

2018年 町田市観光客数等実態調査報告資料

町田市来訪者行動特性分析結果

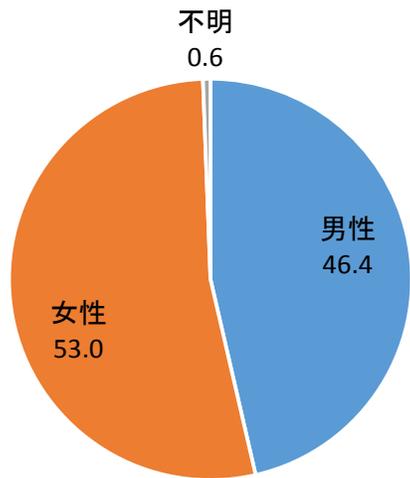
概要版

調査概要

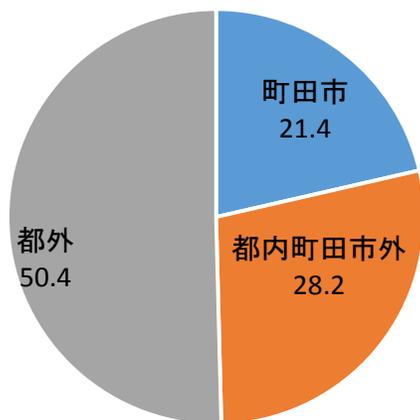
調査目的	町田市内来訪者の行動特性把握
調査方法	調査員による聞き取り調査(紙媒体)
調査場所	町田市内4地点 ・旧白洲邸 武相荘 ・町田薬師池公園四季彩の杜リス園 ・小野路宿里山交流館 ・ぽっぽ町田
調査実施日	平成30年8月11日、12日 (夏期調査) 平成30年10月20日、21日 (秋期調査)
調査実施	(公社)日本観光振興協会
調査項目	来訪者の個人属性、来訪目的、利用交通手段、旅行消費額、来訪満足度、再来訪意向、推奨意向等
回収結果	全体:351サンプル (夏期:182サンプル 秋期:169サンプル)

調査結果 ① 来訪者の属性

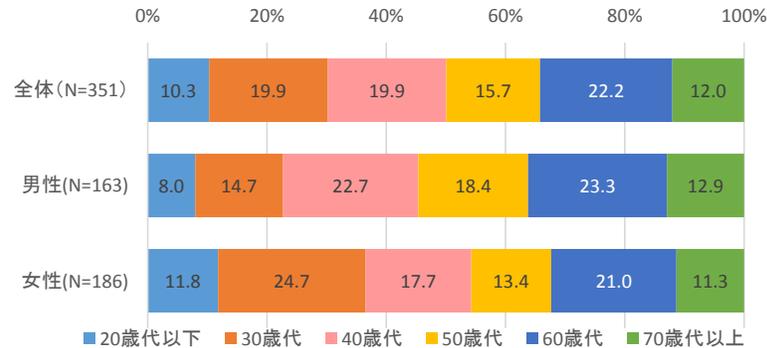
性別 (N=351)



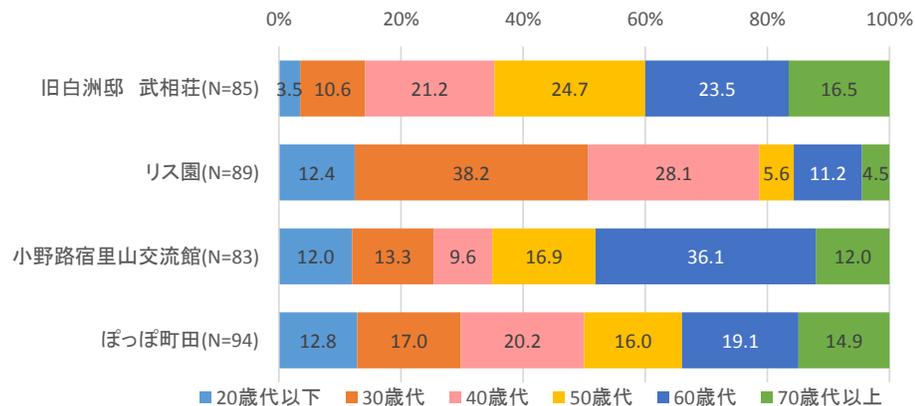
居住地 (N=351)



