



令和7年度
全期

April 1, 2025
|
March 31, 2026

伊賀市観光マーケティングレポート

Iga City Tourism Marketing Report

伊賀上野DMO

Iga Ueno DMO

伊賀市観光

マーケティングレポートとは

伊賀上野DMOでは、市場環境や顧客ニーズを的確に捉え、費用対効果の高い事業を展開するため、

”データに基づく観光マーケティング“を運営の柱に位置づけています。

「伊賀市観光マーケティングレポート」は、その一環として、各種データから得られる伊賀市の観光実態や調査結果をお届けするものです。

伊賀市の観光の“今”を知っていただきながら、事業所の経営戦略の立案をはじめ、教育機関や地域コミュニティなど、様々な場面で活用して頂くことを願っています。

INDEX

- ・伊賀市の観光入込客・宿泊客統計
- ・来訪者Webアンケート
- ・伊賀流忍者博物館の来館データ



データ名	詳細
伊賀市の観光入込客・宿泊客統計	● 収集対象施設(回答無し含む)：観光施設 29件 宿泊施設 23件 ※祭り等のイベント入込は含まない ● 取得方法： ①観光入込客 収集対象の観光施設から前月1ヶ月分の入込客数を報告いただく。 原則実数として全数を把握できる数字とし、困難な施設については推計値を用いている。 ②宿泊客 収集対象の観光施設から前月1ヶ月分の延べ宿泊客数を報告いただく。
来訪者Webアンケート	● 観測地点： - 上野公園観光案内所 / 伊賀市観光案内所(ハイトピア伊賀内) - 伊賀上野観光インフォメーションセンター(観光協会事務局) / 伊賀流忍者博物館 / 道の駅あやま - 青山高原 / さるびの温泉 / 島ヶ原温泉やぶっちゃん / メナード青山 / ホテルローザブランカ - 伊賀上野シティホテル / 上野フレックスホテル - ルートインホテルグランティア和蔵の宿伊賀上野城前 / ヒルホテルサンピア伊賀 - モクモク手作りファーム OKAERIビレッジ / NIPPONIA HOTEL 伊賀上野 城下町 ● 取得方法：QRコード読み取りによるWebアンケートフォーム
伊賀流忍者博物館の来館データ	● 取得方法：来館時に受付で来館者数をカウント。(国籍については対面で聞き取り)

■ 入込客数・宿泊客数推移(年度別)

2025年度は
入込客数 **1,583,858**
宿泊客数 **211,923**
(宿泊比率 **13.4%**)

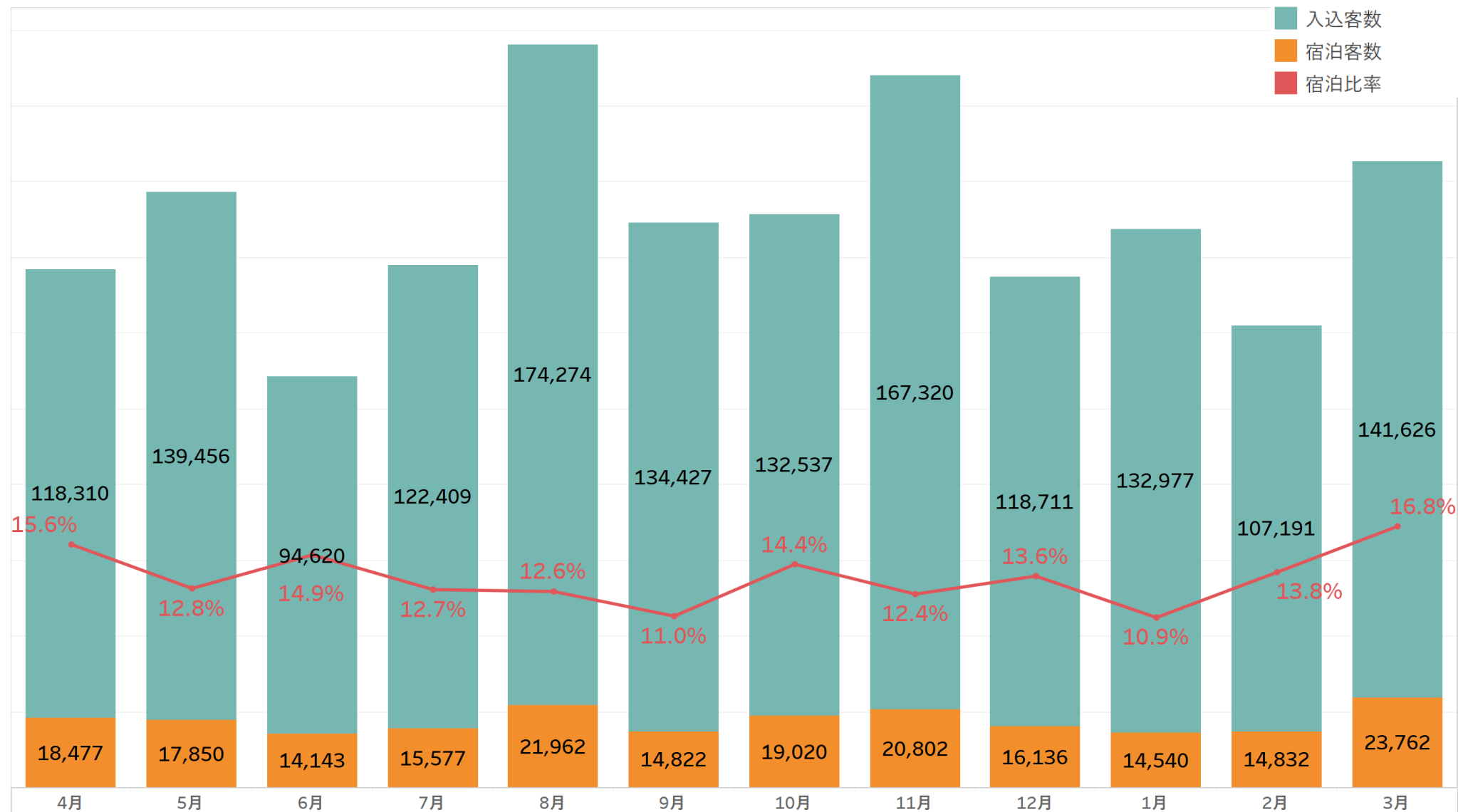
前年度と比べ
入込客数は**減少**
宿泊客数も**減少**している



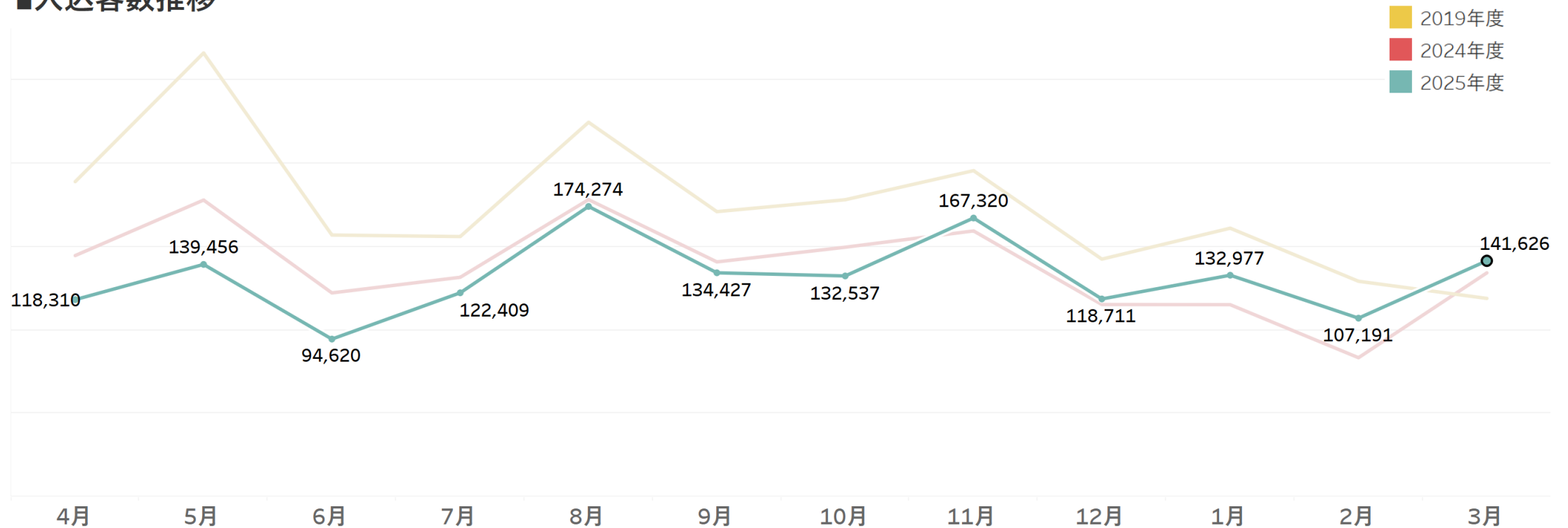
■ 入込客数・宿泊客数推移(月別)-2025年度

入込客数が
最も多い月は8月
次いで11月,3月,5月

宿泊客数が
最も多い月は3月
次いで8月,11月,10月



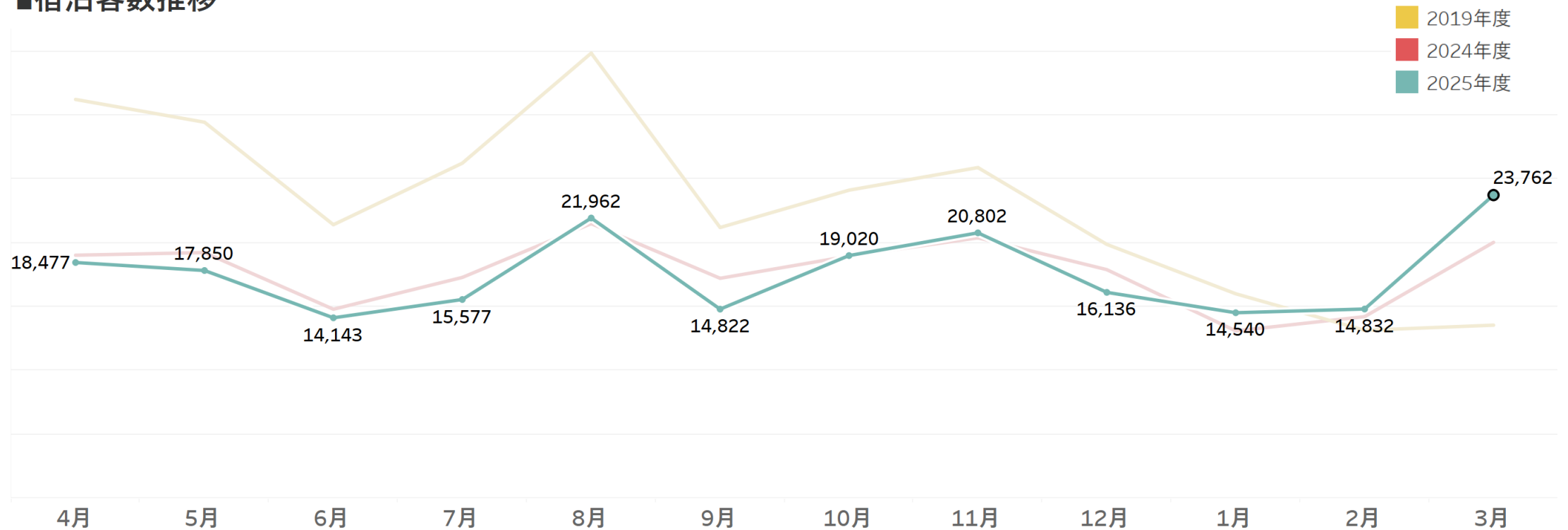
■入込客数推移



■入込客数推移(表)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2019年度	189,165	266,434	157,106	156,185	224,807	171,153	178,298	195,766	142,629	161,211	129,343	119,041
2024年度	144,781	178,105	122,346	131,728	178,368	140,970	149,784	159,569	115,376	115,281	83,435	134,388
2025年度	118,310	139,456	94,620	122,409	174,274	134,427	132,537	167,320	118,711	132,977	107,191	141,626

■ 宿泊客数推移

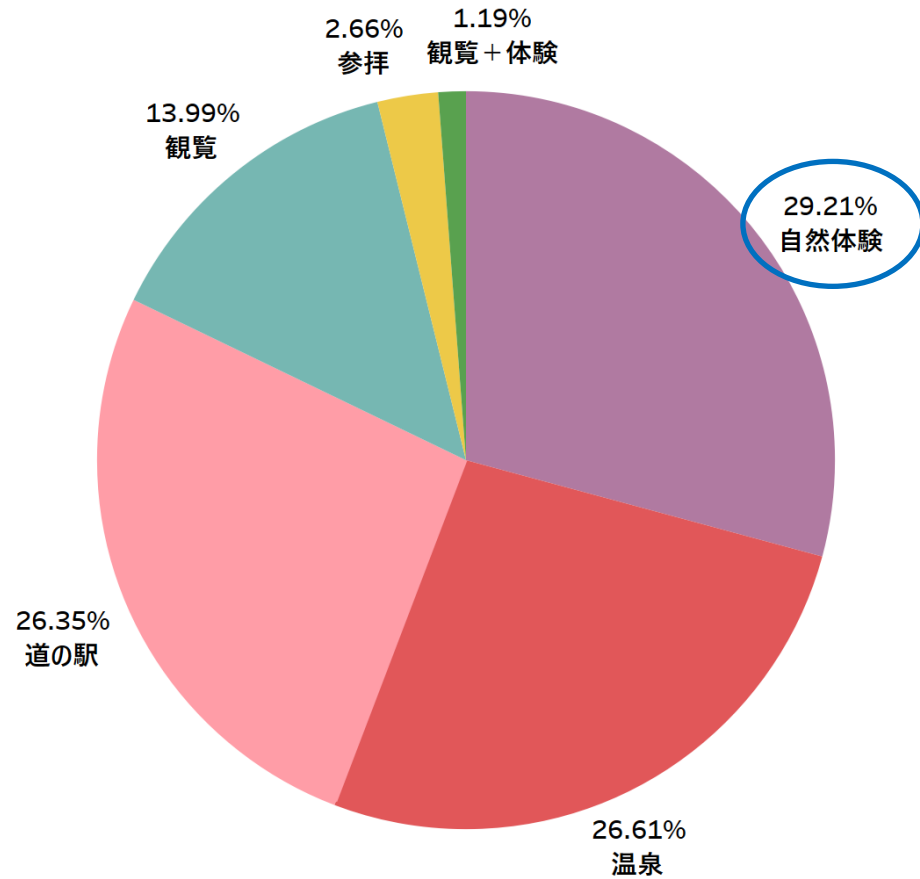


■ 宿泊客数推移(表)

