

熱海市観光客実態調査2019年 報告書

2019年11月

(株) J T B 静岡支店
静岡 県 立 大 学

- 調査の目的 観光客の基本行動実態の把握
- 実施日時 2019年10月5日（土）・6（日） 10時～17時（6日は、15:30）
- 調査地点
 - ・熱海駅前 ・起雲閣 ・親水公園（海岸含む） ・来宮神社
 - ・アカオ・ハーブ&ローズガーデン ・長浜海浜公園 ・MOA美術館
 - ⇒長浜海浜公園、親水公園は5日のみで、6日はMOA美術館に地点変更
- 調査項目
 - ①旅行者属性 ②交通手段 ③回遊先 ④消費額
 - ⑤満足度 ⑥地域観光に関する自由回答 等
- サンプル数 651サンプル（次頁参照）
- 謝 礼 日本の名湯「熱海」バスクリン（6日後半、一部地点でボールペン）
- 調査協力 静岡県立大学渡邊貴之研究室（渡邊貴之教授+ゼミ生15名）
- 広報取材 静岡新聞、伊豆毎日新聞、熱海新聞
- 設計分析 旅ラボ・ジャパン
- その他 時系列参照調査：熱海市観光動線実態調査（2014年6月7・8日）
⇒実施月が異なるので参考になる項目のみ比較
- 調査報告 11月下旬

★集計業務において、小数点以下の四捨五入により単数回答においても合計が100%にならないことがあります。また無回答のある質問でも合計は100%になりません。

※地域の天気 静岡県網代（気象庁）

5日（土） 晴 最高27.5度、最低21.2度
6日（日） 晴のち曇 最高23.1度、最低19.8度

■ 日別×調査地点

	熱海駅前	起雲閣	親水公園	来宮神社	長浜海浜公園	アカオハーブ&ローズガーデン	MOA美術館
全体 (651)	239 100.0	62 9.5	8 1.2	171 26.3	30 4.6	101 15.5	40 6.1
10月5日(土) (348)	126 100.0	44 12.6	8 2.3	85 24.4	30 8.6	55 15.8	-
10月6日(日) (303)	113 100.0	18 5.9	-	86 28.4	-	46 15.2	40 13.2

・親水公園は観光客が少ないため、長浜海浜公園は地元客の割合が高く滞在時間が長いため、調査効率を考慮し、地点変更した。

■ 調査地点×居住地

	東京都	神奈川県	千葉県	埼玉県	静岡県	その他
全体 (651)	192 100.0	164 25.2	45 6.9	60 9.2	76 11.7	114 17.5
熱海駅前 (239)	82 100.0	66 27.6	18 7.5	20 8.4	20 8.4	33 13.8
起雲閣 (62)	18 100.0	13 21.0	3 4.8	6 9.7	10 16.1	12 19.4
親水公園 (8)	4 100.0	3 37.5	-	1 12.5	-	-
来宮神社 (171)	41 100.0	39 22.8	11 6.4	14 8.2	23 13.5	43 25.1
長浜海浜公園 (30)	7 100.0	11 36.7	1 3.3	1 3.3	9 30.0	1 3.3
アカオハーブ&ローズガーデン (101)	32 100.0	24 23.8	6 5.9	13 12.9	11 10.9	15 14.9
MOA美術館 (40)	8 100.0	8 20.0	6 15.0	5 12.5	3 7.5	10 25.0

■ 調査地点×年代

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
全体 (651)	20 100.0	148 3.1	109 22.7	108 16.7	134 20.6	75 11.5	57 8.8
熱海駅前 (239)	16 100.0	68 6.7	40 28.5	40 16.7	37 15.5	15 6.3	23 9.6
起雲閣 (62)	-	9 14.5	9 14.5	8 12.9	13 21.0	16 25.8	7 11.3
親水公園 (8)	-	2 25.0	2 25.0	-	1 12.5	3 37.5	-
来宮神社 (171)	3 100.0	37 1.8	26 21.6	27 15.2	49 28.7	18 10.5	11 6.4
長浜海浜公園 (30)	-	4 13.3	13 43.3	8 26.7	3 10.0	2 6.7	-
アカオハーブ&ローズガーデン (101)	-	24 23.8	15 14.9	18 17.8	20 19.8	16 15.8	8 7.9
MOA美術館 (40)	1 100.0	4 10.0	4 10.0	7 17.5	11 27.5	5 12.5	8 20.0

■ 調査地点×滞在期間

	日帰り	2日間	3日間	4日間以上
全体 (651)	169 100.0	457 26.0	22 3.4	3 0.5
熱海駅前 (239)	69 100.0	157 28.9	12 5.0	1 0.4
起雲閣 (62)	13 100.0	45 21.0	3 72.6	1 4.8
親水公園 (8)	1 100.0	7 12.5	-	-
来宮神社 (171)	37 100.0	129 21.6	5 75.4	-
長浜海浜公園 (30)	15 100.0	13 50.0	1 43.3	1 3.3
アカオハーブ&ローズガーデン (101)	26 100.0	75 25.7	-	-
MOA美術館 (40)	8 100.0	31 20.0	1 77.5	-



熱海駅



アカオ・ハーブ&ローズガーデン



起雲閣



長浜海浜公園



来宮神社（出典：熱海新聞記事10月8日）

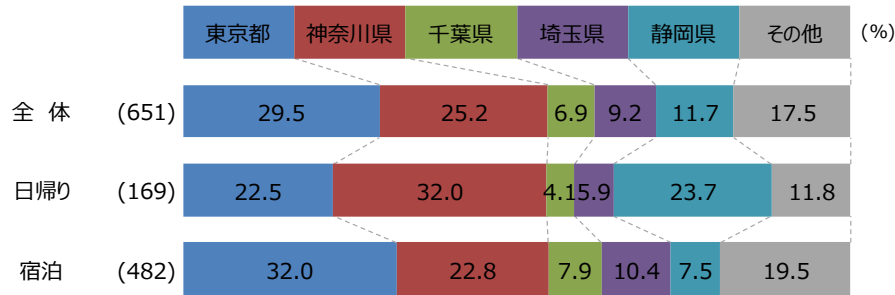


MOA美術館

■調査地点は、他に親水公園（写真省略）

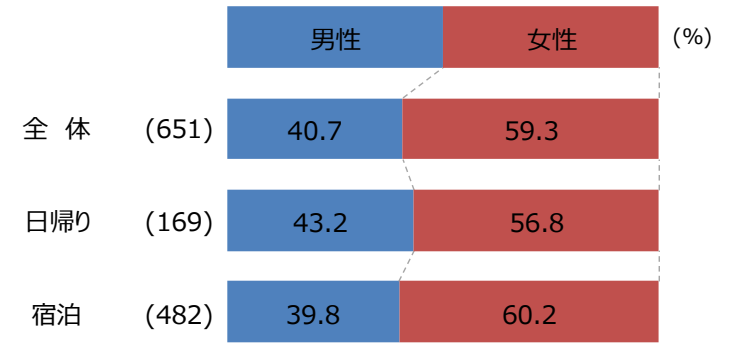
■居住地×日帰り／宿泊

・首都圏で70.8%。神奈川県、静岡県では、日帰り割合が増える。



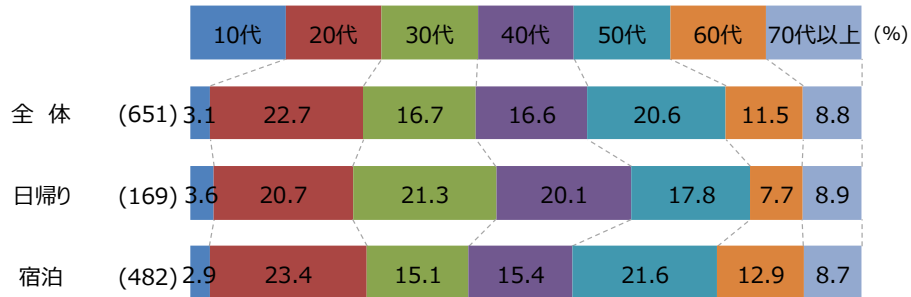
■性別×日帰り／宿泊

・男性40.7%、女性59.3%と女性の割合が過半数を超えている。

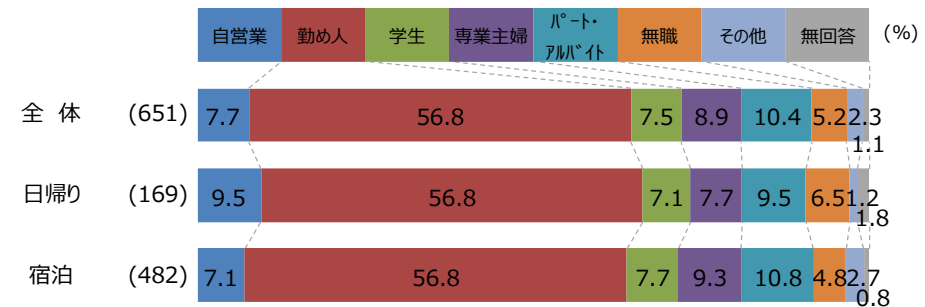


■年齢×日帰り／宿泊

・宿泊割合が多いのは、20代、50代である。



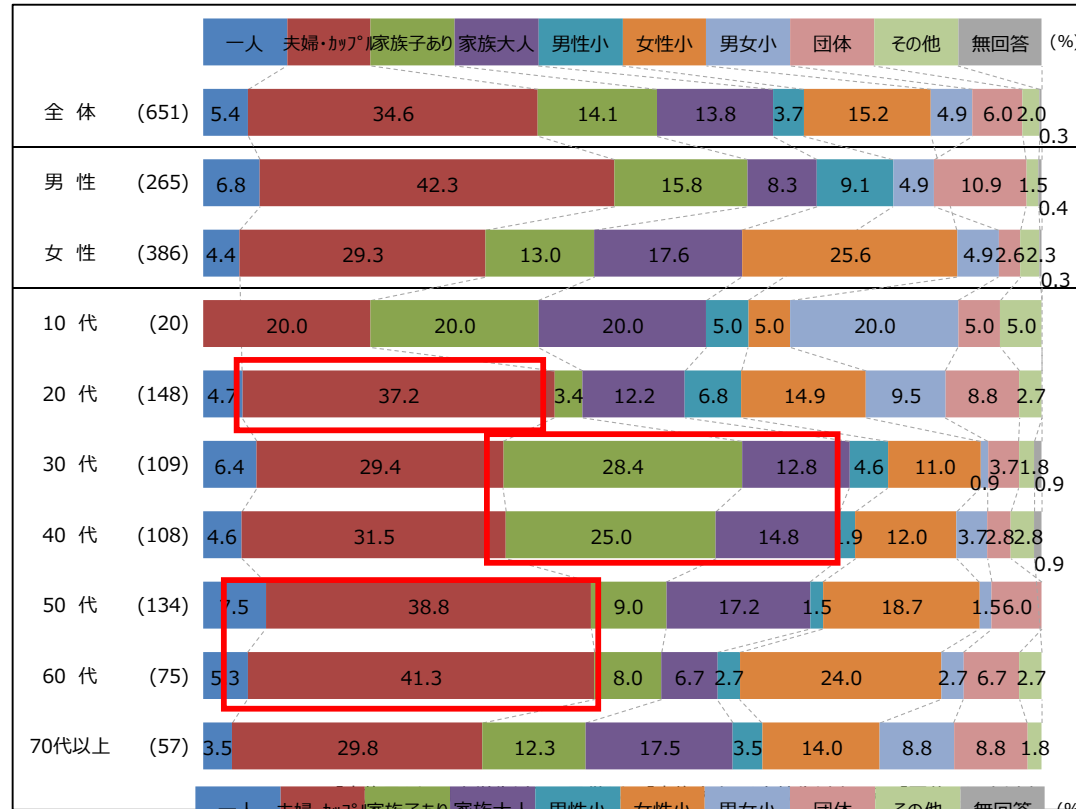
■職業×日帰り／宿泊



1. 旅行同行者

・性別では、男性は「夫婦・カップル」が42.3%と一番多く、女性は「夫婦・カップル」が29.3%で一番だが、次いで「女性小グループ」が25.6%を占める。「女性小グループ」は、宿泊割合が高い（日帰り11.8%、宿泊16.4%）。

■ 性・年齢別×同行者



＜ライフ・ステージの変遷＞

「夫婦・カップル」前期



結婚

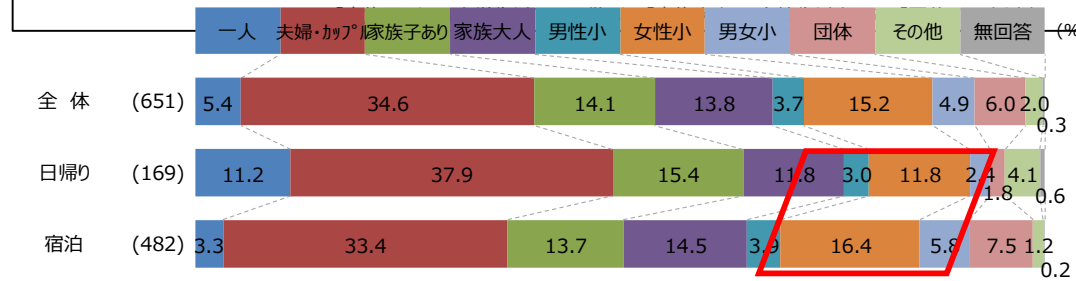
「ファミリー」期



子育て

「夫婦・カップル」後期

■ 日帰り/宿泊×同行者

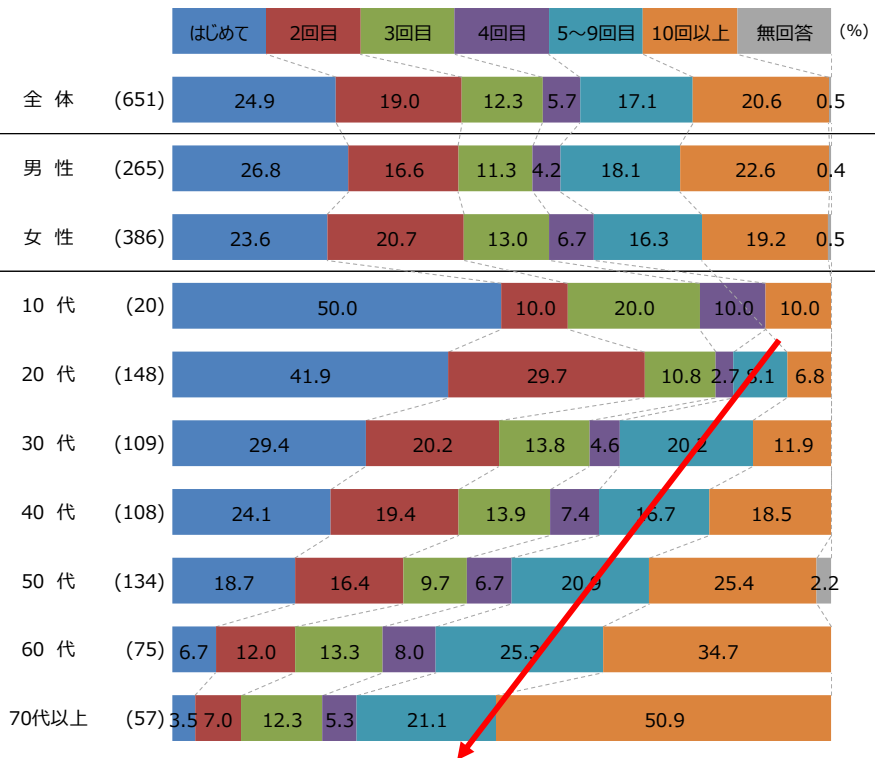


※「家族子あり」は中学生以下の子供あり、「家族大人」は高校生以上のみ、「団体」は7人以上

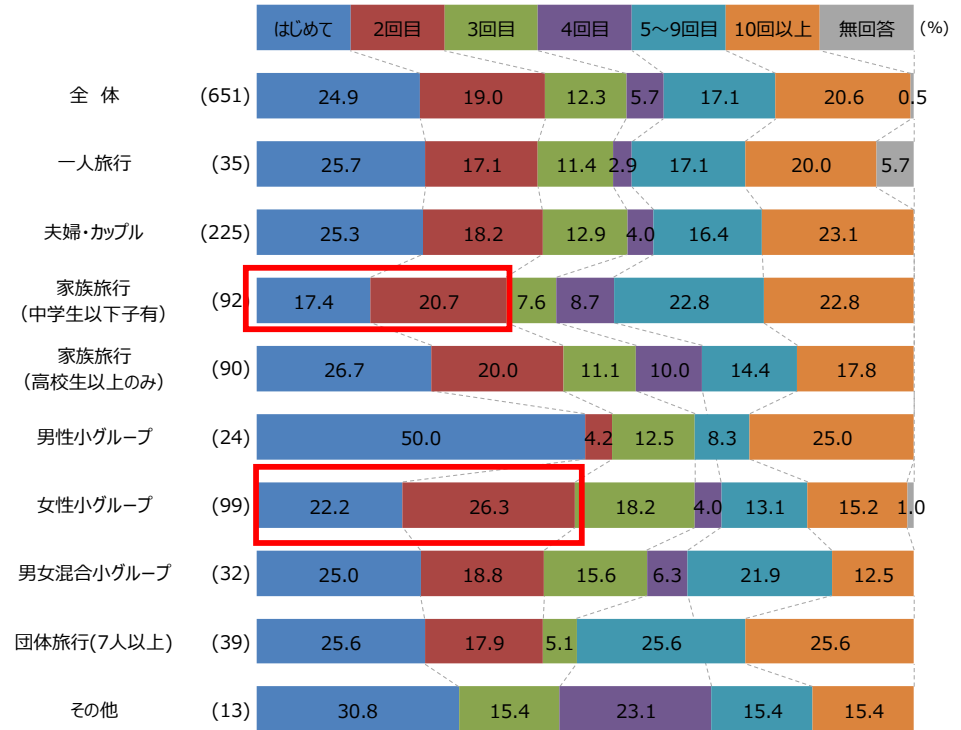
2. 熱海市への訪問回数

- ・訪問回数では、「はじめて」が24.9%と一番多く、次に「10回以上」のハード・リピーターが20.6%で続く。性年齢別では、20代では初回層が41.9%と高く、年齢が高くなるに連れ、ハードリピーターの割合が相対的に高くなる。
- ・同行者別では、「女性小グループ」、「家族旅行（中学生以下子供あり）」では、初回層の割合より「2回目」の割合の方が高く、リピートの関連性が比較的高いことが推測できる。

■ 性・年齢別×訪問回数



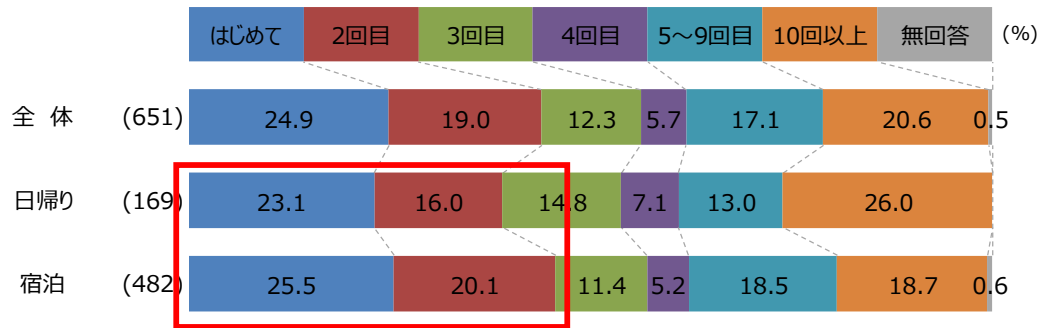
■ 同行者別×訪問回数



2. 熱海市への訪問回数

- ・訪問回数の日帰り/宿泊別では、「はじめて」、「2回目」共に、宿泊の割合が高くなっており、リピート割合の関係性も宿泊の方が高くなっている。
- ・日帰りの「10回以上」（26.0%）は、県内、神奈川県など、居住地との距離が関係していると推測できる。

■ 日帰り/宿泊×訪問回数



■ 前回訪問時期 (参考データ)

