



"Fielding for REALITY"

令和7年度 住民満足度調査報告書

令和8年1月

目次

	Page
I 調査概要	2
II 調査結果(サンプル構成)	7
III 調査結果	9
1 地域の現状評価	10
2 オーバーツーリズム	15
3 持続可能な観光地づくり	19
4 行政の評価	25
5 住民満足度 KPI	30
6 地域観光地への関与	37
7 地域の持続性に関する住民意識	40
IV 分析結果と課題まとめ	48

I 調査概要

調査目的

せとうち観光推進機構では、訪日外国人旅行者の広域的な周遊観光を促進するため、せとうち地域の認知度向上を図るとともに、リピーター客の獲得を目指している。リピーター客の獲得にむけて訪日外国人旅行者の満足度を高めるためには、観光事業者はもとより、瀬戸内地域内の幅広い関係者や住民を巻き込んだ取り組みが不可欠であり、地域が一体となって、観光振興及び地域経済の活性化を目指すマインドを醸成していく必要がある。

そこで、せとうち7県の住民等を対象にWebアンケートを実施し、住民の「観光」に対する意識や価値観、持続可能な観光に対する満足度やその要因等を把握することで、観光施策を立案するうえで目指すべき方向性を定める。

調査種別

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7年9月19日～令和7年10月10日
- ・ 配信地域：せとうち地方7県（兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、愛媛県、香川県）
九州地方 7県 ※せとうち地方、九州地方それぞれに「観光地」と「観光地以外」の2区分で調査
- ・ 有効回収数：せとうち地方 7,165サンプル / 九州地方 1,569サンプル

◆観光地の定義について

本調査においては、広域観光拠点地区市町（14県43市町）を観光地と表記している。
各県の観光地は図のとおりとなっている。

せとうち地方

兵庫県	n= 1,032	
観光地	n= 619	神戸市、姫路市、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（36市町）
岡山県	n= 1,028	
観光地	n= 677	岡山市、倉敷市、備前市
観光地以外	n= 351	岡山県上記以外市町（24市町村）
広島県	n= 1,038	
観光地	n= 630	広島市、廿日市市、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= 1,006	
観光地	n= 602	下関市、山口市、岩国市、萩市
観光地以外	n= 404	山口県上記以外市町（14市町）
徳島県	n= 1,018	
観光地	n= 615	徳島市、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）
愛媛県	n= 1,038	
観光地	n= 622	松山市、今治市、大洲市、喜多郡内子町
観光地以外	n= 416	愛媛県上記以外市町（16市町）
香川県	n= 1,005	
観光地	n= 701	高松市、小豆郡小豆島町、小豆郡土庄町、仲多度郡琴平町、香川県直島町
観光地以外	n= 304	香川県上記以外市町（12市町）

九州地方

（ベンチマーク調査）

福岡県	n= 233	
観光地	n= 125	福岡市、北九州市
観光地以外	n= 108	福岡県上記以外市町（58市町）
佐賀県	n= 220	
観光地	n= 110	佐賀市、鳥栖市
観光地以外	n= 110	佐賀県上記以外市町（18市町）
長崎県	n= 209	
観光地	n= 107	長崎市、佐世保市
観光地以外	n= 102	長崎県上記以外市町（19市町）
熊本県	n= 240	
観光地	n= 119	熊本市、阿蘇市
観光地以外	n= 121	熊本県上記以外市町（44市町）
大分県	n= 218	
観光地	n= 114	大分市、別府市
観光地以外	n= 104	大分県上記以外市町村（16市町村）
宮崎県	n= 227	
観光地	n= 120	宮崎市、日南市
観光地以外	n= 107	宮崎県上記以外市町村（17市町村）
鹿児島県	n= 222	
観光地	n= 116	鹿児島市、霧島市
観光地以外	n= 106	鹿児島県上記以外市町村（41市町村）

◆分析フロー

仮説形成

机上調査、前回調査の結果から、仮説の検討を行った



調査

せとうち地方7県、九州地方7県 計8,734名に調査を実施



単純集計

各設問ごとに集計を実施



クロス集計

居住地域別、観光地別、愛着度別、総合満足度別などのクロス集計を実施



要因分析

地域への愛着度や経済的・精神的な満足度による総合満足度への影響を検討した

◆調査項目一覧

SC 1 …居住地の郵便番号

SC 2 …回答者の職業

1. 地域の現状評価

Q 1 …観光客が来ることに対する考え方

Q 2 …観光客のマナー

Q 3 …居住地について

2. オーバーツーリズム

Q 4 …居住地が「オーバーツーリズム」になっている実感

Q 5 …観光客増加で困っていること

3. 持続可能な観光地づくり

Q 6 …「持続可能な観光地」としての満足度

Q 7 …「持続可能な観光地」として備えるべきこと

Q 8 …「持続可能な観光地」を形成するためにすべきこと

4. 行政の評価

Q 9 …居住地における観光施策の重要度

Q10…居住地における観光施策の充足度

5. 住民満足度 **KPI**

Q11…地域の観光業に対する満足度と愛着度

6. 地域観光地への関与

Q12…居住地の観光地への来訪頻度

Q13…居住地の観光地に対する愛着度

7. 地域の持続性に関する住民意識

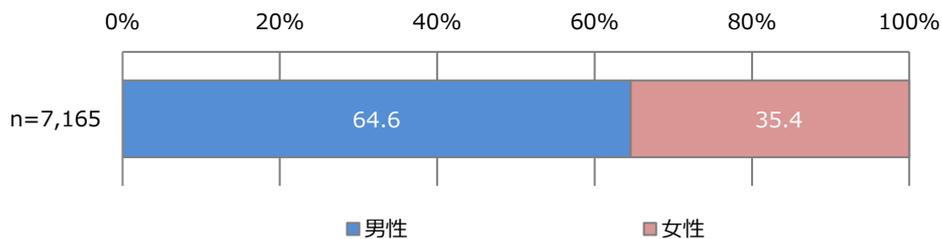
Q14 …普段の生活の中で行っている取組

Q15 …観光業の発展につながると思う行動

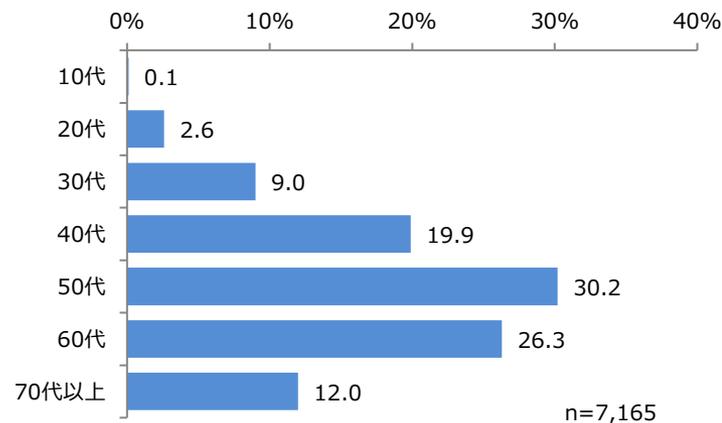
Ⅱ 調査結果（サンプル構成）

◆サンプル構成（せとうち地方）

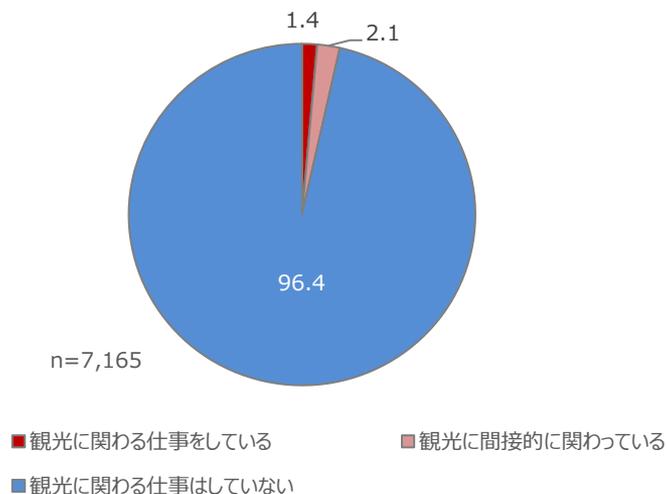
①性別（1つだけ選択：以下「SA」と表記）



②年代（SA）



③職業（SA）



④居住地域（SA）

せとうち地方			九州地方		
	n数	構成比		n数	構成比
兵庫県	1,032	11.8%	福岡県	233	2.7%
岡山県	1,028	11.8%	佐賀県	220	2.5%
広島県	1,038	11.9%	長崎県	209	2.4%
山口県	1,006	11.5%	熊本県	240	2.7%
徳島県	1,018	11.7%	大分県	218	2.5%
愛媛県	1,038	11.9%	宮崎県	227	2.6%
香川県	1,005	11.5%	鹿児島県	222	2.5%
合計	7,165	82.0%	合計	1,569	18.0%

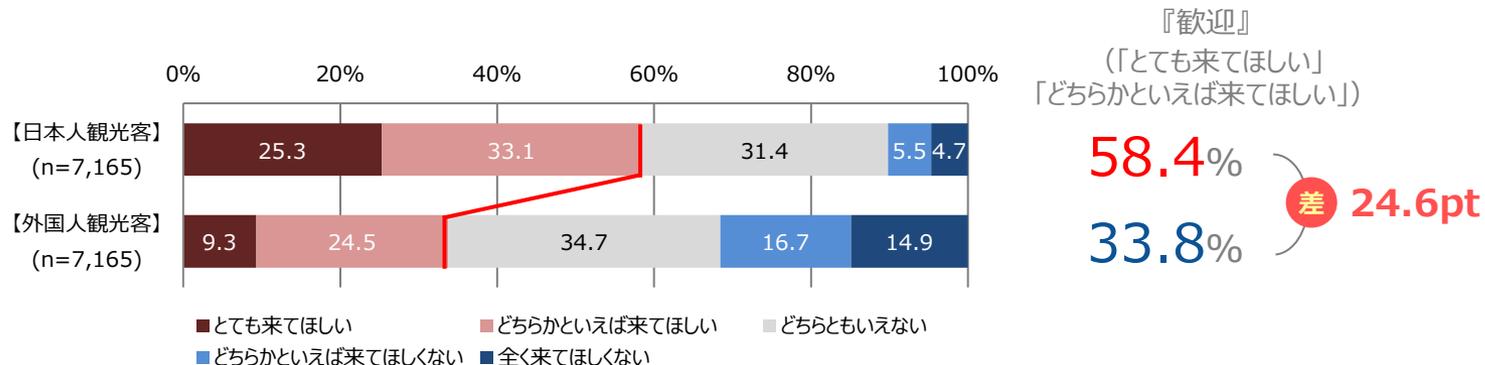
n=8,734

Ⅲ 調査結果

1. 地域の現状評価【観光客(日本人/外国人)が来ることに対する考え方】

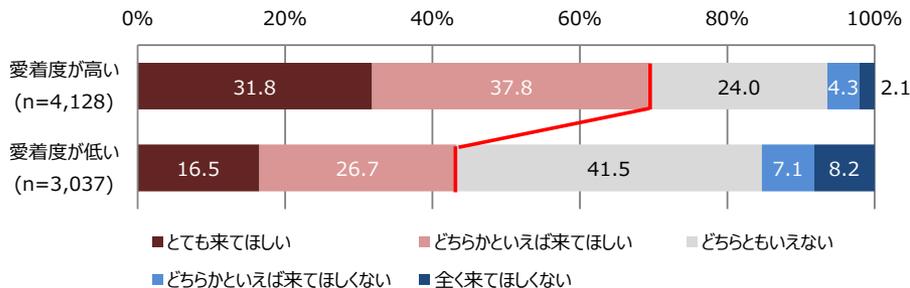
せとうち地方

Q1 お住まいの地域に観光客が来ることについて、あなたはどうお考えですか。(SA)



■ 日本人観光客を『歓迎』している人は約6割である一方、外国人観光客を『歓迎』している人は約3割にとどまった。

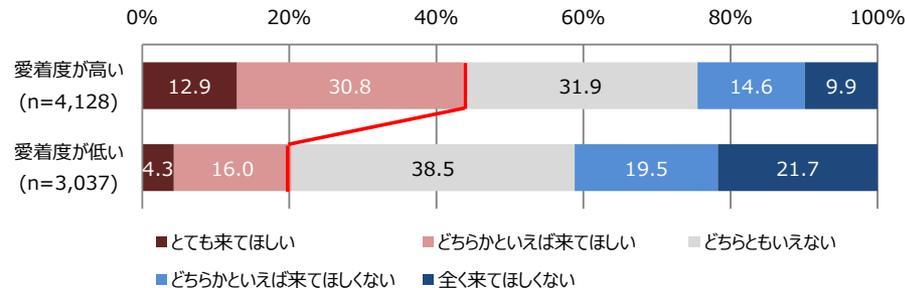
日本人観光客



『歓迎』

愛着度高 69.6% 愛着度低 43.2%

外国人観光客



『歓迎』

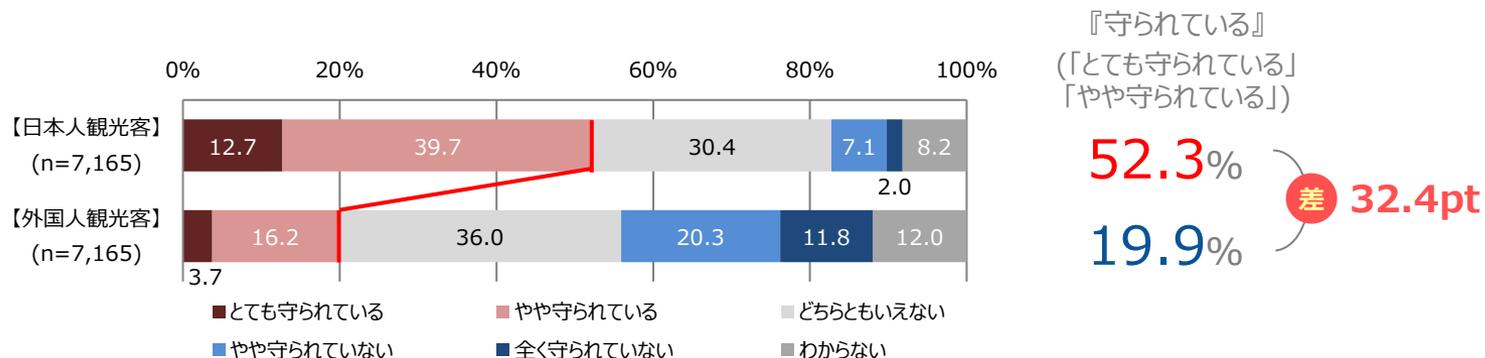
愛着度高 43.7% 愛着度低 20.3%

※『当てはまる』『当てはまらない』など回答をまとめた数値は、小数点第二位を四捨五入して算出しているため、それぞれの%の合計とならない場合がある。(以下同じ)

■ 地域への愛着度が高い人ほど、日本人・外国人観光客ともに『歓迎』する割合が高く、愛着度の高低によって20ポイント以上の差がみられた。

1. 地域の現状評価【観光客のマナー】

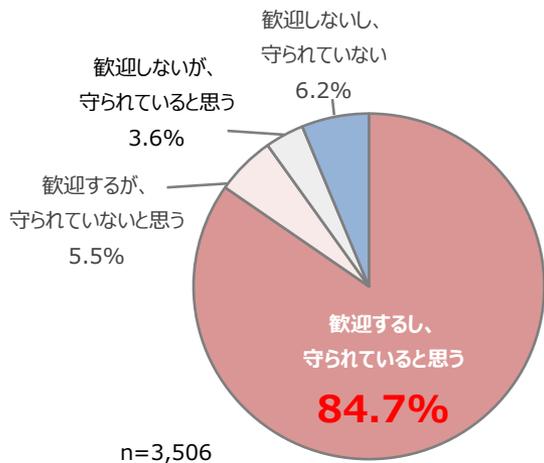
Q2 あなたは、地域で見かける観光客のマナーについて、どのように感じていますか。(SA)



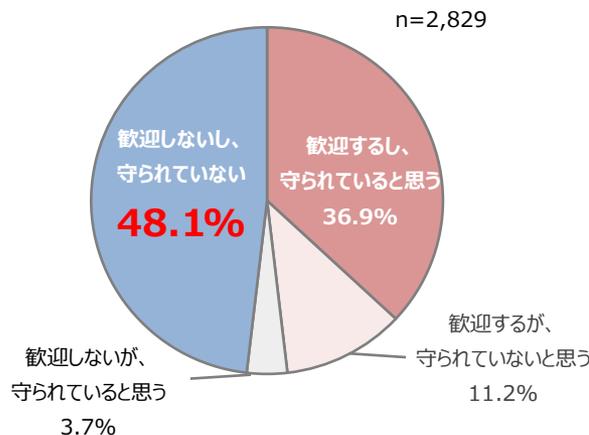
■ 日本人観光客について『守られている』と感じている人は約5割であったが、外国人観光客では約2割にとどまった。

