
令和 5 年度人吉球磨観光実態調査
結果報告書

一般社団法人 人吉球磨観光地域づくり協議会
(業務委託先)株式会社ワイヤ・アンド・ワイヤレス

目次

I 調査の目的

II 来訪者アンケート

- (1) 概要
- (2) 結果詳細
- (3) 主要スコア

III 来訪者アンケート・分析

- (1) ターゲットエリア／ターゲット層
- (2) アンケート回答者におけるターゲットの割合
- (3) 分析結果
- (4) 分析サマリー

IV 宿泊統計調査

- (1) 調査概要

V 日帰り統計調査

- (1) 調査概要

I 調査の目的

本調査は、一般社団法人吉球磨観光地域づくり協議会が目指す科学的データに基づく質の高い観光地域づくりに向けて実施するものである。

具体的には、来訪者のアンケート調査を実施し、その結果を検証することによって、来訪者のニーズにあった商品の造成やターゲット指向のプロモーション、また受入体制の整備等の事業展開の基礎データとしての活用を図るものとする。アンケート調査においては、デジタル（WEB・アプリ等）による情報の収集を行い、必要に応じて分析効果を想定した更新を行うものである。

II 来訪者アンケート

(1) 概要

6つの言語(日・英・仏・韓・中繁体・中簡体)に対応したWEBアンケートフォームを作成。言語別QRコード付きアンケートチラシを作成し、インセンティブ配布マニュアルとあわせて人吉球磨内の26施設(日帰り施設15箇所、宿泊施設10箇所、観光案内所1箇所)へ配布。

調査方法 : オンラインアンケート

調査期間 : 2023年5月26日 ~ 2024年2月4日

サンプル数 : 全体 812件

観光 592件

●アンケートチラシ

The image displays five flyer templates for a tourist satisfaction survey. Each flyer is designed for a specific language: Japanese, English, French, Chinese (Simplified), and Chinese (Traditional). The flyers are arranged in a grid. Each flyer features a yellow background and includes the following elements:

- Title:** The survey title is translated into the respective language (e.g., "観光満足度アンケート実施中" for Japanese, "For Tourists" for English, "관광객용" for Korean, "对于游客" for Simplified Chinese, and "對於遊客" for Traditional Chinese).
- Header:** A main heading in the respective language, such as "Complete the survey & Get a gift!" in English.
- Body Text:** A short paragraph explaining the survey and the gift, translated into the respective language.
- Gifts:** Images of two gift options: a "Mini bottle of Kuma Shochu" and a "Reborn coaster".
- QR Codes:** Five QR codes are provided for each flyer, corresponding to the five languages: Japanese, English, French, Chinese (Simplified), and Chinese (Traditional).
- Footer:** Contact information for Hitoyoshi-Kuma Tourism Regional Development Council Wire and Wireless Co., Ltd., including the email address hitoyoshikuma@wi2.co.jp.

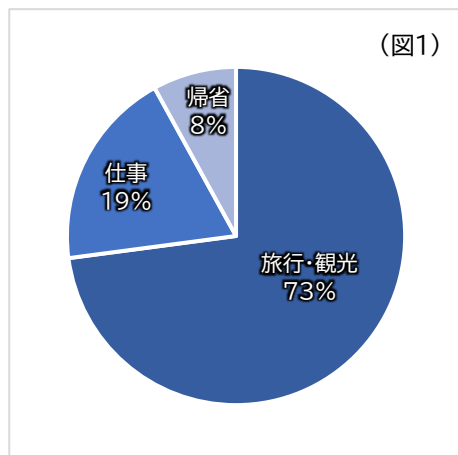
(2) 結果詳細

●目次

Q1.〔観光／仕事／帰省〕	……	P.6
Q2.〔性別〕	……	P.6
Q3.〔年齢〕	……	P.6
Q4.〔お住まい〕	……	P.7,8
Q5.〔お住まい(海外)〕	……	P.7,8
Q6.〔目的〕	……	P.9
Q7.〔訪問回数〕	……	P.9
Q8.〔宿泊／日帰り〕	……	P.9
Q9.〔交通手段(出発地から)〕	……	P.10
Q10.〔交通手段(人吉球磨内)〕	……	P.10
Q11.〔消費額〕	……	P.11～15
Q12.〔情報源〕	……	P.16
Q13.〔人数〕	……	P.16
Q14.〔同伴者〕	……	P.16
Q15.〔訪れた観光地〕	……	P.17
Q16.〔項目別満足度〕	……	P.18
Q17.〔総合満足度〕	……	P.19
Q18.〔再訪希望〕	……	P.19

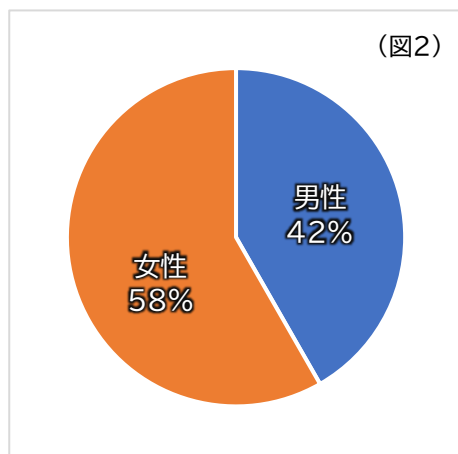
Q1. 〔観光／仕事／帰省〕

今回の人吉球磨へお越しの理由を教えてください。(n=812)



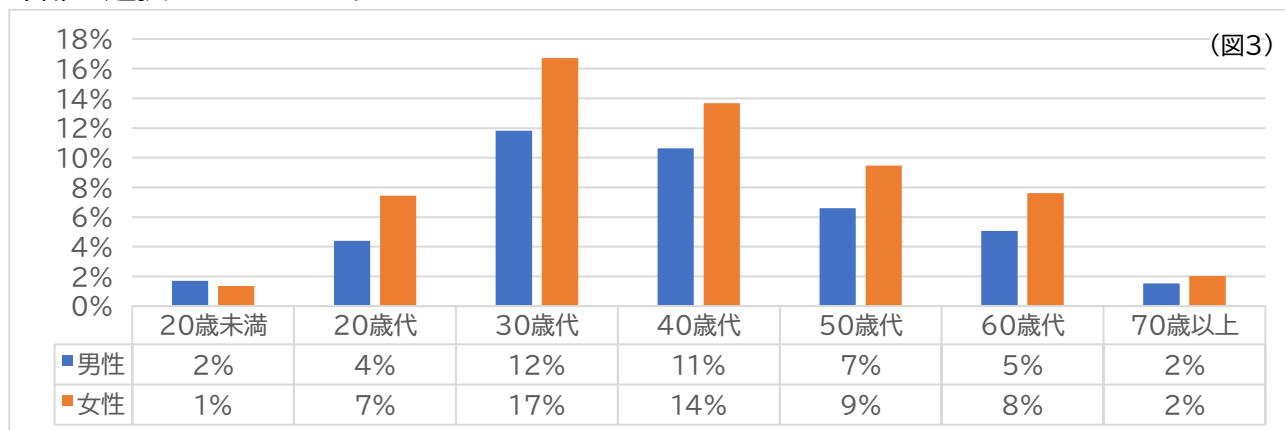
Q2. 〔性別〕

性別を選択してください。(n=592、以降 Q5,Q14 以外は同じ)



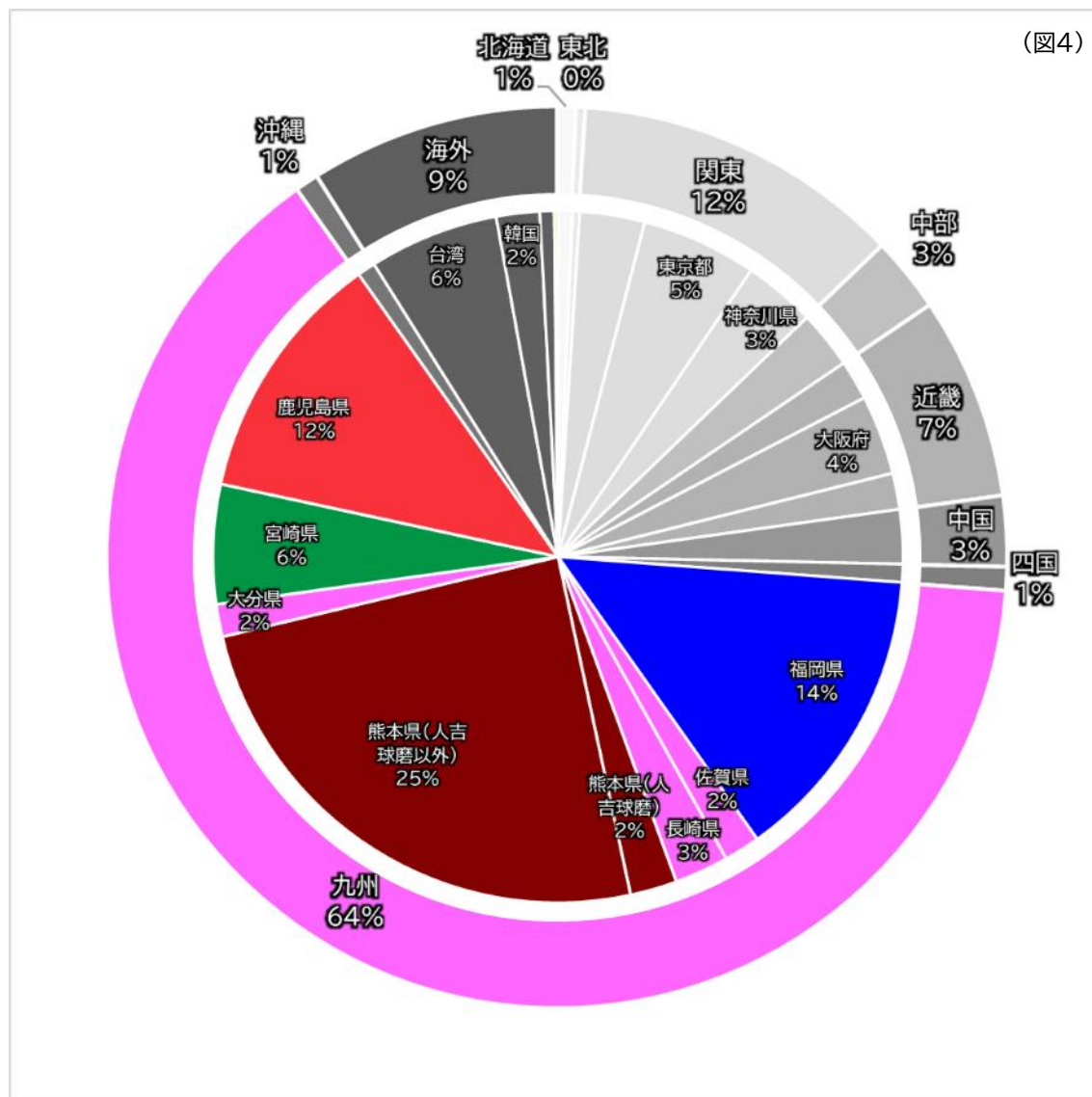
Q3. 〔年齢〕

年齢を選択してください。



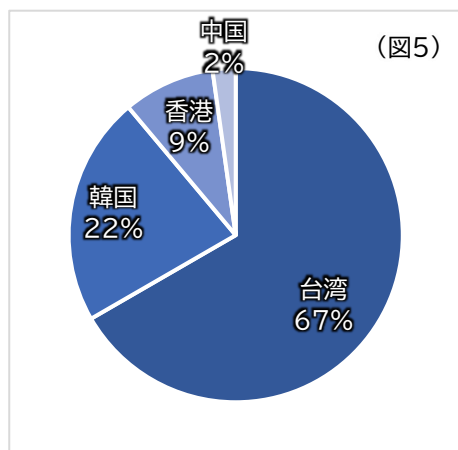
Q4. [お住まい]

お住いの都道府県名を教えてください。海外の方は「海外」を選択してください。



Q5. [お住まい(海外)]

前問で「海外」と答えた方に質問です。あなたの居住国・地域を教えてください。(n=53)

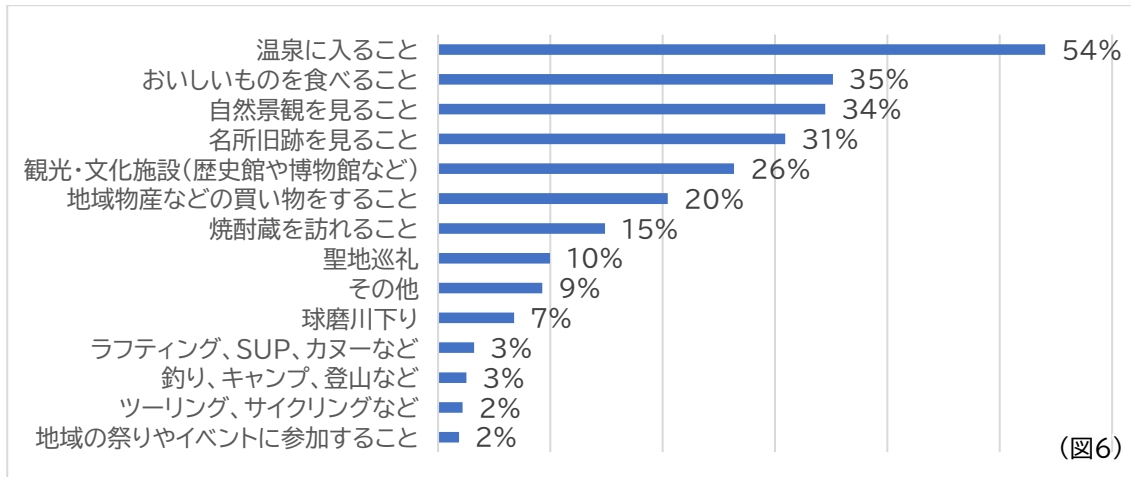


(表1)

都道府県	回答数	比率	地域	回答数	比率
北海道	4	1%	北海道	4	1%
青森県	0	0%	東北	2	0%
岩手県	0	0%			
宮城県	1	0%			
秋田県	0	0%			
山形県	0	0%			
福島県	1	0%			
茨城県	1	0%	関東	70	12%
栃木県	0	0%			
群馬県	2	0%			
埼玉県	6	1%			
千葉県	9	2%			
東京都	32	5%			
神奈川県	20	3%			
新潟県	0	0%			
富山県	0	0%			
石川県	0	0%			
福井県	0	0%			
山梨県	1	0%			
長野県	0	0%			
岐阜県	3	1%			
静岡県	0	0%			
愛知県	12	2%			
三重県	2	0%	近畿	43	7%
滋賀県	1	0%			
京都府	8	1%			
大阪府	22	4%			
兵庫県	10	2%			
奈良県	0	0%			
和歌山県	0	0%			
鳥取県	1	0%			
島根県	0	0%			
岡山県	4	1%			
広島県	6	1%			
山口県	4	1%			
徳島県	0	0%	四国	5	1%
香川県	3	1%			
愛媛県	0	0%			
高知県	2	0%			
福岡県	83	14%			
佐賀県	10	2%			
長崎県	15	3%			
熊本県(人吉球磨)	13	2%			
熊本県(人吉球磨以外)	146	25%			
大分県	9	2%			
宮崎県	33	6%			
鹿児島県	70	12%			
沖縄県	5	1%	沖縄	5	1%
台湾	36	6%	海外	53	9%
韓国	12	2%			
香港	4	1%			
中国	1	0%			

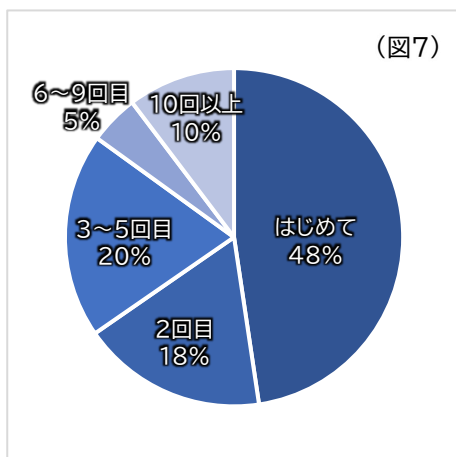
Q6.〔目的〕

今回の人吉球磨へお越しの目的について以下から選択してください。(複数選択可)



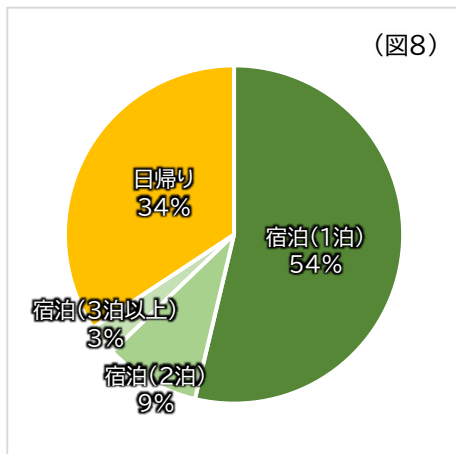
Q7.〔訪問回数〕

人吉球磨への訪問回数を教えてください。



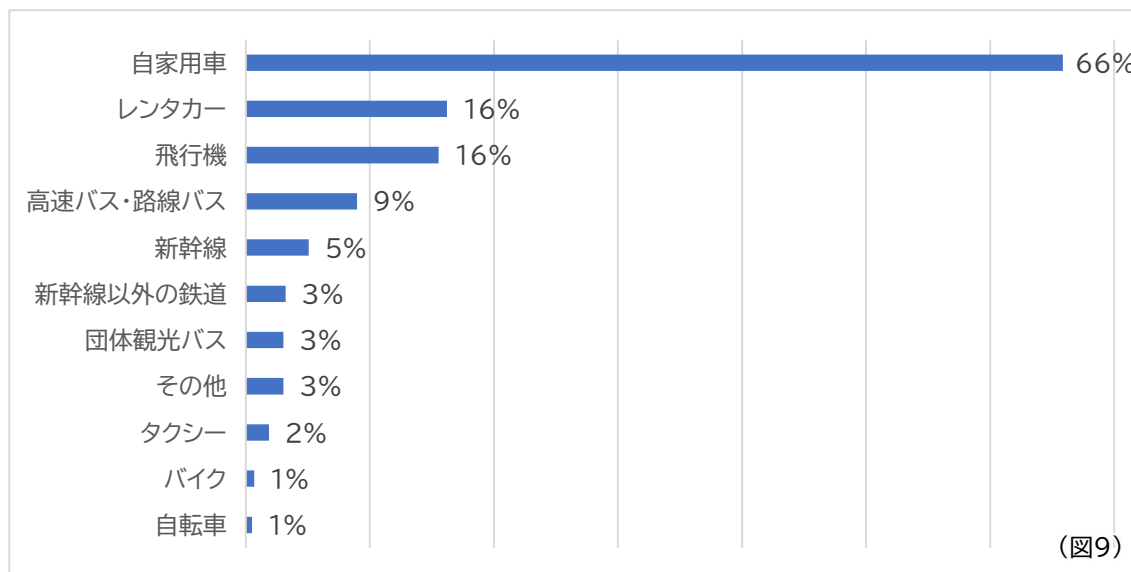
Q8.〔宿泊/日帰り〕

今回の旅行では人吉球磨に宿泊しましたか?(予定も含む)



