

令和 2（2020）年度
栃木県観光動態調査

報告書

令和 3（2021）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2(2020)年度調査結果	7
②過去調査との比較	14
(2) エリア別	17
i. 日光エリア	17
ii. 那須エリア	24
iii. 県央エリア	31
iv. 県南エリア	38
v. 県東エリア	45
2. 宿泊客	52
(1) 県全体	52
①令和2(2020)年度調査結果	52
②過去調査との比較	59
(2) エリア別	63
i. 日光エリア	63
ii. 那須エリア	70
iii. 県央エリア	77
iv. 県南エリア	84
v. 県東エリア	91

第1章 調査の概要

1. 調査の目的及び方法

(1) 調査目的

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

(2) 調査概要

① 観光地点調査

調査手法：県内の観光地点（15カ所）にて調査員が聞き取り（土日祝日から1日）

調査地点：

エリア	調査観光地点名
日光エリア 計3カ所	①二社一寺（日光東照宮）
	②華厳ノ滝（県営華厳第2駐車場）
	③東武ワールドスクウェア
那須エリア 計3カ所	④道の駅那須高原友愛の森
	⑤那須ガーデンアウトレット
	⑥アグリパル塩原
県央エリア 計3カ所	⑦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

調査地点を訪れるすべての方（日本人のみ）

③ 調査時期

第1回：令和2（2020）年6月

第2回：令和2（2020）年9月

第3回：令和2（2020）年12月

第4回：令和3（2021）年1月

(3) アンケート回答状況

①有効サンプル数：3,580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	900件	900件	900件	880件	3,580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）	235	710
	②華厳ノ滝（県営華厳第2駐車場）	235	
	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	710
	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※	230	
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	

※第4回調査では、緊急事態宣言の発令を受け「岩下の新生姜ミュージアム」が臨時休館となったため、「道の駅思川」で調査を行った。

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	<p>今回の旅行での立ち寄り先（これからの予定も含む）の合計数を集計。</p> <p>ここで対象としている観光施設（地点数）は栃木県作成の『観光地点等名簿に掲載の観光地点等名』を参照している。そのため栃木県外の観光地点や下記の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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊施設、実家、友人の家 ・ コンビニ、飲食店 ・ 鉄道の駅、高速道路のサービスエリア ・ 宇都宮、日光、鬼怒川、那須などの地名 <p>なお、調査に回答した観光地点はその数には含まない。 ※調査地点以外に立ち寄りがない場合は0地点と表す。</p>
立ち寄り観光施設	エリア別	<p>今回の旅行での立ち寄り先（これからの予定も含む）。上記「立ち寄り観光施設数」と同様、ここで対象としている観光施設は栃木県作成の『観光地点等名簿に掲載の観光地点等名』を参照している。</p>
旅行先に選んだ情報源	県全体 エリア別	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	<p>栃木県内で消費した支出の総額およびその内訳を集計。内訳として表示する項目は以下の6項目。</p> <p>県内交通費、宿泊費、土産代、飲食費、入場料、その他</p> <p>なお、内訳項目のうちひとつでも記入がある場合には、それを総額とする。</p> <p>県内交通費については、以下の考え方により集計。</p> <p>回答者の回答がある場合：回答を集計。</p> <p>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。</p>
調査地域の総合満足度／再来訪意向	県全体 エリア別	<p>総合的な満足度：調査地点の周辺地域への訪問後の総合満足度を5段階で回答。</p> <p>また訪れたいか：調査地点の周辺地域への再来訪意向を5段階で回答。</p> <p>※「県全体」ではグラフの下に各項目の加重平均を表示。</p> <p>加重平均：肯定意見「大いに（大変）～」を+2、「やや（ほぼ）～」を+1に、中間意見「どちらでもない」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。</p> <p>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。</p>

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	3,580	2,403	1,090
日光エリア	710	327	371
那須エリア	720	376	326
県央エリア	720	496	204
県南エリア	710	575	115
県東エリア	720	629	74

※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

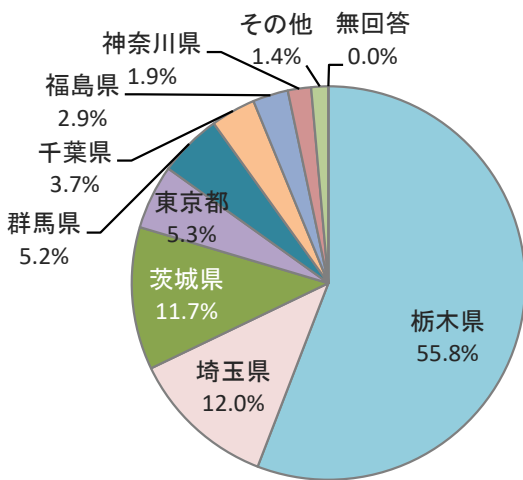
1. 日帰り客

(1) 県全体

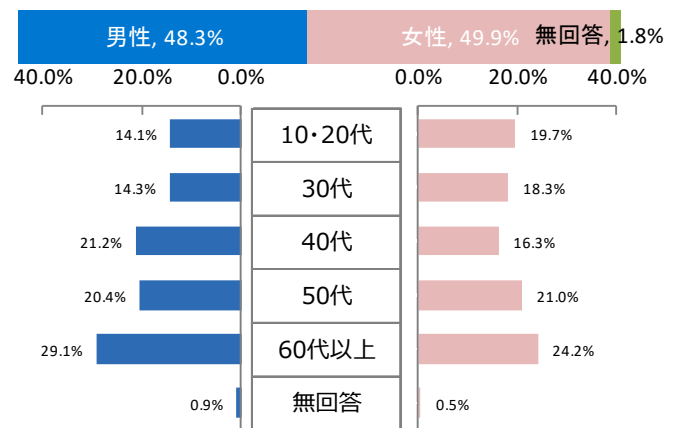
①令和2(2020)年度調査結果

お住まいは「栃木県」が55.8%で最も多く、次いで「埼玉県」が12.0%、「茨城県」が11.7%であった。
性別は、「男性」が48.3%、「女性」が49.9%であった。
年代は、男性は「60代以上」が29.1%で最も多く、女性も「60代以上」が24.2%で最も多かった。

お住まい (n=2403)



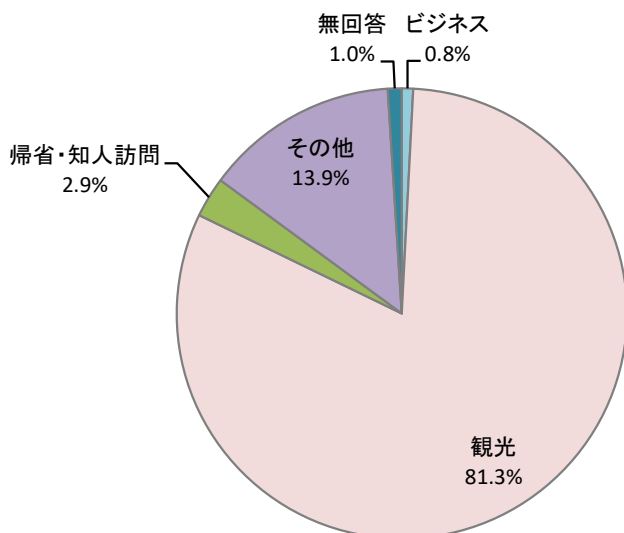
性別・年代 (n=2403)



※年代別については性別が無回答のものを除外して集計しており、
ここでの無回答は年代が無回答の割合を指す。

旅行の主要目的は、「観光」が81.3%と8割を超えた。

旅行の主要目的 (n=1062)



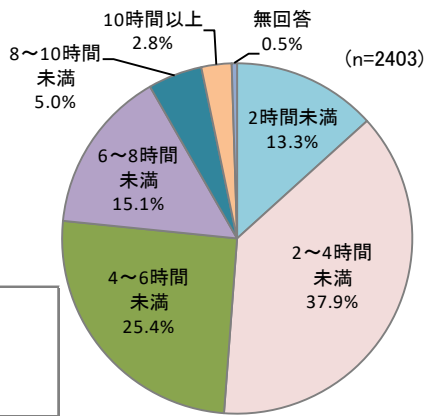
1. 日帰り客 (1) 県全体

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 37.9%で最も多く、次いで「4 時間以上 6 時間未満」が 25.4%となり、合わせると『2 時間以上 6 時間未満』は 63.3%となった。平均滞在時間は 3 時間 55 分。

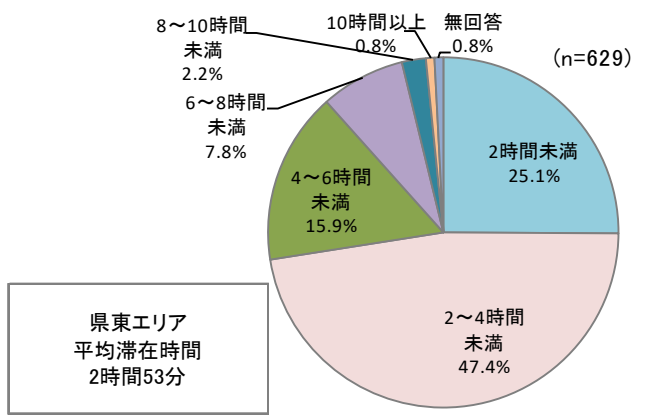
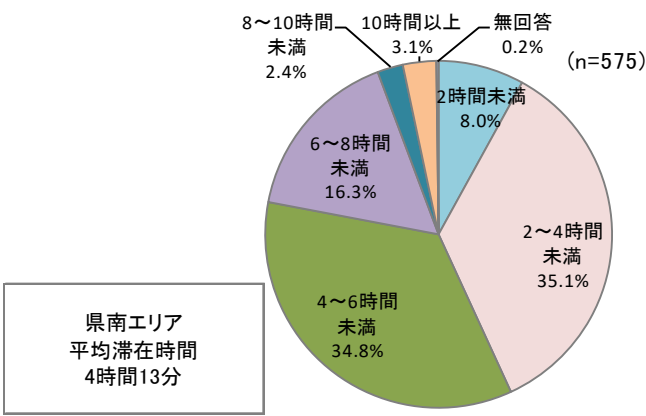
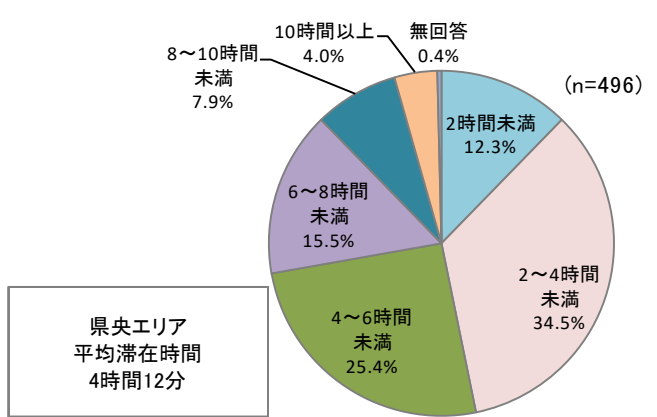
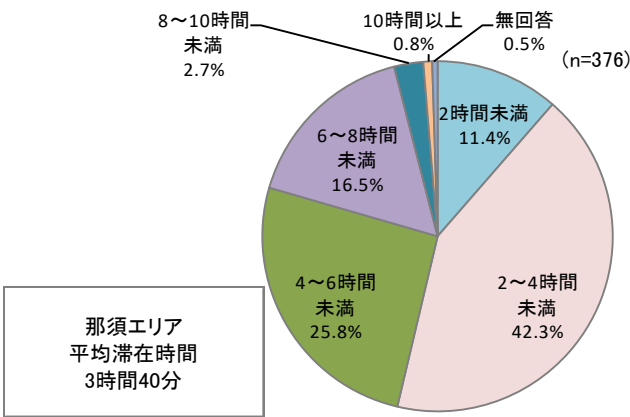
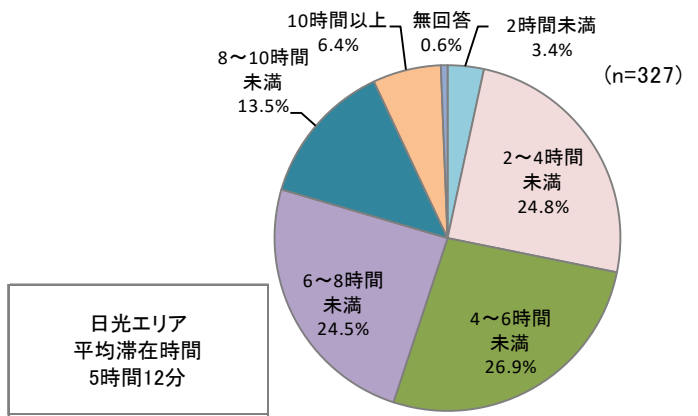
エリアごとに見ると、日光が 5 時間 12 分で最も長く、県東が 2 時間 53 分で最も短かった。「2 時間未満」は県東で 25.1%と他のエリアに比べて多く、「10 時間以上」は日光で 6.4%と他のエリアに比べてやや多かった。

栃木県での滞在時間

【県全体】

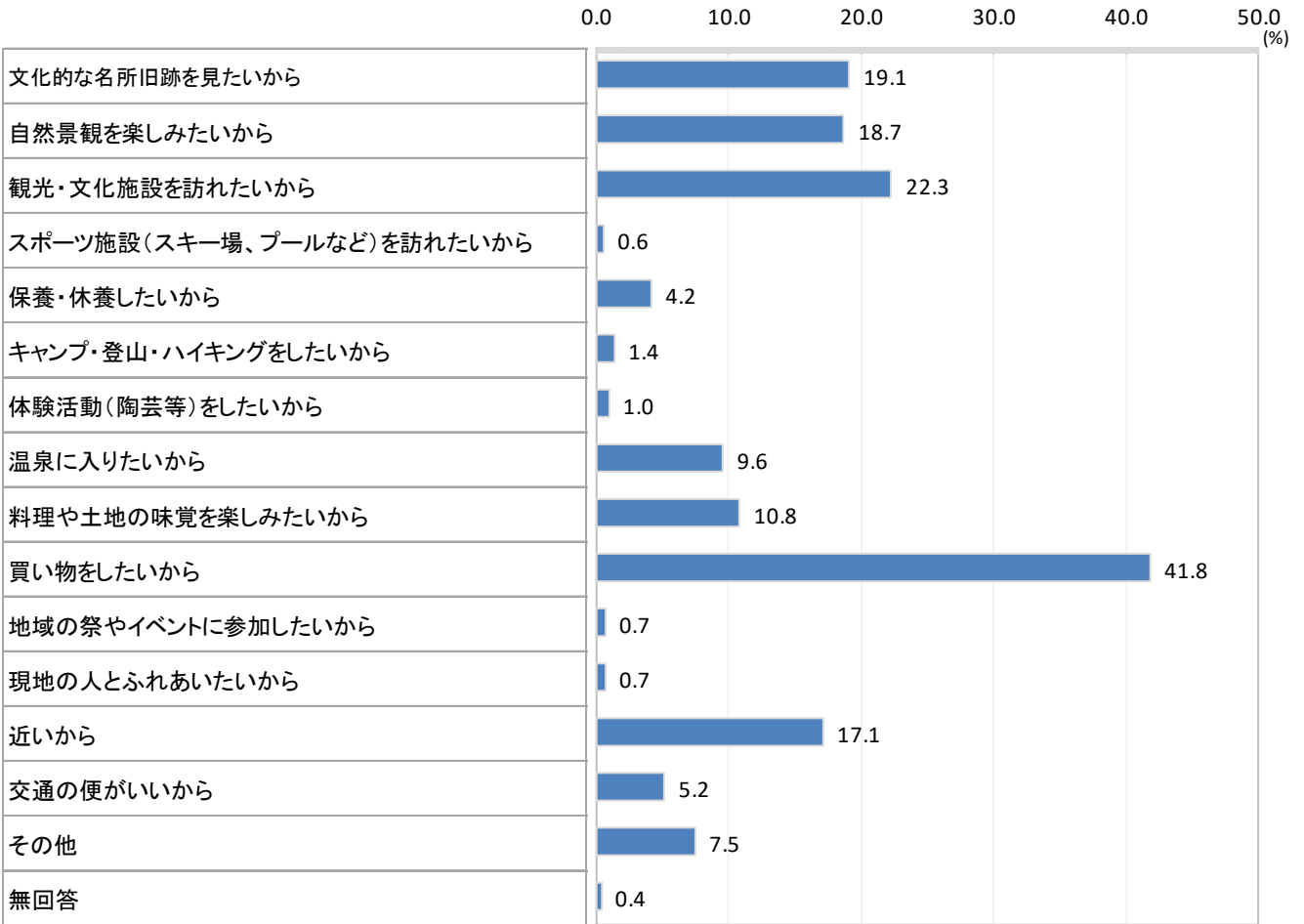


【エリア別】



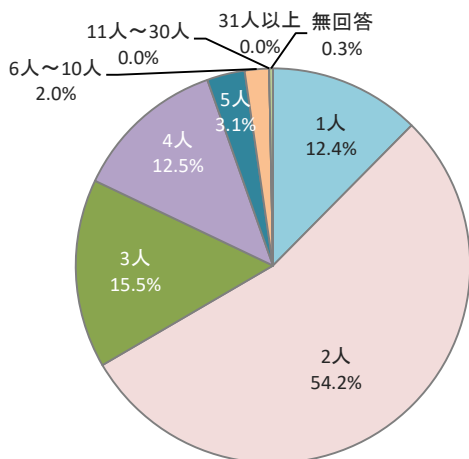
旅行先に選んだ理由は、「買い物をしたいから」が41.8%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が22.3%、「文化的な名所旧跡を見たいから」が19.1%、「自然景観を楽しみたいから」が18.7%となった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=2403）

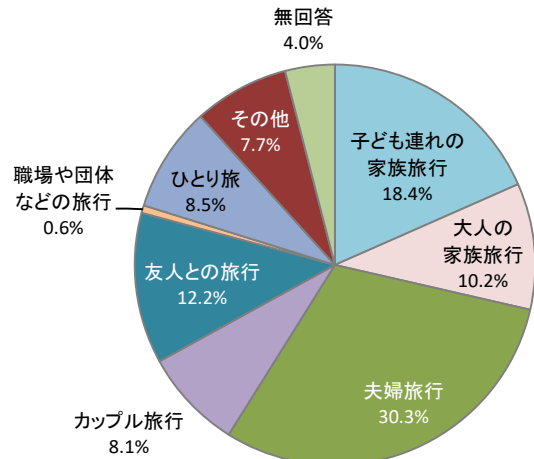


回答者を含む同行者数は、「2人」が54.2%で最も多く、次いで「3人」が15.5%、「4人」が12.5%であった。
 同行者の関係は、「夫婦旅行」が30.3%で最も多く、次いで「子ども連れの家族旅行」が18.4%、「友人との旅行」が12.2%、「大人の家族旅行」が10.2%であった。

同行者数 ※回答者を含む（n=2403）

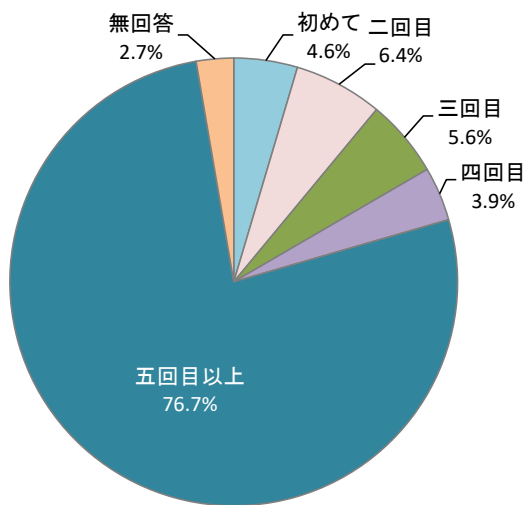


同行者の関係（n=2403）



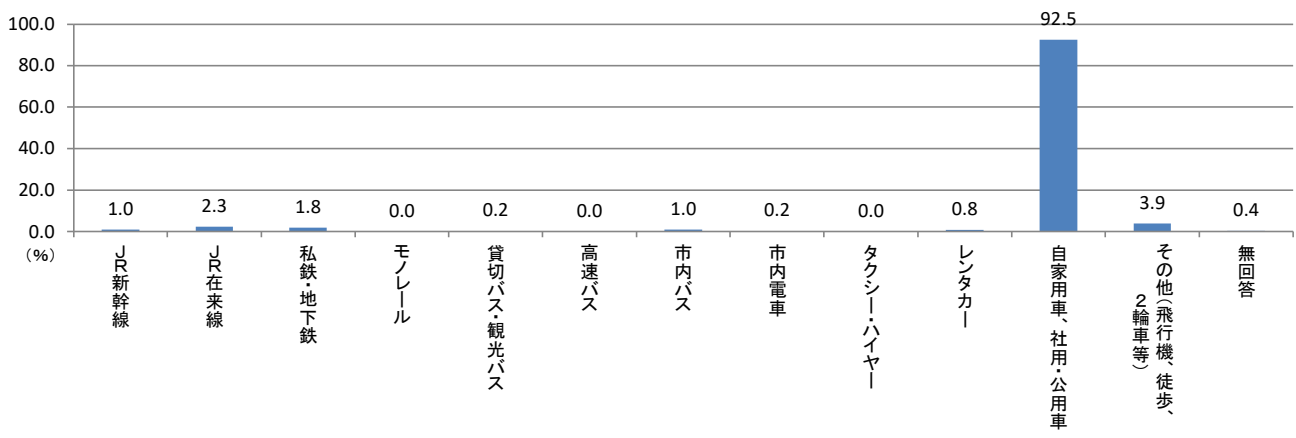
県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」が76.7%と7割を超えた。一方、「初めて」は4.6%となった。

県外客の栃木県への来訪回数 (n=1062)

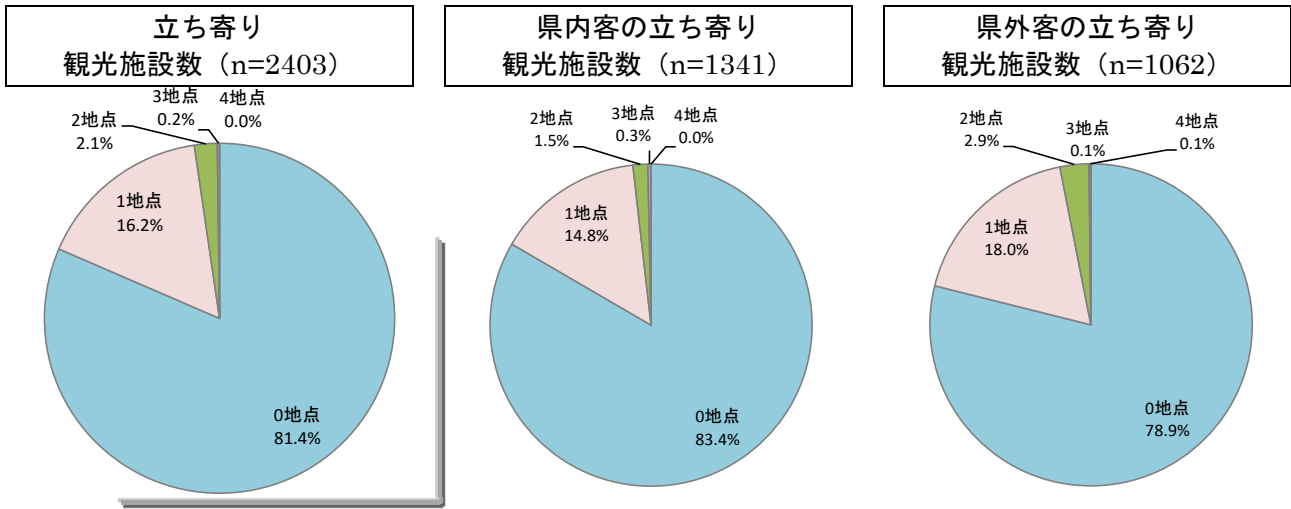


利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が92.5%で大半を占めた。その他の交通機関としては「その他（飛行機、徒歩、2輪車等）」が3.9%、「JR在来線」が2.3%、「私鉄・地下鉄」が1.8%であった。

利用交通機関 (複数回答) (n=2403)

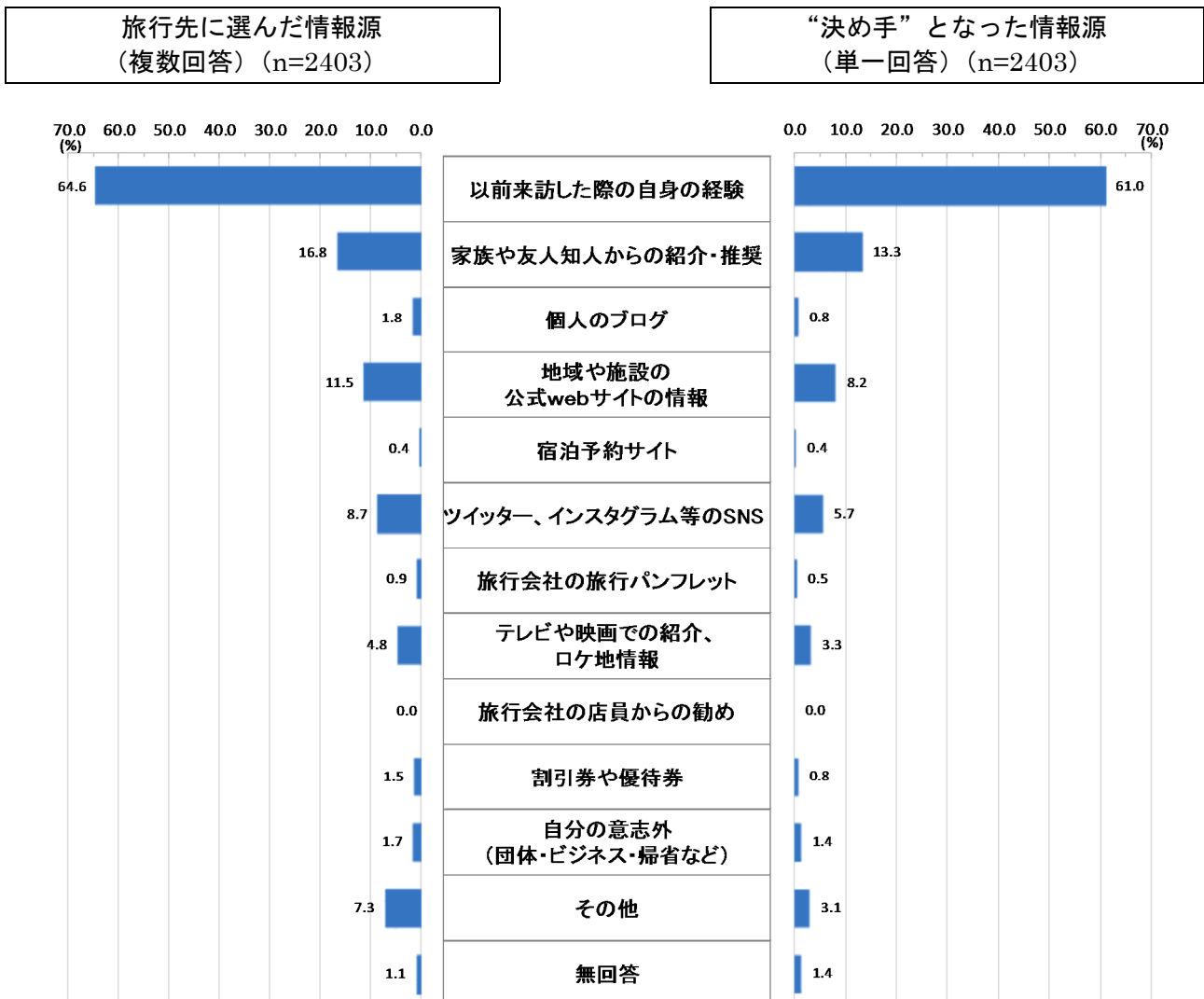


立ち寄り観光施設は、「0 地点（調査地点以外立ち寄りなし）」が 81.4%で最も多く、次いで「1 地点」が 16.2%であった。調査地点も含めると、1 地点～2 地点が 9 割を超えた。



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 64.6%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 16.8%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 61.0%で最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 13.3%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（「無回答」を除く）

(%)

NO.	全 体 (n=2403)	
1	以前来訪した際の自身の経験	61.0
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	13.3
3	地域や施設の公式webサイトの情報	8.2
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	5.7
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.3
6	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	1.4
7	個人のブログ	0.8
8	割引券や優待券	0.8
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.5
10	宿泊予約サイト	0.4
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	その他	3.1

NO.	10・20代 (n=407)	
1	以前来訪した際の自身の経験	48.6
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	20.9
3	地域や施設の公式webサイトの情報	7.9
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	15.0
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	2.5
6	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	1.5
7	個人のブログ	1.2
8	割引券や優待券	0.0
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.2
10	宿泊予約サイト	0.2
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	その他	1.2

NO.	30代 (n=392)	
1	以前来訪した際の自身の経験	55.1
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	17.6
3	地域や施設の公式webサイトの情報	11.2
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	6.6
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	2.8
6	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	1.0
7	個人のブログ	1.3
8	割引券や優待券	1.0
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.3
10	宿泊予約サイト	0.5
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	その他	1.5

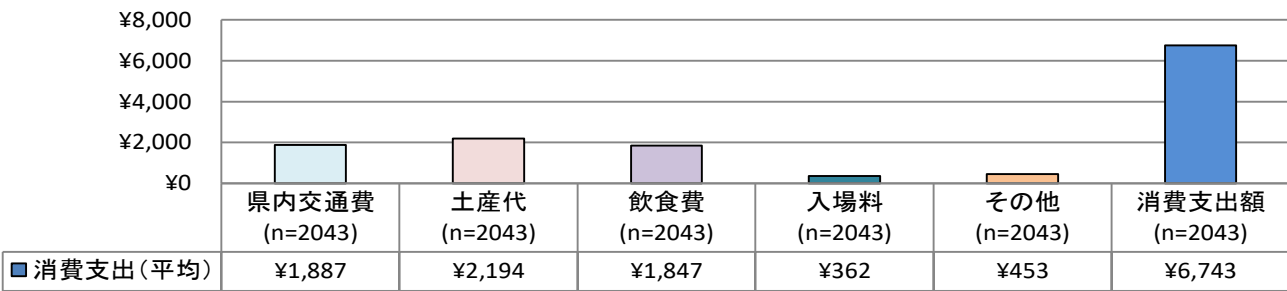
NO.	40代 (n=450)	
1	以前来訪した際の自身の経験	57.1
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	12.0
3	地域や施設の公式webサイトの情報	10.7
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	6.9
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.0
6	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	0.9
7	個人のブログ	0.9
8	割引券や優待券	1.3
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.2
10	宿泊予約サイト	0.7
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	その他	4.2

NO.	50代 (n=496)	
1	以前来訪した際の自身の経験	63.7
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	11.9
3	地域や施設の公式webサイトの情報	8.3
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	2.8
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.8
6	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	1.8
7	個人のブログ	0.2
8	割引券や優待券	0.4
9	旅行会社の旅行パンフレット	1.0
10	宿泊予約サイト	0.4
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	その他	3.6

NO.	60代以上 (n=636)	
1	以前来訪した際の自身の経験	73.3
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	8.0
3	地域や施設の公式webサイトの情報	4.9
4	ツイッター、インスタグラム等のSNS	0.8
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.1
6	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	1.6
7	個人のブログ	0.3
8	割引券や優待券	1.3
9	旅行会社の旅行パンフレット	0.8
10	宿泊予約サイト	0.2
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	その他	4.1

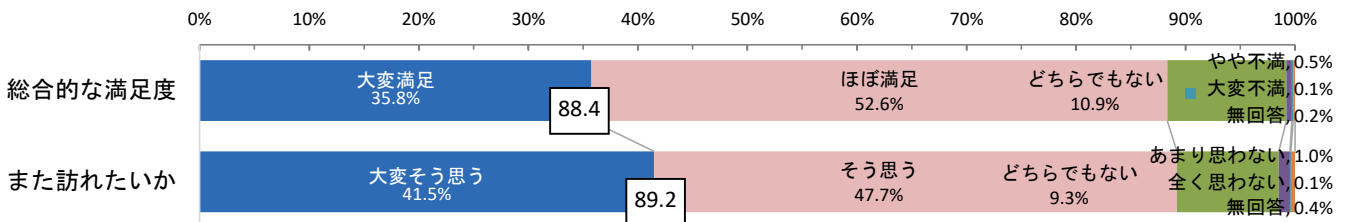
日帰り客一人当たりの消費支出の平均は、総額で6,743円であった。
内訳は、「土産代」が2,194円で最も多く、次いで「県内交通費」が1,887円であった。

消費支出（平均）



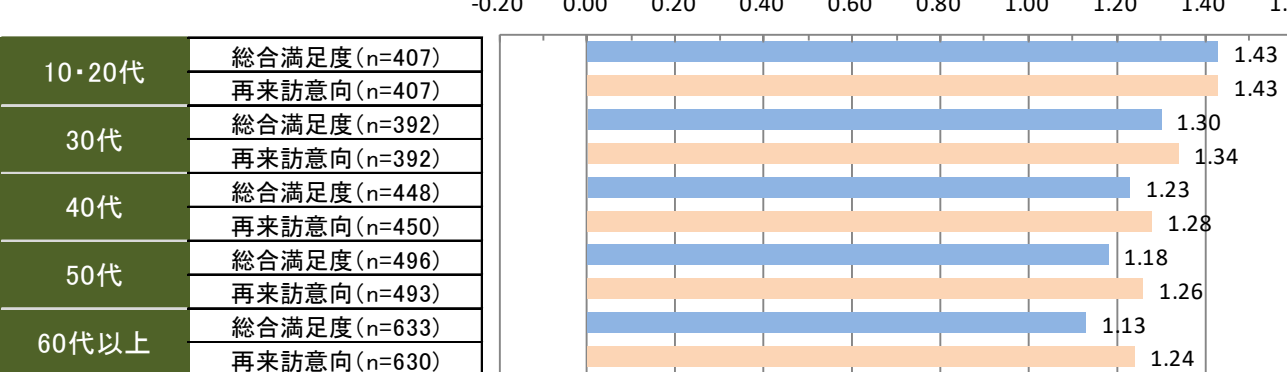
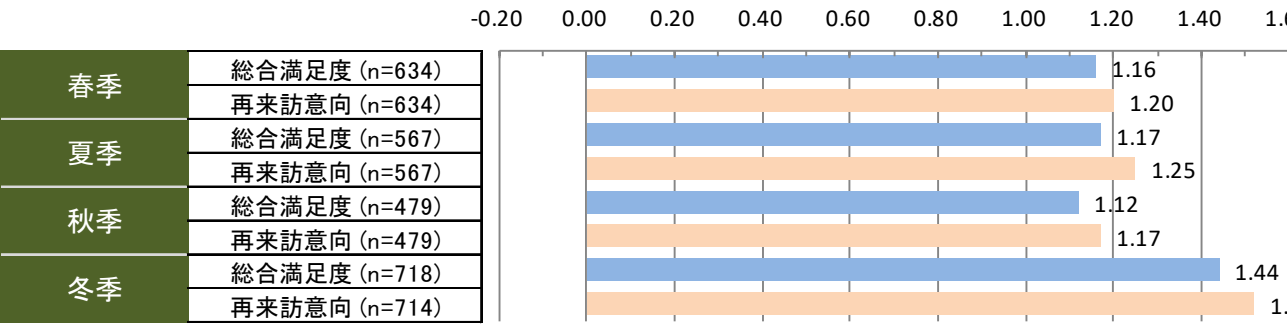
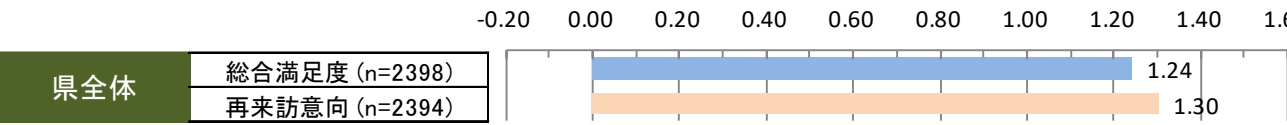
調査地域への総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が88.4%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が89.2%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=2403)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.44で最も高かった。再来訪意向についても「冬季」が1.52で最も高かった。
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.43で最も高かった。また、再来訪意向も「10・20代」が1.43で最も高かった。

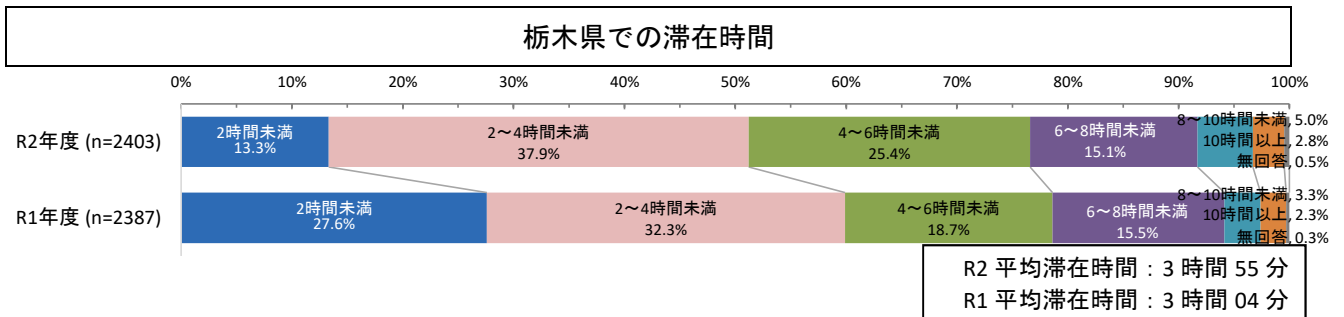


第2章 観光客調査 調査結果

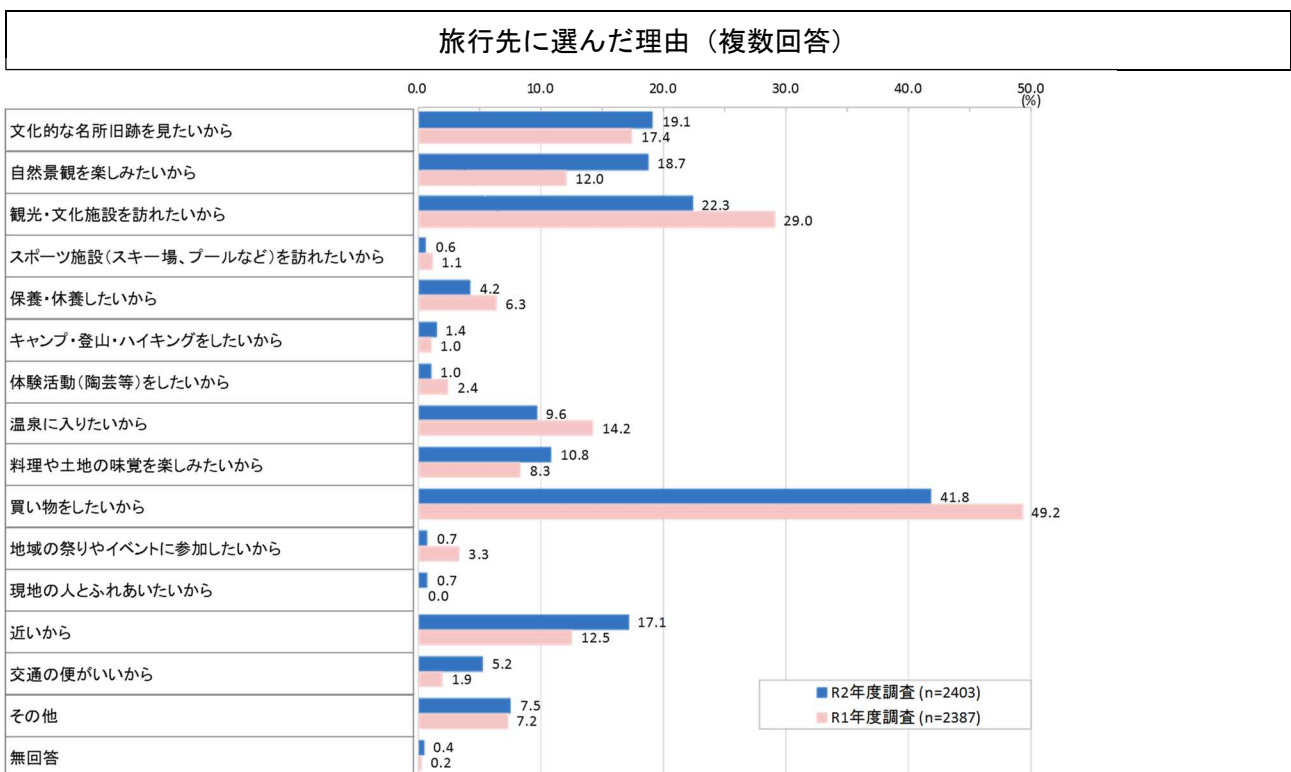
1. 日帰り客 (1) 県全体

②過去調査との比較

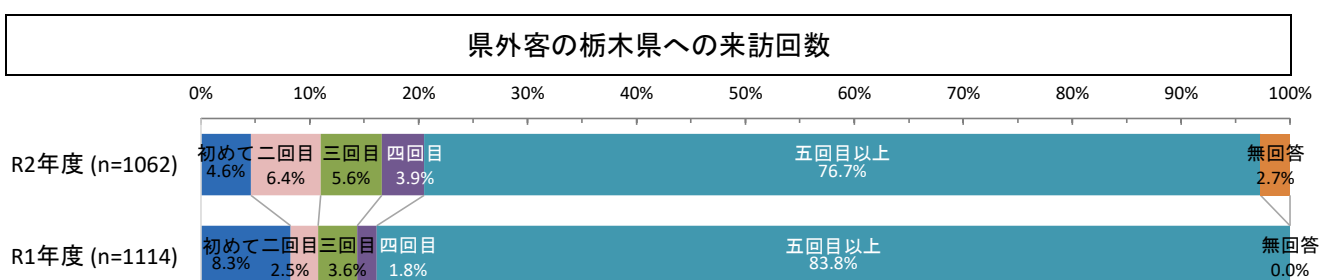
栃木県での滞在時間は「2～4 時間未満」が 37.9%で最も多かった。「4～6 時間未満」は令和元(2019)年度調査では 18.7%であったが、令和 2 (2020) 年度調査では 25.4%と 6.7 ポイント増加した。また、8 時間以上の長時間滞在者の割合も令和元 (2019) 年度調査と比較して増加した。一方、「2 時間未満」は令和元 (2019) 年度調査では 27.6%であったが、令和 2 (2020) 年度調査では 13.3%と 14.3 ポイント減少した。平均滞在時間は、令和元 (2019) 年度調査では 3 時間 04 分であったが、令和 2 (2020) 年度調査では 3 時間 55 分に増加した。



旅行先に選んだ理由は、「買い物をしたいから」が 41.8%と最も多いが、令和元 (2019) 年度調査の 49.2%と比べて 7.4 ポイント減少した。「自然景観を楽しみたいから」は 6.7 ポイント、「近いから」は 4.6 ポイント増加した。一方、「観光・文化施設を訪れたいから」は令和元 (2019) 年度調査では 29.0%であったが、令和 2 (2020) 年度調査では 22.3%と 6.7 ポイント減少した。

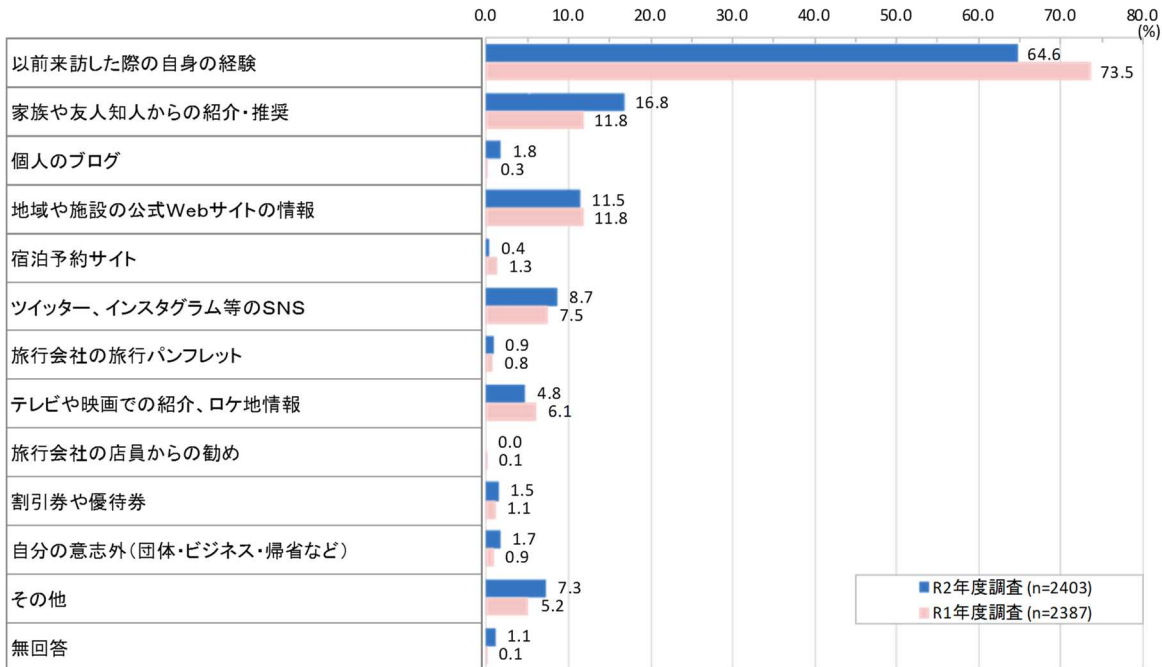


県外客の栃木県への来訪回数は「五回目以上」が最も多く、令和元 (2019) 年度調査では 83.8%であったが、令和 2 (2020) 年度調査では 76.7%と 7.1 ポイント減少した。一方、令和元 (2019) 年度調査との比較では「二回目」が 3.9 ポイント、「四回目」は 2.1 ポイント、「三回目」は 2.0 ポイント増加した。



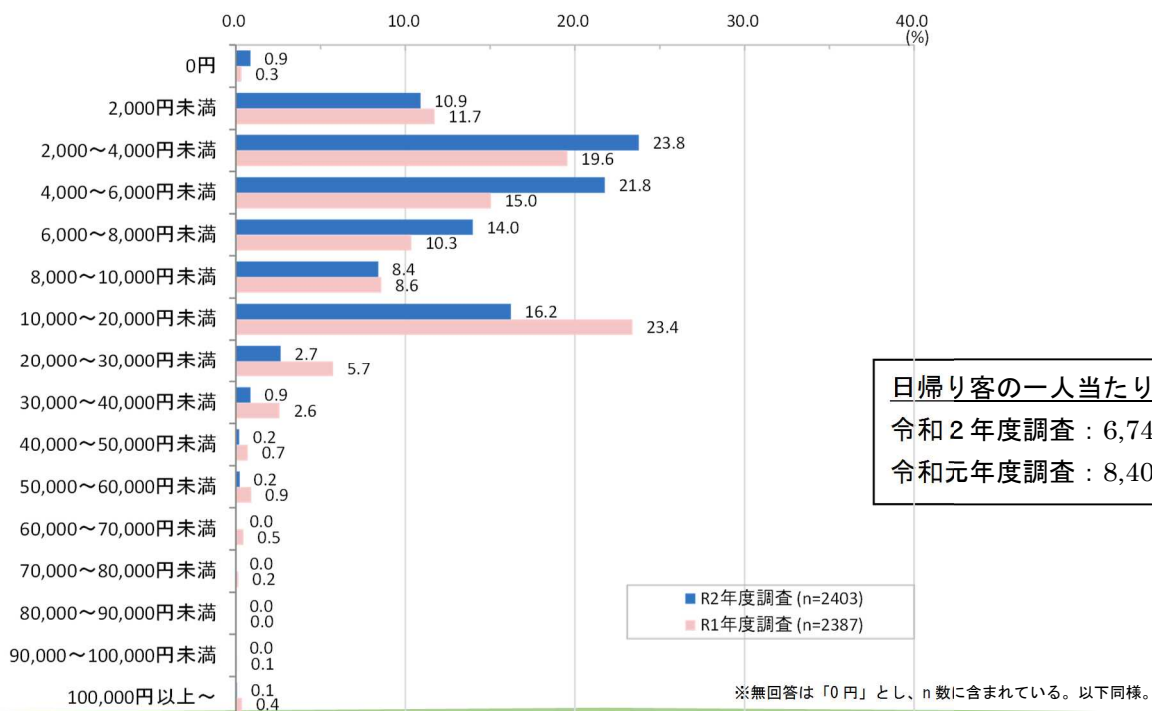
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が64.6%と最も多いが、令和元（2019）年度調査の73.5%と比べて8.9ポイント減少した。「家族や友人知人からの紹介・推奨」は令和元（2019）年度調査では11.8%であったが、令和2（2020）年度調査では16.8%と5.0ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、「10,000～20,000円未満」は令和元（2019）年度調査の23.4%に対し、令和2（2020）年度調査は16.2%と7.2ポイント減少した。一方、「4,000～6,000円未満」は令和元（2019）年度調査の15.0%に対し、令和2（2020）年度調査では21.8%と6.8ポイント増加、「2,000～4,000円未満」は令和元（2019）年度調査の19.6%に対し、令和2（2020）年度調査では23.8%と4.2ポイント増加、「6,000～8,000円未満」も令和元（2019）年度調査の10.3%に対し、令和2（2020）年度調査では14.0%と3.7ポイント増加した。日帰り客の一人当たり平均は、令和元（2019）年度調査では8,402円であったが、令和2（2020）年度調査では6,743円に減少した。

消費支出（総額）



日帰り客の一人当たり平均
 令和2年度調査：6,743円
 令和元年度調査：8,402円

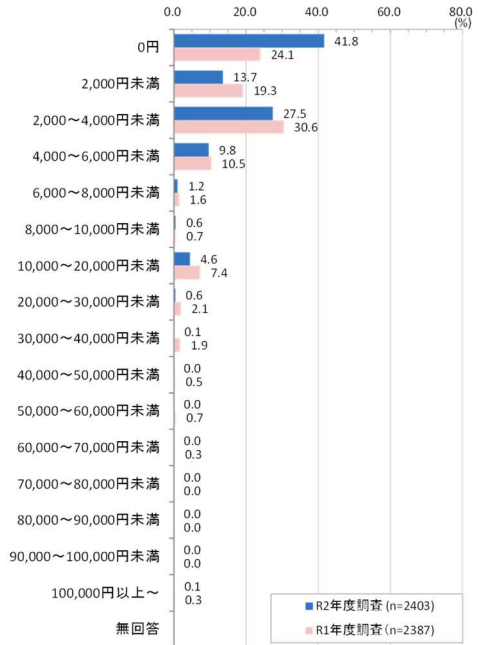
※無回答は「0円」とし、n数に含まれている。以下同様。

第2章 観光客調査 調査結果

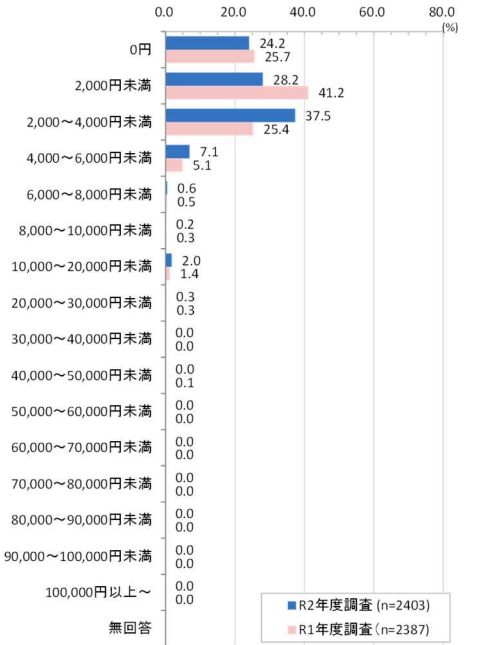
1. 日帰り客 (1) 県全体

土産代は、「0円」（回答がなかった方を含む）が令和元（2019）年度調査の24.1%に対し、令和2（2020）年度は41.8%と17.7ポイント増加した。飲食費は、「2,000円未満」が令和元（2019）年度調査の41.2%に対し、令和2（2020）年度は28.2%と12.9ポイント減少した一方、「2,000円～4,000円未満」は令和元（2019）年度調査の25.4%に対し、令和2（2020）年度は37.5%と12.1ポイント増加した。

消費支出 土産代

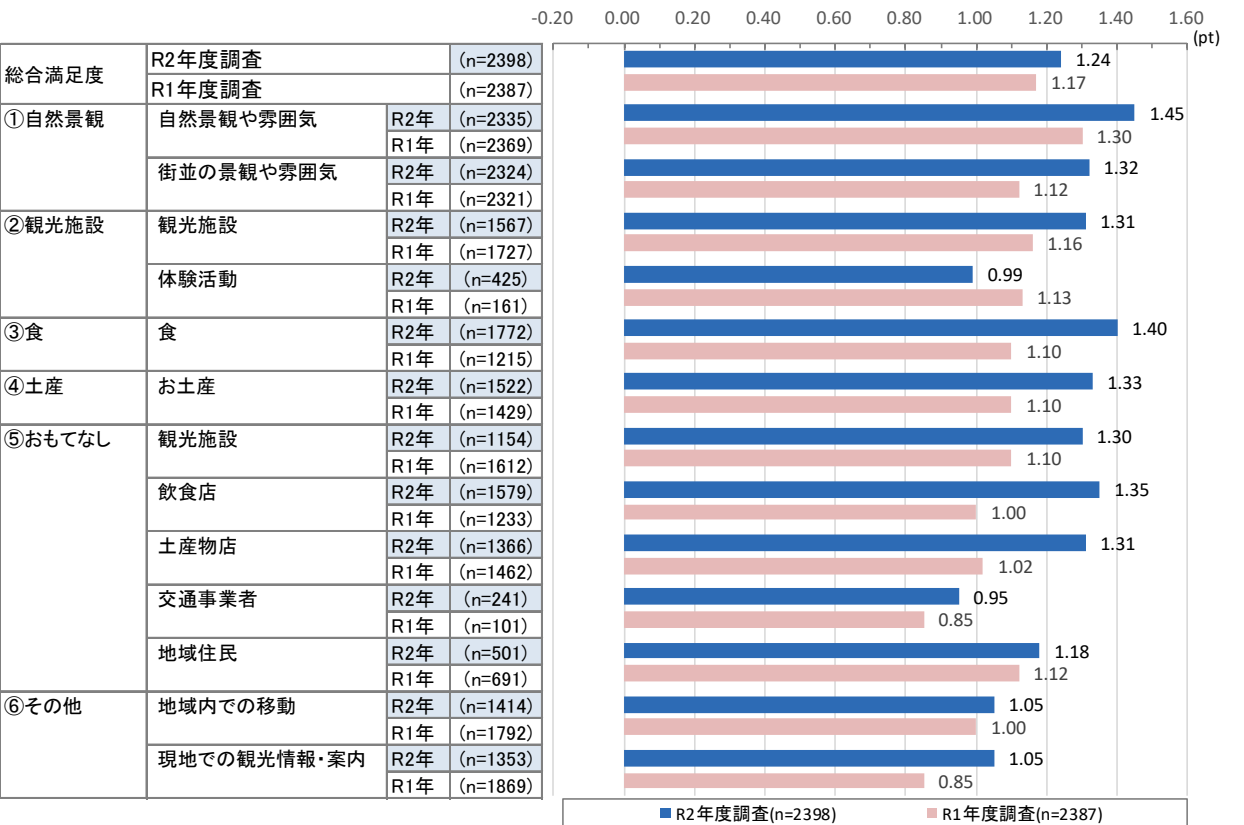


消費支出 飲食費



総合満足度は、令和2（2020）年度調査では1.24となり、令和元（2019）年度調査の1.17と比べて0.07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1.45で令和元（2019）年度調査と同様に最も高く、次いで「食 食」となった。令和元（2019）年度との比較では、「観光施設 体験活動」を除く項目において令和2（2020）年度が上回った。

項目別満足度（加重平均値）



(2) エリア別

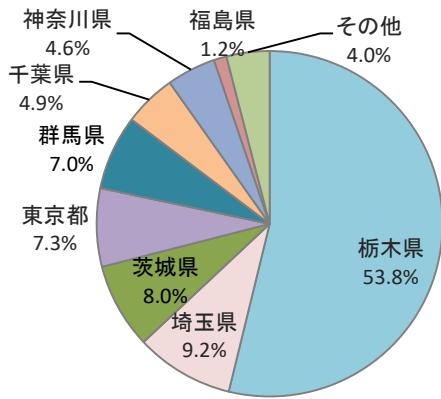
i. 日光エリア

① 令和2(2020)年度調査結果

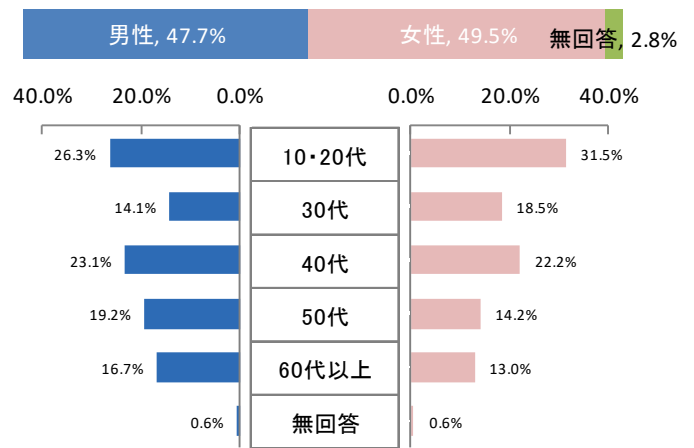
日帰り客(日光エリア) サンプル数：327

お住まいは「栃木県」が最も多く53.8%、次いで「埼玉県」が9.2%、「茨城県」が8.0%であった。
 年代は、男女ともに「10・20代」が最も多く、男性では26.3%、女性では31.5%であった。
 調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が47.8%で最も多かった。
 同行者数は「2人」が49.5%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が24.8%で最も多かった。

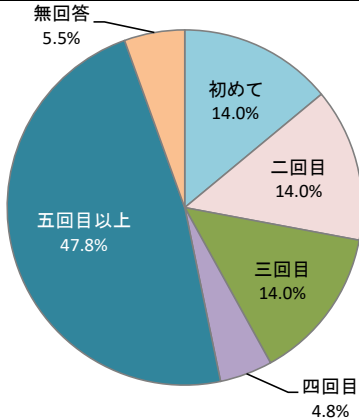
お住まい (n=327)



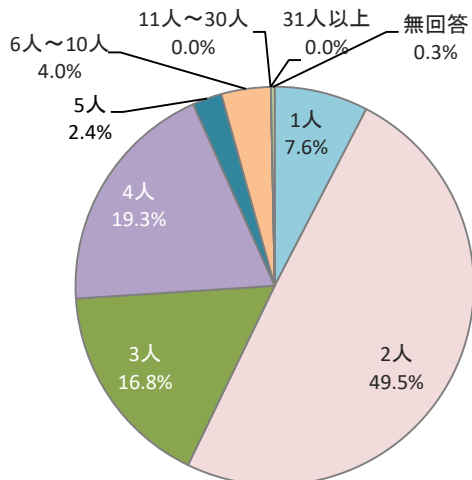
性別・年代 (n=327)



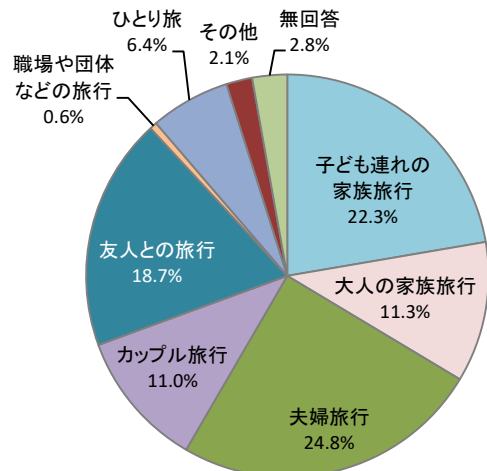
調査地域周辺への来訪回数 (n=293)



