

伊東市観光消費動向調査レポート

【 伊東市来訪客に関するアンケート調査 】 2022年度集計結果

2023年3月31日

株式会社JTB静岡支店

株式会社カラーコード

静岡県立大学 経営情報学部 渡邊研究室



静岡県立大学法人
静岡県立大学
UNIVERSITY OF SHIZUOKA

- 調査概要, p3
- 回答者数の推移・四半期別, p5
- 回答エリア, p6
- 基本属性について, p7
 - 性別, p8
 - 年代, p9
 - 居住地, p10
 - 職業, p11
- 伊東市観光について, p12
 - 目的, p13
 - 訪問回数, p15
 - 同行者, p16
 - 同行人数, p17
 - 情報の入手先, p18
 - 予約・手配の方法, p20
 - 交通手段, p21
 - 訪問先選択の理由, p23
 - 旅行日数, p26
 - 宿泊地域, p27
 - 宿泊エリア, p28
 - 宿泊施設種別, p29
 - 伊東市以外の宿泊地, p30
- 費用, p31
 - 宿泊費, p31
 - 飲食費, p35
 - 土産購入費, p37
 - 交通費, p39
 - 訪問観光スポット, p41
- 伊東市の印象, p45
 - 食事のおいしさ・楽しさ, p46
 - 自然景観の美しさ, p48
 - 温泉街の雰囲気の良いさ, p50
 - 従業員や地域住民のおもてなし, p52
 - 市内観光施設の充実度, p54
 - 宿泊施設の快適性・心地よさ, p56
 - 土産物の内容や価格の手頃さ, p58
 - 伊東市全体への印象, p60
- その他, p62
 - 知っていた観光イベント, p62
 - 再来訪のために力を入れるべきだと思われる項目, p63
 - 再来訪意向, p71

調査概要（1）

- 調査名 伊東市来訪客に関するアンケート調査
- 調査目的 伊東市を訪問した観光客の行動をスマートフォンによるアンケートシステムを用いて測定することで、その観光行動を分析し、伊東市の観光政策策定の基礎データを得ることを目的とする
- 調査システム WEBアンケートおよび質問紙による調査
- WEBアンケート アンケートサイトへのアクセス用QRコードを印刷したポスター・チラシ等を宿泊施設や市内観光施設で配布・掲出
- 対面調査 各四半期末に、大学生調査員が市内主要施設（伊東駅、伊東マリンタウン、JR宇佐美駅、宇佐美アンカーテラス（キャンプ場）、伊豆急伊豆高原駅、大室山リフト、伊豆グランパルポート）において自計式または聞き取り式にて調査
第1回：6月25日、第2回：9月23日、第3回：12月18日、第4回：2月19日
- 調査項目 宿泊客の属性、伊東観光の目的、満足度等
- 景品 毎月5名様に伊東市特産品（5,000円相当）が当選
- 調査期間 2022年6月～2023年3月
- 有効サンプル数 1517（2023年3月31日まで）

調査概要 (2)

令和5年度 伊東市来訪客に関するアンケート調査_春

伊東市へお越しいただき、誠にありがとうございます。

このアンケートは伊東市に来ていただいた方たちが、どの様な行動をしているのかをしっかりと把握することで、さらに良い観光地となるための調査となります。

みなさまの御協力をお願いします。(質問は最大で28問です)

回答する

令和4年度9月 伊東市来訪客に関するアンケート調査

実施主体：伊東市/JTB静岡支店/静岡県立大学

伊東市へお越しいただき、誠にありがとうございます。このアンケートは伊東に来ていただいた方たちが、どの様な行動をしているのかをしっかりと把握することで、さらに良い観光地となるための調査となります。みなさまの御協力をお願いします。(質問は20問です)

1. あなた自身のことについて教えてください。

性別 男性 女性 年齢【代】 居住地(郵便番号7桁)【 - 】
職業 会社員 団体職員 自営業・個人事業主 公務員 会社役員
専業主婦・主夫 学生 アルバイト・パート 無職
その他【 】

2. 今回の伊東訪問の目的を教えてください。

観光 ワーケーション その他(下記の枠内から選んでください)
ビジネス 親族訪問 イベント参加 研修宿泊 冠婚葬祭 帰省 学会会議
進学 就職 その他【 】

3. 伊東市を訪れたのは何回目ですか？

はじめて 2回目 3回目 4回目以上

4. 今回の伊東市訪問はどなたと一緒にですか？

ひとりで 夫婦・恋人と 家族・親族 友人と 職場や学校などの団体旅行
その他【 】

5. 今回の伊東市訪問は何人でお越しになりましたか？(幼児・子ども含む)

【 】人

6. 今回の伊東市訪問にあたり情報はどの様に入手しましたか。(いくつでも)

伊東市の観光情報サイト 旅行サイト その他のホームページ 旅行ガイドブック
新聞・雑誌等 テレビ・映画・ラジオ・CM ポスター・パンフレット 旅行代理店
Instagram Twitter Facebook 家族・友人・知人等の口コミ 特になし
その他【 】

7. 今回のご旅行の予約・手配の方法について教えてください。

旅行代理店店頭で手配 インターネット予約サイト等で手配 宿泊施設への直接予約
事前予約等なし その他【 】

8. 伊東市へはどの様な交通手段で来ましたか？(いくつでも)

自家用車 JR新幹線 JR特急踊り子号 小田急ロマンスカー
在来線(JR・伊豆急行など) バス レンタカー その他【 】

9. 伊東市を選んだ理由を教えてください。(いくつでも)

温泉での保養 美味しい食事 適度な距離感 自然景観を見るため
泊まりたい宿泊施設があった 観光施設や観光イベント 以前来て良かった
アクセスが良い 旅行予算が手頃 旅行の経路地として 海水浴等のマリッジジャー
行ったことがなかった ジオパーク・ジオサイト見学 体験(味覚狩り・陶芸等)
ロケ地巡り 特になし その他【 】

10. 今回のご旅行の日数について教えてください。

日帰り 1泊2日 2泊3日 3泊4日 4泊以上

裏面に続く→



学生調査員による対面調査
JR伊東駅



学生調査員による対面調査
伊東マリンタウン

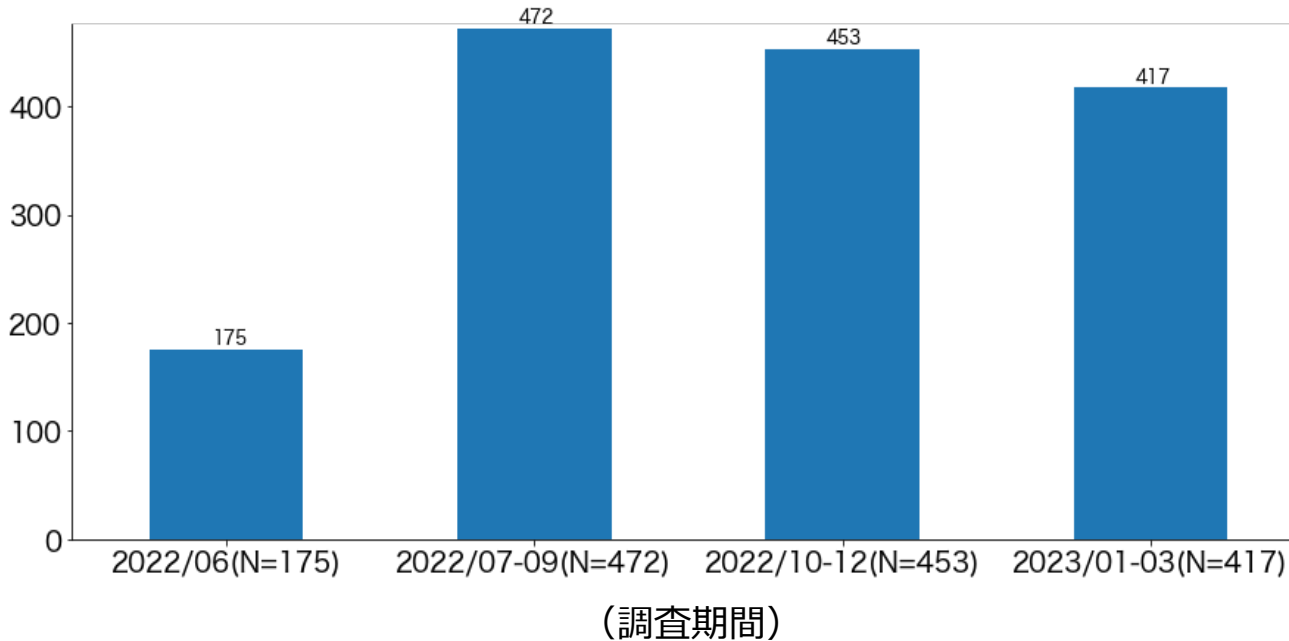
WEBアンケート表紙

対面調査用の質問紙

回答者数の推移・四半期別

- アンケート回答者数は、調査期間が1ヶ月のみの6月期の175件を除いて、各四半期で400件以上を確保している。

(人)



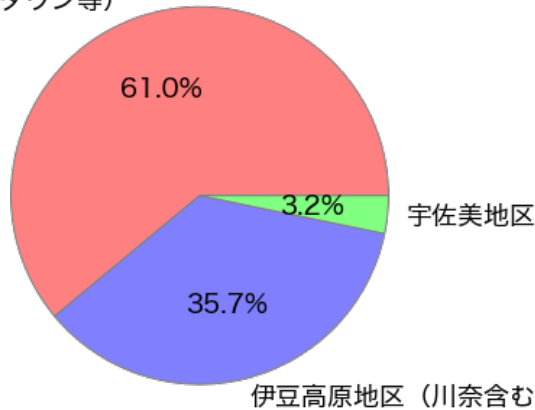
年月	件数
2022年6月	175
2022年7-9月	472
2022年10-12月	453
2023年1-3月	417
合計	1517

回答エリア

- 回答者の回答エリアは、全期間で伊東市街地が61.0%、伊豆高原地区が35.7%、宇佐美地区が3.2%となっている。
- 宇佐美地区では、主に「宇佐美城山公園キャンプ場」での対面調査が主体であったが、7月～9月期の対面調査を実施した9月23日は記録的な大雨（静岡豪雨）となり件数は特に少ない。

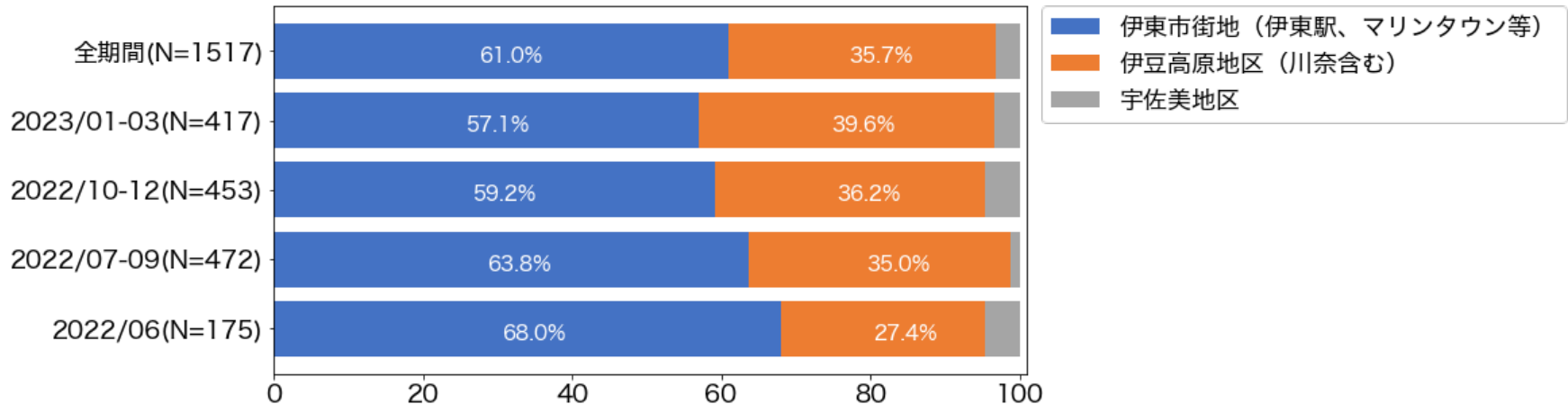
【全期間】

伊東市街地（伊東駅、マリントウン等）



場所	件数	割合
伊東市街地（伊東駅、マリントウン等）	926	61.0%
伊豆高原地区（川奈含む）	542	35.7%
宇佐美地区	49	3.2%
総計	1517	100.0%

【四半期別】



基本属性について

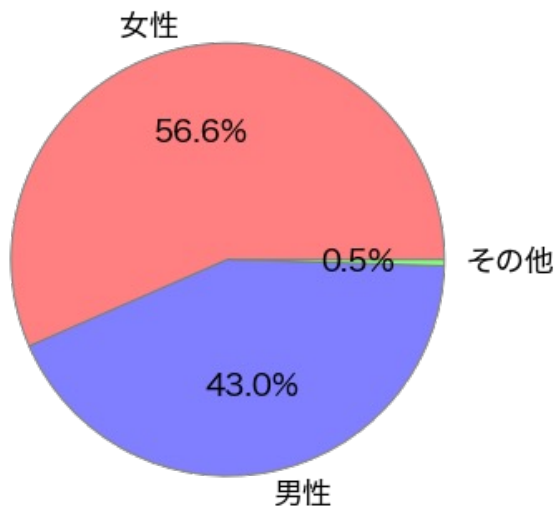
集計期間：2022年6月～2023年3月

単純集計、クロス集計（四半期別、回答エリア別）

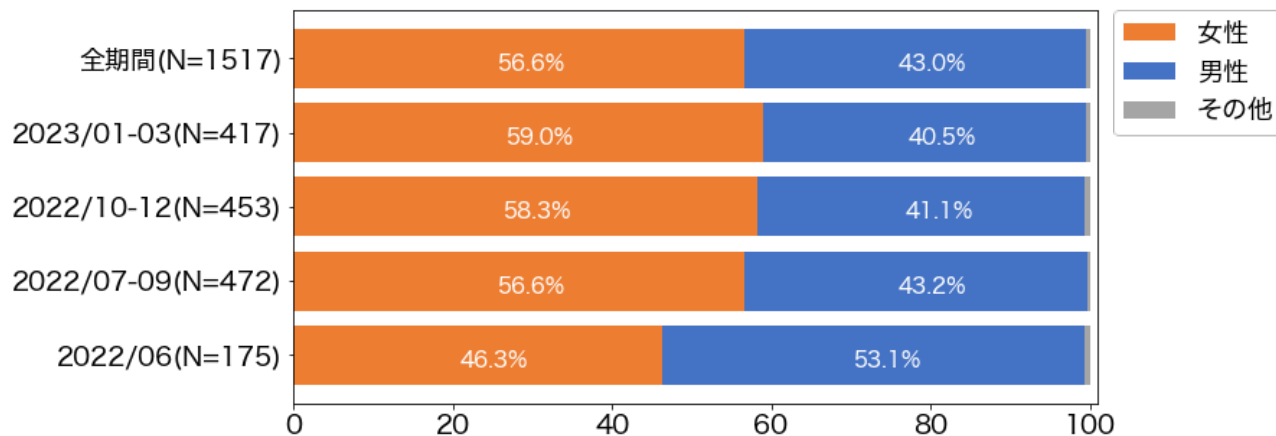
基本属性① 性別

- 回答者の性別は全体で女性が56.6%と、男性よりも若干多い。
- 6月期はすべて調査員の勧誘による対面調査のため、他の期と異なる傾向（男女の割合が逆転）がみられる。

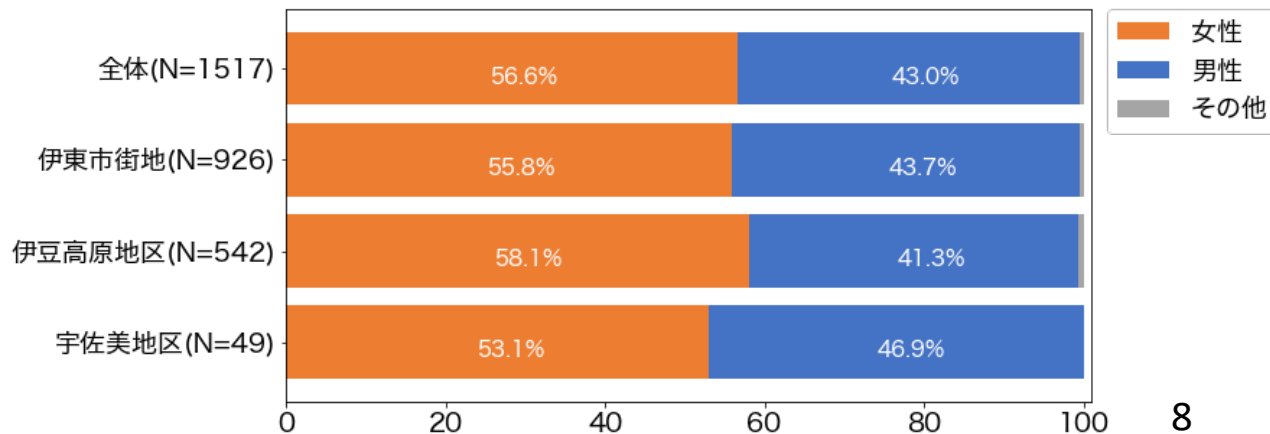
【全期間】



【四半期別クロス】



【回答エリア別クロス】



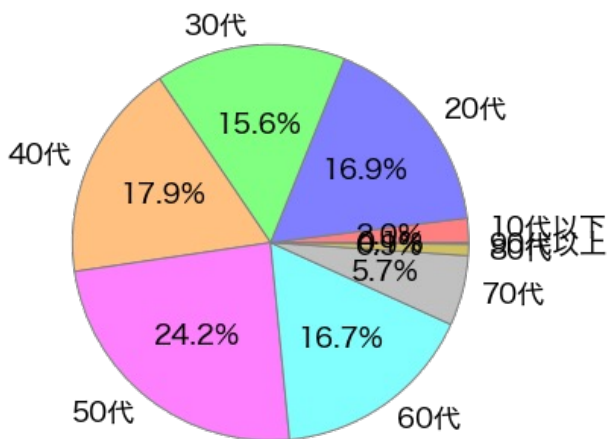
性別	件数	割合
女性	858	56.6%
男性	652	43.0%
その他	7	0.5%
総計	1517	100.0%

基本属性② 年代

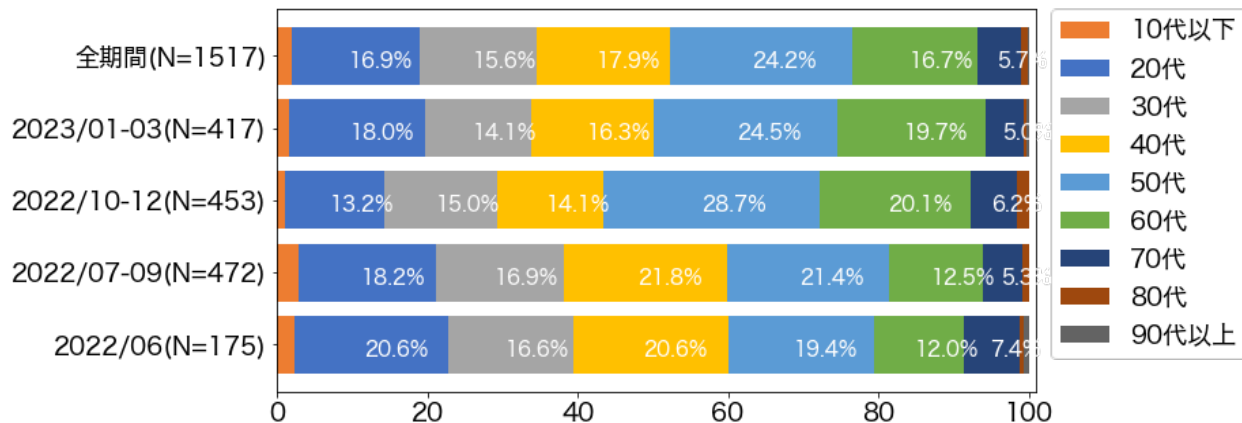


- 回答者の年代は全体で50代が24.2%と最も多く、40代の17.9%、20代の16.9%、60代の16.7%と続く。
- 四半期別では、6月期については20代と40代が最も多く、7月～9月期については40代が最も多くなっている。

【全期間】

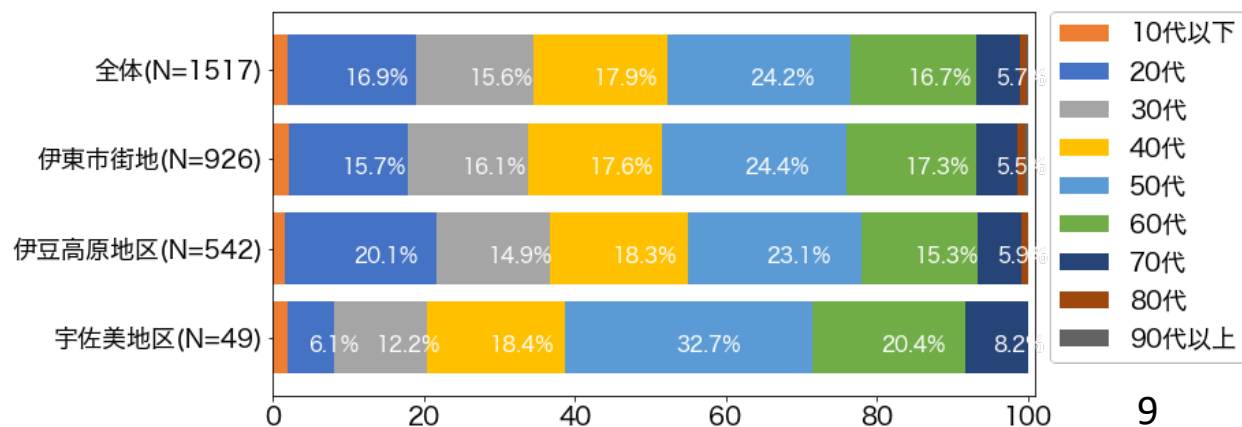


【四半期別クロス】



年齢	件数	割合
10代以下	30	2.0%
20代	257	16.9%
30代	236	15.6%
40代	271	17.9%
50代	367	24.2%
60代	253	16.7%
70代	87	5.7%
80代	14	0.9%
90代以上	2	0.1%
総計	1517	100.0%

【回答エリア別クロス】

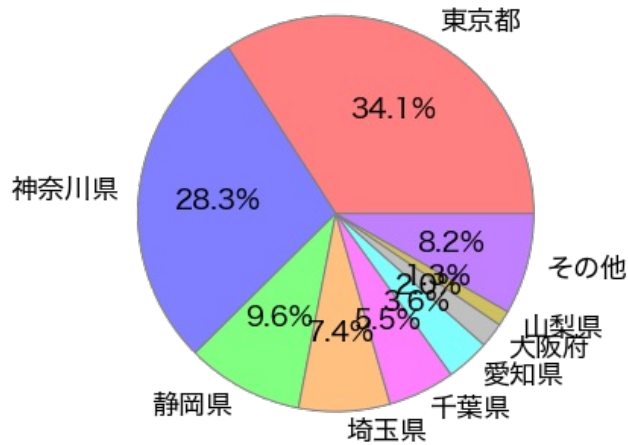


基本属性③ 居住地

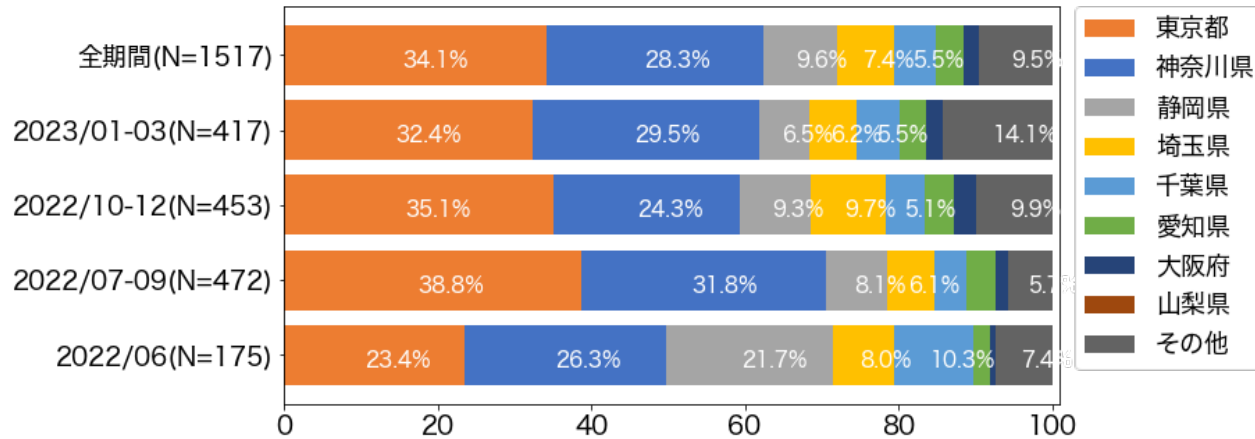


- 回答者の居住地は全体で東京都が34.1%と最も多く、続く神奈川県との合計すると62.4%を占めている。さらに埼玉県と千葉県を加えた首都圏では75.3%となり、首都圏だけで4分の3を占めている。
- 四半期別では、6月期については東京都と神奈川県の割合が他四半期よりも低く、静岡県が高くなっているが、対面調査日に台風の通過（それに伴う公共交通機関の乱れ）が予想されていたことが原因として考えられる。
- 全国旅行支援が開始された10月以降、遠方である「その他」が増加傾向にある。

【全期間】

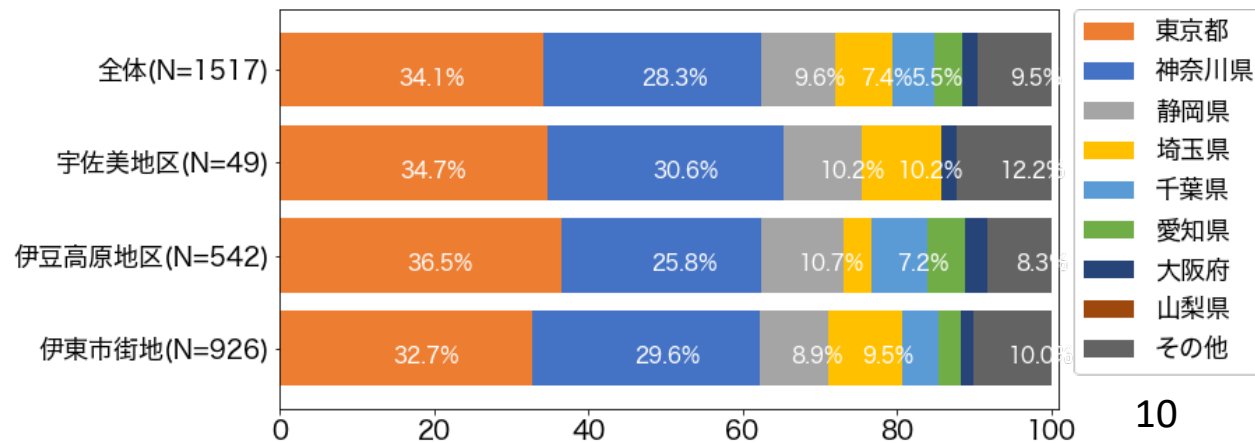


【四半期別クロス】



都道府県	件数	割合
東京都	518	34.1%
神奈川県	429	28.3%
静岡県	145	9.6%
埼玉県	113	7.4%
千葉県	83	5.5%
愛知県	54	3.6%
大阪府	31	2.0%
山梨県	19	1.3%
その他	125	8.2%
総計	1517	100.0%

【回答エリア別クロス】

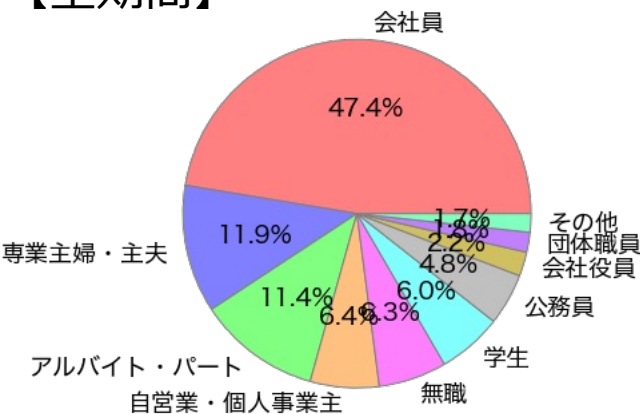


基本属性④ 職業

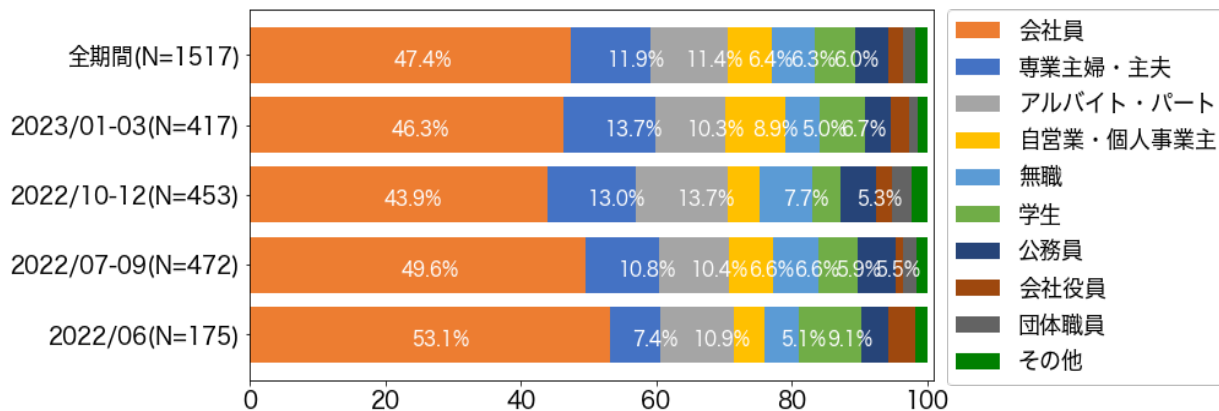


- 回答者の職業は、会社員が47.4%と約半数を占め、続いて専業主婦・主夫が11.9%、パート・アルバイトが11.4%とそれぞれ1割程度となっている。
- 回答エリア別では、伊豆高原地区で他エリアよりも相対的に会社員の割合が高くなっている。

