

2023年度 益子町観光アンケート 分析レポート

アンケート期間：2023年4月1日～2024年3月31日
一般社団法人ましこラボ（観光庁登録DMO）

1. アンケート実施概要
2. アンケート結果（4つの重要指標）
3. アンケート結果（その他）
4. アンケート調査から見える課題（特徴）と戦略

1. アンケート実施概要

1 アンケート実施概要

目的：戦略的な観光地経営のための基礎データ収集

実施主体：一般社団法人ましこラボ（観光庁登録DMO）

実施場所：アンケート設置店舗（町内の宿泊施設・飲食店・陶器販売店・道の駅等39箇所）

及び益子町観光公式Instagram（@mashiko.official）

実施対象：益子町への来訪者 ※ 益子町内在住者は除く

実施期間：2023年4月1日(土)～2024年3月31日（日）

実施方法： Googleフォーム

合計サンプル数： 1,568

2. アンケート結果（4つの重要指標）

2-1 4つの重要指標結果一覧

- ✓ 観光を通して町が稼ぐための仕組みづくりを行うために押さえておくべき基礎数値として、観光庁によって定められている4つの指標が「旅行消費額」「延べ宿泊者数」「来訪者満足度」「リピーター率」である。
今回のアンケートに基づく4指標の結果一覧は以下の通り。

| 項目 | 2023年度結果 | (参考) 2024年度目標値 |
|--------|---------------------------|---------------------------|
| 旅行消費額 | 82.63億円 | 83.63億円 |
| 延べ宿泊者数 | 35,885人 (うちインバウンド708人) | 44,000人 (うちインバウンド900人) |
| 来訪者満足度 | 89.8% | 89.9% |
| リピーター率 | 87.0% | 87.1% |

2-2-1 旅行消費額

✓ 年間旅行消費額（日帰り+宿泊）は、**82億6,300万円** である

- ・益子町においては、陶器市における集客の割合が著しく大きいため、陶器市時と平常時に分けて消費単価を算出の上、町全体の旅行消費額を算出した。
- ・計算式は、「①平常時に日帰り来訪した推計実人数×平常時1人あたり日帰り消費単価+②陶器市時に日帰り来訪した推計実人数×陶器市時一人あたり日帰り消費単価+③平常時に宿泊した人数×平常時一人あたり宿泊消費単価+④陶器市時に宿泊した人数×陶器市時一人あたり宿泊消費単価」
- ※日帰りの実人数は、年間観光客入込数（=日帰り延べ人数）を2023年度の平均来訪箇所数2.48箇所（P16参照）で割って算出している

■ 一人あたりの消費単価

| | | 消費単価 |
|-----|------------|----------|
| 日帰り | 陶器市以外(平常時) | 6,357 円 |
| | 陶器市 | 12,376 円 |
| 宿泊 | 陶器市以外(平常時) | 16,118 円 |
| | 陶器市 | 26,674 円 |

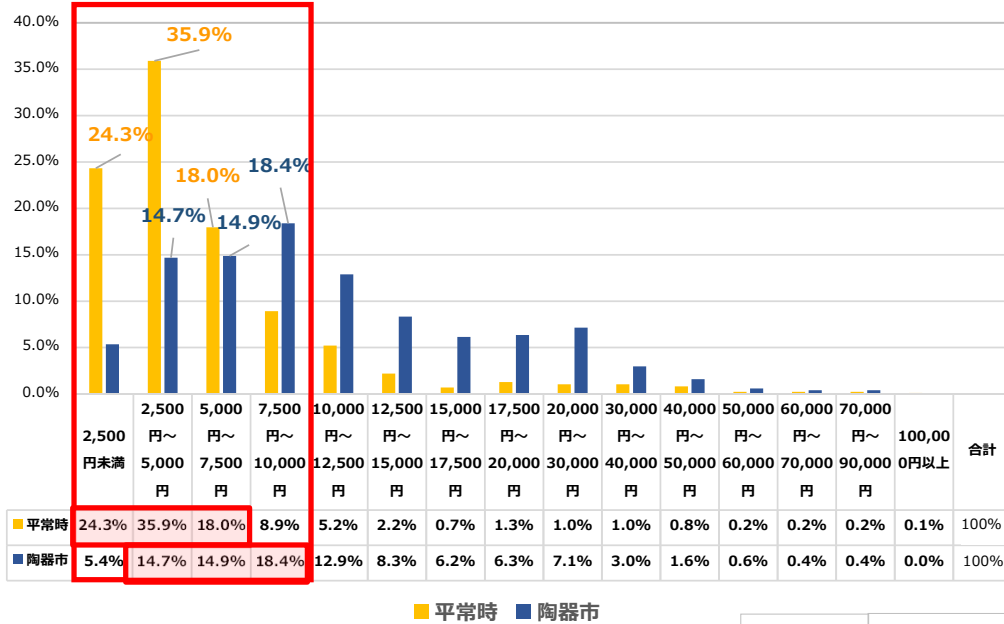
消費単価については、公共交通機関や高速料金代など、直接町の経済効果として寄与しない部分は除いている

2-2-2 旅行消費額(詳細)

・日帰りの平常時は「2,500円～5,000円」(35.9%)の割合が高く、陶器市時は「7,500～10,000円」(18.4%)の割合が高い。一方、宿泊の平常時は「2,500～5,000円」(16.3%)および「20,000～30,000円」(14.8%)の割合が高く、陶器市時は「20,000～30,000円」(13.5%)の割合が高い。

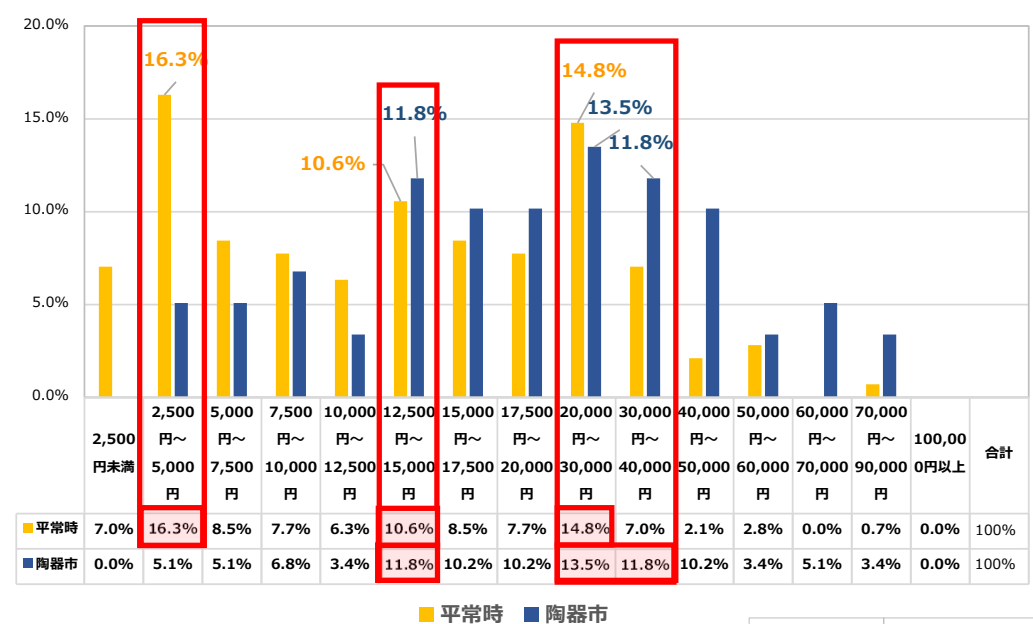
設問：今回の来訪において益子町の中で使用した「一人あたりの金額」を教えてください
(→宿泊・飲食・物販等やレンタサイクル・町内のタクシー・ガソリンスタンド利用分)