同行者数 ※回答者を含む (n=327)



同行者の関係 (n=327)

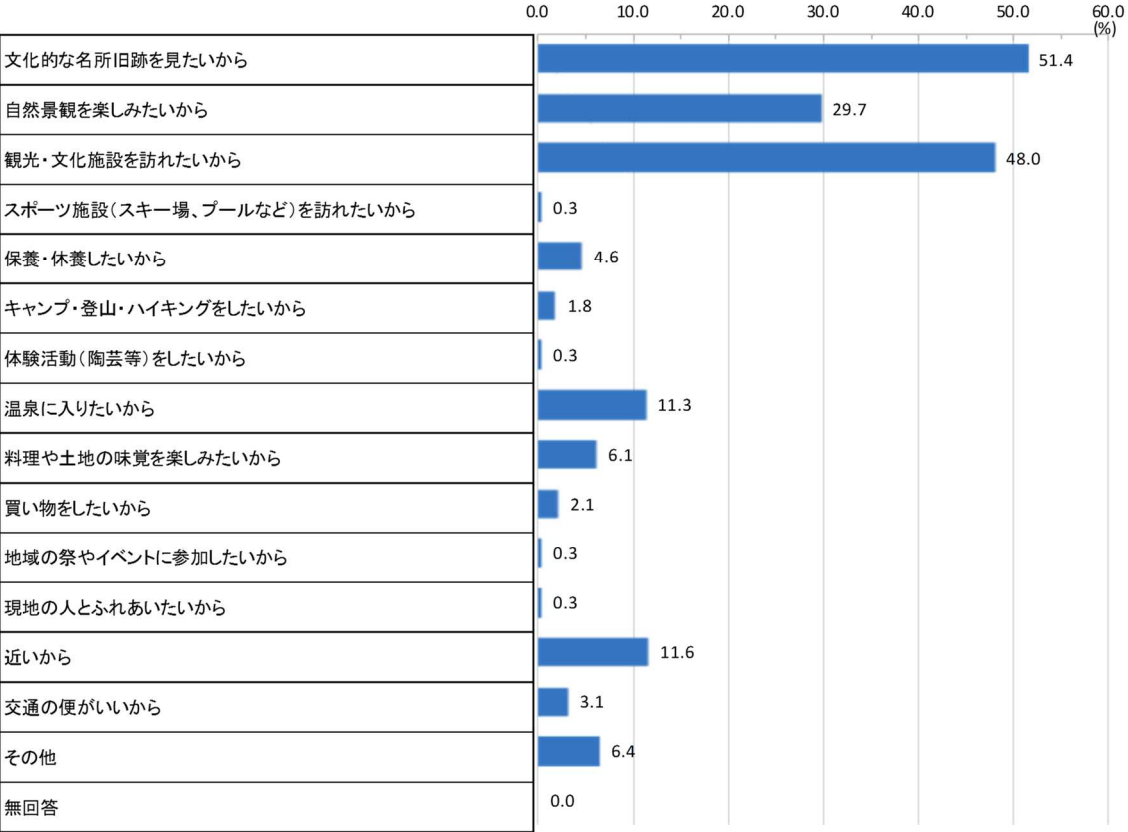


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 i. 日光エリア

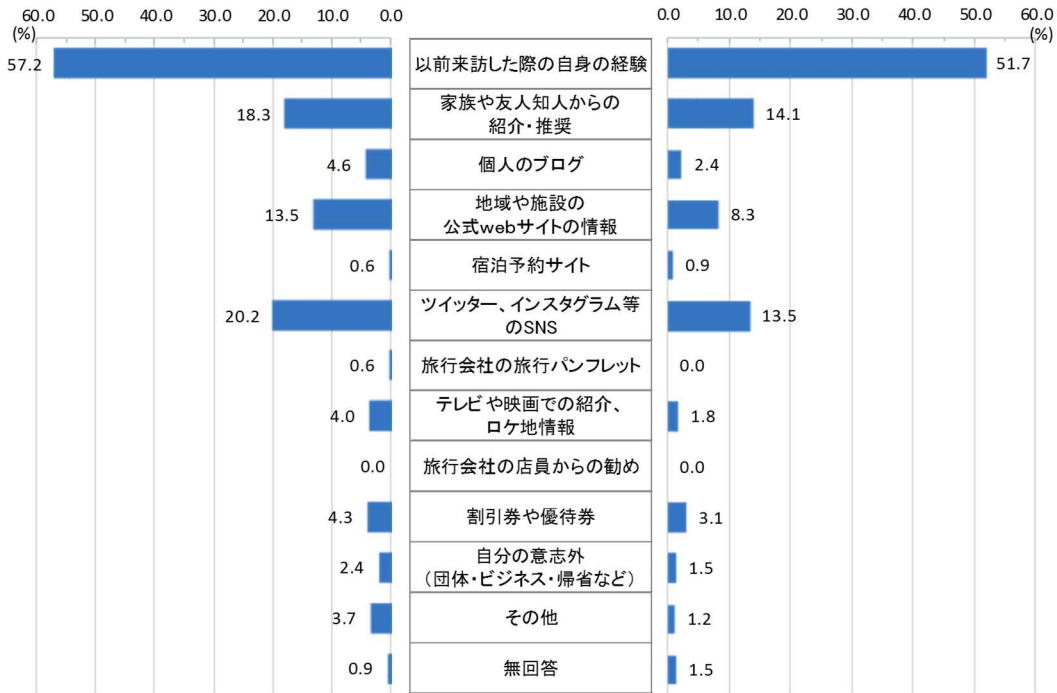
旅行先に選んだ理由は「文化的な名所旧跡を見たいから」が51.4%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が48.0%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が57.2%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が51.7%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=327）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=327）

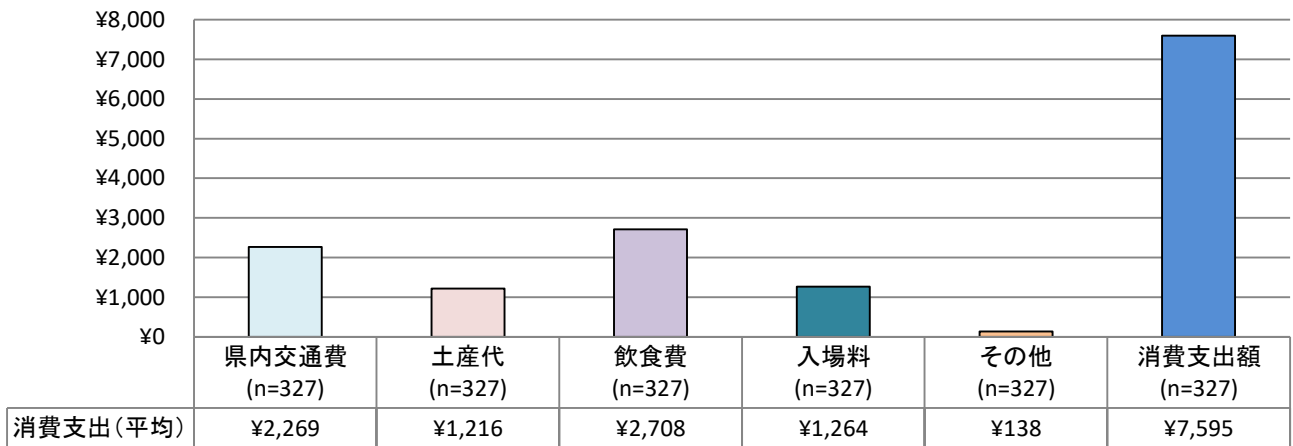
“決め手”となった情報源（単一回答）（n=327）



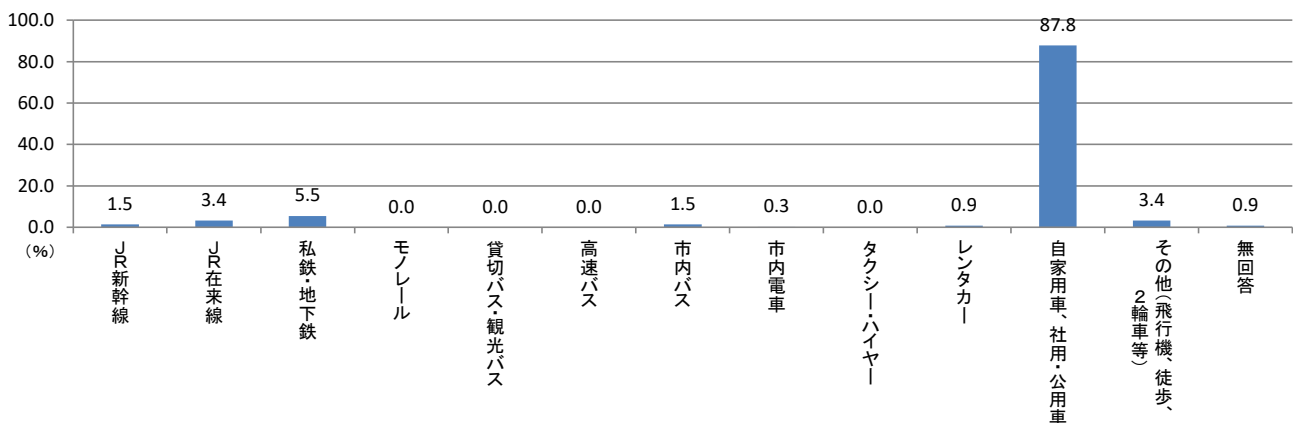
消費支出の平均は、総額で7,595円であった。内訳は、「飲食費」が2,708円で最も多く、次いで「県内交通費」が2,269円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が87.8%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「二社一寺」が50人で最も多く、次いで「中禅寺湖」が16人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=327）



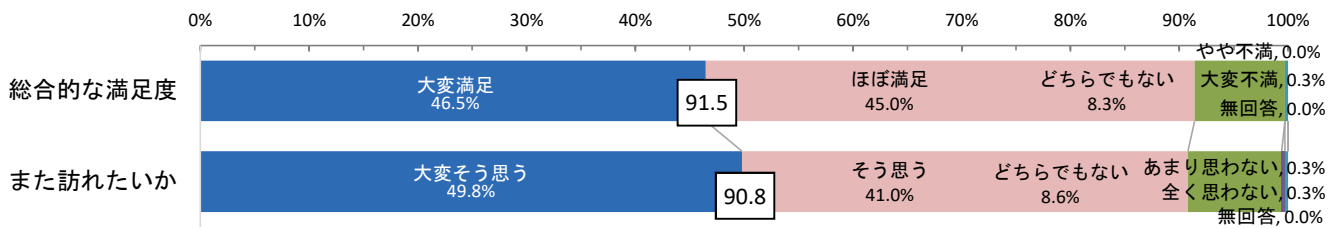
立ち寄り観光施設（n=327）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	日光	那須
二社一寺(50)	湯滝・湯の湖(2)	とちぎ明治の森記念館(1)
中禅寺湖(16)	明智平(2)	那須ハイランドパーク(1)
華厳ノ滝(13)	日光江戸村(2)	県央
鬼怒川温泉(13)	小杉放菴記念日光美術館(1)	大谷資料館(1)
戦場ヶ原・小田代原(5)	とりっくあーとぴあ日光(1)	古峯神社(1)
二荒山神社中宮祠(5)	足尾銅山観光(1)	県東
日光街道ニコニコ本陣(5)	湯西川温泉(1)	道の駅もてぎ(1)
東武ワールドスクウェア(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。
華厳ノ滝（4）、二社一寺（3）、東武ワールドスクウェア（3）

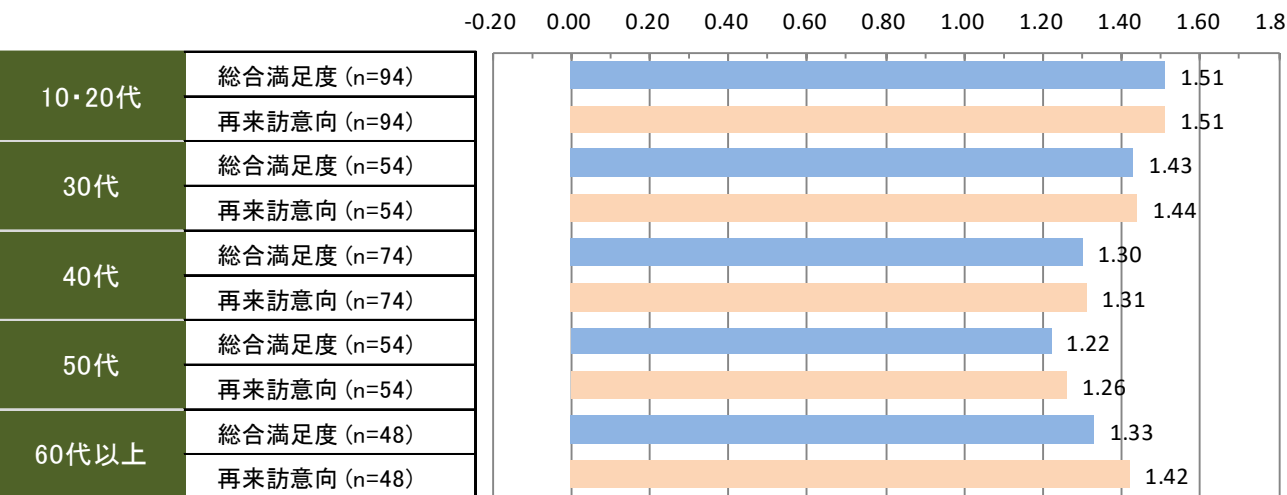
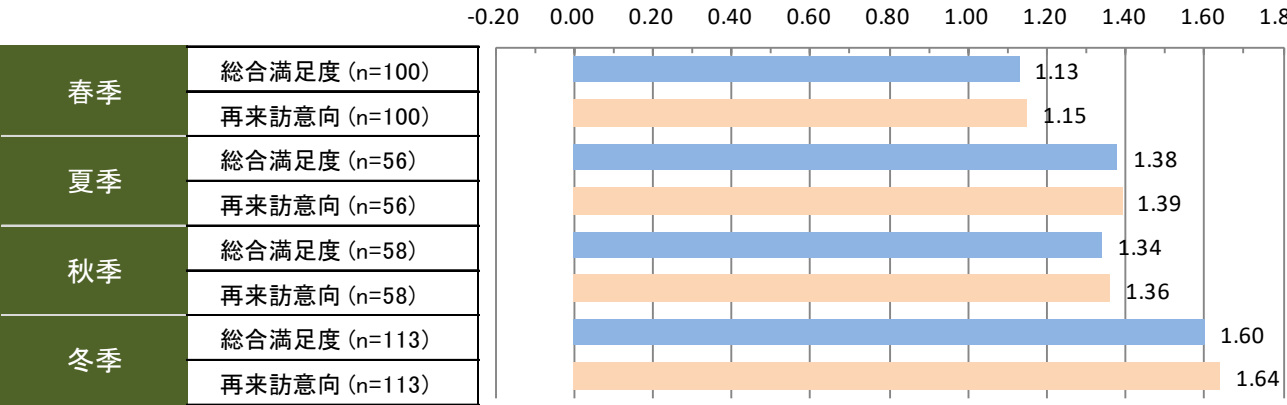
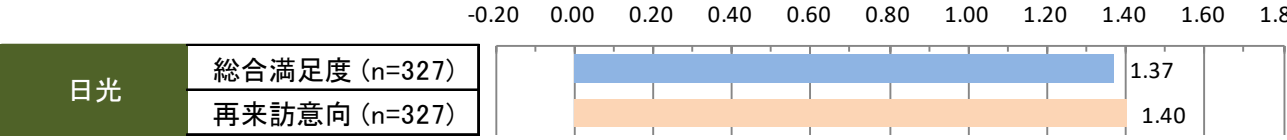
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が 91.5%となった。また訪れたいかについても「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が 90.8%となり、「満足度」「再来訪意向」とともに9割を超えた。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=327)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

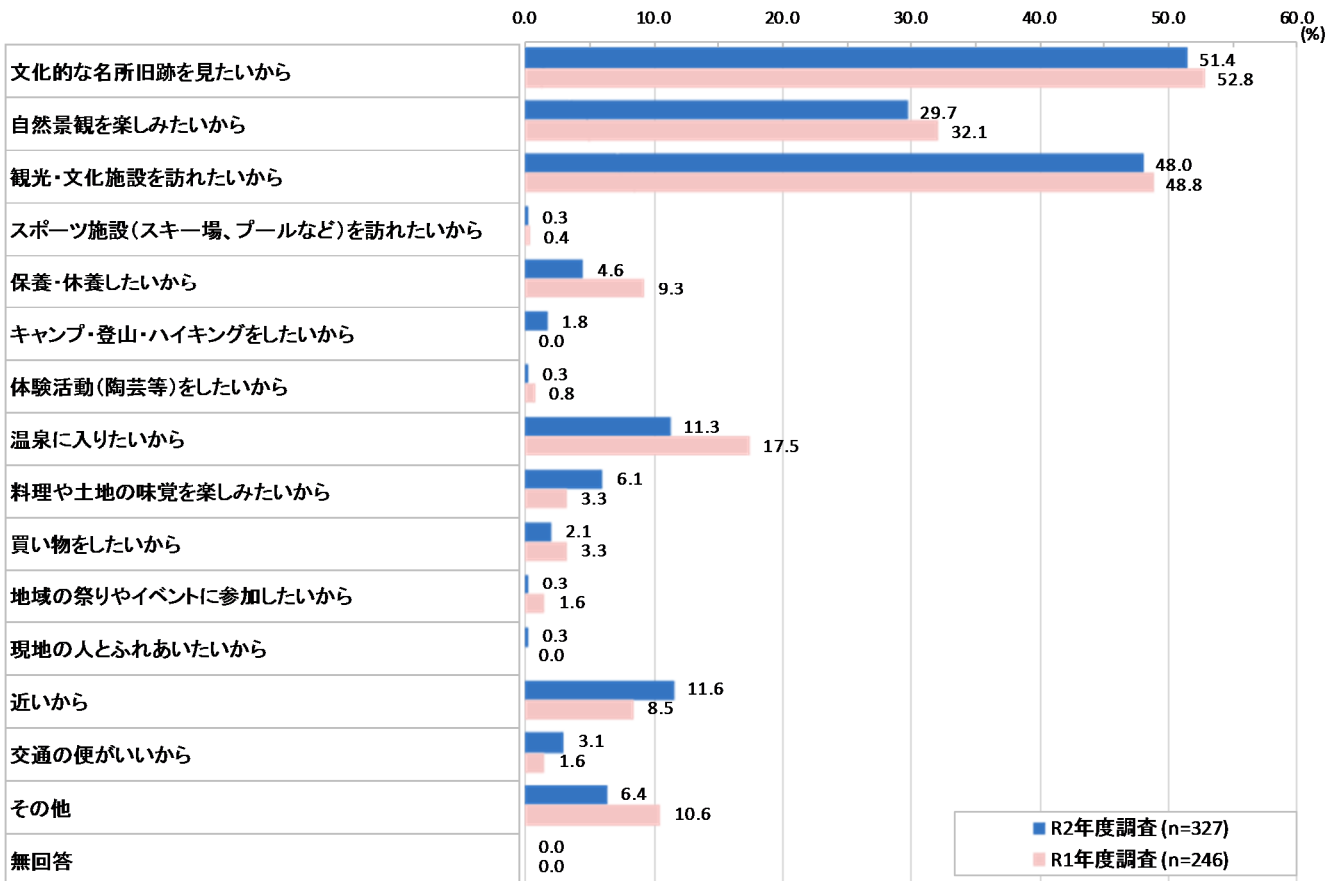
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が 1.60 で最も高く、「春季」が 1.13 で最も低かった。また、再来訪意向も、「冬季」が 1.64 で最も高く、「春季」が 1.15 で最も低かった。
 年代別にみると、総合満足度は「10・20代」で 1.51 と最も高く、「50代」で 1.22 と最も低かった。また、再来訪意向も「10・20代」で 1.51 と最も高く、「50代」で 1.26 と最も低かった。



②過去調査との比較

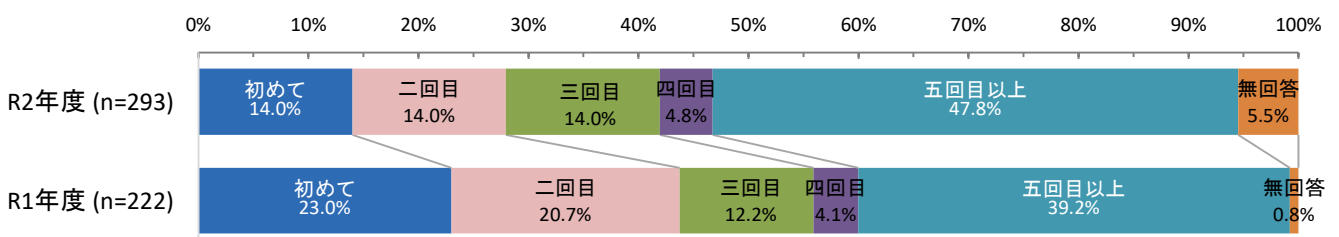
旅行先に選んだ理由は、「文化的な名所旧跡を見たいから」が最も多く、令和元（2019）年度調査では52.8%だったが、令和2（2020）年度調査では51.4%と1.4ポイント減少した。また、「温泉に入りたいから」は6.2ポイント、「保養・休養したいから」は4.7ポイントそれぞれ減少した。一方で「近いから」は令和元（2019）年度調査では8.5%であったが、令和2（2020）年度調査では11.6%となり3.1ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が令和元（2019）年度調査では39.2%であったが、令和2（2020）年度調査では47.8%と8.6ポイント増加した。一方で「初めて」は令和元（2019）年度調査では23.0%であったが、令和2（2020）年度調査では14.0%と9.0ポイント減少し、「二回目」も6.7ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く

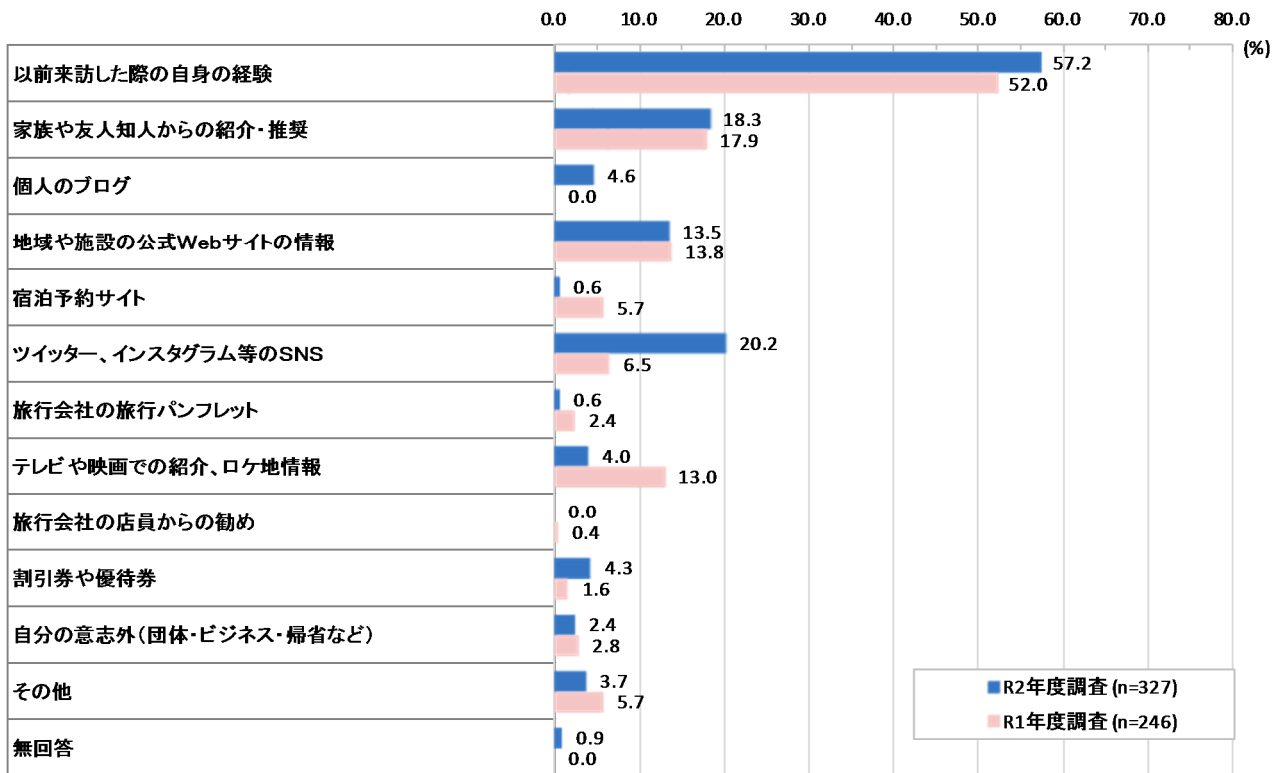


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 i. 日光エリア

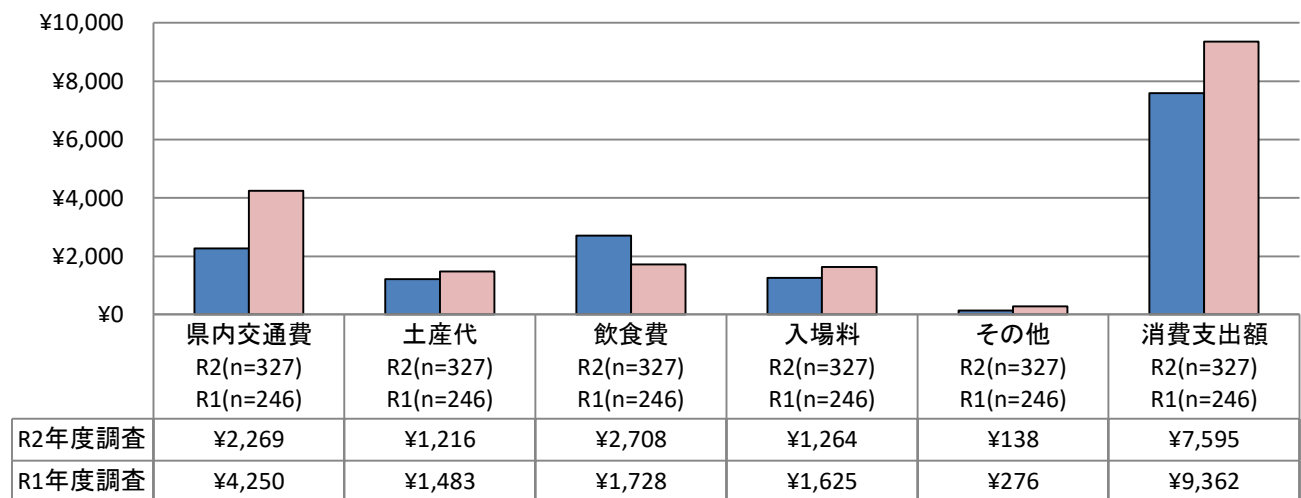
旅行先に選んだ情報源は、令和元（2019）年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く52.0%であったが、令和2（2020）年度調査では57.2%と5.2ポイント増加した。令和元（2019）年度調査と比較して「ツイッター、インスタグラム等のSNS」は13.7ポイント、「個人のブログ」は4.6ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



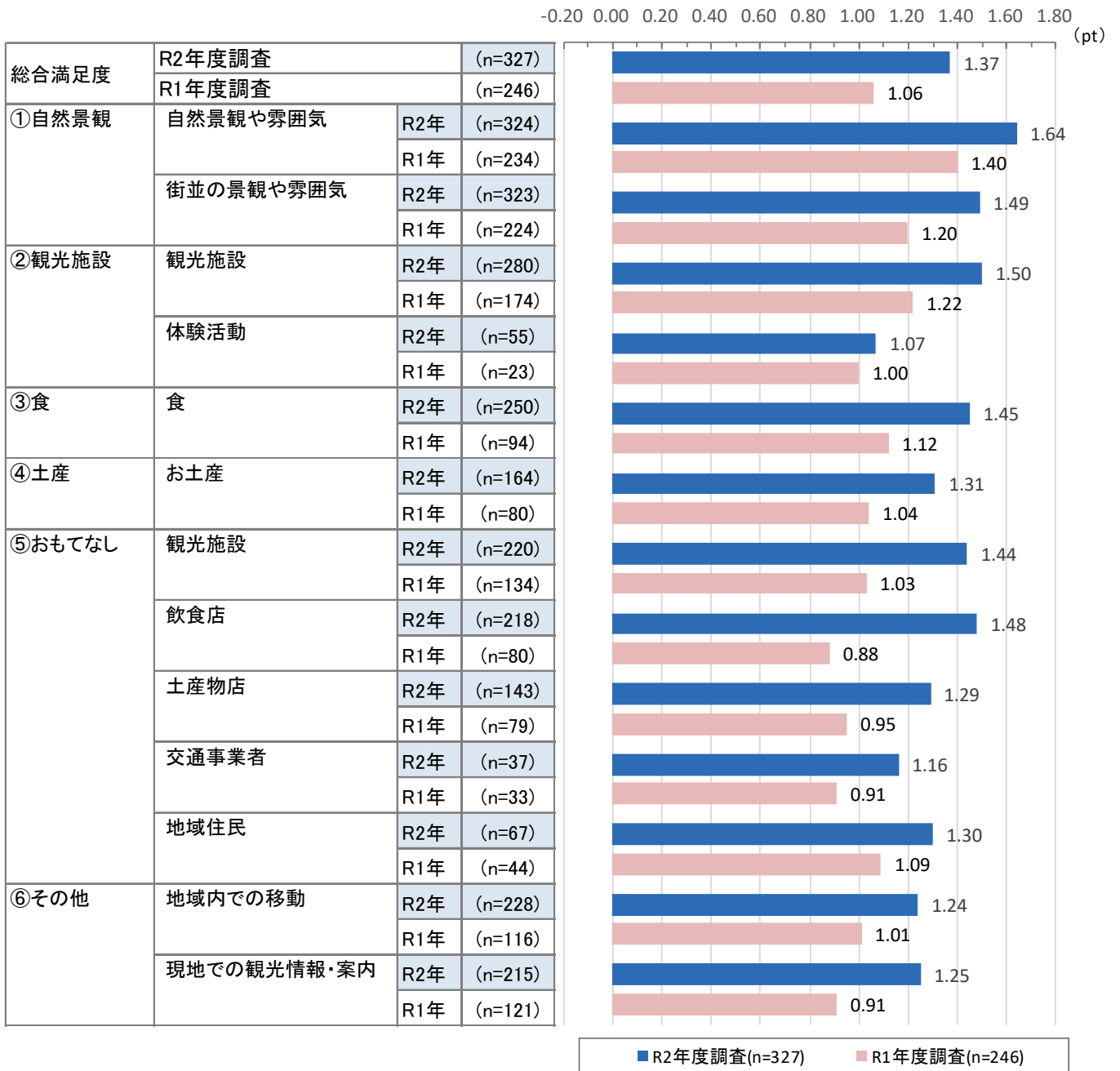
消費支出の総額は、令和元（2019）年度調査では9,362円であったが、令和2（2020）年度調査では7,595円に減少した。

消費支出（総額）



総合満足度は、令和2（2020）年度調査で1.37となり、令和元（2019）年度調査の1.06と比較して0.31ポイント増加した。満足度を項目別にみると、令和元（2019）年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.40で最も高く、令和2（2020）年度調査でも1.64で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



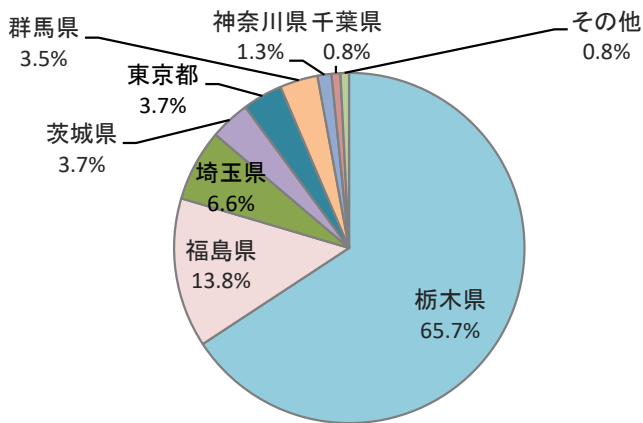
ii. 那須エリア

①令和2(2020)年度調査結果

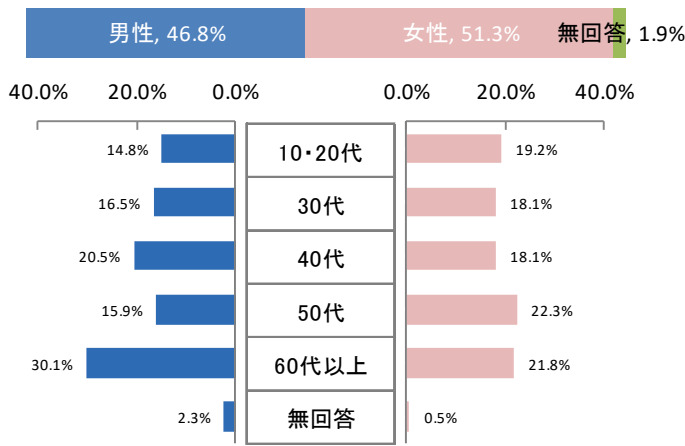
日帰り客 (那須エリア) サンプル数 : 376

お住まいは「栃木県」が最も多く 65.7%、次いで「福島県」が 13.8%、「埼玉県」が 6.6%であった。
 年代は、男性では「60代以上」が 30.1%、女性では「50代」が 22.3%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 73.2%で最も多かった。
 同行者数は「2人」が 54.5%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 31.1%で最も多かった。

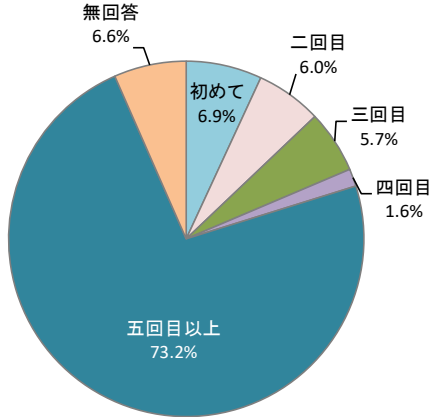
お住まい (n=376)



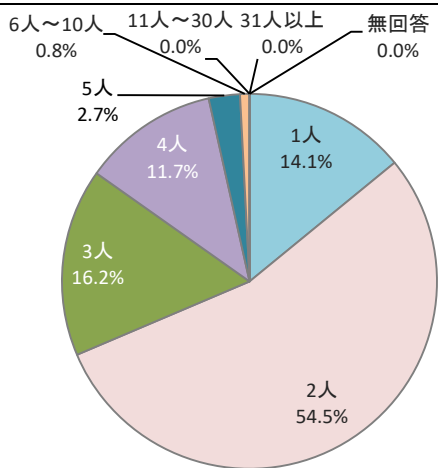
性別・年代 (n=376)



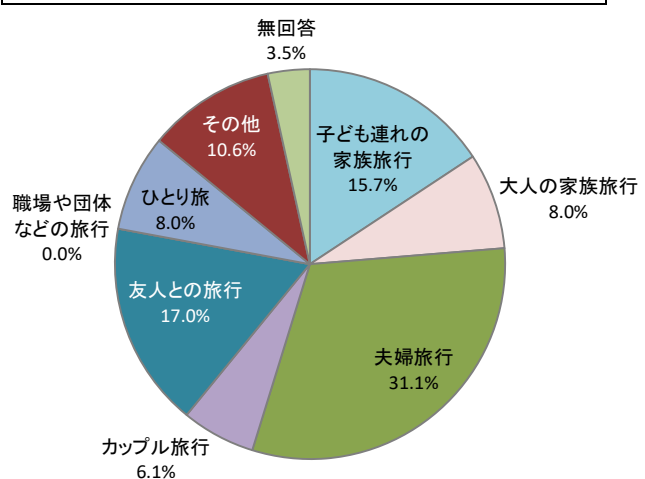
調査地域周辺への来訪回数 (n=317)



同行者数 ※回答者を含む (n=376)

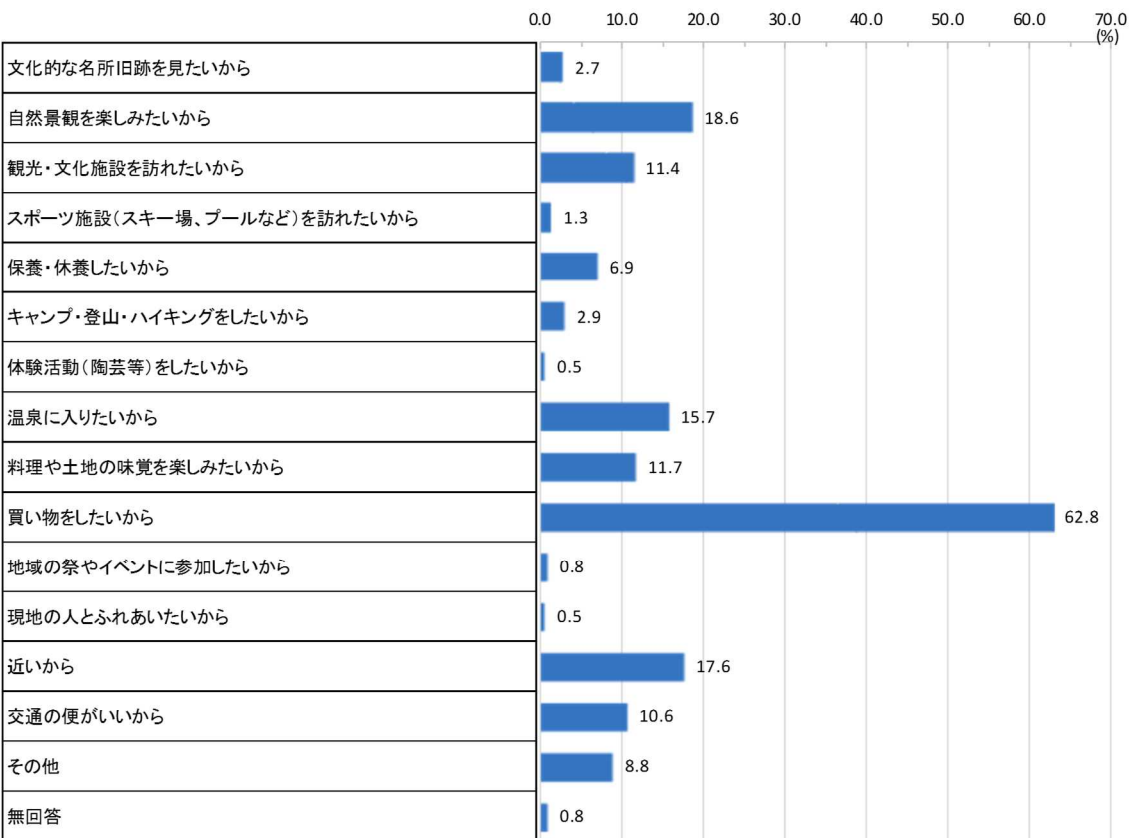


同行者の関係 (n=376)



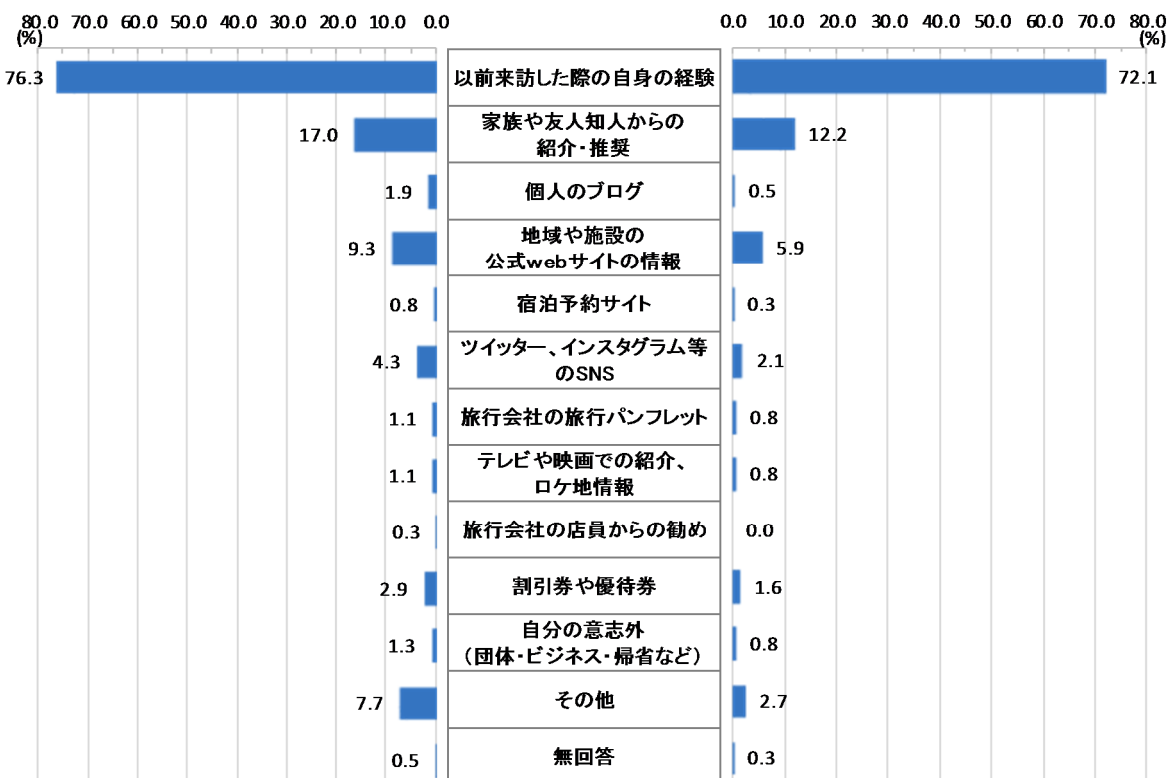
旅行先に選んだ理由は「買い物をしたいから」が62.8%で最も多く、次いで「自然景観を楽しみたいから」が18.6%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が76.3%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が72.1%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=376）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=376）

“決め手”となった情報源（単一回答）（n=376）

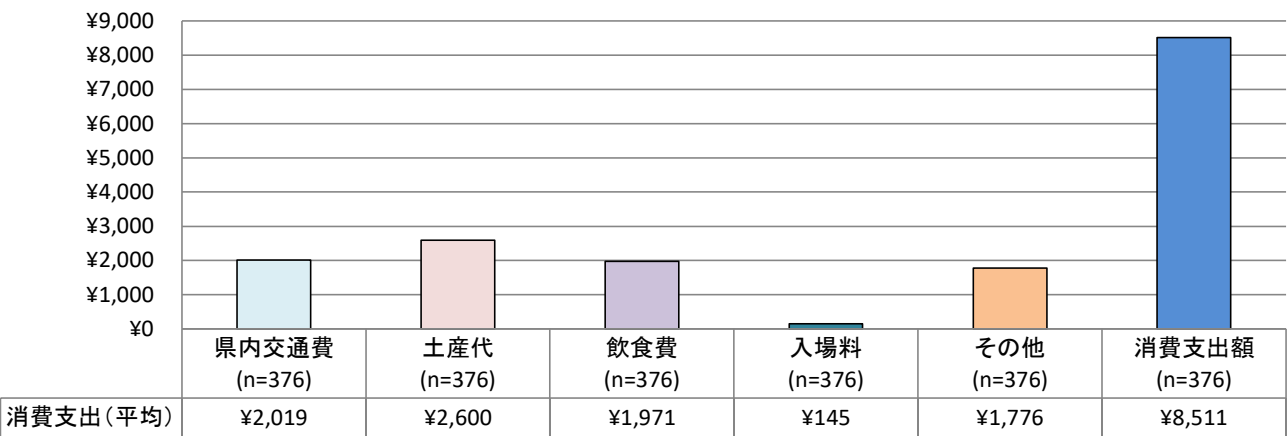


第2章 観光客調査 調査結果

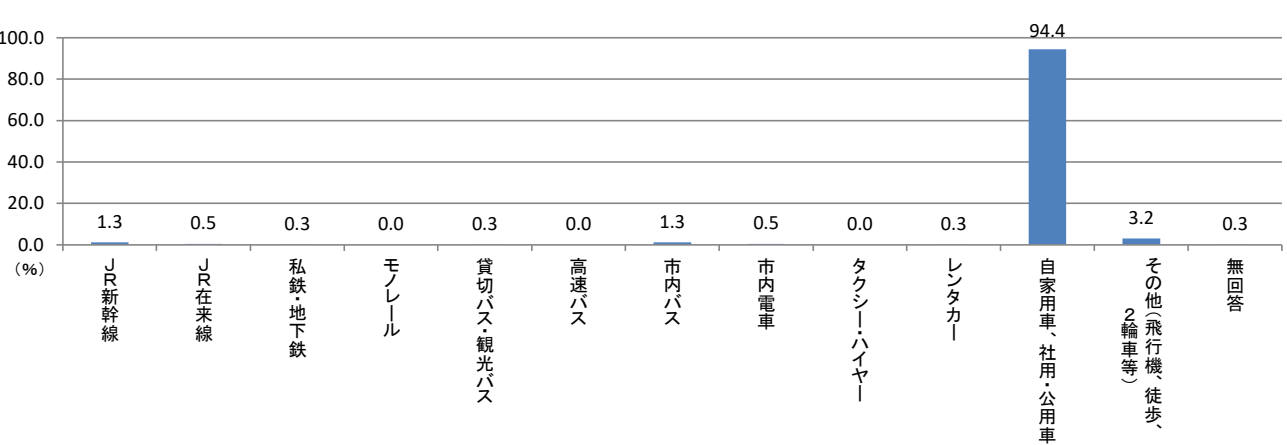
1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 那須エリア

消費支出の平均は、総額で 8,511 円であった。内訳は、「土産代」が 2,600 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 2,019 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 94.4%であった。立ち寄り観光施設は、「塩原温泉郷」が 7 人で最も多く、次いで「千本松牧場」「南ヶ丘牧場」「那須どうぶつ王国」「東山道伊王野」「那須高原友愛の森」がそれぞれ 4 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=376）



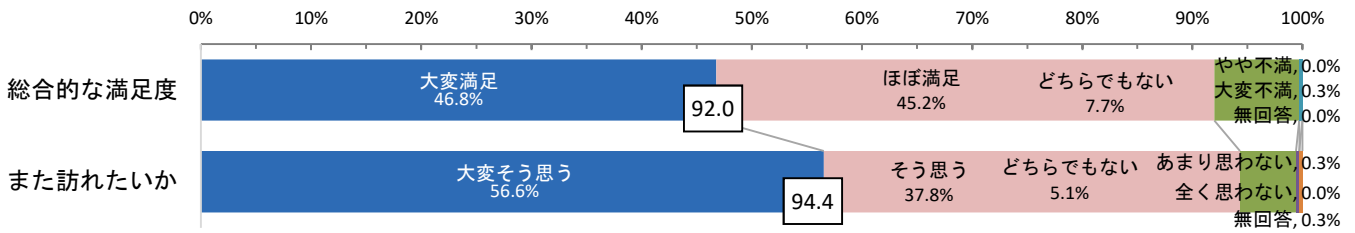
立ち寄り観光施設（n=376）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

那須	那須	那須
塩原温泉郷(7)	那須サファリパーク(3)	塩原温泉湯っ歩の里(1)
千本松牧場(4)	もみじ谷大吊橋(2)	那須ロープウェイ(1)
南ヶ丘牧場(4)	道の駅「湧水の郷しおや」(2)	那須ワールドモンキーパーク(1)
那須どうぶつ王国(4)	那須岳(茶臼岳)(2)	那須フラワーワールド(1)
東山道伊王野(4)	りんどう湖LAKE VIEW(2)	那須アルパカ牧場(1)
那須高原友愛の森(4)	那須高原ビジターセンター(2)	那須カントリークラブ(1)
道の駅「明治の森黒磯」(3)	道の駅やいた(1)	ホテルサンバレー那須(1)
那須ガーデンアウトレット(3)	那須野が原博物館(1)	那須平成の森フィールドセンター(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。
アグリパル塩原（1）

調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が92.0%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が94.4%であった。

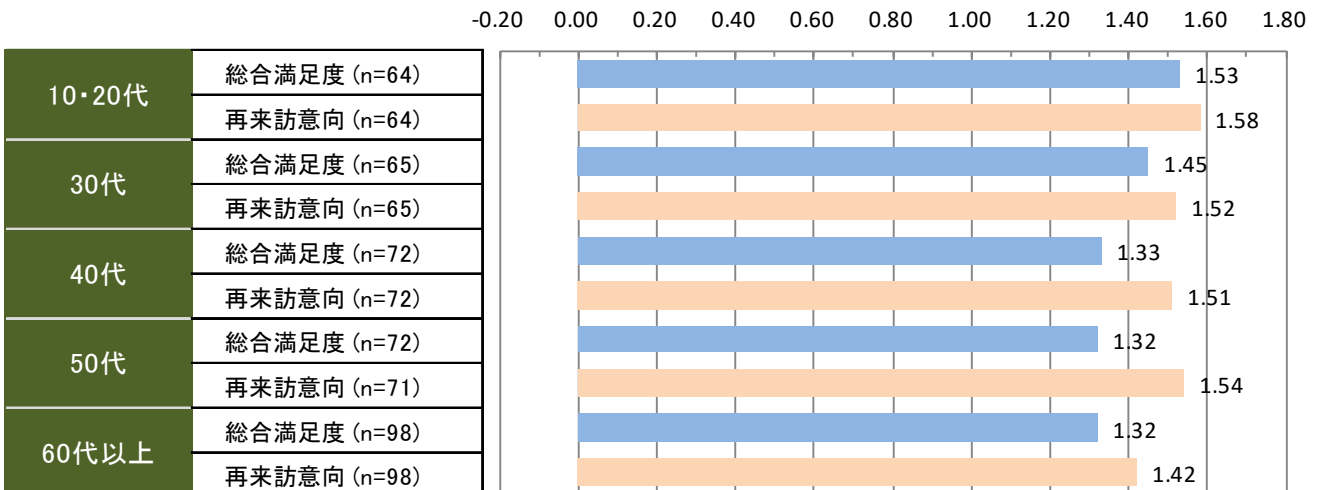
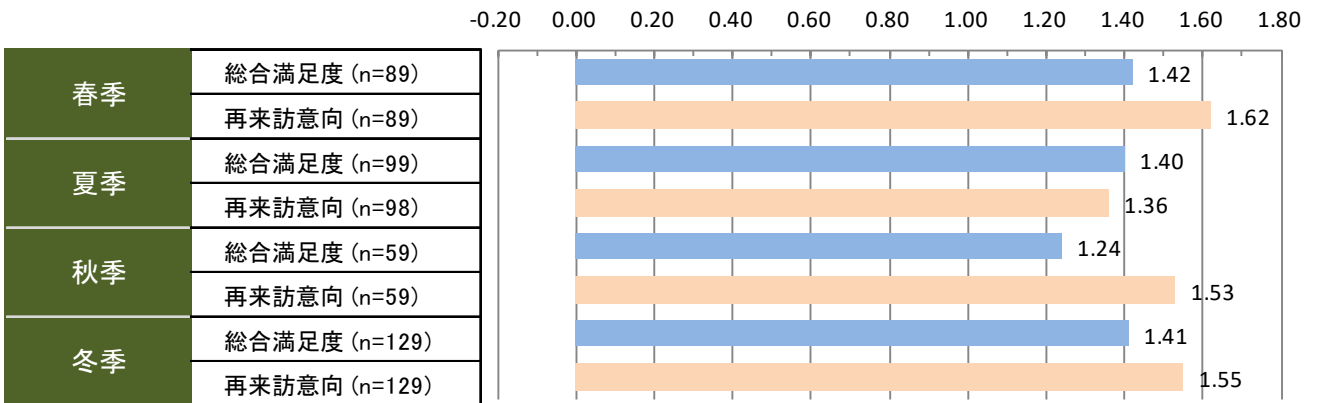
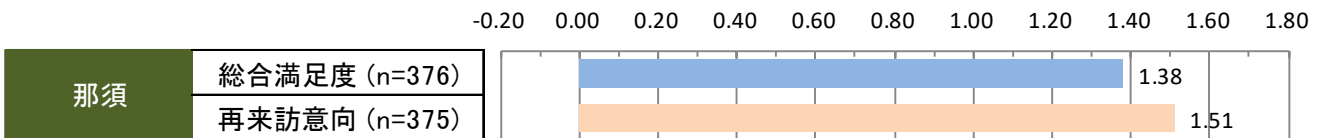
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=376)



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1.42で最も高く、「秋季」が1.24で最も低かった。再来訪意向については「春季」が1.62で最も高く、「夏季」が1.36で最も低かった。

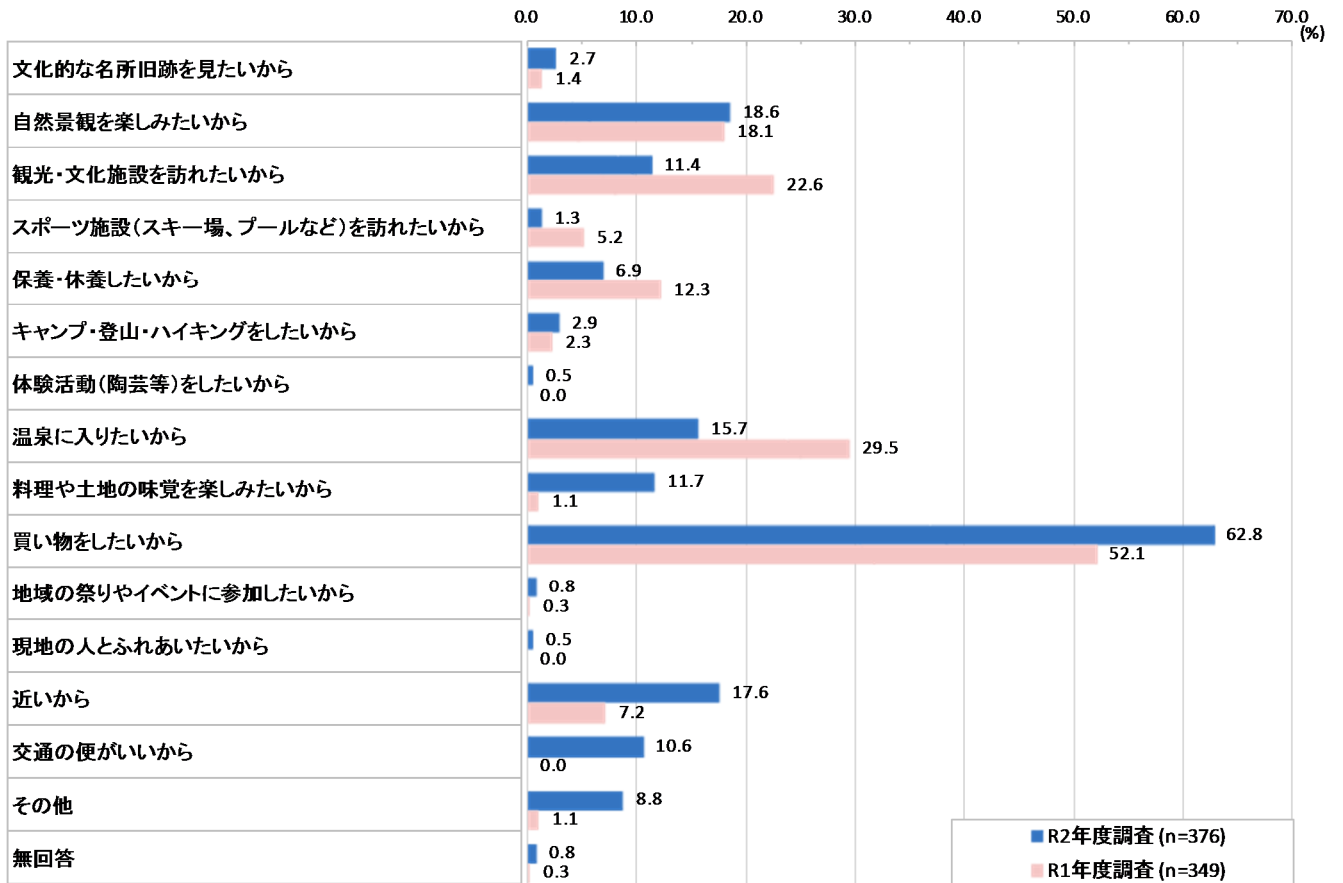
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.53で最も高く、「50代」「60代以上」がともに1.32で最も低かった。再来訪意向は、「10・20代」が1.58で最も高く、「60代以上」が1.42で最も低かった。



②過去調査との比較

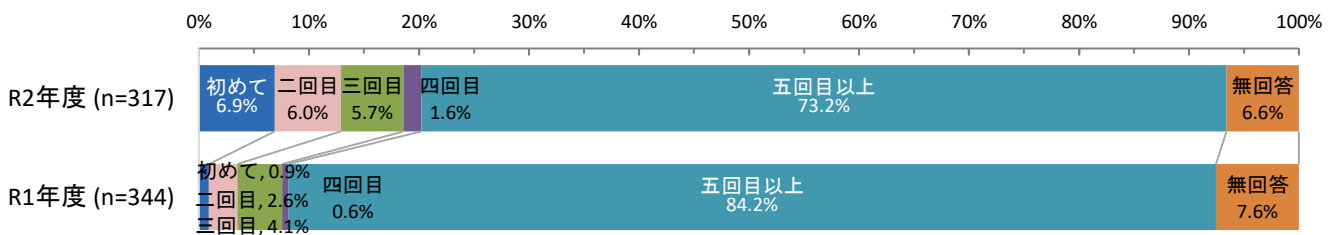
旅行先に選んだ理由は、令和元（2019）年度調査では「買い物をしたいから」が52.1%で最も多かったが、令和2（2020）年度調査では10.7ポイント増加して62.8%となった。「料理や土地の味覚を楽しみたいから」が10.6ポイント、「近いから」も10.4ポイント増加した。一方で「温泉に入りたいから」は令和元（2019）年度調査で29.5%であったが、令和2（2020）年度調査では15.7%と13.8ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



