

令和 3 年度
神奈川県観光客消費動向等調査
地域別報告書

神奈川県全体

神奈川県全体

<目 次>

1. 調査の概要	1
2. 「神奈川県全体」を訪れる観光客の特性	2
1. 日帰り・宿泊	2
2. 性別・年代	3
3. 県外観光客の比率・神奈川県への来訪回数	4
4. 同行者人数・同行者の内訳	5
5. 居住地	6
6. 来訪目的	8
7. 交通機関	10
8. 情報源	12
9. 来訪満足度	14
10. 消費単価	16
3. SWOT 分析	22
4. 調査のまとめ	23

<本書の見方>

注1：集計後、グラフでの比率は小数点第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。また、《複数回答》と表記されている場合も比率を合計しても必ずしも100とはならない。

注2：nは、基数となるべき実数であり、設問に対する回答者数である。

注3：クロス集計による分析に際して、nが20未満の場合は基本的には分析対象外としている。

1. 調査の概要

県内各地域を訪れる観光客を対象に秋季の年1回、神奈川県への訪問者の立寄先、消費動向、旅行目的、満足度の要因や再来訪の意向等を把握するため、アンケートによる観光地点調査を実施した。

観光地点調査では、県内の主要な観光施設、観光地において調査員による対面式のアンケートを実施した。

① 県内の調査地点、サンプル数

(単位：件)

地域圏名	調査地点	秋季
神奈川県全体		2,060
横浜・川崎	横浜赤レンガ倉庫1号館	118
	三溪園	116
	新横浜ラーメン博物館	90
	横浜・八景島シーパラダイス	90
	大本山川崎大師平間寺	119
	川崎市立日本民家園	115
横須賀・三浦	長井海の手公園 ソレイユの丘	116
	三崎フィッシャリーナ・ウォーフ「うらり」	113
	鶴岡八幡宮	106
	銭洗弁財天	96
県 央	さがみ湖リゾート プレジャーフォレスト	120
	津久井湖城山公園 (花の苑地)	80
	宮ヶ瀬湖(宮ヶ瀬やまなみセンター)	118
湘 南	新江ノ島水族館	76
	大山ケーブルカー	119
	大磯城山公園	86
県 西	小田原城址公園	96
	箱根湯本駅	81
	箱根関所・箱根関所資料館	99
	湯河原駅	106

② 調査期間

・ 秋季調査：令和3年 11月6日(土)、11月7日(日)、11月13日(土)、11月14日(日)

(注) 新型コロナウイルスの影響により、秋季のみ実施。

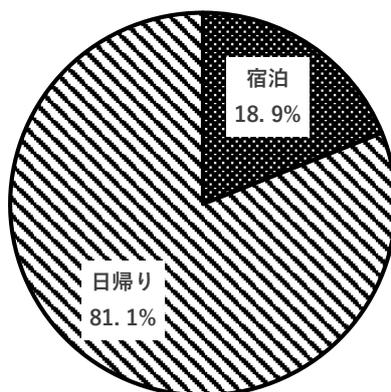
2. 「神奈川県全体」を訪れる観光客の特性

1. 日帰り・宿泊

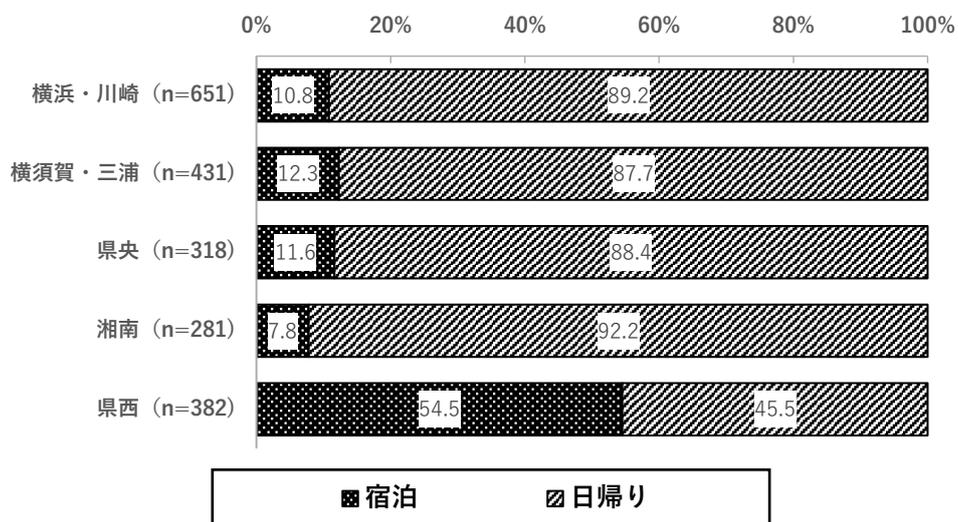
全体では、「日帰り」は81.1%、「宿泊」は18.9%と「日帰り」が多数となっている。
地域圏では、「横浜・川崎」、「横須賀・三浦」、「県央」、「湘南」は「日帰り」が多数を占め、「県西」は「宿泊」が多数を占めている。

【日帰り客・宿泊客の比率】

(n=2060)



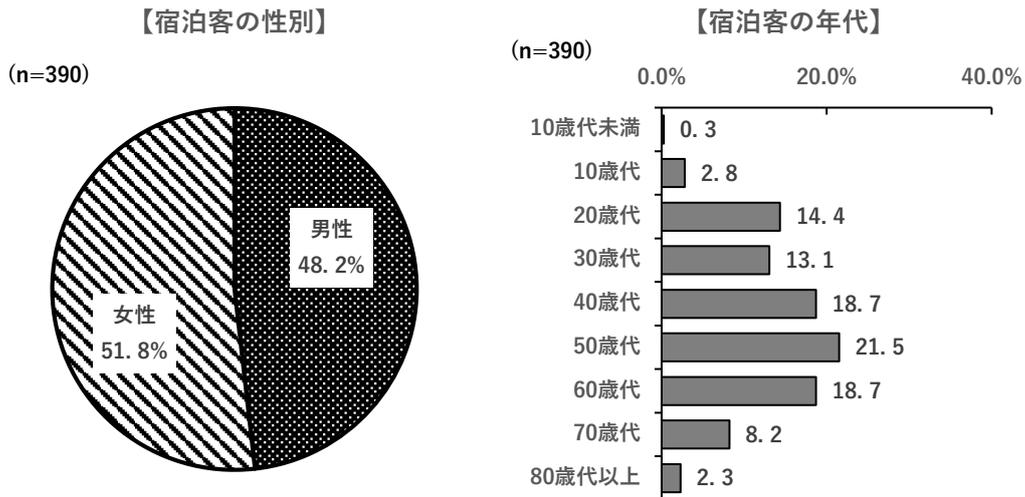
【日帰り客・宿泊客の比率－地域圏別】



2. 性別・年代

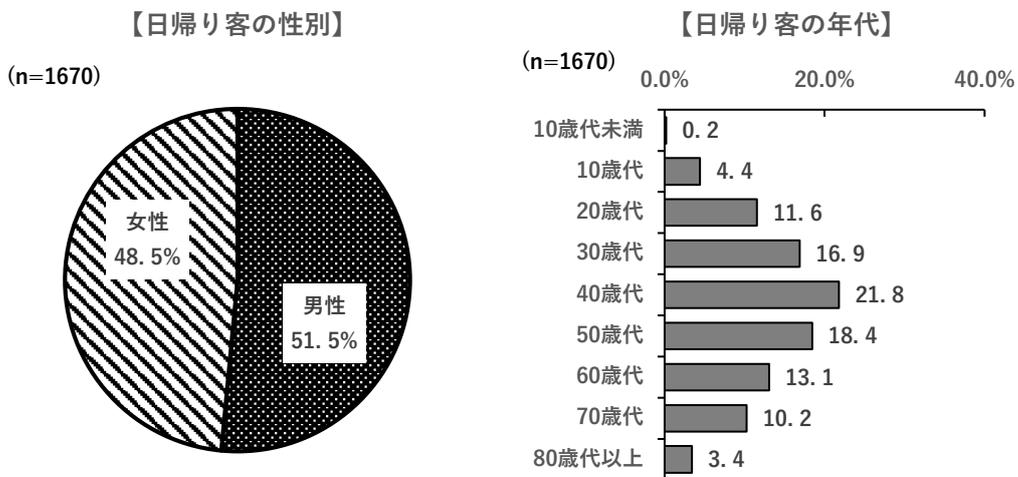
【宿泊】

宿泊客の性別をみると、「女性」(51.8%)が「男性」(48.2%)を上回っている。
宿泊客の年代をみると、「50歳代」(21.5%)が最も割合が高く、次いで「40歳代」と「60歳代」が18.7%で並んでいる。



【日帰り客】

日帰り客の性別をみると、「男性」(51.5%)が「女性」(48.5%)を上回っている。
日帰り客の年代をみると、「40歳代」(21.8%)が最も割合が高く、次いで「50歳代」(18.4%)、「30歳代」(16.9%)と続いている。



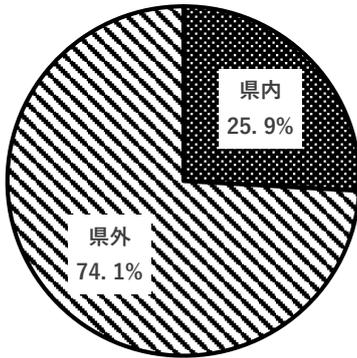
3. 県外観光客の比率・神奈川県への来訪回数

【宿泊】

宿泊客の県内・県外比率をみると、「県外」(74.1%)が「県内」(25.9%)を上回っている。
 県外観光客(宿泊客)の神奈川県への来訪回数をみると、「10回以上」(48.1%)が最も割合が高く、
 次いで「3~5回目」(22.5%)、「初めて」(12.6%)が続いている。

