

令和元（2019）年度
栃木県観光動態調査

報告書（概要版）

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
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 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	904 件	900 件	900 件	901 件	3,605 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	宿泊の種別を集計。なお、区分は次の2区分。 県内でのみの宿泊、県外を含む宿泊
栃木県内での宿泊日数	県全体 エリア別	今回の旅行（居住地を出てから居住地に戻るまで）の栃木県内での宿泊数を集計。なお、区分は以下の5区分。 1泊、2泊、3泊、4泊、5泊以上
栃木県内での宿泊施設数	県全体	今回の旅行（居住地を出てから居住地に戻るまで）の宿泊した施設の数を集計。なお、区分は以下の2区分。 1施設、2施設
栃木県内での利用宿泊施設	県全体	宿泊施設の分類を集計。なお、区分は10区分（具体的な項目は調査票参照）。
旅行先に選んだ理由	県全体 エリア別	調査地点の周辺地域を旅行先に選んだ理由を集計。なお、区分は15区分（具体的な項目は調査票参照）。
同行者数	県全体 エリア別	今回の旅行の回答者を含む同行人数を集計。なお、区分は以下の8区分。 1人、2人、3人、4人、5人、6～10人、11～30人、31人以上
同行者の関係	県全体 エリア別	今回の旅行の同行者の関係を集計。なお、区分は8区分（具体的な項目は調査票参照）。
県外客の栃木県への来訪回数	県全体	栃木県への来訪回数を集計。なお、区分は以下の5区分。 初めて、二回目、三回目、四回目、五回目以上
調査地域周辺への来訪回数	エリア別	調査地域周辺への来訪回数を集計。現在地周辺とは調査地点の「周辺地域」を指し、観光地点調査の各観光地点に対する周辺地域の考え方はP.3〈表1〉の区分のとおり。
交通機関	県全体 エリア別	今回の旅行で利用した交通機関を集計。なお、区分は12区分（具体的な項目は調査票参照）。 選択肢で示した交通機関を利用したかしないかで集計。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（これからの予定を含む）。 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。
旅行先を選んだ 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、-の数値で否定的な度合いとなる。 なお、同設問に無回答である場合には、満足度・再来訪意向のn数からは除外。

集計項目	集計方法	備考
項目別満足度 (加重平均値)	県全体 エリア別	県全体・調査地域に対する15の項目別の「満足度」についてまとめて表示。また、グラフの1行目には比較用として「調査地域の総合満足度」を表示し、グラフ右側には加重平均を表示。 なお、無回答の項目がある場合には、それぞれの項目のn数から除外。
調査地域の総合満足度・再来訪意向 (季節別/年代別)	県全体 エリア別	調査地域の総合満足度と再来訪意向を加重平均値で表示。季節別、年代別に調査地域の総合満足度と再来訪意向を加重平均値で表示。

(3)集計対象サンプル数

調査区分	アンケート 回収状況	集計区分	
		日帰り客	宿泊客（県内）
全体	3,605	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

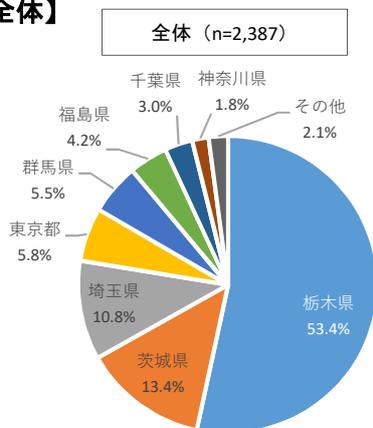
お住まい

◇「栃木県（県内居住者）」が最も多く約5割を占める。那須エリアが県内居住者の割合が最も高い。

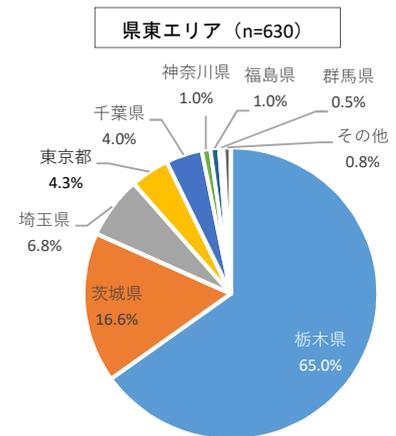
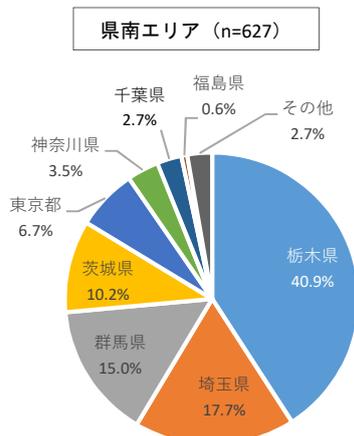
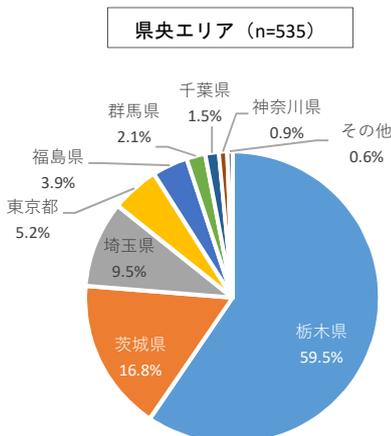
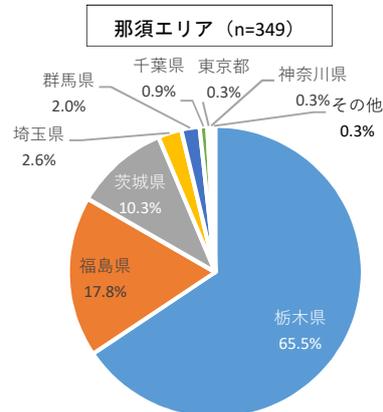
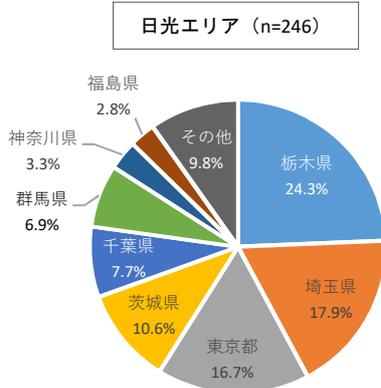
お住まいは、県全体では「栃木県」が53.4%で最も多く、次いで「茨城県」が13.4%、「埼玉県」が10.8%であった。

エリアごとに見ると、那須、県央、県東では県内居住者が50%以上を示しているのに対し、日光、県南では2~4割台と比較的低く、県外居住者の割合の方が多かった。

【県全体】



【エリア別】



第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客

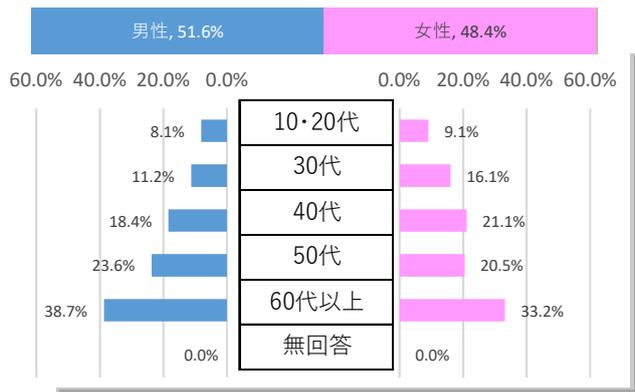
性別・年代

◇性別は、男性が51.6%、女性は48.4%であった。年代別では、男女ともに「60代以上」が最も多く、男性は38.7%、女性は33.2%となった。

全体では性別は、「男性」が51.6%、「女性」が48.4%で、男性が女性を3.2ポイント上回った。エリアごとに年代別でみると、日光では「10・20代」、県東では「60代」が他のエリアより多かった。

【県全体】

県全体 (n=2,387)

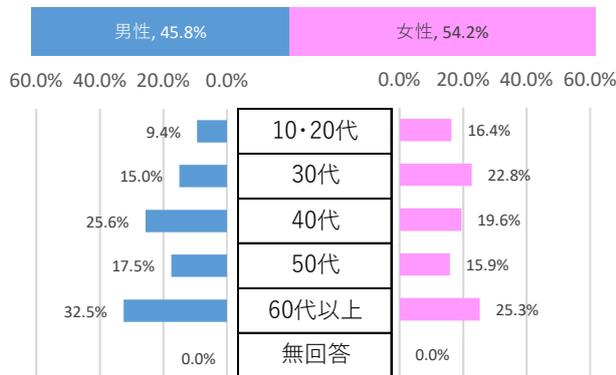


【エリア別】

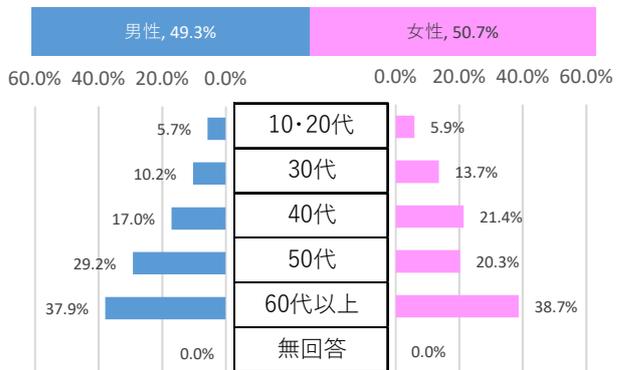
日光エリア (n=246)



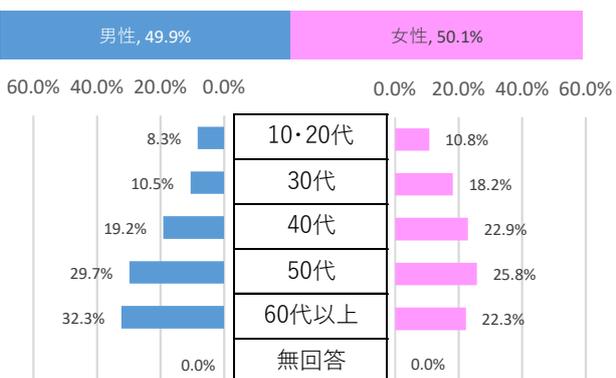
那須エリア (n=349)



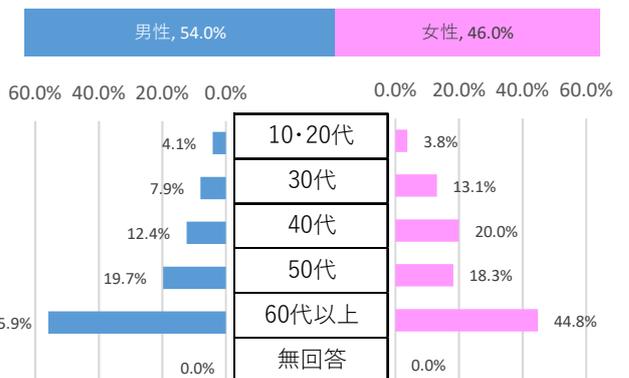
県央エリア (n=535)



県南エリア (n=627)



県東エリア (n=630)

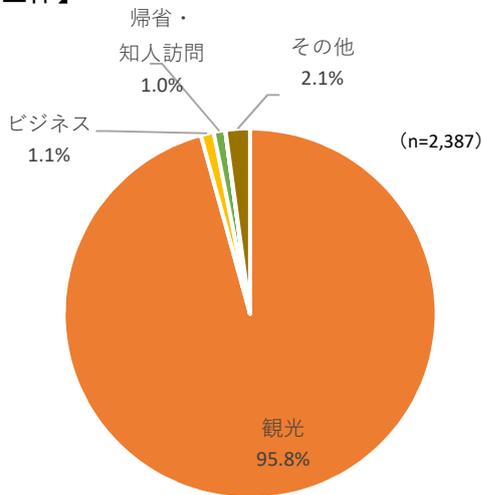


旅行の主要目的

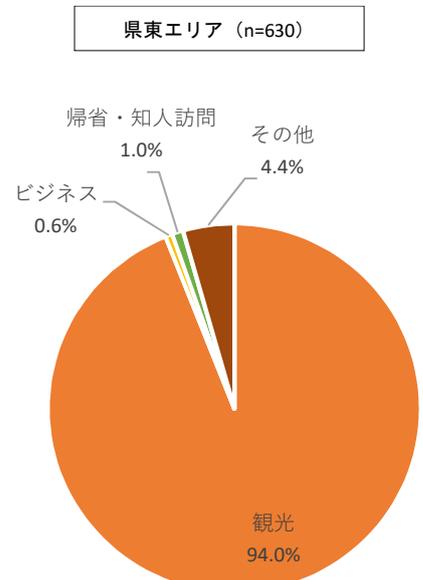
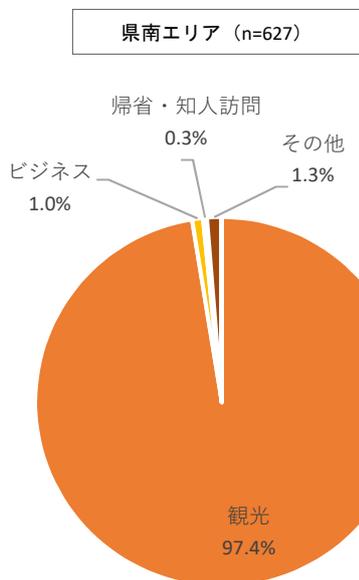
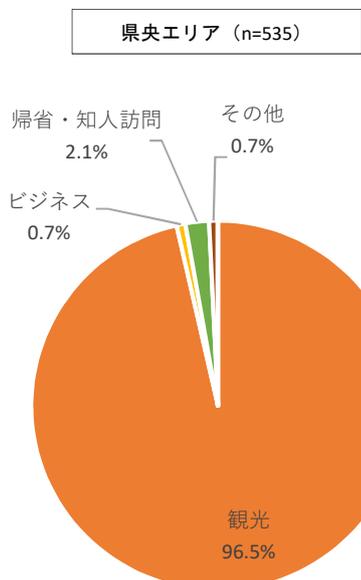
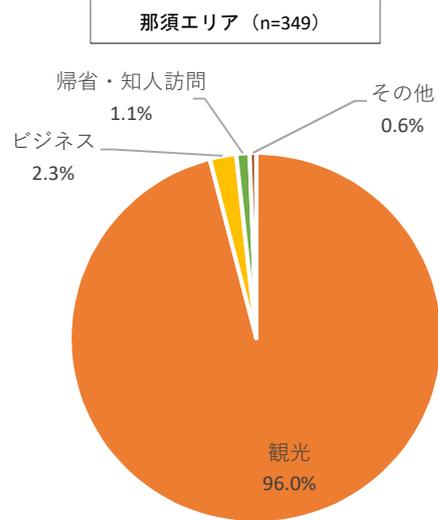
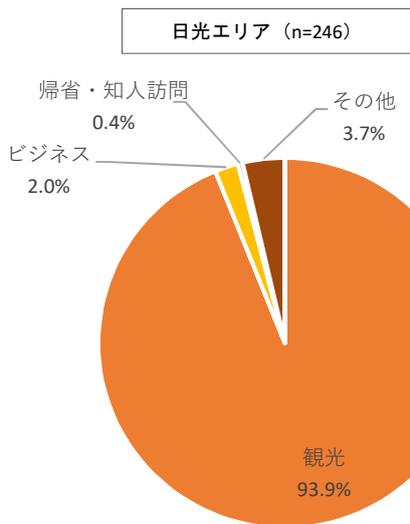
◇「観光」が9割を超える。

旅行の主要目的は、県全体では「観光」が95.8%と9割を超えた。
エリアごとにみると、全てのエリアで「観光」が9割を占める。

【県全体】



【エリア別】



1. 日帰り客

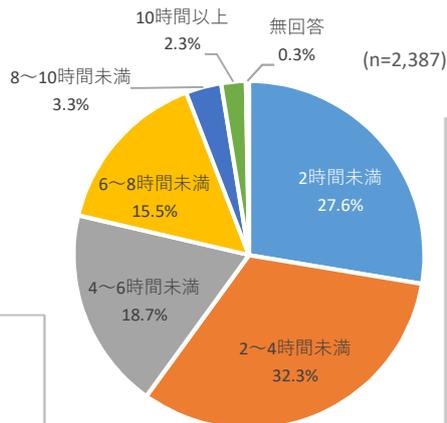
栃木県での滞在時間

◇「2時間以上 4時間未満」が最も多く 3割を超えた。平均滞在時間は3時間04分であった。

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%となった。平均滞在時間は3時間04分であった。

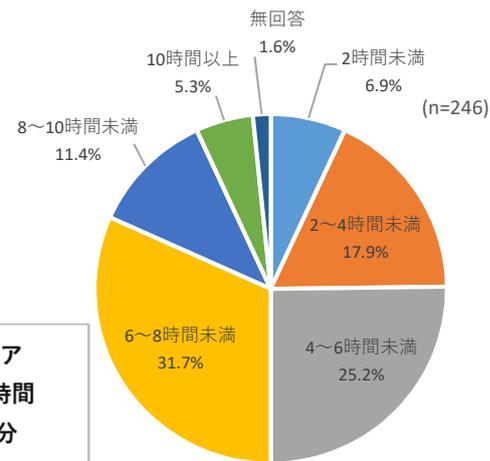
エリアごとに見ると、「2時間未満」が那須で57.3%と他のエリアに比べて多く、「10時間以上」は日光で5.3%と他のエリアに比べて多かった。日光では平均滞在時間が5時間02分と最も長く、那須で2時間02分と最も短かった。

