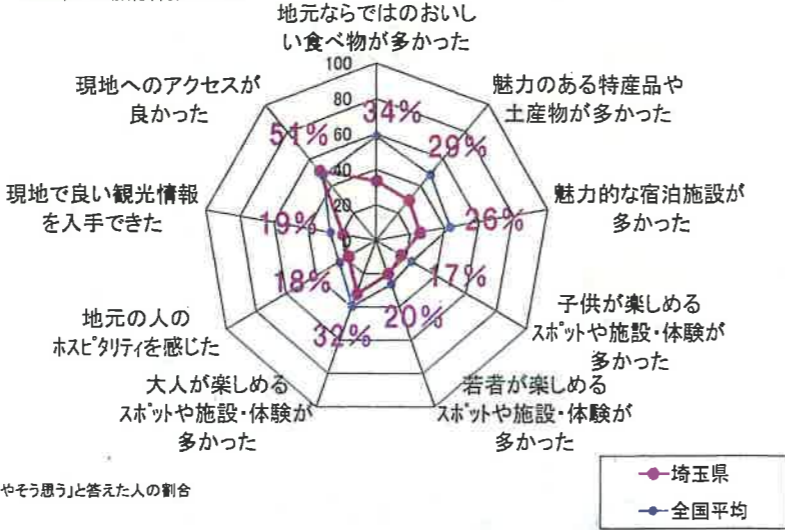


●旅行後の来訪者の満足度と項目別評価

■総合的な満足度と項目別評価（それぞれ単一回答）

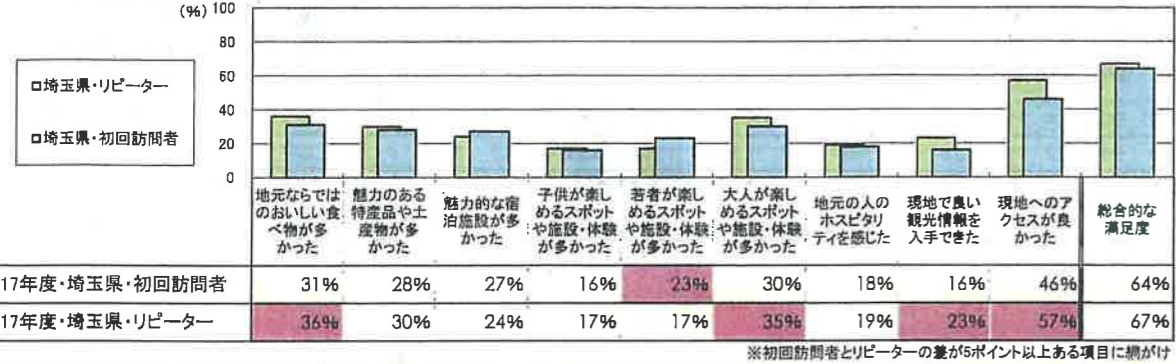
総合的な満足度 (全国平均 83%)	17年度		16年度	
	割合	順位	割合	順位
総合的な満足度	66%	(47位)	66%	(47位)
地元ならではのおいしい食べ物が多かった	34%	(46位)	32%	(46位)
魅力のある特産品や土産物が多かった	29%	(46位)	25%	(47位)
魅力的な宿泊施設が多かった	26%	(46位)	22%	(47位)
子供が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	17%	(35位)	23%	(14位)
若者が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	20%	(27位)	21%	(16位)
大人が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	32%	(37位)	29%	(40位)
地元の人のホスピタリティを感じた	18%	(40位)	18%	(42位)
現地で良い観光情報入手できた	19%	(43位)	19%	(42位)
現地へのアクセスが良かった	51%	(8位)	44%	(19位)

※各県への旅行件数ベース



※総合的な満足度・・・「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合 ※項目別評価・・・「そう思う」「ややそう思う」と答えた人の割合