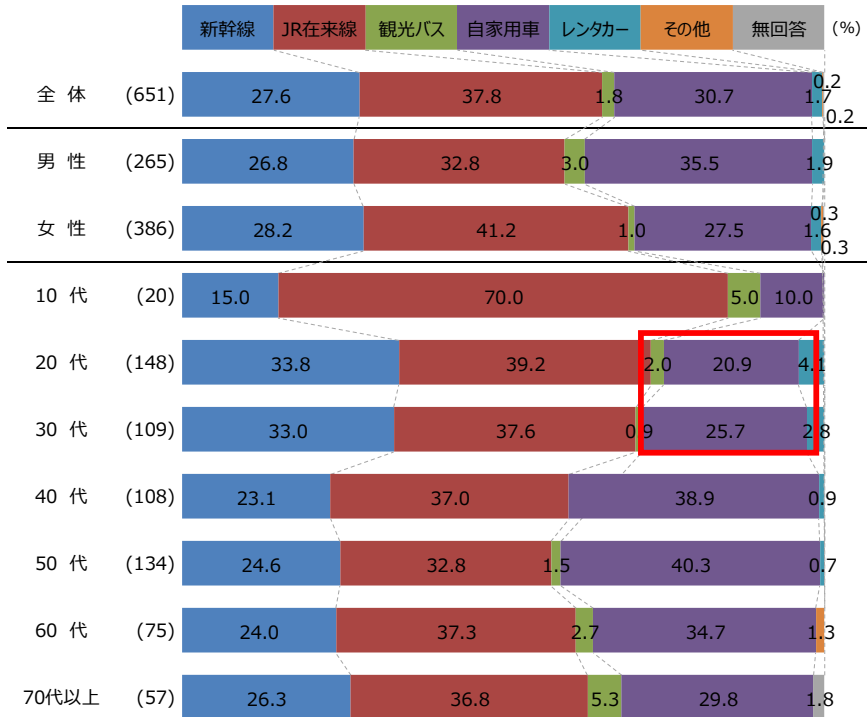
	〳半年前	〳1年前	〳2年前	〳5年前	5年以上前	無回答
全体 (486)	107 100.0	72 22.0	73 14.8	61 15.0	68 12.6	105 14.0
日帰り (130)	45 100.0	17 34.6	18 13.1	8 13.8	13 6.2	29 10.0
宿泊 (356)	62 100.0	55 17.4	55 15.4	53 15.4	55 14.9	76 15.4

※ベースは熱海市訪問回数が2回以上

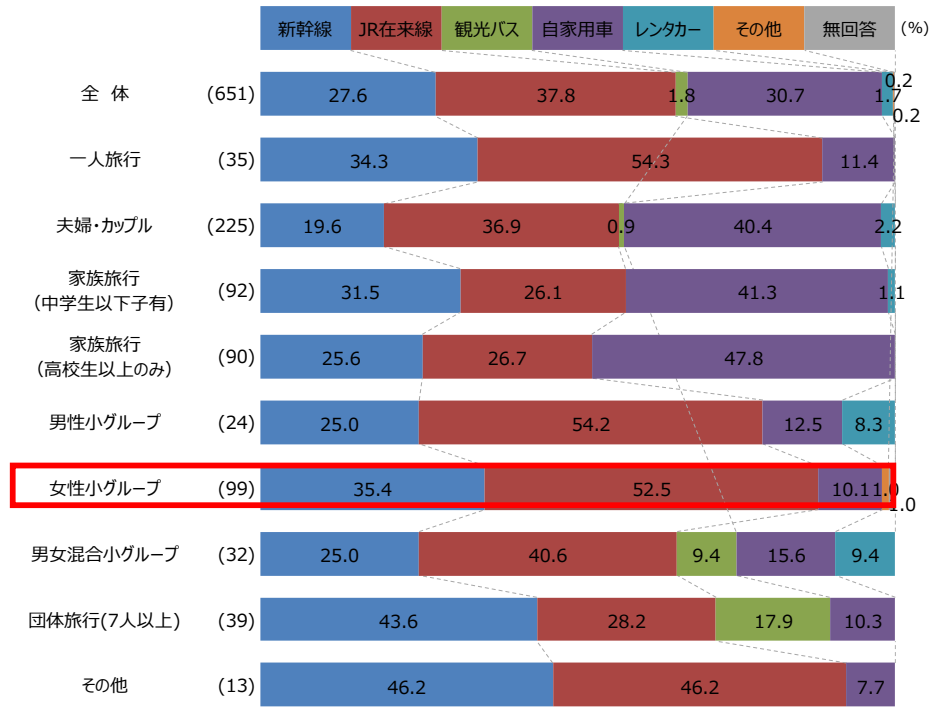
3. 熱海市までの交通手段

- ・熱海市までの交通手段は、①「JR在来線」37.8%、②「自家用車」30.7%、③「新幹線」27.6%の順である。
- ・年代別では、若年層で「自家用車」率が低く、同行者別では「女性小グループ」の「自家用車」比率が低く、日帰り/宿泊別では、日帰りで「自家用車」率が高くなっている。

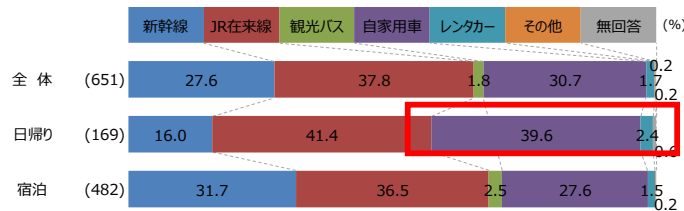
■ 性・年齢別×一次交通手段



■ 同行者別×一次交通手段



■ 日帰り/宿泊×一次交通手段

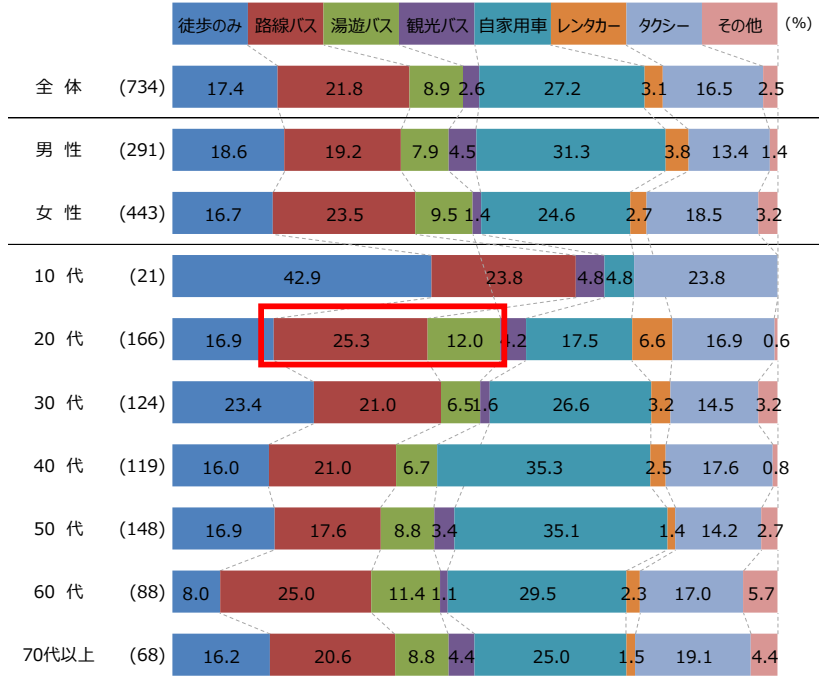


問7. 熱海市までの主な交通手段

4. 熱海市内の交通手段

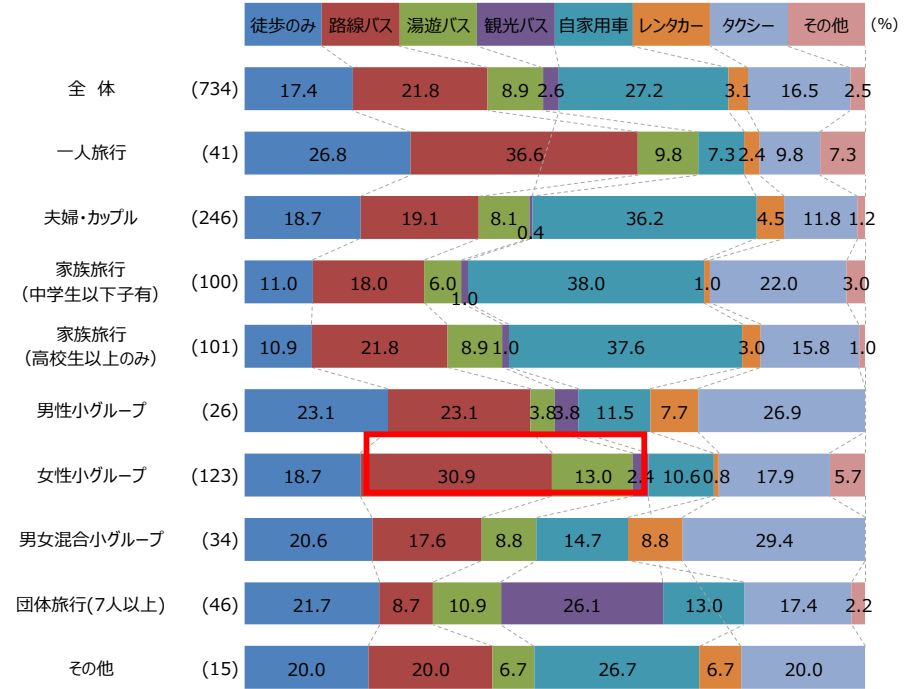
- 熱海市内の交通手段は、①「自家用車」27.2%、②「路線バス」21.8%、③「徒歩のみ」17.4%、④「タクシー」16.5%、⑤「湯遊バス」8.9%の順である。
- 年代別では、20代で「路線バス」25.3%、「湯遊バス」12.0%と公共の二次交通利用率が高く、同行者別では、「女性小グループ」で同様の傾向がみられる。「タクシー」は、同行者別で割合が大きく異なる。

■ 性・年齢別×二次交通手段



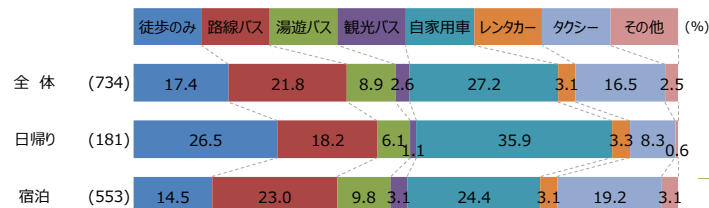
※複数回答のためサンプル数は延べ回答数とした

■ 同行者別×二次交通手段



※複数回答のためサンプル数は延べ回答数とした

■ 日帰り/宿泊×二次交通手段



※複数回答のためサンプル数は延べ回答数とした

・一次交通と二次交通の関係では、「湯遊バス」は「JR在来線」で17.1%、「新幹線」で9.4%と「JR在来線」で割合が高く、「タクシー」は「新幹線」で38.9%、「JR在来線」で18.3%と「新幹線」で割合が高くなっている。

■一次交通（新幹線、在来線、自家用車）×二次交通

		熱海市内での移動手段								
		徒歩のみ	路線バス	湯 遊 バス	観 光 （貸 切） バス	自 家 用 車	レ ン タ カ ー	タ ク シ ー	そ の 他	(%)
熱 海 市 ま で の 主 な 交 通 手 段	全体 (651)	19.7	24.6	10.0	2.9	30.7	3.5	18.6	2.8	
	新幹線 (180)	21.1	30.6	9.4	3.9	5.6	3.9	38.9	5.0	
	JR在来線 (246)	31.3	38.6	17.1	3.3	2.8	2.0	18.3	3.3	
	自家用車 (200)	4.5	3.5	1.0	-	91.5	-	2.5	0.5	

5. 熱海訪問のきっかけ情報源

- きっかけとなった情報源では、①「前回来てよかった」23.0%、②「家族・知人のすすめ」20.4%、③「インターネット」11.8%、④「宿泊予約サイト」10.9%の順になっている。
- 「旅行会社のパンフレット」2.8%、「テレビ番組」6.6%、「新聞広告」0.2%、「雑誌・ガイドブック」4.0%とマス媒体離れ、紙媒体離れの傾向が進んでいる。「テレビ番組」においては、若年層のテレビ離れの傾向もみられる。

■性・年齢別×情報源

		ポスター	旅行会社のパンフレット	テレビ番組	新聞広告	雑誌・ガイドブック	宿泊予約サイト	インターネット	SNS	家族・知人のすすめ	前回来てよかった	その他	(%)
全体	(651)	1.2	2.8	6.6	0.2	4.0	10.9	11.8	3.2	20.4	23.0	16.4	
男性	(265)	1.9	3.4	5.3	0.4	4.2	8.7	13.2	3.8	20.4	21.1	17.7	
女性	(386)	0.8	2.3	7.5	-	3.9	12.4	10.9	2.8	20.5	24.4	15.5	
10代	(20)	-	-	-	-	5.0	5.0	15.0	15.0	25.0	25.0	5.0	
20代	(148)	2.0	3.4	4.1	-	2.0	9.5	15.5	8.8	23.6	16.9	15.5	
30代	(109)	-	1.8	4.6	-	2.8	9.2	15.6	2.8	22.0	21.1	19.3	
40代	(108)	0.9	2.8	9.3	-	0.9	13.9	12.0	0.9	14.8	28.7	17.6	
50代	(134)	-	2.2	9.0	-	7.5	14.2	11.2	-	22.4	21.6	13.4	
60代	(75)	2.7	5.3	8.0	-	4.0	12.0	5.3	1.3	14.7	30.7	16.0	
70代以上	(57)	3.5	1.8	7.0	1.8	8.8	5.3	3.5	-	21.1	24.6	22.8	

問9. 熱海に来られた主なきっかけとなった情報源は？（複数回答）

5. 熱海訪問のきっかけ情報源

- ・同行者別では、「家族旅行（子供あり）」では「前回来てよかった」とリピートの傾向が強く、「家族旅行（高校生以上のみ）」では「家族・知人のすすめ」が33.3%と多くなっている。
- ・「夫婦・カップル」では、「宿泊予約サイト」が14.7%と割合が高くなっており、宿優先の旅行先選びの傾向がみられる。

■ 同行者別×情報源

		ポスター	旅行会社のパンフレット	テレビ番組	新聞広告	雑誌・ガイドブック	宿泊予約サイト	インターネット	SNS	家族・知人のすすめ	前回来てよかった	その他	(%)
全体	(651)	1.2	2.8	6.6	0.2	4.0	10.9	11.8	3.2	20.4	23.0	16.4	
一人旅行	(35)	2.9	2.9	5.7	-	8.6	2.9	11.4	2.9	14.3	25.7	22.9	
夫婦・カップル	(225)	1.8	0.9	8.0	0.4	6.2	14.7	13.3	4.4	14.7	24.0	12.4	
家族旅行 (中学生以下子有)	(92)	1.1	2.2	3.3	-	1.1	9.8	14.1	3.3	21.7	28.3	16.3	
家族旅行 (高校生以上のみ)	(90)	-	4.4	7.8	-	3.3	8.9	6.7	2.2	33.3	25.6	8.9	
男性小グループ	(24)	-	-	4.2	-	-	4.2	12.5	4.2	29.2	20.8	20.8	
女性小グループ	(99)	-	3.0	8.1	-	5.1	9.1	15.2	4.0	23.2	20.2	15.2	
男女混合小グループ	(32)	-	6.3	6.3	-	-	15.6	9.4	-	15.6	15.6	28.1	
団体旅行(7人以上)	(39)	5.1	10.3	5.1	-	-	7.7	7.7	-	20.5	10.3	33.3	
その他	(13)	-	-	-	-	-	7.7	-	-	15.4	30.8	46.2	

5. 熱海訪問のきっかけ情報源

- ・日帰り/宿泊別では、日帰りで「前回来てよかった」が30.8%と高く、日帰り観光地としてのリピートの傾向がみられる。
- ・SNSは、相対的に低くなっているが日帰りで4.7%、宿泊で2.7%と滞在時間の短い日帰りの方がその割合が高くなっている。インスタ映えスポットのアプローチ等が観光施設や街中グルメの割合が多いことが推測できる。

■ 日帰り/宿泊×情報源

		ポスター	旅行会社のパンフレット	テレビ番組	新聞広告	雑誌・ガイドブック	宿泊予約サイト	インターネット	SNS	家族・知人のすすめ	前回来てよかった	その他	(%)
全体 (651)		1.2	2.8	6.6	0.2	4.0	10.9	11.8	3.2	20.4	23.0	16.4	
日帰り (169)		0.6	-	5.3	-	4.1	1.8	14.2	4.7	18.3	30.8	21.9	
宿泊 (482)		1.5	3.7	7.1	0.2	3.9	14.1	11.0	2.7	21.2	20.3	14.5	

6. 熱海旅行の目的

- ・熱海旅行の目的では、①「温泉」66.8%、②「自然・海の景観」30.3%、③「料理・味覚」25.5%の順になっている。
- ・「交通の便がよい」が21.7%あり、いくつかの候補地から熱海が選ばれる理由、“強み”になっている。
- ・「温泉」目的の性別では、男性62.3%、女性69.9%と女性の割合が高く、年齢別では50代、60代の割合が高くなっている。
- ・「美術館・博物館等の文化施設」は、70代で15.8%と高いが、若年層では相対的に割合が低くなっている。

■性・年齢別×目的

		温泉	自然・海の景観	料理・味覚	季節の花	街歩き・食歩	予算の関係	交通の便がよい	史跡・文学碑・建造物	観光施設	美術館・博物館等の文化施設	体験観光（海釣り等）	公園	その他	(%)
全体	(651)	66.8	30.3	25.5	2.2	16.1	2.6	21.7	3.2	6.1	3.8	0.9	1.1	8.4	
男性	(265)	62.3	32.8	26.8	1.5	15.5	3.0	18.1	3.8	7.2	3.4	1.1	1.1	8.7	
女性	(386)	69.9	28.5	24.6	2.6	16.6	2.3	24.1	2.8	5.4	4.1	0.8	1.0	8.3	
10代	(20)	45.0	45.0	30.0	-	25.0	5.0	15.0	5.0	-	5.0	-	-	10.0	
20代	(148)	67.6	32.4	28.4	0.7	18.2	3.4	16.9	2.7	7.4	2.0	-	0.7	6.8	
30代	(109)	62.4	33.9	24.8	0.9	18.3	2.8	32.1	3.7	5.5	2.8	3.7	2.8	11.0	
40代	(108)	62.0	27.8	27.8	3.7	22.2	2.8	17.6	4.6	7.4	2.8	0.9	1.9	7.4	
50代	(134)	73.9	38.1	18.7	1.5	14.2	1.5	17.9	3.0	6.0	0.7	-	-	7.5	
60代	(75)	78.7	17.3	30.7	5.3	10.7	1.3	25.3	1.3	6.7	6.7	1.3	-	4.0	
70代以上	(57)	57.9	15.8	22.8	3.5	3.5	3.5	28.1	3.5	3.5	15.8	-	1.8	17.5	

6. 熱海旅行の目的

- ・同行者別の旅行目的「温泉」では、「女性小グループ」で76.8%、「家族旅行（高校生以上のみ）」で76.7%と高く、「一人旅行」48.6%、「団体旅行（7人以上）」59.0%では、割合が低くなっている、
- ・同行者別の旅行目的「自然・海の景観」では、「男女混合小グループ」で43.8%、「一人旅行」で40.0%と高くなっている。
- ・同行者別の旅行目的「料理・味覚」では、「男性小グループ」で41.7%、「夫婦・カップル」で28.0%と高くなっている。

■ 同行者別×目的

		温泉	自然・海の景観	料理・味覚	季節の花	街歩き・食歩	予算の関係	交通の便がよい	史跡・建造物・文学碑・	観光施設	美術館・博物館等の文化施設	体験観光（海釣り等）	公園	その他
		1位	2位	3位										
全体	(651)	66.8	30.3	25.5	2.2	16.1	2.6	21.7	3.2	6.1	3.8	0.9	1.1	8.4
一人旅行	(35)	48.6	40.0	5.7	2.9	11.4	-	20.0	11.4	5.7	5.7	5.7	-	17.1
夫婦・カップル	(225)	66.2	34.2	28.0	3.1	17.8	1.8	23.1	3.1	7.1	1.8	0.4	0.9	4.4
家族旅行 (中学生以下子有)	(92)	62.0	29.3	27.2	1.1	16.3	5.4	29.3	1.1	3.3	3.3	2.2	4.3	10.9
家族旅行 (高校生以上のみ)	(90)	76.7	28.9	28.9	1.1	12.2	1.1	13.3	5.6	7.8	6.7	-	1.1	5.6
男性小グループ	(24)	62.5	4.2	41.7	-	12.5	8.3	25.0	-	4.2	-	-	-	12.5
女性小グループ	(99)	76.8	27.3	24.2	2.0	17.2	1.0	22.2	4.0	8.1	4.0	-	-	4.0
男女混合小グループ	(32)	68.8	43.8	21.9	-	15.6	3.1	31.3	-	3.1	3.1	-	-	12.5
団体旅行(7人以上)	(39)	59.0	20.5	12.8	2.6	15.4	7.7	10.3	-	5.1	10.3	2.6	-	17.9
その他	(13)	46.2	15.4	15.4	-	23.1	-	7.7	-	-	7.7	-	-	46.2

6. 熱海旅行の目的

- ・日帰り/宿泊別で顕著な差がみられるのは、
「温泉」では、日帰り=35.5%、宿泊77.8%。「料理・味覚」では、日帰り=18.3%、宿泊28.0%。
「街歩き・食べ歩き」では、日帰り29.0%、宿泊11.6%。
「温泉」「料理・味覚」は宿泊への効果が、「街歩き・食べ歩き」は日帰りへの効果が高いことがわかる。

