

東京都サンプル市 観光基礎マーケティング調査（サンプル）

付録：全設問の集計表（全体＋エリア別・年代別・来訪経験別）

認知・興味

各設問は「全体 → エリア別 → 年代別 → 来訪経験別」の固定順。図の中の n が分母。

認知度（知っているもの）

Q1

認知度が最も高いのは「サンプル城跡公園」 54.8%、最も低いのは「湖のカヤック」 14.1%。区分別では来訪経験別の来訪経験ありで「サンプル城跡公園」が 75.9%と、全体より約21ポイント高い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	サンプル 城跡公 園	温泉街	旧街道 の町並 み	朝市の 海鮮丼	花の丘 公園	名物み そ煮込 み	湖畔展 望台	いちご狩 り	市立歴 史博物 館	地ビー ル醸造 所	湖のカ ヤック
全体		1,967	54.8%	45.9%	44.2%	41.2%	40.3%	36.6%	33.4%	28.6%	25.2%	21.1%	14.1%
エリア別	東京都	388	55.9%	50.3%	47.2%	42.8%	40.2%	37.1%	36.1%	32.5%	24.5%	20.6%	14.1%
	関東（東京都以外）	397	54.4%	52.9%	39.0%	40.3%	40.1%	38.5%	31.2%	28.2%	24.2%	19.6%	14.1%
	東海	392	54.8%	51.3%	46.2%	43.1%	43.4%	38.3%	34.4%	26.3%	25.0%	20.2%	14.1%
	関西	396	55.1%	26.8%	41.9%	40.2%	40.4%	33.3%	32.8%	26.8%	27.5%	21.7%	14.1%
	その他	394	53.6%	48.5%	46.7%	39.8%	37.3%	35.8%	32.5%	29.4%	24.6%	23.4%	14.1%
年代別	20代	655	55.3%	43.8%	44.3%	40.2%	39.2%	38.2%	35.0%	26.7%	27.3%	22.4%	14.1%
	30～40代	654	54.4%	47.9%	44.8%	39.8%	40.2%	35.8%	33.6%	29.7%	24.9%	20.6%	14.1%
	50代以上	658	54.6%	46.0%	43.5%	43.8%	41.3%	35.9%	31.6%	29.5%	23.3%	20.2%	14.1%
来訪経験別	来訪経験あり	979	75.9%	62.8%	61.6%	57.1%	55.6%	52.6%	47.0%	38.6%	33.6%	29.3%	14.1%
	来訪経験なし	988	33.8%	29.1%	26.9%	25.5%	25.1%	20.7%	19.9%	18.7%	16.8%	13.0%	14.1%

認知度＝各コンテンツを選んだ人の割合（複数回答）。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は％（小数1桁）、n はコンテンツごとに僅差（表の n は最小値）

出典: Q1。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

興味度（行ってみたいもの）

興味度が最も高いのは「温泉街」 62.9%、最も低いのは「市立歴史博物館」 22.3%。区分別では年代別の20代で「湖のカヤック」が 55.8%と、全体より約21ポイント高い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	温泉街	花の丘公園	朝市の海鮮丼	湖畔展望台	いちご狩り	旧街道の町並み	名物みそ煮込み	サンプル城跡公園	地ビール醸造所	湖のカヤック	市立歴史博物館
全体		1,958	62.9%	58.1%	57.5%	52.8%	49.9%	45.4%	44.1%	42.5%	36.7%	35.1%	22.3%
エリア別	東京都	392	63.0%	60.5%	56.4%	52.0%	49.7%	45.9%	45.2%	42.3%	36.7%	37.8%	23.1%
	関東（東京都以外）	392	62.2%	56.9%	57.1%	53.3%	51.0%	43.1%	43.9%	42.6%	40.1%	31.4%	21.8%
	東海	397	61.5%	59.4%	58.2%	55.7%	47.1%	44.8%	43.1%	40.6%	35.8%	33.2%	20.5%
	関西	392	64.3%	58.4%	57.4%	54.8%	48.7%	46.7%	43.9%	43.1%	36.2%	37.0%	22.9%
	その他	385	63.6%	55.1%	58.4%	47.8%	53.0%	46.5%	44.7%	43.9%	34.5%	36.4%	23.5%
年代別	20代	651	64.2%	52.1%	59.4%	51.6%	46.2%	44.1%	45.9%	40.2%	48.7%	55.8%	24.1%
	30～40代	653	61.1%	50.2%	58.5%	53.4%	49.2%	45.9%	43.0%	44.7%	32.3%	32.5%	21.2%
	50代以上	654	63.5%	71.9%	54.6%	53.2%	54.3%	46.2%	43.4%	42.5%	29.1%	17.3%	19.8%
来訪経験別	来訪経験あり	980	68.0%	62.3%	60.7%	56.4%	52.4%	46.5%	46.9%	42.3%	38.4%	37.6%	23.8%
	来訪経験なし	978	57.9%	53.8%	54.3%	49.1%	47.3%	44.3%	41.3%	42.6%	35.0%	32.7%	20.8%

興味度＝各コンテンツを選んだ人の割合（複数回答）。※＝参考値（n が 10～29）。―＝n が 5 未満のため非表示。数値は％（小数1桁）、n はコンテンツごとに僅差（表の n は最小値）