日帰り 旅行消費額



単一回答 n値=1,367

宿泊 旅行消費額



単一回答 n値=201

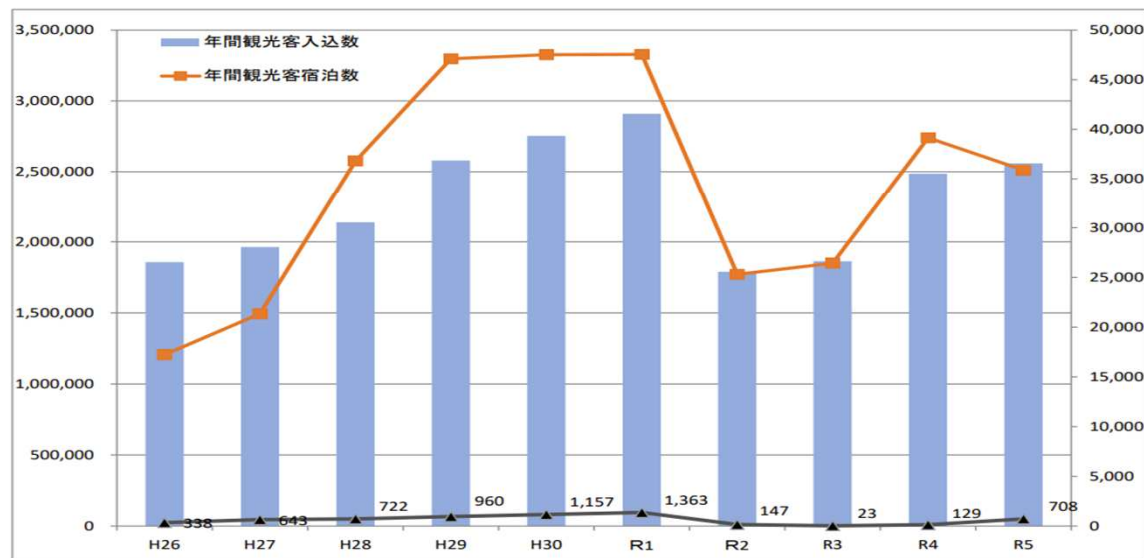
2-2-3 延べ宿泊者数

✓ 観光客の延べ宿泊者数は、**35,885人（うちインバウンド708人）** である

- ・益子町が栃木県に対し提出している観光客入込数・宿泊数推定調査から抜粋。
- ・観光客の入込数（日帰り客数）は2,559,039人となっている。（上位は益子焼34%、道の駅31%、陶器市21%）

(単位:人)

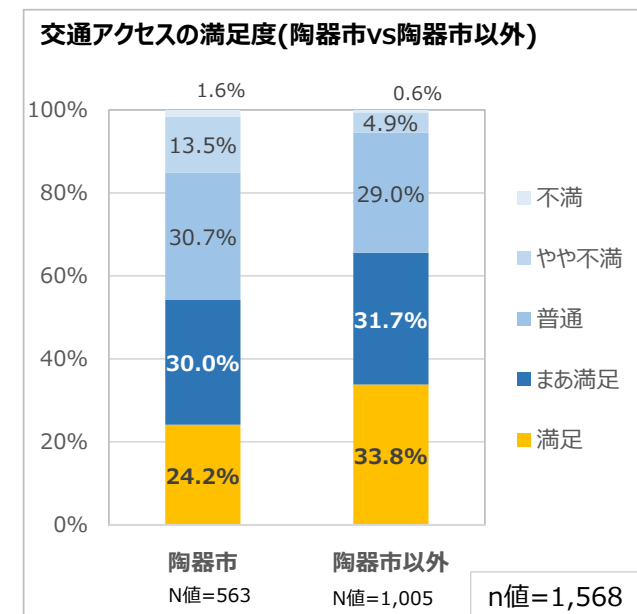
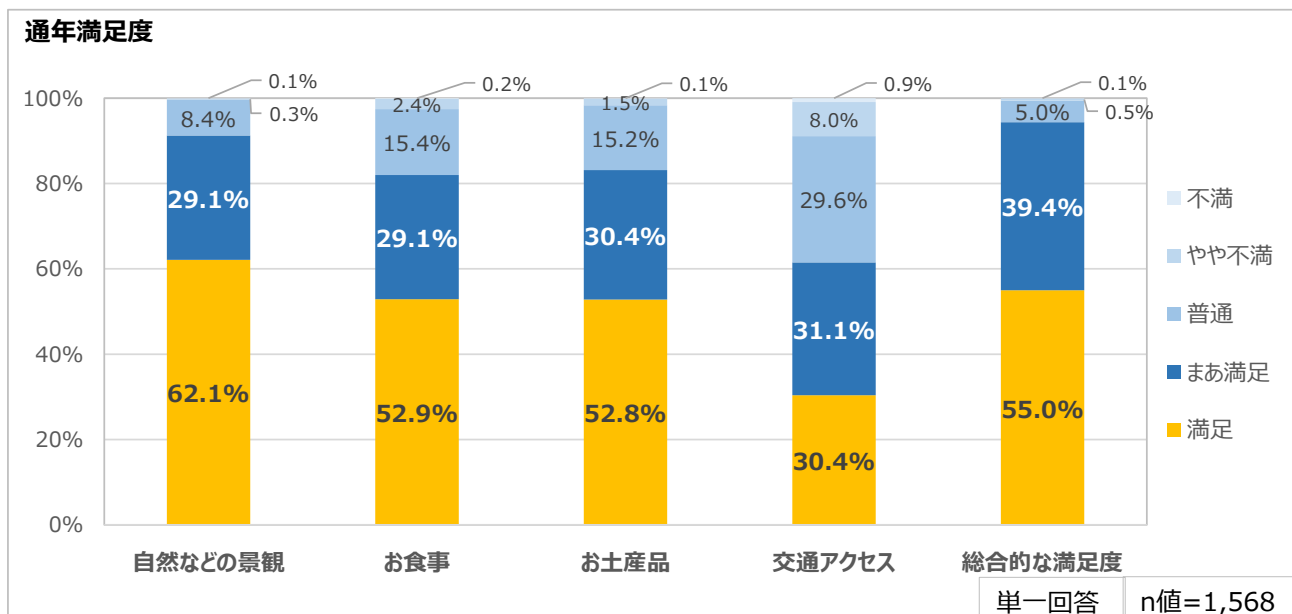
| | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 年間観光客入込数 | 1,857,513 | 1,963,956 | 2,137,495 | 2,579,976 | 2,752,729 | 2,909,690 | 1,788,886 | 1,862,788 | 2,486,592 | 2,559,039 |
| 年間観光客宿泊数 | 17,229 | 21,337 | 36,798 | 47,110 | 47,515 | 47,550 | 25,305 | 26,424 | 39,143 | 35,885 |
| うち外国人観光客宿泊数 | 338 | 643 | 722 | 960 | 1,157 | 1,363 | 147 | 23 | 129 | 708 |



2-2-4 来訪者満足度

✓ 来訪者の総合満足度（加重平均値）は、**89.8%** である

- ・総合的な満足度について、満足を5点・まあ満足を4点・普通を3点・やや不満を2点・不満を1点とし、加重平均を算出（4.49点）の上、加重平均満足度を89.8%と算出した。
- ・総合的な満足度については「満足」が55%、まあ満足が39.4%を占めており、満足度は非常に高いと言える。
- ・一方で交通アクセスに関しては、陶器市・陶器市以外ともに不満度が高い傾向にある。

