



観光地域づくり総合推進事業

# 福島県観光地実態調査

～ダイジェスト版～



福島県観光交流課

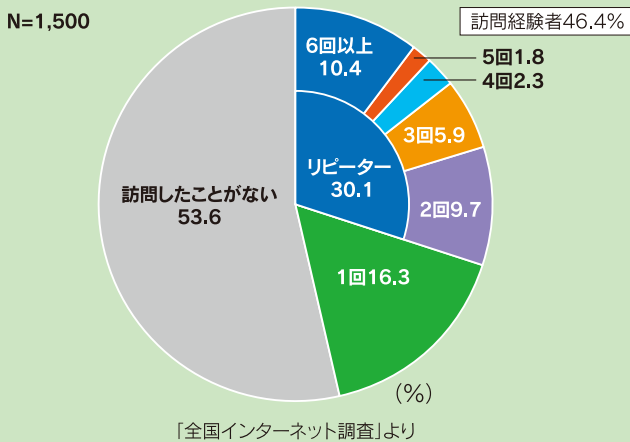
# リピーターが福島県の観光を支えていることが分かりました。

このリーフレットでは、福島県への来訪者を対象とした「観光客満足度調査(来訪者アンケート調査)」と全国モニターパネルを対象とした「福島県観光動向調査(全国インターネット調査)」の二つの調査結果より、福島県の国内観光客の動向のあらましを紹介します。回答者数は、「来訪者アンケート調査」3,006人、「全国インターネット調査」1,500人です。

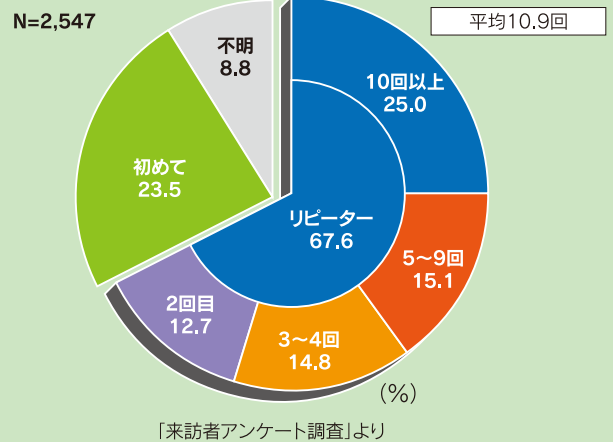
## 福島県の来訪者の2/3が、リピーターで占められています。

●全国を対象とした「全国インターネット調査」では、これまで観光で福島県を訪れたことのある人は全体の半数弱にあたる46.4%、2回以上訪問したリピーターは30.1%でした。また「来訪者アンケート調査」では、平成29年度2回以上来訪のリピーターが、2/3にあたる67.6%を占めています。

全国インターネット調査  
これまでの来訪経験・回数



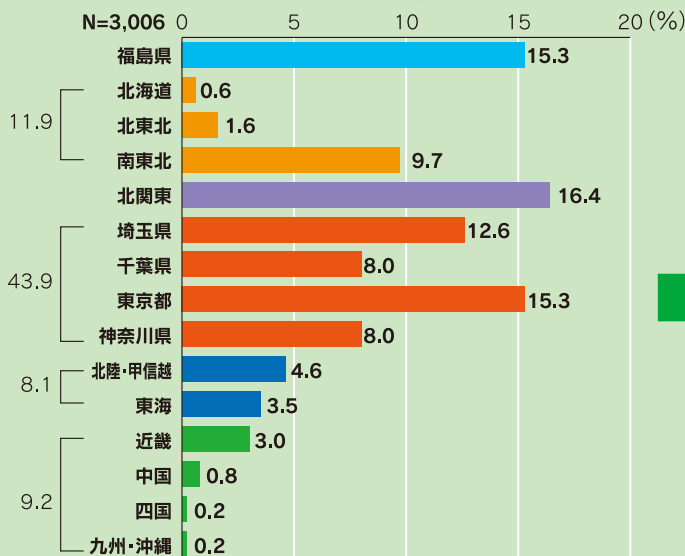
平成29年度の来訪者  
来訪回数(福島県民除く)



