

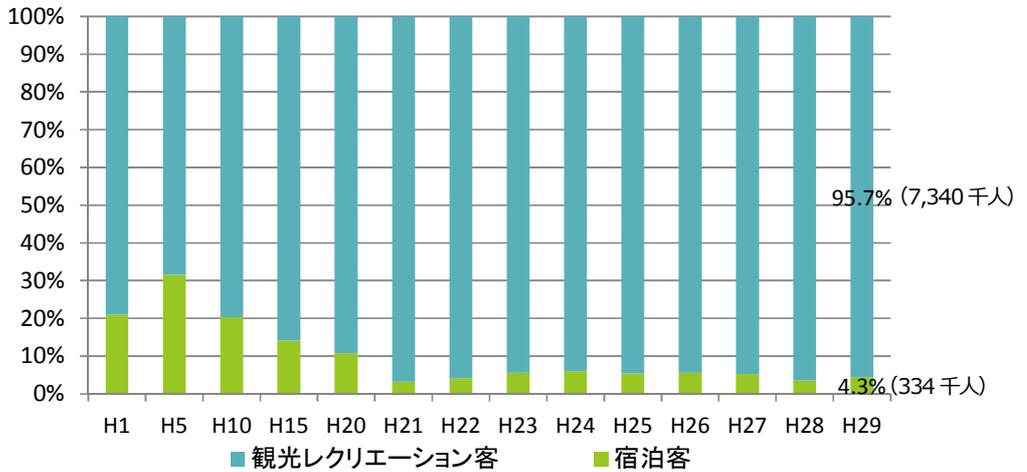
宿泊客数

宿泊客数（割合）は静岡県全体でも少ないが、三島市ではさらに少ない

宿泊客数の
推移
(静岡県)



宿泊客数の
推移
(三島市)



出典：静岡県観光交流の動向（静岡県）

【2】三島市を訪れた観光客の実際の行動（動態調査）－対面式アンケート・Web アンケート

①アンケートの実施日・票数など

アンケートは以下の2種類を実施した。

【対面式アンケート】

実施日：休日＝平成30年11月24（土）・25日（日）、平日＝平成30年11月27日（火） 計3日間

票数：1,138票（日本人986票+外国人152票）

調査箇所	対面式アンケート調査実施年月日							
	休日				平日		3日間計	
	H30.11.24 (土)		H30.11.25 (日)		H30.11.27 (火)			
	日本人	外国人	日本人	外国人	日本人	外国人	日本人	外国人
山中城跡	22	1	31	0	15	0	68	1
三島スカイウォーク	100	15	120	35	60	21	280	71
楽寿園	104	0	116	0	60	0	280	0
源兵衛川	17	3	23	4	13	4	53	11
三嶋大社	61	1	54	1	45	5	160	7
三島駅	51	19	58	25	36	18	145	62
6箇所計(人)	355	39	402	65	229	48	986	152
日別計	394		467		277		1,138	

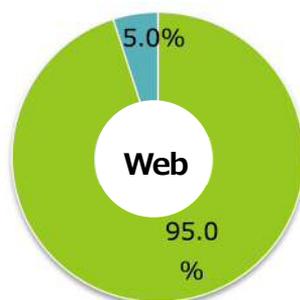
【Web アンケート】

実施日：平成 30 年 11 月 22 日～平成 30 年 12 月 28 日（37 日間）

票 数：201 票（日本人 191 票+外国人 10 票）



■ 日本人 ■ 外国人



■ 日本人 ■ 外国人



アンケート用 QR コード

※Web アンケートでは、外国人の回答数が 10 票と少なかったため、集計をしないものとした。

②調査結果

居住地

- ◆ 県外は関東からが 7 割、県内は隣接市町が 4 割、中・西部地域が 3 割。
(Web アンケートでは、県外は東海地域が多く、県内は中・西部地域が多い)

年代

- ◆ 日本人：60 代を中心としながら年代は比較的分散。
(Web アンケートでは 40・50 代が多い)
- ◆ 外国人：30 代を中心に若い世代が中心。

三島市訪問回数

- ◆ 日本人：リピーターが 7 割。(Web アンケートも同様)
- ◆ 外国人：初来訪が 9 割を占める。

施設認知度

- ◆ 日本人：認知度が高いのは三島スカイウォークと三嶋大社、低いのは山中城跡と源兵衛川。(Web アンケートも同様)
- ◆ 外国人：認知度が高いのは三島スカイウォーク、それ以外は低い。

施設満足度 (日本人と外国人)

- ◆ 日本人、外国人とも各施設の満足度は高い。
- ◆ 日本人は三嶋大社、外国人は源兵衛川の満足度が最も高い。
(Web アンケートは全体的に満足度が下がる)



今回の旅行の
一番の目的地
(日本人のみに質問)

- ◆三島スカイウォークがトップ、楽寿園、三嶋大社と続き、トップ10に市内6箇所がランクイン。(「三島市」も含め)
- ◆源兵衛川の来訪者以外は、市内周遊が少ない。