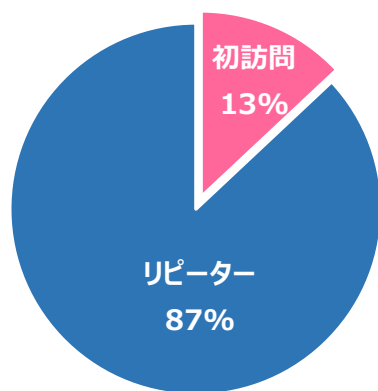


2-2-5 リピーター率

✓ リピーター率は **87%** である

- ・益子町に過去累計で2回以上来訪した方をリピーターとして定義して算出。（来訪回数の詳細内訳はP19参照）
- ・益子町のコアターゲットとしている30～50代の女性人数の割合をみると、若い層ほど初来訪の割合が多い（近年強化している益子町観光Instagramの影響が想定される）。ここをリピーター化できるかは重要なポイント。

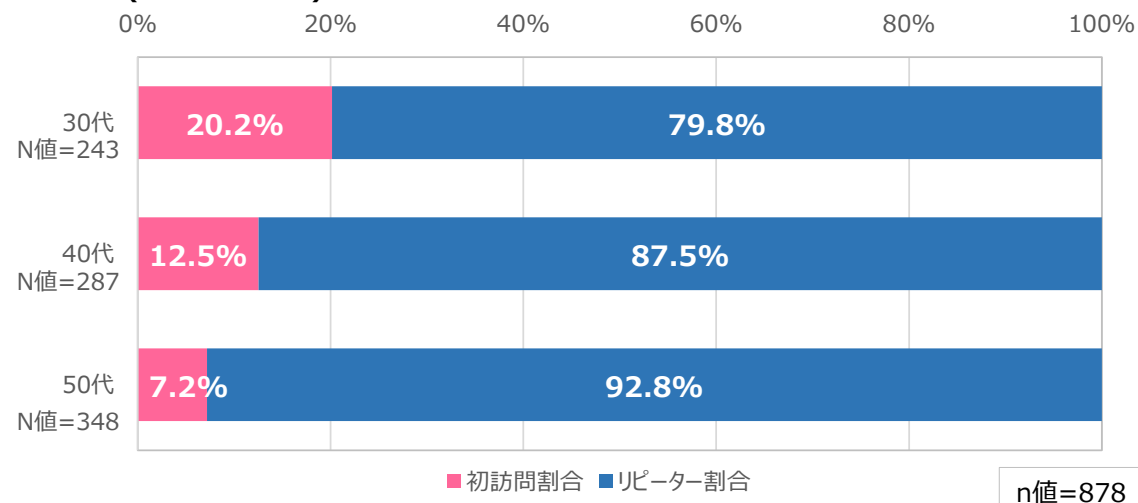
リピーター率(全体)



単一回答

n値=1,568

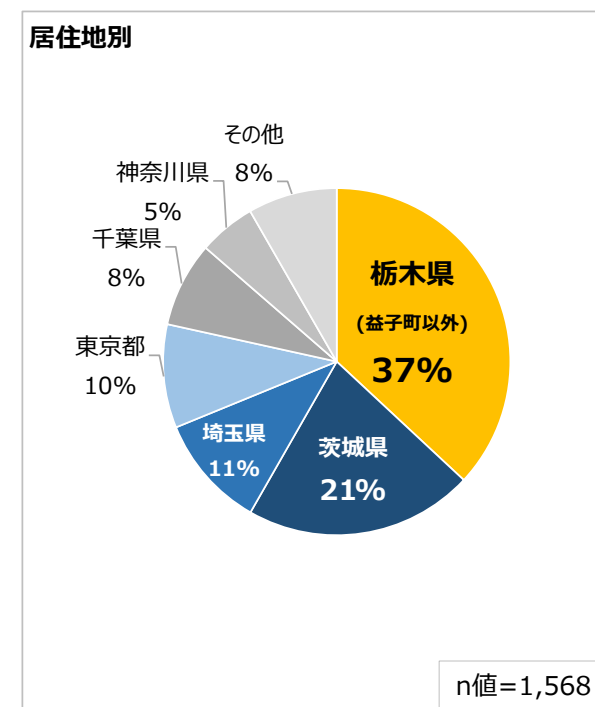
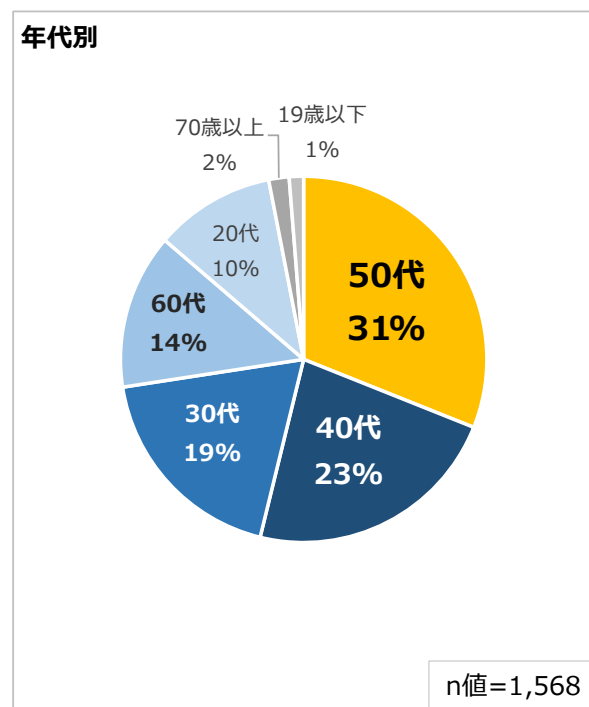
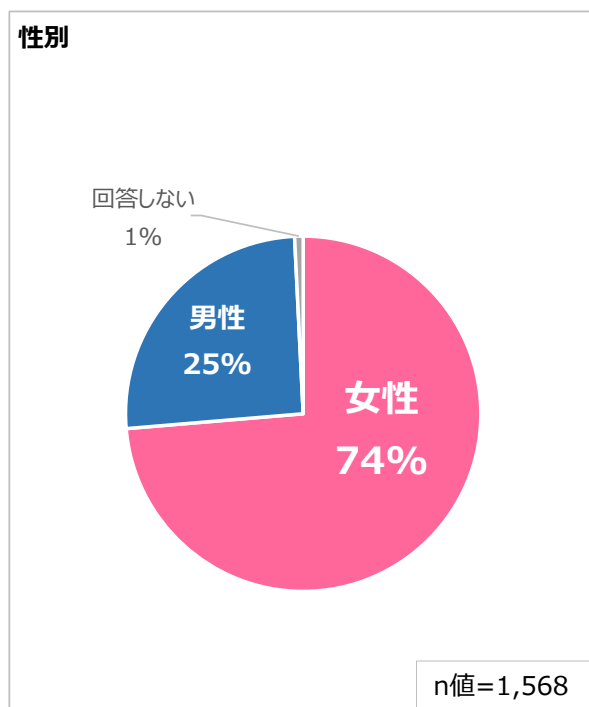
リピーター率(女性30～50代)