出典: Q2。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

市のイメージ

「温泉がある」が最も多く 39.4%（1,961人中772人）。次いで「自然が豊か」35.1%。区分別では来訪経験別の来訪経験ありで「温泉がある」が 56.8%と、全体より約17ポイント高い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	温泉がある	自然が豊か	歴史・文化がある	食べ物がおいしい	静かで落ち着く	家族で楽しめる	アクセスがよい	物価が安い	若者向け	特にイメージがない
全体		1,961	39.4%	35.1%	29.9%	28.1%	24.7%	19.4%	11.5%	8.1%	6.0%	12.7%
エリア別	東京都	390	41.0%	37.4%	28.2%	26.7%	22.1%	17.9%	12.8%	8.5%	7.2%	12.6%
	関東（東京都以外）	395	37.2%	33.2%	29.1%	29.9%	25.3%	18.5%	12.7%	7.1%	4.6%	11.4%
	東海	394	41.6%	33.5%	27.9%	30.5%	30.2%	20.6%	10.9%	8.1%	5.8%	12.7%
	関西	390	37.9%	35.4%	33.1%	26.4%	21.8%	20.0%	10.0%	8.5%	6.2%	13.8%
	その他	392	39.0%	36.2%	31.4%	27.3%	24.2%	20.2%	11.0%	8.2%	6.1%	13.3%
年代別	20代	649	40.7%	34.8%	31.4%	28.0%	26.2%	18.8%	10.3%	6.8%	5.9%	13.1%
	30～40代	655	36.2%	36.9%	28.5%	27.2%	23.5%	19.2%	11.8%	8.4%	5.8%	13.3%
	50代以上	657	41.2%	33.6%	29.8%	29.2%	24.5%	20.2%	12.3%	9.0%	6.2%	11.9%
来訪経験別	来訪経験あり	980	56.8%	44.1%	40.3%	34.5%	31.2%	25.8%	15.4%	9.7%	7.2%	3.2%
	来訪経験なし	981	21.9%	26.2%	19.6%	21.8%	18.2%	13.0%	7.5%	6.4%	4.7%	22.3%

複数回答のため合計は100%を超える。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は％（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q3。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

来訪実態

各設問は「全体 → エリア別 → 年代別 → 来訪経験別」の固定順。図の中の n が分母。

来訪回数

来訪回数は「1回」が最も多く、4割強が初めての来訪。2～3回のリピーターが3割強で続く。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	1回	2～3回	4～9回	10回以上
全体		980	42.6%	35.1%	14.9%	7.4%
エリア別	東京都	194	47.9%	28.9%	17.0%	6.2%
	関東（東京都以外）	197	40.1%	40.6%	12.7%	6.6%
	東海	198	39.9%	38.9%	14.1%	7.1%
	関西	196	40.3%	34.7%	15.3%	9.7%
	その他	195	44.6%	32.3%	15.4%	7.7%
年代別	20代	324	44.1%	32.4%	15.4%	8.0%
	30～40代	327	43.1%	33.3%	15.9%	7.6%
	50代以上	329	40.4%	39.5%	13.4%	6.7%

※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は％（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q4。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

直近の来訪時期

「1～3年前」が最も多く 39.8%（965人中384人）。次いで「1年以内」 35.6%。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	1年以内	1～3年前	3年より前
全体		965	35.6%	39.8%	24.6%
エリア別	東京都	194	33.0%	39.2%	27.8%
	関東（東京都以外）	188	34.6%	38.8%	26.6%
	東海	194	36.1%	41.2%	22.7%
	関西	192	30.2%	46.4%	23.4%
	その他	197	44.2%	33.5%	22.3%
年代別	20代	323	39.3%	35.9%	24.8%
	30～40代	318	34.9%	43.1%	22.0%
	50代以上	324	32.7%	40.4%	26.9%

※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q5。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

来訪目的

「観光スポット巡り」が最も多く 59.4%（982人中583人）。次いで「自然・景色」43.5%。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	観光スポット 巡り	自然・景 色	グルメ	温泉	体験・アクテ ィビティ	祭り・イベン ト	帰省・知人訪 問	仕事・出張	その他
全体		982	59.4%	43.5%	41.8%	39.9%	22.2%	11.2%	10.8%	9.1%	2.7%
エリア別	東京都	200	66.0%	43.5%	44.5%	40.0%	25.0%	8.5%	8.5%	10.5%	4.5%
	関東（東京都以外）	193	60.1%	41.5%	40.4%	37.8%	19.2%	11.9%	10.4%	11.9%	4.1%
	東海	198	61.1%	47.0%	38.9%	37.9%	20.7%	12.6%	12.6%	6.1%	1.0%
	関西	195	50.8%	42.6%	40.5%	39.0%	23.6%	11.8%	13.8%	8.7%	1.0%
	その他	196	58.7%	42.9%	44.4%	44.9%	22.4%	11.2%	8.7%	8.2%	3.1%
年代別	20代	323	58.5%	42.4%	41.2%	39.9%	27.2%	7.7%	11.8%	7.1%	3.1%
	30～40代	329	63.2%	41.3%	43.8%	41.9%	20.4%	12.8%	11.6%	9.7%	2.4%
	50代以上	330	56.4%	46.7%	40.3%	37.9%	19.1%	13.0%	9.1%	10.3%	2.7%

複数回答のため合計は100%を超える。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q6。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

同行者

「夫婦・パートナー」が最も多く 32.0%（982人中314人）。次いで「家族（子ども連れ）」20.2%。区分別では年代別の30～40代で「家族（子ども連れ）」が 35.5%と、全体より約15ポイント高い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	夫婦・パートナー	家族(子ども連れ)	友人	一人	家族(大人のみ)	職場の同僚	その他
全体		982	32.0%	20.2%	19.9%	14.4%	9.3%	3.1%	1.3%
エリア別	東京都	197	35.0%	15.7%	19.8%	13.2%	11.2%	3.0%	2.0%
	関東(東京都以外)	195	32.3%	21.0%	18.5%	12.8%	11.8%	3.1%	0.5%
	東海	195	30.8%	23.1%	20.5%	14.9%	6.7%	2.6%	1.5%
	関西	198	33.8%	21.2%	17.2%	16.7%	7.1%	3.0%	1.0%
	その他	197	27.9%	19.8%	23.4%	14.2%	9.6%	3.6%	1.5%
年代別	20代	326	32.8%	7.1%	27.9%	16.0%	8.3%	5.8%	2.1%
	30～40代	327	24.5%	35.5%	14.7%	13.1%	9.8%	1.8%	0.6%
	50代以上	329	38.6%	17.9%	17.0%	14.0%	9.7%	1.5%	1.2%

※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q7。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

