

令和 3（2021）年度

栃木県観光動態調査

報告書（概要版）

令和 4（2022）年 3 月

栃木県産業労働観光部観光交流課



## 目次

第1章 調査の概要.....	1
1. 調査の目的及び方法 .....	1
2. 調査報告書の見方 .....	3
第2章 観光客調査 調査結果 .....	7
1. 日帰り客.....	7
2. 宿泊客 .....	21



## 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

調査地点に訪れるすべての方（日本人のみ）

##### ③ 調査時期

第1回：令和3（2021）年6月26日（土）

第2回：令和3（2021）年9月25日（土）

第3回：令和3（2021）年12月4日（土）

第4回：令和4（2022）年1月22日（土）

(3) アンケート回答状況

① 有効サンプル数 : 3,600 票

	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	900 件	900 件	900 件	900 件	3,600 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	720
	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	240	
那須エリア	④道の駅那須高原友愛の森	240	720
	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	720
	⑪佐野プレミアム・アウトレット	240	
	⑫岩下の新生姜ミュージアム	240	
県東エリア	⑬道の駅もてぎ	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 (エリア別)	県外客が栃木県を訪れた主要目的を集計。区分は次の4区分。ビジネス、観光、帰省・知人訪問、その他 ※エリア別の集計は宿泊客でのみ掲載。
栃木県での滞在時間	県全体 エリア別	栃木県内の最初の「目的地」から最終「目的地」を離れるまでの時間を集計。なお、区分は以下の6区分。 2時間未満 2時間～4時間未満 4時間～6時間未満 6時間～8時間未満 8時間～10時間未満 10時間以上
宿泊旅程	県全体	宿泊の種別を集計。なお、区分は次の2区分。 県内のみの宿泊、県外を含む宿泊
栃木県内での宿泊日数	県全体 エリア別	今回の旅行(居住地を出てから居住地に戻るまで)の栃木県内での宿泊数を集計。なお、区分は以下の5区分。 1泊、2泊、3泊、4泊、5泊以上
栃木県内での宿泊施設数	県全体	今回の旅行(居住地を出てから居住地に戻るまで)の宿泊した施設の数を集計。なお、区分は以下の2区分。 1施設、2施設
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)。 ※「エリア別」は上位5項目を表示。
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 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）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。
旅行先に選んだ情報源	県全体	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	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）。 ※「年代別」は上位5項目を表示。
消費支出（平均）	県全体 エリア別	栃木県内で消費した支出の総額およびその内訳を集計。 内訳として表示する項目は以下の6項目。 県内交通費、宿泊費、土産代、飲食費、入場料、その他 なお、内訳項目のうちひとつでも記入がある場合には、それを総額とする。 県内交通費については、以下の考え方により集計。 回答者の回答がある場合：回答を集計。 県外交通費のみの回答がある場合：居住県より県内外の距離を按分し集計。
調査地域の総合満足度／再来訪意向	県全体 エリア別	総合的な満足度：調査地点の周辺地域への訪問後の総合満足度を5段階で回答。 また訪れたいか：調査地点の周辺地域への再来訪意向を5段階で回答。 ※「県全体」ではグラフの下に各項目の加重平均を表示。 加重平均：肯定意見「大いに（大変）～」を+2、「やや（ほぼ）～」を+1に、中間意見「どちらでもない」を0、否定意見「あまり（やや）～ない」を-1、「全く（大変）～ない」を-2に置き換えて算出した平均値で、+の数値で肯定的、-の数値で否定的な度合いとなる。なお、同設問に無回答である場合には、満足度・再来訪意向のn数からは除外。
栃木県の魅力	県全体 エリア別	栃木県の魅力が1位だと感じるものについて集計。 ※「エリア別」では上位5項目を表示。
調査地域の総合満足度・再来訪意向	県全体	調査地域の総合満足度と再来訪意向を加重平均値で表示。

**(3) 集計対象サンプル数**

調査区分	アンケート 回収状況	集計区分	
		日帰り客	宿泊客（県内）
全体	3,600	2,489	1,031
日光エリア	720	324	386
那須エリア	720	382	323
県央エリア	720	533	173
県南エリア	720	622	81
県東エリア	720	628	68

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

**(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

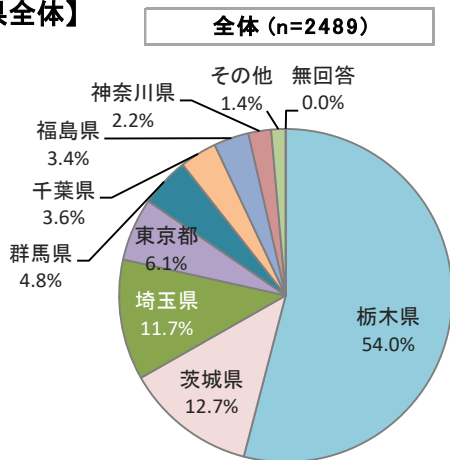
#### お住まい

◇「栃木県（県内居住者）」が最も多く5割半ばを占める。県南では県外からの来訪者が多い。

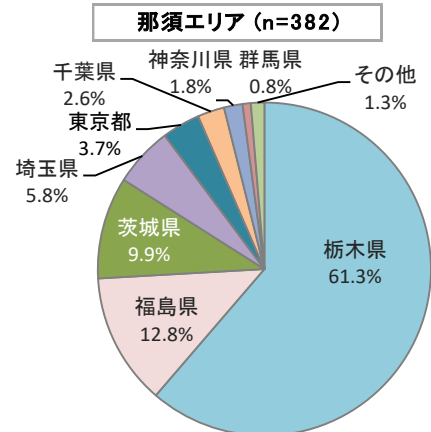
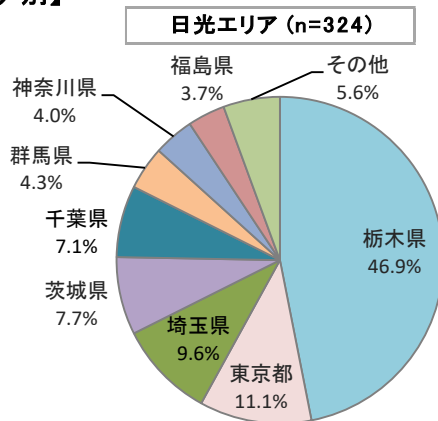
お住まいは、県全体では「栃木県」が54.0%で最も多く、次いで「茨城県」が12.7%、「埼玉県」が11.7%であった。

エリアごとに見ると、那須、県央、県東では県内居住者が半数以上を示しているのに対し、日光では県内居住者が46.9%、県南では40.8%と比較的低く、県外からの来訪者が多かった。

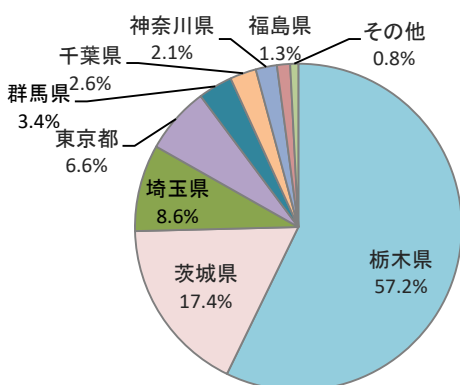
#### 【県全体】



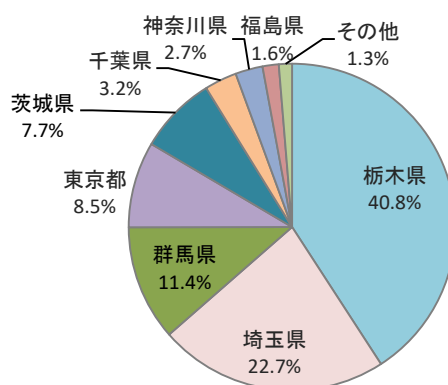
#### 【エリア別】



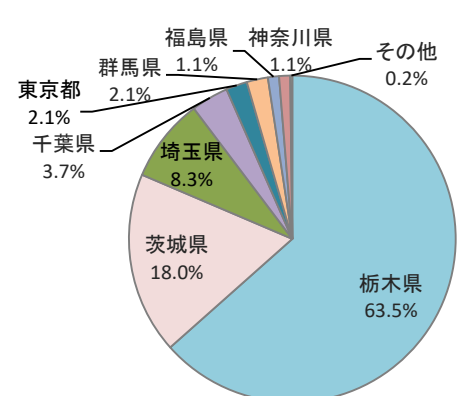
#### 県央エリア (n=533)



#### 県南エリア (n=622)



#### 県東エリア (n=628)



1. 日帰り客

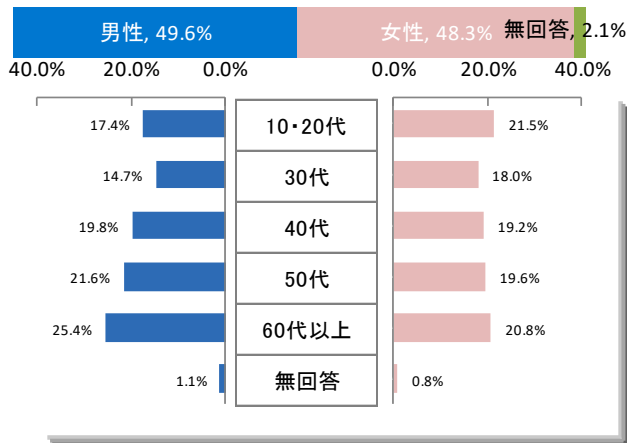
**性別・年代**

◇性別は、男女ともに5割弱。性・年代別では、男性では「60代以上」、女性では「10・20代」が最も多かった。

性別は、県全体では「男性」が49.6%、「女性」が48.3%で、男性が女性を1.3ポイント上回った。  
 エリアごとに性別・年代別でみると、日光では男女の「10・20代」の割合が、県央では男性の「60代以上」の割合が他のエリアより多かった。

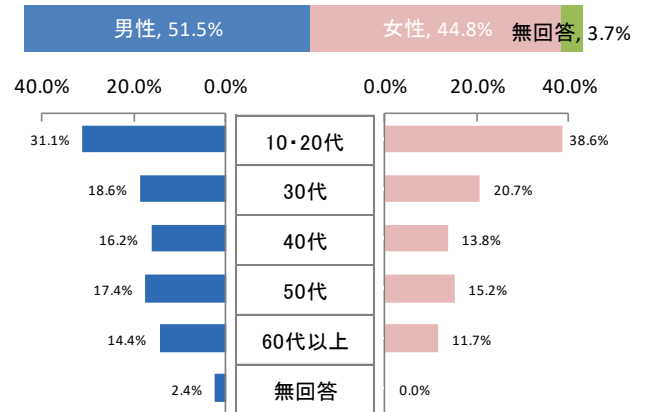
**【県全体】**

**全体 (n=2489)**

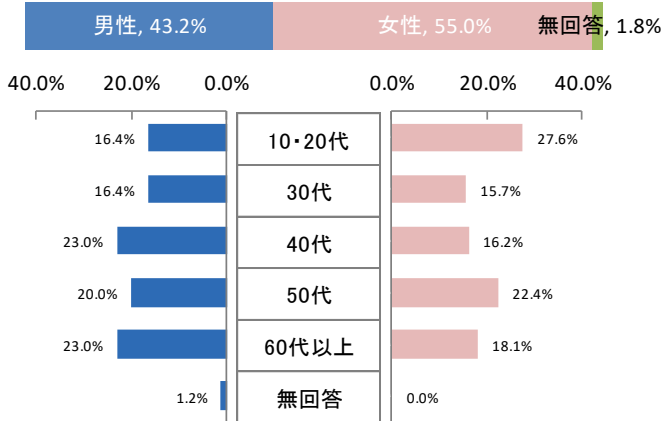


**【エリア別】**

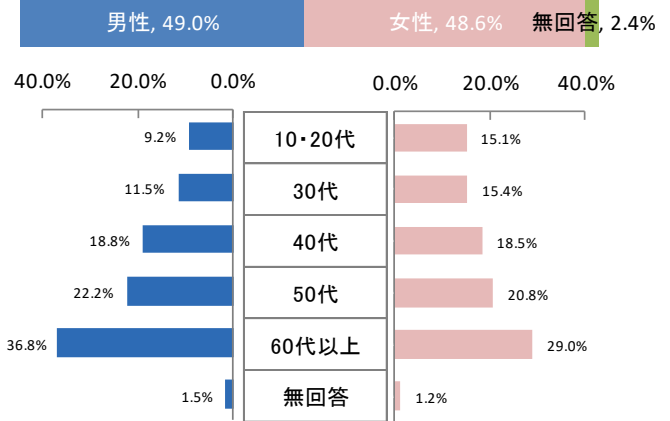
**日光エリア (n=324)**



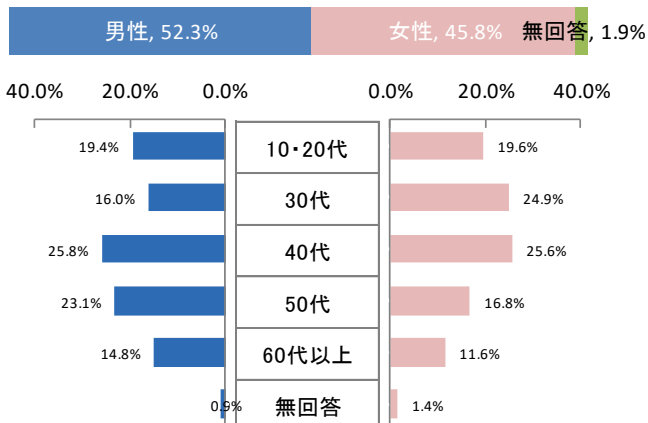
**那須エリア (n=382)**



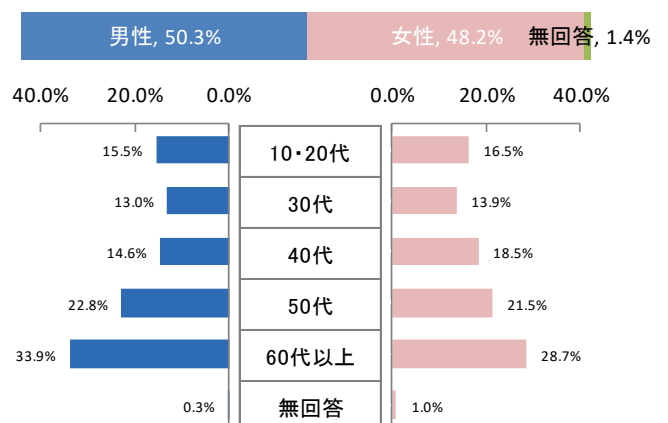
**県央エリア (n=533)**



**県南エリア (n=622)**



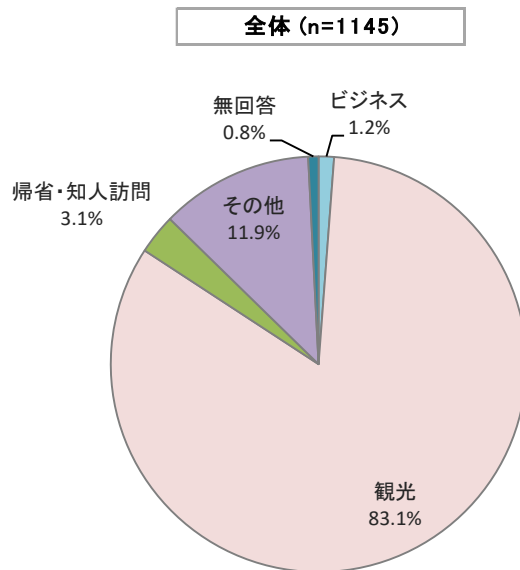
**県東エリア (n=628)**



## 旅行の主要目的

◇「観光」が8割を超え、「その他」を除くと次いで「帰省・知人訪問」が3.1%であった。

## 【県全体】



1. 日帰り客

栃木県での滞在時間

◇ 「2～4 時間未満」が最も多く 4 割弱となった。平均滞在時間は 4 時間 04 分。

栃木県での滞在時間は、県全体では「2～4 時間未満」が 36.8%で最も多く、次いで「4～6 時間未満」が 30.1%となった。平均滞在時間は 4 時間 04 分。  
 エリアごとにみると、日光では平均滞在時間が 5 時間 11 分と最も長く、県東で 3 時間 12 分と最も短かった。「2 時間未満」は県東で 18.3%と他のエリアに比べて多く、「10 時間以上」は日光で 5.9%と他のエリアに比べて多かった。

