

れいほくクーポン第 3 弾 アンケート調査報告

①調査の目的

本調査（アンケート）は、令和 5 年度に実施した「れいほくクーポン第 3 弾」参加宿泊施設に宿泊した旅行者の属性及び訪問目的等の動態を把握するとともに、旅行者の傾向やニーズを分析し、今後の個人旅行者に向けた観光 PR 方法等の検討に役立てることを目的とする。

②調査対象

令和 5 年度実施「れいほくクーポン第 3 弾」参加宿泊施設 32 施設の宿泊者

③調査方法

紙面への記入、または Web 上アンケートフォームへの入力

- ・参加宿泊施設にて、クーポン対象プランの予約者に対し、クーポンお渡しの条件として実施

④調査期間

令和 5 年 9 月 1 日～令和 6 年 1 月 30 日

③アンケート回収数

5,682 件



◆お客様のについておたずねします。

- 性別 【 男 ・ 女 ・ その他 ・ 無回答 】
- 年代 【 10代 ・ 20代 ・ 30代 ・ 40代 ・ 50代 ・ 60代 ・ 70代以上 】
- どなたと来られましたか？
【 ひとり ・ 家族（子ども ・ 親と ・ 3世代で ・ きょうだいと） ・ 夫婦 ・ 恋人 ・ 友人 ・ 同僚 】
- 居住地【 都道府県 市区町村 】
- 訪れたのは何回目ですか？
高知県：【 初めて / 2回以上 / 在住 】 れいほく地域※：【 初めて / 2回以上 / 在住 】

※高知県《大豊町》《本山町》《土佐町》《大川村》の4町村をあわせて「れいほく地域」と呼んでいます。

◆今回のご旅行についておたずねします。

6. 何を見てれいほく地域を訪れましたか？（複数回答可）

- ☐土佐れいほく公式ガイドブック ☐土佐れいほく公式HP
☐土佐れいほく公式SNS（ ☐X(Twitter) ☐Instagram ☐Facebook ☐LINE ）
☐家族・知人から（ ☐直接聞いた ☐X(Twitter) ☐Instagram ☐Facebook ☐LINE ）
☐龍馬パスポート ☐自治体や観光協会のパンフレット・HP ☐デジタルサイネージ（電光掲示板）
☐口コミ・レビュー（Google など） ☐雑誌 ☐新聞 ☐テレビ ☐ラジオ ☐観光情報誌（るるぶなど）
☐その他（ ）

7. れいほく地域で使った（使う予定の）交通手段（複数回答可）

- ☐自家用車 ☐バイク ☐自転車 ☐JR 在来線 ☐路線バス ☐貸切バス・観光バス ☐レンタカー ☐タクシー

8-1. 今回の旅行で訪れた（訪れる予定の）スポット・施設を教えてください。（複数回答可）

- 【スポット】☐杉の大スギ ☐棚田 ☐瀬戸川溪谷 ☐早明浦ダム ☐小金滝
 【観光施設】☐道の駅大杉 ☐道の駅土佐さめうら ☐本山さくら市 ☐大川村村のえき
☐モンベルアウトドアヴィレッジ本山（ハーベステラス・土佐れいほくの湯を含む） ☐山荘梶ヶ森
☐さめうらカヌーテラス ☐さめうら荘レイクサイドホテルレストラン ☐ゆとりすとパークおおとよ
☐大原富枝文学館 ☐酒造桂月館 ☐国宝豊楽寺薬師堂 ☐白滝鉱山跡 ☐白滝の里
☐その他訪れた（訪れる予定の）スポット・施設・飲食店（ ）

8-2. 今回の旅行で体験に参加された（される予定の）方は、その内容について教えてください。（複数回答可）

- 【体験・イベント】☐ラフティング ☐シャワークライミング
☐登山・トレッキング ☐サイクリング ☐カヌー・カヤック・SUP
☐田舎体験（ピザ焼き、そば打ち等） ☐バーベキュー
☐その他（ ）
 【施設名】（ ）

9. 『一番満足したこと』『改善したほうが良いと思ったこと』『次回れいほくを旅行する際に行きたい場所／やりたいこと／期待すること』などがあれば、お聞かせください。（なんでもご自由に！）

（記入欄）

10. 最後に、れいほく地域の総合満足度を教えてください。

- 【 大変満足 ・ 満足 ・ 不満 ・ 大変不満 】

ご協力ありがとうございました

エリア満足度アンケート
QRコードはこちら▶



れいほくの美味しい特産品など、抽選で素敵なものが当たる
『旅っと！れいほく！エリア満足度アンケート』も実施中！こちらにもぜひご回答ください♪

アンケート集計結果

1. 回答者属性

(1) 性別

	人数	割合
男性	3161	55.6%
女性	2492	43.9%
その他	26	0.5%
無回答	3	0.1%
計	5682	100.0%

(2) 年代

	人数	割合
10代	363	6.4%
20代	1218	21.4%
30代	1024	18.0%
40代	1120	19.7%
50代	973	17.1%
60代	613	10.8%
70代以上	355	6.3%
無回答	16	0.3%
計	5682	100.0%