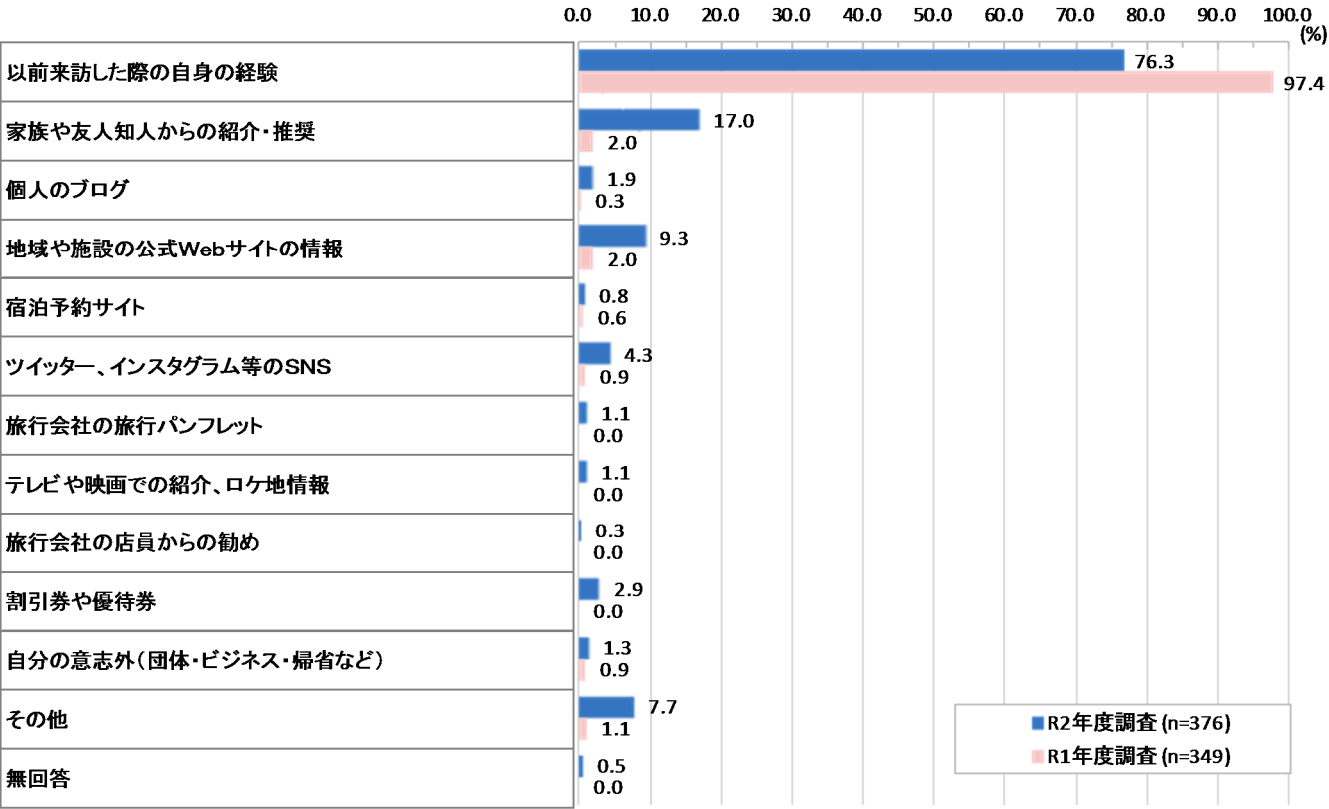
地域周辺への来訪回数は、令和元（2019）年度調査では「五回目以上」が84.2%で最も多かったが、令和2（2020）年度調査では73.2%であり、11.0ポイント減少した。「初めて」「二回目」「三回目」「四回目」は令和元（2019）年度調査と比較していずれも増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



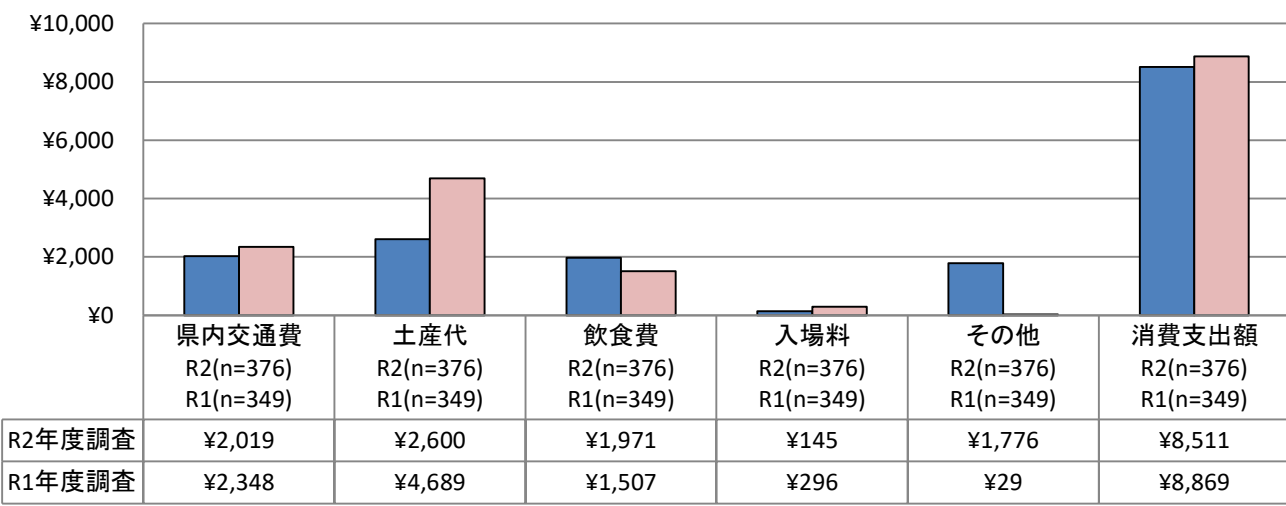
旅行先に選んだ情報源は、令和元（2019）年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く 97.4%であったが、令和2（2020）年度調査では 76.3%と 21.1ポイント減少した。「家族や友人知人からの紹介・推奨」は令和元（2019）年度調査では 2.0%であったが、令和2（2020）年度調査では 17.0%となり、15.0ポイント増加した。令和2（2020）年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」を除いたすべての情報源で令和元（2019）年度を上回った。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和元（2019）年度調査では 8,869 円であったが、令和2（2020）年度調査では 8,511 円に減少した。

消費支出（総額）

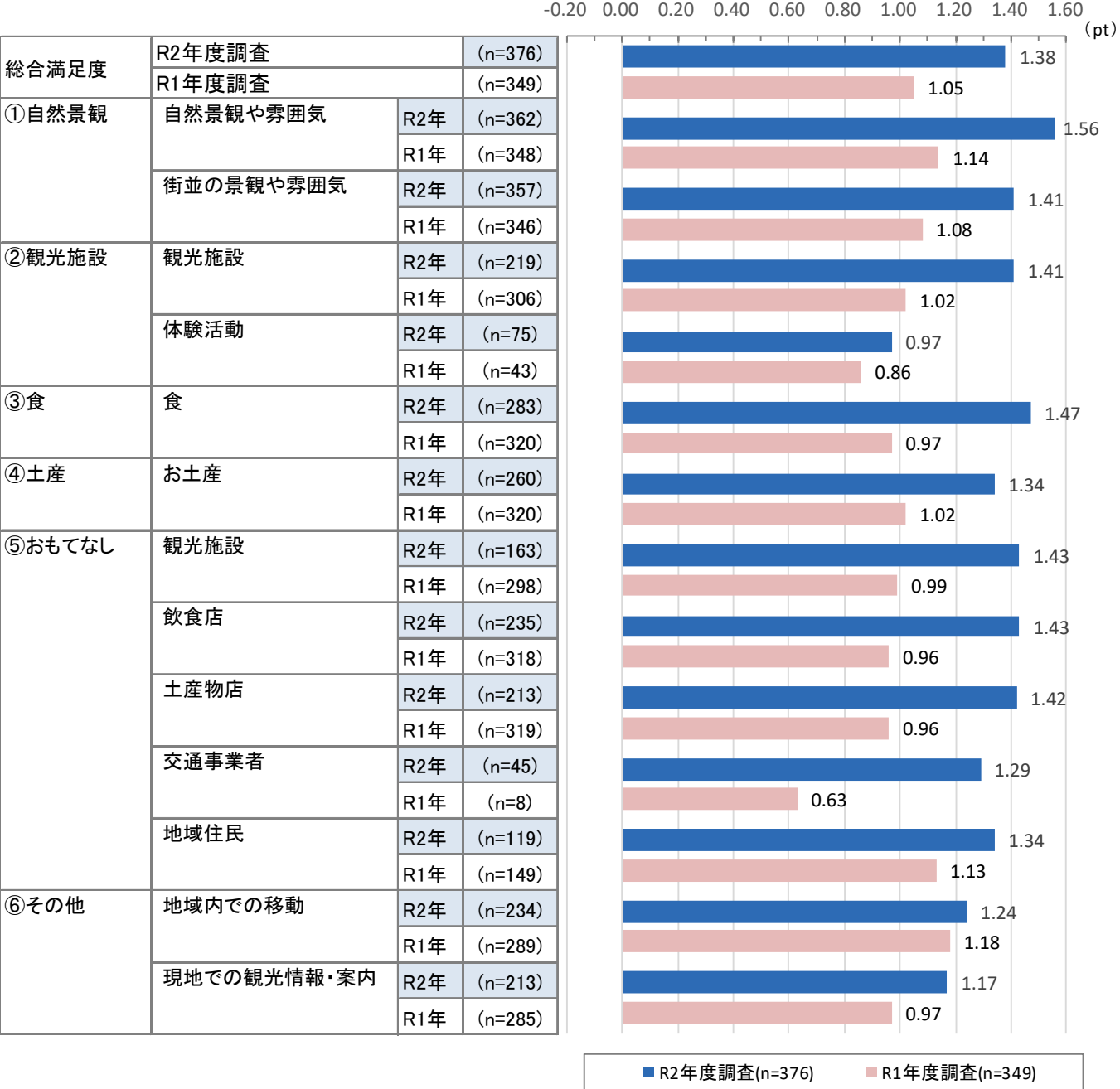


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 ii. 那須エリア

総合満足度は、令和元（2019）年度調査では 1.05 であったが、令和 2（2020）年度調査では 1.38 と 0.33 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、令和元（2019）年度調査では「地域内での移動」が 1.18 で最も高く、令和 2（2020）年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.56 で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



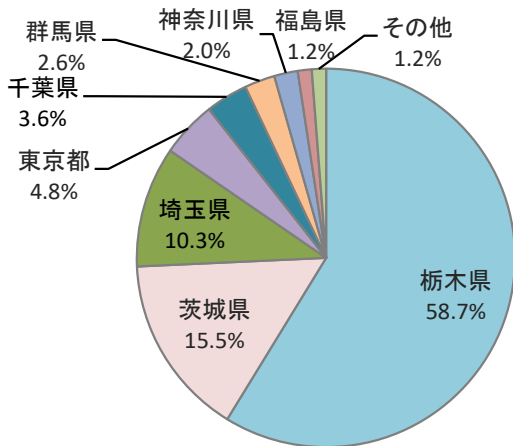
iii. 県央エリア

①令和2(2020)年度調査結果

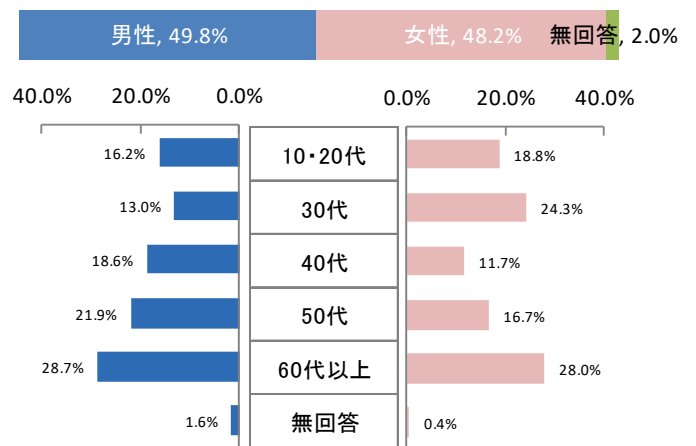
日帰り客(県央エリア) サンプル数：496

お住まいは「栃木県」が最も多く58.7%、次いで「茨城県」が15.5%、「埼玉県」が10.3%であった。
年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く、「男性」が28.7%、「女性」が28.0%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62.7%で最も多かった。
同行者数は「2人」が55.0%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が29.4%で最も多かった。

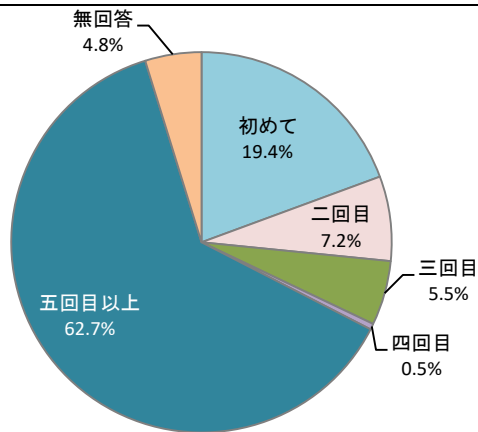
お住まい (n=496)



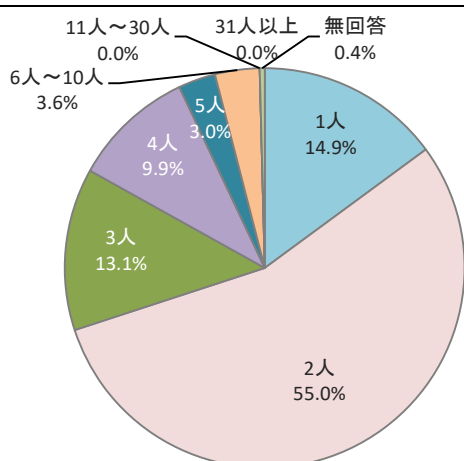
性別・年代 (n=496)



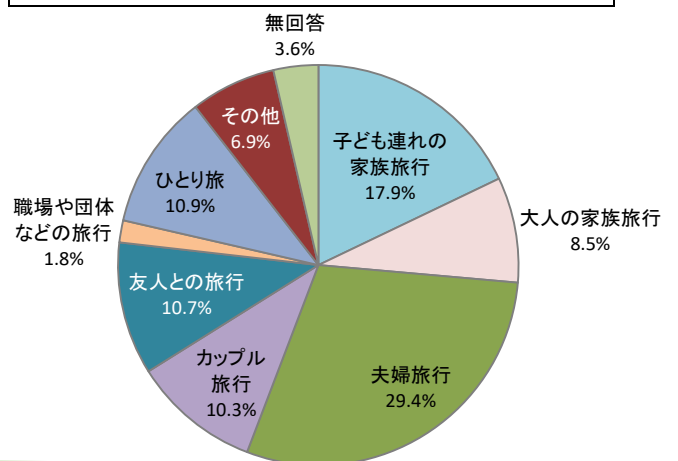
調査地域周辺への来訪回数 (n=418)



同行者数 ※回答者を含む (n=496)



同行者の関係 (n=496)

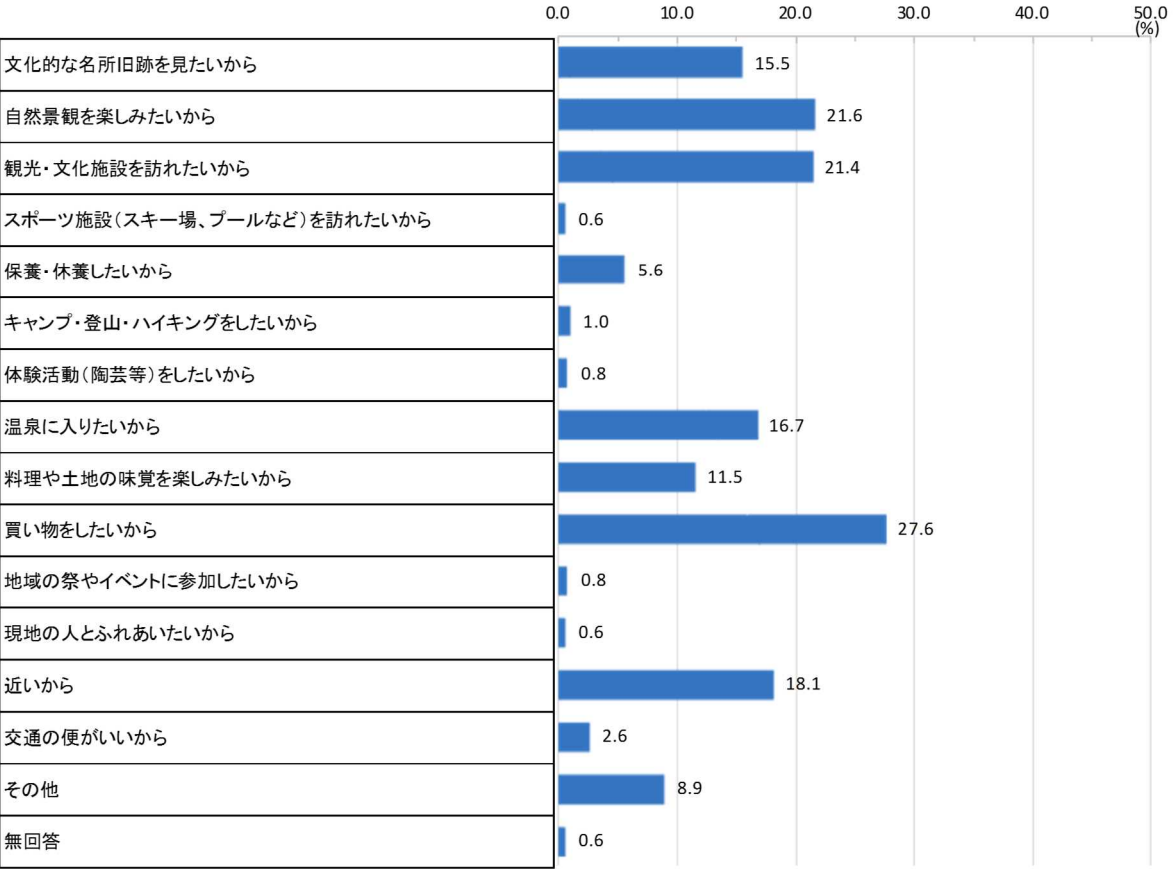


第2章 観光客調査 調査結果

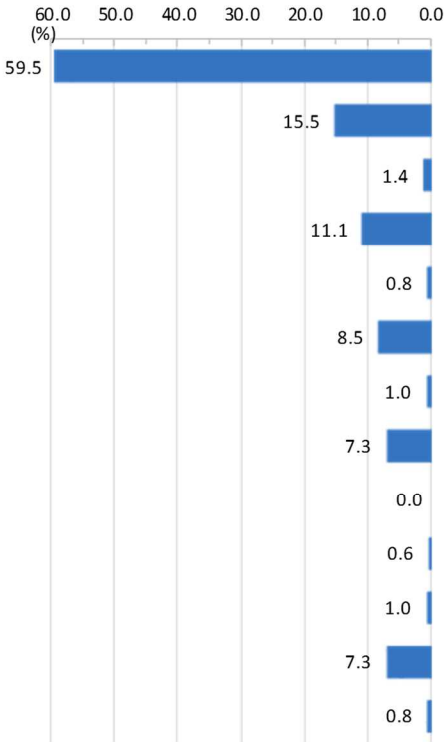
1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

旅行先に選んだ理由は「買い物をしたいから」が27.6%で最も多く、次いで「自然景観を楽しみたいから」が21.6%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59.5%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56.7%で最も多かった。

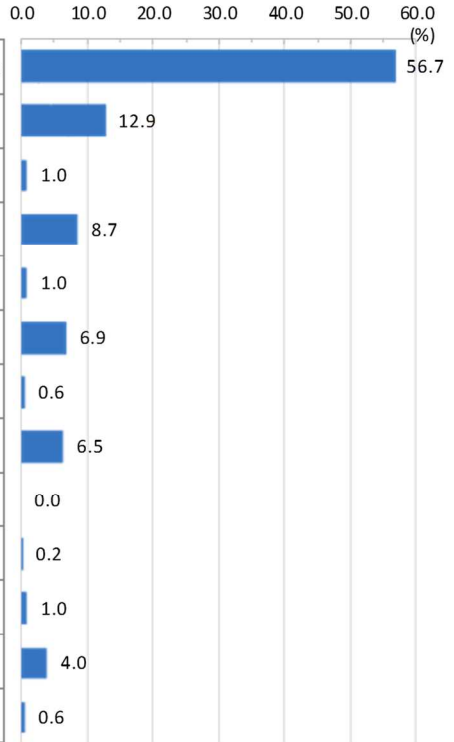
旅行先に選んだ理由 (複数回答) (n=496)



旅行先に選んだ情報源 (複数回答) (n=496)

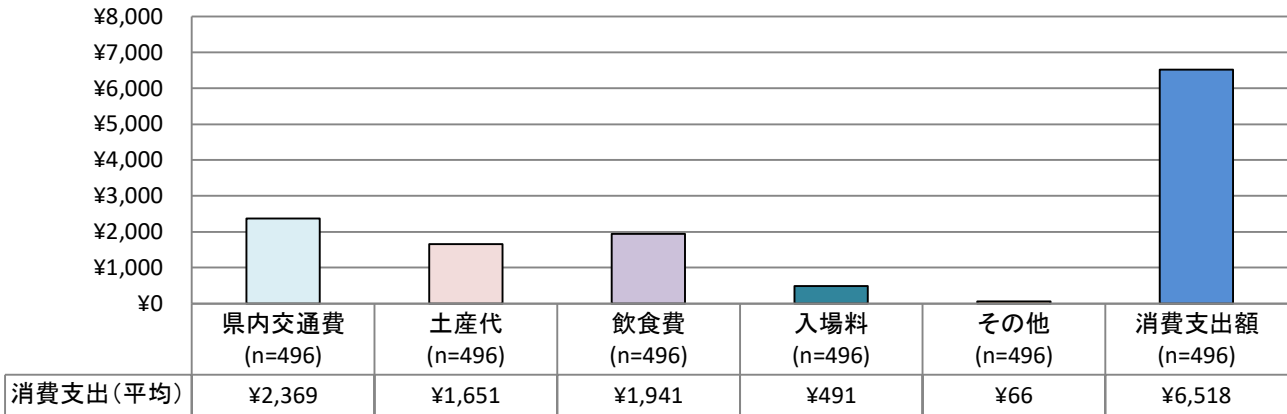


“決め手”となった情報源 (単一回答) (n=496)

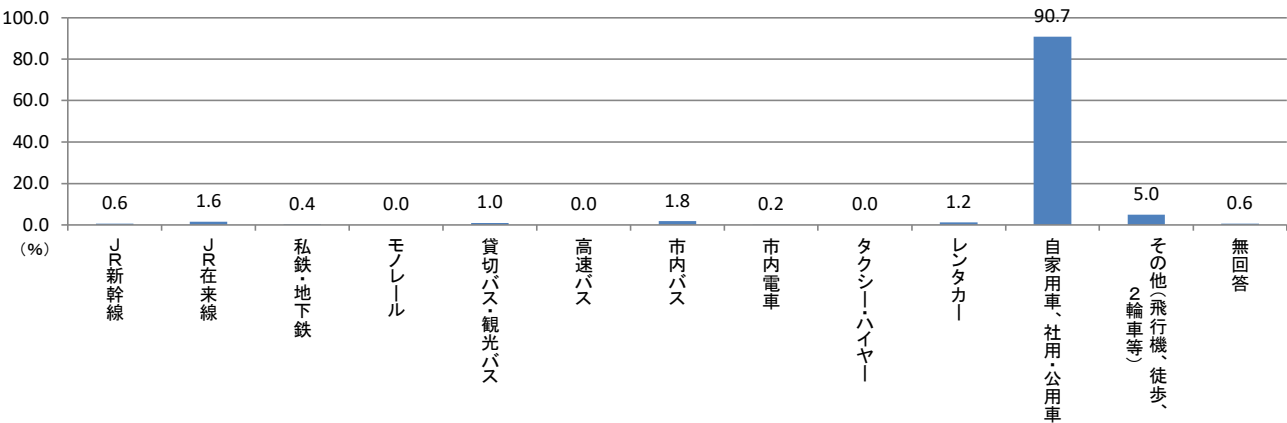


消費支出の平均は、総額で6,518円であった。内訳は、「県内交通費」が2,369円で最も多く、次いで「飲食費」が1,941円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が90.7%で最も多かった。立ち寄り観光施設は、「栃木県なかがわ水遊園」が13人で最も多く、次いで「馬頭温泉郷」が12人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=496）



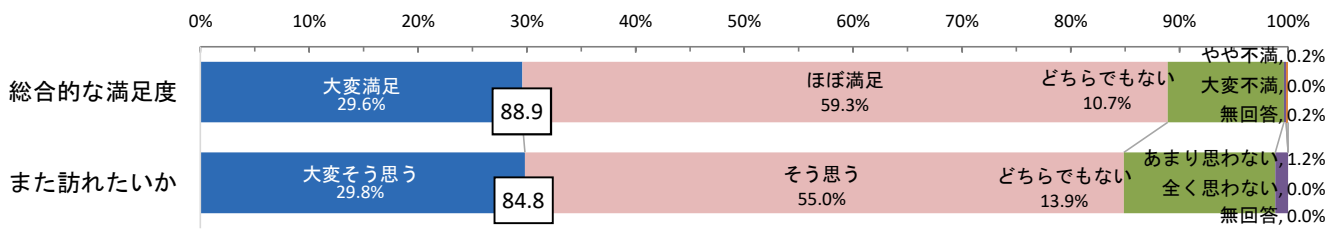
立ち寄り観光施設（n=496）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	那須	県央
二社一寺(7)	那須高原ビジターセンター(4)	喜連川温泉第1浴場(1)
鬼怒川温泉(3)	ホテルサンバレー那須(3)	県南
華厳ノ滝(1)	那須サファリパーク(1)	佐野プレミアム・アウトレット(4)
中禅寺湖(1)	那須ハイランドパーク(1)	太平山(3)
二荒山神社中宮祠(1)	県央	太平山神社(2)
日光街道ニコニコ本陣(1)	馬頭温泉郷(12)	あしかがフラワーパーク(1)
那須	鷲子山上神社(5)	とちぎ蔵の街美術館(1)
栃木県なかがわ水遊園(13)	道の駅きつれがわ(3)	道の駅みかも(1)
那須どうぶつ王国(11)	ろまんちっく村(3)	道の駅 しもつけ(1)
南ヶ丘牧場(7)	喜連川カントリークラブ(2)	県東
千本松牧場(6)	元気あっぷむら(2)	道の駅もてぎ(6)
那須ガーデンアウトレット(5)	栃木県立美術館(1)	ツインリンクもてぎ(3)
りんどう湖LAKE VIEW(4)	来らっせ(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。
大谷資料館（11）、道の駅ばとう（3）、道の駅きつれがわ

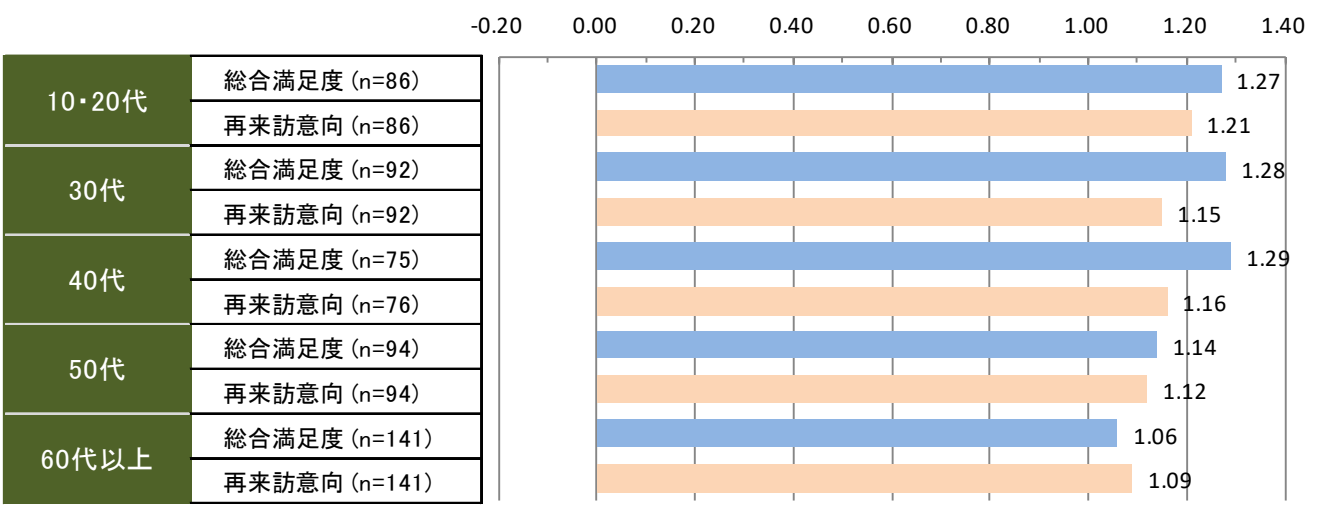
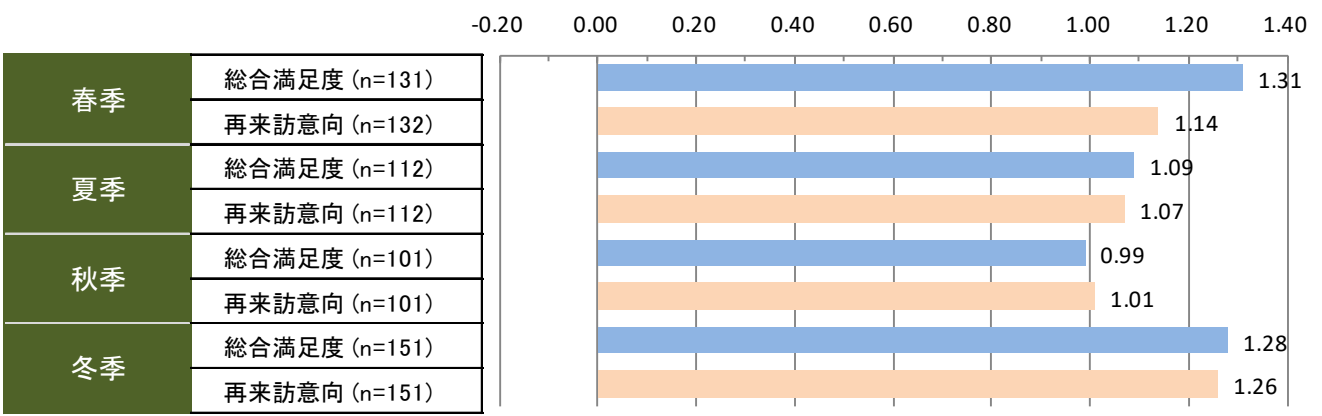
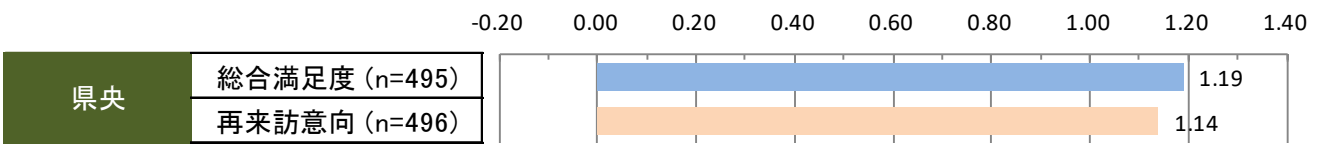
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が88.9%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が84.8%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=496)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

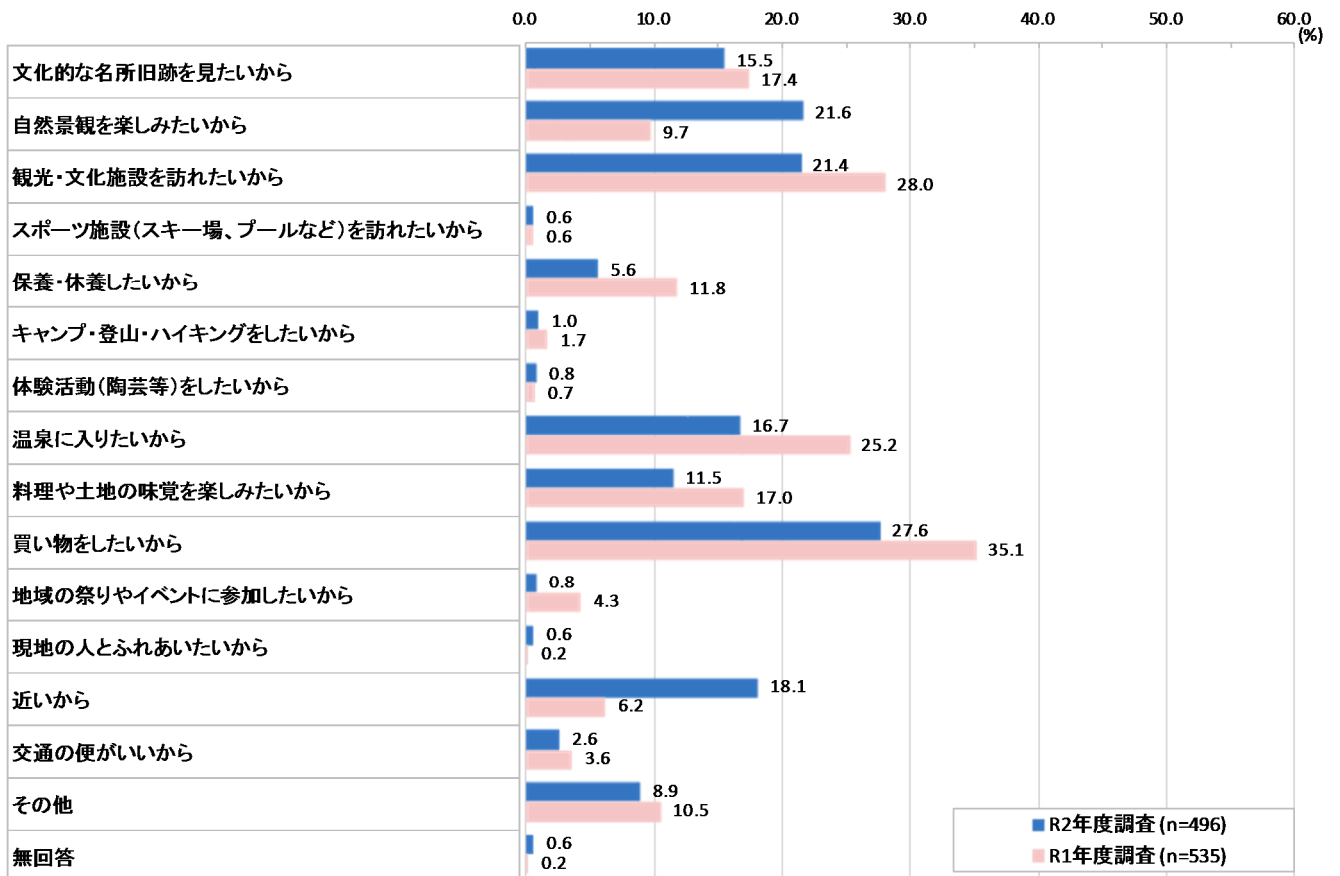
総合満足度を季節別にみると、「春季」が1.31で最も高く、「秋季」が0.99で最も低かった。再来訪意向は、「冬季」が1.26で最も高く、「秋季」が1.01で最も低かった。
 年代別にみると、総合満足度は「40代」で1.29と最も高く、「60代以上」で1.06と最も低かった。再来訪意向については「10・20代」が1.21で最も高く、「60代以上」が1.09で最も低かった。



②過去調査との比較

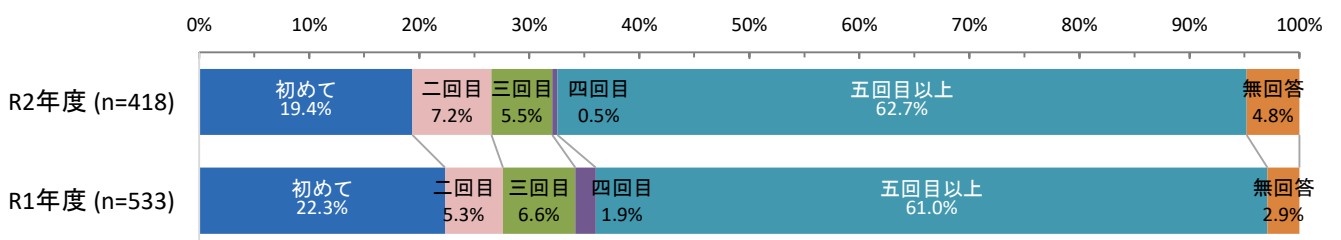
旅行先に選んだ理由は、令和元（2019）年度では「買い物をしたいから」が最も多く 35.1%であったが、令和2（2020）年度調査では 27.6%と 7.5 ポイント減少した。「自然景観を楽しみたいから」は令和元（2019）年度調査では 9.7%であったが、令和2（2020）年度調査では 21.6%と 11.9 ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



調査地域周辺への来訪回数は、令和元（2019）年度調査では「五回目以上」が 61.0%であったが、令和2（2020）年度調査では 62.7%と 1.7 ポイント増加した。「二回目」も 1.9 ポイント増加した。一方、「初めて」「三回目」「四回目」は令和元（2019）年度調査と比べて減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く

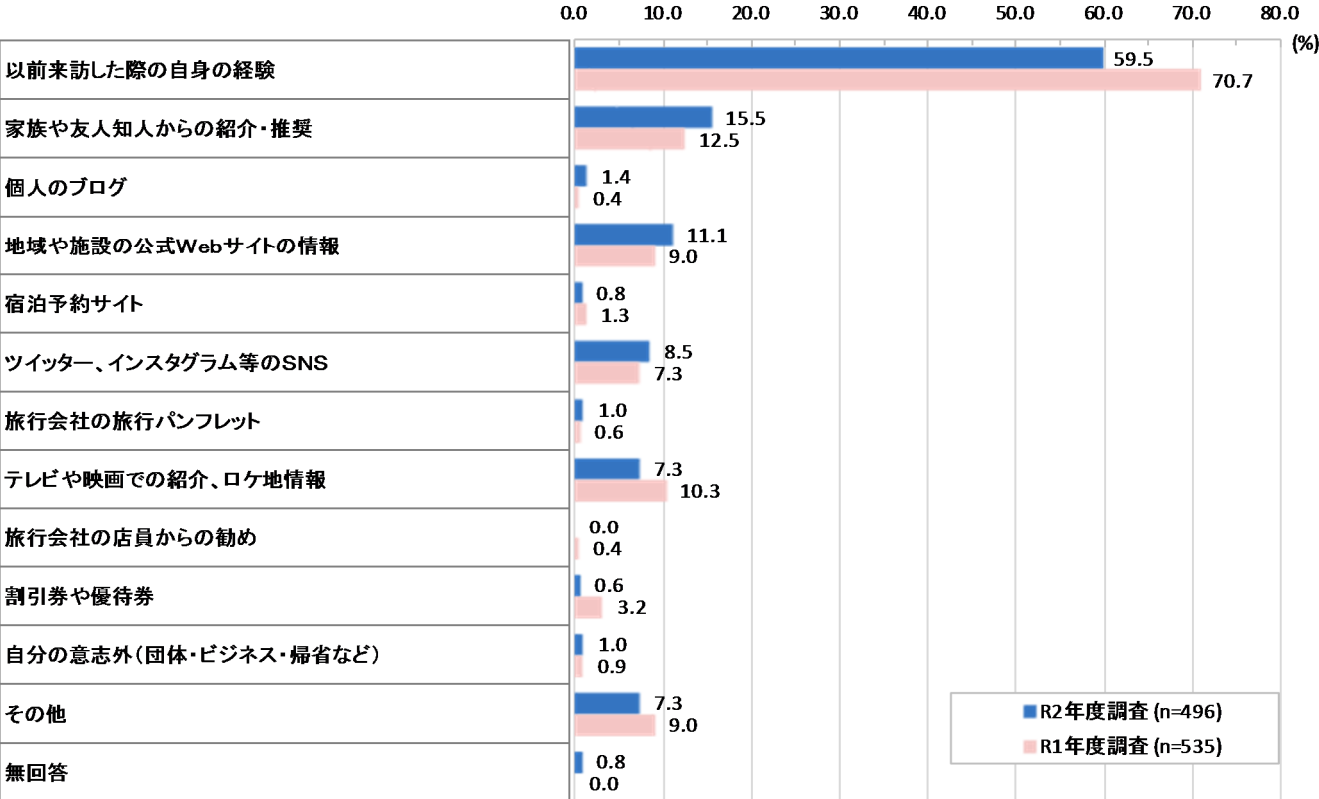


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iii. 県央エリア

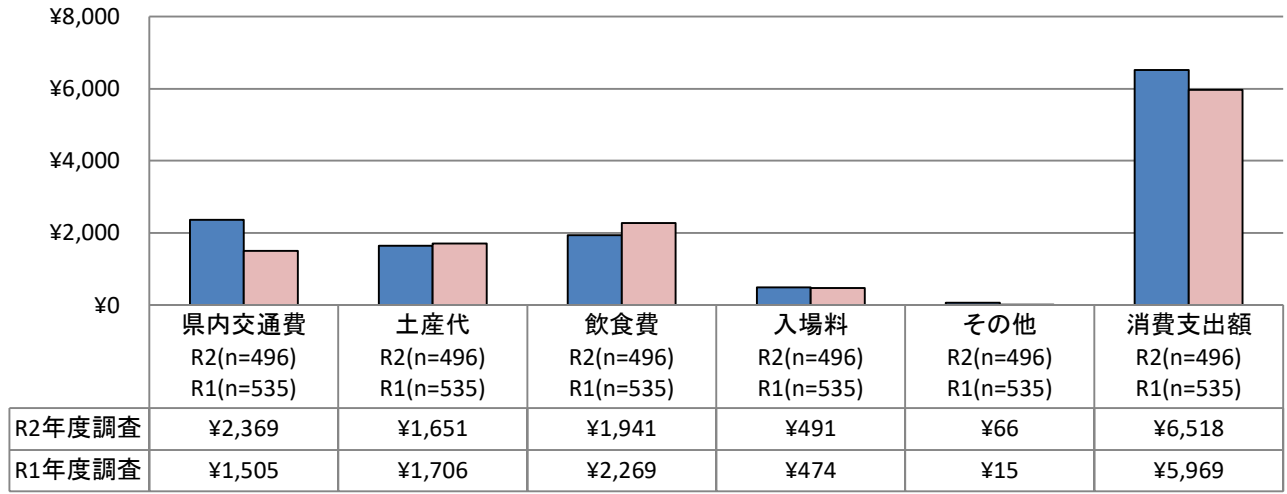
旅行先に選んだ情報源は、令和元（2019）年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く70.7%であったが、令和2（2020）年度調査では59.5%と11.2ポイント減少した。次いで多かった「家族や友人知人からの紹介・推奨」は令和元（2019）年度調査では12.5%であったが、令和2（2020）年度調査では15.5%と3.0ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



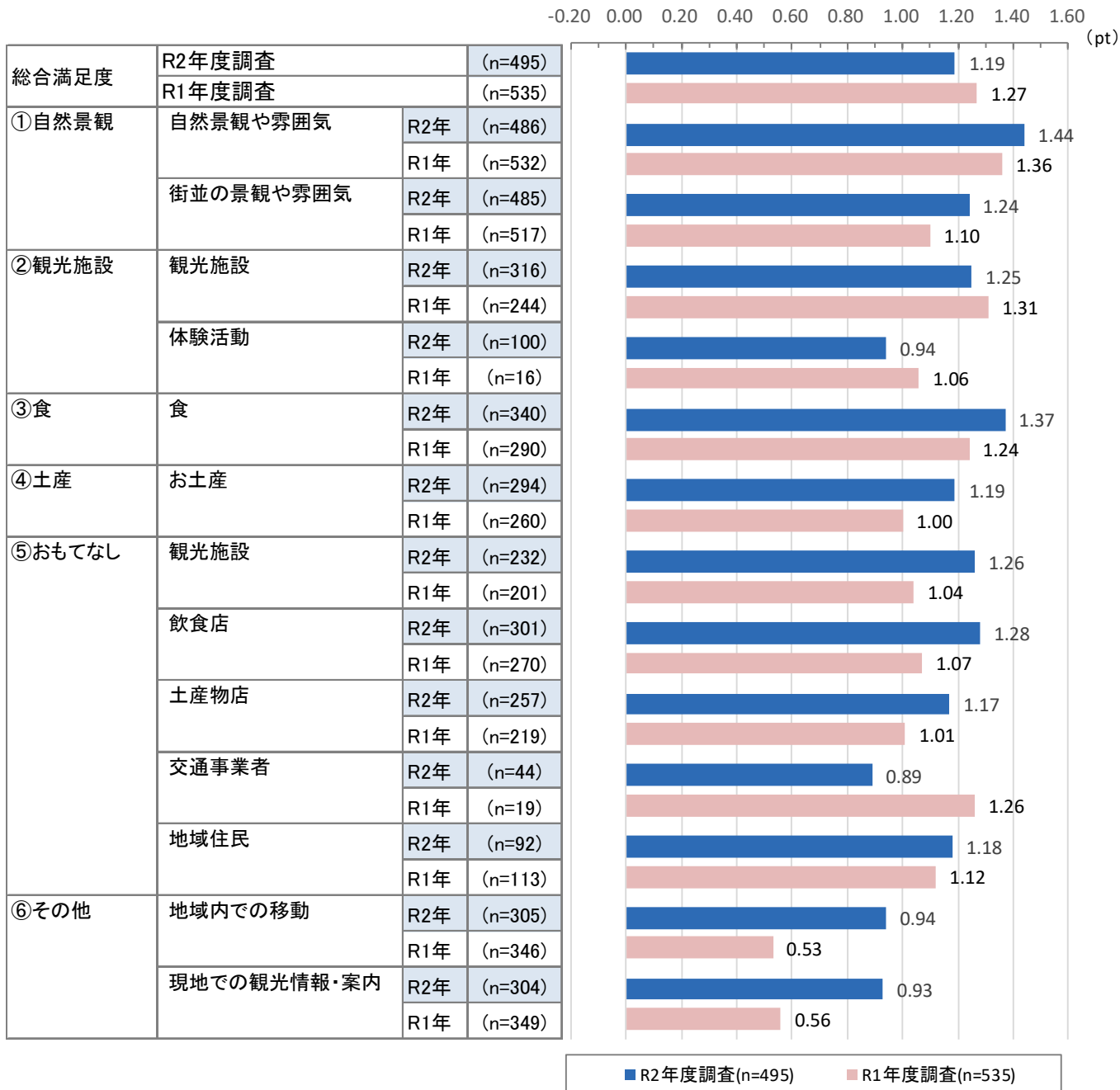
消費支出の総額は、令和元（2019）年度調査では5,969円であったが、令和2（2020）年度調査では6,518円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、令和元（2019）年度調査では 1.27、令和 2（2020）年度調査では 1.19 と 0.08 ポイント減少した。満足度を項目別にみると、令和元（2019）年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.36 で最も高く、令和 2（2020）年度調査でも同様に「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.44 で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



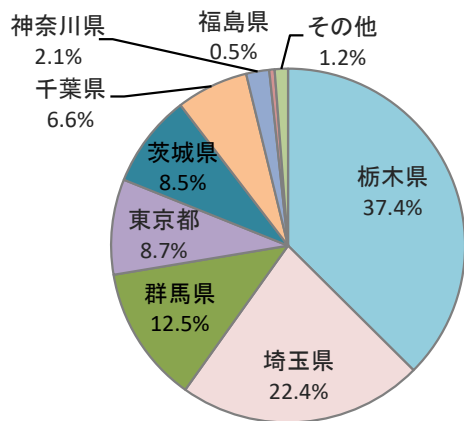
iv. 県南エリア

①令和2(2020)年度調査結果

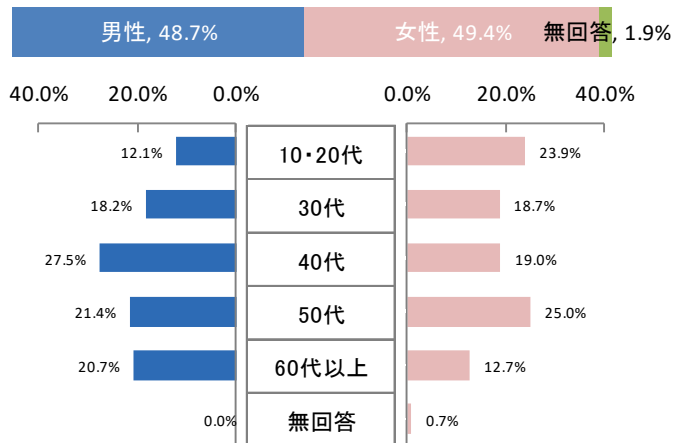
日帰り客(県南エリア) サンプル数: 575

お住まいは「栃木県」が最も多く 37.4%、次いで「埼玉県」が 22.4%、「群馬県」が 12.5%であった。年代は、男性では「40代」が 27.5%で最も多く、女性では「50代」が 25.0%で最も多い。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 54.1%で最も多く、次いで「初めて」が 23.1%であった。同行者数は「2人」が 55.1%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が 26.4%で最も多かった。

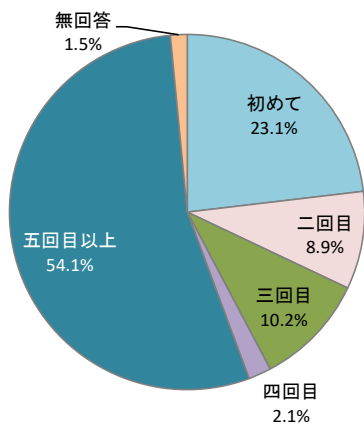
お住まい (n=575)



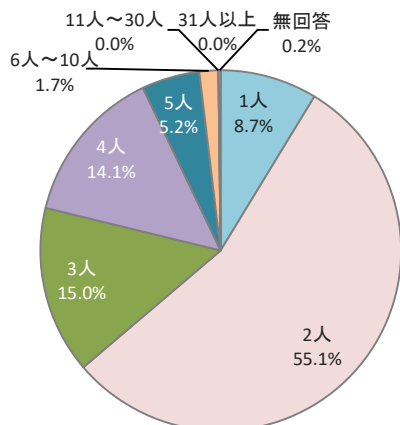
性別・年代 (n=575)



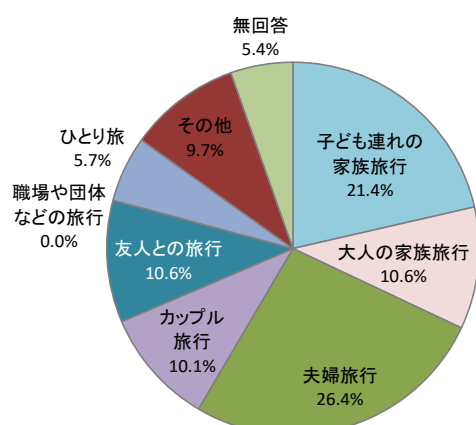
調査地域周辺への来訪回数 (n=527)



同行者数 ※回答者を含む (n=575)

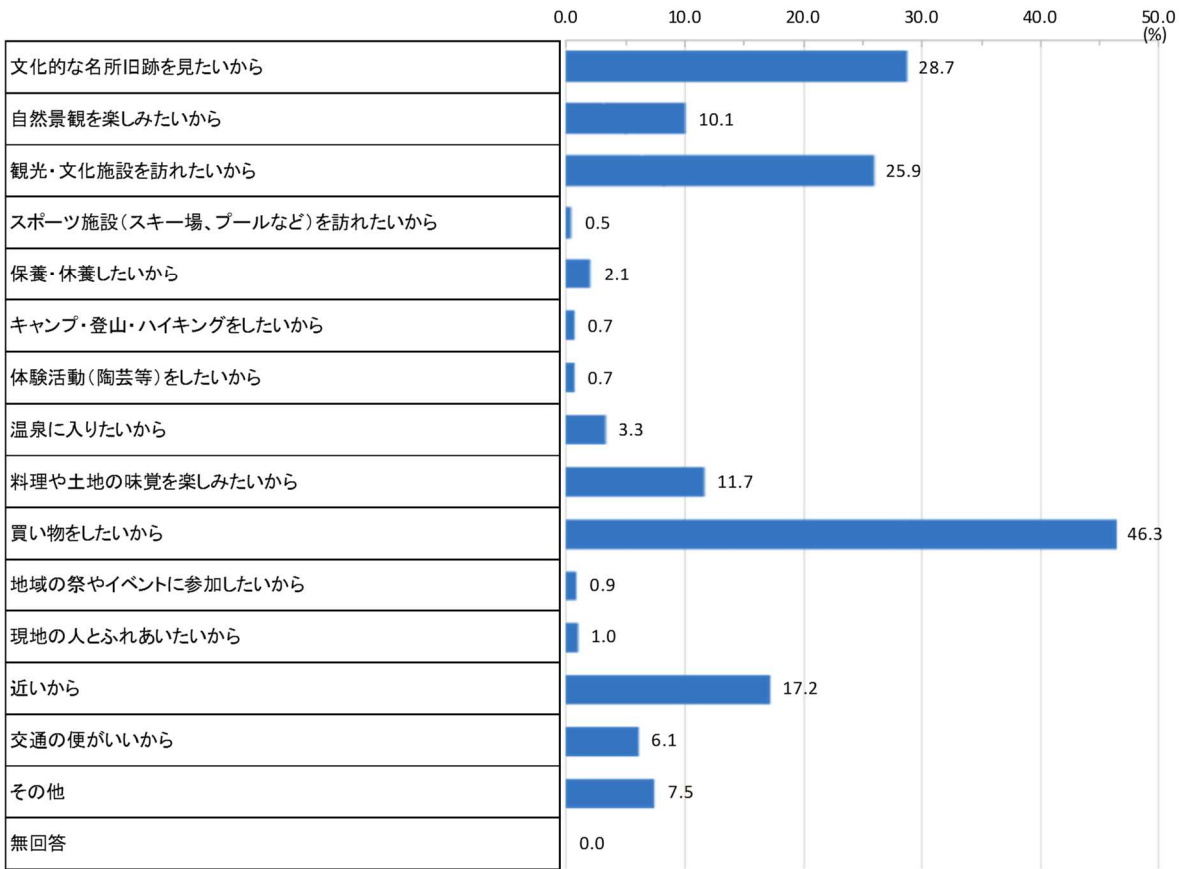


同行者の関係 (n=575)

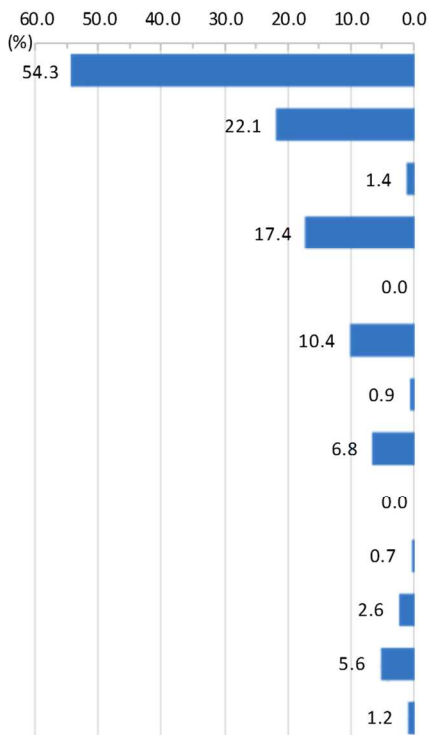


旅行先に選んだ理由は「買い物をしたいから」が46.3%で最も多く、次いで「文化的な名所旧跡を見たいから」が28.7%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が54.3%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が50.1%で最も多かった。

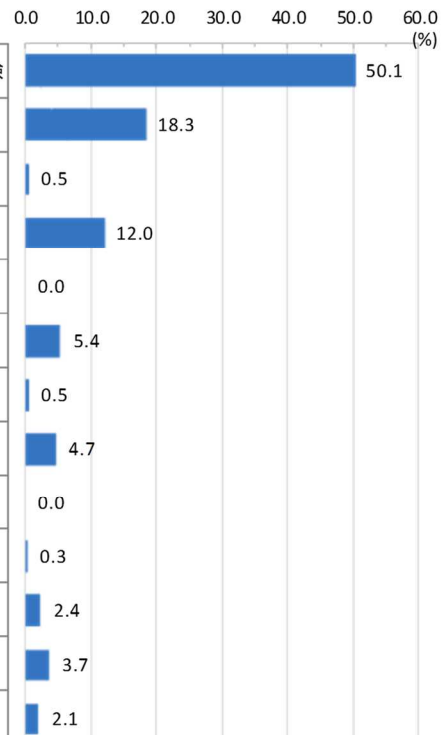
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=575）



旅行先に選んだ情報源
（複数回答）（n=575）



“決め手”となった情報源
（単一回答）（n=575）

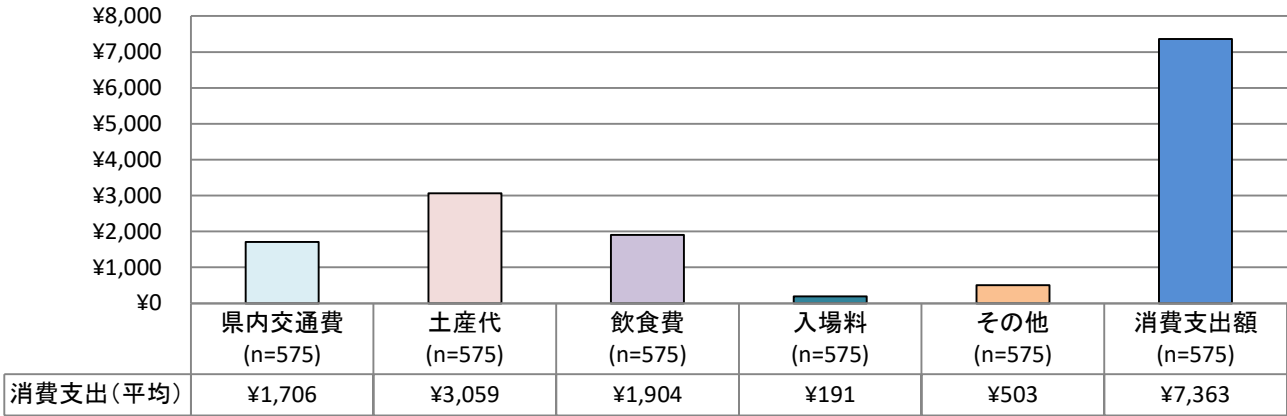


第2章 観光客調査 調査結果

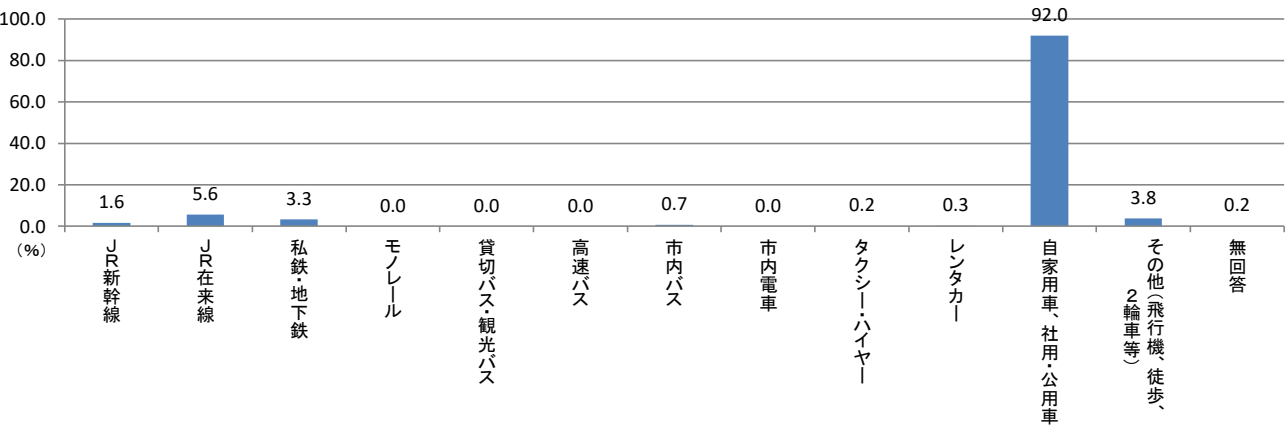
1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県南エリア

消費支出の平均は、総額で7,363円であった。内訳は、「土産代」が3,059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92.0%であった。
立ち寄り観光施設は、「あしかがフラワーパーク」が45人で最も多く、次いで「佐野プレミアム・アウトレット」が24人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=575）

