

第5回 天草市観光動向調査 (令和2年11月実施分)

<調査概要>

- ・調査期間 令和2年11月14日(土)～11月29日(日)
- ・調査対象 観光関連施設(30施設)にお越しの一般消費者
- ・調査方法 紙ベースのアンケート用紙に加え、
二次元コードから誘導するWEBアンケート実施
- ・有効回答数 596件

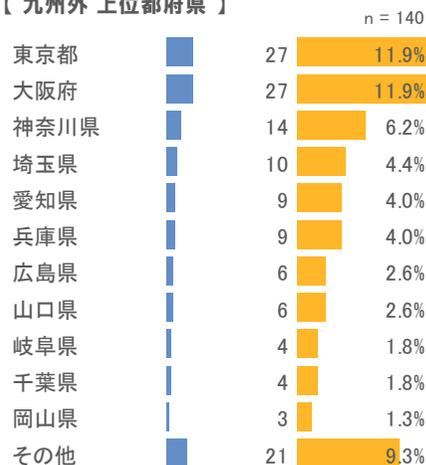
天草市観光文化部観光振興課

回答者属性① 居住地区分・居住地

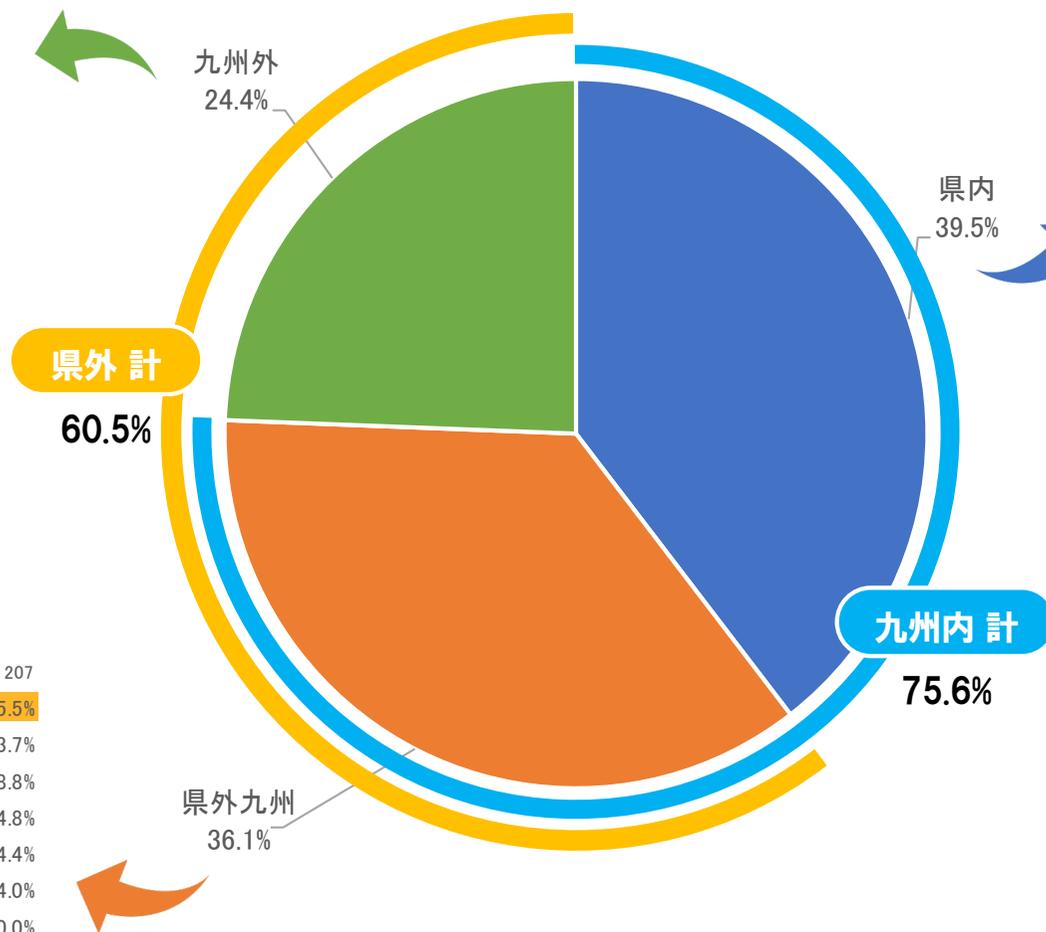
問1. 現在のお住まい

- ・ 県内は およそ4割、九州内からは およそ3/4、県外からは およそ6割 が来訪
- ・ 県内では 熊本市、九州内では 福岡、九州外では 東京都・大阪府 が他地区に差をつけてトップ

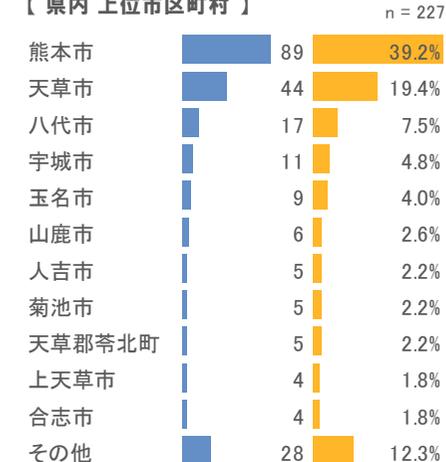
【九州外 上位都府県】



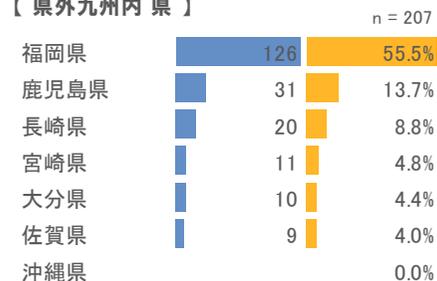
n = 574



【県内 上位市区町村】



【県外九州内 県】

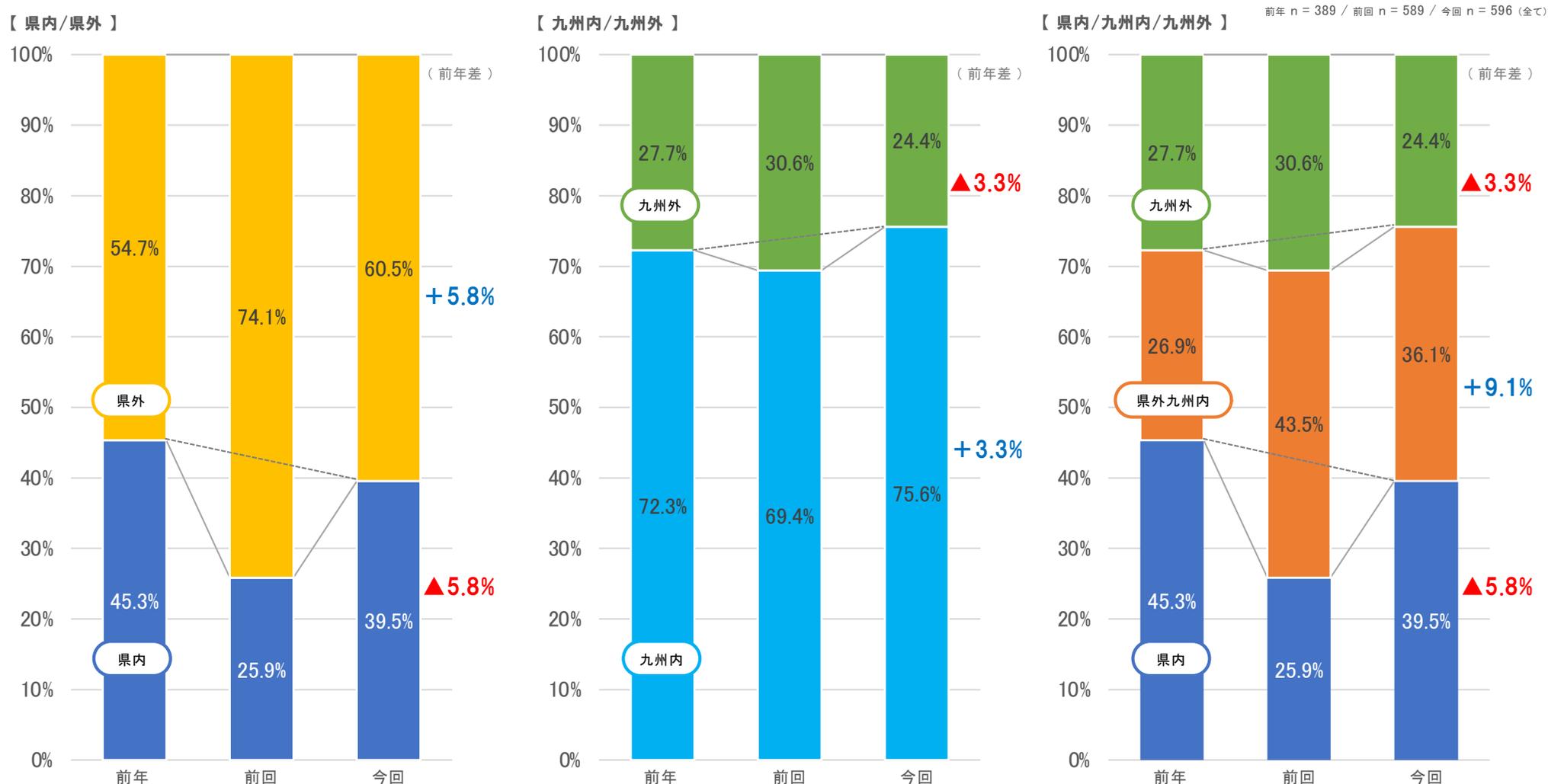


人口密度の高い都府県・市からの来訪が多く、特に 福岡県 へのアプローチは訪問客増加が期待できる
九州内エリアの来訪が多く、近郊エリアへのアプローチが増加への期待が大きい

回答者属性① 居住地区分 過去比較

問1. 現在のお住まい

- ・ 県外、及び九州内での構成が大きく伸長 (+9.1%)
- ・ もっとも行きやすい県内の構成が減少 (▲5.8%)



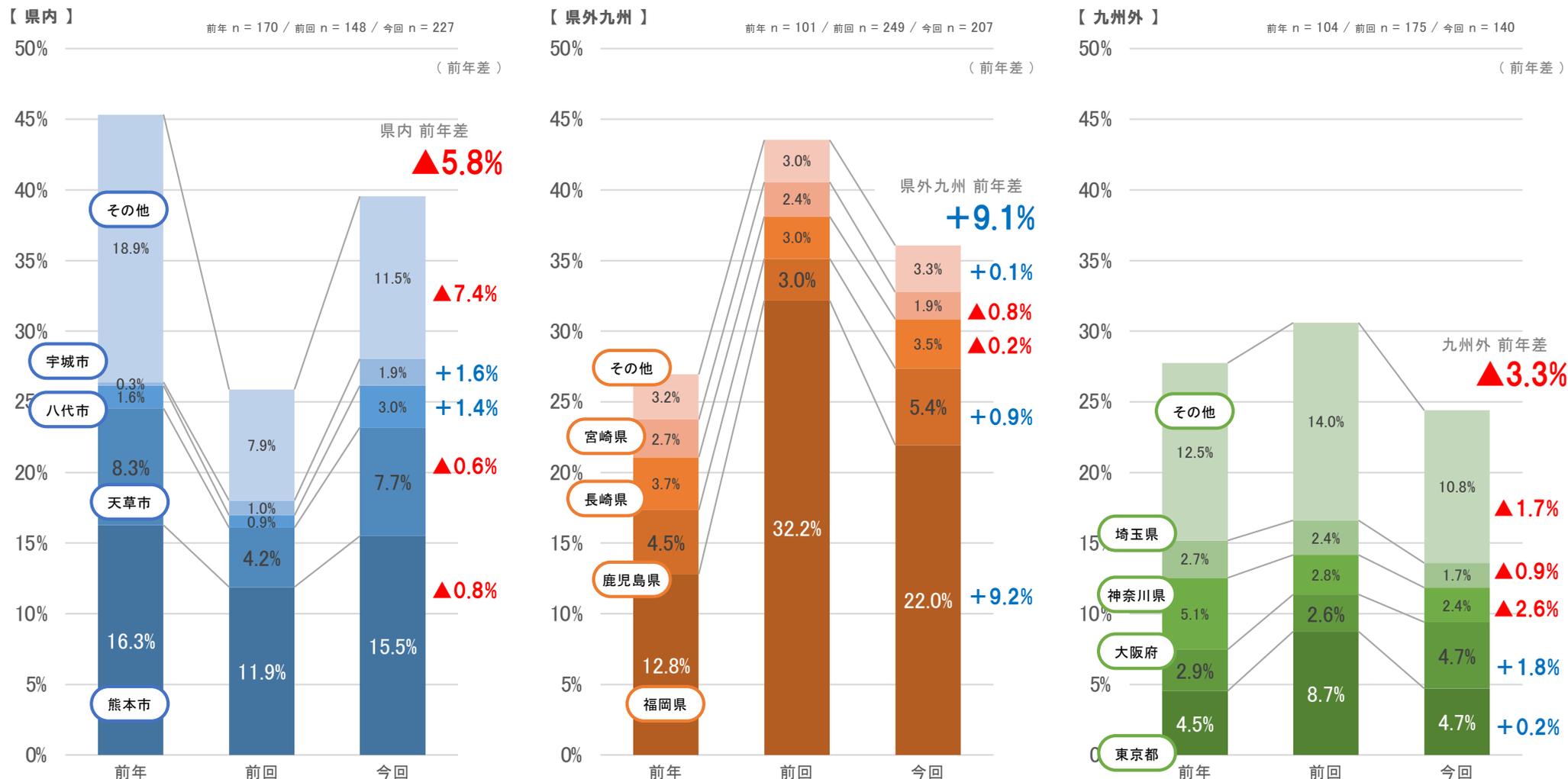
近距離・遠方よりも、お出かけ感のある中距離への旅行・お出かけが高まった
Gotoトラベルの期間中であったが、九州外からの訪問客構成は減少していることもポイント

回答者属性① 居住地区分・居住地

過去比較

問1. 現在のお住まい

- ・ 県内は「その他」の地域が減少、県外九州では「福岡県」の増加が主因、九州外では 都心部が微増もその他の各県で減少
- ・ 県内「熊本市」の構成は大きく減少しておらず、高い構成を維持



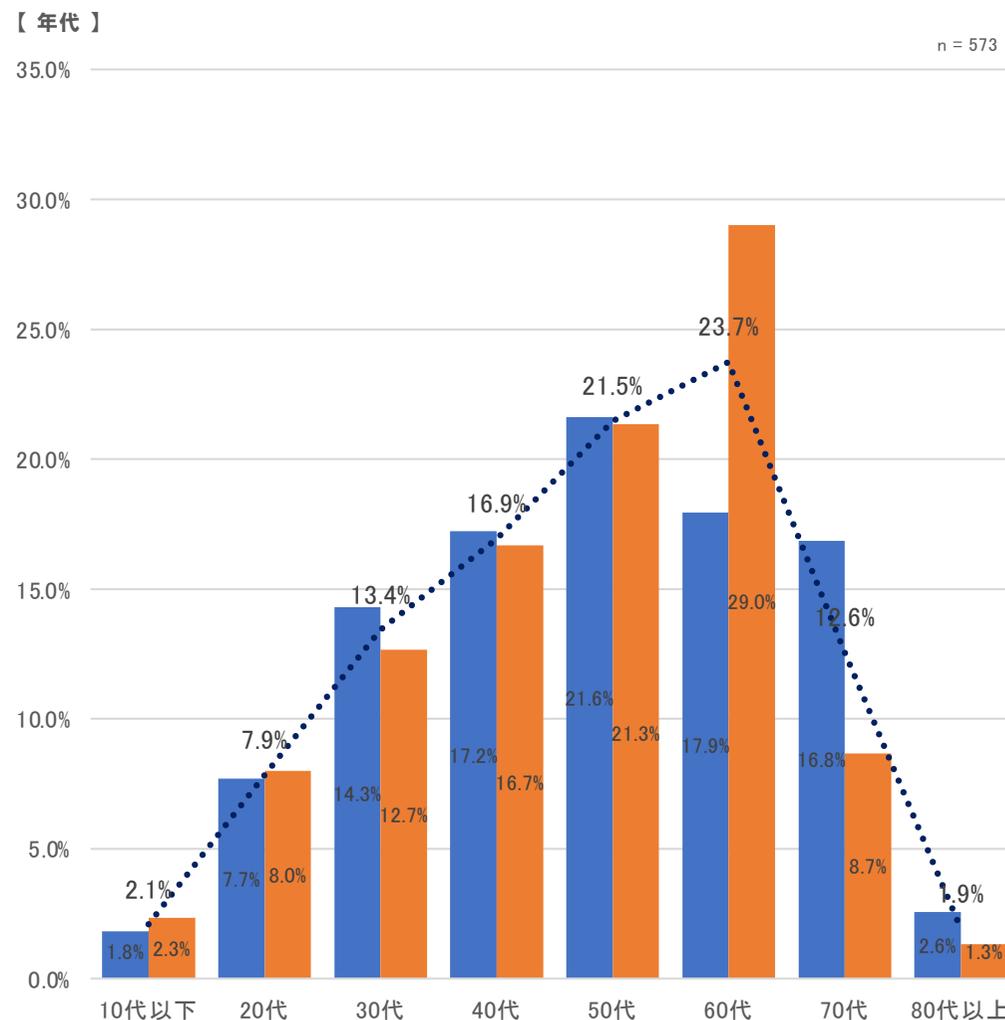
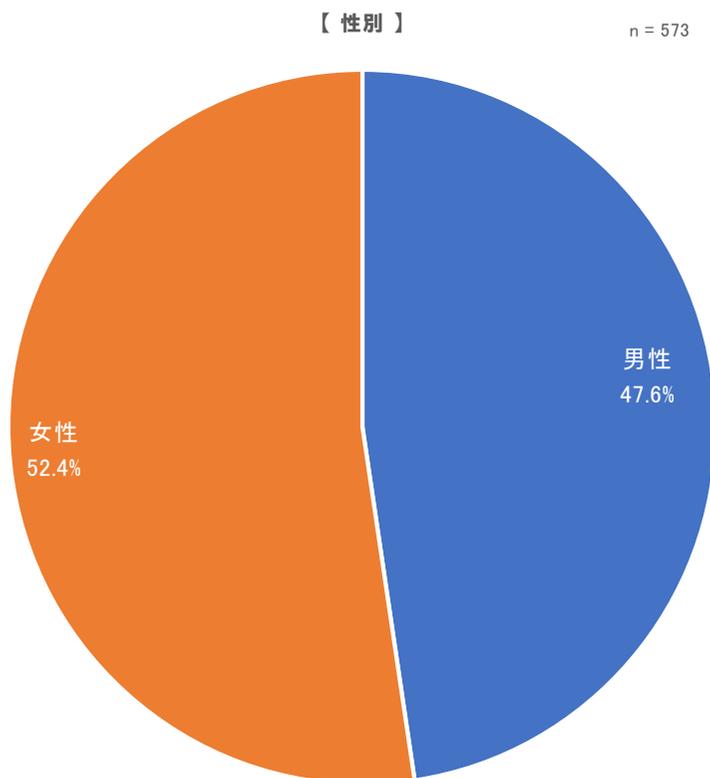
県内は比較的近距离ではあるが、地方からの訪問は減少

福岡県の増加が顕著であり、現市場環境から「天草」が選ばれやすい地域であることが伺える

回答者属性① 性別・年代

問2. 性別 × 問3. 年代

- 日本の男女比率とほぼ同じ構成（男性<女性）
- 60代以上で1/3以上を締め、60代を中心に年代が下がるにつれ構成は減少 60代女性比率が突出し、70代女性比率で一気に減少



男性は50代が最も高い構成で、女性では約3割が60代と高年齢層で差が見受けられる

(ただし回答者であるため、来訪者とは直結せずに参考値として集計)

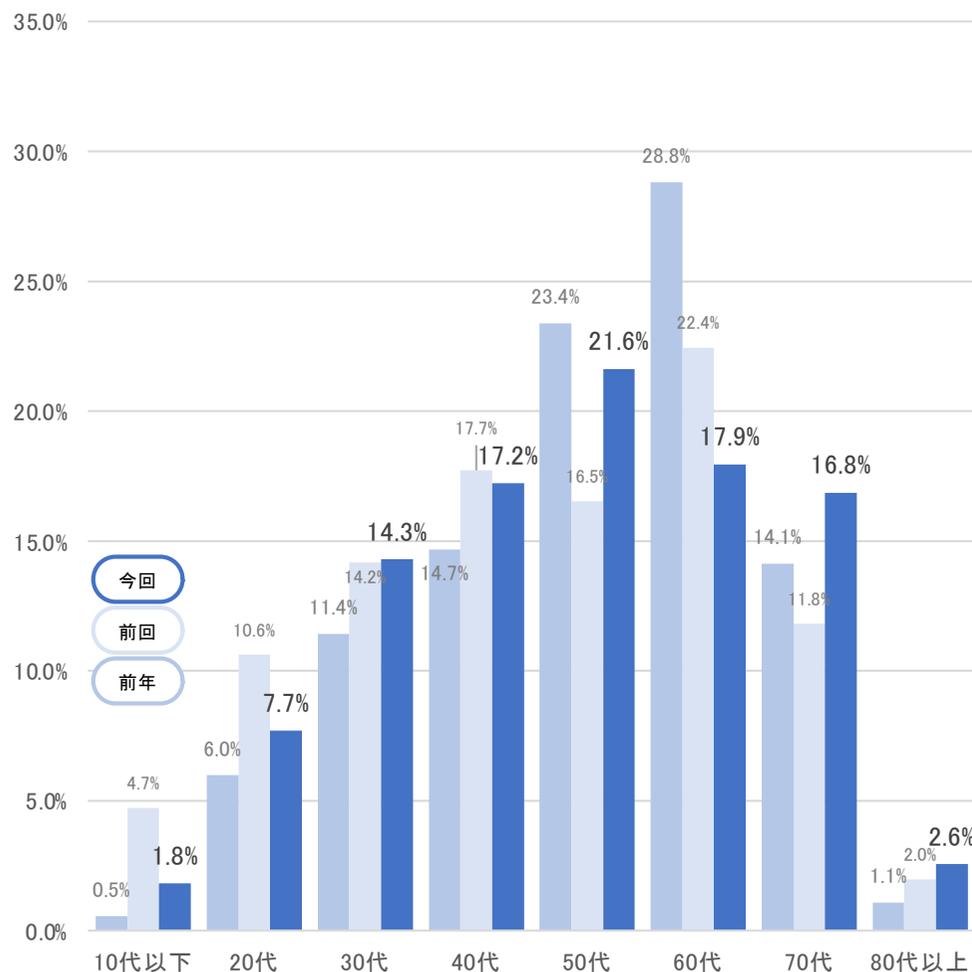
回答者属性① 性別・年代 過去比較

問2. 性別 × 問3. 年代

- 男性では、60代の割合が前年・前回から共に大きく減少し、30代・40代・70代の割合が前年より増加
- 女性では、40代・70代の比率が前年より減少、60代の比率が増加

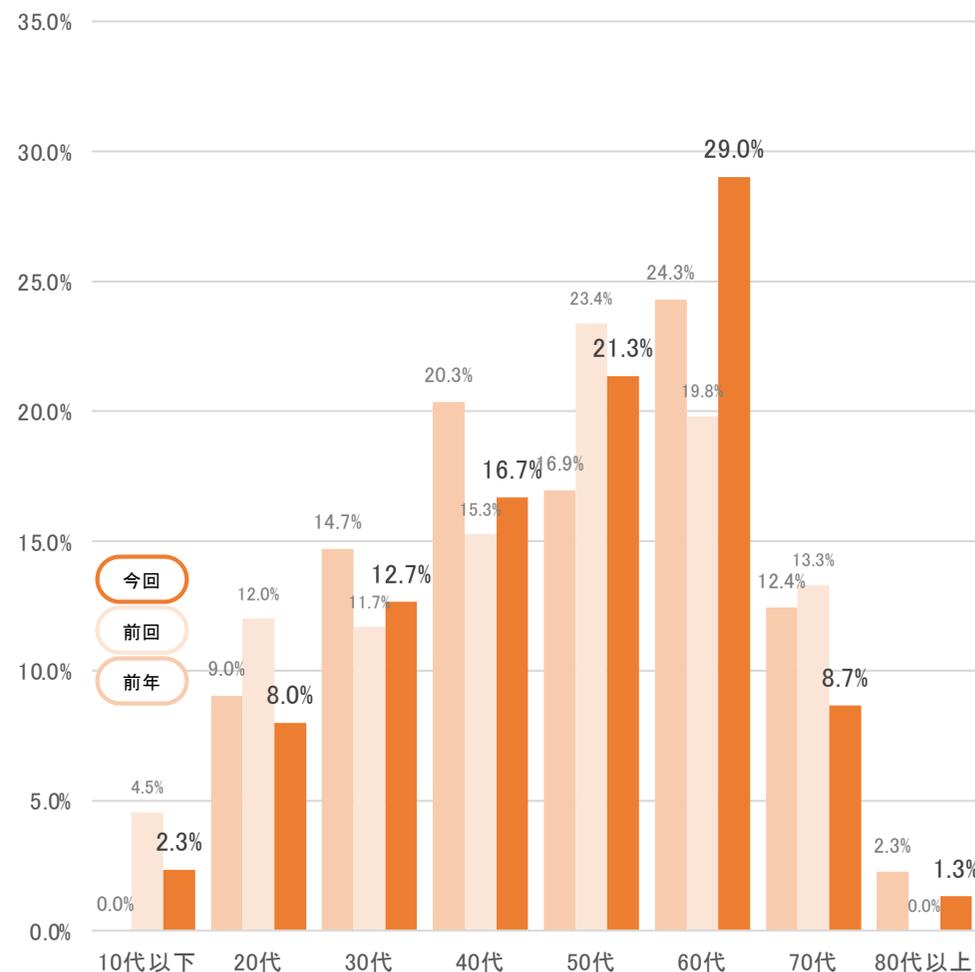
【 男性・年代別 】

前年 n = 184 / 前回 n = 254 / 今回 n = 273



【 女性・年代別 】

前年 n = 177 / 前回 n = 308 / 今回 n = 300



**男性は、幅広い年代が来訪した傾向があり、
女性は、50代60代の割合が強まった傾向が見受けられる**

回答者属性① クロス分析：居住地×年齢×性別

過去比較

問1. × 問2. × 問3.

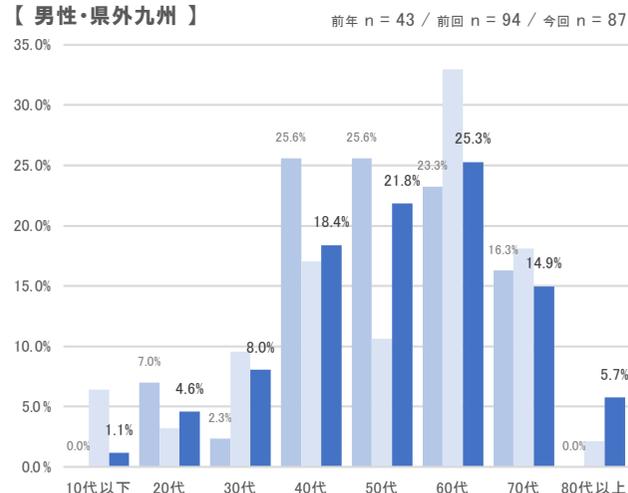
- ・ 県内男性では 60代が1/3となり30代～50代中心、県外九州では 40代～60代が中心、九州外では 幅広い年代
- ・ 県内女性では 60代が前年と同様に中心、県外九州では 60代が2倍近く伸長40代が半減、九州外では50代60代が中心

※ 前年との比較を重視し、前回の数値表示は割愛

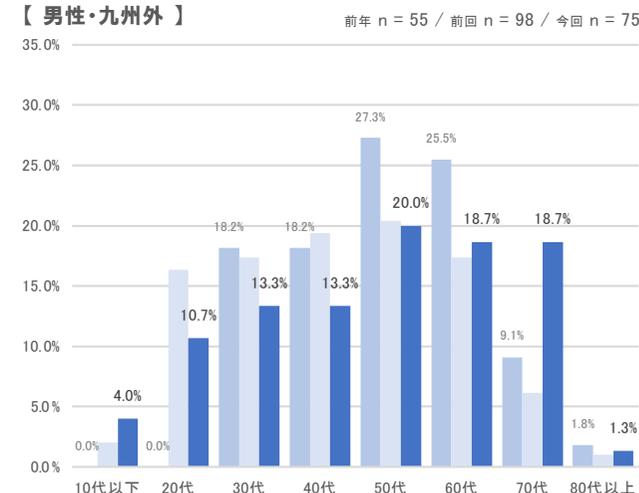
【 男性・県内 】



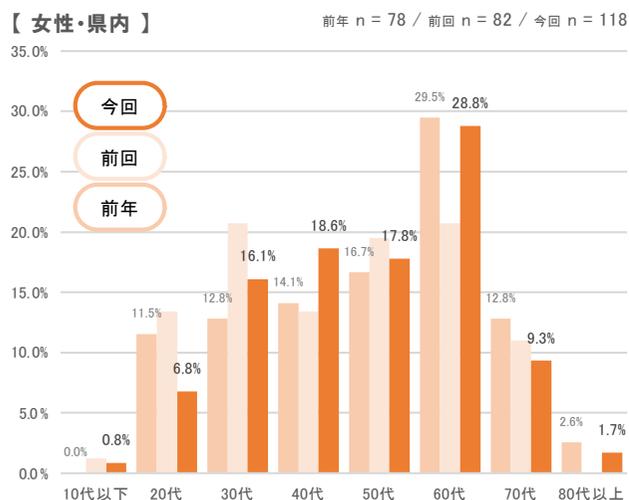
【 男性・県外九州 】



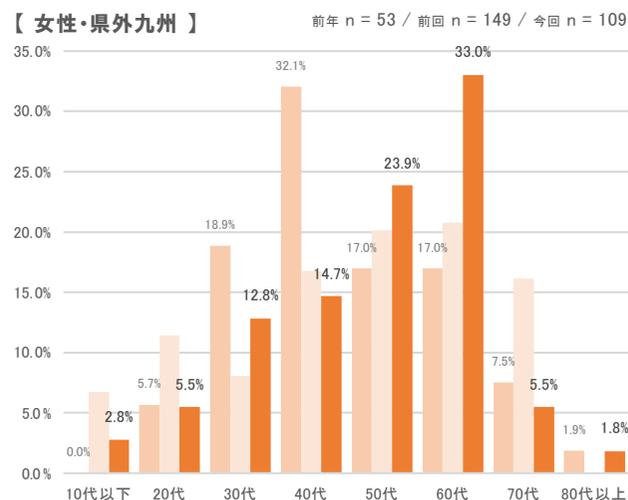
【 男性・九州外 】



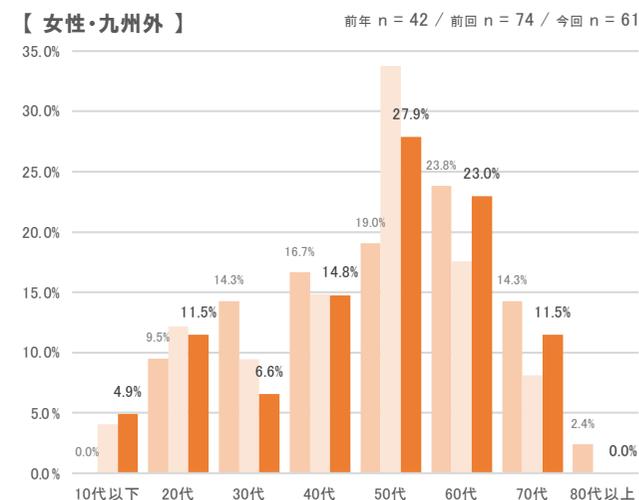
【 女性・県内 】



【 女性・県外九州 】



【 女性・九州外 】



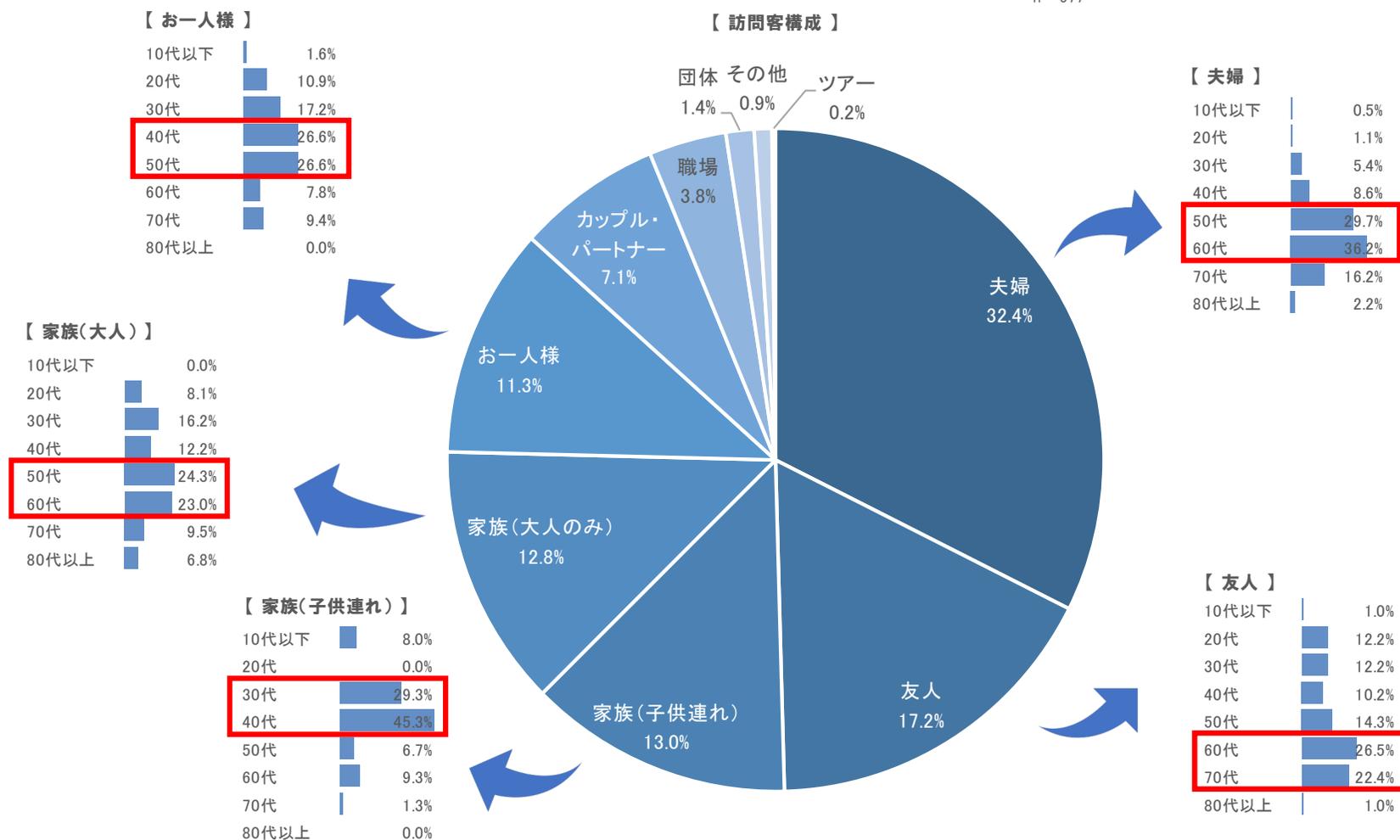
県内では「30代～70代」、県外九州では「40代～60代」、九州外では「50代～70代」がそれぞれ中心
男女でもそれぞれ特徴が分かれ、女性の方が50代60代に偏りが見受けられる