全体及び性別年代



調査地点別年代

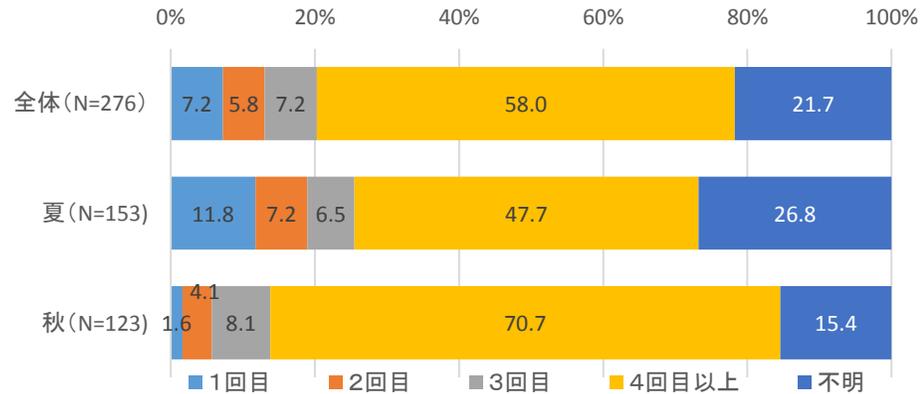


- ・男性は46.4%、女性は53.0%でやや女性が多い
- ・全体的には60歳代が22.2%で最も多い
- ・男性は40～50歳代、女性は30歳代以下が比較的多い
- ・リス園では、30歳代の割合が他の地点に比べて非常に高く、小野路宿里山交流館では60歳代が多い
- ・都外からの来訪が約半数
- ・来訪者の居住地トップ3は、
1位 東京都 (49.6%)
2位 神奈川県 (37.3%)
3位 千葉県 (4.3%)

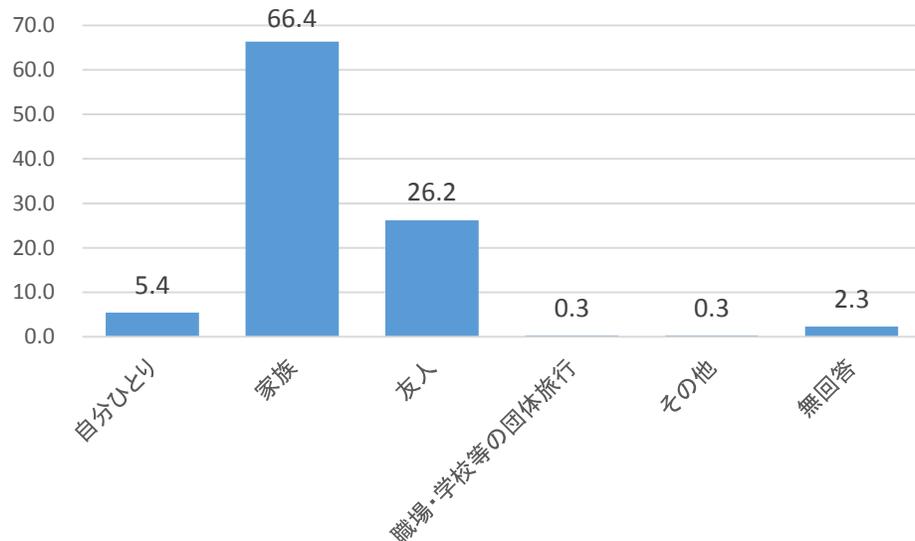
調査地点によって、年代の構成比が異なる
→適切なターゲット設定が必要
都外からの来訪が過半数だが、近隣地域が多い→宿泊率が低い

調査結果 ② リピーター率・同行者

町田市への訪問回数



同行者種類 (N=351)



<リピーター率>

- ・観光地(調査地点)へは「はじめての来訪」が42.5%で最も多い
- ・旧白洲邸武相荘では1回目が7割以上、ぽっぽ町田では約5割が4回目以上
- ・一方で、町田市への来訪に関しては、71.0%がリピーターである
- ・その中でも58.0%と半数以上が「4回目以上」の高頻度リピーターとなっている