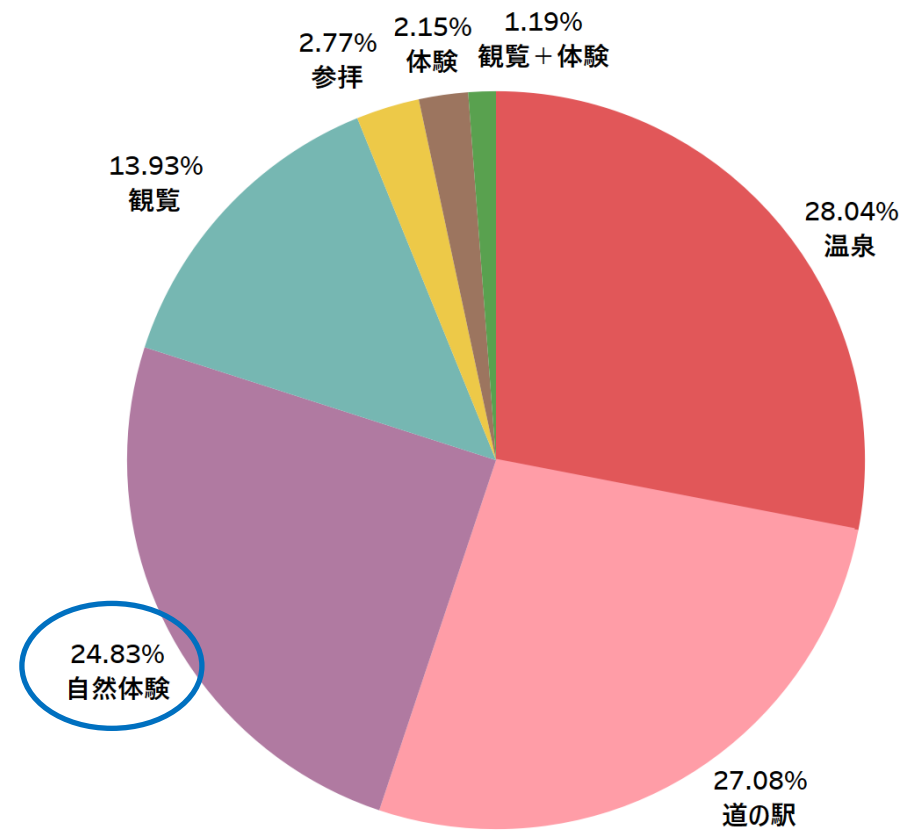
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2019年度	31,255	29,472	21,438	26,260	34,885	21,219	24,145	25,918	19,898	16,026	13,163	13,566
2024年度	19,049	19,254	14,815	17,307	21,521	17,239	18,978	20,411	17,918	13,117	14,234	20,055
2025年度	18,477	17,850	14,143	15,577	21,962	14,822	19,020	20,802	16,136	14,540	14,832	23,762

施設別に見ると前年度と比べ**自然体験の割合が減少**

■施設種別入込客構成比(2024年度)



■施設種別入込客構成比(2025年度)



◆ 伊賀市の観光入込客・宿泊客統計 施設別入込客数②

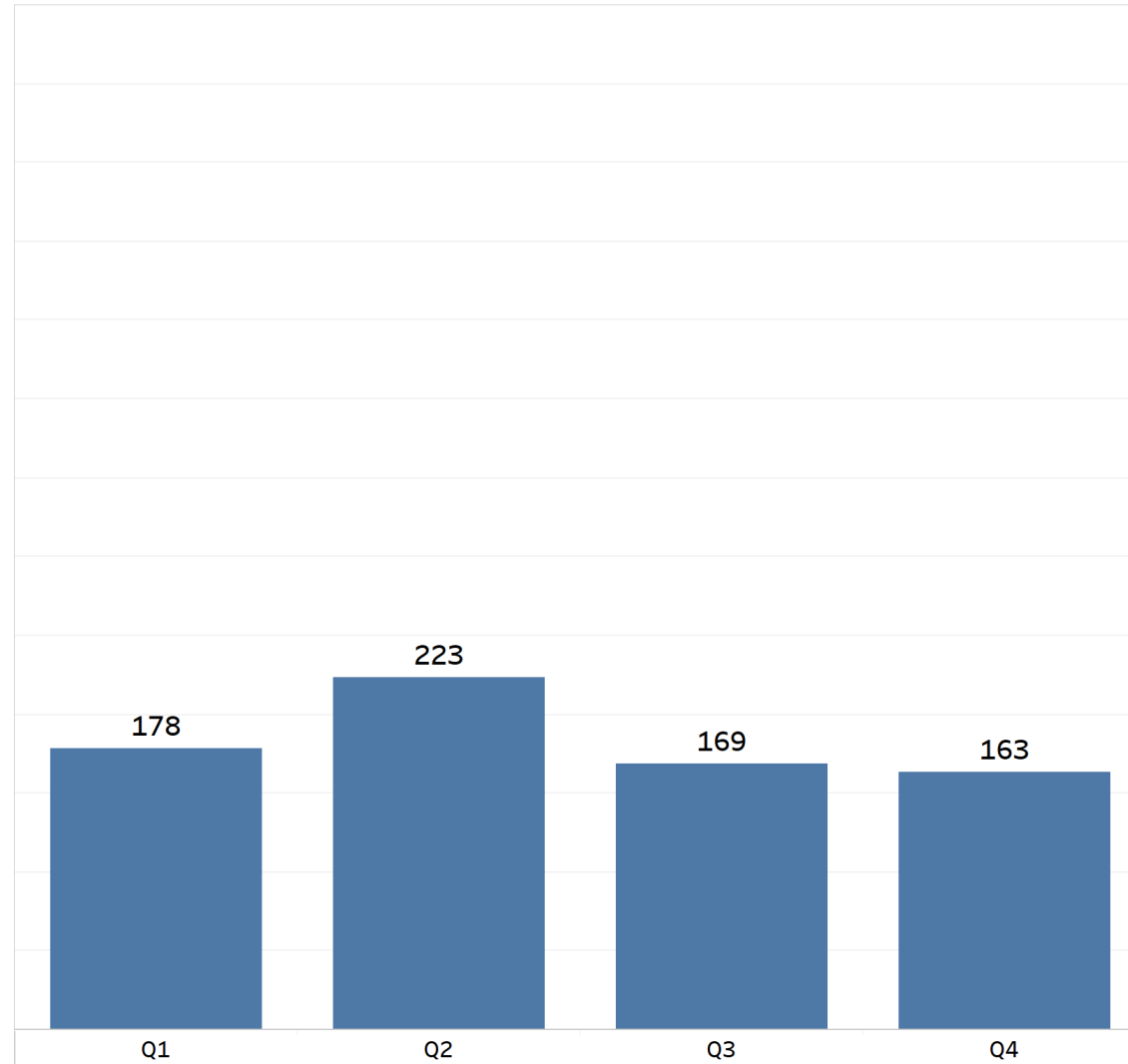
前年度と比べ、温泉施設は**増加**
その他の施設については**減少**している

■施設種別入込客数推移



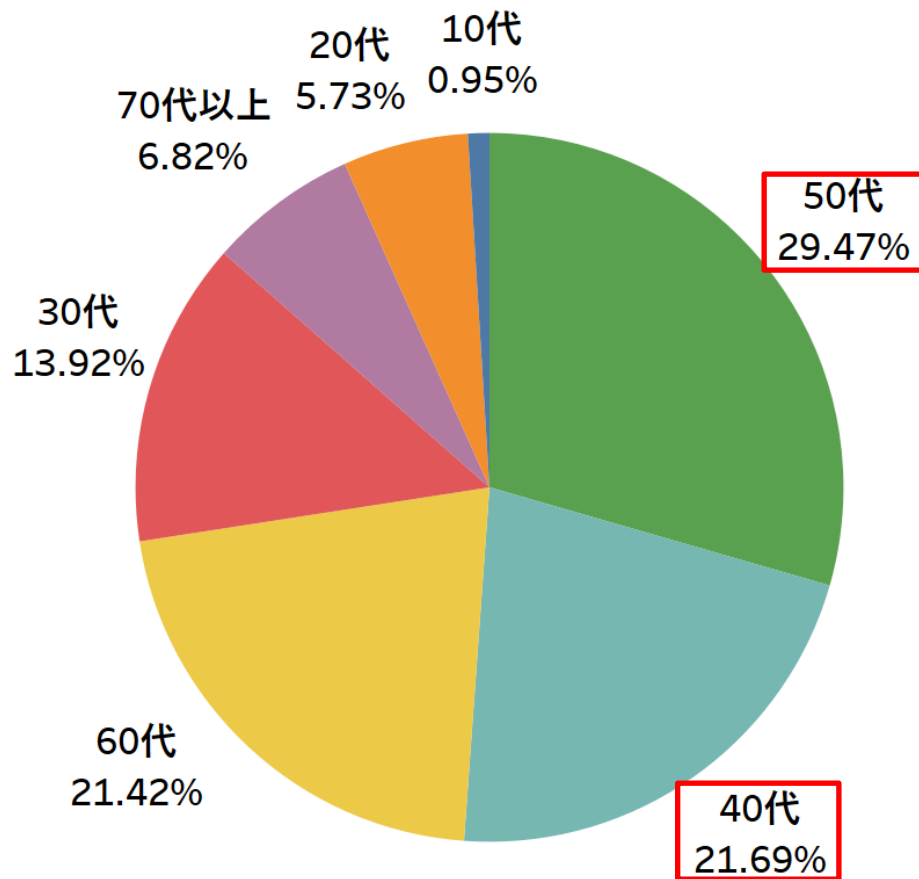
2025年度のアンケートの回答数は、**733件**

■回答数(2025年度)

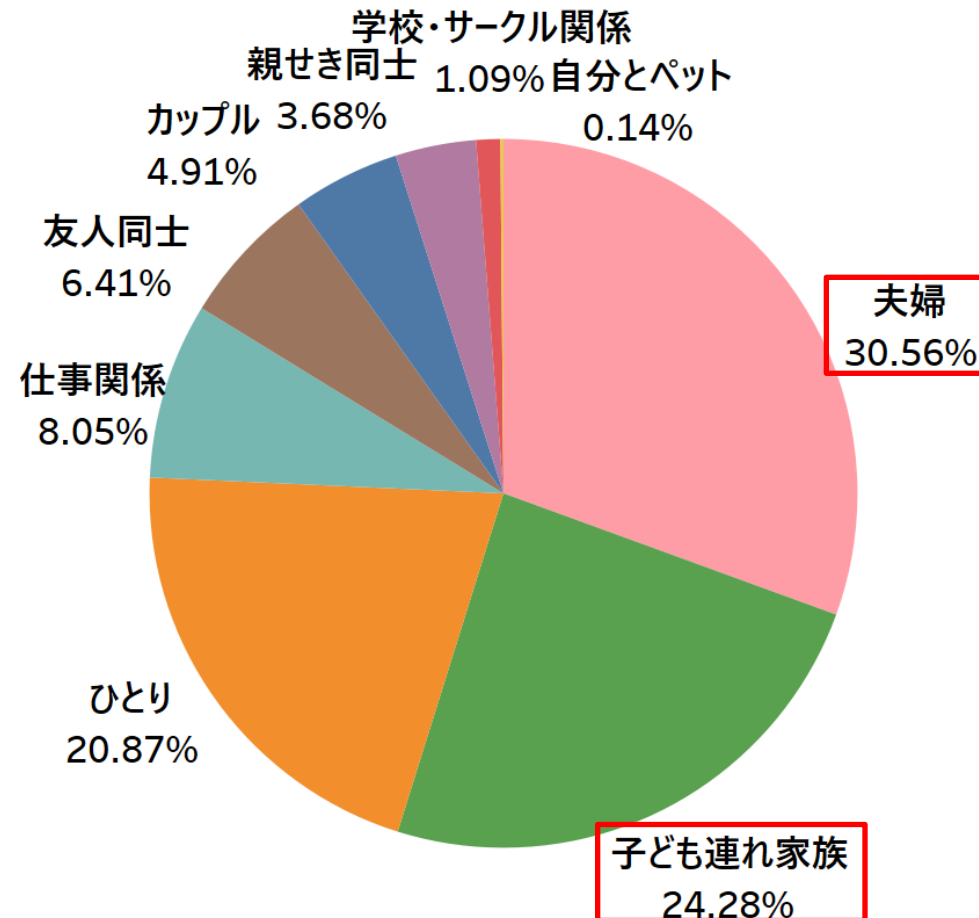


年代は、**40代と50代で5割強**を占める
同行者は、**夫婦と子ども連れ家族で5割強**を占める

■年代割合(2025年度)

