

観光地魅力度調査報告書

令和2年9月

～宝塚市版～



公益社団法人ひょうご観光本部

Hyogo Tourism Bureau



調査目的	観光地にて旅行者の動機や周遊ルート、観光費用等の顧客データを収集、地域ごとの訪問客の属性等の傾向を分析し、地域における観光商品やサービスに対する評価を踏まえ、今後の対策に活かすことを目的とする。
調査地域	宝塚市
調査対象者	調査地域を訪れた観光客、宿泊客
サンプル数	51
調査手法	QRコードを媒介としたインターネット調査
調査期間	2020年9月

《居住地》

- ・観光客・宿泊客の約7割が県内と大阪府からの訪問者で、マイクロツーリズムが拡大している。

《年齢・同行者》

- ・40代・50代および夫婦旅行の割合が県全域よりも高く、主要な客層となっている。

《リピート率・消費額》

- ・リピート率をみると、初めてと2回目以上が、ほぼ半数ずつとなっており、県全域よりもリピーターの割合が低く、来訪者の満足度を上げ、リピート率を高めることが必要と考えられる。
- ・2万円以上の割合が約半数を占めているが、GoToトラベルの効果により、高価格帯の需要が増えたためと考えられる。

《地域への期待度・地域の満足度》

- ・体験・アクティビティ、お土産・特産品への期待度・満足度は、県全域よりも低く、こうした分野の商品開発や認知度向上が課題と考えられる。
- ・Wi-Fiなどインターネット環境への期待度と満足度もやや低く、Wi-Fi環境の充実も必要である。