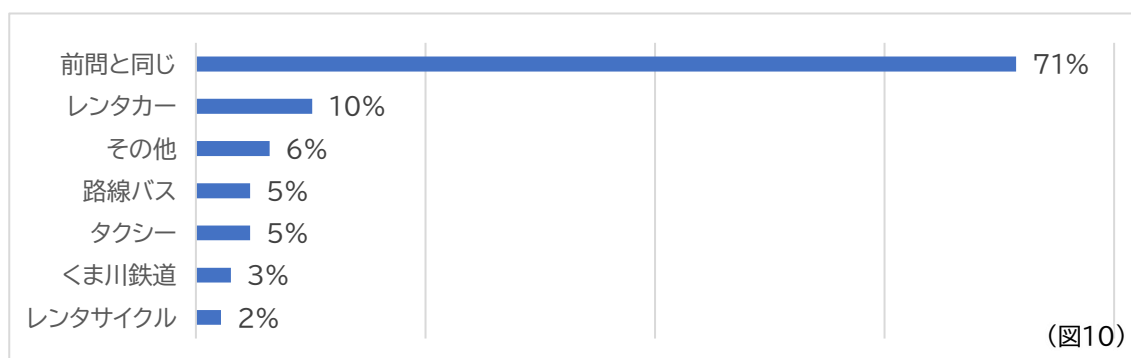
Q9. [交通手段(出発地から)]

今回の旅行で出発地から人吉球磨に来るまでに利用した交通手段を教えてください。(複数選択可)



Q10. [交通手段(人吉球磨内)]

人吉球磨地域内で、別の交通手段を利用した方は教えてください。(複数選択可)



Q11. [消費額]

今回人吉球磨内で支出した一人当たりの金額(予定を含む)を教えてください。

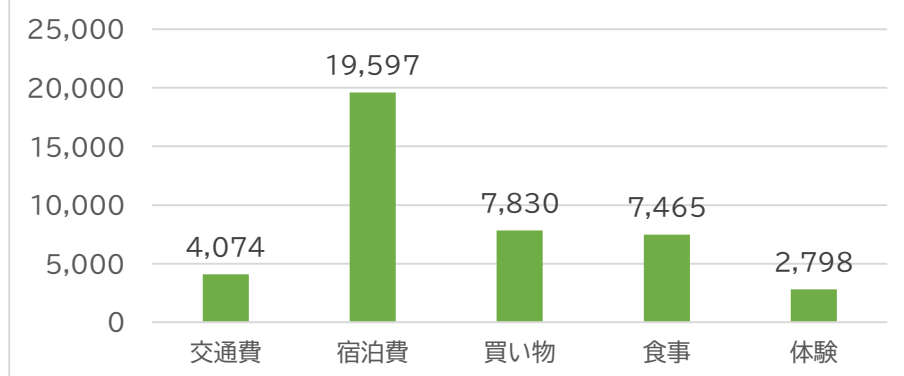
(表2)

宿泊客

(単位：円)

	n	平均	最小値	中央値	最大値
総額	389	41,763	400	30,000	650,000
交通費	182	4,074	200	5,000	100,000
宿泊費	363	19,597	130	15,000	500,000
買い物	364	7,830	500	5,000	100,000
食事	351	7,465	300	5,000	80,000
体験	138	2,798	10	3,250	50,000

宿泊客消費額 平均 (単位:円) (図11)



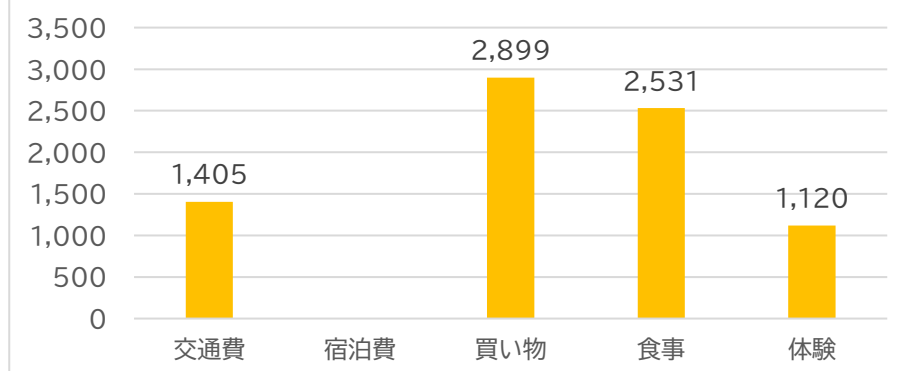
(表3)

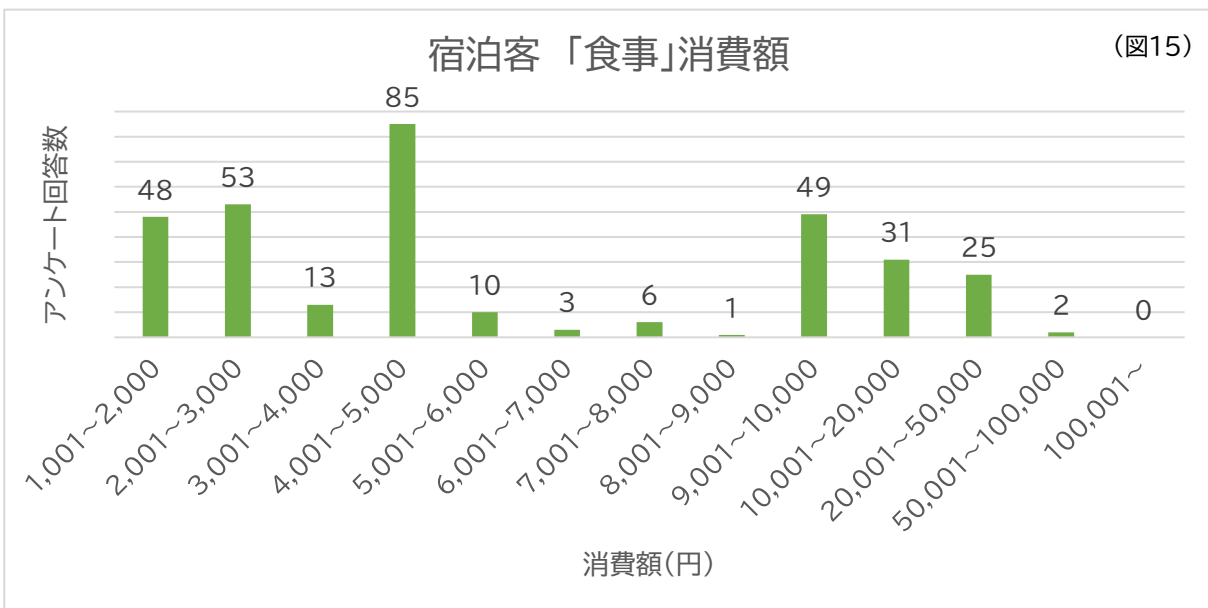
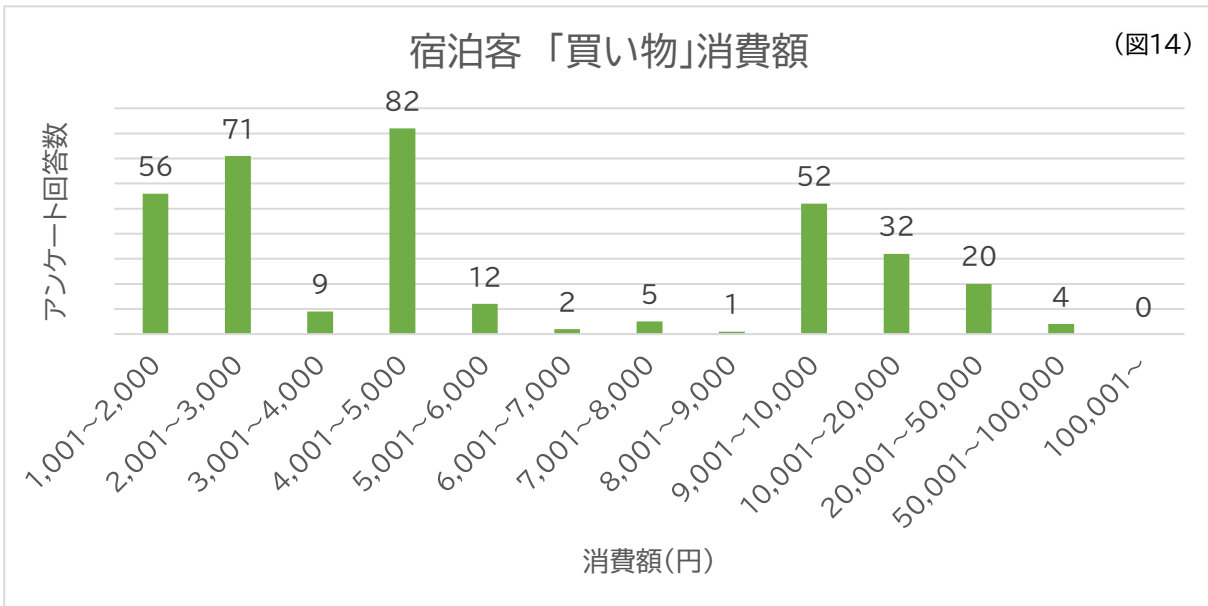
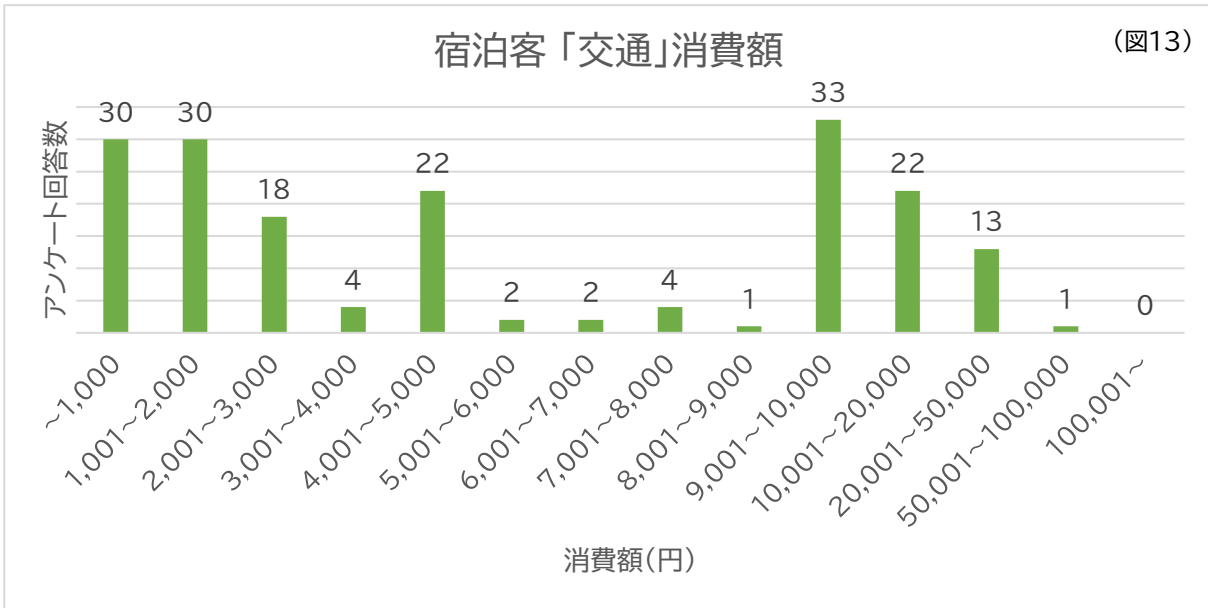
日帰り客

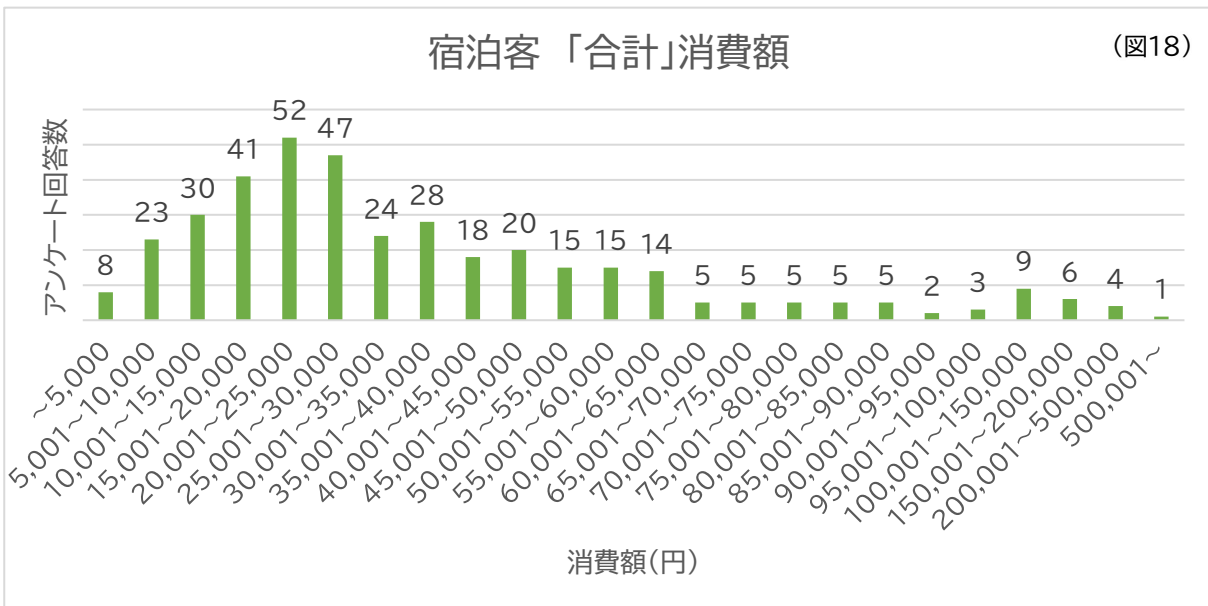
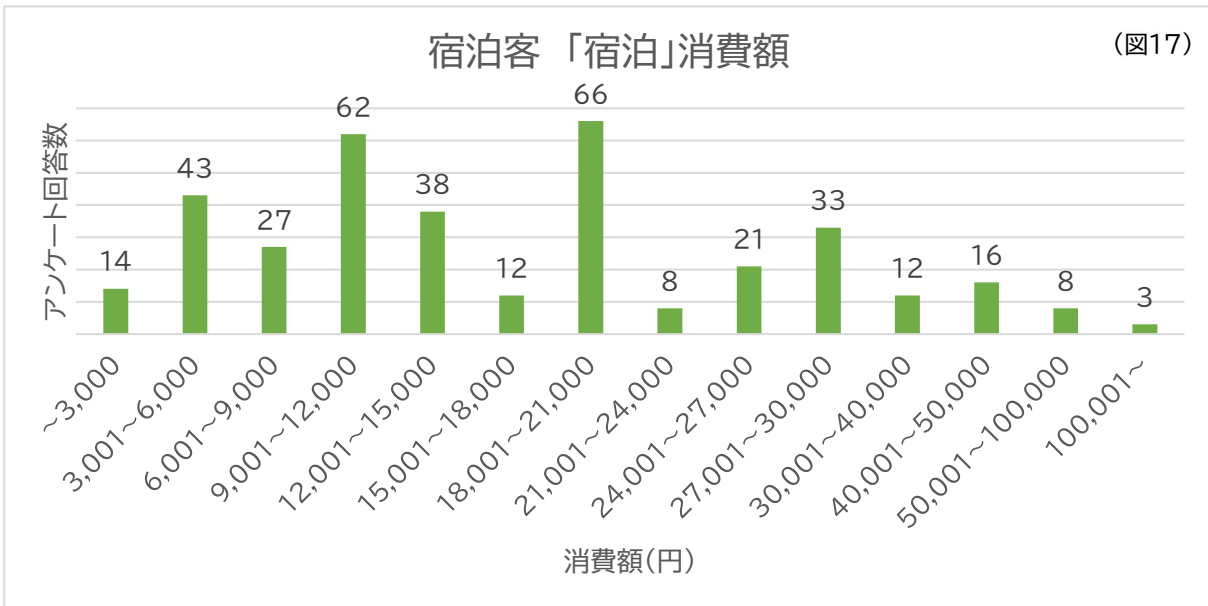
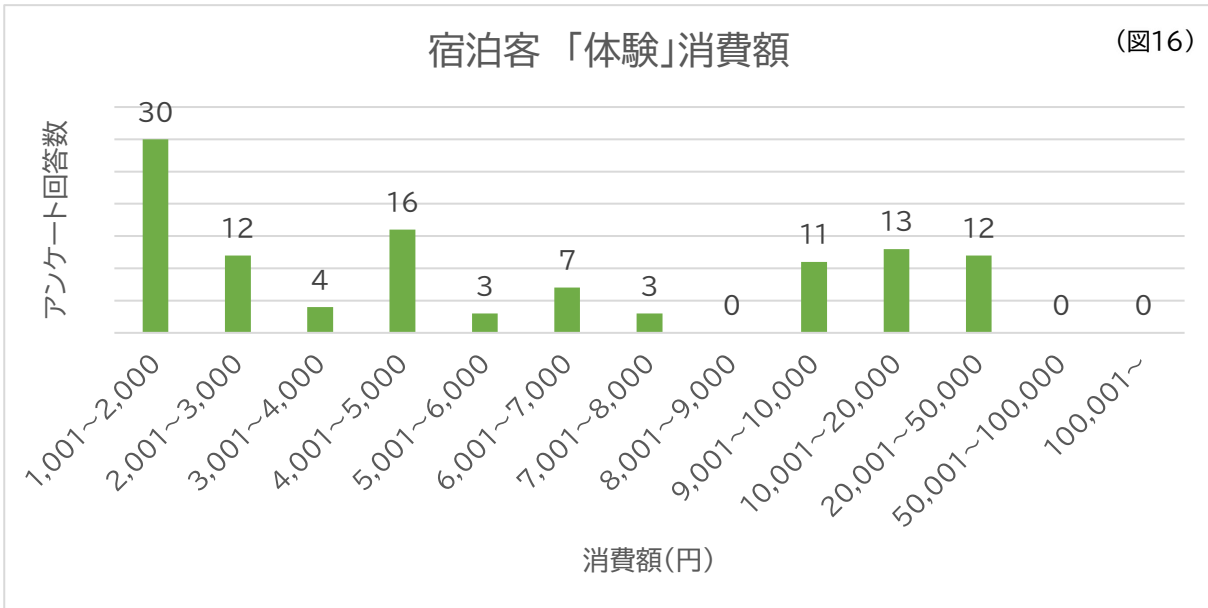
(単位：円)

	n	平均	最小値	中央値	最大値
総額	203	7,956	170	6,000	45,000
交通費	85	1,405	500	2,000	25,000
宿泊費					
買い物	171	2,899	150	2,500	25,000
食事	163	2,531	200	2,000	20,000
体験	75	1,120	170	2,000	20,000

日帰り客消費額 平均 (単位:円) (図12)

