

厚木市の観光に関するアンケート調査について

意向調査の名称	厚木市の観光に関するアンケート調査
調査の目的	厚木市の観光振興に関する市民の意識・ニーズを把握し、観光振興計画策定の基礎資料とする。
調査の方法	市LINE及び電子申請システムによる回答
調査対象者	厚木市民及び市外の方
実施期間	令和8年3月15日(日)から4月14日(火)まで
回答者数	1,098人(市LINE:643件、電子申請:455件)
担当課	商業観光課
結果公開日	令和8年8月28日(金)
調査項目	回答者属性(性別・年齢・居住地・職業・世帯構成) 旅行の頻度・同行者・情報源・旅行形態 旅行に求めるもの・お土産・旅行先選定 旅行の必要性・幸福度 厚木市の観光資源・イメージ・施策評価・心配事 自由回答
調査結果の概要	別紙のとおり

厚木市の観光に関するアンケート結果

令和8年（2026年）8月

目次

- 1. 調査概要
 - 2. 回答者の属性（F1～F5）
 - 3. 調査結果（Q1～Q15）
 - 3-1. 旅行の頻度・同行者・情報源・旅行形態（Q1～Q4）
 - 3-2. 旅行に求めるもの・お土産・旅行先選定（Q5～Q7）
 - 3-3. 旅行の必要性・幸福度（Q8～Q9）
 - 3-4. 厚木市の観光資源（Q10）
 - 3-5. 厚木市のイメージ・施策・心配事（Q12～Q15）
- （参考）総合分析

※クロス集計は、属性間で顕著な差異が認められた項目を抜粋して掲載（分析対象 $n \geq 50$ ）

1. 調査概要

調査名	厚木の観光に関するアンケート
調査目的	厚木市の観光振興に関する市民の意識・ニーズを把握し、観光振興計画策定の基礎資料とする
調査対象	厚木市民及び市外の方
調査方法	①市LINE ②電子申請システム（e-kanagawa）
調査期間	令和8年3月15日（日）から4月14日（火）まで
回収数	1,098件（市LINE: 643件、電子申請: 455件）
調査項目	回答者属性（性別・年齢・居住地・職業・世帯構成） 旅行の頻度・同行者・情報源・旅行形態 旅行に求めるもの・お土産・旅行先選定 旅行の必要性・幸福度 厚木市の観光資源・イメージ・施策評価・心配事 自由回答
集計方法	単純集計、クロス集計（性別・年齢・居住地・世帯・旅行の必要性・幸福感別）
備考	

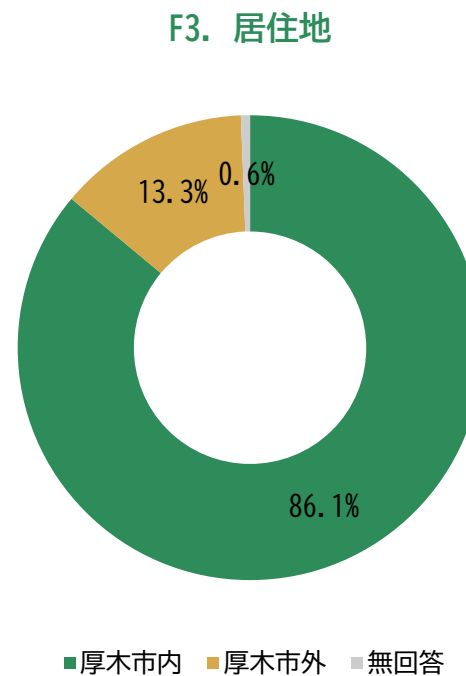
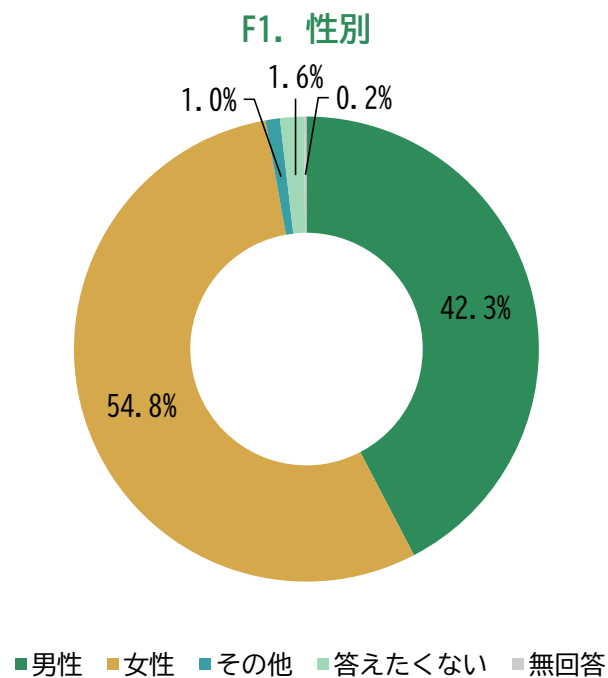
2. 回答者の属性

F1～F5（性別・年齢・居住地・職業・世帯構成）

2-1. 回答者の属性：性別・居住地

Q F1. 性別を教えてください。 / Q F3. 居住地を教えてください。（n=1,098）

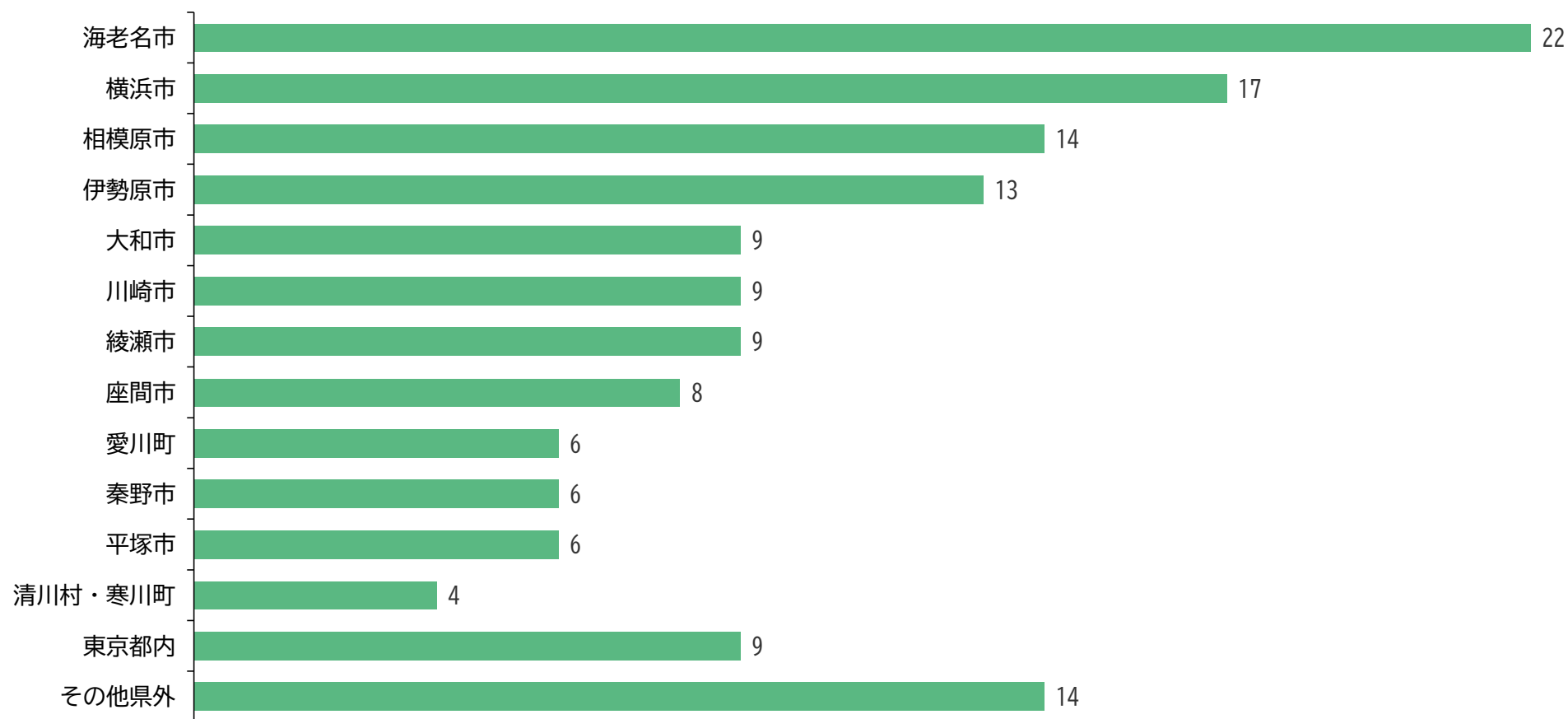
- 回答者の性別は女性（54.8%）が男性（42.3%）をやや上回る
- 回答者の約86%が厚木市内在住であり、市外からの回答は約13%
- 調査方法は市LINE（58.6%）と電子申請（41.4%）の2種類で実施
- 市外の居住地は海老名市22件が最多、横浜市17件、相模原市14件と近隣市が中心



2-1. 回答者の属性：性別・居住地

F3 自由回答：厚木市外と回答した方の市町村名（n=146）

F3 市外回答者の居住地（件数）



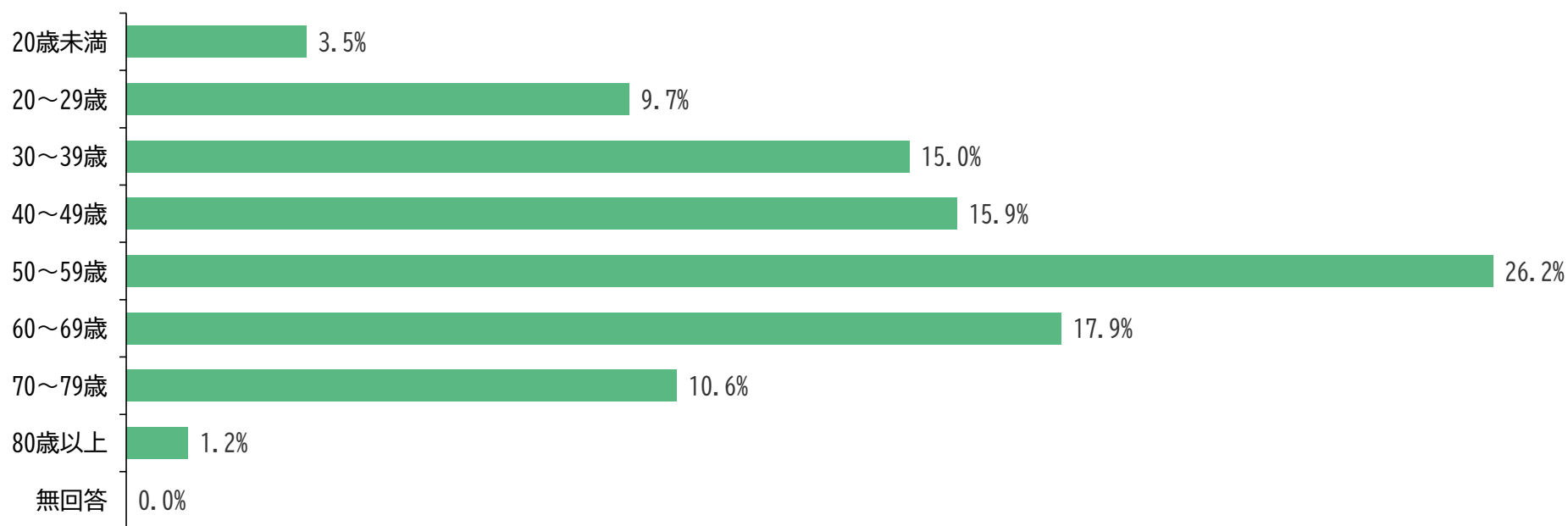
その他県外（14件）：静岡市、高崎市、仙台、刈谷市、福岡県大野城市、山梨県上野原市、二宮町、イギリス、海外等

2-2. 回答者の属性：年齢

Q F2. 年齢を教えてください。（n=1,098）

- 50～59歳が最多（26.2%）で、全体の約4分の1を占める
- 40代以上が全体の約72%を占め、中高年層が回答の中心
- 20歳未満・80歳以上はそれぞれ3.5%、1.2%と少数