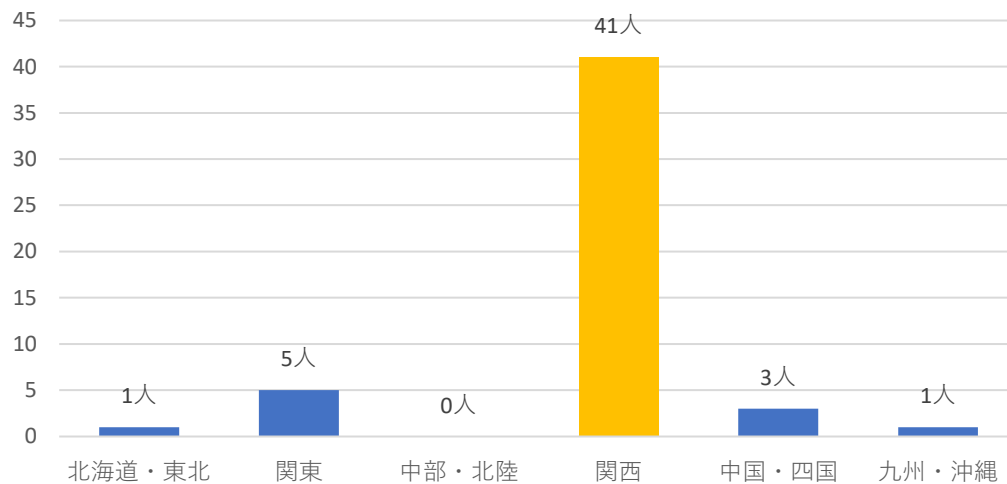
回答者属性

居住地



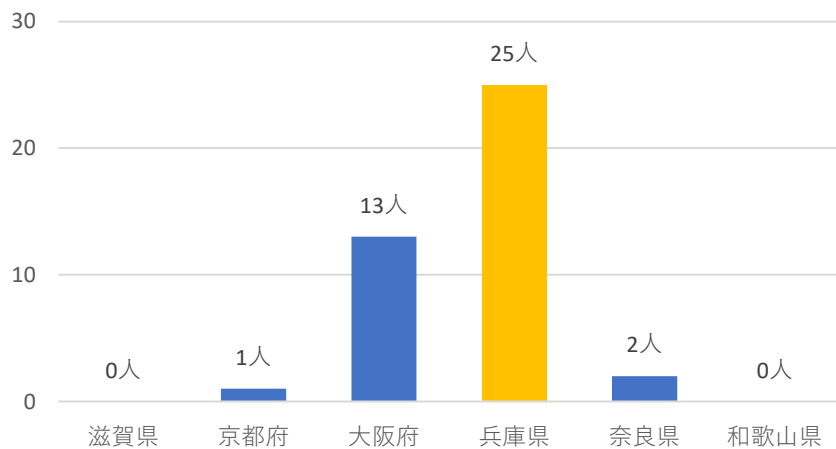
居住地

N=51



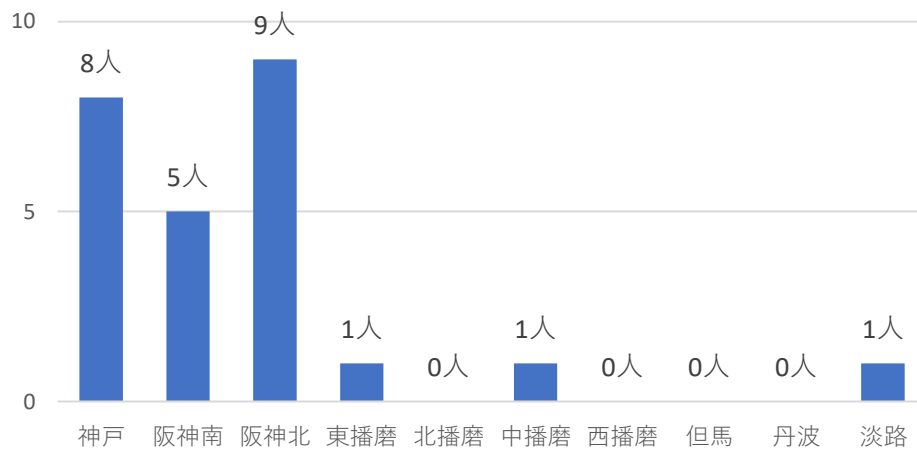
居住地（うち関西）

