

「海の京都DMO観光動向調査」の結果について

2020年3月

株式会社サーベイリサーチセンター

目次

目次

● 調査の概要	1
■ 調査概要	2
■ 報告書の見方	3
● 調査結果	
■ 対象者属性	4
■ 消費額について	9
■ リピーター・ロイヤルカスタマーについて	24
■ 海の京都エリアに興味を持った理由・体験したことについて	30
■ 情報媒体・交通手段について	46
■ ターゲティングまとめ	61
■ 海の京都認知度について	64
● 参考：数値指標（地域消費額）	67
● 参考：使用調査票	73

調査概要

調査目的

本調査は、観光庁により策定された「観光入込客統計に関する共通基準」を踏まえて調査を実施し、他の都道府県と比較可能な観光入込客数及び観光消費額等を調査するとともに、合わせて府独自に日本人観光客の旅行動向「観光満足度」等の調査と外国人観光客の旅行動向「観光満足度」等の調査を実施することで、本府の観光の実態を的確に把握することを目的としている。

調査方法

- (1) 対象者：調査地点を訪れた方
- (2) 調査地点：あやベグンゼスクエア(綾部市)、福知山城(郷土資料館)(福知山市)、舞鶴港とれとれセンター(舞鶴市)、笠松公園(宮津市)、丹後王国食のみやこ(京丹後市)、旧尾藤家住宅および丹後ちりめん歴史館(与謝野町)、舟屋の里公園(伊根町)、京都丹後鉄道 天橋立駅
※天橋立駅については、外国人調査のみ実施。それ以外の地域については、日本人調査のみを実施している。
- (3) 調査期間：第1期(7月)、第2期(8月～9月)、第3期(10月～12月)、第4期(1月～3月)に各地点1回ずつ実施
- (4) 調査方法：調査員による聞き取り調査 ※なお、立ち寄り個所数の設問は、海の京都MAPを提示し、対象者に指差して海の京都内の立ち寄り個所を示していただいた。

集計票数

集計票数は下記の通り

調査地点	票数
あやベグンゼスクエア	214票
福知山城(郷土資料館)	207票
舞鶴港とれとれセンター	244票
笠松公園	225票
丹後王国食のみやこ	257票
旧尾藤家住宅+丹後ちりめん歴史館	50票
舟屋の里公園	240票
★日本人票計	1437票
京都丹後鉄道天橋立駅(外国人)	306票

報告書の見方

報告書の見方

- ・回答は、各質問の有効回答者数を基数とした百分率（％）で示している。小数点第2位を四捨五入しているため、比率の合計が100.0%にならない場合がある。
- ・回答があっても、小数点第2位を四捨五入して0.1%に満たず、「0.0」となる場合がある。
- ・サンプルサイズが極端に少ない結果(30サンプル以下)等については、解釈をする際注意を要する。

对象者属性

性別・年齢

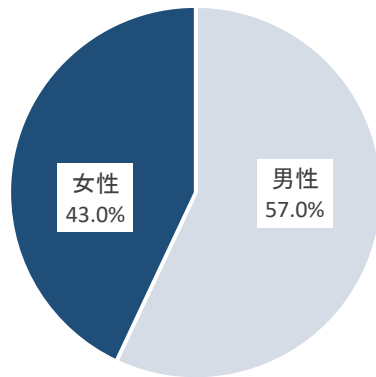
【日本人】

- 回答者は、男性が57.0%、女性が43.0%で、男性比率がやや高い。
- 回答者の年代については、40歳代が23.8%、50歳代が21.3%で、20歳代、30歳代、60歳代もそれぞれおおよそ10~20%程度みられる。

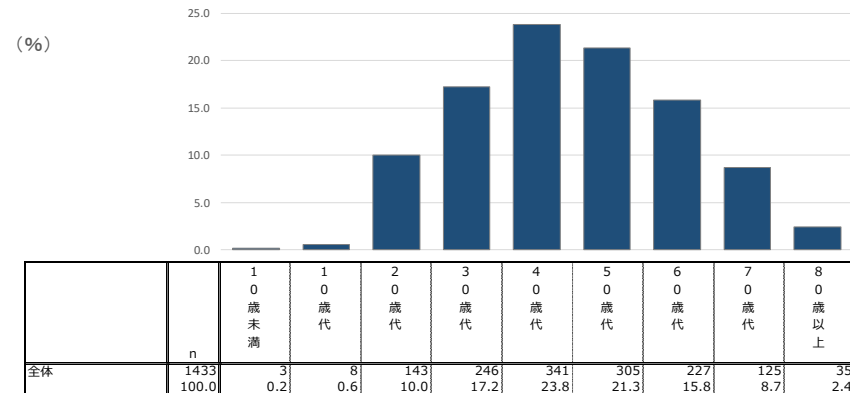
【外国人】

- 回答者は、男性が52.3%、女性が47.7%で、女性比率がやや高い。
- 回答者の年代については、20歳代が34.6%、30歳代が26.2%で、20~30歳代中心。

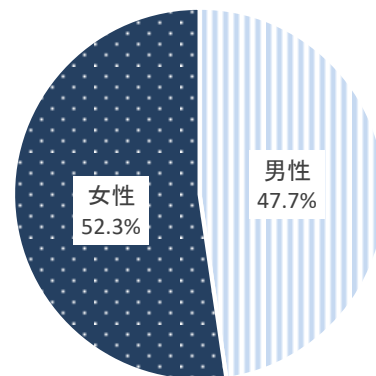
■性別(日本人)



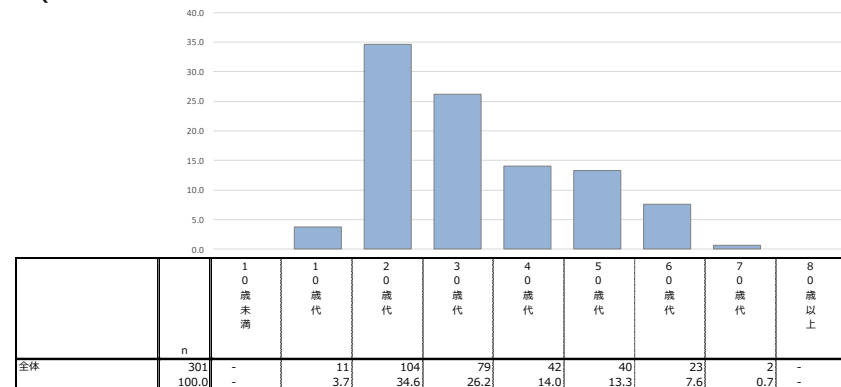
■年齢(日本人)



■性別(外国人)



■年齢(外国人)

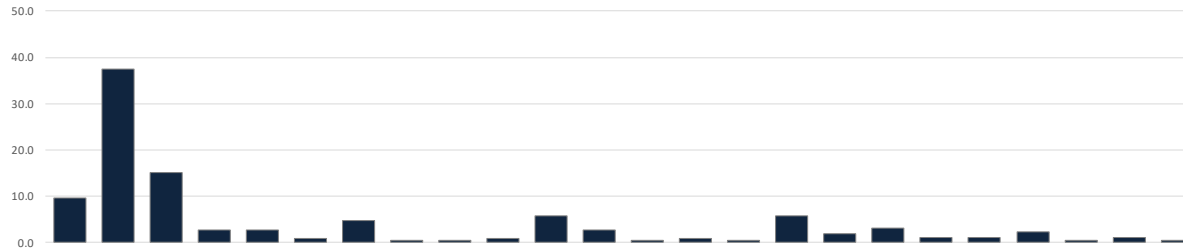


外国人居住地（居住国）

■外国人の居住地については、台湾が最も多く、37.5%を占める。次いで、香港・マカオが15.0%と続く。

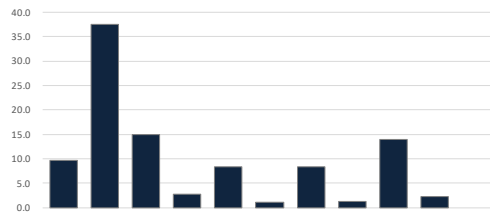
■外国人居住地（居住国）

(%)



	n	中国	台湾	香港・マカオ	韓国	マレーシア	シンガポール	タイ	ブルネイ	インド	ネパール	アメリカ	カナダ	アルゼンチン	メキシコ	ブラジル	フランス	イタリア	ドイツ	スイス	スペイン	オーストラリア	アイルランド	イギリス	ポーランド
全体	301	29	113	45	8	8	2	14	1	1	2	17	8	1	2	1	17	5	9	3	3	7	1	3	1
	100.0	9.6	37.5	15.0	2.7	2.7	0.7	4.7	0.3	0.3	0.7	5.6	2.7	0.3	0.7	0.3	5.6	1.7	3.0	1.0	1.0	2.3	0.3	1.0	0.3

■外国人居住地（居住国）地域ごと

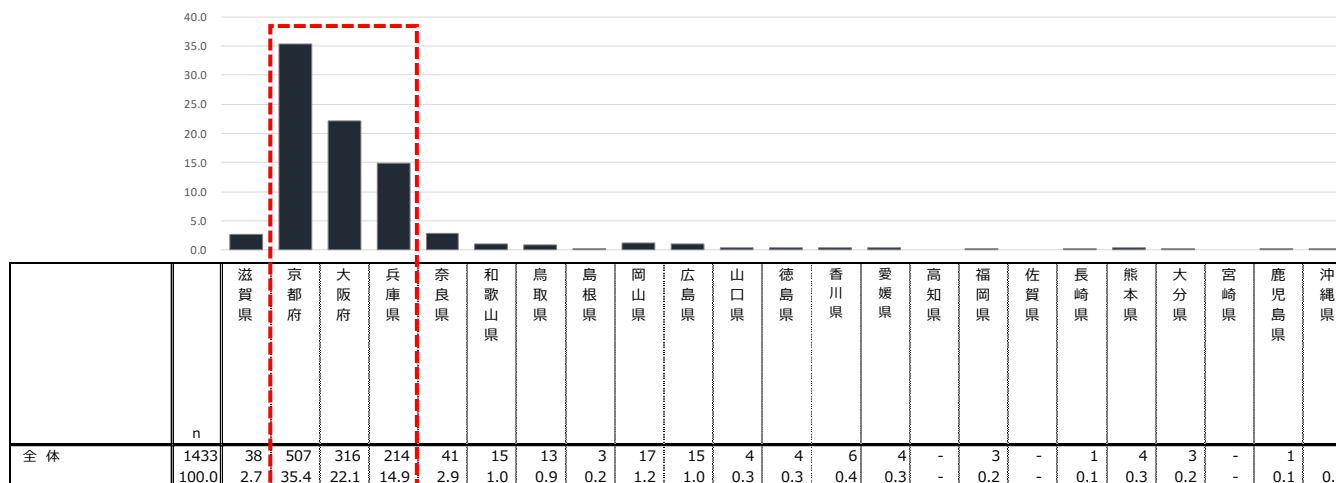
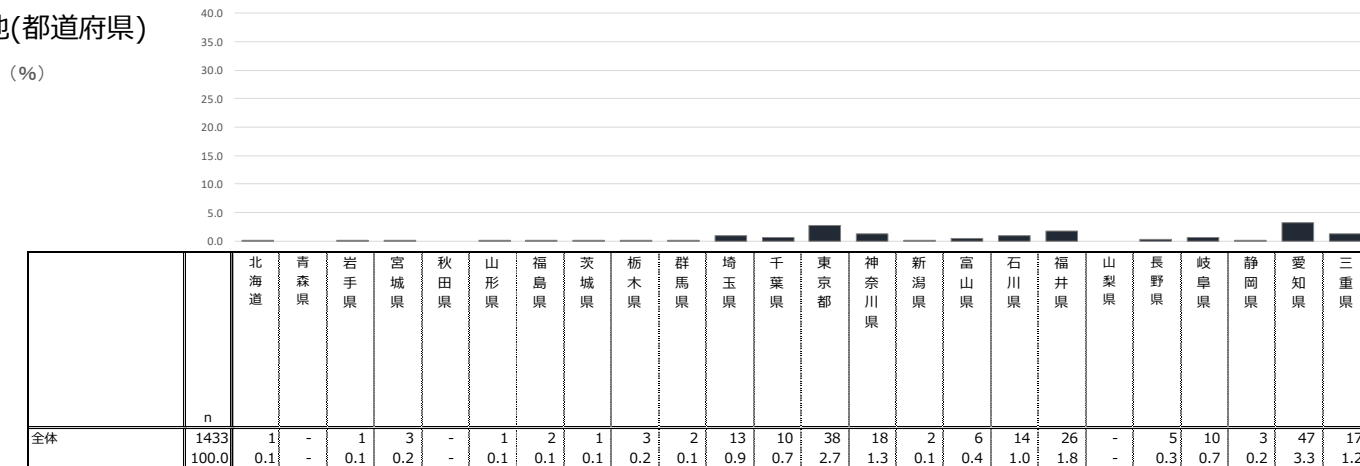


	全	中国	台湾	香港・マカオ	韓国	東南アジア	域その他のアジア地	北米	南米	ヨーロッパ	オセアニア	その他の地域
全体	301	29	113	45	8	25	3	25	4	42	7	-
	100.0	9.6	37.5	15.0	2.7	8.3	1.0	8.3	1.3	14.0	2.3	-

居住地（都道府県）

■日本人の居住地については、京都府が35.4%で最も比率が高く、次いで大阪府が22.1%、兵庫県が14.9%。本3県で、回答者の72.4%を占めている。

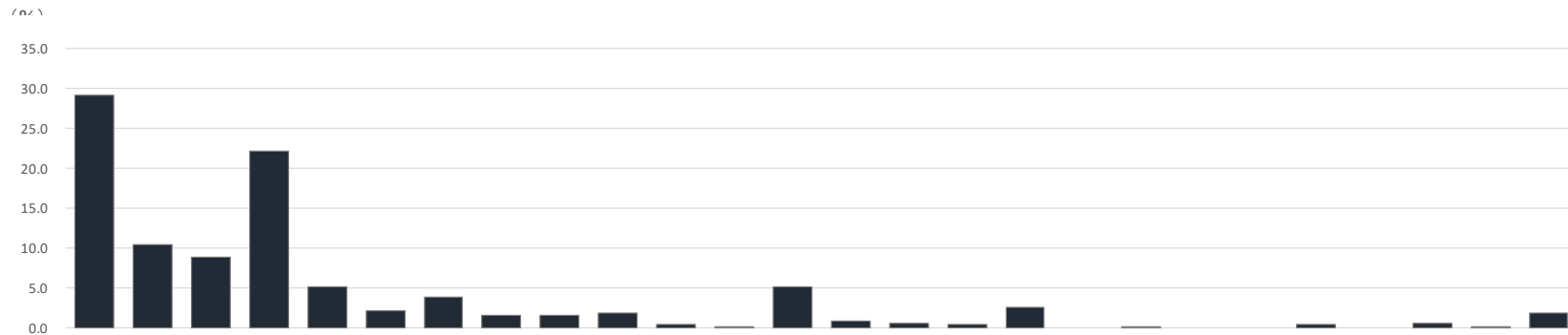
■居住地(都道府県)



居住地（京都府内市町村）

■ 京都府内在住者の居住市町村については京都市が最も比率が高く、29.2%。ついで、綾部市が22.1%となっている。福知山市、舞鶴市居住者も10%弱程度みられる。

■ 居住地(市町村) ※京都府在住者のみ



	n	京都市	福知山市	舞鶴市	綾部市	宇治市	宮津市	亀岡市	城陽市	向日市	長岡京市	八幡市	京田辺市	京丹後市	南丹市	木津川市	大山崎町	久御山町	井手町	宇治田原町	笠置町	和束町	精華町	南山城村	京丹波町	伊根町	与謝野町
全体	506	148	53	45	112	26	11	19	8	8	9	2	1	26	4	3	2	13	-	1	-	-	2	-	3	1	9
	100.0	29.2	10.5	8.9	22.1	5.1	2.2	3.8	1.6	1.6	1.8	0.4	0.2	5.1	0.8	0.6	0.4	2.6	-	0.2	-	-	0.4	-	0.6	0.2	1.8

消費額について

※本項目では主に平均消費額について取り扱っているが、本項目の平均消費額とは、海の京都エリア内の平均消費額を指している。

※また、平均宿泊数についても、海の京都エリア内の平均宿泊数を指している。

全体の傾向（日本人の単価分析）

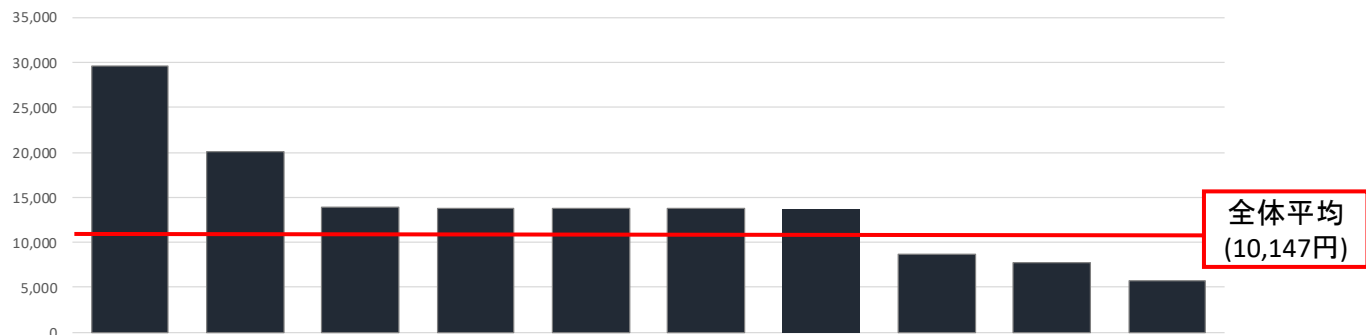
■ 日本人来訪者の地域別の平均消費額【高い地域】

①北海道・東北（29,636円）、②九州・沖縄（20,108円）と、「遠方からの来訪者」が平均値（10,147円）と比べて、平均消費額が198～292%高い。そのほかの地域は、13,000円代の地域が多い。

【低い地域】

①京都府（5,788円）、②北陸地方（7,679円）、③兵庫県（8,670円）など、比較的近隣エリアからの来訪者は平均消費額が低い。

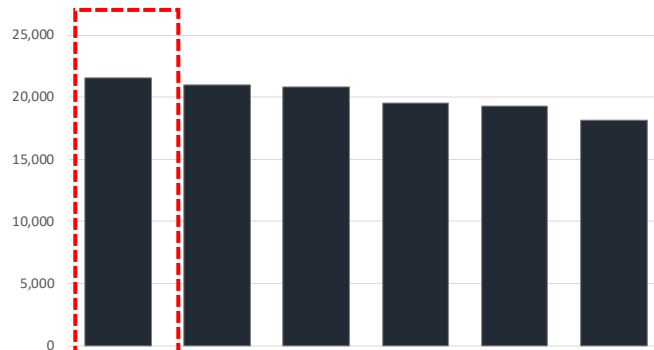
■ 単価分析-日本人地域別



	全体	北海道・東北	九州・沖縄	近畿地方 (大阪・京都・兵庫以外)	大阪府	中部地方・四国	中部地方	関東地方	兵庫県	北陸地方	京都府
全体 (金額)		29,636	20,108	13,955	13,830	13,797	13,793	13,699	8,670	7,679	5,788
n	1433	8	13	44	316	66	82	85	214	48	507

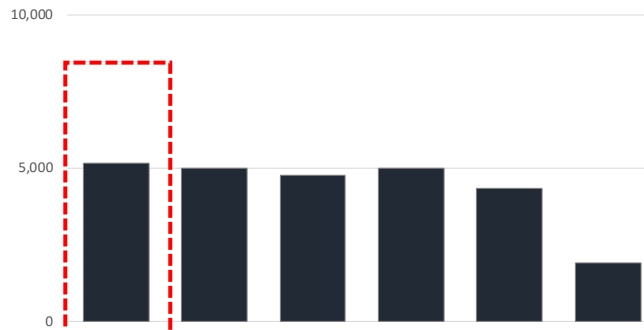
グループ別分析(日本人) -平均消費額

■単価分析-宿泊客日本人地域別



	1人旅(男性)	グループ旅(50代)	家族連れ	1人旅(女性)	グループ旅(60代)	2人旅(50代)
金額	21,582	21,016	20,864	19,526	19,291	18,164
n	29	47	361	7	20	5

■単価分析-日帰り客日本人地域別



	1人旅(女性)	グループ旅(50代)	家族連れ	2人旅(50代)	1人旅(男性)	1人旅(女性)
金額	5,173	4,984	4,776	4,984	4,324	1,904
n	88	49	585	49	109	63

■日本人宿泊客/日帰り客単価分析

【高いグループ】

① 宿泊客では1人旅(男性)の平均消費額が最も高い

(21,582円)

② グループ旅(30~50代)でも、宿泊客・日帰り客ともに消費単価が高い。(宿泊21,016円、日帰り5,173円)

【低いグループ】

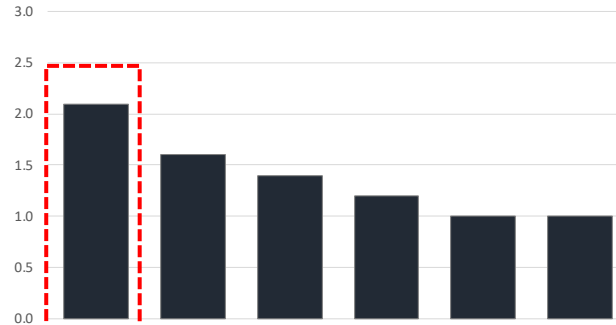
① 1人旅(女性)については、日帰り客で最も平均消費額が低くなっている。(1,904円)

宿泊客では、各グループ間にあまり大きな平均消費額の差は見られない。

→どのようなグループ層であれ宿泊して頂くことが大切。

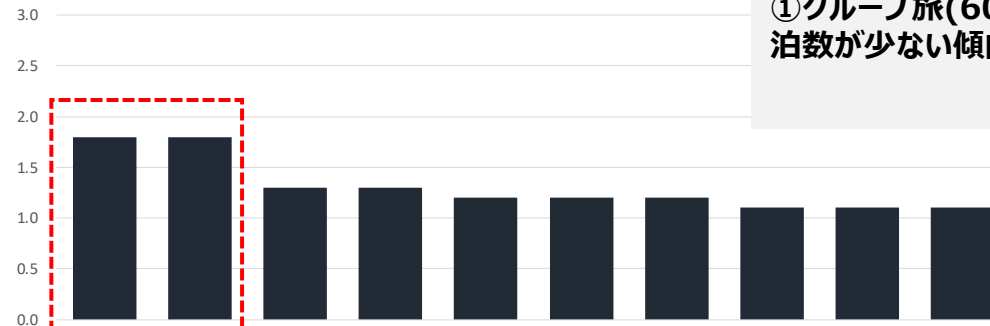
グループ別分析(日本人) -平均宿泊数

■平均宿泊数-日本人グループ別



	1人旅(女性)	グループ旅(50代)	家族連れ	1人旅(男性)	グループ旅(20代)	グループ旅(60代)
宿泊数	2.1	1.6	1.4	1.2	1.0	1.0
n	7	27	190	29	26	20

■平均宿泊数-日本人都道府県別



	中国・四国地方	関東地方	九州・沖縄地方	北海道・東北	京都府(大阪府以外)	中部地方	大阪府	北陸地方	兵庫県	京都府
平均宿泊数	1.8	1.8	1.3	1.3	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1
n	25	46	9	6	49	43	160	14	54	86

