参考資料②

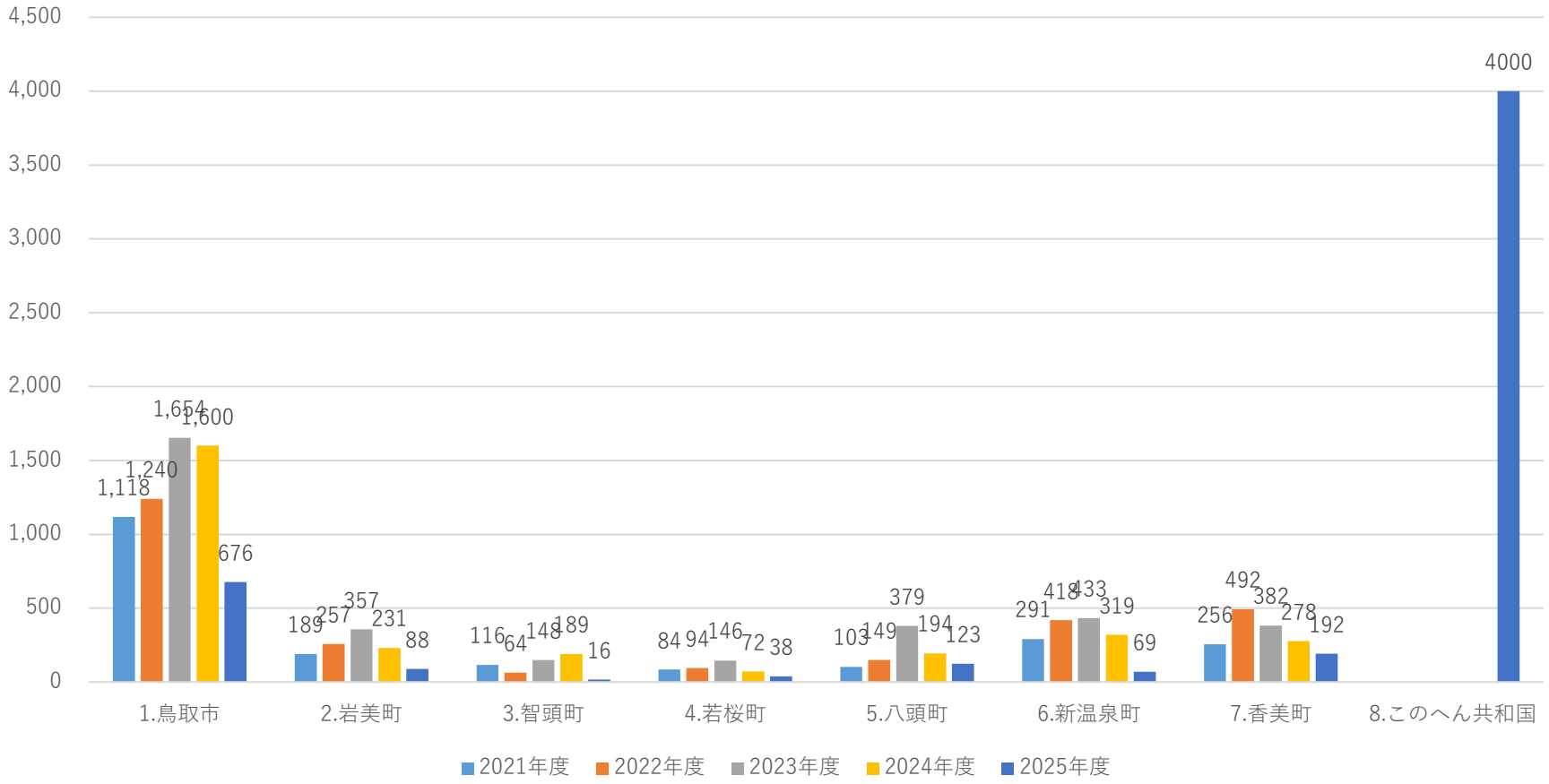


麒麟のまちアンケート報告
（2025年4月～2026年3月）

アイディアが降りたつまち
麒麟のまち
Kirinnomachi

2025年度のアンケート集計状況

2025年、このへん共和国のキャンペーン経由の回答が増加し、それに伴い、各市町での取得数は減少。

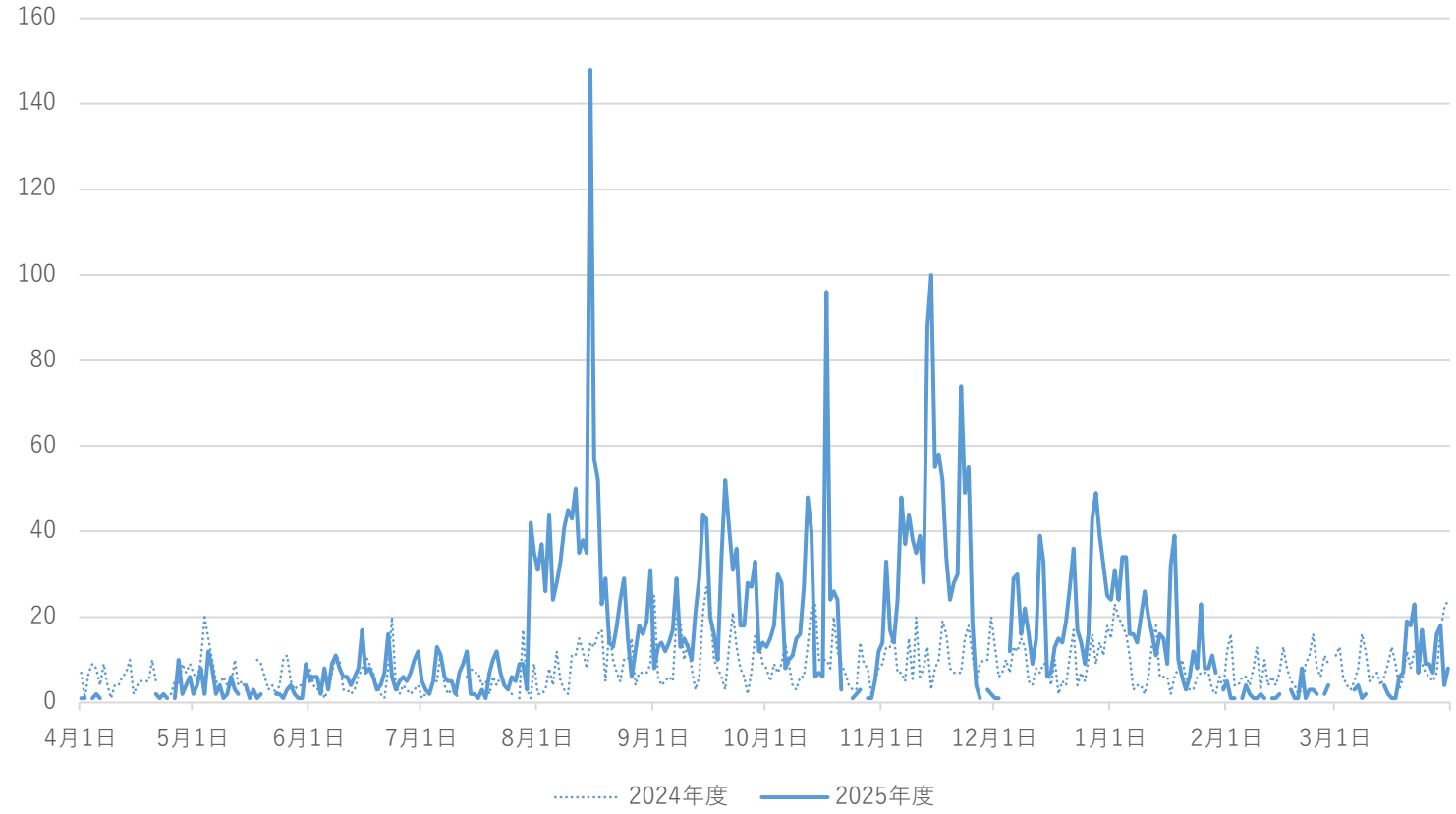


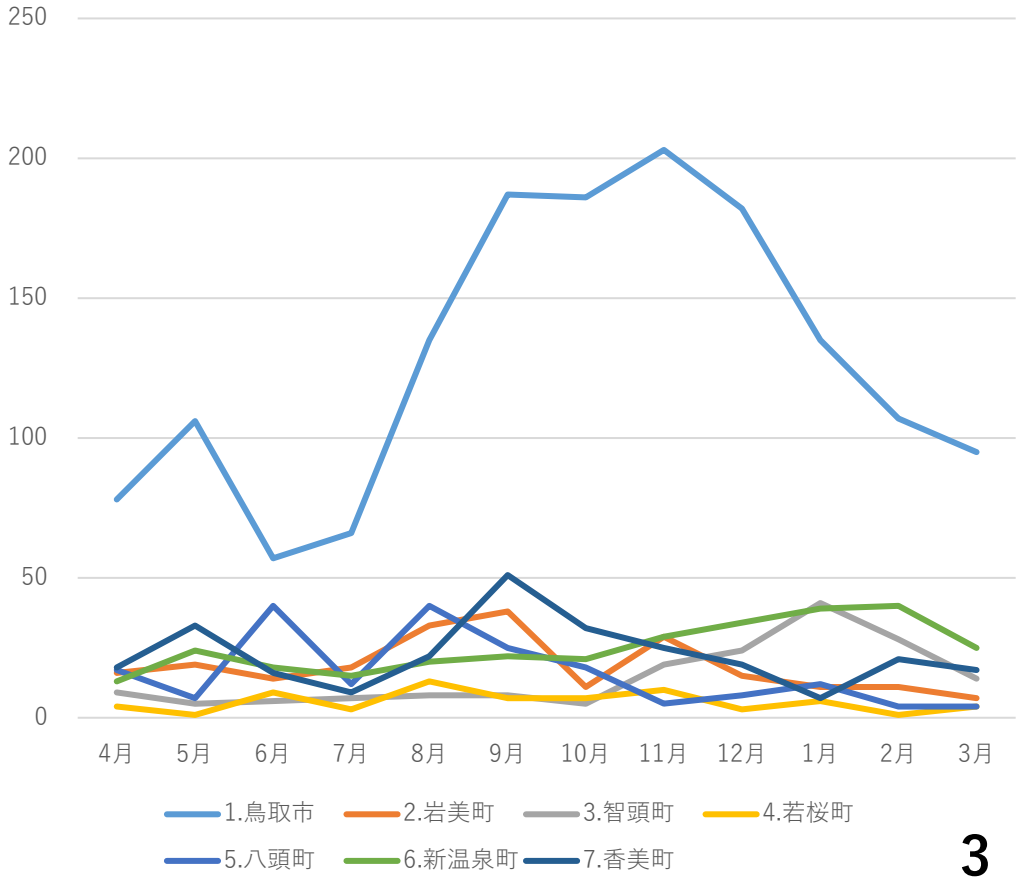
2025年度	件数
1.鳥取市	676
2.岩美町	88
3.智頭町	16
4.若桜町	38
5.八頭町	123
6.新温泉町	69
7.香美町	192
8.このへん共和国	4,000
総計	**5,202**

アイディアが降りたつまち
麒麟のまち
Kirinnomachi

現時点のでアンケート集計状況

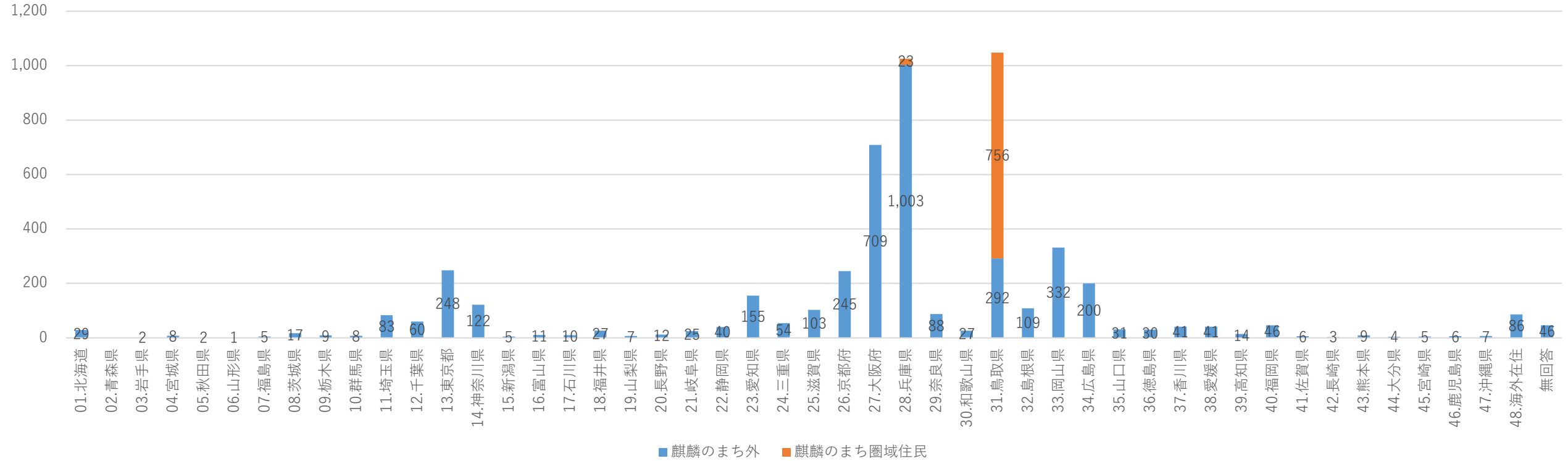
過去アンケート取得数では、GW・連休などで1日20件前後、
土日に1日10～20件だったが、キャンペーンで1日150件近いデータが取得できる日が生じた