■性別・年代クロスデータ

(上段：人数、下段：同一世代内性別割合)

	男性	女性	計
10代	167	192	359
	46.5%	53.5%	
20代	663	546	1209
	54.8%	45.2%	
30代	572	456	1028
	55.6%	44.4%	
40代	648	466	1114
	58.2%	41.8%	
50代	587	379	966
	60.8%	39.2%	
60代	344	266	610
	56.4%	43.6%	
70代以上	175	178	353
	49.6%	50.4%	
計	3156	2483	5639
割合	56%	44%	100%
その他	26		
無回答	17		
	5682		

参考：県観光政策課 県外観光客入込・動態調査報告書 p16

(表 2-1 参考①) 年代別性別旅行者割合(上段:件 下段:%) [R2 年~R4 年]

	R2 年 (n=2,656)		R3 年 (n=2,460)		R4 年 (n=2,993)	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
10 代	13	7	9	11	9	19
	53.3	46.7	45.0	55.0	32.1	67.9
20 代	252	127	233	121	218	132
	52.6	47.4	65.8	34.2	62.3	37.7
30 代	316	171	333	151	324	216
	63.9	36.1	68.8	31.2	60.0	40.0
40 代	445	209	419	185	454	252
	65.2	34.8	69.4	30.6	64.3	35.7
50 代	411	190	420	161	499	234
	68.7	31.3	72.3	27.7	68.1	31.9
60 代以上	383	132	313	104	427	209
	64.9	35.1	75.1	24.9	67.1	32.9
計	1,820	836	1,727	733	1,931	1,062
	64.1	35.9	70.2	29.8	64.5	35.5

- 令和 4 年度の観光動態調査の年代別性別比と比較すると、県全体での割合が男性（64.5%）女性（35.5%）に対し、**今回のアンケートでは（その他・無回答を除く）男性（56%）女性（44%）**となり、県全体よりも女性の割合がやや高い結果となった。
- また、年代別来訪者数は、県全体では 50 代が最も多く、次いで 40 代や 60 代以上という結果であるが、今回のアンケート結果では **20 代が最も多く（21.4%）、次いで 40 代（19.7%）や 30 代（18.0%）**が多い結果となり、アンケート対象の母数に偏りがあることから、県の調査と異なる傾向が見られた。

(3) どなたと来られましたか？

	ひとり			家族 (家族・夫婦)			その他 (恋人・友人・同僚)			回答なし	計
	初めて	2回以上	小計	初めて	2回以上	小計	初めて	2回以上	小計		
10代	2 0.6%	1 0.3%	3 0.8%	64 17.6%	66 18.2%	130 35.8%	115 31.7%	51 14.0%	166 45.7%	64 17.6%	363 100.0%
20代	25 2.1%	12 1.0%	37 3.0%	110 9.0%	74 6.1%	184 15.1%	530 43.5%	256 21.0%	786 64.5%	211 17.3%	1218 100.0%
30代	24 2.3%	35 3.4%	59 5.8%	223 21.8%	225 22.0%	448 43.8%	148 14.5%	126 12.3%	274 26.8%	243 23.7%	1024 100.0%
40代	40 3.6%	66 5.9%	106 9.5%	224 20.0%	324 28.9%	548 48.9%	114 10.2%	167 14.9%	281 25.1%	185 16.5%	1120 100.0%
50代	43 4.4%	93 9.6%	136 14.0%	157 16.1%	236 24.3%	393 40.4%	96 9.9%	166 17.1%	262 26.9%	182 18.7%	973 100.0%
60代	17 2.8%	58 9.5%	75 12.2%	83 13.5%	186 30.3%	269 43.9%	48 7.8%	98 16.0%	146 23.8%	123 20.1%	613 100.0%
70代以上	11 3.1%	22 6.2%	33 9.3%	43 12.1%	159 44.8%	202 56.9%	30 8.5%	61 17.2%	91 25.6%	29 8.2%	355 100.0%
合計	162	287	449	904	1270	2174	1081	925	2006	1037	5666
割合	2.9%	5.1%	7.9%	16.0%	22.4%	38.4%	19.1%	16.3%	35.4%		無回答16 総計5682