■日本人グループ別/都道府県別平均宿泊数

【宿泊数の多いグループ】

①中国・四国(1.8泊) ②関東(1.8泊)の宿泊数が、他の地域より多くなっている。

グループ別では、①1人旅(女性)、②グループ旅(30～50代)、家族連れの連泊数が比較的高くなっている。

→ 1人旅(女性)については、体験コンテンツ・飲食等の消費を促すアプローチをすれば平均消費額がアップする可能性がある。

【宿泊数の少ないグループ】

①京都府(1.1泊)、②北陸地方(1.1泊)、③兵庫県(1.1泊)は平均宿泊数が他地域と比較して少なくなっている。

①グループ旅(60代～)、グループ旅(～20代)は比較的宿泊数が少ない傾向。

全体の傾向（外国人の単価分析）

■ 外国人来訪者のエリア別の消費単価

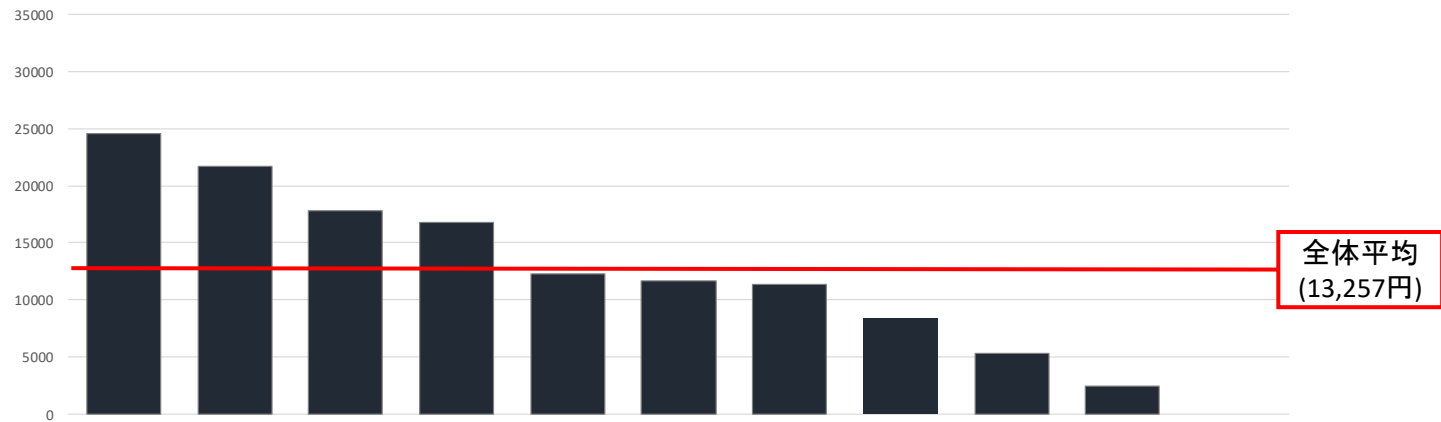
【高い地域】

①ヨーロッパ（24,451円）、②そのほかのアジア地域（21,667円）③オセアニア（17,771円）、④中国（16,782円）といった地域の平均消費額が平均値（13,257円）と比べて127～184%高い。

【低い地域】

①韓国（8,450円）、東南アジア（5,296円）など、アジアからの来訪者は平均消費額が低い。

■ 単価分析-外国人地域別



	全体	ヨーロッパ	そのほかのアジア地域	オセアニア	中国	北米	香港・マカオ	台湾	韓国	東南アジア	南米	その他
全体 (金額)		24551	21,667	17,771	16,782	12,232	11,670	11,370	8450	5296	2450	-
n	301	42	3	7	29	25	45	113	8	25	4	-

全体の傾向（ヨーロッパ国籍外国人の単価分析）

■ヨーロッパの来訪者の国別の消費単価

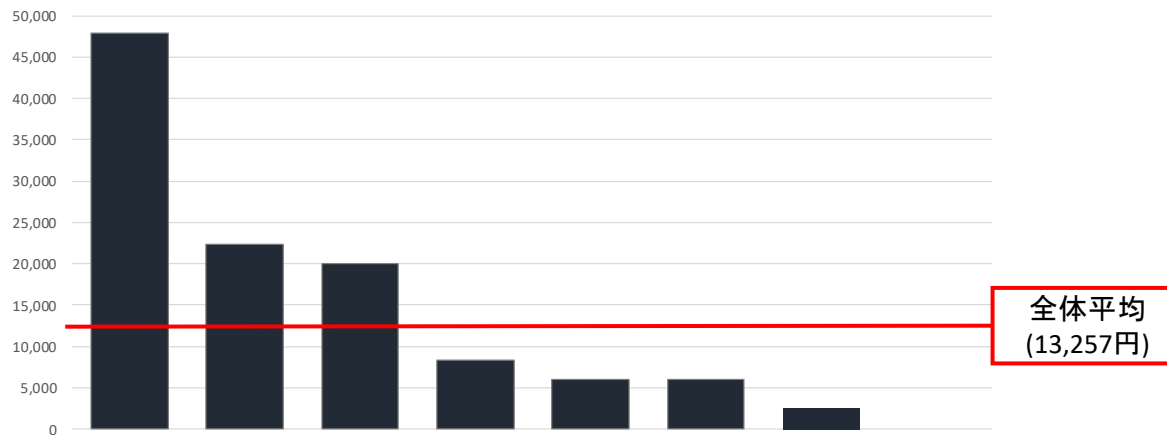
【高いエリア】

①フランス（47,961円）の平均消費金額が最も高い。②イタリア（22,300円）③ポーランド（20,000円）が平均値（13,257円）と比べて、151～357%高い。

【低い地域】

①ドイツ（2,583円）、②スイス（6,000円）③スペイン（6,013円）からの来訪者は平均消費額が低い傾向にある。

■単価分析-ヨーロッパ国籍別



	全体	フランス	イタリア	ポーランド	イギリス	スペイン	スイス	ドイツ	ド ア イル ラン
全体 (金額)		47,961	22,300	20,000	8,333	6,013	6,000	2,583	0
n	301	17	5	1	3	3	3	9	1

全体の傾向（外国人の平均宿泊数）

■ 外国人来訪者のエリア別の消費単価

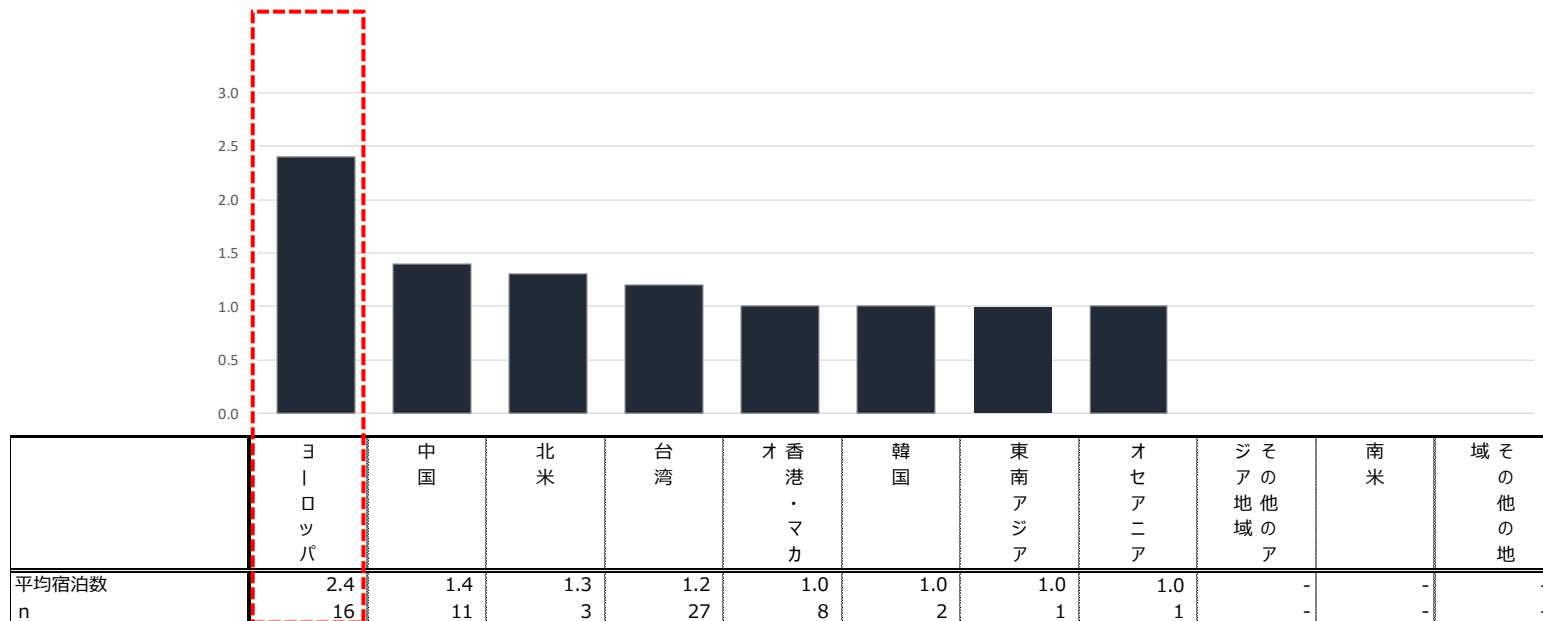
【高い地域】

①ヨーロッパ（2.4泊）の平均宿泊数が他地域と比較して特に多い。

【低い地域】

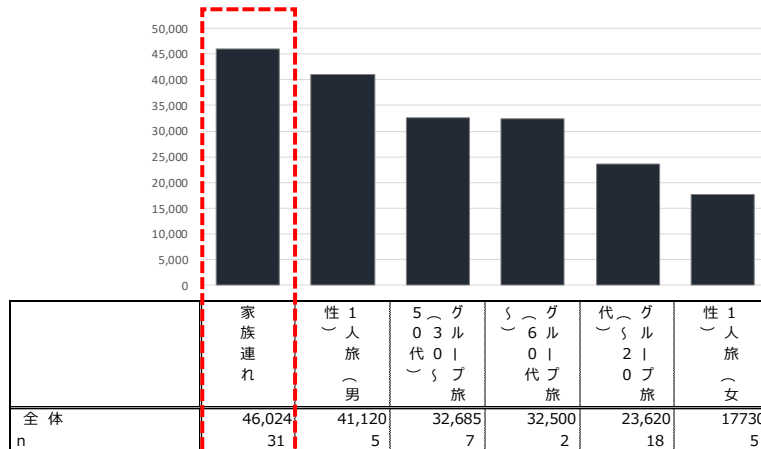
①サンプルサイズが多くないため参考程度だが、香港・マカオ、韓国、東南アジア、オセアニアは1.0泊となっている。

■ 平均宿泊数-外国人地域別

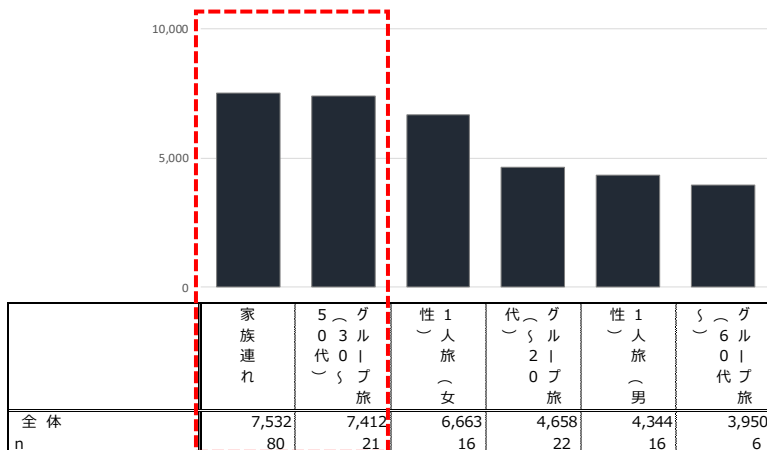


グループ別分析(外国人) -消費額

■単価分析-宿泊外国人グループ別



■単価分析-日帰り客外国人グループ別



■外国宿泊客/日帰り客単価分析

【高いグループ】

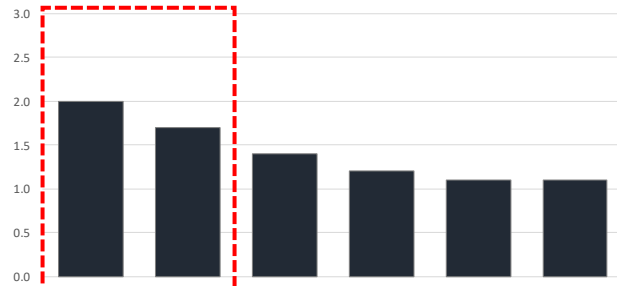
- ①家族連れは宿泊客・日帰り客ともに消費単価が高い。(宿泊46,024円、日帰り7,532円)
- ②宿泊客では次いで1人旅(男性)(41,120円)が高い。この2グループが平均で4万円以上の消費額となっており、特に消費額が高いグループといえる。
- ③日帰り客では、家族連れに次いで、グループ旅(30~50代)(7,412円)、1人旅(女性)(6,663円)の消費額も高い。

【低いグループ】

- ①宿泊客では、グループ旅(~20代)(23,620円)、1人旅(女性)(17,730円)の消費額が比較的低い。
- ②日帰り客では、グループ客(60代~)(3,950円)の消費額が4,000円以下で、他グループより低くなっている。

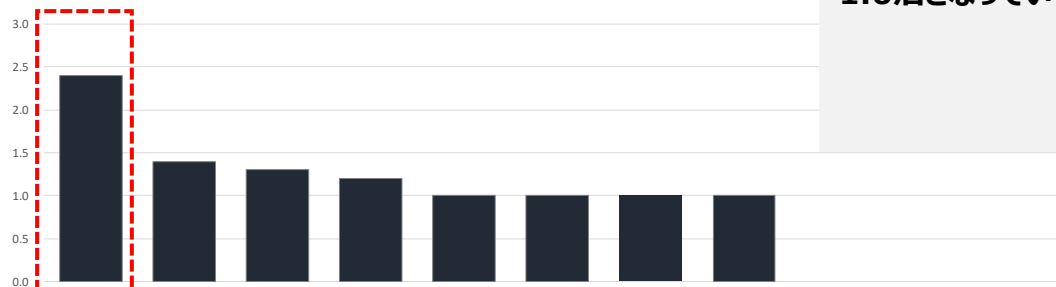
グループ別分析(外国人) -平均宿泊数

■ 平均宿泊数-外国人グループ別



	5人グループ	家族連れ	性1人旅(男)	代5人グループ	5人グループ	性1人旅(女)
全体	2.0	1.7	1.4	1.2	1.1	1.1
n	2	31	5	10	7	8

■ 平均宿泊数-外国人国籍別



	ヨーロッパ	中国	北米	台湾	オ香港・マカ	韓国	東南アジア	オセアニア	アジアその他	南米	域その他
平均宿泊数	2.4	1.4	1.3	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	-	-	-
n	16	11	3	27	8	2	1	1	-	-	-

■ 外国人グループ別/都道府県別平均宿泊数

【宿泊数の多いグループ】

- ①ヨーロッパで平均の連泊数が2泊を超えている。そのほかの地域では、連泊数はおおよそ1.0~1.4泊となっている。
- ②グループ別では、家族連れの連泊数が比較的高くなっている。

【宿泊数の少ないグループ】

- ①サンプルサイズが小さいため参考程度だが、香港・マカオ、韓国、東南アジア、オセアニアといった地域は平均宿泊数は1.0泊となっている。

全体の傾向（宿泊・日帰り客の単価分析）

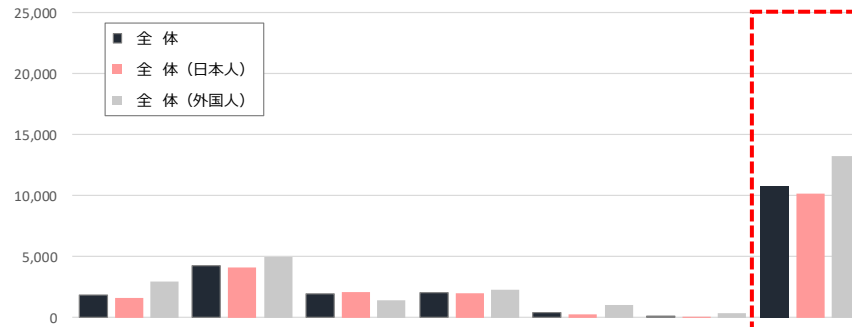
■日本人／外国人別の客単価

外国人：13,257円 日本人：10,147円

外国人と日本人の単価差 3,110円

⇒外国人の単価がやや日本人を上回る。（外国人／日本人＝130.6%と約1.3倍の開き）

■単価分析-日本人／外国人別



	n	① 交通費	② 宿泊費	③ 土産代	④ 飲食費	⑤ 観入場料	⑥ その他	合計
全体	1,743	1,893	4,314	1,973	2,068	404	104	10,756
全体(日本人)	1,437	1,658	4,089	2,080	2,012	271	37	10,147
全体(外国人)	306	2,997	5,008	1,475	2,328	1,031	418	13,257



■費目分析（日本人客／外国人客）

・宿泊費：外国人5,008円、日本人4,089円（外国人が約1.2倍多い）

・飲食費：外国人2,328円、日本人2,012円

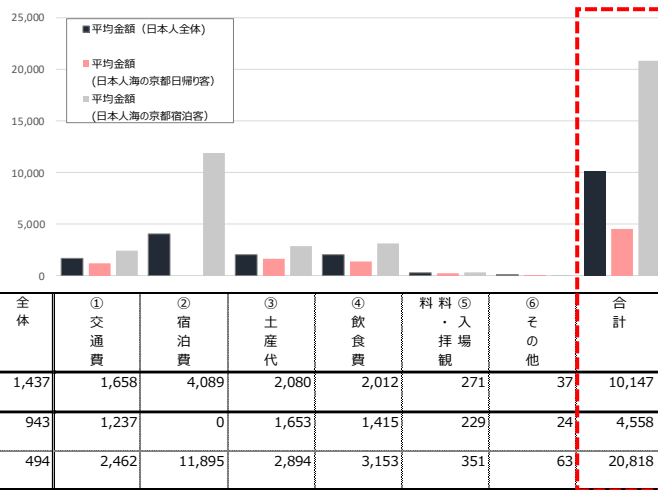
・土産代：外国人1,475円、日帰り2,080円

・入場料等：外国人1,031円、日本人271円（外国人が約3.8倍多い）

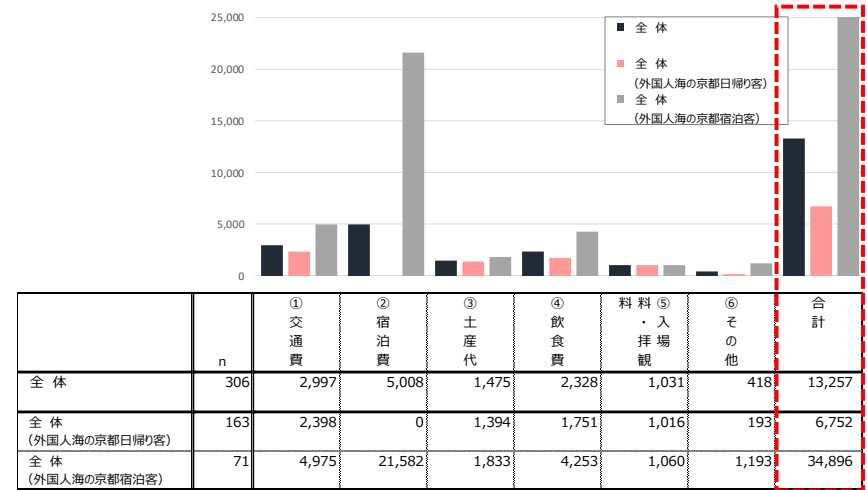
全体の傾向（宿泊・日帰り客の単価分析）

- 日本人【宿泊／日帰り】別の客単価（日本人・外国人の合計）
 宿泊客：20,818円 日帰り客：4,553円。単価差16,265円
 ⇒圧倒的に宿泊客の単価が高。（宿泊／日帰り＝457.2%と約4.5倍の開き）
- 外国人【宿泊／日帰り】別の客単価（日本人・外国人の合計）
 宿泊客：34,896円 日帰り客：6,751円。単価差28,145円
 ⇒圧倒的に宿泊客の単価が高い。（宿泊／日帰り＝516.9%と約5倍の開き）

■ 単価分析-日本人海の京都エリア宿泊／日帰り別



■ 単価分析-外国人海の京都エリア宿泊／日帰り別



■ 費目分析（宿泊客／日帰り客）

- ・飲食費：宿泊3,153円、日帰り1,415円（宿泊客が約2.3倍多い）
 - ・土産代：宿泊2,894円、日帰り1,653円（宿泊客が約1.8倍多い）
 - ・入場料等：宿泊351円、日帰り229円（宿泊客が約1.5倍多い）
- ⇒すべての項目で消費が大きくなっており、宿泊することで全体的に消費額を上げることができると考えられる。

■ 費目分析（宿泊客／日帰り客）

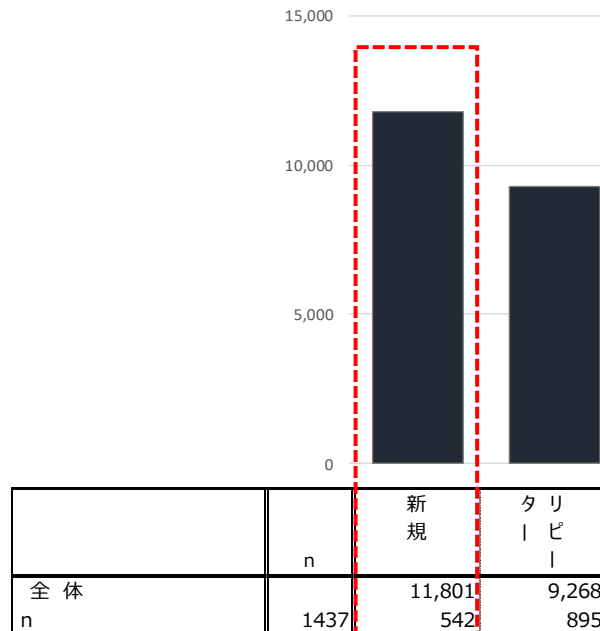
- ・飲食費：宿泊4,253円、日帰り1,751円（宿泊客が約2.7倍多い）
 - ・土産代：宿泊1,883円、日帰り1,394円（宿泊客が約1.4倍多い）
- ⇒すべての項目で消費が大きくなっており、宿泊することで全体的に消費額を上げることができると考えられる。

■全体の傾向（リピーター・新規客の単価分析）

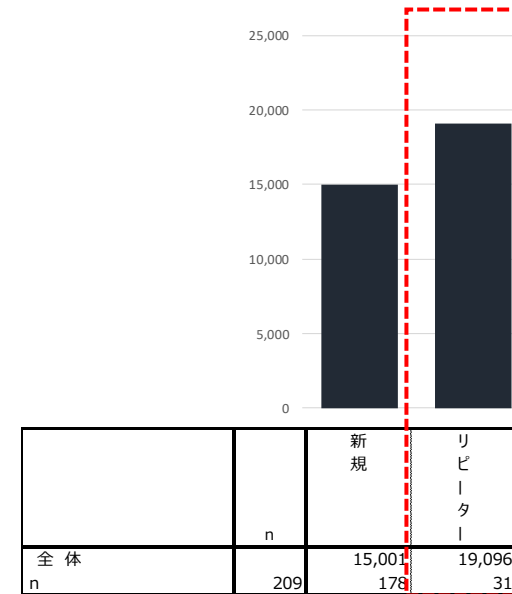
■新規/リピーターの客単価分析

- ・日本人 新規 11,801円 リピーター 9,268円 単価差2,533円（127.3%）
⇒日本人は、新規の平均消費額が約1.4倍高い。
 - ・外国人 新規 15,001円 リピーター 19,096円 単価差4,095円（127.3%）
⇒逆に外国人は、リピーターの平均消費額が約1.2倍高い。
- 日本人は新規顧客の獲得も有効。外国人のリピーター獲得は、消費額アップに寄与する可能性がある

■単価分析-日本人新規/リピーター

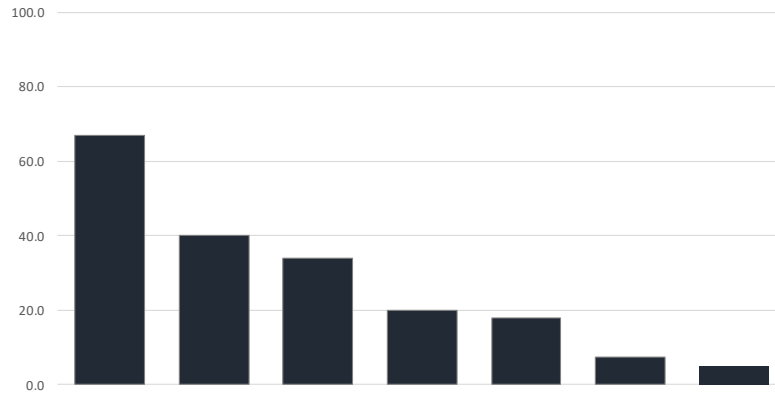


■単価分析-外国人新規/リピーター



キャッシュレス決済分析(利用している/持っているキャッシュレス決済手段)