【県全体】

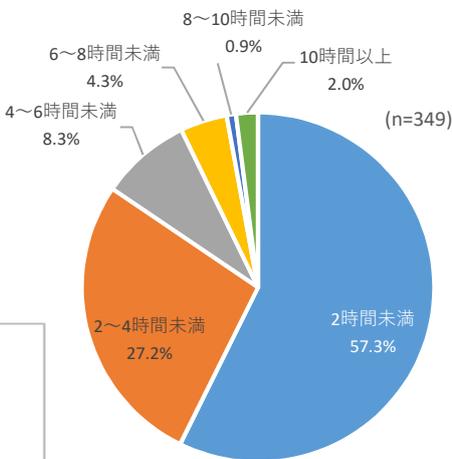


平均滞在時間
3時間04分

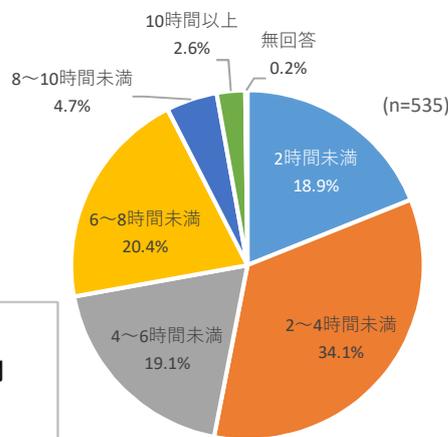
【エリア別】



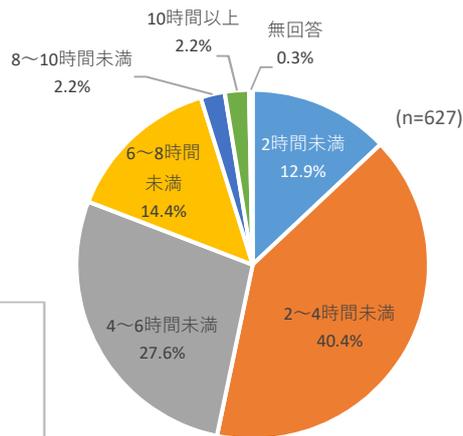
日光エリア
平均滞在時間
5時間02分



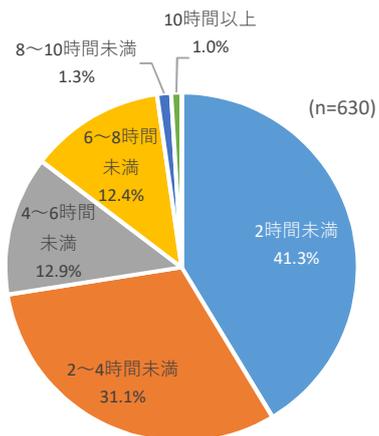
那須エリア
平均滞在時間
2時間02分



県央エリア
平均滞在時間
3時間08分



県南エリア
平均滞在時間
3時間07分



県東エリア
平均滞在時間
2時間07分

旅行先を選んだ理由（複数回答）

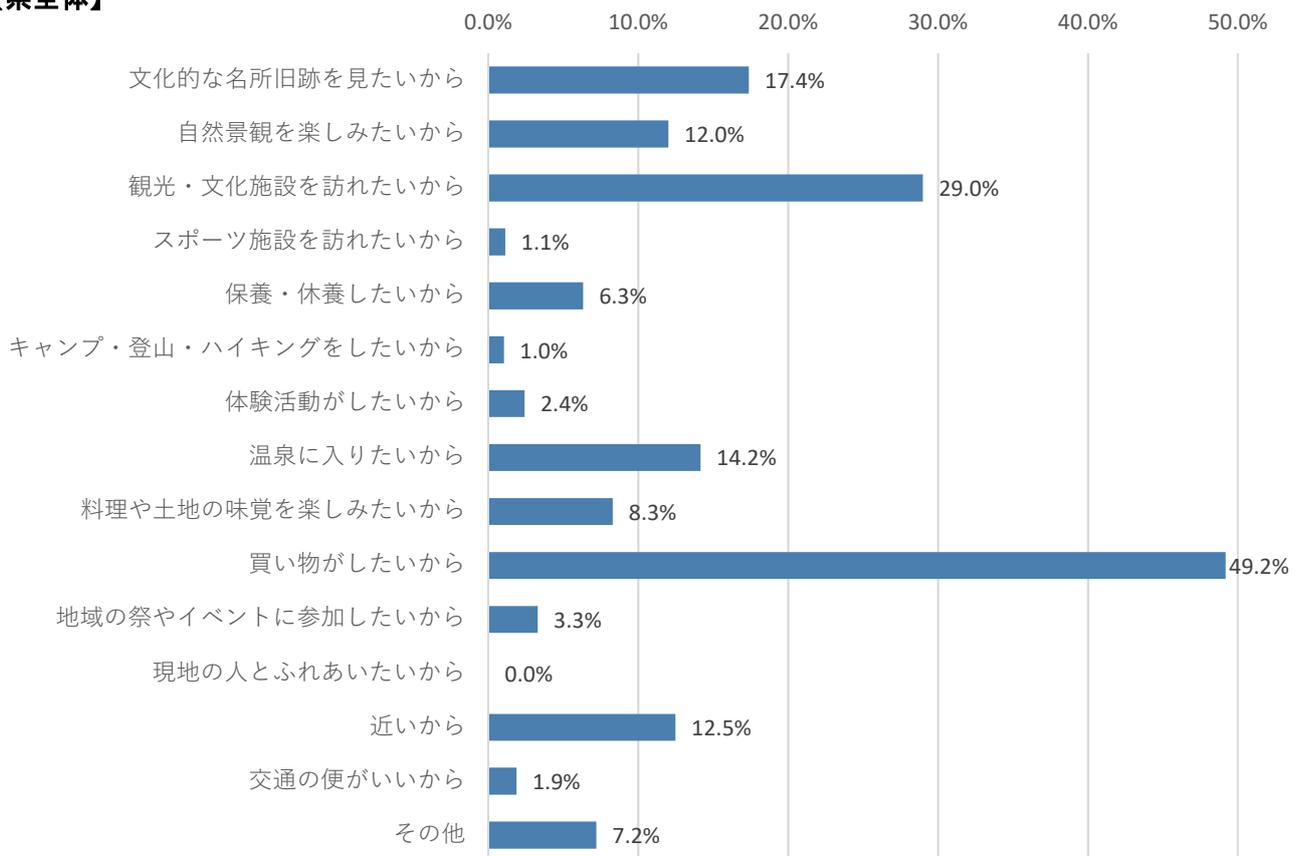
◇「買い物がしたいから」が最も多く5割弱となった。

日光は「文化的な名所旧跡を見たいから」、「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「買い物がしたいから」の割合が多い。

旅行先を選んだ理由は、県全体では「買い物がしたいから」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。

エリアごとに見ると、「買い物がしたいから」が那須で52.1%、県央で35.1%、県南で49.3%、県東で77.3%とそれぞれのエリアで最も多い。日光では「文化的な名所旧跡を見たいから」が52.8%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.	理由	割合	No.	理由	割合	No.	理由	割合
全体 (n=2,387)			日光 (n=246)			那須 (n=349)		
1	買い物がしたいから	49.2%	1	文化的な名所旧跡を見たいから	52.8%	1	買い物がしたいから	52.1%
2	観光・文化施設を訪れたいから	29.0%	2	観光・文化施設を訪れたいから	48.8%	2	温泉に入りたいから	29.5%
3	文化的な名所旧跡を見たいから	17.4%	3	自然景観を楽しみたいから	32.1%	3	観光・文化施設を訪れたいから	22.6%
4	温泉に入りたいから	14.2%	4	温泉に入りたいから	17.5%	4	自然景観を楽しみたいから	18.1%
5	近いから	12.5%	5	保養・休養したいから	9.3%	5	保養・休養したいから	12.3%
県央 (n=535)			県南 (n=627)			県東 (n=630)		
1	買い物がしたいから	35.1%	1	買い物がしたいから	49.3%	1	買い物がしたいから	77.3%
2	観光・文化施設を訪れたいから	28.0%	2	観光・文化施設を訪れたいから	37.3%	2	観光・文化施設を訪れたいから	17.3%
3	温泉に入りたいから	25.2%	3	文化的な名所旧跡を見たいから	26.3%	3	近いから	14.9%
4	文化的な名所旧跡を見たいから	17.4%	4	近いから	19.9%	4	体験活動がしたいから	7.8%
5	料理や土地の味覚を楽しみたいから	17.0%	5	自然景観を楽しみたいから	9.1%	5	料理や土地の味覚を楽しみたいから	7.3%

第2章 観光客調査 調査結果

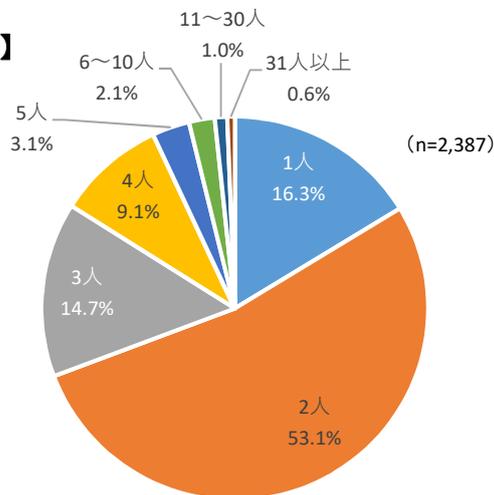
1. 日帰り客

同行者数 ※回答者を含む

◇ 「2人」が最も多く半数を占めた。すべてのエリアで「2人」が最も多い。

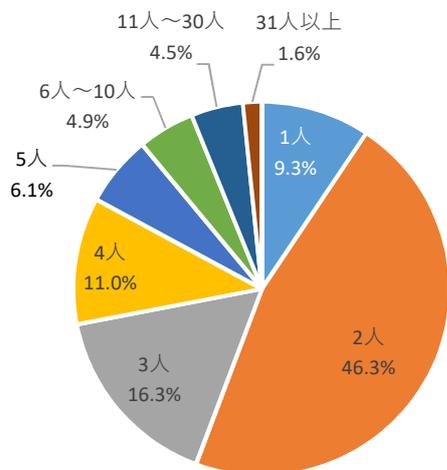
回答者を含む同行者数は、県全体では「2人」が53.1%で最も多く、次いで「1人」が16.3%、「3人」が14.7%であった。
 エリアごとに見ると、すべてのエリアで「2人」が最多となった。3人以上の割合は日光で4割を超え、他のエリアに比べてやや多い。

【県全体】

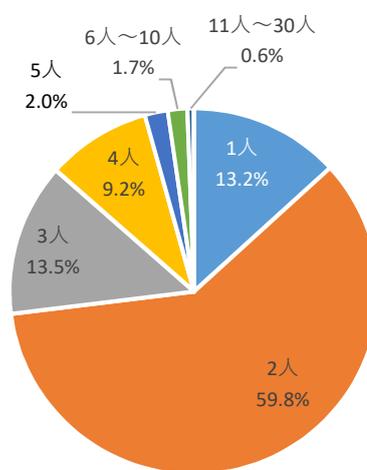


【エリア別】

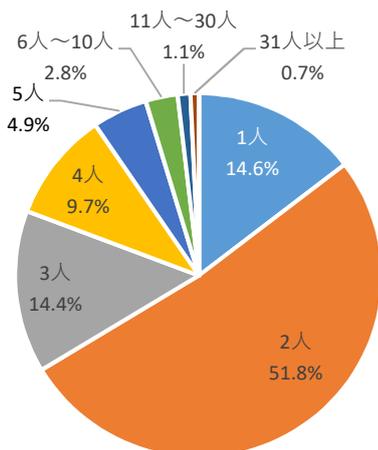
日光エリア (n=246)



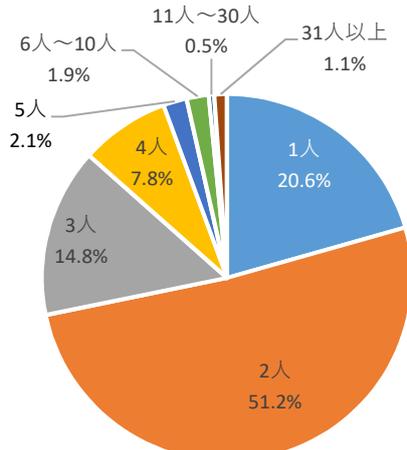
那須エリア (n=349)



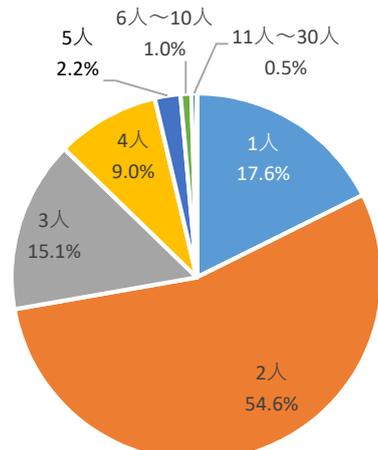
県央エリア (n=535)



県南エリア (n=627)



県東エリア (n=630)



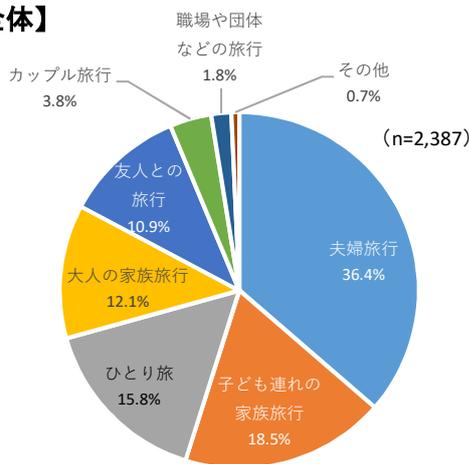
同行者の関係

◇「夫婦旅行」が最も多く3割を超えており、全てのエリアで「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。

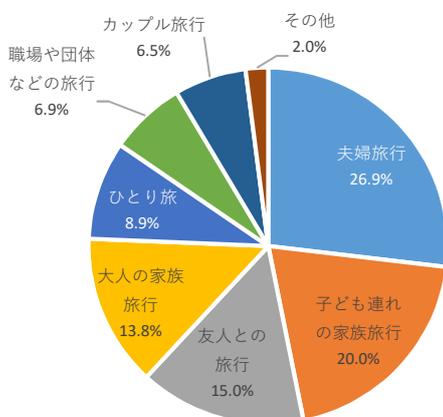
エリアごとに見ると、すべてのエリアで「夫婦旅行」が最も多く、日光26.9%、那須36.1%、県央37.9%、県南32.1%、県東43.0%となっている。また、「子ども連れの家族旅行」が日光20.0%、県央21.3%と他のエリアに比べて多い。

【県全体】

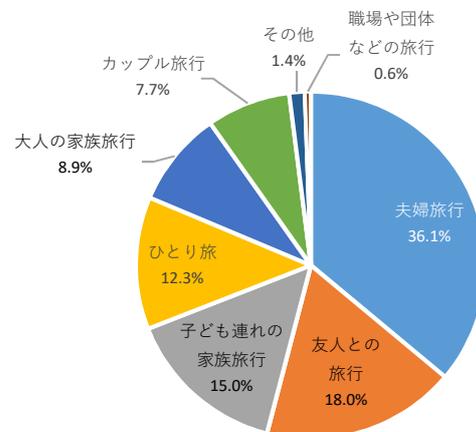


【エリア別】

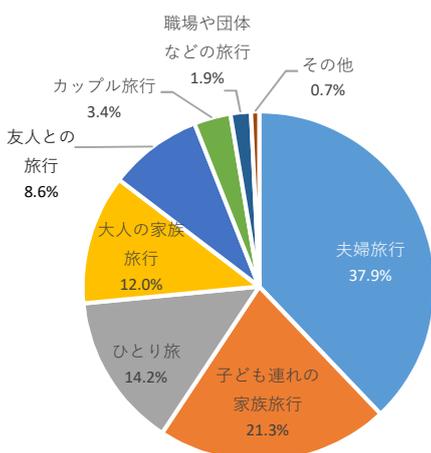
日光エリア (n=246)



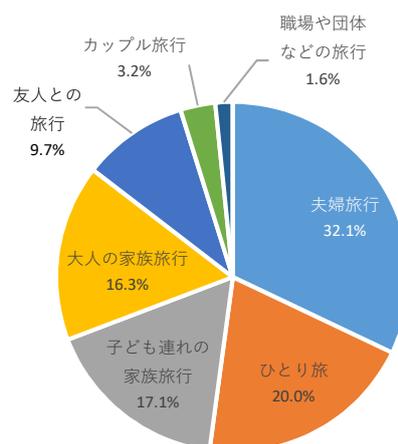
那須エリア (n=349)



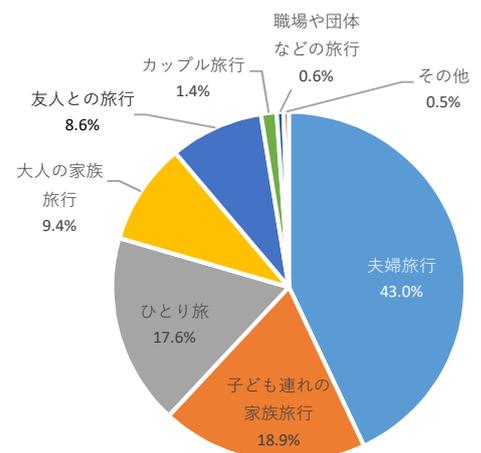
県央エリア (n=535)



県南エリア (n=627)