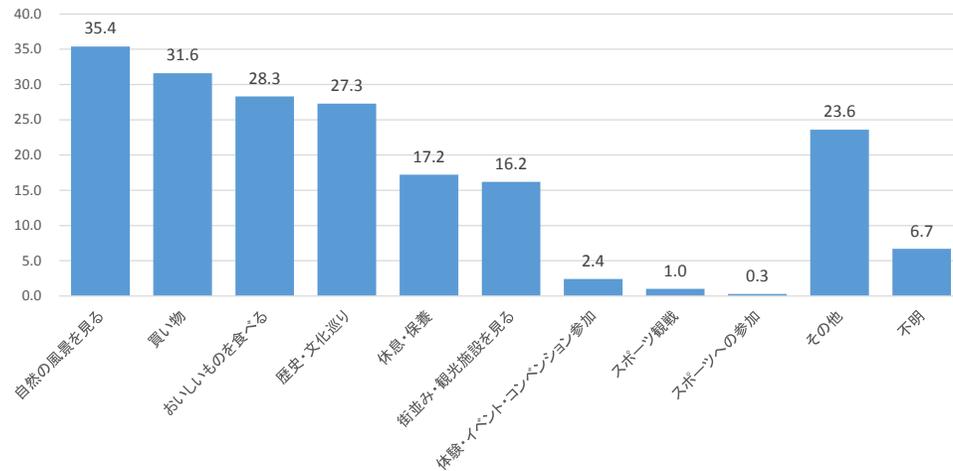
<同行者>

- ・平均同行者数は3.1人
- ・女性30代の同行者数が比較的多く3.5人
- ・家族での来訪が6割以上、友人との来訪が次につづく
- ・男女とも20歳代以下は友人との来訪が多く、30~40代では家族との来訪が多い

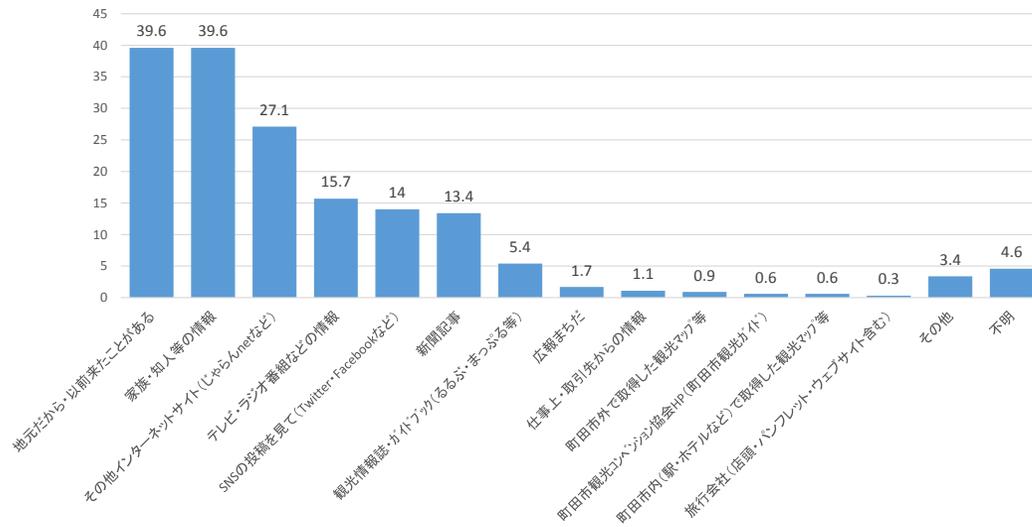
町田市への訪問率は高いが、観光地によってはリピーター率が低い→市内の周遊を促す、個々の観光地のPRを強化
来訪者はファミリー層が中心

調査結果 ③ 来訪目的・情報源・消費額

来訪目的(観光) (N=297)



情報源 (N=351)



＜来訪目的＞

- ・観光目的が84.6%、夏期調査では帰省・知人訪問が7.1%
- ・観光については「自然の風景を見る」ために町田市を訪れた人が多い(特に小野路宿里山交流館で多く78.5%)
- ・都内町田市外在住者では「自然の風景を見る」「歴史・文化巡り」を目的としている人が多い