【県全体】

【エリア別】



## 旅行先を選んだ理由（複数回答）

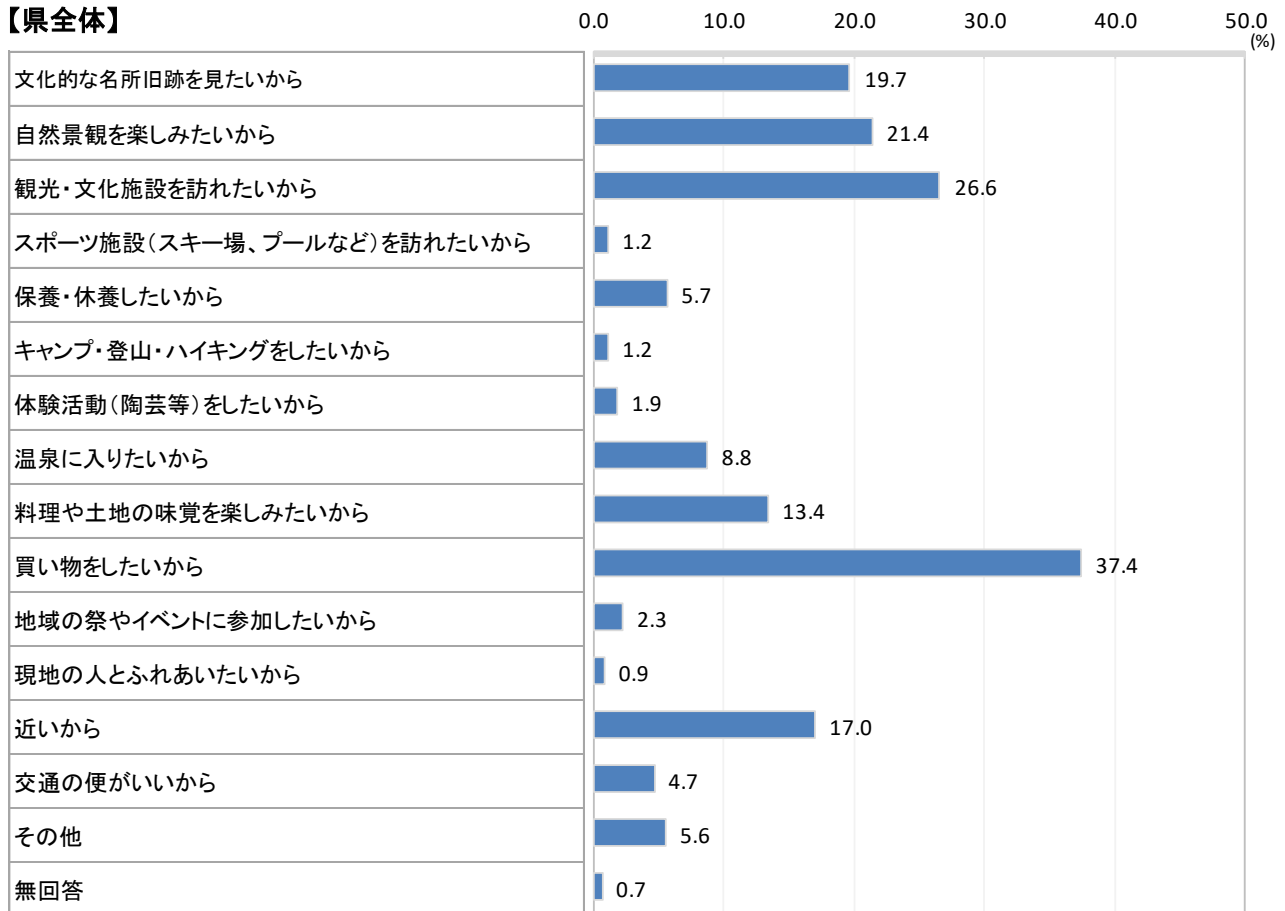
◇「買い物をしたいから」が最も多く4割弱。

日光は「観光・文化施設を訪れたいから」の割合が多く、他のエリアでは「買い物をしたいから」の割合が多い。

旅行先を選んだ理由は、県全体では「買い物をしたいから」が37.4%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が26.6%、「自然景観を楽しみたいから」が21.4%、「文化的な名所旧跡を見たいから」が19.7%となった。

エリアごとにみると、「買い物をしたいから」は那須で50.3%、県央で28.9%、県南で37.8%、県東で49.0%とそれぞれのエリアで最も多い。日光では「観光・文化施設を訪れたいから」が48.8%で最も多かった。

## 【県全体】



## 【エリア別】 ※上位5項目（その他を除く）

NO.	全体 (n=2489)	日光 (n=324)	那須 (n=382)
1	買い物をしたいから (37.4%)	観光・文化施設を訪れたいから (48.8%)	買い物をしたいから (50.3%)
2	観光・文化施設を訪れたいから (26.6%)	文化的な名所旧跡を見たいから (45.4%)	自然景観を楽しみたいから (20.2%)
3	自然景観を楽しみたいから (21.4%)	自然景観を楽しみたいから (31.5%)	近いから (18.6%)
4	文化的な名所旧跡を見たいから (19.7%)	買い物をしたいから (13.3%)	観光・文化施設を訪れたいから (17.0%)
5	近いから (17.0%)	近いから (10.8%)	温泉に入りたいから (11.8%)

NO.	県央 (n=533)	県南 (n=622)	県東 (n=628)
1	買い物をしたいから (28.9%)	買い物をしたいから (37.8%)	買い物をしたいから (49.0%)
2	自然景観を楽しみたいから (25.3%)	観光・文化施設を訪れたいから (31.5%)	自然景観を楽しみたいから (22.1%)
3	観光・文化施設を訪れたいから (21.4%)	文化的な名所旧跡を見たいから (30.4%)	料理や土地の味覚を楽しみたいから (20.9%)
4	文化的な名所旧跡を見たいから (18.8%)	近いから (16.6%)	近いから (20.9%)
5	温泉に入りたいから (15.6%)	自然景観を楽しみたいから (12.9%)	観光・文化施設を訪れたいから (20.5%)

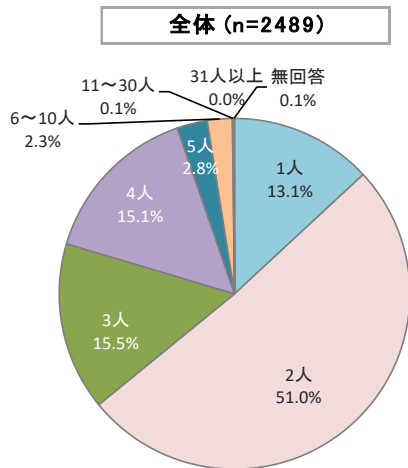
1. 日帰り客

**同行者数※回答者を含む**

◇ 「2人」が最も多く5割超となった。すべてのエリアで「2人」が最も多い。

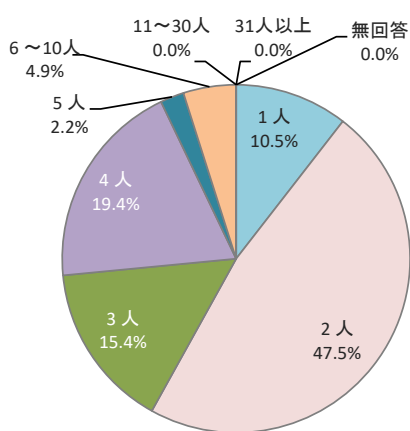
回答者を含む同行者数は、県全体では「2人」が51.0%で最も多く、次いで「3人」が15.5%、「4人」が15.1%であった。  
 エリアごとにみると、すべてのエリアで「2人」が5割前後で最多となった。4人以上の割合は日光で2割半ばと、他のエリアに比べてやや多い。

**【県全体】**

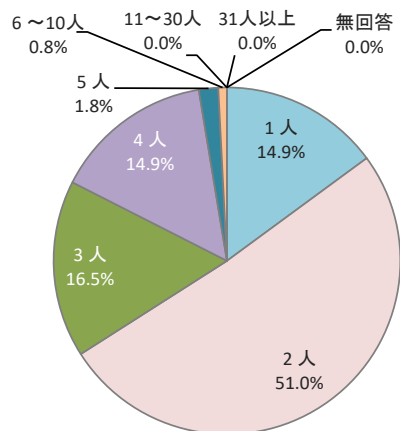


**【エリア別】**

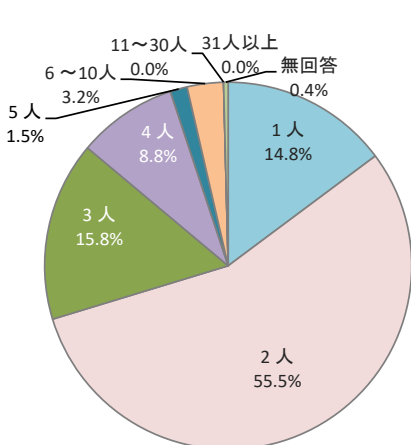
**日光エリア (n=324)**



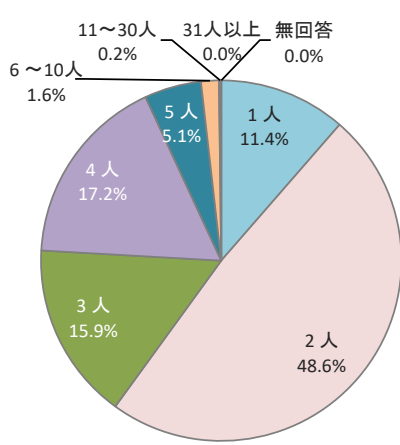
**那須エリア (n=382)**



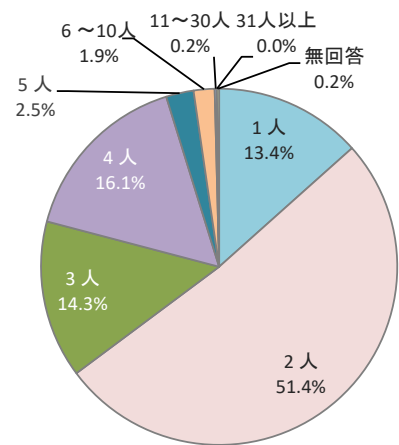
**県央エリア (n=533)**



**県南エリア (n=622)**



**県東エリア (n=628)**





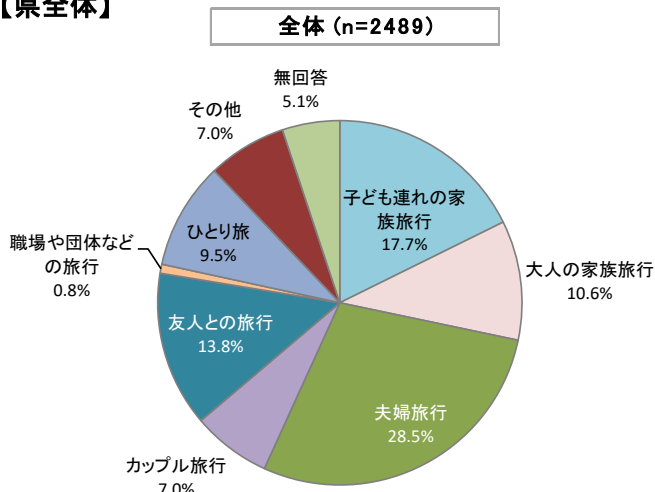
**同行者の関係**

◇「夫婦旅行」が最も多く3割弱。県南で「子供連れの家族旅行」の割合が比較的多い。

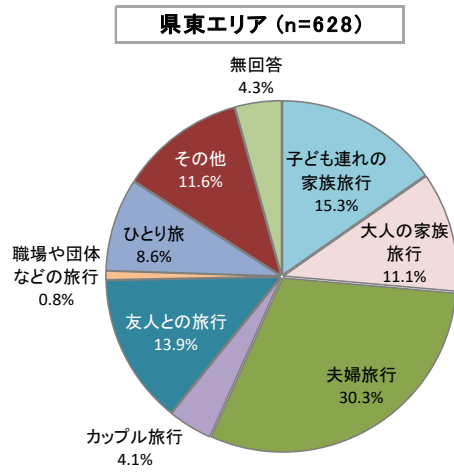
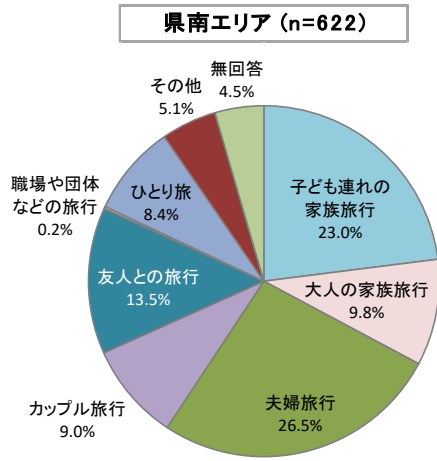
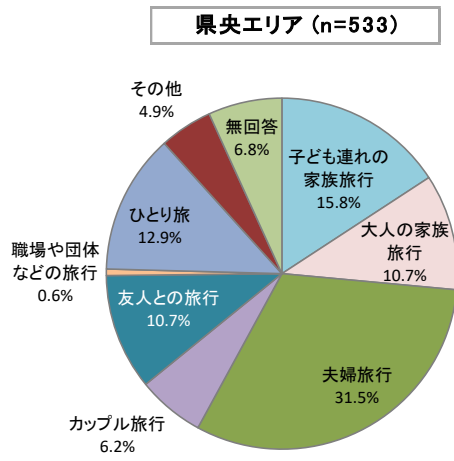
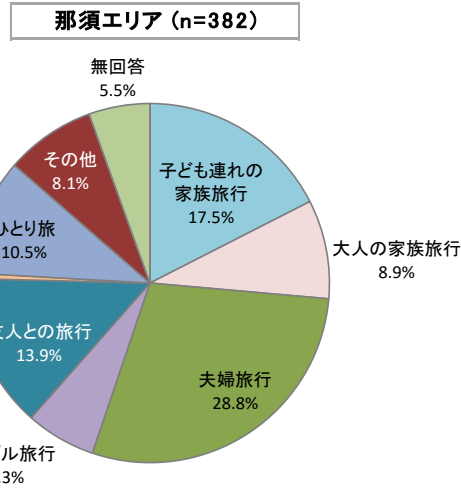
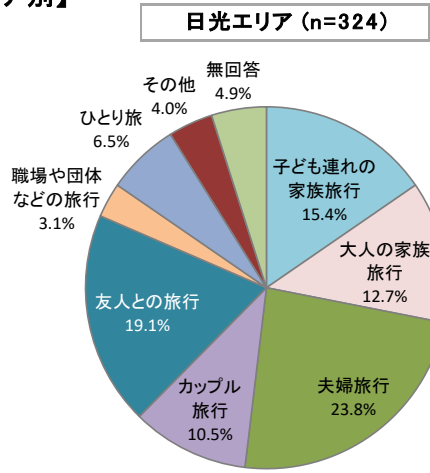
同行者の関係は、県全体では「夫婦旅行」が28.5%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が17.7%、「友人との旅行」が13.8%、「大人の家族旅行」が10.6%であった。

エリアごとにみると、すべてのエリアで「夫婦旅行」が最も多く、特に県央と県東では3割を超えており、他のエリアに比べて割合が多い。また、県南では「子ども連れの家族旅行」が23.0%と比較的多い。

**【県全体】**



**【エリア別】**

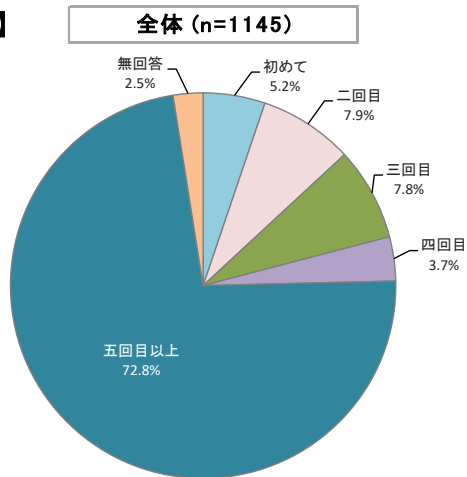


1. 日帰り客

県外客の栃木県への来訪回数

◇「五回目以上」が最も多く7割強である。「初めて」は5.2%。

【県全体】



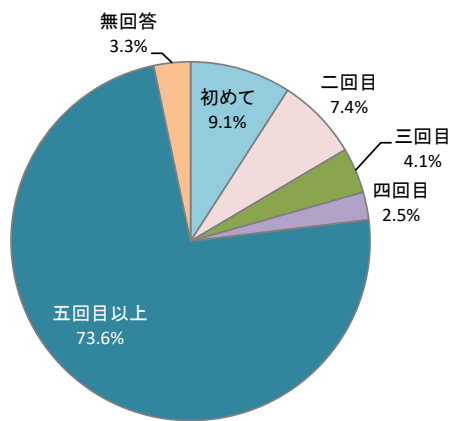
県内客の調査地域周辺への来訪回数

◇すべてのエリアで「五回目以上」が最も多く、那須では約9割を占める。

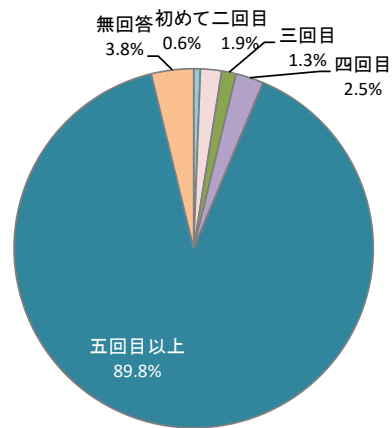
県内客の調査地域周辺への来訪回数は、すべてのエリアで「五回目以上」が最も多く、中でも那須で約9割となっている。「初めて」は日光で9.1%、県東で9.7%と他のエリアに比べて多い。