県東エリア (n=630)



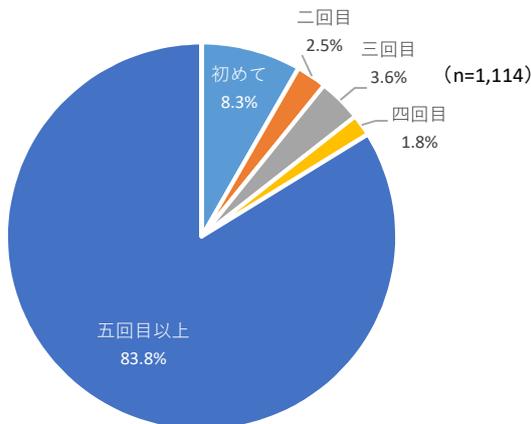
第2章 観光客調査 調査結果

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8割を超えた。「初めて」は8.3%であった。

【県全体】



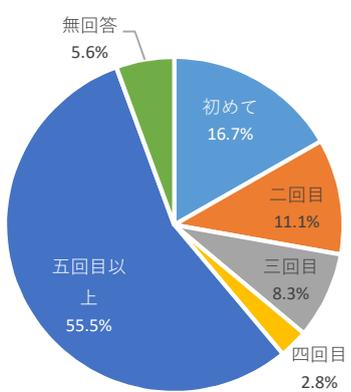
県内客の調査地域周辺への来訪回数

◇全てのエリアで「五回目以上」が最も多く、県東では8割を超えた。

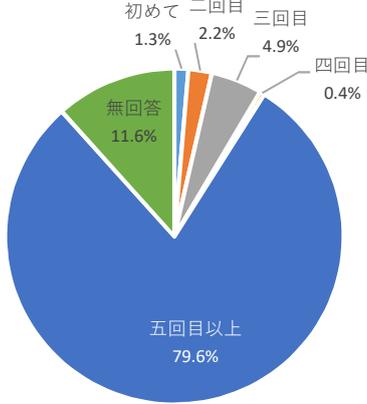
県内客の調査地域周辺への来訪回数は、全てのエリアで「五回目以上」が最も多く、県東では8割を超えている。「初めて」が県南で31.8%と他のエリアに比べて多い。

【エリア別】

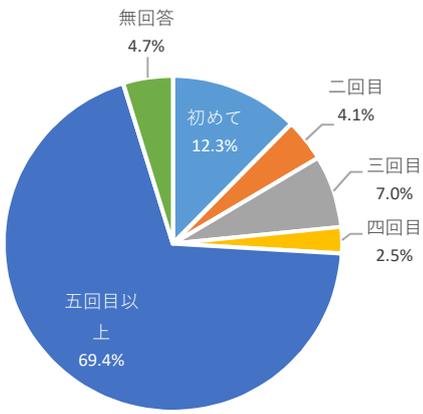
日光エリア (n=36)



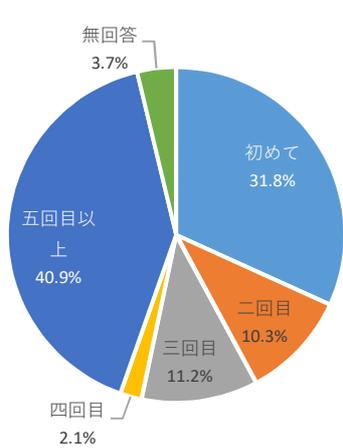
那須エリア (n=224)



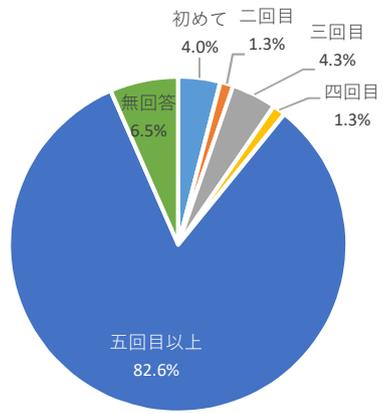
県央エリア (n=316)



県南エリア (n=242)



県東エリア (n=398)

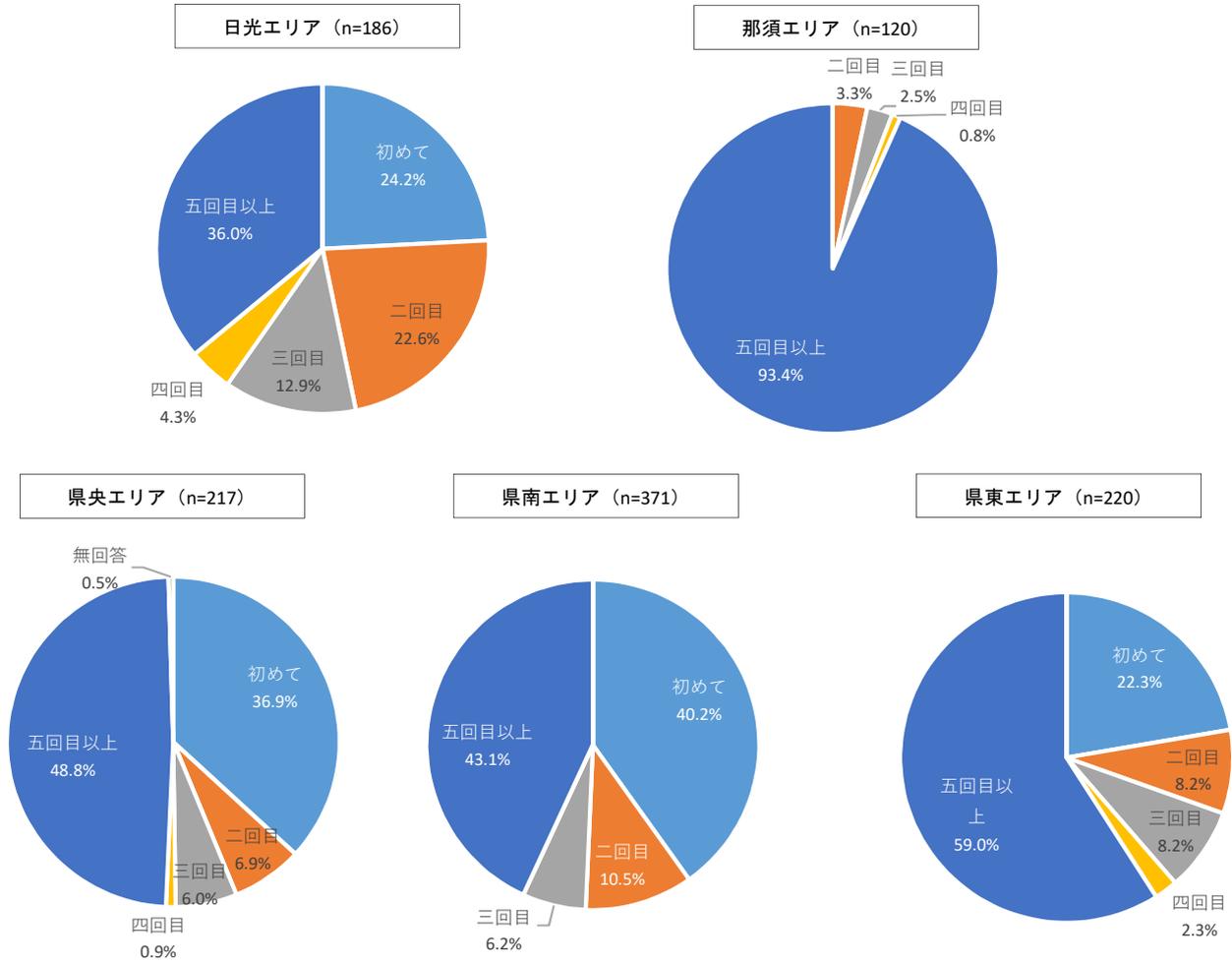


県外客の調査地域周辺への来訪回数

◇那須エリア、県東エリアで「五回目以上」が半数を超えた。

県外客の調査地域周辺への来訪回数は、全てのエリアで「五回目以上」が最も多い。那須では9割を超えている。「初めて」は県南で4割を超え、他のエリアに比べて多い。

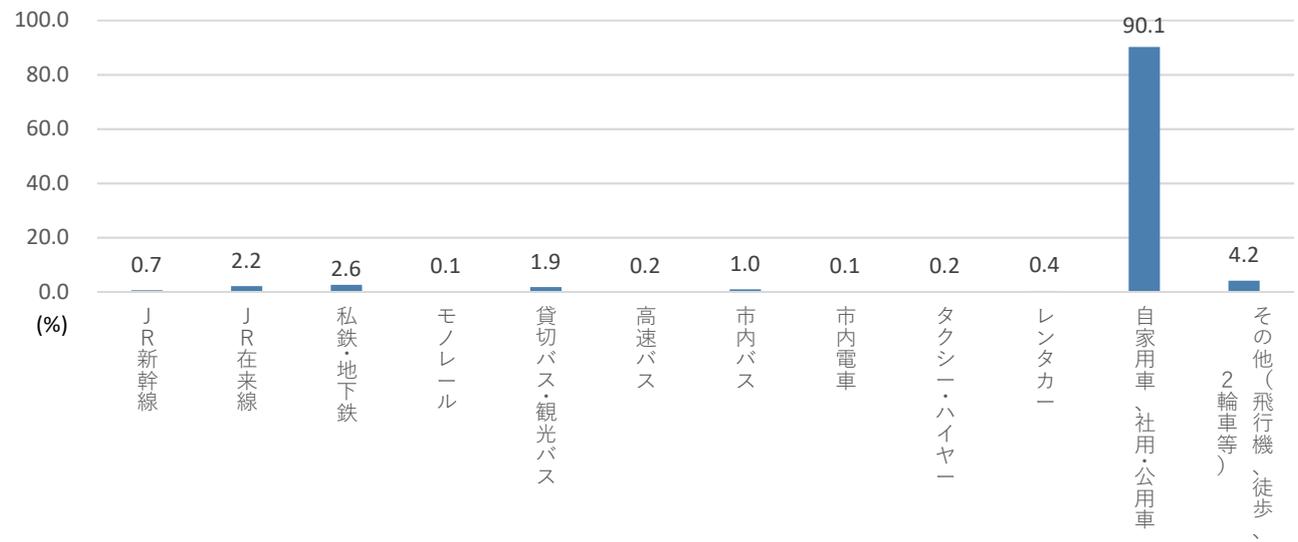
【エリア別】



利用交通機関（複数回答）（n=2,387）

◇「自家用車、社用・公用車」が最も多く9割を超えた。

【県全体】



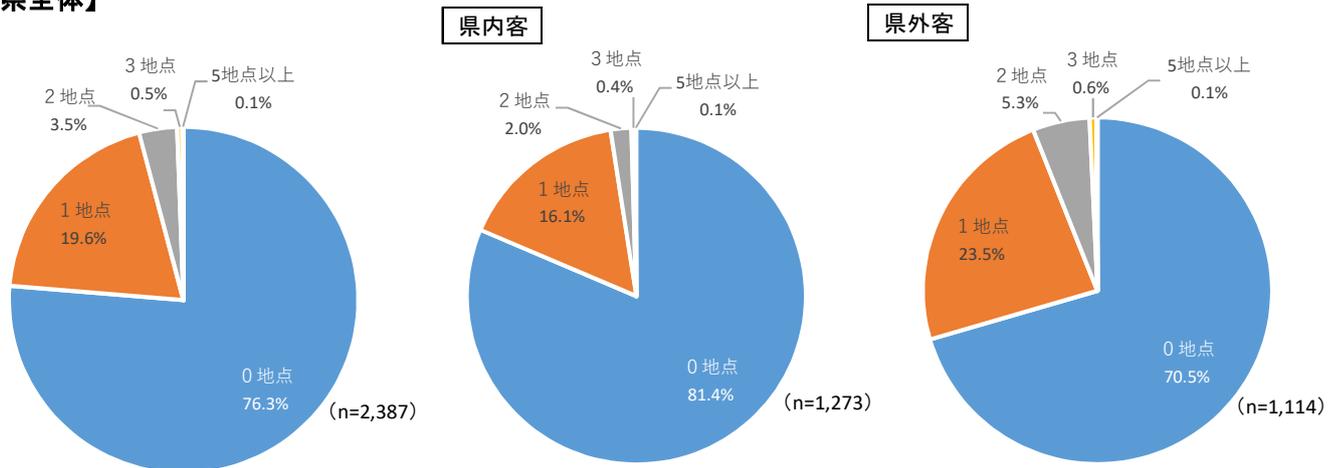
1. 日帰り客

立ち寄り観光施設数

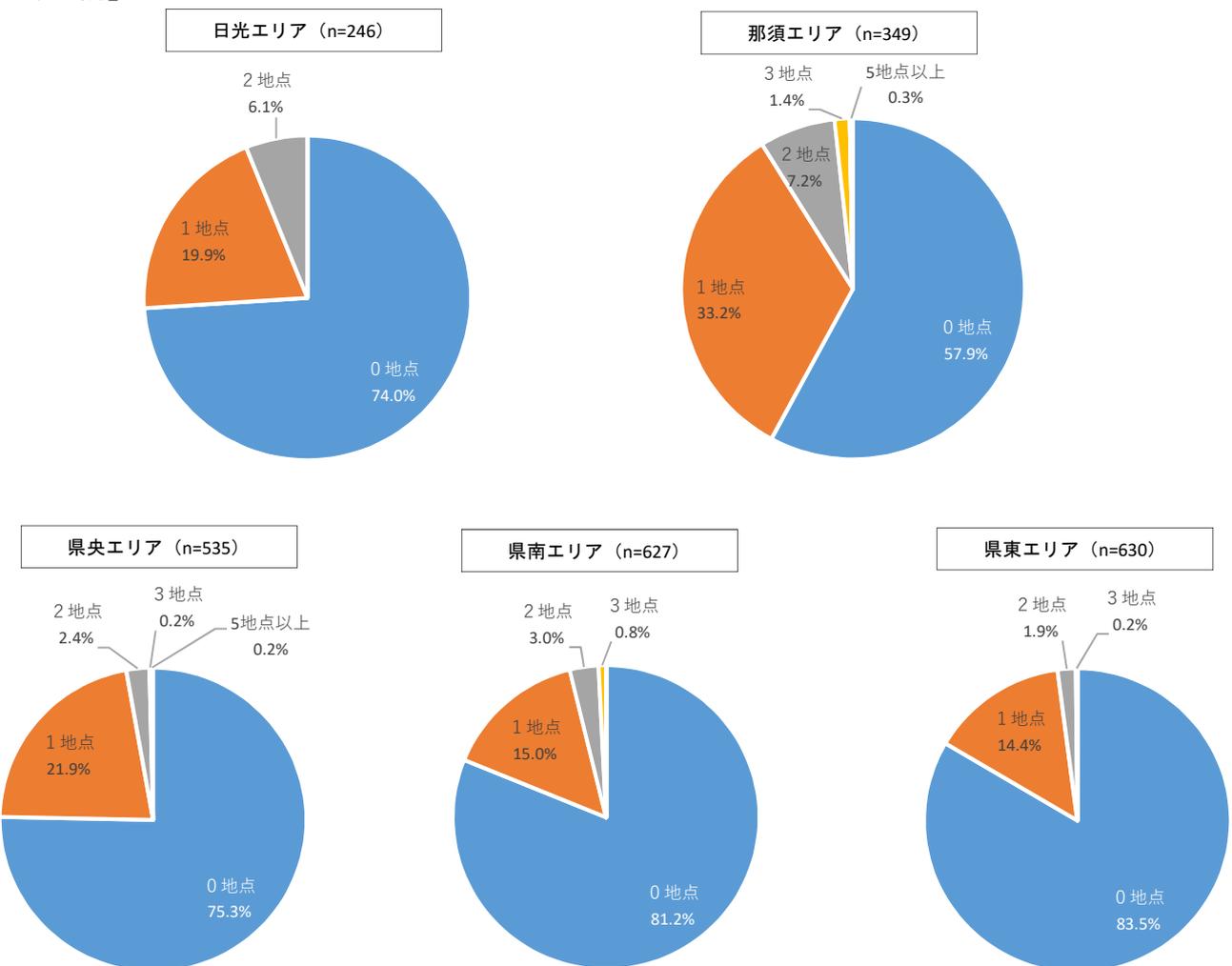
◇全てのエリアで「0 地点（調査地点以外立ち寄りなし）」が最も多く、調査地点を含めると、立ち寄り観光施設数は1 地点～2 地点で9 割を超える。

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76.3%で最も多く、次いで「1 地点」が19.6%であった。
 エリアごとに見ると、全てのエリアで「0 地点（調査地点以外立ち寄りなし）」が最も多く、県東が83.5%と最も多かった。「1 地点」は那須で33.2%と他のエリアに比べて多い。