歓迎度×マナー順守の実感度

日本人観光客



外国人観光客



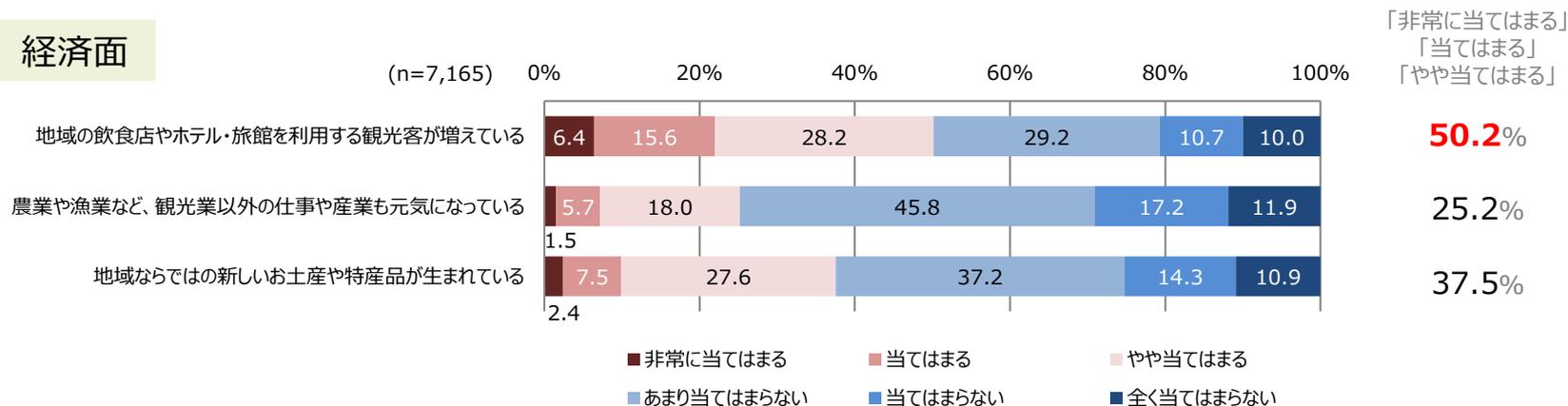
■ 日本人観光客では「歓迎するし守られていると思う」が8割台半ばと最も高くなっている。一方、外国人観光客では「歓迎しないし守られていない」が約5割と高くなっており、評価が低い傾向がみられた。

※「どちらともいえない」をのぞいて集計

1. 地域の現状評価【居住地域について】

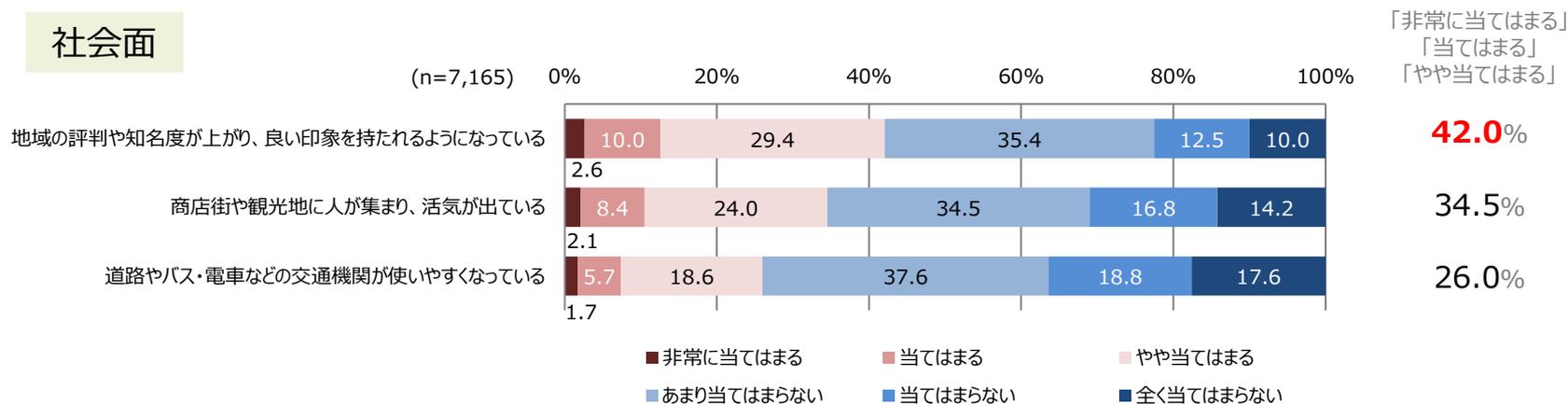
Q3 近年、お住まいの地域では、暮らしや街の様子に次のような変化を感じますか。(SA)

経済面



■ 経済面では、「地域の飲食店や宿泊施設を利用する観光客が増えている」と感じている人が約5割と最も高かった。

社会面

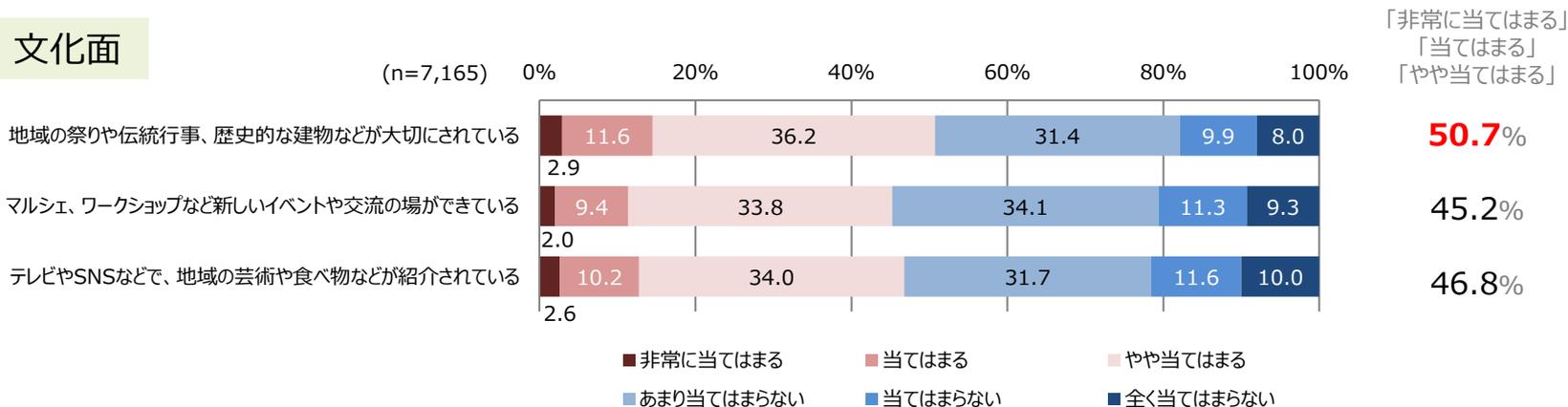


■ 社会面では、「地域の評判や知名度が上がり、良い印象を持たれるようになっていく」と感じている人が約4割と最も高かった。

1. 地域の現状評価 【居住地域について】

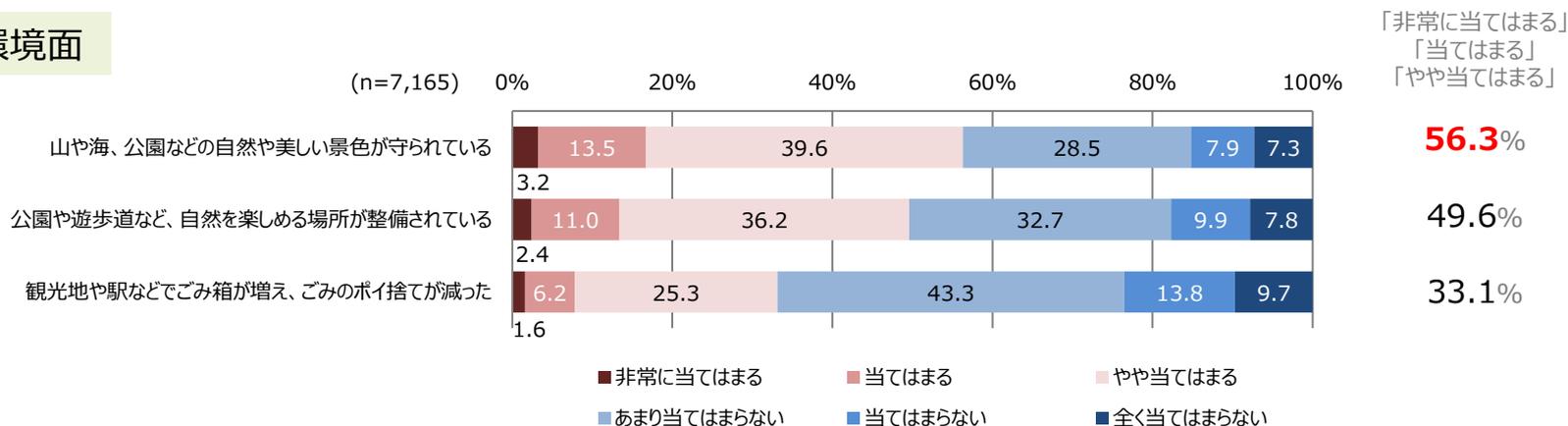
Q3 近年、お住まいの地域では、暮らしや街の様子に次のような変化を感じますか。(SA)

文化面



■文化面では、「地域の祭りや伝統行事、歴史的資源が大切にされている」など、いずれも4割台半ば～5割台と大きな差はみられなかった。

環境面



■環境面では、「山や海、公園などの自然や美しい景色が守られている」と感じている人が5割台半ばと特に高かった。

1. 地域の現状評価 【まとめ】

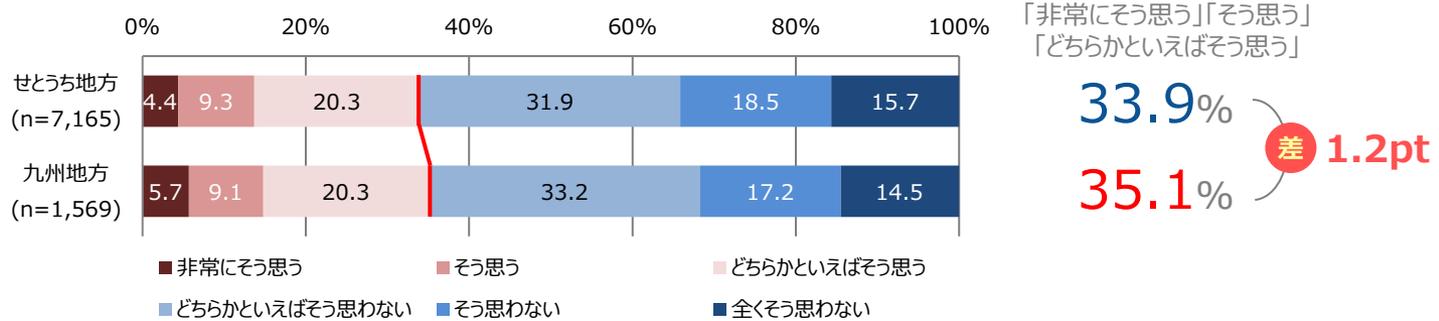
- 地域に観光客が来ることに対する意識は、日本人観光客と外国人観光客で大きく異なっていた。日本人観光客については、回答者の半数以上が『歓迎』している一方、外国人観光客では『歓迎』している人は約3割にとどまった。また、地域への愛着度が高い人ほど観光客を歓迎する傾向がみられ、観光客の受容には、地域への愛着が関係していることが示唆された。
- 観光客のマナーに関しても、日本人観光客では比較的良好な評価が得られた一方で、外国人観光客では「マナーが守られていない」と感じる人が多く、歓迎度の低さとあわせて、外国人観光客に対する印象が厳しいことが明らかになった。これは、報道などを通じて拡散されている迷惑行為のイメージや、生活圏への影響が要因の一つである可能性があり、後述するオーバーツーリズムの問題とも関連すると考えられる。
- 暮らしや街の変化については、飲食店や宿泊施設の利用増加、地域の知名度向上、文化資源や自然環境の保全など、住民の日常生活の中で実感しやすい項目において、比較的高い評価が得られた。一方で、観光業以外の産業への波及効果や交通利便性の向上などについては、十分な実感には至っていない状況がうかがえる。
- 以上より、地域の現状評価として、観光による一定の効果は認識されているものの、その受け止め方には観光客の属性による差が存在していることが分かった。今後は、外国人観光客に対するマナー啓発や情報提供の充実を図るとともに、住民の地域への愛着を高め、観光を「自分たちの地域の価値」として共有できる環境づくりが、観光の持続可能性を高める上で重要である。

2. オーバーツーリズム【「オーバーツーリズム」になっている実感】

Q 4 お住まいの地域（市区町村）では、オーバーツーリズム※となっていると思いますか。（SA）

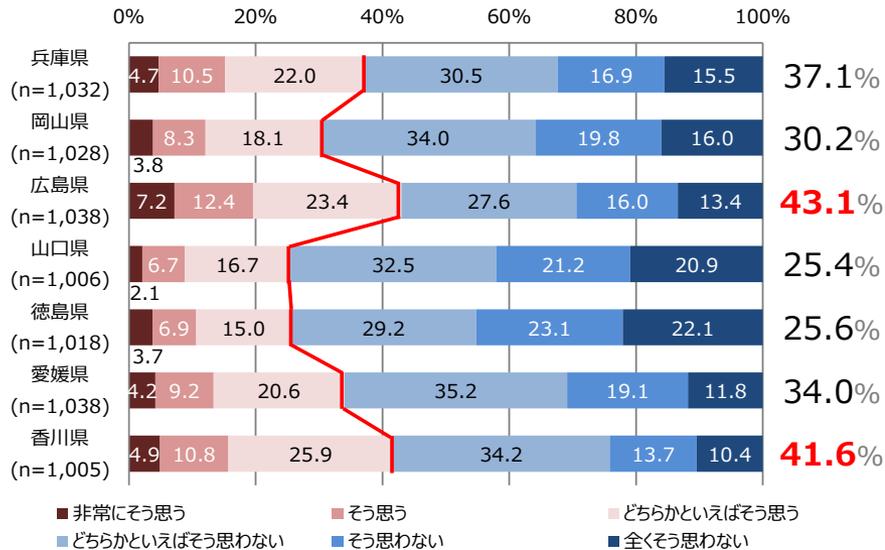
※「オーバーツーリズム」とは、観光客の著しい増加によって、地域住民の生活や自然環境、景観等に悪影響を及ぼしている状態のことです。

地方別

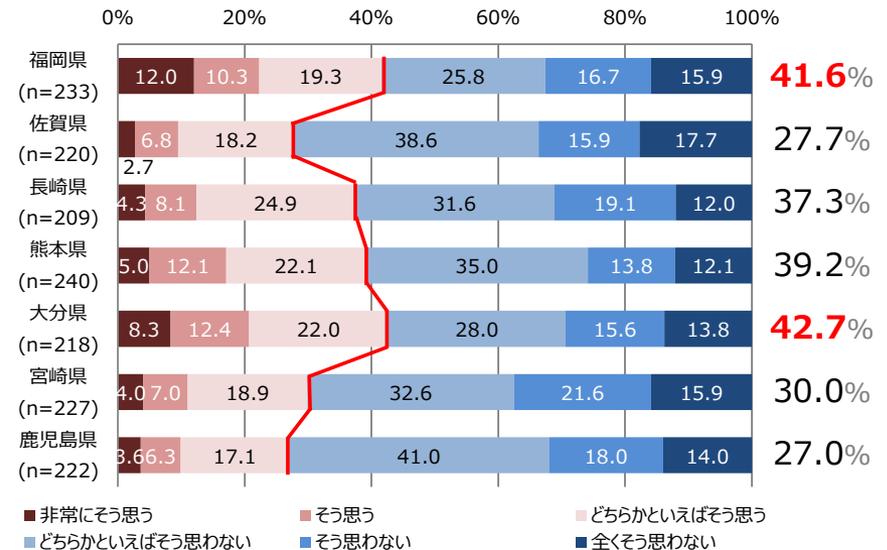


■ せとうち地方において、地域がオーバーツーリズムの状態にあると思うと回答した人は33.9%であった。

せとうち地方



九州地方



■ 居住県別にみると、広島県および香川県では4割を超えており、地域差があることが分かった。

2. オーバーツーリズム【「オーバーツーリズム」になっている実感】

Q 4 お住まいの地域（市区町村）では、オーバーツーリズム※となっていると思いますか。（SA）

※「オーバーツーリズム」とは、観光客の著しい増加によって、地域住民の生活や自然環境、景観等に悪影響を及ぼしている状態のことです。

居住県別

「非常にそう思う」
「そう思う」

参考

「どちらかといえばそう思う」 前回調査（R6）

せとうち地方
（観光地）

3位

兵庫県 43.5% 37.8% ↑ 5.7pt

岡山県 34.4% 32.3% ↑ 2.1pt

1位

広島県 51.9% 46.0% ↑ 5.9pt

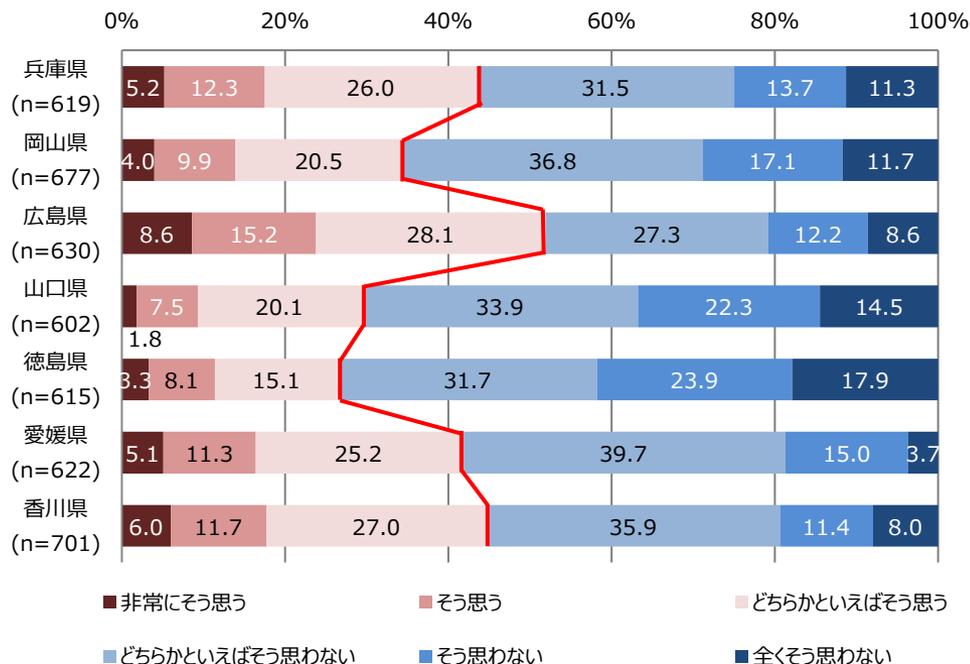
山口県 29.4% 26.1% ↑ 3.3pt

徳島県 26.5% 21.7% ↑ 4.8pt

愛媛県 41.6% 41.4% ↑ 0.2pt

2位

香川県 44.7% 32.8% ↑ 11.9pt



■ 観光地に居住する回答者にしぼり、前回調査結果と比較すると、すべての県でオーバーツーリズムの実感度が上昇していた。特に広島県では、5割を超えており、他県と比べても高い水準となっていた。