■来訪経験別に見た、総合的な満足度と項目別評価



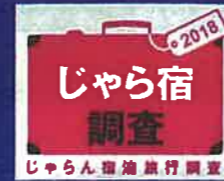
●宿泊旅行先としての埼玉県のパワー評価

■各指標についての上位15位までランキングと埼玉県の順位

延べ宿泊旅行者数 (万人)	1回の宿泊旅行あたり大人1人あたり単価 (円)	当該県での現地消費総額推計 (億円)	来訪者の満足度 (%)	今後の来訪意向 (%)
1位 東京都 1,541	1位 沖縄県 107,900	1位 東京都 1,704	1位 沖縄県 91.1	1位 北海道 28.1
2位 北海道 1,066	2位 北海道 73,200	2位 北海道 1,302	2位 愛媛県 89.7	2位 沖縄県 23.0
3位 大阪府 775	3位 青森県 72,100	3位 沖縄県 1,197	3位 京都府 89.4	3位 京都府 11.8
4位 静岡県 773	4位 東京都 64,000	4位 京都府 903	4位 北海道 88.2	4位 東京都 10.1
5位 神奈川県 710	5位 京都府 61,700	5位 大阪府 875	5位 三重県 88.1	5位 大阪府 6.4
6位 長野県 702	6位 長崎県 58,500	6位 千葉県 696	6位 奈良県 87.2	6位 石川県 5.9
7位 京都府 637	7位 鹿児島県 57,300	7位 福岡県 573	7位 熊本県 86.3	6位 鹿児島県 5.9
8位 千葉県 553	8位 福岡県 55,100	8位 長野県 557	8位 長崎県 86.0	8位 福岡県 5.6
9位 沖縄県 540	9位 大阪府 54,200	9位 神奈川県 551	8位 大分県 86.0	9位 長野県 5.4
10位 福岡県 503	10位 石川県 54,100	10位 静岡県 418	10位 青森県 85.9	10位 長崎県 5.2
11位 兵庫県 472	11位 広島県 53,000	11位 愛知県 357	11位 和歌山県 85.6	11位 神奈川県 4.7
12位 愛知県 396	12位 愛媛県 50,900	12位 兵庫県 332	12位 長野県 85.3	12位 広島県 4.3
13位 栃木県 381	13位 島根県 50,800	13位 広島県 310	12位 鹿児島県 85.3	13位 静岡県 4.1
14位 群馬県 356	14位 千葉県 50,700	14位 石川県 281	14位 千葉県 84.9	14位 青森県 3.5
15位 宮城県 344	15位 山口県 49,600	15位 宮城県 265	14位 香川県 84.9	14位 千葉県 3.5

39位 埼玉県 128	23位 埼玉県 44,200	39位 埼玉県 92	47位 埼玉県 65.9	46位 埼玉県 0.7
(40位 埼玉県 126)	(36位 埼玉県 38,200)	(33位 埼玉県 108)	(47位 埼玉県 65.7)	(47位 埼玉県 0.6)

発行：株式会社 リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンター
 〒100-6640 東京都千代田区丸の内1-9-2 グラントウキョウサウスタワー
 TEL 03-6835-6250



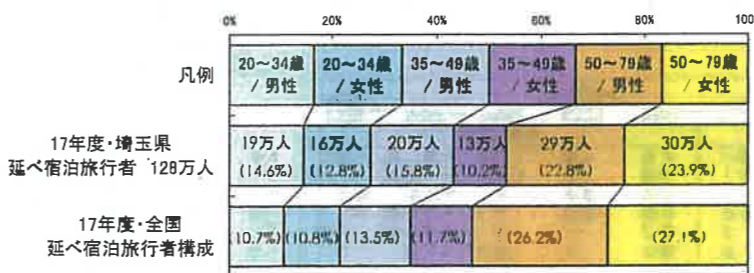
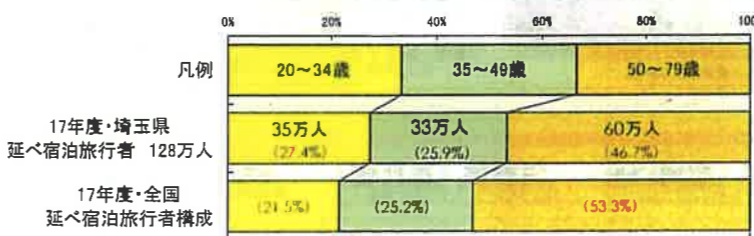
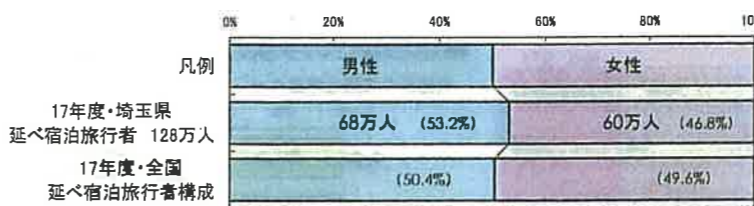
埼玉県