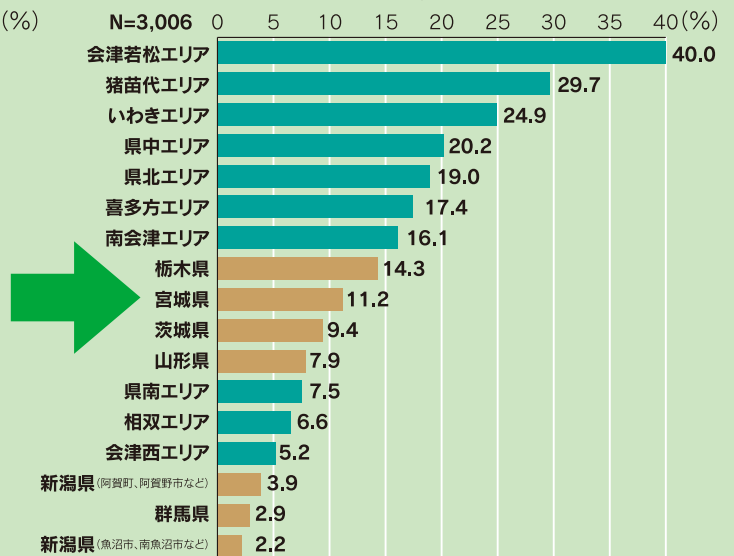
## どこから来て～メインは首都圏・北関東 どこを訪問したか～会津エリアが多い

●首都圏と北関東からの来訪者が6割を占めています。  
●会津若松エリアを訪問した人が4割を占め、次いで猪苗代エリア、いわきエリアの順で多くなっています。また、会津若松を訪問した観光客は猪苗代、喜多方、会津西を併せて訪れる人が多いようです。いわきエリアは、茨城県からの来訪が多いようです。

来訪者の居住地(福島県民含む)



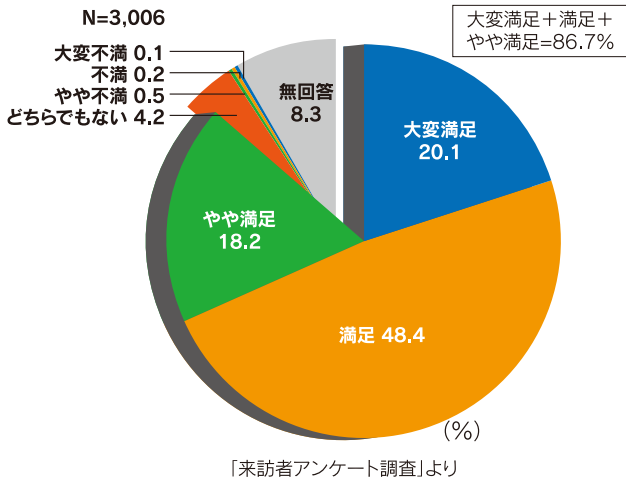
訪問したエリア(福島県民含む)



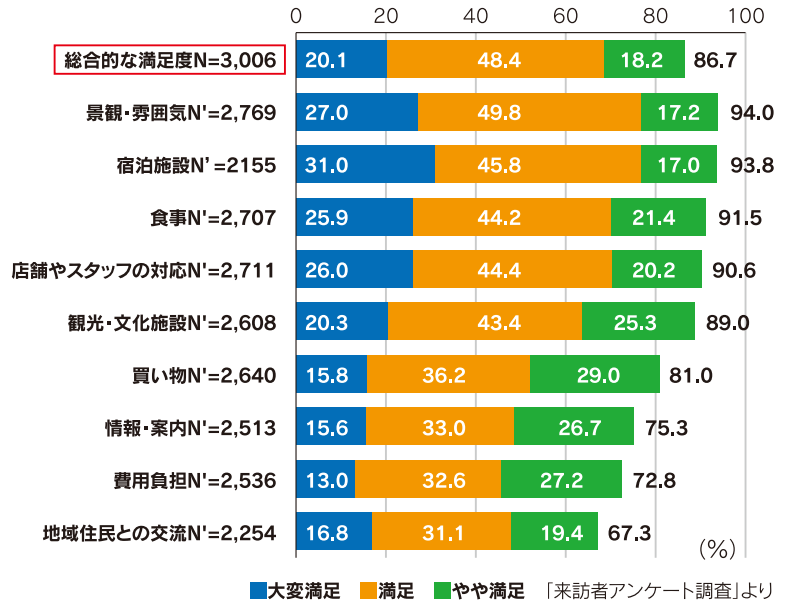
# 極めて高い満足度が、 多くのリピーターを生んでいます。

- 観光地としての福島県の総合的な満足度に関して、86.7%の観光客が「満足(大変+満足+やや)」と回答しています。極めて高い満足度です。
- 項目別でもどの項目も高い満足度を示していますが、中でも景観・雰囲気、宿泊施設、食事、店舗やスタッフの対応の評価が高くなっています。

