



"Fielding for REALITY"

令和5年度 住民満足度調査報告書

令和6年3月29日

目次

	Page
○調査概要	2
○調査結果(サンプル構成)	9
○調査結果のまとめ	11
○調査結果(資料編)	34
○分析結果と課題まとめ	41

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測る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6年2月9日～令和6年2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：8,262サンプル

◆ 【瀬戸内】 観光地の定義について

兵庫県	n=	1,170	
観光地	n=	692	神戸市 姫路市 洲本市 南あわじ市 淡路市
観光地以外	n=	478	兵庫県上記以外市町（35市町）
岡山県	n=	1,169	
観光地	n=	766	岡山市 倉敷市 備前市
観光地以外	n=	403	岡山県上記以外市町（24市町）
広島県	n=	1,226	
観光地	n=	686	広島市 廿日市市 福山市 尾道市 竹原市
観光地以外	n=	540	広島県上記以外市町（18市町）
山口県	n=	1,164	
観光地	n=	683	下関市 山口市 岩国市 萩市
観光地以外	n=	481	山口県上記以外市町（14市町）

徳島県	n=	1,180	
観光地	n=	679	徳島市 鳴門市 三好市
観光地以外	n=	501	徳島県上記以外市町（18市町）
香川県	n=	1,174	
観光地	n=	819	高松市 小豆郡小豆島町 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=	355	香川県上記以外市町（12市町）
愛媛県	n=	1,179	
観光地	n=	687	松山市 今治市 大洲市 喜多郡内子町
観光地以外	n=	492	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、Q4-1「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」、Q4-2「観光客の来訪に、喜びや誇りを感じている」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』（『満足』）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』（『不満』）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、Q3-30,31「地域への愛着」の回答に

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

とそれぞれ数字を振り、

平均値が1.00～3.00であれば「愛着度高」、3.01～6.00であれば「愛着度低」として区分を行う

◆事前期待度・事前重要度の分析方法について

本調査においては、Q3-1～12「経済効果・地域活性化への期待」、

Q3-13～24「経済効果・地域活性化の実感」の回答に

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

とそれぞれ数字を振り、

平均値が1.00～3.00であれば「期待/実感高」、3.01～6.00であれば「期待/実感低」、

Q6、Q7の回答に

とても充足している・非常に重要である→1 充足している・重要である→2

どちらともいえない→3

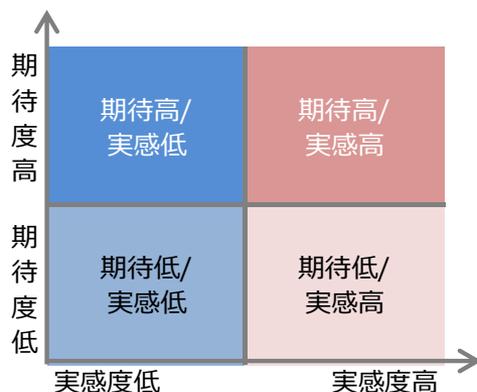
充足していない・あまり重要でない→4 まったく充足していない・重要でない→5

とそれぞれ数字を振り、

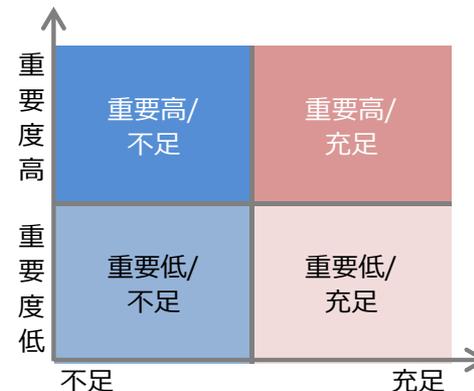
平均値が1.00～3.00であれば「重要高/充足」、3.01～6.00であれば「重要低/不足」とし、

期待度/実感度・重要度/充足度の組み合わせ別に下表のとおり区分を行う

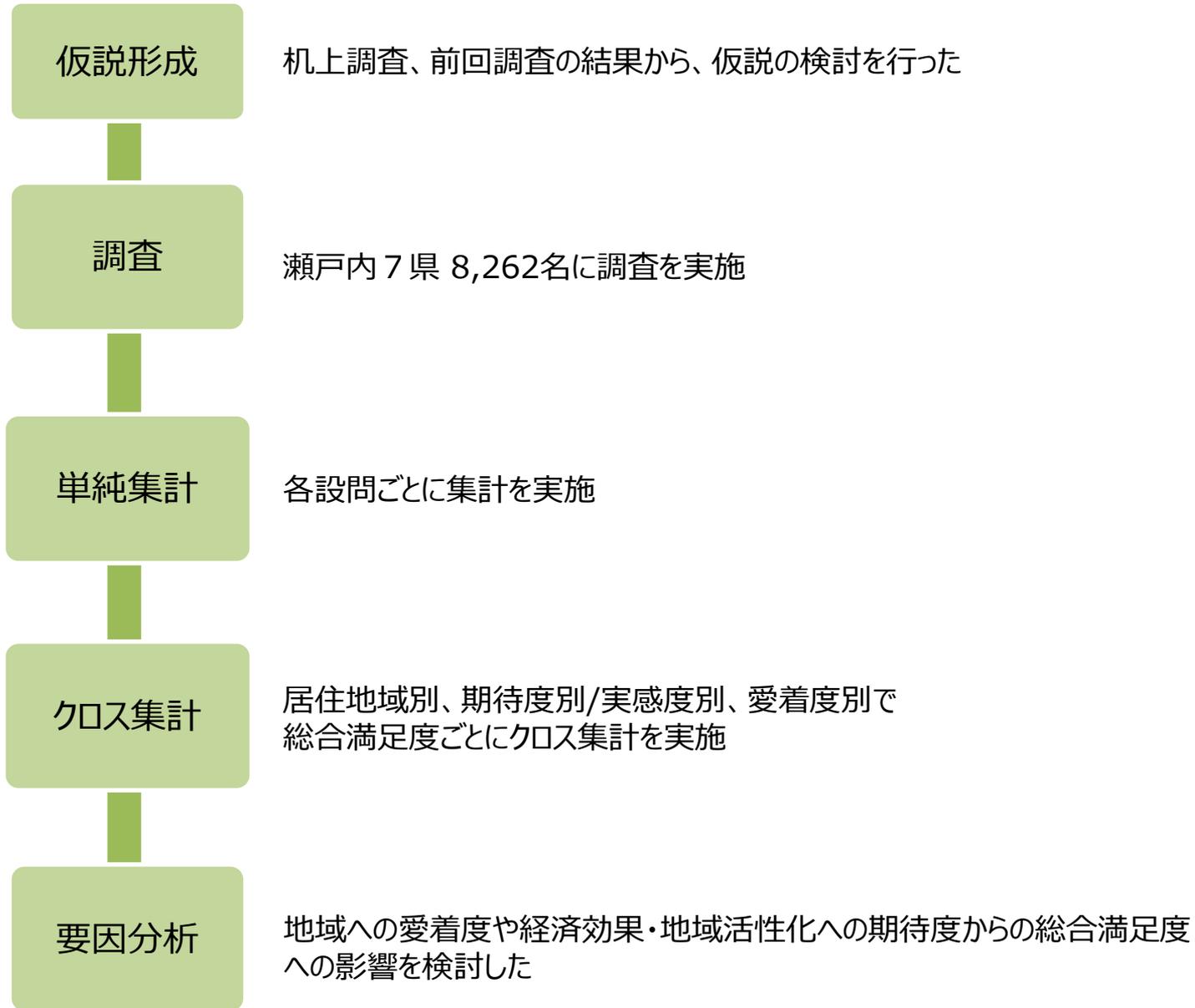
事前期待度



重要度と充足度



◆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 …自身の考えや居住地域について

Q4 …観光客の来訪による経済的・精神的な影響

Q5 …居住地域における観光振興に期待する効果

Q6 …居住地域における観光施策の充足度 **新規項目**

Q7 …居住地域における観光施策の重要度 **新規項目**

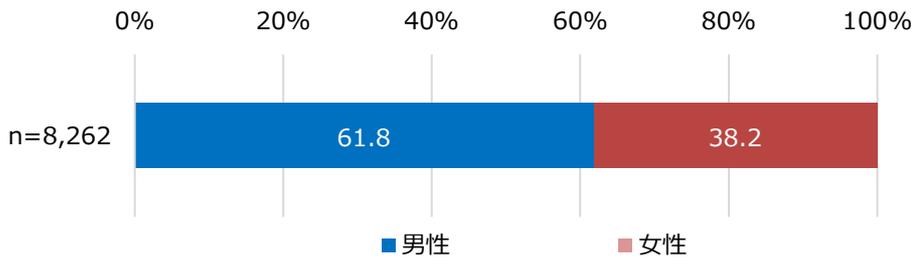
Q8 …居住地域について

Q9 …サステナブルツーリズムを推進する上で、重要だと思う取組 **新規項目**

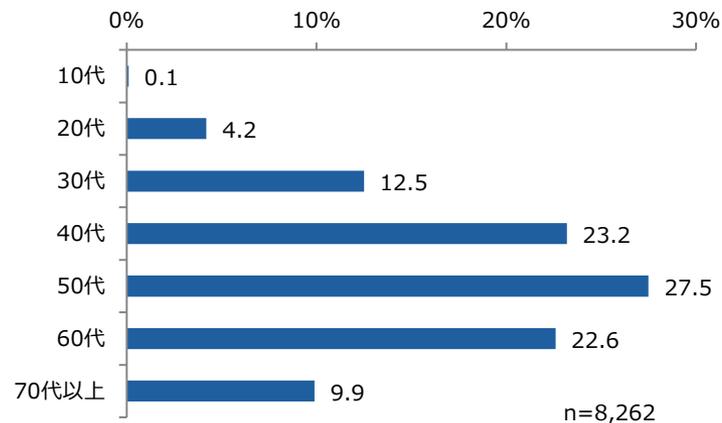
調査結果（サンプル構成）

◆サンプル構成

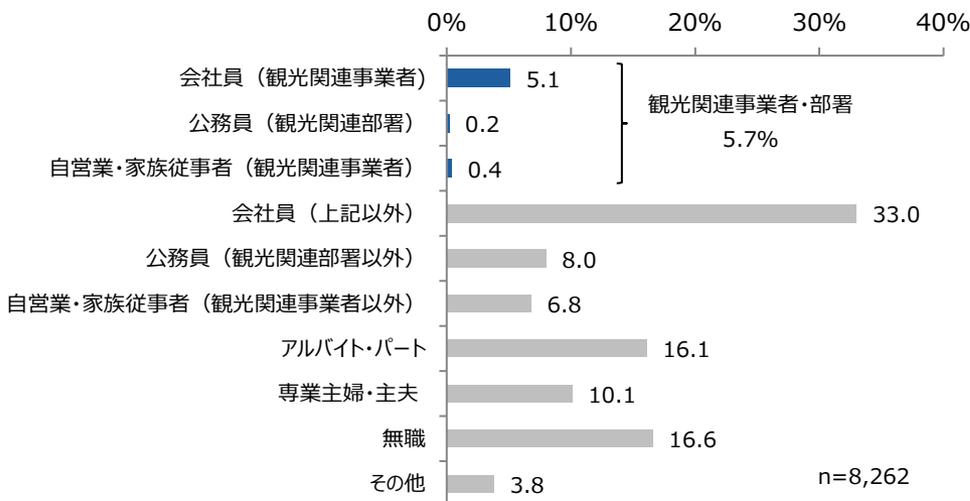
①性別（1つだけ選択：以下「SA」と表記）



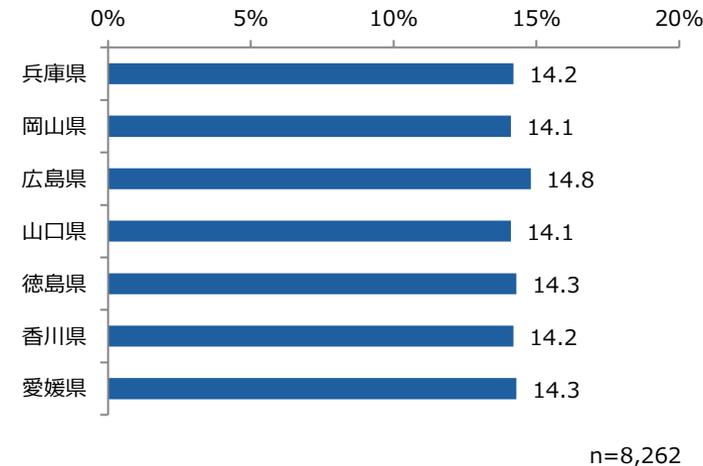
②年代 (SA)



③職業 (SA)



④居住地域 (SA)



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：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)

Q4.1 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)

「非常に当てはまる」「当てはまる」
「やや当てはまる」

48.5%

上位回答
「非常に当てはまる」「当てはまる」

15.9%

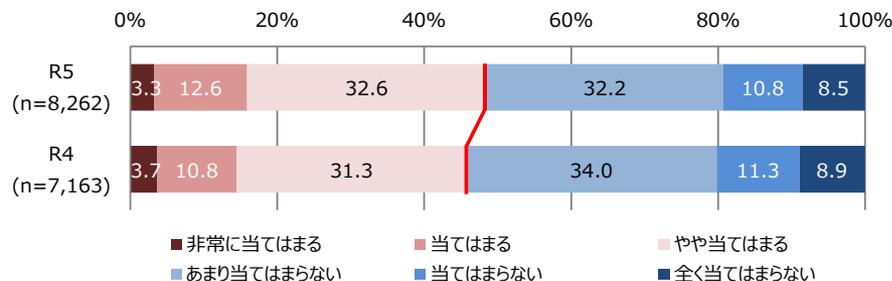
参考 前回調査 (R4)

「非常に当てはまる」「当てはまる」
「やや当てはまる」

45.8%

上位回答
「非常に当てはまる」「当てはまる」

14.5%



総合満足度 精神的な良い影響

※前回：国内外の観光客の来訪に、喜びや誇りを感じている。(SA)

Q4.2 観光客の来訪に、喜びや誇りを感じている。(SA)

「非常に当てはまる」「当てはまる」
「やや当てはまる」

46.1%

上位回答
「非常に当てはまる」「当てはまる」

13.5%

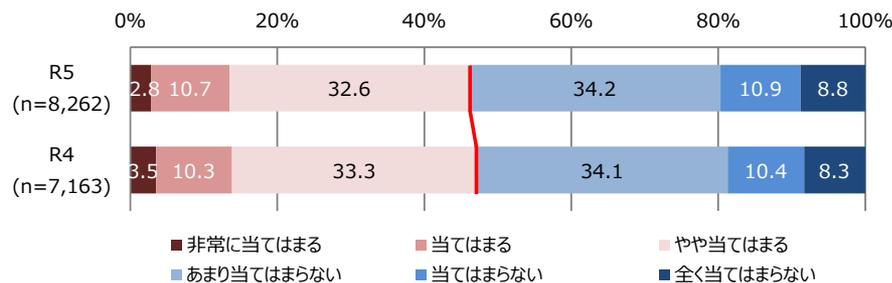
参考 前回調査 (R4)