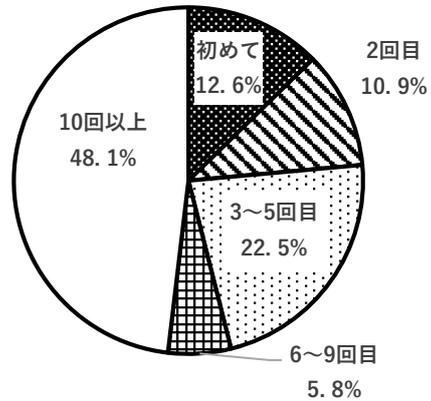
【宿泊客の県内・県外比率】

(n=390)



【県外観光客の神奈川県への来訪回数(宿泊客)】

(n=293)

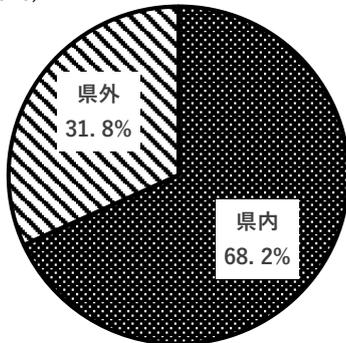


【日帰り】

日帰り客の県内・県外比率をみると、「県内」(68.2%)が「県外」(31.8%)を上回っている。
 県外観光客(日帰り客)の神奈川県への来訪回数をみると、「10回以上」(73.9%)が最も割合が
 高く、次いで「3~5回目」(10.0%)、「6~9回目」(5.9%)が続いている。

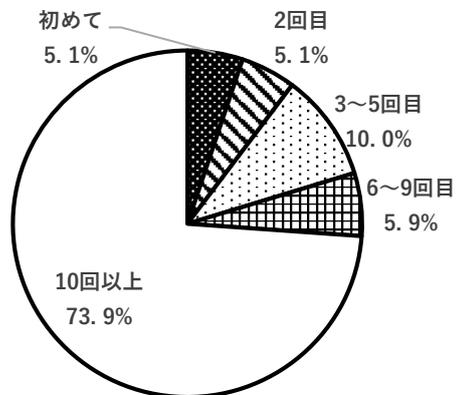
【日帰り客の県内・県外比率】

(n=1670)



【県外観光客の神奈川県への来訪回数(日帰り客)】

(n=528)

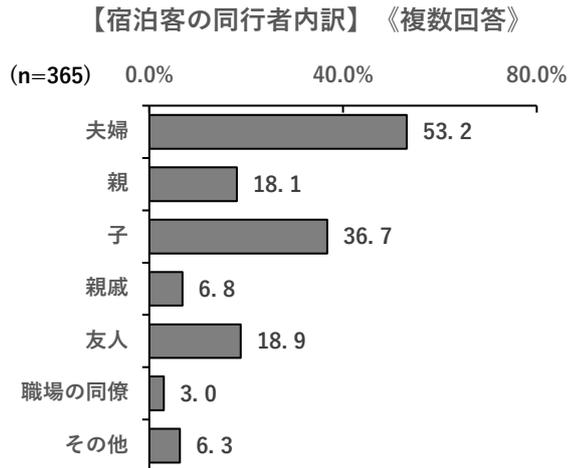
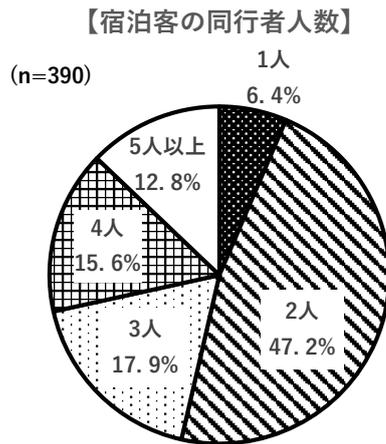


4. 同行者人数・同行者の内訳

【宿泊】

宿泊客の同行者人数をみると、「2人」(47.2%)が最も割合が高く、次いで「3人」(17.9%)、「4人」(15.6%)と続いている。

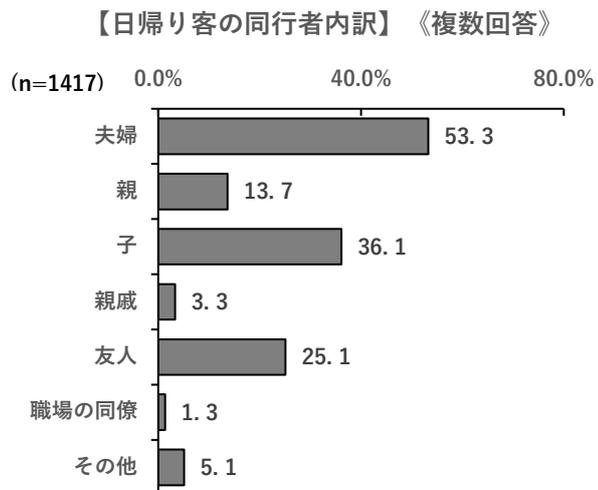
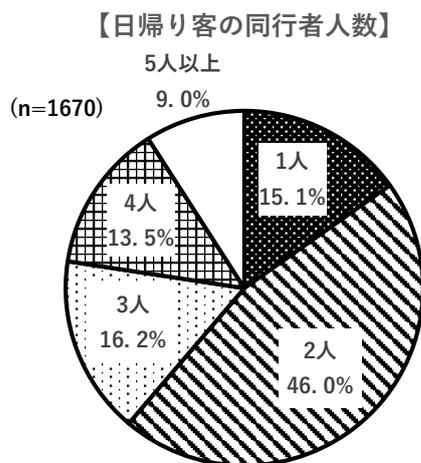
宿泊客の同行者内訳をみると、「夫婦」53.2%、「子」36.7%と続いている。



【日帰り】

日帰り客の同行者人数をみると、「2人」(46.0%)が最も割合が高く、次いで「3人」16.2%、「1人」15.1%と続いている。

日帰り客の同行者内訳をみると、「夫婦」(53.3%)、「子」(36.1%)となっている。

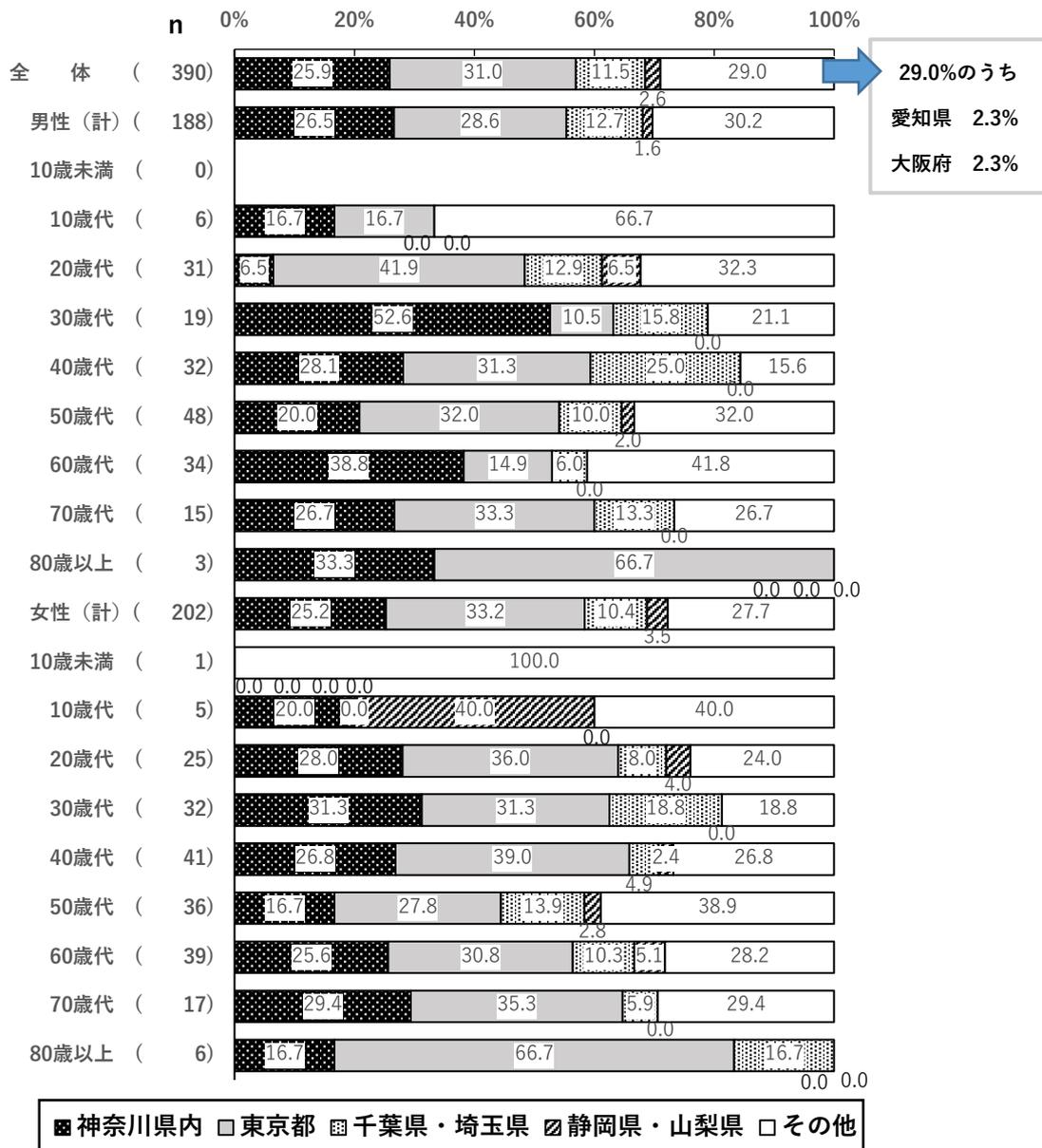


5. 居住地

【宿泊】

宿泊客の居住地を全体でみると、「東京都」(31.0%)、「神奈川県内」(25.9%)、「千葉県・埼玉県」(11.5%)、「静岡県・山梨県」(2.6%)となっている。

