

観光地魅力度調査報告書

令和3年1～3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	86
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	2021年1月～2021年3月

《居住地》

- ・旅行者の6割が県内と大阪府からの訪問者、また、県内の旅行者のおよそ9割が神戸・阪神地区でありマイクロツーリズムの影響が強くみられる。

《年齢・性別》

- ・20代が3割と兵庫県の平均と比較すると2倍の割合を占めており、若年層に人気のあることが伺える。

《消費額》

- ・前回の調査結果と比較すると、2万円以上の割合が49%から35%に下がっており、GOTOトラベルの停止による高価格帯の需要の低下が著しい。

《期待度・満足度》

- ・体験・アクティビティへの期待度と満足度が低いため、体験コンテンツを充実させることで比較的多い日帰り客に対しても地域での消費単価をあげることが期待できる。

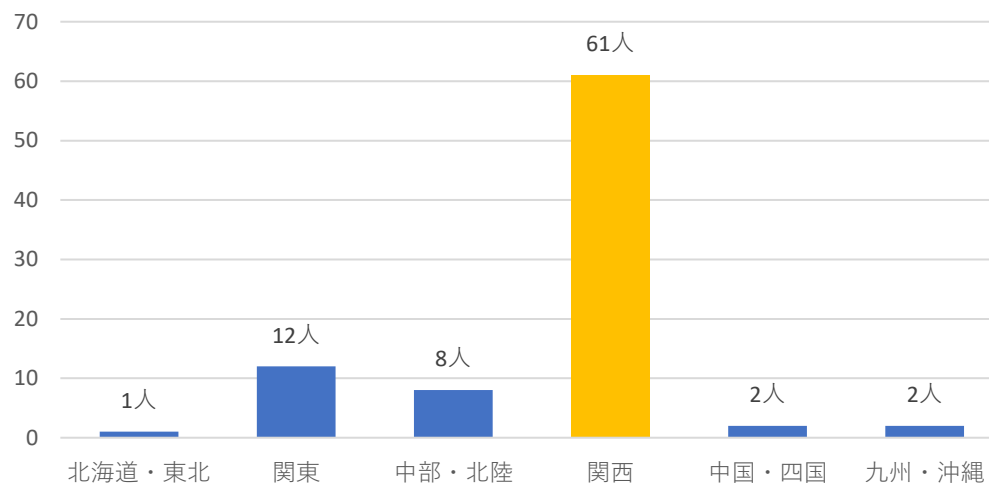
回答者属性

居住地



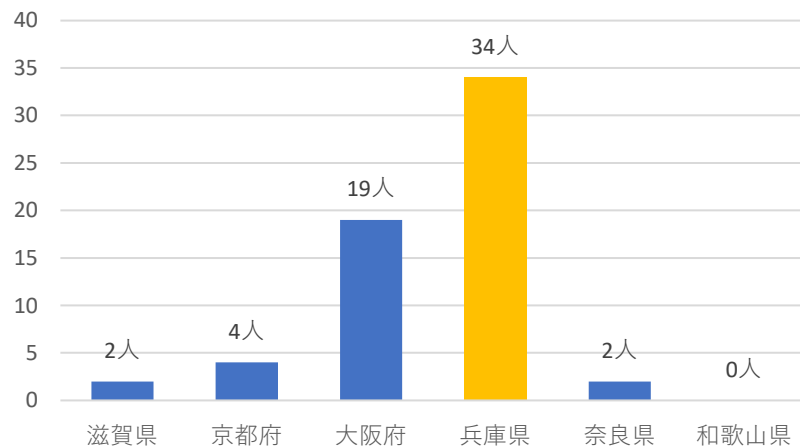
居住地

N=86



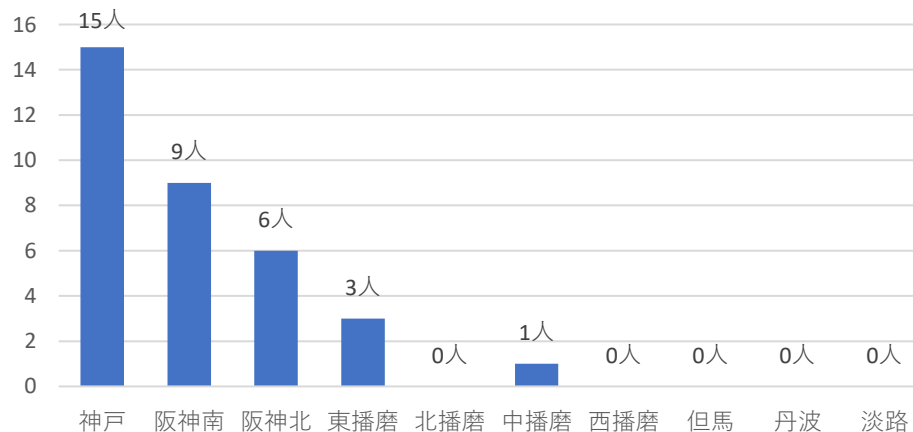
居住地（うち関西）

N=61



居住地（関西のうち兵庫県内）

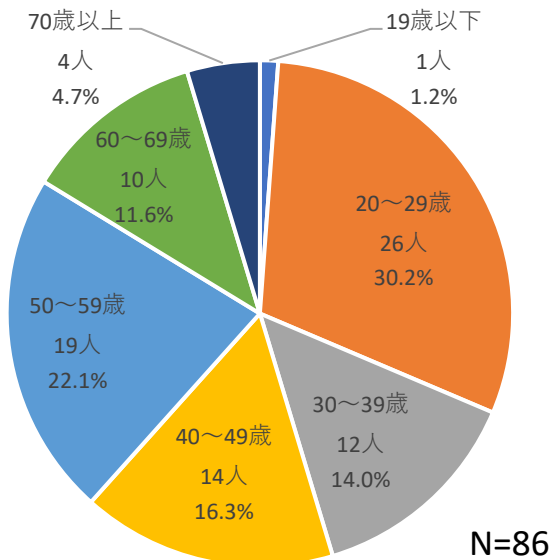
N=34