「非常に当てはまる」「当てはまる」
「やや当てはまる」

47.1%

上位回答
「非常に当てはまる」「当てはまる」

13.8%



※いずれの総合満足度においても、前回調査とは聞き方が異なるため、単純な比較は難しいことに注意されたい

◆満足度に影響を及ぼす要因の把握 (居住地域別の影響)

総合満足度 経済的な良い影響

「非常に当てはまる」
「当てはまる」
「やや当てはまる」 前回調査 (R4)

参考

兵庫県 50.8% 48.1% ↑ 2.7pt

岡山県 46.3% 44.8% ↑ 1.5pt

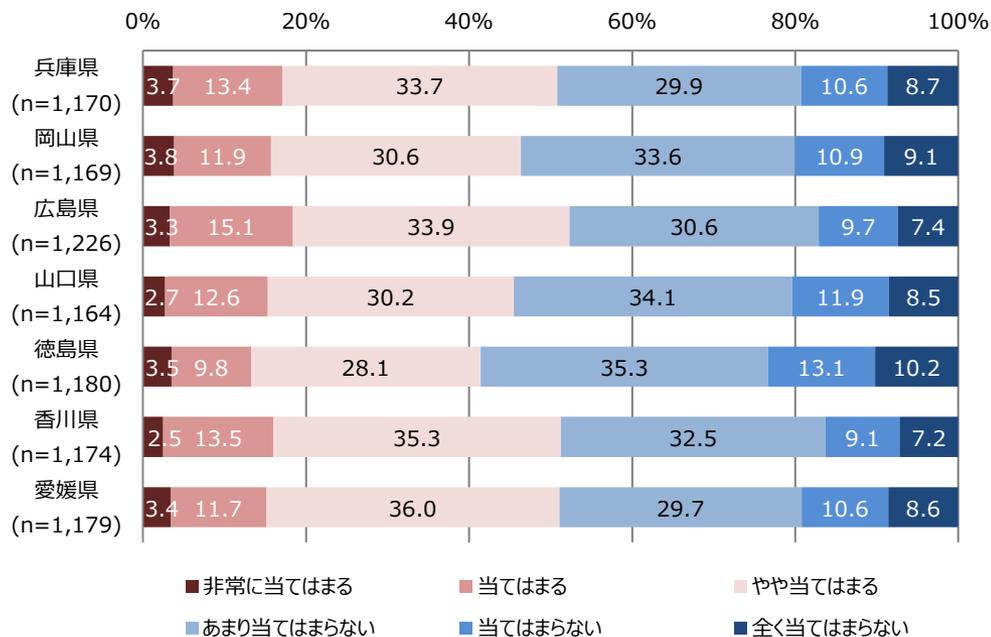
広島県 52.3% 50.0% ↑ 2.3pt

山口県 45.5% 42.7% ↑ 2.8pt

徳島県 41.4% 40.0% ↑ 1.4pt

香川県 51.3% 49.6% ↑ 1.7pt

愛媛県 51.1% 45.5% ↑ 5.6pt



◆満足度に影響を及ぼす要因の把握 (居住地域別の影響)

総合満足度 精神的な良い影響

「非常に当てはまる」
「当てはまる」
「やや当てはまる」 前回調査 (R4)

参考

兵庫県 47.4% 46.5% ↑ 0.9pt

岡山県 45.0% 47.8% ↓ 2.8pt

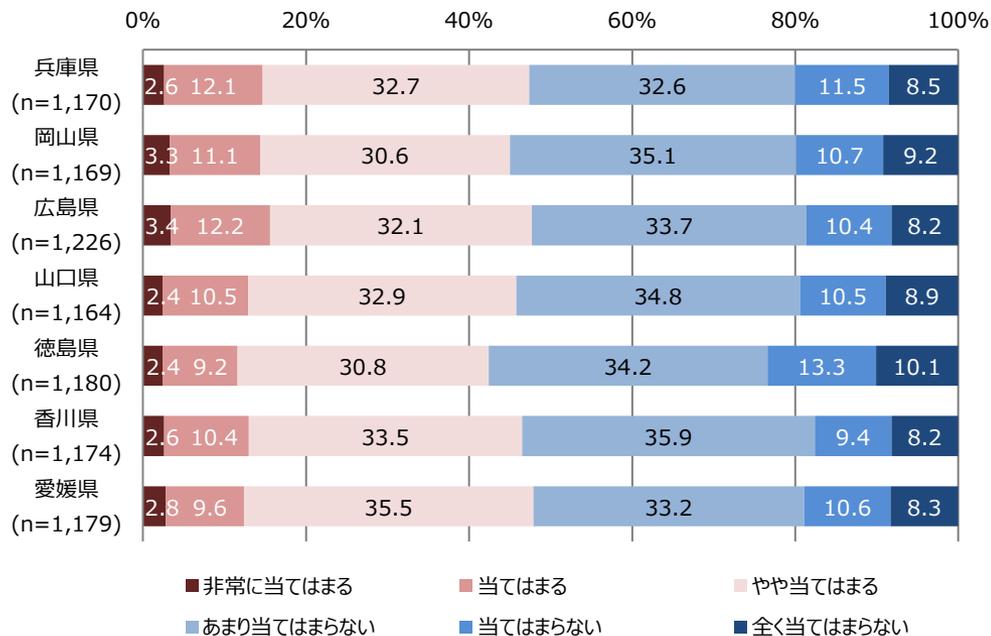
広島県 47.7% 50.6% ↓ 2.9pt

山口県 45.8% 42.9% ↑ 2.9pt

徳島県 42.4% 42.8% ↓ 0.4pt

香川県 46.5% 50.5% ↓ 4.0pt

愛媛県 47.9% 48.5% ↓ 0.6pt



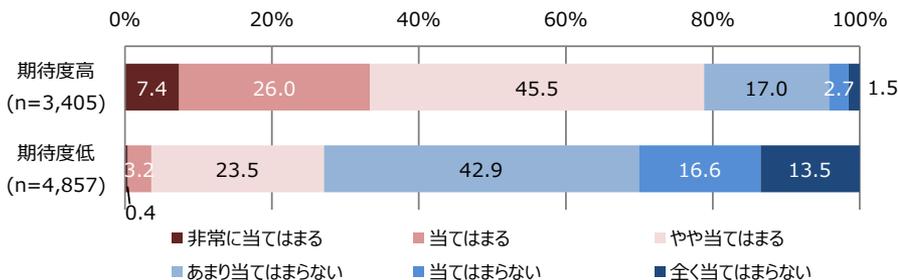
◆満足度に影響を及ぼす要因の把握（事前期待度の影響）

経済効果・地域活性化への期待度・実感度別

（Q3-1~Q3-12「経済効果・地域活性化への期待」・Q3-13~Q3-24「経済効果・地域活性化への実感」への回答により算出）

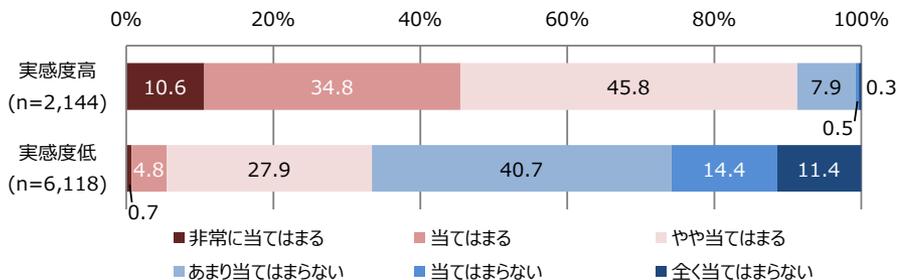
総合満足度 経済的な良い影響

期待度別



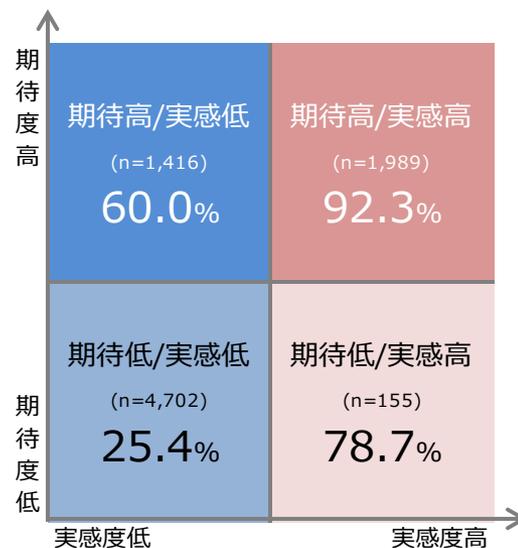
期待度別にみると『当てはまる』と回答した人は「期待度高」で78.9%、「期待度低」で27.1%となっている

実感度別



実感度別にみると『当てはまる』と回答した人は「実感度高」で91.2%、「実感度低」で33.4%となっている

期待度×実感度



期待度×実感度でみると『当てはまる』と回答した人は「期待高/実感高」で92.3%、「期待低/実感高」で78.7%、「期待高/実感低」で60.0%、「期待低/実感低」で25.4%となっている

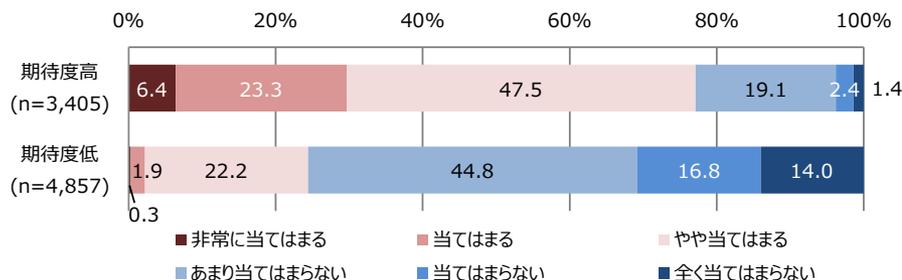
◆満足度に影響を及ぼす要因の把握 (事前期待度の影響)

経済効果・地域活性化への期待度・実感度別

(Q3-1~Q3-12「経済効果・地域活性化への期待」・Q3-13~Q3-24「経済効果・地域活性化への実感」への回答により算出)

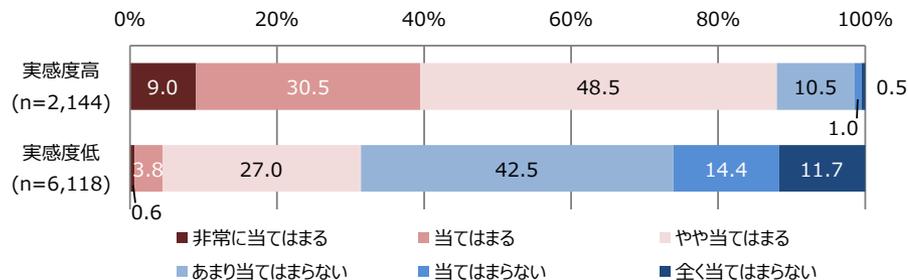
総合満足度 精神的な良い影響

期待度別



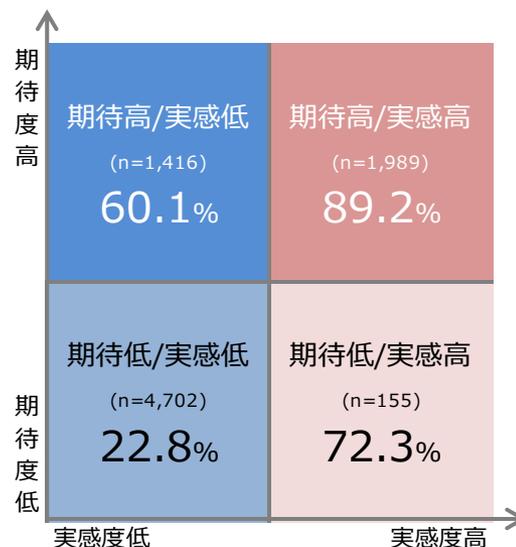
期待度別にみると『当てはまる』と回答した人は「期待度高」で77.2%、「期待度低」で24.4%となっている

実感度別



実感度別にみると『当てはまる』と回答した人は「実感度高」で88.0%、「実感度低」で31.4%となっている

期待度×実感度



期待度×実感度でみると『当てはまる』と回答した人は「期待高/実感高」で89.2%、「期待低/実感高」で72.3%、「期待高/実感低」で60.1%、「期待低/実感低」で22.8%となっている