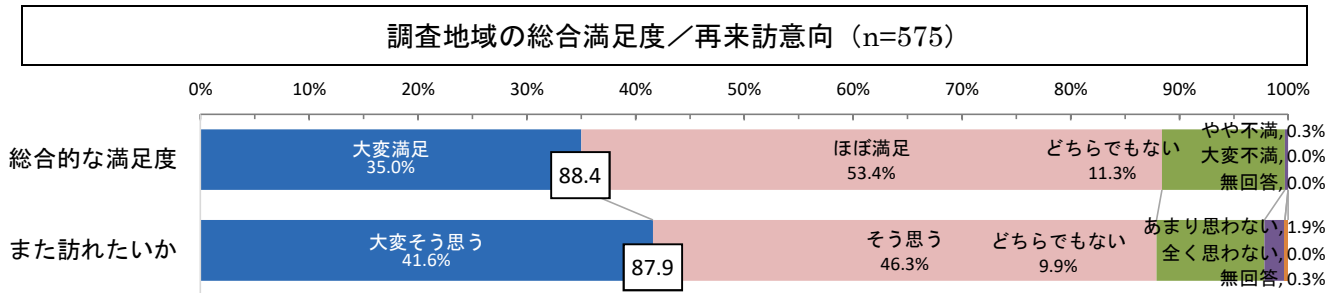


立ち寄り観光施設（n=575）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

県央	県南	県南
大谷資料館(3)	道の駅どまんなかたぬま(4)	まちなか遊学館(1)
県南	とちぎ蔵の街美術館(3)	太平山神社(1)
あしかがフラワーパーク(45)	道の駅 しもつけ(3)	旧栃木駅舎保存館(1)
佐野プレミアム・アウトレット(24)	渡良瀬遊水地(藤岡渡良瀬運動公園)(2)	渡良瀬遊水地(谷中湖)(1)
織姫公園(15)	岩下の新生姜ミュージアム(1)	佐野観光農園いちご畑(1)
太平山(15)	いちごの里(2)	道の駅思川(1)
佐野厄よけ大師(9)	名草巨石群(1)	おもちゃのまちバンダイミュージアム(1)
鑿阿寺(8)	行道山浄因寺(1)	
史跡足利学校(5)	市立美術館(1)	

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
佐野プレミアム・アウトレット（6）、足利学校（5）、岩下の新生姜ミュージアム（1）

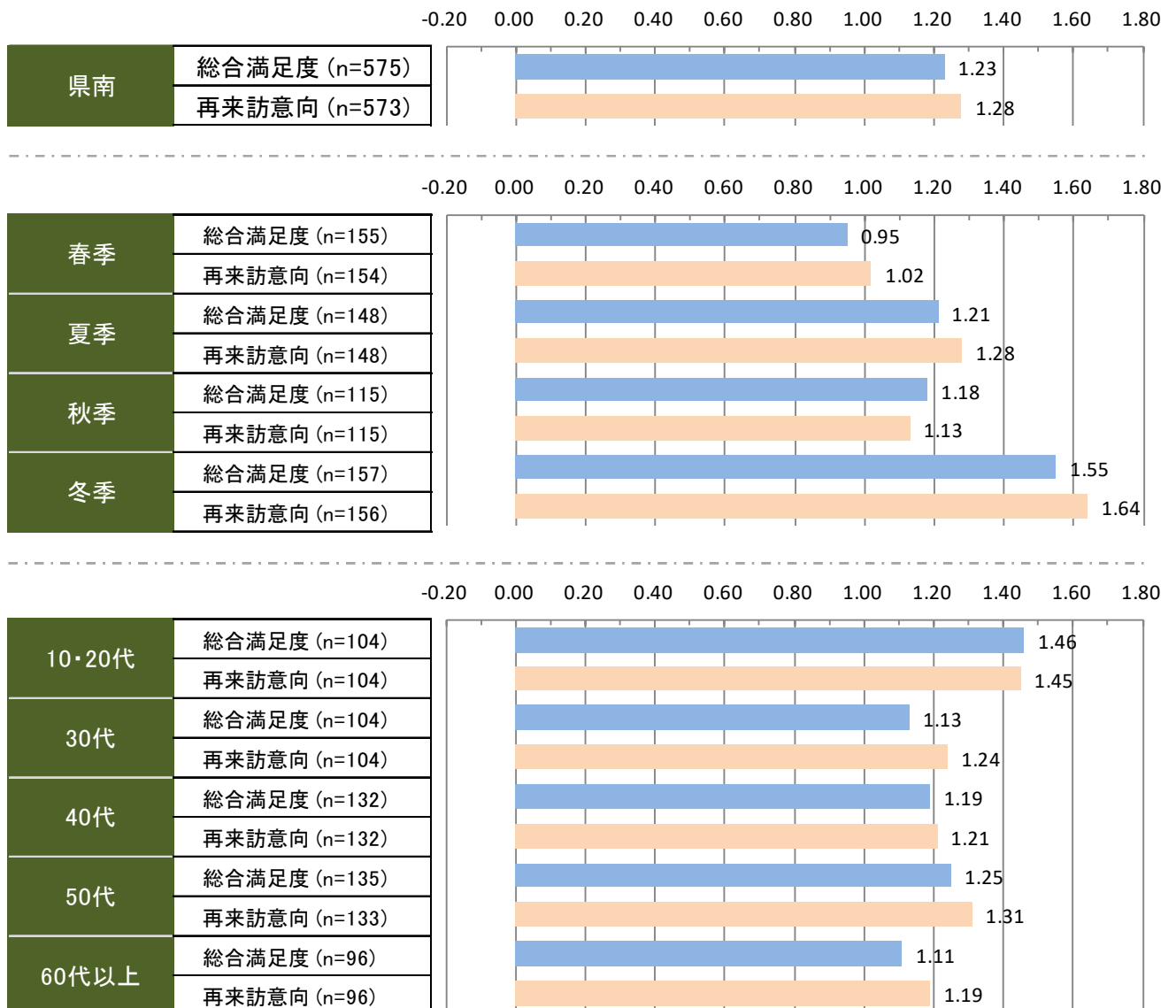
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が88.4%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が87.9%であった。



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.55で最も高く、「春季」が0.95で最も低かった。また、再来訪意向についても「冬季」が1.64で最も高く、「春季」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」で1.46と最も高く、「60代以上」で1.11と最も低かった。同様に、再来訪意向についても「10・20代」で1.45と最も高く、「60代以上」で1.19と最も低かった。



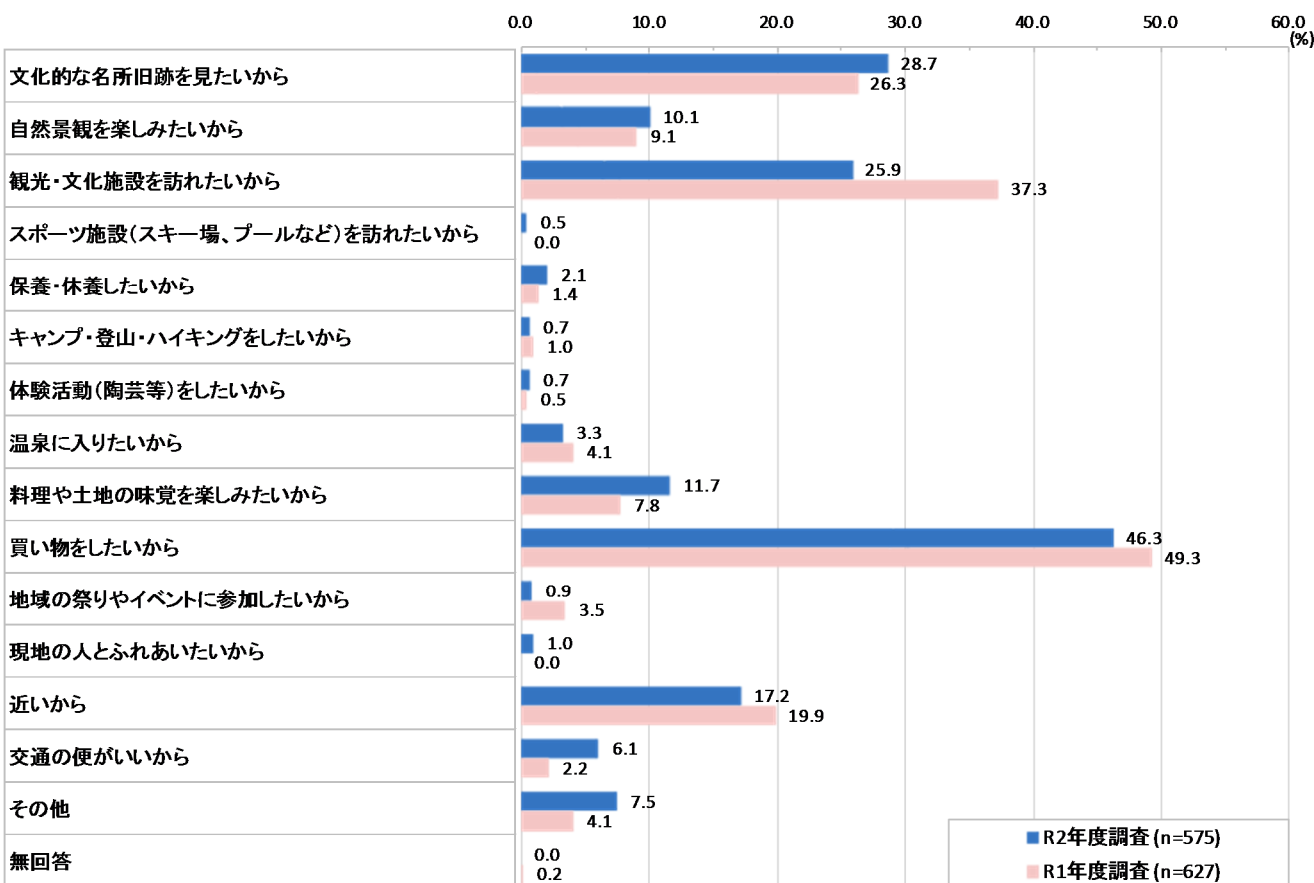
第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県南エリア

②過去調査との比較

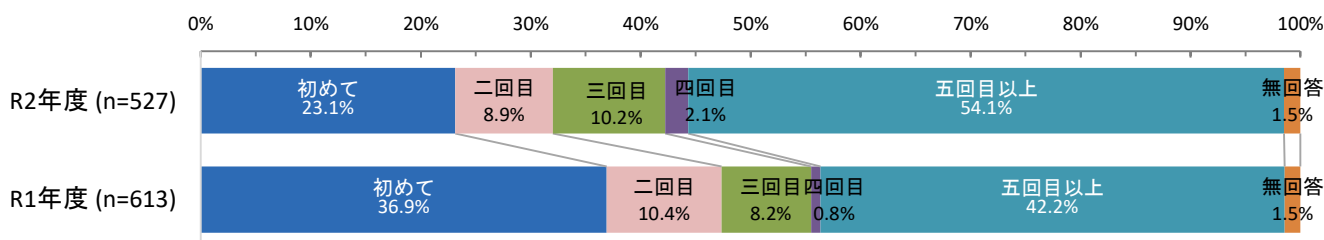
旅行先に選んだ理由は、令和元（2019）年度調査では「買い物をしたいから」が49.3%で最も多かったが、令和2（2020）年度調査では46.3%と3.0ポイント減少した。次いで「文化的な名所旧跡を見たいから」が多く、令和元（2019）年度調査では26.3%であったが、令和2（2020）年度調査では28.7%と2.4ポイント増加した。「料理や土地の味覚を楽しみたいから」「交通の便がいいから」もそれぞれ3.9ポイント増加した。一方で「観光・文化施設を訪れたいから」は令和元（2019）年度調査では37.3%であったが、令和2（2020）年度調査では25.9%と11.4ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



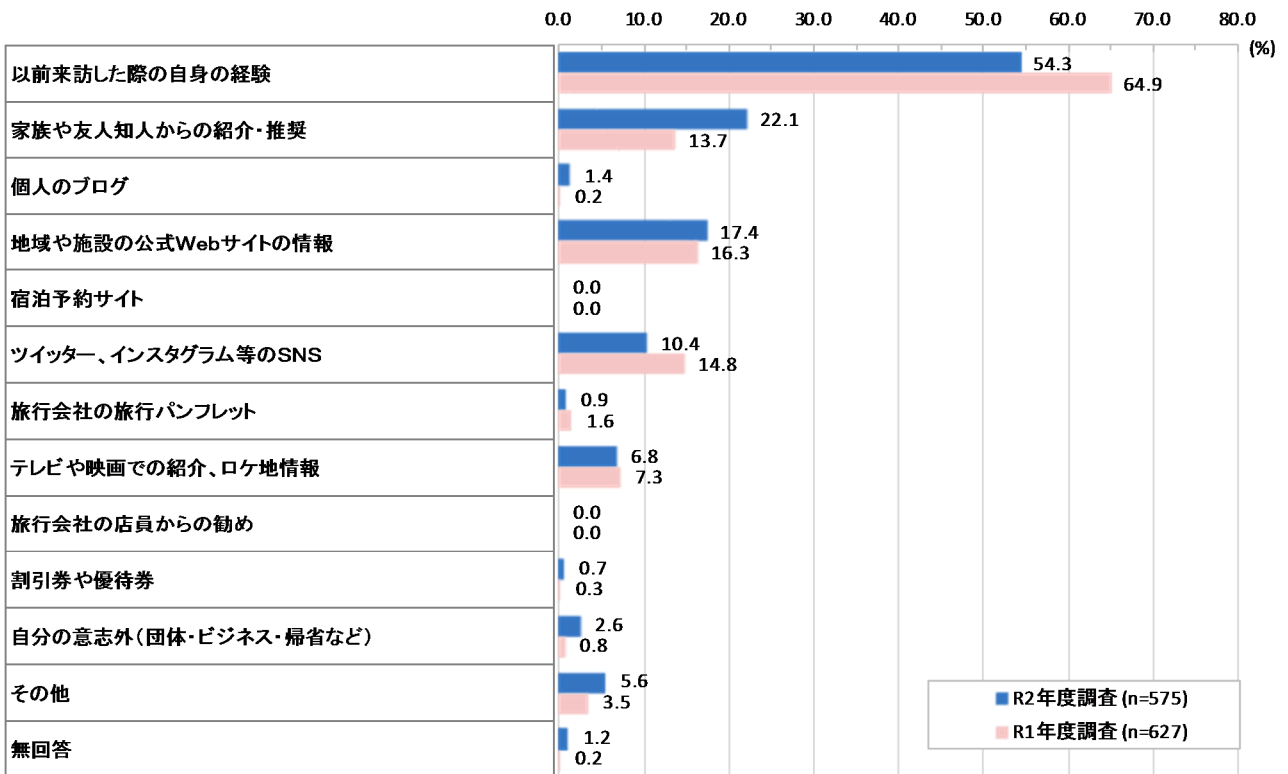
調査地域周辺への来訪回数は、令和元（2019）年度調査では「五回目以上」が最も多く42.2%であったが、令和2（2020）年度調査では54.1%と11.9ポイント増加した。一方、「初めて」は令和元（2019）年度調査では36.9%であったが、令和2（2020）年度調査では23.1%と13.8ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



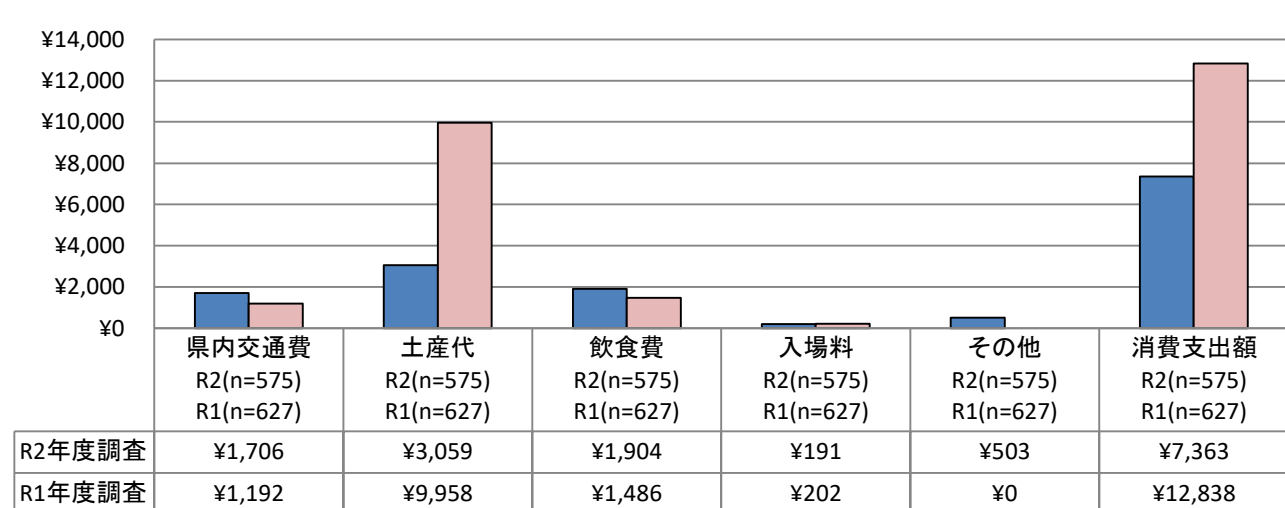
旅行先に選んだ情報源は、令和元（2019）年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く64.9%であったが、令和2（2020）年度調査では54.3%と10.6ポイント減少した。一方、「家族や友人知人からの紹介・推奨」は令和元（2019）年度調査では13.7%であったが、令和2（2020）年度調査では22.1%と8.4ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



消費支出の総額は、令和元（2019）年度調査では12,838円であったが、令和2（2020）年度調査では7,363円に減少した。

消費支出（総額）

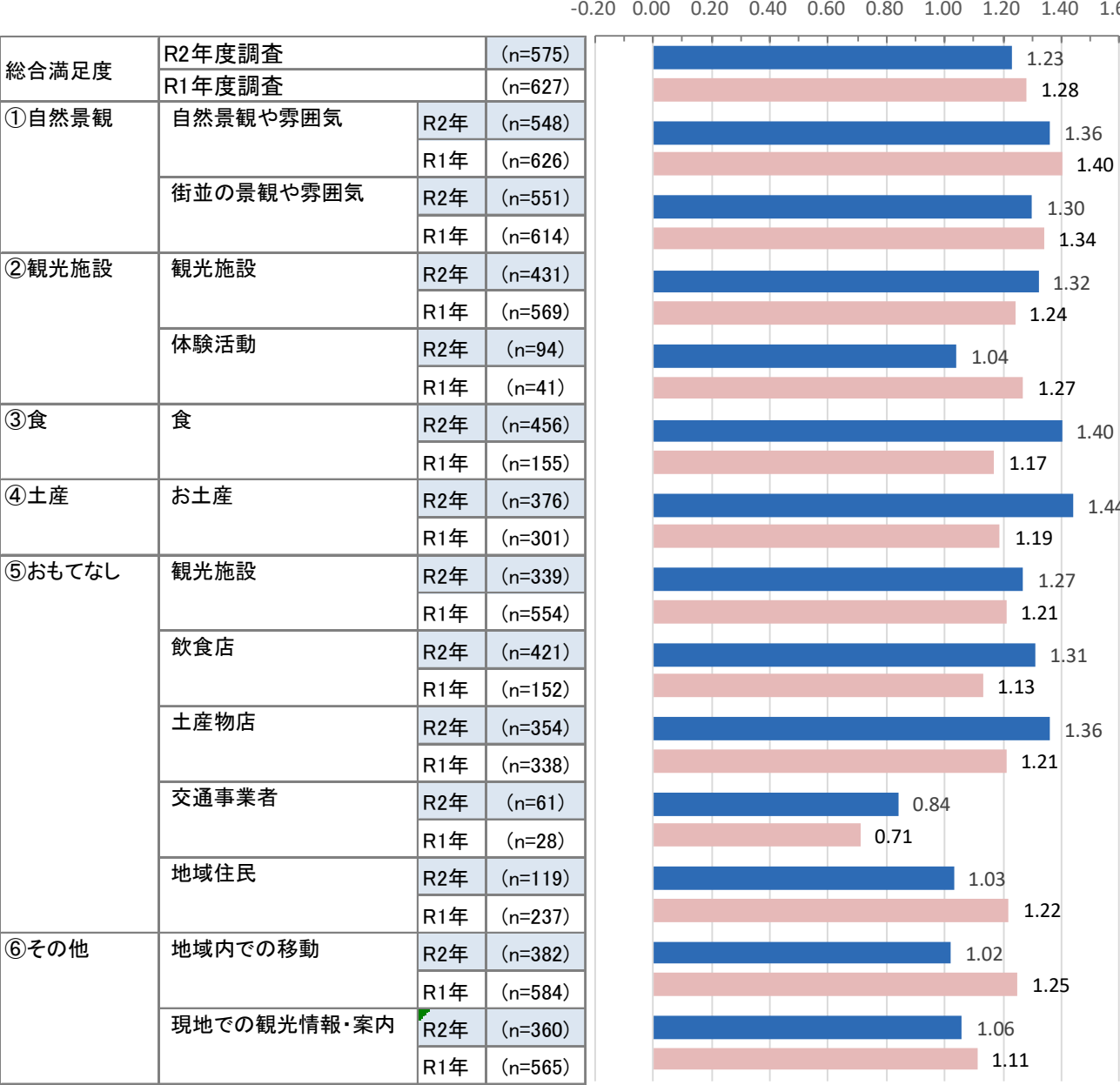


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 iv. 県南エリア

総合満足度は、令和元（2019）年度調査では1.28であったが、令和2（2020）年度調査では1.23と0.05ポイント減少した。満足度を項目別にみると、令和元（2019）年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.40で最も高く、令和2（2020）年度調査では「土産 お土産」となっており、1.44で最も高かった。

項目別満足度（加重平均値）



■ R2年度調査(n=575) ■ R1年度調査(n=627)

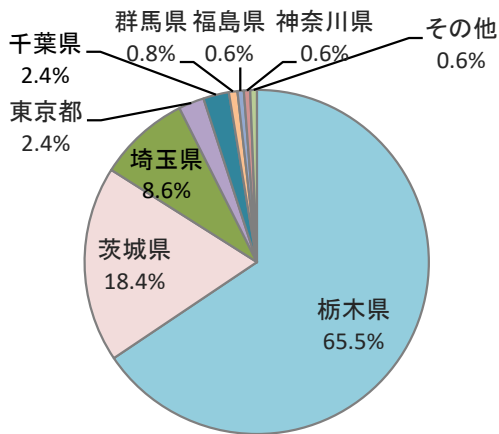
v. 県東エリア

①令和2(2020)年度調査結果

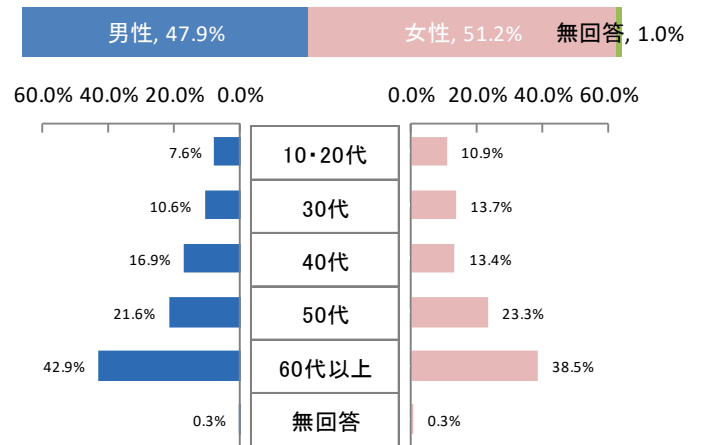
日帰り客(県東エリア) サンプル数：629

お住まいは「栃木県」が最も多く65.5%、次いで「茨城県」が18.4%、「埼玉県」が8.6%であった。年代は、男女ともに「60代以上」が最も多く、「男性」が42.9%、「女性」が38.5%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77.3%で最も多かった。同行者数は「2人」が54.8%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が36.9%で最も多かった。

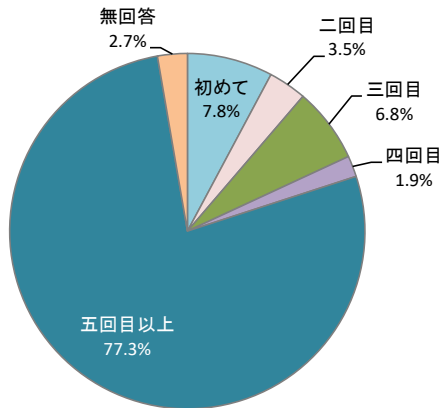
お住まい (n=629)



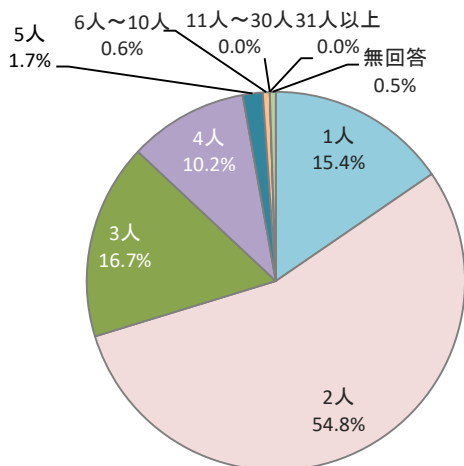
性別・年代 (n=629)



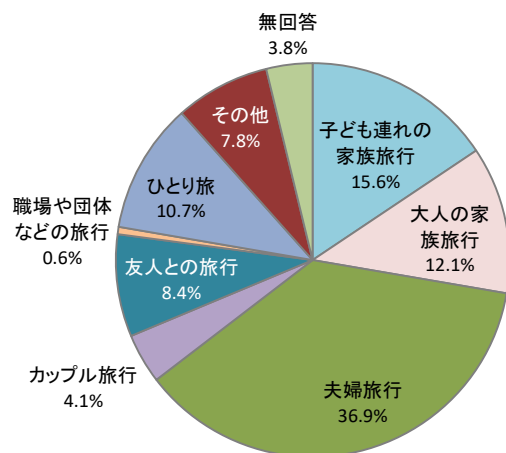
調査地域周辺への来訪回数 (n=515)



同行者数 ※回答者を含む (n=629)



同行者の関係 (n=629)

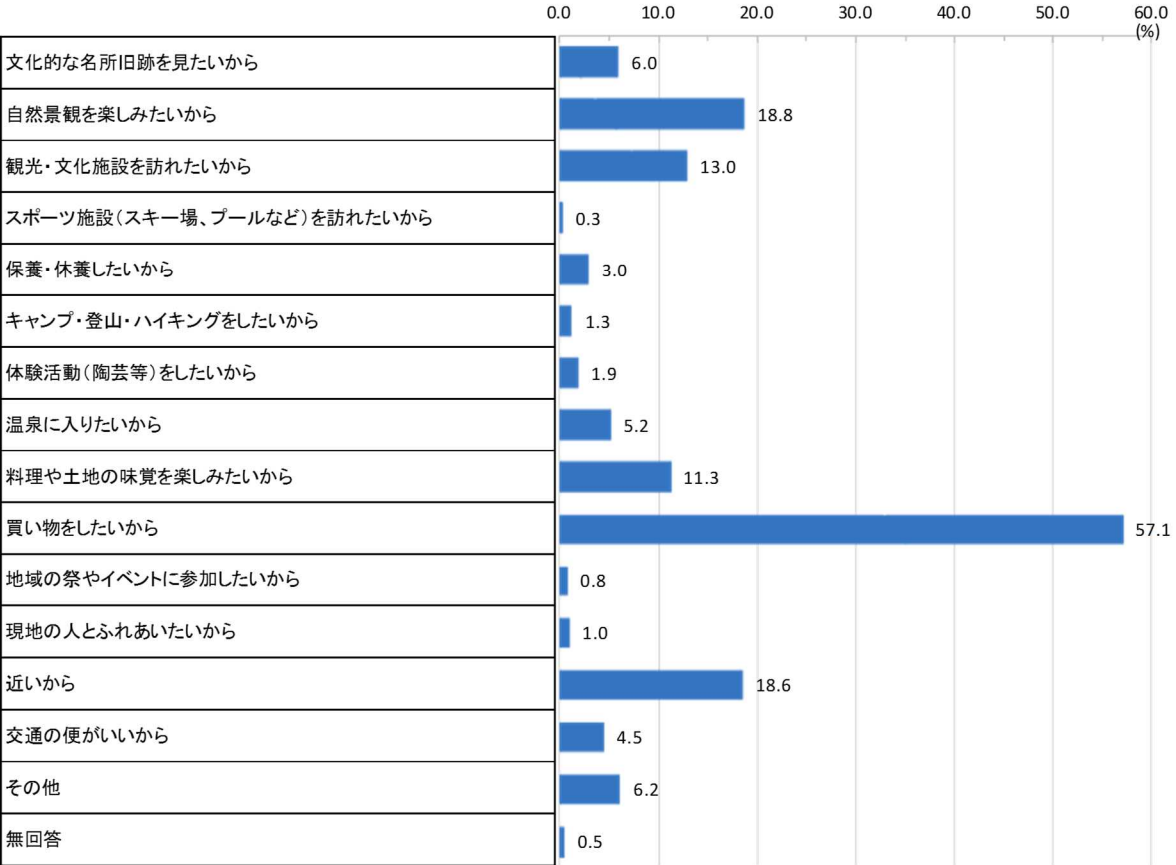


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 関東エリア

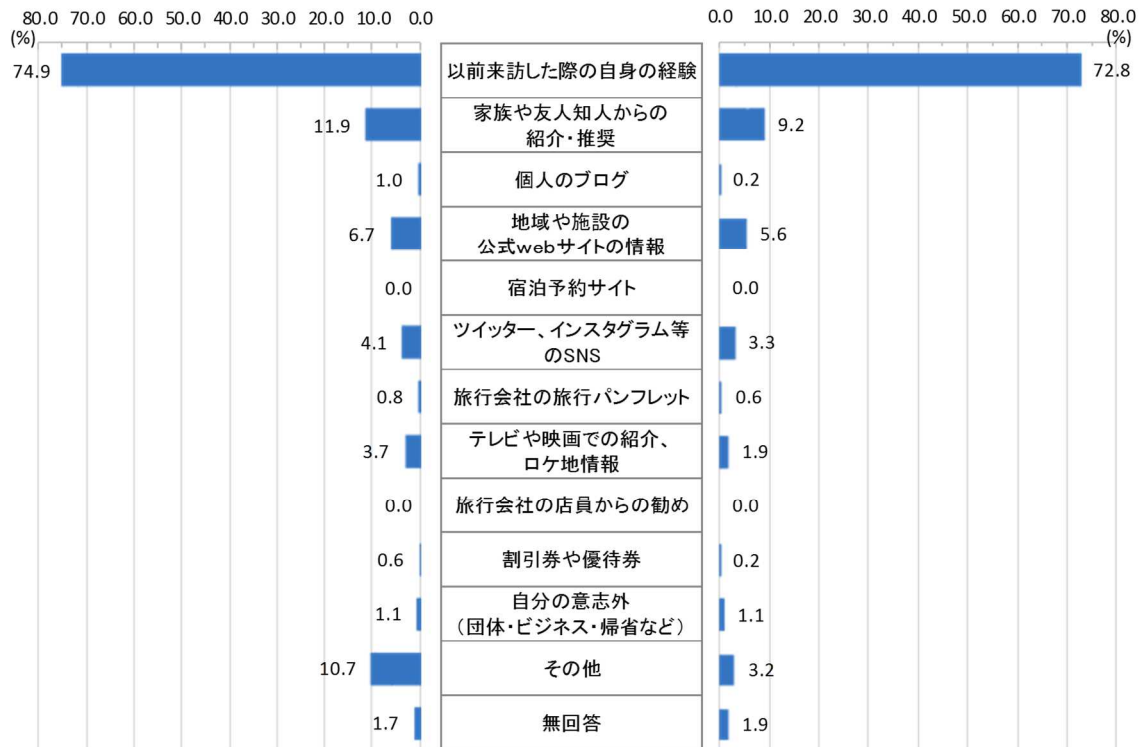
旅行先に選んだ理由は「買い物をしたいから」が57.1%で最も多く、次いで「自然景観を楽しみたいから」「近いから」が多かった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が74.9%で最も多く、「決め手」となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が72.8%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由 (複数回答) (n=629)



旅行先に選んだ情報源 (複数回答) (n=629)

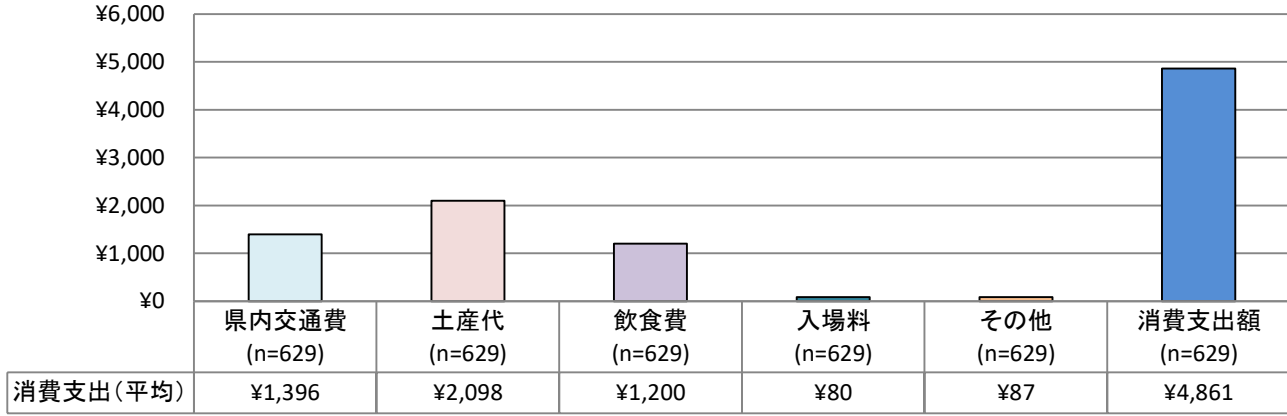
“決め手”となった情報源 (単一回答) (n=629)



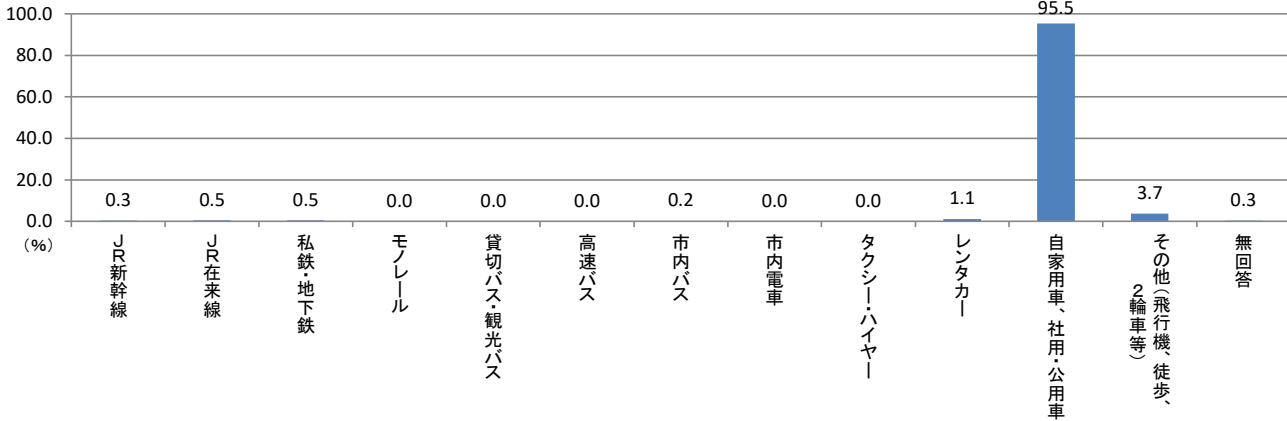
消費支出の平均は、総額で 4,861 円であった。内訳は、「土産代」が 2,098 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 1,396 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 95.5%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「ツインリンクもてぎ」が 10 人で最も多く、次いで「道の駅ましこ」が 8 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=629）



立ち寄り観光施設（n=629）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	県南	県東
日光おかき工房(1)	出流山(1)	西明寺(2)
二社一寺(1)	県営みかも山公園(1)	雨巻山ハイキング(2)
鬼怒川温泉(1)	グリムの森・グリムの館(1)	井頭公園(1)
那須	県東	大前神社(1)
栃木県なかがわ水遊園(3)	ツインリンクもてぎ(10)	道の駅にのみや(1)
那須高原ビジターセンター(1)	道の駅ましこ(8)	大瀬観光やな(1)
県央	道の駅もてぎ(7)	
元気あっぷむら(5)	陶芸メッセ・益子(5)	
川上澄生美術館(2)	益子焼(4)	
山あげ会館(1)	道の駅サシバの里いちかい(4)	
馬頭温泉郷(1)	道の駅はが(2)	

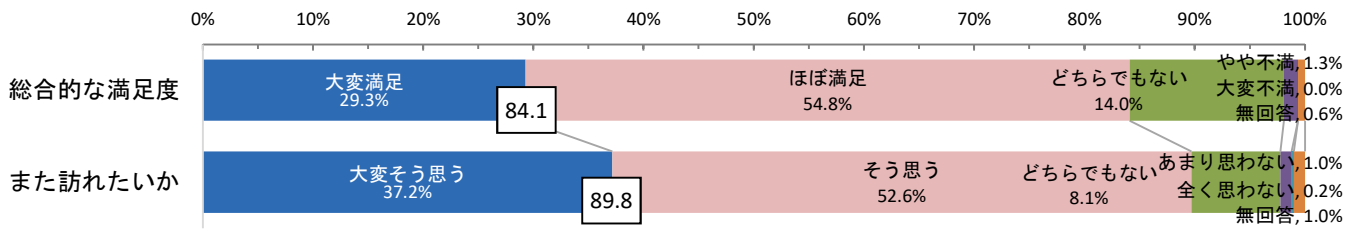
※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
道の駅はが（56）、陶芸メッセ・益子（3）、道の駅もてぎ（1）

第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 関東エリア

調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が84.1%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89.8%であった。

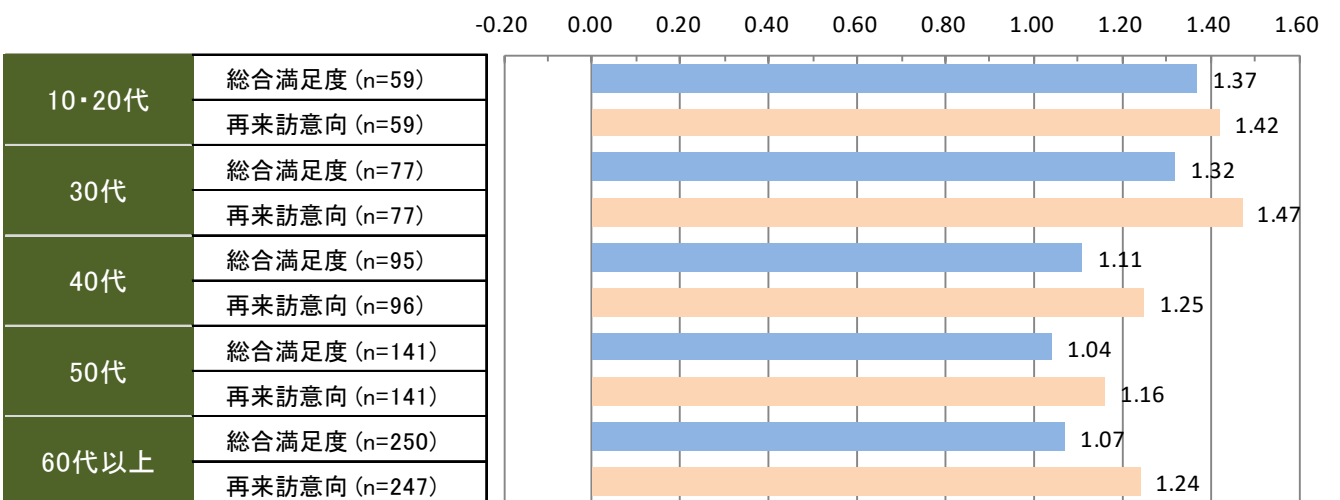
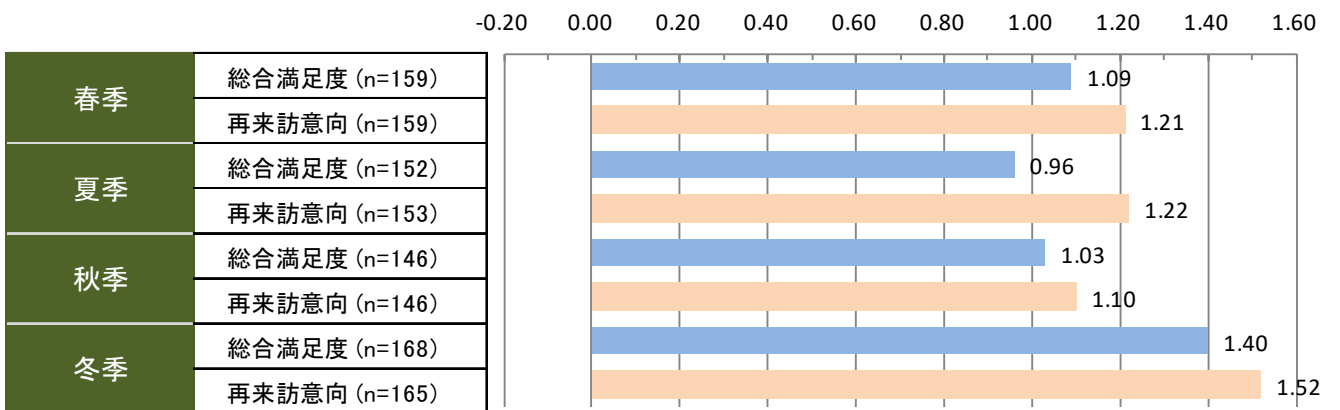
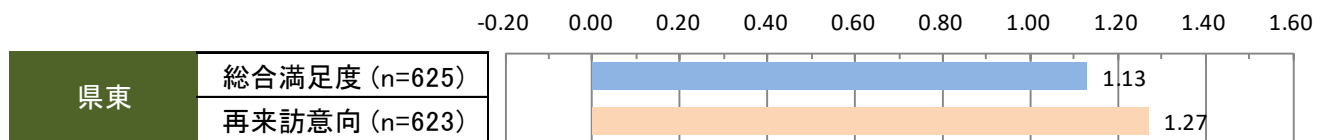
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=629)



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1.40で最も高く、「夏季」が0.96で最も低かった。再来訪意向は、「冬季」が1.52で最も高く、「秋季」が1.10で最も低かった。

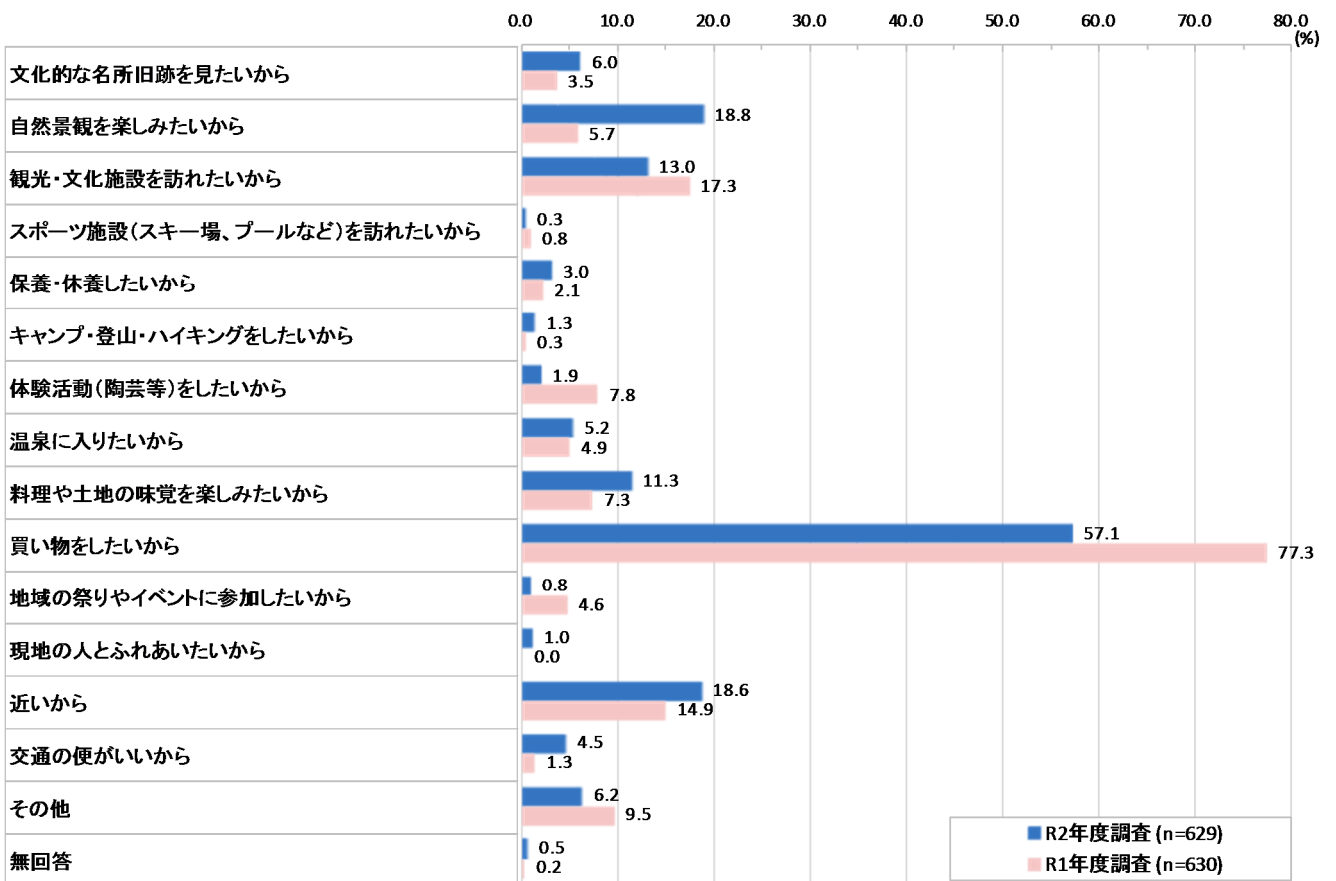
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.37で最も高く、「50代」が1.04で最も低かった。再来訪意向については、「30代」が1.47で最も高く、「50代」が1.16で最も低かった。



②過去調査との比較

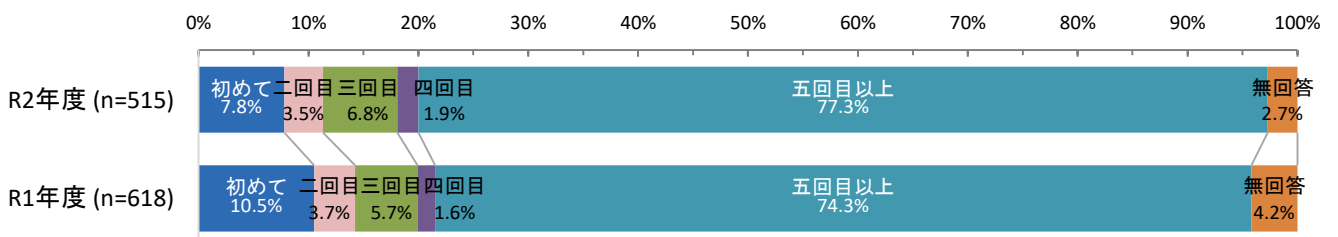
旅行先に選んだ理由は、令和元（2019）年度調査では「買い物をしたいから」が最も多く 77.3%であったが、令和2（2020）年度調査では 57.1%と 20.2 ポイント減少した。「自然景観を楽しみたいから」は令和元（2019）年度調査では 5.7%であったが、令和2（2020）年度調査では 18.8%と 13.1 ポイント増加した。一方で「体験活動（陶芸等）をしたいから」は令和元（2019）年度調査では 7.8%であったが、令和2（2020）年度調査では 1.9%と 5.9 ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



調査地域周辺への来訪回数は、令和元（2019）年度調査では「五回目以上」が最も多く 74.3%であったが、令和2（2020）年度調査では 77.3%と 3.0 ポイント増加した。令和元（2019）年度調査と比較して「三回目」「四回目」も増加したが、「初めて」「二回目」は減少した。

調査地域周辺への来訪回数※周辺住民を除く

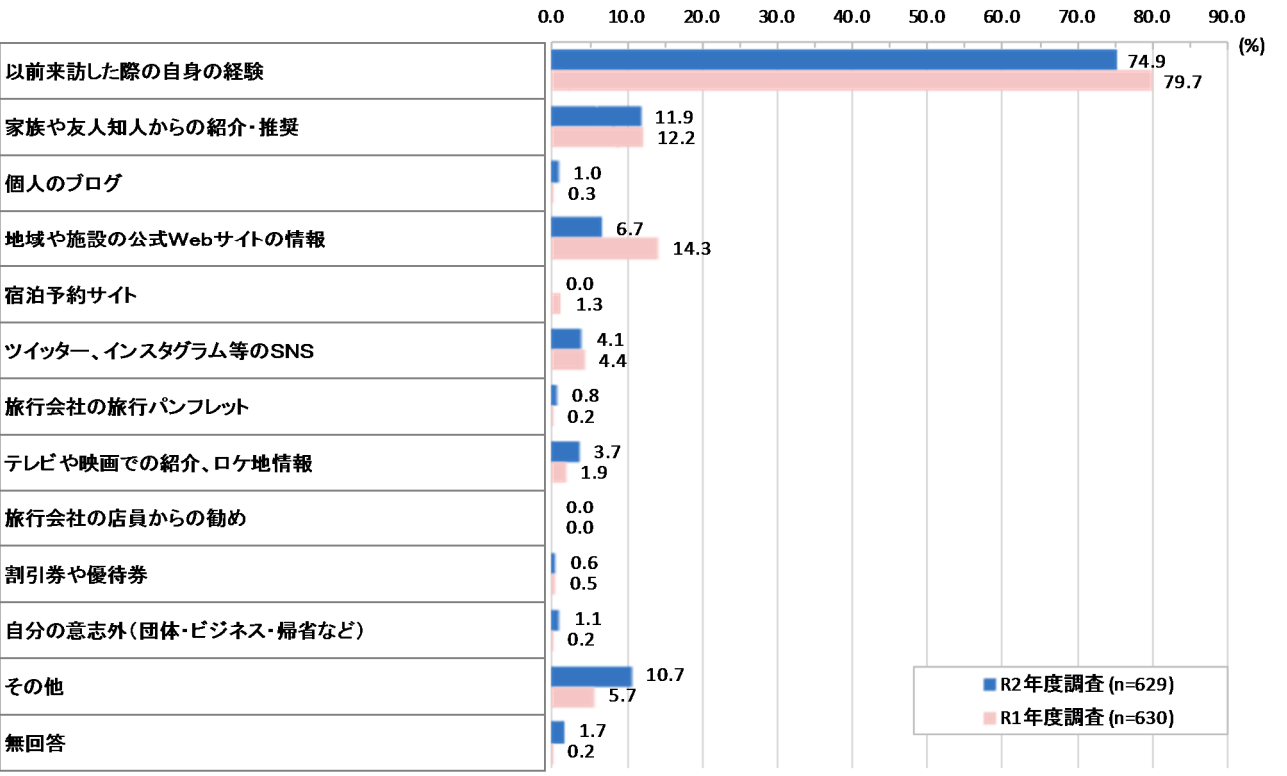


第2章 観光客調査 調査結果

1. 日帰り客 (2) エリア別 v. 県東エリア

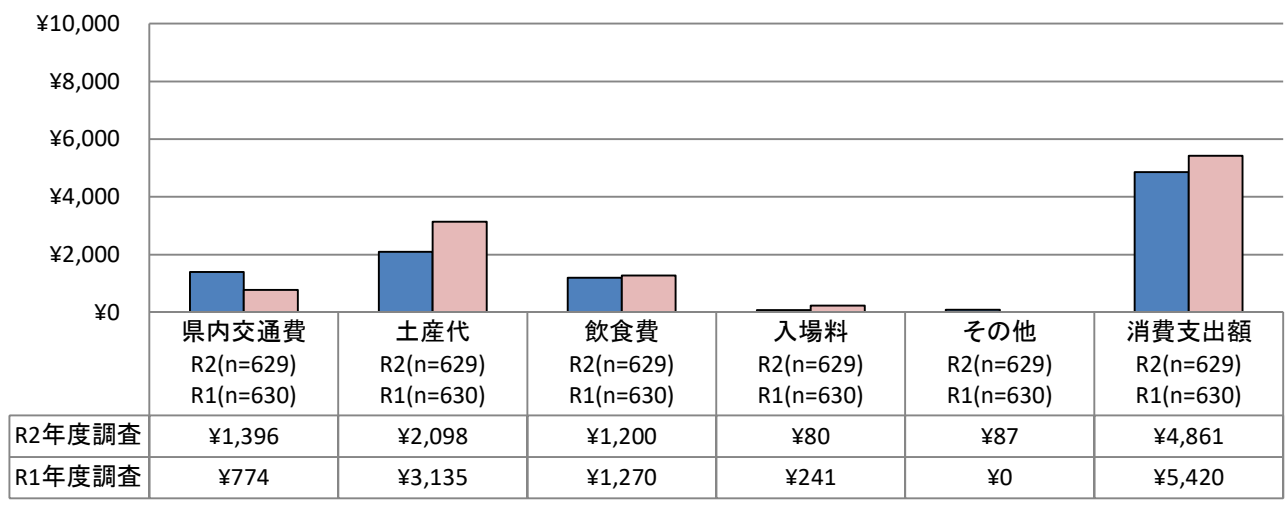
旅行先に選んだ情報源は、令和元（2019）年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く79.7%であったが、令和2（2020）年度調査では74.9%と4.8ポイント減少した。次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が多く、令和元（2019）年度調査では12.2%であったが、令和2（2020）年度調査では11.9%と0.3ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



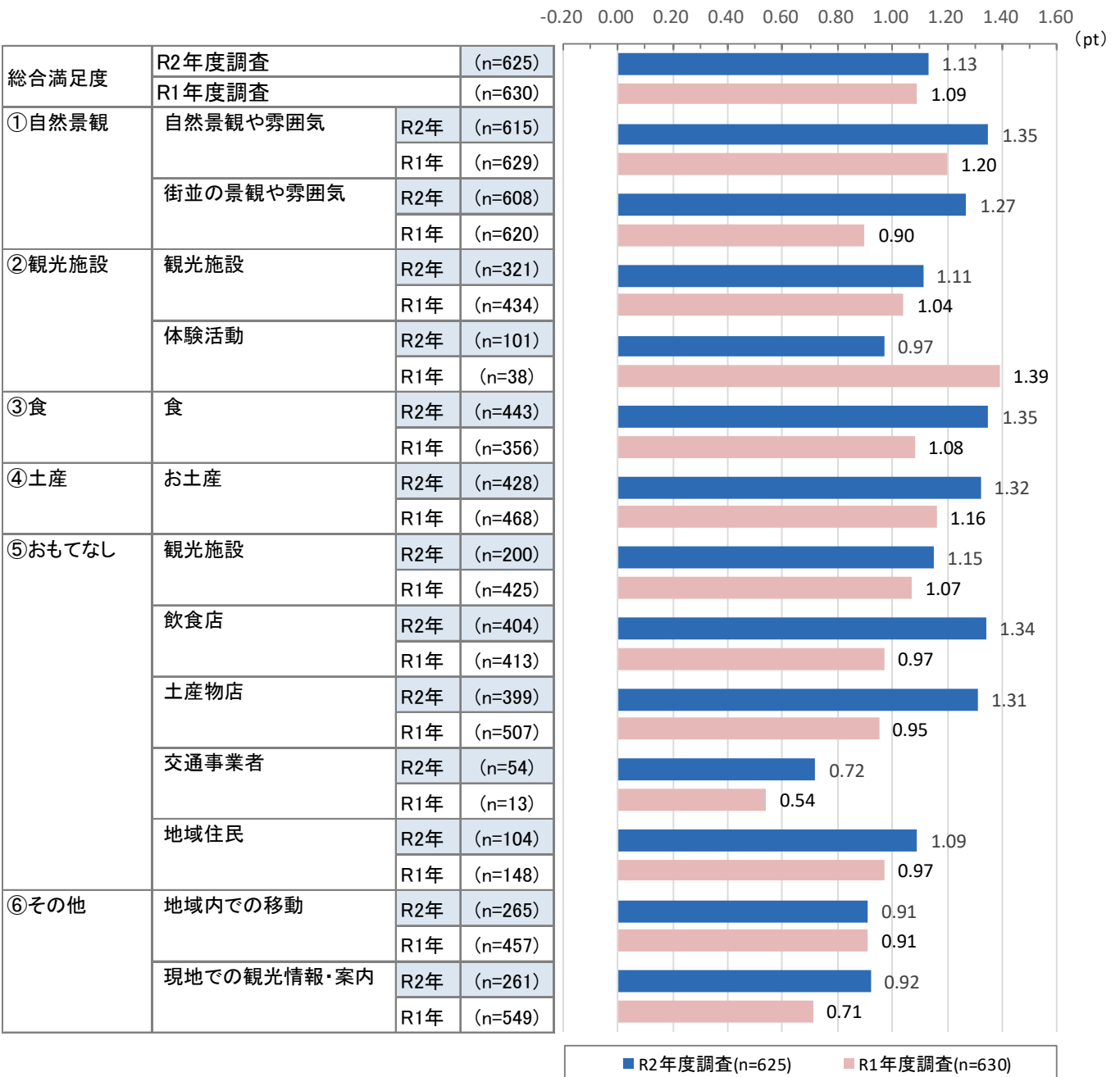
消費支出の総額は、令和元（2019）年度調査では5,420円であったが、令和2（2020）年度調査では4,861円に減少した。

消費支出（総額）



総合満足度は、令和元（2019）年度調査では1.09であったが、令和2（2020）年度調査では1.13と0.04ポイント増加した。満足度を項目別にみると、令和元（2019）年度調査は「観光施設 体験活動」が1.39で最も高く、令和2（2020）年度調査は「自然景観 自然景観や雰囲気」「食 食」がともに1.35で最も高くなっており、令和元（2019）年度の1.20、1.08に比べてそれぞれ0.15ポイント、0.27ポイント増加した。

項目別満足度（加重平均値）



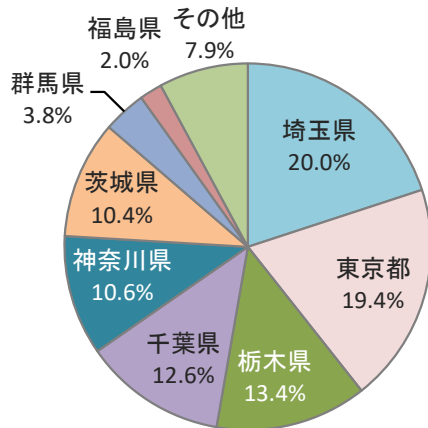
2. 宿泊客

(1) 県全体

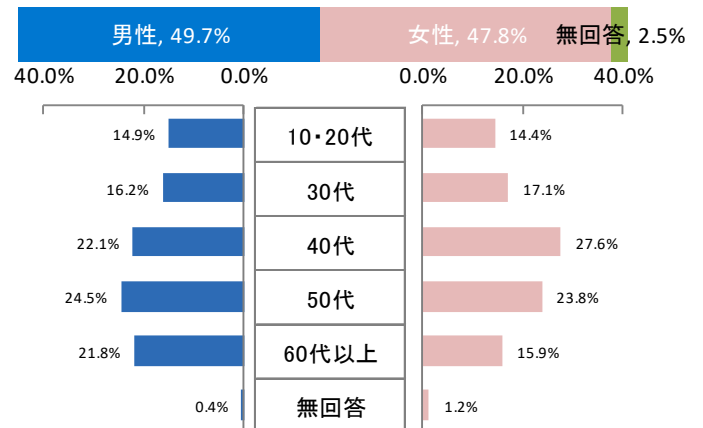
①令和2(2020)年度調査結果

お住まいは「埼玉県」が20.0%で最も多く、次いで「東京都」が19.4%、「栃木県」が13.4%であった。
性別は、「男性」が49.7%、「女性」が47.8%であった。
年代は、男性は「50代」が24.5%で最も多く、女性は「40代」が27.6%で最も多かった。

お住まい (n=1090)

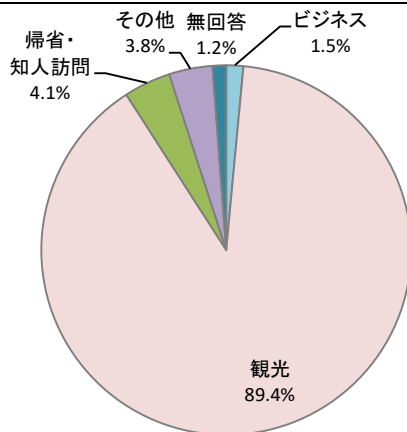


性別・年代 (n=1090)