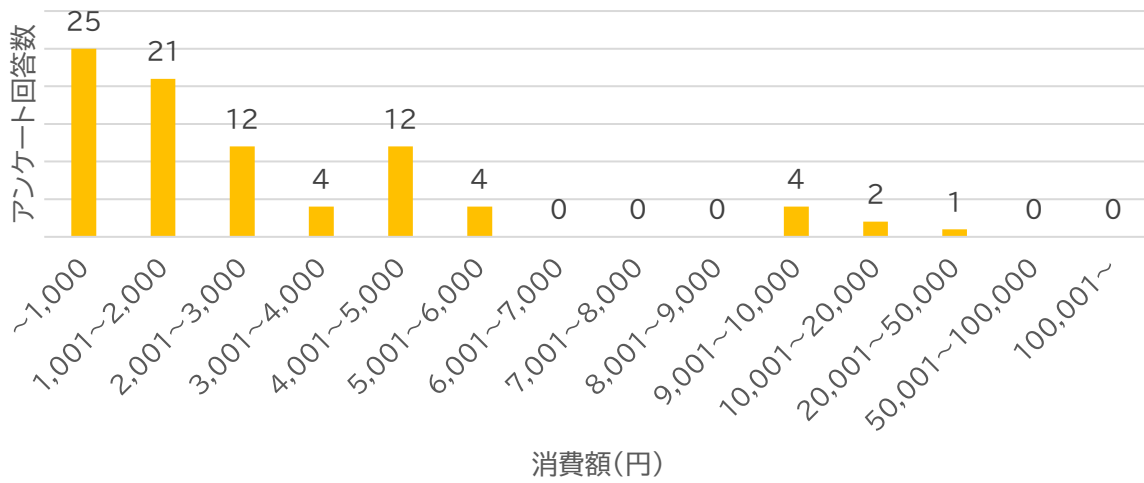






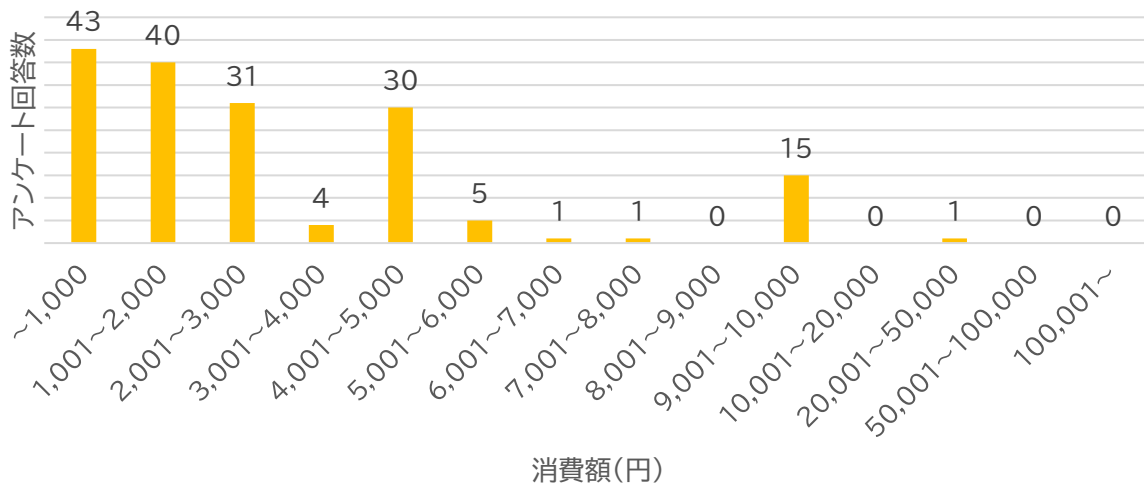
日帰り客「交通」消費額

(図19)



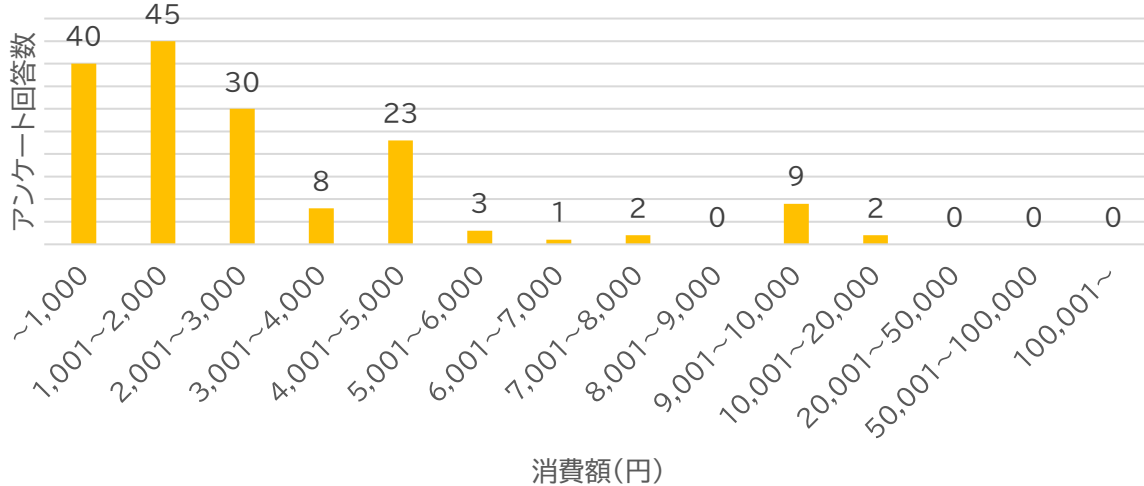
日帰り客「買い物」消費額

(図20)



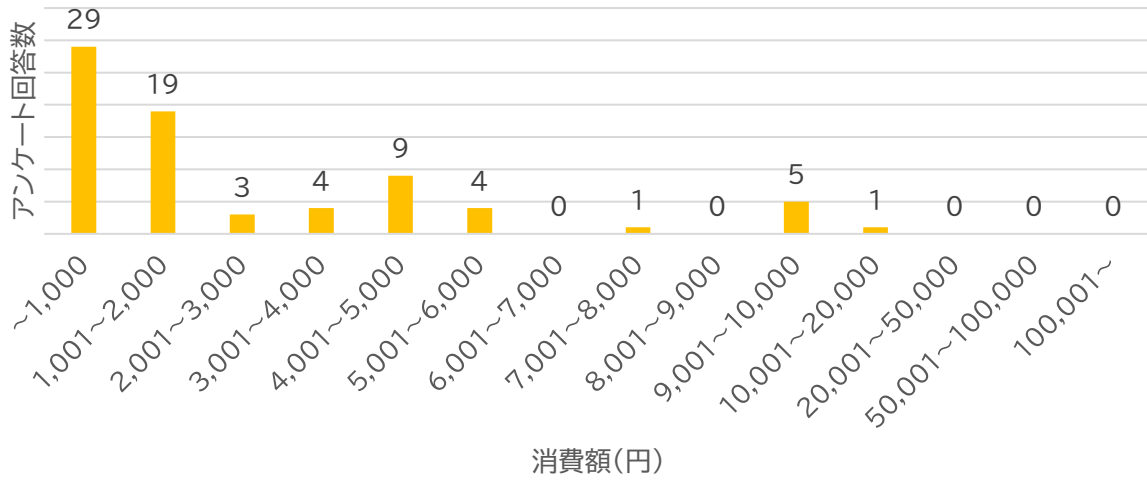
日帰り客「食事」消費額

(図21)



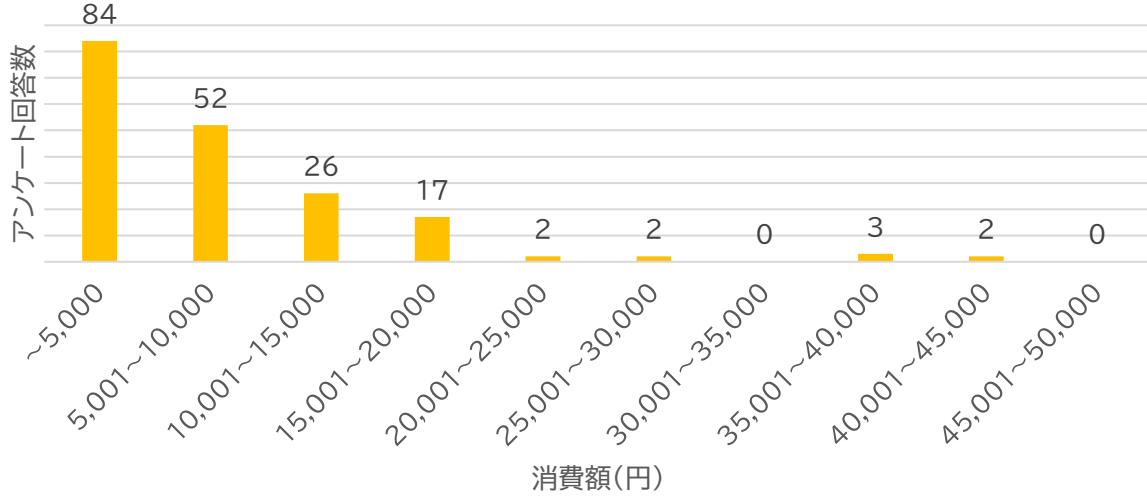
日帰り客「体験」消費額

(図22)



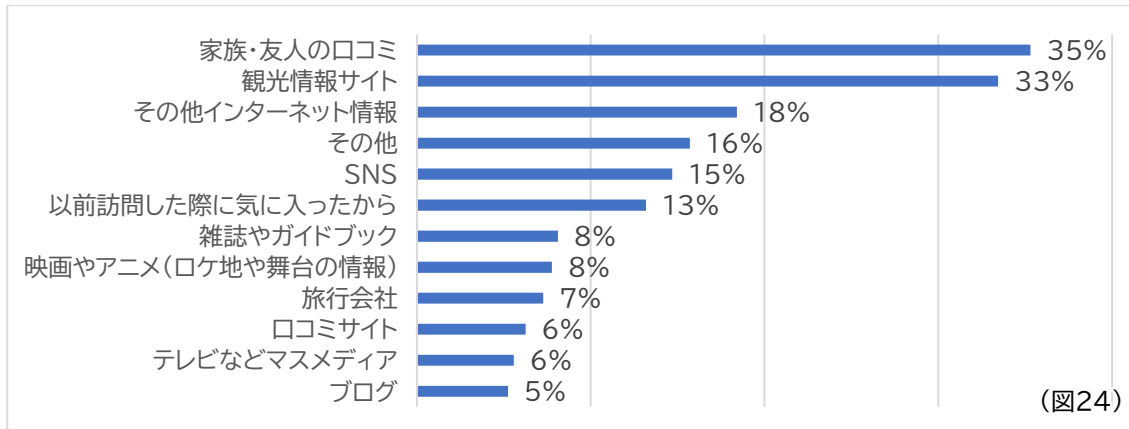
日帰り客「合計」消費額

(図23)



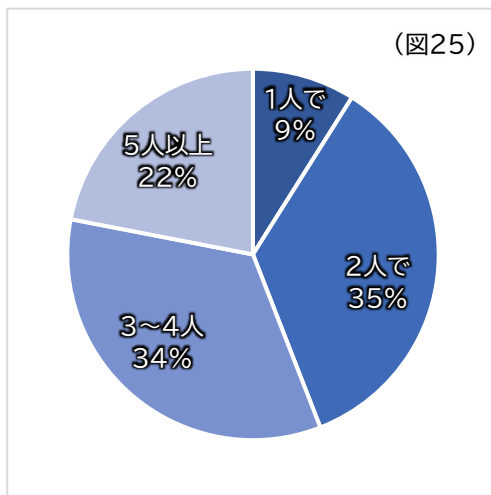
Q12. [情報源]

今回の人吉球磨への旅行のきっかけとなった情報源を教えてください。(複数選択可)



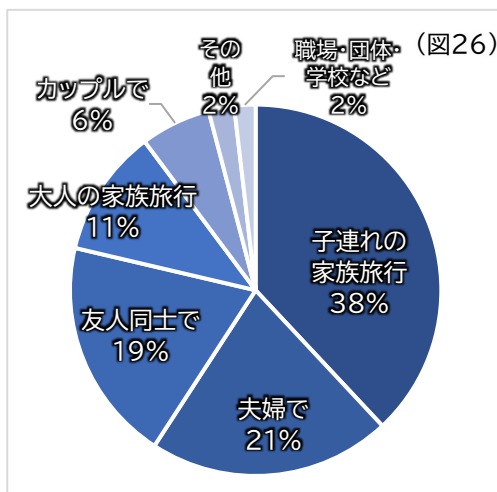
Q13. [人数]

今回の人吉球磨への旅行は何名で来られましたか？



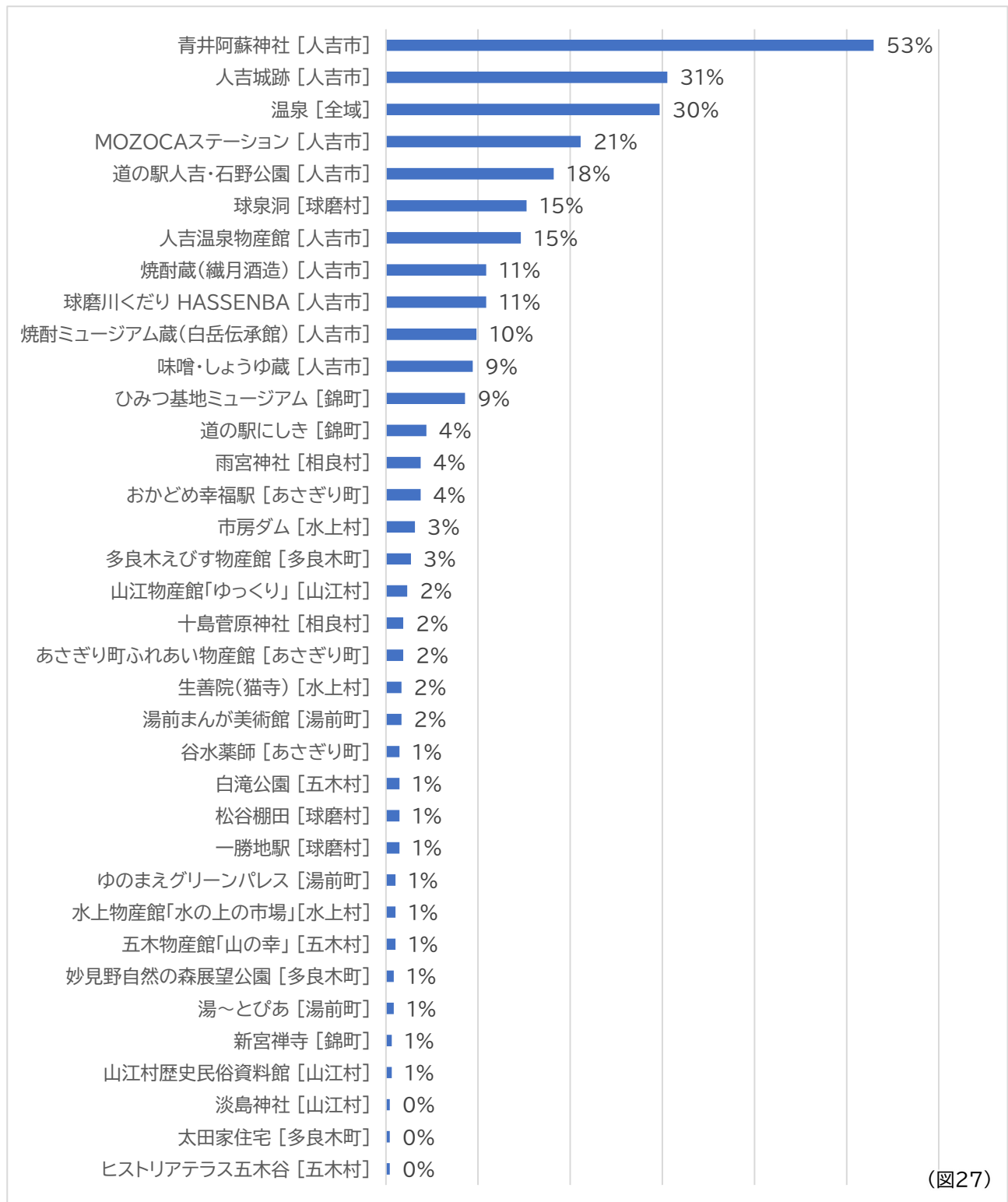
Q14. [同伴者]

前問で「2人で」「3~4人」「5人以上」と答えた方に質問です。今回の人吉球磨への旅行は誰と訪れましたか？(n=539)



Q15. 〔訪れた観光地〕

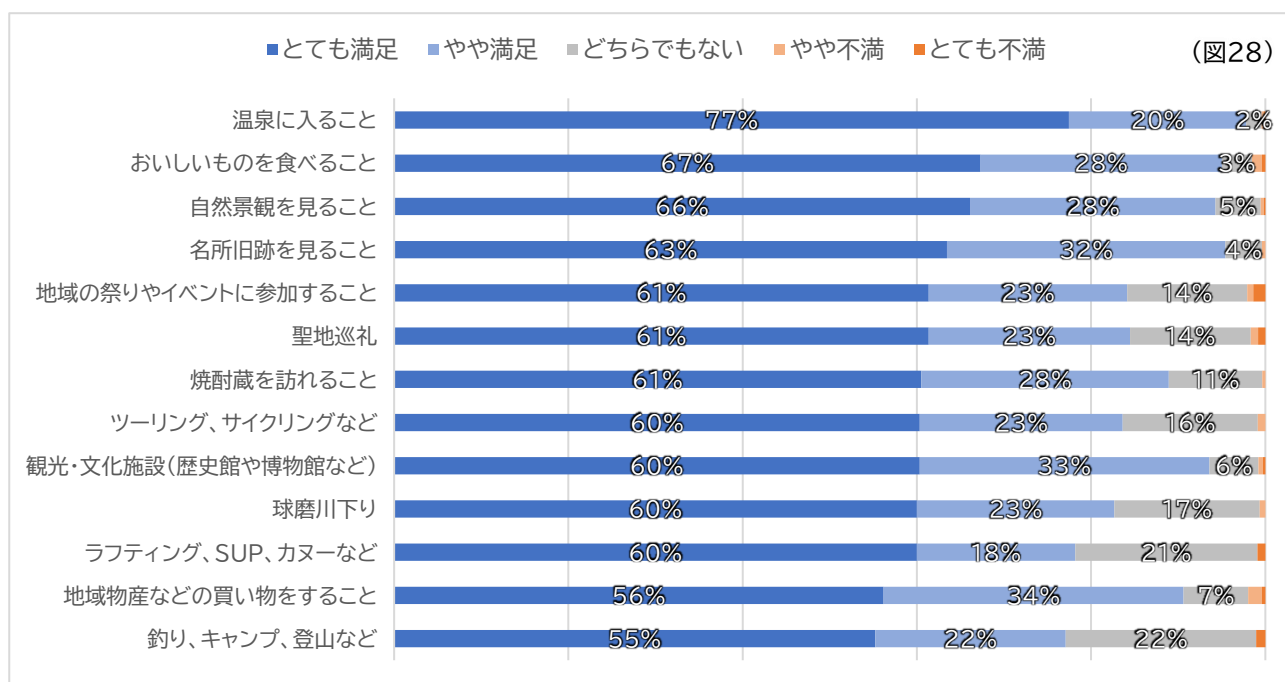
今回人吉球磨で訪れた観光地等(予定を含む)を教えてください。(複数選択可)



(図27)

Q16. [項目別満足度]

以下の各項目について、今回の人吉球磨旅行における満足度を教えてください。体験しなかった項目については「今回は体験しなかった」を選択してください。



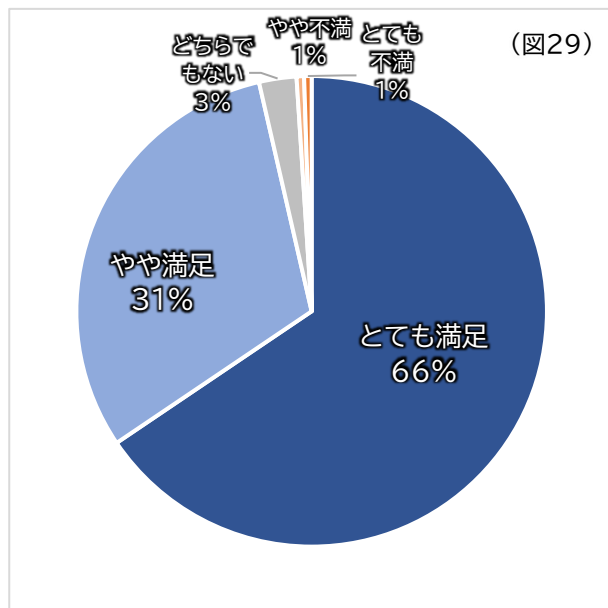
(表4)