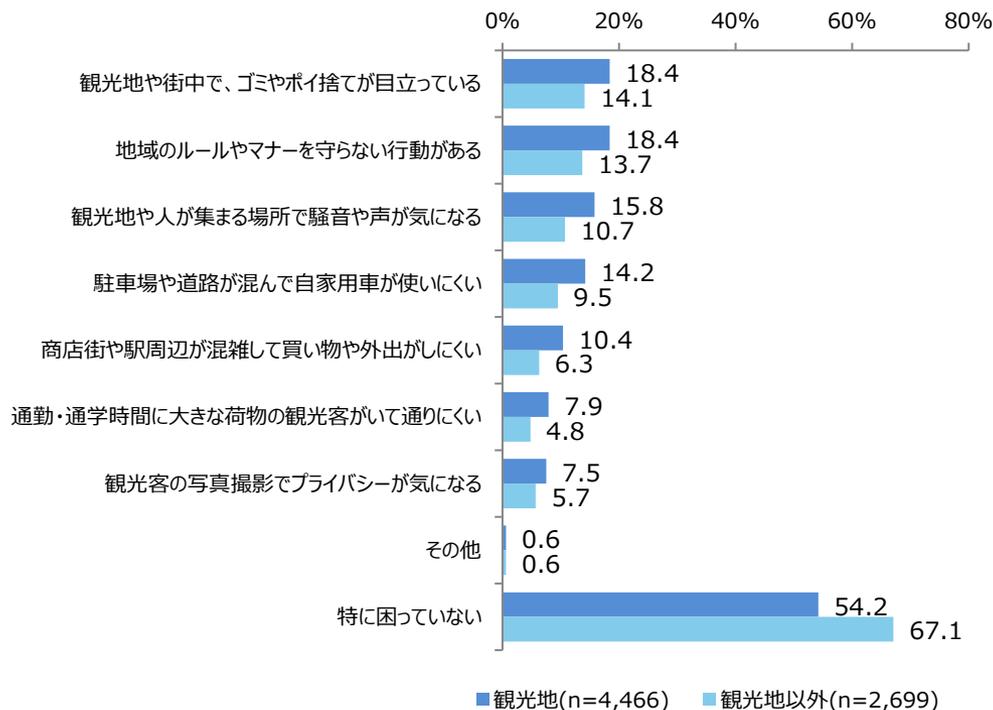
2. オーバーツーリズム【観光客増加で困っていること】

せとうち地方

Q 5 お住まいの地域において、観光客が増えることで、日常生活で困っていることはありますか。(MA)

※ここでいう「観光客」とは、国内外全ての観光客のことを指します。

観光地別



- 「特に困っていない」が観光地で5割台、観光地以外で6割台であった。
- 観光地で困っていることがある人では、「観光地や街中で、ゴミやポイ捨てが目立っている」、「地域のルールやマナーを守らない行動がある」が高くなっている。
- すべての選択肢で観光地が観光地以外を上回っており、とくに「観光地や人が集まる場所で騒音や声が気になる」は観光地が観光地以外を5.1ポイント上回っている。

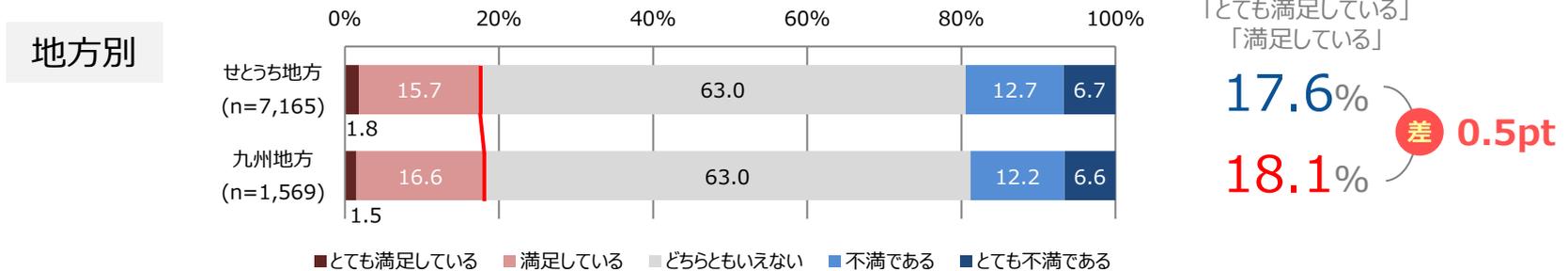
2. オーバーツーリズム【まとめ】

- オーバーツーリズムの実感については、全体の約3割が『そう思う』と回答しており、一定の認識がみられた。回答者の居住地を観光地にしぼって分析すると、オーバーツーリズムの実感度は全体よりも高くなり、特に広島県では51.9%と最も高い結果となった。次いで香川県、兵庫県の順であり、宿泊者数や入込客数が多い地域において実感が強い傾向がうかがえる。
- 観光客の増加によって日常生活で困っていることについては、「特に困っていない」と回答した人が半数を占めており、現時点では、生活に深刻な支障が生じている状況にはなっていないと考えられる。しかし、観光地に居住する回答者にしぼると、「ゴミやポイ捨てが目立つ」「地域のルールやマナーを守らない行動がある」といった意見が一定数みられ、観光客の増加に伴う生活環境への影響が徐々に顕在化しつつあることがうかがえる。
- 近年、ニュースやSNSなどでオーバーツーリズムが社会問題として取り上げられる機会が増えているが、本調査結果からは、せとうち地方において過度なオーバーツーリズムが広範に発生している状況には至っていないと考えられる。ただし、前回調査と比較すると、オーバーツーリズムの実感度は明確に上昇しており、今後さらに観光客が増加した場合、生活への影響が顕在化する可能性も否定できない。
- また、オーバーツーリズムの実感はあるが、具体的に困っていることはない人が多かったという結果から、実体験に基づく課題というよりも、報道やSNSを通じたイメージが先行して形成されている側面も考えられる。今後は、実際に生じている影響と住民の認識を丁寧に把握しながら、過度な混雑やマナー問題を未然に防ぐ取組を進めることが、持続可能な観光地づくりにおいて重要である。

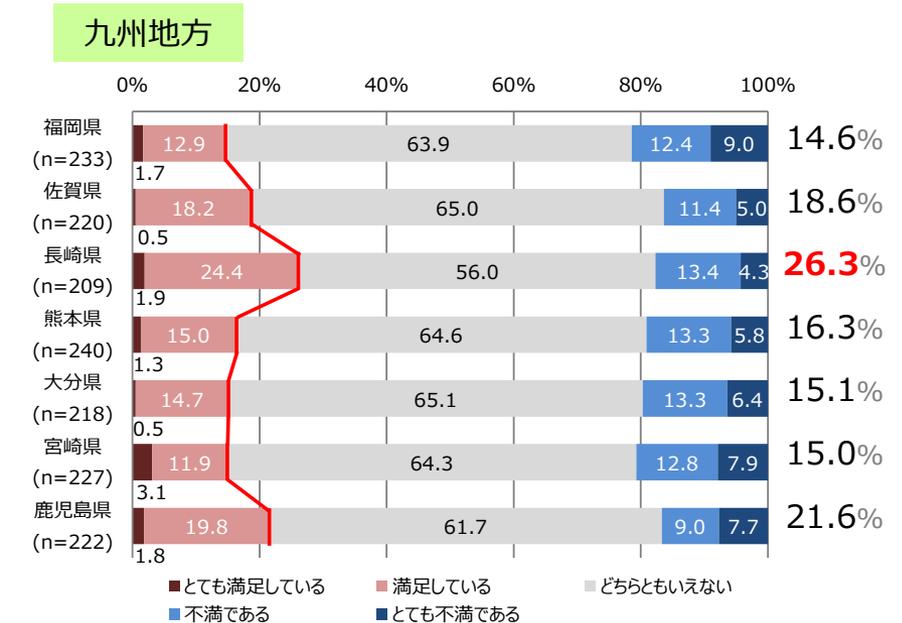
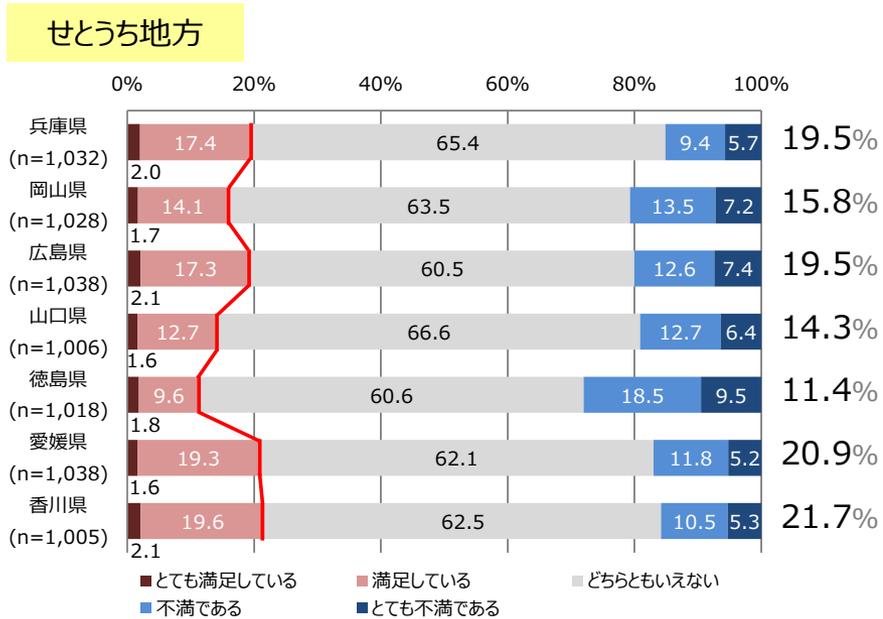
3. 持続可能な観光地づくり 【「持続可能な観光地」としての満足度】

Q6 お住まいの地域は、「持続可能な観光地」として満足できる状態だと思いますか。(SA)

※ここでいう「持続可能な観光地」とは、観光客を受け入れるだけでなく、環境や経済、地域の暮らしや文化も大切にしながら、住民の生活をより良くしていく観光地のことです。



■ せとうち地方において、「持続可能な観光地」として『満足している』と回答した人は17.6%にとどまった。

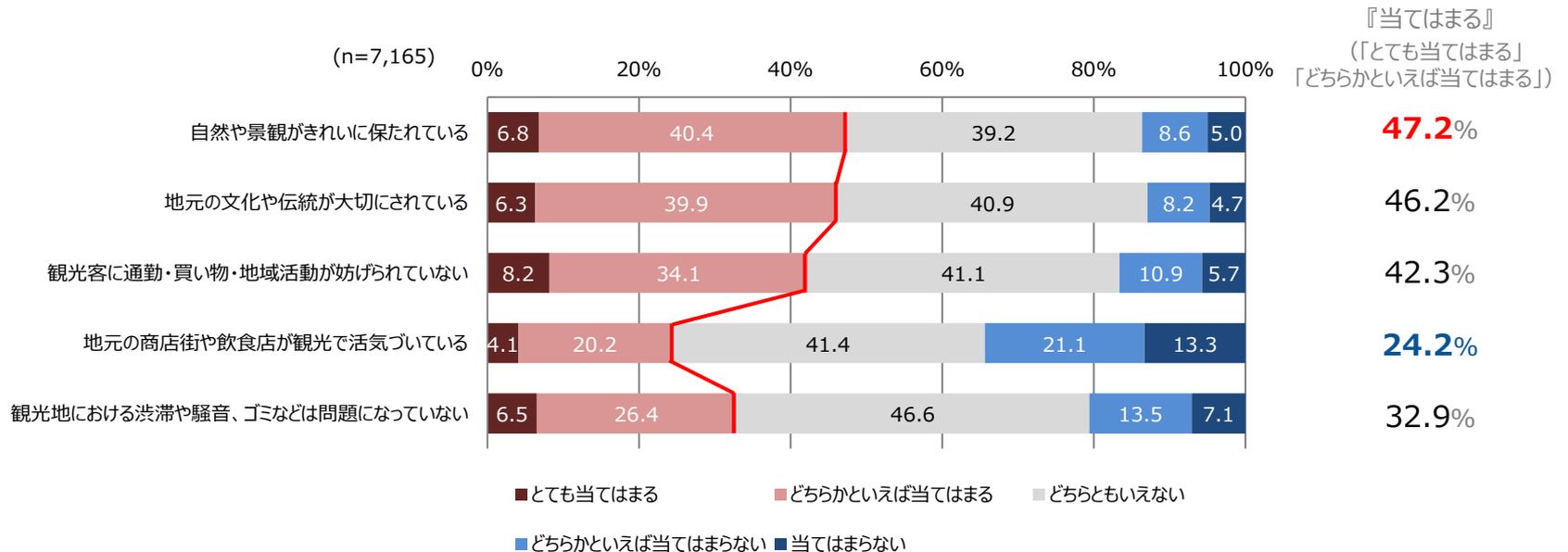


■ 「どちらともいえない」が約6割を占めており、九州地方でも同様の傾向がみられることから、観光地の持続可能性は住民にとって、まだ実感しにくい概念であることがうかがえる。

3. 持続可能な観光地づくり 【「持続可能な観光地」として備えるべきこと】

せとうち地方

Q7 お住まいの地域は、「持続可能な観光地」が備えるべき次の項目に、どの程度あてはまりますか。(SA)



- 「自然や景観がきれいに保たれている」が47.2%と最も高く、「地元の文化や伝統が大切にされている」「観光客に通勤・買い物・地域活動が妨げられていない」と続いた。一方、「地元の商店街や飲食店が観光で活気づいている」は24.3%と最も低く、経済面での実感は十分に得られていない状況がうかがえる。

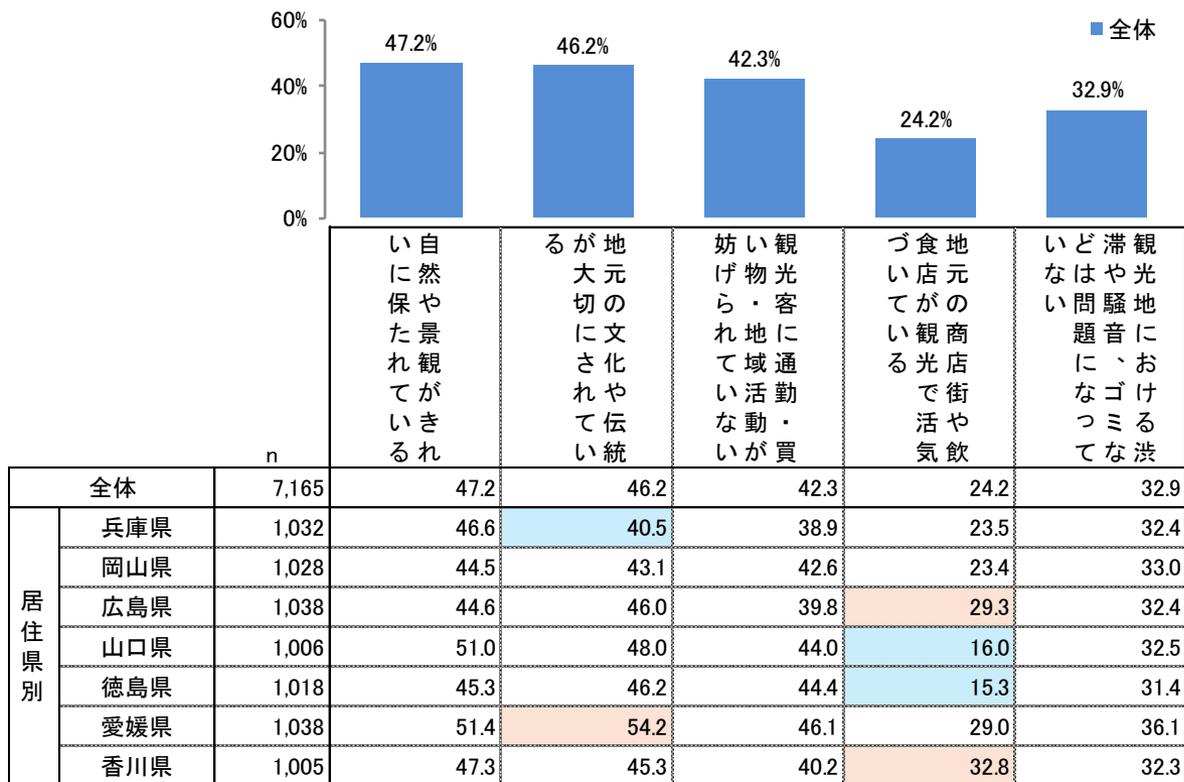
3. 持続可能な観光地づくり 【「持続可能な観光地」として備えるべきこと】

せとうち地方

Q7 お住まいの地域は、「持続可能な観光地」が備えるべき次の項目に、どの程度あてはまりますか。(SA)

