

【2020年度】来訪者満足度調査

ニセコ観光圏報告書

2021.3.10

▶ 調査概要	4	● 付録) 1.調査票	25
● 回答者プロフィール	5	● 付録) 2.図表データ集：調査結果詳細① 本地域への旅行実態	29
▶ 1. 基本属性	6	▶ 1. 旅行の同行者	30
▶ 2. 本地域での滞在時間	8	▶ 2. 旅行で利用した移動交通機関	31
● 調査結果サマリー	9	▶ 3. 旅行消費額（旅行で使った1人あたりの費用）	32
▶ 調査項目の構造	11	▶ 4. 本地域を選んだ際の情報源	38
▶ 1. KPI（重要指標）の水準把握	12	▶ 5. 本地域への来訪回数	39
①来訪者満足度	14	▶ 6. 本地域での滞在時間	40
②リピーター率（本地域への来訪回数）	15	● 付録) 2.図表データ集：調査結果詳細② 来訪者の評価	41
③旅行消費額（旅行で使った1人あたりの費用）	16	▶ 1. 本地域の来訪者満足度	42
▶ 2. 認知されたサービス品質・価値	17	▶ 2. 本地域の紹介意向	43
▶ 3. 来訪者満足度と紹介意向・再来訪意向の関係	18	▶ 3. 本地域への1年以内再来訪意向	44
▶ 4. 来訪者満足度と各評価項目の関係	19	▶ 4. 認知されたサービス品質・価値	45
参考) 再来訪意向と各評価項目の関係	21	● 付録) 3.図表データ集：調査結果詳細③	51
参考) 各評価項目間の関係（相関係数一覧）	22	▶ 1. 訪問場所やスポット、イベント、体験したこと	52
▶ 5. 訪問場所やスポット、イベント、体験したこと	23		
▶ 調査結果からの考察	24		

● 調査目的

▶ 観光庁の推奨調査票に準拠した項目にて、認定観光圏が同一の調査を実施し、その結果を観光圏の評価指標のひとつとして活用する。

● 調査方法

▶ 調査は「聞き取り調査」と「宿泊施設で配布・郵送回収調査」で、夏期・冬期に実施（調査票は両調査同じものを使用）

- 聞き取り調査＝各観光圏で調査地点を設定し、調査員による聞き取り調査を実施。
- 宿泊施設で配布・郵送回収調査＝各観光圏で調査地点(宿泊施設)を設定、留置または手渡しにて配布後、回答者に郵送していただく。
- 回答方法として、紙の調査票以外に、WEBアンケート画面からの回答も可能としている。

● 調査期間

▶ 夏期調査：2020年7月～10月末日（2020年11月20日到着分までを集計対象） ※一部観光圏のみ11/26着

▶ 冬期調査：2020年11月～2020年1月末日（2021年2月10日到着分までを集計対象）

※ 本年は、新型コロナウイルス感染症の発生による緊急事態宣言等の影響により、各観光圏の状況で上記期間中の実施ができなかったケースが生じている。

● 調査対象（本調査の条件）

▶ 各観光圏を来訪した人。

■ 有効回答数内訳

		(件)	(件)	(件)	(件)
		2020年度 合計	2019年度 合計	2018年度 合計	2017年度 合計
全観光圏：合計		6,900	9,543	10,241	10,589
【観光圏別】	水のカムイ観光圏～釧路湿原・阿寒・摩周～	644	845	522	451
	ニセコ観光圏	764	717	499	738
	富良野・美瑛観光圏	123	428	243	429
	雪国観光圏	1,331	575	454	739
	トキめき佐渡・にいがた観光圏	1,357	789	1,130	353
	八ヶ岳観光圏	615	568	544	893
	浜名湖観光圏	302	1,109	1,182	795
	海の京都観光圏：天橋立	25	701	795	860
	海の京都観光圏：夕日ヶ浦／久美浜	38	447	693	867
	にし阿波～剣山・吉野川観光圏	271	872	1,117	701
	香川せとうちアート観光圏	418	628	608	735
	「海風の国」佐世保・小値賀観光圏	639	945	1,489	1,280
	豊の国千年ロマン観光圏	244	483	702	916
	阿蘇くじゅう観光圏	129	436	263	832

回答者プロフィール

1. 基本属性

性別

- 2020年度は、『男性』41%、『女性』56%。
 - ▶ 時系列で見ると、女性比率が大きく増加。
 - ▶ 来訪回数別にみると、初めて層には女性が6割を超える。
 - ▶ 滞在時間別による違いはみられない。
 - ▶ 来訪時期別にみると、夏季の方『女性』比率が高め。
 - ▶ 全観光圏と比べ、やや女性比率が高い。

■性別（全体/単一回答）

Q1-1. お答えいただいたご本人様の性別、年齢、居住地を教えてください。（○は、1つだけ）

	男	女	無回答
●凡例			
全観光圏：2020年度・合計 (n= 6,900)	45.2%	52.8	2.0
【ニセコ観光圏】：2017年度 (n= 738)	51.5	45.3	3.3
【ニセコ観光圏】：2018年度 (n= 516)	50.0	42.3	7.8
【ニセコ観光圏】：2019年度 (n= 717)	49.2	40.5	10.3
【ニセコ観光圏】：2020年度 (n= 764)	40.7	55.8	3.5
来訪回数別			
初めて (n= 113)	32.7	61.1	6.2
リピーター (n= 637)	42.1	54.8	3.1
滞在時間別			
日帰り・計 (n= 338)	41.7	56.8	1.5
宿泊・計 (n= 410)	40.2	54.4	5.4
来訪時期別			
夏季調査：2020年度 (n= 458)	40.2	58.3	1.5
冬季調査：2020年度 (n= 306)	41.5	52.0	6.5
調査地点別			
蘭越町交流促進センター 幽泉閣 (n= 0)	—	—	—
道の駅ニセコビュープラザ (n= 307)	39.7	59.3	1.0
倶知安観光案内所iCenter (n= 65)	36.9	60.0	3.1
街の茶屋 (n= 100)	46.0	53.0	1.0
NAC ニセコアドベンチャーセンター (n= 18)	27.8	66.7	5.6
ニセコ グラン・ヒラフ (タンタアン) (n= 0)	—	—	—
ニセコ グラン・ヒラフ (キングベル) (n= 0)	—	—	—
WEB回答 (n= 274)	41.6	51.1	7.3
地点不明 (n= 0)	—	—	—
参考) ニセコ観光圏：2020年度 外国語票 (n= 4)	75.0	25.0	—

年代

- 2020年度は、『40代』『50代』(22%)が同率で最も高く、次いで『60代』(16%)、『30代』(15%)が僅差。40～50代がメイン。
 - ▶ 時系列で見ると、2019年度に比べ『20代・30代・40代・50代』が増加。
 - ▶ 来訪回数別にみると、初めて層は『30代以下』で46%。リピーター層では『40代・50代』が同程度(23%)。
 - ▶ 滞在時間別にみると日帰りは『40代・50代』、宿泊は『20代・30代・40代』が高い。
 - ▶ 来訪時期別にみると、夏季は相対的に年代が高く、冬季は年代が低くなる。冬季は『30代』で約5割を占める。
 - ▶ 全観光圏とほぼ同程度の年代構成。

■年代（全体/単一回答）

Q1-2. お答えいただいたご本人様の性別、年齢、居住地を教えてください。（○は、1つだけ）

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	無回答
●凡例								
全観光圏：2020年度・合計 (n= 6,900)	2.5	12.3	14.4	19.7	21.8	18.4	9.6	1.4
【ニセコ観光圏】：2017年度 (n= 738)	1.9	13.0	19.1	22.4	15.3	13.4	11.9	3.0
【ニセコ観光圏】：2018年度 (n= 516)	3.3	8.5	17.4	18.0	14.9	16.3	14.0	7.6
【ニセコ観光圏】：2019年度 (n= 717)	1.5	8.9	12.8	19.5	17.4	18.8	11.2	9.8
【ニセコ観光圏】：2020年度 (n= 764)	1.7	12.4	15.7	21.5	21.9	16.1	7.1	3.7
来訪回数別								
初めて (n= 113)	4.4	23.9	22.1	15.0	17.7	4.4	3.5	8.9
リピーター (n= 637)	1.3	10.4	14.9	22.8	22.8	18.4	6.9	2.7
滞在時間別								
日帰り・計 (n= 338)	0.9	10.1	15.1	19.8	23.1	19.8	9.2	2.1
宿泊・計 (n= 410)	2.4	14.4	16.8	23.4	21.0	13.2	3.9	4.9
来訪時期別								
夏季調査：2020年度 (n= 458)	2.4	9.8	10.9	17.9	26.0	20.1	11.4	1.5
冬季調査：2020年度 (n= 306)	0.7	16.3	22.9	26.8	15.7	10.1	0.7	6.9
調査地点別								
蘭越町交流促進センター 幽泉閣 (n= 0)	—	—	—	—	—	—	—	—
道の駅ニセコビュープラザ (n= 307)	1.6	9.9	10.1	18.6	28.0	24.8	11.1	2.0
倶知安観光案内所iCenter (n= 65)	6.2	6.2	27.7	15.4	15.4	18.5	10.8	4.6
街の茶屋 (n= 100)	1.0	4.0	13.0	21.0	26.0	18.0	17.0	—
NAC ニセコアドベンチャーセンター (n= 18)	5.6	5.6	61.1	—	—	11.1	16.7	5.6
ニセコ グラン・ヒラフ (タンタアン) (n= 0)	—	—	—	—	—	—	—	—
ニセコ グラン・ヒラフ (キングベル) (n= 0)	—	—	—	—	—	—	—	—
WEB回答 (n= 274)	0.7	18.3	23.4	27.7	14.6	7.7	—	7.7
地点不明 (n= 0)	—	—	—	—	—	—	—	—
参考) ニセコ観光圏：2020年度 外国語票 (n= 4)	—	—	—	75.0	—	—	—	25.0

