

令和4年度那須塩原市観光動態調査 概要版

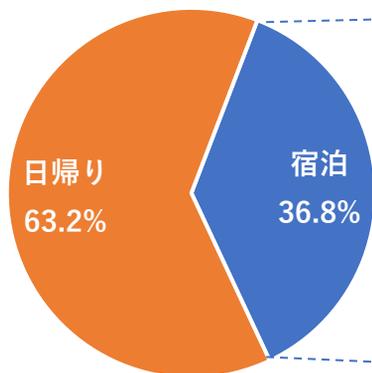
宿泊比率は「宿泊」が36.8%、「日帰り」が63.2%。

宿泊比率は「1泊」が82.4%と最も多く、次いで「2泊」が15.6%。「5泊以上」は1.5%あった。

性別は日帰り、宿泊ともに「男性」比率が高く、年代では「40代」が最も多い。

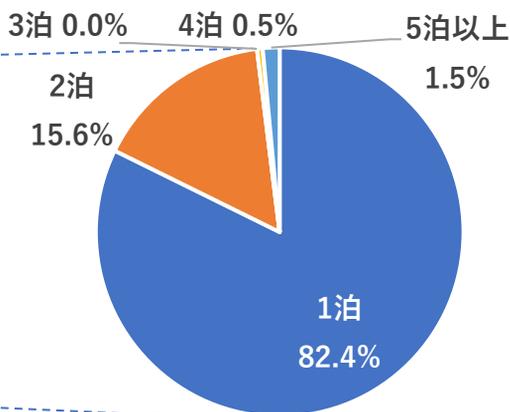
お住まいは日帰り、宿泊ともに「栃木県」が最も多い。宿泊では2番目に「東京都」が入る。

宿泊比率 (n=540)



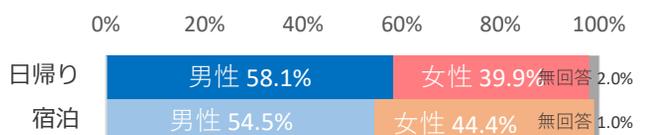
※ 那須塩原市以外に宿泊した場合は、「日帰り」として定義

宿泊日数 (宿泊のみ n=199)



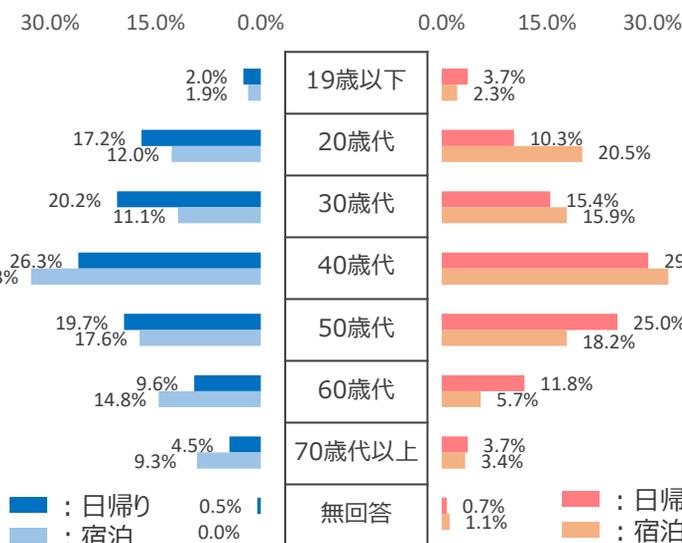
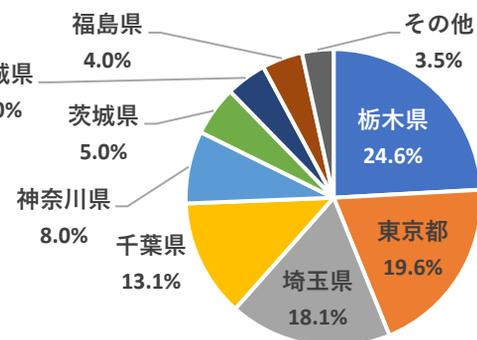
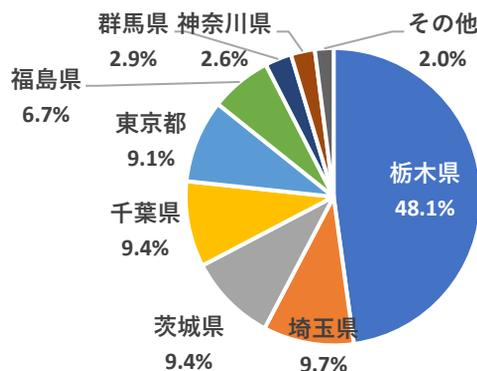
性別・年代