【全期間】

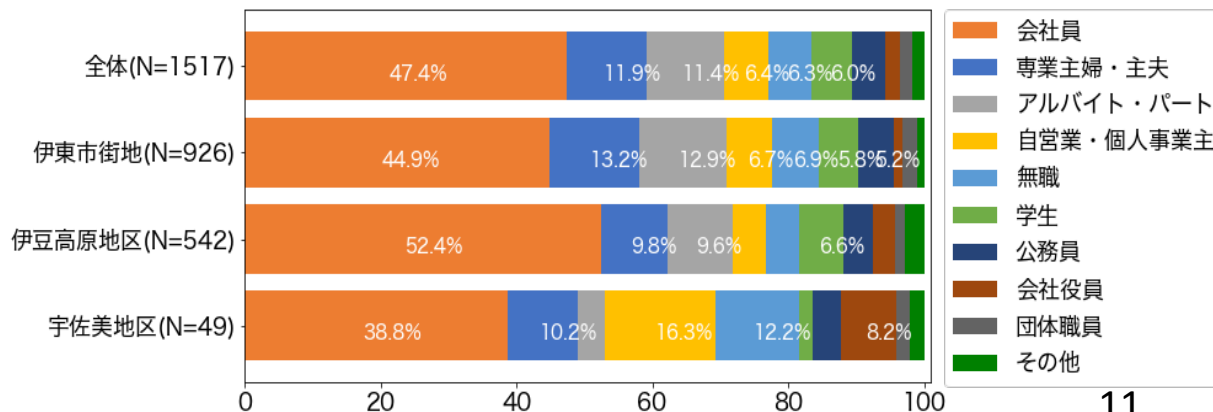


【四半期別クロス】



職業	件数	割合
会社員	719	47.4%
専業主婦・主夫	180	11.9%
アルバイト・パート	173	11.4%
自営業・個人事業主	97	6.4%
無職	96	6.3%
学生	91	6.0%
公務員	73	4.8%
会社役員	34	2.2%
団体職員	28	1.8%
その他	26	1.7%
総計	1517	100.0%

【回答エリア別クロス】



伊東市観光について

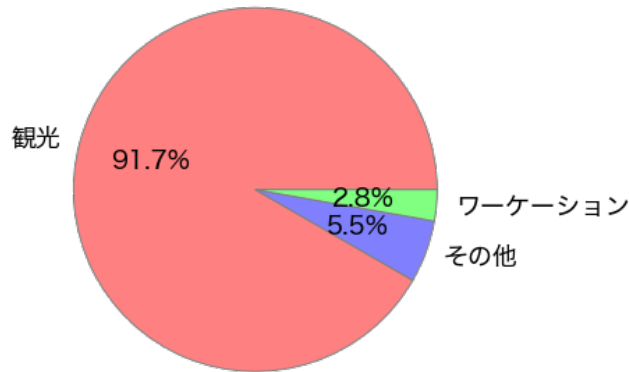
集計期間：2022年6月～2023年3月

単純集計、クロス集計（四半期別、回答エリア別）

伊東市訪問の目的

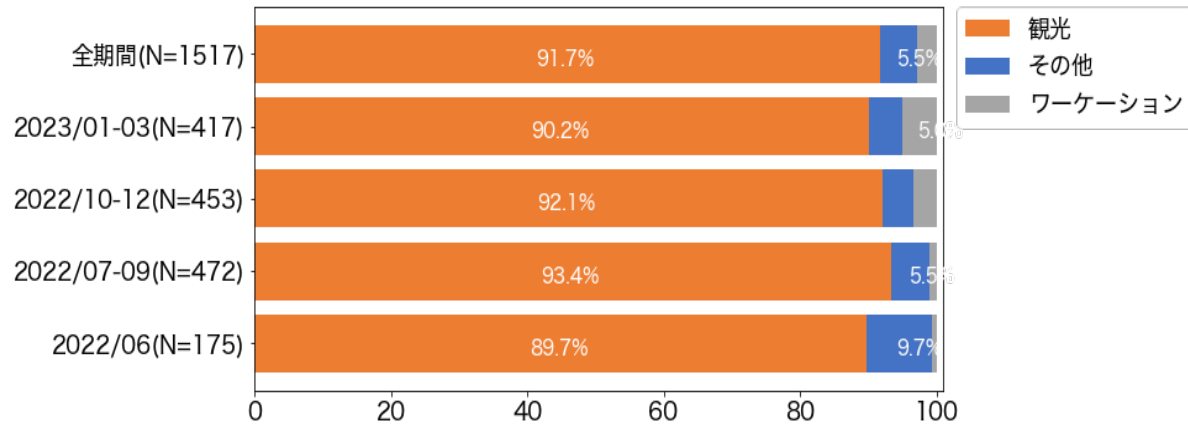
- 伊東市訪問の目的としては、91.7%が観光と回答している。
- ワーケーションについては、10月～12月期以降に増加が見られ、回答エリアとしては伊豆高原地区で他エリアに比較して割合が高くなっている。

【全期間】

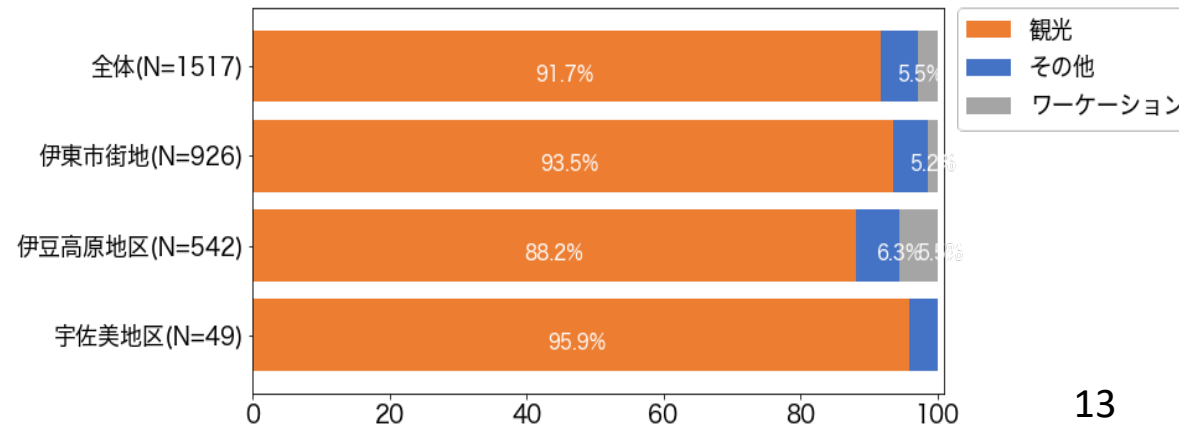


目的	件数	割合
観光	1391	91.7%
その他	84	5.5%
ワーケーション	42	2.8%
総計	1517	100.0%

【四半期別クロス】

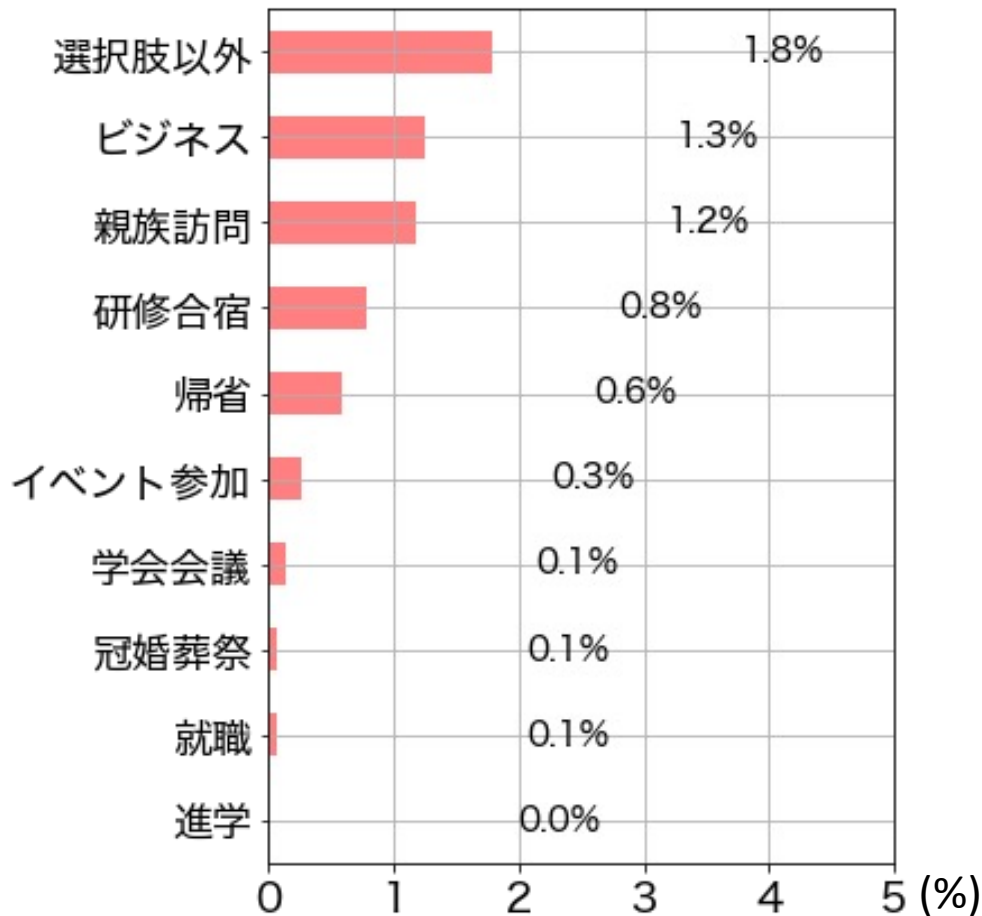


【回答エリア別クロス】



伊東市訪問の目的（その他の内訳）

- その他に用意された選択肢以外の回答には、あらかじめ用意された選択肢に分類できるものが多く見られた。
- 選択肢以外の具体的な回答例：「在住」「買い物」「セカンドハウス」「別荘探し」「移住」「ゼミ授業」など



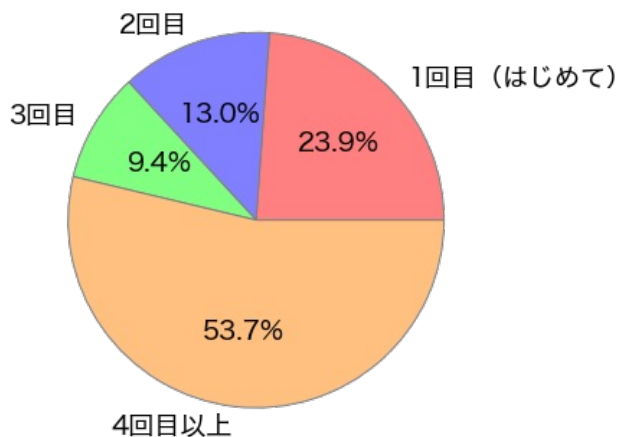
【複数選択可】 N=1517

目的	件数	割合
選択肢以外	27	1.8%
ビジネス	19	1.3%
親族訪問	18	1.2%
研修合宿	12	0.8%
帰省	9	0.6%
イベント参加	4	0.3%
学会会議	2	0.1%
冠婚葬祭	1	0.1%
就職	1	0.1%
進学	0	0.0%

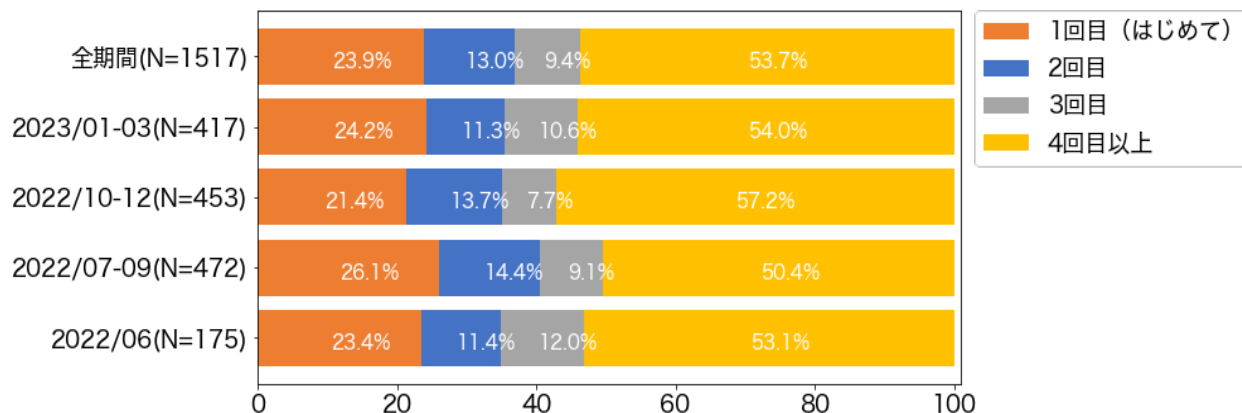
伊東市への訪問回数

- 回答者の訪問回数は、4回目以上のリピーターが53.7%と半数以上を占め、続いて1回目（はじめて）が23.9%となっている。

【全期間】

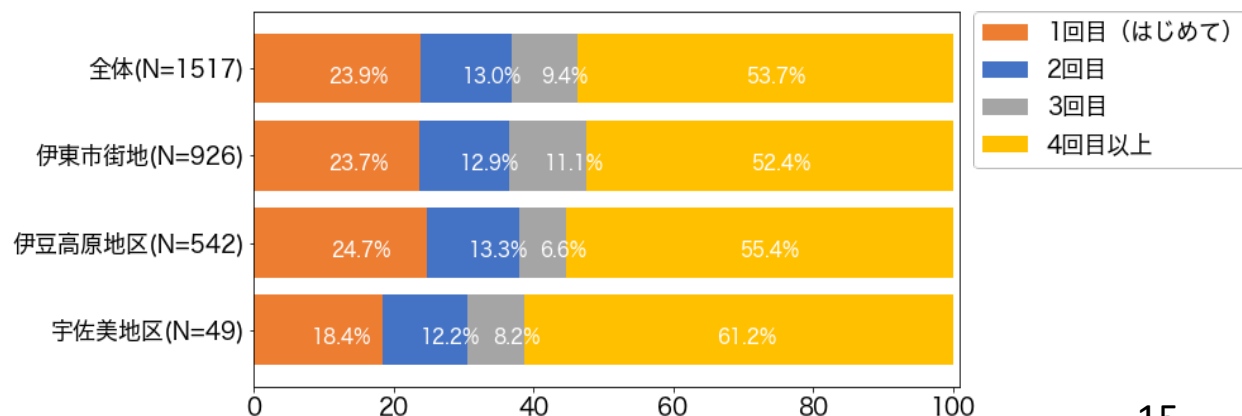


【四半期別クロス】



訪問回数	件数	割合
1回目（はじめて）	362	23.9%
2回目	197	13.0%
3回目	143	9.4%
4回目以上	815	53.7%
総計	1517	100.0%

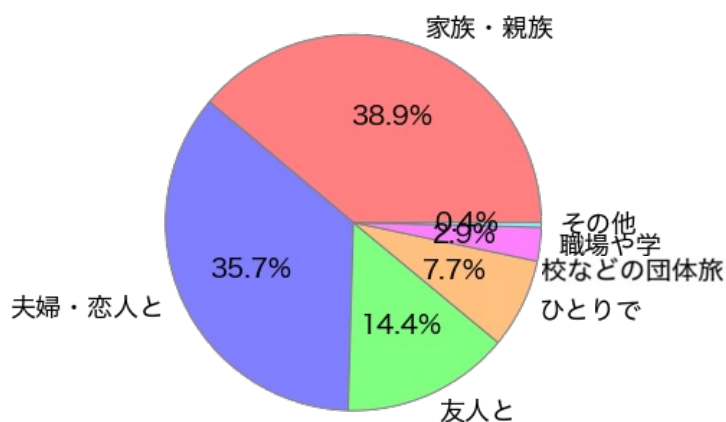
【回答エリア別クロス】



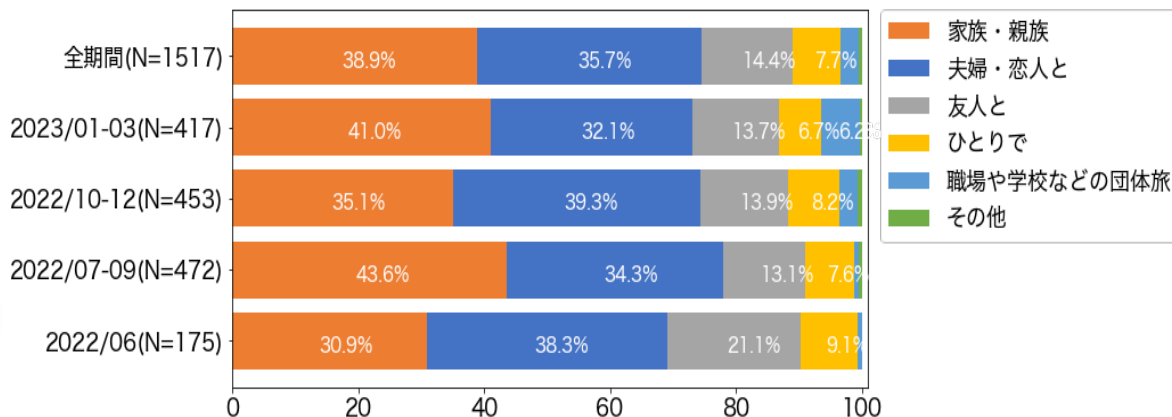
伊東市訪問の同行者

- 同行者としては、家族・親族が38.9%と最も多く、次いで「夫婦・恋人で」が35.7%、「友人と」が14.4%、「ひとりで」が7.7%と続く。
- 四半期別では、7月～9月期の夏休みシーズンや1月～3月期の春休みシーズンに家族・親族の割合が40%を超えて高くなっている。

【全期間】

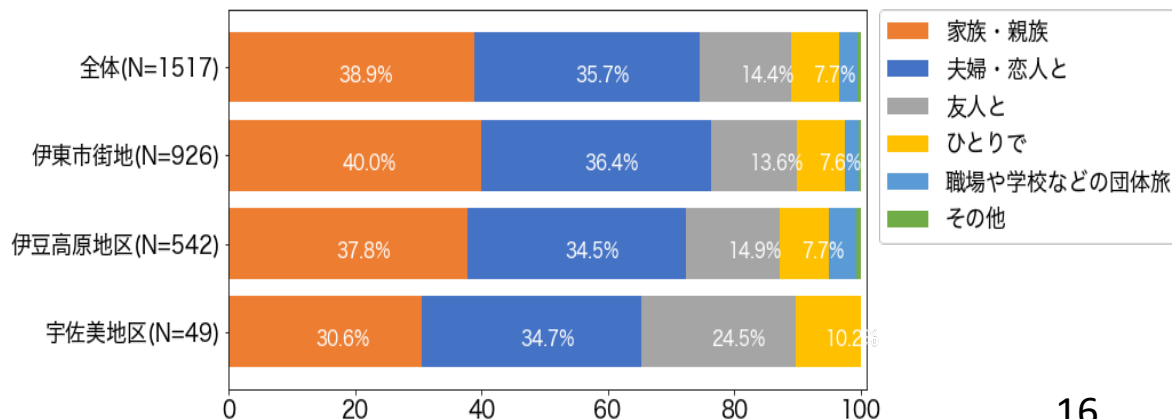


【四半期別クロス】



同行者	件数	割合
家族・親族	590	38.9%
夫婦・恋人と	541	35.7%
友人と	219	14.4%
ひとりで	117	7.7%
職場や学校などの団体旅	44	2.9%
その他	6	0.4%
総計	1517	100.0%

【回答エリア別クロス】

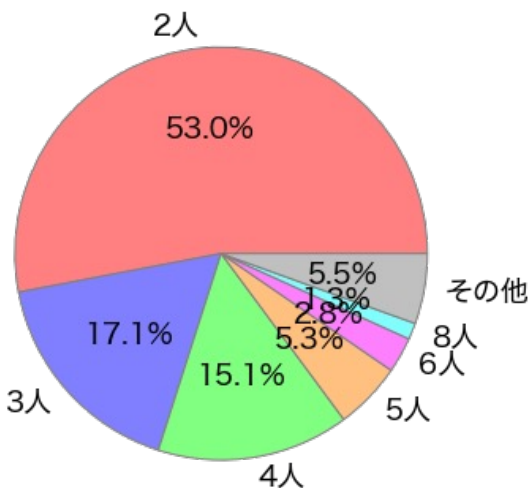


伊東市訪問の同行人数

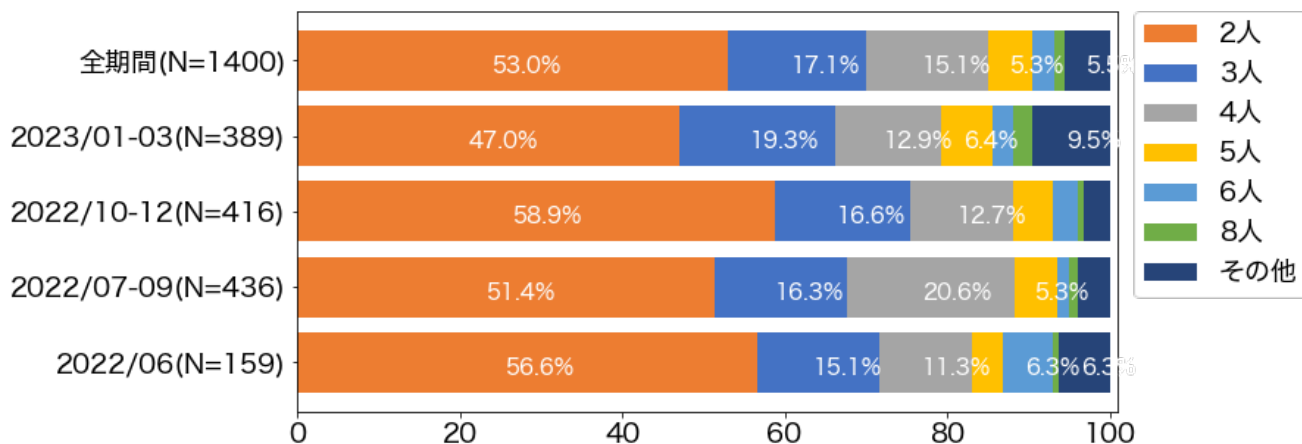


- 一人旅を除く回答者の同行人数としては、2人が53.0%と最も多く、次いで3人が17.1%、4人が15.1%と続く。
- 四半期別では、10月～12月期に2人の割合が高くなっており、「夫婦・恋人と」の割合の傾向と一致する。

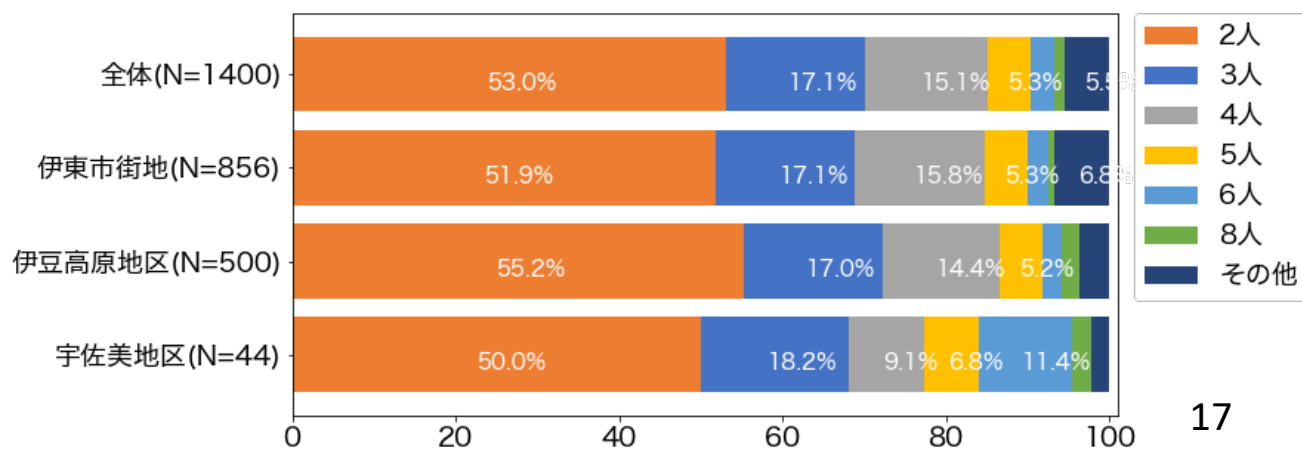
【全期間】



【四半期別クロス】



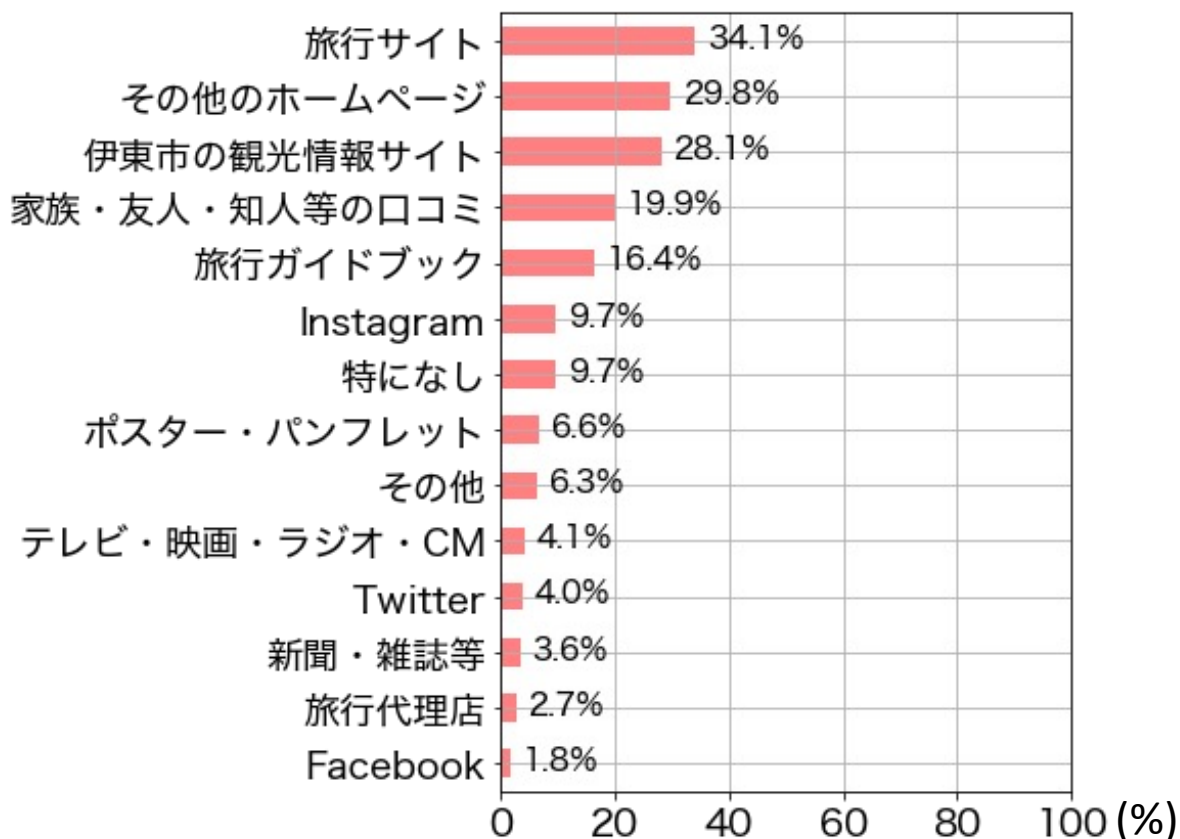
【回答エリア別クロス】



同行人数	件数	割合
2人	742	53.0%
3人	239	17.1%
4人	211	15.1%
5人	74	5.3%
6人	39	2.8%
8人	18	1.3%
その他	77	5.5%
総計	1400	100.0%

伊東市訪問の情報の入手先①

- 情報の入手先としては、旅行サイトが34.1%と最も多く、次いで「その他のホームページ」が29.8%、「伊東市の観光情報サイト」が28.1%と3割弱が選択している。
- 「家族・友人・知人等の口コミ」が19.9%で4位、SNSではInstagramが最も多く9.7%で6位となっている。



【複数選択可】 N=1517

情報の入手先	件数	割合
旅行サイト	518	34.1%
その他のホームページ	452	29.8%
伊東市の観光情報サイト	427	28.1%
家族・友人・知人等の口コミ	302	19.9%
旅行ガイドブック	249	16.4%
Instagram	147	9.7%
特になし	147	9.7%
ポスター・パンフレット	100	6.6%
その他	95	6.3%
テレビ・映画・ラジオ・CM	62	4.1%
Twitter	61	4.0%
新聞・雑誌等	54	3.6%
旅行代理店	41	2.7%
Facebook	27	1.8%

伊東市訪問の情報の入手先② (クロス)



【回答エリア別】

情報源	全体 (件数)	全体 (割合)	伊東市街地 (割合)	伊豆高原地区 (割合)	宇佐美地区 (割合)
旅行サイト	518	34.1%	35.9%	31.5%	30.6%
その他のホームページ	452	29.8%	29.4%	29.2%	44.9%
伊東市の観光情報サイト	427	28.1%	32.0%	22.0%	24.5%
家族・友人・知人等の口コミ	302	19.9%	18.6%	22.3%	18.4%
旅行ガイドブック	249	16.4%	17.4%	15.3%	10.2%
Instagram	147	9.7%	9.4%	10.7%	4.1%
特になし	147	9.7%	9.5%	10.0%	10.2%
ポスター・パンフレット	100	6.6%	6.5%	6.8%	6.1%
その他	95	6.3%	6.0%	6.3%	10.2%
テレビ・映画・ラジオ・CM	62	4.1%	4.8%	3.1%	2.0%
Twitter	61	4.0%	4.5%	3.0%	6.1%
新聞・雑誌等	54	3.6%	3.2%	4.1%	4.1%
旅行代理店	41	2.7%	2.7%	2.6%	4.1%
Facebook	27	1.8%	1.2%	2.6%	4.1%

- 宇佐美地区では「その他のホームページ」の割合が最も高くなっており、「宇佐美城山公園キャンプ場」での対面調査が主体であったことから同施設の予約サイトの閲覧・利用が要因として考えられる。
- 全国旅行支援が開始された10月～12月期では、「旅行サイト」の割合が40%を超えている。

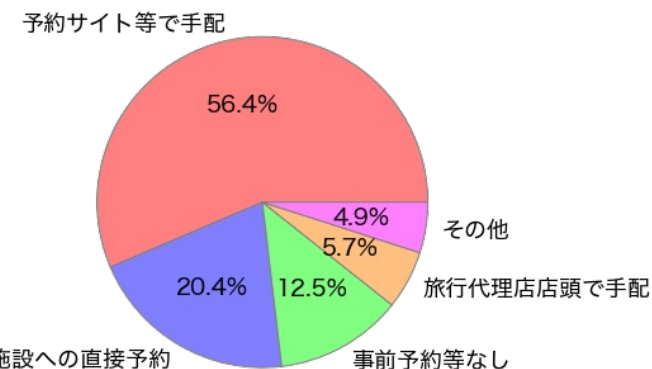
【四半期別】

情報源	全体 (件数)	全体 (割合)	2022/06 (割合)	2022/07-10 (割合)	2022/10-12 (割合)	2023/01-03 (割合)
旅行サイト	518	34.1%	26.3%	31.8%	40.2%	33.6%
その他のホームページ	452	29.8%	26.3%	32.2%	29.6%	28.8%
伊東市の観光情報サイト	427	28.1%	18.3%	27.3%	33.3%	27.6%
家族・友人・知人等の口コミ	302	19.9%	20.6%	16.3%	19.9%	23.7%
旅行ガイドブック	249	16.4%	9.7%	15.7%	21.6%	14.4%
Instagram	147	9.7%	7.4%	8.9%	10.6%	10.6%
特になし	147	9.7%	14.3%	12.1%	6.6%	8.4%
ポスター・パンフレット	100	6.6%	1.7%	7.0%	8.8%	5.8%
その他	95	6.3%	4.6%	7.0%	5.5%	7.0%
テレビ・映画・ラジオ・CM	62	4.1%	5.1%	4.0%	4.0%	3.8%
Twitter	61	4.0%	2.3%	3.8%	5.3%	3.6%
新聞・雑誌等	54	3.6%	4.0%	3.0%	4.2%	3.4%
旅行代理店	41	2.7%	1.1%	1.1%	4.2%	3.6%
Facebook	27	1.8%	0.0%	1.5%	2.2%	2.4%