【県全体】



【エリア別】

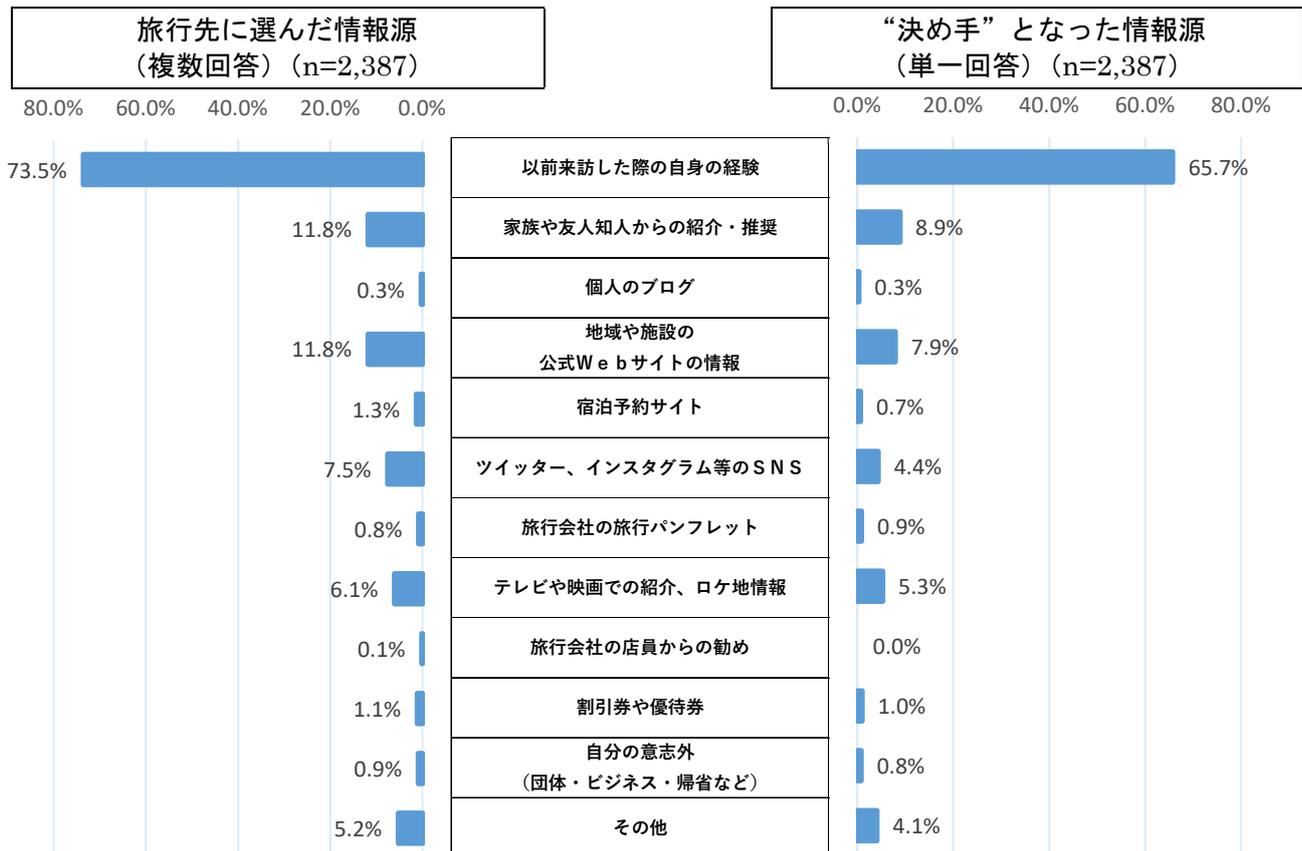


旅行先に選んだ情報源と“決め手”となった情報源

◇ “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割を超えた。

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」7.9%となっている。

【県全体】



【年代別】※ “決め手”となった情報源の上位5項目

※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)		No.	10・20代 (n=201)	
1	以前来訪した際の自身の経験	65.7%	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	8.9%	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	7.9%	3	ツイッター、インスタグラム等のSNS	11.6%
4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.3%	4	地域や施設の公式Webサイトの情報	7.8%
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	4.4%	5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.9%

No.	30代 (n=324)		No.	40代 (n=470)	
1	以前来訪した際の自身の経験	58.6%	1	以前来訪した際の自身の経験	61.7%
2	地域や施設の公式Webサイトの情報	10.8%	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	9.3%	3	家族や友人知人からの紹介・推奨	7.9%
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	5.9%	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	5.9%	5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	6.4%

No.	50代 (n=528)		No.	60代以上 (n=860)	
1	以前来訪した際の自身の経験	58.8%	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	11.0%	2	家族や友人知人からの紹介・推奨	7.1%
2	地域や施設の公式Webサイトの情報	11.0%	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	6.6%	4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.0%
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	4.5%	5	旅行会社の旅行パンフレット	1.6%

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 8,402 円であった。

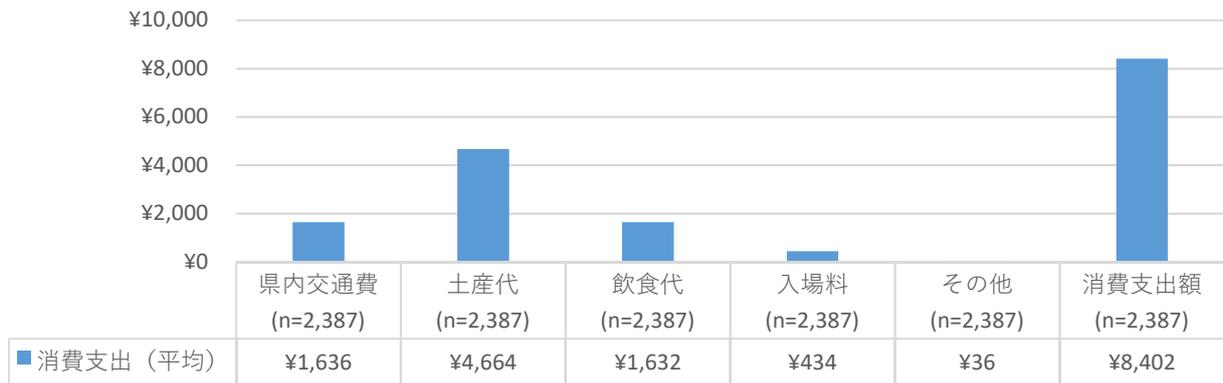
県南での消費支出平均の総額が最も高い。

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 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。

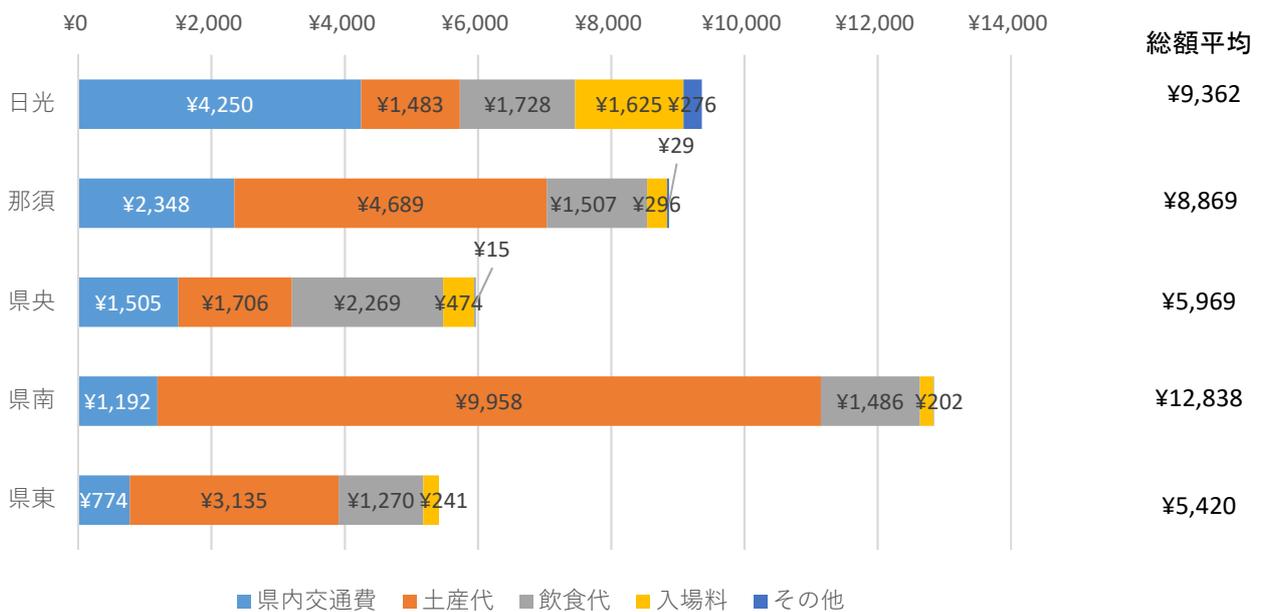
エリアごとに見ると、消費支出は、総額平均が県南で 12,838 円と他のエリアに比べて高い。

内訳は、「土産代」が県南で 9,958 円、「飲食費」は県央で 2,269 円と他のエリアに比べて高い。

【県全体】



【エリア別】

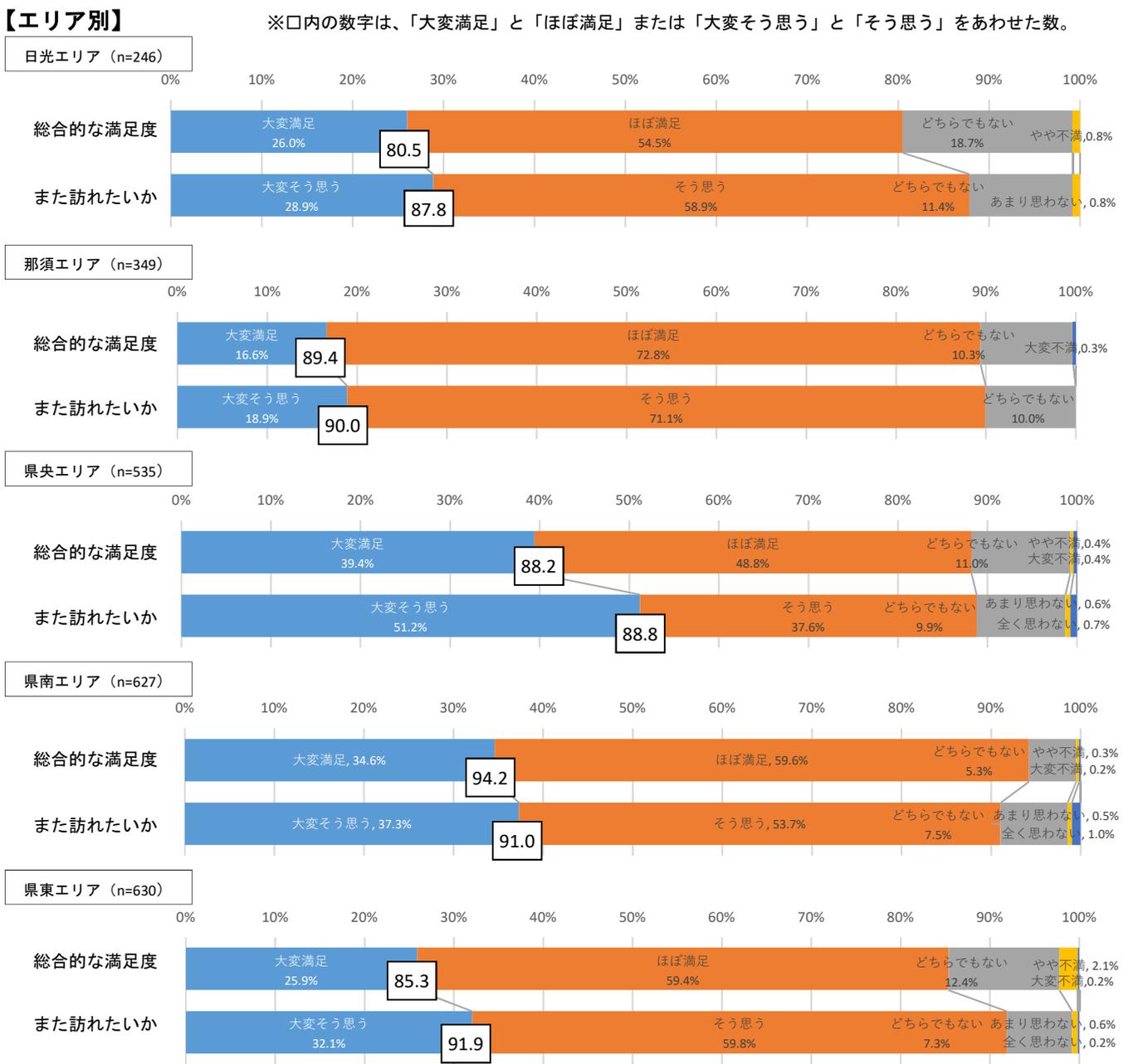
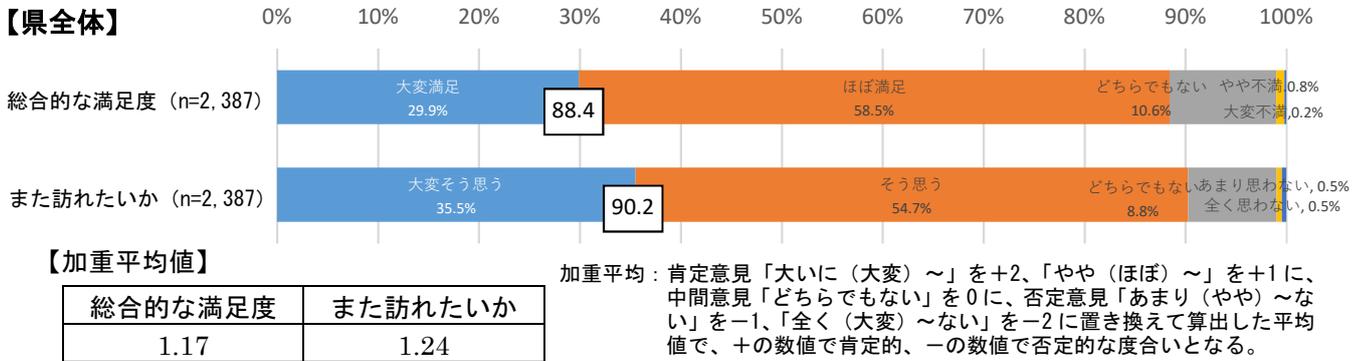


調査地域の総合満足度／再来訪意向

◇総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせて8割を超えた。

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88.4%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90.2%と9割を超えた。

エリアごとに見ると、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8~9割台となった。また訪れたいかは「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】も、すべてのエリアで8~9割台となった。



第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客

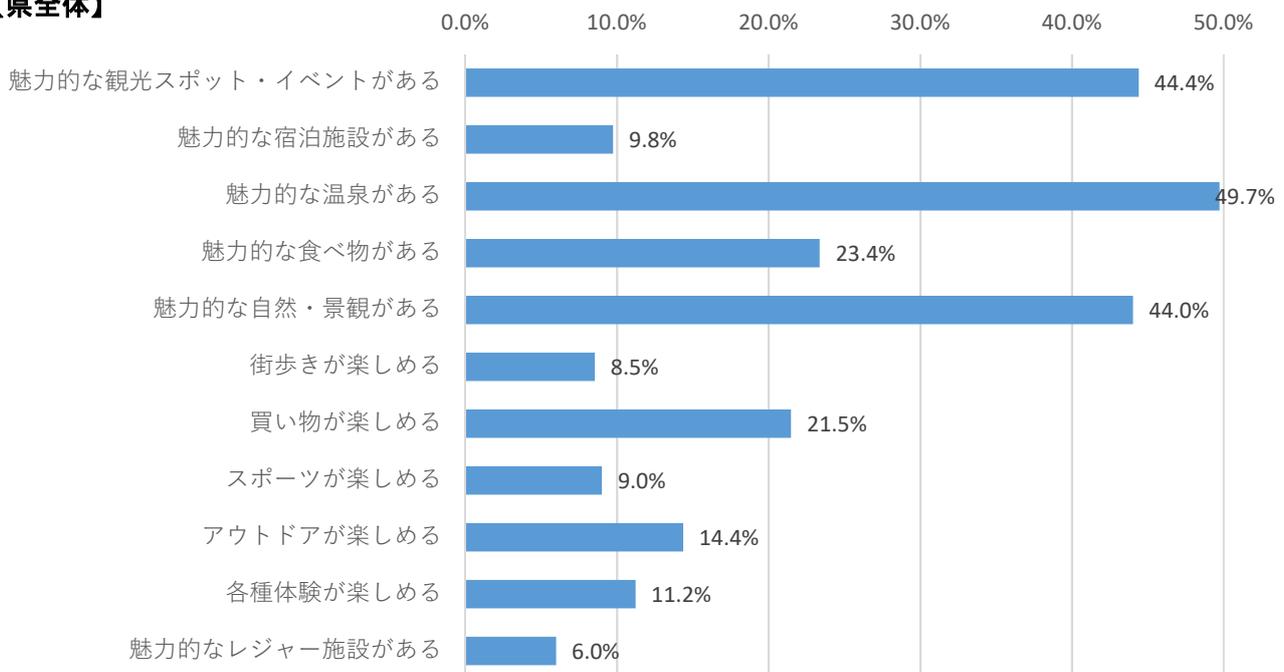
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）

◇「魅力的な温泉がある」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。

エリアごとに見ると、「魅力的な温泉がある」は那須 56.7%、県央 61.7%、県東 47.5%とそれぞれのエリアで最も多い。「魅力的な観光スポット・イベントがある」が日光 56.5%、県南 54.5%とそれぞれのエリアで最も多かった。

【県全体】



【エリア別】※上位5項目

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な温泉がある	49.7%
2	魅力的な観光スポット・イベントがある	44.4%
3	魅力的な自然・景観がある	44.0%
4	魅力的な食べ物がある	23.4%
5	買い物が楽しめる	21.5%

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な観光スポット・イベントがある	56.5%
2	魅力的な自然・景観がある	49.6%
3	魅力的な温泉がある	41.5%
4	魅力的な食べ物がある	20.3%
5	アウトドアが楽しめる	12.2%