立寄り地

- ◆日本人：三島市の前に沼津市、三島市の後は箱根への移動が多い。
(Web アンケートでは、前後に東京が多い)
- ◆外国人：三島市への来訪前後とも東京が多い。

移動手段

- ◆日本人：三島市への流入・流出とも自家用車が主流、在来線も利用されている。
市内での移動は、自家用車が最多で徒歩も多い。
(Web アンケートでは、流入・流出にレンタカーや新幹線の利用が多い)
- ◆外国人：三島市への流入・流出とも新幹線が主流、在来線も利用されている。
市内での移動は、路線バスや徒歩が多い。

市内宿泊

- ◆日本人：三島市内での宿泊は1割。そのうち泊数は1泊が約8割。
(Web アンケートでは三島市内での宿泊が7割。そのうち泊数は同じく1泊が8割)
- ◆外国人：三島市内での宿泊は3割。そのうち泊数は1泊が6割であるが、日本人に比べ連泊の割合が高い。

情報媒体

- ◆日本人：「テレビ」「人から聞いた」が多い。
(Web アンケートでは観光協会や市のホームページが多い)
- ◆外国人：「人から聞いた」と「Facebook」が多い。

消費額

- ◆日本人：三島市内での消費額に比べ市外での消費額が大幅に高い。宿泊が少ないため、宿泊費が特に低い。(Web アンケートでは、三島市内での宿泊者が多いため宿泊費が上がり、市内外の差が小さい)
- ◆外国人：消費額平均は日本人より高い。





アンケート調査結果のまとめ

▶ 各地から観光客が訪れるが宿泊が少ない – 通過地点としての三島市

- アンケート調査により、全国各地から三島市を観光で訪れ、三島市を一番の目的地としている観光客もいることが把握できた。海外からは、東アジアを中心に世界各国から訪れている。しかし、観光客が三島市に宿泊するケースは少なく、周辺のメジャーな観光地への通過地点になっている状況が把握された。

▶ 市内の回遊が少ない

- 観光客の集客力は、三島スカイウォークや三嶋大社が大きい。これら郊外と市街地での回遊は少ない状況。特に外国人についてはその傾向が強い。

▶ 消費が少ない

- 旅程において、三島市内での消費額より、市外での消費額の方が多い。市内での消費は、外国人のほうが日本人よりむしろ多い。観光施設の満足度は高いものの、商品の販促に結びついていないことがうかがわれる。

▶ 自家用車、新幹線での来訪が多い

- 日本人観光客の多くは自家用車で三島市を訪れ、自家用車や徒歩で市内を移動。外国人は東京から新幹線で三島市を訪れ、路線バスで市内を移動。交通の利便性の高さが活用されている様子がうかがわれる。

▶ 三島市の観光施設の満足度は押並べて高い

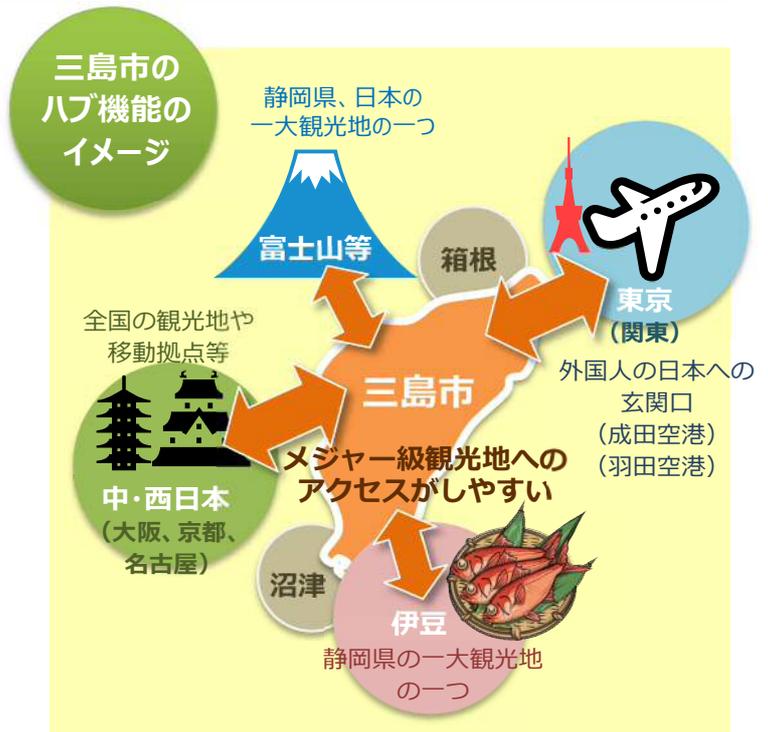
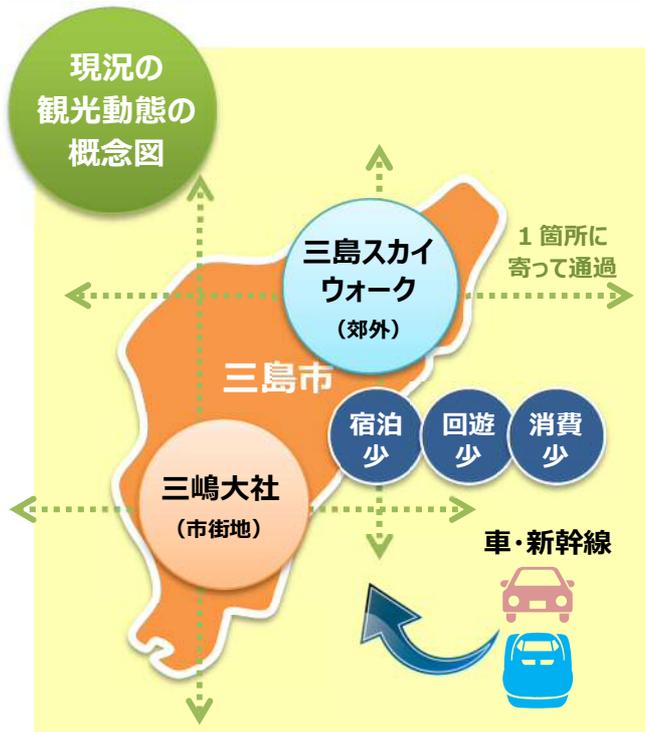
- 三島市内の観光施設についての満足度は押並べて高く、集客力の向上につながることが示唆された。しかし認知度についてはばらつきがある。