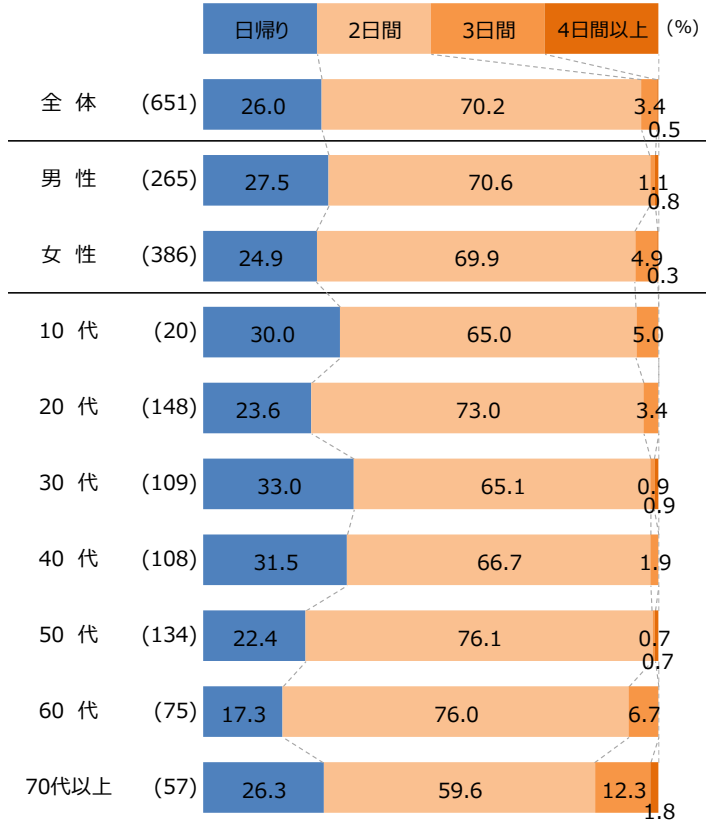
■ 日帰り/宿泊×目的

		温泉	自然・海の景観	料理・味覚	季節の花	街歩き・食べ歩き	予算の関係	交通の便がよい	史跡・文学碑・建造物	観光施設	美術館・博物館等の文化施設	体験観光（海釣り等）	公園	その他	(%)
全体 (651)		66.8	30.3	25.5	2.2	16.1	2.6	21.7	3.2	6.1	3.8	0.9	1.1	8.4	
日帰り (169)		35.5	33.7	18.3	5.3	29.0	0.6	17.2	7.7	8.9	5.9	1.8	3.0	14.8	
宿泊 (482)		77.8	29.0	28.0	1.0	11.6	3.3	23.2	1.7	5.2	3.1	0.6	0.4	6.2	

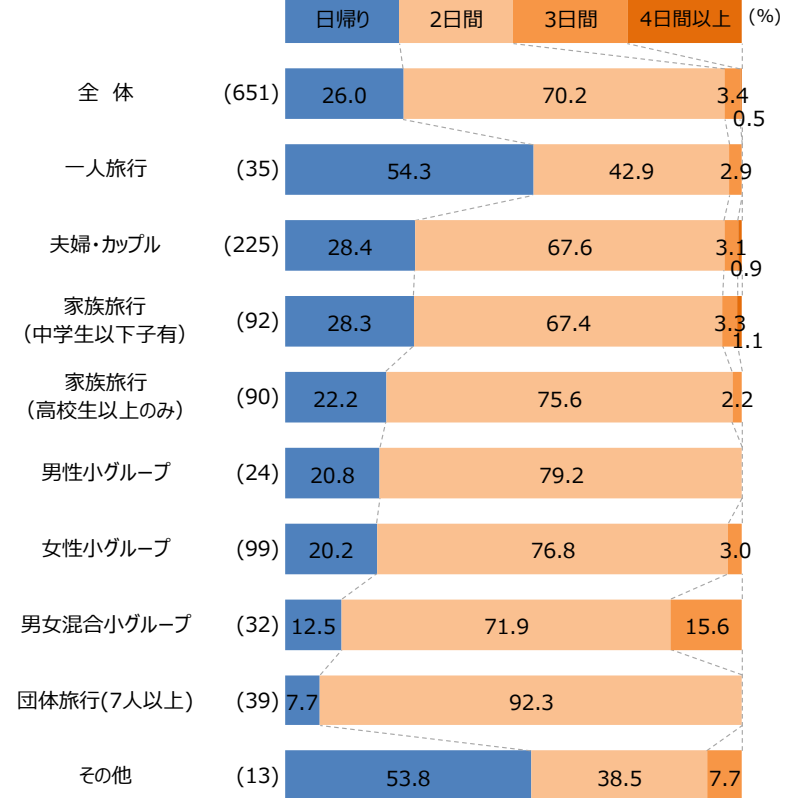
7. 熱海の滞在期間

- ・全体では、日帰り26.0%、2日間70.2%、3日間3.4%、4日間以上0.5%である。
- ・年齢別で宿泊割合が高いのは、60代の82.7%、20代の76.4%で、ファミリー世代の30代、40代で低くなっている。
- ・同行者別で日帰り割合が高いのは「一人旅行」の54.3%、逆に宿泊割合が高いのは、「団体旅行（7人以上）」92.3%、「男女混合小グループ」87.5%、「女性小グループ」の79.8%である。

■ 性・年齢別×滞在期間



■ 同行者別×滞在期間



■ 日帰りの滞在時間 (参考)

	~2時間 (%)	~4時間 (%)	~6時間 (%)	6時間以上 (%)
全体 (169)	16.0	29.6	23.7	20.7

8. 訪問先

- ・全体では、①「来宮神社」43.0%、②「駅前商店街」31.5%、③「海岸線（サンビーチ・親水公園等）」30.7%、④「アカオハーブ&ローズガーデン」23.5%、⑤「家康の湯」22.1%の順で、平均訪問箇所数は2.69箇所である。
- ・「来宮神社」は、10代と30代を除いた性・年齢別で、訪問先ランキング1位になっている。

■性・年齢別×訪問先

	全体 (651)		男性 (265)		女性 (386)		10代 (20)		20代 (148)	
1	来宮神社	43.0%	来宮神社	39.6%	来宮神社	45.3%	海岸線（サンビーチ・親水公園）	55.0%	来宮神社	44.6%
2	駅前商店街	31.5%	海岸線（サンビーチ・親水公園）	34.0%	駅前商店街	32.9%	来宮神社	50.0%	駅前商店街	39.9%
3	海岸線（サンビーチ・親水公園）	30.7%	駅前商店街	29.4%	海岸線（サンビーチ・親水公園）	28.5%	家康の湯 駅前足湯	50.0%	海岸線（サンビーチ・親水公園）	36.5%
4	アカオハーブ&ローズガーデン	23.5%	アカオハーブ&ローズガーデン	21.5%	アカオハーブ&ローズガーデン	24.9%	駅前商店街	45.0%	家康の湯 駅前足湯	32.4%
5	家康の湯 駅前足湯	22.1%	家康の湯 駅前足湯	19.2%	家康の湯 駅前足湯	24.1%	熱海銀座商店街	10.0%	アカオハーブ&ローズガーデン	29.1%
6	熱海銀座商店街	16.7%	熱海城	16.2%	熱海銀座商店街	19.7%	MOA美術館	10.0%	熱海銀座商店街	19.6%
7	起雲閣	14.9%	MOA美術館	14.0%	起雲閣	17.4%	アカオハーブ&ローズガーデン 熱海城 / 伊豆山神社 / 秘宝館 走り湯 / 七湯めぐり	5.0%	熱海城	14.2%
8	MOA美術館	14.0%	熱海銀座商店街	12.5%	MOA美術館	14.0%			MOA美術館	11.5%
9	熱海城	12.7%	起雲閣	11.3%	お宮の松	11.9%			起雲閣	8.8%
10	お宮の松	11.2%	お宮の松	10.2%	熱海城	10.4%			初島	6.8%
	平均箇所数	2.69	平均箇所数	2.61	平均箇所数	2.74	平均箇所数	2.75	平均箇所数	2.88

	30代 (109)		40代 (108)		50代 (134)		60代 (75)		70代以上 (57)	
1	駅前商店街	40.4%	来宮神社	38.0%	来宮神社	55.2%	来宮神社	36.0%	来宮神社	33.3%
2	来宮神社	39.4%	海岸線（サンビーチ・親水公園）	29.6%	海岸線（サンビーチ・親水公園）	32.8%	起雲閣	29.3%	駅前商店街	26.3%
3	海岸線（サンビーチ・親水公園）	33.0%	駅前商店街	23.1%	駅前商店街	27.6%	アカオハーブ&ローズガーデン	26.7%	MOA美術館	22.8%
4	家康の湯 駅前足湯	23.9%	アカオハーブ&ローズガーデン	23.1%	アカオハーブ&ローズガーデン	21.6%	海岸線（サンビーチ・親水公園）	22.7%	アカオハーブ&ローズガーデン	19.3%
5	アカオハーブ&ローズガーデン	22.0%	熱海銀座商店街	20.4%	家康の湯 駅前足湯	20.9%	駅前商店街	21.3%	起雲閣	19.3%
6	熱海銀座商店街	18.3%	家康の湯 駅前足湯	19.4%	熱海銀座商店街	19.4%	MOA美術館	16.0%	お宮の松	12.3%
7	熱海城	15.6%	熱海城	13.9%	起雲閣	17.2%	熱海城	12.0%	海岸線（サンビーチ・親水公園）	10.5%
8	お宮の松	13.8%	起雲閣	13.0%	MOA美術館	16.4%	お宮の松	10.7%	熱海城	10.5%
9	起雲閣	12.8%	MOA美術館	13.0%	お宮の松	16.4%	初島	10.7%	家康の湯 駅前足湯	8.8%
10	長浜海浜公園	12.8%	お宮の松	11.1%	伊豆山神社	11.2%	家康の湯（駅前足湯） 熱海銀座商店街	8.0%	熱海銀座商店街 網代	7.0%
	平均箇所数	2.73	平均箇所数	2.62	平均箇所数	2.89	平均箇所数	2.36	平均箇所数	2.18

★熱海郊外の訪問先 初島=4.8%、網代=3.5%、十国峠=2.9%

問12. 熱海市内・外のどこに行きましたか？（どこに行く予定ですか？）※15分以上の立ち寄り地

8. 訪問先

- ・同行者別の訪問先では、「家族旅行（中学生以下子供あり）」、「その他」を除き、「来宮神社」が訪問先のトップになっている。
- ・「女性小グループ」では、「駅前商店街」37.4%、「熱海銀座商店街」23.2%と食べ歩きやショッピングの実施の割合が高いことが伺える。

■ 同行者別×訪問先

	全体 (651)	一人旅行 (35)	夫婦・カップル (225)	家族旅行 (中学生以下子供あり) (92)	家族旅行 (高校生以上のみ) (90)
1	来宮神社 43.0%	来宮神社 54.3%	来宮神社 46.2%	駅前商店街 35.9%	来宮神社 43.3%
2	駅前商店街 31.5%	起雲閣 28.6%	海岸線 (サンビーチ・親水公園) 33.8%	海岸線 (サンビーチ・親水公園) 32.6%	アカオハープ&ローズガーデン 26.7%
3	海岸線 (サンビーチ・親水公園) 30.7%	駅前商店街 28.6%	駅前商店街 32.9%	来宮神社 32.6%	起雲閣 23.3%
4	アカオハープ&ローズガーデン 23.5%	海岸線 (サンビーチ・親水公園) 20.0%	アカオハープ&ローズガーデン 28.9%	家康の湯口駅前足湯) 26.1%	駅前商店街 22.2%
5	家康の湯口駅前足湯) 22.1%	お宮の松 17.1%	家康の湯口駅前足湯) 23.6%	アカオハープ&ローズガーデン 16.3%	海岸線 (サンビーチ・親水公園) 21.1%
6	熱海銀座商店街 16.7%	家康の湯口駅前足湯) 17.1%	熱海銀座商店街 19.6%	熱海銀座商店街 16.3%	MOA美術館 16.7%
7	起雲閣 14.9%	アカオハープ&ローズガーデン 14.3%	熱海城 15.6%	お宮の松 14.1%	家康の湯口駅前足湯) 16.7%
8	MOA美術館 14.0%	熱海城 14.3%	MOA美術館 13.8%	長浜海浜公園 14.1%	熱海銀座商店街 15.6%
9	熱海城 12.7%	熱海梅園 / MOA美術館 熱海銀座商店街 11.4%	起雲閣 13.3%	熱海城 10.9%	熱海城 11.1%
10	お宮の松 11.2%	お宮の松 12.9%	MOA美術館 9.8%	伊豆山神社 7.8%	
	平均個所数 2.69	平均個所数 2.85	平均個所数 2.90	平均個所数 2.43	平均個所数 2.44

	男性小グループ (24)	女性小グループ (99)	男女混合小グループ (32)	団体旅行 (7人以上) (39)	その他 (13)
1	海岸線 (サンビーチ・親水公園) 50.0%	来宮神社 44.4%	来宮神社 46.9%	来宮神社 35.9%	家康の湯口駅前足湯) 38.5%
2	来宮神社 50.0%	駅前商店街 37.4%	海岸線 (サンビーチ・親水公園) 43.8%	駅前商店街 30.8%	駅前商店街 38.5%
3	駅前商店街 25.0%	海岸線 (サンビーチ・親水公園) 30.3%	家康の湯口駅前足湯) 28.1%	海岸線 (サンビーチ・親水公園) 20.5%	海岸線 (サンビーチ・親水公園) 30.8%
4	秘宝館 12.5%	アカオハープ&ローズガーデン 27.3%	駅前商店街 25.0%	アカオハープ&ローズガーデン 17.9%	アカオハープ&ローズガーデン 15.4%
5	MOA美術館 12.5%	起雲閣 23.2%	アカオハープ&ローズガーデン 21.9%	家康の湯口駅前足湯) 17.9%	来宮神社 15.4%
6	家康の湯口駅前足湯) 12.5%	熱海銀座商店街 23.2%	熱海城 12.5%	起雲閣 15.4%	熱海梅園 7.7%
7	走り湯 12.5%	家康の湯口駅前足湯) 22.2%	秘宝館 12.5%	MOA美術館 15.4%	伊豆山神社 7.7%
8	熱海銀座商店街 12.5%	MOA美術館 20.2%	網代 9.4%	熱海城 12.8%	MOA美術館 7.7%
9	熱海梅園 8.3%	お宮の松 16.2%	伊豆山神社 MOA美術館 6.3%	お宮の松 熱海銀座商店街 初島 7.7%	熱海銀座商店街 7.7%
10	熱海城 8.3%	熱海城 12.1%	熱海銀座商店街		
	平均個所数 2.38	平均個所数 2.99	平均個所数 2.38	平均個所数 2.44	平均個所数 1.92

8. 訪問先

- ・日帰り/宿泊別の訪問先の順位は変わらないが、訪問割合の数値(%)は、日帰りの方が宿泊よりも高くなっている。
 「来宮神社」=日帰り62.1%、宿泊36.3%、「駅前商店街」=日帰り46.2%、宿泊26.3%
 ⇒日帰り旅行は、観光としての訪問先が目的型で決まっていることが多いことが推測できる。

■日帰り/宿泊×訪問先

	全体 (651)		日帰り (169)		宿泊 (482)	
1	来宮神社	43.0%	来宮神社	62.1%	来宮神社	36.3%
2	駅前商店街	31.5%	海岸線 (サンビーチ・親水公園)	53.3%	駅前商店街	26.3%
3	海岸線 (サンビーチ・親水公園)	30.7%	駅前商店街	46.2%	海岸線 (サンビーチ・親水公園)	22.8%
4	アカオハーブ&ローズガーデン	23.5%	アカオハーブ&ローズガーデン	33.7%	アカオハーブ&ローズガーデン	19.9%
5	家康の湯(駅前足湯)	22.1%	家康の湯(駅前足湯)	30.2%	家康の湯(駅前足湯)	19.3%
6	熱海銀座商店街	16.7%	熱海城	25.4%	熱海銀座商店街	15.8%
7	起雲閣	14.9%	MOA美術館	21.9%	起雲閣	13.9%
8	MOA美術館	14.0%	熱海銀座商店街	19.5%	MOA美術館	11.2%
9	熱海城	12.7%	起雲閣	17.8%	お宮の松	9.5%
10	お宮の松	11.2%	お宮の松	16.0%	熱海城	8.3%
	平均個所数	2.69	平均個所数	2.21	平均個所数	2.86

8. 訪問先

- ・「来宮神社」は、一次交通別（列車、自家用車）のどちらも訪問率が高くなっている。
 - ・自家用車利用者の割合が多い訪問先としては、アカオハーブ&ローズガーデン（車30.0%、列車21.4%）。
 - ・列車利用者の割合が多い訪問先としては、「海岸線」（列車34.3%、車24.0%）、「駅前商店街」（列車36.9%、車22.0%）、「家康の湯」（列車27.0%、車13.0%）、「熱海銀座商店街」（列車19.2%、車13.0%）がある。
- ※「海岸線」は、車で通過しているものは含まれず、15分以上滞在していない

■一次交通手段別

	全体（651）		新幹線+JR在来線（426）		自家用車（200）	
1	来宮神社	43.0%	来宮神社	42.7%	来宮神社	41.5%
2	駅前商店街	31.5%	駅前商店街	36.9%	アカオハーブ&ローズガーデン	30.0%
3	海岸線（サンビーチ・親水公園）	30.7%	海岸線（サンビーチ・親水公園）	34.3%	海岸線（サンビーチ・親水公園）	24.0%
4	アカオハーブ&ローズガーデン	23.5%	家康の湯口駅前足湯）	27.0%	駅前商店街	22.0%
5	家康の湯口駅前足湯）	22.1%	アカオハーブ&ローズガーデン	21.4%	起雲閣	14.5%
6	熱海銀座商店街	16.7%	熱海銀座商店街	19.2%	長浜海浜公園	14.0%
7	起雲閣	14.9%	起雲閣	15.5%	MOA美術館	13.5%
8	MOA美術館	14.0%	MOA美術館	14.3%	家康の湯口駅前足湯）	13.0%
9	熱海城	12.7%	お宮の松	12.9%	熱海銀座商店街	13.0%
10	お宮の松	11.2%	熱海城	12.9%	熱海城	12.5%
	平均個所数	2.69	平均個所数	2.80	平均個所数	2.53

8. 訪問先

・全体の広域周遊先としては、①「伊東」5.8%、②「伊豆」1.8%、③「箱根」「三島」1.7%、⑤「湯河原」1.5%、⑥「小田原」、「沼津」1.4%の順である。

■ 第一次交通×熱海市以外の広域周遊先

		伊東	伊豆	箱根	三島	湯河原	小田原	沼津	伊豆高原	下田	熱川	修善寺	清水	東京
全体	(651)	5.8	1.8	1.7	1.7	1.5	1.4	1.4	1.1	0.9	0.8	0.8	0.5	0.5
新幹線	(180)	3.3	0.6	1.1	1.1	2.2	0.6	0.6	1.7	1.7	0.6	1.1	0.6	1.1
JR在来線	(246)	4.1	-	0.8	0.8	0.8	0.8	1.2	0.4	0.8	0.8	-	0.4	-
自家用車	(200)	11.0	4.5	3.5	3.5	2.0	2.5	2.5	1.5	0.5	0.5	1.0	-	0.5

※上位のみ抜粋

■ 日帰り/宿泊別×熱海市以外の広域周遊先

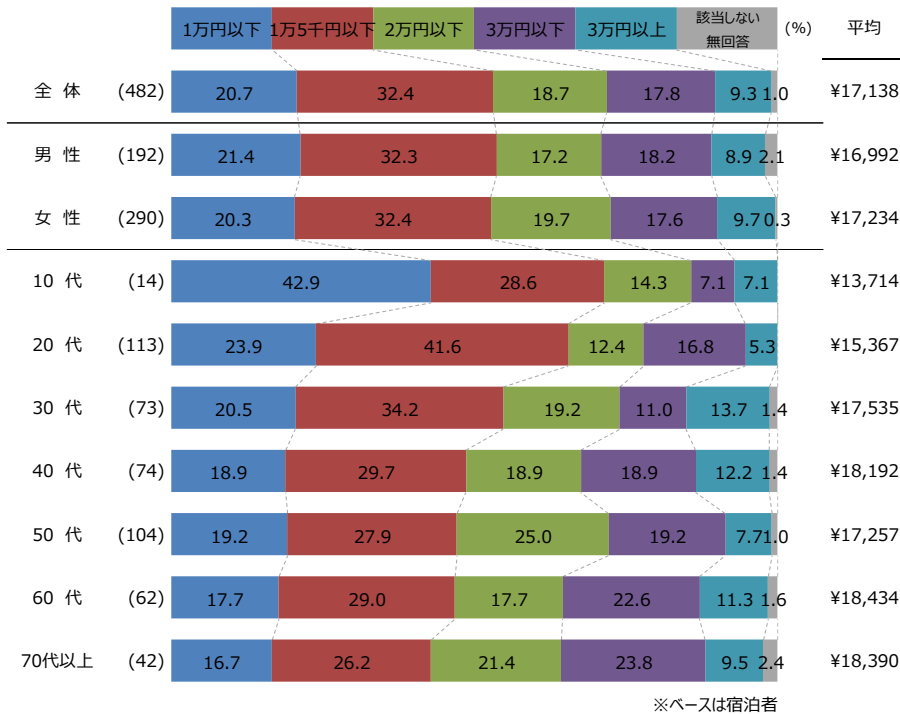
		伊東	伊豆	箱根	三島	湯河原	小田原	沼津	伊豆高原	下田	熱川	修善寺	清水	東京
全体	(651)	5.8	1.8	1.7	1.7	1.5	1.4	1.4	1.1	0.9	0.8	0.8	0.5	0.5
日帰り	(169)	10.7	3.6	3.0	0.6	1.8	1.8	1.8	3.6	1.2	1.8	1.2	1.8	1.2
宿泊	(482)	4.1	1.2	1.2	2.1	1.5	1.2	1.2	0.2	0.8	0.4	0.6	-	0.2