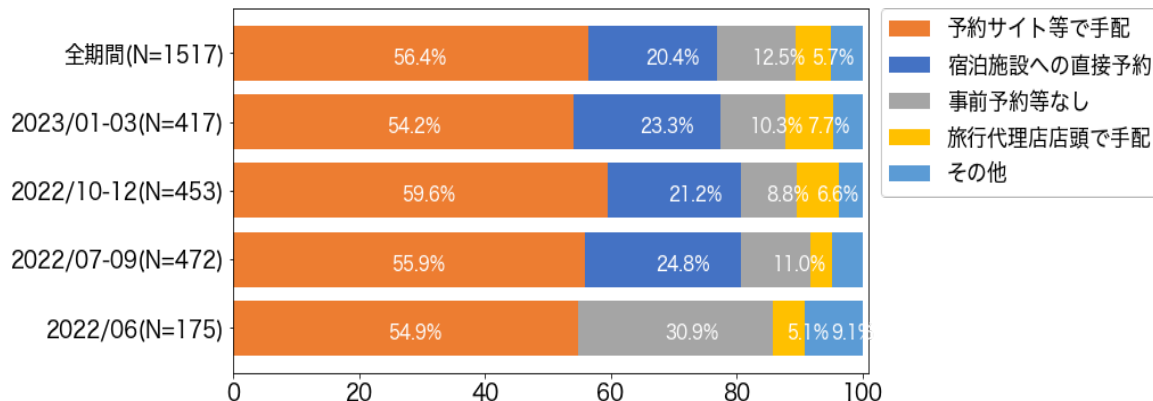
旅行の予約・手配の方法

- 回答者の旅行の予約・手配の方法としては、「予約サイト等での手配」が56.4%と最も多くなっている。
- 四半期別グラフでは6月期に「宿泊施設への直接予約」が0%となっているが、同選択肢は10月～12月期から追加されたためとなっている。

【全期間】

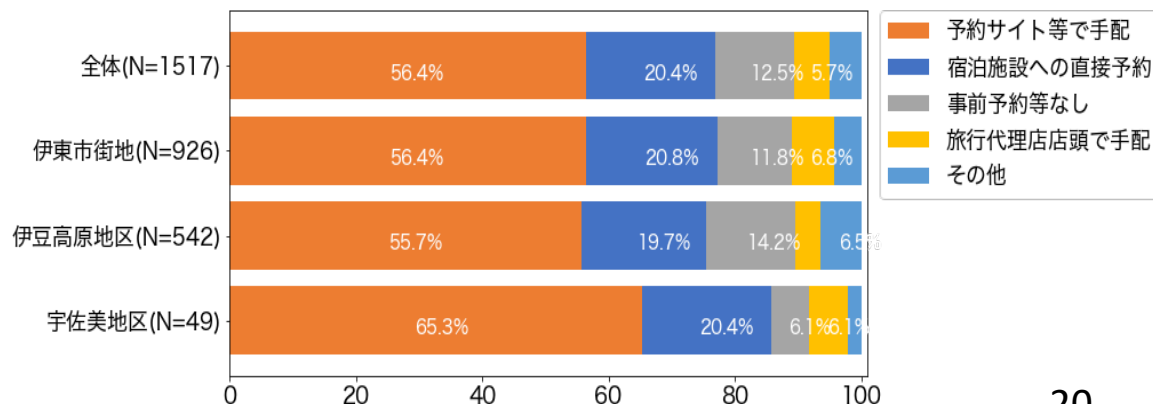


【四半期別クロス】



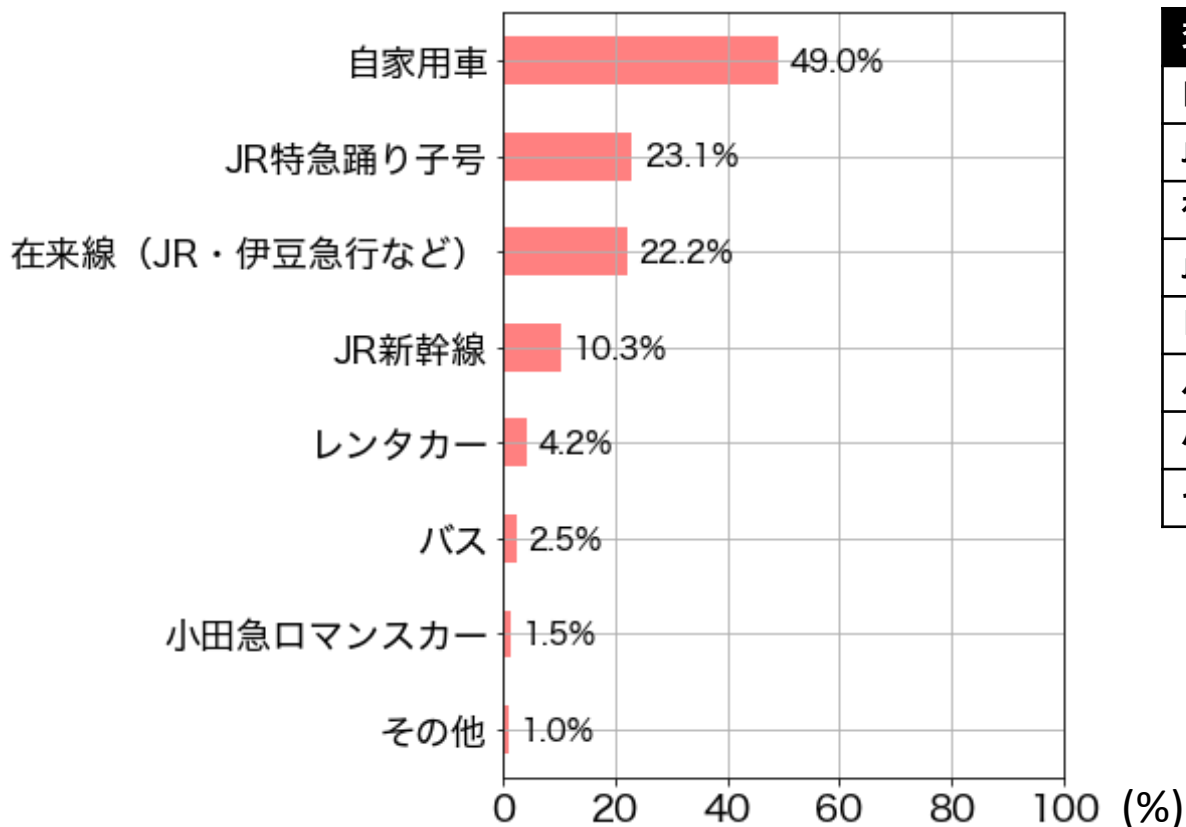
予約・手配の方法	件数	割合
予約サイト等で手配	856	56.4%
宿泊施設への直接予約	310	20.4%
事前予約等なし	189	12.5%
旅行代理店店頭で手配	87	5.7%
その他	75	4.9%
総計	1517	100.0%

【回答エリア別クロス】



伊東市への主な交通手段①

- 伊東市への主な交通手段としては、自家用車が49.0%と約半数を占めている。
- 続いて、JR特急踊り子号が23.1%、JR在来線や伊豆急などの在来線が22.2%となり、この2つの選択肢で合わせて45.3%を占める。



【複数選択可】 N=1517

交通手段	件数	割合
自家用車	743	49.0%
JR特急踊り子号	350	23.1%
在来線 (JR・伊豆急行など)	337	22.2%
JR新幹線	157	10.3%
レンタカー	64	4.2%
バス	38	2.5%
小田急ロマンスカー	22	1.5%
その他	15	1.0%

伊東市への主な交通手段② (クロス)



- 回答エリア別の交通手段としては、自家用車の割合については宇佐美地区が最も高く、伊東市街地、伊豆高原地区の順となっている。
- 四半期別としては、全国旅行支援が開始された10月～12月期以降に、自家用車の割合が低下し、JR等鉄道の割合が上昇している。宿泊と交通のセット化された旅行商品の割引率が高く設定されたことが要因と考えられる。

【回答エリア別】

交通手段	全体 (件数)	全体 (割合)	伊東市街地 (割合)	伊豆高原地区 (割合)	宇佐美地区 (割合)
自家用車	743	49.0%	51.9%	43.2%	57.1%
JR特急踊り子号	350	23.1%	20.0%	29.7%	8.2%
在来線(JR・伊豆急行など)	337	22.2%	21.4%	22.9%	30.6%
JR新幹線	157	10.3%	8.9%	13.1%	8.2%
レンタカー	64	4.2%	5.1%	2.6%	6.1%
バス	38	2.5%	3.5%	0.9%	2.0%
小田急ロマンスカー	22	1.5%	1.2%	1.8%	2.0%
その他	15	1.0%	1.0%	1.1%	0.0%

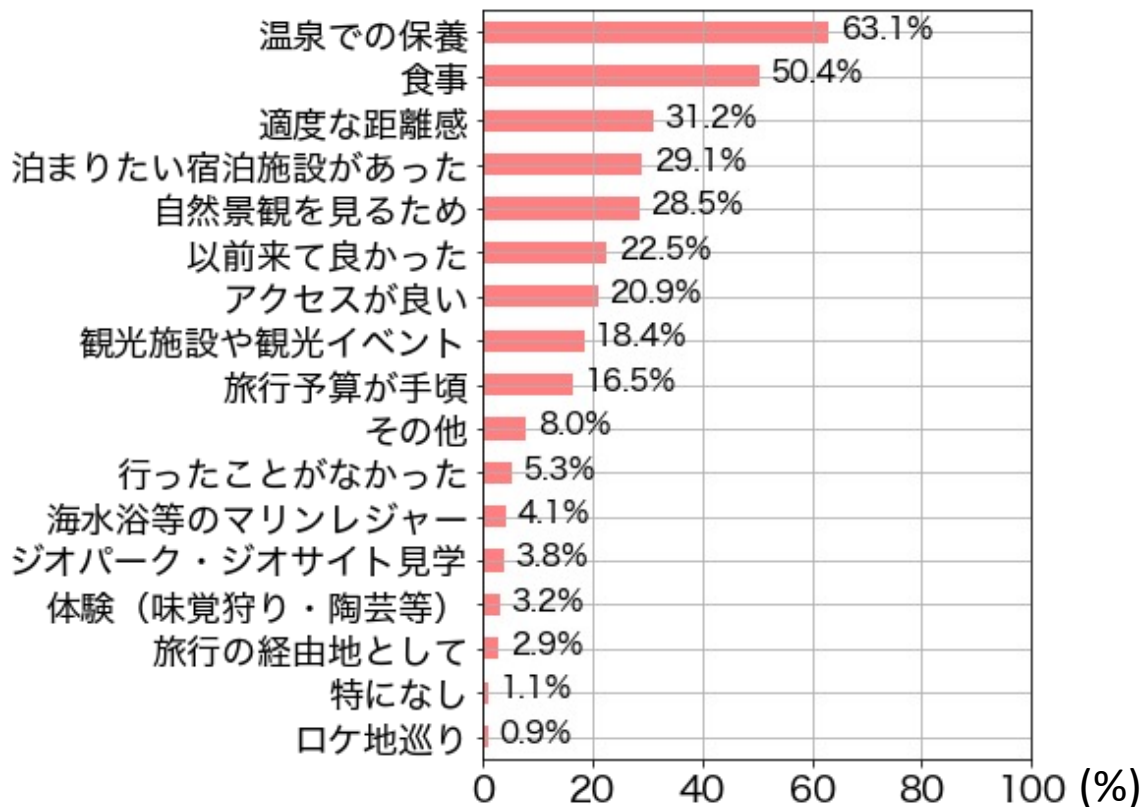
【四半期別】

交通手段	全体 (件数)	全体 (割合)	2022/06 (割合)	2022/07-10 (割合)	2022/10-12 (割合)	2023/01-03 (割合)
自家用車	743	49.0%	57.7%	52.8%	44.2%	46.3%
JR特急踊り子号	350	23.1%	16.0%	21.0%	25.8%	25.4%
在来線(JR・伊豆急行など)	337	22.2%	18.3%	22.0%	25.8%	20.1%
JR新幹線	157	10.3%	3.4%	7.8%	13.0%	13.2%
レンタカー	64	4.2%	5.1%	4.4%	2.6%	5.3%
バス	38	2.5%	2.9%	1.7%	2.4%	3.4%
小田急ロマンスカー	22	1.5%	1.7%	2.5%	1.3%	0.2%
その他	15	1.0%	3.4%	0.4%	1.1%	0.5%

伊東市を訪問先として選んだ理由①

- 伊東市を選択した理由としては、「温泉での保養」が63.1%と最も多く、次いで「食事」が50.4%と、この2つの選択肢が50%を超えている。
- 続いて、「適度な距離感」、「泊まりたい宿泊施設があった」、「自然景観を見るため」、「以前来て良かった」、「アクセスが良い」などが上位となっている。

【複数選択可】 N=1517



伊東市を選んだ理由	件数	割合
温泉での保養	957	63.1%
食事	765	50.4%
適度な距離感	473	31.2%
泊まりたい宿泊施設があった	441	29.1%
自然景観を見るため	432	28.5%
以前来て良かった	342	22.5%
アクセスが良い	317	20.9%
観光施設や観光イベント	279	18.4%
旅行予算が手頃	251	16.5%
その他	121	8.0%
行ったことがなかった	80	5.3%
海水浴等のマリレジャー	62	4.1%
ジオパーク・ジオサイト見学	57	3.8%
体験（味覚狩り・陶芸等）	48	3.2%
旅行の経由地として	44	2.9%
特になし	17	1.1%
ロケ地巡り	13	0.9%

伊東市を訪問先として選んだ理由② (クロス)

- 回答エリア別の訪問理由としては、伊豆高原地区で他エリアに比較して「温泉での保養」「食事」の割合が相対的に低くなっている。一方で「泊まりたい宿泊施設があった」「自然景観を見るため」「観光施設や観光イベント」の割合が高くなっている。
- 宇佐美地区では「海水浴場のマリレジャー」が他エリアに比較して割合が相対的に高くなっている。

【回答エリア別】

訪問理由	全体 (件数)	全体 (割合)	伊東市街地 (割合)	伊豆高原地区 (割合)	宇佐美地区 (割合)
温泉での保養	957	63.1%	68.0%	54.6%	63.3%
食事	765	50.4%	52.9%	45.8%	55.1%
適度な距離感	473	31.2%	34.2%	25.5%	36.7%
泊まりたい宿泊施設があった	441	29.1%	26.8%	31.9%	40.8%
自然景観を見るため	432	28.5%	27.1%	30.6%	30.6%
以前来て良かった	342	22.5%	24.4%	19.0%	26.5%
アクセスが良い	317	20.9%	24.3%	14.6%	26.5%
観光施設や観光イベント	279	18.4%	16.4%	22.5%	10.2%
旅行予算が手頃	251	16.5%	19.7%	10.9%	20.4%
その他	121	8.0%	6.9%	9.8%	8.2%
行ったことがなかった	80	5.3%	5.9%	4.4%	2.0%
海水浴等のマリレジャー	62	4.1%	4.4%	2.4%	16.3%
ジオパーク・ジオサイト見学	57	3.8%	3.6%	4.1%	4.1%
体験(味覚狩り・陶芸等)	48	3.2%	2.4%	4.6%	2.0%
旅行の経由地として	44	2.9%	3.2%	2.0%	6.1%
特になし	17	1.1%	1.4%	0.6%	2.0%
ロケ地巡り	13	0.9%	0.9%	0.6%	4.1%

伊東市を訪問先として選んだ理由③ (クロス)



- ・ 四半期別の訪問理由としては、10月～12月期に「温泉での保養」が他期に比較して72.0%と割合が相対的に高くなっている。
- ・ 「食事」については、期間を通じて上昇傾向にあり、「食」への期待の高まりが推察される。

【四半期別】

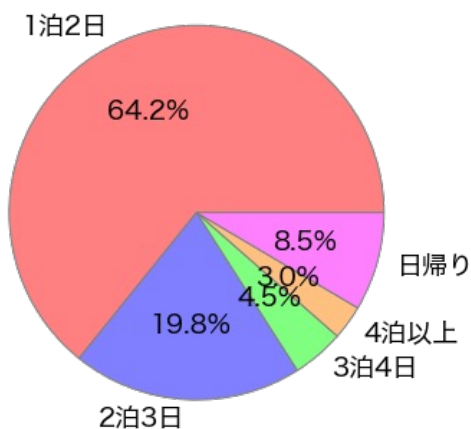
訪問理由	全体 (件数)	全体 (割合)	2022/06 (割合)	2022/07-10 (割合)	2022/10-12 (割合)	2023/01-03 (割合)
温泉での保養	957	63.1%	50.9%	61.0%	72.0%	60.9%
食事	765	50.4%	39.4%	49.6%	52.3%	54.0%
適度な距離感	473	31.2%	25.7%	33.1%	33.1%	29.3%
泊まりたい宿泊施設があった	441	29.1%	20.0%	30.1%	34.9%	25.4%
自然景観を見るため	432	28.5%	23.4%	29.4%	26.7%	31.4%
以前来て良かった	342	22.5%	16.0%	21.8%	26.3%	22.1%
アクセスが良い	317	20.9%	17.7%	21.8%	23.0%	18.9%
観光施設や観光イベント	279	18.4%	11.4%	20.1%	15.9%	22.1%
旅行予算が手頃	251	16.5%	8.0%	16.5%	19.9%	16.5%
その他	121	8.0%	5.7%	7.6%	7.9%	9.4%
行ったことがなかった	80	5.3%	4.6%	4.4%	5.5%	6.2%
海水浴等のマリレジャー	62	4.1%	2.9%	8.7%	2.2%	1.4%
ジオパーク・ジオサイト見学	57	3.8%	4.6%	3.8%	4.4%	2.6%
体験(味覚狩り・陶芸等)	48	3.2%	0.0%	2.1%	3.5%	5.3%
旅行の経由地として	44	2.9%	1.1%	3.2%	2.9%	3.4%
特になし	17	1.1%	4.6%	0.8%	0.4%	0.7%
ロケ地巡り	13	0.9%	1.1%	0.6%	0.7%	1.2%

旅行日数（伊東市以外の滞在も含む）

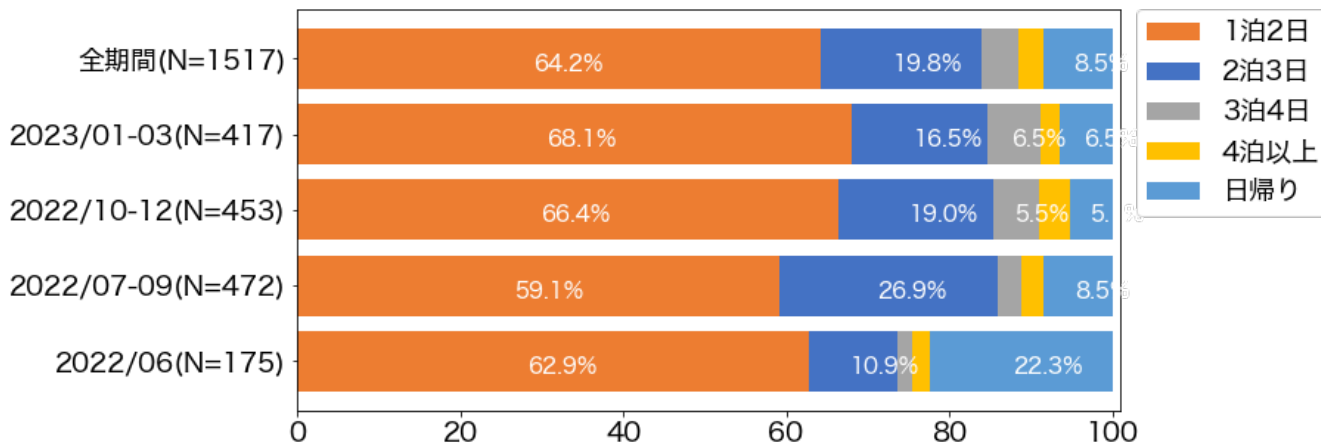


- 回答者の旅行日数としては、「1泊2日」が64.2%と最も多くなっており、続いて「2泊3日」が19.8%、「日帰り」が8.5%の順となっている。
- 四半期別グラフでは6月期に「日帰り」が22.3%と他期に比較して高くなっているが、質問において「（伊東市以外の旅行も含みます）」の併記がなかったことも要因として考えられる。

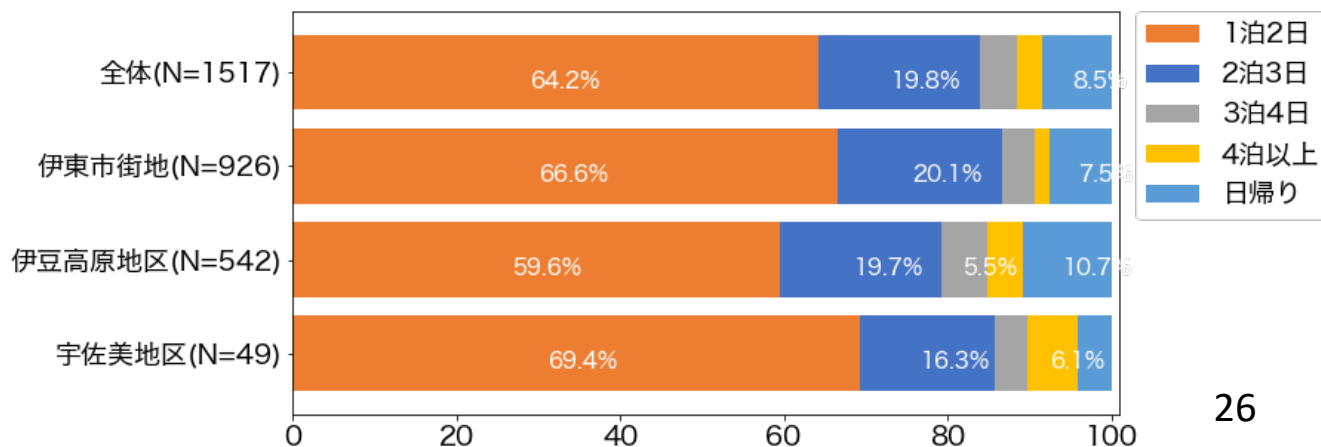
【全期間】



【四半期別クロス】



【回答エリア別クロス】

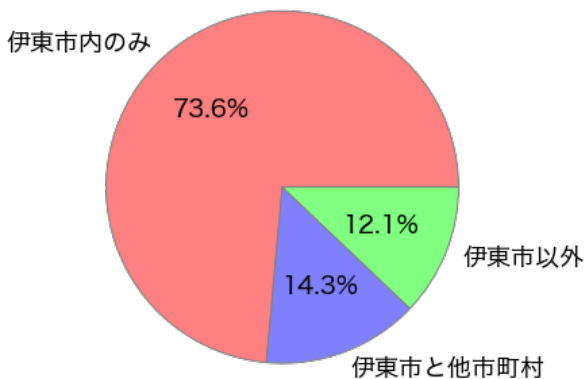


旅行日数	件数	割合
1泊2日	974	64.2%
2泊3日	301	19.8%
3泊4日	68	4.5%
4泊以上	45	3.0%
日帰り	129	8.5%
総計	1517	100.0%

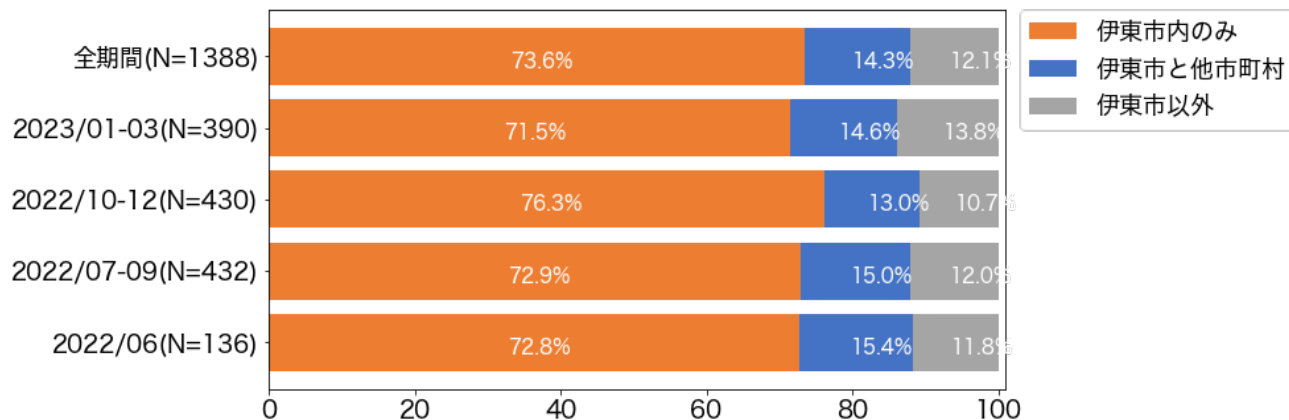
宿泊する地域

- 「日帰り」以外の回答者の宿泊する地域としては、「伊東市内のみ」が73.6%と約4分の3を占め、「伊東市と他市町村」が14.3%、「伊東市以外」が12.1%の順となっている。

【全期間】

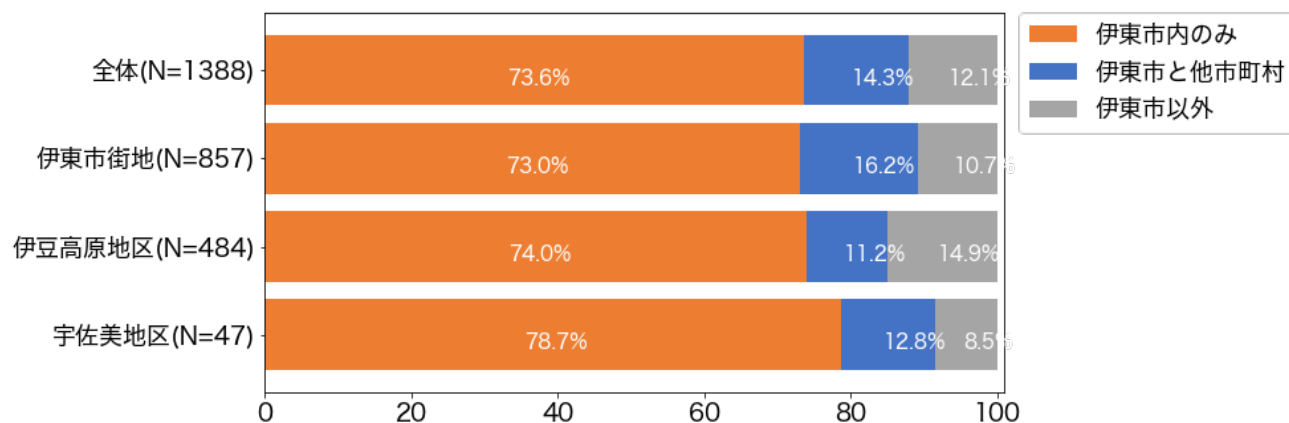


【四半期別クロス】



宿泊する地域	件数	割合
伊東市内のみ	1021	73.6%
伊東市と他市町村	199	14.3%
伊東市以外	168	12.1%
総計	1388	100.0%

【回答エリア別クロス】

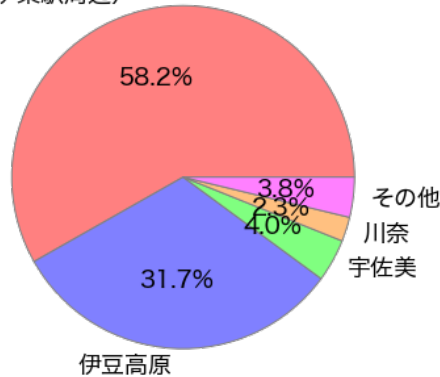


伊東市内で宿泊するエリア

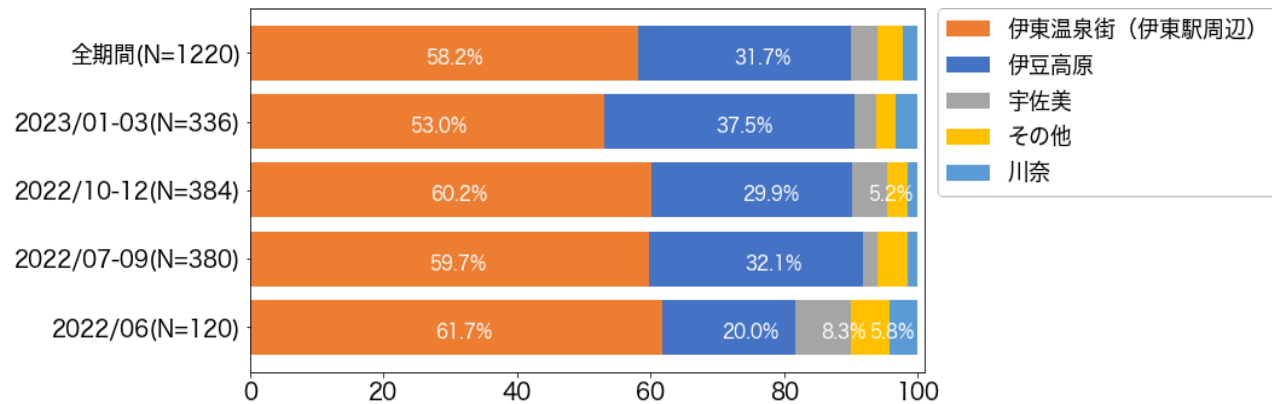
- 「日帰り」以外で「伊東市内」に宿泊する回答者の宿泊エリアとしては、「伊東市温泉街」が58.2%と最も多くなり、次いで「伊豆高原」が31.7%の順となっている。
- 回答エリア別では、回答したエリアの宿泊割合が7割から8割を占めて、妥当な結果が得られている。