F2. 年齢構成

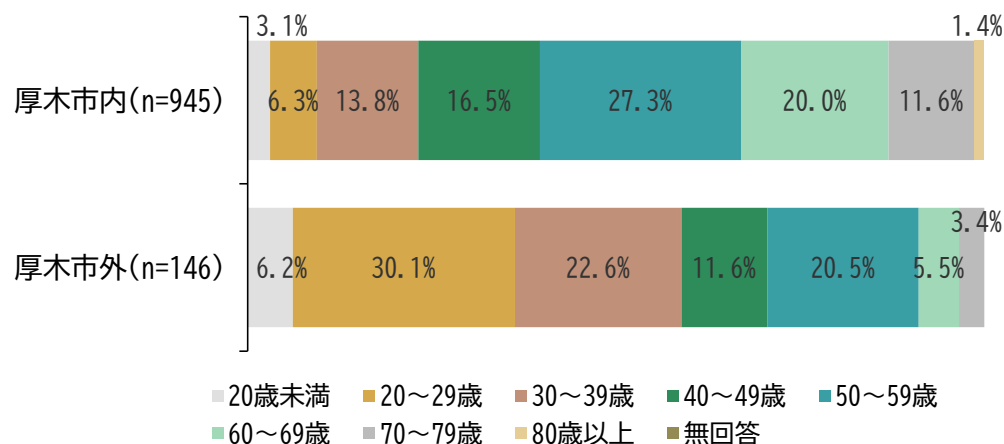


2-2. 回答者の属性：年齢

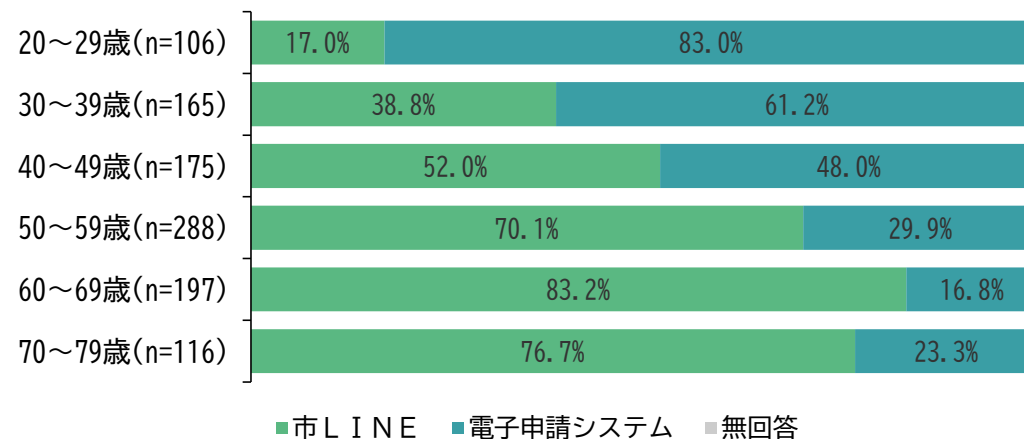
クロス集計：居住地別の年齢構成 / (参考) 年齢別の実施方法

- 市外回答者は20代が30.1%・30代が22.6%と若年層が過半数。市内は50代以上が約60%を占める
- 20代は電子申請83.0%、60代以上は市LINE83.2%と、回答方法に大きな世代差

居住地別：年齢構成



(参考) 年齢別：実施方法

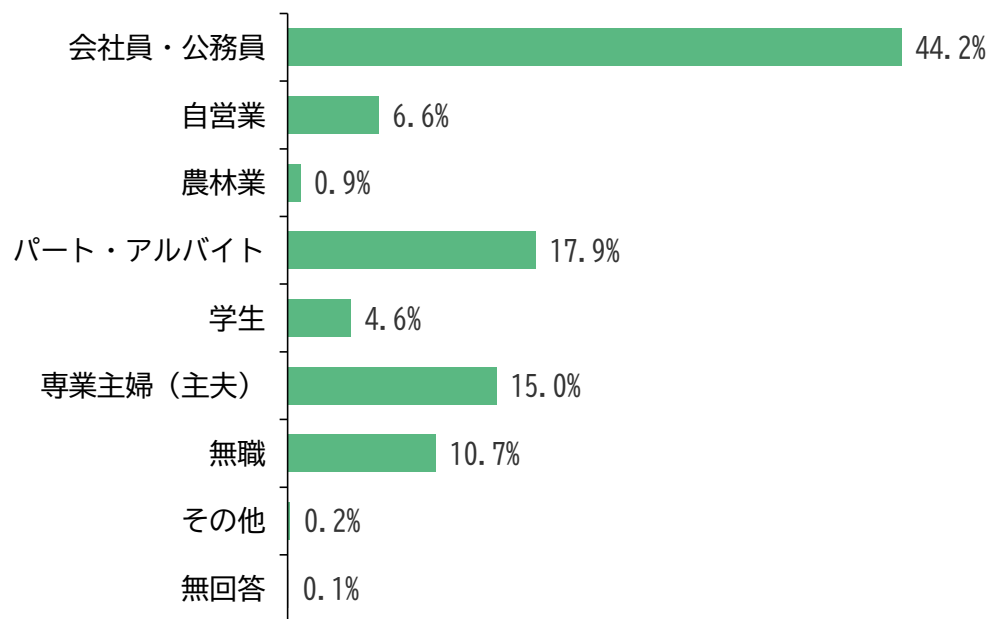


2-3. 回答者の属性：職業・世帯構成

Q F4. 職業を教えてください。 / Q F5. 世帯の構成を教えてください。（n=1,098）

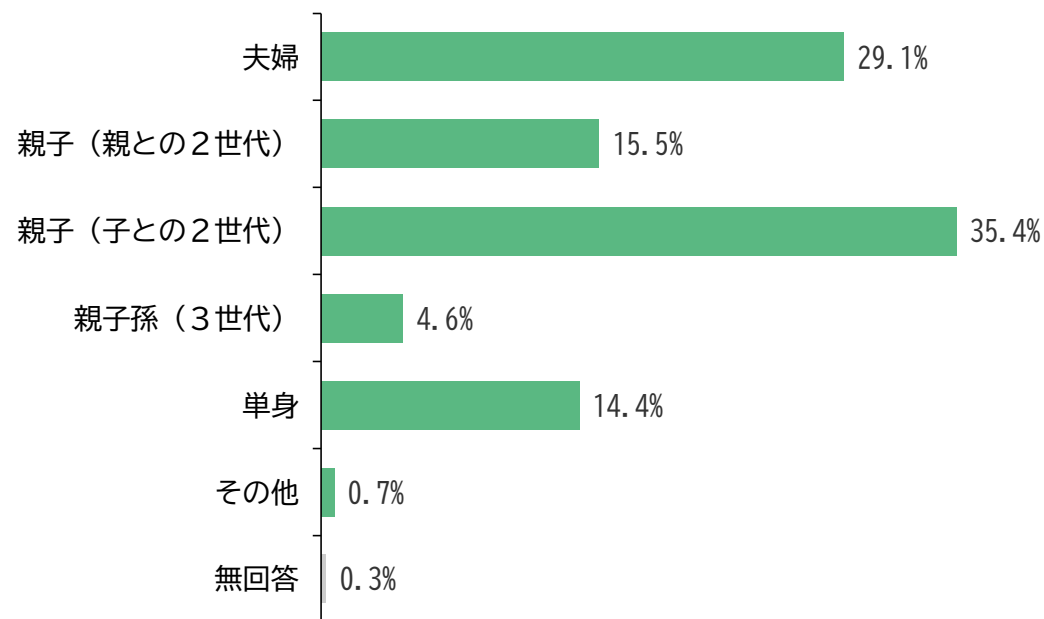
- 職業は会社員・公務員（44.2%）が最多、次いでパート・アルバイト（17.9%）、専業主婦/主夫（15.0%）
- 世帯構成は親子（子との2世代）が35.4%で最多、次いで夫婦（29.1%）。ファミリー層が回答の中心
- 単身世帯は14.4%で、30代以下の若年層の回答が相対的に少ないことと関連
- 職業その他は派遣社員・看護師等14件。世帯その他はカップル・パートナー関係が9件中5件

F4. 職業構成



F4その他（14件）：派遣社員(2)、看護師、薬剤師、大学教員 等

F5. 世帯構成

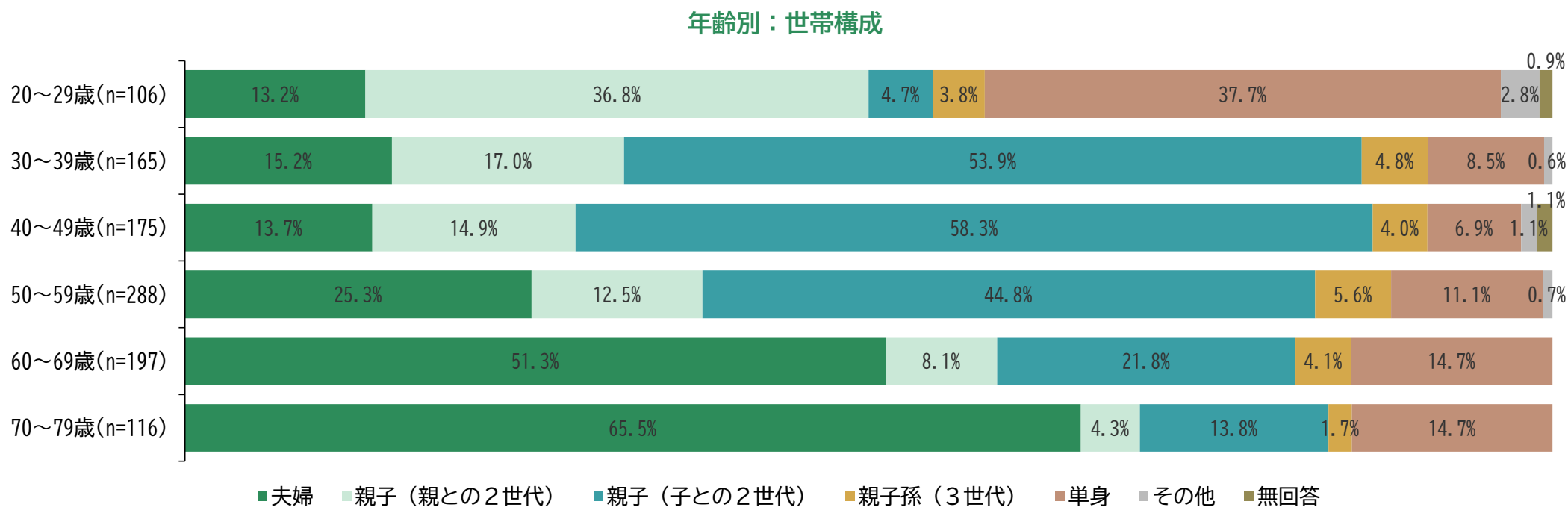


F5その他（9件）：カップル(4)、パートナーシップ(1) 等

2-3. 回答者の属性：職業・世帯構成

クロス集計：年齢 × 世帯構成

- 30～40代は「親子（子との2世代）」が約53～58%。子育て世帯が主流
- 60～70代は「夫婦」が約51～66%で圧倒的。子の独立後の夫婦が主流
- 20代は「単身」37.7%・「親子(親との2世代)」36.8%。一人暮らしと独立前の家族世帯



3. 調査結果

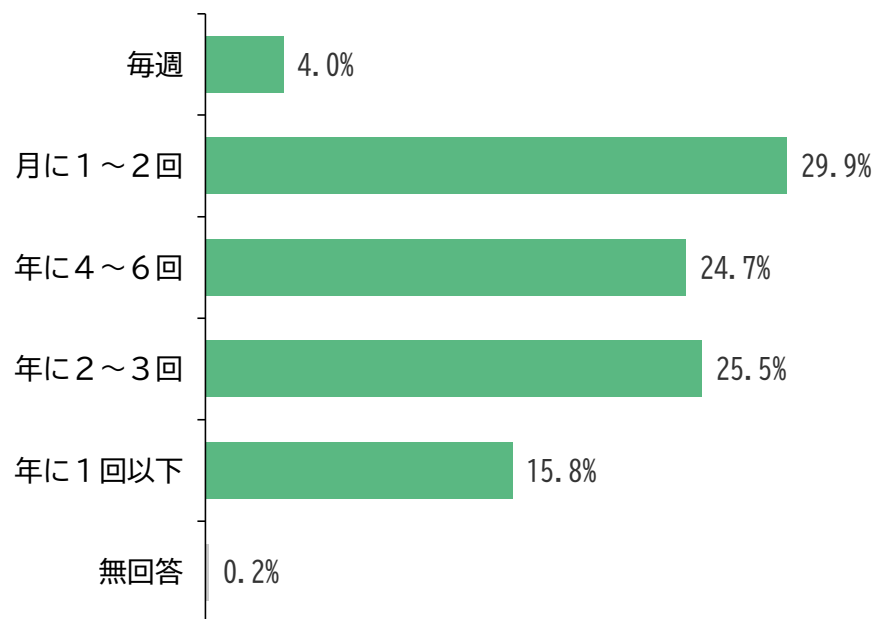
Q1～Q15（旅行行動・観光意識・厚木市の観光資源等）

3-1. 旅行の頻度・同行者

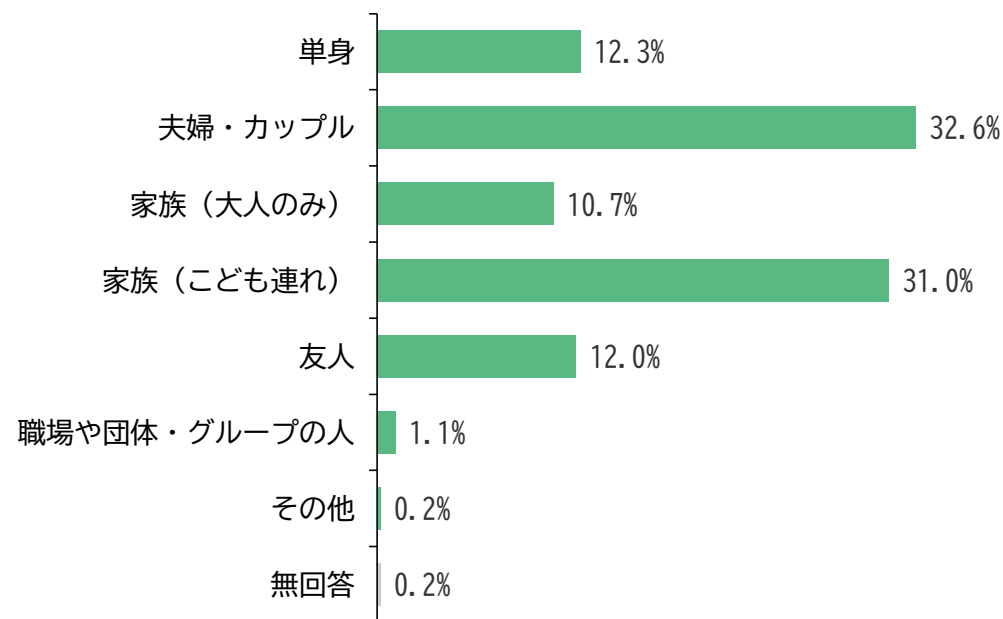
Q1. どのくらいの頻度で旅行（日帰り旅行やドライブ等を含む）に出かけますか。 / Q2. 主に誰と行きますか。（n=1,098）

