

観光地魅力度調査報告書

令和2年10～12月

～有馬温泉版～



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	有馬温泉
調査対象者	調査地域を訪れた観光客、宿泊客
サンプル数	331
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10月～2020年12月

《居住地》

- ・観光客・宿泊客の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と考えられる。
- ・特に、7割のうちの半分は大阪府からの訪問者であること、また、県内の53%が神戸市からの訪問者であることが大きな特徴であり、神戸市と大阪府が重要な市場と考えられる。

《年齢・性別》

- ・20代・30代が4割、女性が7割を占め、他の地域よりも比率が高い。20代・30代の女性が重要な客層と考えられる。

《リピート率・消費額》

- ・消費額をみると、2万円以上の割合が5割を占め、GoToトラベル等の効果によるものと考えられる。
- ・2万円以上の客層をみると、年代では20代・30代・50代が、リピート率では3回目以上がボリュームゾーンとなっている。

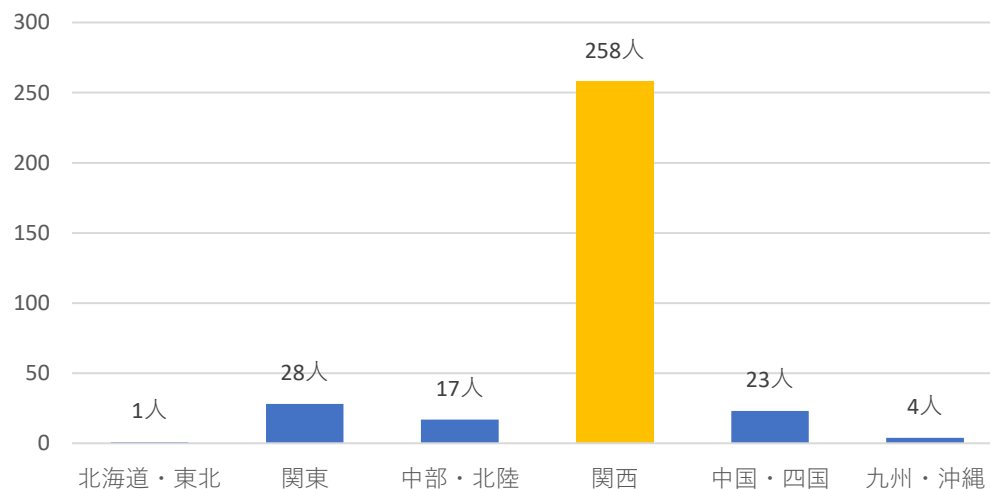
回答者属性

居住地



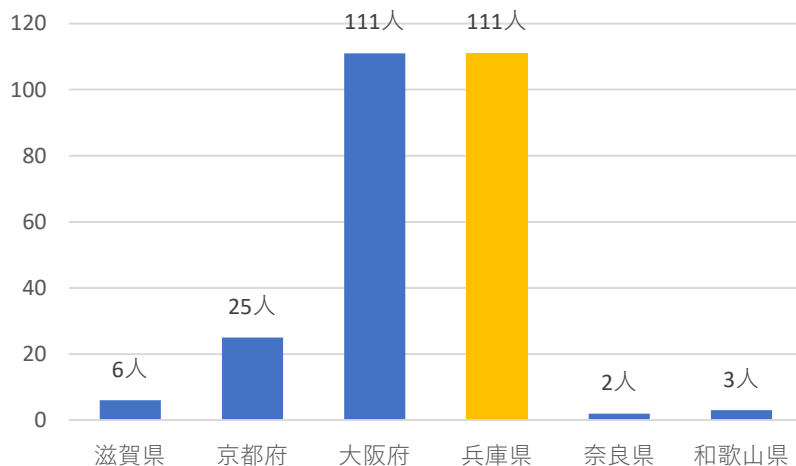
居住地

N=331



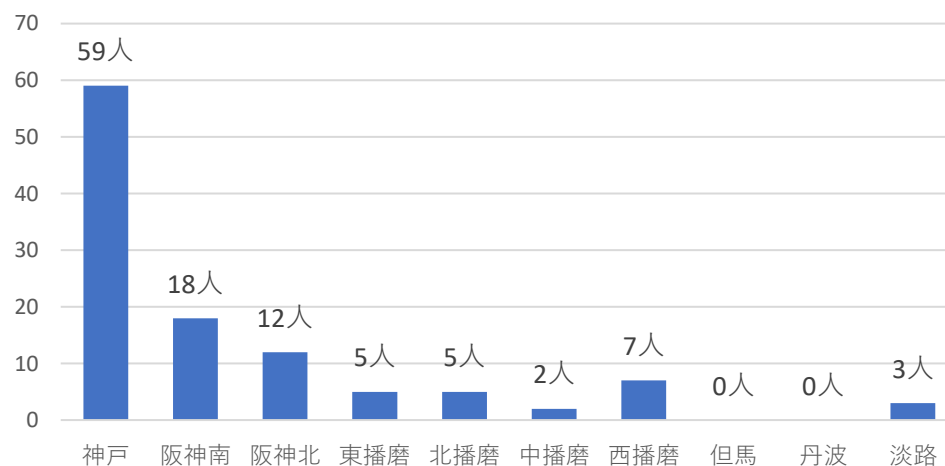