回答者属性② 訪問客構成（×年代）

問7. ご本人を含め 何人で、どなたとお越しになりましたか？

- もっとも多いのが「夫婦」で32.4%、50代以上の高年齢層に偏る
- 次いで多いのが「友人」で17.2%となり、60代70代が中心で、20代以上でも1割ほど見受けられる

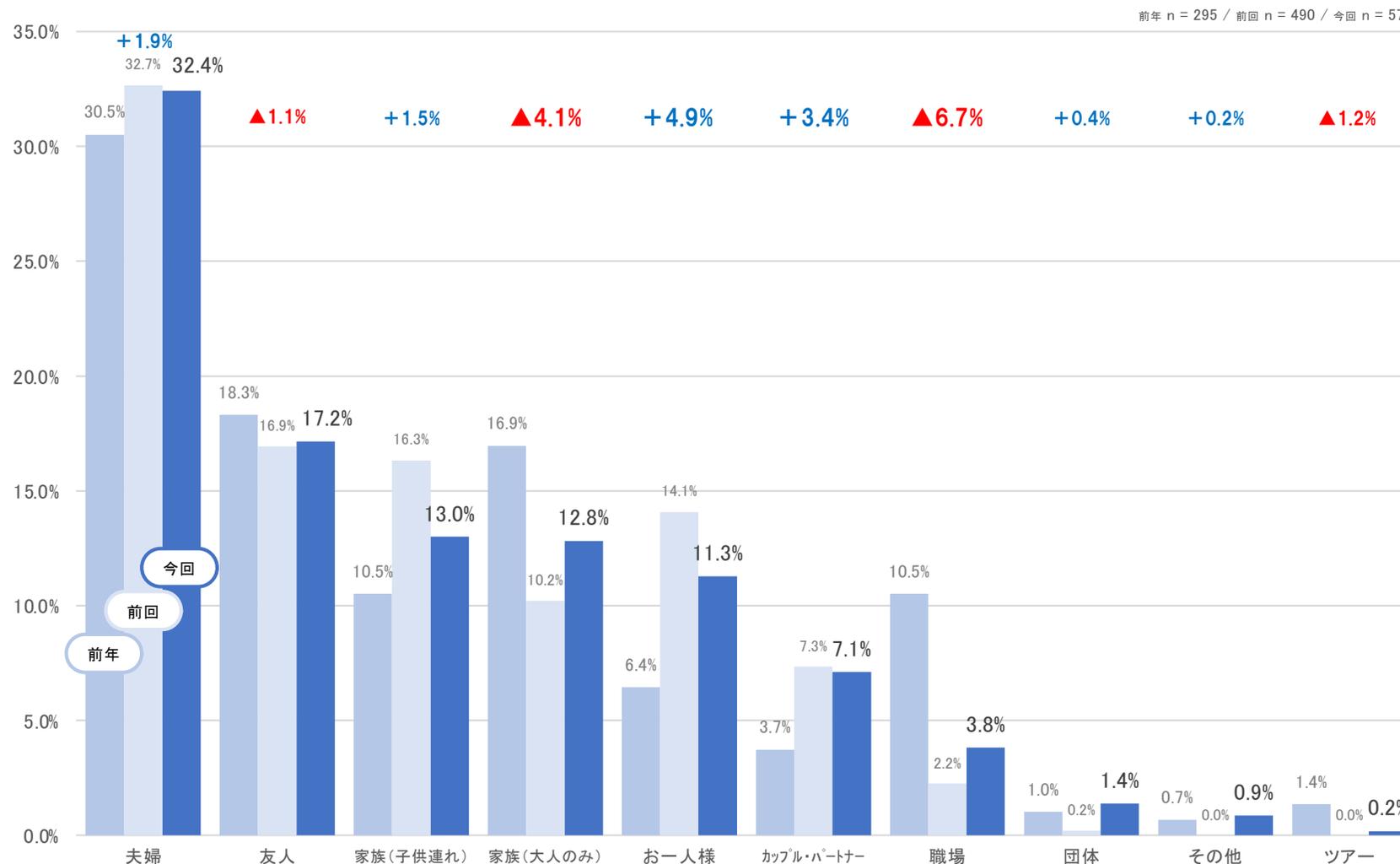
n = 577



各構成で年代別の特徴が現れており、ターゲットとする年代層が明確に

「だれと」というキーワードは、今後変わりゆく観光・旅行ニーズにとって重要な切り口の一つ

- 上位の訪問客構成順位は大きな変動は見受けられない
- 「職場」の構成が顕著に減少、「家族(大人のみのみ)」も減少、「お一人様」「カップル・パートナー」が増加



「職場」の減少は出張等の減少、密を伴う「ツアー」の減少

感染リスクを下げ、密にならず自由度の高い「お一人様」旅の増加は、コロナの影響があったと推測できる

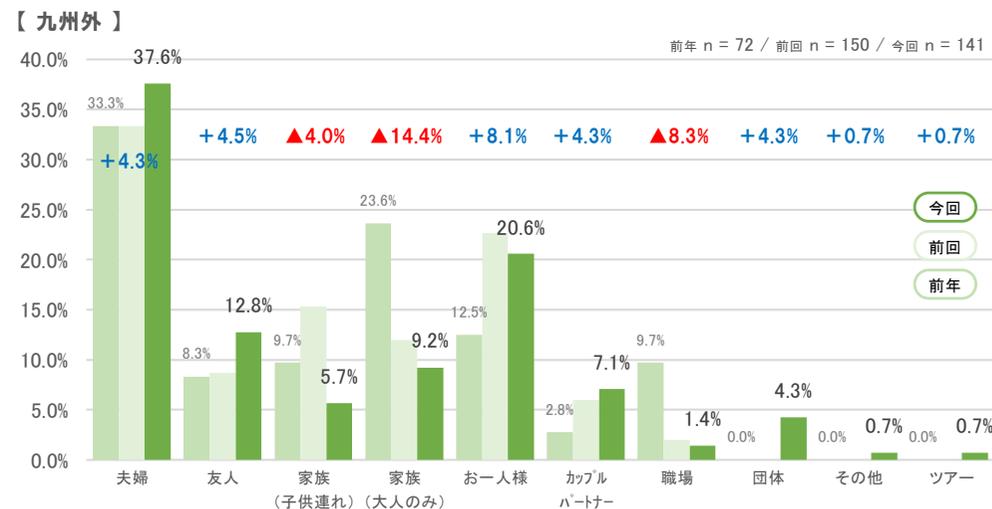
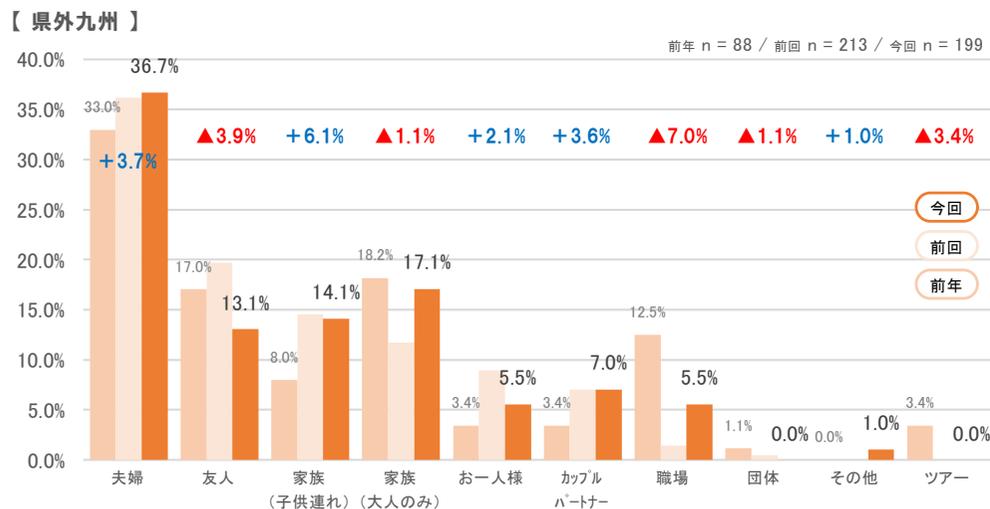
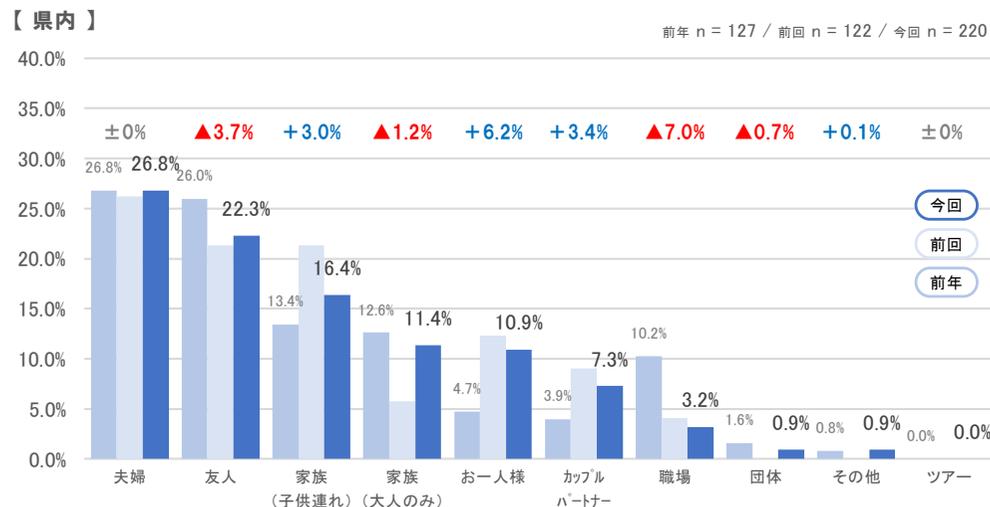
回答者属性② クロス分析：居住地×訪問客構成

過去比較

問1. × 問6.

- 全ての居住地区分でも「職場」の減少は顕著、「お一人様」、「カップル・パートナー」の増加も同様の傾向
- 九州内では「友人」が減少し、「家族(子供連れ)」が増加 → 九州外では逆の傾向

※ 前年との比較を重視し、
前回の数値表示は割愛

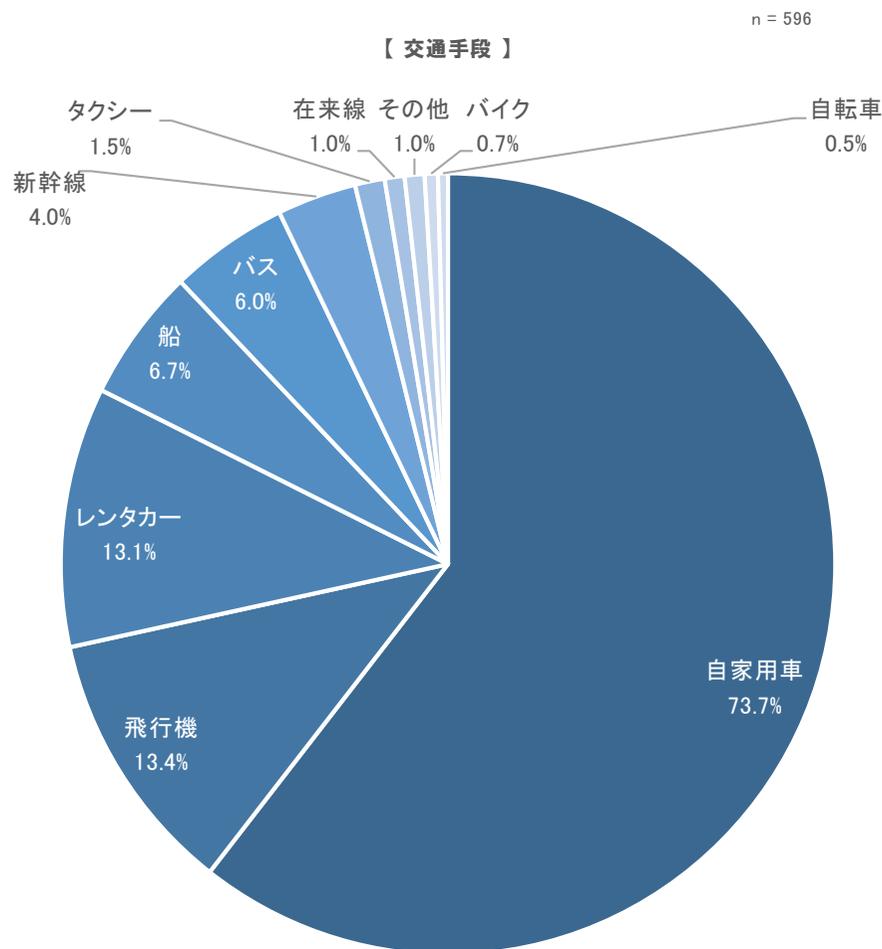


近・中距離での旅行において、間柄が近い構成での増加となり、コロナ禍での旅行スタイルに影響があったか
長距離においては、「家族」での移動はリスクとも捉えられ、控えられた傾向が見受けられる

回答者属性② 交通手段

問6. 天草までご利用になった交通手段は何ですか？（複数回答）

・「自家用車」での訪問が7割を超える

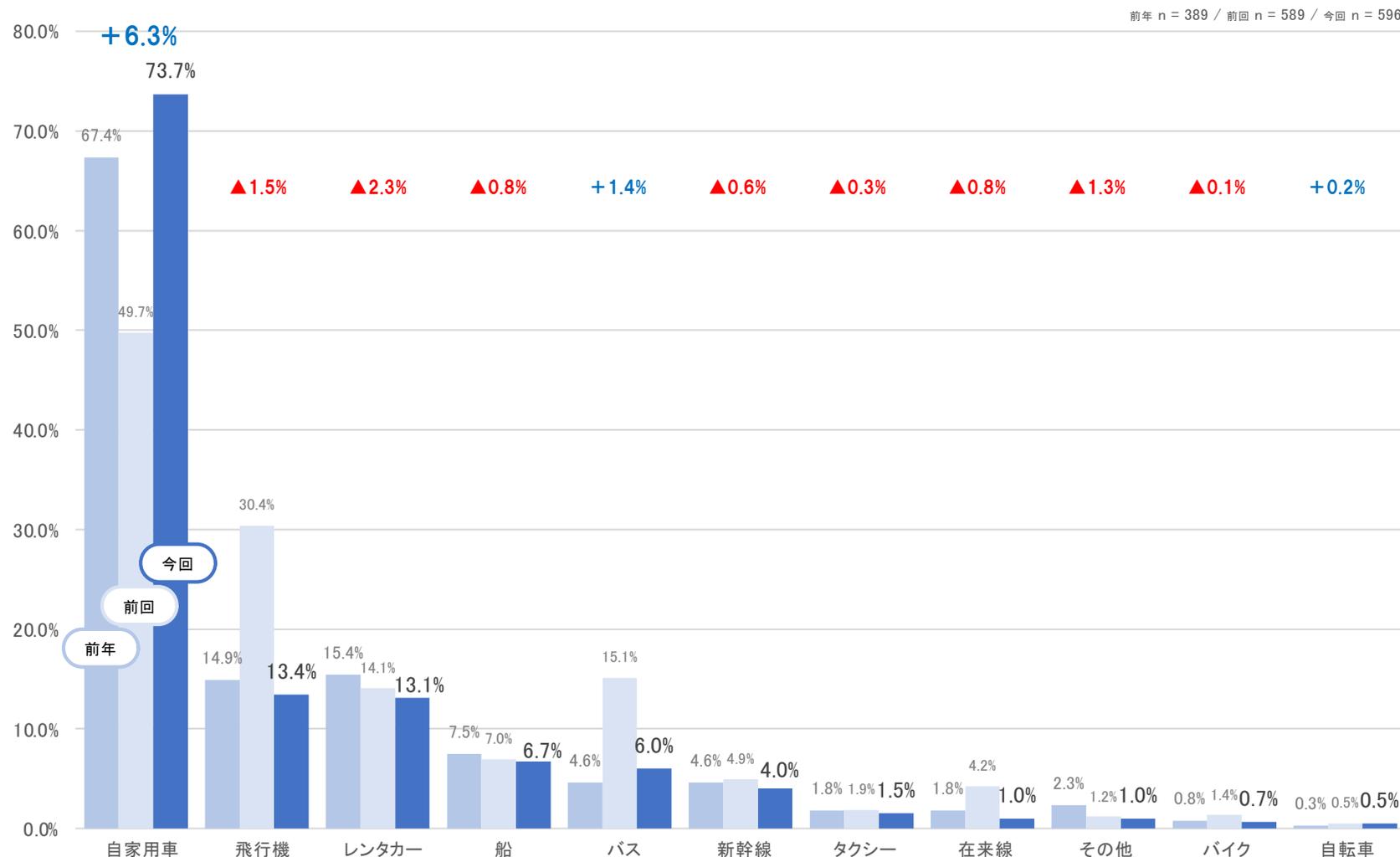


コロナ禍における移動手段としては、
密を避け、他人との接触を最小限にとどめ移動が出来る「自家用車」が選択されやすく圧倒して多い

回答者属性② 交通手段 過去比較

問6. 天草までご利用になった交通手段は何ですか？（複数回答）

- ・前年も2/3以上が「自家用車」であったが、今回の集計ではさらに増加
- ・「レンタカー」が減少しているが、公共交通機関に連動しての利用が推察され、それに関連した可能性が示唆



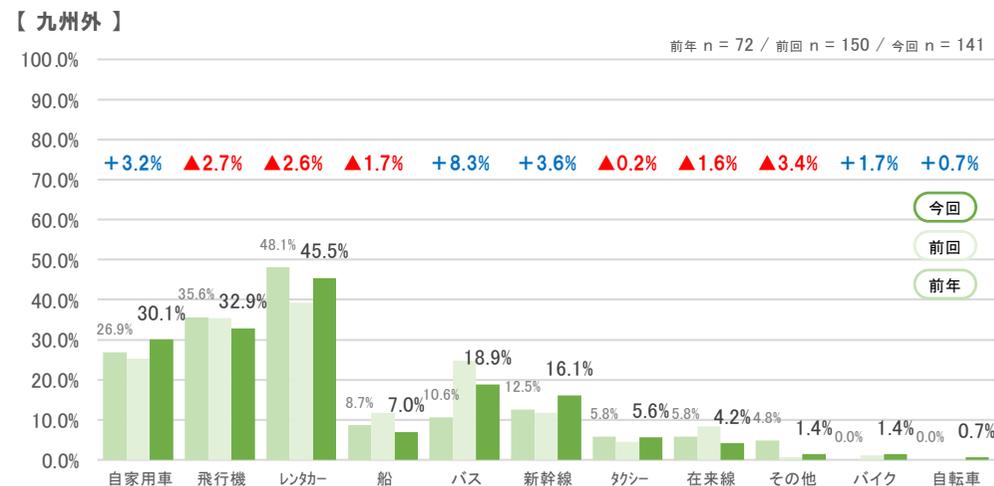
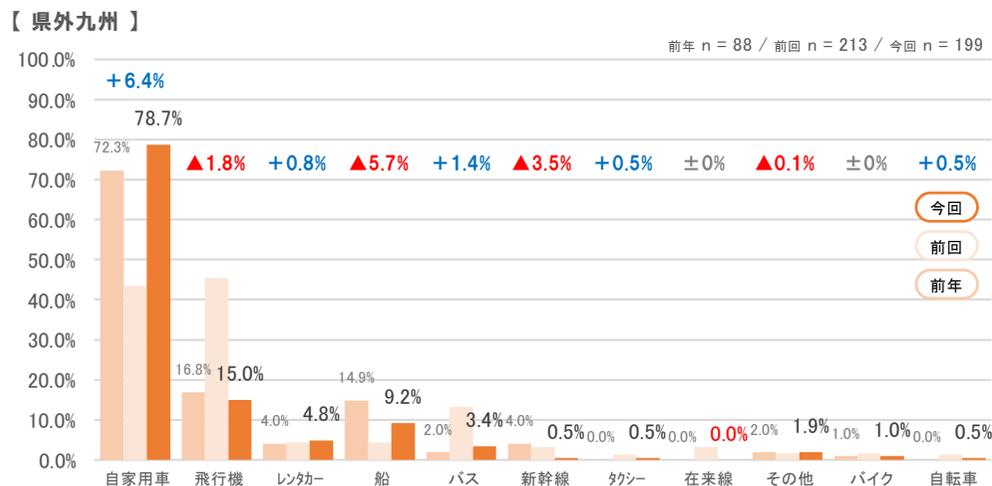
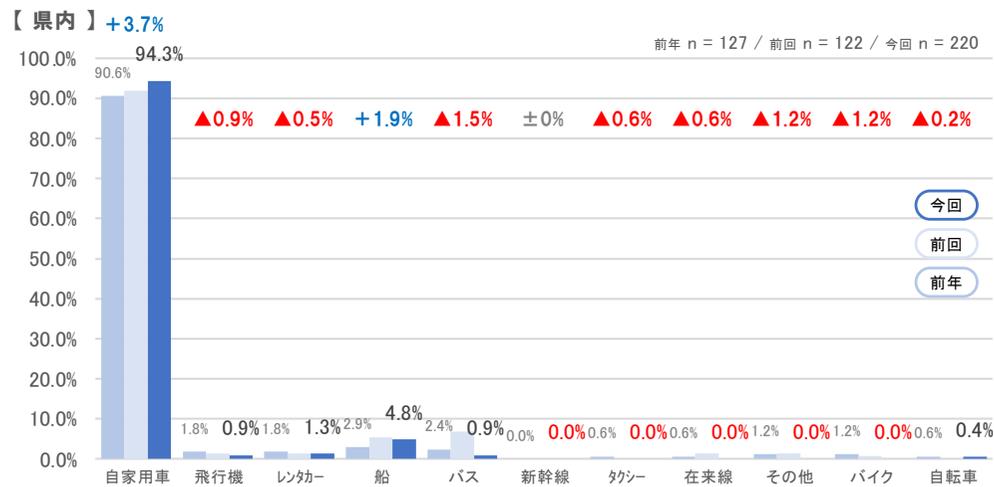
**「自家用車」への構成が高まり、コロナの影響が移動手段に現れた結果
安全が担保されるまではこの傾向は続く可能性が非常に高いと推察される**

回答者属性② クロス分析：交通手段×居住地 過去比較

問6. × 問1.

- 九州内において「自家用車」が増加し、県外九州の「レンタカー」も若干増加
- 九州外では「バス」の交通手段が増加している以外目立つ変化は見受けられない

※ 前年との比較を重視し、
前回の数値表示は割愛

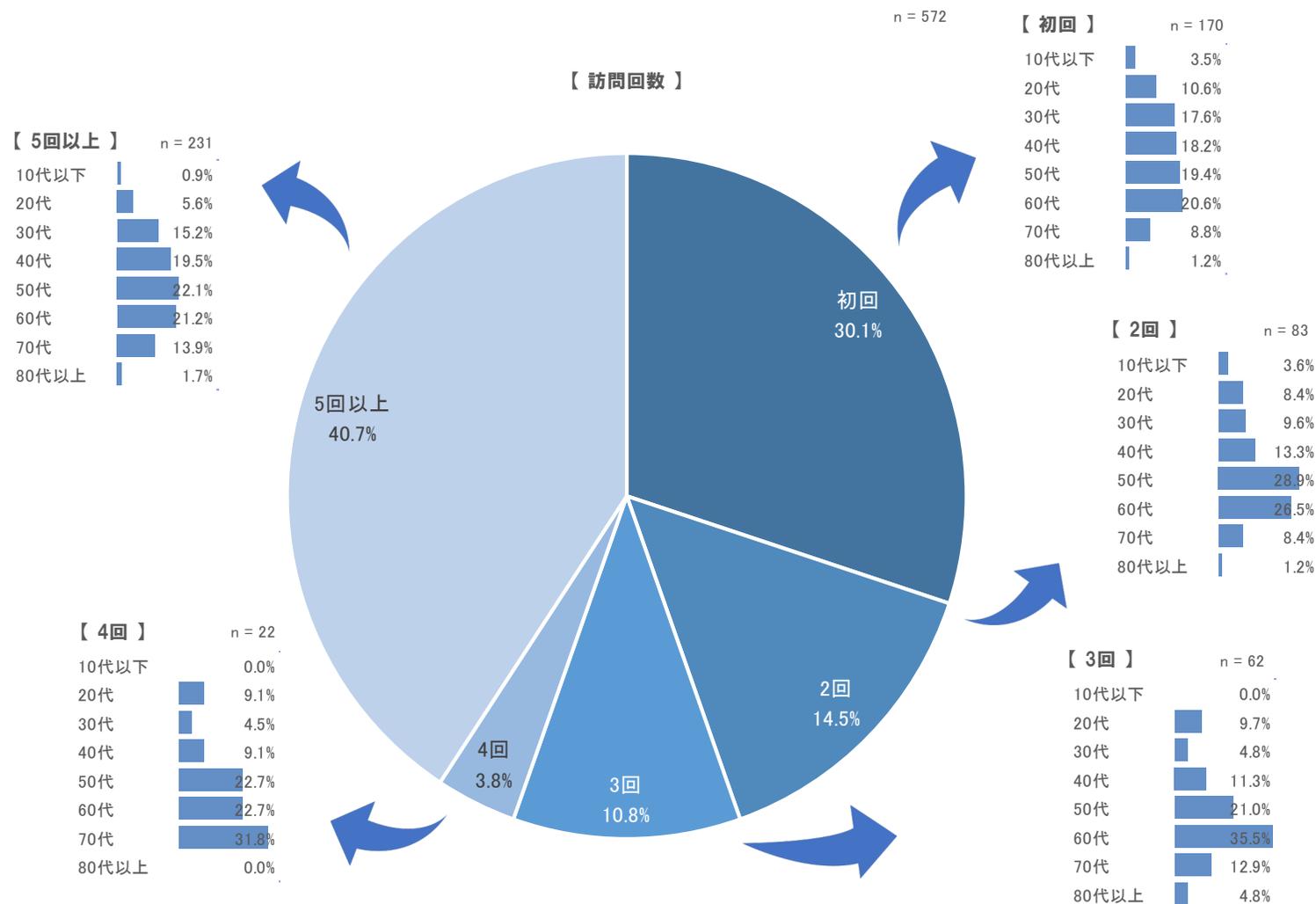


県内での構成の低いものは「船」以外さらに減少、若干の比率のあった交通手段も「0」となり一極化
 今後も「自家用車」の比率は高い傾向が続くと予想されるため、連動した施策は有効

回答者属性② 訪問回数（×年代）

問10. 天草市にこれまで何回お越しになりましたか？

- ・「初回」が3割、「5回以上」のリピーターが4割と2極化している
- ・「2回」～「4回」となる中間リピーター層では、50代以上の比率が高く、回数が増えるに連れ年齢構造も高くなる傾向が見受けられる



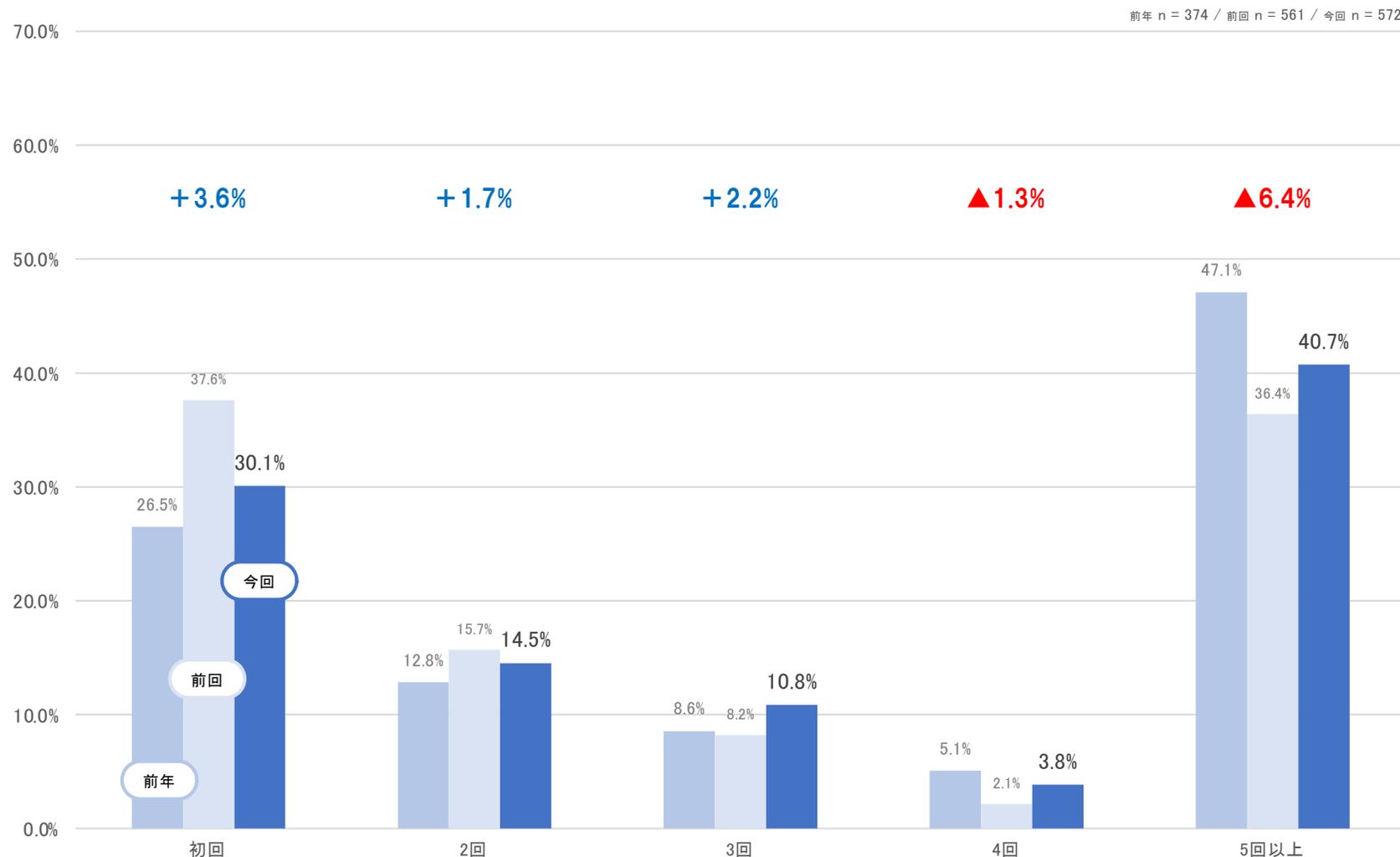
リピーターになりやすいのは50代以上であることが伺える

上記では、居住地区分(県内・県外)が関係している可能性が示唆(県内は何度も訪問できる環境、かつ県内比率が1/3以上)

回答者属性② 訪問回数 過去比較

問10. 天草市に これまで何回お越しになりましたか？

- ・「初回」～「3回」までの構成が高まり、それ以上は減少
- ・「初回」が最も大きく伸ばしており、「5回以上」のリピーター層で▲6.4%と大きく減少



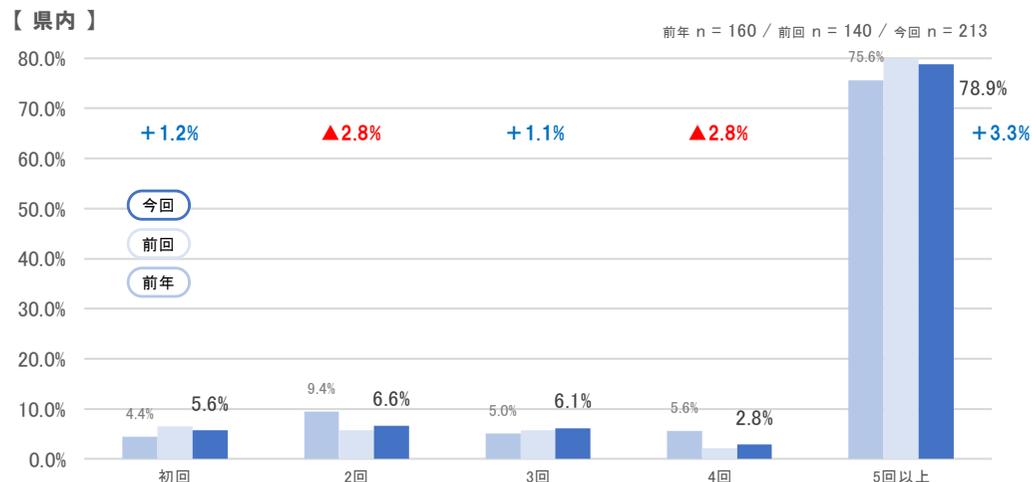
はっきりと「Gotoトラベル」の効果とはいえないが、
初めて訪問される方や、頻度の低いリピーター層にとっては若干寄与した可能性も伺える

回答者属性② クロス分析：訪問回数×居住地 過去比較

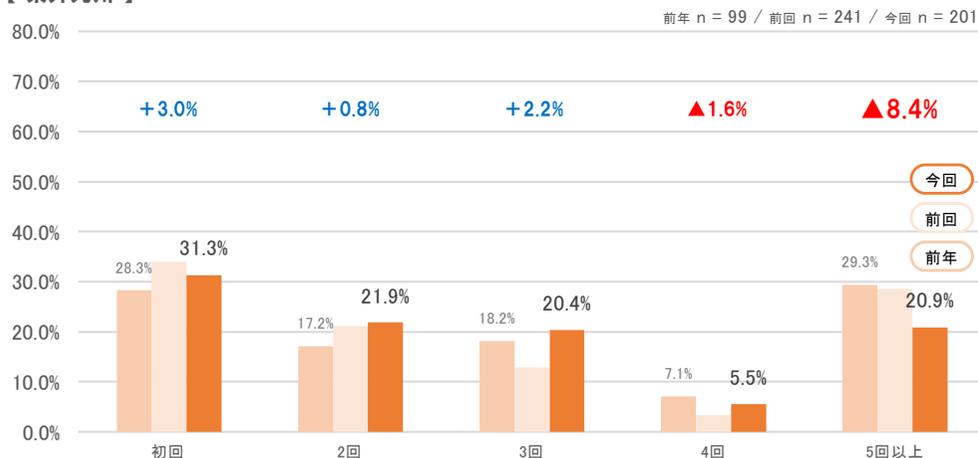
問1. × 問10.

