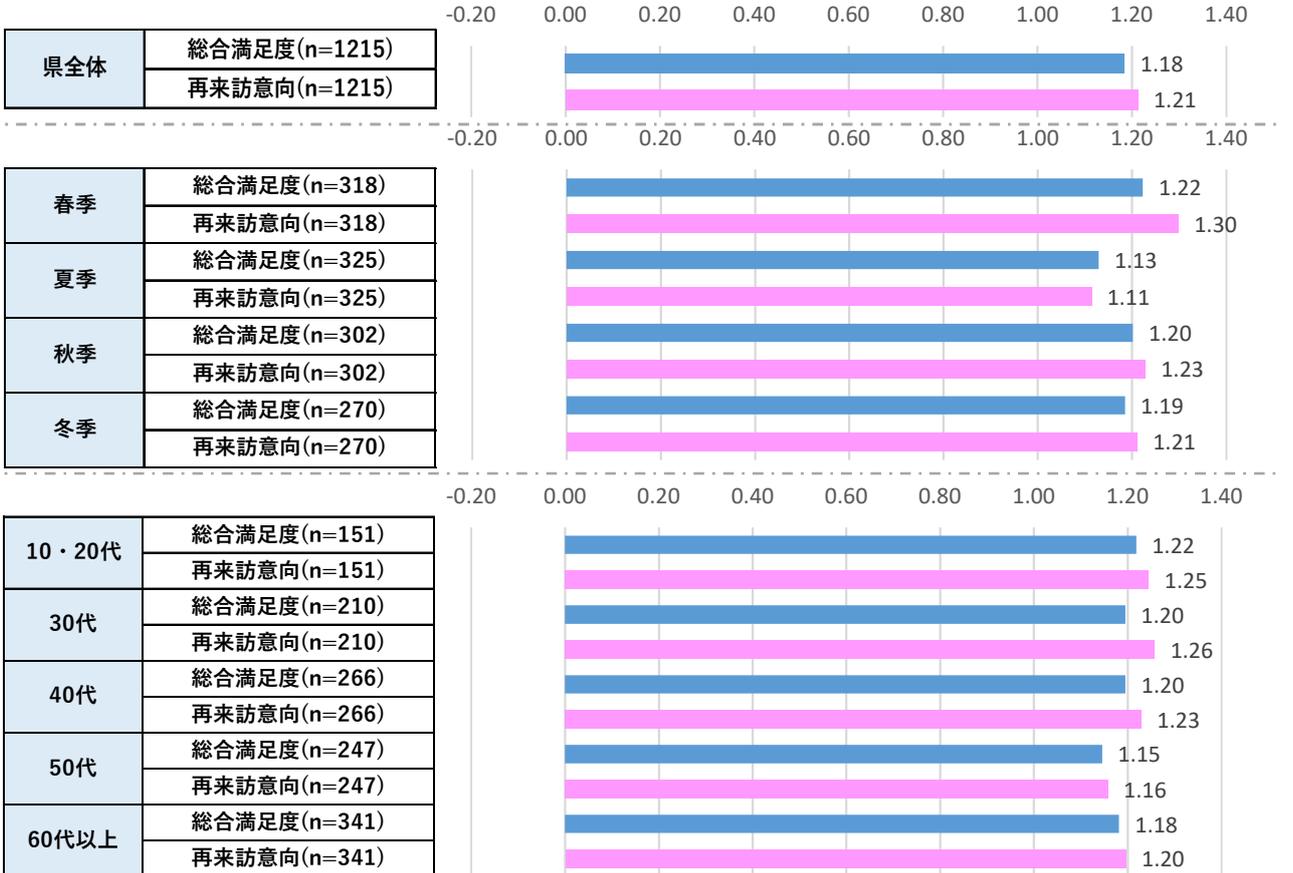
調査地域への総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が 90.5%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が 91.4%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=1,215)



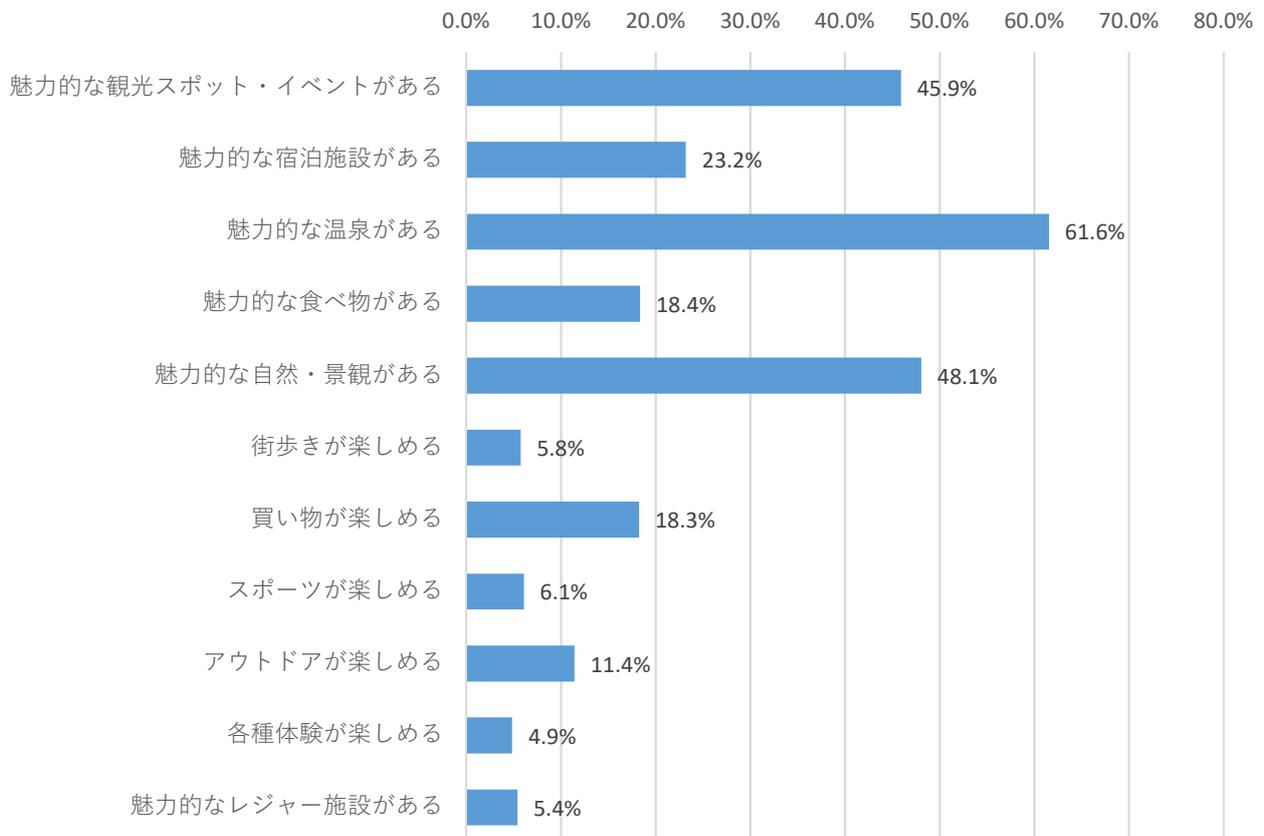
調査地域の総合満足度／再来訪意向（季節別・年代別）

総合満足度を季節別にみると、「春季」が 1.22 で最も高かった。再来訪意向についても「春季」が 1.30 で最も高かった。  
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が 1.22 で最も高かった。また、再来訪意向は、「30代」が 1.26 で最も高かった。



栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=1,215）

栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、「魅力的な温泉がある」が61.6%で最も多く、次いで「魅力的な自然・景観がある」が48.1%、「魅力的な観光スポット・イベントがある」が45.9%であった。

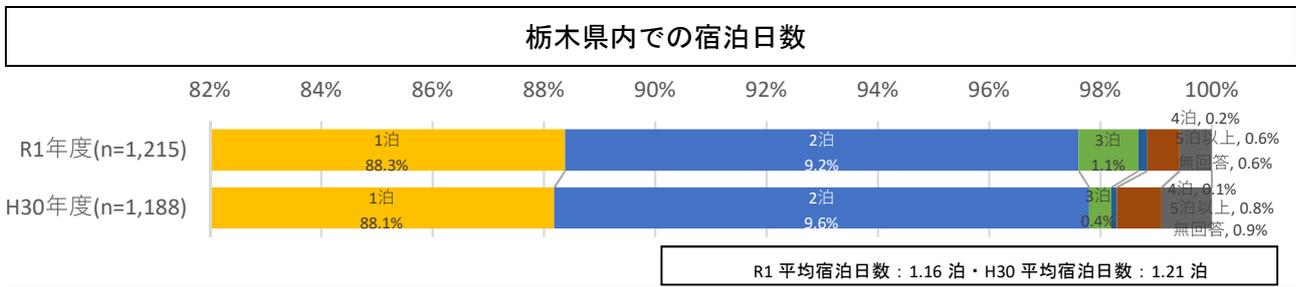


第2章 観光客調査 調査結果

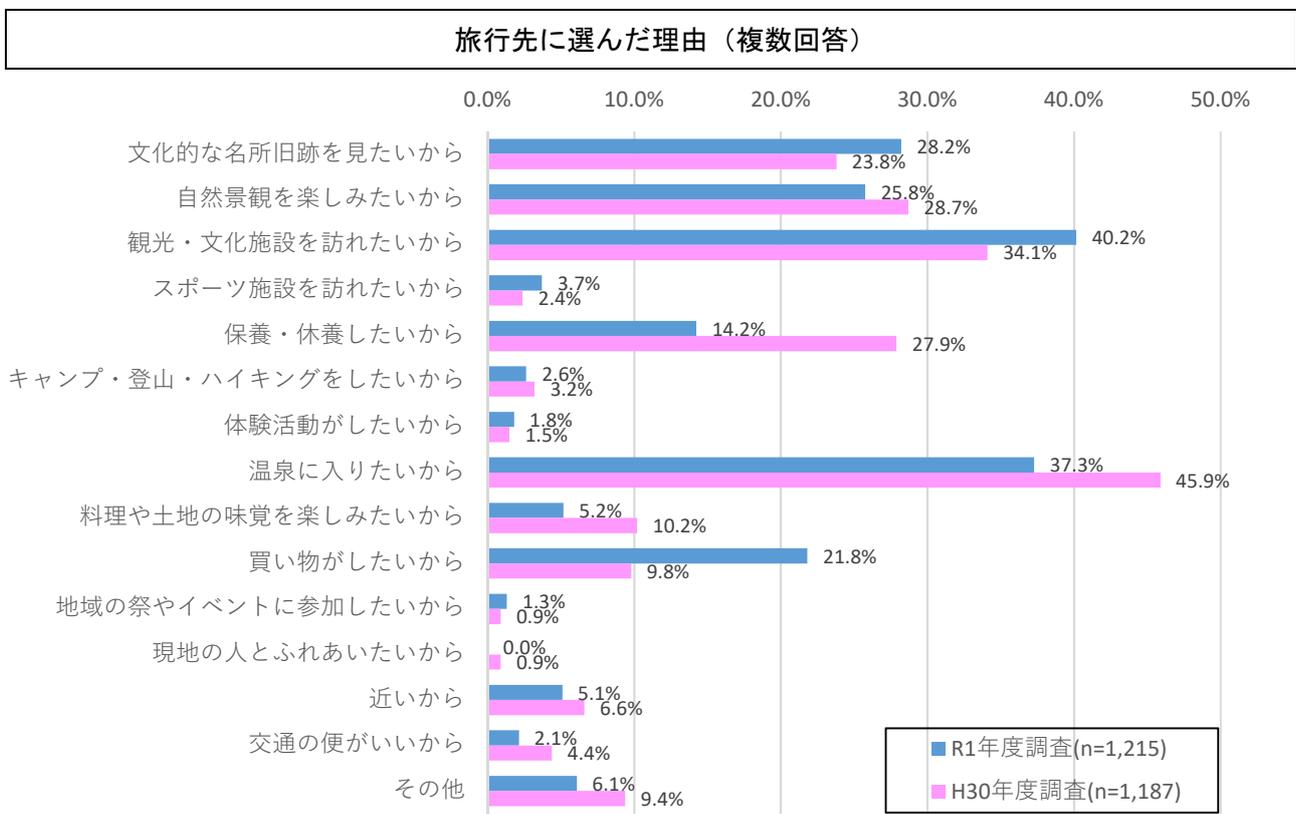
2. 宿泊客 (1) 県全体

②過去調査との比較

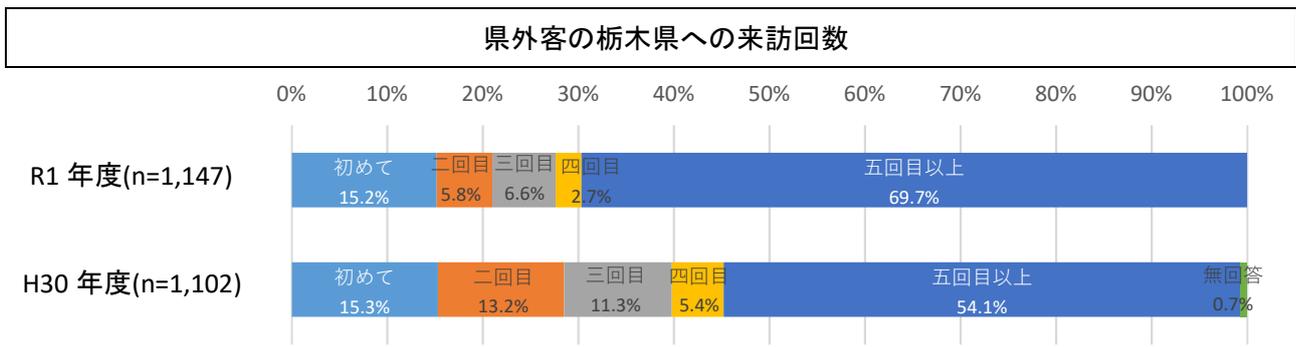
栃木県内での宿泊日数は、「1泊」が平成30(2018)年度調査では88.1%であったが、令和元(2019)年度は88.3%と0.2ポイント増加した。一方、2泊以上の宿泊者の割合は平成30(2018)年度調査と比較して0.2ポイント増加した。平均宿泊日数は、平成30(2018)年度は1.21泊であったが、令和元(2019)年度は1.16泊と減少した。



旅行先に選んだ理由は、「買い物がしたいから」が令和元(2019)年度調査では21.8%であり、平成30(2018)年度調査と比較して12.0ポイント増加した。一方、「保養・休養したいから」は平成30(2018)年度の調査では27.9%であったが、令和元(2019)年度調査では14.2%と13.7ポイント減少した。

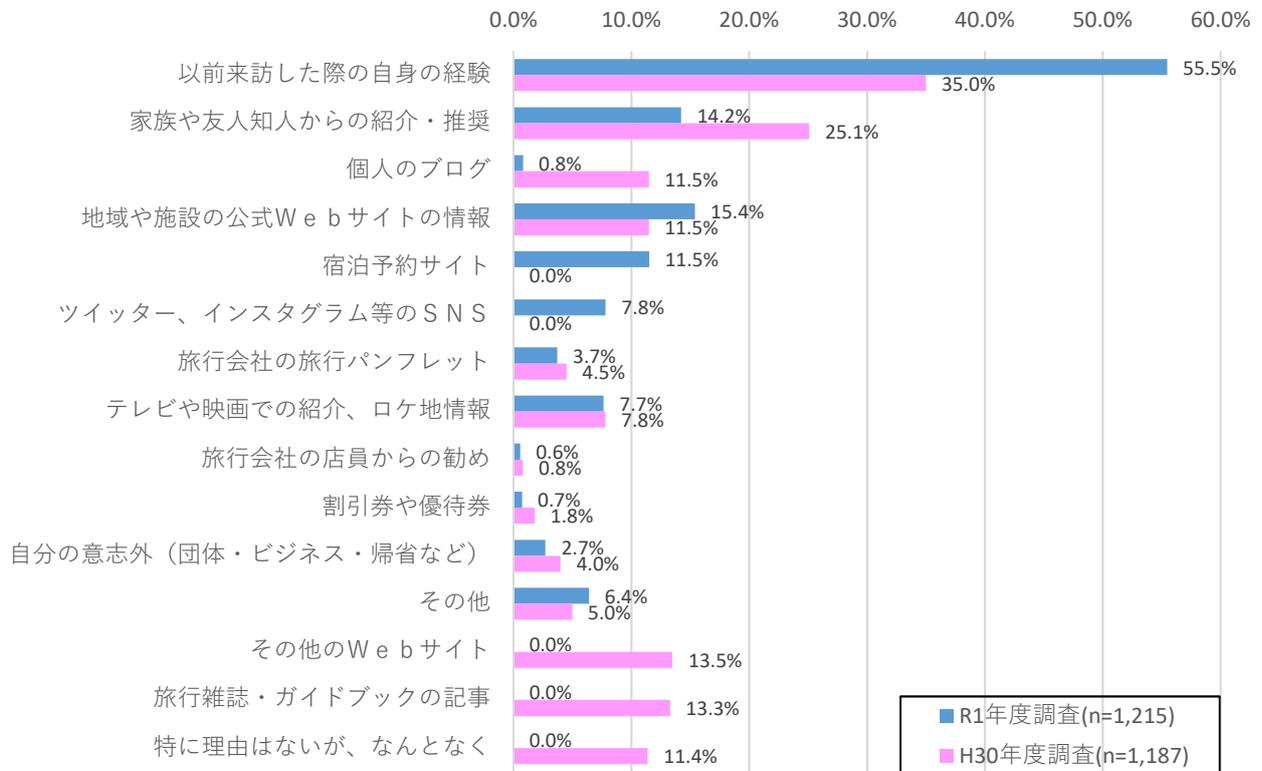


県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」は平成30(2018)年度調査の54.1%に対し、令和元(2019)年度調査では69.7%と15.6ポイント増加した。「初めて」は平成30(2018)年度調査では15.3%であったが、令和元(2019)年度調査では15.2%と0.1ポイント減少した。



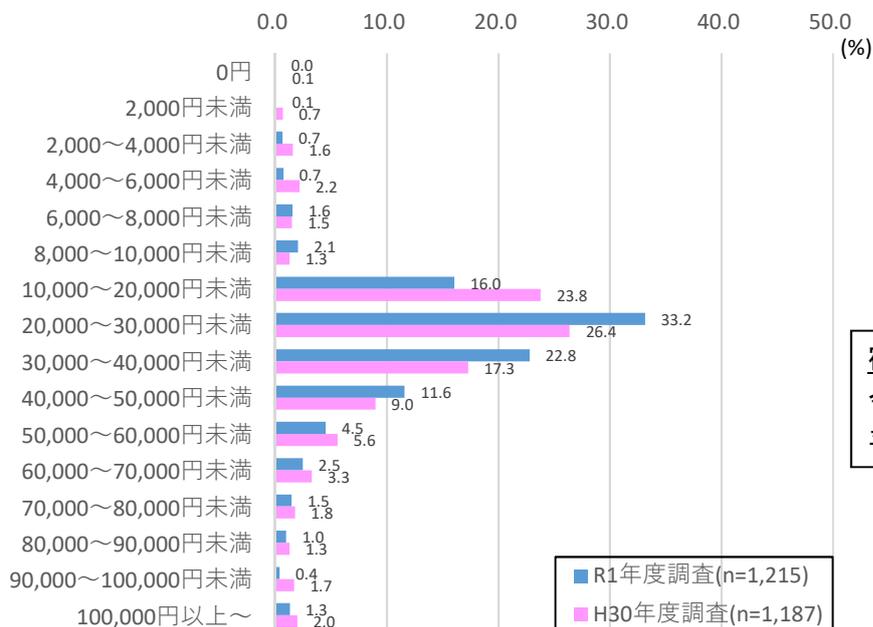
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、平成30(2018)年度調査では35.0%であったが、令和元(2019)年度調査では55.5%と20.5ポイント増加した。一方で「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成30(2018)年度調査では25.1%であったが、令和元(2019)年度調査では14.2%と10.9ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、「20,000～30,000円未満」は平成30(2018)年度調査の26.4%に対し、令和元(2019)年度調査では33.2%と6.8ポイント増加した。一方、「10,000～20,000円未満」は平成30(2018)年度調査の23.8%に対し、令和元(2019)年度調査では16.0%と7.8ポイント減少した。宿泊客の一人当たり平均は、平成30(2018)年度調査では32,047円であったが、令和元(2019)年度調査では25,270円と減少した。

消費支出（総額）

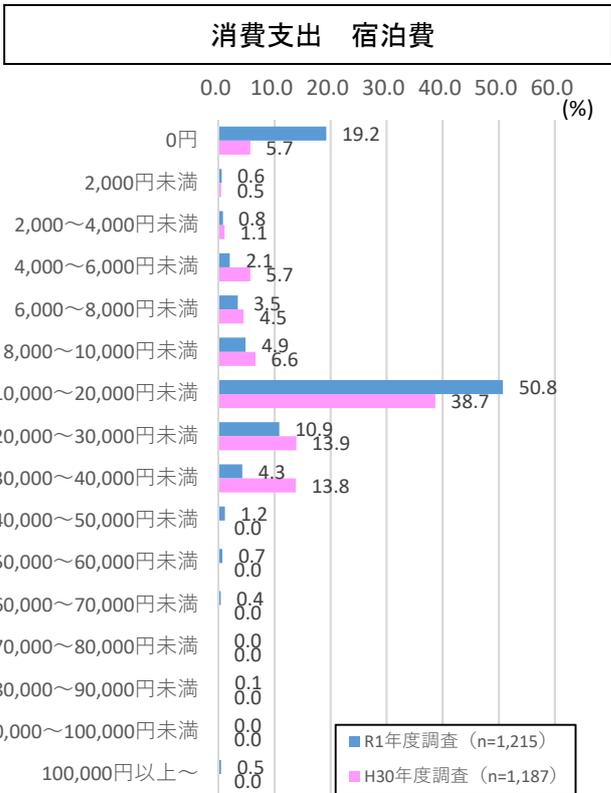
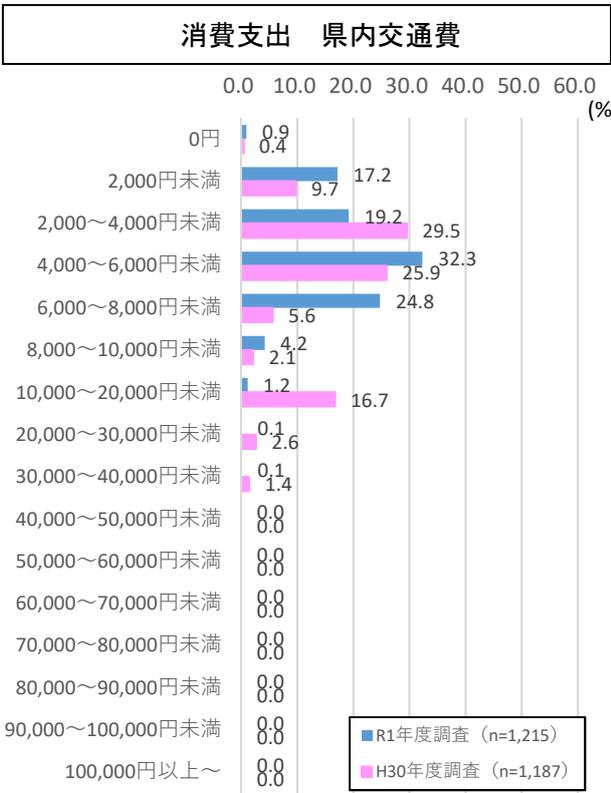


宿泊客の一人当たり平均  
令和元年度調査：25,270円  
平成30年度調査：32,047円

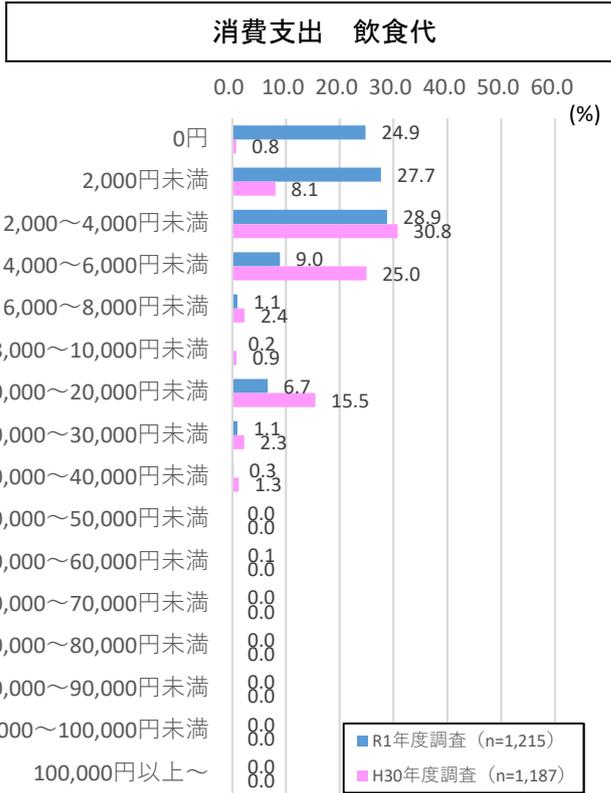
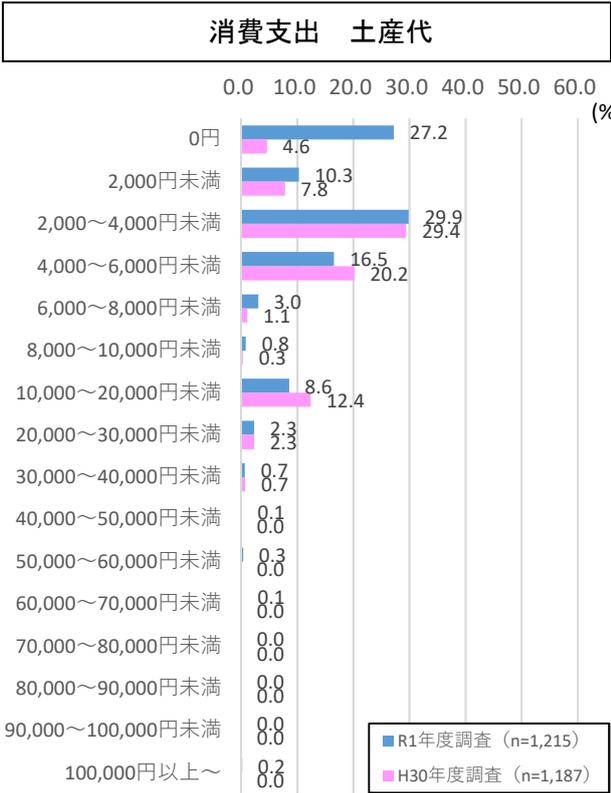
第2章 観光客調査 調査結果

2. 宿泊客 (1) 県全体

県内交通費は、「6,000～8,000円未満」が平成30(2018)年度調査5.6%に対し、令和元(2019)年度調査は24.8%と19.2ポイント増加した。宿泊費は、「10,000～20,000円未満」が平成30(2018)年度調査の38.7%に対し、令和元(2019)年度調査では50.8%と12.1ポイント増加した。一方、「30,000～40,000円未満」は、13.8%から4.3%に9.5ポイント減少した。

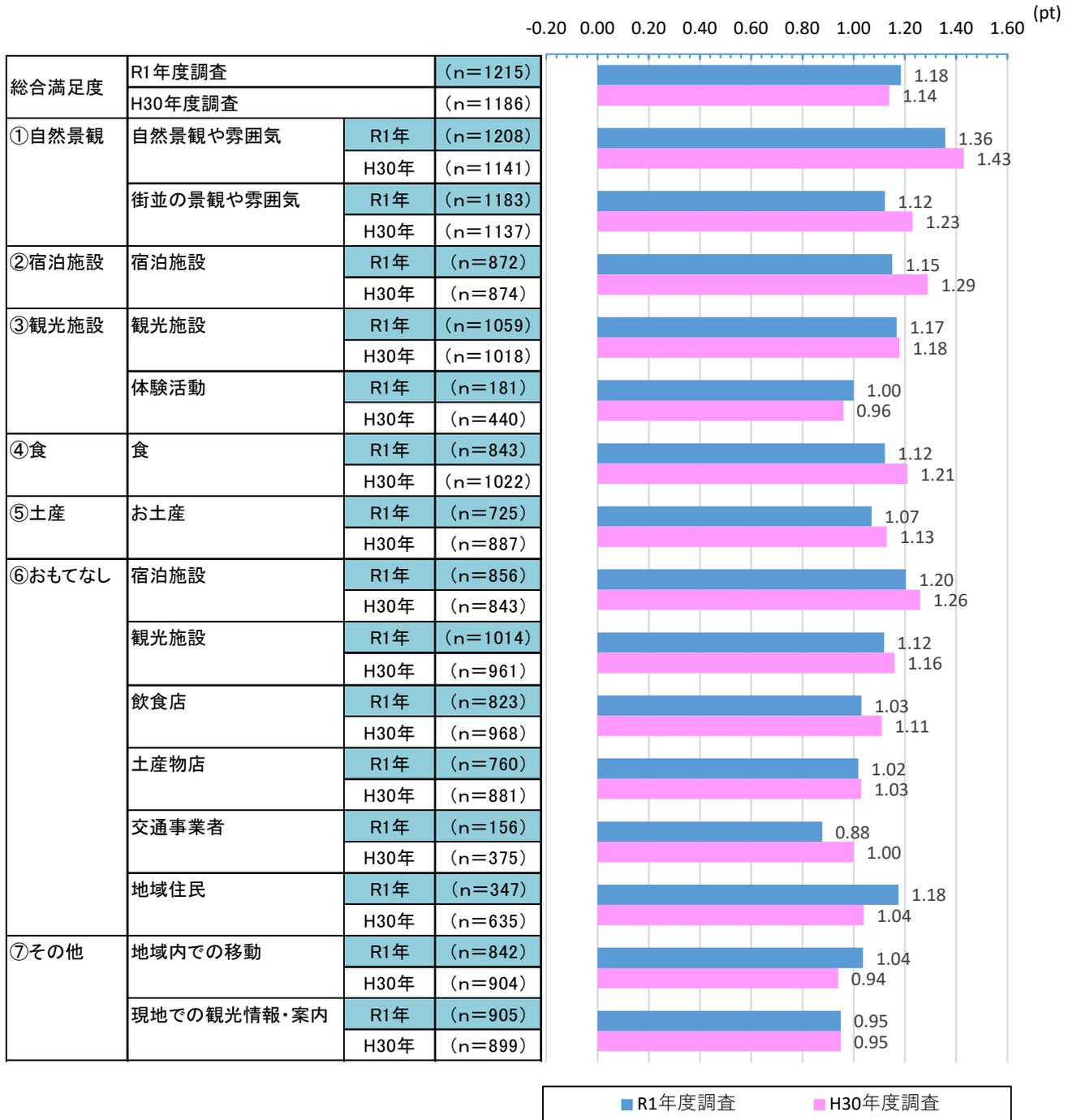


土産代は、「2,000～4,000円未満」が最も多く、平成30(2018)年度調査の29.4%に対し、令和元(2019)年度調査では29.9%と0.5ポイント増加した。飲食費は、「2,000円未満」が平成30(2018)年度調査の8.1%に対し、令和元(2019)年度調査では27.7%で19.6ポイント増加した。



総合満足度は、令和元（2019）年度調査では 1.18 となり、平成 30（2018）年度調査の 1.14 と比較して 0.04 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 30（2018）年度および令和元（2019）年度調査で最も高く、それぞれ 1.43、1.36 となった。