	とても満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	とても不満
温泉に入ること	77%	20%	2%	0%	0%
おいしいものを食べること	67%	28%	3%	1%	0%
自然景観を見ること	66%	28%	5%	0%	0%
名所旧跡を見ること	63%	32%	4%	0%	0%
地域の祭りやイベントに参加すること	61%	23%	14%	1%	1%
聖地巡礼	61%	23%	14%	1%	1%
焼酎蔵を訪れること	61%	28%	11%	0%	0%
ツーリング、サイクリングなど	60%	23%	16%	1%	0%
観光・文化施設(歴史館や博物館など)	60%	33%	6%	1%	0%
球磨川下り	60%	23%	17%	1%	0%
ラフティング、SUP、カヌーなど	60%	18%	21%	0%	1%
地域物産などの買い物をする事	56%	34%	7%	2%	0%
釣り、キャンプ、登山など	55%	22%	22%	0%	1%

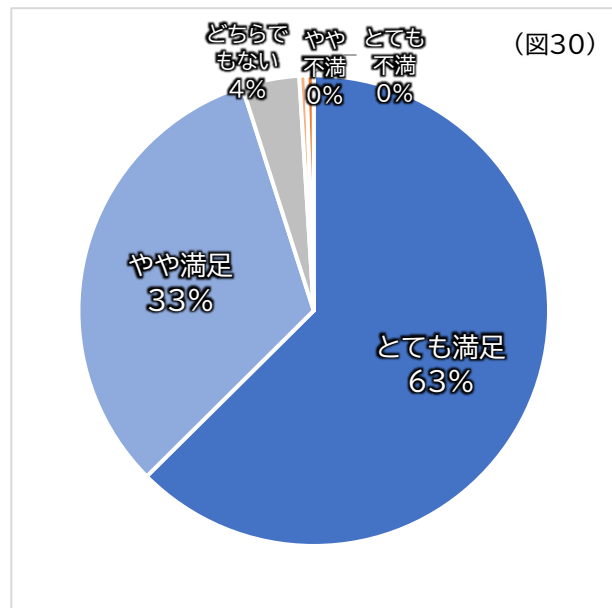
Q17. [総合満足度]

今回の人吉球磨への旅行に対する総合的な満足度を教えてください。

●宿泊客

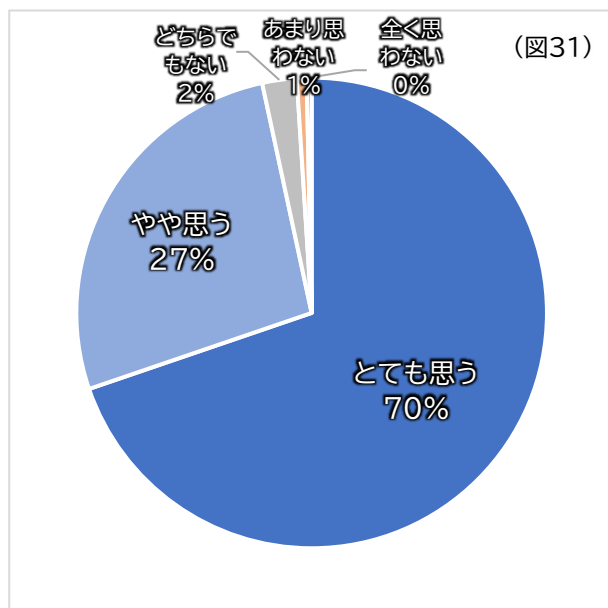


●日帰り客



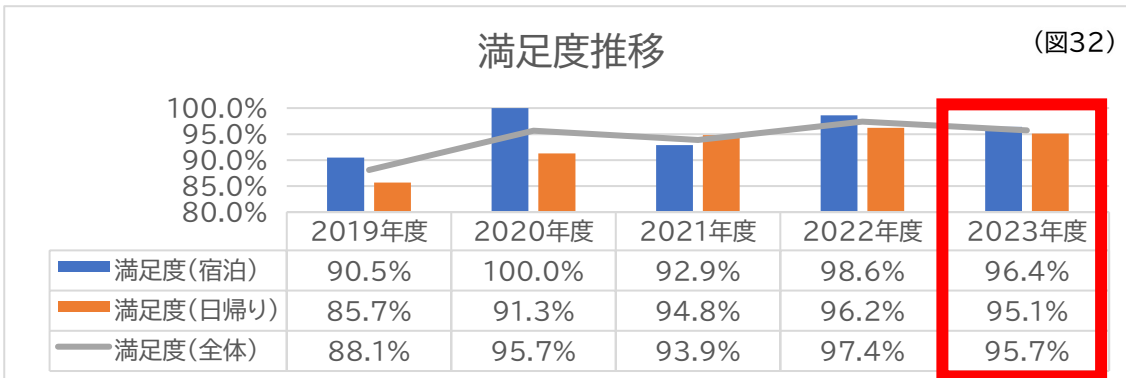
Q18. [再訪希望]

また人吉球磨を訪れたいと思いますか？

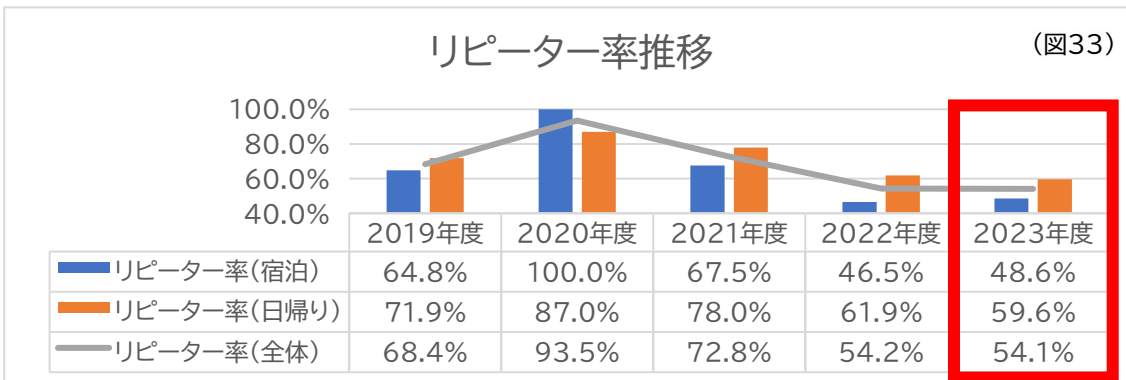


(3) 主要スコア

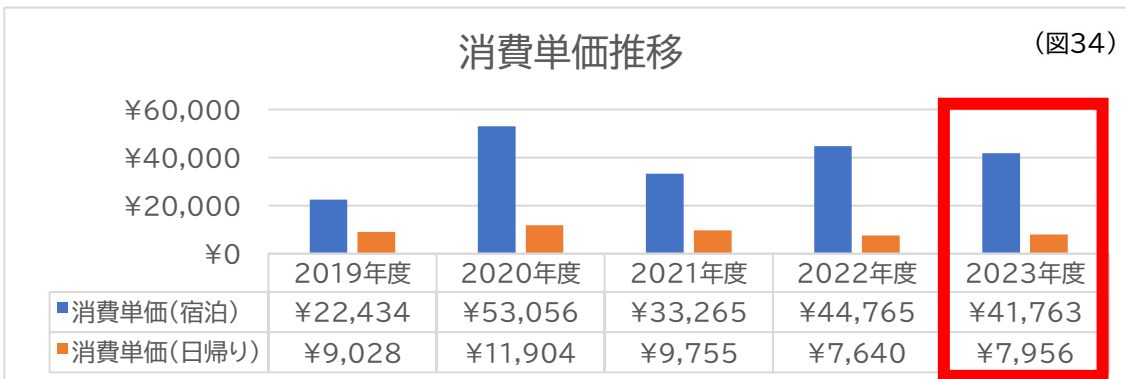
●観光満足度 95.7%(全体) ※Q.17「総合満足度」より算出、「とても満足」「やや満足」の合計値



●リピーター率 54.1%(全体) ※Q.7「訪問回数」より算出、訪問回数「2回目」以上の割合



●消費単価 41,763円(宿泊) 7,956円(日帰り) ※Q.11「消費」より算出、平均値



※2020年度は令和2年7月豪雨の影響によりサンプル数少なく参考値

Ⅲ 来訪者アンケート・分析

来訪者アンケートを基に、誘客ターゲットに沿った分析を行った。

(1) ターゲットエリア／ターゲット層

●国内

ターゲットエリア	ターゲット層
鹿児島県	20～40代女性 シニア夫婦・カップル ファミリー
宮崎県	
熊本市	
福岡県	

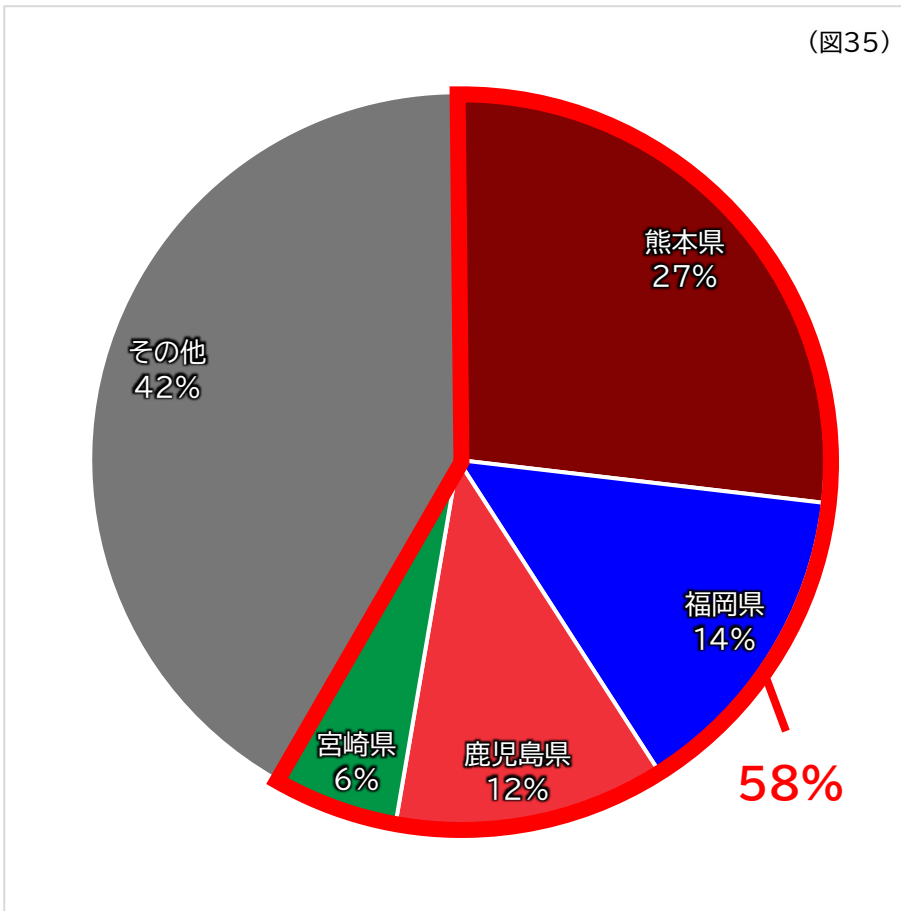
●国外

ターゲットエリア	ターゲット層
台湾	高収入で日本を何度も訪問している層 女性二人組(20-30代) 夫婦(40-50代)
香港	
上海	
韓国	
東南アジア (シンガポール、タイ、マレーシア)	

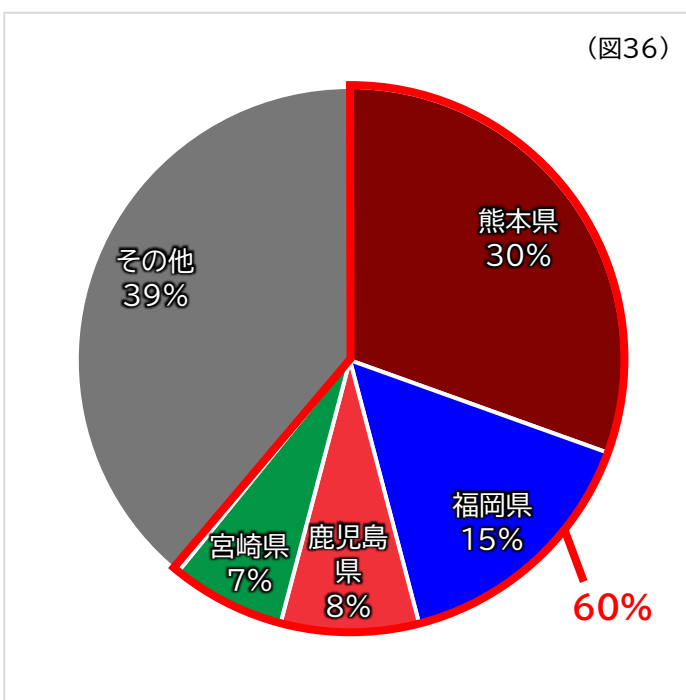
観光地域づくり法人 形成・確立計画より

(2) アンケート回答者におけるターゲットの割合

●ターゲットエリア



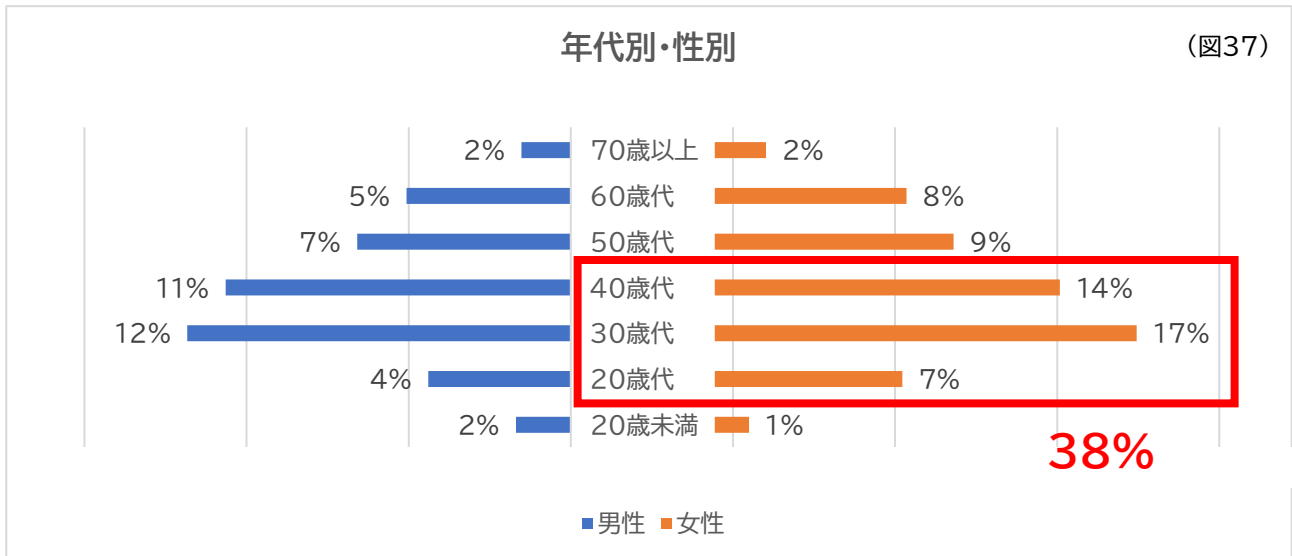
- ・58%がターゲットエリアである熊本県、福岡県、鹿児島県、宮崎県からの来訪。
- ・熊本県が27%で最も多く、次いで福岡県14%、鹿児島県12%、宮崎県 6%となっている。



(参考) 宿泊統計調査

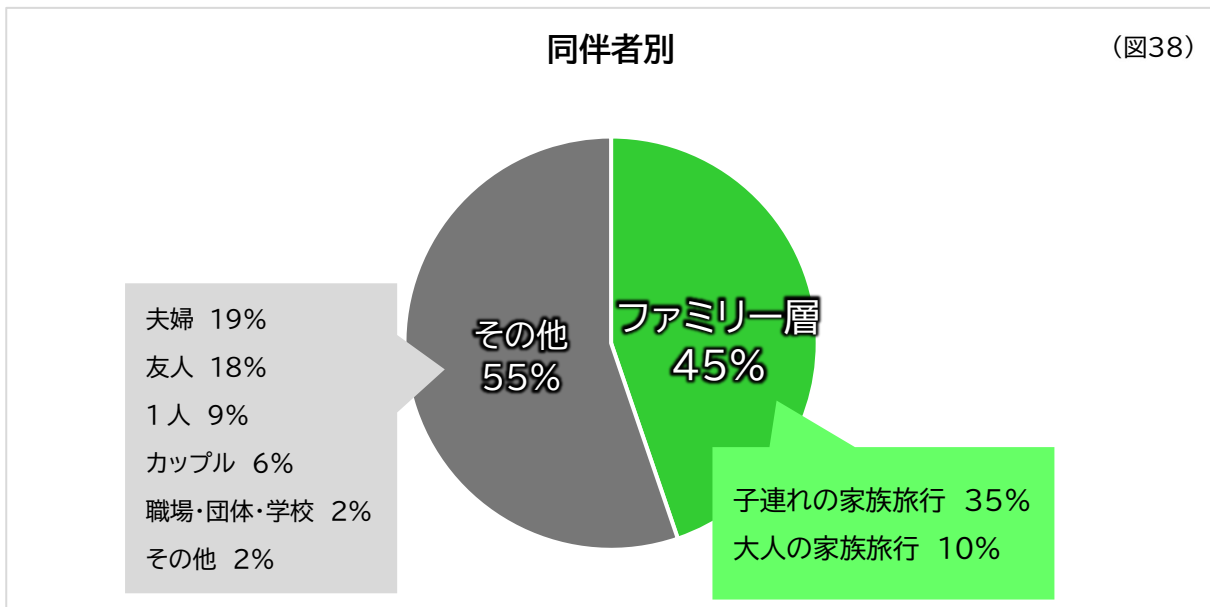
宿泊施設よりご回答いただいた宿泊統計調査(宿泊客住所 n=131,183)の結果からも近似値の結果となっている。