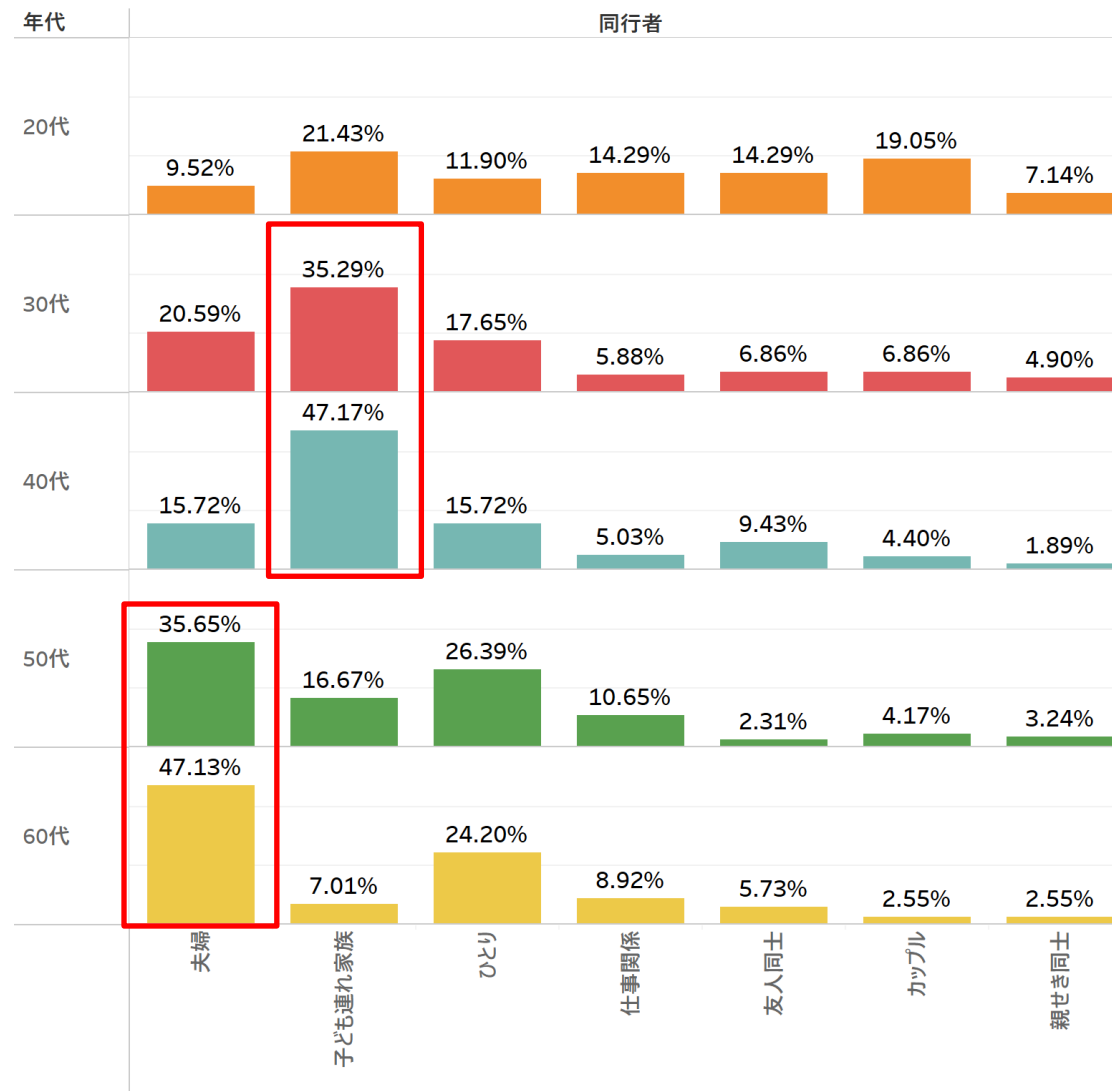


■同行者割合(2025年度)



来訪者のボリュームゾーンは、**30～40代の子ども連れ家族層と、50～60代の夫婦層**と見られる

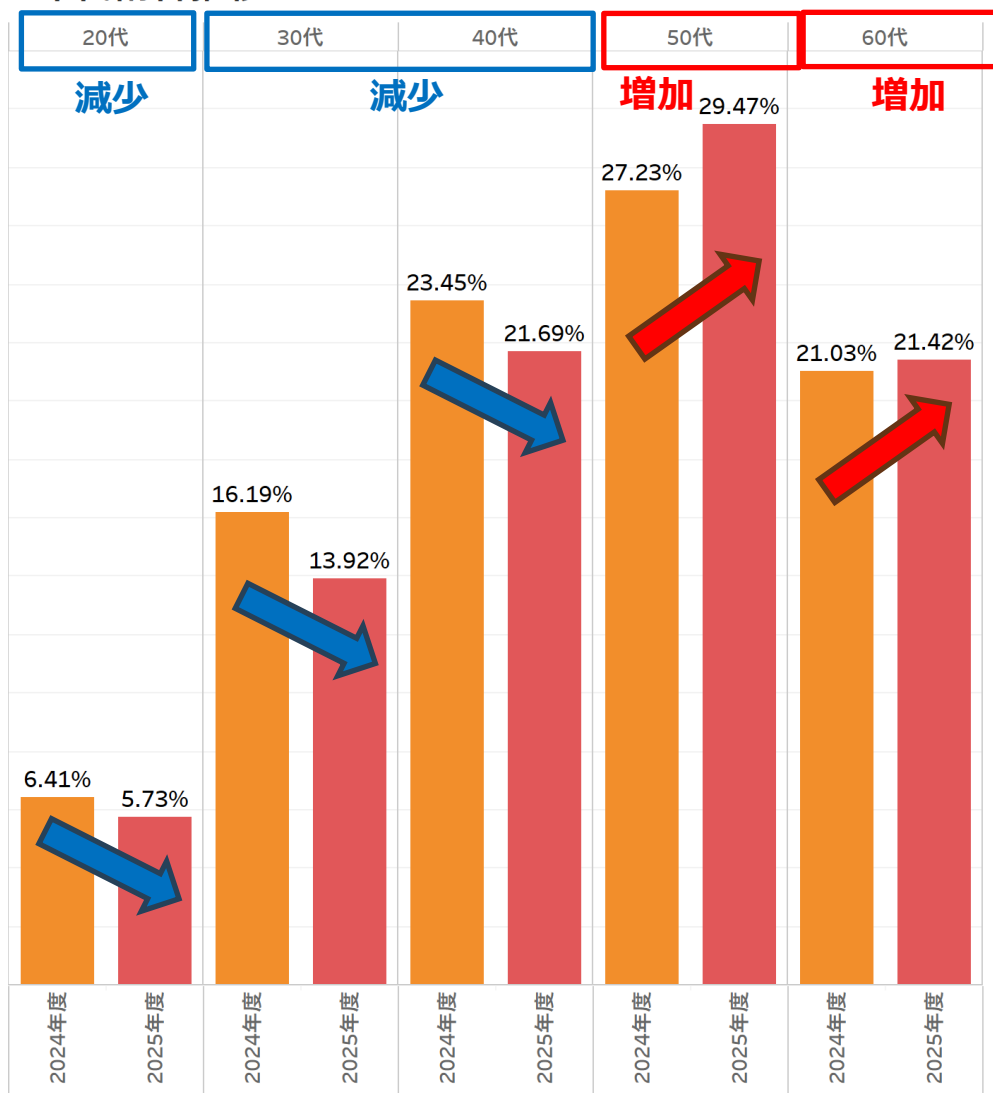
■年代×同行者割合(2025年度)



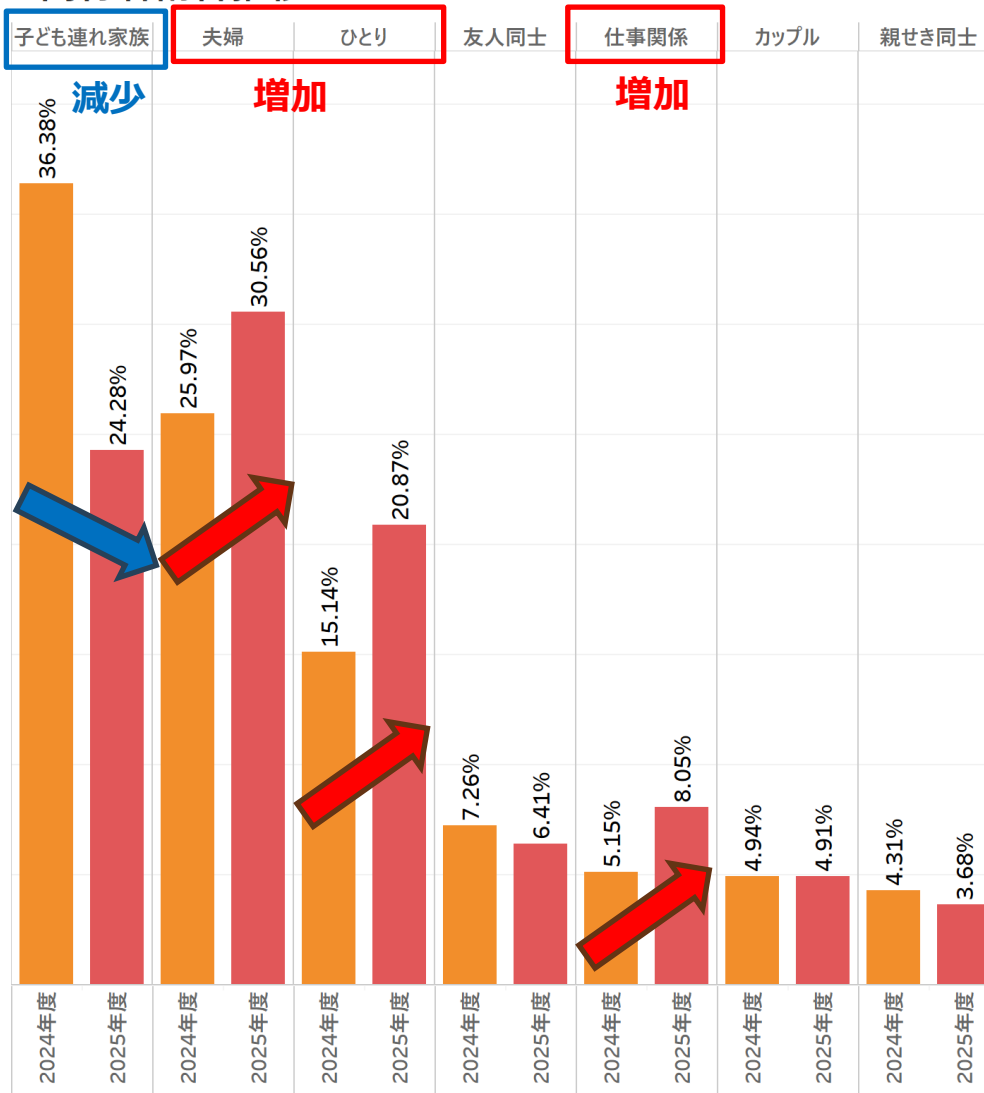
※10代、70代以上はボリュームが少ないため割愛
 ※学校・サークル関係、自分とペットはボリュームが少ないため割愛

前年度と比較すると、年代は50、60代が**増加**、20、30、40代が**減少**
同行者は**子ども連れ家族**が**減少**、夫婦、ひとり、仕事関係が**増加**、その他はほぼ横ばい