- ・ 県内は8割近くが「5回以上」訪問されているリピーター層で構成されており、増加した傾向が見受けられる
- ・ 県外九州で「初回」は3割、九州外では2/3以上を占める 前年差では「5回以上」のロイヤリティ高いピーター層の減少がそれぞれ著しい

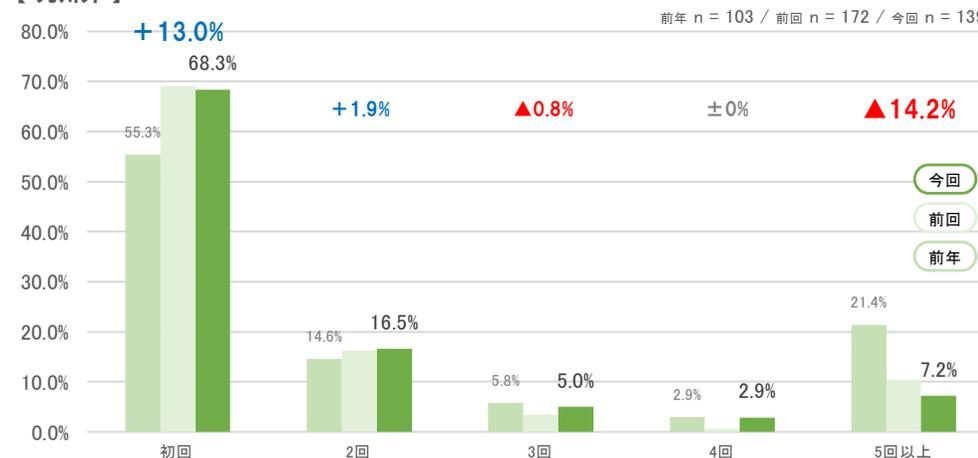
※ 前年との比較を重視し、
前回の数値表示は割愛



【 県外九州 】



【 九州外 】



県外全体の「初回」は増加し、「5回以上」が減少していることから、「Gotoトラベル」の効果을推察すると、何度も訪問する場所より、初めて、又はあまり訪れない場所の方が旅行先として選択されやすい傾向があったか

回答者属性② ※参考 クロス分析：居住地×年代×訪問回数

問1. × 問3. × 問10.

- 全体の傾向では、年齢層が高まるに連れ、リピーター層が多い構成
- 県外九州では、50代・60代がリピーターになりやすい傾向が強く、60代においては、初回よりも複数回訪れている方の構成が多い結果

【全体】 n = 568

	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計		29.9%	14.6%	10.9%	3.9%	40.7%
10代以下	1.9%	1.1%	0.5%	0.0%	0.0%	0.4%
20代	8.1%	3.2%	1.2%	1.1%	0.4%	2.3%
30代	13.6%	5.3%	1.4%	0.5%	0.2%	6.2%
40代	16.9%	5.5%	1.9%	1.2%	0.4%	7.9%
50代	22.2%	5.8%	4.2%	2.3%	0.9%	9.0%
60代	23.4%	6.2%	3.9%	3.9%	0.9%	8.6%
70代	12.1%	2.6%	1.2%	1.4%	1.2%	5.6%
80代以上	1.8%	0.4%	0.2%	0.5%	0.0%	0.7%

【県内】 n = 211

	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計		5.7%	6.6%	6.2%	2.8%	78.7%
10代以下	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
20代	7.6%	0.5%	0.5%	1.9%	0.5%	4.3%
30代	18.0%	0.9%	1.4%	0.9%	0.5%	14.2%
40代	19.0%	0.9%	0.9%	0.5%	0.0%	16.6%
50代	20.9%	0.9%	1.9%	0.5%	0.5%	17.1%
60代	20.4%	1.4%	1.4%	1.4%	0.5%	15.6%
70代	12.3%	0.9%	0.5%	0.9%	0.9%	9.0%
80代以上	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%

【県外九州】 n = 200

	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計		31.0%	22.0%	20.5%	5.5%	21.0%
10代以下	2.0%	0.0%	1.5%	0.0%	0.0%	0.5%
20代	5.0%	1.0%	2.0%	1.0%	0.5%	0.5%
30代	11.0%	7.0%	2.0%	0.5%	0.0%	1.5%
40代	17.5%	9.0%	3.0%	1.5%	1.0%	3.0%
50代	23.5%	6.0%	5.5%	5.5%	1.0%	5.5%
60代	29.0%	6.0%	7.0%	8.5%	2.0%	5.5%
70代	9.0%	1.0%	1.0%	2.0%	1.0%	4.0%
80代以上	3.0%	1.0%	0.0%	1.5%	0.0%	0.5%

【九州外】 n = 138

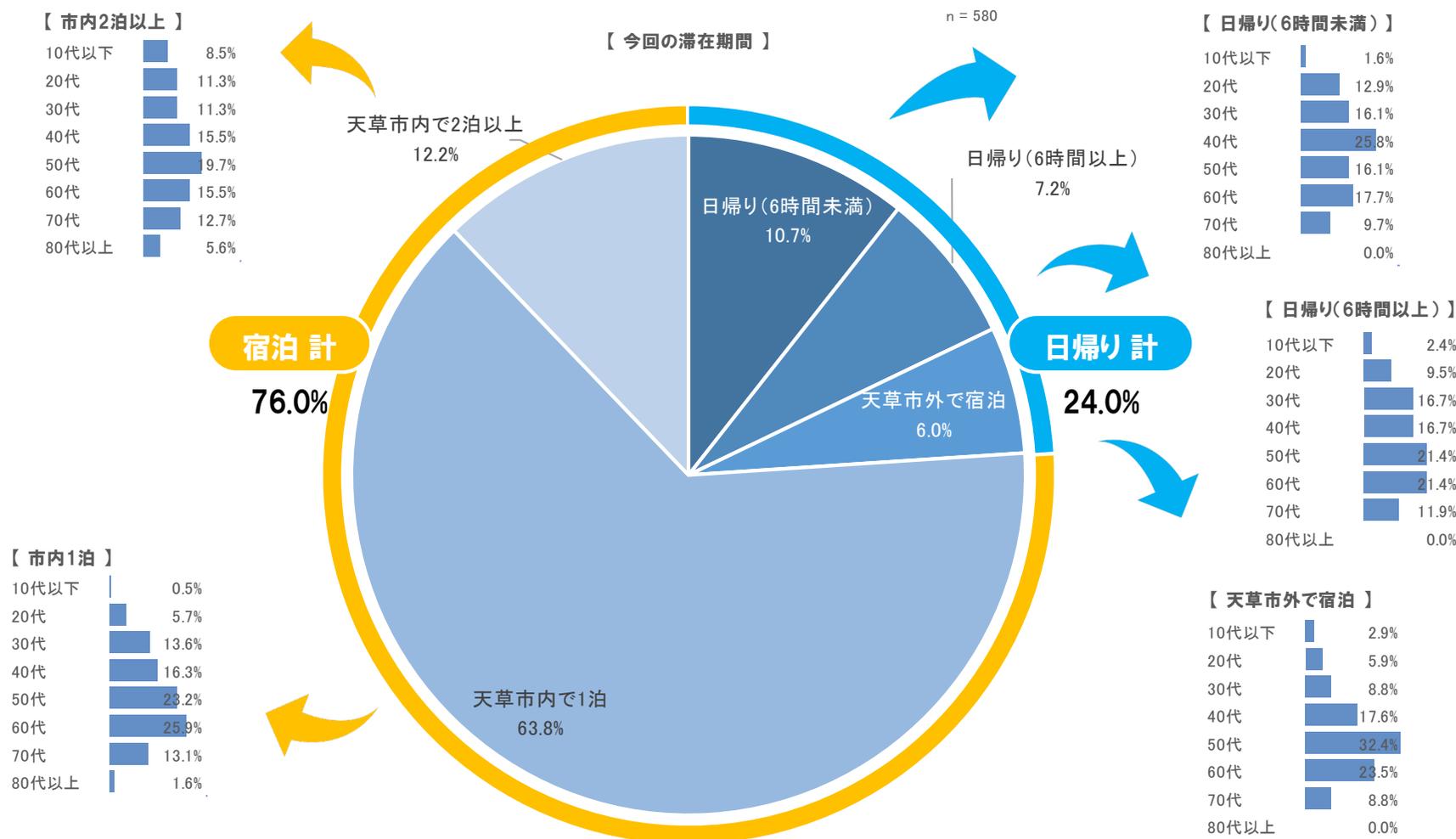
	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計		68.1%	16.7%	5.1%	2.9%	7.2%
10代以下	4.3%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20代	1.6%	10.1%	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%
30代	0.9%	10.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
40代	13.0%	8.0%	2.2%	2.2%	0.0%	0.7%
50代	24.6%	13.8%	6.5%	0.0%	1.4%	2.9%
60代	20.3%	13.8%	3.6%	1.4%	0.0%	1.4%
70代	14.5%	8.0%	2.9%	1.4%	1.4%	0.7%
80代以上	0.7%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%

年代が若い世代は「初回」比率が高く、県外九州ではリピーターもいるが、九州外ではリピーターになり難い年代が高い世代であるほどリピーター構成は高まり、再度来訪してもらえる可能性が高い傾向が見受けられる

回答者属性② 今回の滞在期間（×年代）

問9. ご訪問の滞在期間をお聞かせください。

- ・ 市内で宿泊された方が3/4を占め、1泊は60代・50代を中心 2泊以上は40代～60代で約半分の構成
- ・ 日帰りでは6時間未満の構成が1割ほどで、40代を中心に幅広く年代構成 6時間以上では50代・60代の構成が若干高い結果

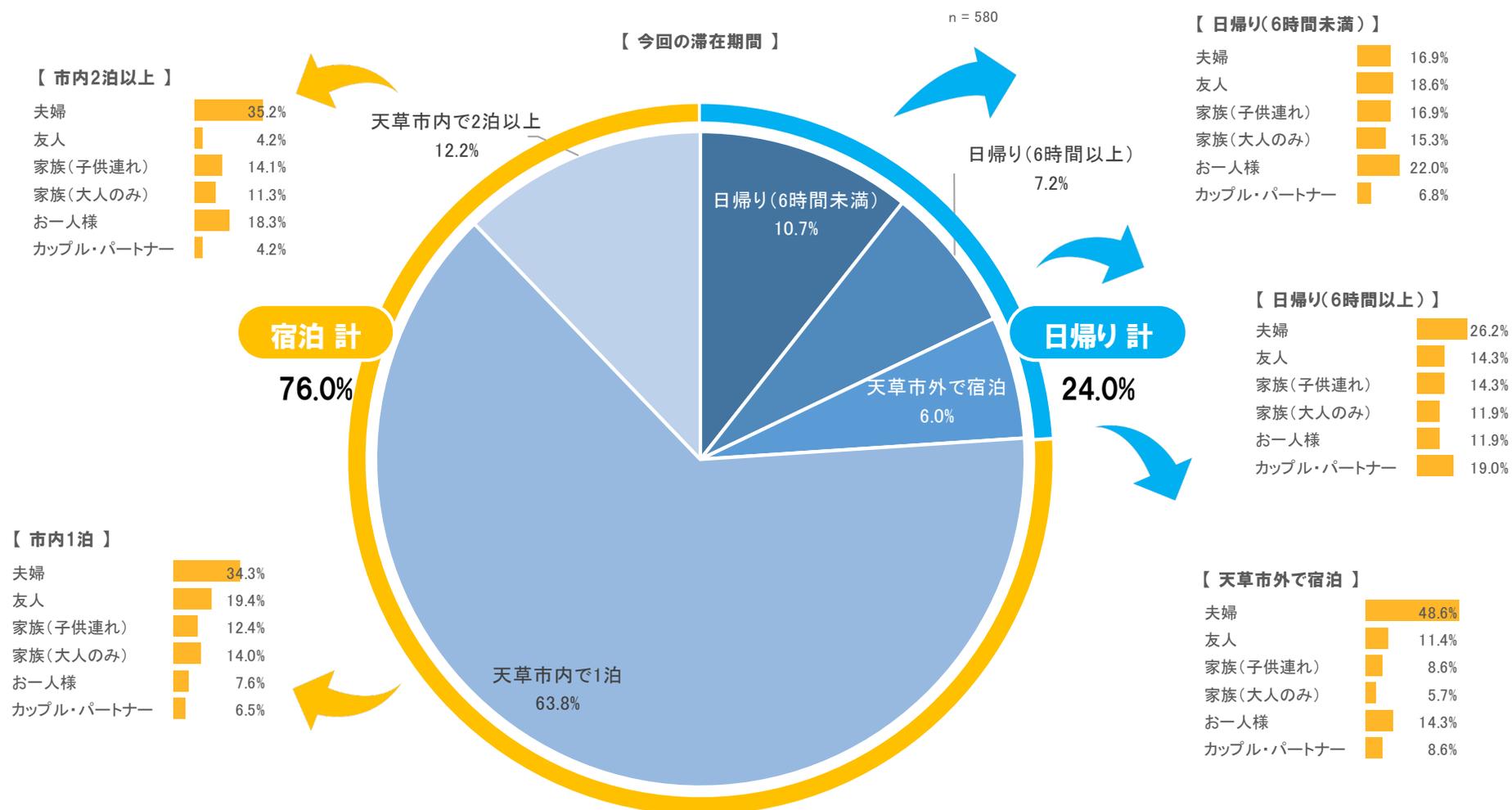


「Gotoトラベル」の効果か、宿泊客の構成が非常に高く、市外で宿泊も含めると8割を超える結果
 (宿泊13施設でアンケート回収しており、33ページでは宿泊施設を除く結果で集計)

回答者属性② 今回の滞在期間（×訪問客構成）

問9. ご訪問の滞在期間をお聞かせください。

- ・ 宿泊を伴う訪問では「夫婦」の構成が高くなる傾向となり、「日帰り(6時間未満)」では訪問客構成に大きな偏りは見受けられない
- ・ 「お一人様」では、「日帰り(6時間未満)」か、「市内2泊以上」の長期滞在か2極化する傾向



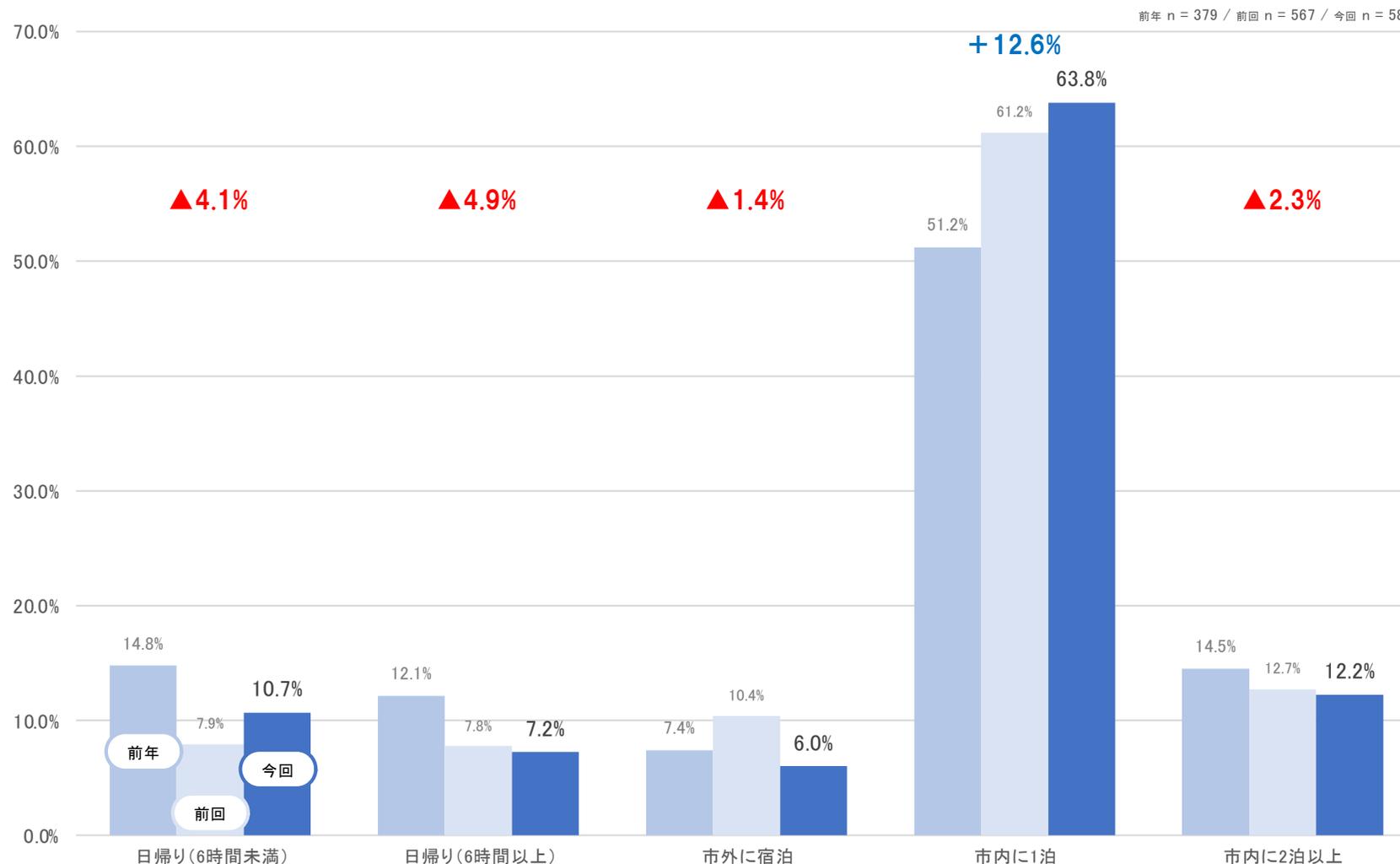
※ 訪問客で構成の低い、「職場/団体/ツアー/その他」は非表示

「夫婦」では、ゆっくり訪問される傾向が強く、「友人」とは1泊まで
 「家族」では、「市外で宿泊」が少なく、日中の長距離移動を伴うものは家族需要にあまりない結果

回答者属性② 今回の滞在期間 過去比較

問9. ご訪問の滞在期間をお聞かせください。

- ・「市内に1泊」の構成が+12.6%と顕著に増加
- ・「日帰り」の2項目の減少幅は共に▲4%以上で、「市外に宿泊」・「市内に2泊以上」は▲2%前後と下げとどまる



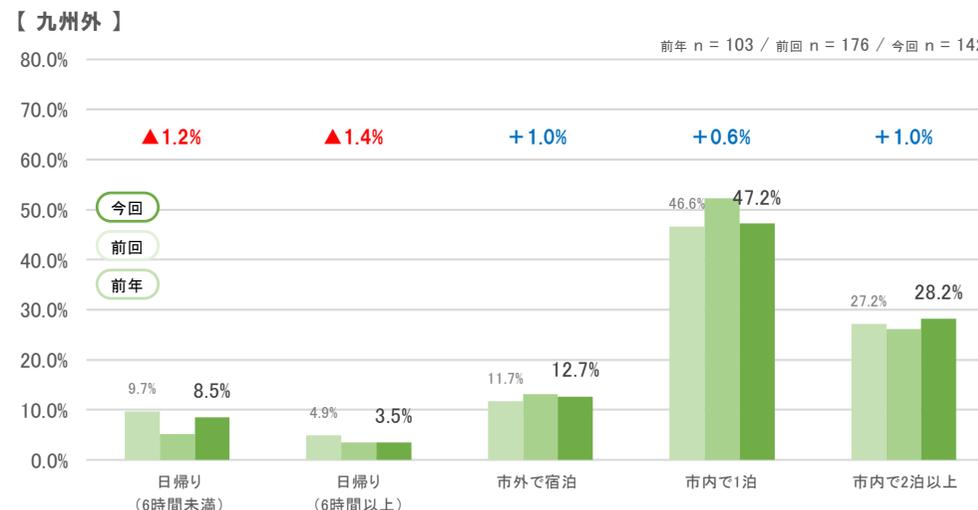
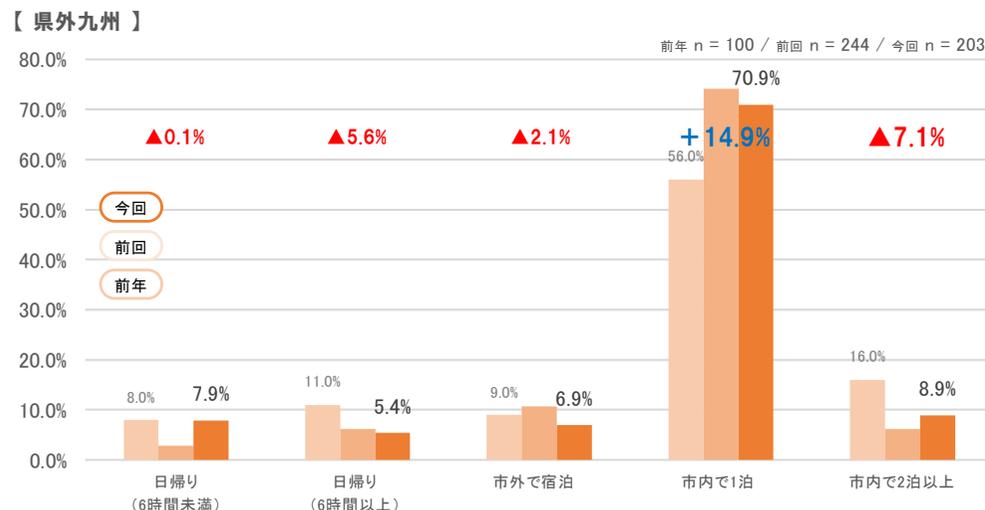
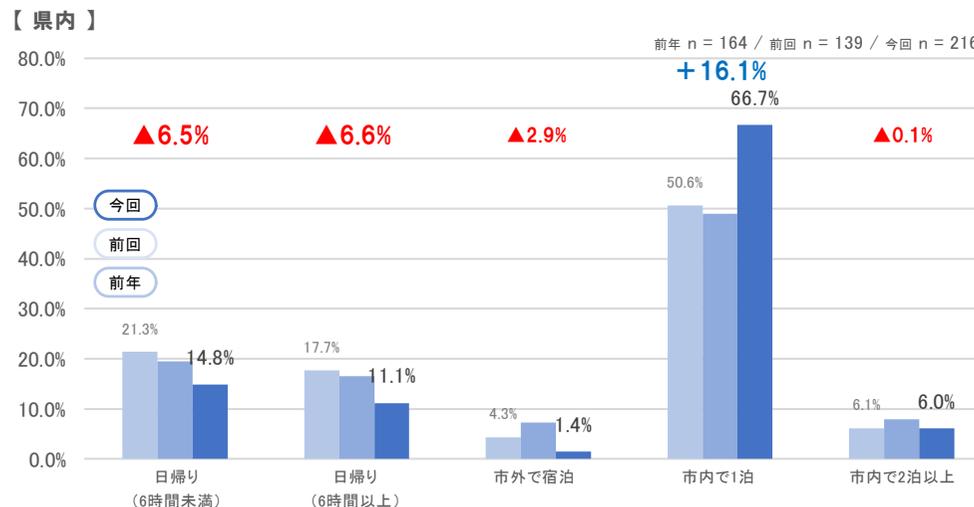
「Gotoトラベル」の効果が顕著に出ており、前年差でも「宿泊」>「日帰り」の結果
長期滞在よりも、ちょっとした1泊の訪問が高まった結果となった

回答者属性② クロス分析：居住地×滞在期間 過去比較

問1. × 問9.

- ・ 県内では「日帰り」、県外九州では「市内で2泊以上」「日帰り(6時間以上)」が減少し「市内で1泊」が急増
- ・ 県外九州では「宿泊」を伴う訪問の構成が高まり それぞれが微増、「日帰り」が減少

※ 前年との比較を重視し、
前回の数値表示は割愛

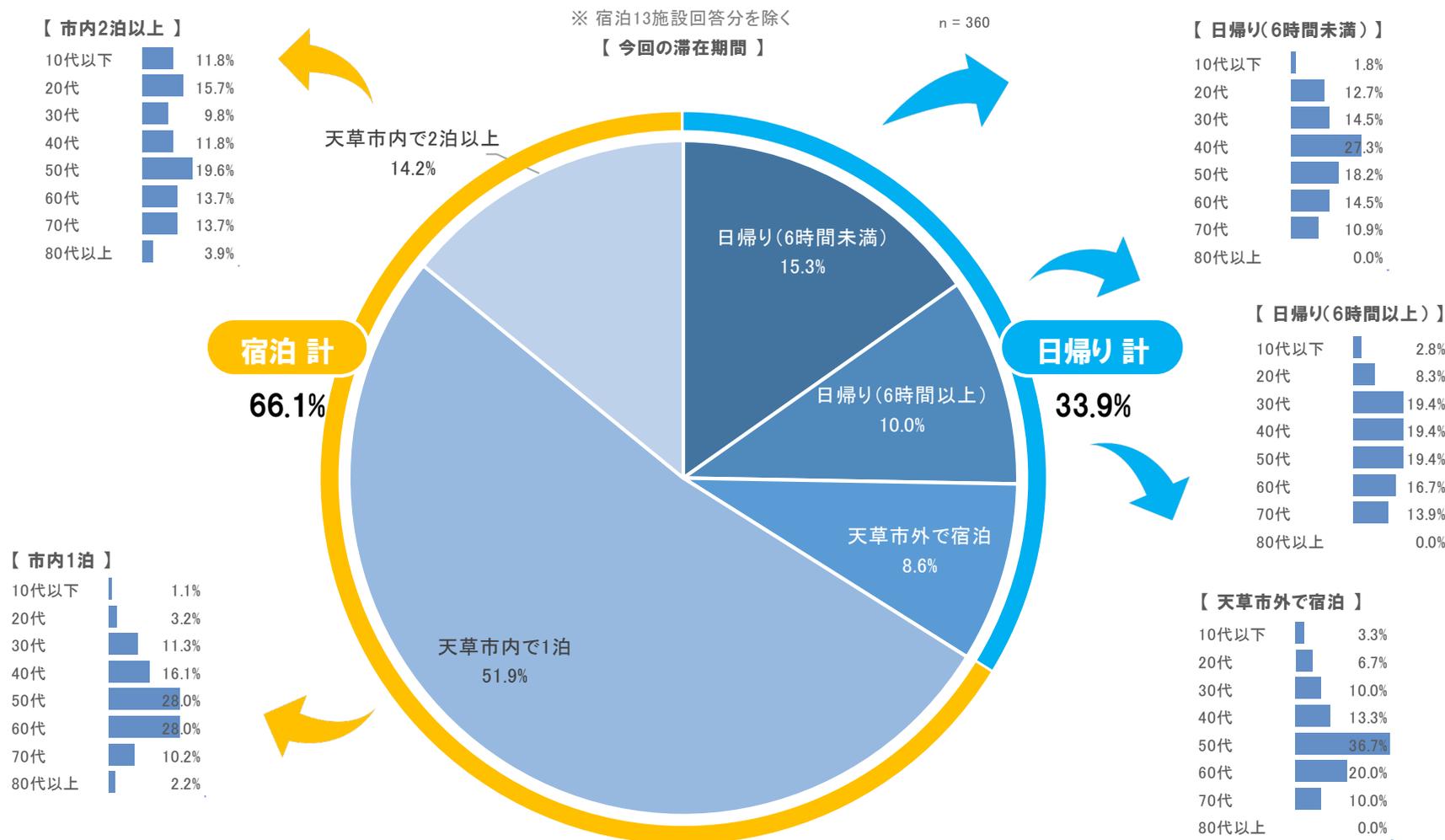


近・中距離にあたる九州内では、顕著に「1泊」への需要が高まりを見せており、
遠距離となる九州外では、宿泊需要が高まっており、前年比較からも「Gotoトラベル」の効果が見える

回答者属性② 今回の滞在期間（×年代）

問9. ご訪問の滞在期間をお聞かせください。

- ・市内で宿泊された方が2/3を占め、宿泊施設を除いても高い構成
- ・その分日帰りの構成が高まり、6時間未満の短時間訪問の構成が高い

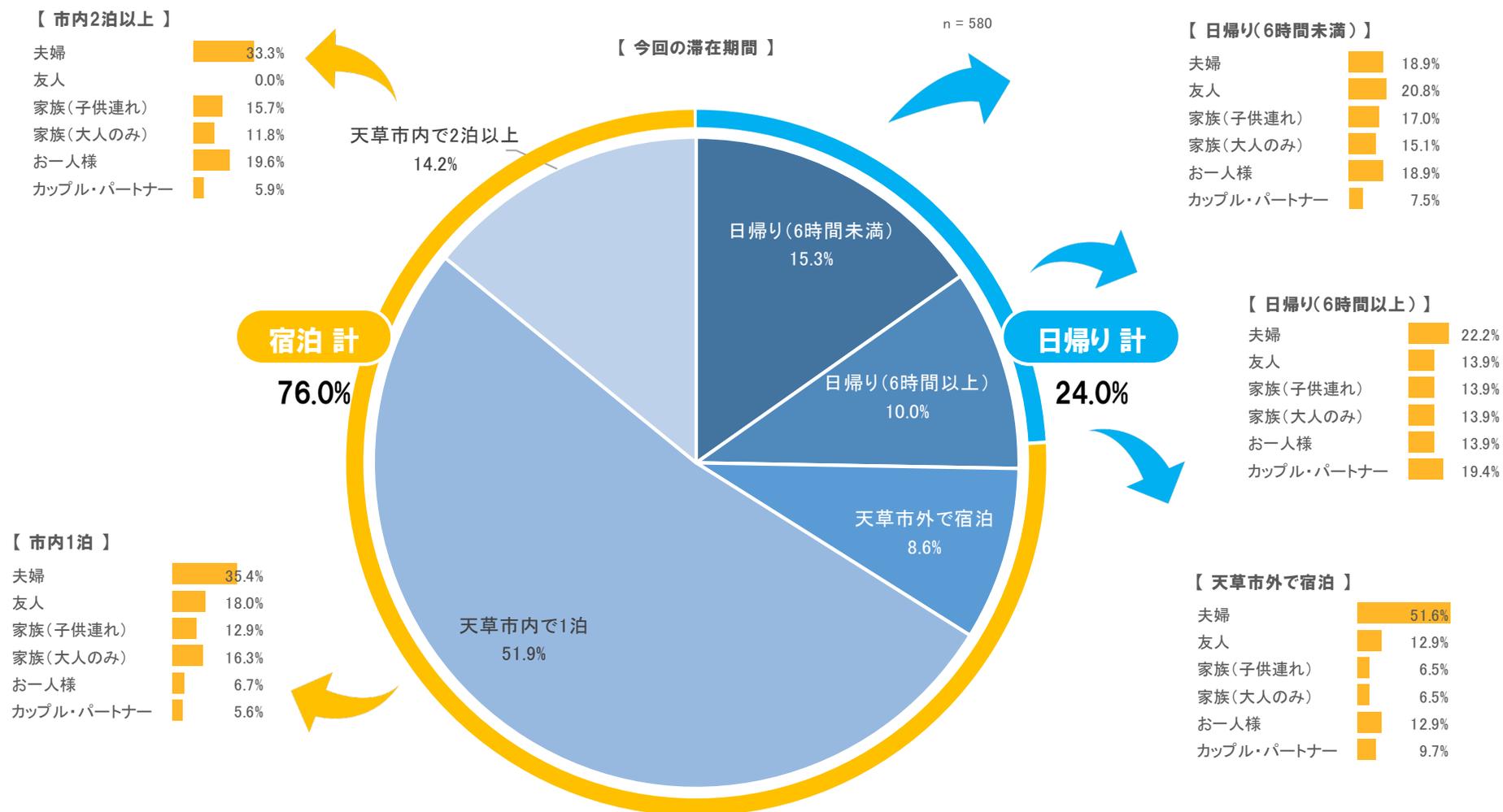


全体の半分が「1泊」を構成しており、「Gotoトラベル」が後押ししたことが伺える
 宿泊を伴う訪問では、どの区分でも50代・60代が高く、高年齢層が訪れやすかったことが伺える