項目別満足度（加重平均値）



(2) エリア別

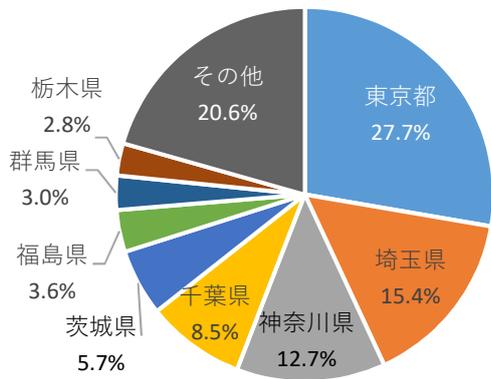
i. 日光エリア

①令和元(2019)年度調査結果

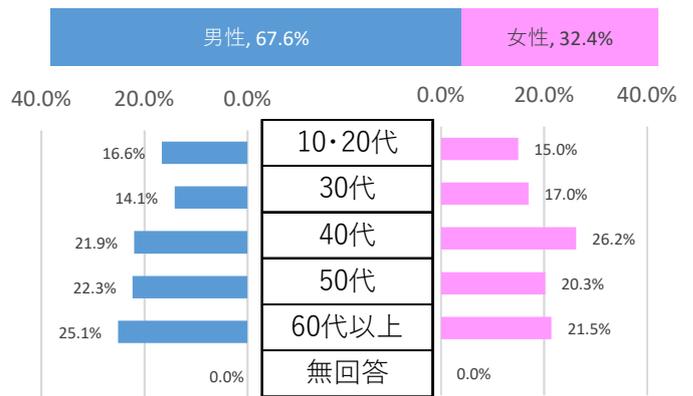
宿泊客(日光エリア) サンプル数：472

お住まいは「東京都」が最も多く27.7%、次いで「埼玉県」が15.4%、「神奈川県」が12.7%であった。年代は、男性は「60代以上」が25.1%で最も多く、女性は「40代」が26.2%で最も多い。調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が32.5%で最も多かった。同行者数は「2人」が47.5%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が31.8%で最も多かった。

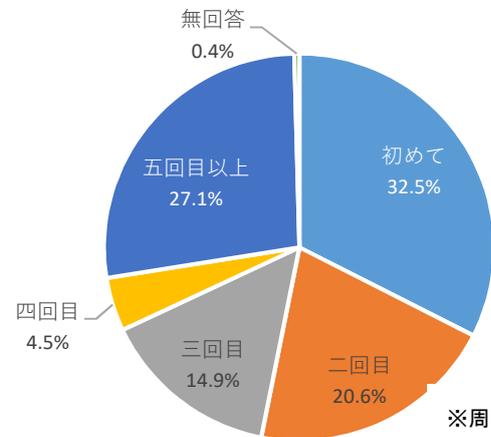
お住まい (n=472)



性別・年代 (n=472)



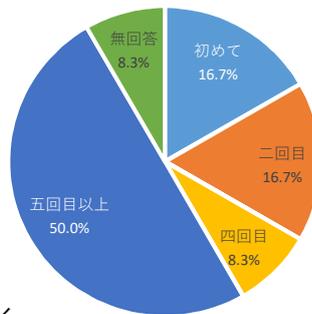
調査地域周辺への来訪回数 (n=471)



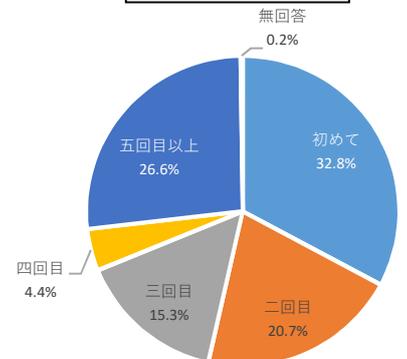
※周辺住民を除く

<内訳>

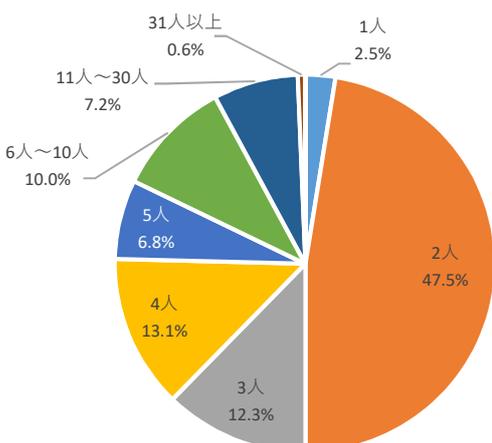
県内 (n=12)



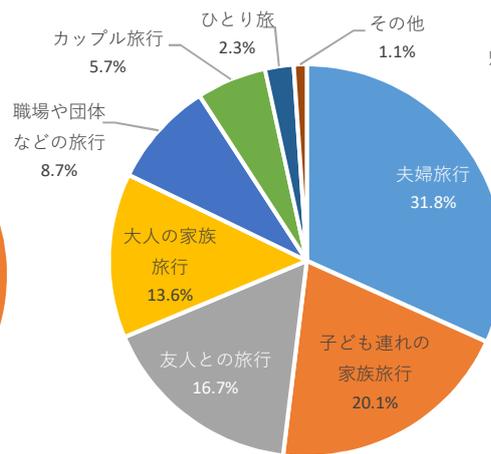
県外 (n=459)



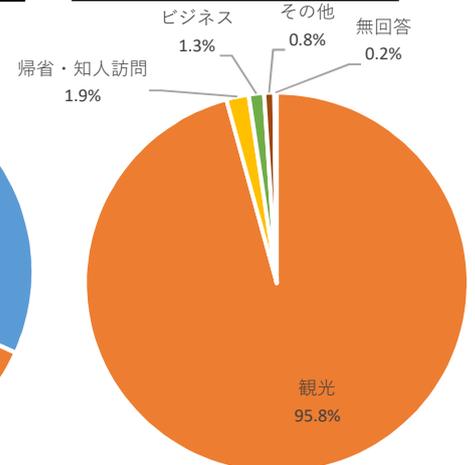
同行者数 ※回答者を含む (n=472)



同行者の関係 (n=472)

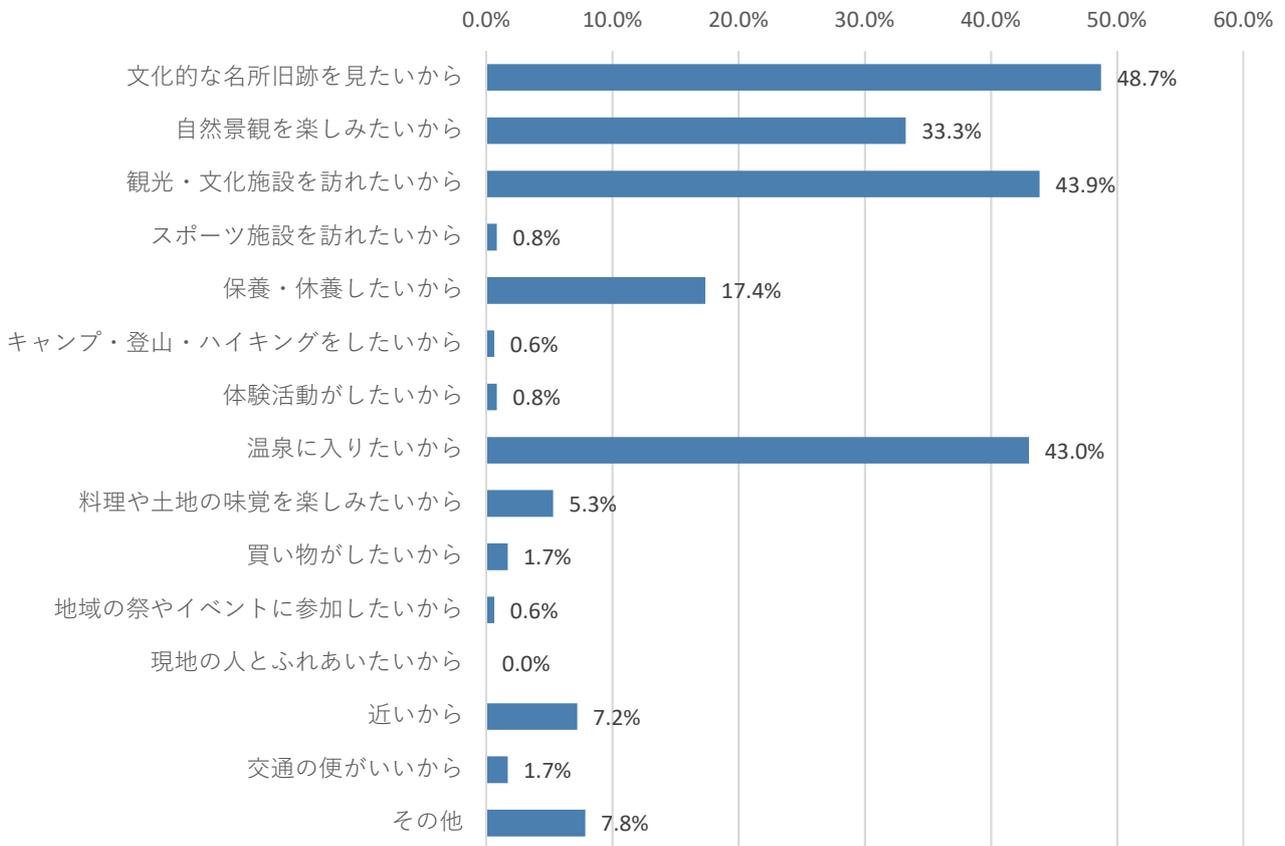


目的 (n=472)

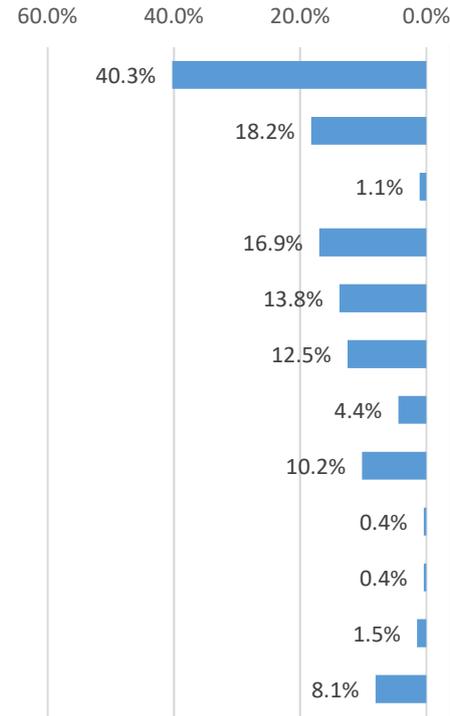


旅行先に選んだ理由は「文化的な名所旧跡を見たいから」が48.7%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が43.9%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が40.3%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が32.5%で最も多かった。

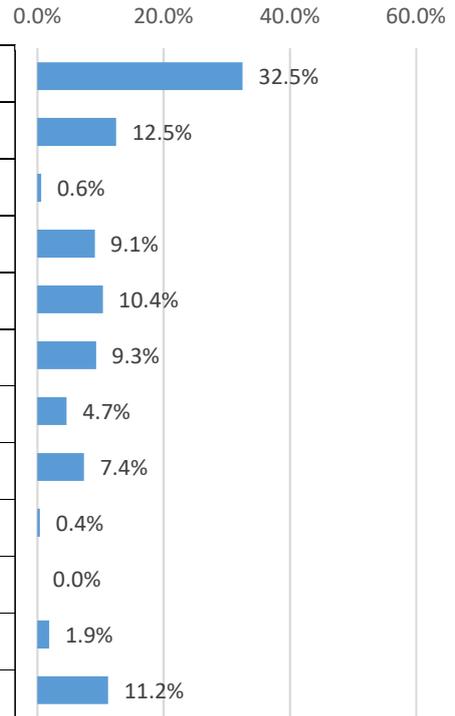
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=472）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=472）

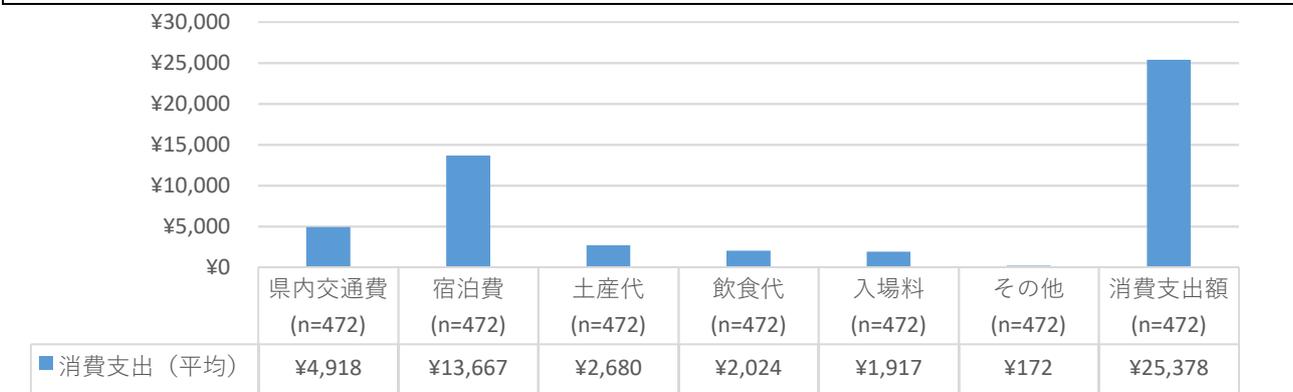


“決め手”となった情報源（単一回答）（n=472）

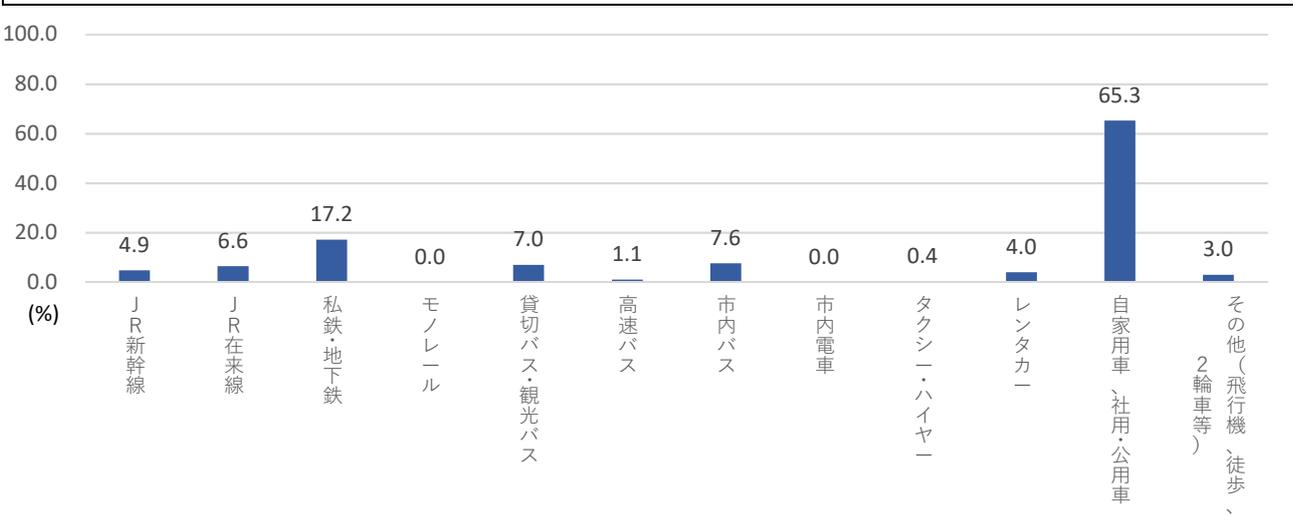


消費支出の平均は、総額で 25,378 円であった。内訳は、「宿泊費」が 13,667 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 4,918 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 65.3%で最も多かった。  
立ち寄り観光施設は、「中禅寺湖」が 35 人と最も多かった。

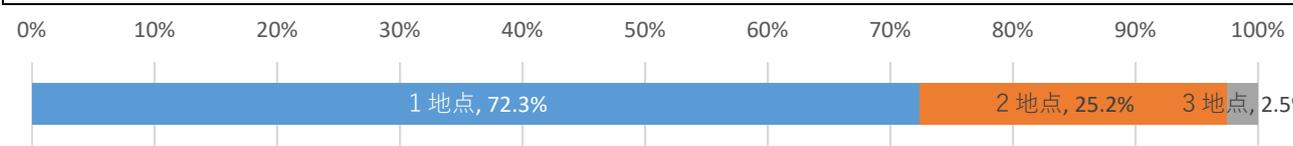
消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=472）



立ち寄り観光施設（n=163）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

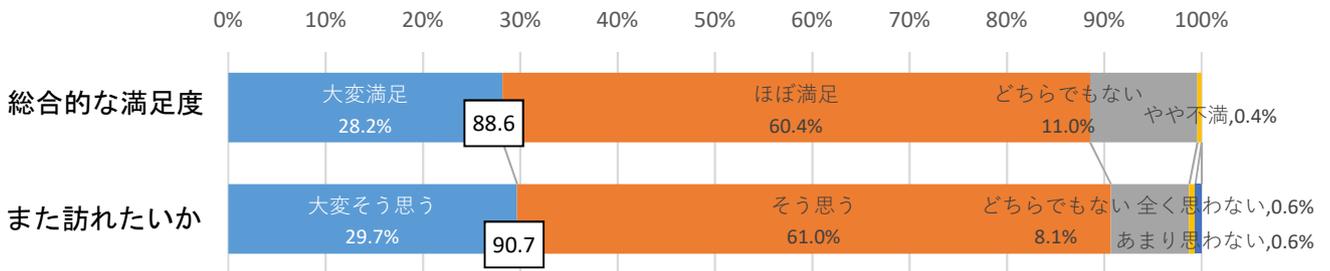


日光	日光	日光	県南
中禅寺湖 (35)	足尾銅山観光 (2)	道の駅湯西川 (1)	佐野プレミアム・アウトレット (3)
鬼怒川温泉 (13)	川治温泉 (2)	那須	岩下の新生姜ミュージアム (1)
二荒山神社中宮祠 (7)	日光街道ニコニコ本陣 (2)	那須ガーデンアウトレット (3)	おもちゃ博物館 (1)
日光江戸村 (7)	日光おかし工房 (1)	トリックアートの館 (2)	いちごの里 (1)
湯滝・湯の湖 (4)	霧降の滝 (1)	ホテルサンバレー那須 (1)	県東
日光田母沢御用邸記念公園 (3)	龍王峡 (1)	那須サファリパーク (1)	ツインリンクもてぎ (1)
戦場ヶ原・小田代原 (3)	平家の里 (1)	県央	
湯西川温泉 (3)	とっとりあーとびあ日光 (1)	大谷資料館 (5)	
日光さる軍団劇場 (3)	日光湯元温泉 (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 (69)、華厳ノ滝 (12)、東武ワールドスクウェア (3)

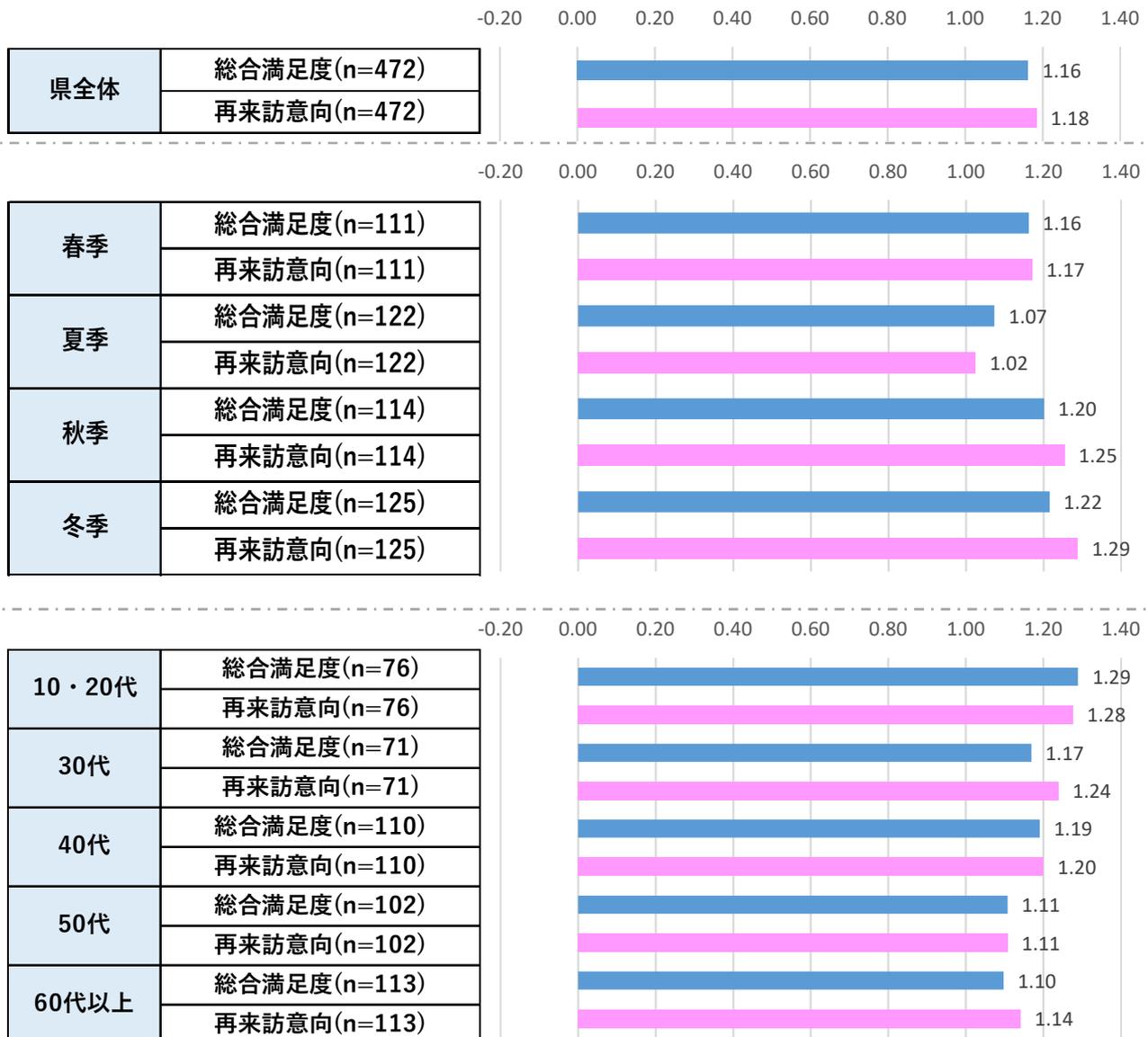
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が88.6%であった。また訪れたいかは「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が90.7%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=472)



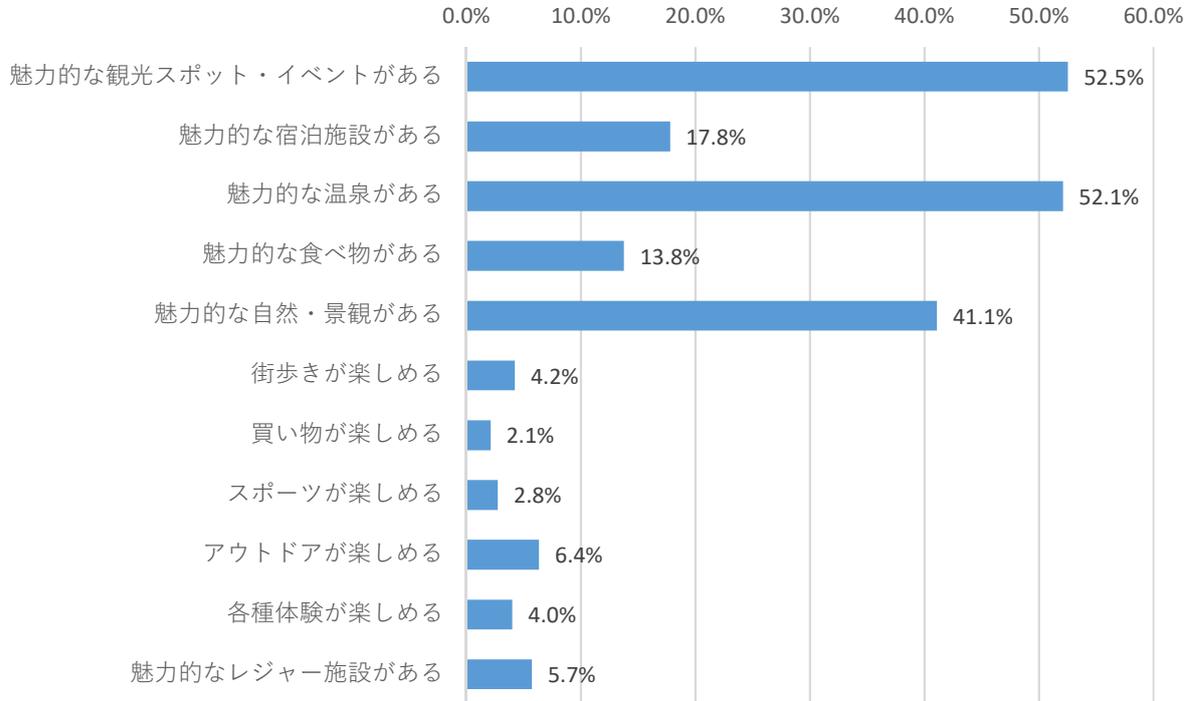
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.22で最も高く、「夏季」が1.07で最も低かった。また、再来訪意向についても、「冬季」が1.29で最も高く、「夏季」が1.02で最も低かった。年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.29で最も高く、「60代以上」が1.10で最も低かった。再来訪意向については「10・20代」が1.28で最も高く、「50代」が1.11で最も低かった。



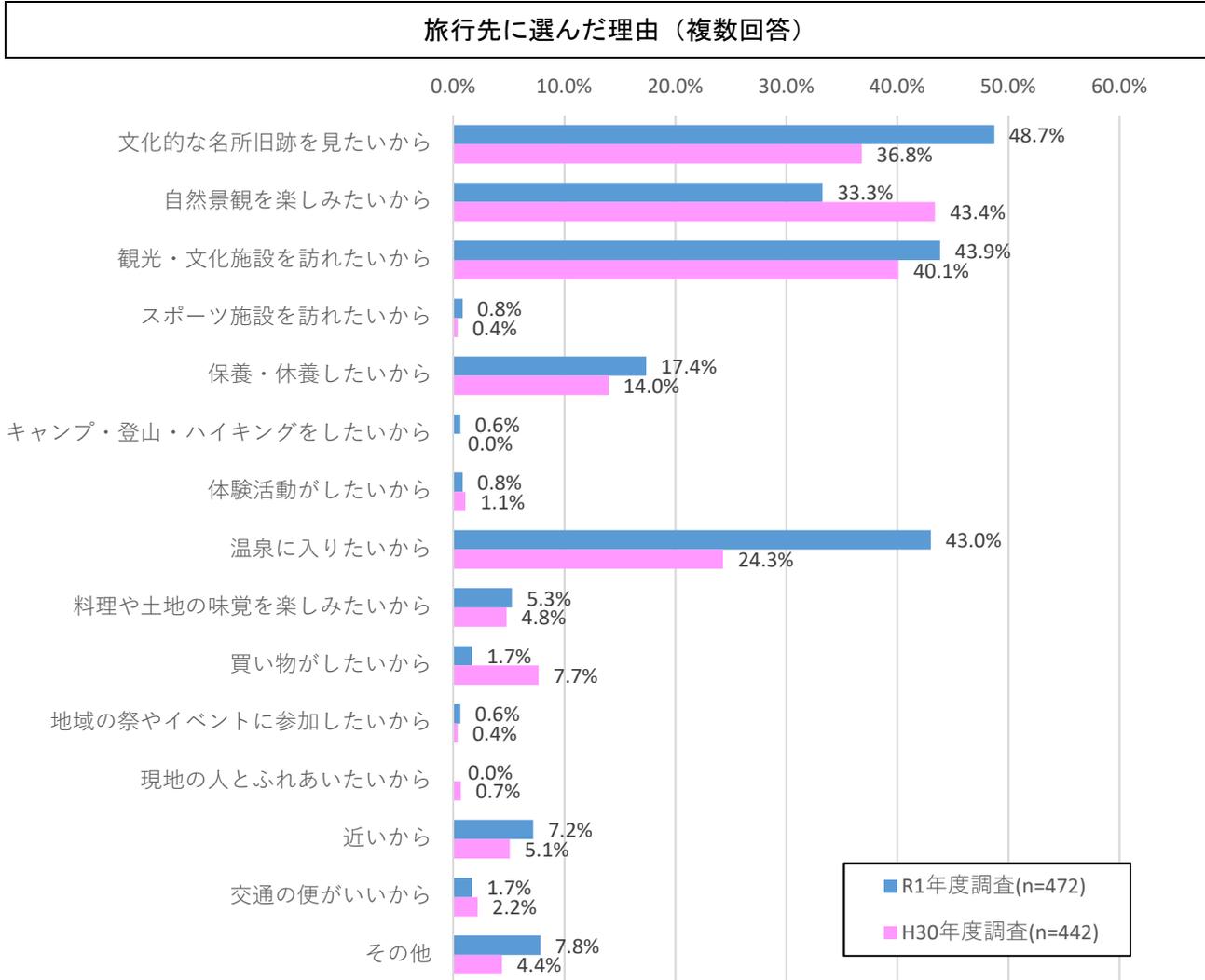
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=472）

栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、日光エリアでは「魅力的な観光スポット・イベントがある」が52.5%で最も多く、次いで「魅力的な温泉がある」が52.1%、「魅力的な自然・景観がある」が41.1%であった。

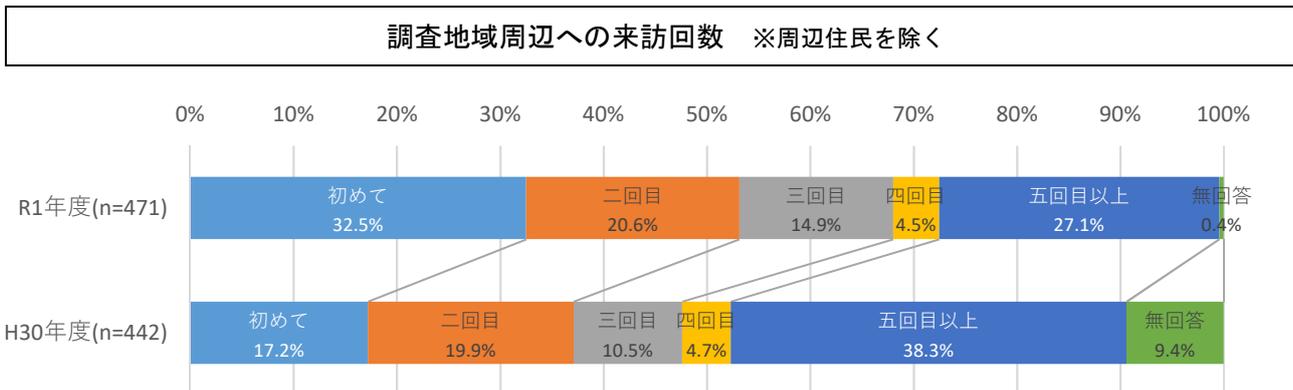


②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「文化的な名所旧跡を見たいから」が最も多く、平成 30（2018）年度調査では 36.8%だったが、令和元（2019）年度調査では 48.7%と 11.9 ポイント増加した。また、「温泉に入りたいから」は、平成 30（2018）年度調査では、24.3%であったが、令和元（2019）年度調査では 43.0%で 18.7 ポイント増加した。