＜情報源＞

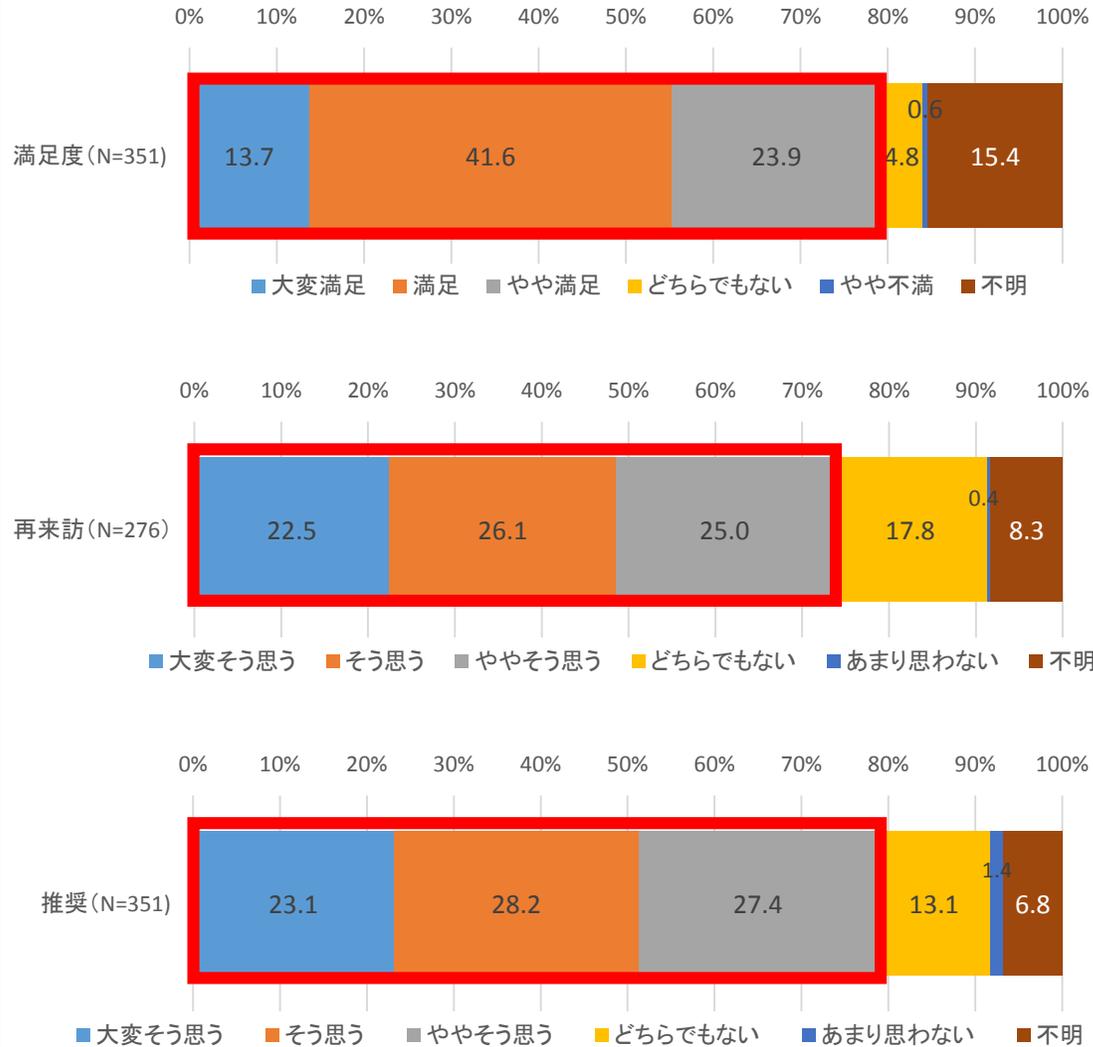
- ・来訪経験や家族・知人等からの情報が最も多くともに39.6%
- ・男女とも若い世代で、インターネットサイトやSNSの活用率が高い
- ・市外在住者は口コミ情報やインターネットサイトから情報を得ている

＜消費額＞

- ・日帰り客の消費総額の平均値は4,038円
- ・項目別に見て最も平均値が高いのは飲食費で1,484円

市外向けにはインターネットでの情報発信が効果的
(特に若い世代にはSNS)

調査結果 ④ 満足度・再来訪意向・推奨意向



<満足度>

- ・満足している人の割合は**79.2%**
- ・大変満足の割合は13.7%と低い
- ・観光地(調査地点)の満足度は9割以上であり、町田市全体の満足度に比べて高い
- ・項目別に見ると、食事の満足度は8割以上と高く、土産品の満足度は約6割と比較的低い(購入者が少ない可能性あり)