【エリア別】

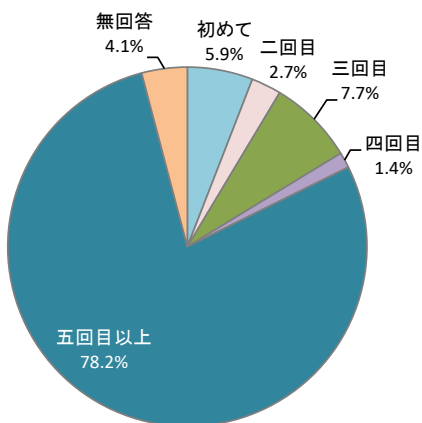
日光エリア (n=121)



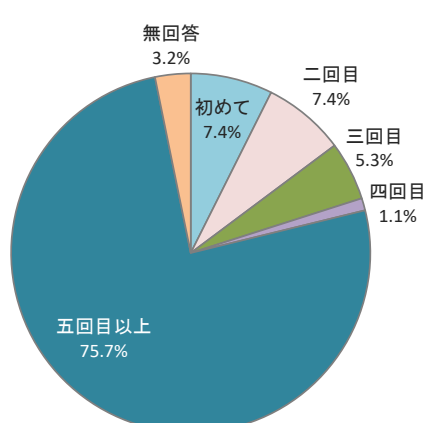
那須エリア (n=157)



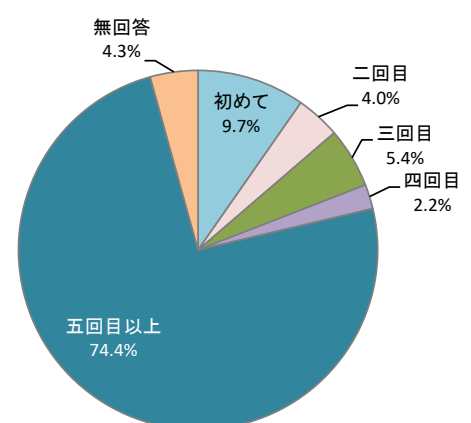
県央エリア (n=220)



県南エリア (n=189)



県東エリア (n=277)

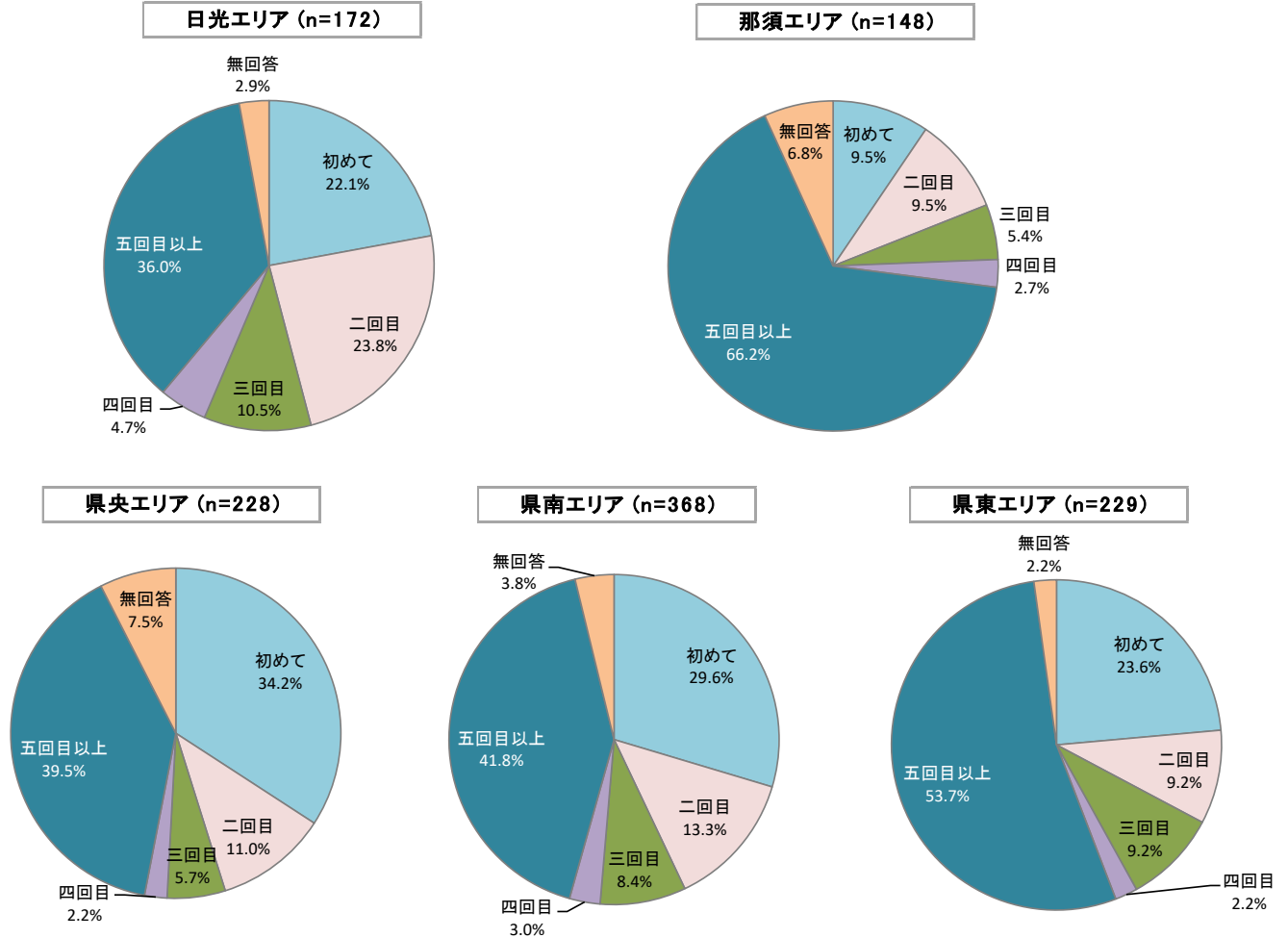


**県外客の調査地域周辺への来訪回数**

◇すべてのエリアで「五回目以上」が最も多い。那須では6割半ばとなる。

県外客の調査地域周辺への来訪回数は、すべてのエリアで「五回目以上」が最も多い。中でも、那須では6割半ばとなっている。「初めて」は県央で3割半ばと他のエリアに比べて多い。

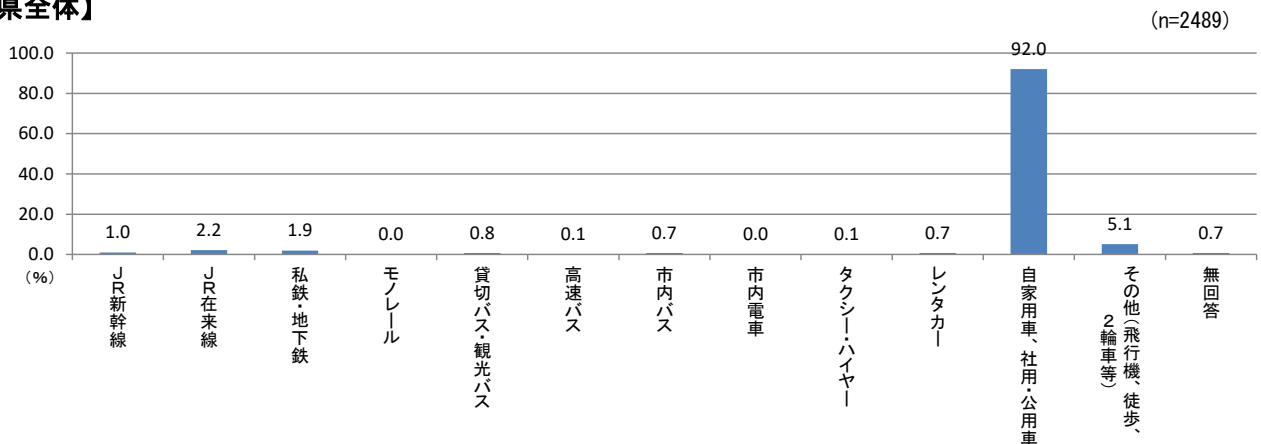
**【エリア別】**



**利用交通機関（複数回答）**

◇「自家用車、社用・公用車」が最も多く9割超。

**【県全体】**



立ち寄り観光施設数

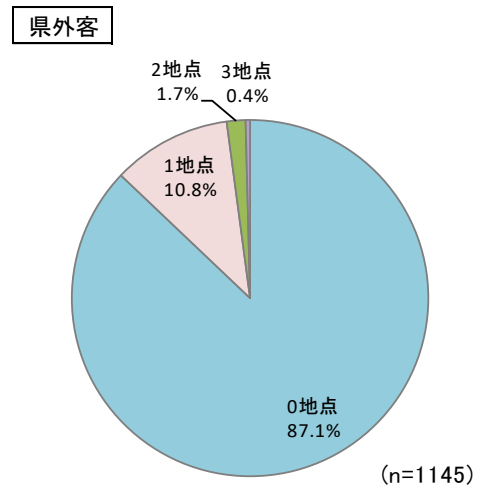
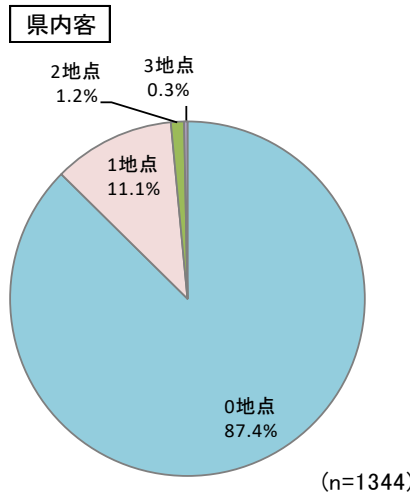
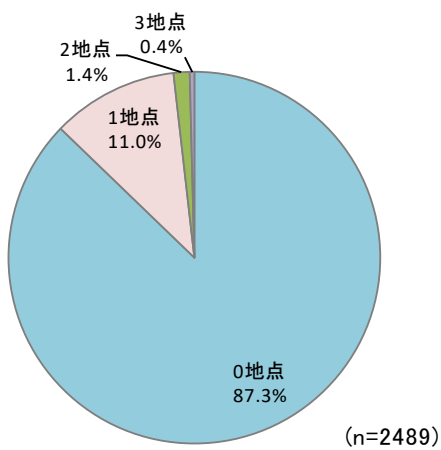
◇すべてのエリアで「0 地点（調査地点以外立ち寄りなし）」が最も多く、調査地点を含めると、立ち寄り観光施設数は1 地点～2 地点で9 割を超える。

立ち寄り観光施設は、県全体では「0 地点（調査地点以外立ち寄りなし）」が87.3%で最も多く、次いで「1 地点」が11.0%であった。調査地点を含めると1 地点～2 地点が9 割を超えた。

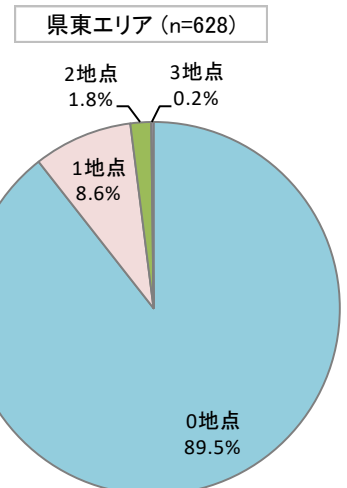
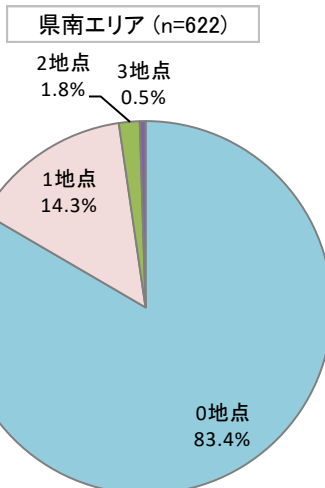
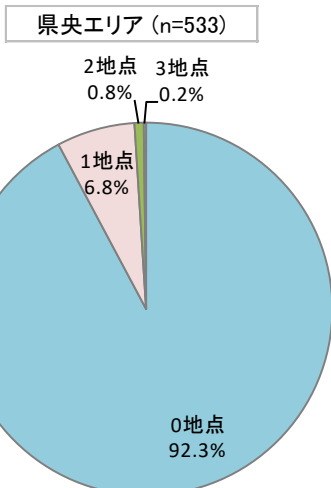
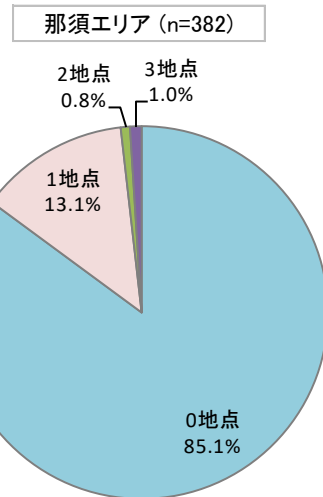
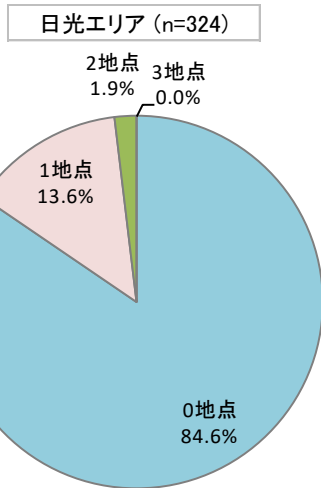
エリアごとにみると、すべてのエリアで「0 地点（調査地点以外立ち寄りなし）」が8 割以上を占め最も多い。

「1 地点」は県南で14.3%と他のエリアに比べて多い。

【県全体】



【エリア別】



## 旅行先に選んだ情報源と“決め手”となった情報源

◇ “決め手”となった情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く6割弱となる。

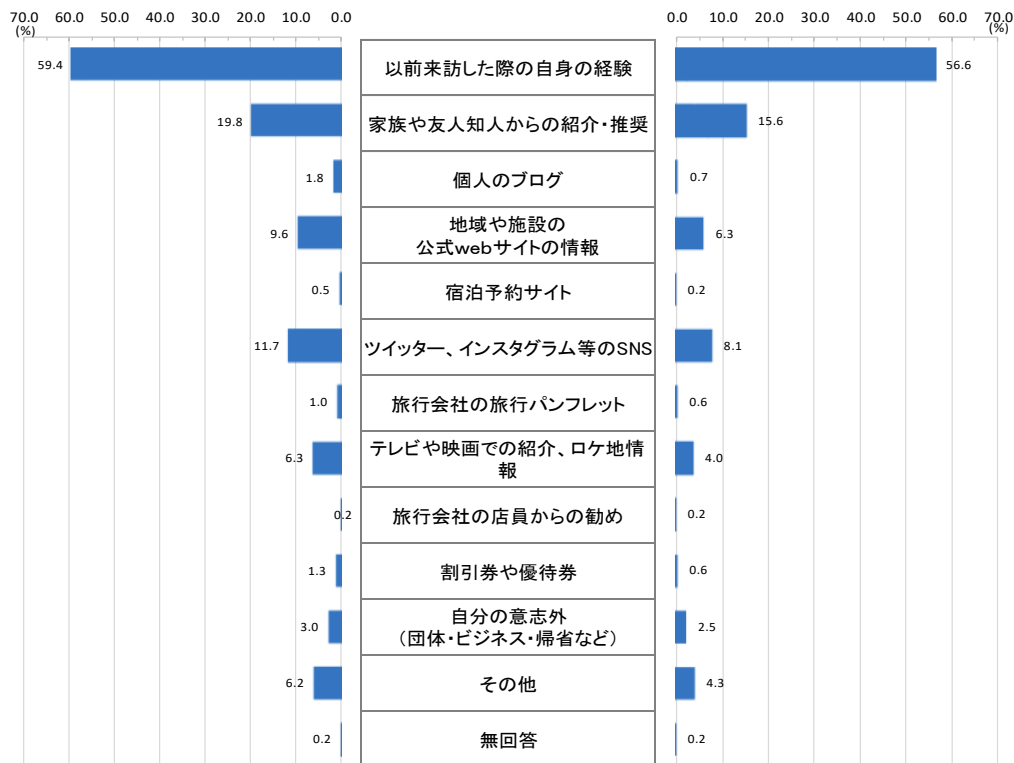
旅行先に選んだ情報源は、県全体では「以前来訪した際の自身の経験」が59.4%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が19.8%であった。

“決め手”となった情報源も、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56.6%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が15.6%となった。

## 【県全体】

旅行先に選んだ情報源  
(複数回答) (n=2489)

“決め手”となった情報源  
(単一回答) (n=2489)



## 【年代別】※ “決め手”となった情報源の上位5項目

(%)

NO.	全体 (n=2489)	
1	以前来訪した際の自身の経験	56.6
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	15.6
3	ツイッター、インスタグラム等のSNS	8.1
4	地域や施設の公式webサイトの情報	6.3
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.0

NO.	10・20代 (n=483)	
1	以前来訪した際の自身の経験	47.0
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	18.2
3	ツイッター、インスタグラム等のSNS	15.9
4	地域や施設の公式webサイトの情報	6.2
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.7

NO.	30代 (n=403)	
1	以前来訪した際の自身の経験	51.9
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	17.9
3	ツイッター、インスタグラム等のSNS	13.2
4	地域や施設の公式webサイトの情報	5.7
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.7