※本書掲載内容の無断転載および許可なく複製することを禁じます。これらの許諾については、じゃらんリサーチセンターまでご照会ください。

- 埼玉県への延べ宿泊旅行者数は128万人（推計値）で全国39位
- 関東ブロックからの来訪が45%、東北ブロックからの来訪が12%を占める
- 1回あたりの宿泊旅行費用は44,200円で、全国平均51,600円より低い
- 個人旅行が95%を占め、初回訪問者が50%を占める
- 「親戚や知人がいた」で選ばれる割合が全国平均より高い
- 「食」「特産品」「宿泊施設」「子供・若者・大人」「観光」「現地観光情報」に対する評価が全国平均より低い

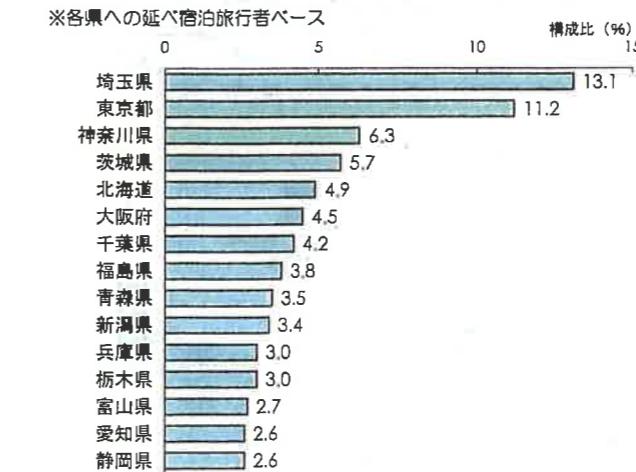
●埼玉県への宿泊旅行者のプロフィール

■宿泊旅行者の性・年代別構成

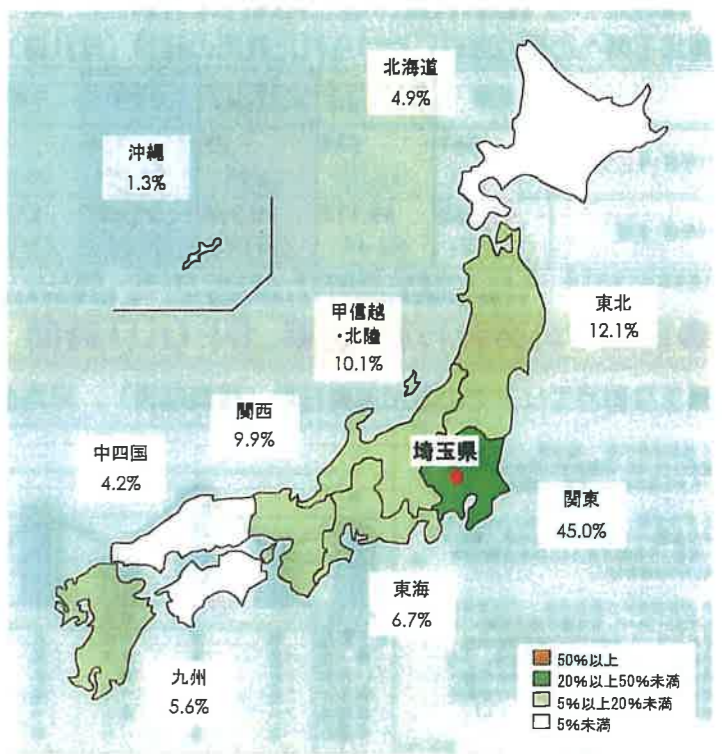


●宿泊旅行者の居住地(発地エリア)