3. アンケート結果（その他）

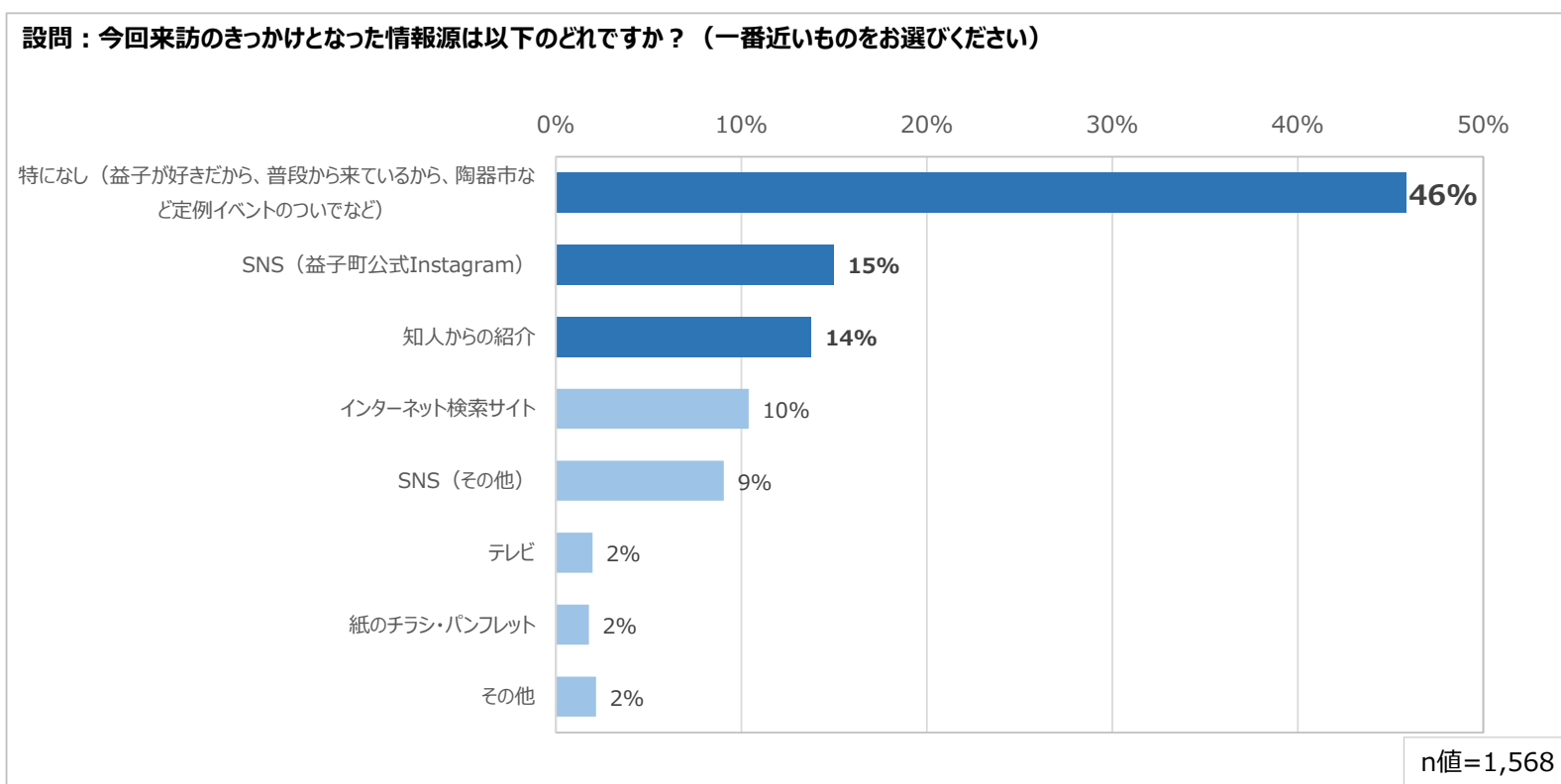
3-1 回答者属性

- ・回答者は女性が74%を占める。次いで年代別では40～50代が半数以上（54%）である。
- ・居住地は栃木県(益子町以外)37%、次いで茨城県(21%)、埼玉県(11%)と続く。



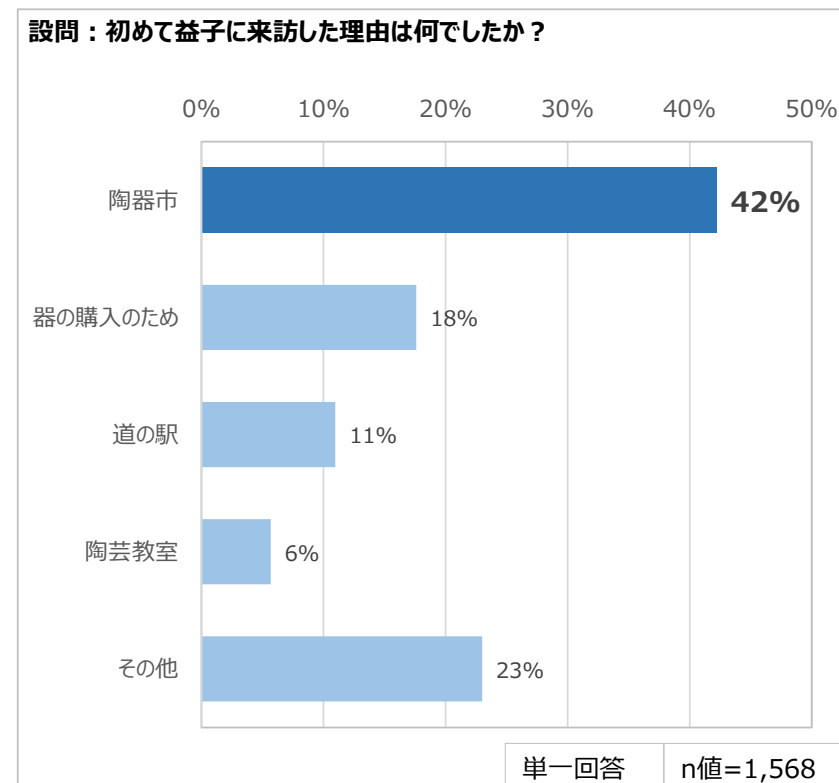
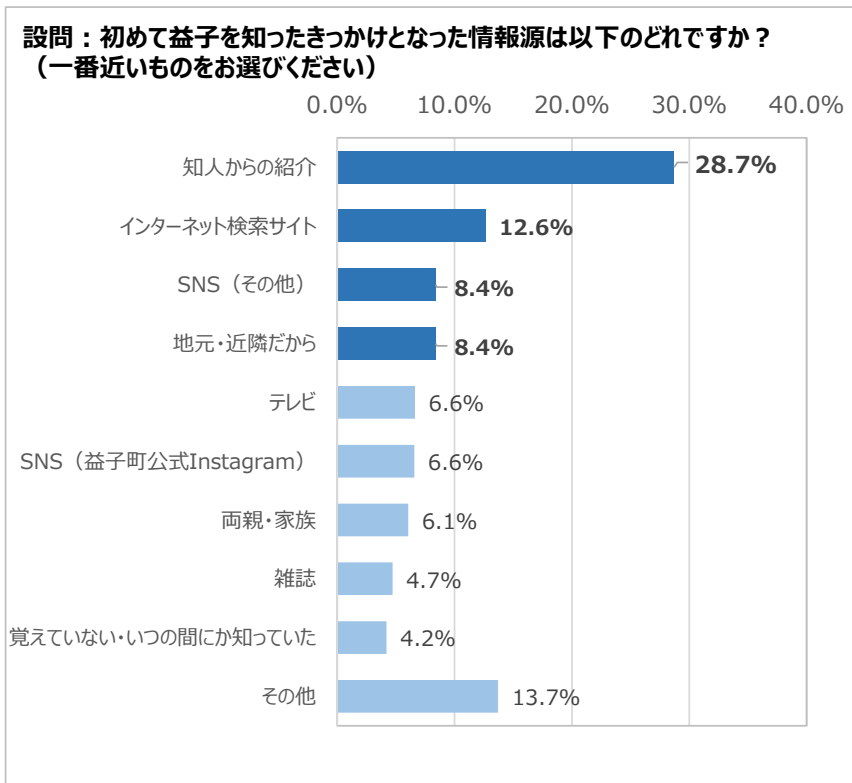
3-2 来訪のきっかけとなった情報源

- ・来訪のきっかけとなった情報源は「特になし（普段から来ている、益子が好きだから）」が46%を占め、コアなファンのリピートが多いことを示している。
- ・次いで「SNS(益子町公式Instagram)」15%、「知人からの紹介」14%、「インターネット検索サイト」10%、「SNS(益子町公式Instagram以外)」9%と続く。



