



"Fielding for REALITY"

令和4年度 住民満足度調査報告書

令和5年1月13日

目次

	Page
○調査概要	2
○調査結果のまとめ	10
○調査結果	33
○分析と課題まとめ	67

調査概要

調査目的

リピーターにつながる観光客の満足度に寄与するものとして、地域住民のおもてなしが近年注目されており、域内の事業者や住民がみずから積極的に観光客を迎え入れ、もてなし、地域活性を実現するマインドを醸成していくことが重要と考えられる

このため、地域住民が観光客増加をどのように受け止めているのかを把握し、今後の機運醸成策を検討するため、瀬戸内7県の住民を対象に観光客増加による、生活・環境改善面、経済面、精神面での効果及び総合的な満足度を計るWebアンケートを実施する

調査種別

1. WEB調査

- ・調査方法 : インターネット調査（クローズド調査）※楽天インサイト株式会社モニター
- ・調査内容 : 観光客増加に対する総合満足度および影響要因
- ・調査期間 : 令和4年11月4日～令和4年11月28日
- ・配信地域 : 瀬戸内7県（兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県）
- ・有効回収数 : 7,163サンプル

◆ 【瀬戸内】 観光地の定義について

兵庫県		n= 1,025
観光地		神戸市
		姫路市
	n= 612	洲本市
		南あわじ市
		淡路市
観光地以外	n= 413	兵庫県上記以外市町 (35市町)
岡山県		n= 1,027
観光地		岡山市
	n= 660	倉敷市
		備前市
観光地以外	n= 367	岡山県上記以外市町 (24市町)
広島県		n= 1,024
観光地		広島市
		廿日市市
	n= 616	福山市
		尾道市
		竹原市
観光地以外	n= 408	広島県上記以外市町 (18市町)
山口県		n= 1,024
観光地		下関市
	n= 611	山口市
		岩国市
		萩市
観光地以外	n= 413	山口県上記以外市町 (14市町)

徳島県		n= 1,007
観光地		徳島市
	n= 604	鳴門市
		三好市
観光地以外	n= 403	徳島県上記以外市町 (18市町)
香川県		n= 1,029
観光地		高松市
		小豆郡小豆島町
	n= 715	小豆郡土庄町
		仲多度郡琴平町
		香川郡直島町
観光地以外	n= 314	香川県上記以外市町 (12市町)
愛媛県		n= 1,027
観光地		松山市
	n= 616	今治市
		大洲市
		喜多郡内子町
観光地以外	n= 411	愛媛県上記以外市町 (16市町)

本調査においては、広域観光拠点地区市町（7県29市町）を観光地と表記している
各県の観光地は左上図のとおりとなっている

◆満足度の評価について

本調査においては、Q11-1「国内外の観光客の来訪によって、経済的に良い影響を感じている」を「経済的な満足度」、Q11-2「国内外の観光客の来訪に、喜びや誇りを感じる」を「精神的な満足度」とそれぞれ定義し、評価分析を行う

それぞれ「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」の回答を肯定的回答：『当てはまる』とし、「あまり当てはまらない」「当てはまらない」「全く当てはまらない」の回答を否定的回答：『当てはまらない』として区分を行う

◆愛着度の分析方法について

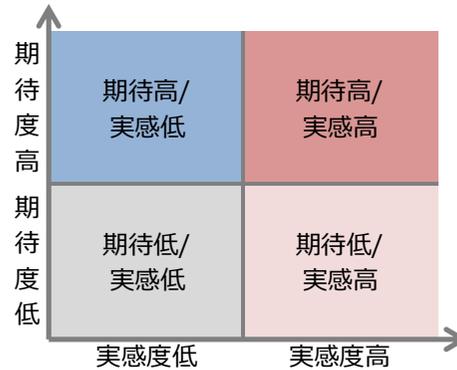
本調査においては、Q8-54,55「地域への愛着」の回答にそれぞれ
非常に当てはまる→1 当てはまる→2 やや当てはまる→3 あまり当てはまらない→4
当てはまらない→5 全く当てはまらない→6 の数字を振り、平均値が
1.0～3.0であれば「愛着度高」、3.1～6.0であれば「愛着度低」として区分を行う

◆観光客の受入意向について

本調査においては、Q6「今後国内外の観光客が、居住している地域に訪れてほしい」の回答にそれぞれ
『とてもそう思う』『そう思う』→「訪れてほしい」
『どちらともいえない』→「どちらともいえない」
『そう思わない』『全くそう思わない』→「訪れてほしくない」として区分を行う

◆事前期待度の分析方法について

本調査においては、Q8-1～17「経済効果・地域活性化への期待」、
Q8-22～27・40～45「経済効果・地域活性化の実感」の回答にそれぞれ
非常に当てはまる→1 当てはまる→2 やや当てはまる→3 あまり当てはまらない→4
当てはまらない→5 全く当てはまらない→6 の数字を振り、平均値が1.0～3.0であれば
「期待/実感度高」、3.1～6.0であれば「期待/実感度低」とし、期待/実感度の組み合わせ別に
下表のとおり区分を行う



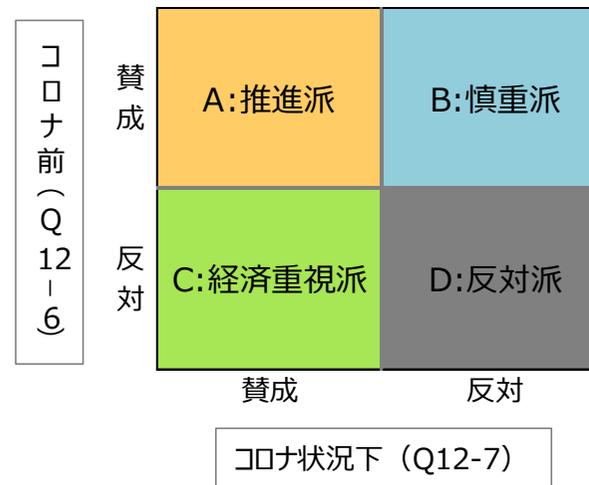
◆コロナ関連の分析方法について

本調査においては、Q12-6「コロナ感染拡大の状況下でなければ、地域に観光客が増加することは望ましい」での回答で非常に当てはまる→1 当てはまる→2 やや当てはまる→3 いずれかであれば「観光客の増加は望ましい」とし、あまり当てはまらない→4 当てはまらない→5 全く当てはまらない→6 いずれかであれば「観光客の増加は望ましくない」とした

Q12-7「コロナ感染拡大の状況下においても、対策を講じて積極的に観光客を歓迎したい」での回答で非常に当てはまる→1 当てはまる→2 やや当てはまる→3 いずれかであれば「積極的に観光客を歓迎したい」とし、あまり当てはまらない→4 当てはまらない→5 全く当てはまらない→6 いずれかであれば「積極的に観光客を歓迎したくない」とした

上記の組み合わせ別に下表のとおり区分を行う

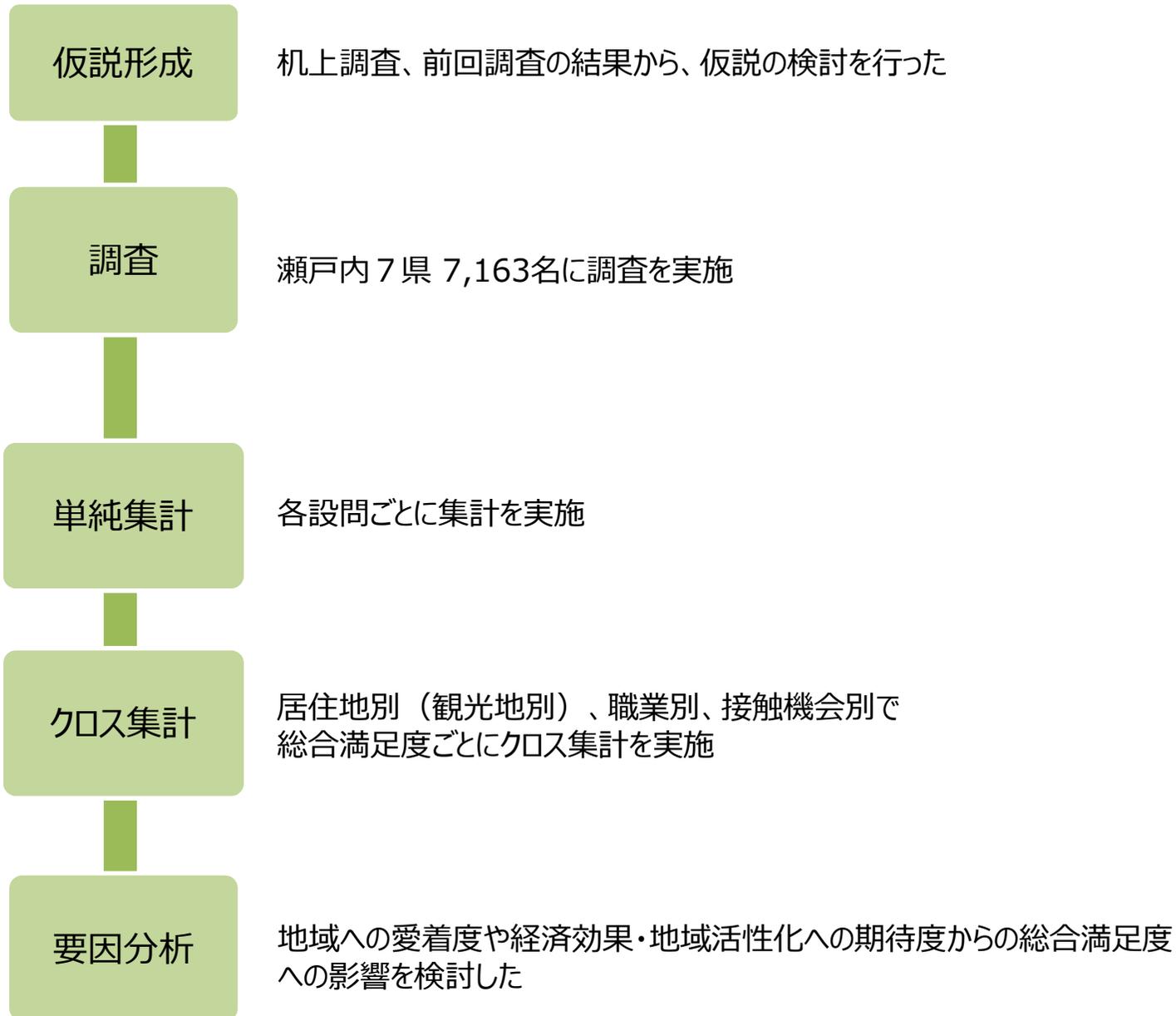
- A:推進派 もともと誘客に賛成でコロナ状況下においても賛成
- B:慎重派 誘客には賛成だがコロナ状況下では自重すべき
- C:経済重視派 もともとは誘客に賛成ではなかったが、コロナを経て誘客賛成に好転
- D:反対派 コロナに関係なく誘客には反対



◆経年比較について

前回までの調査結果については、山陰2県を除いた瀬戸内7県の結果で経年比較を行った

◆分析フロー



◆ 調査項目一覧

Q1 …居住地域の郵便番号

Q2 …回答者の職業

Q3 …宿泊を伴う海外旅行の頻度

Q4 …宿泊を伴う国内旅行の頻度

Q5 …宿泊を伴う国内旅行の同伴者 新規項目

Q6 …国内外の観光客の来訪について 新規項目

Q7 …国内外の観光客と接する機会

Q8 …自身の考えや居住地域について

Q9 …国内観光客の来訪によつての仕事の変化

Q10…外国人観光客の来訪によつての仕事の変化

Q11…国内外の観光客の来訪によつての経済的な影響

Q12…新型コロナウイルス感染症についての自身の考えについて

Q13…居住地域での観光振興に期待する効果 新規項目

Q14…居住地域での観光振興において注力すべき取組

Q15…居住地域の他の地域に誇れる観光資源

調査結果のまとめ

◆総合満足度

総合満足度 経済的な良い影響

※前回：居住地域の観光振興の取り組みや観光の現状について満足している（SA）

Q11.1.国内外の観光客の来訪によって、経済的に良い影響を感じている。（SA）

参考

前回（R3）

今回（R4）

56.7%

45.8%

（「大変満足している」「満足している」「やや満足している」）

（「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」）

上位回答のみ

10.7%

14.5%

（「大変満足している」「満足している」）

（「非常に当てはまる」「当てはまる」）

総合満足度 精神的な良い影響

※前回：居住地域へ外国人観光客を呼び込む取組について満足している（SA）

Q11.2.国内外の観光客の来訪に、喜びや誇りを感じている。（SA）

参考

前回（R3）

今回（R4）

52.7%

47.1%

（「大変満足している」「満足している」「やや満足している」）

（「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」）

上位回答のみ

9.0%

13.8%

（「大変満足している」「満足している」）

（「非常に当てはまる」「当てはまる」）

◆総合満足度（県別クロス集計）

総合満足度 経済的な良い影響

満足（計）

県名	R4
兵庫県	48.1 n= 1,025
岡山県	44.8 n= 1,027
広島県	50.0 n= 1,024
山口県	42.7 n= 1,024
徳島県	40.0 n= 1,007
香川県	49.6 n= 1,029
愛媛県	45.5 n= 1,027

【単位:%】

観光客来訪の経済的な良い影響について、

兵庫県は48.1%
岡山県は44.8%
広島県は50.0%
山口県は42.7%
徳島県は40.0%
香川県は49.6%
愛媛県は45.5%
が「当てはまる」と回答

【参考】R3、H30～R2 経年比較

満足（計）

県名	R3
兵庫県	64.3 n= 1,012
岡山県	54.7 n= 1,009
広島県	62.6 n= 1,009
山口県	52.9 n= 1,014
徳島県	37.3 n= 1,018
香川県	61.5 n= 1,010
愛媛県	63.6 n= 1,016

【単位:%】

満足（計）

県名	H30	R1	R2	前年比
兵庫県	66.8 n= 1,702	66.7 1,411	68.7 1,312	+2.0
岡山県	67.3 n= 1,505	66.9 1,277	71.8 1,212	+4.9
広島県	69.6 n= 1,628	72.6 1,435	74.7 1,318	+2.1
山口県	64.6 n= 1,507	66.0 1,263	67.9 1,206	+1.9
徳島県	60.8 n= 1,105	63.4 1,076	64.5 1,014	+1.1
香川県	69.0 n= 1,400	68.1 1,081	69.8 1,008	+1.7
愛媛県	67.9 n= 1,216	71.5 1,077	71.3 1,013	-0.2

【単位:%】 【単位:pt】

総合満足度 精神的な良い影響

満足（計）

県名	R4
兵庫県	46.5 n= 1,025
岡山県	47.8 n= 1,027
広島県	50.6 n= 1,024
山口県	42.9 n= 1,024
徳島県	42.8 n= 1,007
香川県	50.5 n= 1,029
愛媛県	48.5 n= 1,027

【単位:%】

観光客来訪に対する喜びや誇りについて、

兵庫県は46.5%
岡山県は47.8%
広島県は50.6%
山口県は42.9%
徳島県は42.8%
香川県は50.5%
愛媛県は48.5%
が「当てはまる」と回答

【参考】R3、H30～R2 経年比較

満足（計）

県名	R3
兵庫県	60.3 n= 1,012
岡山県	51.9 n= 1,009
広島県	57.5 n= 1,009
山口県	47.8 n= 1,014
徳島県	35.7 n= 1,018
香川県	57.8 n= 1,010
愛媛県	58.0 n= 1,016

【単位:%】

満足（計）

県名	H30	R1	R2	前年比
兵庫県	61.4 n= 1,702	59.9 1,411	63.2 1,312	+3.3
岡山県	63.0 n= 1,505	62.9 1,277	66.3 1,212	+3.4
広島県	65.4 n= 1,628	68.5 1,435	70.1 1,318	+1.6
山口県	58.0 n= 1,507	58.1 1,263	62.8 1,206	+4.7
徳島県	58.4 n= 1,105	58.6 1,076	60.5 1,014	+1.9
香川県	65.0 n= 1,400	63.2 1,081	64.9 1,008	+1.7
愛媛県	61.7 n= 1,216	67.5 1,077	66.5 1,013	-1.0

【単位:%】 【単位:pt】

※R3とH30～R2では満足度に関する設問が異なるため、単純な比較は不可能

◆総合満足度 (県別×観光地別クロス集計)

総合満足度 経済的な良い影響

観光地

満足 (計)

県名	R4
兵庫県	51.3 n= 612
岡山県	49.8 n= 660
広島県	53.4 n= 616
山口県	46.8 n= 611
徳島県	40.6 n= 604
香川県	51.8 n= 715
愛媛県	51.9 n= 616

【単位:%】

【参考】R3

満足 (計)

県名	R3
兵庫県	68.1 n= 606
岡山県	60.6 n= 651
広島県	68.4 n= 602
山口県	54.0 n= 606
徳島県	35.4 n= 609
香川県	61.9 n= 708
愛媛県	72.4 n= 610

【単位:%】

【参考】H30～R2 経年比較

満足 (計)

県名	H30	R1	R2	前年比
兵庫県	71.6	70.0	70.4	+0.4
岡山県	69.9	70.4	73.4	+3.0
広島県	74.8	74.1	77.0	+2.9
山口県	69.0	67.3	71.8	+4.5
徳島県	63.7	66.5	65.2	-1.3
香川県	71.2	71.9	71.7	-0.2
愛媛県	77.0	76.5	76.2	-0.3

【単位:%】 【単位:pt】

観光地以外

満足 (計)

県名	R4
兵庫県	43.3 n= 413
岡山県	35.8 n= 367
広島県	44.6 n= 408
山口県	36.8 n= 413
徳島県	39.1 n= 403
香川県	44.5 n= 314
愛媛県	35.7 n= 411

【単位:%】

【参考】R3

満足 (計)

県名	R3
兵庫県	58.3 n= 406
岡山県	43.9 n= 358
広島県	54.1 n= 407
山口県	51.2 n= 408
徳島県	39.8 n= 409
香川県	60.6 n= 302
愛媛県	50.2 n= 406

【単位:%】

【参考】H30～R2 経年比較

満足 (計)

県名	H30	R1	R2	前年比
兵庫県	62.0	62.9	65.7	+2.8
岡山県	64.7	63.0	69.3	+6.3
広島県	64.4	70.7	70.8	+0.1
山口県	60.0	64.5	61.4	-3.1
徳島県	57.7	60.2	63.3	+3.1
香川県	66.8	64.0	65.0	+1.0
愛媛県	58.9	66.2	64.0	-2.2

【単位:%】 【単位:pt】

観光客来訪による経済的な良い影響について、「兵庫県観光地」「広島県観光地」「愛媛県観光地」「香川県観光地」で「当てはまる」と回答した人の割合が5割台と高くなっている一方、「愛媛県観光地以外」で35.7%と最も低い

◆総合満足度（県別×観光地別クロス集計）

総合満足度 精神的な良い影響

観光地

満足（計）

県名	R4
兵庫県	50.2 n= 612
岡山県	51.1 n= 660
広島県	54.8 n= 616
山口県	45.7 n= 611
徳島県	43.9 n= 604
香川県	52.3 n= 715
愛媛県	54.2 n= 616

【単位:%】

【参考】R3

満足（計）

県名	R3
兵庫県	64.3 n= 606
岡山県	57.9 n= 651
広島県	64.8 n= 602
山口県	50.2 n= 606
徳島県	33.1 n= 609
香川県	59.3 n= 708
愛媛県	65.7 n= 610

【単位:%】

【参考】H30～R2 経年比較

満足（計）

県名	H30	R1	R2	前年比
兵庫県	65.7 n= 852	63.2 742	64.8 854	+1.6
岡山県	65.6 n= 755	66.5 663	67.0 757	+0.5
広島県	71.0 n= 822	70.3 765	72.1 813	+1.8
山口県	63.4 n= 756	60.5 639	66.2 755	+5.7
徳島県	59.9 n= 554	60.8 552	61.9 607	+1.1
香川県	67.1 n= 700	64.9 561	66.7 705	+1.8
愛媛県	70.5 n= 605	73.3 568	70.3 605	-3.0

【単位:%】 【単位:pt】

観光地以外

満足（計）

県名	R4
兵庫県	41.1 n= 413
岡山県	42.0 n= 367
広島県	44.1 n= 408
山口県	39.0 n= 413
徳島県	41.2 n= 47
香川県	46.5 n= 314
愛媛県	39.9 n= 411

【単位:%】

【参考】R3

満足（計）

県名	R3
兵庫県	54.2 n= 406
岡山県	41.1 n= 358
広島県	46.8 n= 407
山口県	44.3 n= 408
徳島県	39.4 n= 409
香川県	54.3 n= 302
愛媛県	46.3 n= 406

【単位:%】

【参考】H30～R2 経年比較

満足（計）

県名	H30	R1	R2	前年比
兵庫県	56.9 n= 850	56.4 669	60.1 458	+3.7
岡山県	60.4 n= 750	59.0 614	65.1 455	+6.1
広島県	59.6 n= 806	66.4 670	66.7 505	+0.3
山口県	52.8 n= 751	55.7 624	57.3 451	+1.6
徳島県	56.8 n= 551	56.3 524	58.4 407	+2.1
香川県	62.9 n= 700	61.4 520	60.1 303	-1.3
愛媛県	52.8 n= 611	61.4 509	61.1 408	-0.3

【単位:%】 【単位:pt】

観光客来訪に対する喜びや誇りについて、「広島県観光地」で「当てはまる」と回答した人の割合が54.8%と最も高くなっている一方で、「山口県観光地以外」で「当てはまる」と回答した人が39.0%と最も低い