居住地（うち関西）

N=258



居住地（関西のうち兵庫県内）

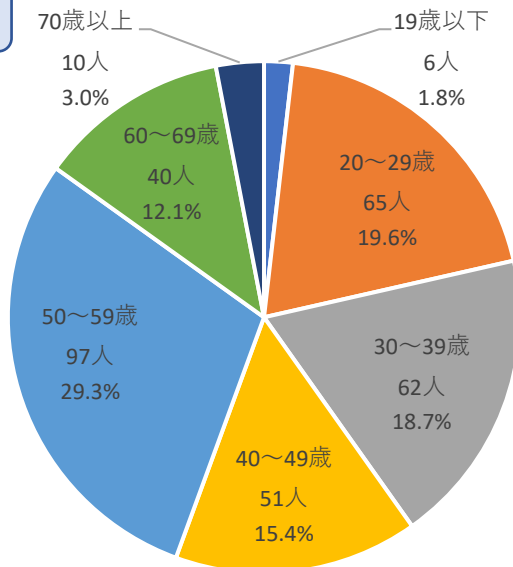
N=111



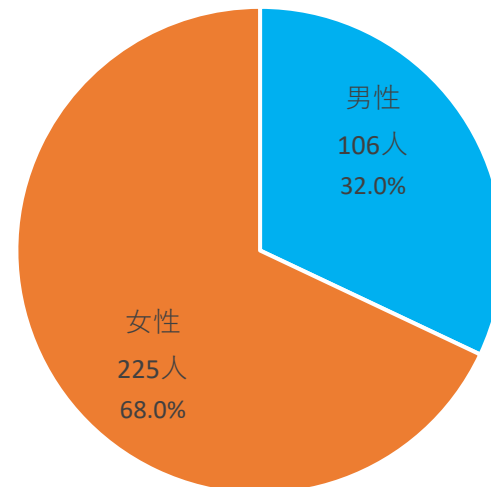
年齢・性別



年齢



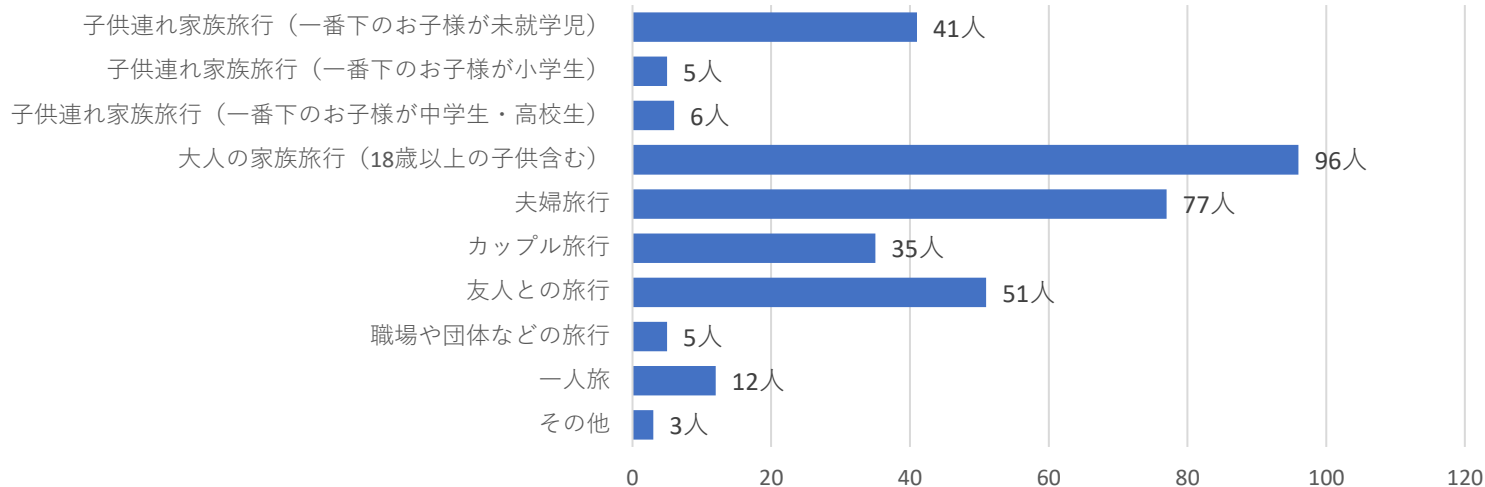
性別



N=331

N=331

同行者