N=41



居住地（関西のうち兵庫県内）

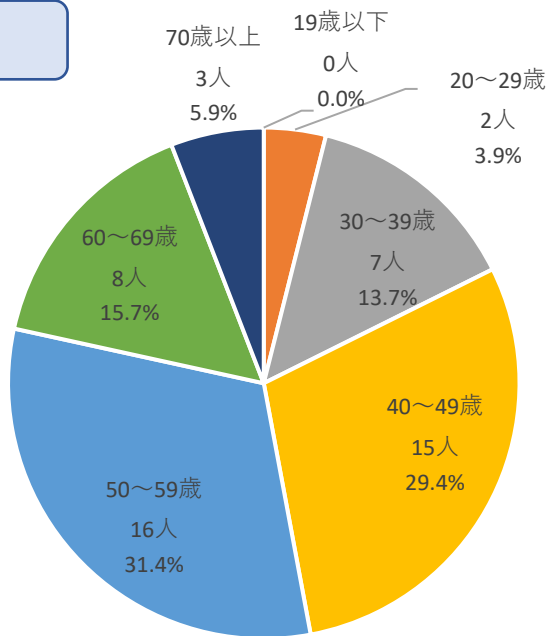
N=25



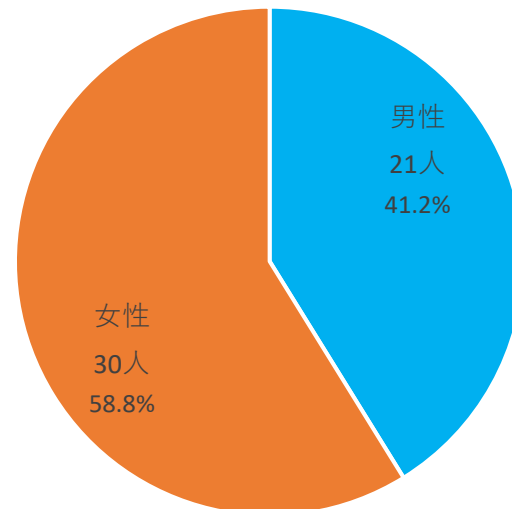
年齢・性別



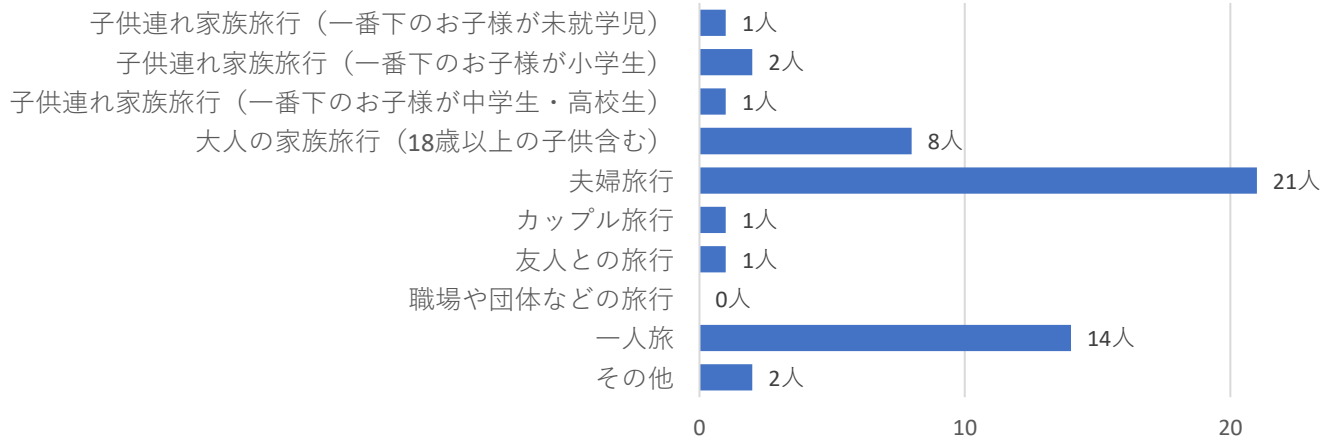