## 福島県の総合的な満足度

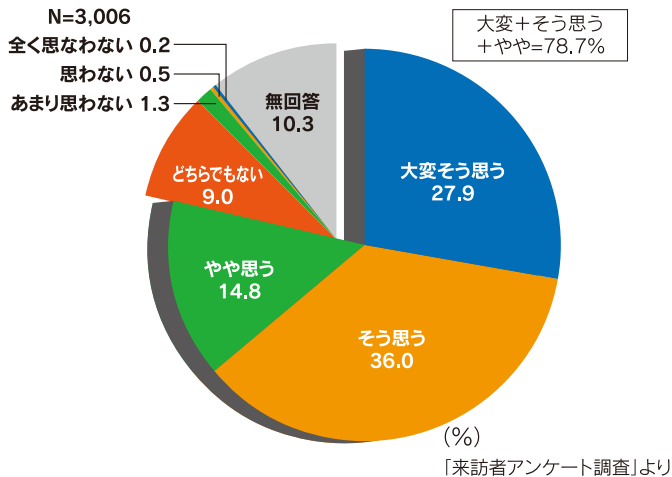


## 項目別の満足度

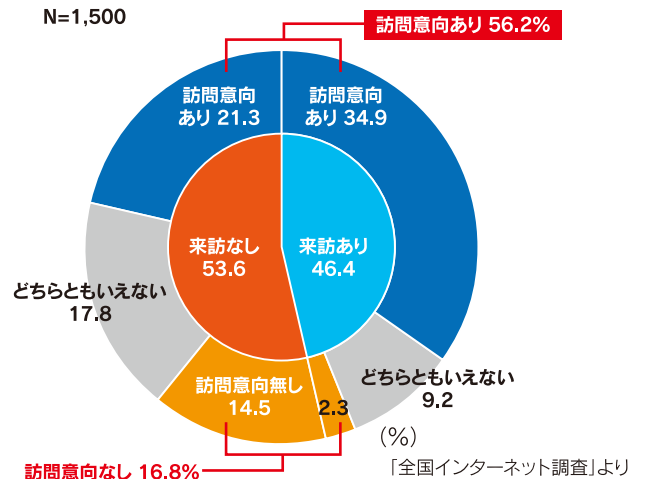


- 29年度の来訪者の1年以内のリピーター意向は、78.7%。上記のような来訪時の高い満足度が、高水準のリピーター意向につながっていると考えられます。
- また、全国インターネット調査の結果によると、福島県の観光地を紹介した後の訪問意向は未訪問者も含め、56.2%。日本全国には、福島に行きたいと思う潜在層がまだまだおり、開拓の余地があることを示しています。

## 来訪者の1年以内の再訪問(リピーター)意向



## 福島県への訪問経験がない人も含めた訪問意向



## 調査概要

### 【観光客満足度調査(来訪者アンケート調査)】

調査対象 県内の観光施設及び宿泊施設を訪れた観光客(ビジネス客も含む)、福島県およびその周辺に立ち寄った人。  
 調査方法 観光施設:対象者による自記入式(調査員が配布)  
 宿泊施設:アンケート用紙の留置による調査  
 調査時期 平成29年5月~平成30年2月  
 調査サンプル数 3,006(有効回答)

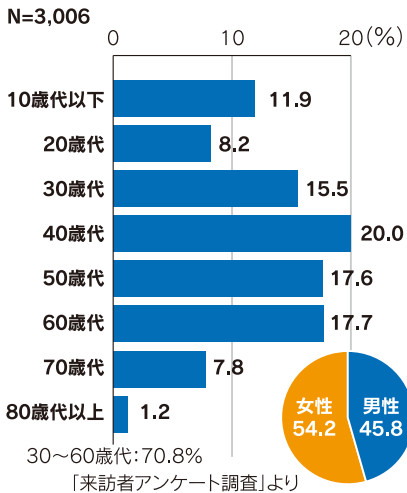
### 【福島県観光動向調査(全国インターネット調査)】

調査対象 全国の人口構成比に準じて地方別・年齢別に抽出した楽天リサーチの登録モニター男女18歳~79歳  
 調査方法 (株)楽天リサーチのWeb調査サービスを利用  
 調査時期 平成30年2月16日~19日  
 調査サンプル数 1,500(有効回答)