◆総合満足度（観光客と接する機会別集計）

総合満足度 経済的な良い影響

観光客来訪による経済的な良い影響×日本人観光客/外国人観光客との接触機会

満足（計）	
国内観光客と接する機会	R4
日常業務の一環で接している	68.0
n=	506
日常生活におけるコミュニケーションで接している	69.2
n=	572
観光ボランティアとして接している	73.0
n=	126
その他	35.7
n=	56
国内観光客と接する機会はほとんどない	42.3
n=	6,166

【単位:%】

満足（計）	
外国人観光客と接する機会	R4
日常業務の一環で接している	70.3
n=	266
日常生活におけるコミュニケーションで接している	73.5
n=	370
観光ボランティアとして接している	76.3
n=	97
その他	38.1
n=	42
外国人観光客と接する機会はほとんどない	43.2
n=	6,499

【単位:%】

観光客来訪による経済的な良い影響について、日本人観光客との接触機会別にみると、

「日常業務の一環で接している」は68.0%

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」は69.2%

「観光ボランティアとして接している」は73.0%

「その他」は35.7%

「国内観光客と接する機会はほとんどない」は42.3% が「当てはまる」と回答

観光客来訪による経済的な良い影響について、外国人観光客との接触機会別にみると、

「日常業務の一環で接している」は70.3%

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」は73.5%

「観光ボランティアとして接している」は76.3%

「その他」は38.1%

「外国人観光客と接する機会はほとんどない」は43.2% が「当てはまる」と回答

◆総合満足度（観光客と接する機会別集計）

総合満足度 精神的な良い影響

観光客来訪に対する喜びや誇り×日本人観光客/外国人観光客との接触機会

満足（計）	
国内観光客と接する機会	R4
日常業務の一環で接している	64.0
n=521	506
日常生活におけるコミュニケーションで接している	71.0
n=649	572
観光ボランティアとして接している	77.0
n=107	126
その他	42.8
n=43	56
国内観光客と接する機会はほとんどない	43.7
n=6,053	6,166

【単位:%】

満足（計）	
外国人観光客と接する機会	R4
日常業務の一環で接している	68.8
n=	266
日常生活におけるコミュニケーションで接している	76.9
n=	370
観光ボランティアとして接している	70.1
n=	97
その他	47.6
n=	42
外国人観光客と接する機会はほとんどない	44.5
n=	6,499

【単位:%】

観光客来訪に対する喜びや誇りについて、日本人観光客との接触機会別にみると、

「日常業務の一環で接している」は64.0%

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」は71.0%

「観光ボランティアとして接している」は77.0%

「その他」は42.8%

「国内観光客と接する機会はほとんどない」は43.7% が「当てはまる」と回答

観光客来訪に対する喜びや誇りについて、外国人観光客との接触機会別にみると、

「日常業務の一環で接している」は68.8%

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」は76.9%

「観光ボランティアとして接している」は70.1%

「その他」は47.6%

「外国人観光客と接する機会はほとんどない」は44.5% が「当てはまる」と回答

◆満足度の影響を及ぼす要因の把握 (愛着度の影響)

総合満足度 経済的な良い影響

愛着度高

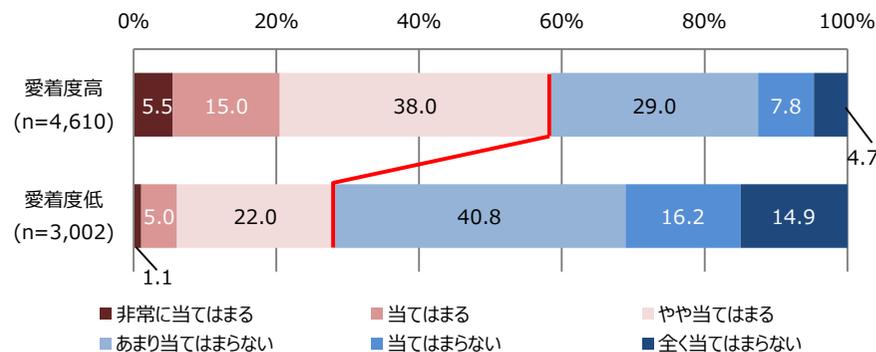
「非常に当てはまる」「当てはまる」 上位回答
「やや当てはまる」 「非常に当てはまる」「当てはまる」

58.5% **20.5%**

愛着度低

「非常に当てはまる」「当てはまる」 上位回答
「やや当てはまる」 「非常に当てはまる」「当てはまる」

28.1% **6.1%**



総合満足度 精神的な良い影響

愛着度高

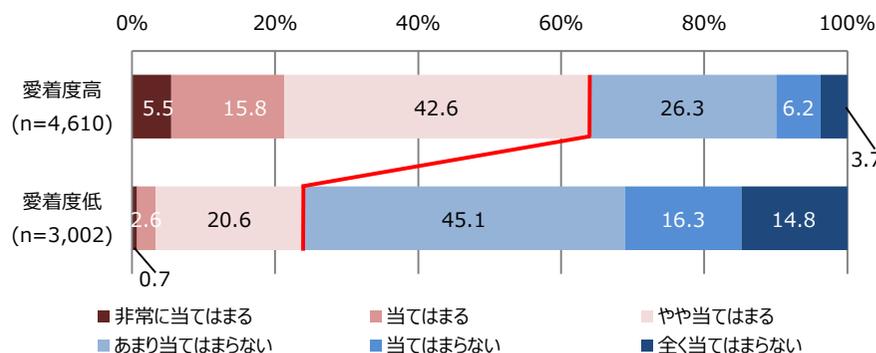
「非常に当てはまる」「当てはまる」 上位回答
「やや当てはまる」 「非常に当てはまる」「当てはまる」

63.9% **21.3%**

愛着度低

「非常に当てはまる」「当てはまる」 上位回答
「やや当てはまる」 「非常に当てはまる」「当てはまる」

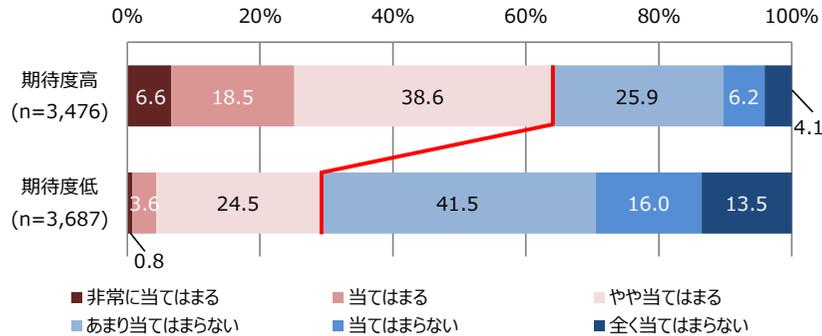
23.9% **3.3%**



◆ 総合満足度 (事前期待度の影響)

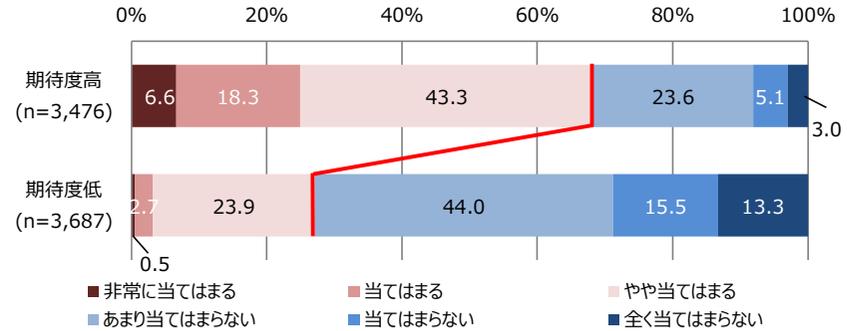
経済効果・地域活性化への期待度別 (Q8-1~Q8-17「経済効果・地域活性化への期待」への回答により算出)

総合満足度 経済的な良い影響

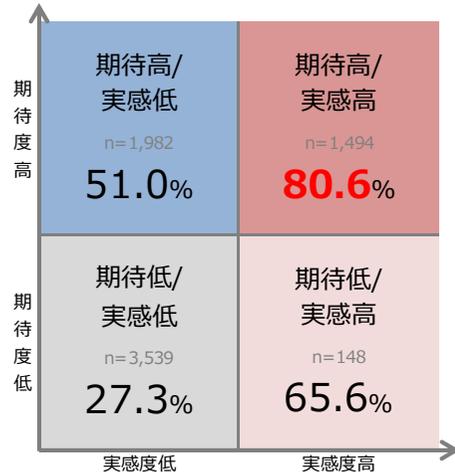


観光客来訪による経済的な良い影響について、「当てはまる」と回答した人が「期待度高」において63.7%、「期待度低」において28.9%となっている

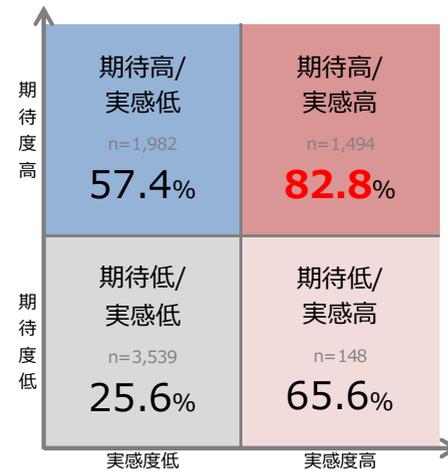
総合満足度 精神的な良い影響



観光客来訪に対する喜びや誇りについて、「当てはまる」と回答した人が「期待度高」において68.2%、「期待度低」において27.1%となっている



観光客来訪による経済的な良い影響について、「当てはまる」と回答した人が「期待高/実感高」において80.6%、「期待低/実感高」において65.6%、「期待高/実感低」において51.0%、「期待低/実感低」において27.3%となっている



観光客来訪に対する喜びや誇りについて、「当てはまる」と回答した人が「期待高/実感高」において82.8%、「期待低/実感高」において65.6%、「期待高/実感低」において57.4%、「期待低/実感低」において25.6%となっている

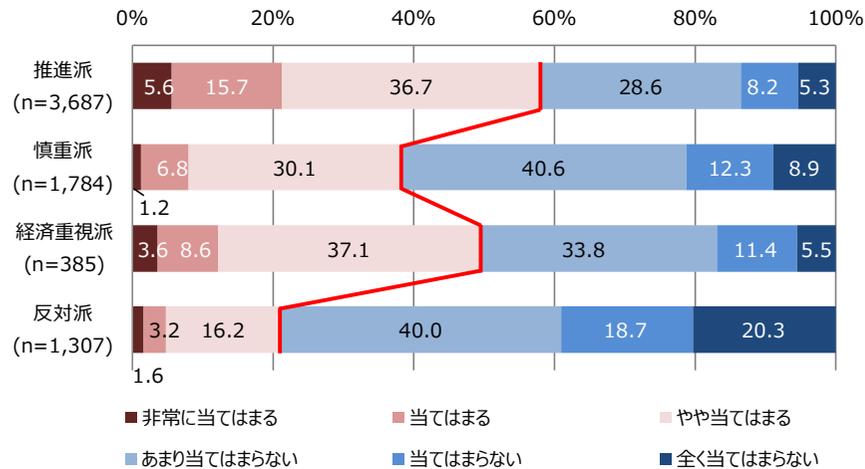
■ 観光客来訪による経済的な良い影響、観光客来訪に対する喜びや誇りにおいても、「当てはまる」と回答した割合は「期待度高」は「期待度低」よりも30pt以上高くなっている

◆総合満足度（コロナ分析軸と観光事業の応援別）

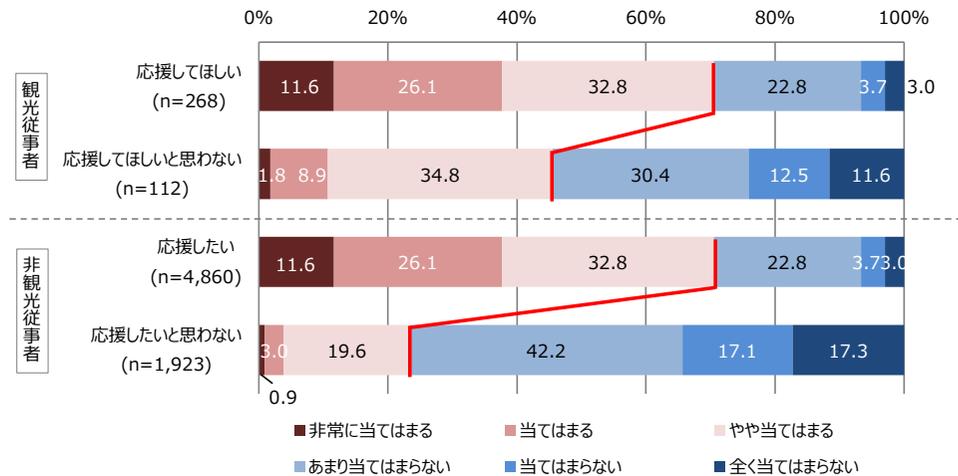
総合満足度 経済的な良い影響

- 推進派では『当てはまる』が約 6 割、経済重視派では『当てはまる』が約 5 割
- 応援してほしいは応援してほしいと思わないよりも、『当てはまる』の回答割合が高く、25pt以上の差がみられる

コロナ分析軸別



観光事業の応援別



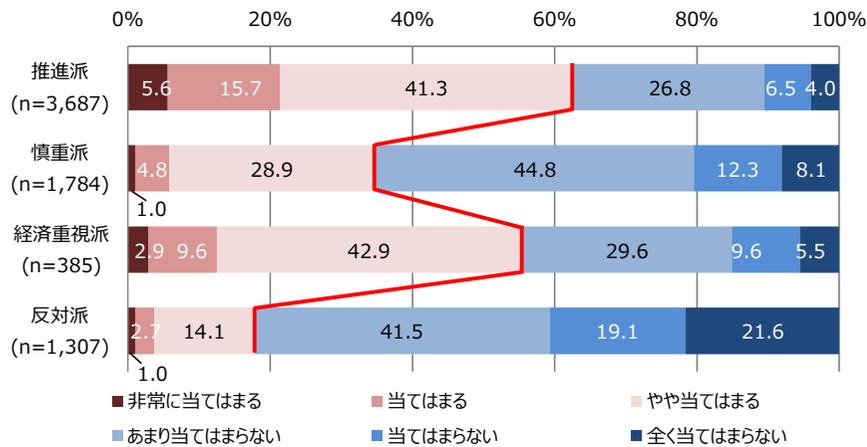
※「応援したい」「応援してほしい」はQ12.10の項目で1~3を選択した人
 ※「応援したいと思わない」「応援してほしいと思わない」はQ12.10の項目で4~6を選択した人

◆ 総合満足度 (観光客の受入意向の影響)

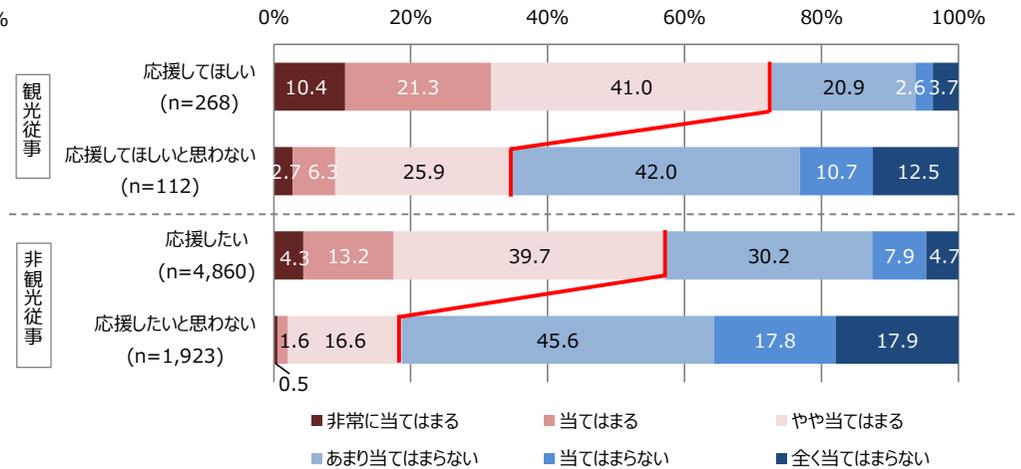
総合満足度 精神的な良い影響

- 推進派では『当てはまる』が約 6 割、経済重視派では『当てはまる』が約 5 割
- 応援してほしいは応援してほしいと思わないよりも、『当てはまる』の回答割合が高く、20pt近くの差がみられる

コロナ分析軸別



観光事業の応援別



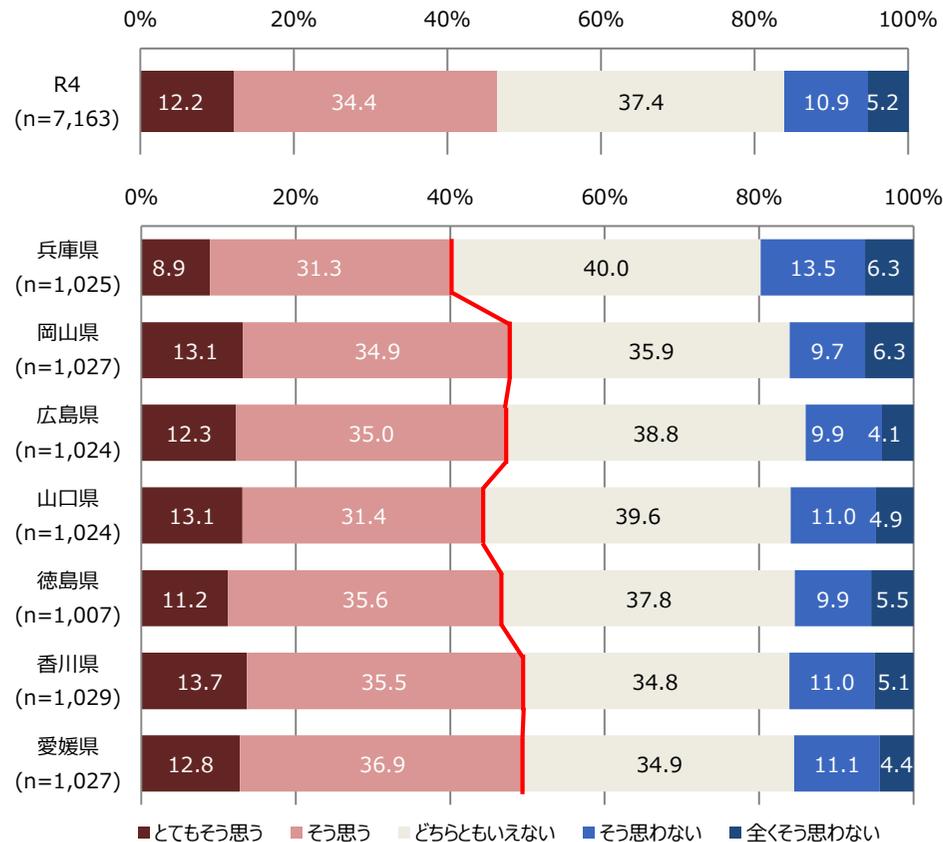
※「応援したい」「応援してほしい」はQ12.10の項目で1~3を選択した人
 ※「応援したいと思わない」「応援してほしいと思わない」はQ12.10の項目で4~6を選択した人

◆観光客の受入意向 (単純集計及び都道府県別集計)

観光客の受入意向

新規項目

Q6 あなたは今後、国内外の観光客が、あなたが居住している地域を訪れてほしいと思いますか。(SA)



- 全体では『訪れてほしい』が46.6%
『訪れてほしくない』が16.1%
『どちらともいえない』が37.4%
- 都道府県別にみると、大きな差ではないが「香川県」で『訪れてほしい』が最も高くなっている

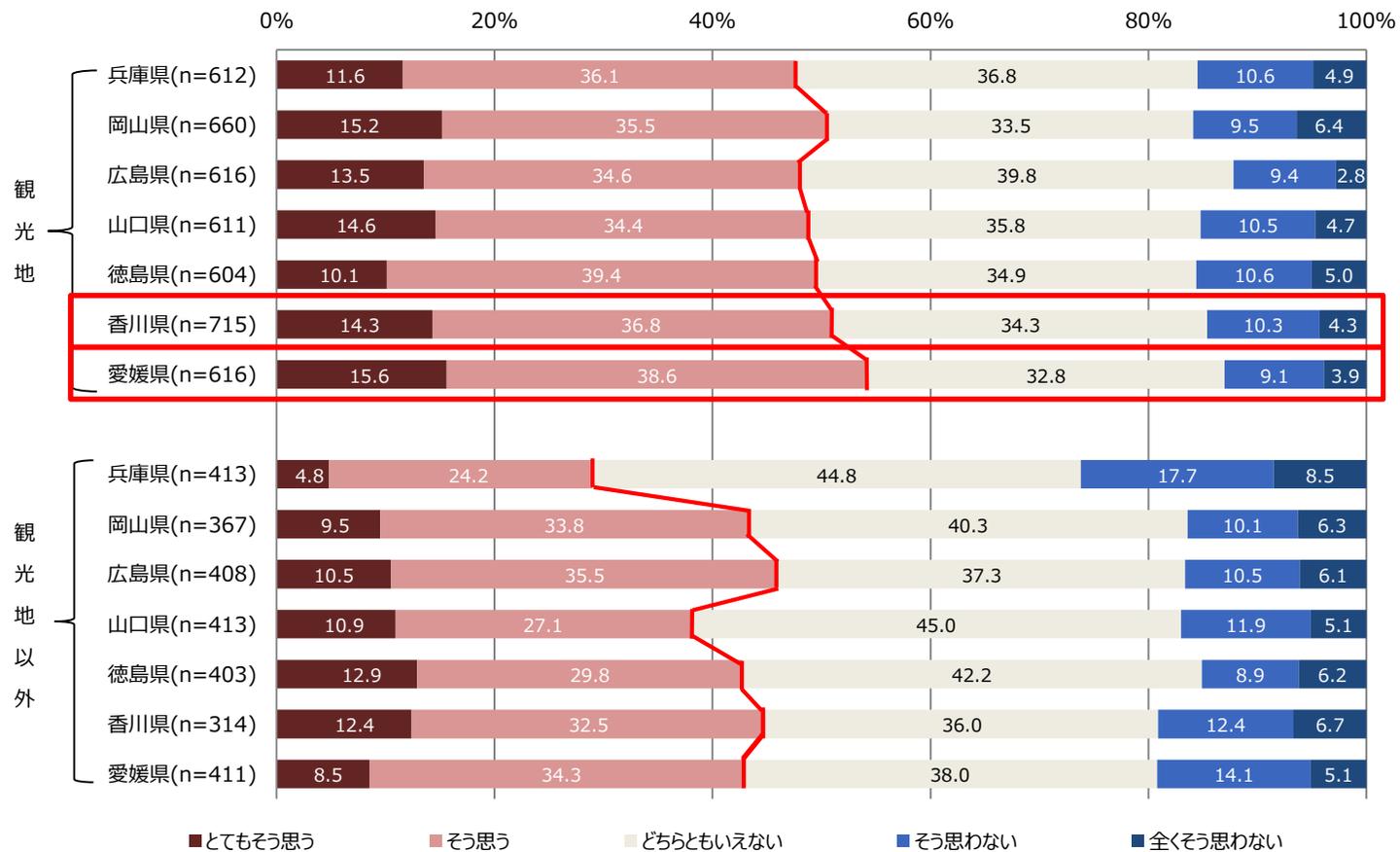
◆観光客の受入意向 (単純集計及び都道府県別集計)