交通手段

「自家用車」が最も多く 65.2%（982人中640人）。次いで「鉄道」 39.5%。区分別ではエリア別のその他で「自家用車」が 38.4%と、全体より約27ポイント低い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	自家用車	鉄道	高速バス	レンタカー	路線バス	飛行機	その他
全体		982	65.2%	39.5%	13.8%	13.0%	12.4%	7.9%	1.6%
エリア別	東京都	196	67.3%	55.6%	14.3%	12.8%	10.2%	2.0%	0.5%
	関東（東京都以外）	195	66.7%	44.6%	15.9%	10.3%	11.8%	3.6%	2.1%
	東海	196	90.3%	14.8%	11.2%	10.2%	15.3%	5.6%	2.6%
	関西	197	63.5%	44.2%	12.2%	9.6%	14.7%	2.5%	2.5%
	その他	198	38.4%	38.4%	15.7%	22.2%	10.1%	25.8%	0.5%
年代別	20代	328	68.3%	44.2%	13.7%	8.5%	11.3%	6.7%	1.5%
	30～40代	327	62.7%	40.7%	14.1%	13.5%	12.8%	8.3%	1.2%
	50代以上	327	64.5%	33.6%	13.8%	17.1%	13.1%	8.9%	2.1%

複数回答のため合計は100%を超える。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q8。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5/±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

宿泊日数

「日帰り」が最も多く 38.9%（979人中381人）。次いで「1泊」36.0%。区分別ではエリア別のその他で「日帰り」が 11.6%と、全体より約27ポイント低い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	日帰り	1泊	2泊	3泊以上
全体		979	38.9%	36.0%	16.9%	8.3%
エリア別	東京都	195	56.9%	29.2%	7.2%	6.7%
	関東（東京都以外）	195	39.5%	31.8%	19.5%	9.2%
	東海	196	40.8%	37.2%	17.3%	4.6%
	関西	195	46.2%	38.5%	10.3%	5.1%
	その他	198	11.6%	42.9%	29.8%	15.7%
年代別	20代	324	38.6%	37.0%	16.4%	8.0%
	30～40代	328	38.7%	35.1%	18.3%	7.9%
	50代以上	327	39.4%	35.8%	15.9%	8.9%

※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q9。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

宿泊施設のタイプ

Q10

「ホテル」が最も多く 44.7%（584人中261人）。次いで「旅館」 32.9%。区分別ではエリア別の関東（東京都以外）で「ホテル」が 29.6%と、全体より約15ポイント低い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	ホテル	旅館	民宿・ペンション	民泊	キャンプ場	その他
全体		584	44.7%	32.9%	8.4%	6.5%	4.6%	2.9%
エリア別	東京都	83	50.6%	31.3%	6.0%	7.2%	1.2%	3.6%
	関東（東京都以外）	115	29.6%	45.2%	10.4%	6.1%	3.5%	5.2%
	東海	113	38.9%	38.1%	10.6%	5.3%	4.4%	2.7%
	関西	104	53.8%	31.7%	4.8%	6.7%	2.9%	0.0%
	その他	169	50.3%	22.5%	8.9%	7.1%	8.3%	3.0%
年代別	20代	198	46.5%	32.8%	7.6%	6.1%	3.5%	3.5%
	30～40代	191	45.5%	34.6%	8.9%	5.2%	5.2%	0.5%
	50代以上	195	42.1%	31.3%	8.7%	8.2%	5.1%	4.6%

※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q10。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5/±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

市内消費額（一人あたり）

Q11

「5,000～9,999円」が最も多く 25.3%（969人中245人）。次いで「10,000～19,999円」22.5%。区分別ではエリア別のその他で「5,000円未満」が 3.6%と、全体より約10ポイント低い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	5,000円未満	5,000～9,999円	10,000～19,999円	20,000～29,999円	30,000～49,999円	50,000円以上
全体		969	13.7%	25.3%	22.5%	18.7%	12.2%	7.6%
エリア別	東京都	192	17.2%	26.6%	24.5%	19.8%	6.8%	5.2%
	関東（東京都以外）	192	13.5%	27.1%	18.8%	17.7%	13.5%	9.4%
	東海	196	18.9%	27.0%	22.4%	15.8%	10.2%	5.6%
	関西	196	15.3%	21.9%	24.0%	18.4%	12.2%	8.2%
	その他	193	3.6%	23.8%	22.8%	21.8%	18.1%	9.8%
年代別	20代	324	13.6%	22.8%	23.8%	21.0%	11.4%	7.4%
	30～40代	325	12.6%	25.8%	22.8%	17.5%	13.8%	7.4%
	50代以上	320	15.0%	27.2%	20.9%	17.5%	11.2%	8.1%

※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n
出典: Q11。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

経験率（訪れた・体験したもの）

Q12

経験率が最も高いのは「サンプル城跡公園」 41.5%、最も低いのは「湖のカヤック」 1.4%。区分別ではエリア別の関西で「温泉街」が 16.9%と、全体より約14ポイント低い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	サンプル 城跡公園	温泉街	旧街道 の町並み	朝市の 海鮮丼	花の丘 公園	名物み そ煮込み	湖畔展 望台	いちご狩 り	市立歴 史博物館	陶芸体 験	地ビール 醸造所
全体		980	41.5%	30.6%	25.9%	20.5%	18.9%	16.4%	13.0%	8.0%	7.6%	3.4%	3.3%
エリア別	東京都	196	40.8%	35.7%	25.5%	16.3%	16.8%	16.3%	9.2%	7.7%	7.7%	2.0%	3.6%
	関東(東京都以外)	195	44.6%	36.9%	23.6%	27.2%	20.0%	16.4%	15.4%	7.2%	5.6%	3.1%	2.6%
	東海	199	44.7%	27.6%	27.6%	24.1%	20.6%	18.6%	14.6%	7.5%	6.5%	3.5%	1.5%
	関西	195	40.5%	16.9%	23.6%	14.9%	18.5%	18.5%	11.3%	9.2%	9.2%	1.5%	3.6%
	その他	195	36.9%	35.9%	29.2%	20.0%	18.5%	12.3%	14.4%	8.2%	8.7%	6.7%	5.1%
年代別	20代	329	41.6%	28.9%	27.1%	22.5%	18.2%	18.8%	13.4%	7.9%	10.3%	3.3%	3.3%
	30～40代	325	41.2%	32.0%	25.5%	18.2%	16.6%	14.8%	13.5%	8.0%	6.5%	3.4%	4.3%
	50代以上	326	41.7%	31.0%	25.2%	20.9%	21.8%	15.6%	12.0%	8.0%	5.8%	3.4%	2.1%

