

# 来訪者アンケート (国内・インバウンド)

2019年4月～2020年3月 速報集計

一般社団法人 豊岡観光イノベーション

国内

アンケートに答えて

**豪華商品  
プレゼント!**

※豪華商品の内の方は対象外

made in Toyooka

抽選で50名様に下の豪華賞品の内どれか1つをプレゼント



豪華賞品イメージです

1等  
コウノトリ  
青むお米 2kg

3等  
カードケース  
コインケース  
300g

豪華賞品イメージです

**3等賞品** 但馬牛リブローズ (すき焼き、しゃぶしゃぶ用) 300g

アンケートはこちら ▶ スマートフォンの方は、QRコードが読み込めるアプリ(ライン等)をご利用ください。

<https://jp.surveymonkey.com/r/toyooka>



抽選者の発表は賞品の発送をもって代えさせていただきます 主催/豊岡市・豊岡観光イノベーション

インバウンド

Kinosaki

Let's do a survey!

Receive a free hot coffee

※日本国籍の方は対象外

Complete this survey and receive a free hot coffee from Kinosaki Onsen Tourist Information SOZORO.




Check it out!

Access the survey here!  
Access the survey using a QR code reader on your smartphone, or using the link below.

<https://jp.surveymonkey.com/r/kinosaki>



Sponsors: Toyooka City, Toyooka Tourism Innovation

## ● 調査項目

日本人向け	外国人向け
1 居住地（兵庫・大阪・京都のみ市町村まで）	1 国籍
2 性別・3 年齢・4 職業	2 性別・3 年齢
5 同行者タイプ（家族・恋人・友人など）	4 同行者タイプ（家族・恋人・友人など）
—	5 日本に来たのは何回目か
—	6 日本の滞在日数
6 豊岡市に来たのは何回目か	7 城崎温泉に来たのは何回目か
7 豊岡市訪問の主な目的	8 城崎温泉訪問の主な目的
—	9 城崎温泉の前の訪問地
8 移動手段	10 （前訪問地からの）移動手段
9 豊岡市の滞在日数	11 城崎温泉の滞在日数
10 豊岡市のどこに宿泊したか	12 宿泊を伴う場合、どこから予約したか
11 豊岡市のどこに訪問したか	13 この旅行中に城崎温泉周辺のどこを訪問したか
12 何を見て豊岡市に行こうと思ったか	14 何を見て城崎温泉に行こうと思ったか
13 なぜ豊岡市を選んだのか（自由回答）	15 なぜ城崎温泉を選んだのか（自由回答）
14 何日前に豊岡市に来ることを決めたか	16 何日前に城崎温泉に来ることを決めたか
15 豊岡市訪問の満足度	17 城崎温泉訪問の満足度
以下の調査項目結果については、非公表となります。	
16 豊岡市を知り合いにお勧めするか（NPS）	18 豊岡市を知り合いにお勧めするか（NPS）
17 お勧めする/しない理由（NPSの理由）	19 お勧めする/しない理由（NPSの理由）
18 観光消費額	20 観光消費額

## 国内

- ・設置によるQRコード読み取り形式から、一部カード配付に変更したこともあり、全体のサンプル数は20%程度、有効サンプルも15%増加
- ・回答者の来訪目的は、観光・レジャー・目的が73%、ビジネス目的が17%
- ・回答者の75%以上が近畿地方。回答者は、女性が若干多く、年代は、40-50代が50%強
- ・家族・親族での来訪が47%と最も多く、次いで夫婦・パートナーが37%
- ・リピーターが70%以上。近畿圏では、リピーターが85%
- ・情報源は、親族・知人からの口コミ、口コミサイトに加え、自治体や観光協会HPから情報収集もみられる
- ・豊岡までの交通手段は、車が約80%。遠方からは列車・飛行機利用もある
- ・宿泊は、55%が城崎。次いで豊岡市街地。訪問エリアは城崎 40%、出石 28%、コウノトリ16%
- ・リードタイムは、1ヶ月以内が約半数
- ・平均滞在日数は、1.6日程度。2018年度と比較すると短くなっている。近隣来訪者割合の増加が主な原因

## インバウンド

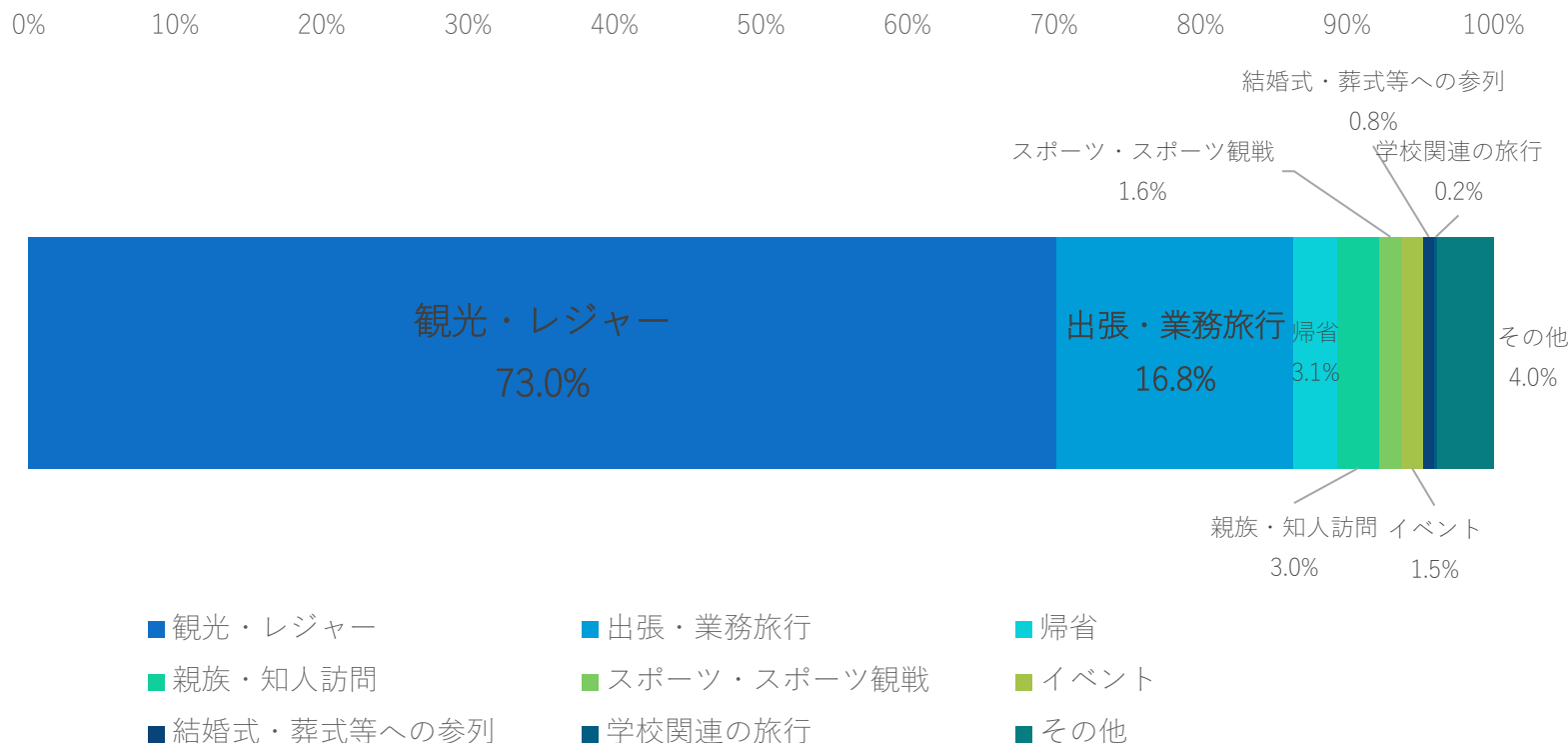
- ・回答者の国籍は44か国、アメリカ(17%)、タイ(9%)、台湾(8%)、フランス(8%)、オーストラリア(7%)
  - ・回答者の性別：男性(54%)、女性(46%)。年齢層：20-30歳代で50%以上、30歳代までで60%占める
  - ・夫婦・パートナーでの旅行が約40%、家族旅行が約20%、一人旅需要も8%程度あり
  - ・城崎初来訪が約90%
  - ・情報源は複数の媒体を活用。海外に住む家族や友人の口コミが有効
  - ・リードタイムは、1ヶ月以上前が80%強。一方で、ラストミニッツ(1週間以内)も10%程度ある
  - ・前訪問地は、京都・大阪で66%。移動手段は94%が列車
  - ・旅行先の選択理由は、温泉、リラックス、情緒ある街並み、日本伝統文化体験(旅館・浴衣)
  - ・平均滞在日数は2.3日。欧米豪諸国は、アジア市場に比べ、滞在日数が長い傾向
- \* SOZOROによる収集業務(別途委託業務)で、年度途中で調査方法を変更されたことが判明。次年度は調査方法を見直し、手法の検討が必要と考える。