■全体-利用している(持っている)キャッシュレス決済手段



	全体	クレジットカード	その他の手	交通系IC	キャッシュ決済	スマートフォン決済	その他のI	デビット
比率		67.0	40.0	33.9	19.9	17.9	7.4	4.7
n	1707	1143	682	578	339	306	127	81

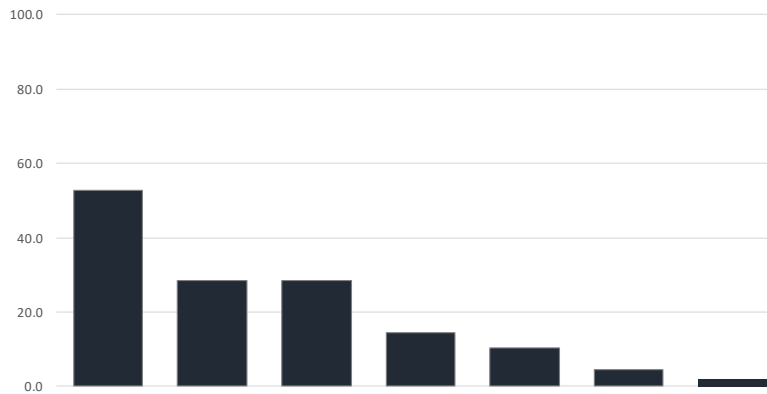
【全体】

全体では、67.0%がクレジットカードを所持している。スマートフォン決済について、所持している人は全体の17.9%と、2割弱となっている。

【外国人】

外国人だけでみると、クレジットカードを所持している人は全体の52.6%。デビットカードが14.4%で、スマートフォン決済は10.4%と1割程度となっている。

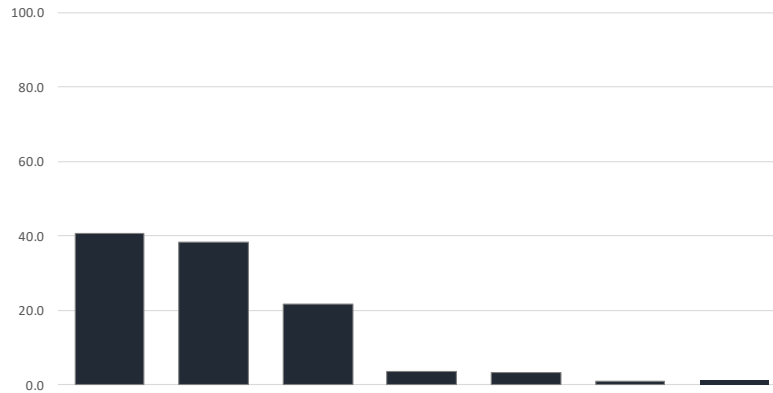
■外国人-利用している(持っている)キャッシュレス決済手段



	全体	クレジットカード	交通系IC	キャッシュ決済	デビット	スマートフォン決済	その他のI	その他の手
比率		52.6	28.5	28.5	14.4	10.4	4.4	1.9
n	270	142	77	77	39	28	12	5

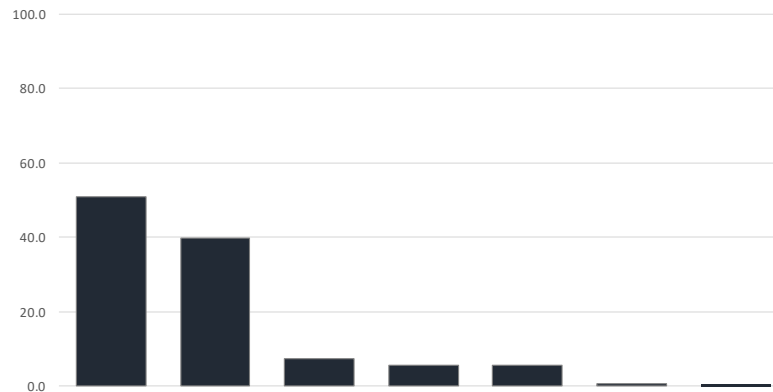
キャッシュレス決済分析(海の京都内で利用したキャッシュレス決済手段)

■全体—海の京都内で利用したキャッシュレス決済手段



	全体	な利用して	段その他の手	カクレドジット	フスマオン決済	カ交通系IC	カデビット	Cその他のI
比率		40.7	38.3	21.6	3.6	3.2	0.9	0.9
n	1317	536	505	285	48	42	12	12

■外国人—海の京都内で利用したキャッシュレス決済手段



	全体	な利用して	カクレドジット	カ交通系IC	フスマオン決済	カデビット	Cその他のI	段その他の手
比率		50.9	39.9	7.4	5.5	5.5	0.6	0.6
n	163	83	65	12	9	9	1	1

【全体】

海の京都内で約6割(59.3%)が何らかのキャッシュレス決済を利用している。内訳としては、そのほかの手段（ETCカードなど）が38.3%となっており、次いで、クレジットカードが21.6%と続く。スマートフォンでの決済は3.6%に留まる。

【外国人】

外国人では、利用したのは全体の半数程度(49.1%)。使用した手段はクレジットカードが最も多く、35.9%となっている。

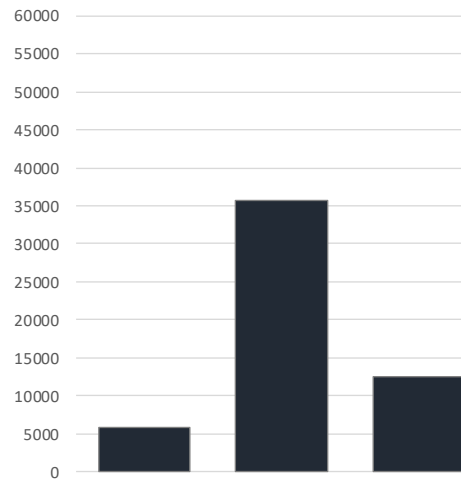
キャッシュレス決済分析(海の京都内で利用したキャッシュレス決済手段の金額)

■海の京都内で利用したキャッシュレス決済の平均額

- ・スマートフォン決済の金額 外国人 27,167 円⇒全体の金額(5,816円)の約4.6倍高い
- ・クレジットカード決済の金額 外国人 56,602 円⇒全体の金額(35,779円)の約1.6倍高い

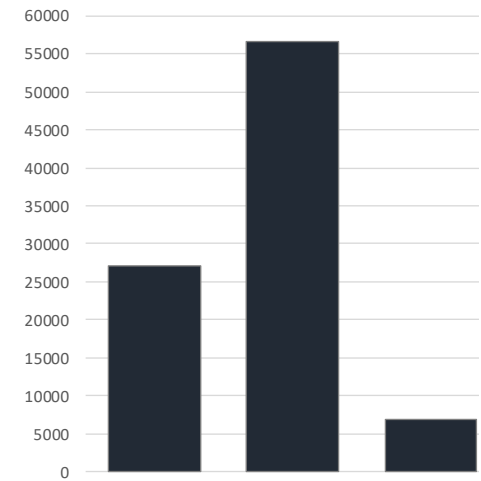
→外国人はキャッシュレス決済手段でも、高額の利用をしている。

■全体－海の京都内で利用したキャッシュレス決済額



	全体	スマートフォン 決済 金額	クレ ード ジ 金 ツ 額 ト	カ デ ー ビ ド ツ 金 ト 額
全体 (金額)		5816	35,779	12,506
n		43	267	9

■外国人－海の京都内で利用したキャッシュレス決済額



	全体	スマートフォン 決済 金額	クレ ード ジ 金 ツ 額 ト	カ デ ー ビ ド ツ 金 ト 額
全体 (金額)		27167	56,602	6,958
n		6	55	6

リピーター・ロイヤルカスタマーについて

リピーター分析（全体・都道府県/国籍別）

【日本人】リピーター率：62.3%

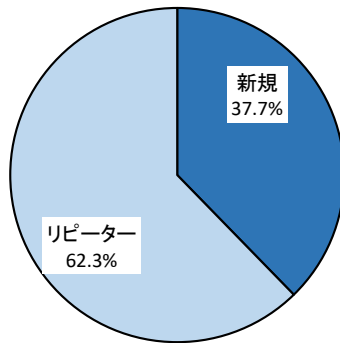
京都府(77.1%)のリピーター率が8割近くを占める。

北海道・東北地方、関東地方、中部地方、九州・沖縄地方では比較的リピーター率は低く、40%以下となっている。

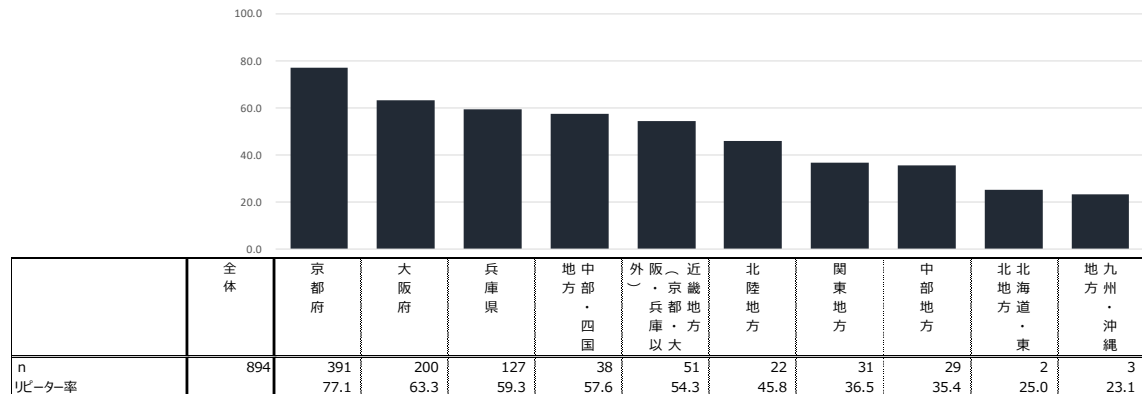
【外国人】リピーター率：14.8%

外国人全体のリピーター率は1割程度。国籍別でみるとサンプルサイズが小さいので参考程度だが、韓国、東南アジア、ヨーロッパといった国では、リピーター率が20%を超えている。

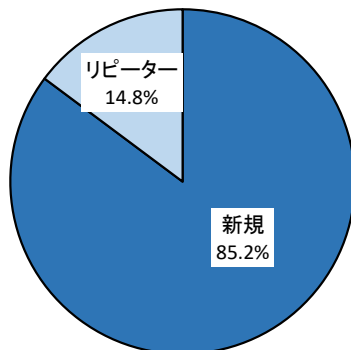
■日本人リピーター率（全体・都道府県別）



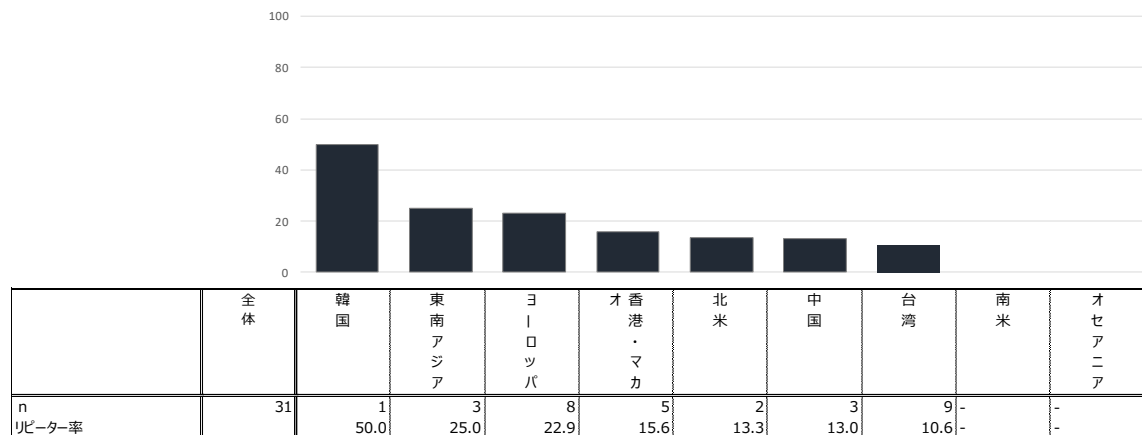
(n=1437)



■外国人リピーター率（全体・国籍別）



(n=209)



リピーター分析(宿泊/日帰り別)

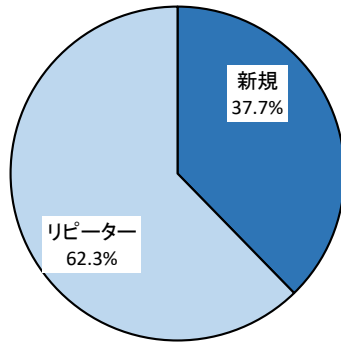
【日本人】

日本人では、宿泊客では新規45.7%、リピーター54.3%と、おおよそ半々の割合となっている。一方で日帰り客では、新規33.5%、リピーター33.5%と、リピーターの方が多くなっている。

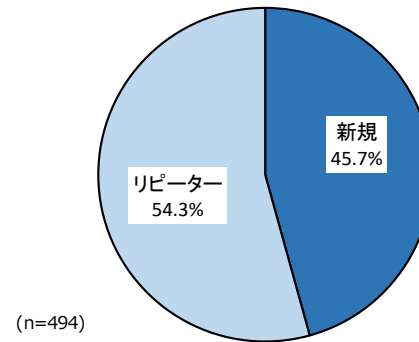
【外国人】

外国人では、宿泊客、日帰り客で新規とリピーターの割合に大きな差は見られない。

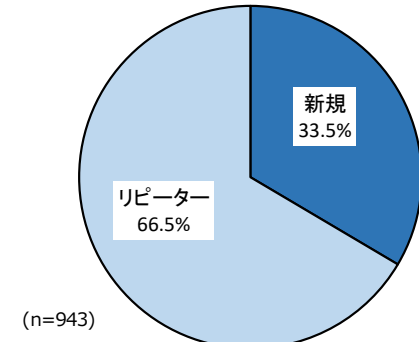
■ 日本人リピーター率 (全体)



■ 日本人リピーター率 (宿泊)

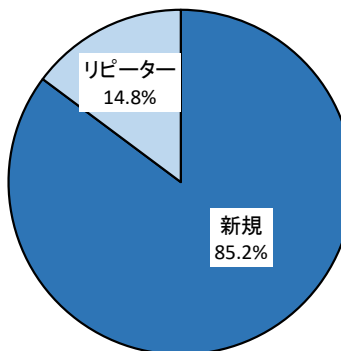


■ 日本人リピーター率 (日帰り)



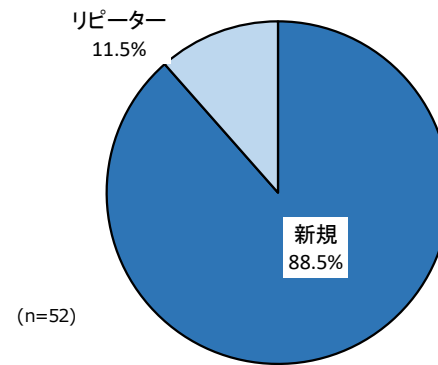
■ 外国人リピーター率 (全体)

(n=52)



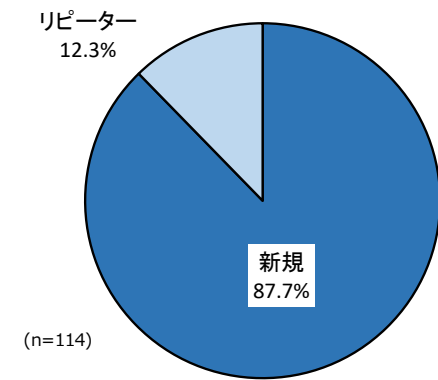
■ 外国人リピーター率 (宿泊)

(n=52)



■ 外国人リピーター率 (日帰り)

(n=114)

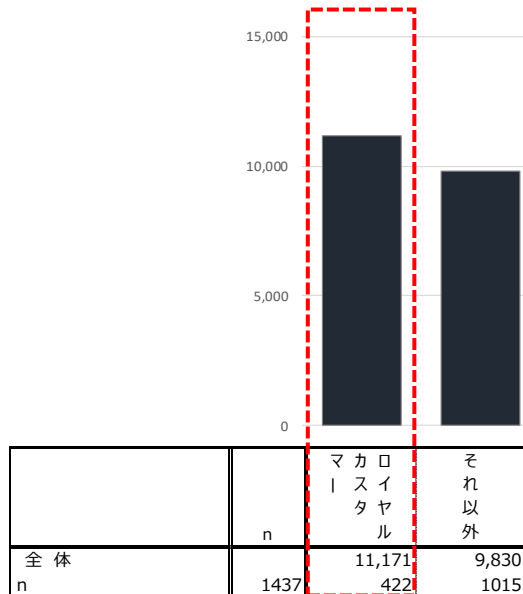


単価分析（ロイヤルカスタマー）

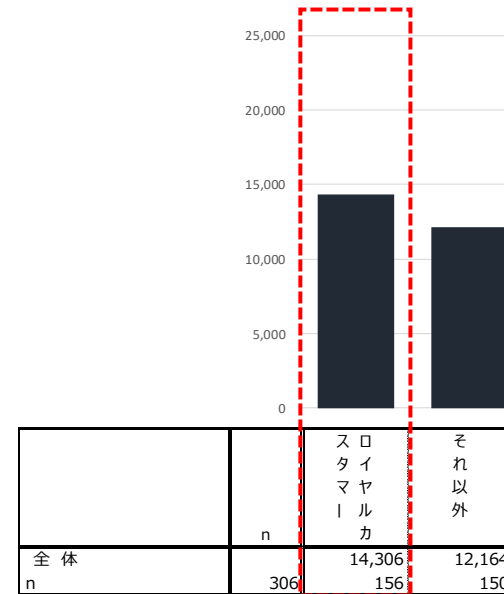
■ロイヤルカスタマー（総合満足度・推薦意向でともに最高点をつけた方）

- ・日本人：ロイヤルカスタマー 11,171円 それ以外 9,830円 単価差1,341円 約1.1倍
 - ・外国人：ロイヤルカスタマー 14,306円 それ以外 12,164円 単価差2,142円 約1.2倍
- 日本人/外国人とも、満足度が高い人ほど、消費額アップに寄与する可能性があることを示唆している

■単価分析-日本人ロイヤルカスタマー/それ以外



■単価分析-外国人ロイヤルカスタマー/それ以外



ロイヤルカスタマー分析（全体・都道府県/国籍別）

【日本人】ロイヤルカスタマー率：29.4%

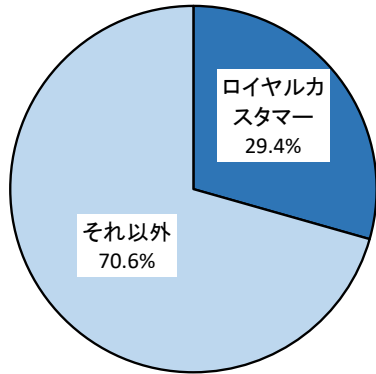
サンプルサイズが少ないものの、北海道・東北地方(62.5%)でロイヤルカスタマー率が50%を超えている。

また、九州・沖縄地方(38.5%)、近畿地方(京大兵以外)(36.2%)、大阪府(33.2%)、京都府(29.8%)でも、ロイヤルカスタマー率は全体平均を上回っている。

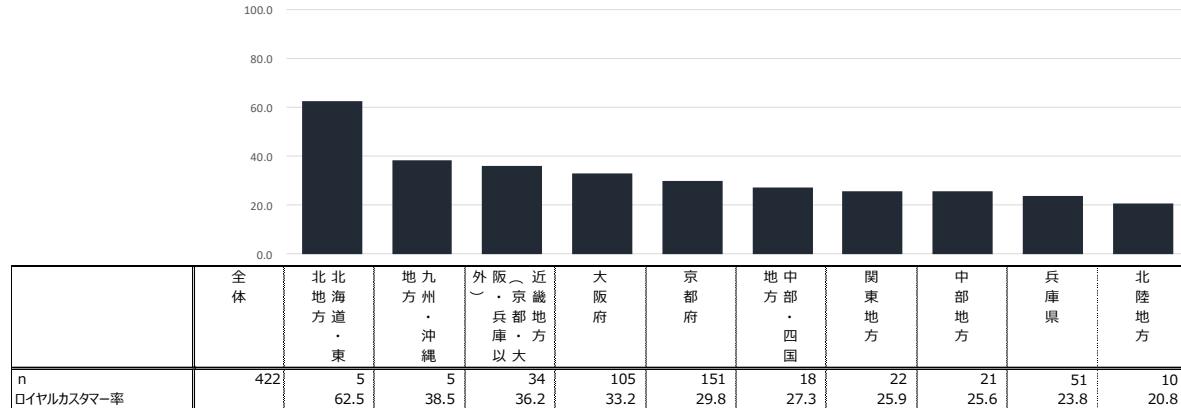
【外国人】ロイヤルカスタマー率：51.0%

外国人では全体の半数以上がロイヤルカスタマーとなっている。香港・マカオ、ヨーロッパ、オセアニアといった国のロイヤルカスタマー率は、全体平均より14~36%程度低くなっている。

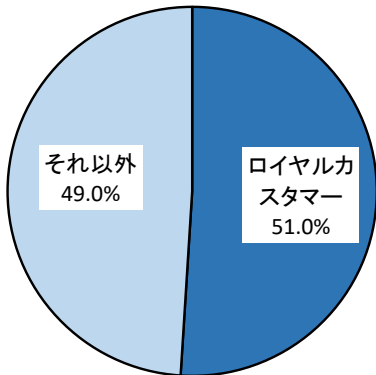
■日本人ロイヤルカスタマー率（全体・都道府県別）



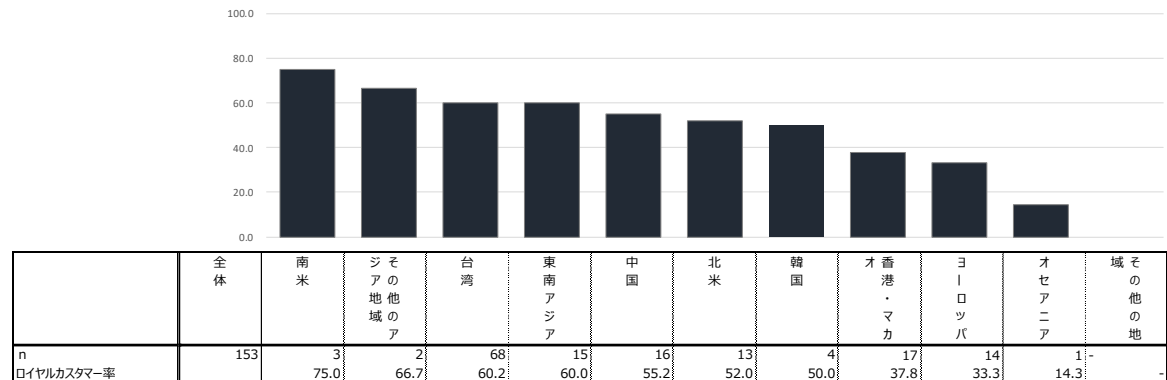
(n=1437)



■外国人ロイヤルカスタマー率（全体・国籍別）



(n=306)



ロイヤルカスタマー分析(宿泊/日帰り別)

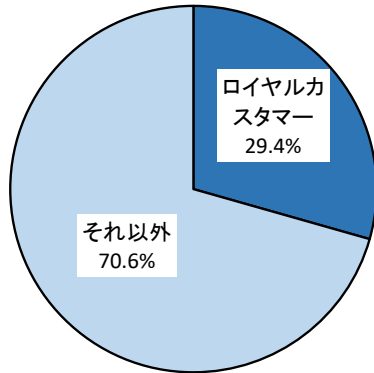
【日本人】

日本人は、宿泊の観光客のロイヤルカスタマー率(34.2%)が日帰りのロイヤルカスタマー率(26.8%)を7.4ポイント上回っている。
→宿泊者の方が今回の海の京都エリアについて満足している割合が高い。宿泊客かつロイヤルカスタマーであれば高消費が望めるため、こういった層を増やしていくことが消費単価アップにつながると考えられる。