3-3 初めて益子を訪問した際の情報源と訪問理由

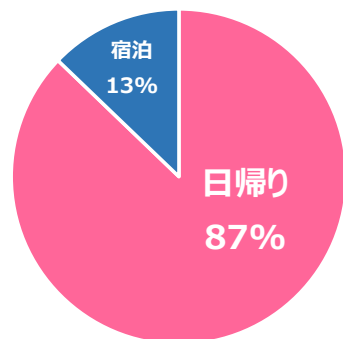
- ・初めて益子を知ったきっかけとなった情報源は「知人からの紹介」が28.7%、次いで「インターネット検索サイト」12.6%、「SNS(その他)」 「地元・近隣だから」が8.4%である。
- ・初めて益子に訪問した理由は「陶器市」が42%を占める。



3-4 滞在期間・周遊観光施設数

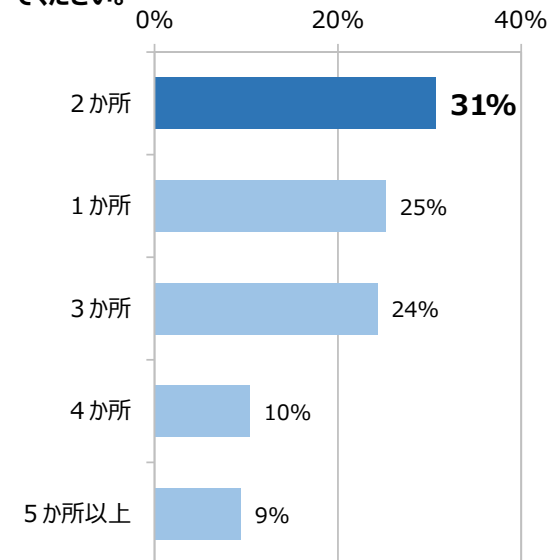
- ・滞在期間は「日帰り」が87%を占めている。
- ・周遊した観光施設の数は「2か所」の31%が最も多く、加重平均訪問箇所数は2.48箇所である。
- ・滞在時間は「1～2時間」の31%が最も多く、加重平均滞在時間は3.2時間である。