# 調査結果概要

国内

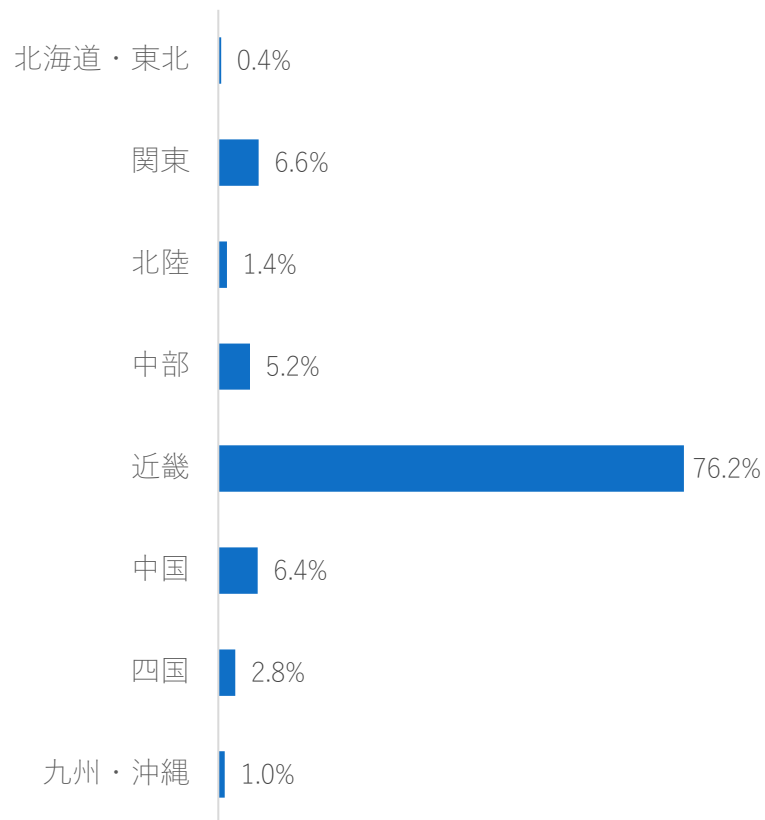
豊岡市来訪者の訪問目的は、観光・レジャー73%、ビジネス17%

豊岡市への訪問目的

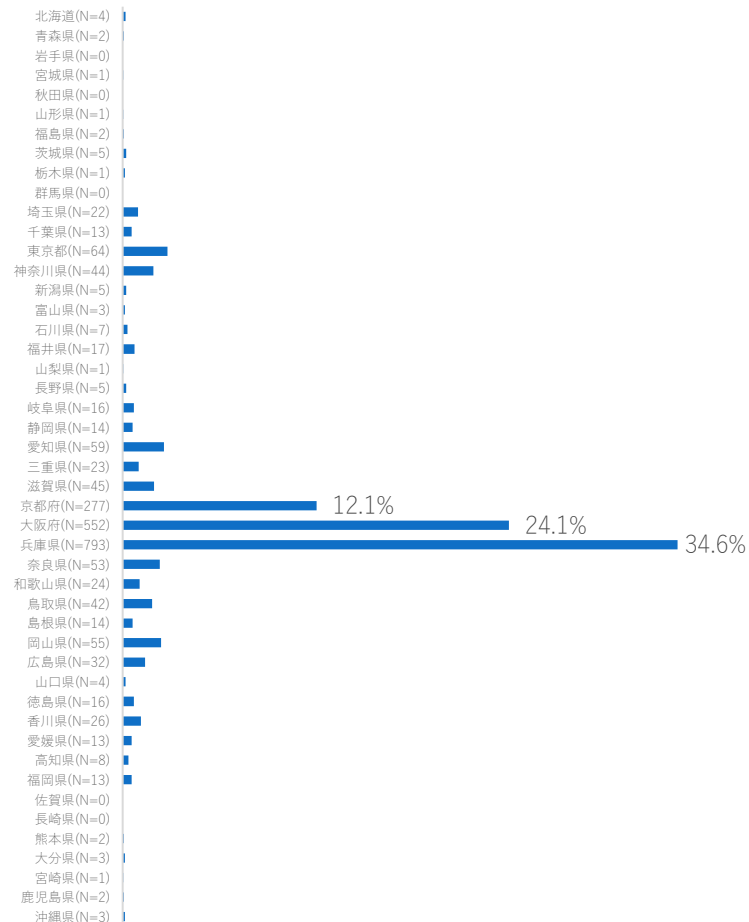


回答者の居住地域は、近畿地方76%（兵庫県35%、大阪府24%）

回答者（国内）のお住まいの地域

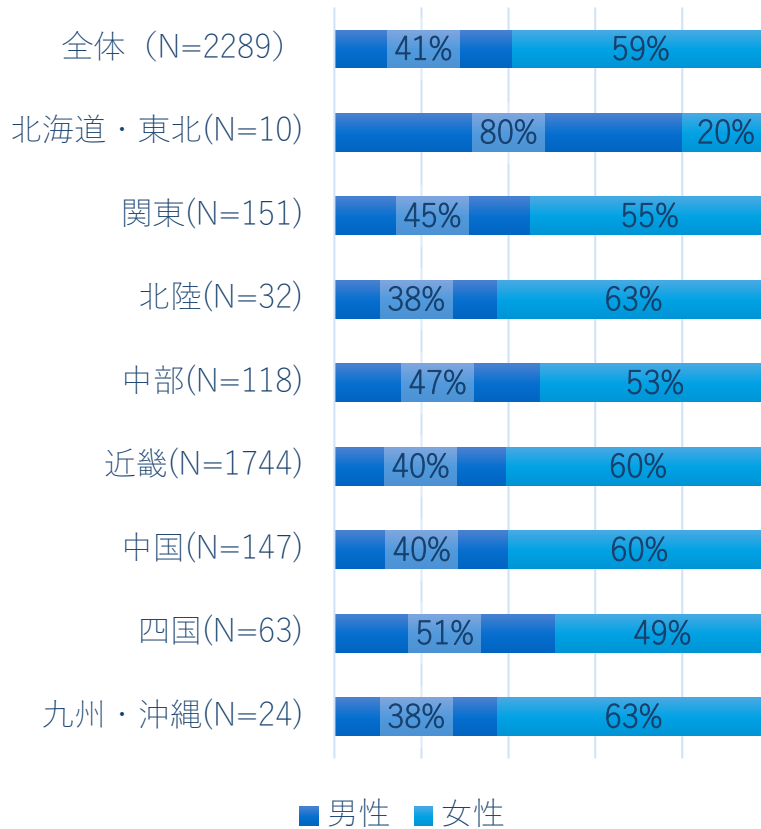


回答者（国内）のお住まいの都道府県

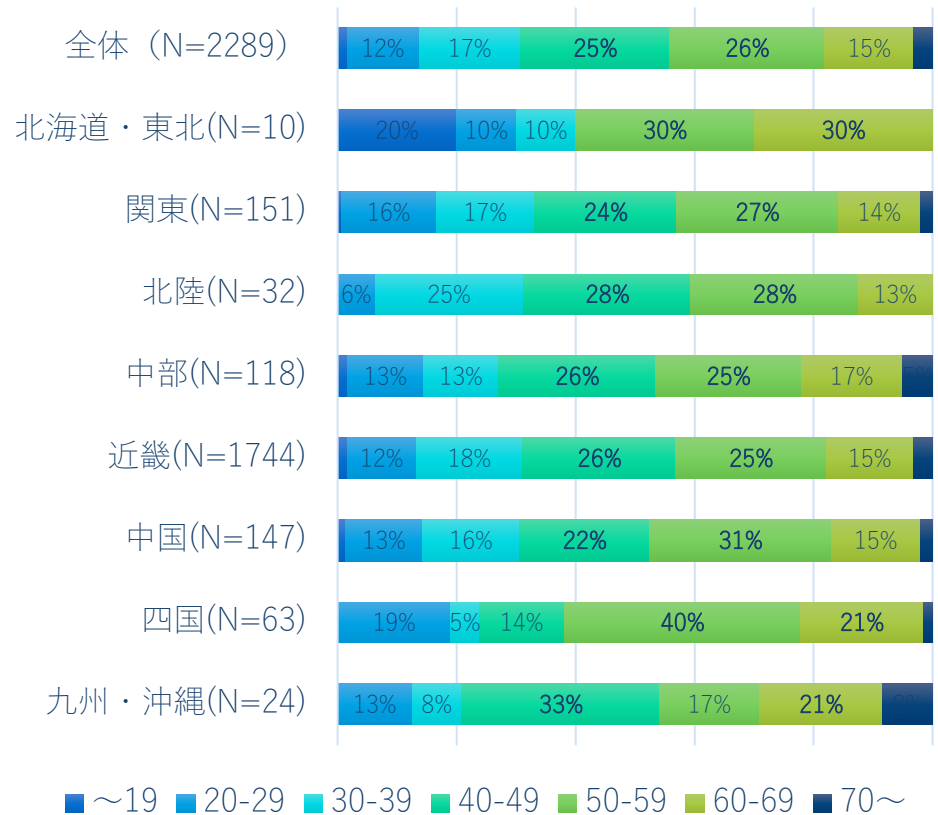


回答者の性別割合は、女性が59%（地域別でも女性の割合が高い）  
年齢層は40歳代以上が約70%。インバウンドと比べると年齢層が高い。

回答者の性別（居住地別）



回答者の年代（居住地別）

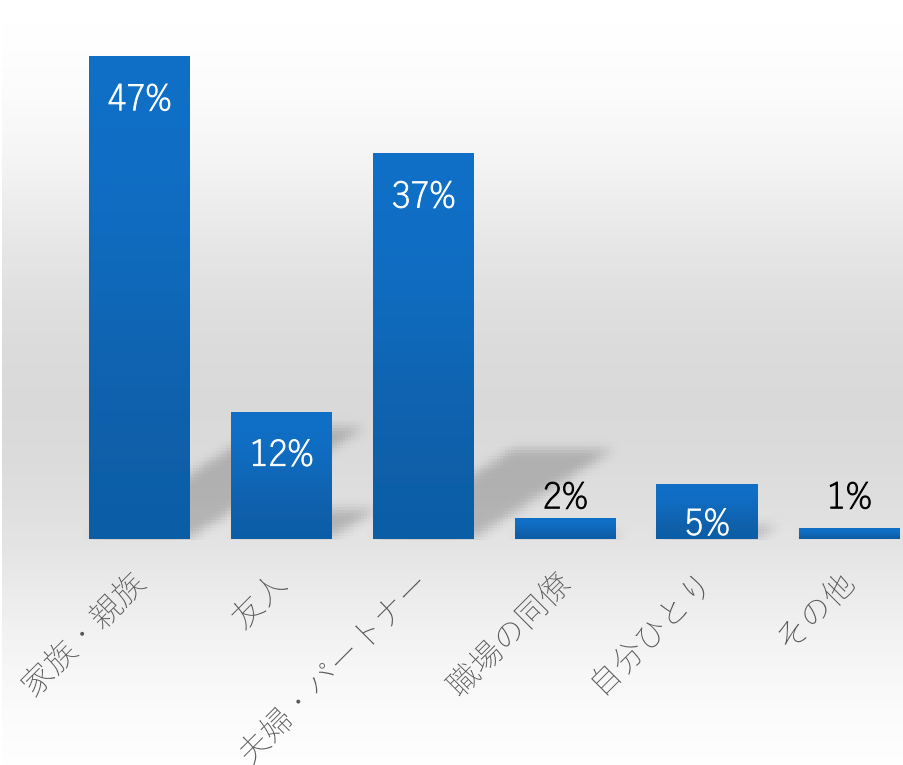




家族・親族が最も多く全体の47%を占める。次いで夫婦・パートナーが37%。近隣地域からの友人との旅行、また遠方からは、一人旅需要もある。

同行者（居住地別）

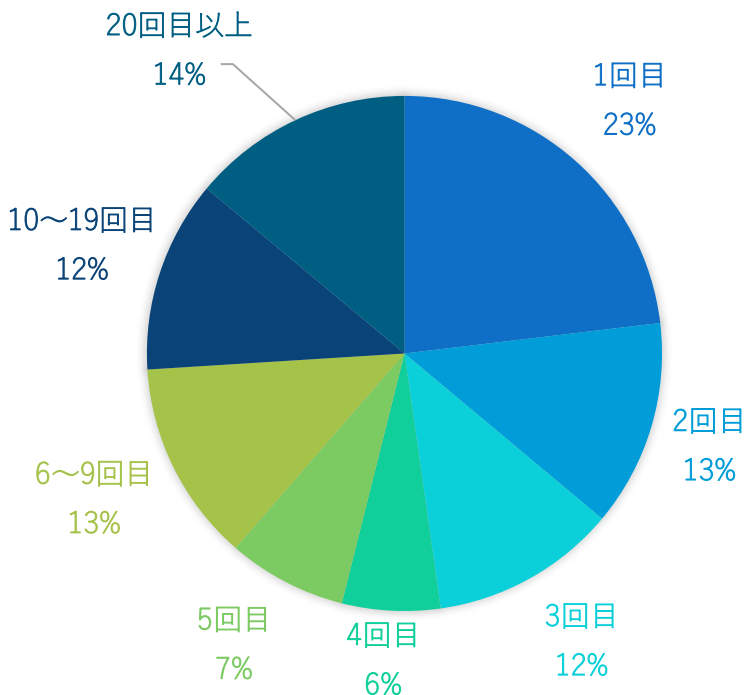
(N=2289)



	家族・親族	友人	夫婦・パートナー	職場の同僚	自分ひとり	その他
全体 (N=2289)	47%	12%	37%	2%	5%	1%
北海道・東北(N=10)	40%		40%		10%	
関東(N=151)	44%	9%	38%	1%	11%	
北陸(N=32)	31%	9%	47%	6%	6%	
中部(N=118)	44%	11%	39%	1%	8%	1%
近畿(N=1744)	49%	13%	36%	2%	5%	1%
中国(N=147)	38%	13%	46%	2%	3%	1%
四国(N=63)	48%	10%	44%		3%	2%
九州・沖縄(N=24)	38%	21%	42%		4%	