3月末時点のでアンケート集計状況

回答者の15.0%が麒麟のまち圏域在住者の回答。
圏域在住者を除くと、兵庫県、大阪府、岡山県、鳥取県、
東京都、京都府、広島県、愛知県の順で、回答者が多い。

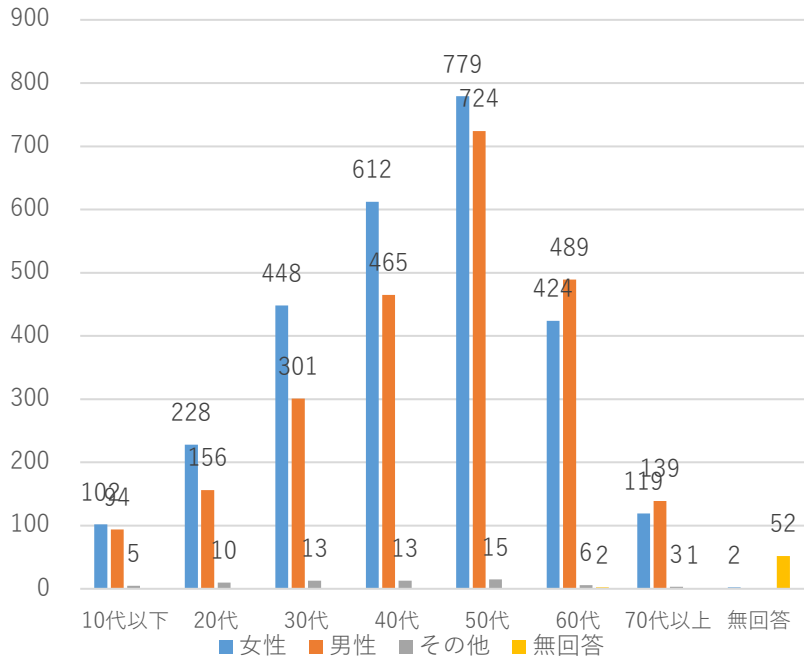


アイディアが降りたつまち
麒麟のまち
Kirinnomachi

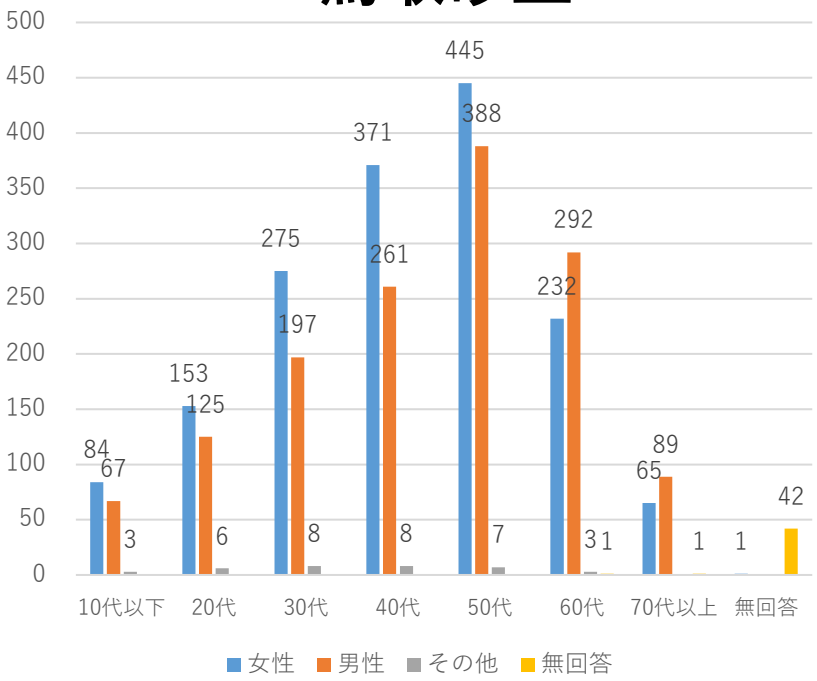
属性情報

男性・女性とも圏域での回答者は50代が最大。
鳥取砂丘と湯村温泉の訪問者の属性では、前者は
男性と比べ30代～40代女性の割合が高い。

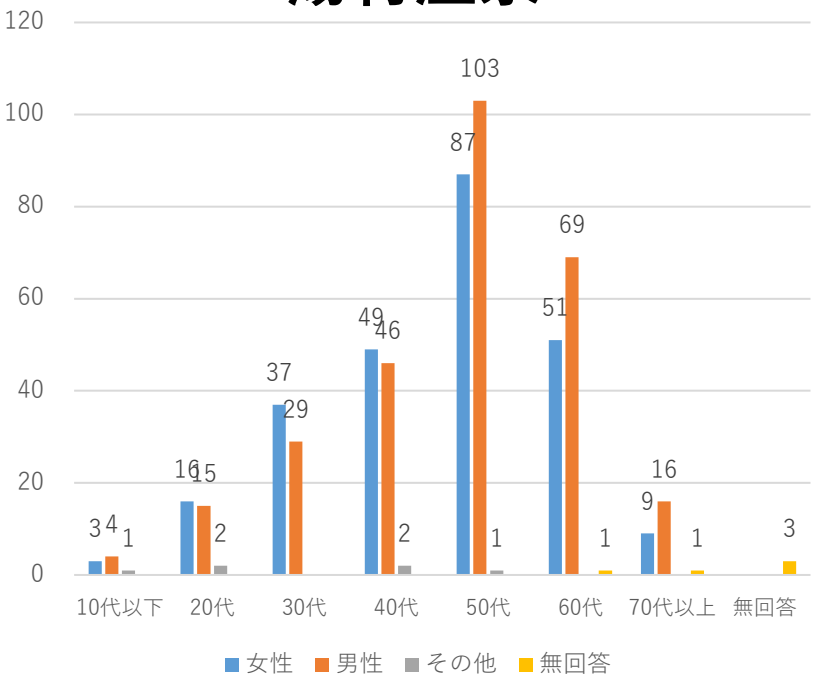
圏域全域



鳥取砂丘



湯村温泉

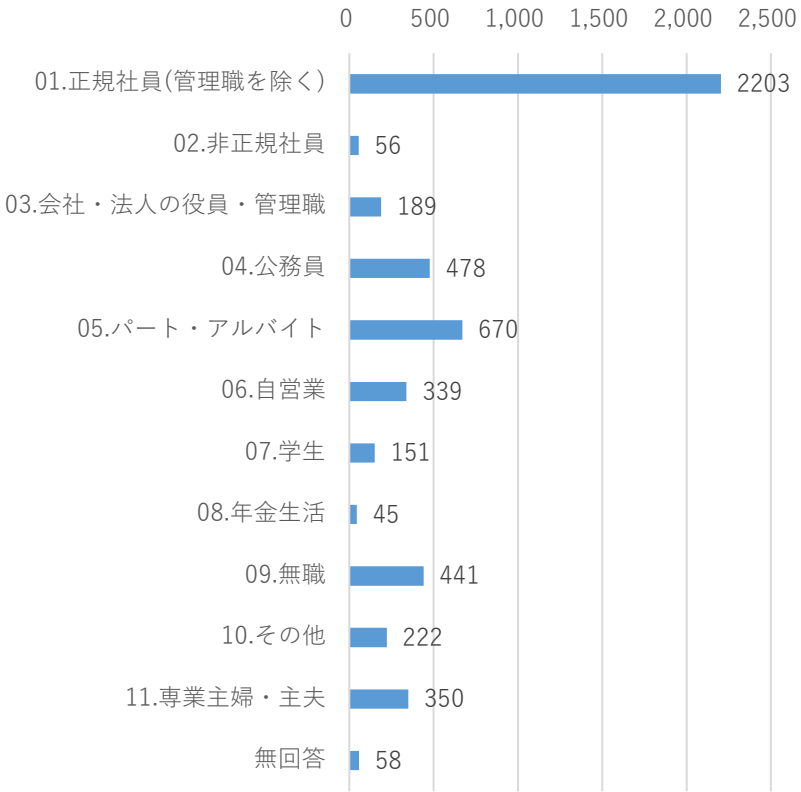


アイディアが降りたつまち
麒麟のまち
Kirinnomachi

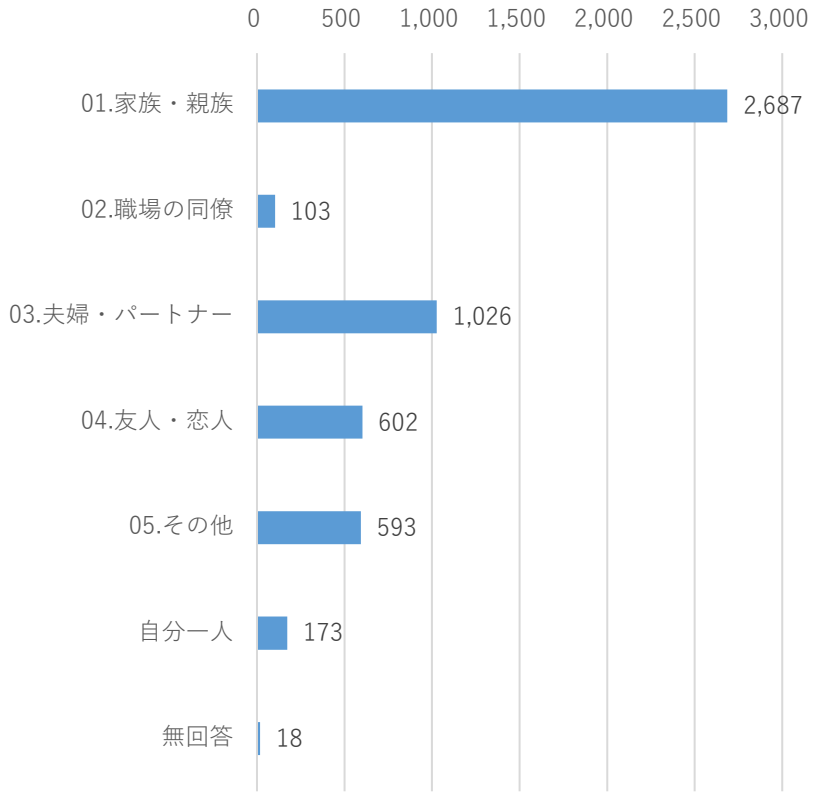
属性情報

回答者の42.3%が正社員。続いて12.9%がパート・アルバイト
同行者は51.7%が家族親族。

職業



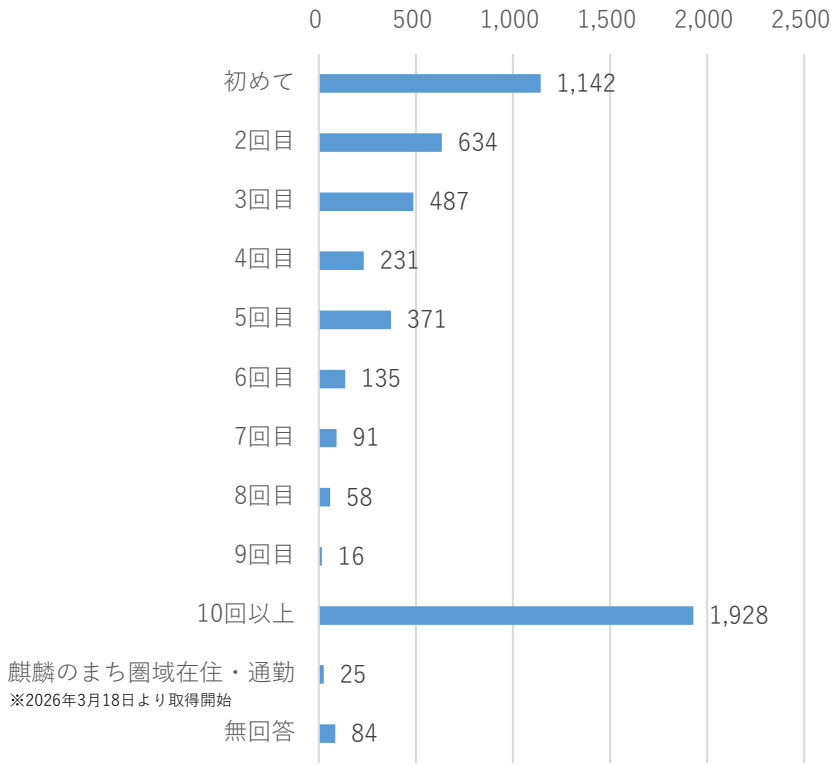
同行者



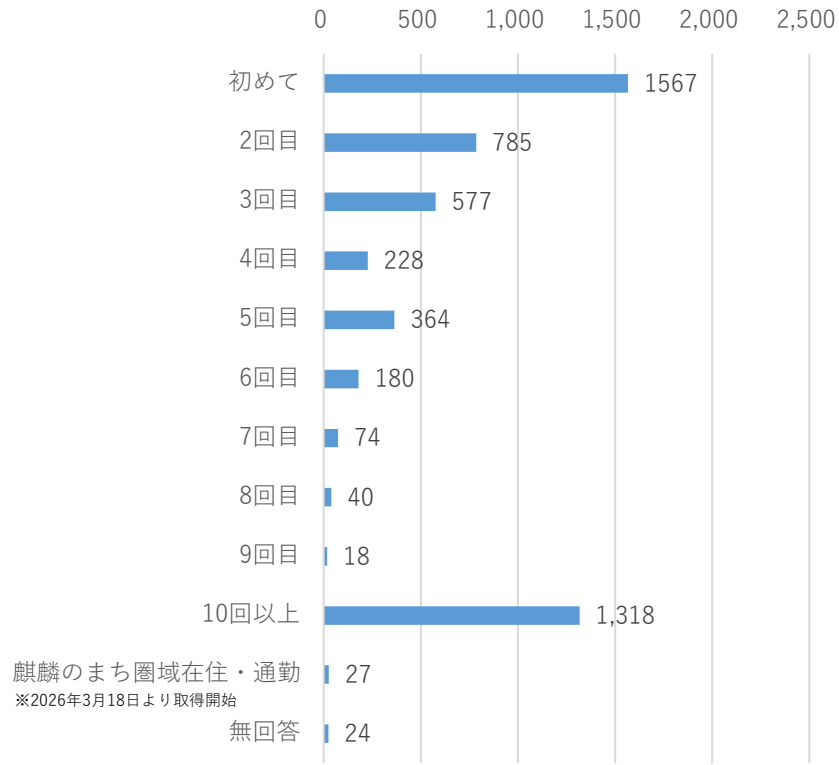
属性情報

回答者の22.0%が圏域に初めて訪問。過去3年内で初めての回答者は30.1％であった。

訪問回数



訪問回数(過去3年間)

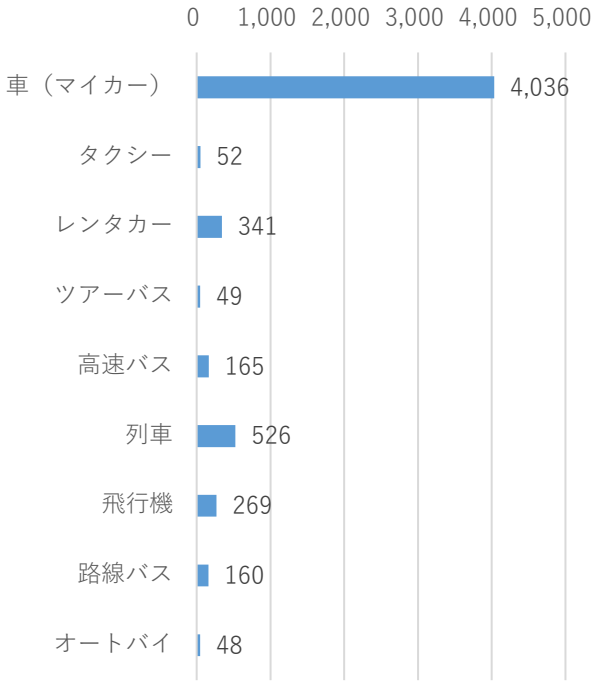


アイディアが降りたつまち
麒麟のまち
Kirinnomachi

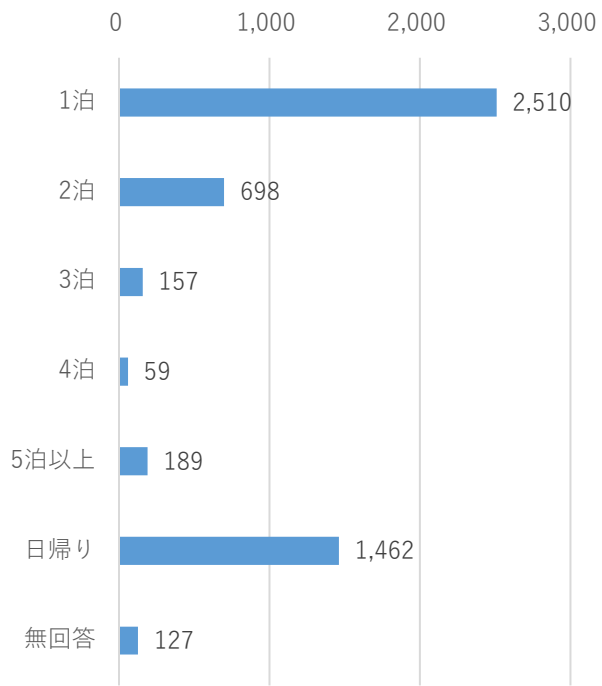
属性情報

回答者の77.6%がマイカーを利用。2泊以上の宿泊の回答者は21.2%。回答者の38.4%がホテルを利用。

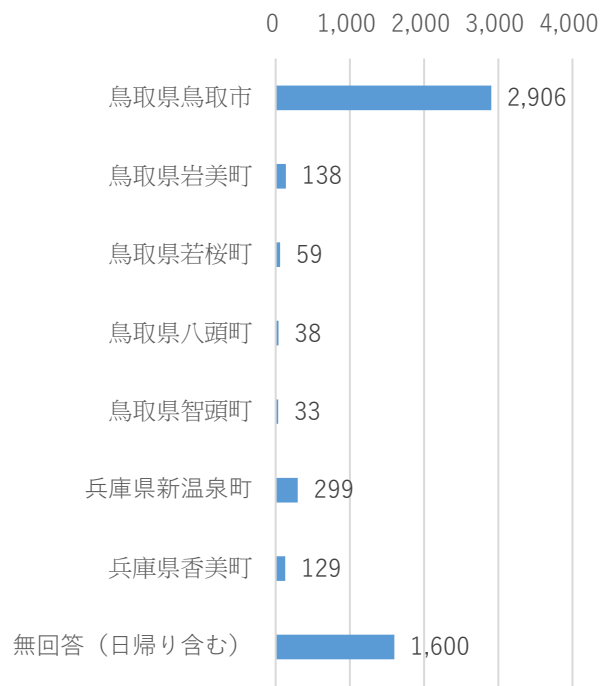
交通手段



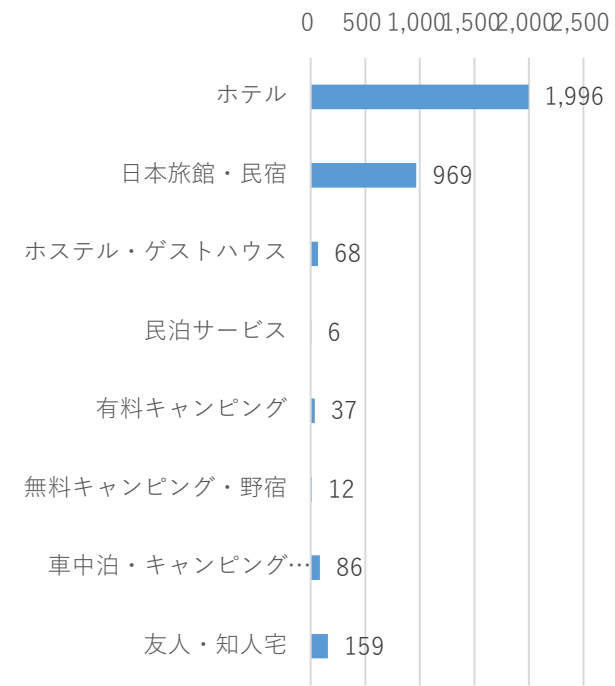
宿泊数



宿泊した市町



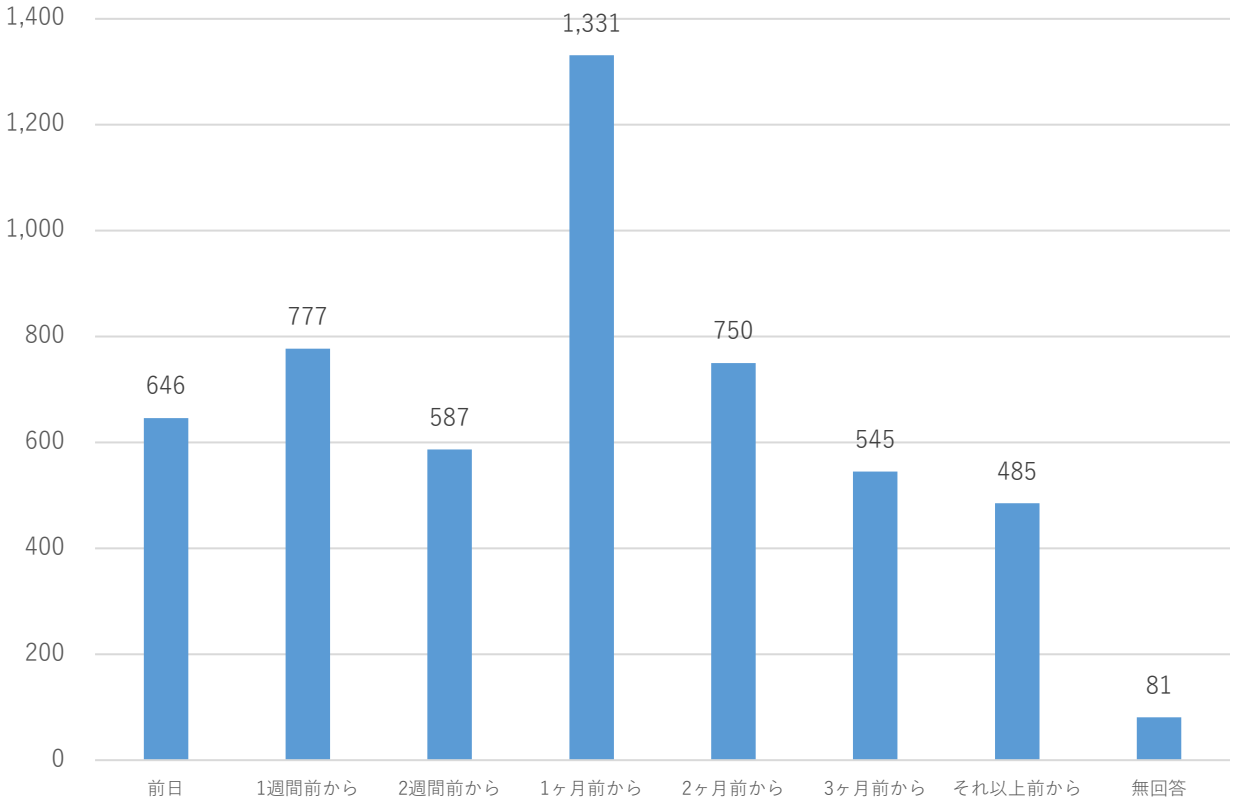
宿泊施設



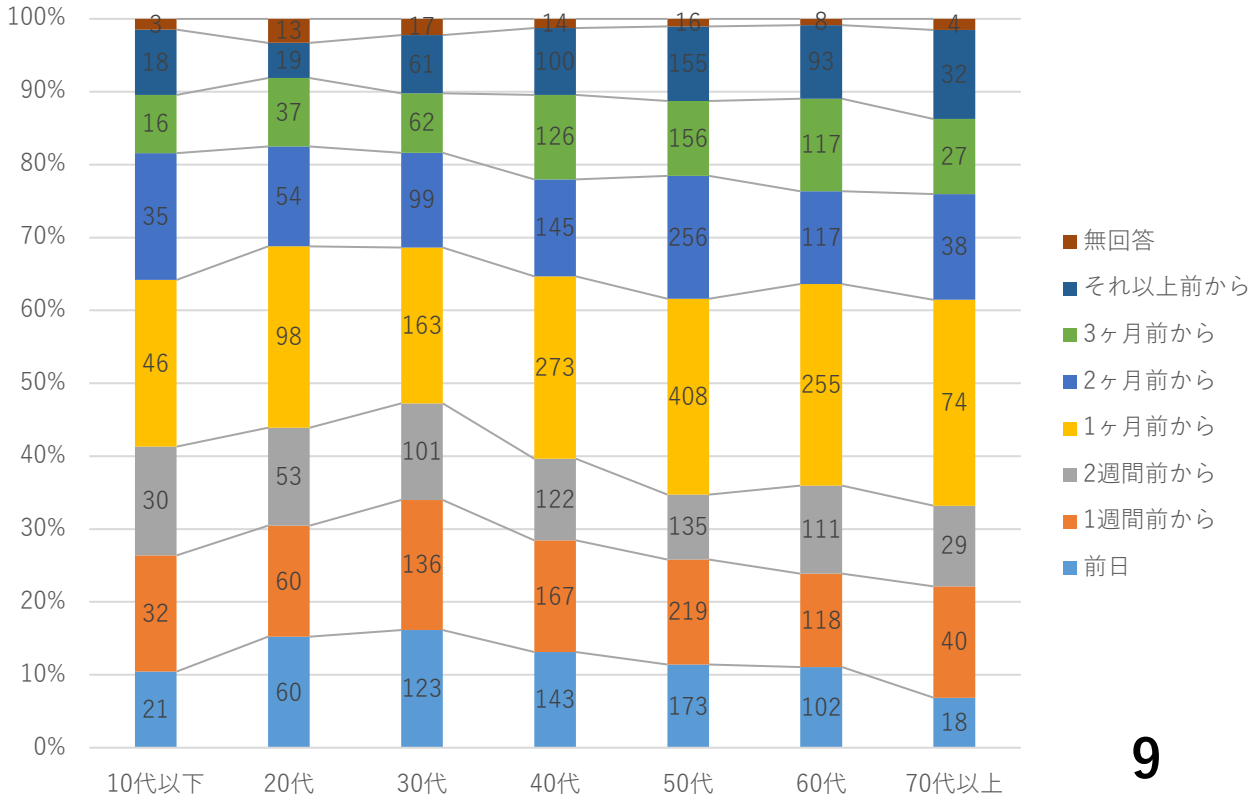
旅行決定時期

旅行決定時期の最多は１か月前で、25.6%の人が１か月前に来訪を決定
年代別では、30代がやや早期に来訪を決定しており、年代を経るにしたがって前もっての予定を組んでいる。