『当てはまる』(「とても当てはまる」「どちらかといえば当てはまる」)

居住県別



■…全体比5ポイント以上 ■…全体比5ポイント以下

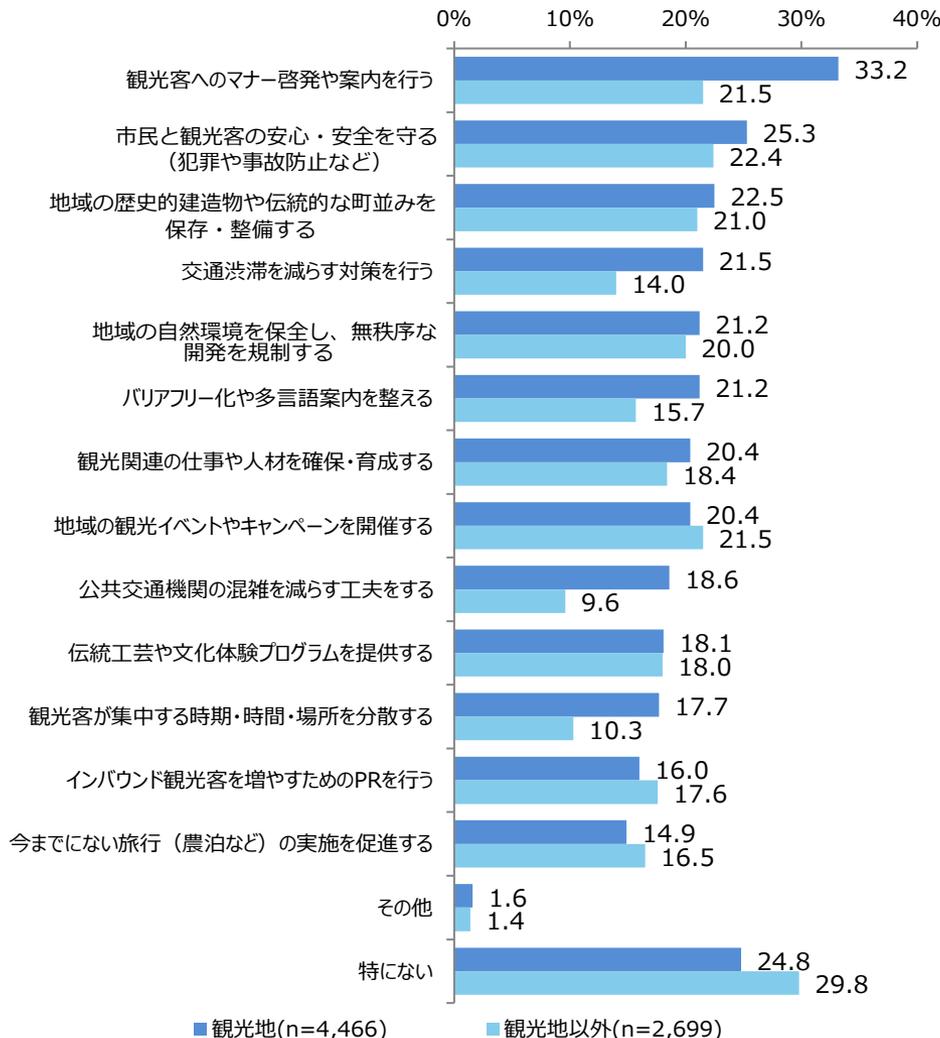
■ 都道府県別にみると、「地元の文化や伝統が大切にされている」は愛媛県で高く、「地元の商店街や飲食店が観光で活気づいている」は広島県、香川県で、他の都道府県に比べて高い傾向がみられた。地域資源の活かし方や観光のあり方には、地域ごとの特徴が表れている。

3. 持続可能な観光地づくり 【「持続可能な観光地」を形成するためにすべきこと】

Q8 「持続可能な観光地」を形成するため、お住まいの地域の自治体は何をすべきだと思いますか。(MA)

観光地別

せとうち地方



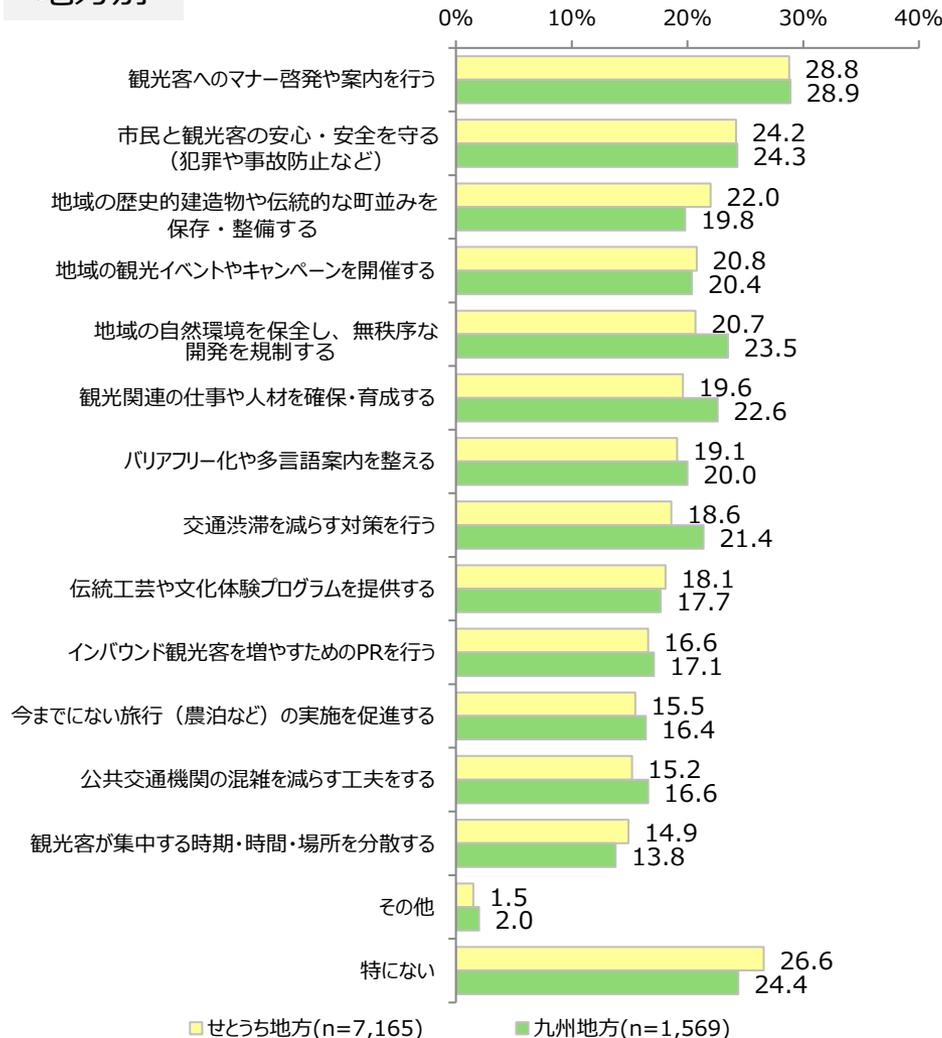
■ 観光地と観光地以外で回答傾向に違いがみられた。

■ 観光地では、観光地以外に比べて、多くの項目で回答割合が高く、特に「観光客へのマナー啓発や案内を行う」「公共交通機関の混雑を減らす工夫をする」で約10ポイントの差がみられた。日常生活への影響が強く意識されていることがうかがえる。

3. 持続可能な観光地づくり 【「持続可能な観光地」を形成するためにすべきこと】

Q8 「持続可能な観光地」を形成するため、お住まいの地域の自治体は何をすべきだと思いますか。(MA)

地方別



■ せとうち地方では「観光客へのマナー啓発や案内を行う」が最も高く、次いで「市民と観光客の安心・安全を守る (犯罪や事故防止など)」、「地域の歴史的建造物や伝統的な町並みを保存・整備する」の順となっていた。

■ 九州地方では「観光客へのマナー啓発や案内を行う」が最も高く、次いで「市民と観光客の安心・安全を守る (犯罪や事故防止など)」、「地域の自然環境を保全し、無秩序な開発を規制する」の順となっていた。

3. 持続可能な観光地づくり【まとめ】

- 居住地域が「持続可能な観光地」として満足できる状態にあるかについて、住民の満足度は全体的に低い結果となった。「どちらともいえない」と回答する人が多数を占めていることから、観光の持続可能性は、住民にとってまだ具体的な実感や評価につながりにくい概念であることがうかがえる。九州地方においても同様の傾向がみられることから、これはせとうち地方に限らない、全国的な課題である可能性が高い。
- 「持続可能な観光地」として備えるべき要素が居住地にどの程度備わっているかについては、「自然や景観がきれいに保たれている」「地元の文化や伝統が大切にされている」といった、地域資源の保全に関する項目が上位に挙げられた。一方で、「地元の商店街や飲食店が観光で活気づいている」は最も低く、都道府県による差はあるものの、観光による経済的な効果が、住民の実感として十分に共有されていない状況がうかがえる。
- また、「持続可能な観光地」を形成するために自治体が果たすべき役割については、居住地が観光地か観光地以外かで意識の違いがみられた。観光地では、「観光客へのマナー啓発や案内」「公共交通機関の混雑緩和」など、観光客の増加が日常生活に与える影響への対応を重視する傾向が強かった。一方、観光地以外では、「市民と観光客の安心・安全を守る」といった、基礎的な生活環境の維持に関する項目が重視されていた。
- これらの結果から、持続可能な観光地を推進するためには、住民の生活への影響を最小限に抑える取組とともに、観光が地域経済や地域の誇りにつながっていることを、住民自身が実感できる仕組みづくりが重要であると考えられる。また、自治体が単に施策を進めるのではなく、住民が観光を「自分たちの地域の将来に関わるもの」として捉え、当事者意識を持てるような情報共有や参画の機会を設けることが、観光の持続可能性を高める上で不可欠だと考えられる。

4. 行政の評価

◆重要度・充足度の相関図

Q9 お住まいの地域（市区町村）において、観光に関する以下の取組は重要だと思いますか。（SA）

Q10 あなたは、お住まいの地域（市区町村）において、観光に関する以下の取組は十分整備（実施）されていると思いますか。（SA）

上記の間における11の調査項目について、重要度・充足度を算出し、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。

ハード面（施設・インフラ整備）	
1	多言語表記や音声案内ガイド等の整備
2	主要駅から観光地までの交通（二次交通）の整備
3	観光客の来訪による渋滞の緩和
4	他言語対応もできる観光案内所の整備
5	十分な数の宿泊施設の整備
6	グレードが高く高級志向の宿泊施設の整備
ソフト面（サービス・運営・体験）	
7	国内外に向けた観光地の宣伝・PR
8	サイクリングやアートなどの体験型観光の充実
9	地元に通じたガイドや観光案内ボランティアの配置
10	地域産品のブランド化や販売
11	観光事業に取り組む企業の応援

4. 行政の評価

◆重要度・充足度の相関図

重要度・充足度の分析方法

本調査においては、Q9、Q10の回答に **重要である・整備(実施)されている**→4 **どちらかといえば重要である・どちらかといえば整備(実施)されている**→3 **どちらかといえば重要でない・どちらかといえば整備(実施)されていない**→2 **重要でない・整備(実施)されていない**→1 と数字を振り、それぞれの平均値より高い場合「重要度高/充足」、低い場合「重要度低/不足」とし、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。

せとうち地方

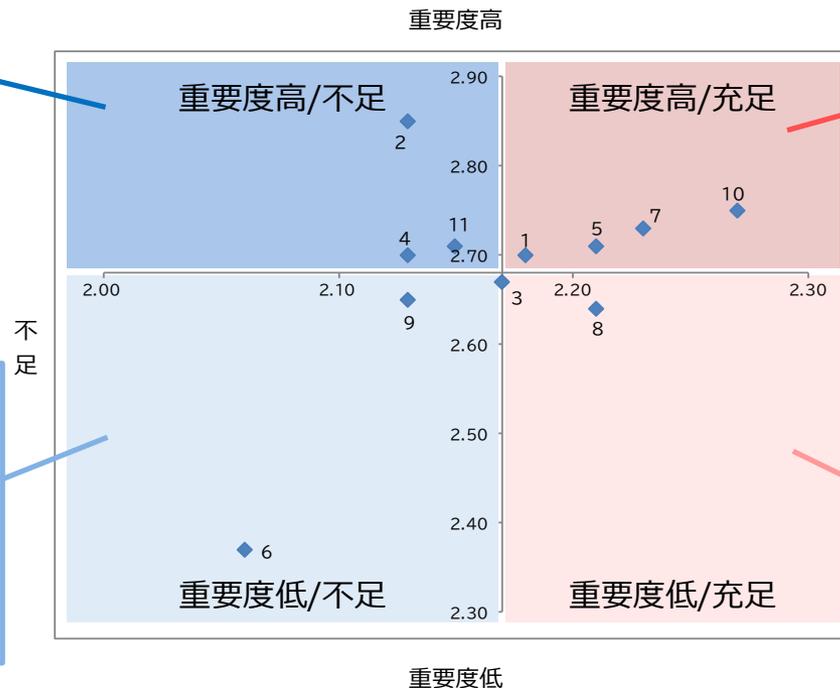
重要度平均値 2.68 充足度平均値 2.17

重要度高/不足の項目

- 2. 主要駅から観光地までの交通（二次交通）の整備
 - 4. 他言語対応もできる観光案内所の整備
 - 11. 観光事業に取り組む企業の応援
- ⇒住民にとって重要だが不十分であるため、優先して整備が必要な取組

重要度低/不足の項目

- 6. グレードが高く高級志向の宿泊施設の整備
 - 9. 地元精通したガイドや観光案内ボランティアの配置
- ⇒実施主体と住民の意識にギャップがあるため、整備と周知が必要な取組



重要度高/充足の項目

- 1. 多言語表記や音声案内ガイド等の整備
 - 5. 十分な数の宿泊施設の整備
 - 7. 国内外に向けた観光地の宣伝・PR
 - 10. 地域製品のブランド化や販売
- ⇒住民にも重要度が理解されており、引き続き事業を継続するべき取組

重要度低/充足の項目

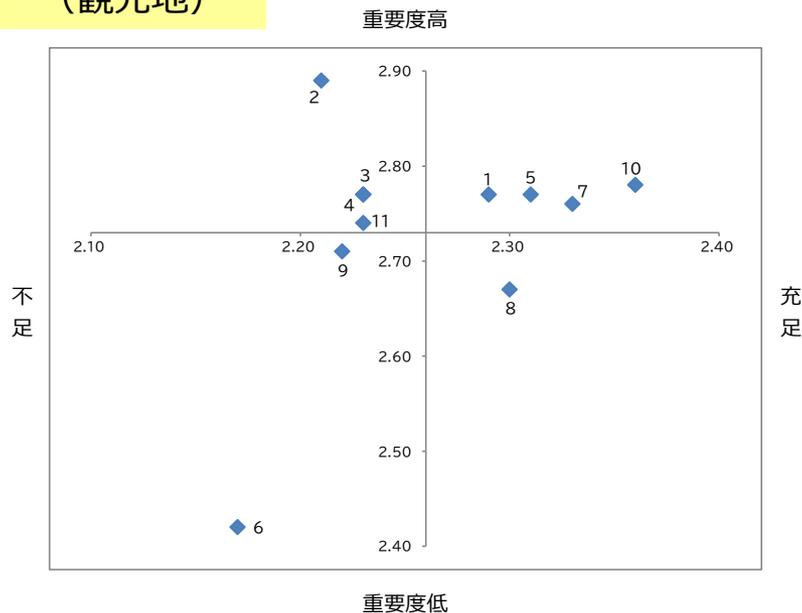
- 3. 観光客の来訪による渋滞の緩和
 - 8. サイクリングやアートなどの体験型観光の充実
- ⇒住民には重要視されていないため、周知が必要な取組

4. 行政の評価

地方別

せとうち地方 (観光地)

重要度平均値 2.73 充足度平均値 2.26



優先して整備が必要

2. 主要駅から観光地までの交通（二次交通）の整備
3. 観光客の来訪による渋滞の緩和
4. 他言語対応もできる観光案内所の整備
11. 観光事業に取り組む企業の応援