- 「ひとり」と回答した人の割合が一番高かったのは 50 代だった。
- 10～20 代は「その他（恋人・友人・同僚）」での訪問が最も多く、30 代以降では「家族（家族・夫婦）」と回答した人が最も多かった。
- 30～40 代では「家族での再来訪」が最も多く、次いで「家族での初来訪」が多い結果となったが、50 代以降は「家族での再来訪」に次いで「その他との再来訪」が多かった。40 代以降は再来訪者が 6 割を超えているため再来訪者が全ての項目で上回っているが、ライフスタイルの多様化等により、より幅広い層が来訪していると思われる。
- 県の調査結果（下図）と比較すると、県の調査では「家族」と回答した人が 71.3%を占めたのに対し、今回のアンケート調査では「家族」の割合が 38.4%と低く、「その他」の割合が 35.4%と高くなった。れいほく地域の宿泊施設の特徴として、旅館やホテルよりもコテージ・休校利用・キャンプ・一棟貸しなど、家族のほか友人同士・グループ等でも利用しやすい施設が多いことが要因の一つとして考えられる。

参考：県観光政策課 県外観光客入込・動態調査報告書 p31 を基に作成

	ひとり	家族	その他	計
10代	3	19	6	28
20代	60	118	172	350
30代	66	386	88	540
40代	81	557	68	706
50代	97	559	77	733
60代以上	92	495	49	636
計	399	2134	460	2993
割合	13.3%	71.3%	15.4%	

(4) 居住地

■国内からの来訪者数・居住地別再訪率（国内のみ）

	初めて	2回以上	計	再訪率			初めて	2回以上	計	再訪率			初めて	2回以上	計	再訪率	
北海道・東北	北海道	12	9	21	42.9%	北陸・甲信越	新潟県	2	1	3	33.3%	中国	鳥取県	14	2	16	12.5%
	青森県	1	4	5	80.0%		富山県	1	0	1	0.0%		島根県	7	2	9	22.2%
	岩手県	1	0	1	0.0%		石川県	5	0	5	0.0%		岡山県	152	79	231	34.2%
	宮城県	5	0	5	0.0%		福井県	7	2	9	22.2%		広島県	100	48	148	32.4%
	秋田県	0	0	0	0.0%		山梨県	1	0	1	0.0%		山口県	9	3	12	25.0%
	山形県	1	1	2	50.0%		長野県	4	12	16	75.0%		徳島県	90	87	177	49.2%
	福島県	3	1	4	25.0%		岐阜県	11	14	25	56.0%		香川県	194	269	463	58.1%
関東	茨城県	6	3	9	33.3%	中部	静岡県	14	3	17	17.6%	四国	愛媛県	196	179	375	47.7%
	栃木県	6	2	8	25.0%		愛知県	44	22	66	33.3%		高知県	399	1133	1532	74.0%
	群馬県	4	2	6	33.3%		三重県	7	1	8	12.5%		福岡県	41	9	50	18.0%
	埼玉県	30	18	48	37.5%		滋賀県	14	17	31	54.8%		佐賀県	4	2	6	33.3%
	千葉県	43	29	72	40.3%		京都府	48	23	71	32.4%		長崎県	2	4	6	66.7%
	東京都	138	80	218	36.7%		大阪府	238	204	442	46.2%		熊本県	3	1	4	25.0%
	神奈川県	48	38	86	44.2%		兵庫県	156	113	269	42.0%		大分県	5	0	5	0.0%
					近畿	奈良県	24	19	43	44.2%	九州・沖縄	宮崎県	2	2	4	50.0%	
						和歌山県	5	7	12	58.3%		鹿児島県	13	7	20	35.0%	
													沖縄県	2	5	7	71.4%
国内からの来訪者合計																	
	初めて	2112	計	4569													
	2回以上	2457	再訪率	53.8%													

■来訪者数順位・都府県別再訪率（上位7都府県）

	初めて（人数）	2回以上（人数）	計（人数/再訪率）
1	高知県（399）	高知県（1133）	高知県（1532/74.0%）
2	大阪府（238）	香川県（269）	香川県（463/58.1%）
3	愛媛県（196）	大阪府（204）	大阪府（442/46.2%）
4	香川県（194）	愛媛県（179）	愛媛県（375/47.7%）
5	兵庫県（156）	兵庫県（113）	兵庫県（269/42.0%）
6	岡山県（152）	東京都（80）	岡山県（231/34.2%）
7	東京都（138）	岡山県（79）	東京都（218/36.7%）

- 初来訪・再来訪ともに高知県が最も多かった。
- 初来訪では大阪府が2番目に多く、再来訪では香川県が次いで多かった。
- 再来訪率が5割を超えたのが高知県と香川県の2県だった。また、リピーターの約54%（全体2112名中1133名）が高知県内からの来訪だった。
- 中国地方の2県（岡山・広島）よりも、近畿地方の2県（大阪・兵庫）のほうが来訪者数・再来訪率ともに多かった。