# 福島県を訪れる観光客は 自家用車利用の家族連れ。

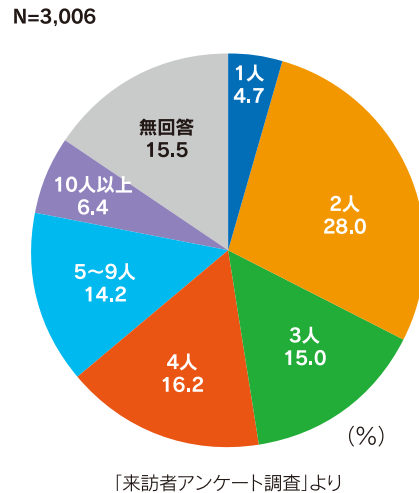
## 性別・年齢

- 女性の比率がやや高い。
- 30～60歳代が中心。7割を占める。



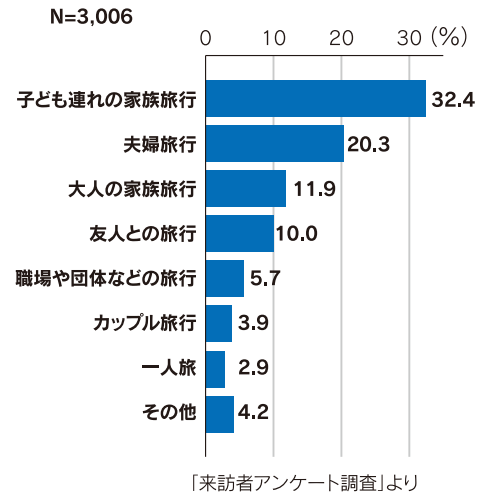
## 同行人数

- 「2人」が28.0%と最も多いが、「3人」～「5～9人」が14～16%で分散。



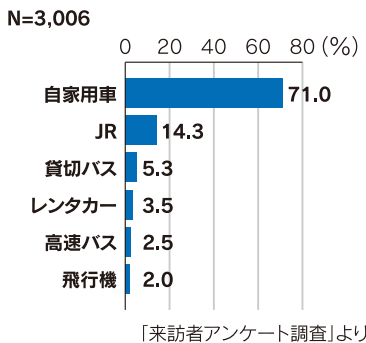
## 同行者

- 「子ども連れ」32.4%、「夫婦旅行」20.3%の順。

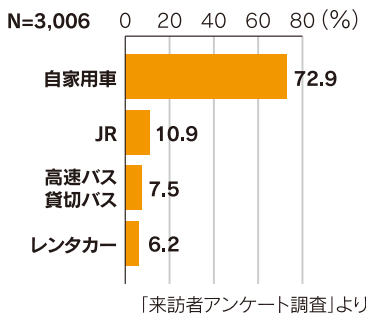


## 福島県までの交通機関

- 「自家用車」利用が7割を占める。

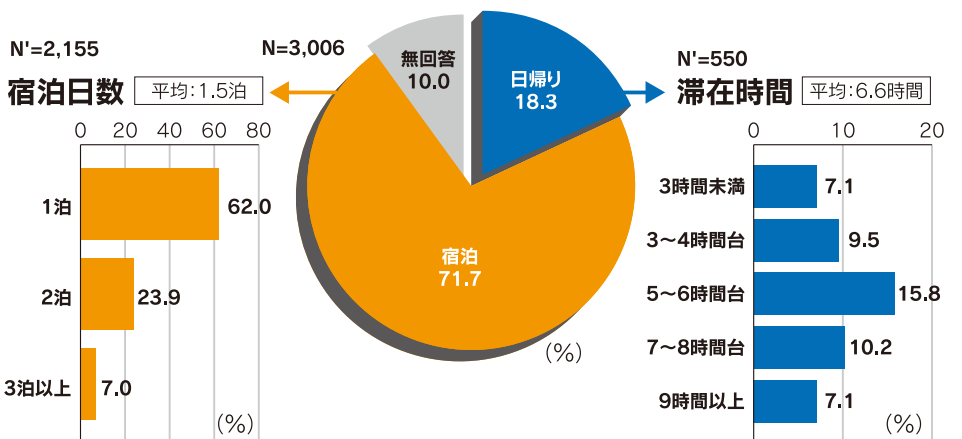


## 県内で利用した交通機関



## 旅行形態 (福島県内での滞在)

- 7割が宿泊。平均1.5泊。日帰り滞在は平均6.6時間。



※無回答: 50.4%

「来訪者アンケート調査」より

## 福島県内での消費額

	総額	主な消費項目				
		交通費	宿泊費	飲食費	買物代	
全体	31,055	7,774	18,595	5,657	5,675	
調査エリア	県北	34,502	7,549	22,620	4,869	5,347
	県中	37,680	8,746	21,671	6,224	6,581
	県南	12,476	3,955	10,222	3,946	4,236
	会津	32,779	8,325	17,798	5,563	5,774
	南会津	27,367	7,703	19,270	5,059	5,848
	相双	13,726	6,968	17,750	4,195	4,533
	いわき	28,690	6,516	15,798	6,722	5,300
旅行形態	日帰り	10,063	4,519	-	3,835	3,912
	宿泊	37,032	8,477	18,595	6,031	6,019