観光客の受入意向 (観光地別)

新規項目

Q6 あなたは今後、国内外の観光客が、あなたが居住している地域を訪れてほしいと思いますか。(SA)

- 「愛媛県観光地」「香川県観光地」の「訪れてほしい」の回答が高い
- 一方、「兵庫県観光地以外」「山口県観光地以外」の「訪れてほしい」の回答が低い



◆観光客の受入意向（コロナ軸別及び愛着度別）

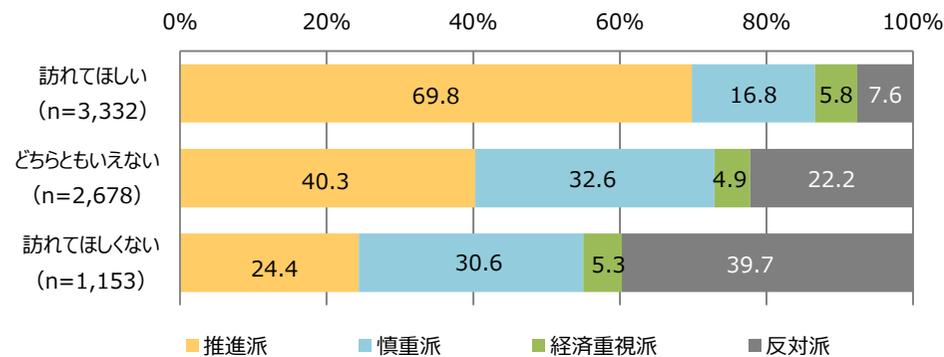
観光客の受入意向

新規項目

Q6 あなたは今後、国内外の観光客が、あなたが居住している地域を訪れてほしいと思いますか。(SA)

- コロナ分析軸別にみると、訪れてほしいは「推進派」が約7割
- 愛着度が高いほど「訪れてほしい」と回答する割合が高い

コロナ分析軸別



愛着度高



愛着度低

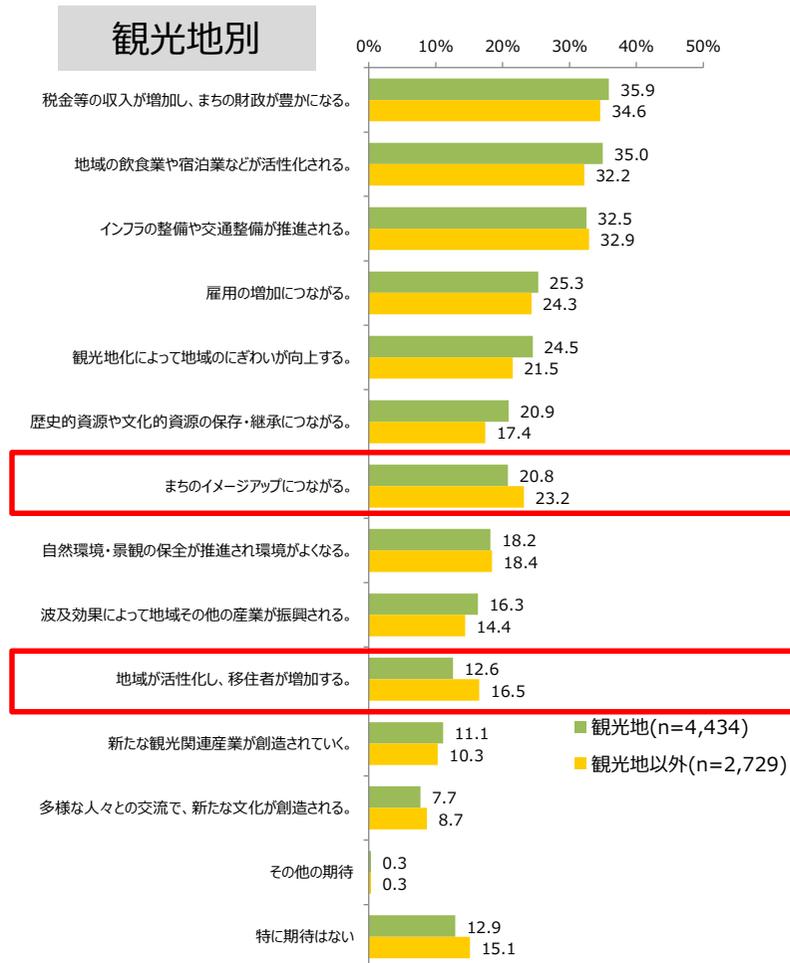
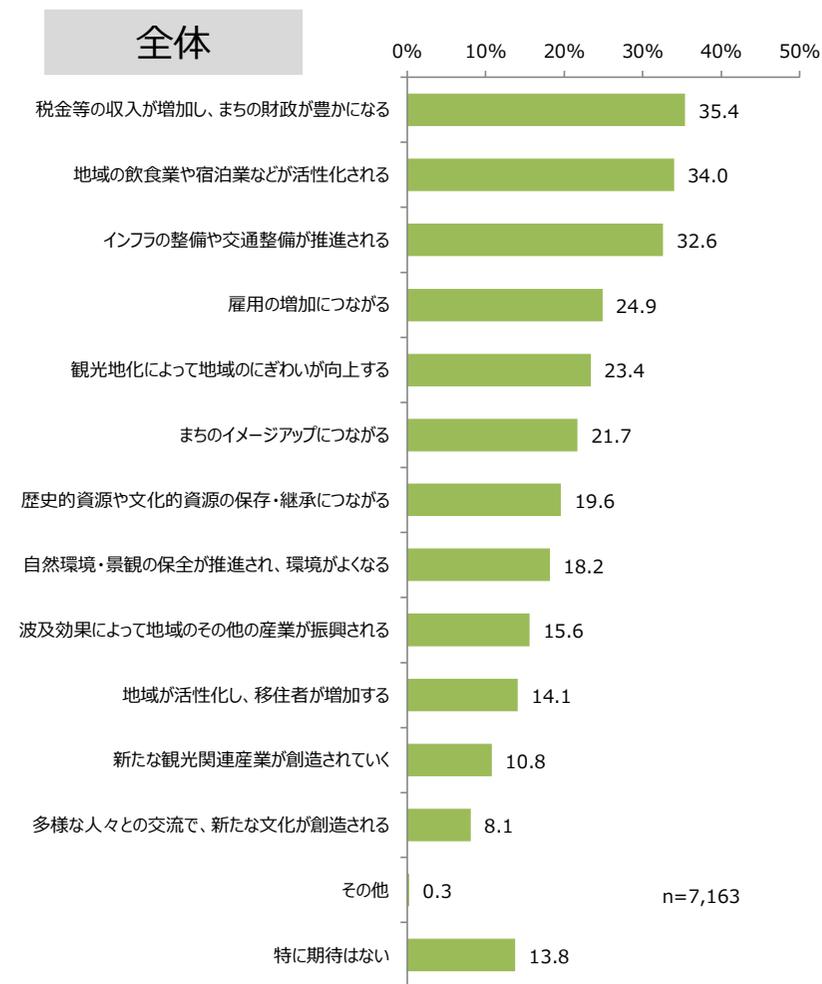


◆観光振興に対して期待する効果

新規項目

Q13.観光振興に対して、今後期待する効果（最大3つ）

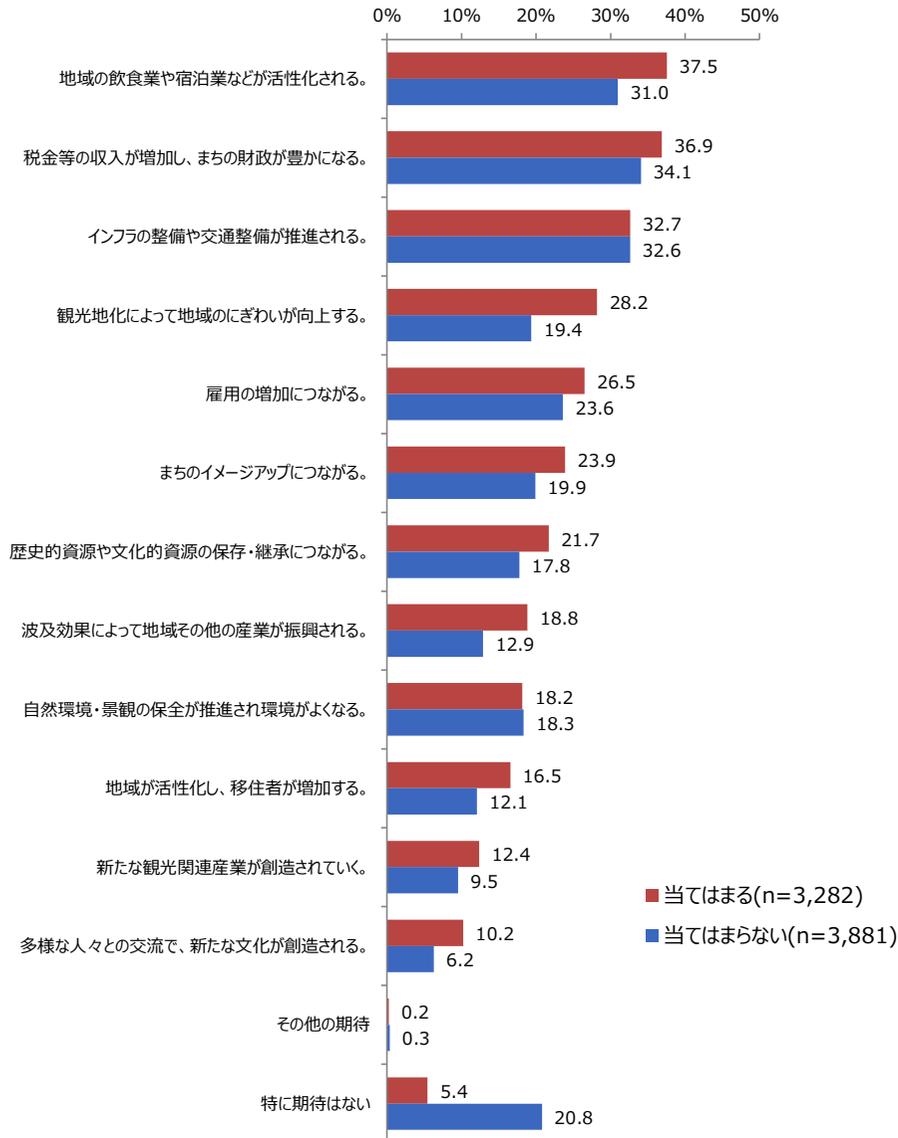
- 「税金等の収入が増加し、まちの財政が豊かになる」や「地域の飲食業や宿泊業などが活性化される」等、居住地域の経済面に関する期待の回答割合が高い
- 観光地別でみると、「観光地以外」では「まちのイメージアップ」や「移住者の増加」に対する期待の回答割合が「観光地」よりも高い



◆観光振興に対して期待する効果 (総合満足度別)

新規項目

Q13.観光振興に対して、今後期待する効果 (最大3つ)



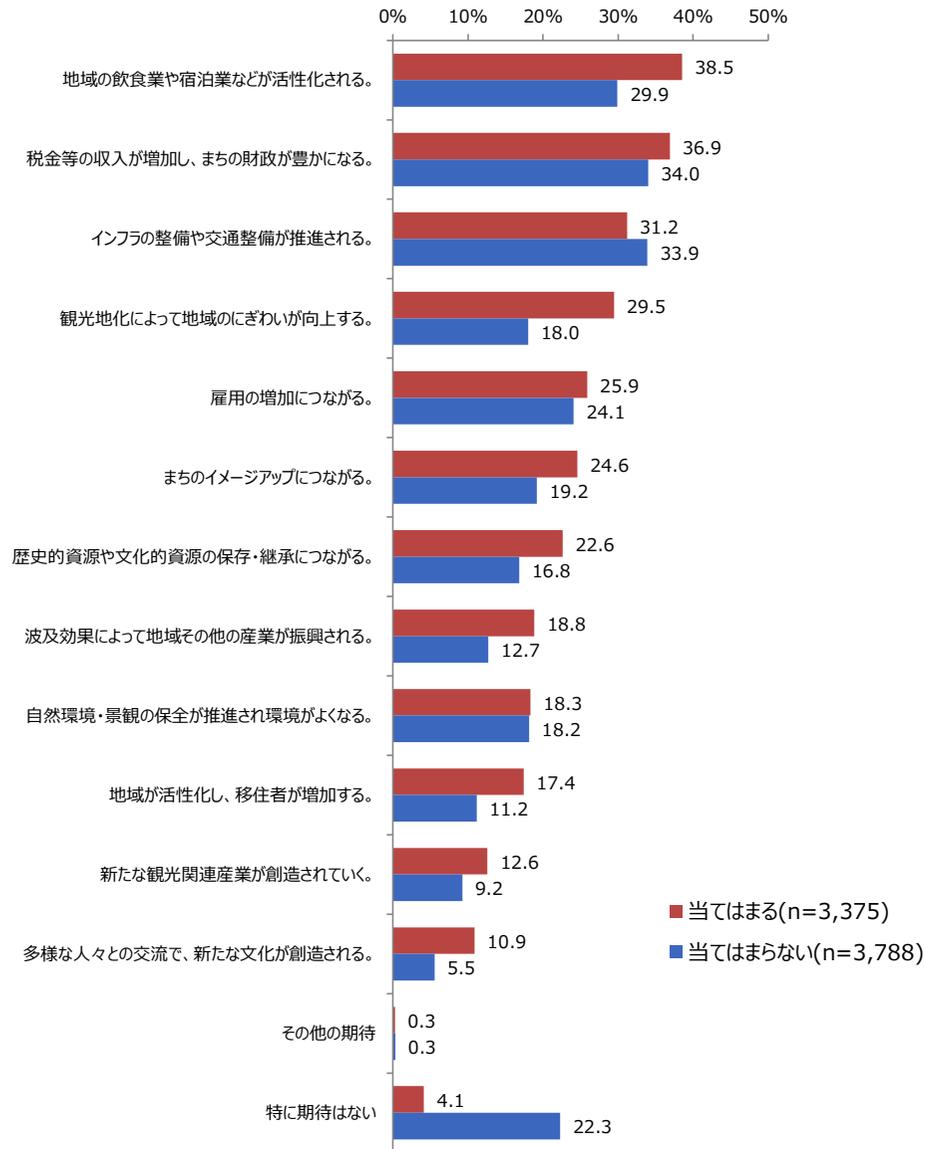
総合満足度別 経済的な良い影響

- 満足度別にみると、「国内外の観光客の来訪によって、経済的に良い影響を感じている」に「当てはまる」では、「地域の飲食業や宿泊業などが活性化される」「税金等の収入が増加し、まちの財政が豊かになる」等、居住地域の経済面に関する期待の回答割合が高い
- 反対に「当てはまらない」では、「特に期待はない」と答えた割合が高い

◆観光振興に対して期待する効果 (総合満足度別)

新規項目

Q13.観光振興に対して、今後期待する効果 (最大3つ)



総合満足度別 精神的な良い影響

- 「国内外の観光客の来訪に、喜びや誇りを感じている」に「当てはまる」では「地域の飲食業や宿泊業などが活性化される」「税金等の収入が増加し、まちの財政が豊かになる」の回答割合が高くなっている
- 「当てはまらない」では「観光地化によって地域のにぎわいが向上する」の回答割合が低くなっている

◆観光振興において注力すべき取組

Q14.お住まいの地域における観光振興において注力すべき取組（最大3つ）

■令和3年度と同様に「地域の魅力を発信する取組」や「地域の観光資源を魅力的にする取組」についての回答割合が高い

参考：R3

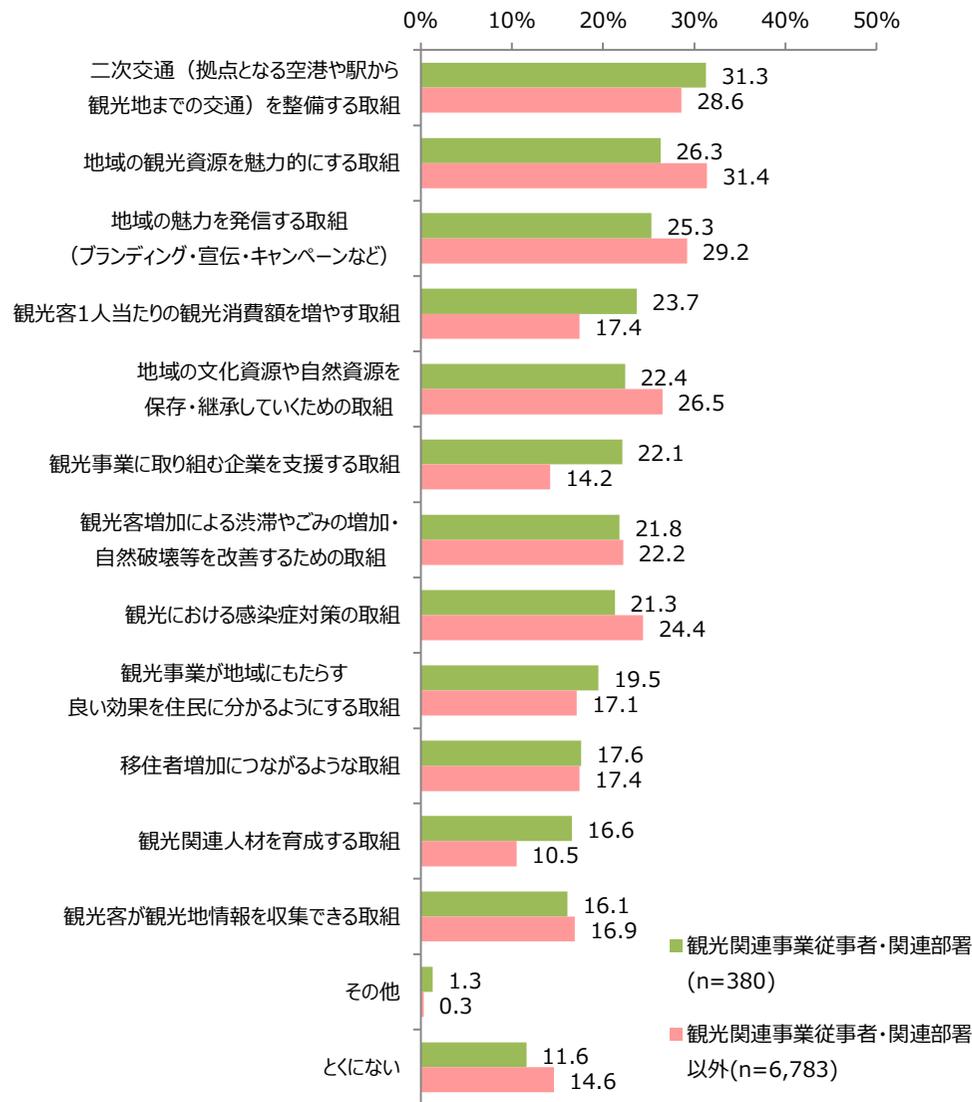


R4



◆観光振興において注力すべき取組 (就業別)

Q14.お住まいの地域における観光振興において注力すべき取組 (最大3つ)



就業別

- 就業別にみると、観光関連事業者・関連部署では「二次交通を整備する取組」「観光客1人当たりの観光消費額を増やす取組」の回答割合が高くなっている
- 一方、観光関連事業者・関連部署以外では「地域の観光資源を魅力的にする取組」「地域の魅力を発信する取組」の回答割合が高くなっている

