



*"Fielding for REALITY"*

# 平成30年度 住民満足度調査報告書

---

# 目次

	Page
○調査概要 . . . . .	2
○調査結果のまとめ . . . . .	9
○有効な打ち手の方向性の整理、提案 . . . . .	32

# 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県及び山陰2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 : 平成30年12月27日～平成31年1月10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）  
山陰2県（鳥取県、島根県）
- ・ 有効回収数 : 12,244サンプル

# ◆ 【瀬戸内】 観光地の定義について

兵庫県	n=1,702	
観光地	n=852	神戸市 姫路市 洲本市 南あわじ市 淡路市
観光地以外	n=850	兵庫県上記以外市町（35市町）
岡山県	n=1,505	
観光地	n=755	岡山市 倉敷市 備前市
観光地以外	n=750	岡山県上記以外市町（24市町）
広島県	n=1,628	
観光地	n=822	広島市 廿日市市 福山市 尾道市 竹原市
観光地以外	n=806	広島県上記以外市町（18市町）
山口県	n=1,507	
観光地	n=756	下関市 山口市 岩国市 萩市
観光地以外	n=751	山口県上記以外市町（14市町）

徳島県	n=1,105	
観光地	n=554	徳島市 鳴門市 三好市
観光地以外	n=551	徳島県上記以外市町（18市町）
香川県	n=1,400	
観光地	n=700	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=700	香川県上記以外市町（12市町）
愛媛県	n=1,216	
観光地	n=605	松山市 今治市 大洲市 喜多郡内子町
観光地以外	n=611	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を参照すること。

# ◆【山陰】山陰広域観光拠点地区市町について

<b>鳥取砂丘・山陰海岸ジオパーク地区（1市1町）</b>		<b>神々が集う古代出雲・出雲大社地区（1市）</b>	
n=423	鳥取県鳥取市	n=413	n=264 島根県出雲市
	鳥取県岩美町	n=10	n=264
<b>ローカル鉄道とグリーンツーリズム（1市3町）</b>		<b>たたら製鉄～鉄と炎の遺構～地区（2市3町）</b>	
n=443	鳥取県鳥取市	n=413	島根県雲南市
	鳥取県八頭町	n=18	島根県奥出雲町
	鳥取県智頭町	n=9	n=134 島根県安来市
	鳥取県若桜町	n=3	島根県日南町
<b>日本遺産「三徳山・三朝温泉」と梨の花温泉郷地区（1市4町）</b>		<b>世界遺産石見銀山地区（1市2町）</b>	
n=166	鳥取県倉吉市	n=82	島根県大田市
	鳥取県三朝町	n=7	n=67 島根県飯南町
	鳥取県北栄町	n=18	島根県美郷町
	鳥取県湯梨浜町	n=35	n=54
	鳥取県琴浦町	n=24	n=7
<b>スポーツリゾート大山・皆生地区（1市4町1村）</b>		<b>石見神楽と万葉便化が薫る日本の原風景を感じる地区（3市3町）</b>	
n=369	鳥取県米子市	n=300	島根県江津市
	鳥取県大山町	n=23	n=34
	鳥取県伯耆町	n=21	島根県浜田市
	鳥取県南部町	n=14	n=99
	鳥取県日吉津村	n=7	島根県益田市
	鳥取県江府町	n=4	n=225 島根県川本町
<b>妖怪と魚の町～境港・美保関地区～（1市1町）</b>		<b>日本遺産小京都津和野と世界遺産萩の町並み（1市1町）</b>	
n=70	鳥取県境港市	n=62	n=36 島根県津和野町
	島根県松江市美保関町	n=8	n=7 山口県萩市
<b>松江城・足立美術館地区（2市）</b>		<b>隠岐世界ジオパーク地区（3町1村）</b>	
n=473	島根県松江市	n=414	n=20 島根県海士町
	島根県安来市	n=59	n=1 島根県西ノ島町
			n=6 島根県知夫村
			n=1 島根県隠岐の島町
			n=12

本調査においては、山陰広域観光拠点地区市町（12地区39市町）に基づき区分を行う。地区の詳細は上図を参照すること。

# ◆質問構成について

## 満足度に影響を与える影響要因

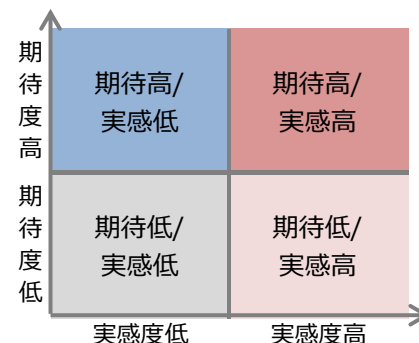
- 前回調査（H29年度）と同様の質問項目で測定を行う。前回と同様に統計処理を行い、各要因の信頼性係数（アルファ係数）は十分な数値（0.8以上）を得られたので採用した。