「来訪者アンケート調査」より

※消費金額は無回答を除いているため、消費項目の合計と総額は必ずしも一致しません。

- 消費総額は平均31,055円。

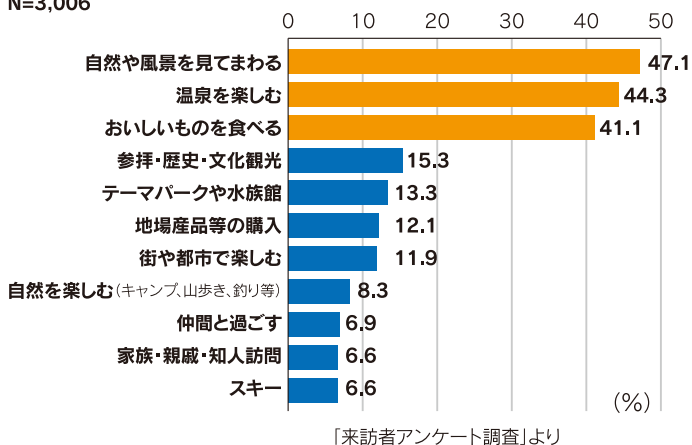
- 旅行形態別では、日帰り10,063円、宿泊37,032円。

# 福島県への来訪目的のトップ3、「自然・風景」「温泉」「食」。 旅行中の情報源は持参したガイドブックや情報誌。

## 福島県への来訪目的のトップ10

●「自然・風景」「温泉」「食」がいずれも40%を上回る。

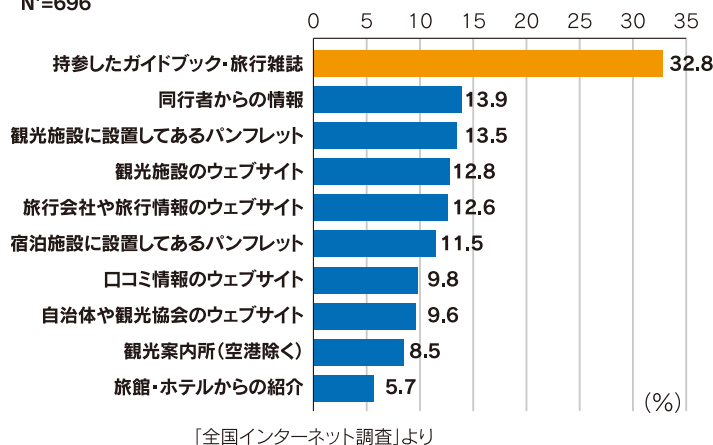
N=3,006



## 福島県旅行中の情報源のトップ10

●持参したガイドブック・旅行雑誌を多く利用。

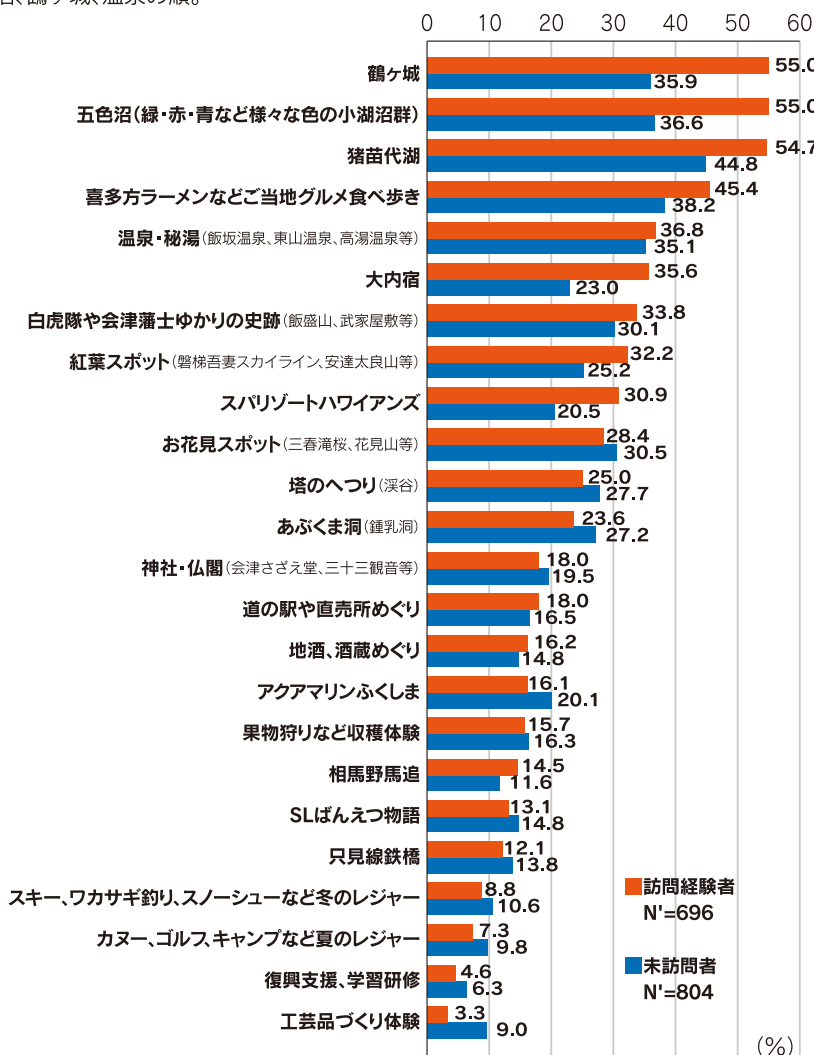
N'=696



## 魅力ある観光スポット・資源

●訪問経験者: 鶴ヶ城、五色沼、猪苗代湖、食、温泉

●未訪問者: 猪苗代湖、食、五色沼、鶴ヶ城、温泉の順。



# 観光圏域別の現状を整理すると。

## 現 状

### 県北 エリア

- ・関東圏(特に埼玉県)からの来訪者比率が高く、8割弱が宿泊滞在。夫婦旅行者が多いエリアです。
- ・全国的に有名な温泉地があるため、年間を通して来訪客があり、またスキー需要もあるため他エリアと比較して冬季の来訪者が多くなっています。来訪目的は温泉、自然・風景、食。
- ・本エリアの来訪客は、猪苗代エリア、会津若松エリア、栃木県にも立ち寄っています。
- ・満足度の高い項目は、宿泊施設、景観・雰囲気、店舗やスタッフの対応。