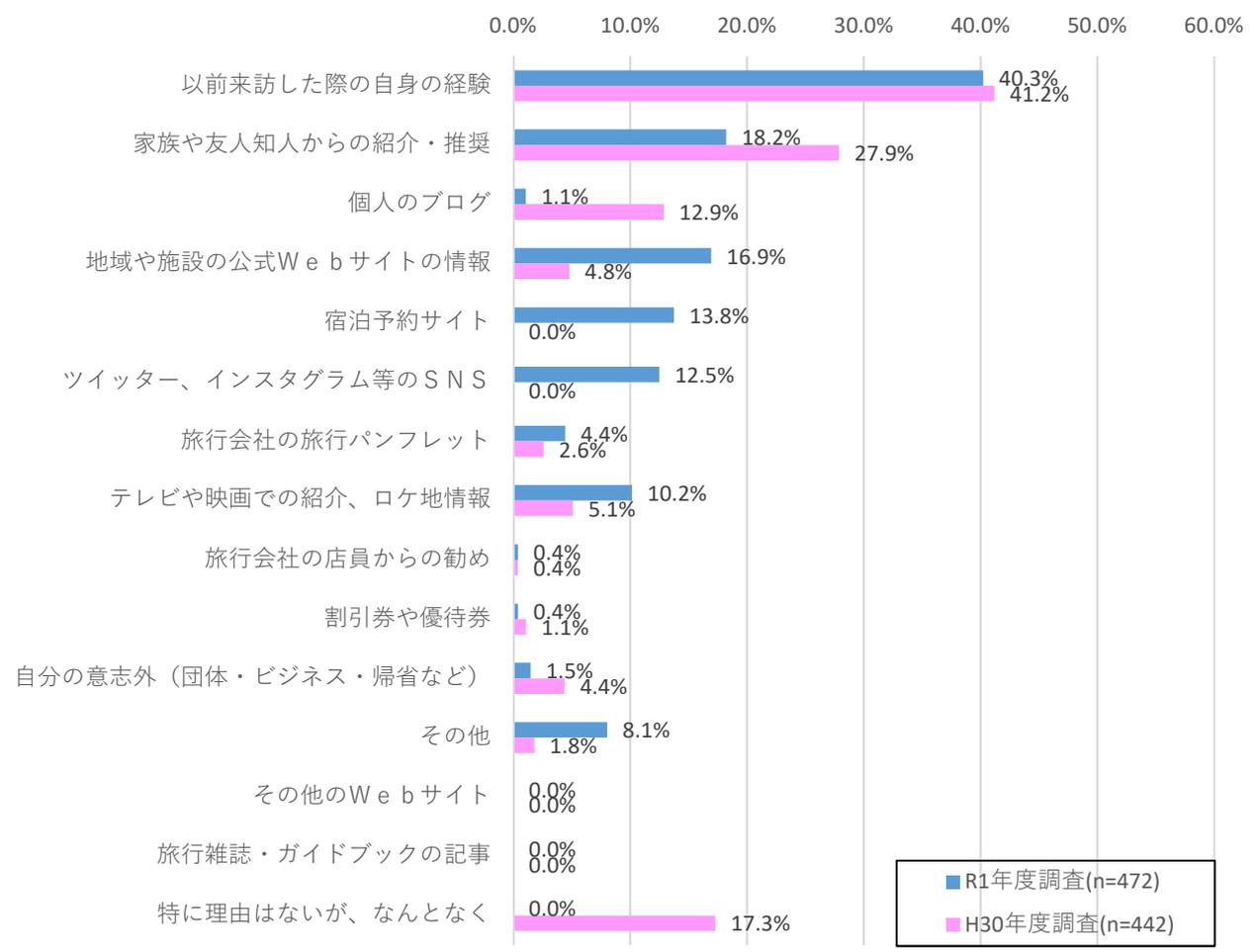


調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 30（2018）年度調査では 17.2%であったが、令和元（2019）年度調査では 32.5%と 15.3 ポイント増加した。一方、「五回目以上」は平成 30（2018）年度調査で 38.3%であったが、令和元（2019）年度調査では 27.1%と 11.2 ポイント減少した。



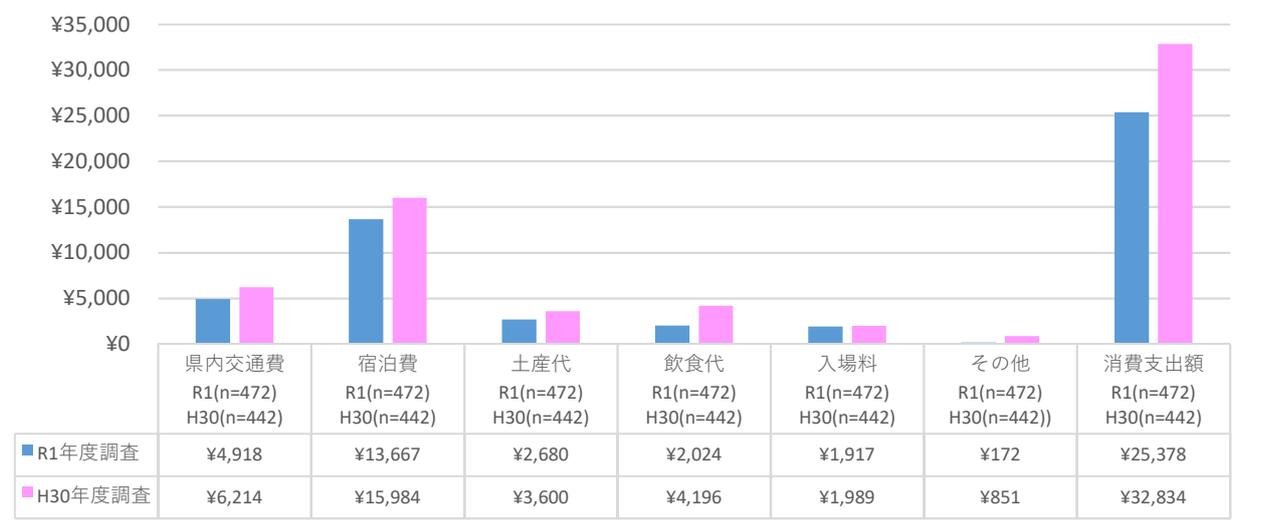
旅行先に選んだ情報源は、「地域や施設の公式 Web サイトの情報」が平成 30 (2018) 年度調査では 4.8%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 16.9%と 12.1 ポイント増加した。一方、「個人のブログ」が平成 30 (2018) 年度調査では 12.9%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 1.1%と 11.8 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



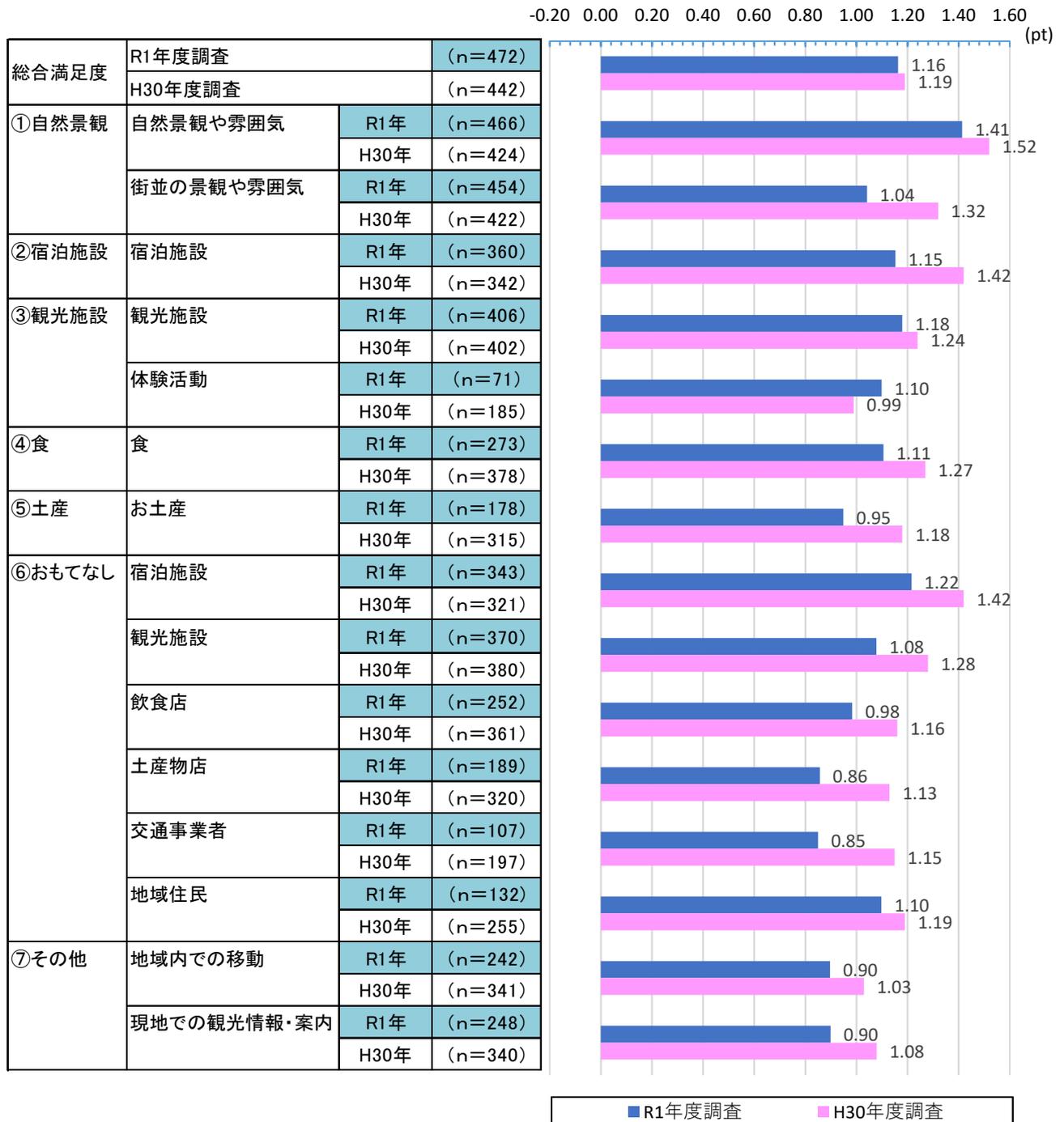
消費支出の総額は、平成 30 (2018) 年度調査では 32,834 円だったが、令和元 (2019) 年度調査では 25,378 円に減少した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成30(2018)年度調査では1.19であったが、令和元(2019)年度調査では1.16と0.03ポイント減少した。満足度を項目別にみると、「自然景観 自然景観や雰囲気」が平成30(2018)年度調査では1.52で最も高く、令和元(2019)年度調査についても1.41で最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)

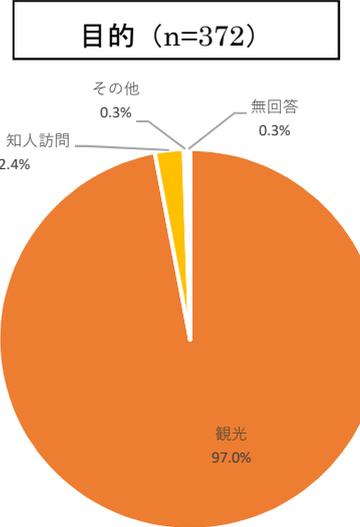
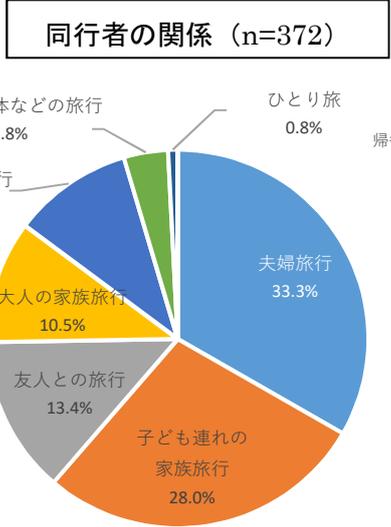
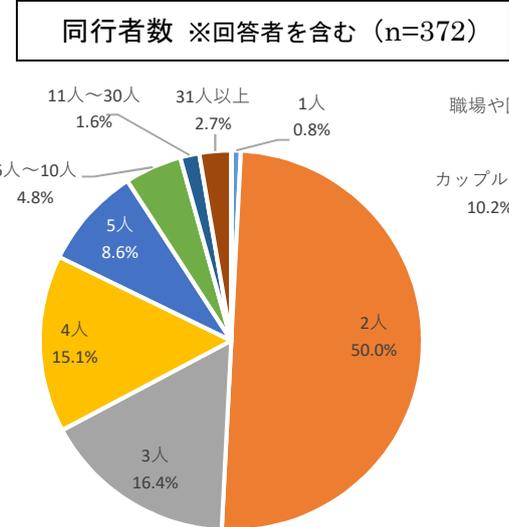
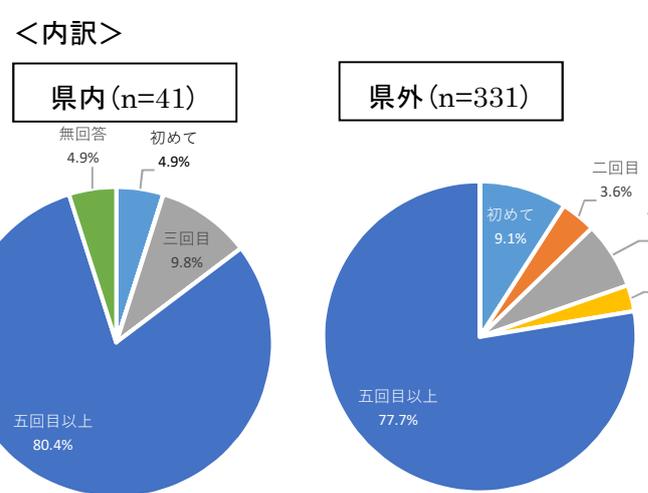
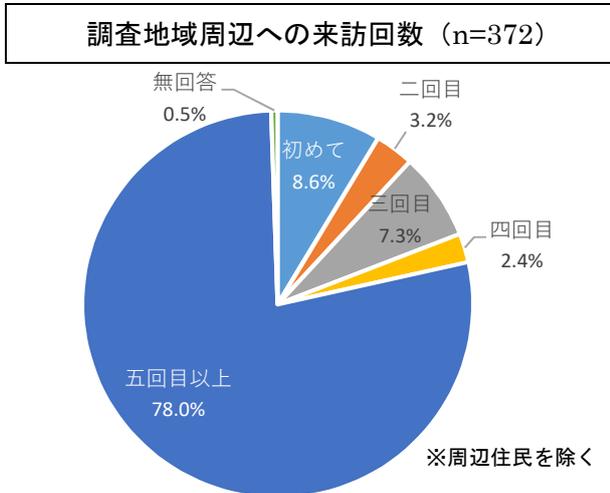
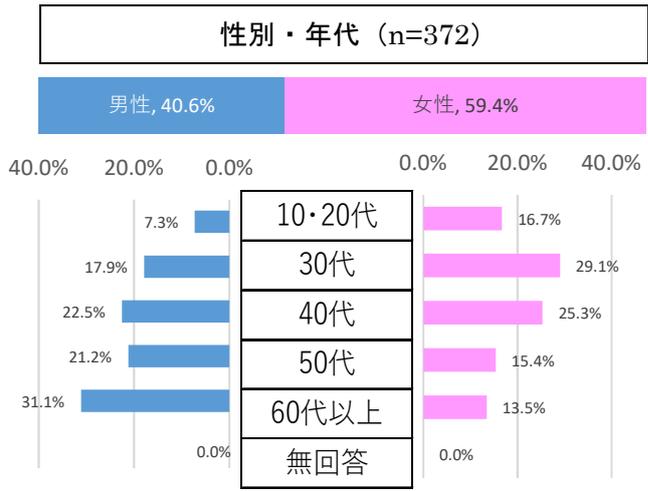
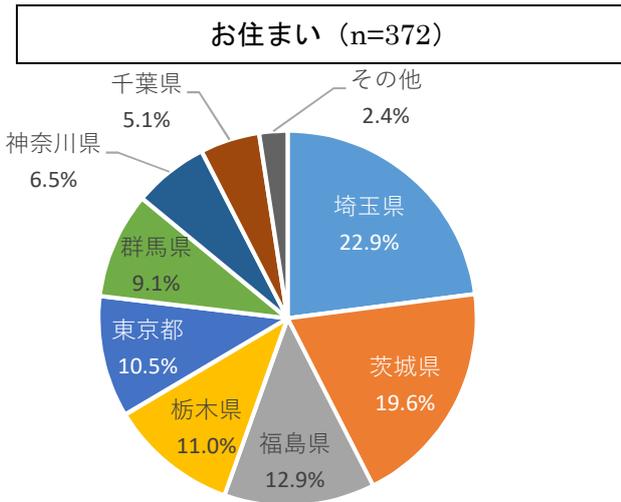


ii. 那須エリア

①令和元(2019)年度調査結果

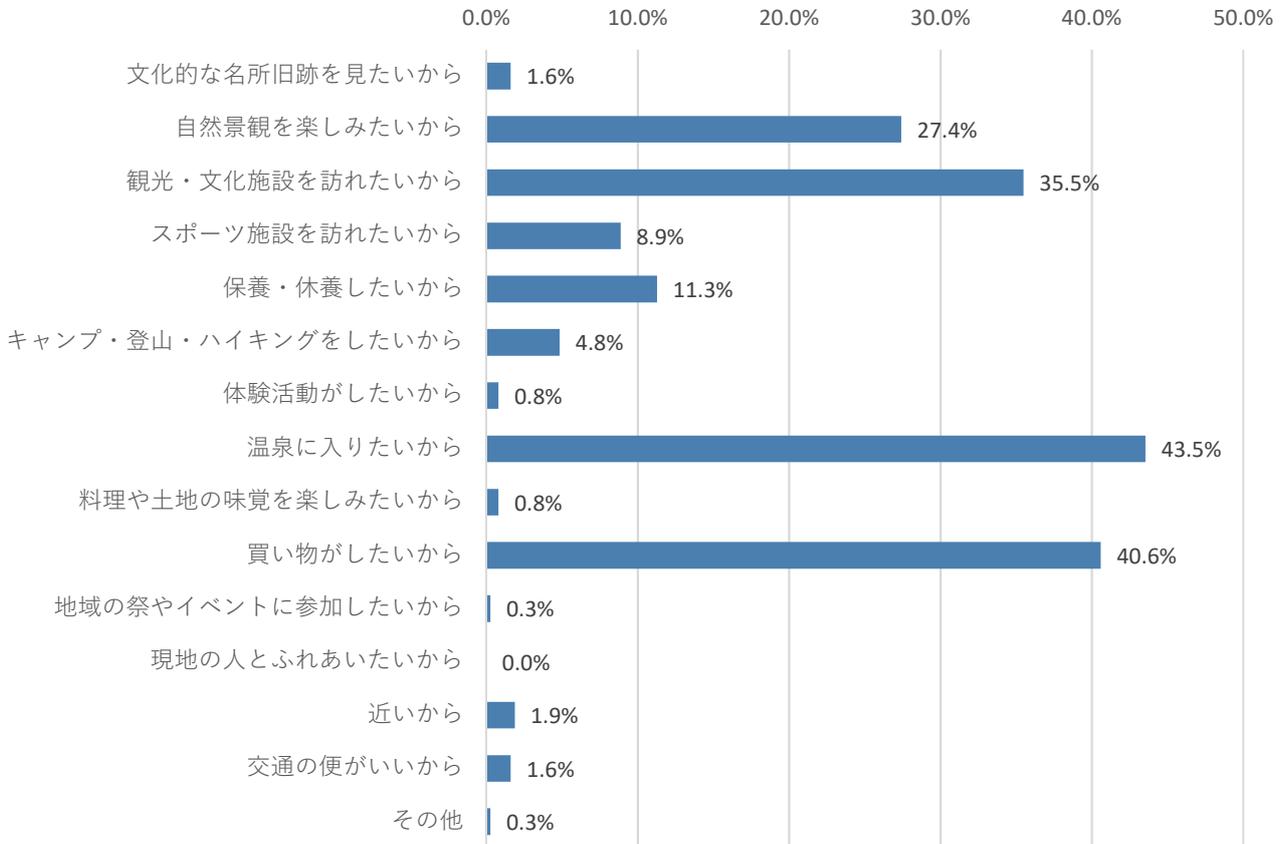
宿泊客(那須エリア) サンプル数: 372

お住まいは「埼玉県」が最も多く 22.9%、次いで「茨城県」が 19.6%、「福島県」が 12.9%であった。年代は、男性は「60代以上」が 31.1%で最も多く、女性は「30代」が 29.1%で最も多かった。調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」のリピーターが 78.0%で最も多かった。同行者数は「2人」が 50.0%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 33.3%で最も多かった。



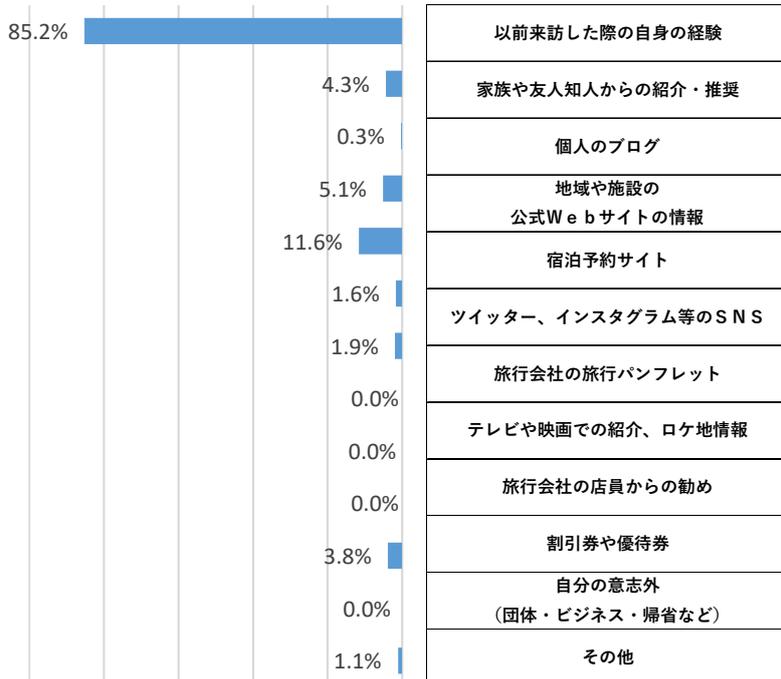
旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が43.5%で最も多く、次いで「買い物がしたいから」が40.6%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が85.2%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が78.8%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由 (複数回答) (n=372)



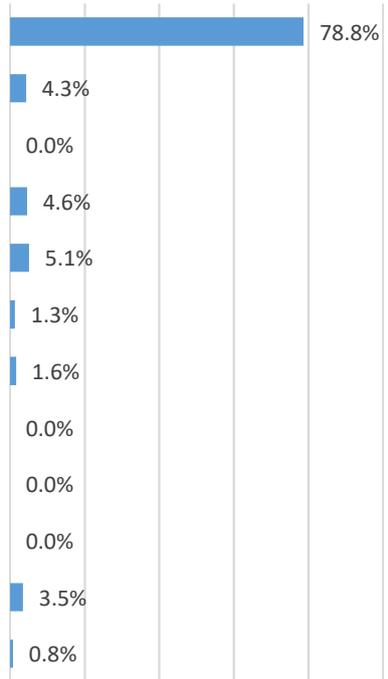
旅行先に選んだ情報源 (複数回答) (n=372)

100.0% 80.0% 60.0% 40.0% 20.0% 0.0%



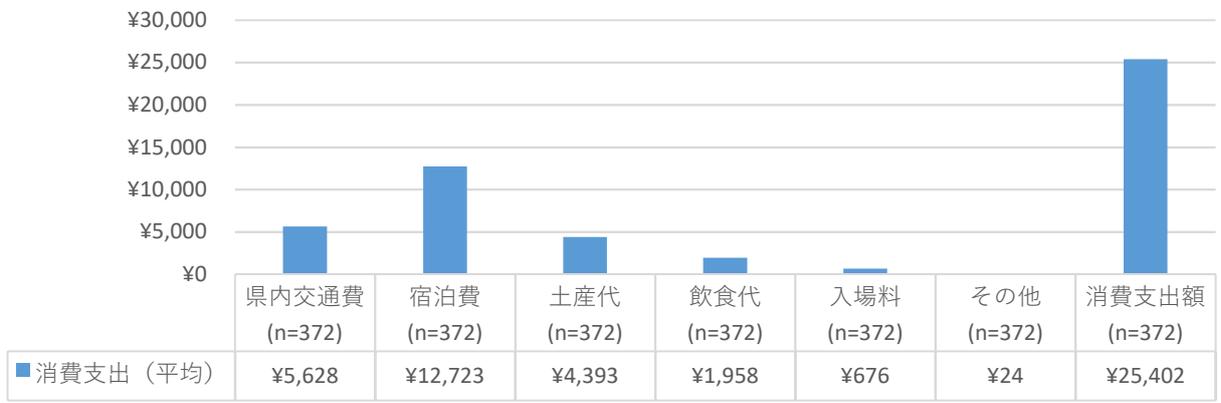
“決め手”となった情報源 (単一回答) (n=372)

0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%

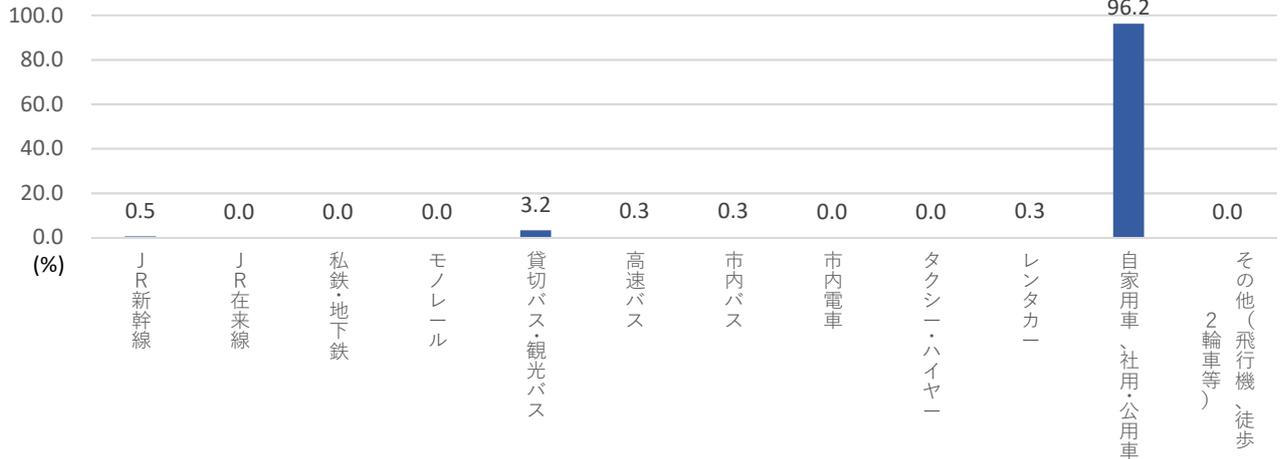


消費支出の平均は、総額で 25,402 円であった。内訳は、「宿泊費」が 12,723 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 5,628 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 96.2%であった。  
立ち寄り観光施設は、「千本松牧場」が 58 人で最も多かった。

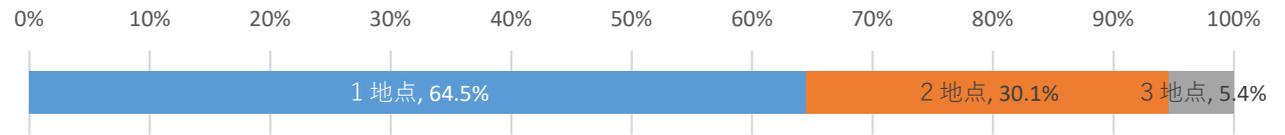
消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）(n=372)



立ち寄り観光施設 (n=239) ※ ( ) 内は施設に立ち寄った人数

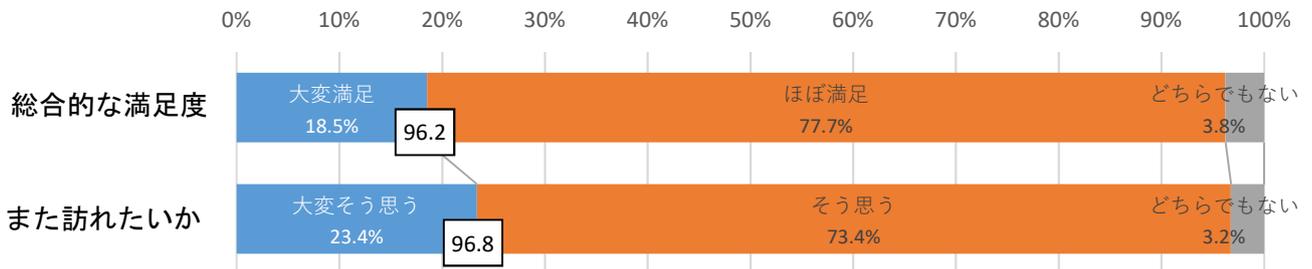


日光	那須	那須	那須
とりっくあーとびあ日光(4)	那須どうぶつ王国(15)	那須野が原公園オートキャンプ場(2)	キングダム3Dメルヘン水族館(1)
鬼怒川温泉 (3)	トリックアートの館(12)	那須ワールドモンキーパーク(2)	那須野が原博物館(1)
華厳滝 (1)	塩原温泉郷 (11)	東山道伊王野 (2)	塩原温泉湯っ歩の里(1)
川治温泉 (1)	ホテルエピナール那須 (7)	もみじ谷大吊橋(2)	箱の森プレイパーク (1)
日光江戸村 (1)	SLランドミュージアム(7)	黒羽観光やな(2)	那須岳 (茶臼岳) (1)
日光街道ニコニコ本陣 (1)	那須ハイランドパーク (6)	那須フィッシュランド(2)	県央
神事流鏝馬・春季 (日光東照宮) (1)	那須サファリパーク (5)	道の駅やいた (1)	道の駅ばとう (2)
二社一寺参拝者 (1)	ハンターマウンテン塩原(5)	塩原温泉ビジターセンター(1)	県南
那須	道の駅「明治の森黒磯」 (5)	那須ロープウェイ(1)	佐野プレミアム・アウトレット(2)
千本松牧場 (58)	マウントジーンズスキー場(3)	那須高原ビジターセンター(1)	道の駅 しもつけ(1)
南ヶ丘牧場 (35)	那須フラワーワールド(3)	栃木県ながわ水遊園(1)	県東
りんどう湖LAKE VIEW (28)	八方ヶ原 (2)	ホテルサンバレー那須 (1)	陶芸メッセ・益子 (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 (10)、那須ガーデンアウトレット (83)

調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が96.2%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96.8%であった。

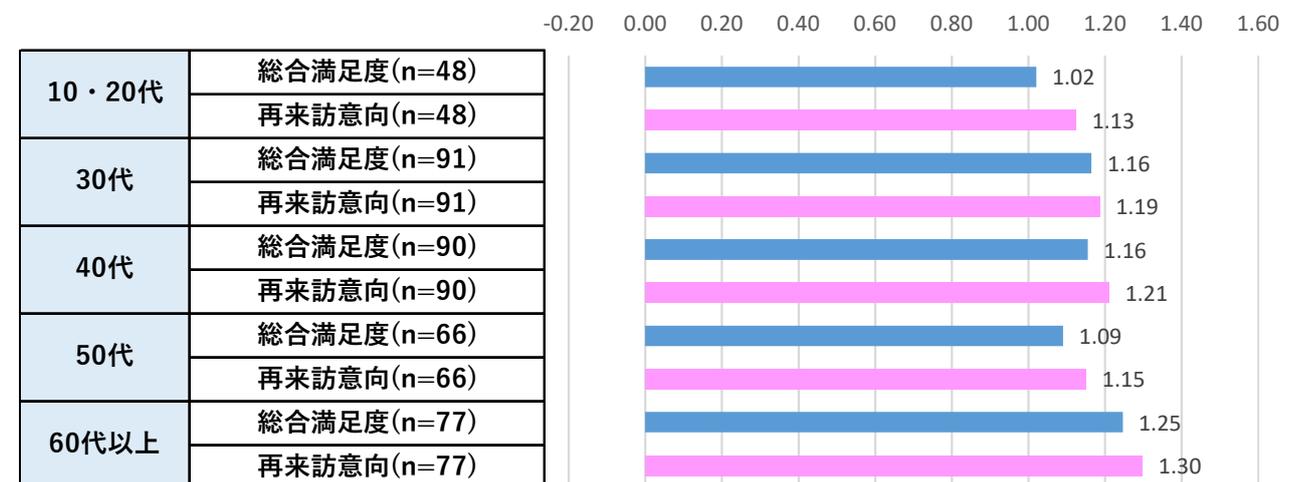
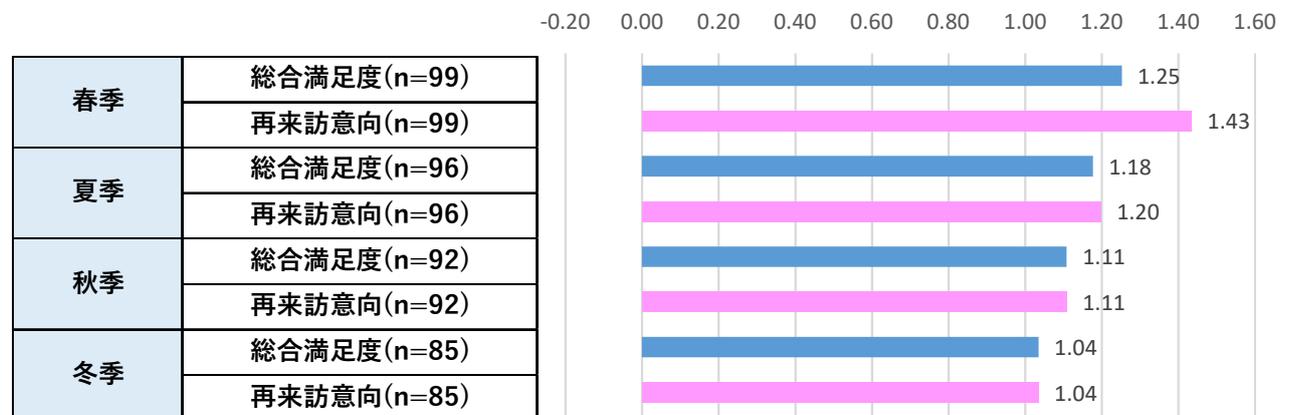
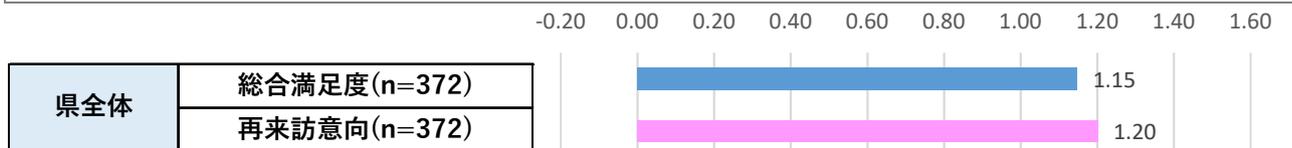
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=372)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