## 追加設問について

### （1）事前期待度の把握

事前期待と満足度の関係性は重要と考えられる。

- ① 事前に期待していた以上の効果があり満足している
  - ② 期待通りの結果が得られて満足している
  - ③ 何も期待していなかったが、予期せぬ結果が得られて満足している
- など、事前期待がどのような状態なのかによって、満足度に影響を及ぼすことが想定される。

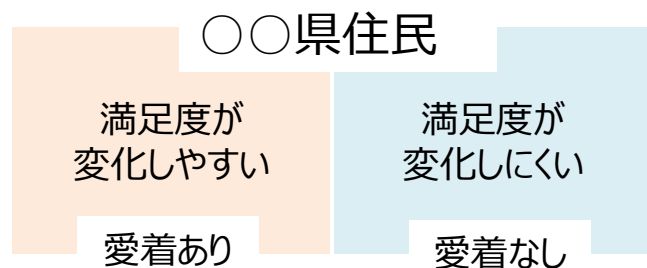


### （2）愛着度の把握

満足度に影響を及ぼす要因として居住地への愛着が考えられる。

観光客増加に対する満足度は、地元への愛着によって大きく左右されると考えられる。

地元に対する愛着があれば、観光客に増加に対する関心が高くなるとともに、その影響を強く受けると想定される。一方で愛着がなければ、観光客増加に対する満足度は変化しにくいと考えられる。



居住地への  
関心・愛着を高めること  
が満足度向上への  
要因になる可能性

## ◆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」、Q8-22～32・48～53「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。

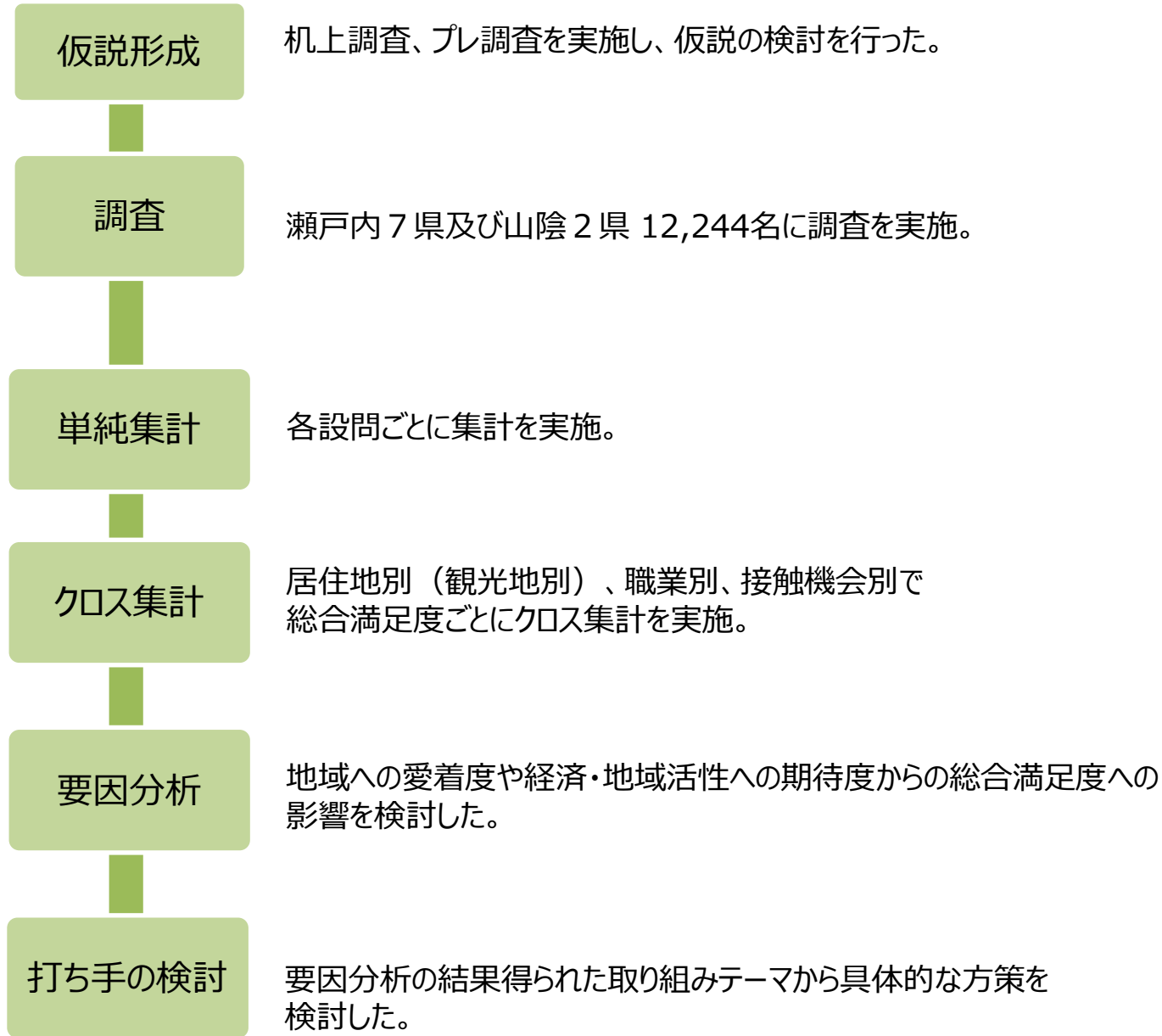
期待度高	期待高/ 実感低	期待高/ 実感高
期待度低	期待低/ 実感低	期待低/ 実感高
	実感度低	実感度高