●ターゲット層 20-40代女性



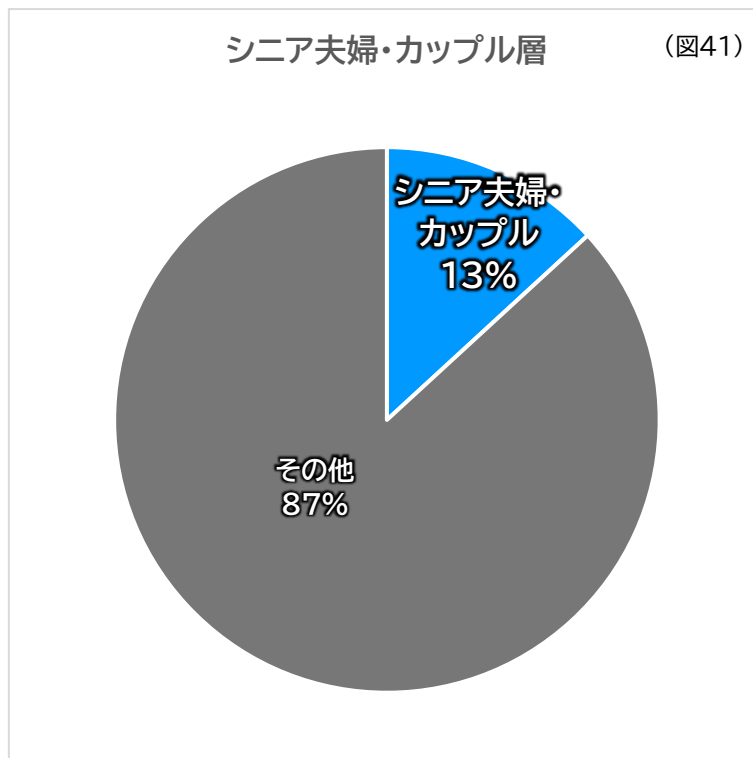
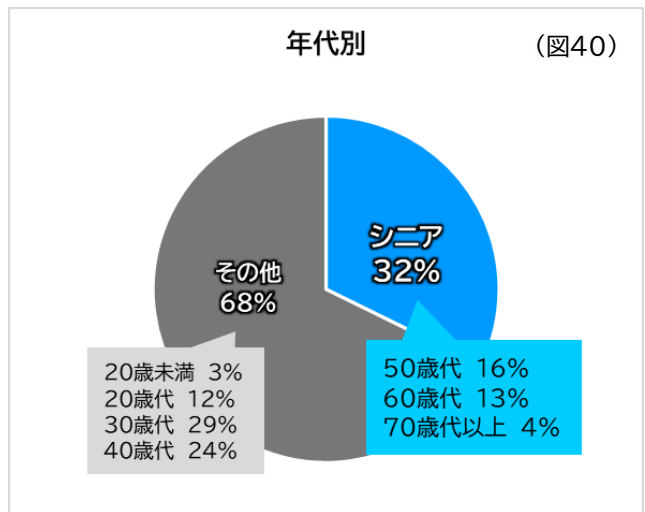
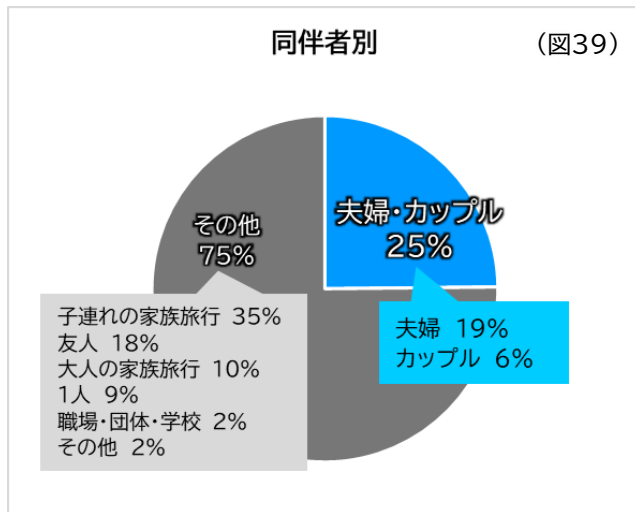
- ・38%が20-40代女性。
- ・性年代別で最も多いのが30代女性で17%、次いで40代女性で14%となっている。
- ・年代別では、20歳代より50歳代、60歳代が多くなっている。

●ターゲット層 ファミリー層



- ・45%がファミリー層で全体の半分近くを占めている。
- ・同行者別(誰と旅行に来たか)では子連れの家族旅行が35%で最多となっている。

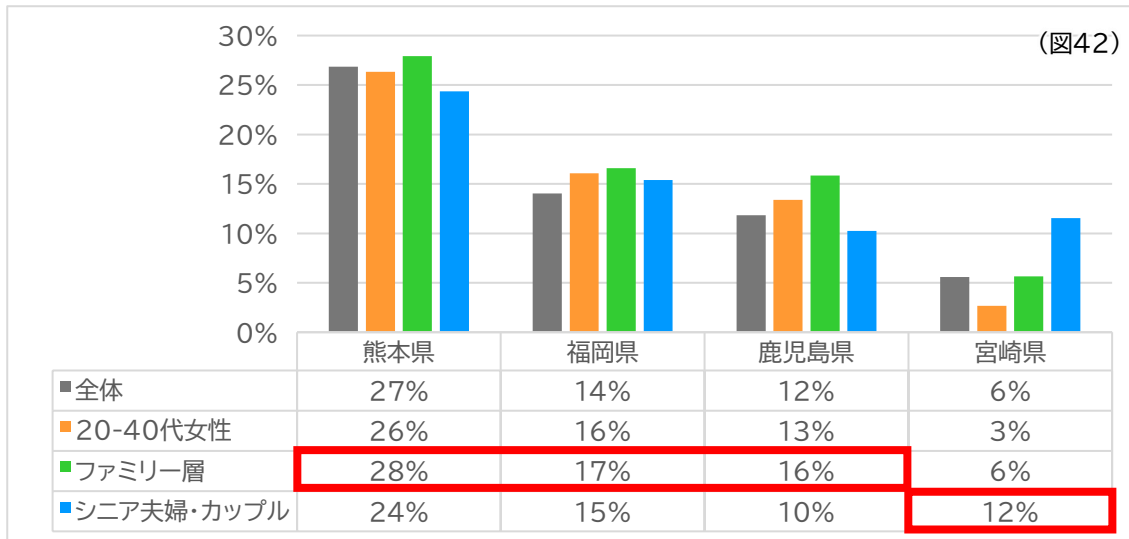
●ターゲット層 シニア夫婦・カップル



・シニア夫婦・カップルは全体の13%。

(3) 分析結果

① ターゲット別 お住まい



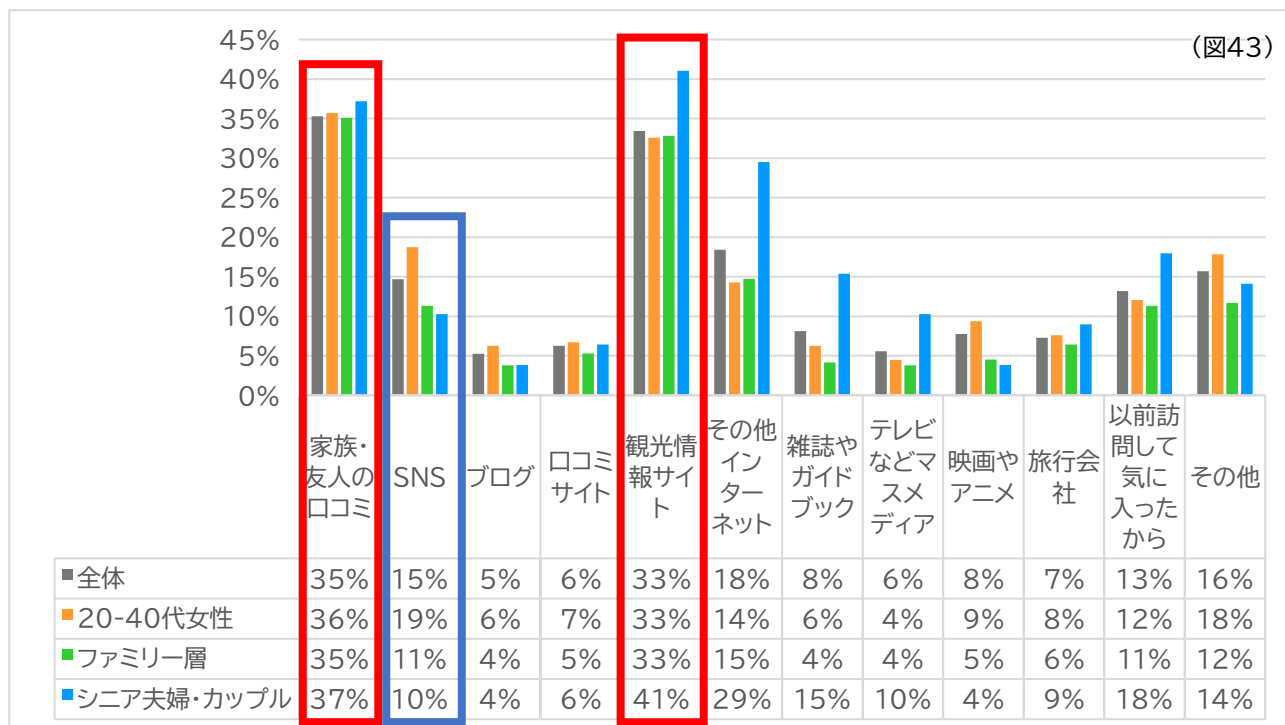
- ・熊本、福岡、鹿児島からの来訪はファミリー層がトップ。
- ・宮崎はシニア夫婦・カップルの割合が多い傾向。

(詳細)

(表5)

●20-40代女性			●ファミリー層			●シニア夫婦・カップル		
	都道府県	比率		都道府県	比率		都道府県	比率
1	熊本県	26.3%	1	熊本県	27.9%	1	熊本県	24.4%
2	福岡県	16.1%	2	福岡県	16.6%	2	福岡県	15.4%
3	鹿児島県	13.4%	3	鹿児島県	15.8%	3	宮崎県	11.5%
4	海外	11.2%	4	海外	6.4%	4	鹿児島県	10.3%
5	東京都	4.9%	5	宮崎県	5.7%	5	兵庫県	6.4%
6	神奈川県	4.0%	6	東京都	4.9%	6	海外	3.8%
6	大阪府	4.0%	7	大阪府	3.8%	6	東京都	3.8%
8	長崎県	3.6%	8	神奈川県	3.4%	6	大阪府	3.8%
9	宮崎県	2.7%	9	長崎県	2.6%	9	神奈川県	2.6%
10	大分県	2.2%	9	佐賀県	2.6%	9	佐賀県	2.6%
			11	千葉県	1.9%	9	愛知県	2.6%
						9	京都府	2.6%
						9	北海道	2.6%

② ターゲット層別 きっかけ情報源



- ・共通で最も多いのは「家族・友人の口コミ」、次いで「観光情報サイト」となっている。
- ・共通して「SNS」の割合が低い傾向。

③ 訪れた場所

(a)20-40 代女性

●20-40 代女性

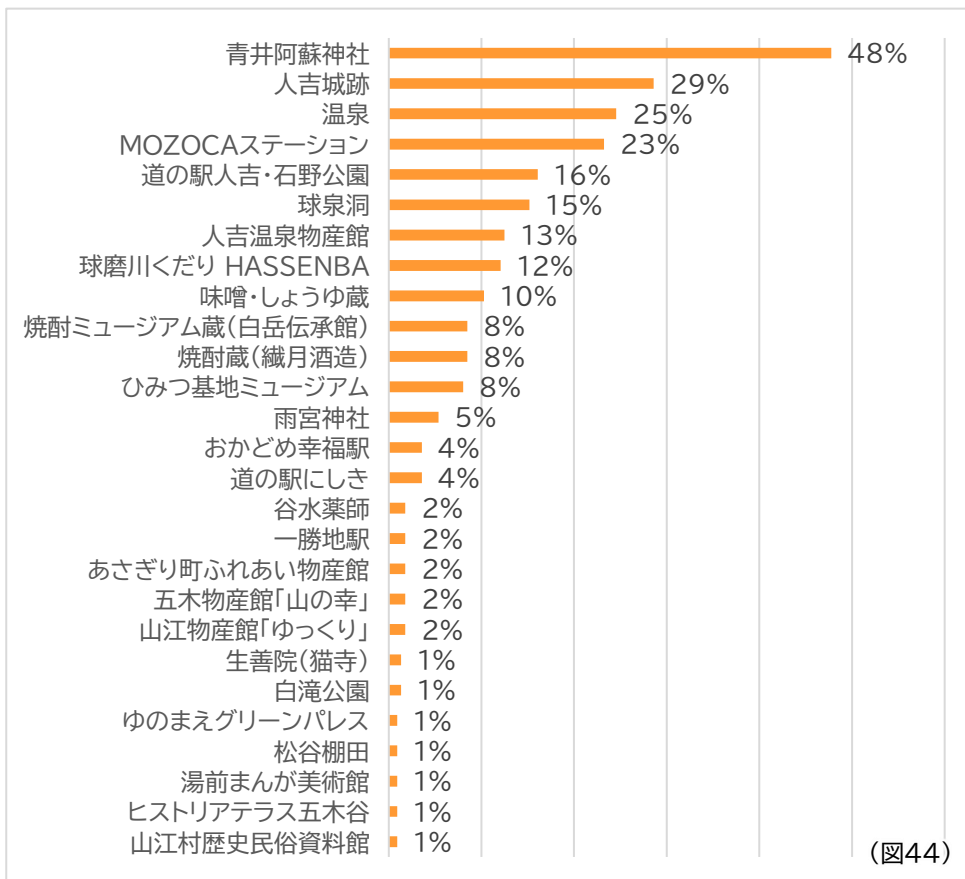
	訪れた観光地	(%)
1位	青井阿蘇神社	47.8%
2位	人吉城跡	28.6%
3位	温泉	24.6%
4位	MOZOCAステーション	23.2%
5位	道の駅人吉・石野公園	16.1%
6位	球泉洞	15.2%
7位	人吉温泉物産館	12.5%
8位	球磨川くだり HASSENBA	12.1%
9位	味噌・しょうゆ蔵	10.3%
10位	焼酎蔵(織月酒造)	8.5%
10位	焼酎ミュージアム蔵(白岳伝承館)	8.5%

●全体

	訪れた観光地	(%)
1位	青井阿蘇神社	55.7%
2位	人吉城跡	33.8%
3位	温泉	28.2%
4位	MOZOCAステーション	18.2%
5位	道の駅人吉・石野公園	16.4%
6位	人吉温泉物産館	14.7%
7位	球泉洞	13.5%
8位	焼酎蔵(織月酒造)	12.3%
9位	味噌・しょうゆ蔵	10.0%
10位	焼酎ミュージアム蔵(白岳伝承館)	9.5%

- ・全体傾向と上位1～5位は同じで、青井阿蘇神社、人吉城跡や温泉が上位にある。
- ・球磨川くだり HASSENBA を多く訪れる傾向にある。

(参考)20-40 代女性の主な訪れた場所



(b)ファミリー層

●ファミリー層

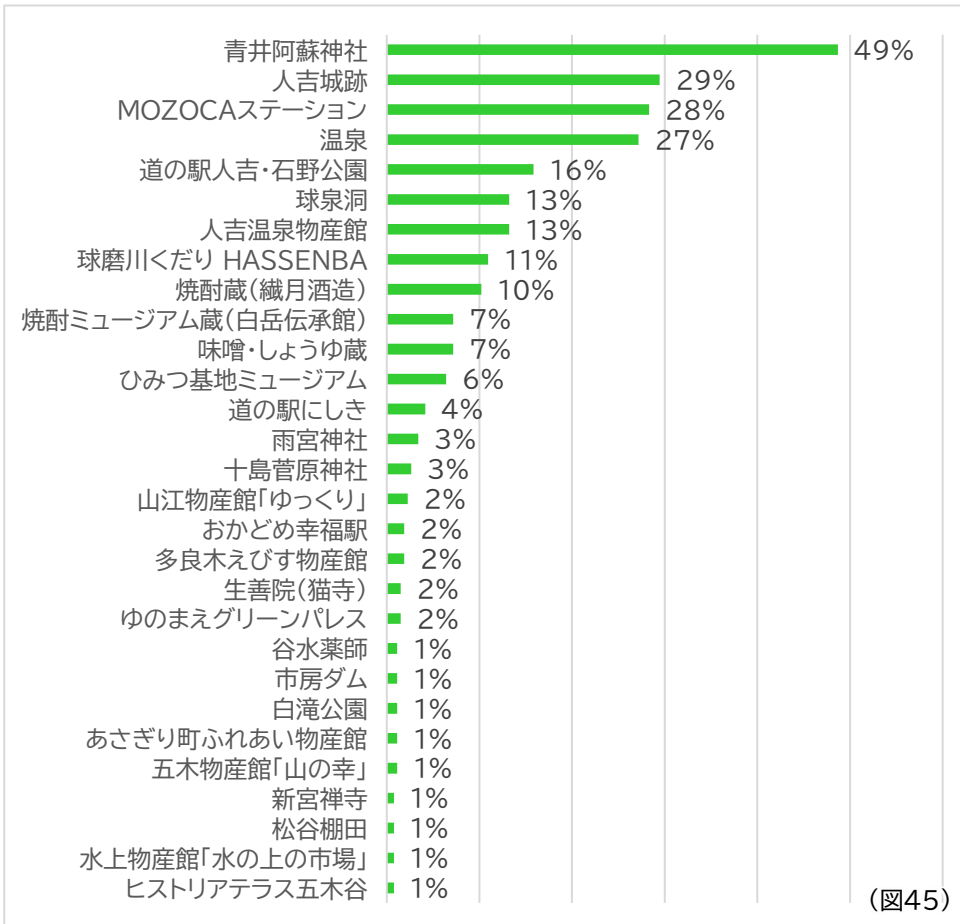
	訪れた観光地	(%)
1位	青井阿蘇神社	48.7%
2位	人吉城跡	29.4%
3位	MOZOCAステーション	28.3%
4位	温泉	27.2%
5位	道の駅人吉・石野公園	15.8%
6位	人吉温泉物産館	13.2%
7位	球泉洞	13.2%
8位	球磨川くだり HASSENBA	10.9%
9位	焼酎蔵(織月酒造)	10.2%
10位	味噌・しょうゆ蔵	7.2%
10位	焼酎ミュージアム蔵(白岳伝承館)	7.2%

●全体

	訪れた観光地	(%)
1位	青井阿蘇神社	55.7%
2位	人吉城跡	33.8%
3位	温泉	28.2%
4位	MOZOCAステーション	18.2%
5位	道の駅人吉・石野公園	16.4%
6位	人吉温泉物産館	14.7%
7位	球泉洞	13.5%
8位	焼酎蔵(織月酒造)	12.3%
9位	味噌・しょうゆ蔵	10.0%
10位	焼酎ミュージアム蔵(白岳伝承館)	9.5%

- ・全体傾向と同じく、名所旧跡(青井阿蘇神社、人吉城跡)や、温泉が上位にある。
- ・MOZOCAステーション、球磨川くだり HASSENBA といった観光名所を多く訪れる傾向にある。