- 旅行頻度は「月に1～2回」（29.9%）と「年に2～3回」（25.5%）が上位。約6割が年3回以上旅行に出かけている
- 同行者は「夫婦・カップル」（32.6%）と「家族（こども連れ）」（31.0%）で全体の約6割を占める
- 「単身」での旅行も12.3%あり、一人旅のニーズも一定数存在する

Q1. 旅行の頻度



Q2. 旅行の同行者



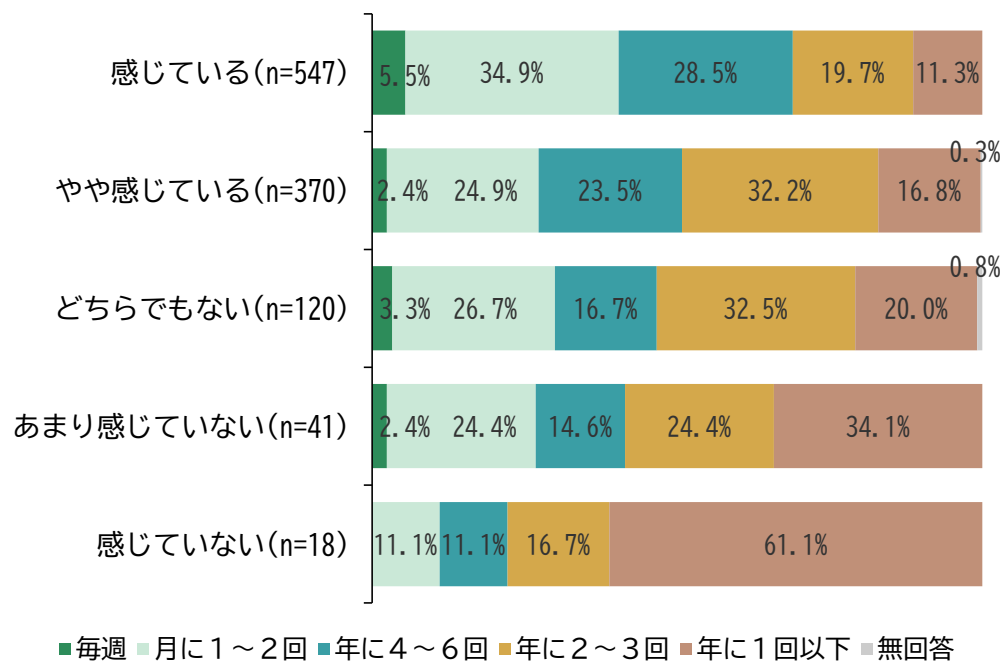
Q2その他（2件）：夫婦とペット

3-1. 旅行の頻度・同行者

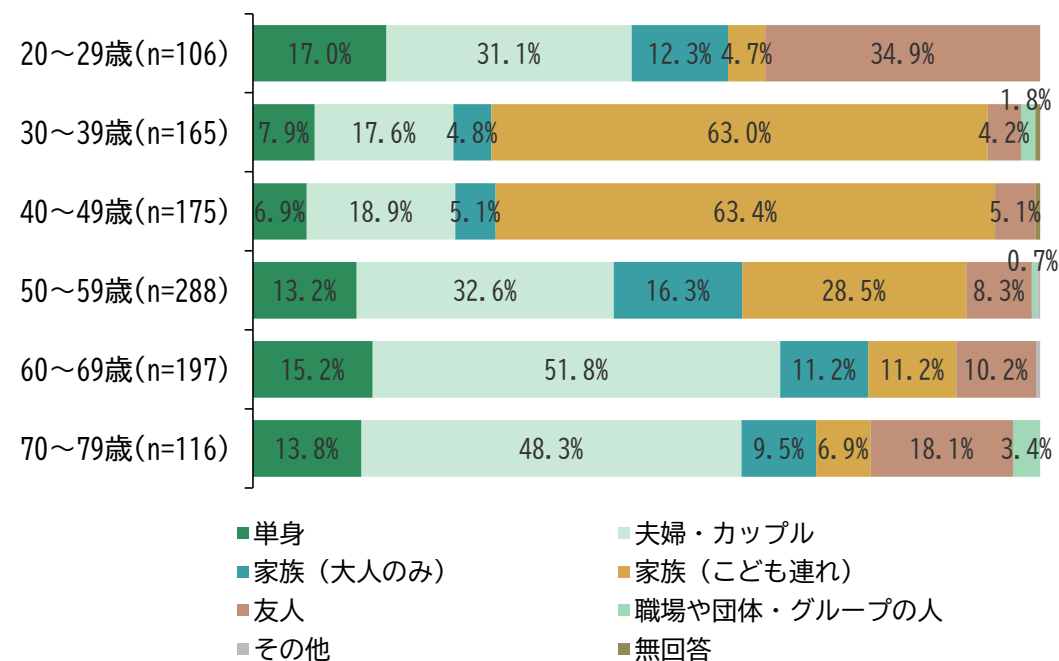
クロス集計：幸福感別の旅行頻度 / 年齢別の旅行同行者

- 幸福感が高い層ほど旅行頻度が高い（感じている：月1回以上が約39% vs 感じていない：約11%）
- 幸福感が低い層は「年1回以下」が約34～61%と多く、旅行を通じた生活の質向上の余地がある
- 30～40代は「家族（こども連れ）」が約63%、20代は「友人」34.9%と、年齢で同行者が大きく異なる

幸福感別：旅行頻度



年齢別：旅行の同行者

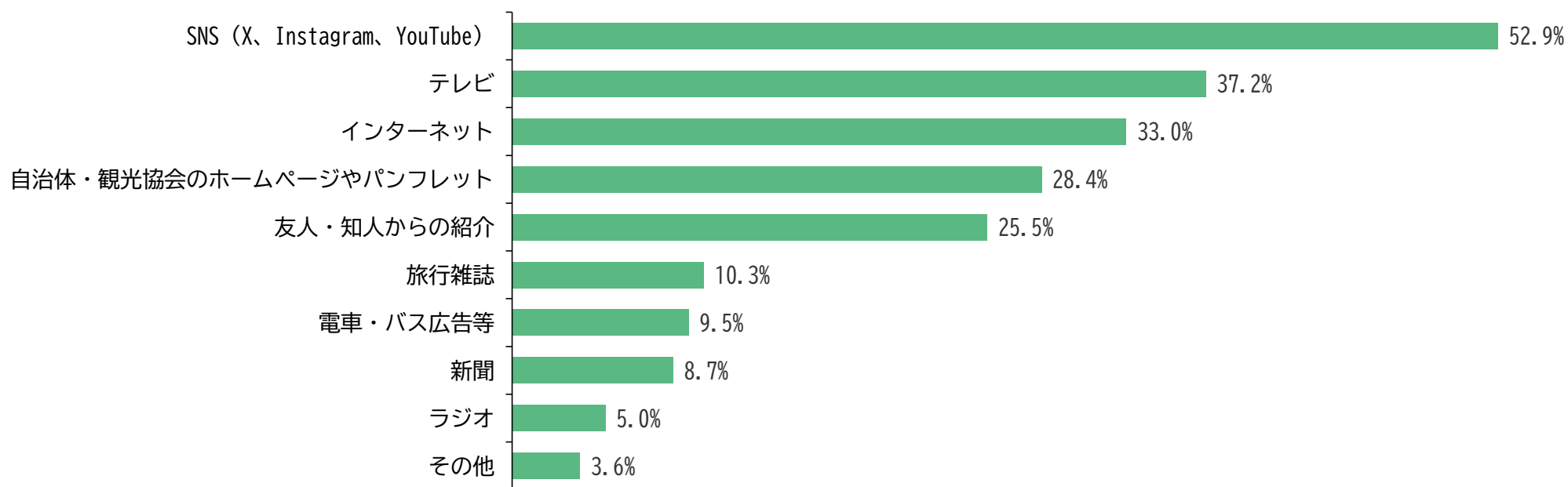


3-1. 旅行の情報入手先

Q3. どこで情報を入手しますか。（複数回答可）（n=1,098）

- SNS（52.9%）が最も多く、過半数がSNSから旅行情報を得ている
- テレビ（37.2%）、インターネット検索（33.0%）が続き、デジタルメディアが情報源の主流
- 自治体・観光協会のHP等（28.4%）も約3割が利用しており、公的な情報発信の重要性がうかがえる
- 旅行雑誌は、るるぶ49件が圧倒的。サイトは、Google検索73件、じゃらん37件、Yahoo30件が上位
- SNSは20代で77.4%、70代で24.1%。インターネットは50代で43.4%、20代で8.5%と、情報源の世代差が顕著

Q3. 旅行情報の入手先（複数回答）



Q3その他の情報源（25件）：旅行会社DM・カタログ、AI検索、鉄道アプリ、GoogleMAP、市のLINE等

3-1. 旅行の情報入手先

Q3 自由回答：旅行雑誌名(n=85)・インターネットサイト名(n=288)

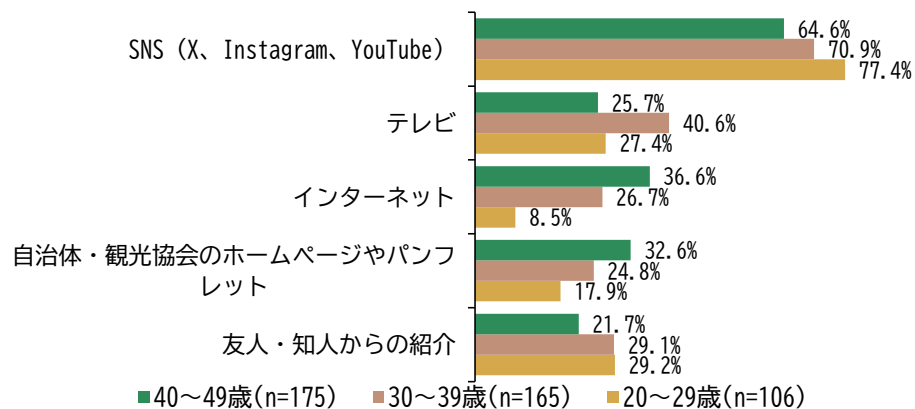
旅行雑誌名（85件）

グループ	件数	備考
るるぶ	49件	
クラブツーリズム	10件	
じゃらん	3件	
大人の休日クラブ	3件	
まっぷる・散歩の達人	4件	
その他	16件	JTB、JAFメイト等

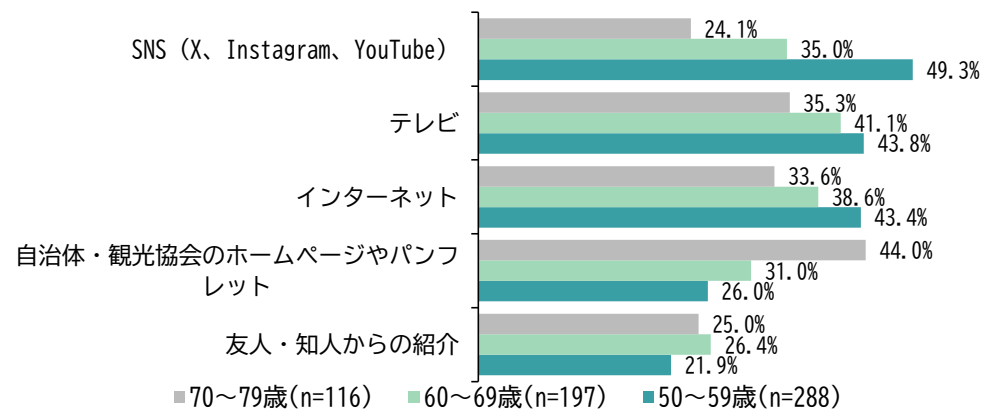
インターネットサイト名（288件）

グループ	件数	備考
Google系検索	73件	Google, Googleマップ等
じゃらん系	37件	じゃらんnet等
Yahoo系検索	30件	Yahoo, ヤフー等
特定サイトなし	29件	色々、決まっていない等
楽天トラベル系	19件	
SNS系	18件	Instagram, YouTube, X等
旅行会社サイト	10件	クラブツーリズム, JTB等
その他予約・情報サイト	72件	一休, アソビュー, 観光案内等