回答者属性② 今回の滞在期間（×訪問客構成）

問9. ご訪問の滞在期間をお聞かせください。

- ・ 宿泊を伴う訪問では 全回答結果と同様に「夫婦」の構成が突出しており、大きな構成の変化は見受けられない（ほぼ同じ傾向）



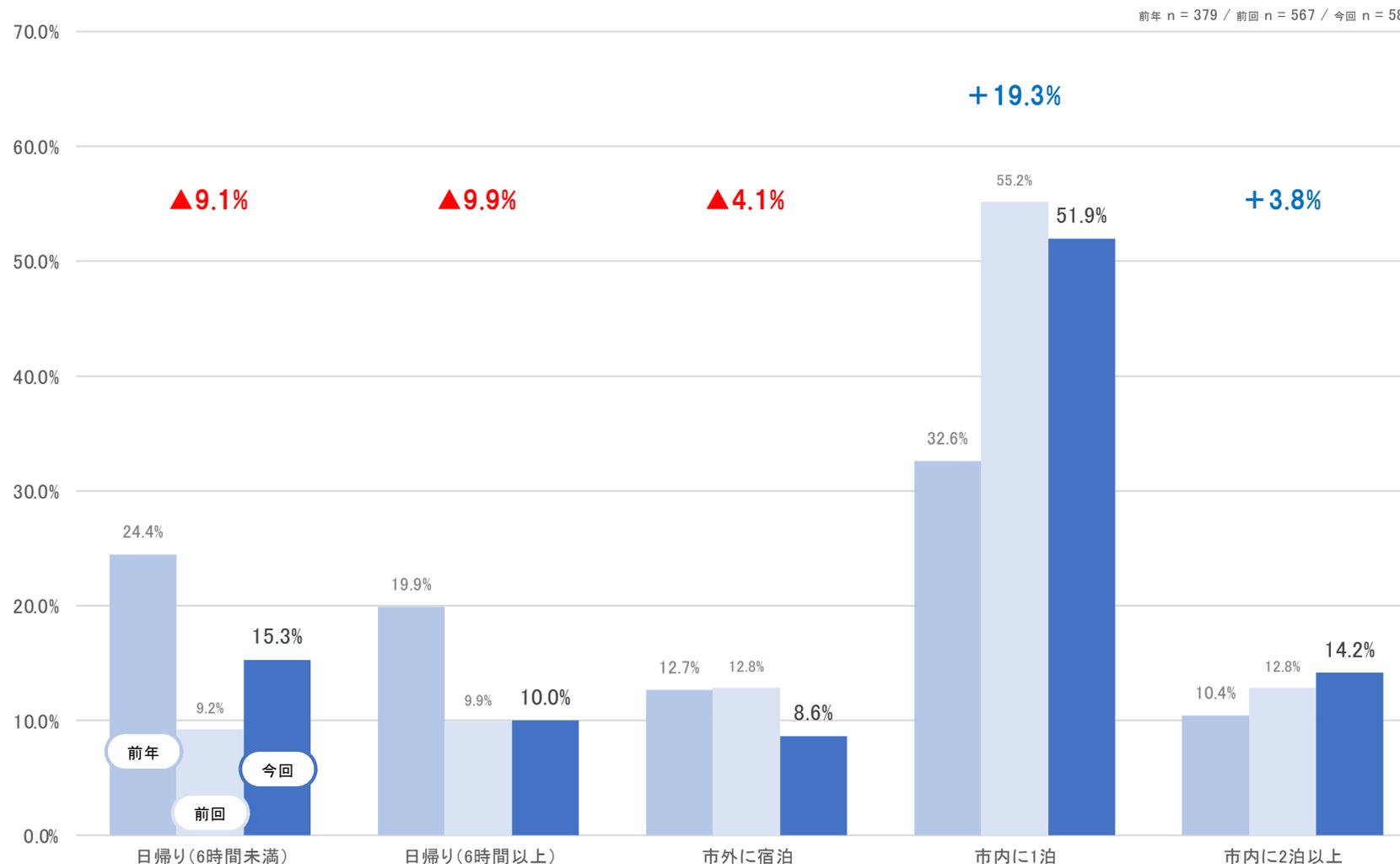
※ 訪問客で構成の低い、「職場/団体/ツアー/その他」は非表示

宿泊施設を含めた結果と同様の傾向

回答者属性② 今回の滞在期間 過去比較

問9. ご訪問の滞在期間をお聞かせください。

- ・「市内に1泊」の構成が+19.3%と非常に構成を高め、「市内に2泊以上」も+3.8%と増加した結果となった
- ・「日帰り」の2項目の減少幅は共に▲9%以上とそれぞれ1割ずつ減少



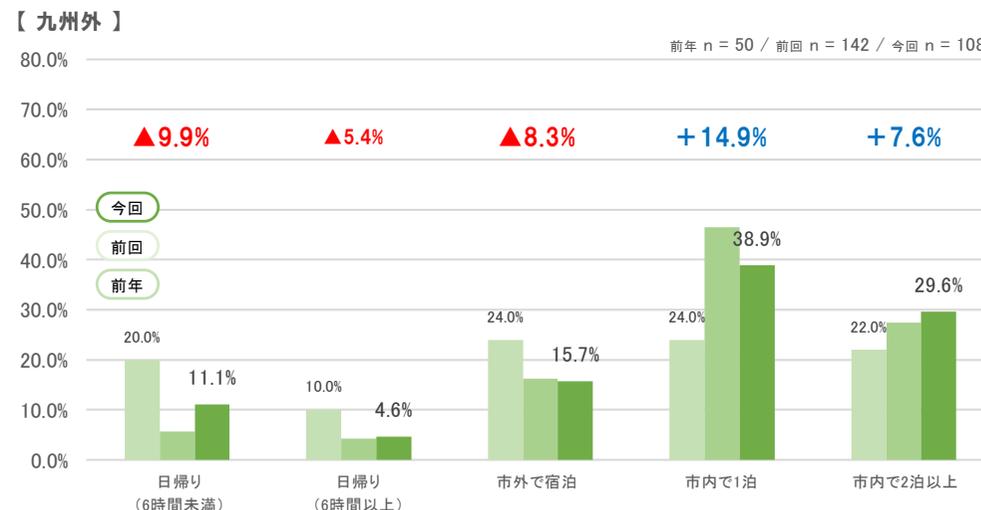
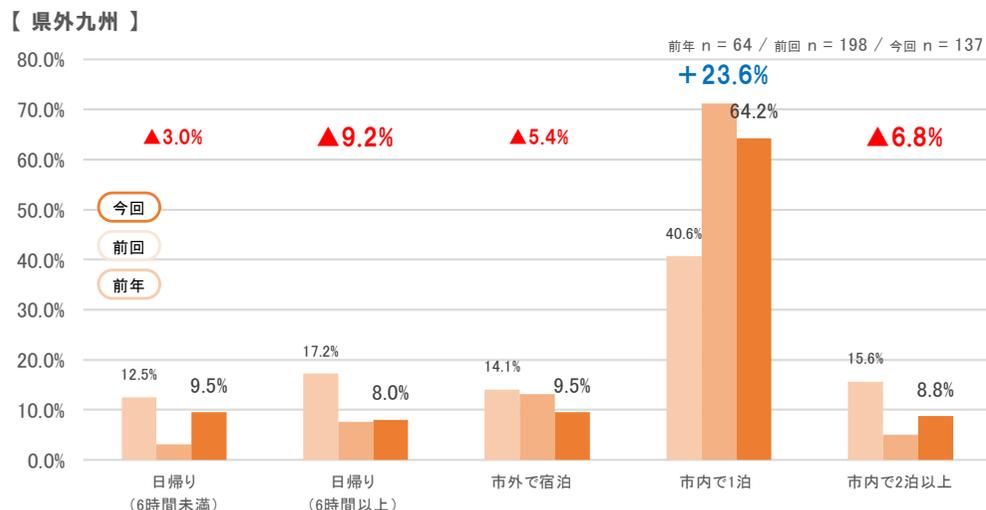
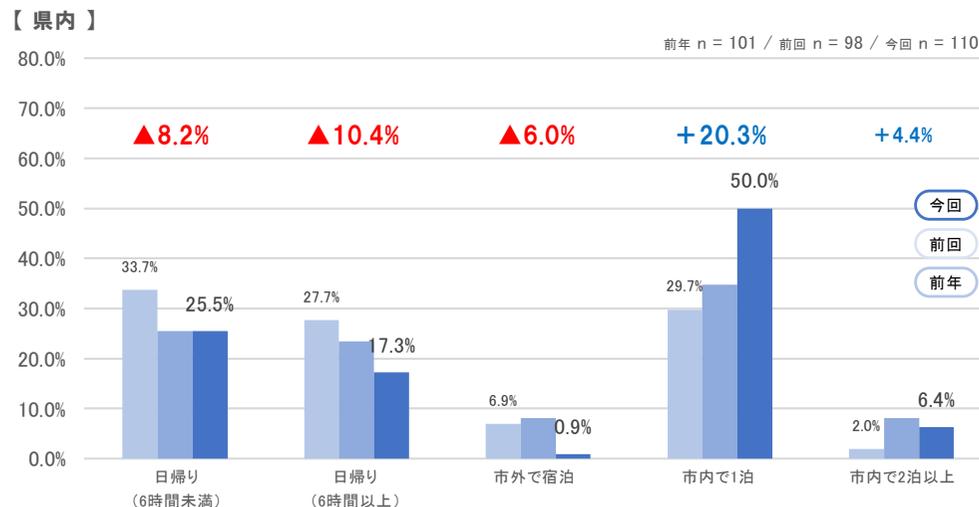
**宿泊施設を除くと、より前年との差が顕著に現れ「Gotoトラベル」の効果があったことが確認できる
長期滞在も微増したが、1泊の訪問が非常に高まった結果となった**

回答者属性② クロス分析：居住地×滞在期間 過去比較

問9. × 問1.

- ・ 県内では、宿泊施設を含めた構成比から変化し、日帰りの構成が合計で4割以上と、他地域よりも高い結果となった
- ・ 各居住地区分で「市内で1泊」が非常に構成を高めており、九州内では2割以上増加した反面、日帰りの構成がそれぞれ大きく減少

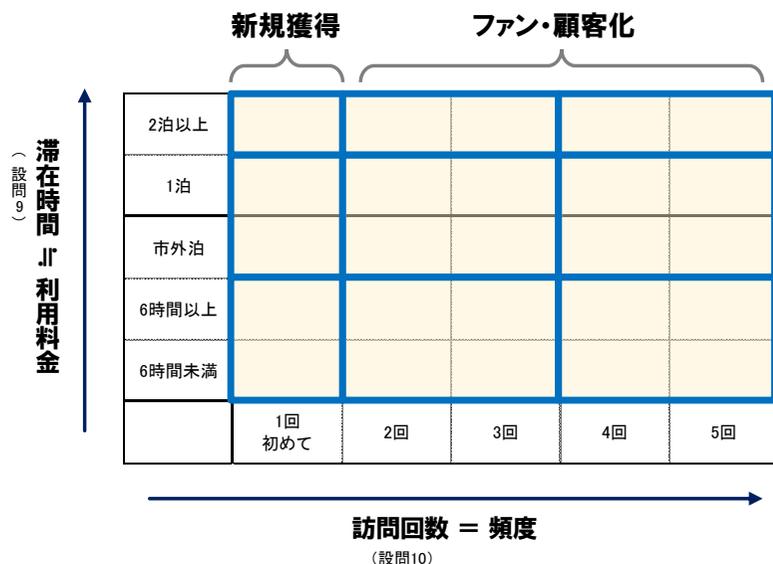
※ 前年との比較を重視し、
前回の数値表示は割愛



明確に「市内で1泊」の構成が高まりを見せる結果となり、
遠距離となる九州外では「市内で2泊以上」も構成が高まり、「Gotoトラベル」の効果が改めて確認できる

このアンケートを活かした戦略指針立案のご提案

訪問客の「滞在期間」と「訪問回数」からの戦略指針

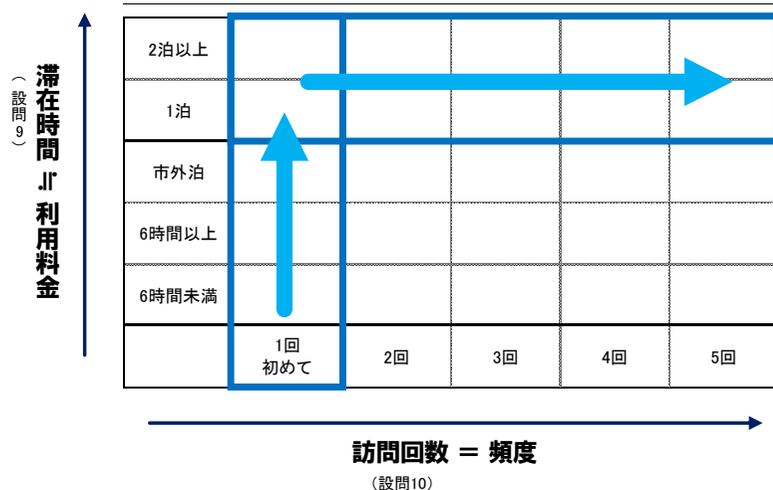


- ▶ 各グループに対して取るべきアプローチは異なる
→ 「初めて天草を訪れる方」へ対してと、
「2回目に天草訪れる方」への訴求方法は異なる

いわゆる
獲得・育成
という観点

どういう設計で、どういった属性にアプローチを掛けていきたいか

この設計は大変重要で、しっかりと絞り込み「軸」を設けることが必要



- ▶ 優先
② なんども、訪れてもらいたい
【顧客化へのポイント】
 - ・初回利用時の体験、経験
 - ・2回目以降も楽しめる仕掛
 - ・2回目以降の特別感 …など
- ▶ 優先
① 初めて訪れる方には、
できるだけ「宿泊」してもらいたい
【新規獲得のポイント】
 - ・マーケティングによる旅先決定プロセスの把握
 - ・上記に連携したターゲット毎の媒体、アピール内容の企画設計
 - ・認知拡大への戦略的な広報活動 …など

回答者属性② ※参考 クロス分析：居住地×滞在期間×訪問回数

過去比較

問1. × 問9. × 問10.

- ・ 今回を訪問回数別に分けても、それぞれの特性に酷似した構成が見受けられる
- ・ 増加した「市内で1泊」では、県内が「5回以上」、県外九州が「初回・2回・5回以上」、九州外が「初回」が大きく増加

※ 宿泊施設を除き
有効回答のみで比較
若干の数値誤差あり

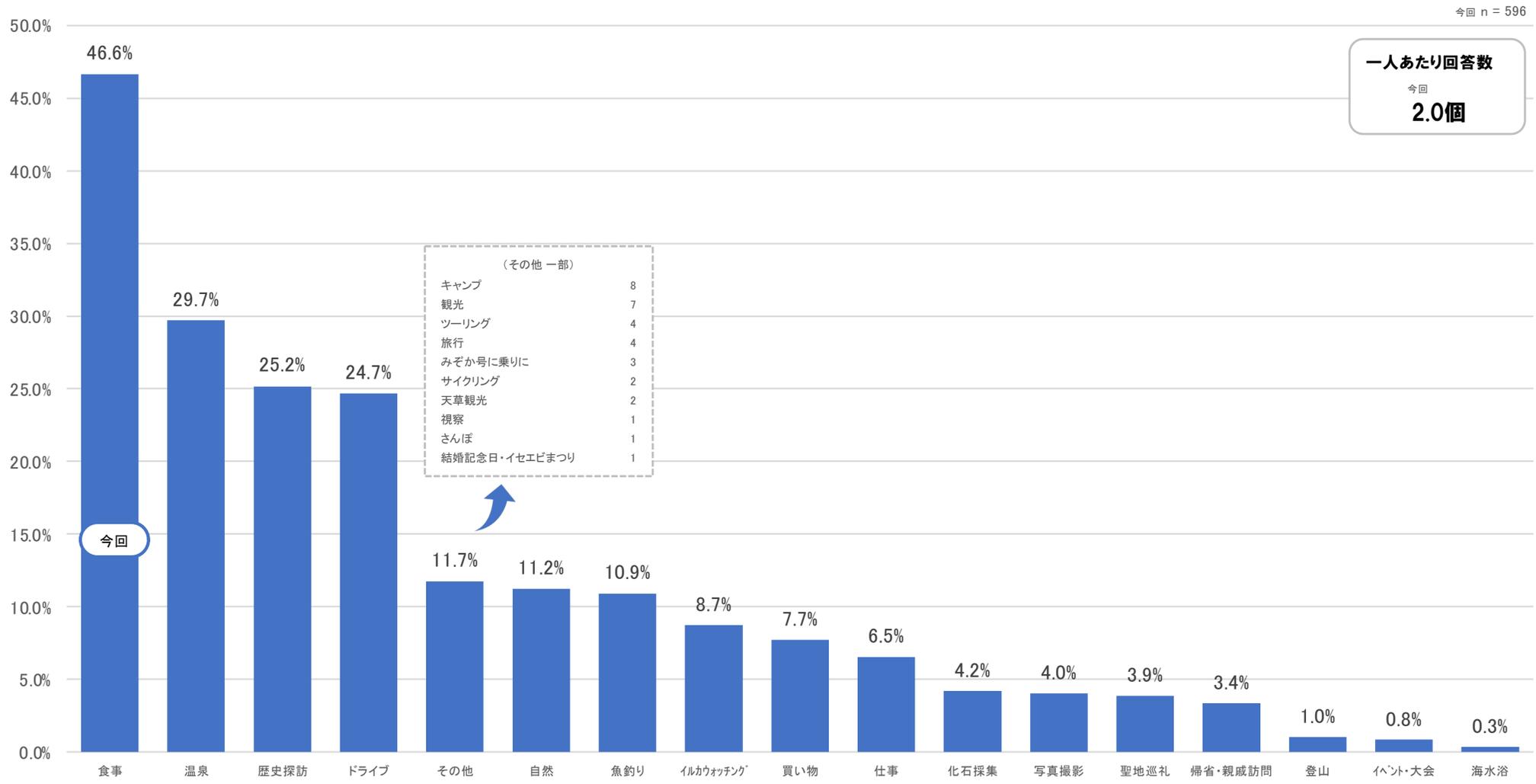
【今回】							【前年】							【前年差】								
	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上		
【全体】	合計	n=568	37.4%	15.7%	10.6%	3.7%	32.6%	合計	n=370	28.2%	13.9%	7.9%	6.0%	44.0%	合計	-	+9.2%	+1.8%	+2.7%	-2.3%	+1.4%	
	市内で2泊以上	14.6%	8.3%	1.1%	1.4%	0.3%	3.4%		市内で2泊以上	10.2%	2.8%	1.4%	1.9%	0.9%	3.2%		+4.4%	+5.5%	+0.2%	+0.4%	+0.2%	
	市内で1泊	51.4%	17.7%	10.3%	5.1%	2.3%	16.0%		市内で1泊	32.4%	10.2%	5.1%	3.2%	1.9%	12.0%		+19.0%	+7.5%	+5.2%	+1.9%	+0.4%	+4.0%
	市外で宿泊	8.9%	4.6%	2.0%	1.1%	0.3%	0.9%		市外で宿泊	13.0%	4.6%	1.9%	0.5%	1.4%	4.6%		+4.1%	+0.1%	+0.1%	+0.7%	+1.1%	+3.8%
	日帰り(6時間以上)	10.3%	3.1%	0.0%	1.1%	0.6%	5.4%		日帰り(6時間以上)	20.4%	4.2%	2.8%	1.9%	0.9%	10.6%		+10.1%	+1.0%	+2.8%	+0.7%	+0.4%	+5.2%
	日帰り(6時間以内)	14.9%	3.7%	2.3%	1.7%	0.3%	6.9%		日帰り(6時間以内)	24.1%	6.5%	2.8%	0.5%	0.9%	13.4%		+9.2%	+2.8%	+0.5%	+1.3%	+0.6%	+6.6%
【県内】	合計	n=211	5.7%	7.5%	8.5%	2.8%	75.5%	合計	n=158	5.1%	12.2%	3.1%	6.1%	73.5%	合計	-	+0.6%	+4.7%	+5.4%	-3.3%	+2.0%	
	市内で2泊以上	6.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.6%		市内で2泊以上	2.0%	0.0%	0.0%	1.0%	1.0%		+4.6%	±0.0%	±0.0%	±0.0%	+1.0%	+5.6%	
	市内で1泊	50.9%	3.8%	7.5%	5.7%	1.9%	32.1%		市内で1泊	29.6%	1.0%	4.1%	2.0%	2.0%	20.4%		+21.4%	+2.8%	+3.5%	+3.6%	+0.2%	+11.7%
	市外で宿泊	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%		市外で宿泊	7.1%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	6.1%		+6.2%	±0.0%	+1.0%	±0.0%	±0.0%	+5.2%
	日帰り(6時間以上)	17.9%	0.9%	0.0%	0.9%	0.9%	15.1%		日帰り(6時間以上)	28.6%	2.0%	4.1%	1.0%	1.0%	20.4%		+10.6%	+1.1%	+4.1%	+0.1%	+0.1%	+5.3%
	日帰り(6時間以内)	23.6%	0.9%	0.0%	1.9%	0.0%	20.8%		日帰り(6時間以内)	32.7%	2.0%	3.1%	0.0%	2.0%	25.5%		+9.1%	+1.1%	+3.1%	+1.9%	+2.0%	+4.8%
【県外九州】	合計	n=200	36.1%	21.8%	6.5%	5.3%	20.3%	合計	n=98	28.6%	20.6%	17.5%	7.9%	25.4%	合計	-	+7.5%	+1.2%	+0.9%	-2.7%	+5.1%	
	市内で2泊以上	9.0%	3.0%	1.5%	3.8%	0.0%	0.8%		市内で2泊以上	15.9%	1.6%	4.8%	3.2%	1.6%	4.8%		+6.9%	+1.4%	+3.3%	+0.6%	+1.6%	+4.0%
	市内で1泊	63.2%	21.1%	16.5%	6.8%	4.5%	14.3%		市内で1泊	39.7%	12.7%	7.9%	7.9%	3.2%	7.9%		+23.5%	+8.4%	+8.6%	+1.2%	+1.3%	+6.3%
	市外で宿泊	9.8%	3.8%	1.5%	3.0%	0.0%	1.5%		市外で宿泊	14.3%	3.2%	3.2%	1.6%	1.6%	4.8%		+4.5%	+0.6%	+1.7%	+1.4%	+1.6%	+3.3%
	日帰り(6時間以上)	8.3%	4.5%	0.0%	1.5%	0.0%	2.3%		日帰り(6時間以上)	7.5%	4.8%	1.6%	4.8%	1.6%	4.8%		+9.2%	+0.3%	+1.6%	+3.3%	+1.6%	+2.5%
	日帰り(6時間以内)	9.8%	3.8%	2.3%	1.5%	0.8%	1.5%		日帰り(6時間以内)	12.7%	6.3%	3.2%	0.0%	0.0%	3.2%		+2.9%	+2.6%	+0.9%	+1.5%	+0.8%	+1.7%
【九州外】	合計	n=138	72.6%	15.1%	5.7%	1.9%	4.7%	合計	n=102	67.3%	10.2%	6.1%	4.1%	12.2%	合計	-	+5.3%	+4.9%	+0.5%	-2.2%	+7.5%	
	市内で2泊以上	30.2%	23.6%	1.9%	0.0%	0.9%	3.8%		市内で2泊以上	20.4%	10.2%	0.0%	4.1%	0.0%	6.1%		+9.8%	+13.4%	+1.9%	+4.1%	+0.9%	+2.3%
	市内で1泊	37.7%	28.3%	5.7%	2.8%	0.0%	0.9%		市内で1泊	24.5%	18.4%	4.1%	0.0%	0.0%	2.0%		+13.2%	+9.9%	+1.6%	+2.8%	±0.0%	+1.1%
	市外で宿泊	16.0%	10.4%	4.7%	0.0%	0.9%	0.0%		市外で宿泊	24.5%	16.3%	2.0%	0.0%	4.1%	2.0%		+8.5%	+5.9%	+2.7%	±0.0%	+3.1%	+2.0%
	日帰り(6時間以上)	4.7%	3.8%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%		日帰り(6時間以上)	10.2%	8.2%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%		+5.5%	+4.4%	+2.0%	+0.9%	±0.0%	±0.0%
	日帰り(6時間以内)	11.3%	6.6%	2.8%	1.9%	0.0%	0.0%		日帰り(6時間以内)	20.4%	14.3%	2.0%	2.0%	0.0%	2.0%		+9.1%	+7.7%	+0.8%	+0.2%	±0.0%	+2.0%

構成の高い区分が増加しており、顕在化していた訪問客構成をさらに後押しした結果となった
特に 初めての訪問、かつ宿泊客が増加しており、観光の観点からは良い結果を後押ししたことが伺える

目的・行動 訪問目的

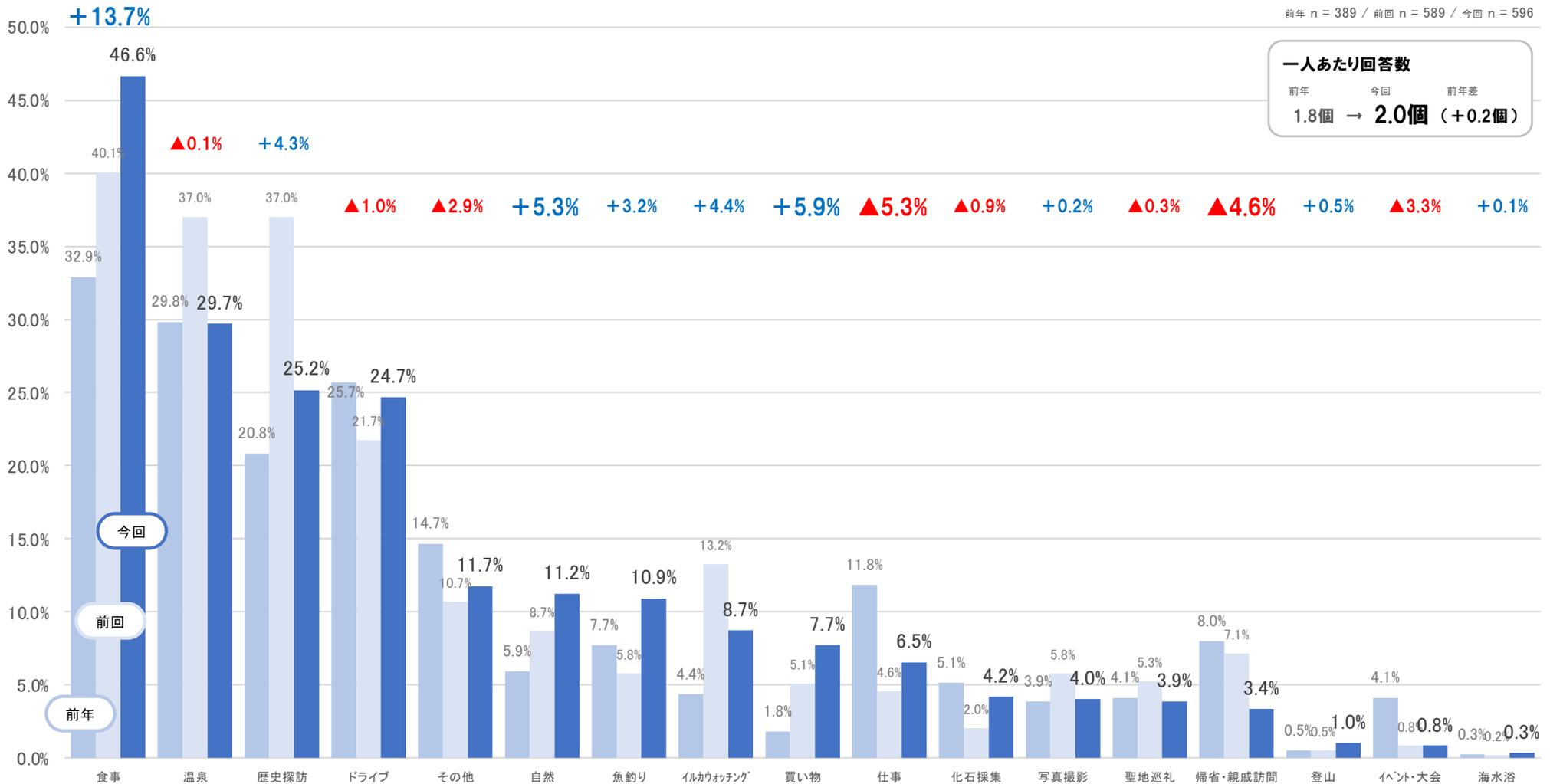
問4. 今回のご訪問の主な目的は何ですか？（複数回答）

- ・「食事」が約半数の方が選択
- ・「温泉」、「歴史探訪」、「ドライブ」もそれぞれ1/4前後の選択率で、需要の高い目的の一つ



「食事」は外せないキーワードであり、期待されている要素であることが伺える

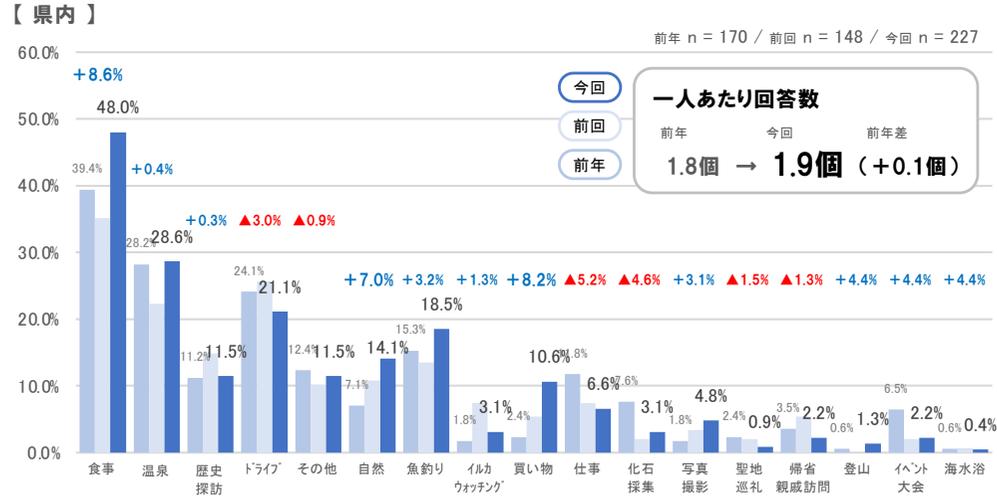
- 「一人あたり回答数」が+0.2個と目的の数は増加
- 「食事」が+13.7%と最も多く伸ばす 次いで「自然」、「買い物」が増加した一方、「仕事」、「帰省・親戚訪問」が大きく減少



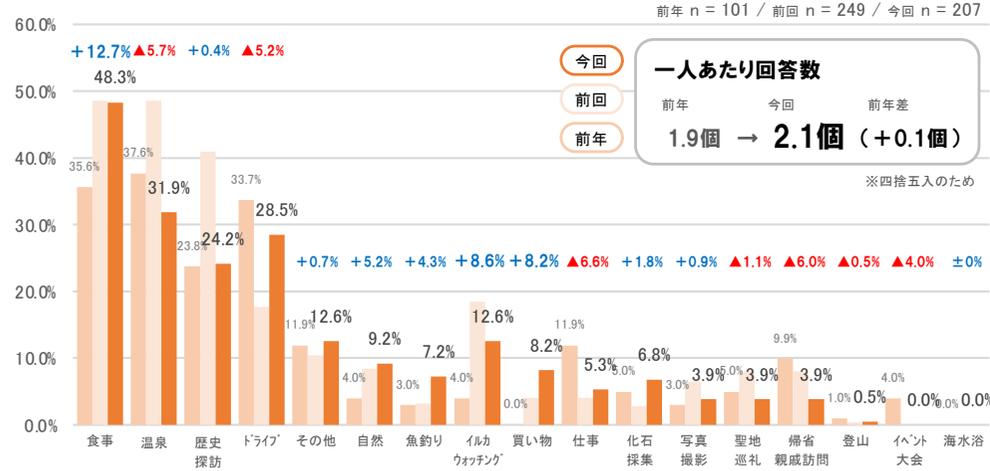
宿泊増加による滞在時間が伸びたことが、目的数の増加に関係したか
「仕事」や「帰省・親戚訪問」といった人との接触が濃厚な目的は控えられる傾向が見受けられる

- 全ての居住地区分で「食事」が大幅に増加しており、遠方になるに連れ増加した傾向が見受けられる
- 「食事」以外では、県内は「自然・買い物」、県外九州では「イルカウォッチング・買い物」、九州外では「歴史探訪・ドライブ」とそれぞれ特徴が現れた

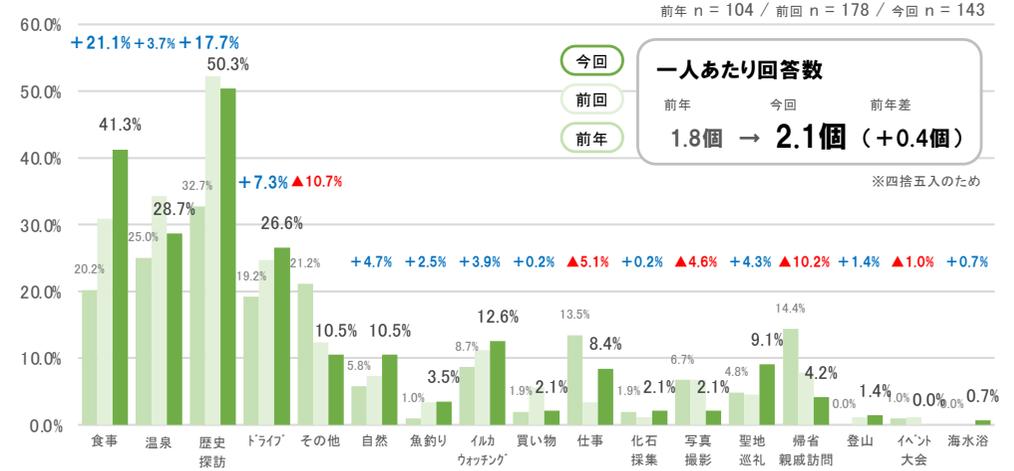
※ 前年との比較を重視し、
前回の数値表示は割愛



【 県外九州 】



【 九州外 】



一人あたりの回答数は、遠方になるに連れ目的が増えた傾向が見受けられる
「自家用車」の割合が増加したが「ドライブ」は減少しており、目的がはっきりしている訪問が多くなった結果

目的・行動 ※参考 クロス分析：居住地×年代×訪問目的

問1. × 問3. × 問4.