NO.	40代 (n=478)	
1	以前来訪した際の自身の経験	52.9
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	15.3
3	地域や施設の公式webサイトの情報	9.2
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	7.5
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.0

NO.	50代 (n=515)	
1	以前来訪した際の自身の経験	56.1
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	16.7
3	地域や施設の公式webサイトの情報	8.2
4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.7
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	4.3

NO.	60代以上 (n=583)	
1	以前来訪した際の自身の経験	71.0
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	11.1
3	地域や施設の公式webサイトの情報	3.3
4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	2.9
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	1.7

※全体 (n=2489) には年代無回答の方が含まれているため、各年代の合計と一致しない。

1. 日帰り客

消費支出（平均）

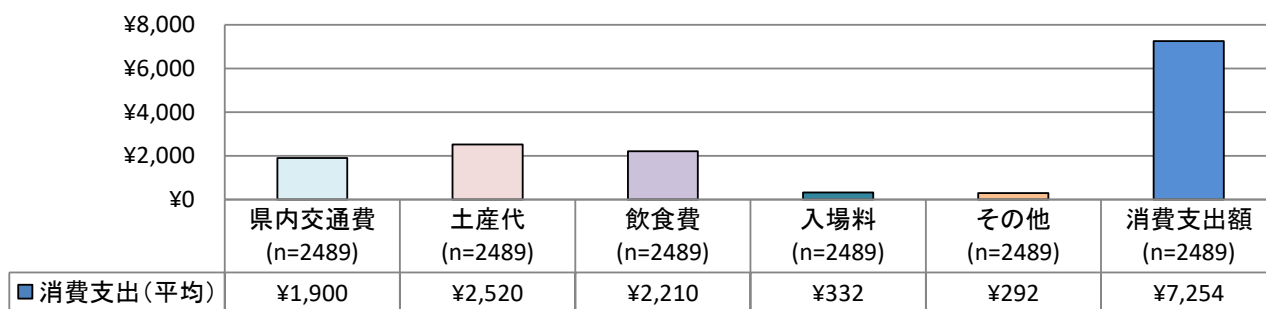
◇日帰り客一人当たりの消費支出の平均は、総額で7,254円。  
日光で消費支出の総額が最も高い。

日帰り客一人当たりの消費支出の平均は、県全体では総額で7,254円であった。内訳は、「土産代」が2,520円で最も多く、次いで「飲食費」が2,210円であった。

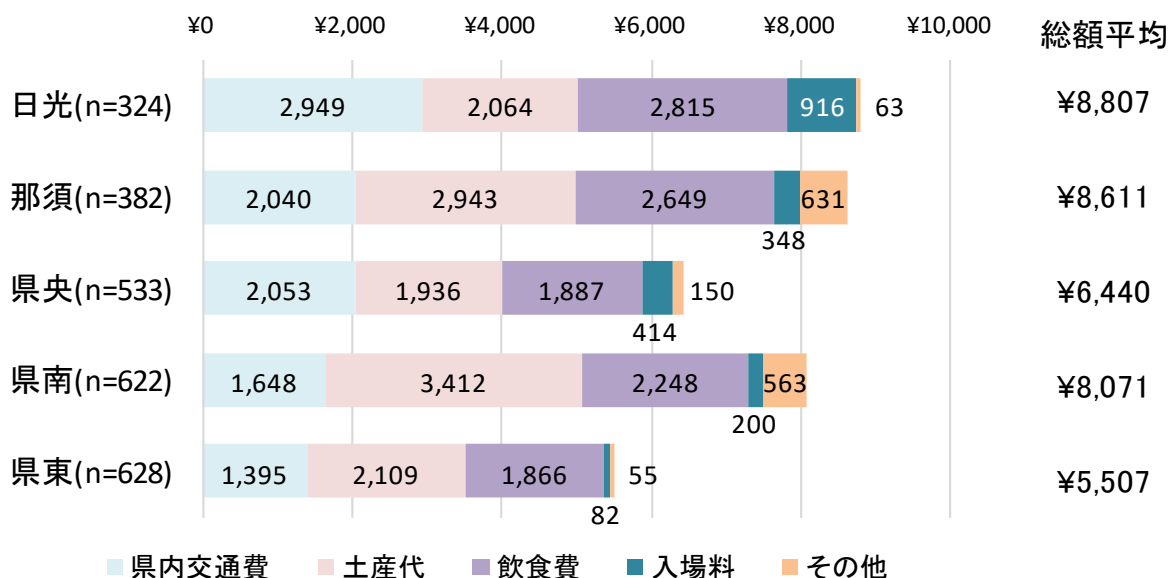
エリアごとにみると、消費支出は、総額平均が日光で8,807円と他のエリアに比べて高い。

内訳は、「土産代」が県南で3,412円、「飲食費」「入場料」が日光でそれぞれ2,815円、916円と他のエリアに比べて高い。

【県全体】



【エリア別】



**調査地域の総合満足度／再来訪意向**

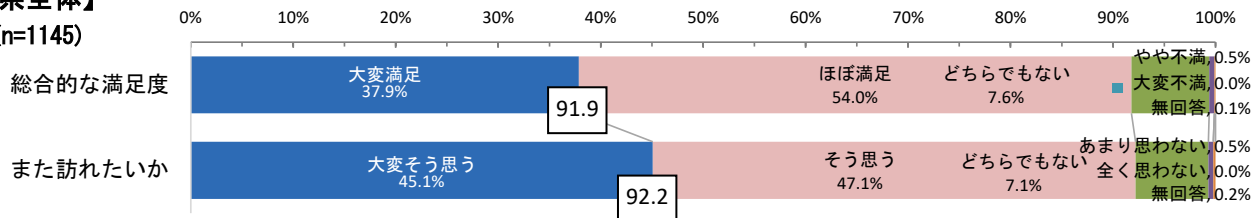
◇総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせて9割強。

県全体では、調査地域への総合的な満足度は「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせて91.9%であった。また訪れたいかについても「大変そう思う」と「そう思う」をあわせて92.2%と9割強に上った。

エリアごとにみると、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、すべてのエリアで8割を超えた。また訪れたいかは「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】も、すべてのエリアで9割以上を占め、特に日光では95.9%と高い。

**【県全体】**

(n=1145)



**【加重平均値】**

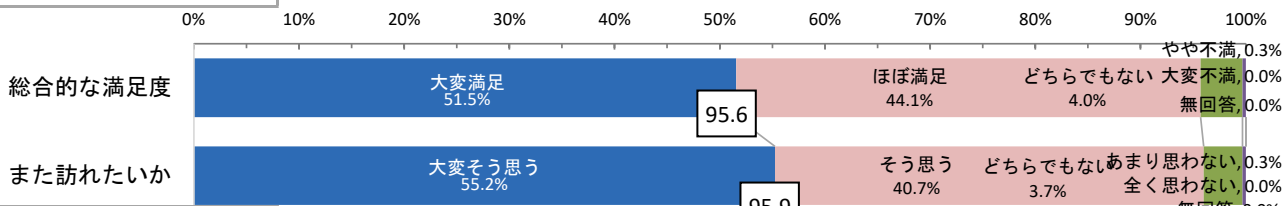
総合的な満足度	また訪れたいか
1.29	1.37

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に、否定意見「あまり（やや）～ない」を-1、「全く（大変）～ない」を-2に置き換えて算出した平均値で、+の数値で肯定的、-の数値で否定的な度合いとなる。

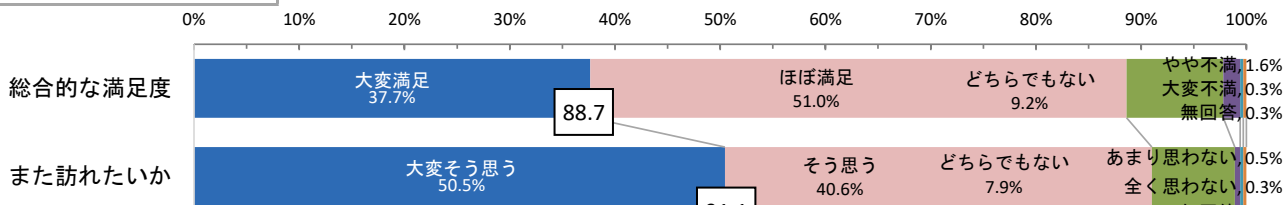
**【エリア別】**

※口内の数字は、「大変満足」と「ほぼ満足」または「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた数。

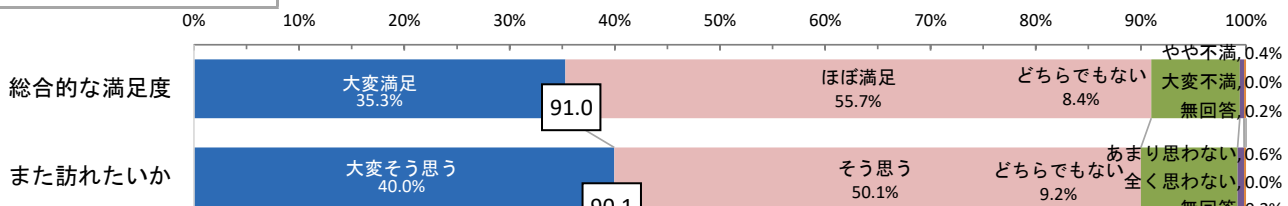
**日光エリア (n=324)**



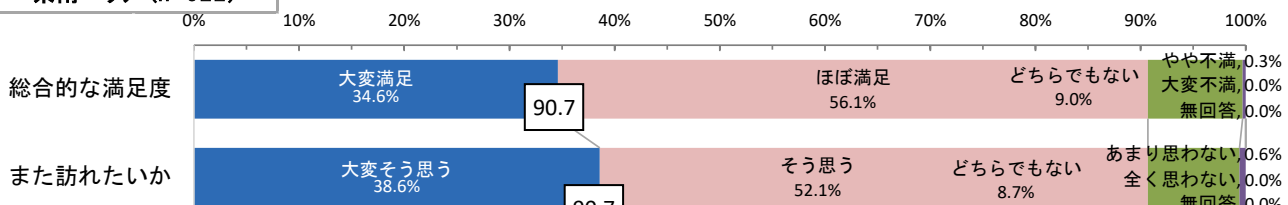
**那須エリア (n=382)**



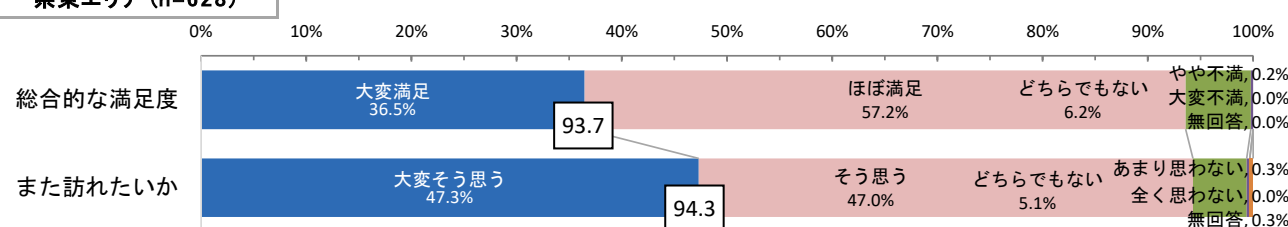
**県央エリア (n=533)**



**県南エリア (n=622)**



**県東エリア (n=628)**



1. 日帰り客

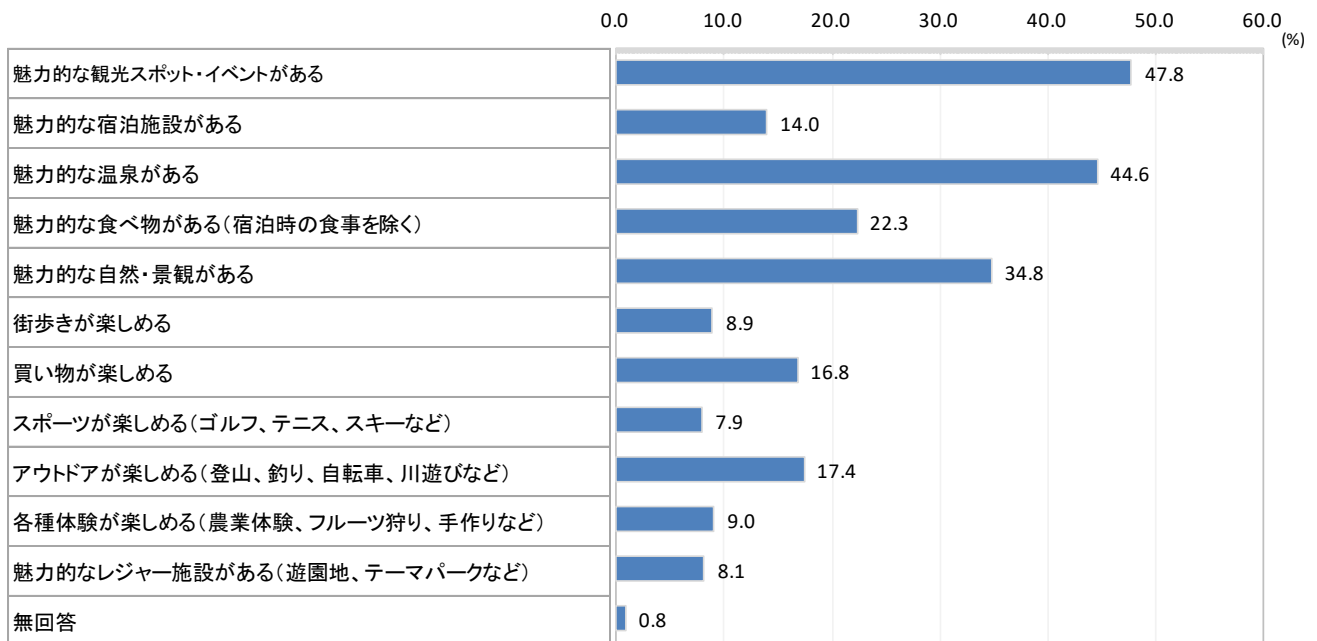
**栃木県の魅力が1位だと感じるもの**

◇「魅力的な観光スポット・イベントがある」が最も多く5割弱となった。

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「魅力的な観光スポット・イベントがある」が47.8%で最も多く、次いで「魅力的な温泉がある」が44.6%、「魅力的な自然・景観がある」が34.8%であった。

エリアごとにみると、「魅力的な温泉がある」は那須で46.1%、県央で52.7%、県東で49.5%とそれぞれのエリアで最も多い。日光、県南では「魅力的な観光スポット・イベントがある」がそれぞれ54.0%、52.9%で最も多かった。

**【県全体】**



**【エリア別】 ※上位5項目**

NO.	全体 (n=2489)	日光 (n=324)	那須 (n=382)
1	魅力的な観光スポット・イベントがある (47.8%)	魅力的な観光スポット・イベントがある (54.0%)	魅力的な温泉がある (46.1%)
2	魅力的な温泉がある (44.6%)	魅力的な温泉がある (42.3%)	魅力的な自然・景観がある (40.8%)
3	魅力的な自然・景観がある (34.8%)	魅力的な自然・景観がある (29.6%)	魅力的な観光スポット・イベントがある (37.4%)
4	魅力的な食べ物がある (22.3%)	魅力的な食べ物がある (14.8%)	アウトドアが楽しめる (24.6%)
5	アウトドアが楽しめる (17.4%)	魅力的な宿泊施設がある (12.7%)	魅力的な食べ物がある (24.1%)

NO.	県央 (n=533)	県南 (n=622)	県東 (n=628)
1	魅力的な温泉がある (52.7%)	魅力的な観光スポット・イベントがある (52.9%)	魅力的な温泉がある (49.5%)
2	魅力的な観光スポット・イベントがある (46.5%)	魅力的な温泉がある (33.1%)	魅力的な観光スポット・イベントがある (46.8%)
3	魅力的な自然・景観がある (36.2%)	魅力的な自然・景観がある (29.6%)	魅力的な自然・景観がある (37.7%)
4	魅力的な食べ物がある (24.0%)	買い物が楽しめる (18.8%)	魅力的な食べ物がある (27.5%)
5	アウトドアが楽しめる (21.6%)	魅力的な食べ物がある (18.5%)	アウトドアが楽しめる (19.9%)