宿泊客の居住地を性別でみると、「東京都」は女性で33.2%、男性で28.6%となり、女性での割合が高い。

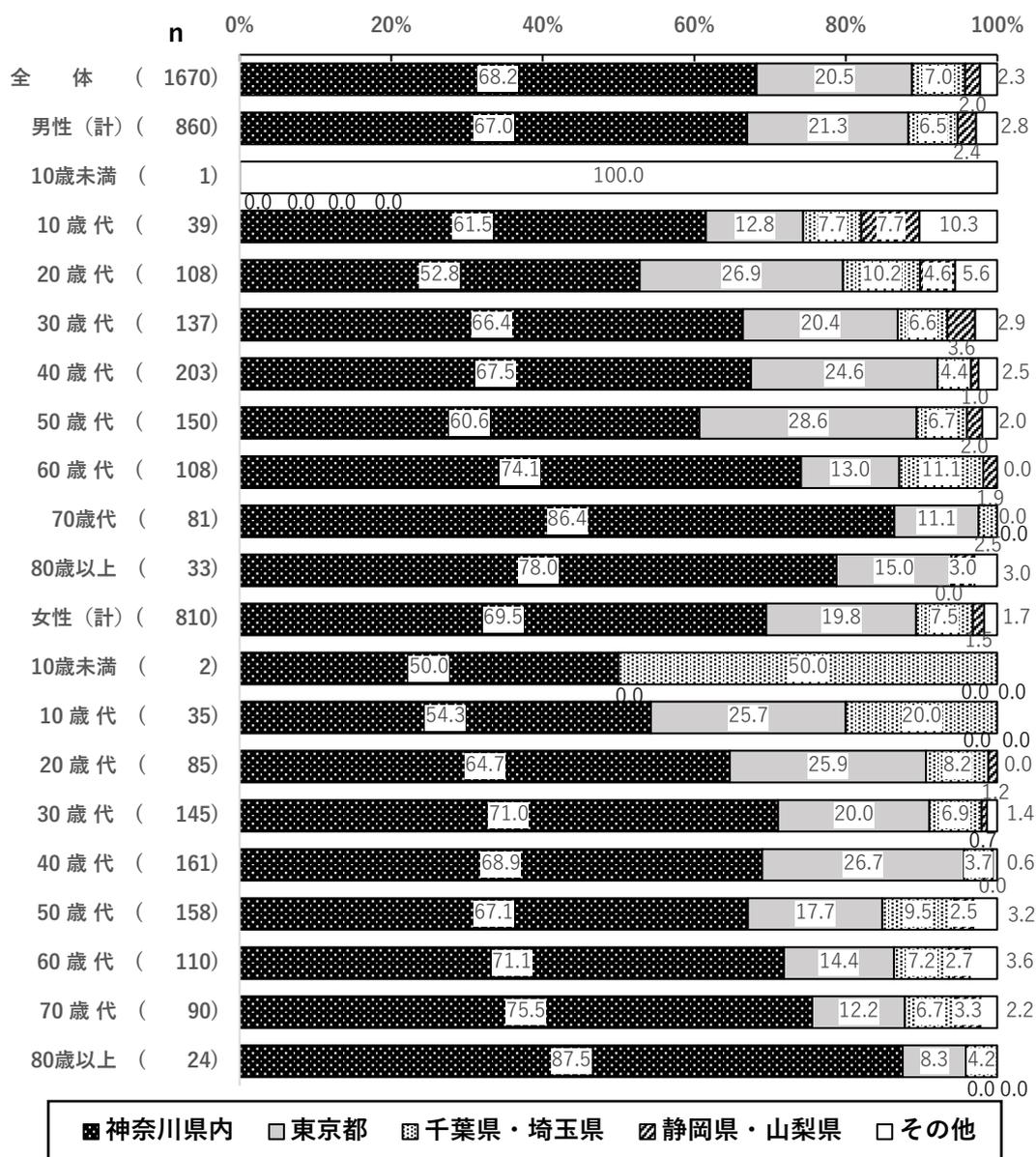


【日帰り】

日帰り客の居住地を性・年齢別で見ると、「男性10歳未満」と「女性10歳未満」を除く、全ての階層で「神奈川県内」の割合が最も高い。

日帰り客の居住地を年齢別で見ると、60歳代以上は「神奈川県内」の割合が70%を超えている。

【日帰り客の居住地】



6. 来訪目的

【宿泊】

宿泊客の来訪目的は全体では「自然・風景鑑賞」(56.7%)、「温泉浴」(33.3%)、「ショッピング・飲食」(19.0%)の順になっている。

宿泊客の来訪目的を性別で見ると、男性では、全体と同じく「自然・風景鑑賞」、「温泉浴」、「ショッピング・飲食」の順になっているが、女性では、「自然・風景鑑賞」、「温泉浴」、「遺跡・文化財」の順になっている。

【宿泊客の来訪回数】《複数回答》

	n	自然・風景鑑賞	遺跡・文化財	イベント・祭り	動物園・博物館	スポーツ観戦	「見物・鑑賞」	温泉浴	釣り	果実狩り	ショッピング・飲食
全体	390	56.7	17.9	2.6	8.2	0.0	11.5	33.3	1.0	0.3	19.0
男性(計)	188	58.8	17.5	2.1	7.4	0.0	9.0	31.8	1.1	0.0	20.1
10歳未満	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代	6	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	66.7
20歳代	31	48.4	22.6	3.2	19.4	0.0	0.0	22.6	0.0	0.0	29.0
30歳代	19	78.9	10.5	0.0	0.0	0.0	10.5	26.3	5.3	0.0	10.5
40歳代	32	53.1	12.5	3.1	9.4	0.0	12.5	40.6	3.1	0.0	15.6
50歳代	48	56.0	18.0	4.0	6.0	0.0	10.0	38.0	0.0	0.0	14.0
60歳代	34	68.6	20.9	0.0	3.0	0.0	11.9	26.9	0.0	0.0	20.9
70歳代	15	60.0	26.7	0.0	6.7	0.0	6.7	33.3	0.0	0.0	20.0
80歳以上	3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3
女性(計)	202	54.5	18.3	3.0	8.9	0.0	13.9	34.7	1.0	0.5	17.8
10歳未満	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代	5	80.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	40.0
20歳代	25	60.0	8.0	4.0	12.0	0.0	24.0	52.0	0.0	0.0	24.0
30歳代	32	37.5	12.5	9.4	15.6	0.0	9.4	18.8	3.1	0.0	18.8
40歳代	41	68.5	22.0	2.4	12.2	0.0	7.3	17.1	2.4	0.0	12.2
50歳代	36	58.3	16.7	2.8	2.8	0.0	16.7	52.8	0.0	0.0	25.0
60歳代	39	61.5	28.2	0.0	2.6	0.0	7.7	43.6	0.0	0.0	10.3
70歳代	17	35.3	11.8	0.0	11.8	0.0	35.3	23.5	0.0	5.9	23.5
80歳以上	6	60.0	33.3	0.0	0.0	0.0	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0

	n	遊園地	趣味・研究	登山	ハイキング	ゴルフ	テニス	マリンスポーツ	サイクリング	その他「運動」	その他
全体	390	9.7	1.3	0.5	2.1	0.0	0.3	0.0	0.5	1.3	6.7
男性(計)	188	6.9	1.6	0.5	2.7	0.0	0.0	0.0	0.5	1.6	7.4
10歳未満	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
20歳代	31	3.2	3.2	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	3.2	6.5	6.5
30歳代	19	15.8	5.3	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5
40歳代	32	12.5	0.0	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	6.3
50歳代	48	6.0	0.0	2.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0
60歳代	34	6.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.0
70歳代	15	0.0	6.7	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
80歳以上	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女性(計)	202	12.4	1.0	0.5	1.5	0.0	0.5	0.0	0.5	1.0	5.9
10歳未満	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代	25	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
30歳代	32	25.0	0.0	0.0	3.1	0.0	3.1	0.0	3.1	0.0	9.4
40歳代	41	31.7	2.4	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	4.9
50歳代	36	5.6	0.0	2.8	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	0.0
60歳代	39	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.3
70歳代	17	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	17.6
80歳以上	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

【日帰り】

日帰り客の来訪目的は全体では「自然・風景鑑賞」(49.3%)、「ショッピング・飲食」(17.1%)、「その他『見物・鑑賞』」(12.4%)の順になっている。

日帰り客の来訪目的を性別で見ると、女性では、全体と同じく、「自然・風景鑑賞」、「ショッピング・飲食」、「その他『見物・鑑賞』」の順になっているが、男性では、「自然・風景鑑賞」、「ショッピング・飲食」、「遺跡・文化財」の順となっている。