年齢



性別



同行者

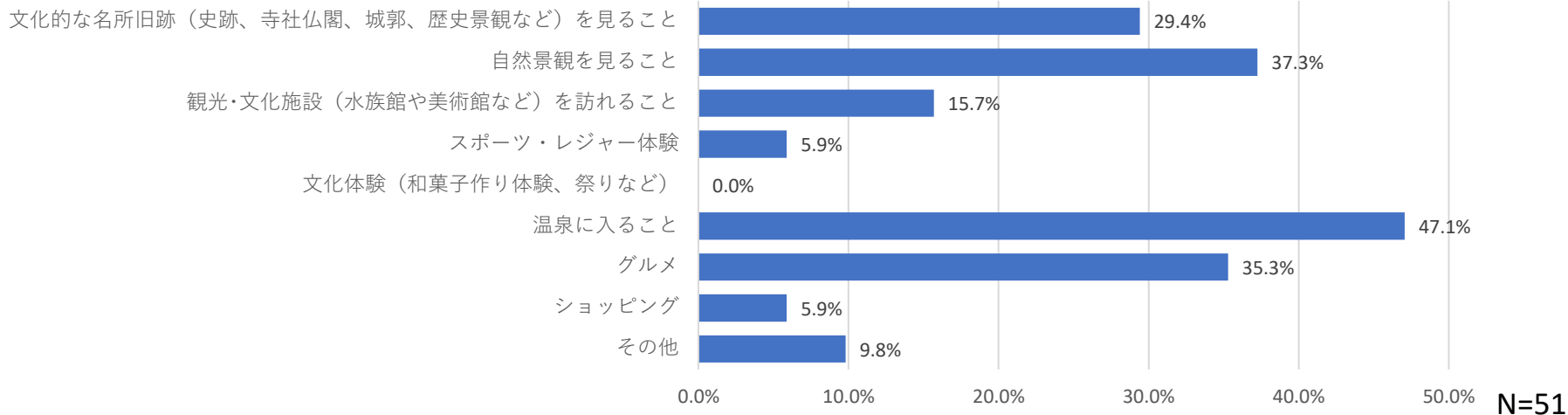


調查結果

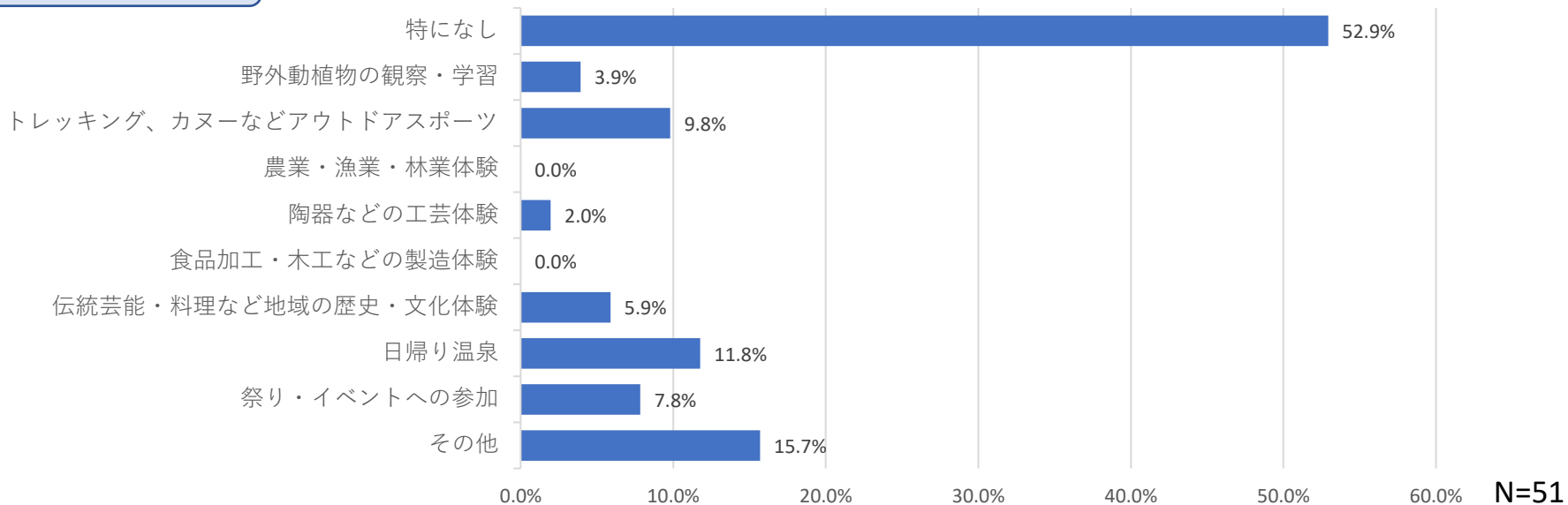
旅行目的・体験したコンテンツ



旅行目的



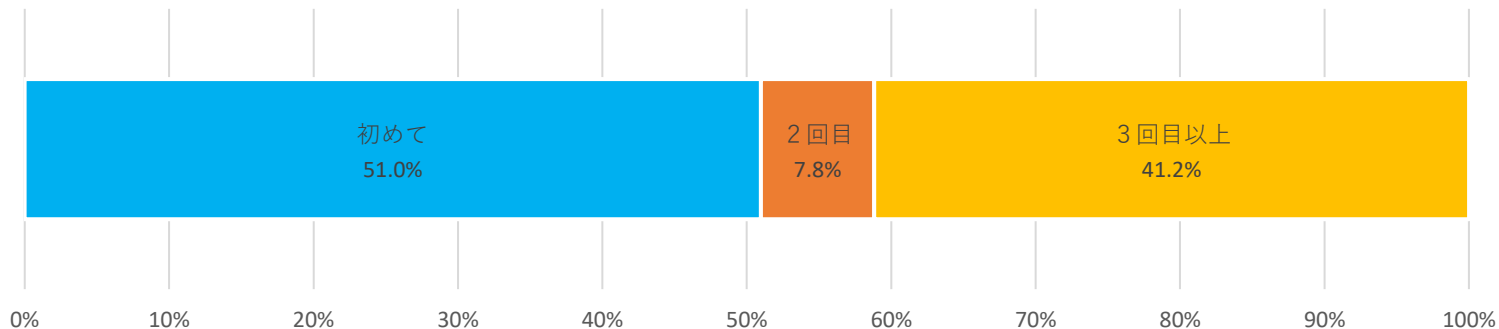