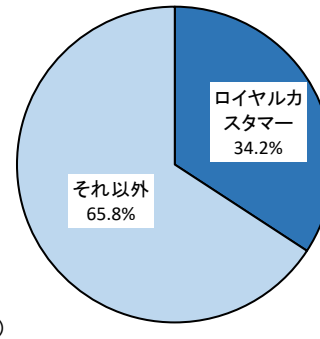
【外国人】

外国人では、日帰り・宿泊で、ロイヤルカスタマー率にそこまで大きな差は見られない。

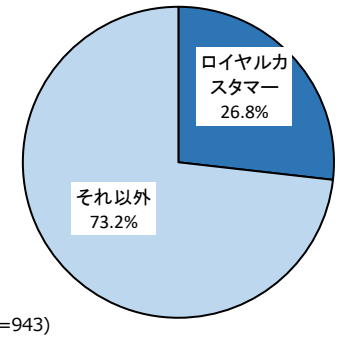
■日本人ロイヤルカスタマー率（全体）



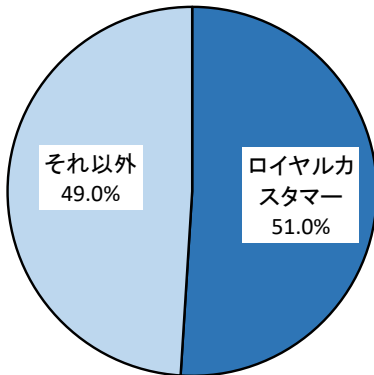
■日本人ロイヤルカスタマー率（宿泊）



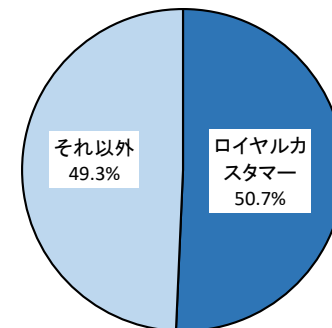
■日本人ロイヤルカスタマー率（日帰り）



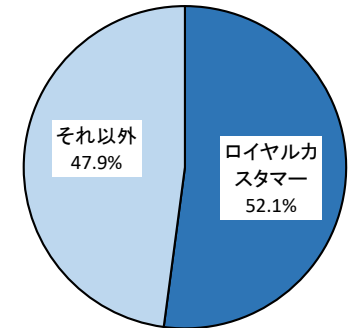
■外国人ロイヤルカスタマー率（全体）



■外国人ロイヤルカスタマー率（宿泊）



■外国人ロイヤルカスタマー率（日帰り）



海の京都エリアに興味を持った理由・ 体験したことについて

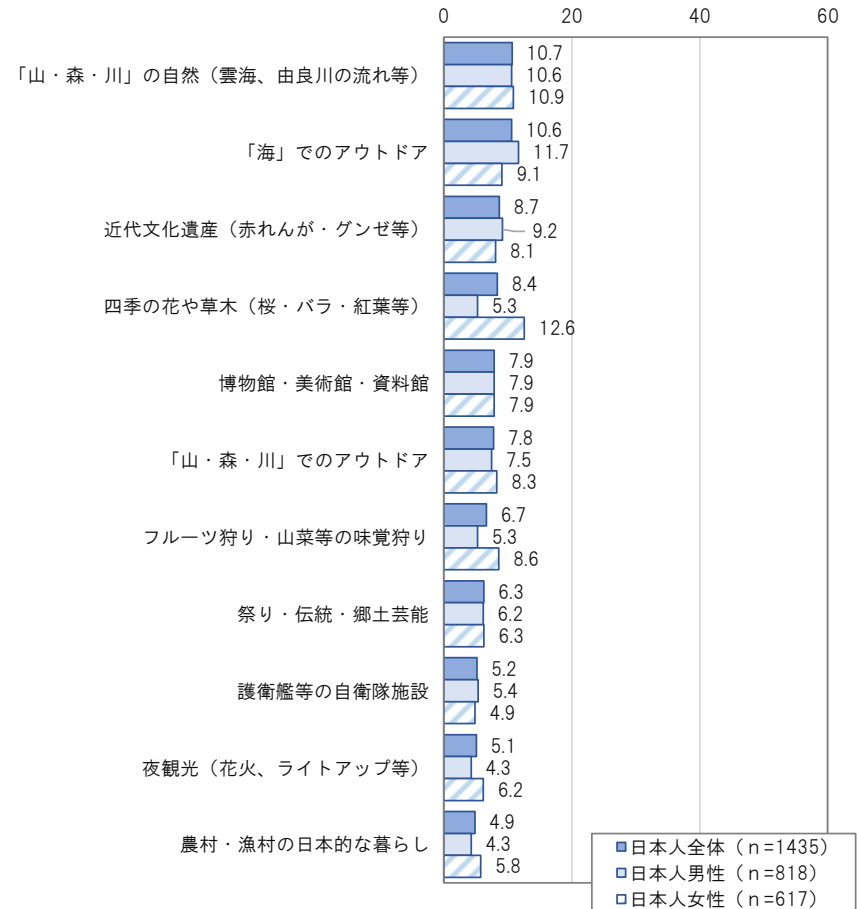
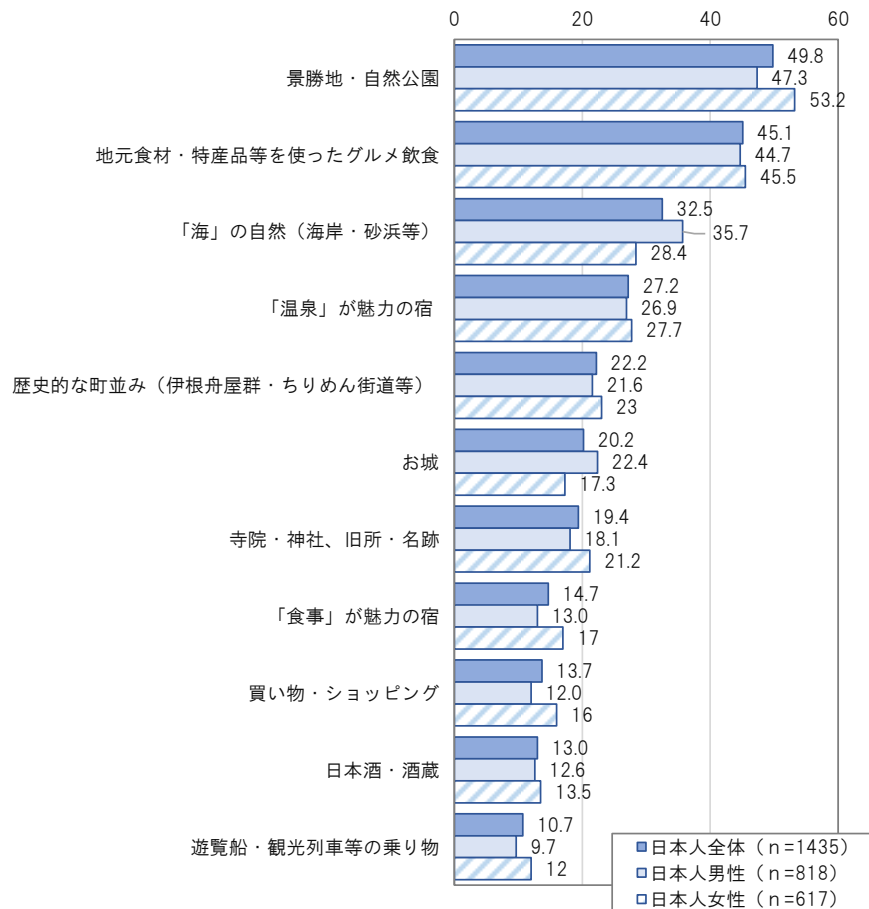
海の京都エリアで興味を持ったこと(日本人) 1/2

■ 海の京都エリアで興味を持ったこと

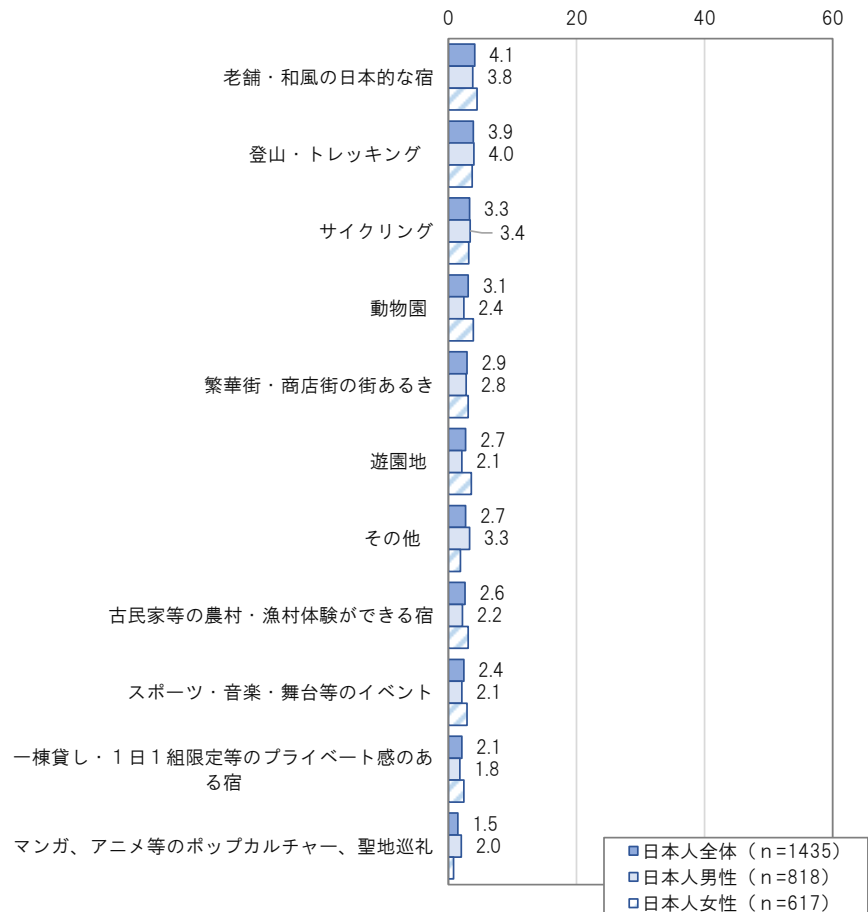
景勝地・自然公園が49.8%で最も高く、次いで地元食材・特産品等を使ったグルメ飲食が45.1%、「海」の自然（海岸・砂浜等）32.5%と続く。

男女別でみると、男性では、「海」の自然（海岸・砂浜等）の割合が女性と比較して高い(男性35.7%、女性28.4%)。

女性では、景勝地・自然公園の割合が男性に比べて高い(男性47.3%、女性53.2%)ほか、四季の花や草木(男性5.3%、女性12.6%)の割合も高くなっている。



海の京都エリアで興味を持ったこと(日本人) 2/2



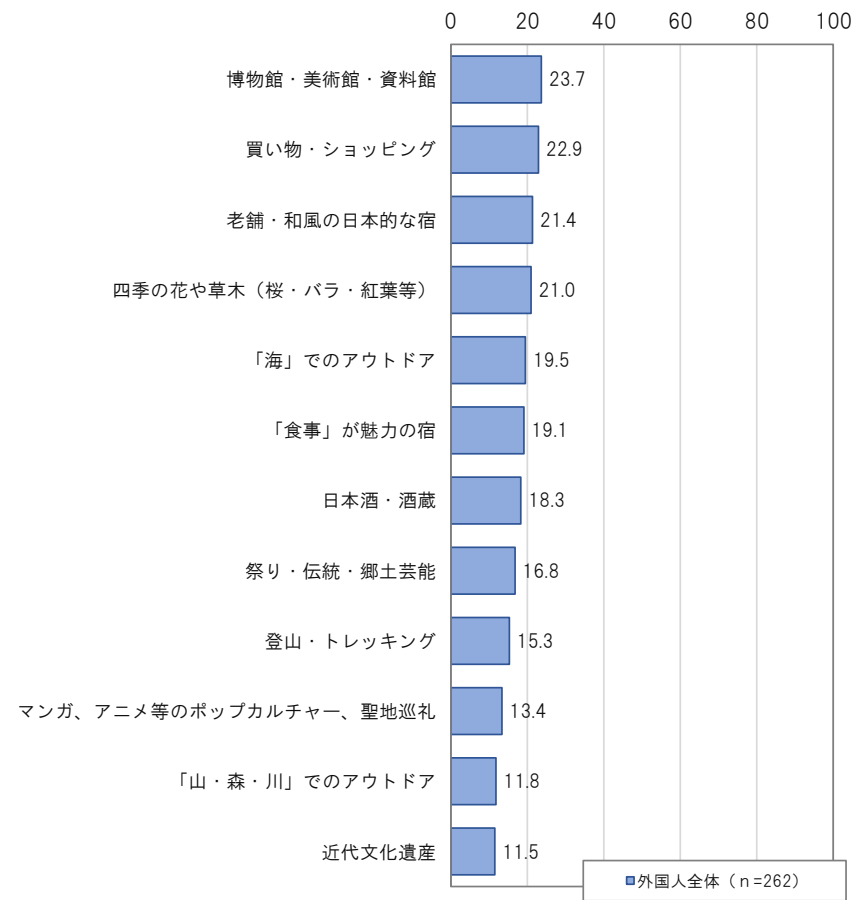
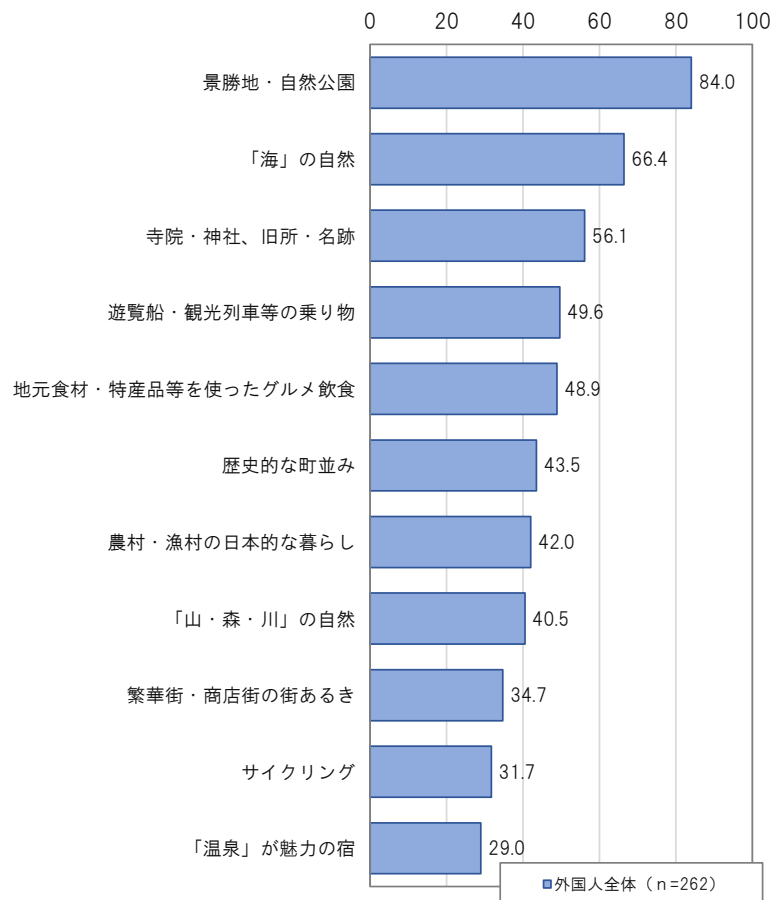
海の京都エリアで興味を持ったこと(外国人) 1/2

■ 海の京都エリアで興味を持ったこと

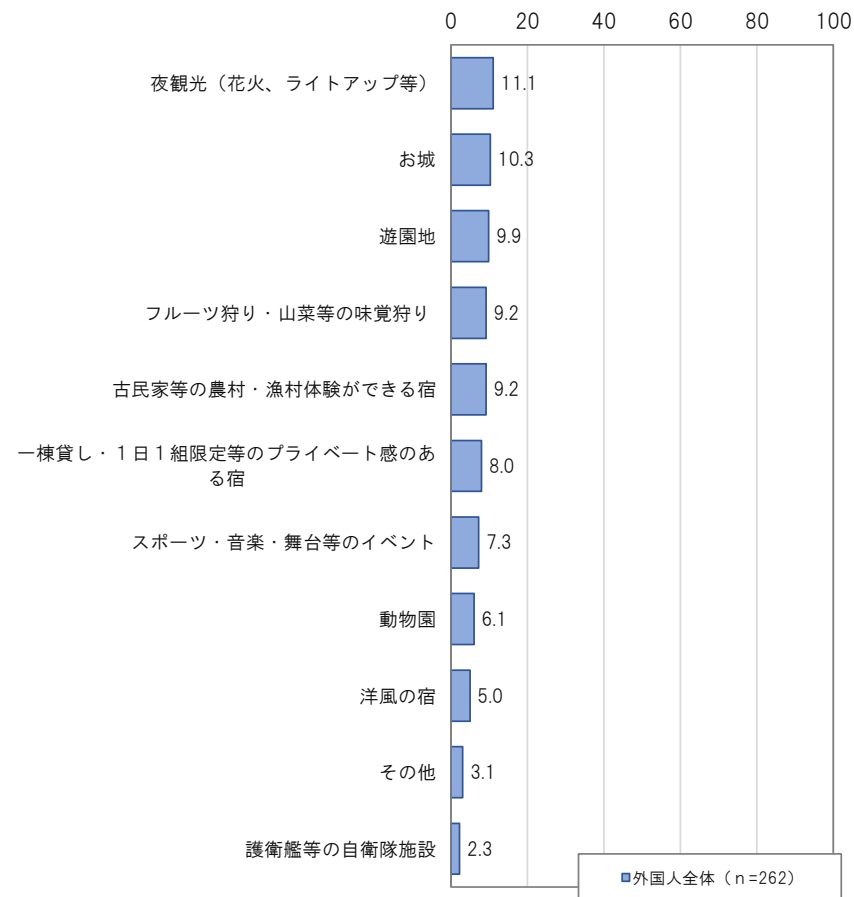
日本人と同様に景勝地・自然公園が84.0%で最も高い。

「海」の自然（海岸・砂浜等）も66.4%で2番目に多く、外国人全体でみると、自然や景色に興味を持って海の京都エリアを訪れる人が多いといえる。

また、日本人とは異なる趣向として、寺院・神社、旧所・名跡(56.1%)、遊覧船・観光列車等の乗り物(49.6%)の割合も高くなっている。



海の京都エリアで興味を持ったこと(外国人) 2/2



海の京都エリアで興味を持ったこと(外国人国籍別) 1/2

■景勝地・自然公園の割合は、東南アジアを除くどの国籍でも80%以上を占めており、人気コンテンツであることがうかがえる。海の自然には、ヨーロッパをはじめとする欧米豪地域、および中国で80%以上となっている。また、寺院・神社、旧所・名跡では、ヨーロッパや北米、香港の関心度が高い。遊覧船・観光列車等については、中国・台湾での割合が高いが、他の地域ではあまり高くない。

■興味を持ったこと-外国人国籍別

全体と比較し、 +10ポイント以上 +5~10ポイント未満	全 体	岸・景勝地・自然公園	岸・海砂浜の自然(海)	寺院・神社、旧所・名跡	遊覧船・観光列車	飲食を使ったグルメ	地元食材・特産品	りめん街道等	歴史的な町並み	農村的暮らし	川・自然流(雲海、由良)	山・森・川	街ある街き・商店街	サイクリング	宿「温泉」が魅力の	資料館・美術館・博物館	買い物・ショッピング	老舗・和風の日本	等(桜・バラ・紅葉)	四季の花や草木	ド「海」でのアウト
		岸・景勝地・自然公園	岸・海砂浜の自然(海)	寺院・神社、旧所・名跡	遊覧船・観光列車	飲食を使ったグルメ	地元食材・特産品	りめん街道等	歴史的な町並み	農村的暮らし	川・自然流(雲海、由良)	山・森・川	街ある街き・商店街	サイクリング	宿「温泉」が魅力の	資料館・美術館・博物館	買い物・ショッピング	老舗・和風の日本	等(桜・バラ・紅葉)	四季の花や草木	ド「海」でのアウト
	262 100.0	220 84.0	174 66.4	147 56.1	130 49.6	128 48.9	114 43.5	110 42.0	106 40.5	91 34.7	83 31.7	76 29.0	62 23.7	60 22.9	56 21.4	55 21.0	51 19.5				
	25 100.0	21 84.0	20 80.0	14 56.0	16 64.0	12 48.0	7 28.0	2 8.0	4 16.0	10 40.0	9 36.0	9 36.0	6 24.0	4 16.0	6 24.0	6 24.0	3 12.0				
	96 100.0	82 85.4	54 56.3	55 57.3	68 70.8	52 54.2	52 54.2	50 52.1	33 34.4	39 40.6	38 39.6	24 25.0	15 15.6	21 21.9	24 25.0	13 13.5	28 29.2				
	35 100.0	35 100.0	14 40.0	23 65.7	10 28.6	15 42.9	10 28.6	7 20.0	17 48.6	12 34.3	4 11.4	9 25.7	2 5.7	10 28.6	2 5.7	6 17.1	2 5.7				
	7 100.0	5 71.4	3 42.9	-	3 42.9	3 42.9	5 71.4	5 71.4	2 28.6	4 57.1	-	5 71.4	5 71.4	2 28.6	3 42.9	1 14.3	-				
	23 100.0	13 56.5	19 82.6	10 43.5	13 56.5	12 52.2	11 47.8	16 69.6	13 56.5	5 21.7	9 39.1	5 21.7	9 39.1	7 30.4	7 30.4	5 21.7	4 17.4				
	1 100.0	-	1 100.0	1 100.0	-	-	1 100.0	-	-	-	1 100.0	-	1 100.0	-	-	-	-	1 100.0			
	24 100.0	22 91.7	20 83.3	16 66.7	8 33.3	15 62.5	11 45.8	12 50.0	16 66.7	13 54.2	5 20.8	11 45.8	12 50.0	8 33.3	7 29.2	13 54.2	4 16.7				
	4 100.0	4 100.0	3 75.0	1 25.0	-	3 75.0	2 50.0	3 75.0	3 75.0	4 100.0	1 25.0	-	1 25.0	3 75.0	2 50.0	2 50.0	-				
	37 100.0	31 83.8	33 89.2	23 62.2	10 27.0	13 35.1	14 37.8	13 35.1	15 40.5	4 10.8	12 32.4	9 24.3	11 29.7	5 13.5	4 10.8	7 18.9	9 24.3				
	6 100.0	5 83.3	5 83.3	3 50.0	2 33.3	2 33.3	1 16.7	-	3 50.0	-	1 16.7	2 33.3	-	-	-	1 16.7	-				
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