■宿泊旅行者の居住地(単一回答) (上位15)

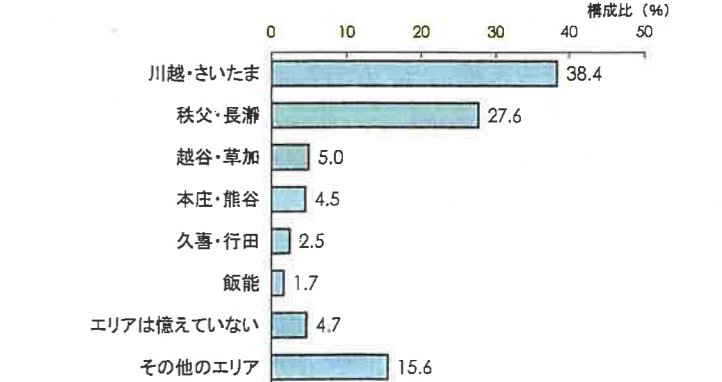


■宿泊旅行者の居住ブロック



●県内での宿泊先(着地エリア)

■埼玉県内での宿泊先(単一回答)

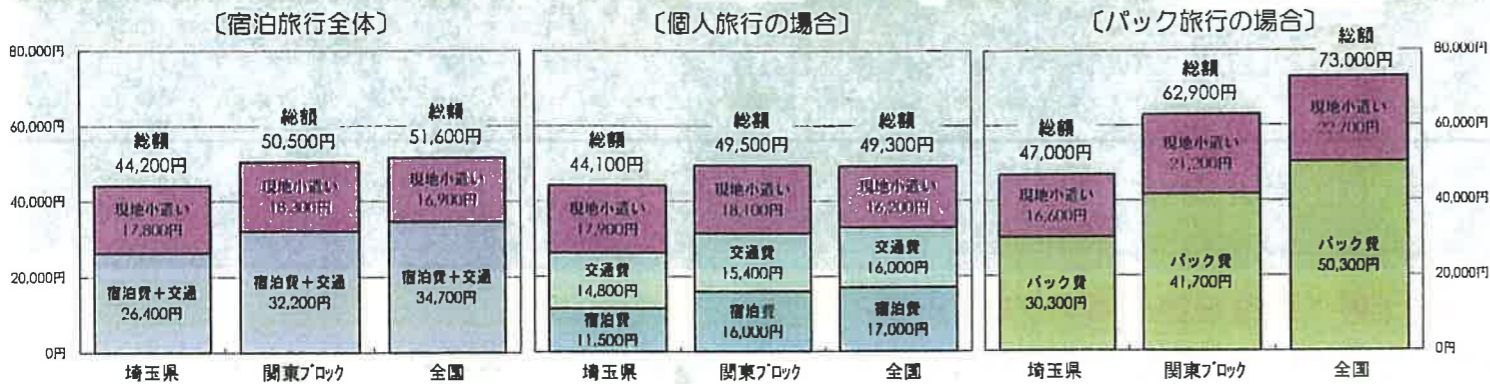


【調査概要】 ◆調査対象：国内在住の20～79歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニターから都道府県別・性年代別に抽出）
 ◆調査方法：インターネット調査 ◆調査時期：2018年4月
 ◆調査内容：2017年4月～2018年3月（17年度）において実施した宿泊を伴う国内旅行（出張・帰省・修学旅行等を除く）について
 ◆サンプル数：【1次調査】80,000人回収（宿泊旅行実施の有無について）※回答の中から20,000件を抽出し、性・年代別の宿泊旅行実施率を分析
 【2次調査】・宿泊旅行実施者 15,627サンプル ・旅行件数 30,793件（うち、埼玉県への旅行件数は218件）