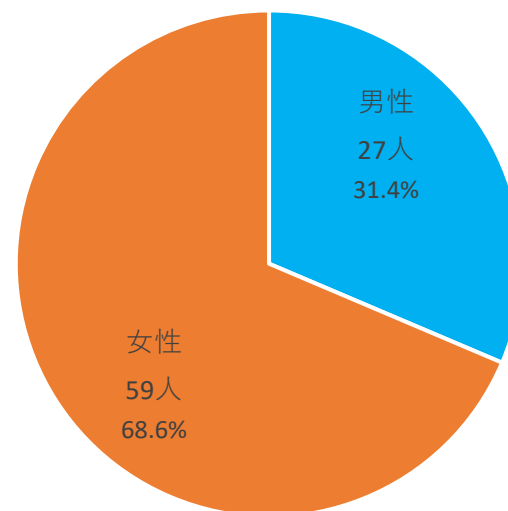
年齢・性別



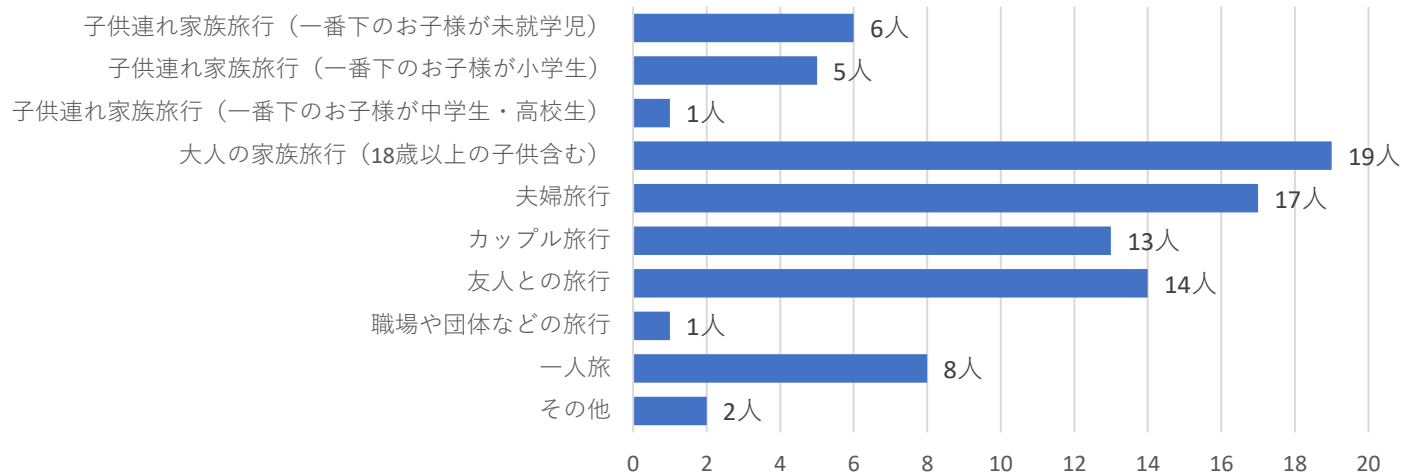
年齢



性別



同行者

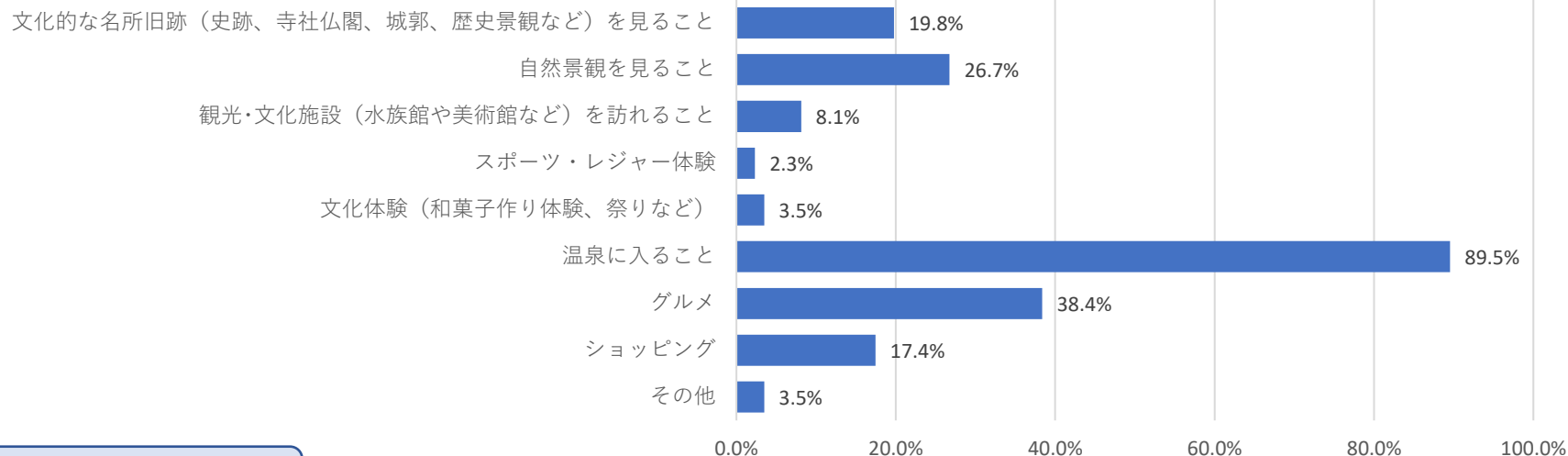


調查結果

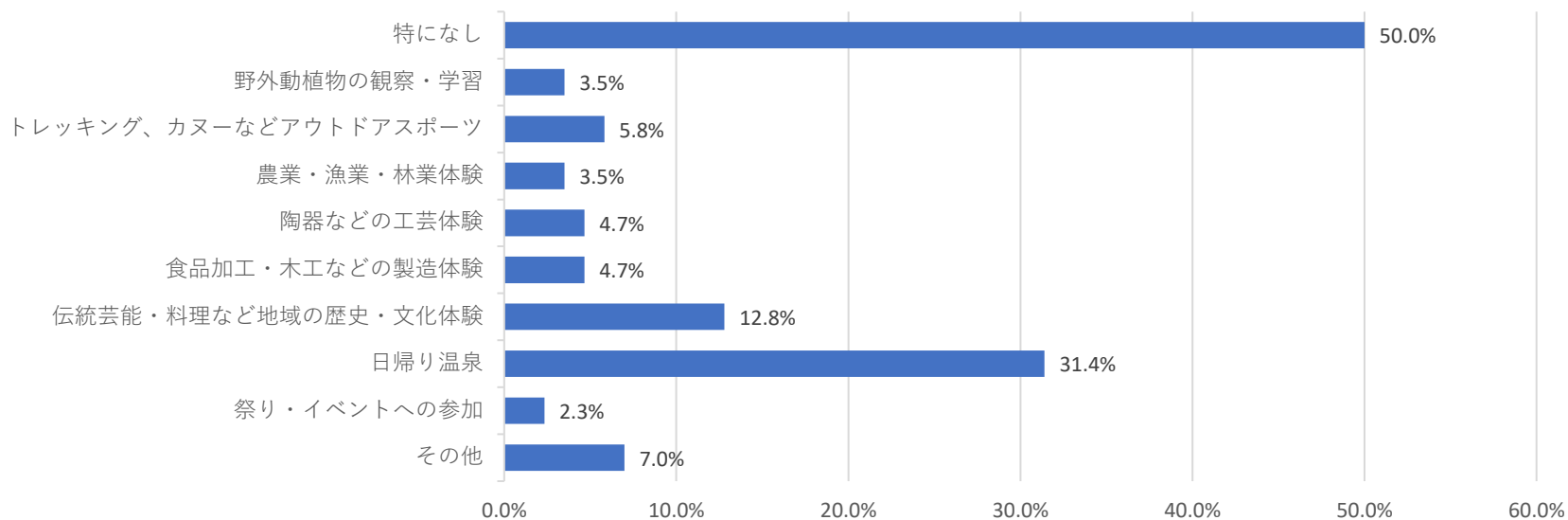
旅行目的・体験したコンテンツ



旅行目的