設問：今回の来訪の滞在期間を教えてください。



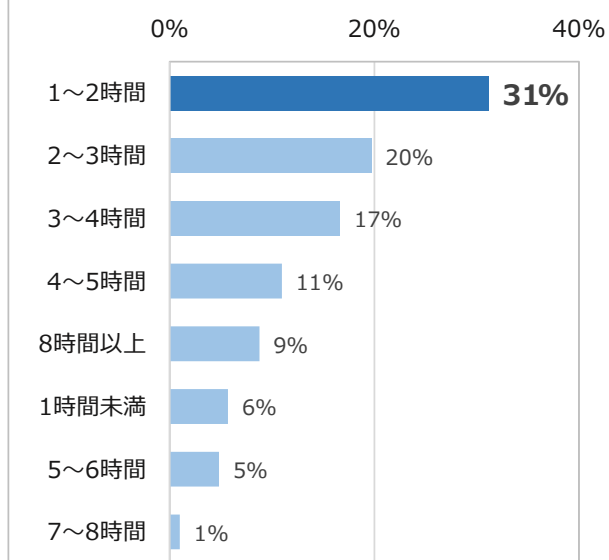
n値=1,568

設問：今回の来訪で周遊した「観光施設の数」を教えてください。



加重平均値=2.48 n値=1,563

設問：今回の来訪の滞在時間を教えてください。

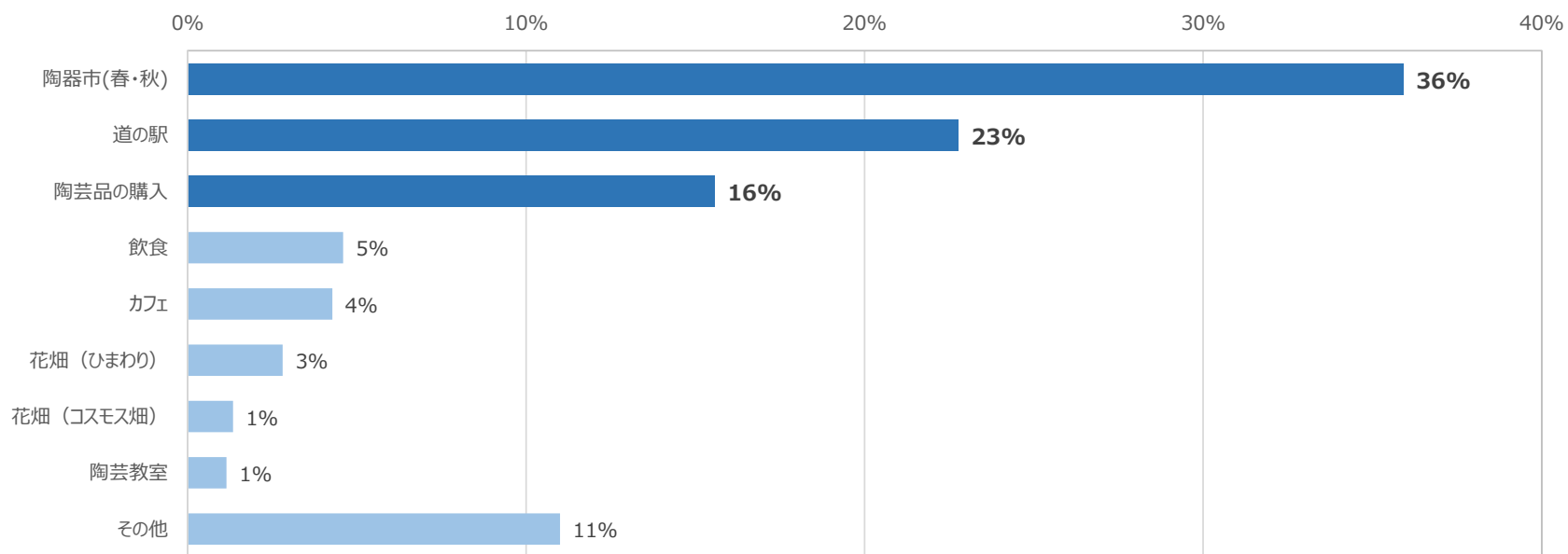


加重平均時間=3.2 n値=1,568

3-5 今回の来訪の目的

- ・来訪目的は多い順に、「陶器市(春・秋)」が36%、次いで「道の駅」23%、「陶芸品の購入」16%である。

設問：今回の来訪における一番の目的は何ですか？

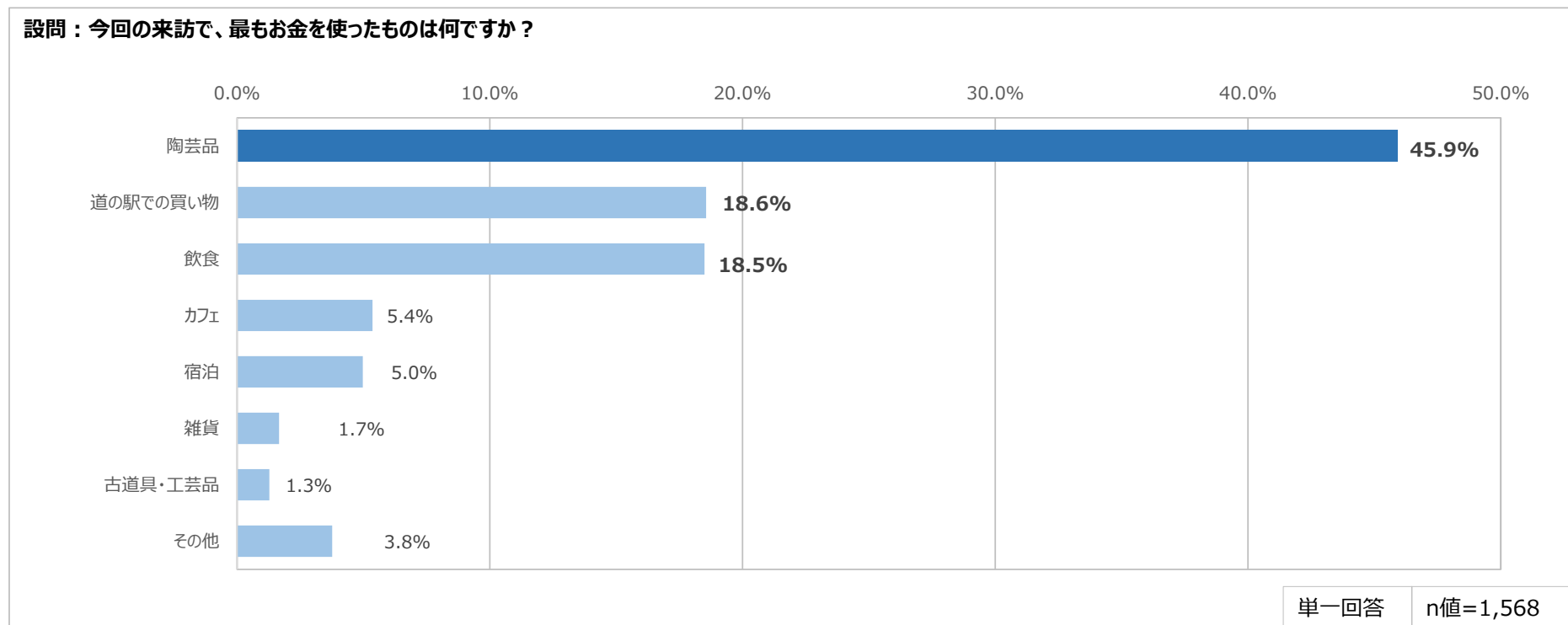


単一回答

n値=1,568

3-6 来訪した際、何に最もお金を使うか

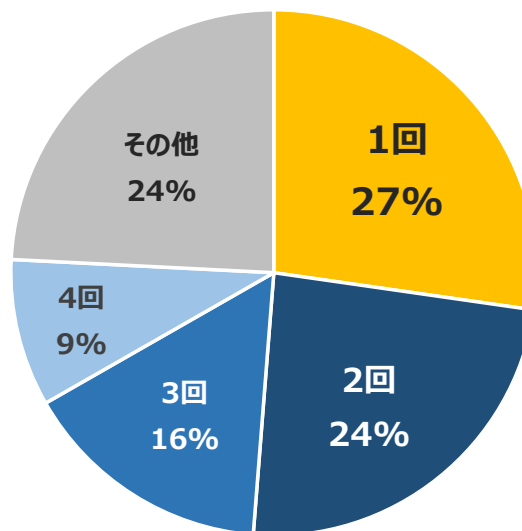
- ・来訪時最もお金を使っているものとしては、「陶芸品」が約46%と圧倒的な割合を占めている。



3-7 直近1年間の来訪回数

- ・直近1年間の来訪回数は「1回」27%、「2回」24%、「3回」16%と続く。

設問：直近の1年間で、益子町にご来訪いただいた回数を教えてください。

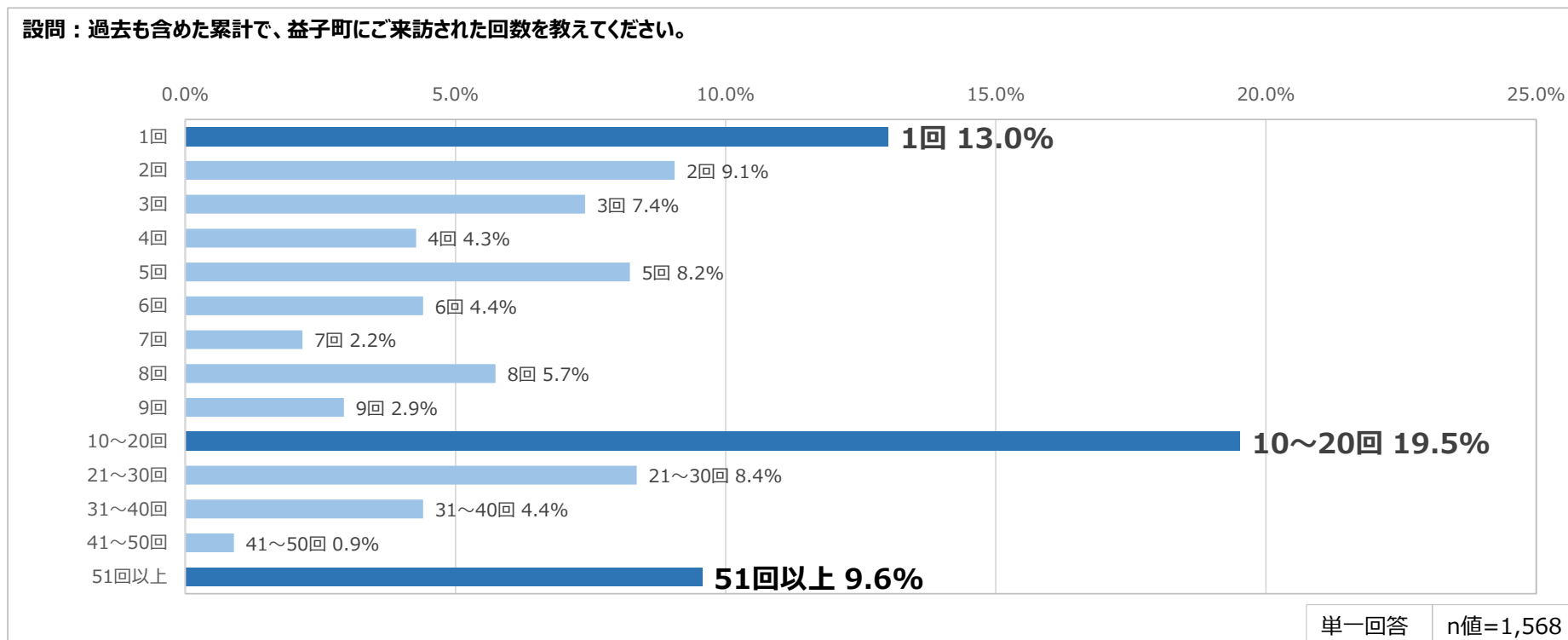


単一回答

n値=1,434

3-8 累計来訪回数

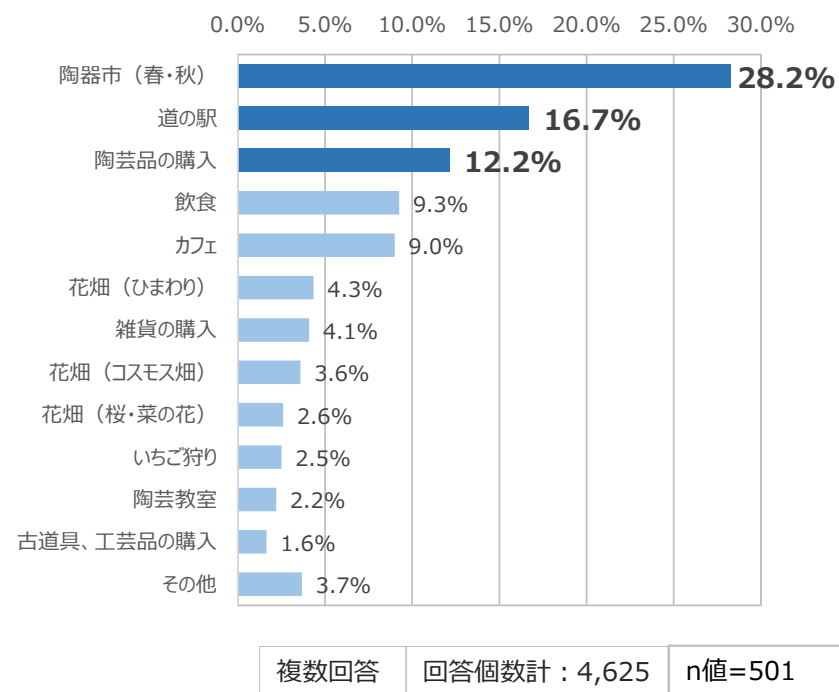
- ・過去も含めた累計で益子町に来訪された回数は、「10～20回」19.5%、次いで「1回(初めての訪問)」13%、「51回以上」9.6%と続く。