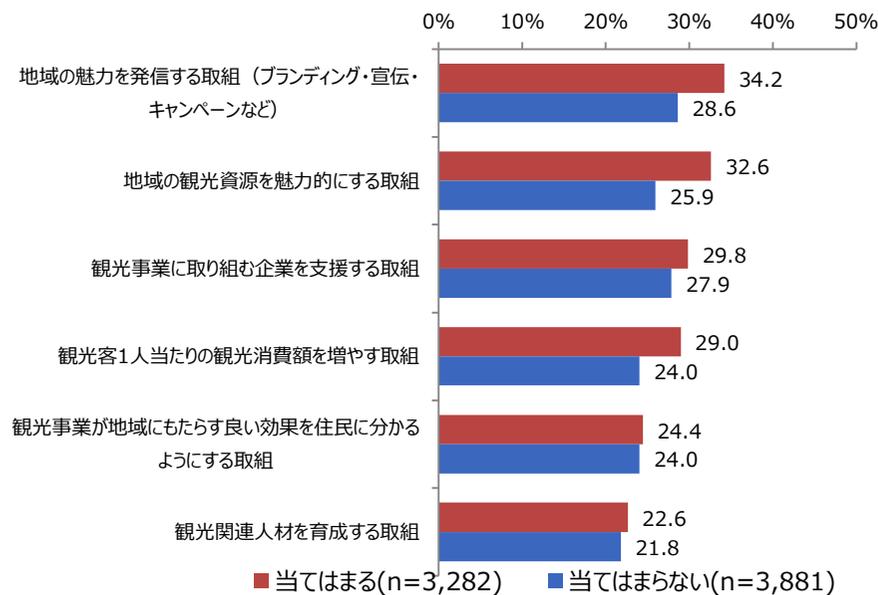
◆観光振興において注力すべき取組（総合満足度別）

Q14.お住まいの地域における観光振興において注力すべき取組（最大3つ）

■大きな差ではないが、「国内外の観光客の来訪に、喜びや誇りを感じている」に「当てはまらない」人は「観光事業が地域もたらす良い効果を住民にわかるようにする取組」に注力することを望んでいる

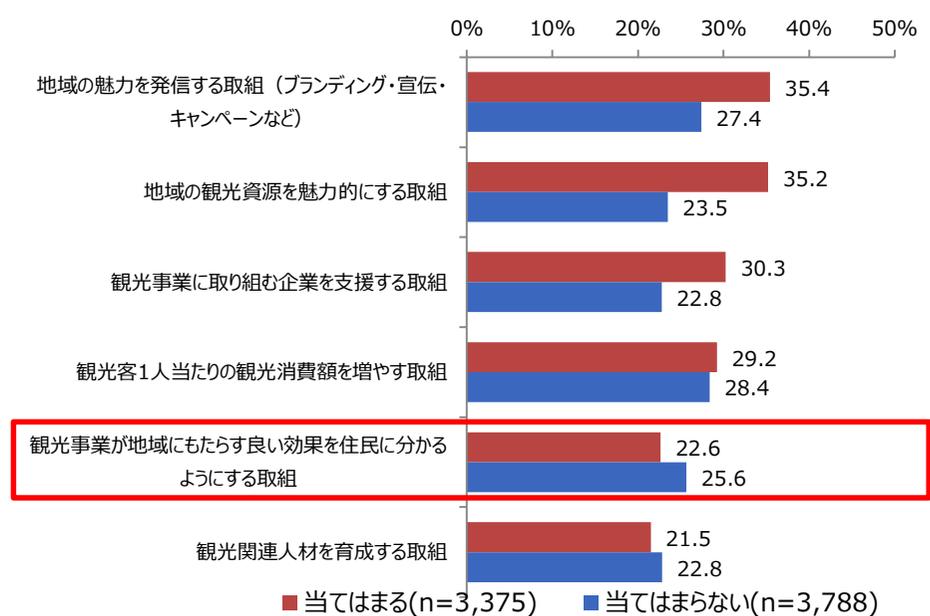
総合満足度別 経済的な良い影響

（上位6位）



総合満足度別 精神的な良い影響

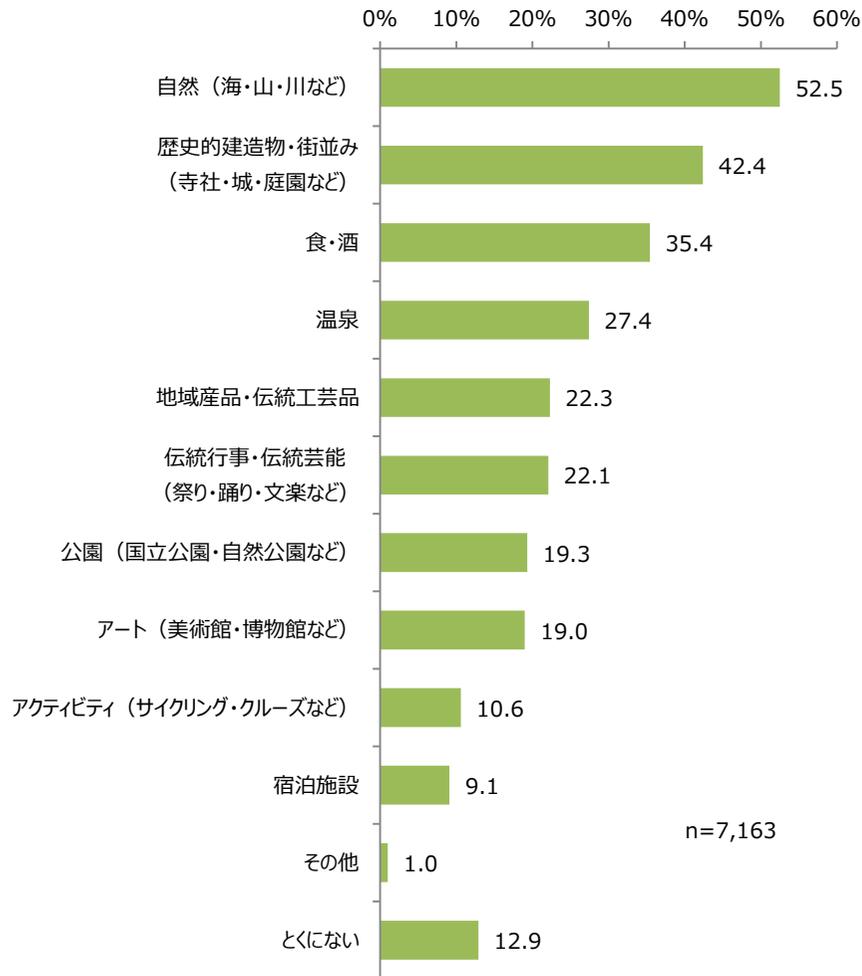
（上位6位）



◆ 居住地域の誇れる観光資源

Q15.お住まいの地域における、他の地域に誇れる観光資源（最大3つ）

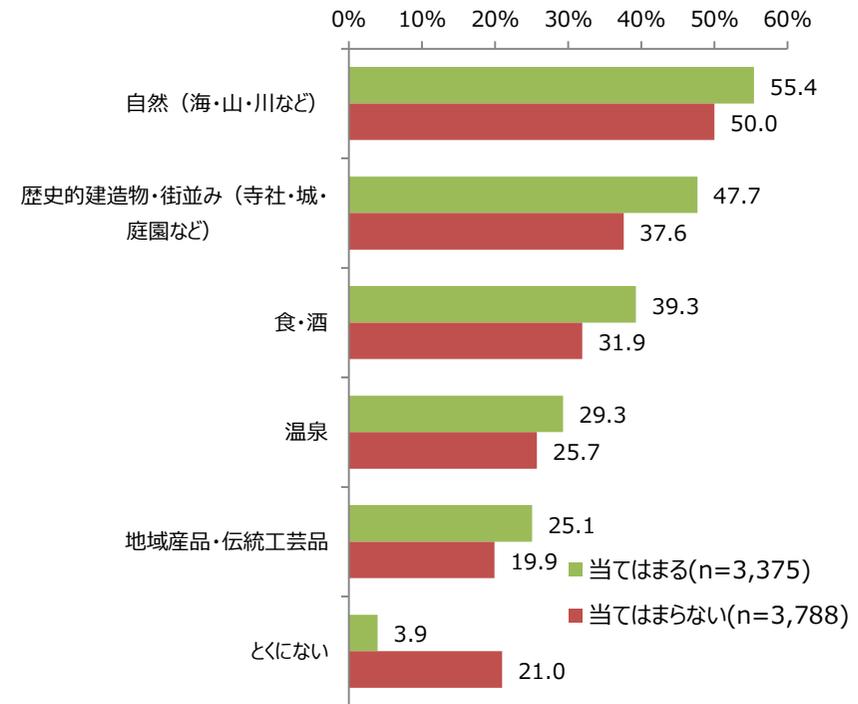
■ 昨年度と同様に、「自然」や「歴史的建造物・街並み」についての回答割合が高い



総合満足度別 精神的な良い影響

（上位5位+排他選択肢）

■ 誇りや喜びを感じていない人は「とくにない」の回答割合が高いため、住民への観光に対する広報活動や地域の観光資源の魅力周知が重要



◆居住地域の誇れる観光資源 (居住地域別クロス集計)

Q15.お住まいの地域における、他の地域に誇れる観光資源 (最大3つ)

- 「兵庫県」「山口県」「徳島県」「香川県」では「自然」、
「岡山県」「広島県」では「歴史的建造物・街並み」、「愛媛県」では「温泉」の回答割合が高い

兵庫県

1位：自然 (海・山・川など)
2位：食・酒
3位：温泉

徳島県

1位：自然 (海・山・川など)
2位：伝統行事・伝統芸能 (祭り・踊り・文楽など)
3位：アート (美術館・博物館など)

岡山県

1位：歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)
2位：自然 (海・山・川など)
3位：アート (美術館・博物館など)

香川県

1位：自然 (海・山・川など)
2位：アート (美術館・博物館など)
3位：食・酒

広島県

1位：歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)
2位：食・酒
3位：自然 (海・山・川など)

愛媛県

1位：温泉
2位：自然 (海・山・川など)
3位：歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)

山口県

1位：自然 (海・山・川など)
2位：歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)
3位：食・酒

◆居住地域の誇れる観光資源（居住地域別クロス集計）

Q15.お住まいの地域における、他の地域に誇れる観光資源（最大3つ）

兵庫県		
	観光地	観光地以外
1位	自然 (海・山・川など)	自然 (海・山・川など)
2位	歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)	温泉
3位	食・酒	食・酒

岡山県		
	観光地	観光地以外
1位	歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)	自然(海・山・川など)
2位	アート (美術館・博物館など)	歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)
3位	自然(海・山・川など)	温泉

広島県		
	観光地	観光地以外
1位	歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)	歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)
2位	食・酒	自然(海・山・川など)
3位	自然(海・山・川など)	食・酒

山口県		
	観光地	観光地以外
1位	自然(海・山・川など)	自然(海・山・川など)
2位	歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)	歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)
3位	食・酒	食・酒

徳島県		
	観光地	観光地以外
1位	自然(海・山・川など)	自然(海・山・川など)
2位	伝統行事・伝統芸能 (祭り・踊り・文楽など)	伝統行事・伝統芸能 (祭り・踊り・文楽など)
3位	アート (美術館・博物館など)	アート (美術館・博物館など)

香川県		
	観光地	観光地以外
1位	アート (美術館・博物館など)	自然(海・山・川など)
2位	自然(海・山・川など)	食・酒
3位	食・酒	歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)

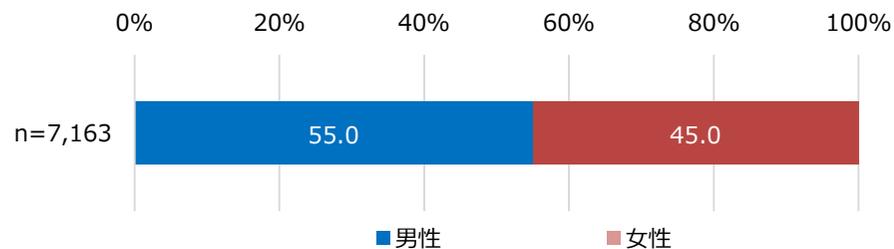
愛媛県		
	観光地	観光地以外
1位	温泉	自然(海・山・川など)
2位	自然(海・山・川など)	温泉
3位	歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)	歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)

- 広島県、山口県、徳島県、愛媛県では居住地域に関係なく、同一の観光資源の回答割合が高くなっている
- 兵庫県、岡山県、香川県では観光地と観光地以外で誇れる観光資源に差がみられる

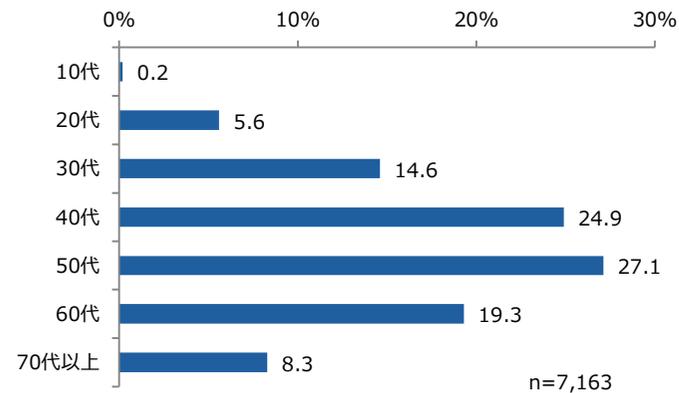
調査結果（サンプル構成）

◆サンプル構成

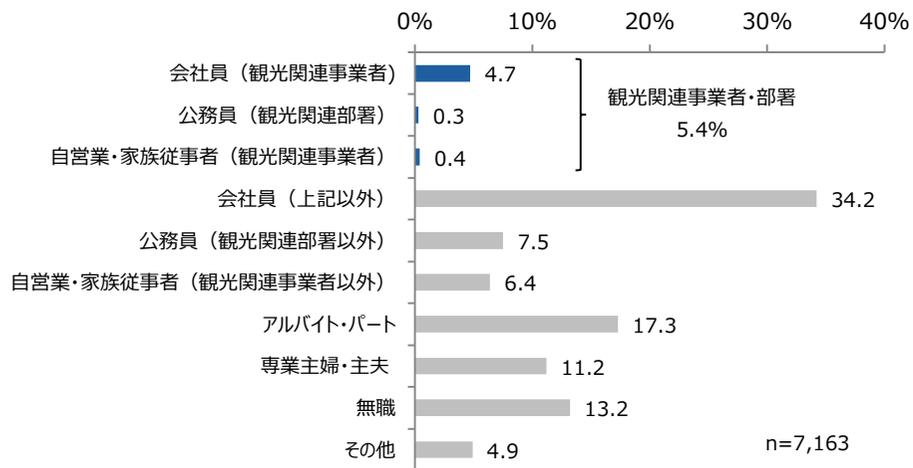
①性別（1つだけ選択：以下「SA」と表記）



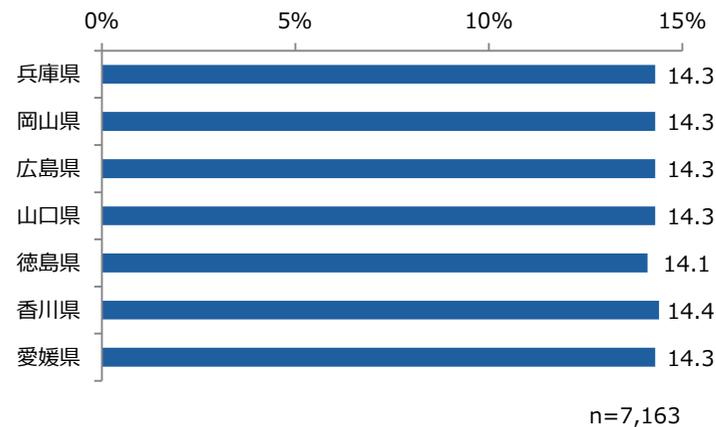
②年代 (SA)



③職業 (SA)

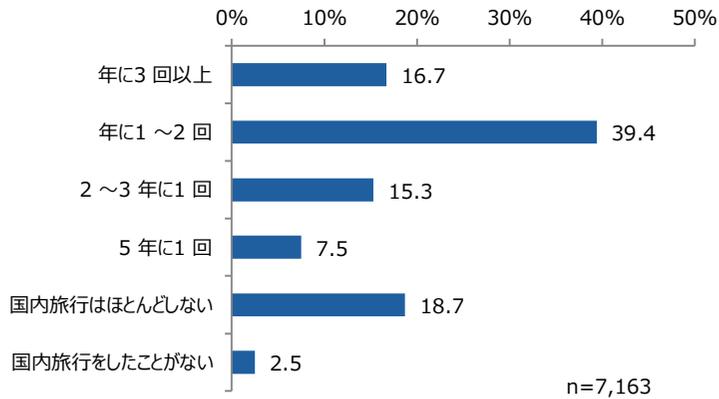


④居住地 (SA)

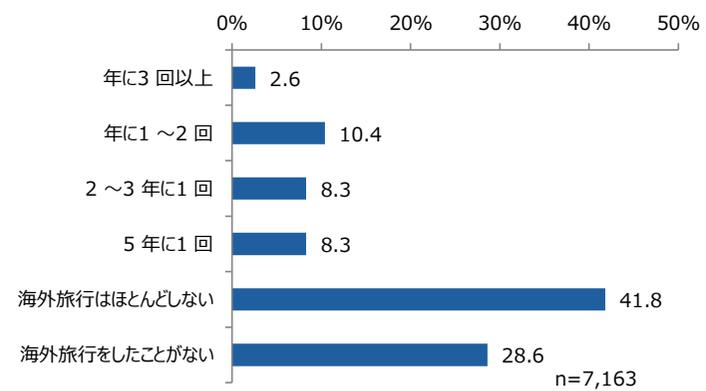


◆サンプル構成

⑤国内旅行頻度 宿泊を伴う国内旅行 (SA)

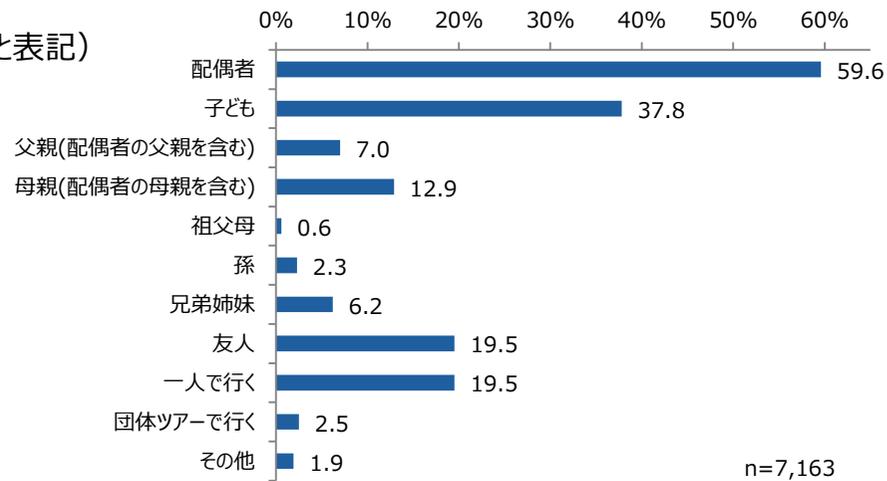


⑥海外旅行頻度 (SA)



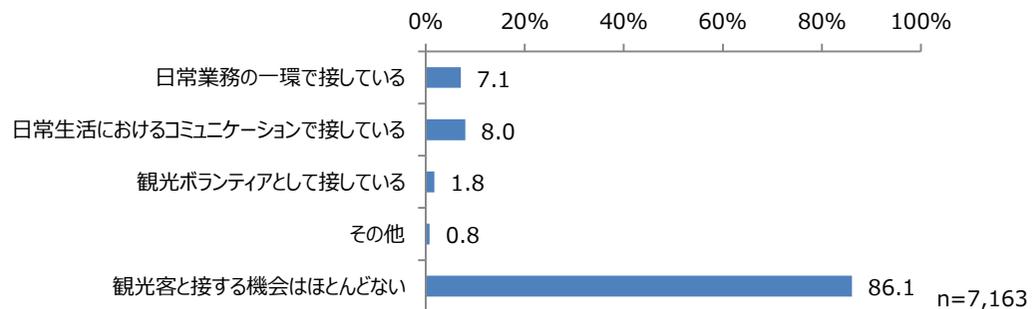
⑦国内旅行の同伴者

(当てはまるもの全てを選択：以下「MA」と表記)

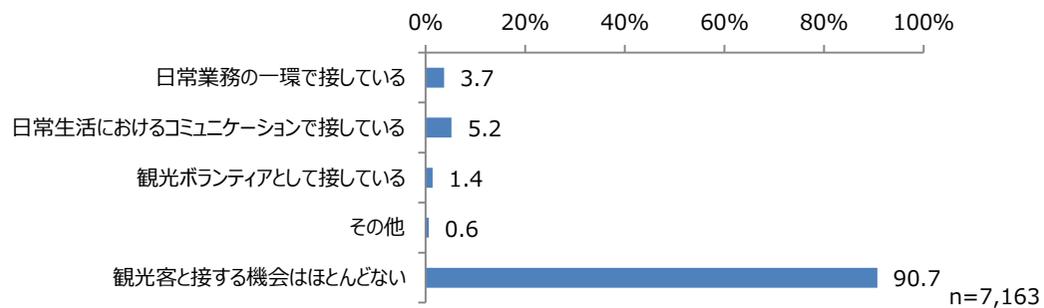


◆ サンプル構成

⑧ 日本人観光客と接する機会 (MA)



⑨ 外国人観光客と接する機会 (MA)



調査結果（資料編）

◆総合満足度 (観光客来訪による経済的な良い影響)

4割台半ばが「当てはまる」と回答

総合満足度 経済的な良い影響

Q11.1.国内外の観光客来訪によって、
経済的に良い影響を感じている (SA)