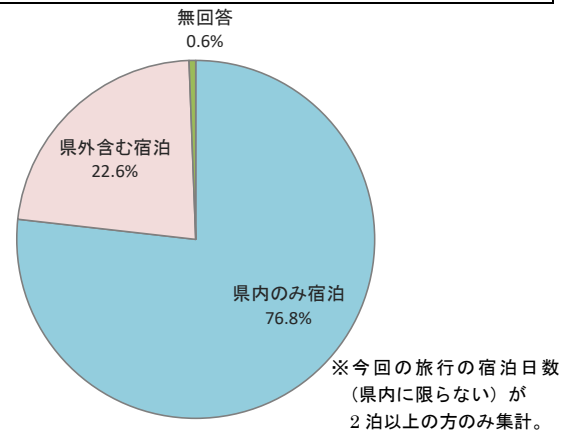


旅行の主要目的は、「観光」が89.4%と9割弱に上った。
宿泊旅程は、「県内のみ宿泊」が76.8%と7割半ばとなった。

旅行の主要目的 (n=944)

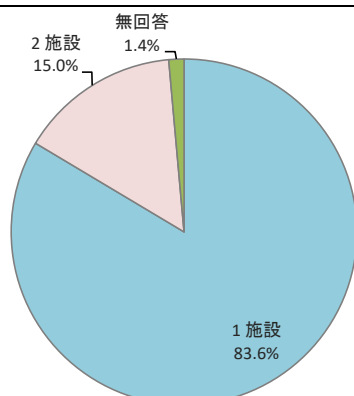


宿泊旅程 (n=168)



県内に2泊以上した方の宿泊施設数は、「1施設」が83.6%と8割を超えた。

栃木県内の宿泊施設数 (n=140)

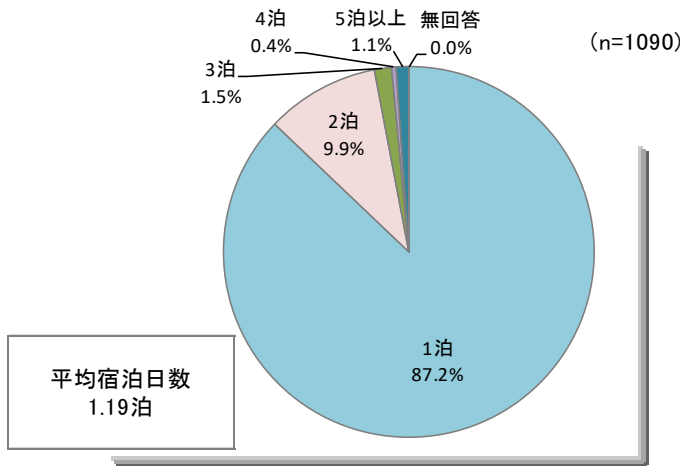


※1泊目と2泊目で同じ宿泊施設に宿泊した場合は1施設としてカウントしている。

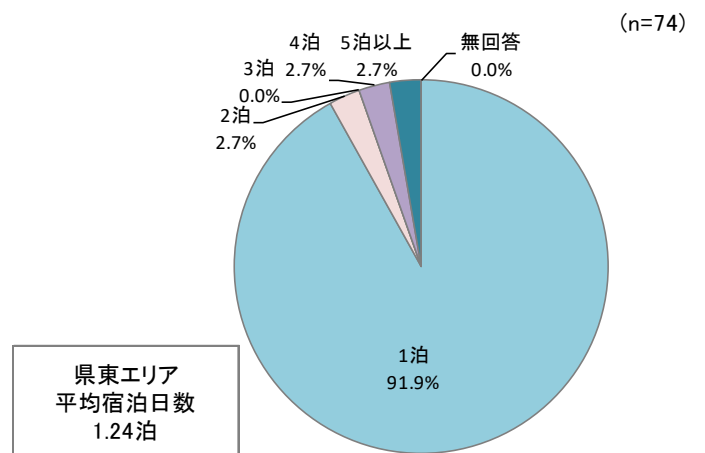
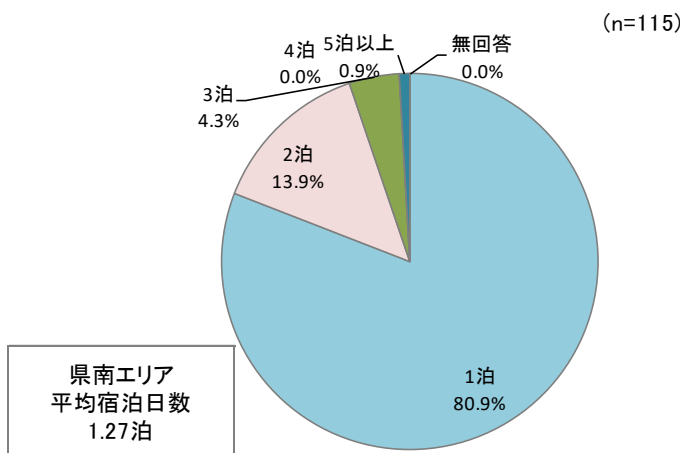
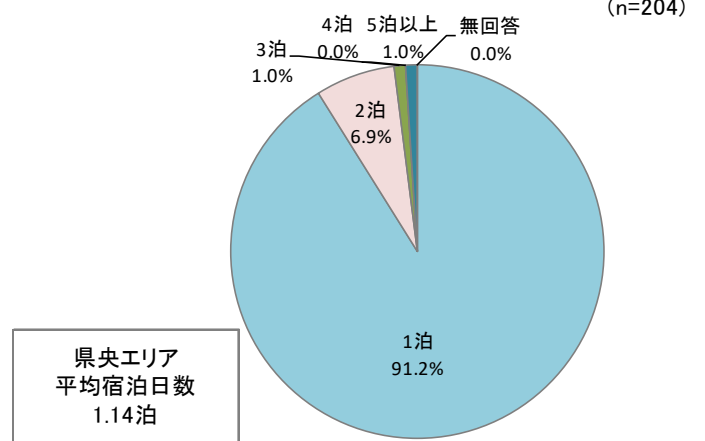
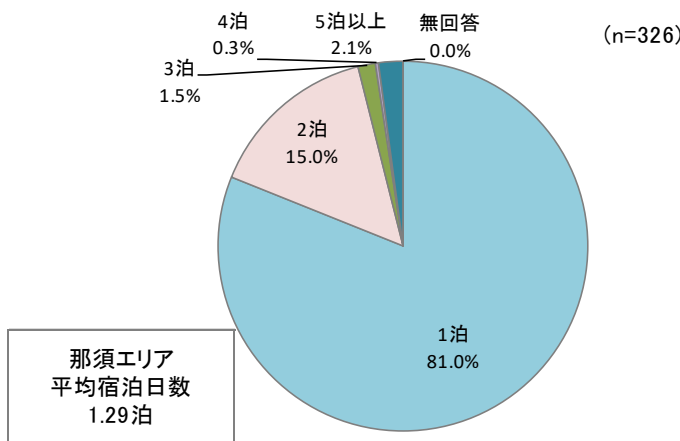
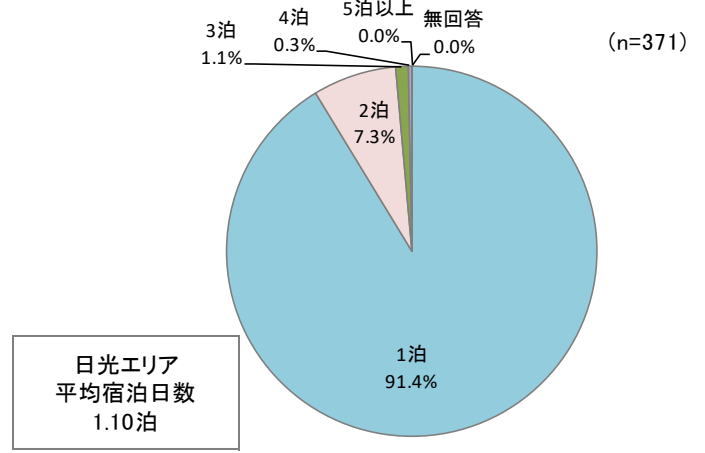
県内での宿泊日数は、「1泊」が全てのエリアで8割を超え、日光エリア、県央エリア、県東エリアでは9割に達した。

平均宿泊日数をエリア別にみると、那須エリアで1.29泊と他のエリアと比較して多かった。

【県全体】



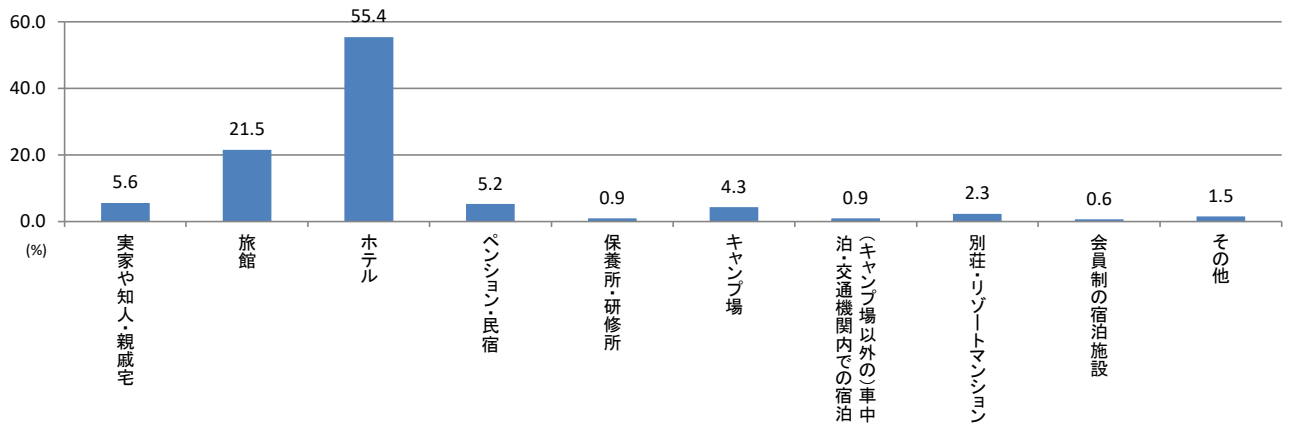
【エリア別】



2. 宿泊客 (1) 県全体

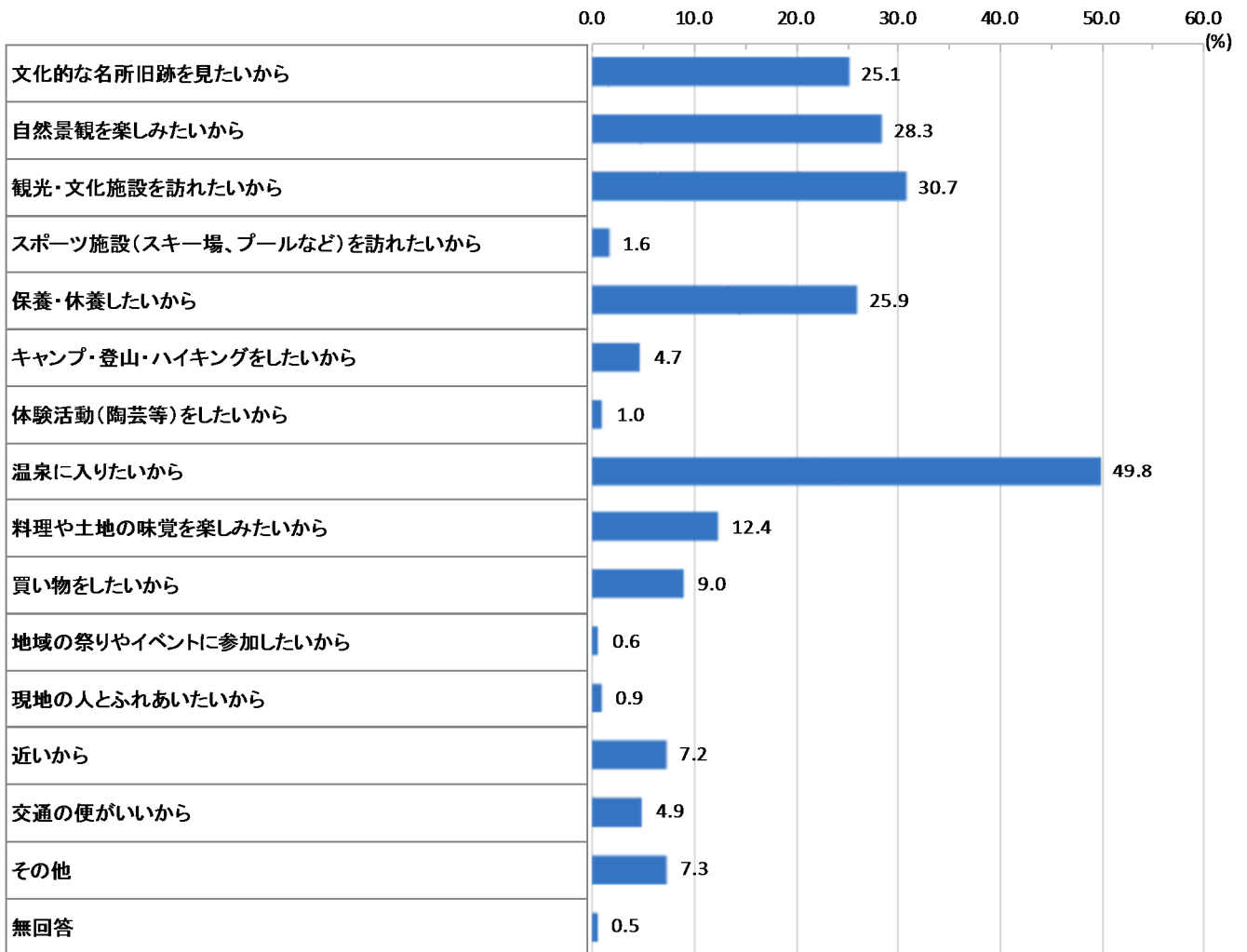
県内での利用宿泊施設は「ホテル」が55.4%で最も多く、次いで「旅館」が21.5%であった。

栃木県内での利用宿泊施設（複数回答）（n=1090）



旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が49.8%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が30.7%、「自然景観を楽しみたいから」が28.3%、「保養・休養したいから」が25.9%であった。

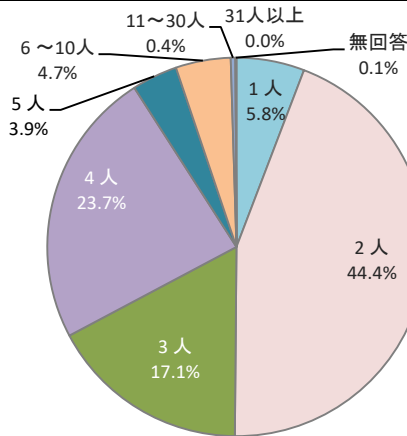
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=1090）



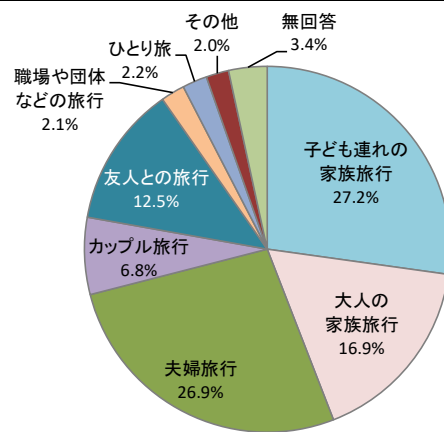
回答者を含む同行者数は、「2人」が44.4%で最も多く、次いで「4人」が23.7%、「3人」が17.1%であった。

同行者の関係は、「子ども連れの家族旅行」が27.2%で最も多く、次いで「夫婦旅行」が26.9%、「大人の家族旅行」が16.9%、「友人との旅行」が12.5%であった。

同行者数 ※回答者を含む (n=1090)

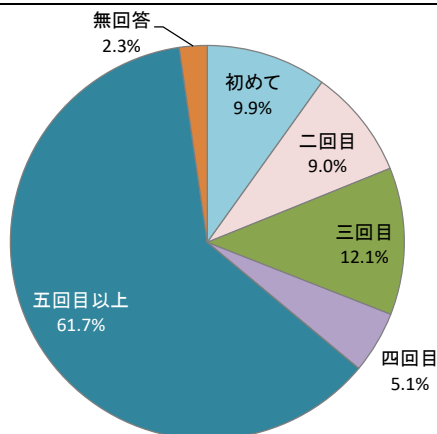


同行者の関係 (n=1090)



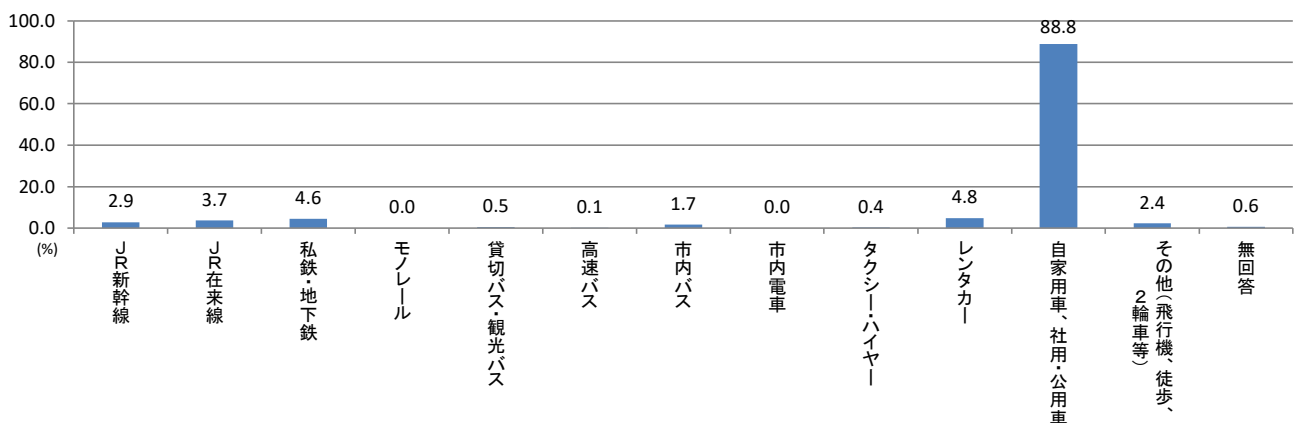
県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」61.7%と6割を超えた。次いで「三回目」が12.1%であった。

県外客の栃木県への来訪回数 (n=944)



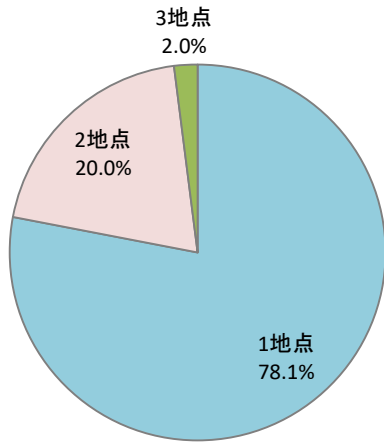
利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が88.8%で大半を占めた。その他の交通機関としては「レンタカー」が4.8%、「私鉄・地下鉄」が4.6%、「JR在来線」が3.7%であった。

利用交通機関 (複数回答) (n=1090)



立ち寄り観光施設数は、「1地点」が78.1%で最も多く、次いで「2地点」が20.0%であった。

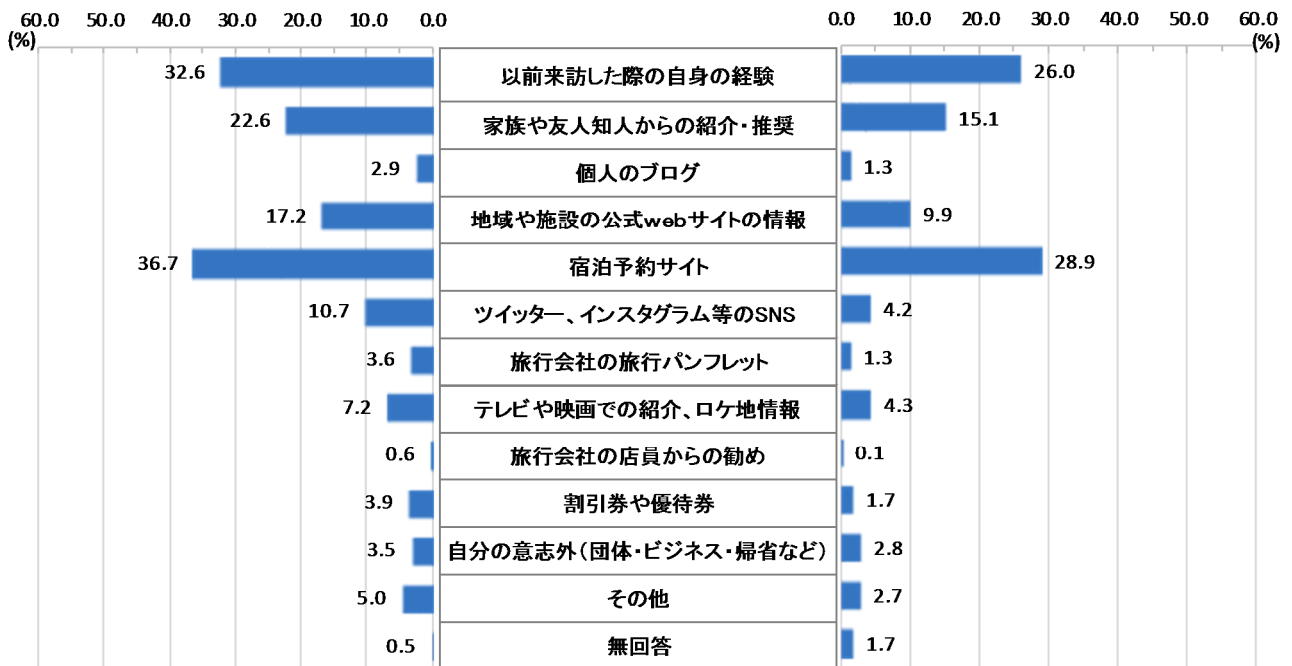
立ち寄り観光施設数 (n=506)
 ※「0地点 (調査地点以外立ち寄りなし)」を除く



旅行先に選んだ情報源は、「宿泊予約サイト」が36.7%で最も多く、次いで「以前来訪した際の自身の経験」が32.6%であった。
 “決め手”となった情報源も、「宿泊予約サイト」が28.9%で最も多く、次いで「以前来訪した際の自身の経験」が26.0%であった。

旅行先に選んだ情報源
 (複数回答) (n=1090)

“決め手”となった情報源
 (単一回答) (n=1090)



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（「無回答」を除く）

（%）

NO.	全 体 (n=1090)	
1	宿泊予約サイト	28.9
2	以前来訪した際の自身の経験	26.0
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	15.1
4	地域や施設の公式webサイトの情報	9.9
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	4.3
6	ツイッター、インスタグラム等のSNS	4.2
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.8
8	割引券や優待券	1.7
9	個人のブログ	1.3
10	旅行会社の旅行パンフレット	1.3
11	旅行会社の店員からの勧め	0.1
12	その他	2.7

NO.	10・20代 (n=163)	
1	宿泊予約サイト	21.5
2	以前来訪した際の自身の経験	22.7
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	21.5
4	地域や施設の公式webサイトの情報	8.0
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	6.7
6	ツイッター、インスタグラム等のSNS	7.4
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	0.6
8	割引券や優待券	3.1
9	個人のブログ	0.6
10	旅行会社の旅行パンフレット	1.8
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	その他	3.1

NO.	30代 (n=180)	
1	宿泊予約サイト	32.8
2	以前来訪した際の自身の経験	18.9
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	15.0
4	地域や施設の公式webサイトの情報	8.9
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	6.1
6	ツイッター、インスタグラム等のSNS	7.2
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	3.3
8	割引券や優待券	0.6
9	個人のブログ	0.0
10	旅行会社の旅行パンフレット	1.7
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	その他	4.4

NO.	40代 (n=272)	
1	宿泊予約サイト	39.7
2	以前来訪した際の自身の経験	22.1
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	10.7
4	地域や施設の公式webサイトの情報	9.6
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.7
6	ツイッター、インスタグラム等のSNS	4.8
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.2
8	割引券や優待券	0.7
9	個人のブログ	1.5
10	旅行会社の旅行パンフレット	0.7
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	その他	2.6

NO.	50代 (n=257)	
1	宿泊予約サイト	24.9
2	以前来訪した際の自身の経験	27.2
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	16.7
4	地域や施設の公式webサイトの情報	13.2
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	2.7
6	ツイッター、インスタグラム等のSNS	3.1
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	3.9
8	割引券や優待券	2.3
9	個人のブログ	1.9
10	旅行会社の旅行パンフレット	0.8
11	旅行会社の店員からの勧め	0.0
12	その他	1.2

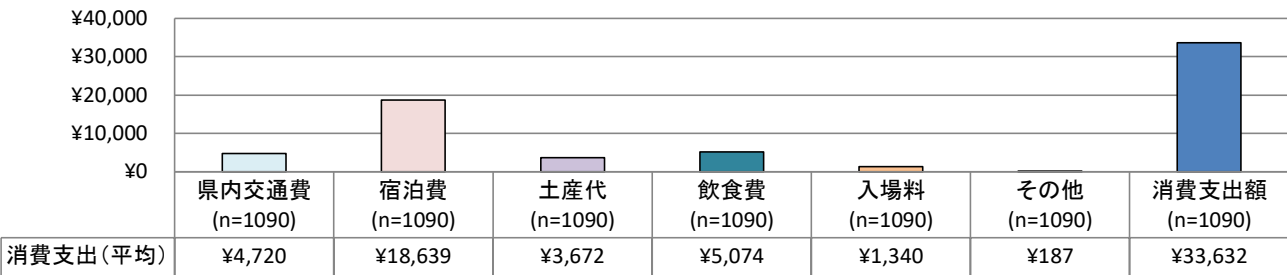
NO.	60代以上 (n=206)	
1	宿泊予約サイト	23.3
2	以前来訪した際の自身の経験	36.4
3	家族や友人知人からの紹介・推奨	14.6
4	地域や施設の公式webサイトの情報	9.2
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.4
6	ツイッター、インスタグラム等のSNS	0.0
7	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	3.4
8	割引券や優待券	1.9
9	個人のブログ	1.9
10	旅行会社の旅行パンフレット	1.9
11	旅行会社の店員からの勧め	0.5
12	その他	2.4

第2章 観光客調査 調査結果

2. 宿泊客 (1) 県全体

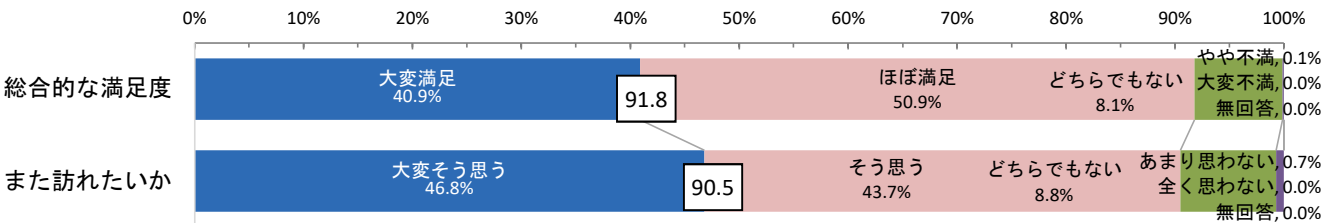
宿泊客一人当たりの消費支出の平均は、総額で 33,632 円であった。
内訳は、「宿泊費」が 18,639 円で最も多く、次いで「飲食費」が 5,074 円であった。

消費支出（平均）



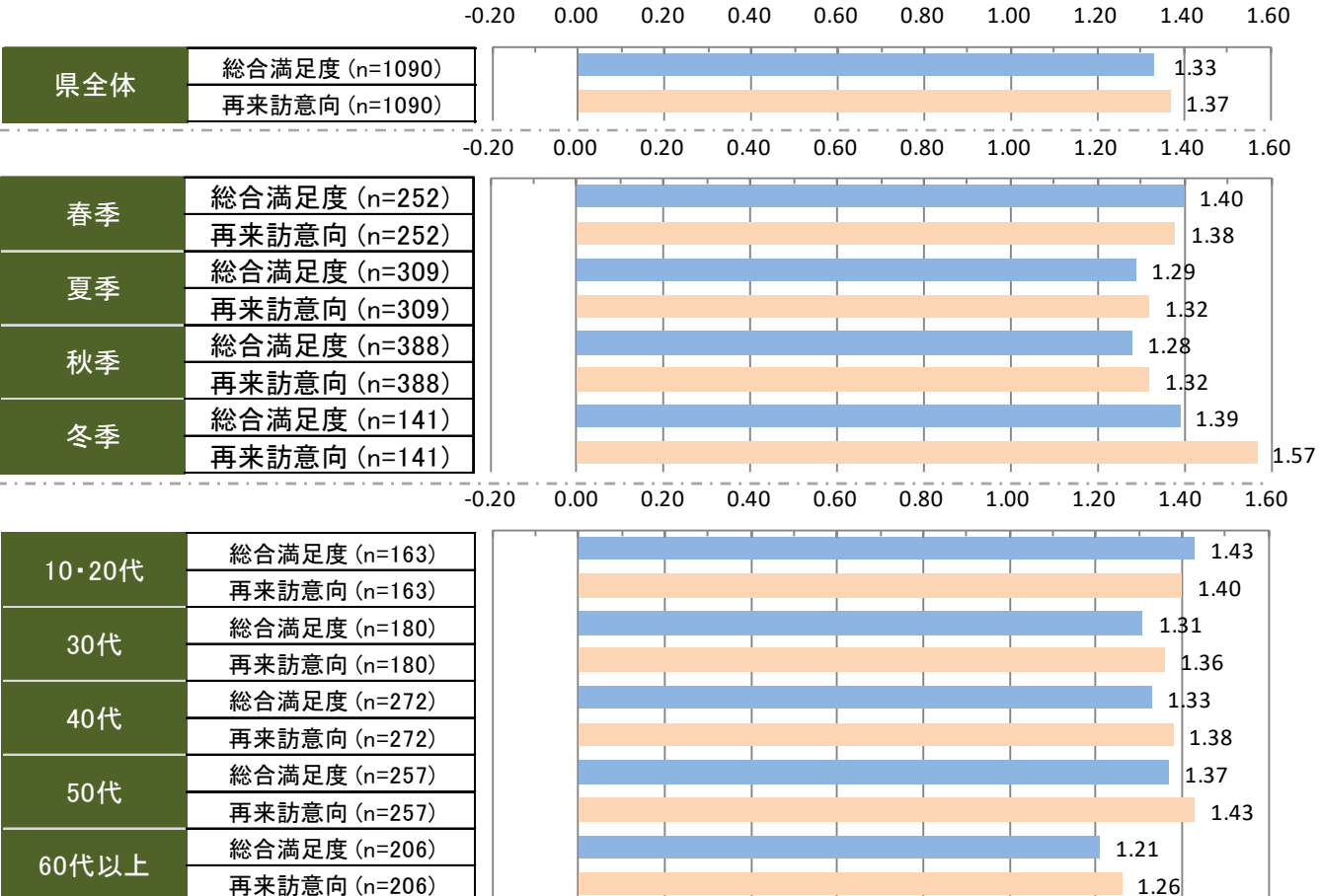
調査地域への総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が 91.8%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が 90.5%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=1090)



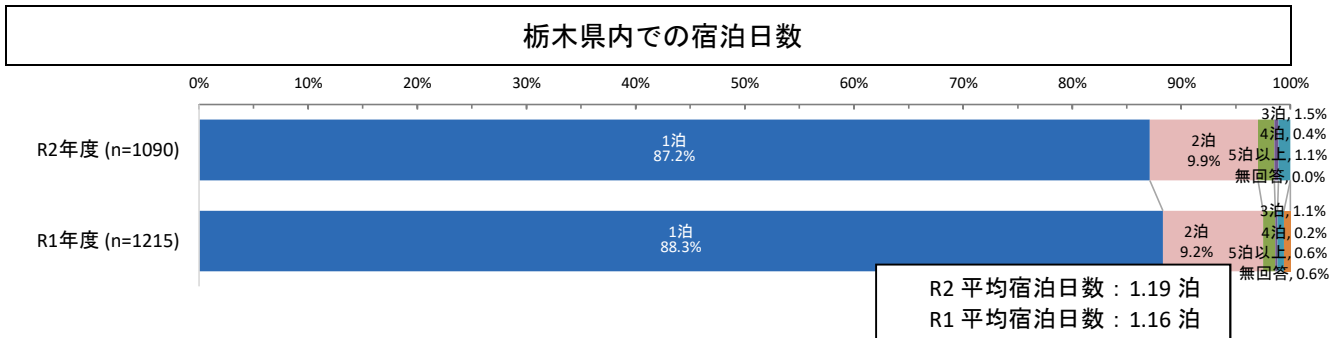
調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

総合満足度を季節別にみると、「春季」が 1.40 で最も高かった。再来訪意向は、「冬季」が 1.57 で最も高かった。
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が 1.43 で最も高かった。再来訪意向は、「50代」が 1.43 で最も高かった。

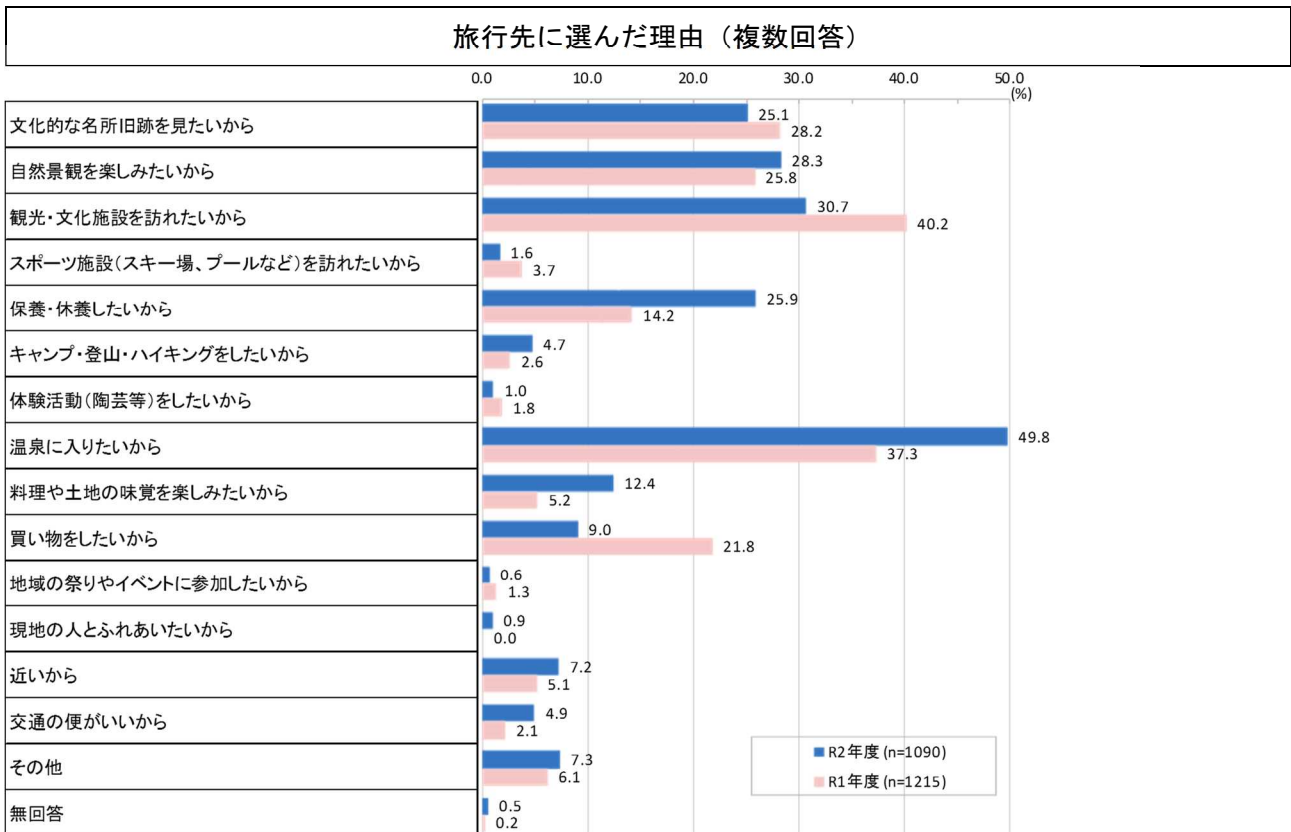


②過去調査との比較

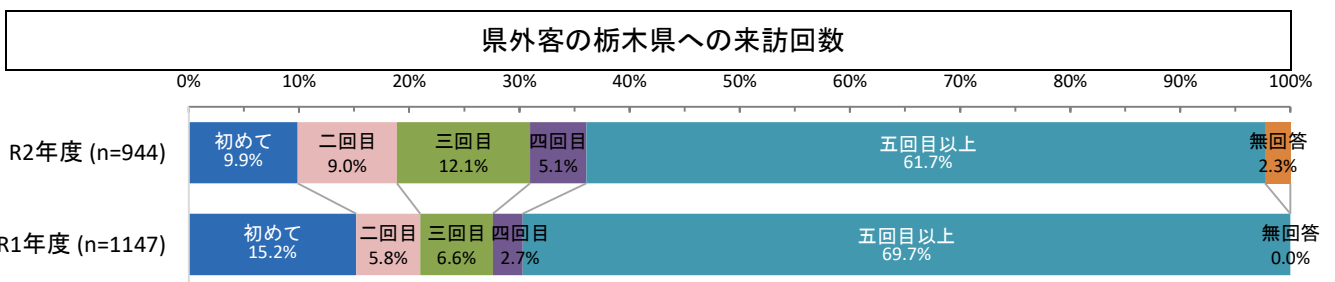
栃木県内での宿泊日数は、「1泊」が令和元（2019）年度調査では88.3%だったが、令和2（2020）年度は87.2%と1.1ポイント減少した。一方、2泊以上の宿泊者の割合は令和元（2019）年度調査と比較して1.8ポイント増加した。平均宿泊日数は、令和元（2019）年度は1.16泊、令和2（2020）年度は1.19泊と増加した。



旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が令和2（2020）年度調査では49.8%と最も多く、令和元（2019）年度調査と比較して12.5ポイント増加した。次いで多かった「観光・文化施設を訪れたいから」は令和元（2019）年度の調査では40.2%であったが、令和2（2020）年度調査では30.7%と9.5ポイント減少した。



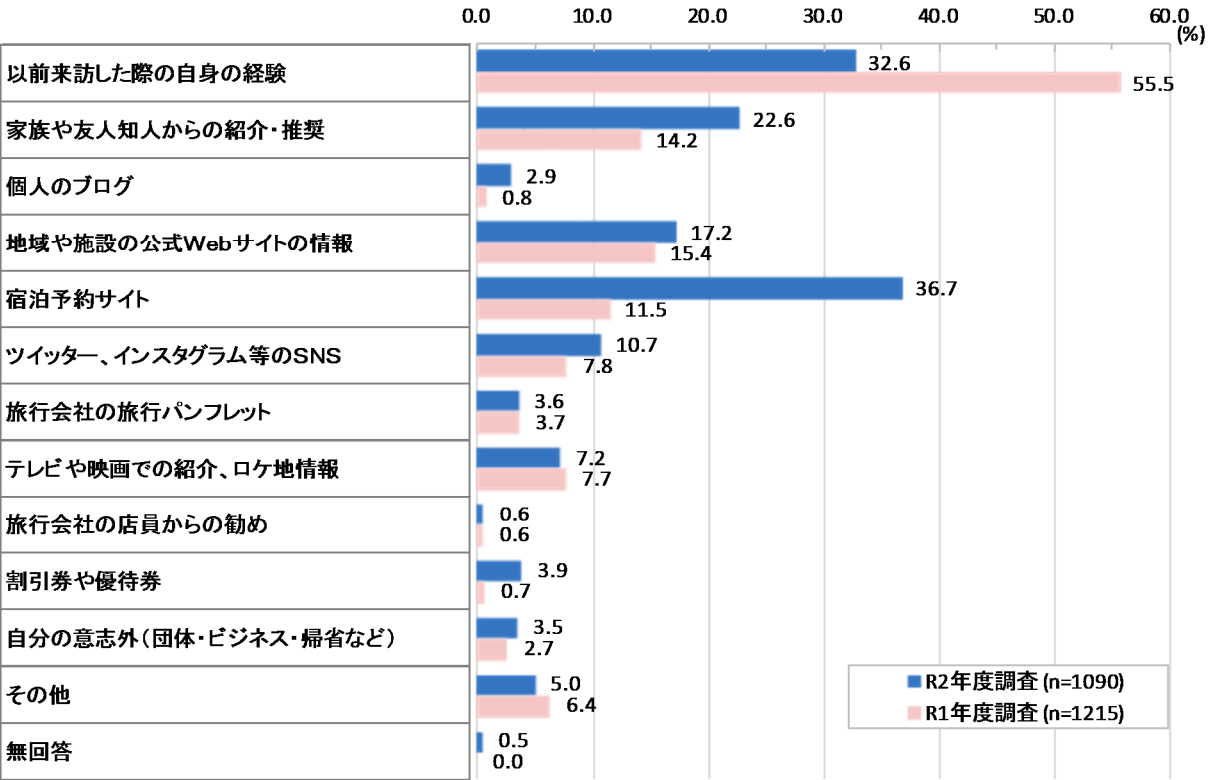
県外客の栃木県への来訪回数は、「五回目以上」が令和元（2019）年度調査では69.7%であったが、令和2（2020）年度調査では61.7%と8.0ポイント減少した。一方、「三回目」は令和元（2019）年度調査の6.6%に対し、令和2（2020）年度調査では12.1%と5.5ポイント増加した。



2. 宿泊客 (1) 県全体

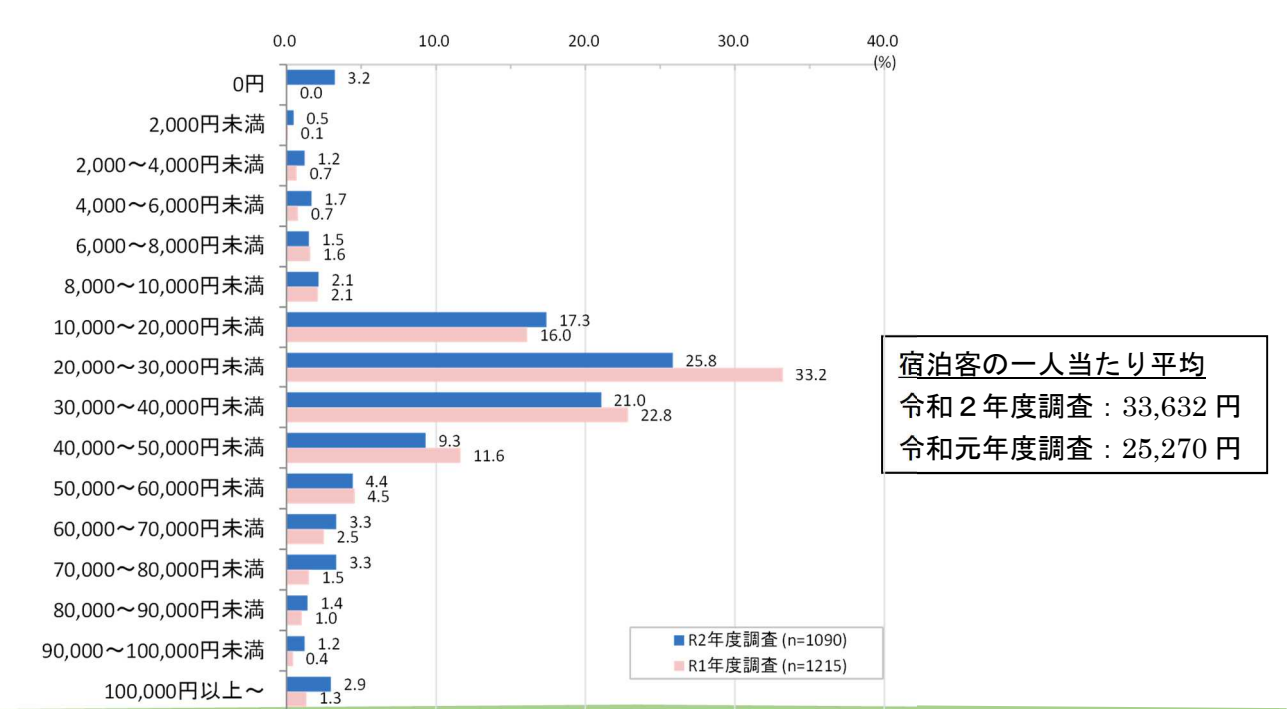
旅行先に選んだ情報源は、令和2（2020）年度調査では「宿泊予約サイト」が36.7%で最も多く、令和元（2019）年度調査の11.5%に対し25.2ポイント増加した。一方で「以前来訪した際の自身の経験」は令和元（2019）年度調査では55.5%であったが、令和2（2020）年度調査では32.6%と22.9ポイント減少した。

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」は令和元（2019）年度調査の33.2%に対し、令和2（2020）年度調査では25.8%と7.4ポイント減少した。一方、10,000円未満の割合は令和元（2019）年度調査と比較して増加した。宿泊客の一人当たり平均は、令和元（2019）年度調査では25,270円であったが、令和2（2020）年度調査では33,632円と増加した。

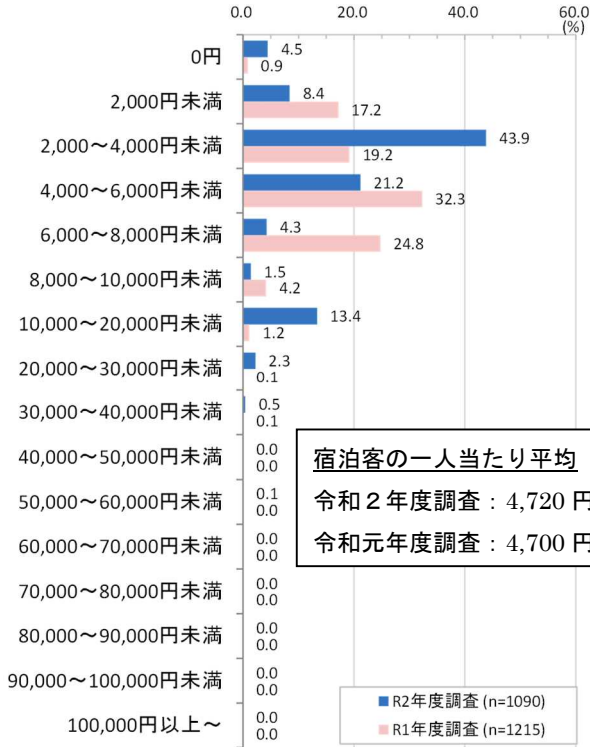
消費支出（総額）



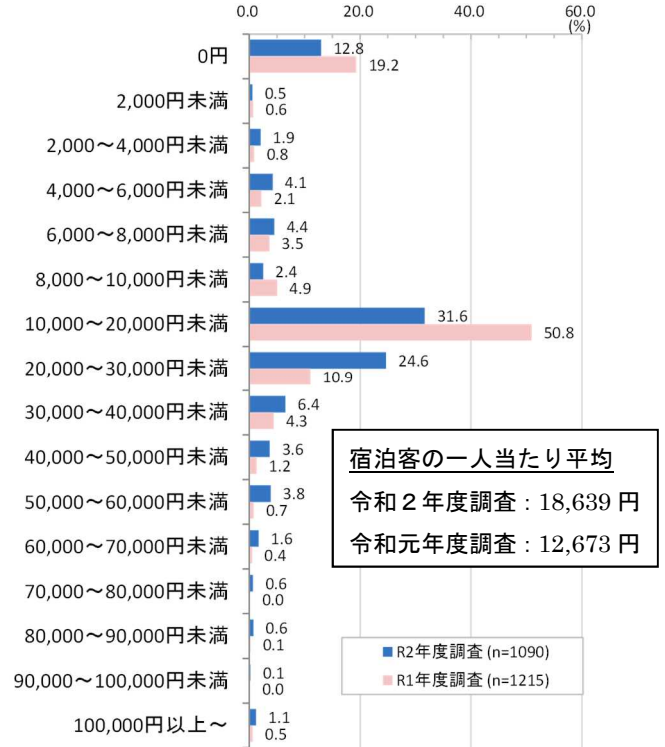
宿泊客の一人当たり平均
 令和2年度調査：33,632円
 令和元年度調査：25,270円

県内交通費は、「2,000～4,000円未満」が令和元（2019）年度調査の19.2%に対し、令和2（2020）年度調査は43.9%と24.7ポイント増加した。宿泊費は、「10,000～20,000円未満」が令和元（2019）年度調査の50.8%に対し、令和2（2020）年度調査では31.6%と19.2ポイント減少した。一方、「20,000～30,000円未満」は10.9%から24.6%に13.7ポイント増加した。

消費支出 県内交通費

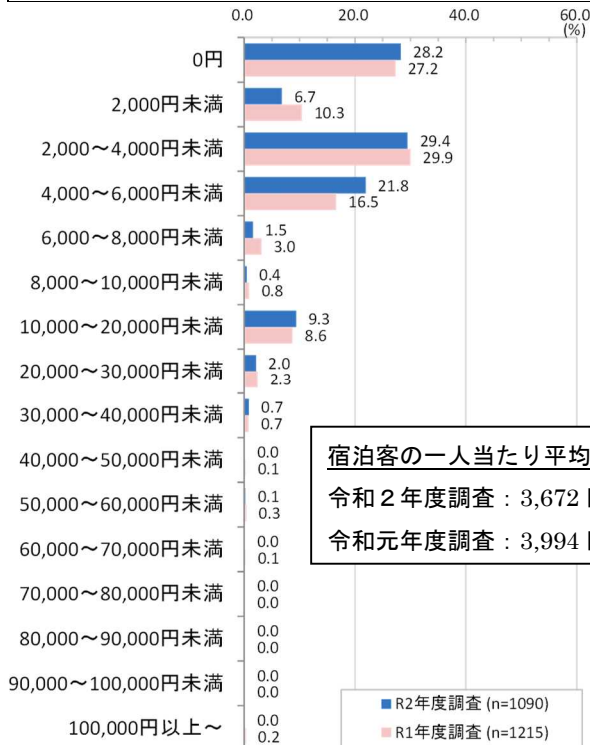


消費支出 宿泊費

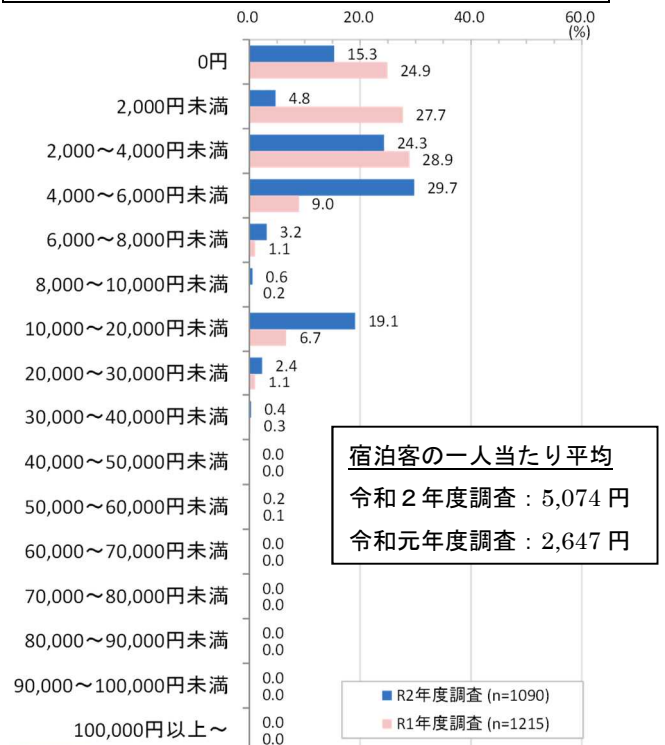


土産代は、「4,000～6,000円未満」が令和元（2019）年度調査の16.5%に対し、令和2（2020）年度調査では21.8%と5.3ポイント増加した。飲食費は、「2,000円未満」が令和元（2019）年度調査の27.7%に対し、令和2（2020）年度調査では4.8%で22.9ポイント減少した。

消費支出 土産代



消費支出 飲食費

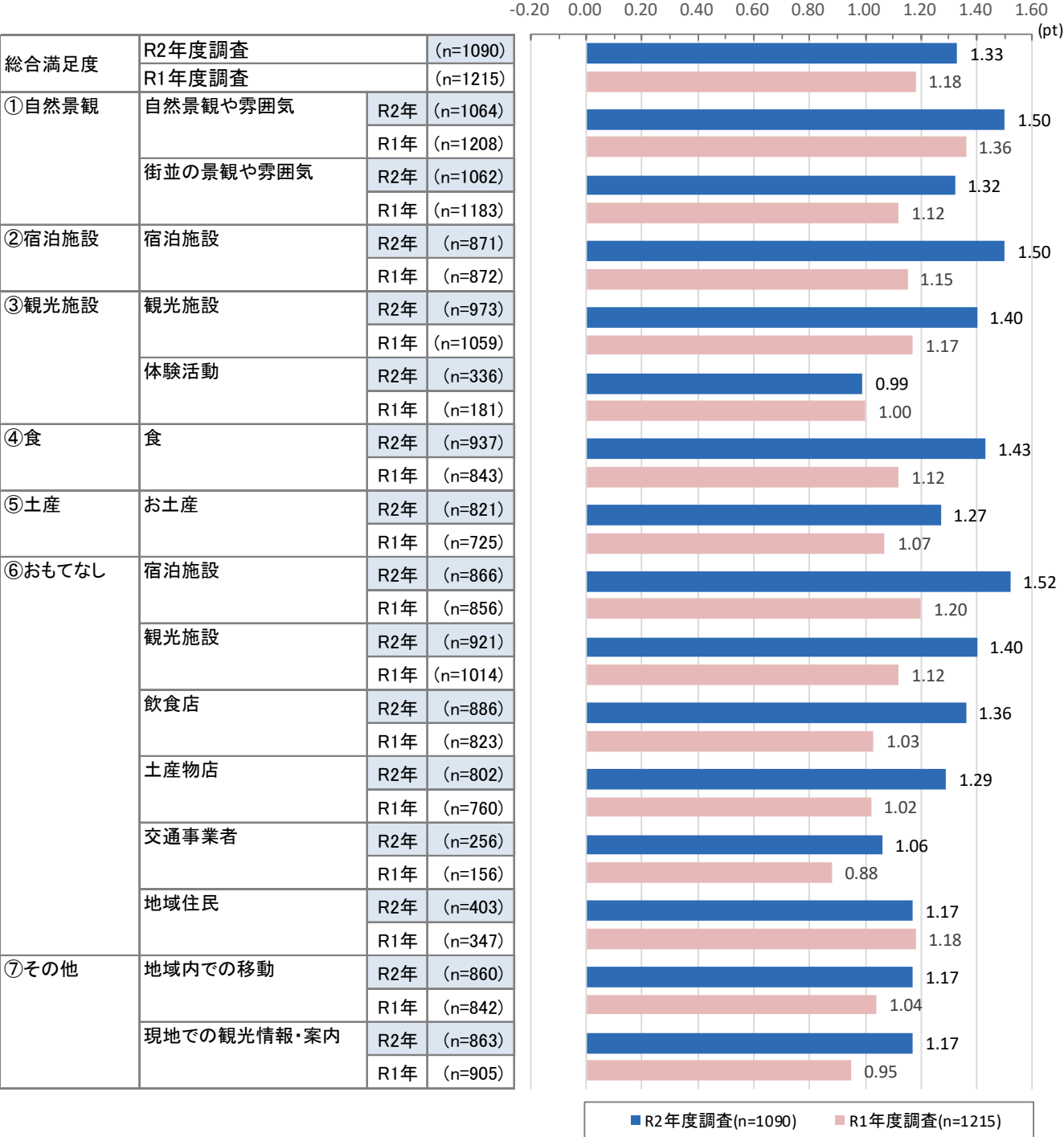


第2章 観光客調査 調査結果

2. 宿泊客 (1) 県全体

総合満足度は、令和2（2020）年度調査では1.33となり、令和元（2019）年度調査の1.18と比較して0.15ポイント増加した。満足度を項目別にみると、令和元（2019）年度は「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.36で最も高かったものの、令和2（2020）年度調査では「おもてなし 宿泊施設」が1.52で最も高くなった。

項目別満足度（加重平均値）



(2) エリア別

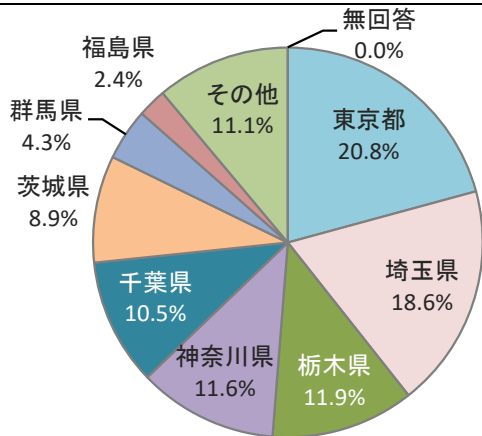
i. 日光エリア

① 令和2(2020)年度調査結果

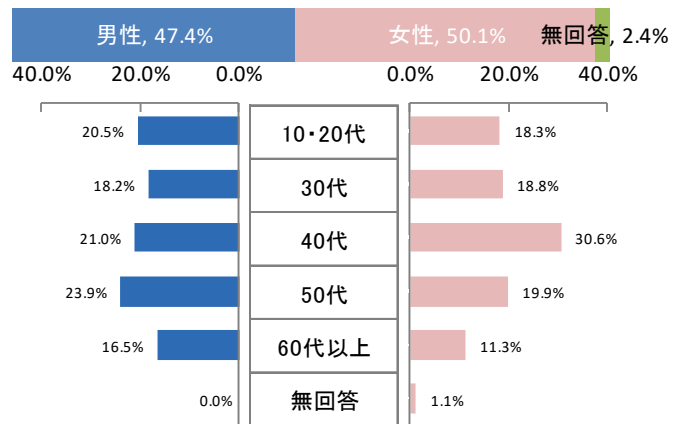
宿泊客(日光エリア) サンプル数：371

お住まいは「東京都」が最も多く20.8%、次いで「埼玉県」が18.6%、「栃木県」が11.9%であった。
年代は、男性は「50代」が23.9%で最も多く、女性は「40代」が30.6%で最多となった。
調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が33.2%で最も多かった。
同行者数は「2人」が48.0%で最も多く、同行者の関係は「子ども連れの家族旅行」が27.8%で最も多かった。

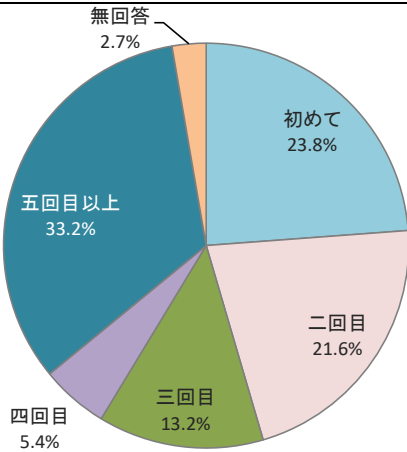
お住まい (n=371)



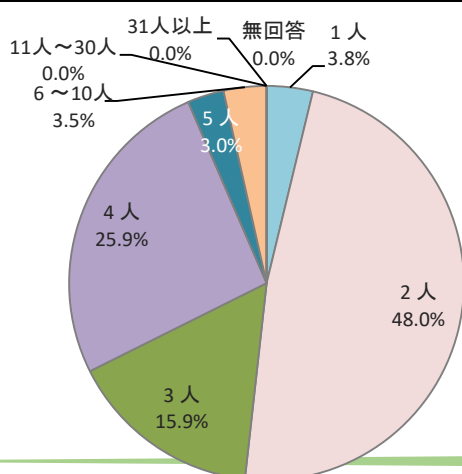
性別・年代 (n=371)