体験したコンテンツ



リピート率・消費額①

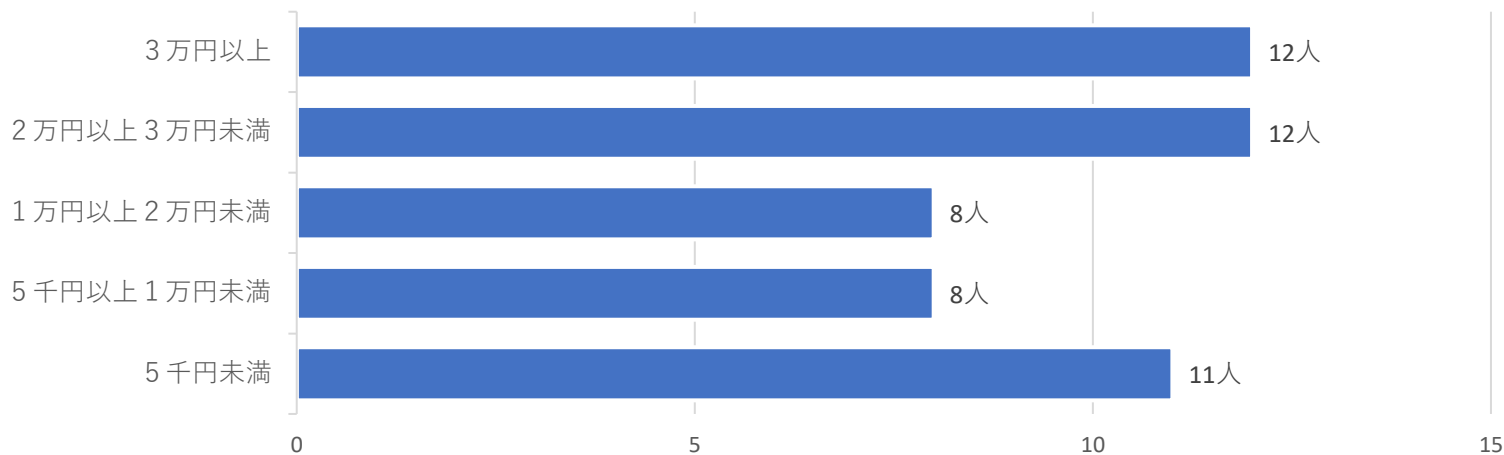


リピート率



N=51

地域内での消費額

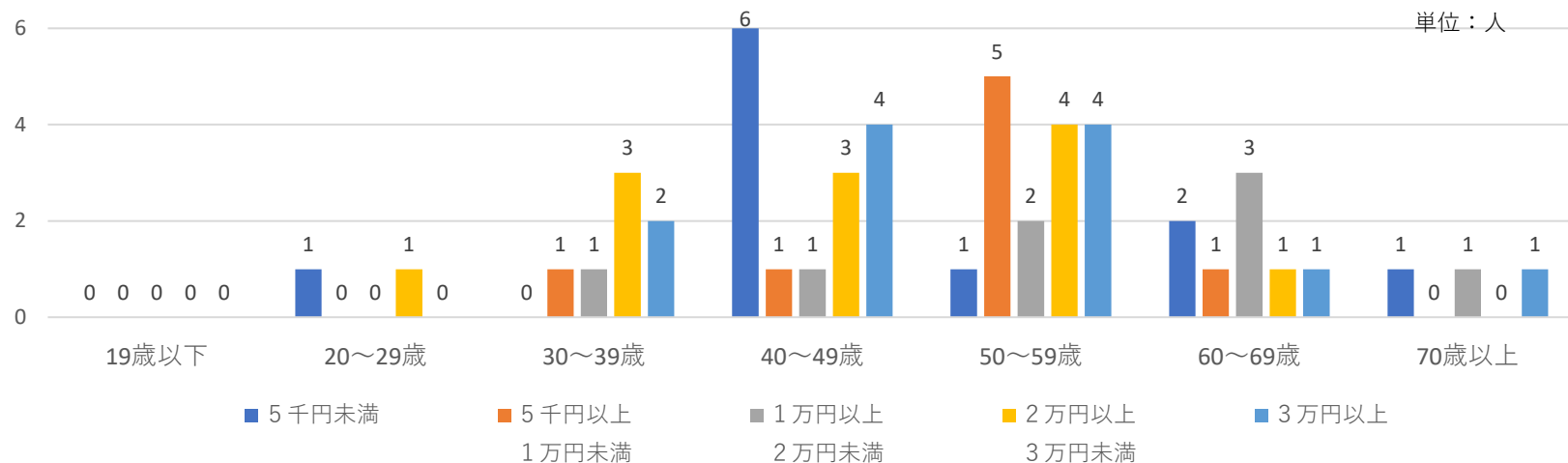


N=51

リピート率・消費額②