### 県中 エリア

- ・主な来訪者は北関東・首都圏(東京都が多い)在住者。宿泊客が8割以上。
- ・主要来訪者層は、夫婦、子ども連れの家族で60歳代の比率が高くなっています。
- ・年間を通して来訪客があり、これまでの平均訪問回数は17.2回と県南に次いで多くなっています。
- ・本エリアの来訪客は、栃木県、いわきエリア、茨城県にも立ち寄っています。
- ・来訪目的TOP3は、温泉、自然・風景、食。
- ・宿泊施設に対する満足度が最も高く、全体として高い満足が得られています。

### 県南 エリア

- ・福島県、北関東在住の日帰り客がメインの来訪者です。来訪回数も平均21.6回と7エリア中最も多くなっています。ただし、観光客入込数は県北、県中、会津を下回っています。
- ・女性比率が高く、夫婦、友人、大人の家族など各層が来訪しています。
- ・本エリアの来訪客は、会津若松エリア、県中エリア、栃木県にも立ち寄っています。
- ・来訪目的TOP3は、食、自然・風景、地場産品購入(買い物)。
- ・満足度の高い項目は、食事と景観・雰囲気。

### 会津 エリア

- ・平成28年度の県内観光客入込数は、最も多く16,168千人。
- ・あらゆる分野の観光資源が充実している。
- ・来訪回数が平均8.3回と全体平均よりやや低くなっているのは、福島県の初回来訪者が多いため。
- ・首都圏、北関東からの来訪率が高だけでなく、比較的広範なエリアから来訪されています。
- ・8割が宿泊客。全体として満足度がとても高い。

### 南会津 エリア

- ・平均訪問回数は4.8回と他のエリアに比べリピート率が低くなっています。
- ・子供連れの家族、大人の家族がそれぞれ2割を占めています。
- ・首都圏、北関東からの来訪が多く、会津若松、猪苗代など会津エリアを経由しての来訪率が高い。
- ・旅行目的の7割は「自然や風景を見て回る」です。
- ・全体として高い満足度が得られている。

### 相双 エリア

- ・県内、南東北、北関東からの来訪者が多く、日帰り客が半数弱、滞在時間が平均2.31時間。
- ・これまでの平均来訪回数は13.0回。震災後の来訪回数だけ見ても8.3回となっている。
- ・いわきエリア、宮城県への立寄りがそれぞれ1/3を占める。
- ・来訪者層は、30～60歳代まで幅広い層が来訪しています。

### いわき エリア

- ・来訪目的は、テーマパークや水族館に次いで温泉、食。来訪者は、県内、北関東、南東北からの子ども連れの家族が中心です。年齢層も30～40歳代が中心です。
- ・平均来訪回数は、13.3回とリピーター比率が高く、2/3は宿泊客です。
- ・日帰り客の滞在時間は、7.28時間。
- ・茨城県、宮城県、県中エリアに立ち寄っている来訪者が多い。

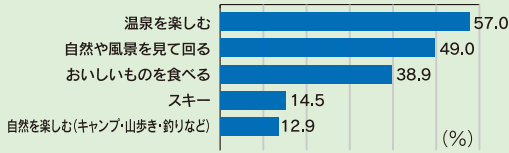
# 「来訪者アンケート調査」の結果から、 福島県の7つの観光圏域別に現状と来訪目的、満足度、再来訪意向をまとめました。