■年代割合推移



■同行者割合推移



※10代、70代以上はボリュームが少ないため割愛

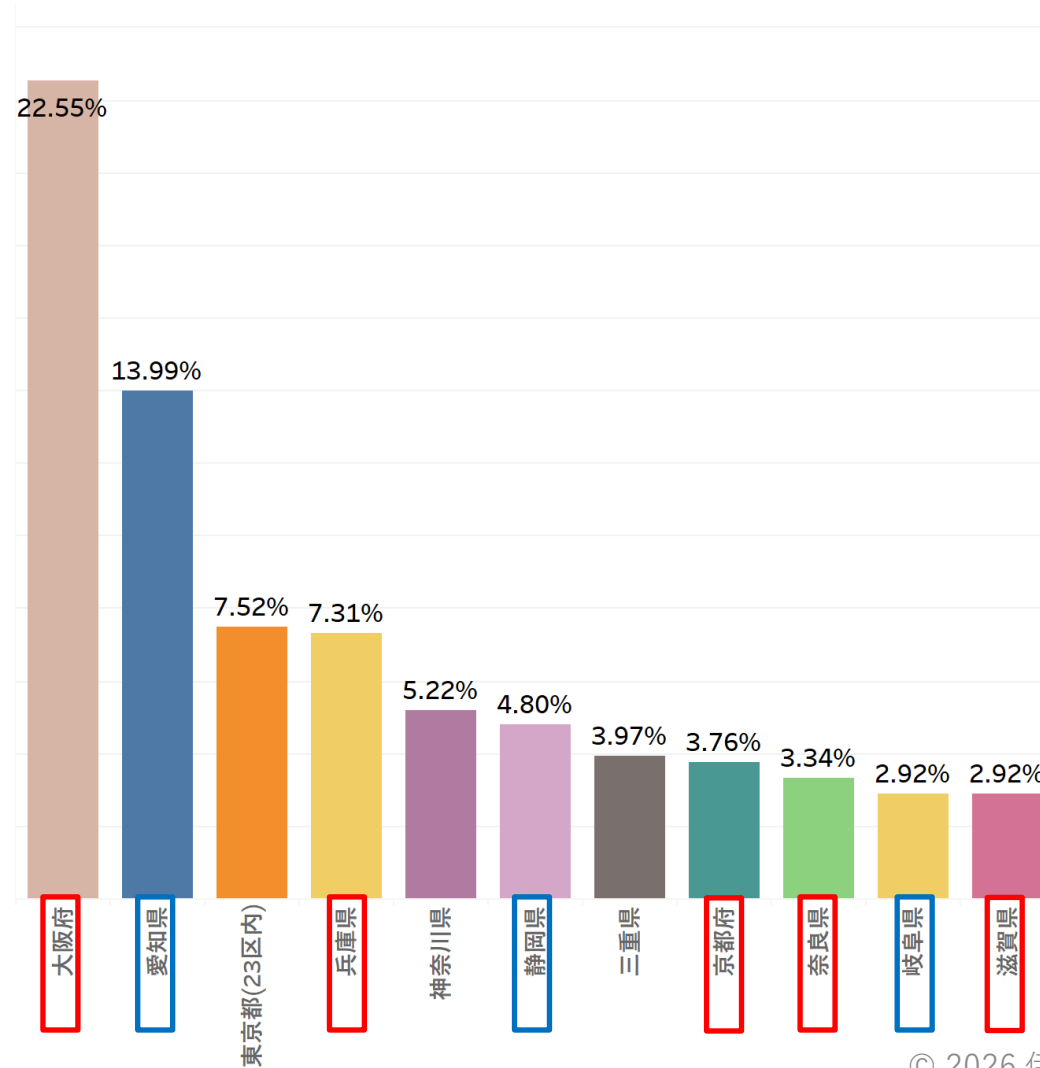
© 2026 伊賀上野DMO

※学校・サークル関係、自分とペットはボリュームが少ないため割愛

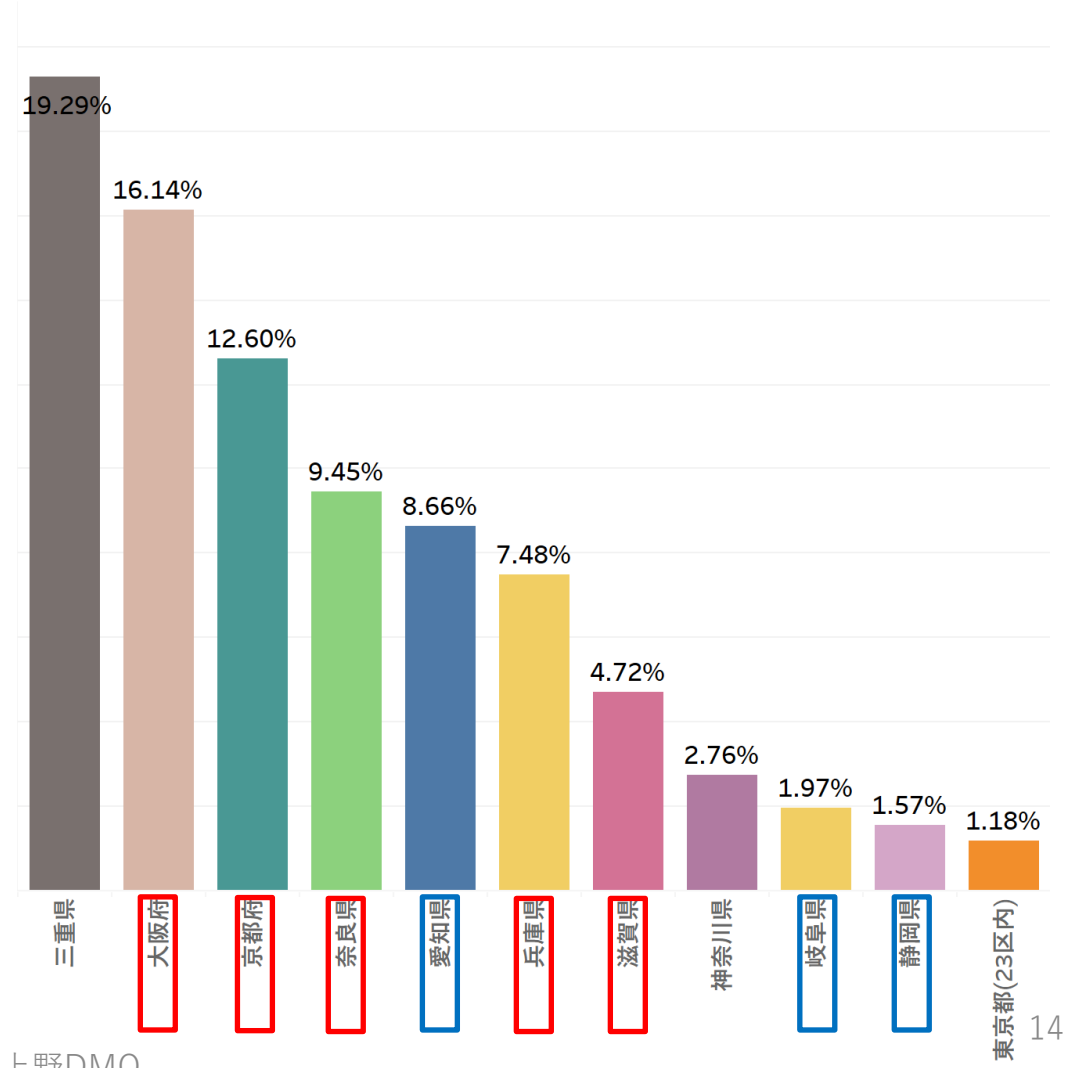
◆ 来訪者Webアンケート 居住地

来訪者の居住地について、宿泊客は大阪、愛知が上位を占める
日帰り客は、三重県内が最も多く、次いで大阪、京都、奈良

■居住地割合-宿泊(2025年度)



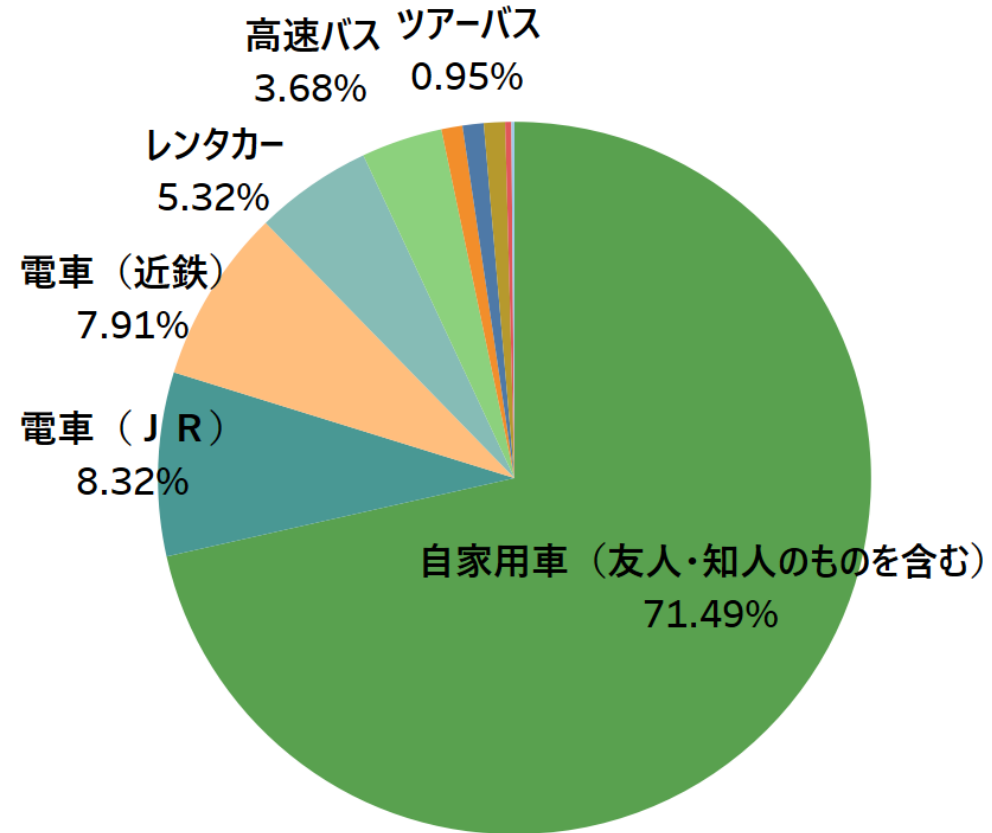
■居住地割合-日帰り(2025年度)



関西 :
中部 :

伊賀に来る交通手段は、**車(自家用車、レンタカー)**が8割弱を占める

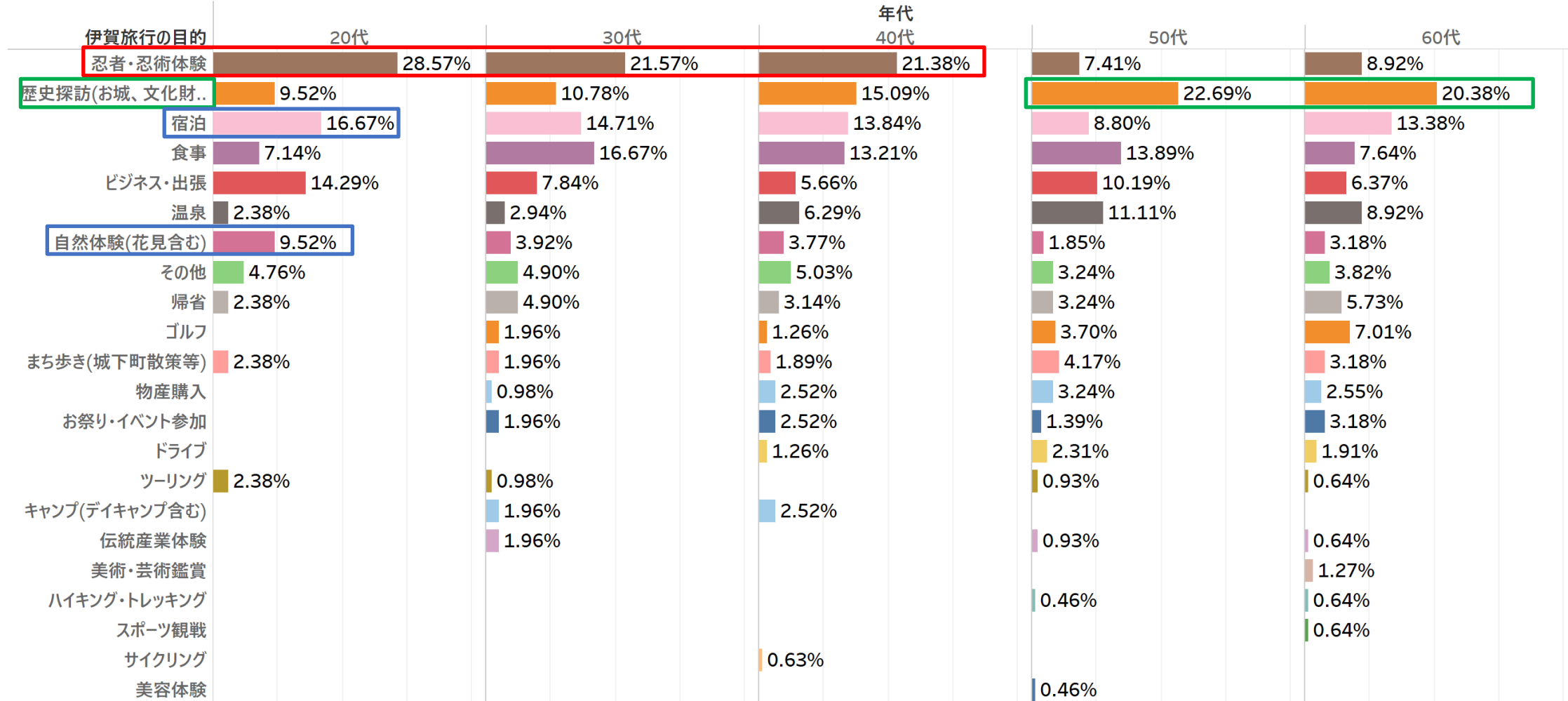
■交通手段割合(2025年度)



◆ 来訪者Webアンケート 旅行目的

旅行目的は、**忍者体験が20代～40代に多く、歴史探訪が50代～60代に多い**
また、**宿泊、自然体験が20代に最も多い**

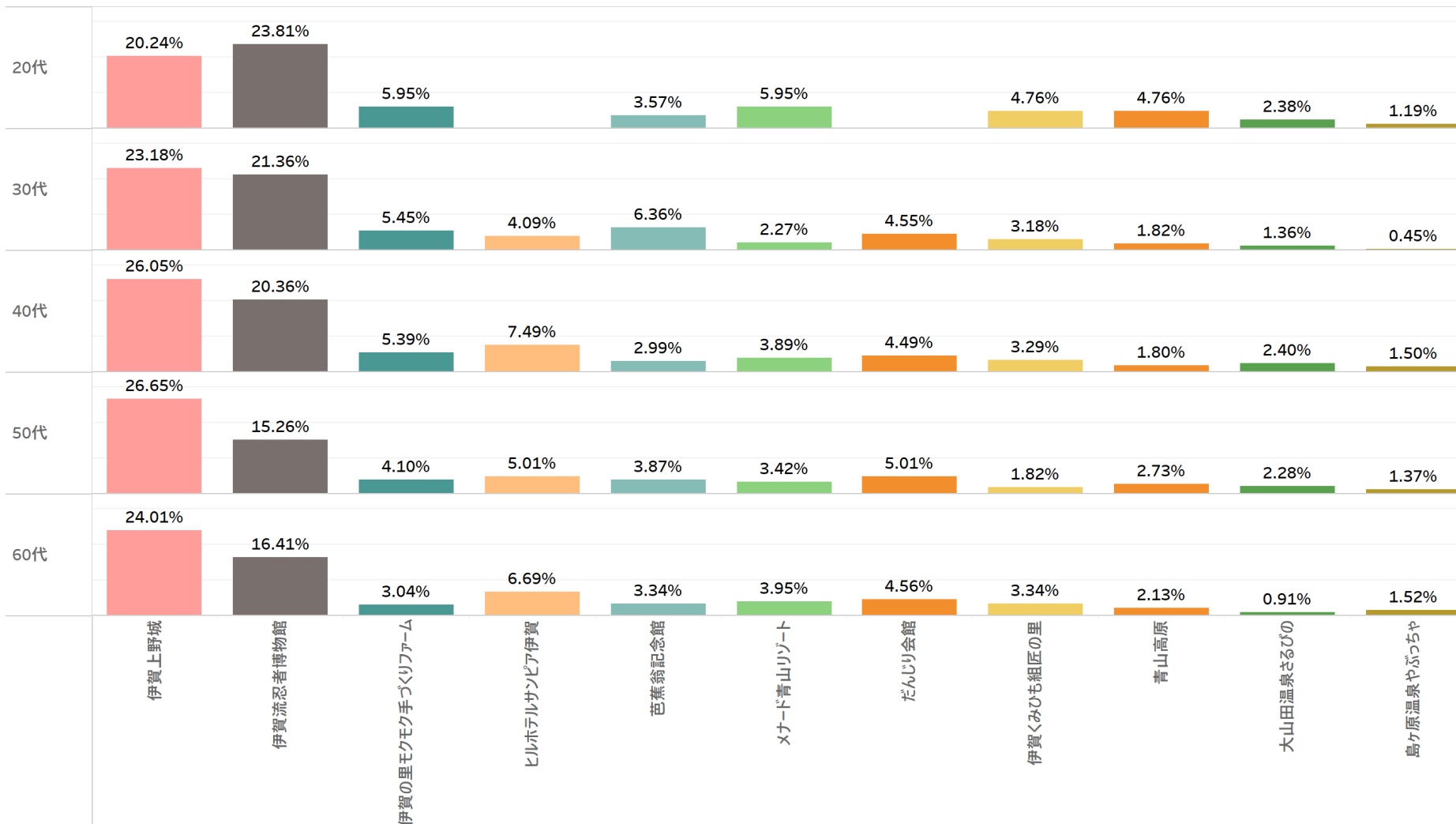
■年代×旅行目的割合(2025年度)