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な温泉がある	56.7%
2	魅力的な自然・景観がある	45.3%
3	買い物が楽しめる	43.6%
4	魅力的な観光スポット・イベントがある	31.5%
5	魅力的な宿泊施設がある	16.9%

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な温泉がある	61.7%
2	魅力的な自然・景観がある	50.7%
3	魅力的な観光スポット・イベントがある	36.1%
4	魅力的な食べ物がある	33.3%
5	買い物が楽しめる	22.4%

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な観光スポット・イベントがある	54.5%
2	魅力的な温泉がある	41.1%
3	魅力的な自然・景観がある	36.0%
4	魅力的な食べ物がある	19.0%
5	買い物が楽しめる	15.8%

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な温泉がある	47.5%
2	魅力的な観光スポット・イベントがある	43.8%
3	魅力的な自然・景観がある	43.5%
4	魅力的な食べ物がある	25.2%
5	買い物が楽しめる	19.8%

選択肢

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

2. 宿泊客

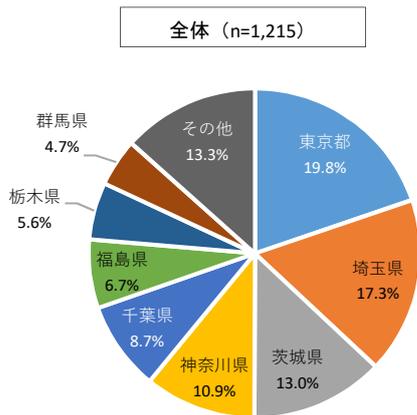
お住まい

◇「東京都」が最も多く2割弱であった。次いで「埼玉県」、「茨城県」と続く。

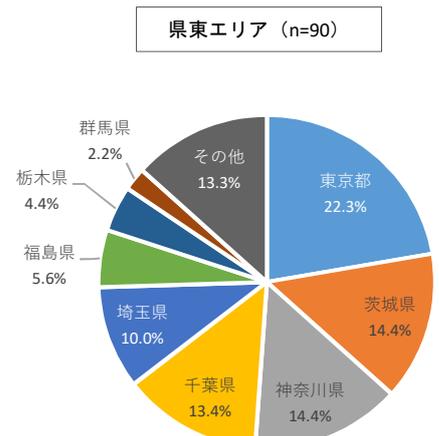
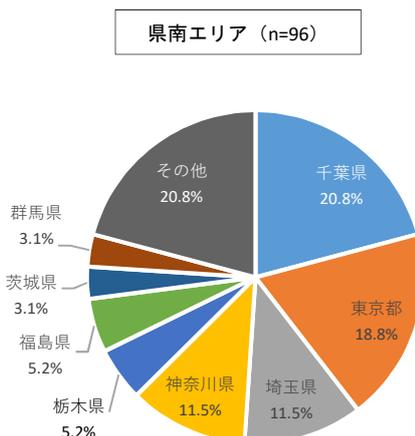
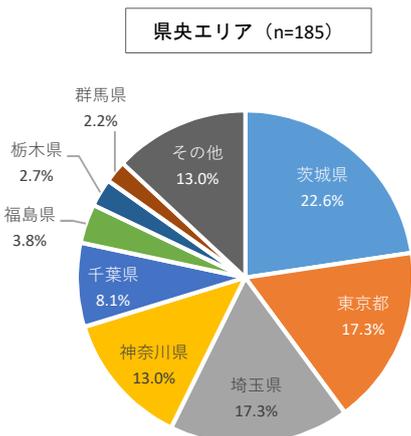
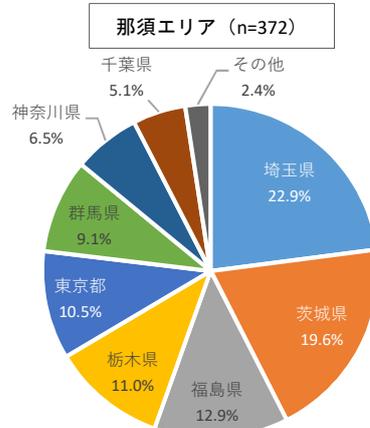
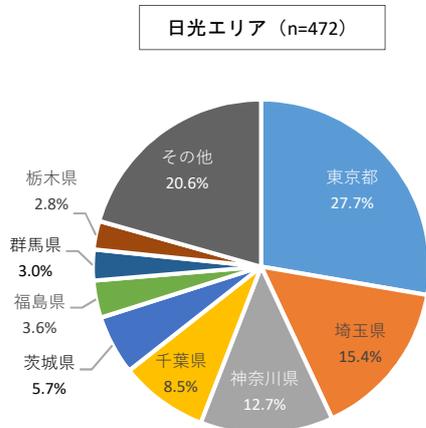
お住まいは、県全体では「東京都」が19.8%で最も多く、次いで「埼玉県」が17.3%、「茨城県」が13.0%であった。

エリアごとに見ると、日光、県東で「東京都」が最も多い。那須では「埼玉」、県央は「茨城県」、県南は「千葉県」が最も多かった。

【県全体】



【エリア別】



2. 宿泊客

性別・年代

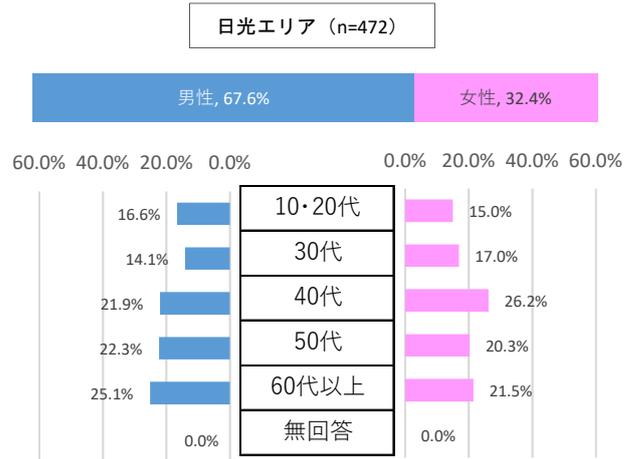
◇性別は、男性が56.8%、女性は43.1%であった。性別・年代別は、男性・女性ともに60代以上が最も多かった。

県全体では、性別は「男性」が56.8%、「女性」が43.1%で、男性が多かった。
 また、年代は男性の「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。
 エリアごとに性別・年代別で見ると、男性ではすべてのエリアで「60代以上」が最も多かった。女性では県央、県南、県東のエリアで「60代以上」が最も多かった。

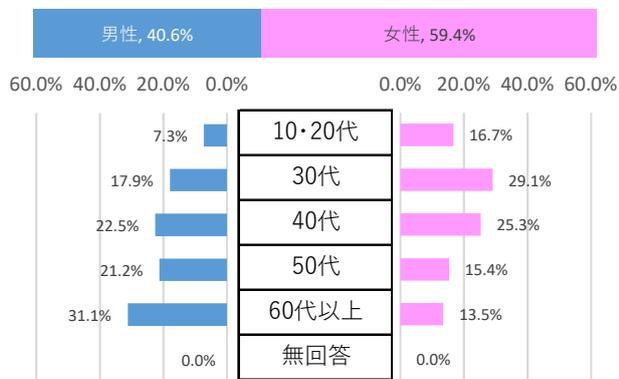
【県全体】



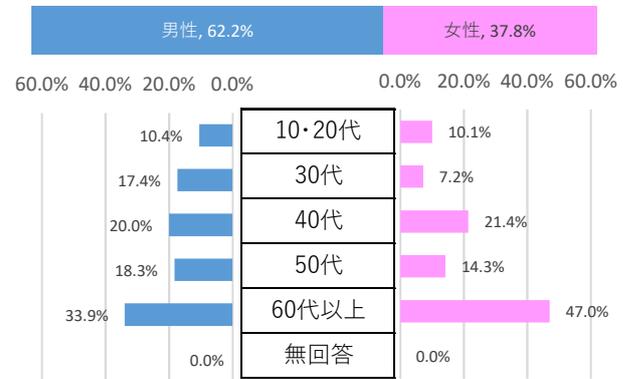
【エリア別】



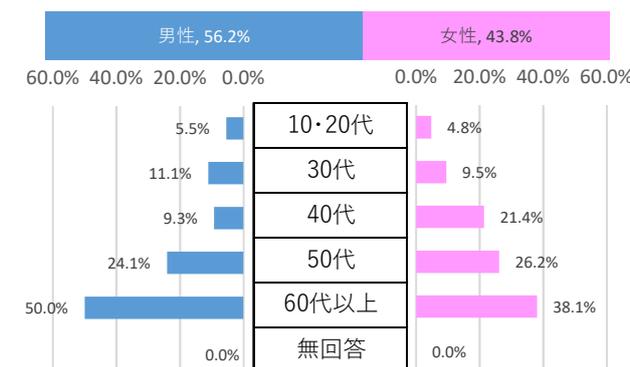
那須エリア (n=372)



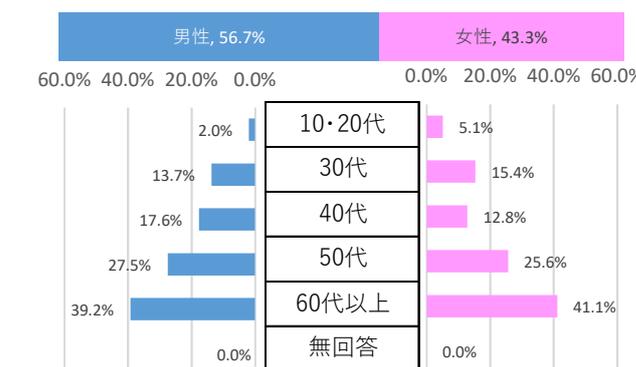
県央エリア (n=185)



県南エリア (n=96)



県東エリア (n=90)

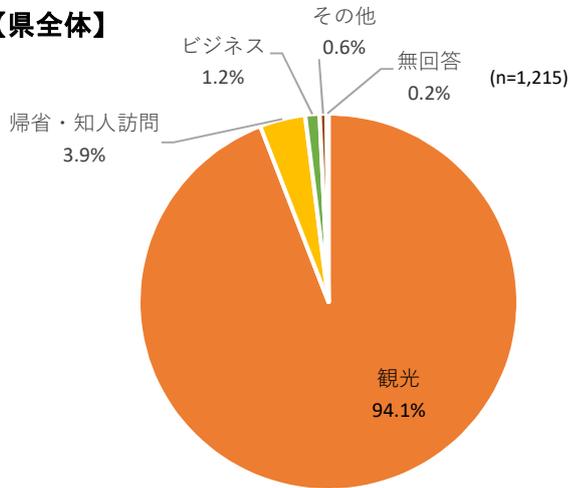


旅行の主要目的

◇「観光」が9割を超える。

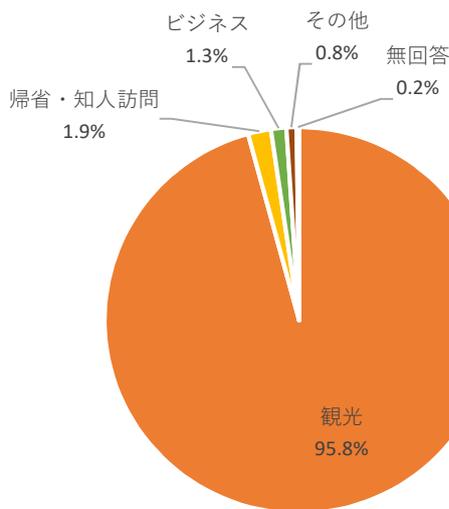
旅行の主要目的は、県全体では「観光」が94.1%と9割を超えた。
エリアごとに見ると、全てのエリアで「観光」が8~9割以上を占める。

【県全体】

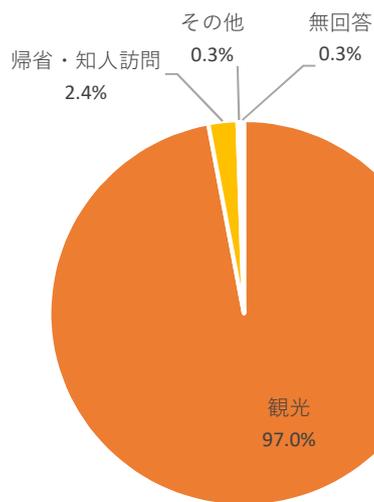


【エリア別】

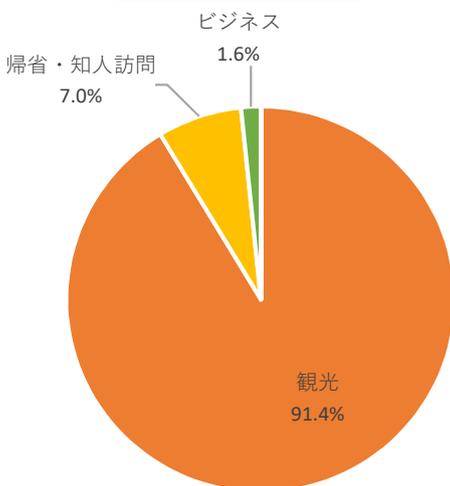
日光エリア (n=472)



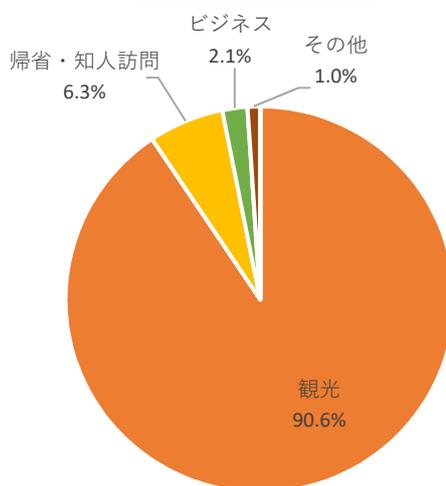
那須エリア (n=372)



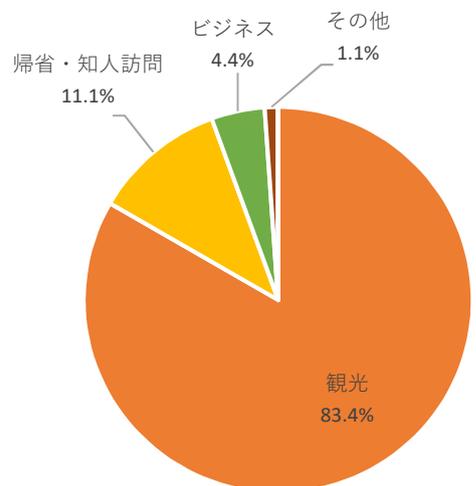
県央エリア (n=185)



県南エリア (n=96)



県東エリア (n=90)