滞在力指標

●埼玉県への宿泊旅行費用

■宿泊旅行1回あたりにかかった費用（数値回答）※各県への旅行件数ベース ※ただし、全体の0.5%トリム平均



※金額については、百の位までの四捨五入で示しているため、合計が合わない場合があります。
※旅行費用については、金額の高すぎる回答が平均値に大きな影響を与えることを避けるために、0.5%トリム平均をおこなった。

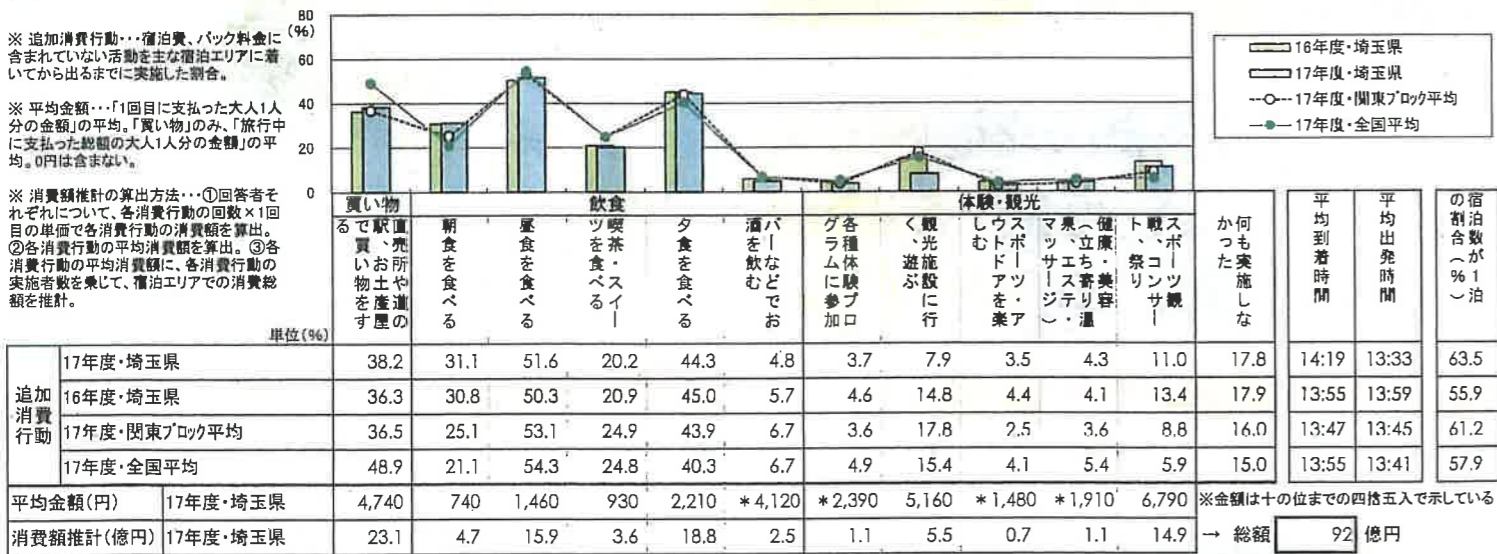
■埼玉県への宿泊旅行にかけられた費用の総額（推計値）

	総額	個人旅行にかけられた費用	パック旅行にかけられた費用	宿泊費	交通費	バック費	現地小遣い
17年度・埼玉県	561 (100.0%)	534 (95.1%)	27 (4.9%)	138 (24.6%)	179 (32.0%)	18 (3.2%)	226 (40.2%)
17年度・全国	75,352 (100.0%)	65,117 (86.4%)	10,236 (13.6%)	22,427 (29.8%)	21,237 (28.2%)	7,047 (9.4%)	24,641 (32.7%)