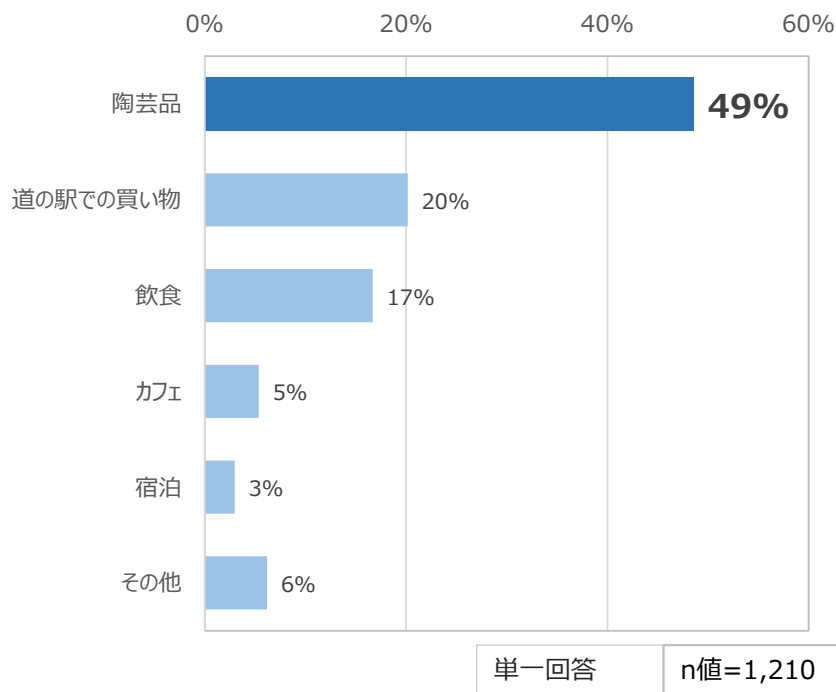
3-9 コアリピーター（過去3回以上来訪）の来訪目的とお金を使うもの

- ・過去の来訪回数が3回以上の方の主な目的は、「陶器市」「道の駅」「陶芸品の購入」の割合が高い。
- ・最もお金を使っているものは「陶芸品」であり、P18と比べて大きな違いはない。

設問：益子町に「3回以上」ご来訪いただいたことのある方に質問です。
益子町にご来訪いただく主な目的を教えてください(複数回答可)。



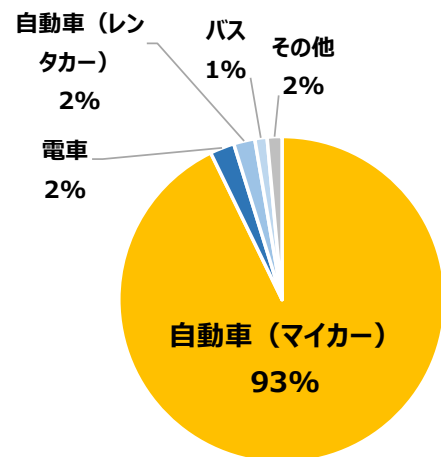
設問：益子町に「3回以上」ご来訪いただいたことのある方に質問です。
平均すると、益子町に来た際には何が一番お金を使っていますか？



3-10 交通手段

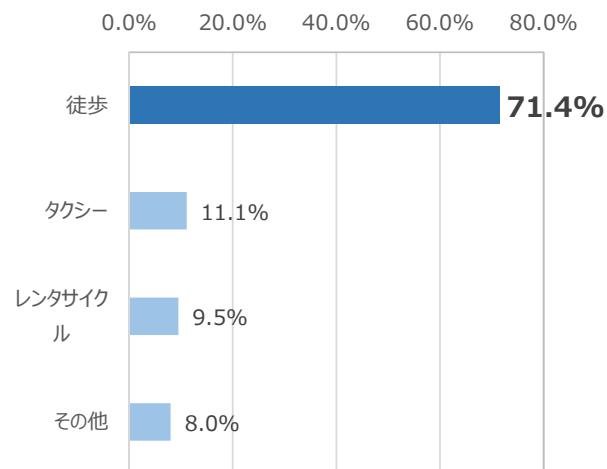
- ・ 益子町に来訪する際の交通手段は「自動車(マイカー)」が93%を占める。
- ・ 陶器市期間以外に「関東やきものライナー」が運行していることを知らないが72%である。