◆満足度に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」
「やや当てはまる」

68.4%

上位回答
「非常に当てはまる」「当てはまる」

25.5%

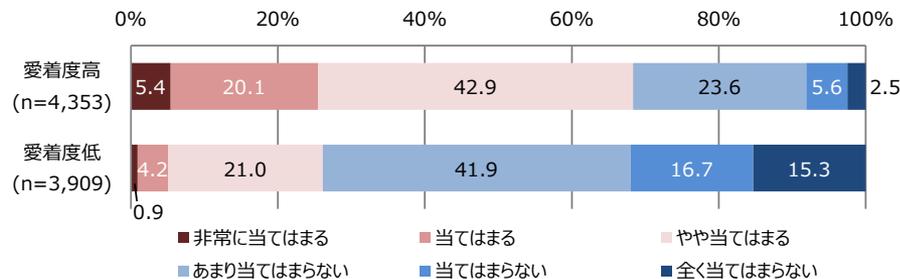
愛着度低

「非常に当てはまる」「当てはまる」
「やや当てはまる」

26.1%

上位回答
「非常に当てはまる」「当てはまる」

5.1%



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」
「やや当てはまる」

69.6%

上位回答
「非常に当てはまる」「当てはまる」

23.5%

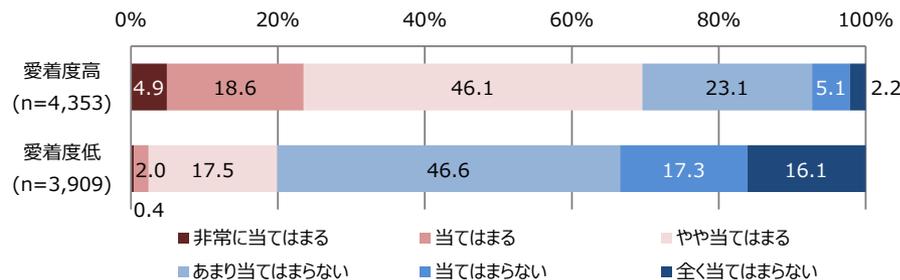
愛着度低

「非常に当てはまる」「当てはまる」
「やや当てはまる」

19.9%

上位回答
「非常に当てはまる」「当てはまる」

2.4%



◆観光振興に対して期待する効果

Q5 お住まいの地域（市町村）における観光振興に対して、今後期待する効果を選んでください。
（当てはまるものすべて選択：以下「MA」と表記）

全体



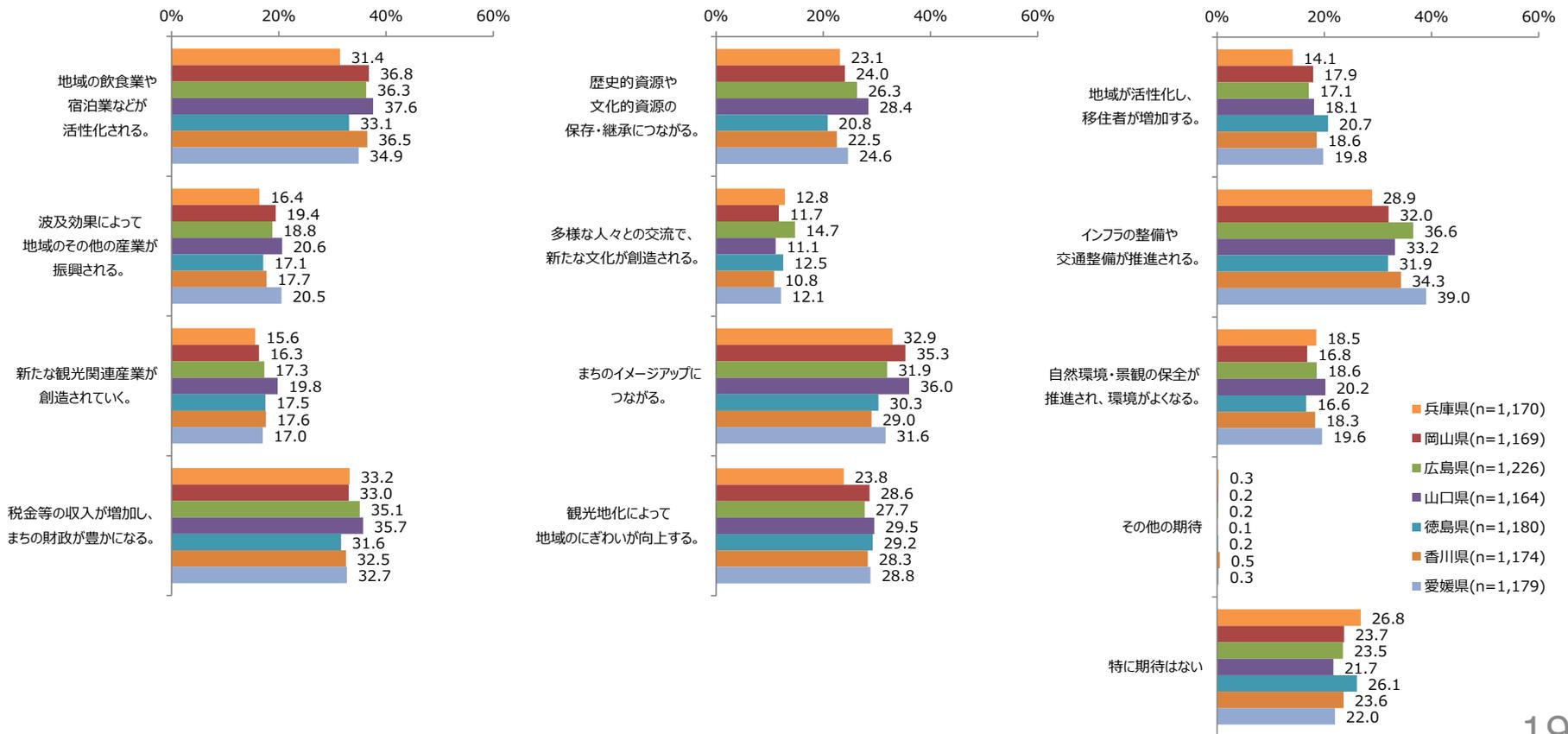
■「地域の飲食業や宿泊業などが活性化される」が最も高く、次いで「インフラの整備や交通整備が推進される」、「税金等の収入が増加し、まちの財政が豊かになる」、「まちのイメージアップにつながる」などとなり、居住地域の活性化に関する期待の回答割合が高くなっている

◆観光振興に対して期待する効果

居住地域別

Q5 お住まいの地域（市町村）における観光振興に対して、今後期待する効果を選んでください。（MA）

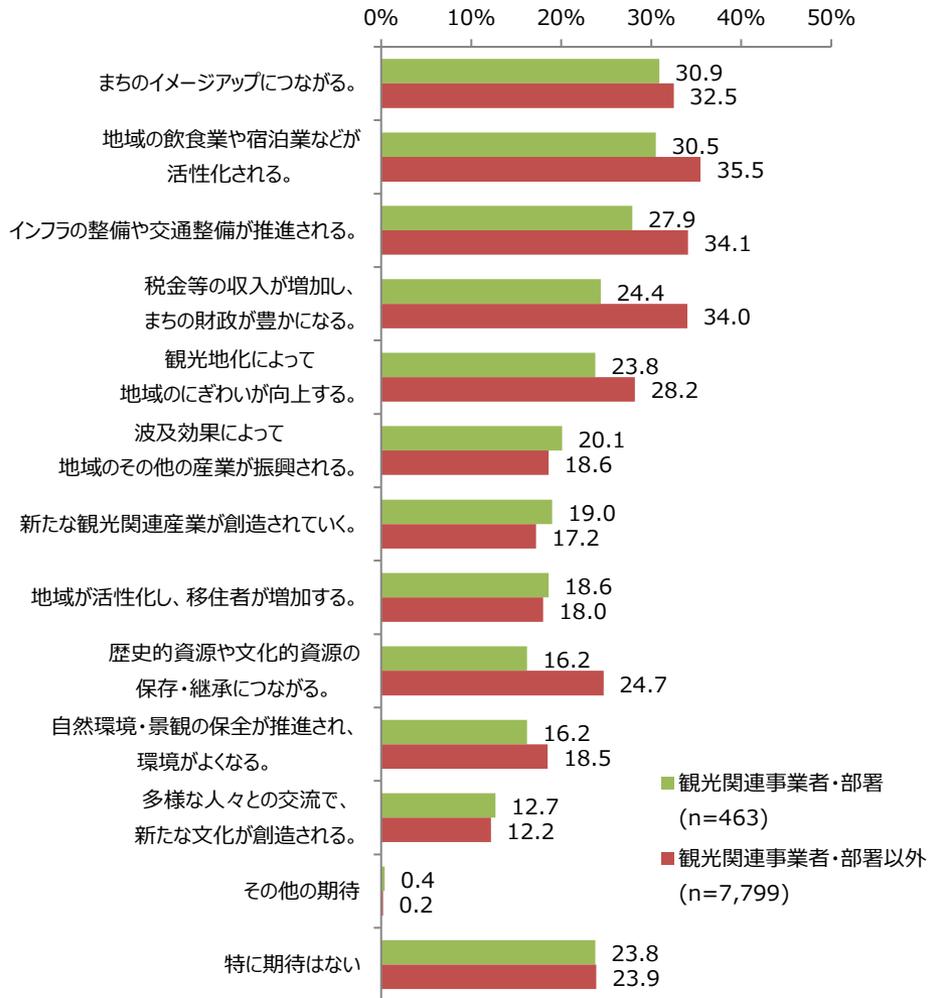
「インフラの整備や交通整備が推進される。」との回答は愛媛県で高く、「まちのイメージアップにつながる。」との回答は岡山県、山口県で高くなっている
 一方で、「歴史的資源や文化資源の保存・継承につながる。」との回答は徳島県で、「観光地化によって地域のにぎわいが向上する」との回答は兵庫県で低くなっている



◆観光振興に対して期待する効果

職業別

Q5 お住まいの地域（市町村）における観光振興に対して、今後期待する効果を選んでください。（MA）



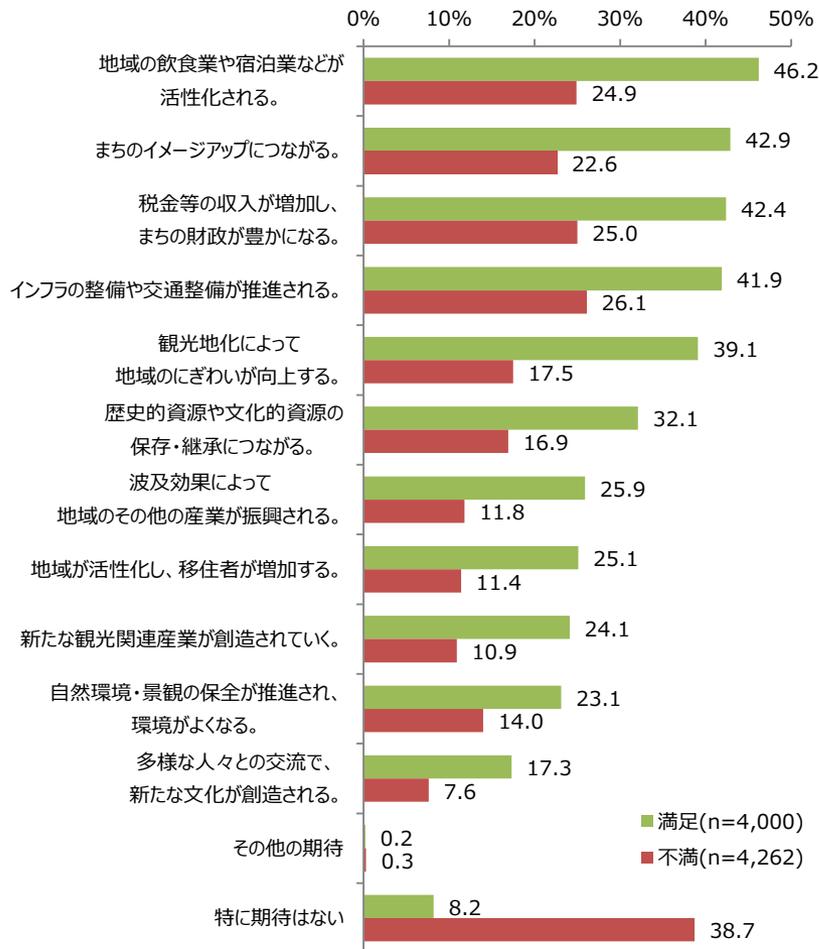
■ 職業別にみると、観光関連事業者・部署の人では「まちのイメージアップにつながる。」、「地域の飲食業や宿泊業などが活性化される。」、「インフラの整備や交通整備が推進される。」の順で高くなっている
観光関連事業者・部署以外の人では「地域の飲食業や宿泊業などが活性化される。」、「インフラの整備や交通整備が推進される。」、「税金等の収入が増加し、まちの財政が豊かになる。」の順で高くなっている

◆観光振興に対して期待する効果

満足度別

Q5 お住まいの地域（市町村）における観光振興に対して、今後期待する効果を選んでください。（MA）

経済的な良い影響



■ 経済的な良い影響の満足度別にみると、『満足』の人では「地域の飲食業や宿泊業などが活性化される。」「まちのイメージアップにつながる。」「税金等の収入が増加し、まちの財政が豊かになる。」の順で高くなっている

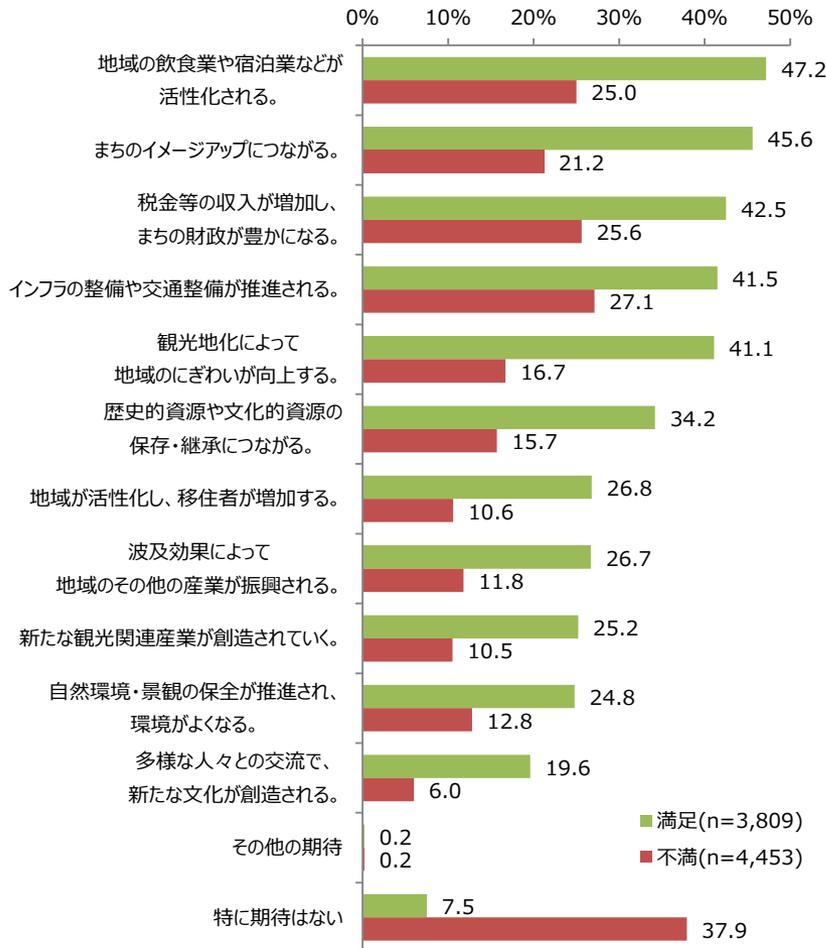
一方、『不満』の人では「インフラの整備や交通整備が推進される。」「税金等の収入が増加し、まちの財政が豊かになる。」「地域の飲食業や宿泊業などが活性化される。」の順で高くなっている。また、「特に期待はない」との回答が38.7%となっている

◆観光振興に対して期待する効果

満足度別

Q5 お住まいの地域（市町村）における観光振興に対して、今後期待する効果を選んでください。（MA）

精神的な良い影響



■ 精神的な良い影響の満足度別にみると、『満足』の人では「地域の飲食業や宿泊業などが活性化される。」「まちのイメージアップにつながる。」「税金等の収入が増加し、まちの財政が豊かになる。」の順で高くなっている

一方、『不満』の人では「インフラの整備や交通整備が推進される。」「税金等の収入が増加し、まちの財政が豊かになる。」「地域の飲食業や宿泊業などが活性化される。」の順で高くなっている