居住地

● 2020年度は、『北海道内』が6割強。

- ▶ 時系列でみると、『北海道内』は昨年に続き増加。コロナの影響で遠方からの来訪が減少する傾向にあるが、『関東』の割合は2019年同程度維持。
- ▶ 来訪回数別にみると、初めて層では『北海道内』（37%）が最も高いが、『関東』も3割を超える。リピーター層は『北海道内』が66%。
- ▶ 滞在時間別にみると、日帰りは『北海道内』（85%）、宿泊は『北海道内』（43%）が最も高いが『関東』も3割近い。
- ▶ 来訪時期別にみると、夏季は7割強が『北海道内』と圧倒的。冬季は『北海道内』が46%、『関東』が27%。

■ 居住地（全体/単一回答）

Q1-3. お答えいただいたご本人様の性別、年齢、居住地を教えてください。（○は、1つだけ）

● 凡例		北海道	東北	関東	甲信越	東海	北陸	関西	中国・四国	九州・沖縄	海外	無回答
全観光圏：2020年度・合計	(n= 6,900)	14.0%	1.9	31.2		15.7	7.6	0.9	9.3	6.0	10.6	2.8
【ニセコ観光圏】：2017年度	(n= 738)			53.3		1.2	24.4		0.4	40.5	2.6	0.4
【ニセコ観光圏】：2018年度	(n= 516)			49.0		2.5	20.4		0.2	0.8	12.0	1.2
【ニセコ観光圏】：2019年度	(n= 717)			56.1		1.3	16.6		1.0	18.7	10.3	11.2
【ニセコ観光圏】：2020年度	(n= 764)			61.4		0.9	16.8		0.4	1.4	8.5	8.5
来訪回数別												
初めて	(n= 113)		37.2		1.8		31.9		3.5	8.9	3.5	8.9
リピーター	(n= 637)			66.1				0.8	14.1	2.7	5.0	9.2
滞在時間別												
日帰り・計	(n= 338)					85.2			0.3	0.3	0.9	3.8
宿泊・計	(n= 410)			42.9		1.5	27.6		0.5	0.2	2.4	2.7
来訪時期別												
夏季調査：2020年度	(n= 458)			71.6					0.7	9.8	1.5	4.6
冬季調査：2020年度	(n= 306)			46.1		1.3	27.1		0.7	0.3	1.3	6.9
調査地点別												
蘭越町交流促進センター 幽泉閣	(n= 0)											2.0
道の駅ニセコビュープラザ	(n= 307)				72.6				9.5	2.9	3.9	1.7
倶知安観光案内所iCenter	(n= 65)			43.1		4.6	30.8		1.5	15.4		4.6
街の茶屋	(n= 100)					82.0			1.0	1.0		16.0
NAC ニセコアドベンチャーセンター	(n= 18)					94.4						5.6
ニセコ グラン・ヒラフ (タンタアン)	(n= 0)											
ニセコ グラン・ヒラフ (キングベル)	(n= 0)								0.7	0.4		2.2
WEB回答	(n= 274)			43.4		1.5	28.5		4.4	9.9	1.5	7.7
地点不明	(n= 0)											
参考) ニセコ観光圏：2020年度 外国語票	(n= 4)						100.0					

<エリア内訳>

東北：青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島

関東：埼玉、千葉、東京、神奈川、茨城、栃木、群馬

甲信越：新潟、長野、山梨

北陸：富山、石川、福井

東海：岐阜、静岡、愛知、三重

関西：志賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山

中国・四国：鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知

九州：福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄

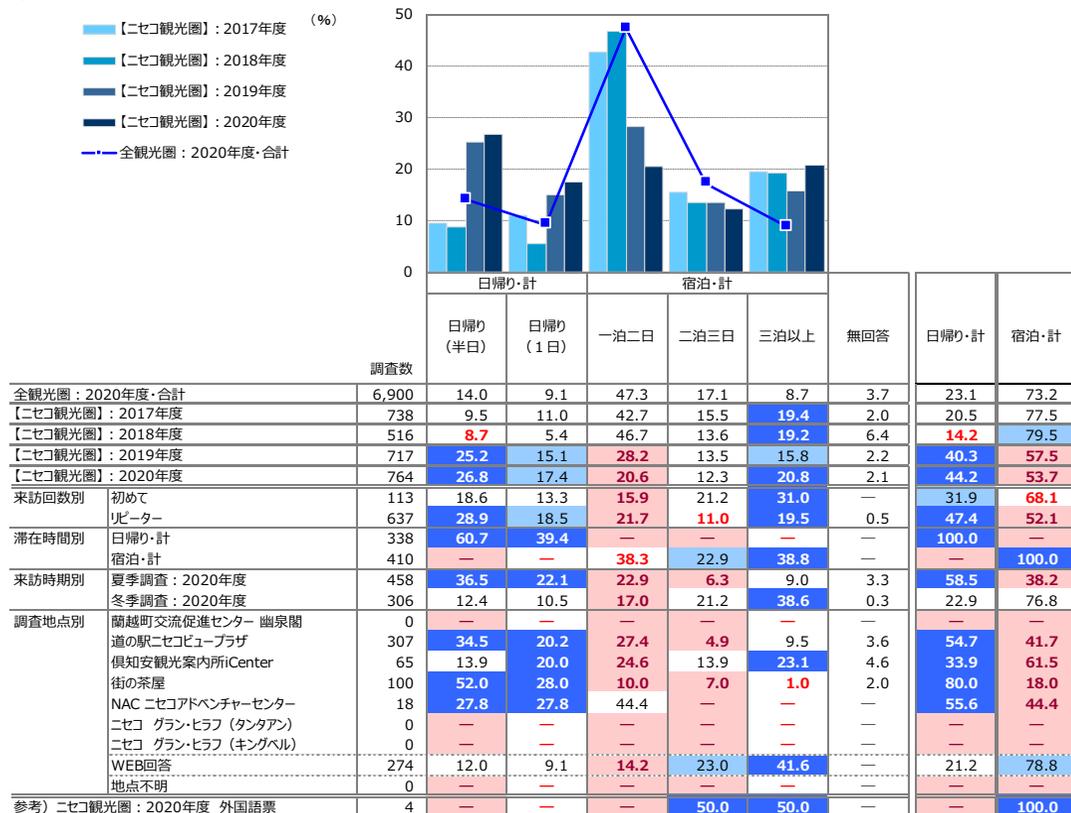
2. 本地域での滞在時間

● 2020年度は、『宿泊・計』が54%、『日帰り・計』が44%。昨年に続き、日帰りが増加傾向。

- ▶ 時系列でみると、『日帰り』は、半日・1日とも増加。宿泊は、昨年同様『一泊二日』『二泊三日』とも減少する中、『三泊以上』は増加。
- ▶ 来訪回数別にみると、宿泊の割合が高いのは初めて層で7割近い。リピーター層は宿泊52%。
- ▶ 来訪時期別にみると、冬季は『宿泊・計』の割合が突出して高い。
- ▶ 調査地点別にみると、倶知安観光案内所のみ宿泊が日帰りを上回る。
 - ※回答数の多いWEB回答は、宿泊が8割弱で『三泊以上』が4割を超える。

■ 本地域での滞在時間（全体/単一回答）

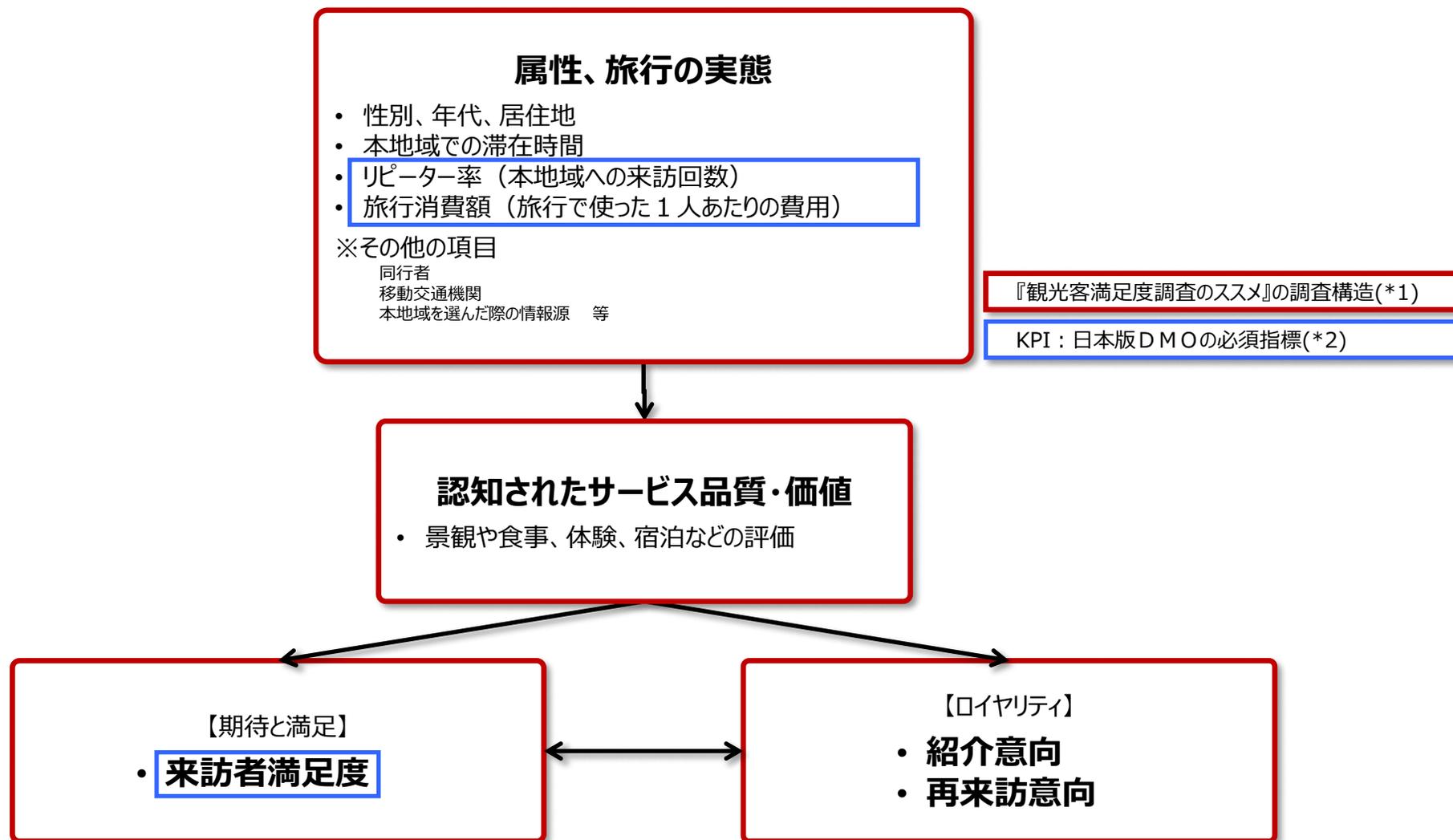
Q7. 本地域での滞在時間を教えてください。（○は、1つだけ）※旅行全体ではなく、本調査票を受け取った地域での滞在についてお教え下さい。