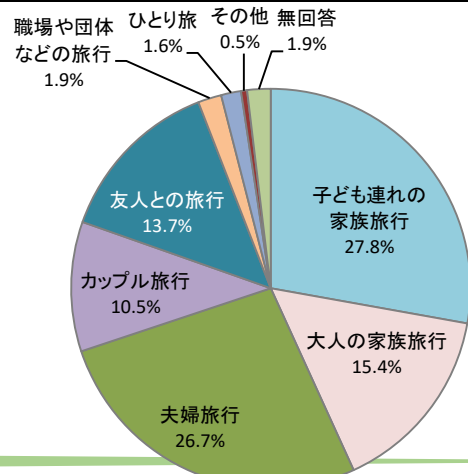
調査地域周辺への来訪回数 (n=370)



同行者数 ※回答者を含む (n=371)

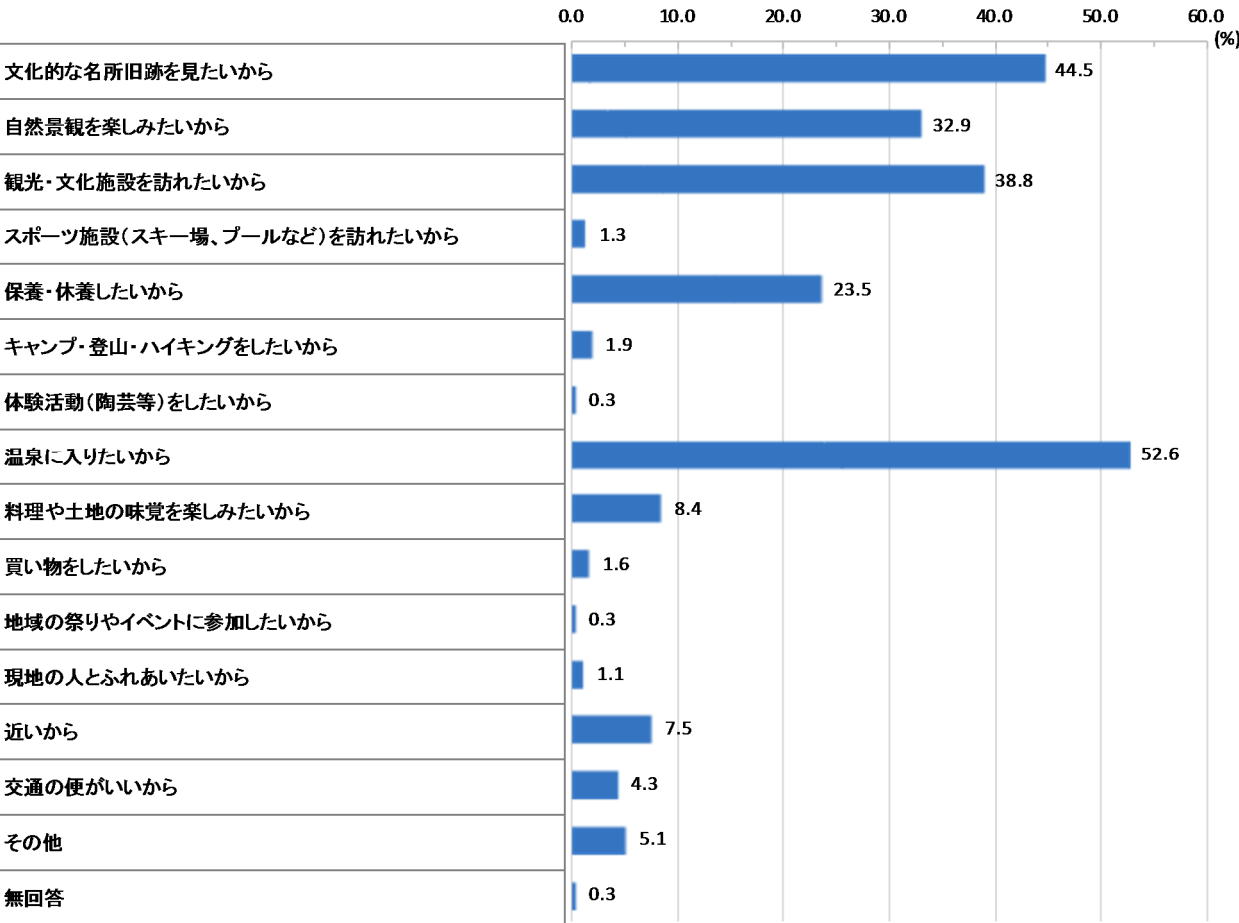


同行者の関係 (n=371)



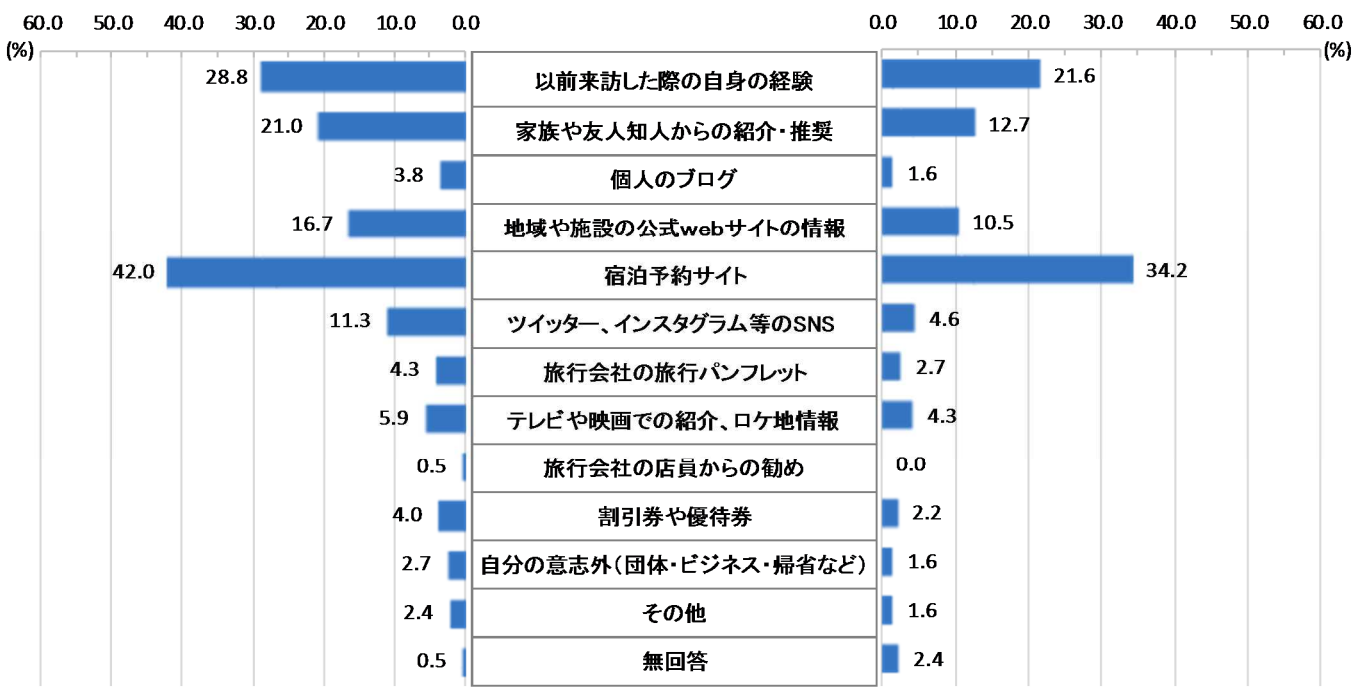
旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が52.6%で最も多く、次いで「文化的な名所旧跡を見たいから」が44.5%であった。旅行先に選んだ情報源は「宿泊予約サイト」が42.0%で最も多く、“決め手”となった情報源も「宿泊予約サイト」が34.2%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由 (複数回答) (n=371)



旅行先に選んだ情報源 (複数回答) (n=371)

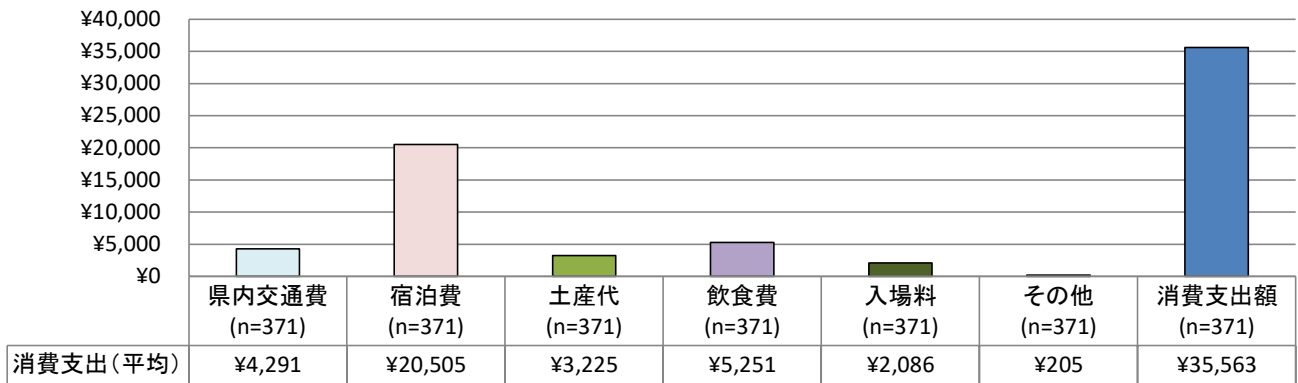
“決め手”となった情報源 (単一回答) (n=371)



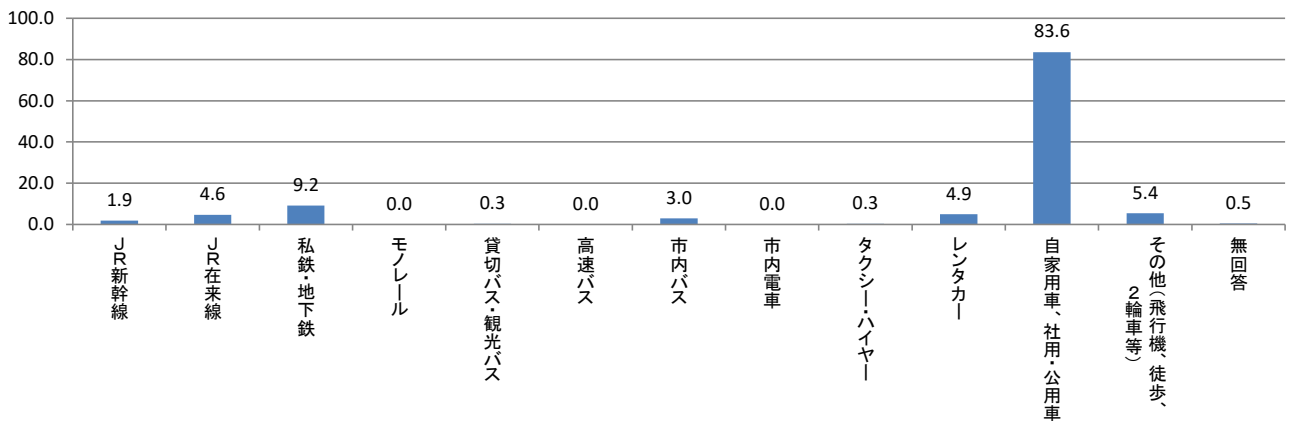
消費支出の平均は、総額で 35,563 円であった。内訳は、「宿泊費」が 20,505 円で最も多く、次いで「飲食費」が 5,251 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 83.6%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が 94 人と最も多く、次いで「二社一寺」が 45 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=371）



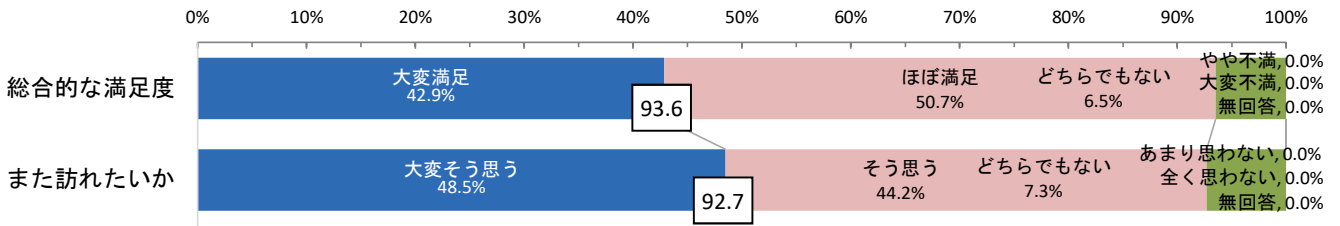
立ち寄り観光施設（n=442）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	日光	那須
鬼怒川温泉(94)	日光街道ニコニコ本陣(3)	那須どうぶつ王国(2)
二社一寺(45)	霧降の滝(2)	那須ガーデンアウトレット(1)
湯西川温泉(26)	日光江戸村(2)	那須ロープウェイ(1)
日光湯元温泉(16)	龍王峡(2)	県央
中禅寺湖(13)	大笹牧場(1)	大谷資料館(3)
華厳ノ滝(9)	湯滝・湯の湖(1)	県南
川治温泉(9)	とりっくあーとぴあ日光(1)	プレステージカントリークラブ(2)
二荒山神社中宮祠(6)	日光さる軍団劇場(1)	いちごの里(2)
東武ワールドスクウェア(5)	那須	県東
戦場ヶ原・小田代原(4)	トリックアートの館(3)	道の駅もてぎ(2)
巨大迷路パラディウム(3)	塩原温泉郷(2)	

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
東武ワールドスクウェア（13）、華厳ノ滝（3）

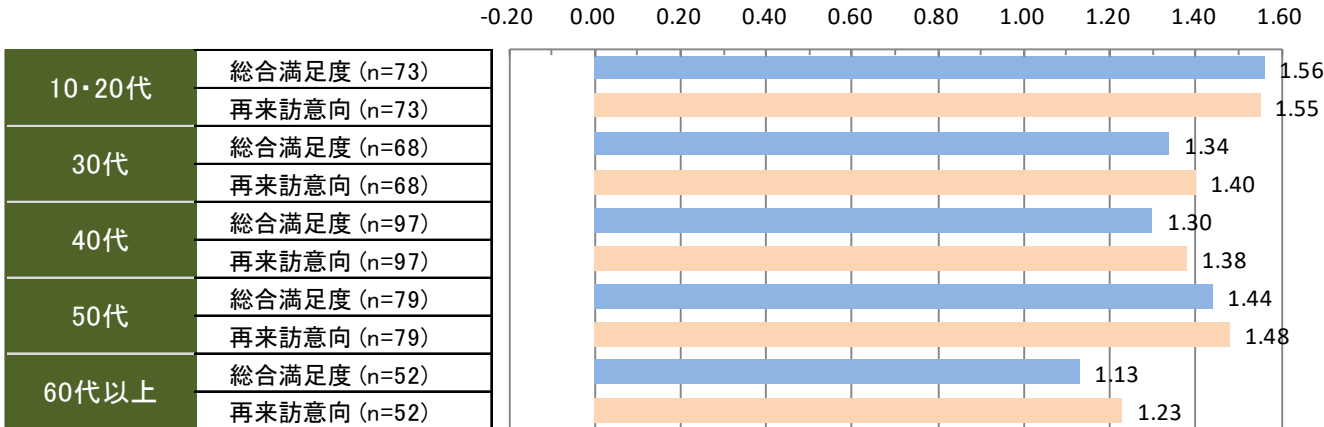
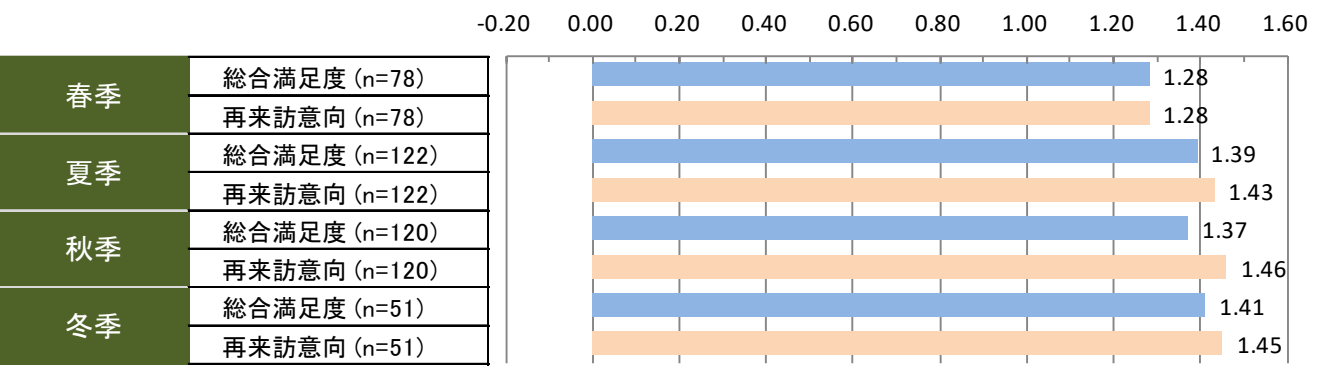
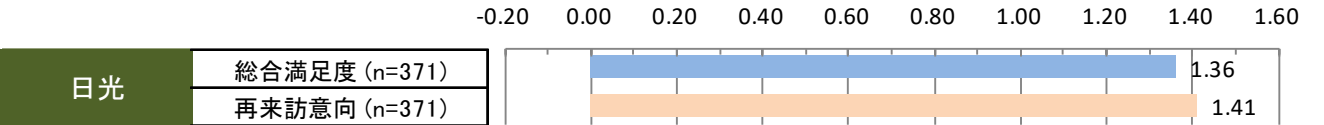
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が93.6%であった。また訪れたいかは「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が92.7%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=371)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

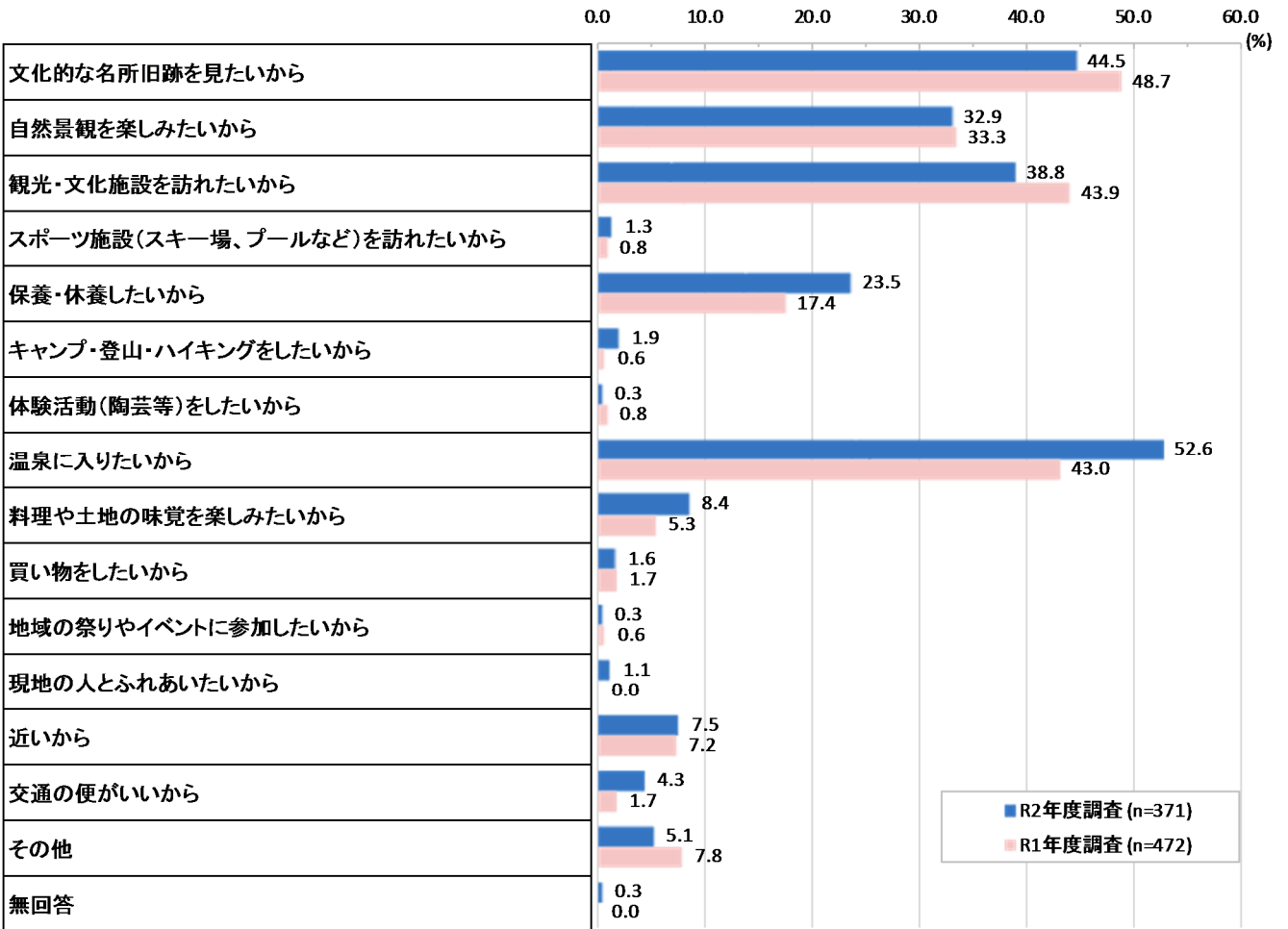
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.41で最も高く、「春季」が1.28で最も低かった。再来訪意向については、「秋季」が1.46で最も高く、「春季」が1.28で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.56で最も高く、「60代以上」が1.13で最も低かった。同様に、再来訪意向についても「10・20代」が1.55で最も高く、「60代以上」が1.23で最も低かった。



②過去調査との比較

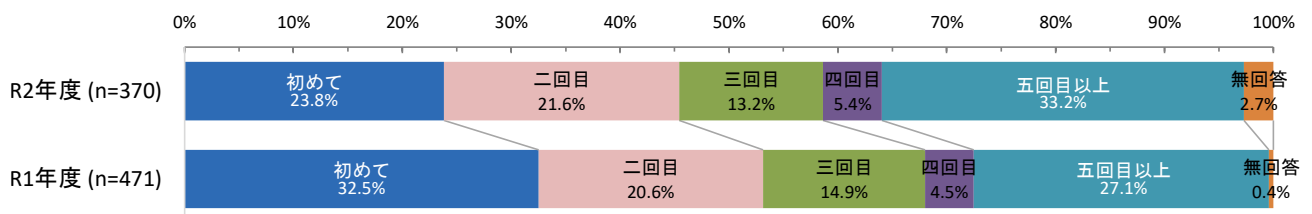
旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が最も多く、令和元（2019）年度調査では 43.0% だったが、令和 2（2020）年度調査では 52.6% と 9.6 ポイント増加した。次いで「文化的な名所旧跡を見たいから」は、令和元（2019）年度調査では最も多い 48.7% であったが、令和 2（2020）年度調査では 44.5% で 4.2 ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



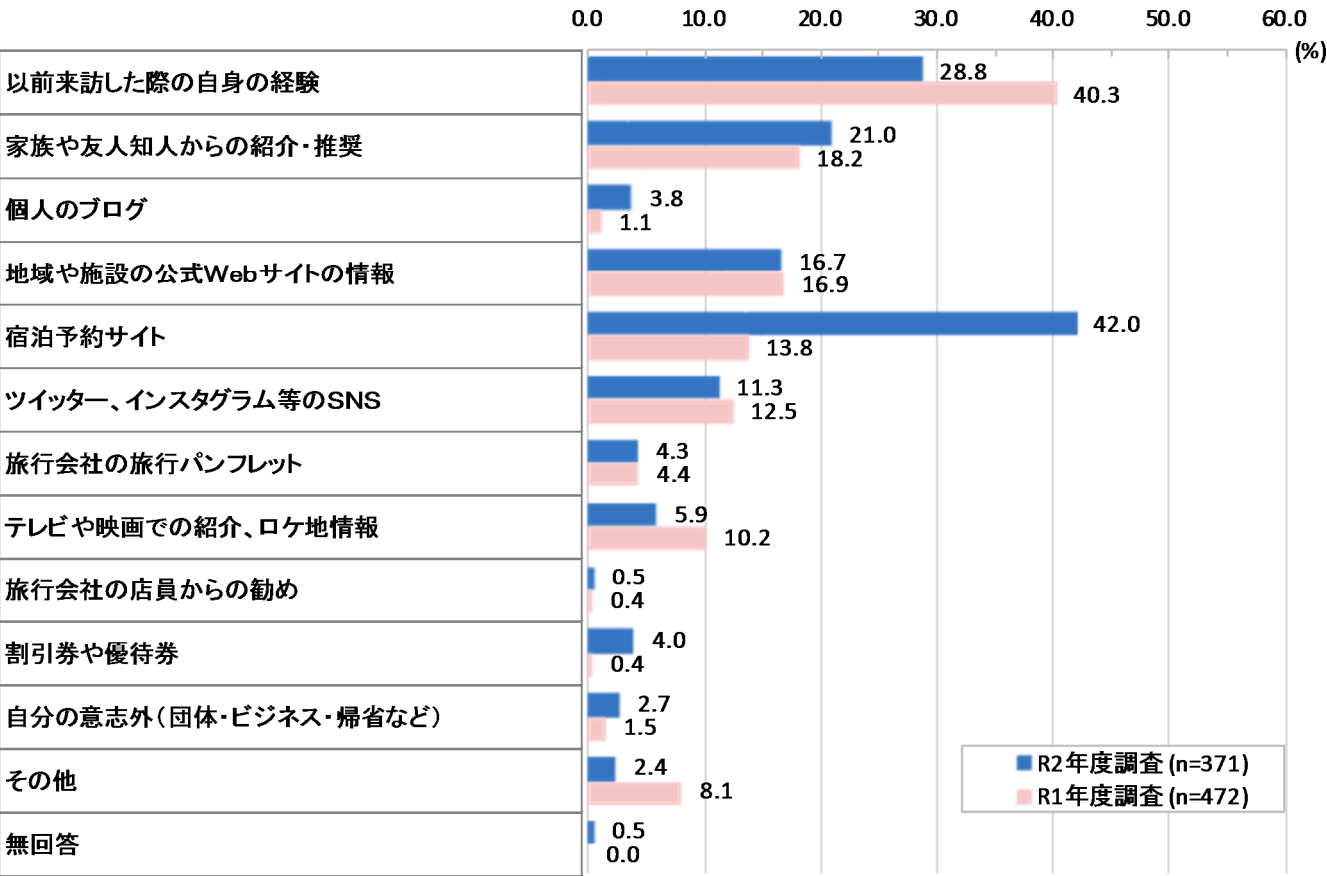
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が令和元（2019）年度調査では 32.5% であったが、令和 2（2020）年度調査では 23.8% と 8.7 ポイント減少した。一方、「五回目以上」は令和元（2019）年度調査で 27.1% であったが、令和 2（2020）年度調査では 33.2% と 6.1 ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



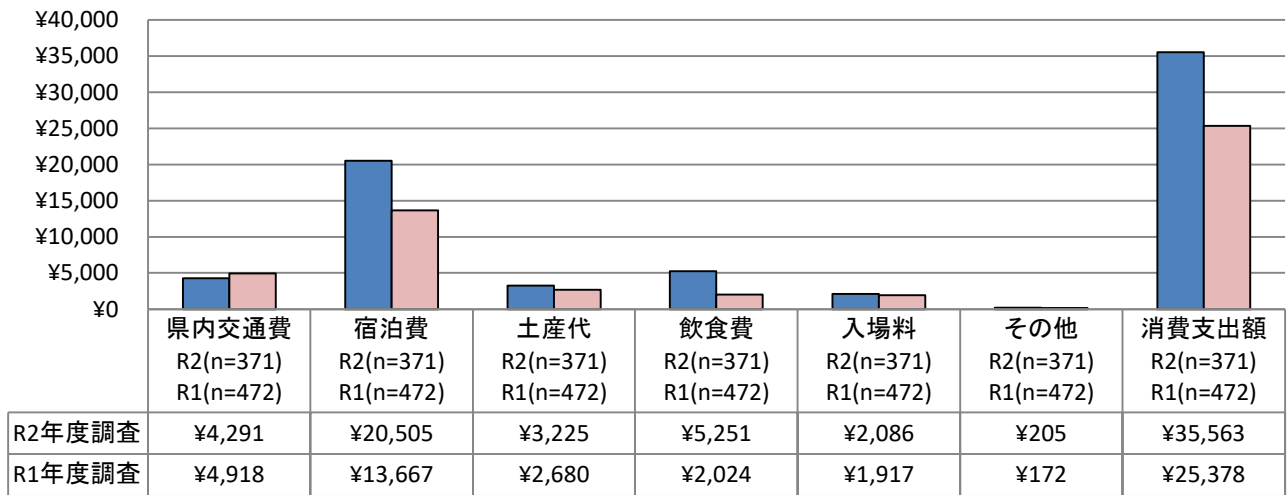
旅行先に選んだ情報源は、「宿泊予約サイト」が最も多くなり、令和元（2019）年度調査では 13.8%、令和 2（2020）年度調査では 42.0%と 28.2 ポイント増加した。一方、「以前来訪した際の自身の経験」は令和元（2019）年度調査では 40.3%であったが、令和 2（2020）年度調査では 28.8%と 11.5 ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



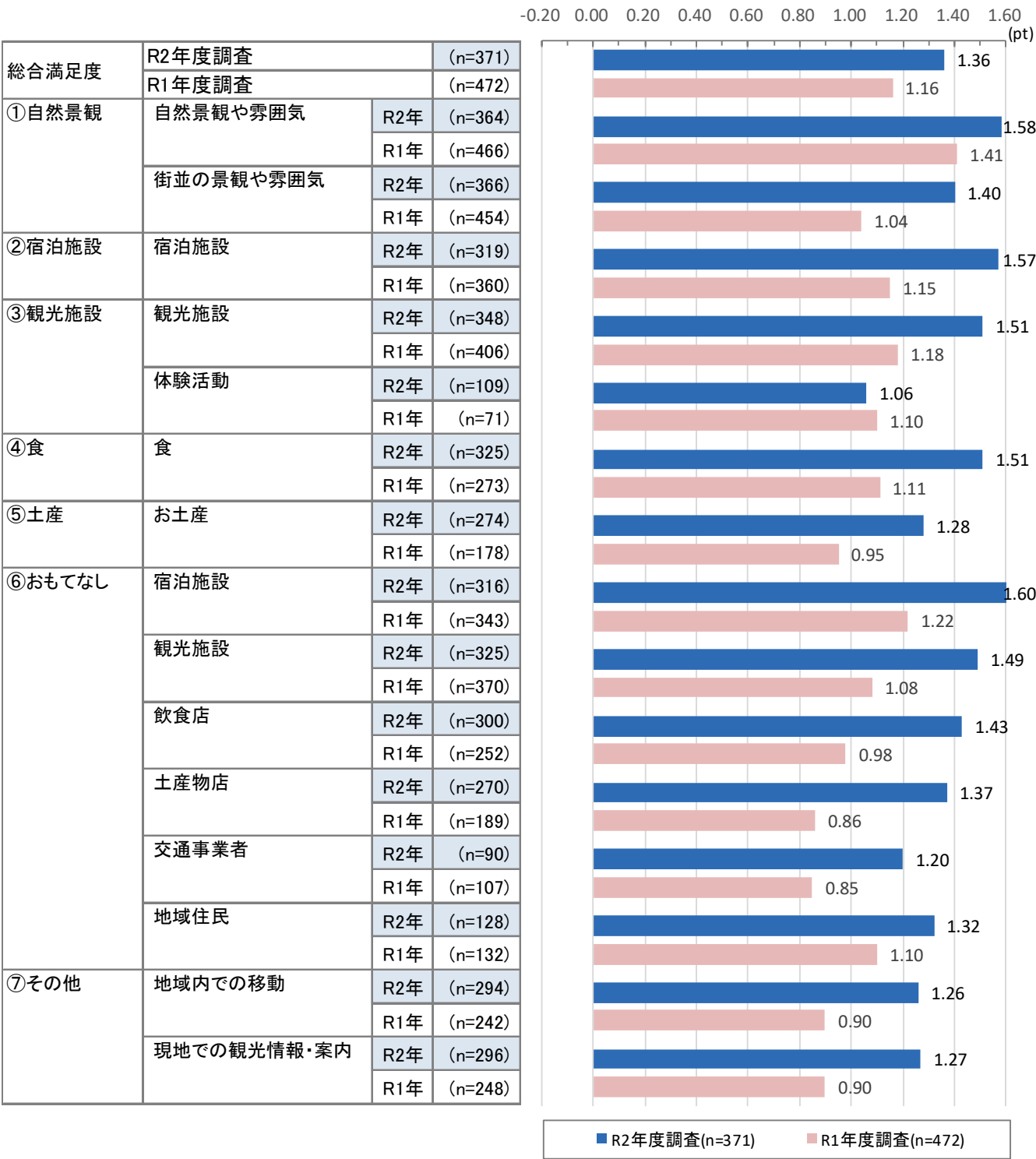
消費支出の総額は、令和元（2019）年度調査では 25,378 円だったが、令和 2（2020）年度調査では 35,563 円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、令和元（2019）年度調査では 1.16 であったが、令和 2（2020）年度調査では 1.36 と 0.20 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、令和元（2019）年度調査では「自然景観 自然景観や雰囲気」が 1.41 で最も高く、令和 2（2020）年度調査は「おもてなし 宿泊施設」が 1.60 で最も高くなった。

項目別満足度（加重平均値）



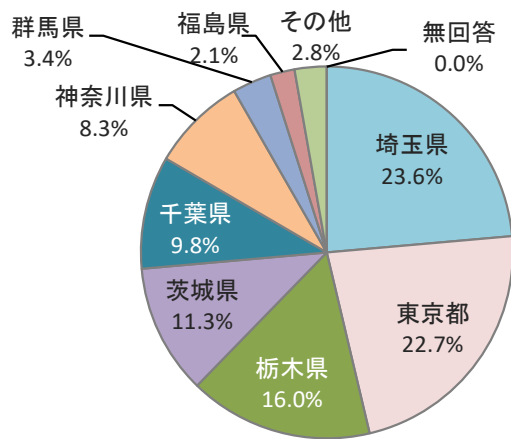
ii. 那須エリア

① 令和2(2020)年度調査結果

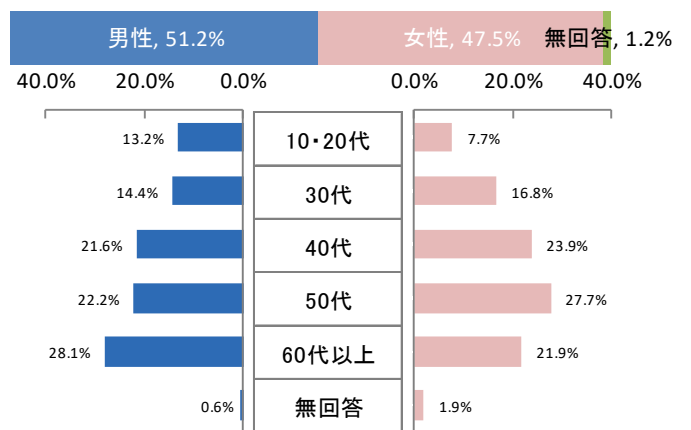
宿泊客(那須エリア) サンプル数：326

お住まいは「埼玉県」が最も多く23.6%、次いで「東京都」が22.7%、「栃木県」が16.0%であった。年代は、男性は「60代以上」が28.1%で最も多く、女性は「50代」が27.7%で最多であった。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62.8%で最も多かった。同行者数は「2人」が46.0%で最も多く、同行者の関係は「夫婦旅行」が30.1%で最も多かった。

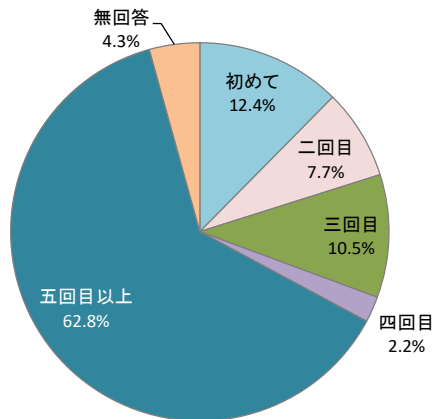
お住まい (n=326)



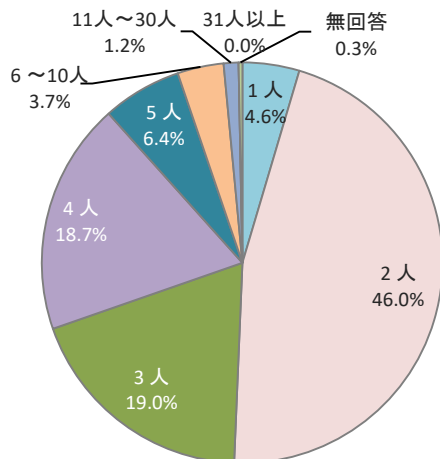
性別・年代 (n=326)



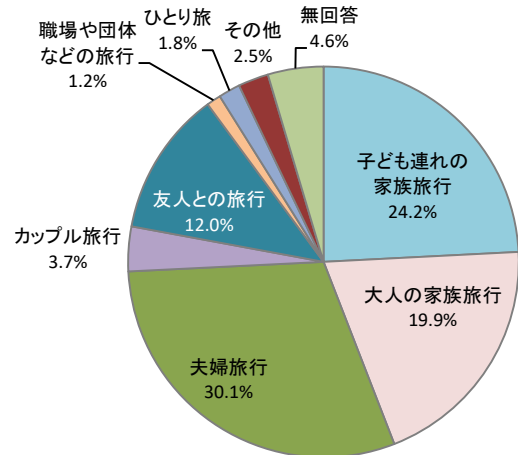
調査地域周辺への来訪回数 (n=323)



同行者数 ※回答者を含む (n=326)

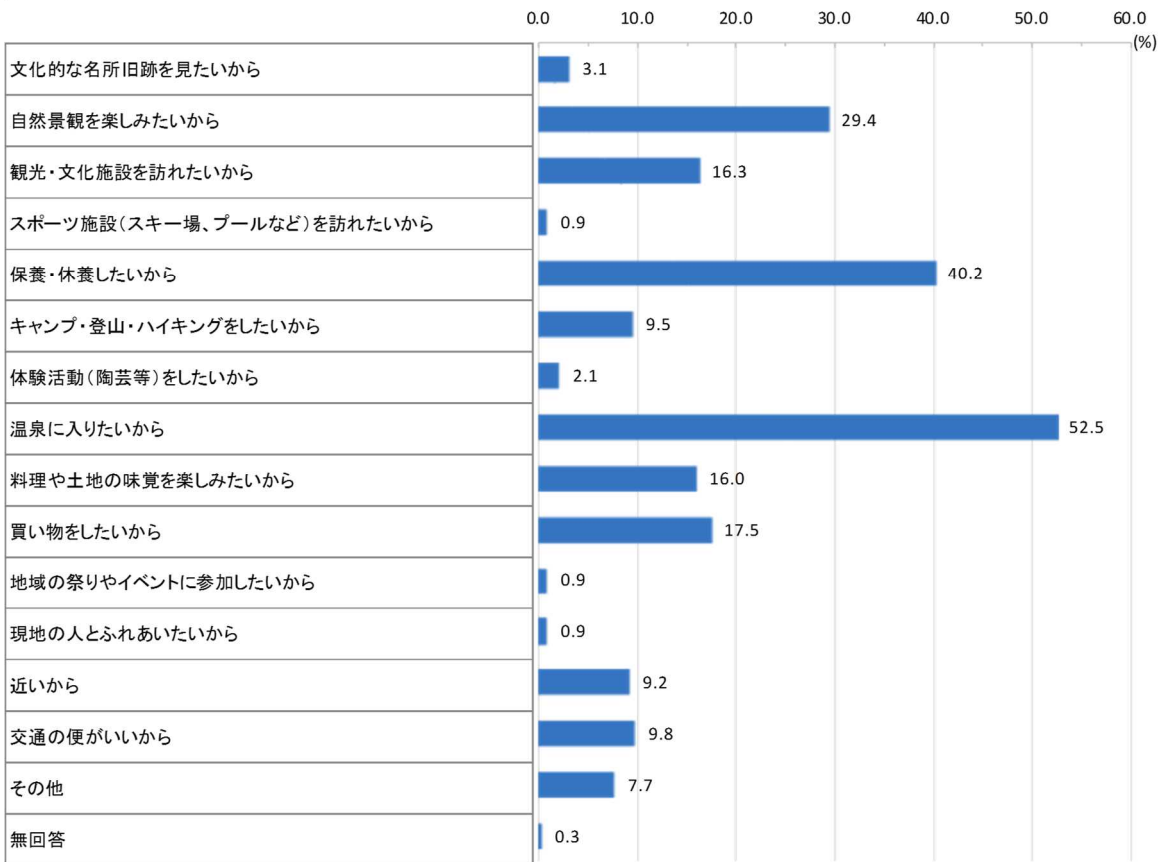


同行者の関係 (n=326)



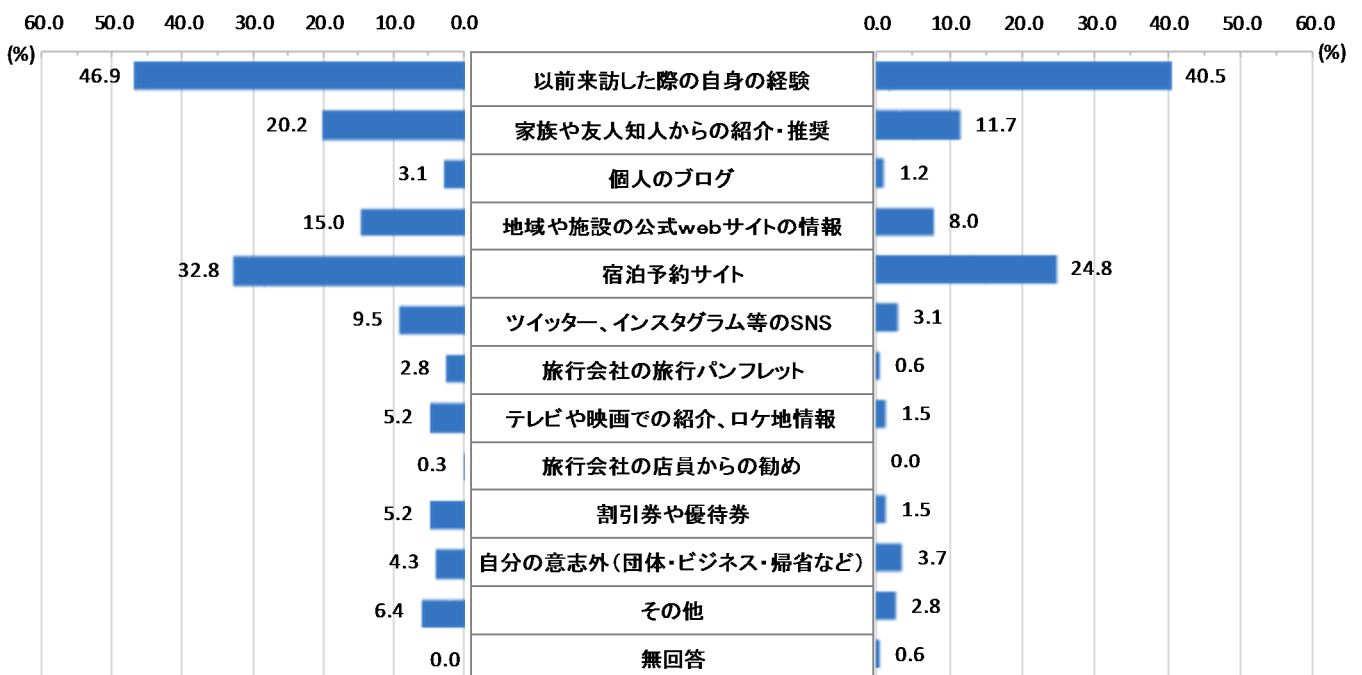
旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が52.5%で最も多く、次いで「保養・休養したいから」が40.2%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が46.9%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が40.5%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=326）



旅行先に選んだ情報源
(複数回答) (n=326)

“決め手”となった情報源
(単一回答) (n=326)

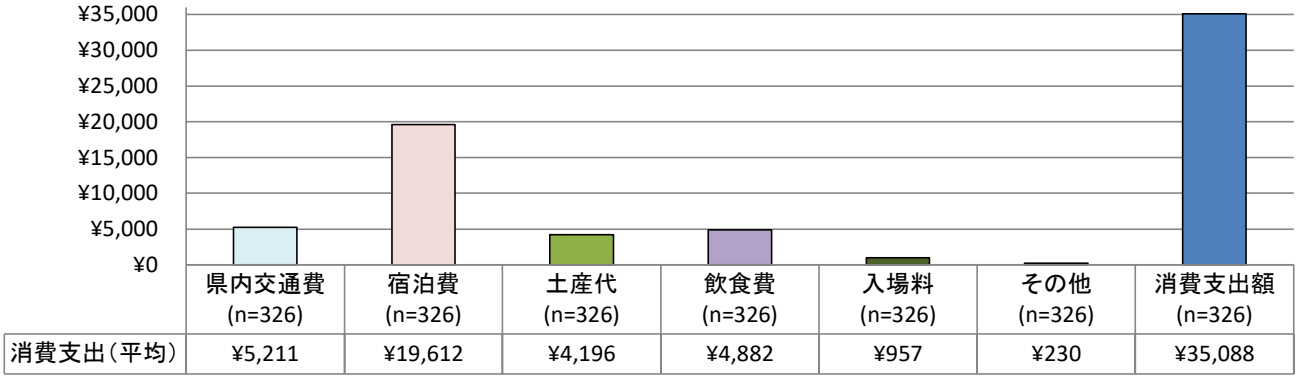


第2章 観光客調査 調査結果

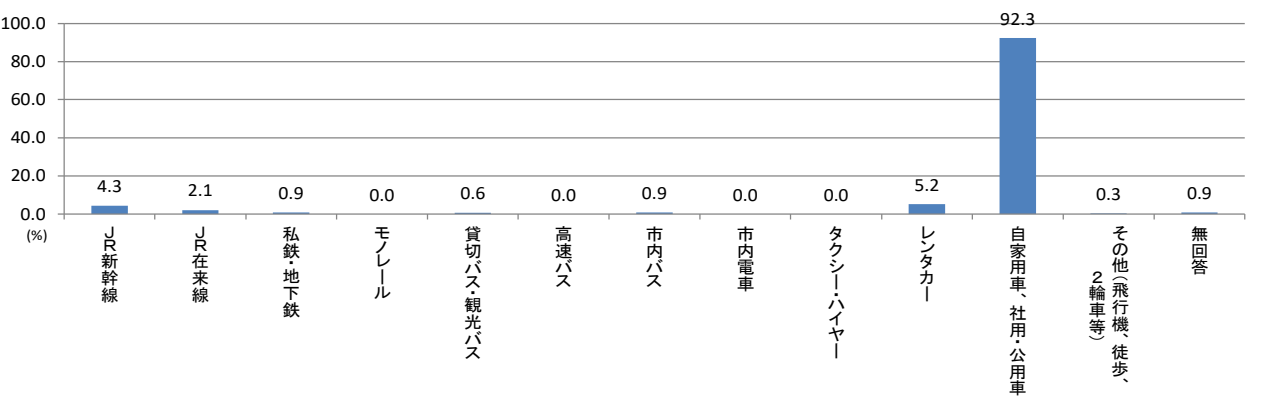
2. 宿泊客 (2)エリア別 ii. 那須エリア

消費支出の平均は、総額で 35,088 円であった。内訳は、「宿泊費」が 19,612 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 5,211 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 92.3%であった。
立ち寄り観光施設は、「塩原温泉郷」が 23 人で最も多く、次いで「那須どうぶつ王国」が 17 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=326）

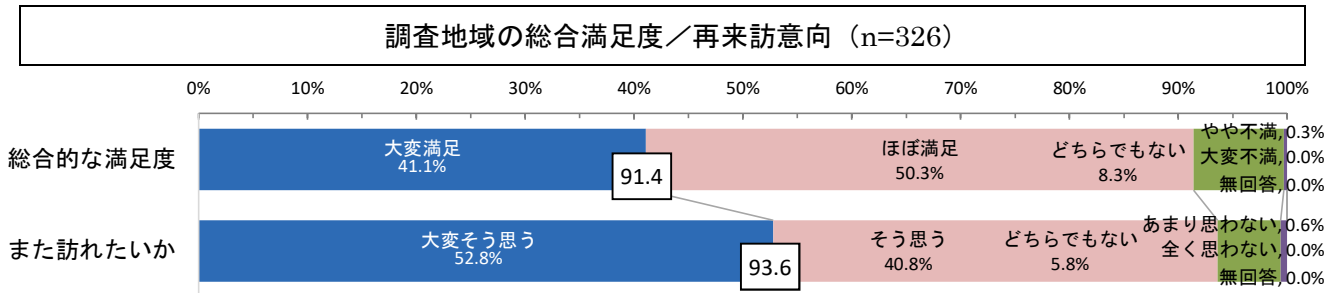


立ち寄り観光施設（n=326）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	那須	那須
二社一寺(4)	那須高原友愛の森(9)	那須ガーデンアウトレット(2)
川治温泉(4)	南ヶ丘牧場(9)	板室温泉郷(2)
鬼怒川温泉(3)	ホテルサンバレー那須(8)	那須岳(茶臼岳)(2)
華厳ノ滝(1)	りんどう湖LAKE VIEW(5)	トリックアートの館(2)
湯西川温泉(1)	那須ハイランドパーク(5)	県央
那須	那須サファリパーク(4)	大谷資料館(3)
塩原温泉郷(23)	那須ステンドグラス美術館(4)	道の駅きつれがわ(1)
那須どうぶつ王国(17)	那須ティニーベア・ミュージアム(3)	県南
那須高原ビジターセンター(16)	那須ワールドモンキーパーク(3)	道の駅みかも(1)
千本松牧場(10)	藤城清治美術館(3)	県東
ホテルエピナル那須(10)	道の駅やいた(2)	道の駅にのみや(1)

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
那須高原友愛の森（2）、アグリパル塩原（1）

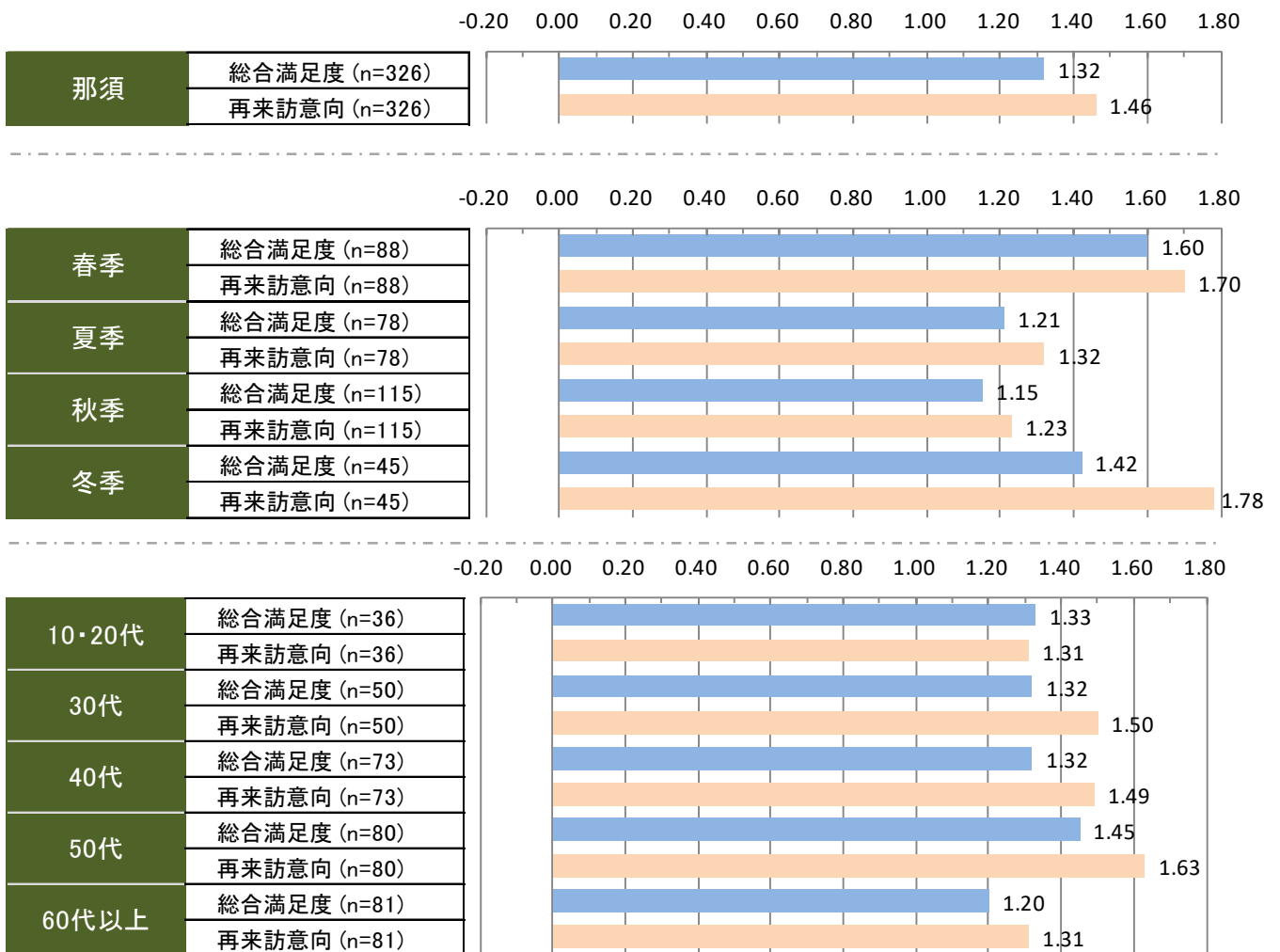
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が91.4%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が93.6%であった。



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1.60で最も高く、「秋季」が1.15で最も低かった。再来訪意向については「冬季」が1.78で最も高く、「秋季」が1.23で最も低かった。

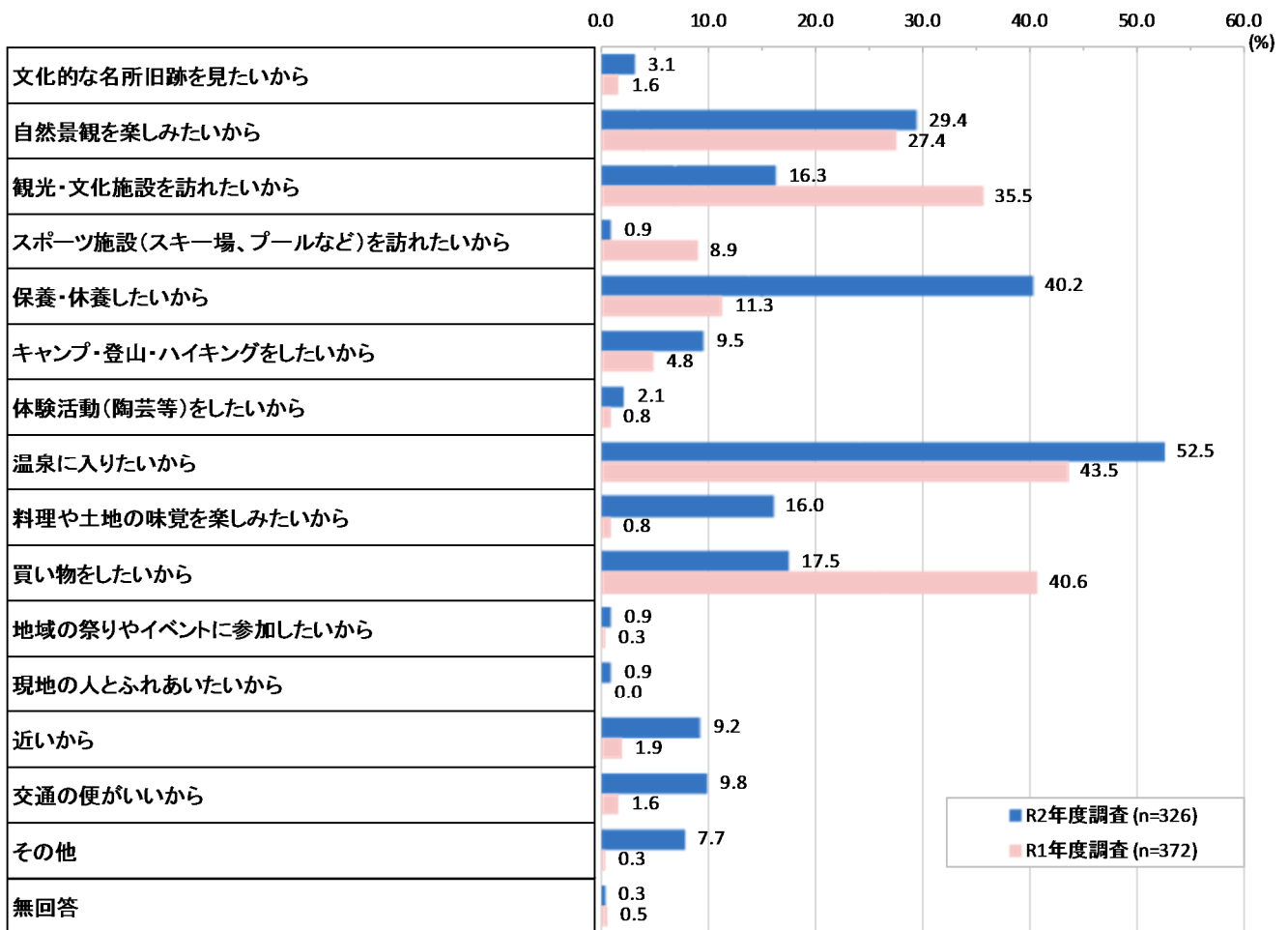
年代別にみると、総合満足度は「50代」が1.45で最も高く、「60代以上」が1.20で最も低かった。再来訪意向については「50代」が1.63で最も高く、「10・20代」「60代以上」が1.31で最も低かった。



②過去調査との比較

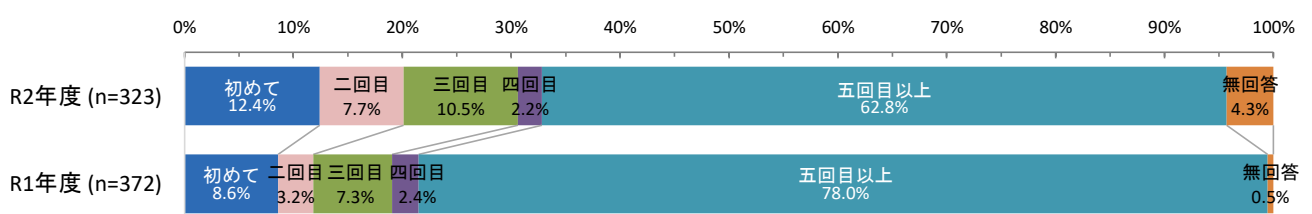
旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が最も多く、令和元（2019）年度調査では 43.5%であったが、令和 2（2020）年度調査では 52.5%と 9.0 ポイント増加した。次いで多かった「保養・休養したいから」は令和元（2019）年度調査では 11.3%であったが、令和 2（2020）年度調査では 40.2%と 28.9 ポイント増加した。一方、「買い物をしたいから」は令和元（2019）年度調査では 40.6%であったが、令和 2（2020）年度調査では 17.5%と 23.1 ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