整備と周知が必要

6. グレードが高く高級志向の宿泊施設の整備
9. 地元精通したガイドや観光案内ボランティアの配置

事業継続

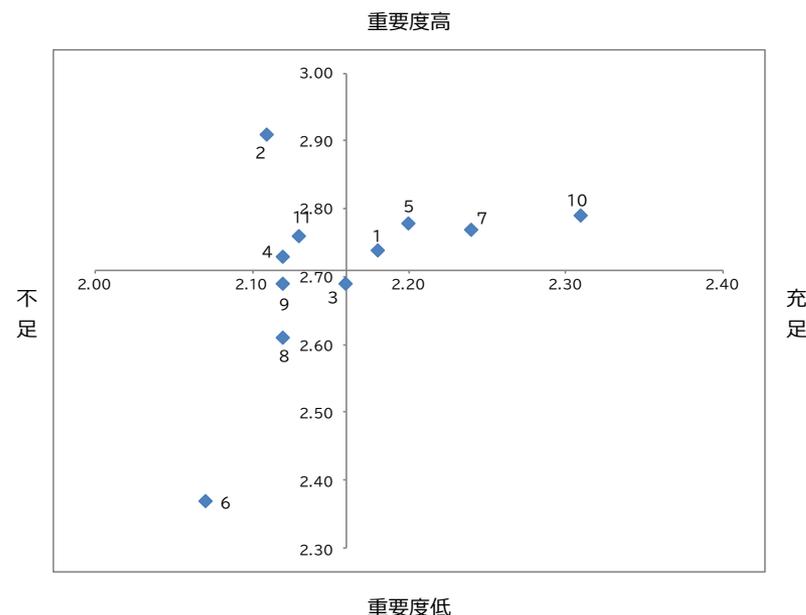
1. 多言語表記や音声案内ガイド等の整備
5. 十分な数の宿泊施設の整備
7. 国内外に向けた観光地の宣伝・PR
10. 地域産品のブランド化や販売

住民への周知が必要

8. サイクリングやアートなどの体験型観光の充実

九州地方

重要度平均値 2.71 充足度平均値 2.16



優先して整備が必要

2. 主要駅から観光地までの交通（二次交通）の整備
4. 他言語対応もできる観光案内所の整備
11. 観光事業に取り組む企業の応援

整備と周知が必要

3. 観光客の来訪による渋滞の緩和
6. グレードが高く高級志向の宿泊施設の整備
8. サイクリングやアートなどの体験型観光の充実
9. 地元精通したガイドや観光案内ボランティアの配置

事業継続

1. 多言語表記や音声案内ガイド等の整備
5. 十分な数の宿泊施設の整備
7. 国内外に向けた観光地の宣伝・PR
10. 地域産品のブランド化や販売

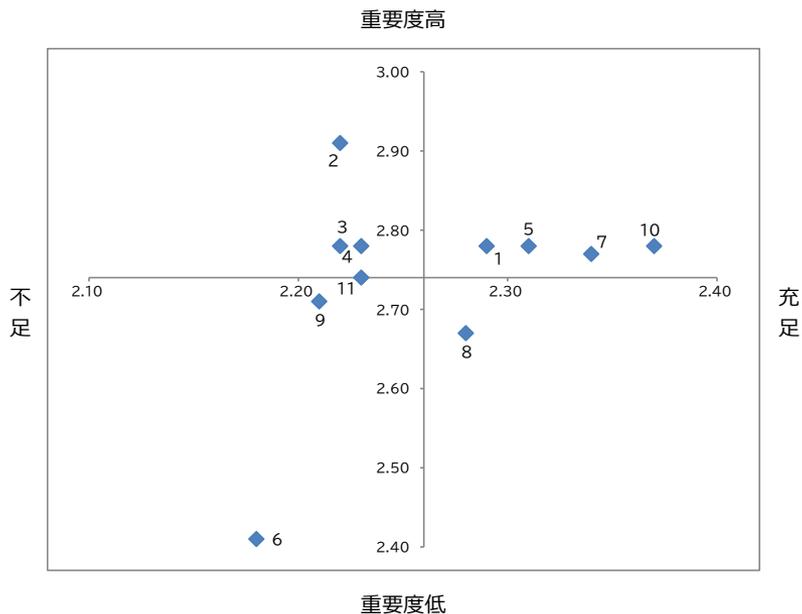
住民への周知が必要

4. 行政の評価

観光地別

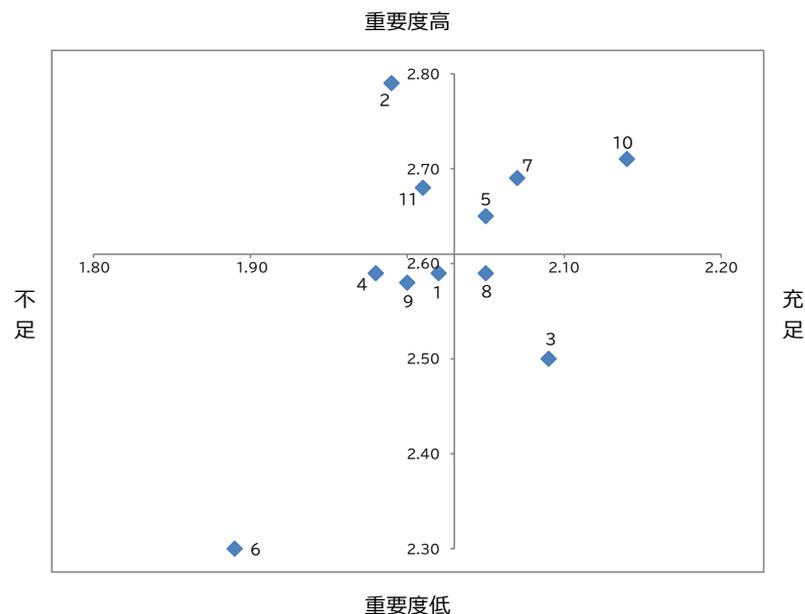
観光地

重要度平均値 2.74 充足度平均値 2.26



観光地以外

重要度平均値 2.61 充足度平均値 2.03



優先して整備が必要

- 2. 主要駅から観光地までの交通（二次交通）の整備
- 3. 観光客の来訪による渋滞の緩和
- 4. 他言語対応もできる観光案内所の整備
- 11. 観光事業に取り組む企業の応援

事業継続

- 1. 多言語表記や音声案内ガイド等の整備
- 5. 十分な数の宿泊施設の整備
- 7. 国内外に向けた観光地の宣伝・PR
- 10. 地域産品のブランド化や販売

優先して整備が必要

- 2. 主要駅から観光地までの交通（二次交通）の整備
- 11. 観光事業に取り組む企業の応援

事業継続

- 5. 十分な数の宿泊施設の整備
- 7. 国内外に向けた観光地の宣伝・PR
- 10. 地域産品のブランド化や販売

整備と周知が必要

- 6. グレードが高く高級志向の宿泊施設の整備
- 9. 地元精通したガイドや観光案内ボランティアの配置

住民への周知が必要

- 8. サイクリングやアートなどの体験型観光の充実

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. 他言語対応もできる観光案内所の整備
- 6. グレードが高く高級志向の宿泊施設の整備
- 9. 地元精通したガイドや観光案内ボランティアの配置

住民への周知が必要

- 3. 観光客の来訪による渋滞の緩和
- 8. サイクリングやアートなどの体験型観光の充実

4. 行政の評価【まとめ】

- 自治体が実施する観光関連施策について、住民が感じる重要度と充足度を相関図に整理した。せとうち地方全体で見ると、「主要駅から観光地までの交通（二次交通）の整備」「多言語対応を含む観光案内所の整備」「観光事業に取り組む企業への支援」が、「重要度高・充足度低」項目として位置づけられた。
- これらの項目は、観光客の受け入れ環境を整えると同時に、住民の生活利便性や地域経済にも影響する施策であり、持続可能な観光地づくりにおいて基盤となる取組であると考えられる。特に二次交通の整備や多言語対応は、外国人観光客のマナー問題や混雑感の軽減とも関係しており、これまでの調査結果で明らかになった住民意識の課題と強く結びついていると思われる。
- また、観光地にしぼって分析すると、「観光客の来訪による渋滞の緩和」が重要度高・充足度低の項目として位置づけられた。これは、観光客の増加が日常生活に与える影響を、観光地の住民ほど強く実感していることを示している。
- さらに、せとうち地方と九州地方、観光地と観光地以外を比較したが、重要度と充足度の分布に大きな違いはみられなかった。これまでの調査でも同様の傾向が続いていることから、住民にとっては、自治体がどのような取組を行っているのか、あるいは取組の成果がどの程度出ているのかが、十分に認識されていない可能性が考えられる。

5. 住民満足度

KPI

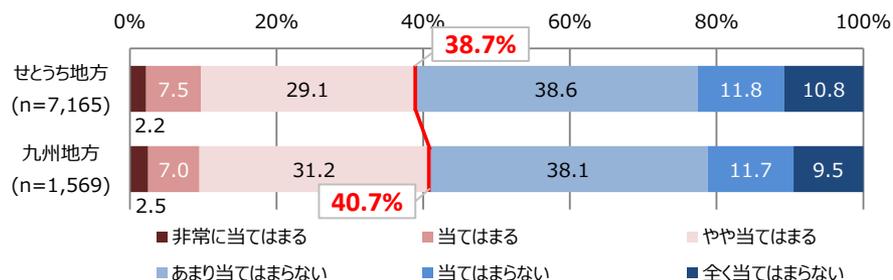
◆総合満足度

経済的な満足度

経済的な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」と定義し、評価分析を行う。「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。

地方別



《経年比較》

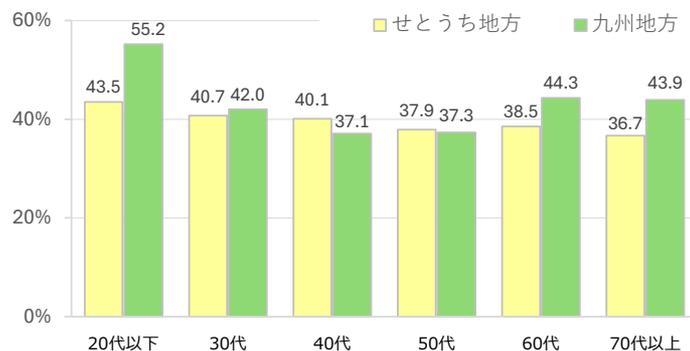
満足（計）

	R5	R6	R7	前年比
せとうち地方	48.4	44.2	38.7	-5.5
n=	8,262	7,113	7,165	
せとうち地方の観光地	54.6	49.7	44.1	-5.6
n=	5,012	4,411	4,466	
九州地方	—	60.4	40.7	-19.7
n=	—	768	1,569	

【単位：%】 【単位：pt】

年代別

『満足』



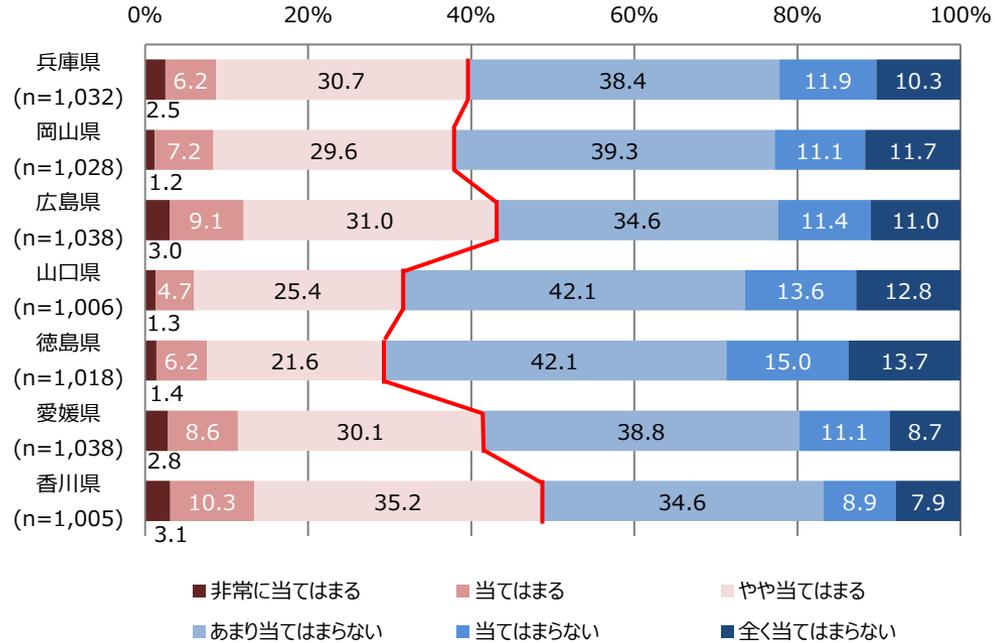
- せとうち地方で、経済的な満足度は38.7%であり、観光地にしぼると44.1%であった。
- 前回調査と比較すると約5ポイント低下しており、また、九州地方との比較では大きな差はみられなかった。年代別では、若年層で満足度が高い傾向がみられた。特にせとうち地方では、年代が上がるにつれて満足度が低くなる傾向がみられた。

5. 住民満足度 KPI

◆満足度に影響を及ぼす要因の把握 (居住県別満足度)

経済的な満足度 (前回比較)

居住県別	『満足』	参考 前回調査 (R6)
兵庫県	39.4%	39.4% _
岡山県	37.9%	42.4% ↓ 4.5pt
2位 広島県	43.1%	49.6% ↓ 6.5pt
山口県	31.4%	43.1% ↓ 11.7pt
徳島県	29.2%	36.6% ↓ 7.4pt
3位 愛媛県	41.4%	50.1% ↓ 8.7pt
1位 香川県	48.7%	48.3% ↓ 0.4pt



■ほとんどの県で満足度が低下していた。満足度が最も高かったのは香川県、最も低かったのは徳島県であり、前回調査からの下がり幅が最も大きかったのは山口県であった。

5. 住民満足度

KPI

◆総合満足度

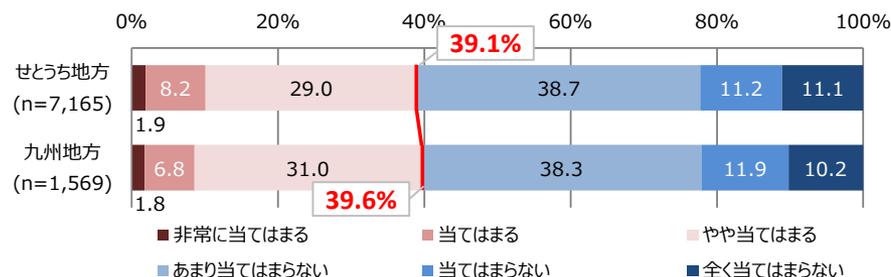
精神的な満足度

精神的な満足度の評価について

本調査においては、Q11-2「国内外の観光客の来訪に、喜びや誇りを感じている」を「精神的な満足度」と定義し、評価分析を行う。

「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。

地方別



《経年比較》

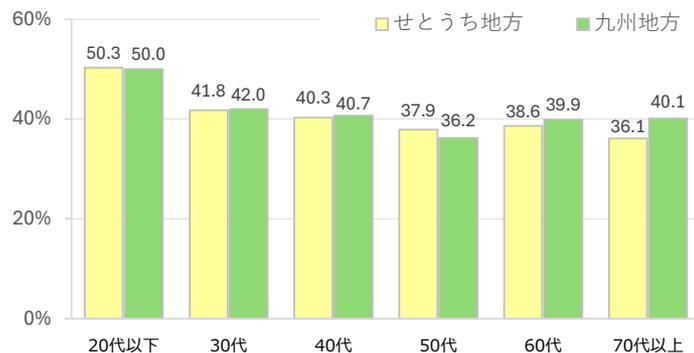
満足（計）

	R5	R6	R7	前年比
せとうち地方	46.1	41.6	39.1	-2.5
n=	8,262	7,113	7,165	
せとうち地方の観光地	51.0	45.3	43.5	-1.8
n=	5,012	4,411	4,466	
九州地方	—	54.6	39.6	-15.0
n=	—	768	1,569	

【単位：%】 【単位：pt】

年代別

『満足』



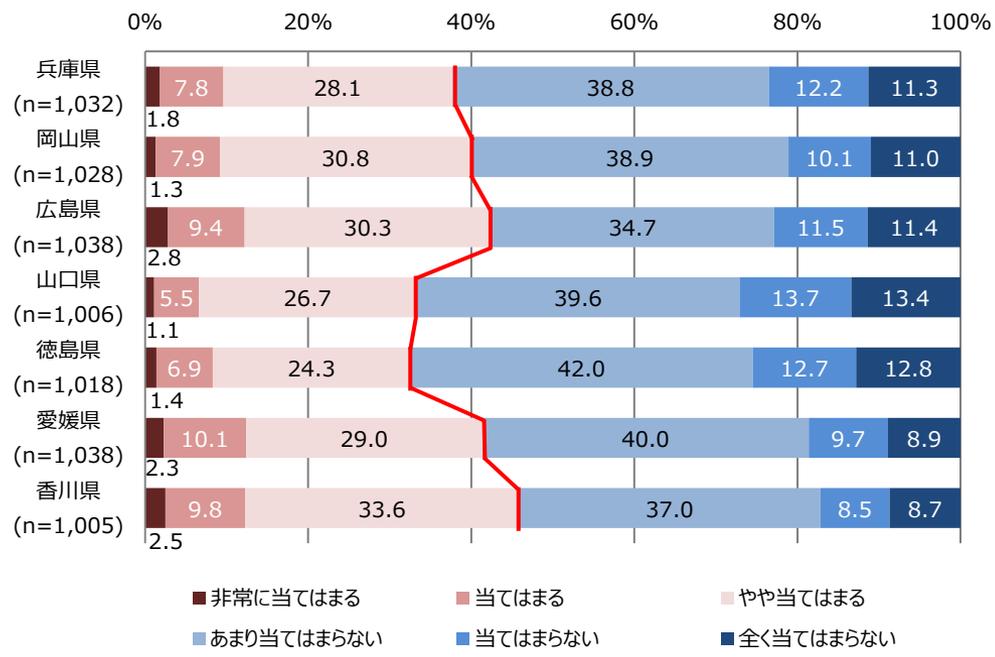
- せとうち地方で、精神的な満足度は39.1%であり、観光地にしぼると43.5%であった。
- 前回調査と比較すると約2ポイント低下しており、また、九州地方との比較では大きな差はみられなかった。年代別では、経済的満足度と同様に、若年層で満足度が高い傾向がみられた。