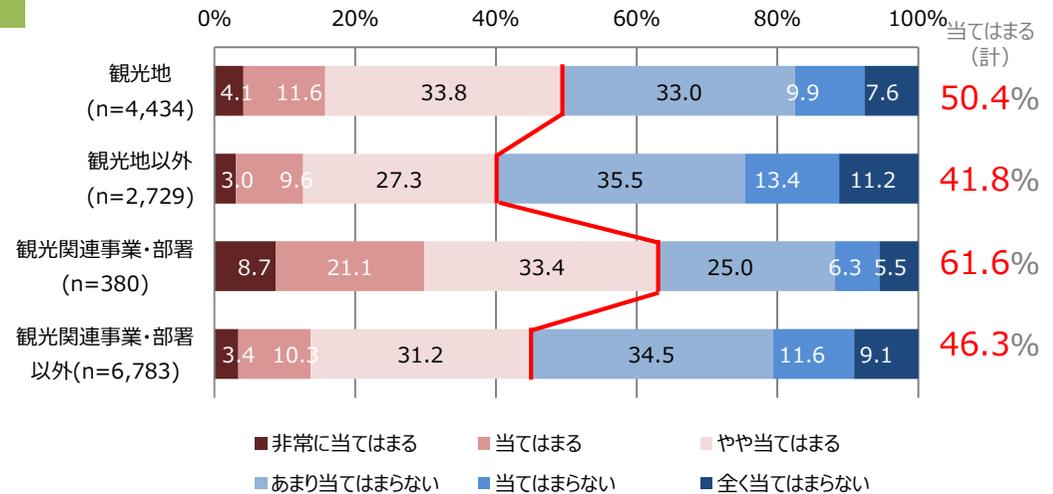
45.8%

(「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」)

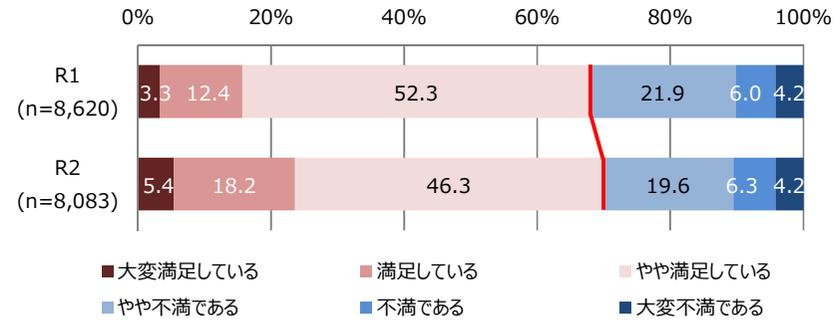
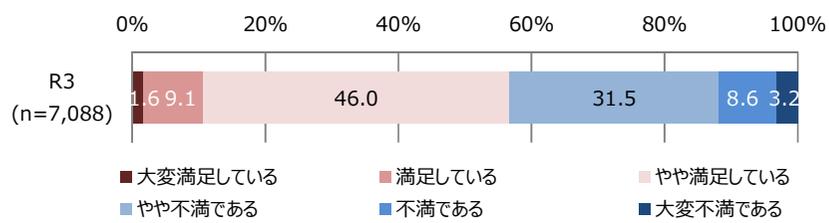
上位回答のみ

14.5%

(「非常に当てはまる」「当てはまる」)



【参考】R1～R3経年比較



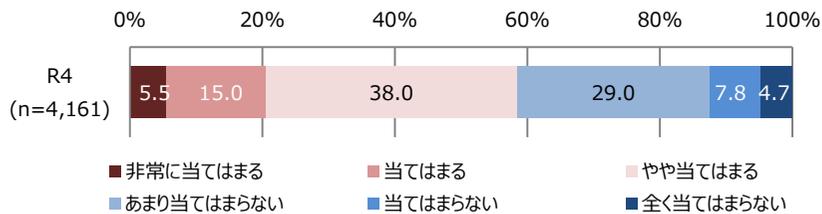
※R3では質問が変更されているため、単純な比較は不可能

◆総合満足度 (観光客来訪による経済的な良い影響)

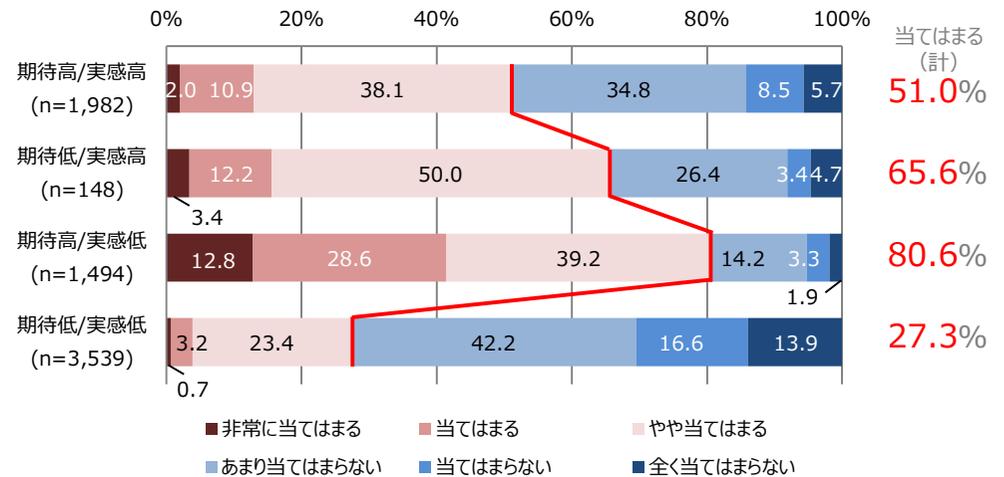
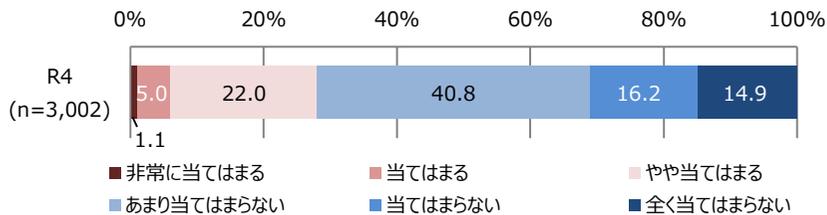
総合満足度 経済的な良い影響

Q11.1.国内外の観光客の来訪によって、経済的に良い影響を感じている (SA)

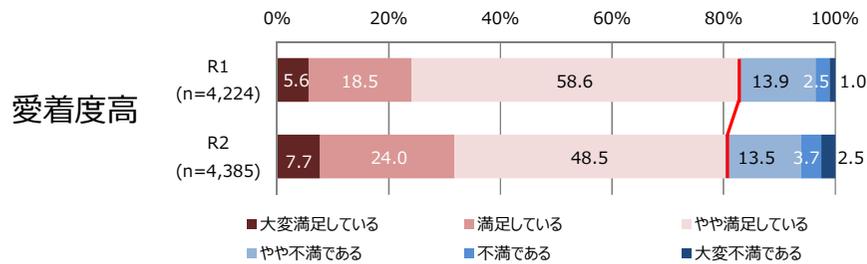
愛着度高 当てはまる 上位回答
58.5% **20.5%**



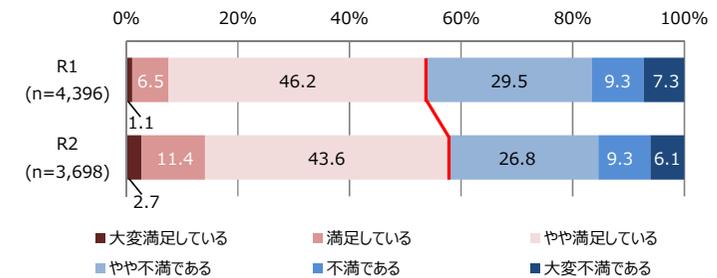
愛着度低 当てはまる 上位回答
28.1% **6.1%**



【参考】R1～R2 経年比較



愛着度低



◆総合満足度 (観光客来訪による精神的な良い影響)

約5割が「当てはまる」と回答

総合満足度 精神的な良い影響

Q11.2.国内外の観光客の来訪に、
喜びや誇りを感じる (SA)

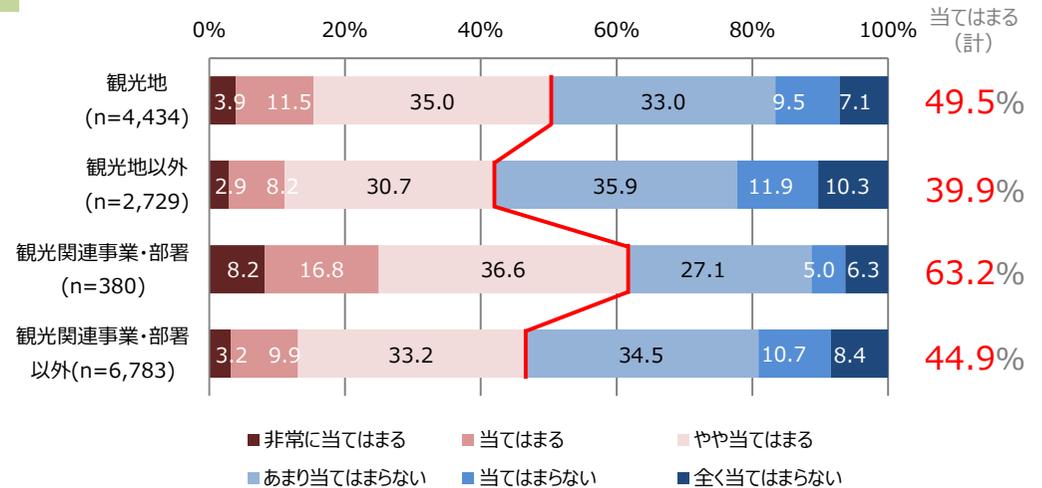
47.1%

(「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」)

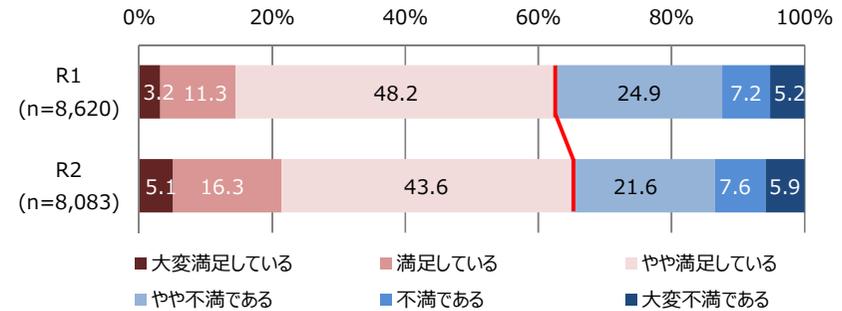
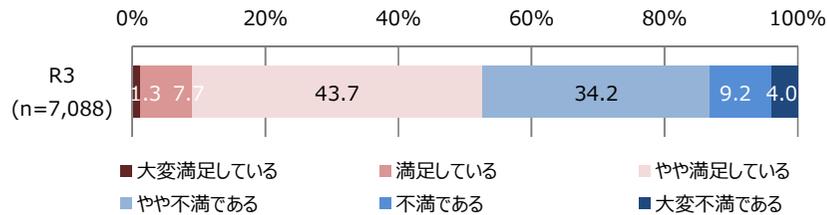
上位回答のみ

13.8%

(「非常に当てはまる」「当てはまる」)



【参考】R1～R3経年比較



※R3では質問が変更されているため、単純な比較は不可能

◆総合満足度 (観光客来訪による精神的な良い影響)

総合満足度 精神的な良い影響

Q11.2.国内外の観光客の来訪に、喜びや誇りを感じる (SA)

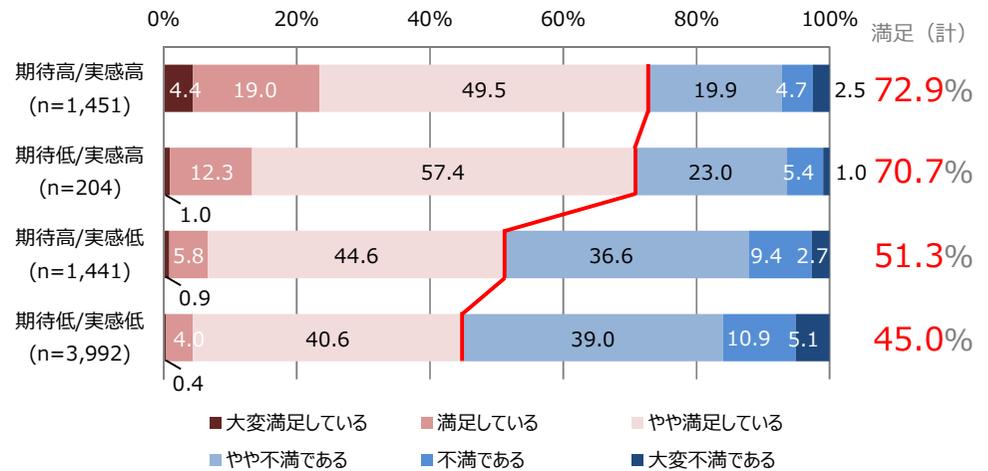
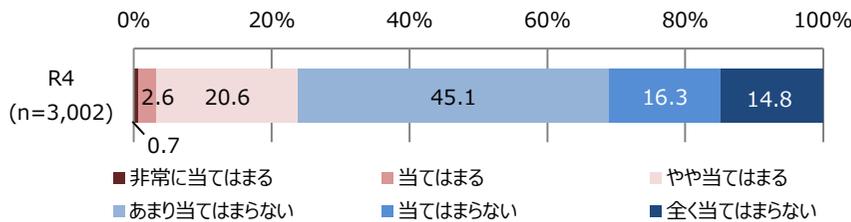
愛着度高

当てはまる 上位回答
63.9% **21.3%**

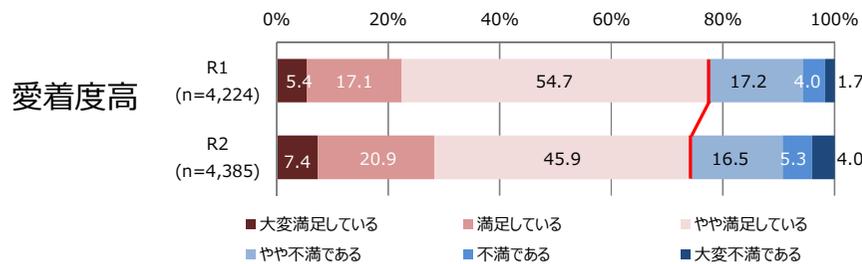


愛着度低

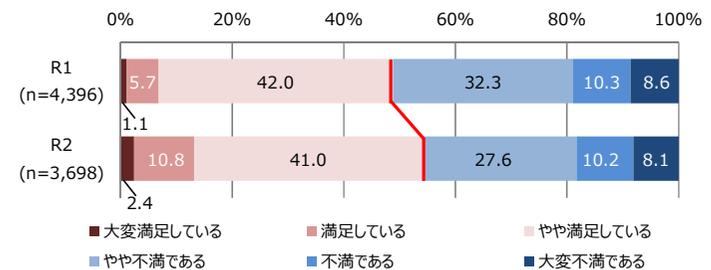
当てはまる 上位回答
23.9% **3.3%**



【参考】R1～R2 経年比較



愛着度低



◆総合満足度（県別クロス集計）

総合満足度 経済的な良い影響

【単位:%】

県名	回答者数	非常に当てはまる	当てはまる	やや当てはまる	あまり当てはまらない	当てはまらない	全く当てはまらない	当てはまる	当てはまらない
全体	7,163	3.7	10.8	31.3	34.0	11.3	8.9	45.8	54.2
兵庫県	1,025	3.5	11.7	32.9	31.6	11.0	9.3	48.1	51.9
岡山県	1,027	3.3	11.0	30.5	33.4	12.6	9.3	44.8	55.3
広島県	1,024	5.1	14.4	30.5	31.5	9.2	9.4	50.0	50.1
山口県	1,024	3.3	7.4	32.0	36.7	11.9	8.6	42.7	57.2
徳島県	1,007	2.9	8.7	28.4	36.6	12.8	10.5	40.0	59.9
香川県	1,029	3.1	11.7	34.8	32.8	9.8	7.9	49.6	50.5
愛媛県	1,027	4.4	10.9	30.2	35.2	11.7	7.7	45.5	54.6

※「感じている」：「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」 ※「感じていない」：「あまり当てはまらない」「当てはまらない」「全く当てはまらない」

●『当てはまる』回答割合上位
「広島県」「香川県」

●『当てはまらない』回答割合上位
「徳島県」「山口県」

総合満足度 精神的な良い影響

【単位:%】

県名	回答者数	非常に当てはまる	当てはまる	やや当てはまる	あまり当てはまらない	当てはまらない	全く当てはまらない	感じている	感じていない
全体	7,163	3.5	10.3	33.3	34.1	10.4	8.3	47.1	52.8
兵庫県	1,025	3.7	10.5	32.3	33.5	11.6	8.4	46.5	53.5
岡山県	1,027	3.9	10.3	33.6	32.9	10.2	9.1	47.8	52.2
広島県	1,024	4.6	12.5	33.5	32.3	8.0	9.1	50.6	49.4
山口県	1,024	3.3	6.5	33.1	36.9	11.6	8.5	42.9	57.0
徳島県	1,007	1.7	8.2	32.9	36.1	12.5	8.5	42.8	57.1
香川県	1,029	3.0	11.2	36.3	32.7	9.4	7.4	50.5	49.5
愛媛県	1,027	4.2	12.7	31.6	34.7	9.6	7.2	48.5	51.5

※「感じている」：「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」 ※「感じていない」：「あまり当てはまらない」「当てはまらない」「全く当てはまらない」

●『感じている』回答割合上位
「広島県」「香川県」

●『感じていない』回答割合下位
「徳島県」「山口県」

◆総合満足度 (県別×観光地別クロス集計)

総合満足度 経済的な良い影響

観光地

【単位:%】

県名	回答者数	非常に当てはまる	当てはまる	やや当てはまる	あまり当てはまらない	当てはまらない	全く当てはまらない	当てはまる	当てはまらない
全体	7,163	3.7	10.8	31.3	34.0	11.3	8.9	45.8	54.2
観光地全体	4,434	4.1	11.6	33.8	33.0	9.9	7.6	49.5	50.5
兵庫県	612	4.4	12.1	34.8	32.8	8.2	7.7	51.3	48.7
岡山県	660	3.9	12.0	33.9	32.9	10.2	7.1	49.8	50.2
広島県	616	5.5	15.4	32.5	29.2	8.4	8.9	53.4	46.5
山口県	611	3.1	8.3	35.4	35.4	11.3	6.5	46.8	53.2
徳島県	604	3.0	8.6	29.0	35.9	13.6	9.9	40.6	59.4
香川県	715	3.5	12.2	36.1	32.2	9.2	6.9	51.8	48.3
愛媛県	616	5.0	12.5	34.4	33.1	8.9	6.0	51.9	48.0

※「感じている」：「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」 ※「感じていない」：「あまり当てはまらない」「当てはまらない」「全く当てはまらない」

●『当てはまる』回答割合上位

「広島県」「愛媛県」

●『当てはまらない』回答割合上位

「徳島県」「山口県」

観光地以外

【単位:%】

県名	回答者数	非常に当てはまる	当てはまる	やや当てはまる	あまり当てはまらない	当てはまらない	全く当てはまらない	当てはまる	当てはまらない
全体	7,163	3.7	10.8	31.3	34.0	11.3	8.9	45.8	54.2
観光地以外全体	2,729	3.0	9.6	27.3	35.5	13.4	11.2	39.9	60.1
兵庫県	413	2.2	11.1	30.0	29.8	15.3	11.6	43.3	56.7
岡山県	367	2.2	9.3	24.3	34.3	16.9	13.1	35.8	64.3
広島県	408	4.4	12.7	27.5	35.0	10.3	10.0	44.6	55.3
山口県	413	3.6	6.1	27.1	38.7	12.8	11.6	36.8	63.1
徳島県	403	2.7	8.9	27.5	37.7	11.7	11.4	39.1	60.8
香川県	314	2.2	10.5	31.8	34.1	11.1	10.2	44.5	55.4
愛媛県	411	3.4	8.5	23.8	38.2	15.8	10.2	35.7	64.2

※「感じている」：「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」 ※「感じていない」：「あまり当てはまらない」「当てはまらない」「全く当てはまらない」

●『当てはまる』回答割合上位

「広島県」「香川県」

●『当てはまらない』回答割合上位

「岡山県」「愛媛県」

◆総合満足度 (県別×観光地別クロス集計)

総合満足度 精神的な良い影響

観光地

【単位:%】

県名	回答者数	非常に当てはまる	当てはまる	やや当てはまる	あまり当てはまらない	当てはまらない	全く当てはまらない	満足	不満足
全体	7,163	3.7	10.8	31.3	34.0	11.3	8.9	45.8	54.2
観光地全体	4,434	3.9	11.5	35.0	33.0	9.5	7.1	50.4	49.6
兵庫県	612	4.1	12.9	33.2	33.0	10.0	6.9	50.2	49.9
岡山県	660	4.4	12.6	34.1	33.2	8.0	7.7	51.1	48.9
広島県	616	5.2	13.1	36.5	29.2	7.3	8.6	54.8	45.1
山口県	611	3.3	7.4	35.0	36.3	11.8	6.2	45.7	54.3
徳島県	604	1.5	8.8	33.6	35.1	12.9	8.1	43.9	56.1
香川県	715	3.4	11.7	37.2	31.9	9.2	6.6	52.3	47.7
愛媛県	616	5.4	14.1	34.7	32.8	7.5	5.5	54.2	45.8

※「感じている」：「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」 ※「感じていない」：「あまり当てはまらない」「当てはまらない」「全く当てはまらない」