◆充足度・重要度の相関図

Q6 お住まいの地域（市町村）において、以下の事項は十分整備されていると思いますか。（SA）

Q7 お住まいの地域（市町村）において、以下の事項は重要だと思いますか。（SA）

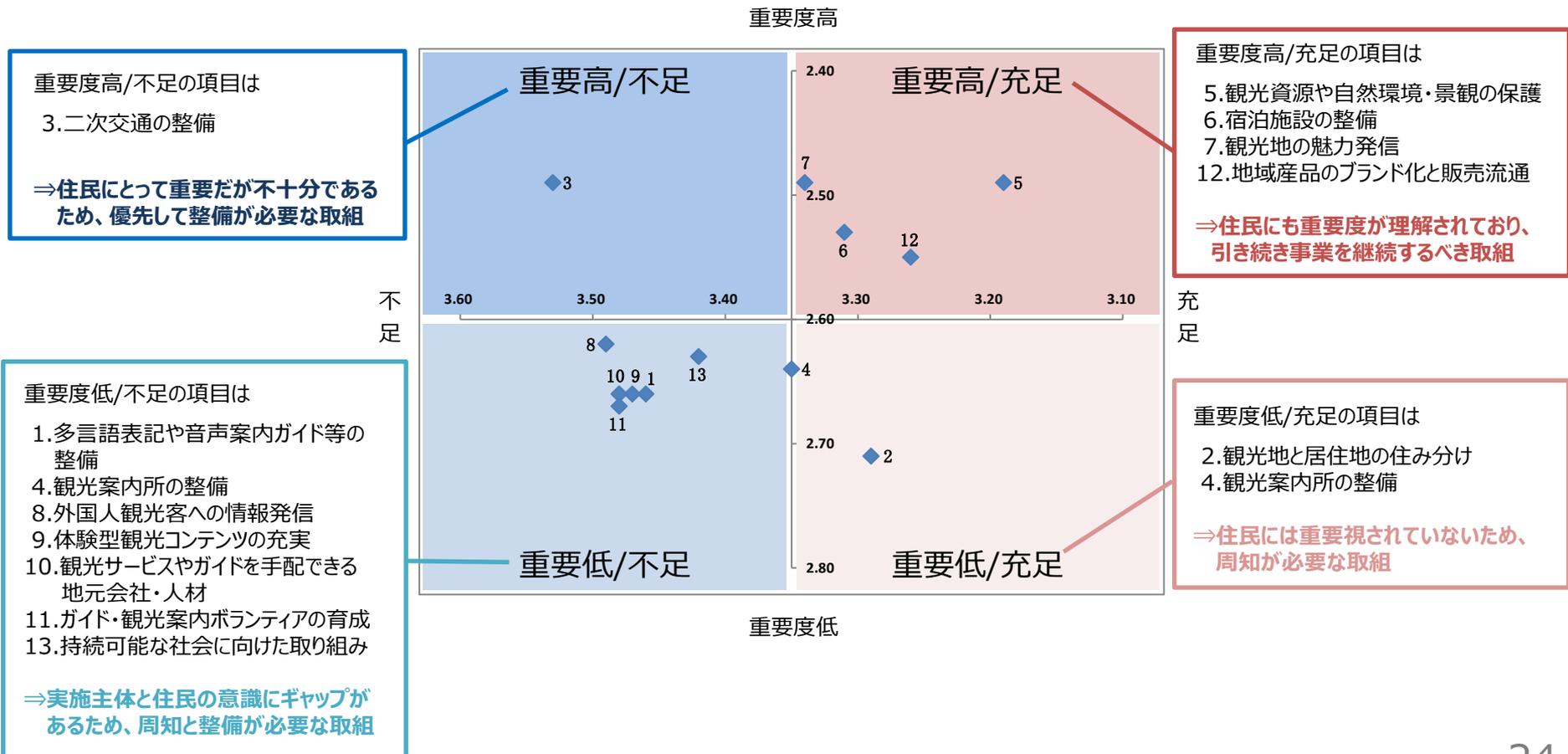
上記の問における13の調査項目について、充足度・重要度を算出し、相関図を作成した各相関図に記載されている番号は、次のとおりである

地域における観光施策（ハード）	
1	多言語表記や音声案内ガイド等の整備
2	観光地と居住地の住み分け
3	二次交通の整備（アシ）
4	観光案内所の整備
5	観光資源や自然環境・景観の保護
6	宿泊施設の整備（ヤド）
地域における観光施策（ソフト）	
7	観光地の魅力発信
8	外国人観光客への情報発信
9	体験型観光コンテンツの充実（ウリ）
10	観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材（コネ）
11	ガイド・観光案内ボランティアの育成（ヒト）
12	地域産品のブランド化と販売流通
13	持続可能な社会に向けた取り組み

◆ 充足度・重要度の相関図

13の調査項目における充足度・重要度について、「重要度が高く、充足している項目」「重要度が低く、充足している項目」「重要度が低く、不足している項目」「重要度が高く、不足している項目」に分類し、今後必要となる取組を整理した

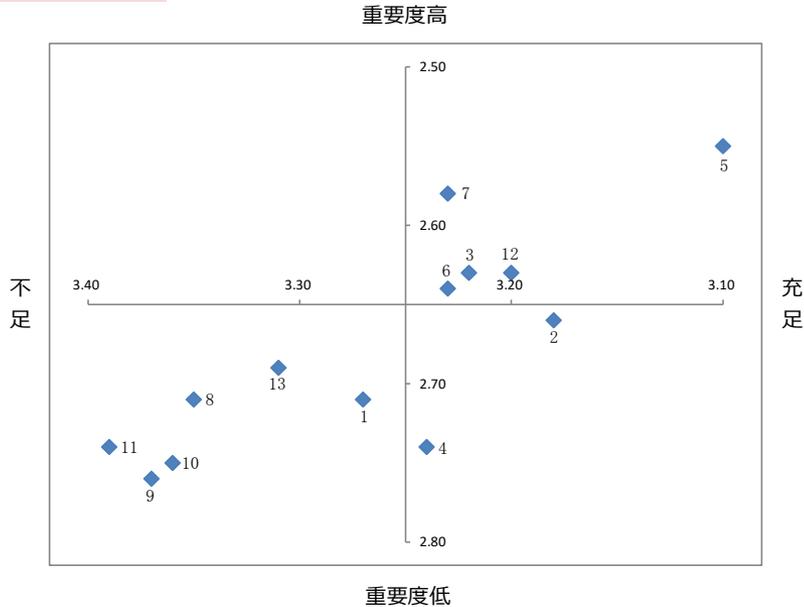
全体



◆充足度・重要度の相関図

居住地域別

兵庫県



優先して整備が必要

事業継続

- 3.二次交通の整備
- 5.観光資源や自然環境・景観の保護
- 6.宿泊施設の整備
- 7.観光地の魅力発信
- 12.地域産品のブランド化と販売流通

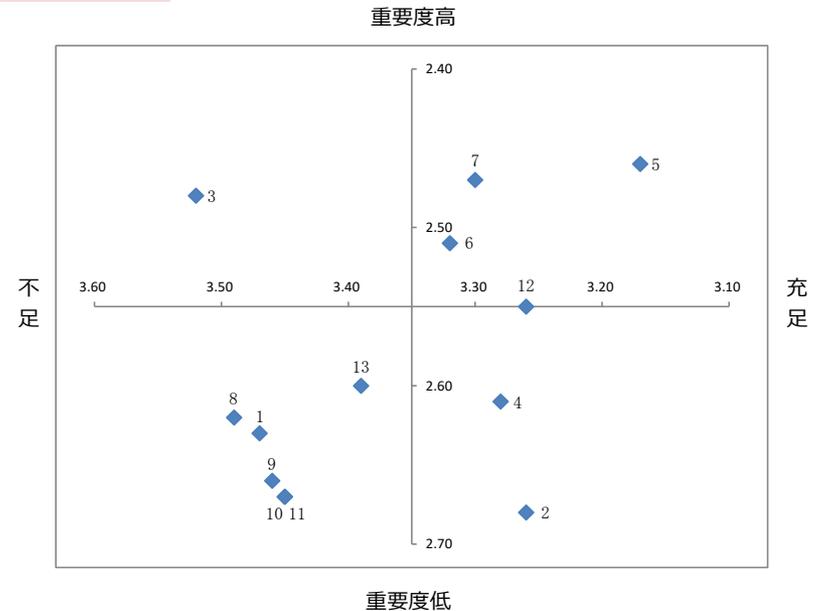
整備と周知が必要

住民への周知が必要

- 1.多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 8.外国人観光客への情報発信
- 9.体験型観光コンテンツの充実
- 10.観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材
- 11.ガイド・観光案内ボランティアの育成
- 13.持続可能な社会に向けた取り組み

- 2.観光地と居住地の住み分け
- 4.観光案内所の整備

岡山県



優先して整備が必要

事業継続

- 3.二次交通の整備

- 5.観光資源や自然環境・景観の保護
- 6.宿泊施設の整備
- 7.観光地の魅力発信
- 12.地域産品のブランド化と販売流通

整備と周知が必要

住民への周知が必要

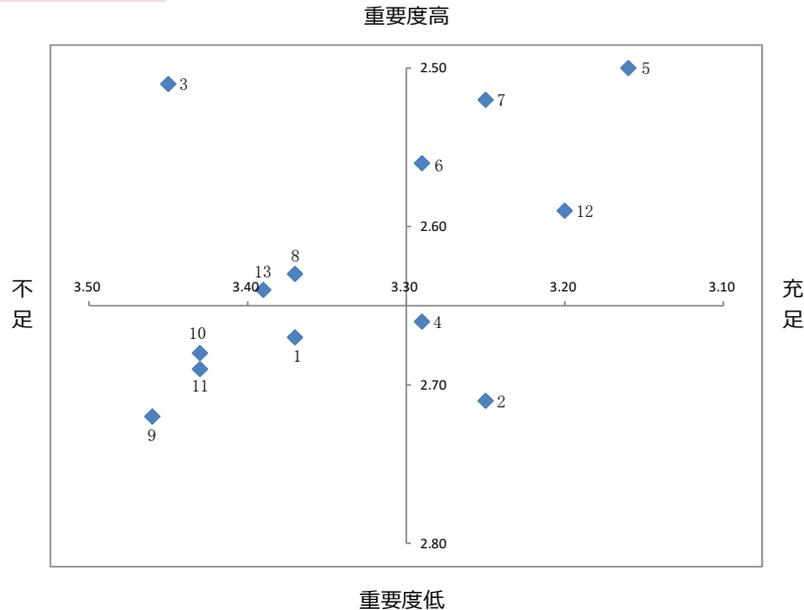
- 1.多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 8.外国人観光客への情報発信
- 9.体験型観光コンテンツの充実
- 10.観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材
- 11.ガイド・観光案内ボランティアの育成
- 13.持続可能な社会に向けた取り組み

- 2.観光地と居住地の住み分け
- 4.観光案内所の整備
- 12.地域産品のブランド化と販売流通

◆充足度・重要度の相関図

居住地域別

広島県



優先して整備が必要

- 3.二次交通の整備
- 8.外国人観光客への情報発信
- 13.持続可能な社会に向けた取り組み

事業継続

- 5.観光資源や自然環境・景観の保護
- 6.宿泊施設の整備
- 7.観光地の魅力発信
- 12.地域産品のブランド化と販売流通

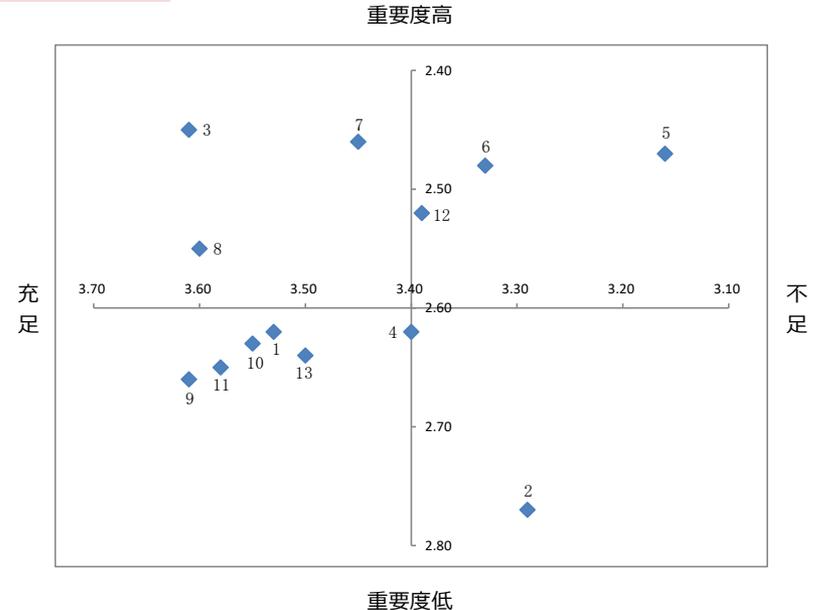
整備と周知が必要

- 1.多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 9.体験型観光コンテンツの充実
- 10.観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材
- 11.ガイド・観光案内ボランティアの育成

住民への周知が必要

- 2.観光地と居住地の住み分け
- 4.観光案内所の整備

山口県



優先して整備が必要

- 3.二次交通の整備
- 7.観光地の魅力発信
- 8.外国人観光客への情報発信

事業継続

- 5.観光資源や自然環境・景観の保護
- 6.宿泊施設の整備
- 12.地域産品のブランド化と販売流通

整備と周知が必要

- 1.多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 4.観光案内所の整備
- 9.体験型観光コンテンツの充実
- 10.観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材
- 11.ガイド・観光案内ボランティアの育成
- 13.持続可能な社会に向けた取り組み

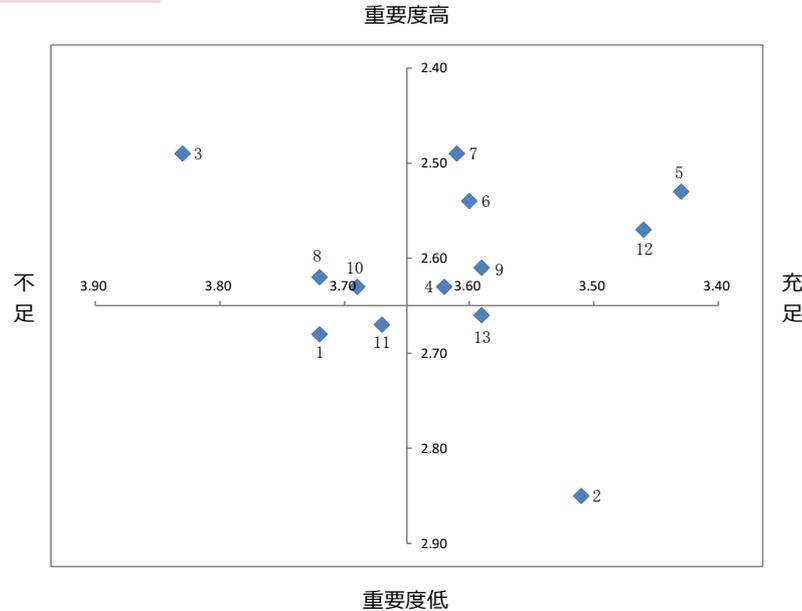
住民への周知が必要

- 2.観光地と居住地の住み分け
- 4.観光案内所の整備

◆充足度・重要度の相関図

居住地域別

徳島県



優先して整備が必要

- 3.二次交通の整備
- 8.外国人観光客への情報発信
- 10.観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材

整備と周知が必要

- 1.多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 11.ガイド・観光案内ボランティアの育成

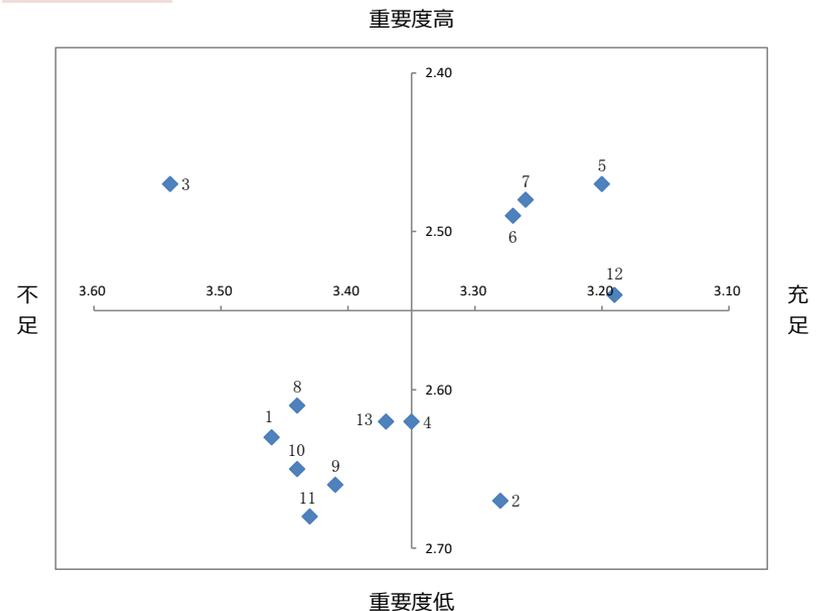
事業継続

- 4.観光案内所の整備
- 5.観光資源や自然環境・景観の保護
- 6.宿泊施設の整備
- 7.観光地の魅力発信
- 9.体験型観光コンテンツの充実
- 12.地域産品のブランド化と販売流通