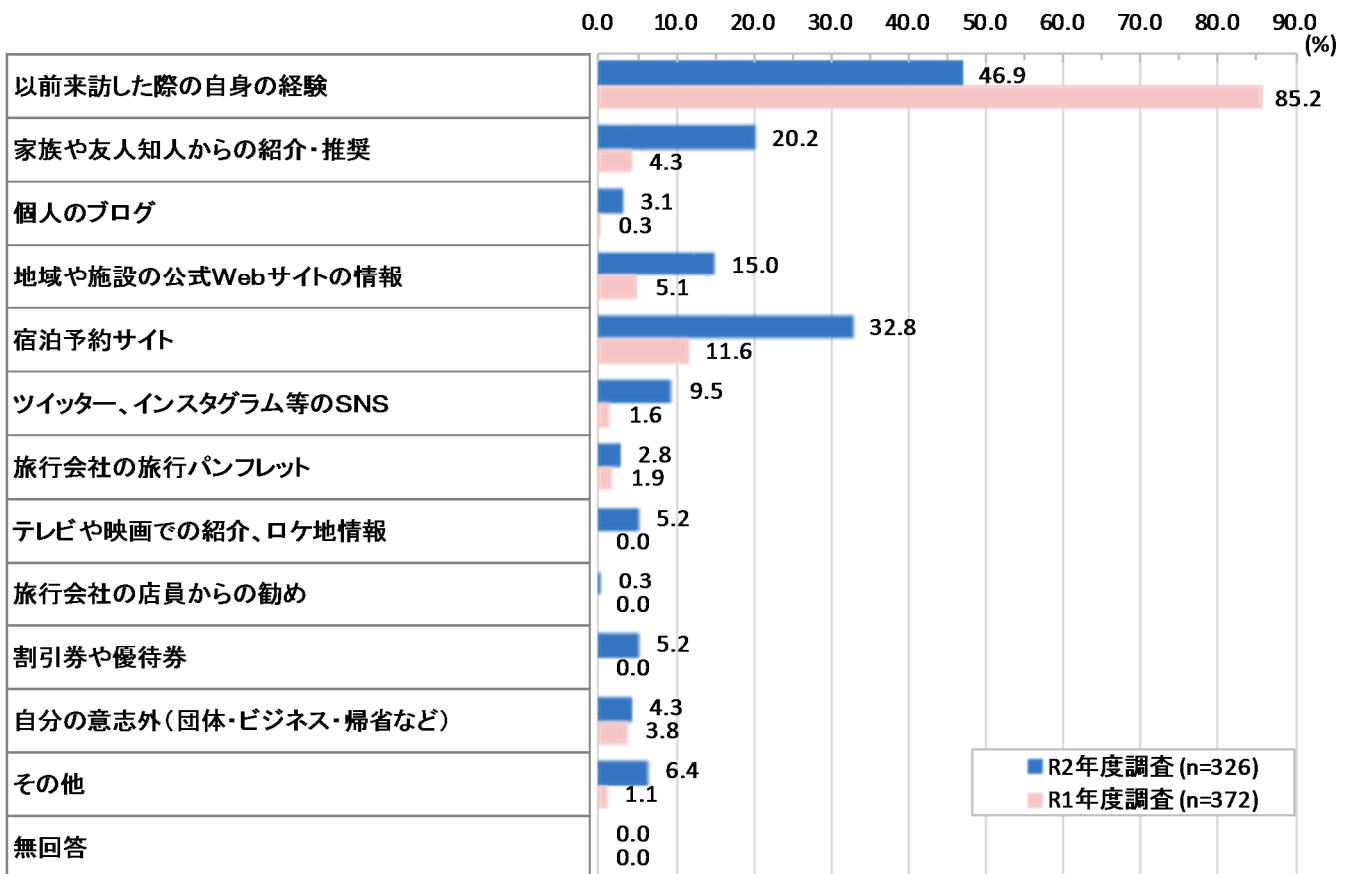
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が令和元（2019）年度調査では 8.6%であったが、令和 2（2020）年度調査では 12.4%と 3.8 ポイント増加した。また、「二回目」も 4.5 ポイント、「三回目」も 3.2 ポイント増加した。一方、「五回目以上」は令和元（2019）年度調査では 78.0%であったが、令和 2（2020）年度調査では 62.8%と 15.2 ポイント減少した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



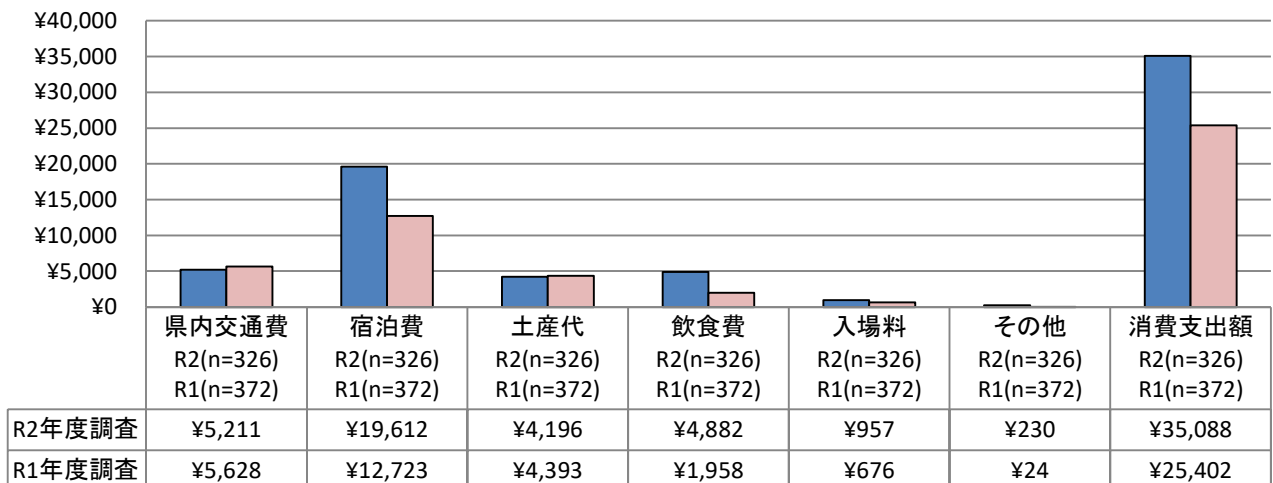
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が令和元（2019）年度調査では 85.2% で最も多かったが、令和 2（2020）年度調査では 46.9% と 38.3 ポイント減少した。一方、「宿泊予約サイト」は令和元（2019）年度調査で 11.6% だったが、令和 2（2020）年度調査では 32.8% と 21.2 ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



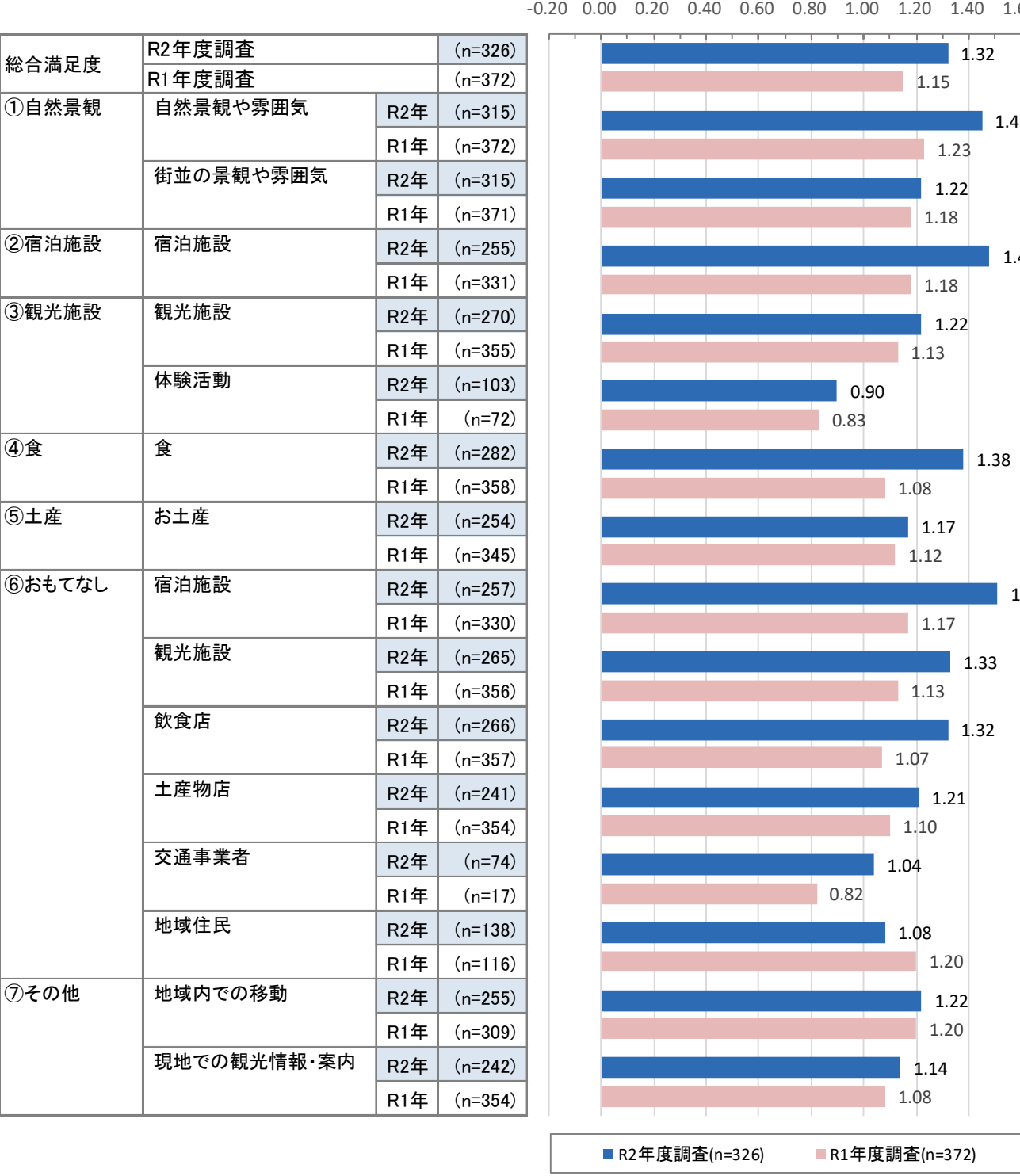
消費支出の総額は、令和元（2019）年度調査では 25,402 円であったが、令和 2（2020）年度調査では 35,088 円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、令和元（2019）年度調査で1.15であったが、令和2（2020）年度調査では1.32と0.17ポイント増加した。満足度を項目別にみると、令和元（2019）年度調査は「自然景観 自然景観や雰囲気」が1.23で最も高く、令和2（2020）年度調査は「おもてなし 宿泊施設」が1.51で最も高くなった。

項目別満足度（加重平均値）



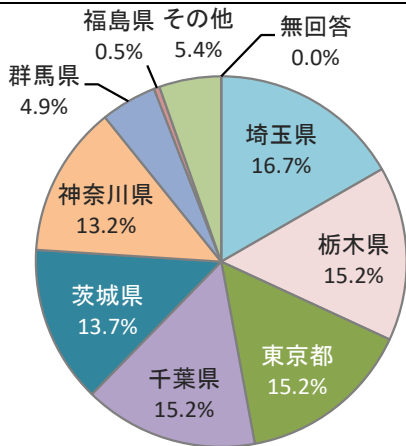
iii. 県央エリア

① 令和2(2020)年度調査結果

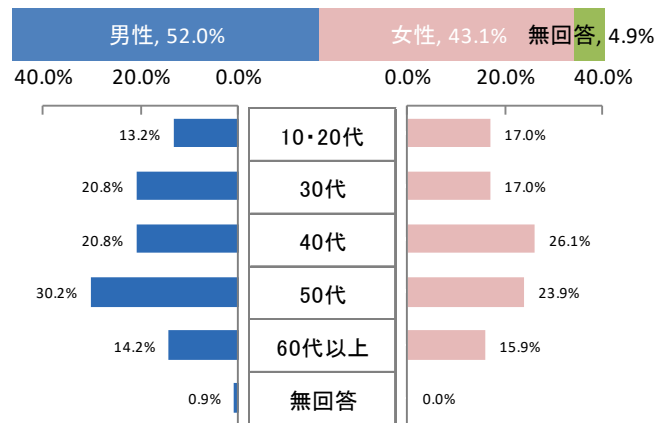
宿泊客（県央エリア） サンプル数：204

お住まいは「埼玉県」が最も多く16.7%、次いで「栃木県」「東京都」「千葉県」がいずれも15.2%で同率となった。
年代は、男性では「50代」が最も多く30.2%、女では「40代」が最も多く26.1%であった。
調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が37.6%で最も多かった。
同行者数は「2人」が39.2%で最も多く、同行者の関係は「子ども連れの家族旅行」が29.4%で最も多かった。

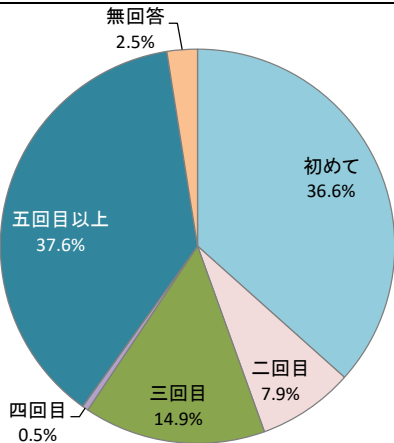
お住まい (n=204)



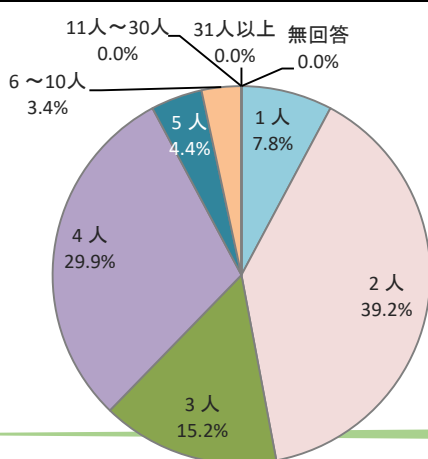
性別・年代 (n=204)



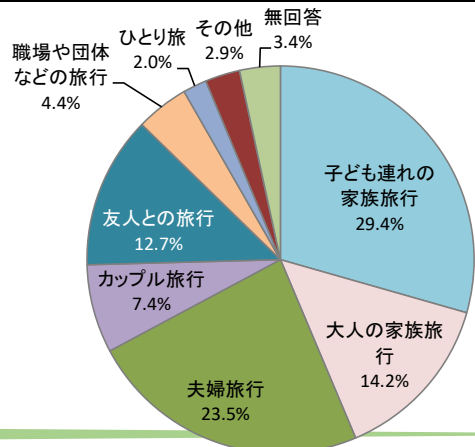
調査地域周辺への来訪回数 (n=202)



同行者数 ※回答者を含む (n=204)

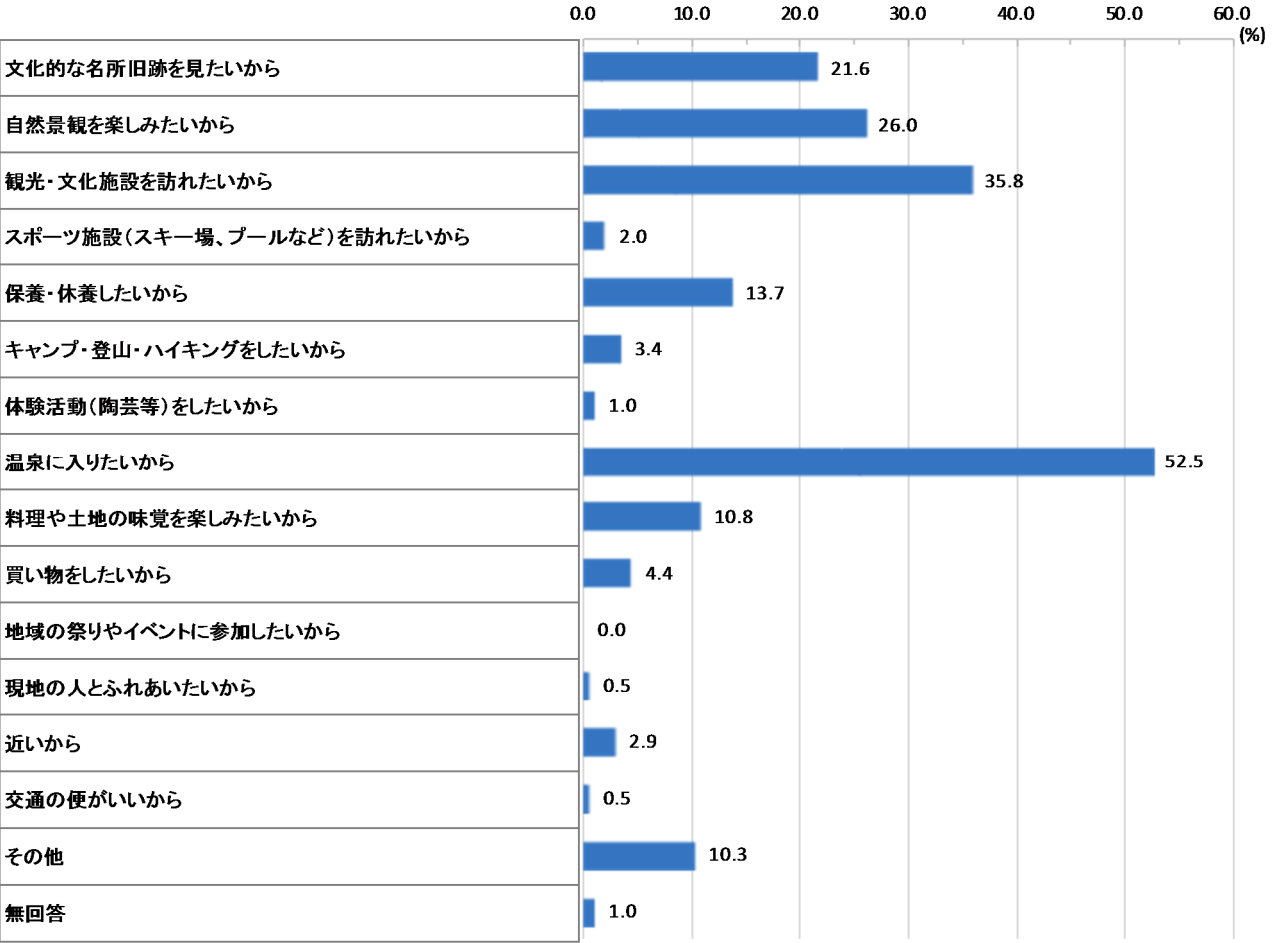


同行者の関係 (n=204)



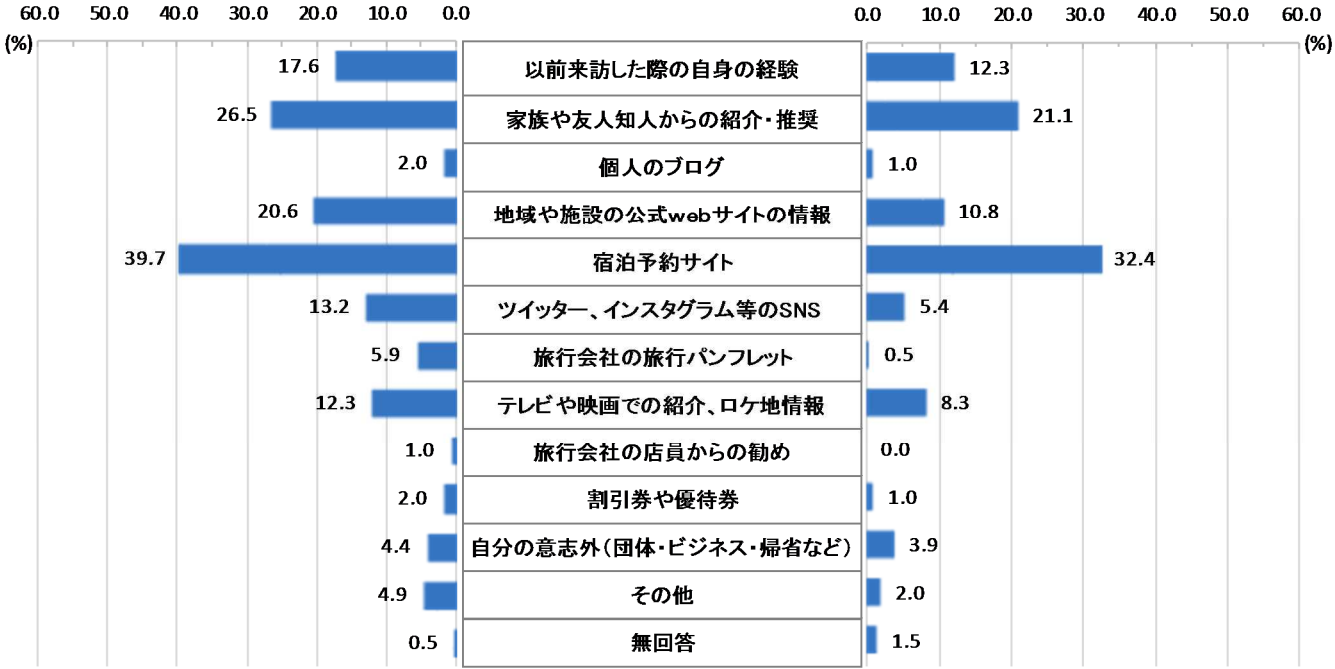
旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が52.5%で最も多く、次いで「観光・文化施設を訪れたいから」が35.8%であった。旅行先に選んだ情報源は「宿泊予約サイト」が39.7%で最も多く、“決め手”となった情報源も「宿泊予約サイト」が32.4%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=204）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=204）

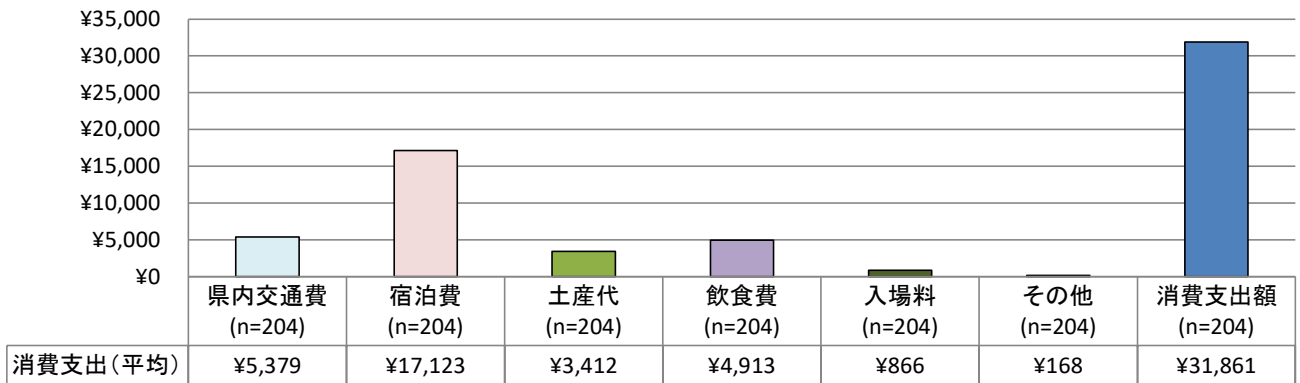
“決め手”となった情報源（単一回答）（n=204）



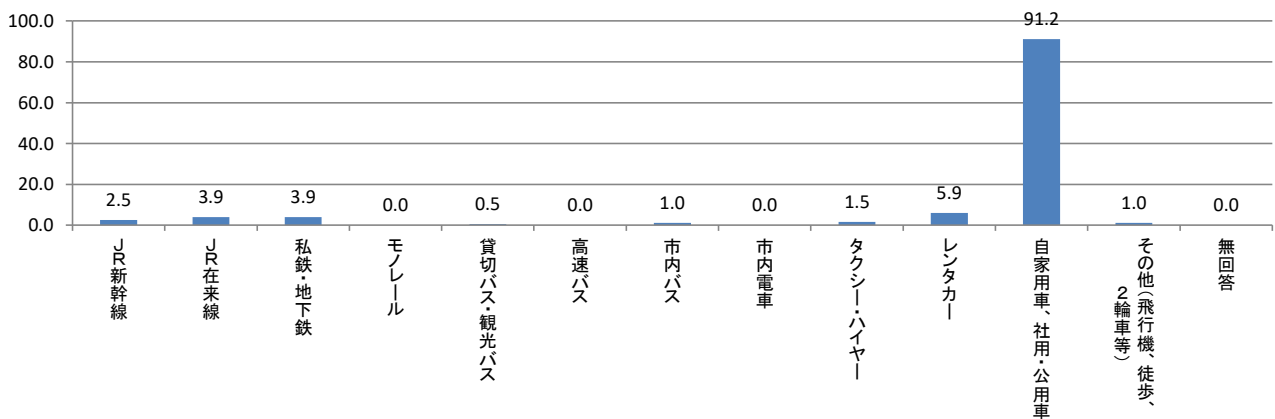
消費支出の平均は、総額で 31,861 円であった。内訳は、「宿泊費」が 17,123 円で最も多く、次いで「県内交通費」が 5,379 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 91.2%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が 15 人で最も多く、次いで「那須高原ビジターセンター」が 14 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=204）



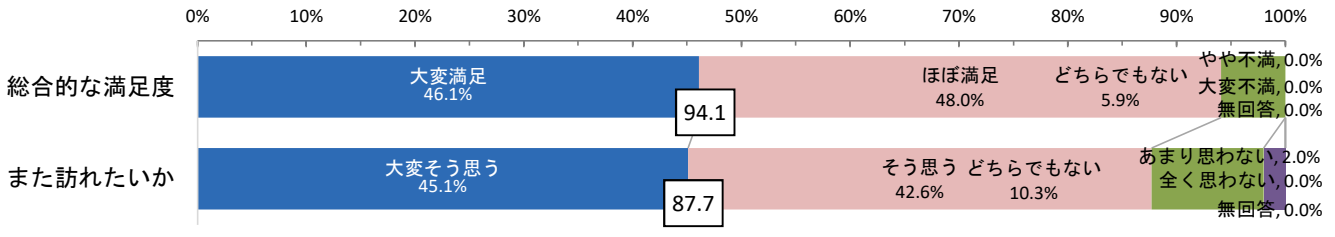
立ち寄り観光施設（n=204）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	那須	県央
鬼怒川温泉(15)	那須どうぶつ王国(6)	馬頭温泉郷(11)
二社一寺(5)	りんどう湖LAKE VIEW(5)	喜連川温泉第1浴場(2)
湯西川温泉(5)	ホテルサンパレー那須(5)	どうくつ酒蔵(2)
大笹牧場(1)	ホテルエピナール那須(4)	サンタヒルズキャンプ場(1)
華厳ノ滝(1)	南ヶ丘牧場(2)	県南
東武ワールドスクウェア(1)	那須サファリパーク(2)	あしかがフラワーパーク(4)
川俣温泉(1)	栃木県なかがわ水遊園(1)	佐野プレミアム・アウトレット(1)
那須	那須岳(茶臼岳)(1)	県東
那須高原ビジターセンター(14)	那須ハイランドパーク(1)	道の駅もてぎ(3)
千本松牧場(11)	那須クラシックカー博物館(1)	井頭公園(1)
塩原温泉郷(9)		

※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。
大谷資料館（1）

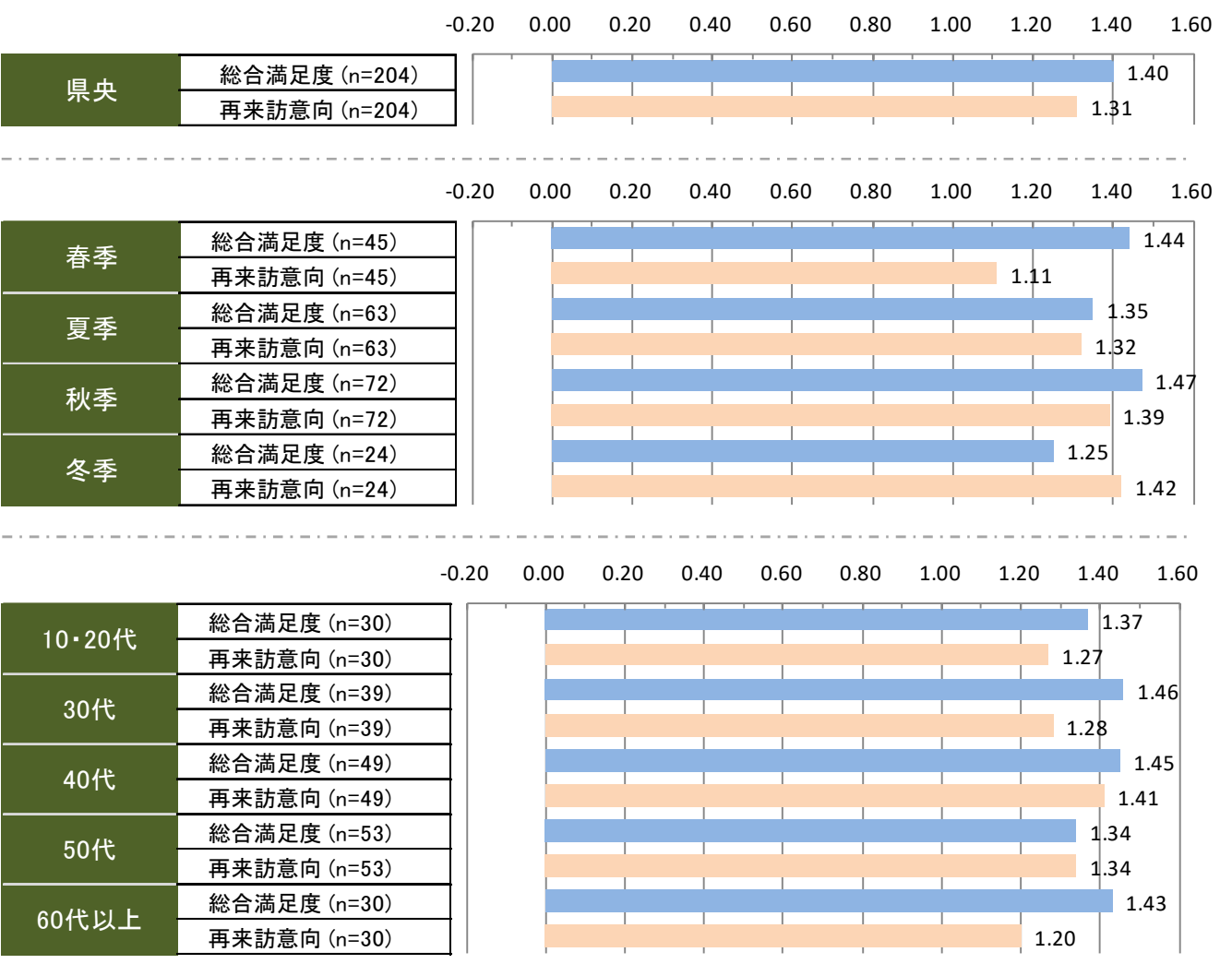
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が94.1%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が87.7%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=204)



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、「冬季」が1.25で最も低かった。一方、再来訪意向については、「冬季」が1.42で最も高く、「春季」が1.11で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「30代」が1.46で最も高く、「50代」が1.34で最も低かった。再来訪意向については、「40代」が1.41で最も高く、「60代以上」が1.20で最も低かった。

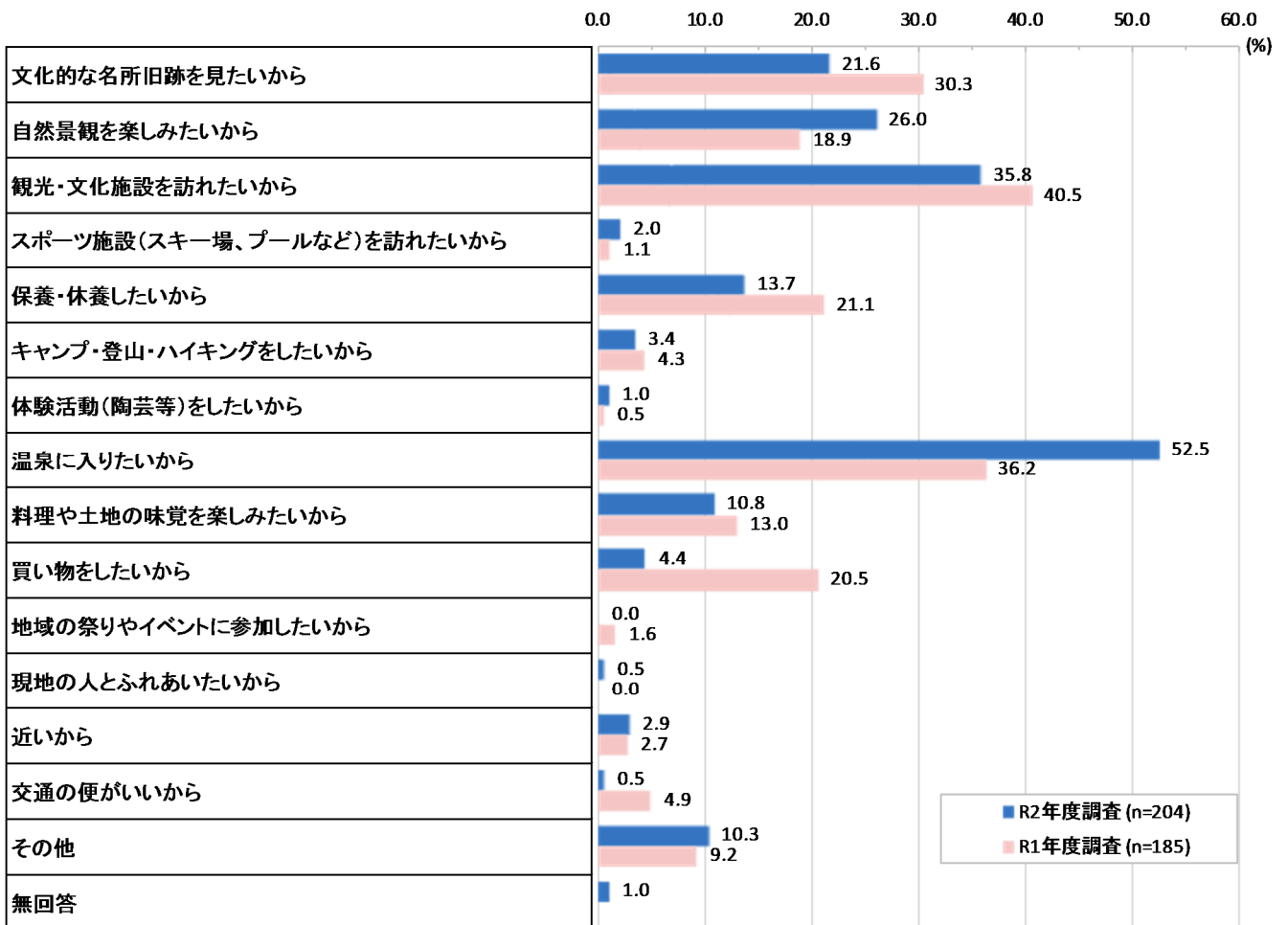


②過去調査との比較

旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が最も多く、令和元（2019）年度の36.2%から16.3ポイント増加して52.5%に上った。

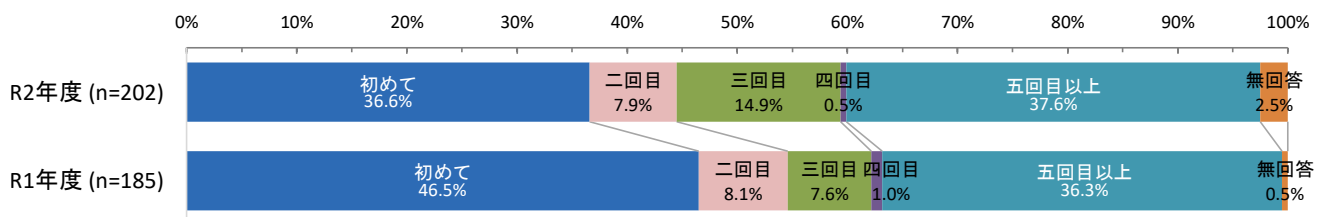
一方、「買い物をしたいから」は令和元（2019）年度調査では20.5%であったが、令和2（2020）年度調査では4.4%と16.1ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



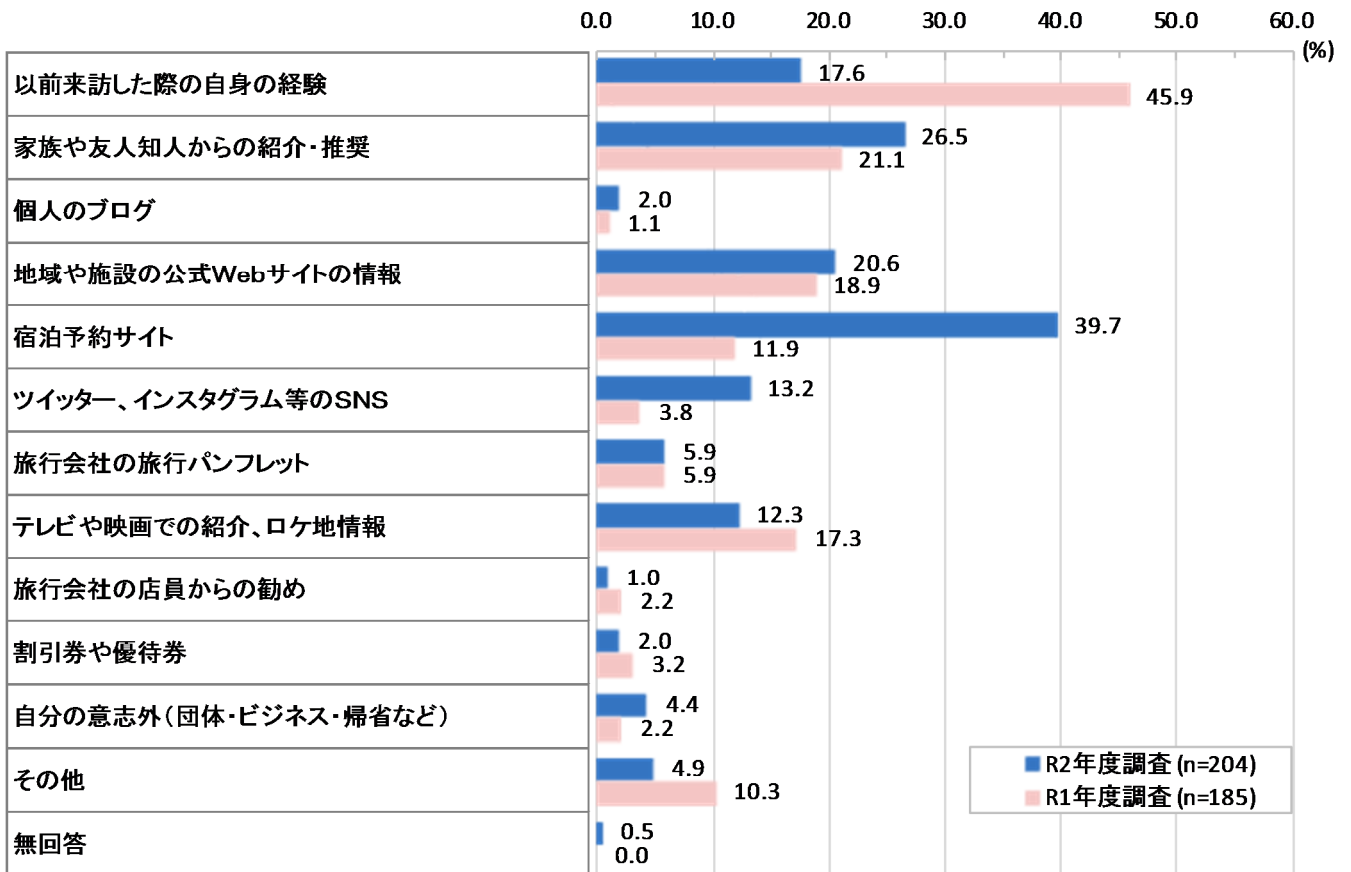
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が令和元（2019）年度調査では46.5%であったが、令和2（2020）年度調査では36.6%と9.9ポイント減少した。一方、「三回目」は令和元（2019）年度調査で7.6%であったが、令和2（2020）年度調査では14.9%と7.3ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



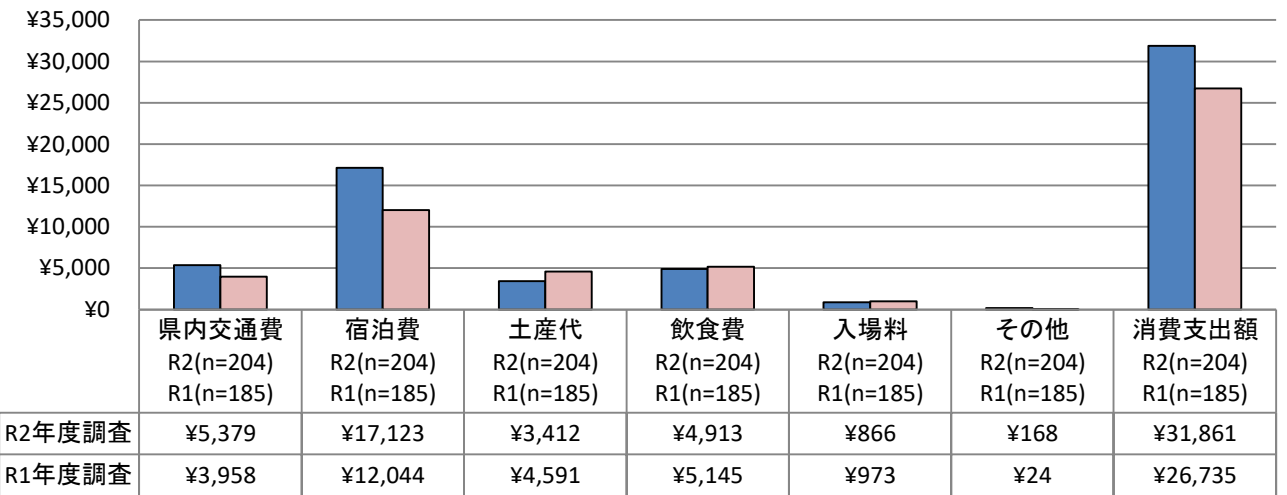
旅行先に選んだ情報源は、令和元（2019）年度調査では「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く 45.9%であったが、令和2（2020）年度調査では 17.6%と 28.3ポイント減少した。一方、「宿泊予約サイト」は令和元（2019）年度調査では 11.9%であったが、令和2（2020）年度調査では 39.7%と 27.8ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



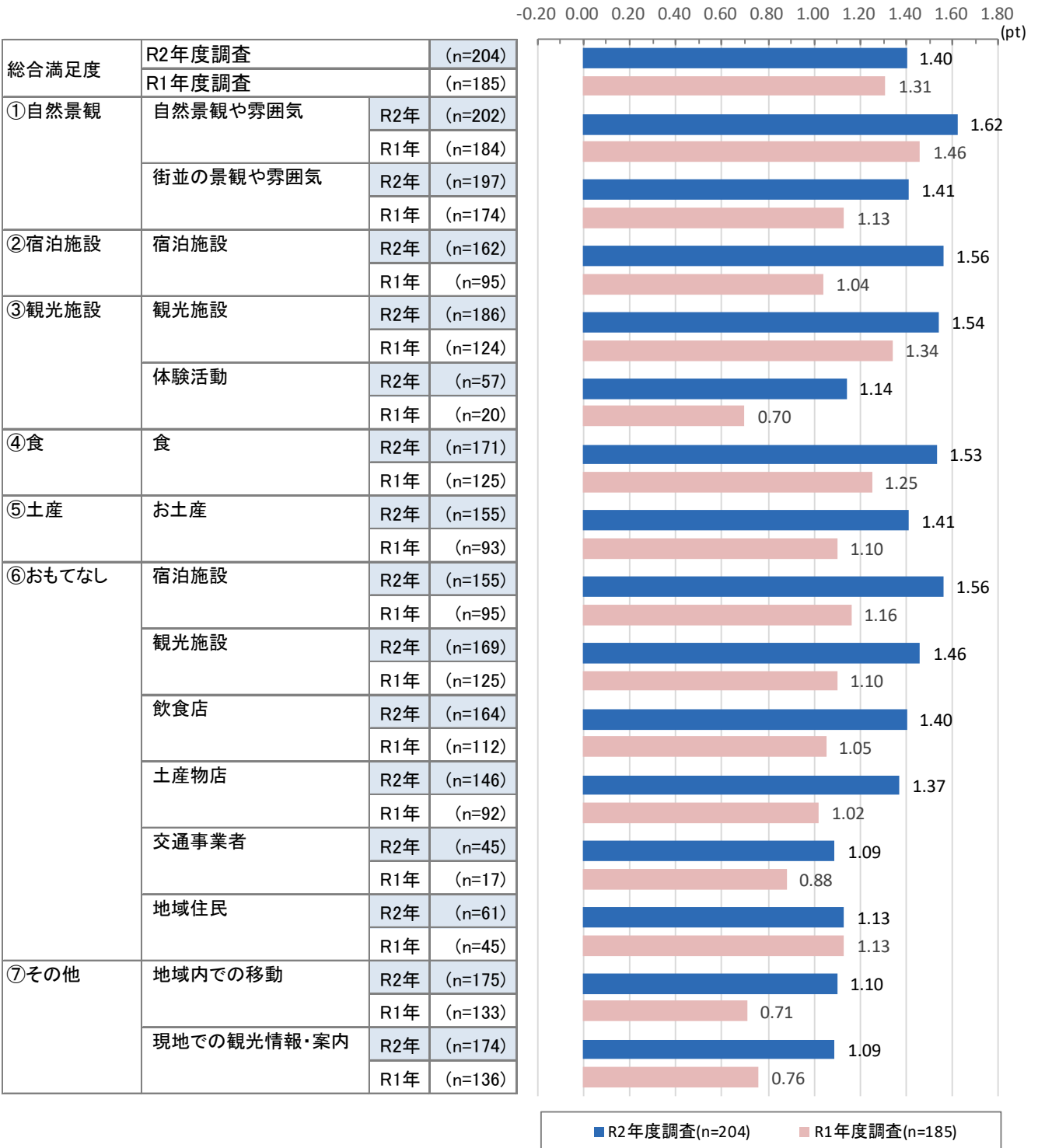
消費支出の総額は、令和元（2019）年度調査では 26,735 円であったが、令和2（2020）年度調査では 31,861 円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、令和元（2019）年度調査では 1.31 であったが、令和 2（2020）年度調査では 1.40 と 0.09 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、令和元（2019）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、令和元（2019）年度調査は 1.46 であったのに対し、令和 2（2020）年度調査では 1.62 と 0.16 ポイント増加した。

項目別満足度（加重平均値）



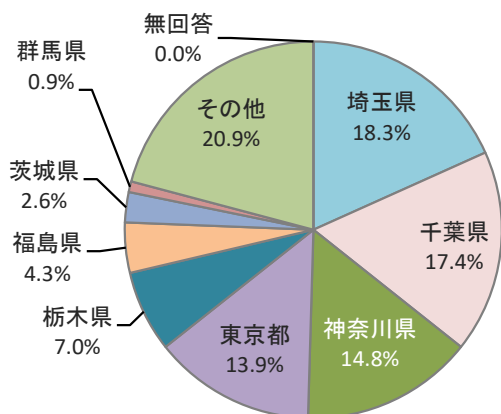
iv. 県南エリア

① 令和2(2020)年度調査結果

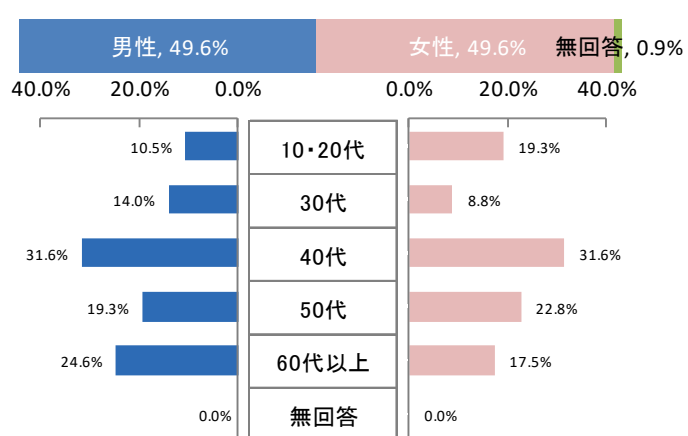
宿泊客（県南エリア） サンプル数：115

お住まいは「埼玉県」が最も多く18.3%、次いで「千葉県」が17.4%、「神奈川県」が14.8%であった。年代は、男女ともに「40代」が最も多く、ともに31.6%であった。
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が50.0%で最も多かった。
同行者数は「2人」が39.1%で最も多く、同行者の関係は「子ども連れの家族旅行」が25.2%で最も多かった。

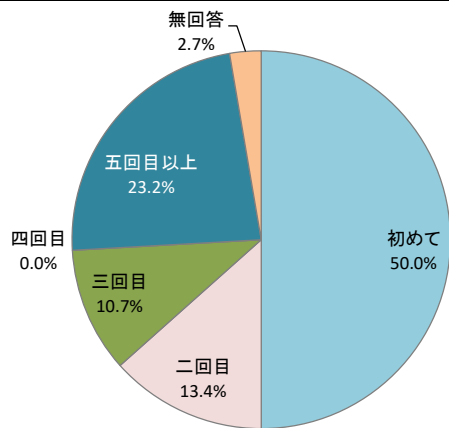
お住まい (n=115)



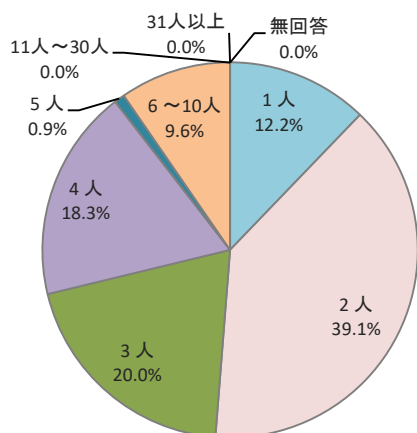
性別・年代 (n=115)



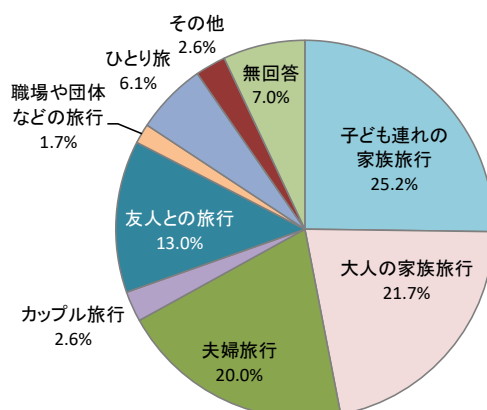
調査地域周辺への来訪回数 (n=112)



同行者数 ※回答者を含む (n=115)

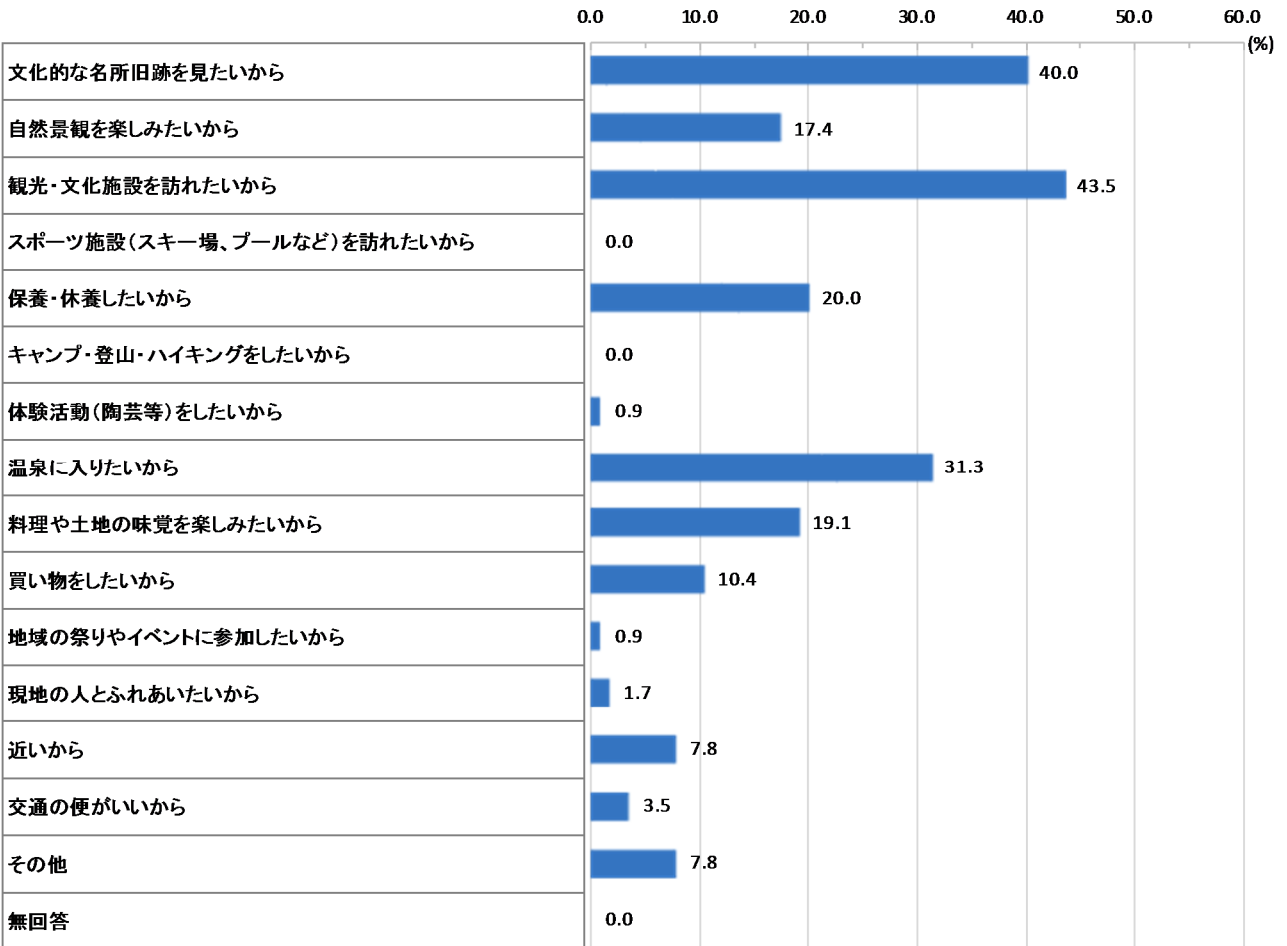


同行者の関係 (n=115)



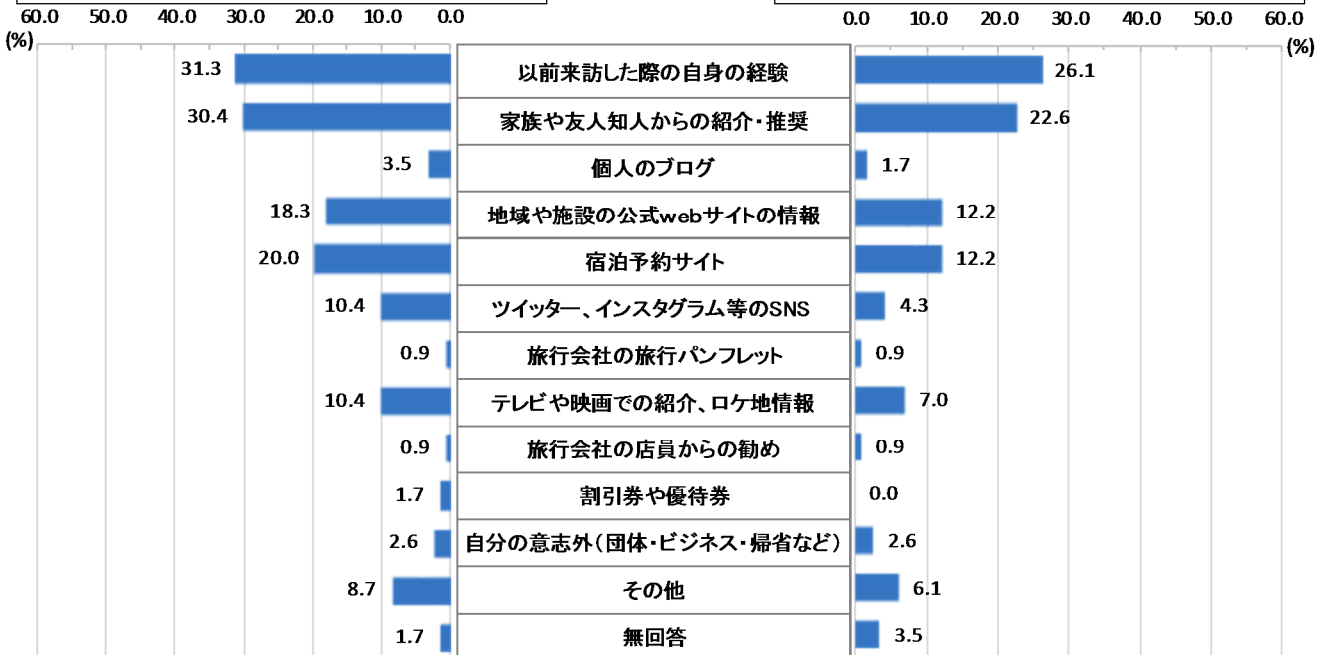
旅行先に選んだ理由は「観光・文化施設を訪れたいから」が43.5%で最も多く、次いで「文化的な名所旧跡を見たいから」が40.0%であった。旅行先に選んだ情報源は「以前来訪した際の自身の経験」が31.3%で最も多く、“決め手”となった情報源も「以前来訪した際の自身の経験」が26.1%で最も多かった。

旅行先に選んだ理由 (複数回答) (n=115)



旅行先に選んだ情報源 (複数回答) (n=115)

“決め手”となった情報源 (単一回答) (n=115)



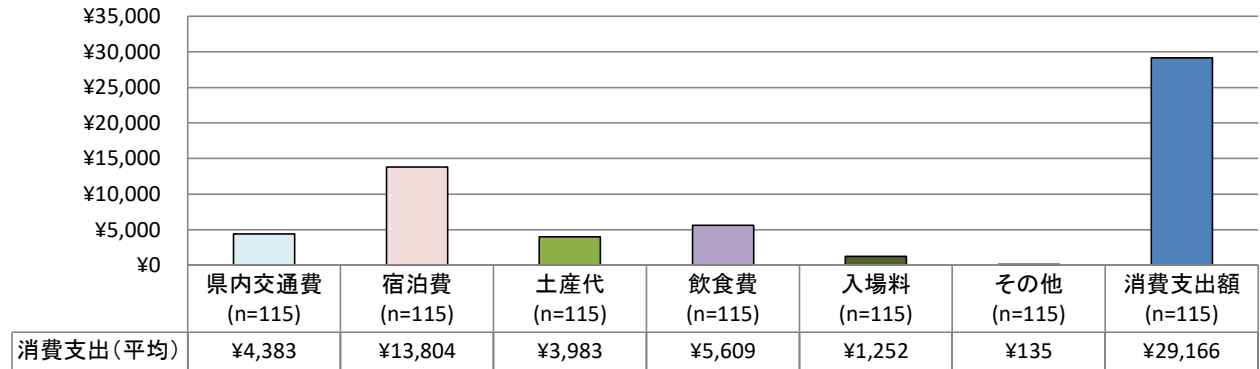
第2章 観光客調査 調査結果

2. 宿泊客 (2)エリア別 iv. 県南エリア

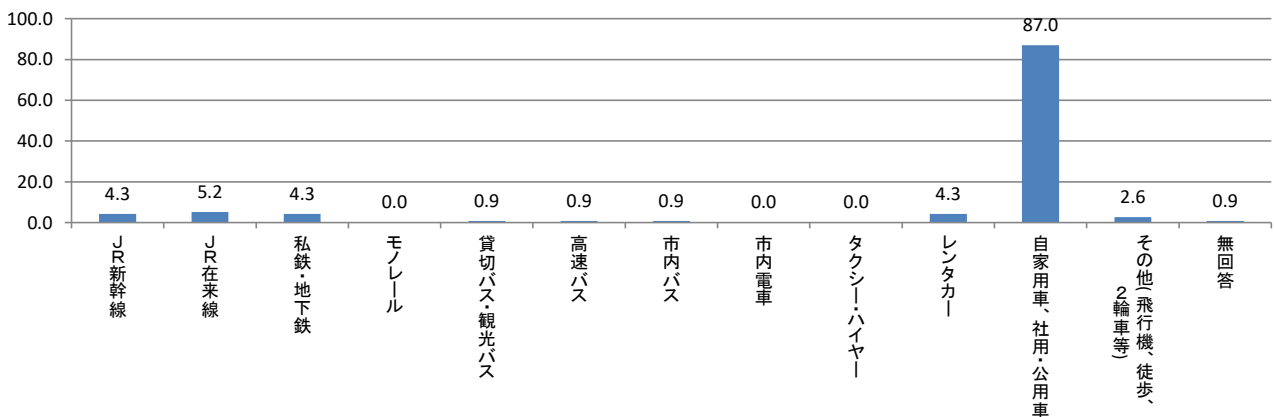
消費支出の平均は、総額で 29,166 円であった。内訳は、「宿泊費」が 13,804 円で最も多く、次いで「飲食費」が 5,609 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 87.0%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は、「鬼怒川温泉」が 12 人で最も多く、次いで「あしかがフラワーパーク」が 10 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=115）