海の京都エリアで興味を持ったこと(外国人国籍別) 2/2

■興味を持ったこと-外国人国籍別

全体と比較し、 は+10ポイント以上 は+5~10ポイント未満	全 体	宿「食 事」が 魅力の	日本 酒・酒 蔵	芸能 ・伝 統・郷 土	グ 登 山・ト レ ッ キ ン	チ ャ ー 、 聖 地 巡 礼	マン ガ、 ア ニ メ 等	の「山 ・森・ 川」 で	等 れん が・ グ ン ゼ	近 代 文 化 遺 産 (赤)	夜 観 光 (花 火、 ラ イ ト ア ッ プ 等)	お 城	遊 園 地	フ ル ー ツ 狩 り・ 山	宿 漁 村 体 験 が で き る	古 民 家 等 の 農 村 宿	組 限 定 等 の プ ラ イ 	一 棟 貸 し の 1 日 1 	舞 台 等 の イ ベ ン ト	ス ポ ー ツ ・ 音 楽 ・	動 物 園	洋 風 の 宿	そ の 他	施 設 護 衛 艦 等 の 自 衛 隊		
		外国人全体	262 100.0	50 19.1	48 18.3	44 16.8	40 15.3	35 13.4	31 11.8	30 11.5	29 11.1	27 10.3	26 9.9	24 9.2	24 9.2	21 8.0	19 7.3	16 6.1	13 5.0	8 3.1	6 2.3					
中国	25 100.0	5 20.0	5 20.0	7 28.0	4 16.0	1 4.0	1 4.0	1 4.0	-	1 4.0	2 8.0	-	1 4.0	1 4.0	2 8.0	-	3 12.0	2 8.0	-	-	-	-	3 12.0	2 8.0	-	-
台湾	96 100.0	22 22.9	15 15.6	12 12.5	15 15.6	6 6.3	9 9.4	13 13.5	12 12.5	6 6.3	7 7.3	8 8.3	11 11.5	8 8.3	3 3.1	3 3.1	3 3.1	1 1.0	1 1.0	1 1.0	1 1.0	1 1.0	1 1.0	1 1.0	1 1.0	1 1.0
香港・マカオ	35 100.0	3 8.6	5 14.3	6 17.1	8 22.9	7 20.0	5 14.3	1 2.9	5 14.3	1 2.9	5 14.3	2 5.7	-	-	3 8.6	5 14.3	2 5.7	2 5.7	2 5.7	2 5.7	2 5.7	2 5.7	2 5.7	2 5.7	2 5.7	2 5.7
韓国	7 100.0	4 57.1	2 28.6	1 14.3	-	3 42.9	3 42.9	-	2 28.6	1 14.3	-	-	-	-	2 28.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
東南アジア	23 100.0	3 13.0	2 8.7	5 21.7	1 4.3	5 21.7	2 8.7	1 4.3	1 4.3	2 8.7	-	3 13.0	2 8.7	3 13.0	4 17.4	2 8.7	1 4.3	-	-	-	-	1 4.3	-	-	-	-
その他のアジア地域	1 100.0	-	1 100.0	-	1 100.0	-	-	1 100.0	-	1 100.0	-	1 100.0	-	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1 100.0	-	-	-
北米	24 100.0	10 41.7	6 25.0	8 33.3	4 16.7	5 20.8	5 20.8	9 37.5	6 25.0	7 29.2	9 37.5	7 29.2	8 33.3	5 20.8	3 12.5	5 20.8	2 8.3	2 8.3	2 8.3	2 8.3	2 8.3	2 8.3	2 8.3	2 8.3	2 8.3	5 20.8
南米	4 100.0	-	2 50.0	2 50.0	3 75.0	2 50.0	-	-	-	3 75.0	-	1 25.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ヨーロッパ	37 100.0	3 8.1	10 27.0	3 8.1	3 8.1	5 13.5	3 8.1	4 10.8	3 8.1	5 13.5	3 8.1	1 2.7	2 5.4	3 8.1	1 2.7	-	1 2.7	1 2.7	1 2.7	1 2.7	1 2.7	1 2.7	1 2.7	1 2.7	1 2.7	1 2.7
オセアニア	6 100.0	-	-	-	-	1 16.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 16.7	-	-	-	-
その他の地域	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

海の京都エリアで興味を持ったこと(外国人リピーター/日本人リピーター) 1/2

■海の京都エリアで興味を持ったこと

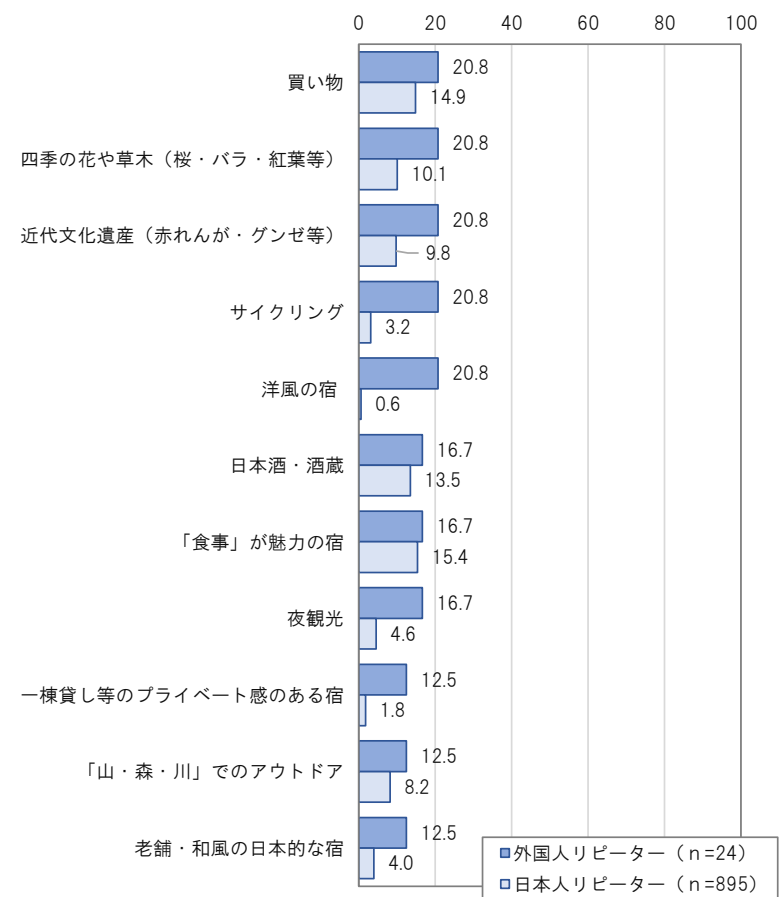
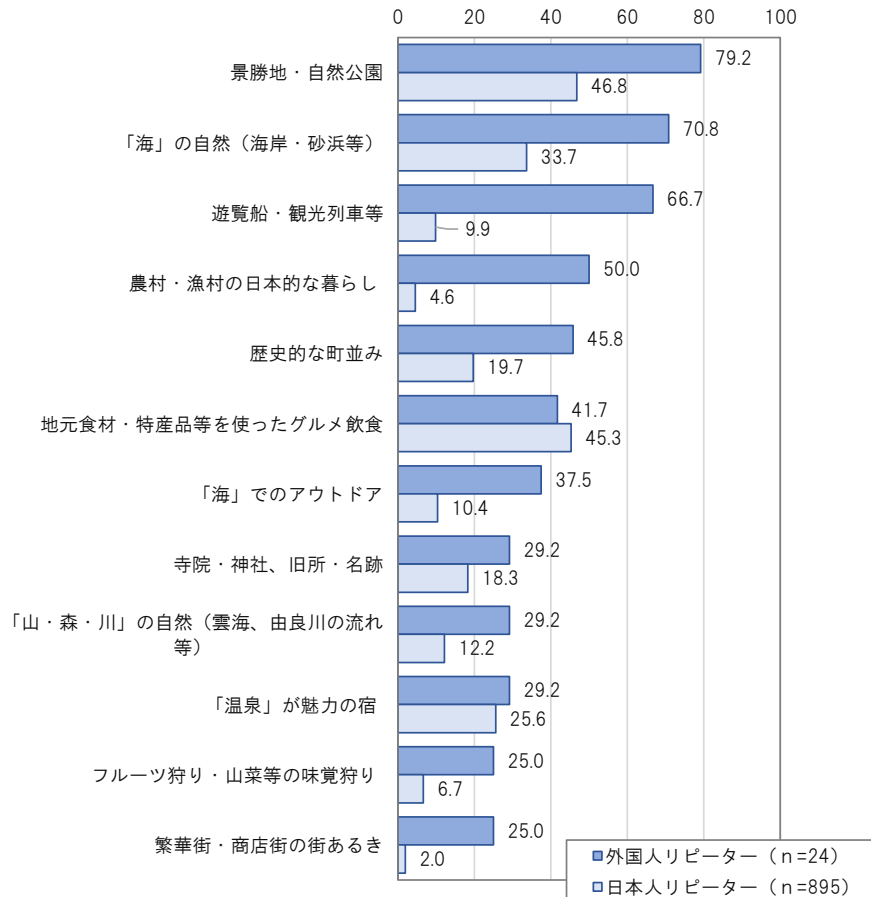
【外国人】

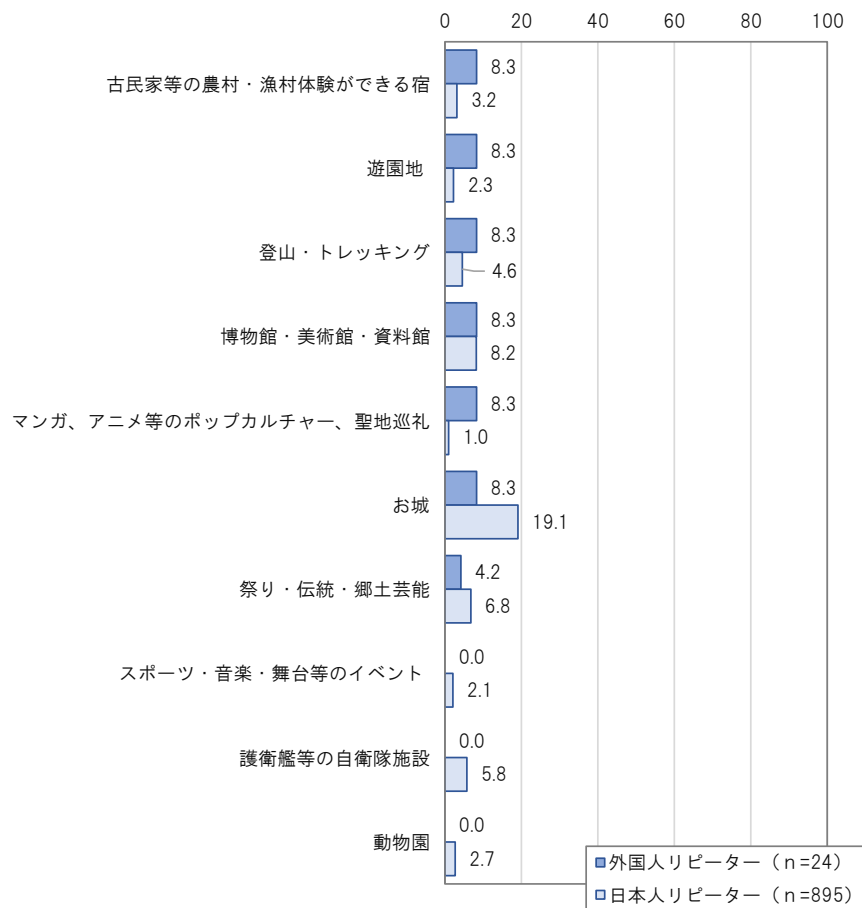
景勝地・自然公園が79.2%で最も高い。「海」の自然（海岸・砂浜等）も70.8%で2番目に多く、外国人全体でみると、自然や景色に興味を持って海の京都エリアを訪れる人が多いといえる。全体の集計と比較すると、遊覧船・観光列車等の割合も66.7%で全体より17.1ポイントたかくなっている。

【日本人】

景勝地・自然公園が46.8%で最も高く、次いで地元食材・特産品等を使ったグルメ飲食が45.3%、「海」の自然（海岸・砂浜等）33.7%と続く。

→全体集計と比較して、あまり大きな傾向の変化は見られない。





海の京都エリアで興味を持ったこと（外国ロイヤルカスタマー/日本ロイヤルカスタマー） 1/2

■海の京都エリアで興味を持ったこと

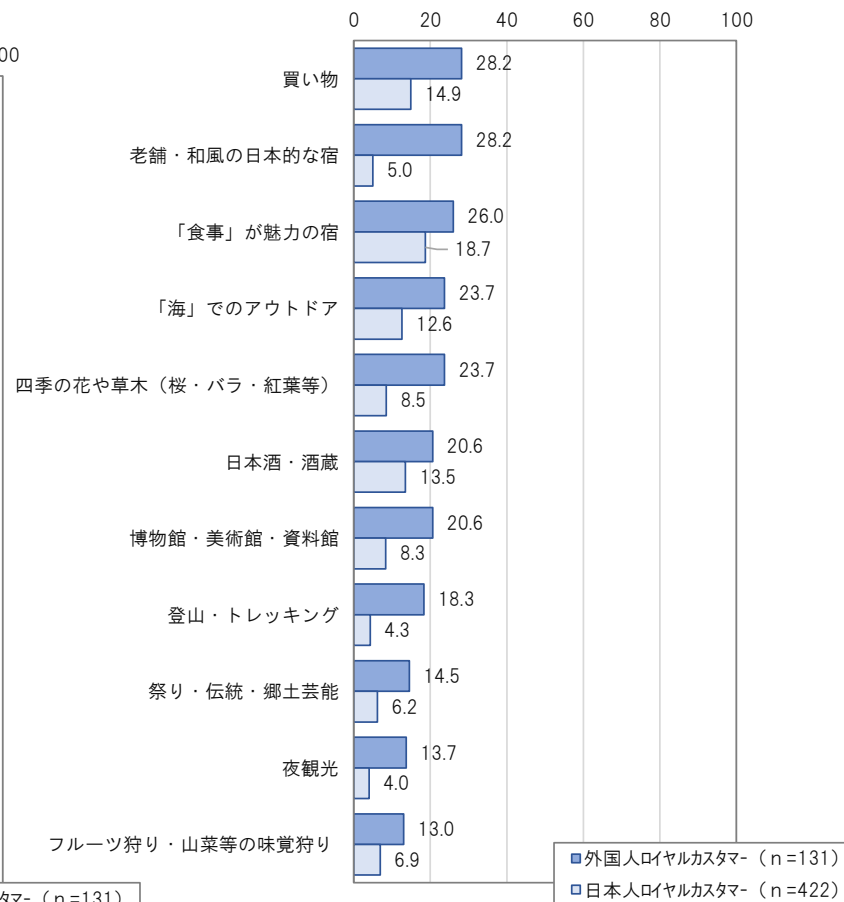
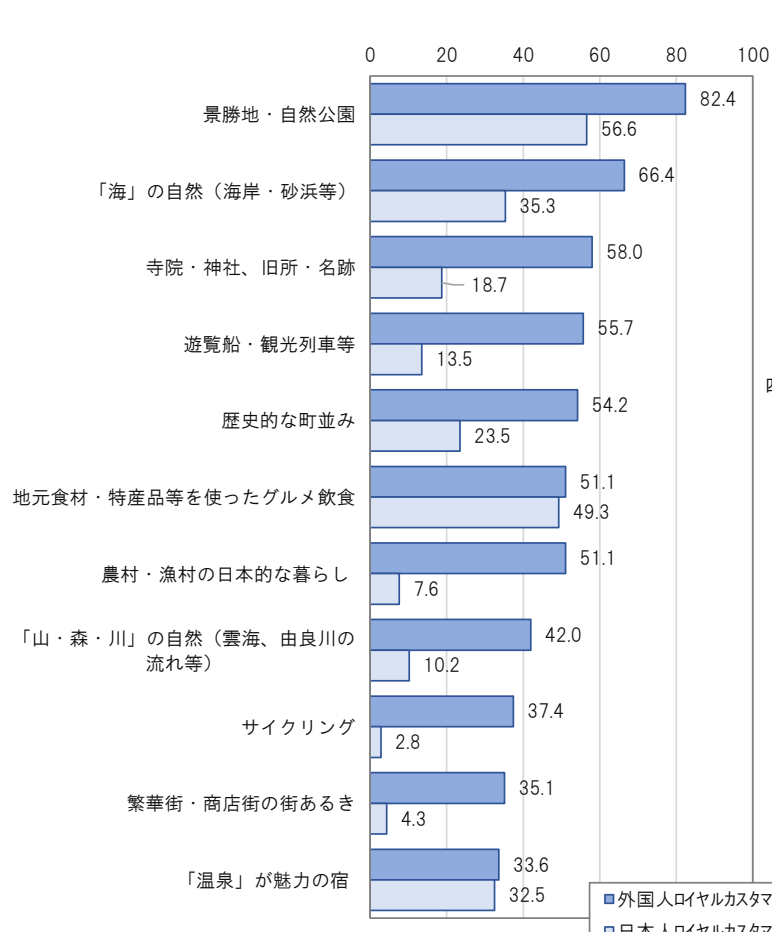
【外国人】

景勝地・自然公園が82.4%で最も高い。「海」の自然（海岸・砂浜等）も66.4%で2番目に多くなっている。

→全体集計と比較して、あまり大きな傾向の変化は見られない。

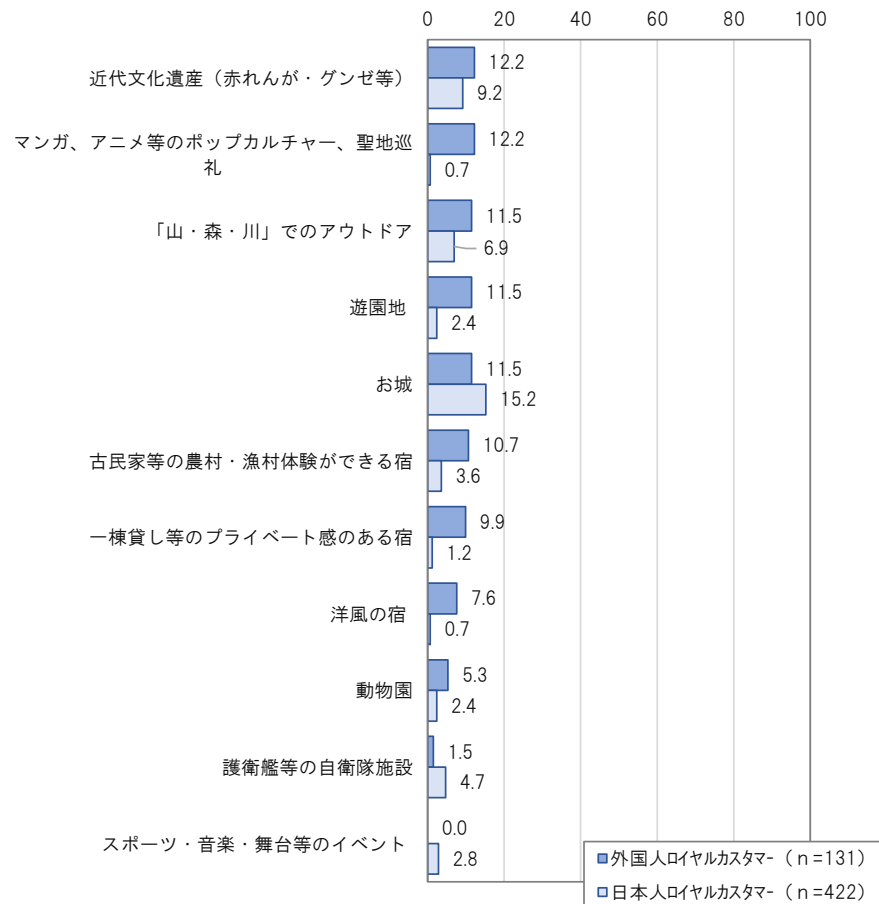
【日本人】

景勝地・自然公園が56.6%で最も高く、次いで地元食材・特産品等を使ったグルメ飲食が49.3%、「海」の自然（海岸・砂浜等）35.3%と続く。



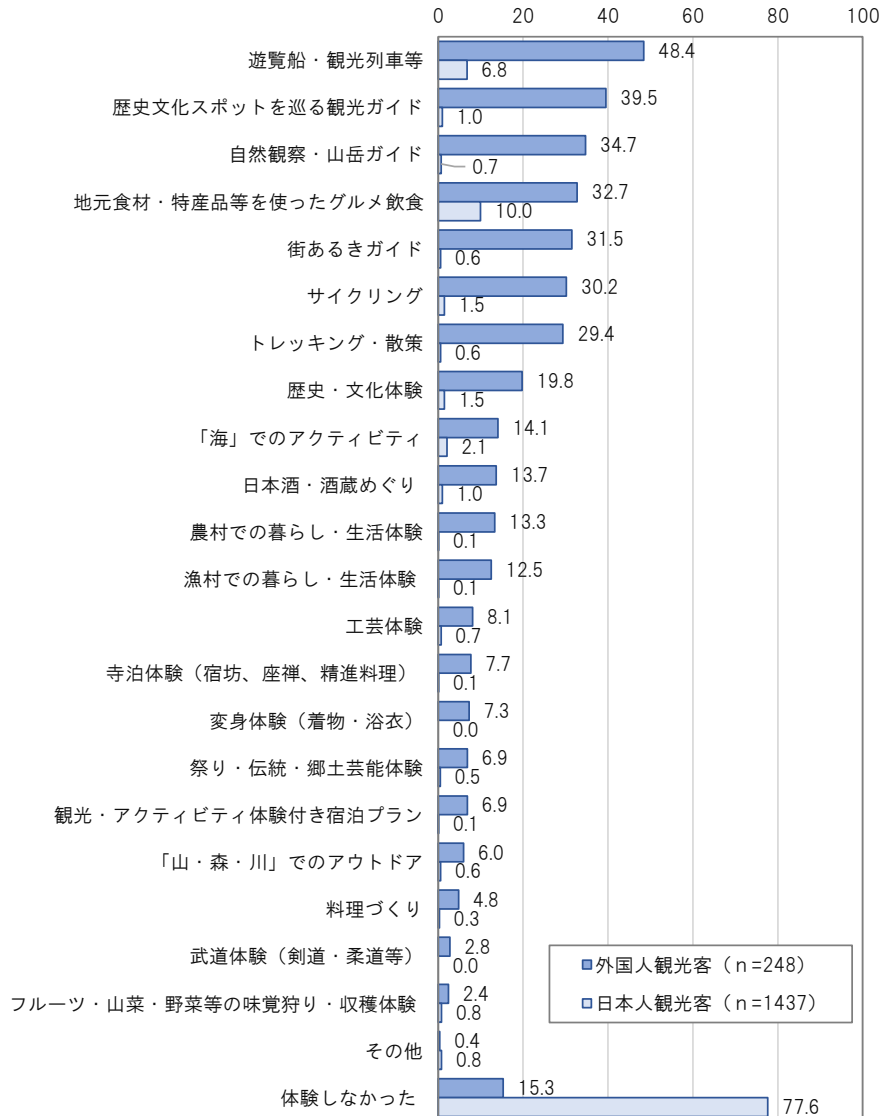
海の京都エリアで興味を持ったこと（日本ロイヤルカスタマー/外国ロイヤルカスタマー別） 2/2

の結果について



海の京都エリアで体験したこと（外国人/日本人別）

■体験したこと-外国人/日本人別



■海の京都エリアで体験したこと

【外国人】

体験しなかったのは15.3%に留まる。

体験メニューの中で最も多かったのは遊覧船・観光列車等(48.4%)。

また、歴史文化スポットを巡る観光ガイド(39.5%)、自然観察・山岳ガイド(34.7%)といったコンテンツの割合も高い。

【日本人】

体験しなかった層が77.6%で最も多い。

体験した人の中では、地元食材・特産品などを使ったグルメ飲食(10.0%)、遊覧船・観光列車等(6.8%)やの割合が高い。

海の京都エリアで体験したこと(外国人国籍別) 1/2

■ 遊覧船・観光列車等の割合は、各地域とも、選択肢の中では高い比率となっている(サンプルサイズの少ない韓国、その他アジア地域、南米、オセアニアを除く)

また、中国語圏地域では、歴史文化スポットを巡る観光ガイドの割合が、他地域と比較して高くなっている。

■ 体験したこと-外国人国籍別

全体と比較し、 は+10ポイント以上 は+5~10ポイント未満	全 体	遊覧船・ 観光列	歴史を 巡る化 観光ポ ット	自然観 察・山 岳	地元食 材・特 産	街ある きガイ ド	サイク リング	散策レ ッキン グ	歴史・ 文化体 験	「海 びー テ ィ ア ク	日本酒 ・酒蔵 め	農村生 活の暮 ら	漁村生 活の暮 ら	祭り能 楽・伝 統・郷
		車等	イト	ガ	ル品	街	サイ	散	歴	テ	ぐ日	し農	し漁	土祭
	248 100.0	120 48.4	98 39.5	86 34.7	81 32.7	78 31.5	75 30.2	73 29.4	49 19.8	35 14.1	34 13.7	33 13.3	31 12.5	17 6.9
	25 100.0	12 48.0	15 60.0	10 40.0	11 44.0	9 36.0	6 24.0	7 28.0	4 16.0	9 36.0	4 16.0	6 24.0	2 8.0	3 12.0
	95 100.0	56 58.9	55 57.9	52 54.7	29 30.5	46 48.4	38 40.0	24 25.3	20 21.1	8 8.4	14 14.7	11 11.6	15 15.8	6 6.3
	35 100.0	13 37.1	16 45.7	13 37.1	15 42.9	10 28.6	5 14.3	7 20.0	8 22.9	1 2.9	4 11.4	2 5.7	4 11.4	-
	6 100.0	1 16.7	1 16.7	-	2 33.3	2 33.3	2 33.3	3 50.0	2 33.3	-	1 16.7	-	-	1 16.7
	18 100.0	9 50.0	4 22.2	3 16.7	5 27.8	5 27.8	5 27.8	4 22.2	4 22.2	2 11.1	1 5.6	2 11.1	2 11.1	-
	1 100.0	-	-	1 100.0	-	-	1 100.0	1 100.0	-	1 100.0	-	-	-	-
	21 100.0	12 57.1	4 19.0	2 9.5	8 38.1	3 14.3	4 19.0	14 66.7	6 28.6	3 14.3	4 19.0	7 33.3	8 38.1	4 19.0
	4 100.0	1 25.0	-	1 25.0	1 25.0	-	1 25.0	3 75.0	1 25.0	-	2 50.0	-	-	2 50.0
	35 100.0	13 37.1	3 8.6	2 5.7	9 25.7	2 5.7	10 28.6	10 28.6	4 11.4	8 22.9	4 11.4	5 14.3	-	1 2.9
	4 100.0	1 25.0	-	1 25.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