- 全体では年代が高くなるに連れ、「食事」、「温泉」と回答した割合が増加し、県内の各年代が牽引していることが伺える
- 九州外で最も高い「歴史探訪」は、60代以下の各年代で半数前後の回答

※ 訪問目的の項目は、上位10項目 / 各比率は、それぞれの年代の回答者数を母数とし、「各年代でどんな目的で訪問されているか？」を表示

【全体】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
回答者数	n=592	12	46	79	102	130	139	73	11
一人あたり回答数	2.0	2.3	1.8	2.1	1.7	2.0	2.1	2.2	1.9
食事	46.8%	33.3%	41.3%	41.8%	42.2%	50.8%	51.1%	52.1%	27.3%
温泉	9.9%	16.7%	23.9%	19.0%	15.7%	30.8%	44.9%	35.6%	45.5%
歴史探訪	25.2%	3.3%	28.3%	19.0%	23.5%	28.5%	28.8%	20.5%	9.1%
ドライブ	24.8%	25.0%	15.2%	26.6%	14.7%	26.2%	31.7%	28.8%	18.2%
その他	11.5%	25.0%	13.0%	10.1%	8.8%	9.2%	12.9%	15.1%	9.1%
自然	11.1%	16.7%	19.6%	16.5%	9.8%	8.5%	10.1%	8.2%	9.1%
魚釣り	11.0%	16.7%	17.4%	15.2%	12.7%	10.0%	5.0%	9.6%	27.3%
イルカウォッチング	8.8%	25.0%	6.5%	13.9%	8.8%	5.4%	7.2%	9.6%	18.2%
買い物	7.8%	8.3%	4.3%	5.1%	4.9%	7.7%	7.2%	17.8%	9.1%
仕事	6.6%	0.0%	2.2%	8.9%	11.8%	8.5%	5.0%	1.4%	0.0%

【県内】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
回答者数	n=225	2	16	40	44	47	46	27	3
一人あたり回答数	1.9	1.5	1.7	1.9	1.6	1.8	2.0	2.4	2.0
食事	48.0%	0.0%	31.3%	37.5%	43.2%	46.8%	56.5%	70.4%	66.7%
温泉	28.9%	0.0%	18.8%	17.5%	18.2%	29.8%	43.5%	40.7%	66.7%
歴史探訪	11.6%	0.0%	6.3%	7.5%	11.4%	17.0%	10.9%	14.8%	0.0%
ドライブ	21.3%	50.0%	25.0%	17.5%	11.4%	19.1%	30.4%	29.6%	0.0%
その他	11.1%	50.0%	18.8%	12.5%	9.1%	8.5%	15.2%	3.7%	0.0%
自然	13.8%	0.0%	25.0%	22.5%	15.9%	8.5%	13.0%	3.7%	0.0%
魚釣り	18.7%	0.0%	25.0%	25.0%	22.7%	23.4%	2.2%	18.5%	33.3%
イルカウォッチング	3.1%	0.0%	0.0%	7.5%	2.3%	0.0%	4.3%	3.7%	0.0%
買い物	10.7%	50.0%	12.5%	5.0%	4.5%	4.3%	10.9%	33.3%	33.3%
仕事	6.7%	0.0%	0.0%	10.0%	11.4%	10.6%	2.2%	0.0%	0.0%

【県外九州】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
回答者数	n=206	4	10	22	36	48	59	20	7
一人あたり回答数	2.1	1.3	2.8	2.3	1.8	2.1	2.1	2.2	1.9
食事	48.5%	25.0%	80.0%	54.5%	41.7%	56.3%	47.5%	40.0%	14.3%
温泉	32.0%	0.0%	60.0%	22.7%	11.1%	35.4%	37.3%	35.0%	42.9%
歴史探訪	24.3%	0.0%	20.0%	22.7%	22.2%	25.0%	32.2%	20.0%	0.0%
ドライブ	28.6%	0.0%	30.0%	40.9%	22.2%	31.3%	28.8%	30.0%	14.3%
その他	12.1%	25.0%	0.0%	9.1%	5.6%	10.4%	16.9%	20.0%	14.3%
自然	9.2%	0.0%	20.0%	4.5%	2.8%	8.3%	10.2%	20.0%	14.3%
魚釣り	7.3%	25.0%	30.0%	4.5%	5.6%	2.1%	5.1%	10.0%	28.6%
イルカウォッチング	12.6%	0.0%	20.0%	27.3%	13.9%	4.2%	11.9%	10.0%	28.6%
買い物	8.3%	0.0%	0.0%	9.1%	8.3%	10.4%	6.8%	15.0%	0.0%
仕事	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	4.2%	8.5%	5.0%	0.0%

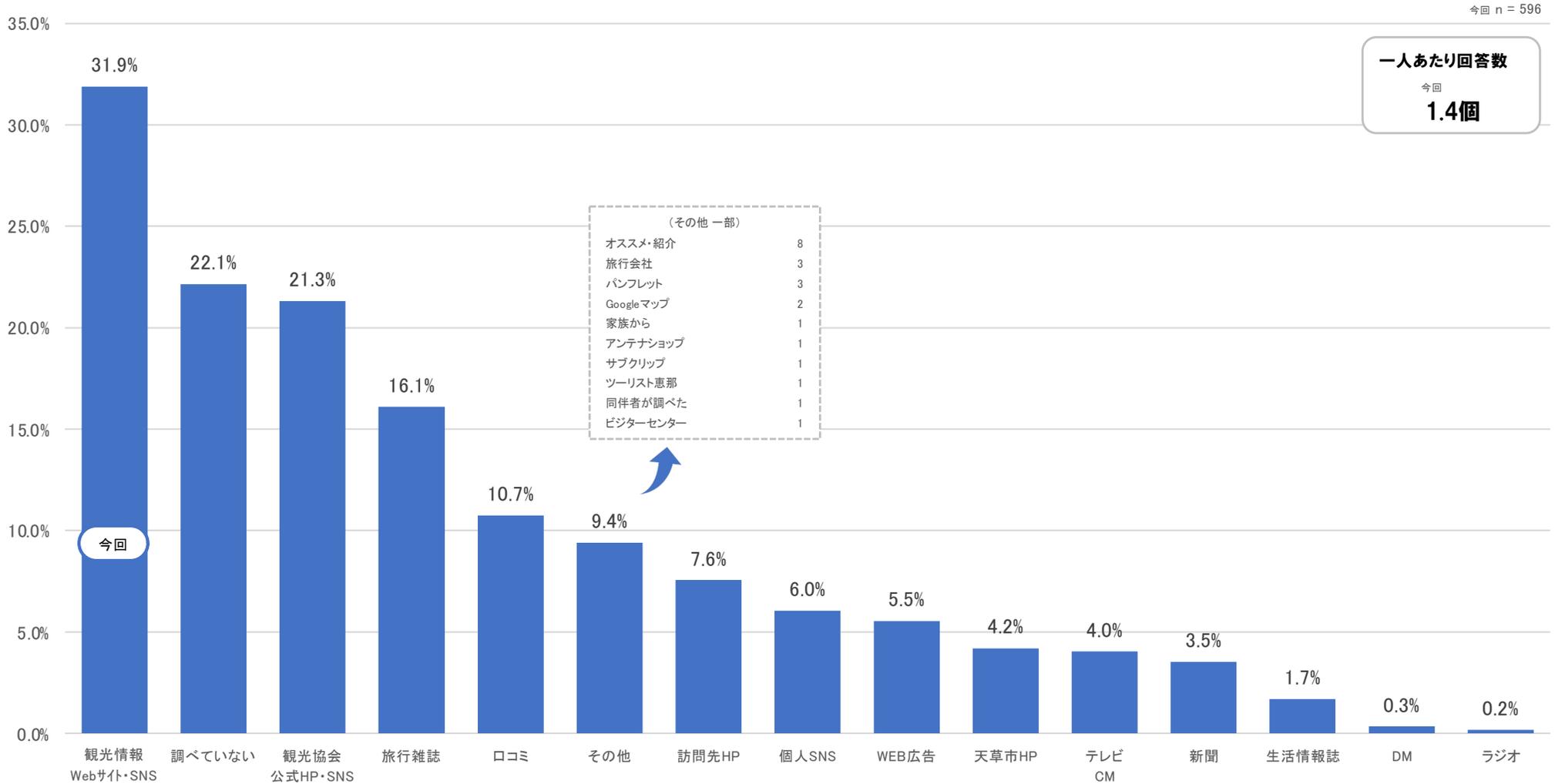
【九州外】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
回答者数	n=142	6	16	15	19	34	30	21	1
一人あたり回答数	2.1	3.3	1.6	2.3	1.9	2.2	2.3	2.0	2.0
食事	41.5%	50.0%	31.3%	40.0%	42.1%	47.1%	46.7%	33.3%	0.0%
温泉	28.9%	0.0%	12.5%	20.0%	15.8%	26.5%	60.0%	28.6%	0.0%
歴史探訪	50.0%	6.7%	56.3%	46.7%	52.6%	50.0%	53.3%	33.3%	100.0%
ドライブ	26.8%	33.3%	0.0%	33.3%	10.5%	29.4%	40.0%	28.6%	100.0%
その他	10.6%	16.7%	18.8%	6.7%	5.3%	8.8%	3.3%	23.8%	0.0%
自然	10.6%	33.3%	12.5%	20.0%	10.5%	8.8%	6.7%	4.8%	0.0%
魚釣り	3.5%	16.7%	6.3%	0.0%	5.3%	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%
イルカウォッチング	12.7%	50.0%	6.3%	13.3%	15.8%	14.7%	3.3%	14.3%	0.0%
買い物	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	4.8%	0.0%
仕事	8.5%	0.0%	0.0%	20.0%	21.1%	11.8%	3.3%	0.0%	0.0%

九州内では構成の高い年代で「食事」の構成を「温泉」が上回ることなく、九州外でも全年代で「歴史探訪」の構成を「食事」が上回ることはなく、九州内外を境として目的が明確

目的・行動 情報収集

問5. 今回のご訪問に際し、天草市の観光情報をどの様に入手されましたか？（複数回答）

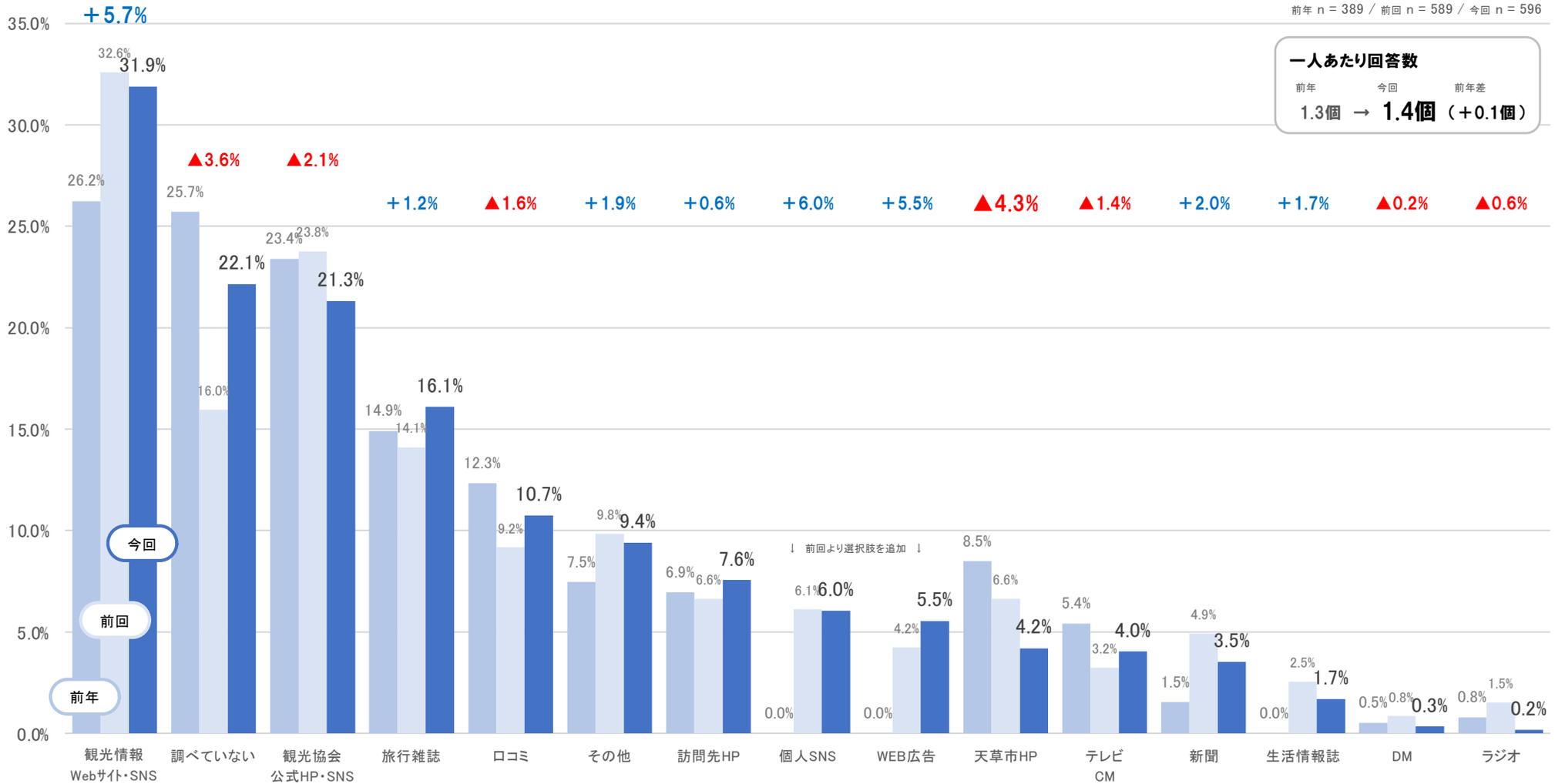
- ・「調べていない」を除き、インターネットによる情報収集の回答数が多い結果となった
- ・「旅行雑誌」や「口コミ」も構成が高く、重要な情報ツールとして回答されている



全体の結果に左右されず、ターゲット層の思考に合わせた販促施策が必要

(46ページで居住地区分×年代別で構成を確認)

- ・「観光情報Webサイト・SNS」が+5.7%と最も増加しており、上位に位置する「調べていない」と回答した構成が減少した結果となった
- ・「天草市HP」への回答は半減しており、調べる媒体としては大きく減少している

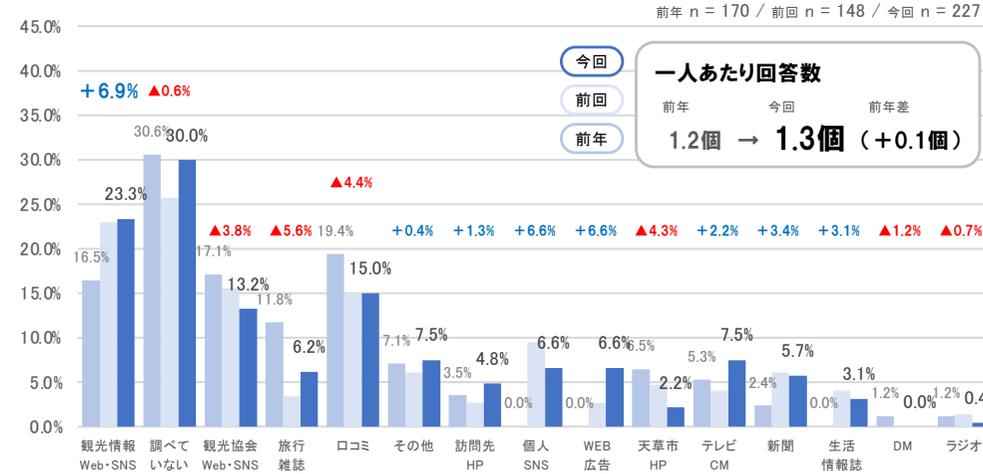


コロナ禍で自宅にいる時間が長くなった背景があり、
自宅で手軽に調べられる「観光情報Webサイト・SNS」が増加したのではないかと推察することができる

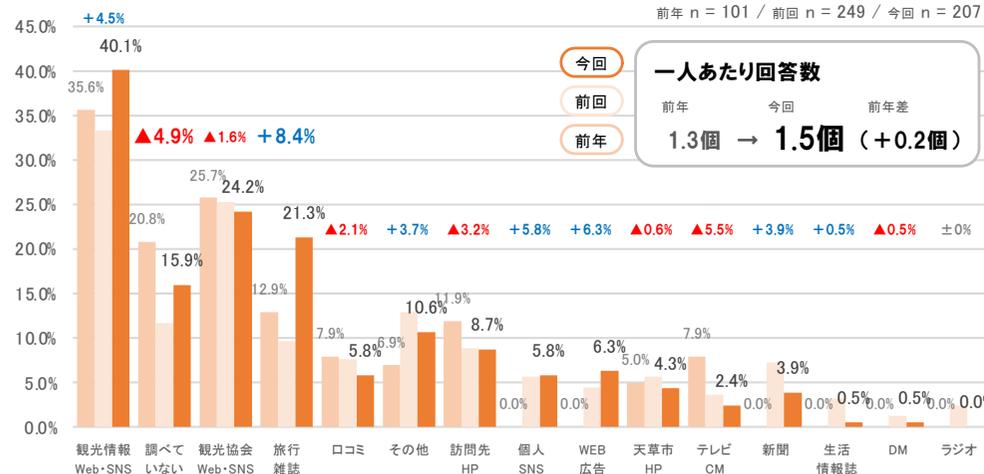
- ・ 県内のトップは「調べていない」であるが、「口コミ」が多いのが特徴だが、コロナの影響が減少している
- ・ 全ての居住地区分で「観光情報Webサイト・SNS」は増加しており、引き続き重要な情報源であることが見受けられる

※ 前年との比較を重視し、前回の数値表示は割愛
「個人SNS」と「Web広告」に関しては、
前回より選択肢を新設

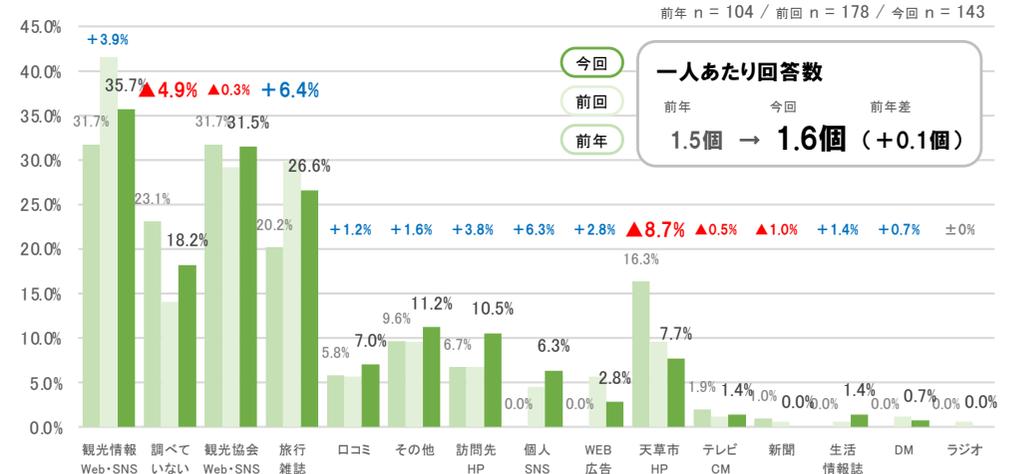
【 県内 】



【 県外九州 】



【 九州外 】



県外全体では一人あたりの回答数も多く、「旅行雑誌」による情報収集も大きく増加
「調べていない」も減少し 積極的に調べて来訪した傾向が見受けられる

目的・行動 ※参考 クロス分析：居住地×年代×情報収集

問1. × 問3. × 問5.

- ・ 県内では 60代までは1/4以上が「調べていない」と回答し、特に若い年代が調べない傾向が見受けられる
- ・ 県外九州では20代～60代の1/3は「観光情報Webサイト・SNS」と回答 年齢が高まるにつれて「旅行雑誌」の回答が多い

※ 訪問目的の項目は、上位12項目 / 各比率は、それぞれの年代の回答者数を母数とし、「各年代でどんな情報収集をして訪問されているか？」を表示

【全体】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	【県内】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
回答者数	n=592	12	46	79	102	130	139	73	11	回答者数	n=225	2	16	40	44	47	46	27	3
一人あたり回答数	1.4	1.5	1.4	1.3	1.3	1.7	1.5	1.4	1.2	一人あたり回答数	1.3	1.0	1.1	1.3	1.2	1.5	1.5	1.4	1.0
観光情報Webサイト・SNS	31.9%	33.3%	26.1%	34.2%	39.2%	36.2%	30.9%	16.4%	36.4%	観光情報Webサイト・SNS	23.1%	0.0%	0.0%	30.0%	25.0%	17.0%	30.4%	18.5%	66.7%
調べていない	22.3%	50.0%	41.8%	22.8%	28.4%	19.2%	16.5%	15.1%	9.1%	調べていない	30.2%	50.0%	56.3%	30.0%	36.4%	29.8%	26.1%	14.8%	0.0%
観光協会公式HP・FB・IG	21.5%	25.0%	26.1%	24.1%	19.6%	28.5%	16.5%	17.8%	0.0%	観光協会公式HP・FB・IG	13.3%	0.0%	12.5%	17.5%	13.6%	12.8%	10.9%	14.8%	0.0%
旅行雑誌	16.0%	33.3%	10.9%	8.9%	6.9%	18.5%	22.3%	20.5%	18.2%	旅行雑誌	6.2%	0.0%	6.3%	5.0%	4.5%	2.1%	10.9%	11.1%	0.0%
口コミ	10.8%	0.0%	8.7%	7.6%	6.9%	10.8%	12.9%	19.2%	9.1%	口コミ	15.1%	0.0%	6.3%	7.5%	11.4%	23.4%	13.0%	29.6%	0.0%
その他	9.5%	8.3%	2.2%	10.1%	7.8%	9.2%	9.4%	15.1%	18.2%	その他	7.6%	50.0%	0.0%	5.0%	2.3%	8.5%	10.9%	14.8%	0.0%
訪問先HP	7.6%	0.0%	10.9%	6.3%	5.9%	7.7%	11.5%	4.1%	0.0%	訪問先HP	4.9%	0.0%	6.3%	2.5%	4.5%	8.5%	4.3%	3.7%	0.0%
個人SNS	6.1%	0.0%	6.5%	8.9%	3.9%	8.5%	4.3%	5.5%	9.1%	個人SNS	6.7%	0.0%	6.3%	10.0%	4.5%	12.8%	2.2%	3.7%	0.0%
WEB広告	5.2%	0.0%	2.2%	1.3%	7.8%	9.2%	5.8%	1.4%	0.0%	WEB広告	6.2%	0.0%	6.3%	2.5%	9.1%	10.6%	4.3%	3.7%	0.0%
天草市HP	4.2%	0.0%	4.3%	2.5%	1.0%	6.9%	5.8%	4.1%	0.0%	天草市HP	2.2%	0.0%	6.3%	2.5%	2.3%	0.0%	2.2%	3.7%	0.0%
テレビ・CM	4.1%	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%	6.9%	5.8%	5.5%	0.0%	テレビ・CM	7.6%	0.0%	0.0%	7.5%	0.0%	12.8%	13.0%	7.4%	0.0%
新聞	3.5%	0.0%	0.0%	1.3%	1.0%	3.1%	5.0%	8.2%	18.2%	新聞	5.8%	0.0%	0.0%	2.5%	2.3%	4.3%	10.9%	11.1%	33.3%

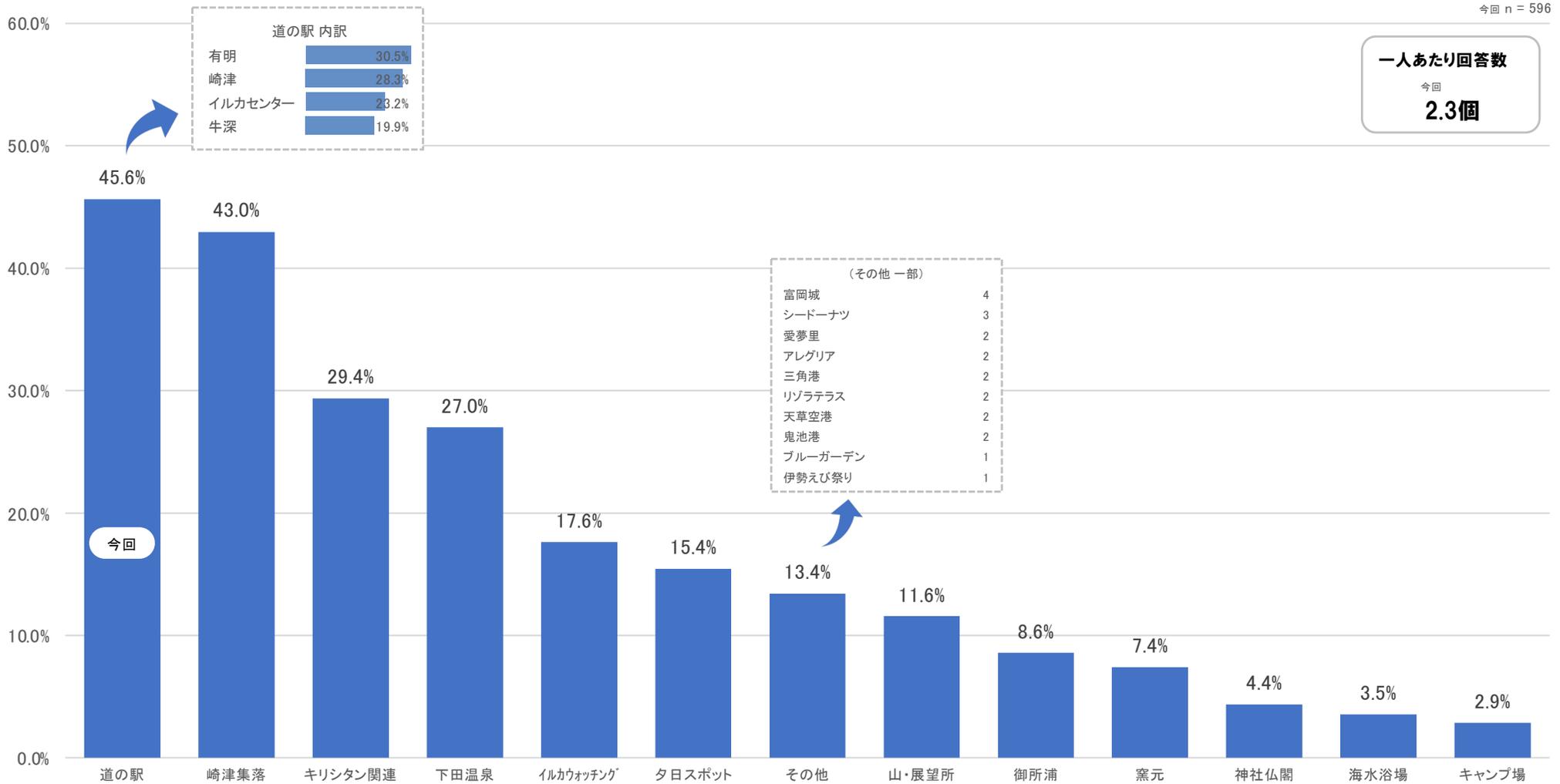
【県外九州】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	【九州外】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
回答者数	n=206	4	10	22	36	48	59	20	7	回答者数	n=142	6	16	15	19	34	30	21	1
一人あたり回答数	1.5	1.0	1.6	1.4	1.4	1.7	1.6	1.3	1.1	一人あたり回答数	1.6	2.0	1.7	1.5	1.4	1.9	1.4	1.5	2.0
観光情報Webサイト・SNS	40.3%	25.0%	40.0%	50.0%	61.1%	37.5%	39.0%	15.0%	14.3%	観光情報Webサイト・SNS	35.9%	50.0%	43.8%	26.7%	36.8%	58.8%	20.0%	14.3%	100.0%
調べていない	16.0%	50.0%	40.0%	4.5%	22.2%	14.6%	13.6%	15.0%	0.0%	調べていない	18.3%	50.0%	18.8%	26.7%	21.1%	11.8%	10.0%	19.0%	100.0%
観光協会公式HP・FB・IG	24.3%	0.0%	30.0%	36.4%	19.4%	35.4%	18.6%	20.0%	0.0%	観光協会公式HP・FB・IG	31.7%	50.0%	43.8%	26.7%	31.6%	41.2%	20.0%	23.8%	0.0%
旅行雑誌	21.4%	25.0%	30.0%	13.6%	8.3%	27.1%	25.4%	20.0%	28.6%	旅行雑誌	26.1%	50.0%	6.3%	13.3%	10.5%	29.4%	36.7%	38.1%	0.0%
口コミ	5.8%	0.0%	0.0%	9.1%	2.8%	2.1%	8.5%	10.0%	14.3%	口コミ	7.0%	0.0%	18.8%	6.7%	5.3%	5.9%	10.0%	0.0%	
その他	10.7%	0.0%	0.0%	9.1%	8.3%	10.4%	11.9%	15.0%	28.6%	その他	11.3%	0.0%	6.3%	20.0%	21.1%	8.8%	3.3%	19.0%	0.0%
訪問先HP	8.7%	0.0%	20.0%	9.1%	5.6%	6.3%	13.6%	5.0%	0.0%	訪問先HP	10.6%	0.0%	12.5%	13.3%	5.3%	8.8%	20.0%	4.8%	0.0%
個人SNS	5.8%	0.0%	0.0%	9.1%	2.8%	6.3%	6.8%	5.0%	14.3%	個人SNS	6.3%	0.0%	12.5%	6.7%	5.3%	5.9%	3.3%	9.5%	0.0%
WEB広告	5.8%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	12.5%	6.8%	0.0%	0.0%	WEB広告	2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	2.9%	6.7%	0.0%	0.0%
天草市HP	4.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	8.5%	0.0%	0.0%	天草市HP	7.7%	0.0%	6.3%	6.7%	0.0%	14.7%	6.7%	9.5%	0.0%
テレビ・CM	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	1.7%	5.0%	0.0%	テレビ・CM	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	4.8%	0.0%
新聞	3.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	3.4%	15.0%	14.3%	新聞	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

60代以下にはインターネットによる情報収集は効果的であり、複数のネット情報を閲覧している傾向
 県外全域の50代以上では「旅行雑誌」の回答も多く、掲載内容も年代を意識するとより効果が高まる可能性

目的・行動 訪問場所

問8. 今回、天草市内でご訪問される、あるいはご訪問された場所を教えてください。（複数回答）

- ・「道の駅」にはおよそ半分の方が訪れており、今回構成が高かったのは「有明」と「崎津」が1/4以上が訪れた結果となった
- ・「崎津集落」も4割以上の方が訪れており、次いで「キリシタン関連」、「下田温泉」の順

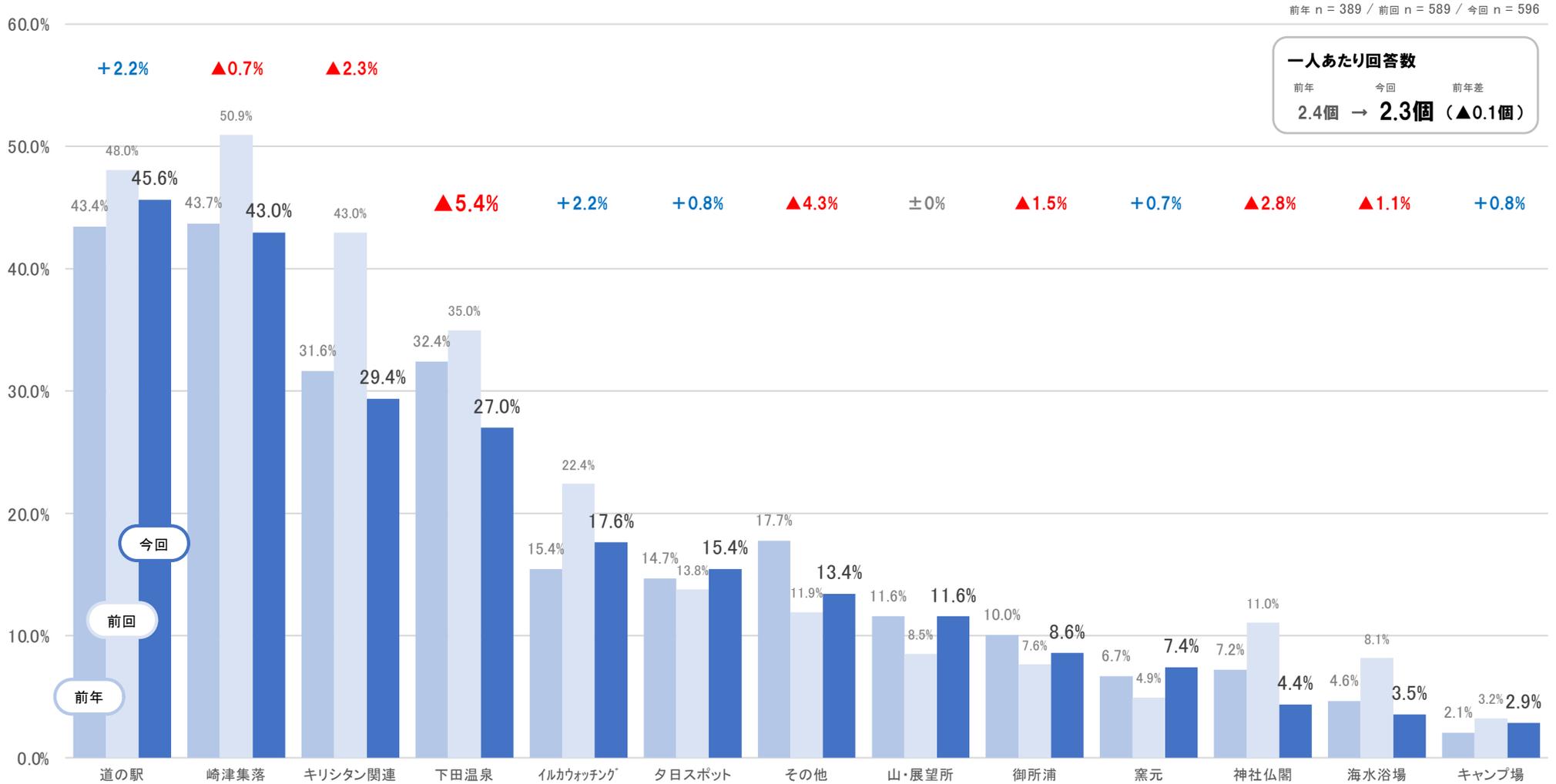


「道の駅」では物産品を購入する目的が主であり、人気のスポットであることが伺える
 世界遺産となった「崎津集落」、「キリシタン関連」の構成も高く、天草において歴史・文化は重要な観光要素

目的・行動 訪問場所 過去比較

問8. 今回、天草市内でご訪問される、あるいはご訪問された場所を教えてください。（複数回答）

- ・前年に比べ、一人あたりの回答数は▲0.1回と若干減少
- ・前年との差では、「下田温泉」が▲5.4%減少した程度で、その他に大きな変動は見受けられない



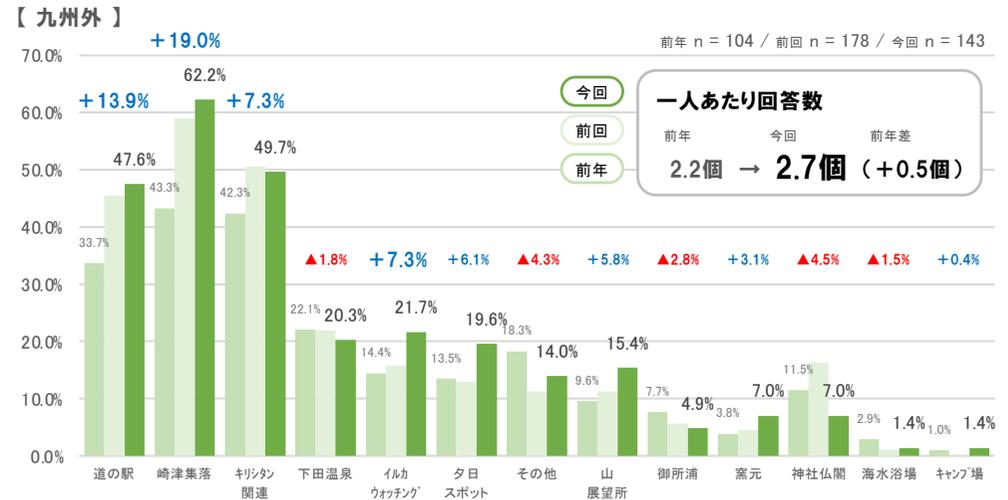
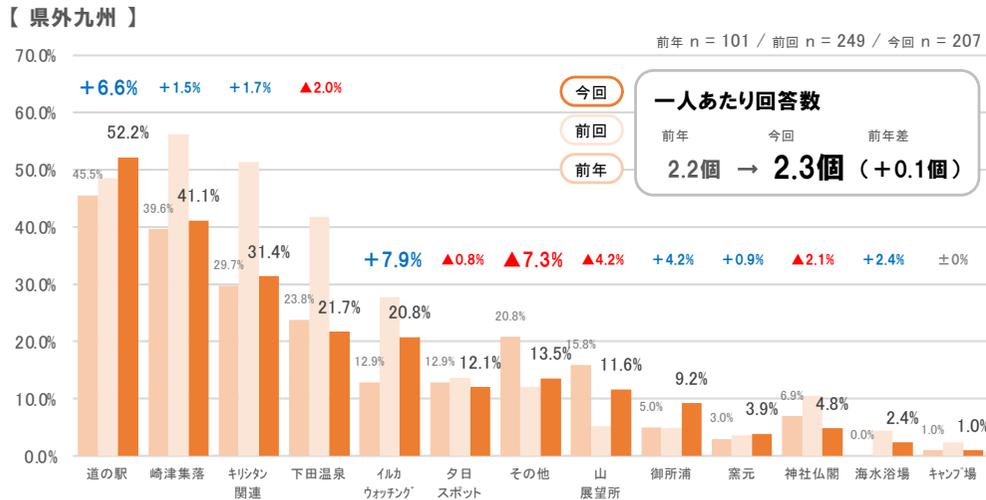
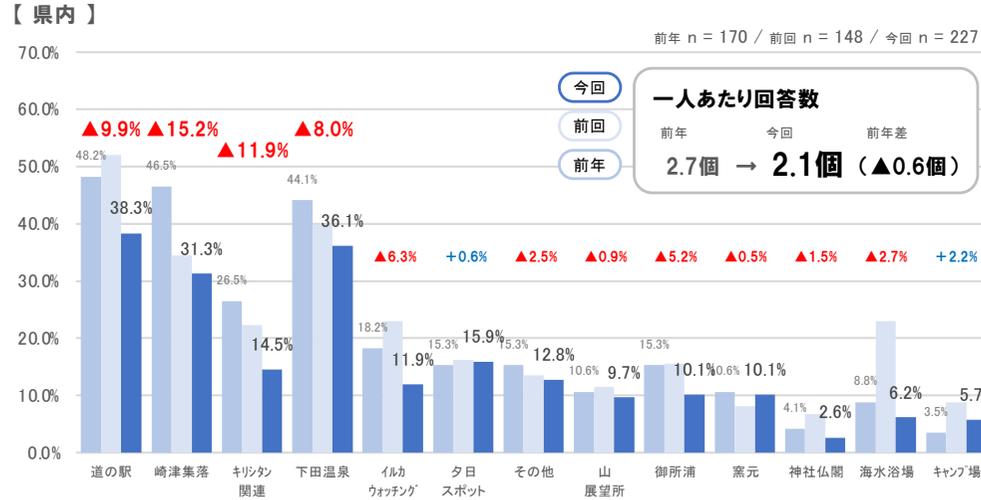
全体を通して前年と訪れた場所に大きな変化はない

目的・行動 クロス分析：居住地×訪問場所

問1. × 問8.