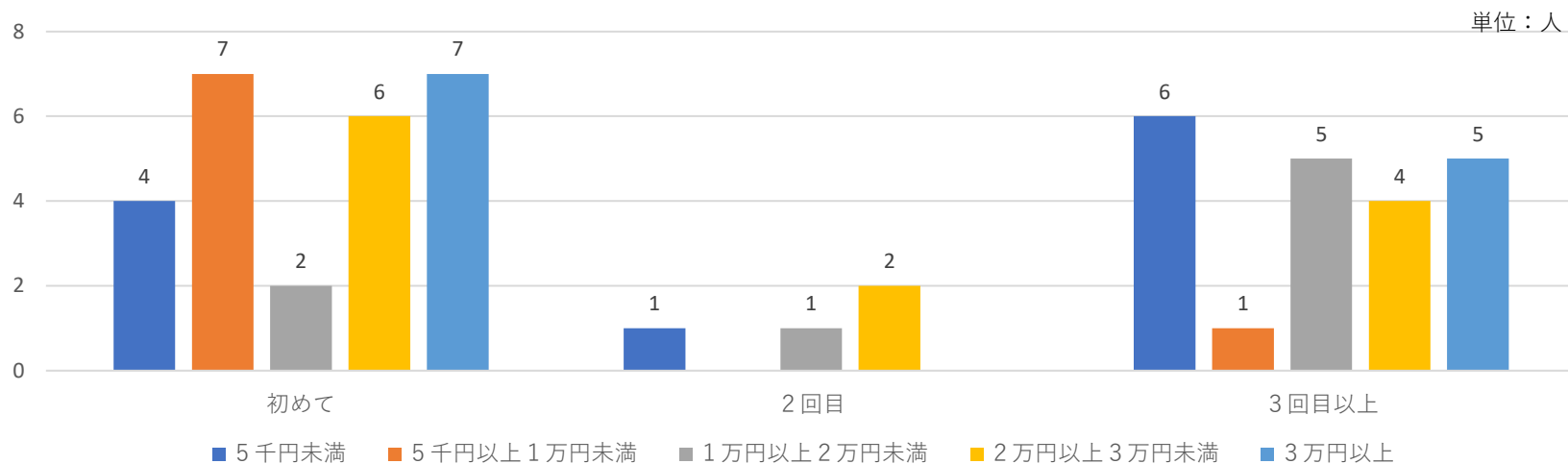


消費額×年代



N=51

消費額×リピート率



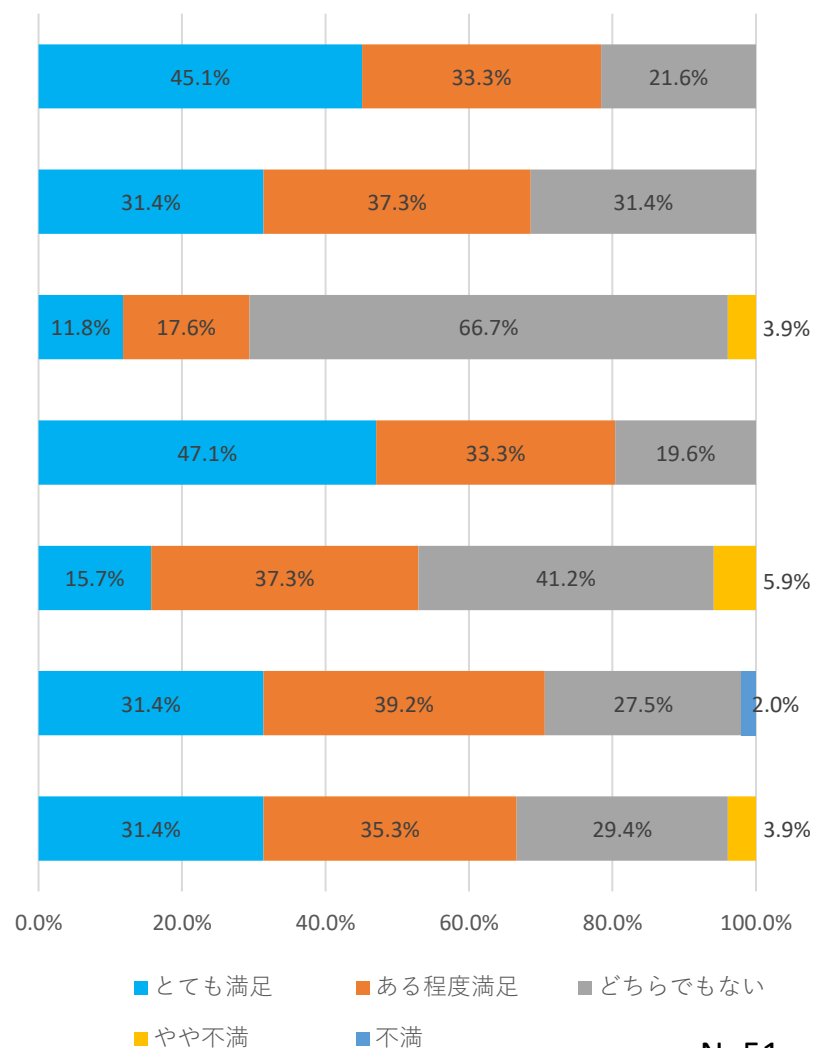
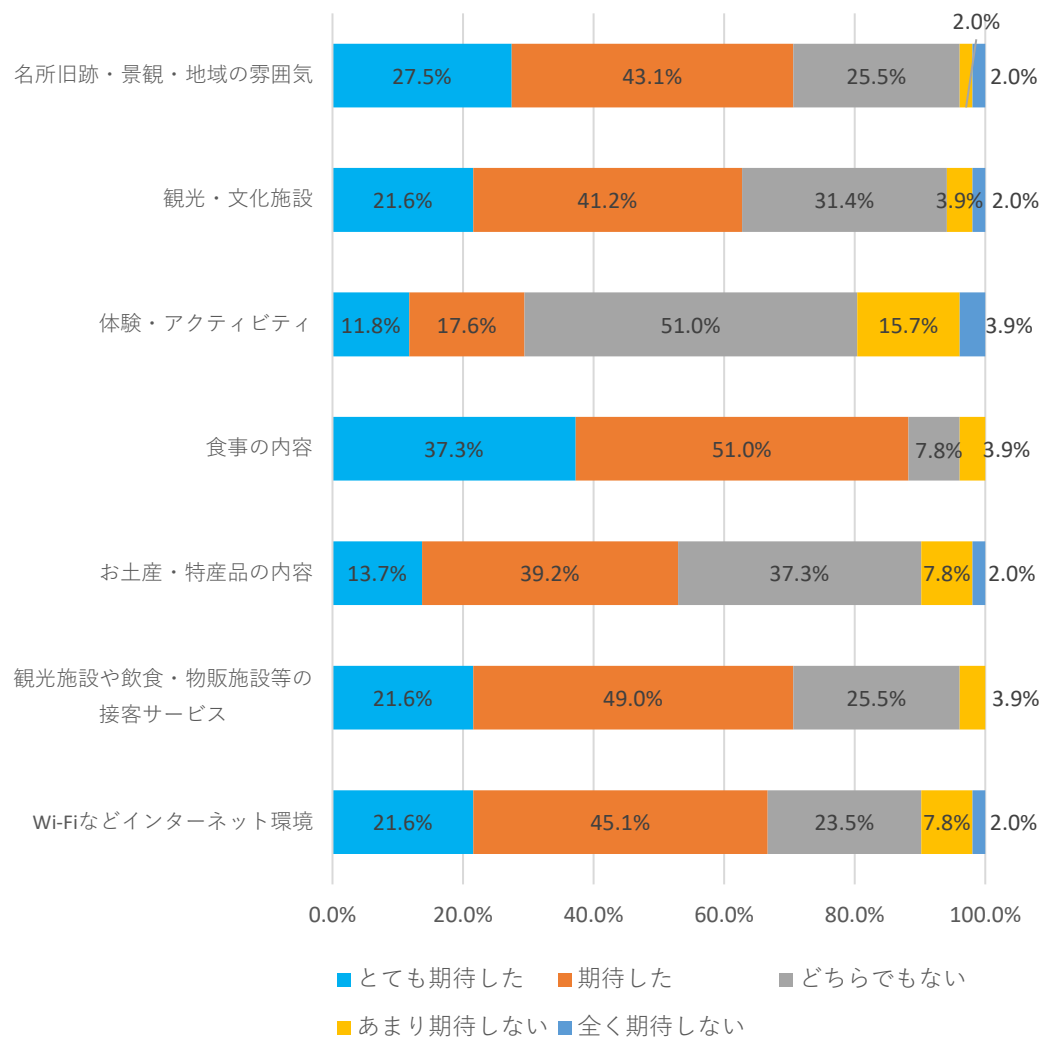
N=51