※上位のみ抜粋

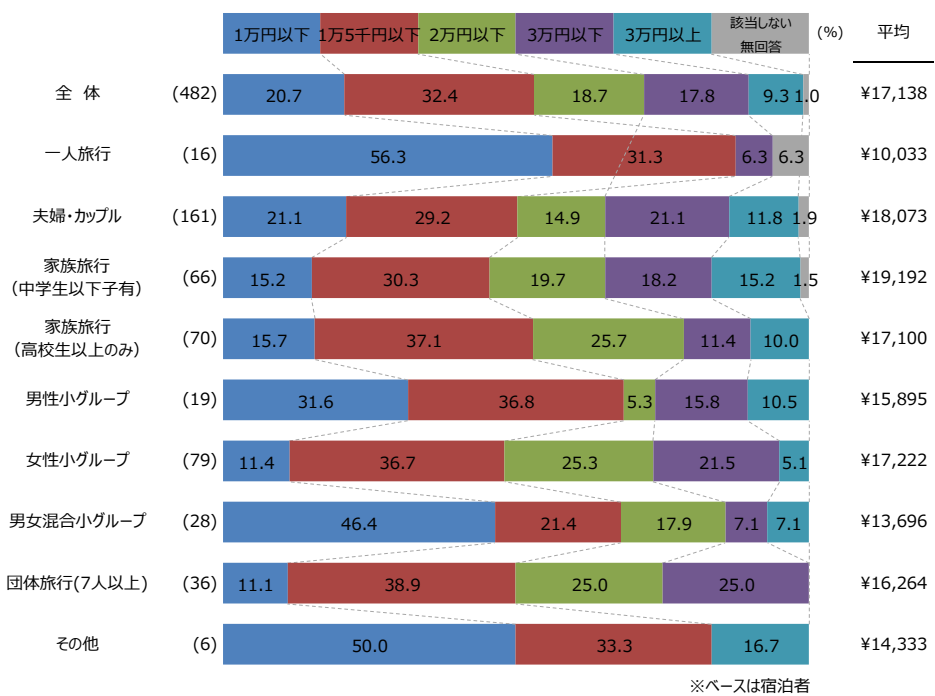
8. 観光消費額（1）宿泊費

・全体では、「1万円以下」が20.7%、「1万1円～1万5千円」が32.4%、「1万5千1円～2万円」18.7%、「2万1円～3万円以下」17.8%、「3万円以上」が9.3%で、平均宿泊費は、17,138円である。

■ 性・年齢別×宿泊費



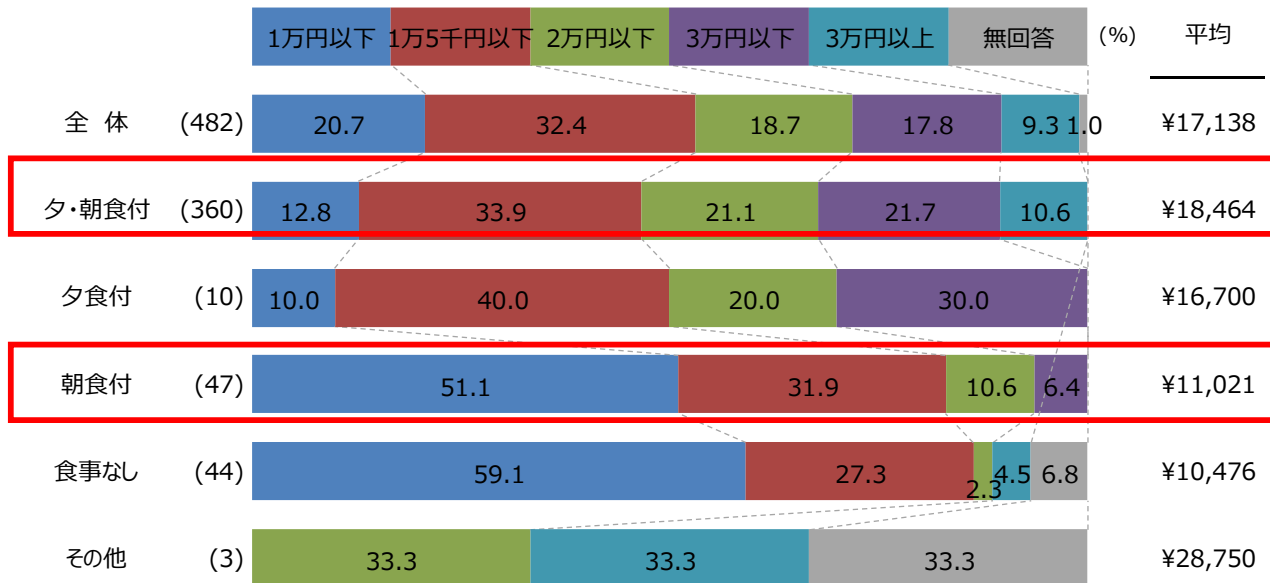
■ 同行者別×宿泊費



8. 観光消費額（1）宿泊費

- ・ 1泊2食（夕朝食付）では、「1万円以下」が12.8%、「1万1円～1万5千円」33.9%、「1万5,001円～2万円」21.1%、「2万1円～3万円」21.7%、「3万1円以上」10.6%で、平均消費額は18,464円である。
- ・ 1泊朝食では、「1万円以下」が51.1%、「1万1円～1万5千円」31.9%、「1万5,001円～2万円」10.6%、「2万1～3万円以下」6.4%で、平均消費額は11,021円である。

■ 宿泊施設利用形態別

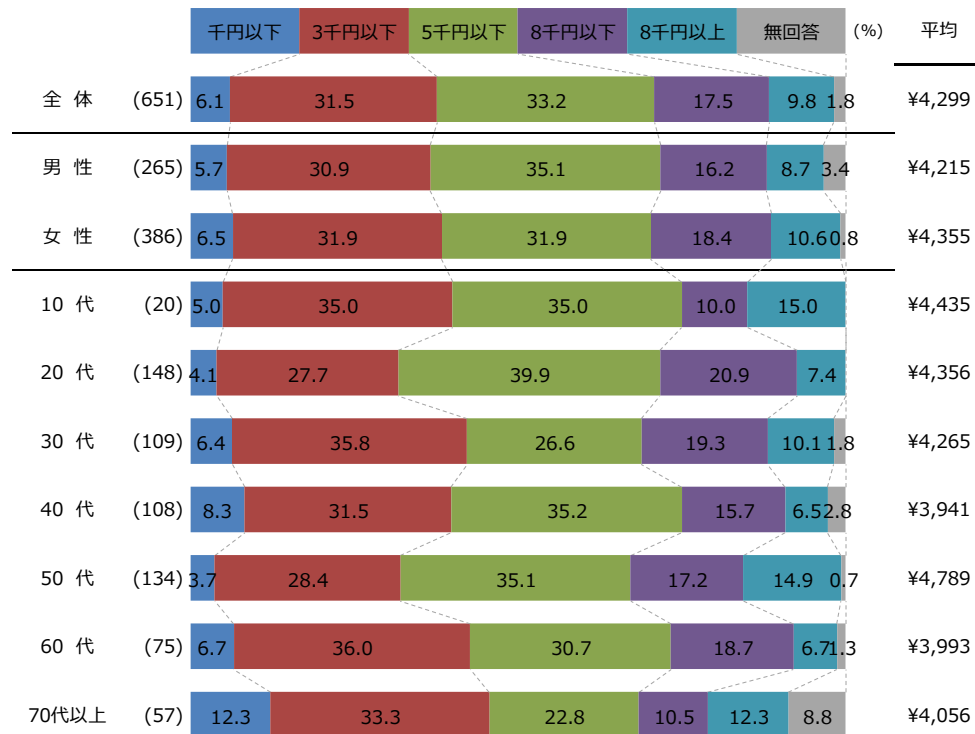


※ベースは宿泊者

8. 観光消費額（2）飲食費

- ・ 飲食費は、「1千円以下」が6.1%、「1,001～3千円」31.5%、「3,001～5千円」33.2%、「5,001～8,000円以下」17.5%、「8,000円以上」9.8%で、平均飲食消費額は4,299円である。
- ・ 性別では、男性が4,215円、女性が4,355円と女性の方がやや高く、年齢別では、50代の4,789円が高くなっている。

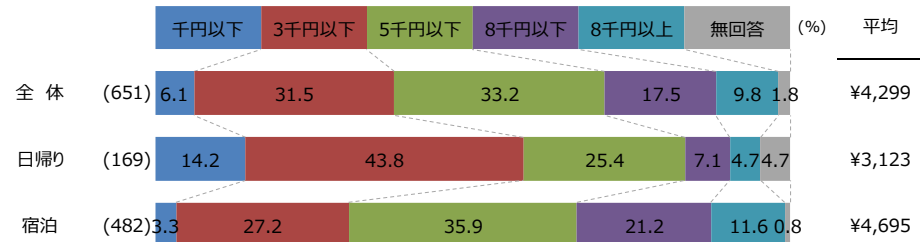
■ 性・年齢別×飲食費



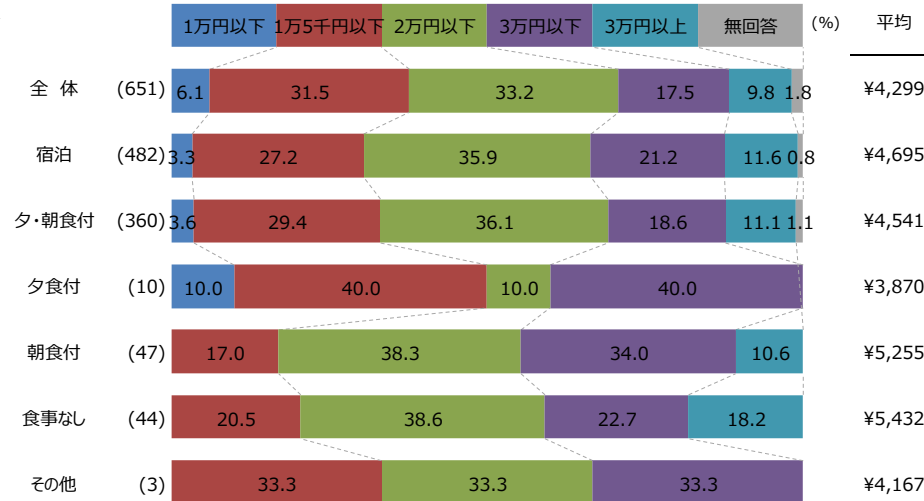
8. 観光消費額（2）飲食費

- ・日帰り/宿泊別では平均で、日帰りが3,123円、宿泊が4,695円と約1.5倍の消費額になっている。
- ・宿泊施設利用形態別では、「1泊2食付」では4,541円と宿泊者平均より低く、「1泊朝食」は5,255円、「1泊食事なし」では、5,432円と街中での食事利用のため、飲食費が宿泊者平均より、高くなっている。

■ 日帰り/宿泊×飲食費



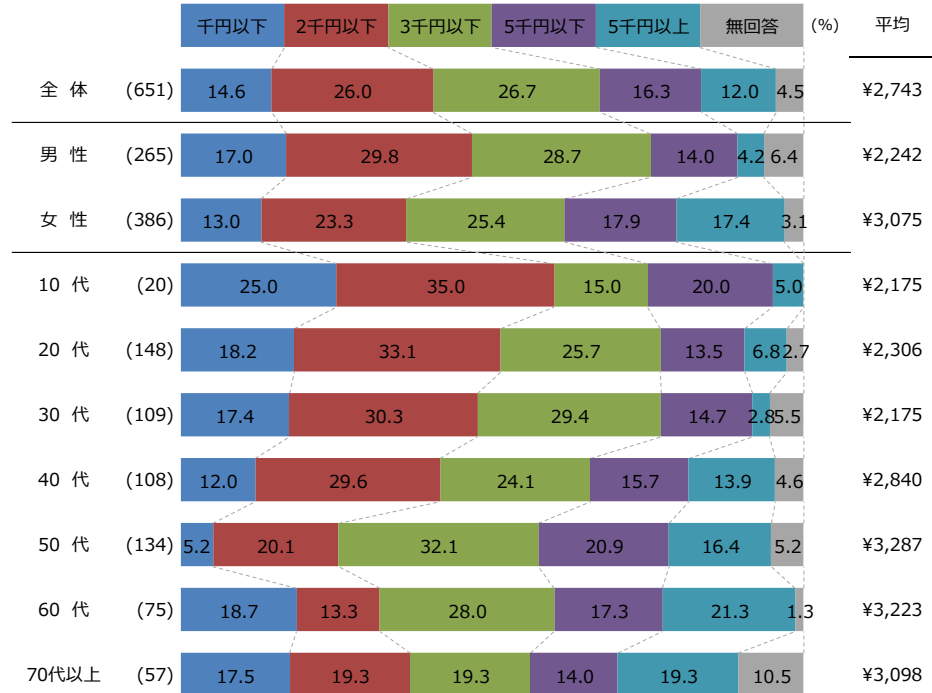
■ 宿泊施設利用形態別×飲食費



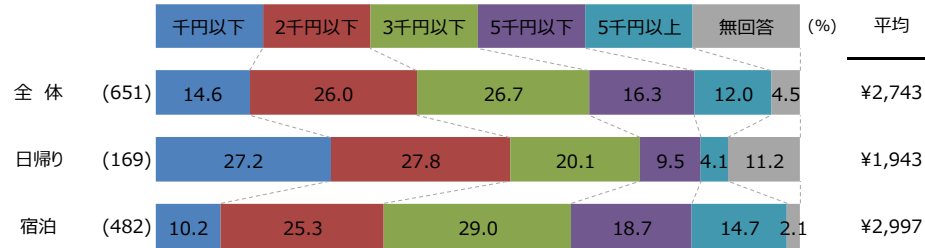
8. 観光消費額（3）土産・買い物費

・土産・買い物費は、「1千円以下」が14.6%、「1,001~2,000円」26.0%、「2,001~3,000円」26.7%、「5,001円以上」12.0%で、平均土産・買い物の消費額は2,743円である。
 ・性別では、男性が2,242円、女性が3,075円と女性の方が高く、年齢別では、中高年が平均3,000円を超えている。

■性・年齢別×土産・買い物費



■日帰り／宿泊×飲食費

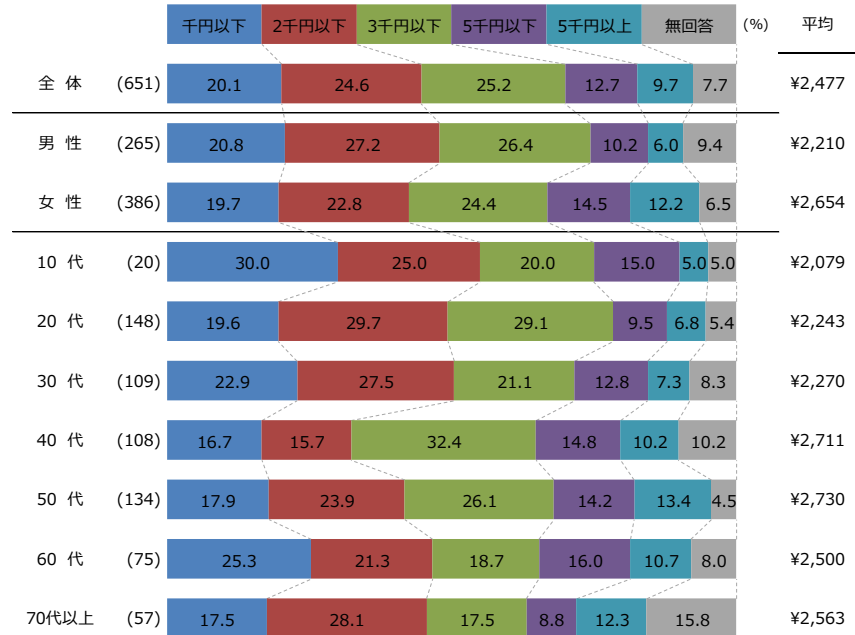


問13. 熱海市内での一人当たりの下記項目の消費額、または予算額はいくらですか？

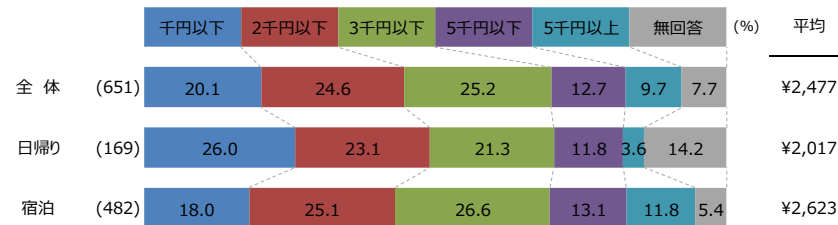
8. 観光消費額（４）その他観光費

- ・その他観光費は、「1千円以下」が20.1%、「1,001~2,001円」24.6%、「2,001~3,000円」25.2%、「3,001~5,000円以下」12.7%、「5,001円以上」9.7%で、その他観光費の平均消費額は2,477円である。
- ・日帰り、宿泊別では、日帰りが2,017円、宿泊が2,623円と日帰りと比べると約3割高くなっている。

■ 性・年齢別×その他観光費



■ 日帰り／宿泊×その他観光費



8. 観光消費額（まとめ：総消費額）

- ・日帰りの総消費額は、7,083円である。
- ・宿泊の総消費額は、27,453円で、日帰り客の約4倍の消費額となっている。
- ・日帰り、宿泊の人数換算した総消費額の割合は、日帰り8.3%、宿泊91.7%である。

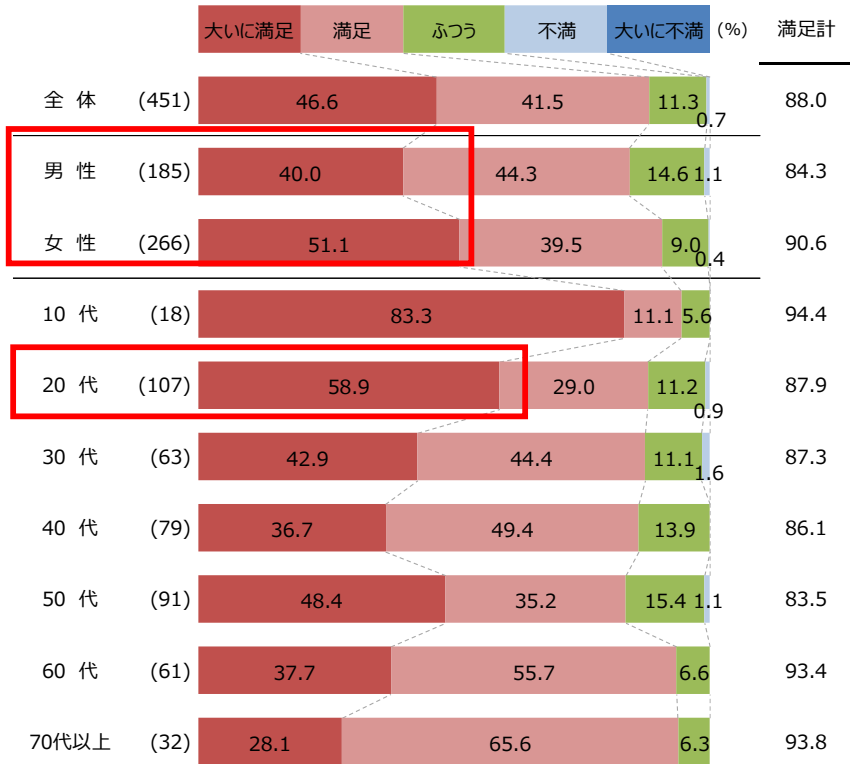
	(人数)	宿泊費	飲食費	お土産費	その他観光費	総消費額
日帰り	(169)	0	3,123	1,943	2,017	7,083
宿泊	(482)	17,138	4,695	2,997	2,623	27,453
合計	(651)	12,689	4,287	2,723	2,431	22,164