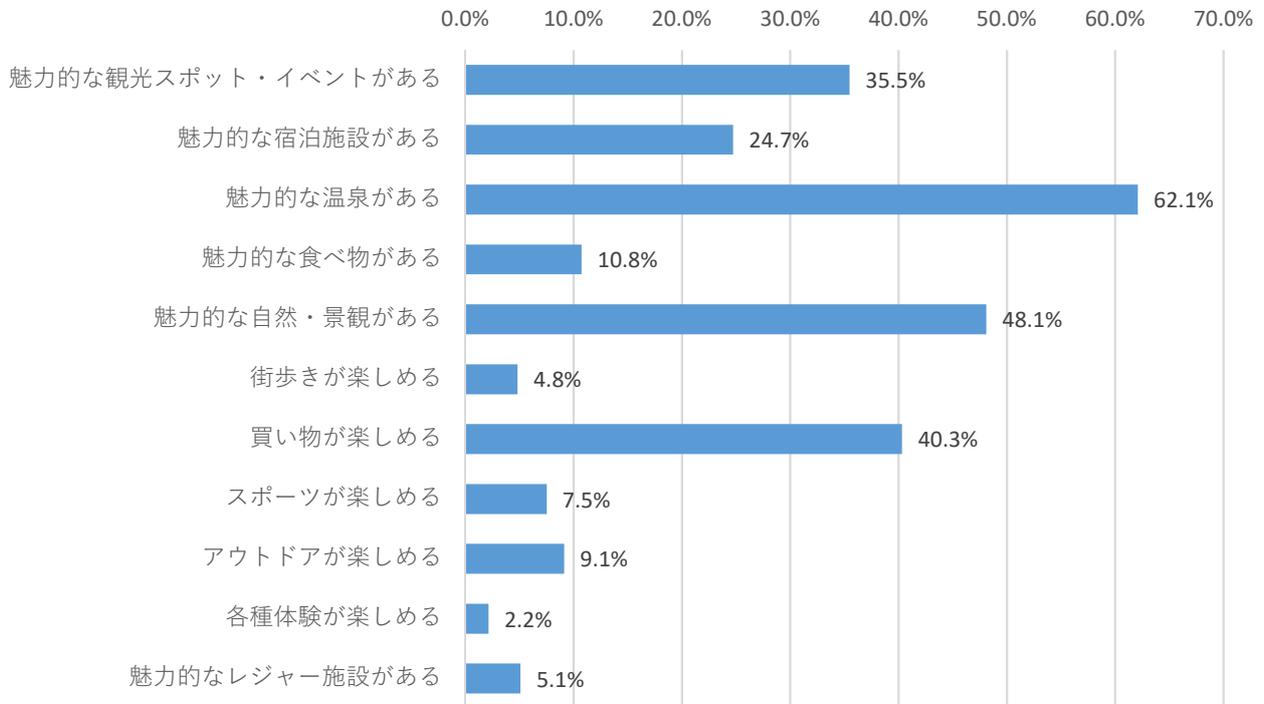
総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.25で最も高く、「冬季」が1.04で最も低かった。また、再来訪意向についても「春季」が1.43で最も高く、「冬季」が1.04で最も低かった。

年代別にみると、総合満足度は「60代以上」が1.25で最も高く、「10・20代」が1.02で最も低かった。再来訪意向についても「60代以上」が1.30で最も高く、「10・20代」が1.13で最も低かった。



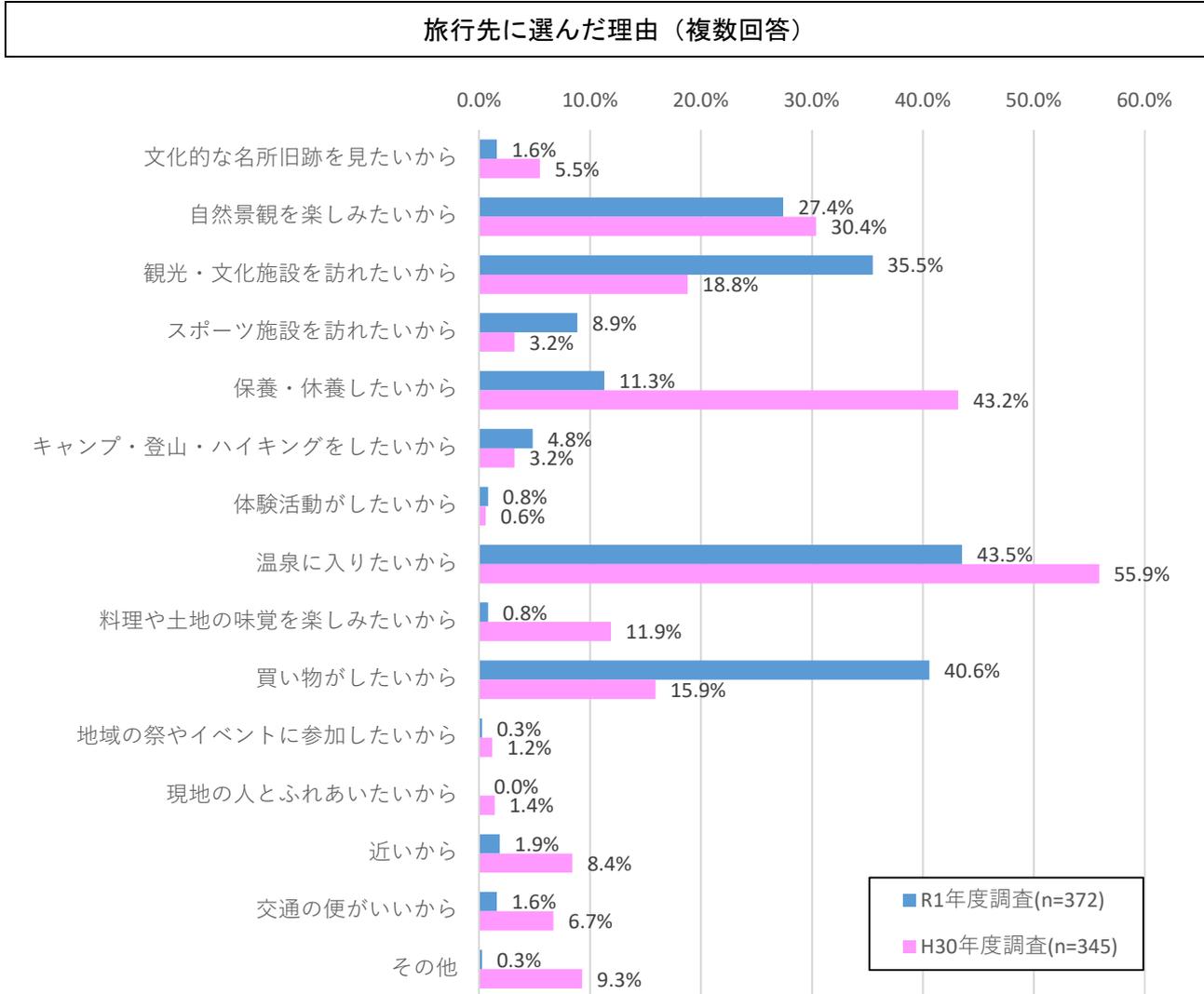
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=372）

栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、那須エリアでは「魅力的な温泉がある」が62.1%で最も多く、次いで「魅力的な自然・景観がある」が48.1%、「買い物が楽しめる」が40.3%であった。

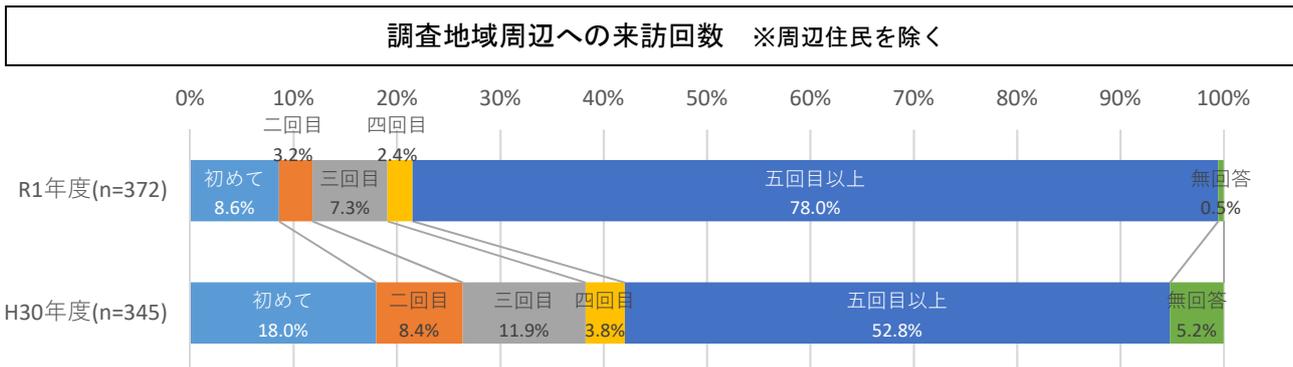


②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「買い物ができるから」は平成 30（2018）年度調査では 15.9%であったが、令和元（2019）年度調査では 40.6%と 24.7ポイント増加した。「保養・休養したいから」が、平成 30（2018）年度調査では 43.2%であったが、令和元（2019）年度調査では 11.3%と 31.9ポイント減少した。

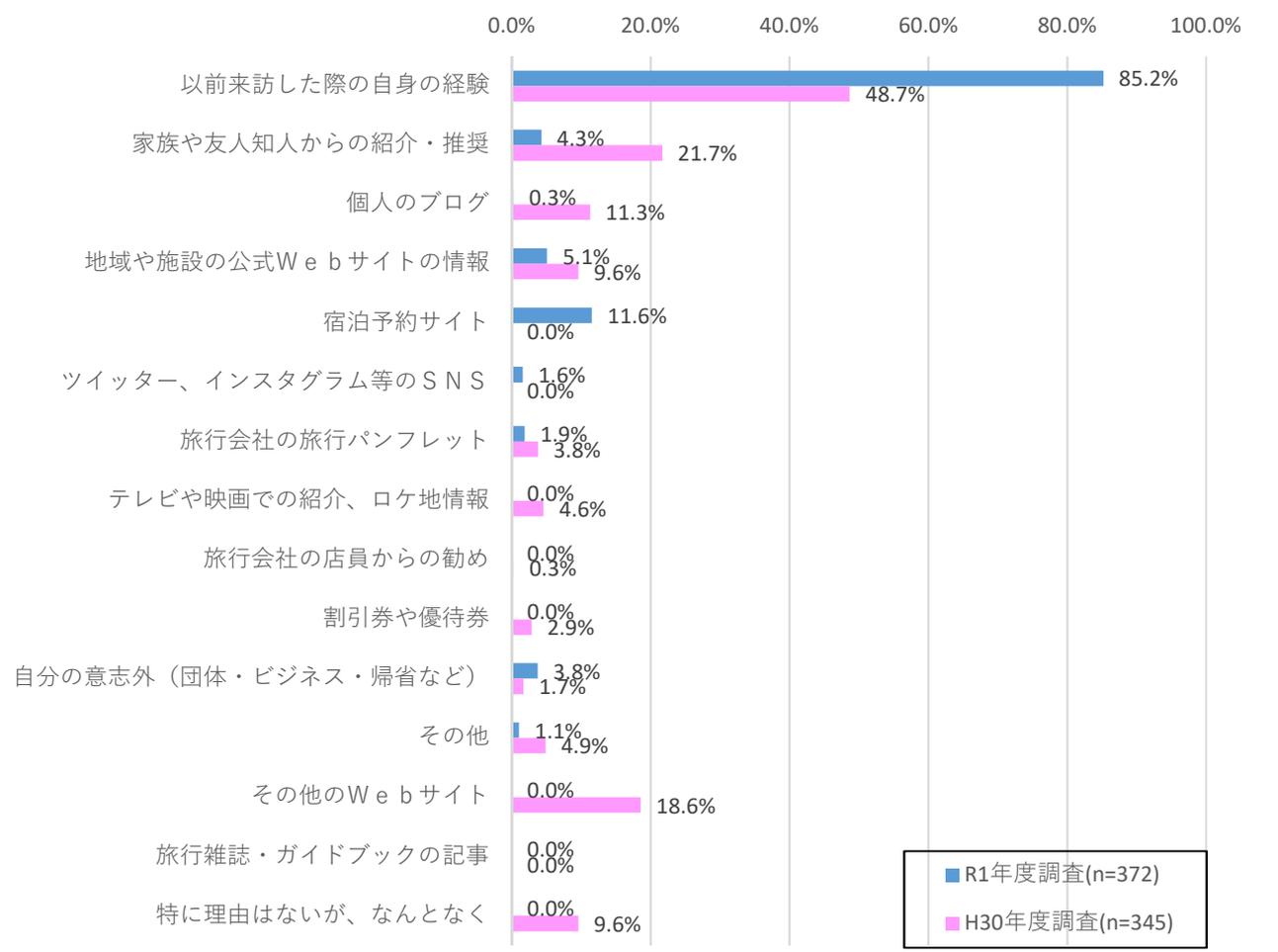


調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」は平成 30（2018）年度調査では 52.8%であったが、令和元（2019）年度調査では 78.0%と 25.2ポイント増加した。一方、「初めて」が平成 30（2018）年度調査では 18.0%であったが、令和元（2019）年度調査では 8.6%と 9.4ポイント減少した。



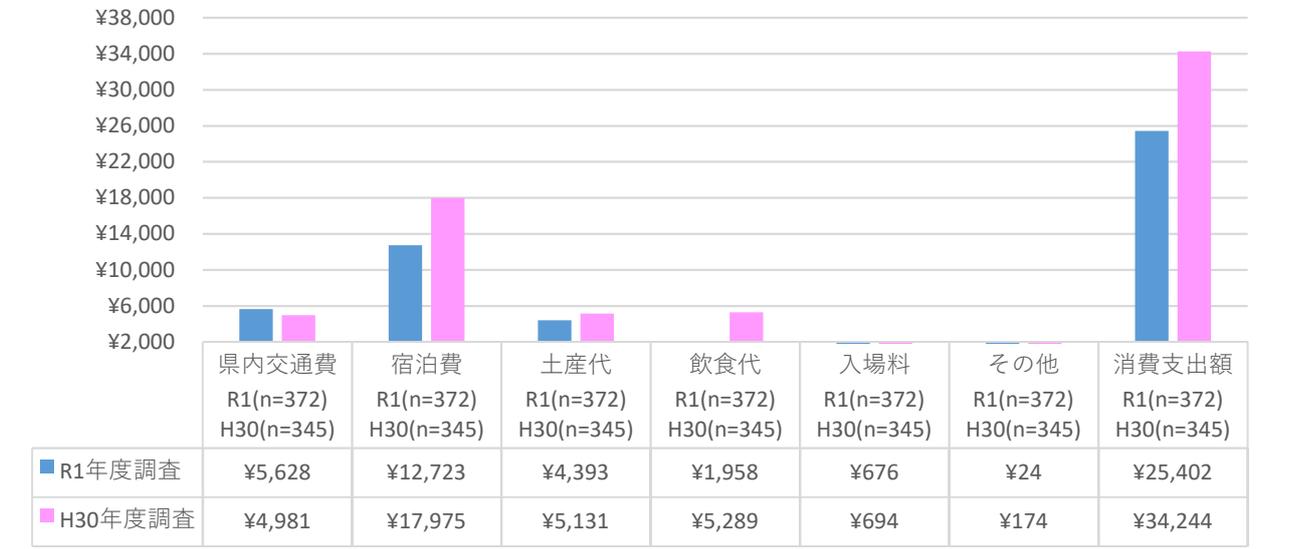
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が平成 30（2018）年度調査では 48.7%で最も高かったが、令和元（2019）年度調査では 85.2%と 36.5 ポイント増加した。一方、「家族や友人知人からの紹介・推奨」は平成 30（2018）年度調査では 21.7%だったが、令和元（2019）年度調査では 4.3%と 17.4 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



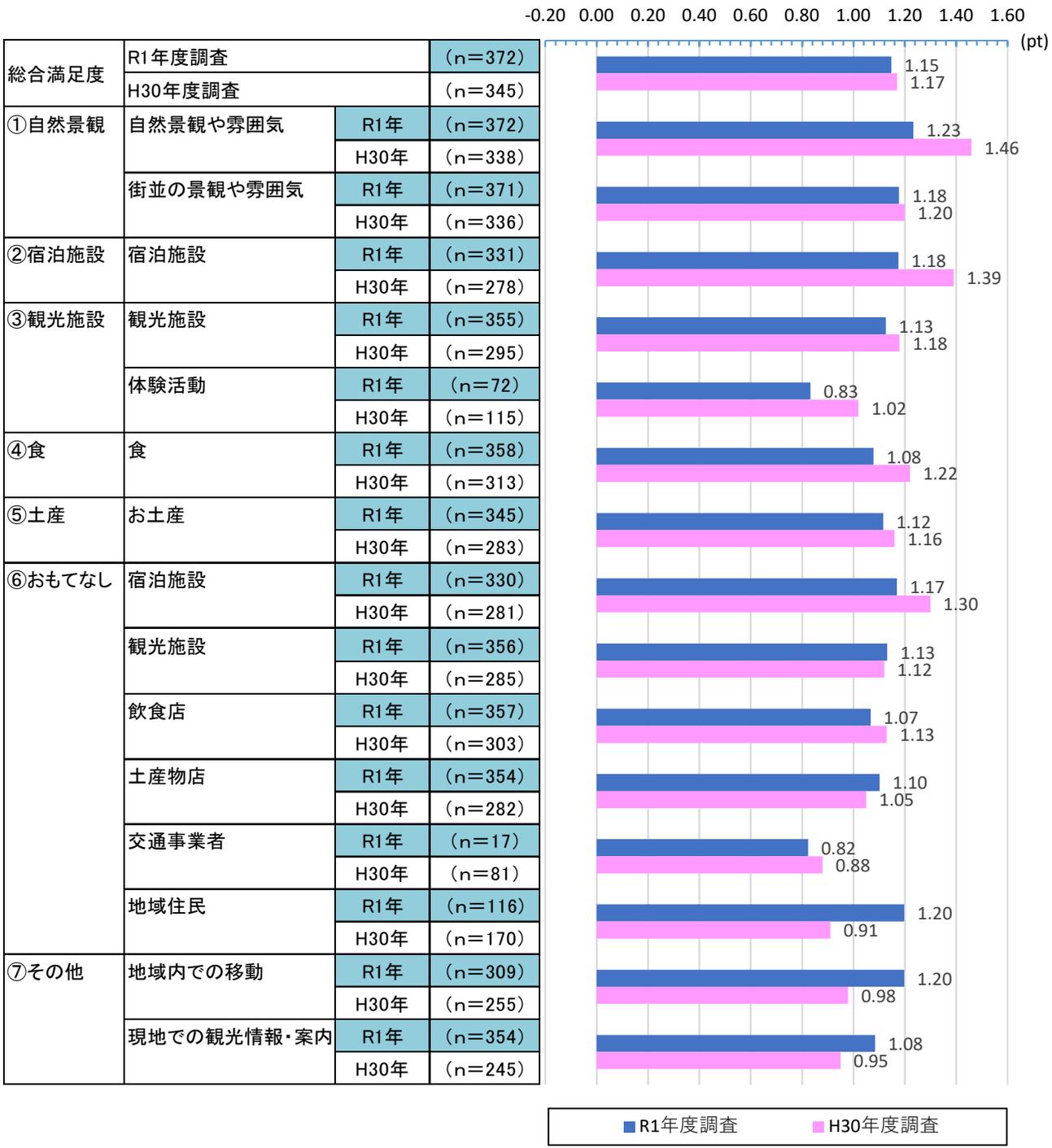
消費支出の総額は、平成 30（2018）年度調査では 34,244 円であったが、令和元（2019）年度調査では 25,402 円に減少した。

消費支出（総額）



総合満足度は、平成30(2018)年度調査で1.17であったが、令和元(2019)年度調査では1.15と0.02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30(2018)年度調査では1.46であったが、令和元(2019)年度調査では1.23と0.23ポイント減少した。

項目別満足度 (加重平均値)



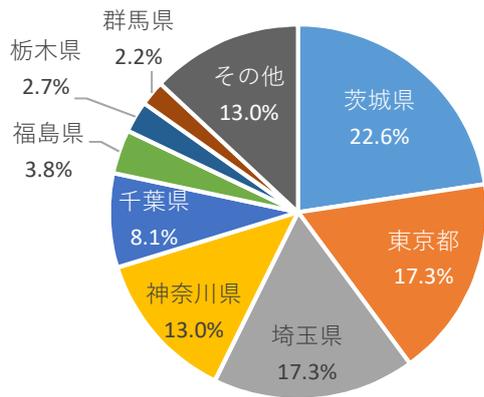
iii. 県央エリア

①令和元(2019)年度調査結果

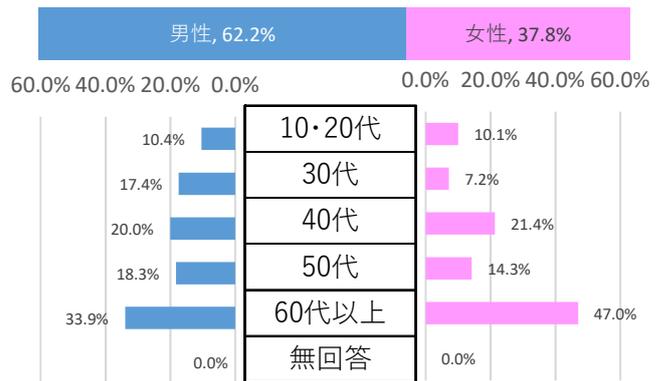
宿泊客(県央エリア) サンプル数: 185

お住まいは「茨城県」が最も多く 22.6%、次いで「東京都」が 17.3%、「埼玉県」が 17.3%であった。性別・年代は、男性・女性とも「60代以上」が最も多く、男性 33.9%、女性 47.0%であった。調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が 46.5%で最も多かった。同行者数は「2人」が 44.8%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 34.1%で最も多かった。

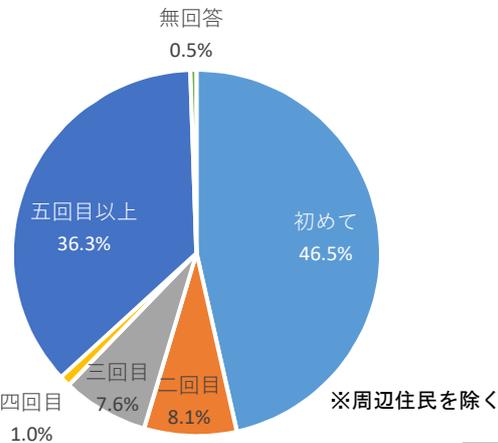
お住まい (n=185)



性別・年代 (n=185)



調査地域周辺への来訪回数 (n=185)

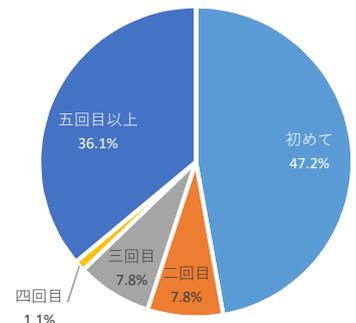


<内訳>

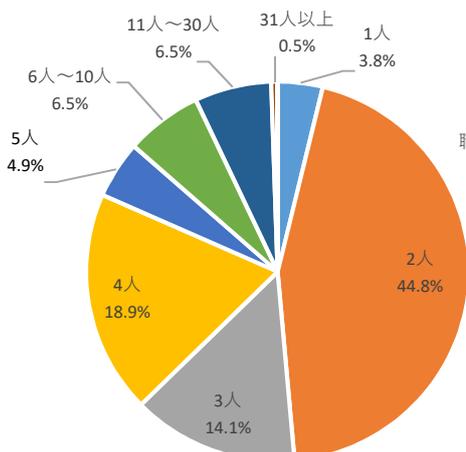
県内 (n=5)



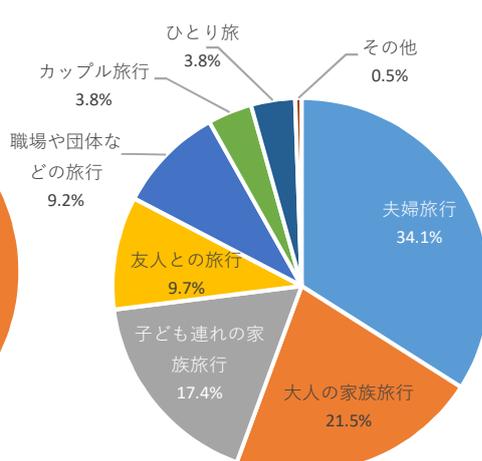
県外 (n=180)



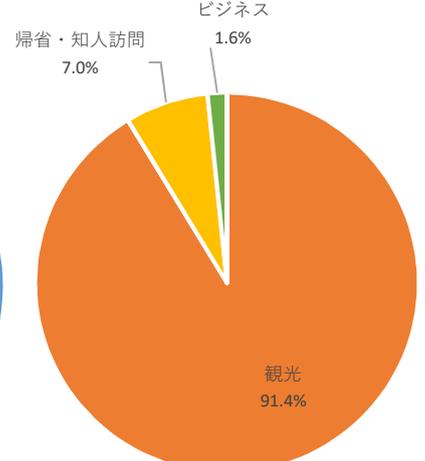
同行者数 ※回答者を含む (n=185)



同行者の関係 (n=185)

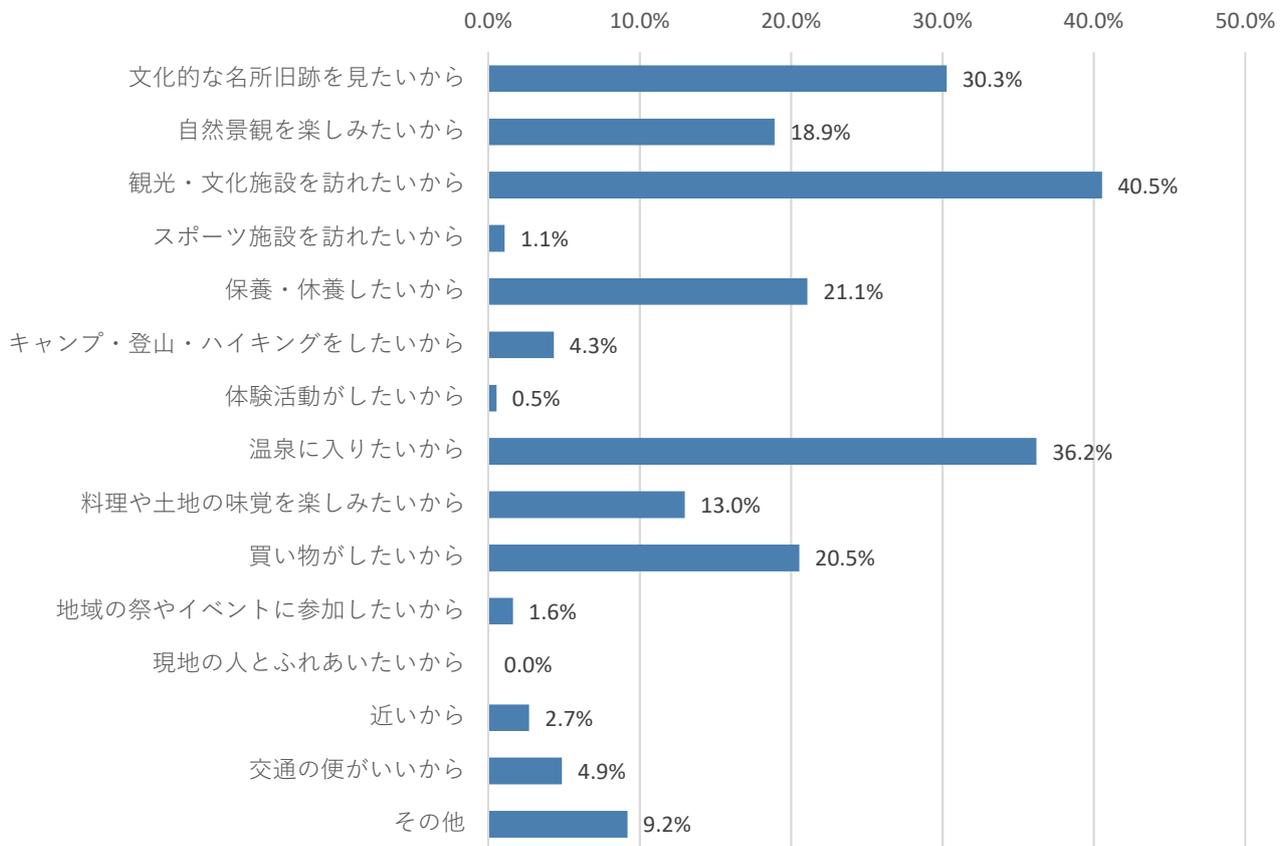


目的 (n=185)



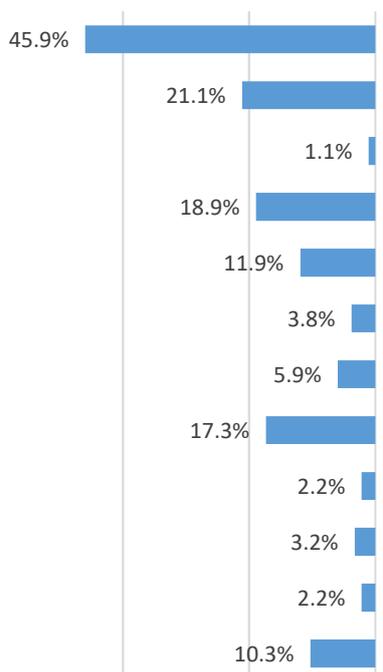
旅行先に選んだ理由は「観光・文化施設を訪れたいから」が40.5%で最も多く、次いで「温泉に入りたいから」が36.2%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が45.9%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が25.0%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=185）