【*】は該当項目なし

- +10 : 『全観光圏：2020年度・合計』より10ポイント以上高い数値に網掛け
- +5 : 『全観光圏：2020年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値に網掛け
- 5 : 『全観光圏：2020年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値に網掛け
- 10 : 『全観光圏：2020年度・合計』より10ポイント以上低い数値に網掛け

調査結果サマリー



***1：観光客満足度調査のススメ**

出典：観光客満足度調査のススメ リーフレット／国土交通省 観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課

***2：日本版DMOの必須指標**

日本版DMOを核とした観光地域づくりを進める上で、旅前、旅中、旅後という順で、6つのデータを収集することがはじめの第一歩として推奨されている。

①WEBサイトアクセス数、②観光入込客数、③延べ宿泊客数、④旅行消費額、⑤来訪者満足度、⑥リピーター率

本調査では、④、⑤、⑥の3つのデータを調査項目としている。

出典：「日本版DMO」形成・確立に係る手引き（第2版）／平成29年3月、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局 国土交通省 観光庁

● 来訪者満足度 (大変満足) : 29.3% →前年比 +8.0pt

- 『大変満足』=29.3% / 『満足』=41.8% / 『やや満足』=16.6%
⇒ 『満足・計』=87.7%

● リピーター率 (二回目以上・計) : 83.4% →前年比 +2.5pt

- 『初めて』=14.8%
- 『二回目』=7.9% / 『三回目』=8.9% / 『四回目』=5.1% / 『五回目』=5.9% / 『六～九回目』=11.1% / 『十回目以上』=44.5%

● 旅行消費額 (1人あたり平均) : 45,369円 (金額記入者 : n=585) →前年比 -5,400円

※内訳は以下のとおり

交通費	12,814円 (n= 350)	→前年比 -3,811円
宿泊費 (宿泊者のみ)	28,348円 (n= 208)	→前年比 -2,389円
飲食費	9,160円 (n= 352)	→前年比 -1,070円
買い物費	6,246円 (n= 330)	→前年比 -2,008円
その他 (入場料など)	13,405円 (n= 180)	→前年比 -3,507円

※旅行消費額は 「0円」 / 「50万円超」 / 「不明」 / 「無回答」を除いた1人あたり平均金額 (各費用の総額)

※「総額」は内訳 (交通費～その他) いずれかの項目が「0円」の場合を含むため、上記の「内訳金額の合計」よりも「総額」の方が少なくなります。

※今回、各費目の合計が「(本地域での) 利用総額」を大きく上回る記載の回答が目立った為、各費目集計にあたっては下記条件を満たすサンプルのみを使用。

→各費目集計対象 = (本地域での) 利用総額=>各費目合計 (交通費+宿泊費+飲食費+買い物費)

● 2020年度は、KPI 4 指標すべて上昇。いずれも2017年以降の最高スコア。

▶ 平成30年度整備計画において『総合満足度：満足・計』の目標値が5年度93%となっており、本年度88%と目標値にはまだ届かない。

▶ 来訪回数別にみると、総合満足度や紹介意向は初めて層、再来訪意向はリピータ層のスコアが高い。

▶ 滞在時間別にみると、総合満足度・紹介意向・再来訪意向は宿泊、来訪回数は日帰りのスコアが高い。

▶ 来訪時期別にみると、冬季がすべての項目で夏季を上回る。特に、紹介意向や再来訪意向が顕著に高い。

▶ 調査地点別にみると、(WEB回答を除き)総合満足度・紹介意向は倶知安観光案内所、来訪回数(リピーター・計)は日帰り率の高い道の駅ニセコプラザがと街の茶屋が高い。再来訪意向は、街の茶屋以外は3割台。

▶ 全観光圏を上回るのは、『紹介意向(大変そう思う)』『来訪回数(リピーター・計)』『再来訪意向(大変そう思う)』の3指標。

■ 重要指標のKPI

		調査数	総合満足度		紹介意向		来訪回数		再来訪意向	
			満足・計	大変満足	そう思う・計	大変そう思う	初めて	リピーター・計	そう思う・計	大変そう思う
全観光圏：2020年度・合計		6,900	91.0	29.6	89.3	30.3	32.6	63.5	70.4	23.8
【ニセコ観光圏】：2017年度		738	85.9	21.4	86.5	22.2	23.9	74.1	71.7	21.7
【ニセコ観光圏】：2018年度		516	84.7	20.5	81.6	22.3	25.2	70.7	68.2	20.7
【ニセコ観光圏】：2019年度		717	83.1	21.3	83.5	25.2	17.3	80.9	77.1	25.2
【ニセコ観光圏】：2020年度		764	87.7	29.3	87.8	35.7	14.8	83.4	83.6	37.8
来訪回数別	初めて	113	88.5	32.7	87.6	41.6	100.0	—	73.5	26.6
	リピーター	637	89.3	29.4	89.6	35.5	—	100.0	87.1	40.7
滞在時間別	日帰り・計	338	89.4	22.8	88.5	26.0	10.7	89.4	85.5	33.7
	宿泊・計	410	89.0	35.9	90.0	45.1	18.8	81.0	85.4	42.7
来訪時期別	夏季調査：2020年度	458	92.4	23.8	88.7	28.0	14.6	82.5	81.9	30.4
	冬季調査：2020年度	306	80.7	37.6	86.6	47.4	15.0	84.6	86.3	49.0
調査地点別	蘭越町交流促進センター 幽泉閣	0	—	—	—	—	—	—	—	—
	道の駅ニセコプラザ	307	94.8	20.5	90.9	25.7	8.1	89.3	86.6	31.3
	倶知安観光案内所iCenter	65	93.9	38.5	89.2	44.6	44.6	50.8	76.9	35.4
	街の茶屋	100	83.0	21.0	80.0	17.0	13.0	84.0	69.0	19.0
	NAC ニセコアドベンチャーセンター	18	94.4	33.3	94.4	44.4	16.7	83.3	88.9	38.9
	ニセコ グラン・ヒラフ (タンタアン)	0	—	—	—	—	—	—	—	—
	ニセコ グラン・ヒラフ (キングバル)	0	—	—	—	—	—	—	—	—
	WEB回答	274	79.6	39.8	86.5	51.1	15.7	84.3	86.9	52.6
地点不明	0	—	—	—	—	—	—	—	—	
参考) ニセコ観光圏：2020年度 外国語票	4	100.0	50.0	100.0	50.0	—	100.0	100.0	50.0	

+10 : 『全観光圏：2020年度・合計』より10ポイント以上高い数値に網掛け
 +5 : 『全観光圏：2020年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値に網掛け
 -5 : 『全観光圏：2020年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値に網掛け
 -10 : 『全観光圏：2020年度・合計』より10ポイント以上低い数値に網掛け