(5) 訪れたのは何回目ですか？

・年代別再訪率データ

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	計
初めて	181	669	392	379	298	149	84	2,152(a)
2回以上	118	342	374	569	498	342	239	2,482(b)
年代別計	299	1,011	766	948	796	491	323	4,634※
再訪率	39.5%	33.8%	48.8%	60.0%	62.6%	69.7%	74.0%	53.6%

※回答総数5,682件中、れいほく在住者・訪問回数未回答等1,048件を除く a+bの合計

- 30代までは初来訪の方が多く、40代以降は再来訪する人が上回った。国内・海外を含めた地域外からの来訪者のリピート率は53.6%だった。

第2期事業戦略におけるターゲット像として設定している【四国・近畿・中国地方に在住する40代以上】、また今後狙っていくターゲットである【若いファミリー層】の両方には、実際に来ていただいている可能性が高い。しかし、20代の来訪者の多さは予想できていなかった。
中国地方よりも近畿地方のほうが来訪者・再来訪率ともに多い結果となった。来訪に繋がる要素として、れいほく地域への距離よりも情報発信等が重要である可能性がある。

2. 来訪のきっかけと目的

(6) 何を見てれいほく地域を訪れましたか？【来訪のきっかけ】

①来訪者構成・年代別データ

		ひとり							家族（家族・夫婦）							その他（恋人・友人・同僚）							計
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
土佐れいほく公式コンテンツ・SNS	公式ガイドブック	0	3	2	9	10	9	2	10	12	17	37	31	31	20	7	33	19	10	18	8	9	297
	公式HP	0	2	13	18	30	10	5	8	13	48	78	67	55	19	8	55	12	35	35	12	11	534
	公式SNS	0	0	1	4	3	2	0	5	1	10	10	17	4	3	1	6	5	6	8	5	3	94
	X(Twitter)	0	0	0	0	1	1	0	2	0	1	5	3	0	0	1	8	3	1	1	1	0	28
	instagram	0	3	2	4	2	0	0	1	4	12	14	12	2	1	2	21	6	5	2	1	0	94
	Facebook	0	0	1	2	1	0	0	2	0	1	6	1	1	0	0	2	1	3	2	2	0	25
	LINE	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	2	0	0	0	0	1	10
家族・知人の口コミ・SNS	家族・知人から	2	19	34	31	18	21	5	108	127	290	258	176	119	80	93	596	194	148	142	107	40	2608
	直接聞いた	0	1	10	10	6	1	1	19	20	46	49	31	21	15	15	78	28	30	27	15	11	434
	X(Twitter)	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	3	0	0	1	0	0	7
	instagram	0	0	2	4	1	0	1	1	3	13	7	5	1	0	0	10	13	3	3	1	0	68
	Facebook	0	0	1	1	2	3	1	0	0	0	2	1	5	1	0	1	8	4	1	0	0	31
	LINE	0	2	1	1	0	1	0	3	1	2	1	3	1	0	2	5	4	4	1	0	1	33
	龍馬パスポート	0	3	4	2	13	4	0	2	2	17	21	42	23	15	0	6	7	10	4	5	23	203
	自治体・観光協会パンフ、HP	0	1	7	10	17	8	3	3	6	29	42	40	33	25	2	29	23	15	11	4	9	317
	デジタルサイネージ	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	5
	口コミ (Google)	0	2	14	18	28	10	2	8	35	114	99	78	48	11	11	116	37	35	16	16	4	702
	雑誌	1	0	1	3	4	2	1	2	5	10	19	14	12	8	0	18	8	3	4	6	1	122
	新聞	0	0	0	2	2	3	5	0	1	4	4	2	12	15	1	4	3	1	2	4	4	69
	テレビ	0	0	0	1	6	4	1	4	6	15	23	19	29	20	1	10	4	12	8	5	6	174
	ラジオ	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2	1	3	1	0	3	0	2	0	1	0	16
	情報誌(るるぶ等)	0	0	3	5	7	5	0	2	4	17	27	27	17	11	2	22	11	11	10	7	2	190
	その他	2	20	20	42	57	33	15	20	22	80	111	79	62	47	68	94	52	74	82	39	20	1039