【全期間】

伊東温泉街（伊東駅周辺）

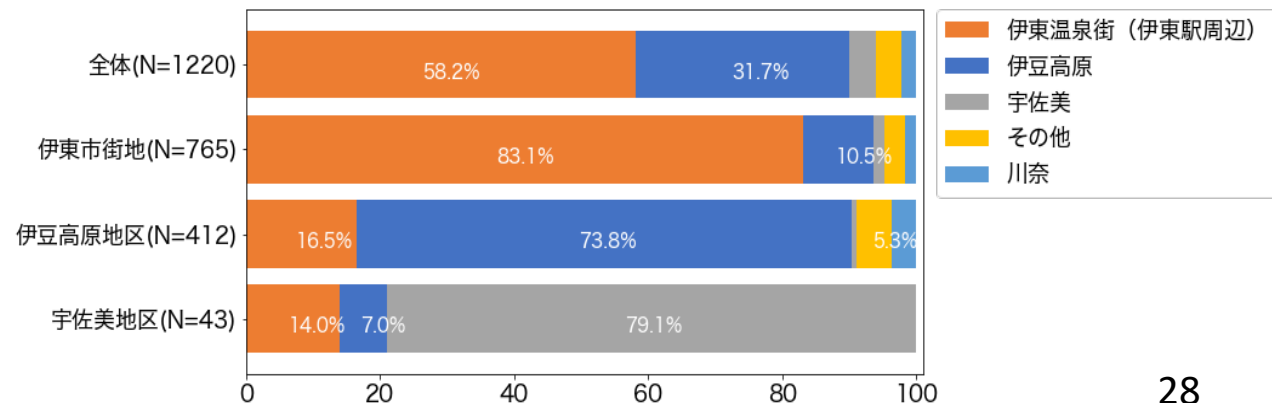


【四半期別クロス】



市内宿泊エリア	件数	割合
伊東温泉街（伊東駅周辺）	710	58.2%
伊豆高原	387	31.7%
宇佐美	49	4.0%
川奈	28	2.3%
その他	46	3.8%
総計	1220	100.0%

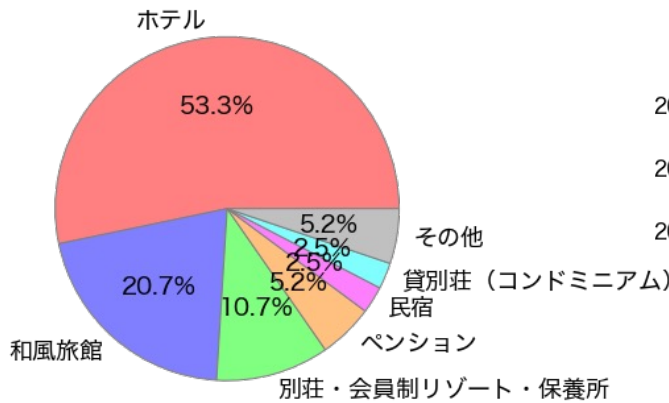
【回答エリア別クロス】



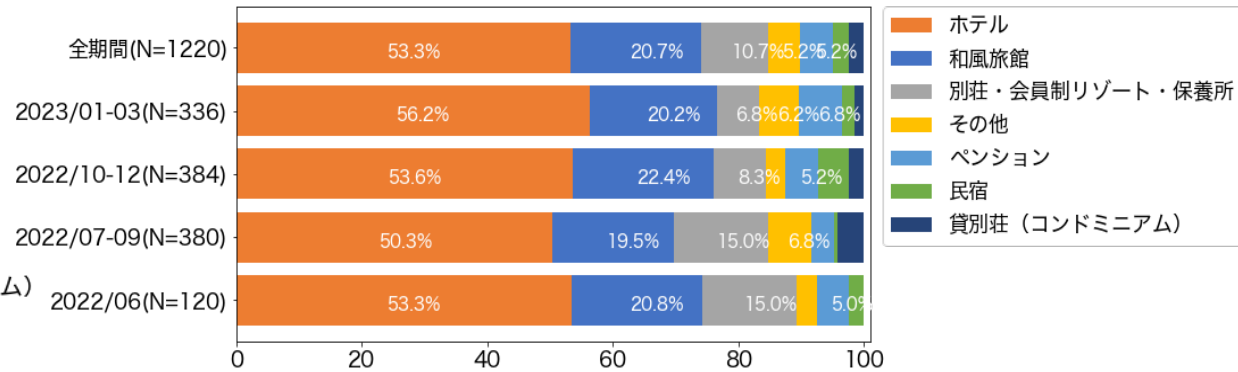
伊東市内で宿泊する施設種別

- 「伊東市内」に宿泊する回答者の宿泊する施設種別としては、「ホテル」が53.3%と最も多くなり、次いで「和風旅館」が20.7%の順となっている。
- 回答エリア別では、伊東市街地では「ホテル」の割合が他エリアと比較して相対的に高く、伊豆高原地区では「別荘・会員制リゾート・保養所」「ペンション」の割合が相対的に高くなっている。

【全期間】

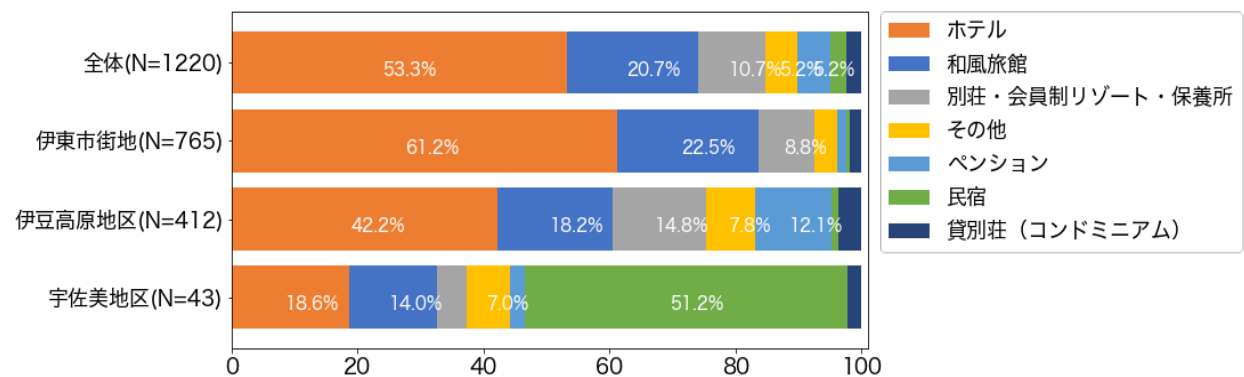


【四半期別クロス】



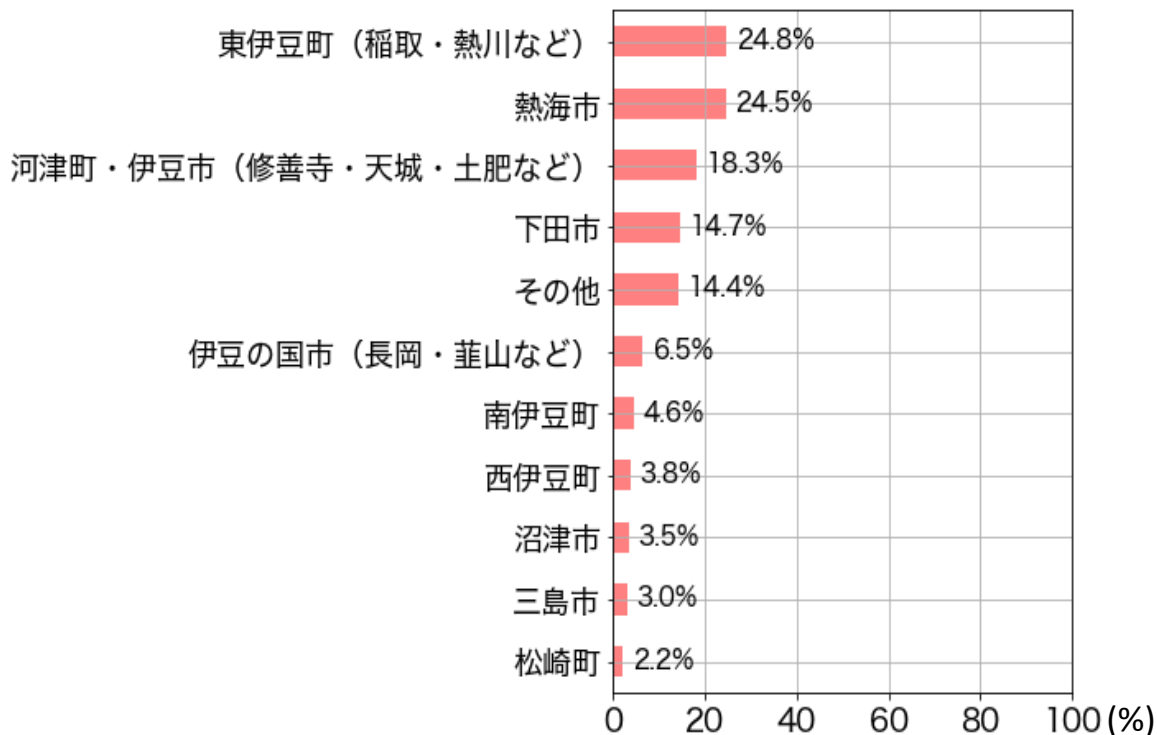
市内宿泊種別	件数	割合
ホテル	650	53.3%
和風旅館	253	20.7%
別荘・会員制リゾート・保養所	130	10.7%
ペンション	63	5.2%
民宿	31	2.5%
貸別荘（コンドミニアム）	30	2.5%
その他	63	5.2%
総計	1220	100.0%

【回答エリア別クロス】



伊東市以外の宿泊地

- 伊東市以外の宿泊地としては、「東伊豆町」が24.8%と最も多くなり、ほぼ同率で「熱海市」が24.5%となった。
- その他、「河津町・伊豆市」「下田市」といった市町が上位となった。



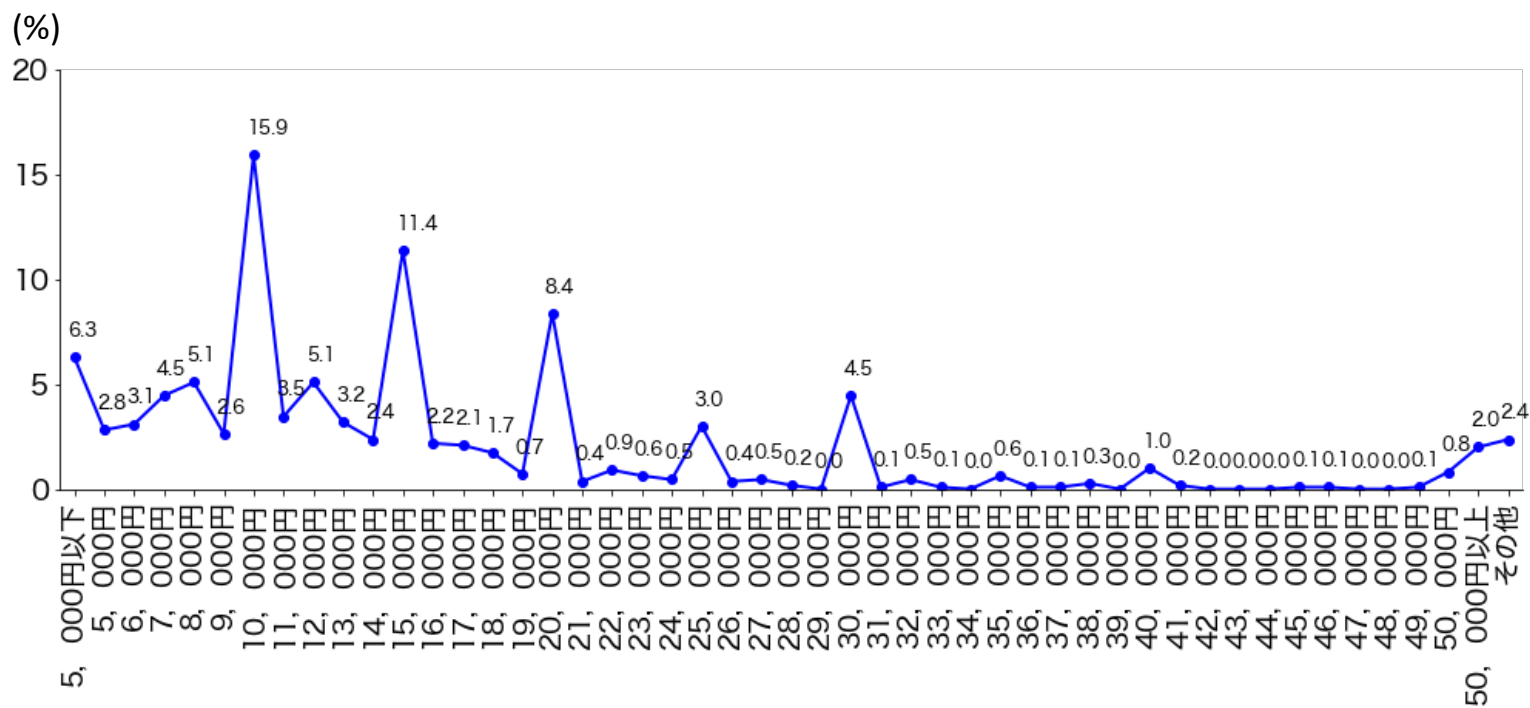
【複数選択可】 N=367

伊東市以外の宿泊地	件数	割合
東伊豆町 (稲取・熱川など)	91	24.8%
熱海市	90	24.5%
河津町・伊豆市 (修善寺・天城・土肥など)	67	18.3%
下田市	54	14.7%
その他	53	14.4%
伊豆の国市 (長岡・菰山など)	24	6.5%
南伊豆町	17	4.6%
西伊豆町	14	3.8%
沼津市	13	3.5%
三島市	11	3.0%
松崎町	8	2.2%

伊東市内での1人当たり1泊の宿泊費①

- 1人当たり1泊の宿泊費については、同一の選択肢を用いた7月以降についてのみ集計。
- 10,000円が15.9%と最も多く、15,000円が11.4%、20,000円が8.4%と続く。
- 50,000円と50,000円以上を合わせると2.8%となった。

【6月を除く全期間】

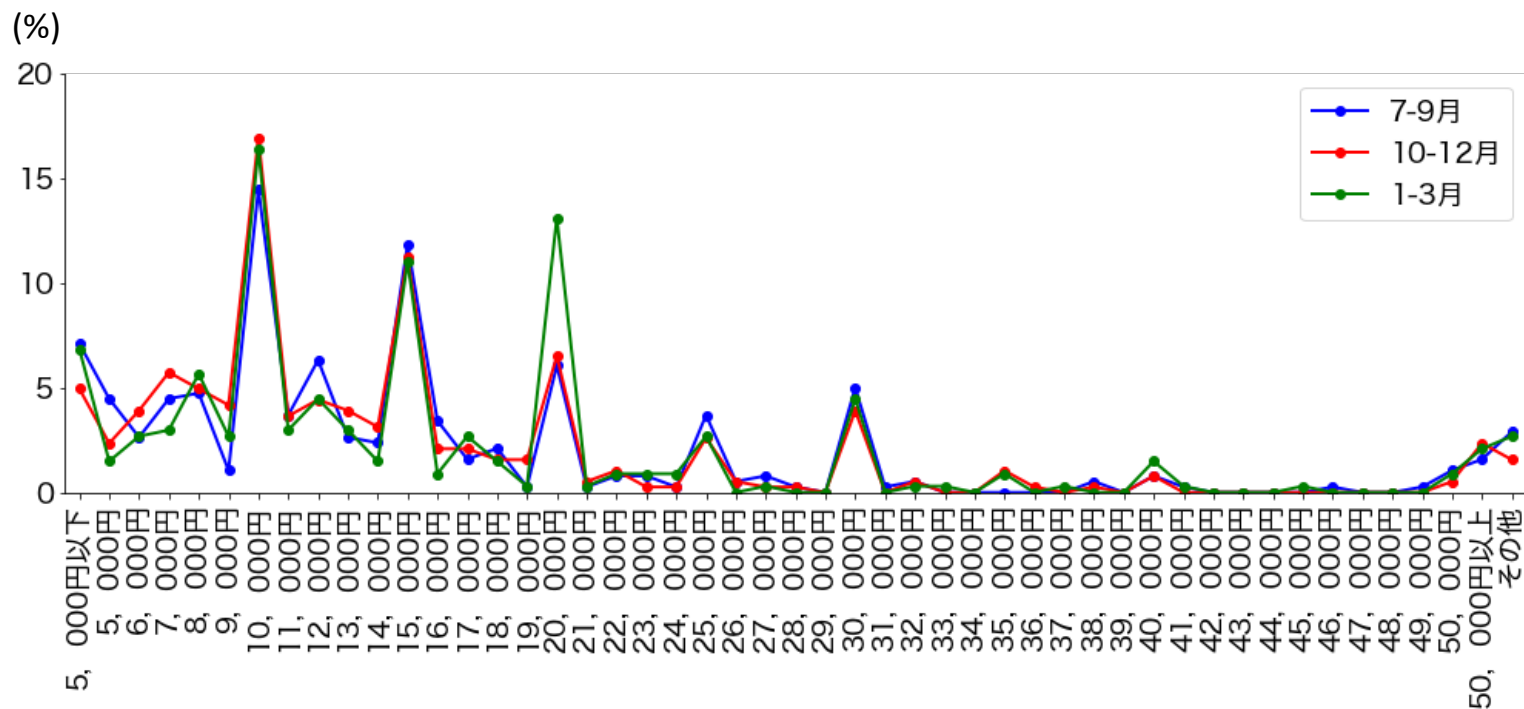


※「その他」・・・「わからない(ツアー料金に含まれる等)」

伊東市内での1人当たり1泊の宿泊費②

- 四半期別では、10,000円の割合が7月～9月期の14.5%から、10月～12月期では16.9%と増加し、1月～3月期も同水準となっている。
- 15,000円の割合は、各期間で11%台と大きな変化は見られない。
- 20,000円の割合は、1月～3月期に前期間の2倍以上の増加となっている。

【四半期別クロス】

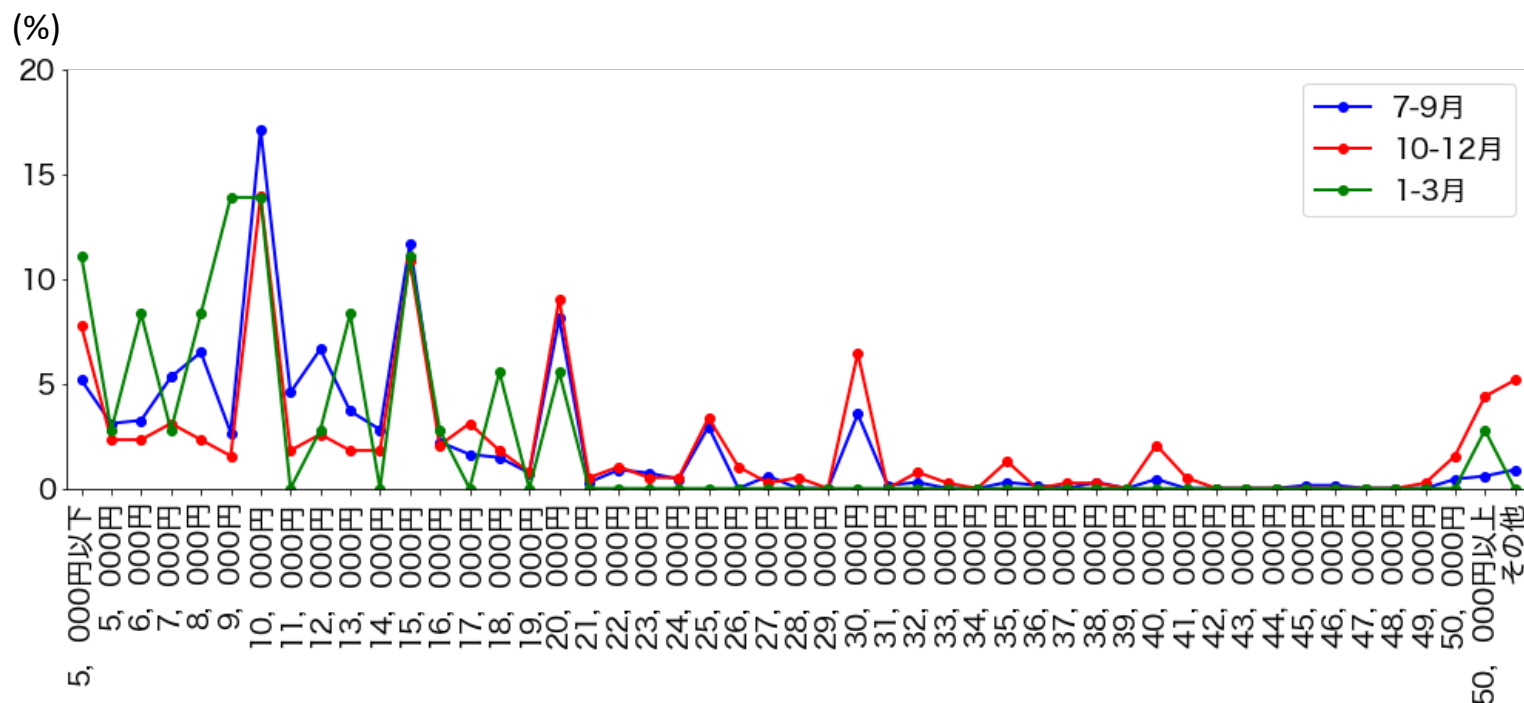


※「その他」・・・「わからない(ツアー料金に含まれる等)」

伊東市内での1人当たり1泊の宿泊費③

- 伊東市街地と伊豆高原地区を比較すると、5,000円以下の割合は伊豆高原地区が高い一方で、10,000円台の割合は伊東市街地が高く、20,000円台以上は伊豆高原地区が高くなっている。
- 宇佐美地区は低価格帯に偏りがみられる一方で、50,000円以上が2.8%となった。

【回答エリア別クロス】

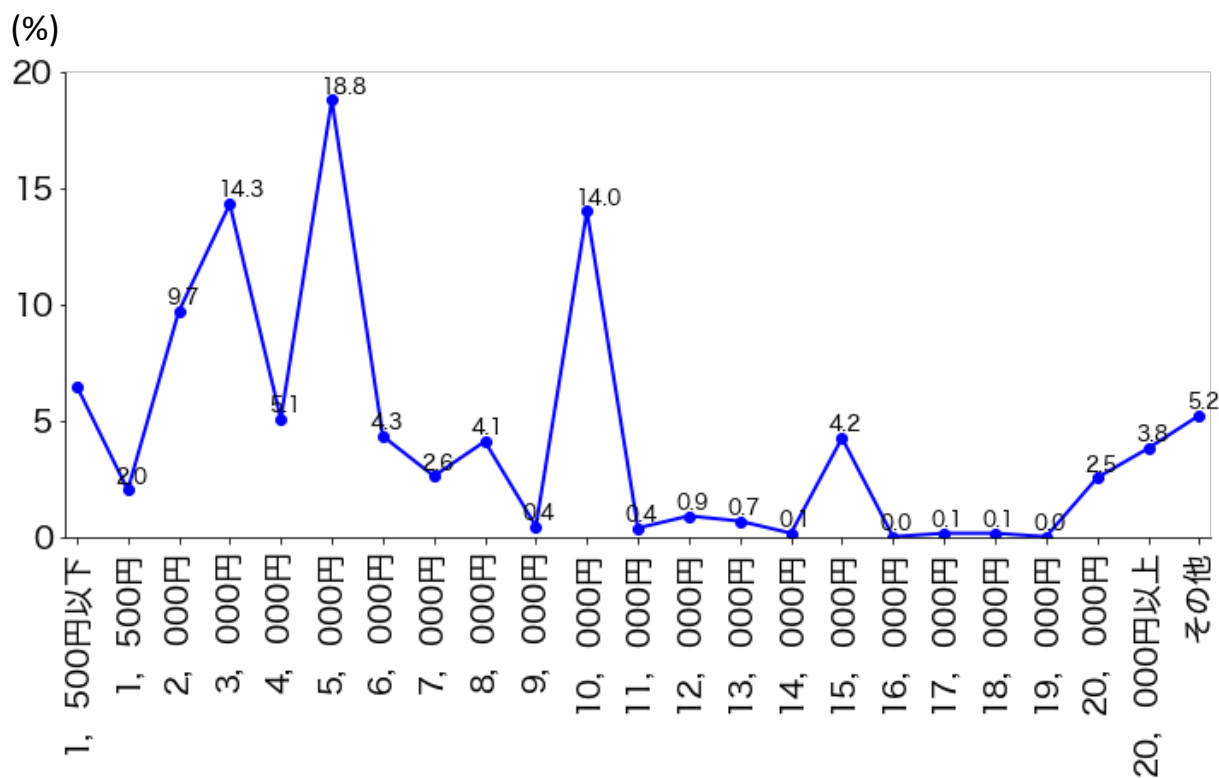


※「その他」・・・「わからない(ツアー料金に含まれる等)」

伊東市内での1人当たりの飲食費①

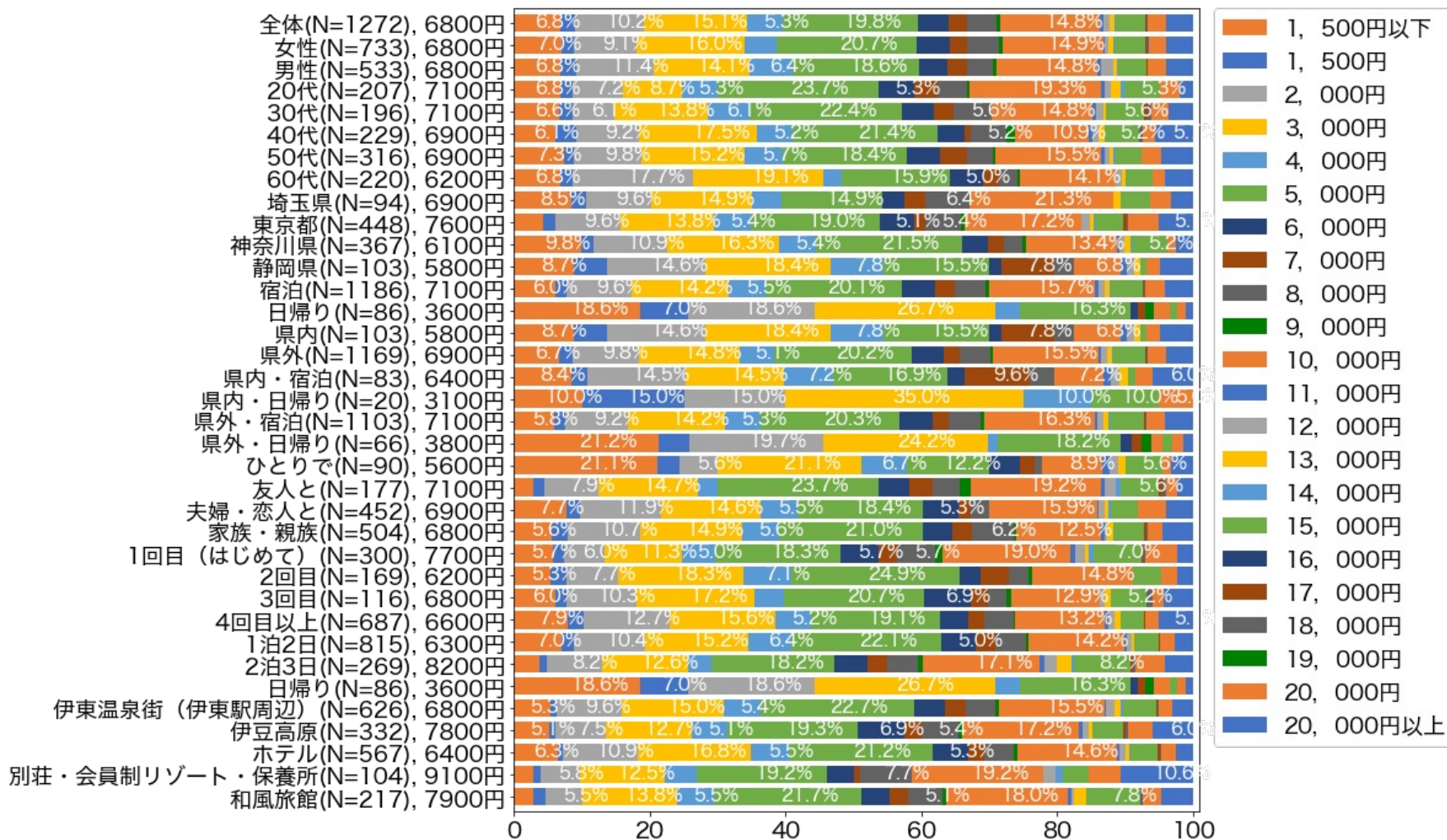
- 1人当たりの飲食費については、同一の選択肢を用いた7月以降についてのみ集計。
- 5,000円が18.8%と最も多く、3,000円が14.3%、10,000円が14.0%と続く。
- 20,000円と20,000円以上を合わせると6.3%となった。