<再来訪意向>

- ・町田市への再来訪意向がある人は**73.6%**
- ・大変そう思うは22.5%で、満足度に比べて高い値
- ・観光地への再来訪意向は全体で77.2%であり、リス園で最も高く85.4%(大変そう思う41.6%)

<推奨意向>

- ・町田市の推奨意向がある人は**78.7%**
- ・女性の方が推奨意向が高い
- ・特に町田市民において大変そう思うの割合が高い(37.3%)

口コミは重要な情報源となるため、町田市外在住者の推奨意向をさらに高めていく必要がある

2018年 町田市観光客数等実態調査報告資料

町田市宿泊者行動特性分析結果

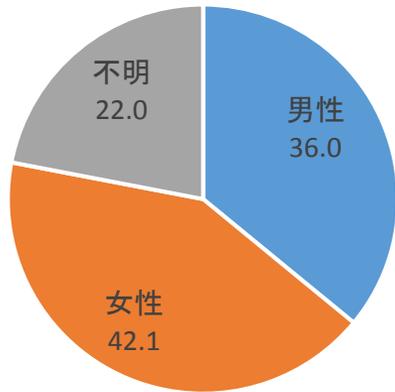
概要版

調査概要

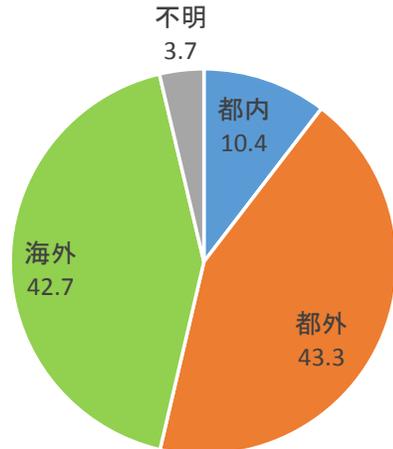
調査目的	町田市内宿泊者の行動特性把握
調査方法	宿泊施設内での自記式調査(紙媒体)
調査場所	町田市内宿泊施設7箇所 ・ホテルリソル町田 ・ホテル新宿屋 ・ビジネスインサンホテル ・ベストウェスタンレンブラントホテル東京町田 ・ビジネスホテル ラクシオ・イン ・(株)ホテル町田ヴィラ ・東横イン町田駅小田急線東口
調査実施日	平成30年8月～11月
調査実施	(公社)日本観光振興協会
調査項目	来訪者の個人属性、来訪目的、宿泊目的、旅行消費額、来訪満足度、再来訪意向、推奨意向等
回収結果	全体: 164サンプル

調査結果 ① 来訪者の属性

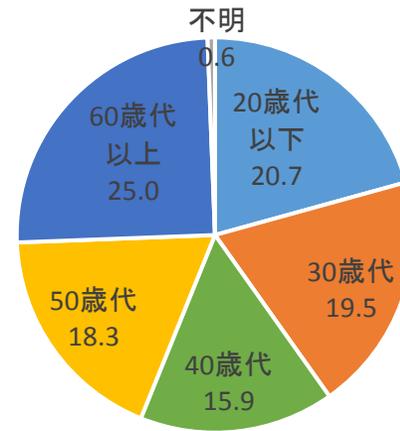
性別 (N=164)



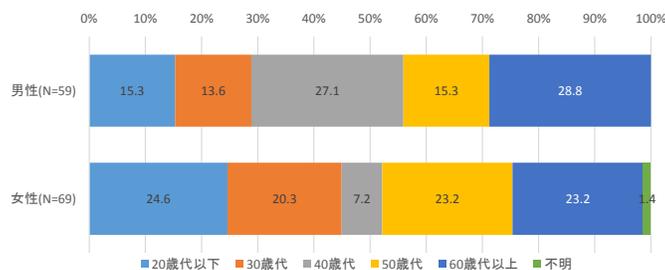
居住地 (N=164)



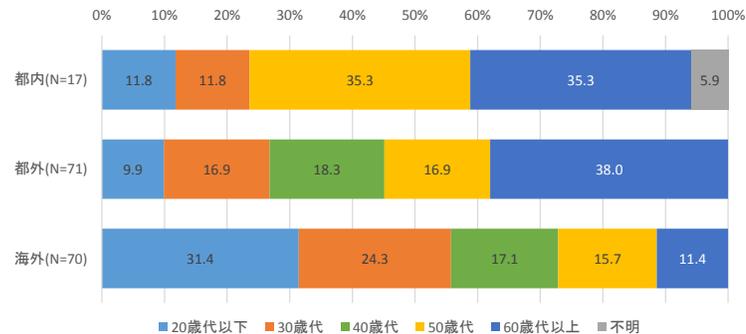
年代 (N=164)