経験率＝各コンテンツを選んだ人の割合（複数回答）。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、n はコンテンツごとに僅差（表の n は最小値）

出典: Q12。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

評価

各設問は「全体 → エリア別 → 年代別 → 来訪経験別」の固定順。図の中の n が分母。

満足度（コンテンツ別）

満足（とても満足＋やや満足）が最も高いのは「いちご狩り」 83.1%（n=77）。区分別では年代別の20代で「湖畔展望台」が 83.3%と、全体より約 12ポイント高い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		いちご狩り	湖のカヤック	温泉街	朝市の海鮮丼	地ビール醸造所	サンプル城跡公園	湖畔展望台	旧街
全体		83.1% (77)	78.6% (14) ※	77.6% (294)	75.3% (194)	71.9% (32)	71.4% (399)	71.0% (124)	70.4
エリア別	東京都	100.0% (15) ※	—	73.9% (69)	70.0% (30)	n=7	67.1% (79)	94.1% (17) ※	61
	関東（東京都以外）	84.6% (13) ※	—	80.3% (71)	73.1% (52)	n=5	69.8% (86)	70.0% (30)	76
	東海	86.7% (15) ※	—	74.1% (54)	80.4% (46)	—	73.6% (87)	48.3% (29) ※	72
	関西	72.2% (18) ※	—	77.4% (31)	85.7% (28) ※	n=7	72.4% (76)	76.2% (21) ※	69
	その他	75.0% (16) ※	—	81.2% (69)	68.4% (38)	70.0% (10) ※	74.6% (71)	77.8% (27) ※	71
年代別	20代	80.8% (26) ※	—	83.9% (93)	75.3% (73)	54.5% (11) ※	75.2% (133)	83.3% (42)	66
	30～40代	80.8% (26) ※	n=5	73.3% (101)	73.7% (57)	71.4% (14) ※	72.9% (133)	65.1% (43)	76
	50代以上	88.0% (25) ※	n=5	76.0% (100)	76.6% (64)	n=7	66.2% (133)	64.1% (39)	68

セル＝満足（とても満足＋やや満足）の割合（括弧内＝そのセルの n）。分母＝そのコンテンツを訪れた・体験した人。n=○＝件数のみ（n 5～9）。※＝参考値（n が 10～29）。—＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、n はセルごとに括弧で表示

出典: Q13。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5/±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

満足した点

Q14

「景色・自然」が最も多く 53.9%（977人中527人）。次いで「食事」45.5%。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	景色・自然	食事	温泉・宿	人の親切さ	混雑の少なさ	価格	アクセス	体験の内容	特にない
全体		977	53.9%	45.5%	34.5%	27.5%	27.5%	18.5%	18.0%	17.9%	4.7%
エリア別	東京都	194	51.0%	44.3%	33.5%	26.3%	25.3%	19.6%	20.1%	20.6%	4.6%
	関東（東京都以外）	196	49.5%	49.5%	35.2%	26.5%	27.0%	17.9%	17.9%	19.4%	4.6%
	東海	197	52.3%	43.7%	33.5%	34.0%	28.9%	16.2%	16.2%	17.3%	4.1%
	関西	195	60.5%	42.1%	35.4%	22.1%	28.7%	16.9%	15.9%	14.9%	7.2%
	その他	195	56.4%	48.2%	34.9%	28.7%	27.7%	22.1%	20.0%	17.4%	3.1%
年代別	20代	323	52.9%	40.6%	34.4%	28.2%	24.1%	16.1%	19.5%	19.2%	4.0%
	30～40代	326	55.8%	47.2%	34.0%	28.5%	29.1%	17.5%	16.0%	17.5%	4.0%
	50代以上	328	53.0%	48.8%	35.1%	25.9%	29.3%	22.0%	18.6%	17.1%	6.1%

複数回答のため合計は100%を超える。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q14。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5/±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

不満・困った点

「交通の便」が最も多く 35.8%（985人中353人）。次いで「飲食店の選択肢」22.0%。区分別ではエリア別のその他で「交通の便」が 53.3%と、全体より約17ポイント高い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	交通の便	飲食店の選択肢	情報の少なさ	案内表示	営業時間	キャッシュレス対応	価格	混雑	特にない
全体		985	35.8%	22.0%	19.3%	17.0%	16.2%	15.1%	12.8%	12.4%	19.2%
エリア別	東京都	198	19.2%	25.8%	17.7%	17.7%	16.7%	12.6%	13.6%	9.6%	25.8%
	関東（東京都以外）	195	35.4%	24.1%	14.9%	21.0%	21.0%	15.9%	8.7%	15.4%	16.9%
	東海	197	28.4%	21.8%	19.3%	20.3%	18.3%	14.7%	16.8%	9.1%	21.8%
	関西	198	42.9%	22.7%	20.2%	12.6%	12.1%	18.2%	11.1%	11.6%	17.7%
	その他	197	53.3%	15.7%	24.4%	13.2%	13.2%	14.2%	13.7%	16.2%	13.7%
年代別	20代	327	33.3%	21.7%	22.0%	19.3%	16.2%	13.1%	14.1%	12.5%	19.0%
	30～40代	329	38.3%	19.1%	17.6%	17.6%	13.7%	18.2%	10.6%	13.4%	19.1%
	50代以上	329	35.9%	25.2%	18.2%	14.0%	18.8%	14.0%	13.7%	11.2%	19.5%

複数回答のため合計は100%を超える。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n
出典: Q15。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5/±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