単位：円

9. 満足度（1）温泉

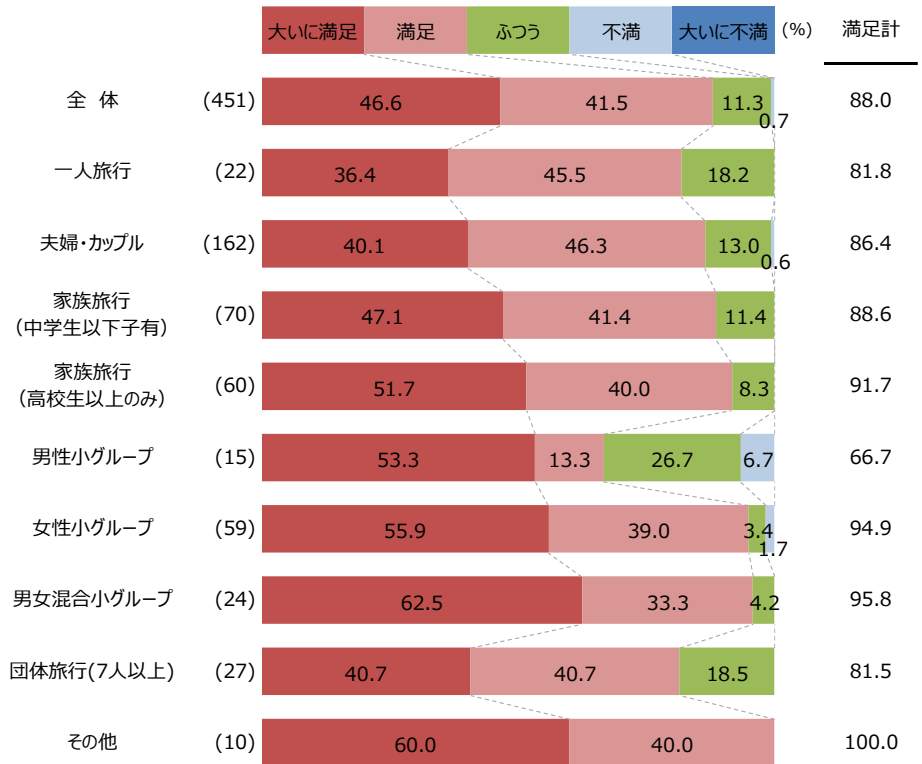
- ・温泉の満足度は、「大いに満足」44.6%、「満足」が41.5%である。
- ・性・年齢別の「大いに満足」は、男性40.0%、女性51.1%と女性の方が高く、年代別では20代が58.9%と高くなっている。
- ・同行者別の「大いに満足」は、「男女混合小グループ」で62.5%、「女性小グループ」55.9%と高くなっている。

■性・年齢別×温泉満足度



※「該当しない」「無回答」はベースから除いた

■同行者別×温泉満足度

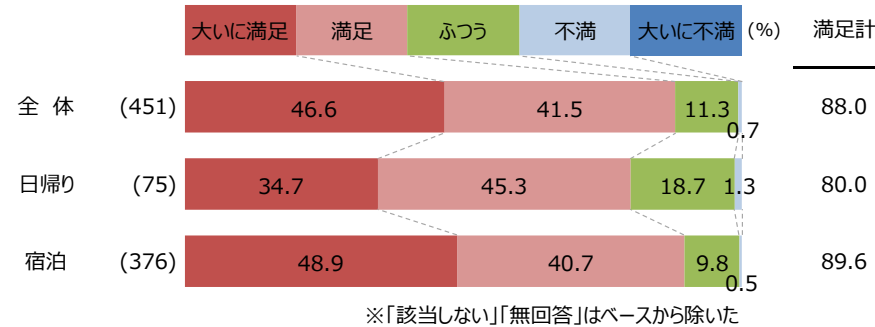


※「該当しない」「無回答」はベースから除いた

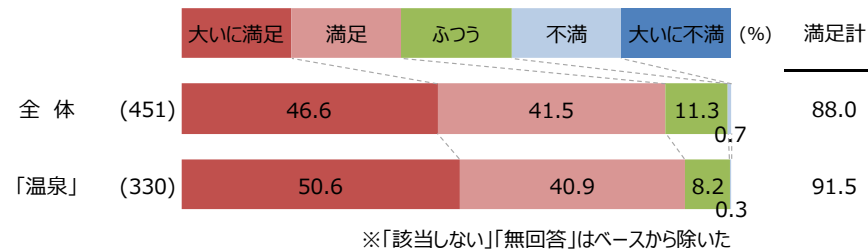
9. 満足度 (1) 温泉

- ・日帰り/宿泊別の「温泉」の「大いに満足」の割合は、日帰りで34.7%、宿泊で48.9%と宿泊の満足度が高くなっている。
- ・「温泉目的」(問10)旅行者の「温泉」の「大いに満足」の割合は、50.6%と期待に対して一定の満足度を獲得している。

■ 日帰り/宿泊×温泉満足度



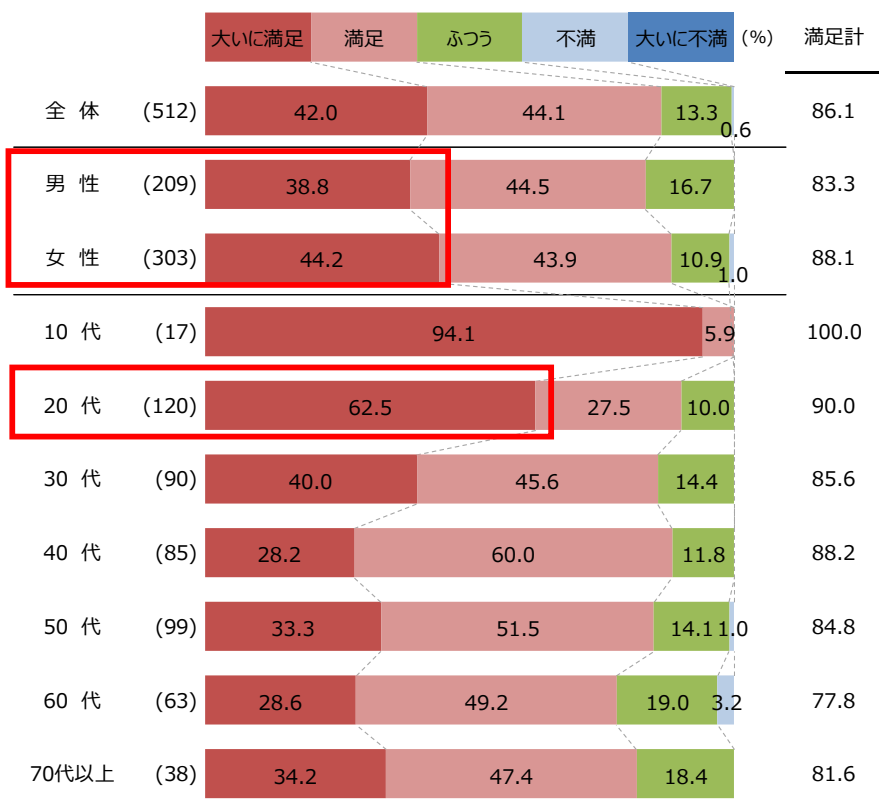
■ 旅行目的「温泉」×温泉満足度



9. 満足度 (2) 食べ物・料理

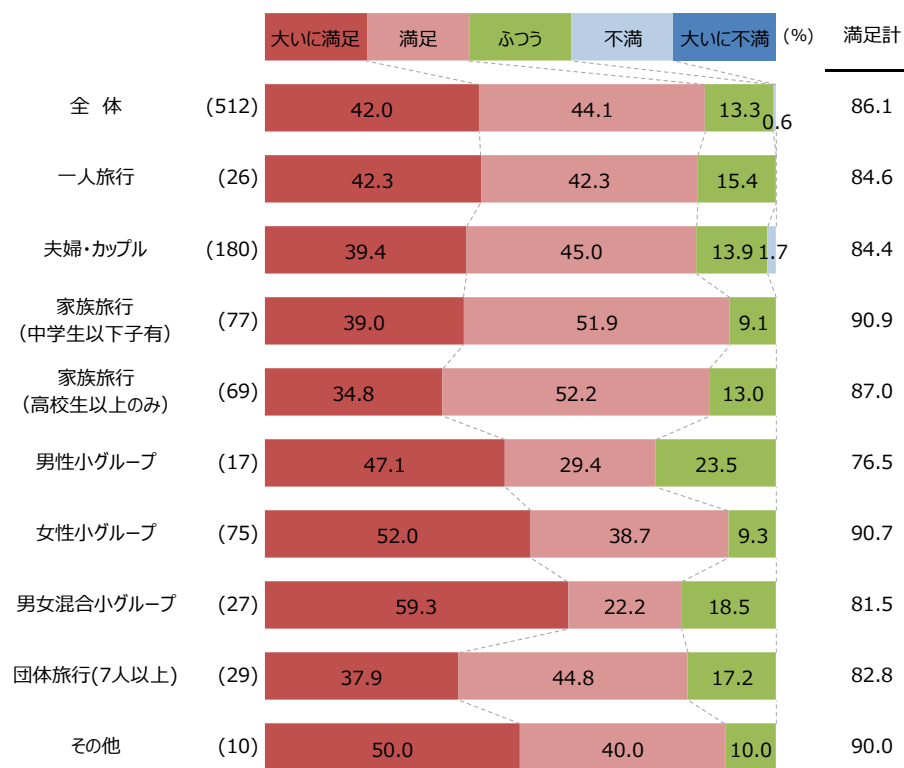
- ・食べ物・料理の満足度は、「大いに満足」42.0%、「満足」が44.1%である。
- ・性・年齢別の「大いに満足」は、男性38.8%、女性44.2%と女性の方が高く、年代別では20代が62.5%と高くなっている。
- ・同行者別の「大いに満足」は、「男女混合小グループ」で59.3%、「女性小グループ」52.0%で高くなっている。

■ 性・年齢別×食べ物・料理満足度



※「該当しない」「無回答」はベースから除いた

■ 同行者別×食べ物・料理満足度

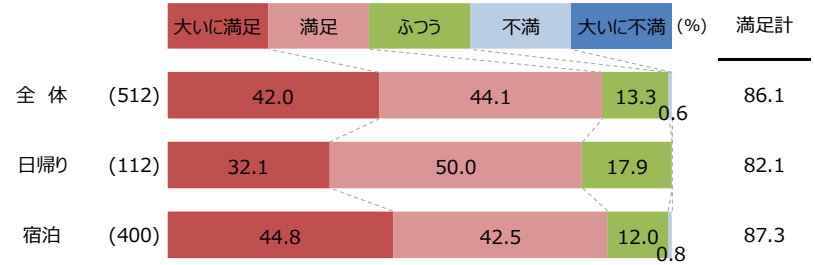


※「該当しない」「無回答」はベースから除いた

9. 満足度 (2) 食べ物・料理

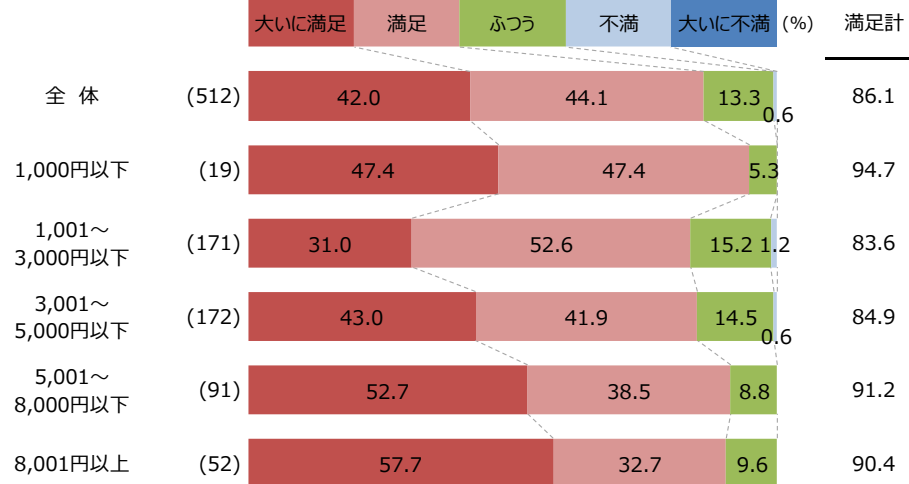
- ・日帰り/宿泊別の「食べ物・料理」の「大いに満足」の割合は、日帰りで32.1%、宿泊で44.8%と宿泊の満足度が高くなっている。
- ・飲食消費額の価格帯別の「食べ物・料理」の「大いに満足」の割合は、消費額が高いほど満足度が高くなる。
- ・「料理・味覚」(問10) 目的の旅行者の「食べ物・料理」の「大いに満足」の割合は、54.3%と期待に対して一定の満足度を獲得している。

■ 日帰り/宿泊× 食べ物・料理満足度



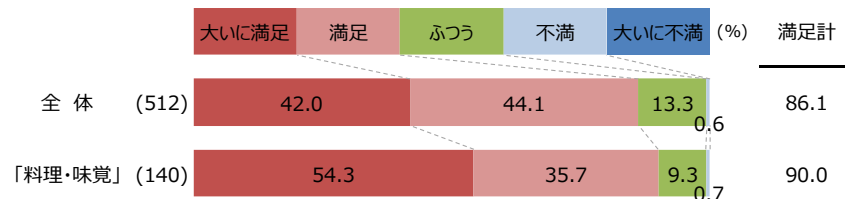
※「該当しない」「無回答」はベースから除いた

■ 飲食消費額価格帯別× 食べ物・料理満足度



※「該当しない」「無回答」はベースから除いた

■ 旅行目的「料理・味覚」× 食べ物・料理満足度



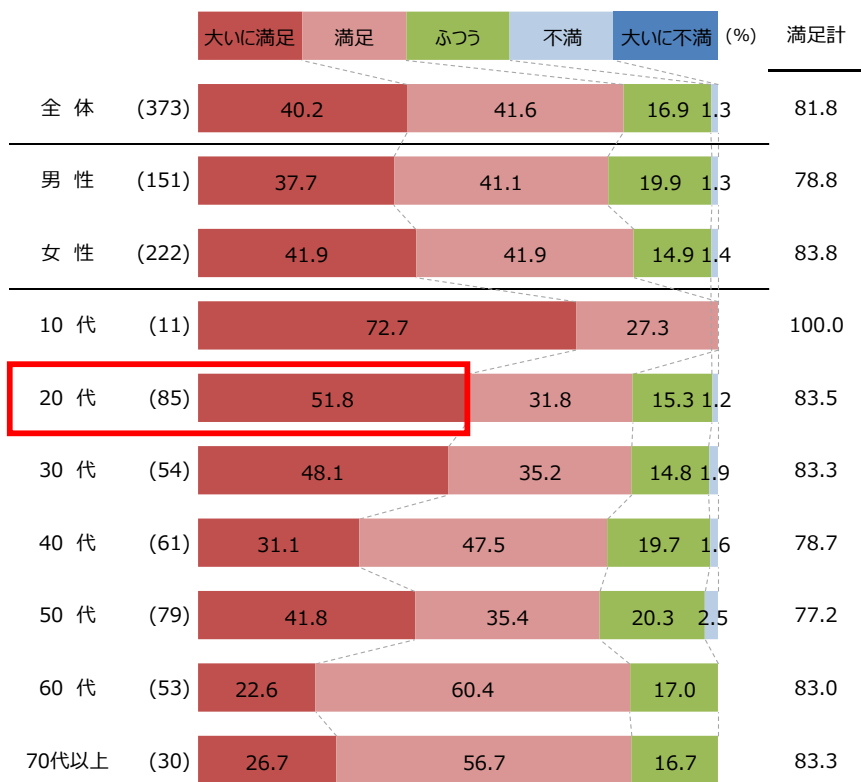
※「該当しない」「無回答」はベースから除いた

問14. 今回の熱海旅行での満足度をお答えください。

9. 満足度 (3) 宿泊

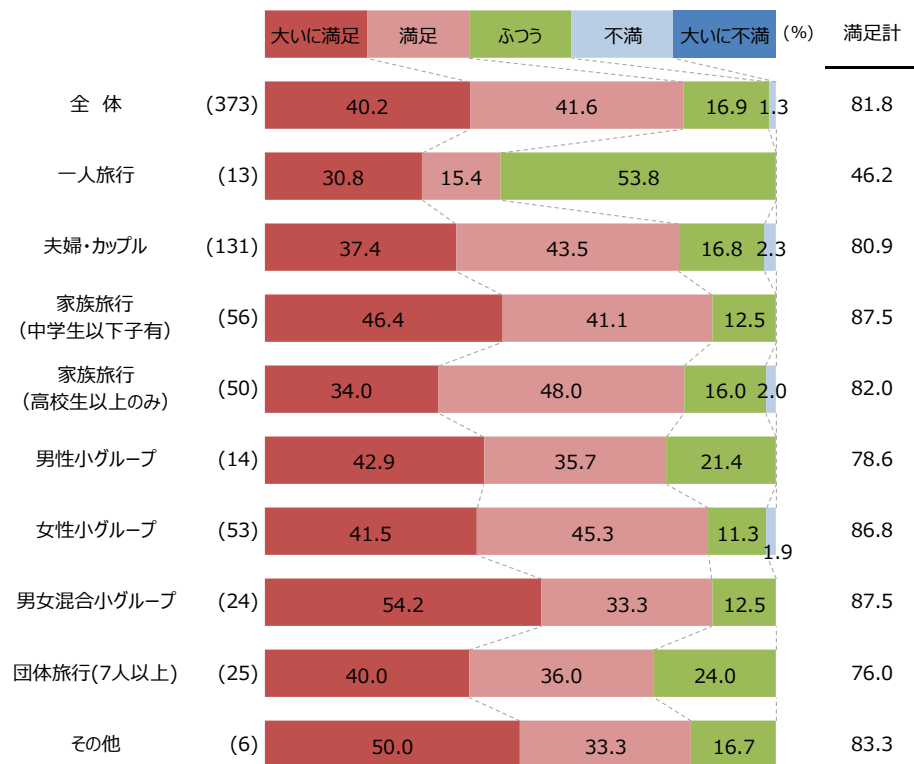
- ・ 宿泊の満足度は、「大いに満足」40.2%、「満足」が41.6%である。
- ・ 性・年齢別の「大いに満足」は、男性37.7%、女性41.9%と女性の方が高く、年代別では20代が51.8%と高くなっている。
- ・ 同行者別の「大いに満足」は、「男女混合小グループ」54.2%、「家族旅行（中学生以下子供あり）」で46.4%と高くなっている。

■ 性・年齢別×宿泊満足度



※ベースは宿泊者、かつ「該当しない」「無回答」はベースから除いた

■ 同行者別×宿泊満足度

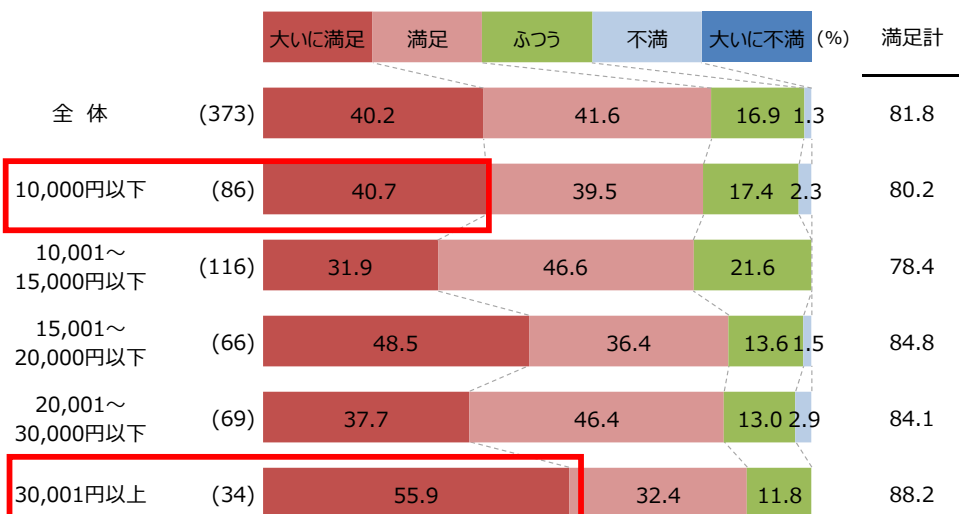


※ベースは宿泊者、かつ「該当しない」「無回答」はベースから除いた

9. 満足度（3）宿泊

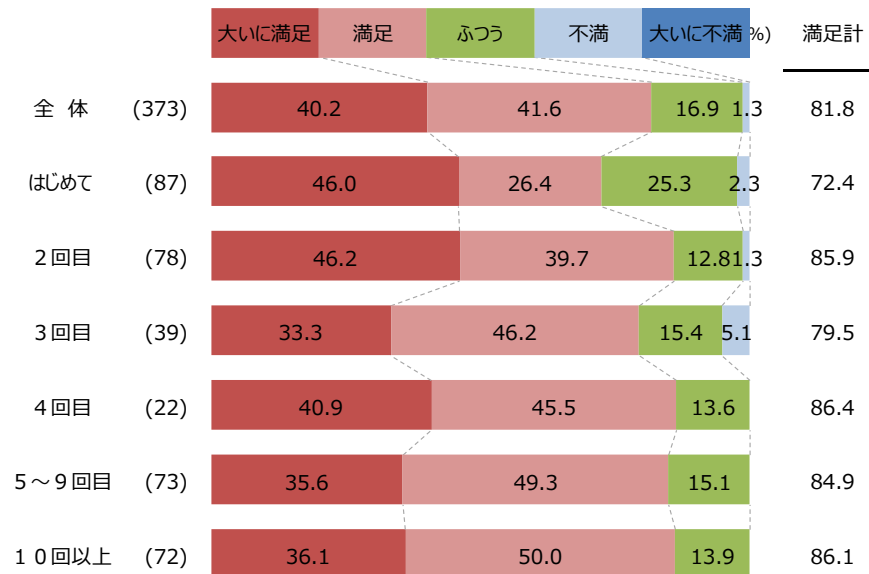
- ・宿泊消費価格帯別の「宿泊」の「大いに満足」の割合は、「10,000円以下」で40.7%、「10,001～15,000円以下」で31.9%、「15,001～20,000円以下」で48.5%、「20,001～30,000円以下」で37.7%、「30,001円以上」で55.9%、と「30,001円以上」の高級旅館では満足度が高いが、その他の価格帯は必ずしも価格と満足度の間に正の関連は見られない。個別の宿泊施設により、満足度のバラツキが大きいことが推測できる。
- ・旅行回数別の「宿泊」の「大いに満足」の割合は、「はじめて」が46.0%、「2回目」が46.2%と訪問回数が少ない方が積極的な満足度の割合が高い傾向にある。※訪問時期による宿泊先は不明。