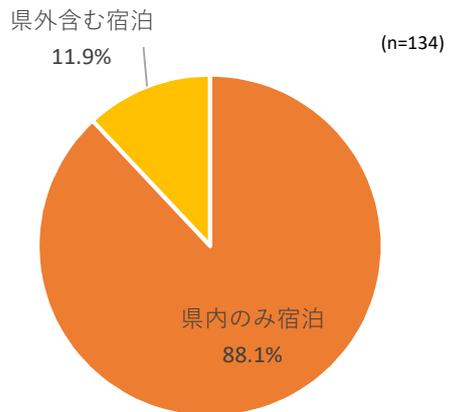


2. 宿泊客

宿泊旅程

◇「県内のみ宿泊」が8割を超えた。

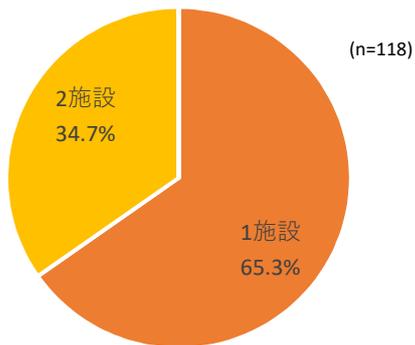
【県全体】



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6割を超えた。

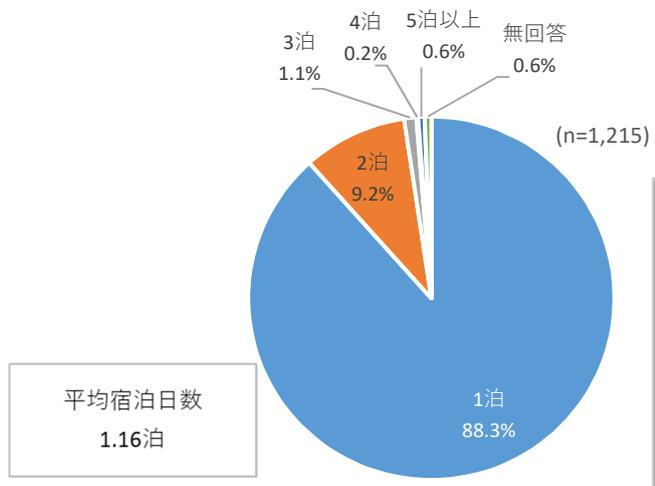
【県全体】



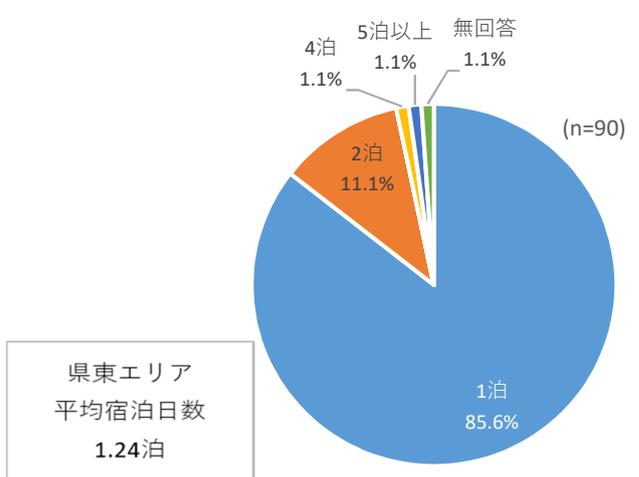
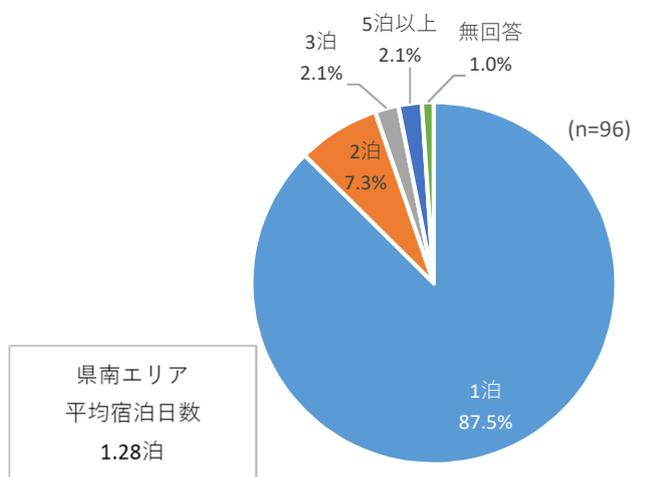
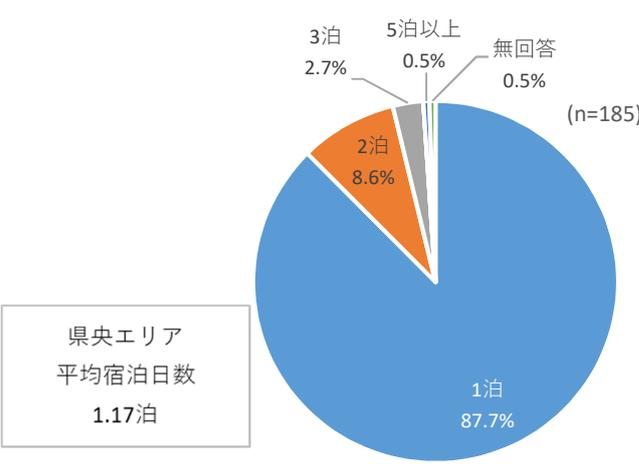
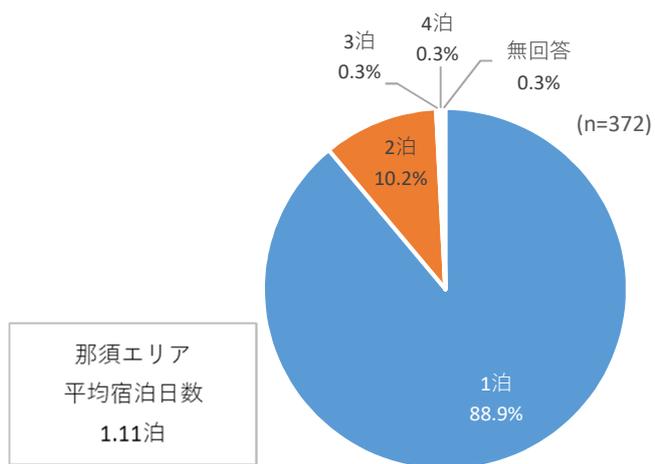
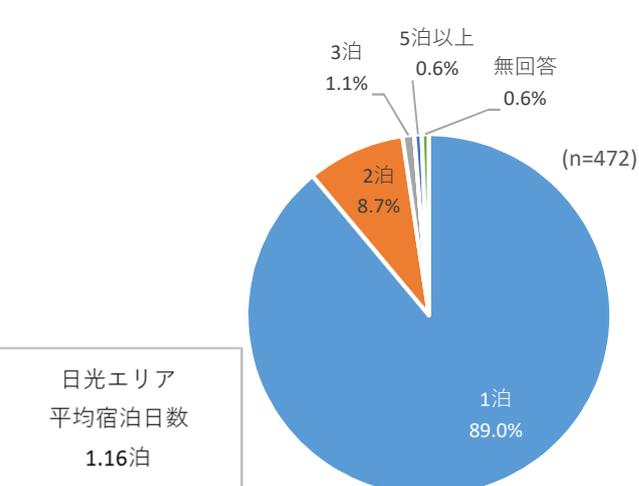
栃木県内での宿泊日数

◇「1泊」が全エリアで8割を超えた。

【県全体】



【エリア別】



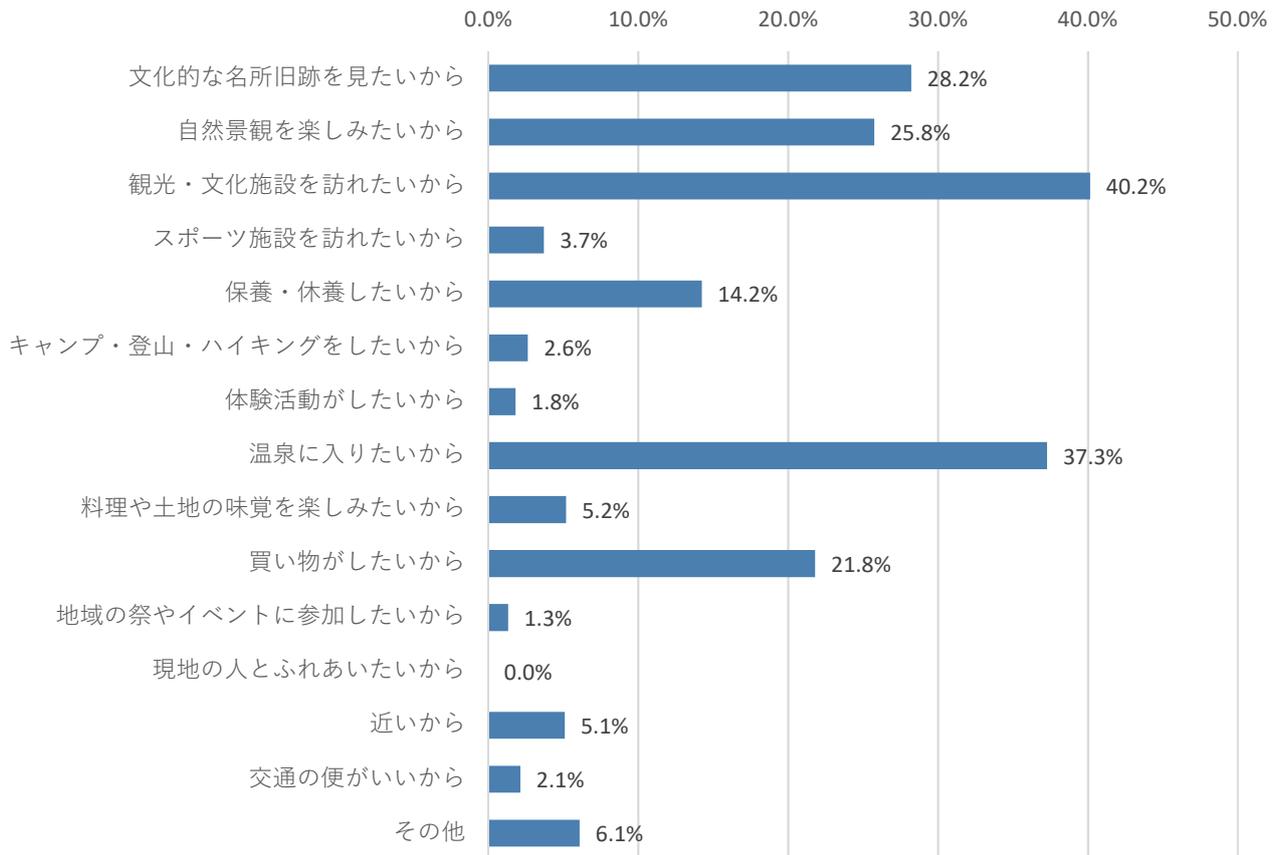
旅行先に選んだ理由（複数回答）

◇「観光・文化施設を訪れたいから」が最も多く4割を超えた。

旅行先に選んだ理由は、県全体では「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。

エリアごとに見ると、「文化的な名所旧跡を見たいから」が、日光48.7%、県南49.0%、「温泉に入りたいから」が、那須43.5%、「観光・文化施設を訪れたいから」が、県央40.5%、「買い物がしたいから」が、県東53.3%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（※「その他」「無回答」を除く）

No.	理由	割合
1	観光・文化施設を訪れたいから	40.2%
2	温泉に入りたいから	37.3%
3	文化的な名所旧跡を見たいから	28.2%
4	自然景観を楽しみたいから	25.8%
5	買い物がしたいから	21.8%

No.	理由	割合
1	文化的な名所旧跡を見たいから	48.7%
2	観光・文化施設を訪れたいから	43.9%
3	温泉に入りたいから	43.0%
4	自然景観を楽しみたいから	33.3%
5	保養・休養したいから	17.4%

No.	理由	割合
1	温泉に入りたいから	43.5%
2	買い物がしたいから	40.6%
3	観光・文化施設を訪れたいから	35.5%
4	自然景観を楽しみたいから	27.4%
5	保養・休養したいから	11.3%

No.	理由	割合
1	観光・文化施設を訪れたいから	40.5%
2	温泉に入りたいから	36.2%
3	文化的な名所旧跡を見たいから	30.3%
4	保養・休養したいから	21.1%
5	買い物がしたいから	20.5%

No.	理由	割合
1	文化的な名所旧跡を見たいから	49.0%
2	観光・文化施設を訪れたいから	47.9%
3	買い物がしたいから	20.8%
4	自然景観を楽しみたいから	16.7%
5	温泉に入りたいから	8.3%
5	近いから	8.3%

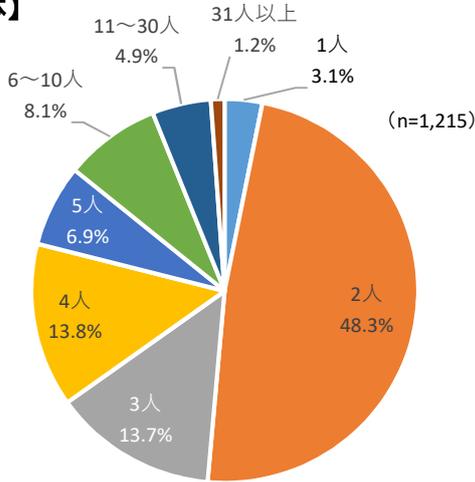
No.	理由	割合
1	買い物がしたいから	53.3%
2	観光・文化施設を訪れたいから	31.1%
3	体験活動がしたいから	15.6%
4	温泉に入りたいから	14.4%
5	料理や土地の味覚を楽しみたいから	8.9%
5	地域の祭やイベントに参加したいから	8.9%
5	近いから	8.9%

同行者数 ※回答者を含む

◇ 「2人」が最も多く4割を超えた。すべてのエリアで「2人」が最も多い。

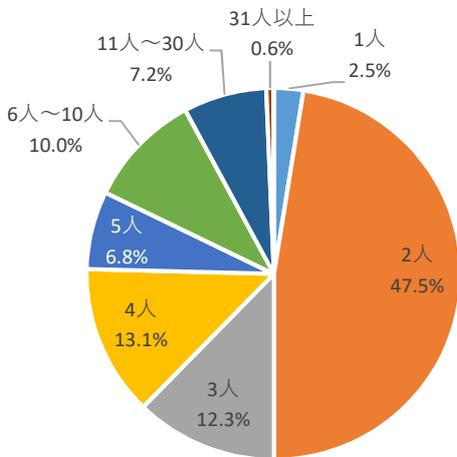
回答者を含む同行者数は、県全体では「2人」が48.3%で最も多く、次いで「4人」が13.8%、「3人」が13.7%であった。
エリアごとに見ると、すべてのエリアで「2人」が最も多く、県東で「6～10人」が14.4%と他のエリアに比べて多い。

【県全体】

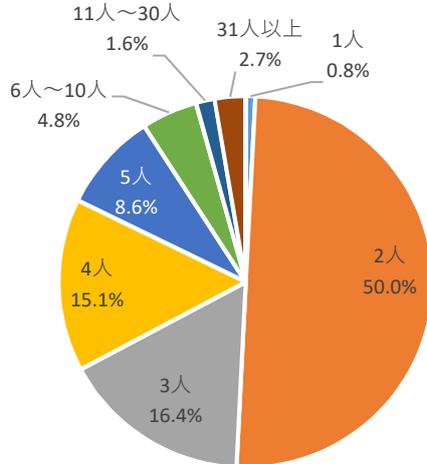


【エリア別】

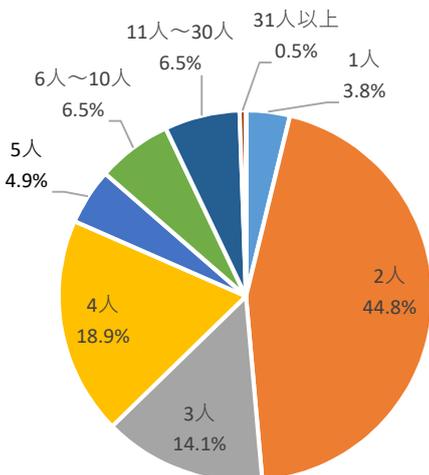
日光エリア (n=472)



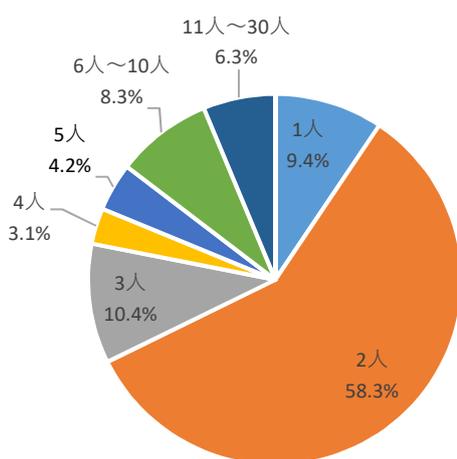
那須エリア (n=372)



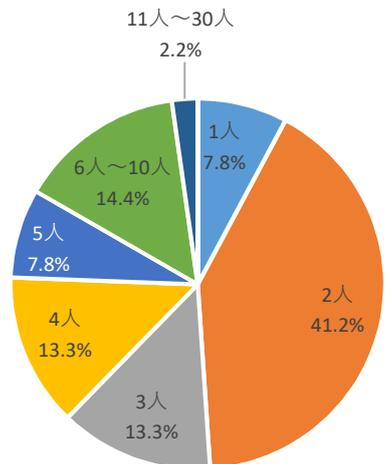
県央エリア (n=185)



県南エリア (n=96)



県東エリア (n=90)



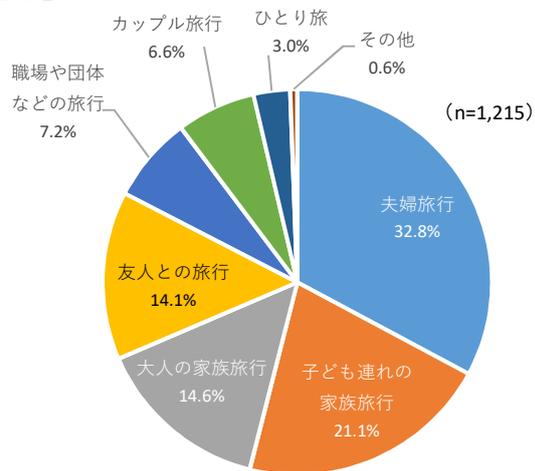
同行者の関係

◇「夫婦旅行」が最も多く3割を超えた。全てのエリアで「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。

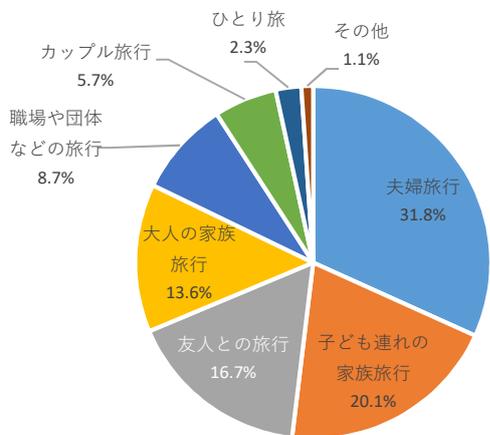
エリアごとに見ると、全てのエリアで「夫婦旅行」が最も多く、日光 31.8%、那須 33.3%、県央 34.1%、県南 37.4%、県東 30.0%となっている。

【県全体】

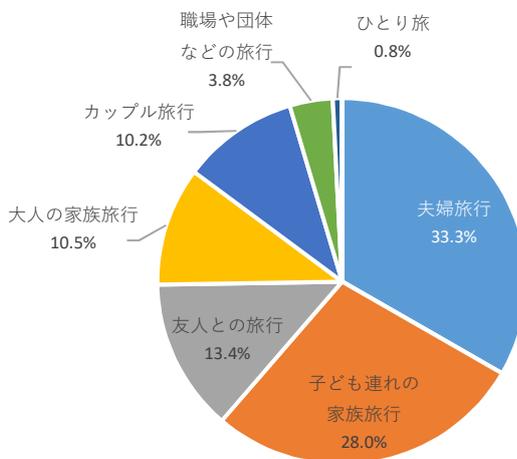


【エリア別】

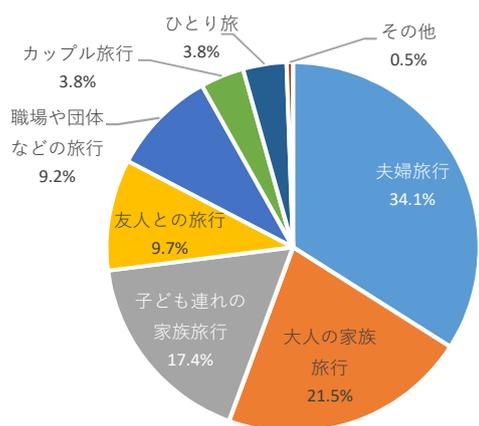
日光エリア (n=472)