※10代、70代以上はボリュームが少ないため割愛

平均立ち寄り施設数は**1.9**
年代別に見ると**全体的に忍者博物館と伊賀上野城が多い**

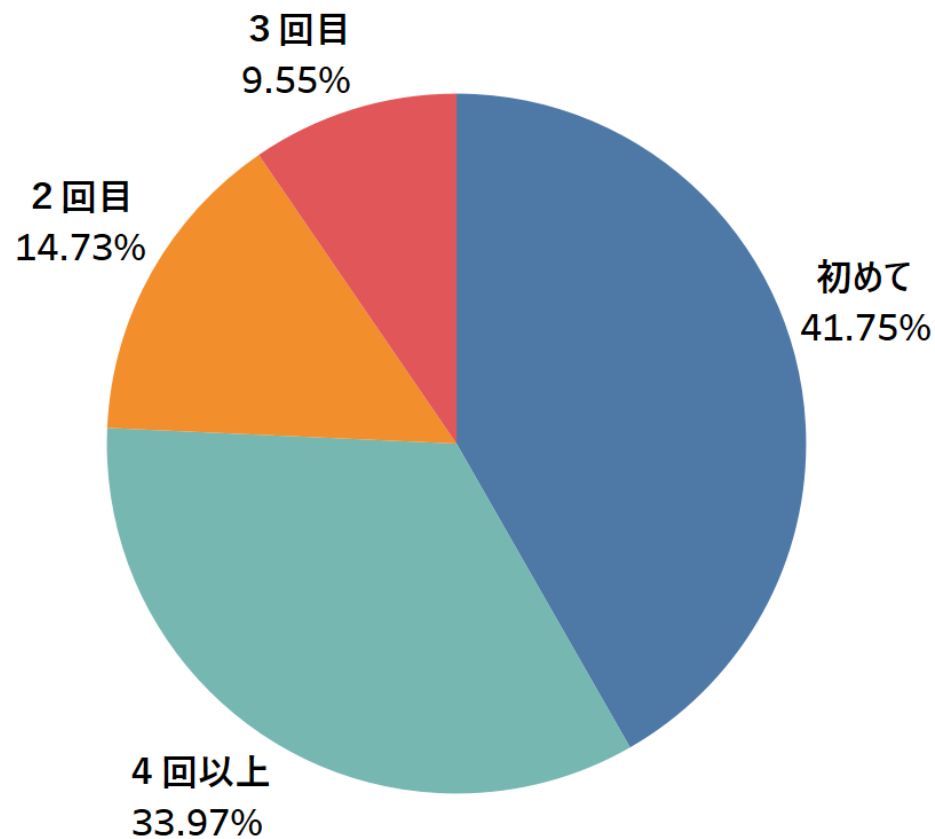
■年代×立ち寄り施設割合(2025年度)



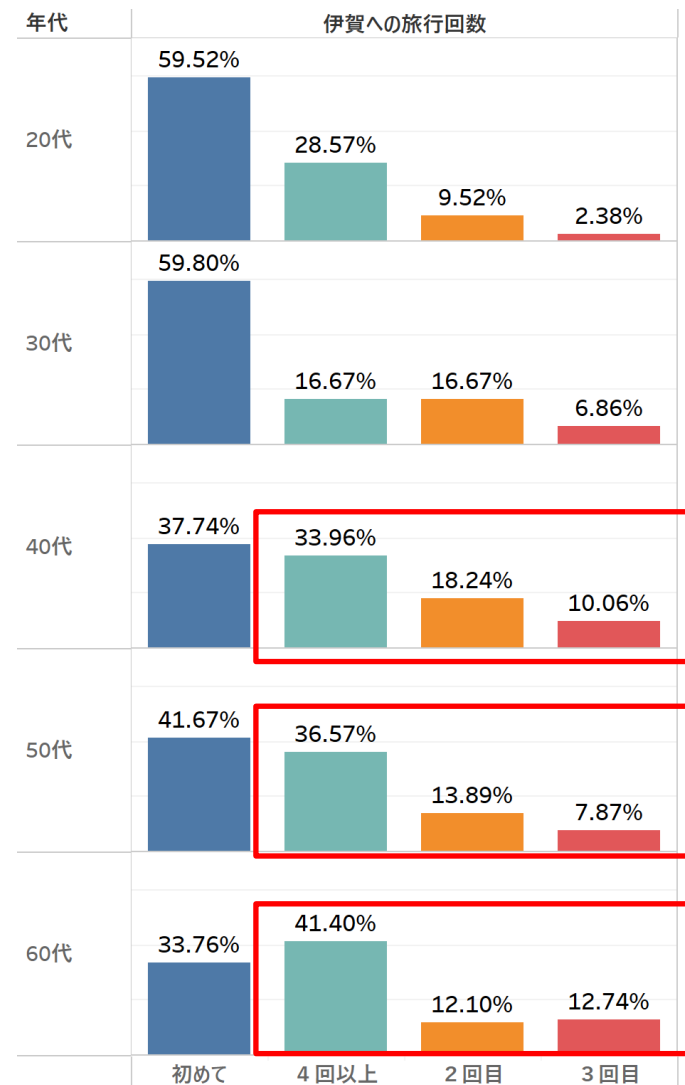
※10代、70代以上はボリュームが少ないため割愛

リピート割合は、**58.25%**(2回目+3回目+4回以上)、年代別で見ると**40～60代の半数以上がリピート**

■ リピート割合(2025年度)



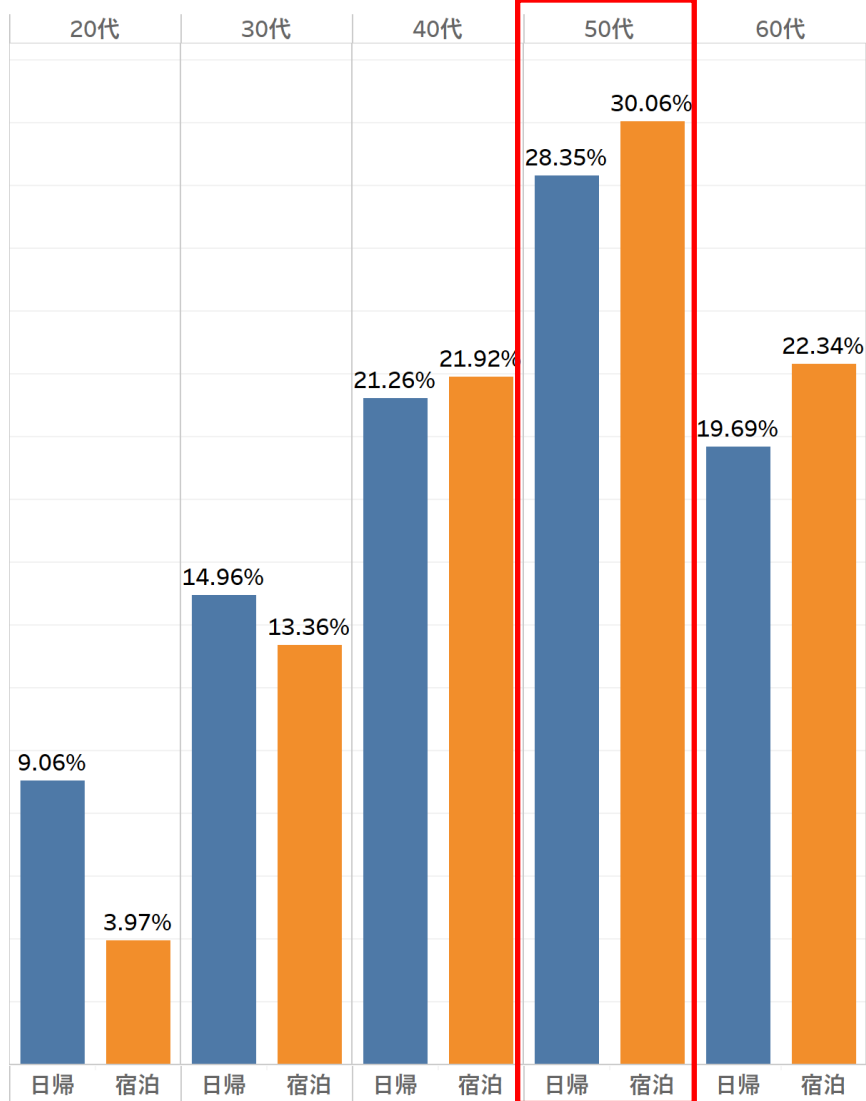
■ 年代×リピート割合(2025年度)



※10代、70代以上はボリュームが少ないため割愛

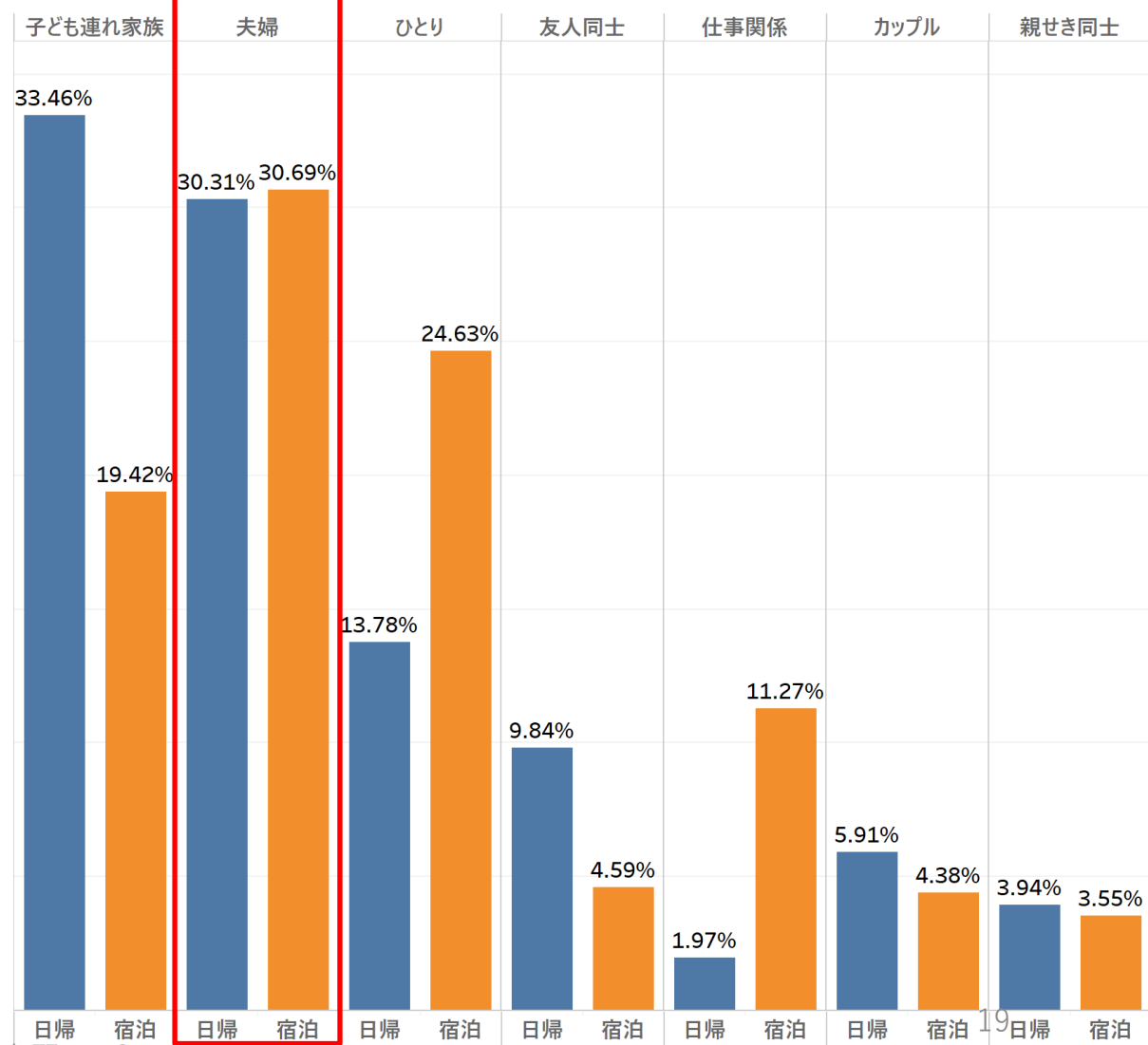
宿泊の割合は、年代別で見ると**50代**、同行者別で見ると**夫婦**が大きい

■年代×宿泊/日帰り割合(2025年度)



※10代、70代以上はボリュームが少ないため割愛

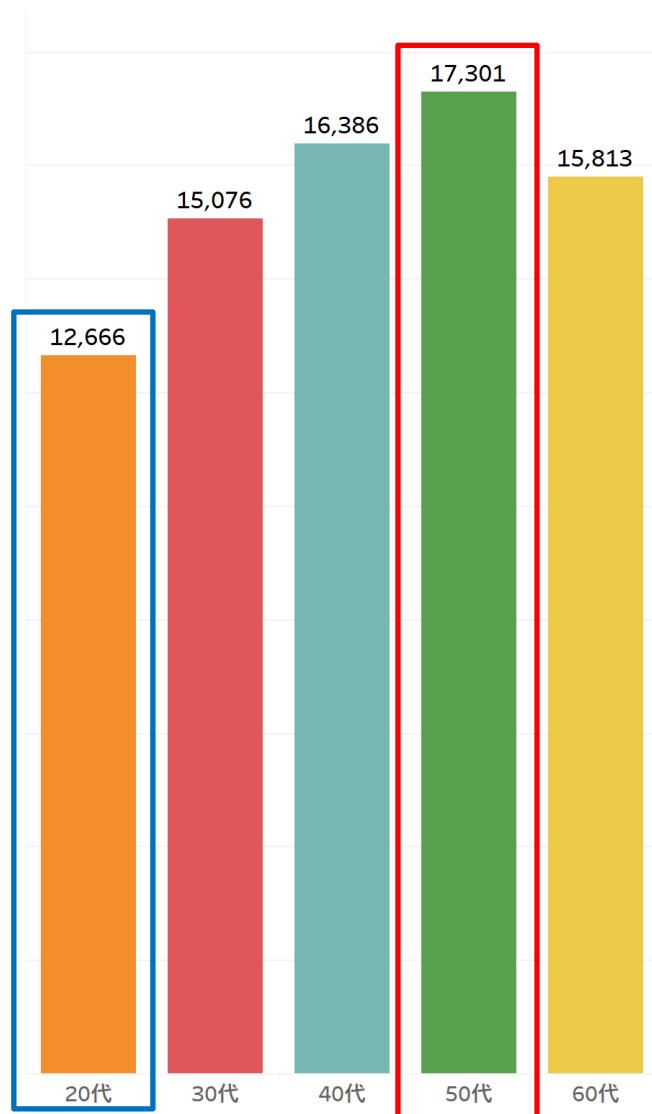
■同行者×宿泊/日帰り割合(2025年度)