設問：益子へ行く際に使う交通手段は何ですか？



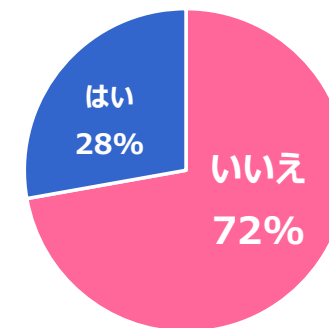
単一回答 n値=1,568

設問：益子へ行く際に使う交通手段が「バス」「電車」と回答した方に質問です。益子に到着してからどのように移動しますか？（複数選択可）



複数回答 回答個数計:63個 n値=57

設問：陶器市期間**以外**においても、秋葉原から益子に向かう直行バスが「毎日」運行していることを知っていますか？

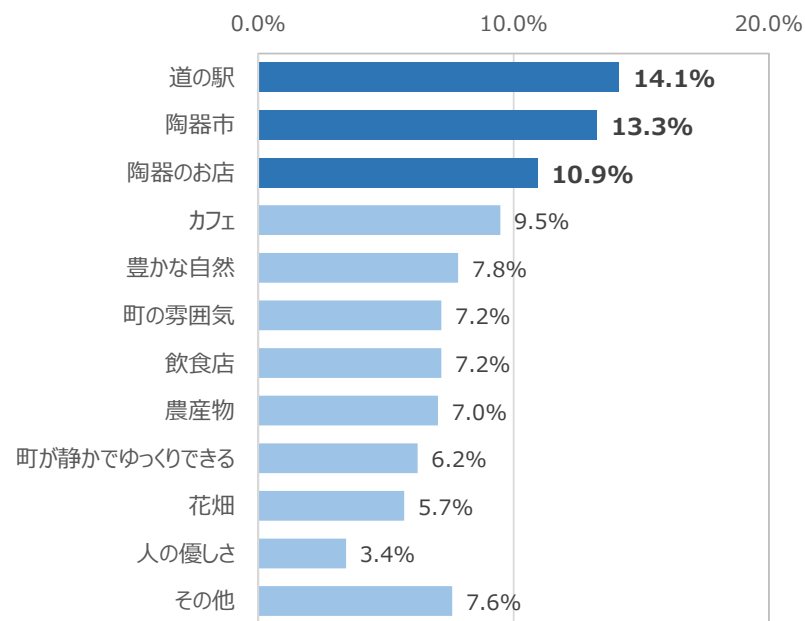


単一回答 n値=1,317

3-11 益子町の良い点と今後必要な点

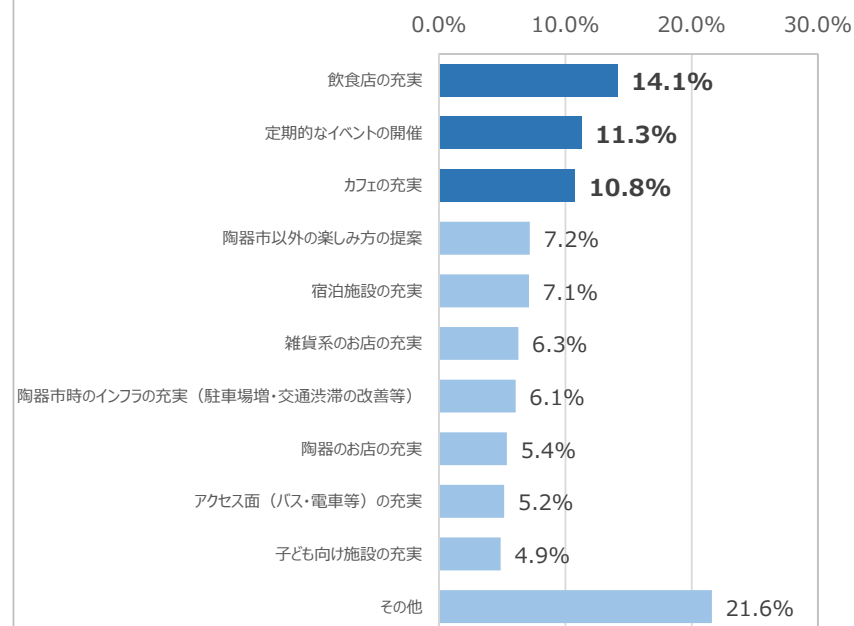
- ・益子町の良いところは「道の駅」14.1%、次いで「陶器市」13.3%、「陶器のお店」10.9%と続く。
- ・益子町の観光をより充実させるために特に必要だと思うことは、「飲食店の充実」14.1%、次いで「定期的なイベントの開催」11.3%、「カフェの充実」10.8%と続く。

設問：益子町の良いところは何ですか？（複数選択可）



複数回答 回答個数計：3,028 n値=625

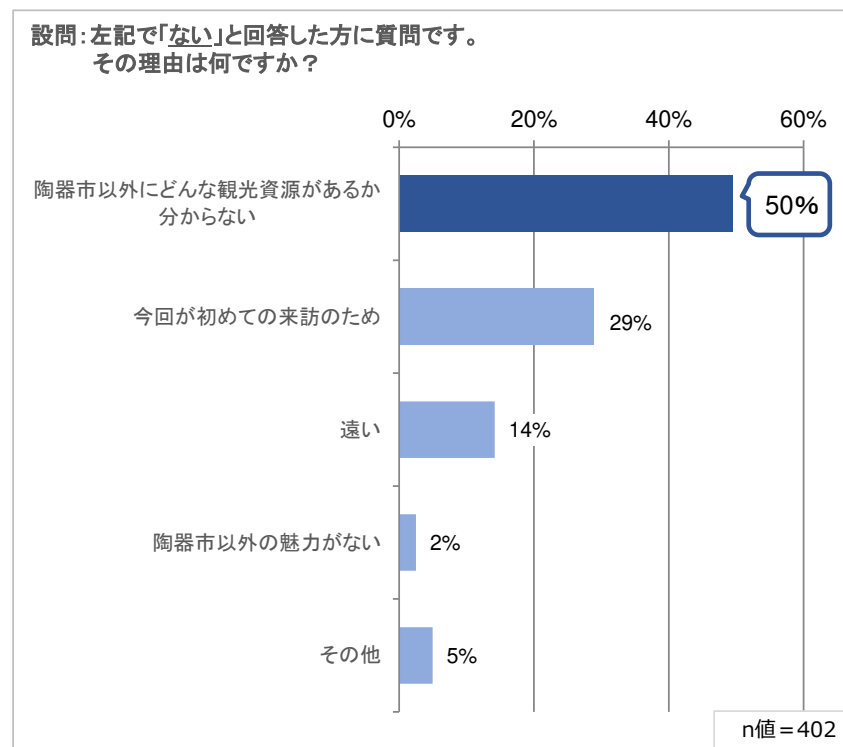
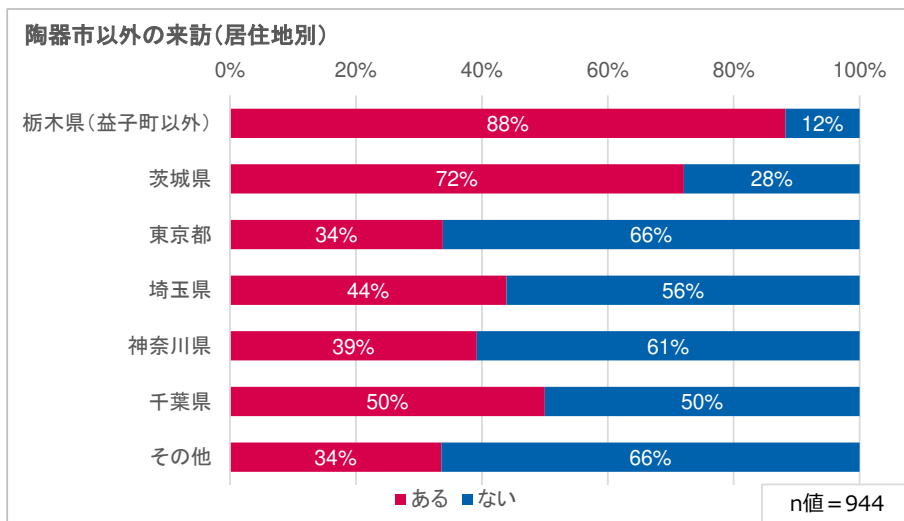
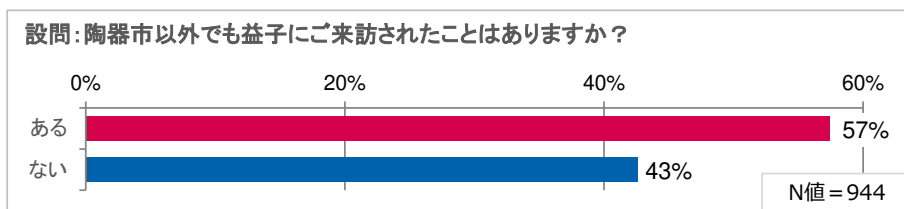
設問：益子町の観光をより充実させるために特に必要だと思うことを教えてください。（複数選択・最大3つまで選択可）



複数回答 回答個数計：1,431 n値=625

3-12 陶器市以外で益子に訪問したことがあるか（2024春の陶器市）

別途実施している「2024春の陶器市アンケート」より抜粋。
陶器市以外で益子に来訪したことがない割合が43%にのぼる。
またその理由として50%の方が「陶器市以外にどんな観光資源があるか分からない」を挙げている。



4. アンケート調査から見える課題（特徴）と戦略

4 アンケート調査から見える課題（特徴）と戦略

1

陶器市来訪者のうち、陶器市でしか益子に来訪したことがない方の割合が40%以上おり、かつその理由として「観光資源が分からない」が約半数。

その一方、10回以上来訪しているようなコアリピーターの割合も非常に多い。

▶ **【戦略】** 陶器市以外で再度来訪していただく仕組みづくりが非常に重要（再度来訪していただく中で、コアリピーターに繋がっていく可能性が高い）。陶器市時における城内坂や道の駅などと連携した施策展開を実施していく。

2

消費単価において圧倒的に重要な役割を果たしているのは陶芸品である。

▶ **【戦略】** 益子町における強みは陶芸品である。陶芸品×食、陶芸品×農など、陶芸品を絡めた着地型商品に繋げていく。

3

インバウンドのボリュームが少ない

▶ **【戦略】** インバウンドの取り組み強化は必須。取り組みを主導する人員の強化に加え、急激なインバウンド増は混乱を来たす可能性があるため、現状調査や受入れ環境整備とあわせて対応をしていく必要がある。