上段：日帰り (n=340) 下段：宿泊 (n=199)



お住まい

上段：日帰り (n=341) 下段：宿泊 (n=199)



※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。

日帰り客一人当たりの消費支出の平均は、総額で5,889円であった。

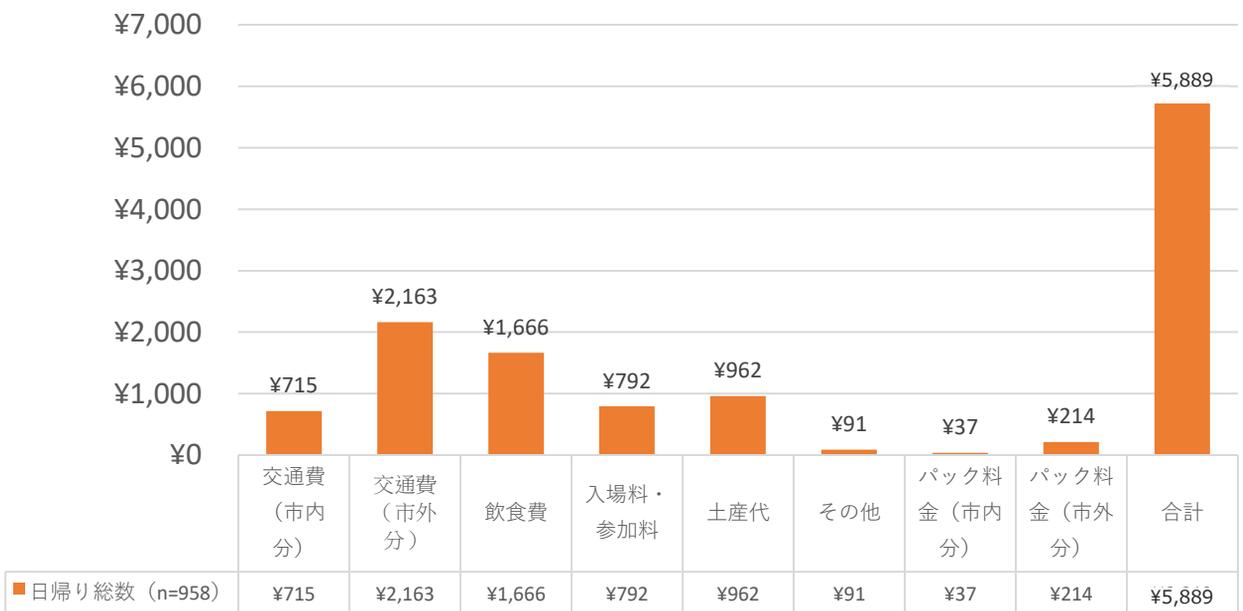