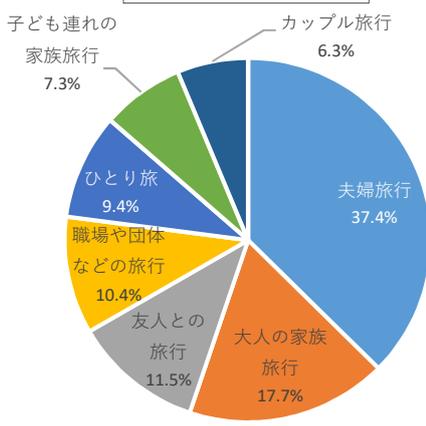
那須エリア (n=372)



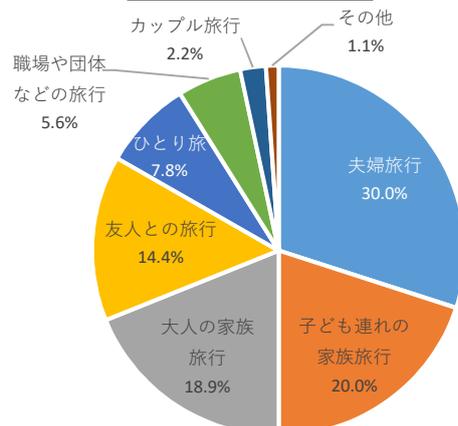
県央エリア (n=185)



県南エリア (n=96)

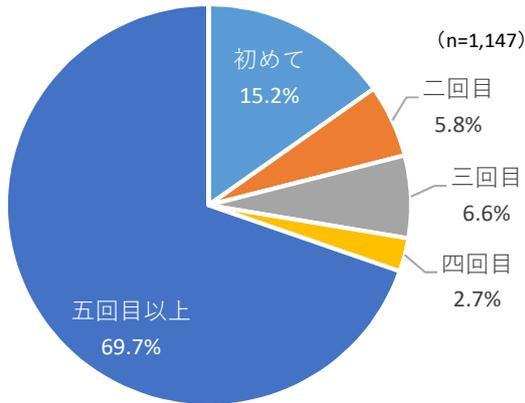


県東エリア (n=90)



県外客の栃木県への来訪回数

◇「五回目以上」が最も多く7割弱となった。「初めて」は15.2%であった。

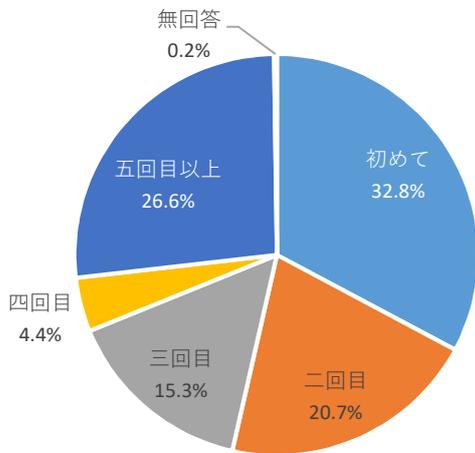


県外客の調査地域周辺への来訪回数

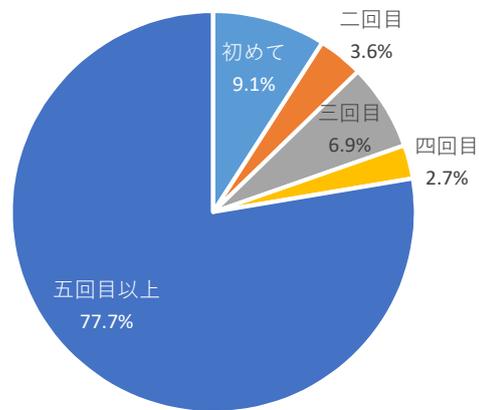
◇那須、県東では「五回目以上」が最も多い。日光、県央、県南では「初めて」が最も多い。

県外客の調査地域周辺への来訪回数は、エリアごとに見ると、那須エリア、県東エリアで「五回目以上」が最も多く、リピーターが多くを占める。県南エリアでは「初めて」が他のエリアに比べて多い。

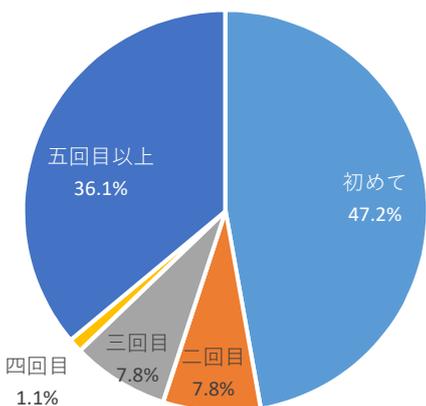
日光エリア (n=459)



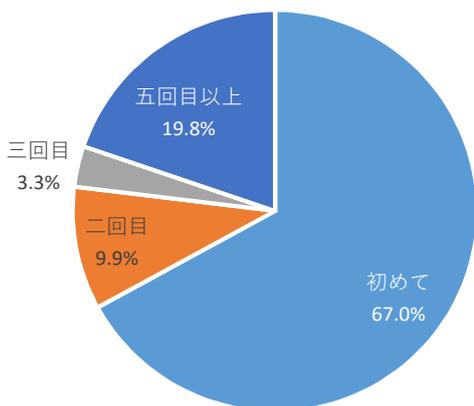
那須エリア (n=331)



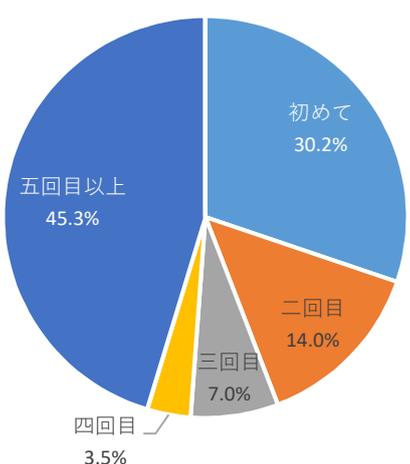
県央エリア (n=180)



県南エリア (n=91)



県東エリア (n=86)

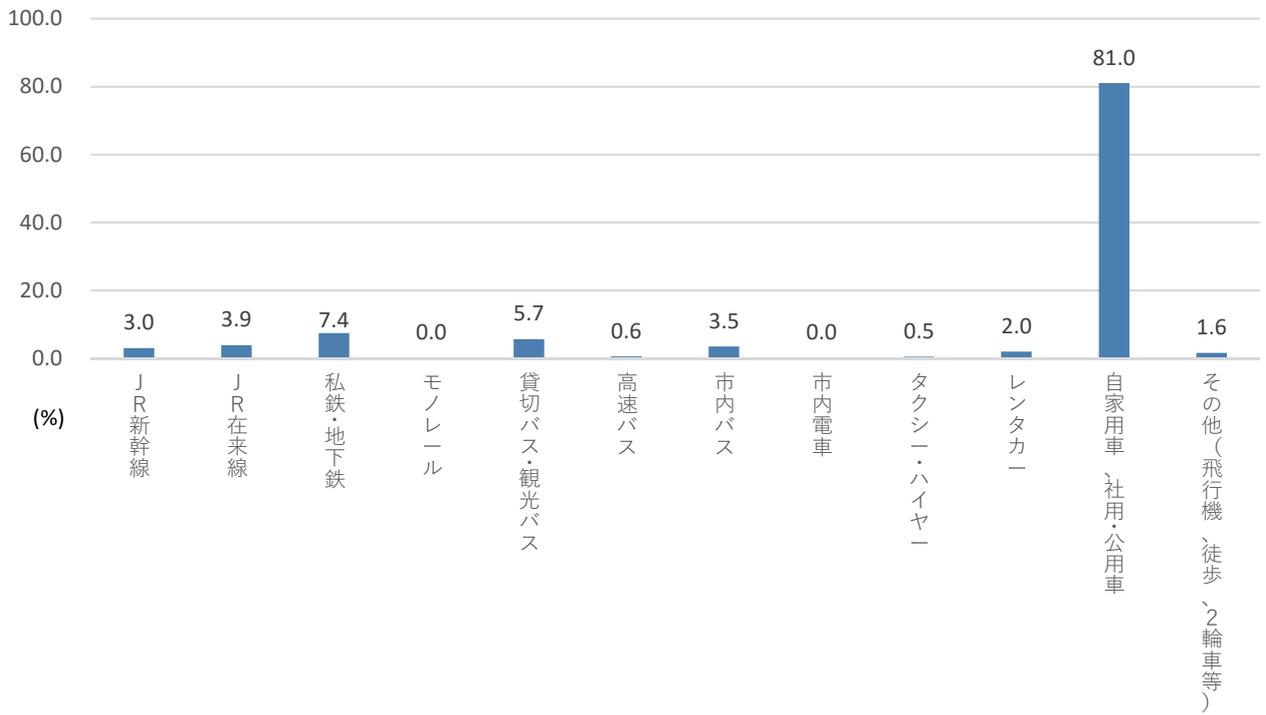


2. 宿泊客

利用交通機関（複数回答）（n=1,215）

◇「自家用車、社用・公用車」が最も多く8割を超えた。

【県全体】



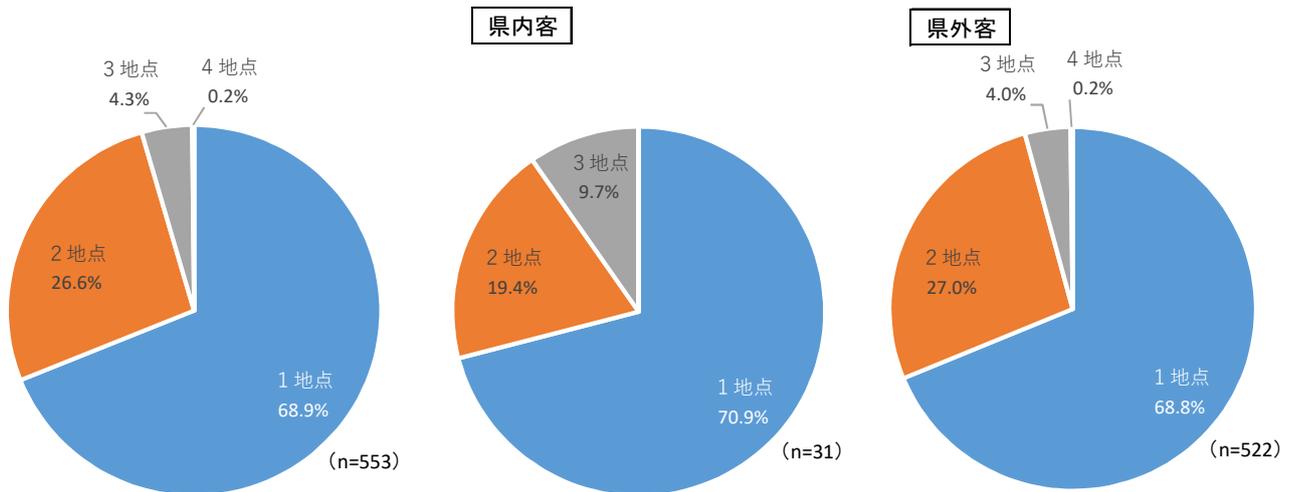
立ち寄り観光施設数 ※「0地点（調査地点以外立ち寄りなし）」を除く

◇1地点から2地点がほとんどを占め、3地点が4.3%であった。各エリアとも「1地点」「2地点」が多い。

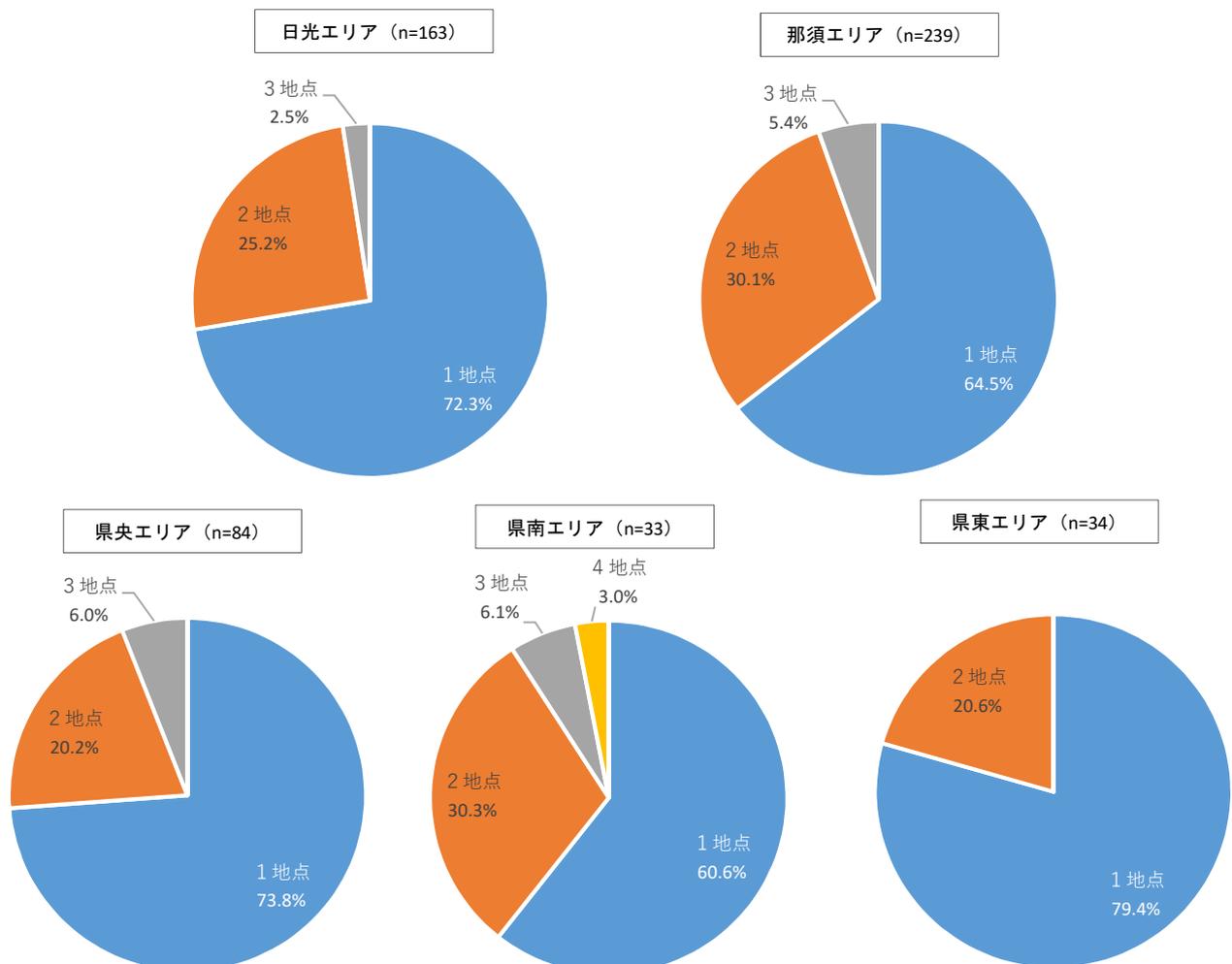
立ち寄り観光施設数は、県全体では「1地点」が68.9%で最も多く、次いで「2地点」が26.6%であった。