豊岡市への訪問は、リピーター77%（6回以上のヘビーリピーター約40%）。近畿圏では、85%がリピーター。遠距離地域は、初来訪率が高い。

豊岡市への訪問回数（居住地別）

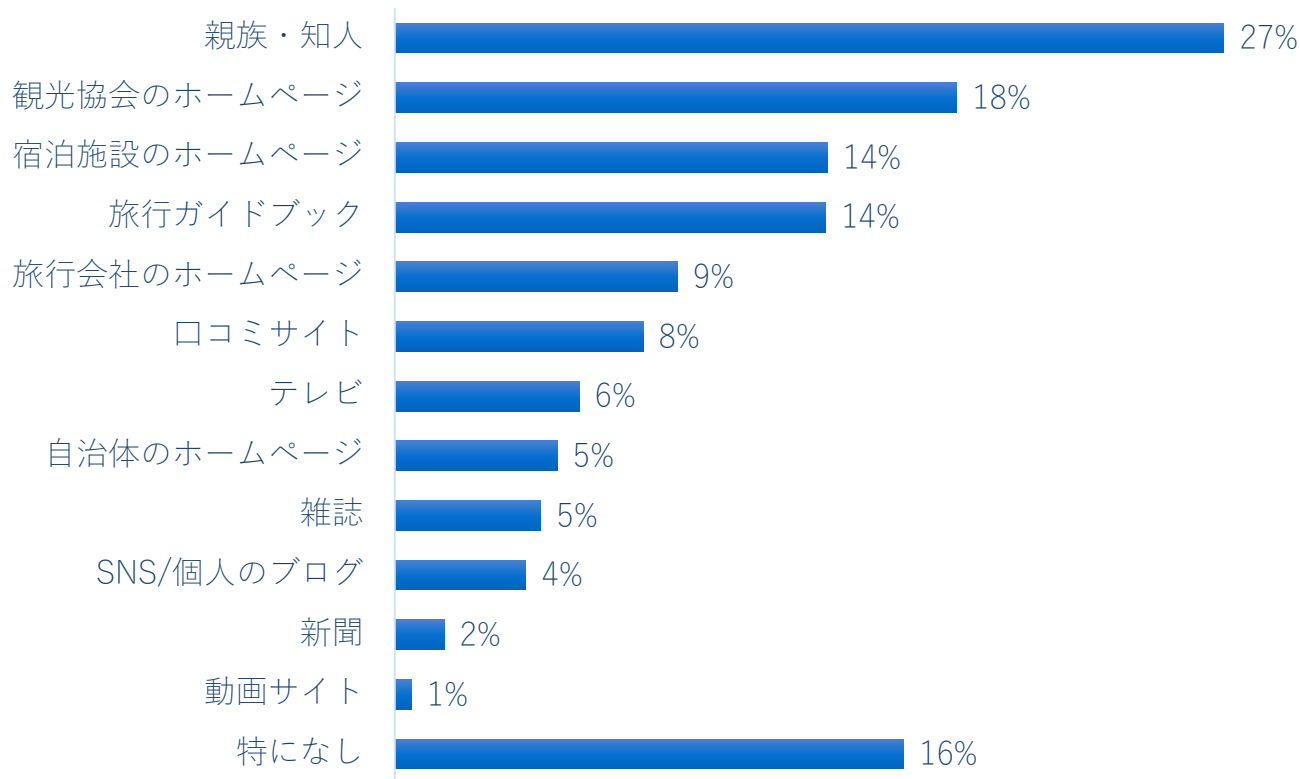


	1回目	2回目	3回目	4回目	5回目	6～9回目	10～19回目	20回目以上
全体 (N=2289)	23%	13%	12%	6%	7%	13%	12%	14%
北海道・東北(N=10)	90%							10%
関東(N=151)	54%	19%	9%	4%	3%	6%	3%	2%
北陸(N=32)	44%	16%	6%	6%	3%	9%	16%	
中部(N=118)	54%	15%	14%	3%	5%	3%	4%	1%
近畿(N=1744)	15%	12%	12%	7%	8%	15%	14%	17%
中国(N=147)	35%	20%	12%	5%	5%	10%	7%	6%
四国(N=63)	52%	14%	11%	3%	5%	8%	5%	2%
九州・沖縄(N=24)	71%	8%	13%		4%		4%	

豊岡市への旅行に関する情報源は、親族・知人からの口コミが27%。観光協会のホームページが18%、宿泊施設のホームページやガイドブックでの情報収集も14%ある。テレビ、新聞、雑誌は5%程度にとどまる。

情報源・旅行のきっかけ

(N=2289)

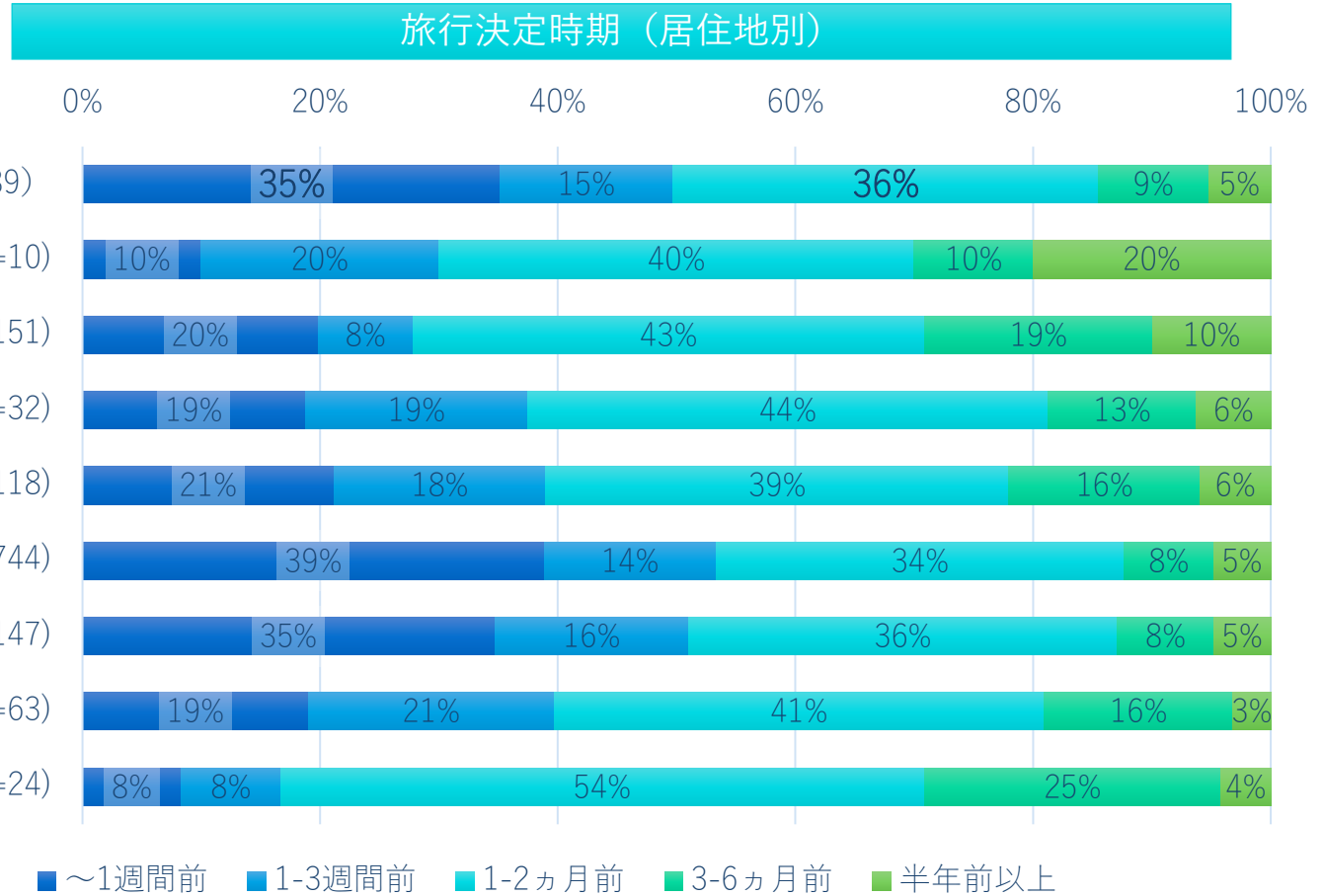


● 調査結果概要（豊岡市への旅行の経緯 旅行の決定時期）

「観光・レジャー」目的

国内

旅行の決定時期は、1-2か月前と1週間前にピークがある。近距離地域では、1か月以内が50%を超えるが、遠距離地域は、60%以上が1ヶ月以上前に決定している。



豊岡を選んだ理由は、温泉、コウノトリ、そば、チューリップ等さまざま。

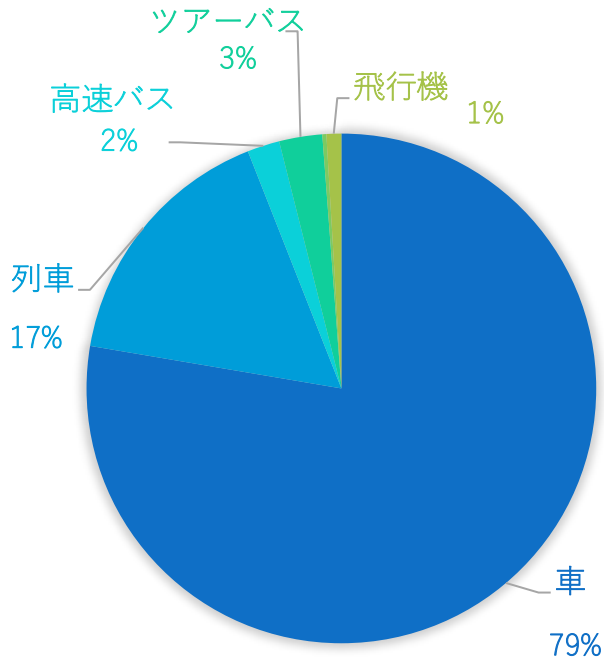
### 豊岡を選んだ理由、決め手

- 以前、豊岡の新そばを食べたとき、そばの美味しさに感動したのでまた食べたいと思ったから（堺市、女性、46歳）
- 城崎温泉は志賀直哉の「城崎にて」を読んでいたので、一度訪れて見たかった（山梨県、女性、58歳）
- 湯めぐりができるから。非現実を味わえるから！！！！（大阪市、女性24歳）
- 新しくなった玄武洞ミュージアムを見たかったからと、フルオーダーのバッグを作って貰いたかったら（河内長野市、女性、62歳）
- 初めて来た際（婚約者とその祖母と一緒に来訪）、景色や人の優しさ、食材の美味しさに惹かれました。今回訪問出来とても幸せ。祖母は亡くなってしまい、一緒に来ることは出来ませんでした。違う形で今回共に訪問出来たので、また共に訪問したいと思います。（東京都、女性、27歳）
- 大人（温泉）も子ども（マリンワールド）も楽しめるから（埼玉県、男性、47歳）
- 温泉に入りたかったのと、マリンワールドのアジ釣りが楽しいと友人から聞いたため（姫路市、男性、30歳）
- 神戸に行く用事があり、ついでに天橋立をみたいと思った（埼玉県、女性、41歳）
- 豊岡にはあまり来たことがなかったので、天橋立に来たのに合わせて観光しようと思った（東京都、女性、39歳）
- 天橋立に一泊しその周辺でさまざまな観光のプランを立てた時に城崎温泉の外湯めぐりと出石の巾着で蕎麦屋を食べ歩くというのをガイドブックで見つけ行こうと思った（静岡県、女性、53歳）
- 城崎温泉の外湯めぐりをしたかった。10年くらい訪れてなかったので、前よりも賑やかになっていると聞いたので、久しぶりに行こうと思った（広島県、女性、49歳）
- コウノトリの郷に魅力を感じたから（山口県、女性、57歳）