5. 住民満足度 KPI

◆ 満足度に影響を及ぼす要因の把握 (居住県別の影響)

精神的な満足度 (前回比較)

居住県別	『満足』	参考 前回調査 (R6)	
兵庫県	37.7%	35.9%	↑ 1.8pt
岡山県	40.0%	43.3%	↓ 3.3pt
2位 広島県	42.5%	45.8%	↓ 3.3pt
山口県	33.3%	40.9%	↓ 7.6pt
徳島県	32.5%	36.5%	↓ 4.0pt
3位 愛媛県	41.4%	44.4%	↓ 3.0pt
1位 香川県	45.9%	44.4%	↑ 1.5pt



■ 都道府県別にみると、一部の県では満足度の改善がみられた。満足度が最も高かったのは香川県、最も低かったのは徳島県であり、前回からの下がり幅が最も大きかったのは山口県であった。

5. 住民満足度

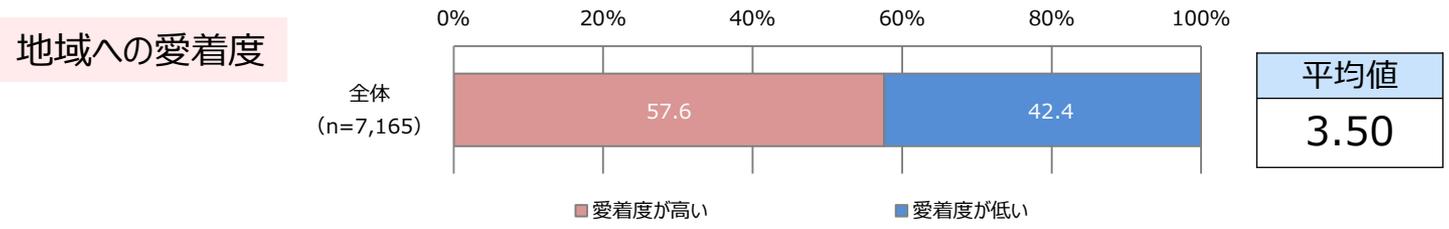
KPI

せとうち地方

◆愛着度

愛着度の分析方法

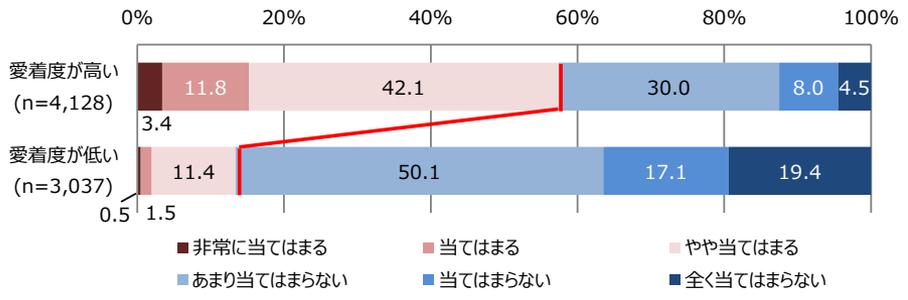
本調査においては、Q11-3、4「地域への愛着度」の回答に **非常に当てはまる→6 当てはまる→5 やや当てはまる→4 あまり当てはまらない→3 当てはまらない→2 全く当てはまらない→1**とそれぞれ数字を振り、平均値より高い場合「愛着度高」、低い場合「愛着度低」とする。



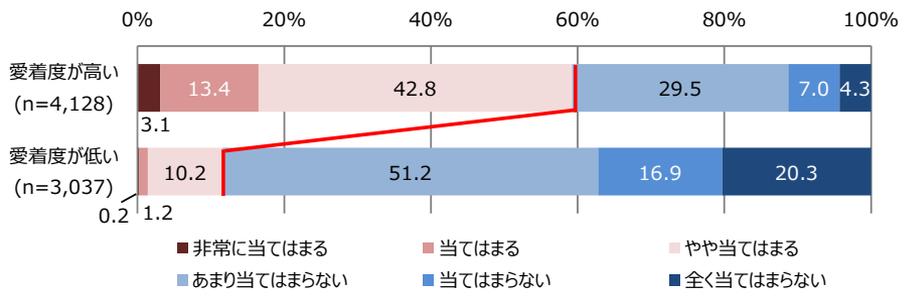
■ 地域への愛着度は、せとうち地方で平均3.50であり、約6割の人が「愛着がある」と回答した。

◆満足度に影響を及ぼす要因の把握 (愛着度の影響)

経済的な満足度



精神的な満足度



愛着度高 **57.3%**

愛着度低 **13.4%**

愛着度高 **59.3%**

愛着度低 **11.6%**

■ 地域への愛着度別にみると、愛着度が高い人ほど、経済的満足度・精神的満足度のいずれも高くなる傾向がみられた。

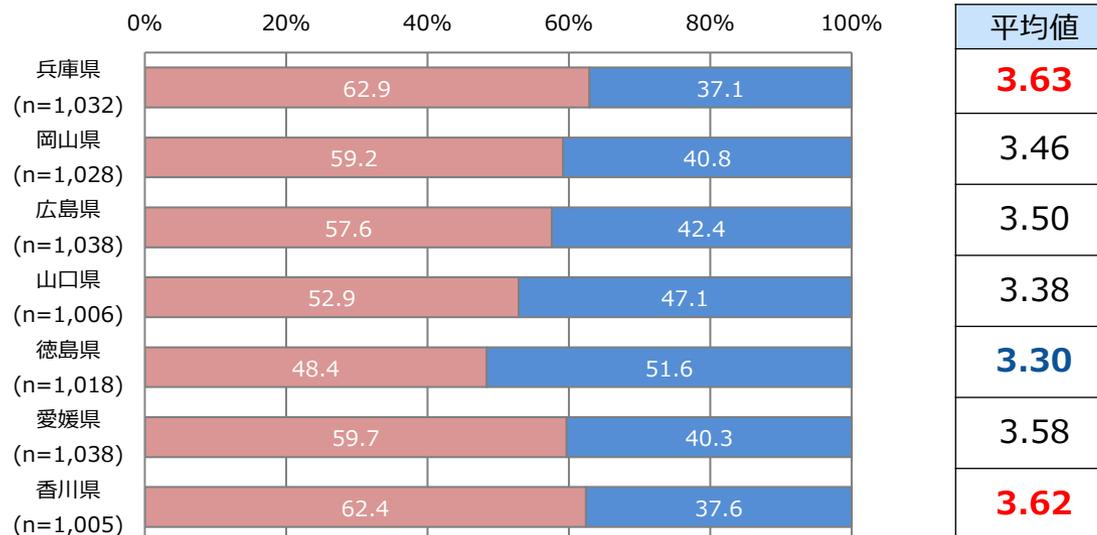
5. 住民満足度

KPI

せとうち地方

◆愛着度

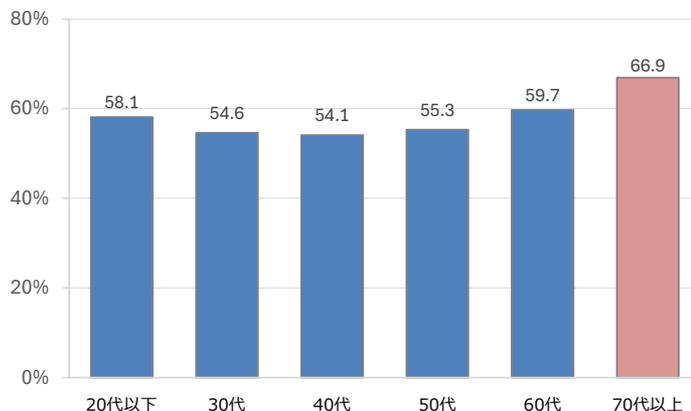
居住県別



年代別

「愛着度が高い」

■ 愛着度が高い ■ 愛着度が低い



- 都道府県別にみると、兵庫県および香川県で愛着度が高い一方、徳島県では低い傾向がみられた。
- 年代別では、60代以上で愛着度が高く、年齢が上がるにつれて地域への愛着が強まる傾向があることが分かった。

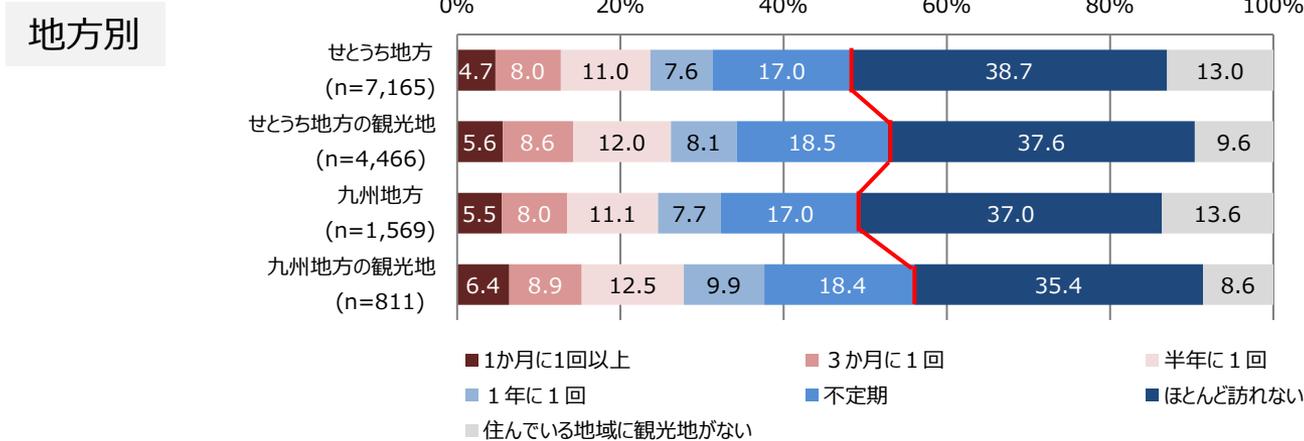
5. 住民満足度【まとめ】

- 経済的な満足度・精神的な満足度はいずれも、せとうち地方で4割を下回る水準にとどまっていた。観光地にしぼると満足度はやや高くなるものの、前回調査と比較すると、経済的満足度で約5ポイント、精神的満足度で約2ポイント低下しており、観光による効果が住民の実感として弱まりつつある可能性が示唆される。
- 都道府県別にみると、多くの県で満足度が低下しており、この傾向は特定の地域に限られたものではないことがうかがえる。経済的な満足度・精神的な満足度ともに香川県で高く、徳島県で低い傾向がみられたほか、山口県では前回調査からの下がり幅が特に大きかった。これらの結果は、観光による経済効果や地域の活気が、住民にどの程度還元・共有されているかにおいて、地域差が生じている可能性を示している。
- 年代別にみると、経済的な満足度・精神的な満足度はいずれも若年層で高い傾向がみられた。一方で、中高年層では満足度が相対的に低く、観光業以外の回答者が多数を占めることも鑑みても、観光の恩恵が十分に実感されていない状況も読み取れる。
- また、地域への愛着度については、せとうち地方で約6割が「愛着がある」と回答しており、一定程度高い水準を維持している。愛着度が高い人ほど、経済的な満足度・精神的な満足度のいずれも高い傾向が明確にみられ、地域への愛着が、観光を肯定的に受け止める基盤となっていることが分かった。
- 以上の結果から、観光を地域の持続的な価値として住民に実感してもらうためには、経済的効果の波及や精神的な充足感につながる取組を強化するとともに、地域への愛着を高める取り組みが重要である。

6. 地域観光地への関与 【居住地域の観光地への来訪頻度】

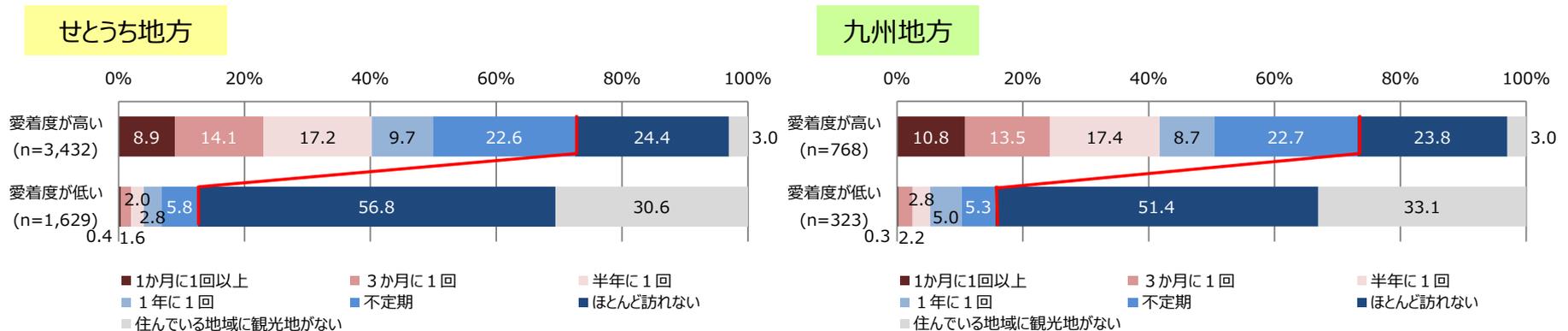
Q12 あなたは、普段、お住まいの地域の観光地を訪れますか。(SA)

『訪れる』
 (「1か月に1回以上」
 「3か月に1回」「半年に1回」
 「1年に1回」「不定期」)



■ せとうち地方において、「訪れる」人の割合は48.3%だった。観光地にしぼると52.8%となり、やや高い水準であった。一方、「ほとんど訪れない」人は全体の3割後半を占めている。

地域の観光地への愛着度別



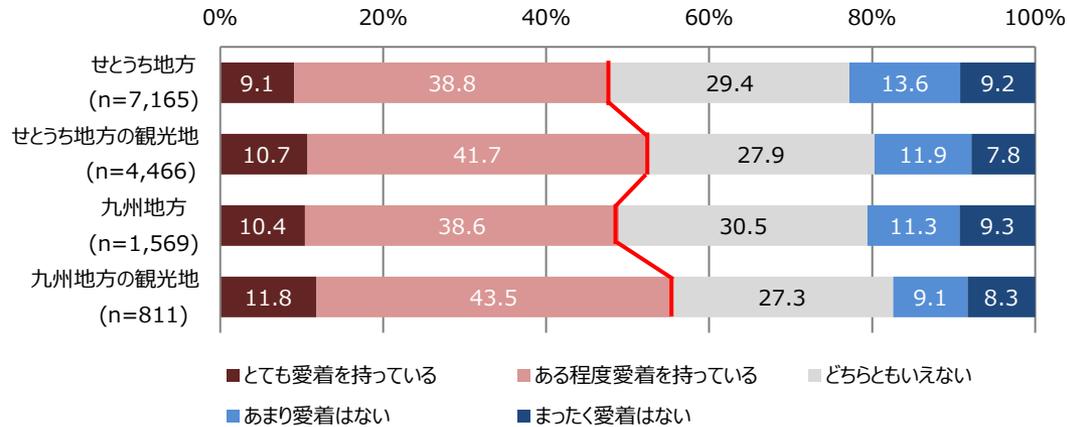
■ 地域の観光地への愛着度別にみると、愛着度が高い人ほど来訪頻度も高い傾向がみられた。

6. 地域観光地への関与【居住地の観光地に対する愛着度】

Q13 お住まいの地域の観光地について愛着はありますか。(SA)