住民への周知が必要

- 2.観光地と居住地の住み分け
- 13.持続可能な社会に向けた取り組み

香川県



優先して整備が必要

- 3.二次交通の整備

整備と周知が必要

- 1.多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 4.観光案内所の整備
- 8.外国人観光客への情報発信
- 9.体験型観光コンテンツの充実
- 10.観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材
- 11.ガイド・観光案内ボランティアの育成
- 13.持続可能な社会に向けた取り組み

事業継続

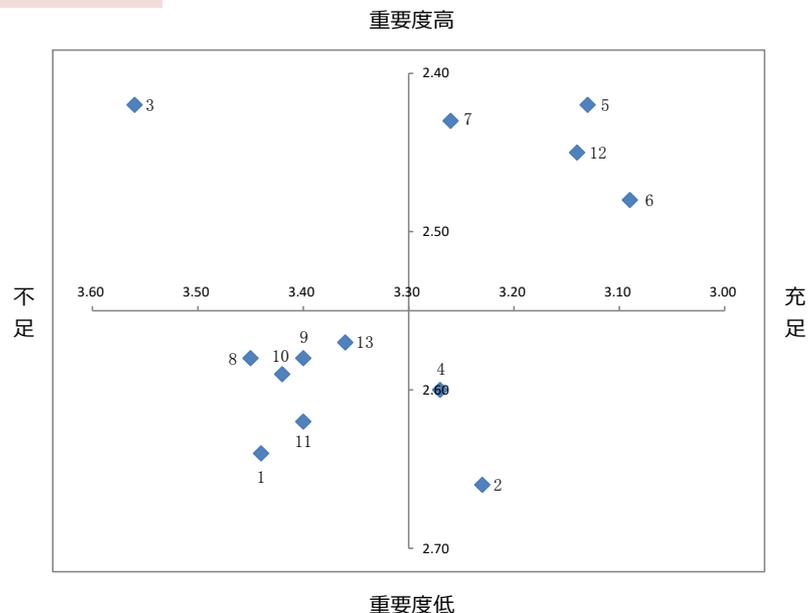
- 5.観光資源や自然環境・景観の保護
- 6.宿泊施設の整備
- 7.観光地の魅力発信
- 12.地域産品のブランド化と販売流通

住民への周知が必要

- 2.観光地と居住地の住み分け
- 4.観光案内所の整備

◆充足度・重要度の相関図 居住地域別

愛媛県



優先して整備が必要

3.二次交通の整備

事業継続

5.観光資源や自然環境・景観の保護
 6.宿泊施設の整備
 7.観光地の魅力発信
 12.地域産品のブランド化と販売流通

整備と周知が必要

1.多言語表記や音声案内ガイド等の整備
 8.外国人観光客への情報発信
 9.体験型観光コンテンツの充実
 10.観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材
 11.ガイド・観光案内ボランティアの育成
 13.持続可能な社会に向けた取り組み

住民への周知が必要

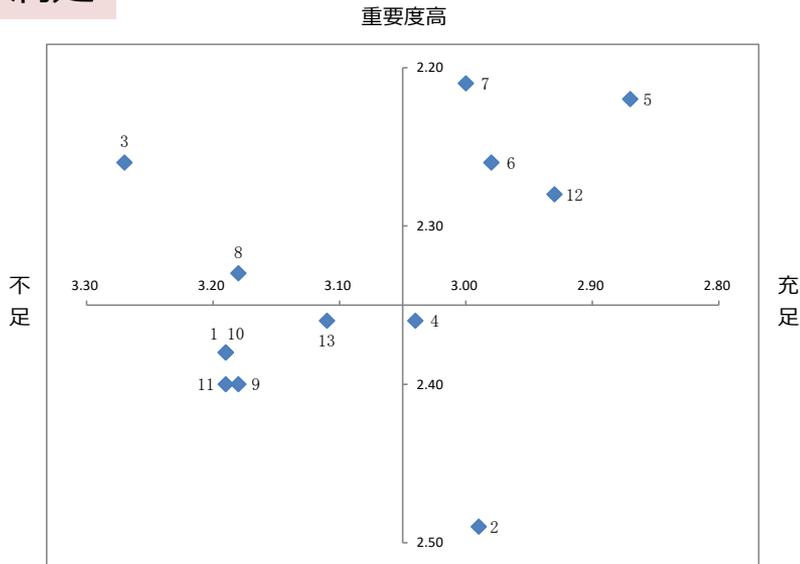
2.観光地と居住地の住み分け
 4.観光案内所の整備

◆充足度・重要度の相関図

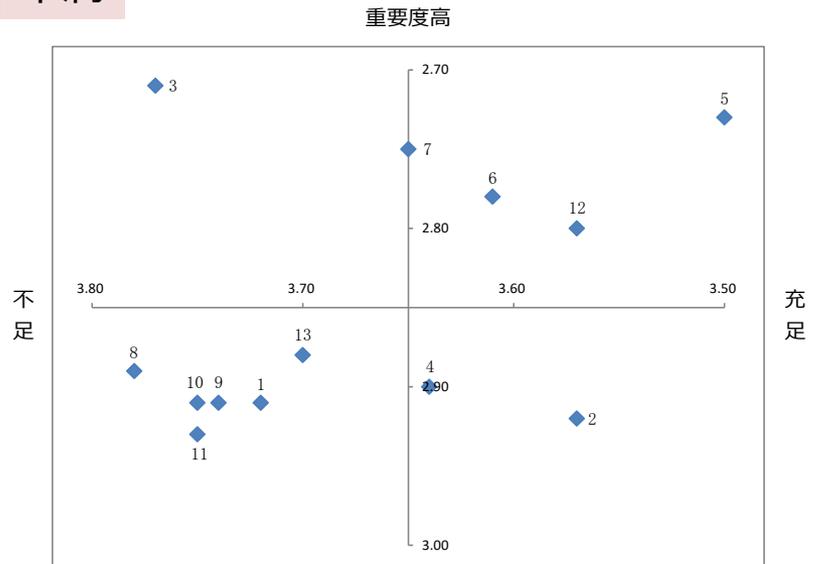
満足度別

経済的な良い影響

満足



不満



優先して整備が必要

- 3.二次交通の整備
- 8.外国人観光客への情報発信

事業継続

- 5.観光資源や自然環境・景観の保護
- 6.宿泊施設の整備
- 7.観光地の魅力発信
- 12.地域産品のブランド化と販売流通

整備と周知が必要

- 1.多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 9.体験型観光コンテンツの充実
- 10.観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材
- 11.ガイド・観光案内ボランティアの育成
- 13.持続可能な社会に向けた取り組み

住民への周知が必要

- 2.観光地と居住地の住み分け
- 4.観光案内所の整備

優先して整備が必要

- 3.二次交通の整備
- 7.観光地の魅力発信

事業継続

- 5.観光資源や自然環境・景観の保護
- 6.宿泊施設の整備
- 12.地域産品のブランド化と販売流通

整備と周知が必要

- 1.多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 8.外国人観光客への情報発信
- 9.体験型観光コンテンツの充実
- 10.観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材
- 11.ガイド・観光案内ボランティアの育成
- 13.持続可能な社会に向けた取り組み

住民への周知が必要

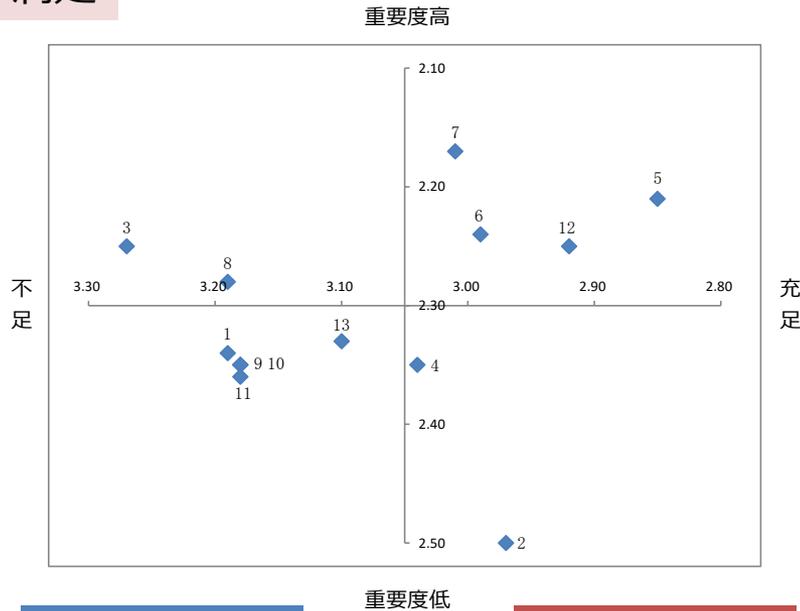
- 2.観光地と居住地の住み分け
- 4.観光案内所の整備

◆充足度・重要度の相関図

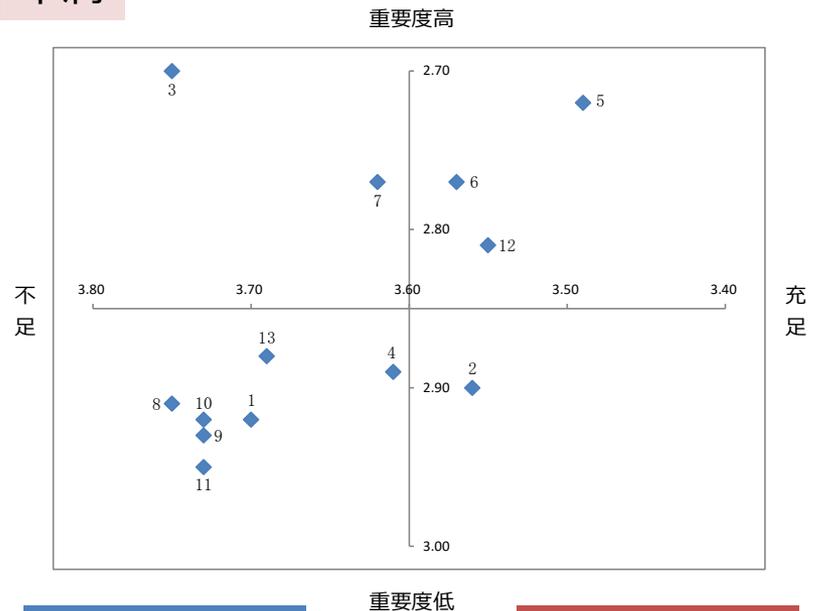
満足度別

精神的な良い影響

満足



不満



優先して整備が必要

- 3. 二次交通の整備
- 8. 外国人観光客への情報発信

事業継続

- 5. 観光資源や自然環境・景観の保護
- 6. 宿泊施設の整備
- 7. 観光地の魅力発信
- 12. 地域産品のブランド化と販売流通

優先して整備が必要

- 3. 二次交通の整備
- 7. 観光地の魅力発信

事業継続

- 5. 観光資源や自然環境・景観の保護
- 6. 宿泊施設の整備
- 12. 地域産品のブランド化と販売流通

整備と周知が必要

- 1. 多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 9. 体験型観光コンテンツの充実
- 10. 観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材
- 11. ガイド・観光案内ボランティアの育成
- 13. 持続可能な社会に向けた取り組み

住民への周知が必要

- 2. 観光地と居住地の住み分け
- 4. 観光案内所の整備

整備と周知が必要

- 1. 多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 4. 観光案内所の整備
- 8. 外国人観光客への情報発信
- 9. 体験型観光コンテンツの充実
- 10. 観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材
- 11. ガイド・観光案内ボランティアの育成
- 13. 持続可能な社会に向けた取り組み

住民への周知が必要

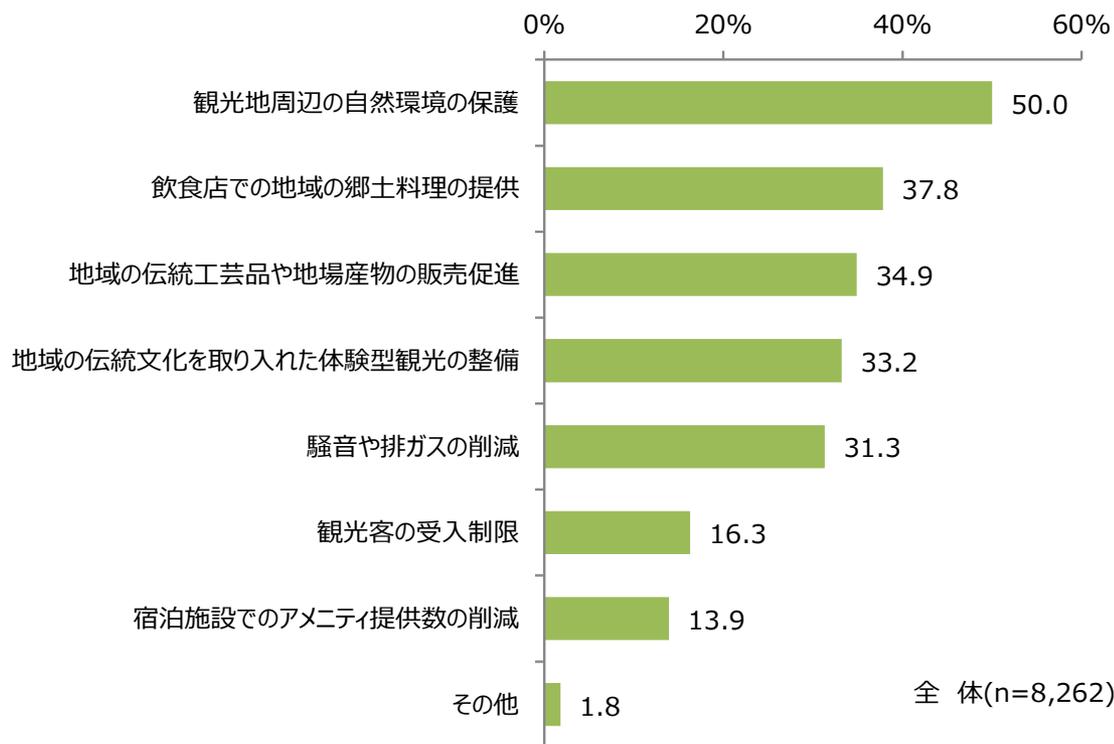
- 2. 観光地と居住地の住み分け

◆サステナブルツーリズムを推進する上で重要だと思う取組

Q9 サステナブルツーリズムを推進する上で、重要だと思う取組はどれですか。(MA)

- 「観光地周辺の自然環境の保護」が最も高く、次いで「飲食店での地域の郷土料理の提供」、「地域の伝統工芸品や地場産物の販売促進」、「地域の伝統文化を取り入れた体験型観光の整備」などとなっている