▶ 情報収集は第三者から

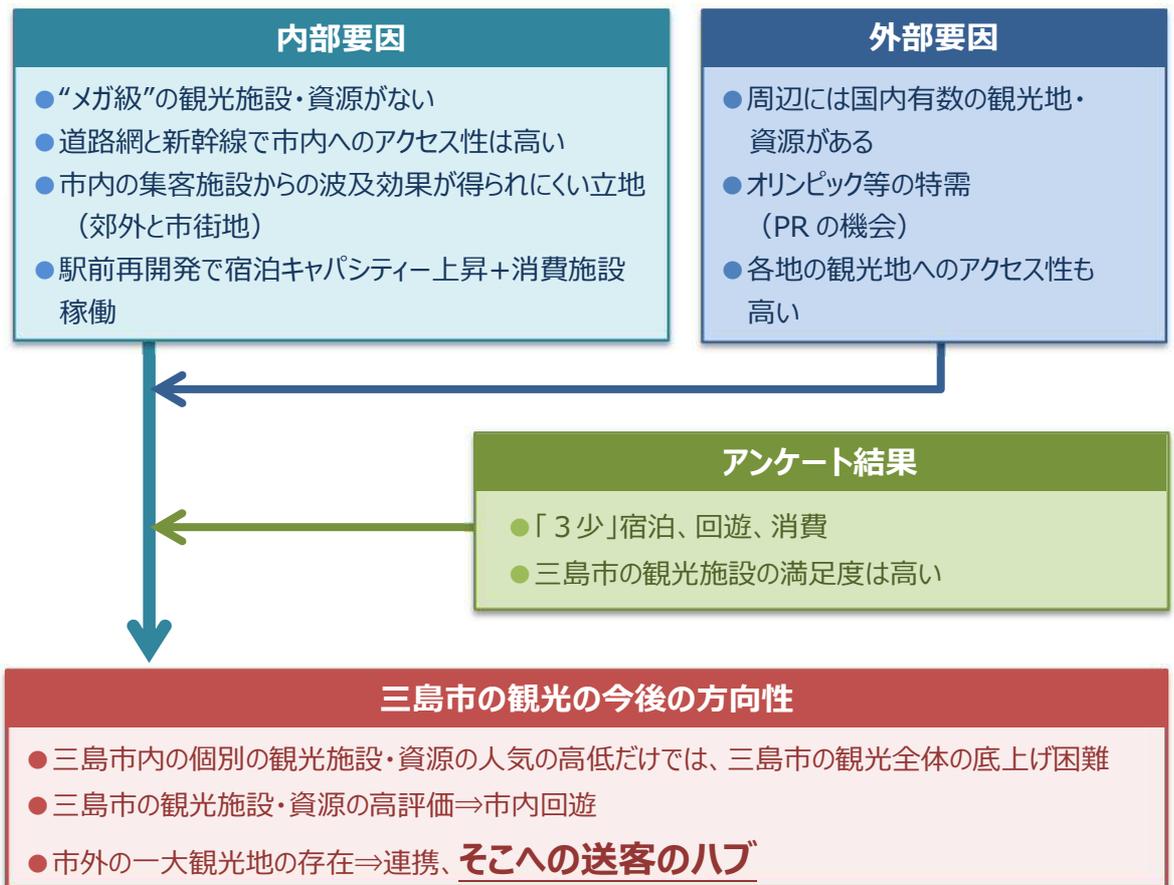
- 観光客の三島市に関する情報収集の方法は、日本人はテレビ、雑誌、口コミ、外国人はSNSが中心。実際に三島市を訪れた人の体験に基づく実感が、三島市に関心をもつきっかけになっていると推察される。



観光戦略の提案



観光戦略のコンセプト設定の流れ



三島市の観光戦略の基本コンセプト (案)

さんいちさんいち ひと ひと
 「三ー三ー戦略」三島で一いき、三島から一とび – Origin to Japan –