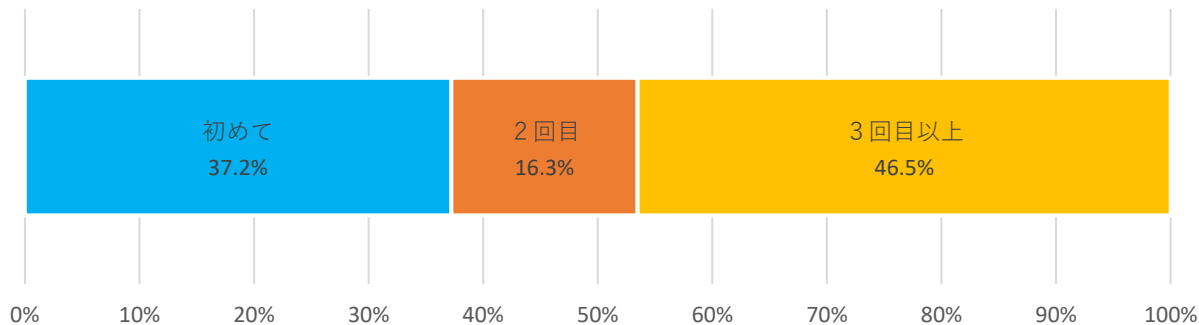
体験したコンテンツ



リピート率・消費額①

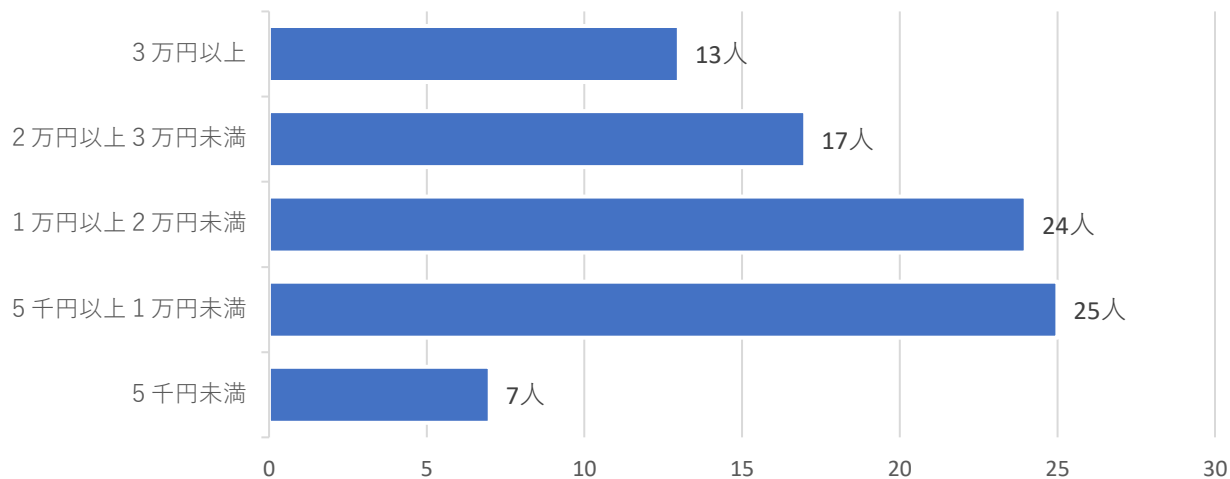


リピート率



N=86

地域内での消費額

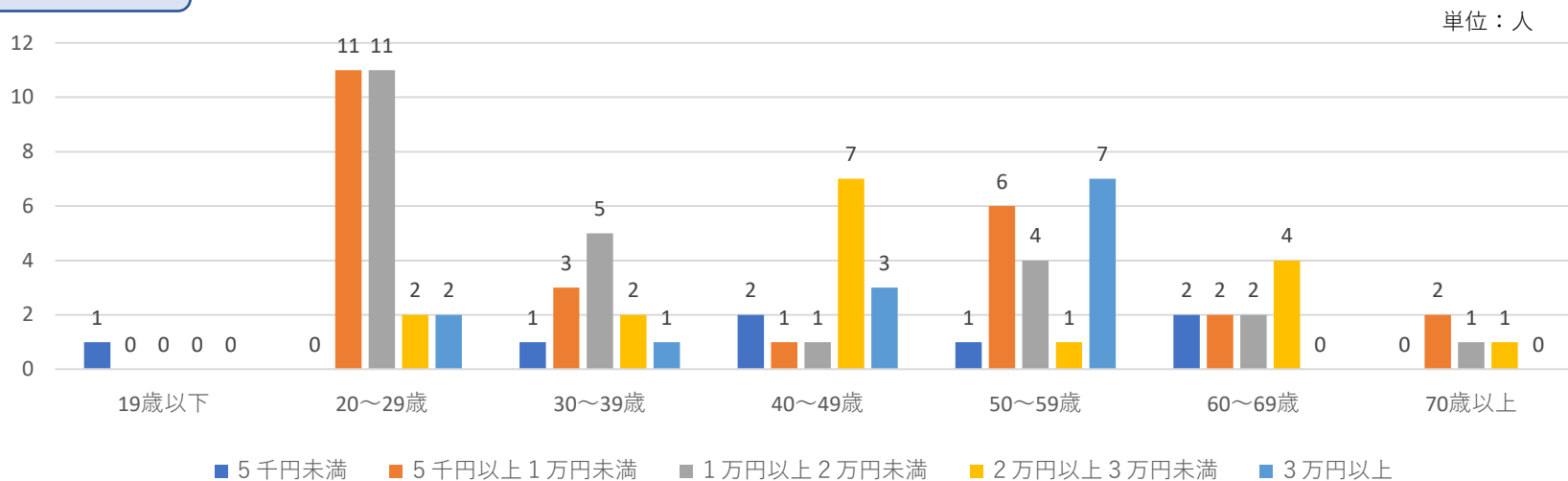


N=86

リピート率・消費額②

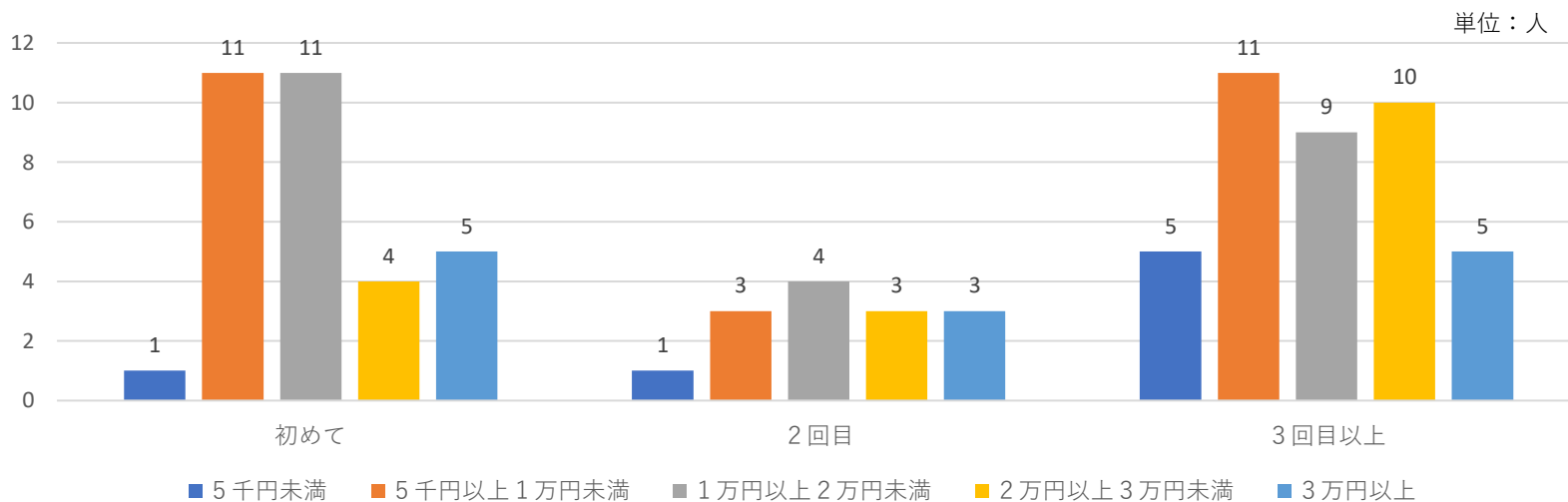


消費額×年代