旅行決定時期



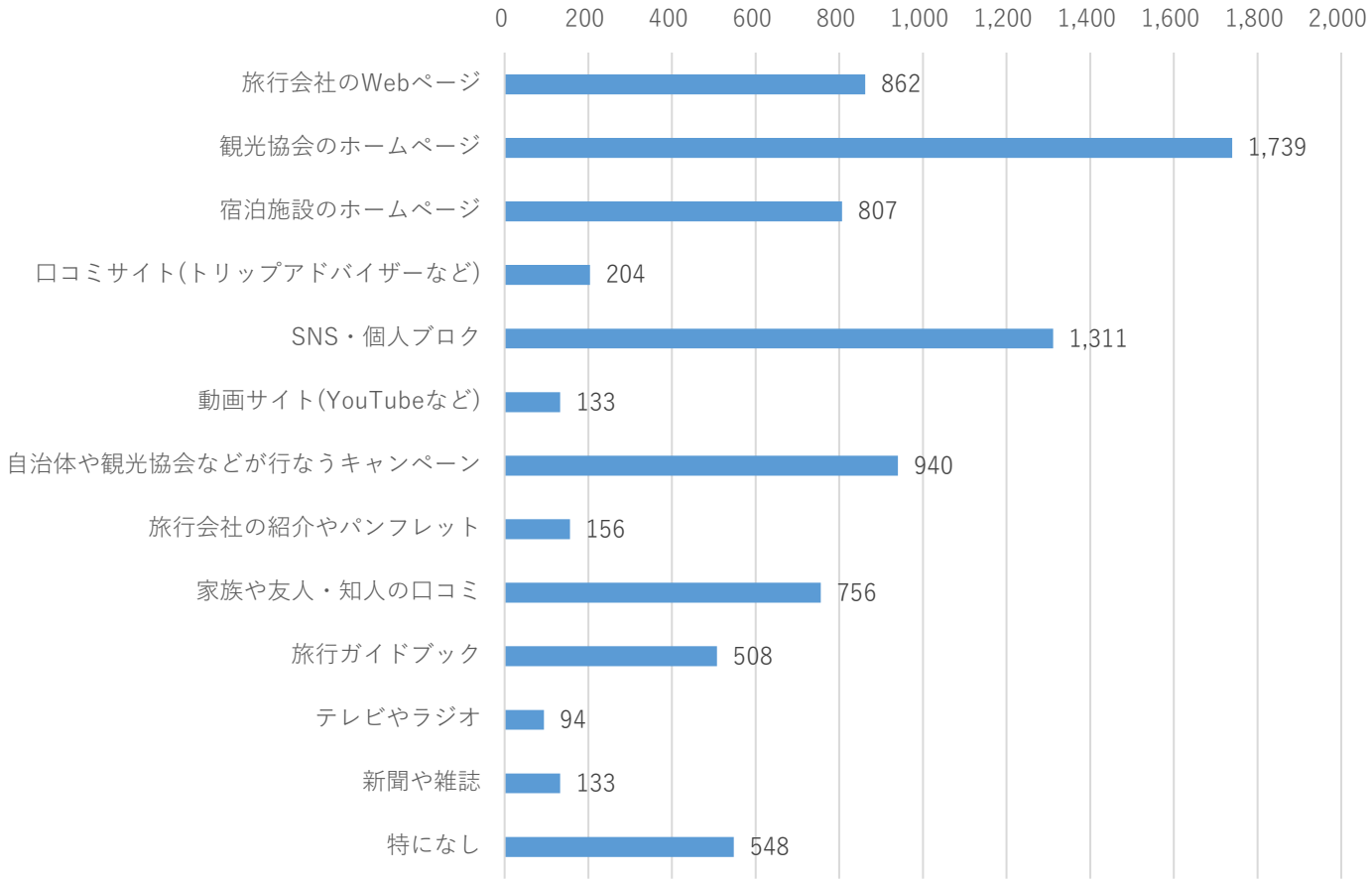
年代別割合



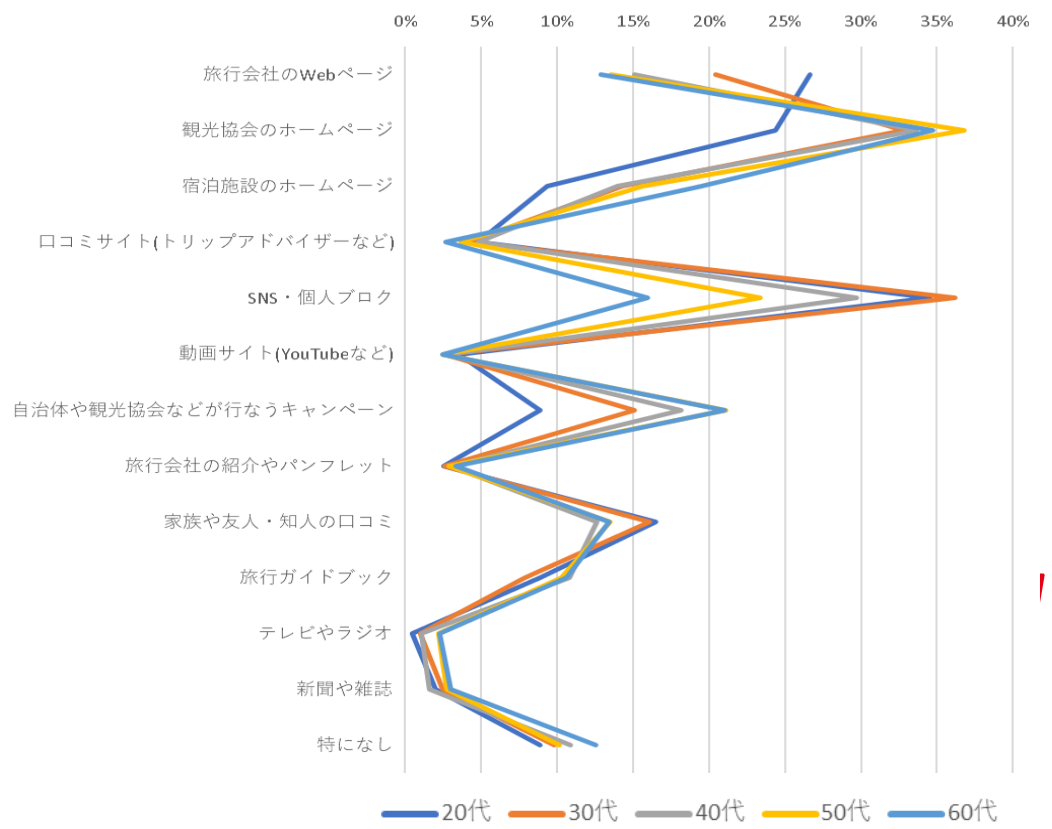
情報源(旅前)

最も利用された情報源が観光協会のホームページ。
20代・30代は、SNS・個人ブログを主に情報源としている。

回答数



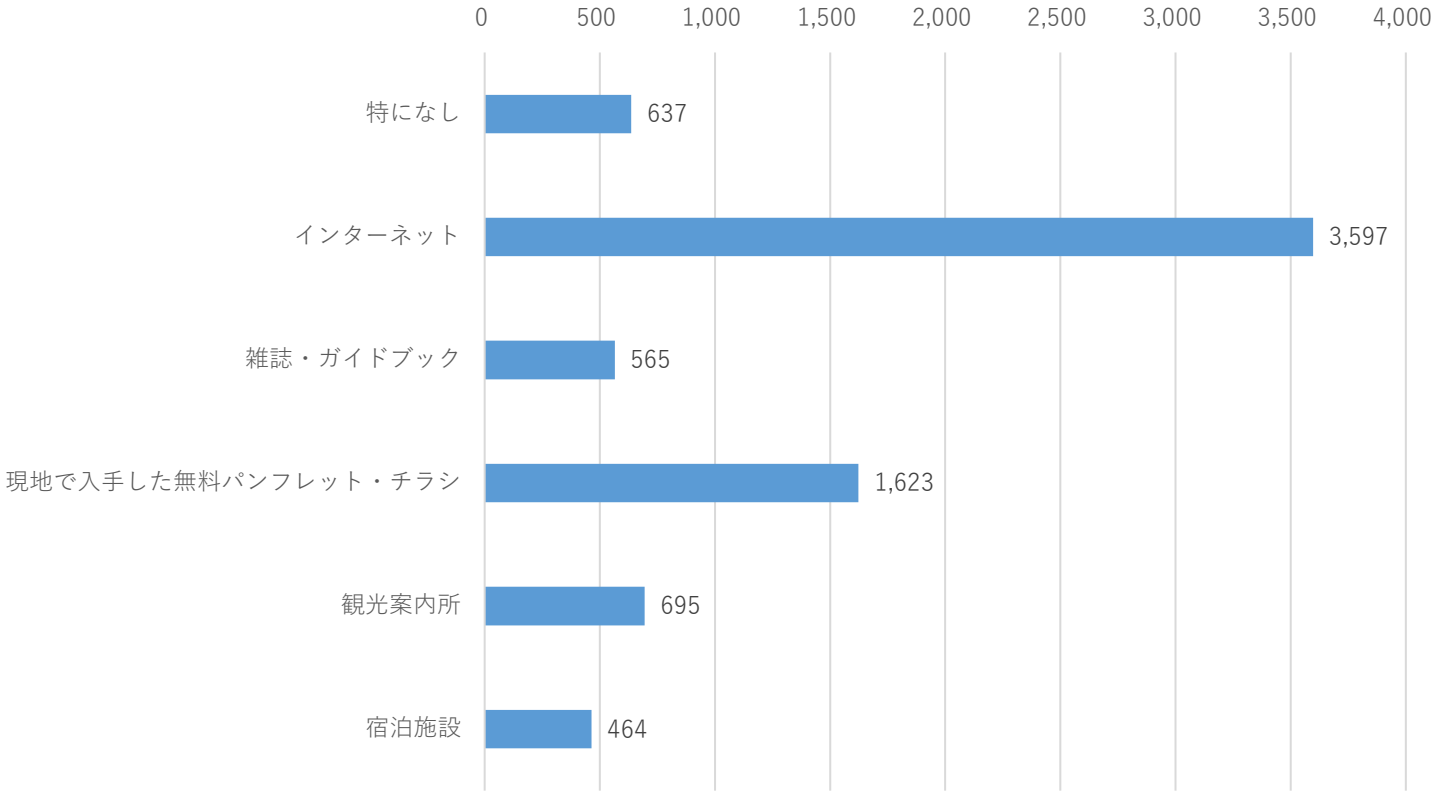
年代別割合



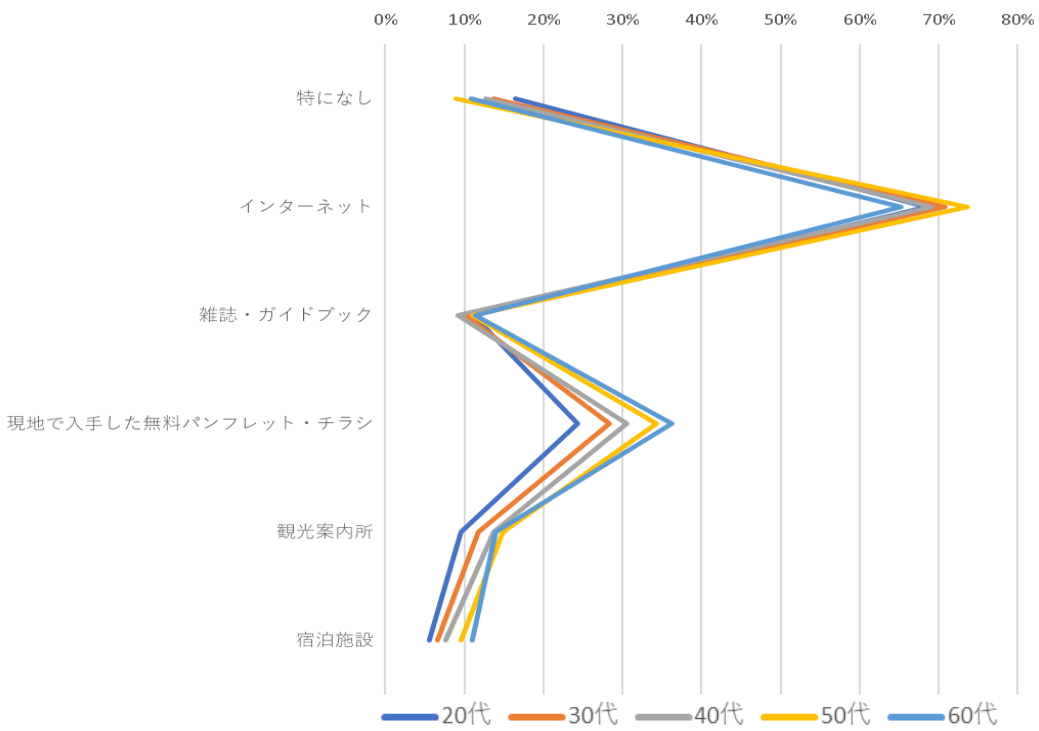
情報源(旅中)