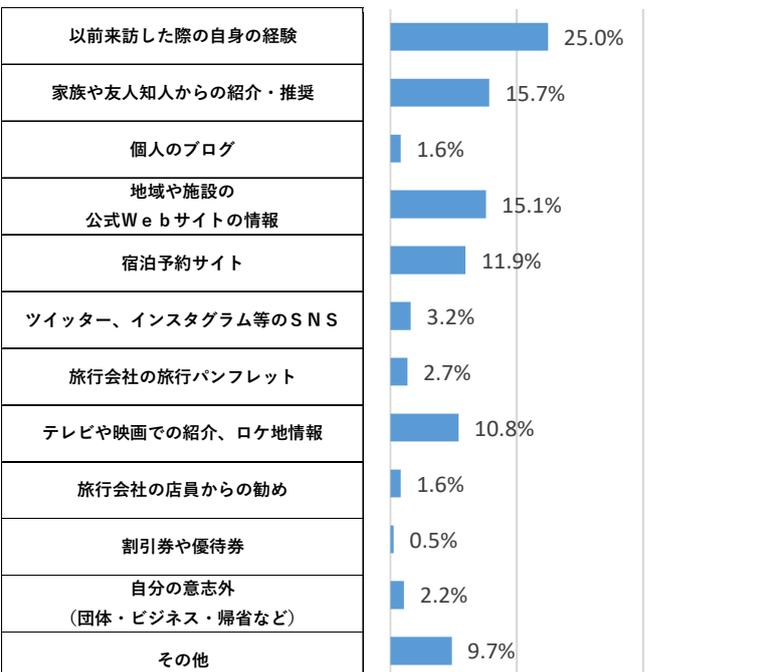
旅行先に選んだ情報源  
（複数回答）（n=185）

60.0% 40.0% 20.0% 0.0%



“決め手”となった情報源  
（単一回答）（n=185）

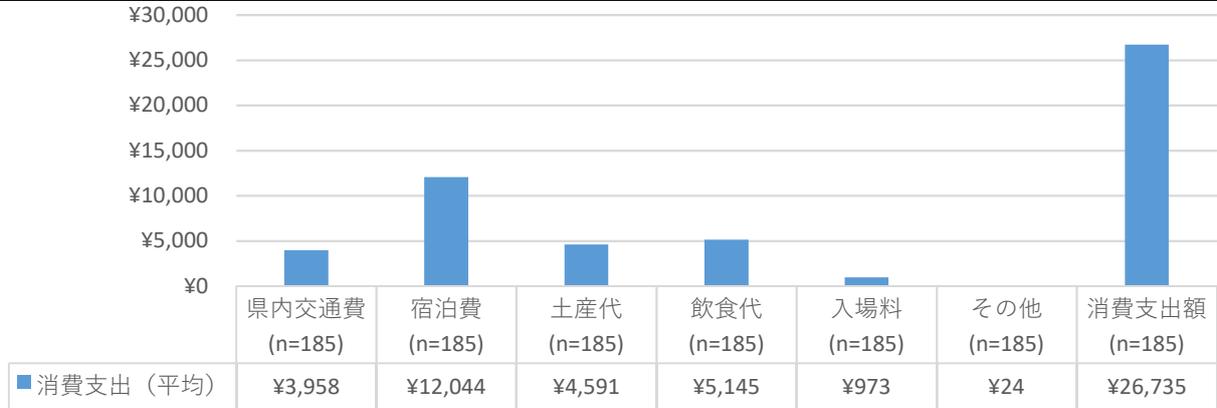
0.0% 20.0% 40.0% 60.0%



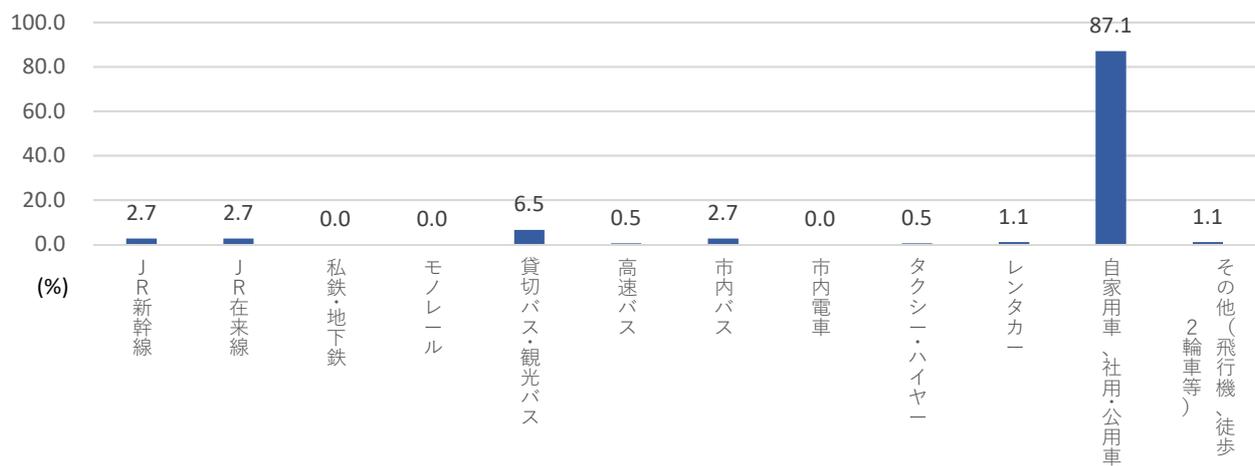
消費支出の平均は、総額で 26,735 円であった。内訳は、「宿泊費」が 12,044 円で最も多く、次いで「飲食代」が 5,145 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 87.1%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は「鬼怒川温泉」、「神事流鏑馬・秋季（日光東照宮）」がともに 9 人であった。

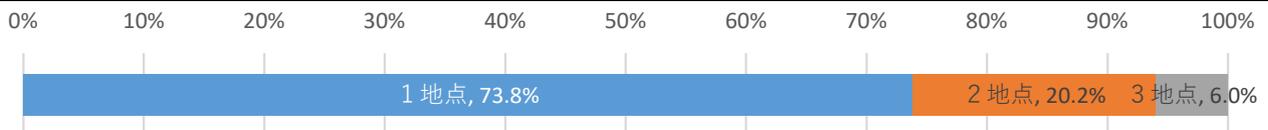
消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=185）



立ち寄り観光施設（n=84）※（ ）内は施設に立ち寄った人数



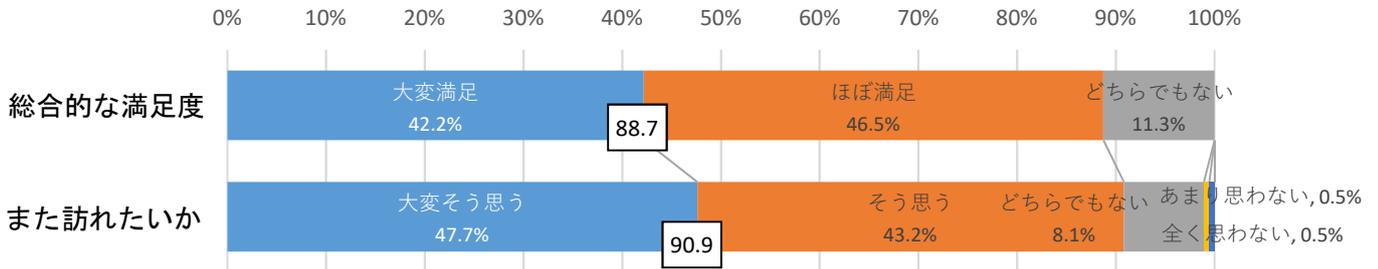
日光	那須	県央	県南
鬼怒川温泉 (9)	栃木県ながわ水遊園 (8)	ろまんちっく村 (5)	佐野プレミアム・アウトレット (5)
神事流鏑馬・秋季（日光東照宮） (9)	那須ガーデンアウトレット (4)	馬頭温泉郷 (4)	道の駅どまんかたぬま (1)
二社一寺参拝者(4)	ホテルサンパレー那須 (3)	来らっせ(3)	県東
華厳滝 (3)	千本松牧場 (2)	かんばの宿 喜連川温泉(3)	道の駅もてぎ(2)
東武ワールドスクウェア (2)	ホテルエビナール那須 (1)	いわむらかずお絵本の丘美術館 (3)	友遊はが(2)
神事流鏑馬・春季（日光東照宮） (2)	那須スポーツパーク (1)	サンタヒルズキャンプ場(3)	陶芸メッセ・益子 (2)
日光街道ニコニコ本陣(1)	道の駅那須与一の郷(1)	ゆりがねの湯(2)	
日光湯元温泉 (1)	雲巖寺 (1)	喜連川カントリークラブ (1)	
道の駅湯西川 (1)	アグリバル塩原 (1)	馬頭広重美術館 (1)	
足尾銅山観光 (1)	那須アルパカ牧場 (1)	早乙女温泉 (1)	
塩原温泉郷 (1)	黒羽物産センター・くらしの館 (1)	まほろばの湯湯親館 (1)	
湯西川温泉 (1)	那須高原友愛の森(1)	鶯子山上神社 (1)	
日光江戸村 (1)	那須サファリパーク (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。

道の駅きつれがわ (4)、道の駅ばとう (1)、大谷資料館 (4)

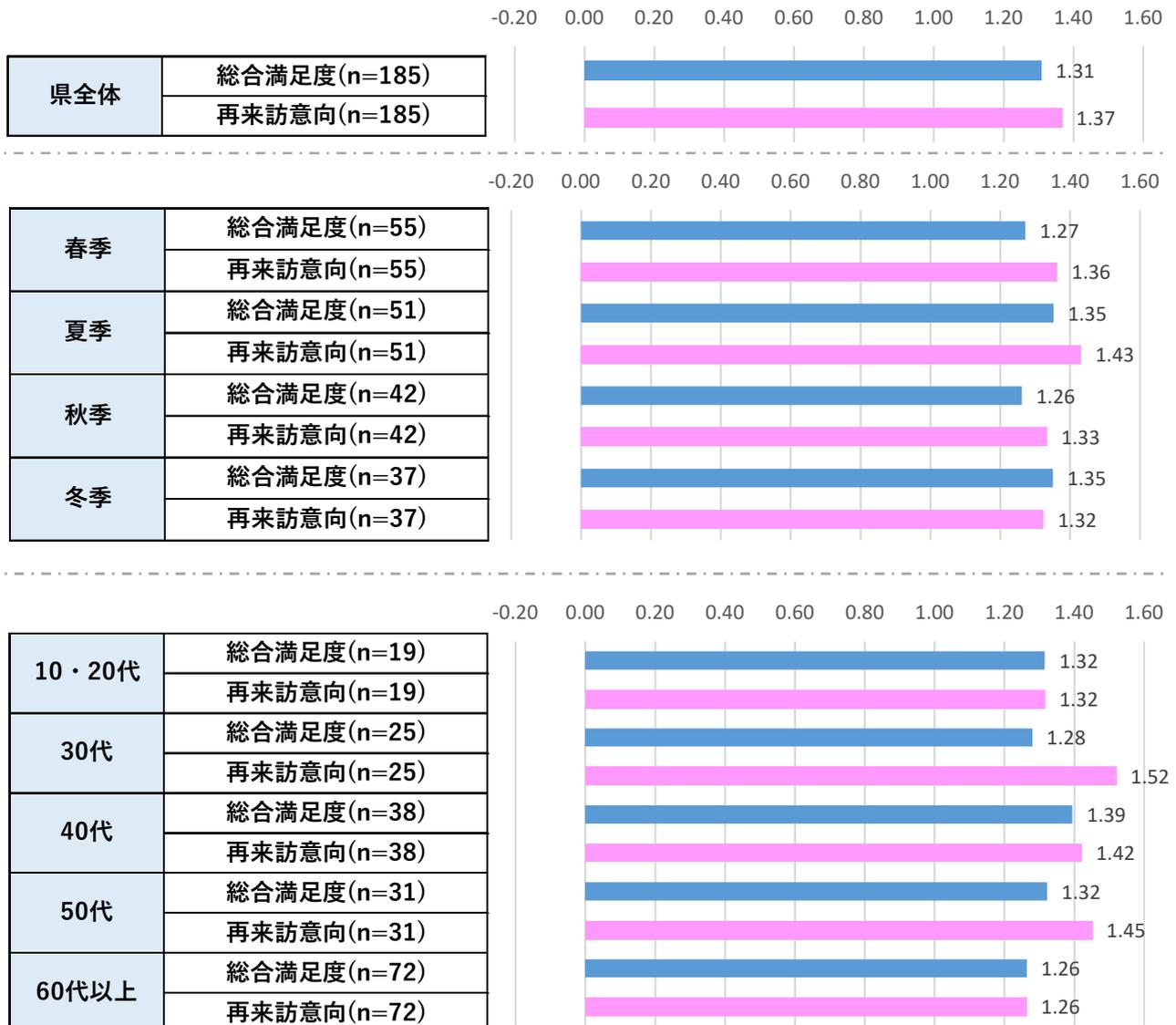
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が88.7%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が90.9%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=185)



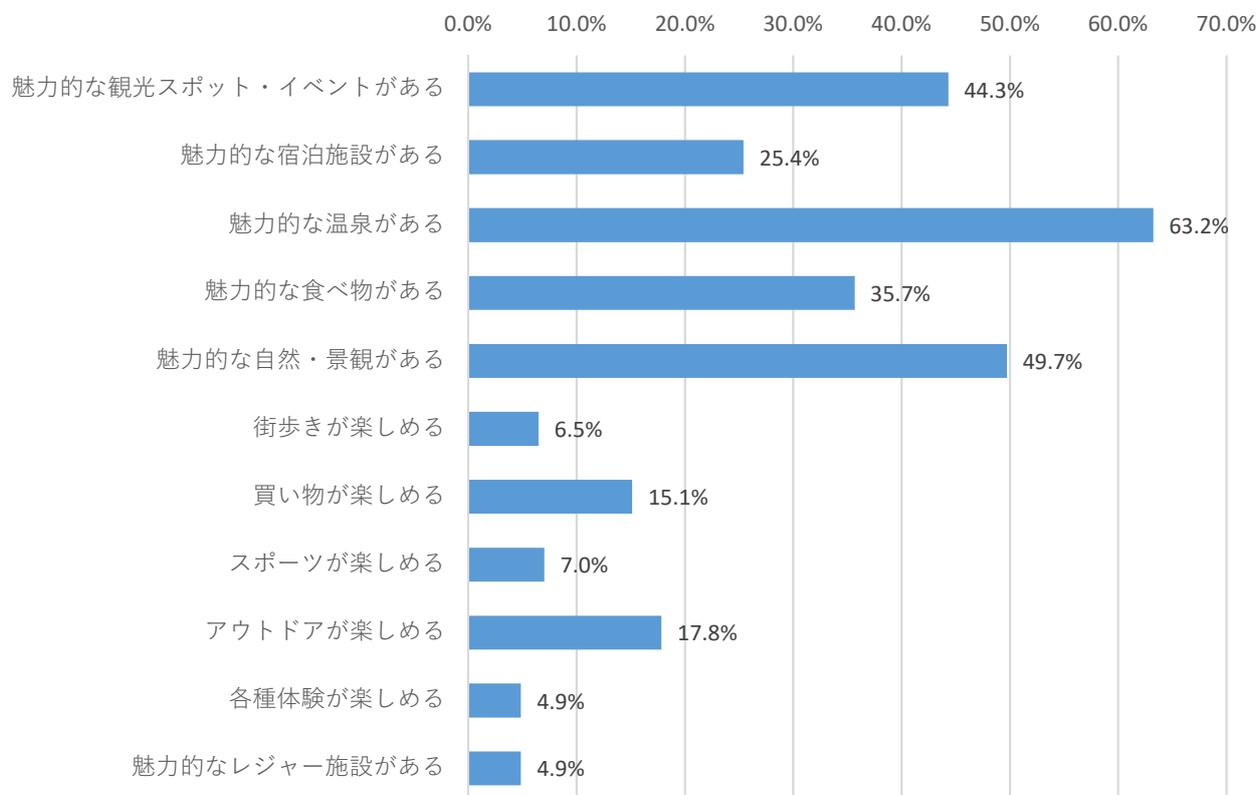
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「夏季」と「冬季」が1.35で最も高く、「秋季」が1.26で最も低かった。再来訪意向については、「夏季」が1.43で最も高く、「冬季」が1.32で最も低かった。  
年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.39で最も高く、「60代以上」が1.26で最も低かった。再来訪意向については、「30代」が1.52で最も高く、「60代以上」が1.26で最も低かった。



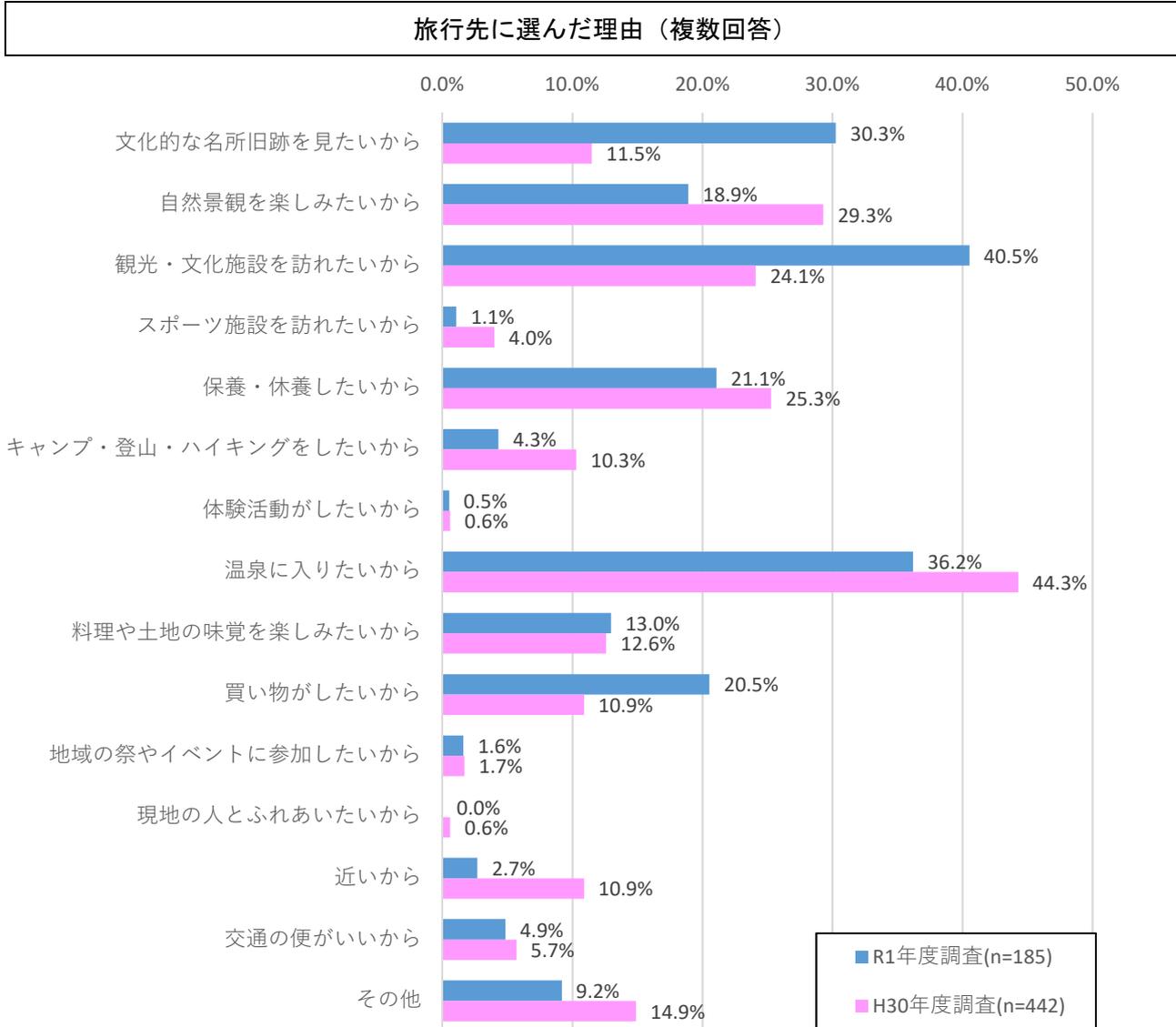
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=185）

栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、県央エリアでは「魅力的な温泉がある」が63.2%で最も多く、次いで「魅力的な自然・景観がある」が49.7%、「魅力的な観光スポット・イベントがある」が44.3%であった。

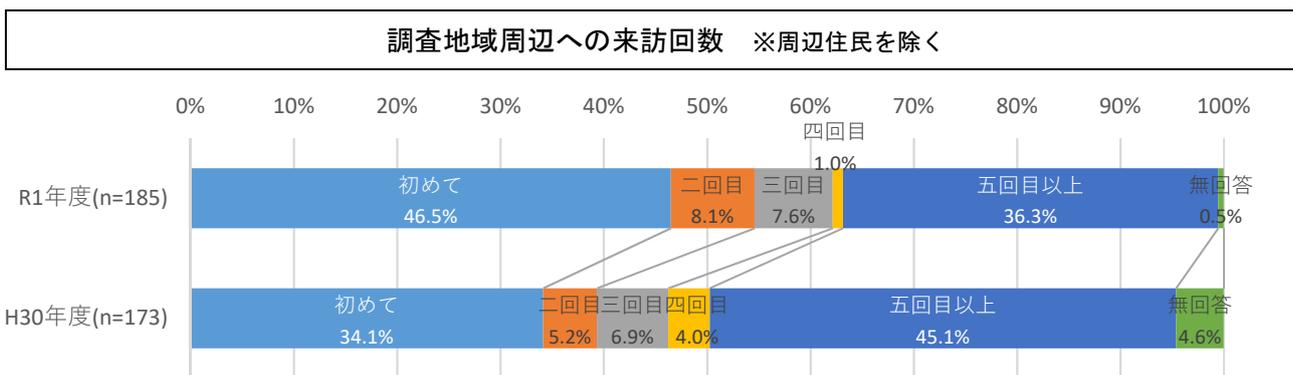


②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「文化的な名所旧跡を見たいから」は平成 30（2018）年度調査では 11.5%であったが、令和元（2019）年度調査では 30.3%と 18.8 ポイント増加した。一方、「温泉に入りたいから」が、平成 30（2018）年度調査では 44.3%で最も多いが、令和元（2019）年度では 36.2%と 8.1 ポイント減少した。

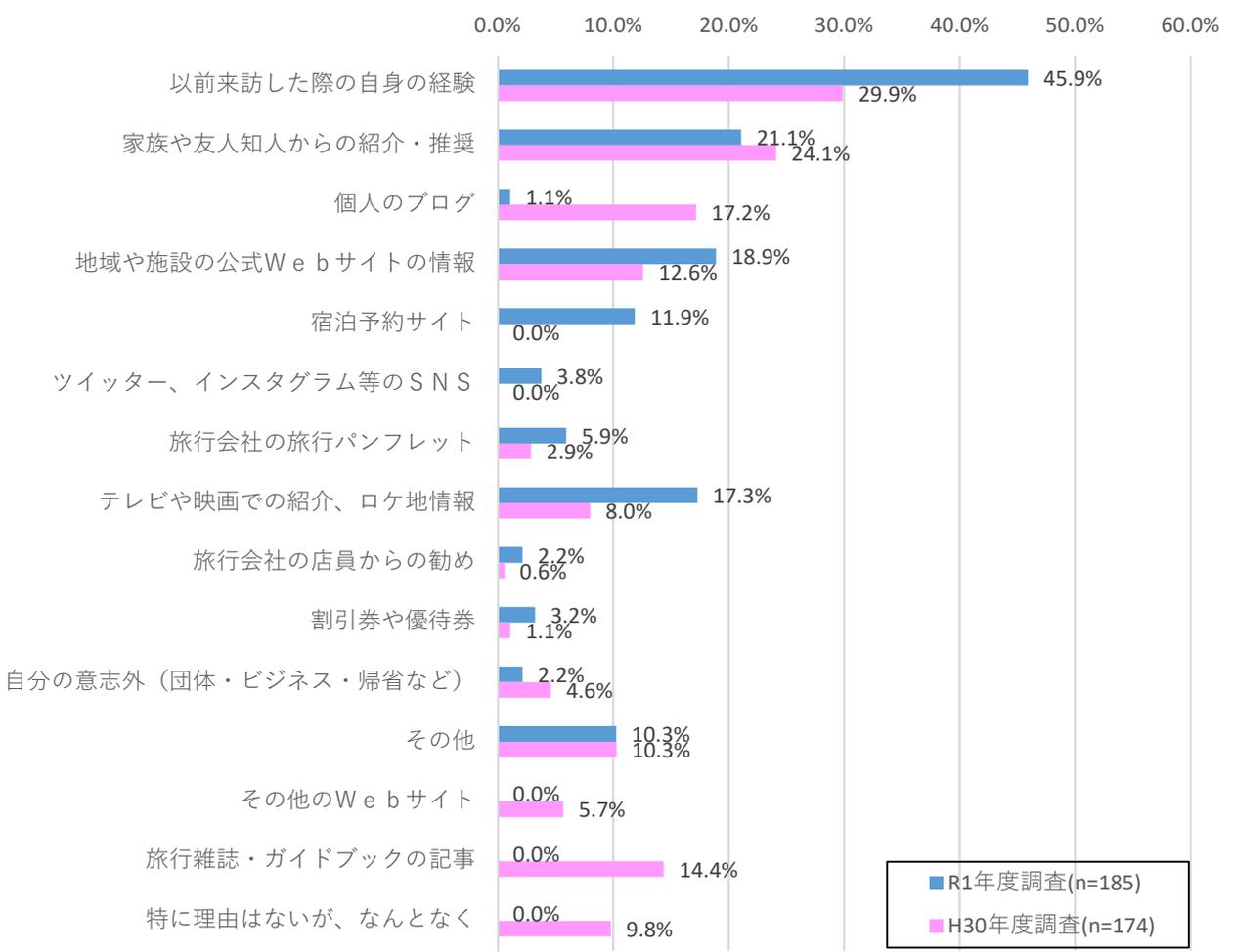


調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成 30（2018）年度調査では 34.1%であったが、令和元（2019）年度調査では 46.5%と 12.4 ポイント増加した。また、「五回目以上」は平成 30（2018）年度調査で 45.1%であったが、令和元（2019）年度調査では 36.3%と 8.8 ポイント減少した。



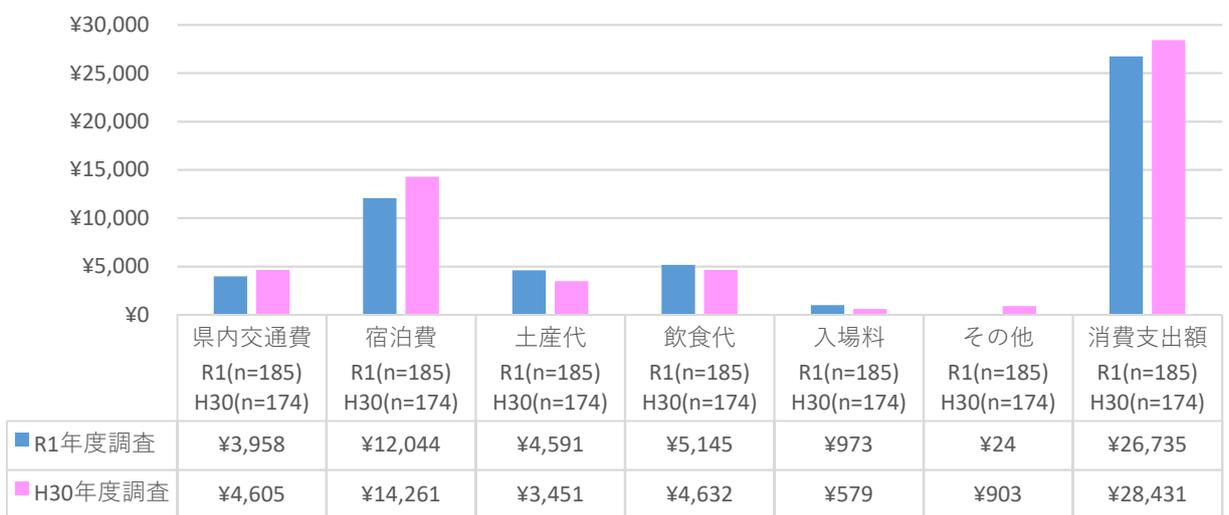
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が平成 30（2018）年度調査では 29.9%であったが、令和元（2019）年度調査では 45.9%と 16.0ポイント増加した。一方、「個人のブログ」は平成 30（2018）年度調査では 17.2%であったが、令和元（2019）年度調査では 1.1%と 16.1ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



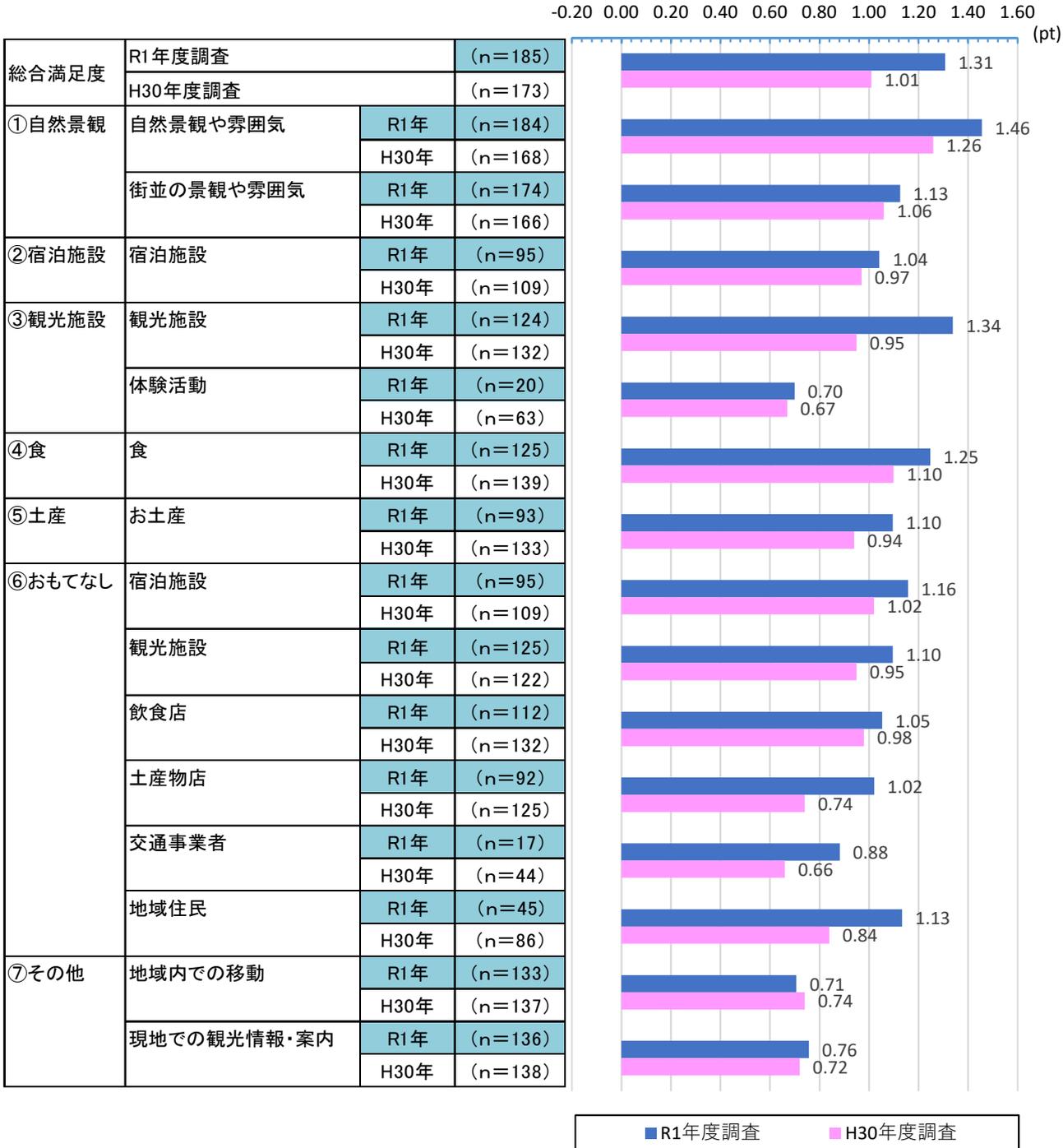
消費支出の総額は、平成 30（2018）年度調査では 28,431 円であったが、令和元（2019）年度調査では 26,735 円に減少した。

消費支出（総額）



総合満足度は、平成30(2018)年度調査では1.01であったが、令和元(2019)年度調査では1.31と0.3ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成30(2018)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30(2018)年度調査は1.26であったのに対し、令和元(2019)年度調査では1.46と0.2ポイント増加した。