地域への期待度・地域の満足度



期待度

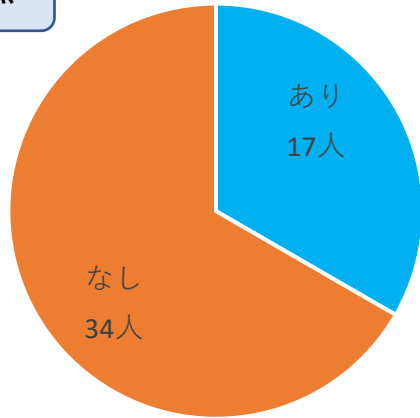
満足度



周遊の有無・周遊先



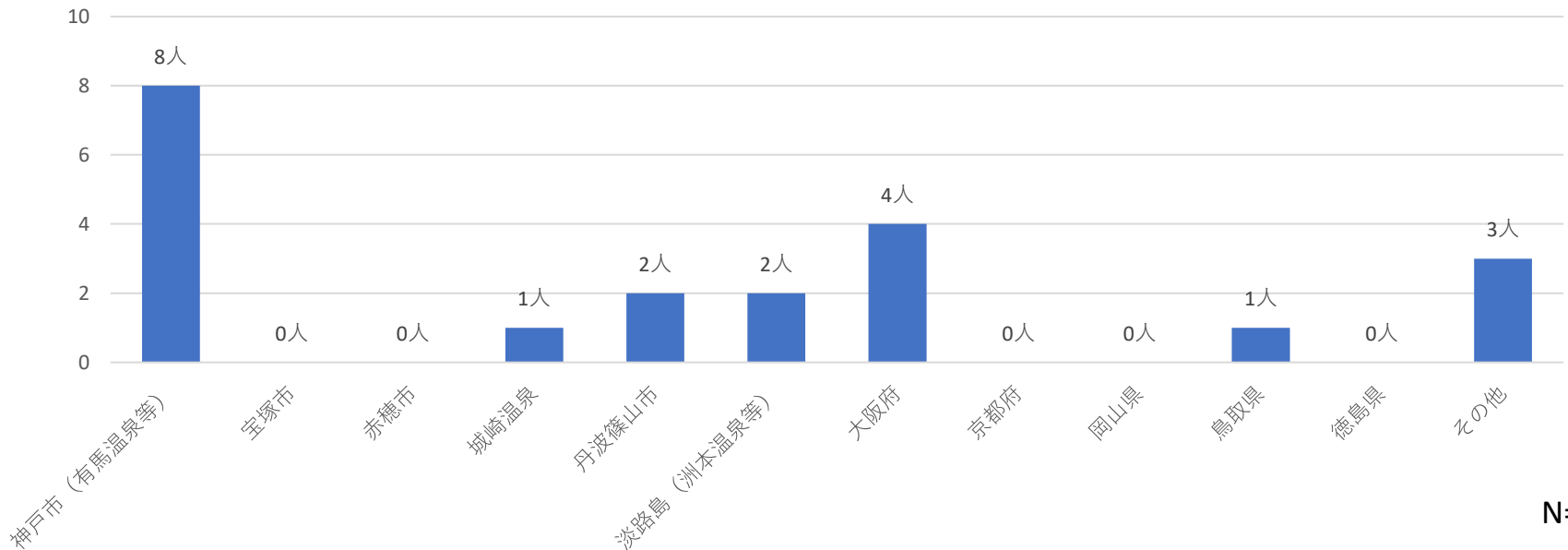
周遊の有無



N=51

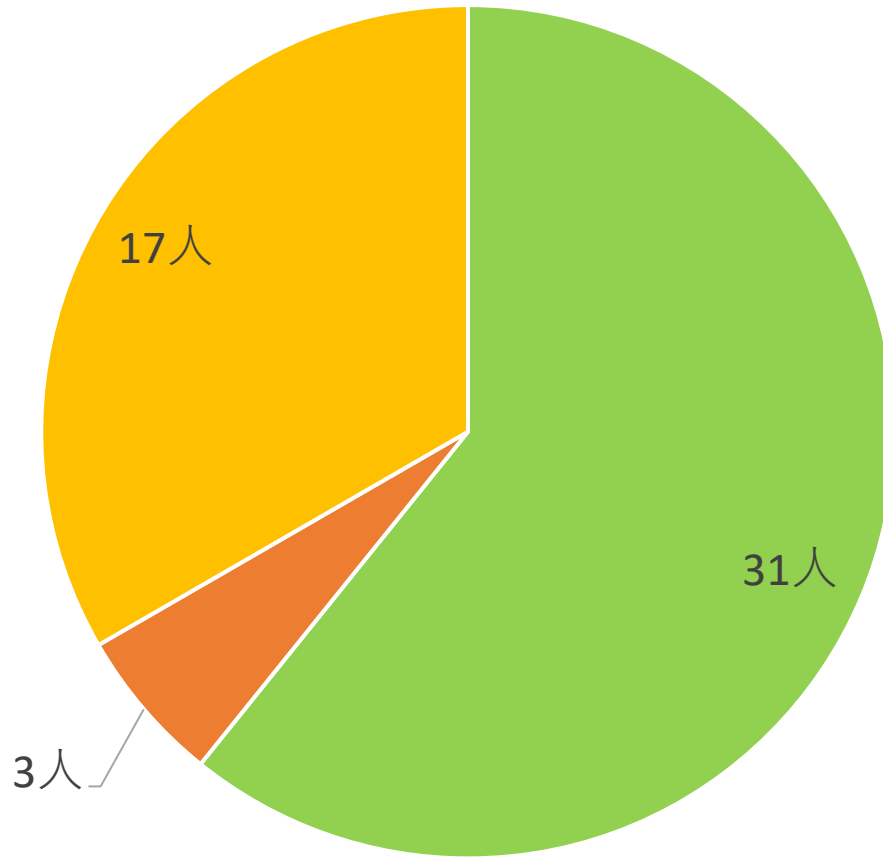


周遊先



N=24

宿泊の有無



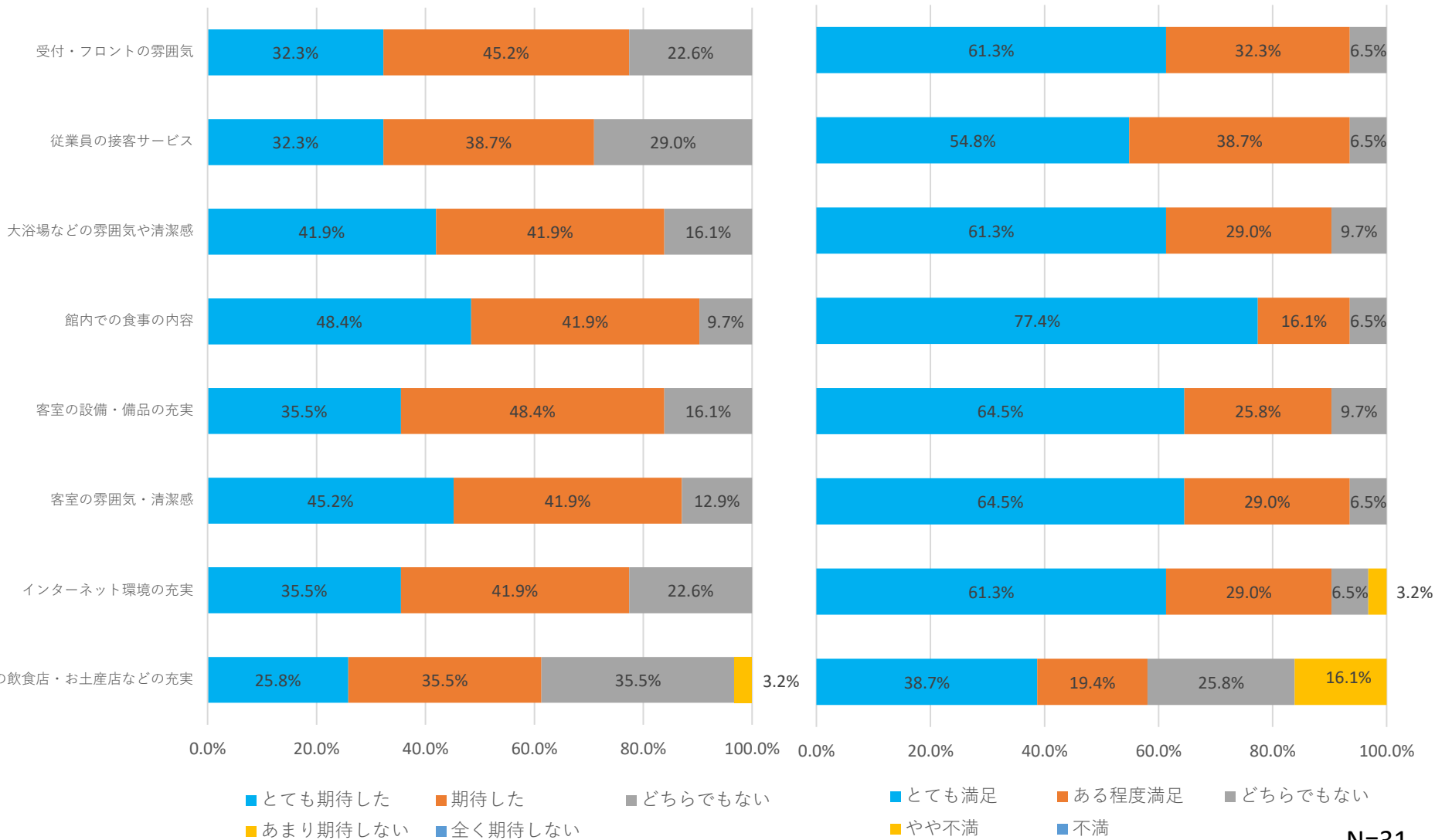
- 宿泊あり（宝塚地域内での宿泊を含む）
- 宿泊あり（宝塚地域内では宿泊しない）
- 宿泊なし（日帰り旅行）