## 2. 宿泊客

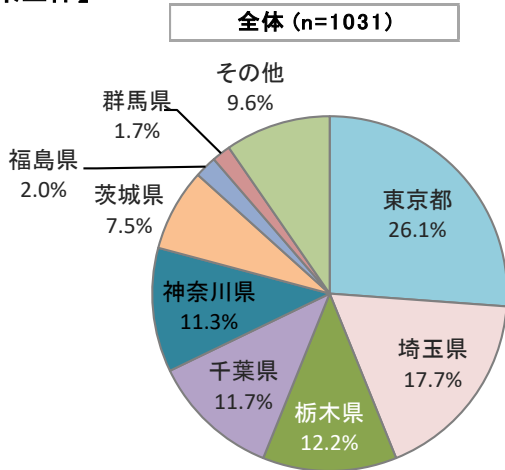
### お住まい

◇「東京都」が最も多く2割半ば。次いで「埼玉県」が2割弱。

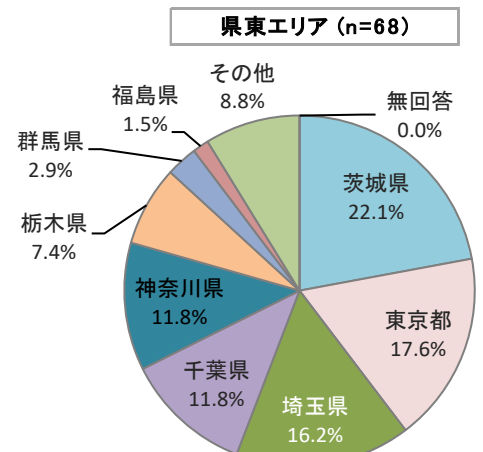
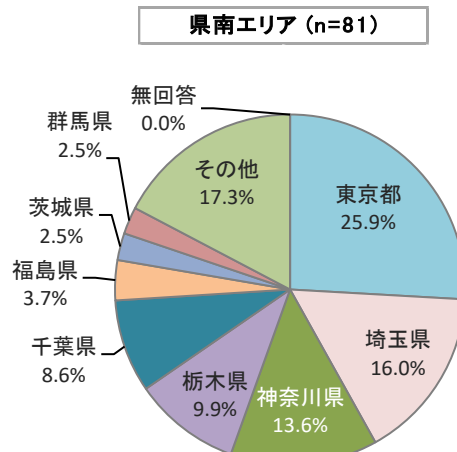
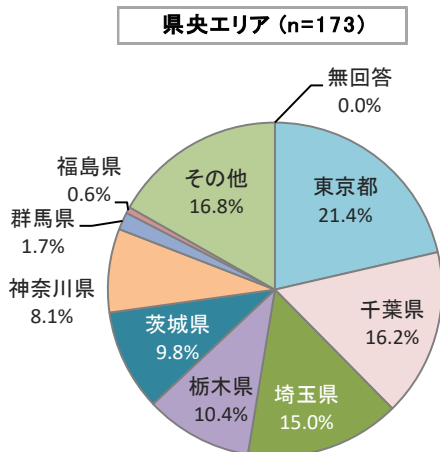
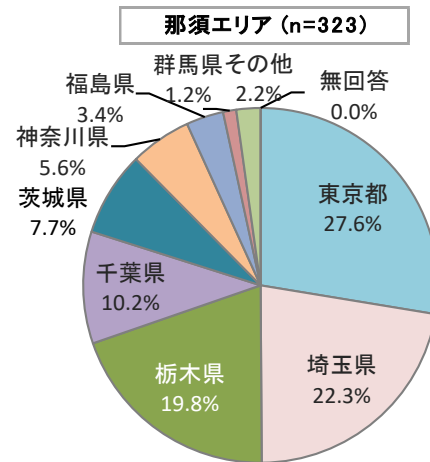
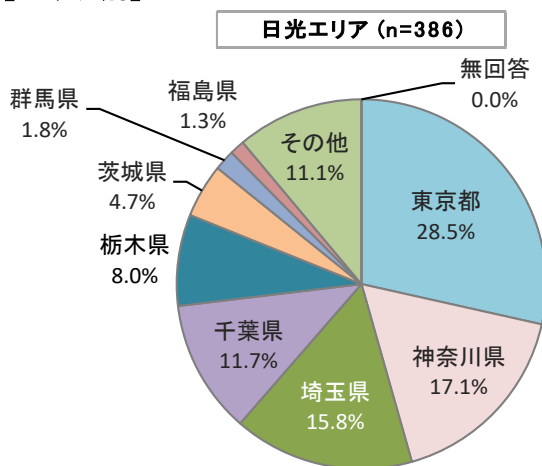
お住まいは、県全体では「東京都」が26.1%で最も多く、次いで「埼玉県」が17.7%、「栃木県」が12.2%であった。

エリアごとにみると、県東を除く4エリアでは「東京都」が最も多い。県東では「茨城県」が最も多い。那須では「埼玉県」も他のエリアに比べてやや多い。

#### 【県全体】



#### 【エリア別】



2. 宿泊客

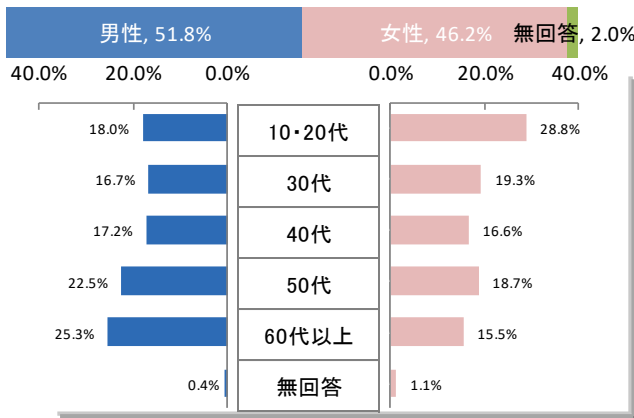
**性別・年代**

◇性別は、男性は5割強、女性は4割半ばとなった。性別・年代別は、男性の「50代」「60代以上」と女性の「10・20代」がそれぞれ2割を超える。

県全体では、性別は「男性」が51.8%、「女性」が46.2%であった。  
 また、年代は男性の「60代以上」が25.3%で最も多く、女性は「10・20代」が28.8%で最も多かった。  
 エリアごとに性別・年代別でみると、男性では那須の「60代以上」が37.7%と最も多かった。女性では県東の「30代」が40.0%と最多であった。

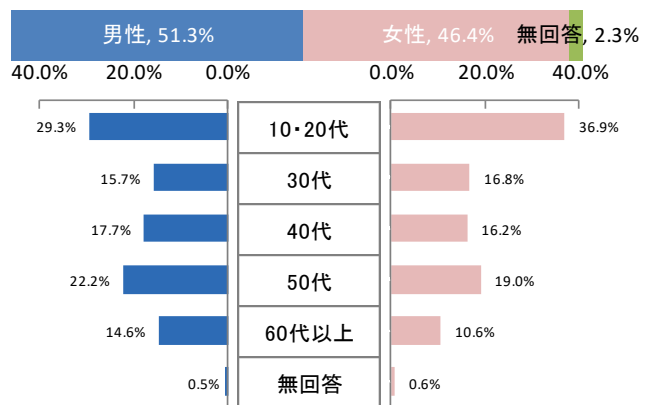
**【県全体】**

全体 (n=1031)

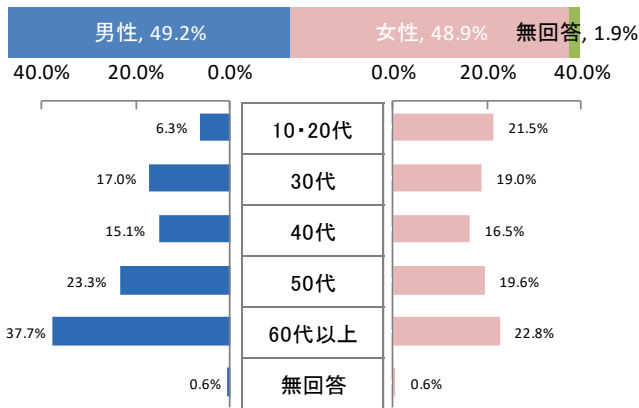


**【エリア別】**

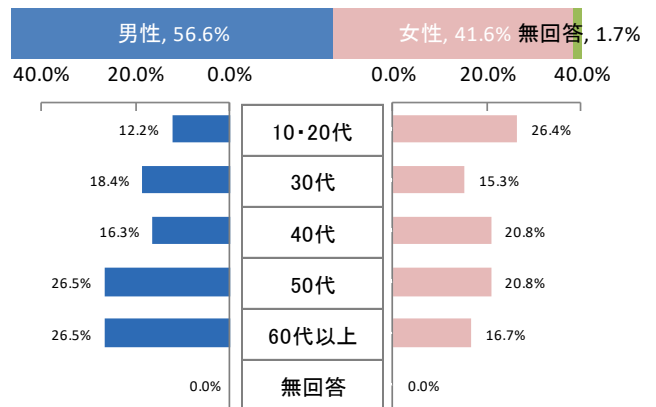
日光エリア (n=386)



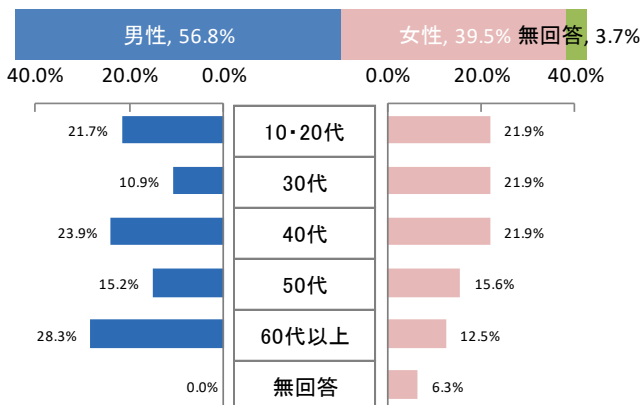
那須エリア (n=323)



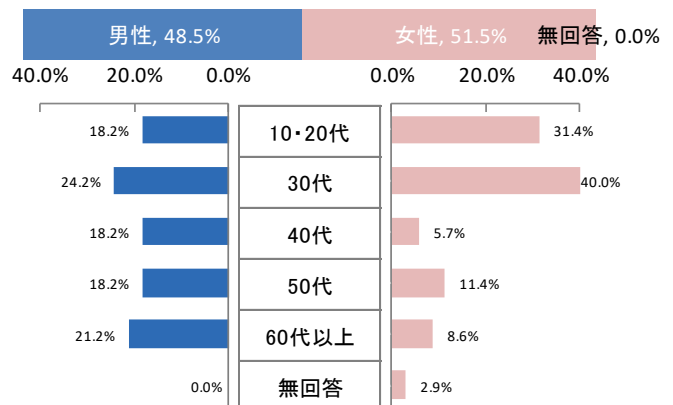
県央エリア (n=173)



県南エリア (n=81)



県東エリア (n=68)

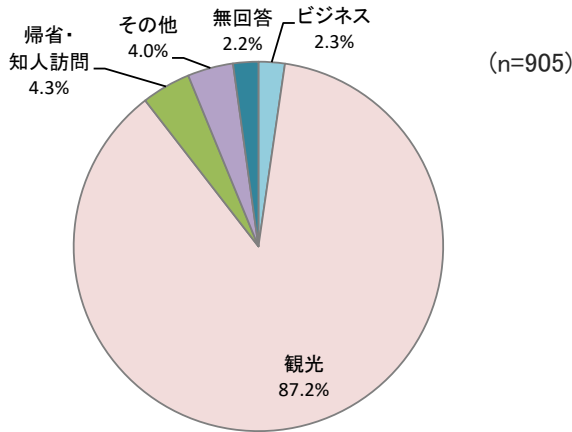


**旅行の主要目的**

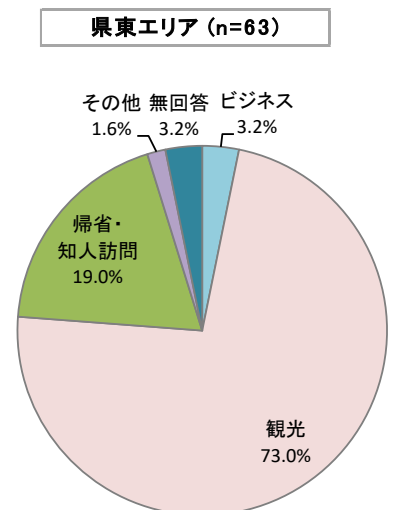
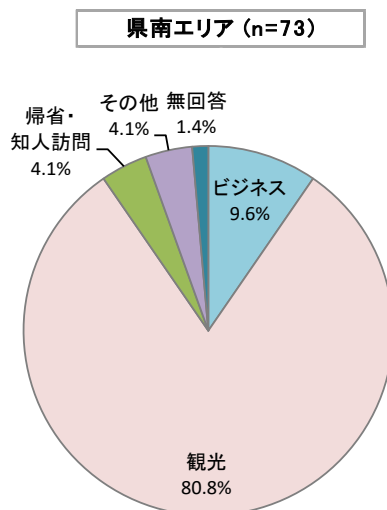
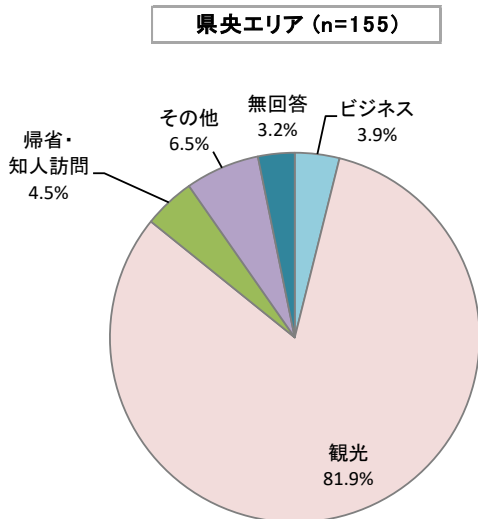
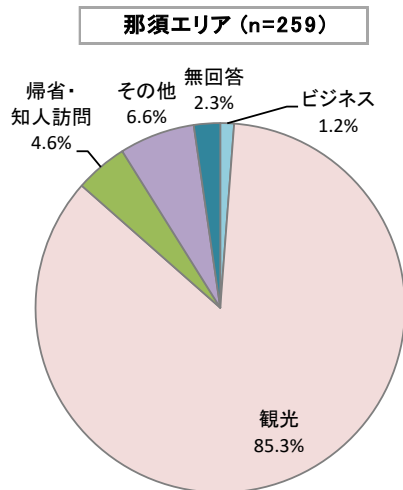
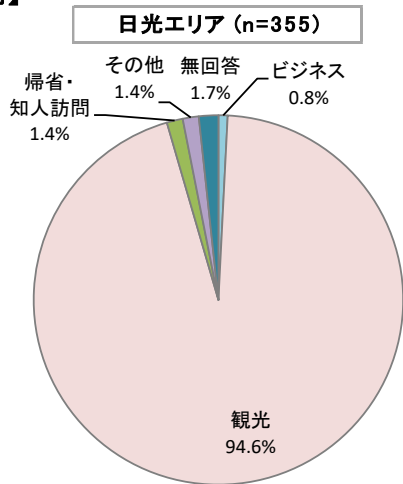
◇「観光」が9割弱に上った。

旅行の主要目的は、県全体では「観光」が87.2%と9割弱となった。  
エリアごとにみると、すべてのエリアで「観光」が7割以上を占め、特に日光では94.6%と最多であった。