項目別満足度 (加重平均値)



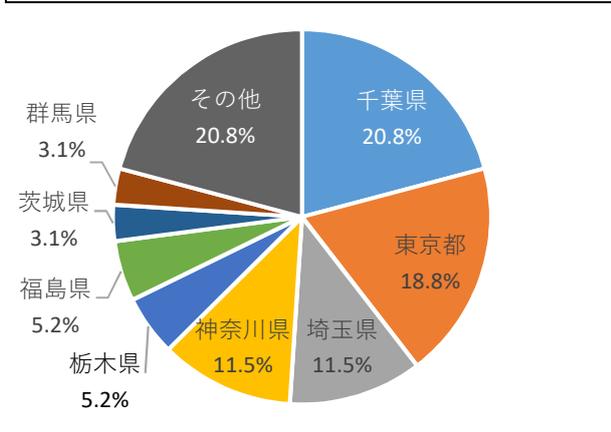
iv. 県南エリア

①令和元（2019）年度調査結果

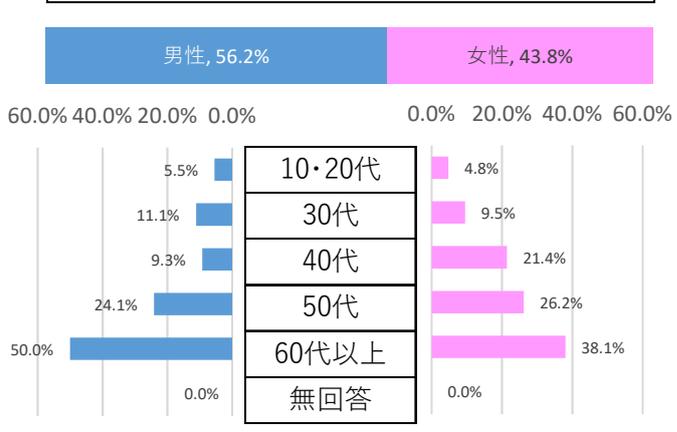
宿泊客（県南エリア） サンプル数：96

お住まいは「千葉県」が最も多く 20.8%、次いで「東京都」が 18.8%、「埼玉県」「神奈川県」が 11.5%であった。年代は、男性・女性ともに「60代以上」が最も多く、男性は 50.0%、女性は 38.1%であった。  
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が 65.6%で最も多かった。  
同行者数は「2人」が 58.3%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 37.4%で最も多かった。

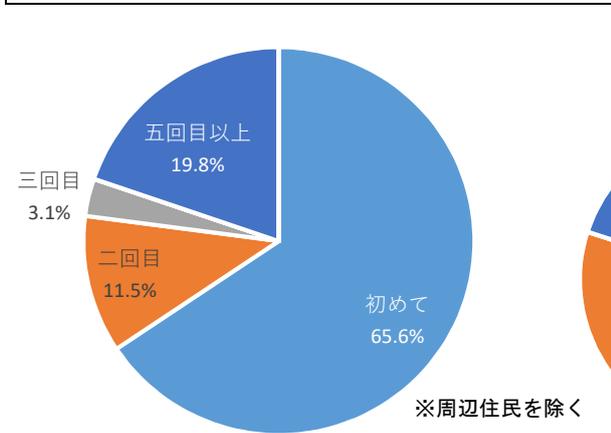
お住まい (n=96)



性別・年代 (n=96)



調査地域周辺への来訪回数 (n=96)



<内訳>

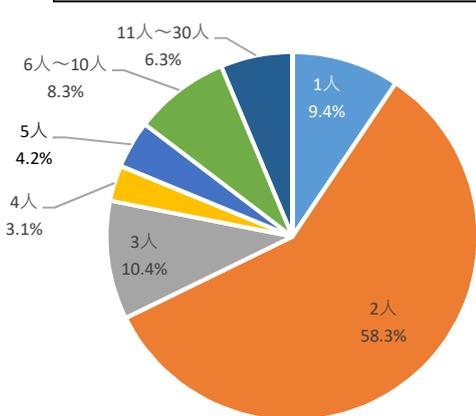
県内 (n=5)



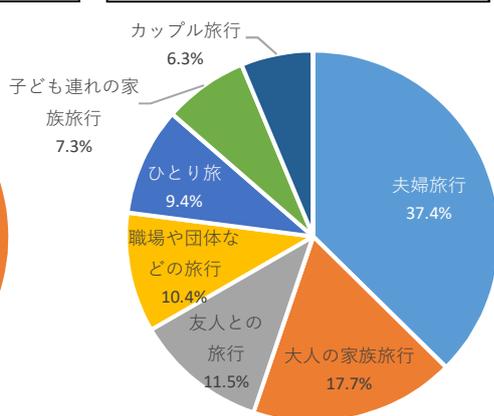
県外 (n=91)



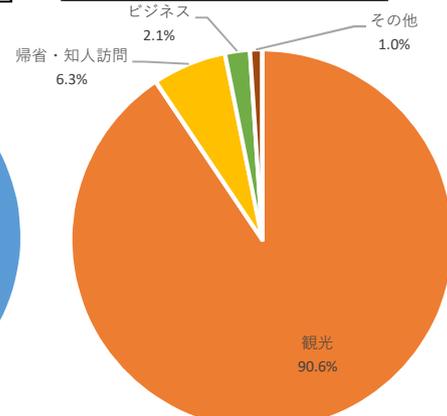
同行者数 ※回答者を含む (n=96)



同行者の関係 (n=96)

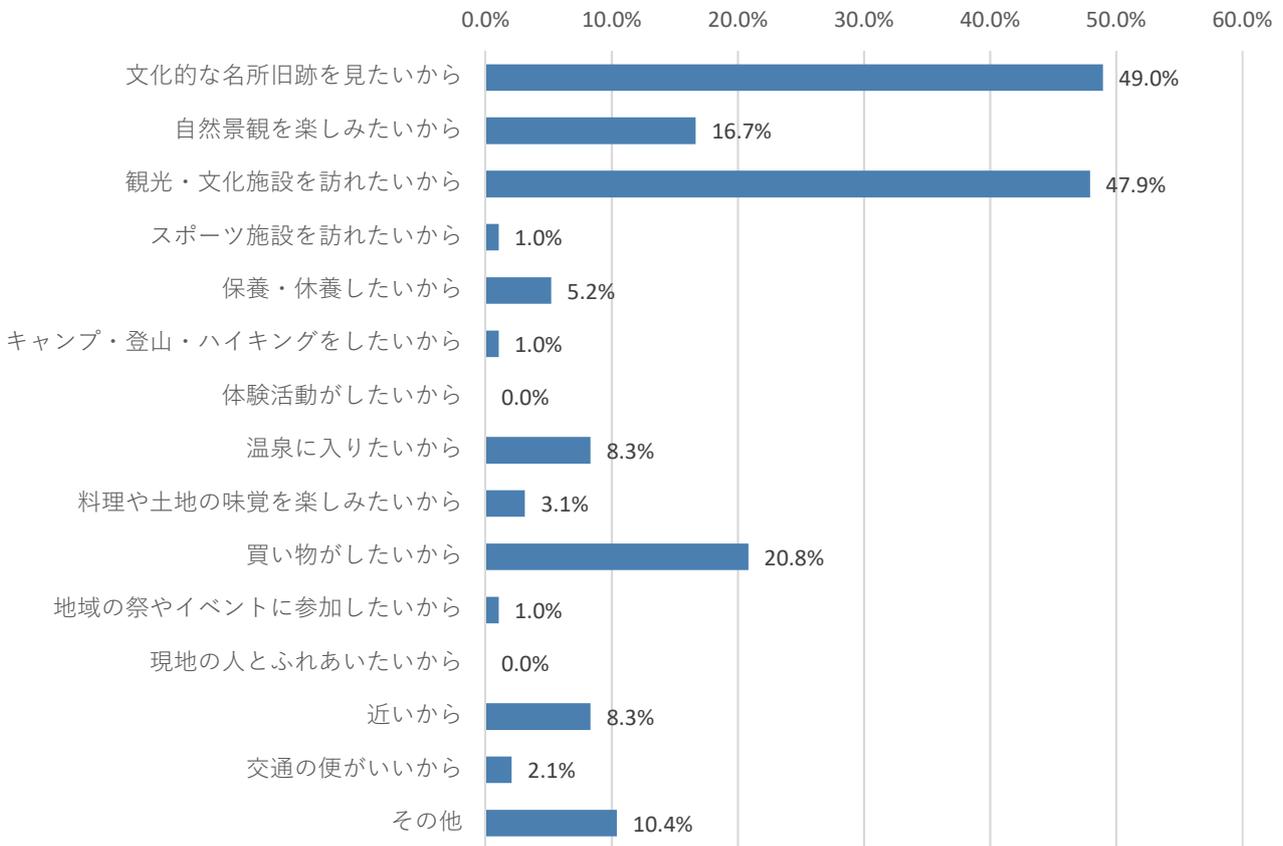


目的 (n=96)



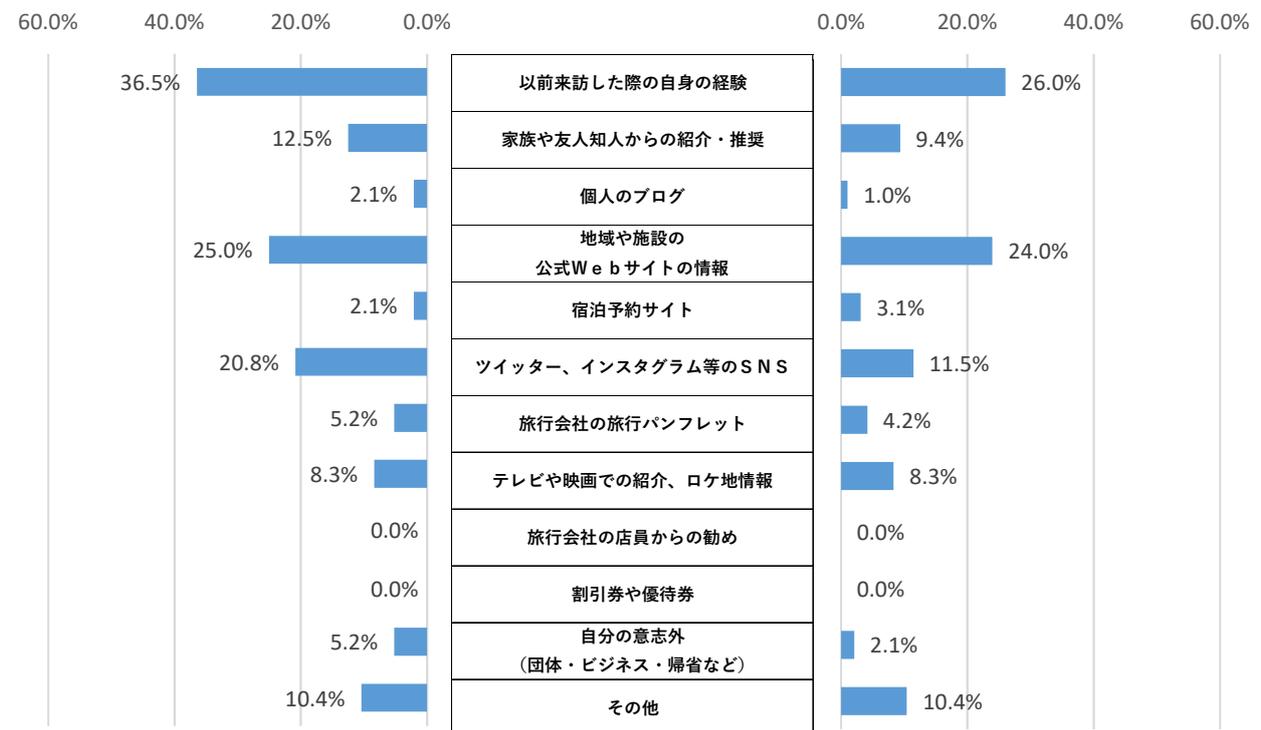
旅行先に選んだ理由は「文化的な名所旧跡を見たいから」が49.0%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が47.9%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が36.5%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が26.0%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=96）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=96）

“決め手”となった情報源（単一回答）（n=96）

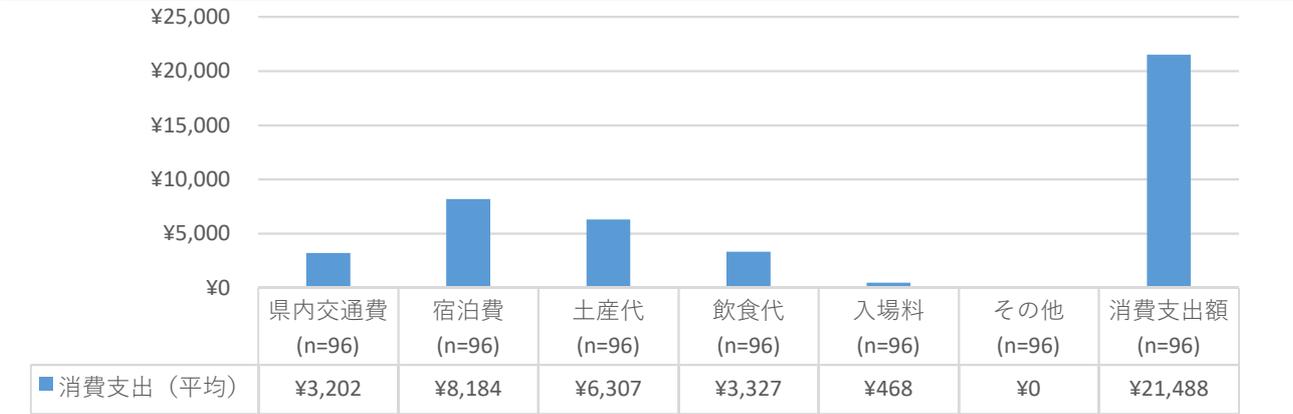


第2章 観光客調査 調査結果

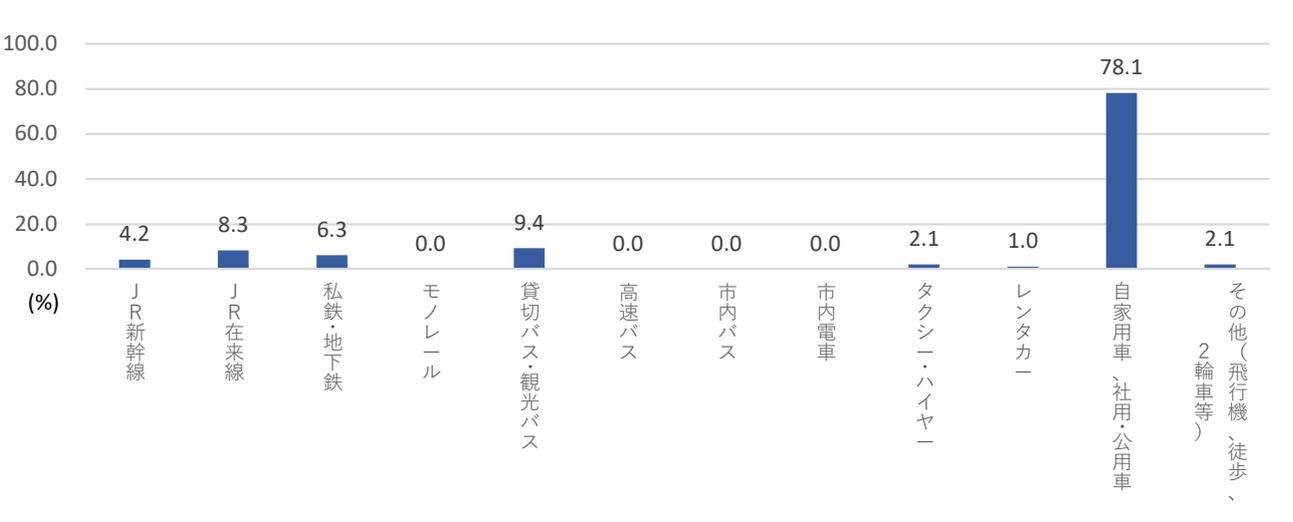
2. 宿泊客 (2)エリア別 iv. 県南エリア

消費支出の平均は、総額で 21,488 円であった。内訳は、「宿泊費」が 8,184 円で最も多く、次いで「土産代」が 6,307 円であった。  
 利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 78.1%で最も多かった。  
 立ち寄り観光施設は、「あしががフラワーパーク」が 10 人で最も多く、次いで「鑿阿寺」が 8 人であった。

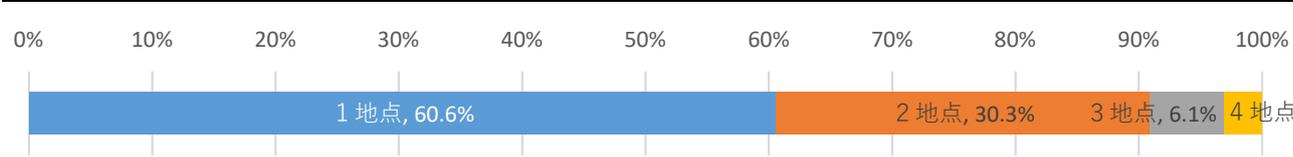
消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=96）



立ち寄り観光施設（n=33）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

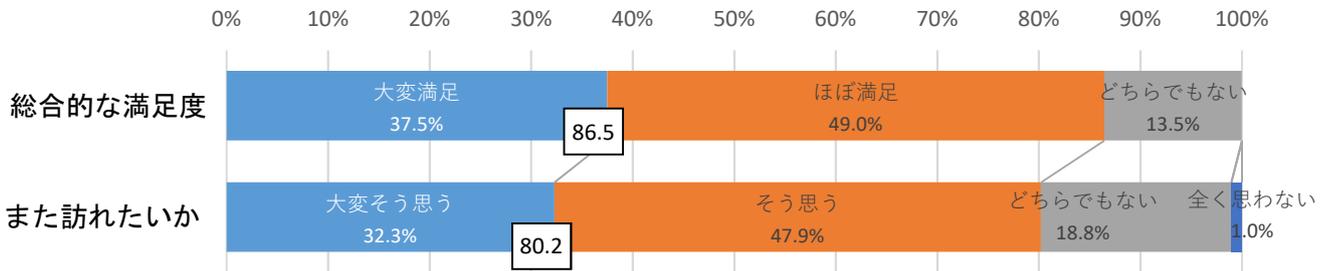


日光	日光	県南	県南
鬼怒川温泉 (3)	華厳滝 (1)	あしががフラワーパーク (10)	道の駅みかも (1)
二社一寺参拝者 (2)	神事流鏝馬・秋季（日光東照宮） (1)	鑿阿寺 (8)	蔵の街遊覧船 (1)
川治温泉 (2)	二荒山神社中宮祠 (1)	佐野厄よけ大師 (2)	まつだ川ダムふれあい広場 (1)
日光江戸村 (1)	県央	ココ・ファーム・ワイナリー収穫祭 (2)	
東武ワールドスクウェア (1)	大谷資料館 (7)	栗田美術館 (2)	
霧降の滝 (1)		織姫公園 (1)	

※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。  
 岩下の新生姜ミュージアム (1)、佐野プレミアム・アウトレット (1)

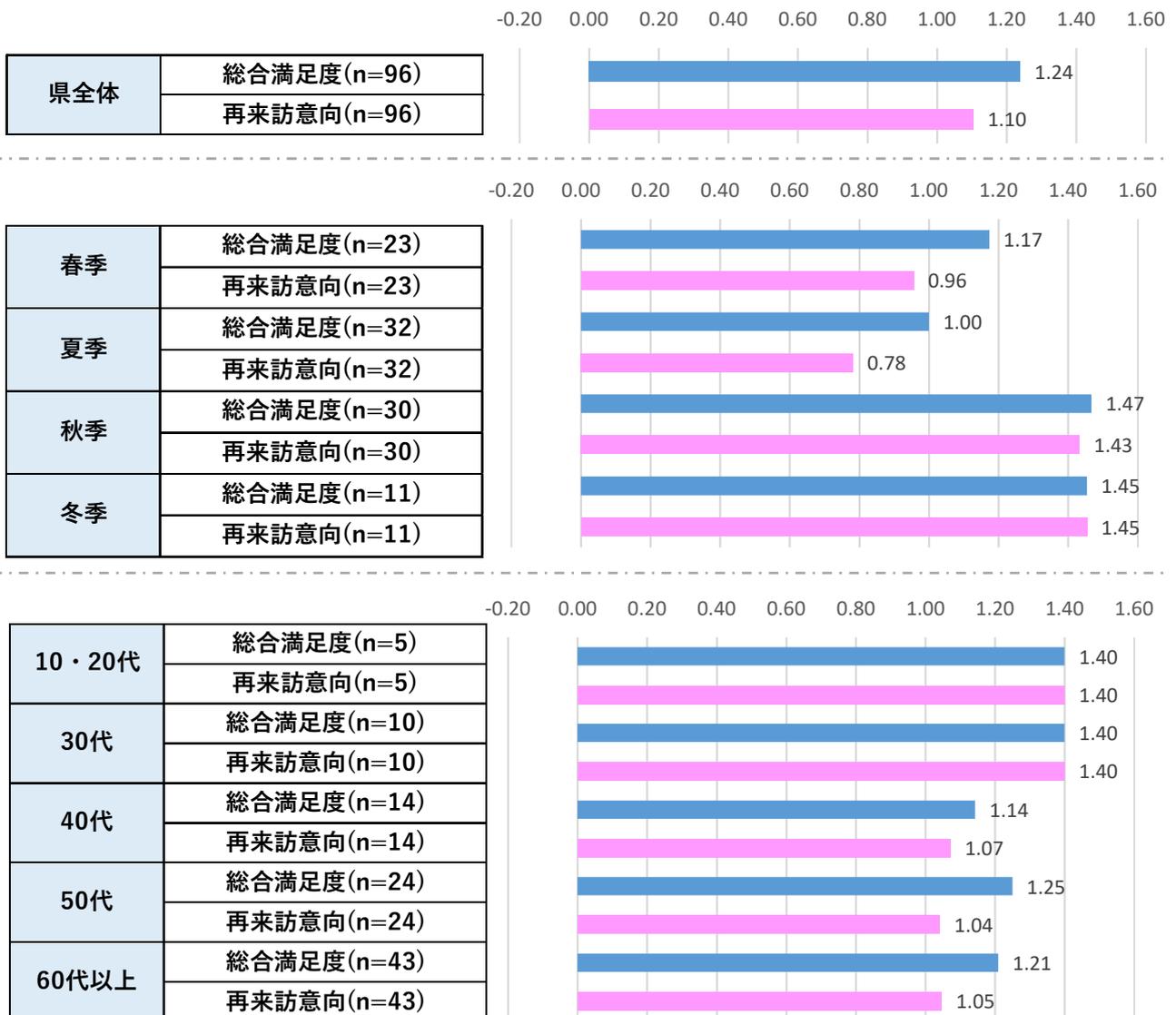
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が86.5%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が80.2%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=96)



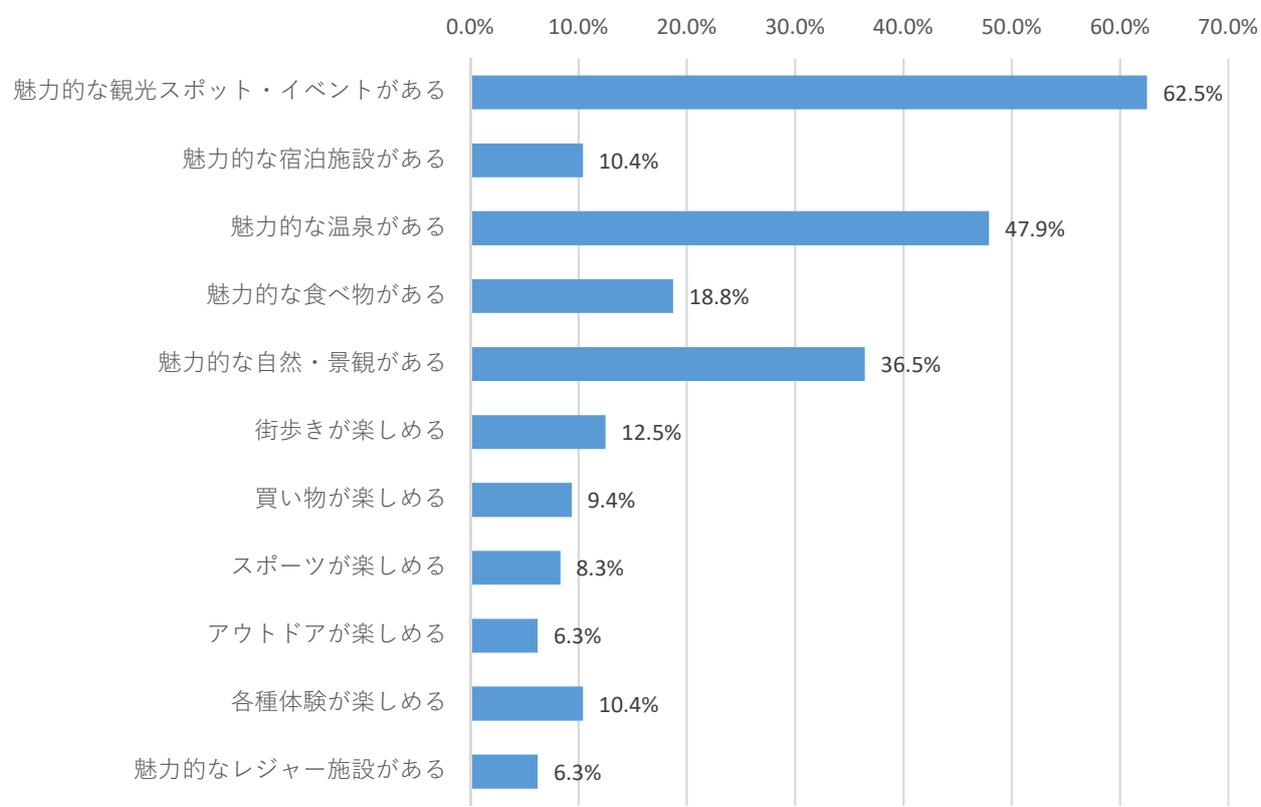
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「秋季」が1.47で最も高く、「夏季」が1.00で最も低かった。再来訪意向については「冬季」が1.45で最も高く、「夏季」は0.78で最も低かった。  
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」「30代」が1.40で最も高く、「40代」が1.14で最も低かった。再来訪意向については、「10・20代」「30代」が1.40で最も高く、「50代」が1.04で最も低かった。



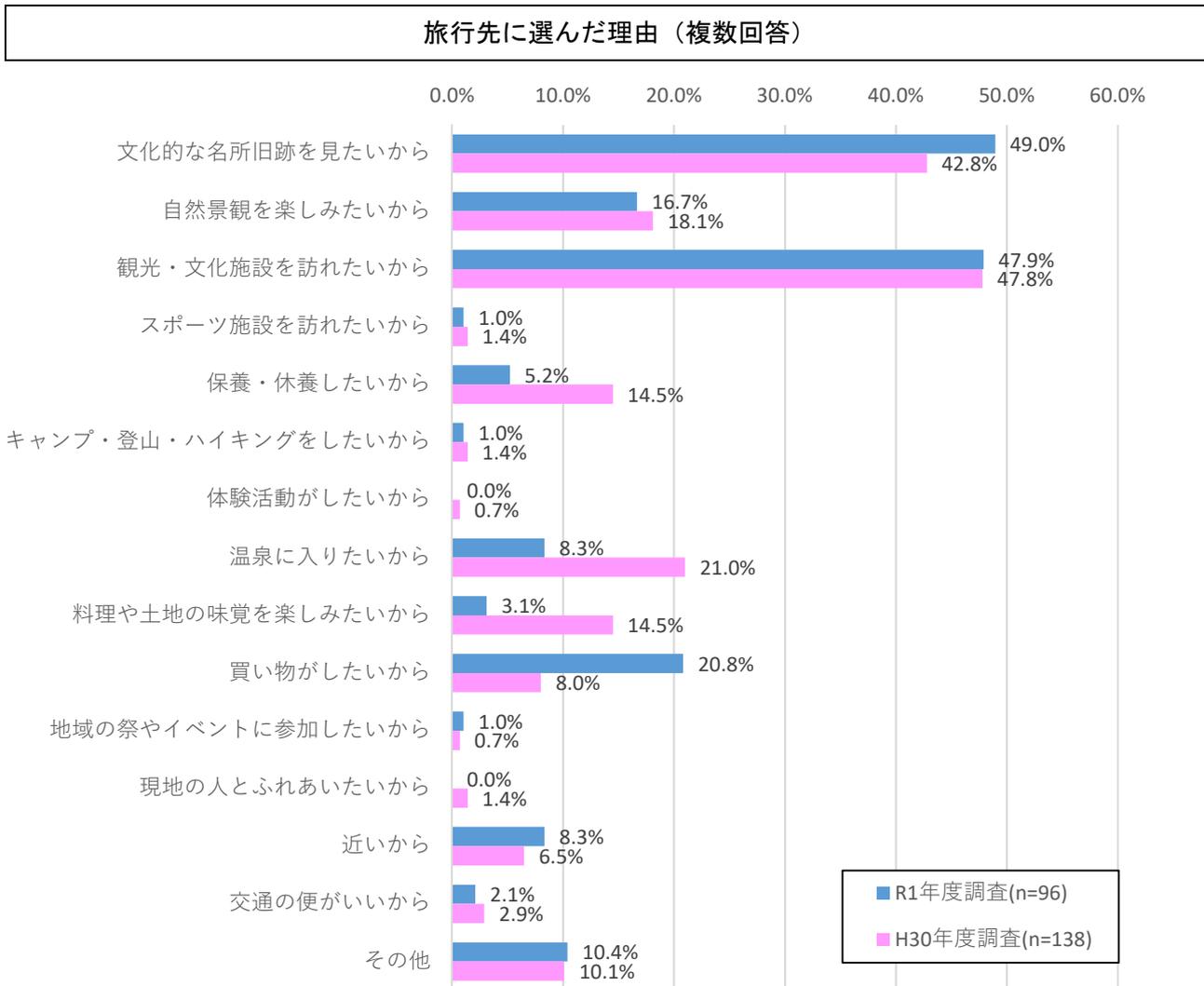
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=96）

栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、県南エリアでは「魅力的な観光スポット・イベントがある」が62.5%で最も多く、次いで「魅力的な温泉がある」が47.9%、「魅力的な自然・景観がある」が36.5%であった。