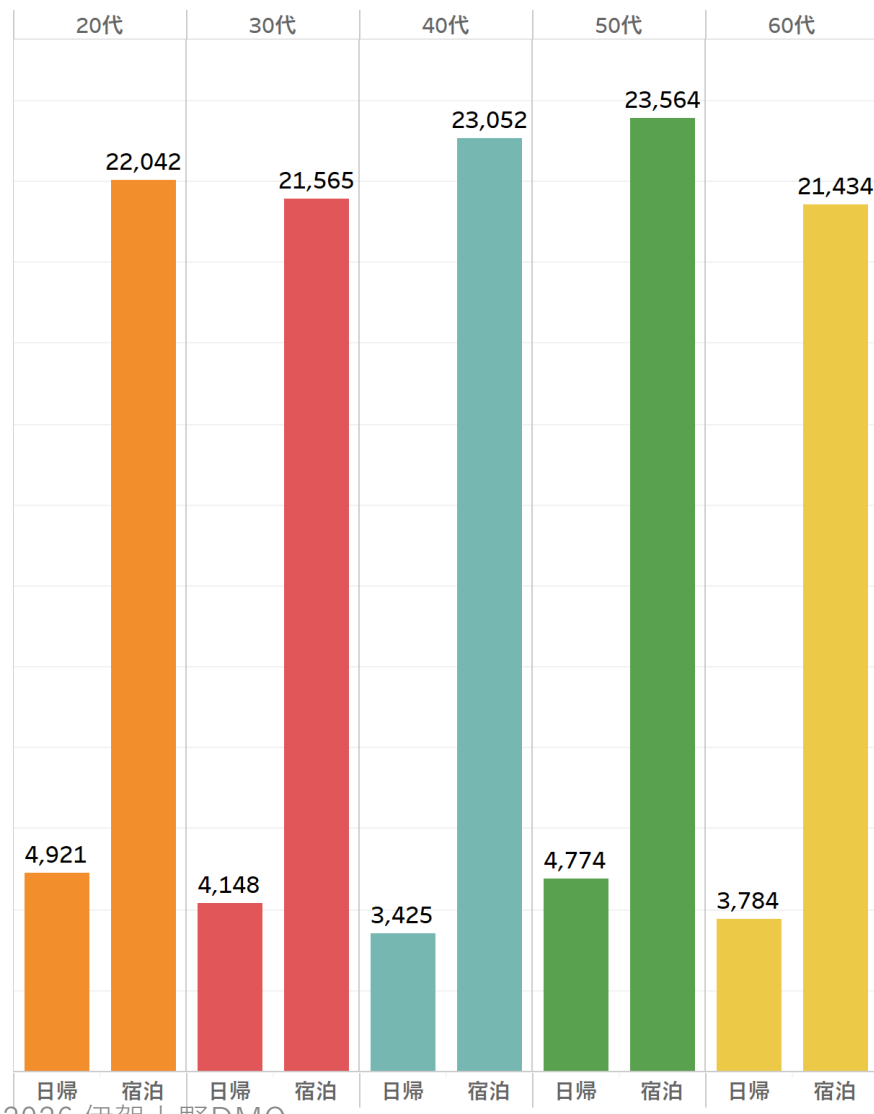
※学校・サークル関係、自分とペットはボリュームが少ないため割愛

平均消費単価は**16,174円**
年代別で見ると**20代が最も低く、50代が最も高い**

■年代×消費単価(2025年度)

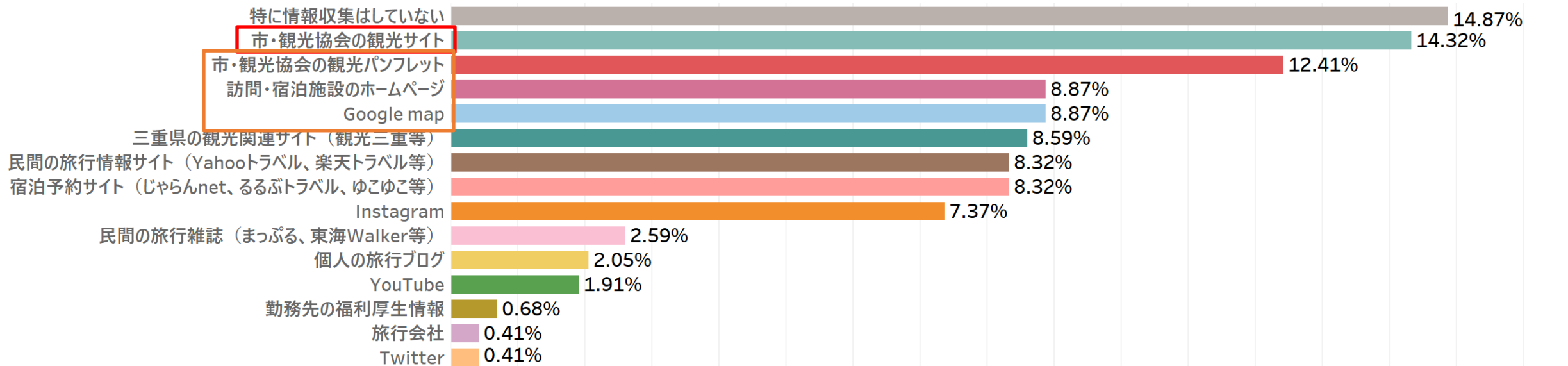


■年代×宿泊/日帰り×消費単価(2025年度)



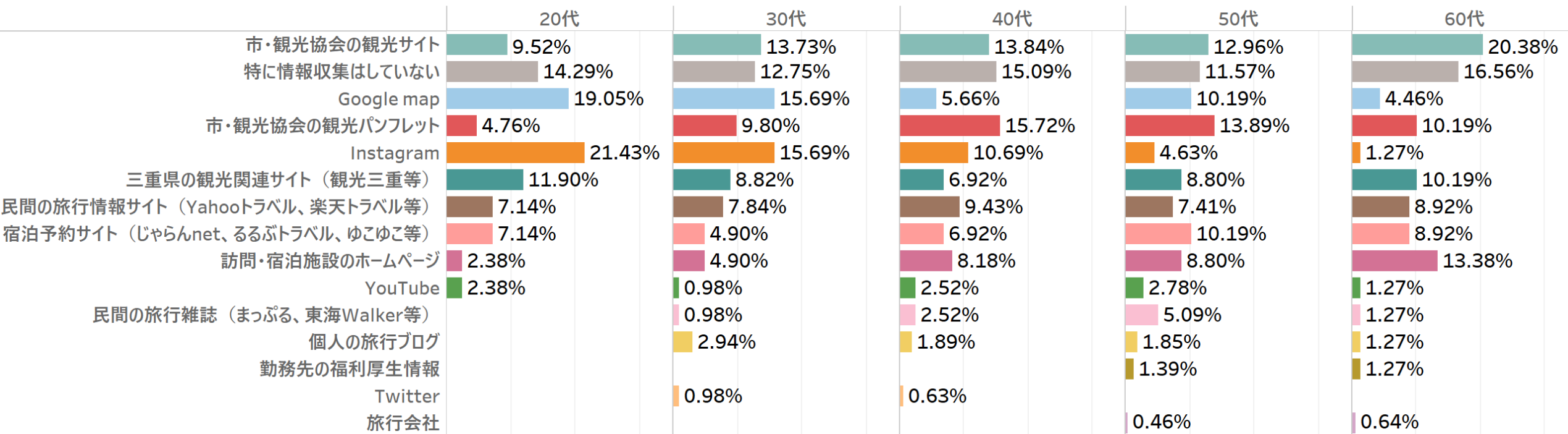
タビマエでの情報源は、市・観光協会のサイトが最も多い
その他上位は市・観光協会パンフレット、施設のホームページ、Googleマップが続く

■情報収集媒体(タビマエ)割合(2025年度)



年代別に見ると20～30代はInstagram、40～60代は市・観光協会のサイトやパンフレット、施設のホームページの割合が大きくなる

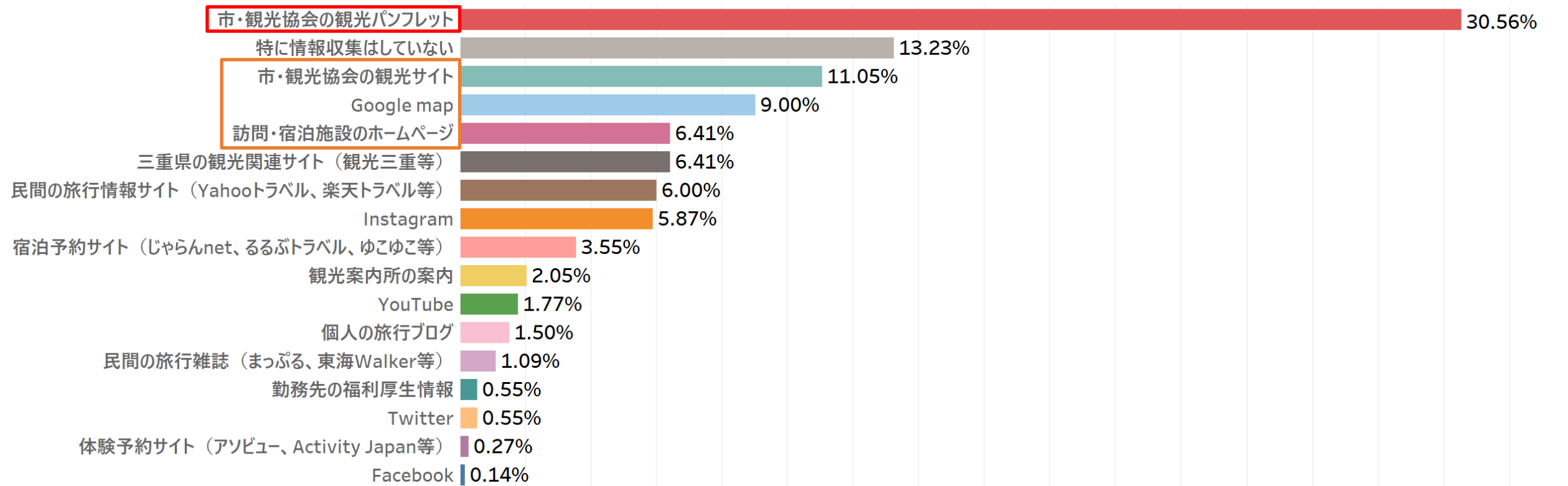
■年代×情報収集媒体(タビマエ)割合(2025年度)



※10代、70代以上はボリュームが少ないため割愛

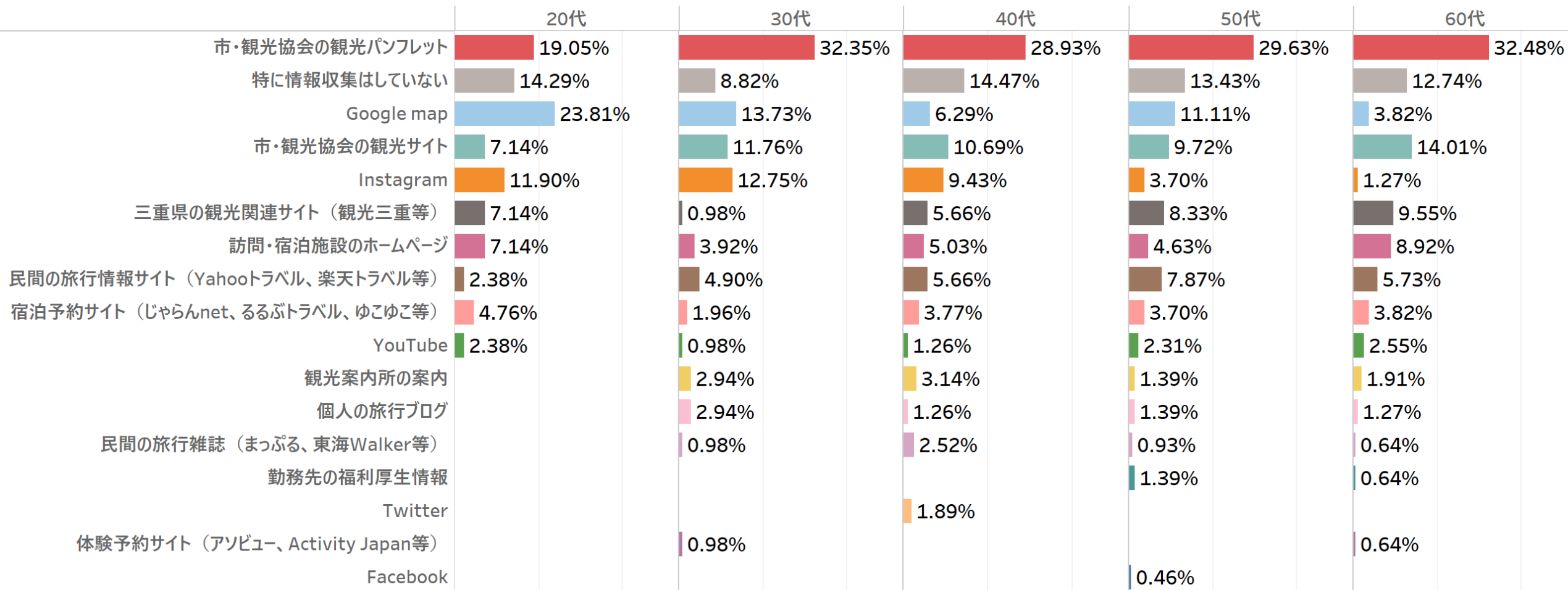
タビナカでの情報源は、市・観光協会のパンフレットが最も多い
その他上位は市・観光協会のサイト、Googleマップ、施設のホームページと続く

■ 情報収集媒体(タビナカ)割合(2025年度)