全体

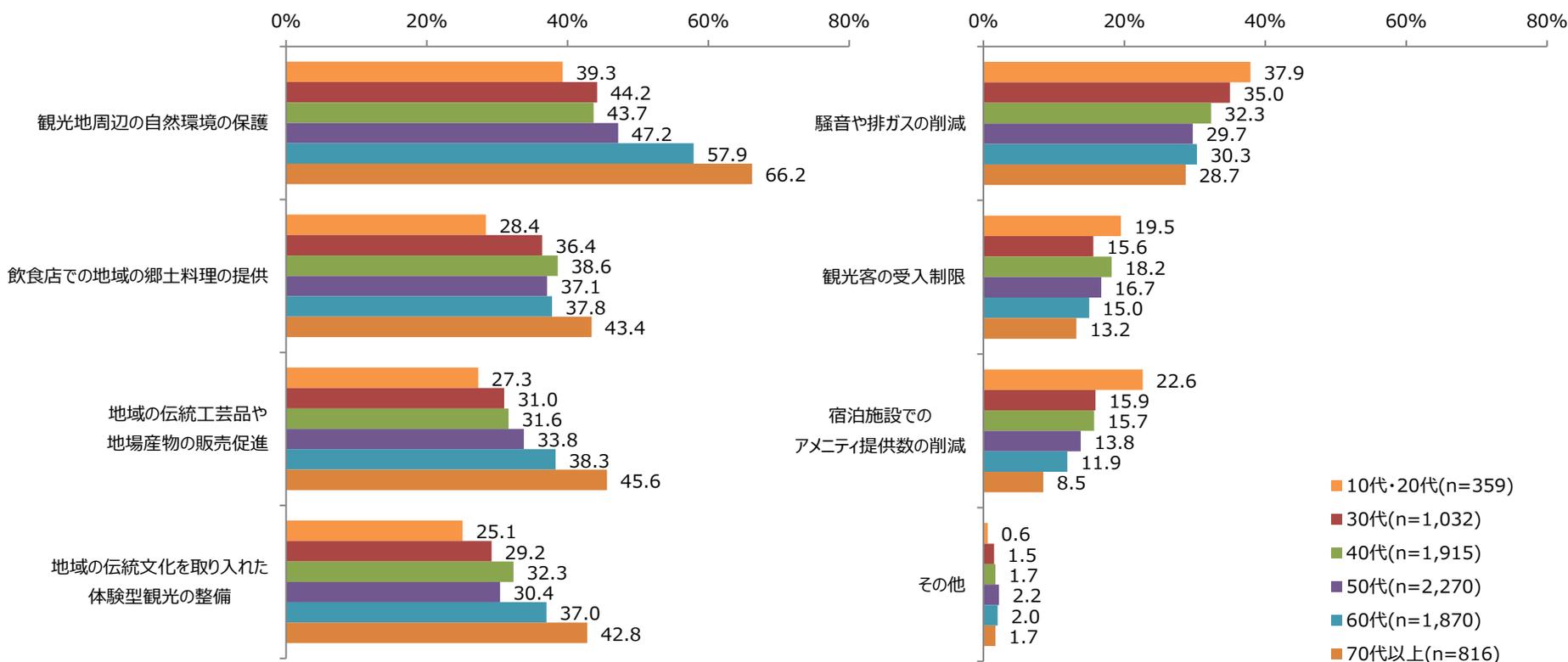


◆サステナブルツーリズムを推進する上で重要だと思う取組

Q9 サステナブルツーリズムを推進する上で、重要だと思う取組はどれですか。(MA)

■「観光地周辺の自然環境の保護」、「飲食店での地域の郷土料理の提供」、「地域の伝統工芸品や地場産物の販売促進」、「地域の伝統文化を取り入れた体験型観光の整備」との回答は70代以上、「宿泊施設でのアメニティ提供数の削減」との回答は10代・20代で最も高くなっている

年代別

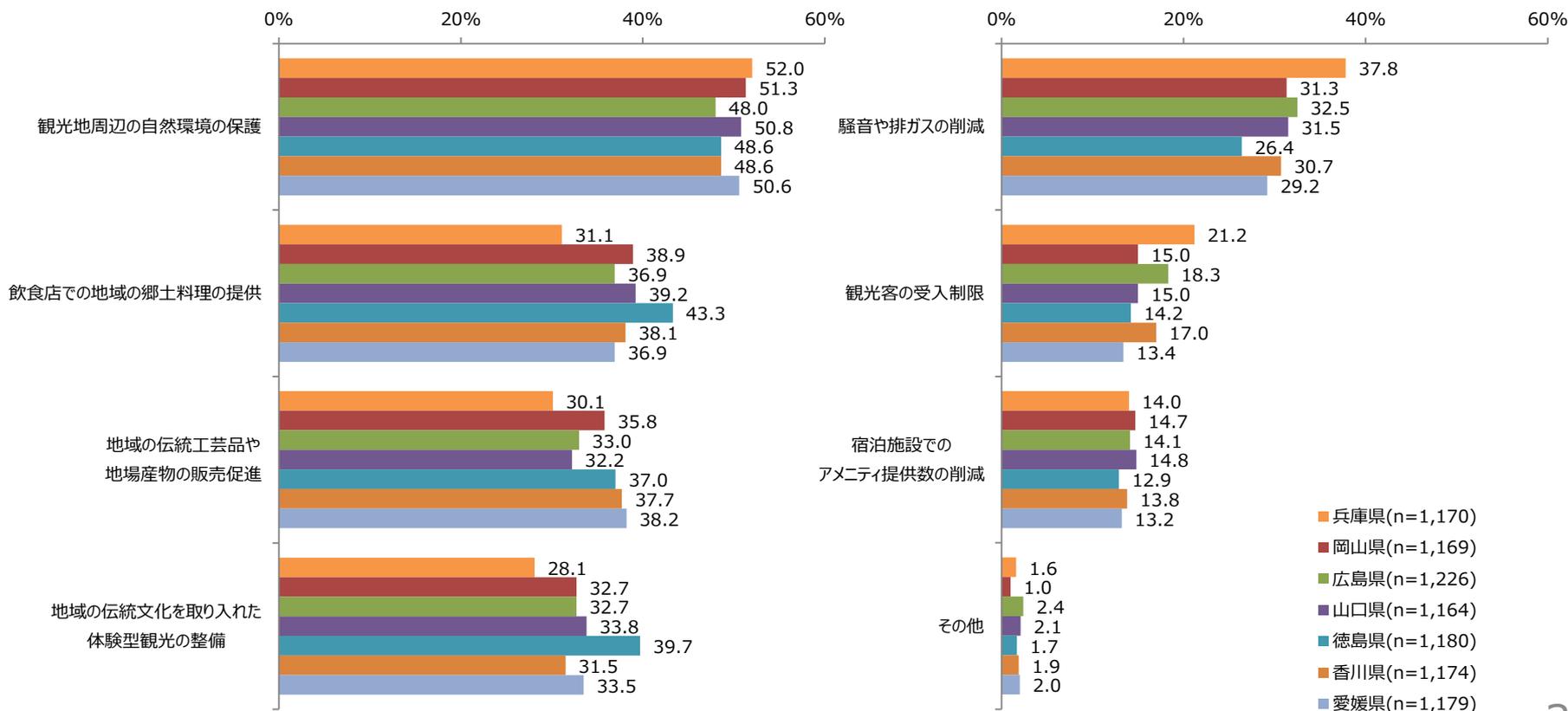


◆サステナブルツーリズムを推進する上で重要だと思う取組

Q9 サステナブルツーリズムを推進する上で、重要だと思う取組はどれですか。(MA)

- 兵庫県では「飲食店での地域の郷土料理の提供」との回答は低くなっているが、「騒音や排ガスの削減」との回答は高くなっている
- 徳島県では「地域の伝統文化を取り入れた体験型観光の整備」との回答が高くなっている

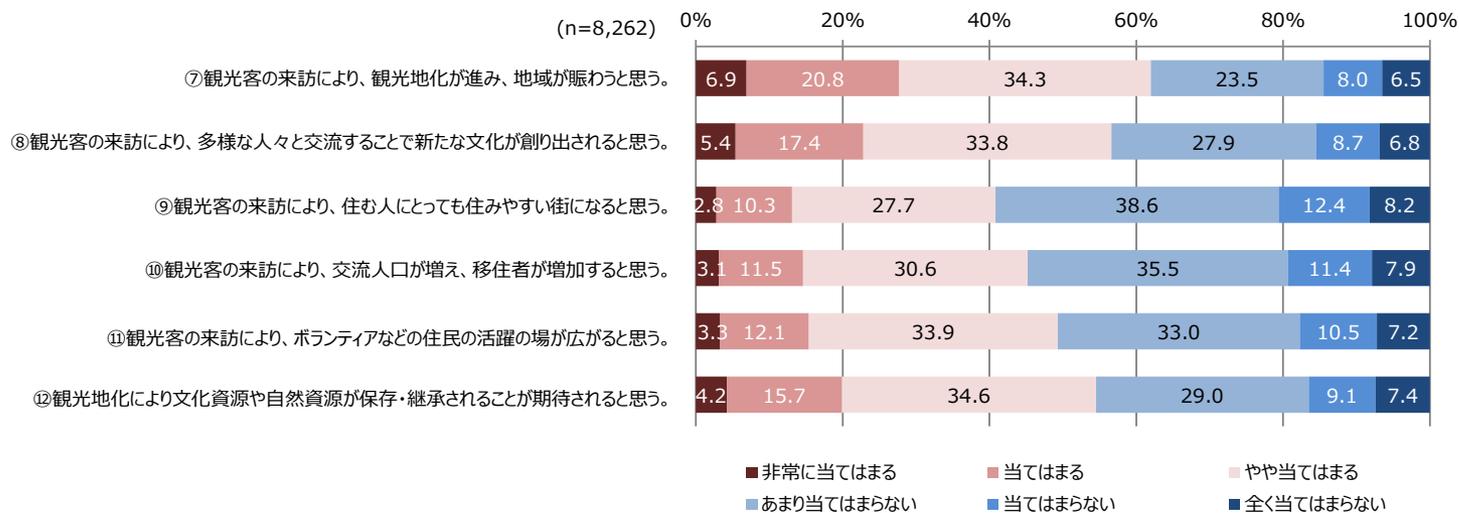
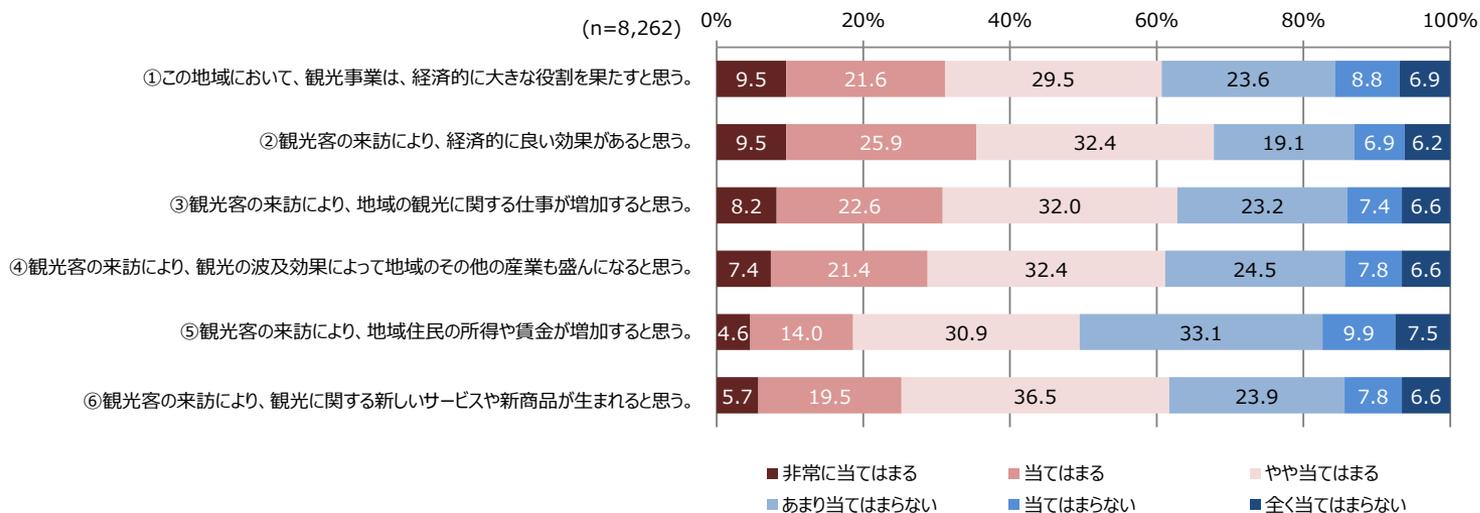
居住地域別



調査結果（資料編）

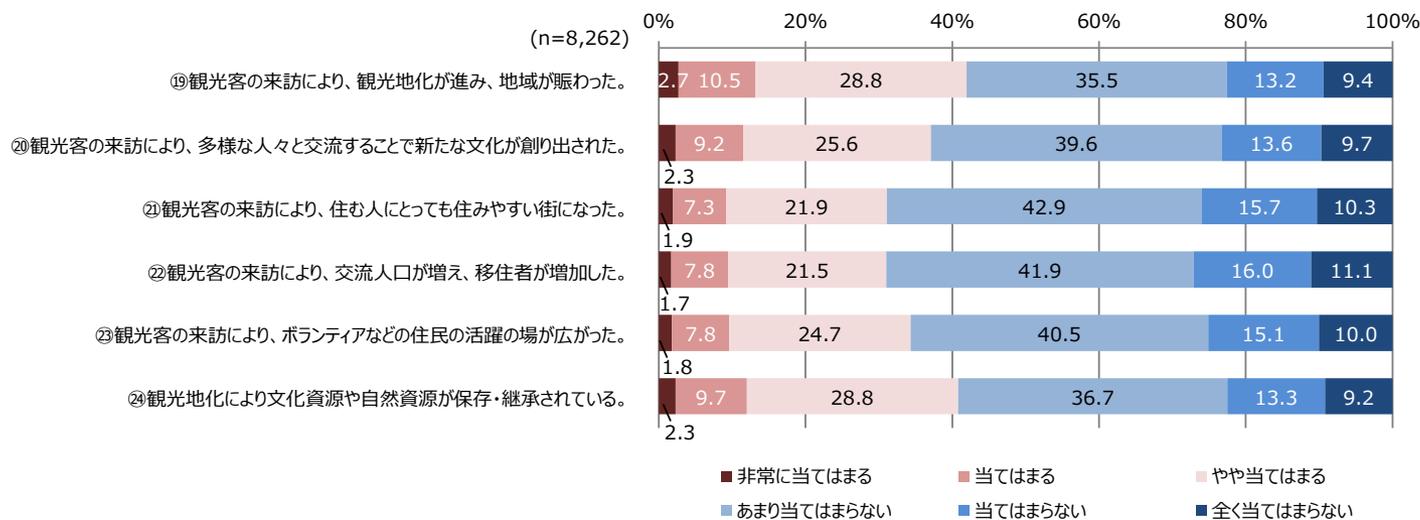
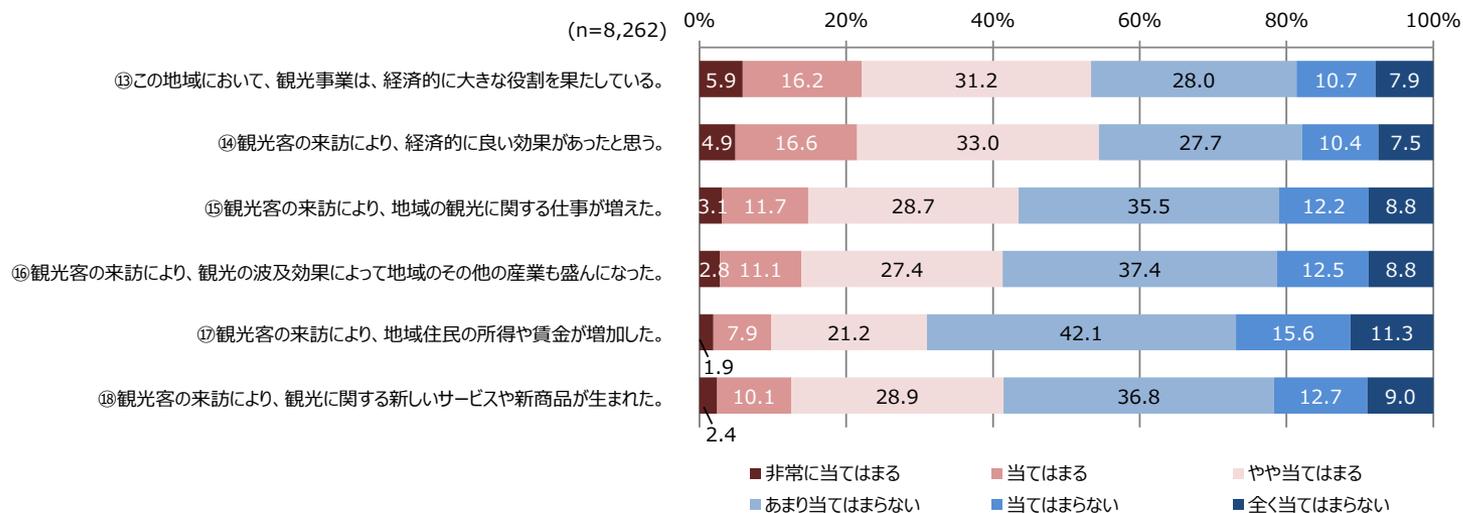
Q3 あなた自身の考えやお住まいの地域（市区町村）において近いものを選択してください。