**【県全体】**



**【エリア別】**

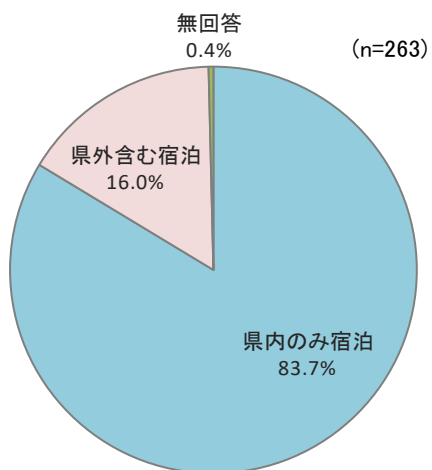


2. 宿泊客

**宿泊旅程**

◇「県内のみ宿泊」が8割半ばとなった。

**【県全体】**

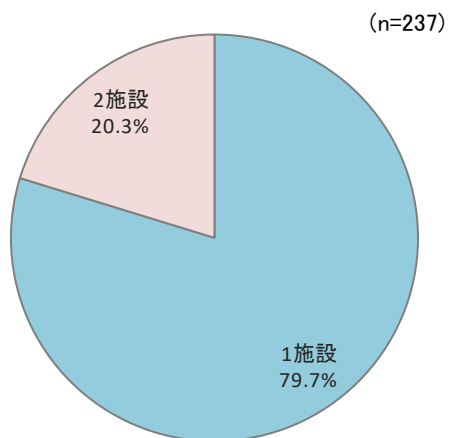


※今回の旅行の宿泊日数  
(県内に限らない)が  
2泊以上の方のみ集計。

**栃木県内の宿泊施設数**

◇県内に2泊以上した方の宿泊施設数は、「1施設」が約8割。

**【県全体】**

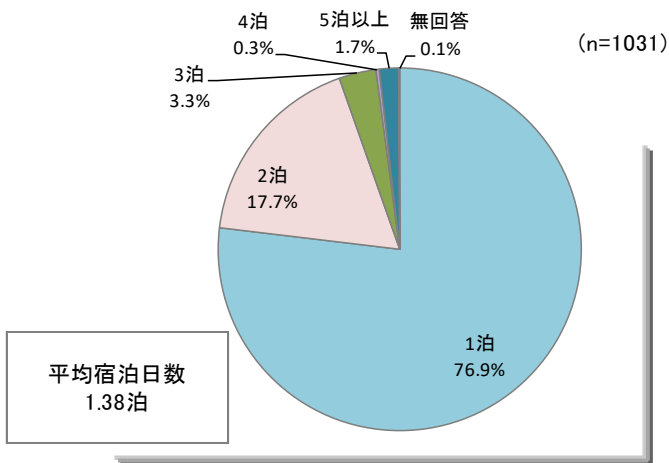


※1泊目と2泊目で同じ宿泊施設に宿泊した場合は  
1施設としてカウントしている。

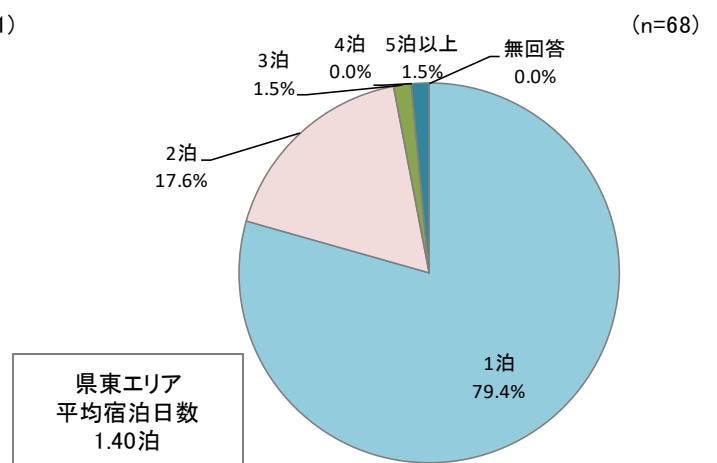
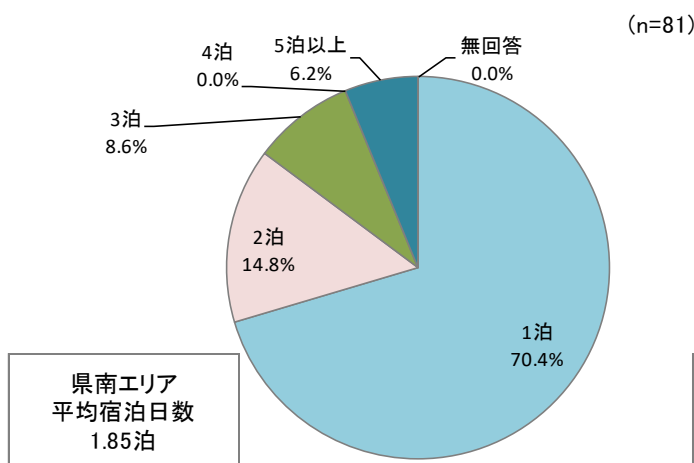
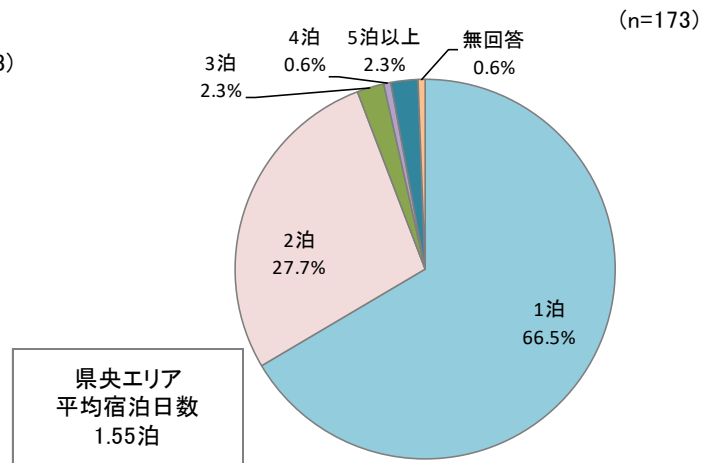
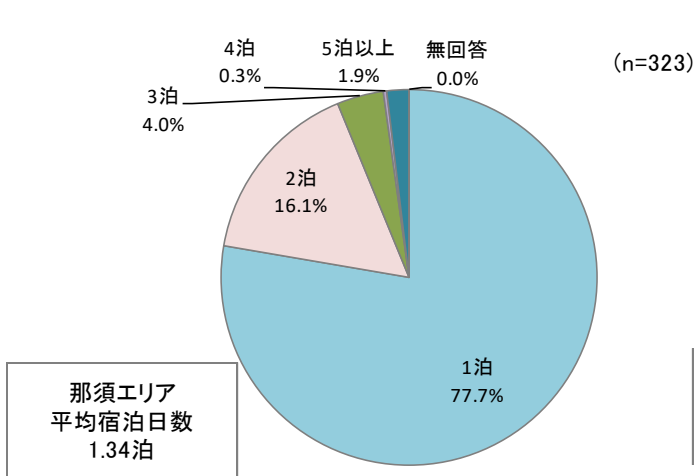
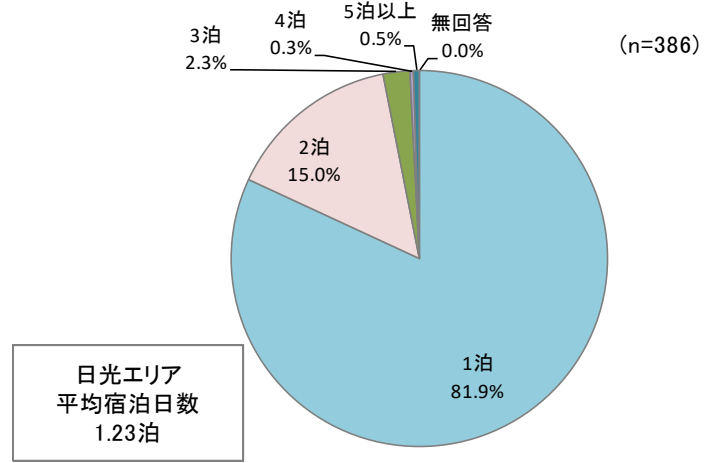
栃木県内での宿泊日数

◇ 「1泊」が全エリアで6割を超える。

【県全体】



【エリア別】



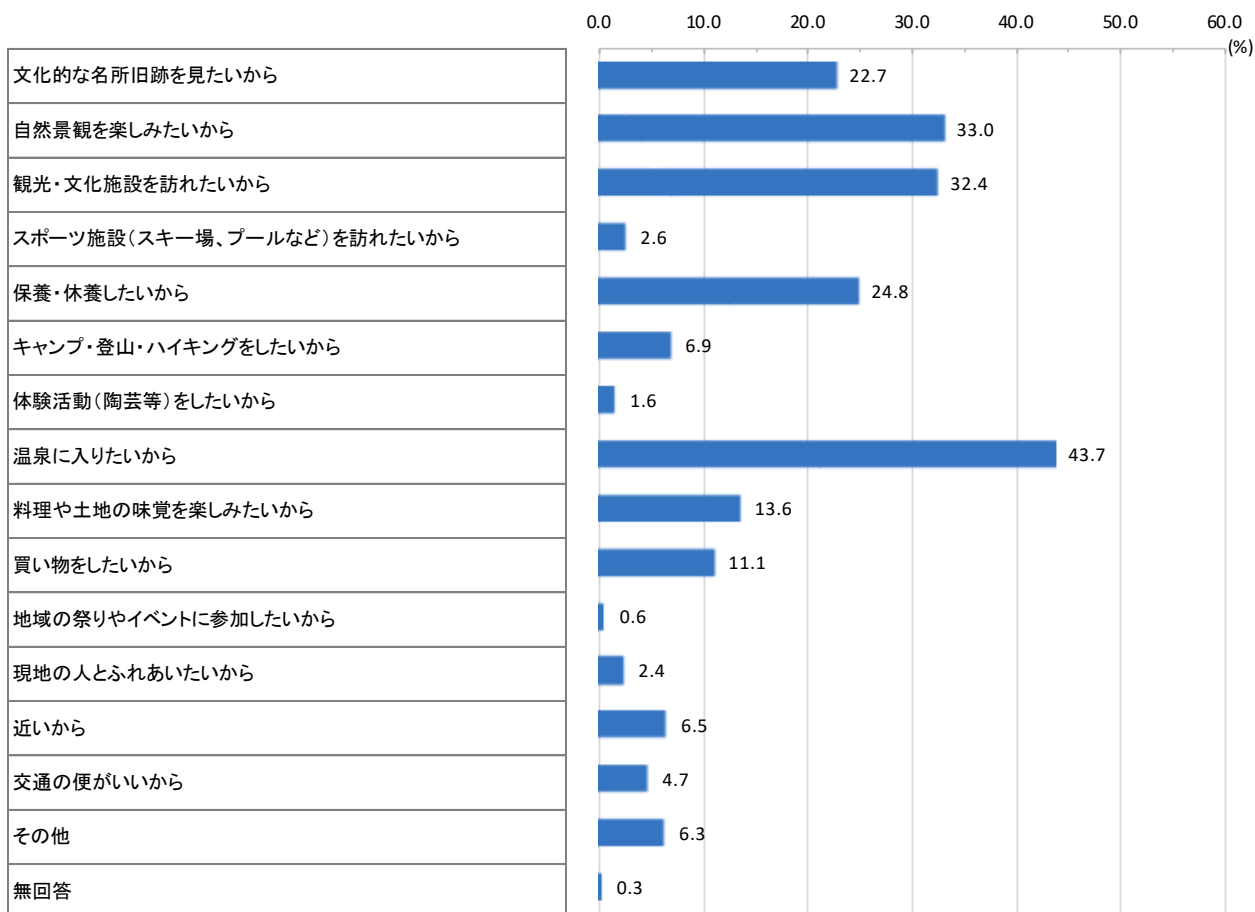
旅行先に選んだ理由（複数回答）

◇「温泉に入りたいから」が最も多く4割半ばとなった。日光、那須、県央では「温泉」が第1位。

旅行先に選んだ理由は、県全体では「温泉に入りたいから」が43.7%で最も多く、次いで「自然景観を楽しみたいから」が33.0%、「観光・文化施設を訪れたいから」が32.4%、「保養・休養したいから」が24.8%であった。

エリアごとにみると、日光、那須、県央では「温泉に入りたいから」、県南では「観光・文化施設を訪れたいから」、県東では「自然景観を楽しみたいから」がそれぞれ第1位となっている。

【県全体】



【エリア別】 ※上位5項目

NO.	全体 (n=1031)	日光 (n=386)	那須 (n=323)
1	温泉に入りたいから 43.7	温泉に入りたいから 50.3	温泉に入りたいから 51.1
2	自然景観を楽しみたいから 33.0	観光・文化施設を訪れたいから 40.7	自然景観を楽しみたいから 34.7
3	観光・文化施設を訪れたいから 32.4	自然景観を楽しみたいから 35.0	保養・休養したいから 33.1
4	保養・休養したいから 24.8	文化的な名所旧跡を見たいから 33.9	買い物かしたいから 19.8
5	文化的な名所旧跡を見たいから 22.7	保養・休養したいから 23.1	観光・文化施設を訪れたいから 19.5

NO.	県央 (n=173)	県南 (n=81)	県東 (n=68)
1	温泉に入りたいから 35.8	観光・文化施設を訪れたいから 44.4	自然景観を楽しみたいから 36.8
2	観光・文化施設を訪れたいから 31.8	文化的な名所旧跡を見たいから 43.2	観光・文化施設を訪れたいから 33.8
3	自然景観を楽しみたいから 30.1	保養・休養したいから 22.2	温泉に入りたいから 32.4
4	文化的な名所旧跡を見たいから 26.6	自然景観を楽しみたいから 19.8	買い物かしたいから 22.1
5	保養・休養したいから 19.7	料理や土地の味覚を楽しみたいから 13.6	料理や土地の味覚を楽しみたいから 19.1

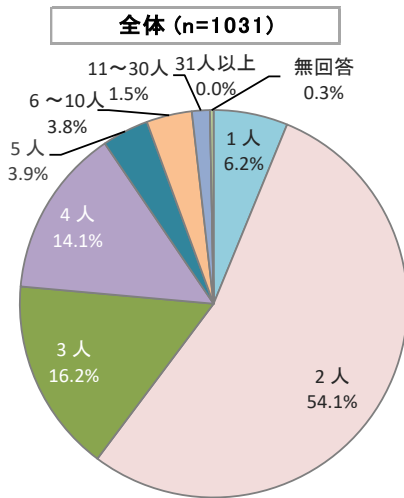
同行者数※回答者を含む

◇ 「2人」が最も多く5割半ば。すべてのエリアで「2人」が最も多い。

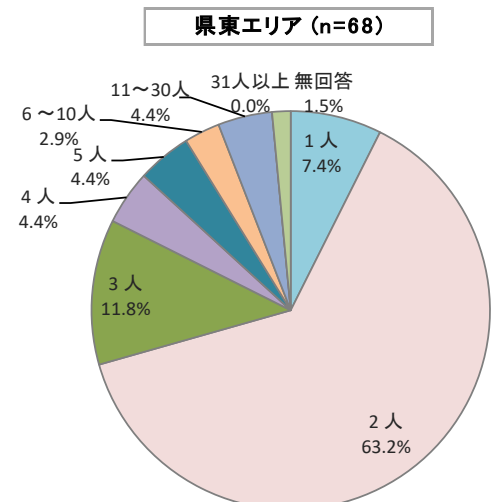
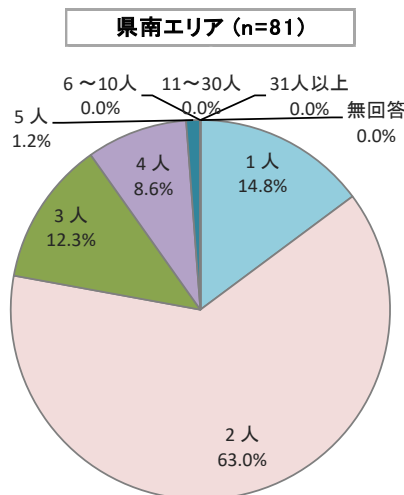
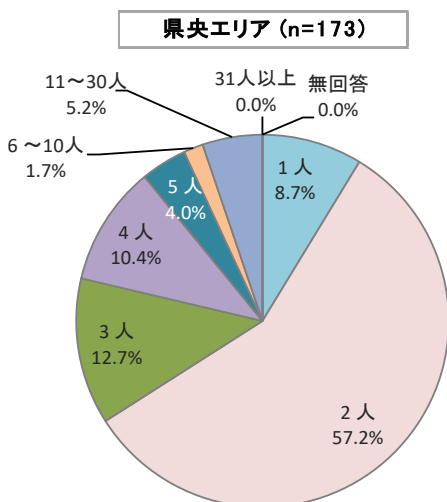
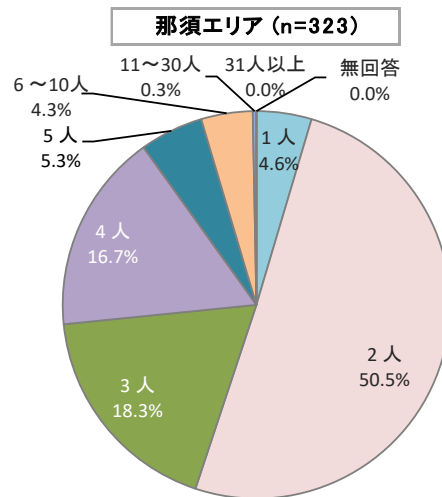
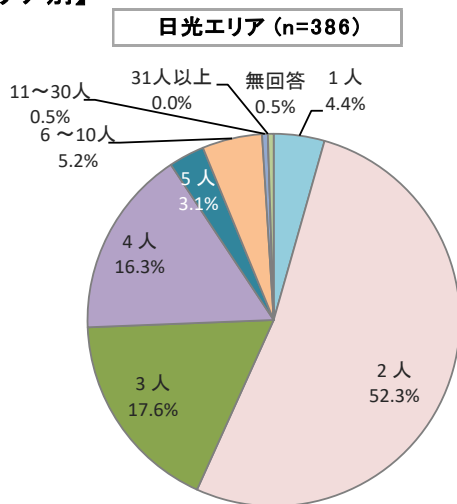
回答者を含む同行者数は、県全体では「2人」が54.1%で最も多く、次いで「3人」が16.2%、「4人」が14.1%であった。