年代別に見るとどの年代も市・観光協会のパンフレットの割合が大きいですが、20代はGoogleマップが最も大きい

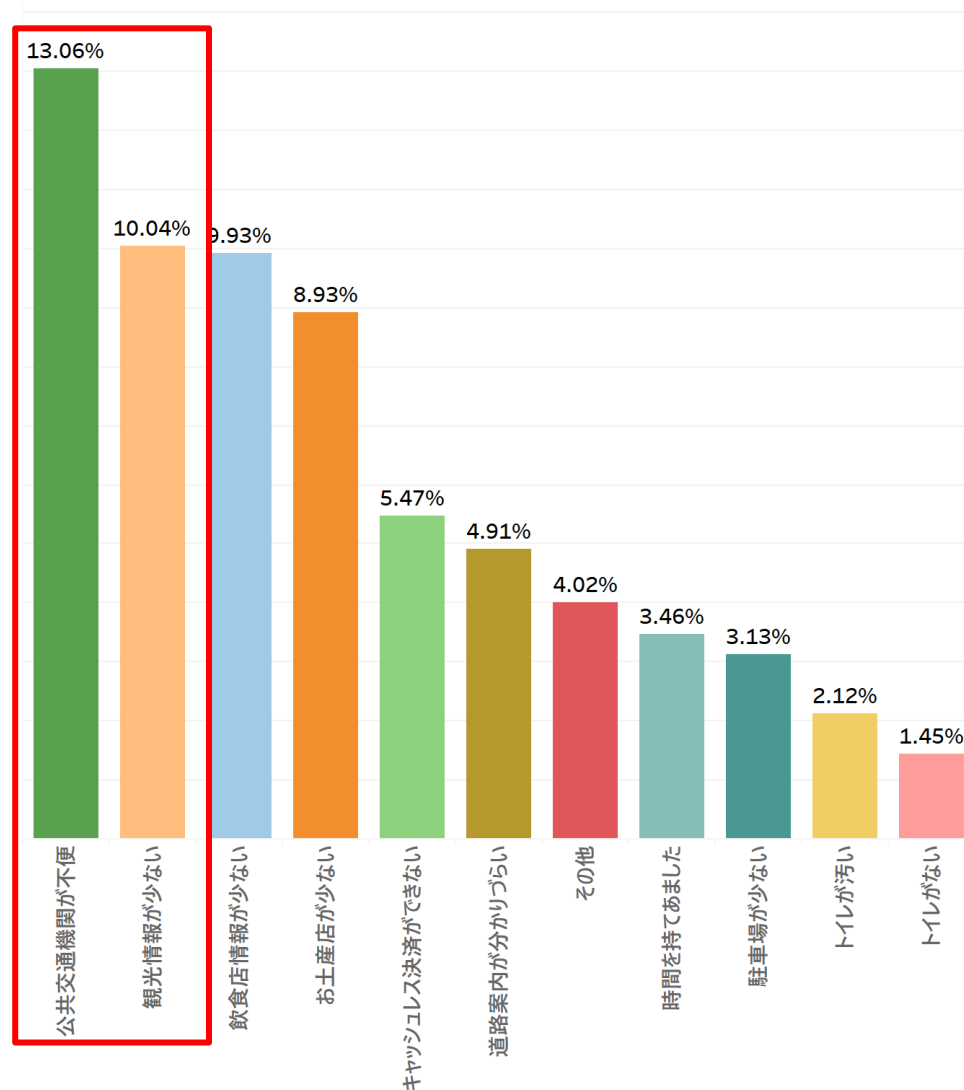
■年代×情報収集媒体(タビナカ)割合(2025年度)



※10代、70代以上はボリュームが少ないため割愛

不満点は「公共交通が不便」「観光情報が少ない」が上位を占める(※全体の約33%は「不満はない」と回答)
年代別に見ると40代以外は公共交通、40代は観光情報に不満を感じる割合が大きい

■不満点(2025年度)



■年代×不満点(2025年度)

	20代	30代	40代	50代	60代
公共交通機関が不便	13.21%	13.43%	11.92%	14.72%	11.89%
飲食店情報が少ない	11.32%	11.19%	8.29%	10.94%	8.65%
観光情報が少ない	5.66%	8.21%	12.44%	10.57%	9.73%
お土産店が少ない	3.77%	11.94%	10.36%	7.17%	9.73%
キャッシュレス決済ができない	7.55%	5.22%	6.74%	3.40%	7.57%
時間を持てあました	9.43%	4.48%	2.59%	3.77%	2.16%
道路案内が分かりづらい	1.89%	5.97%	4.15%	4.53%	4.32%
その他	1.89%	0.75%	5.18%	5.66%	3.78%
トイレが汚い	7.55%	2.99%	1.55%	1.13%	2.16%
駐車場が少ない	1.89%	1.49%	4.15%	3.02%	3.78%
トイレがない		0.75%	0.52%	2.26%	1.62%

観光施設や食事等の内容を評価する声が多かった一方、
交通の面で不満を感じている人が多い

【その他の不満点】※一部抜粋

- タクシーがつかまらない
- 道が狭くて運転しづらい
- 徒歩で周りきれない
- 駅前が寂れている、観光施設が少ない
- お店が閉まるのが早い、営業していない

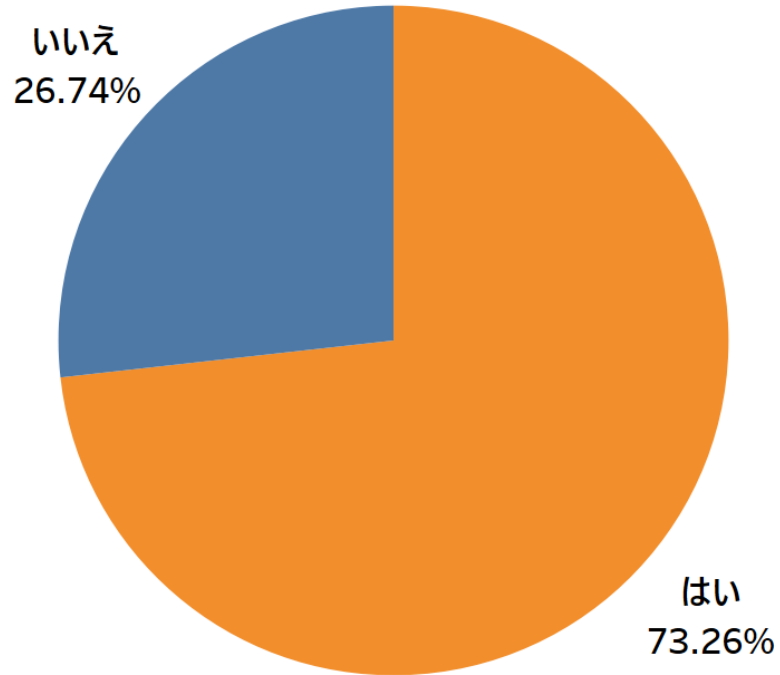
【良かった点】※一部抜粋

- 忍者ショー、忍者屋敷が楽しかった
- 伊賀上野城や高石垣、そこからの町並みが良かった
- 和菓子屋が多く、お菓子も美味しかった
- ご飯が美味しかった(伊賀牛)
- 自然の豊かさ(田舎道、星、野生動物)
- 組紐が楽しかった
- 温泉で癒やされた

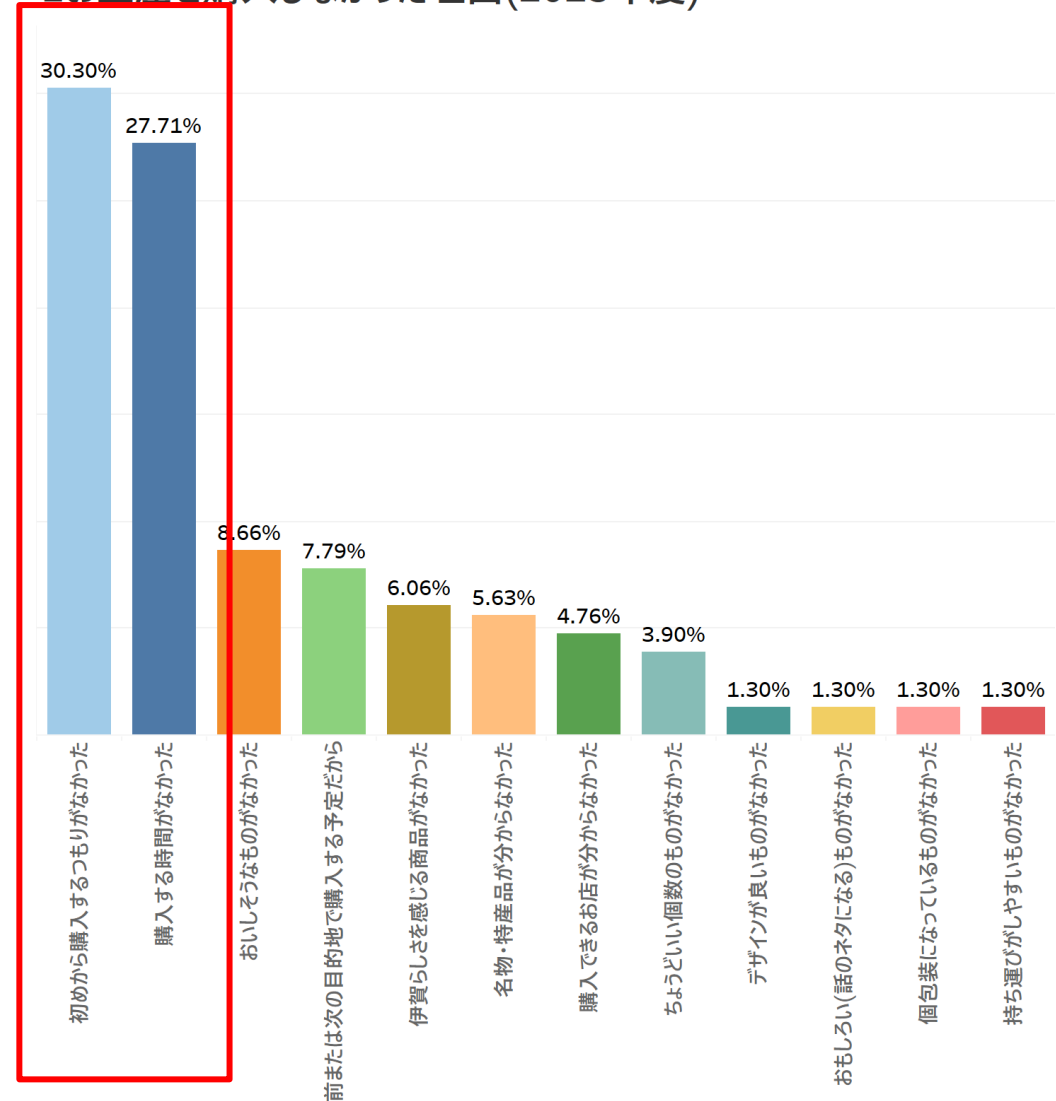
お土産を買わなかった割合は、全体の**3割弱**

購入しなかった理由は「**初めから購入するつもりがなかった**」「**購入する時間がなかった**」が上位を占める

■ お土産を購入したか(2025年度)



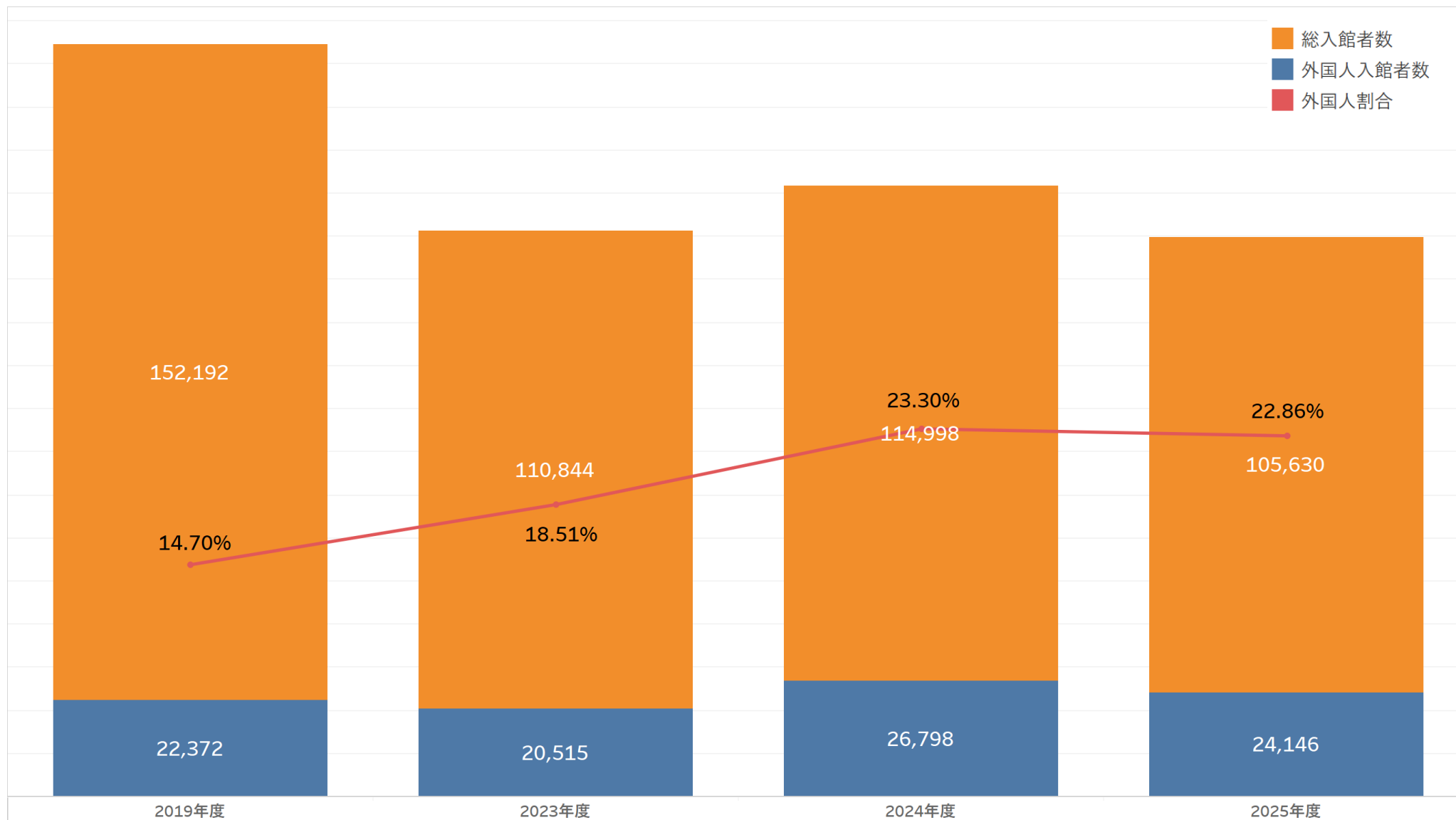
■ お土産を購入しなかった理由(2025年度)



■外国人入館割合(年度別)

2025年度は
総入館者数 105,630
うち外国人 24,146
(外国人比率 22.86%)