■ 宿泊消費額価格帯別×宿泊満足度



※ベースは宿泊者、かつ「該当しない」「無回答」はベースから除いた

■ 旅行回数別×宿泊満足度

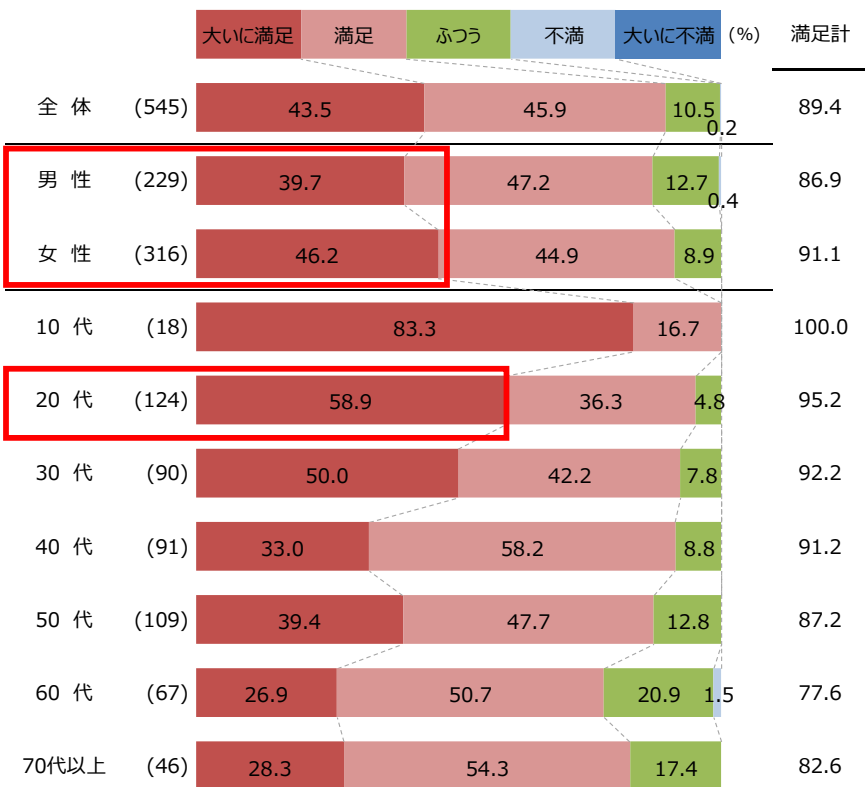


※ベースは宿泊者、かつ「該当しない」「無回答」はベースから除いた

9. 満足度 (4) 旅行全体

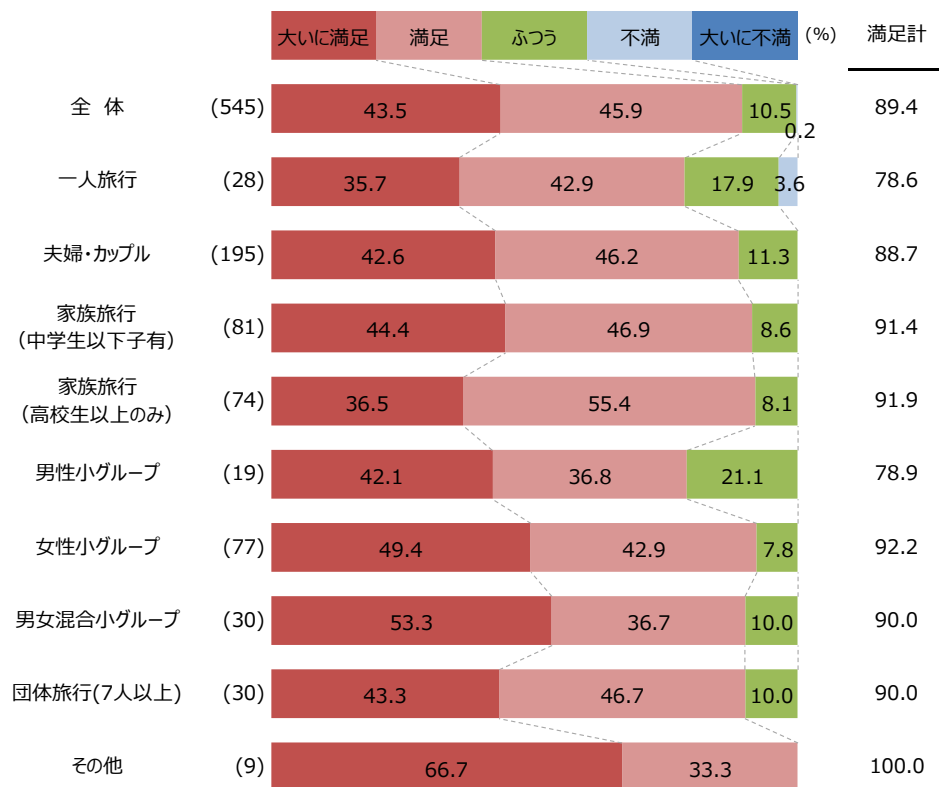
- ・旅行全体の満足度は、「大いに満足」43.5%、「満足」が45.9%である。
- ・性・年齢別の「大いに満足」は、男性39.7%、女性46.2%と女性の方が高く、年代別では20代が58.9%と高くなっている。
- ・同行者別の「大いに満足」は、「男女混合小グループ」53.3%、「女性小グループ」で49.4%と高くなっている。

■性・年齢別×旅行全体満足度



※「該当しない」「無回答」はベースから除いた

■同行者別×旅行全体満足度

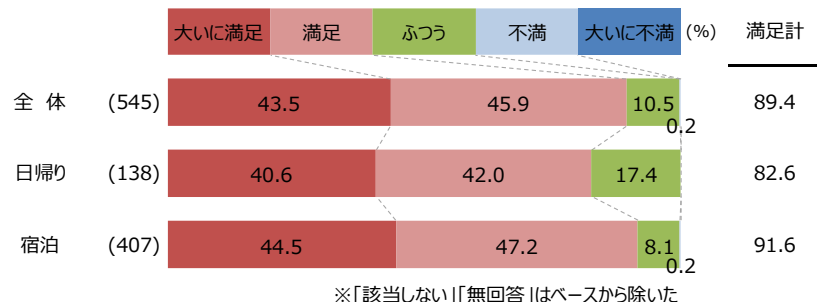


※「該当しない」「無回答」はベースから除いた

9. 満足度（4）旅行全体

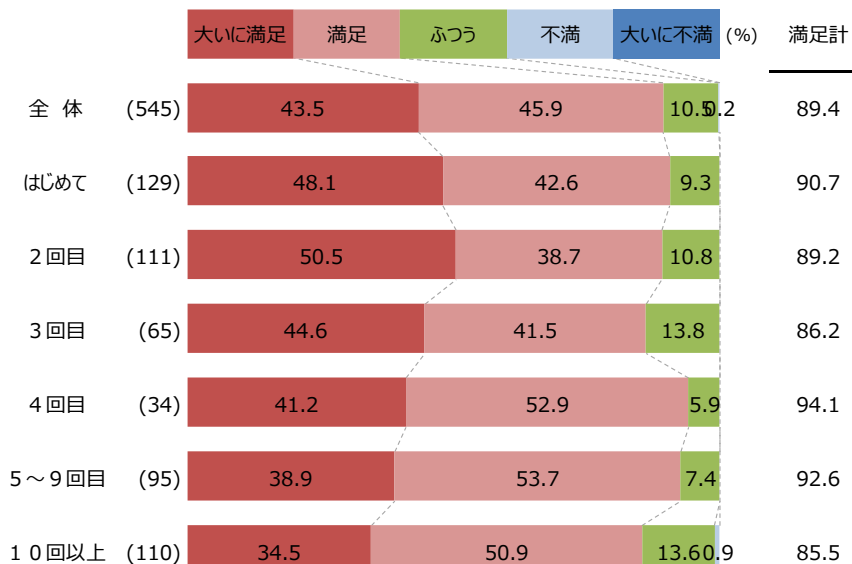
- ・日帰り/宿泊別の「大いに満足」は、日帰り40.6%、宿泊44.5%と宿泊の方がやや高くなっている。
- ・旅行回数別の「大いに満足」は、「はじめて」48.1%、「2回目」50.5%で、回数が増えるに伴い、その割合は徐々に減っていく。

■ 日帰り/宿泊×旅行満足度



※「該当しない」「無回答」はベースから除いた

■ 旅行回数別×旅行満足度



※ベースは宿泊者、かつ「該当しない」「無回答」はベースから除いた

9. 満足度 (まとめ)

- ・「温泉」、「食べ物・料理」の項目別では、日帰りと宿泊の満足度に、大きな差があるが、「旅行全体」では満足度の差は小さくなる。

■ 「大いに満足」の回答者

(人数)	温泉	食べ物・料理	宿泊	旅行全体
日帰り (169)	34.7%	32.1%		40.6%
宿泊 (482)	48.9%	44.8%	40.2%	44.5%
合計 (651)	46.6%	42.0%	40.2%	43.5%

10. 自由回答

- ・ 良い点は、海の観光資源に関するもの、首都圏からの交通アクセスの良さに関するものが多い。
- ・ 良くない点は、坂道に関するもの、市内交通手段に関する不満が多い。

良い点	
(東京・都心から) 近い	58件
海・ビーチがきれい/良い/好き	51件
温泉が良い	45件
景色・景観・風景がきれい/良い	36件
交通の便/アクセスが良い	35件
食べ物・料理がおいしい/良い	23件
レトロ/昭和の雰囲気/懐かしい	22件
海鮮・海の幸・魚（料理）がおいしい/良い	22件
海が近い/海・港がある	17件
また来たい/よく来る/季節を変えて来たい	17件
若者が多い/賑わっている/活気がある/持ち直した	16件
自然が良い/自然豊か	15件
来たばかり/これから観光	15件
（駅前の）足湯が良い/気持ち良い/無料	12件
（お店の）人が良い/親切/優しい	12件
ゆったり/リラックスできる、落ち着く	12件
コンパクトで観光しやすい、街がこじんまり/集中している	11件
（来宮）神社が良い	11件
雰囲気が良い/静か	10件
気候が良い/快適、天気が良かった	8件
良い（場所）/素敵な街/快適	8件
温泉が多い/温泉の種類が豊富	7件
気楽/気軽（に來れる）	7件
商店街（の雰囲気）が良い/レトロ	6件
駅近で楽しめる/駅周辺が充実	6件
海が見える温泉/海沿いの温泉で良い	6件
起雲閣・ステンドグラスが良い	6件
花火が良い/好き/有名	6件

良くない点・要望	
坂が多い/坂道が急	18件
交通の便が悪い、バスの本数増加/利便性向上	16件
寂しい/さびれている/古い/活気が欲しい	10件
飲食店・コンビニ等の充実	8件
（飲食店/店/温泉の）閉店時間が早い/営業時間拡大	7件
道・歩道が狭い、車で走りにくい/一通が多い	7件
足湯がぬるい/適温でない、足湯の湯が出てなかった	7件
温泉・観光・交通機関のガイド/マップ作成、もっとPRを	5件
お土産の充実/工夫	5件
宿泊施設のサービス拡大、ホテルに問題があった	4件
坂を生かしたイベント等、ケーブルカー・自動階段設置	4件
バリアフリー化/子供連れへの対応	4件
若者向けの娯楽/（飲食）店の充実、年齢層が高い	4件
熱海ブランド/名産/特色の打ち出し	4件
クレジットカード・ICカードが利用できない	4件
人が多い/団体客がうるさい/マナーが悪い	4件
道路・施設案内看板の充実、外国語の標識	3件
駅前の改善、駅・駅前の利便性向上	3件
駐車場が少ない/不便/わかりにくい	3件
観光スポットが少ない	3件
観光費・熱海城の入場料が高い	3件

※上位のみ抜粋

調査結果からの分析・施策の検討資料

分析軸1. 「日帰り旅行」と「宿泊旅行」の比較

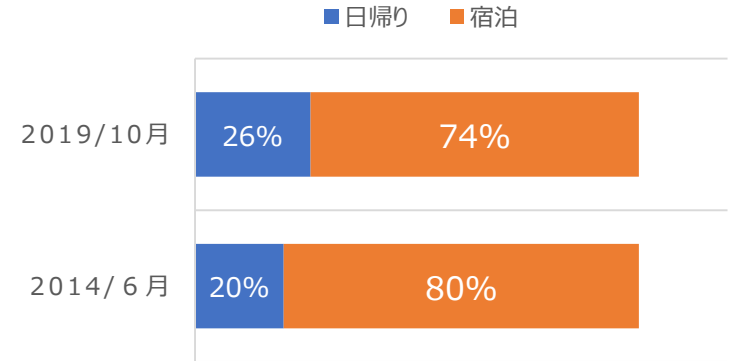
分析軸2. 宿泊施設のセグメント分類と評価

分析軸3. 観光ポイントとしての来宮神社の顧客プロフィール

分析軸 1. 「日帰り旅行」と「宿泊旅行」の比較

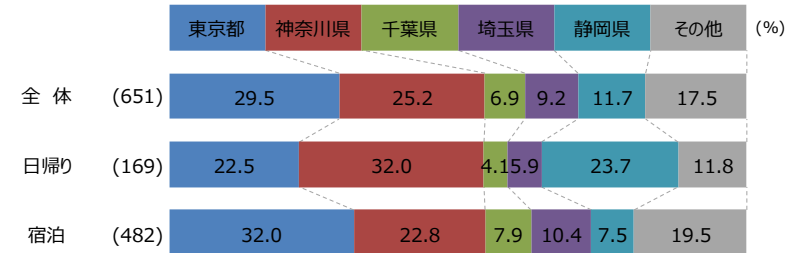
■分析軸…「日帰り旅行」と「宿泊旅行」の実態を比較し明らかにすることで、熱海観光の市場の構造変化を推測でき、今後のマーケティングの基本指針を導き出す。

FACT = 前回調査と比べて、日帰りが20.0%から26.0%と約3割増えている。(但し、調査対象月は異なる)
5年前と比べて、宿泊客(入湯税ベース)が増えているので、それ以上に日帰り客の増え方が大きくなっていることになる。



①居住地別 =

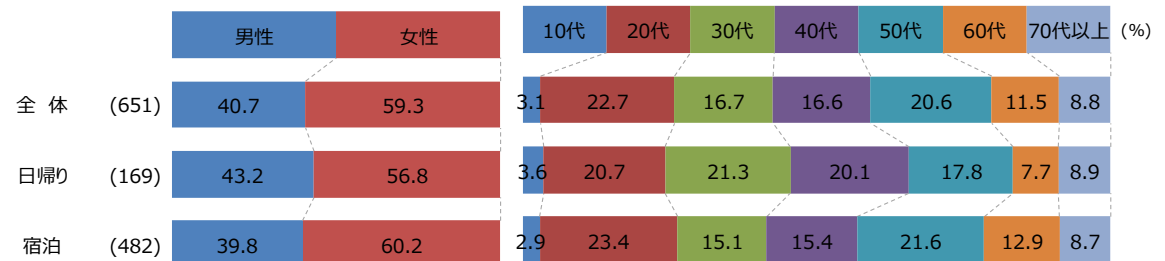
日帰りと宿泊の境で一番大きい要因は、居住地である。発地との距離に比例するが、同じ首都圏に位置づけられる東京都と神奈川県の関係では、日帰りは神奈川県の割合が一位32.0% (東京都22.5%) なのに対し、宿泊では東京都が32.0% (神奈川県が22.8%) とその割合は逆転する。首都圏3県で、宿泊客全体の73.0%を占める。



②性・年齢別 =

性別では、女性が59.3%と約6割。性別では、女性の宿泊割合が60.2%、日帰り割合56.8%より高くなっている。

年齢別で、宿泊割合が高いのは、20代23.4%、50代21.6%の順である。



分析軸 1. 「日帰り旅行」と「宿泊旅行」の比較

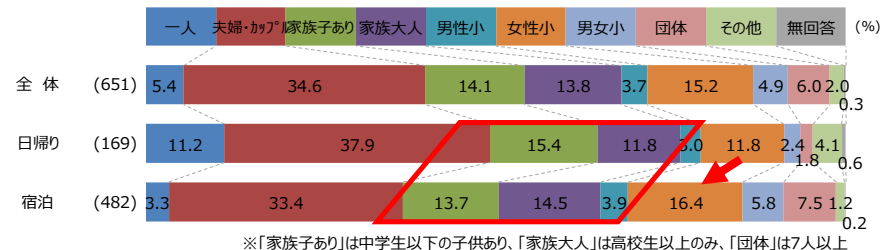
③同行者＝

同行者別で、宿泊割合が少ないのは「一人旅」でシングルルームが少なかったり、割高になることが要因と推測できる。しかしながら、国内需要全体で伸びているのは「一人旅」市場である。

家族旅行は、「子供あり」と「家族大人」で割合が逆転する。「子供あり」は日帰りが15.4%で、宿泊が13.7%と減少するのに対し、「大人家族」は日帰りが11.8%なのに対し、宿泊は14.5%となっている。子供の年齢による宿泊に対する負担度、旅行の費用上の問題等が影響する要因と考えられるが、宿泊施設や街の工夫で対応できる部分及び夏休み予備軍としての捉え方もできる。

家族旅行の子供年齢によるさらなる細分化と月別のキメの細かいマーケティングが望まれる。

「女性小グループ」は、日帰り11.8%、宿泊16.4%と宿泊の割合が高く、女性同士で子育て世代でない場合は、気の合う仲間と観光だけではなく、宿泊して会話を楽しむ（女子会）ニーズが推測できる。

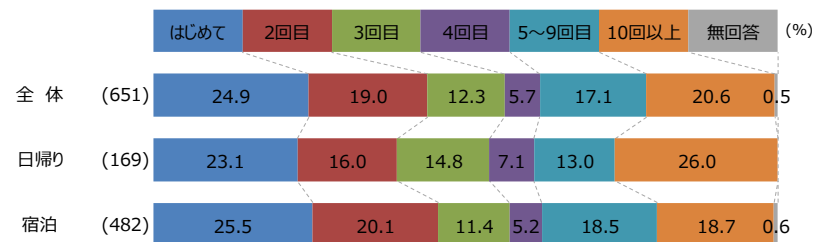


③訪問回数＝

初回訪問者の割合は、日帰り23.1%、宿泊25.5%とわずかながら宿泊の方が割合が高い。

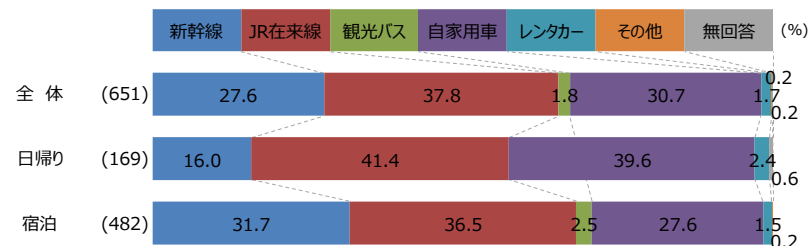
2回目訪問者も、日帰り16.0%、宿泊20.1%と初回リピートも順調に推移している。

10回以上リピーターは、日帰り26.0%、宿泊18.7%と日帰りの割合が高いが、居住地の近接性の影響が強いのでリピート要因を明らかにすることが必要である。



④第一交通手段＝

自家用車は、日帰りで39.6%、宿泊27.6%となっている。湯～遊～バスなどの二次交通施策は、宿泊客にとってより利用率が高いことが推測でき、施策が効果的に機能していると推測できる。



分析軸 1. 「日帰り旅行」と「宿泊旅行」の比較

⑤熱海旅行の目的（事前期待）＝

旅行目的で、日帰りと宿泊で大きな差があるのは、「温泉」：日帰り35.5%、宿泊77.8%、「料理・味覚」：日帰り18.3%、宿泊28.0%である。一方、「街歩き・食べ歩き」：日帰り29.0%、宿泊11.6%で日帰りが逆転しており、「街歩き・食べ歩き」目的の場合は、日帰りで旅行目的が達成できていると推測できる。「季節の花」「史跡・文学碑建造物」「観光施設」「文化施設」「体験観光」においても、旅行目的は宿泊より日帰りの方が高くなっている。目的型観光コンテンツでは、宿泊しなくても日帰りでも達成できる傾向にある。