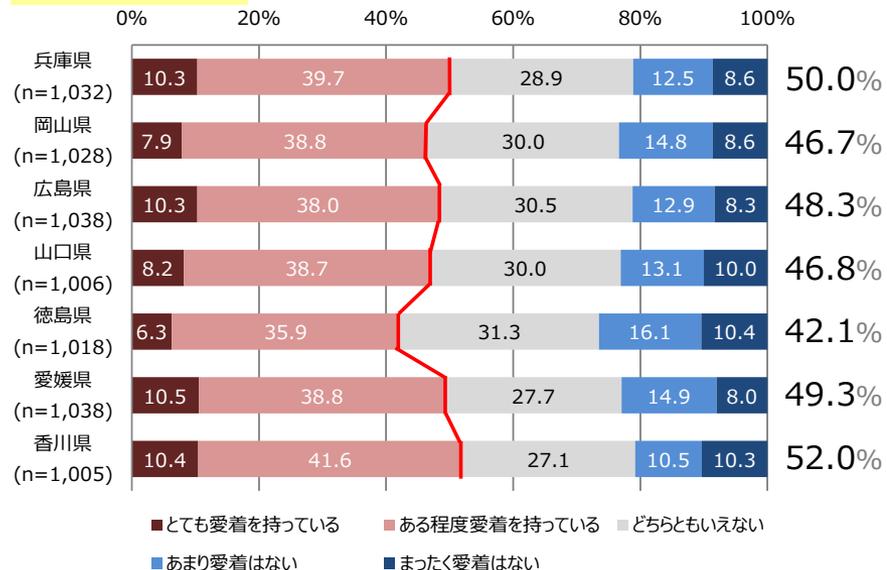
「とても愛着を持っている」
「ある程度愛着を持っている」

地方別

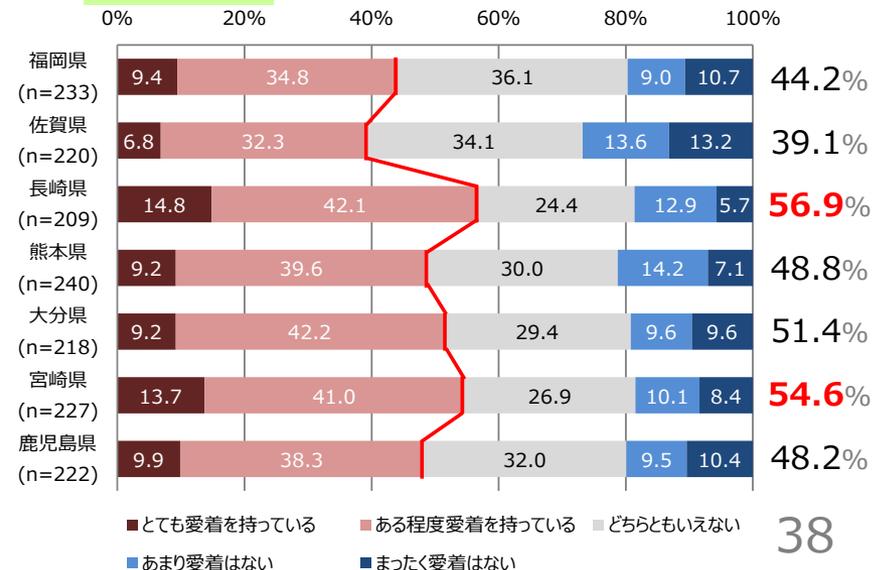


■ せとうち地方において、地域の観光地に「愛着がある」と回答した人の割合は47.9%であった。観光地にしぼると52.4%となり、全体より高い結果となっている。

せとうち地方



九州地方



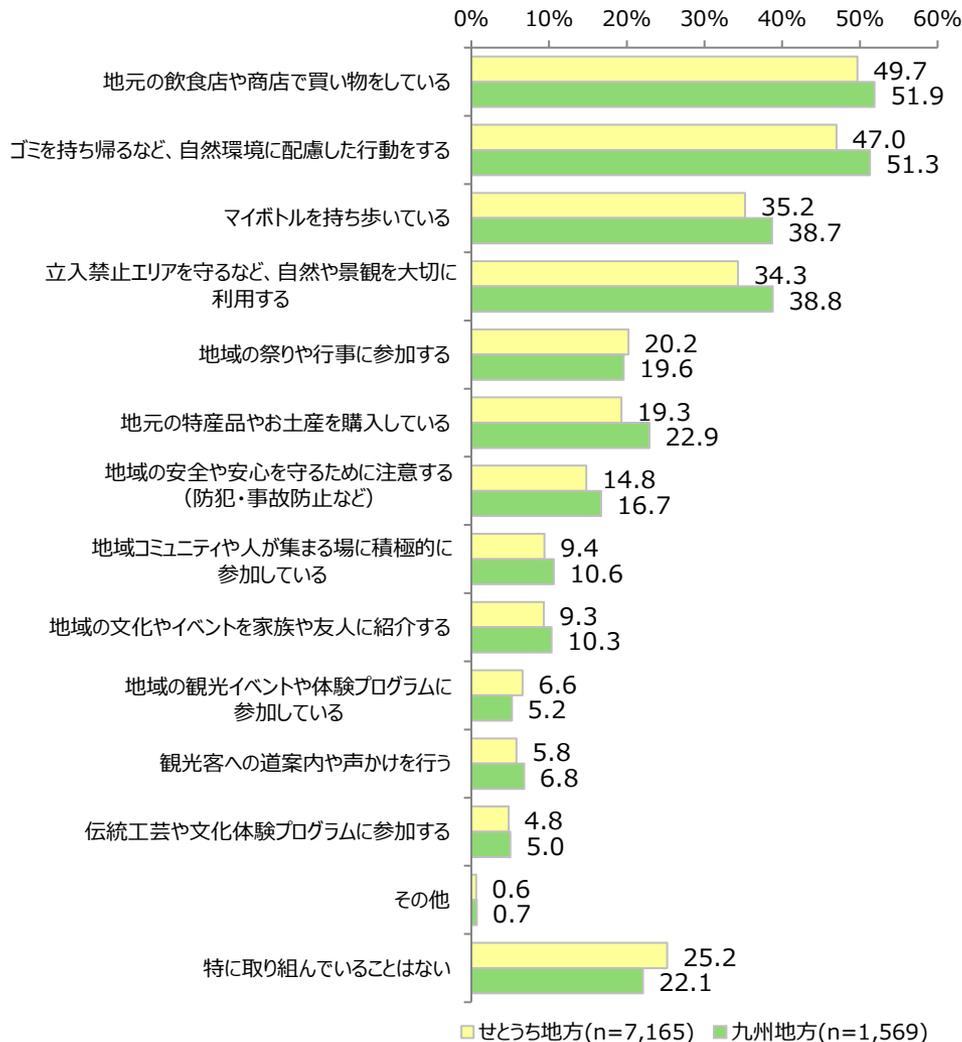
6. 地域観光地への関与【まとめ】

- 居住地域の観光地への来訪頻度について、「訪れる」と回答した人は4割後半にとどまっている。ただし、「1か月に1回」といった高頻度の来訪者は少なく、「半年に1回」や「不定期」といった低頻度層が多いことが特徴である。九州地方と比較すると、九州地方のほうがやや来訪頻度は高いものの、全体として大きな差はみられなかった。
- 観光地への愛着度については、全体で4割後半が「愛着がある」と回答しており、5割を超えたのは兵庫県および香川県であった。
- また、地域の観光地への愛着度別に来訪頻度をみると、愛着度が高い人ほど来訪頻度も高くなる傾向が明確にみられた。このことから、観光地への愛着が、住民による継続的な来訪や関与を促す重要な要因であることが示唆される。

7. 地域の持続性に関する住民意識【普段の生活の中で行っている取組】

Q14 あなたは普段の生活の中で、以下のような取組を行っていますか。(MA)

地方別



■ せとうち地方、九州地方どちらも、最も割合が高かったのは「地元の飲食店や商店で買い物をしている」であり、次いで「ゴミを持ち帰るなど、自然環境に配慮した行動をする」が続いている。

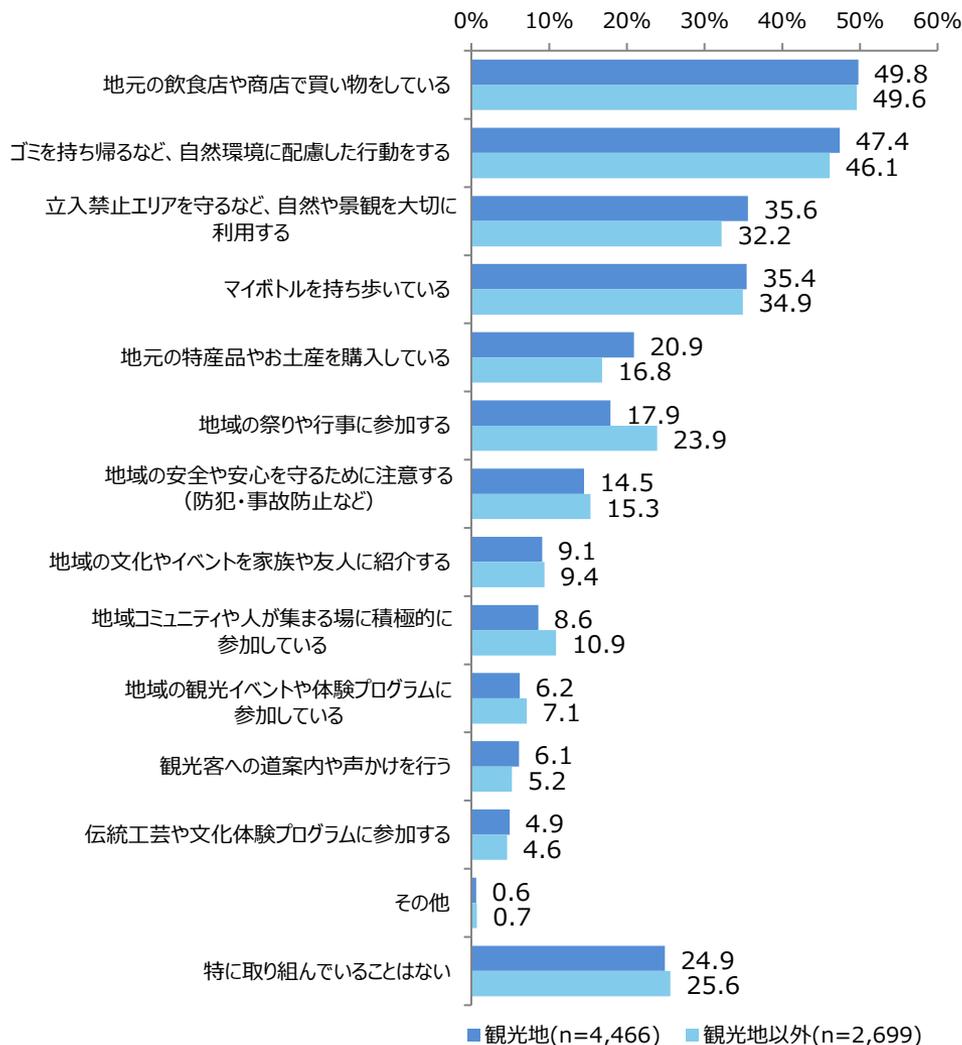
■ 回答傾向はせとうち地方と九州地方で大きな違いはみられないものの、全体的には九州地方のほうが、各取組を実施している割合がやや高い結果となった。

7. 地域の持続性に関する住民意識 【普段の生活の中で行っている取組】

せとうち地方

Q14 あなたは普段の生活の中で、以下のような取組を行っていますか。(MA)

観光地別



■ せとうち地方の観光地と観光地以外で取組状況を比較すると、同じような取組状況となっていた。「地元の飲食店や商店で買い物をしている」が最も高く、次いで「ゴミを持ち帰るなど、自然環境に配慮した行動をする」が続いている。

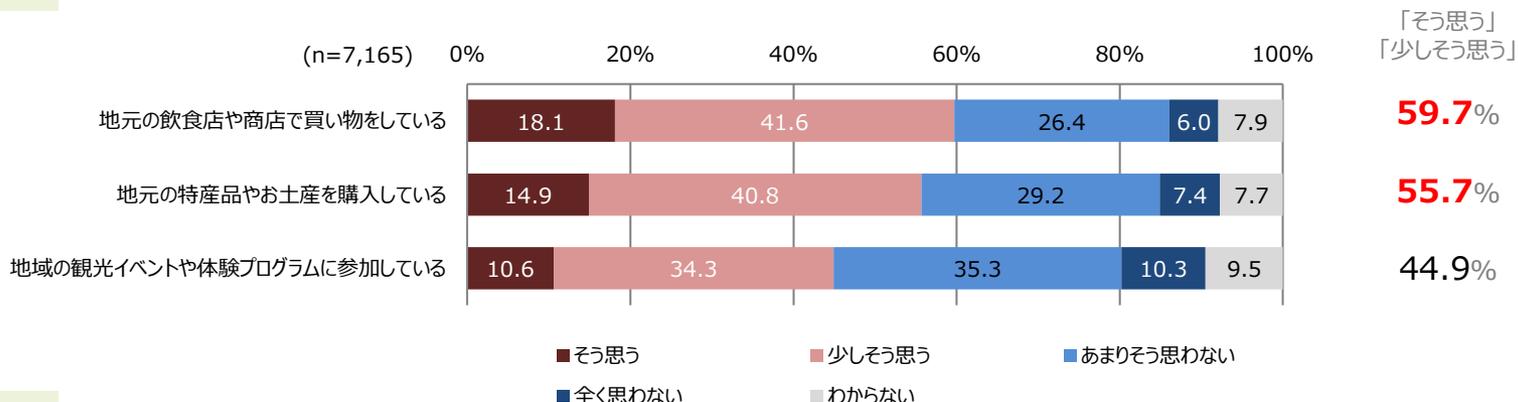
■ 「地域の祭りや行事に参加する」は観光地以外が観光地を6ポイント上回っていた。

7. 地域の持続性に関する住民意識 【観光業の発展につながると思う行動】

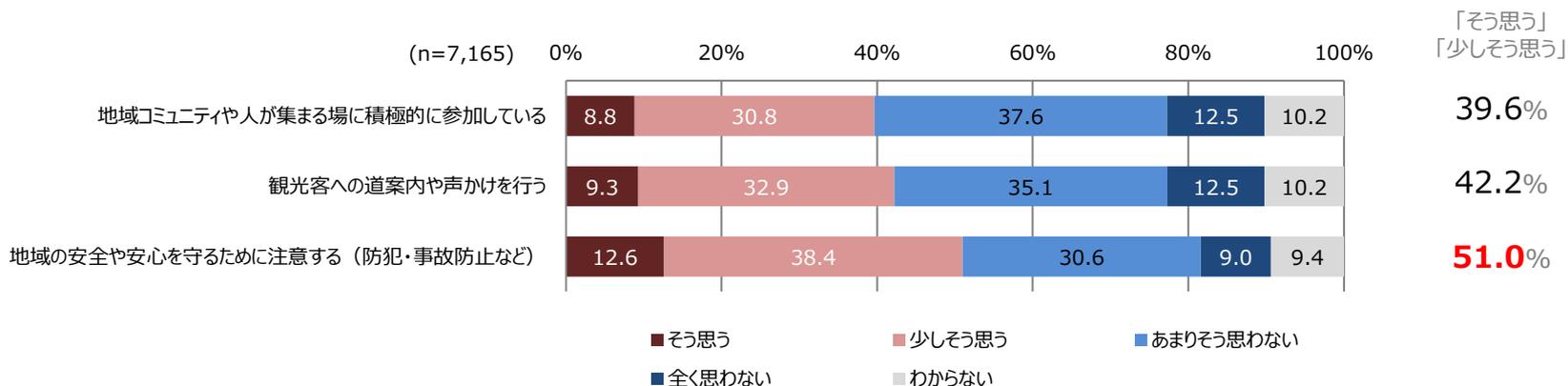
Q15 次のような行動は観光業の発展につながるといいますか。(SA)

せとうち地方

経済面



社会面



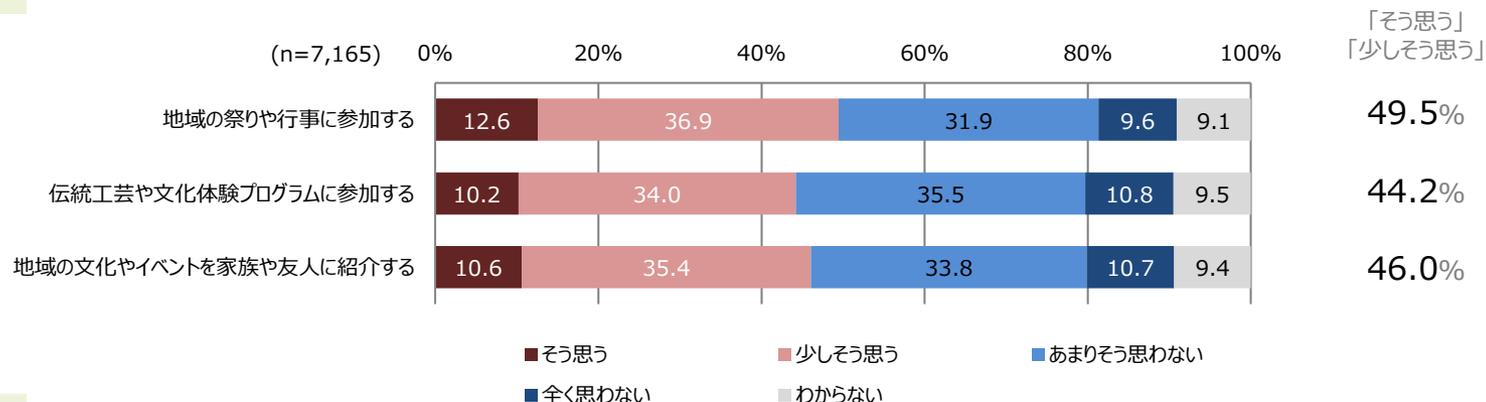
- 経済面では、「地元の飲食店や商店で買い物をしている」「地元の特産品やお土産を購入している」について、社会面では「地域の安全や安心を守るために注意する」について、「そう思う」「少しそう思う」と回答した割合が高くなっていた。