旅中の情報では、Webからの情報収集が多いが、
40代以上を中心に現地パンフレットの利用も次いで多い。

回答数



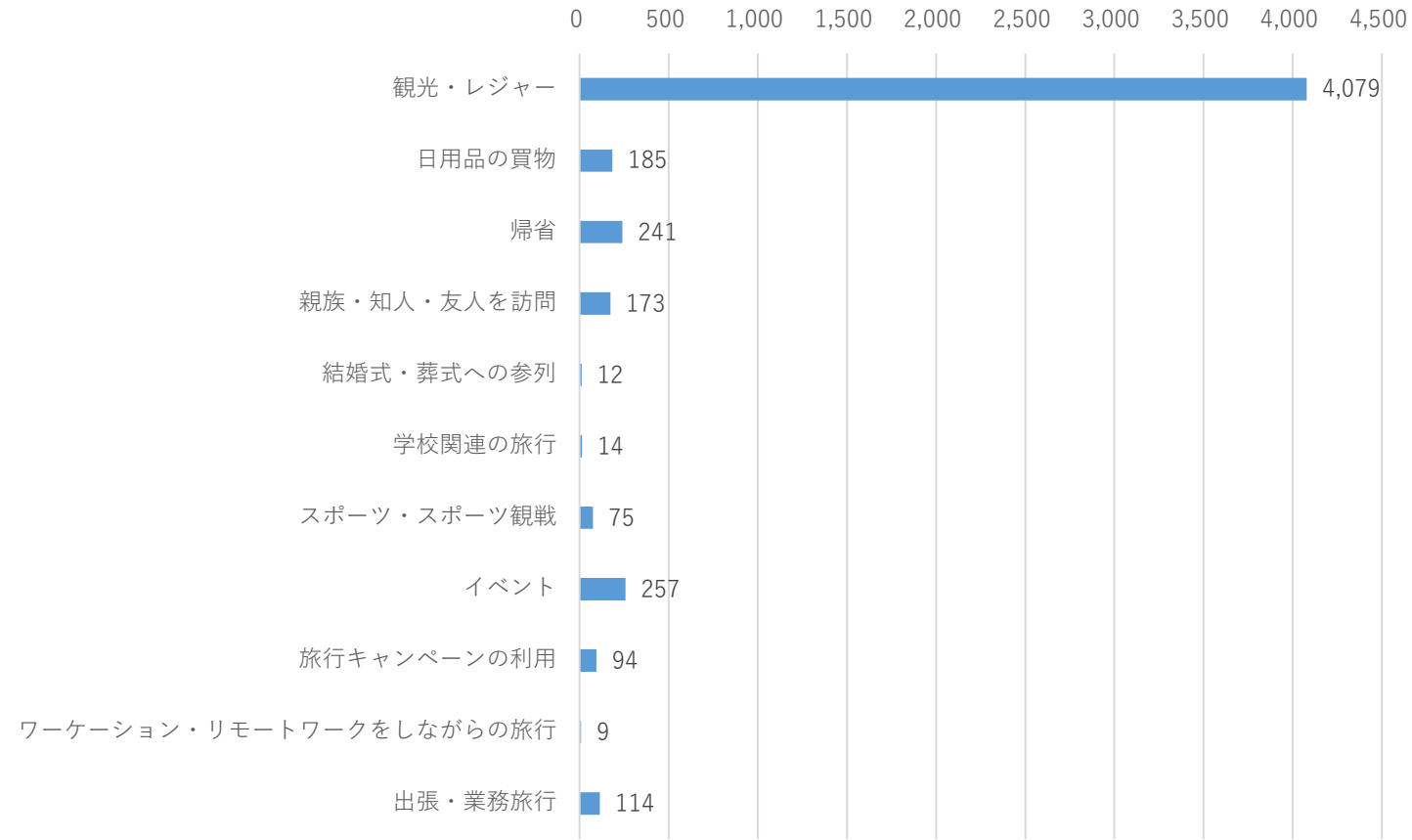
年代別割合

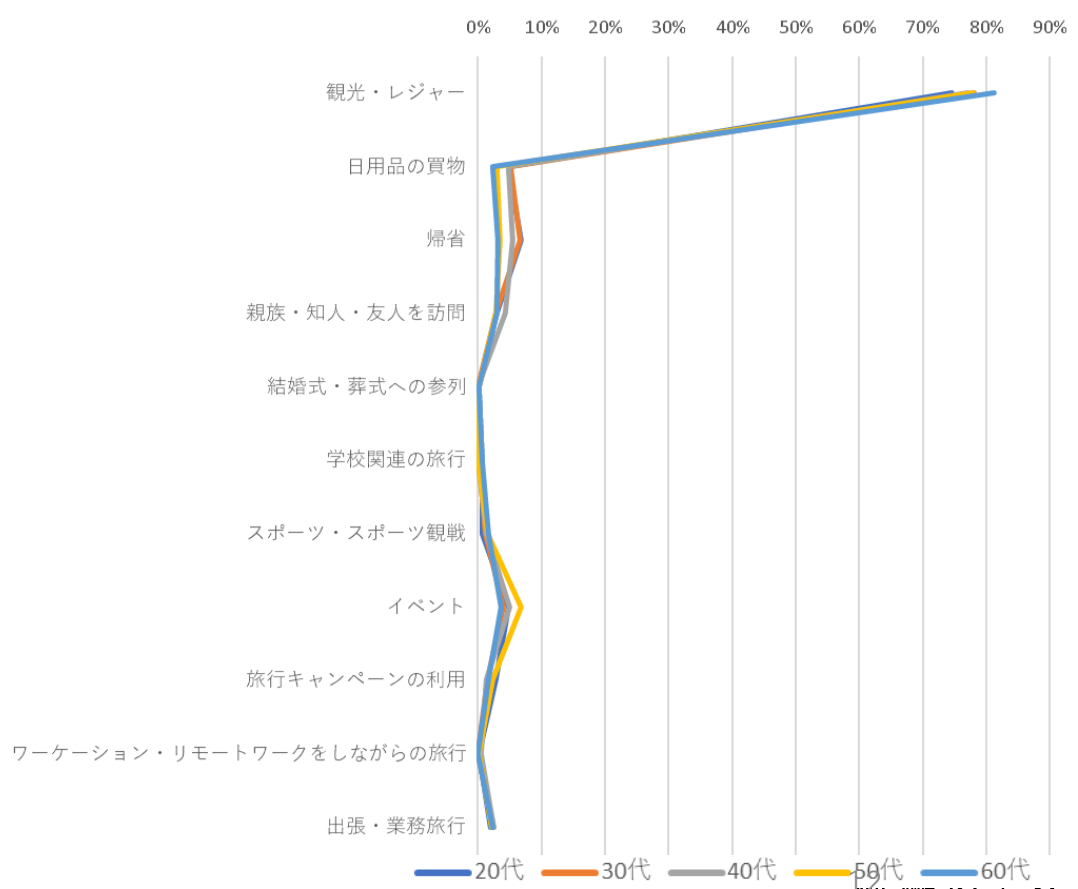


麒麟のまち
Kirinnomachi

旅行目的

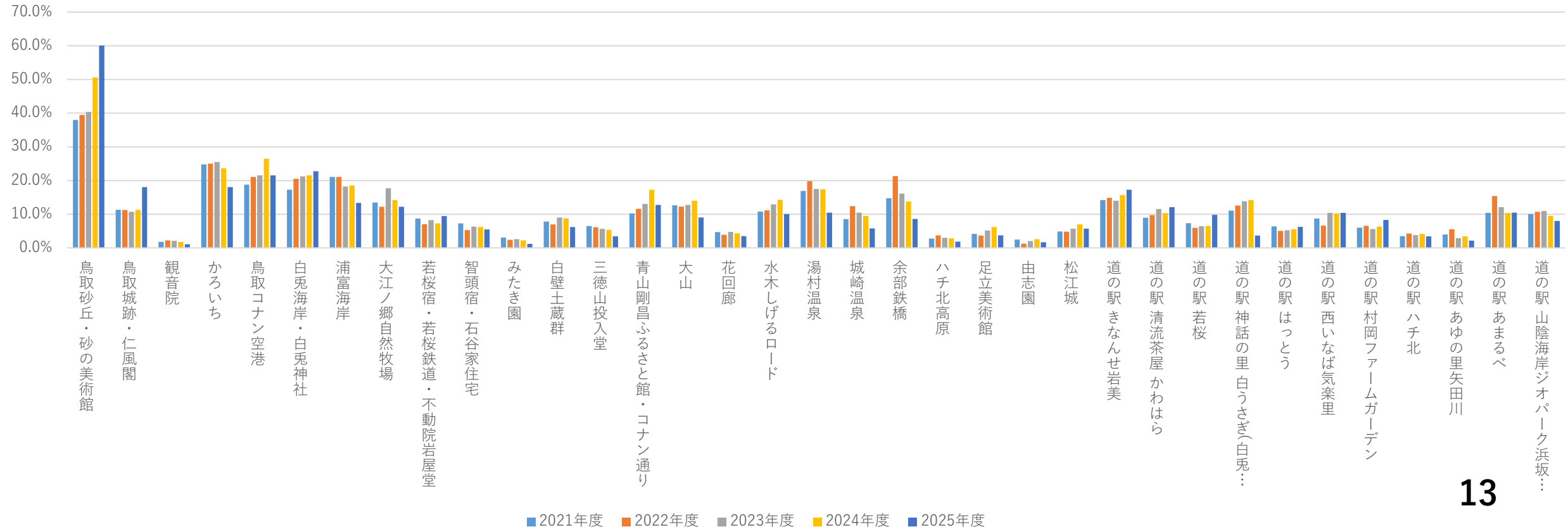
回答者の78.4％が観光・レジャー目的。
年代別においても大きな差はみられない。





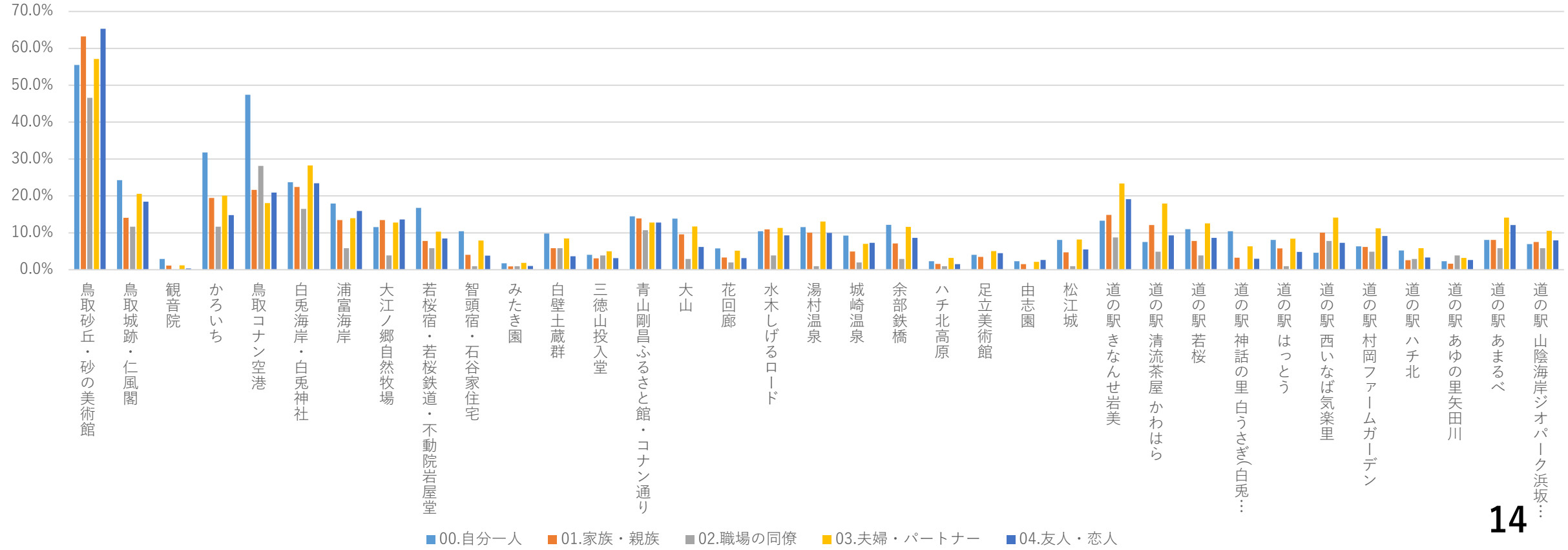
訪問先

鳥取砂丘の訪問率は2021年以降上昇傾向。2025年現在、60.1％が鳥取砂丘を訪問。



訪問先

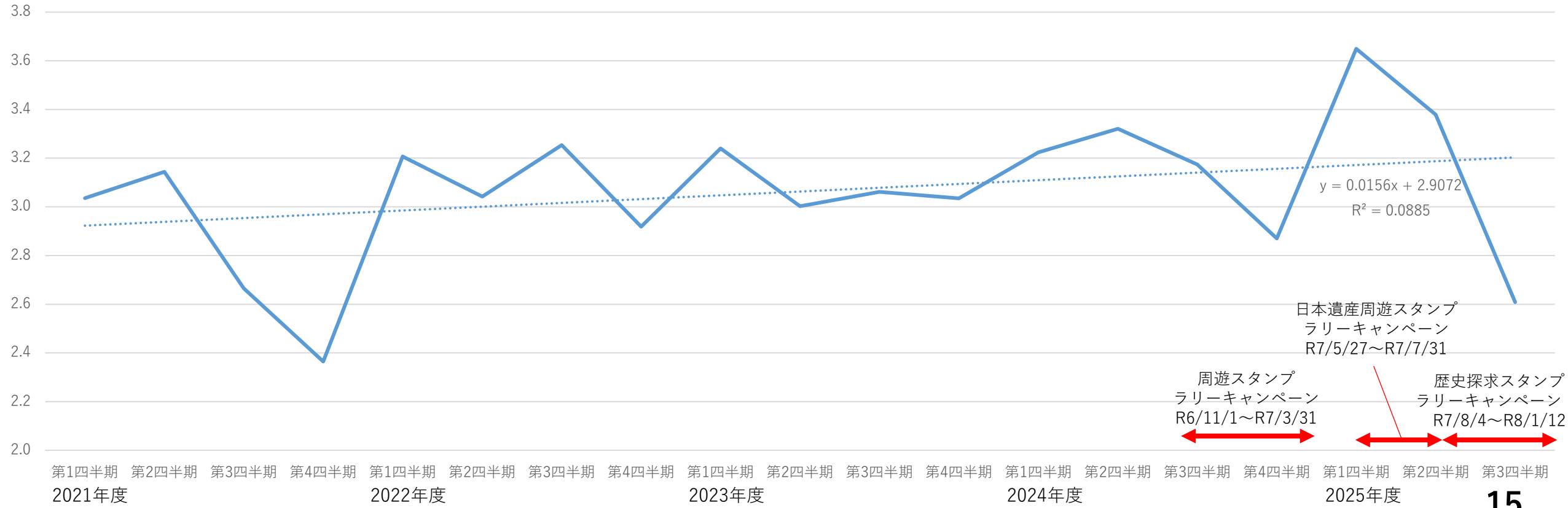
鳥取砂丘の家族・親族、友人・恋人との訪問率が60％を超え高い。白兎海岸は、夫婦・友人・恋人との訪問率が高い



周遊数の時系列推移

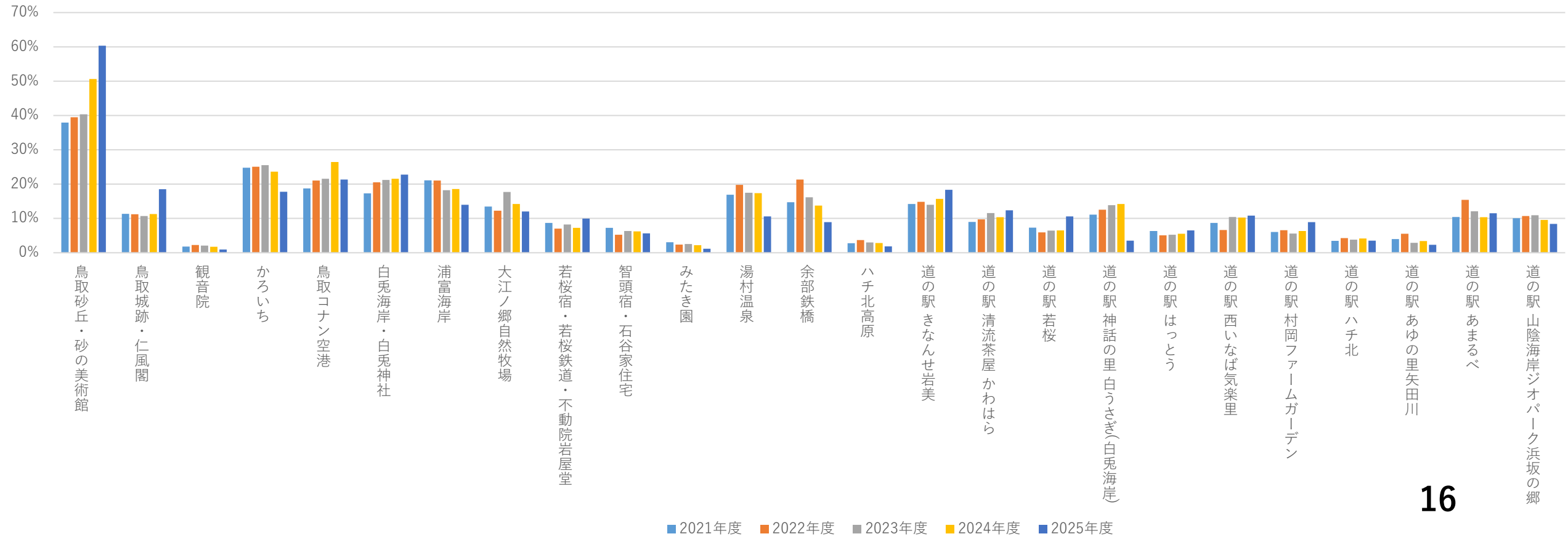
麒麟のまち圏域の全25か所の旅行中の訪問数(周遊数)の平均は、
3か所前後で推移している。

旅ナカアンケートの質問「今回の旅行で訪問した（訪問する）観光地を教えて下さい。」の圏域内訪問地(全25か所)の選択肢から、回答者が選択した平均選択数を四半期毎に試算。



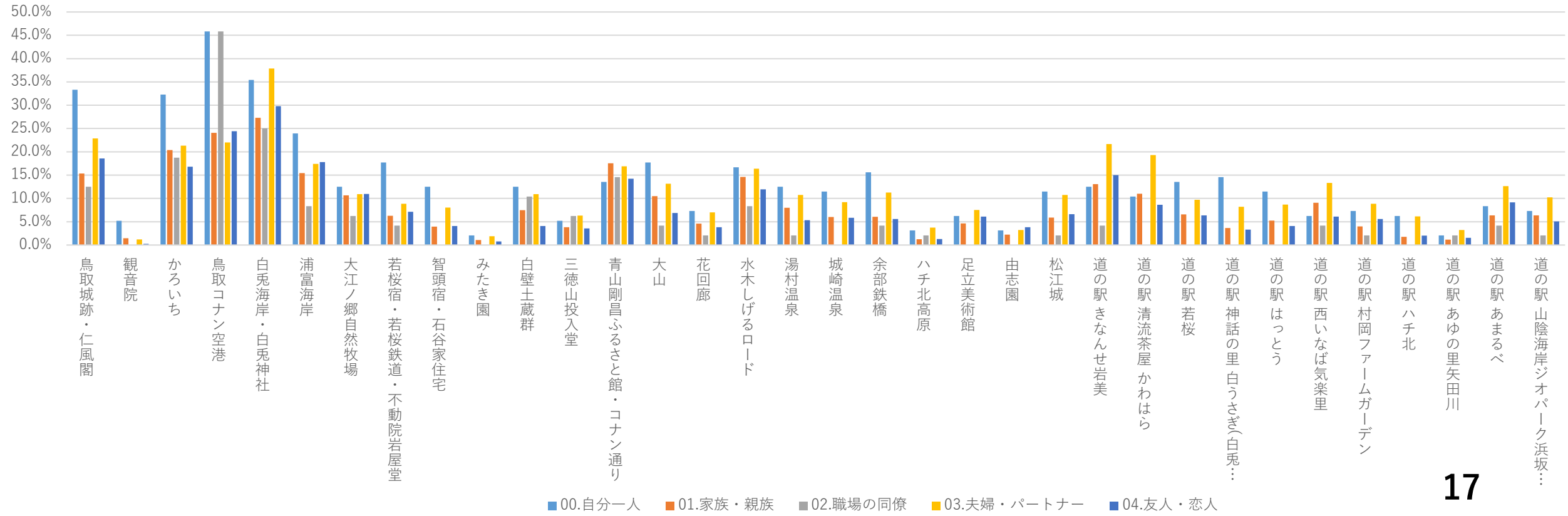
周遊分析

旅ナカアンケートでは、麒麟のまち圏域の全25箇所の
旅行での訪問有無を収集している。これらの情報から周遊を分析する



鳥取砂丘訪問者の訪問先

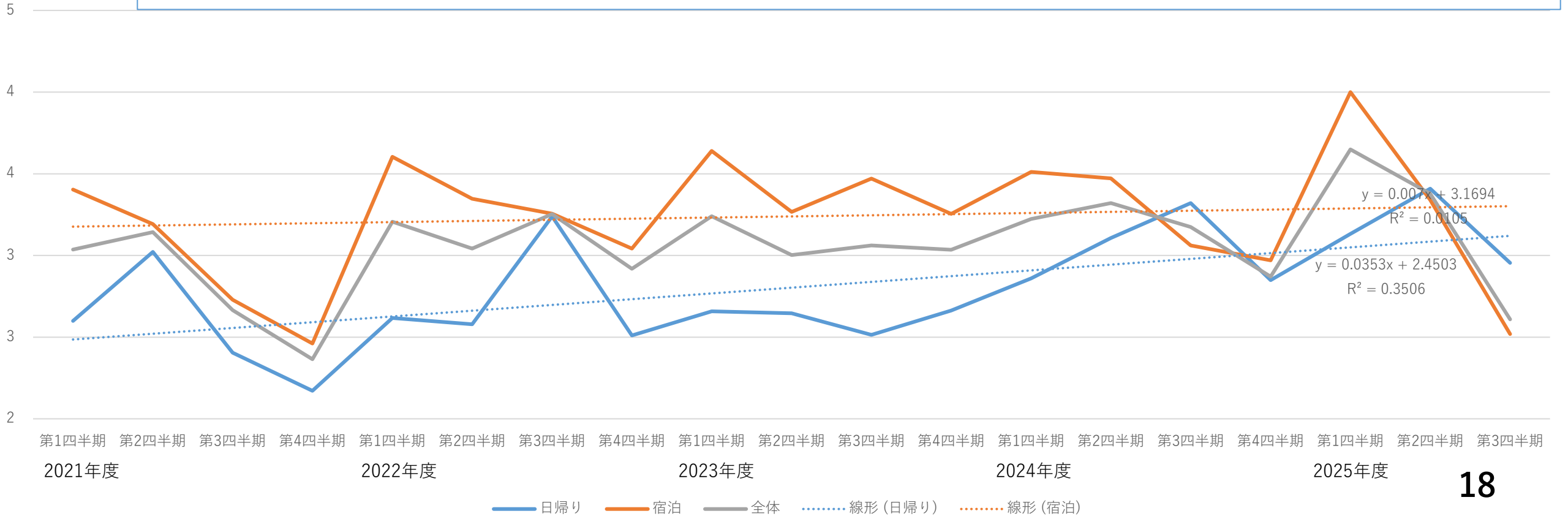
鳥取砂丘を訪問した1人旅の訪問者は、同伴者がいる訪問者よりも鳥取城跡を訪れる割合が33.3％と高い。



宿泊・日帰りの周遊数

宿泊客の周遊数は、日帰り客の周遊数よりも過去多かったが、
直近では、宿泊客の周遊数の方が少なくなっている。

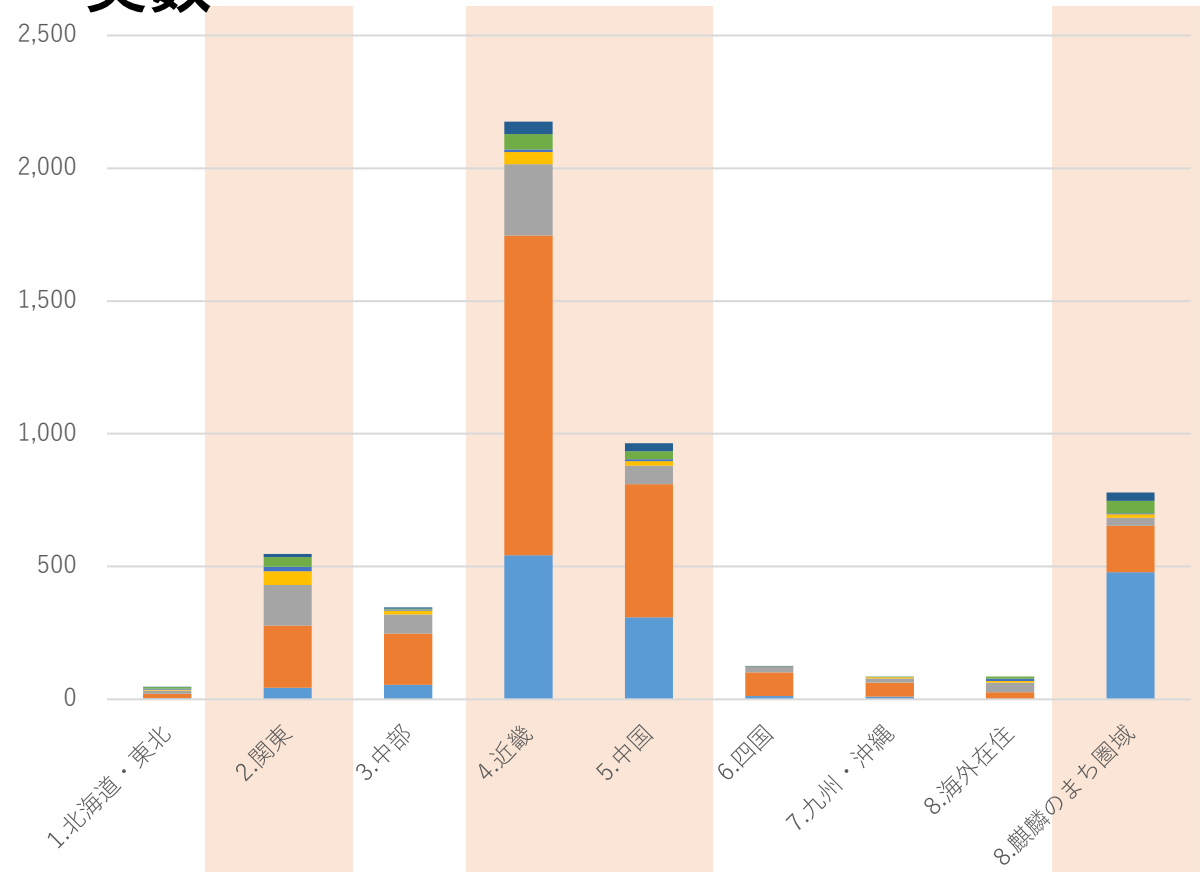
旅ナカアンケートの質問「麒麟のまち圏域内での宿泊数を教えて下さい。」
で「日帰り」と答えた人(4,725件)と、「１泊」～「5泊以上」と答えた人(7,897件)の平均選択数を比較