●『当てはまる』回答割合上位

「広島県」「愛媛県」

●『当てはまらない』回答割合上位

「徳島県」「山口県」

観光地以外

【単位:%】

県名	回答者数	非常に当てはまる	当てはまる	やや当てはまる	あまり当てはまらない	当てはまらない	全く当てはまらない	満足	不満足
全体	7,163	3.7	10.8	31.3	34.0	11.3	8.9	45.8	54.2
観光地以外全体	2,729	2.9	8.2	30.7	35.9	11.9	10.3	41.8	58.1
兵庫県	413	3.1	7.0	31.0	34.1	14.0	10.7	41.1	58.8
岡山県	367	3.0	6.3	32.7	32.4	14.2	11.4	42.0	58.0
広島県	408	3.7	11.5	28.9	37.0	9.1	9.8	44.1	55.9
山口県	413	3.4	5.3	30.3	37.8	11.4	11.9	39.0	61.1
徳島県	403	2.0	7.4	31.8	37.7	11.9	9.2	41.2	58.8
香川県	314	2.2	9.9	34.4	34.4	9.9	9.2	46.5	53.5
愛媛県	411	2.4	10.5	27.0	37.5	12.9	9.7	39.9	60.1

※「感じている」：「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」 ※「感じていない」：「あまり当てはまらない」「当てはまらない」「全く当てはまらない」

●『当てはまる』回答割合上位

「香川県」「広島県」

●『当てはまらない』回答割合上位

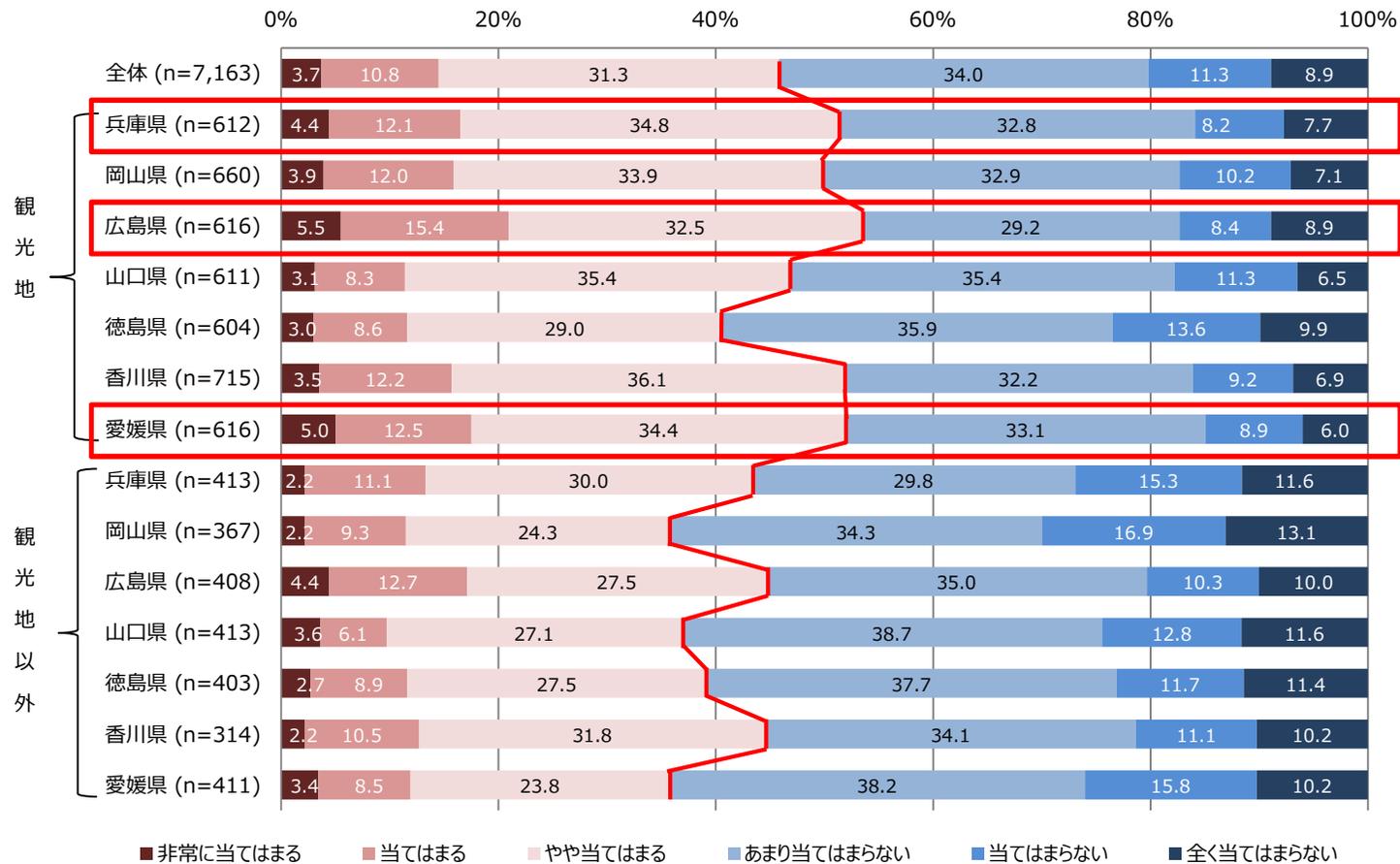
「山口県」「愛媛県」

◆総合満足度 (県別×観光地別のクロス集計)

総合満足度

Q11.1.国内外の観光客の来訪によって、経済的に良い影響を感じている (SA)

- 「兵庫県観光地」「広島県観光地」「愛媛県観光地」の「当てはまる」の回答割合が高い
- 一方、「徳島県観光地」「愛媛県観光地以外」の「当てはまる」の回答割合が低い

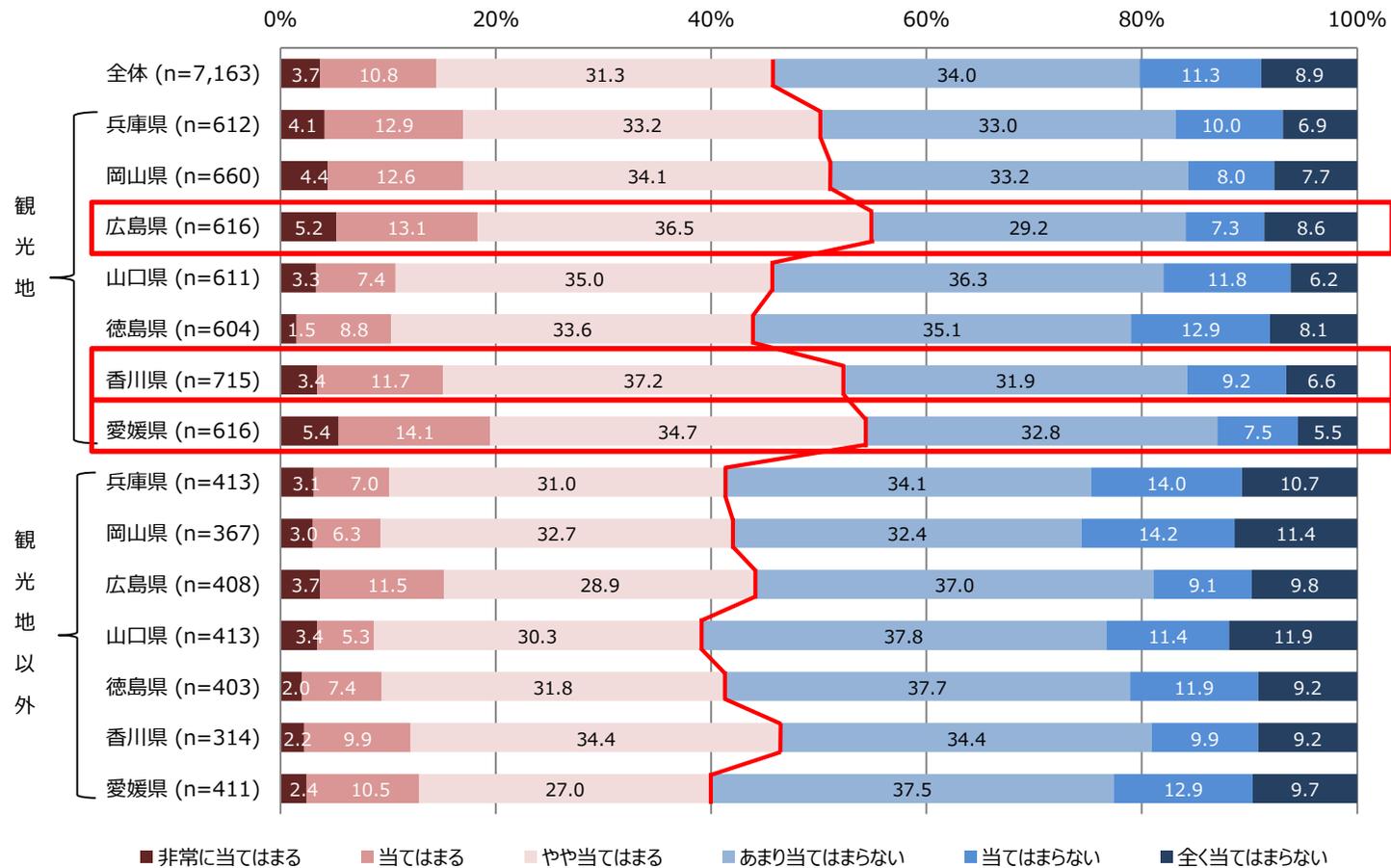


◆総合満足度 (県別×観光地別のクロス集計)

総合満足度

Q11.2.国内外の観光客の来訪に、喜びや誇りを感じる (SA)

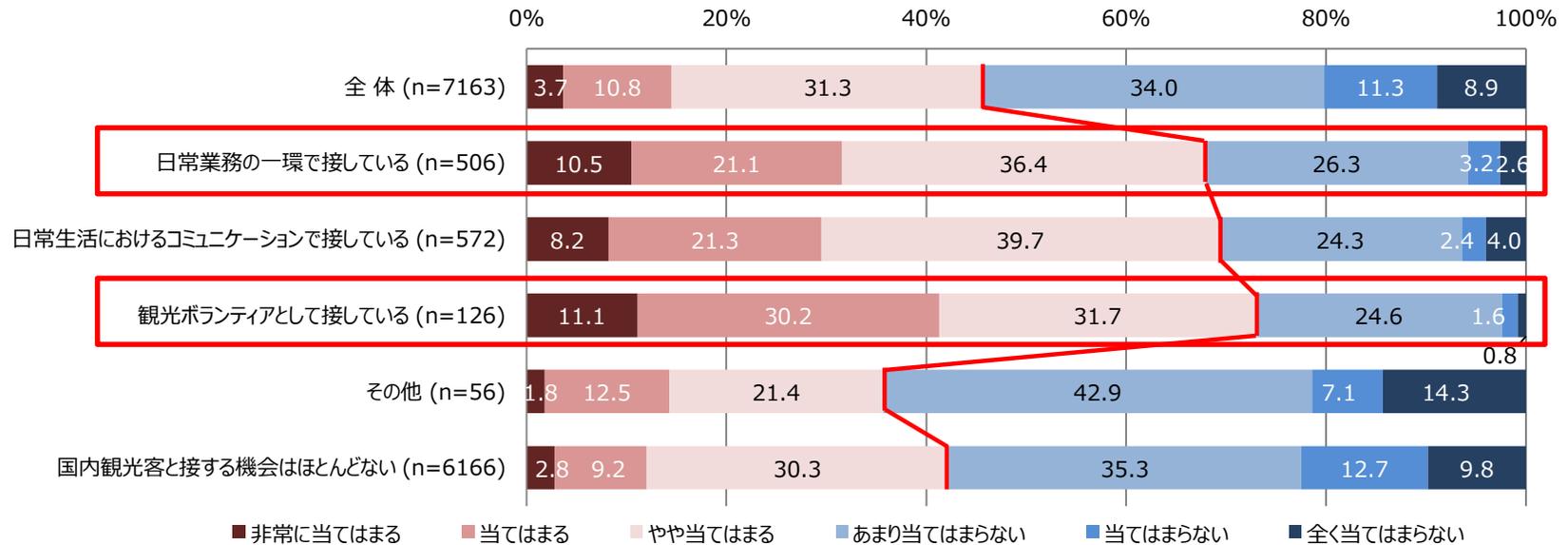
- 「広島県観光地」「香川県観光地」「愛媛県観光地」の「当てはまる」の回答割合が高い
- 一方、「山口県観光地以外」の「当てはまる」の回答割合が低い



◆総合満足度 (観光客と接する機会別クロス集計)

総合満足度 観光客来訪による経済的な良い影響 × 日本人観光客との接触機会

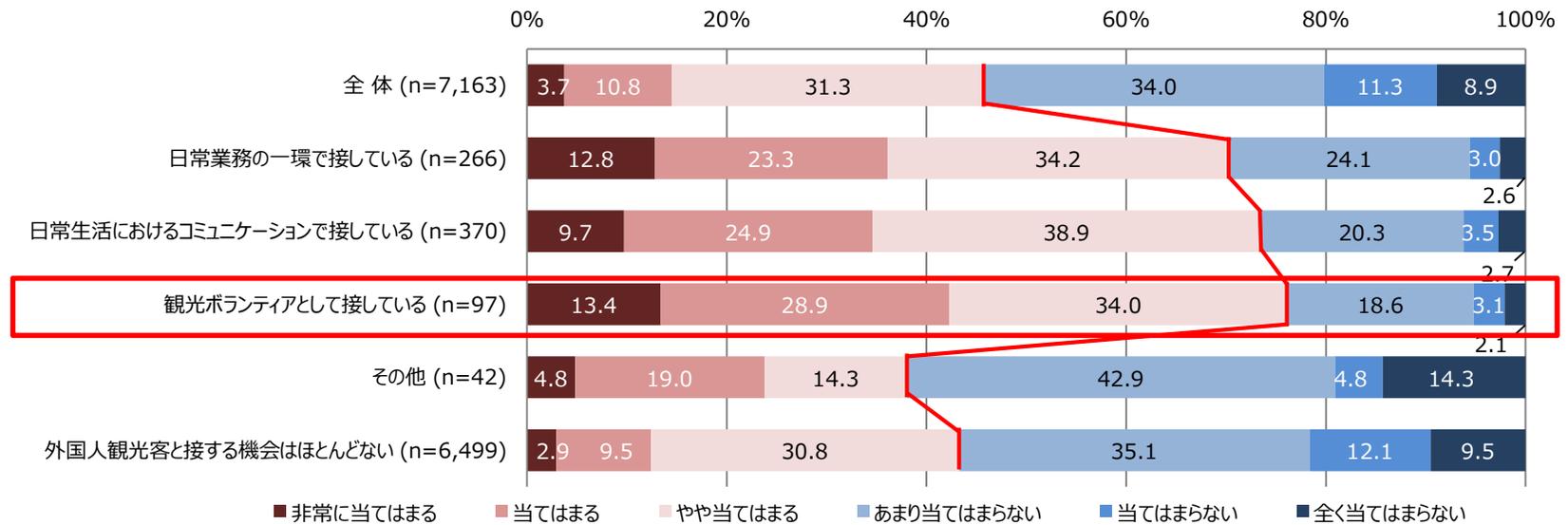
- 日本人観光客と接する機会がある住民は良い影響を感じている傾向にある
- 特に日常業務の一環で接している住民、観光ボランティアとして接している住民は、「非常に当てはまる」「当てはまる」の回答割合が高い



◆総合満足度 (観光客と接する機会別クロス集計)

総合満足度 観光客来訪による経済的な良い影響 × 外国人観光客との接触機会

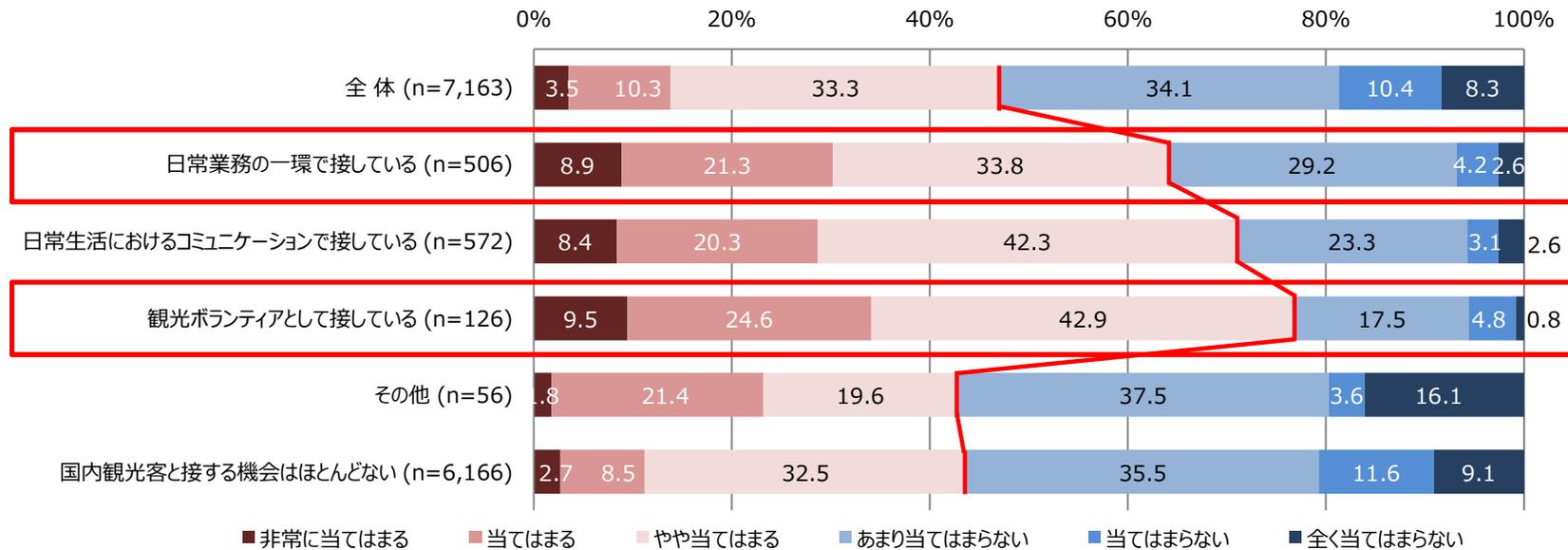
- 外国人観光客と接する機会がある住民は精神的な良い影響を感じている傾向
- 特に観光ボランティアとして接している住民は、「非常に当てはまる」「当てはまる」の回答割合が高い



◆総合満足度 (観光客と接する機会別クロス集計)

総合満足度 観光客来訪による精神的な良い影響 × 日本人観光客との接触機会

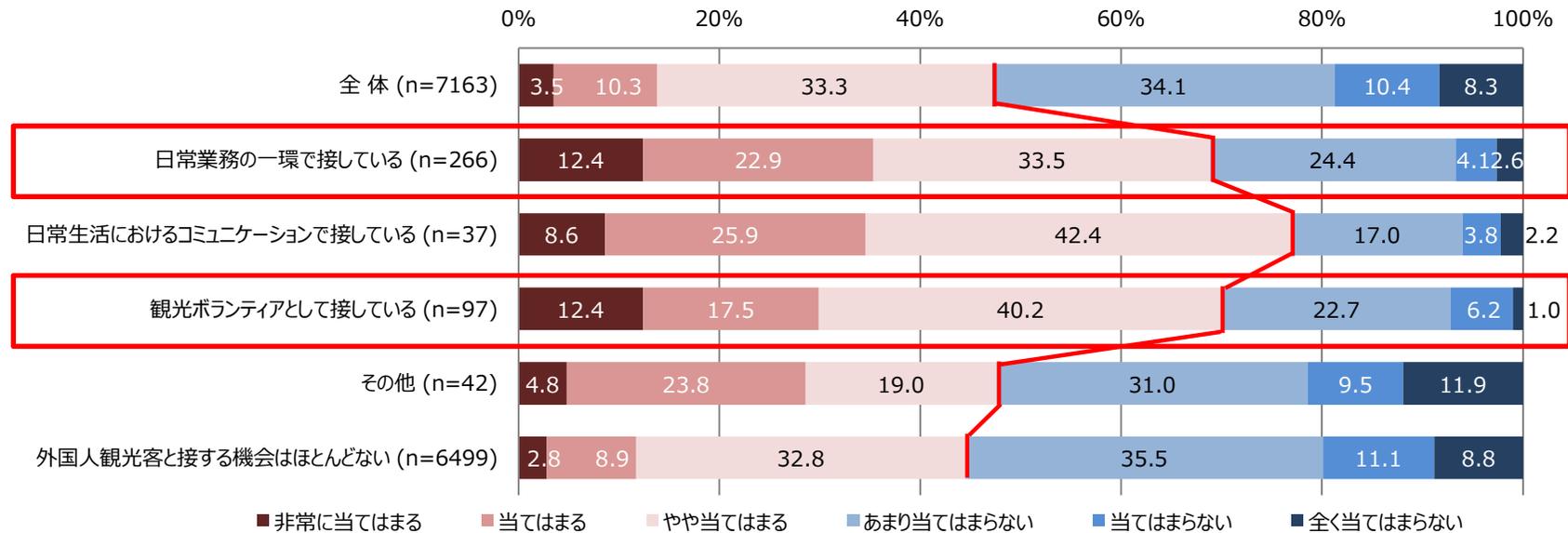
- 日本人観光客と接する機会がある住民は精神的な良い影響を感じている傾向
- 特に日常業務の一環で接している住民、観光ボランティアとして接している住民は、「当てはまる」の回答割合が高い



◆総合満足度 (観光客と接する機会別クロス集計)

総合満足度 観光客来訪による精神的な良い影響 × 外国人観光客との接触機会

- 外国人観光客と接する機会がある住民は精神的な良い影響を感じている傾向
- 日常業務の一環で接している、観光ボランティアとして接している住民は、「非常に当てはまる」の回答割合が高い



◆ 要因集計 (総合満足度別・観光関連クロス)