年齢別：情報入手先（20～40代）



年齢別：情報入手先（50～70代）

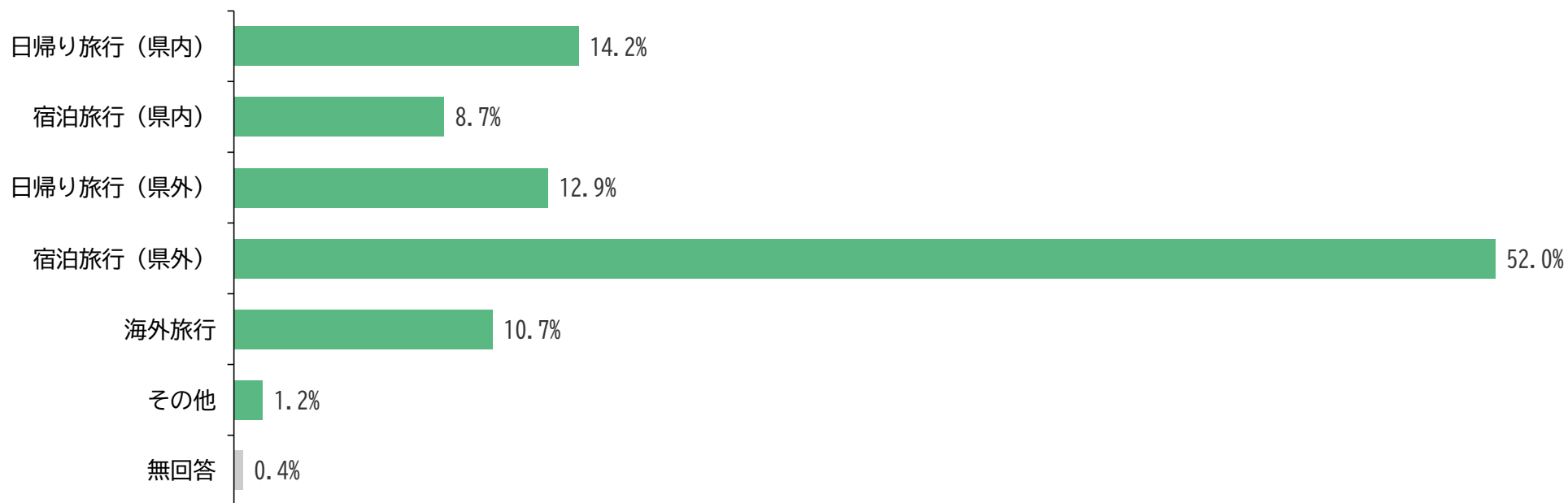


3-1. 今後したい旅行形態

Q4. 今後どのような旅行をしたいですか。（n=1,098）

- 「宿泊旅行（県外）」が52.0%と圧倒的に多く、遠出の宿泊旅行への志向が高い
- 「日帰り旅行（県内）」は14.2%で、身近な旅行ニーズも一定数存在
- 「海外旅行」も10.7%と、コロナ後の海外旅行需要の回復がうかがえる

Q4. 今後したい旅行形態



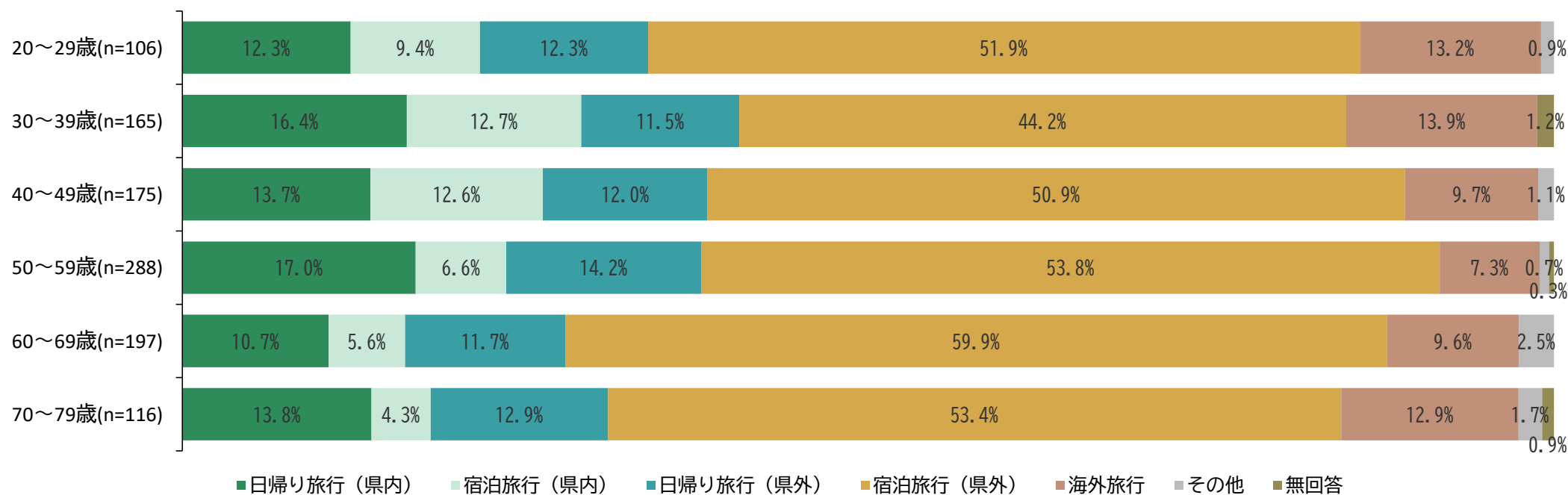
Q4その他（13件）：キャンピングカー旅行(2)、ツーリング、温泉巡り、クルージング等

3-1. 今後したい旅行形態

クロス集計：年齢別の旅行形態

- 60代は「宿泊旅行(県外)」が全体より高め。時間的ゆとりによる遠出志向がうかがえる
- 30代は「宿泊旅行(県外)」が全体より低め。子育て世帯の時間・予算制約がうかがえる

年齢別：今後したい旅行形態

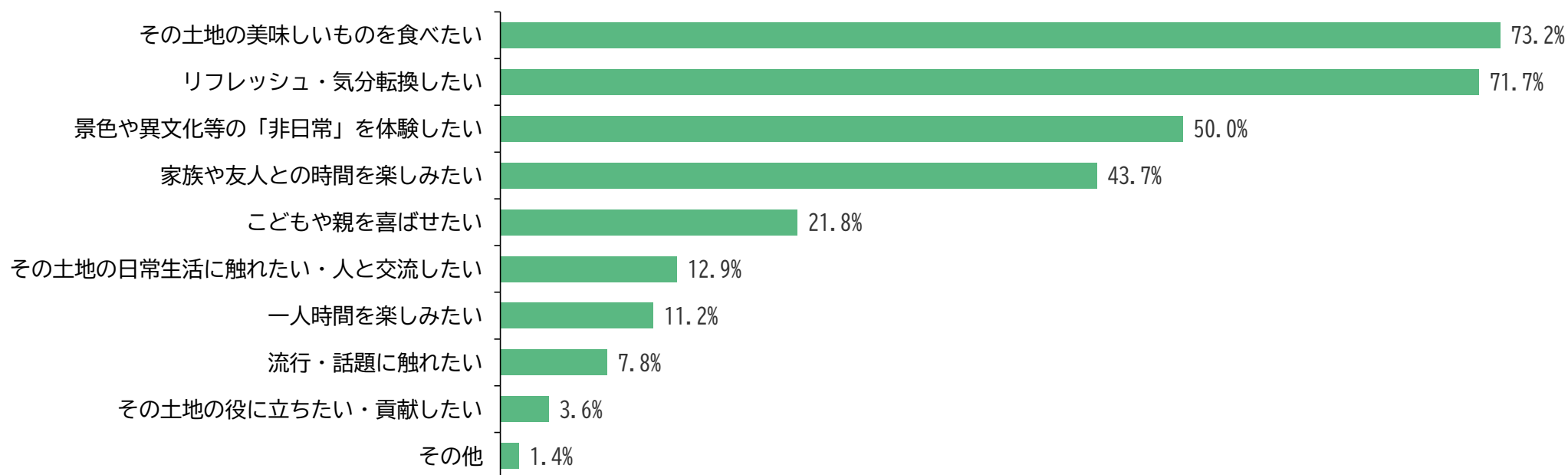


3-2. 旅行に求めるもの

Q5. 旅行に求めるものは何ですか。（複数回答可）（n=1,098）

- 「美味しいものを食べたい」（73.2%）と「リフレッシュ」（71.7%）が7割超で突出
- 「非日常の体験」（50.0%）が3位で、日常から離れた経験への期待も大きい
- 「家族や友人との時間」（43.7%）も高く、旅行は人とのつながりの場としても重要視されている

Q5. 旅行に求めるもの（複数回答）

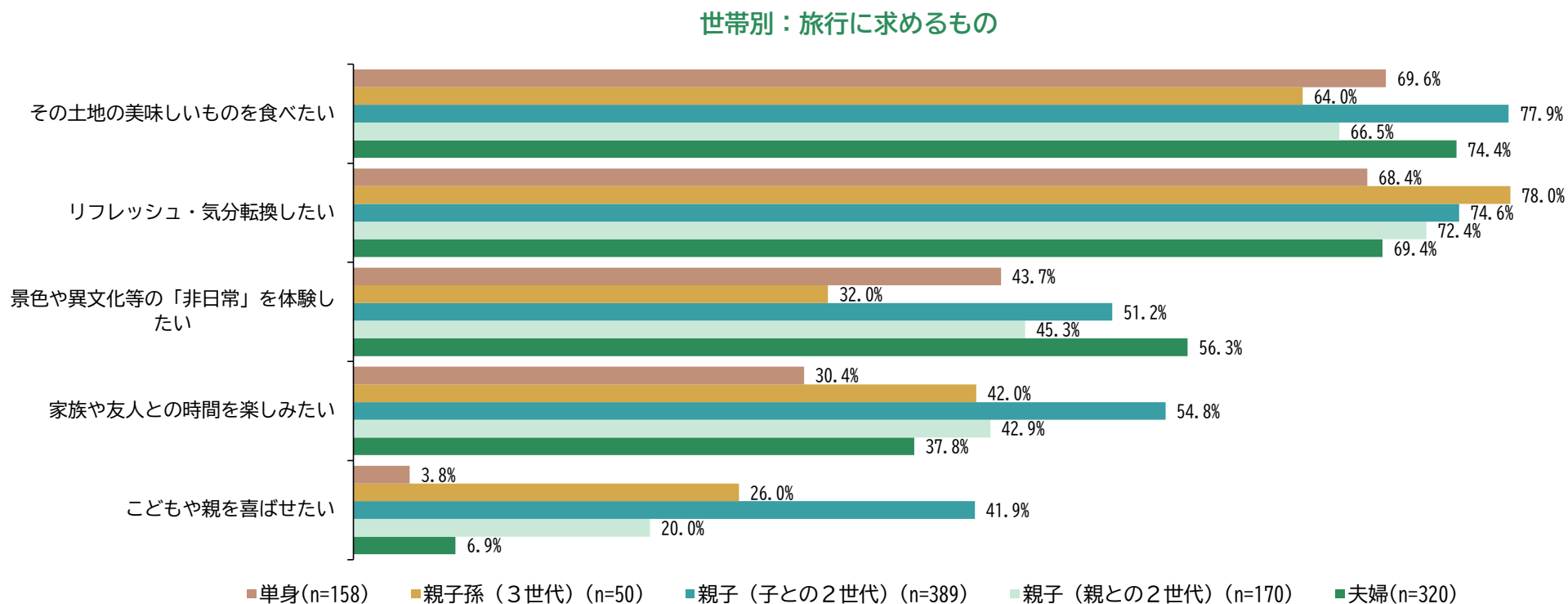


Q5その他（16件）：歴史・文化を感じたい(3)、ペット旅行(2)、温泉(1)、推し活(1)等

3-2. 旅行に求めるもの

クロス集計：世帯構成別の旅行に求めるもの 上位5項目

- 「非日常を体験したい」は夫婦で56.3%と高く、親子孫（3世代）で32.0%と低い
- 「家族や友人との時間を楽しみたい」は親子（子との2世代）で54.8%と高く、単身で30.4%と低い
- 上位2項目（美味しいもの・リフレッシュ）は全世帯でほぼ共通の高ニーズ