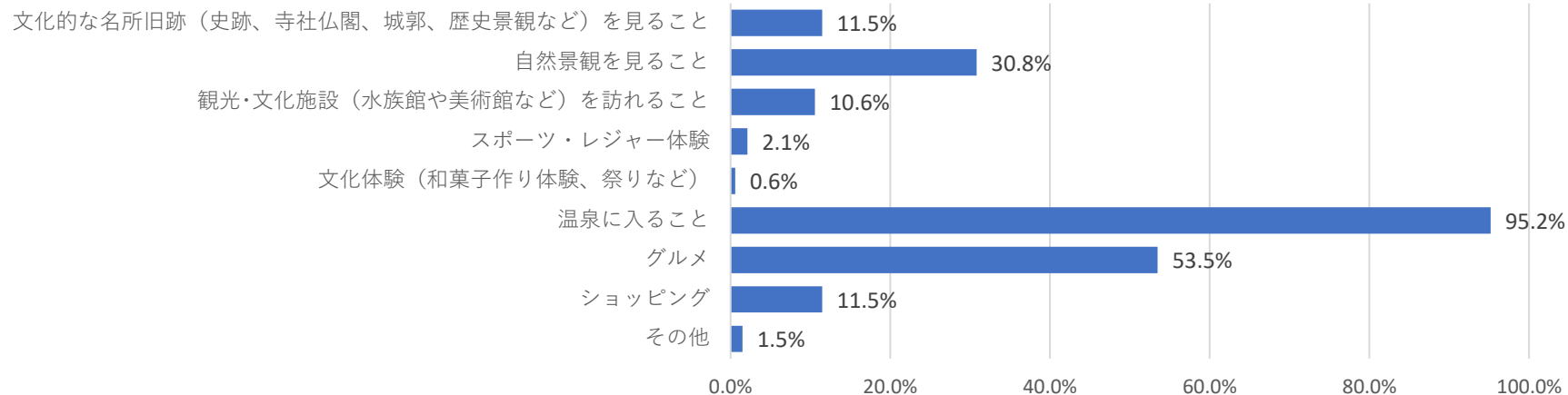
N=331

調查結果

旅行目的・体験したコンテンツ

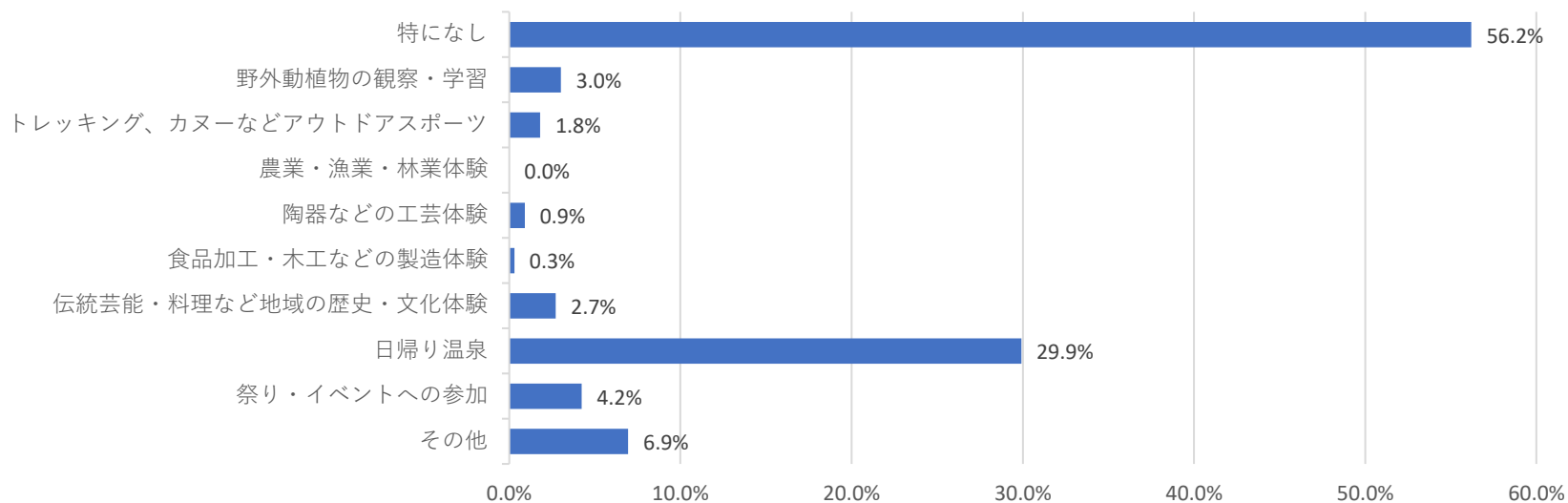


旅行目的



N=331

体験したコンテンツ

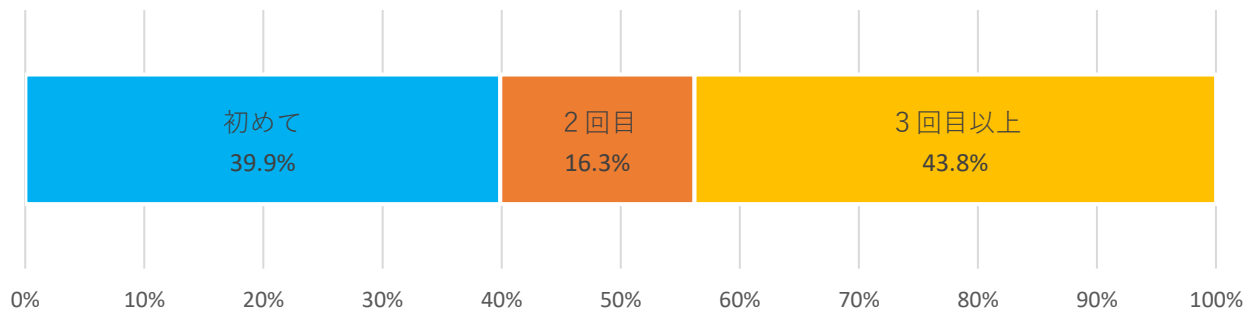


N=331

リピート率・消費額①

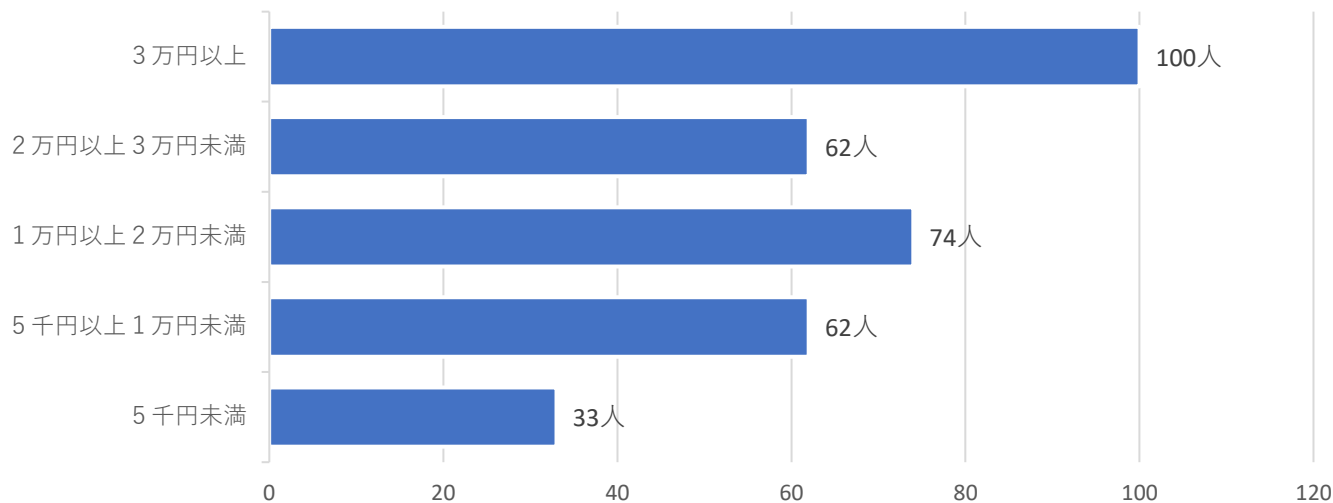