豊岡市までの移動手段は、約80%が車での移動  
遠距離地域からは、列車の需要が30%以上ある

移動手段（交通手段）

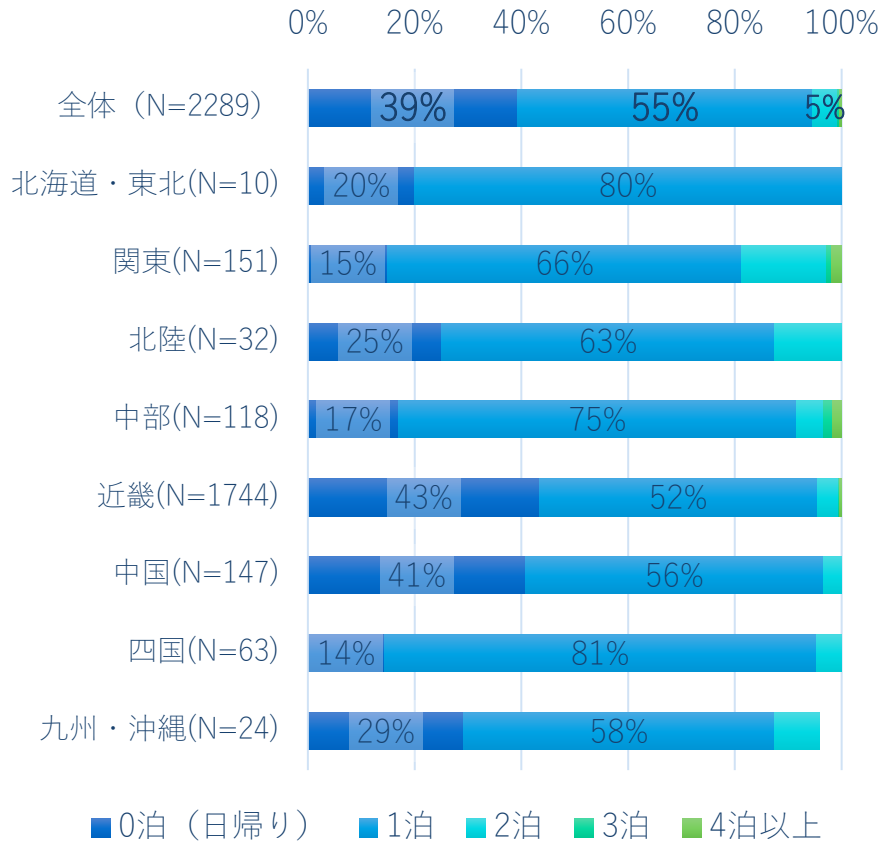
(N=2289)



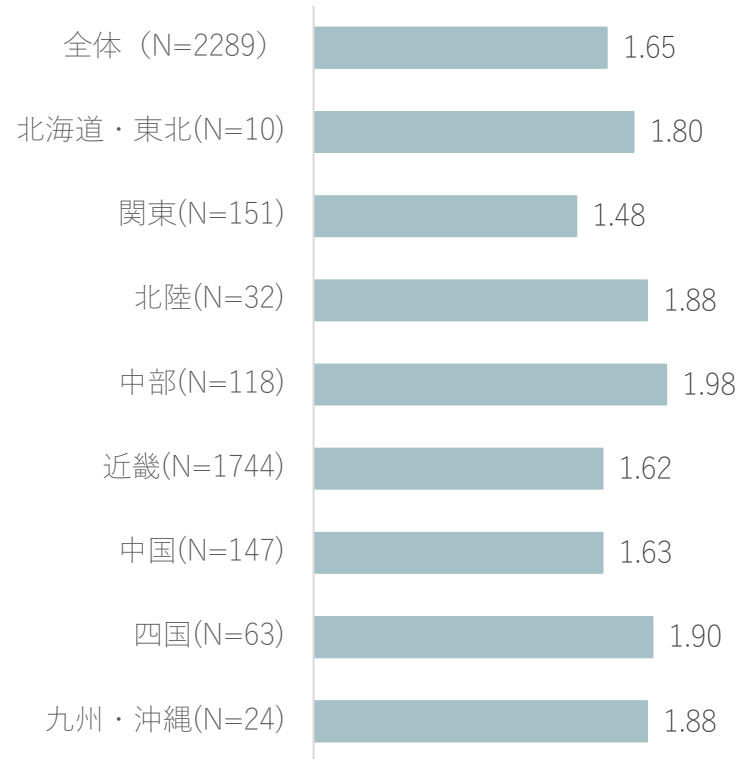
	車	列車	高速バス	ツアーバス	路線バス	飛行機
全体 (N=2289)	79%	17%	2%	3%		1%
北海道・東北(N=10)	60%	50%	10%	10%		
関東(N=151)	48%	36%	1%	10%	1%	10%
北陸(N=32)	88%	13%		3%		
中部(N=118)	81%	16%	2%	5%		
近畿(N=1744)	82%	16%	2%	1%		
中国(N=147)	85%	10%	3%	6%		
四国(N=63)	87%	8%		5%		
九州・沖縄(N=24)	42%	38%	8%	17%		8%