【日帰り客の来訪目的】《複数回答》

		n	自然・風景鑑賞	遺跡・文化財	イベント・祭り	動物園・植物園	スポーツ観戦	「その他『見物・鑑賞』」	温泉浴	釣り	果実狩り	ショッピング・飲食
全	体	1670	49.3	12.0	5.7	9.9	0.2	12.4	2.3	0.7	0.9	17.1
性・年齢別	男性(計)	860	50.9	12.3	4.7	9.7	0.1	11.0	2.1	0.6	0.8	15.9
	10歳未満	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10歳代	39	51.3	10.3	5.1	10.3	0.0	7.7	2.6	0.0	0.0	17.9
	20歳代	108	45.4	17.6	3.7	18.5	0.0	9.3	2.8	0.0	0.0	26.9
	30歳代	137	42.3	8.8	2.9	13.9	0.7	10.2	1.5	2.2	0.0	17.5
	40歳代	203	50.7	13.3	4.9	8.4	0.0	11.3	3.0	0.0	2.5	17.2
	50歳代	150	55.9	12.7	4.0	10.0	0.0	12.0	1.3	0.0	0.7	12.0
	60歳代	108	55.6	13.0	5.6	1.9	0.0	10.2	0.9	0.9	0.9	14.8
	70歳代	81	60.5	11.1	6.2	3.7	0.0	13.6	3.7	1.2	0.0	7.4
	80歳以上	33	45.0	6.0	9.0	6.0	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	6.0
	女性(計)	810	47.7	11.6	6.9	10.2	0.2	13.8	2.5	0.9	1.0	18.3
	10歳未満	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10歳代	35	25.7	5.7	5.7	40.0	0.0	8.6	11.4	0.0	2.9	25.7
	20歳代	85	45.9	5.9	2.4	23.5	0.0	16.5	3.5	3.5	0.0	31.8
	30歳代	145	42.1	9.7	4.1	12.4	0.7	13.1	3.4	2.1	0.7	17.9
	40歳代	161	44.7	13.7	10.6	9.3	0.6	13.7	1.9	0.6	1.9	14.9
50歳代	158	53.2	15.2	8.2	5.1	0.0	10.1	1.3	0.0	1.9	18.4	
60歳代	110	54.0	13.5	4.5	4.5	0.0	14.4	1.8	0.0	0.0	16.2	
70歳代	90	52.2	10.0	10.0	3.3	0.0	21.1	1.1	0.0	0.0	13.3	
80歳以上	24	58.3	12.5	4.2	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	12.5	

		n	遊園地	趣味・研究	登山	ハイキング	ゴルフ	テニス	マリンスポーツ	サイクリング	その他「運動」	その他
全	体	1670	9.2	4.3	2.3	8.1	0.1	0.2	0.1	1.3	4.7	11.2
性・年齢別	男性(計)	860	8.8	5.2	3.1	8.7	0.1	0.1	0.0	2.0	4.8	11.9
	10歳未満	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10歳代	39	15.4	15.4	5.1	5.1	0.0	0.0	0.0	12.8	5.1	12.8
	20歳代	108	15.7	2.8	3.7	5.6	0.0	0.9	0.0	0.9	1.9	5.6
	30歳代	137	16.8	2.9	2.2	7.3	0.0	0.0	0.0	1.5	2.9	5.8
	40歳代	203	10.8	3.0	3.9	6.4	0.5	0.0	0.0	1.0	3.0	10.8
	50歳代	150	3.3	7.3	4.7	9.3	0.0	0.0	0.0	4.0	3.3	18.6
	60歳代	108	1.9	3.7	1.9	12.0	0.0	0.0	0.0	0.9	12.0	14.8
	70歳代	81	1.2	12.3	1.2	13.6	0.0	0.0	0.0	0.0	9.9	14.8
	80歳以上	33	0.0	3.0	0.0	18.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	15.0
	女性(計)	810	9.6	3.2	1.5	7.4	0.0	0.4	0.1	0.6	4.6	10.5
	10歳未満	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	10歳代	35	34.3	5.7	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0
	20歳代	85	14.1	1.2	4.7	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2	2.4
	30歳代	145	14.5	2.8	0.7	4.8	0.0	0.0	0.0	1.4	5.5	9.0
	40歳代	161	13.7	2.5	0.6	7.5	0.0	0.6	0.6	0.6	2.5	11.2
50歳代	158	2.5	4.4	1.3	11.4	0.0	0.0	0.0	0.6	5.1	14.6	
60歳代	110	3.6	0.9	3.6	10.8	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	9.9	
70歳代	90	1.1	6.7	0.0	7.8	0.0	2.2	0.0	0.0	10.0	14.4	
80歳以上	24	0.0	4.2	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0	20.8	

7. 交通機関

【宿泊】

宿泊客の利用交通機関は、「その他」を除く全体では、「自家用車等」（51.8%）、「JR在来線」（32.3%）、「私鉄・地下鉄」（23.1%）の順になっている。

宿泊客の利用交通機関を性別で見ると、男性・女性とも全体と同じく「自家用車等」、「JR在来線」、「私鉄・地下鉄」の順となっている。

【宿泊客の利用交通機関】《複数回答》

	n	新幹線	JR在来線	私鉄・地下鉄	モノレール	貸切バス ・観光バス	高速バス	市内バス	市内電車	レンタカー	タクシー・ハイヤー	自家用車等	その他
全 体	390	5.1	32.3	23.1	1.3	0.3	0.5	8.2	0.3	1.0	2.3	51.8	4.1
性・年齢別													
男性（計）	188	2.7	31.3	18.6	0.5	0.0	0.0	10.6	0.5	1.6	3.2	61.0	5.3
10歳未満	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代	6	0.0	50.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3
20歳代	31	6.5	38.7	25.8	0.0	0.0	0.0	9.7	0.0	3.2	0.0	41.9	6.5
30歳代	19	0.0	5.3	21.1	0.0	0.0	0.0	15.8	0.0	0.0	15.8	63.2	0.0
40歳代	32	0.0	21.9	9.4	3.1	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0	3.1	87.5	0.0
50歳代	48	2.0	28.0	24.0	0.0	0.0	0.0	14.0	0.0	0.0	0.0	62.0	4.0
60歳代	34	3.0	32.8	11.9	0.0	0.0	0.0	3.0	3.0	6.0	3.0	68.6	6.0
70歳代	15	6.7	53.3	6.7	0.0	0.0	0.0	26.7	0.0	0.0	6.7	26.7	13.3
80歳以上	3	0.0	100.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女性（計）	202	7.4	33.2	27.2	2.0	0.5	1.0	5.9	0.0	0.5	1.5	43.1	3.0
10歳未満	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代	5	20.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0
20歳代	25	12.0	36.0	56.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
30歳代	32	9.4	25.0	37.5	6.3	0.0	0.0	9.4	0.0	0.0	3.1	34.4	0.0
40歳代	41	7.3	19.5	7.3	4.9	0.0	2.4	14.6	0.0	0.0	2.4	58.5	7.3
50歳代	36	11.1	30.5	16.7	0.0	2.8	0.0	2.8	0.0	0.0	2.8	61.1	0.0
60歳代	39	0.0	38.5	28.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	51.3	7.7
70歳代	17	5.9	47.1	41.2	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	17.6	0.0
80歳以上	6	0.0	83.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

【日帰り】

日帰り客の利用交通機関は、「その他」を除く全体では、「自家用車等」（48.6%）、「JR在来線」（15.2%）、「私鉄・地下鉄」（14.9%）の順になっている。

日帰り客の利用交通機関を性別で見ると、男性では、「その他」を除く全体と同じく「自家用車等」、「JR在来線」、「私鉄・地下鉄」の順になっているが、女性では「自家用車等」、「私鉄・地下鉄」、「JR在来線」の順になっている。

【日帰り客の来訪回数】《複数回答》

	n	新幹線	JR在来線	私鉄・地下鉄	モノレール	貸切バス・観光バス	高速バス	市内バス	市内電車	レンタカー	タクシー・ハイヤー	自家用車等	その他
全 体	1670	0.2	15.2	14.9	1.0	0.5	0.2	12.2	0.4	0.5	1.1	48.6	13.3
性・年齢別													
男性（計）	860	0.3	13.8	12.9	1.2	0.5	0.2	11.5	0.2	0.6	1.4	51.0	15.2
10歳未満	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代	39	0.0	30.8	23.1	5.1	2.6	0.0	5.1	0.0	0.0	0.0	25.6	23.1
20歳代	108	0.0	24.1	23.1	3.7	0.9	0.9	12.0	0.9	0.0	3.7	30.6	12.0
30歳代	137	1.5	9.5	16.1	0.7	0.7	0.7	10.2	0.0	0.7	2.2	55.5	14.6
40歳代	203	0.5	14.8	12.3	1.0	0.5	0.0	7.4	0.0	0.0	1.5	65.0	7.9
50歳代	150	0.0	12.0	8.0	0.0	0.0	0.0	10.7	0.0	0.0	0.0	57.3	18.6
60歳代	108	0.0	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	10.2	0.9	0.9	1.9	57.4	17.6
70歳代	81	0.0	11.1	7.4	0.0	0.0	0.0	22.2	0.0	1.2	0.0	35.8	25.9
80歳以上	33	0.0	6.0	9.0	0.0	0.0	0.0	30.0	0.0	6.0	0.0	33.0	15.0
女性（計）	810	0.1	16.7	16.9	0.9	0.5	0.1	13.0	0.5	0.5	0.7	46.0	11.2
10歳未満	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
10歳代	35	0.0	37.1	31.4	5.7	0.0	0.0	0.0	5.7	0.0	0.0	25.7	0.0
20歳代	85	0.0	23.5	22.4	0.0	0.0	0.0	15.3	1.2	0.0	2.4	35.3	4.7
30歳代	145	0.0	15.9	14.5	0.7	0.0	0.0	11.0	0.0	2.8	1.4	57.9	4.1
40歳代	161	0.0	13.0	13.0	1.2	0.0	0.0	10.6	0.0	0.0	1.2	57.1	7.5
50歳代	158	0.6	17.1	20.3	0.0	0.0	0.0	12.0	0.0	0.0	0.0	44.3	19.6
60歳代	110	0.0	18.0	18.0	0.0	3.6	0.0	13.5	0.0	0.0	0.0	40.5	14.4
70歳代	90	0.0	10.0	12.2	1.1	0.0	1.1	21.1	0.0	0.0	0.0	37.8	18.9
80歳以上	24	0.0	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	25.0	4.2	0.0	0.0	33.3	20.8