リピート率



N=331

地域内での消費額



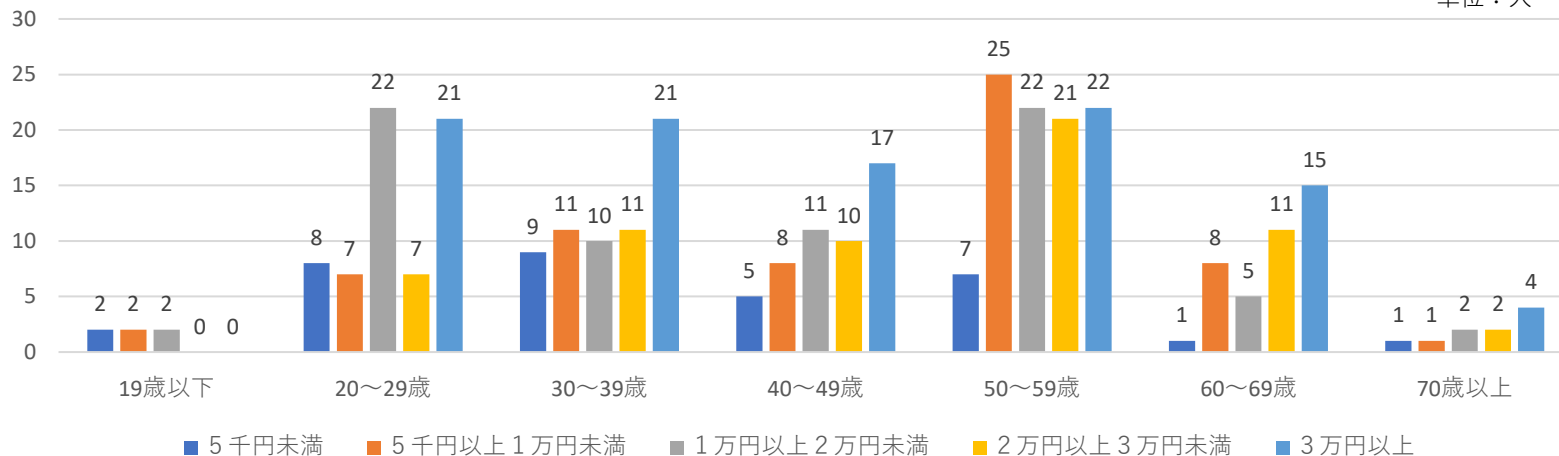
N=331

リピート率・消費額②



消費額×年代

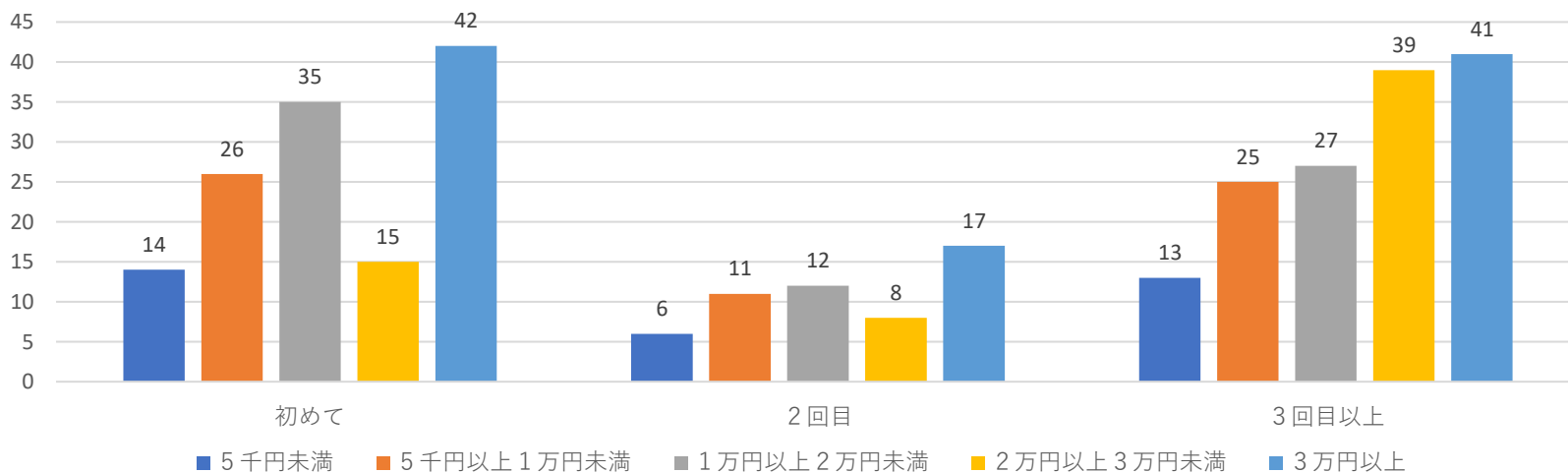
単位：人



N=331

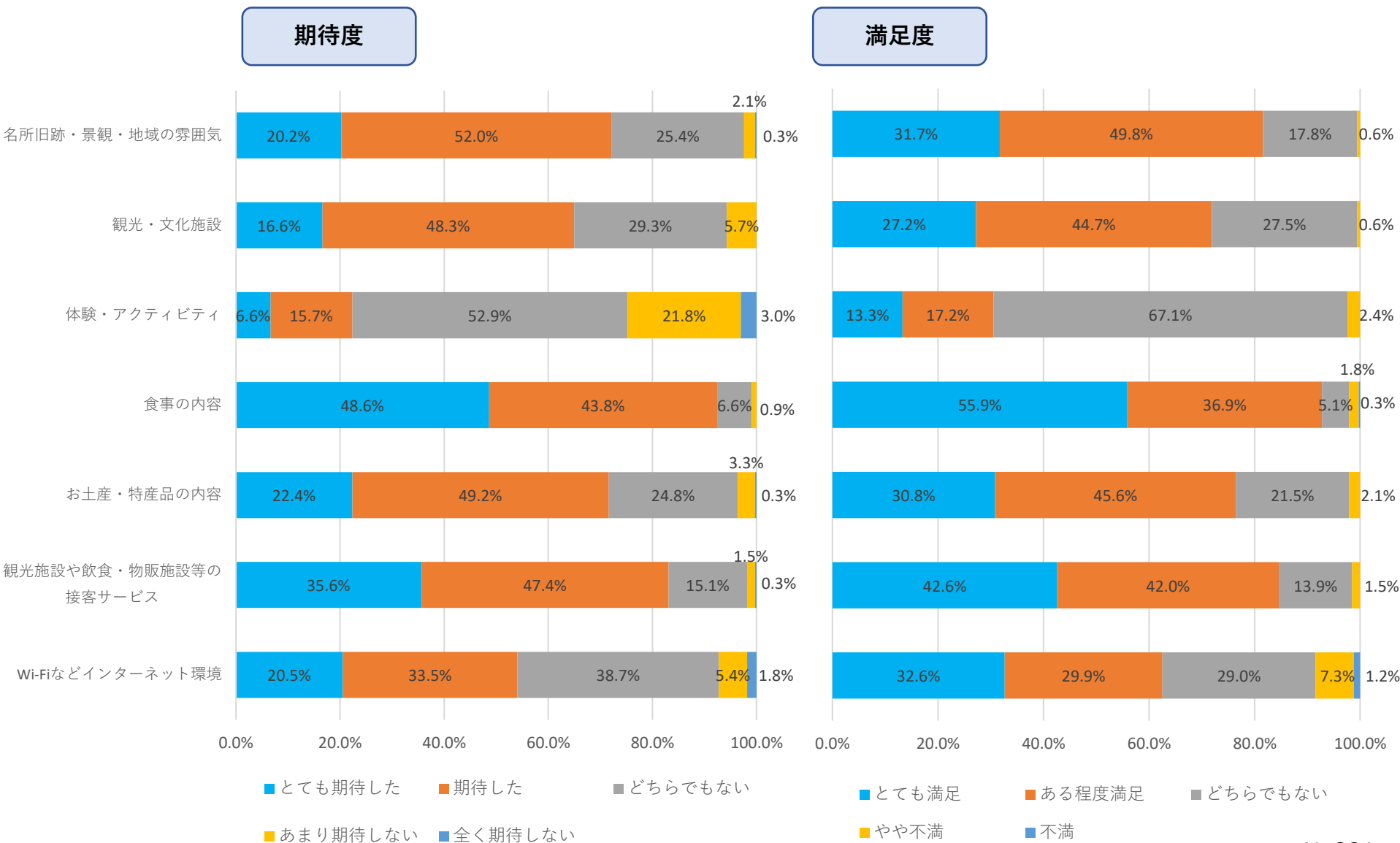
消費額×リピート率

単位：人



N=331