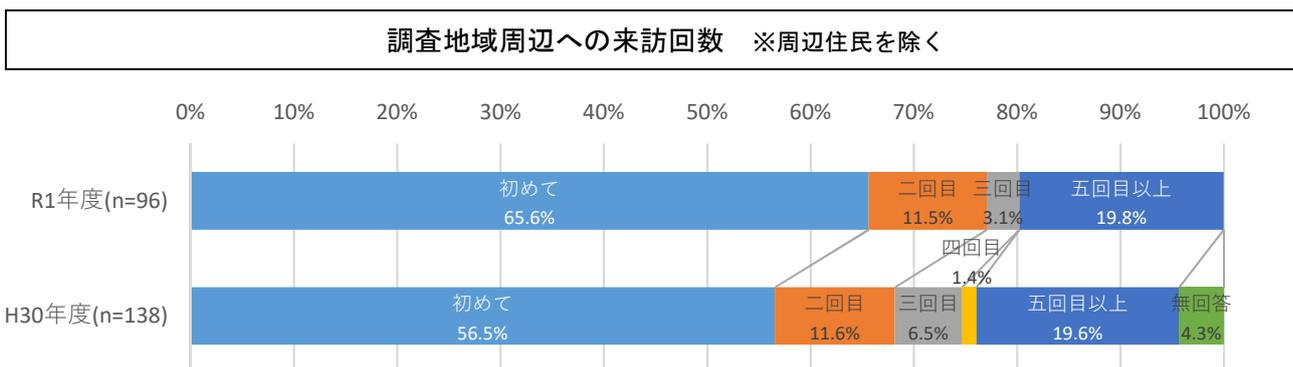


②過去調査との比較

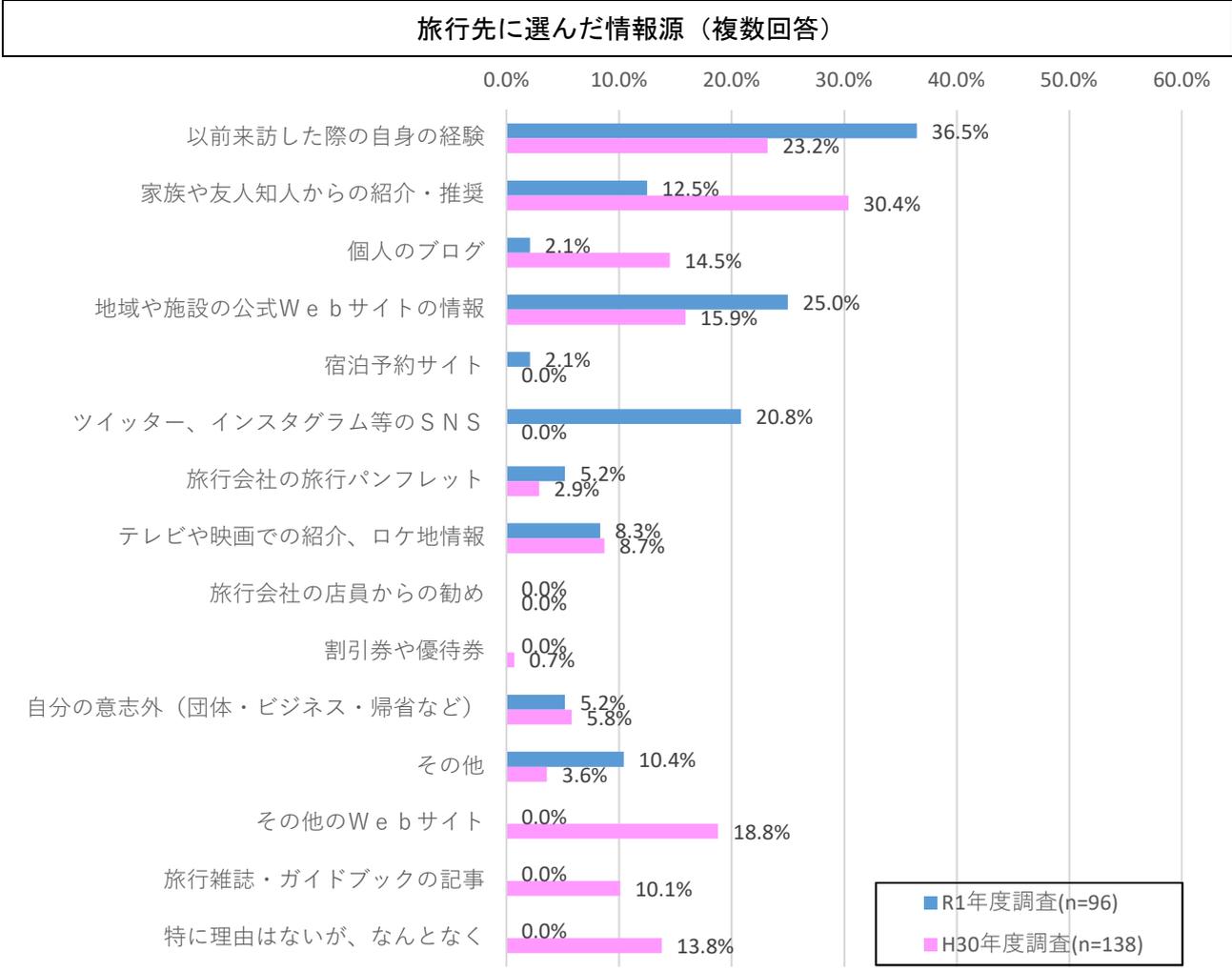
旅行先に選んだ理由は、「文化的な名所旧跡を見たいから」が最も多く、平成30（2018）年度調査では42.8%であったが、令和元（2019）年度調査では49.0%と6.2ポイント増加した。次いで「買い物が見たいから」は平成30（2018）年度調査で8.0%であったが、令和元（2019）年度調査では20.8%と12.8ポイント増加した。一方、「温泉に入りたいから」は平成30（2018）年度調査の21.0%に対し、令和元（2019）年度調査では8.3%と12.7ポイント減少した。



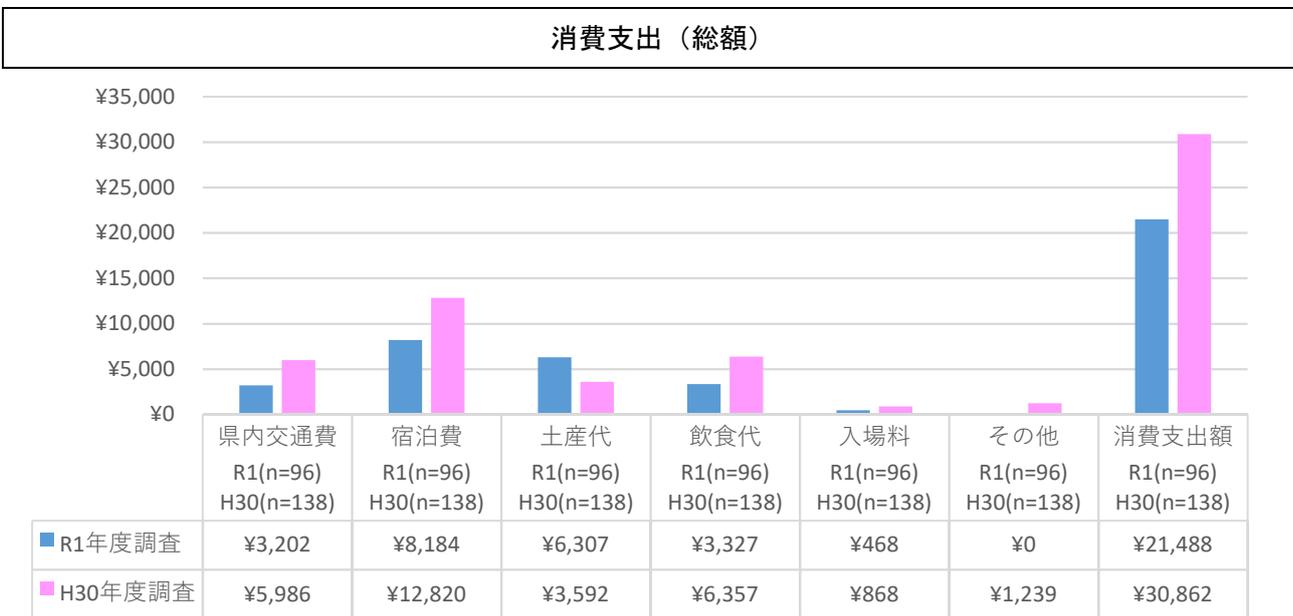
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が平成30（2018）年度調査で56.5%であったが、令和元（2019）年度調査では65.6%と9.1ポイント増加した。一方、「三回目」は平成30（2018）年度調査では6.5%であったが、令和元（2019）年度調査では3.1%と3.4ポイント減少した。



旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が平成 30（2018）年度調査では 23.2%であったが、令和元（2019）年度調査では 36.5%と 13.3 ポイント増加した。一方、「家族や友人知人からの紹介・推奨」が平成 30（2018）年度調査では 30.4%で最も多かったが、令和元（2019）年度調査では 12.5%と 17.9 ポイント減少した。

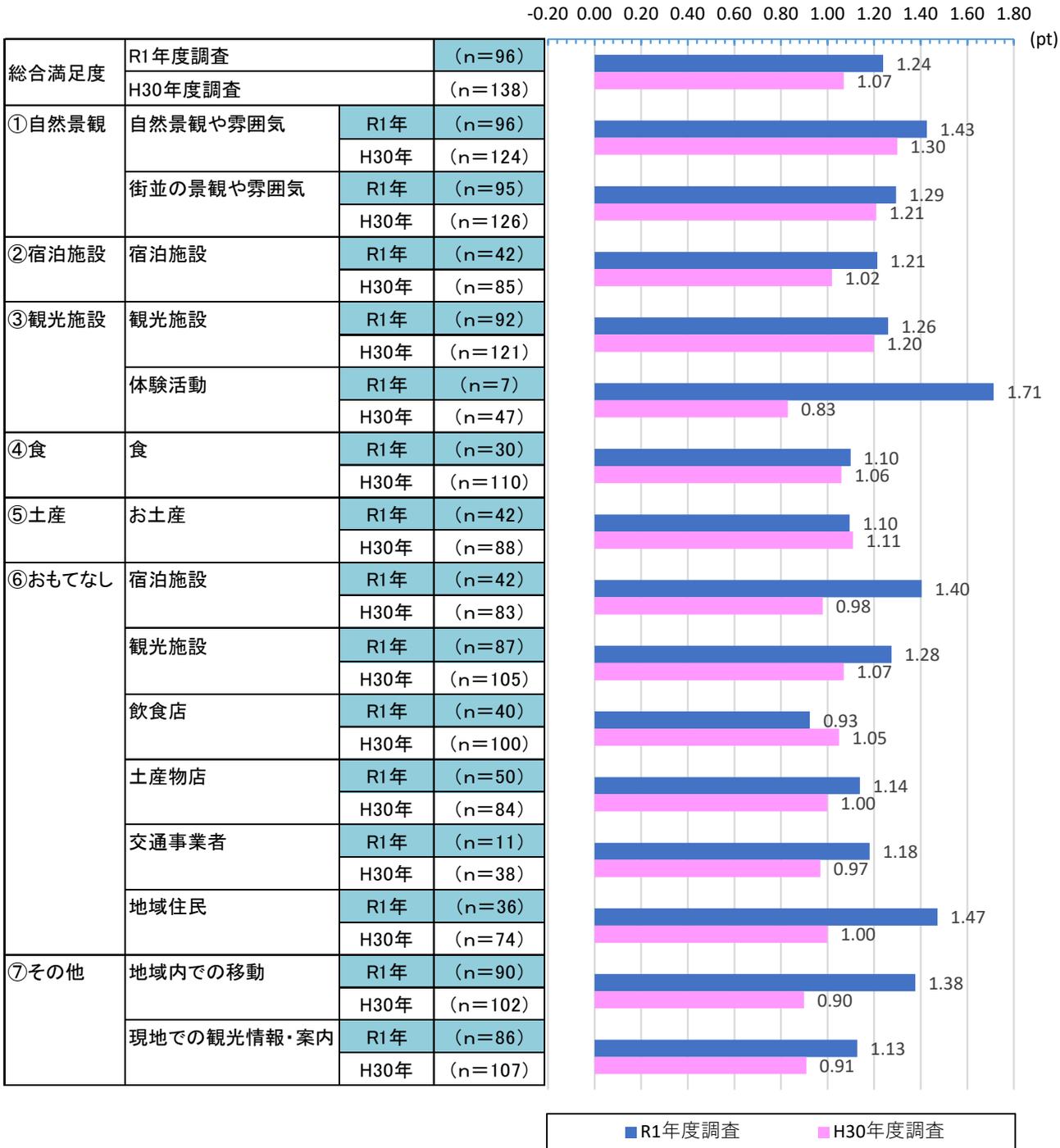


消費支出の総額は、平成 30（2018）年度調査では 30,862 円であったが、令和元（2019）年度調査では 21,488 円に減少した。



総合満足度は、平成 30 (2018) 年度調査では 1.07 であったが、令和元 (2019) 年度調査では 1.24 と 0.17 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、平成 30 (2018) 年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.30 と最も高かったが、令和元 (2019) 年度調査では「観光施設 体験活動」が 1.71 と最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)



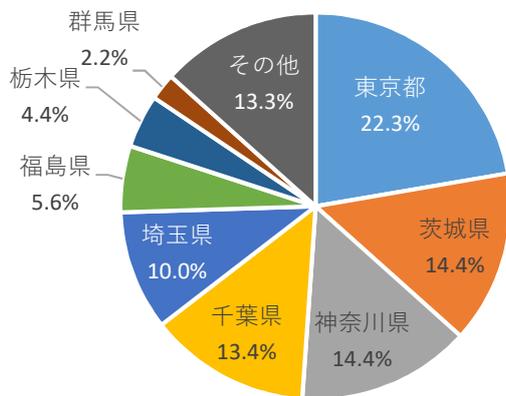
v. 県東エリア

①令和元（2019）年度調査結果

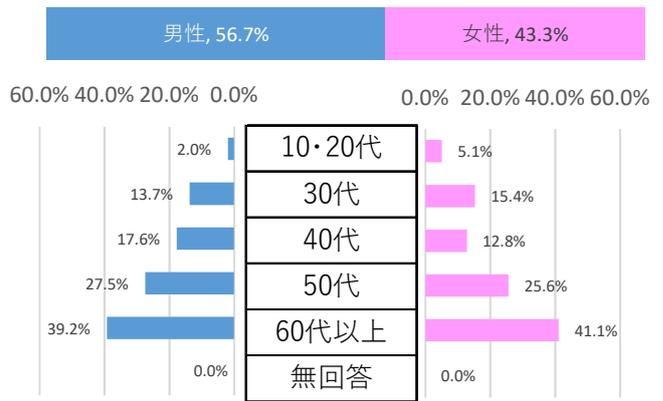
宿泊客（県東エリア） サンプル数：90

お住まいは「東京都」が最も多く 22.3%、次いで「茨城県」「神奈川県」が 14.4%、「千葉県」が 13.4%であった。年代は、男性・女性とも「60代以上」が最も多く、男性は 39.2%、女性は 41.1%であった。  
調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が 46.7%で最も多かった。  
同行者数は「2人」が 41.2%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 30.0%で最も多かった。

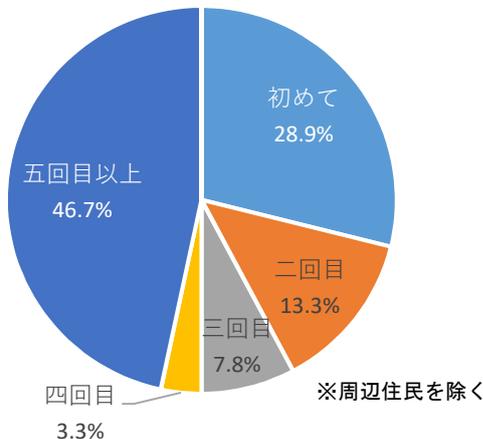
お住まい（n=90）



性別・年代（n=90）

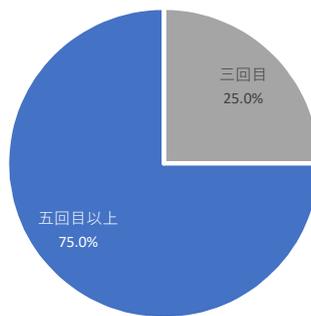


調査地域周辺への来訪回数（n=90）

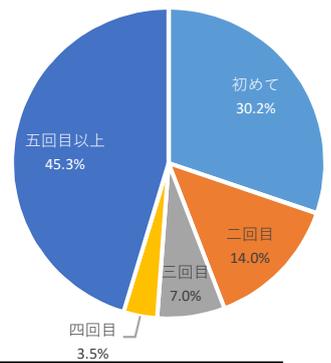


<内訳>

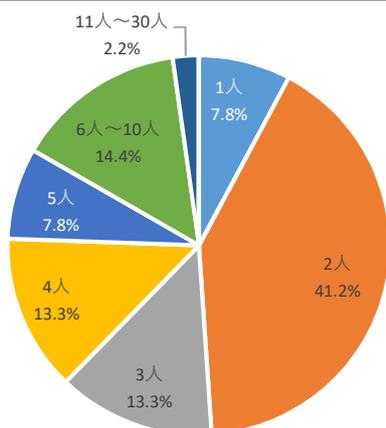
県内（n=4）



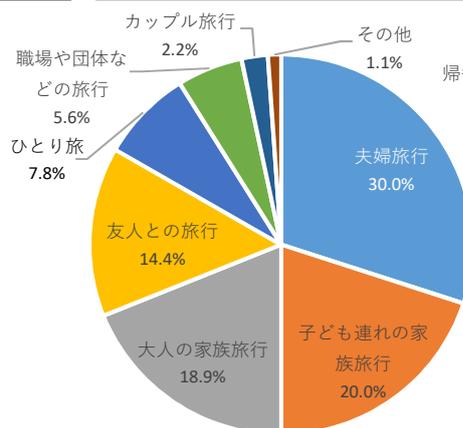
県外（n=86）



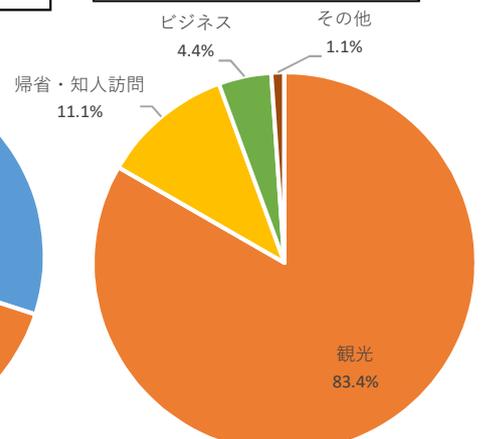
同行者数 ※回答者を含む（n=90）



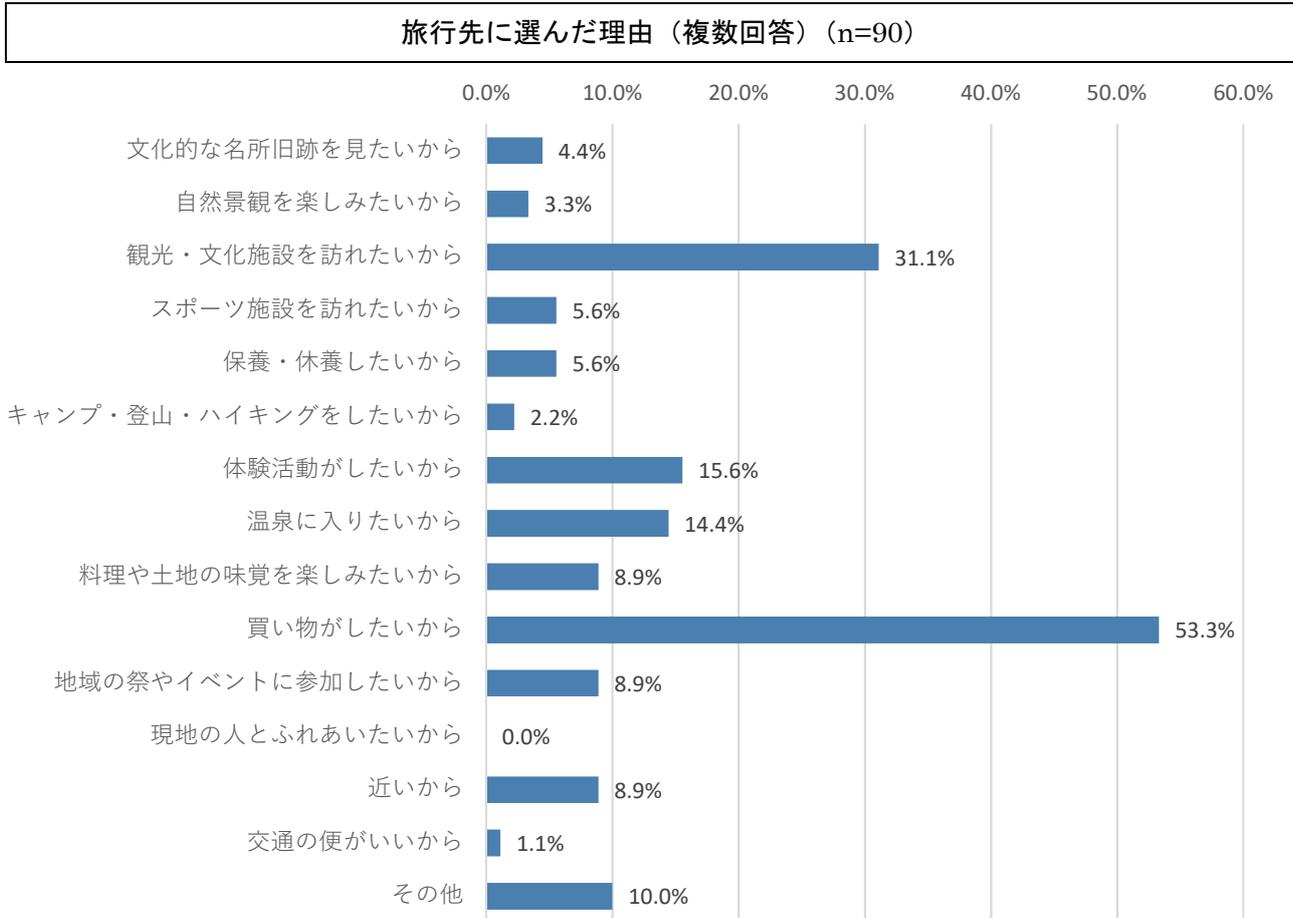
同行者の関係（n=90）



目的（n=90）

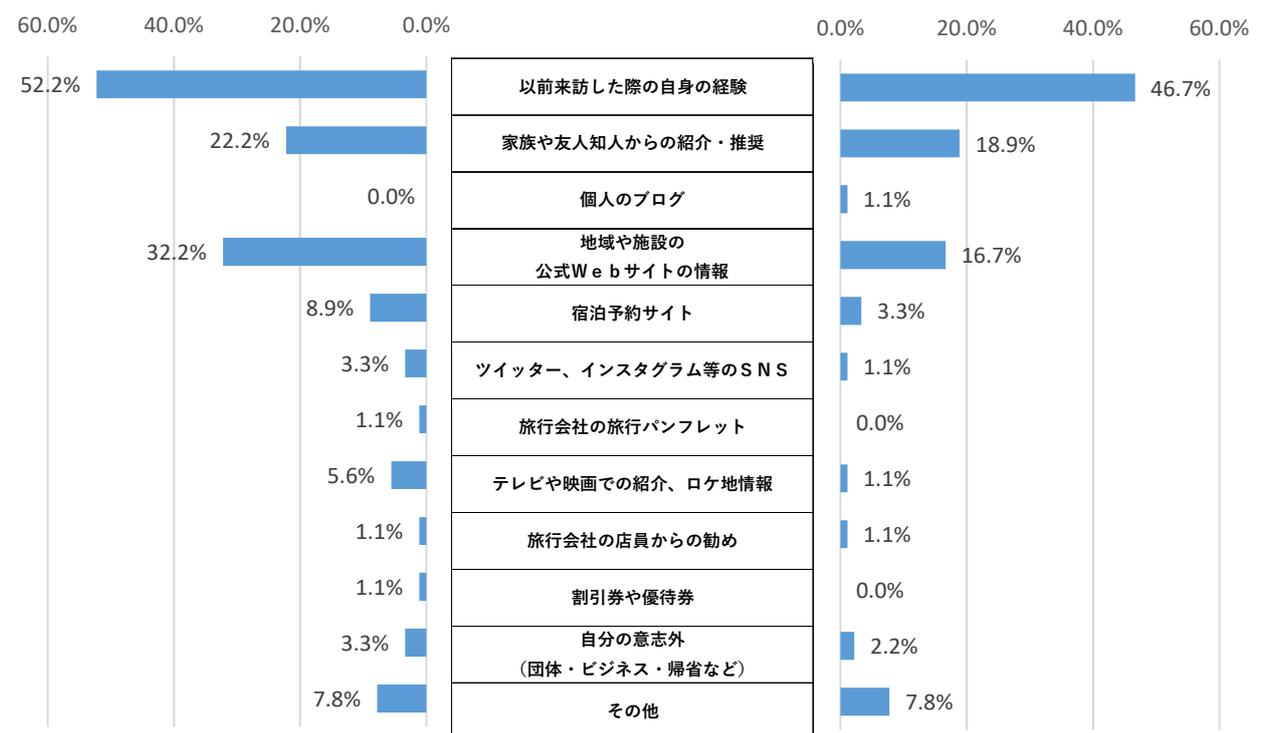


旅行先に選んだ理由は「買い物がしたいから」が53.3%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が31.1%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が52.2%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が46.7%で最も多かった。



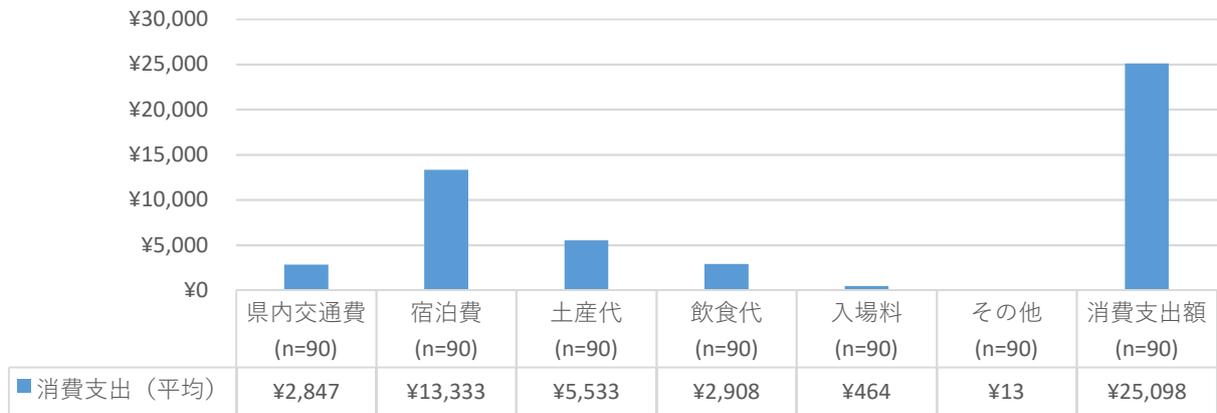
**旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=90）**

**“決め手”となった情報源（単一回答）（n=90）**

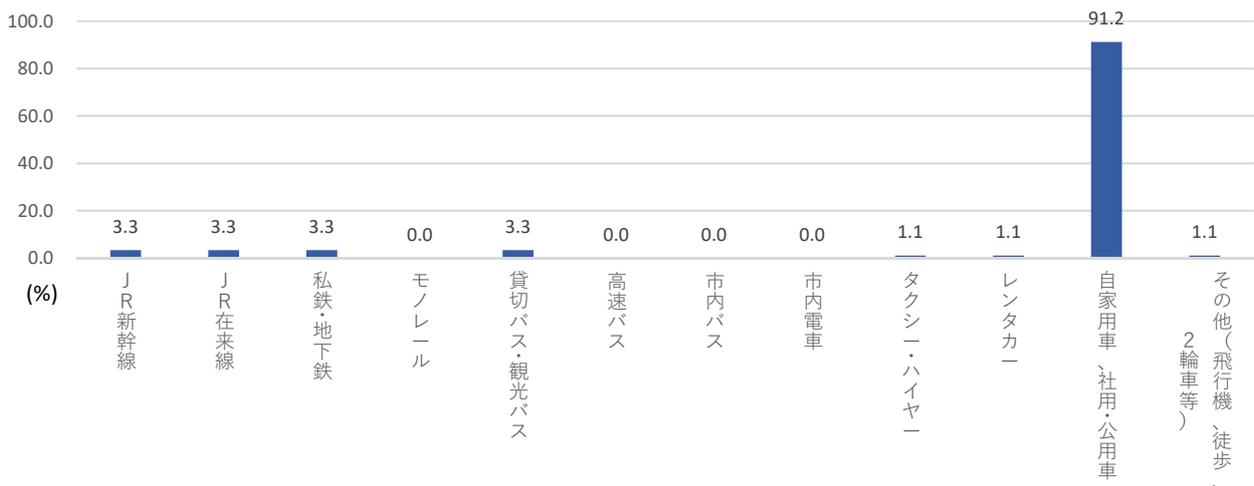


消費支出の平均は、総額で 25,098 円であった。内訳は、「宿泊費」が 13,333 円で最も多く、次いで「土産代」が 5,533 円であった。  
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 91.2%で最も多かった。  
立ち寄り観光施設は「ツインリングもてぎ」が 6 人で最も多かった。

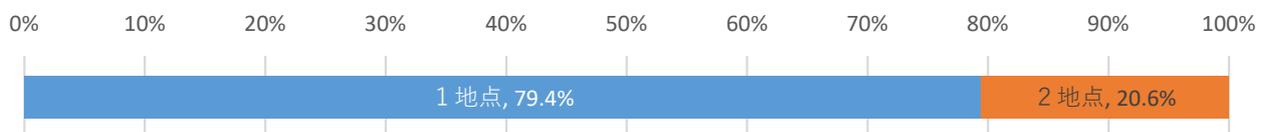
消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=90）



立ち寄り観光施設（n=34）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

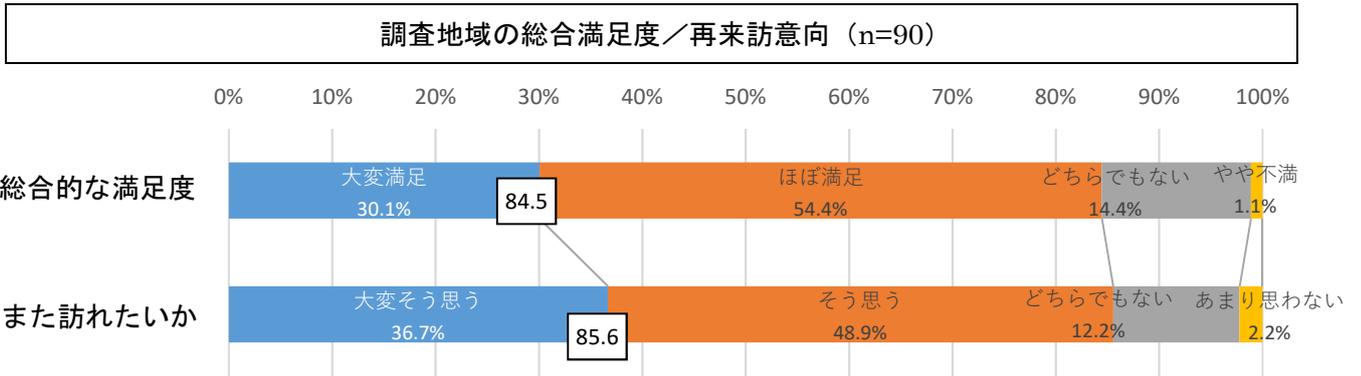


日光	那須	県央	県東
神事流鏑馬・秋季（日光東照宮）(3)	板室温泉郷(1)	大谷資料館(1)	ツインリンクもてぎ(6)
龍王峡(1)	那須どうぶつ王国(1)	道の駅きつれがわ(1)	道の駅まじこ(1)
鬼怒川温泉(1)	那須高原友愛の森(1)	県南	大瀬観光やな(1)
那須	県央	岩下の新生姜ミュージアム(2)	道の駅サシバの里いちかい(1)
塩原温泉郷(2)	山あげ祭(2)	佐野プレミアム・アウトレット(2)	芳賀温泉ロマンの湯(1)
那須ガーデンアウトレット(2)	馬頭温泉郷(2)	佐野厄よけ大師(1)	
ハンターマウンテン塩原(1)	ろまんちっく村(2)	恵比寿講(1)	
りんどう湖 LAKE VIEW(1)	来らっせ(1)	史跡足利学校(1)	