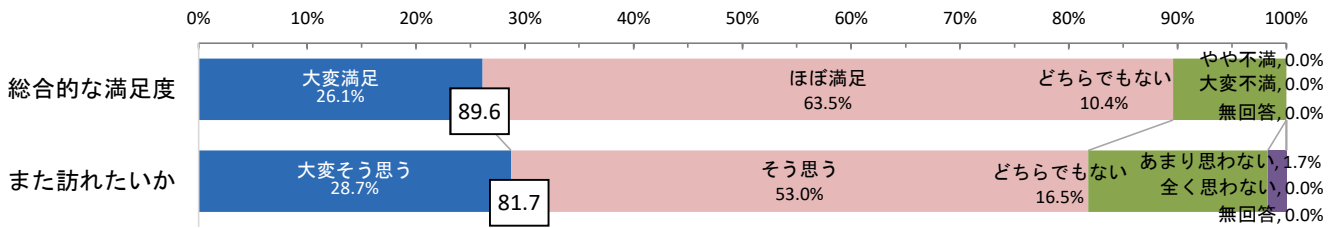
立ち寄り観光施設（n=115）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	県央	県南
鬼怒川温泉(12)	大谷資料館(3)	道の駅どまんなかたぬま(2)
川治温泉(3)	県南	佐野厄よけ大師(1)
湯西川温泉(3)	あしかがフラワーパーク(10)	史跡足利学校(1)
日光湯元温泉(1)	佐野プレミアム・アウトレット(4)	県東
日光江戸村(1)	織姫公園(4)	陶芸メッセ・益子(2)
足尾銅山観光(1)	とちぎ山車会館(3)	
那須	とちぎ蔵の街美術館(3)	
那須ティーベア・ミュージアム(2)	おもちゃのまちバンダイミュージアム(3)	
那須サファリパーク(1)	鏝阿寺(2)	

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
佐野プレミアム・アウトレット（1）

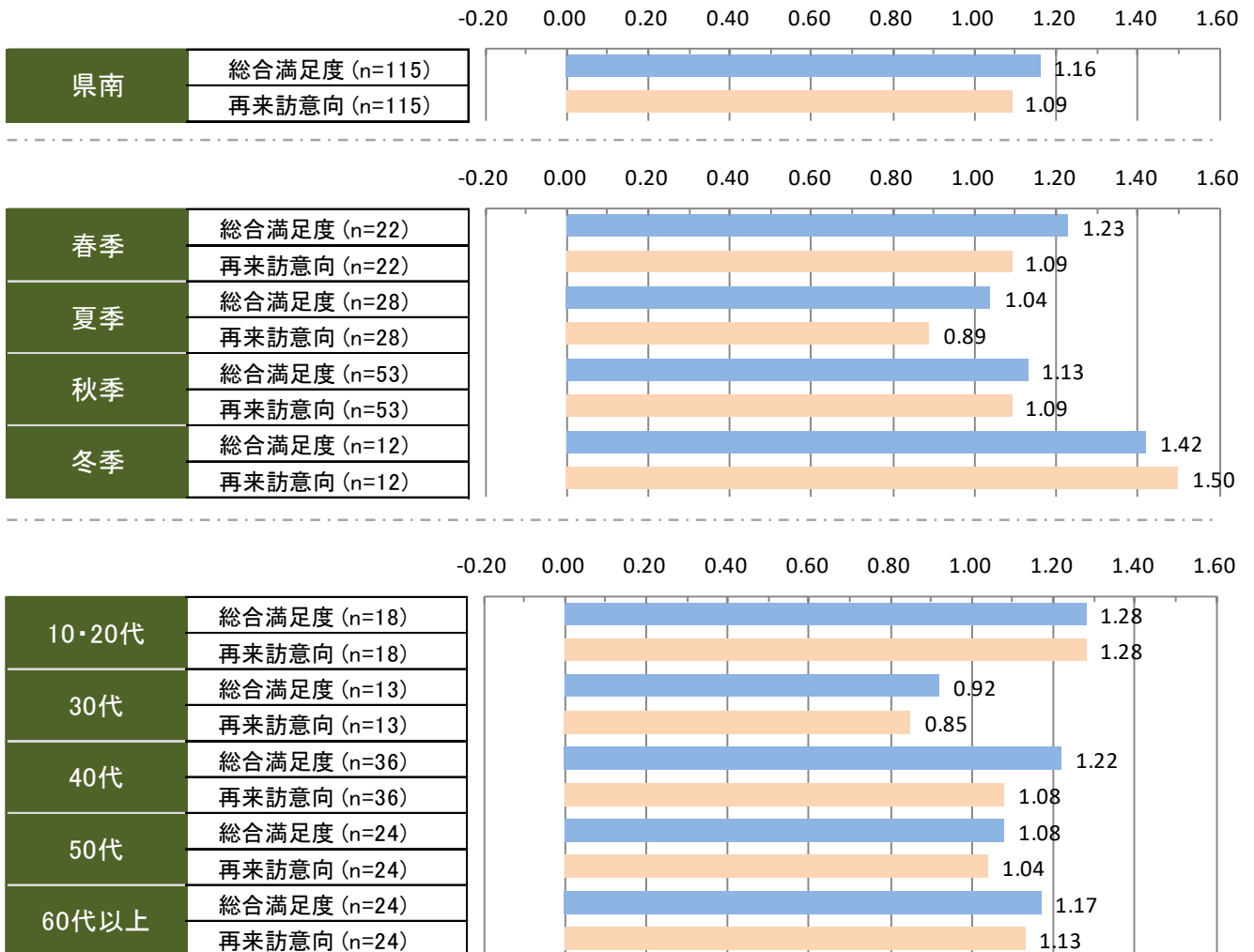
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が89.6%であった。また訪れたいかは、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が81.7%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=115)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

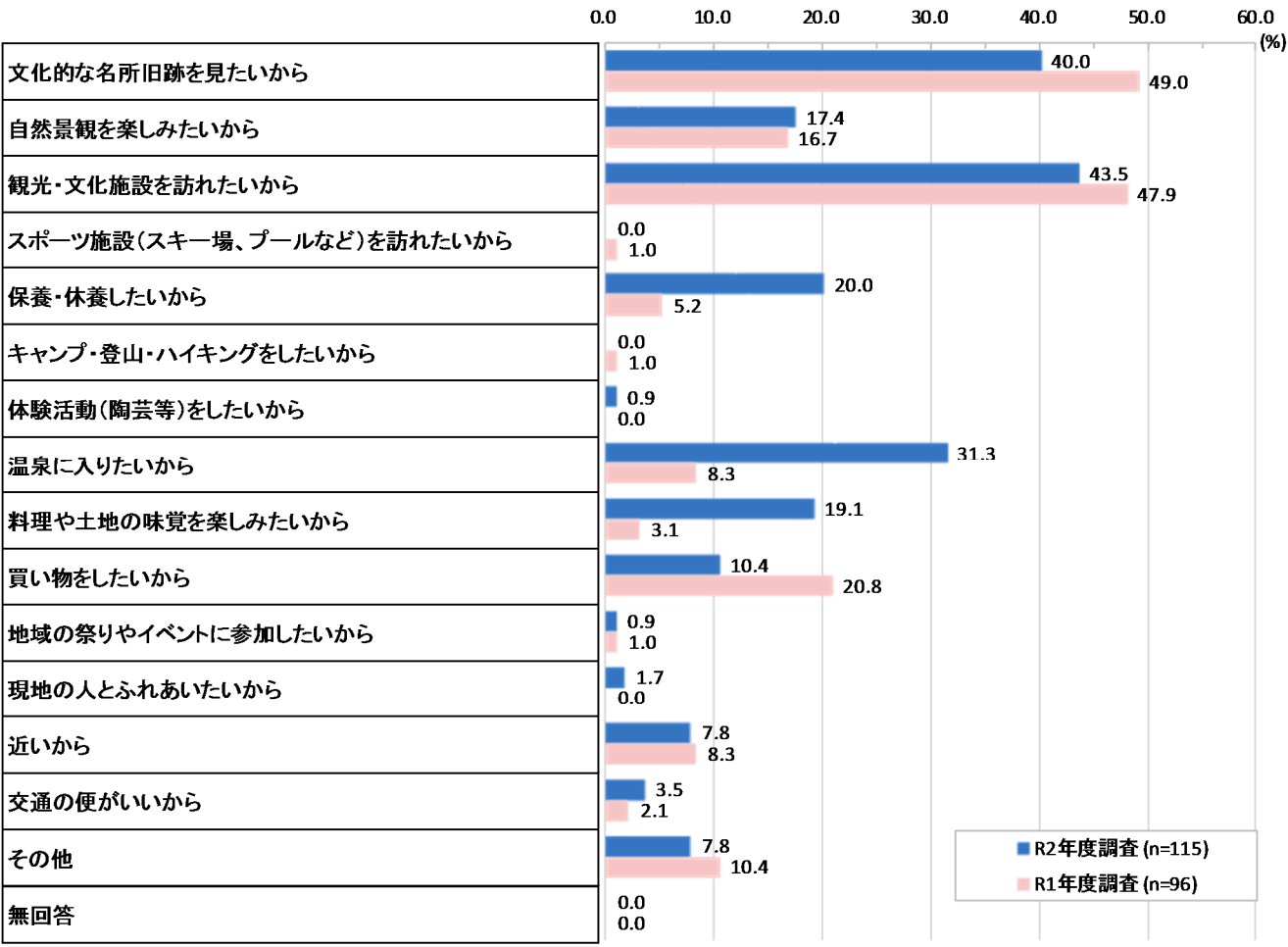
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.42で最も高く、「夏季」が1.04で最も低かった。同様に、再来訪意向についても「冬季」が1.50で最も高く、「夏季」は0.89で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「10・20代」が1.28で最も高く、「30代」が0.92で最も低かった。また、再来訪意向についても、「10・20代」が1.28と最も高く、「30代」が0.85で最も低かった。



②過去調査との比較

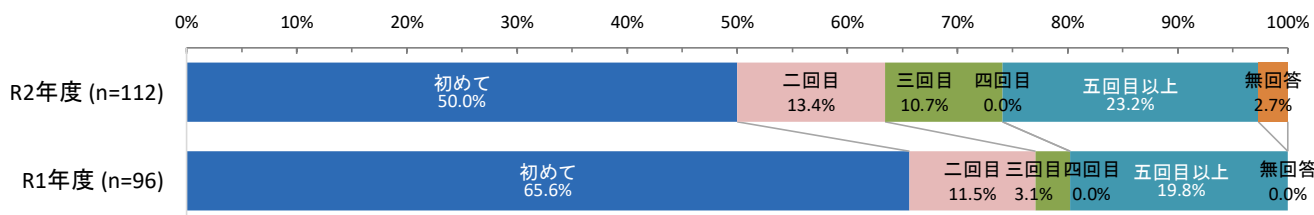
旅行先に選んだ理由は、令和2（2020）年度調査では「観光・文化施設を訪れたいから」が43.5%で最も多く、令和元（2019）年度調査の47.9%と比較して4.4ポイント減少した。次いで多かった「文化的な名所旧跡を見たいから」は令和元（2019）年度調査では49.0%であったが、令和2（2020）年度調査では40.0%と9.0ポイント減少した。「温泉に入りたいから」は令和元（2019）年度調査の8.3%に対し、令和2（2020）年度調査では31.3%と23.0ポイント増加した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



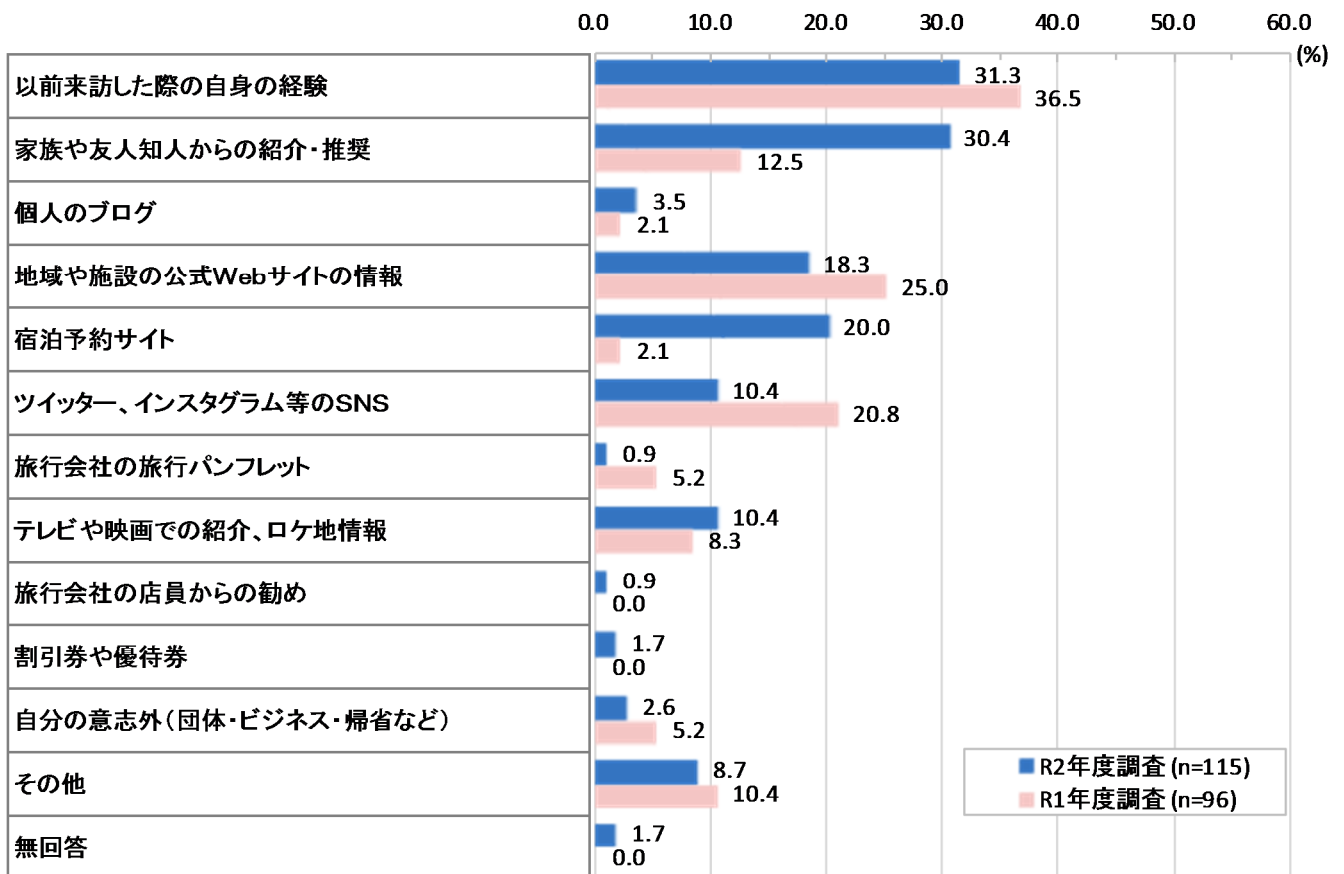
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が令和元（2019）年度調査で65.6%であったが、令和2（2020）年度調査では50.0%と15.6ポイント減少した。一方、「三回目」は令和元（2019）年度調査では3.1%であったが、令和2（2020）年度調査では10.7%と7.6ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



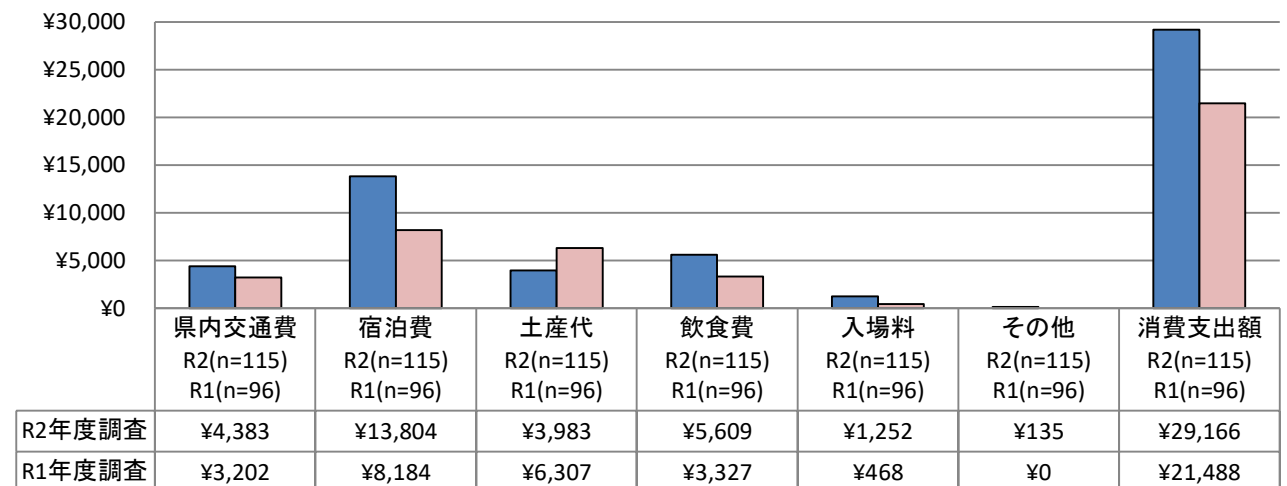
旅行先に選んだ情報源は、「以前来訪した際の自身の経験」が最も多く、令和元（2019）年度調査の36.5%に対し、令和2（2020）年度調査では31.3%と5.2ポイント減少した。「家族や友人知人からの紹介・推奨」は令和2（2020）年度調査では30.4%と令和元（2019）年度の12.5%と比較して17.9ポイント増加、また、「宿泊予約サイト」も令和2（2020）年度調査では20.0%と令和元（2019）年度の2.1%と比較して17.9ポイント増加した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



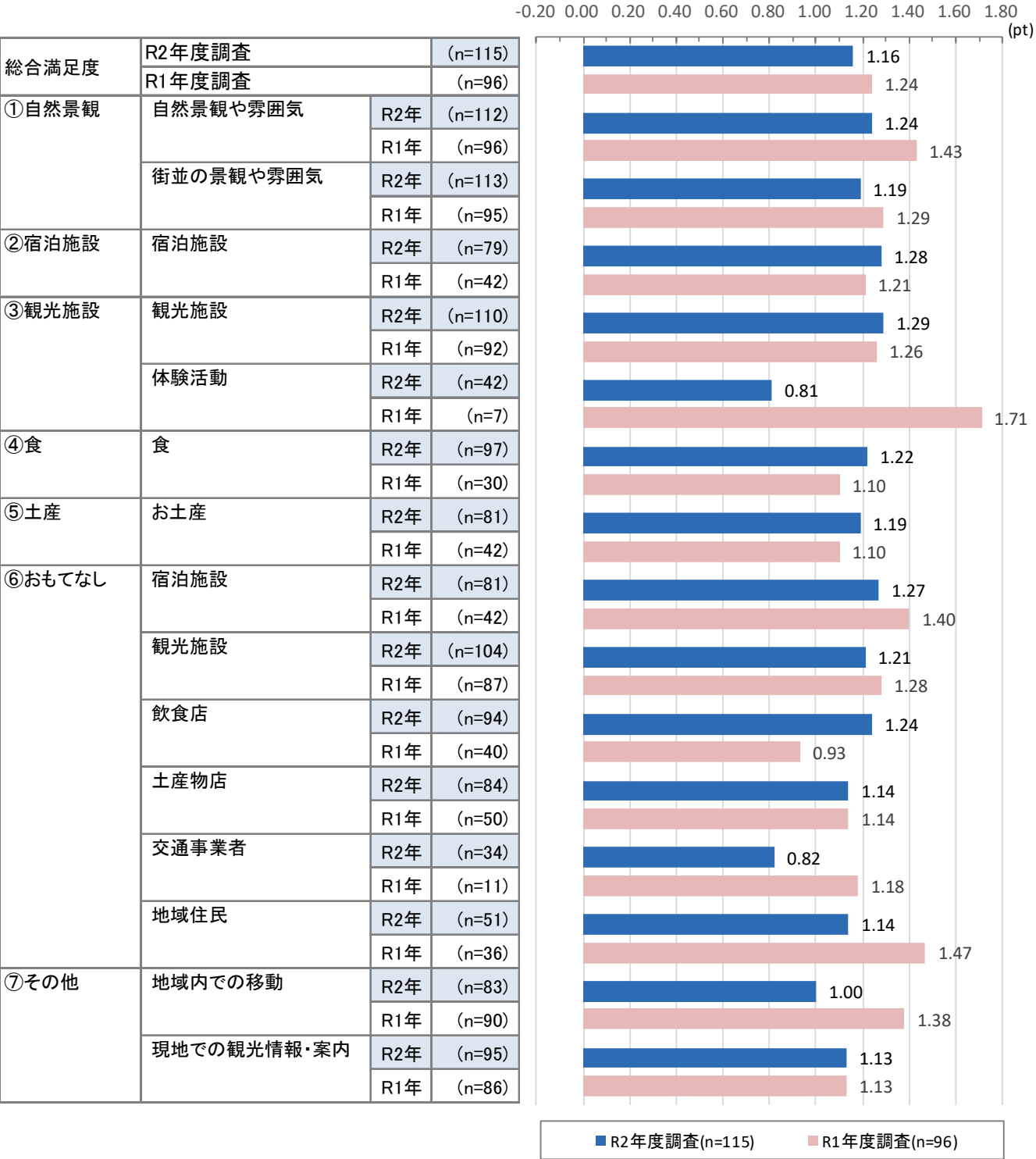
消費支出の総額は、令和元（2019）年度調査では21,488円であったが、令和2（2020）年度調査では29,166円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、令和2(2020)年度調査では1.16と、令和元(2019)年度調査の1.24から0.08ポイント減少した。満足度を項目別にみると、令和元(2019)年度調査は「観光施設 体験活動」が1.71で最も高く、令和2(2020)年度調査は「観光施設 観光施設」が1.29が最も高くなった。

項目別満足度 (加重平均値)



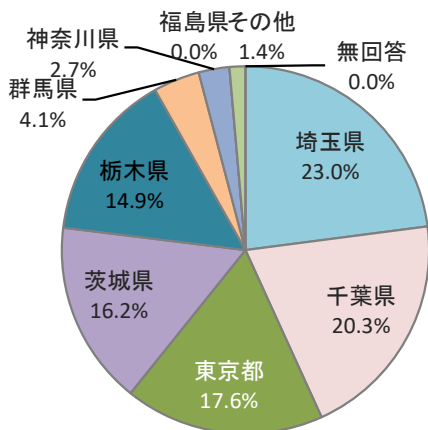
v. 県東エリア

① 令和2(2020)年度調査結果

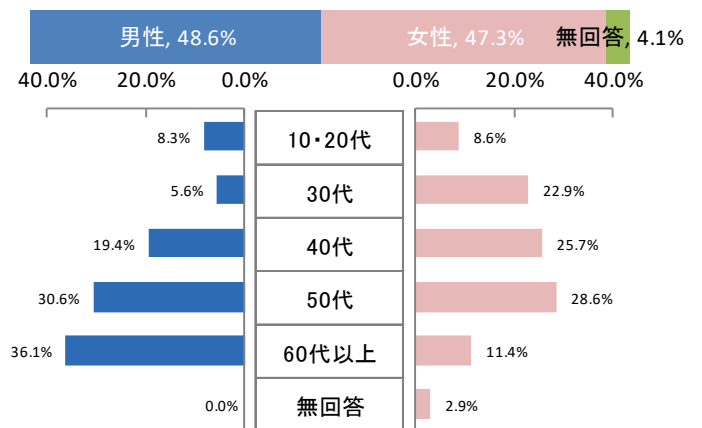
宿泊客(県東エリア) サンプル数: 74

お住まいは「埼玉県」が最も多く 23.0%、次いで「千葉県」が 20.3%、「東京都」が 17.6%であった。年代は、男性では「60代以上」が最も多く 36.1%、女性では「50代」が 28.6%で最も多かった。調査地域周辺への来訪回数は、「五回目以上」が 49.3%で最も多かった。同行者数は「2人」が 41.9%で最も多く、同行者の関係は「子ども連れの家族旅行」が 35.1%で最も多かった。

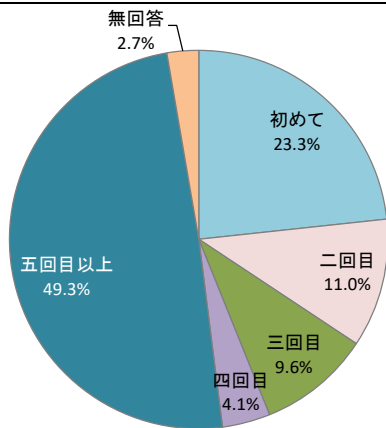
お住まい (n=74)



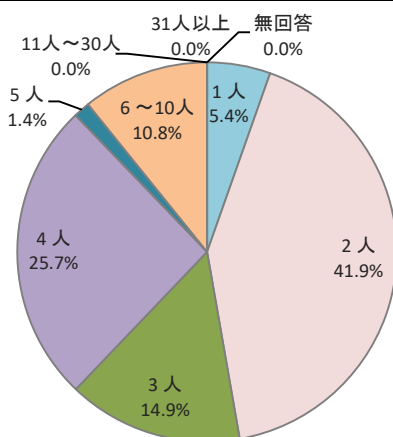
性別・年代 (n=74)



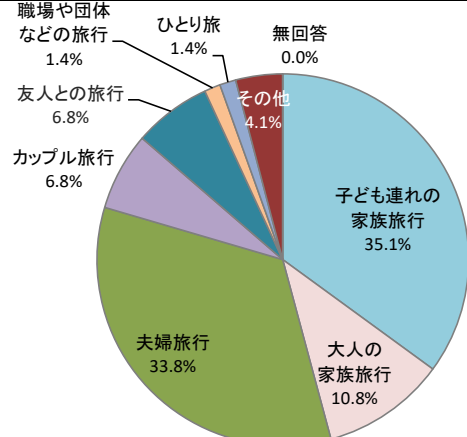
調査地域周辺への来訪回数 (n=73)



同行者数 ※回答者を含む (n=74)

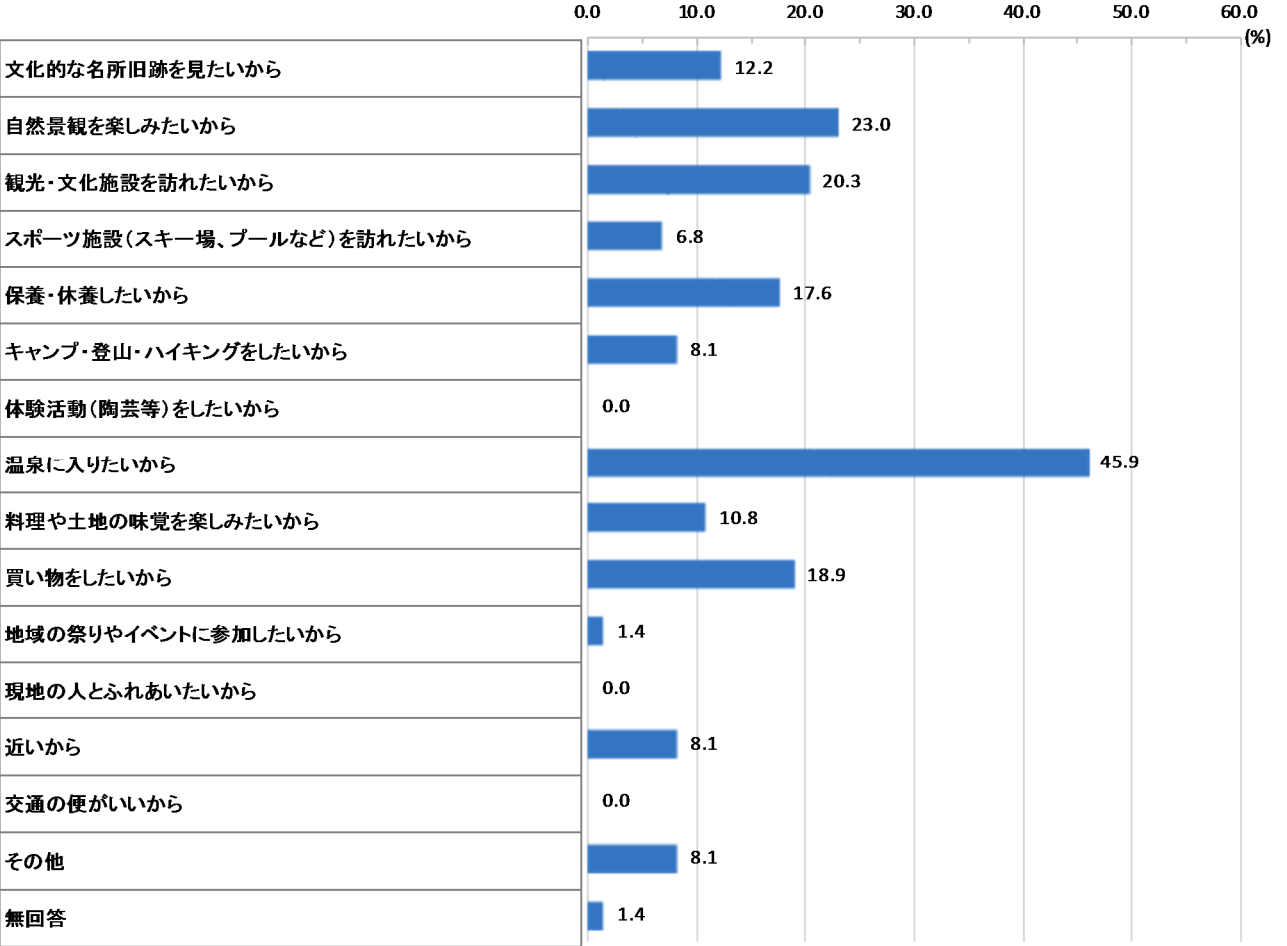


同行者の関係 (n=74)

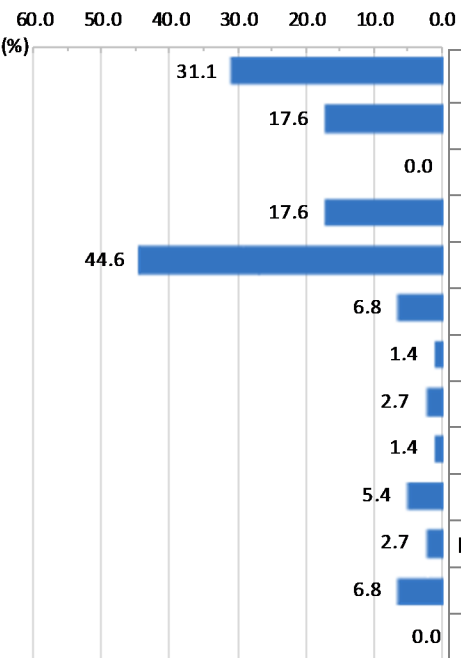


旅行先に選んだ理由は「温泉に入りたいから」が45.9%で最も多く、次いで「自然景観を楽しみたいから」が23.0%であった。旅行先に選んだ情報源は「宿泊予約サイト」が44.6%で最も多く、“決め手”となった情報源も「宿泊予約サイト」が36.5%で最も多かった。

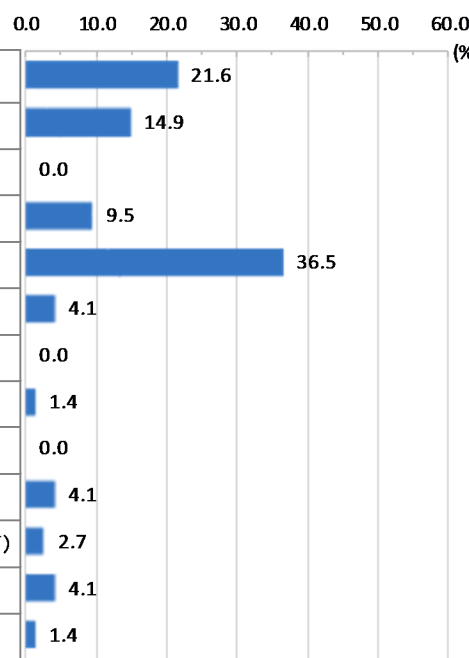
旅行先に選んだ理由（複数回答）（n=74）



旅行先に選んだ情報源（複数回答）（n=74）



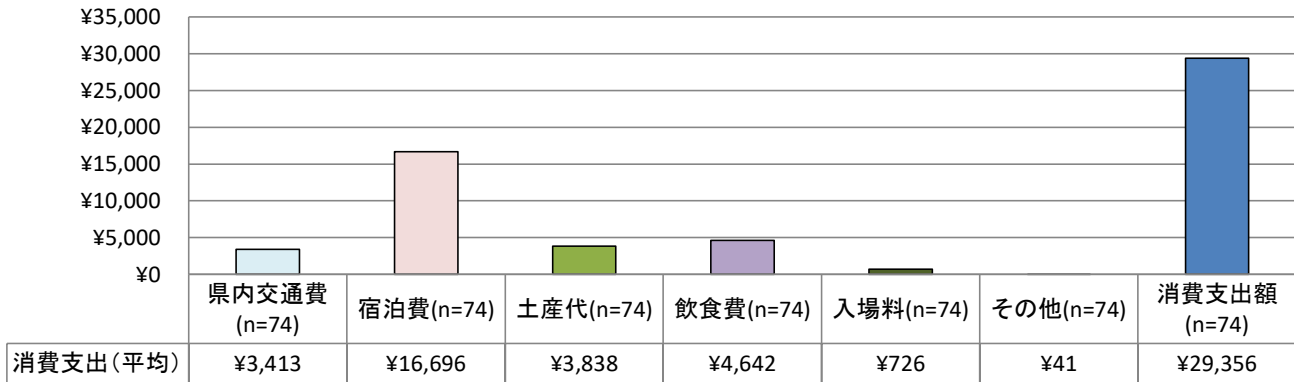
“決め手”となった情報源（単一回答）（n=74）



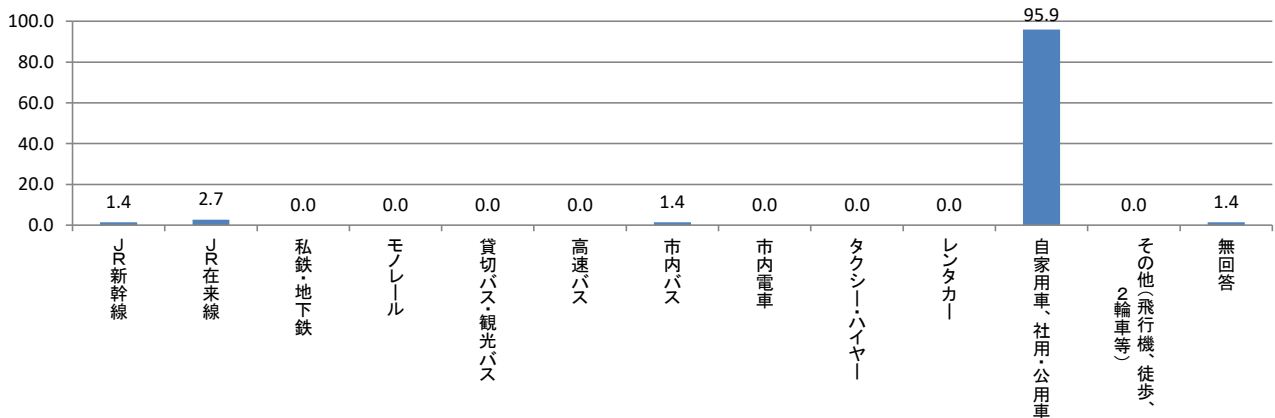
消費支出の平均は、総額で 29,356 円であった。内訳は、「宿泊費」が 16,696 円で最も多く、次いで「飲食費」が 4,642 円であった。利用交通機関は、「自家用車、社用・公用車」が 95.9%で最も多かった。

立ち寄り観光施設は「ツインリンクもてぎ」が 9 人で最も多く、次いで「塩原温泉郷」が 4 人であった。

消費支出（平均）



利用交通機関（複数回答）（n=74）



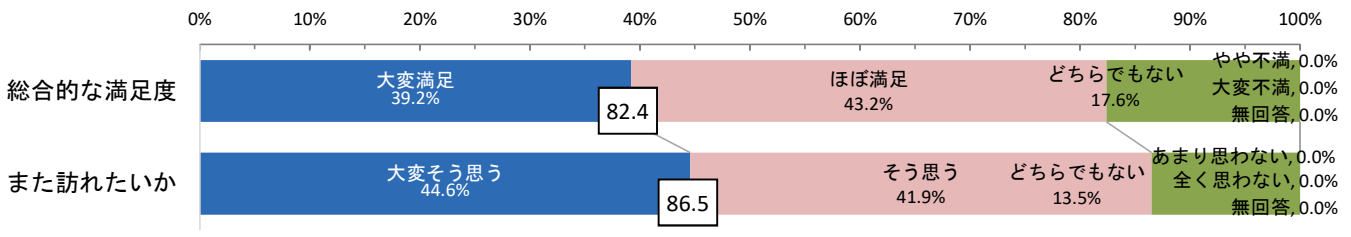
立ち寄り観光施設（n=74）※（ ）内は施設に立ち寄った人数

日光	那須	県東
鬼怒川温泉 (3)	千本松牧場 (1)	ツインリンクもてぎ (9)
那須	県央	益子焼 (2)
塩原温泉郷 (4)	馬頭温泉郷 (3)	道の駅ましこ (2)
ホテルエピナール那須 (3)	喜連川温泉第1浴場 (1)	SL列車(真岡鉄道茂木駅) (1)
那須高原ビジターセンター (2)	県南	
栃木県なかがわ水遊園 (1)	道の駅しもつけ (1)	

※対象者が現在いる地点（調査地点）は立ち寄り観光施設にカウントしない。
陶芸メッセ・益子 (6)

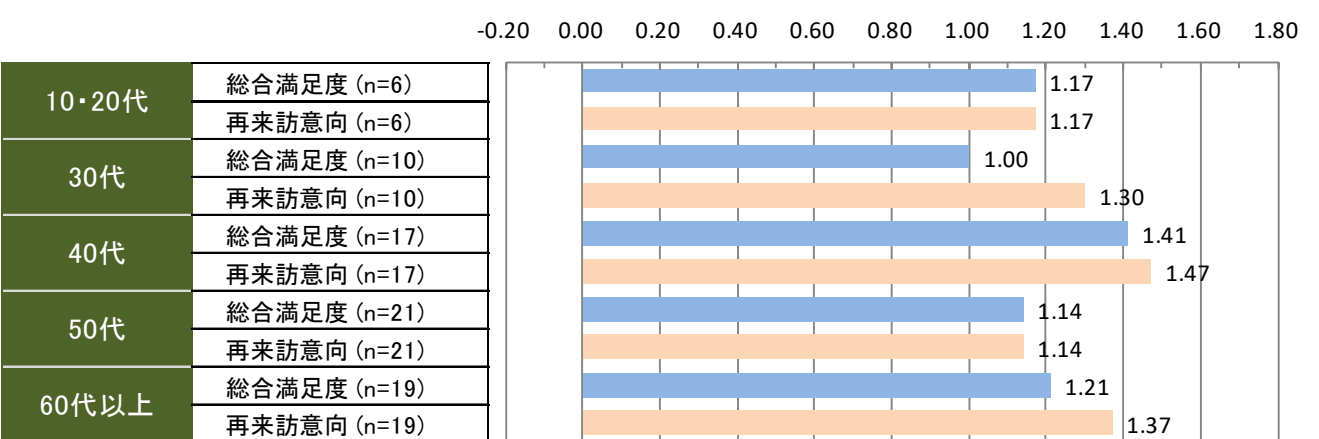
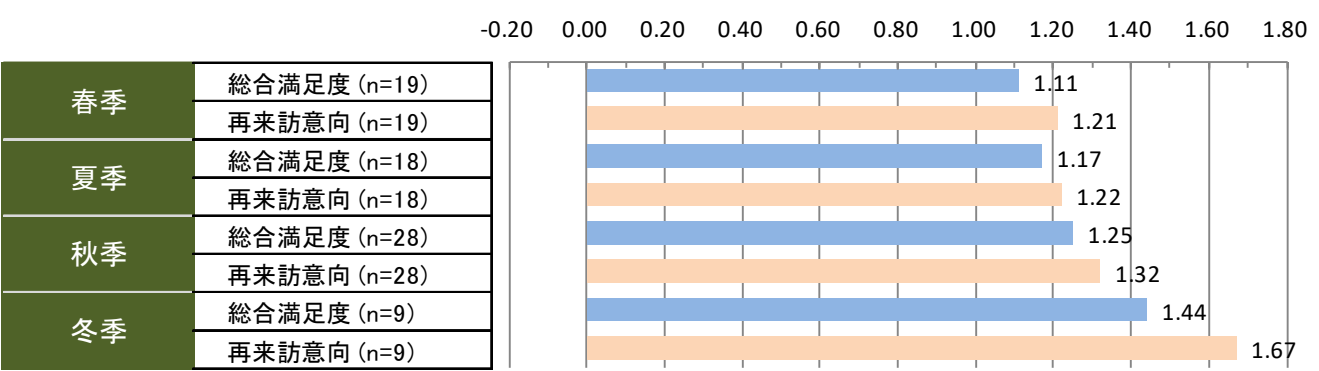
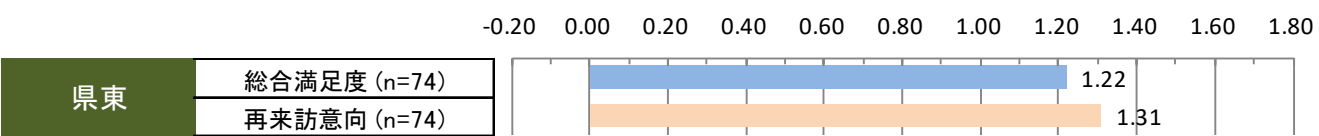
調査地域の総合的な満足度は、「大変満足」と「ほぼ満足」をあわせた【満足層】が82.4%となった。また訪れたいかについては、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた【再来訪意向層】が86.5%であった。

調査地域の総合満足度／再来訪意向 (n=74)



調査地域の総合満足度／再来訪意向 (季節別・年代別)

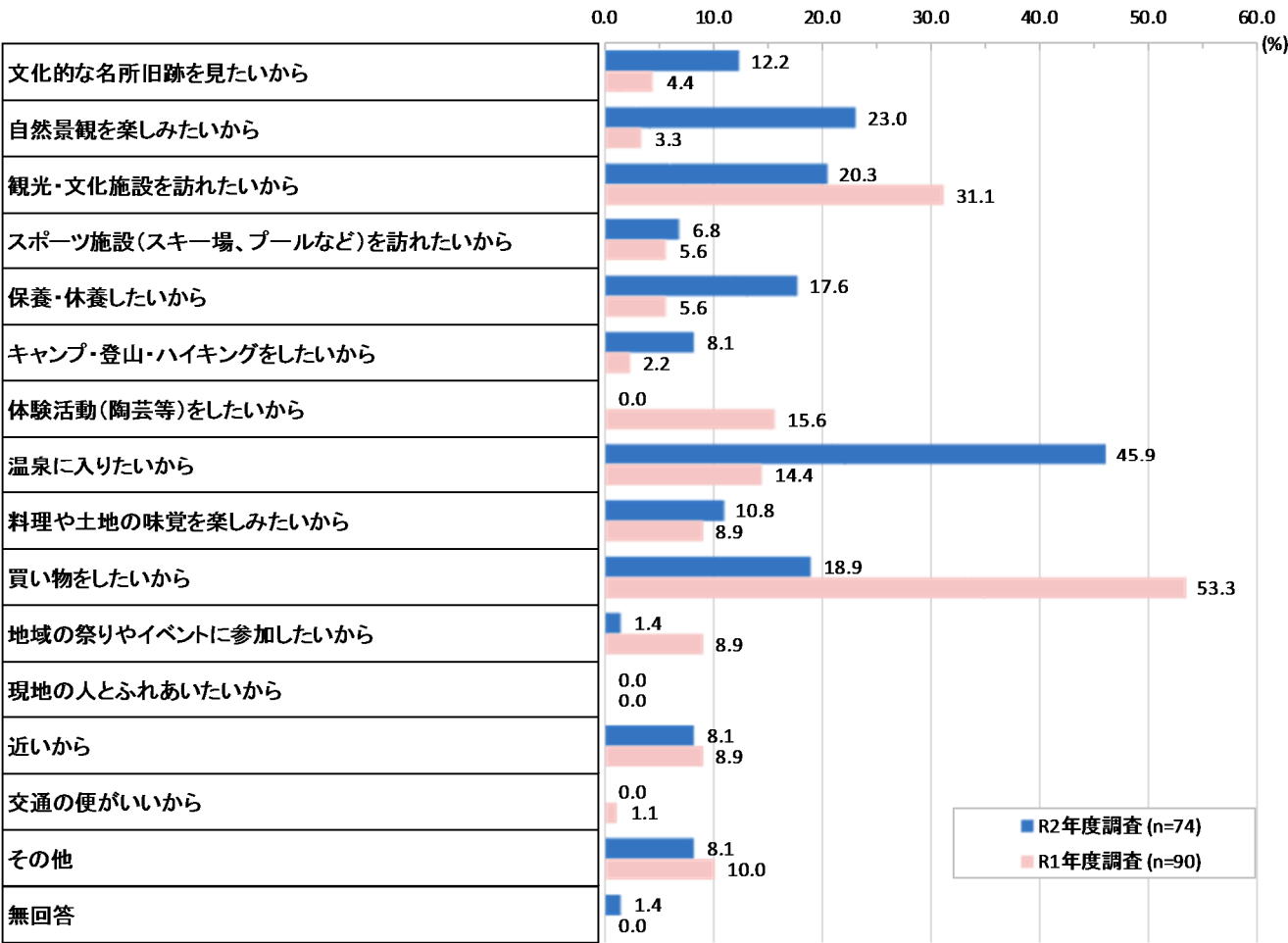
総合満足度を季節別にみると、「冬季」が1.44で最も高く、「春季」が1.11で最も低かった。また、再来訪意向についても「冬季」が1.67で最も高く、「春季」が1.21で最も低かった。
年代別にみると、総合満足度は「40代」が1.41で最も高く、「30代」が1.00で最も低かった。再来訪意向についても「40代」が1.47で最も高く、「50代」が1.14で最も低かった。



②過去調査との比較

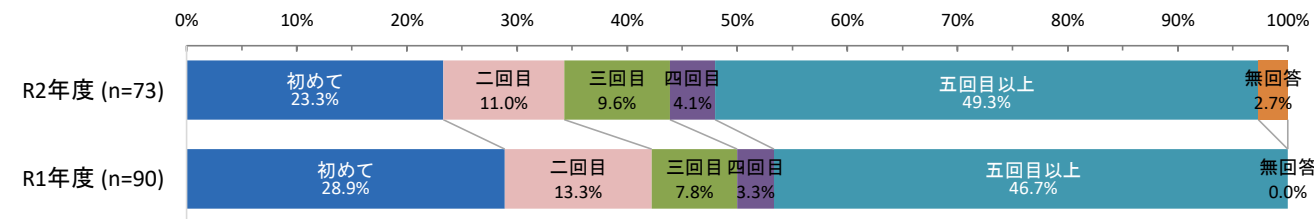
旅行先に選んだ理由は、「温泉に入りたいから」が令和2（2020）年度調査では45.9%と最も多く、令和元（2019）年度調査の14.4%と比較して31.5ポイント増加した。一方、「買い物をしたいから」は令和元（2019）年度調査では53.3%であったが、令和2（2020）年度調査では18.9%と34.4ポイント減少した。

旅行先に選んだ理由（複数回答）



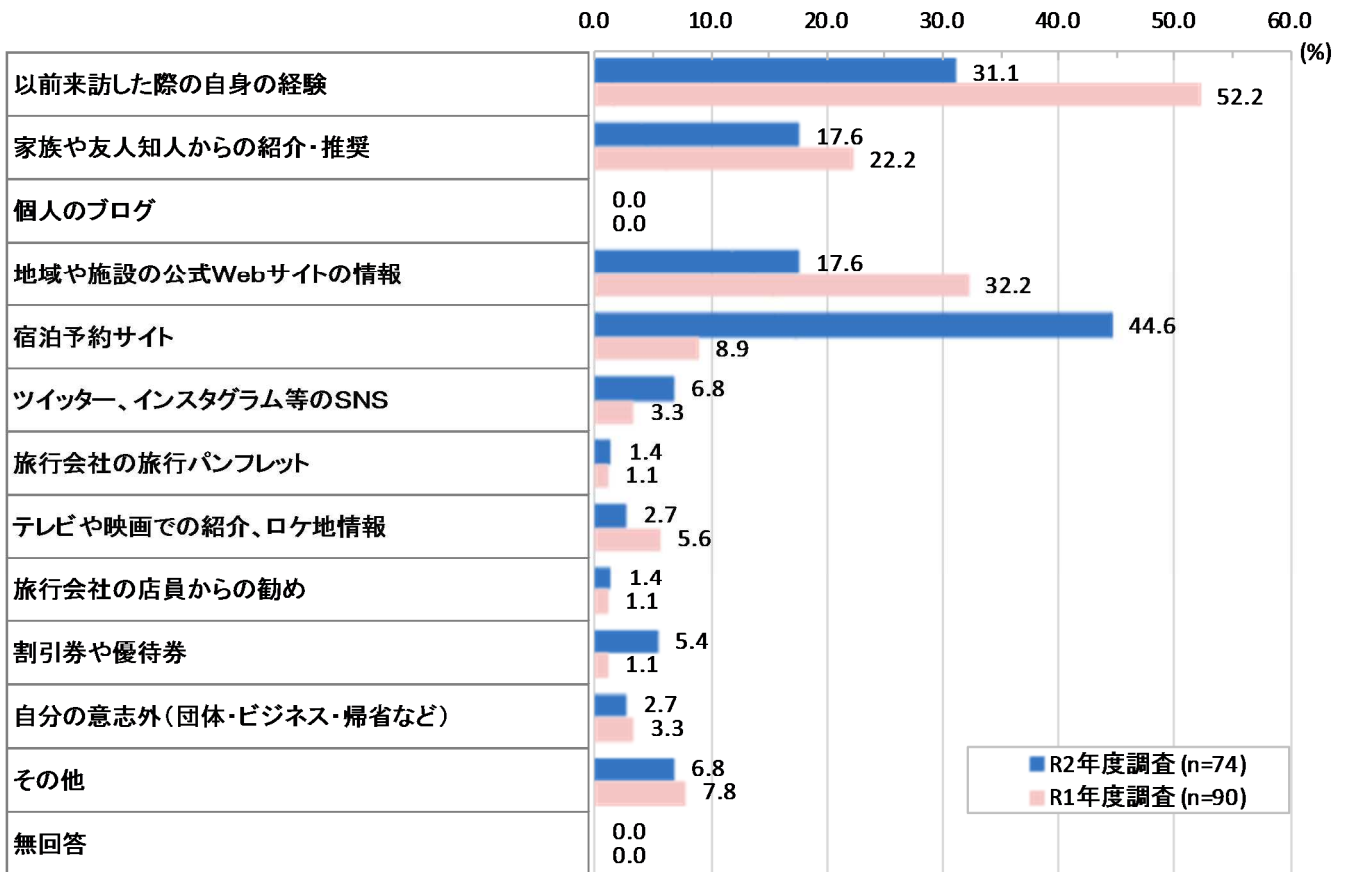
調査地域周辺への来訪回数は、「初めて」が令和元（2019）年度調査で28.9%であったが、令和2（2020）年度調査では23.3%と5.6ポイント減少した。一方、「五回目以上」は令和元（2019）年度調査では46.7%であったが、令和2（2020）年度調査では49.3%と2.6ポイント増加した。

調査地域周辺への来訪回数 ※周辺住民を除く



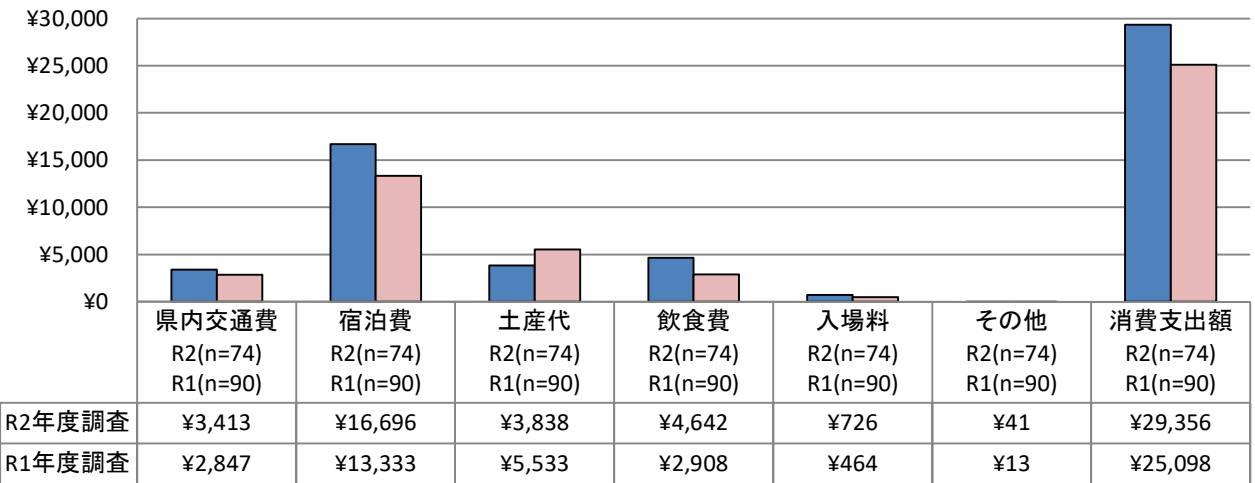
旅行先に選んだ情報源は、令和2（2020）年度調査は「宿泊予約サイト」が44.6%で最も多かったが、令和元（2019）年度調査の8.9%と比較して35.7ポイント増加した。次いで多かった「以前来訪した際の自身の経験」は令和2（2020）年度調査では31.1%であったが、令和元（2019）年度調査の52.2%と比較して21.1ポイント減少した。

旅行先に選んだ情報源（複数回答）



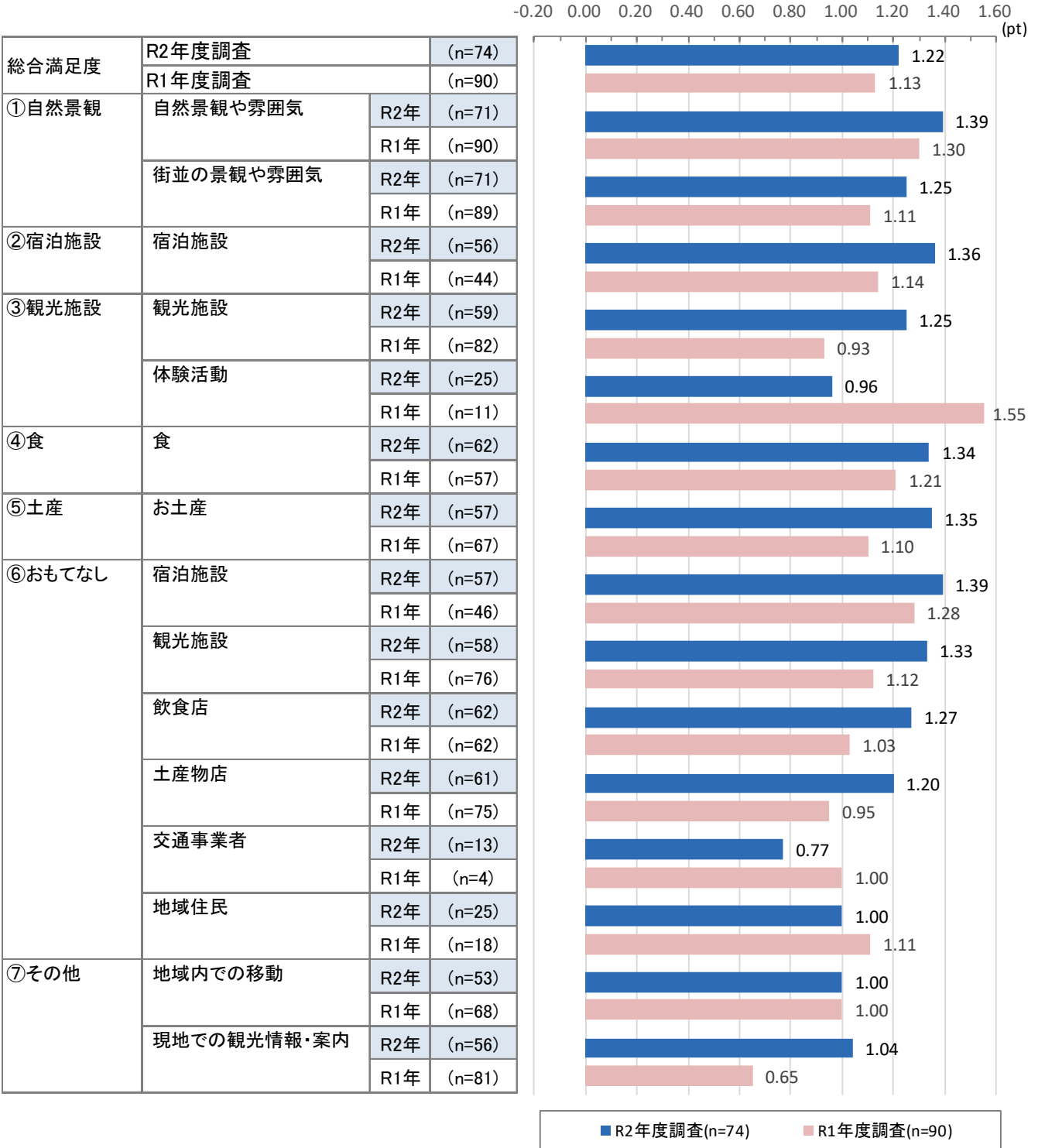
消費支出の総額は、令和元（2019）年度調査では25,098円であったが、令和2（2020）年度調査では29,356円に増加した。

消費支出（総額）



総合満足度は、令和元（2019）年度調査では 1.13 であったが、令和 2（2020）年度調査では 1.22 と 0.09 ポイント増加した。満足度を項目別にみると、令和元（2019）年度調査では「観光施設 体験活動」が 1.55 と最も高く、令和 2（2020）年度調査は「自然景観 自然景観や雰囲気」「おもてなし 宿泊施設」がともに 1.39 で最も高くなった。

項目別満足度（加重平均値）



参考資料 調査票