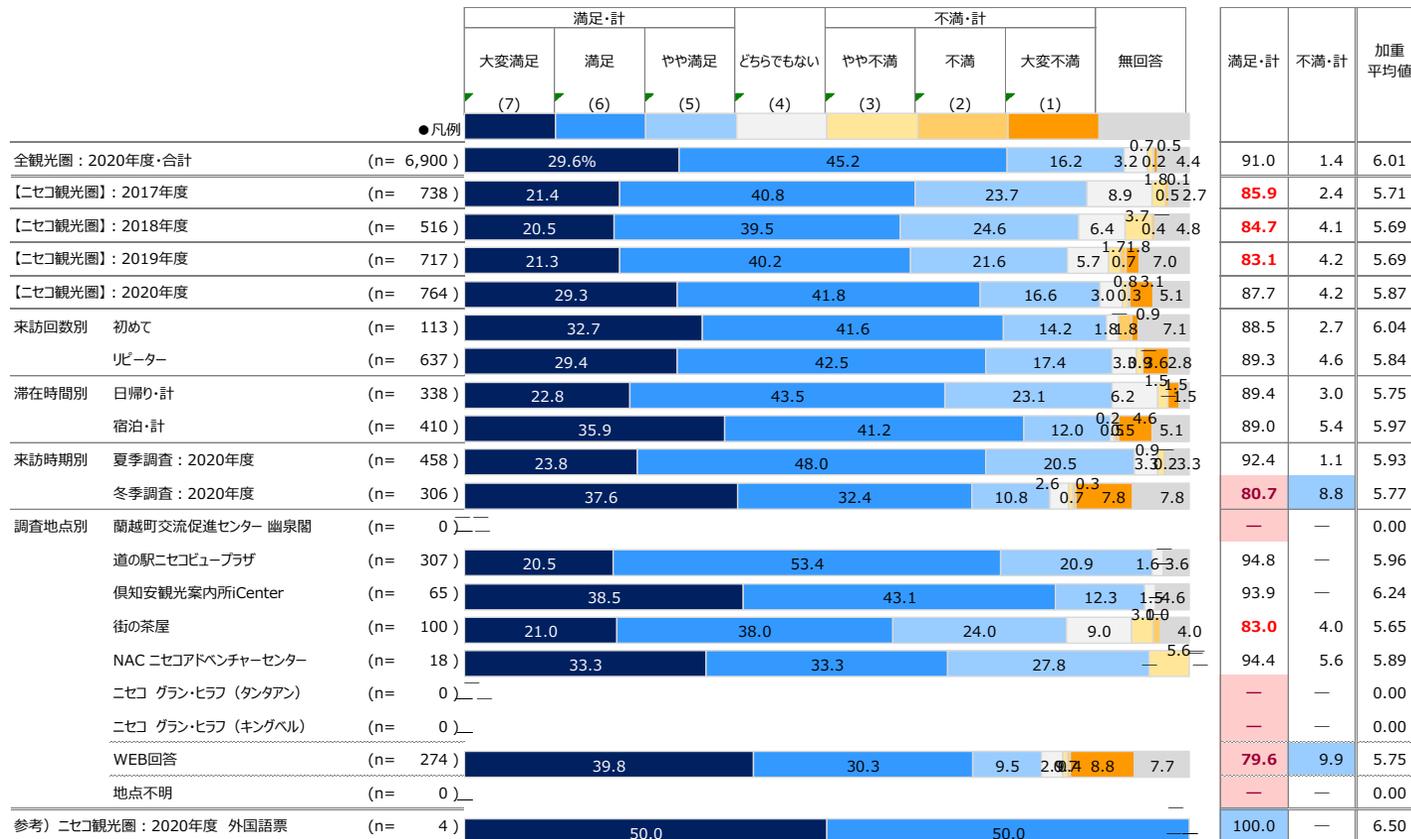
1. KPI (重要指標) の水準把握 ① 来訪者満足度

● 2020年度は『大変満足』29%、『満足・計』88%と、いずれも昨年に比べ上昇。2017年以降の最高値。

- ▶ 来訪回数別にみると、『大変満足』の割合は、初めて層（33%）がリピーター層（29%）をやや上回る。『満足・計』は、両層とも89%。
- ▶ 滞在時間別にみると、『大変満足』の割合は、宿泊（36%）が日帰り（23%）を上回る。『満足・計』は、両層とも89%。
- ▶ 来訪時期別にみると、『大変満足』の割合は冬季（38%）が夏季（24%）を上回るが、『満足・計』では逆転し、夏季は9割を超えるが、冬季は8割。
- ▶ 全観光圏と比べると、『大変満足』は同程度だが、『満足・計』はやや下回っている。（全観光圏平均は今年度伸びている）

■ 本地域の総合満足度（全体/単一回答）

Q8. 本地域での、今回の滞在の総合満足度はどのくらいですか？（○は、1つだけ）



- ：『全観光圏：2020年度・合計』より10ポイント以上高い数値に網掛け **+10**
- ：『全観光圏：2020年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値に網掛け **+5**
- ：『全観光圏：2020年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値に網掛け **-5**
- ：『全観光圏：2020年度・合計』より10ポイント以上低い数値に網掛け **-10**

1. KPI (重要指標) の水準把握 ②リピーター率 (本地域への来訪回数)

- 2020年度は、『リピーター』が83%。2019年に続き上昇し、過去最高スコア。
 - ▶ 滞在時間別にみると、宿泊(81%) よりも日帰り (89%) の方が『リピーター・計』の割合が高い。
 - ▶ 来訪時期別にみると、夏季・冬季共に『リピーター』率は同程度。
- ▶ 全観光圏と比べ、『リピーター率』が+20ポイントと大きく上回る。

■ 本地域への来訪回数 (全体/単一回答)

Q6. 本地域へは、今回が何回目のご来訪ですか？ (〇は、1つだけ)

	初めて	リピーター・計						無回答	リピーター・計		
		二回目	三回目	四回目	五回目	六～九回目	十回目以上				
●凡例											
全観光圏：2020年度・合計 (n= 6,900)		32.6%	14.4	9.5	4.9	5.4	7.1	22.1	4.0	63.5	
【二セコ観光圏】：2017年度 (n= 738)		23.9	18.0	11.3	6.9	5.3	12.9	19.8	2.0	74.1	
【二セコ観光圏】：2018年度 (n= 516)		25.2	14.7	11.2	5.2	5.6	12.6	21.3	4.1	70.7	
【二セコ観光圏】：2019年度 (n= 717)		17.3	11.3	7.8	6.4	5.3	8.1	42.0	1.8	80.9	
【二セコ観光圏】：2020年度 (n= 764)		14.8	7.9	8.9	5.1	5.9	11.1	44.5	1.8	83.4	
来訪回数別	初めて (n= 113)	100.0								—	
	リピーター (n= 637)	9.4	10.7	6.1	7.1	13.3		53.4		100.0	
滞在時間別	日帰り・計 (n= 338)	10.7	6.5	5.6	3.6	5.0	11.0	57.7		89.4	
	宿泊・計 (n= 410)	18.8	9.3	11.7	6.6	6.8	11.5	35.1	0.2	81.0	
来訪時期別	夏季調査：2020年度 (n= 458)	14.6	8.7	9.4	3.7	5.0	11.4	44.3	2.8	82.5	
	冬季調査：2020年度 (n= 306)	15.0	6.5	8.2	7.2	7.2	10.8	44.8	0.3	84.6	
調査地点別	蘭越町交流促進センター 幽泉閣 (n= 0)	—								—	
	道の駅二セコビュープラザ (n= 307)	8.1	5.5	9.1	4.6	6.5	14.0	49.5	2.6	89.3	
	倶知安観光案内所iCenter (n= 65)	44.6			10.8	13.9	4.6	4.6	12.3	4.6	50.8
	街の茶屋 (n= 100)	13.0	14.0	4.0	2.0	7.0	12.0	45.0	3.0	84.0	
	NAC 二セコアドベンチャーセンター (n= 18)	16.7	22.2		11.1	5.6		44.4		83.3	
	二セコ グラン・ヒラフ (タンタアン) (n= 0)	—								—	
	二セコ グラン・ヒラフ (キングベル) (n= 0)	—								—	
	WEB回答 (n= 274)	15.7	6.6	9.1	7.3	5.5	9.5	46.4		84.3	
	地点不明 (n= 0)	—								—	
参考)	二セコ観光圏：2020年度 外国語票 (n= 4)	50.0		25.0		25.0				100.0	

『全観光圏：2020年度・合計』より10ポイント以上高い数値に網掛け： +10
 『全観光圏：2020年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値に網掛け： +5
 『全観光圏：2020年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値に網掛け： -5
 『全観光圏：2020年度・合計』より10ポイント以上低い数値に網掛け： -10

1. KPI (重要指標) の水準把握 ③旅行消費額 (旅行で使った1人あたりの費用)

- 2020年度の1人あたりの平均消費金額『総額』は45,369円。『日帰り』総額が9,157円、『宿泊』総額が71,143円。
- 時系列で見ると、『総額』は2019年度 - 5,400円 (10.6%減)。『日帰り』 - 1,172円 (11.3%減)、『宿泊』 - 7,139円 (9.1%減)
- 費目別では、すべての費目でダウン。

- ▶ 来訪回数別にみると、1人あたりの総額・『宿泊』総額は初めて層が高く、『日帰り』総額はリピーター層で高い。
- ▶ 滞在時間別にみると、すべての項目において宿泊者が高く、1人あたりの総額では約62,000円上回る。
- ▶ 来訪時期別にみると、すべての消費額において冬季が高い。特に1人あたりの総額は50,000円以上高く、日帰り・宿泊での差が非常に大きい。
- ▶ 調査地点別にみると、(WEB回答を除き) 1人あたりの総額・『日帰り』・『宿泊』とも倶知安観光案内所が最も高い。
- ▶ 全観光圏と比べ、総額と宿泊は上回り、日帰りは下回る。

■ 1人あたりの平均消費金額 (金額記入者/各実数回答)