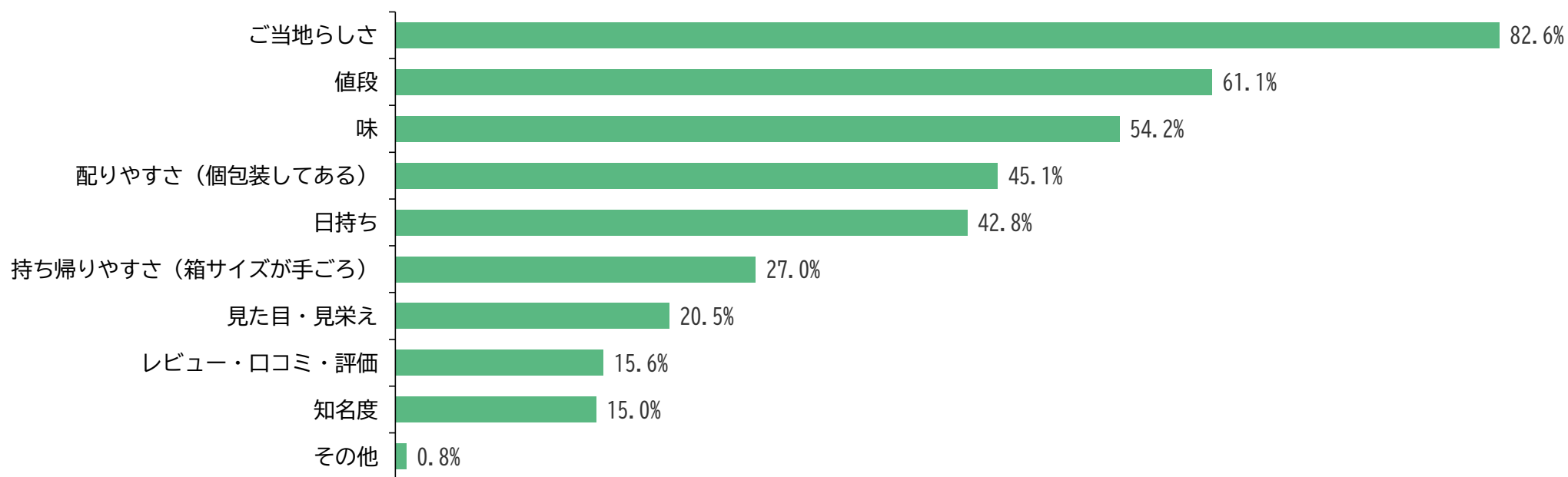


3-2. お土産購入時のチェックポイント

Q6. お土産を買う時にチェックすることは何ですか。（複数回答可）（n=1,098）

- 「ご当地らしさ」が82.6%で最も重視されており、地域の特色を活かした商品開発が重要
- 「値段」（61.1%）、「味」（54.2%）、「配りやすさ」（45.1%）の実用的な観点が上位に続く
- 「日持ち」（42.8%）も高く、保存性は購買決定の重要な要素

Q6. お土産購入時のチェックポイント（複数回答）



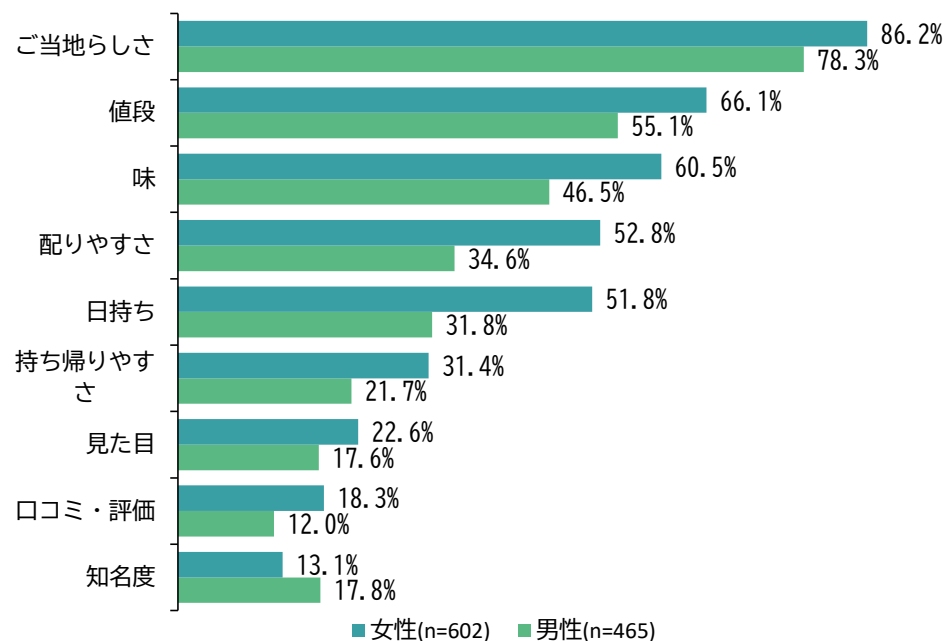
Q6その他（8件）：無添加・添加物チェック(3)、限定品かどうか(2)、買わない(1)等

3-2. お土産購入時のチェックポイント

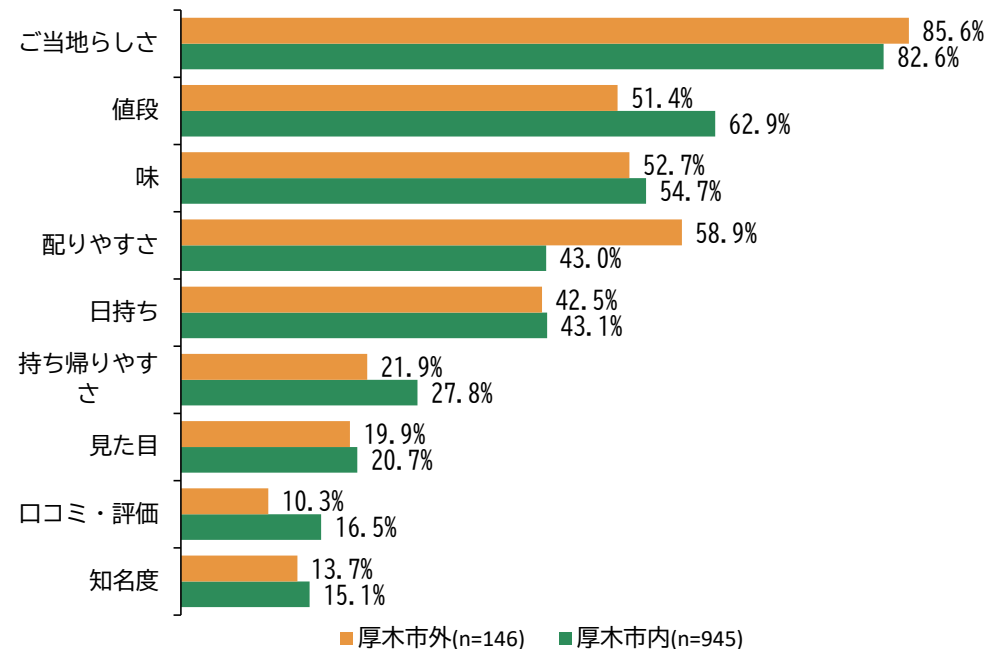
クロス集計：性別 / 居住地別の上位項目

- 女性は「日持ち」「配りやすさ」が男性より約19pt高い。実用性を重視する傾向
- 市外居住者は「配りやすさ」が全体より約14pt高く、利便性も重視
- 「ご当地らしさ」は性別・居住地を問わず約78～86%で共通の最重要基準

性別：お土産チェックポイント



居住地別：お土産チェックポイント

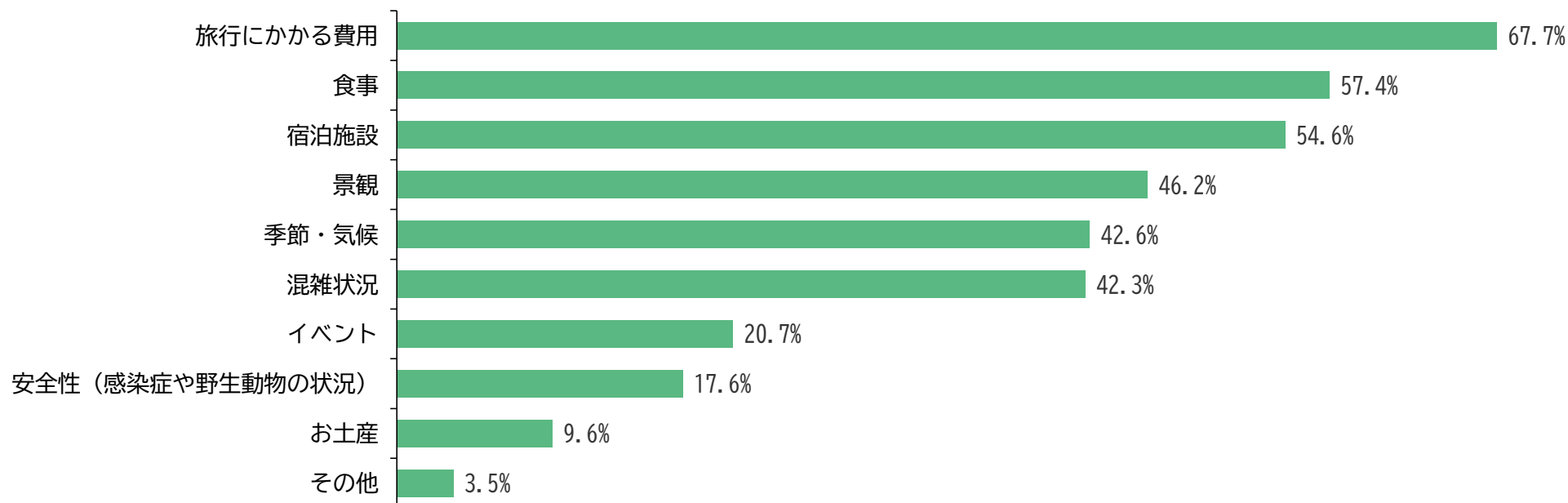


3-2. 旅行先選定の重視点

Q7. 旅行先を決める時に重視することは何ですか。（複数回答可）（n=1,098）

- 「費用」（67.7%）が最多で、コストパフォーマンスへの意識が非常に高い
- 「食事」（57.4%）、「宿泊施設」（54.6%）、「景観」（46.2%）が続き、旅の質を重視
- 「混雑状況」（42.3%）も上位にあり、快適な旅行環境が求められている
- その他は「子どもが楽しめるか」4件、「ペット同伴可」2件、「温泉」2件等（28件）

Q7. 旅行先選定の重視点（複数回答）



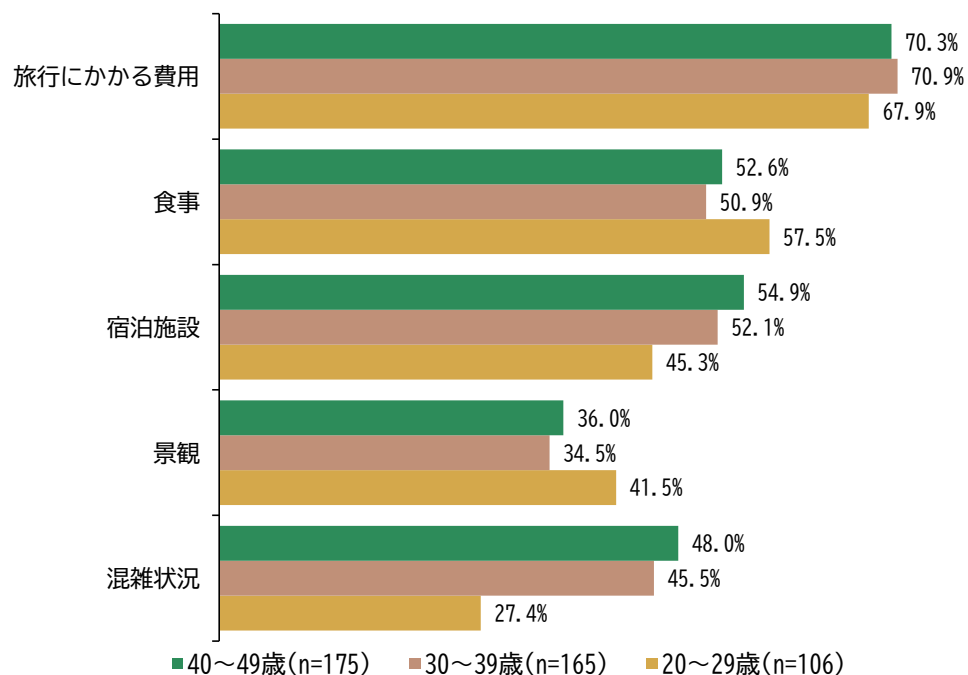
Q7その他（28件）：子どもが楽しめるか(4)、ペット同伴可(2)、温泉(2)、アクセス(2)等