8. 情報源

【宿泊】

宿泊客の事前の情報源は、全体では、「インターネット」(46.2%)、「家族や友人の勧め(口コミ)」(37.2%)、「その他」(10.3%)の順となっている。

日帰り客の事前の情報源を性別でみると、男性・女性とも全体と同じく、「インターネット」、「家族や友人の勧め(口コミ)」、「その他」の順になっている。

【宿泊客の事前に参考した情報源】《複数回答》

	n	家族や友人の勧め(口コミ)	旅行ガイドブック	旅行雑誌		旅行会社店頭での情報	テレビ・ラジオ	インターネット	駅や車内のポスター	タウン誌、フリーペーパー	行政のパンフレット	その他
全体	390	37.2	7.2	2.6	0.8	0.3	1.3	46.2	0.8	1.3	1.0	10.3
性・年齢別	男性(計)	188	38.2	8.0	2.1	1.1	0.5	45.6	1.1	0.5	1.6	10.1
	10歳未満	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10歳代	6	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	33.3
	20歳代	31	32.3	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	64.5	0.0	0.0	6.5
	30歳代	19	26.3	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	63.2	0.0	0.0	5.3
	40歳代	32	25.0	15.6	3.1	3.1	3.1	0.0	53.1	0.0	3.1	0.0
	50歳代	48	48.0	6.0	4.0	2.0	0.0	0.0	42.0	0.0	0.0	2.0
	60歳代	34	44.8	6.0	0.0	0.0	0.0	0.0	41.8	3.0	0.0	0.0
	70歳代	15	53.3	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0	13.3	0.0	0.0	0.0
	80歳以上	3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	女性(計)	202	36.1	6.4	3.0	0.5	0.0	2.5	46.5	0.5	2.0	0.5
	10歳未満	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	10歳代	5	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	20歳代	25	24.0	4.0	4.0	0.0	0.0	4.0	64.0	0.0	0.0	4.0
	30歳代	32	25.0	3.1	0.0	3.1	0.0	0.0	56.3	0.0	0.0	0.0
	40歳代	41	36.6	4.9	0.0	0.0	0.0	9.8	56.1	0.0	2.4	0.0
	50歳代	36	38.9	13.9	8.3	0.0	0.0	0.0	41.7	0.0	2.8	0.0
	60歳代	39	43.6	5.1	5.1	0.0	0.0	0.0	33.3	2.6	5.1	2.6
	70歳代	17	41.2	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	35.3	0.0	0.0	0.0
80歳以上	6	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

【日帰り】

日帰り客の事前の情報源の全体では、「家族や友人の勧め（口コミ）」（41.9%）、「インターネット」（28.8%）、「その他」（23.8%）の順となっている。

日帰り客の事前の情報源を性別で見ると、男性・女性とも全体と同じく、「家族や友人の勧め（口コミ）」、「インターネット」、「その他」の順になっている。

【日帰り客の事前に参加した情報源】《複数回答》

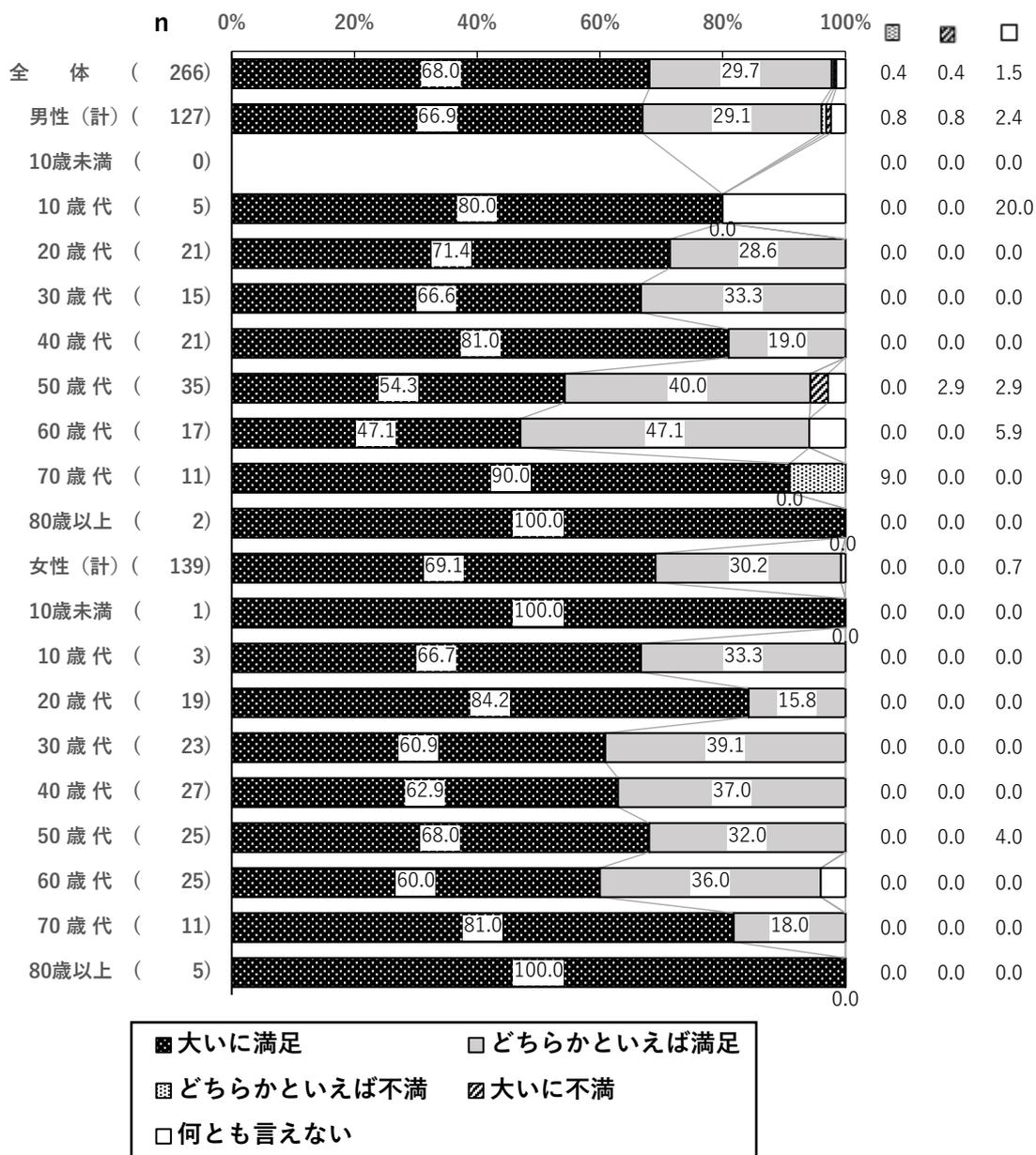
	n	家族や友人の勧め（口コミ）	旅行ガイドブック	旅行雑誌		旅行会社店頭での情報	テレビ・ラジオ	インターネット	駅や車内のポスター	タウン誌、フリーペーパー	行政のパンフレット	その他	
全 体	1670	41.9	3.4	0.4	0.2	0.0	2.2	28.8	0.8	1.6	0.7	23.8	
性・年齢別	男性（計）	860	41.3	3.5	0.2	0.2	0.0	2.3	28.3	0.8	1.2	0.7	24.9
	10歳未満	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10歳代	39	51.3	2.6	0.0	2.6	0.0	2.6	38.5	0.0	0.0	0.0	12.8
	20歳代	108	38.9	1.9	0.0	0.0	0.0	3.7	42.6	2.8	1.9	0.9	12.0
	30歳代	137	35.8	0.7	0.0	0.0	0.0	1.5	41.6	0.0	0.7	0.0	21.2
	40歳代	203	43.8	3.9	0.0	0.0	0.0	1.5	30.0	0.0	0.0	1.5	22.2
	50歳代	150	36.6	8.0	0.7	0.0	0.0	3.3	24.0	1.3	2.0	0.0	30.0
	60歳代	108	47.2	2.8	0.0	0.9	0.0	3.7	15.7	0.0	1.9	0.9	27.8
	70歳代	81	38.3	2.5	1.2	0.0	0.0	1.2	9.9	1.2	1.2	1.2	45.7
	80歳以上	33	54.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.0	3.0	3.0	0.0	30.0
	女性（計）	810	42.5	3.2	0.5	0.2	0.0	2.0	29.4	0.9	2.0	0.7	22.7
	10歳未満	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10歳代	35	34.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	37.1	0.0	0.0	0.0	28.6
	20歳代	85	41.2	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	38.8	0.0	0.0	0.0	22.4
	30歳代	145	42.1	4.1	0.7	0.0	0.0	3.4	34.5	0.7	0.7	0.7	16.6
	40歳代	161	42.2	3.1	1.2	0.0	0.0	0.0	39.8	1.9	1.9	0.0	16.8
	50歳代	158	39.2	5.1	0.6	0.6	0.0	3.8	25.3	1.3	2.5	1.3	24.7
	60歳代	110	52.2	3.6	0.0	0.0	0.0	1.8	16.2	0.0	1.8	0.0	26.1
	70歳代	90	38.9	3.3	0.0	1.1	0.0	0.0	17.8	1.1	6.7	2.2	31.1
80歳以上	24	54.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	4.2	33.3	

9. 来訪満足度

【宿泊】

宿泊客の来訪満足度は、全体では「大いに満足」が68.0%、「どちらかといえば満足」が29.7%で、双方を足し合わせた、『満足』は97.7%となっている。
 宿泊客の来訪満足度を性別で見ると、男性・女性ともに「大いに満足」が60%を超えている。