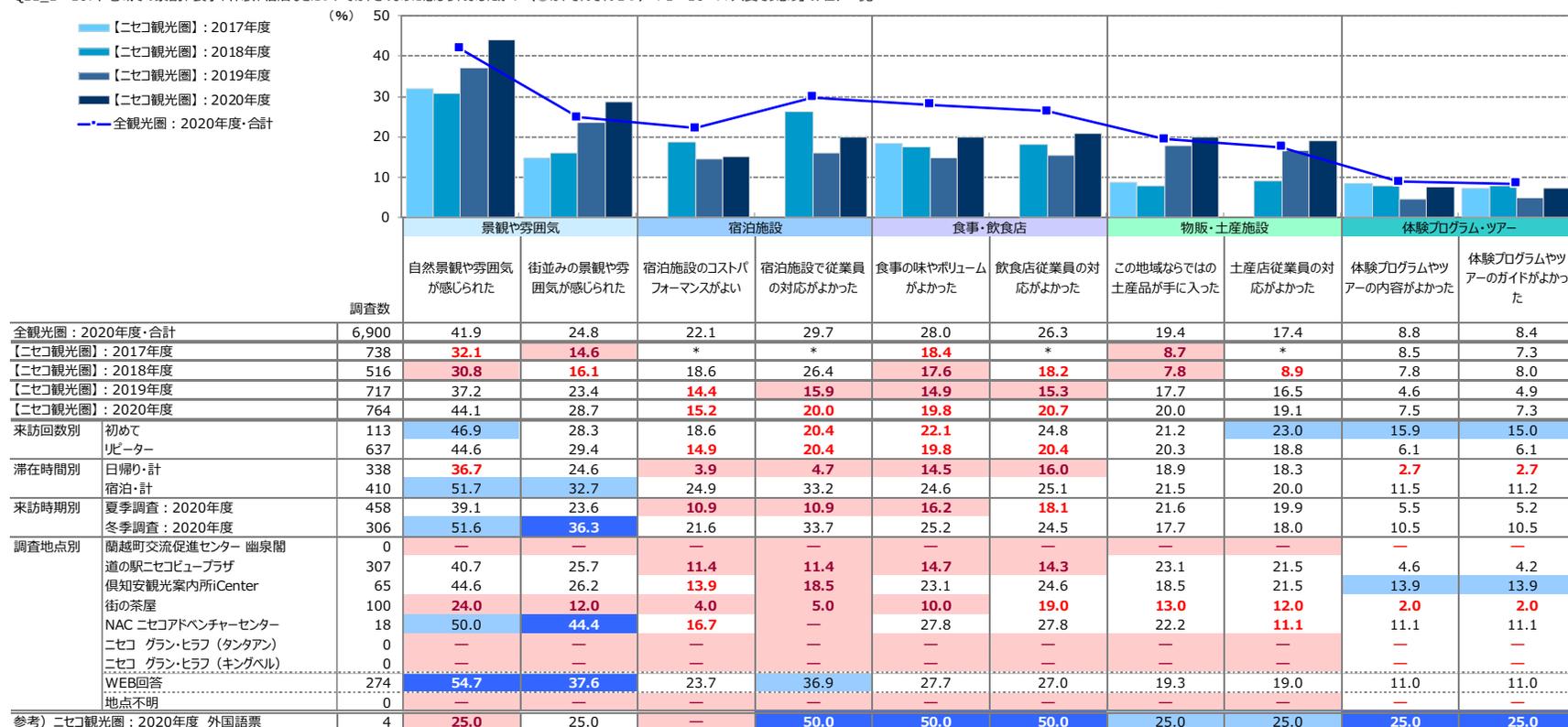
	総額		交通費 (タクシー代やリピーター代など)		宿泊費 (宿泊者のみ) (ホテルでの飲食代込み)		飲食費		買い物費		その他 (入場料など)		日帰り		宿泊		
	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)	調査数	平均金額 (円)	
全観光圏：2020年度・合計	(n=4,942)	31,958	(n=2,469)	10,435	(n=2,061)	18,585	(n=2,601)	6,296	(n=2,392)	5,683	(n=1,494)	4,383	(n= 953)	9,878	(n=3,846)	37,466	
【二セコ観光圏】：2017年度	(n= 625)	56,034	(n= 373)	14,816	(n= 394)	34,754	(n= 484)	10,798	(n= 359)	8,975	(n= 263)	8,366	(n= 139)	17,270	(n= 481)	66,669	
【二セコ観光圏】：2018年度	(n= 326)	47,753	(n= 201)	11,040	(n= 222)	28,481	(n= 249)	9,500	(n= 202)	6,640	(n= 114)	8,829	(n= 54)	14,028	(n= 261)	52,551	
【二セコ観光圏】：2019年度	(n= 544)	50,769	(n= 378)	16,625	(n= 249)	30,737	(n= 426)	10,230	(n= 397)	8,254	(n= 179)	16,912	(n= 211)	10,329	(n= 321)	78,282	
【二セコ観光圏】：2020年度	(n= 585)	45,369	(n= 350)	12,814	(n= 208)	28,348	(n= 352)	9,160	(n= 330)	6,246	(n= 180)	13,405	(n= 238)	9,157	(n= 338)	71,143	
来訪回数別	初めて	(n= 76)	59,768	(n= 33)	21,288	(n= 30)	38,023	(n= 32)	14,781	(n= 37)	10,324	(n= 25)	14,020	(n= 19)	4,758	(n= 57)	78,105
	リピーター	(n= 502)	43,574	(n= 314)	12,024	(n= 178)	26,717	(n= 316)	8,676	(n= 288)	5,747	(n= 153)	13,463	(n= 219)	9,539	(n= 281)	69,731
滞在時間別	日帰り・計	(n= 238)	9,157	(n= 125)	3,567	(n= 0)	0	(n= 130)	2,898	(n= 128)	3,216	(n= 39)	3,654	(n= 238)	9,157	(n= 0)	0
	宿泊・計	(n= 338)	71,143	(n= 221)	18,019	(n= 208)	28,348	(n= 216)	12,977	(n= 195)	8,208	(n= 137)	16,400	(n= 0)	0	(n= 338)	71,143
来訪時期別	夏季調査：2020年度	(n= 348)	23,702	(n= 189)	7,437	(n= 86)	17,387	(n= 183)	4,785	(n= 204)	3,724	(n= 56)	3,965	(n= 189)	7,752	(n= 151)	42,842
	冬季調査：2020年度	(n= 237)	77,184	(n= 161)	19,127	(n= 122)	36,075	(n= 169)	13,897	(n= 126)	10,330	(n= 124)	17,668	(n= 49)	14,578	(n= 187)	93,995
調査地点別	蘭越町交流促進センター 幽泉閣	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0
	道の駅ニセコビュープラザ	(n= 251)	22,238	(n= 152)	7,414	(n= 68)	15,512	(n= 142)	4,307	(n= 177)	3,563	(n= 39)	3,732	(n= 130)	8,005	(n= 114)	37,377
	倶知安観光案内所Center	(n= 54)	44,069	(n= 24)	8,026	(n= 13)	28,346	(n= 25)	9,420	(n= 20)	6,050	(n= 10)	4,900	(n= 16)	14,725	(n= 36)	58,587
	街の茶屋	(n= 51)	7,848	(n= 13)	8,808	(n= 5)	17,400	(n= 17)	2,324	(n= 10)	2,500	(n= 4)	1,000	(n= 42)	3,492	(n= 9)	28,178
	NAC ニセコアドベンチャーセンター	(n= 11)	13,727	(n= 6)	1,667	(n= 3)	5,333	(n= 4)	4,000	(n= 3)	2,000	(n= 5)	5,000	(n= 5)	8,600	(n= 6)	18,000
	ニセコ グラン・ヒラフ (タンタアン)	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0
	ニセコ グラン・ヒラフ (キングベル)	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0
	WEB回答	(n= 218)	82,698	(n= 155)	19,619	(n= 119)	36,724	(n= 164)	14,156	(n= 120)	10,655	(n= 122)	17,945	(n= 45)	15,858	(n= 173)	100,084
地点不明	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	(n= 0)	0	
参考)ニセコ観光圏：2020年度 外国語票	(n= 3)	206,667	(n= 2)	28,000	(n= 2)	82,500	(n= 2)	55,000	(n= 2)	26,500	(n= 2)	37,000	(n= 0)	0	(n= 3)	206,667	

2. 認知されたサービス品質・価値

- 2020年度も最も高いのは、『自然景観や雰囲気が感じられた』（44%）。次いで『街並みの景観や雰囲気が感じられた』（29%）
- 時系列で見ると、2018以降上昇が続いているのは【景観や雰囲気】【物販・土産施設】。【食事・飲食店】【体験プログラム】は低下傾向にあったが、今年度は上昇に転じた。
 - ▶ 来訪回数別にみると、【景観や雰囲気】は両層の差が小さく、【食事・飲食店】【物販・土産施設】【体験プログラム】はリピーター層よりも初めて層の方が高い。
 - ▶ 滞在時間別にみると、すべての項目において宿泊が日帰りを上回る。
 - ▶ 来訪時期別にみると、【物販・土産施設】以外は、冬季が夏季を上回る。
- ▶ 全観光圏を上回るのは、【景観や雰囲気】と【物販・土産施設】に関する項目。（今年度、全観光圏はすべての項目のスコアが上昇している）

■ 認知されたサービス品質・価値（全体/各単一回答）

Q11_1～10. 本地域での景観や食事、体験、宿泊などについては、どのように感じられましたか？（○は、それぞれ1つ）：1～10=7「大変そう思う」のスコア一覧



「*」は該当項目なし

+10 : 『全観光圏：2020年度・合計』より10ポイント以上高い数値に網掛け

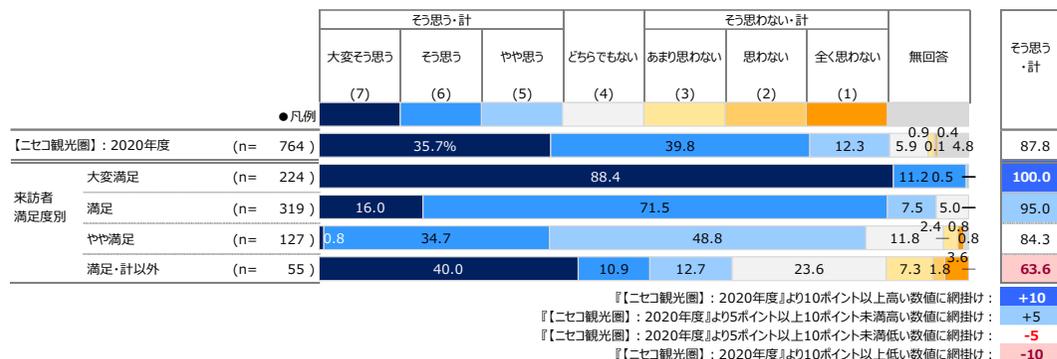
+5 : 『全観光圏：2020年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値に網掛け