日帰り（滞在日数1日）が39%、1泊（滞在日数2日）が55%と1泊以内が90%以上。平均滞在日数は、全体で1.7日、平均宿泊日数は、1.1泊

豊岡市での滞在日数（居住地別）



豊岡市での平均滞在日数（居住地別）



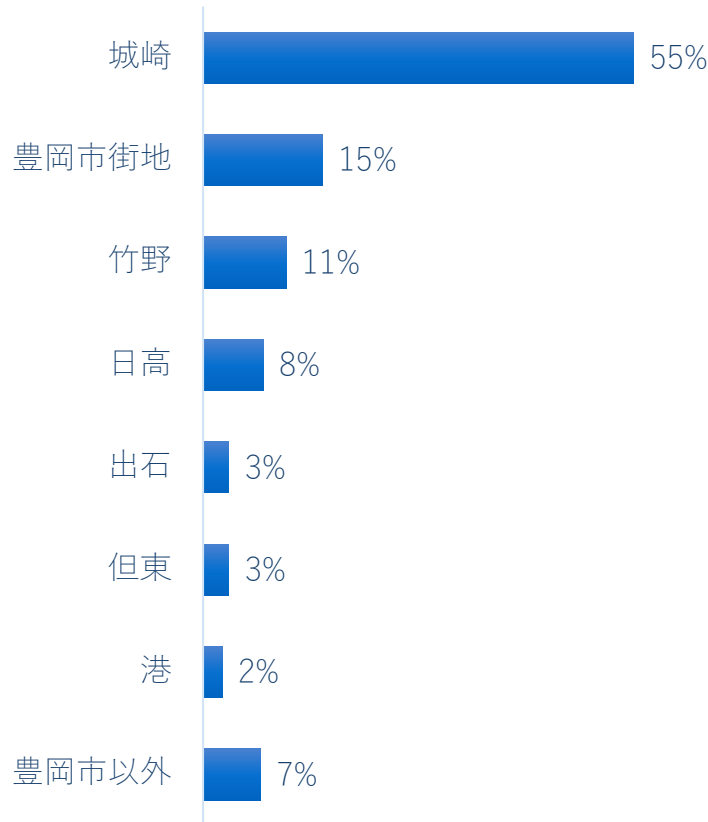
※日帰り滞在を1日、1泊を2日滞在として算定

「観光・レジャー」目的

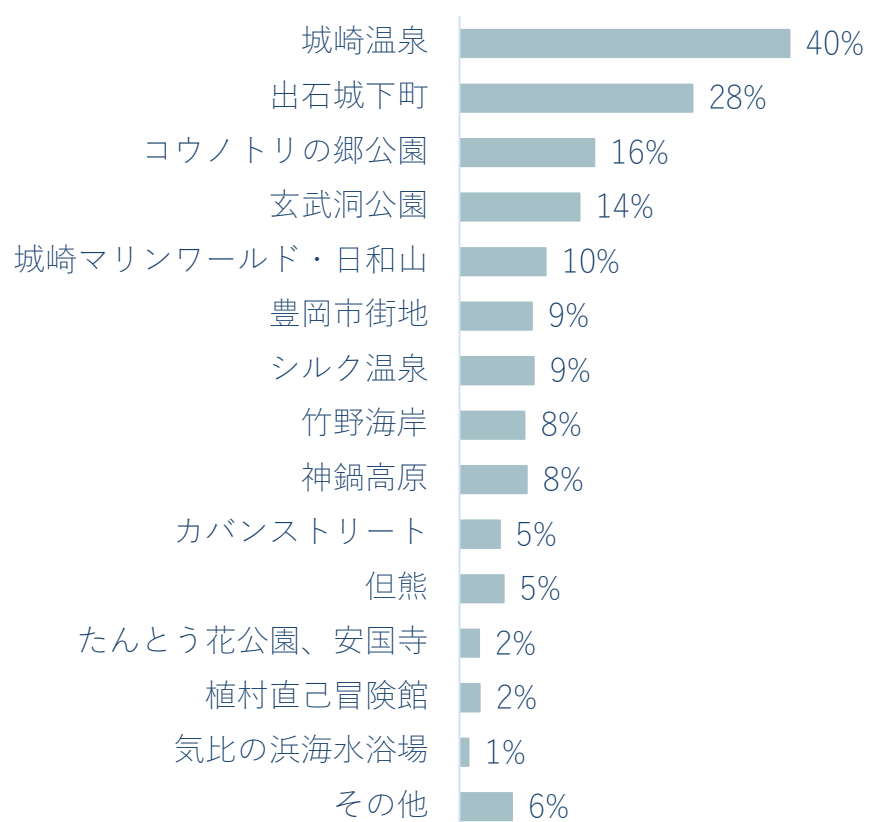
国内

宿泊エリアは、城崎が55%、豊岡市街地が15%  
訪問場所は、城崎 40%、出石 28%、コウノトリの郷公園 16%

宿泊エリア



訪問場所



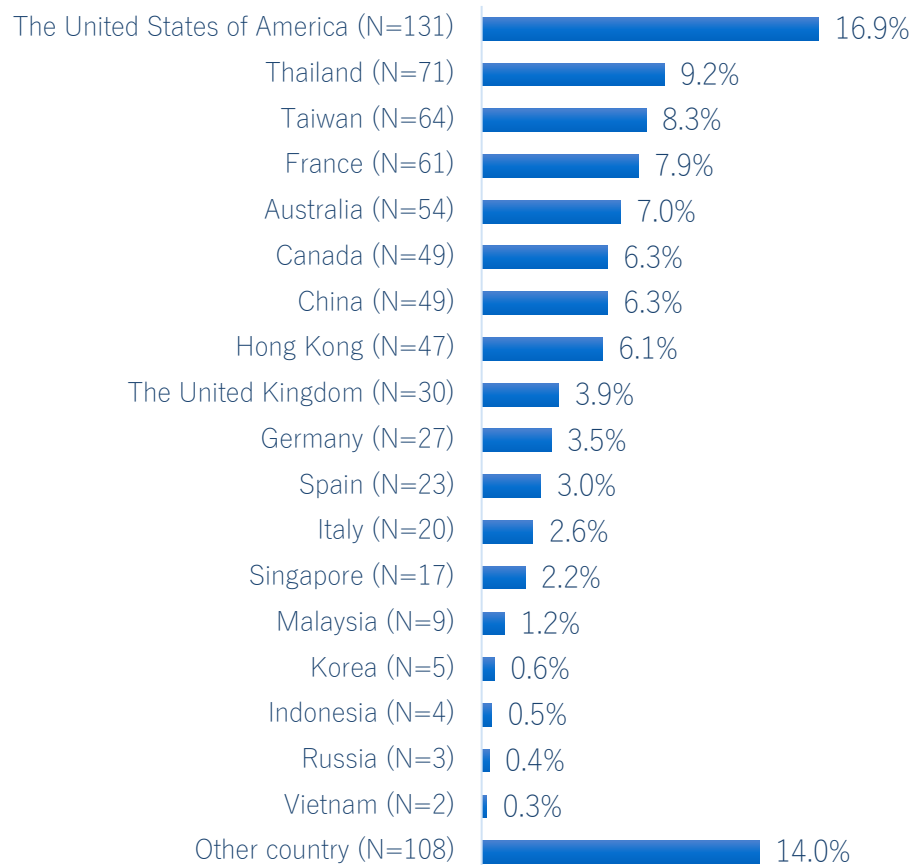


# 調査結果概要

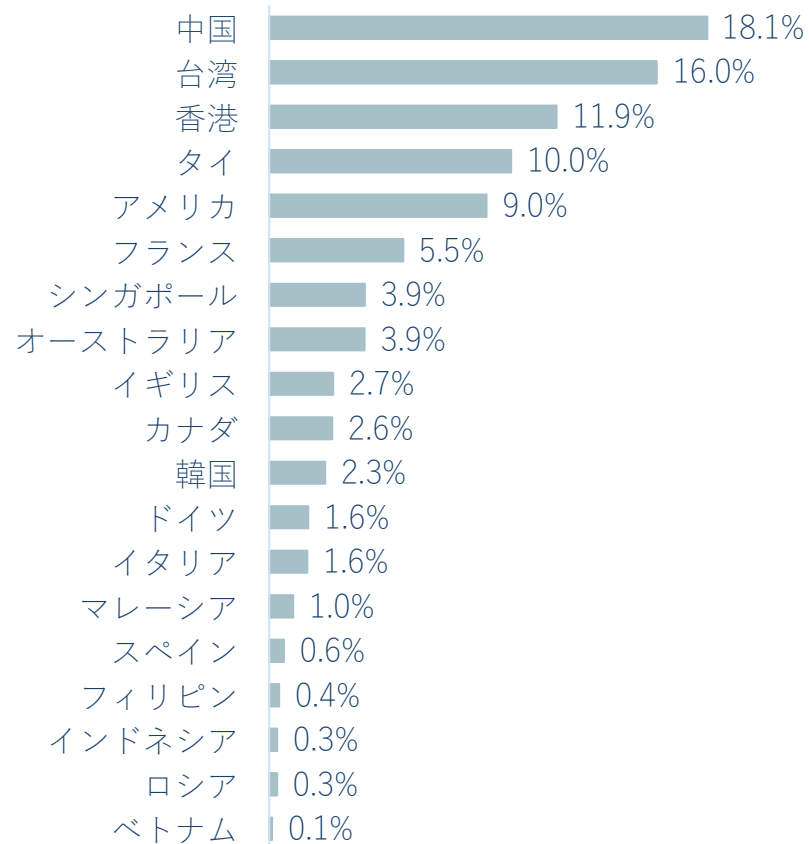
インバウンド

回答者の割合は、アメリカ（17%）、タイ（9%）、台湾（8%）、フランス（8%）、オーストラリア（7%）

回答者の国・地域

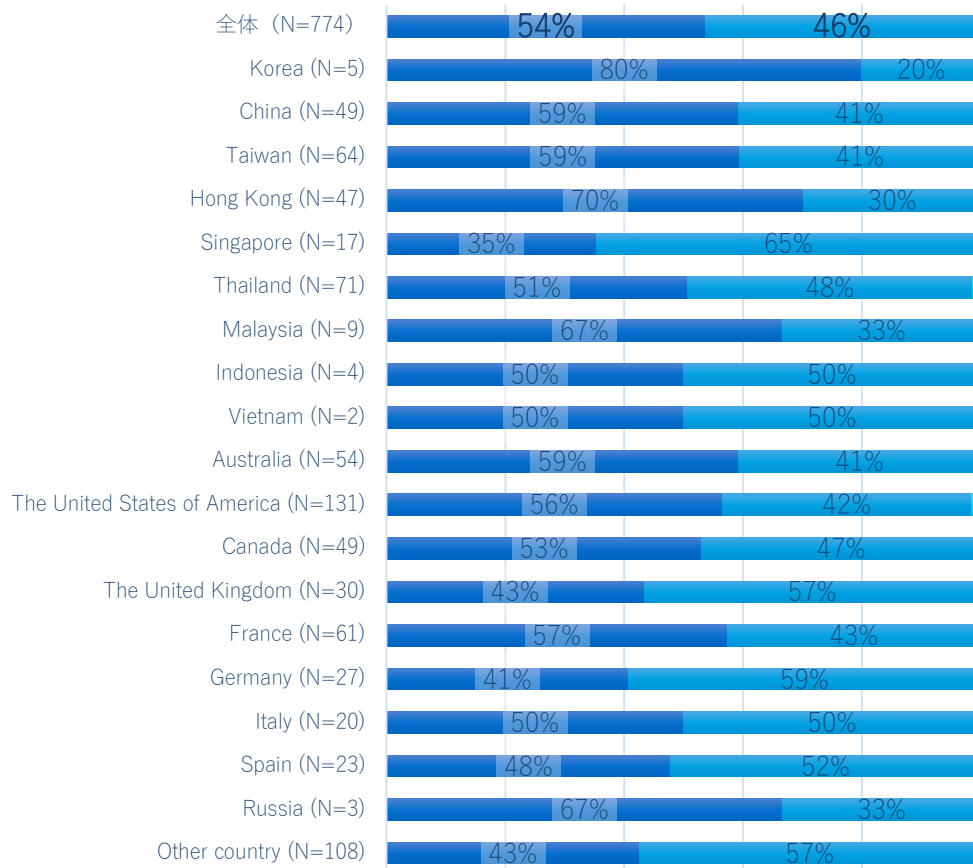


2019年城崎外国人泊数（国・地域）



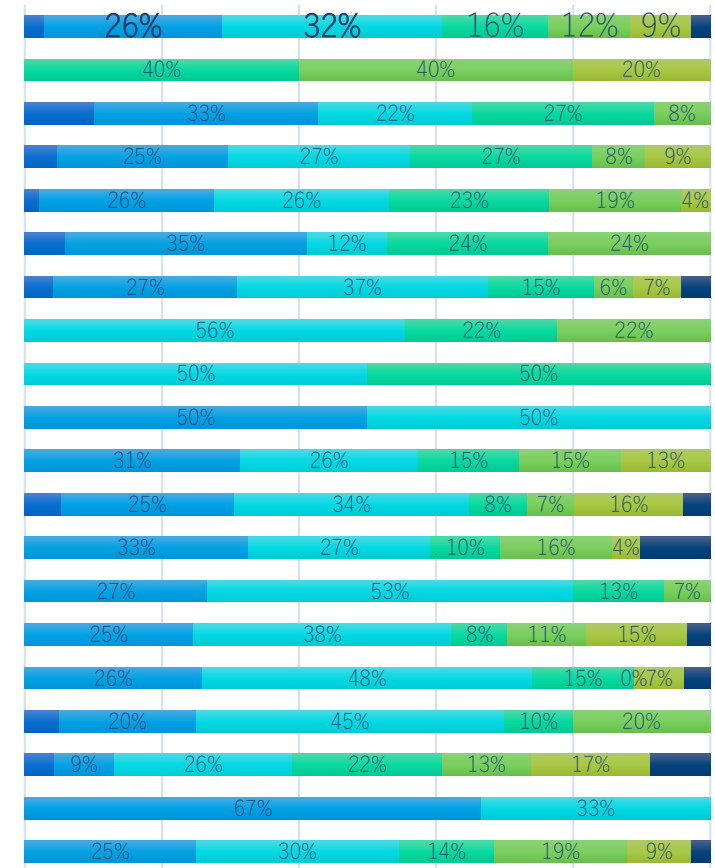
全体回答数の性別割合は、男性54%、女性46%  
年齢層は、20-30歳代が50%以上を占める

回答者の性別 (国別)



■ Female ■ Male ■ Prefer not to say

回答者の年代 (国別)



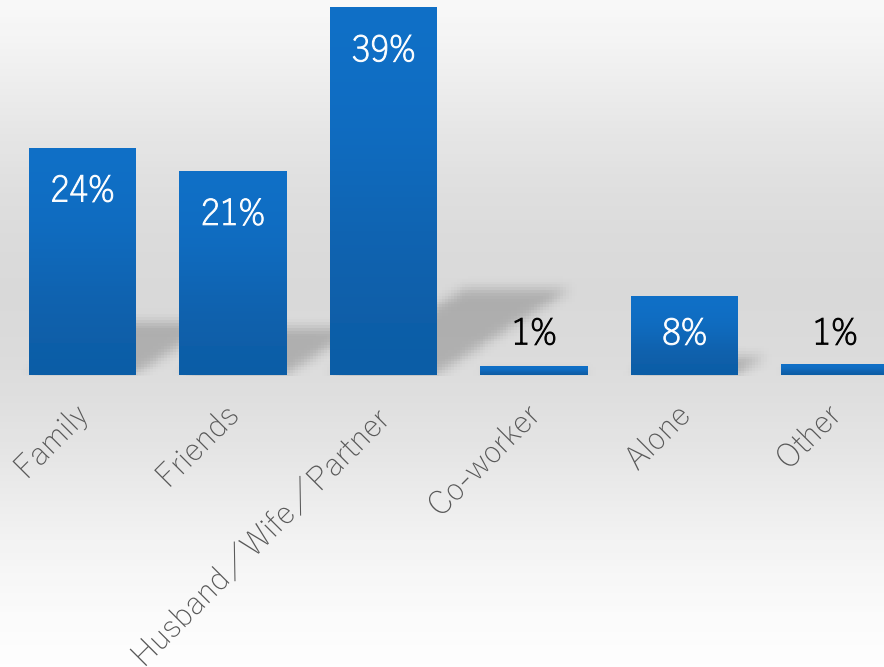
■ ~19 ■ 20-29 ■ 30-39 ■ 40-49 ■ 50-59 ■ 60-69 ■ 70~

● 調査結果概要（回答者の属性 同行者）

インバウンド

夫婦・パートナーが42%。家族、友人での旅行が約20%  
近距離地域で、家族・親族旅行が多く、遠距離地域からは、夫婦・パート  
ナーや友人旅行が多い。1人旅需要も一定割合ある

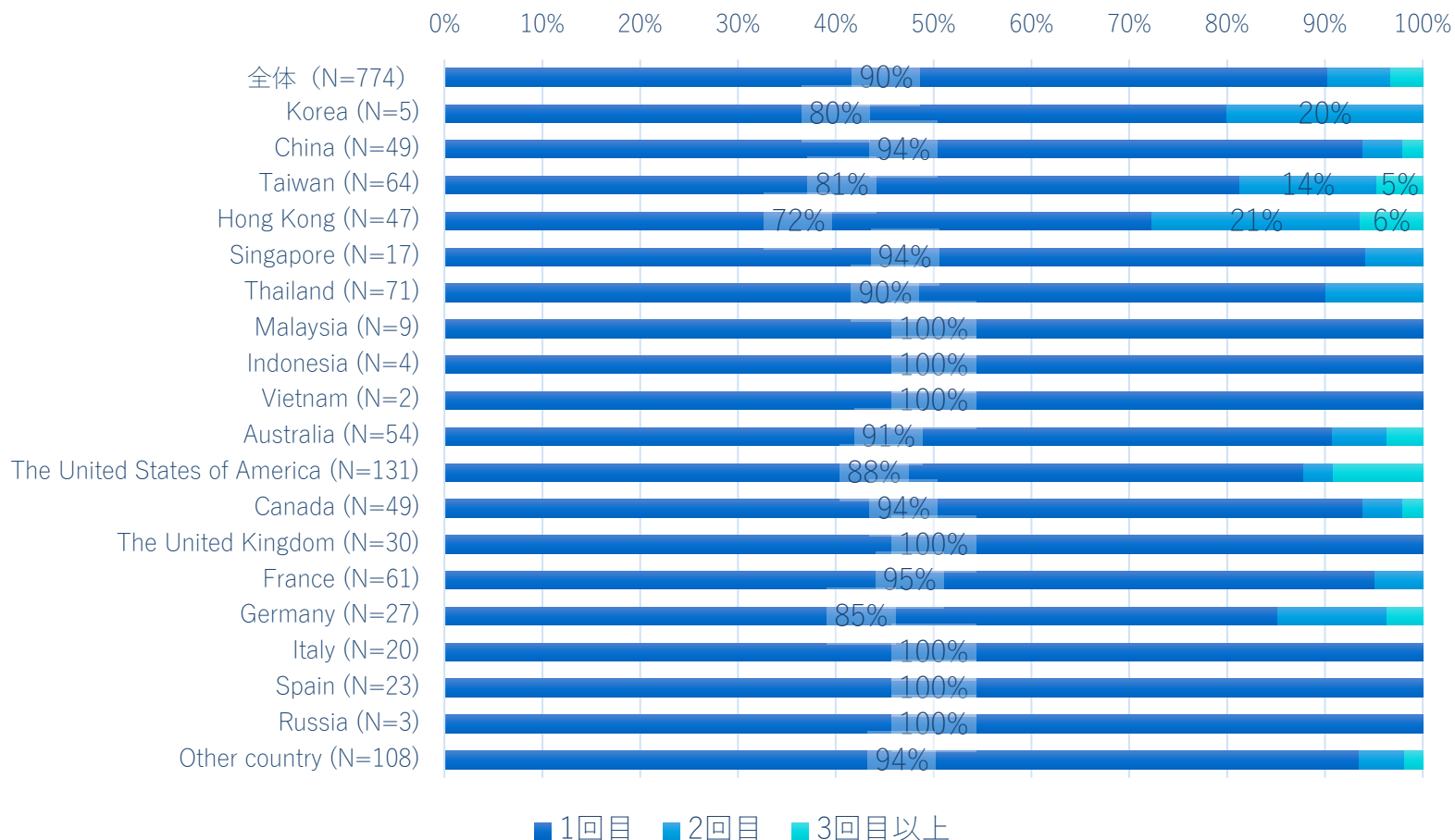
同行者 (N=774)