- ・ 県内では「下田温泉・道の駅」がよく訪れているが、上位群が大きく減少した結果となった
- ・ 県外九州では「道の駅」に、九州外では「崎津集落」、「キリシタン関連施設」に半分以上が訪問

※ 前年との比較を重視し、
前回の数値表示は割合



県内では回答数が大きく減少しており、訪れる場所が絞られ、反対に九州外では増加した傾向が見受けられる
居住地区分ごとで訪問場所に変化が見られており、県外全域における上位の訪問先は回答者数が増加

目的・行動 ※参考 クロス分析：居住地×年代×訪問場所

問1. × 問3. × 問8.

- ・「道の駅」、「崎津集落」、「キリシタン関連資料館」は年街が高くなるに連れ訪問される割合が高まる傾向が見受けられる
- ・県内において40代以下の訪問先は分散の傾向があり複数訪れておらず、50代以上は「道の駅」には半数以上が訪問され、2.5箇所以上訪問

※ 訪問目的の項目は、上位12項目 / 各比率は、それぞれの年代の回答者数を母数とし、「各年代でどこを訪問されているか？」を表示

【全体】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
回答者数	n=592	12	46	79	102	130	139	73	11
一人あたり回答数	2.3	2.3	1.8	1.9	2.0	2.6	2.6	2.6	1.9
道の駅 合計	45.8%	25.0%	28.3%	26.6%	36.3%	55.4%	51.1%	65.8%	54.5%
崎津集落	43.2%	33.3%	37.0%	30.4%	33.3%	52.3%	54.0%	43.8%	18.2%
キリシタン関連資料館	29.4%	33.3%	17.4%	17.7%	24.5%	33.8%	36.0%	35.6%	27.3%
下田温泉	27.2%	16.7%	17.4%	13.9%	26.5%	27.7%	31.7%	38.4%	45.5%
イルカウォッチング	17.7%	41.7%	17.4%	20.3%	18.6%	13.8%	14.4%	23.3%	18.2%
夕陽スポット	15.5%	0.0%	10.9%	11.4%	14.7%	19.2%	18.7%	15.1%	9.1%
その他	13.3%	33.3%	17.4%	12.7%	9.8%	14.6%	12.2%	13.7%	9.1%
山・展望所	11.7%	0.0%	4.3%	10.1%	8.8%	15.4%	16.5%	9.6%	0.0%
御所浦	8.6%	16.7%	10.9%	17.7%	11.8%	6.9%	2.9%	6.8%	0.0%
窯元	7.4%	16.7%	0.0%	5.1%	4.9%	4.6%	15.1%	6.8%	9.1%
寺社仏閣	4.4%	8.3%	2.2%	3.8%	3.9%	6.2%	5.8%	1.4%	0.0%
海水浴場	3.5%	8.3%	6.5%	10.1%	2.0%	3.1%	1.4%	1.4%	0.0%

【県内】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
回答者数	n=225	2	16	40	44	47	46	27	3
一人あたり回答数	2.1	1.5	1.0	1.5	1.6	2.5	2.7	2.5	2.0
道の駅 合計	38.2%	50.0%	12.5%	15.0%	25.0%	51.1%	47.8%	66.7%	66.7%
崎津集落	31.6%	0.0%	18.8%	15.0%	25.0%	36.2%	54.3%	29.6%	33.3%
キリシタン関連資料館	14.7%	0.0%	0.0%	10.0%	11.4%	17.0%	21.7%	22.2%	0.0%
下田温泉	36.4%	50.0%	6.3%	22.5%	31.8%	46.8%	47.8%	40.7%	66.7%
イルカウォッチング	12.0%	0.0%	6.3%	10.0%	15.9%	6.4%	15.2%	18.5%	0.0%
夕陽スポット	16.0%	0.0%	0.0%	7.5%	11.4%	23.4%	26.1%	18.5%	0.0%
その他	12.9%	50.0%	12.5%	15.0%	6.8%	14.9%	6.5%	22.2%	33.3%
山・展望所	9.8%	0.0%	6.3%	7.5%	6.8%	14.9%	13.0%	7.4%	0.0%
御所浦	10.2%	0.0%	18.8%	15.0%	9.1%	14.9%	4.3%	3.7%	0.0%
窯元	10.2%	0.0%	0.0%	5.0%	4.5%	6.4%	26.1%	14.8%	0.0%
寺社仏閣	2.7%	0.0%	0.0%	2.5%	0.0%	4.3%	6.5%	0.0%	0.0%
海水浴場	6.2%	0.0%	6.3%	15.0%	2.3%	8.5%	2.2%	3.7%	0.0%

【県外九州】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
回答者数	n=206	4	10	22	36	48	59	20	7
一人あたり回答数	2.3	0.8	1.7	2.3	2.0	2.5	2.5	2.2	1.9
道の駅 合計	52.4%	25.0%	40.0%	45.5%	44.4%	62.5%	55.9%	55.0%	42.9%
崎津集落	41.3%	0.0%	40.0%	31.8%	19.4%	60.4%	49.2%	40.0%	14.3%
キリシタン関連資料館	31.6%	0.0%	10.0%	27.3%	22.2%	41.7%	37.3%	30.0%	28.6%
下田温泉	21.8%	0.0%	20.0%	4.5%	16.7%	18.8%	27.1%	40.0%	42.9%
イルカウォッチング	20.9%	0.0%	10.0%	45.5%	25.0%	14.6%	18.6%	15.0%	28.6%
夕陽スポット	12.1%	0.0%	0.0%	4.5%	16.7%	20.8%	11.9%	0.0%	14.3%
その他	13.1%	25.0%	40.0%	9.1%	11.1%	8.3%	18.6%	5.0%	0.0%
山・展望所	11.7%	0.0%	0.0%	9.1%	8.3%	14.6%	15.3%	15.0%	0.0%
御所浦	9.2%	0.0%	10.0%	22.7%	22.2%	2.1%	3.4%	10.0%	0.0%
窯元	3.9%	0.0%	0.0%	9.1%	2.8%	0.0%	6.8%	0.0%	14.3%
寺社仏閣	4.9%	0.0%	0.0%	9.1%	5.6%	4.2%	5.1%	5.0%	0.0%
海水浴場	2.4%	25.0%	0.0%	9.1%	2.8%	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%

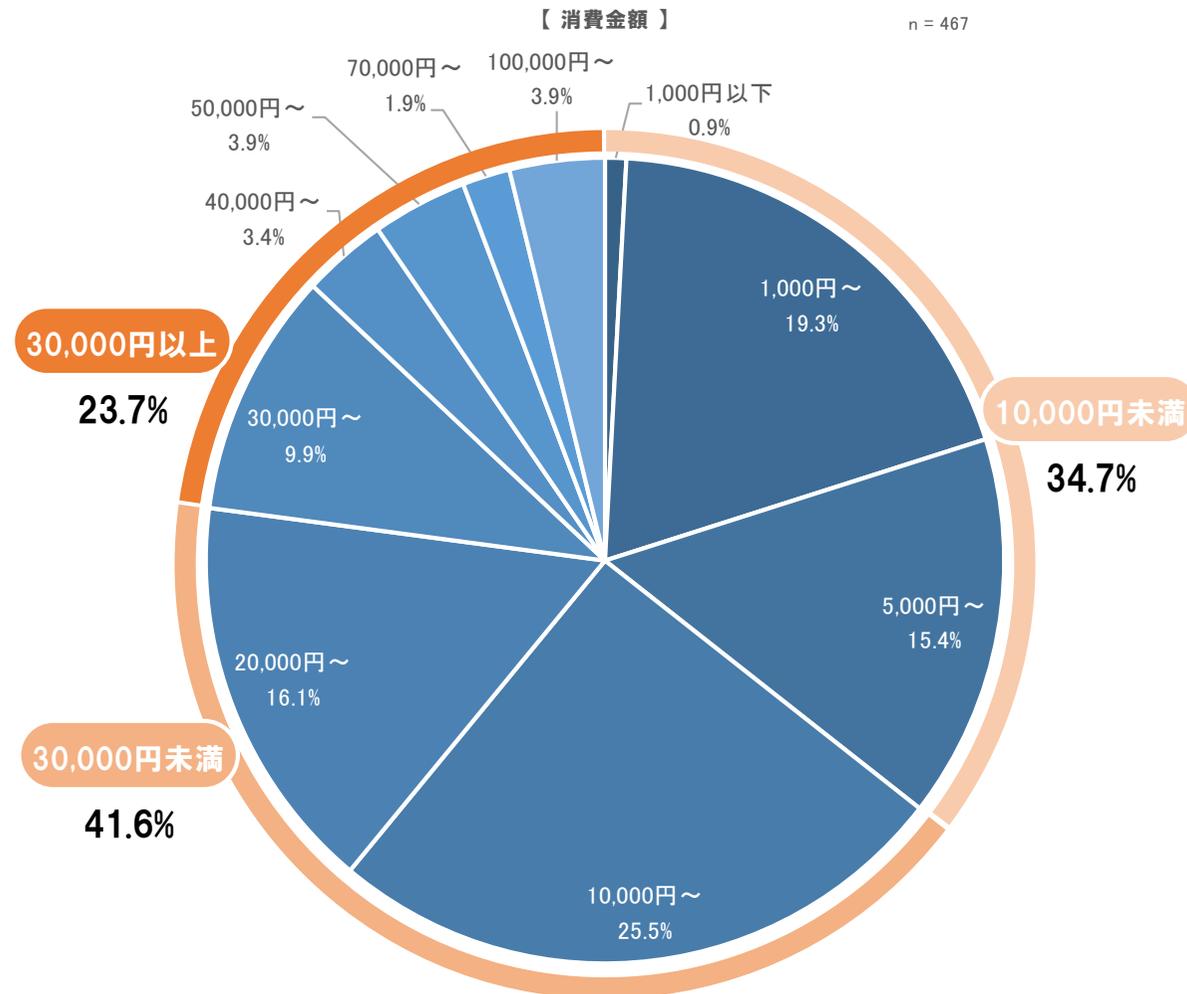
【九州外】		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
回答者数	n=142	6	16	15	19	34	30	21	1
一人あたり回答数	2.7	3.7	2.8	2.3	2.9	2.8	2.5	2.9	2.0
道の駅 合計	47.9%	16.7%	43.8%	33.3%	52.6%	50.0%	43.3%	66.7%	100.0%
崎津集落	62.7%	66.7%	50.0%	73.3%	63.4%	64.7%	60.0%	61.9%	0.0%
キリシタン関連資料館	49.3%	66.7%	37.5%	26.7%	57.9%	47.1%	56.7%	52.4%	100.0%
下田温泉	20.4%	16.7%	31.3%	6.7%	26.3%	14.7%	13.3%	38.1%	0.0%
イルカウォッチング	21.8%	83.3%	37.5%	13.3%	15.8%	23.5%	6.7%	23.8%	0.0%
夕陽スポット	19.7%	0.0%	31.3%	33.3%	21.1%	11.8%	16.7%	23.8%	0.0%
その他	14.1%	33.3%	6.3%	6.7%	15.8%	23.5%	10.0%	9.5%	0.0%
山・展望所	15.5%	0.0%	6.3%	20.0%	15.8%	17.6%	26.7%	4.8%	0.0%
御所浦	4.9%	33.3%	6.3%	13.3%	0.0%	2.9%	0.0%	4.8%	0.0%
窯元	7.0%	33.3%	0.0%	0.0%	5.3%	8.8%	10.0%	4.8%	0.0%
寺社仏閣	7.0%	16.7%	6.3%	0.0%	10.5%	11.8%	6.7%	0.0%	0.0%
海水浴場	1.4%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

50代～70代で複数訪問する傾向があり、県内は「道の駅・温泉」、県外では「道の駅・崎津・キリシタン関連」
 県内では年代を通し「キリシタン関連資料館」への訪問は少なく、県外より歴史に関する関心度は低い結果

目的・行動 消費金額

問11. 今回のご訪問でお使いになる、
あるいはお使いになったお一人当たりの金額を教えてください。（複数回答）

- 10,000円未満の消費が約1/3を占める
- 30,000円未満の消費が全体の3/4を占める

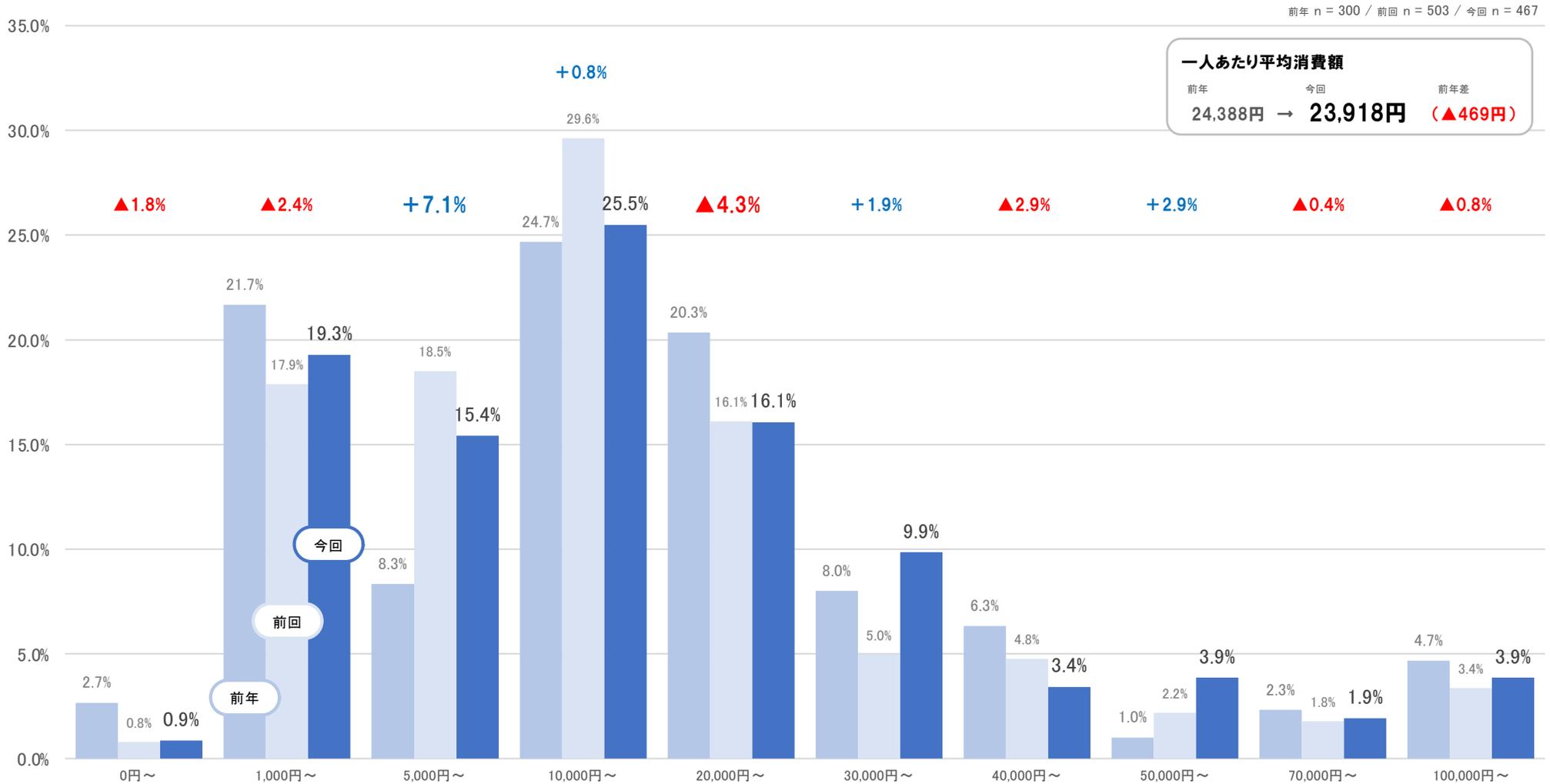


最も多い消費価格帯は「10,000円～20,000円未満」となるが、
平均消費金額は23,918円という結果となった

目的・行動 消費金額

問11. 今回のご訪問でお使いになる、
あるいはお使いになったお一人当たりの金額を教えてください。（複数回答）

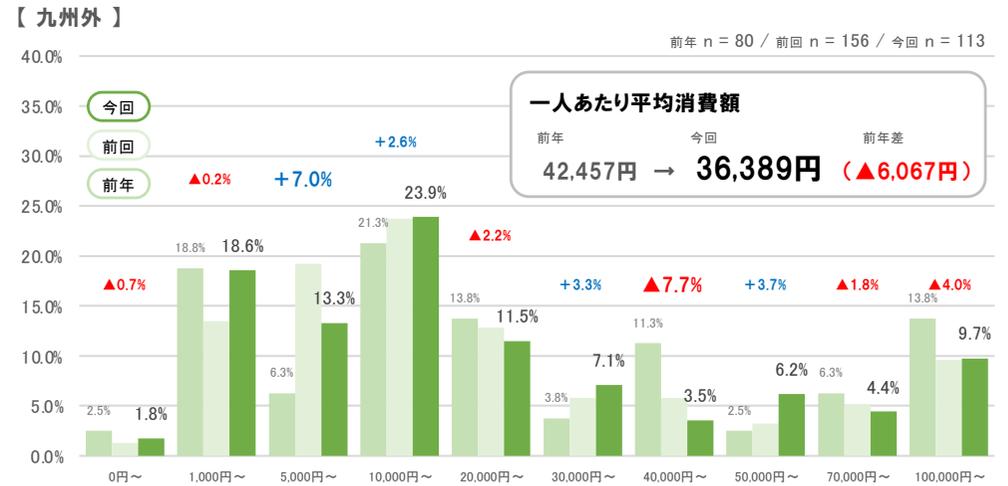
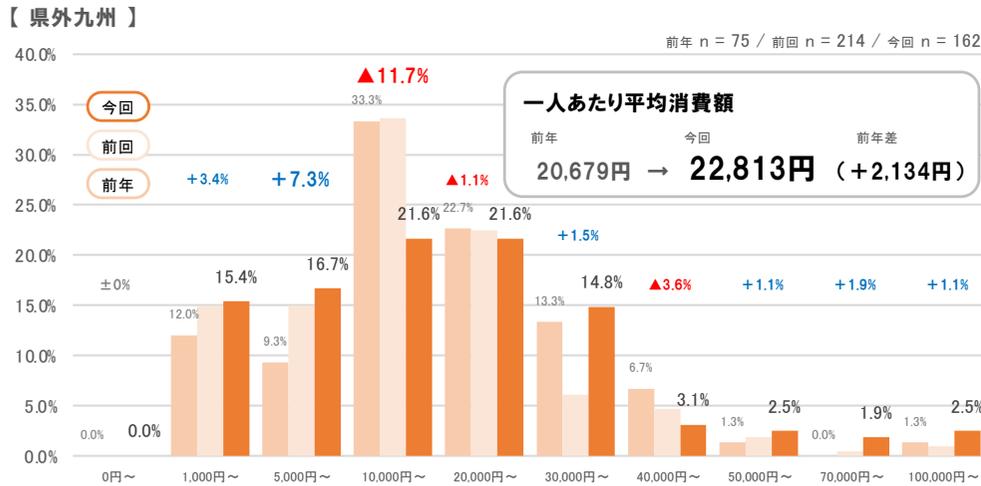
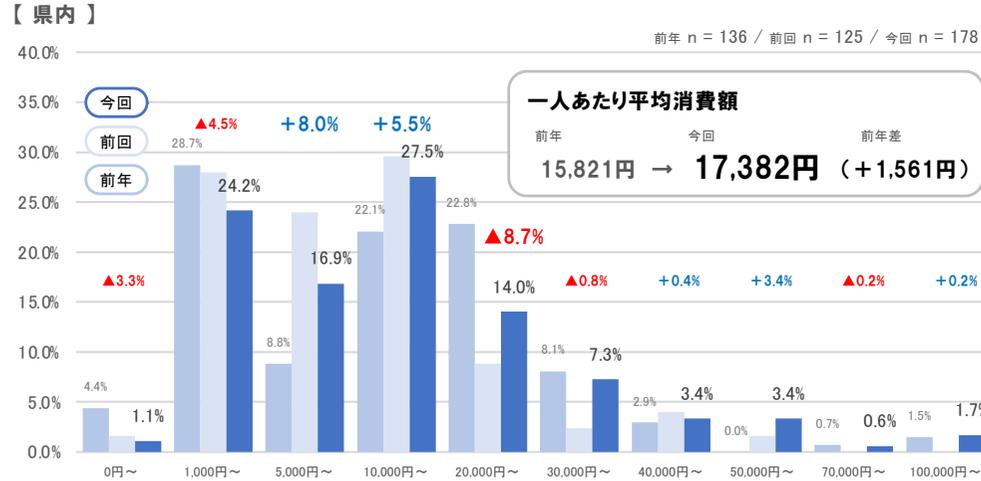
- 一人あたりの平均消費額は前年から▲469円減少し、全体では一人あたりの消費が抑えられている
- 最も増加した価格帯は「5,000円～10,000円未満」で+7.1%と増加



**平均消費額より低い価格帯の割合が高まり、
構成比の高い20,000円～30,000円未満が減少したため 平均消費額全体を下げた結果となった**

- ・ 県内、県外九州では消費金額は上がっており、九州外の訪問客の消費金額は▲6,067円と下がった結果
- ・ 全ての居住地区分で「5,000円～10,000円未満」の構成が高まった傾向が見受けられる

※ 前年との比較を重視し、
前回の数値表示は割愛

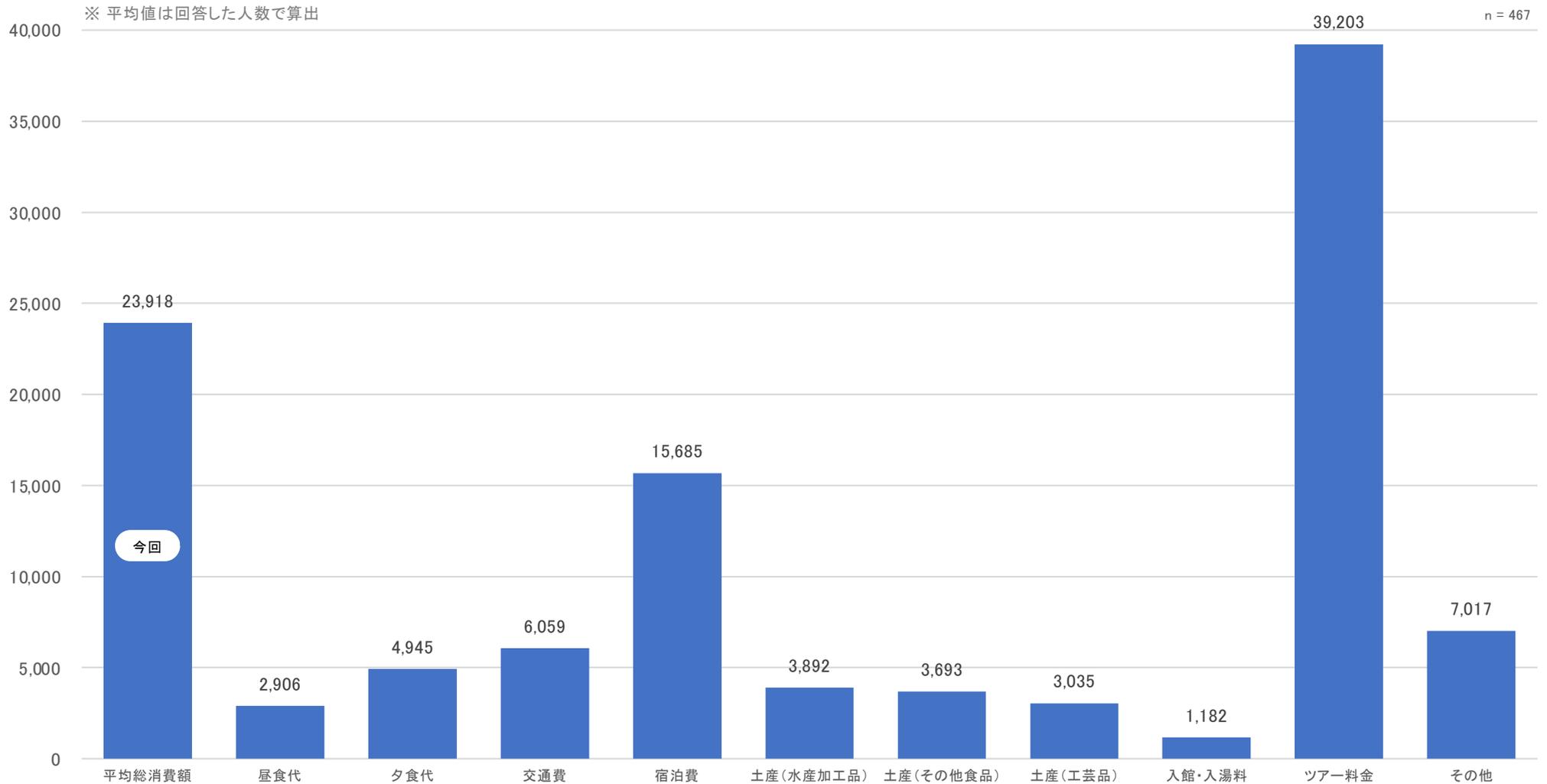


遠方になるに連れ消費金額は高まる傾向があるが、
九州外からは、前年中心価格帯の高消費客層が減少し低消費客層が増加した結果となった

目的・行動 項目別消費金額

問11. 今回のご訪問でお使いになる、
あるいはお使いになったお一人当たりの金額を教えてください。（複数回答）

- ・「ツアー料金」が39,203円と最も高い消費となり、続いて「宿泊費」15,685円の順
- ・「土産」では「水産加工品」と「その他食品」がそれぞれ4,000円弱と食品系のお土産への消費が高い結果



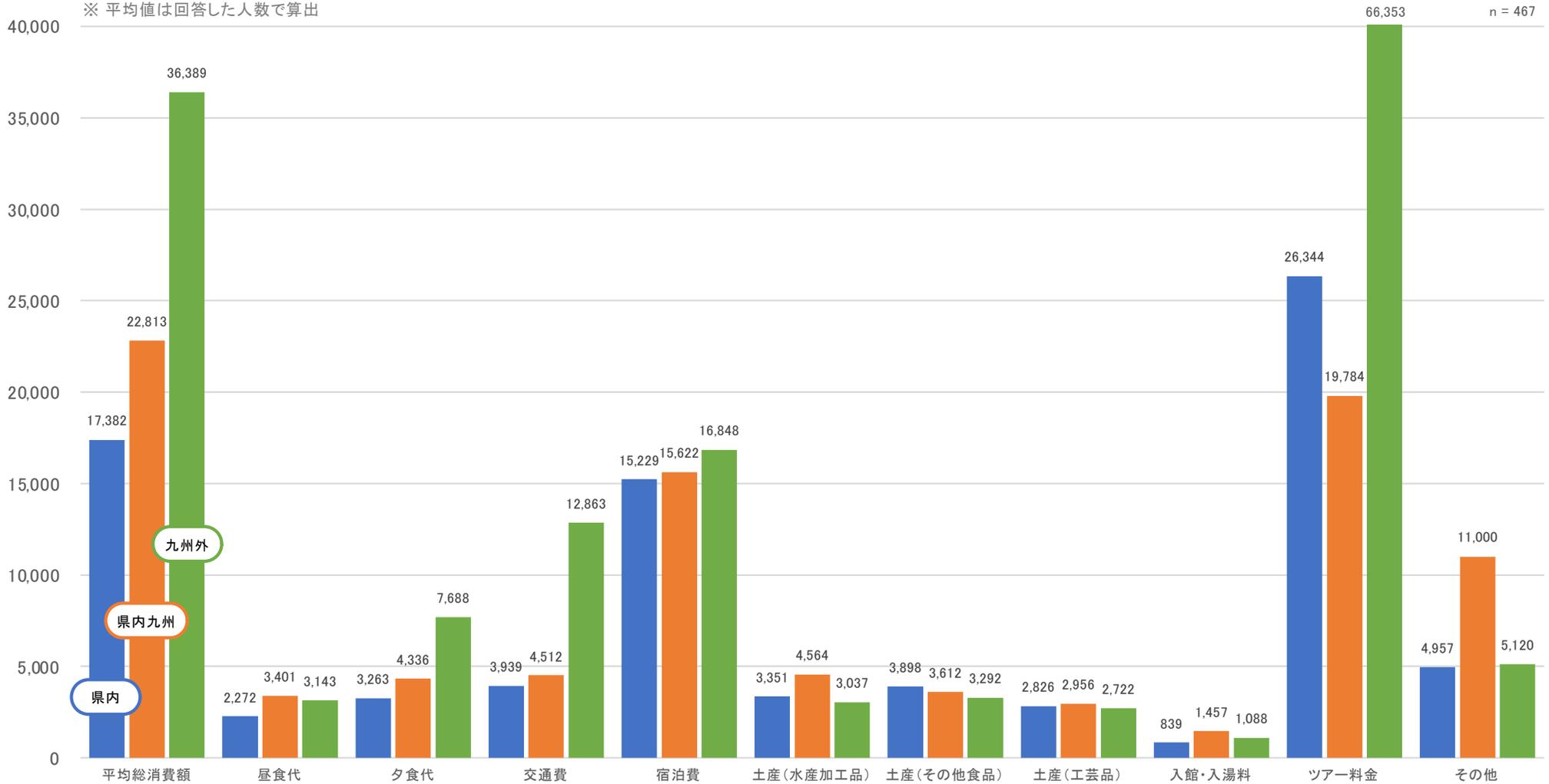
(居住地区別で消費する項目を確認)

目的・行動 クロス分析：居住地×項目別消費金額（比較）

問1. × 問11.