- 年代・構成に関わらず、「家族・知人から」と回答した人が最も多かった。また、20～50代では「口コミ (Google)」という回答も多く、最初に訪れるときの情報源は Google などのパブリックサーチを含む口コミ情報が多数となった。
- 30～60代の家族と来る人は、「公式HP」や「自治体・観光協会のパンフ・HP」をきっかけとする割合も高い。
- 公式SNSの中では「Instagram」と回答した人が最も多く、特に20代のその他（友人等）と来た人や、30～50代の家族と来た人に集中して見られるが、現状大きなきっかけの一つとなっていないのが課題である。

②居住地（来訪者数上位7都府県）別データ

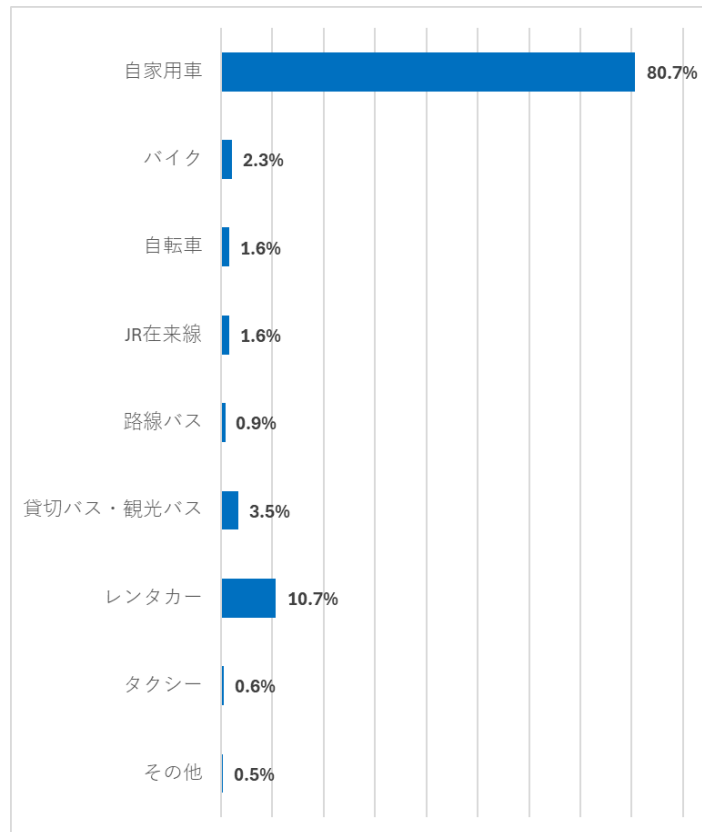
		(上段：回答数、下段：同一地域内割合)								
		高知県		四国（香川・愛媛）		近畿（大阪・兵庫）		その他（岡山・東京）		
		初めて	2回以上	初めて	2回以上	初めて	2回以上	初めて	2回以上	計
土佐いほく公式コンテンツ・SNS	公式ガイドブック	15	52	15	35	13	21	10	6	167
		3.0%	3.7%	3.4%	6.6%	3.1%	5.7%	3.2%	2.9%	
	公式HP	21	136	37	63	27	27	17	17	345
		4.2%	9.6%	8.4%	11.9%	6.5%	7.3%	5.4%	8.2%	
	公式SNS	4	17	9	13	6	3	1	3	56
		0.8%	1.2%	2.0%	2.5%	1.4%	0.8%	0.3%	1.4%	
	X(Twitter)	3	4	0	3	0	2	0	1	13
		0.6%	0.3%	0.0%	0.6%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%	
	instagram	12	14	10	5	8	2	2	4	57
		2.4%	1.0%	2.3%	0.9%	1.9%	0.5%	0.6%	1.9%	
Facebook	1	1	0	2	1	2	0	0	7	
	0.2%	0.1%	0.0%	0.4%	0.2%	0.5%	0.0%	0.0%		
LINE	0	2	0	4	0	0	0	0	6	
	0.0%	0.1%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%		
家族・知人の口コミ・SNS	家族・知人から	281	542	178	180	171	150	109	74	1685
		56.0%	38.1%	40.5%	34.1%	41.1%	40.8%	34.5%	35.7%	
	直接聞いた	47	121	39	20	27	19	21	19	313
		9.4%	8.5%	8.9%	3.8%	6.5%	5.2%	6.6%	9.2%	
	X(Twitter)	2	1	0	0	0	0	0	0	3
		0.4%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
	instagram	5	12	14	6	1	2	3	0	43
		1.0%	0.8%	3.2%	1.1%	0.2%	0.5%	0.9%	0.0%	
	Facebook	1	10	3	4	1	2	1	0	22
		0.2%	0.7%	0.7%	0.8%	0.2%	0.5%	0.3%	0.0%	
	LINE	2	7	1	3	5	1	1	3	23
		0.4%	0.5%	0.2%	0.6%	1.2%	0.3%	0.3%	1.4%	
	龍馬バスポート	12	85	2	8	3	13	1	16	140
		2.4%	6.0%	0.5%	1.5%	0.7%	3.5%	0.3%	7.7%	
自治体・観光協会パンフ、HP	10	72	7	33	19	23	13	9	186	
	2.0%	5.1%	1.6%	6.3%	4.6%	6.3%	4.1%	4.3%		
デジタルサイネージ	0	0	0	1	0	0	0	0	1	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%		
口コミ（Google）	38	90	77	77	62	27	35	12	418	
	7.6%	6.3%	17.5%	14.6%	14.9%	7.3%	11.1%	5.8%		
雑誌	4	26	8	9	2	7	5	4	65	
	0.8%	1.8%	1.8%	1.7%	0.5%	1.9%	1.6%	1.9%		
新聞	5	36	1	2	0	2	2	0	48	
	1.0%	2.5%	0.2%	0.4%	0.0%	0.5%	0.6%	0.0%		
テレビ	5	74	5	5	11	5	5	0	110	
	1.0%	5.2%	1.1%	0.9%	2.6%	1.4%	1.6%	0.0%		
ラジオ	1	9	0	0	0	0	0	0	10	
	0.2%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%		
情報誌(るるぶ等)	8	35	10	11	9	14	7	6	100	
	1.6%	2.5%	2.3%	2.1%	2.2%	3.8%	2.2%	2.9%		
その他	25	78	24	44	50	46	83	33	383	
	居住地別／訪問回数別計	502	1424	440	528	416	368	316	207	4201