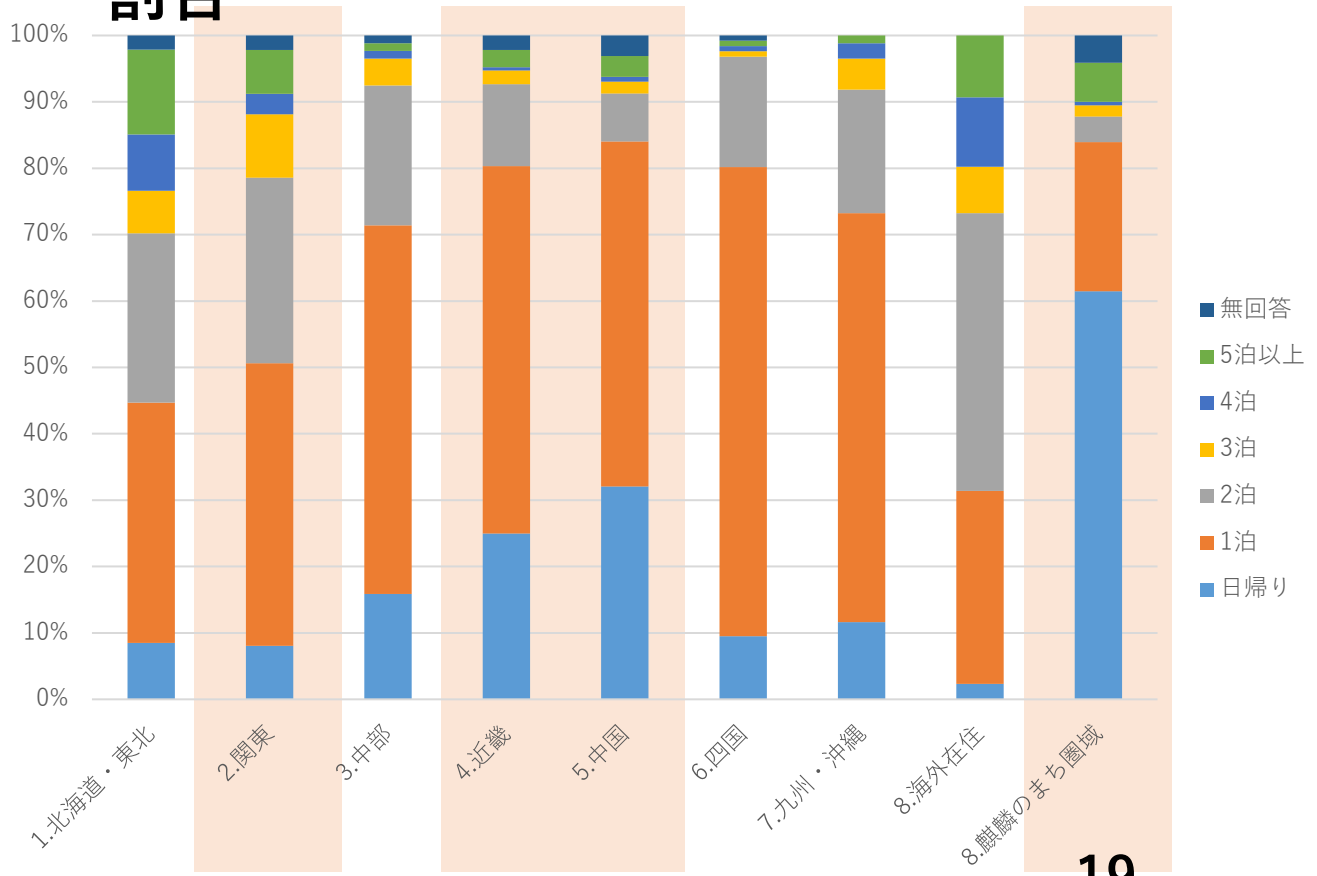
出身地別の日帰り・宿泊の実数と割合

近畿地方の回答者の32.1%が日帰り顧客。2泊以上宿泊する顧客は12.9%。関東地方からの来訪者の27.5%が2泊以上宿泊。

実数



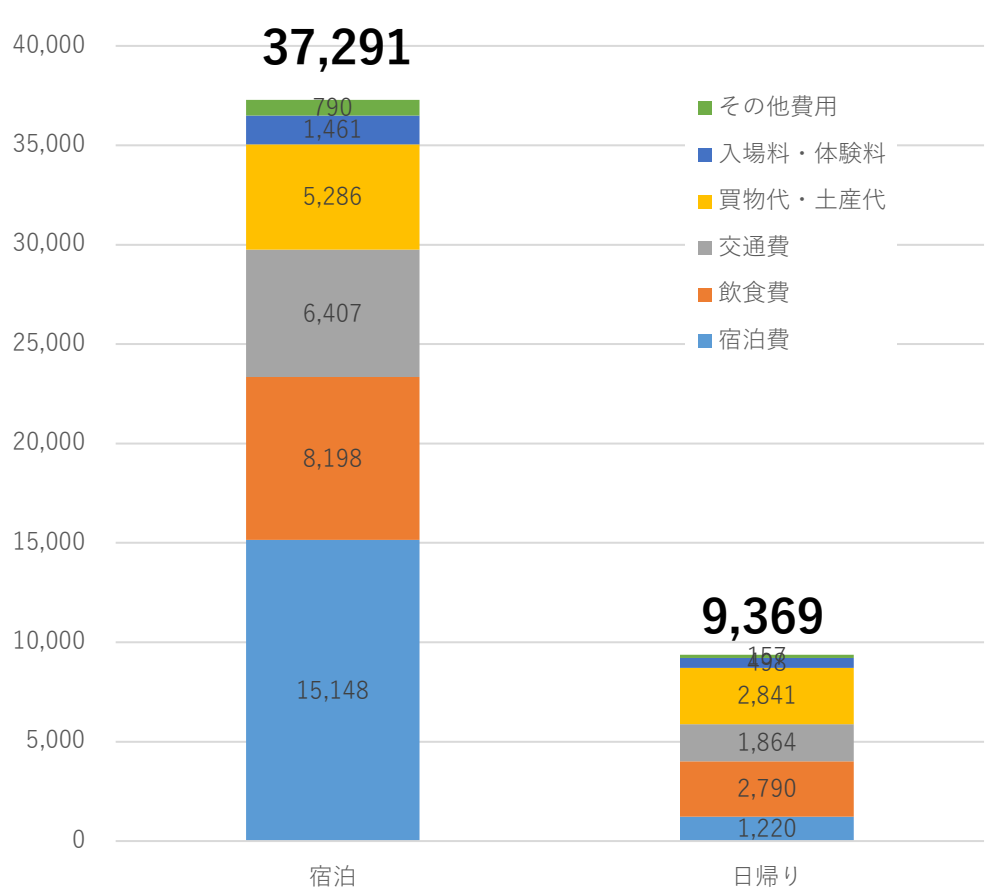
割合



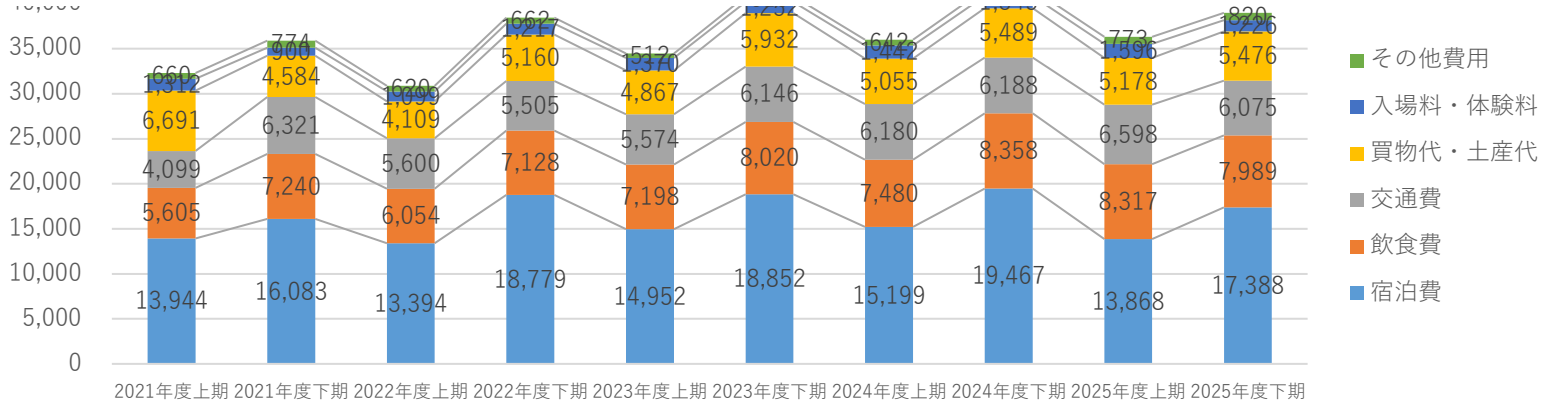
旅行消費単価

2025年度の宿泊消費単価37,291円、日帰り消費単価9,369円
2025年度下期は前年同期に比べて宿泊・日帰りで調査開始後最大の消費単価

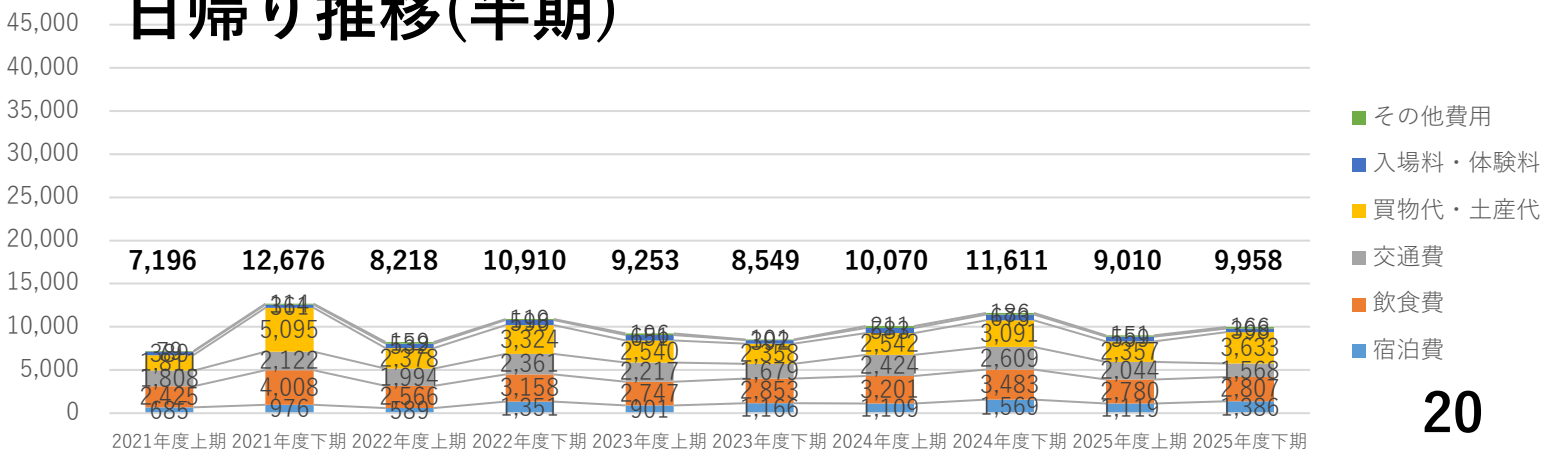
2025年度



宿泊推移(半期)



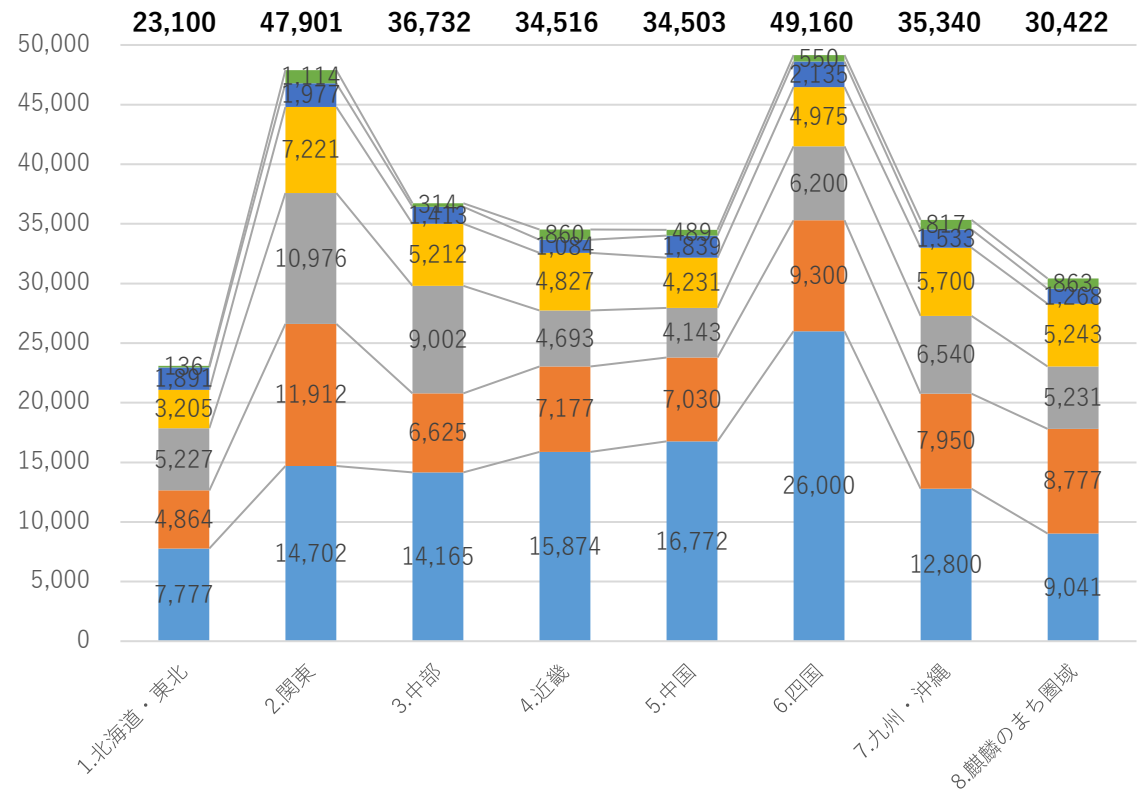
日帰り推移(半期)



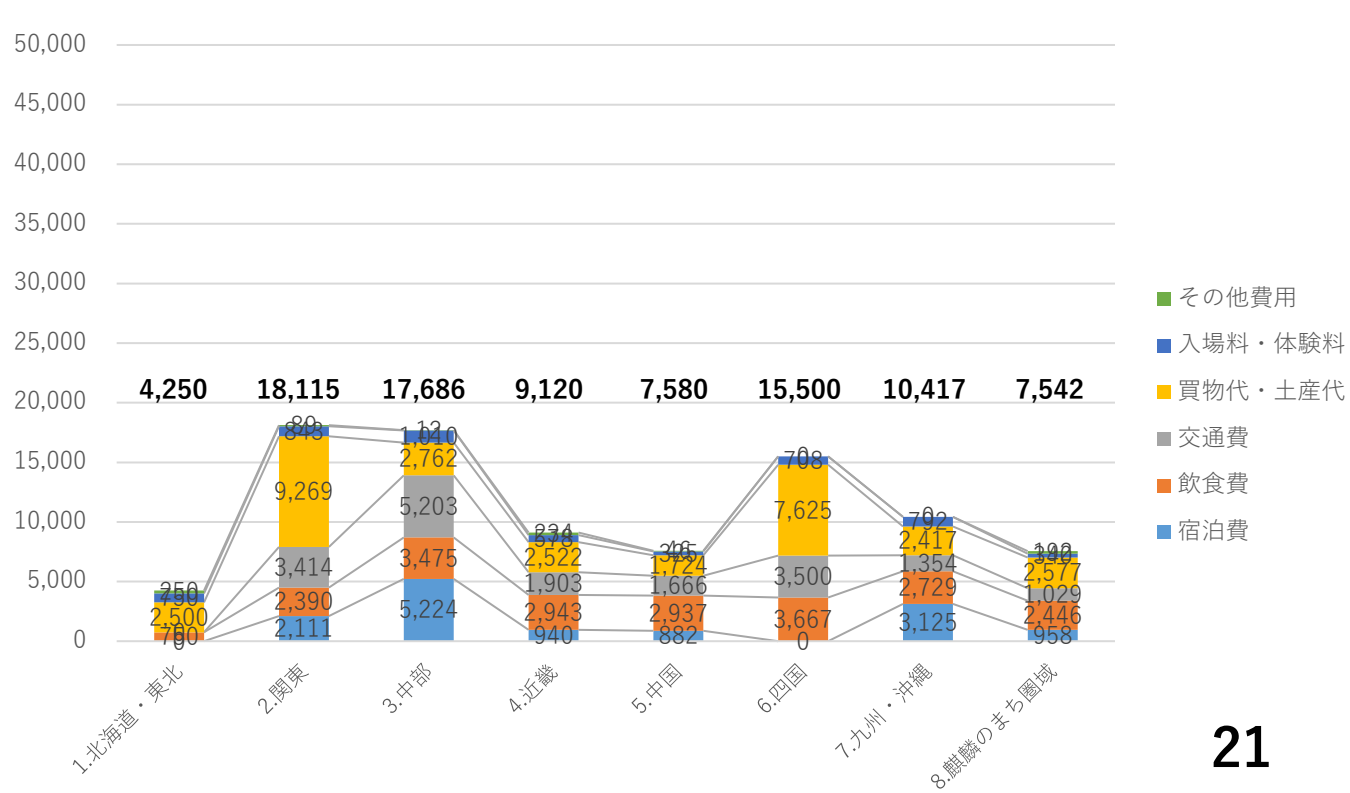
旅行消費単価(出身地別)