## 1年以内の訪問目的・満足度・再来訪意向

### 来訪目的TOP5(県北訪問者N=365)

- 温泉、自然・風景、食の順。スキーに注目。

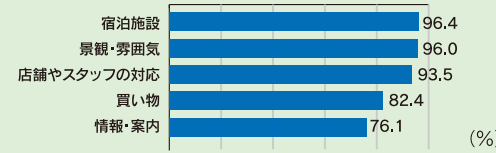
N=365



### 満足度TOP5(大変満足+満足+やや満足)

- 満足度上位3項目は、宿泊施設、景観・雰囲気、店舗やスタッフの対応。

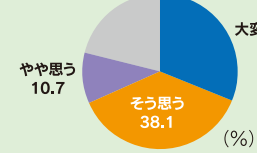
N=各項目回答者数



### 1年以内の再来訪意向(県北訪問者N=365)

- 80.9%が再来訪を希望。

N=365

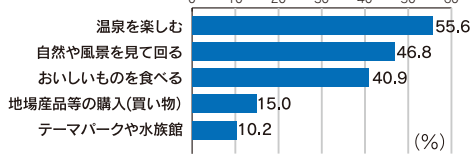


県北エリア

### 来訪目的TOP5(県中訪問者N=374)

- 温泉、自然・風景、食の順。

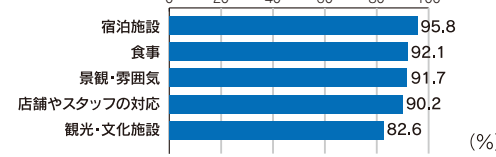
N=374



### 満足度TOP5(大変満足+満足+やや満足)

- 満足度上位3項目は、宿泊施設、食事、景観・雰囲気。

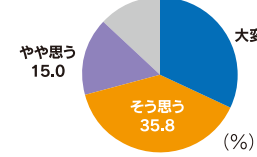
N=各項目回答者数



### 1年以内の再来訪意向(県中訪問者N=374)

- 84.7%が再来訪を希望。

N=374

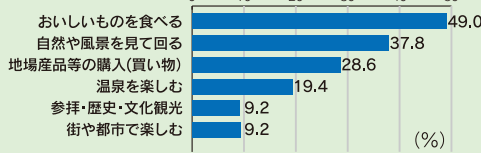


県中エリア

### 来訪目的TOP5(県南訪問者N=98)

- 食、自然・風景、地場産品等の購入の順。

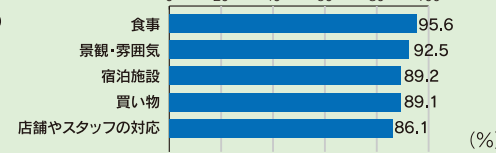
N=98



### 満足度TOP5(大変満足+満足+やや満足)

- 満足度上位3項目は、食事、景観・雰囲気、宿泊施設。

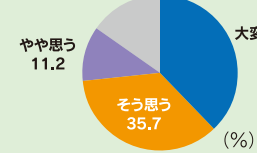
N=各項目回答者数



### 1年以内の再来訪意向(県南訪問者N=98)

- 84.7%が再来訪を希望。

N=98

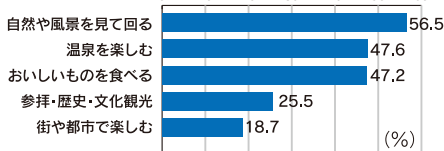


県南エリア

### 来訪目的TOP5(会津訪問者N=1,297)

- 自然・風景、温泉、食の順。

N=1,297



### 満足度TOP5(大変満足+満足+やや満足)

- 満足度上位3項目は、景観・雰囲気、宿泊施設、食事。

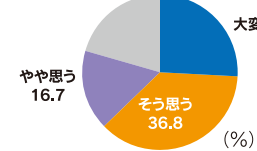
N=各項目回答者数



### 1年以内の再来訪意向(会津訪問者N=1,297)

- 79.5%が再来訪を希望。

N=1,297

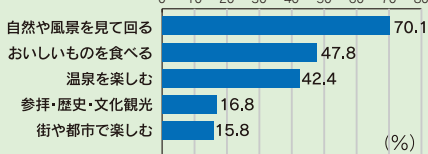


会津エリア

### 来訪目的TOP5(南会津訪問者N=184)

- 自然・風景、食、温泉の順。

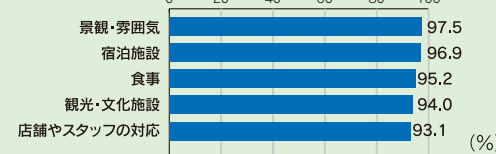
N=184



### 満足度TOP5(大変満足+満足+やや満足)

- 満足度上位3項目は、景観・雰囲気、宿泊施設、食事。

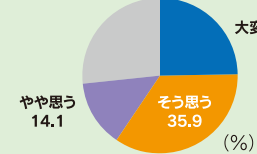
N=各項目回答者数



### 1年以内の再来訪意向(南会津訪問者N=184)

- 75.5%が再来訪を希望。

N=184

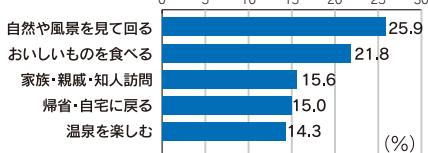


南会津エリア

### 来訪目的TOP5(相双津訪問者N=147)

- 自然・風景、食、家族・親戚・知人訪問の順。

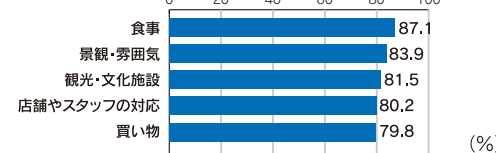
N=147



### 満足度TOP5(大変満足+満足+やや満足)

- 満足度上位3項目は、食事、景観・雰囲気、観光・文化施設。

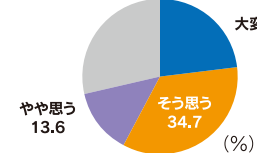
N=各項目回答者数



### 1年以内の再来訪意向(相双津訪問者N=147)

- 71.4%が再来訪を希望。

N=147

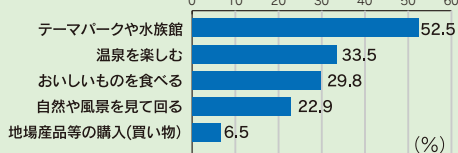


相双エリア

### 来訪目的TOP5(いわき訪問者N=541)

- テーマパーク・水族館が過半数、次いで温泉、食の順。