◆期待度



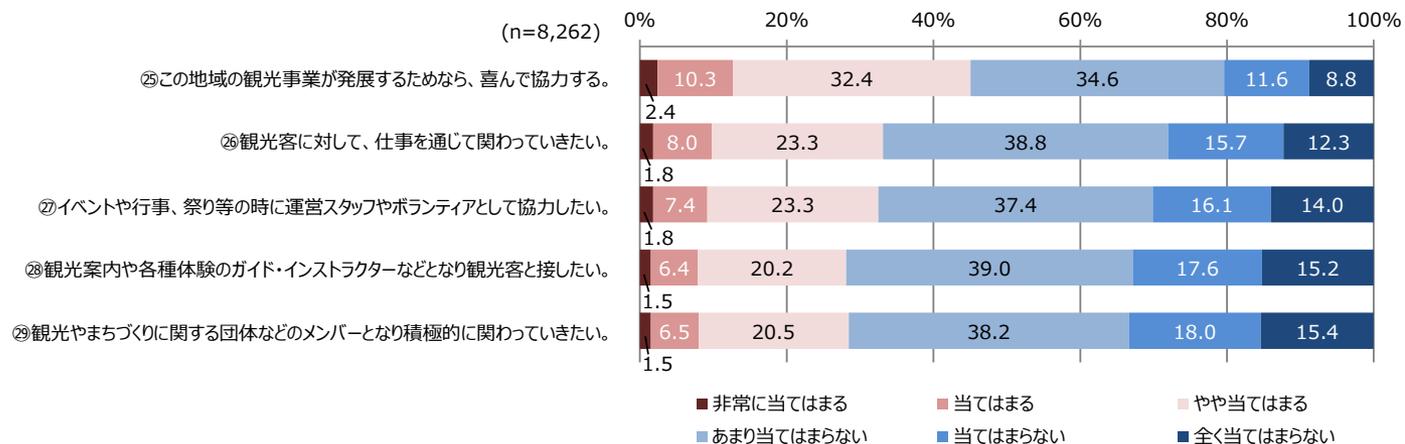
Q3 あなた自身の考えやお住まいの地域（市区町村）において近いものを選択してください。

◆実感度

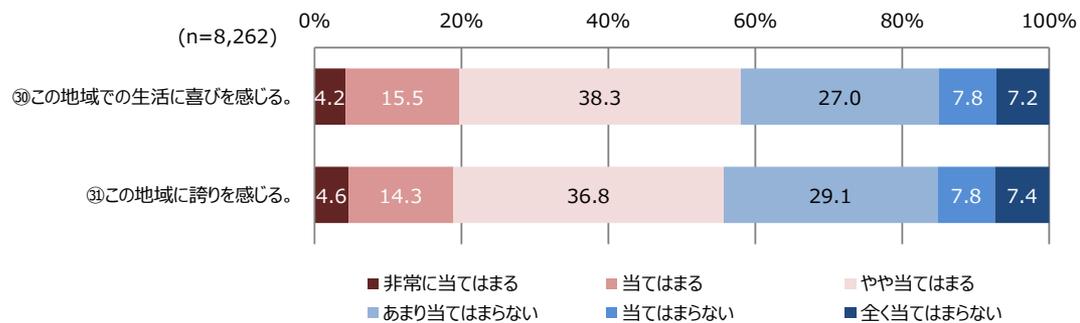


Q3 あなた自身の考えやお住まいの地域（市区町村）において近いものを選択してください。

◆観光客に対する意識

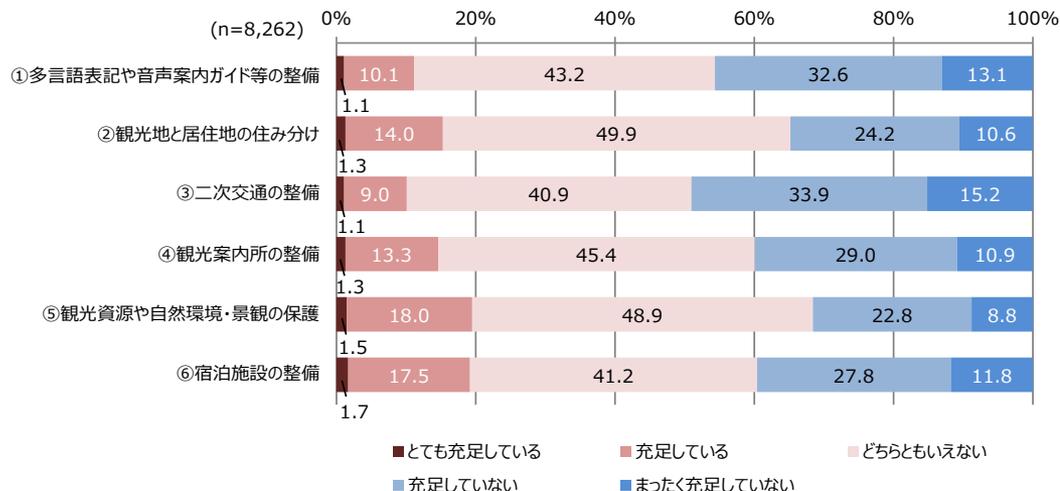


◆愛着度

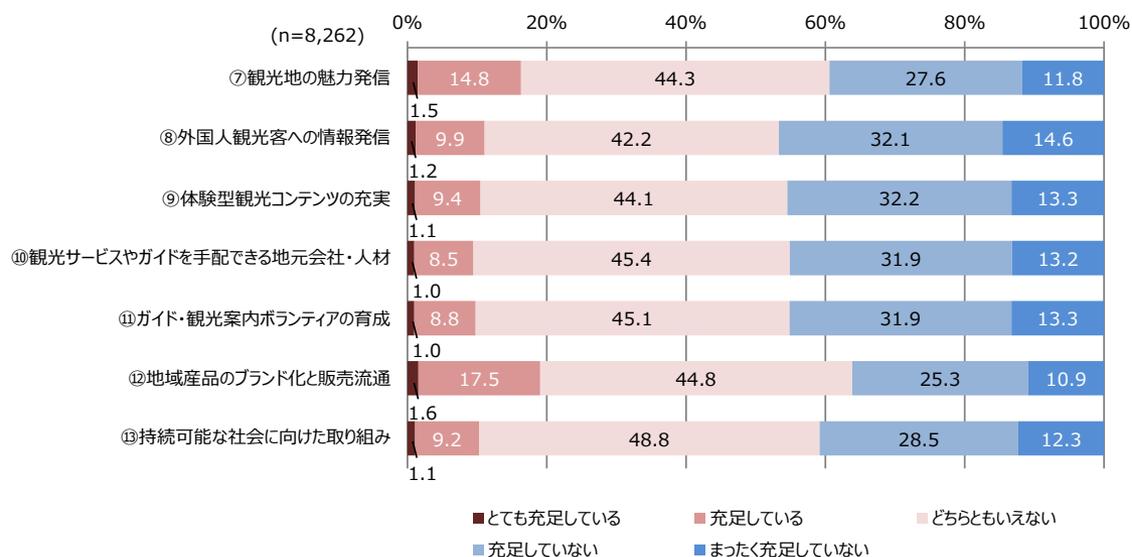


Q6 お住まいの地域（市町村）において、以下の事項は十分整備されていると思いますか。
最も近いものを選択してください。

◆地域における観光施策（ハード）



◆地域における観光施策（ソフト）

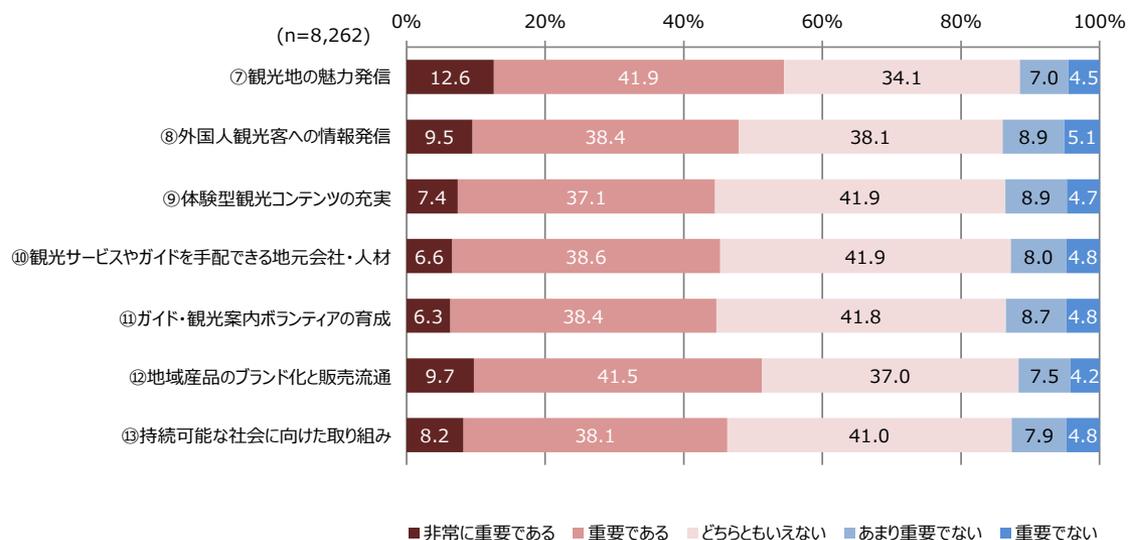


Q7 お住まいの地域（市町村）において、以下の事項は重要だと思いますか。
最も近いものを選択してください。

◆地域における観光施策（ハード）

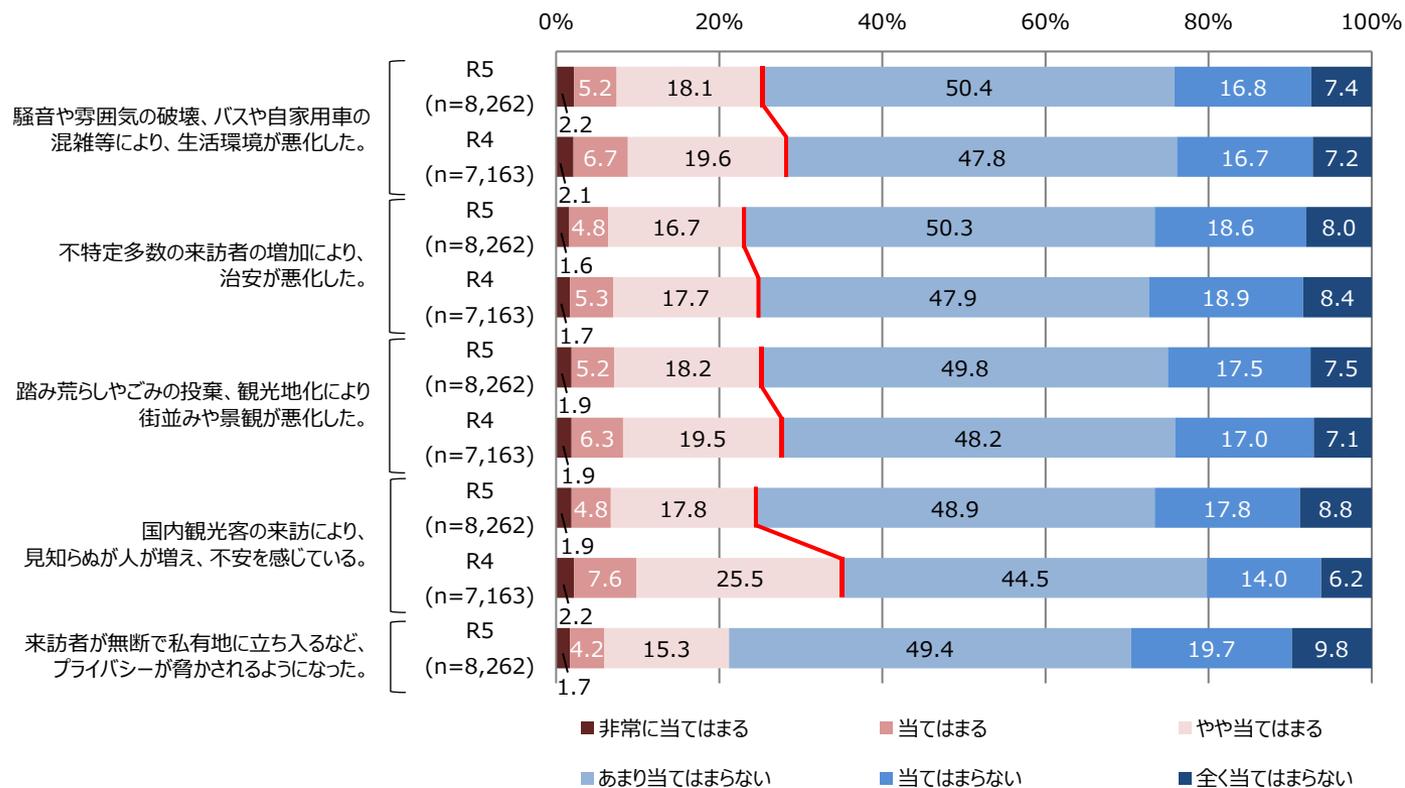


◆地域における観光施策（ソフト）



Q8 お住まいの地域（市町村）において、近いものを選択してください。

◆経年比較



分析結果と課題まとめ

◆分析結果と課題まとめ 総合満足度と期待する効果について

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、前回と比較して上昇していた。「経済面への期待」「地域活性化への期待」「愛着」が高い人は満足度が高くなっており、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。そのため住民に対して、観光客の増加によって地域経済や地域の活性化に良い影響を与えることの周知や、居住地へ愛着を持ってもらえるような取組を重点的に進めていく必要がある。