(参考)ファミリー層の主に訪れた場所



(c)シニア夫婦・カップル

●シニア夫婦・カップル

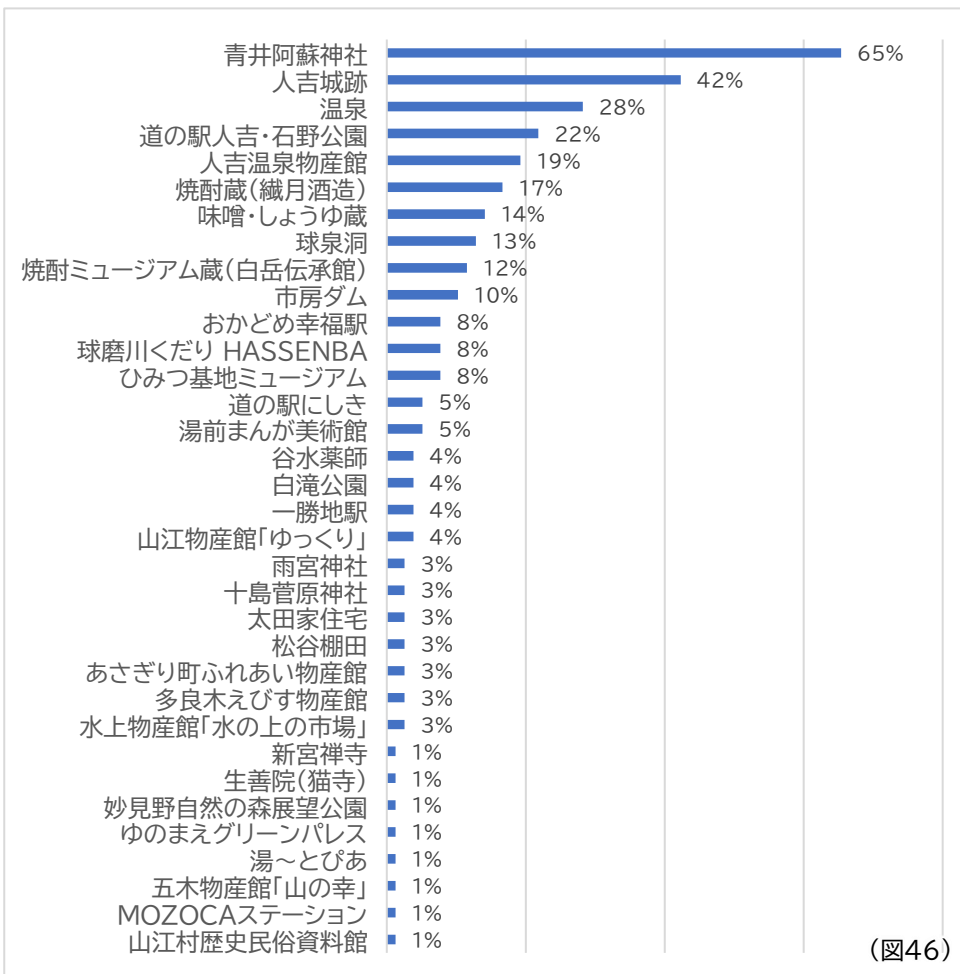
	訪れた観光地	(%)
1位	青井阿蘇神社	65.4%
2位	人吉城跡	42.3%
3位	温泉	28.2%
4位	道の駅人吉・石野公園	21.8%
5位	人吉温泉物産館	19.2%
7位	焼酎蔵(織月酒造)	16.7%
8位	味噌・しょうゆ蔵	14.1%
9位	球泉洞	12.8%
9位	焼酎ミュージアム蔵(白岳伝承館)	11.5%
10位	市房ダム	10.3%

●全体

	訪れた観光地	(%)
1位	青井阿蘇神社	55.7%
2位	人吉城跡	33.8%
3位	温泉	28.2%
4位	MOZOCAステーション	18.2%
5位	道の駅人吉・石野公園	16.4%
6位	人吉温泉物産館	14.7%
7位	球泉洞	13.5%
8位	焼酎蔵(織月酒造)	12.3%
9位	味噌・しょうゆ蔵	10.0%
10位	焼酎ミュージアム蔵(白岳伝承館)	9.5%

- ・全体傾向と同じく、青井阿蘇神社、人吉城跡、温泉が3位までを占める。
- ・石野公園や、蔵巡りにより多くの方が訪れる傾向にある。
- ・全体の2割以上が訪れる MOZOCA ステーションへはほぼ来訪はない(圏外で 1.5%)が、市房ダムへは多く来訪いただけている。

(参考)シニア夫婦・カップルの主な訪れた場所



※(参考) 性・年代別 行ってみたい旅行タイプ

JTBF『旅行年報 2023』参照

●男性

男性20代

		2023年
1位	グルメ	47.8
2位	テーマパーク	39.1
3位	歴史・文化観光	36.2
4位	自然観光	34.8
	温泉旅行	34.8
6位	都市観光	33.3
7位	海浜リゾート	31.9
8位	海水浴	20.3
9位	スキー・スノーボード	17.4
	スポーツ観戦	17.4

男性30代

		2023年
1位	グルメ	44.6
2位	自然観光	39.8
3位	温泉旅行	38.6
4位	テーマパーク	32.5
5位	海浜リゾート	31.3
6位	都市観光	28.9
7位	歴史・文化観光	24.1
8位	動物園・水族館	21.7
9位	離島観光	18.1
10位	海水浴	16.9
	和風旅館	16.9

男性40代

		2023年
1位	温泉旅行	45.7
	テーマパーク	45.7
3位	グルメ	40.9
4位	自然観光	39.4
5位	海浜リゾート	37.0
6位	歴史・文化観光	32.3
7位	都市観光	30.7
8位	離島観光	18.9
9位	世界遺産巡り	18.1
	リゾートホテル	18.1

男性50代

		2023年
1位	温泉旅行	50.4
2位	自然観光	46.3
3位	グルメ	43.8
4位	歴史・文化観光	40.5
5位	都市観光	32.2
6位	海浜リゾート	28.1
7位	テーマパーク	26.4
8位	離島観光	21.5
	ロングステイ	21.5
10位	リゾートホテル	19.8

男性60代

		2023年
1位	自然観光	55.2
2位	温泉旅行	52.1
3位	歴史・文化観光	39.6
4位	グルメ	37.5
5位	海浜リゾート	29.2
6位	離島観光	25.0
7位	世界遺産巡り	24.0
8位	都市観光	20.8
9位	テーマパーク	16.7
	和風旅館	16.7

男性70代

		2023年
1位	温泉旅行	51.7
2位	自然観光	50.8
3位	歴史・文化観光	45.8
4位	グルメ	31.7
5位	世界遺産巡り	21.7
6位	離島観光	20.8
7位	和風旅館	20.0
	町並み散策	20.0
9位	観光列車旅行	17.5
10位	都市観光	13.3
	高原リゾート	13.3

・男性は、どの年代でも「グルメ」、「温泉旅行」、「自然観光」の人気が高く、上位 5 位以内に挙がっている。

・20 代と 50 代以上では、これらに加え、「歴史・文化観光」が上位にある。

※(参考) 性・年代別 行ってみたい旅行タイプ

JTBF『旅行年報 2023』参照

●女性

女性20代

		2023年
1位	テーマパーク	60.5
2位	グルメ	58.1
3位	都市観光	41.9
4位	温泉旅行	38.4
5位	海浜リゾート	36.0
6位	歴史・文化観光	33.7
7位	ショッピング	32.6
8位	自然観光	31.4
9位	和風旅館	30.2
10位	おしゃべり旅行	27.9

女性30代

		2023年
1位	テーマパーク	69.8
2位	温泉旅行	51.2
	自然観光	51.2
4位	グルメ	50.0
5位	海浜リゾート	37.2
6位	歴史・文化観光	34.9
7位	動物園・水族館	27.9
8位	和風旅館	25.6
9位	都市観光	24.4
10位	おしゃべり旅行	23.3
	高原リゾート	23.3

女性40代

		2023年
1位	グルメ	51.3
2位	温泉旅行	50.4
3位	テーマパーク	49.6
4位	自然観光	47.8
5位	歴史・文化観光	45.1
6位	海浜リゾート	38.1
7位	動物園・水族館	26.5
8位	都市観光	25.7
9位	町並み散策	24.8
	世界遺産巡り	24.8

女性50代

		2023年
1位	自然観光	49.5
2位	グルメ	48.6
3位	温泉旅行	45.0
4位	歴史・文化観光	44.0
5位	テーマパーク	36.7
6位	世界遺産巡り	28.4
7位	海浜リゾート	27.5
	リゾートホテル	27.5
9位	都市観光	26.6
	ショッピング	23.9
10位	おしゃべり旅行	23.9

女性60代

		2023年
1位	温泉旅行	54.5
2位	自然観光	52.7
3位	歴史・文化観光	48.2
4位	グルメ	37.3
5位	世界遺産巡り	30.0
	町並み散策	30.0
7位	テーマパーク	25.5
8位	海浜リゾート	24.5
9位	離島観光	23.6
10位	おしゃべり旅行	22.7
	動物園・水族館	22.7

女性70代

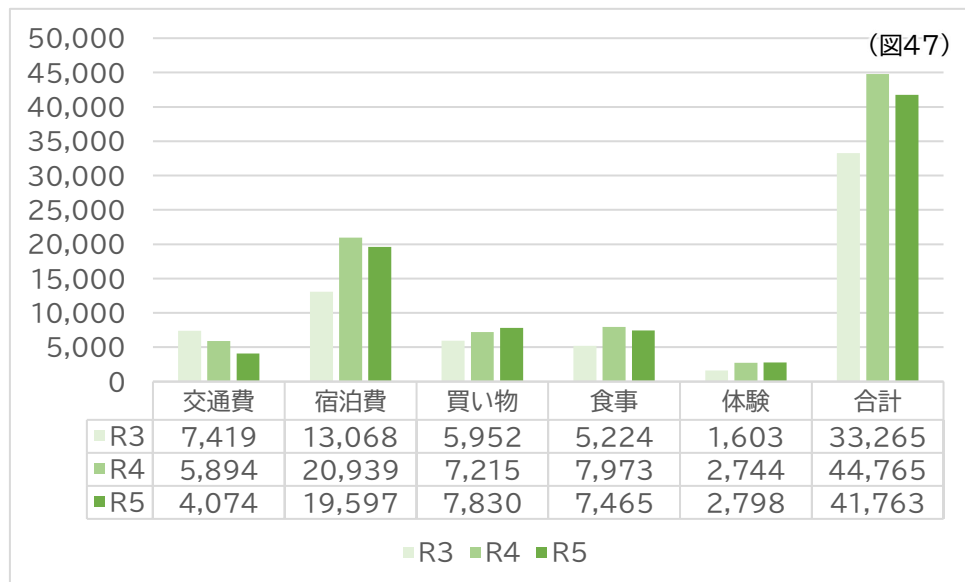
		2023年
1位	温泉旅行	60.5
2位	自然観光	53.2
3位	歴史・文化観光	40.3
4位	グルメ	38.7
5位	町並み散策	35.5
6位	花の名所巡り	33.1
7位	おしゃべり旅行	29.0
8位	和風旅館	23.4
	観光列車旅行	23.4
10位	離島観光	21.8

・女性では、20代から40代において「テーマパーク」、「グルメ」の人气が高く、回答者全体の4割以上が行ってみたいと回答している。これらの旅行タイプの順位は年代が上がるにつれて低くなり、「温泉旅行」の人气が高くなる。

④ 消費額

(a) 宿泊客

●R3-5 推移

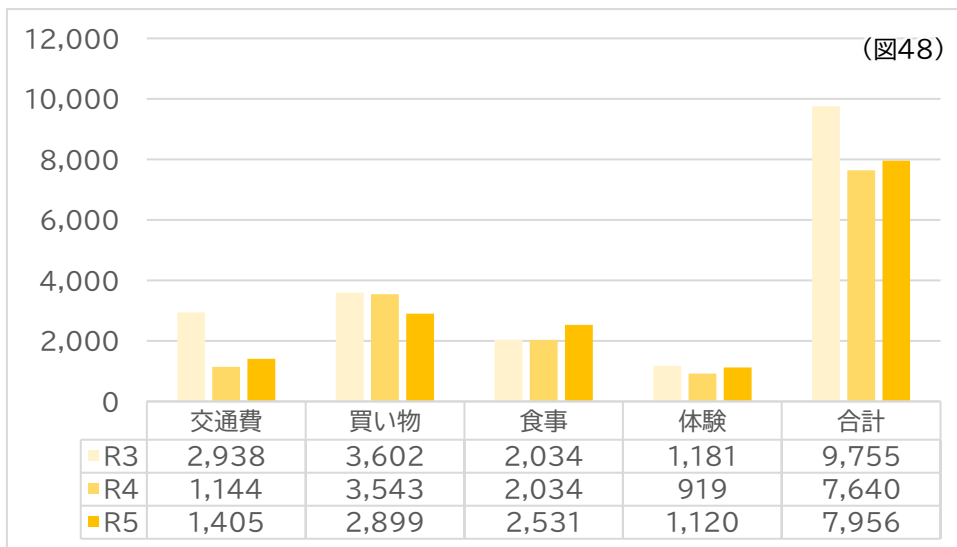


・宿泊費を筆頭に食事、買い物が増加傾向にあるが、交通費が減少し、体験は伸び悩んでいる。

・交通費については、R3 まで「仕事」での来訪者をアンケート回答に含めていた為(R4 より除外)、レンタカー費用の差分が影響していると推測する。

(b) 日帰り客

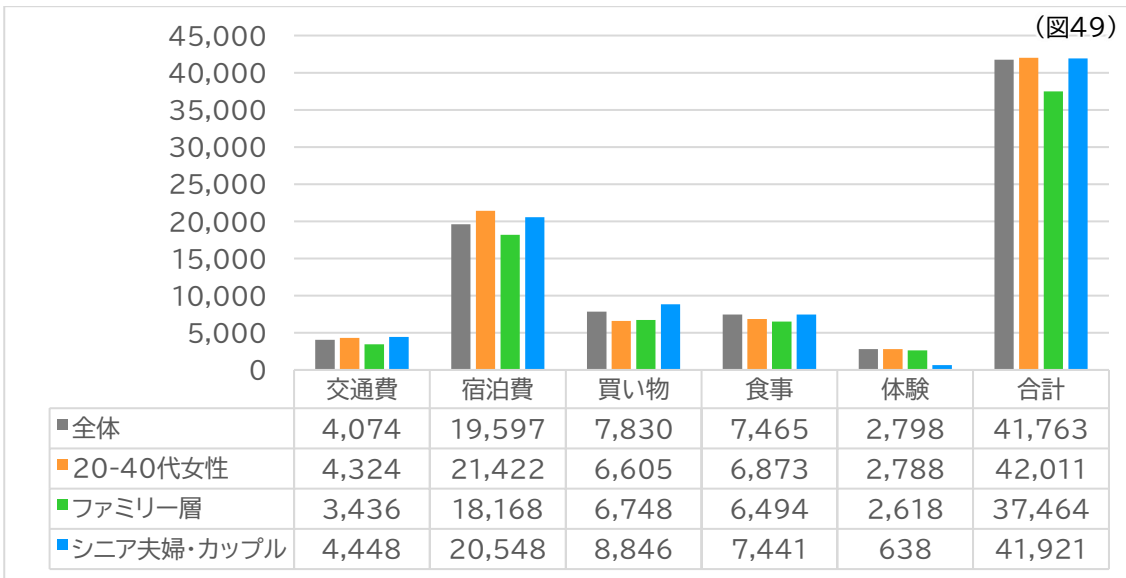
●R3-5 推移



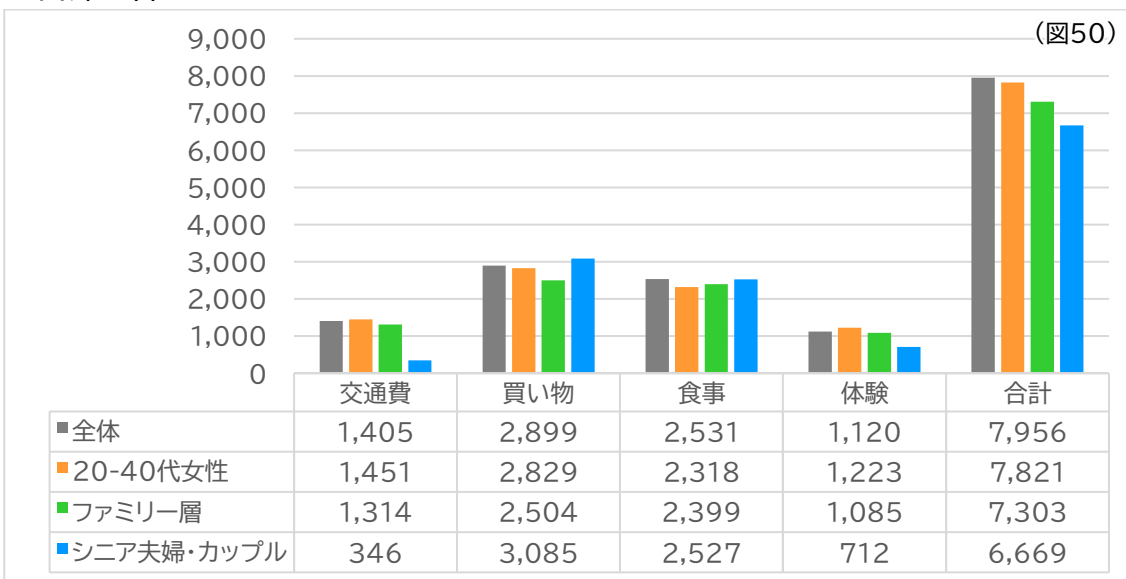
- ・「買い物」の消費単価が減少、「食事」の消費単価は増加、全体としては減少傾向にある。
- ・宿泊客と同様、交通費については、R3まで「仕事」での来訪者をアンケート回答に含めていた為(R4より除外)、レンタカー費用の差分が影響していると推測する。

(c)ターゲット層別

●宿泊客



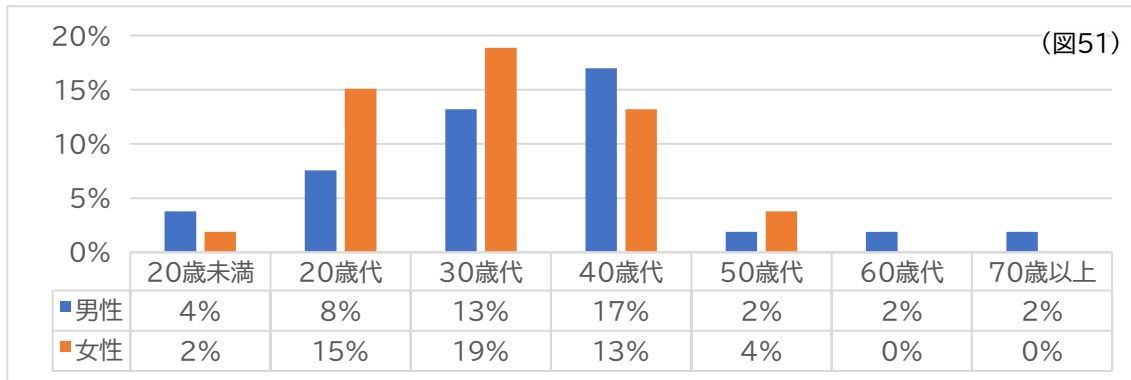
●日帰り客



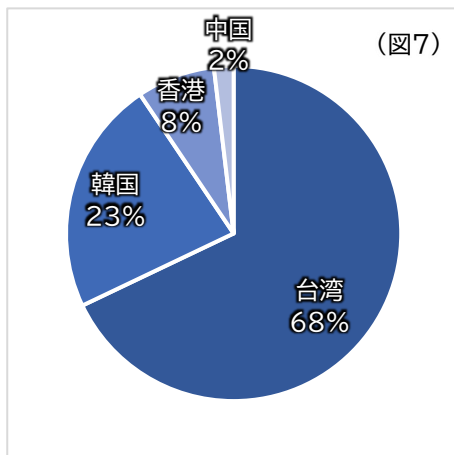
- ・20 -40 代女性は、宿泊・日帰りとも消費額が高く、特に宿泊費が高い傾向となっている。
- ・ファミリー層は来訪者に占める割合は高いものの、消費額は低い。
- ・シニア夫婦・カップルは全体的に高い消費額であるが、体験に関する消費額は低い。