## ◆愛着度の分析方法について

本調査においては、Q8-61,62「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。



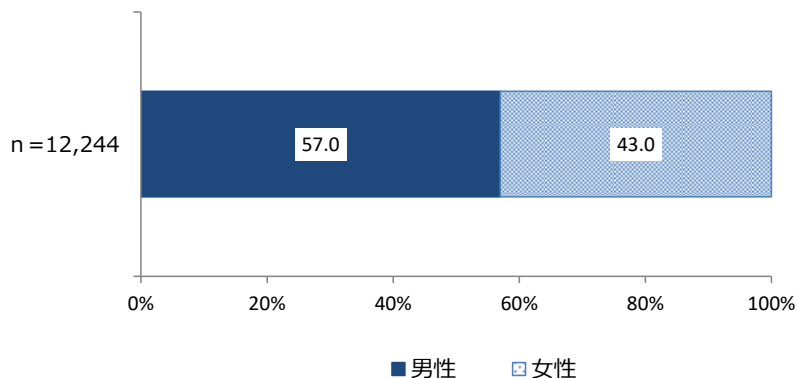
## ◆分析フロー



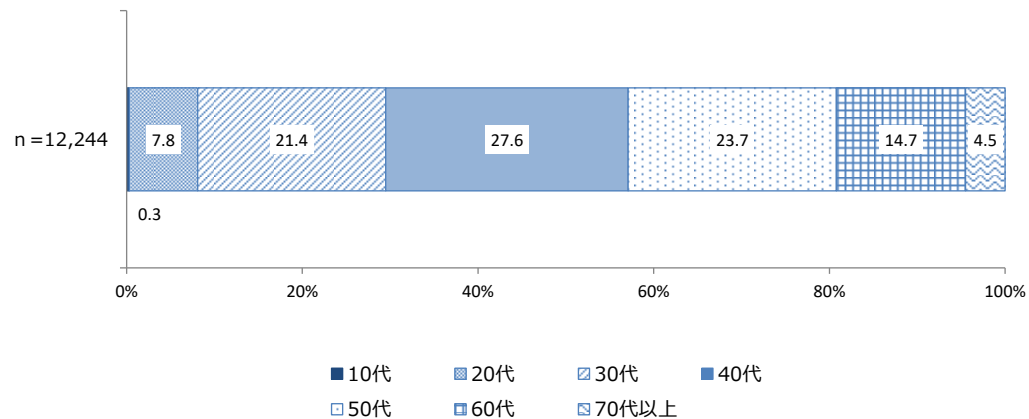