整備が必要な取組について

13の調査項目における重要度と充足度をまとめると、優先して整備が必要な取組に「二次交通の整備」が挙げられた。観光業に期待する効果においても、「インフラの整備や交通整備が推進される」が上位となっており、住民にとって観光事業の展開においては交通整備が重要であることが示された。

◆分析結果と課題まとめ

ヤドについて

ヤドの課題 サステナブル・ツーリズムの国際的な認証取得

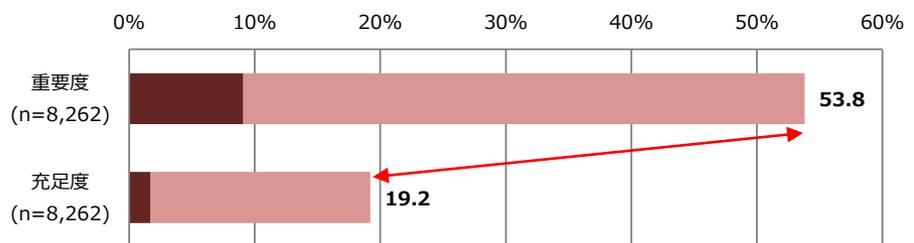
ヨーロッパを始めとした海外の富裕層の顧客はサステナブル・ツーリズムの意識が高いが、エリア内の宿泊施設においては、国際的な認証制度を受けている宿泊施設は少ない。このため、宿泊施設に対して、こうした認証制度取得を促進していく必要がある。

(「せとうちエリア」における高付加価値なインバウンド観光地づくりマスタープラン より)

今回の調査では「ヤド」=「宿泊施設の整備」は『重要である』が53.8%、『充足している』が19.2%であり、その差は34.6ポイントであった。

サステナブルツーリズムを推進するために必要な取組について年代別にみると「宿泊施設でのアメニティ提供数の削減」との回答が他の年代と比べ10・20代で高くなっている。今後宿泊施設におけるサステナブルツーリズムに対する取組を推進するにあたっては、10代や20代の若年層が多く利用する宿泊施設で展開することが有効であると考えられる。

■「宿泊施設の整備」重要度と充足度

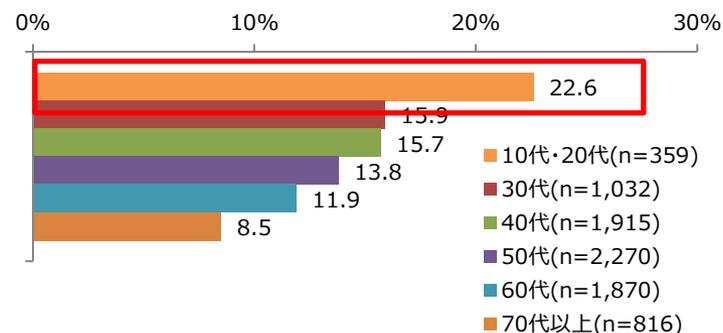


重要度と充足度のギャップ **34.6** pt

※数値が大きいほど重要度と充足度のギャップが大きい

■ 宿泊施設でのアメニティ提供数の削減

・10代・20代での回答が他の世代に比べて高くなっている



(「サステナブルツーリズムを推進するために必要な取組」で回答した人の割合)

◆分析結果と課題まとめ

ヒトについて

ヒトの課題 ガイドの人手不足

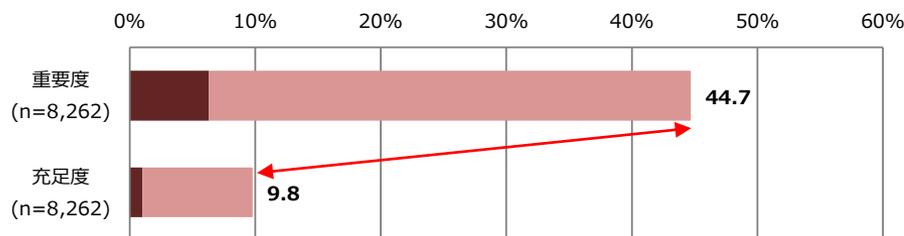
エリア内に高付加価値旅行者に対応するガイドが不足していることから、今後、誘致を進めていくに当たって、旅行者の特性や地域の観光資源等に深い理解を持つ担い手を確保していく日長がある。

(「せとうちエリア」における高付加価値なインバウンド観光地づくりマスタープラン より)

「ヒト」=「ガイド・観光案内ボランティアの育成」は『重要である』が44.7%、『充足している』が9.8%であり、その差は34.9ポイントであった。

職業別にみると観光関連事業者・部署の方が充足度は高くなっているものの、せとうちDMOが「ヒト」で課題としている「ガイドの人手不足」にみられるように『充足している』との回答が2割弱に留まっていることから、引き続き整備が必要である。

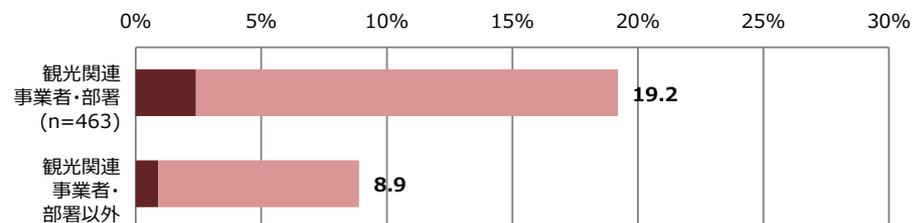
■「ガイド・観光案内ボランティアの育成」重要度と充足度



重要度と充足度のギャップ **34.9** pt

※ポイント数が多いほど重要度と充足度のギャップが大きい

■「ガイド・観光案内ボランティアの育成」充足度 (観光関連事業別)



・観光関連事業者・部署はそれ以外と比較して『充足している』との回答が高くなっている⇔2割弱に留まっている

◆分析結果と課題まとめ

ウリについて

ウリの課題 プロモーションの不足

各地域においては、これまでもインバウンド向けのプロモーションを実施しているが、高付加価値旅行者に訴求するためのものでないことに加え、各地に点在するコンテンツを地域ごとに実施していることから、まとまりをもってコアバリューや滞在価値を発信していく必要がある。

(「せとうちエリア」における高付加価値なインバウンド観光地づくりマスタープラン より)

体験型コンテンツの主たるターゲットとなる外国人観光客への情報発信については、アンケートでは『重要である』が47.9%、『充足している』が11.1%であり、その差は36.8ポイントであった。同様に「ウリ」=「体験型観光コンテンツの充実」についても、『重要である』が44.5%、『充足している』が10.5%であり、その差は34.0ポイントであった。

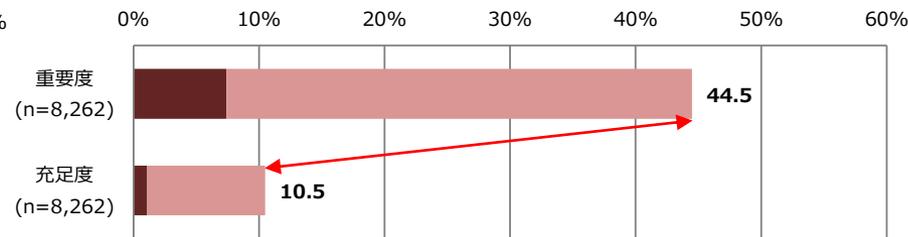
体験型観光コンテンツの整備を進めるとともに、せとうちDMOが「ウリ」で課題としているインバウンド向けの「プロモーションの不足」についても、住民に対する周知と整備を進めることが必要であると考えられる。

■「外国人観光客への情報発信」重要度と充足度



重要度と充足度のギャップ **36.8** pt

■「体験型観光コンテンツの充実」重要度と充足度



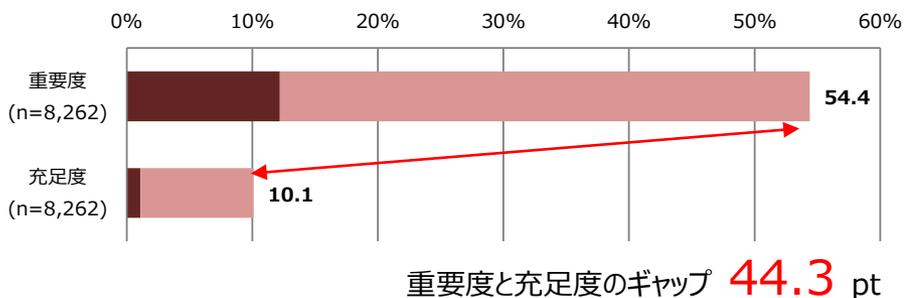
重要度と充足度のギャップ **34.0** pt

◆分析結果と課題まとめ

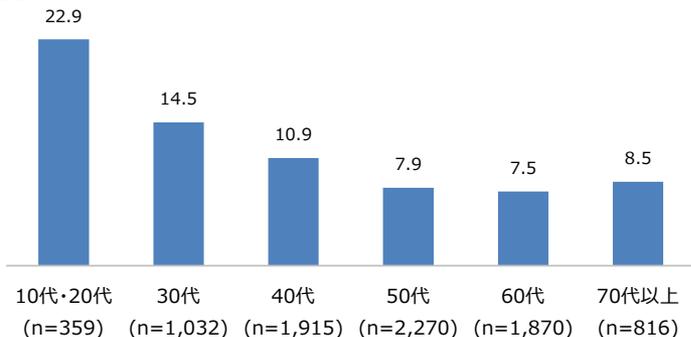
アシについて

「アシ」=「二次交通の整備」は『重要である』が54.4%、『充足している』が10.1%であり、その差は44.3ポイントであった。重要度と充足度のギャップが他の項目と比較して大きく、住民にとって観光事業の促進のためには重要であると認識されているにもかかわらず、不十分であると捉えられている。そのため今後優先的な整備が必要な取組だといえる。観光地の地域別でみると充足度に地域差がみられ、高い兵庫県と最も低い徳島県を比較すると17.1ptとなっている。地域によって二次交通の整備の充足度に差があるため、地域特性に応じた取組を展開する必要がある。

■「二次交通の整備」重要度と充足度

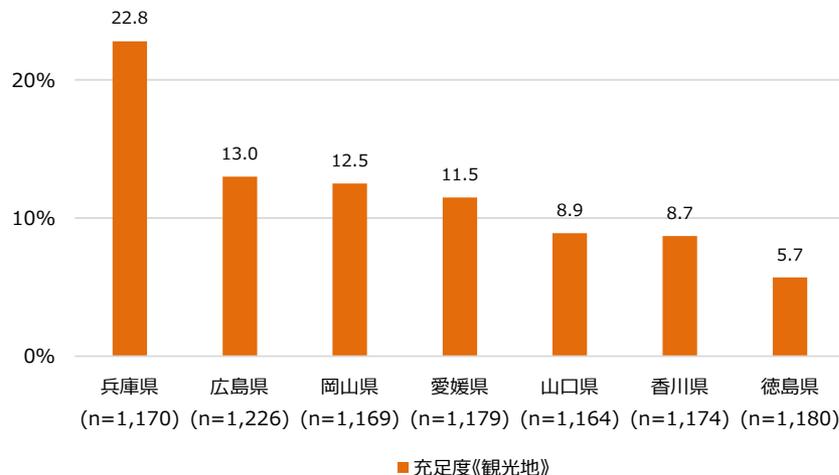


■【参考】年代別



・「二次交通の整備」は年代が上がるにつれて充足度が低くなっている

■「二次交通の整備」の充足度（地域別）



※ポイント数が大きいほど重要度と充足度のギャップが大きい

◆分析結果と課題まとめ

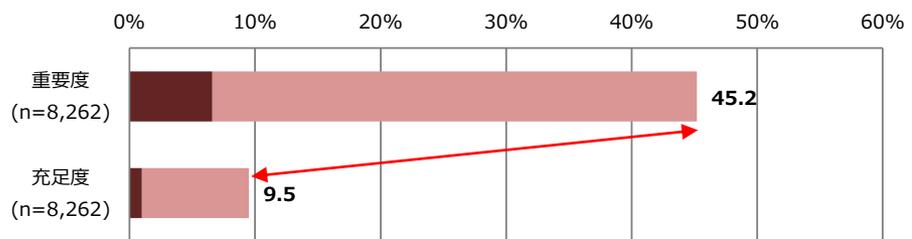
コネについて

「コネ」=「観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材」は『重要である』が45.2%、『充足している』が9.5%であり、その差は35.7ポイントであった。

一方で職業別でみると観光関連事業者・部署ではそれ以外の人と比較して「充足している」との回答割合が高く、地域別では観光地ではそれ以外の地域の住民と比較して「充足している」との回答割合が高かった。

観光地やそれら関連部署においては比較的充足していることがうかがえるが、「十分充足している」との回答は全体の1割にも満たないため、引き続き整備が必要である。

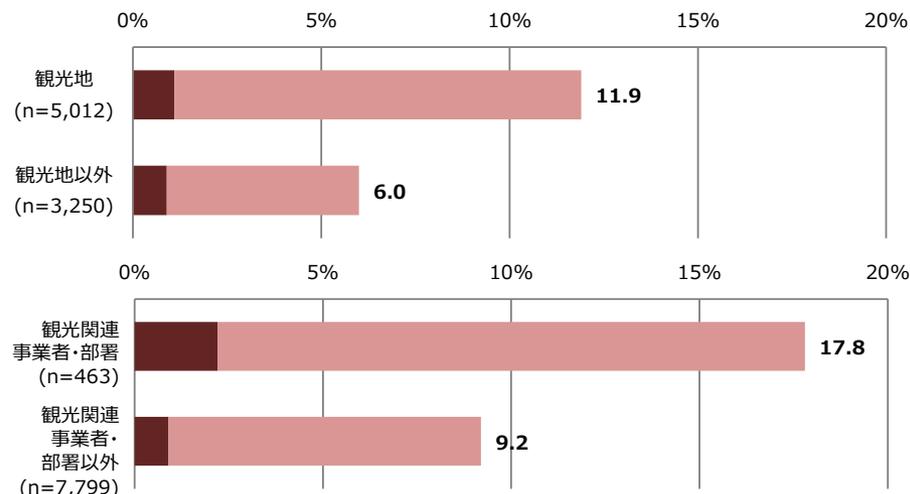
■「観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材」重要度と充足度



重要度と充足度のギャップ **35.7** pt

※ポイント数が多いほど重要度と充足度のギャップが大きい

■「観光サービスやガイドを手配できる地元会社・人材」重要度と充足度（観光関連事業 / 観光地域別）



・観光地ならびに観光関連事業者・部署ではそれ以外と比較して『充足している』との回答が高くなっているが、全体の2割にも満たない