※費用総額の算出方法…性別・年代・旅行形態別に当該都道府県への宿泊旅行者数を推計し、各属性ごとに1人あたり単価を乗じて算出した。
主な滞在先が埼玉県内のエリアである旅行の総額であり、一部、他の都道府県を周遊した費用も含まれる。

●現地での消費行動・金額、IN・OUT時間

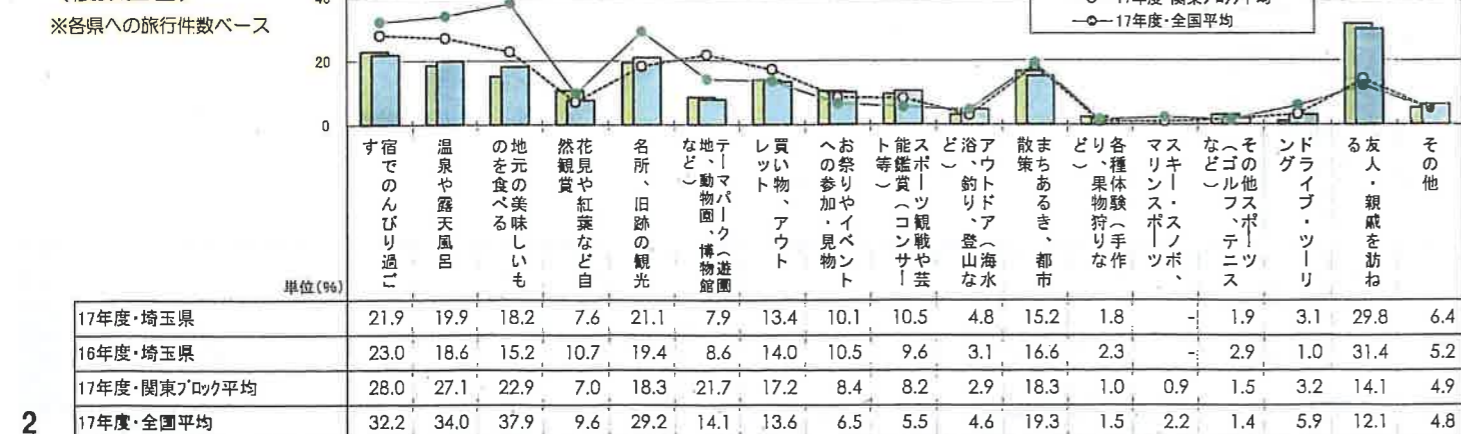
■主な宿泊エリアでの追加消費行動（複数回答）、平均金額（数値回答）、消費額（推計値）



※消費総額には、エリア内での移動費用など上記の項目以外の消費行動や、主な宿泊エリア以外での消費行動は含まれていない *平均金額のものサンプル数が10件に満たない項目であり、注意が必要