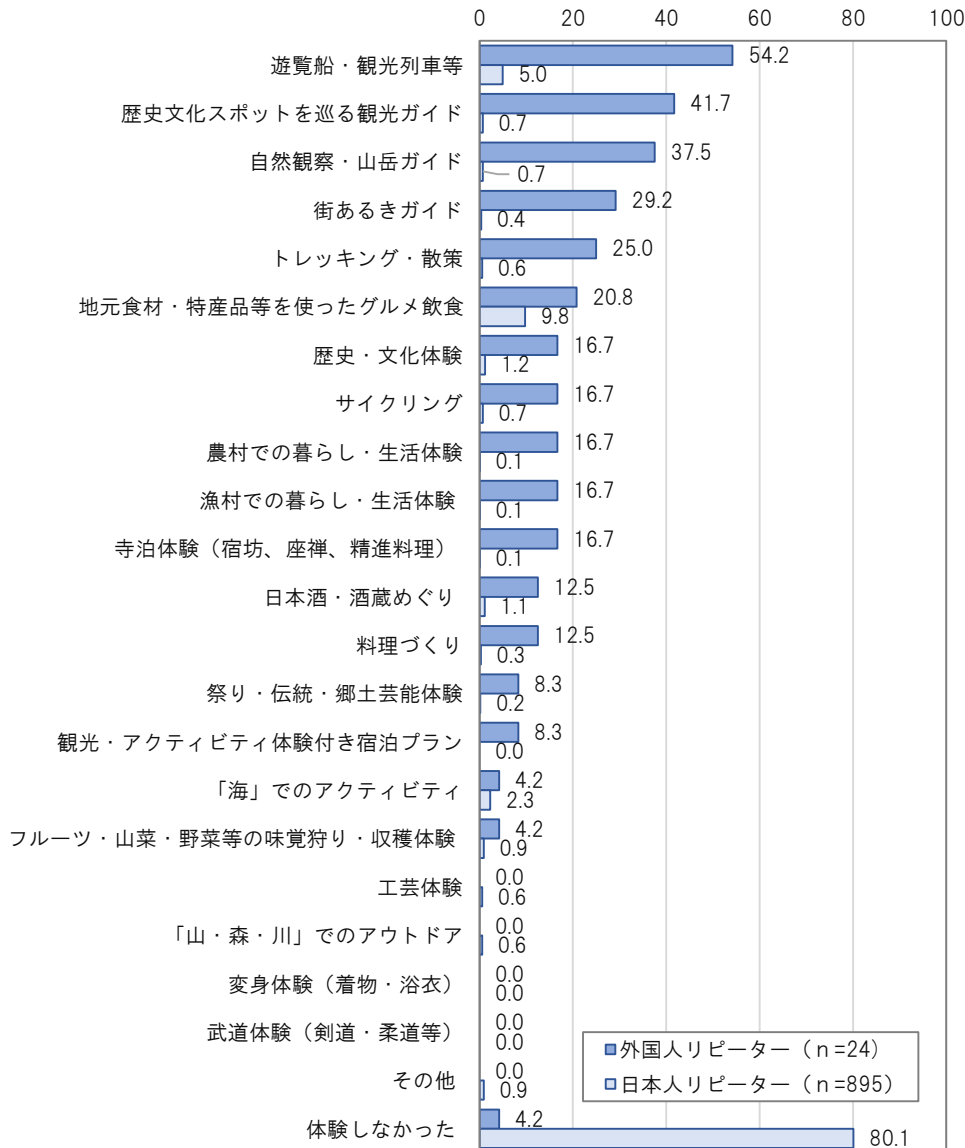
海の京都エリアで体験したこと(外国人国籍別) 2/2

■ 体験したこと-外国人国籍別

全体と比較し、 は+10ポイント以上 は+5~10ポイント未満	全 体	キヤンドルズ、く	ねろ体験(手び	工芸体験(宿進	料理、座禅、精進	坊泊体験(宿進	寺泊体験(宿進	で「山ア・森ト・川ア	変身体験(着	宿泊体験(着	観光体験(着	等、蕎麦打ち	が、寿司、肉じゃ	料理、肉じゃ	味覚、野菜狩り	山菜、野菜狩り	フルーツ狩り	道・柔道等(剣	武体道等(剣	その他	体験しなかつた
		外国人全体	248 100.0	20 8.1	19 7.7	15 6	18 7.3	17 6.9	12 4.8	6 2.4	7 2.8	1 0.4	38 15.3								
中国	25 100.0	4 16.0	3 12.0	1 4.0	2 8.0	1 4.0	1 4.0	-	1 4.0	1 4.0	2 8.0										
台湾	95 100.0	5 5.3	3 3.2	6 6.3	7 7.4	7 7.4	4 4.2	2 2.1	3 3.2	-	9 9.5										
香港・マカオ	35 100.0	4 11.4	3 8.6	4 11.4	2 5.7	2 5.7	2 5.7	-	-	-	10 28.6										
韓国	6 100.0	1 16.7	1 16.7	-	-	-	2 33.3	-	1 16.7	-	1 16.7										
東南アジア	18 100.0	2 11.1	1 5.6	-	2 11.1	1 5.6	-	1 5.6	-	-	4 22.2										
その他のアジア地域	1 100.0	-	-	-	1 100.0	-	-	-	-	-	-										
北米	21 100.0	2 9.5	3 14.3	2 9.5	-	5 23.8	2 9.5	2 9.5	2 9.5	-	3 14.3										
南米	4 100.0	-	-	-	-	-	-	1 25.0	-	-	-										
ヨーロッパ	35 100.0	2 5.7	5 14.3	2 5.7	4 11.4	1 2.9	1 2.9	-	-	-	7 20.0										
オセアニア	4 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 25.0										
その他の地域	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-										

海の京都エリアで体験したこと（外国人リピーター/日本人リピーター）

■ 体験したこと-外国人リピーター/日本人リピーター



■ 海の京都エリアで体験したこと

【外国人リピーター】

外国人リピーターについては体験しなかったのは4.2%。全体の54.2%は遊覧船・観光列車等を利用している。また、歴史スポットを目鶴観光ガイドも41.7%と4割程度が利用。

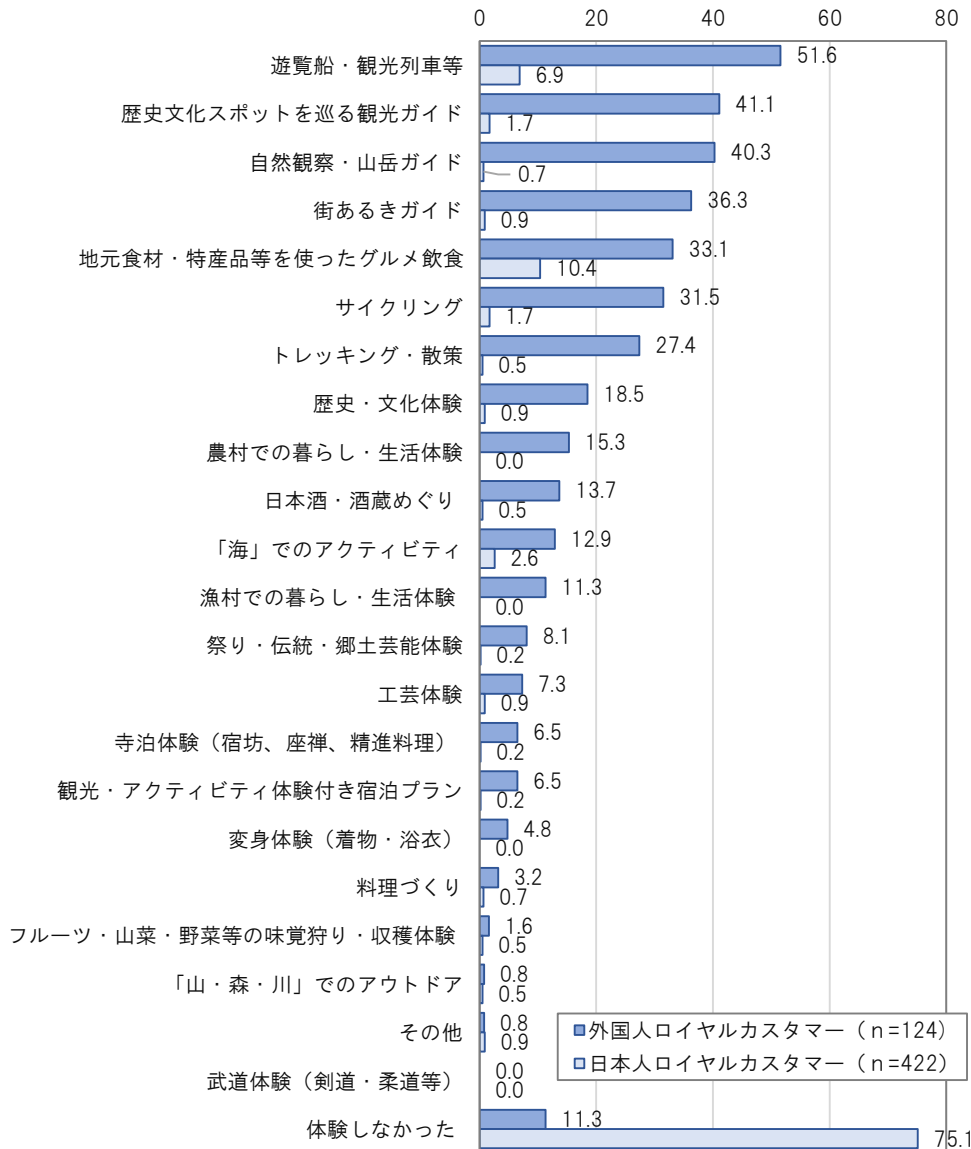
【日本人リピーター】

日本人のリピーターは80.1%が「体験しなかった」と回答。ついで、地元食材・特産品等を使ったグルメ飲食(9.8%)、遊覧船・観光列車等(5.0%)となっている。

→日本人のリピーターは比較的近隣の方が多いので、あまり体験などはしない傾向にあるのではないか。

海の京都エリアで体験したこと（外国人ロイヤルカスタマー/日本人ロイヤルカスタマー）

■ 体験したこと-外国人ロイヤルカスタマー/日本人ロイヤルカスタマー



■ 海の京都エリアで体験したこと 【外国人ロイヤルカスタマー】

外国人リピーターについては体験しなかったのは11.3%。
全体の51.6%は遊覧船・観光列車等を利用している。
また、歴史スポットを目鶴観光ガイドも41.1%、自然観察・山岳ガイドが40.3%となっている。

【日本人ロイヤルカスタマー】

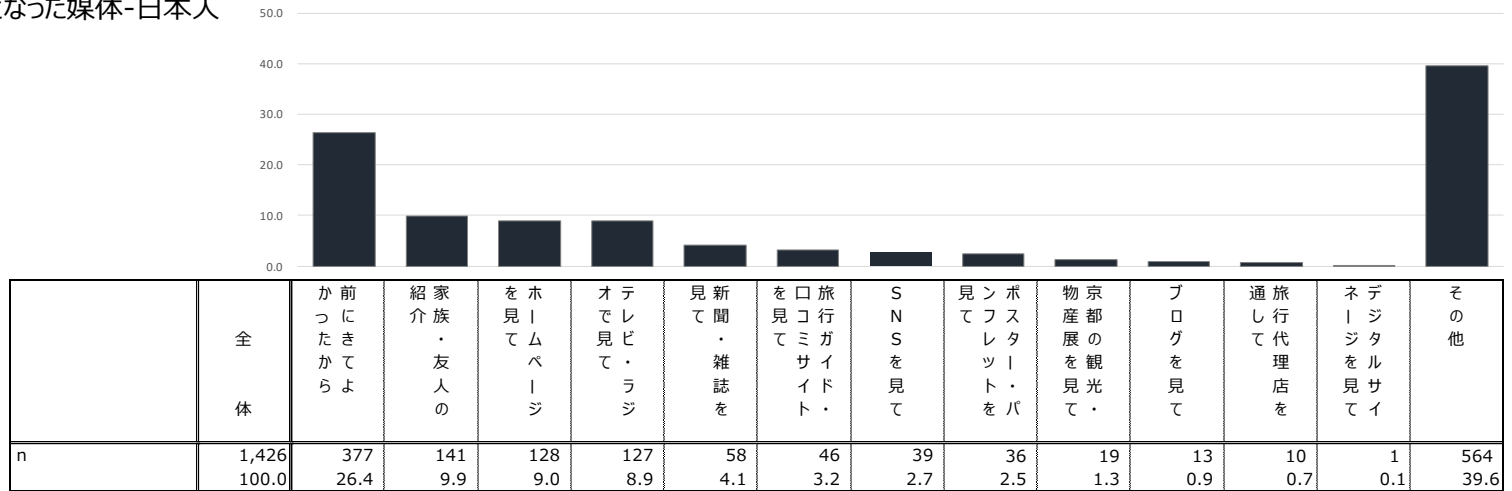
日本人ロイヤルカスタマーは75.1%が「体験しなかった」と回答。ついで、地元食材・特産品等を使ったグルメ飲食（10.4%）、遊覧船・観光列車等（6.9%）となっている。

情報媒体・交通手段について

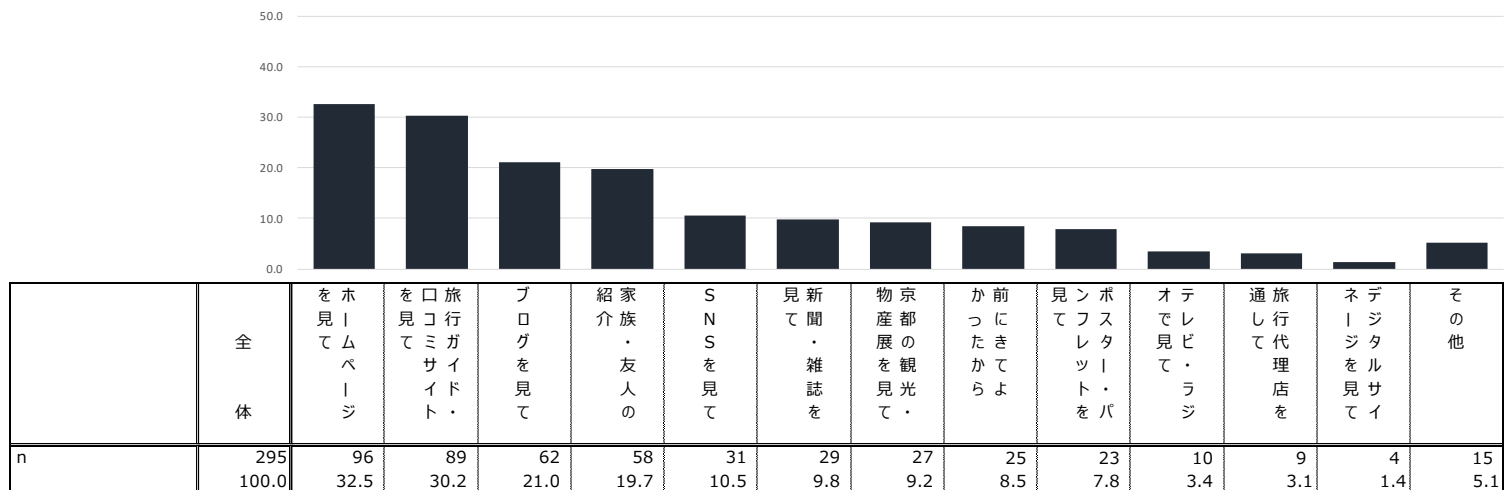
訪問のきっかけとなった媒体

■ 来訪のきっかけとなった媒体は日本人では前にきてよかったから(26.4%)、家族・友人の紹介(9.9%)の割合が高い。
外国人ではホームページを見て(32.5%)、旅行ガイド・口コミサイトを見て(30.2%)といった項目の割合が高い。
→日本人では来てもらった方の満足度を高め紹介してもらうことが効果的。外国人に向けては、オンライン媒体の充実を図ることが効果的といえる。

■ 訪問のきっかけとなった媒体-日本人



■ 訪問のきっかけとなった媒体-外国人



■ 情報収集媒体としては、日本人、外国人ともにホームページの比率が高い。
→オンライン情報の充実を図る必要がある

■ 情報収集媒体-日本人



	全 体	ホ ー ム ペ ー ジ	r a m s t a g	口 コ ミ サ イ ト	ブ ッ ク 旅 行 ガ イ ド	そ の 他	ン フ レ ッ ト ・ パ	旅 行 専 門 誌	タ ー ネ ッ ト	r T w i t t e	オ レ ビ ・ ラ ジ	o F a c e b o	個 人 の ブ ロ グ	そ の 他 S N S	観 光 案 内 所	L I N E	b e (Y o u T u 等)	動 画 サ イ ト	ア ク テ ィ ビ ティ 予 約 サ イ	特 に な し
n	694	297	37	34	26	24	15	14	12	11	11	10	8	5	5	3	2	1	1	287
	100.0	42.8	5.3	4.9	3.7	3.5	2.2	2.0	1.7	2	1.6	1.4	1.2	0.7	0.7	0.4	0.3	0.1		41.4

■ 情報収集媒体-外国人



	全 体	ホ ー ム ペ ー ジ	そ の 他 イ ン タ ー ネ ッ ト	ク 旅 行 ガ イ ド ブ ッ ク	a m s t a g r	口 コ ミ サ イ ト	番 組 テ レ ビ ・ ラ ジ オ	フ レ ッ ト ・ パ ン	そ の 他	k F a c e b o o	T w i t t e r	旅 行 専 門 誌	個 人 の ブ ロ グ	L I N E	観 光 案 内 所	e (Y o u T u 等)	動 画 サ イ ト	そ の 他 S N S	予 約 サ イ ト	ア ク テ ィ ビ ティ 予 約 サ イ ト	特 に な し
n	1,437	467.0	128.0	72.0	56.0	50.0	49.0	45.0	44.0	27.0	19.0	17	16	14	11	8	2	-	-	641	
	100.0	32.5	8.9	5.0	3.9	3.5	3.4	3.1	3.1	1.9	1	1.2	1.1	1	0.8	0.6	0.1	-	-		44.6

各媒体の詳細な名称は以下の通り（回答があったもののみ）

■ホームページ

項目	件数	値%
「海の京都」天橋立観光ガイドー天橋立観光協会	39	15.4
伊根町観光協会 海の京都	38	15.0
丹後王国「食のみやこ」<公式サイト>西日本最大級の道の駅	23	9.1
観光情報 - 福知山市オフィシャルホームページ	19	7.5
海鮮市場 - 「道の駅」舞鶴港 とれとれセンター	18	7.1
福知山城天守閣 - 福知山市オフィシャルホームページ	16	6.3
海の京都 舞鶴の観光情報 まいづる観光ネット	12	4.7
伊根町観光交流施設 舟屋日和	12	4.7
海の京都 - 京都府観光連盟	8	3.1
旅館のホームページ	7	2.8
観光協会 - 京都府観光連盟	6	2.4
「京丹後ナビ」京丹後市観光公社 公式サイト	5	2.0

項目	件数	値%
海上自衛隊 舞鶴地方隊	4	1.6
伊根町観光協会 海の京都, 「海の京都」天橋立観光ガイドー天橋立観光協会	4	1.6
日本三景 天橋立ビューランド, 丹後王国「食のみやこ」<公式サイト>	3	1.2
日本三景 天橋立傘松公園 丹後海陸交通株式会社	3	1.2
琴引浜/京都府ホームページ	3	1.2
福知山観光協会公式サイト	2	0.8
[海の京都] 綾部市観光協会	2	0.8
福知山城天守閣-福知山市オフィシャルホームページ, あやベグ	2	0.8
いがいと！福知山 - 福知山市オフィシャルホームページ	2	0.8
ホテルのホームページ	2	0.8
日本三景 天橋立のある街 宮津市	2	0.8
リラクル京都海旅	2	0.8

■ホームページ検索

項目	件数	値%
あやべひまわりピック-綾部市観光協会	1	0.4
城郭放浪記	1	0.4
舞鶴引揚記念館	1	0.4
グランドーム京都天橋立公式ホームページ	1	0.4
ホテルアマービレ舞鶴	1	0.4
道の駅 海の京都 宮津 ～市街地まるごと道の駅～	1	0.4
丹後魚っ知館 観光スポット - 天橋立観光協会	1	0.4
ふるる	1	0.4
「海の京都」天橋立観光ガイド-天橋立観光協会, 「京丹後ナビ」	1	0.4
木津, 夕日ヶ浦温泉 夕日ヶ浦海岸 夕日ヶ浦観 光協会	1	0.4
赤れんが博物館 - 舞鶴赤れんがパーク	1	0.4

項目	件数	値%
与謝野町「ちりめん街道」 - 海の京都	1	0.4
大内峠一字観公園/京都府ホームページ	1	0.4
丹後ちりめん歴史館【公式ページ】	1	0.4
「海の京都」天橋立観光ガイド-天橋立観光協会, 旅館のホームページ	1	0.4
丹後半島・海遊【公式ホームページ】	1	0.4
チロリン村 一戸建ログハウス&トレーラーハウ スのリゾートホテル	1	0.4
「和久傳の森」公式ホームページ	1	0.4
「フルーツ王国やさか」公式ホームページ	1	0.4
道の駅 海の京都 宮津 ～市街地まるごと道の駅～	1	0.4
「海の京都」天橋立観光ガイド-天橋立観光協会, 海 鮮市場- [道の駅] 舞鶴港とれとれセンター	1	0.4

■ Instagram

項目	件数	値%
# 天橋立	4	16.7
# 舞鶴とれとれセンター	2	8.3
# 伊根舟屋の里	2	8.3
# 明智光秀ゆかりの地巡り	1	4.2
# 天橋立, #舞鶴	1	4.2
# 舞鶴カフェ	1	4.2
@_tuck4, @fuka_09	1	4.2
# 伊根の舟屋	1	4.2
# 伊根町	1	4.2
知人のInstagram, #京丹後市	1	4.2

項目	件数	値%
# 京都観光	1	4.2
知人のInstagram	1	4.2
# 京都温泉巡り	1	4.2
# 丹後王国食のみやこ	1	4.2
# 京丹後	1	4.2
# 無人島 京丹後	1	4.2
# 京丹後市	1	4.2
# 琴引浜	1	4.2
# 海の京都	1	4.2

■ Facebook

項目	件数	値%
海の京都DMO・Kyoto by the Sea	1	20.0
福知山市	1	20.0
京都舞鶴 ARIYOSHI - 日本料理店 - 京都府 舞鶴市	1	20.0
天橋立観光協会 Amanohashidate Tourism	1	20.0
バイクの窓口	1	20.0

■ Twitter

項目	件数	値%
舞鶴鎮守府実行委員会	1	20.0
バイクの窓口	1	20.0
夕日ヶ浦で授業	1	20.0
伊根の舟屋	1	20.0
# 京都観光 / 京丹後観光	1	20.0

■ 口コミサイト

項目	件数	値%
トリップアドバイザー	11	44.0
食べログ	7	28.0
なっぷ	3	12.0
フォトラベル	1	4.0
Yahoo! 口コミ「傘松公園」	1	4.0
一休.com	1	4.0
いこーよ	1	4.0

■ 動画サイト

項目	件数	値%
「道の駅」のYouTube	1	50.0
「丹後」のYouTube	1	50.0

■ 個人ブログ

項目	件数	値%
スイーツのブログ	1	25.0
城好きな人が開設しているブログ	1	25.0
ルルブファーム(個人)	1	25.0
観光の紹介ブログ	1	25.0

■その他インターネット

項目	件数	値%
Yahoo!トラベル	31	26.3
Google	29	24.6
じゃらんnet	24	20.3
Google MAP	10	8.5
楽天トラベル	4	3.4
RETRIP	2	1.7
Pet 宿.com	2	1.7
じゃらんnet, 楽天トラベル	2	1.7
JRおでかけネット, 京都丹後鉄道	1	0.8
LINEトラベル	1	0.8
【阪急交通社】公式サイト	1	0.8
「まとめサイト」	1	0.8
トラベルドッグ.jp	1	0.8