3-2. 旅行先選定の重視点

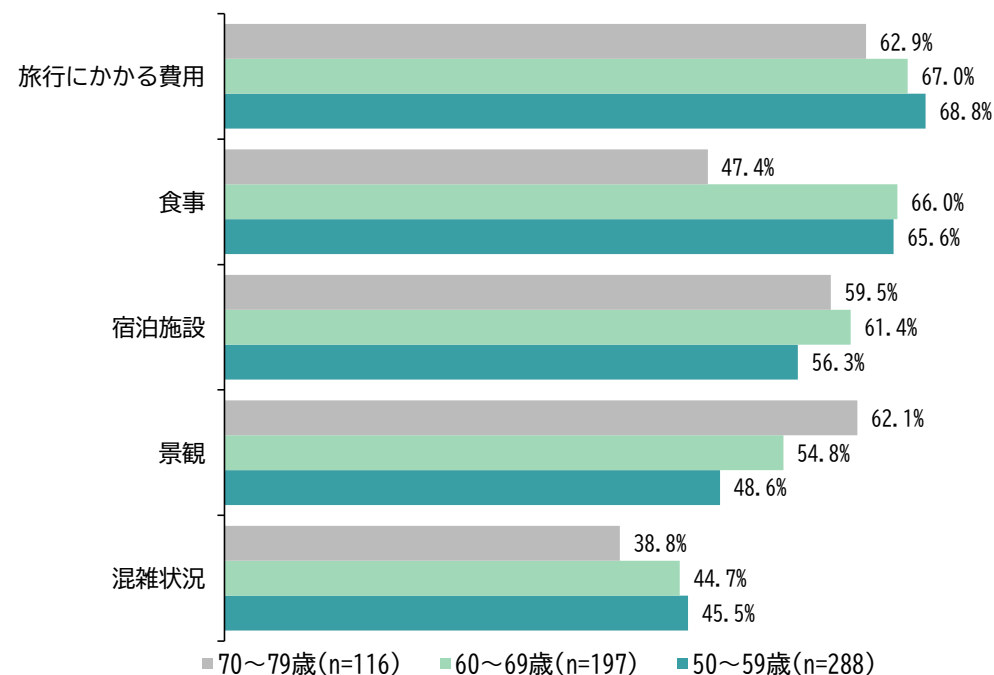
クロス集計：年齢別の旅行先選定の重視点 上位5項目

- 70代は「景観」が全体より約16pt高く、高齢層ほど景観への関心が高い
- 20代は「宿泊施設」「混雑状況」が他世代より低め
- 「費用」は全年齢で約63～71%と共通の最重要項目。世代を問わずコスパ意識が高い

年齢別：旅行先の重視点（20～40代）



年齢別：旅行先の重視点（50～70代）

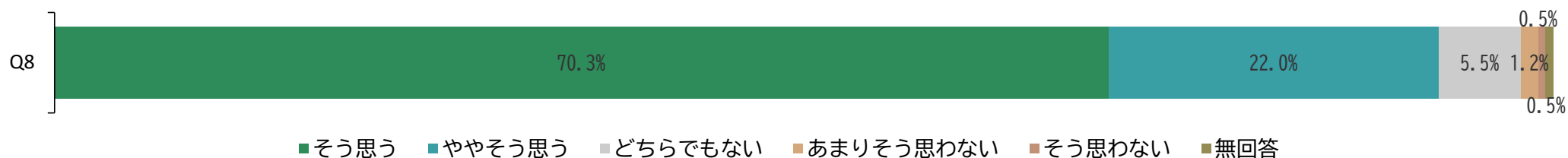


3-3. 旅行の必要性・日常の幸福感

Q8. 日常生活を豊かにするために、旅行することは必要だと思いますか。 / Q9. 日常生活に幸せを感じていますか。（n=1,098）

- 旅行の必要性は「そう思う」「ややそう思う」で92.3%と圧倒的多数が旅行を必要と認識
- 日常の幸福感は「感じている」「やや感じている」で83.5%が肯定的
- 旅行の必要性の認識と日常の幸福感はともに高く、旅行が生活の質向上に寄与する意識が強い

Q8. 日常生活を豊かにするために、旅行することは必要だと思いますか。



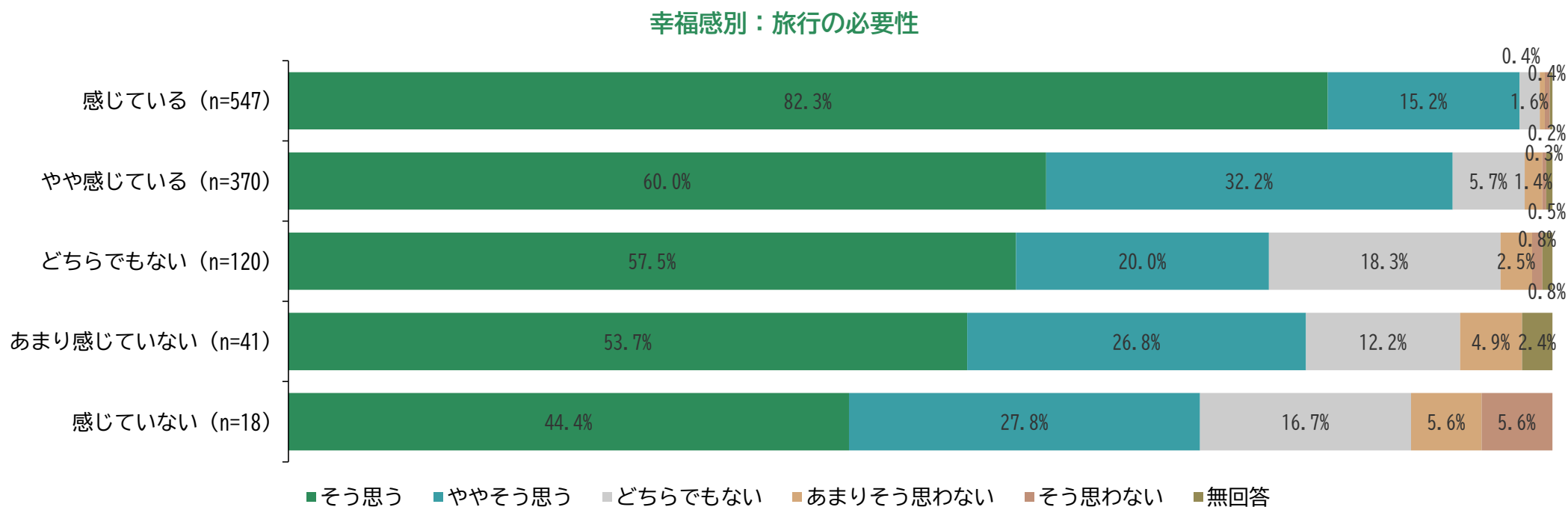
Q9. 日常生活に幸せを感じていますか。



3-3. 旅行の必要性・日常の幸福感

クロス集計：Q8 旅行の必要性 × Q9 幸福感

- 日常に幸福感を「感じている」と回答した人は、旅行の必要性に「そう思う」と回答する割合が82.3%と最も高い
- 旅行の必要性と幸福感には正の相関が確認される

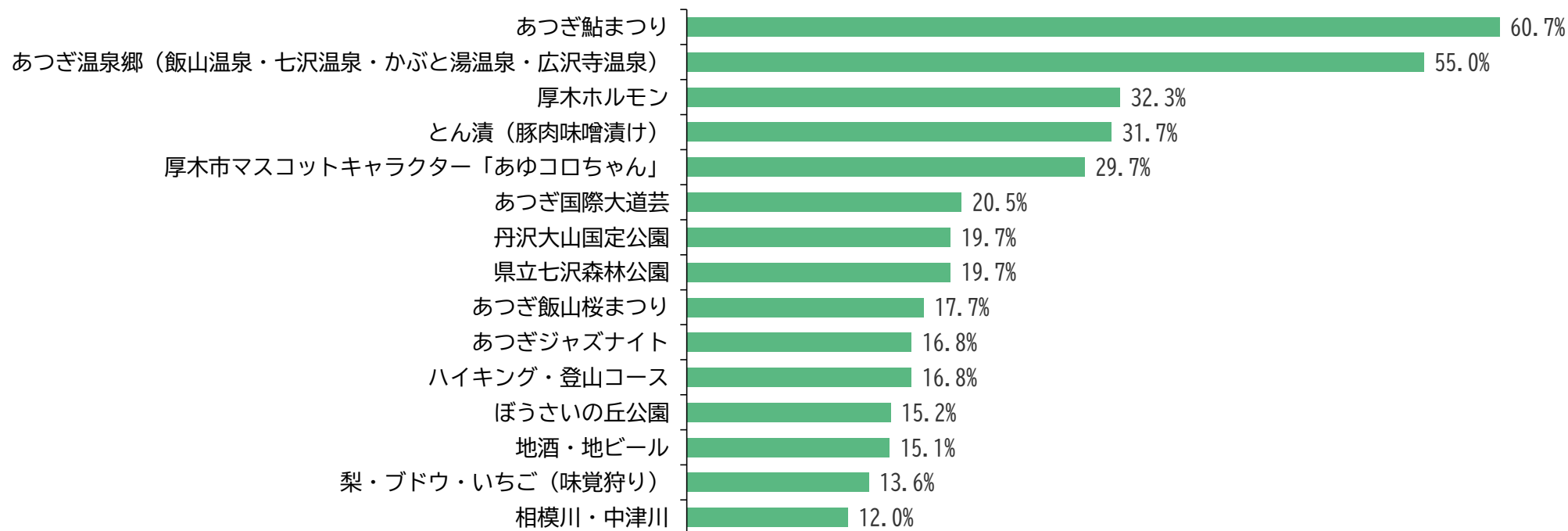


3-4. 市外の方に紹介したい厚木市の観光資源

Q10. 次の項目の中で、あなたが市外の方に紹介したいと思うものを選択してください。（複数回答可）（n=1,098）※上位15位

- 「あつぎ鮎まつり」（60.7%）と「あつぎ温泉郷」（55.0%）が5割超で突出
- グルメ系（ホルモン32.3%、とん漬31.7%）も3割超と、食の魅力が厚木の強み
- マスコットキャラクター「あゆコロちゃん」（29.7%）も認知度が高い

Q10. 市外の方に紹介したいもの 上位15（複数回答）

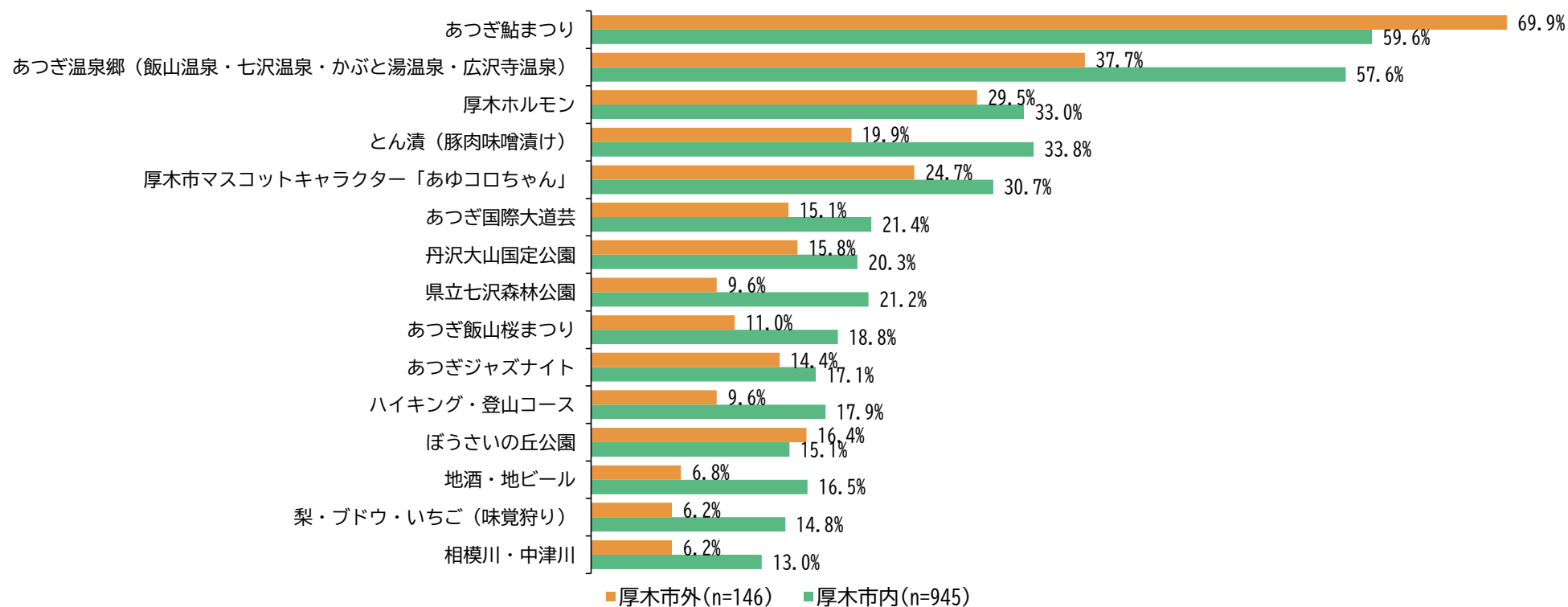


3-4. 市外の方に紹介したい厚木市の観光資源

クロス集計：居住地別の紹介したいもの 上位10項目

- 市外は「鮎まつり」が1位だが、「温泉郷」は市内より大きく低く、認知差あり
- 「とん漬」「ホルモン」も市外は市内より低く、食の魅力の発信強化が必要
- 「あゆコロちゃん」は市外からも一定の紹介意向を獲得しているものの、市内との差がみられ、市外での認知向上に余地があり