- 県外では初来訪者・再訪者ともに「家族・知人から」「口コミ（Google）」の割合が高かった。県内の再訪者ではテレビ等のアナログ媒体の回答もあり、比較的分散する結果だった。
- 公式HPは再訪者が回答した割合が高かった。
- 公式SNSやHPの閲覧者の多くが県内在住者。現状、県外への主なPR方法はSNSやHPのため、県外にフォロワーを広げるための施策（SNS広告等）を検討する必要がある。

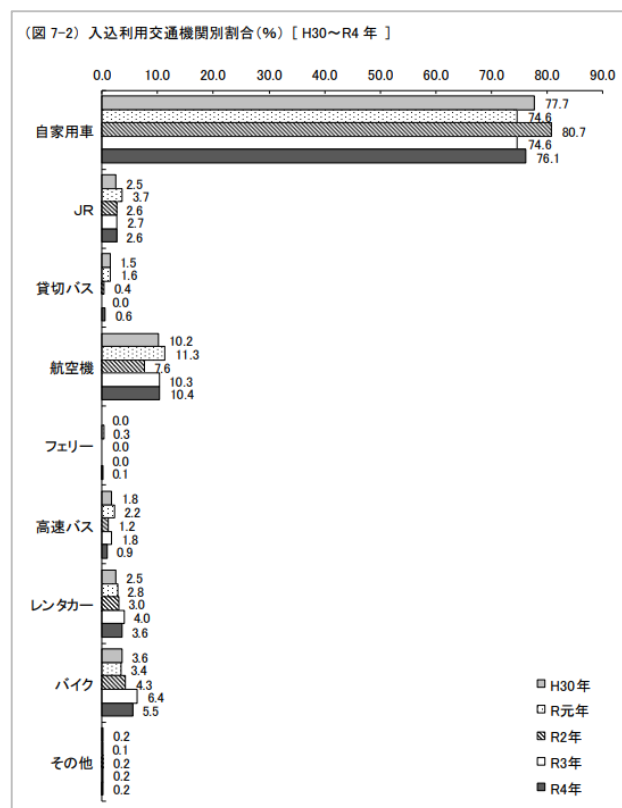
(7) れいほく地域で使った（使う予定の）交通手段 【利用交通機関】

	人数	割合
自家用車	4583	80.7%
バイク	129	2.3%
自転車	92	1.6%
JR在来線	92	1.6%
路線バス	49	0.9%
貸切バス・観光バス	198	3.5%
レンタカー	609	10.7%
タクシー	34	0.6%
その他	26	0.5%

- 県観光政策課作成の動態調査報告書と比較すると、自家用車の利用割合は県全体とほとんど変わらないものの、レンタカーの利用の割合が高かった。
- 他の交通手段は県調査結果の割合より下回っており、**れいほく地域の来訪者は自家用・レンタカーの自動車を利用している人が約91%**となった。