	家族	友人	夫婦・パートナー	同僚	1人	その他
全体 (N=774)	24%	23%	42%	1%	9%	1%
Korea (N=5)	40%	0%	60%	0%	0%	0%
China (N=49)	61%	20%	20%	0%	0%	0%
Taiwan (N=64)	50%	22%	23%	3%	2%	0%
Hong Kong (N=47)	34%	34%	26%	0%	6%	2%
Singapore (N=17)	29%	35%	29%	0%	6%	0%
Thailand (N=71)	38%	32%	25%	0%	1%	3%
Malaysia (N=9)	11%	22%	44%	0%	22%	0%
Indonesia (N=4)	50%	0%	50%	0%	0%	0%
Vietnam (N=2)	50%	0%	0%	0%	50%	0%
Australia (N=54)	7%	26%	52%	0%	13%	2%
The United States of America (N=131)	9%	24%	52%	2%	12%	2%
Canada (N=49)	8%	37%	47%	0%	10%	0%
The United Kingdom (N=30)	3%	10%	67%	0%	20%	0%
France (N=61)	26%	21%	39%	0%	15%	0%
Germany (N=27)	11%	4%	59%	4%	22%	0%
Italy (N=20)	25%	5%	65%	0%	5%	0%
Spain (N=23)	35%	0%	65%	0%	0%	0%
Russia (N=3)	0%	67%	0%	0%	33%	0%
Other country (N=108)	18%	23%	46%	1%	9%	3%

90%が初来訪  
市場別では、韓国・台湾・香港で、リピーターが20%程度

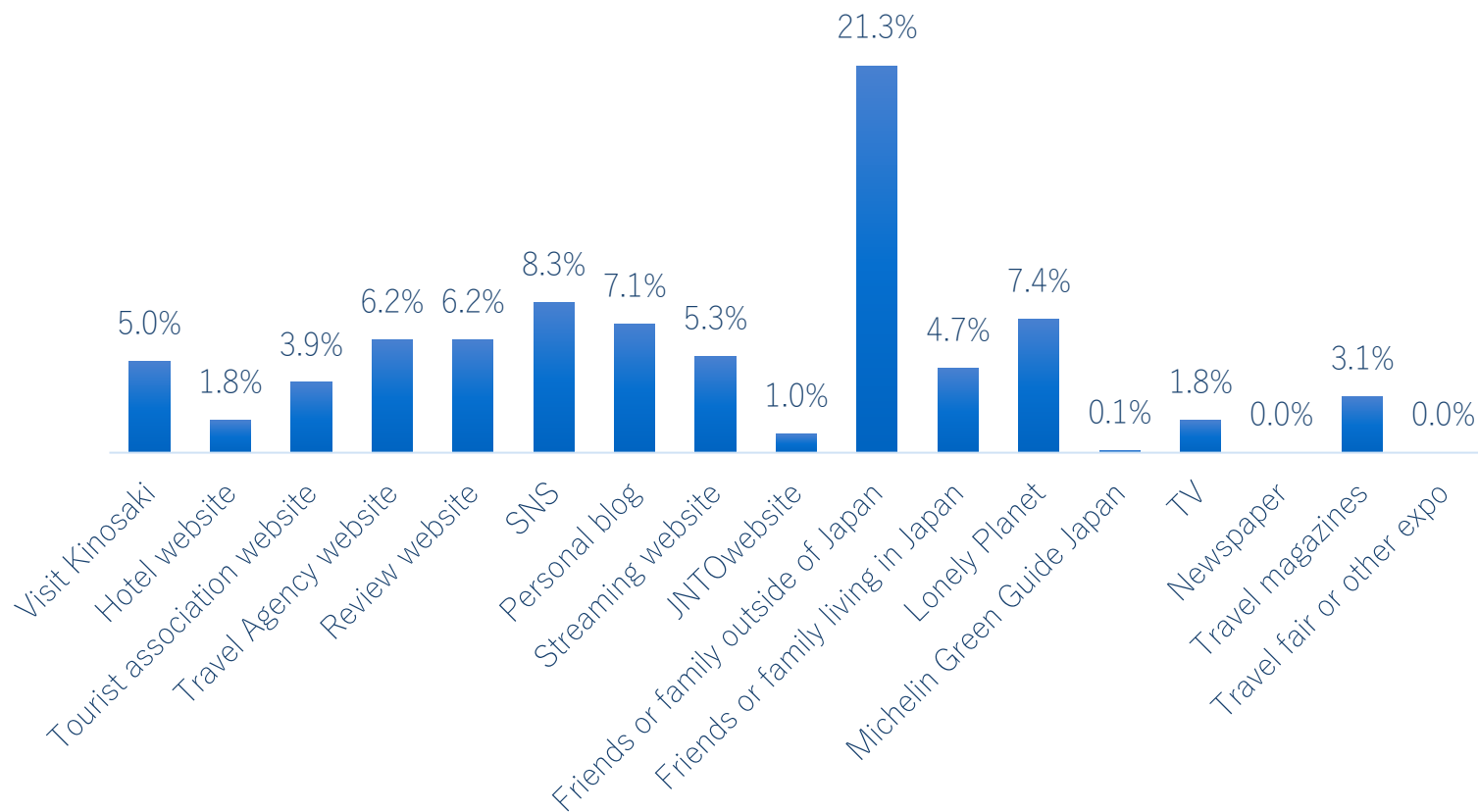
城崎温泉への訪問回数（国別）



情報源は、自国の友人・家族等の口コミが最も影響を与えている  
SNSや口コミサイト等も活用

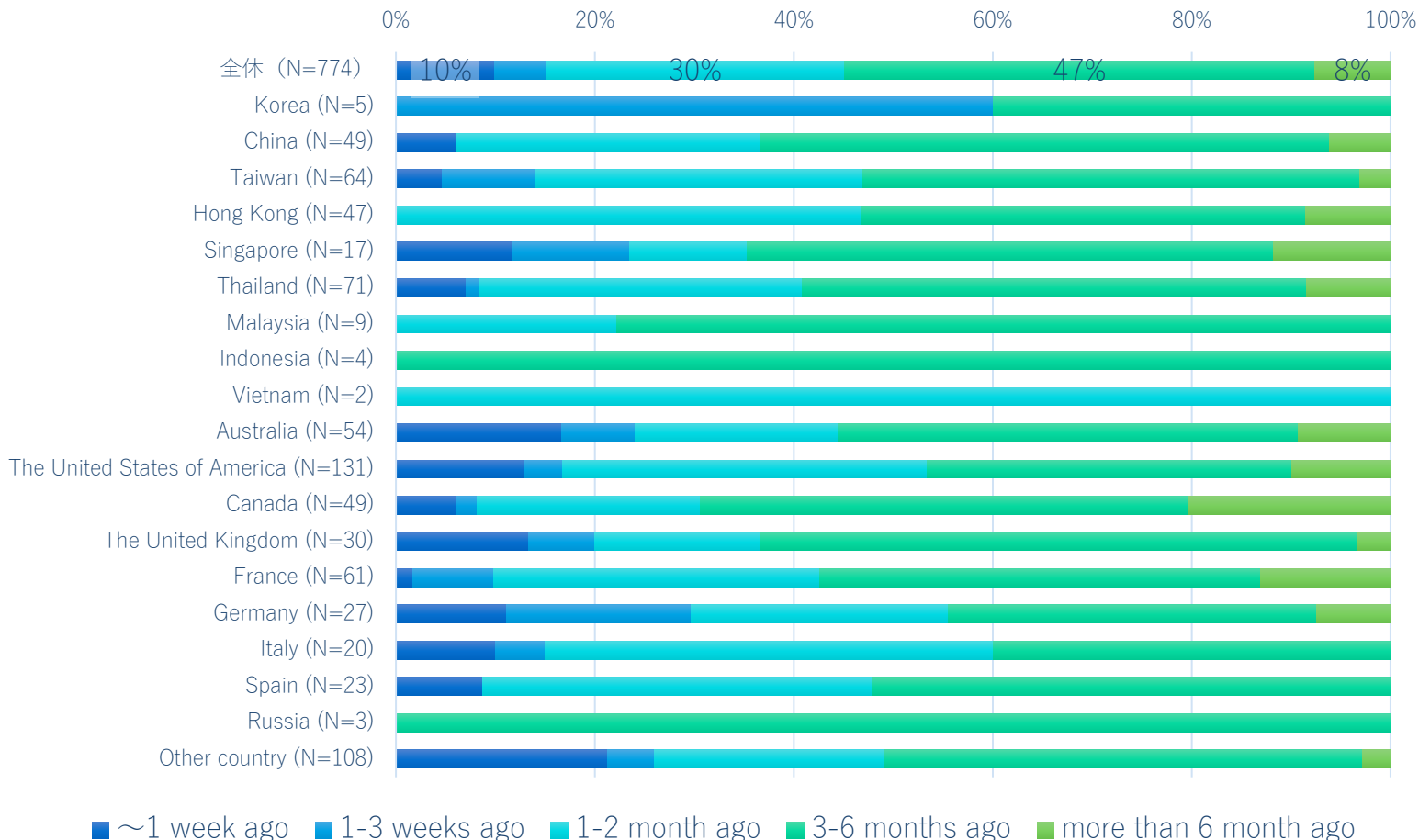
情報源・旅行のきっかけ

(N=774)



旅行の決定時期は、1ヶ月以上前が80%以上  
一方で、ラストミニッツ（1週間以内）の決定も10%程度

旅行決定時期（国別） (N=774)