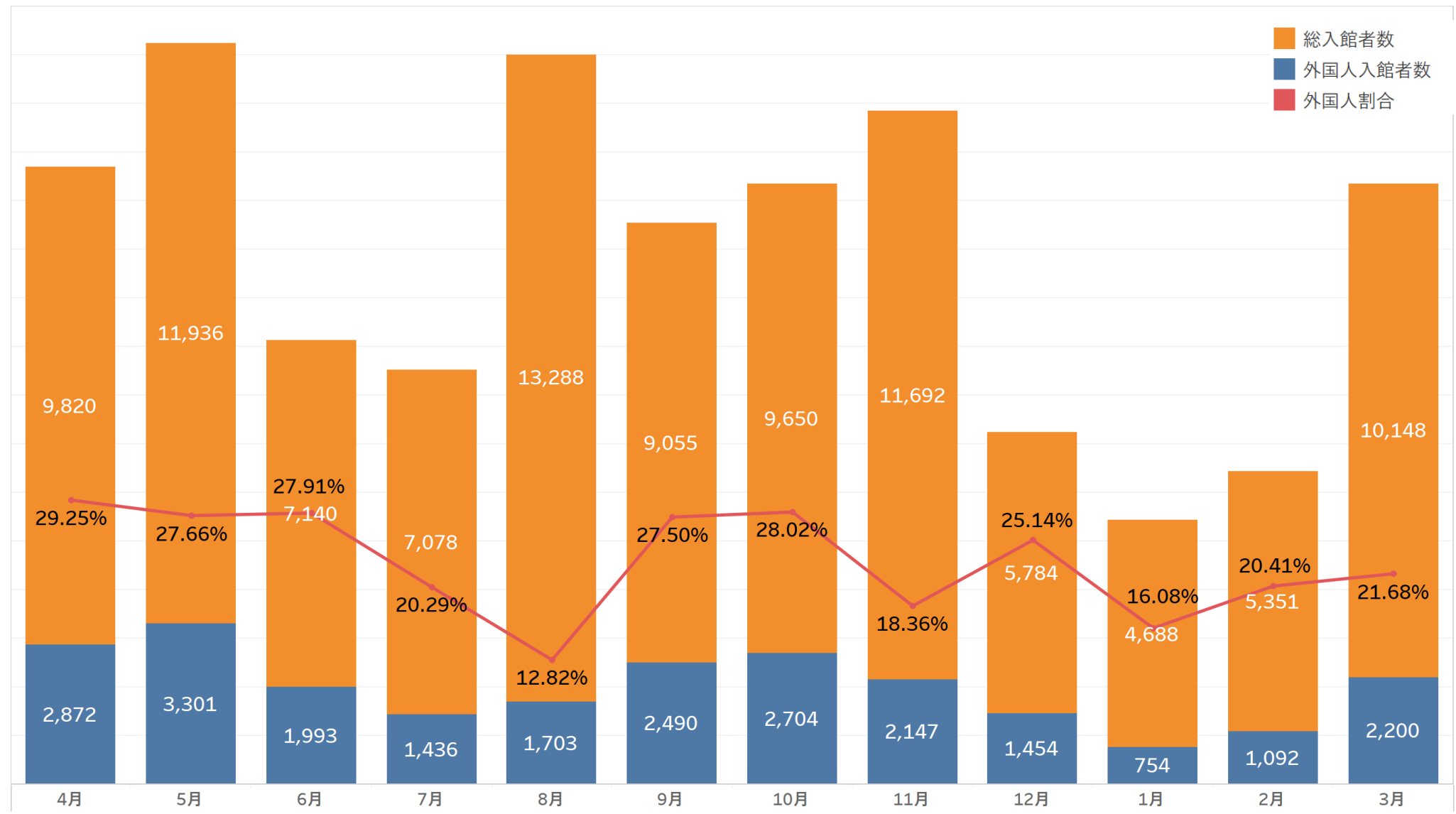
前年度と比べ
総入館者数は**減少**
また
外国人入館者数も**減少**



■外国人入館割合(月別)-2025年度

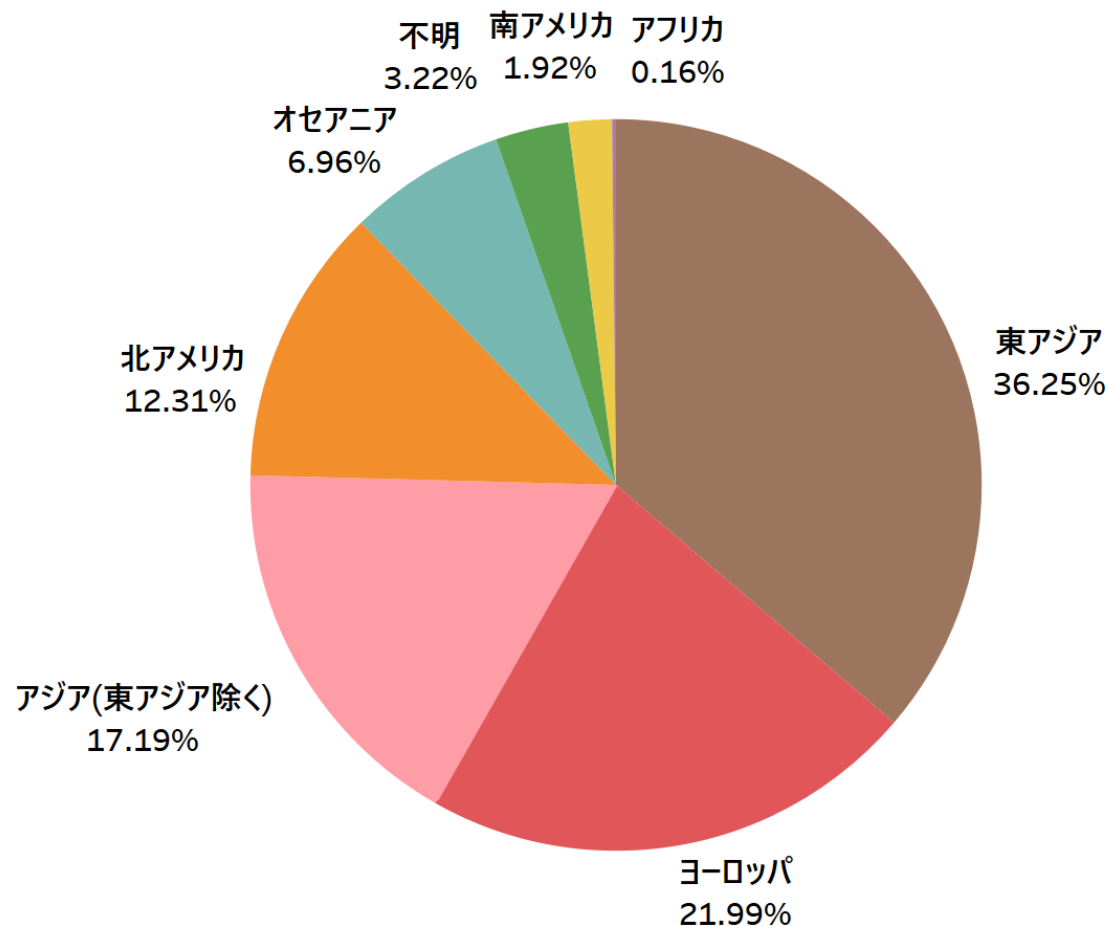
総入館者数が
最も多い月は8月
次いで5月,11月,3月

外国人入館者数が
最も多い月は5月
次いで4月,10月,9月

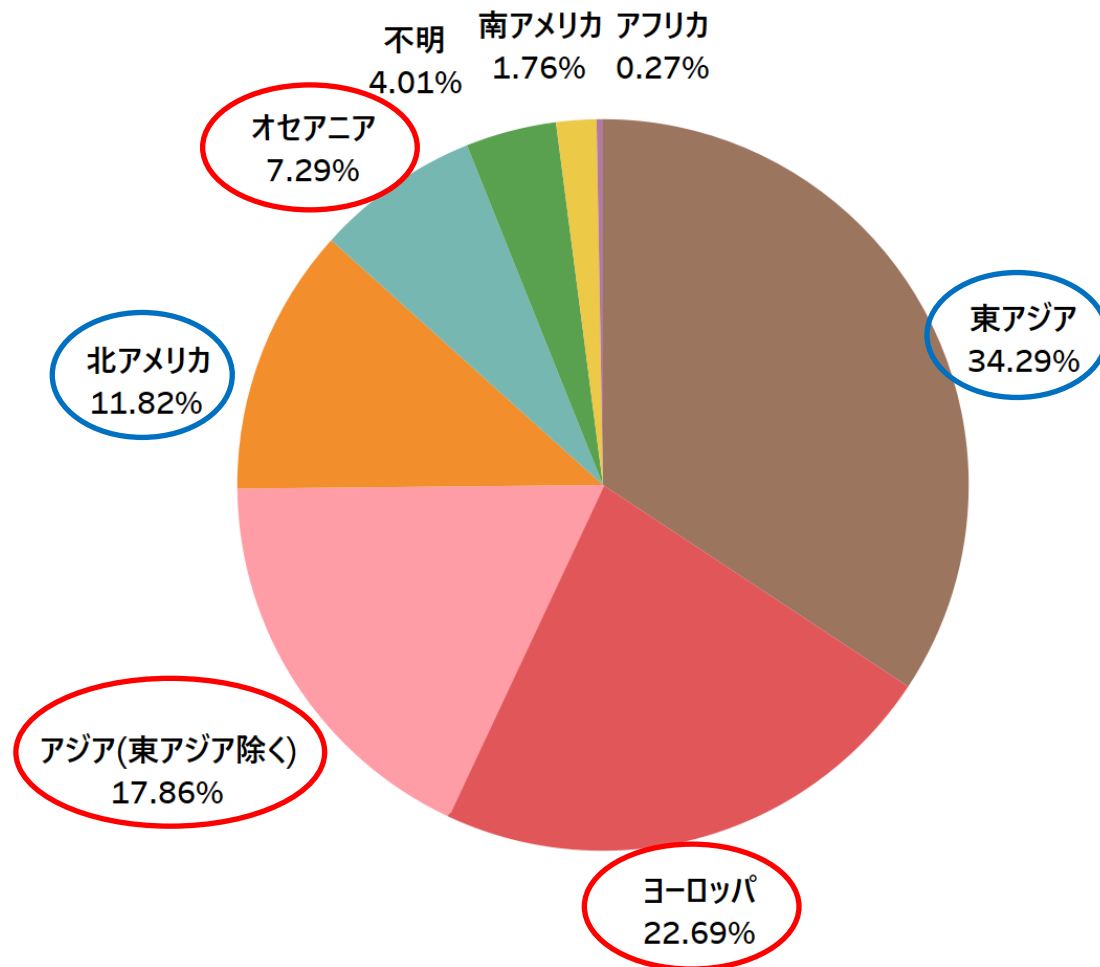


地域別に見ると前年度と比べ**東アジア**、**北アメリカ**の割合が**減少**し、**ヨーロッパ**、**アジア(東アジア除く)**、**オセアニア**の割合が**増加**

■地域別構成比(2024年度)



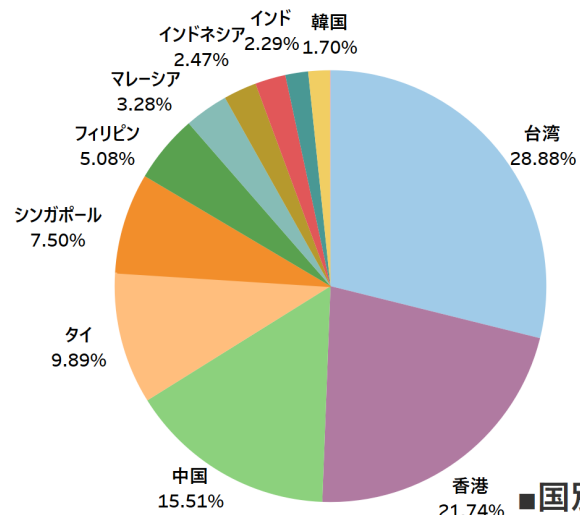
■地域別構成比(2025年度)



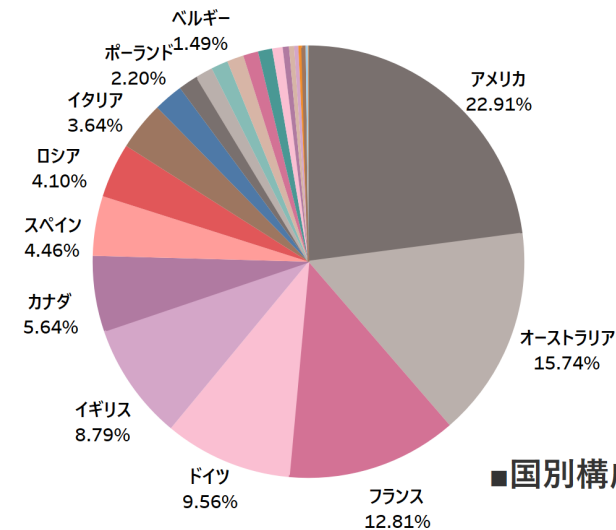
国別に見ると前年度と比べ

アジアは台湾、中国、タイ、シンガポールなどの割合が**増加**、欧米豪はオーストラリア、ドイツ、ロシア、スペイン、などの割合が**増加**

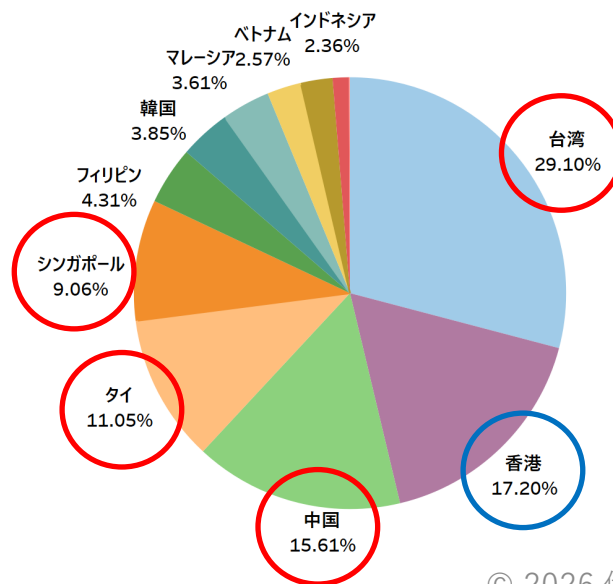
■国別構成比(アジア)-2024年度



■国別構成比(欧米豪)-2024年度



■国別構成比(アジア)-2025年度



■国別構成比(欧米豪)-2025年度