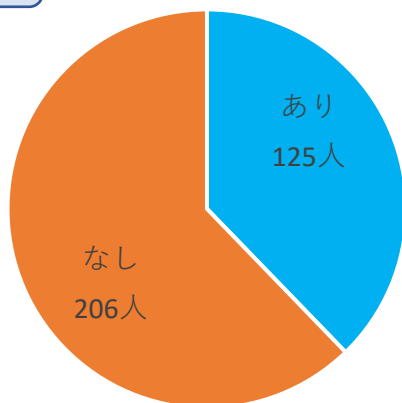
地域への期待度・地域の満足度



周遊の有無・周遊先



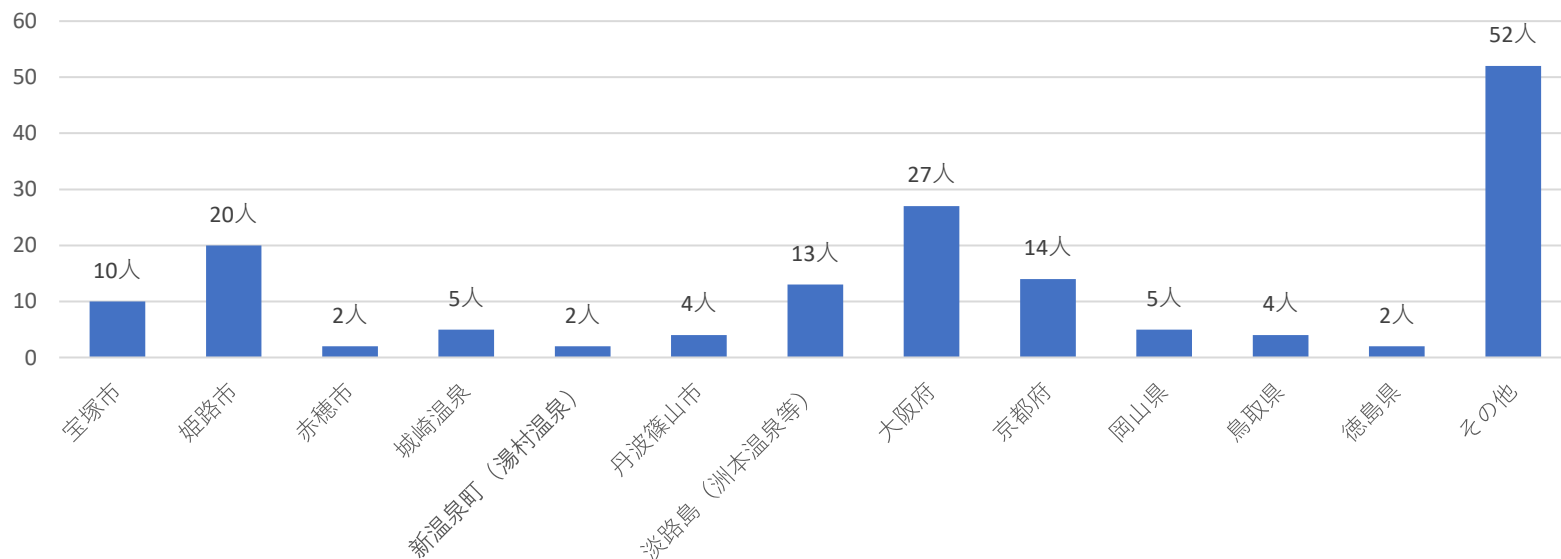
周遊の有無



N=331

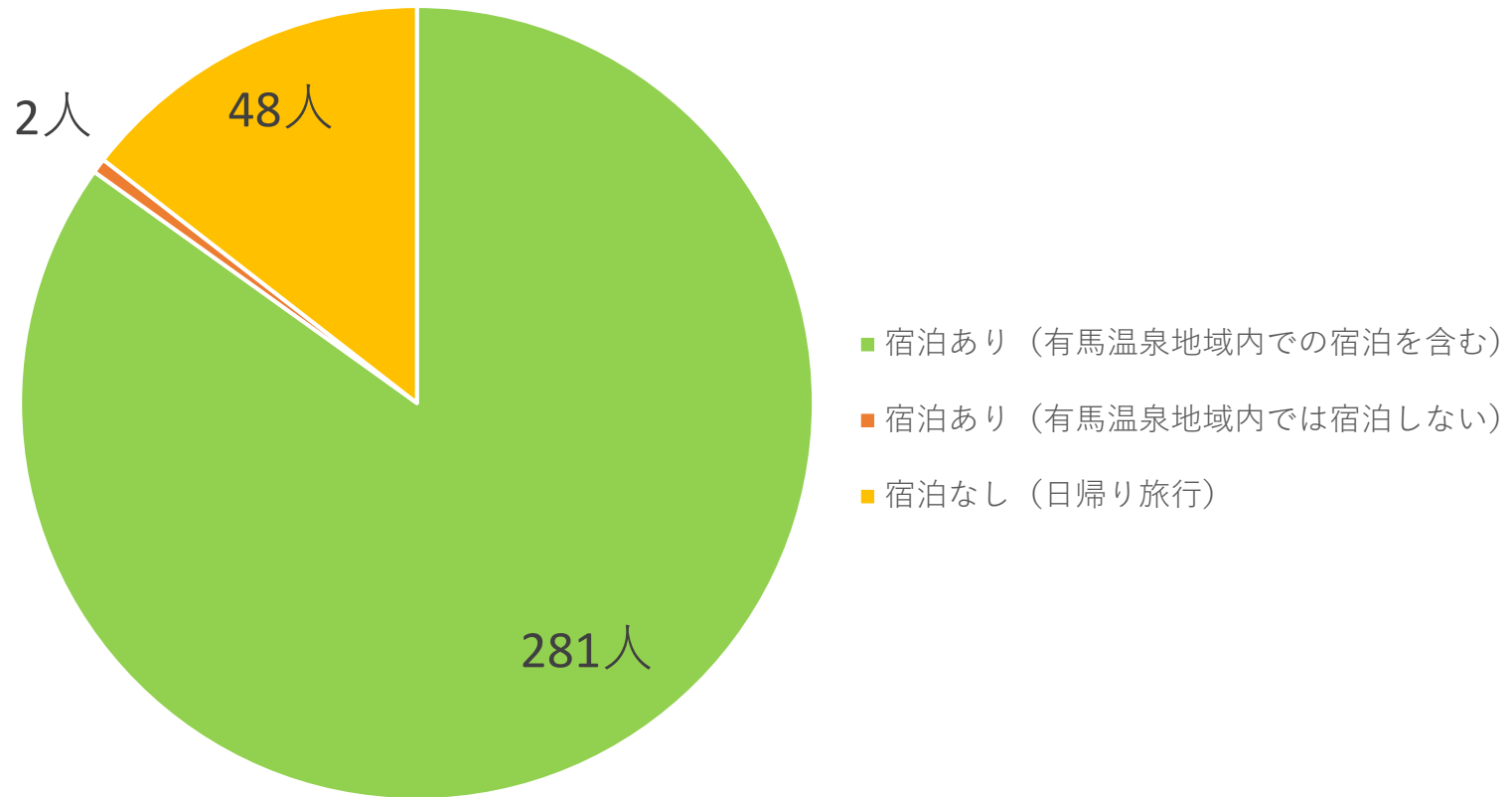


周遊先

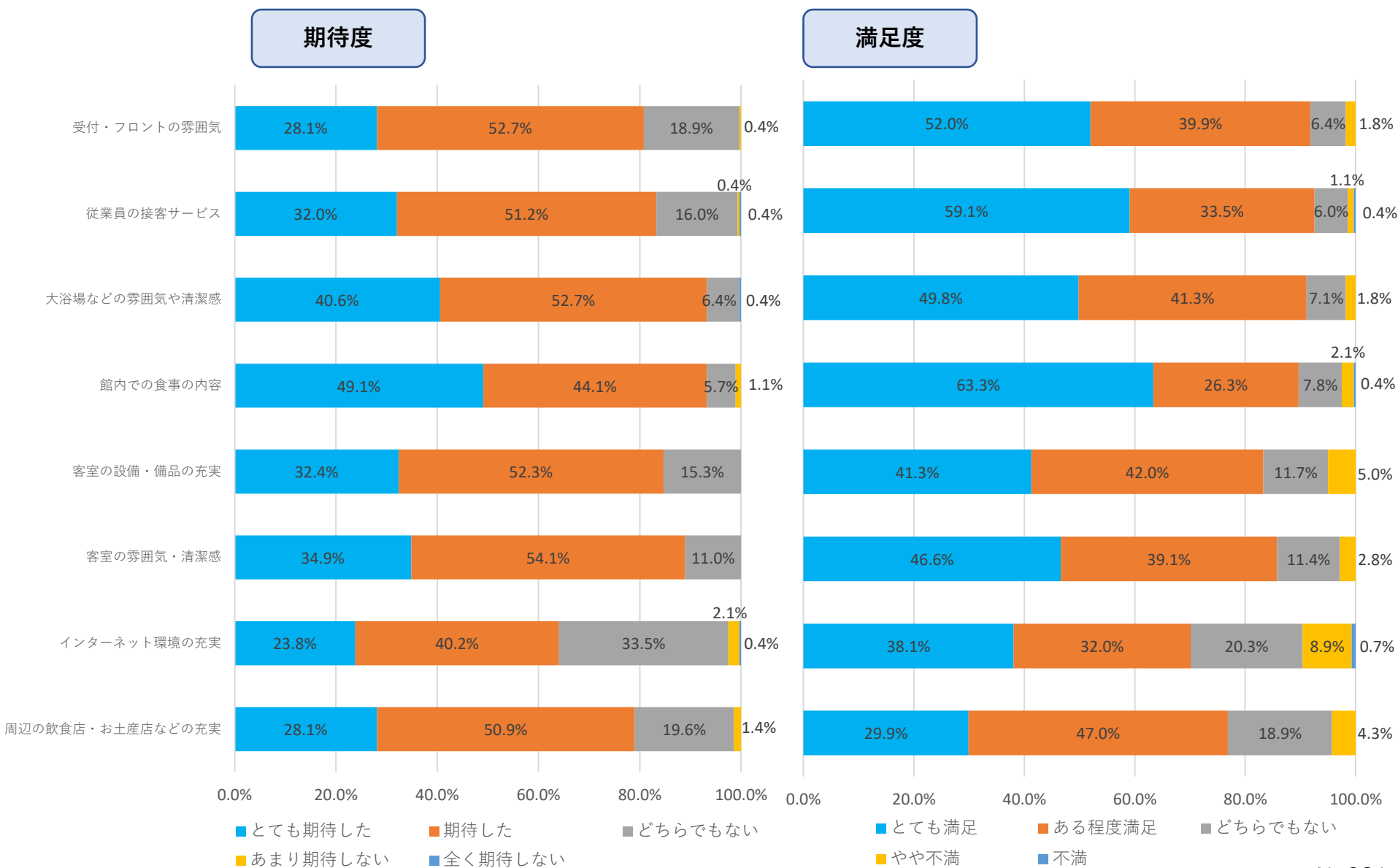


N=160

宿泊の有無