- ・ 居住地区分ごとで差が明確に現れているのが、「夕食代」、「交通費」、「ツアー料金」、「その他」の項目
- ・ 「土産」では、県内九州は「水産加工品」、県内・九州外は「その他食品」と僅かながら差が生じる結果となった

※ 平均値は回答した人数で算出



「土産」の消費額では、県内よりも九州外の方が総じて若干低い結果となっており、コロナの影響もあってか、「土産」の需要が遠方では低かった可能性も推察される

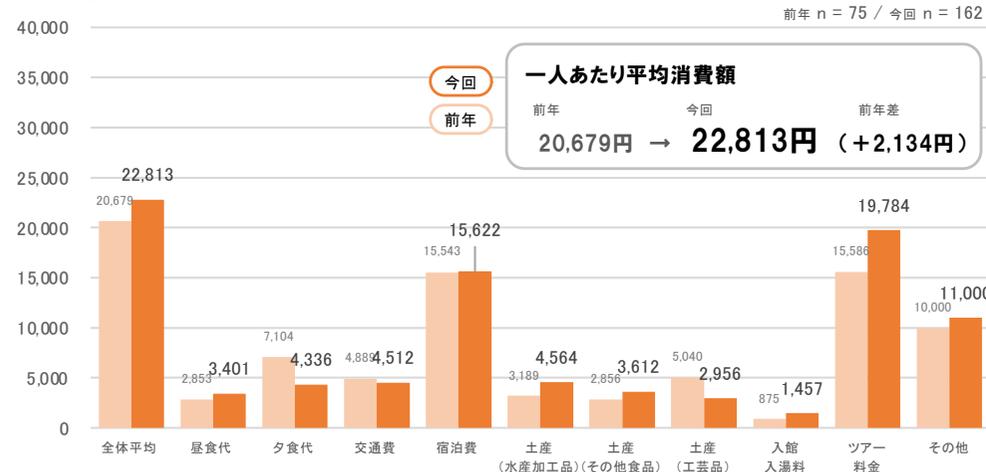
- 県内では、各「土産類」の消費金額が増えており、特に「その他食品」で+1,574円、「工芸品」で+1,403円とアップ
 県外九州でも「水産加工品」が+1,375円と伸ばしたが、九州外では、4,000円以上の消費だった「食品系」で低くなる結果となった

※ 平均値は回答した人数で算出

【 県内 】



【 県外九州 】



【 九州外 】



九州外では、交通費が下がっている分、食事などには消費が高まった傾向があるが、
 コロナ禍での旅行は「Gotoトラベル」があったとは言え「土産」などへの消費は控えられた傾向が見受けられる

目的・行動 ※参考 平均消費額 変動要因分析 過去比較

- 前年から増加した県内・県外九州では、単価の高い項目の構成比が高まったことにより 平均総消費額が増加
- 減少が顕著だった九州外では、ツアー料金と交通費の減少分が大きい為に全体が下がった結果となった

※ 合計への平均単価前年差の要因分析を、それぞれの平均単価が変動した要因なのか、それぞれの回答者構成が変動した要因なのかを分析

【全体】	今回	前回	前年差	(全体平均への影響度)		【県内】	今回	前回	前年差	(全体平均への影響度)	
				単価変動	構成変動					単価変動	構成変動
平均 総消費額	23,918	24,388	▲469	▲3,761	+3,292	平均 総消費額	17,382	15,821	+1,561	▲55	+1,616
昼食代	2,906	2,436	+469	+326	▲104	昼食代	2,272	2,007	+266	+194	▲146
夕食代	4,945	5,139	▲195	▲48	▲2	夕食代	3,263	3,630	▲367	▲87	▲42
交通費	6,059	11,927	▲5,868	▲1,721	+0	交通費	3,939	3,673	+266	+71	+167
宿泊費	15,685	17,244	▲1,559	▲911	▲285	宿泊費	15,229	16,642	▲1,413	▲792	+1,467
土産(水産加工品)	3,892	3,320	+572	+195	+29	土産(水産加工品)	3,351	2,904	+447	+149	▲79
土産(その他食品)	3,693	3,041	+652	+224	+74	土産(その他食品)	3,898	2,324	+1,574	+448	+80
土産(工芸品類)	3,035	2,363	+672	+64	+85	土産(工芸品類)	2,826	1,423	+1,403	+158	+71
入館・入湯料	1,182	1,048	+134	+32	+10	入館・入湯料	839	794	+45	+7	▲57
ツアー料金	39,203	54,156	▲14,953	▲1,890	+3,395	ツアー料金	26,344	27,563	▲1,219	▲77	+232
その他	7,017	8,005	▲988	▲32	+89	その他	4,957	7,720	▲2,763	▲125	▲77

【県内九州】	今回	前回	前年差	(全体平均への影響度)		【九州外】	今回	前回	前年差	(全体平均への影響度)	
				単価変動	構成変動					単価変動	構成変動
平均 総消費額	22,813	20,679	+2,134	+1,010	+1,125	平均 総消費額	36,389	42,457	▲6,067	▲13,337	+7,270
昼食代	3,401	2,853	+548	+385	▲189	昼食代	3,143	2,842	+301	+188	+74
夕食代	4,336	7,104	▲2,769	▲785	▲418	夕食代	7,688	5,500	+2,188	+521	+830
交通費	4,512	4,889	▲377	▲135	▲159	交通費	12,863	31,399	▲18,536	▲5,275	▲1,236
宿泊費	15,622	15,543	+79	+49	▲1,043	宿泊費	16,848	19,375	▲2,528	▲1,464	▲3,023
土産(水産加工品)	4,564	3,189	+1,375	+553	+327	土産(水産加工品)	3,037	4,383	▲1,346	▲363	▲227
土産(その他食品)	3,612	2,856	+757	+288	+133	土産(その他食品)	3,292	4,113	▲821	▲315	▲26
土産(工芸品類)	2,956	5,040	▲2,084	▲172	+128	土産(工芸品類)	2,722	2,000	+722	+51	+40
入館・入湯料	1,457	875	+582	+164	+35	入館・入湯料	1,088	1,576	▲489	▲151	+122
ツアー料金	19,784	15,586	+4,199	+637	+2,061	ツアー料金	66,353	99,327	▲32,974	▲6,644	+10,602
その他	11,000	10,000	+1,000	+25	+249	その他	5,120		+5,120	+113	+113

総消費額を上げるためには、それぞれの項目での平均単価を高めるか、単価の高い項目に消費を増やすか
 一品一品の価格を上げることも重要であるが、訪問客のスタイルに合わせて購買意欲を高める提案が重要に

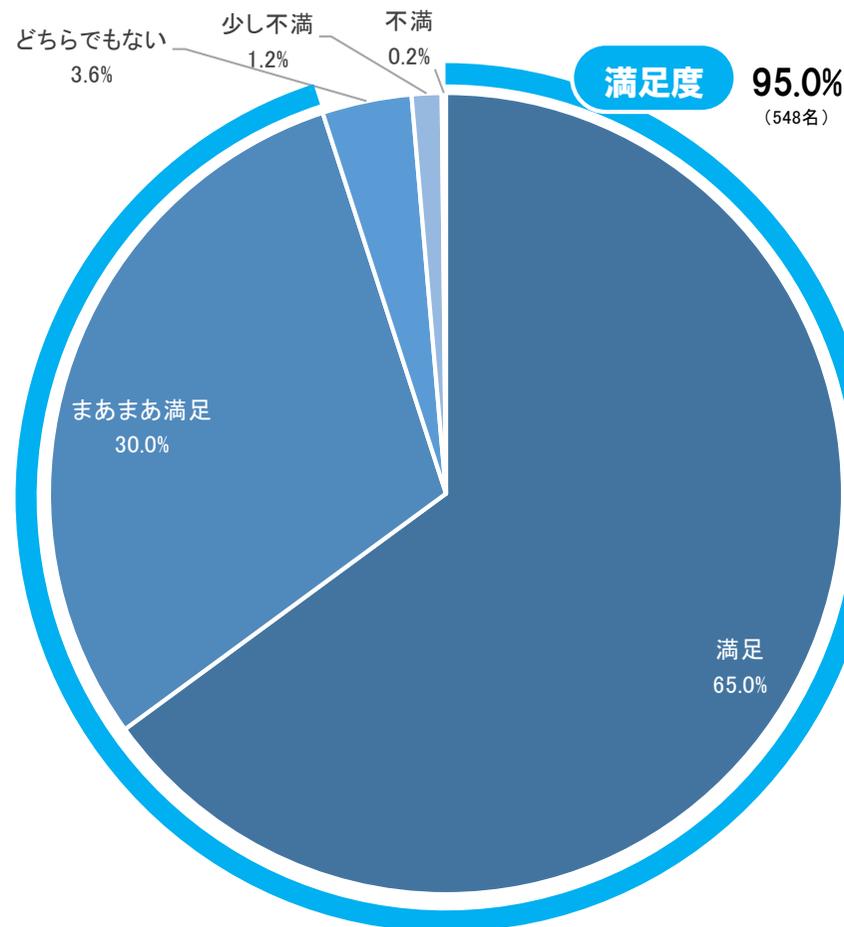
- ・「満足」+「まあまあ満足」の合計による満足度は95%と殆どが満足な結果となった
- ・若干名「不満」、「少し不満」と回答の方も見受けられ、「イルカに会えなかった」、「宿の状態」、「料理」などが上げられた

※ 今回から回答内容の順番を変更

- ・満足 → ・満足
- ・まあまあ満足 → ・まあまあ満足
- ・少し不満 → ・どちらでもない
- ・不満 → ・少し不満
- ・どちらでもない → ・不満

【満足度】

n = 577



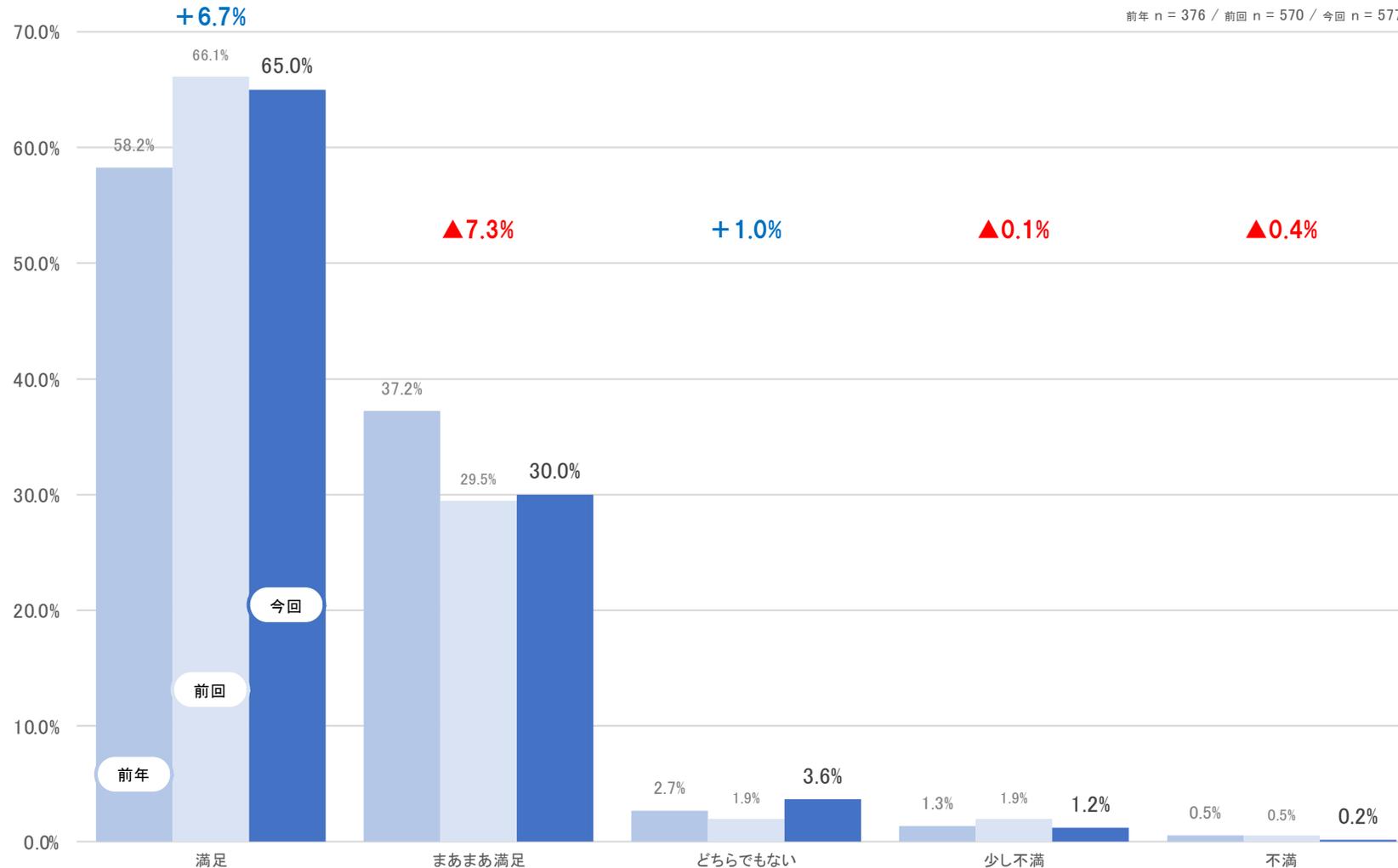
不満足度 1.4%

(8名 → 6名がコメント)

- ・イルカに会えなかった(4名)
- ・宿の状態(1名)
(熊本市からお越し60代男性パートナー、道の駅有明でアンケート回収)
- ・料理にがっかり海の幸が食べたかった(1名)
(長崎県からお越し60代夫婦)

満足度の中でも、適度に満足されている方の倍以上、満足された方が多い結果となった
不満の方に関しては、「期待値以下」の結果になっており、損なわない活動が重要となる

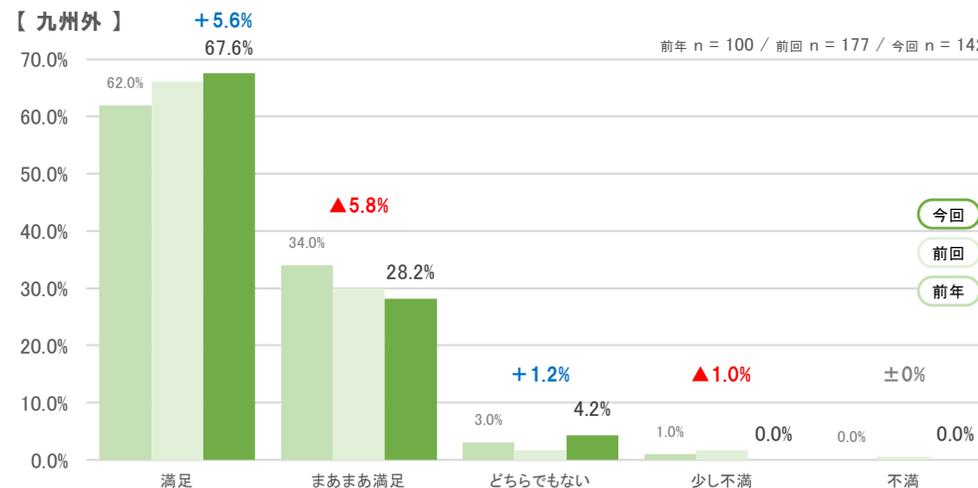
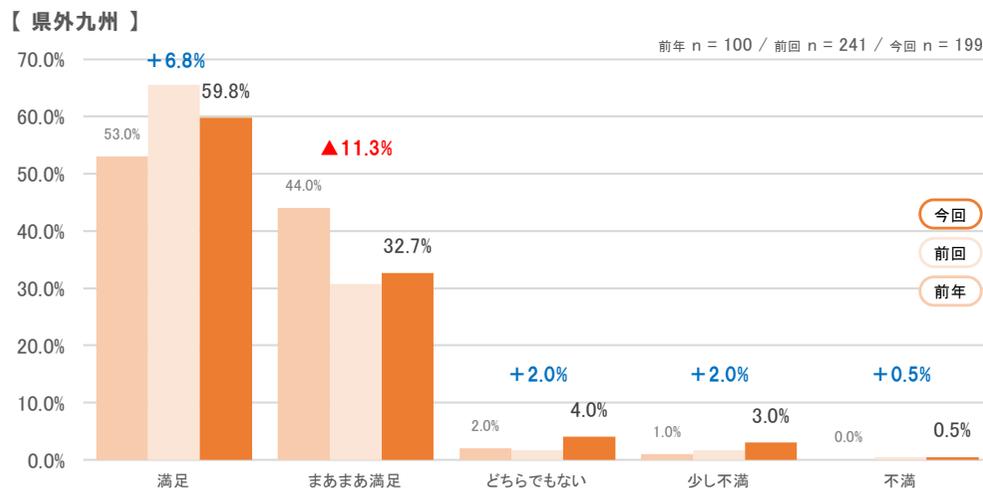
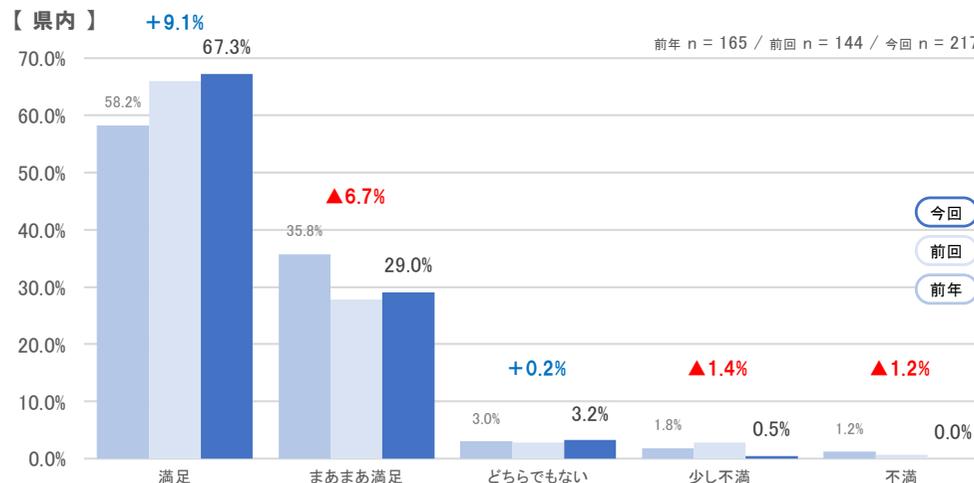
- ・「満足」と回答の方は+6.7%増加したが、「まあまあ満足」と回答された方が▲7.3%と減少し、「満足度」合計では▲0.5%
- ・「少し不満」、「不満」と回答される構成は共に減少



満足度の内容は向上し、不満は減少した傾向であり、内容としては「改善されている」と見なすことが出来る

- 全ての居住地区分で「満足」の構成が高まり「まあまあ満足」が下がる傾向が見受けられる
- 県内においては 合算による「満足度」は増加したが、県外九州では▲4.5%減少し、九州外でも若干落とした結果となる

※ 前年との比較を重視し、
前回の数値表示は割愛



県外九州で「満足」と回答される方の割合は、他と比べ低く、不満も増加した結果となる
 まずは「県外九州からの訪問客が求めるものは何か」が明確に仮説立てることが重要だと考えられる

満足度 ※参考 満足度の点数化とクロス分析：居住地×滞在期間×訪問回数×満足度

問1. × 問9. × 問10. × 問12.

- ・「市内で1泊」で訪問回数が増えると満足度は下がる傾向にあり、「満足」と答えた比率も下がっている
- ・各居住地区分の主要な区分では、比較的平均値よりも高い満足度が獲得できているが、「県外九州」ではバラつきが見受けられる

※ 満足度を100点満点で点数化

- ・満足:100
- ・まあまあ満足:75
- ・どちらでもない:50
- ・少し不満:25
- ・不満:0

		【 回答者構成 】					
	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上	
【全体】	合計 n=552	-	30.3%	14.3%	11.1%	4.0%	40.4%
市内で2泊以上	12.9%	6.0%	1.4%	1.1%	0.2%	4.2%	
市内で1泊	63.4%	17.2%	9.8%	6.9%	3.1%	26.4%	
市外で宿泊	6.0%	2.9%	1.3%	0.9%	0.2%	0.7%	
日帰り(6時間以上)	7.2%	2.0%	0.2%	0.7%	0.4%	4.0%	
日帰り(6時間未満)	10.5%	2.2%	1.6%	1.4%	0.2%	5.1%	
【県内】	合計 n=202	-	5.4%	6.4%	5.9%	3.0%	79.2%
市内で2泊以上	6.4%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	5.9%	
市内で1泊	67.3%	4.5%	5.4%	4.5%	2.5%	50.5%	
市外で宿泊	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	
日帰り(6時間以上)	10.9%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	8.9%	
日帰り(6時間未満)	14.4%	0.5%	0.0%	1.0%	0.0%	12.9%	
【県外九州】	合計 n=194	-	30.9%	21.6%	21.1%	5.7%	20.6%
市内で2泊以上	9.3%	2.6%	1.5%	3.1%	0.0%	2.1%	
市内で1泊	70.1%	20.6%	17.0%	12.4%	5.2%	14.9%	
市外で宿泊	7.2%	2.6%	1.0%	2.6%	0.0%	1.0%	
日帰り(6時間以上)	5.7%	3.1%	0.0%	1.0%	0.0%	1.5%	
日帰り(6時間未満)	7.7%	2.1%	2.1%	2.1%	0.5%	1.0%	
【九州外】	合計 n=137	-	68.6%	16.1%	5.1%	2.9%	7.3%
市内で2泊以上	29.2%	20.4%	2.9%	0.0%	0.7%	5.1%	
市内で1泊	46.0%	32.1%	7.3%	2.9%	1.5%	2.2%	
市外で宿泊	12.4%	8.0%	3.6%	0.0%	0.7%	0.0%	
日帰り(6時間以上)	3.6%	2.9%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	
日帰り(6時間未満)	8.8%	5.1%	2.2%	1.5%	0.0%	0.0%	

		【 満足度 】					
	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上	
【全体】	合計 n=552	89.6	91.2	86.4	85.2	89.8	90.7
市内で2泊以上	93.0	93.2	96.9	95.8	75.0	91.3	
市内で1泊	89.7	91.6	86.1	84.2	91.2	91.1	
市外で宿泊	90.9	89.1	89.3	95.0	100.0	93.8	
日帰り(6時間以上)	88.8	88.6	75.0	81.3	75.0	92.0	
日帰り(6時間未満)	84.5	87.5	77.8	78.1	100.0	86.6	
【県内】	合計 n=202	90.5	90.9	84.6	89.6	87.5	91.1
市内で2泊以上	96.2		100.0			95.8	
市内で1泊	91.2	91.7	84.1	94.4	90.0	91.7	
市外で宿泊	87.5					87.5	
日帰り(6時間以上)	88.6	75.0	75.0	75.0	75.0	91.7	
日帰り(6時間未満)	86.2	100.0		75.0		86.5	
【県外九州】	合計 n=194	87.2	90.0	85.7	84.8	90.9	86.3
市内で2泊以上	90.3	90.0	91.7	95.8		81.3	
市内で1泊	86.6	91.3	86.4	80.2	90.0	84.5	
市外で宿泊	91.1	85.0	87.5	95.0		100.0	
日帰り(6時間以上)	90.9	87.5		87.5		100.0	
日帰り(6時間未満)	83.3	87.5	75.0	81.3	100.0	87.5	
【九州外】	合計 n=137	91.1	92.0	89.8	78.6	93.8	92.5
市内で2泊以上	93.1	93.8	100.0		75.0	89.3	
市内で1泊	91.3	92.0	87.5	81.3	100.0	100.0	
市外で宿泊	91.2	90.9	90.0		100.0		
日帰り(6時間以上)	90.0	93.8		75.0			
日帰り(6時間未満)	83.3	85.7	83.3	75.0			

		【 「満足」と答えた比率 】					
	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上	
【全体】	合計 n=552	64.9%	70.1%	50.6%	54.1%	59.1%	69.5%
市内で2泊以上	77.5%	78.8%	87.5%	83.3%	0.0%	73.9%	
市内で1泊	65.4%	70.5%	48.1%	55.3%	64.7%	71.2%	
市外で宿泊	66.7%	62.5%	57.1%	80.0%	100.0%	75.0%	
日帰り(6時間以上)	55.0%	54.5%	0.0%	25.0%	0.0%	68.2%	
日帰り(6時間未満)	51.7%	66.7%	33.3%	25.0%	100.0%	57.1%	
【県内】	合計 n=202	66.3%	63.6%	38.5%	58.3%	50.0%	70.0%
市内で2泊以上	84.6%		100.0%			83.3%	
市内で1泊	69.1%	66.7%	36.4%	77.8%	60.0%	72.5%	
市外で宿泊	50.0%					50.0%	
日帰り(6時間以上)	54.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	
日帰り(6時間未満)	55.2%	100.0%		0.0%		57.7%	
【県外九州】	合計 n=194	59.8%	68.3%	52.4%	56.1%	63.6%	57.5%
市内で2泊以上	72.2%	80.0%	66.7%	83.3%		50.0%	
市内で1泊	57.4%	70.0%	51.5%	50.0%	60.0%	51.7%	
市外で宿泊	71.4%	60.0%	50.0%	80.0%		100.0%	
日帰り(6時間以上)	63.6%	50.0%		50.0%		100.0%	
日帰り(6時間未満)	53.3%	75.0%	50.0%	25.0%	100.0%	50.0%	
【九州外】	合計 n=137	68.6%	72.3%	59.1%	28.6%	75.0%	80.0%
市内で2泊以上	77.5%	78.6%	100.0%		0.0%	71.4%	
市内で1泊	68.3%	72.7%	50.0%	25.0%	100.0%	100.0%	
市外で宿泊	64.7%	63.6%	60.0%		100.0%		
日帰り(6時間以上)	60.0%	75.0%		0.0%			
日帰り(6時間未満)	50.0%	57.1%	33.3%	50.0%			

点数化することで不満足も加味した優劣の判断が安易になり、指標としては有効

3回目まで満足度が低下傾向にあり、リピーターとして育成するためには、前回の期待値を上回る必要が示唆

満足度 再来訪の意思

問13. 天草市に また来たいと思いますか？ その理由も教えてください。

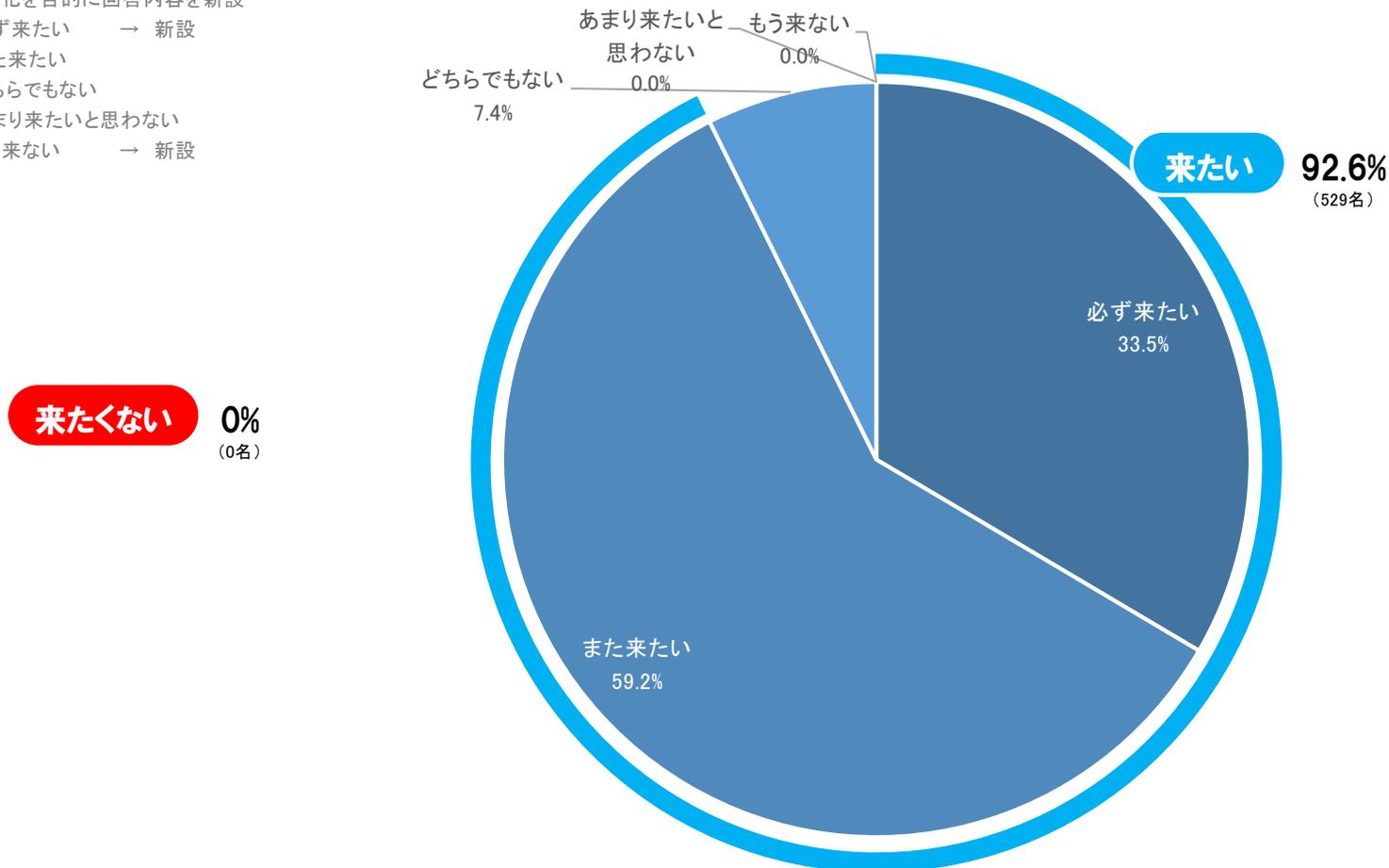
- 再来訪の意思は92.6%と大半が「また来たい」以上を回答
- 「必ず来たい」では1/3、「また来たい」では6割の結果となった

※ 今回から満足度と同様に回答に優劣をつけること、

点数化を目的に回答内容を新設

- ・必ず来たい → 新設
- ・また来たい
- ・どちらでもない
- ・あまり来たいと思わない
- ・もう来ない → 新設

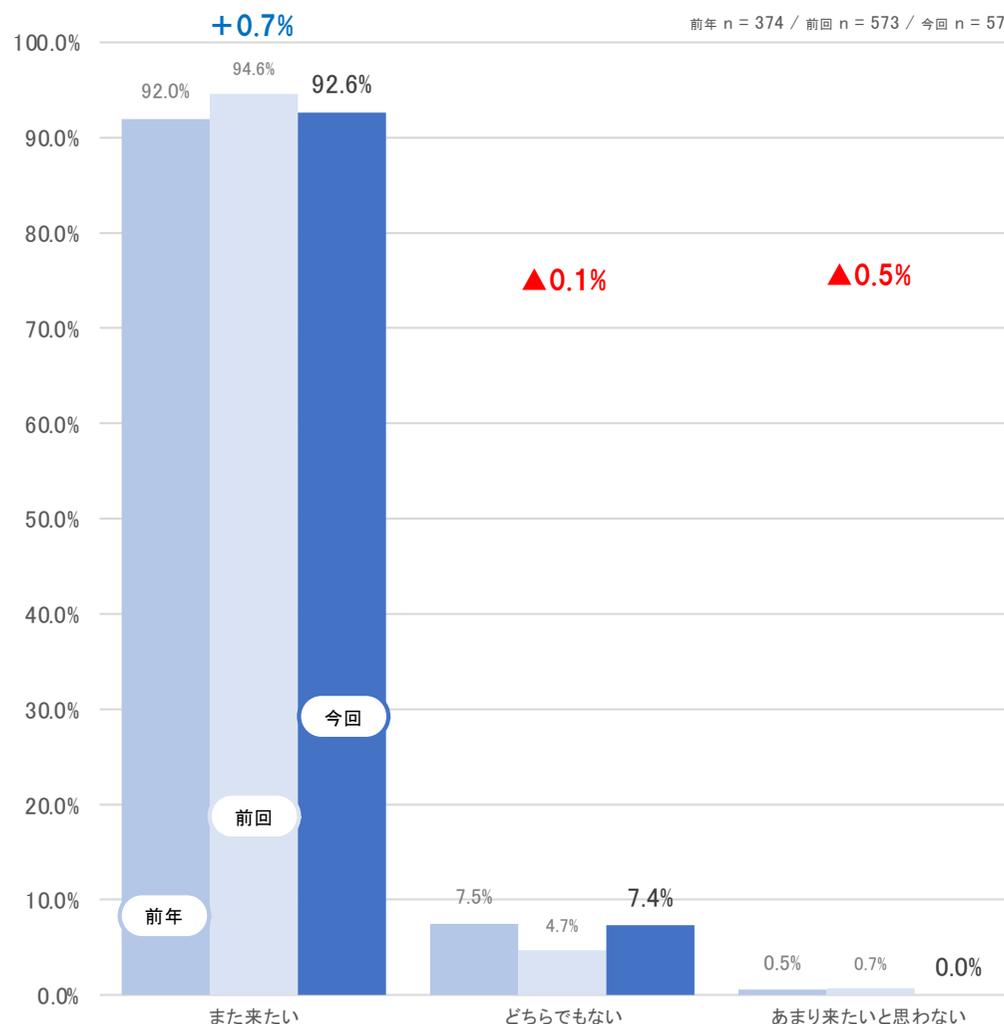
n = 571



再来訪の意思は、リピーターへ育成していくにおいて重要な項目と位置づけられるが
実際のリピート率とは乖離している可能性があり、次回来訪を促すきっかけづくりが重要

- ・「また来たい」と回答された方が+0.7%増加
- ・「どちらでもない」が▲0.1%、「あまり来たいと思わない」が▲0.5%と減少した結果となった

※ 今回の「必ず来たい」は、「また来たい」に合算して比較



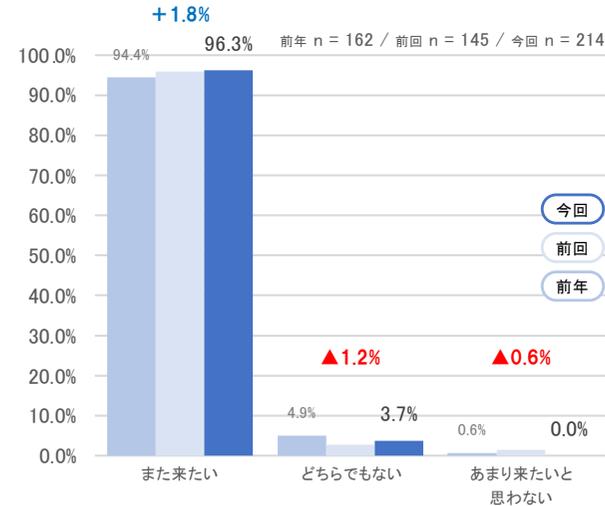
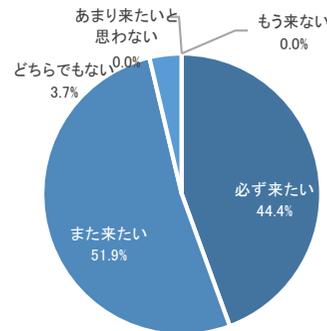
ポジティブな回答が上昇し、ネガティブな回答が減少したことから改善が進んでいると判断することが出来る
 「あまり来たいと思わない」の回答が「0」になったのは調査後初の好結果

- 各居住地区分の今回の結果は、県内の「必ず来たい」は44.4%、県外九州は23.6%、九州外は27.9%と乖離した結果となった
- 前年比較では、九州外では「また来たい」が▲2.8%となり、九州内とは違う結果となった

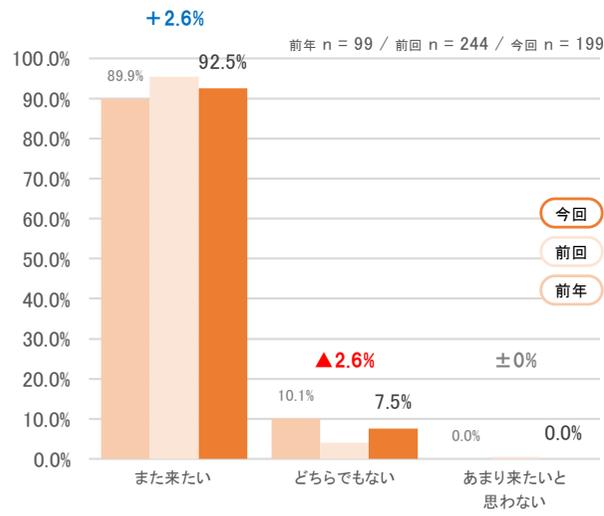
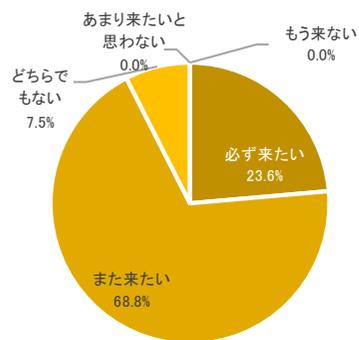
※ 前年との比較を重視し、
前回の数値表示は割愛

※ 今回の「必ず来たい」は、
「また来たい」に合算して比較

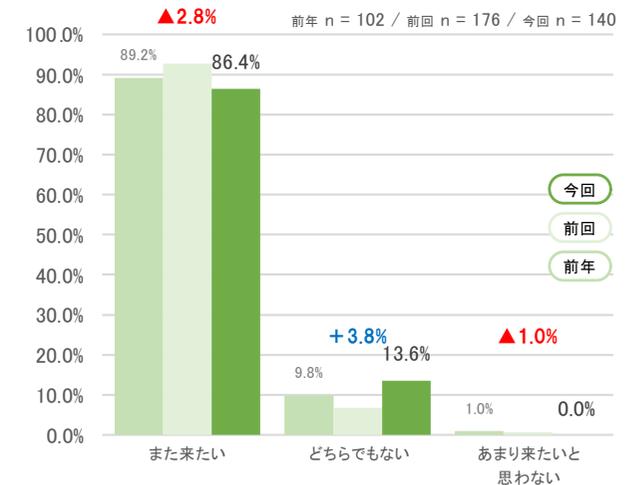
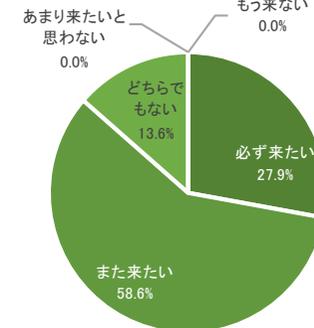
【 県内 】



【 県外九州 】



【 九州外 】



県外九州、九州外において「どちらでもない」の構成が高いため、また来たいと思ってもらう仕掛けが必要
九州外よりも、中距離の県外九州では「必ず来たい」と回答した構成を重要指標にあげてもよいのでは

満足度 ※参考 再来訪の点数化とクロス分析：居住地×滞在期間×訪問回数×再来訪

問1. × 問9. × 問10. × 問13.