【6月を除く全期間】



※「その他」・・・「飲食しない」

伊東市内での1人当たりの飲食費②

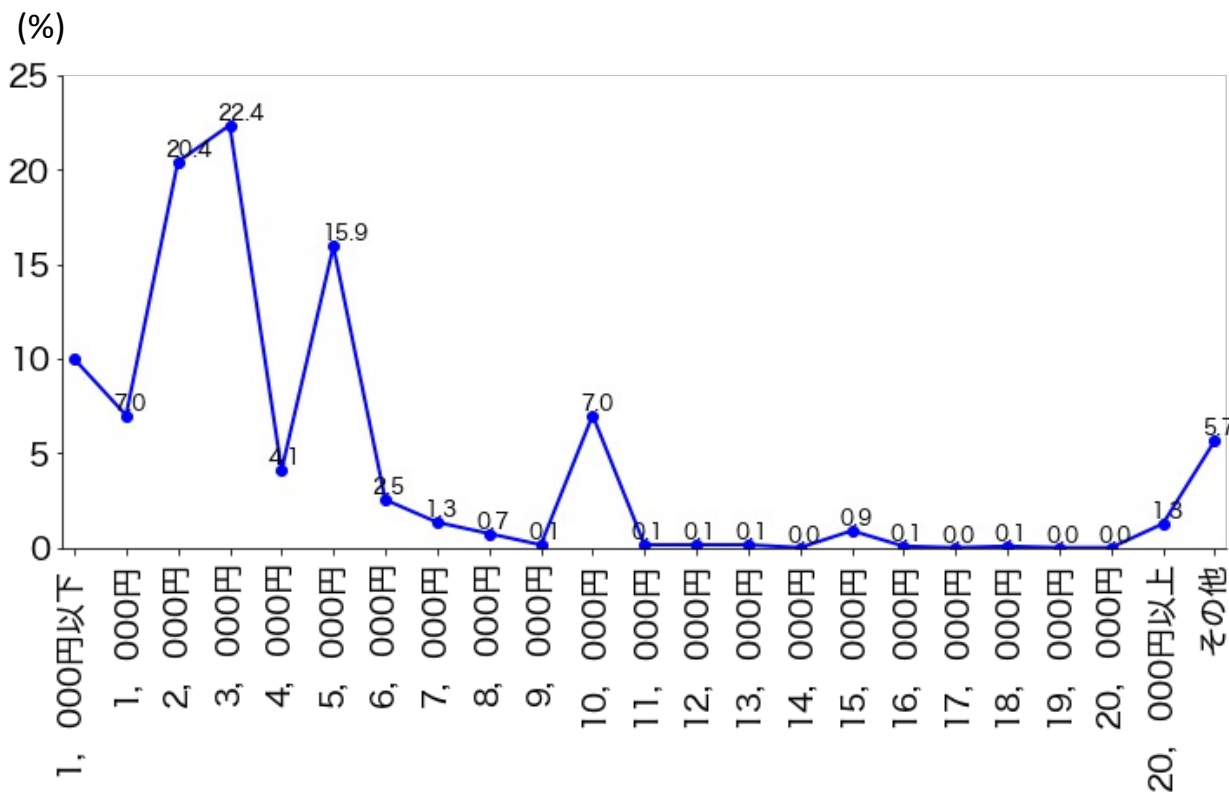


※「その他」を除外。平均額は1,500円以下を1,000円、20,000円以上を25,000円として算出。

伊東市内での1人当たりの土産購入費①

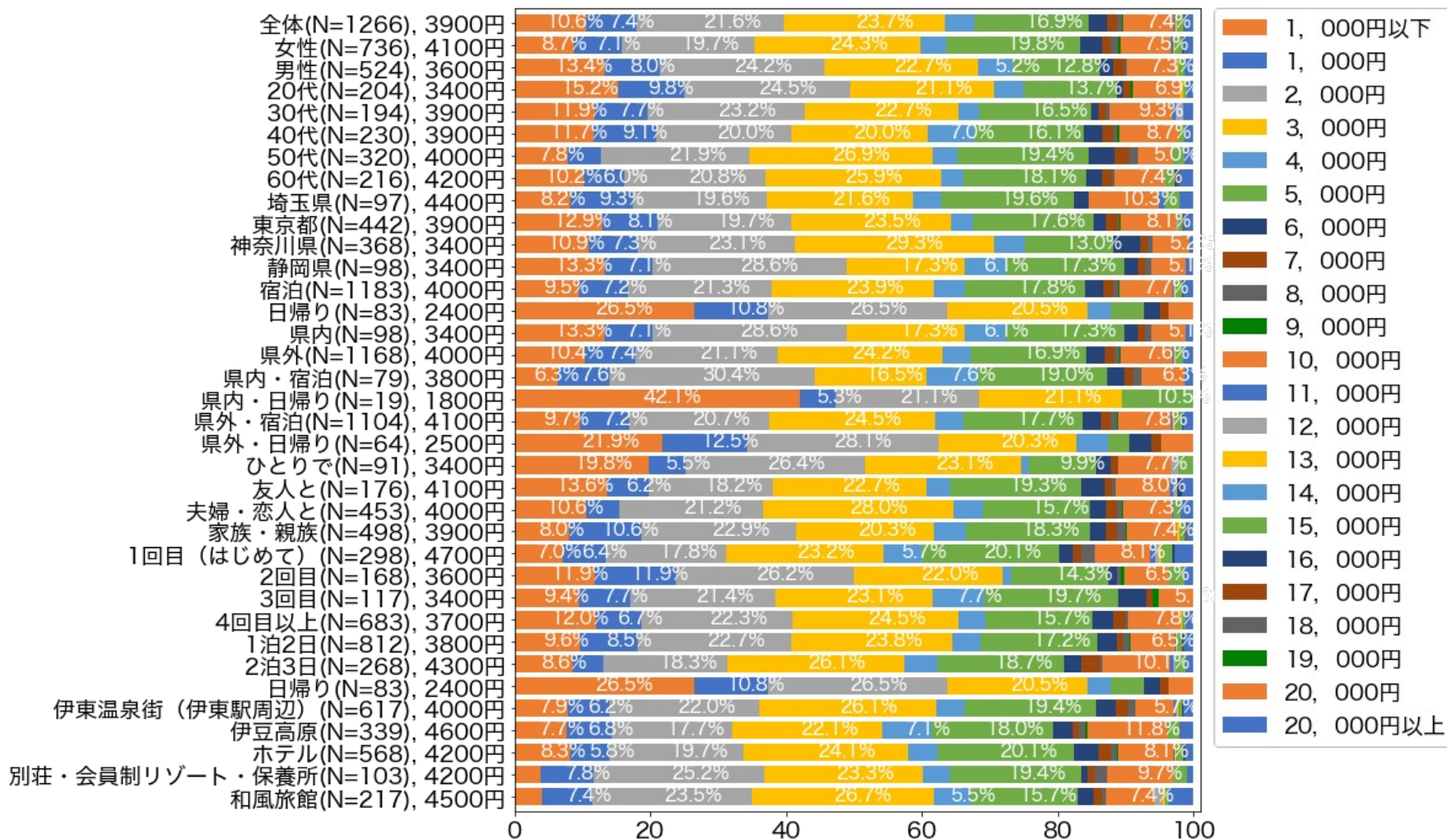
- 1人当たりの土産購入費については、同一の選択肢を用いた7月以降についてのみ集計。
- 3,000円が22.4%と最も多く、2,000円が20.4%、5,000円が15.9%と続く。
- その他（購入しない）も15.6%と大きな割合を占めた。

【6月を除く全期間】



※「その他」・・・「購入しない」

伊東市内での1人当たりの土産購入費②

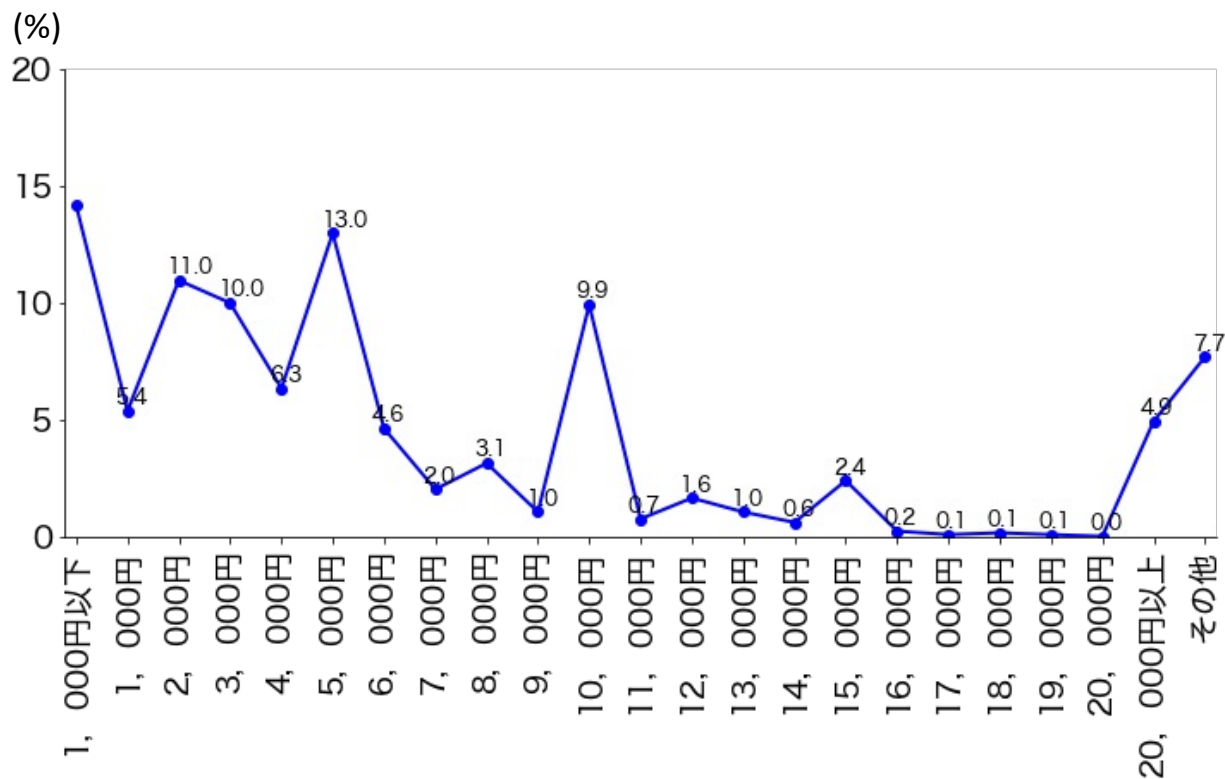


※「その他」を除外。平均額は1,000円以下を500円、20,000円以上を25,000円として算出。

伊東市内での1人当たりの交通費①

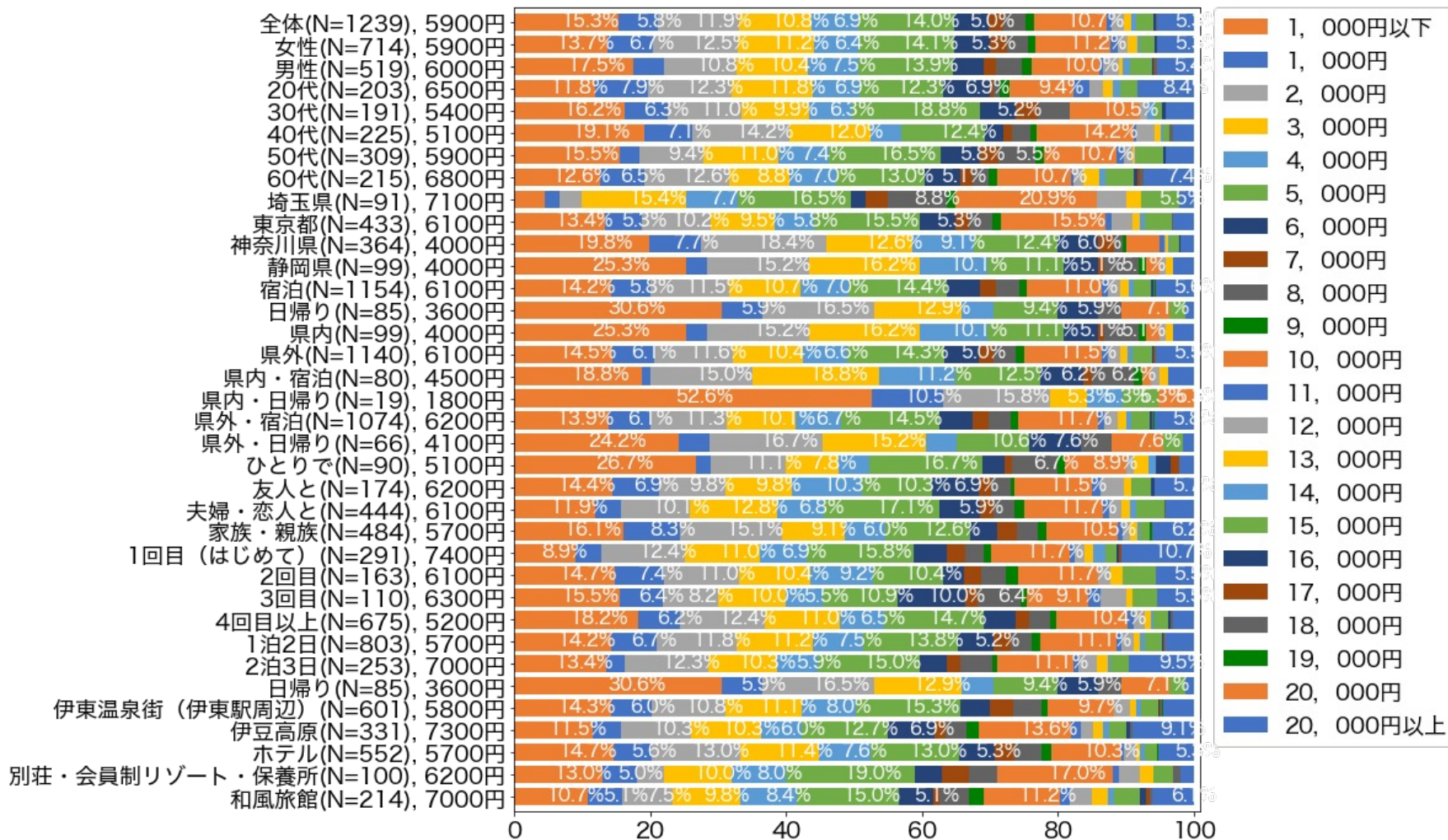
- 1人当たりの交通費については、同一の選択肢を用いた7月以降についてのみ集計。
- 1,000円以下が14.2%と最も多く、5,000円が13.0%、10,000円が9.9%と続く。

【6月を除く全期間】



※「その他」・・・「わからない(ツアー料金に含まれる等)」

伊東市内での1人当たりの交通費②



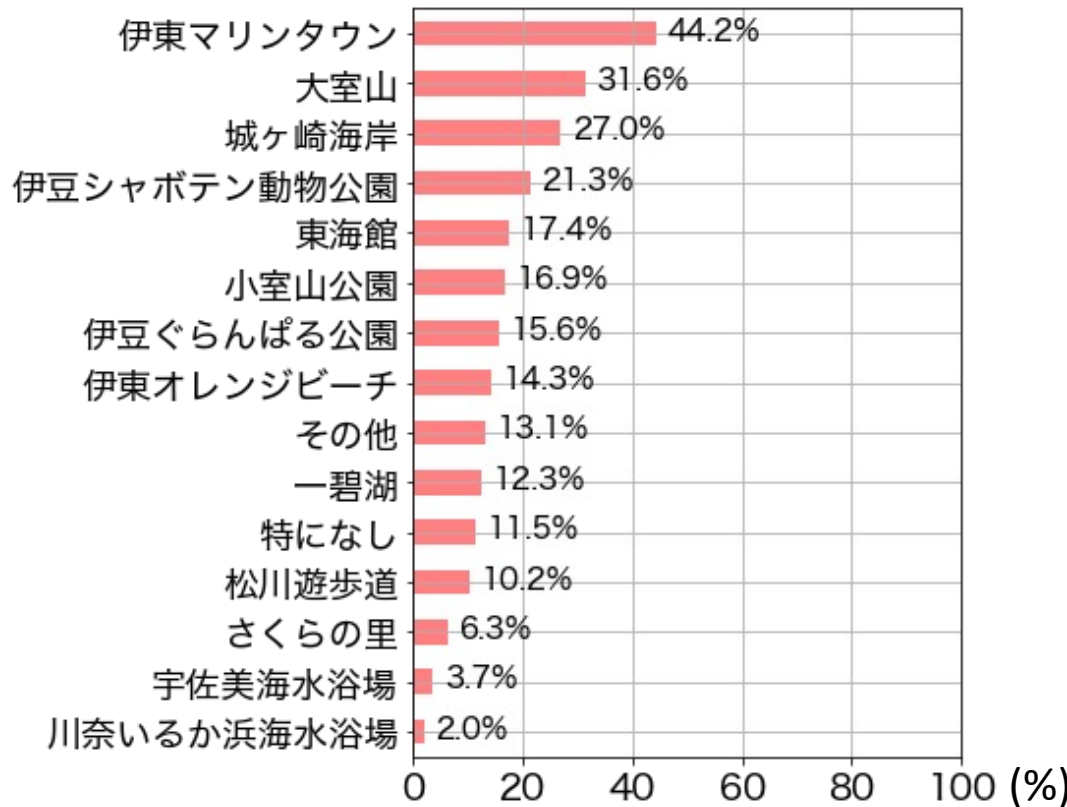
※「その他」を除外。平均額は1,000円以下を500円、20,000円以上を25,000円として算出。

伊東市内で訪れた（予定含む）観光スポット①



- 伊東市内で訪れた（訪問予定含む）観光スポットとしては、「伊東マリンタウン」が44.2%と最も多く、次いで「大室山」が31.6%、「城ヶ崎海岸」が27.0%、「伊豆シャボテン動物公園」が21.3%の順となった。
- ビーチや海水浴場については、「伊東オレンジビーチ」の14.3%が最も多く、それ以外の海水浴場は4%以下となった。

【複数選択可】 N=1517



訪問済・訪問予定観光スポット	件数	割合
伊東マリンタウン	671	44.2%
大室山	479	31.6%
城ヶ崎海岸	409	27.0%
伊豆シャボテン動物公園	323	21.3%
東海館	264	17.4%
小室山公園	256	16.9%
伊豆ぐらんぱる公園	236	15.6%
伊東オレンジビーチ	217	14.3%
その他	199	13.1%
一碧湖	187	12.3%
特になし	175	11.5%
松川遊歩道	155	10.2%
さくらの里	96	6.3%
宇佐美海水浴場	56	3.7%
川奈いるか浜海水浴場	30	2.0%

伊東市内で訪れた（予定含む）観光スポット②



・ 訪問先を「その他」とした回答者の自由回答

テディベアミュージアム、池田20世紀美術館、川奈ステンドグラス美術館、赤沢温泉、バナナワニ園、愛犬の駅 伊豆高原、陶芸体験、ニューヨークランプミュージアム&フラワーガーデン、商店街、河津桜、ゴールド川奈カントリークラブ、めちゃくちゃ市、まぼろし博覧会、みかん狩り、ゴルフ、ねこの博物館、伊東なぎさ公園、アニマルキングダム、天城山、いちご狩り、さくら坂、吊り橋、グランイルミ、小室山、カフェ、熱海城、サイクルスポーツセンター、汐吹公園、伊豆ぐらんぱるぼーと、観音亭、クラフトハウス、怪しい少年少女博物館、美術館、伊豆高原ビール、音無神社、メルローズマーケット、かっぱれ、つりばし、不動の滝、矢筈山、吹きガラス体験、ふじいち、神社、池、焼肉ふじ、アンティークジュエリー、松川藤の広場、ラーメン店、まるたか、松月院、天城峠、浜の湯、立寄り湯、ガラス工房ニカイ、備屋珈琲、大原農園、汐吹岩、伊東市文化財管理センター、自然な景色と海、熱海フーア、散歩、よさこい祭り、山登り、ミュージアム、三島スカイウォーク、ペリーロード、三筋山、東海館、五味屋、ドライブ、橋立吊橋、万華鏡、魚河岸(テイクアウト)、風の薫隣の浜、魚屋、かわずさくら、居酒屋、カフェ【りとりと】、吉田家(ラーメン屋)、イベント会場、反射炉、イエスストロベリー、観音寺そば打ち、伊東佑親公に関係する地を観光、鎌倉殿の13人伊豆の国大河ドラマ館、伊東の商店街、海洋公園、伊東カントリークラブ、海沿いを走る、わさび工場、八幡野窯、よねかわの足湯、花火、やすらぎの郷、八幡宮来宮神社、道の駅、下田海中水族館、野坂オートマタ美術館、下田、湯の川商店街、白浜神社、フラワーガーデン、アジアンオールドバザールizU レストラン&雑貨、はますし、misora、ネコの博物館、奥野ダム、木下柰太郎記念館、遠笠山方面、庭やカフェ、宇佐美駅周辺、しまむら、宇佐美のみかん農園、爪木崎水仙まつり、稲取、宝尊寺、一碧湖、ケンズハウスカフェ、伊豆高原体験の里、大淀小淀、伊豆高原駅、ガラス体験、白浜海浜、ガラス工芸、伊豆高原 旅の駅、大室山のお月見特別催事、伊豆海洋公園、えんのかま、伊豆パノラマパーク、いで湯っこ市場、伊豆のへそ、いちごファクトリー、熱海梅園、アンモナイト博物館、伊豆クラフトハウス、富戸、伊藤祐親関連、MOA美術館、温泉むすめのパネルグッズを買いに、izoo、温泉むすめ「伊東椿月」ちゃんのパネルがある観光協会、温泉

※「その他」の訪問先名称については、自由回答に対して、①表記の揺れの補正、②施設名以外の不要な記載を削除、の加工を適用している。

※「伊東市内で訪れた」観光スポットに限定した質問ではあるものの、伊東市外の観光スポットについてもそのまま掲載。

【4件以上回答のあったスポット】

観光スポット名	件数
池田20世紀美術館	22
テディベアミュージアム	19
川奈ステンドグラス美術館	7
赤沢温泉	7
ゴールド川奈カントリークラブ	4
ニューヨークランプミュージアム&フラワーガーデン	4
バナナワニ園	4
商店街	4
陶芸体験	4
河津桜	4
愛犬の駅 伊豆高原	4

伊東市内で訪れた（予定含む）観光スポット③



- 回答エリア別の訪問観光スポットとしては、伊東市街地では「伊東マリンタウン」が59.1%と6割程度が訪問の結果となった。
- 伊豆高原地区では「大室山」が38.0%と最も多くなり、次いで「城ヶ崎海岸」が29.0%で続く。
- 宇佐美地区では「伊東マリンタウン」が40.8%と最も多い一方、他エリアでは訪問率の低い「宇佐美海水浴場」が28.6%と比較的高い訪問率となっている。

【回答エリア別】 クロス

訪問スポット	全体 (件数)	全体 (割合)	伊東市街地 (割合)	伊豆高原地区 (割合)	宇佐美地区 (割合)
伊東マリンタウン	671	44.2%	59.1%	19.2%	40.8%
大室山	479	31.6%	27.8%	38.0%	32.7%
城ヶ崎海岸	409	27.0%	25.8%	29.0%	26.5%
伊豆シャボテン動物公園	323	21.3%	19.2%	24.4%	26.5%
東海館	264	17.4%	24.1%	6.5%	12.2%
小室山公園	256	16.9%	17.3%	15.9%	20.4%
伊豆ぐらんぱる公園	236	15.6%	12.4%	20.7%	18.4%
伊東オレンジビーチ	217	14.3%	19.4%	4.6%	24.5%
その他	199	13.1%	10.3%	17.7%	16.3%
一碧湖	187	12.3%	11.3%	13.3%	20.4%
特になし	175	11.5%	9.2%	15.7%	10.2%
松川遊歩道	155	10.2%	14.6%	3.0%	8.2%
さくらの里	96	6.3%	4.6%	8.9%	10.2%
宇佐美海水浴場	56	3.7%	3.0%	2.6%	28.6%
川奈いるか浜海水浴場	30	2.0%	1.7%	1.8%	8.2%

伊東市内で訪れた（予定含む）観光スポット④



- 四半期別の訪問観光スポットとしては、「伊東マリンタウン」は期間を問わずに40%台の安定した訪問率となっている。
- 「大室山」については、比較的気温の過ごしやすい6月期や10月～12月期に訪問率が上昇している。

【四半期別】
クロス

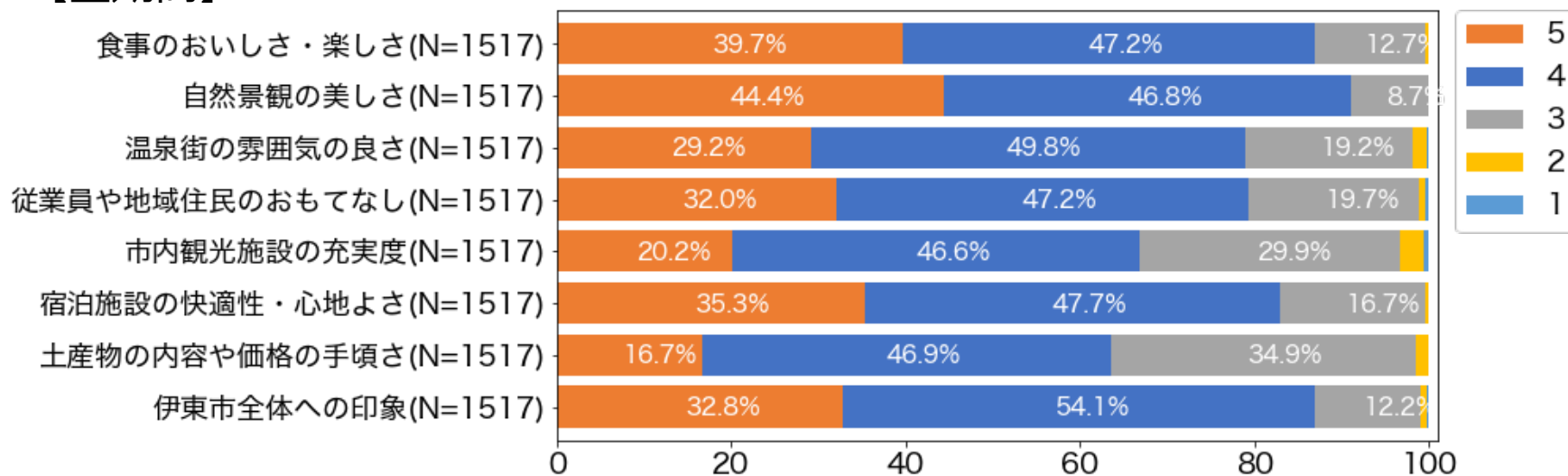
訪問スポット	全体 (件数)	全体 (割合)	2022/06 (割合)	2022/07-10 (割合)	2022/10-12 (割合)	2023/01-03 (割合)
伊東マリンタウン	671	44.2%	44.6%	45.6%	44.4%	42.4%
大室山	479	31.6%	35.4%	29.2%	35.5%	28.3%
城ヶ崎海岸	409	27.0%	23.4%	25.4%	32.0%	24.7%
伊豆シャボテン動物公園	323	21.3%	22.3%	22.2%	21.6%	19.4%
東海館	264	17.4%	6.3%	17.8%	25.4%	12.9%
小室山公園	256	16.9%	12.0%	14.0%	22.5%	16.1%
伊豆ぐらんぱる公園	236	15.6%	17.1%	14.8%	16.8%	14.4%
伊東オレンジビーチ	217	14.3%	12.6%	17.2%	15.2%	10.8%
その他	199	13.1%	6.9%	11.4%	13.7%	17.0%
一碧湖	187	12.3%	11.4%	10.4%	17.2%	9.6%
特になし	175	11.5%	14.9%	11.7%	12.1%	9.4%
松川遊歩道	155	10.2%	1.1%	9.3%	15.7%	9.1%
さくらの里	96	6.3%	6.3%	4.9%	6.6%	7.7%
宇佐美海水浴場	56	3.7%	7.4%	4.7%	2.9%	1.9%
川奈いるか浜海水浴場	30	2.0%	2.9%	2.3%	1.8%	1.4%

伊東市の印象（全体概要）

- 伊東市の印象としては、「自然景観の美しさ」の平均評価が最も高く、次いで「食事のおいしさ」、「宿泊施設の快適性」の順に高い。
- 一方で「土産物の内容や価格の手軽さ」の平均評価が最も低くなり、次いで「市内観光施設の充実度」の評価が低い。
- 伊東市全体の印象は平均評価が4.19となり5段階で4以上の評価となった。

【全期間】

5：非常に良い 4：良い 3：普通 2：悪い 1：非常に悪い



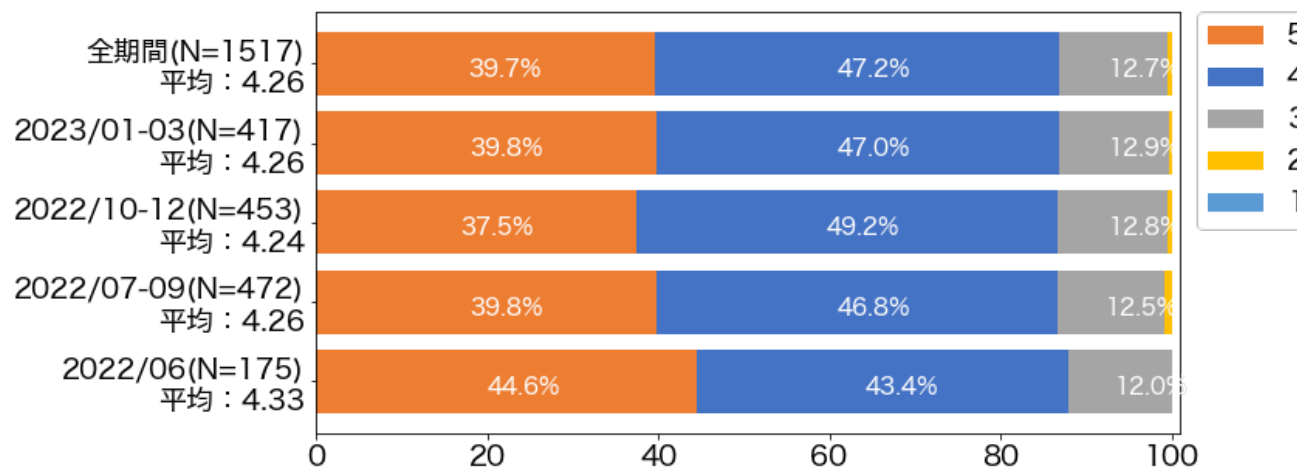
項目	5	4	3	2	1	平均	計
食事のおいしさ・楽しさ	602	716	192	7	0	4.26	1517
自然景観の美しさ	673	710	132	2	0	4.35	1517
温泉街の雰囲気の良い	443	755	292	23	4	4.06	1517
従業員や地域住民のおもてなし	486	716	299	9	7	4.10	1517
市内観光施設の充実度	306	707	454	42	8	3.83	1517
宿泊施設の快適性・心地よさ	535	723	254	3	2	4.18	1517
土産物の内容や価格の手頃さ	253	711	530	23	0	3.79	1517
伊東市全体への印象	498	820	185	10	4	4.19	1517