性別年代



居住地別年代

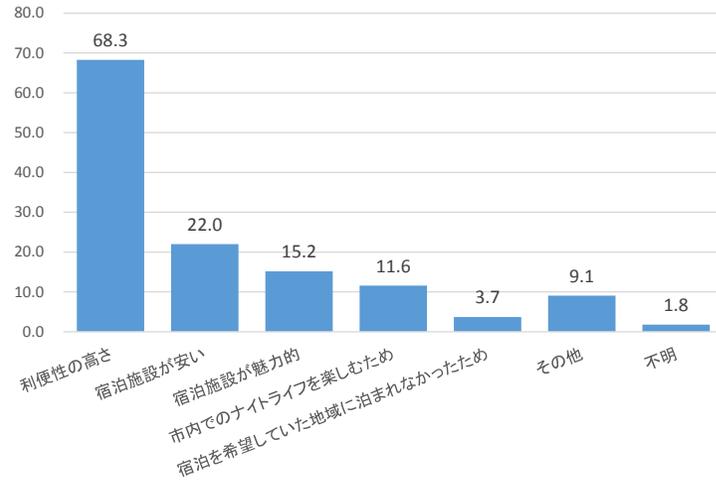


- ・不明が多いが回答者においては女性の方が男性よりも多い
- ・海外からの宿泊が42.7%と半数近い割合
- ・60歳代以上が25.0%で最も多い
- ・20歳代以下の若い世代も多く、特に海外在住者では3割以上
- ・男性は40歳代と60歳代が女性に比べて多い
- ・一方女性は20歳代以下、30歳代といった若い世代と50歳代が多い

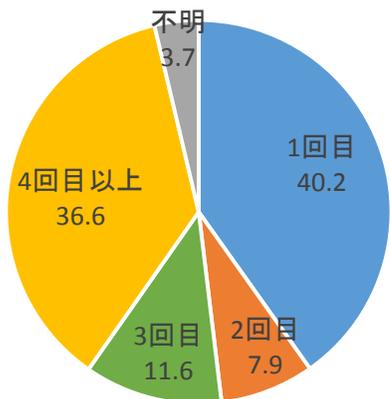
来訪者調査では外国人票がほとんど得られなかったが、市内にも宿泊していることが判明→今後ますますの増加が予想されるため、対策が必要

調査結果 ② 宿泊状況・リピーター率・同行者

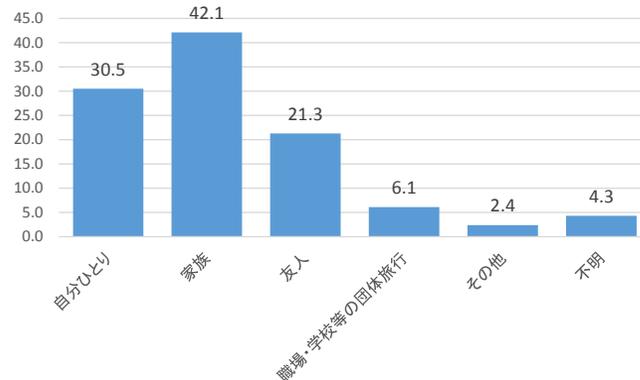
町田市への宿泊理由 (N=164)



町田市への訪問回数 (N=164)



同行者種類 (N=164)



＜宿泊状況＞

- ・旅行全体の平均宿泊数は約3.6泊
- ・町田市内への平均宿泊数は約2.3泊
- ・町田市内に宿泊した理由として最も多いのは「利便性の高さ」(町田市内または近隣で用事があるため、など)
- ・日本人には宿泊施設の安さが大きな要因となっている
- ・外国人は市内でのナイトライフに対する期待度が高い