7. 地域の持続性に関する住民意識 【観光業の発展につながると思う行動】

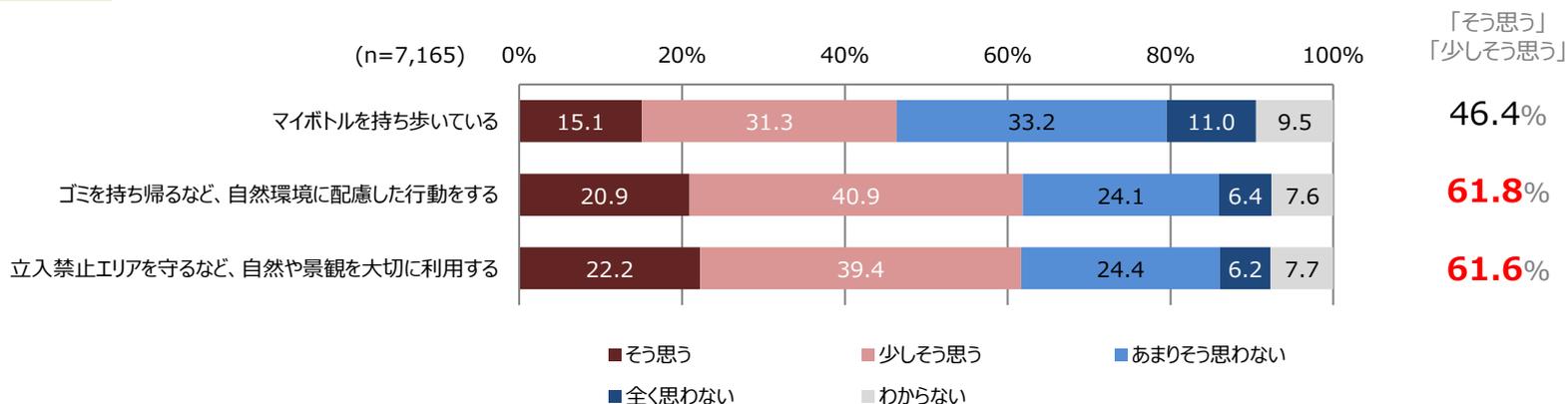
Q15 次のような行動は観光業の発展につながるといいますか。(SA)

せとうち地方

文化面



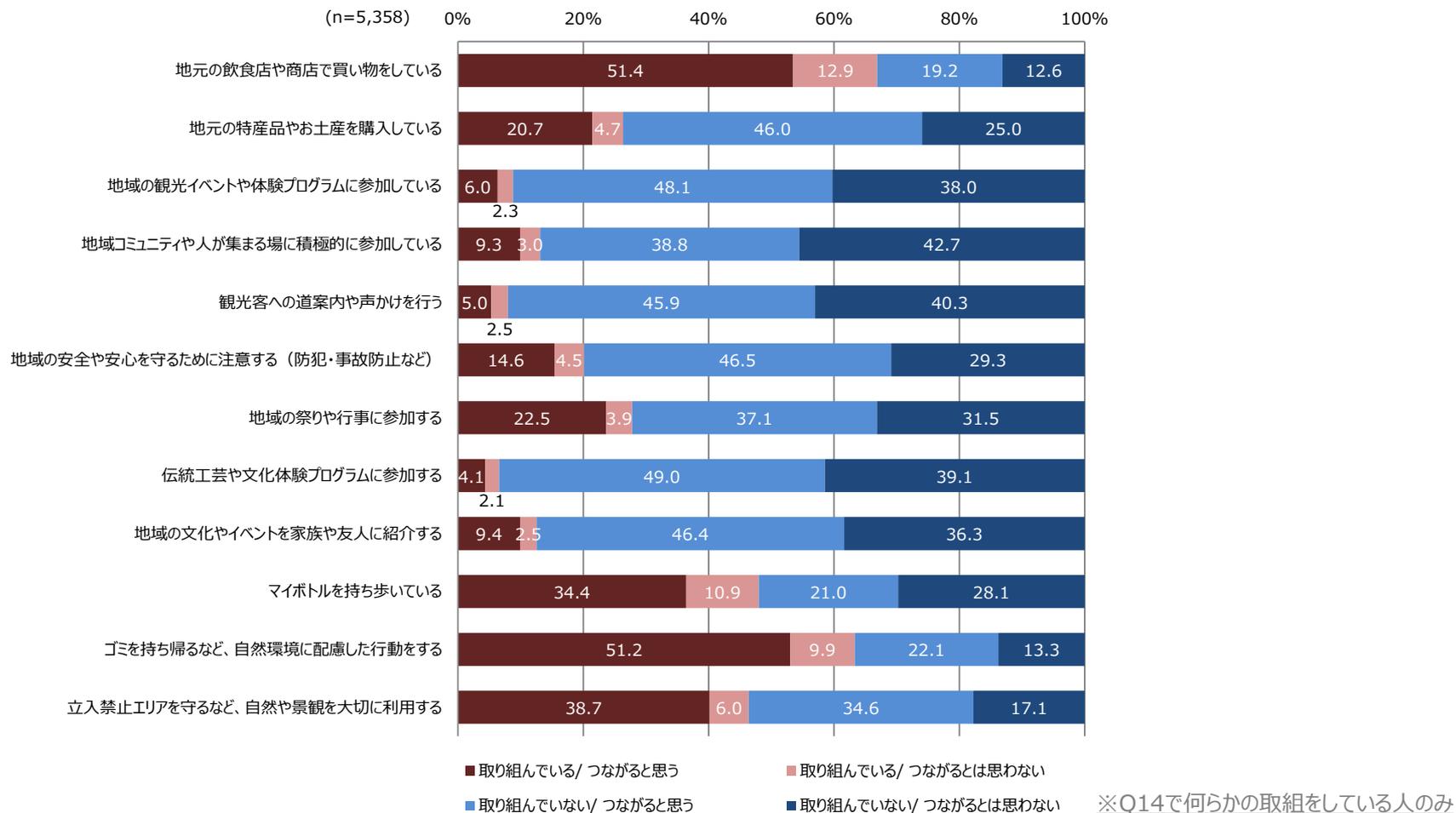
環境面



■ 文化面では、「地域の祭りや行事に参加する」について、環境面では「ゴミを持ち帰るなど、自然環境に配慮した行動をする」「立ち入り禁止エリアを守るなど、自然や景観を大切に利用する」について、「そう思う」「少しそう思う」と回答した割合が高くなっていた。

7. 地域の持続性に関する住民意識

◆ 普段の生活の中で行っている取組×観光業の発展につながると思う行動



■ Q14とQ15をかけあわせ、「観光業の発展につながる」と認識し取組を行っているのか、発展につながるという意識は無く取組を行っているのかを整理した。「地元の飲食店や商店で買い物をしている」「ゴミを持ち帰るなど、自然環境に配慮した行動をする」が「取り組んでいる/発展につながると思う」の割合が高かった。

7. 地域の持続性に関する住民意識

◆ 普段の生活の中で行っている取組×観光業の発展につながると思う行動

取組状況×観光業への発展への考え

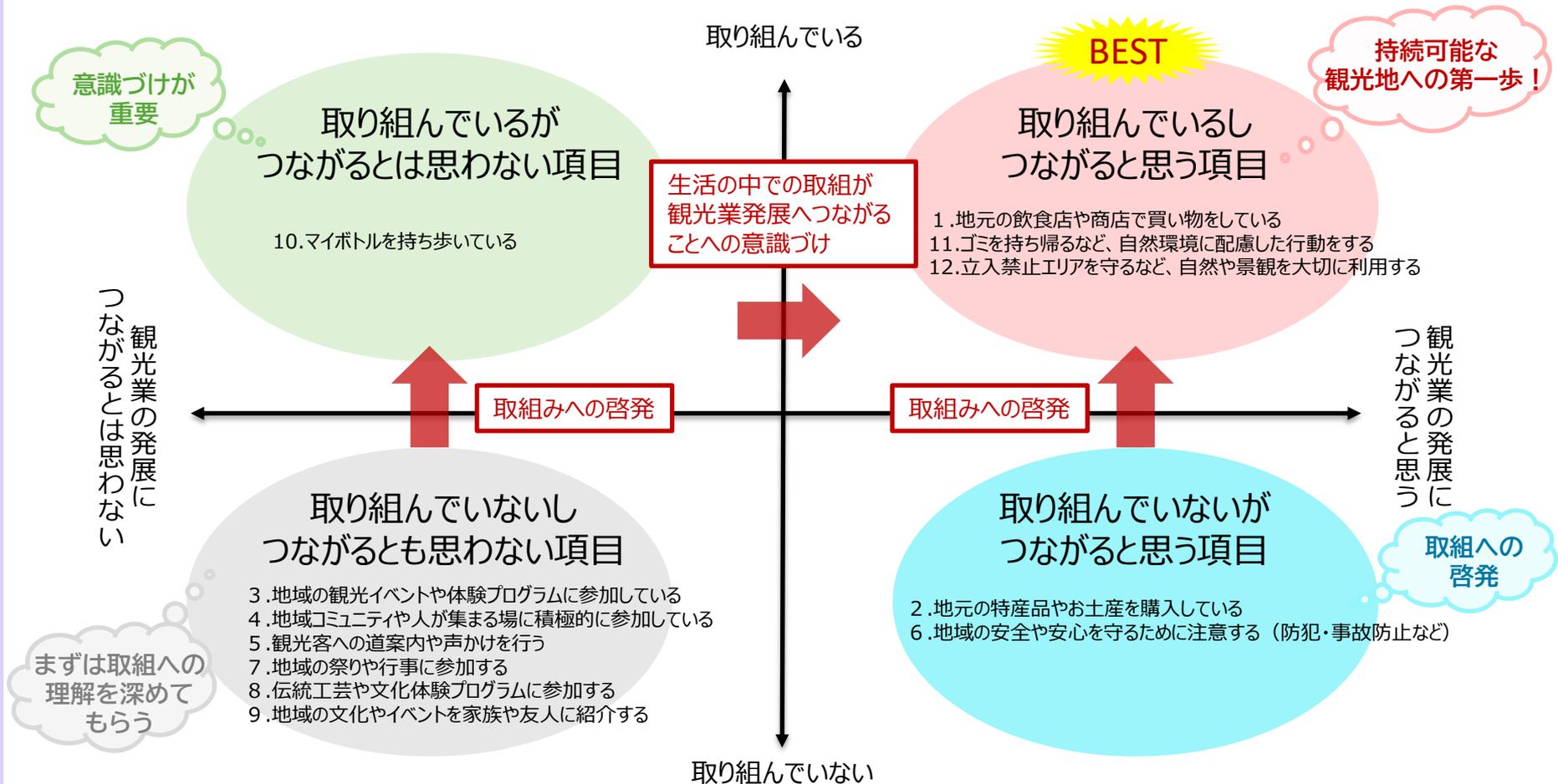
本調査においては、Q14、Q15の回答に『取り組んでいる・『観光業への発展につながると思う』（「そう思う」「少しそう思う」）→5 取り組んでいない・『つながるとは思わない』（「あまりそう思わない」「全く思わない」）→0 と数字を振り、それぞれの平均値より高い場合「取組状況高/発展へつながると思う」、低い場合「取組状況低/発展へつながらないと思う」とし、組み合わせ別に下表のとおり区分を行う。

		取り組んでいる	つながると思う
1	地元の飲食店や商店で買い物をしている	3.32	3.67
2	地元の特産品やお土産を購入している	1.29	3.46
3	地域の観光イベントや体験プログラムに参加している	0.44	2.87
4	地域コミュニティや人が集まる場に積極的に参加している	0.63	2.56
5	観光客への道案内や声かけを行う	0.38	2.72
6	地域の安全や安心を守るために注意する（防犯・事故防止など）	0.99	3.22
7	地域の祭りや行事に参加する	1.35	3.14
8	伝統工芸や文化体験プログラムに参加する	0.32	2.82
9	地域の文化やイベントを家族や友人に紹介する	0.62	2.95
10	マイボトルを持ち歩いている	2.36	2.93
11	ゴミを持ち帰るなど、自然環境に配慮した行動をする	3.14	3.80
12	立入禁止エリアを守るなど、自然や景観を大切に利用する	2.30	3.80
	平均値	1.43	3.16

7. 地域の持続性に関する住民意識

◆ 普段の生活の中で行っている取組×観光業の発展につながると思う行動

取組状況×観光業への発展への考え



※Q14で何らかの取組をしている人のみ

7. 地域の持続性に関する住民意識【まとめ】

- 住民が普段の生活の中で行っている取組としては、「地元の飲食店や商店での買い物」や「自然環境に配慮した行動」など、日常的に実践しやすい行動の割合が高いことが明らかになった。これらの傾向は九州地方と概ね共通しているが、全体としては九州地方のほうが、取組実施率がやや高い結果となっている。
- 居住地が観光地か観光地以外かで比較すると、「地域の祭りや行事への参加」は観光地以外で高く、観光との関係性にかかわらず、地域行事が住民参加の基盤として機能している可能性がうかがえる。
- 一方で、住民が「観光業の発展につながる」と認識している行動を見ると、地元消費や環境配慮、地域の安全・秩序を守る行動など、日常生活の延長線上にある行動が高く評価されていることが分かった。これは、特別な取組だけでなく、住民一人ひとりの普段の行動が、地域観光の持続性を支える重要な要素であると住民自身が認識していることを示している。
- 取組状況と観光業の発展への考えについて整理すると、「地元の飲食店や商店で買い物をする」「ゴミを持ち帰るなど、自然環境に配慮した行動をする」「立入禁止エリアを守るなど、自然や景観を大切に利用する」は、「取り組んでいるし観光業の発展につながると思う」項目として位置づけられた。これは、住民が観光業の発展につながるという意識を持ちながら、実際に行動していることを示している。
これら以外の取組についても、行動が観光業や地域の発展につながることを理解されれば、取組実施率が高まる可能性がある。特に、「マイボトルを持ち歩いている」や「地元の特産品やお土産を購入している」「地域の安全や安心を守るために注意する」といった項目は、「取り組んでいる」または「観光業の発展につながると思う」のいずれかの意識が高く、啓発や情報発信によって「取り組んでいるし観光業の発展につながると思う」層へと移行する余地が大きいと考えられる。

IV 調査結果の総括

◆住民満足度と課題について

本調査では、観光による地域への影響を多角的に把握するとともに、住民満足度をKPIとして位置づけ、その変化と背景要因を分析した。その結果、観光客数の増加や観光施策の推進が進む一方で、住民の経済的・精神的満足度はいずれも低下傾向にある状況が明らかになった。

1 観光による経済的効果が住民に十分還元されていない

観光客の増加については、「地域の飲食店や宿泊施設を利用する観光客が増えている」と実感する住民は一定数存在するものの、経済的満足度は4割未満にとどまり、前回調査からも低下している。このことから、観光による経済効果が発生していても、その恩恵が住民全体に広く波及しているとは言い難い状況がうかがえる。また、「地元の商店街や飲食店が観光で活気づいている」と感じている割合が低いことから、観光消費が一部の事業者やエリアに偏在し、住民の生活実感として捉えにくい構造となっている可能性がある。

2 観光客増加に伴う日常生活への負担が、満足度低下につながっている

オーバーツーリズムの実感は全体で3割程度にとどまっているものの、前回調査と比較すると明確に上昇しており、観光地では半数を超える地域もみられた。実際に「特に困っていない」とする回答が多い一方で、ゴミ問題やマナー違反、騒音といった生活環境への影響を指摘する声も一定数存在する。このように、大きな支障は感じていないが、負担感は蓄積しつつある状態が、精神的満足度の低下につながっている可能性がある。

3 外国人観光客に対する歓迎意識の低さ

観光客全体では歓迎意識が一定程度みられる一方で、外国人観光客に対しては「歓迎しない」「マナーが守られていない」と感じる住民が多く、評価が低い結果となった。外国人観光客の増加が今後も見込まれる中で、受入環境の未整備や情報不足が、住民の不安感やストレスを高め、精神的満足度の低下に影響していると考えられる。

4 「観光の持続可能性」が住民満足度に結びついていない

「持続可能な観光地」としての満足度は2割未満にとどまり、多くの住民が判断を保留している。自然や文化の保全については一定の評価があるものの、それが自分たちの暮らしの安心感や将来への期待につながっているという実感は弱い。観光の持続可能性が、理念としては理解されつつも、住民満足度の向上という成果に結びついていない点が課題である。

5 住民の行動意欲が満足度向上につながっていない

住民は、地元消費や環境配慮など、観光業の発展につながると考えられる行動を日常的に実践している。一方で、こうした行動が地域の観光や自らの暮らしを良くしているという実感にはつながっていない。その結果、「自分は協力しているが、良くなっている感じがしない」という意識が、満足度低下の一因となっている可能性がある。

◆経済・社会・文化・環境について

せとうち地方の経済・社会・文化・環境の各面について、調査結果からうかがえる課題をまとめた。



経済

回答者の約半数が観光客の増加を感じている一方で、居住地域の仕事や産業が元気になっていると感じる人は2割台にとどまっている。取組状況を見ると、地元の飲食店や商店での買い物、地元の特産品や土産品の購入については、実施している人が多い。しかし、これらの行動が観光業の発展につながっているという意識は必ずしも高くない。より魅力的な街づくりを進め、住民自らが関わりたくなる環境を整えることが、経済活性化の実感につながると推察される。



社会

外国人観光客のマナーに対する評価や、外国人観光客を歓迎していると感じる度合いは低くなっている。一方で、地域の安全・安心を守る取組が観光業の発展につながると考える人は半数を超えており、関心は高い。外国人観光客にマナーを守ってもらうためにも、町中における多言語表記や音声ガイドの導入などの工夫を進め、地域住民との共生を目指した対策が重要である。



文化

持続可能な観光地を形成するために必要な取組については、「地域の歴史的建造物や伝統的な街並みを保護・整備する」が3番目に高く、住民の関心が比較的高いことが分かった。地域ならではの自然、歴史、生活文化は、文化資源として独自性や魅力を生み出す重要な要素であることから、その価値や重要性を住民に一層広く認知してもらうための取組が必要である。



環境

普段の生活の中でゴミを持ち帰るなどの行動については、約半数の人が「取り組んでいる」と回答した。一方で、観光地においてゴミのポイ捨てが減ったと感じている人は3割台にとどまっており、観光客によるポイ捨ての是正が課題となっている。自身のゴミを正しく捨てるといった行動は比較的取り組みやすいことから、ゴミ箱の設置などの環境整備を進めるとともに、住民・観光客双方への意識づけを行うことが重要である。