項目	件数	値%
トラベルコ	1	0.8
鉄道会社のホームページ	1	0.8
楽天トラベル, じゃらんnet	1	0.8
TABIPPO.NET	1	0.8
るるぶトラベル	1	0.8
エキスペディア	1	0.8
Yahoo!で観光情報検索	1	0.8
「桃狩り」で検索	1	0.8
d トラベル	1	0.8

■テレビ/ラジオ番組

項目	件数	値%
大河ドラマ「麒麟がくる」	8	32.0
a-stationのチャミートレイン	4	16.0
NHK	3	12.0
BSテレビ 鉄道の街	2	8.0
旅番組	2	8.0
エフエムあやべ	1	4.0
きりもり	1	4.0
Eテレ	1	4.0
KBS 京都	1	4.0
伊根の特集	1	4.0
相席食堂 朝日放送テレビ	1	4.0

■その他の媒体

項目	件数	値%
新聞	3	7.5
市の広報	2	5.0
続日本100名城	2	5.0
ビジネス本	2	5.0
KNA 大会	2	5.0
案内DM	1	2.5
市民新聞	1	2.5
チラシ	1	2.5
JAF	1	2.5
新聞広告	1	2.5
スタンプラリーの雑誌	1	2.5

■その他の媒体

項目	件数	値%
道順	1	2.5
漫画	1	2.5
サーフィンアプリ	1	2.5
旅館のDM	1	2.5
京丹後市に住んでいる友人から教えてもらった	1	2.5
知人の案内	1	2.5
広告のチラシ	1	2.5
広報誌	1	2.5
雪の様子を見たライブカメラ	1	2.5
ツーリングマップ	1	2.5
友人任せ	1	2.5
JTB	1	2.5

項目	件数	値%
城の本	1	2.5
城関連の本	1	2.5
勝龍寺城	1	2.5
舞鶴市の人に聞いた	1	2.5
お国自慢雑誌	1	2.5
お城の本	1	2.5
明智光秀に関する本	1	2.5
専門書	1	2.5
地元の人から聞いた	1	2.5
新聞の広告	1	2.5
友人の口コミ	1	2.5

■ホームページ

項目	件数	値%
Google	5	26.3
天橋立	4	21.1
Japan guide.com	3	15.8
伊根町ホームページ	2	10.5
海の京都ホームページ	2	10.5
JTB	1	5.3
京都観光協会	1	5.3
ビューランド	1	5.3
booking.com	1	5.3
小気少年	1	5.3
その他	1	5.3

■Instagram

項目	件数	値%
天橋立	1	50.0
伊根カフェ	1	50.0

■Facebook

項目	件数	値%
小気少年	1	100.0

■その他SNS

項目	件数	値%
微博	1	100.0

情報収集媒体具体名（外国人）

■ アクティビティ予約サイト

項目	件数	値%
voyagin	1	100.0

■ 動画サイト

項目	件数	値%
You Tube	1	100.0

■ 個人ブログ

項目	件数	値%
BRING YOU	2	40.0
小氣少年	1	20.0
pixnet	1	20.0
京・秘境	1	20.0

■ 旅行ガイドブック

項目	件数	値%
ことりっぷ海の京都	2	66.7
ロンリープラネット	1	33.3

■ 旅行専門誌

項目	件数	値%
ジャパンウォーカー	1	100.0

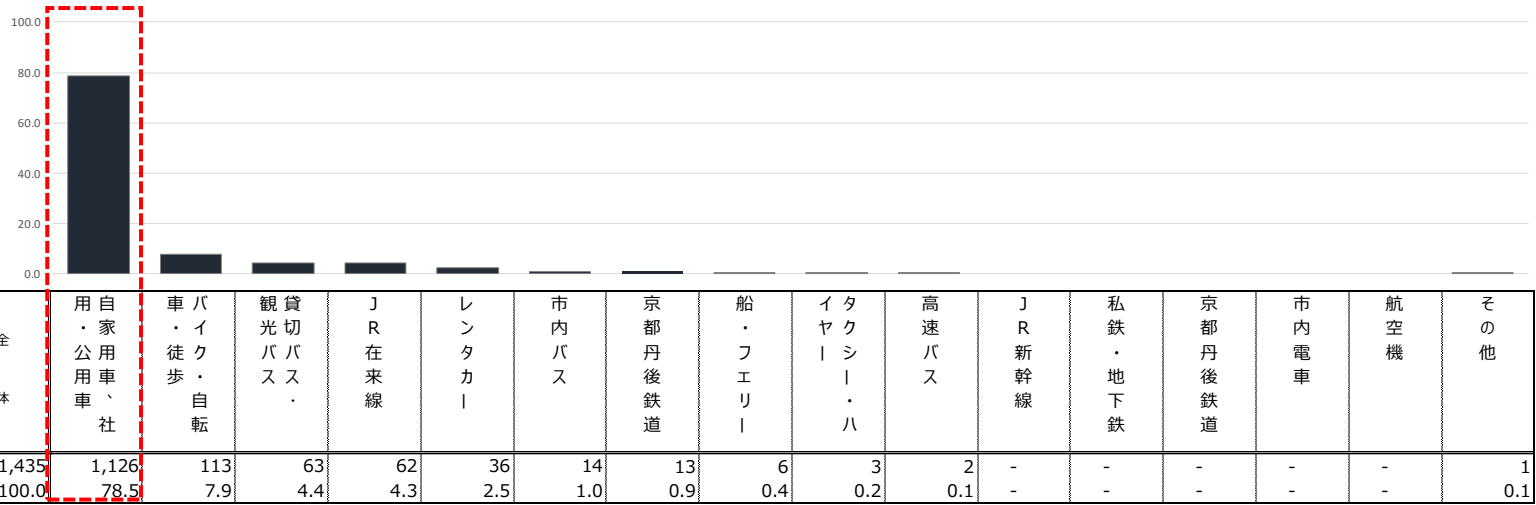
■ テレビ/ラジオ番組

項目	件数	値%
食尚玩家	1	100.0

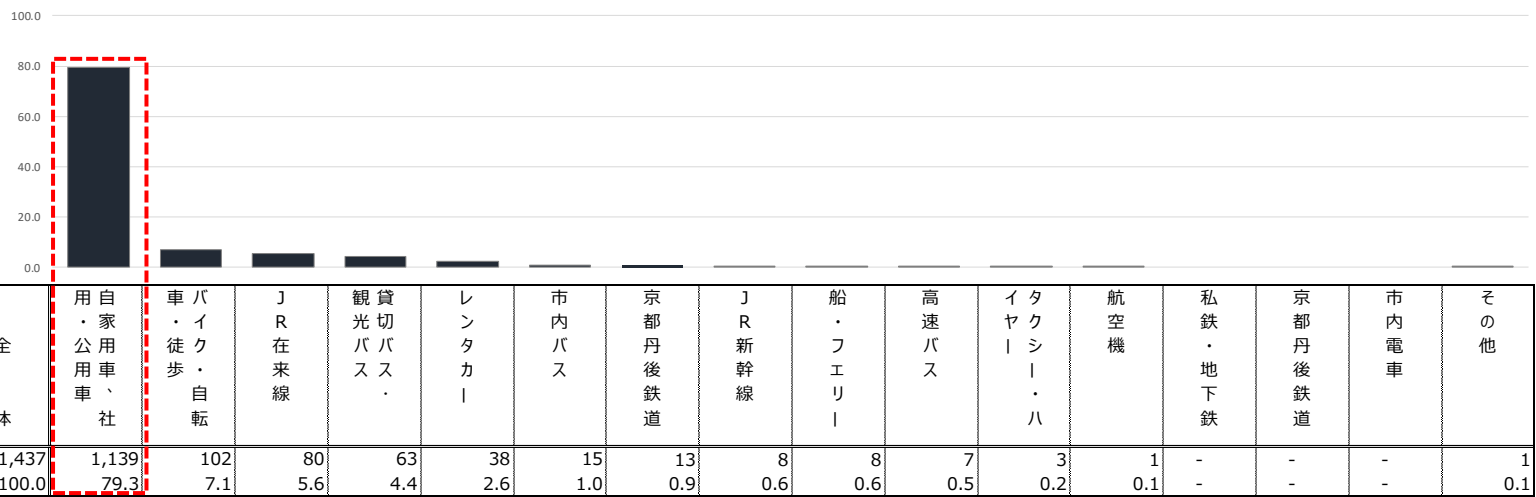
移動交通手段（日本人）

■ 日本人の交通手段としては、行き/帰りともに自家用車・社用・公用車の割合が圧倒的に高い(70%以上)。公共交通での移動割合はあまり高くない。

■ 【行き】交通手段-日本人



■ 【帰り】交通手段-日本人

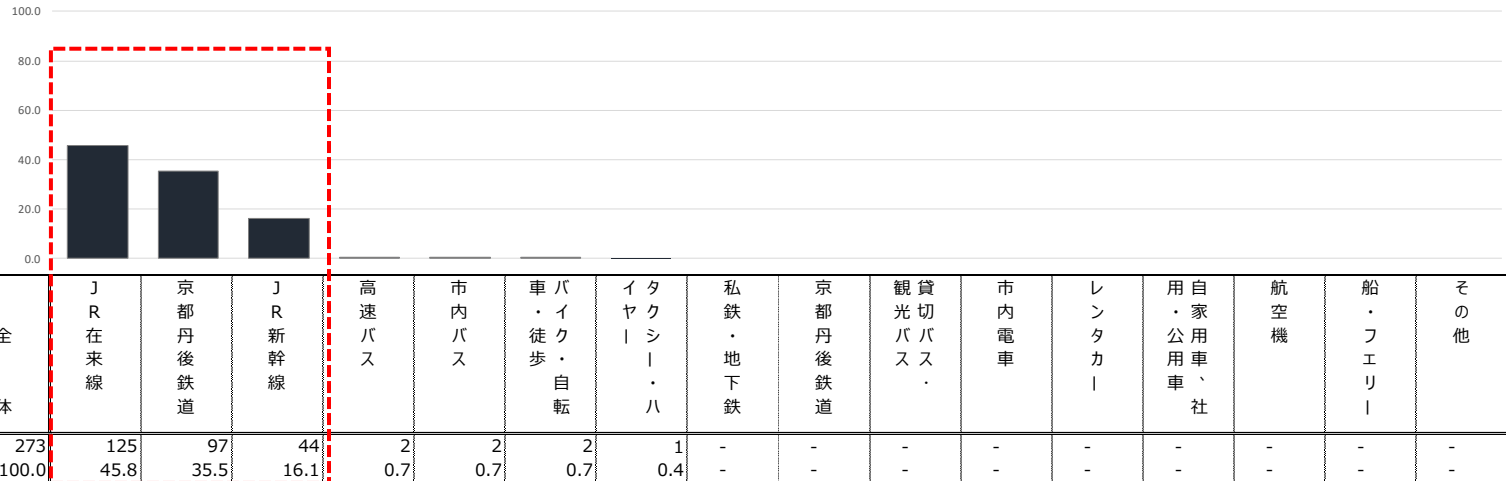


移動交通手段（外国人）

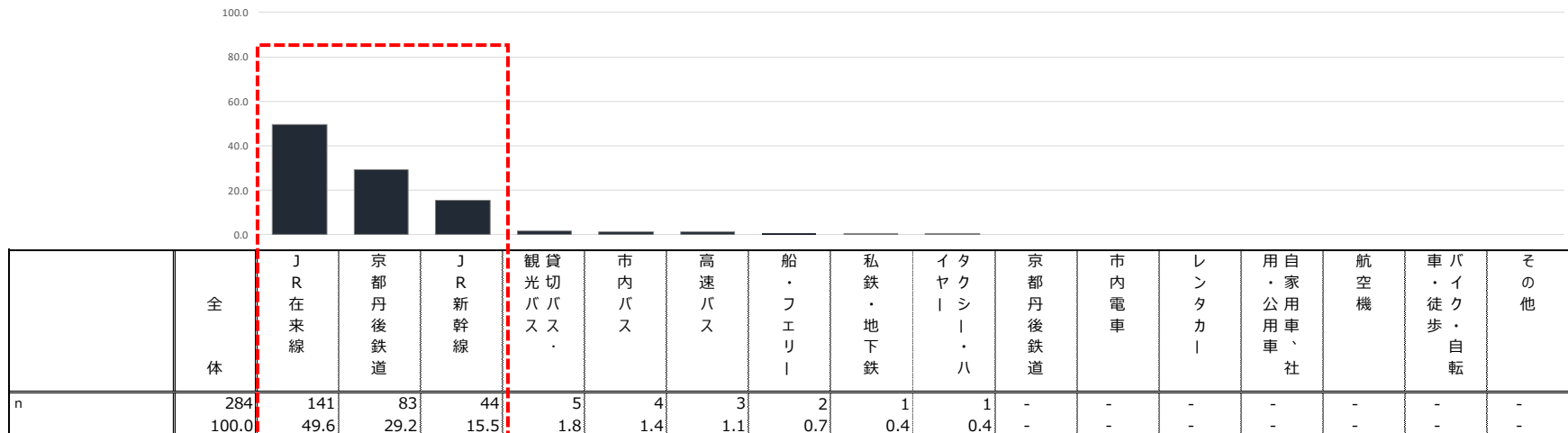
■外国人の交通手段としては、行き/帰りともに電車（JR在来線・京都丹後鉄道）の利用が多い。

※外国人調査は天橋立駅で調査を行ったため、交通手段については公共交通での移動が多いなど、バイアスがかかっている恐れがある。そのため、次年度以降は観光地などで調査を実施することが望まれる。

■【行き】交通手段-外国人



■【帰り】交通手段-外国人



ターゲティングまとめ

■消費単価アップへのターゲティング（日本人）

【平均消費額】

地域：遠方地域(北海道・東北地方/九州・沖縄地方)の平均消費額が高い。また、近畿地方(京都、大阪、兵庫以外)や大阪府の平均消費額も高い

グループ別：日帰り/宿泊ともグループ旅行(30歳～50歳代)の平均消費額が比較的高い 1人旅(女性)では、日帰り旅行だと平均消費額は大幅に低いが、宿泊を伴うと他グループと同程度の平均消費額となる。



【連泊数】

地域：中国・四国地方・関東地方は平均1.8泊以上

グループ別：グループ旅行30歳～50歳代、家族連れの連泊数が比較的高い



【現在の想定されるターゲット】

● 宿泊客を増やすことを目標としたターゲティング

→ 域内に連泊をする可能性があり、消費額も高い30歳代～50歳代のグループ旅行

さらに地域別消費額を考慮すると、遠方地域(北海道・東北地方/九州・沖縄地方)からの来訪が望ましいが、近畿地方(京都、大阪、兵庫以外)や大阪府といった比較的近隣の地域も、ターゲットとなり得る

■海の京都エリアに日本人観光客を呼び込むためのポイント

①情報収集媒体

- ・来訪して頂くきっかけは知人の勧めや以前に行ってよかったからというお答えが多いので、まずは来訪者の満足度を高め、“海の京都ファン”を生み出すことが大切
- ・情報収集媒体としてはホームページが圧倒的なので、ホームページ情報の充実を図る必要がある

②ニーズのある体験メニュー

日帰り/宿泊、リピーター、ロイヤルカスタマーに関わらず、日本人では【景勝地・自然公園】、【地元食材・特産品等を使ったグルメ飲食】
【「海」の自然(海岸・砂浜等)】に興味を持つ人が多いため、こういった項目を中心にPRしていく。

■ 消費単価アップへのターゲティング（外国人）

【消費単価】

地域：ヨーロッパ、中国語圏（中国+香港・マカオ+台湾）の消費単価が高い
（ただし、香港・マカオ、台湾はやや宿泊率が低い）
グループ別：家族連れの消費単価が比較的高い



【連泊数】

地域：ヨーロッパは平均2泊以上で、他地域より宿泊数が多くなっている
グループ別：家族連れの連泊数が比較的高い



【現在の想定されるターゲット】

● 宿泊客を増やすことを目標としたターゲティング
→域内に連泊をする可能性があり、消費単価が高い家族連れ
さらに地域別消費額を考慮すると、ヨーロッパがターゲットとなると考えられる。

中国語圏は現状平均消費額はヨーロッパより低いが、旅行者数的には無視できない
→ヨーロッパのように海の京都エリア内でいかに連泊をさせるかが消費額を上げるポイントとなる

■ 海の京都エリアに外国人観光客を呼び込むためのポイント

①情報収集媒体

・来訪して頂くきっかけはホームページや口コミサイトなどの媒体が多くを占めるため、オンライン媒体の充実がカギ
情報収集媒体としては日本人と同様にホームページが圧倒的なので、ホームページ情報の充実を図る必要がある

②ニースのある体験メニュー

景勝地・自然公園、「海」の自然などは外国人の興味を引くコンテンツとなっている。また、遊覧船・観光列車等は、リピーターやロイヤルカスタマーで興味関心の比率が全体集計より高くなっており、実際に体験をした割合も高いため、リピーターやロイヤルカスタマー来訪のためのフックとなると同時に実際に利用してもらえる体験コンテンツとなっている。

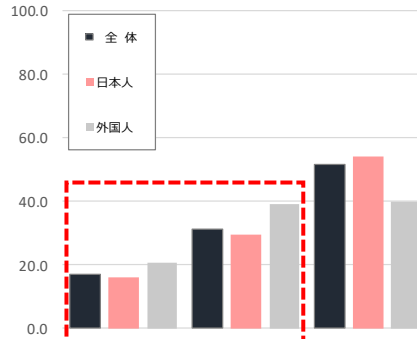
海の京都認知度について

■ 認知度分析

■「海の京都」の認知度については、“名称及び取組内容も知っている”、“名称のみ知っている”を合わせて48.3%が“知っている”と答えている。

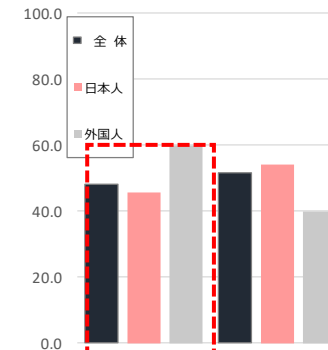
■外国人と日本人では、外国人の認知度が60.1%と6割を超えるのに対して、日本人では45.8%に留まっている。

■「海の京都」認知度（3段階）



	全体	知組名 つ内称 て容及 いもび る 取	知名 つ称 ての いみ る	知 ら な い
全体	1,711 100.0	290 16.9	536 31.3	885 51.7
日本人	1,415 100.0	228 16.1	420 29.7	767 54.2
外国人	296 100.0	62 20.9	116 39.2	118 39.9

■「海の京都」認知度（2段階）

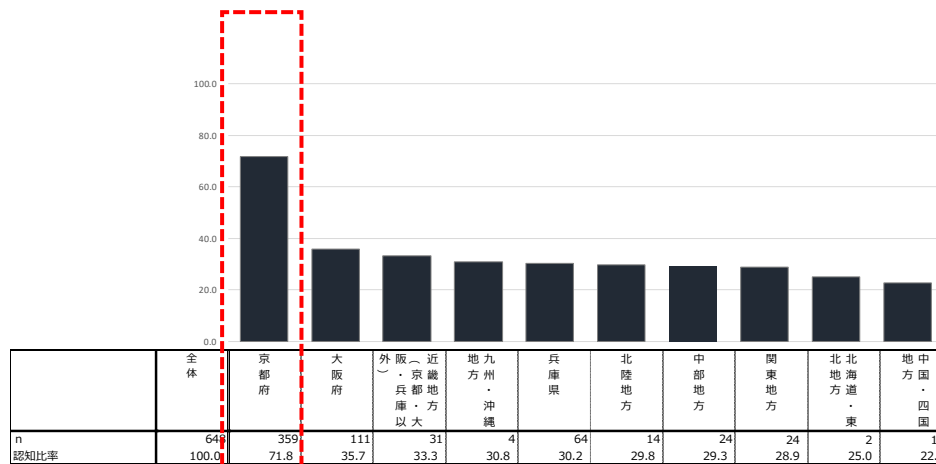


	全体	る（認 知あり ） 知 つて い	い（認 知なし ） 知 ら な し
全体	1,711 100.0	826 48.3	885 51.7
日本人	1,415 100.0	648 45.8	767 54.2
外国人	296 100.0	178 60.1	118 39.9

■ 認知度分析

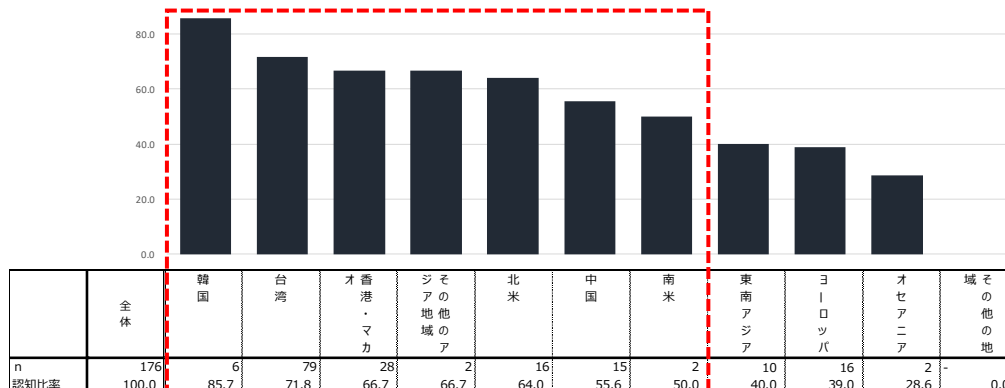
- 日本人を地域別にみると、京都府では71.8%が海の京都を“知っている”と答えている。その他の地域になると認知率は下がり、20~30%台になっており、京都府以外の認知度はまだまだ高くないといえる。
- 外国人では、一方で、東南アジア、ヨーロッパ、オセアニア以外では“知っている”の割合が50%以上となっている。

■ 「海の京都」認知率-日本人居住地別



■ 京都府以外では、“知らない”人の割合の方が高い。
→海の京都エリアという場所を名称含めて一体的に知っていただくことが必要

■ 「海の京都」認知率-外国人居住地別



■ 東南アジア、ヨーロッパ、オセアニア以外では“知っている”人の方が多い。

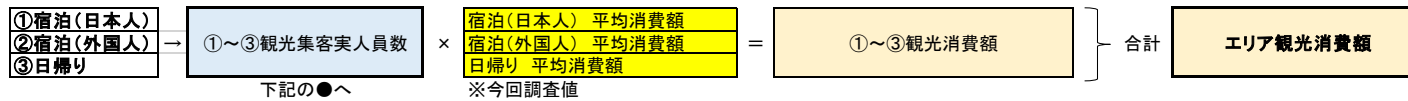
参考：数值指標（地域消費額）

■ 数値指標（地域消費額）

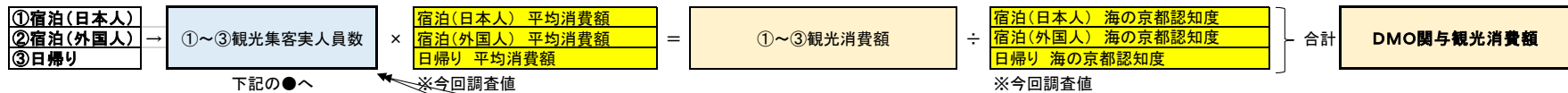
■ KPIとして今後継続的に使用すべく、実施されたアンケート調査よりDMO関与の観光消費額（横浜市方式を参考）を算出し、全体および各地域ごとに示す。なお、算出方法については下記に記載する。

DMO関与の観光消費額の算出方法（横浜市方式を参考）

1. 海の京都エリア観光消費額

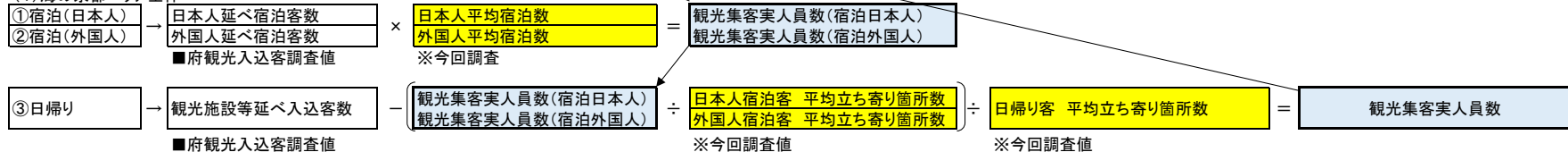


2. 海の京都DMOの関与による観光消費額



●観光集客実人員数の算出

(1)海の京都エリア全体



■ 府観光入込客調査値（京都府観光事業推進課 H30年公表値）

<日本人延べ宿泊客数>

	平成30年(人)
海の京都エリア全体	1,239,873
綾部市	53,935
福知山市	188,085
舞鶴市	108,310
宮津市	492,108
与謝野町	28,349
伊根町	26,873
京丹後市	342,213