＜リピーター率＞

- ・はじめての来訪が40.2で最も多い
- ・外国人は7割が1回目であるが、日本人では都内11.8%、都外18.3%となっている

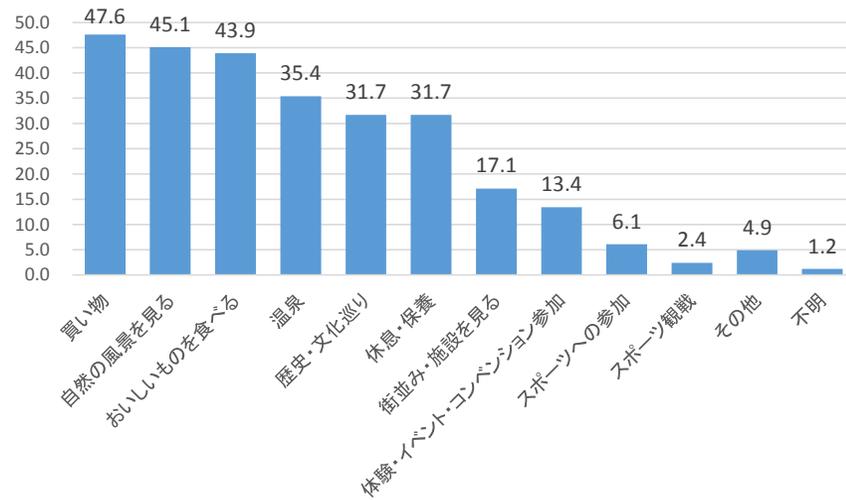
＜同行者＞

- ・家族との来訪が最も多いが、自分ひとりも3割以上
- ・ひとりでの来訪は男性に多い

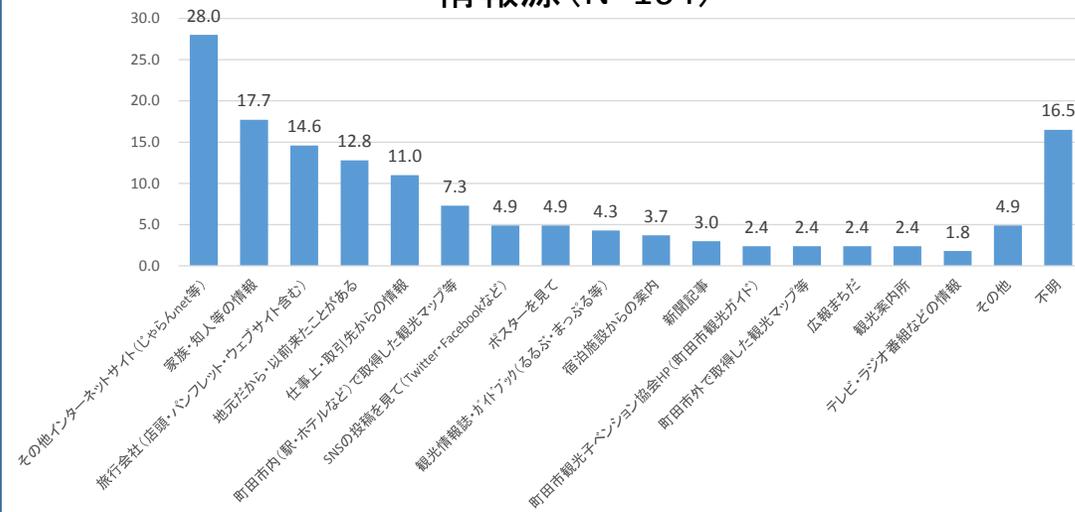
外国人は市内でのナイトライフを目的としている人が多いため、そうしたニーズに応えられるような対策が必要
→滞在時間の増加、消費額の増加につながる

調査結果 ③ 来訪目的・情報源・消費額

来訪目的(観光) (N=82)



情報源 (N=164)



＜来訪目的＞

- ・観光目的は50.0%である
- ・ビジネス目的25.0%、帰省・知人訪問15.2%
- ・観光については買い物が最も多く、次いで自然の風景を見る
- ・来訪者調査では回答のなかった「温泉」が35.4%
- ・海外在住者では歴史・文化巡りも47.1%