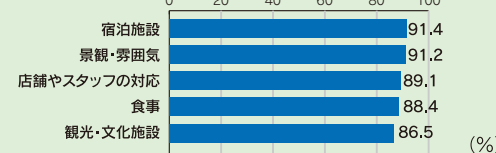
N=541



### 満足度TOP5(大変満足+満足+やや満足)

- 満足度上位3項目は、宿泊施設、景観・雰囲気、店舗やスタッフの対応。

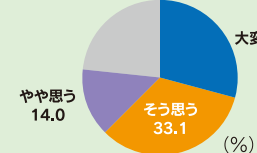
N=各項目回答者数



### 1年以内の再来訪意向(いわき訪問者N=541)

- 76.3%が再来訪を希望。

N=541



いわきエリア

# 最後はみなさんのおもてなしが「福島ファン」をつくります。

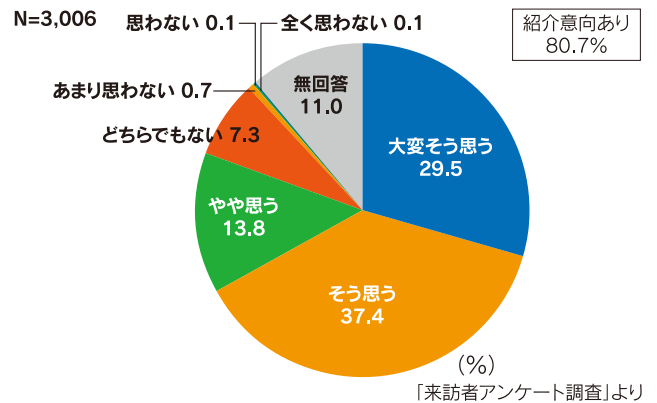
## 家族や友人への紹介意向も高い。来訪者にどんどん福島県を発信してもらいましょう!

### 来訪者の8割が家族や友人に福島県を紹介したいと回答

「紹介意向あり」80.7% (大変そう思う29.5%+そう思う37.4%+ややそう思う13.8%)

- 「家族や友人に福島県を紹介したい」かどうかを質問したところ、「大変そう思う」29.5%「そう思う」37.4%「ややそう思う」13.8%と合わせて80.7%の人が、福島県を紹介したいと回答しています。
- 全国インターネット調査では、福島県来訪の動機や情報源として「友人や家族からの情報(口コミ)」がトップに上がっているとおり、家族や友人への口コミは新たな誘客に極めて効果があります。
- 来訪者の皆さんに満足いただき、一人でも多くの人に福島県を推奨していただくことがリピーターを増やすことにつながります。

### 家族や友人への福島県の紹介意向



## ちょっとした気配りと「福島県らしいおもてなし」が、来訪者の好印象を生みます。

※( )内(性別・年代・居住地・訪問時期)

### 好意的な意見・感想

- 会津に行った時はあまり感じませんでしたが、郡山の方の方言に感動しました。飲食店の方たちの方言…いいですね! 旅に来た!という気持ちになりました。(女,30代,新潟県,秋)
- 随所に会津っこの言葉がありました…まさしくその通り!!皆さん、とてもいい方たちで会津の方たち好きです。また来ますネ。ありがとうございました。(女,50代,静岡県,秋)
- いわきの人はみんなユーモラスだなと思います。いい県民性を活かしていったらよいのではと思います。(女,20代,埼玉県,夏)
- 「おもてなし意識の向上」はされていると、あらゆるところで感じましたので、とても快く過ごすことができました。情報提供が生かされればもっとよく知ってもらえると思います。(女,50代,千葉県,夏)
- 荷物を駅で預かってもらい、ホテルまで届けてもらい、大変助かりました。(女,60代,東京都,秋)

### 今後に生かしたい意見・感想

- 話すスピードが早い!標準語ではつまらないので方言を使って、ゆっくりと語ってほしい。旅行者は、地元の人といろいろ話してみたい。(女,50代,長野県,春)
- ホテルは大満足でした!!途中で買い物したお土産店など、フランクに話をして頂けずちょっと淋しい思いをしました…。もっと話して下さい!(女,50代,東京都,夏)
- 達沢不動産を見学に行きましたが、案内表示もなく、この先に、入れるのか、本当に滝があるのか、とても不安でした。農家の方に聞いてもはっきりせず、こんなにすばらしい滝があるのにもったいないと思いました。(女,70代,神奈川県,夏)
- ホテルや食事処の気配りももう少し欲しい(温泉施設のそうじ道具がみえている等)。(女,40代,東京都,春)
- 裏磐梯でトレッキングを楽しみましたが、コースの案内板等の不備が感じられた。コース案内板の整備をしていただけるとありがたい。(男,70代,埼玉県,夏)
- 路線の本数が少ない為、待ち時間ももったいない。乗り継ぎに苦戦する。(女,40代,神奈川県,秋)
- どこでも人柄は悪くはないと思うが、プロ意識が足りない、愛想がない。客の質問に的確に答えられない。扱っている商品知識が足りない。(女,40代,東京都,秋)
- 福島の日本酒をもっと日本全国にアピールする動きをしてほしいです。(男,40代,埼玉県,夏)

お問合せ

福島県観光交流課

〒960-8670 福島市杉妻町2番16号(西庁舎10階)

tel:024-521-7398 fax:024-521-7888 E-mail:tourism@pref.fukushima.lg.jp