- ・訪問回数を重ねるごとに、「再来訪の意思」は高くなるが、居住地で見ると、県内、九州外では低くなる傾向で構成比によるバラつきが原因
- ・「必ず来たい」の比率は回数を重ねるごとに低下傾向にある

※ 再来訪の意思を100点満点で点数化

- ・必ず来たい:100
- ・また来たい:75
- ・どちらでもない:50
- ・あまり思わない:25
- ・もう来ない:0

		【 回答者構成 】					
	【全体】	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=551	-	-	30.3%	14.5%	11.1%	3.8%	40.3%
市内で2泊以上	12.9%	6.0%	1.5%	1.1%	0.2%	4.2%	
市内で1泊	63.0%	16.9%	10.0%	6.9%	3.1%	26.1%	
市外で宿泊	6.2%	3.1%	1.3%	0.9%	0.2%	0.7%	
日帰り(6時間以上)	7.3%	2.0%	0.2%	0.7%	0.2%	4.2%	
日帰り(6時間未満)	10.7%	2.4%	1.6%	1.5%	0.2%	5.1%	
【県内】		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=203	-	-	5.4%	6.9%	5.9%	3.0%	78.8%
市内で2泊以上	6.4%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	5.9%	
市内で1泊	67.0%	4.4%	5.9%	4.4%	2.5%	49.8%	
市外で宿泊	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	
日帰り(6時間以上)	11.3%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	9.4%	
日帰り(6時間未満)	14.3%	0.5%	0.0%	1.0%	0.0%	12.8%	
【県外九州】		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=194	-	-	31.4%	21.6%	21.1%	5.7%	20.1%
市内で2泊以上	9.3%	2.6%	1.5%	3.1%	0.0%	2.1%	
市内で1泊	69.6%	20.6%	17.0%	12.4%	5.2%	14.4%	
市外で宿泊	7.2%	2.6%	1.0%	2.6%	0.0%	1.0%	
日帰り(6時間以上)	5.7%	3.1%	0.0%	1.0%	0.0%	1.5%	
日帰り(6時間未満)	8.2%	2.6%	2.1%	2.1%	0.5%	1.0%	
【九州外】		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=136	-	-	68.4%	16.2%	5.1%	2.9%	7.4%
市内で2泊以上	29.4%	20.6%	2.9%	0.0%	0.7%	5.1%	
市内で1泊	44.9%	30.9%	7.4%	2.9%	1.5%	2.2%	
市外で宿泊	13.2%	8.8%	3.7%	0.0%	0.7%	0.0%	
日帰り(6時間以上)	3.7%	2.9%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	
日帰り(6時間未満)	8.8%	5.1%	2.2%	1.5%	0.0%	0.0%	

		【 再来訪の意思 】					
	【全体】	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=551	-	81.4	77.4	78.1	77.9	78.6	86.9
市内で2泊以上	82.4	79.5	78.1	79.2	50.0	90.2	
市内で1泊	81.2	77.4	77.7	75.7	79.4	86.6	
市外で宿泊	77.2	73.5	78.6	85.0	100.0	75.0	
日帰り(6時間以上)	85.0	81.8	75.0	81.3	75.0	88.0	
日帰り(6時間未満)	81.8	73.1	80.6	81.3	75.0	86.6	
【県内】		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=203	-	85.1	84.1	76.8	79.2	75.0	86.7
市内で2泊以上	90.4	75.0				91.7	
市内で1泊	84.9	86.1	77.1	77.8	75.0	86.9	
市外で宿泊	75.0					75.0	
日帰り(6時間以上)	83.7	75.0	75.0	75.0	75.0	85.5	
日帰り(6時間未満)	85.3	75.0		87.5		85.6	
【県外九州】		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=194	-	79.0	75.8	79.8	78.0	79.5	84.0
市内で2泊以上	75.0	70.0	66.7	79.2		81.3	
市内で1泊	78.1	75.6	79.5	75.0	80.0	82.1	
市外で宿泊	78.6	75.0	75.0	85.0		75.0	
日帰り(6時間以上)	88.6	83.3		87.5		100.0	
日帰り(6時間未満)	84.4	75.0	93.8	81.3	75.0	100.0	
【九州外】		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=136	-	78.5	77.4	76.1	75.0	81.3	95.0
市内で2泊以上	83.1	81.3	87.5		50.0	92.9	
市内で1泊	77.5	76.8	72.5	75.0	87.5	100.0	
市外で宿泊	76.4	72.9	80.0		100.0		
日帰り(6時間以上)	80.0	81.3		75.0			
日帰り(6時間未満)	70.8	71.4	66.7	75.0			

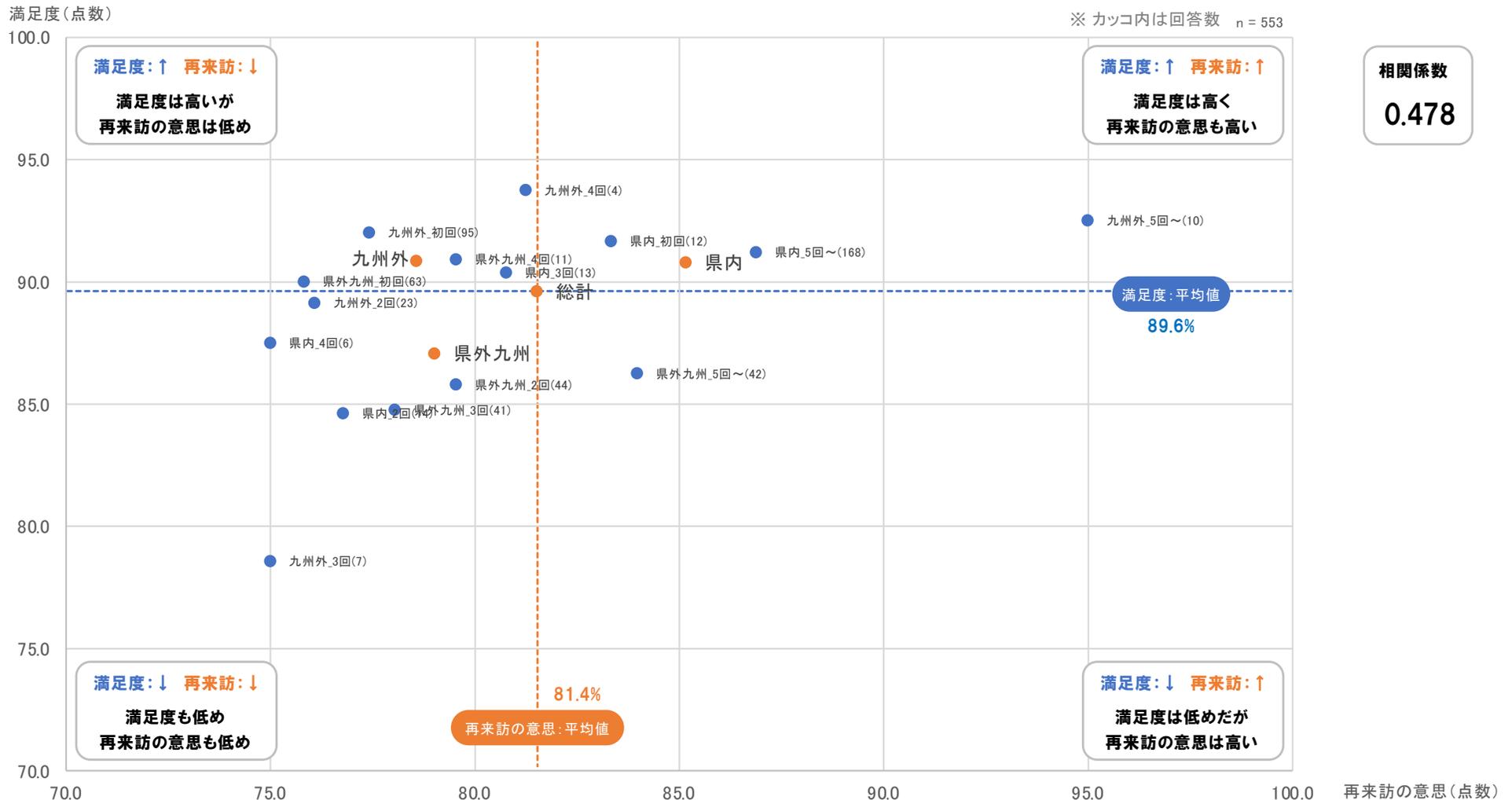
		【 「必ず来たい」と答えた比率 】					
	【全体】	合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=551	-	33.2%	22.8%	20.0%	18.0%	19.0%	51.4%
市内で2泊以上	36.6%	27.3%	25.0%	16.7%	0.0%	60.9%	
市内で1泊	31.1%	21.5%	18.2%	10.5%	17.6%	49.3%	
市外で宿泊	20.6%	17.6%	14.3%	40.0%	100.0%	0.0%	
日帰り(6時間以上)	47.5%	27.3%	0.0%	25.0%	0.0%	65.2%	
日帰り(6時間未満)	39.0%	23.1%	33.3%	37.5%	0.0%	50.0%	
【県内】		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=203	-	44.3%	36.4%	14.3%	16.7%	0.0%	51.3%
市内で2泊以上	61.5%	0.0%				66.7%	
市内で1泊	42.6%	44.4%	16.7%	11.1%	0.0%	50.5%	
市外で宿泊	0.0%					0.0%	
日帰り(6時間以上)	47.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	57.9%	
日帰り(6時間未満)	44.8%	0.0%		50.0%		46.2%	
【県外九州】		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=194	-	23.2%	16.4%	23.8%	19.5%	18.2%	38.5%
市内で2泊以上	11.1%	0.0%	0.0%	16.7%		25.0%	
市内で1泊	19.3%	12.5%	21.2%	12.5%	20.0%	32.1%	
市外で宿泊	21.4%	20.0%	0.0%	40.0%		0.0%	
日帰り(6時間以上)	54.5%	33.3%		50.0%		100.0%	
日帰り(6時間未満)	50.0%	40.0%	75.0%	25.0%	0.0%	100.0%	
【九州外】		合計	初回	2回	3回	4回	5回以上
合計 n=136	-	27.9%	24.7%	18.2%	14.3%	50.0%	80.0%
市内で2泊以上	40.0%	32.1%	50.0%		0.0%	71.4%	
市内で1泊	24.6%	23.8%	10.0%	0.0%	50.0%	100.0%	
市外で宿泊	22.2%	16.7%	20.0%		100.0%		
日帰り(6時間以上)	20.0%	25.0%		0.0%			
日帰り(6時間未満)	16.7%	14.3%	0.0%	50.0%			

5回以上お越しの方の再来訪の意思は強く点数は高いが

「必ず来たい」の割合は低下する傾向で、違った何か(関係性など)があるのではないかと推察される

満足度 ※参考 クロス分析値を散布図で象限分解：居住地×訪問回数×満足度×再来訪

- 相関係数は0.478と0.4以上であり、正の相関関係にあることが示される
- 県内、九州外では想定の箇所に落ち着いているが、県外九州は両点数が平均値以下となっている



県外九州は他と比べ低く、それを牽引しているのが、2回目3回目の訪問者の回答結果であり、リピーターとしての満足度や再来訪の意思には、異なる期待値がある可能性が推察される

満足度 推奨度

問16. あなたは、天草を 親しい友人やご家族に どの程度お勧めしたいと思いますか？その理由も教えてください。

NPS®とは … Net Promoter Score® の略で、企業やブランドなど、求める集合体に対して「どれくらいの愛着や信頼があるか」を数値化する新しい指標
 アマゾンやfacebook、アップル、P&Gなど多くの企業が取り入れており、
 京都を初め日本全国の地方自治体でも近年積極的に取り入れられている指標

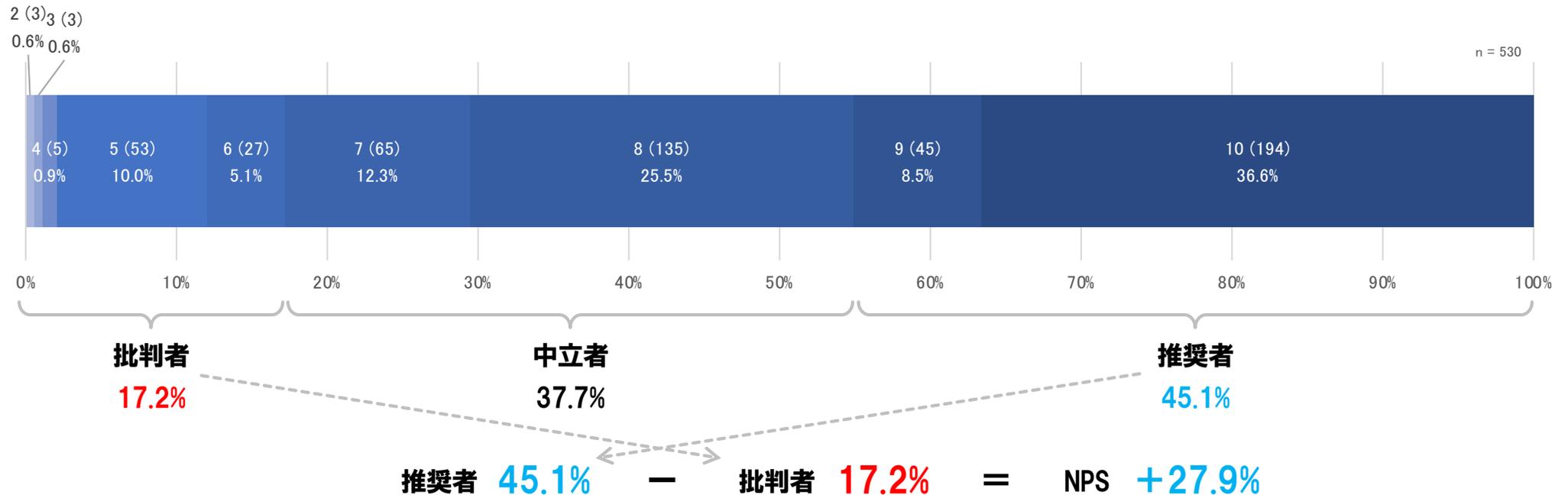
Q16 あなたは、天草を 親しい友人やご家族に どの程度お勧めしたいと思いますか？その理由も教えてください。
 (あてはまる数字に ○ をつけてください)

【試験的に新設】 ▶

全く進めたくない 0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 とても進めたい
 (理由:)

推奨者は、天草の根強いファン、
 そしてアンバサダーの役割を果たす
 (未来の収益性と連動する指標)

0~6 = 批判者 7・8 = 中立者 9・10 = 推奨者 → NPSは、推奨者 - 批判者の構成比で算出

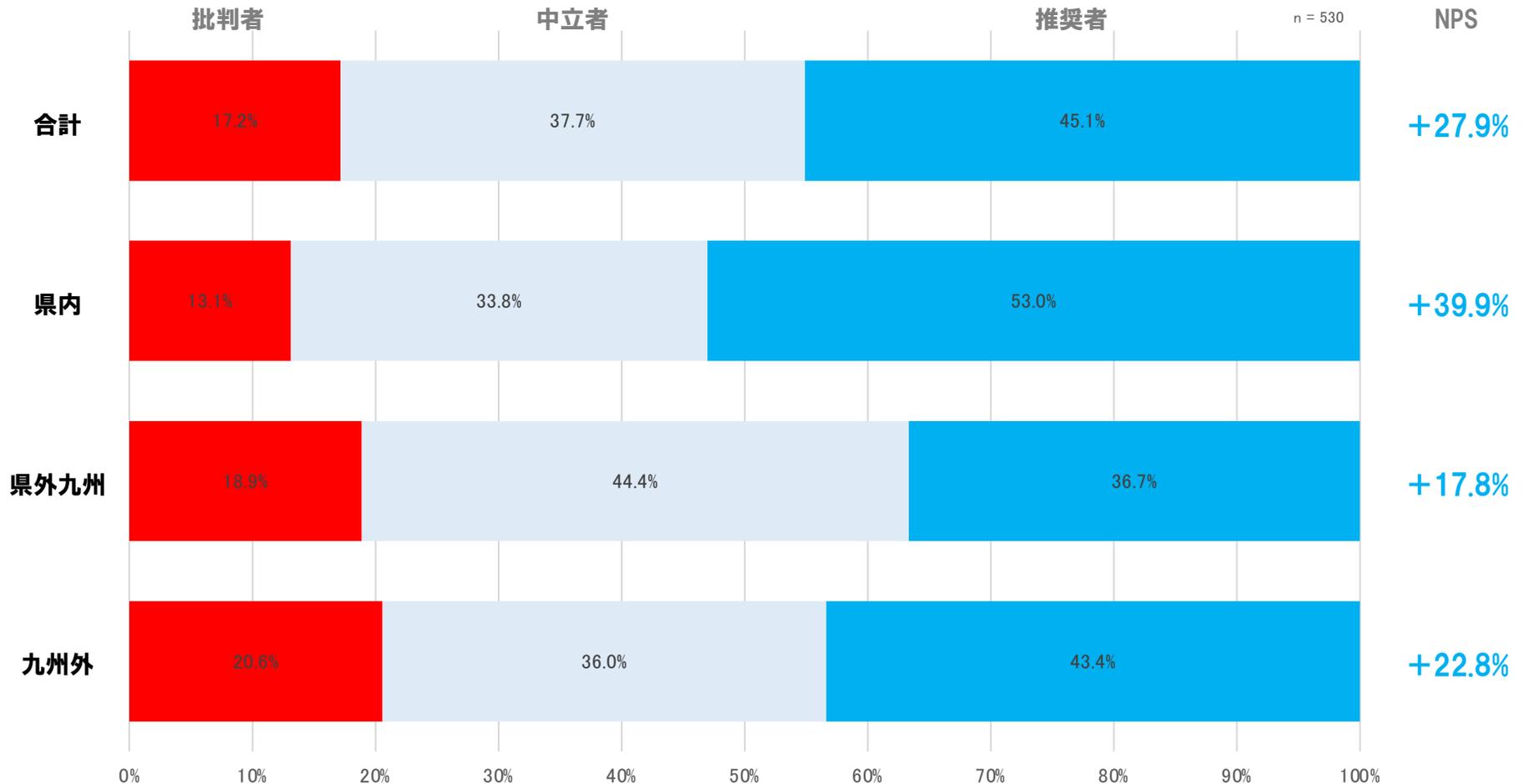


推奨者の構成が高く、NPSは+27.9%と高いスコアとなった
 (京都市が取得する国内旅行者平均NPSは20%前後)

満足度 クロス分析：居住地×推奨度(NPS)

問1. × 問16.

- 全体合計と比較すると、県内のNPSは+39.9%と非常に高い結果だが、県外九州では+17.8%と約▲10%と低い
- 県内では推奨者が5割を超える結果であるが、県外九州・九州外では、批判者の構成が2割前後とスコアを下げる要因となっている



県内においてNPSが高いことは、推奨者割合が高いことを意味しており、良い口コミに効果が期待される
県外九州においてはNPSが低く、オススメ度は下がるため、批判者の減少、中立者のスコアアップが重要

満足度 クロス分析：居住地×満足度×推奨度(NPS)

問1. × 問12. × 問16.

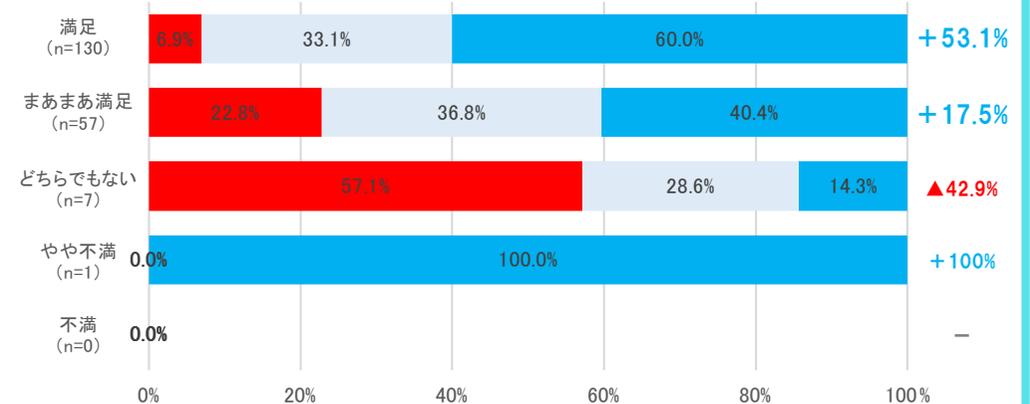
※ 満足度との相関をグラフで確認

・ 満足度の優劣に対してNPSは連動する傾向が明確であり、「まあまあ満足」と回答したとしてもNPSはプラスに転じない結果

【 全体 】



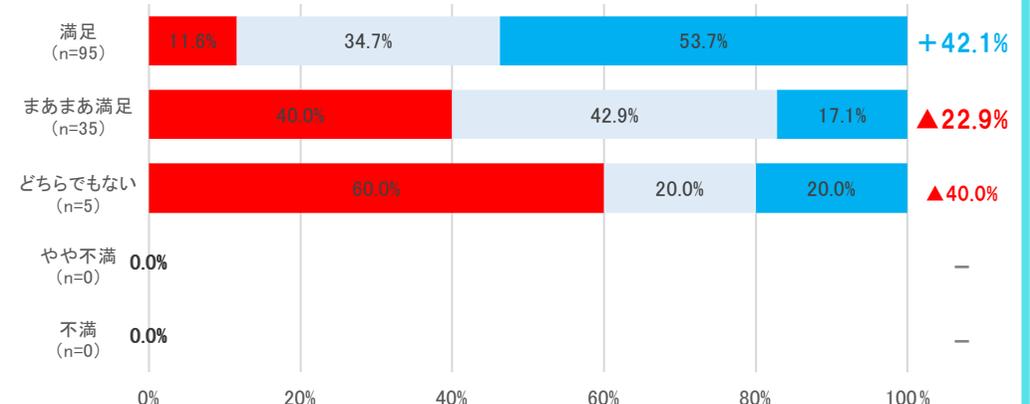
【 県内 】



【 県外九州 】



【 九州外 】



県内では満足度がやや下がってもNPSはプラスを維持しており、推奨度は非常に高い傾向が確認できる
 県外九州・九州外では批判者、中立者が高く、推奨者が少ない結果となり、満足度を高めることが重要

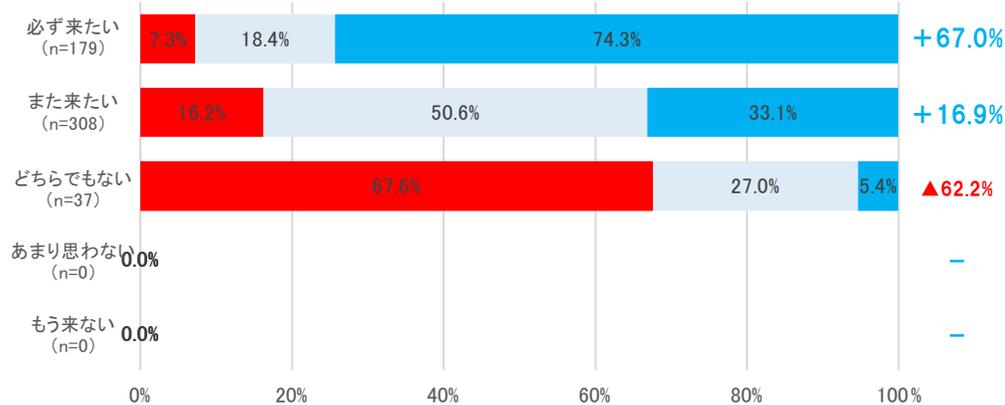
満足度 クロス分析：居住地×再来訪の意思×推奨度(NPS)

問1. × 問13. × 問16.

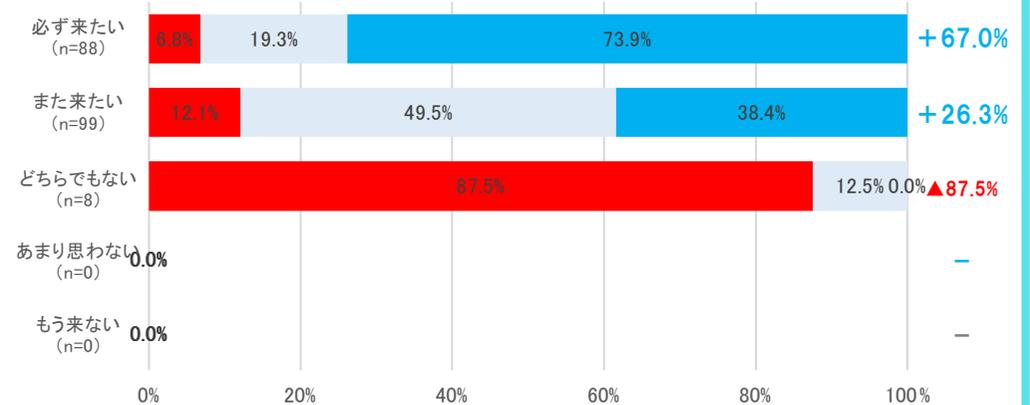
※ 再来訪の意思との相関をグラフで確認

・ 再来訪の意思の優劣に対してNPSは連動する傾向が明確であり、「必ず来たい」と強い再来訪の意思でのNPSスコアは非常に高い結果となった

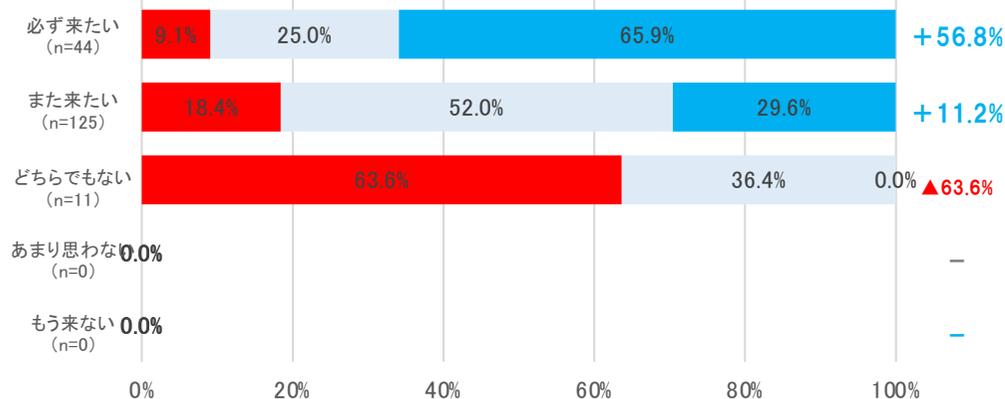
【 全体 】



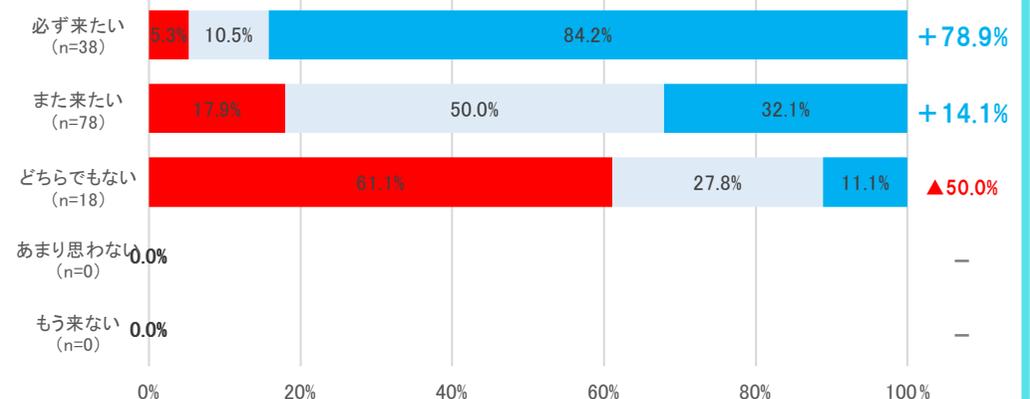
【 県内 】



【 県外九州 】



【 九州外 】



「また来たい」と回答する方のNPSも全てプラスとなっているが、より強い推奨者になっていただくためには、強い再来訪の意思を持っていただくための施策が重要となる

- ・11月でも暖かい
- ・食べ物が大変おいしかった(伊勢海老、ウニ、刺身、あわび、車海老)
- ・田舎良さが残っている
- ・イルカがいること、イルカに会える、イルカウォッチング
- ・温泉が良い
- ・キリシタンの歴史にふれられたので勉強になった
- ・キリスト教の事を深く知れる、天草四郎
- ・きれいな山と海、点在する集落からかいま見える、キリシタンの歴史
- ・タクシーの運転手さんが感じ良かった
- ・人がいい
- ・焼き物(陶芸)が多い、窯元めぐり
- ・天草コレジヨ館、崎津集落
- ・自然と触れ合える
- ・海、山、化石探掘、橋、景色、教会、星がきれい
- ・釣りができる
- ・家のカギをかけなくても不安がないところ
- ・のどかで温かみがある
- ・夕日がきれい
- ・本渡の便利な所も魅力
- ・海が見える所が多い
- ・ハイヤ祭りが素晴らしかった
- ・ホテルがすばらしかった
- ・WANIMA
- ・移動中自然を楽しめた(紅葉等)
- ・何もないところがいい

※有効回答数のみ / 同様の声は要約

「自然」に対する項目、「食」に関する項目、「歴史・文化」に関する項目、「人」に関する項目と大きく4つに集約コメントを丁寧に拾いながら、販促物やアピールポイントに利用していくと効果が見込める

満足度 困りごと・大変だったこと

問15. 天草の観光に際し、「お困りごと」や「大変だったこと」をお聞かせください。

- ・ネット環境が悪い、アクセス
- ・天草のエリアを知らない(どこからどこまでが天草市?)
- ・イルカに会えなかった
- ・おみやげ買うところに困った
- ・オルレを半分まわったけど、矢印(分かれ道)がなかったり、うすかったりリボンが風でからまって探すのが大変、何度も道に迷った
- ・お店が少なく感じた
- ・キレイなトイレが少ない(未知の駅 有明)
- ・ゴミ箱が少ない。
- ・コンビニ(スーパー)とガソリンスタンドが少なかった
- ・崎津は駐車場が少ない。
- ・デジタルが苦手なので地図を見ながら移動、やはり目指す場所の看板があるとほっと安心出来る
- ・バスの車内で迷惑がられた(コロナ)来るべきではなかったのかもしれない
- ・バスの本数が少ない
- ・バスを利用したが、バスの番号がないので分かりづらかった
- ・バスセンターもどのホームから乗ったらいいか悩んだ
- ・フェリーが予約できたらうれしい
- ・フェリーの時間等がわからない
- ・フェリーとバスの接続が悪くて、タクシー利用が必須だったこと
- ・ホームページが更新されていないところが多い(休館日や飲食店のホームページ)
- ・ほぼネットで調べて観光に挑むが店休日が多く情報をそれぞれで調べるのが大変
- ・食事所や観光施設等の休みの日を分かり易く記載してほしい、
- ・調べて行ったのに休みだった所が多かった
- ・看板がわかりづらい
- ・道がせまかったので行くのを断念したところがありました。
- ・おすすめのまわり方があればありがたい
- ・観光情報(各地スポット)が少ない
- ・Webの情報を手厚くしてほしい。
- ・観光案内の少なさ、立ち寄り施設が少ない
- ・熊本市からのアクセスが悪い、40年前と変わっていない
- ・交通の便が良くない
- ・交通渋滞
- ・港がわかりづらい
- ・車道が狭い
- ・レンタカーがないと自分の好きな時に好きな場所に行けない
- ・レンタカーが高い
- ・ワーケーションする場所が欲しい。電源、wifiがあるカフェ
- ・下田から崎津までの道路狭さ~トンネル、バイパスの早期開通を祈っています
- ・階段が、バリアフリーが少ない
- ・食事場所が少ない
- ・大分から道の復旧がまだまだなので遠く感じる
- ・大矢野、本渡の交通渋滞
- ・大矢野島~宇土までの渋滞
- ・天気が悪いと、行く所が限られる
- ・天草は長崎県と勘違いしていました
- ・天草空港までのシャトルバス時間ギリギリで心配しました
- ・遊ぶ所が少ない(子どもの)
- ・歩道が、草木がのびきっていたり、クモの巣でとおれないところがあり、大変でした

「交通・アクセス・道路」に関する項目が圧倒して多く、その他「観光情報」に関する項目も散見される
書いていただいた声は非常に大切なコメント 改善可能な項目は対応していく方向で検討をお願いしたい