伊東市の印象「食事のおいしさ・楽しさ」①

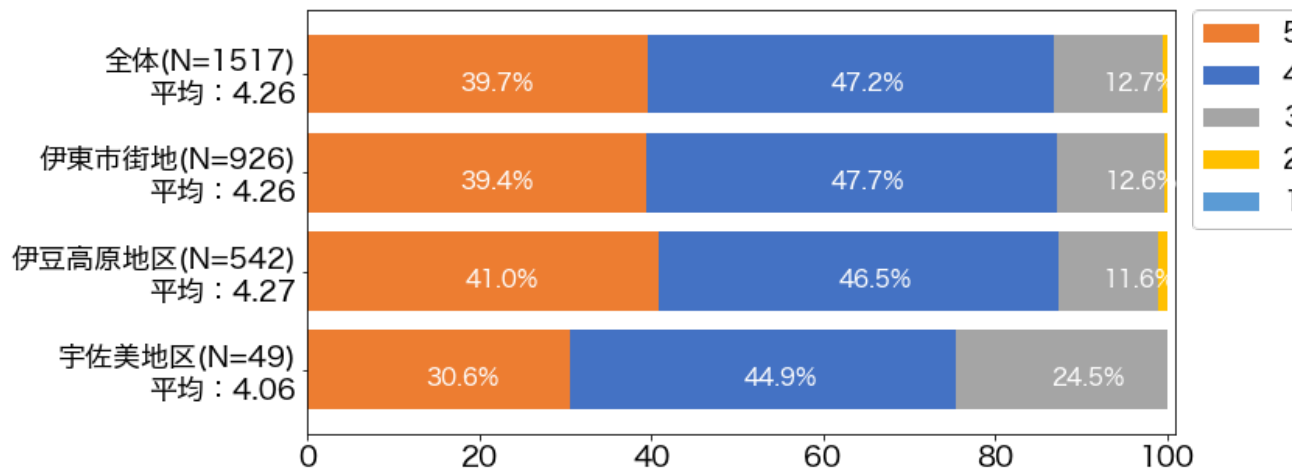


- 「食事のおいしさ・楽しさ」については、各四半期、回答エリアによらず平均評価は4を超えている。

【四半期別クロス】



【回答エリア別クロス】

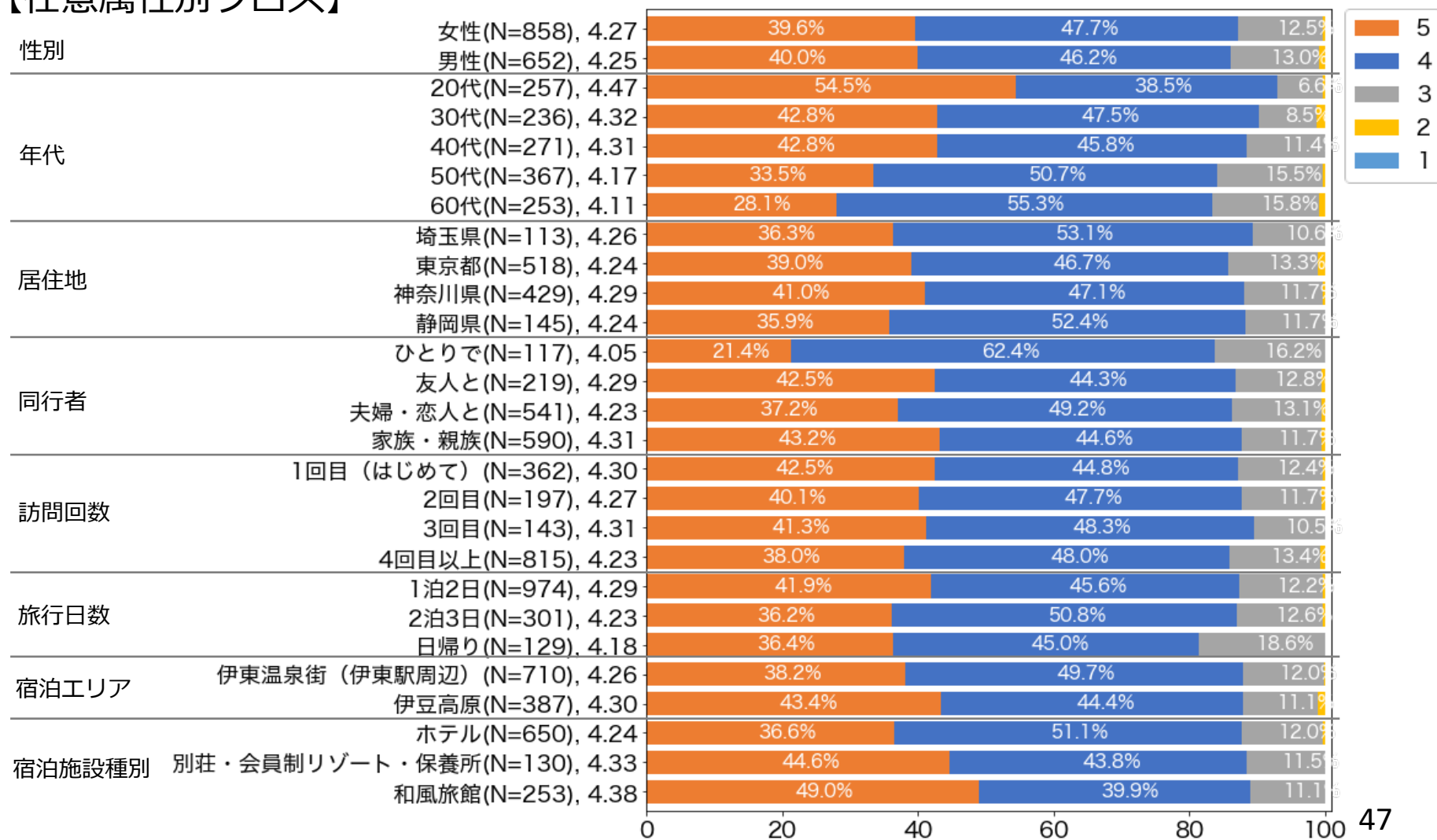


伊東市の印象「食事のおいしさ・楽しさ」②



- 「食事のおいしさ・楽しさ」については、全ての属性で平均評価は4を超えているが、年代が上昇すると評価は低くなる傾向にある。また、ひとり旅行者についても評価が相対的に低くなっている。

【任意属性別クロス】

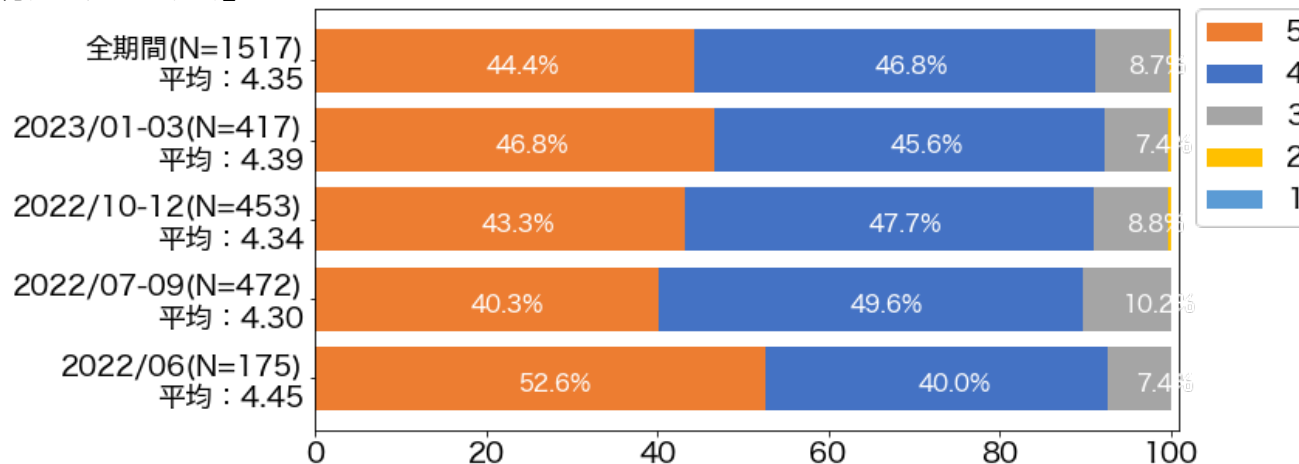


※サンプル数が100以上の属性に限定して集計

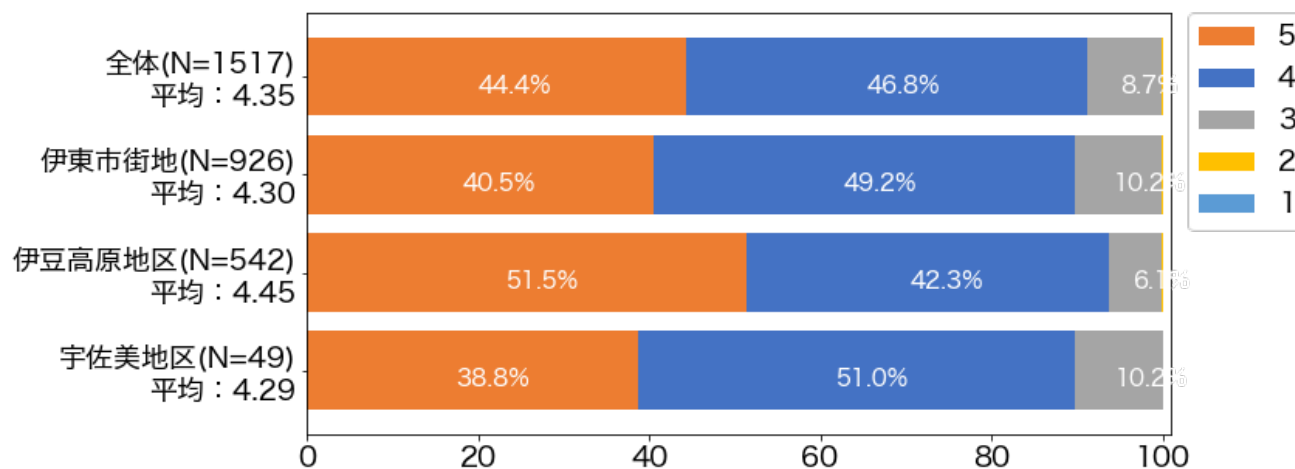
伊東市の印象「自然景観の美しさ」①

- 「自然景観の美しさ」については、各四半期、回答エリアによらず平均評価は4を超えている。
- 伊豆高原地区での回答者の評価が相対的に高くなっている。

【四半期別クロス】



【回答エリア別クロス】

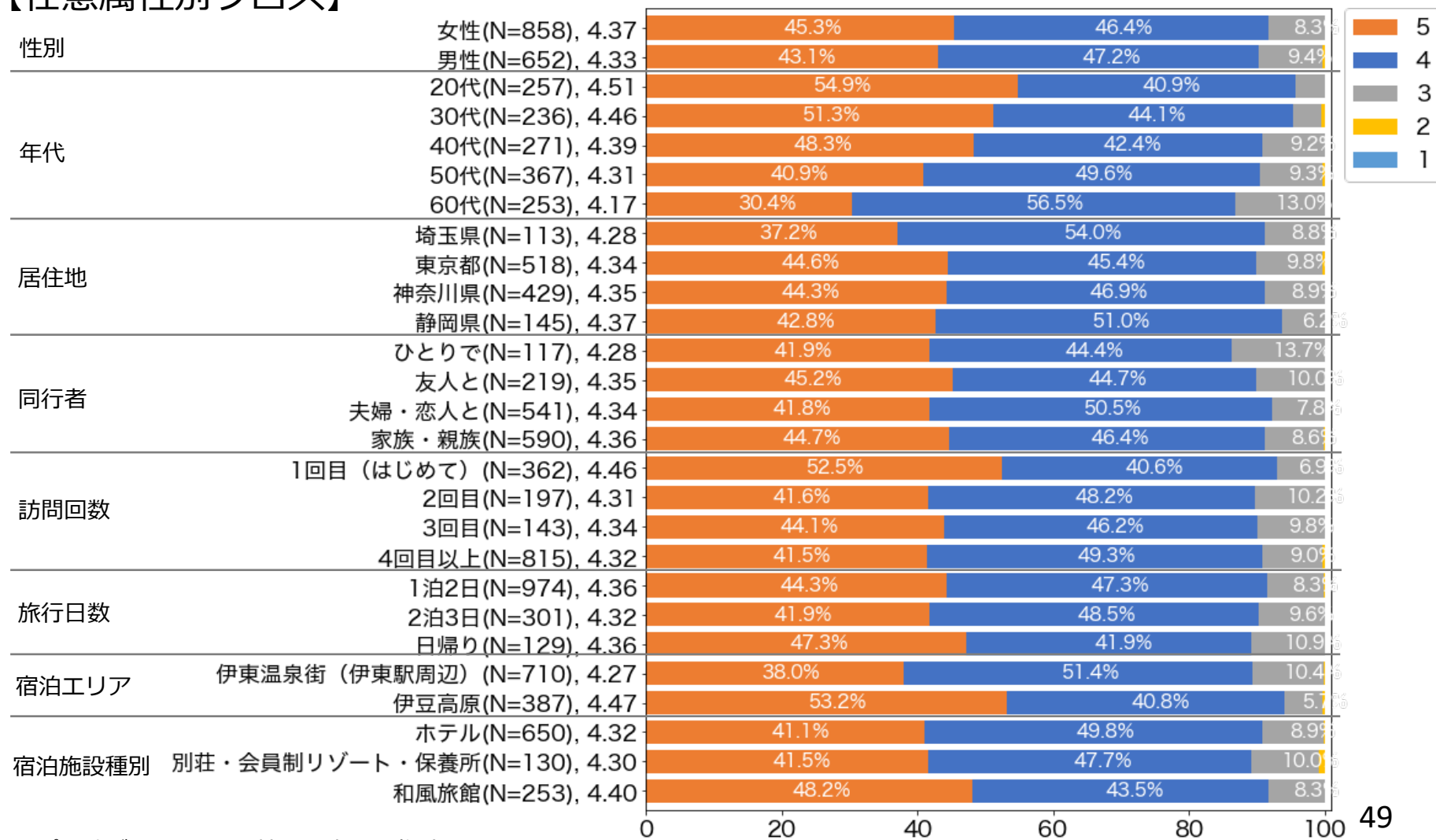


伊東市の印象「自然景観の美しさ」②



- 「自然景観の美しさ」については、全ての属性で平均評価は4を超えているが、年代が上昇すると評価は低くなる傾向にある。また、訪問回数が「はじめて」や「伊豆高原」エリアの宿泊者の評価が相対的に高い。

【任意属性別クロス】



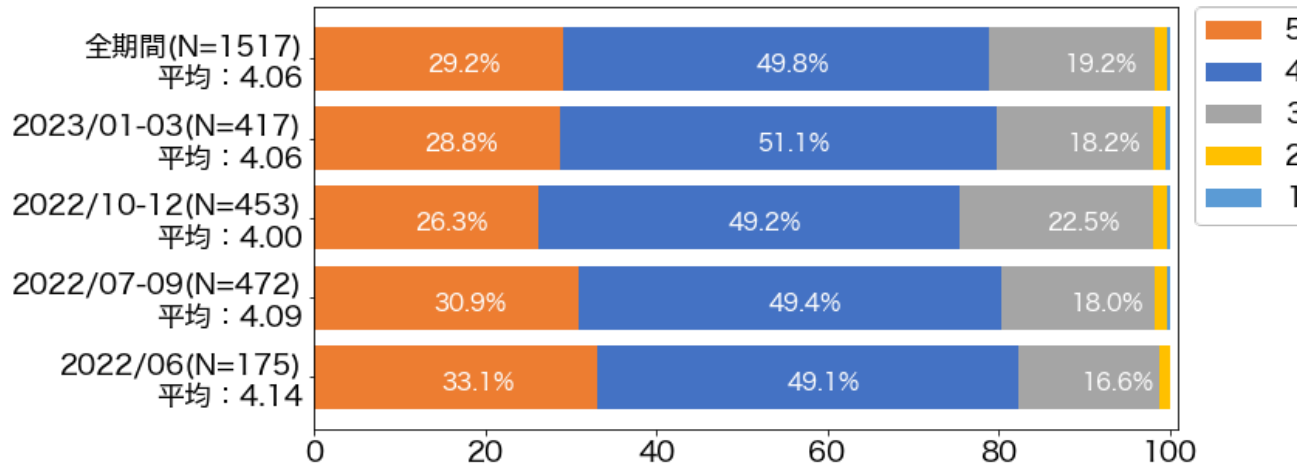
※サンプル数が100以上の属性に限定して集計

伊東市の印象「温泉街の雰囲気の良いさ」①

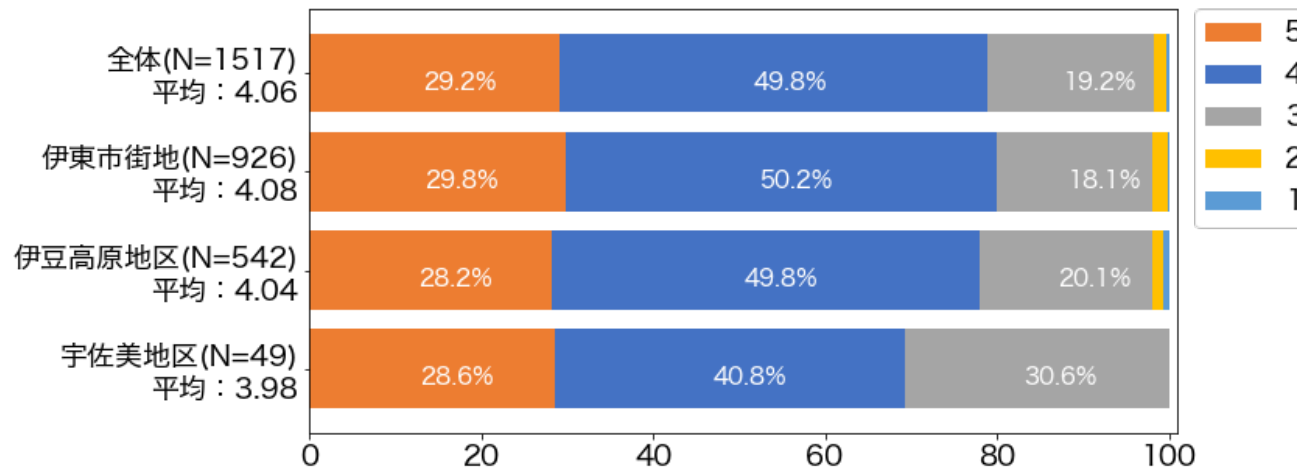


- 「温泉街の雰囲気の良いさ」については、各四半期によらず平均評価は4を超えている。
- 宇佐美地区の平均評価が4を下回っているが、キャンプ場利用者の回答が多いことが要因として考えられる。

【四半期別クロス】



【回答エリア別クロス】

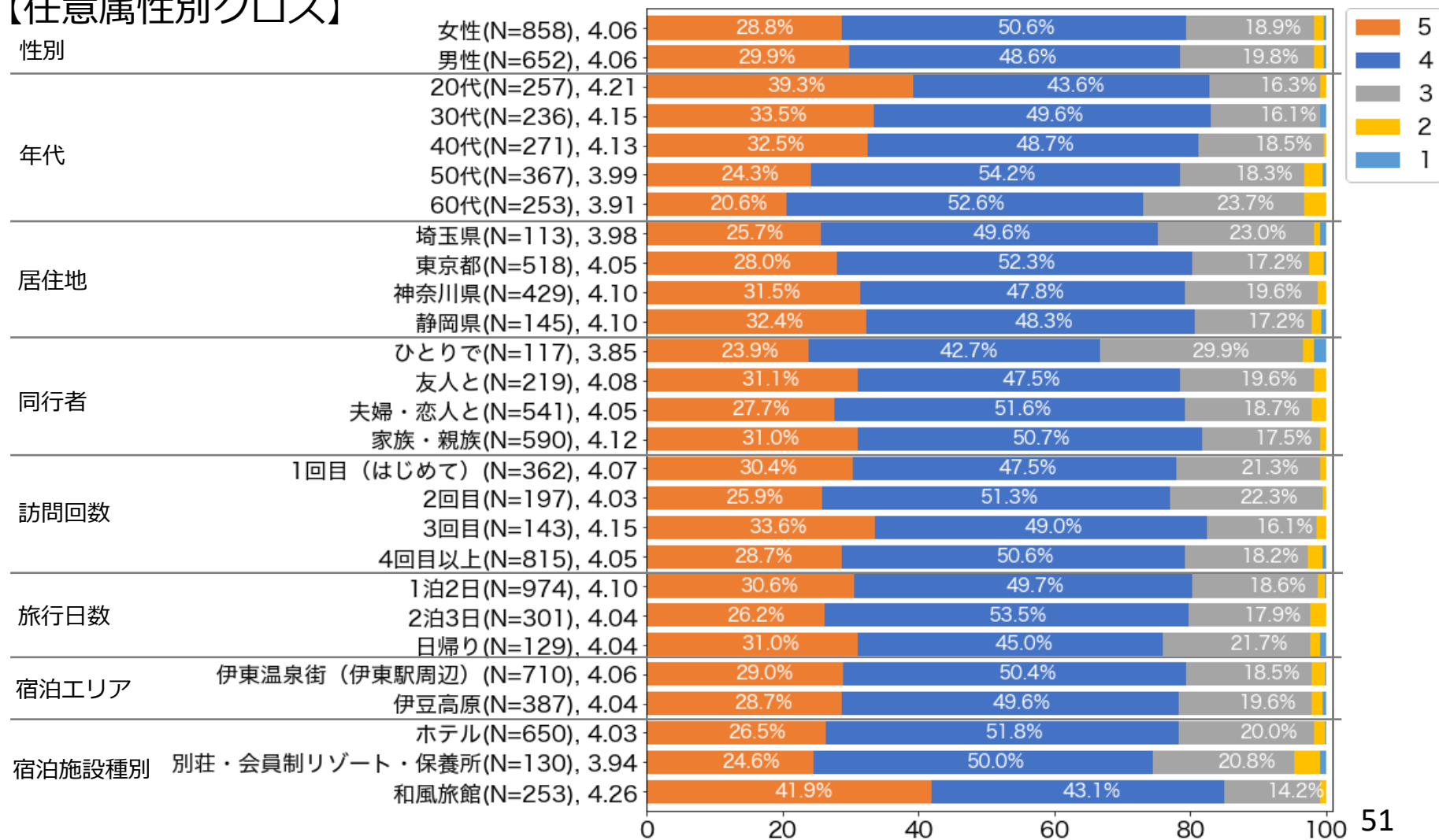


伊東市の印象「温泉街の雰囲気の良いさ」②



- 「温泉街の雰囲気の良いさ」については、年代が上昇すると評価は低くなる傾向にある。また、ひとり旅行者についても評価が相対的に低くなっている。
- 「和風旅館」宿泊者の評価が相対的に高くなっている。

【任意属性別クロス】



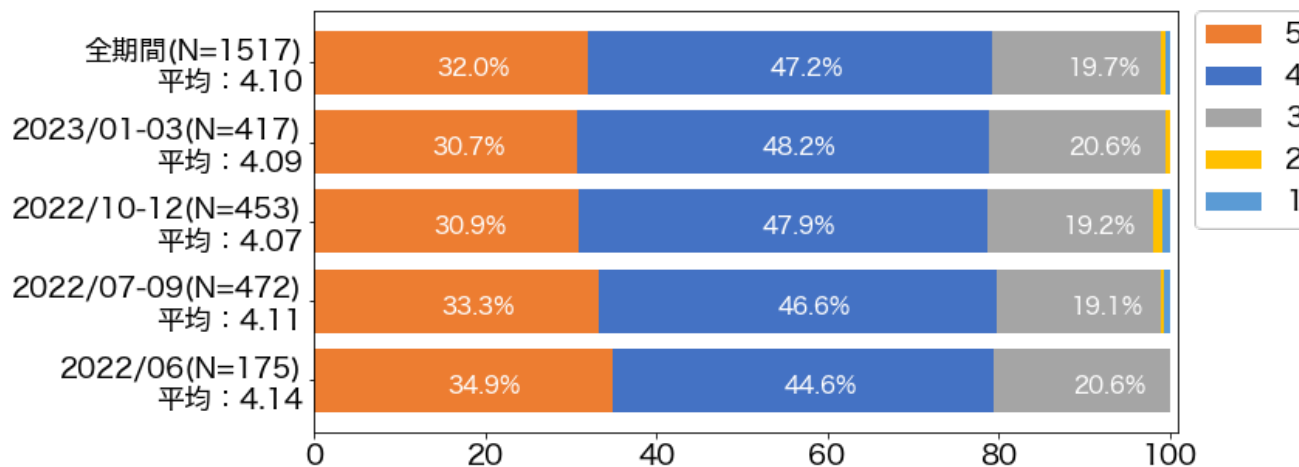
※サンプル数が100以上の属性に限定して集計

伊東市の印象「従業員や地域住民のおもてなし」①

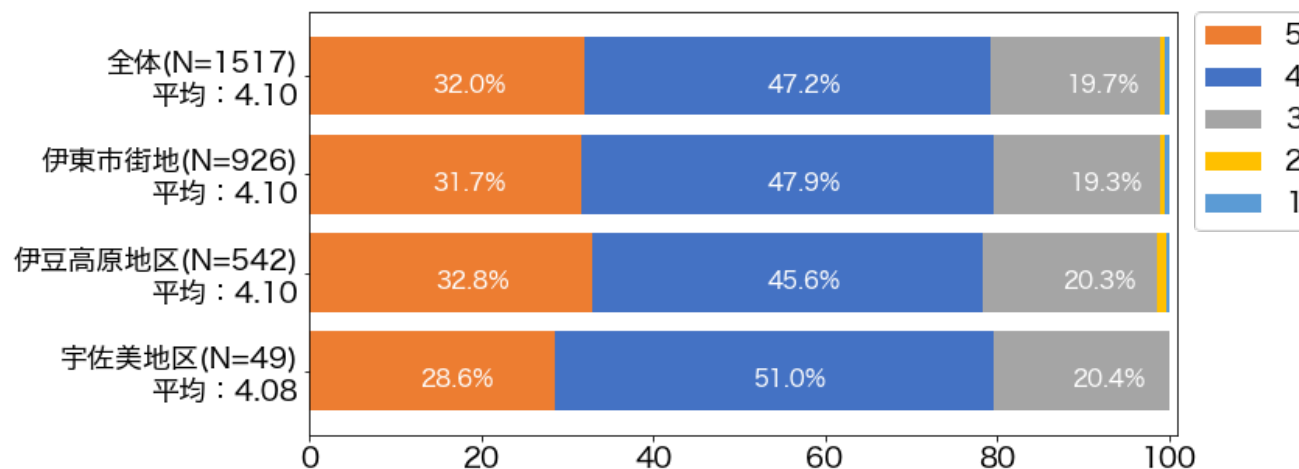


- 「従業員や地域住民のおもてなし」については、各四半期や回答エリアによらず平均評価は4を超えている。

【四半期別クロス】



【回答エリア別クロス】

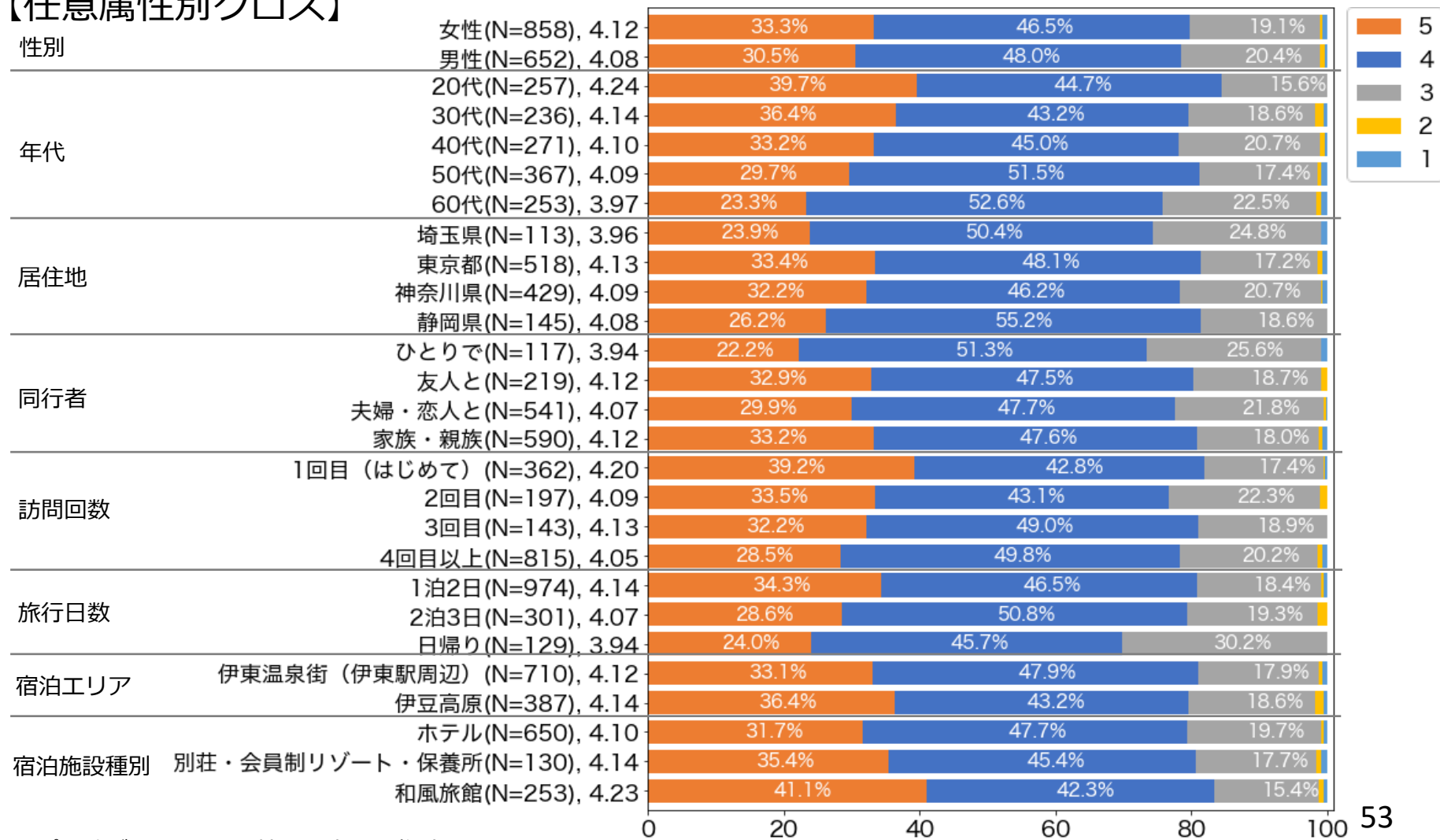


伊東市の印象「従業員や地域住民のおもてなし」②



- 「従業員や地域住民のおもてなし」については、年代が上昇すると評価は低くなる傾向にある。また、ひとり旅行者についても評価が相対的に低くなっている。
- 訪問回数が「はじめて」回答者の評価が相対的に高くなっている。