N=86

消費額×リピート率



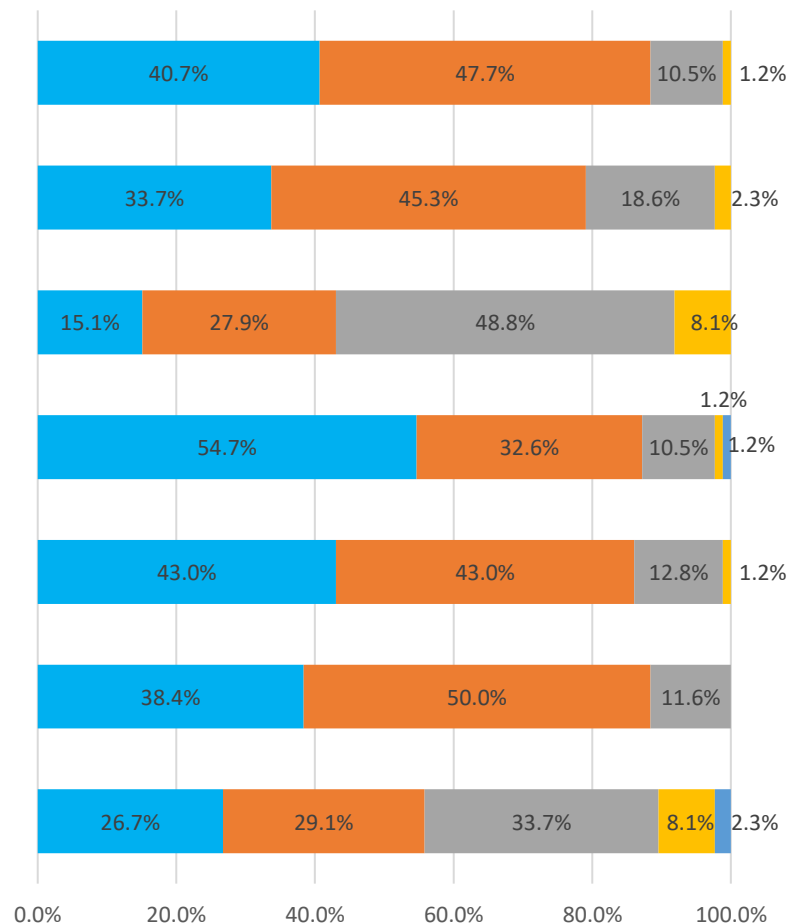
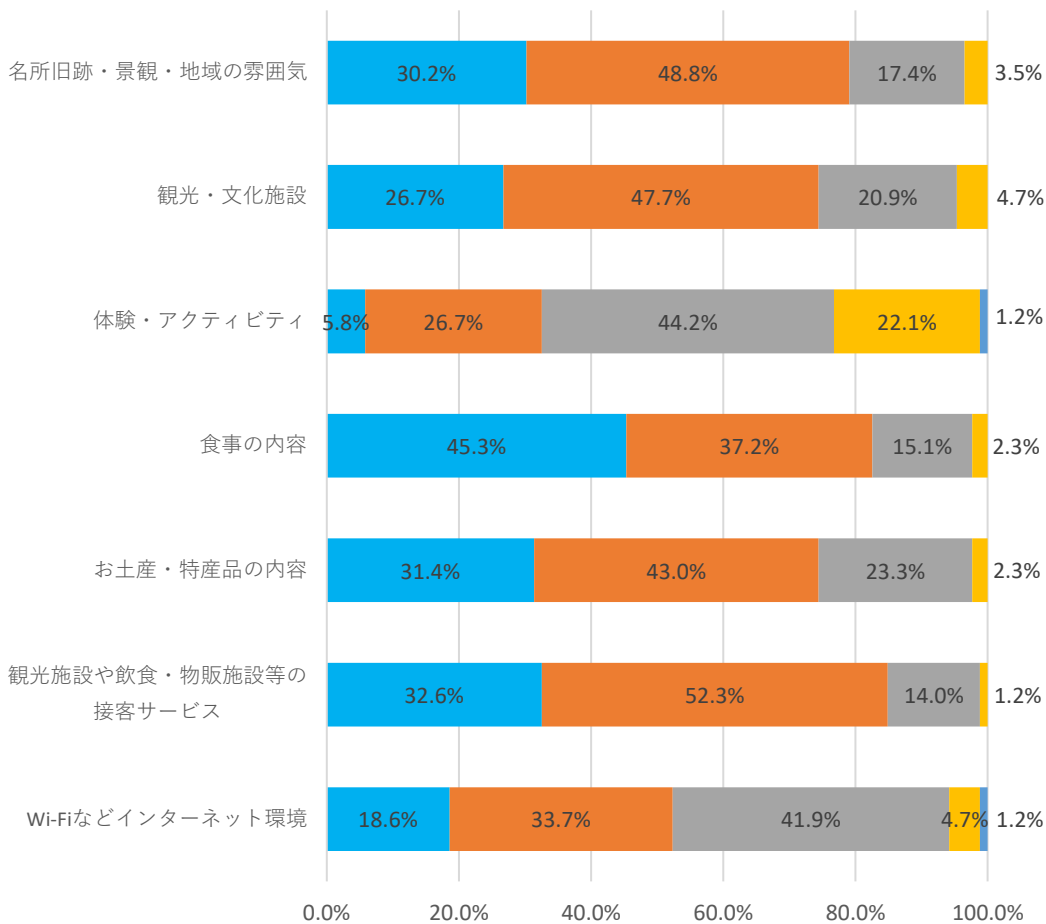
N=86

地域への期待度・地域の満足度



期待度

満足度



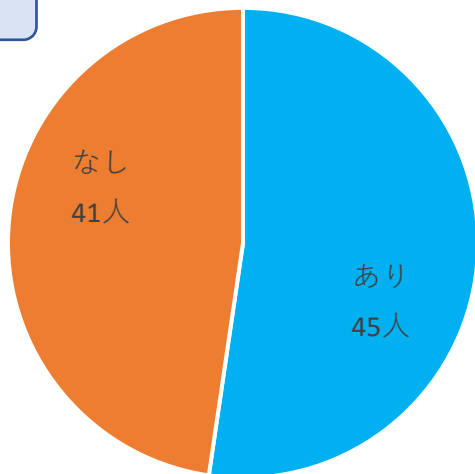
■ とても期待した
 ■ 期待した
 ■ どちらでもない
 ■ あまり期待しない
 ■ 全く期待しない