出身地別では、宿泊客は近畿地方からの顧客で34,516円、
関東地方は47,901円の消費単価。日帰りの近畿地方の顧客は9,120円

宿泊客

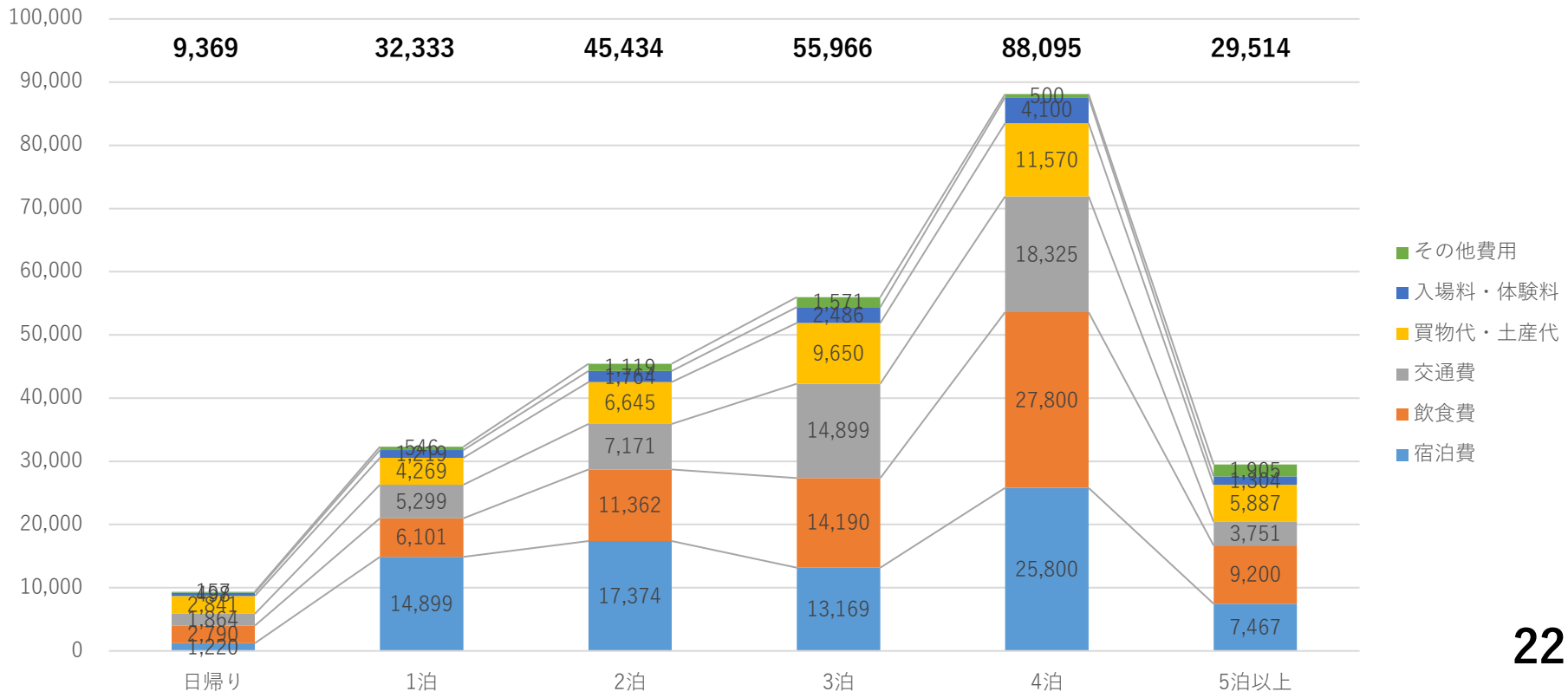


日帰り客



旅行消費単価(宿泊日数別)

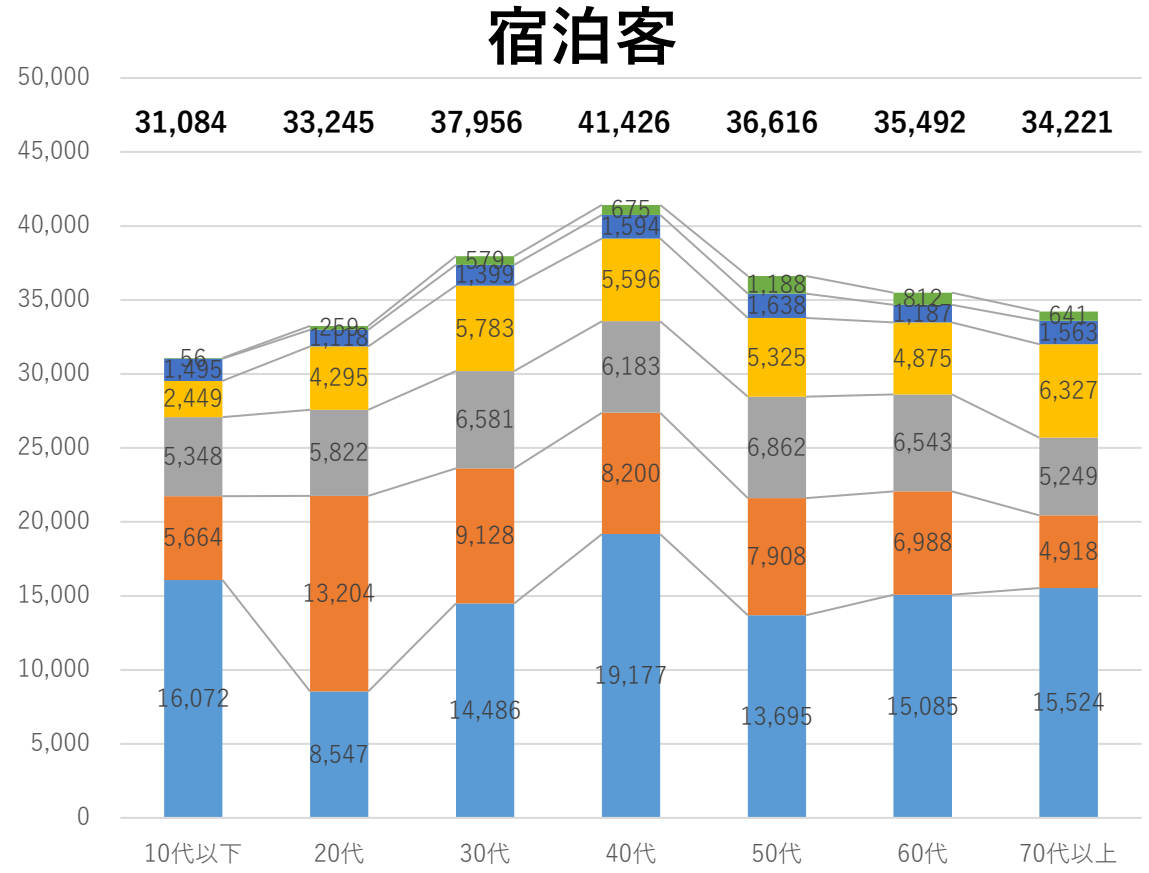
1泊の顧客が32,333円、2泊の顧客は45,434円の消費単価となる。

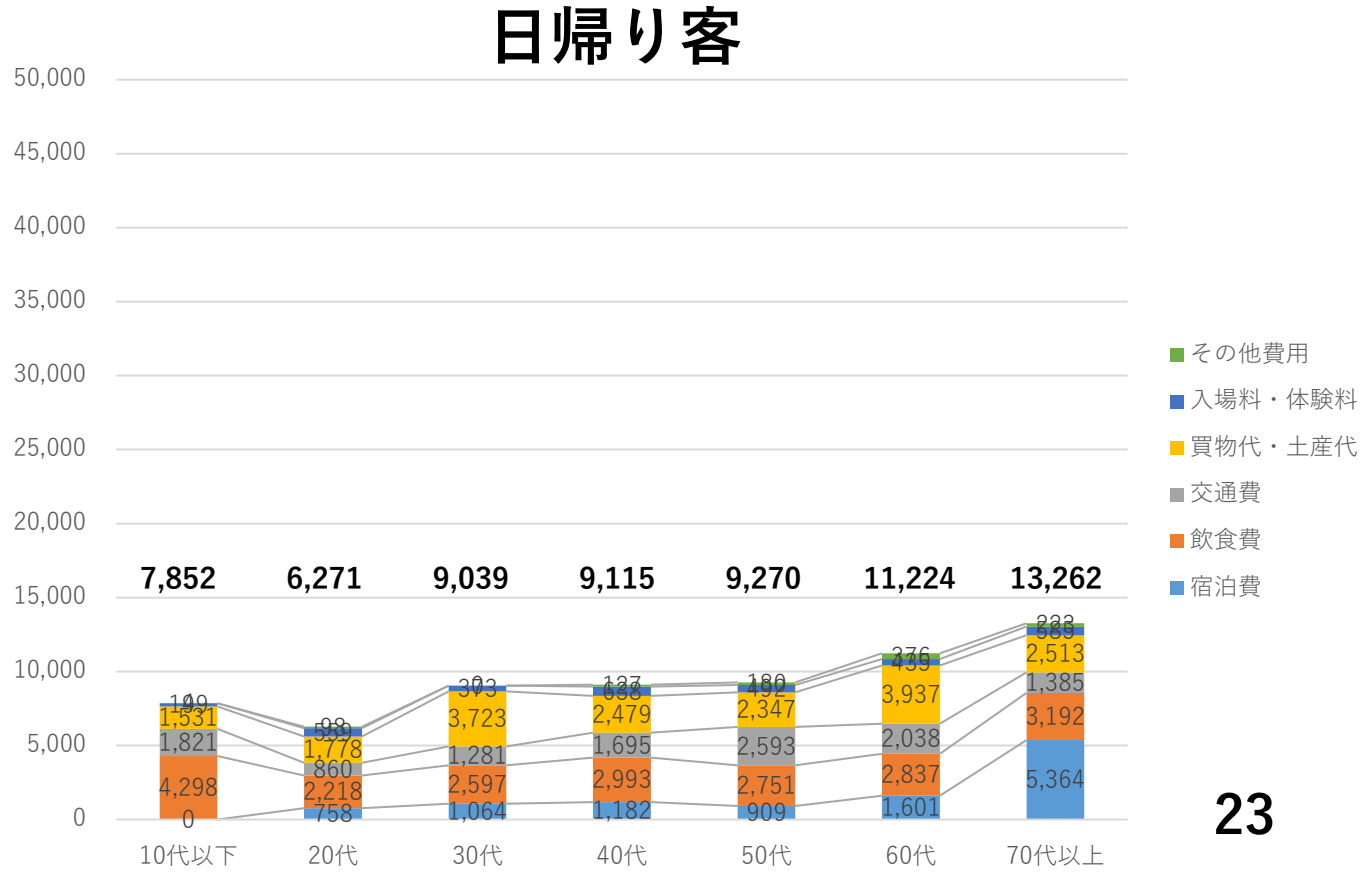


アイディアが降りたつまち
麒麟のまち
Kirinnomachi

旅行消費単価(年代別)

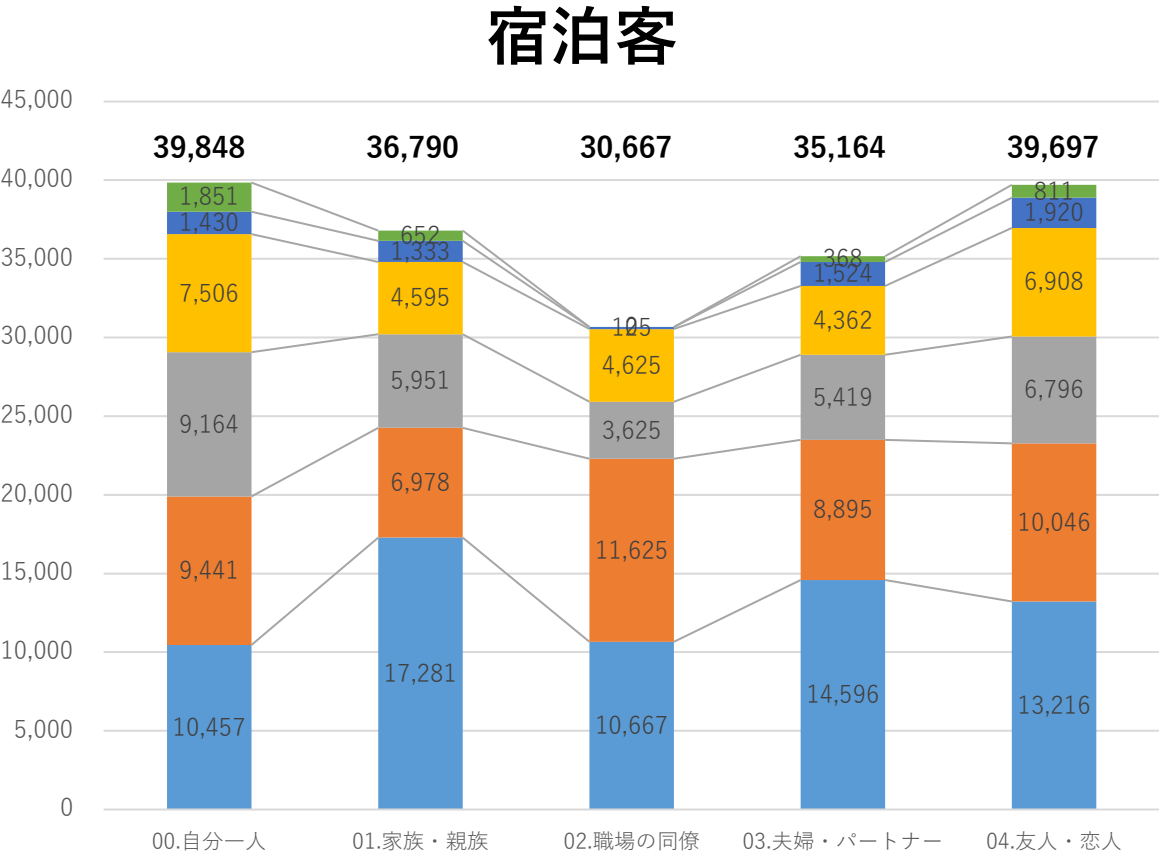
20代は宿泊の消費単価が33,245前後。30代は20代に比べ
消費単価が低く、消費単価37,956円。40代宿泊客が最も消費単価が高く、
41,426円。

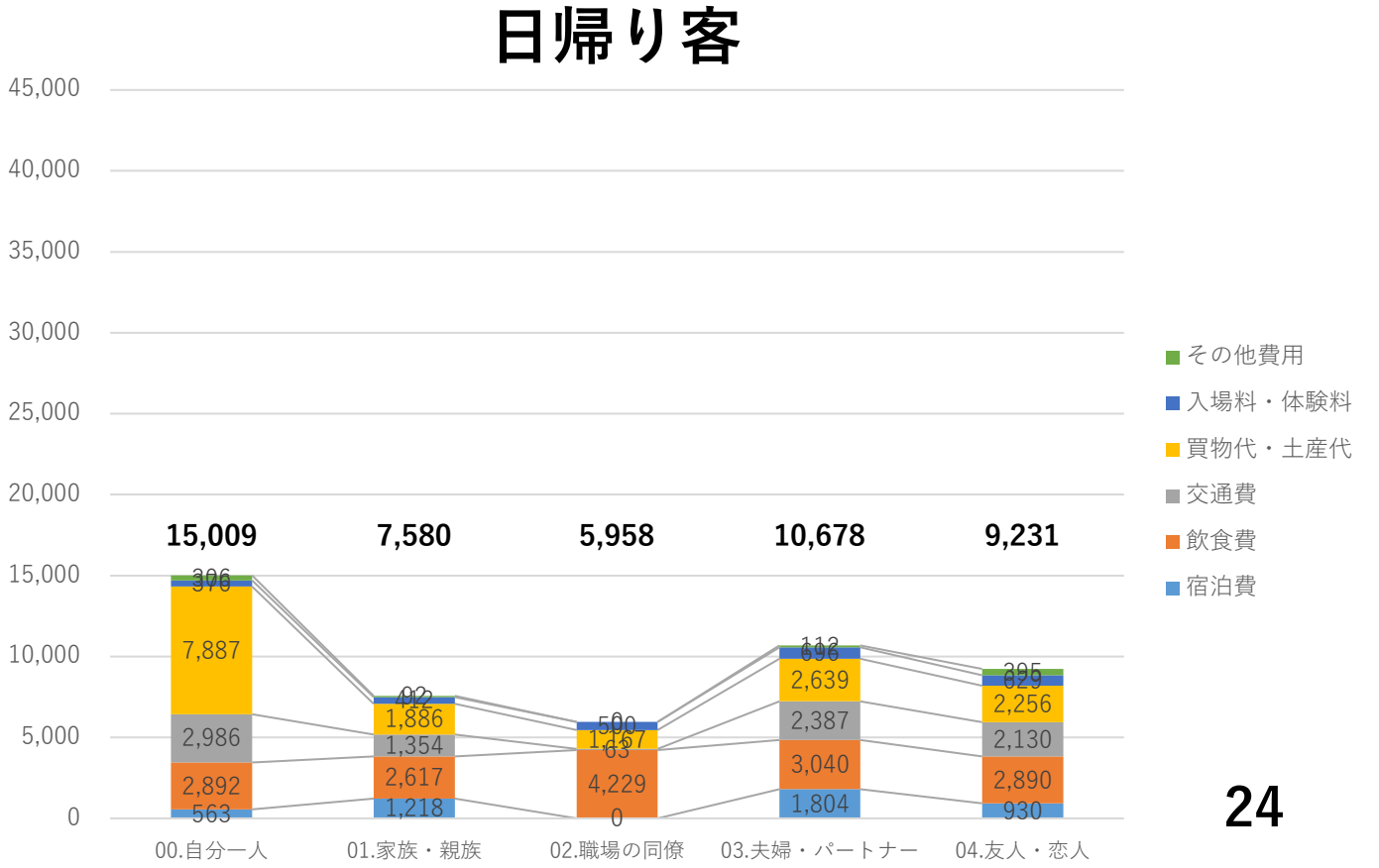




旅行消費単価(同行者別)

同行者では一人(39,848円)や友人・恋人(39,697円)との同行にくらべ、
家族の宿泊の消費単価は低く、36,790円。
日帰り客は、一人の消費が最も高かった(15,009円)