エリアごとにみると、すべてのエリアで「2人」が最も多い。「1人」は県南で14.8%、「3人」は那須で18.3%と他のエリアに比べて多い。

【県全体】



【エリア別】



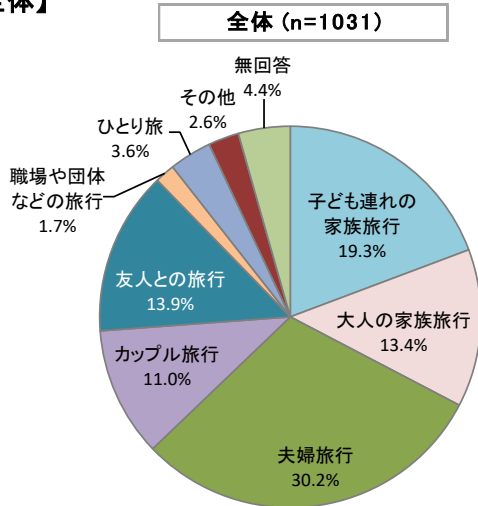
**同行者の関係**

◇「夫婦旅行」が最も多く約3割。すべてのエリアで「夫婦旅行」の割合が最も多い。

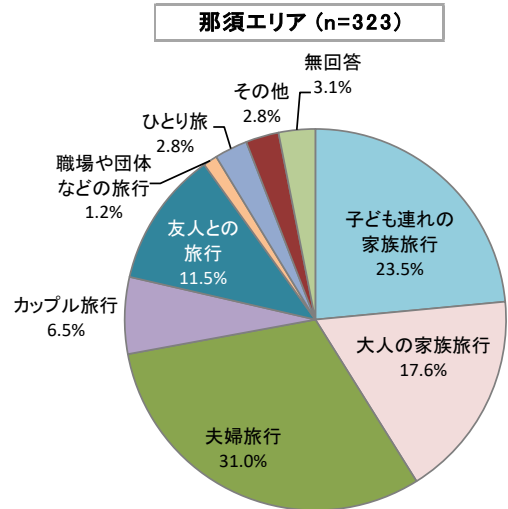
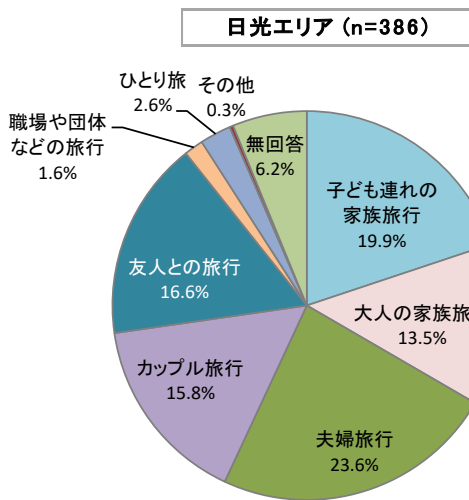
同行者の関係は、県全体では「夫婦旅行」が30.2%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が19.3%、「友人との旅行」が13.9%、「大人の家族旅行」が13.4%であった。

エリアごとにみると、「夫婦旅行」は日光23.6%、那須31.0%、県央37.0%、県南33.3%、県東42.6%と最も多くなった。

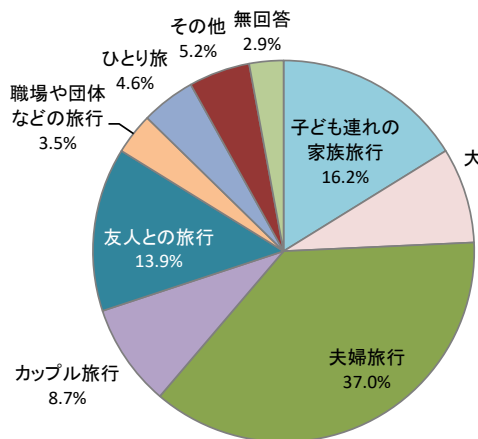
**【県全体】**



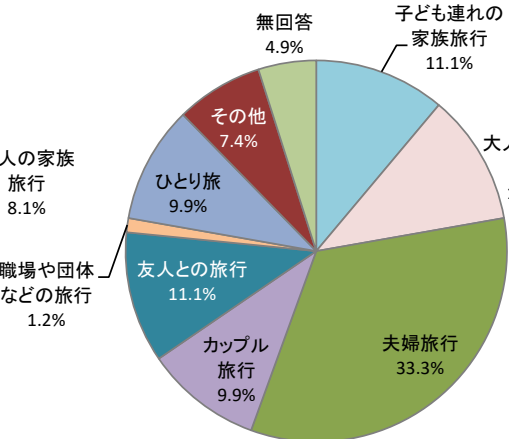
**【エリア別】**



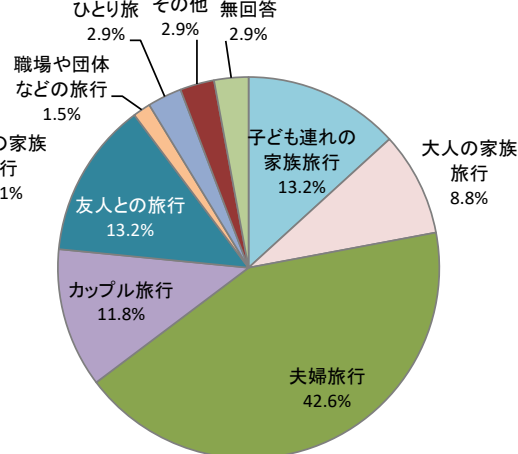
**県央エリア (n=173)**



**県南エリア (n=81)**



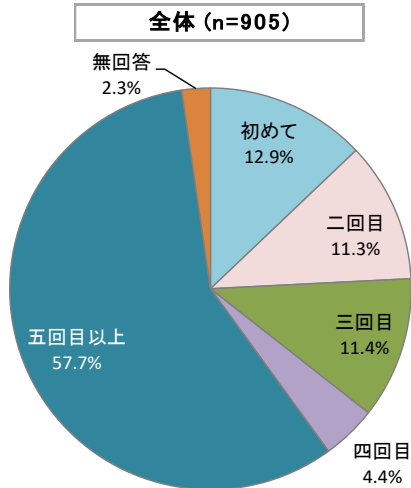
**県東エリア (n=68)**





県外客の栃木県への来訪回数

◇「五回目以上」が最も多く6割弱となった。「初めて」は12.9%。

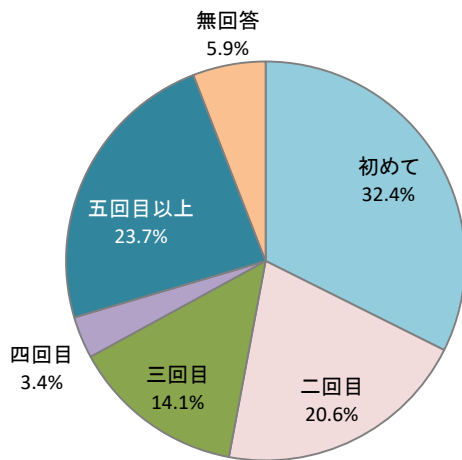


県外客の調査地域周辺への来訪回数

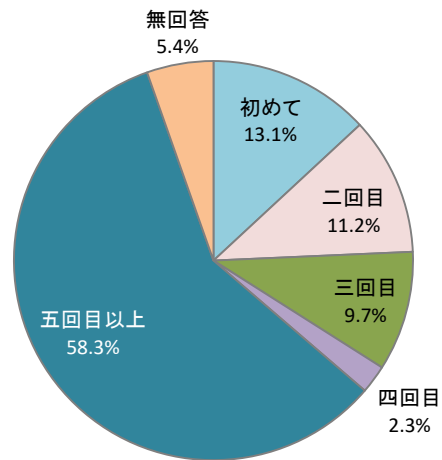
◇那須、県東では「五回目以上」が最も多い。日光、県央、県南では「初めて」が最も多い。

県外客の調査地域周辺への来訪回数は、那須、県東では「五回目以上」が約5割から6割弱で最も多く、リピーターが多くを占める。一方、日光、県央、県南では「初めて」が3割強から5割半ばで最も多かった。

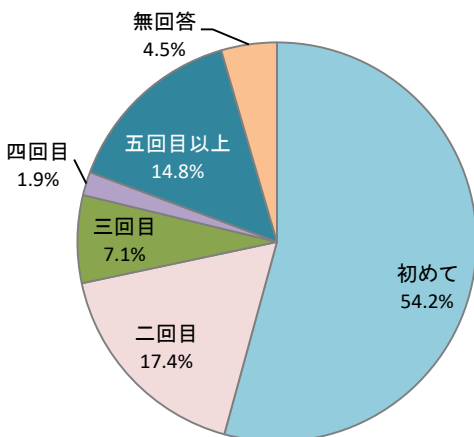
日光エリア (n=355)



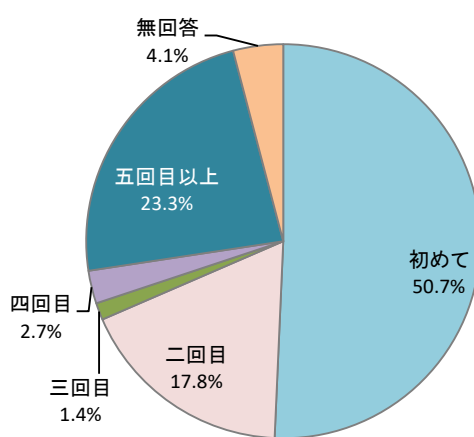
那須エリア (n=259)



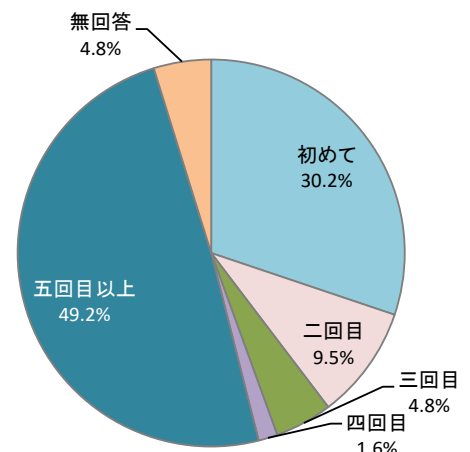
県央エリア (n=155)



県南エリア (n=73)



県東エリア (n=63)



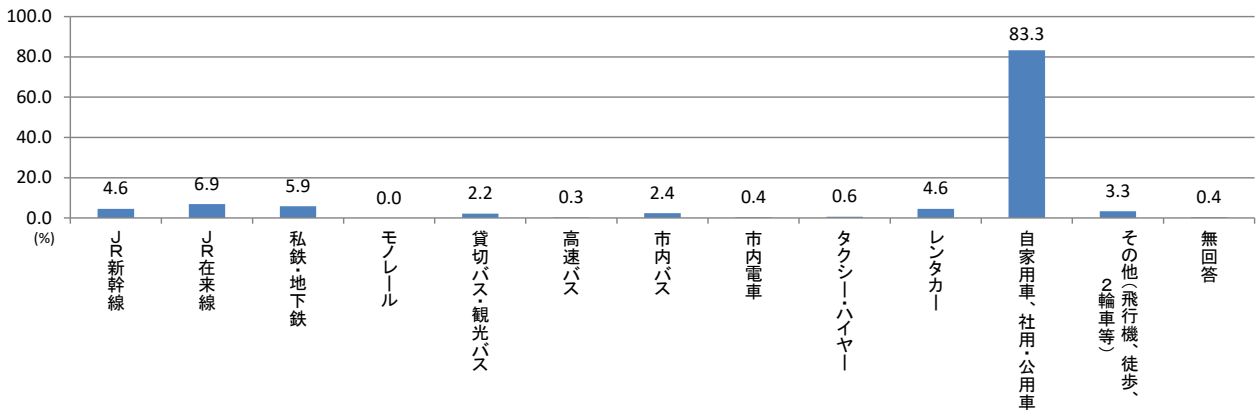
2. 宿泊客

**利用交通機関（複数回答）**

◇「自家用車、社用・公用車」が最も多く8割半ば。

**【県全体】**

(n=1031)



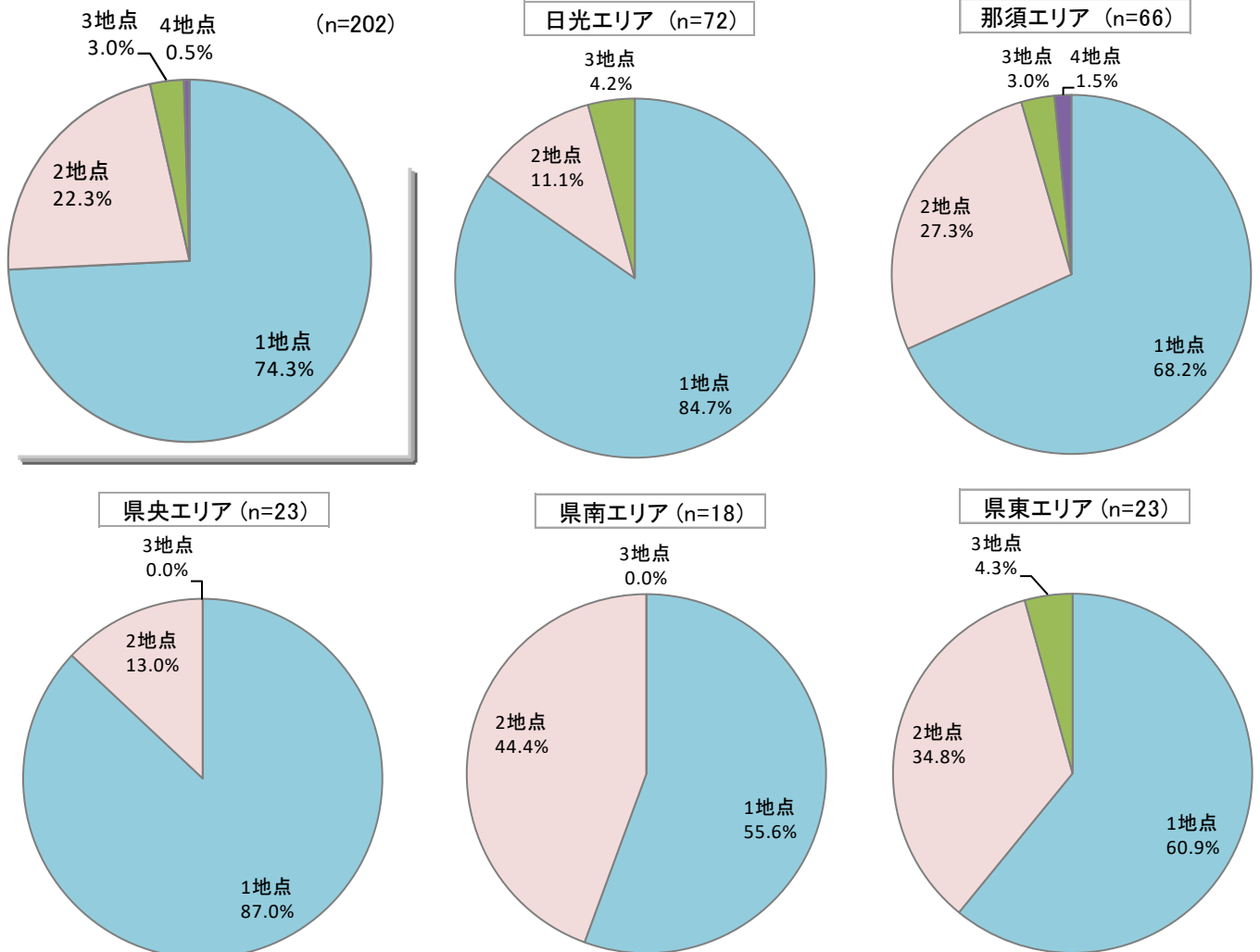
**立ち寄り観光施設数 ※「0地点（調査地点以外立ち寄りなし）」を除く**

◇1地点から2地点がほとんどを占め、3地点以上は3.5%。各エリアとも「1地点」「2地点」が多い。

立ち寄り観光施設数は、県全体では「1地点」が74.3%で最も多く、次いで「2地点」が22.3%であった。  
 エリアごとにみると、すべてのエリアで「1地点」「2地点」が多く、「1地点」がいずれも半数以上であった。「3地点」は県東エリアで4.3%、日光エリアで4.2%と比較的多い。

**【県全体】**

**【エリア別】**



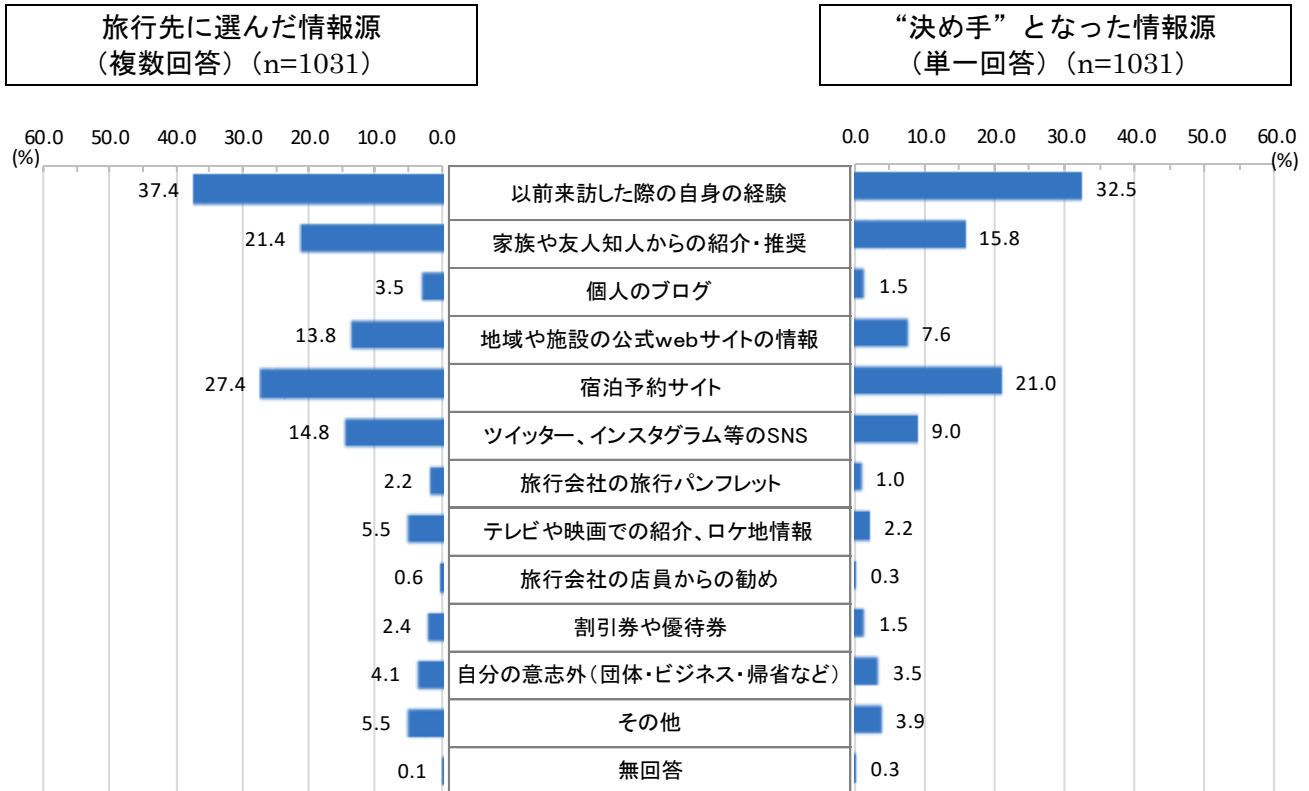
### 旅行先に選んだ情報源と“決め手”となった情報源

◇ “決め手”となった情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く3割強。

旅行先に選んだ情報源は、県全体では「以前来訪した際の自身の経験」が37.4%で最も多く、次いで「宿泊予約サイト」が27.4%であった。

“決め手”となった情報源も、旅行先に選んだ情報源とほぼ同様の傾向で、「以前来訪した際の自身の経験」が32.5%で最も多く、次いで「宿泊予約サイト」が21.0%であった。