■ とても満足
 ■ ある程度満足
 ■ どちらでもない
 ■ やや不満
 ■ 不満

周遊の有無・周遊先

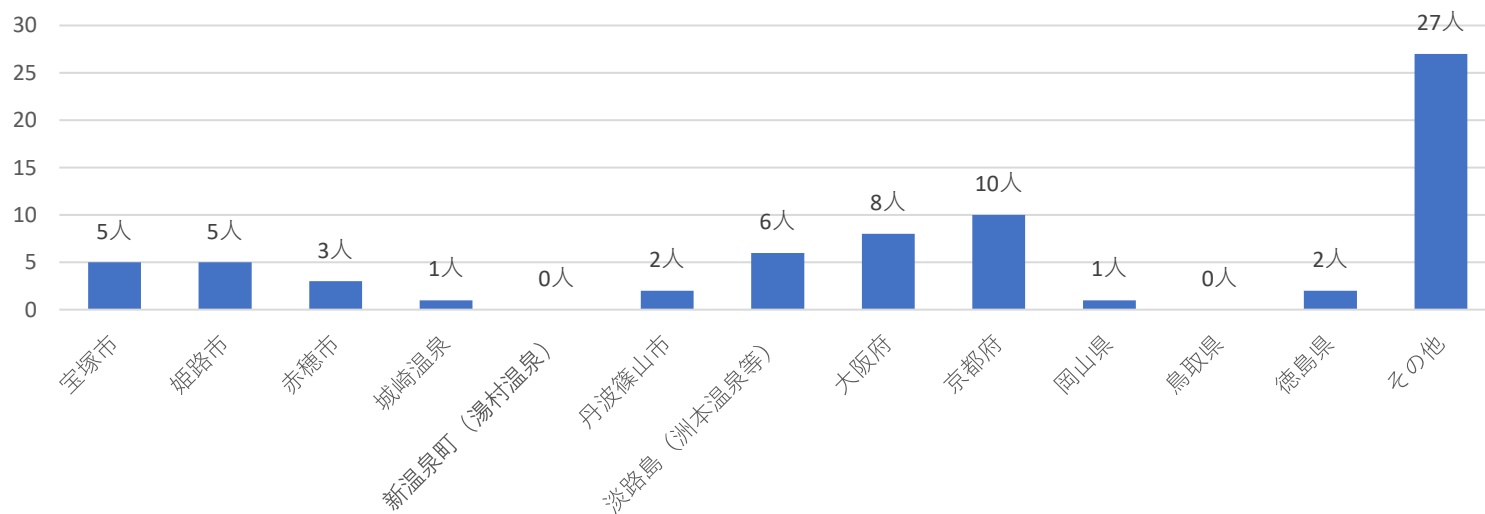


周遊の有無



N=86

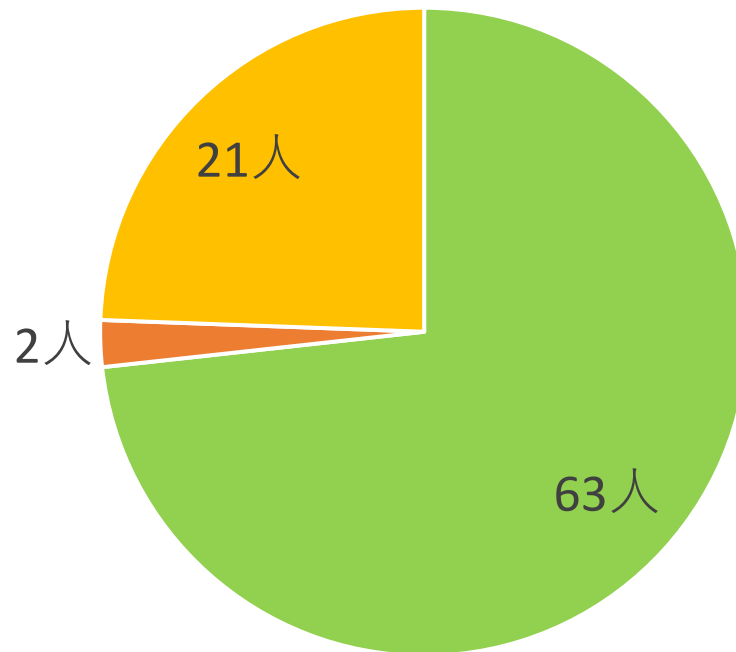
周遊先



N=70



宿泊の有無



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

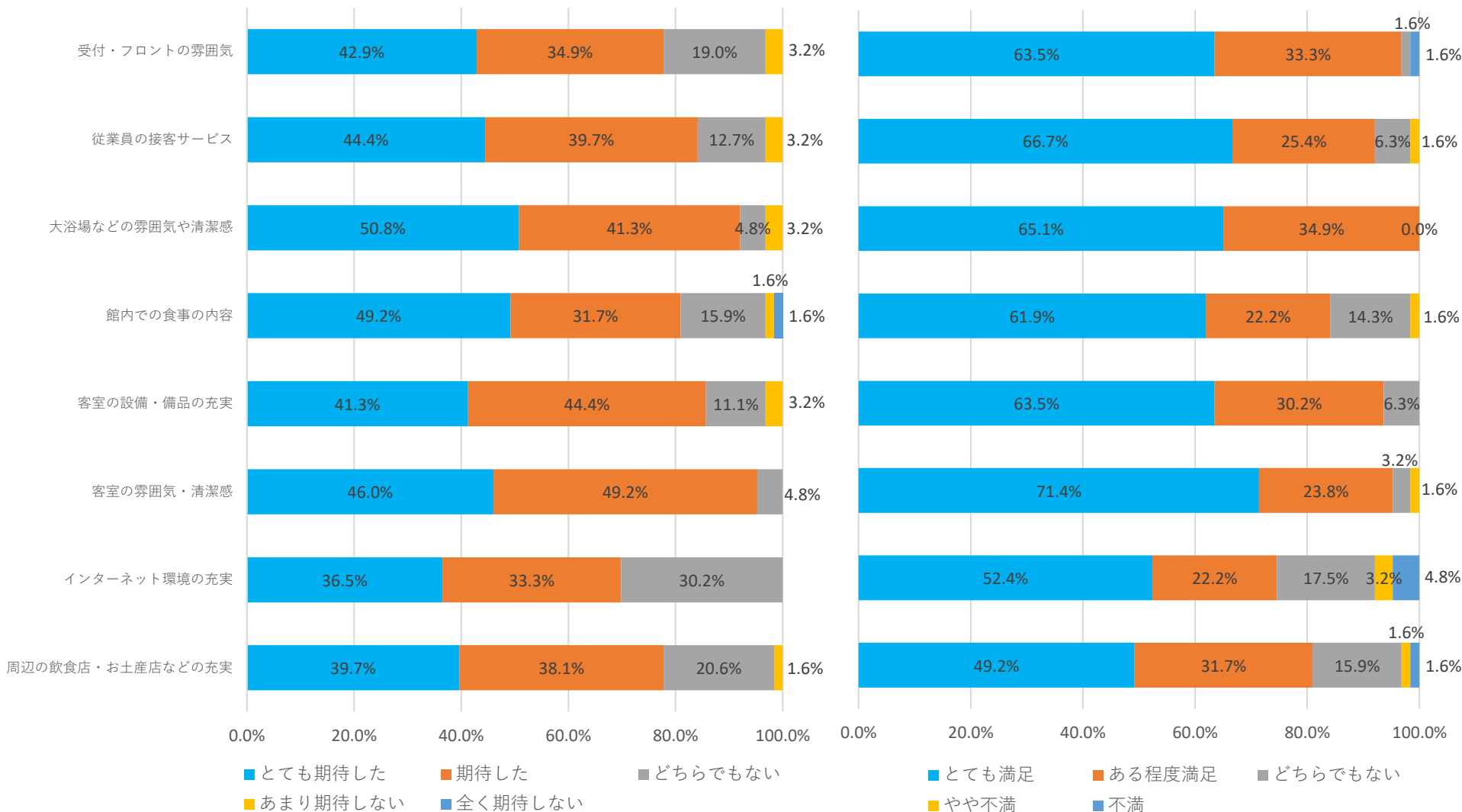