＜情報源＞

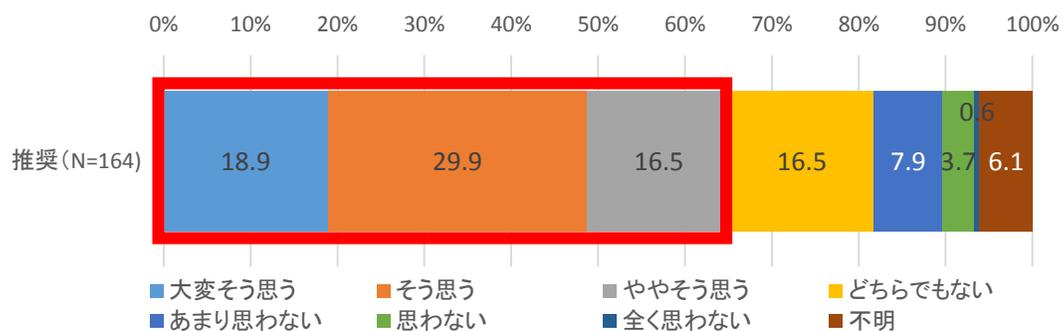
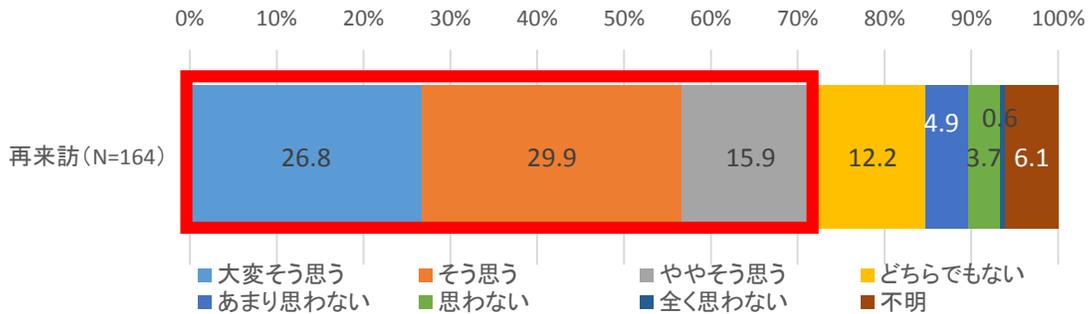
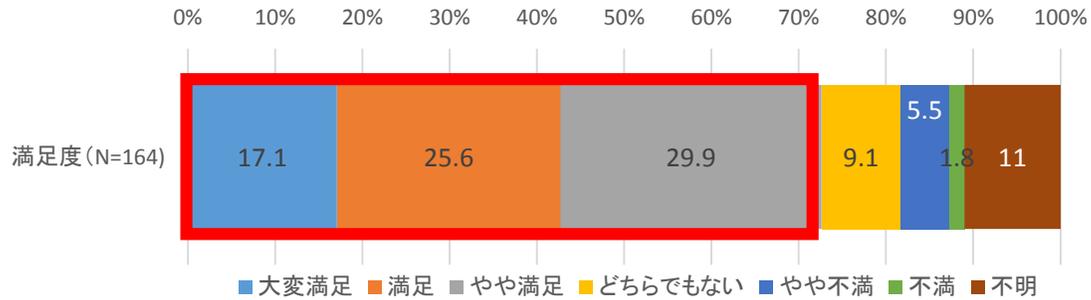
- ・インターネットでの情報取得が約3割で最も多い
- ・特に都外在住者に多い
- ・家族・知人等の情報は来訪者調査に比べると低い割合
- ・海外在住者で最も多いのは「旅行会社」からの情報(31.4%)

＜消費額＞

- ・宿泊客の消費総額の平均値は30,123円
- ・海外在住者の土産費が高い(爆買いの可能性あり)

通常、海外在住者はインターネットやガイドブックを情報源としている場合が多いが、町田市では少ない
 →**情報発信の見直し**が必要

調査結果 ④ 満足度・再来訪意向・推奨意向



<満足度>

- ・満足している人の割合は**72.6%**
- ・海外在住者において大変満足の割合が高い(28.6%)
- ・一方で不満に思っている人の割合も高い(12.9%)
- ・土産品への満足度は他の項目に比べて低い(51.3%)
- ・宿泊施設への満足度は高い(75.6%)

<再来訪意向>

- ・町田市への再来訪意向がある人は**72.6%**
- ・海外在住者ではまた来たいと思わないという回答が約2割
- ・市内へまた宿泊したいという人は**74.4%**

<推奨意向>

- ・町田市の推奨意向がある人は**65.3%**
- ・日本人では「どちらでもない」が都内、外ともに2割以上

来訪者調査結果に比べてすべての値が低い
(特に推奨意向)

市内への宿泊希望度が再来訪意向よりも高い

→宿泊場所としてだけではない更なる魅力向上が必要