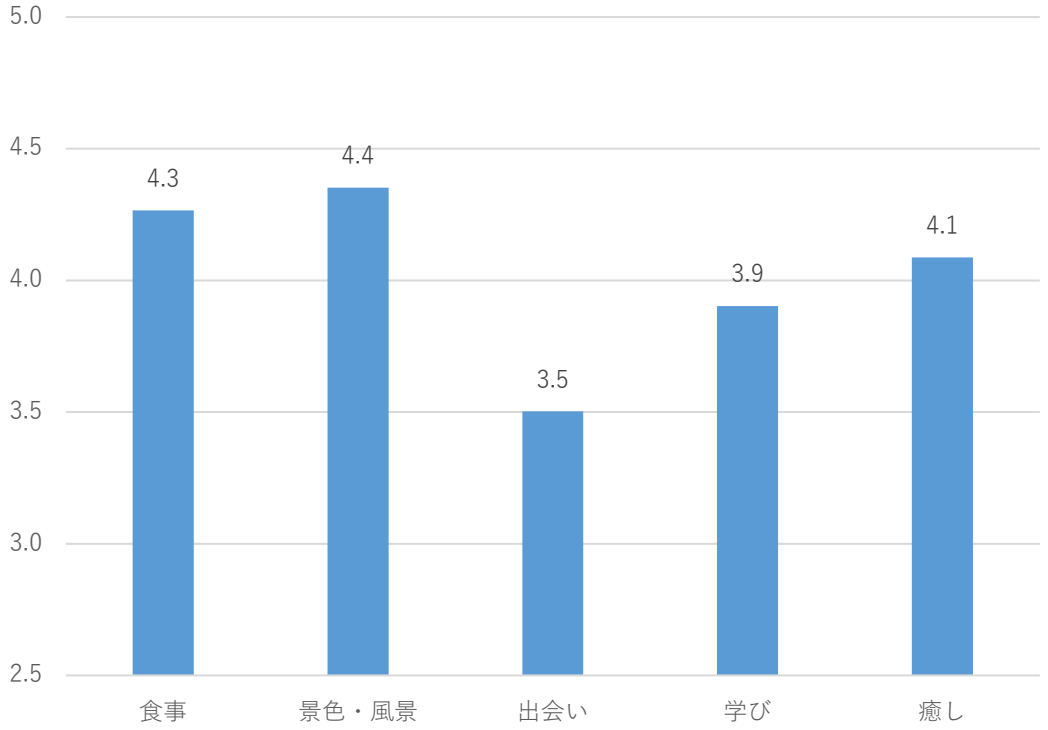




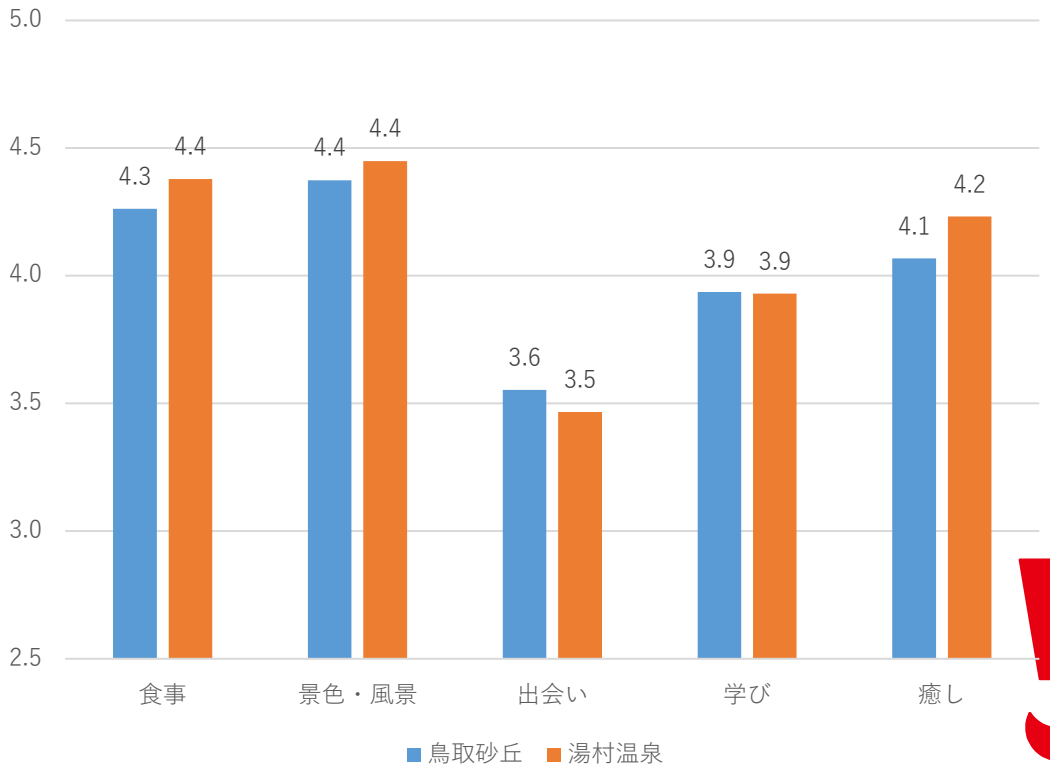
興味・期待

湯村温泉の来訪者は、癒しへの期待が高いが、
鳥取砂丘の来訪者は、出会い・体験の期待が高かった。

圏域全域



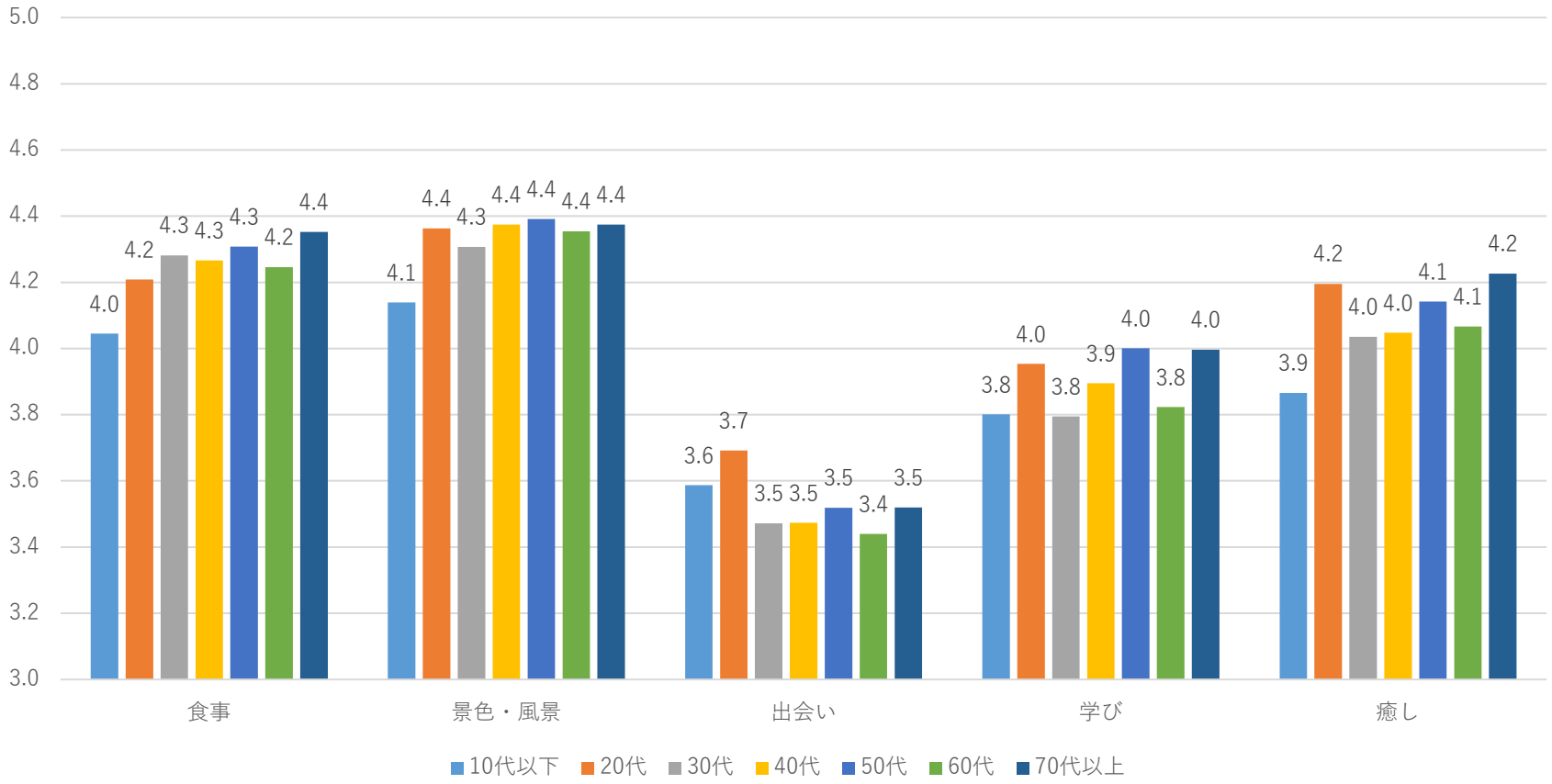
鳥取砂丘・湯村温泉



アイディアが降りたつまち
麒麟のまち
Kirinnomachi

興味・期待

年代別では、より高齢者ほど、食事・風景・癒しの興味と期待が大きい。
ただし、20代は圏域での出会い・学び・癒しの期待が高い。

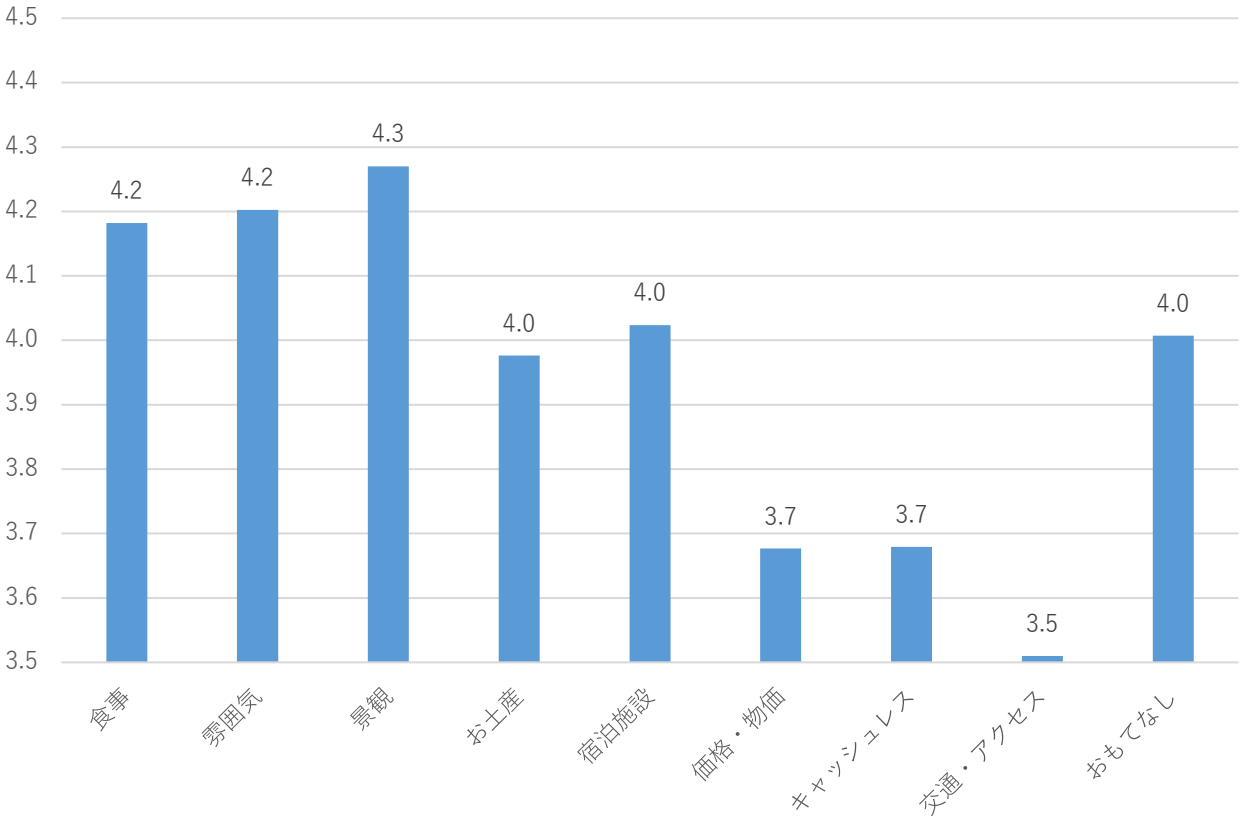


アイディアが降りたつまち
麒麟のまち
Kirinnomachi

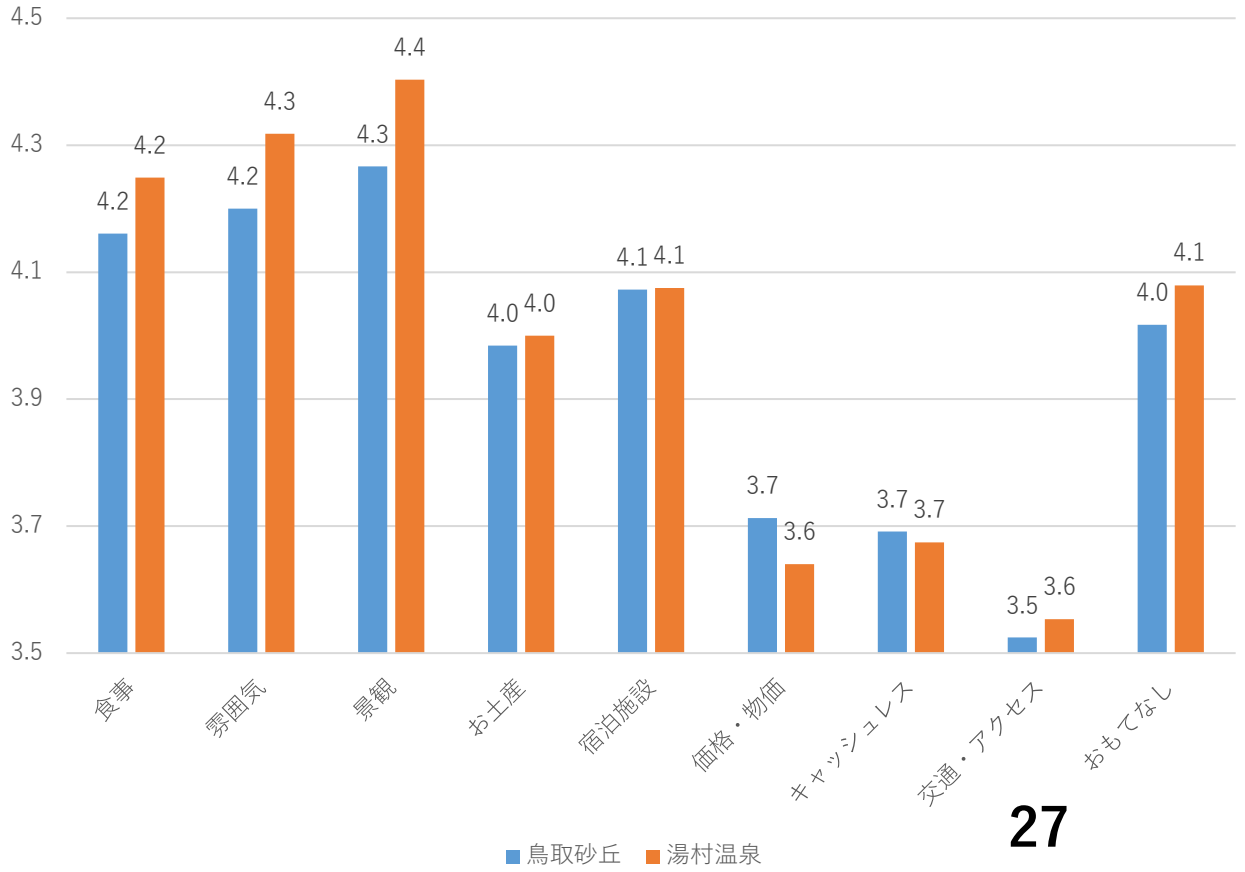
評価・満足度

圏域全体としては、キャッシュレス対応・交通アクセスの不満が大きい。

圏域全域

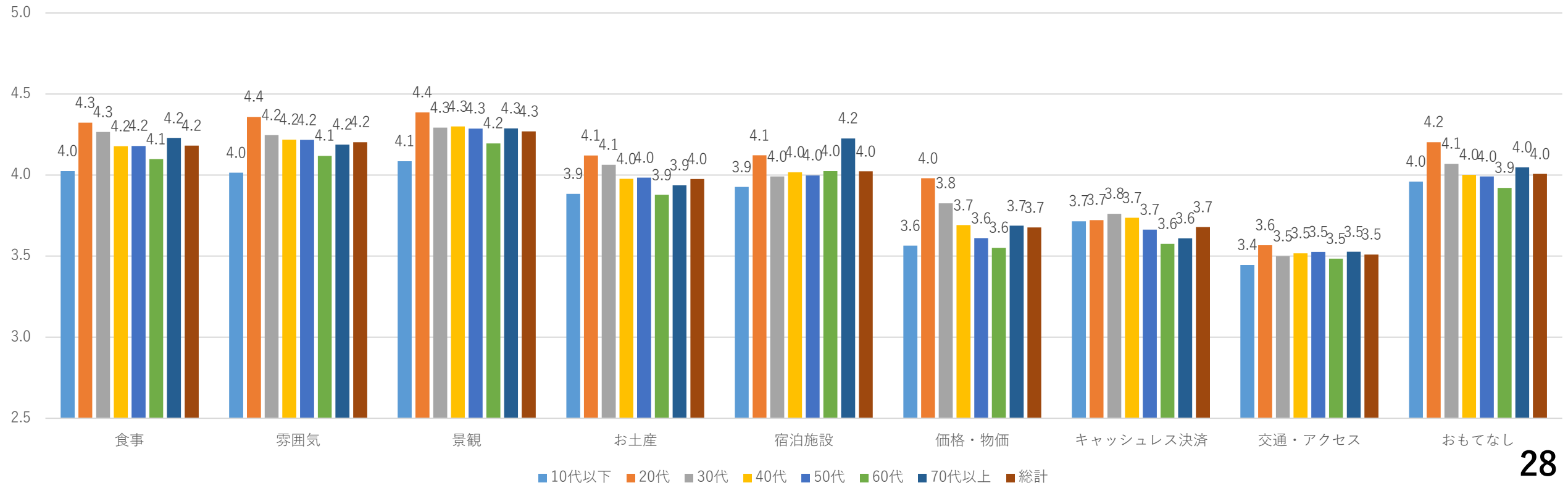


鳥取砂丘・湯村温泉



評価・満足度

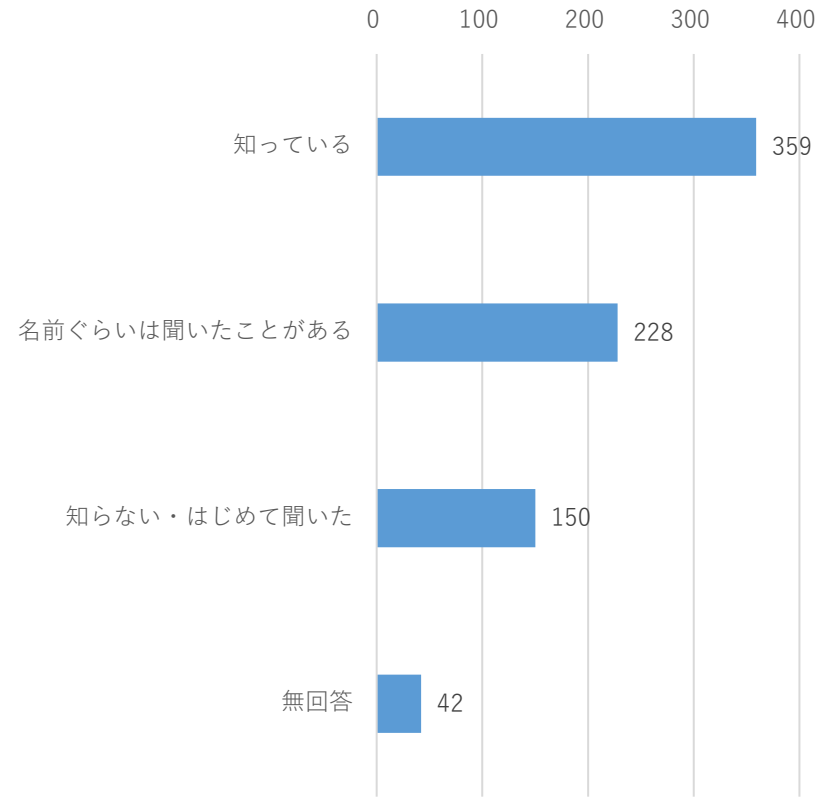
10代を除き、年代を経るごとに、評価が低くなる傾向。
60代の評価が低い



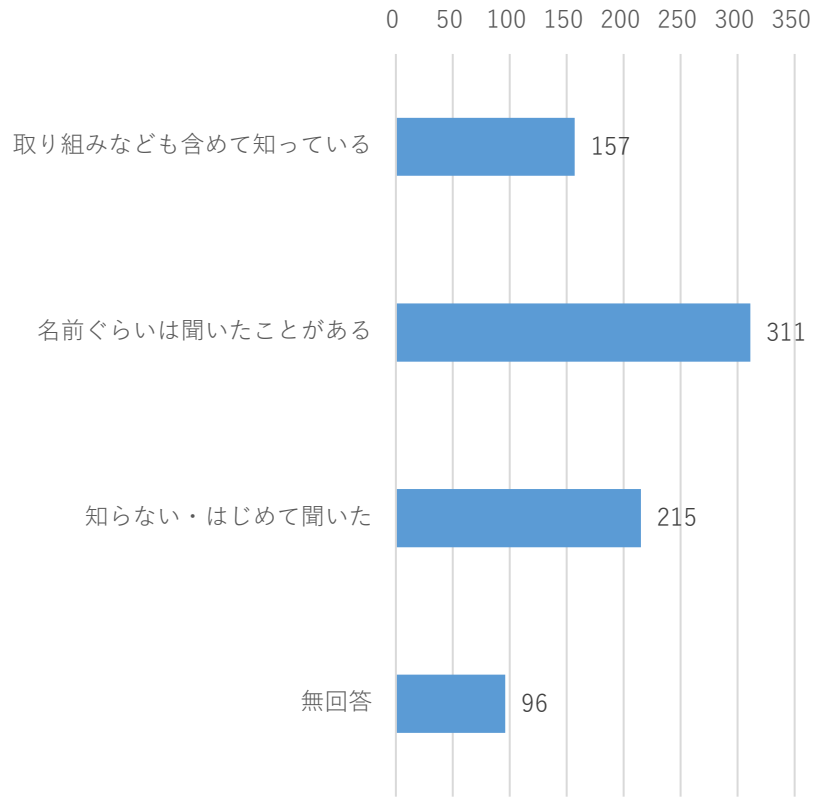
麒麟のまち認知

麒麟のまち圏域内のアンケート回答者に「麒麟のまち」の認知を聞いた質問では、圏域の認知度（知っている・名前ぐらいは聞いたことがある）は75.4%。また、観光の地域恩恵についての実感は32.9%