市内での支出は「飲食費」が最も多く1,666円であった。

宿泊客一人当たりの消費支出の平均は、総額で20,781円であった。

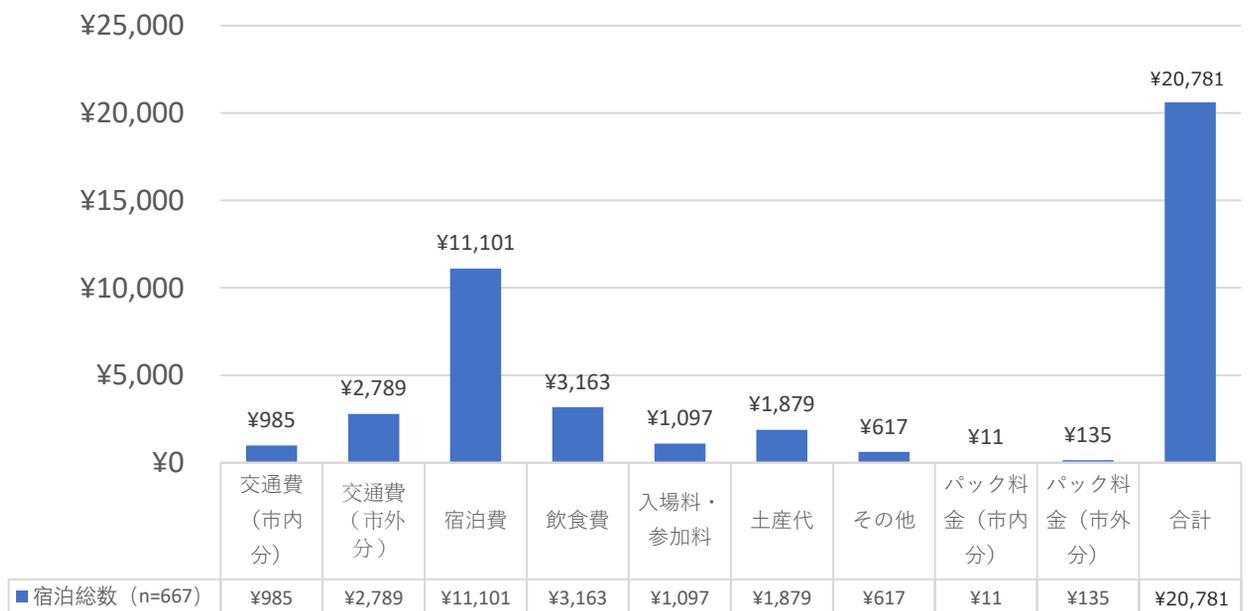
内訳は「宿泊費」が最も多く11,101円であった。

消費支出（一人当たり平均）

日帰り（同行者含む n=958）

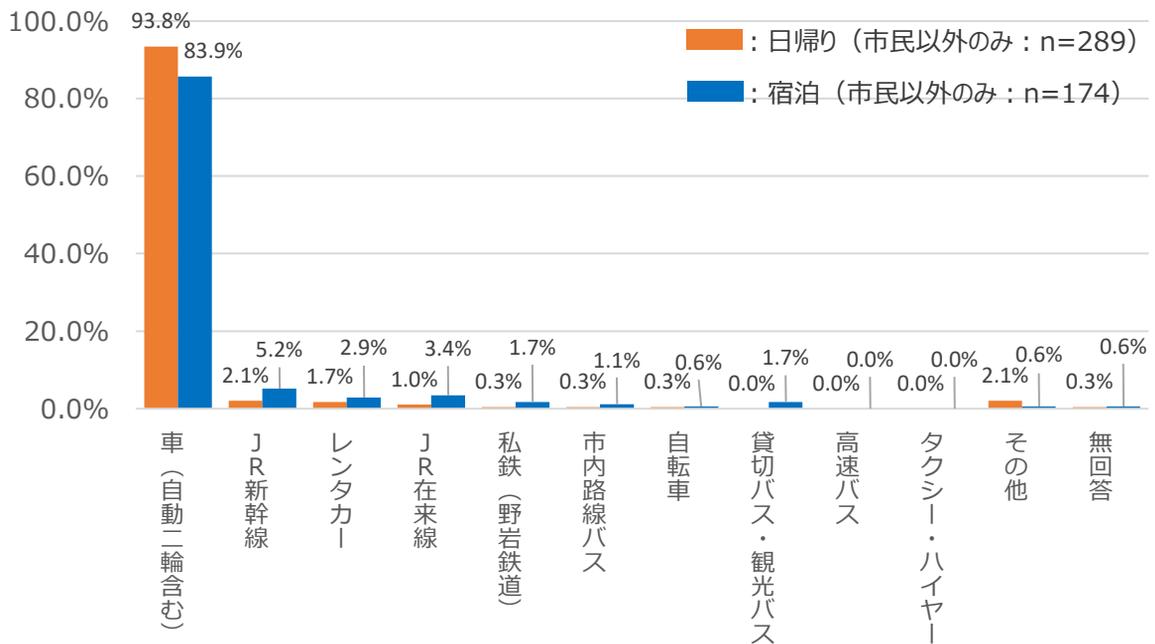