再訪意向

Q16

「訪れたい（ぜひ＋機会があれば）」は 69.6%（985人中686人）。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	ぜひ訪れたい	機会があれば訪れたい	どちらともいえない	あまり訪れたくない	訪れたくない	訪れたい(ぜひ＋機会があれば)
全体		985	27.3%	42.3%	20.8%	7.2%	2.3%	69.6%
エリア別	東京都	195	27.7%	44.6%	17.4%	7.7%	2.6%	72.3%
	関東（東京都以外）	198	25.8%	39.4%	23.7%	8.6%	2.5%	65.2%
	東海	199	24.1%	46.2%	18.6%	8.0%	3.0%	70.4%
	関西	195	28.2%	41.5%	24.6%	5.1%	0.5%	69.7%
	その他	198	30.8%	39.9%	19.7%	6.6%	3.0%	70.7%
年代別	20代	328	28.0%	41.2%	22.0%	6.7%	2.1%	69.2%
	30～40代	328	29.0%	42.7%	19.8%	6.4%	2.1%	71.6%
	50代以上	329	24.9%	43.2%	20.7%	8.5%	2.7%	68.1%

訪れたい（ぜひ＋機会があれば）＝右端の列（ぜひ訪れたい＋機会があれば訪れたい）。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q16。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

情報・意向

各設問は「全体 → エリア別 → 年代別 → 来訪経験別」の固定順。図の中の n が分母。

情報源

Q17

「旅行予約サイト」が最も多く 44.9%（1,961人中880人）。次いで「SNS（Instagram等）」38.9%。区分別では年代別の20代で「SNS（Instagram等）」が 63.1%と、全体より約24ポイント高い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	旅行予約サイト	SNS (Instagram 等)	テレビ・雑誌	観光協会サイト	家族・友人	動画サイト	旅行会社	特にない
全体		1,961	44.9%	38.9%	31.9%	31.3%	26.6%	26.1%	9.2%	7.2%
エリア別	東京都	392	44.6%	38.0%	32.9%	32.1%	25.3%	29.3%	9.4%	7.4%
	関東（東京都以外）	396	42.2%	37.6%	32.1%	33.1%	27.5%	28.5%	9.8%	6.8%
	東海	391	47.3%	39.4%	33.5%	32.0%	25.8%	24.6%	7.2%	8.2%
	関西	390	46.7%	40.5%	29.5%	31.0%	27.7%	24.9%	12.1%	6.2%
	その他	392	43.6%	39.0%	31.4%	28.1%	26.8%	23.0%	7.4%	7.7%
年代別	20代	654	45.7%	63.1%	13.6%	31.7%	26.8%	32.7%	8.9%	5.2%
	30～40代	654	45.3%	36.4%	29.2%	31.3%	26.1%	23.4%	10.2%	8.3%
	50代以上	653	43.6%	17.2%	52.8%	30.8%	27.0%	22.1%	8.4%	8.3%
来訪経験別	来訪経験あり	980	44.6%	40.9%	32.0%	30.3%	24.6%	25.8%	9.0%	6.7%
	来訪経験なし	981	45.2%	36.9%	31.7%	32.2%	28.6%	26.3%	9.4%	7.7%

複数回答のため合計は100%を超える。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q17。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5／±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

訪れたい季節

Q18

「秋」が最も多く 31.5%（1,964人中619人）。次いで「春」26.5%。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	秋	春	夏	季節は問わない	冬
全体		1,964	31.5%	26.5%	20.5%	14.0%	7.5%
エリア別	東京都	394	28.4%	26.1%	20.8%	15.5%	9.1%
	関東（東京都以外）	393	33.1%	22.6%	22.9%	15.3%	6.1%
	東海	394	33.0%	27.7%	18.5%	12.4%	8.4%
	関西	394	32.2%	31.0%	17.3%	13.2%	6.3%
	その他	389	30.8%	25.2%	23.1%	13.4%	7.5%
年代別	20代	655	24.3%	27.2%	27.0%	11.6%	9.9%
	30～40代	647	30.6%	29.7%	17.6%	16.7%	5.4%
	50代以上	662	39.6%	22.8%	16.9%	13.6%	7.1%
来訪経験別	来訪経験あり	978	31.2%	26.4%	19.9%	14.9%	7.6%
	来訪経験なし	986	31.8%	26.7%	21.1%	13.0%	7.4%

※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n

出典: Q18。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5/±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

来訪の条件（未訪問者）

Q19

「交通の便がよくなる」が最も多く 46.6%（979人中456人）。次いで「割引・キャンペーンがある」37.7%。区分別では年代別の20代で「割引・キャンペーンがある」が56.6%と、全体より約19ポイント高い。

全体 +10ポイント以上 全体 +5ポイント以上 全体 -5ポイント以下 全体 -10ポイント以下 （n=30以上の区分のみ塗る）

		n	交通の便が よくなる	割引・キャン ペーンがある	話題の飲食 店がある	友人・家族に 勧められる	宿泊施設が 充実する	イベントが ある	体験プログラ ムが増える	特にな い
全体		979	46.6%	37.7%	32.0%	30.3%	27.0%	26.4%	19.2%	6.4%
エリア別	東京都	197	47.2%	37.6%	32.0%	27.9%	23.4%	23.4%	16.2%	4.6%
	関東（東京都以外）	198	47.0%	38.9%	31.8%	34.3%	32.3%	26.8%	16.7%	5.1%
	東海	193	46.1%	38.9%	31.6%	25.9%	25.9%	29.0%	22.3%	7.8%
	関西	193	48.7%	33.7%	31.6%	31.6%	26.4%	25.9%	22.8%	7.3%
	その他	198	43.9%	39.4%	32.8%	31.8%	26.8%	26.8%	18.2%	7.6%
年代別	20代	327	44.6%	56.6%	29.7%	28.7%	26.9%	22.9%	17.4%	5.8%
	30～40代	327	40.7%	33.6%	31.2%	33.0%	26.6%	26.9%	20.8%	8.0%
	50代以上	325	54.5%	22.8%	35.1%	29.2%	27.4%	29.2%	19.4%	5.5%