●宿泊旅行の目的

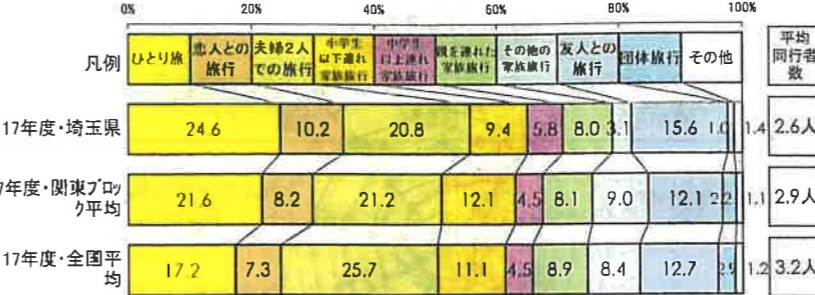
■宿泊旅行の目的（複数回答）



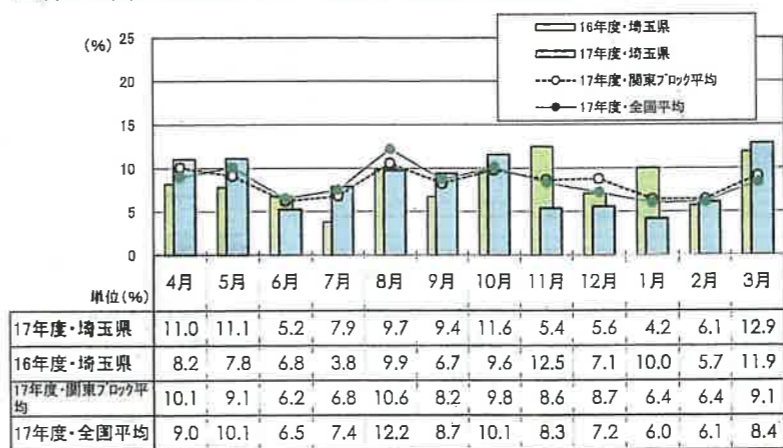
選ばれる旅行先 ブランド力指標

●埼玉県への宿泊旅行の形態

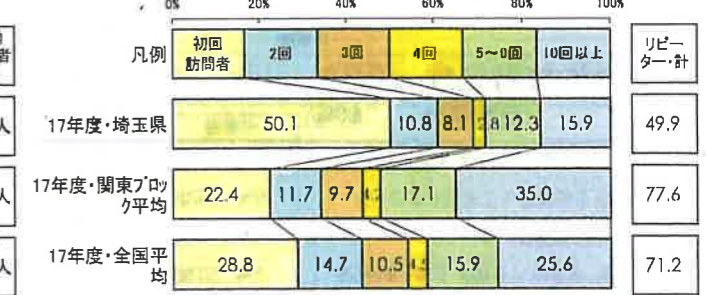
■同行者の種類（単一回答）※各県への旅行件数ベース



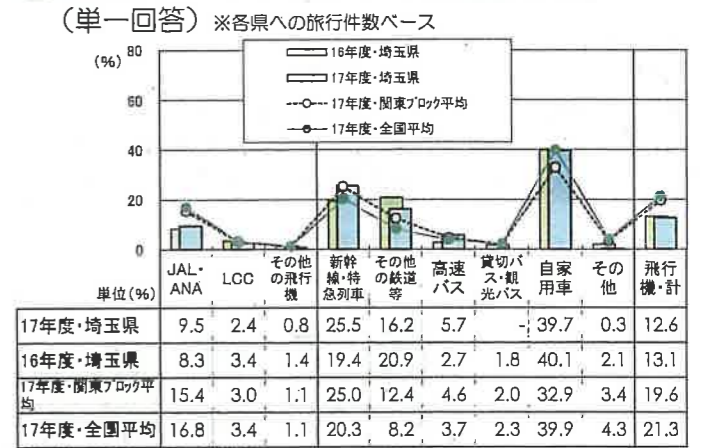
■宿泊旅行の時期（単一回答）※各県への旅行件数ベース



■来訪経験（単一回答）※各県への旅行件数ベース



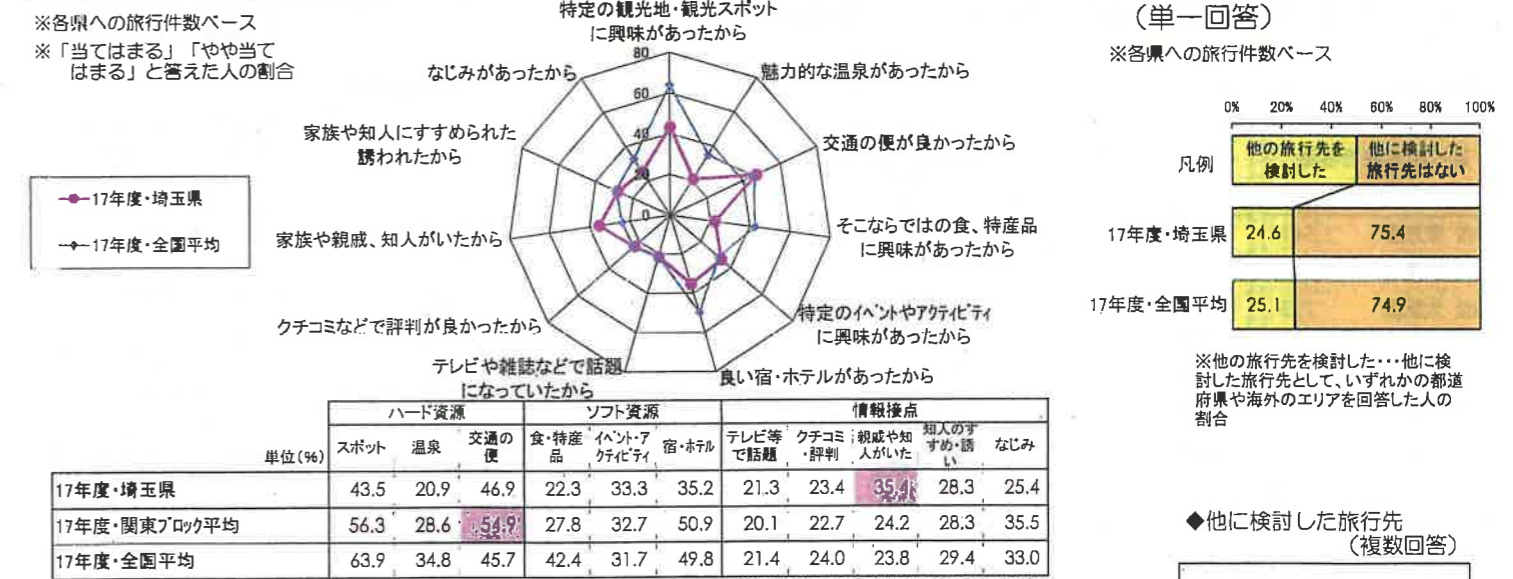