自身の考えや居住地域について

要因についての質問は全てSAである

- 総合満足度が高い人は、「経済面（期待）」「地域活性化（期待）」「愛着」が高くなっており、これらの項目が満足度に大きな影響を与えていることが分かる。
- 観光地、観光関連事業者・部署では、「経済面（期待）」の項目で7割台半ば
- 観光地以外では、すべての項目で観光地よりも割合が低くなっている
- 観光関連事業者・部署以外では、生活・環境以外で観光関連事業者・部署よりも割合が低くなっている

【単位：％】

質問文 n=	全体	総合満足度		観光地	観光地 以外	観光関連 事業者・ 部署	観光関連 事業者・ 部署以外
		観光客 来訪による 経済的な 良い影響	観光客 来訪による 精神的な 良い影響				
Q8.1～8.11 経済面（期待）	68.3	76.6	77.8	74.6	57.9	72.4	68.0
Q8.12～8.17 地域活性化（期待）	51.1	74.9	77.3	54.6	45.4	55.5	50.8
Q8.18～8.21 対観光客意識	42.4	67.1	68.6	45.9	36.6	49.4	42.0
Q8.22～8.27 経済面（実感）	46.1	66.2	64.4	53.5	34.0	59.7	45.3
Q8.28～8.33 生活・環境	51.6	54.8	55.9	51.6	51.5	51.5	51.5
Q8.34～8.39 精神面	57.5	68.1	71.7	59.3	54.4	61.3	57.2
Q8.40～8.45 地域活性化（実感）	34.7	53.1	53.1	39.0	27.7	47.9	34.0
Q8.46～8.53 観光協力意識	34.5	53.1	57.1	35.8	32.4	46.8	33.8
Q8.54～8.55 愛着	63.1	78.3	82.5	65.5	59.1	65.2	63.0

※各設問の「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」と回答された割合の平均値

※Q8-30～32、Q8-38については逆転項目となります。

◆ (参考) 経年比較

比較 生活環境の変化 ※「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」と回答された割合

■ 前回にくらべ、「観光地化により地域が賑わった」「文化資源や自然資源が保存・継承されている」が2 pt上昇

2019 (3年前) → 2020 (前々回) → 2021 (前回) → 2022 (今回)
n=8,620 n= 8,083 n=7,088 n=7,163

① 観光地化によりインフラが整備された

34% → 40% → 43% → 42%

② 文化資源や自然資源が保存・継承されている

33% → 37% → 41% → 43%

③ 観光地化により地域が賑わった

31% → 35% → 39% → 41%

④ 騒音や雰囲気破壊、バスや自家用車の混雑等により、生活環境が悪化

27% → 28% → 31% → 28%

⑤ 踏み荒らしやごみの投棄、観光地化により街並みや景観が悪化

26% → 27% → 30% → 28%

⑥ 不特定多数の来訪者の増加により、治安が悪化

23% → 24% → 27% → 25%

◆ (参考) 経年比較

比較 観光客との関わり ※「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」と回答された割合

■ 全体的にやや上昇傾向にみられる

2019 (3年前) → 2020 (前々回) → 2021 (前回) → 2022 (今回)
n=8,620 n= 8,083 n=7,088 n=7,163

①積極的に声をかけたり、道案内をしてあげたい

37% → 37% → 40% → 42%

②地域環境の整備（清掃等）に取り組みたい

39% → 39% → 42% → 46%

③イベントや行事、祭り等の時に運営
スタッフやボランティアとして協力したい

32% → 30% → 33% → 34%

④観光案内や各種体験のガイド・
インストラクターなどとなり観光客と接したい

26% → 24% → 27% → 28%

⑤観光やまちづくりに関する団体などの
メンバーとなり積極的に関わっていきたい

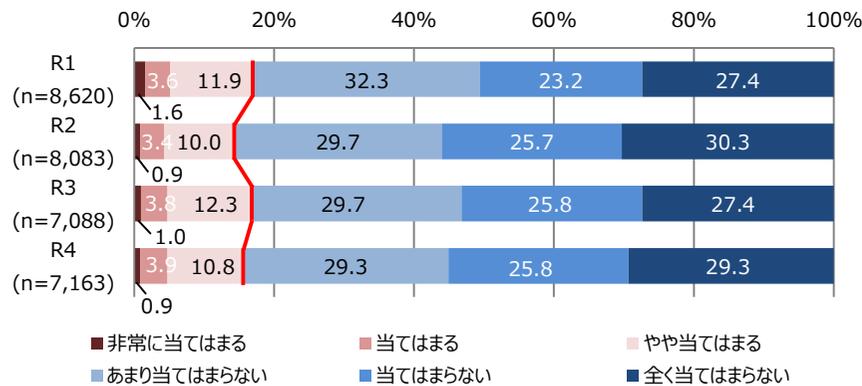
27% → 25% → 28% → 28%

◆ (参考) 経年比較

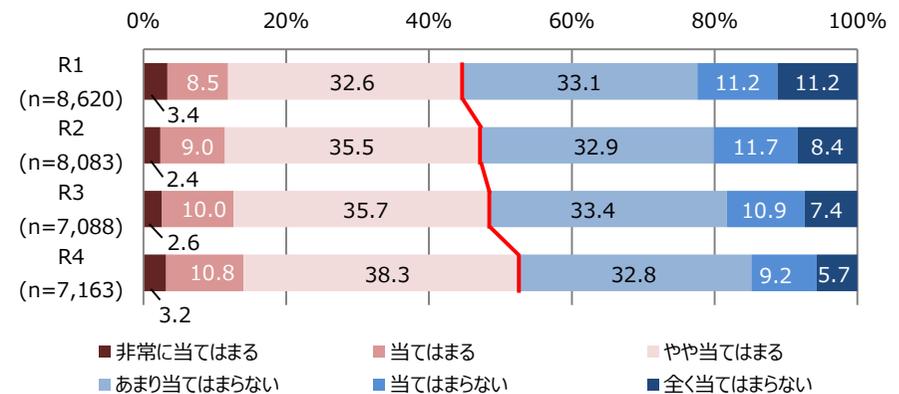
比較 語学力と精神面

■「おもてなしの心を持って接する」「観光客増加により気持ちが豊かになった」は上昇傾向

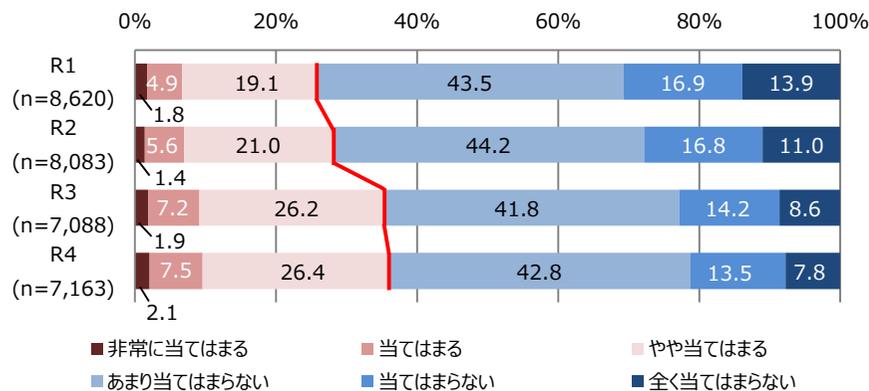
①外国人観光客との交流によって
外国語を話せるようになった



②おもてなしの心を持って接する



③国内観光客増加により気持ちが豊かになった



◆観光客増加による経済的变化

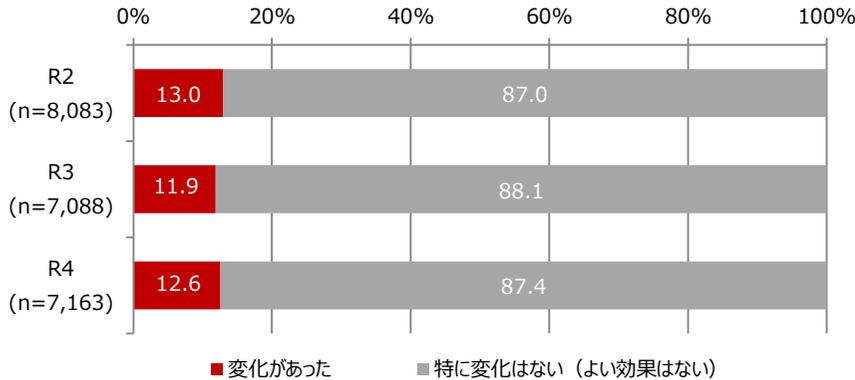
1割が仕事の変化があったと回答

国内観光客増加による変化

Q9.国内観光客増加により、仕事に変化があったと思いますか (MA)

変化があった
12.6%

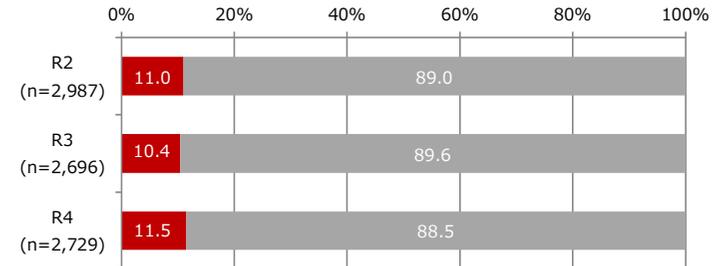
「会社の売上が増えた」「収入が増えた」「新規雇用があった」
「新規ビジネスが始まった」「問合せ、相談が増えた」
「その他」のいずれか1つ以上を回答した人



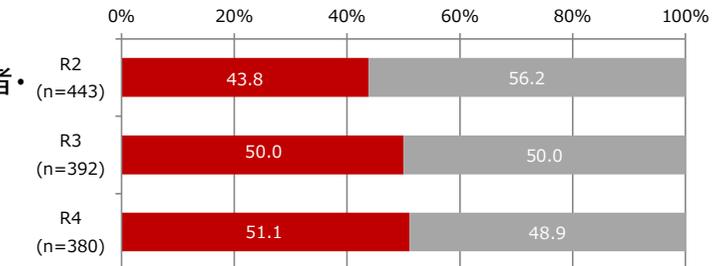
観光地
変化があった
13.3%



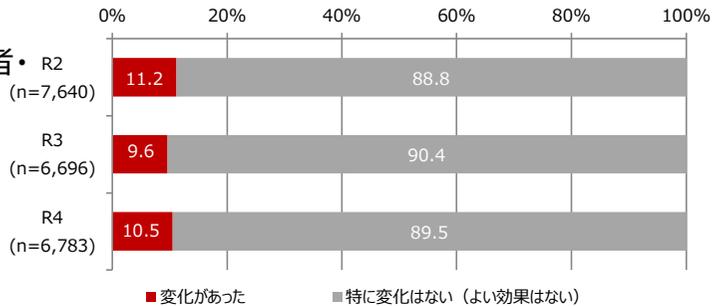
観光地以外
変化があった
11.5%



観光関連事業者・
部署
変化があった
51.1%



観光関連事業者・
部署以外
変化があった
10.5%



◆観光客増加による経済的变化

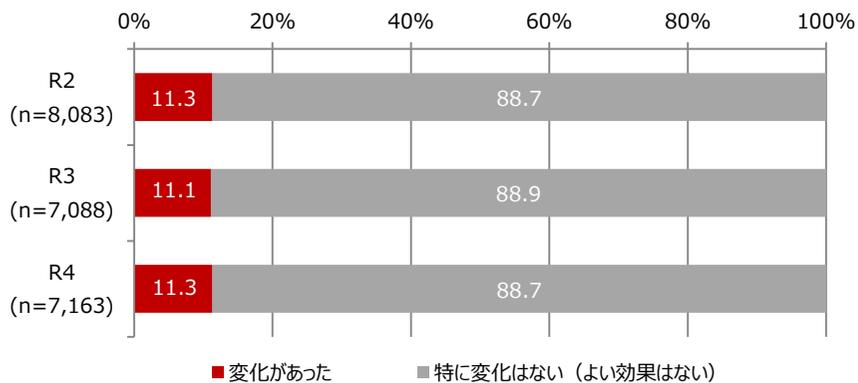
1 割が仕事の変化があったと回答

外国人観光客増加による変化

Q10.外国人観光客増加により、仕事に変化があったと思いますか (MA)

変化があった
11.3%

「会社の売上が増えた」「収入が増えた」「新規雇用があった」
「新規ビジネスが始まった」「問合せ、相談が増えた」
「その他」のいずれか1つ以上を回答した人



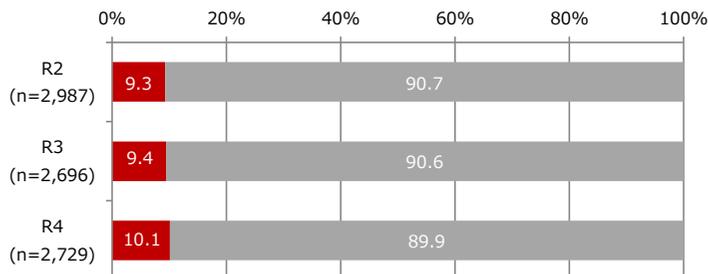
観光地

変化があった
12.0%



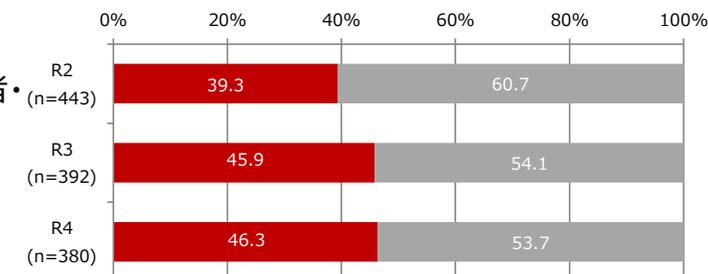
観光地以外

変化があった
10.1%



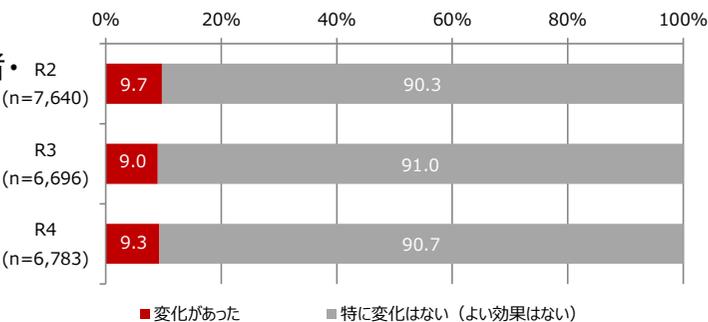
観光関連事業者・部署

変化があった
46.3%



観光関連事業者・部署以外

変化があった
9.3%



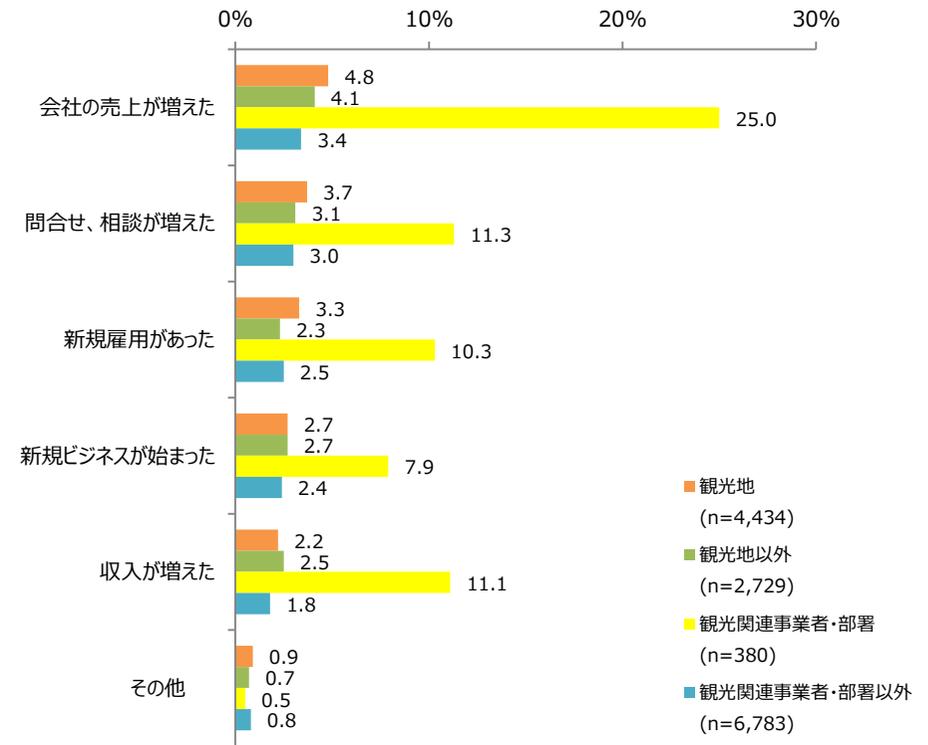
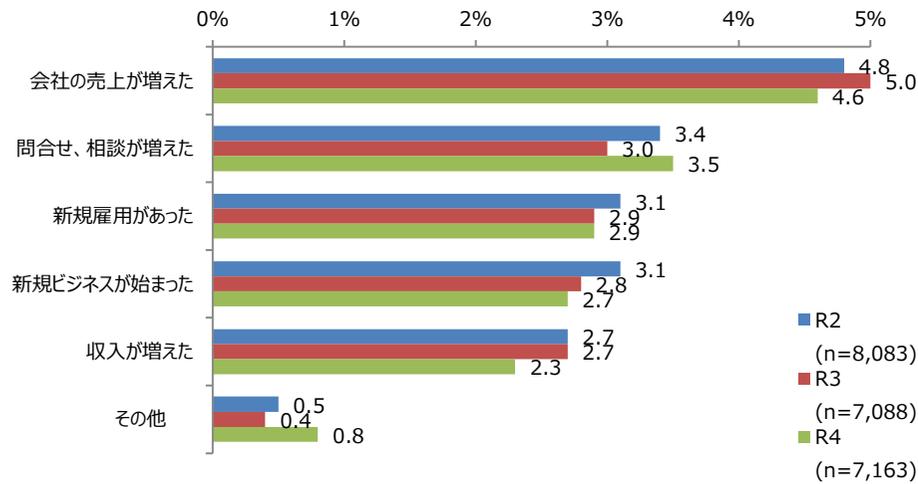
◆観光客増加による経済的变化

「会社の売上が増えた」との回答が4.6%（観光関連事業者・部署は25.0%）

国内観光客増加による変化

Q9.国内観光客増加により、仕事に変化があったと思いますか（MA）

変化の内訳【全体】
(%)

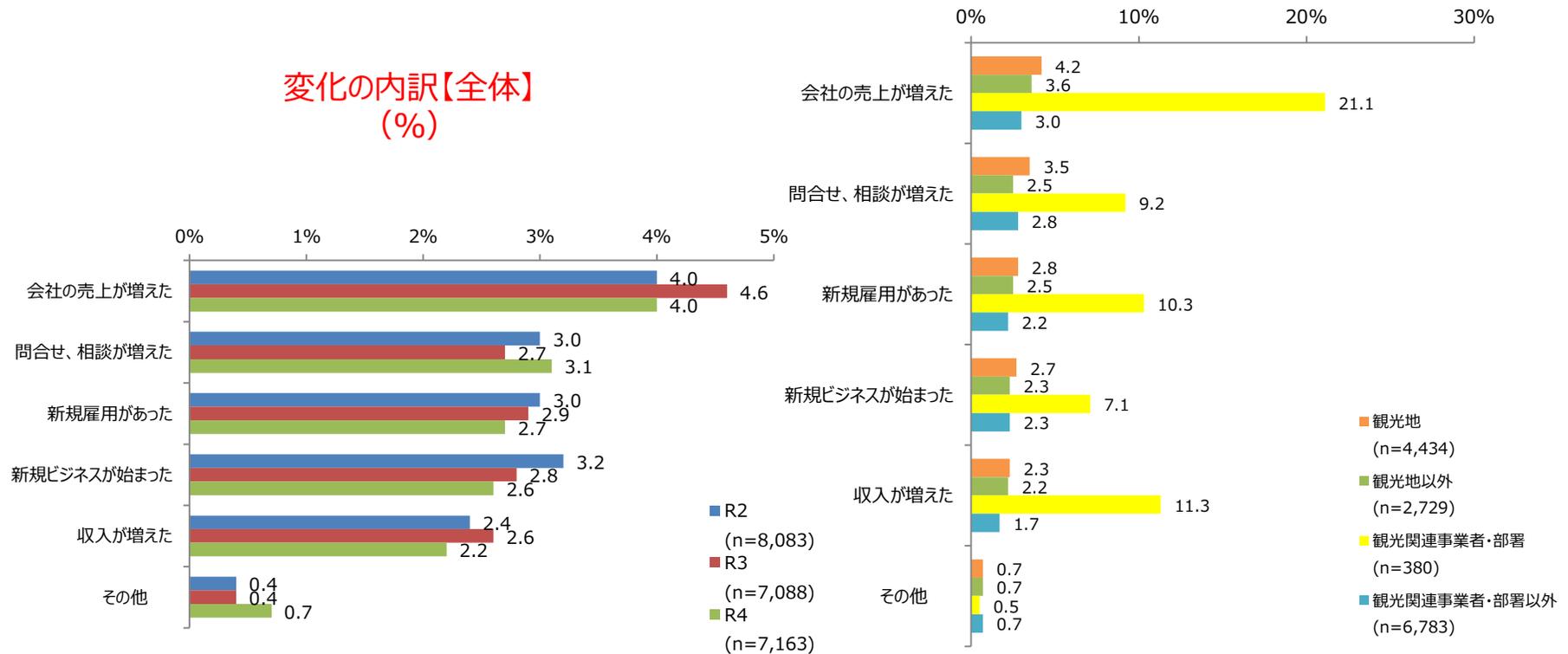


◆観光客増加による経済的变化

「会社の売上が増えた」との回答が4.0%（観光関連事業者・部署は21.1%）

外国人観光客増加による変化

Q10.外国人観光客増加により、仕事に変化があったと思いますか（MA）



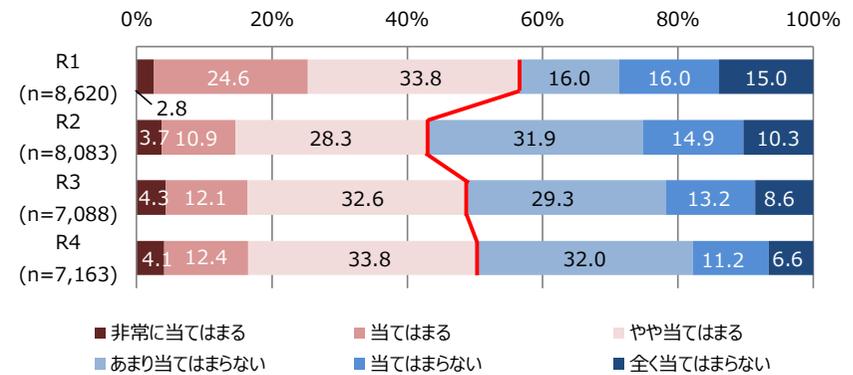
◆ (参考) 経年比較

比較 経済面

2019 (3年前) → 2020 (前々回) → 2021 (前回) → 2022 (今回)
 n=8,620 n= 8,083 n=7,088 n=7,163