宿泊施設への期待度・宿泊施設の満足度



期待度

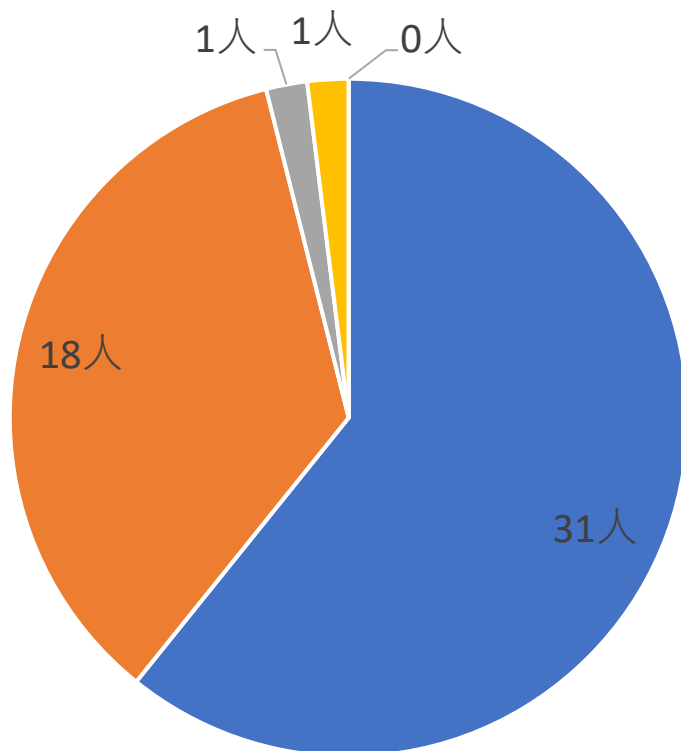
満足度



再訪意向



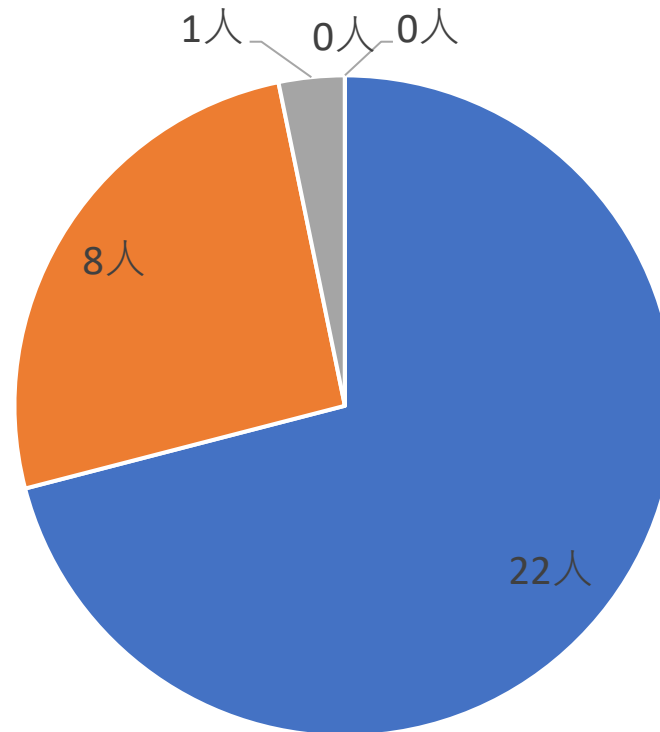
地域への再訪意向



- ぜひまた訪ねたい
- 機会があれば訪ねたい
- どちらでもない
- あまり訪ねようとは思わない
- 訪ねたくない

N=51

宿泊施設への再訪意向



- ぜひ利用したい
- 機会があれば利用したい
- どちらでもない
- あまり利用しようとは思わない
- 利用しない

N=31