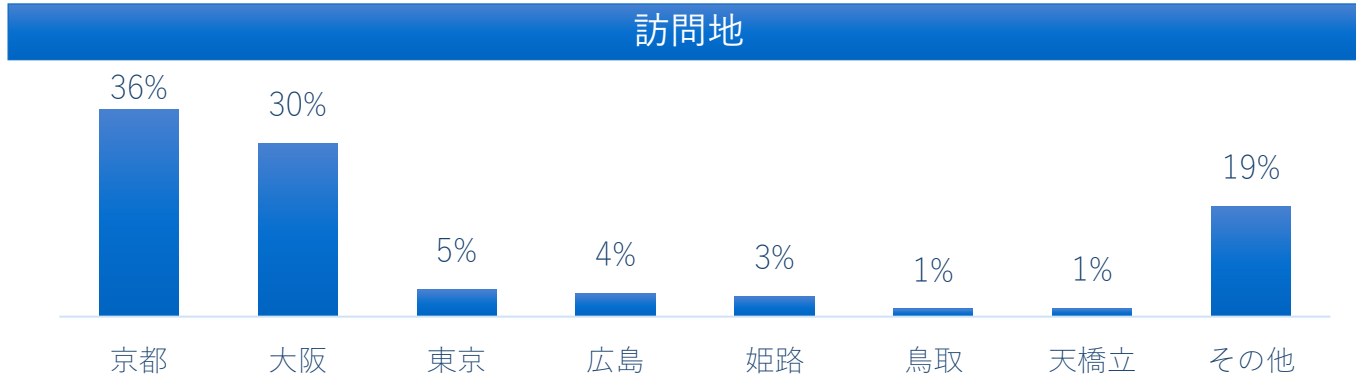
城崎温泉を選んだ理由は、温泉、リラックス、雰囲気（風情）、旅館日本文化

### 城崎を選んだ理由、決め手

- Relaxation (China, Taiwan, Hong Kong, France, Germany, Australia, USA, UK,
- Relaxation and experience Japanese onsen culture (Vietnam, F, 34)
- because it is quiet and there are few people (China, F, 25)
- small and quiet town (Netherlands, F, 61)
- Traditional onsen town with opportunity to stay at a ryokan. Enjoyed the onsen pass offered by ryokan (Canada, F, 31)
- onsen, Found kinosaki through yukata wearing (USA, F, 56)
- the most famous onsen (Malaysia, M, 54)
- came for small city, onsen, Toshima wetlands, and to experience culture (Australia, M, 42)
- my friends recommendation (China, M, 28)
- our friends recommended (USA, M, 25)
- my friend had been here twice and strongly recommended (Taiwan, F, 27)
- tattoo friendly (Canada, F, 29)
- internet search for tattoo friendly onsen (Germany, F, 35)
- wanted to experience Japanese culture in a setting with lots of nature (Switzerland, M, 30)
- meeting up with my mother here; I live in Japan as a student and my mother is coming to visit (Finland, F, 27)
- , 27)
- came to eat crab; had been here before and enjoyed it very much (Taiwan, F, 33)
- for onsen and the nearby castletown (France, F, 55)
- studied Shiga Naoya (Italy, M, 25)
- wanted to come back again after visiting months ago (USA, F, 24)



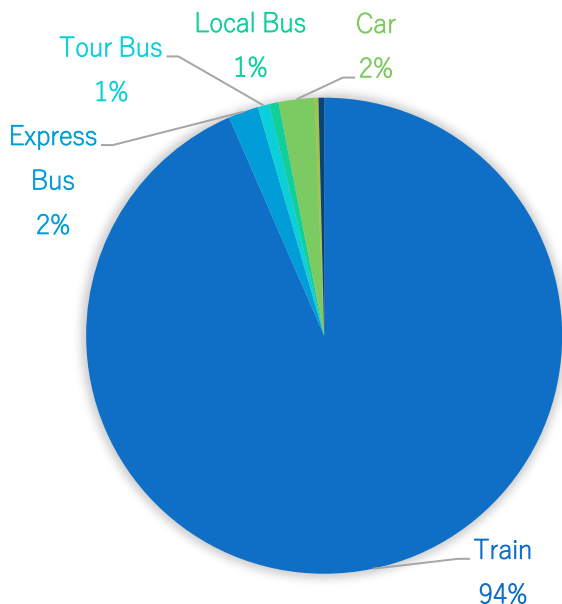
前訪問地は、京都・大阪で60%以上  
アジア市場は大阪から、欧米豪市場は京都から来訪される割合が高い



	京都	大阪	東京	広島	姫路	鳥取	天橋立	その他
全体 (N=774)	36%	30%	5%	4%	3%	1%	1%	19%
Korea (N=5)	40%	40%						20%
China (N=49)	31%	53%	6%					10%
Taiwan (N=64)	33%	33%	2%		6%		5%	22%
Hong Kong (N=47)	15%	62%				4%		19%
Singapore (N=17)	24%	59%	6%				6%	6%
Thailand (N=71)	24%	49%			4%	3%	3%	17%
Malaysia (N=9)		78%			0%	11%		11%
Indonesia (N=4)	50%	50%						
Vietnam (N=2)	100%							
Australia (N=54)	44%	24%	9%		6%			17%
The United States of America (N=131)	44%	11%	11%	2%	2%		2%	28%
Canada (N=49)	33%	22%	10%	4%	14%			16%
The United Kingdom (N=30)	63%	7%	3%	3%			3%	20%
France (N=61)	43%	20%	2%	7%			3%	26%
Germany (N=27)	26%	22%	4%	26%	7%			15%
Italy (N=20)	50%	20%	5%	0%	10%			15%
Spain (N=23)	39%	43%		17%				
Russia (N=3)		100%						
Other country (N=108)	36%	24%	3%	9%	3%	5%		20%

城崎温泉の前の訪問地からの移動手段は、列車が94%  
アジア市場では、特急バス利用者、レンタカーも見られる

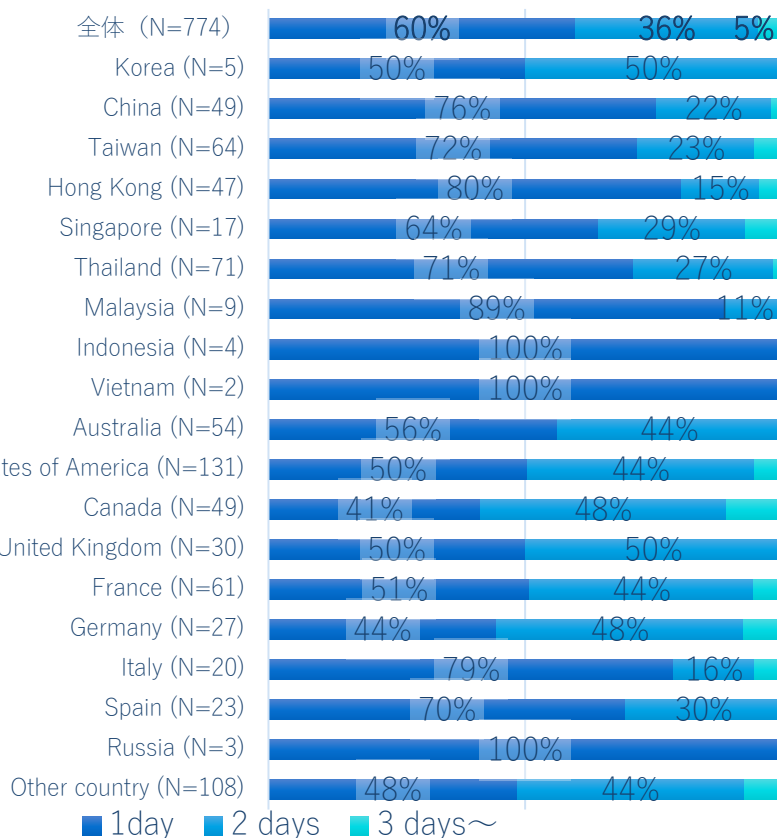
交通手段



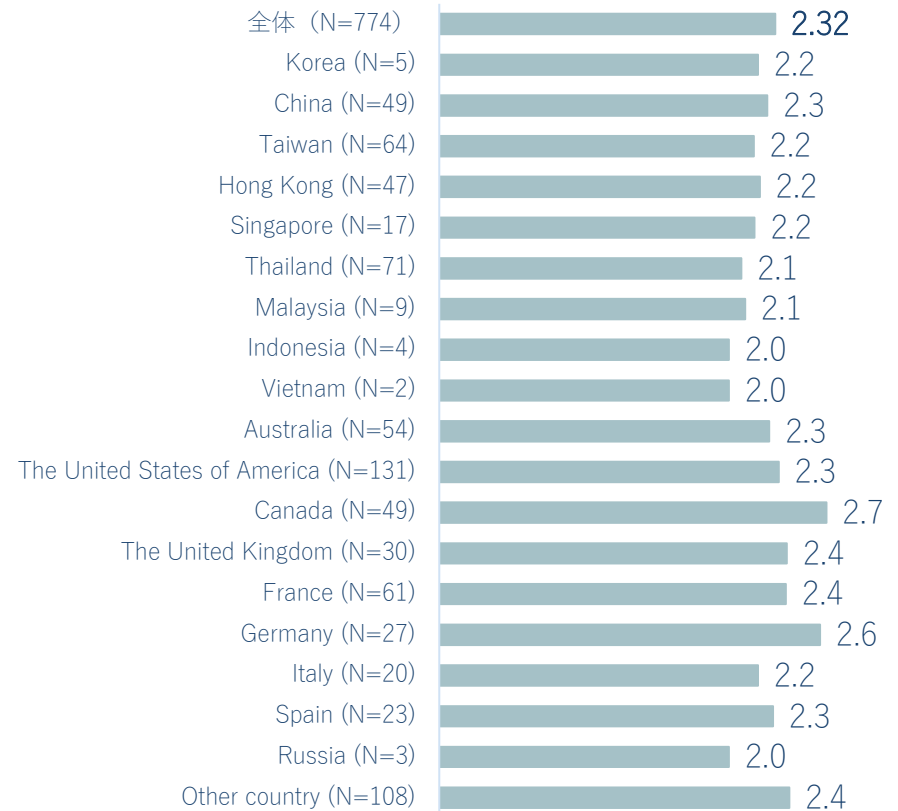
	Train	Express Bus	Tour Bus	Local Bus	Car	Taxi	Plane
全体 (N=774)	94%	2%	1%	1%	2%		
Korea (N=5)	100%						
China (N=49)	92%	8%		2%			2%
Taiwan (N=64)	88%	3%	5%	2%	2%	3%	
Hong Kong (N=47)	79%	11%	2%		9%		2%
Singapore (N=17)	100%						
Thailand (N=71)	90%		3%		7%		1%
Malaysia (N=9)	67%	11%		11%	11%		
Indonesia (N=4)	100%						
Vietnam (N=2)	100%						
Australia (N=54)	100%						
The United States of America (N=131)	94%	2%		2%	4%		
Canada (N=49)	96%	2%			2%		
The United Kingdom (N=30)	100%						
France (N=61)	100%						
Germany (N=27)	100%						
Italy (N=20)	95%	5%					
Spain (N=23)	100%						
Russia (N=3)	100%						
Other country (N=108)	98%				2%		