⑥旅行訪問先（実態）＝

旅行訪問先では、日帰りと宿泊で上位のランキングはほぼ同じである。但し、訪問率においては日帰りの方が宿泊より高くなっている。上位3位の観光スポットでは「来宮神社：日帰り62.1%、宿泊36.3%」、「海岸線：日帰り53.3%、宿泊22.8%」「駅前商店街：日帰り46.2%、宿泊26.3%」となっている。宿泊誘致は、これらと別の訪問先、異なる意味での熱海の宿泊（時間×空間）の価値訴求が求められており、日帰りの延長に宿泊があるのではなく、別のコンテンツ開発（旅行目的で宿泊での目的が多かった「温泉」「料理・味覚」で個別事業者ではなく、地域共通で訴求できるもの等）が必要になってくると推測できる。

■熱海旅行の目的

	温泉	自然・海の景観	料理・味覚	季節の花	街歩き・食べ歩き	予算の関係	交通の便がよい	史跡・文学碑・建造物	観光施設	美術館・博物館等の文化施設	（体験観光） 海釣り等	公園	その他
全体 (651)	66.8	30.3	25.5	2.2	16.1	2.6	21.7	3.2	6.1	3.8	0.9	1.1	8.4
日帰り (169)	35.5	33.7	18.3	5.3	29.0	0.6	17.2	7.7	8.9	5.9	1.8	3.0	14.8
宿泊 (482)	77.8	29.0	28.0	1.0	11.6	3.3	23.2	1.7	5.2	3.1	0.6	0.4	6.2

■旅行訪問先

	全体 (651)		日帰り (169)		宿泊 (482)	
1	来宮神社	43.0%	来宮神社	62.1%	来宮神社	36.3%
2	駅前商店街	31.5%	海岸線 (サンビーチ・観水公園)	53.3%	駅前商店街	26.3%
3	海岸線 (サンビーチ・観水公園)	30.7%	駅前商店街	46.2%	海岸線 (サンビーチ・観水公園)	22.8%
4	アカオハーブ&ローズガーデン	23.5%	アカオハーブ&ローズガーデン	33.7%	アカオハーブ&ローズガーデン	19.9%
5	家康の湯(駅前足湯)	22.1%	家康の湯(駅前足湯)	30.2%	家康の湯(駅前足湯)	19.3%
6	熱海銀座商店街	16.7%	熱海城	25.4%	熱海銀座商店街	15.8%
7	起雲閣	14.9%	MOA美術館	21.9%	起雲閣	13.9%
8	MOA美術館	14.0%	熱海銀座商店街	19.5%	MOA美術館	11.2%
9	熱海城	12.7%	起雲閣	17.8%	お宮の松	9.5%
10	お宮の松	11.2%	お宮の松	16.0%	熱海城	8.3%
	平均個所数	2.69	平均個所数	2.21	平均個所数	2.86

分析軸 1. 「日帰り旅行」と「宿泊旅行」の比較

⑦経済効果の各種指標＝

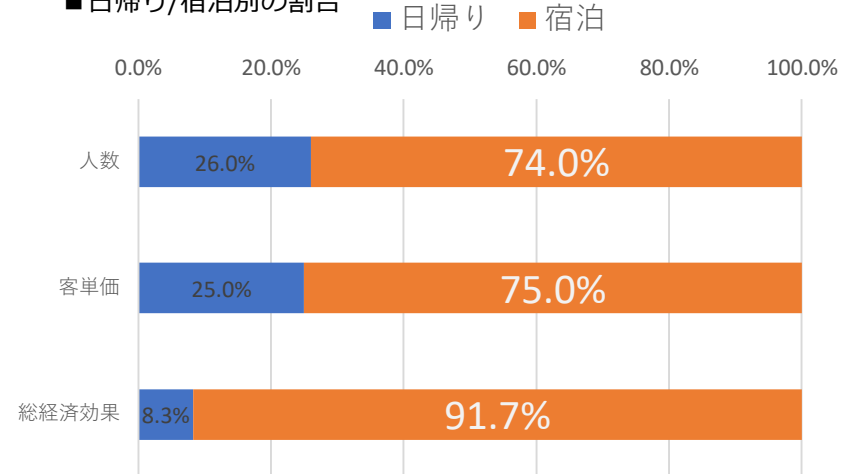
日帰りと宿泊の経済指標を比較すると、旅行期間では1日と2日であるが、人数では約4倍、客単価でも約4倍で、総経済効果（直接）でも、10倍以上、91.7%と宿泊者による消費額であることが推計できる。

■項目別消費額

(人数)	宿泊費	飲食費	お土産費	その他観光費	総消費額
日帰り (169)	0	3,123	1,943	2,017	7,083
宿泊 (482)	17,138	4,695	2,997	2,623	27,453
合計 (651)	12,689	4,287	2,723	2,431	22,164

単位：円

■日帰り/宿泊別の割合



■分析結果からの提言事項

温泉地熱海の歴史、経済構造をみると、「日帰り」と「宿泊」の顧客層は、旅行目的等からも別の顧客層と考える必要性が出てきている。「日帰り」は、新ターゲット、新コンテンツの開発には大きく寄与しているが、継続的な成長戦略や熱海温泉としてのブランドづくり、オーバーツーリズムの観点からは、宿泊誘因との関係が深い新たなコンテンツやイメージづくりに重点を置いたマーケティングを実施すべき段階と考えられる。

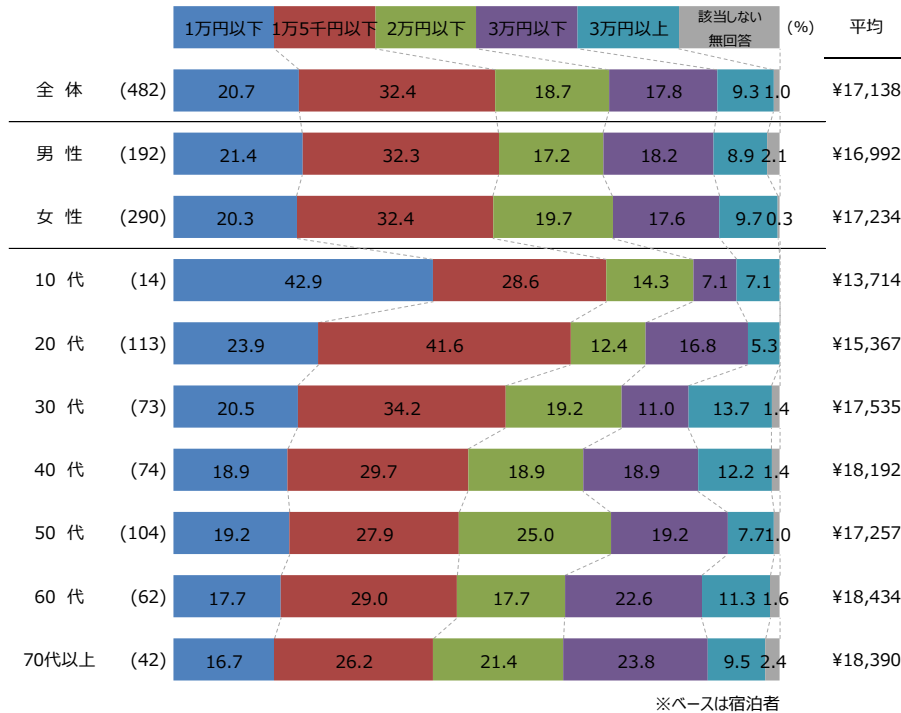
分析軸 2. 宿泊施設のセグメントと評価

■ 分析軸…熱海の最大の強みである「多様な宿泊施設」の基礎的なセグメントごとの実態、評価を明らかにすることにより、宿泊施設のカテゴリー分類の基礎資料とする。

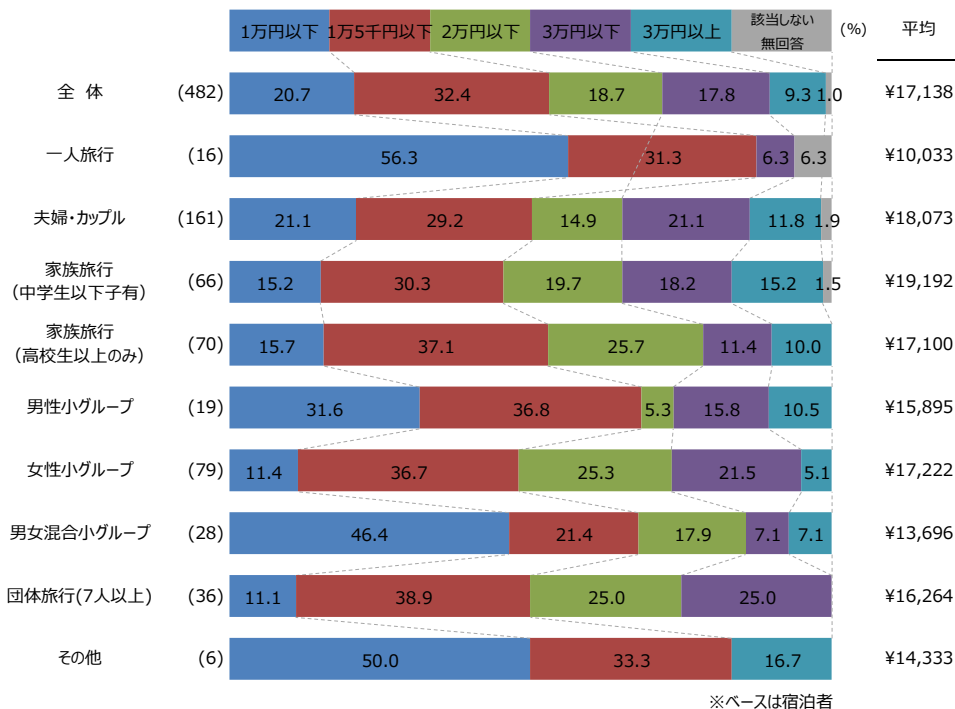
① 性・年齢別 同行者別の宿泊費

性別では、男性16,992円に対し、女性が17,234円とわずかながら女性の消費額の方が高くなっている。年齢別では、「1万円以下」、「1万5千円以下」の低価格帯では、年齢があがるほど割合が低くなる傾向があるが、平均単価では年齢だけでは傾向は読み取れない。

■ 性・年齢別×宿泊費



■ 同行者別×宿泊費

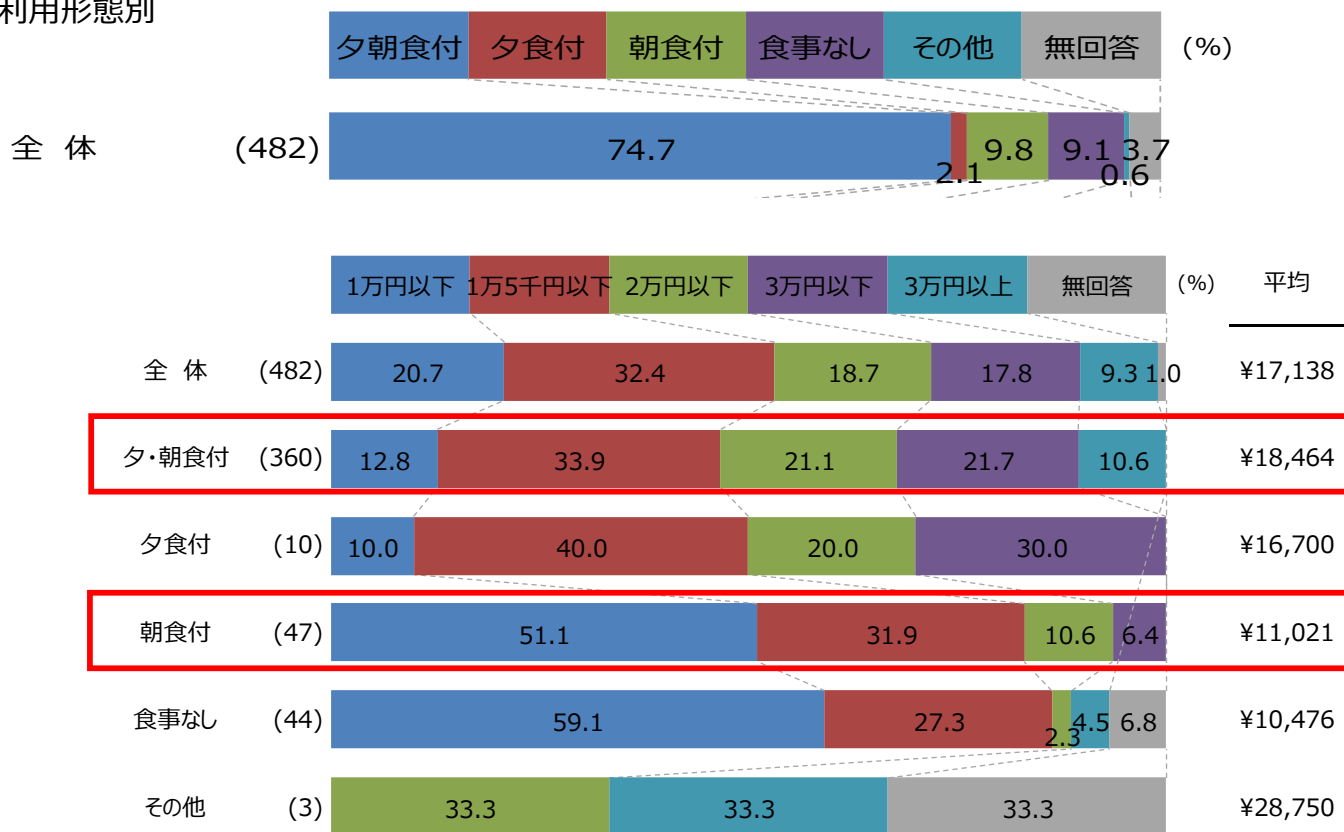


分析軸 2 . 宿泊施設のセグメントと評価

② 宿泊施設利用形態別の宿泊費

宿泊利用形態で一番多いのは、「1泊夕食付」で全体の74.7%で、「1万円以下」「1万5千円以下」は、格安宿泊チェーンの利用が考えられる。一方、「3万円以上」の高価格帯の宿泊者も10.6%に達する。一方、温泉地熱海においても「泊食分離」の傾向はみられ、「1泊朝食」「素泊まり」はあわせて19.9%に達し、一人旅需要の進展などにより、この形態も今後の増加が予測される。

■ 宿泊施設利用形態別



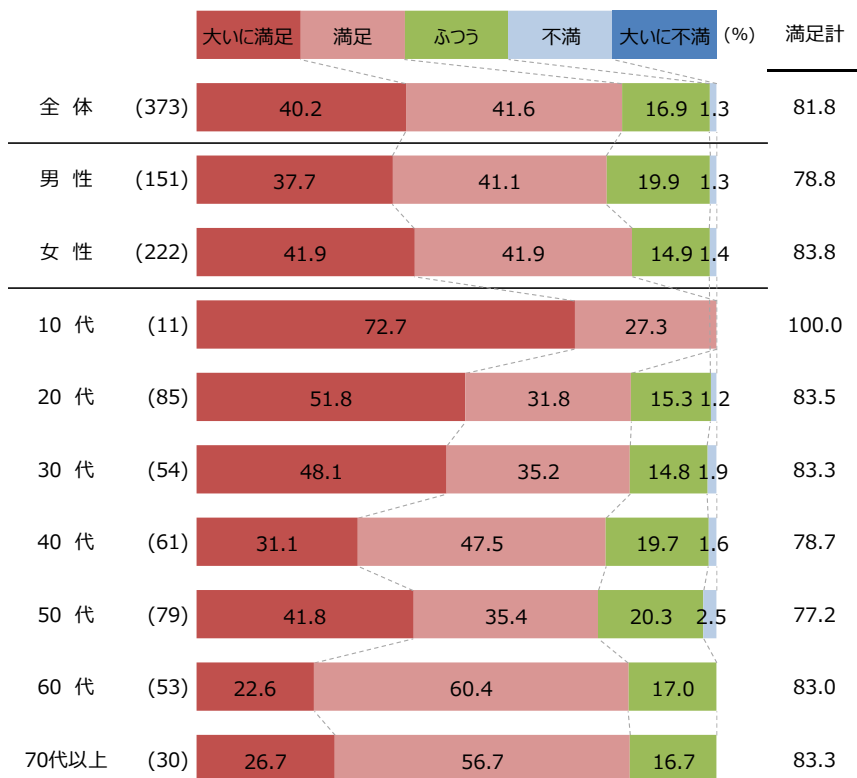
※ベースは宿泊者

分析軸 2. 宿泊施設のセグメントと評価

③性・年齢別 同行者別の満足度

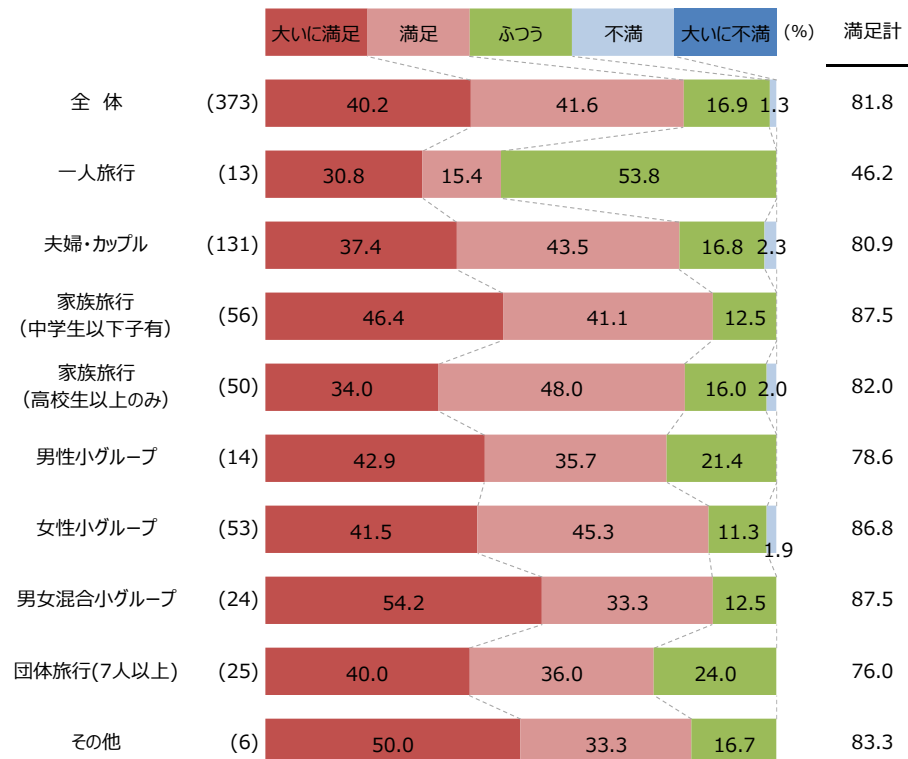
積極的評価の「大いに満足」の指標でみると、男性37.7%に比べると女性41.9%と女性の評価の方が高くなっている。50代、60代と「大いに満足」の数値が減るのは、いろいろな宿泊施設の経験による満足度の低下と格安宿泊チェーンの利用の両方が想定できる。同行者別では、「一人旅行」は、「大変満足」が少なく、「ふつう」の評価が多いのは、サービスが標準化したビジネス・ホテルの利用等が想定できる。

■性・年齢別×宿泊満足度



※ベースは宿泊者、かつ「該当しない」「無回答」はベースから除いた

■同行者別×宿泊満足度



※ベースは宿泊者、かつ「該当しない」「無回答」はベースから除いた

分析軸 2. 宿泊施設のセグメントと評価

③ 宿泊価格帯別の満足度

宿泊価格は、格安から高級施設まで価格帯の開きが多く、一律に評価することは難しい。各施設ごとの顧客評価に委ねる部分が多いが、価格帯別に比較すると、30,001円以上の宿は「大いに満足」が55.9%と高くなっており、価格とみあった満足度、宿リピートにつながる満足度を獲得しているものと考えられる。

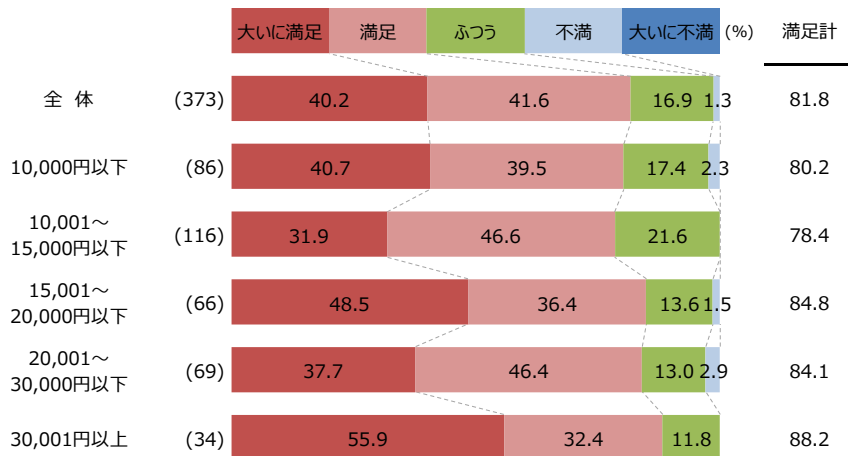
30,000円以下の宿については、価格帯だけでは満足度の相関関係を導き出すのは難しく、施設によるバラツキが大きいと思われる。