①国内観光客の増加により、経済的に良い効果があった

35% → 43% → 49% → 50%



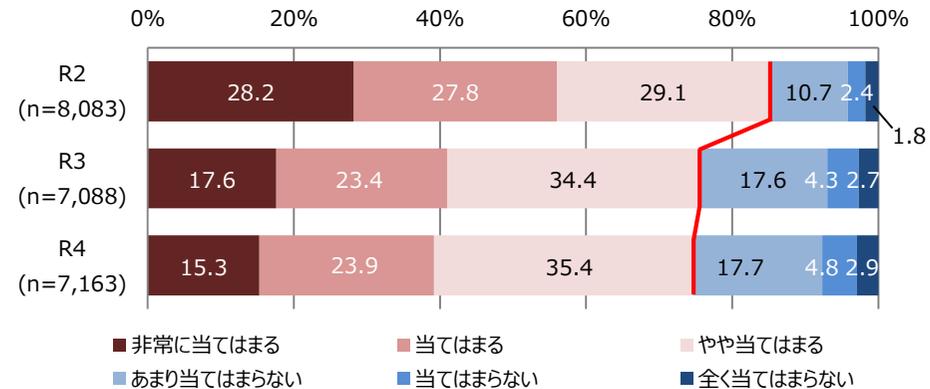
◆新型コロナウイルスについての変化（前回調査との比較）

Q12.1.自分自身が新型コロナウイルスに感染することに不安を感じる。（SA）

Q12.7.新型コロナウイルスの感染拡大の状況下においても、対策を講じて積極的に観光客を歓迎したい。（SA）

経年比較

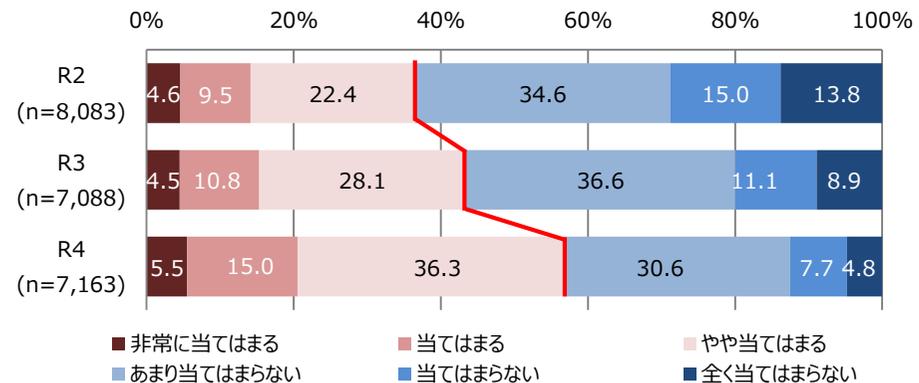
前回調査と比べて、自分自身が新型コロナウイルスに感染することへの不安はほぼ横ばいとなっている



- ▶ 自分自身が新型コロナウイルスに感染することに不安を感じる割合は全体の74.6%
- ▶ 前回調査と比べて0.8pt減少

経年比較

前回調査と比べて、感染症拡大の状況下においても、対策を講じて積極的に観光客を歓迎したいとの回答が13.4pt上昇しており、観光客を歓迎したい割合が大幅に増加している

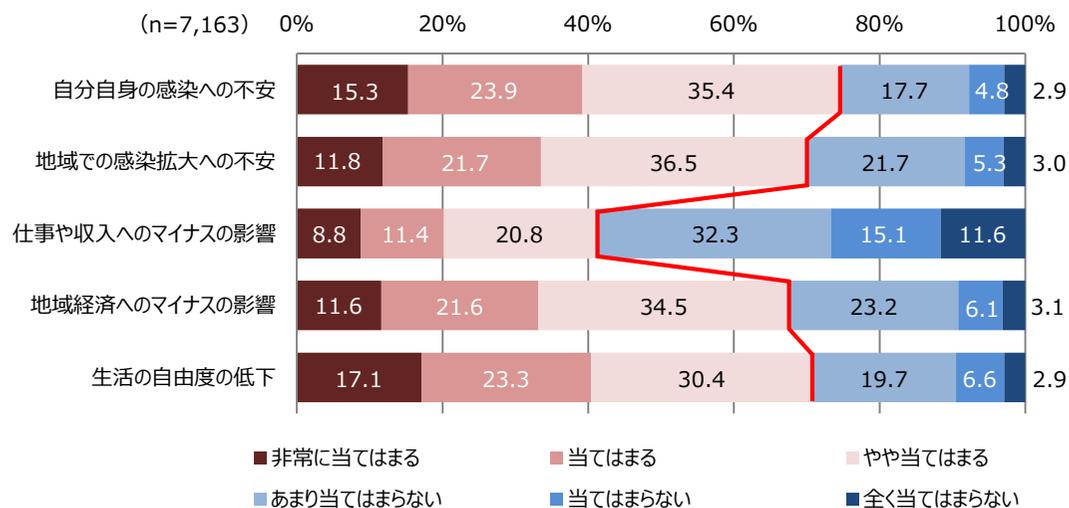


- ▶ 感染症拡大の状況下でも積極的に観光客を歓迎したい割合は全体の56.8%

◆新型コロナウイルスによる影響 (単純集計及びクロス集計)

全体

全体のうち7割台半ばが感染への不安を感じている
 仕事や収入への影響には個人差があるが、
 地域経済については約7割の人が
 マイナスの影響があったと認識している

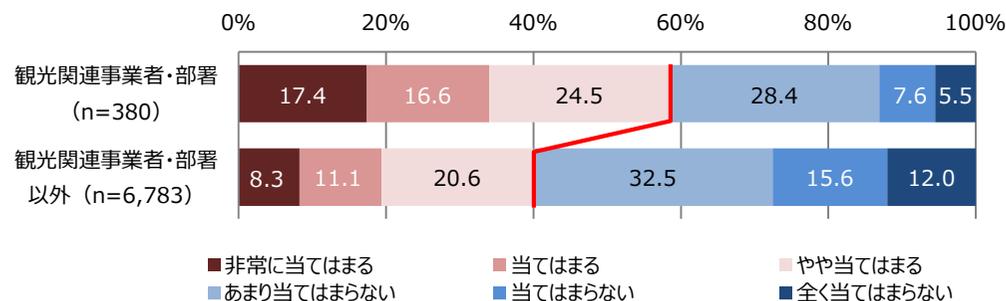


▶ 仕事や収入にマイナスの影響があったのは全体の41.0%

就業別

観光関連事業に従事している人のうち、
約6割が仕事や収入にマイナスの影響を受けている

〈 自分自身の仕事や収入への影響 〉

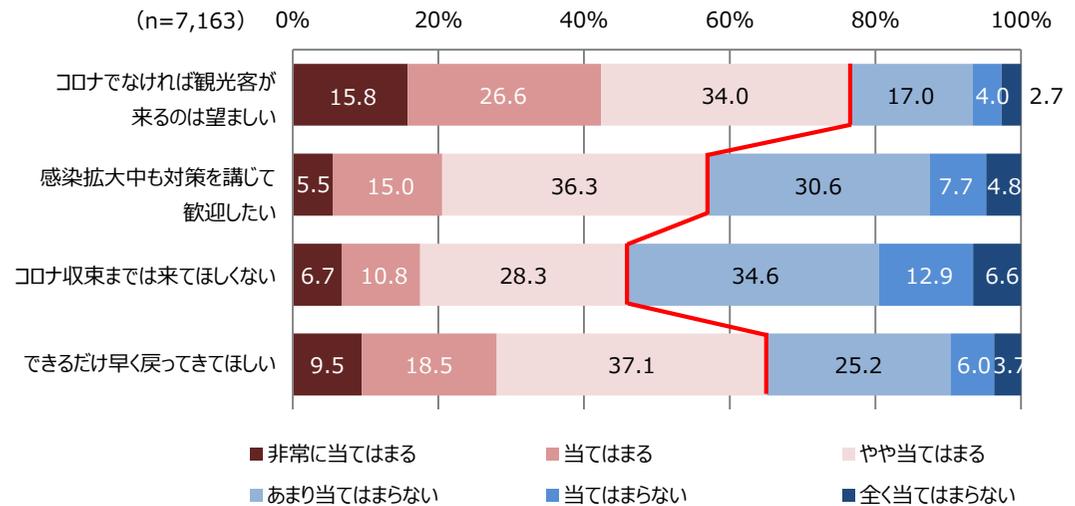


▶ 観光関連事業者・部署で『当てはまる』との回答が58.5%と観光関連事業者・部署以外よりも18.5pt高い

◆観光客の受け入れ意向(単純集計及びクロス集計)

全体

新型コロナウイルスの感染拡大状況下でなければ、観光客が来るのは望ましいが7割台半ば
一方で、感染症収束までは観光客に来てほしくないとの意見は4割半ばとなっている

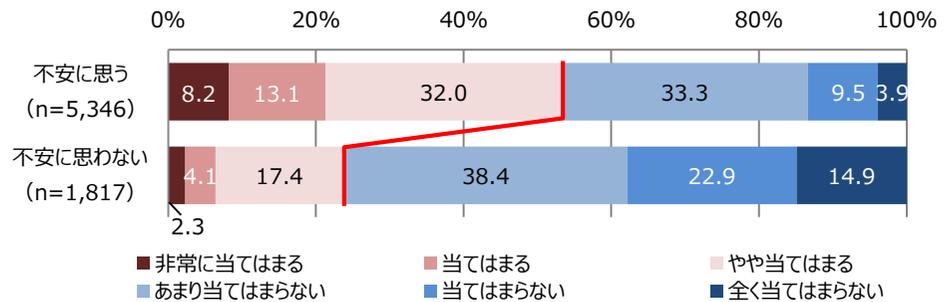


▶ 感染拡大中も対策を講じて観光客を歓迎したいは全体の56.8%

コロナへの不安別

新型コロナウイルスに感染することを不安に思っている人は、不安に思っていない人と比べコロナ収束までは観光客に来てほしくないと感じている人が多い

〈コロナ収束までは来てほしくない〉 ※「不安に思う」はQ12.1で1~3を選択した人
「不安に思わない」はQ12.1で4~6を選択した人



▶ 不安に思う人で『当てはまる』との回答が53.3%

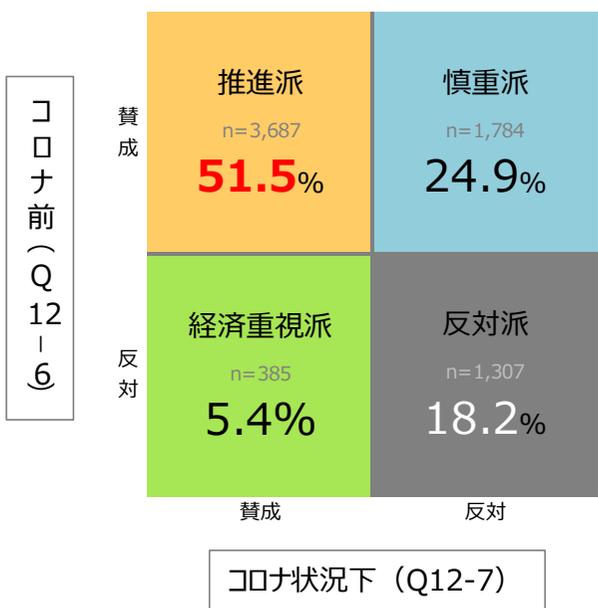
◆観光客の受け入れ意向 (新型コロナウイルスの影響による分析)

Q12.6.新型コロナウイルスの感染拡大の状況下でなければ、地域に観光客が増加することは望ましい (SA)

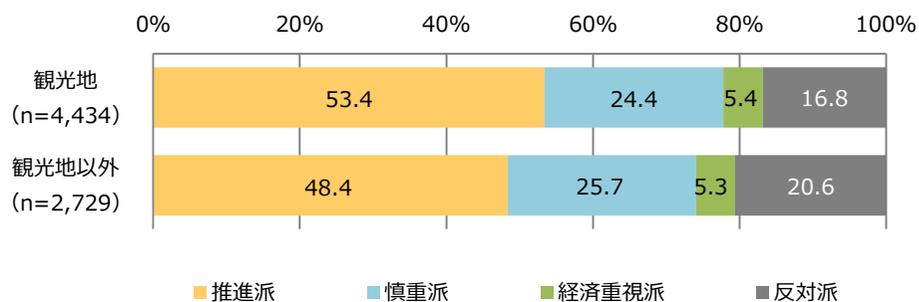
Q12.7.新型コロナウイルスの感染拡大の状況下においても、対策を講じて積極的に観光客を歓迎したい (SA)

全体

もともと誘客に賛成でコロナ状況下においても賛成な『推進派』が **51.5%** と最も多い

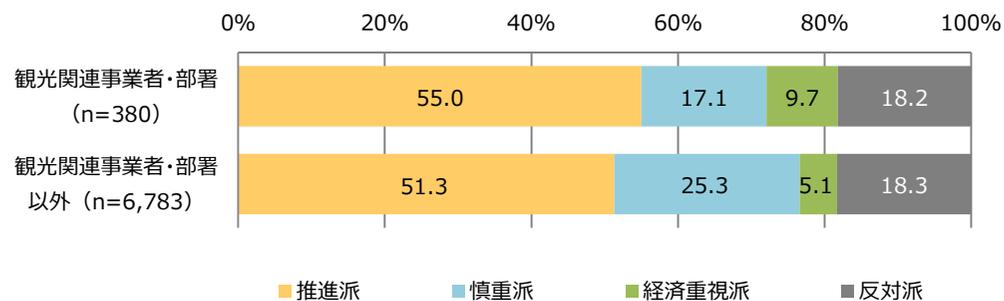


観光地の有無別



▶ 観光地以外では『反対派』が20.6%と観光地よりもやや高い

就業別



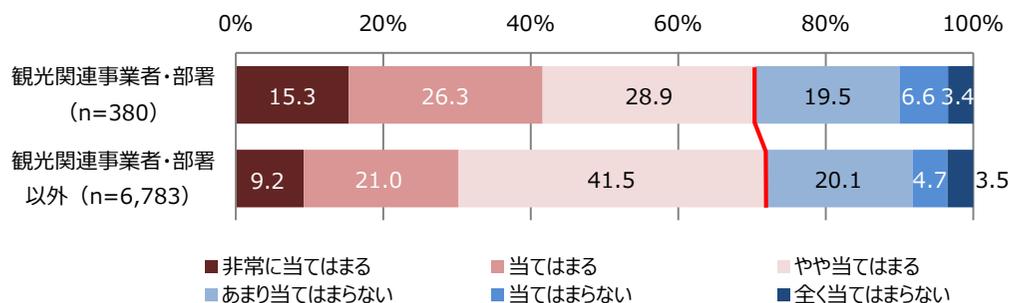
▶ 観光関連事業者・部署、観光関連事業者・部署以外どちらでも『推進派』が半数以上を占める

◆観光振興意識（新型コロナウイルスの影響による分析）

Q12.10.新型コロナウイルスの感染拡大により、大きな影響を受けた観光事業を応援したい／応援してほしい（SA）

就業別

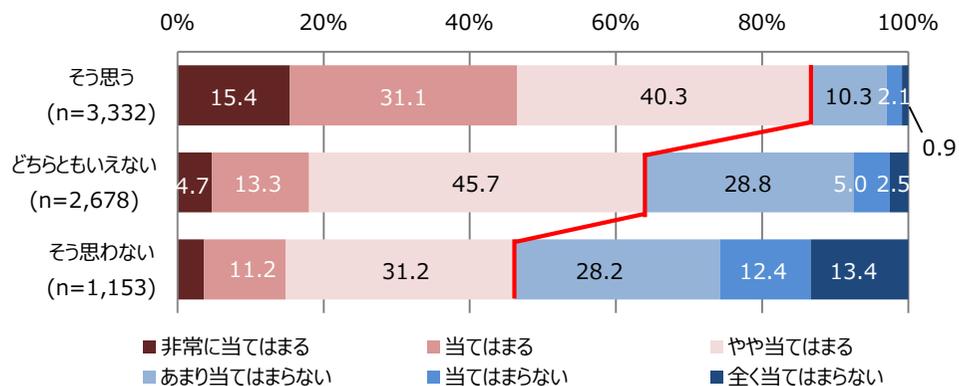
観光関連事業の従事の有無に関わらず、
7割以上が観光事業を応援したい、
応援してほしいと感じている



▶ いずれも7割以上が『当てはまる』と回答

観光客の受入意向別

観光客が自身の居住している地域を訪れてほしい人の8割以上が観光事業を応援したい、応援してほしいと感じている



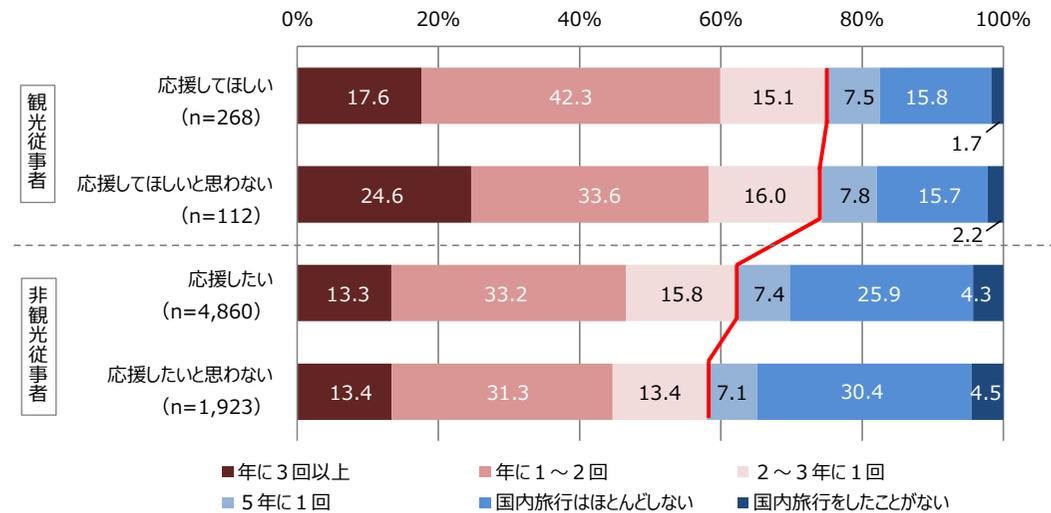
▶ 訪れてほしくない人でも4割が『当てはまる』と回答

◆ 観光振興意識 (国内旅行頻度別)

Q4. あなたは、宿泊を伴う国内旅行をどのくらいしていますか (SA)

国内旅行頻度別 (宿泊を伴う)

観光事業を応援したい、
 応援してほしいと感じている人は、
 宿泊を伴う旅行の頻度が高くなっている



分析結果と課題まとめ

◆分析結果と課題まとめ

総合満足度について

観光客の来訪による経済的な良い影響・精神的な良い影響を受けている人は、「経済面（期待）」「地域活性化（期待）」「愛着」が高くなっており、これらの項目が経済的な良い影響・精神的な良い影響に大きな影響を与えていることが分かる。従って、住民に対して、観光客の増加が経済面や地域活性化に良い効果を与えることを周知する取組や居住地域へ愛着をもらえるような取組を重点的に進めていく必要がある。

住民の期待する効果と観光資源について

全体では経済面の効果で期待が高くなっている一方で、観光地以外では観光地に比べ「まちのイメージアップ」や「移住者増加」の回答割合がやや高く、観光地以外では地域の賑わいや地域活性化への期待が高くなっている。また観光客の来訪に対して誇りや喜びを感じていない人は、誇れる観光資源が「とくにない」と回答している割合が高いため、住民に対し、地域の観光資源の魅力を周知する等、地域に誇りや愛着を持ってもらうための取組が重要である。

今後注力すべき取り組みについて

全体では「地域の観光資源を魅力的にする取組」「地域の魅力を発信する取組（プランディング・宣伝・キャンペーンなど）」が約3割と、プロモーションと観光資源の磨き上げが重要視されている。一方で、観光関連事業従事者・関連部署では「二次交通を整備する取組」「観光客1人当たりの観光消費額を増やす取組」の回答割合が高くなっており、地域の状況や業種に合わせて取組を考えていく必要がある。