居住地別：紹介したい観光資源 上位15（複数回答）



3-4. 市外の方に紹介したい厚木市の観光資源

Q11. Q10以外に紹介したい厚木市の観光コンテンツ【自由記述】（n=89）

- Q10の選択肢以外の紹介したいコンテンツとしては「グルメ・飲食店」が22件で最多。ラーメン(7件)、居酒屋(3件)など個人飲食店への注目が高い
- 「自然・景観」(13件)、「イベント・祭り」「施設・スポット」(各12件)も多く、地域の魅力を多面的に評価
- 「歴史・文化・神社仏閣」(10件)では毛利家発祥の地や古墳など、Q10にない歴史資源への関心が高い
- 「体験・アウトドア」(9件)や「市場・物産」(9件)など、体験・購買型コンテンツへの注目もみられる

Q11 紹介したい観光コンテンツ（89件、延べ100件）

グループ	件数	備考
グルメ・飲食店	22件	ラーメン(7)、居酒屋(3)、たまごサンド(2)等
自然・景観	13件	桜の名所、野鳥観察、バラ園、田園風景等
イベント・祭り	12件	オクトーバーフェスト(3)、花火、収穫祭等
施設・スポット	12件	KAIT工房、若宮公園、鳶尾展望台等
歴史・文化・神社仏閣	10件	毛利家(3)、古墳、厚木宿の歴史等
体験・アウトドア	9件	ツリークロスアドベンチャー(3)、屋形船、キャンプ等
市場・物産	9件	夢未市(4)、朝市(2)、厚木ハム等
提案・周遊コース	8件	モデルコース、スタンプラリー等
著名人・エンタメ	5件	いきものがかり(3)、マンホールカード等

特徴的な回答（抜粋）

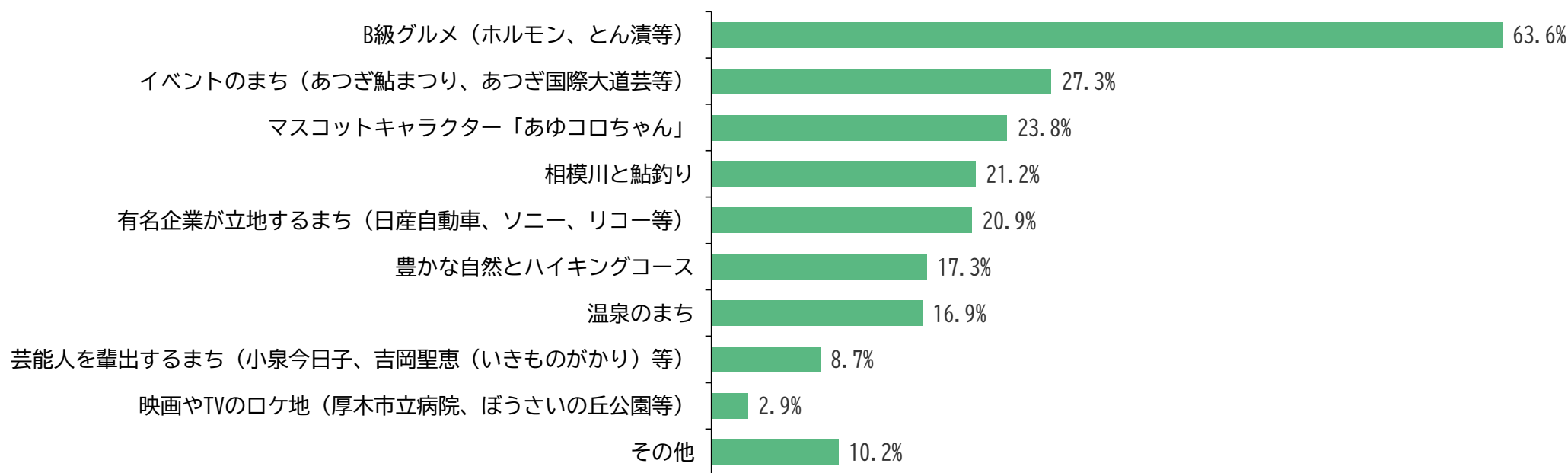
- ・ ラーメン、居酒屋、たまごサンド、カレー屋など個人飲食店を推す声が多数
- ・ 夢未市（4件）は新鮮な野菜が購入できる場として高い支持
- ・ 毛利家発祥の地としてのPR強化や、近隣市町村との連携を求める声あり
- ・ ツリークロスアドベンチャー（3件）や屋形船など体験型コンテンツにも注目
- ・ KAIT工房や鳶尾展望台など、知る人ぞ知るスポットの紹介を求める声も
- ・ 「具体的な過ごし方の紹介がほしい」「モデルコースの紹介を」など情報発信への要望も

3-5. 市外の方が持つ厚木市のイメージ

Q12. 市外の方は、厚木市についてどのようなイメージを持っていますか。（複数回答可）（n=1,098）

- 「B級グルメ」（63.6%）が圧倒的に高く、厚木=B級グルメのまちというイメージが定着
- 「イベントのまち」（27.3%）、「あゆコロちゃん」（23.8%）が続くが、B級グルメとの差は大きい
- 「温泉のまち」は16.9%にとどまり、温泉郷の認知向上が課題

Q12. 市外の方が持つ厚木市のイメージ（複数回答）



Q12その他（68件）：厚木基地と勘違い(約12)、知名度低い(約15)、東名IC(約6)、治安・景観(約5)等

3-5. 市外の方が持つ厚木市のイメージ

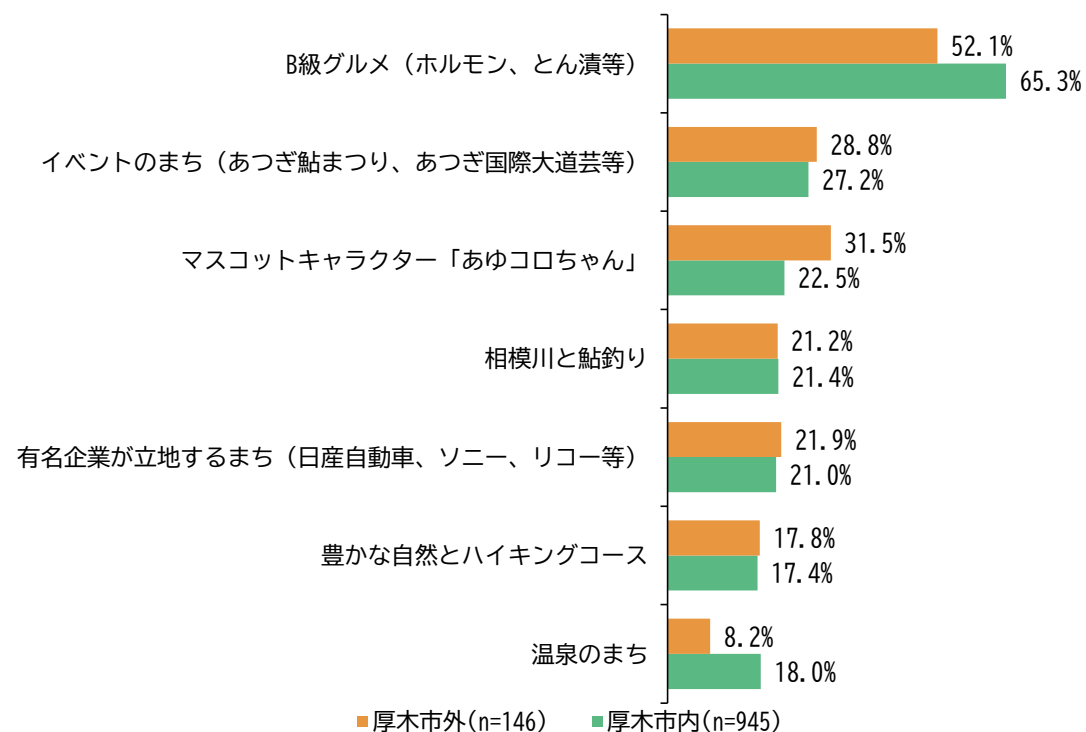
Q12 自由回答(n=68)の主なテーマ / 居住地別のイメージ比較

- 市外はB級グルメのイメージが市内より低く、「温泉のまち」は1割未満
- その他自由回答では「厚木基地と勘違い」「知名度低い」が多い

Q12 その他のイメージ（68件）

グループ	件数	備考
知名度低い・イメージなし	17件	何もない、知らないなど
厚木基地と勘違い	13件	
東名IC・交通の要衝	9件	
田舎・寂れている	7件	
治安・風俗・景観の問題	6件	
その他	21件	住みたいまちNo.1、毛利氏の発祥など

居住地別：厚木市のイメージ比較

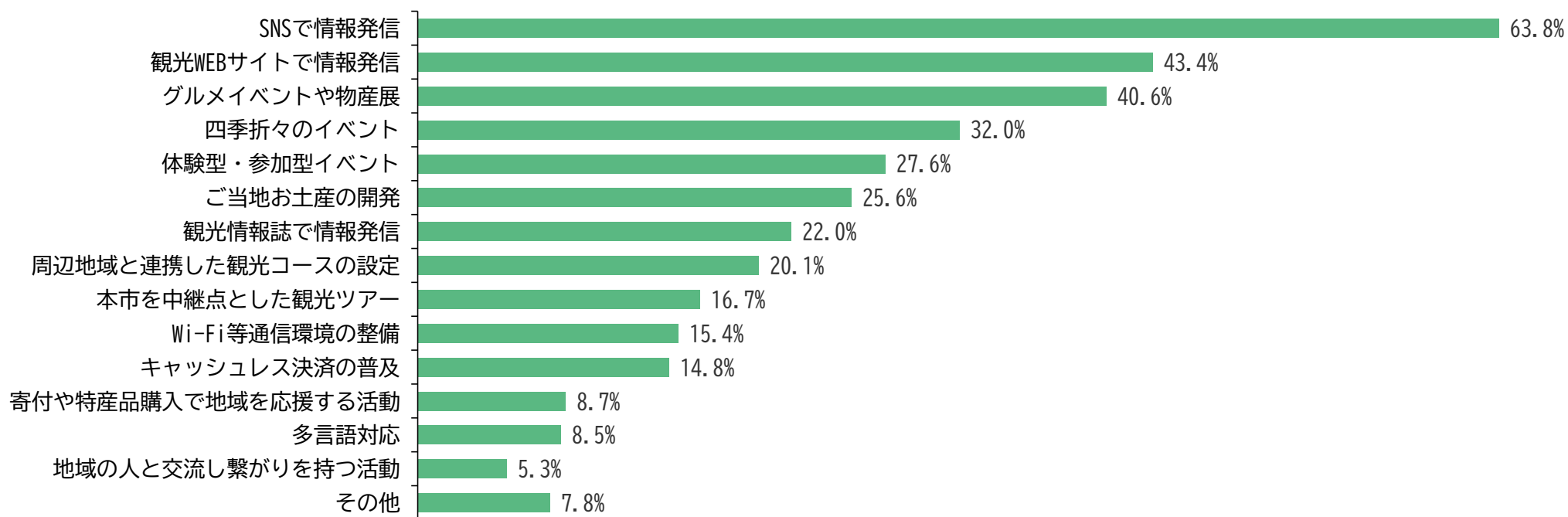


3-5. 観光客増加につながる施策

Q13. 次の項目の中で、どれを実施すると観光客が増えると思いますか。（複数回答可）（n=1,098）

- 「SNSで情報発信」（63.8%）が最多で、デジタルマーケティングへの期待が非常に高い
- 「グルメイベントや物産展」（40.6%）、「四季折々のイベント」（32.0%）など体験型施策も重視
- 「観光WEBサイト」（43.4%）も高く、公式サイト充実が求められている