<外国人延べ宿泊客数>

	平成30年(人)
海の京都エリア全体	65,829
綾部市	1,314
福知山市	1,581
舞鶴市	12,857
宮津市	41,792
与謝野町	1,241
伊根町	2,624
京丹後市	4,420

<観光施設等延べ入込客数>

	平成30年(人)
海の京都エリア全体	8,388,735
綾部市	541,710
福知山市	738,420
舞鶴市	2,176,566
宮津市	2,434,600
与謝野町	400,837
伊根町	299,937
京丹後市	1,796,665

■ 数値指標 (地域消費額)

■ 全体

算出値	区分	消費単価(円) ※DMO観光動向調査(R1値)	×	観光入込客数(実人数)			=	海の京都エリア地域消費額 (円)	÷	海の京都の認知度(%) ※DMO観光動向調査(R1値)	=	海の京都DMOが関わる 「地域消費額」(円)		
				観光入込客数(延べ人数) ※府調査(H30年値)	÷	(日帰り)平均立寄箇所数 (宿泊)平均宿泊日数 ※DMO観光動向調査(R1値)							=	観光入込実人数
海の京都DMOが関わる 「地域消費額(推計)」	日帰り消費額 (日本人+外国人)	4,980	×	8,388,735	÷	1.7	=	4,934,550	=	24,575,045,910	÷	49.7%	=	12,213,797,817
	日本人宿泊消費額	20,818	×	1,239,873	÷	2.1	=	590,416	=	12,291,103,163	÷	40.6%	=	4,990,187,884
	外国人宿泊消費額	34,896	×	65,829	÷	2.7	=	24,381	=	850,804,252	÷	73.0%	=	621,087,104
	計							合計		37,716,953,325	÷	44.3%	=	17,825,072,805

■ あやべんゼスクエア (綾部市)

算出値	区分	消費単価(円) ※DMO観光動向調査(R1値)	×	観光入込客数(実人数)			=	海の京都エリア地域消費額 (円)	÷	海の京都の認知度(%) ※DMO観光動向調査(R1値)	=	海の京都DMOが関わる 「地域消費額」(円)		
				観光入込客数(延べ人数) ※府調査(H30年値)	÷	(日帰り)平均立寄箇所数 (宿泊)平均宿泊日数 ※DMO観光動向調査(R1値)							=	観光入込実人数
海の京都DMOが関わる 「地域消費額(推計)」	日帰り消費額 (日本人+外国人)	2,517	×	541,710	÷	1.1	=	492,464	=	1,239,384,149	÷	77.7%	=	963,001,484
	日本人宿泊消費額	10,090	×	53,935	÷	1.4	=	38,525	=	388,721,103	÷	50.0%	=	194,360,551
	外国人宿泊消費額		×		÷		=		=		÷		=	
	計							合計		1,628,105,251	÷	75.6%	=	1,157,362,035

■ 数値指標 (地域消費額)

■ 福知山城 (福知山市)

算出値	区分	消費単価(円) ※DMO観光動向調査(R1値)	×	観光入込客数(実人数)			=	海の京都エリア地域消費額 (円)	÷	海の京都の認知度(%) ※DMO観光動向調査(R1値)	=	海の京都DMOが関わる 「地域消費額」(円)		
				観光入込客数(延べ人数) ※府調査(H30年値)	÷	(日帰り)平均立寄箇所数 (宿泊)平均宿泊日数 ※DMO観光動向調査(R1値)							=	観光入込実人数
海の京都DMOが関わる 「地域消費額(推計)」	日帰り消費額 (日本人+外国人)	4,968	×	738,420	÷	1.2	=	615,350	=	3,056,751,125	÷	34.0%	=	1,039,295,383
	日本人宿泊消費額	14,756	×	188,085	÷	1.5	=	125,390	=	1,850,304,996	÷	36.2%	=	669,810,409
	外国人宿泊消費額		×		÷		=		=		÷		=	
	計							合計		4,907,056,121	÷	34.5%	=	1,709,105,792

■ 舞鶴港とれとれセンター (舞鶴市)

算出値	区分	消費単価(円) ※DMO観光動向調査(R1値)	×	観光入込客数(実人数)			=	海の京都エリア地域消費額 (円)	÷	海の京都の認知度(%) ※DMO観光動向調査(R1値)	=	海の京都DMOが関わる 「地域消費額」(円)		
				観光入込客数(延べ人数) ※府調査(H30年値)	÷	(日帰り)平均立寄箇所数 (宿泊)平均宿泊日数 ※DMO観光動向調査(R1値)							=	観光入込実人数
海の京都DMOが関わる 「地域消費額(推計)」	日帰り消費額 (日本人+外国人)	5,301	×	2,176,566	÷	1.8	=	1,209,203	=	6,410,347,864	÷	38.9%	=	2,493,625,319
	日本人宿泊消費額	22,106	×	108,310	÷	2.3	=	47,091	=	1,041,003,064	÷	34.0%	=	353,941,042
	外国人宿泊消費額		×		÷		=		=		÷		=	
	計							合計		7,451,350,928	÷	37.9%	=	2,847,566,361

■ 数値指標 (地域消費額)

■ 笠松公園・天橋立駅 (宮津市)

算出値	区分	消費単価(円) ※DMO観光動向調査(R1値)	×	観光入込客数(実人数)			=	海の京都エリア地域消費額 (円)	÷	海の京都の認知度(%) ※DMO観光動向調査(R1値)	=	海の京都DMOが関わる 「地域消費額」(円)		
				観光入込客数(延べ人数) ※府調査(H30年値)	÷	(日帰り)平均立寄箇所数 (宿泊)平均宿泊日数 ※DMO観光動向調査(R1値)							=	観光入込実人数
海の京都DMOが関わる 「地域消費額(推計)」	日帰り消費額 (日本人+外国人)	6,563	×	2,434,600	÷	2.2	=	1,106,636	=	7,262,741,404	÷	47.0%	=	3,413,488,460
	日本人宿泊消費額	20,290	×	492,108	÷	2.1	=	234,337	=	4,754,627,429	÷	39.3%	=	1,868,568,580
	外国人宿泊消費額	34,896	×	41,792	÷	2.7	=	15,479	=	540,158,280	÷	73.0%	=	394,315,544
	計							合計		12,017,368,833	÷	49.6%	=	5,282,057,040

■ 食のみやこ丹後王国 (京丹後市)

算出値	区分	消費単価(円) ※DMO観光動向調査(R1値)	×	観光入込客数(実人数)			=	海の京都エリア地域消費額 (円)	÷	海の京都の認知度(%) ※DMO観光動向調査(R1値)	=	海の京都DMOが関わる 「地域消費額」(円)		
				観光入込客数(延べ人数) ※府調査(H30年値)	÷	(日帰り)平均立寄箇所数 (宿泊)平均宿泊日数 ※DMO観光動向調査(R1値)							=	観光入込実人数
海の京都DMOが関わる 「地域消費額(推計)」	日帰り消費額 (日本人+外国人)	5,030	×	1,796,665	÷	1.6	=	1,122,916	=	5,648,267,480	÷	45.6%	=	2,575,609,971
	日本人宿泊消費額	21,091	×	342,213	÷	2.1	=	162,959	=	3,437,017,157	÷	38.7%	=	1,330,125,640
	外国人宿泊消費額		×		÷		=		=		÷		=	
	計							合計		9,085,284,637	÷	41.8%	=	3,905,735,611

■ 数値指標 (地域消費額)

■ 旧尾藤家住宅・ちりめん歴史博物館 (与謝野町)

算出値	区分	消費単価(円) ※DMO観光動向調査(R1値)	×	観光入込客数(実人数)			=	海の京都エリア地域消費額 (円)	÷	海の京都の認知度(%) ※DMO観光動向調査(R1値)	=	海の京都DMOが関わる 「地域消費額」(円)		
				観光入込客数(延べ人数) ※府調査(H30年値)	÷	(日帰り)平均立寄箇所数 (宿泊)平均宿泊日数 ※DMO観光動向調査(R1値)							=	観光入込実人数
海の京都DMOが関わる 「地域消費額(推計)」	日帰り消費額 (日本人+外国人)	4,308	×	400,837	÷	2.3	=	174,277	=	750,837,599	÷	60.6%	=	455,007,585
	日本人宿泊消費額	18,145	×	28,349	÷	2.7	=	10,500	=	190,523,550	÷	58.8%	=	112,027,847
	外国人宿泊消費額		×		÷		=		=		÷		=	
	計							合計		941,361,149	÷	60.0%	=	567,035,432

■ 舟屋の里公園 (伊根町)

算出値	区分	消費単価(円) ※DMO観光動向調査(R1値)	×	観光入込客数(実人数)			=	海の京都エリア地域消費額 (円)	÷	海の京都の認知度(%) ※DMO観光動向調査(R1値)	=	海の京都DMOが関わる 「地域消費額」(円)		
				観光入込客数(延べ人数) ※府調査(H30年値)	÷	(日帰り)平均立寄箇所数 (宿泊)平均宿泊日数 ※DMO観光動向調査(R1値)							=	観光入込実人数
海の京都DMOが関わる 「地域消費額(推計)」	日帰り消費額 (日本人+外国人)	4,986	×	299,937	÷	1.8	=	166,632	=	830,793,826	÷	49.6%	=	412,073,737
	日本人宿泊消費額	24,783	×	26,873	÷	2.3	=	11,684	=	289,562,235	÷	44.7%	=	129,434,319
	外国人宿泊消費額		×		÷		=		=		÷		=	
	計							合計		1,120,356,061	÷	47.3%	=	541,508,056

付録：使用調査票（日本語版）

■ 付録：使用調査票（日本語版）

海の京都エリア観光客動向調査 <海の京都 DMO(北部地域連携都市圏振興社)・京都府観光企画室>

魅力的な観光地づくりをめざすために、観光客の皆様さまにアンケート調査をお願いしております。お忙しいところ誠に恐縮ではございますが、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

なお、海の京都エリア（綾部市、福知山市、舞鶴市、宮津市、与謝野町、伊根町、京丹後市）の地図は別紙の通りです。

Q1. あなたの**お住まい**はどこですか。お住まいの都道府県名をご記入下さい。
なお、京都府内にお住まいの方は、市町村名もご記入ください。

(都道府県名：) → **京都府内の場合** (市町村名：)

Q2. あなたの**性別**、**年齢**を宜しければ選んで下さい。※それぞれ1つだけ

性別： 1. 男性 2. 女性
年齢： 1. 10歳未満 2. 10歳代 3. 20歳代 4. 30歳代 5. 40歳代
6. 50歳代 7. 60歳代 8. 70歳代 9. 80歳以上

Q3. 今回の旅行は**日帰り**ですか、**宿泊**ですか。※1つだけ

宿泊であれば、何泊か、そのうち府内では何泊するか、いくつの施設に宿泊するかをご記入下さい。また、府内ではどのような施設に宿泊するかをご記入下さい。

なお、海の京都内の宿泊数の欄は、必ずご記入ください。※宿泊のない場合「0」とご記入ください。

1. 日帰り

2. 宿泊 → 宿泊数 (泊)
↓ 宿泊施設の所在する市町村名 府内宿泊施設数と種類
うち京都府内 (泊) (市・町) (施設) ()
↓ 宿泊施設の所在する市町村名 海の京都内宿泊施設数と種類
うち海の京都内 (泊) (市・町) (施設) ()

<宿泊施設の種類>
1. 実家や知人・親戚宅 2. 旅館 3. ホテル 4. ペンション・民宿
5. 保養所・研修所 6. キャンプ場 7. (キャンプ場以外の) 車中泊・交通機関内での宿泊
8. 別荘・リゾートマンション 9. 会員制の宿泊施設 10. その他 ()

Q4. 今回の旅行の**主要な目的**は何ですか。 ※1つだけ

1. ビジネス 2. 観光 3. 帰省・知人訪問 4. その他 ()

Q5. 今回のご旅行は**どういった形態**ですか。

1. 団体旅行(地域、職場、学校など) 2. 個人旅行(交通・宿泊等を自分で手配)
3. フリープラン型の募集旅行 4. 団体行動型の募集旅行

★Q6. **外国からお越しの方のみお答えください**。どこから入国されましたか。

1. 関西国際空港 2. 成田空港 3. 羽田空港
4. 中部空港(名古屋) 5. その他 ()

Q7. あなたも含めて、**何人で、どなたと一緒**の旅行ですか。 ※子どもや乳幼児も含む

()人 → 1. 家族 2. 友人 3. 職場・学校等の団体旅行
2人以上の場合 4. その他 ()

Q8. 一緒のみなさん全員の、**海の京都エリア**の訪問が何回目かご存じですか。 ※回答の合計は07と一致

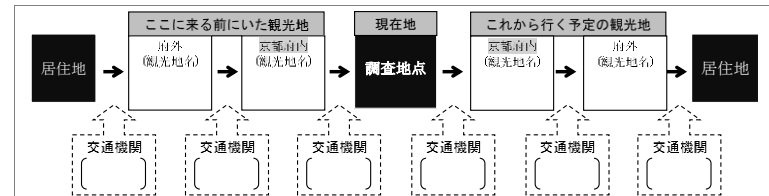
1. 知らない 2. 知っている → 初めての人数 ()人 2回目の人数 ()人
3回目の人数 ()人 4回目以上的人数 ()人

Q9a. 今回の旅行で訪れた京都府の観光地と移動に用いた**主な交通機関**をご記入下さい。これから訪問する観光地についても予定をご記入下さい。

また、京都府に訪れる前・後に立ち寄った(立ち寄る予定の)都道府県と交通手段をご記入ください。立ち寄りがない場合でも、京都府に来るまでと京都府を出てからの交通手段をご記入ください。

※交通機関は下表より番号をお選び下さい。

【京都府内での立ち寄り場所と交通機関】



【表】交通機関

- ① J R新幹線 ② J R在来線 ③ 私鉄・地下鉄 ④ 京都市営地下鉄 ⑤ モノレール
⑥ 貸切バス・観光バス ⑦ 高速バス ⑧ 市内バス ⑨ 市内電車 ⑩ タクシー・ハイヤー
⑪ レンタカー ⑫ 自家用車、社用・公用車 ⑬ 航空機 ⑭ バイク・自転車・徒歩
⑮ 船・フェリー ⑯ その他 ()

Q9b. 海の京都内での観光地立ち寄り箇所数を教えてください。 MAP参照

() 箇所 (Q9aで記載した海の京都内の観光地も含めて下さい)

Q10. 今回の旅行で、**使う費用(これから使う予定も含めて)**を教えてください。

1人当たりのおおよその費用を、下欄の項目別にご記入下さい。

本枠内については、必ずご記入をお願いします(支出のない場合は「0」とご記入ください)

※費用は、各地域内のみのおおよその金額をご記入ください。 ※交通費は高速料金やガソリン代や駐車場代を含みます

※ 今回の旅行がバック旅行である場合、費用が府内のみか、府外分を含むかを選択

一表内の回答がグループ合計の場合にはチェック

項目	京都府内での費用	京都市内での費用	海の京都内での費用
①交通費	円	円	円
②宿泊費	円	円	円
③買物代・土産代	円	円	円
④飲食費	円	円	円
⑤入場料・拝観料	円	円	円
⑥その他	円	円	円
⑦バック料金	円	円	円

←□府内分のみ もしくは □府外分含む

■ 付録：使用調査票（日本語版）

Q11. 外国からお越しの方のみお答えください。

今回、日本で利用したインターネット接続手段をお知らせください。

1. 国際ローミング	2. 無料WiFi
3. プリペイドSIM	4. WiFiルーターレンタル
5. その他 ()	6. 使用していない

Q12. 『海の京都』という言葉を知っていますか。

1. 名称及び取組内容も知っている	2. 名称のみ知っている	3. 知らない
-------------------	--------------	---------

Q13. 海の京都エリア（綾部市、福知山市、舞鶴市、宮津市、与謝野町、伊根町、京丹後市）を訪れようと思われたきっかけを教えてください。 ※いくつでも

1. 前にきてよかったから → (魅力を感じた点:)	
2. 家族・友人の紹介 → (紹介された点:)	
3. 新聞・雑誌を見て	4. テレビ・ラジオで見て
5. ホームページを見て	6. 旅行ガイド・口コミサイトを見て
7. SNSを見て	8. ブログを見て
9. デジタルサイネージを見て	10. ポスター・パンフレットを見て
11. 京都の観光・物産展を見て	12. 旅行代理店を通して
13. その他 ()	

Q14. 今回、海の京都エリア（綾部市、福知山市、舞鶴市、宮津市、与謝野町、伊根町、京丹後市）を観光するにあたり、情報収集に利用した媒体をお知らせください。 ※いくつでも

1. ホームページ (公式サイト名:)	
2. Instagram (ユーザー名・ハッシュタグ:)	
3. Facebook (ユーザー名・ページ名:)	
4. Twitter (ユーザー名・ハッシュタグ:)	
5. LINE (ID名・公式アカウント:)	
6. その他 SNS (サイト名:)	
7. 口コミサイト (トリップアドバイザー等) (サイト名:)	
8. アクティビティ予約サイト(Klook、Voyagin等) (サイト名:)	
9. 動画サイト (YouTube等) (サイト名:)	
10. 個人のブログ (サイト名:)	
11. その他インターネット (検索サイト除く) (サイト名:)	
12. 旅行ガイドブック (オンライン版、シチュエーション等) (雑誌名:)	
13. 旅行専門誌 (雑誌名:)	
14. テレビ・ラジオ番組 (番組名:)	
15. 観光案内所	
16. ポスター・パンフレット	
17. その他 ()	18. 特になし

Q15. 海の京都エリア（綾部市、福知山市、舞鶴市、宮津市、与謝野町、伊根町、京丹後市）の興味を持った内容に○をしてください。 ※いくつでも

ジャンル	内容
自然景観	1. 景勝地・自然公園 (天橋立・山陰海岸ジオパーク等)
	2. 「海」の自然 (海岸・砂浜等)
	3. 「山・森・川」の自然 (雲海、由良川の流れ等)
	4. 四季の花や草木 (桜・バラ・紅葉等)
歴史景観	5. 寺院・神社、旧所・名跡
	6. 歴史的な町並み (伊根舟屋群・ちりめん街道等)
	7. 近代文化遺産 (赤れんが・グンゼ等)
	8. お城
	9. 護国艦等の自衛隊施設
生活・郷土文化	10. 農村・漁村の日本的暮らし
	11. 祭り・伝統・郷土芸能
日本食・グルメ	12. 地元食材・特産品等を使ったグルメ飲食 (カニ、岩ガキ、とり貝等)
	13. 日本酒・酒蔵
	14. フルーツ狩り・山菜等の味覚狩り
アウトドア	15. 「海」でのアウトドア (マリンスポーツ、釣り、海水浴等)
	16. 「山・森・川」でのアウトドア (キャンプ、BBQ等)
	17. サイクリング
温泉・宿泊施設	18. 登山・トレッキング
	19. 「温泉」が魅力の宿
	20. 「食事」が魅力の宿
	21. 老舗・和風の日本的な宿
	22. 古民家等の農村・漁村体験ができる宿
	23. 一棟貸し・1日1組限定等のプライベート感のある宿
	24. 洋風の宿
乗り物・レジャー施設	25. 遊覧船・観光列車等の乗り物
	26. 遊園地
資料館等	27. 博物館・美術館・資料館
	28. 動物園
ショッピング等	29. 買い物・ショッピング
	30. 繁華街・商店街の街あるき
	31. 夜観光 (花火、ライトアップ等)
その他	32. マンガ、アニメ等のポップカルチャー、聖地巡礼
	33. スポーツ・音楽・舞台等のイベント
	34. その他 ()

■ 付録：使用調査票（日本語版）

Q16. 海の京都エリア（綾部市、福知山市、舞鶴市、宮津市、与謝野町、伊根町、京丹後市）で体験した内容に○をしてください。※いくつでも

ジャンル	内容
ガイドツアー	1. 歴史文化スポットを巡る観光ガイド（神社・仏閣・旧所・名跡等の見学）
	2. 自然観察・山岳ガイド
	3. 街あるきガイド
歴史・文化体験	4. 歴史・文化体験（丹後ちりめん、黒谷和紙等）
	5. 寺泊体験（宿坊、座禅、精進料理）
	6. 変身体験（着物・浴衣）
	7. 祭り・伝統・郷土芸能体験
暮らし・生活体験	8. 農村での暮らし・生活体験
	9. 漁村での暮らし・生活体験
アクティビティ アウトドア 乗り物体験 体験付宿泊	10. 「海」でのアクティビティ（マリンスポーツ、釣り、漁、塩づくり等） →※インストラクター付き（あり・なし）
	11. 「山・森・川」でのアウトドア（「グランド」、化石掘り、トープの削りづくり等） →※インストラクター付き（あり・なし）
	12. サイクリング
	13. トレッキング・散策
	14. 遊覧船・観光列車等
日本食・グルメ体験	15. 観光・アクティビティ体験付き宿泊プラン
	16. 地元食材・特産品等を使ったグルメ飲食（カニ、岩ガキ、とり貝等）
	17. 日本酒・酒蔵めぐり
	18. 料理づくり（ばら寿司、肉じゃが、蕎麦打ち等）
その他の体験	19. フルーツ狩り・山菜・野菜等の味覚狩り・収穫体験
	20. 工芸体験（手びねりろくろ、キャンドルづくり等）
	21. 武道体験（剣道・柔道等）
	22. その他（ ）
	23. 体験しなかった

Q17. お手持ちのキャッシュレス決済の手段をお知らせください。※いくつでも

1. スマートフォン決済（LINE Pay 等）（手段名： ）	
2. クレジットカード	3. デビットカード
	4. 交通系 IC カード
5. その他の IC カード（Nanaco 等）	6. その他の手段（手段名： ）
7. キャッシュレス決済は持っていない	

（上記で1～6を回答された方にお伺いします）

Q18. 今回、海の京都エリア（綾部市、福知山市、舞鶴市、宮津市、与謝野町、伊根町、京丹後市）内でキャッシュレス決済をご利用された場合は、利用した手段とおおよその金額をお知らせください。※いくつでも

	利用した手段	利用金額
1. スマートフォン決済（LINE Pay 等） →（手段名： ）	1	円
2. クレジットカード	1	円
3. デビットカード	1	円
4. 交通系 IC カード	1	
5. その他の IC カード（Nanaco 等）	1	
6. その他の手段（手段名： ）	1	円
7. キャッシュレス決済は利用していない	1	

Q19. 海の京都エリア（綾部市、福知山市、舞鶴市、宮津市、与謝野町、伊根町、京丹後市）の観光で各項目の満足度をお知らせ下さい。

項目	大変 そう思う	思う	やや 思う	やや 思わない	思わない	全く 思わない	どちら でもなし
① 自然景観や雰囲気よかった	7	6	5	4	3	2	1
② 街並み景観や雰囲気がよかった	7	6	5	4	3	2	1
③ 地域での食事がよかった	7	6	5	4	3	2	1
④ 体験プログラムやツアーの内容 がよかった	7	6	5	4	3	2	1
⑤ プログラムやツアーのガイドが よかった	7	6	5	4	3	2	1
⑥ 地域ならではの土産品が購入で きた	7	6	5	4	3	2	1
⑦ 地域内の移動が快適だと感じた	7	6	5	4	3	2	1
⑧ 地域内の案内標識が充実してい た	7	6	5	4	3	2	1
⑨ 地域内で情報が容易に収集でき た	7	6	5	4	3	2	1
⑩ 宿泊施設のおもてなしが感じら れた	7	6	5	4	3	2	1
⑪ 再訪問したいと思いませんか	7	6	5	4	3	2	1
⑫ 友人に紹介したいと思いませんか	7	6	5	4	3	2	1
	大変満足	満足	やや満足	やや不満	不満	大変不満	どちら でもなし
⑬ 総合満足度	7	6	5	4	3	2	1

Q20. 海の京都エリア（綾部市、福知山市、舞鶴市、宮津市、与謝野町、伊根町、京丹後市）について、今後期待したいことやアイデア等がありましたら具体的にお聞かせ下さい。

☆☆調査内容は以上です。ご協力、ありがとうございました。☆☆

※調査票コード

都道府県	調査地点 ID	調査年月日	調査時刻	ID
京都府			:	

場所/調査員

/