-5 : 『全観光圏：2020年度・合計』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値に網掛け

3. 来訪者満足度と紹介意向・再来訪意向の関係

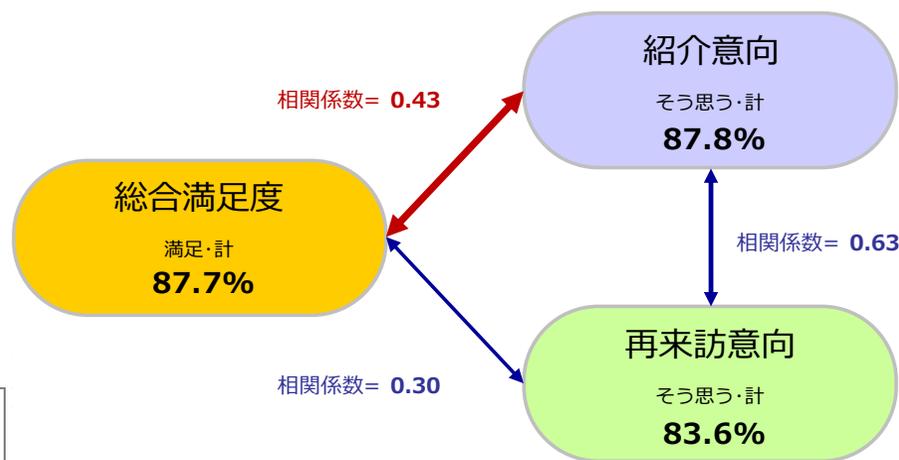
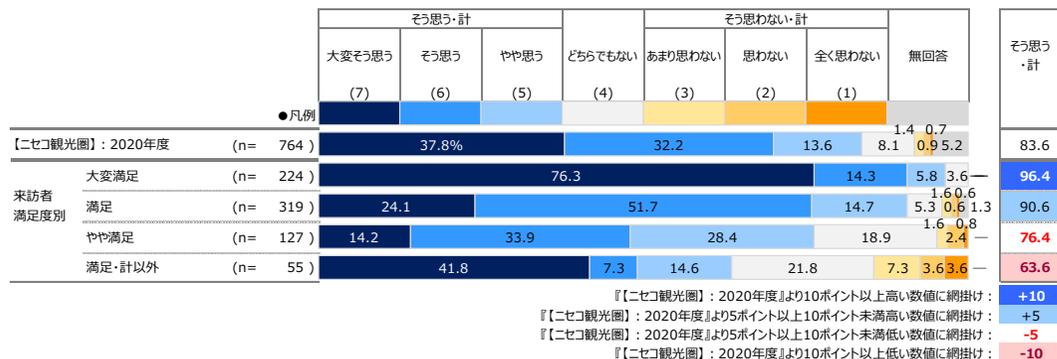
■ 本地域の紹介意向×来訪者満足度別（全体/単一回答）

Q9. 親しい友人に本地域を紹介したいですか？（○は、1つだけ）



■ 本地域への1年以内来訪意向×来訪者満足度別（全体/単一回答）

Q10. 1年以内に、本地域への来訪を検討しますか？（○は、1つだけ）



4. 来訪者満足度と各評価項目の関係

- 各評価項目（「認知されたサービス品質・価値」「サービス品質・価値ではない要素」）の「高／低」水準と、各評価項目が『来訪者満足度』に与える影響の「強／弱」水準を組み合わせ、
 - ① 本地域来訪者の現在の『来訪者満足度』を醸成する要素は何であるのか
 - ② 優先的に注力すべき要素はあるか、それは何であるかの抽出を行なった。

分析方法

各評価項目のトップボックス（「大変そう思う」）のスコアを縦軸、『来訪者満足度』と各評価項目との影響の強さ（相関係数※詳細は下記参照）を横軸にとり、それぞれを散布図上にプロットすることにより満足度と各評価項目との関係構造を4つに象限に分類。

【現在の『来訪者満足度』を支える要素】、【『来訪者満足度』への影響が強いにも関わらず、現在は評価されていない要素】を抽出する。

『総合満足度』構造【4象限】



構造の4象限分類は、縦軸：評価スコアと横軸：相関係数それぞれの平均値を交差する直線で区分する。

■ 右上の象限【現在の『来訪者満足度』を支える要素】

「大変そう思う」評価が高く、かつ『来訪者満足度』との相関が強い。現在の『来訪者満足度』を支える来訪体験の要素。

■ 右下の象限【『来訪者満足度』への影響が強いにも関わらず、現在は評価されていない要素】

『来訪者満足度』との相関が強いにも関わらず、現在「大変そう思う」評価が低い。この象限に当てはまる項目が、優先的に対応すべき改善検討課題であるといえる。

■ 左上の象限【現状を維持するべき要素】

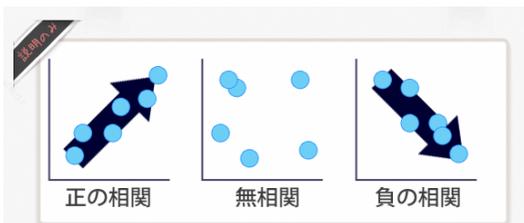
現在「大変そう思う」評価は高いものの、『来訪者満足度』との相関が弱い。極端な体験・サービス水準の低下を招かない維持が求められる。

■ 左下の象限【現状は関心が低い要素】

『来訪者満足度』との相関が低く、現在「大変そう思う」評価も低い。優先的な対応は不要。しかし言い換えれば、現時点では存在を認知されていないため評価を得られていない要素。

▶ ※相関係数とは・・・2つの要因についてどれくらい関係が強いのか？というものを示す1つの数値データになります。

値的には-1～+1の値を取り、+1方向を『正の相関』、-1方向を『負の相関』、0を『相関がない』と表現します。算出の公式は以下。



1.0 ≥ R ≥ 0.7	: 高い相関がある
0.7 ≥ R ≥ 0.5	: かなり高い相関がある
0.5 ≥ R ≥ 0.4	: 中程度の相関がある
0.4 ≥ R ≥ 0.3	: ある程度の相関がある
0.3 ≥ R ≥ 0.2	: 弱い相関がある
0.2 ≥ R ≥ 0.0	: ほとんど相関がない

出典：「社会調査の基礎」放送大学テキスト

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\left\{ \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \right\} \left\{ \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2 \right\}}}$$

■『来訪者満足度』に対する相関（横軸）×個別評価「大変そう思う」の割合（縦軸）

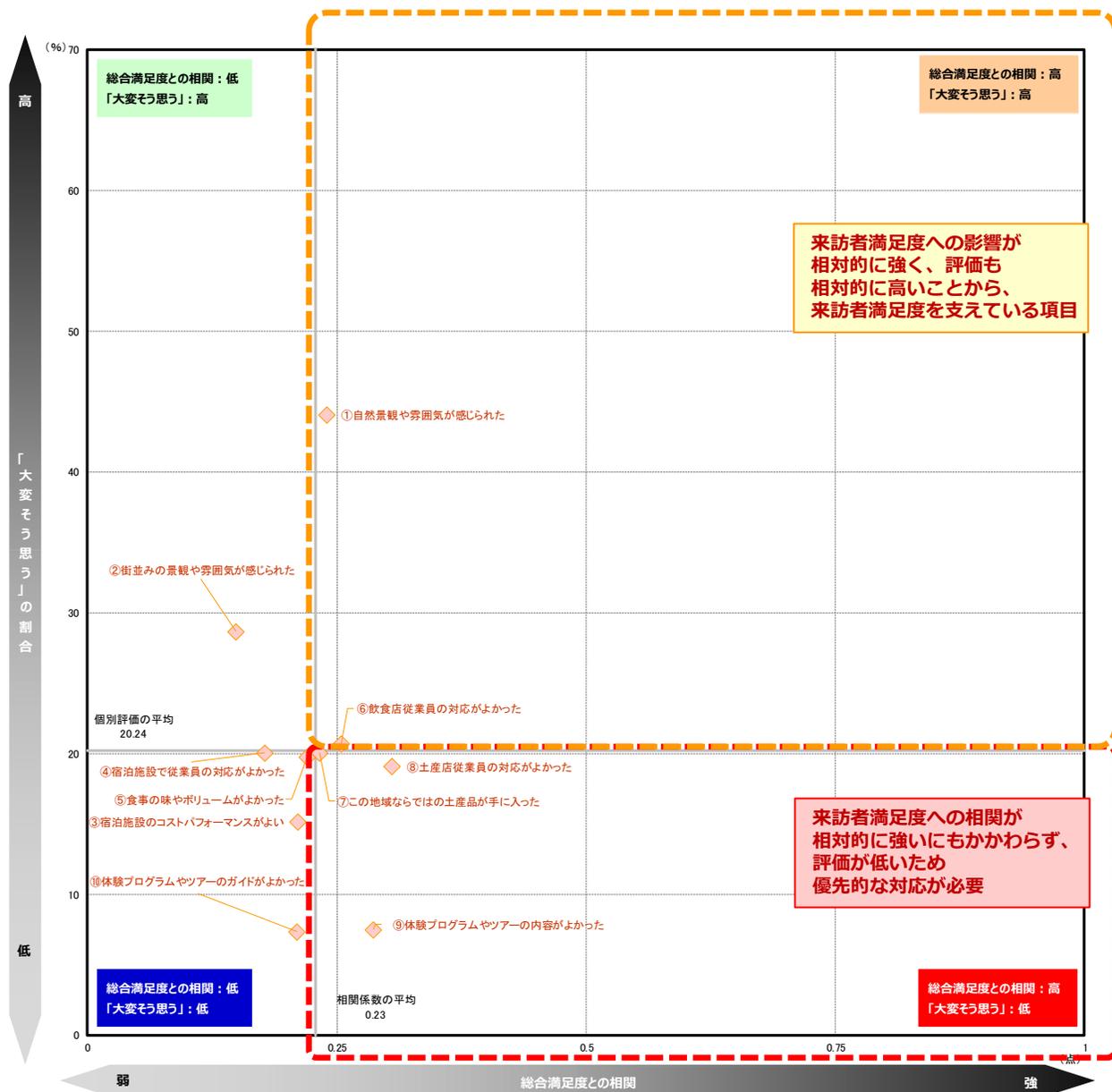
		〔こせこ観光圏〕：2020年度			
		(n= 764)			
		総合満足度との相関	個別評価		加重平均値 (点)
横軸	「大変そう思う」 (%)		縦軸		
◆ 本地域での景観や食事、体験、宿泊などの評価について	景観や雰囲気	①自然景観や雰囲気を感じられた	高 0.24	高 44.1	6.18
		②街並みの景観や雰囲気を感じられた	低 0.15	高 28.7	5.72
	宿泊施設	③宿泊施設のコスパパフォーマンスがよい	低 0.21	低 15.2	5.19
		④宿泊施設で従業員の対応がよかった	低 0.18	低 20.0	5.75
	食事・飲食店	⑤食事の味やボリュームがよかった	低 0.22	低 19.8	5.60
		⑥飲食店従業員の対応がよかった	高 0.25	高 20.7	5.68
	物販・土産施設	⑦この地域ならではの土産品が手に入った	高 0.23	低 20.0	5.62
		⑧土産店従業員の対応がよかった	高 0.31	低 19.1	5.66
	体験プログラム・ツアー	⑨体験プログラムやツアーの内容がよかった	高 0.29	低 7.5	5.53
		⑩体験プログラムやツアーのガイドがよかった	低 0.21	低 7.3	5.52
平均値		0.23	20.24	5.64	