複数回答のため合計は100%を超える。※＝参考値（n が 10～29）。－＝n が 5 未満のため非表示。数値は%（小数1桁）、分母は各行の n
出典: Q19。表の色は全体との差（橙＝高い、青＝低い。±5/±10 ポイント。n≥30 の区分のみ）。数値・n は表内

四象限

各設問は「全体 → エリア別 → 年代別 → 来訪経験別」の固定順。図の中の n が分母。

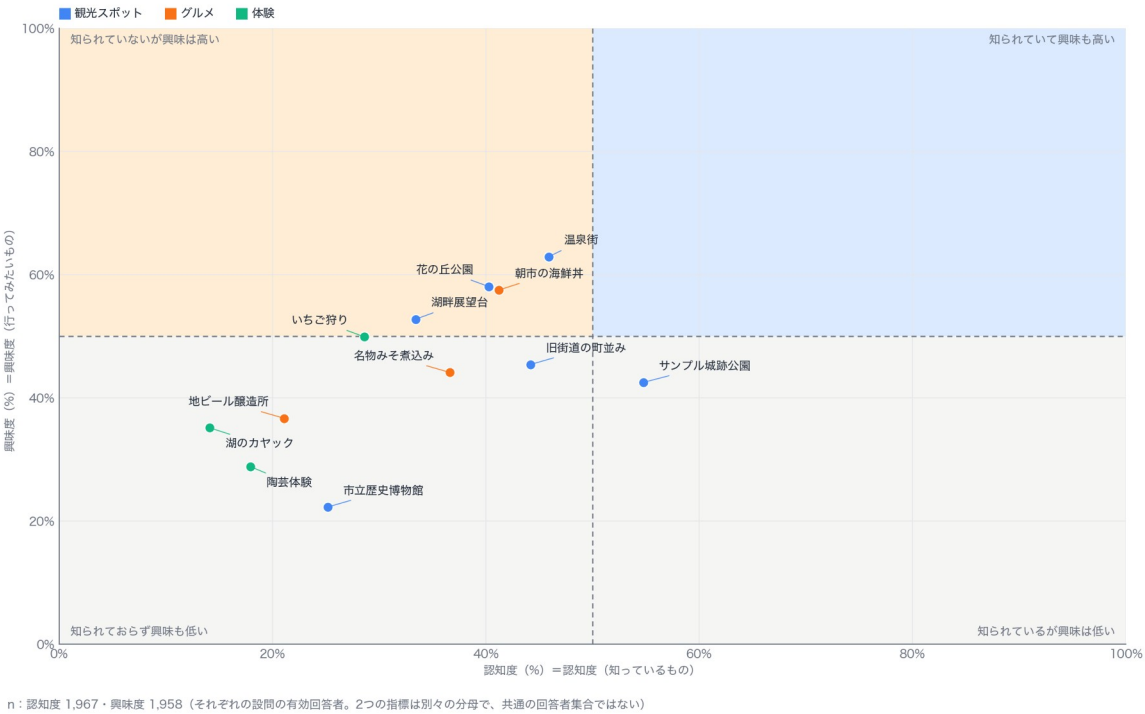
認知度 × 興味度（全体）

Q1×Q2

「知られていないが興味は高い」は4件：「湖畔展望台」、「花の丘公園」、「温泉街」、「朝市の海鮮丼」。基準線は認知度・興味度とも50%（固定）。

知られていないが興味は高い 認知度 50%未満・興味度 50%以上	知られていて興味も高い 認知度・興味度とも 50%以上	知られているが興味は低い 認知度 50%以上・興味度 50%未満	知られておらず興味も低い 認知度・興味度とも 50%未満
--------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------