⑤ インバウンド(n=53)

Q2.3 性年代

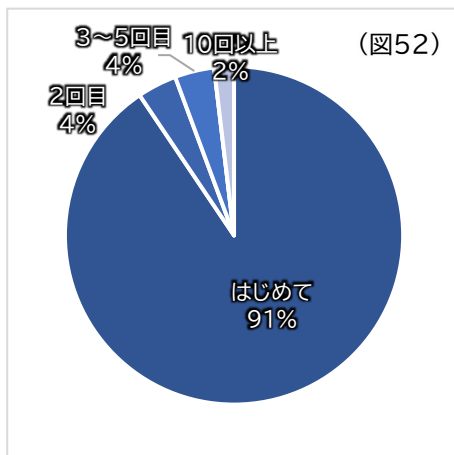


Q5 お住まい ※再掲

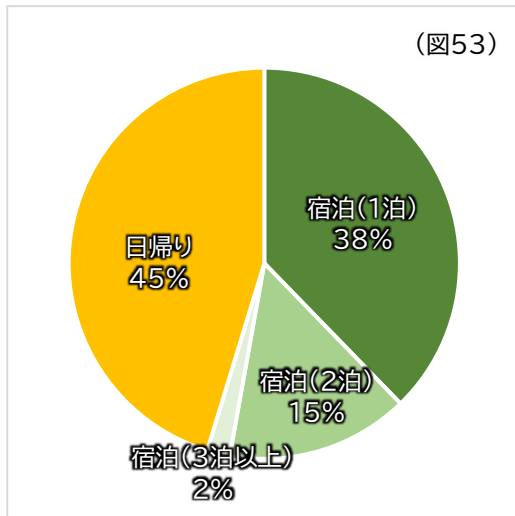


・ターゲットエリアの台湾、韓国で9割を占めている。

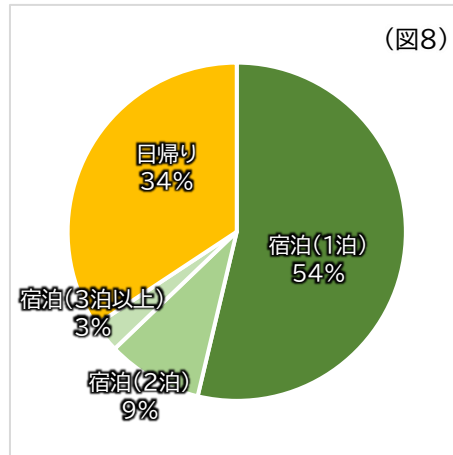
Q7 訪問回数



Q8 宿泊/日帰り

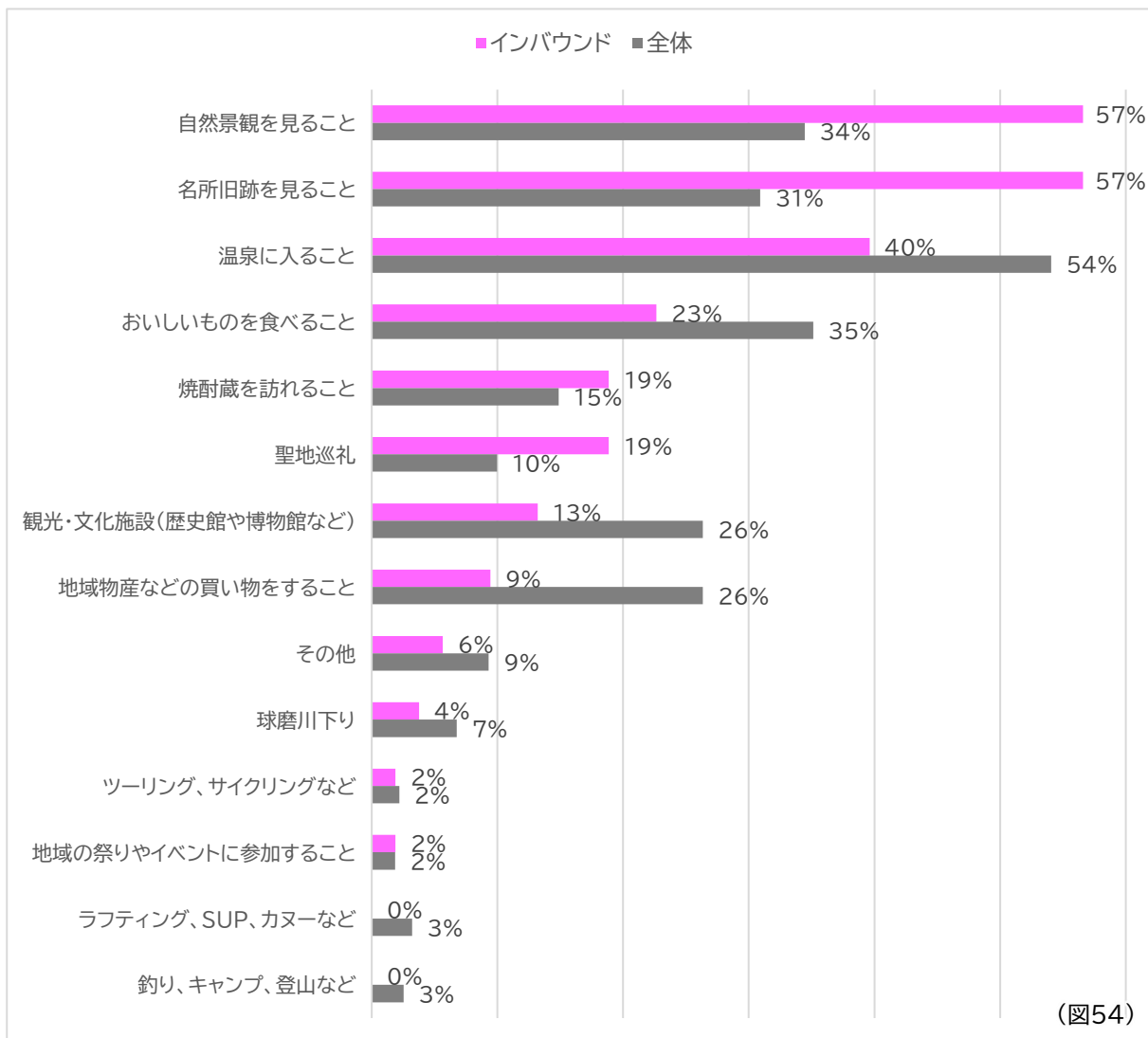


(参考)全体 ※再掲



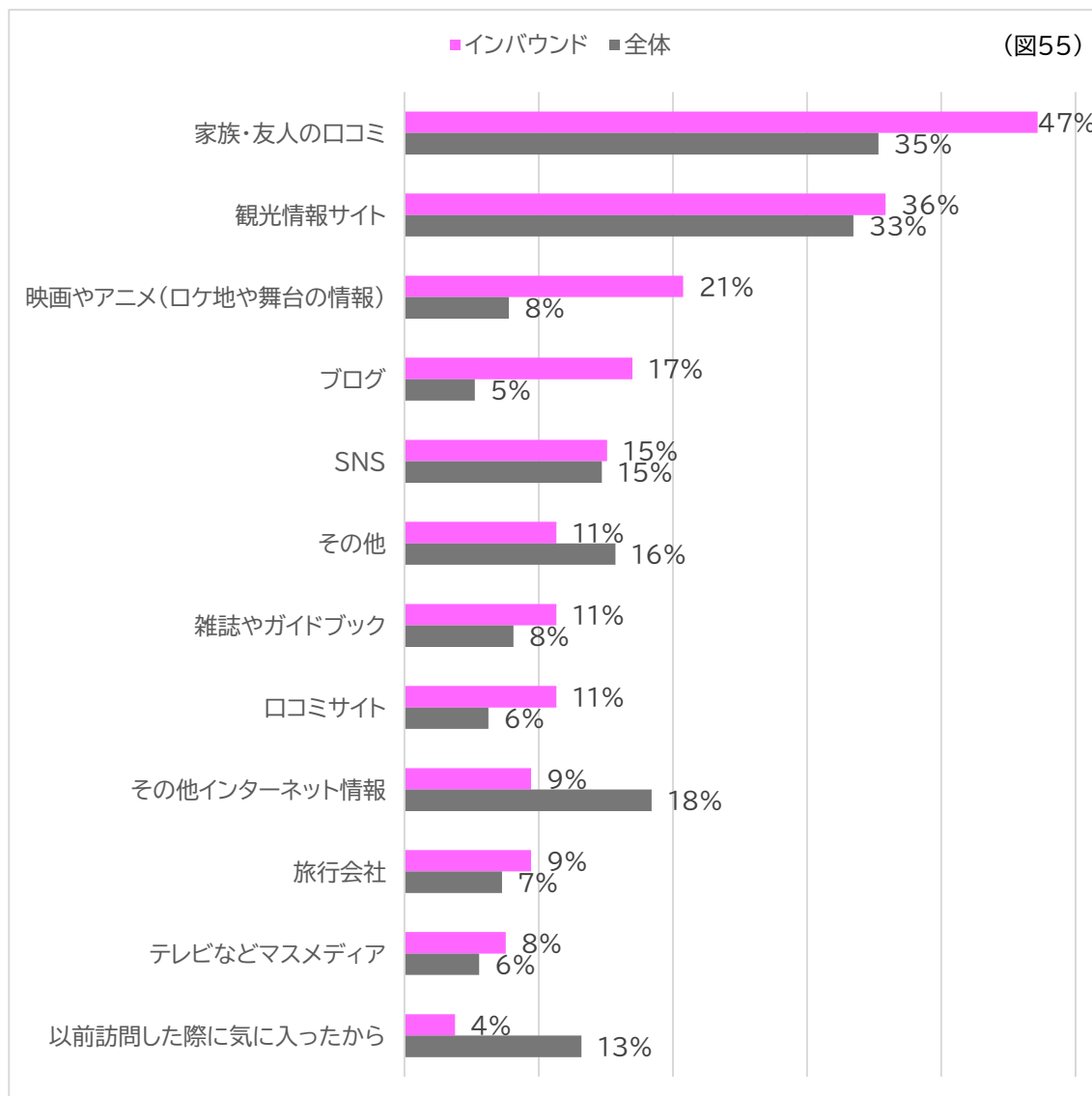
・来訪者全体と比べて、日帰りの比率が高い。

Q6 訪問目的



・自然景観や名所旧跡、聖地巡礼の割合が高いが、温泉や食事の割合は高くない。

Q12 情報源



・家族、友人の口コミ、映画・アニメ情報、ブログの割合が高い。

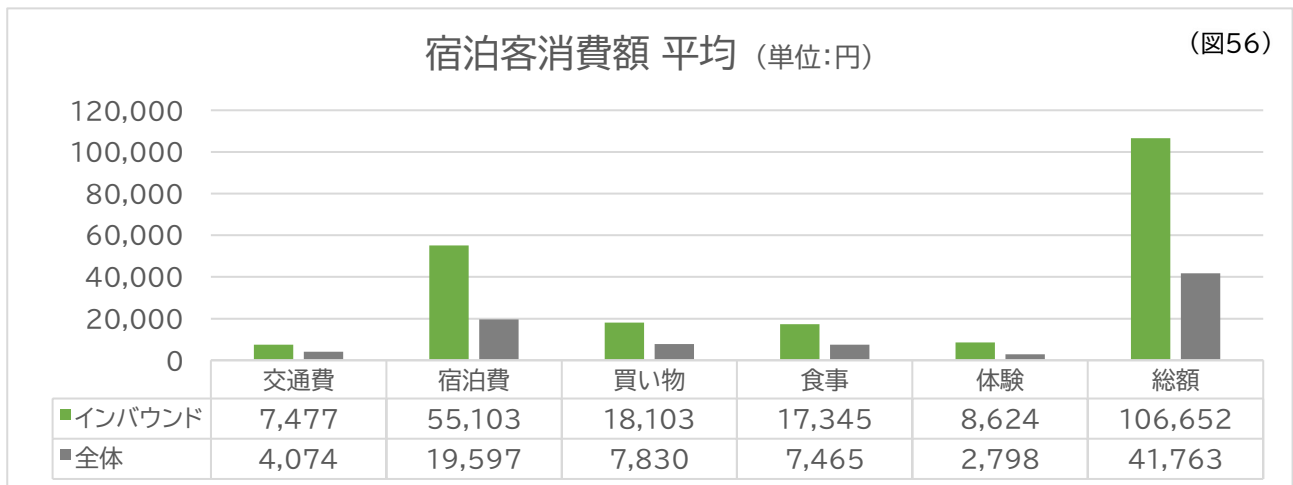
Q11 消費額

(表6)

宿泊客

(単位：円)

	n	平均	最小値	中央値	最大値
総額	29	106,652	14,000	64,000	650,000
交通費	21	7,477	500	3,000	100,000
宿泊費	28	55,103	4,000	20,000	500,000
買い物	27	18,103	2,000	10,000	100,000
食事	29	17,345	2,000	10,000	80,000
体験	13	8,624	1,000	20,000	50,000



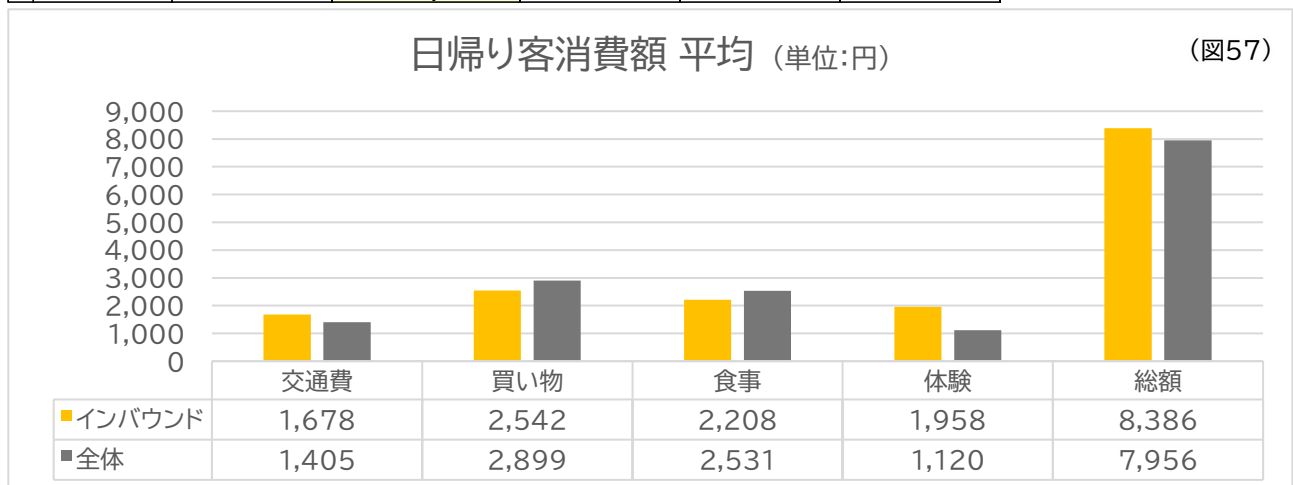
・宿泊客は宿泊費で5万5千円、合計で10万円を超えており、全体平均の倍以上となっている。

(表7)

日帰り客

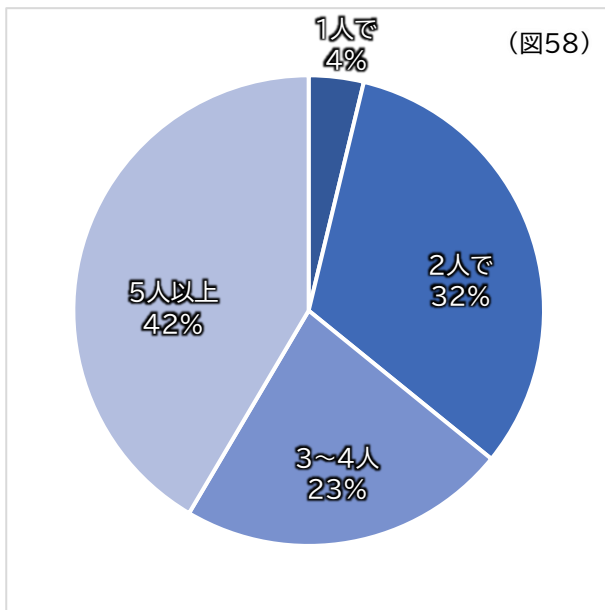
(単位：円)

	n	平均	最小値	中央値	最大値
総額	24	8,386	2,000	7,630	20,000
交通費	15	1,678	1,000	2,000	6,000
買い物	20	2,542	1,000	2,500	6,000
食事	23	2,208	500	2,000	5,000
体験	14	1,958	1,000	2,000	10,000