▶ 全般的に総合満足度と個別評価の相関はあまり強くない。

● 総合満足度との相関が相対的に高く、スコアも高いのは『自然景観や雰囲気を感じられた』と『飲食店従業員の対応がよかった』。

- 現在の貴観光圏の満足度を支えている項目である。
- ただし、現状十分であることを意味しない。同項目のスコアを上昇させる余地がないかの検討は必須である。

● 右下に位置する“今後、満足度を高めるために対応が必要な要素”は【物販・土産施設】【体験プログラム・ツアー】。



参考) 『1年以内の再来訪意向』に対する相関(横軸)×個別評価「大変そう思う」(縦軸)

■『再来訪意向』に対する相関(横軸)×個別評価「大変そう思う」の割合(縦軸)

		【二セコ観光圏】: 2020年度 (n= 764)			
		再来訪意向との相関 横軸	個別評価 「大変そう思う」 (%) 縦軸		加重平均値 (点)
			高	低	
本地区での 景観や食事、 体験、宿泊 などの評価 ついて	景観や雰囲気	①自然景観や雰囲気が感じられた	高 0.38	高 44.1	6.18
		②街並みの景観や雰囲気が感じられた	高 0.30	高 28.7	5.72
	宿泊施設	③宿泊施設のコストパフォーマンスがよい	低 0.19	低 15.2	5.19
		④宿泊施設で従業員の対応がよかった	高 0.30	低 20.0	5.75
	食事・飲食店	⑤食事の味やボリュームがよかった	低 0.26	低 19.8	5.60
		⑥飲食店従業員の対応がよかった	高 0.33	高 20.7	5.68
	物販・土産施設	⑦この地域ならではの土産品が手に入った	低 0.24	低 20.0	5.62
		⑧土産店従業員の対応がよかった	低 0.28	低 19.1	5.66
	体験プログラム・ツアー	⑨体験プログラムやツアーの内容がよかった	低 0.27	低 7.5	5.53
		⑩体験プログラムやツアーのガイドがよかった	高 0.29	低 7.3	5.52
平均値		0.28	20.24	5.64	

● 来訪意向と個別評価の相関はあまり強くない。

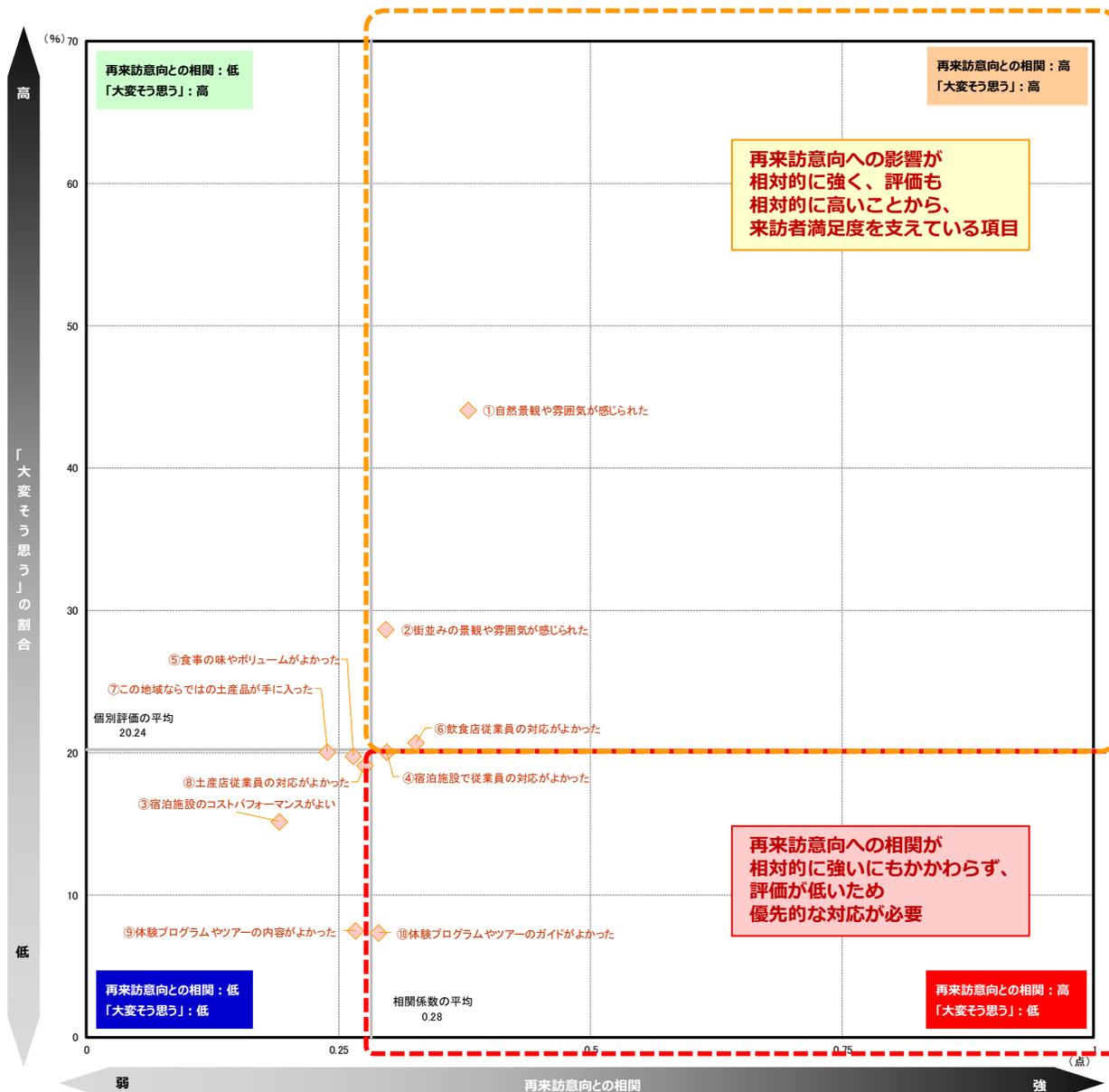
● この地域への再来訪意向を支えている要素は【景観や雰囲気】や『飲食店従業員の対応がよかった』。

▶ 特に『自然景観や雰囲気』がもっと強い要素である。

● 今後、再来訪意向を高めるためには『宿泊施設で従業員の対応がよかった』『体験プログラム・ツアーのガイドがよかった』への優先的な対応が必要。

▶ いずれも人的サービスに関する項目。

▶ コロナ対策が重視される中、利用する施設や参加するプログラム等のスタッフの対応が、「もう一度来たい」と思ってもらうための大事な要素と考えられる。



■各指標間の相関係数

	Q8 総合満足度	Q9 本地域の紹介意向	Q10 向本地域への1年以内来訪意向	Q11											
				景観や雰囲気		宿泊施設		食事・飲食店		物販・土産施設		体験プログラム・ツアー			
				自然 景観 が感 じら れた	街並 みの 感 じら れた	バ ッ ク ホ ー ム の コ ス ト が よ い	宿 泊 施 設 で 従 業 員 の 対 応 が よ か っ た	食 事 の 味 や ポ リ ユ ー ム が よ か っ た	飲 食 店 従 業 員 の 対 応 が よ か っ た	土 産 品 が 手 に 入 っ た	土 産 店 従 業 員 の 対 応 が よ か っ た	体 験 プ ロ グ ラ ム の 内 容 が よ か っ た	体 験 プ ロ グ ラ ム の ガ イ ド が よ か っ た		
Q8 総合満足度	1.00	0.43	0.30	0.24	0.15	0.21	0.18	0.22	0.25	0.23	0.31	0.29	0.21		
Q9 本地域の紹介意向	0.43	1.00	0.63	0.49	0.35	0.39	0.49	0.43	0.49	0.35	0.39	0.40	0.40		
Q10 本地域への1年以内来訪意向	0.30	0.63	1.00	0.38	0.30	0.19	0.30	0.26	0.33	0.24	0.28	0.27	0.29		
Q11	景観や雰囲気	自然景観や雰囲気が感じられた	0.24	0.49	0.38	1.00	0.57	0.37	0.47	0.42	0.47	0.39	0.48	0.52	0.51
		街並みの景観や雰囲気が感じられた	0.15	0.35	0.30	0.57	1.00	0.37	0.41	0.42	0.41	0.33	0.48	0.36	0.42
	宿泊施設	宿泊施設のコストパフォーマンスがよい	0.21	0.39	0.19	0.37	0.37	1.00	0.64	0.58	0.56	0.38	0.44	0.53	0.54
		宿泊施設で従業員の対応がよかった	0.18	0.49	0.30	0.47	0.41	0.64	1.00	0.58	0.64	0.33	0.45	0.55	0.63
	食事・飲食店	食事の味やボリュームがよかった	0.22	0.43	0.26	0.42	0.42	0.58	0.58	1.00	0.78	0.42	0.44	0.58	0.61
		飲食店で従業員の対応がよかった	0.25	0.49	0.33	0.47	0.41	0.56	0.64	0.78	1.00	0.44	0.56	0.58	0.65
	物販・土産施設	この地域ならではの土産品が手に入った	0.23	0.35	0.24	0.39	0.33	0.38	0.33	0.42	0.44	1.00	0.72	0.39	0.42
		土産店従業員の対応がよかった	0.31	0.39	0.28	0.48	0.48	0.44	0.45	0.44	0.56	0.72	1.00	0.50	0.44
	体験プログラム・ツアー	体験プログラムやツアーの内容がよかった	0.29	0.40	0.27	0.52	0.36	0.53	0.55	0.58	0.58	0.39	0.50	1.00	0.90
		体験プログラムやツアーのガイドがよかった	0.21	0.40	0.29	0.51	0.42	0.54	0.63	0.61	0.65	0.42	0.44	0.90	1.00