象限は位置の事実。何を優先するか（施策の読み）は人が書く

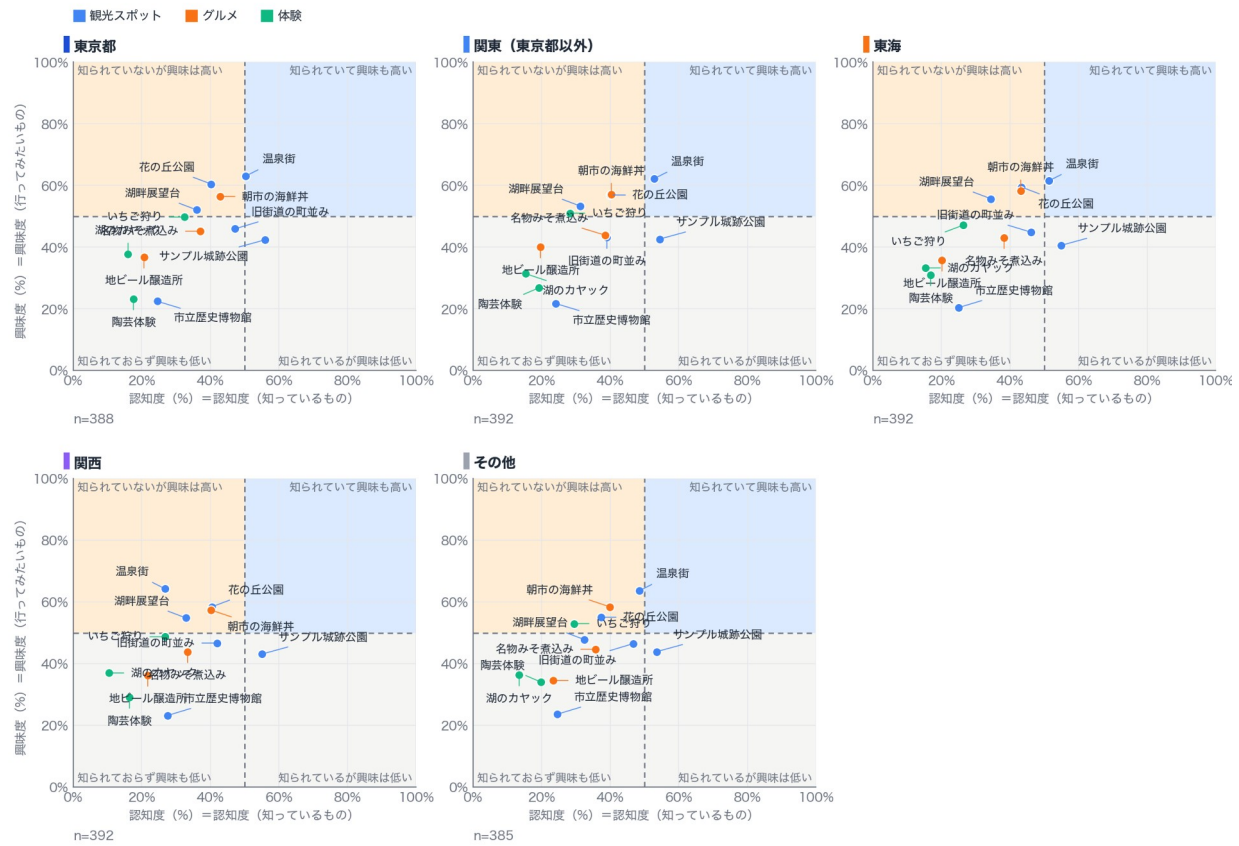


出典: Q1×Q2。横軸＝認知度、縦軸＝興味度（いずれも%）。基準線は固定。数値表は HTML 報告書と Excel に

認知度 × 興味度（エリア別）

Q1×Q2

「知られていないが興味は高い」の件数: 東京都 3 件、関東（東京都以外） 4 件、東海 3 件、関西 4 件、その他 4 件。

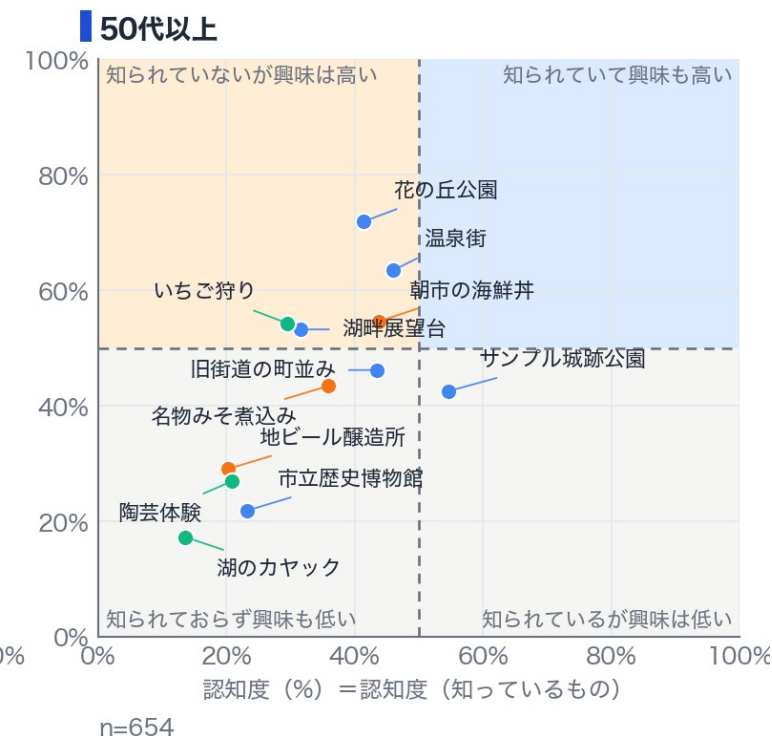
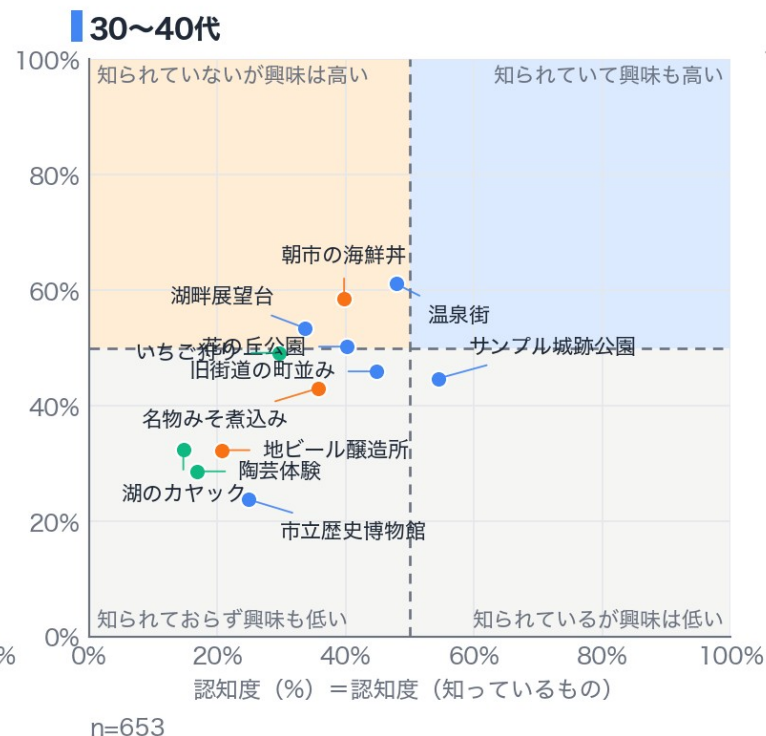
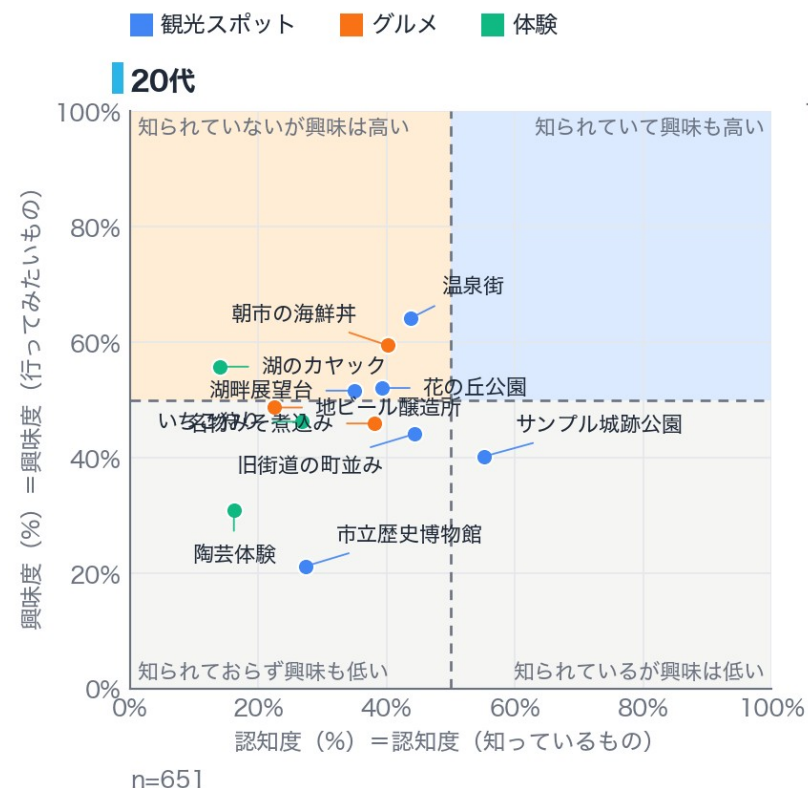