【任意属性別クロス】

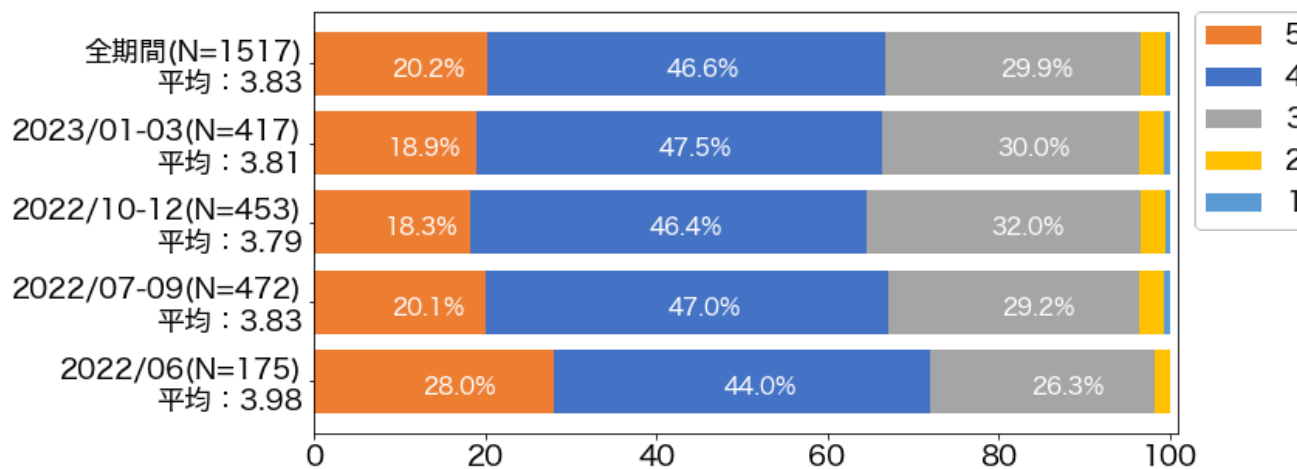


※サンプル数が100以上の属性に限定して集計

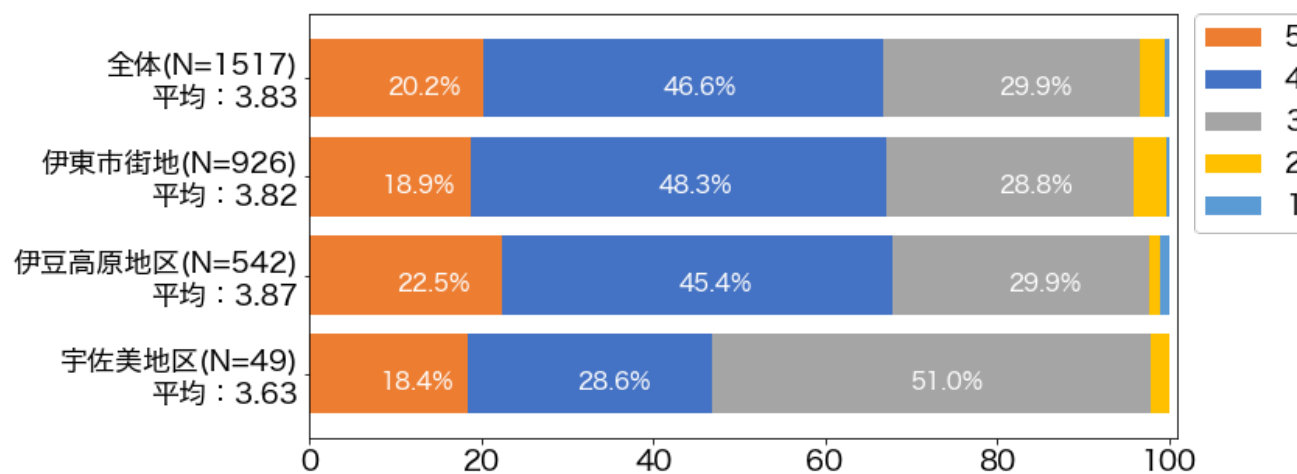
伊東市の印象「市内観光施設の充実度」①

- 「市内観光施設の充実度」については、各四半期、回答エリアにおいて平均評価は3点台後半となっている。
- 宇佐美地区での回答者の平均評価が相対的に低くなっている。

【四半期別クロス】



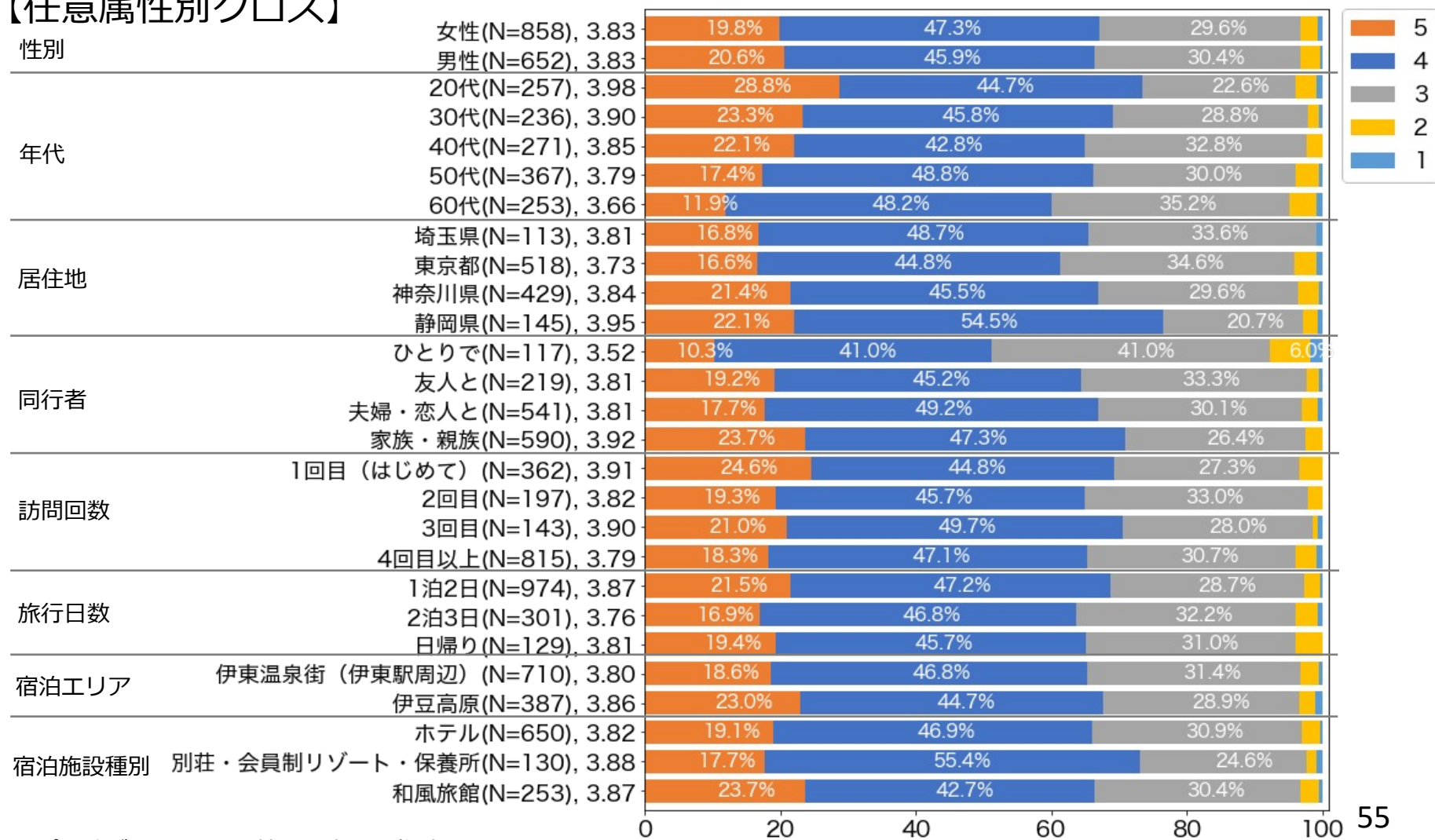
【回答エリア別クロス】



伊東市の印象「市内観光施設の充実度」②

- 「市内観光施設の充実度」については、年代が上昇すると評価は低くなる傾向にある。また、ひとり旅行者についても評価が相対的に低くなっている。

【任意属性別クロス】



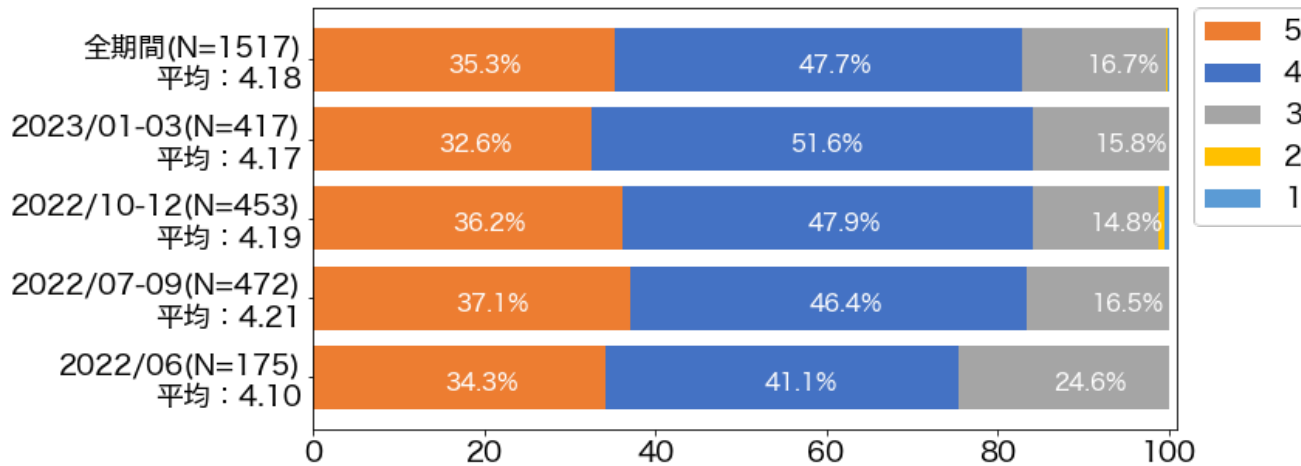
※サンプル数が100以上の属性に限定して集計

伊東市の印象「宿泊施設の快適性・心地よさ」①

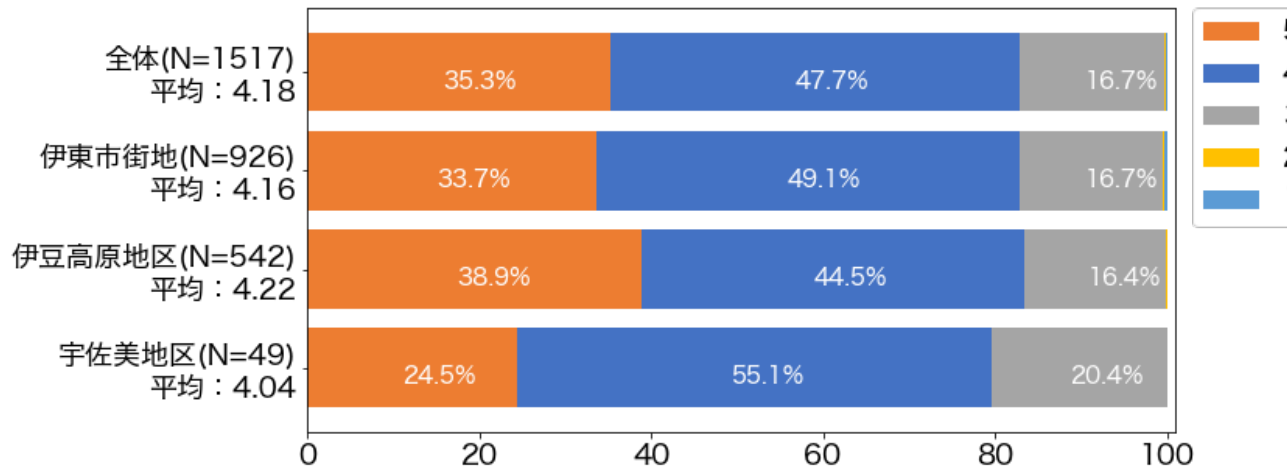


- 「宿泊施設の快適性・心地よさ」については、各四半期、回答エリアによらず平均評価は4を超えている。
- 宇佐美地区の平均評価が相対的に低くなっているが、キャンプ場利用者の回答が多いことが要因として考えられる。

【四半期別クロス】



【回答エリア別クロス】

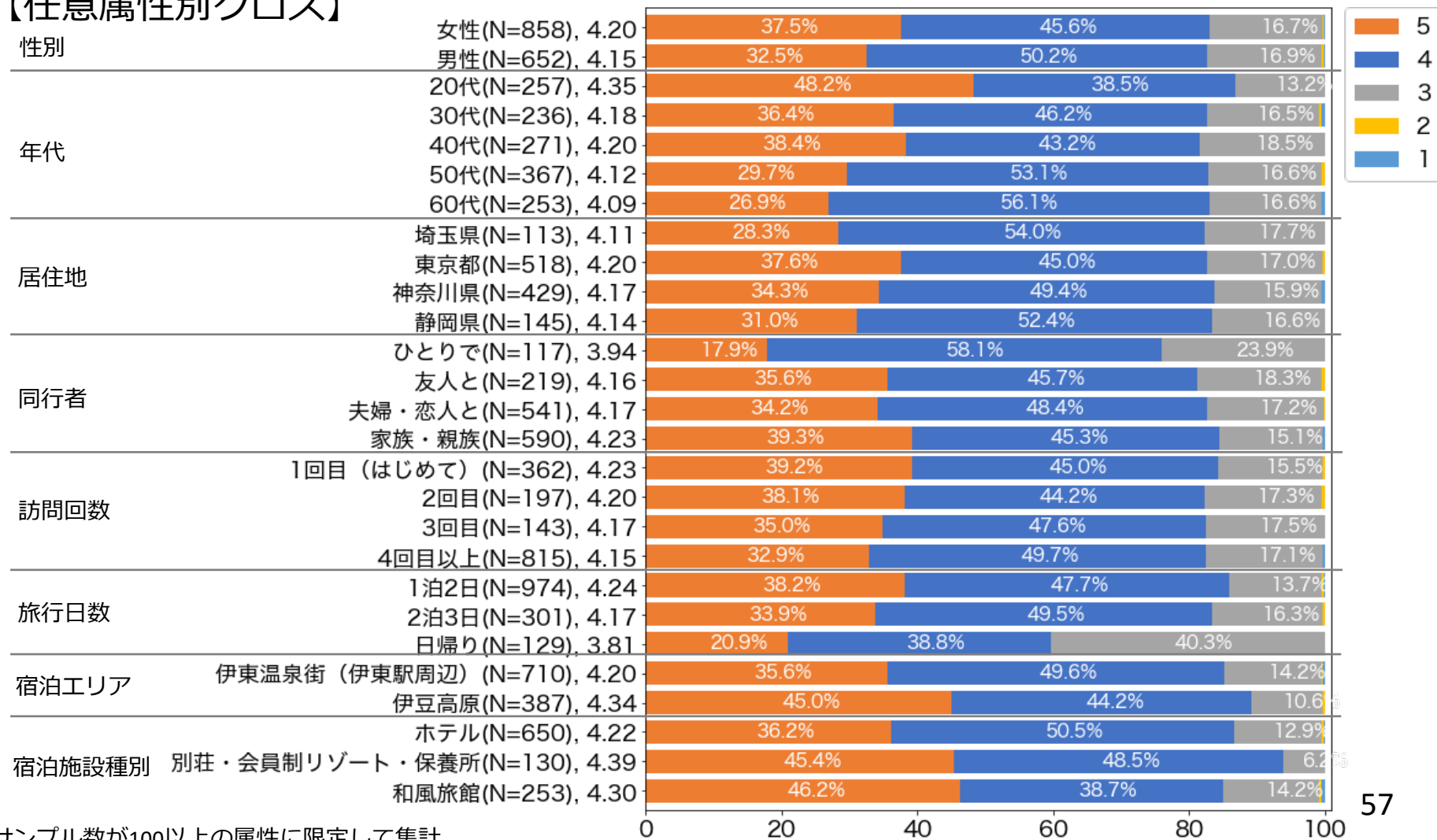


伊東市の印象「宿泊施設の快適性・心地よさ」②



- 「宿泊施設の快適性・心地よさ」については、年代が上昇すると評価は低くなる傾向にある。また、ひとり旅行者についても評価が相対的に低くなっている。
- 旅行日数が「日帰り」の場合、「もしも宿泊したら？」というイメージで回答しているため、評価3が多数となり相対的に評価が低くなっていると考えられる。

【任意属性別クロス】

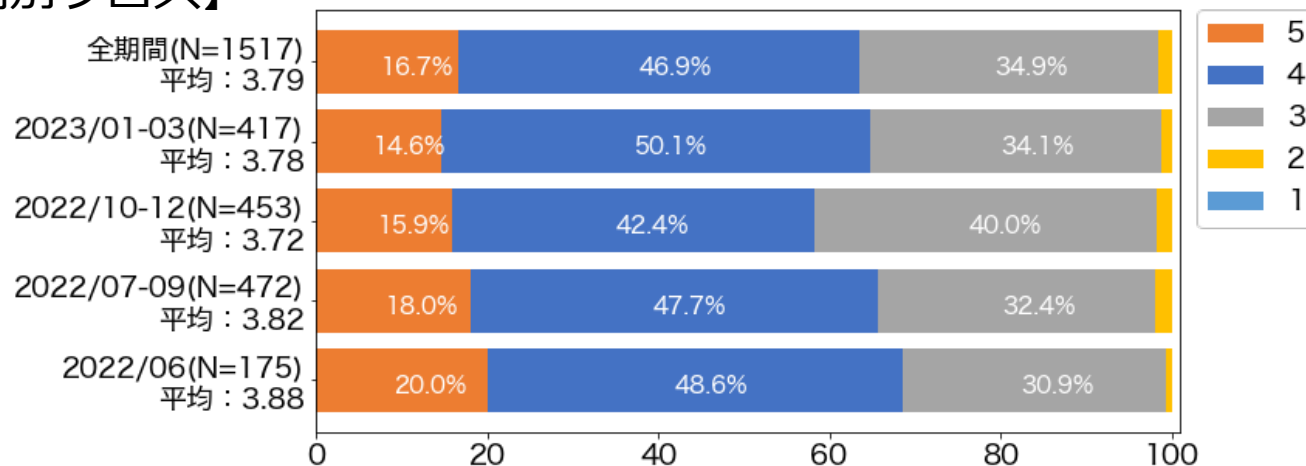


伊東市の印象「土産物の内容や価格の手頃さ」①

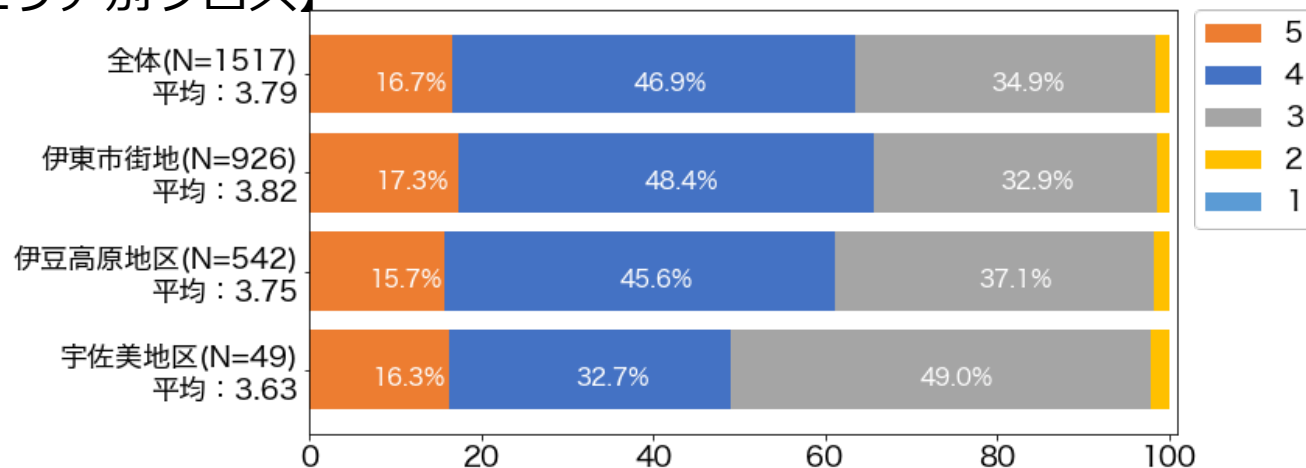


- 「土産物の内容や価格の手頃さ」については、各四半期、回答エリアにおいて平均評価は3点台後半となっている。
- 宇佐美地区での回答者の平均評価が相対的に低くなっている。

【四半期別クロス】



【回答エリア別クロス】

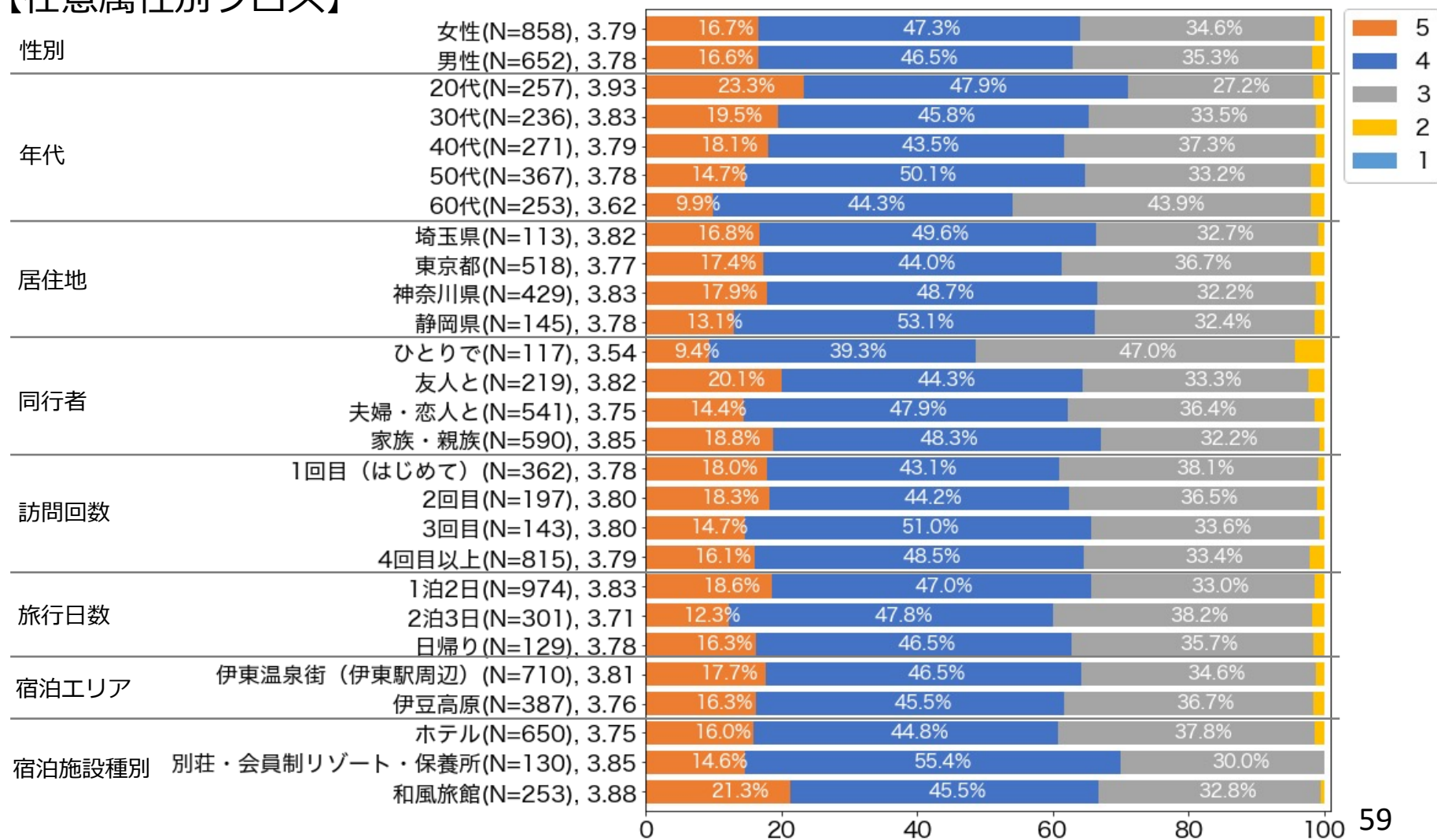


伊東市の印象「土産物の内容や価格の手頃さ」②



- 「土産物の内容や価格の手頃さ」については、年代が上昇すると評価は低くなる傾向にある。また、ひとり旅行者についても評価が相対的に低くなっている。

【任意属性別クロス】



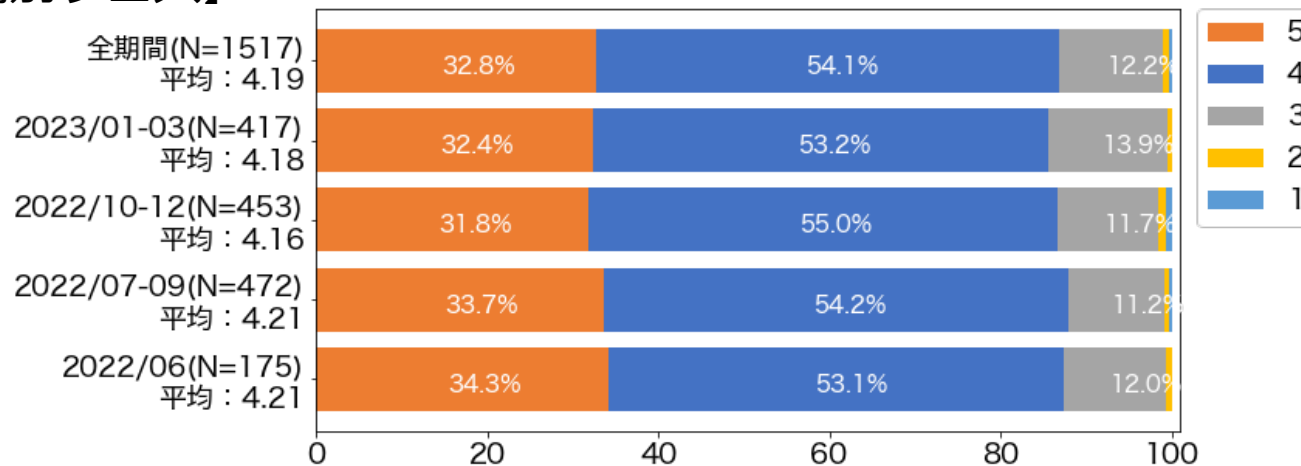
※サンプル数が100以上の属性に限定して集計

伊東市の印象「伊東市全体への印象」①

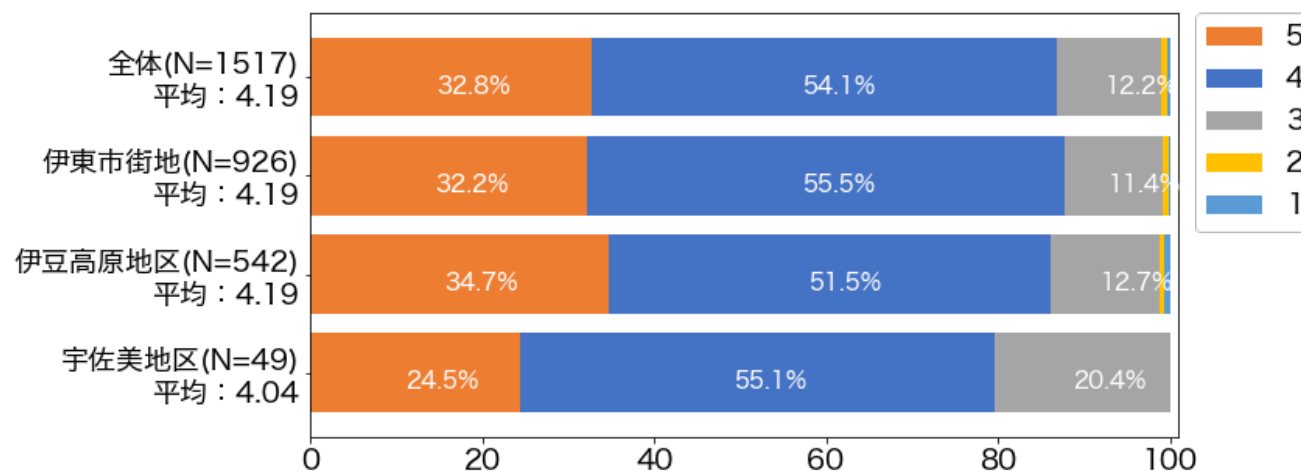


- 「伊東市全体への印象」については、各四半期、回答エリアによらず平均評価は4を超えている。
- 宇佐美地区での回答者の平均評価が相対的に低くなっている。

【四半期別クロス】



【回答エリア別クロス】

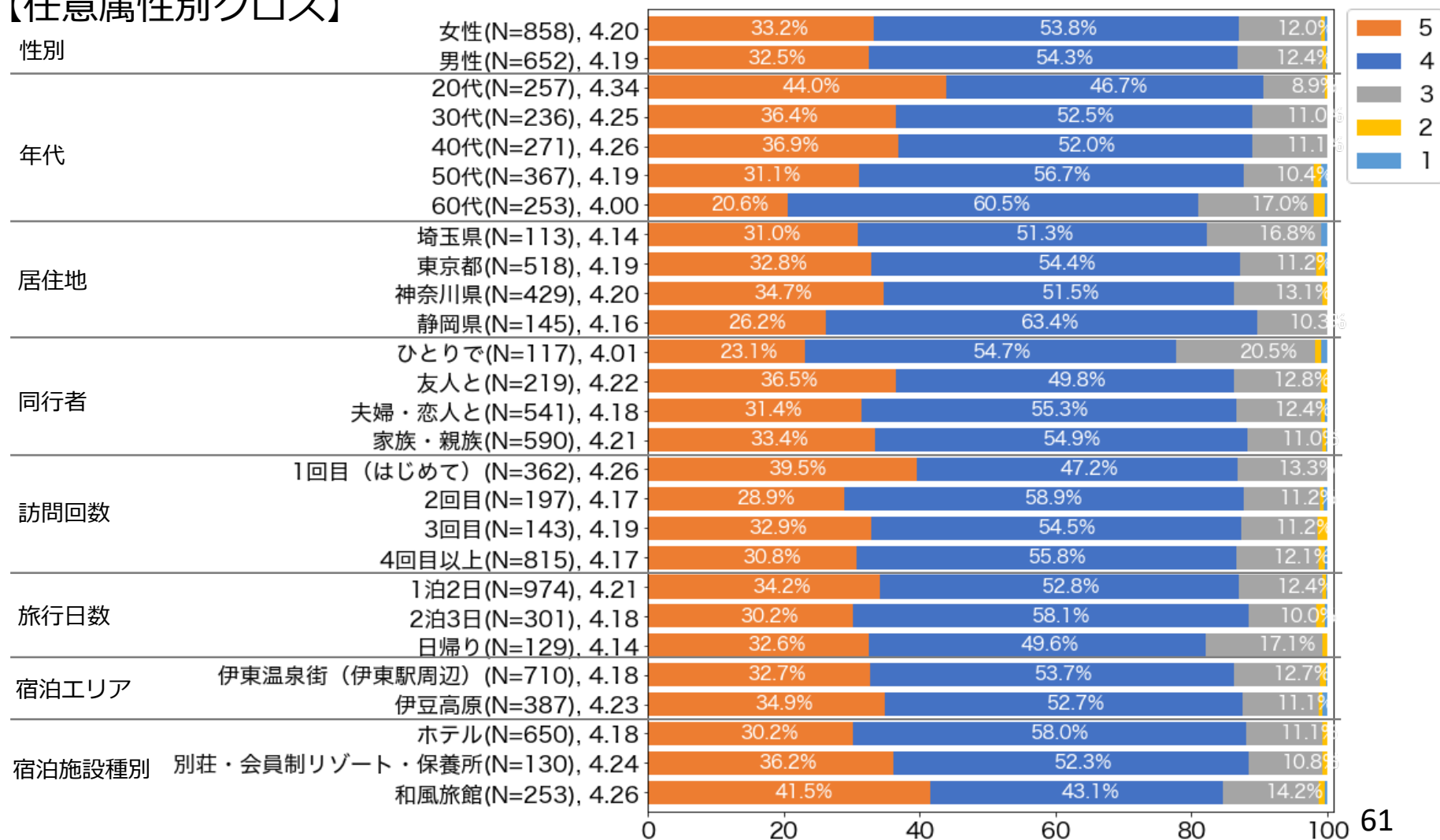


伊東市の印象「伊東市全体への印象」②



- 「伊東市全体への印象」については、年代が上昇すると評価は低くなる傾向にある。また、ひとり旅行者についても評価が相対的に低くなっている。
- 訪問回数が「はじめて」回答者の評価が相対的に高くなっている。