宿泊（同行者含む n=667）

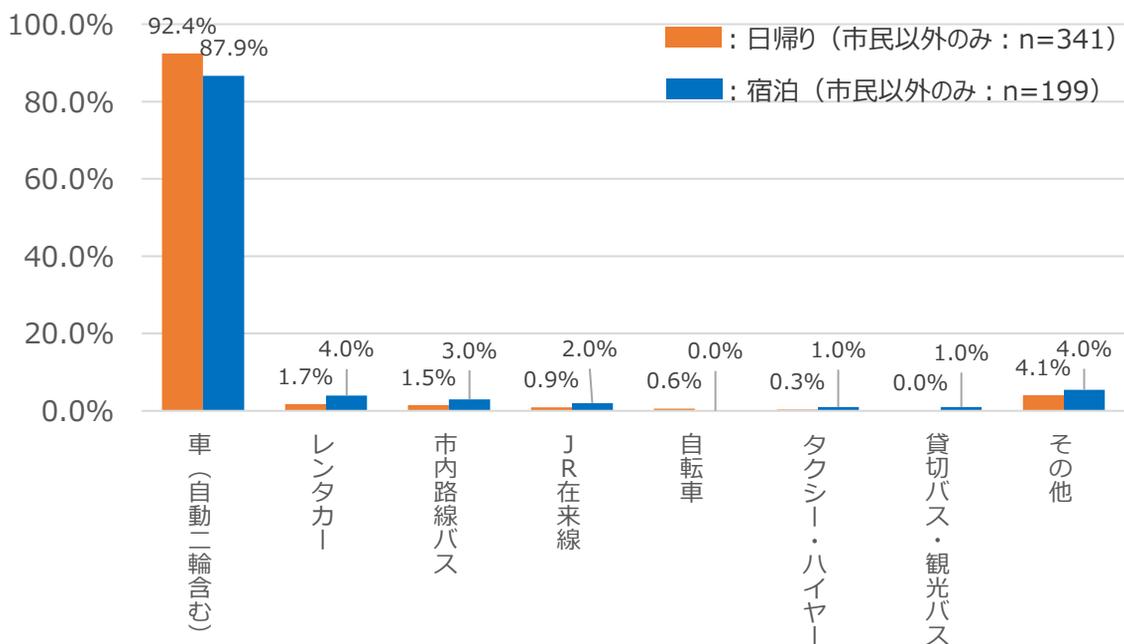


那須塩原市までの交通機関は、日帰り、宿泊問わず、「車（自動二輪含む）」が大半を占めている。
 宿泊客のほうが、日帰り客と比較して、「JR新幹線」や「レンタカー」といった「車」以外の交通機関を活用している。
 また市内での交通機関も、日帰り、宿泊問わず、「車（自動二輪含む）」が大半を占めている。