※相関係数 : ■=0.80以上 / ■=0.60以上 / ■=0.50以上

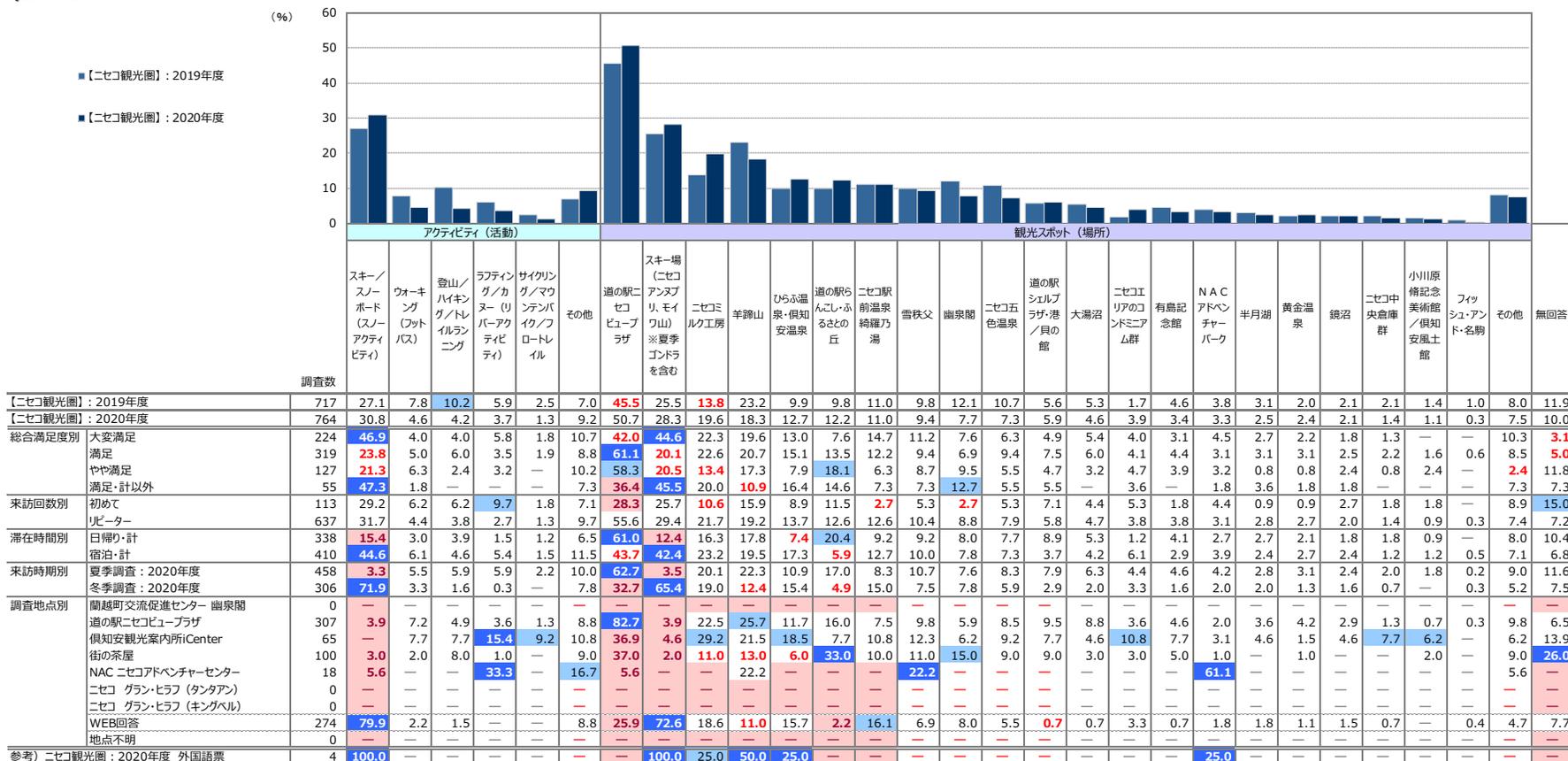
5. 訪問場所やスポット、イベント、体験したこと

- 2020年度も、アクティビティ内では『スキー/スノーボード』（31%）、観光スポット内では『道の駅ニセコビュープラザ』（51%）が最も高い。

- ▶ 時系列でみると、アクティビティ内は『スキー/スノーボード』のみ上昇。観光スポット内では上位項目の中では『ニセコミルク工房』の伸びが目立ち、『羊蹄山』と逆転。
- ▶ 満足度別にみると、大変満足層において、他満足層より来訪・体験率が高いもの（≒来訪・体験することで満足度が高められる傾向）は以下。※5ポイント以上の差
- 【アクティビティ】スキー/スノーボード、主なアクティビティその他／【観光スポット】スキー場 …いずれも冬季の要素。
- 滞在時間別にみると、日帰りが高いのは“道の駅”2つ。宿泊は『スキー/スノーボード』と『スキー場』。

■ 訪問場所やスポット、イベント、体験したこと（全体/複数回答）

Q12-1. 今回の本地域での滞在中に、あなたが訪れた場所やスポット、イベント、体験されたことをすべてお選びください。（○は、いくつでも）



+10 : 『【ニセコ観光圏】：2020年度』より10ポイント以上高い数値に網掛け

+5 : 『【ニセコ観光圏】：2020年度』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値に網掛け

-5 : 『【ニセコ観光圏】：2020年度』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値に網掛け

※『【ニセコ観光圏】：2020年度』の降順ソート

【*】は該当項目なし

- **今年度のコロナ禍の状況下で、貴観光圏来訪者プロフィールには以下のような変化がみられた。**
 - ▶ 20~40代のシェアが上昇した。
 - ▶ 来訪者居住地は、「北海道」がシェアを伸ばし6割強に。「関東」は同水準。なお全国観光圏の各エリアとも、観光地の近くのエリアのシェアが非常に高くなっている。
 - ▶ 全国観光圏全体の「宿泊・計」の比率が増加した。貴エリアは、逆に「日帰り・計」が増加した。（ただし宿泊者が半数以上を占める）
 - ▶ 全国観光圏全体の「リピーター・計」の比率が伸びた。貴エリアはリピーター層が微増であるが、そもそもリピーター比率が高く8割を超える。
 - ▶ 昨年度、その割合が増加していた「子供連れ・計」が全国観光圏全体では5pt以上減少し、「夫婦」と「カップル」の割合が増加した。貴エリアの場合、過去「子供連れ・計」よりも「夫婦」のシェアが高く、今年度も微増。その他、「カップル」が増加し、「職場や団体」が減少した。
- **上記の傾向（道内からの「夫婦」、リピーター層がさらに増加、日帰りの割合が増えたとはいえ宿泊者の方が多い）について、まず意図通りのターゲット像となっているかどうかをご確認いただきたい。**
 - ▶ 来訪者プロフィールの変動は事前に予測できるものではないが、緊急事態宣言やGo To トラベル等の各種施策が出揃った後、その変動への対応について共有される必要がある。
 - ▶ おそらくコロナ禍の影響を受けたプロフィールの変化であるが、この基調はしばらく続くと考えられる。
- **そうした変化のなかで、貴観光圏の総合満足度、紹介意向、再来訪意向とも昨年度を大きく上回っている。**
 - ▶ 特に紹介意向、再来訪意向のトップボックスの伸び幅が大きく、過去最高をマークしている。
 - ▶ そのなかでも、（シェアは低下したが）初めて層の総合満足度（大変満足）と、紹介意向（「大変そう思う」）のスコアの高さは、宿泊者を凌ぐ。
 - リピーター層のスコアが低いわけではない。
 - 日々努力されている施策の効果が結果として大きく評価されるべきである。ただし、単年度の評価の上昇幅としては異例であり、来訪者自身の期待であったり心情に基づく高評価であることも一因であると考えられる。
 - ▶ あえて課題を挙げれば、**日帰り客の評価**のトップボックスの割合が決して高くはないこと。
 - 日帰り客はリピーター層が多い。特にこの層の貴観光圏の品質評価と情報発信のあり方を検討する必要がある。
- **満足度の詳細項目は、すべて昨年度を上回っており、各種KPIが順調に伸びた根拠が明快である。**
 - ▶ ただし、【宿泊施設】、【食事・飲食店】のスコアは全国観光圏を下回っていることに加え、（前項で指摘した）リピーター層と日帰り客のスコアが低い。**この2つの領域について、リピーター層と日帰り客を念頭に置いた施策**が検討されてよい。
 - ▶ なお、初めて層は【体験プログラム・ツアー】のスコアがリピーター層を大きく上回っており、初めて層のKPIの高さに影響を及ぼしていると考えられる。
- **インターネット上の情報の利用率は全国観光圏全体で増加傾向にあるが、貴エリアの場合もわずかずつではあるが昨年度よりも増加している。**
 - ただし、全観光圏平均よりスコア水準は低く、ますます注力する必要がある。なおSNSの利用率は「にし阿波観光圏」が高水準である。
 - ▶ 初めて層、リピーター層のインターネット関連情報源の利用率が相対的に低いことが課題となる。
 - ▶ 道内からの来訪者が増えれば、どうしても自身の体験やリアルの口コミが増える（実際、利用率は上昇している）が、あらためて、**地元・リピート層をめぐってその期待値を更新できるような情報発信**が必要だと考えられる。

付録) 1.調査票