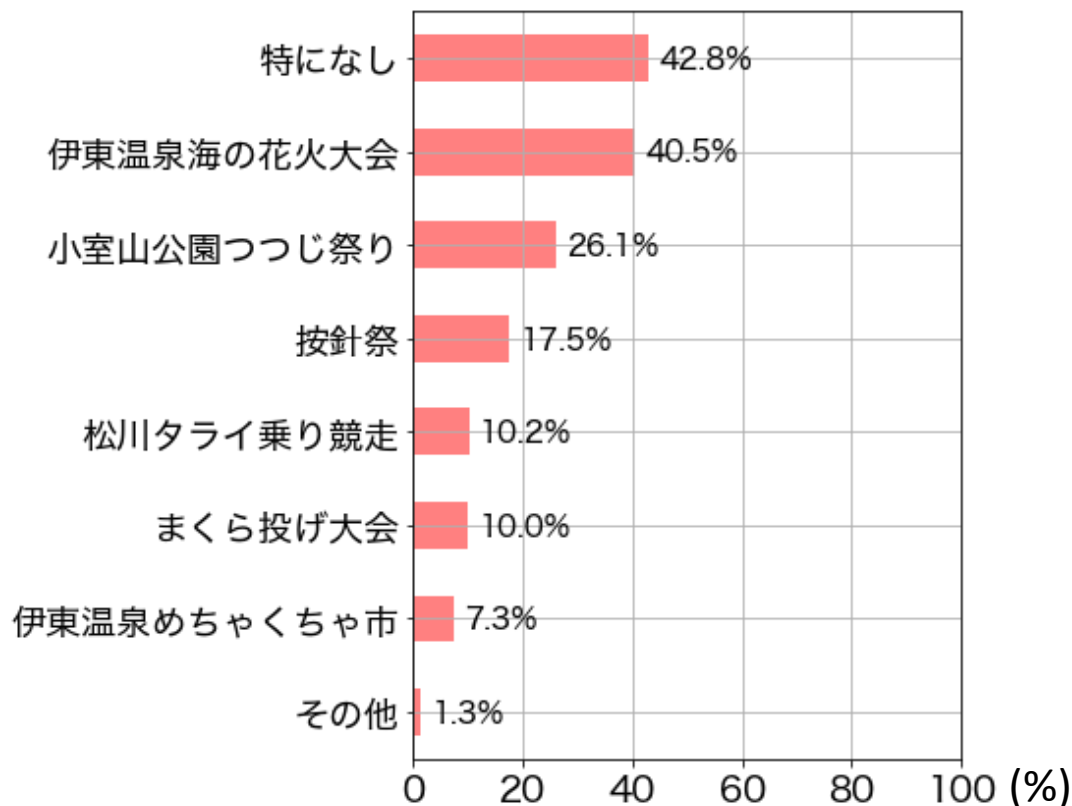
【任意属性別クロス】



※サンプル数が100以上の属性に限定して集計

知っていた観光イベント

- 伊東市の観光イベントについて回答者が知っていたイベントとしては「特になし」が42.8%と最も多くなった。次いで「伊東温泉海の花火大会」が40.5%と4割を超えた。



【複数選択可】 N=1517

知っていた観光イベント	件数	割合
特になし	650	42.8%
伊東温泉海の花火大会	615	40.5%
小室山公園つつじ祭り	396	26.1%
按針祭	265	17.5%
松川タライ乗り競走	154	10.2%
まくら投げ大会	152	10.0%
伊東温泉めちやくちゃ市	111	7.3%
その他	20	1.3%

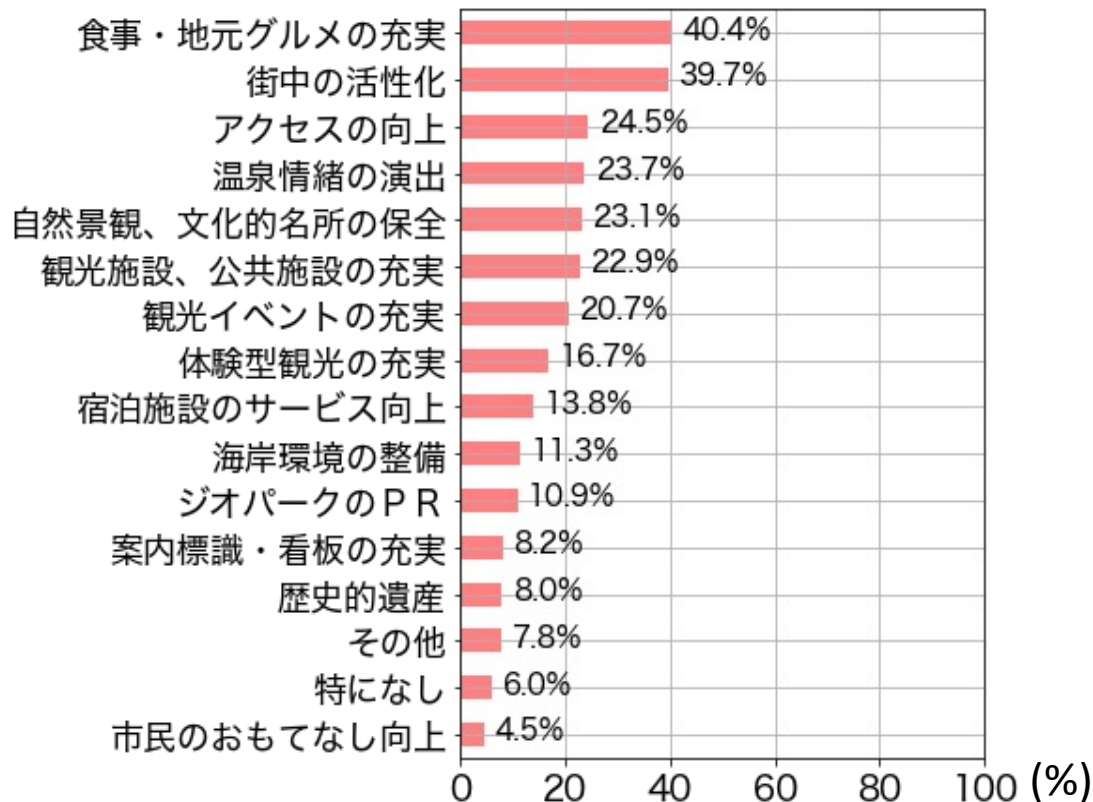
【その他】の自由回答

ガラス工芸、ホテル祭り、伊東尻つみ祭り、伊豆シャボテン植物公園、伊豆高原桜まつり、大室山の山焼き、大室山の月見、大室山の野焼き、大田楽祭り、尻つみ祭り、尻相撲のやつ、朝市、灯籠流し、音無神社尻つね祭り

再来訪のために力を入れるべきだと思われる項目①

- 回答者が伊東市を再来訪してもらうために一層力を入れるべきだと選択した項目としては「食事・地元グルメの充実」が40.4%と最も多くなった。次いで「街中の活性化」が39.7%と4割弱となった。

【複数選択可】 N=1517



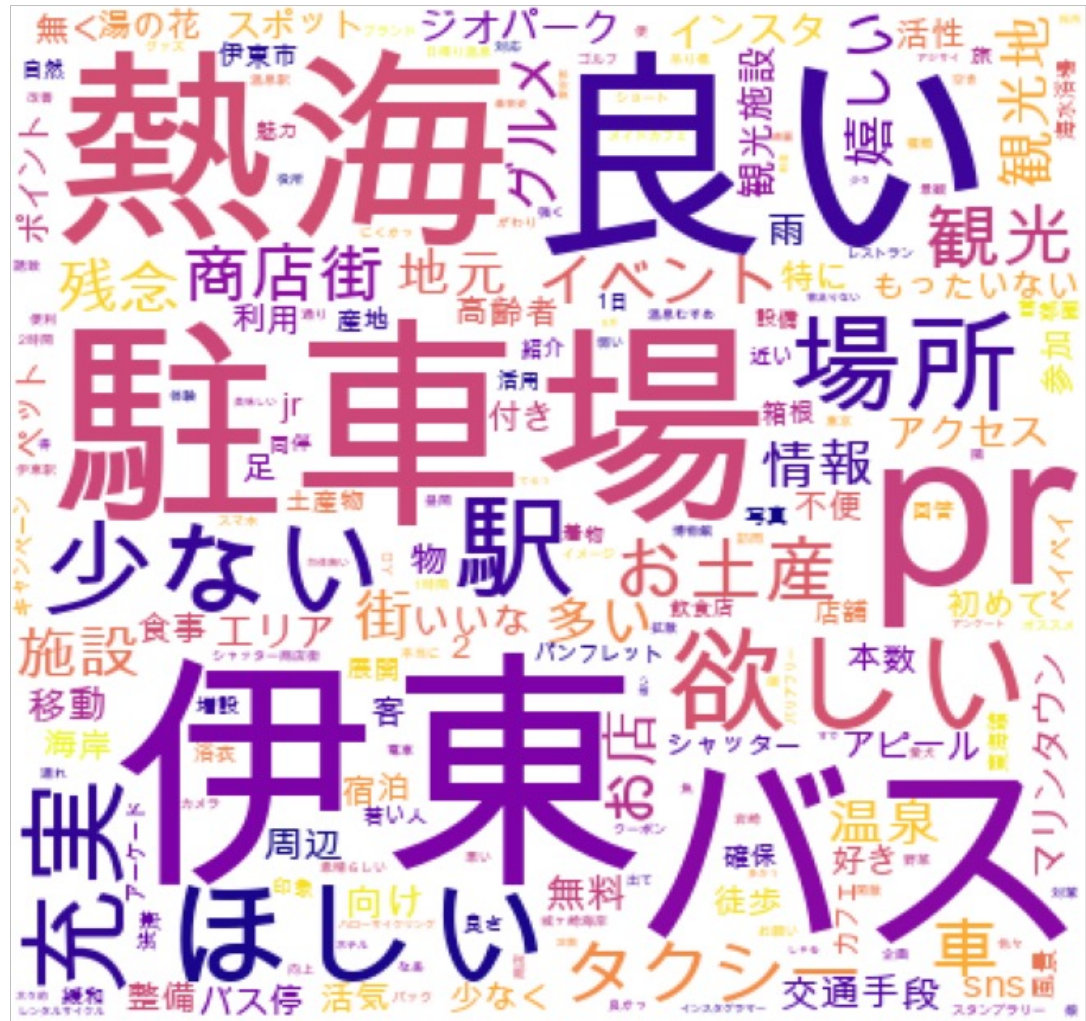
知っていた観光イベント	件数	割合
食事・地元グルメの充実	613	40.4%
街中の活性化	602	39.7%
アクセスの向上	371	24.5%
温泉情緒の演出	359	23.7%
自然景観、文化的名所の保全	351	23.1%
観光施設、公共施設の充実	347	22.9%
観光イベントの充実	314	20.7%
体験型観光の充実	253	16.7%
宿泊施設のサービス向上	209	13.8%
海岸環境の整備	171	11.3%
ジオパークのPR	165	10.9%
案内標識・看板の充実	124	8.2%
歴史的遺産	121	8.0%
その他	118	7.8%
特になし	91	6.0%
市民のおもてなし向上	68	4.5%

再来訪のために力を入れるべきだと思われる項目②

- 力を入れるべき項目として「その他」を選択した回答者の自由回答から形態素解析を行い、頻出する単語を抽出。

表：単語の出現頻度
(5件以上)

単語	出現頻度	単語	出現頻度
伊東	15	車	7
駐車場	12	商店街	7
良い	12	イベント	6
熱海	11	街	6
pr	11	お店	6
バス	11	観光地	6
ほしい	10	残念	6
欲しい	9	施設	6
駅	9	情報	5
場所	8	嬉しい	5
少ない	8	温泉	5
充実	8	多い	5
タクシー	8	グルメ	5
お土産	8	地元	5
観光	8		



図：ワードクラウド

- 「駐車場」を含むコメント
 - 駐車場が少ない、1日料金だからちょっと立ち寄るのが勿体無い
 - 駐車場の整備
 - 無料駐車場がない
 - 駅周辺に無料駐車場があるととても便利。
 - 駐車場、2時間無料、(食事、買物時)。 公共の駐車場などの場所、役所、学校などの、グラウンドなど、ボランティア、シルバーさんに、車の駐車場対策を、して貰う。 港の栈橋付近に船を浮かべ、そこを、車の駐車場がわりにする。 カーフェリーや、友達作戦で、アメリカ海軍の上陸舟艇など？ 借りて来て、駐車場がわりに、利用するなど、話題作りにもなり、見物人が大勢、集まるのではないのでしょうか？
 - 駐車場の設備
 - 駐車場の充実
 - 無料駐車場がもう少し多いとありがたい

再来訪のために力を入れるべきだと思われる項目④

・ 「良い」を含むコメント

- ・ 1:海岸は自然のままが良い。あまり手を加えるのはどうかと。 2:電気自動車が増えてくると思われるので、有料の充電設備(宿泊施設や各種観光地)の増設
- ・ 看板、建築など街の景観作りをもっと真剣に取り組むべきと思います。長い目で良い街づくりに取り組んでほしい。他県には良い事例がたくさんあります。頑張ってください
- ・ 伊東駅周辺(徒歩5分圏)に観光施設があると良い
- ・ 若者の人口が少ない今、高齢者が訪れても高齢者はあまり外に出て出まわらないとは思う。出回らなければ街は活性化しない。人口が一番多い40代をターゲットにしたまちづくり。つまり、グルメ産業をより活性化させるのが良いと思う。熱海は最近活性化してきているが、伊東でもできるはずだと思う。
- ・ 伊豆急のフリーパス、1日では無く、2日有効があると大変良い。宿泊者にお得感がない。
- ・ 愛犬が色々なお店に入れて嬉しそうにしていました。愛犬に優しい場所であるのは間違いなく、おかげで良い思い出が作れました。また行きたい良い場所です。
- ・ 「アクセスの向上」は、首都圏からのアクセスはとても良かったのですが、伊東市内市街地の移動がもう少し便利だと嬉しいなと思いました。また、マリンタウンや駅近のお土産店があと30分だけでも遅くまで空いてたら帰りの電車の前に寄りやすくて良いなと感じました。(今回関東から三連休の中の一泊二日で訪れたのですが、最終日の夕方マリンタウンで食事・買い物をした後に駅までのちょうどよいバスがなく、バス停で1時間近く待ちました。タクシーもほとんど走っていませんでしたので、もう少し駅に戻る手段があればなあと感じました)
- ・ 城ヶ崎海岸の見晴らしスポット間移動をもう少しバリアフリー化してあげた方が良いと思います。ご年配の人が苦勞されていました。若い人には端から端まで行くことができるように海岸線サイクリングロードを考えてみればどうでしょうか
- ・ 観光地の価格と味が相応じゃない感じがしてちょっと悲しかったです。たまたまだったのかもかもしれませんが。箱根や、三浦半島のように地域を上げて共通したキャンペーンをすることもっと楽しいのではないかと思います。そうしたら、1つの場所だけではなく、あそこの〇〇も食べたいな。という気になって行ってしまいますので、ぜひ箱根をご参考になさったら良いかと思います。あと、伊豆市の観光ユーチューブを拝聴しましたがとても素晴らしい風景だったのに再生回数が20台でとてももったいないと思います。#をちゃんと使うとか、今はYou Tubeでもショートで拡散されるので、インスタも含めてSNSマーケティングのプロに助言をいただくのを強くオススメ致します。インスタも普通の投稿よりは、今はショート動画のリールで拡散されやすいのですが、SNSの動向変化は速いのでスピードを持って対策されることを強くオススメいたします。しかし、海沿いの美しさはこのまま残していただきたいな、と思います。子どもが育ち、久々夫婦でお出かけできて美しい風景にとっても癒やされました。また、ぜひ伺わせていただきます!

再来訪のために力を入れるべきだと思われる項目⑤

・「熱海」を含むコメント

- ・ 熱海に比べ若い人向けの飲食店等の充実が少々物足りない印象です。
- ・ 浴衣で温泉のキャンペーンをもっとPRしたほうがいい。首都圏には一定数の着物愛好家が出て、着物姿で出掛けて写真を撮ったり美味しいものを食べたりしたいと思っている人も多い。8月7日が浴衣の日というのを現地で初めて知ったので、もったいないと思った。松川遊歩道や東海館など着物姿の似合うフォトスポットがあるのだからもっと活用したらいいのと思う。伊東は熱海に比べて街が平坦なので歩きやすくてとてもいい。
- ・ 若者の人口が少ない今、高齢者が訪れても高齢者はあまり外に出て出まわらないとは思っている。出回らなければ街は活性化しない。人口が一番多い40代をターゲットにしたまちづくり。つまり、グルメ産業をより活性化させるのが良いと思う。熱海は最近活性化してきているが、伊東でもできるはずだと思う。
- ・ 熱海を抜き、全国第二位の源泉本数を誇る伊東が、なぜここまで温泉アピールが弱いのか？立ち寄り湯巡り企画も無く残念。旅行会社の企画に頼るのではなく、地元民が自分達で体験してみた上で「これは良かったよ！」を伝えてみては？
- ・ 熱海からのJRが少ない。これでは熱海で降りてしまう
- ・ カメラで写真を撮るためのカメラやスマホの置き場を立てて欲しい。熱海には結構ありました。
- ・ シャッター商店街がかなり景観としては厳しいです、箱根や熱海が近いので、かなりマイナスポイント、確かキネマ通りかな？週末や繁忙期は例えば居酒屋の昼呑みやご当地グルメの何店も参加するイベントを毎月やるくらい強気な施策やPRをSNS等使い伊東をアピールしてほしい、夏も海岸でイベントを
- ・ 熱海を見習って欲しい。ウェルカムの気持ち、お・も・て・な・しの意思表示が全く無い。役所、観光協会など伊東市というブランドに何も感じていない。もっとJRに働き掛けるとか、ホントに毎回来る度にガッカリする。来る観光客は熱海のおこぼれ宿泊者だということを知って欲しい
- ・ 熱海に負けない要素

再来訪のために力を入れるべきだと思われる項目⑥

・ 「pr (PR) 」を含むコメント

- ・ イベントPR
- ・ 浴衣で温泉のキャンペーンをもっとPRしたほうがいい。首都圏には一定数の着物愛好家がいる、着物姿で出掛けて写真を撮ったり美味しいものを食べたりしたいと思っている人も多い。8月7日が浴衣の日というのを現地で初めて知ったので、もったいないと思った。松川遊歩道や東海館など着物姿の似合うフォトスポットがあるのだからもっと活用したらいいのと思う。伊東は熱海に比べて街が平坦なので歩きやすくとてもいい。
- ・ InstagramやTwitterなど、PRが増えるといいなと思いました。ハッシュタグ検索難しかったです
- ・ PR。もっと閑散としているのをどうにか
- ・ 伊東ブランドの再確立、海鮮丼を中心とした都心に近くの絶品海鮮料理のPR、体験施設やお洒落なカフェの露出増加
- ・ 観光施設のPR(たくさん素敵な施設があるので、より多く知ってもらいたい)
- ・ シャッター商店街がかなり景観としては厳しいです、箱根や熱海が近いので、かなりマイナスポイント、確かキネマ通りかな？週末や繁忙期は例えば居酒屋の昼呑みやご当地グルメの何店も参加するイベントを毎月やるくらい強気な施策やPRをSNS等使い伊東をアピールしてほしい、夏も海岸でイベントを
- ・ PRをもっとしていくべき
- ・ イベントの開催情報のPRが少ないように思われる。温泉感が薄い感じがする。
- ・ 冬に暖かい気候であることのゴルフ場のPR
- ・ 特にシャッター街があるので活気がないように感じる いい場所があるのにPR力が弱い

再来訪のために力を入れるべきだと思われる項目⑦

・「バス」を含むコメント

- ・ 観光地同士のアクセスがわるすぎる。バスが少ない。タクシーをつかわざるをえない場合が多く 無駄に交通費がかかる。
- ・ 観光バス等、車なしの旅行者向けの交通手段
- ・ 車がない人の移動手段。城ヶ崎海岸の吊り橋あたりまで行くと交通手段がほぼなく、たまにあるバス停も本数が少なく不便でした。
- ・ 各観光地へ行くバスの便の増設が必須だと思います。バスが少な過ぎて、あるバス停で、次の便まで2時間、近くのカフェは閉業、でどうしようもなく、JR駅まで歩かざるを得ませんでした。バスフリーチケットが役に立たなかったことが残念でした。
- ・ うさみ観音寺へのバスを整備してほしい
- ・ 「アクセスの向上」は、首都圏からのアクセスはとても良かったのですが、伊東市内市街地の移動がもう少し便利だと嬉しいなと思いました。また、マリンタウンや駅近のお土産店があと30分だけでも遅くまで空いてたっ帰りの電車の前に寄りやすくて良いなと感じました。(今回関東から三連休の中の一泊二日で訪れたのですが、最終日の夕方マリンタウンで食事・買い物をした後に駅までのちょうどよいバスがなく、バス停で1時間近く待ちました。タクシーもほとんど走っていなかったのもう少し駅に戻る手段があればなあと感じました)
- ・ 18歳の娘が幼少期から何回も訪れていて、特に湯の花商店街が好きでした。コロナもあり、数年ぶりに今回訪問したところ、土曜にも関わらず湯の花商店街が閑散としていて、以前あったお店がいくつももう空き店舗になっているのを見て、コロナ禍の観光の街の厳しさを感じ、寂しくなりました。伊東は、東京からも近く、温泉もよく、本当に好きな観光地です。私も今は元気ですが歳をさらに重ねた場合、タクシーやバスを使って、近隣を観光するというよりは、駅とヤドの間で散歩(徒歩)圏内に、ちょっとしたカフェや、路地ものの野菜や果物を販売しているところ、ひもの、かまぼこ、お饅頭など観光用に限定せず、地元の方々も利用するような道の駅みたいなイメージの、街(温泉街)になるといいなあーと願っています。ちなみに18歳の娘は、東京みたいな店も少し取り入れてくれたらなあ(例えばメイドカフェ)と申しております。観光親善大使Girlちゃんによる、半官のメイドカフェなんて面白いかもしれませんね！大好きな伊東のこれからは応援しています。また来ますね！
- ・ 車が運転出来ないため、雨の日の交通手段がタクシーに限られて、タクシー会社にも連絡着かなく電話が繋がるまでに1時間後困かかり、またタクシーが来るまでも待ち時間が必要で困ったし、もったいなと感じた。主要な観光施設への巡回バスなどの雨でも交通手段が確保できるようにしてほしいです。
- ・ エで回答させていただきましたが、車がない高齢者にとって博物館や美術館等の施設に行くにあたりあしの確保はバスだけとなります。しかしバスの本数が少なくて諦めざる施設もありました。高齢化する中で足が確保されたら伊東の旅はもっと楽しくなるのではないかと思います。
- ・ 低価格で源泉掛け流しの宿を増やして欲しい。草津や伊香保のように、直行バスが出ていると嬉しい。

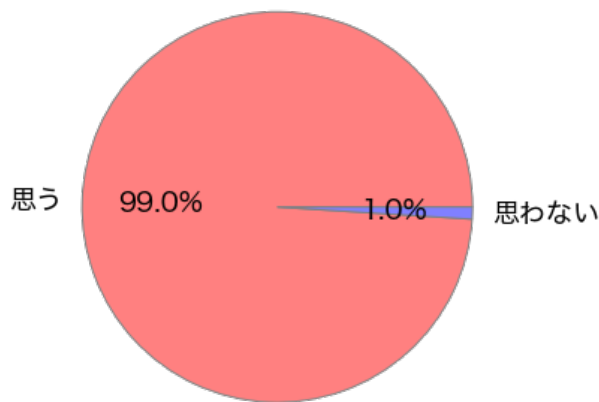
再来訪のために力を入れるべきだと思われる項目⑧

- ・ 「ほしい」「欲しい」を含むコメント
 - ・ ジオパークについての情報がもっと欲しい、大々的に、パンフレット、ホテルに置いたり
 - ・ 看板、建築など街の景観作りをもっと真剣に取り組むべきだと思います。長い目で良い街づくりに取り組んでほしい。他県には良い事例がたくさんあります。頑張ってください
 - ・ 住民向けのポイントカードはよく見かける。有効期限がないポイント制度や、誰でも参加できる紙のスタンプラリー(電子ではない!)、以前の領収書を持参すると受けられるサービスなど。リピーターさんを大切にしてほしい!
 - ・ 商店街がシャッターが降りてるのが寂しいのでそこを活性化してほしい
 - ・ 日帰り温泉を充実させてほしい。
 - ・ カメラで写真を撮るためのカメラやスマホの置き場を立てて欲しい。熱海には結構ありました。
 - ・ うさみ観音寺へのバスを整備してほしい
 - ・ シャッター商店街がかなり景観としては厳しいです、箱根や熱海が近いので、かなりマイナスポイント、確かキネマ通りかな? 週末や繁忙期は例えば居酒屋の昼呑みやご当地グルメの何店も参加するイベントを毎月やるくらい強気な施策やPRをSNS等使い伊東をアピールしてほしい、夏も海岸でイベントを
 - ・ スケジュールをもっとオープンにしてほしい
 - ・ 伊東と聞いて思い起こせる風景の確定。バラバラでこれ、というイメージがない。インスタ時代であることを考えると不利。また街中商店街のシャッターが気になる。空き店舗活用を進めてほしい。
 - ・ 熱海を見習って欲しい。ウェルカムのおもてなしの意思表示が全く無い。役所、観光協会など伊東市というブランドに何も感じていない。もっとJRに働き掛けるとか、ホントに毎回来る度にガッカリする。来る観光客は熱海のおこほれ宿泊者だという事を思い知って欲しい
 - ・ ペット同伴の観光。食事エリアを増やして欲しいです。マナーパンツ着用でも構わないので室内エリアとかにも行ってみたいです
 - ・ 古い商店街、アーケードの良さを活かして欲しい
 - ・ 車が運転出来ないため、雨の日の交通手段がタクシーに限られて、タクシー会社にも連絡着がなく電話が繋がるまでに1時間後困り、またタクシーが来るまでも待ち時間が必要で困ったし、もったいないと感じた。主要な観光施設への巡回バスなどの雨でも交通手段が確保できるようにしてほしいです。
 - ・ 産地の土産物が少ないので特産品を増やして欲しい、何処でも売っている物が多い地元で作った物が欲しい、産地を見ると他府県ばかり、販売元は地元だが、旅行慣れしている人はそういう産地の物を探している
 - ・ 低価格で源泉掛け流しの宿を増やして欲しい。草津や伊香保のように、直行バスが出ていると嬉しい。

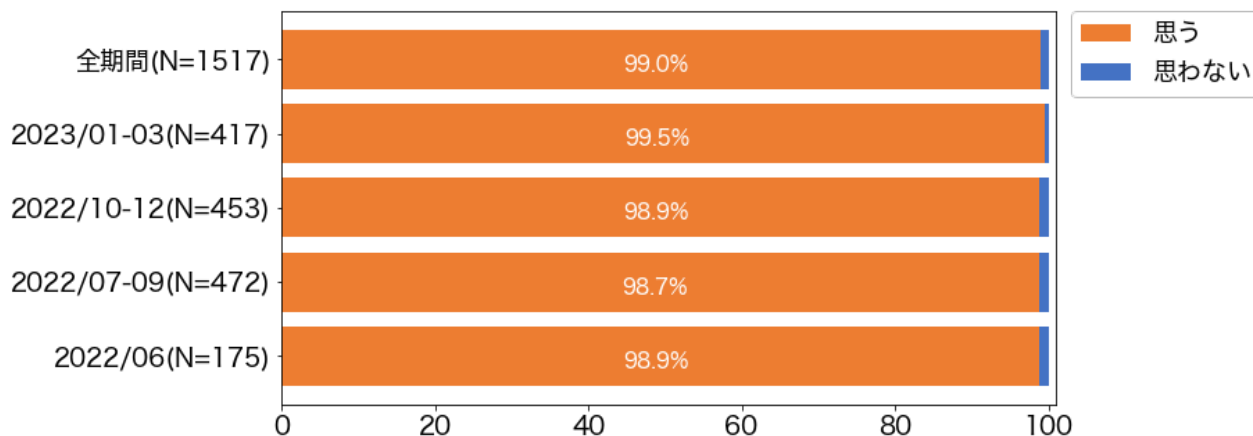
再来訪意向「伊東市にまた来たいか？」

- 再来訪意向については、99.0%が「また来たいと思う」と回答している。
- 四半期別や回答エリア別によらず、ほぼ100%近い高いリピート意向となっている。

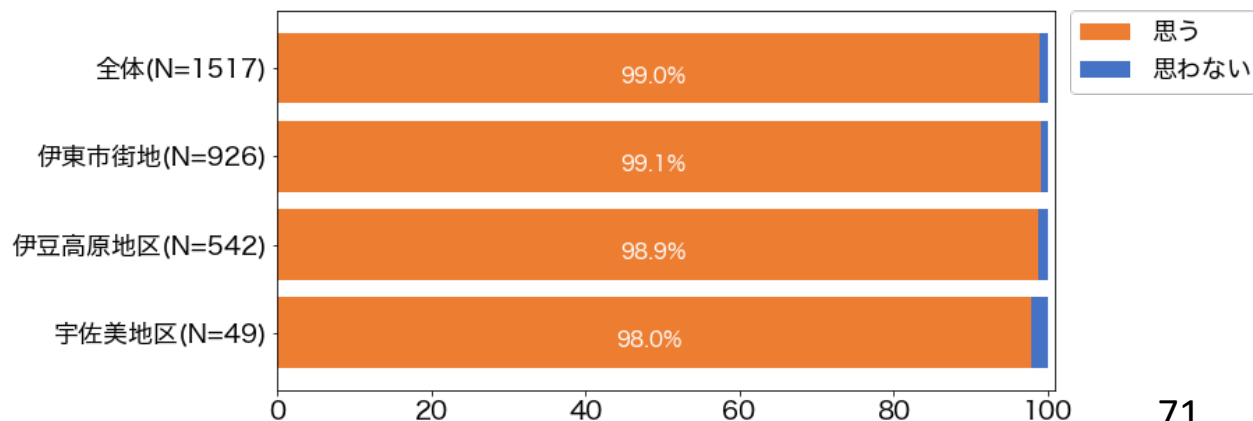
【全期間】



【四半期別クロス】



【回答エリア別クロス】



性別	件数	割合
思う	1502	99.0%
思わない	15	1.0%
総計	1517	100.0%