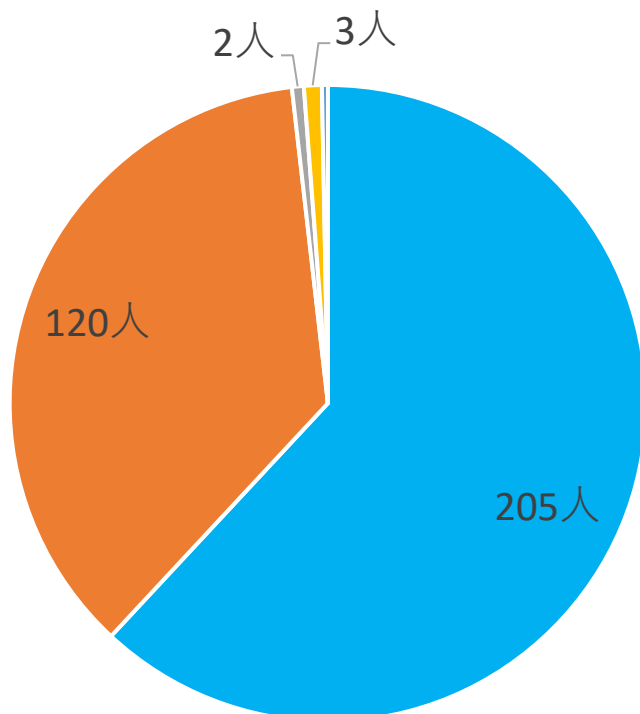


宿泊施設への期待度・宿泊施設の満足度





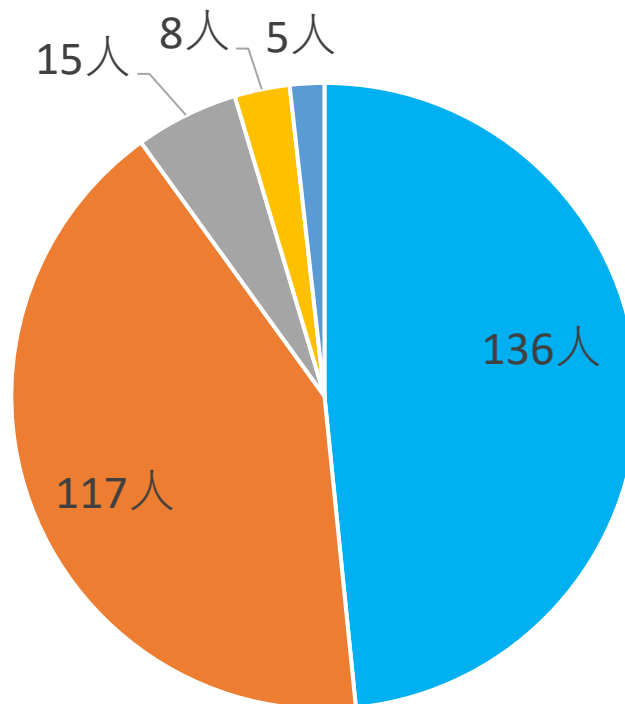
地域への再訪意向



- 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=331

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=281