参考：県観光政策課 県外観光客入込・動態調査報告書 p28



(8) 今回の旅行で訪れた（訪れる予定の）スポット・施設を教えてください。

【来訪目的① スポット・観光施設】【来訪目的② 体験（アクティビティ）・イベント】

年代別構成別データ

		ひとり							家族（家族・夫婦）							その他（恋人・友人・同僚）							計
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
スポット	杉の大杉	0	3	10	15	24	20	13	19	29	82	99	96	66	41	16	110	51	37	47	42	33	853
	棚田	0	2	5	1	17	4	3	9	10	26	29	35	24	24	2	28	22	23	24	17	12	317
	瀬戸川溪谷	0	3	1	2	10	5	2	2	1	8	6	16	13	8	9	27	7	13	8	3	9	153
	早明浦ダム	3	13	24	36	58	30	12	23	32	85	110	127	111	89	17	130	54	90	98	61	38	1241
	小金滝	1	1	2	7	8	0	1	1	0	7	5	6	6	8	0	10	3	3	6	9	3	87
観光施設	道の駅大杉	0	5	7	20	21	19	10	14	22	70	76	108	62	43	11	61	26	28	37	42	28	710
	道の駅土佐さめうら	0	8	14	25	42	27	13	16	22	66	93	121	92	76	4	81	40	60	61	50	44	955
	本山さくら市	0	1	9	10	17	14	5	8	9	35	52	82	63	64	4	14	19	20	29	27	25	507
	大川村のえき	0	2	2	12	11	1	1	8	4	13	28	24	18	14	0	16	7	14	13	8	6	202
	モンベル	0	4	11	20	43	11	3	51	72	157	178	128	76	59	88	293	102	57	73	36	24	1486
	山荘梶ヶ森	0	5	3	12	11	8	6	6	7	25	25	25	15	9	0	28	7	15	10	8	6	231
	さめうらカヌーテラス	1	4	14	16	10	2	1	7	11	18	27	14	5	2	1	27	25	23	15	4	2	229
	さめうらカヌーテラス	0	1	16	16	30	25	15	16	17	49	57	82	94	120	0	21	30	41	25	38	28	721
	ゆとりすとパークおとよ	0	4	7	23	17	7	6	45	63	197	252	155	83	27	28	191	59	49	56	22	10	1301
	大原富江文学館	0	0	2	1	3	7	3	0	3	2	5	13	17	27	0	2	1	4	4	9	27	130
	酒造桂月館	0	1	2	4	5	3	0	2	3	9	14	34	18	15	0	2	6	13	22	12	17	182
	豊楽寺	0	0	2	2	2	3	1	1	2	4	7	7	14	3	0	1	2	6	7	0	3	67
	白滝鉱山跡	0	2	1	7	3	1	1	2	2	3	2	9	5	4	0	6	0	2	5	5	1	61
	白滝の里	0	5	7	16	20	7	1	20	3	26	56	37	19	13	15	60	18	31	29	20	11	414
	その他	2	11	19	22	23	14	4	23	23	79	59	41	56	23	16	112	52	62	43	28	18	730
体験・イベント	ラフティング	0	0	3	6	4	0	0	15	11	20	48	20	11	6	6	70	114	37	29	14	6	415
	シャワークライミング	0	1	1	0	0	1	0	2	0	0	2	2	2	0	1	4	3	2	1	0	0	22
	登山・トレッキング	0	4	6	12	15	9	5	9	13	30	32	32	24	16	4	41	14	12	23	17	9	327
	サイクリング	0	0	1	5	2	3	0	1	9	9	11	12	6	2	1	15	17	11	5	0	0	110
	カヌー・カヤック・SUP	3	2	2	3	2	2	0	19	9	10	27	16	4	1	3	23	13	14	6	2	1	162
	田舎体験（ビザ焼き・そば打ち等）	0	1	2	3	7	3	3	7	8	32	34	12	20	6	1	52	13	10	18	7	7	246
	バーベキュー	1	5	7	16	11	5	2	59	70	213	234	151	78	34	68	422	116	117	92	47	18	1766
	その他	1	15	28	38	31	21	14	10	22	64	92	48	41	28	14	83	62	53	58	36	21	780

【スポット・観光施設】

- 宿泊施設を伴う観光施設を除くと、早明浦ダムや杉の大杉への来訪が多かった。
- 杉の大杉は特に 30～50 代の家族と来た人や 20 代のその他（友人等）と来た人、早明浦ダムは 50 代の家族と来た人を中心に 40～70 代の家族と来た人や 20 代のその他（友人等）と来た人が多かった。また、早明浦ダムは 40～60 代のひとりで来た人も多かった。
- 道の駅等の物販施設は、家族で来た人は 50 代、その他（友人等）と来た人は 20 代を中心に来訪者が多かった。
- 30 代までの層（特に友人等と来た層）は各観光施設等に分散せず、行き先が集中する傾向がある。