【宿泊客の来訪の満足度】

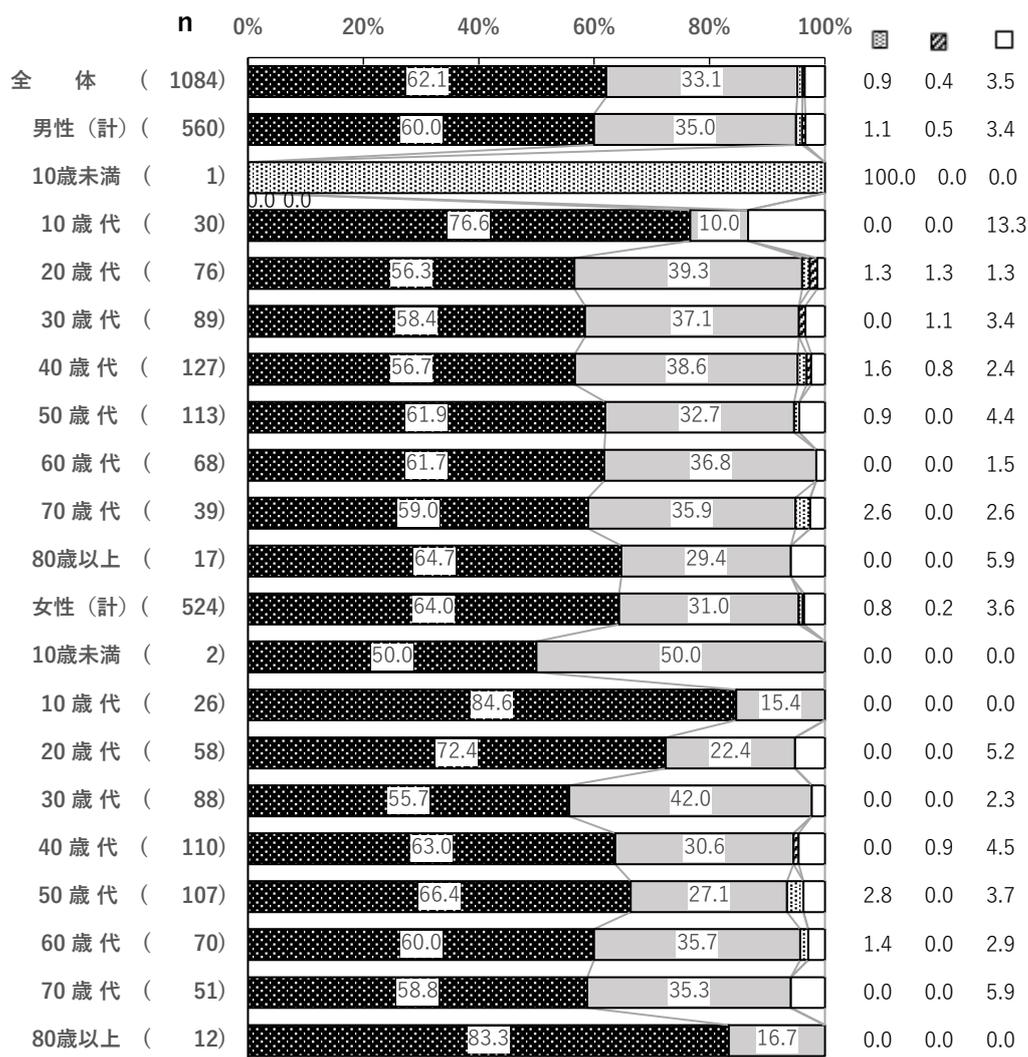


【日帰り】

日帰り客の来訪満足度は、全体では「大いに満足」が62.1%、「どちらかといえば満足」が33.1%で、双方を足し合わせた、『満足』は95.2%と高い割合になっている。