#### 【県全体】



#### 【年代別】※ “決め手”となった情報源の上位5項目

(%)

NO.	全体 (n=1031)	
1	以前来訪した際の自身の経験	32.5
2	宿泊予約サイト	21.0
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	15.8
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	9.0
5	地域や施設の公式webサイトの情報	7.6

NO.	10・20代 (n=236)	
1	宿泊予約サイト	23.7
2	ツイッター、インスタグラム等のSNS	20.3
3	以前来訪した際の自身の経験	18.2
4	家族や友人知人からの紹介・推奨	17.4
5	地域や施設の公式webサイトの情報	7.6

NO.	30代 (n=182)	
1	以前来訪した際の自身の経験	29.1
2	宿泊予約サイト	28.0
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	13.2
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	7.7
5	地域や施設の公式webサイトの情報	6.0

NO.	40代 (n=176)	
1	以前来訪した際の自身の経験	34.1
2	宿泊予約サイト	20.5
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	16.5
4	地域や施設の公式webサイトの情報	6.8
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	6.8

NO.	50代 (n=211)	
1	以前来訪した際の自身の経験	36.0
2	宿泊予約サイト	16.6
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	16.1
4	割引券や優待券	13.3
5	地域や施設の公式webサイトの情報	6.6

NO.	60代以上 (n=213)	
1	以前来訪した際の自身の経験	46.5
2	宿泊予約サイト	18.3
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	14.6
4	地域や施設の公式webサイトの情報	4.2
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	3.8

※全体 (n=1031) には年代無回答の方が含まれているため、各年代の合計と一致しない。

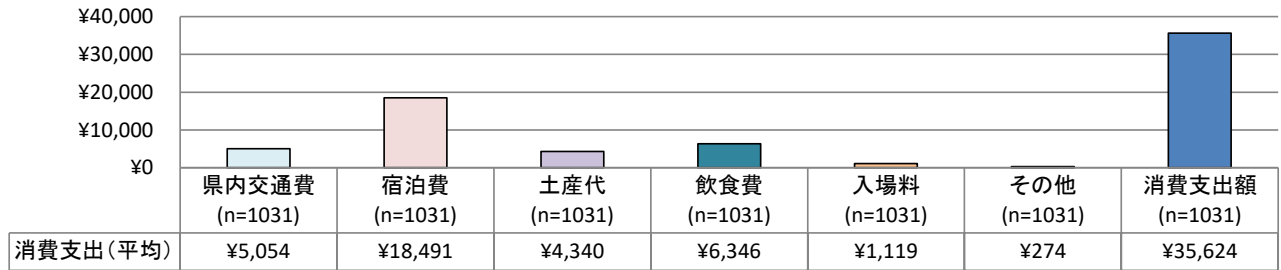
2. 宿泊客

**消費支出（平均）**

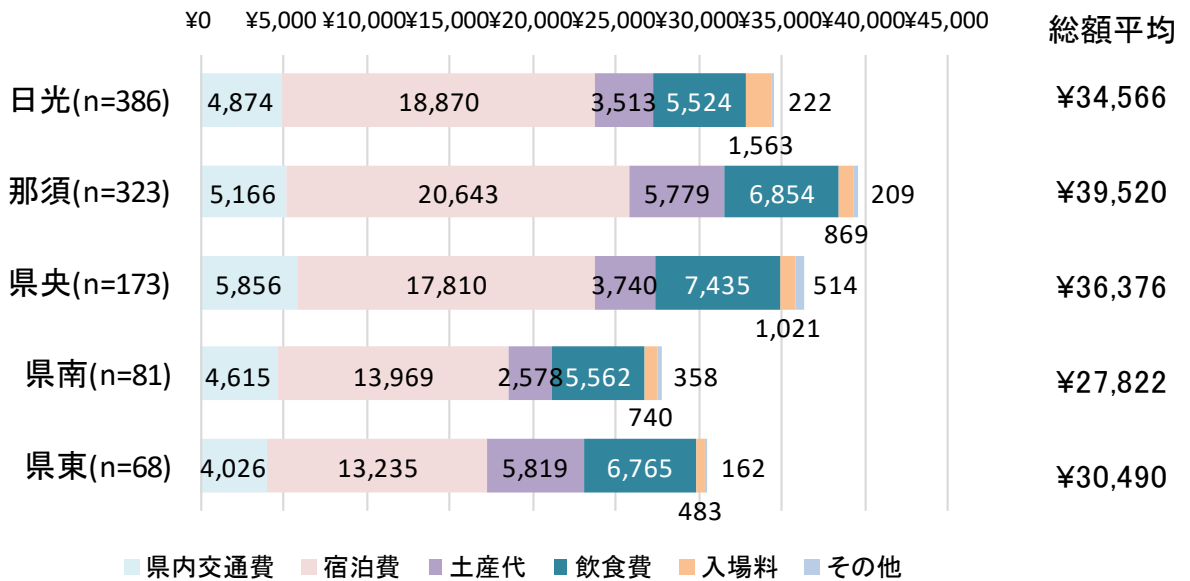
◇宿泊客一人当たりの消費支出の平均は、総額で 35,624 円。  
 那須で消費支出の総額が最も高い。

宿泊客一人当たりの消費支出の平均は、県全体では総額で 35,624 円であった。内訳は、「宿泊費」が 18,491 円で最も多く、次いで「飲食費」が 6,346 円であった。  
 エリアごとにみると、消費支出額は那須が 39,520 円で最も高く、次いで県央が 36,376 円、日光が 34,566 円であった。

**【県全体】**



**【エリア別】**

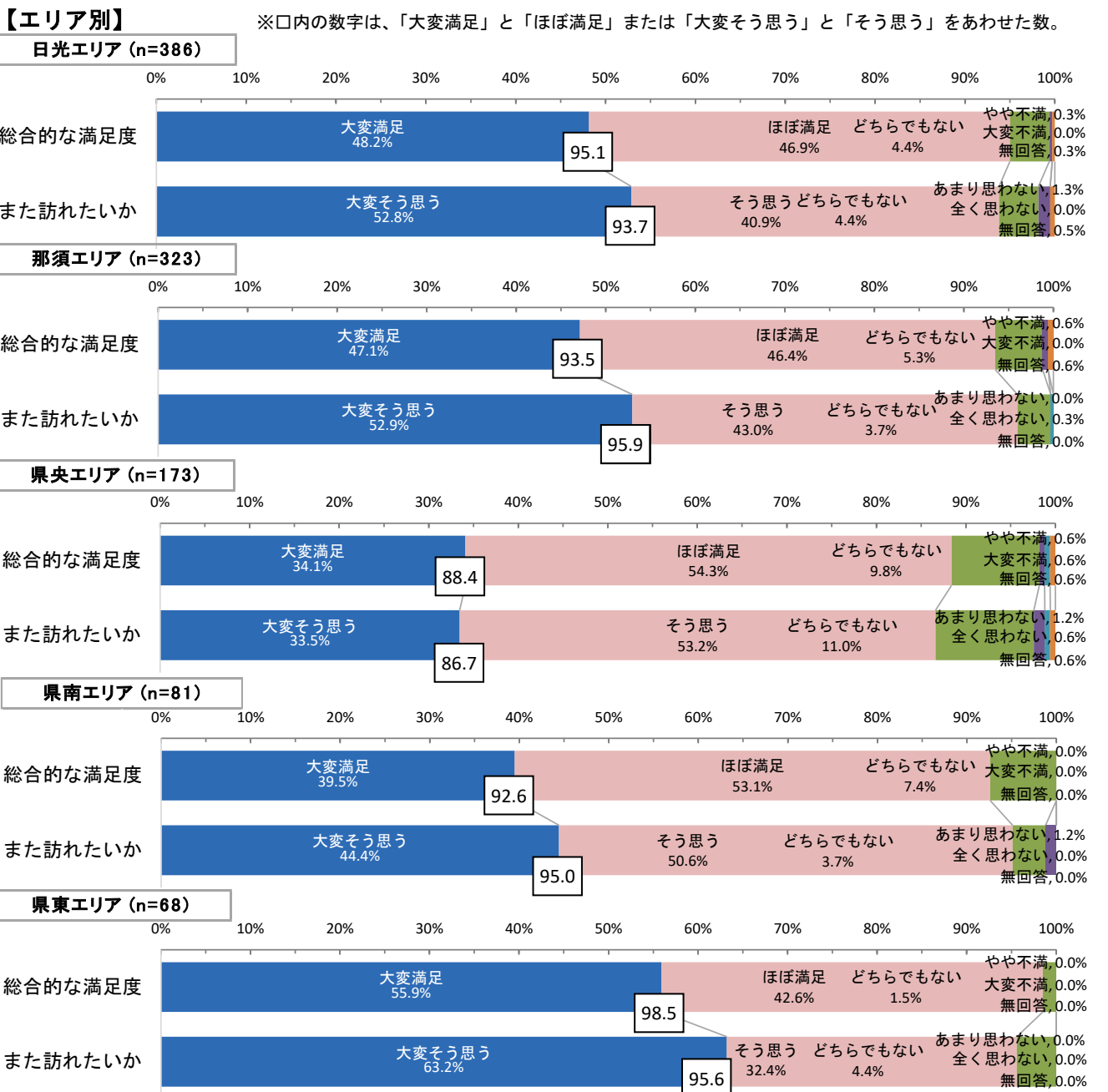
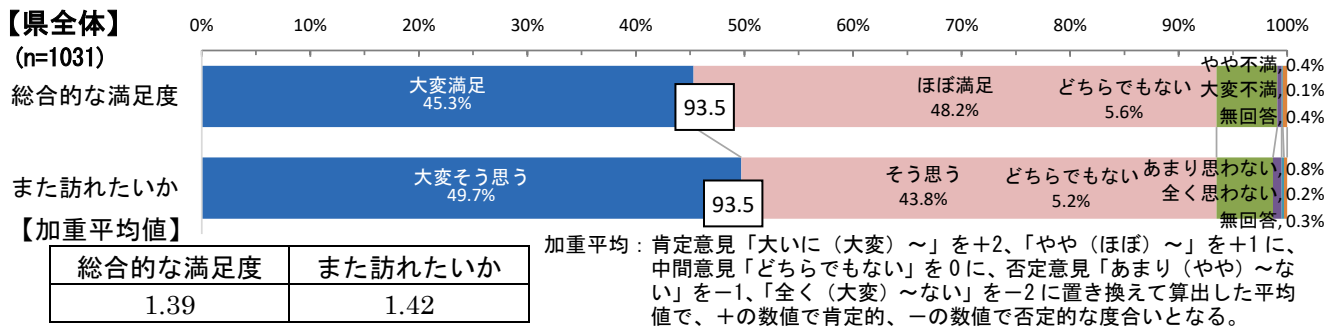


**調査地域の総合満足度／再来訪意向**

◇総合的な満足度は、すべてのエリアで「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせて8割を超える。

調査地域への総合的な満足度は、県全体では「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】は93.5%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】も93.5%であった。

エリアごとにみると、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、すべてのエリアで8割を超える。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】もすべてのエリアで8割を超えた。



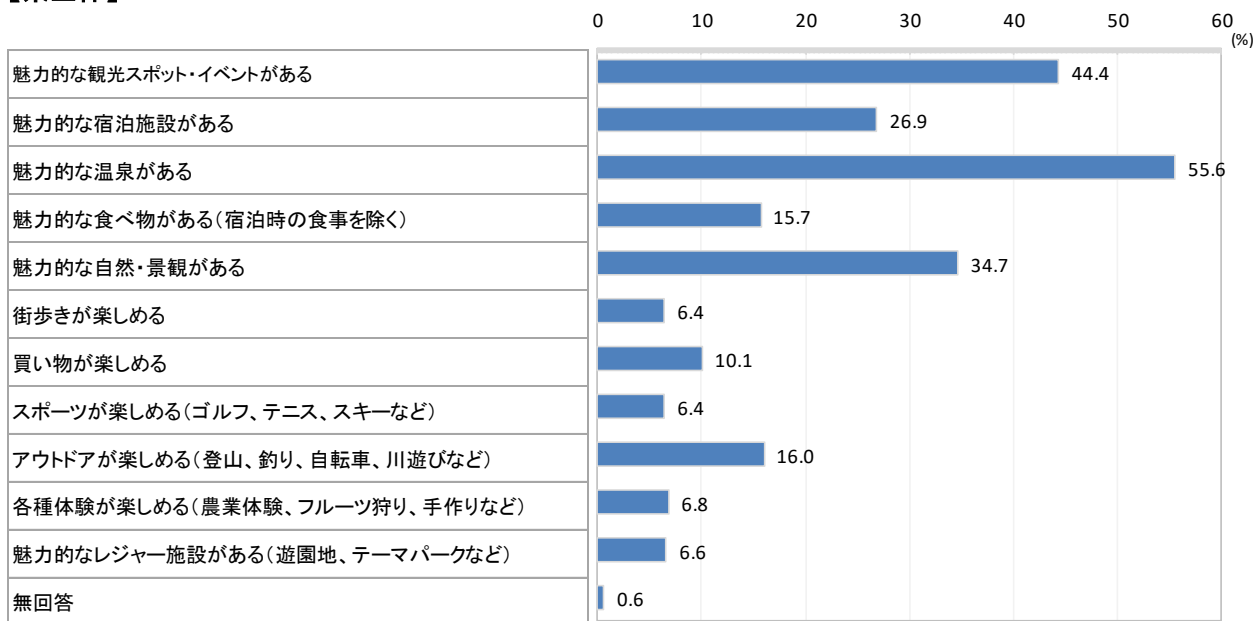
**栃木県の魅力が1位だと感じるもの**

◇「魅力的な温泉がある」が最も多く5割半ば。

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55.6%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34.7%であった。

エリアごとにみると、那須、県央、県東では「魅力的な温泉がある」が最も多く、日光、県南では「魅力的な観光スポット・イベントがある」が最多であった。

**【県全体】**



**【エリア別】 ※上位5項目**

NO.	全体 (n=1031)	日光 (n=386)	那須 (n=323)
1	魅力的な温泉がある (55.6%)	魅力的な観光スポット・イベントがある (54.9%)	魅力的な温泉がある (67.5%)
2	魅力的な観光スポット・イベントがある (44.4%)	魅力的な温泉がある (52.6%)	魅力的な自然・景観がある (36.8%)
3	魅力的な自然・景観がある (34.7%)	魅力的な自然・景観がある (30.1%)	魅力的な観光スポット・イベントがある (36.2%)
4	魅力的な宿泊施設がある (26.9%)	魅力的な宿泊施設がある (26.2%)	魅力的な宿泊施設がある (32.5%)
5	アウトドアが楽しめる (16.0%)	魅力的な食べ物がある (10.9%)	アウトドアが楽しめる (23.2%)

NO.	県央 (n=173)	県南 (n=81)	県東 (n=68)
1	魅力的な温泉がある (50.9%)	魅力的な観光スポット・イベントがある (38.3%)	魅力的な温泉がある (57.4%)
2	魅力的な観光スポット・イベントがある (39.3%)	魅力的な自然・景観がある (34.6%)	魅力的な観光スポット・イベントがある (44.1%)
3	魅力的な自然・景観がある (37.6%)	魅力的な温泉がある (30.9%)	魅力的な自然・景観がある (44.1%)
4	魅力的な宿泊施設がある (19.7%)	魅力的な宿泊施設がある (18.5%)	魅力的な宿泊施設がある (32.4%)
5	アウトドアが楽しめる (16.2%)	魅力的な食べ物がある (17.3%)	魅力的な食べ物がある (27.9%)