エリアごとに見ると、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6割以上であった。

【県全体】



【エリア別】

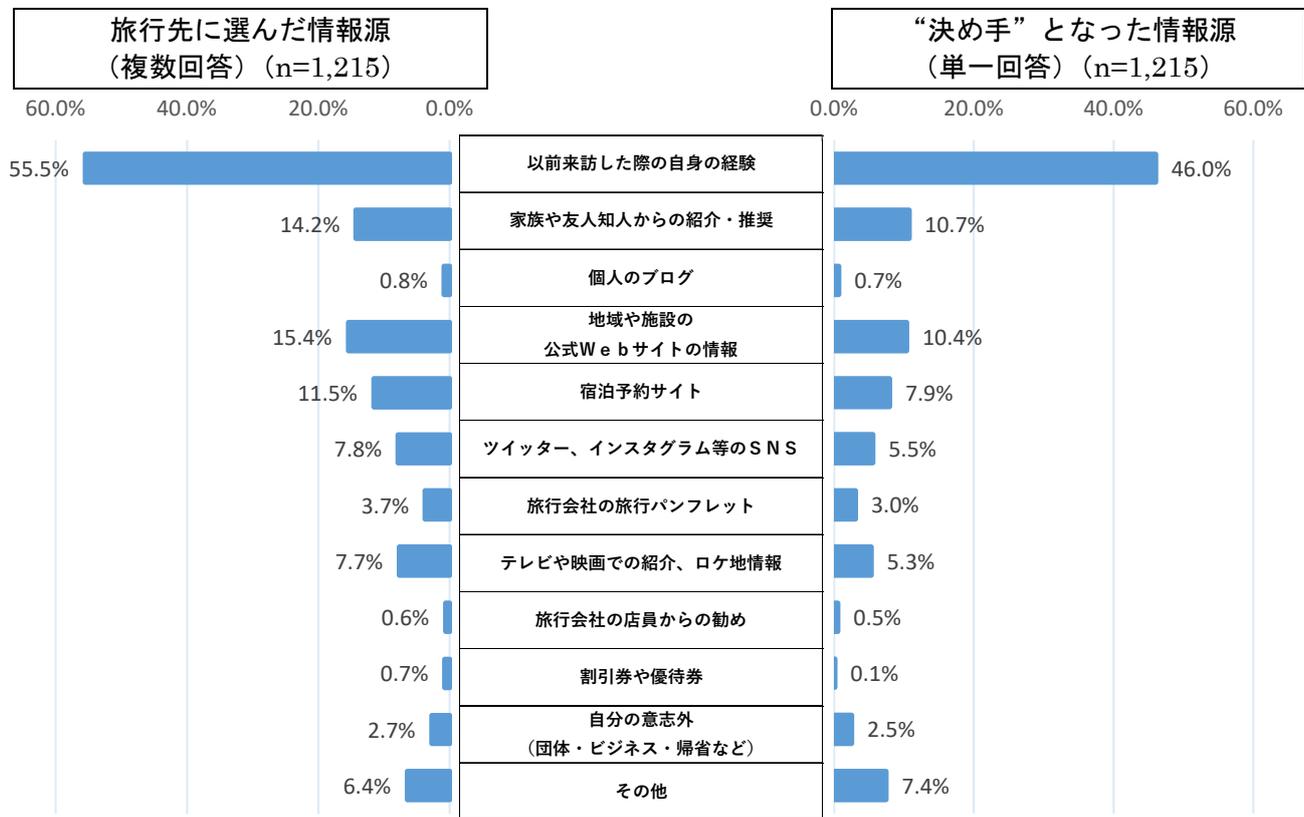


旅行先に選んだ情報源と“決め手”となった情報源

◇ “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、4割を超えた。

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55.5%で最も多く、次いで「地域や施設の公式Webの情報」が15.4%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。

【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=1,215)		No.	10・20代 (n=151)	
1	以前来訪した際の自身の経験	46.0%	1	以前来訪した際の自身の経験	32.4%
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	10.7%	2	ツイッター、インスタグラム等のSNS	14.6%
3	地域や施設の公式Webサイトの情報	10.4%	3	家族や友人知人からの紹介・推奨	11.9%
4	宿泊予約サイト	7.9%	4	地域や施設の公式Webサイトの情報	11.3%
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	5.5%	5	自分の意志外 (団体・ビジネス・帰省など)	7.9%

No.	30代 (n=210)		No.	40代 (n=266)	
1	以前来訪した際の自身の経験	44.7%	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	11.9%	2	地域や施設の公式Webサイトの情報	12.4%
2	宿泊予約サイト	11.9%	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	11.0%	4	家族や友人知人からの紹介・推奨	9.0%
5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	6.7%	5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.6%

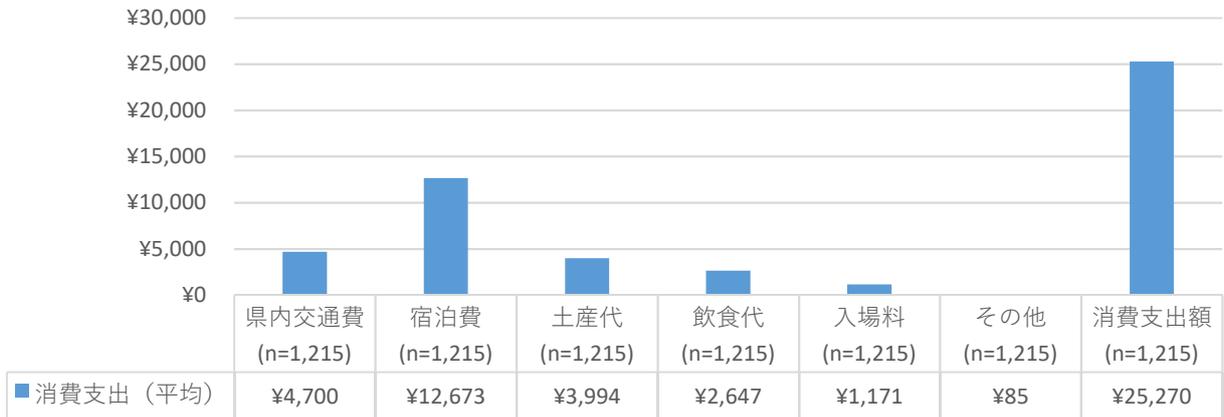
No.	50代 (n=247)		No.	60代以上 (n=341)	
1	以前来訪した際の自身の経験	47.5%	1	以前来訪した際の自身の経験	52.1%
2	地域や施設の公式Webサイトの情報	12.1%	2	家族や友人知人からの紹介・推奨	12.6%
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	8.9%	3	地域や施設の公式Webサイトの情報	6.2%
4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	7.7%	4	旅行会社の旅行パンフレット	5.3%
5	宿泊予約サイト	4.9%	5	宿泊予約サイト	5.0%

消費支出（平均）

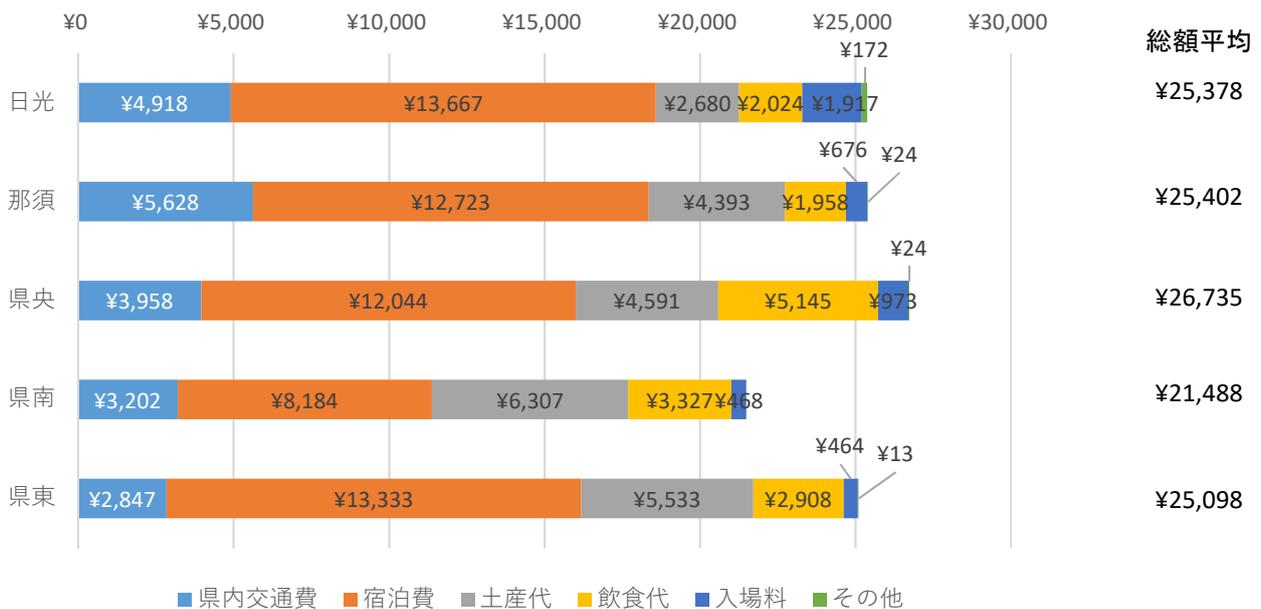
◇宿泊客一人当たりの消費支出の平均は、総額で 25,270 円であった。
県央での消費支出の総額が最も高い。

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 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。
エリアごとに見ると、消費支出額は県央が 26,735 円で最も高く、次いで那須が 25,402 円、日光が 25,378 円であった。

【県全体】



【エリア別】

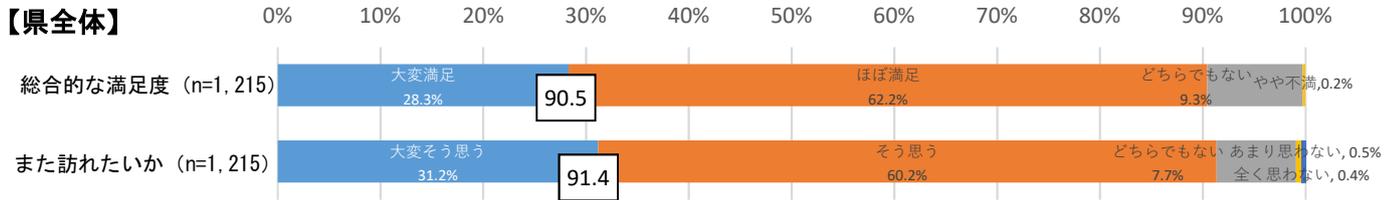


調査地域の総合満足度／再来訪意向

◇総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせて9割を超えた。

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】は91.4%であった。

エリアごとに見ると、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、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】がすべてのエリアで8割を超えた。



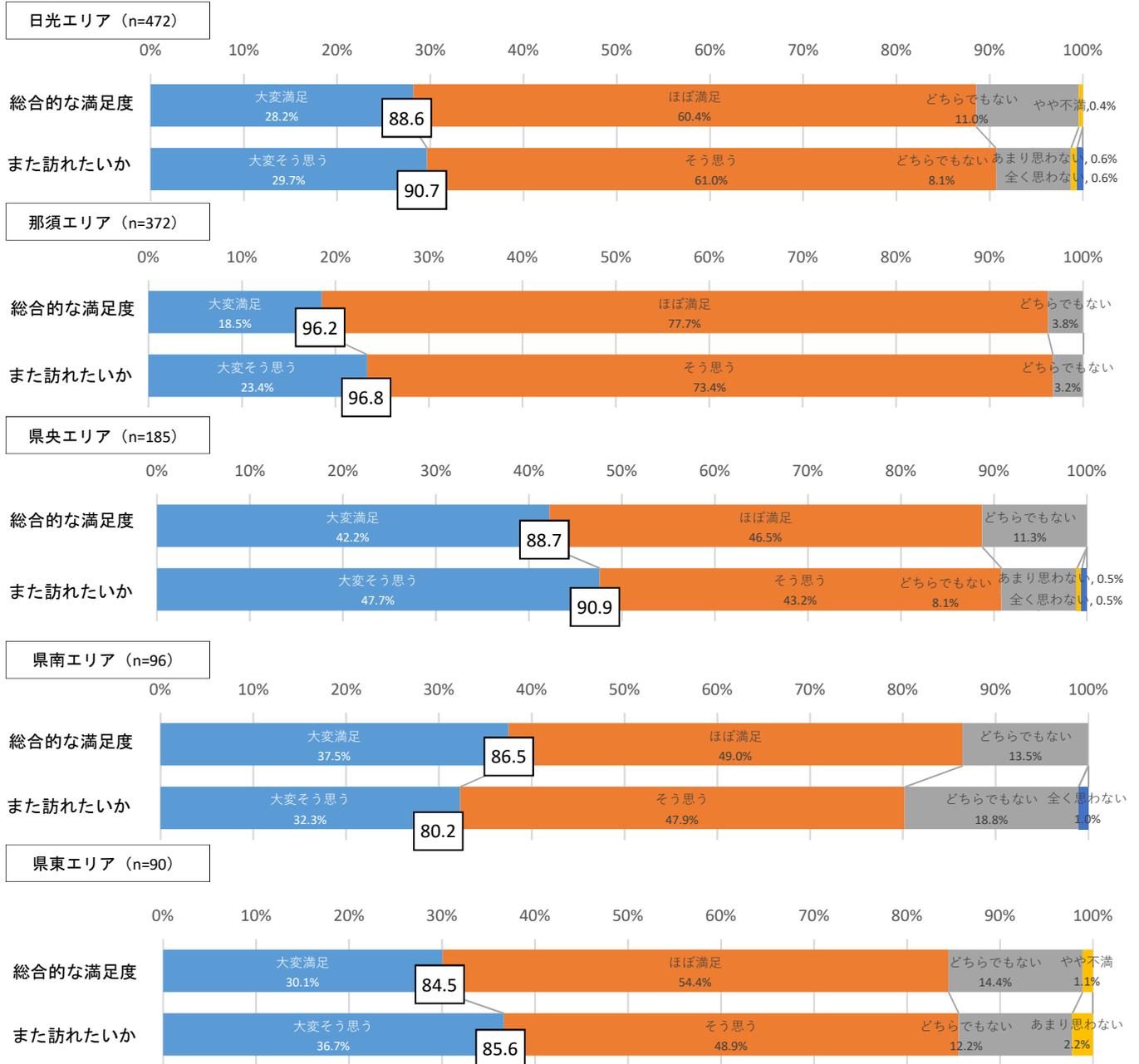
【加重平均値】

総合的な満足度	また訪れたいか
1.18	1.21

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。



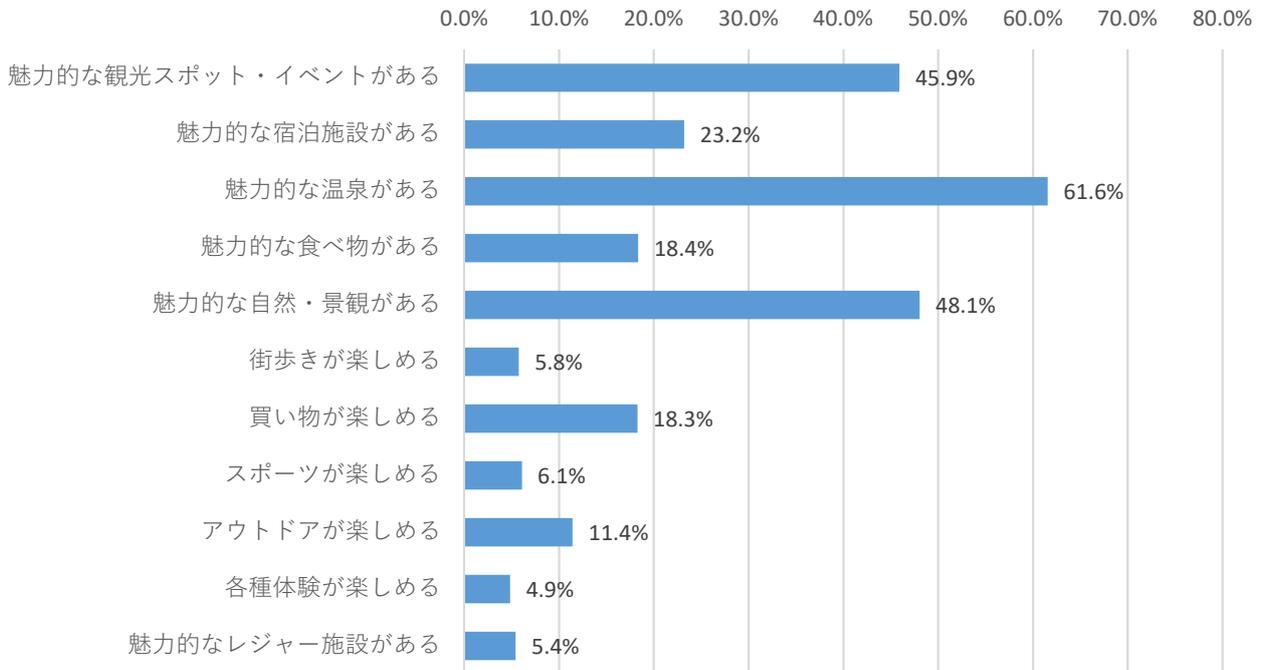
栃木県の魅力が1位だと感じるもの（複数回答）

◇「魅力的な温泉がある」が最も多く6割を超えた。

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。

エリアごとに見ると、「魅力的な観光スポット・イベントがある」が日光で52.5%、県南で62.5%と最も多い。「魅力的な温泉がある」が、那須で62.1%、県央で63.2%、県東で55.6%と最も多い。

【県全体】



【エリア別】※上位5項目

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な温泉がある	61.6%
2	魅力的な自然・景観がある	48.1%
3	魅力的な観光スポット・イベントがある	45.9%
4	魅力的な宿泊施設がある	23.2%
5	魅力的な食べ物がある	18.4%

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な観光スポット・イベントがある	52.5%
2	魅力的な温泉がある	52.1%
3	魅力的な自然・景観がある	41.1%
4	魅力的な宿泊施設がある	17.8%
5	魅力的な食べ物がある	13.8%

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な温泉がある	62.1%
2	魅力的な自然・景観がある	48.1%
3	買い物が楽しめる	40.3%
4	魅力的な観光スポット・イベントがある	35.5%
5	魅力的な宿泊施設がある	24.7%

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な温泉がある	63.2%
2	魅力的な自然・景観がある	49.7%
3	魅力的な観光スポット・イベントがある	44.3%
4	魅力的な食べ物がある	35.7%
5	魅力的な宿泊施設がある	25.4%

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な観光スポット・イベントがある	62.5%
2	魅力的な温泉がある	47.9%
3	魅力的な自然・景観がある	36.5%
4	魅力的な食べ物がある	18.8%
5	街歩きが楽しめる	12.5%

No.	魅力を感じるもの	割合
1	魅力的な温泉がある	55.6%
2	魅力的な観光スポット・イベントがある	40.0%
3	魅力的な自然・景観がある	37.8%
4	魅力的な食べ物がある	28.9%
5	魅力的な宿泊施設がある	26.7%

選択肢

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
（登山、釣り、自転車、川遊びなど）
10. 各種体験が楽しめる
（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
（遊園地、テーマパークなど）