【体験・イベント】

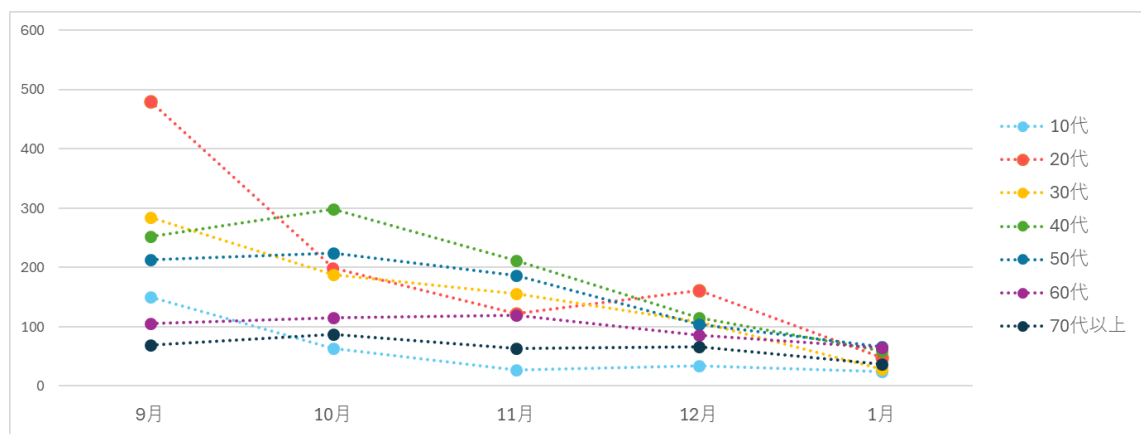
- 「バーベキュー」を目的とすることが最も多く、特に 30～40 代の家族と来た人、20 代のその他（友人等）と来た人を中心に、20～40 代に集中して多かった。
- 「ラフティング」は 20 代のその他（友人等）と来た人が最も多く、若い年代で友人等と来る傾向があった。家族での来訪では、40 代が最も多かった。
- 「登山・トレッキング」は人数は多くないものの、特に 30～50 代で安定して来訪がある。

3. れいほくクーポンの効果

①月別年代別・訪問回数別来訪者数推移

	10代		20代		30代		40代		50代		60代		70代以上	
	初めて	2回以上	初めて	2回以上	初めて	2回以上	初めて	2回以上	初めて	2回以上	初めて	2回以上	初めて	2回以上
9月	119	31	351	129	151	134	109	143	92	121	40	66	22	47
10月	36	28	136	63	108	80	135	164	103	122	46	69	33	55
11月	11	16	86	37	84	72	90	122	72	115	28	91	9	54
12月	9	25	79	82	40	69	34	81	19	85	23	63	19	47
1月	6	18	17	31	9	19	11	48	12	55	12	53	1	36

②月別年代別来訪者推移（折れ線グラフ）

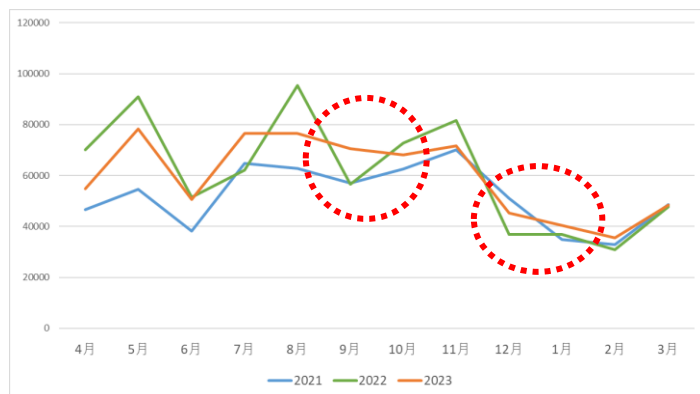


- 20代では9月の来訪者が最も多く、10月以降の減少傾向が顕著。
- 30・10代は20代ほどでないものの、9月をピークに減少傾向。
- 40・50代は10月に最も多い。
- 60・70代は来訪者数は少ないものの、時期を問わずある程度一定に来訪がある。

③おでかけウォッチャー 月別来訪者数データ（2021年4月～2024年3月）

※れいほく4町村 立川PAを除くすべてのスポット

- 「おでかけウォッチャー」のデータによると、れいほくクーポンの開始月である9月は、過去2年の同月と比べて大きく増加した。
(21年度は11月、22年度は10月より開始)
- また、12～1月のオフシーズンにおいては、前年度開催時よりも来訪者数が上回っていた。



れいほくクーポンは、①9月の30代までの初めての来訪者 ②12～1月の40代以上の再訪者 による来訪者数の増加に寄与できたといえる。