日帰り客の来訪満足度を性・年齢別で見ると、「男性10代未満」を除く全ての階層で『満足』は、8割を超えている。

【日帰り客の来訪の満足度】



■ 大いに満足 □ どちらかといえば満足
 ▨ どちらかといえば不満 ▩ 大いに不満
 □ 何とも言えない

10. 消費単価

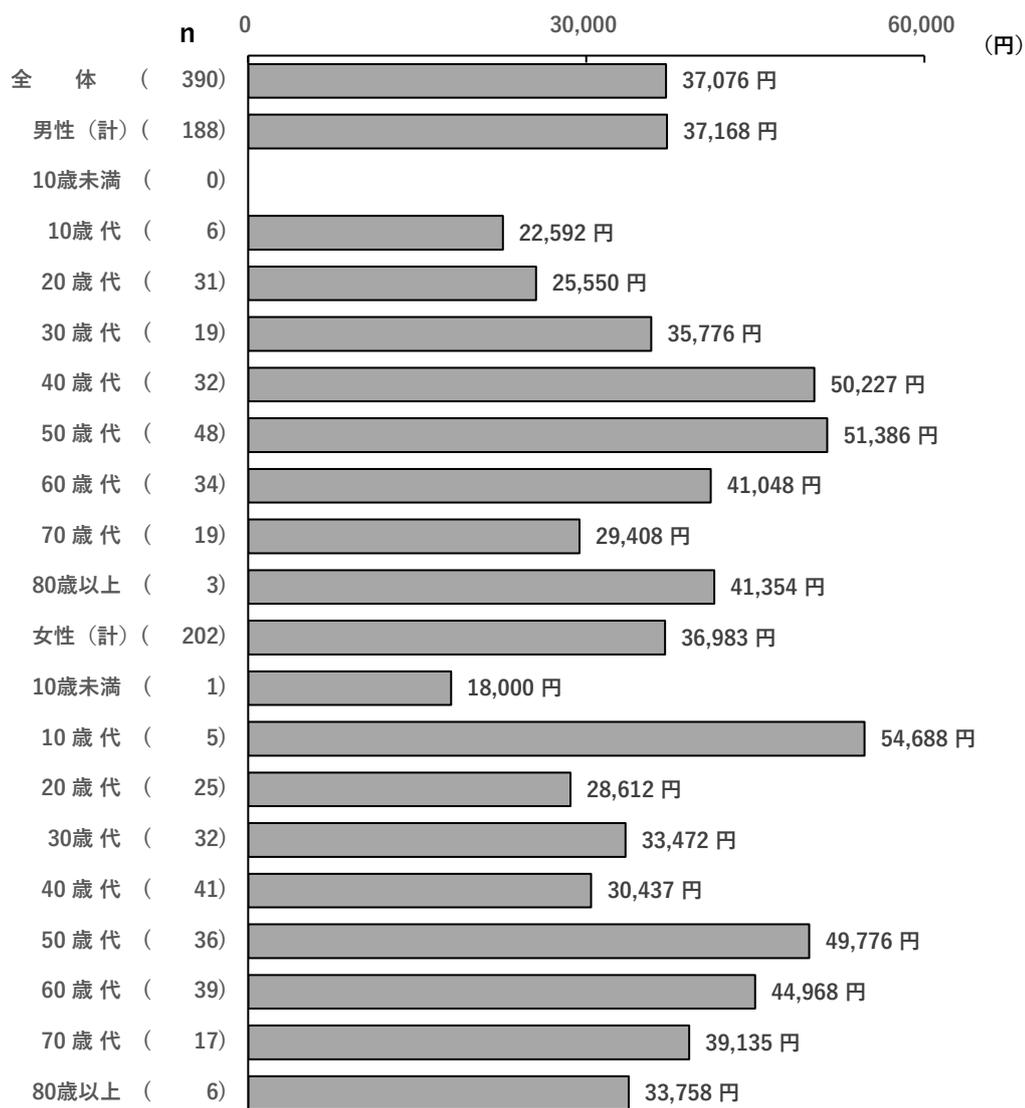
【宿泊】

宿泊客の消費額平均は、全体では 37,076 円となっている。

宿泊客の消費額平均を性別で見ると、「男性」(37,168 円)が「女性」(36,983 円)を上回っている。

「女性 10 歳代」が最も高く、54,688 円となった。

【宿泊客の消費額平均】



宿泊客の消費額平均の内訳をみると、全体では「宿泊代」(26,659円)、「飲食費」(10,386円)、「交通費」(6,694円)の順となっている。

宿泊客の消費額平均の内訳を性別でみると、男性・女性とも全体と同じく「宿泊代」、「飲食費」、「交通費」の順となっている。

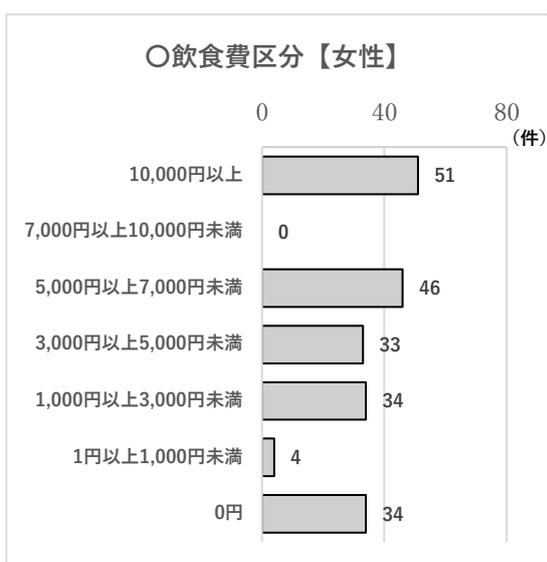
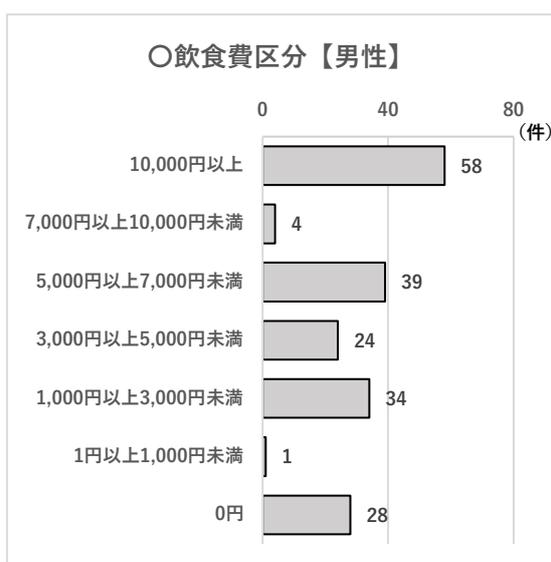
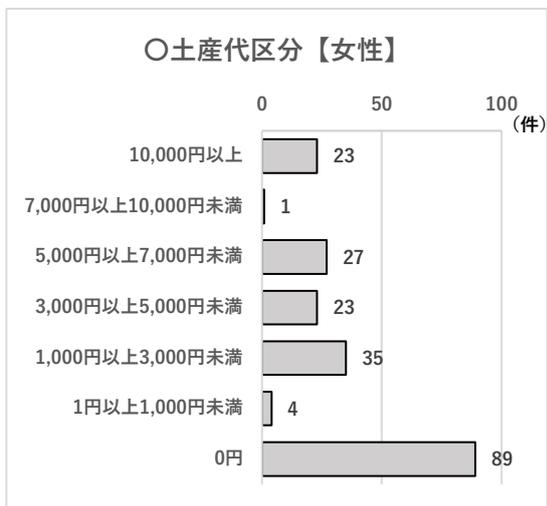
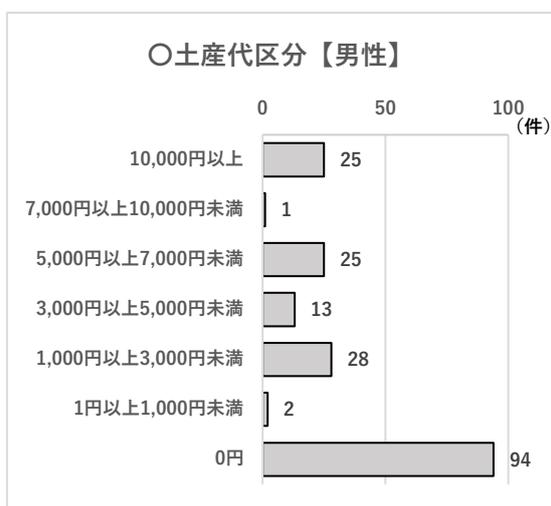
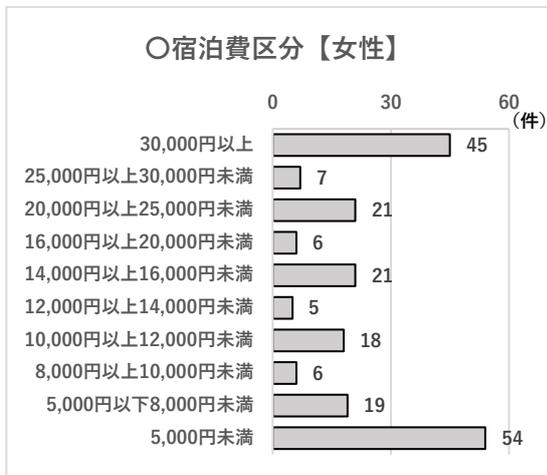
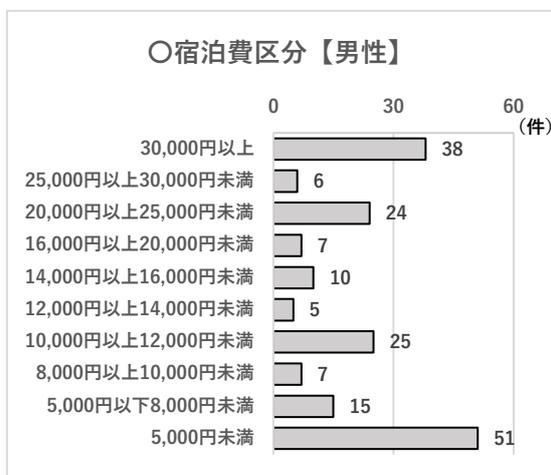
【宿泊客の消費額平均内訳】

(単位：円)

	n	計	交通費	宿泊代	土産代	飲食費	入場料	その他	
全 体	390	37,076	6,694	26,659	2,961	10,386	0	0	
性・年齢別	男性(計)	188	37,168	6,455	26,408	3,207	9,813	1,067	46
	10歳未満	0	0	0	0	0	0	0	0
	10歳代	6	22,592	7,798	5,500	2,833	7,000	627	0
	20歳代	31	25,550	5,972	19,806	1,855	9,037	587	187
	30歳代	19	35,776	2,947	26,547	4,145	7,485	575	0
	40歳代	32	50,227	6,192	46,696	2,344	14,850	4,192	94
	50歳代	48	51,386	12,209	37,795	2,317	13,679	1,485	0
	60歳代	34	41,048	9,635	28,853	3,052	11,587	942	88
	70歳代	15	29,408	3,869	16,896	4,111	10,701	125	0
	80歳以上	3	41,354	3,021	29,167	5,000	4,167	0	0
	女性(計)	202	36,983	6,932	26,909	2,715	10,958	772	224
	10歳未満	1	18,000	7,000	10,000	0	1,000	0	0
	10歳代	5	54,688	10,688	30,400	2,000	12,500	1,600	0
	20歳代	25	28,612	7,938	22,650	2,573	12,949	838	120
	30歳代	32	33,472	5,503	24,043	4,425	11,064	1,346	1,275
	40歳代	41	30,437	6,082	25,570	2,651	6,150	952	566
	50歳代	36	49,776	8,904	38,926	4,305	15,075	1,614	56
	60歳代	39	44,968	7,243	37,460	435	19,239	154	0
70歳代	17	39,135	3,919	33,636	3,794	15,045	212	0	
80歳以上	6	33,758	5,108	19,500	4,250	5,600	233	0	