Q13. 観光客増加につながる施策（複数回答）



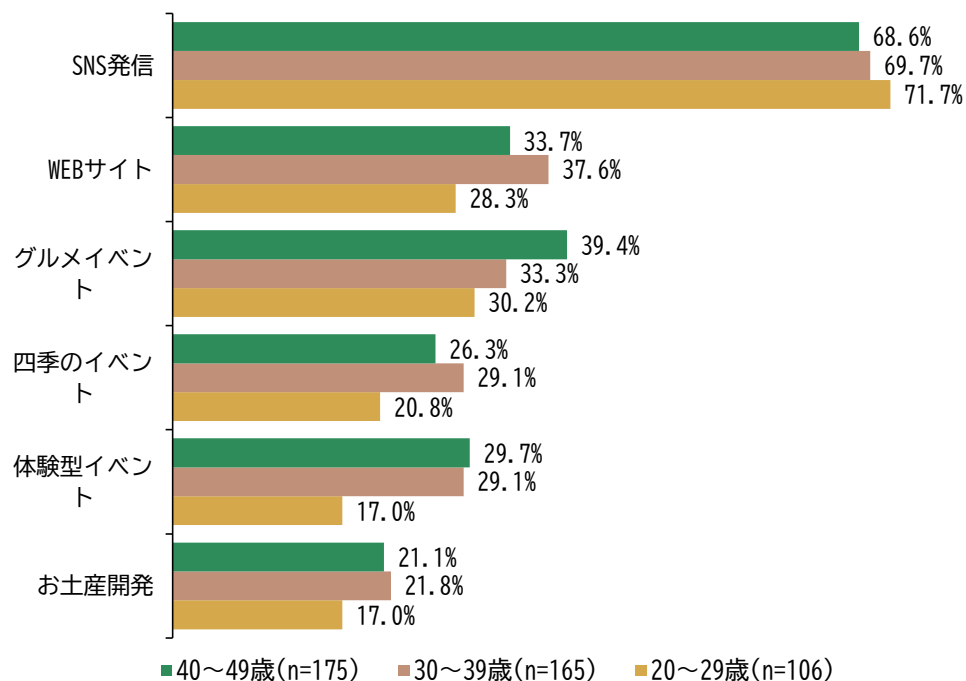
Q13その他（60件）：交通整備・駐車場(約10)、テレビ活用(約5)、道の駅(約5)、グルメ充実(約5)等

3-5. 観光客増加につながる施策

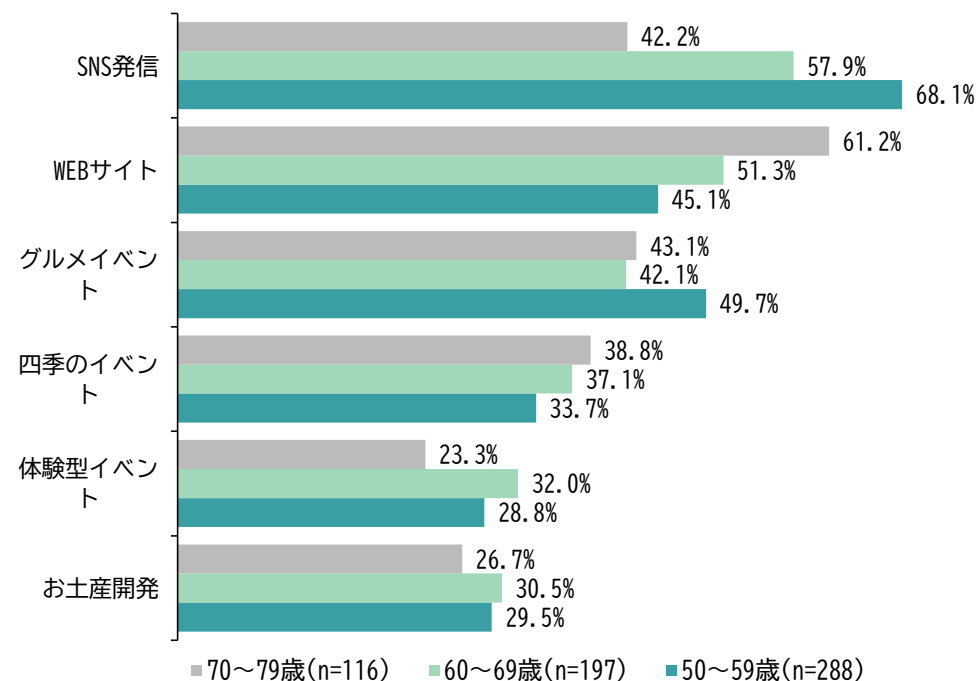
クロス集計：年齢別の重視施策

- 若年層はSNS発信、高齢層はWEBサイトと、世代で求める情報発信手段が異なる
- 「グルメイベント」は50代で最も高く、60～70代も全体より高め
- 「四季のイベント」は60～70代で全体より高め。季節感のあるイベントは高齢層で支持

年齢別：重視する施策（20～40代）



年齢別：重視する施策（50～70代）

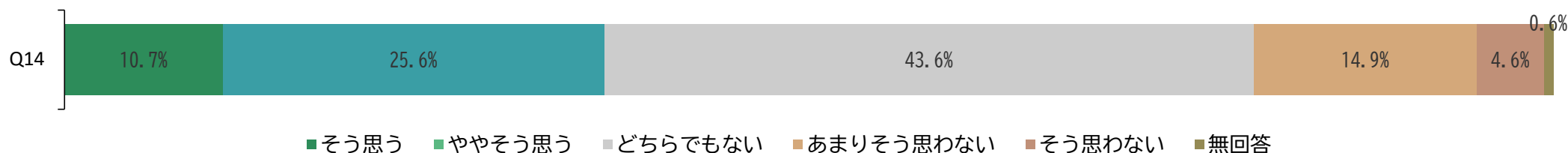


3-5. 観光施策の評価・心配事

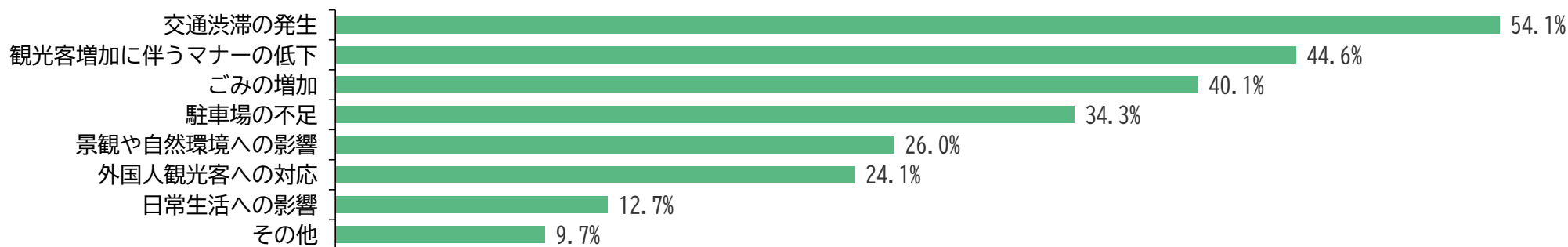
Q14. 厚木市の観光施策は、市民の意見を反映して行われていると思いますか。 / Q15. 今後、厚木市の観光について心配事がありますか。（複数回答可）（n=1,098）

- 施策評価は「どちらでもない」が43.6%で最多。市民への情報発信や参画機会の充実が課題
- 心配事の1位は「交通渋滞」（54.1%）で、インフラ面の不安が大きい
- 「マナー低下」（44.6%）、「ごみ増加」（40.1%）などへの懸念も高い

Q14. 厚木市の観光施策は、市民の意見を反映して行われていると思いますか。



Q15. 今後、厚木市の観光について心配事がありますか。（複数回答）



Q15その他（101件）：観光資源・魅力不足(15)、交通・アクセス(12)、治安・景観(8)、情報発信不足(8)等

3-5. 観光施策の評価・心配事

Q15 心配事その他（n=101）の主な内容 / Q13 必要な施策その他（n=60）の主な内容

- 心配事のその他、必要な施策のその他ともに「交通・アクセス」が最大の課題。観光振興の前提としてインフラ整備が重要
- 心配事では「そもそも魅力・資源が不足」という根本的な指摘が最多。積極的な提案も多い
- 必要な施策のその他ではメディア活用・道の駅・グルメ充実など、具体的な施策提案が多岐にわたる

Q15 心配事その他の内容（101件）

グループ	件数	備考
観光資源・魅力の不足	21件	そもそも観光地がない等
情報発信の不足	18件	知名度が低い等
交通・駐車場・アクセス	15件	渋滞、駐車場不足等
温泉街の整備・活用	10件	七沢温泉の活性化等
治安・街の景観	6件	風俗街、景観の悪さ等
トイレの整備・清掃	5件	トイレの洋式化等
施設の老朽化	3件	飯山温泉等の老朽化
お土産・特産品の弱さ	2件	魅力ある特産品がない等
心配なし・現状で十分	2件	
その他（提案含む）	25件	若者向け施設、外国人対応等

Q13 必要な施策その他の内容（60件）

グループ	件数	備考
交通の整備・駐車場の確保	16件	バス便の増加、駐車場整備等
道の駅・大型商業施設の整備	7件	大型ショッピングモール等
グルメの充実・発信	6件	グルメスポット誘致、一同に紹介等
テレビ・メディアの活用	5件	テレビ番組、ロケ誘致等
公園・自然の活用	4件	充実している公園の活用等
アニメ・コラボ企画	4件	スポーツチーム、企業、大学等
歴史・文化の活用	2件	毛利家との繋がり等
その他	17件	外国人の誘客、治安・美化等

3-6. 厚木市の観光への意見・感想

Q16. 厚木市の観光の現状や今後について、ご意見やご感想【自由記述】(n=168)

- 「情報発信・PRの強化」が35件で最多。SNS活用やアピール不足を指摘する声が目立つ
- 「施設・インフラの整備」(25件)、「交通・アクセスの改善」(24件)と、受け入れ環境の課題が上位に
- 「観光資源・魅力についての指摘」(19件)では「そもそも観光地がない」という率直な意見も複数
- 「住民の生活を豊かに」「住んでいる人にとっても良い街に」など、市民生活の充実を求める声もみられる

Q16 意見・感想 (168件、延べ179件)

グループ	件数	備考
情報発信・PRの強化	35件	SNS活用、知名度向上、アピール不足等
施設・インフラの整備	25件	トイレ改善、道の駅、子ども向け施設等
交通・アクセスの改善	24件	バス本数不足、渋滞、駐車場整備等
観光資源・魅力についての指摘	19件	観光地ではない、特色がない等
温泉・宿泊施設の改善	17件	施設老朽化、日帰り温泉、温泉街整備等
イベント・周遊ツアーの充実	15件	イベント企画・周知、体験型ツアー等
肯定的意見・応援	11件	厚木が好き、自然が良い等
グルメ・特産品の充実	10件	お土産開発、地産地消、カフェ等
景観・治安・マナー	7件	風俗街、観光客マナー、治安等
その他	16件	住民生活の充実(4)、外国人対応(3)、近隣連携(2)等

特徴的な回答 (抜粋)

- ・「厚木市のホームページは簡素すぎ。もっと工夫の余地がある」(情報発信)
- ・「バスの本数が少なく観光地に行きにくい」「タイヤが悪い」(交通)
- ・「温泉施設が古く衛生的でない割に値段が高い」(温泉)
- ・「市民でも観光地があるという感覚はない」(魅力の指摘)
- ・「市民の生活が豊かにならなければ観光客も来ない」(住民生活)
- ・「自然と市街地が隣接し気軽に非日常を楽しめる」(肯定)

4. 総合分析

集計結果から見える厚木市の観光の強みと課題

厚木市の観光の強み

1. 「グルメ」は厚木市最大のブランド資産

市外の方が持つと思う厚木市のイメージ1位は「B級グルメ」（63.6%）であり、紹介したいものでもホルモン（32.3%）・とん漬（31.7%）が上位を占める。一方、旅行に求めるものでも「グルメ」が73.2%で1位であることから、「グルメのまち」というブランドは今後の観光振興の核となりうる

2. 鮎まつり・温泉郷は市民共通の誇り

紹介したいもの1位「鮎まつり」（60.7%）、2位「温泉郷」（55.0%）と、この2つの観光資源は市民に広く認知されている。旅行に求めるものでも「リフレッシュ」（71.7%）や「非日常体験」（50.0%）が上位であり、厚木市の自然・温泉はこうしたニーズと親和性が高い

3. 豊かさや幸福感に対する旅行需要の高さは観光振興の土壌

日常生活を豊かにするための旅行の必要性について約92%が肯定し、日常生活に幸せを感じている人ほど旅行を必要としている。こうした旅行への高い意欲は、受け入れ環境を整えることにより厚木市にも来訪者を取り込める可能性を示している

主な課題

1. 観光資源はあるが「届いていない」

観光客増加につながる施策として「SNSで情報発信」が63.8%で最多であり、旅行者の情報入手先ではSNSが52.9%で1位となっている。観光に対する意見・感想でも情報発信の強化が最も多く挙げられている。観光資源は存在するが、市内外への発信が不足しており、SNSを中心とした情報発信の強化が最優先課題といえる

2. 受け入れ環境の整備なくして振興なし

観光に対する心配事では「交通渋滞」（54.1%）と「駐車場不足」（34.3%）が上位を占め、意見・感想でもバスの本数不足や施設整備の要望が計49件に上る。交通・インフラの改善は、観光振興の前提条件として不可欠である

3. 温泉郷は「宝の持ち腐れ」の恐れ

あつぎ温泉郷は、市外の方に紹介したいもの2位（55.0%）でありながら、市外の方が持つと思うイメージでは「温泉のまち」はわずか8.2%にとどまる。評価はしているものの市外には伝わっていないとの認識である。また、施設の老朽化も指摘されており、認知向上と施設改善の両面からの対策が急務である

4. 住む人にも訪れる人にも良い街へ

観光施策に市民の意見を反映しているかについては「どちらでもない」が43.6%と最多であり、「市民の生活が豊かになれば観光客も来ない」「住民がリフレッシュできる設備を」といった声もみられる。観光振興と住民の暮らしの質の向上を両立させる視点が、持続的な観光まちづくりには不可欠である