平均滞在日数は2.3日（平均宿泊日数：1.5泊）  
 欧米豪諸国は、東アジア・東南アジア市場に比べ、滞在日数が長い傾向

城崎温泉での滞在日数（国別）



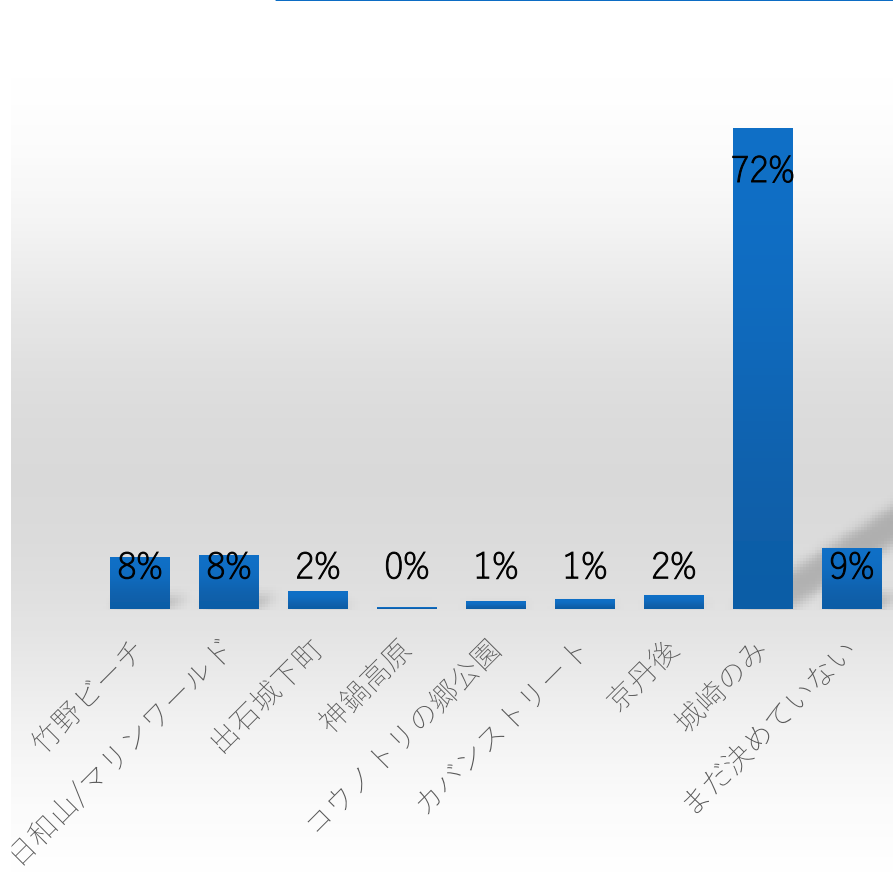
城崎温泉での平均滞在日数（国別）



インバウンド

城崎温泉のみの滞在が70%以上を占める。竹野ビーチ、日和山海岸への周遊も見られるが、訪問前に決めていない層も多い。

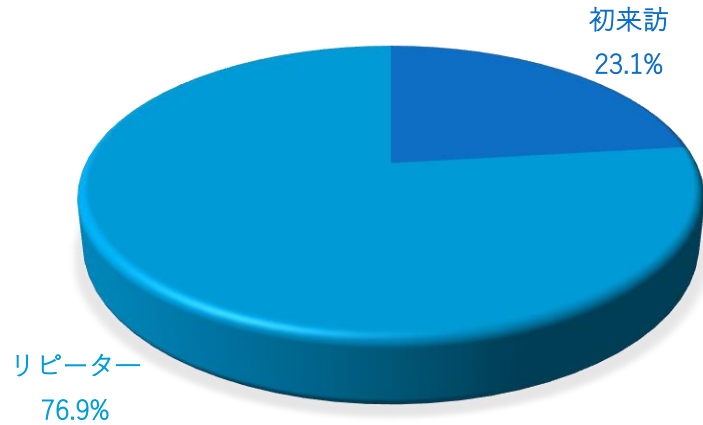
訪問エリア（国別）



	竹野ビーチ	日和山/マリンワールド	出石城下町	神鍋高原	コウノトリの郷公園	カバンストリート	京丹後	城崎のみ	まだ決めていない
全体 (N=774)	8%	8%	2%		1%	1%	2%	72%	9%
Korea (N=5)			40%					60%	
China (N=49)	6%	14%				2%	6%	63%	12%
Taiwan (N=64)	6%	13%				3%	6%	61%	16%
Hong Kong (N=47)	6%	2%				6%		70%	15%
Singapore (N=17)			12%					71%	12%
Thailand (N=71)	3%	6%	3%			1%		85%	3%
Malaysia (N=9)								78%	22%
Indonesia (N=4)		25%						75%	
Vietnam (N=2)								100%	
Australia (N=54)	13%	6%						74%	7%
The United States of America (N=131)	7%	9%			1%	1%	2%	66%	15%
Canada (N=49)	6%	10%		2%	10%	2%		71%	8%
The United Kingdom (N=30)	10%	10%	10%					77%	13%
France (N=61)	10%	8%	8%				3%	69%	3%
Germany (N=27)	11%	4%			4%	0%	4%	78%	
Italy (N=20)							5%	95%	5%
Spain (N=23)								100%	4%
Russia (N=3)								100%	
Other country (N=108)	15%	10%	4%		1%	1%	1%	71%	5%

・リピーター率

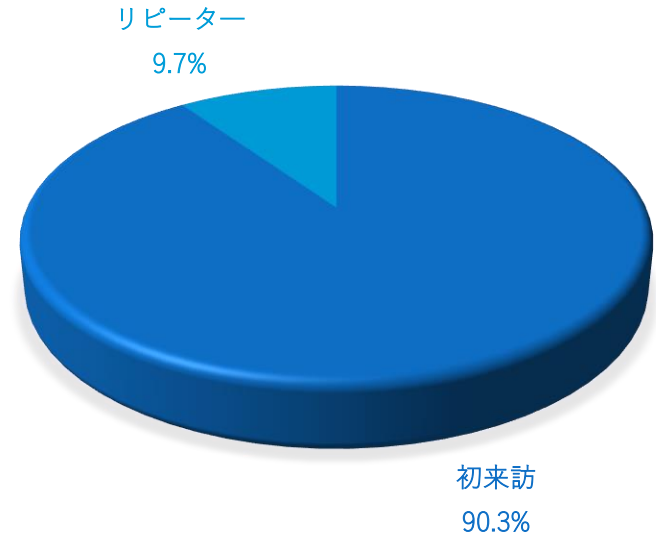
**国内** N = 2,289 (観光目的のみ)



1回目	529
2回目	297
3回目	267
4回目	141
5回目	171
6-9回目	289
10-19回目	276
20回目以上	319

リピーター率 **77%**

**インバウンド** N = 774



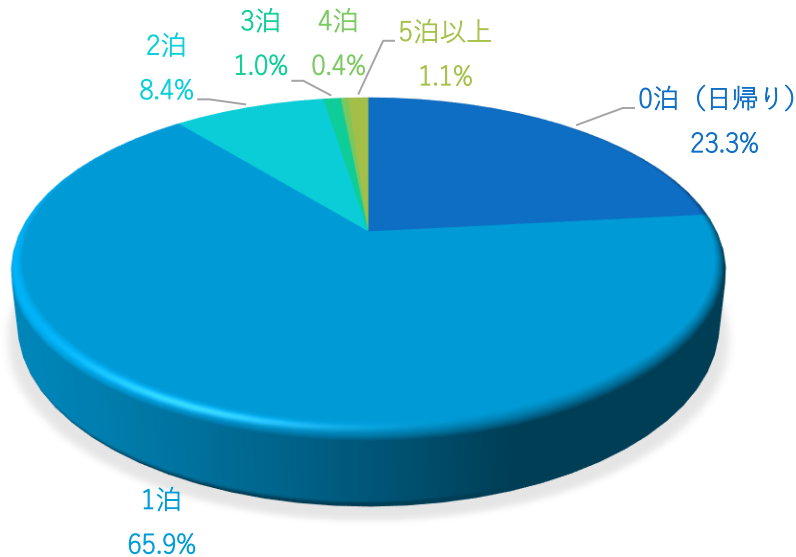
1回目	699
2回目	49
3回目	9
4回目	5
5回目	1
6-9回目	2
10-19回目	3
20回以上	6

リピーター率 **10%**

・ 滞在日数

国内

N = 2,289 (観光目的のみ)



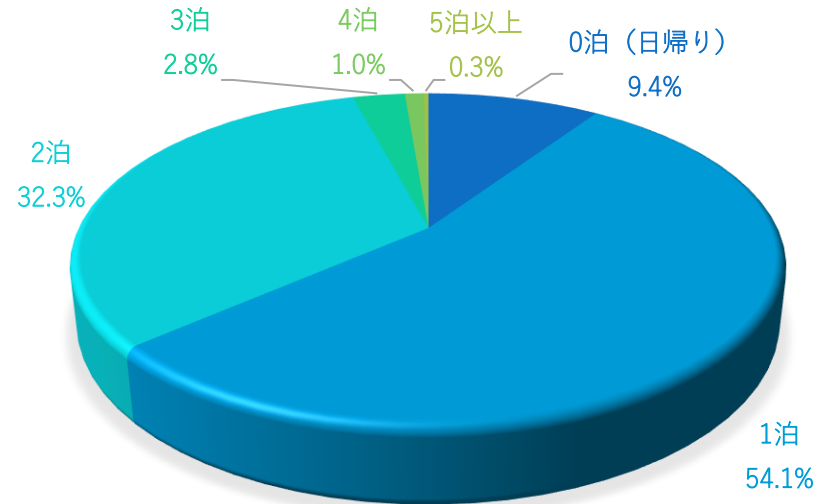
0泊 (日帰り)	878
1泊	2,486
2泊	315
3泊	36
4泊	15
5泊以上	42

平均滞在日数 : **1.6日**

平均宿泊日数 : **1.1泊**

インバウンド

N = 774



0泊 (日帰り)	73
1泊	419
2泊	250
3泊	22
4泊	8
5泊以上	2

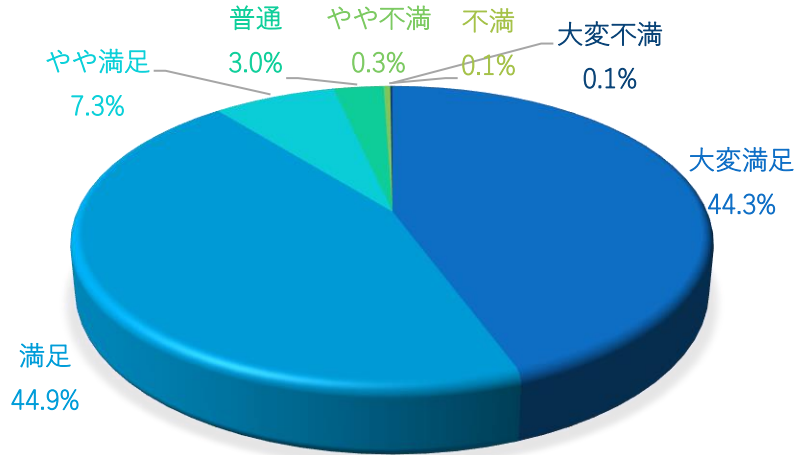
平均滞在日数 : **2.3日**

平均宿泊日数 : **1.4泊**

# ・満足度

国内

N = 2,289 (観光目的のみ)

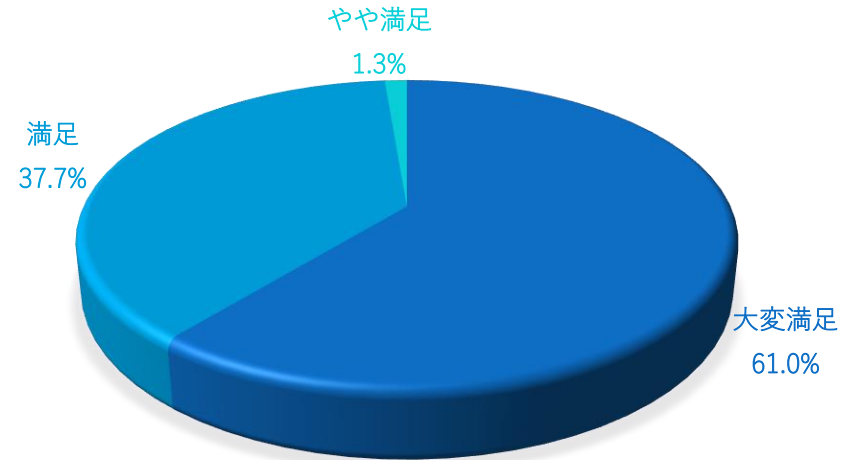


大変満足	1,015
満足	1,027
やや満足	167
普通	68
やや不満	7
不満	2
大変不満	3

全体の**89%**が満足  
そのうち**44%**が大変満足

インバウンド

N = 774



大変満足	472
満足	292
やや満足	10
普通	0
やや不満	0
不満	0
大変不満	0

全体の**98%**が満足  
そのうち**61%**が大変満足