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。

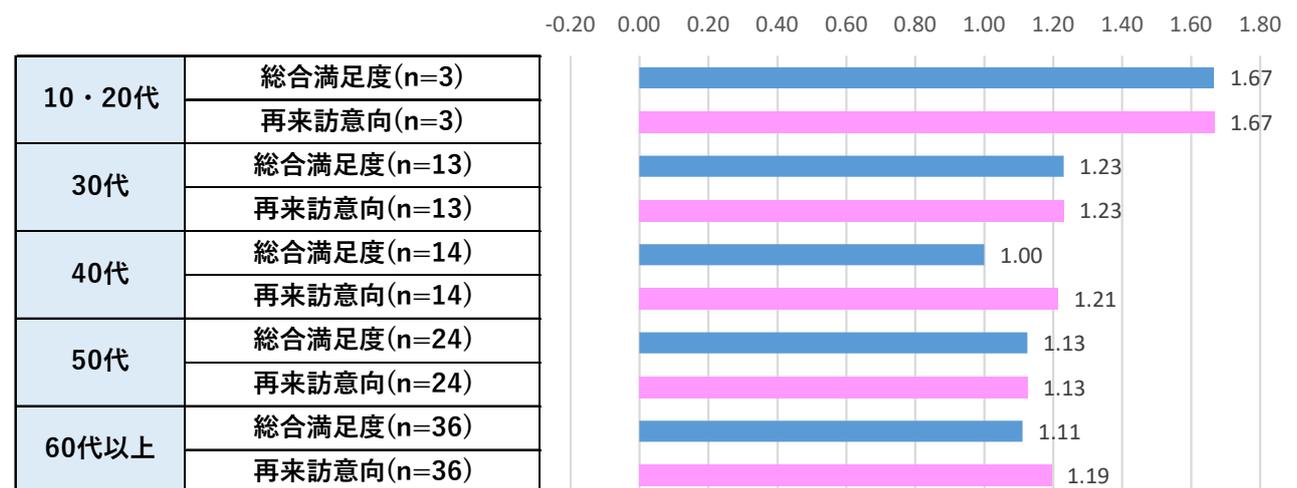
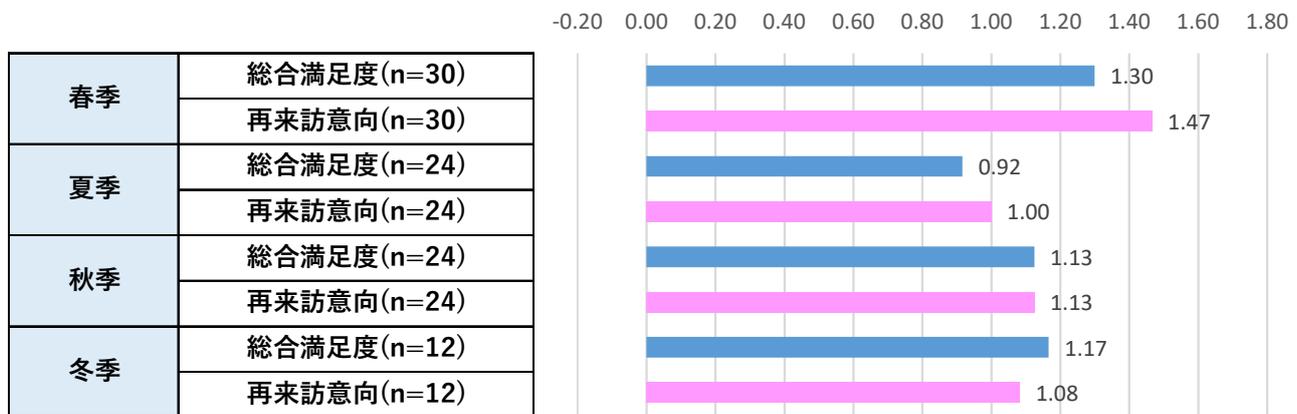
道の駅もてぎ（1）

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84.5%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85.6%であった。



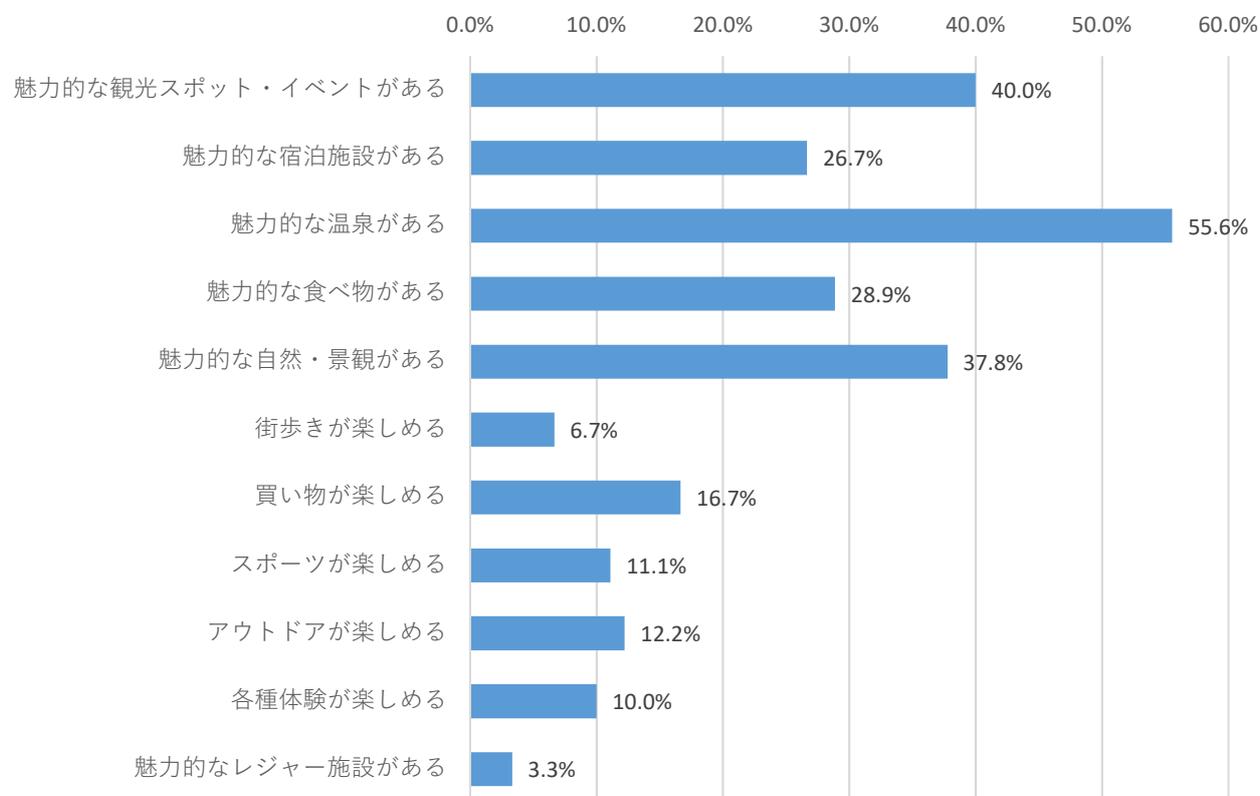
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.30で最も高く、「夏季」が0.92で最も低かった。再来訪意向についても、「春季」が1.47で最も高く、「夏季」が1.00で最も低かった。  
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.67で最も高く、「40代」が1.00で最も低かった。再来訪意向についても「10・20代」が1.67で最も高く、「50代」が1.13で最も低かった。



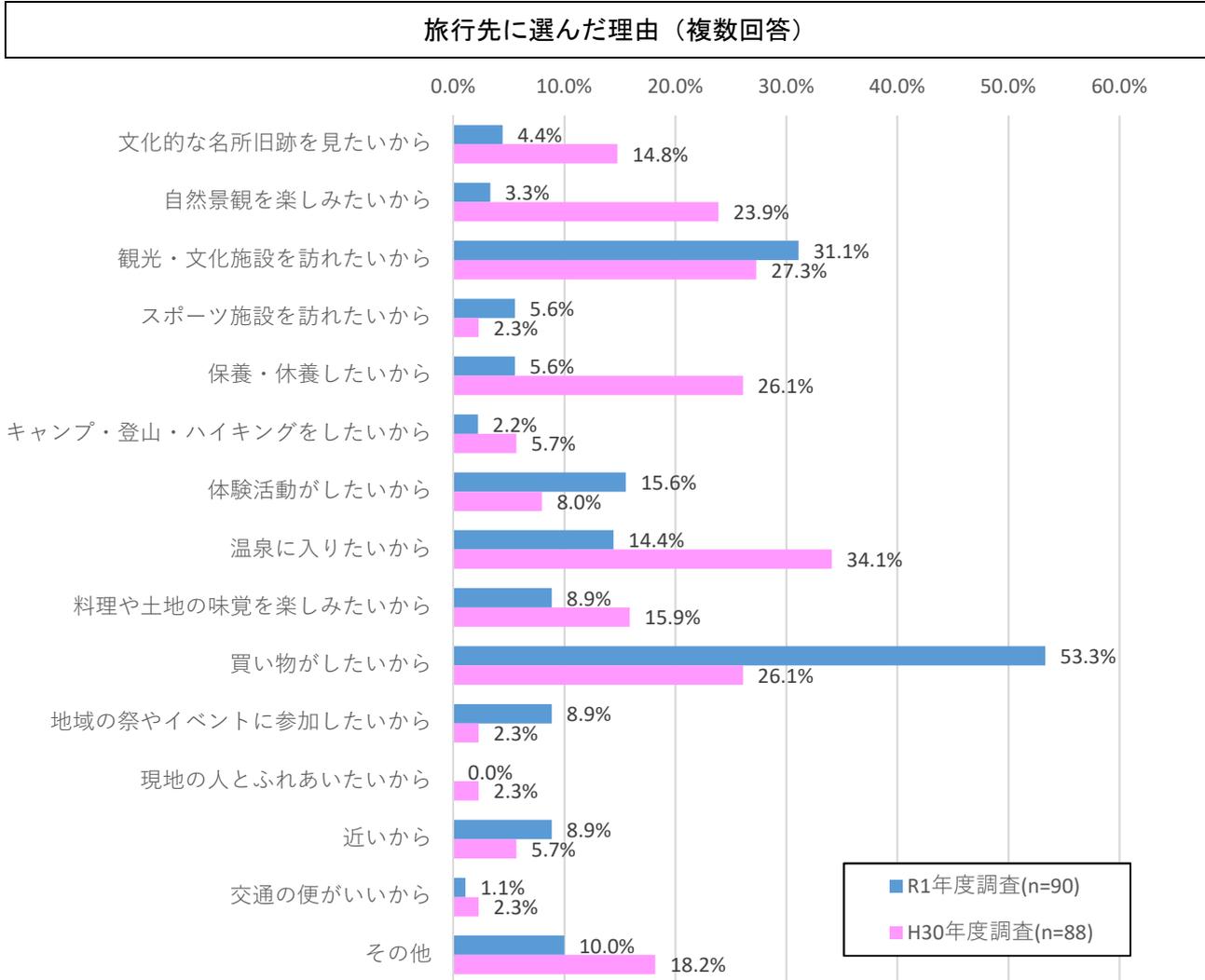
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）（n=90）

栃木県の魅力が1位だと感じるものについて、関東エリアでは「魅力的な温泉がある」が55.6%、次いで「魅力的な観光スポット・イベントがある」が40.0%、「魅力的な自然・景観がある」が37.8%であった。

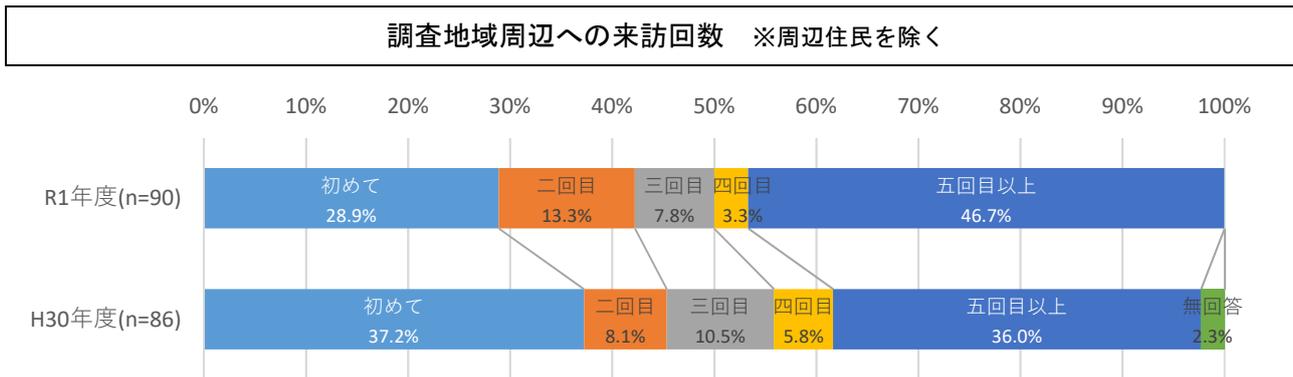


②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「買い物がしたいから」が、平成 30 (2018) 年度調査では 26.1%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 53.3%と最も多く、27.2 ポイント増加した。一方、「自然景観を楽しみたいから」は平成 30 (2018) 年度調査では 23.9%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 3.3%と 20.6 ポイント減少した。

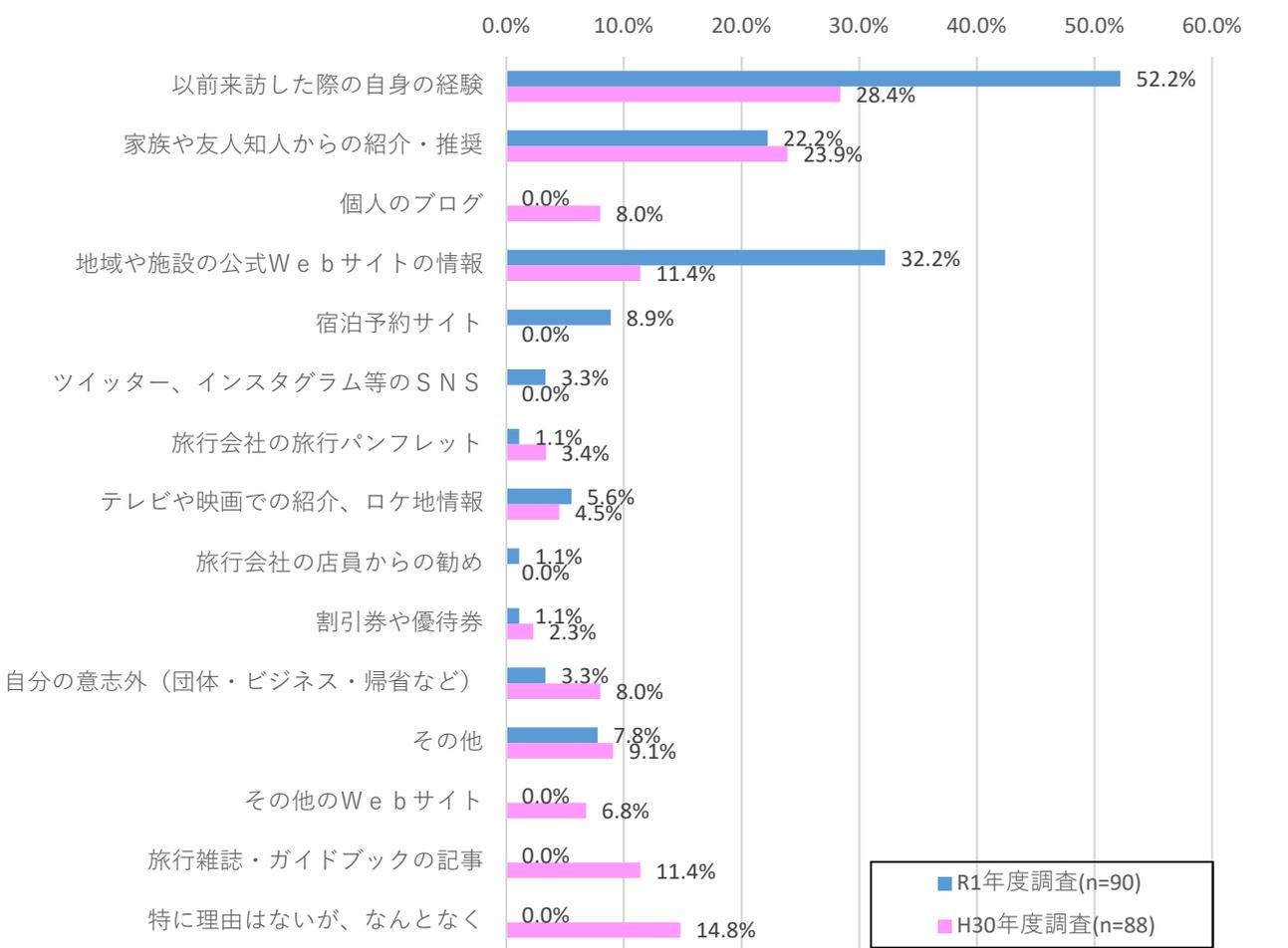


調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」は平成 30 (2018) 年度調査では 36.0%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 46.7%と 10.7 ポイント増加し、「二回目」は平成 30 (2018) 年度調査では 8.1%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 13.3%と 5.2 ポイント増加した。一方、「初めて」が平成 30 (2018) 年度調査で 37.2%であったが、令和元 (2019) 年度調査では 28.9%と 8.3 ポイント減少した。



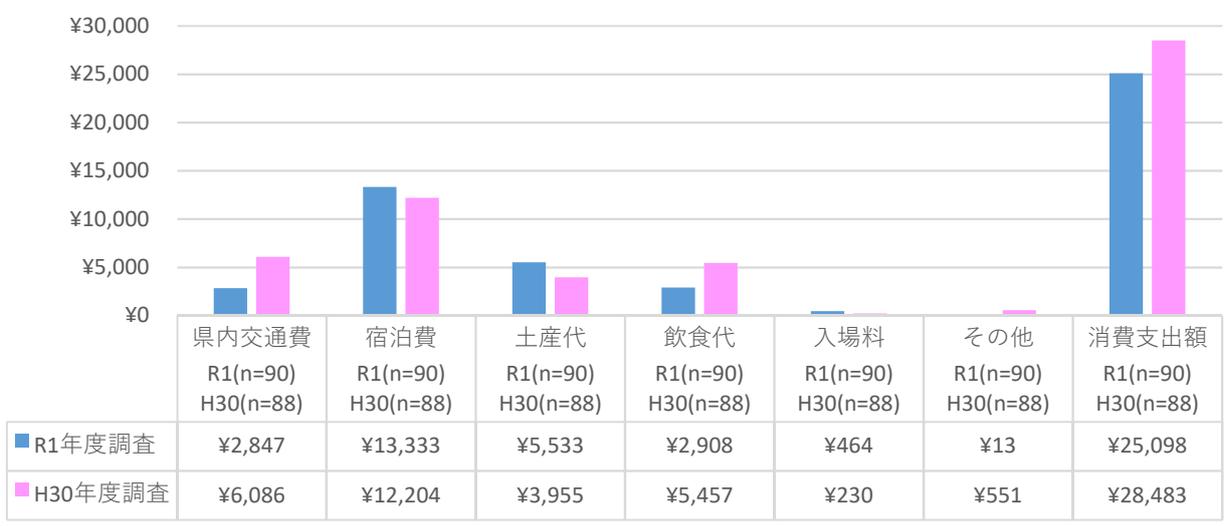
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が、平成 30 (2018) 年度調査では 28.4% であったが、令和元 (2019) 年度調査は 52.2% で最も多く、比較して 23.8 ポイント増加した。一方、「個人のブログ」は平成 30 (2018) 年度調査では 8.0% であったが、令和元 (2019) 年度調査では 0.0% と 8.0 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源 (複数回答)



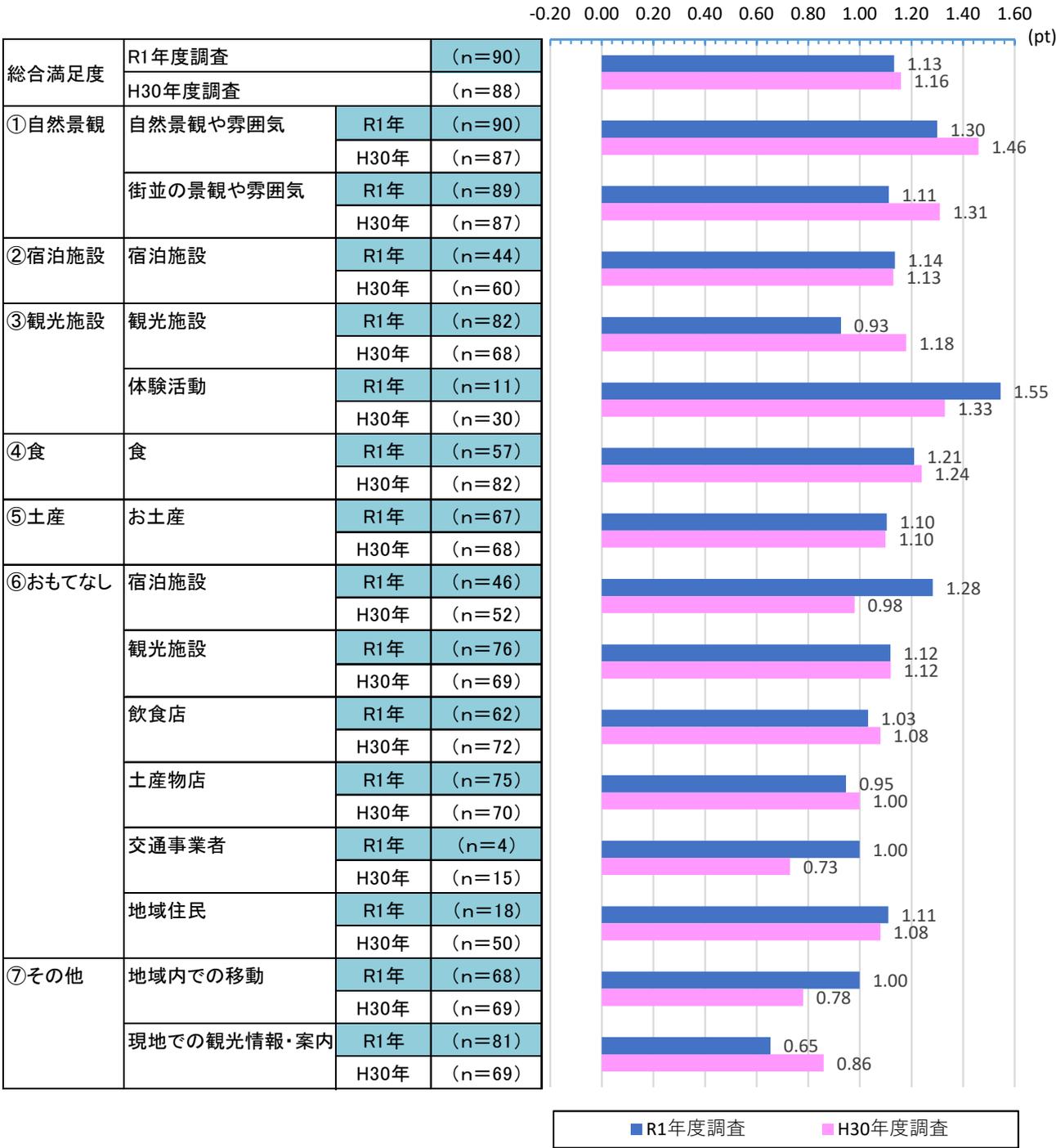
消費支出の総額は、平成 30 (2018) 年度調査では 28,483 円であったが、令和元 (2019) 年度調査では 25,098 円に減少した。

消費支出 (総額)



総合満足度は、平成30(2018)年度調査では1.16であったが、令和元(2019)年度調査では1.13と0.03ポイント減少した。満足度を項目別にみると、平成30(2018)年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.46と最も高かったが、令和元(2019)年度調査では「観光施設 体験活動」1.55で最も高かった。

項目別満足度 (加重平均値)



## 参考資料 調査票

# 平成 31(2019)年度 栃木県観光動態調査

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

調査実施者：栃木県産業労働観光部観光交流課（電話028-623-3210）

※ 2人以上でいらしている場合には、どなたかお一人が代表してご記入ください。

※  欄は具体的にご記入ください。その他は、該当する項目を選択してください。

## 問1. あなたのお住まい(都道府県・市町村)、性別、年代をお答えください。

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

## 問2. 今回の旅行の栃木県内での滞在時間や宿泊数をお答えください。

・日帰りの方 → 栃木県での滞在時間  時間

・宿泊の方 → 全宿泊数  泊  
うち 栃木県内での宿泊数  泊



宿泊地域

宿泊施設  
(宿泊施設の分類は  
下表から選択)

一泊目

二泊目

### 【表】 宿泊施設の分類

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

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

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

## 問4. 現在いらっしゃる地域を旅行先に選んだ理由は何ですか。該当するものに○をつけてください。※いくつでも

- 文化的な名所旧跡を見たいから
- 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
- スポーツ施設(スキー場、プールなど)を訪れたいから
- 保養・休養したいから
- キャンプ・登山・ハイキングをしたいから
- 体験活動(陶芸等)がしたいから
- 温泉に入りたいから
- 料理や土地の味覚を楽しみたいから
- 買い物がしたいから
- 地域の祭やイベントに参加したいから
- 現地の人とふれあいたいから
- 近いから
- 交通の便がいいから
- その他 ( )

問5. 今回の旅行の同行者の人数、ご関係についてお答えください。

同行者  人（※自分を含む）

（該当するものに○をつけてください。※1つだけ）

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

問6. 栃木県への来訪回数、現在いらっしゃる地域への来訪回数についてお答えください。

該当するものに○をつけてください。※1つだけ

（1）栃木県への来訪回数（※栃木県民の方は回答不要です。）

1. 初めて    2. 二回目    3. 三回目    4. 四回目    5. 五回目以上

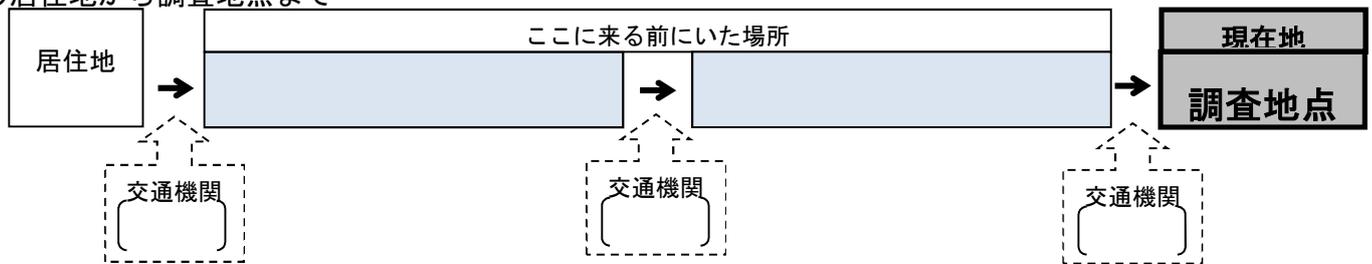
（2）現在地周辺への来訪回数（※周辺住民の方は回答不要です。）

1. 初めて    2. 二回目    3. 三回目    4. 四回目    5. 五回目以上

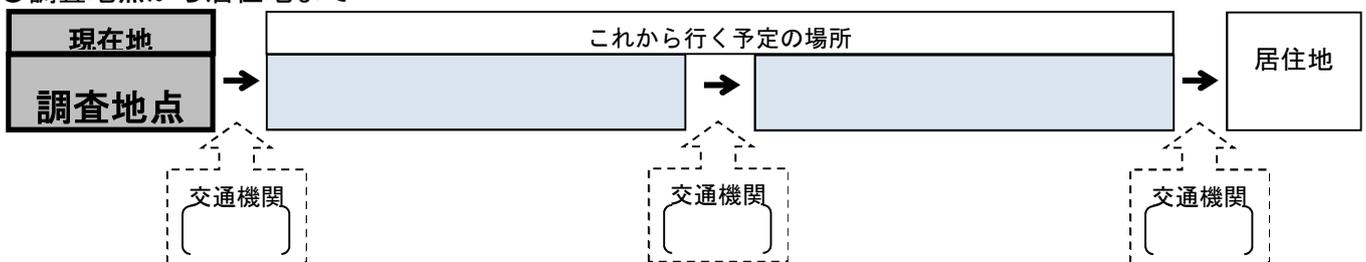
問7. 今回の旅行で訪れた栃木県内の観光地と移動に用いた交通機関をご記入ください。これから訪問する観光地についても予定をご記入ください。

※観光地は「栃木県観光マップ」を参考にご記入ください。また、交通機関は下表より番号をお選びください。

○居住地から調査地点まで



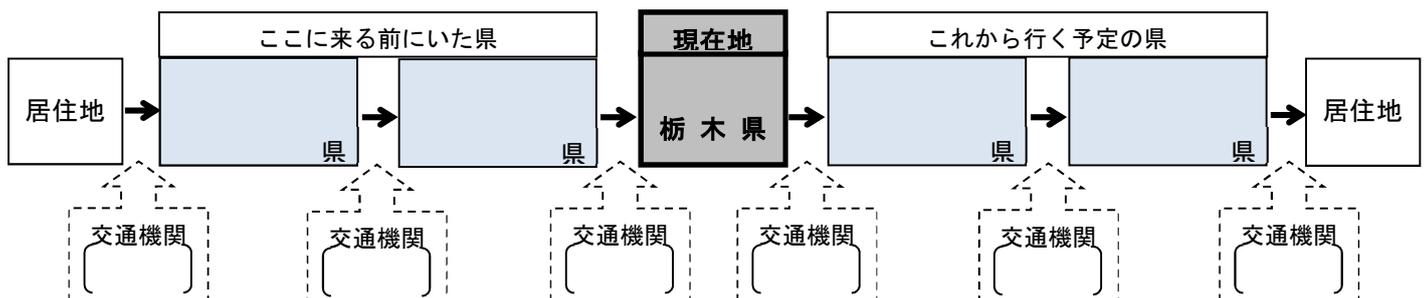
○調査地点から居住地まで



【表】交通機関

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

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



※交通機関は上表から選択

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

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

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

	使用費用	
	栃木県内分	栃木県外分
①交通費	円	円
②宿泊費	円	
③土産代	円	
④飲食費	円	
⑤入場料	円	
⑥その他	円	
⑦パック料金	円	<input type="checkbox"/> 栃木県内分のみ <input type="checkbox"/> 栃木県外分含む

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

- |                          |                       |
|--------------------------|-----------------------|
| 1. 以前来訪した際の自身の経験         | 2. 家族や友人知人からの紹介・推奨    |
| 3. 個人のブログ                | 4. 地域や施設の公式webサイトの情報  |
| 5. 宿泊予約サイト               | 6. ツイッター、インスタグラム等のSNS |
| 7. 旅行会社の旅行パンフレット         | 8. テレビや映画での紹介、ロケ地情報   |
| 9. 旅行会社の店員からの勧め          | 10. 割引券や優待券           |
| 11. 自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など) | 12. その他( )            |

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

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

	大変良かった	まあまあ良かった	どちらでもない	やや悪かった	非常に悪かった	利用していない 該当しない
①自然景観や雰囲気	5	4	3	2	1	0
②街並みの景観や雰囲気	5	4	3	2	1	0
③宿泊施設	5	4	3	2	1	0
④観光施設	5	4	3	2	1	0
⑤体験活動	5	4	3	2	1	0
⑥食	5	4	3	2	1	0

		大変良かった	まあまあ良かった	どちらでもない	やや悪かった	非常に悪かった	利用していない 該当しない
⑦お土産		5	4	3	2	1	0
⑧おもてなし	宿泊施設	5	4	3	2	1	0
	観光施設	5	4	3	2	1	0
	飲食店	5	4	3	2	1	0
	土産物店	5	4	3	2	1	0
	交通事業者（バス・タクシー等）	5	4	3	2	1	0
	地域住民	5	4	3	2	1	0
⑨地域内での移動		5	4	3	2	1	0
⑩現地での観光情報・案内		5	4	3	2	1	0

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

大変満足	ほぼ満足	どちらでもない	やや不満	大変不満
5	4	3	2	1

問14. 現在いらっしゃる地域へまた訪れたいと思いますか。※1つだけ

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

問15. 以下の項目のうち、12都県と比べて、栃木県の魅力が1位だと感じるものを教えてください。※いくつでも

（宮城県、福島県、茨城県、群馬県、埼玉県、東京都、千葉県、神奈川県、山梨県、静岡県、長野県、新潟県）

- |                                     |                                      |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. 魅力的な観光スポット・イベントがある               | 2. 魅力的な宿泊施設がある                       |
| 3. 魅力的な温泉がある                        | 4. 魅力的な食べ物がある（宿泊時の食事を除く）             |
| 5. 魅力的な自然・景観がある                     | 6. 街歩きが楽しめる                          |
| 7. 買い物が楽しめる                         | 8. スポーツが楽しめる（ゴルフ、テニス、スキーなど）          |
| 9. アウトドアが楽しめる<br>（登山、釣り、自転車、川遊びなど）  | 10. 各種体験が楽しめる<br>（農業体験、フルーツ狩り、手作りなど） |
| 11. 魅力的なレジャー施設がある<br>（遊園地、テーマパークなど） |                                      |

（回答終了日時： 月 日 時 分）

☆☆ アンケートは以上です。御協力ありがとうございました。☆☆