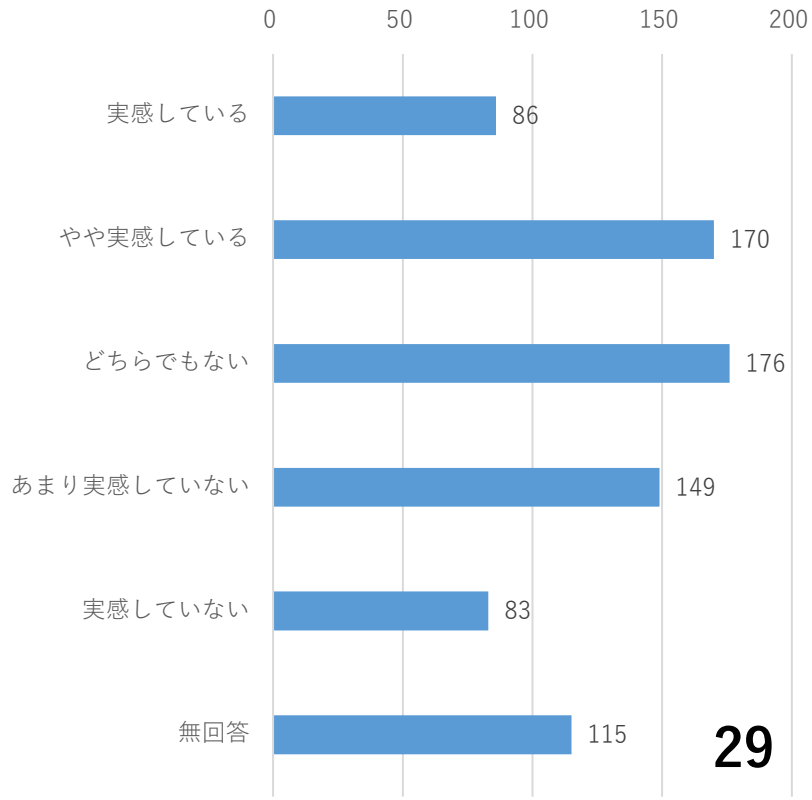
広域連携「麒麟のまち圏域」の認知



「麒麟のまち観光局」の認知



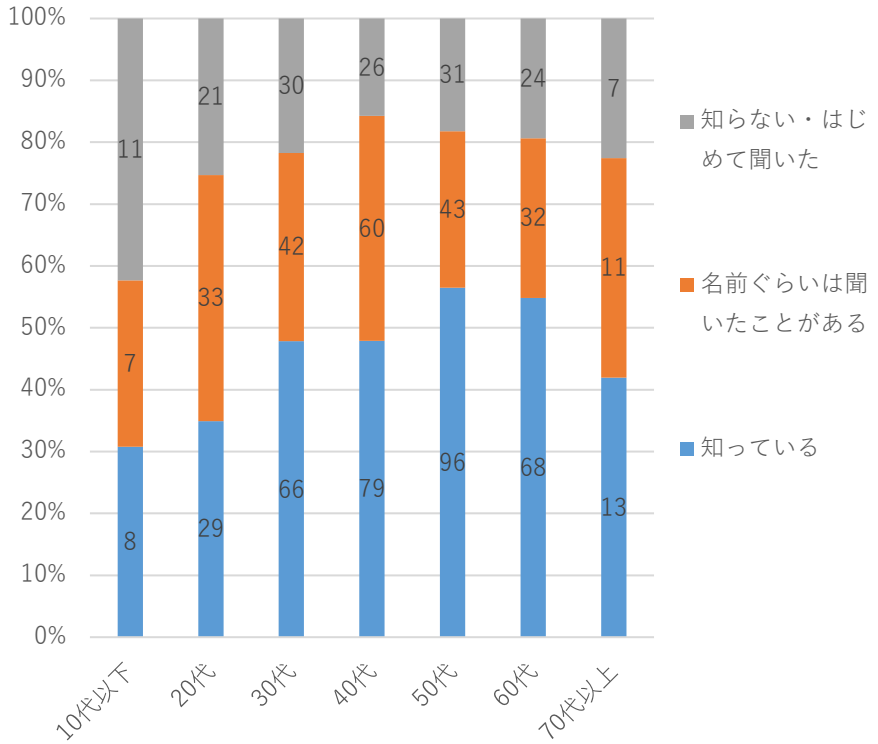
観光の地域活性化への貢献の実感



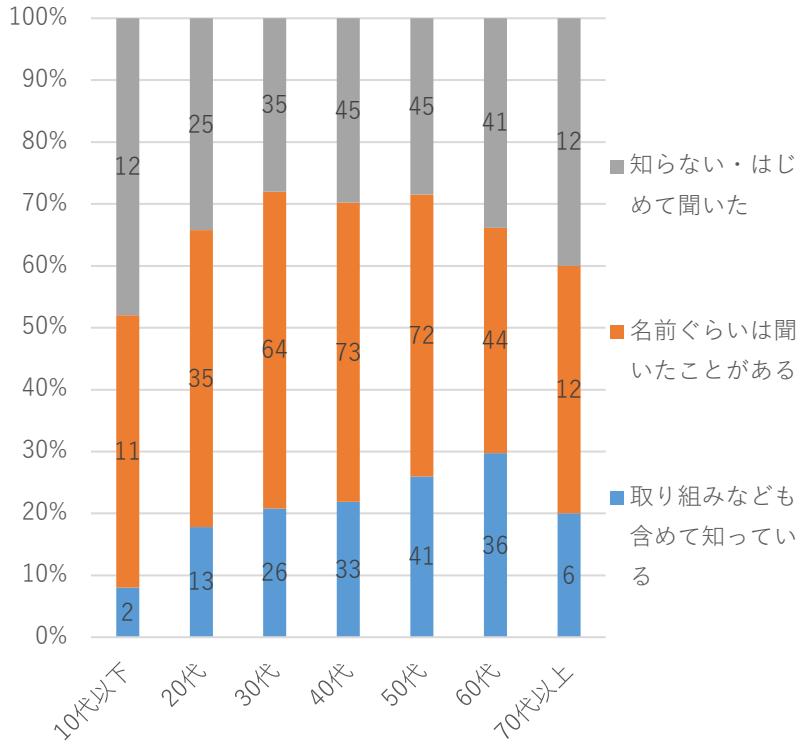
麒麟のまち認知

「麒麟のまち」関連の認知を聞いた質問では、若年層の認知度・観光地域づくりの成果の実感が少なかった。観光の地域活性化への貢献の実感では、60代が実感している割合が47.1％にも上る。

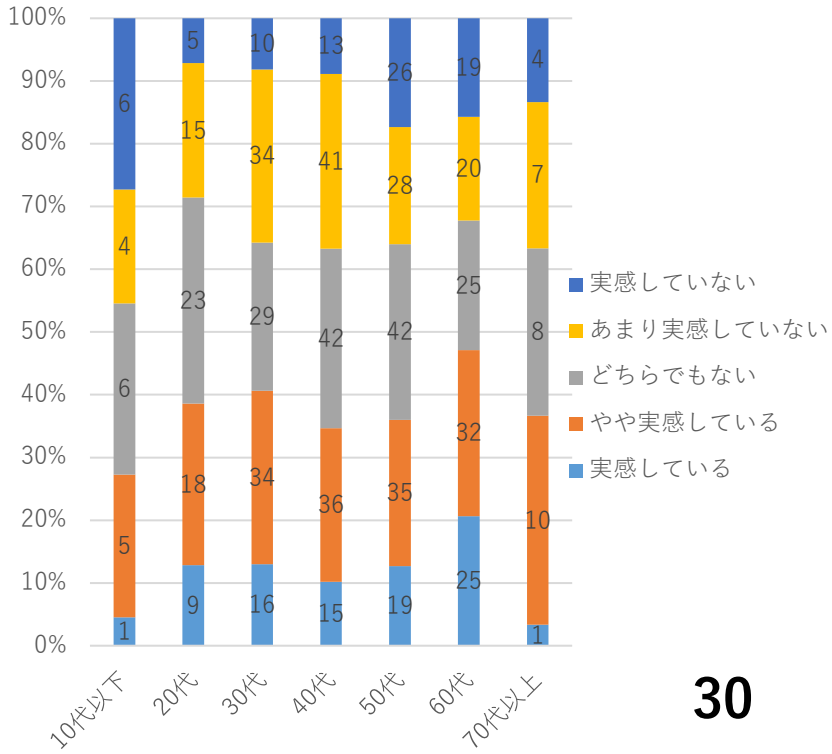
広域連携「麒麟のまち圏域」の認知



「麒麟のまち観光局」の認知

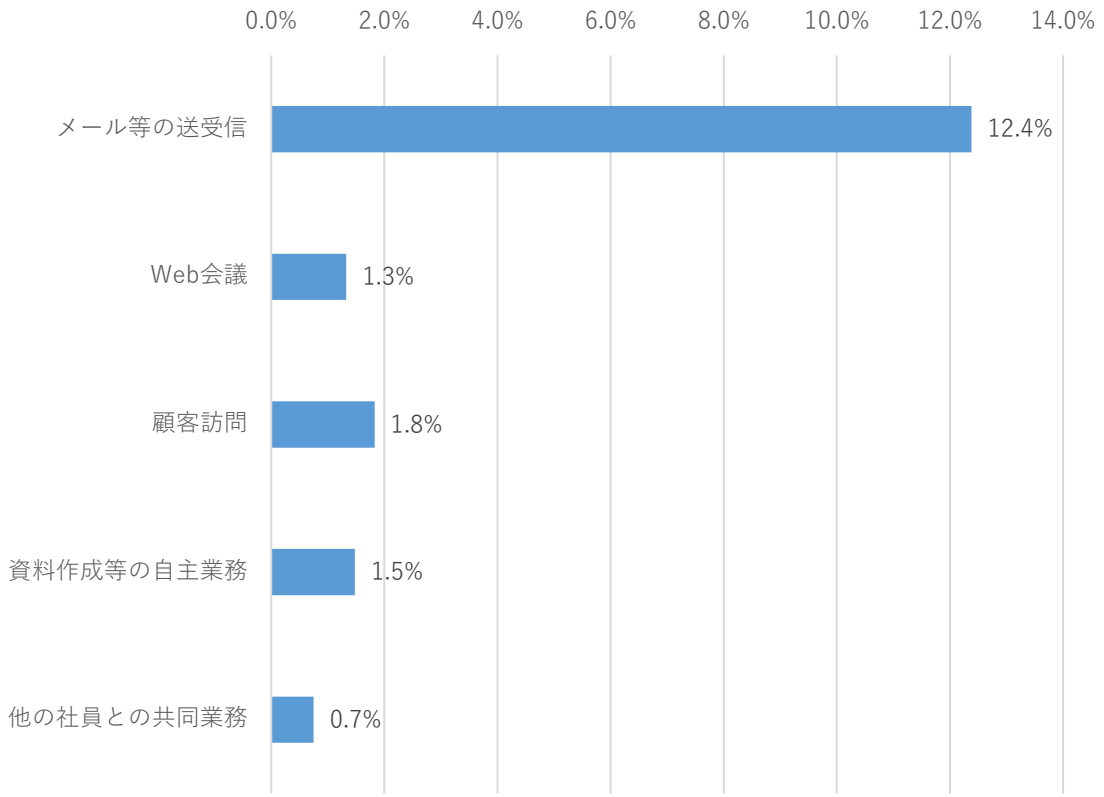


観光の地域活性化への貢献の実感



ワーケーションの実施率

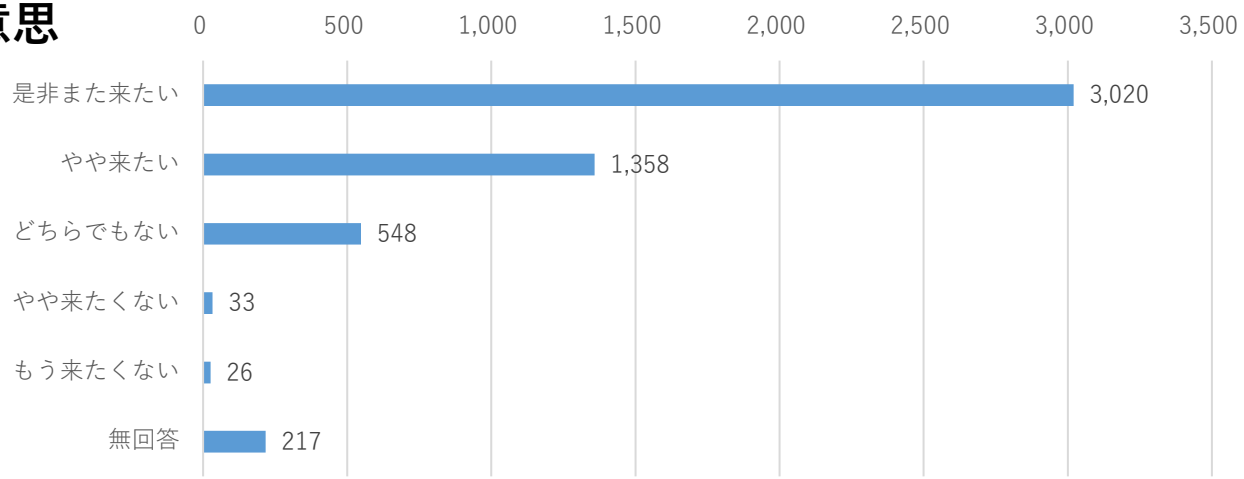
旅中での仕事の実施状況では、12.4%の人が「メール等の送受信」を行っているが、それ以外は2%以下の実施率であった。

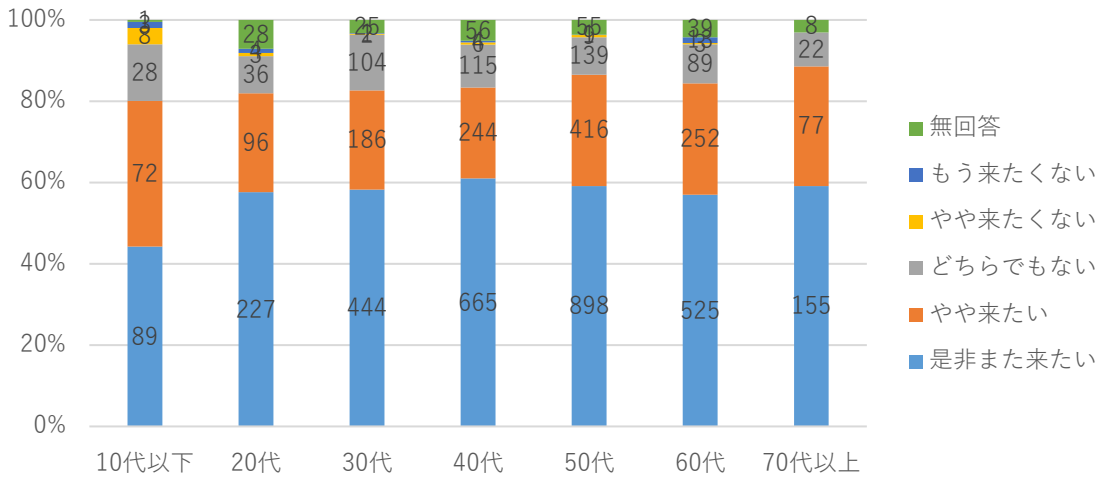


再訪意思・勧誘意思

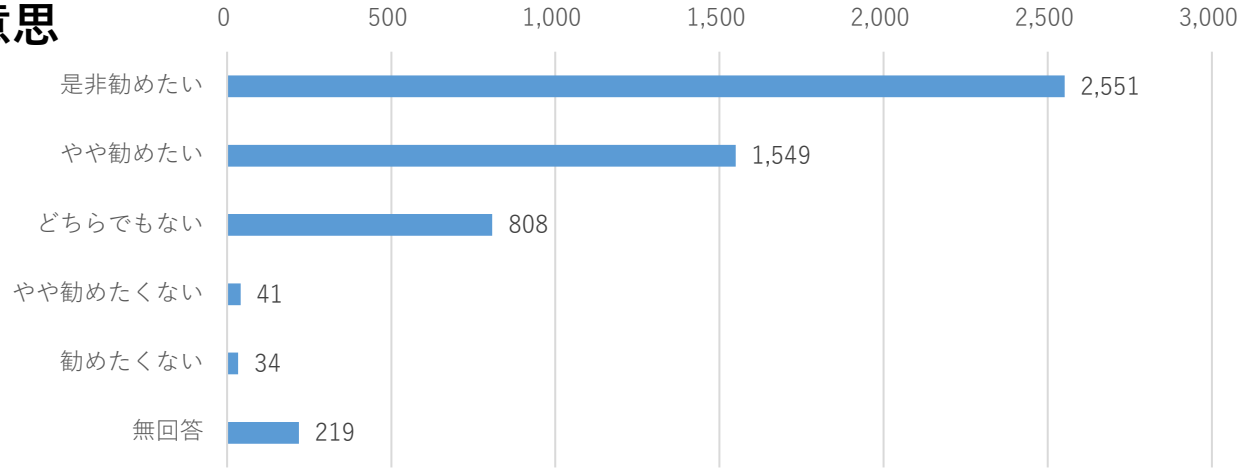
58.1%が是非また来たい、49.0%が是非来訪を勧めたいと答えている。
再訪・勧誘ともに、10代以下を除き各世代で大きく割合が変わらない。

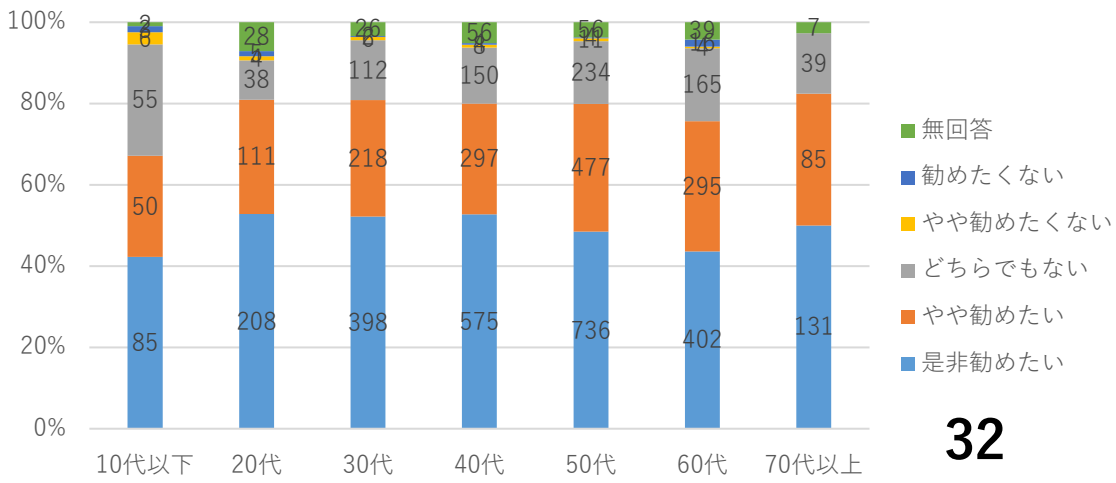
再訪意思





勧誘意思





自由回答コメント

風景、おもてなし、食事への高評価を記述している回答が多い。
不満では、交通アクセス、閉店時間、キャッシュレスの未整備、交通インフラの不備に関する指摘が多かった。