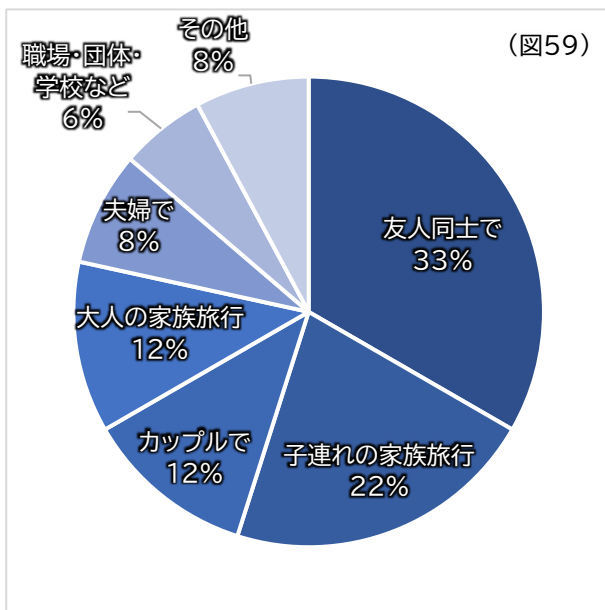


・日帰り客は全体的に消費額が低い傾向にある。

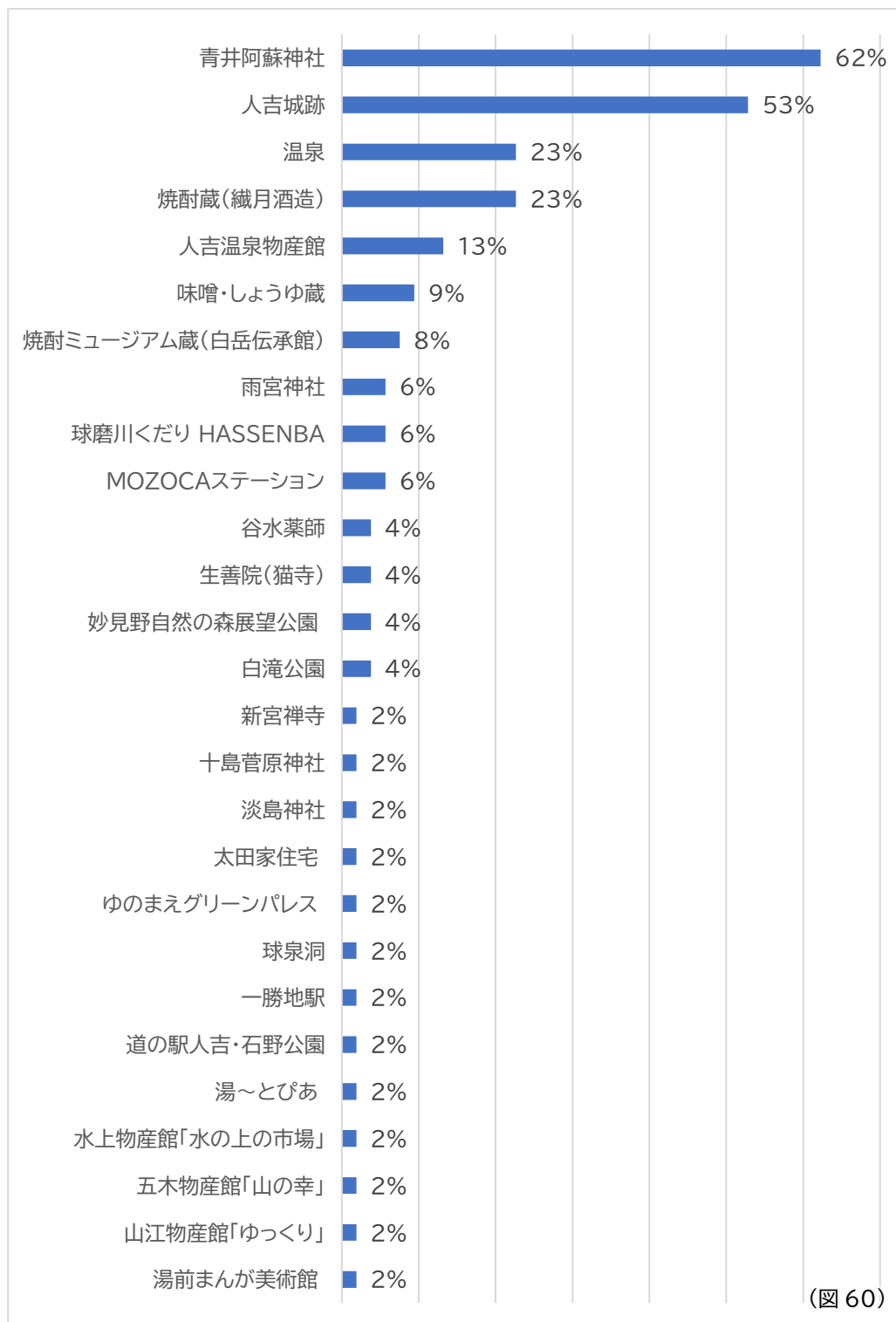
Q13 人数



Q14 同行者

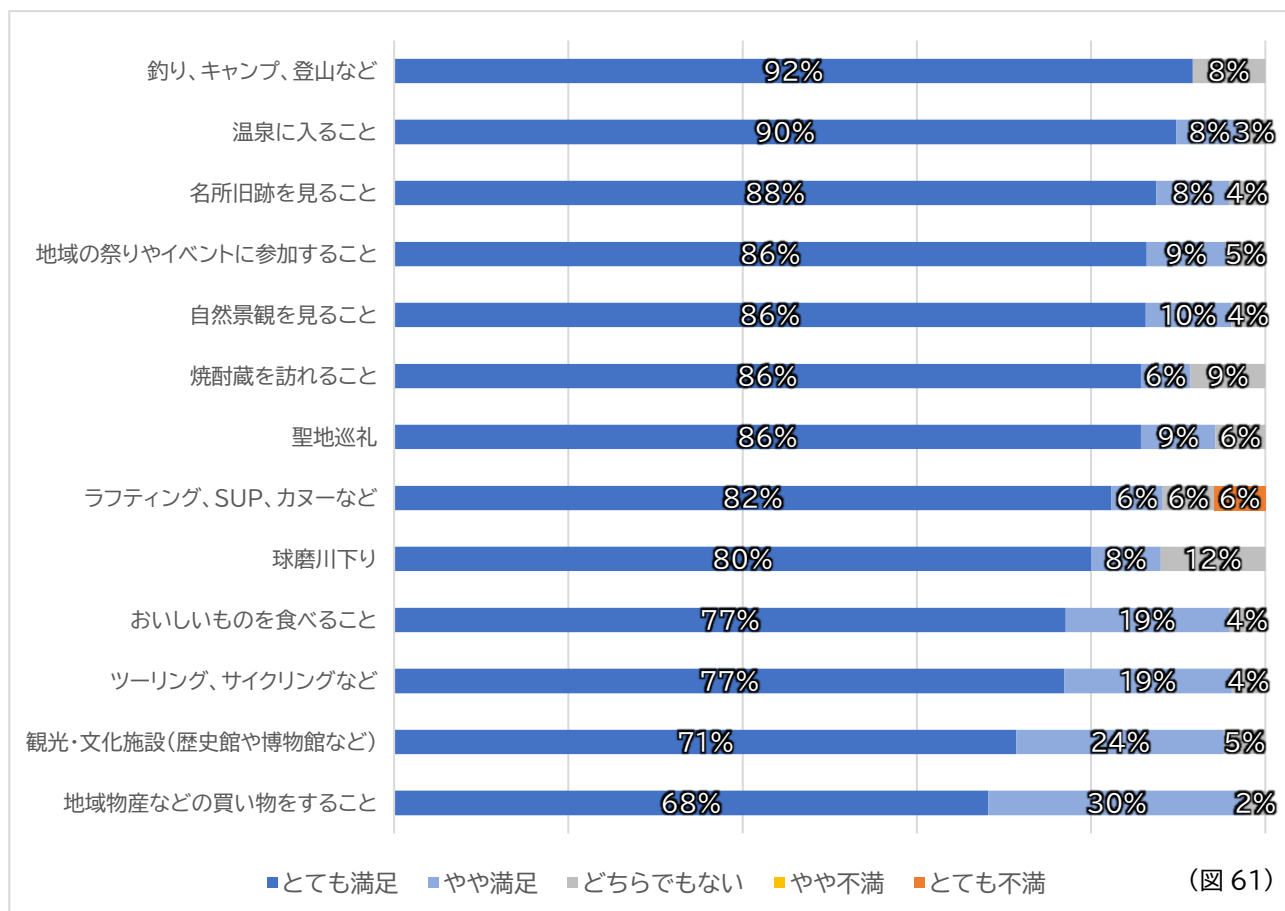


Q15 訪れた観光地



(図 60)

Q16 項目別満足度

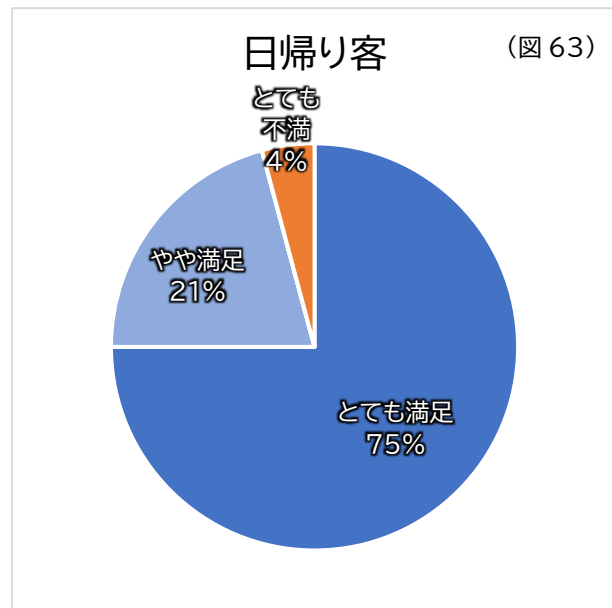
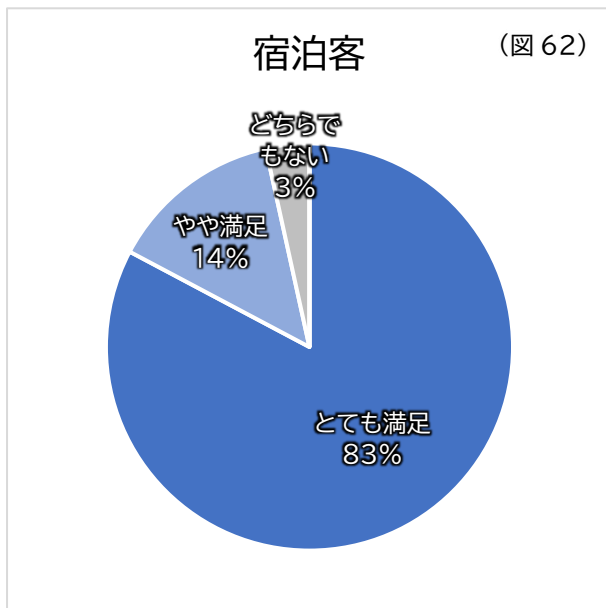


(表 8)

	とても満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	とても不満
釣り、キャンプ、登山など	92%	0%	8%	0%	0%
温泉に入ること	90%	8%	3%	0%	0%
名所旧跡を見ること	88%	8%	4%	0%	0%
地域の祭りやイベントに参加すること	86%	9%	5%	0%	0%
自然景観を見ること	86%	10%	4%	0%	0%
焼酎蔵を訪れること	86%	6%	9%	0%	0%
聖地巡礼	86%	9%	6%	0%	0%
ラフティング、SUP、カヌーなど	82%	6%	6%	0%	6%
球磨川下り	80%	8%	12%	0%	0%
おいしいものを食べる	77%	19%	4%	0%	0%
ツーリング、サイクリングなど	77%	19%	4%	0%	0%
観光・文化施設(歴史館や博物館など)	71%	24%	5%	0%	0%
地域物産などの買い物をする	68%	30%	2%	0%	0%

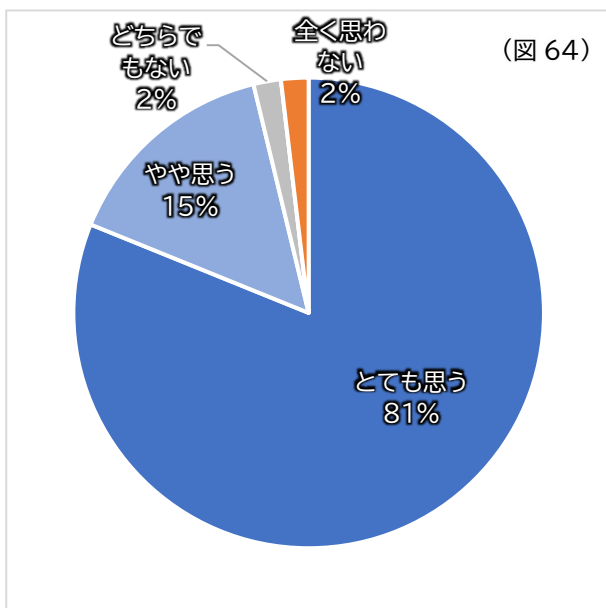
・釣り、キャンプ、登山の項目の満足度が高く、自然体験が好まれる傾向となっている。

Q17 総合満足度



・項目別でも総合でも満足度は高い結果となっている。

Q18 また人吉球磨に期待と思うか



(4) 分析結果サマリー

●国内

		ターゲット	サマリー及び視点
国内	エリア	鹿児島県 宮崎県 熊本市 福岡県	<p>【来訪】P24～P27</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットエリアからの来訪は全体の58%(約6割)となっている。 ・そのうち、ターゲット層は、ファミリー層が45%と高い割合に上っている。 ・20-40代女性の割合は38%(約4割)であるが、年代別では、20歳代より50歳代、60歳代が多くなっている。 ・夫婦・カップルが25%、シニアが32%であり、シニア夫婦・カップルで括ると13%となる。
	層	20～40代女性 シニア夫婦・カップル ファミリー	<p>【訪問先】P29～P31</p> <ul style="list-style-type: none"> ・20-40代女性やファミリー層は MOZOCA ステーションや球磨川くんだり HASSENBA が上位に来ているが、シニア夫婦・カップルは焼酎蔵や味噌・しょうゆ蔵めぐり、市房ダム訪問の割合が高くなっている。 <p>【消費額】P36</p> <ul style="list-style-type: none"> ・20-40代女性は、宿泊・日帰りとも消費額が高く、特に宿泊費が高い傾向となっている。 ・ファミリー層は来訪者に占める割合は高いものの、消費額は低い。 ・シニア夫婦・カップルは全体的に高い消費額であるが、体験に関する消費額は低い。

●国外

ターゲット		サマリー及び視点
国外	エリア	<p>台湾</p> <p>香港</p> <p>上海</p> <p>韓国</p> <p>東南アジア (シンガポール、タイ、マレーシア)</p>
	層	<p>高収入で日本を何度も訪問している層</p> <p>女性二人組(20-30代)</p> <p>夫婦(40-50代)</p>

【来訪】P27～P39
 ・ターゲットエリアの台湾、韓国で9割を占めている。
 ・来訪者全体と比べて、日帰り客の比率が高い。
 ・来訪目的は、自然景観や名所旧跡、聖地巡礼の割合が高いが、温泉や食事の割合は高くない。
 ・情報源では、家族、友人の口コミ、映画・アニメ情報、ブログの割合が高い。

【訪問先】P42
 ・訪問先の上位は全体の傾向と同様であるが、アニメの舞台となった場所への訪問の割合が比較的高い。

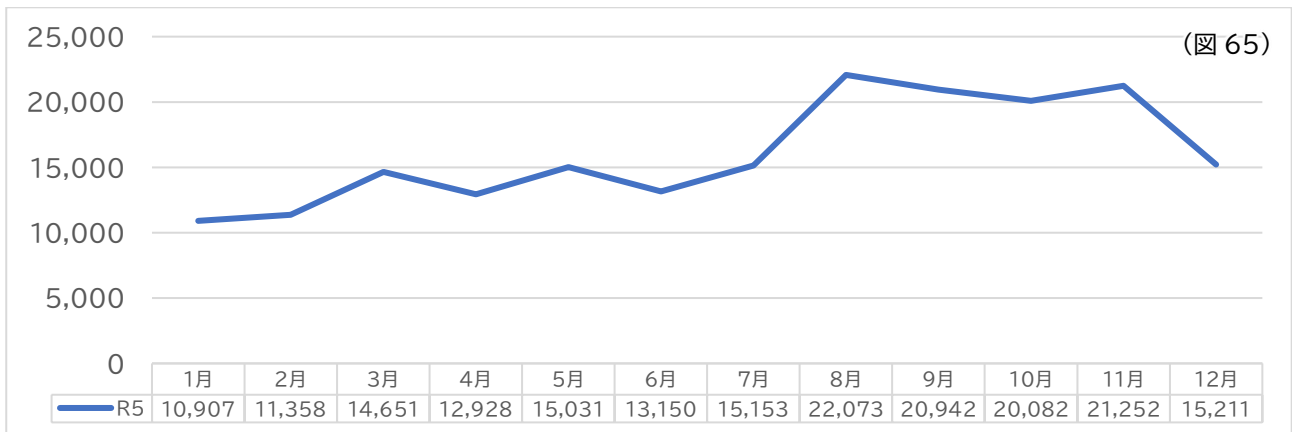
【消費額】P40
 ・宿泊客は1人当たりの消費額が宿泊費で5万5千円、合計で10万円を超えており、全体平均の倍以上となっている。
 ・日帰り客は全体的に消費額が低い傾向にある。

【満足度】P43～P44
 ・釣り、キャンプ、登山の項目の満足度が高く、自然体験が好まれる傾向となっている。
 ・項目別でも総合でも満足度は高い結果となっている。

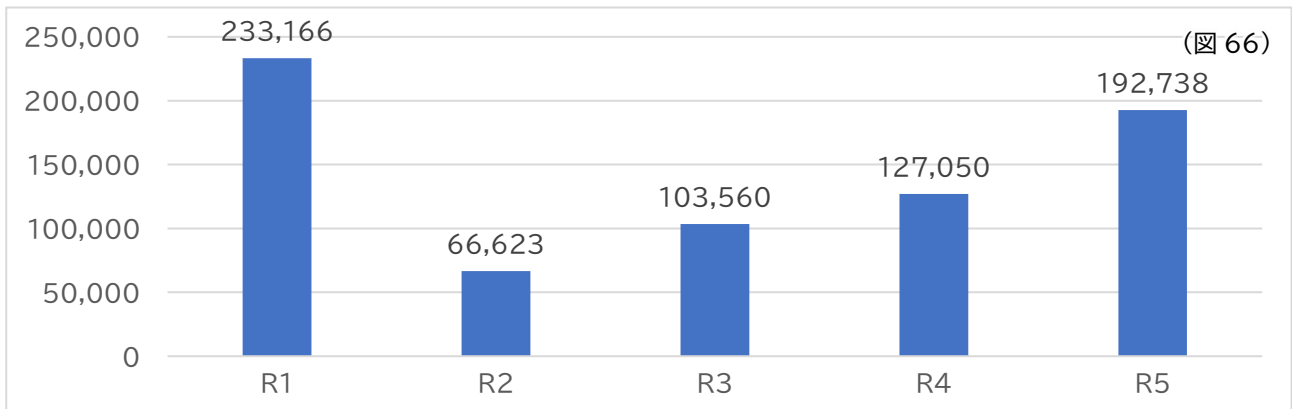
IV 宿泊統計調査

(1) 調査概要

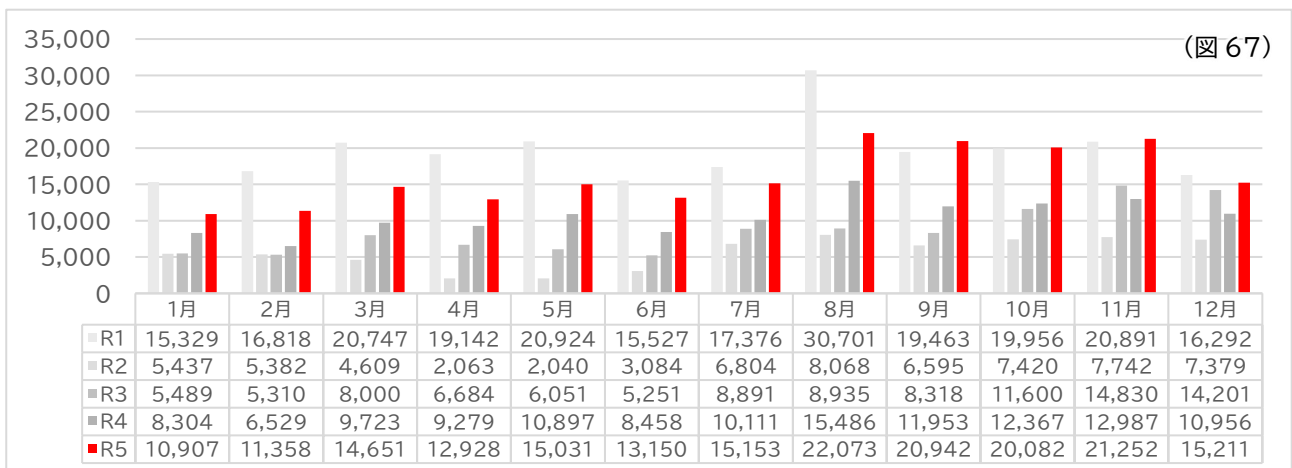
- i) 調査票送付先 68
- ii) 回答先 44 件
- iii) 調査期間 2023 年1月~12月
- iv) 延べ宿泊者数 192,738 人
- v) 月別宿泊者数



vi) 延べ宿泊者数推移 R1~5



参考) 月別宿泊者数推移 R1~R5



V 日帰り統計調査

(1) 調査概要

- i) 調査票送付先 33 件
- ii) 回答先 32 件
- iii) 調査期間 2023 年 1 月～12 月
- iv) 延べ日帰り者数(単位:千人) 1,325,894
- v) 延べ日帰り者数推移

(図 68)