N=86

宿泊施設への期待度・宿泊施設の満足度



期待度

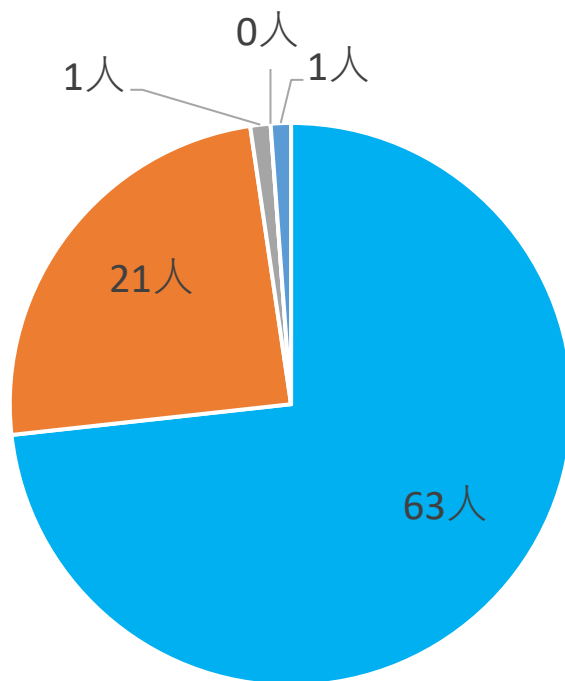
満足度



再訪意向



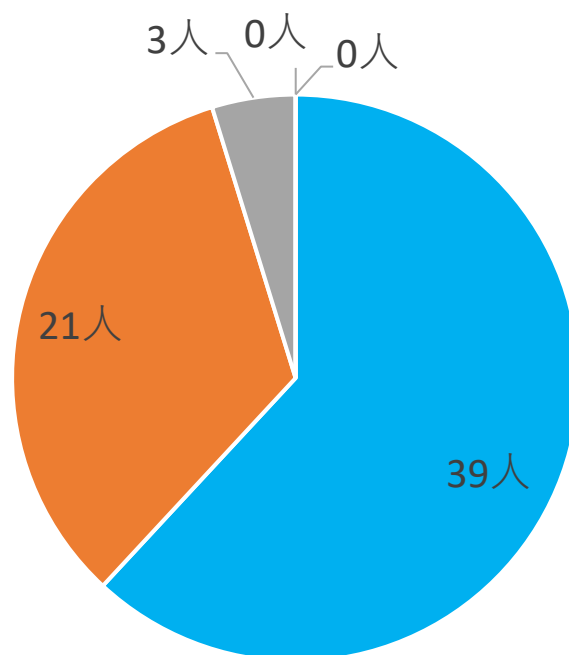
地域への再訪意向



- 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=86

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=63