④ 宿泊形態別の満足度

メインの「1泊2食付」の「大いに満足」は40.1%の一方で、「食事なし」でも39.4%である。宿泊形態と満足度の相関性は見られず、宿泊に対するニーズ、期待度を価格帯と共に検討していく必要がある。

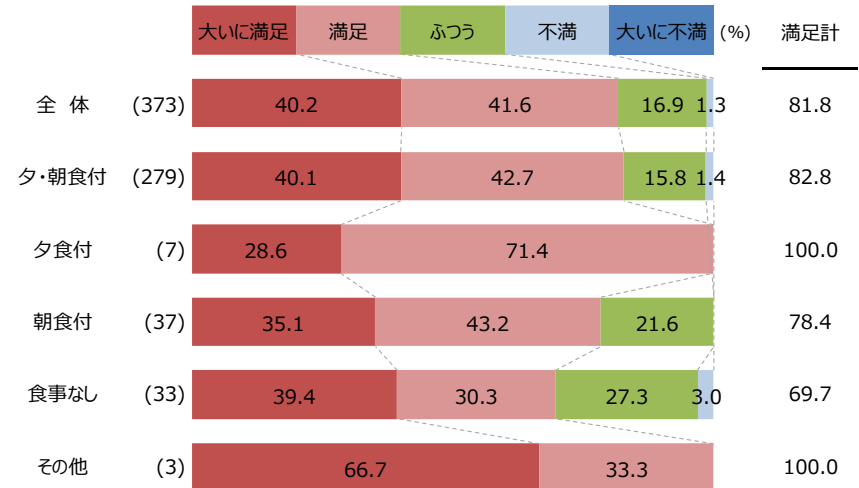
(満足度 = 期待度 - 満足実現度) で、ビジネス・ホテルで期待度が低ければ、均一サービスで満足度は安定する。一方、個性的な1泊2日の個人経営の温泉旅館では、評価のバラツキが大きくなる。

■ 性・年齢別×宿泊満足度



※ベースは宿泊者、かつ「該当しない」「無回答」はベースから除いた

■ 宿泊形態別×宿泊満足度



※ベースは宿泊者、かつ「該当しない」「無回答」はベースから除いた

※次頁の宿に関する自由回答を参照。

分析軸 2. 宿泊施設のセグメントと評価

【宿に関するプラス評価の自由回答】

- ・アカオの景色がきれい（男性30代・埼玉県） ・景色がきれい（アカオ）（女性60代・東京都）
- ・温泉からの景観が良かった（海が見えた）海の見える温泉を調べてホテルを選んだ。とても満足した（50代女性・神奈川県）
- ・温泉宿の多さ。網代の港で釣りがしたい（30代男性・東京都）
- ・今回犬を連れての旅ですがホテルで預かって頂けて大変良かったです。ペット同伴できるホテルや場所は有り難いのでまた来たいと思います（女性50代・長野県）
- ・食事、温泉、観光が集中していて一泊の旅行にちょうど良い（女性60代・千葉県）
- ・前回大江戸温泉の料理がおいしかった。足湯がぬるい（男性50代・神奈川県）
- ・旅館の料理がおいしかった（男性20代・京都府）

【宿に関するマイナス評価の自由回答】

- ・蟻がホテルにいたこと。道の歩道が狭い（男性40代・東京都）
- ・伊東園ホテルは夕食の品数が少ない（女性60代・神奈川県）
- ・団体客がうるさすぎ。大人のくせに場をわきまえて欲しい。受け入れ側もそこは注意すべき（女性40代・静岡県）
- ・近くて便利。ホテルの飲み物は高い（女性50代・東京都）
- ・ホテルまでの距離が遠く坂道だった。食べ物が美味しい（女性10代・神奈川県）

■ 分析結果からの提言事項

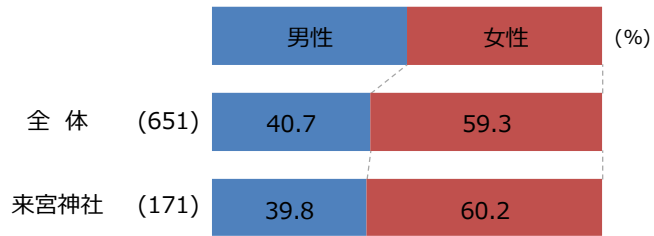
宿泊施設に関しての分析は、デモグラフィック上の特性は見出しにくい。満足度においても、個人差、宿泊施設による評価のバラツキが大きいため、熱海市全体の宿泊施設の評価としては難しく、個々の宿にゆだねていた経緯がある。日帰りの割合が増え宿泊形態が多様化する中で、観光地経営の視点から宿泊施設においても顧客のニーズの多様化に伴ったホテルのカテゴリーごとのキメの細かいマネジメント体制の構築が望まれる。

（自由回答においても、観光地や街の雰囲気比べて宿に関する回答数が少なく、宿自体の積極的な発信が必要と思われる）

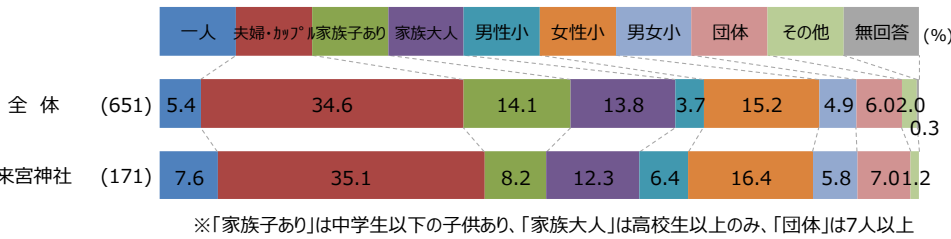
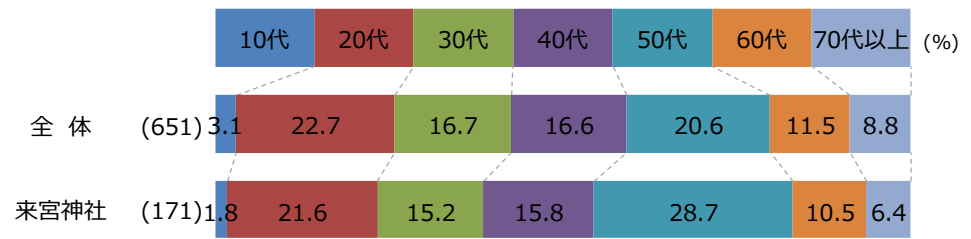
分析軸 3. 観光ポイントとしての来宮神社

■分析軸… 5年前の調査と比べて、顕著に参拝者（集客）を増やしているのが「来宮神社」である。来宮神社の観光市場の参拝者プロフィールを明らかにすることで、熱海の集客増の要因を探る。

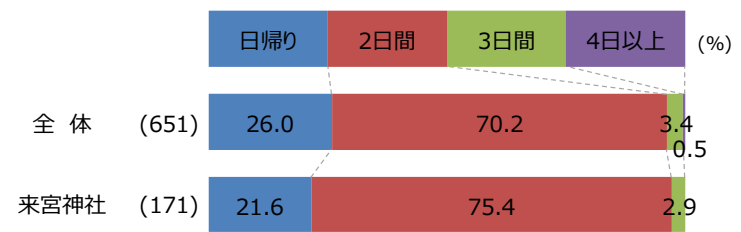
■男女別… 全体とほぼ同じ割合だが、熱海の女性客増に貢献。



■年齢別… 20代若年層だけでなく、50代の集客に貢献。



■旅行期間別… 全体よりも、宿泊の割合がやや多い。



■旅行目的別… 全体市場とほぼ同じ傾向。

旅行目的 (%)	全体 (651)	来宮神社 (171)
温泉	66.8	71.3
自然・海の景観	30.3	26.3
料理・味覚	25.5	25.1
季節の花	2.2	1.2
食・街歩き・散歩	16.1	14.6
予算の関係	2.6	5.8
交通の便がよい	21.7	19.9
史跡・建造物・文学碑	3.2	7.0
観光施設	6.1	5.3
美術館・博物館等の文化施設	3.8	0.6
(海釣り等) 体験観光	0.9	-
公園	1.1	-
その他	8.4	8.2

分析軸3. 観光ポイントとしての来宮神社

■ 訪問先・・・来宮神社参拝者の回遊先は、①海岸線29.2%、②駅前商店街20.5%、③熱海銀座商店街14.0%の順である。

全体 (651)		来宮神社 (195)		
1	来宮神社	43.0%	来宮神社	100.0%
2	駅前商店街	31.5%	海岸線 (サンビーチ・親水公園)	29.2%
3	海岸線 (サンビーチ・親水公園)	30.7%	駅前商店街	20.5%
4	アカオハーブ&ローズガーデン	23.5%	熱海銀座商店街	14.0%
5	家康の湯口駅前足湯)	22.1%	お宮の松	10.5%
6	熱海銀座商店街	16.7%	起雲閣	9.4%
7	起雲閣	14.9%	熱海城	9.4%
8	MOA美術館	14.0%	MOA美術館	7.6%
9	熱海城	12.7%	伊豆山神社	7.0%
10	お宮の松	11.2%	アカオハーブ&ローズガーデン	6.4%
平均個所数		2.69	平均個所数	2.58

■ 自由回答 (来宮神社)

自由回答	性別	年代	居住地
・ お魚がおいしい！！神社もあるしいと思いました。海がとってもきれい！	女性	10代	静岡県
・ おしゃれな神社で良かった	女性	50代	三重県
・ 来宮神社が良かった	男性	70代以上	東京都
・ 来宮神社に寄っただけ。楠しか見てないがとてもいい雰囲気	男性	30代	埼玉県
・ 来宮神社のおしゃれできれいな感じに驚きです	男性	20代	東京都
・ 来宮神社の雰囲気が良かった	女性	30代	静岡県
・ 来宮神社は以前より人が増えた	男性	70代以上	兵庫県
・ 来宮神社は初めて来ましたが立派な神社で良かった。大楠の木にパワーを頂きました	女性	60代	静岡県
・ 地元なので落ち着く。来宮神社で日頃の生活にないパワーをもらい、自然や海に癒されます	女性	40代	神奈川県
・ 神社が良かった。坂が多い	男性	50代	東京都
・ 栃木から来たばかりで魅力が今日は書けませんでしたが去年は平日に来たため来宮神社でゆっくりできました。日曜なので難しいですね。熱海の花火も次回は来てみたいです。とにかく海のない県なので憧れもあります	女性	50代	栃木県
・ 人が優しい！来宮神社が素晴らしい！坂が多くて子連れは大変（3歳児）	女性	20代	千葉県
・ 不満はありません。お湯と魚。熱海によく来ていたが来宮神社は3年前くらいに知った。それ以降熱海に来るたびに訪れるほど気に入っている。	女性	50代	埼玉県
・ 起雲閣から来宮神社への交通の便が少し悪い気がする	女性	50代	東京都
・ 起雲閣に来るのに少し迷ったので目印があると便利。途中来宮神社に行くのに迷っていた人がいたので案内してあげました。もう少し観光客に分かりやすい案内看板があれば良い	女性	40代	神奈川県
・ 交通の便が悪い。秘宝館にも行こうとしたが時間がなくて結局やめた。来宮神社にも結局徒歩で来た。特にバスの本数	男性	40代	大阪府

■ 分析結果からの提言事項

来宮神社の観光客の参拝者増は、観光市場においても特定のターゲット層ではなく、熱海観光客増と同じ傾向にあり、熱海観光の全体的な市場拡大に大きく寄与していると思われる。

産学官連携プログラム

「熱海市を対象とした観光客の観光行動調査」

熱海市観光推進室・JTB静岡支店・静岡県立大学経営情報学部

学生調査員の感想・意見集

■ 調査結果の新聞記事掲載



静岡県立大学経営学部：渡邊貴之研究室ゼミ生

荒川（両日：アカオ）

- 若いカップルが多かった
- ペット連れも多かった
- 余裕を持って旅行している人が多かった
- バスでICカードが使えるようになると嬉しいという声があった
- キャッシュレス対応が遅れている

長谷川（1日目：親水公園 → 熱海駅、2日目：MOA）

- 行き当たりばったりで行く人も多い
- 若い女性グループ、カップルが割と多い
- 騒ぐ団体客に不満を抱く個人客
- 観光施設のカード決済不足に不満を抱く
- 長年のリピーターが熱海の変化を感じている様子
- MOAは外国人も割と多め
- 寂れたノスタルジックさが好きで来ている人も若干名

網城（2日目：アカオ）

- 若い人からお年寄りまで幅広い世代の人が楽しんでいた
- 熱海に10回以上来ている人が多くリピート率が高いんだなと思った
- 宿泊客がかなりを占めていた

渡邊（2日目：来宮）

- 意外に若い人が多い
- 商店街が昭和っぽい、所々インスタ映えしそうなお店が増えてきている
- 年配の団体客も多かった

武田（両日：熱海駅）

- 若い人が多かった
- 熱海市が好きでぜひ熱海に貢献したい人がいて観光客に愛されている街だなと思った
- 魅力的な項目に温泉と答える人が多かった

下谷（両日：来宮）

- 来宮神社だけを目的とした人が思ったより多いイメージ
- 若い方も多い印象で、各所にフォトスポットが設置されてより集客できてたと思われる
- 何も決めず、ぶらぶらと観光するという人も多かった
- 熱海市内にもっと観光地を増やして欲しいという意見が2、3件あった

学生調査員の所管

合野口（1日目：長浜、2日目：来宮）

- 交通の便が良いという人と悪いという人がいた。悪いという人は市内のバス本数や坂の多さが気になったようだった。
- ちょっとした撮影スポットも効果があるようだった。
- 高齢の方で、熱海は以前より人が増えたという人が一定数いた。

長坂（両日：起雲閣）

- リピーター層(10回以上)が多い。
- 団体客や女性グループなど大人数で訪れる方が多い。
- 学生や家族連れが少ない。
- 起雲閣のみを訪れるために熱海に来る方も複数いた。
- インバウンドは少なめ。

飯塚（両日：起雲閣）

- 予定を決めずに来ている人が案外多いのが意外だった
- 新幹線停車駅ということで交通の便についての不満はほぼなかった
- リピーターが多く、最近の熱海の盛り返しを感じている人が多い

高橋（1日目：長浜、2日目：熱海駅）

- 数時間だけふらっと立ち寄る人が多かった
- この観光施設に来たというより海鮮丼など何か美味しいものを食べたらいいなーという目的で来る人もいた
- 宿泊は伊東や湯河原のほうで熱海に宿泊はしないという方も多かった

望月（1日目：親水公園 -> 来宮、2日目：MOA美術館）

- やさしい人が多かった→間違えて市内の方にアンケートを渡してしまったことがあったが、自由記述のところにとっても丁寧にたくさん回答していただいた
- クレカが使えなくて困った人が何人かいた
- (お年寄り何人かから)駅前にベンチがもっとほしい
- 親水公園には立ち止まる人が少ない(旅のはじめに来て写真を撮る程度)
- ジャンパー着てた方が答えてくれた

根岸（2日目：熱海駅）

- カップルの観光客が多い
- 駅前に足湯がいくつかあると良いと思った。ゆっくりできる場所が増える。温泉の街というイメージももっと持てる。
- 地元の人が親切で優しかった

学生調査員の所管

北村（1日目：熱海駅）

- 年配の方は観光地を巡るよりお気に入りの旅館や料理を楽しみに来ている人が多い
- 若い人は観光地の場所や距離感などが把握出来ていない人多め
- ゆうゆうバスの存在薄い
- リピーターが多いことに驚きました
- 横浜からの行き帰りで立ち寄る人がちらほらいる
- カップル、夫婦多め

武藤（1日目：アカオ）

- カップルや夫婦が多かった
- 熱海市の方はほとんどいなかった
- この時期は花があまり咲いていない為、少しがっかりしたという方がいた

■ 指導教員：渡邊貴之教授

今回、14名（両日参加9名、1日参加5名）の3年生、4年生、大学院生が調査に取り組みました。3年生は初めての対面方式の調査でしたが、経験者のサポートもあり、観光の現場からの多くの気付きを得ることができました。一般論として、学生は意外なほど自分の住んでいる都道府県の観光資源を知りません。官学連携により自治体と地域の大学が連携し、今回のような調査を実施することは、学生にとって自分の住んでいる地域の観光資源を知る機会となり、その良さを発信するためのきっかけとなります。昨今、デジタルマーケティングを実践する中で、スマートフォンによるWebアンケートでは観光の現場に赴かなくともサンプルデータを得ることができます。そのため、学生にとっては、あたかもコスト無しでデータが収集できるように誤解しがちです。しかし、実際にはWebアンケートの回答促進のためのインセンティブには少なからぬ金銭的コストがかかっています。学生は、今回のような対面方式の調査を経験することで、1件のサンプルデータを得ることがどれだけ大変かというデータを収集するために必要なコストやデータの価値を確認するまたとない機会となりました。また、デジタルな調査のみでは得られない、現地において観光客と直に接し、時には会話することによって得られるアナログな調査による情報が如何に貴重なものであるか認識できたと思います。最後に、日々変化する観光の現場において、データに基づくマーケティングが求められているDMOは、デジタル技術を用いた継続的な調査は当然として、今回のようなアナログな調査も重要と言えます。2者は互いの弱点を補完するだけでなく、かつデータフュージョン等によって効果的に組み合わせた活用が期待できます。

★官学連携で大学生に調査員をしてもらうことは、観光の現場を体験してもらうという教育の場を提供するというだけでなく、各調査員のコメントは、20代の若者が旅行者の視点で熱海の観光で最初に受けた印象であり、日常のマーケティング業務の中で、既知のこととして処理されていたことを思い出させてくる“原点帰り”の機能も持ち合わせている。

熱海ネット新聞

熱海の観光客、10～30代が全体の4割以上 市が観光客実態調査 女性が6割

2019/12/6 top 市政、新着ニュース、経済 コメントを書く 熱海ネット新聞

Tweet Share G+1



30代が16・7%、60代が11・5%、70代以上が8・8%、10代が3・1%。10～30代が全体の約42%を占め、若い世代の取り込みが熱海の人気回復の原動力になっていることが浮き彫りとなった。

観光客の居住地は首都圏の1都3県（東京、神奈川、埼玉、千葉）が70・8%を占め、静岡県内は11・7%。女性は59・3%で男性の40・7%を上回った。訪問回数は「初めて」が24・9%で最も多く、「10回以上」も20・6%あった。



静岡新聞

熱海観光客10～30代4割、若年層が再生の力に 650人超に実態調査

12/6(金) 9:10配信



熱海市は5日、10月に市内で実施した観光客実態調査の結果概要を公表した。旅行者の年齢は10～30代が約42%を占め、若い世代の取り込みが同市の観光業再生の原動力になっていることを改めて裏付ける結果となった。

調査は10月5、6の両日に実施。JTB静岡支店と県立大経営情報学部の渡辺真之教授、同大の学生と連携して7カ所で開催などを行い、651人から回答を得た。

年齢は20代が22・7%と最も多く、50代が20・6%、30代が16・7%で続く。居住地は首都圏の1都3県が70・8%を占め、本県は11・7%。男女別は女性が59・3%。訪問回数は「初めて」が24・9%で最多となる一方、「10回以上」も20・6%に上った。

宿泊と日帰りの割合は宿泊が74%。立ち寄り先は来宮神社や熱海駅前の商店街、市街地海岸部などが多かった。旅行全体の満足度は、「大いに満足」「満足」と答えた人の合計が89・4%に達した。

市観光経済課の担当者は「若年層を対象にした観光プロモーションや各宿泊・観光施設、店舗の努力が一定の評価を得た結果では。今後は若い世代にリピーターとなってもらえるような施策展開を考えたい」と話した。

静岡新聞社

宿泊と日帰りの割合は宿泊が74%。消費額の平均は日帰り旅行が7083円、宿泊旅行は2万7453円。宿泊費の平均は1万7138円となっている。立ち寄り先の人気スポットは来宮神社がトップで、熱海駅前商店街、熱海サンビーチ・親水公園、アカオハーブ&ローズガーデン、熱海駅前足湯、熱海銀座商店街、起雲閣、MOA美術館、熱海城、お宮の松と続く。旅行全体の満足度は、「大いに満足」「満足」と答えた人の合計が89・4%を占めた。

聞き取り調査は10月5、6の両日にJTB静岡支店と静岡県立大経営情報学部の渡辺真之教授および同大学生が市内7カ所で行い、651人から回答を得た。両日は、湯前神社秋季例大祭「湯まつり」、「熱海サンビーチ・アクアスロン大会」などがあつた。

（熱海ネット新聞）