■目的地に着くまでに利用した主な交通手段（単一回答）※各県への旅行件数ベース



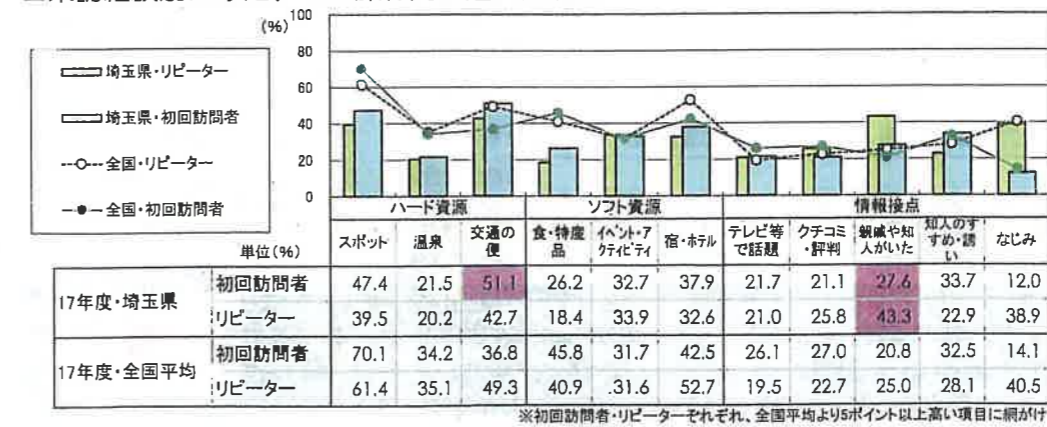
※「その他」には、船・フェリー、路線バス、レンタカー、タクシー・ハイヤー、バイク、レンタサイクルを含む

●旅行先としてのブランド力

■この旅行先を選んだ理由（それぞれ単一回答）



■来訪経験別に見た、この旅行先を選んだ理由



◆他に検討した旅行先（複数回答）

旅行先	件数
東京都	20件
千葉県	11件
埼玉県(他のエリア)	8件
神奈川県	7件
栃木県	5件
群馬県	5件
北海道	4件
茨城県	4件
山梨県	2件

※2件以上の回答があった都道府県のうち、上位を掲載