【宿泊客の消費項目別内訳】

(注) 宿泊費区分の「5,000円未満」には、実家・友人宅・キャンプ場等に宿泊した宿泊費が「0円」のサンプルを含む。

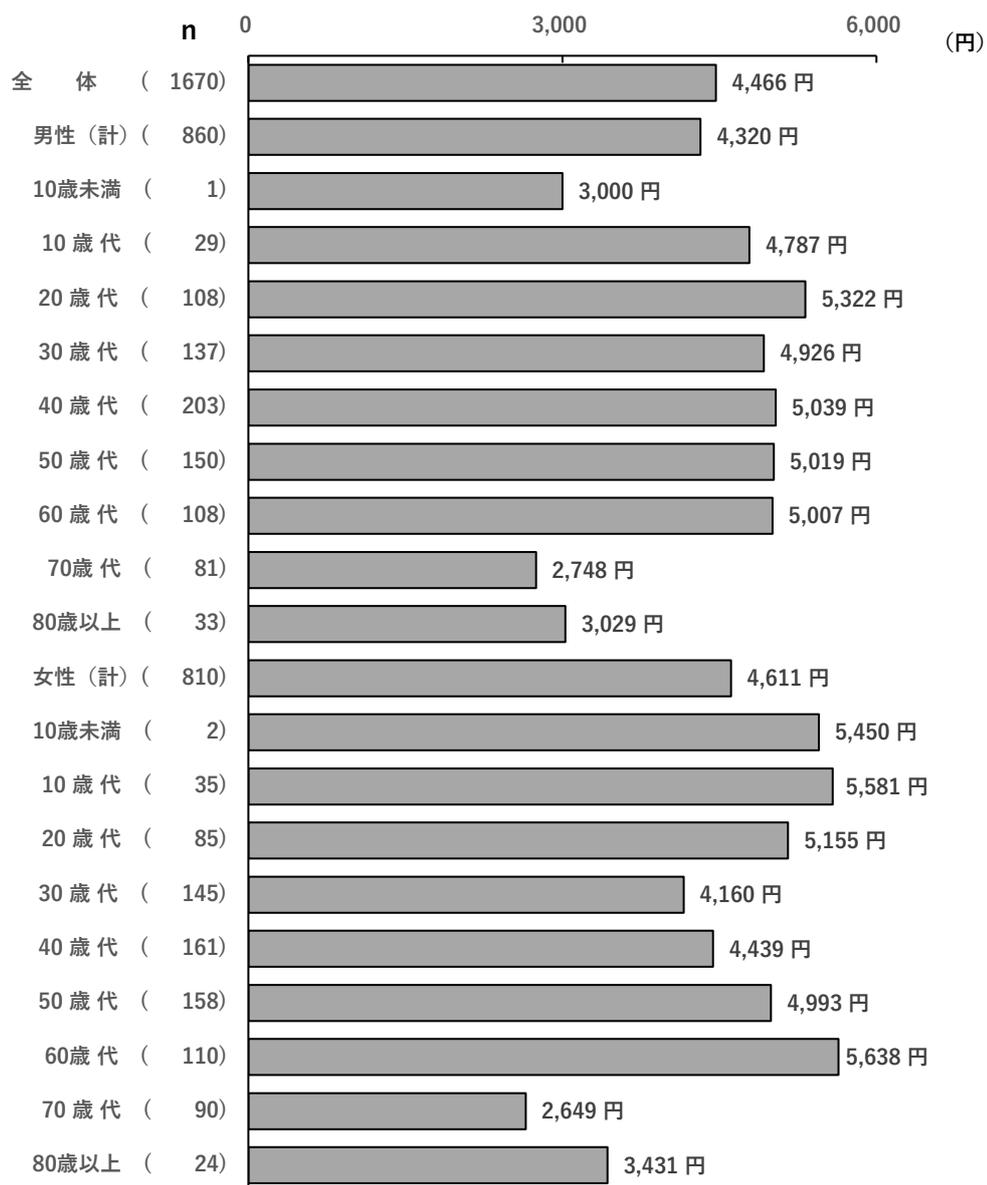


【日帰り】

日帰り客の消費額平均は、全体では4,466円となっている。日帰り客の消費額平均を性別で見ると、「女性」(4,611円)が「男性」(4,320円)を上回っている。

性・年齢別にみると、「女性60歳代」が最も高く、5,638円となった。

【日帰り客の消費額平均】



日帰り客の消費額平均の内訳をみると、全体では「飲食費」(1,669円)、「交通費」(1,141円)、「土産代」(796円)の順となっている。

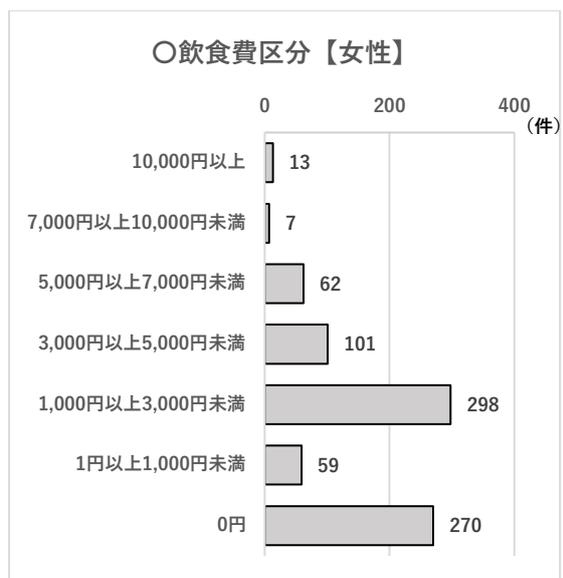
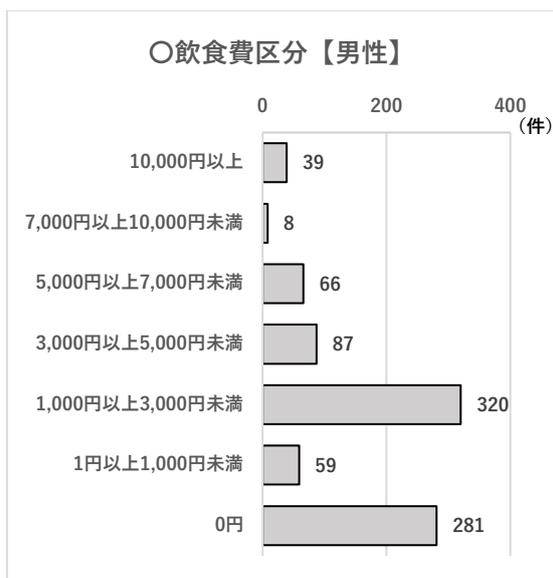
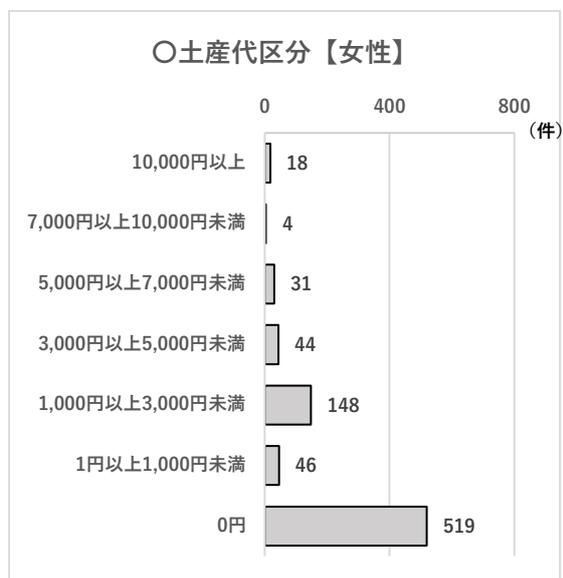
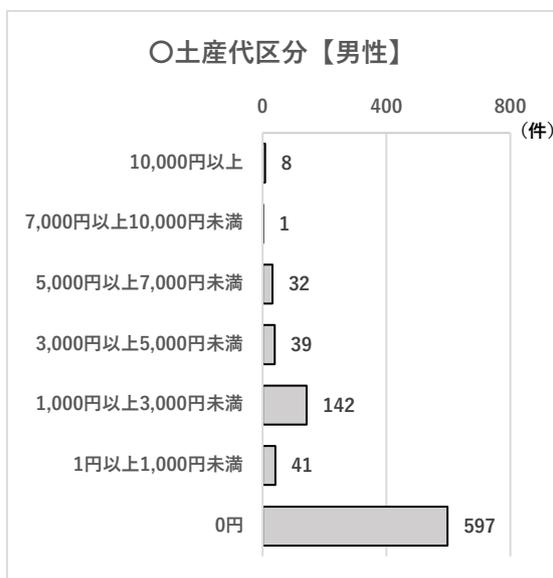
日帰り客の消費額平均の内訳を性・年齢別でみると、男性では、「飲食費」、「交通費」、「土産代」の順となっているが、女性では、「飲食費」、「土産代」、「交通費」の順となっている。

【日帰り客の消費額平均内訳】

(単位：円)

		n	計	交通費	土産代	飲食費	入場料	その他
全 体		1670	4,466	1,141	796	1,669	699	61
性・年齢別	男性(計)	860	4,320	1,345	598	1,758	479	49
	10歳未満	1	3,000	3,000	0	0	0	0
	10歳代	39	4,787	1,028	731	1,693	720	154
	20歳代	108	5,322	1,777	530	2,092	817	59
	30歳代	137	4,926	1,099	607	2,388	735	10
	40歳代	203	5,039	1,289	760	2,071	706	73
	50歳代	150	5,019	1,244	891	2,146	480	83
	60歳代	108	5,007	965	1,093	2,444	444	60
	70歳代	81	2,748	574	519	1,397	258	0
	80歳以上	33	3,029	1,127	253	1,588	151	0
	女性(計)	810	4,611	937	994	1,579	919	72
	10歳未満	2	5,450	550	1,000	1,000	2,900	0
	10歳代	35	5,581	1,333	1,119	1,584	1,374	171
	20歳代	85	5,155	1,254	832	1,902	1,099	69
	30歳代	145	4,160	847	733	1,495	847	182
	40歳代	161	4,439	900	815	1,841	770	112
	50歳代	158	4,993	1,052	1,483	1,796	489	22
	60歳代	110	5,638	1,086	1,433	1,789	487	70
	70歳代	90	2,649	701	670	1,128	127	22
80歳以上	24	3,431	710	863	1,679	179	0	

【日帰り客の消費項目別内訳】



3. SWOT 分析

	S 強み (Strengths)	W 弱み (Weaknesses)
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> ○ 日帰りの割合が多い ○ 県外からの宿泊客が多い (7割以上) ○ 「10回以上」来訪している人が4割 (宿泊・日帰りともに) ○ 同行者は「家族」が多い (宿泊・日帰りともに) ○ 来訪目的は、「自然・風景鑑賞」が多い (宿泊・日帰りともに) ○ 事前に参考にした情報源は「家族や友人の勧め (口コミ)」が多い (日帰り) ○ 来訪満足度では、「大いに満足」が6割以上 (宿泊) ○ 女性のほうが平均消費額が高い (日帰り) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 宿泊が少ない ● 県内の宿泊客は少ない ● 事前の情報源で「行政のパンフレット」を利用している人が少ない (宿泊・日帰りともに)
外部環境	<p>O 機会 (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 長寿社会での旅行マーケットの広がり ○ インスタグラム等の SNS での観光資源の拡散 ○ 地産地消、エコへの関心 ○ 手軽で安全な近場への旅行需要の拡大 ○ インスタグラム等の SNS での観光資源の拡散 ○ アウトドアの活動が人気 	<p>T 脅威 (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 全般的な家計消費の減少傾向 ● 新型コロナウイルス感染拡大に伴う移動規制 ● 少子高齢化の進行に伴う国内マーケットの減少 ● 地震、台風等の自然災害やテロ等の不安

4. 調査のまとめ

神奈川県への訪問客の日帰り・宿泊客の比率は、宿泊客 18.9%、日帰り客 81.1%となっている。地域では「県西」のみ、宿泊客が日帰り客を上回っており、他の地域では日帰り客が宿泊客を上回った。

訪問客の居住地をみると、県内・県外比率は、宿泊客（県内:25.9%、県外:74.1%）、日帰り客（県内:68.2%、県外:31.8%）となっている。日帰り客の県外 31.8%の内訳は「東京都」（20.5%）、「千葉県・埼玉県」（7.0%）、「静岡県・山梨県」（2.0%）があり、首都圏と近隣県からのアクセスが非常に良いことがわかる。

訪問客の来訪目的は、宿泊客・日帰り客とも「自然・風景鑑賞」が首位を占め（宿泊客:55.7%、日帰り客:49.3%）、宿泊では「温泉浴」（33.3%）と高い割合になっている。箱根の自然景観、周辺の温泉、鎌倉・横浜等の歴史文化遺産が大きな観光資源になっていることがわかる。

訪問客の事前に参考した情報源をみると、日帰り客では「家族の友人の勧め（口コミ）」が 41.9%と最も高く、宿泊客でも「口コミ」は 37.2%と高い割合になっている。一方、「旅行会社パンフレット」、「行政のパンフレット」は日帰り客・宿泊客ともに 1 割に満たない。インターネットの発達により、観光客が必要な観光情報をいつでもどこでも入手できるようになった現在、ホームページを充実させ、フェイスブック等の SNS を活用した観光情報の発信を引き続き図っていくことが望まれる。

消費額平均は宿泊で 37,076 円、日帰り客で 4,466 円であったが、昨年調査時の金額（宿泊 22,566 円、日帰り客で 4,625 円）から、宿泊は大きな増となった。新型コロナウイルスによる家計消費の減少から、宿泊等の家族や知人意外と密にならない分野において消費が促進されることが伺える。