那須塩原市までの交通機関（複数回答）



市内での交通機関（複数回答）

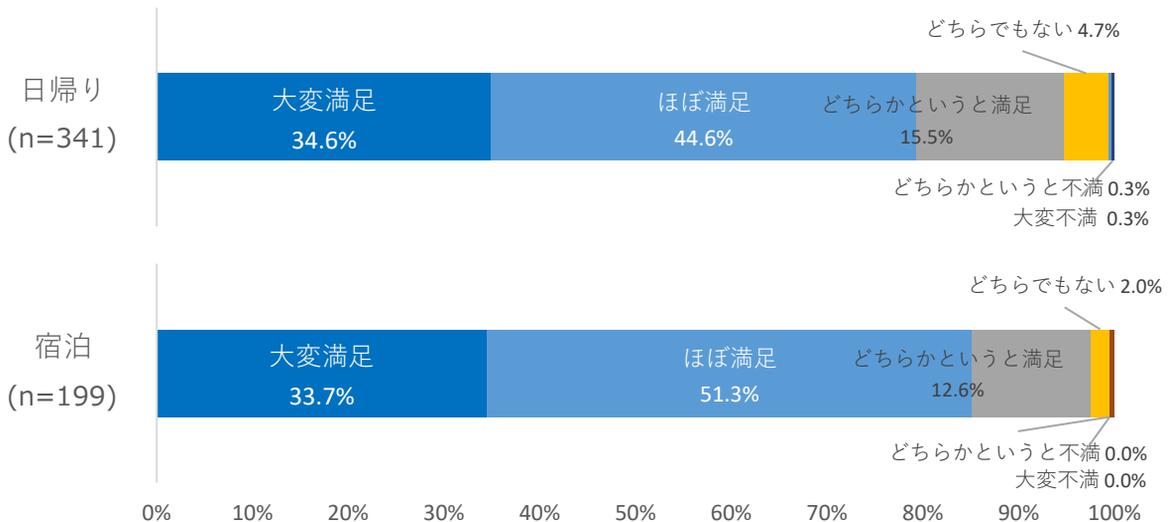


満足度は、日帰りでは「大変満足」が34.6%、「ほぼ満足」が44.6%。

宿泊では「大変満足」が33.7%、「ほぼ満足」が51.3%といずれも高い満足度を得ている。

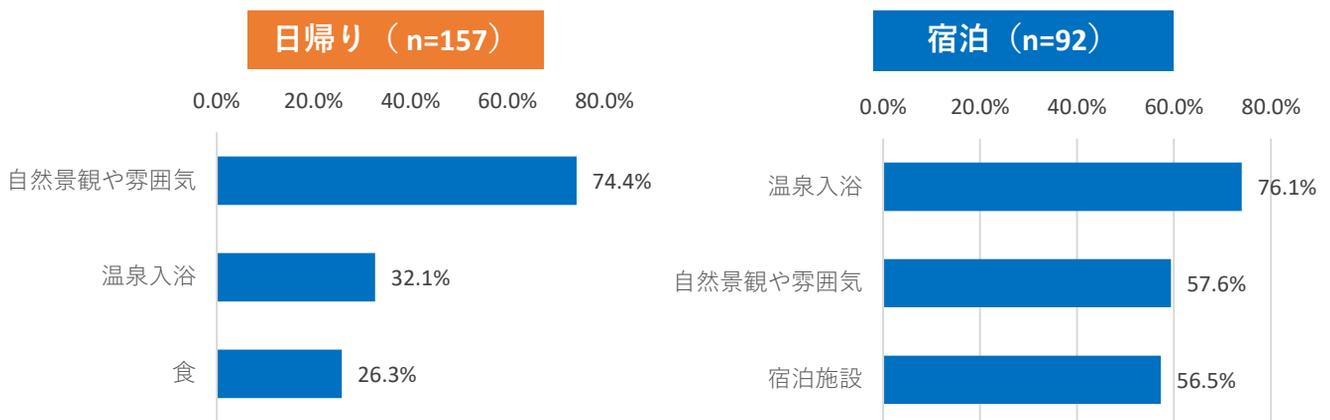
満足した要素を見ると、日帰りでは「自然景観や雰囲気」が74.4%と最も高い満足度を得ているのに対して、宿泊では、「温泉入浴」が76.1%と最も高い。

調査地域の総合満足度



満足した要素（第二回目回答者のみ）

※上位3つ抜粋



総括

回答者の年代であるものの、従来のファン層であるシニア層を抑え、男女ともに40代の来訪が最も多く、20～30代の割合も比較的高い結果となった。また、宿泊では20代女性の割合が2番目に高く、これまでにない結果となった。若年層を意識したサマーキャンペーンなどの取組や、冬季のスキー客層の影響もあったものと推測される。満足した要素では、日帰り客は「自然」、宿泊客は「温泉」のほか「自然」「宿泊施設」に満足しており、今後はターゲット層に合わせ、よりピンポイントに求めるコンテンツを訴求することが効果的と思われる。今後新たな客層をつかむため、男女問わず「首都圏の20～30代」に対し、日帰りでは「自然」を楽しむコンテンツ、宿泊では「温泉」をより深掘りさせるコンテンツを磨き上げ、本市が目指す「ウェルネスツーリズム」を実現していきたい。さらに、旅マエでのアプローチのほか、旅ナカでのコンテンツ訴求と旅アトの関係人口化を確立する取組が必要である。CRMマーケティングによる直接的なプロモーションを行うほか、ふるさと納税やE Cサイト、クラウドファンディングなどを活用した旅アト消費を促す仕組みを構築し、地域の魅力を的確に伝え、那須塩原のファンを増やしていきたい。