出典: Q1×Q2。横軸＝認知度、縦軸＝興味度（いずれも％）。基準線は固定。数値表は HTML 報告書と Excel に

認知度 × 興味度（年代別）

Q1×Q2

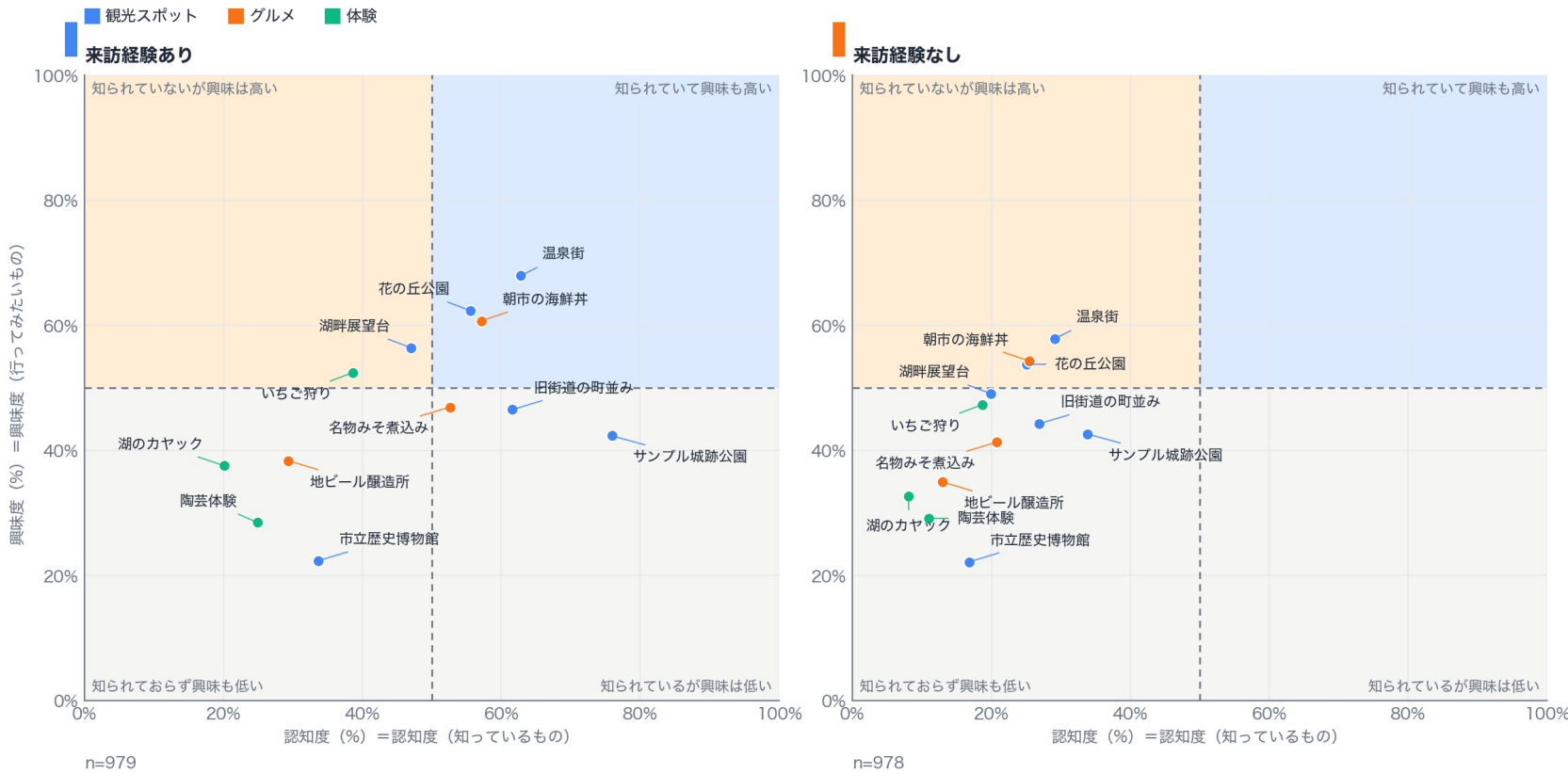
「知られていないが興味は高い」の件数: 20代 5 件、30～40代 4 件、50代以上 5 件。



出典: Q1×Q2。横軸 = 認知度、縦軸 = 興味度（いずれも%）。基準線は固定。数値表は HTML 報告書と Excel に

認知度 × 興味度（来訪経験別）

「知られていないが興味は高い」の件数: 来訪経験あり 2 件、来訪経験なし 3 件。



出典: Q1×Q2。横軸＝認知度、縦軸＝興味度（いずれも％）。基準線は固定。数値表は HTML 報告書と Excel に