# 調査結果のまとめ

# ◆ サンプル構成

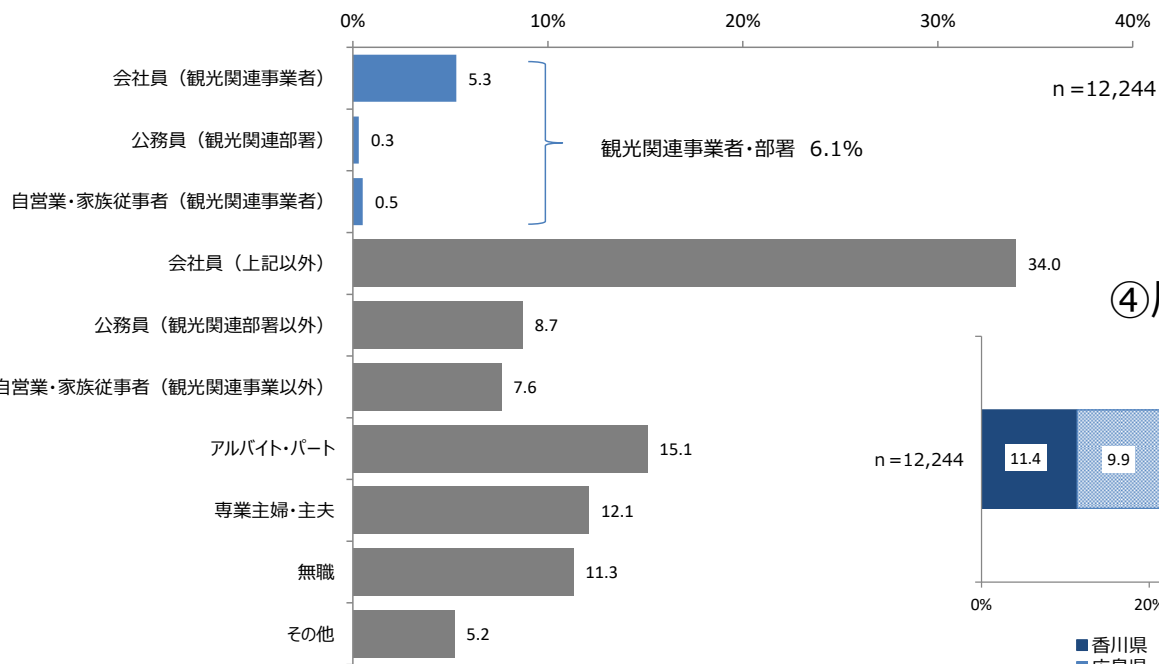
## ①性別 (1つだけ選択：以下「SA」と表記)



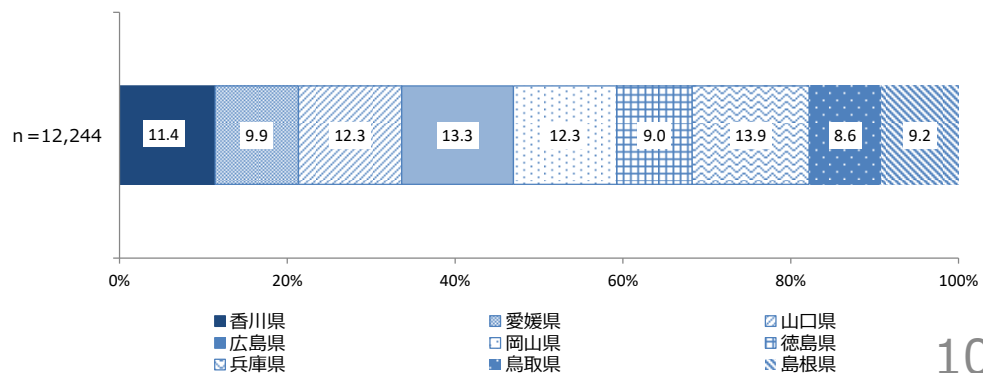
## ②年代 (SA)



## ③職業 (SA)

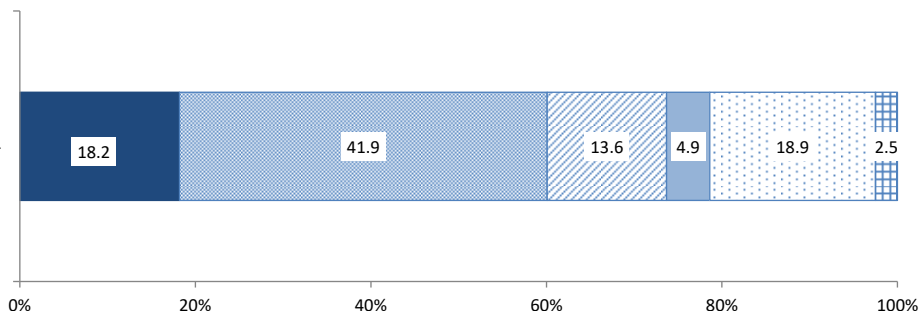


## ④居住地 (SA)

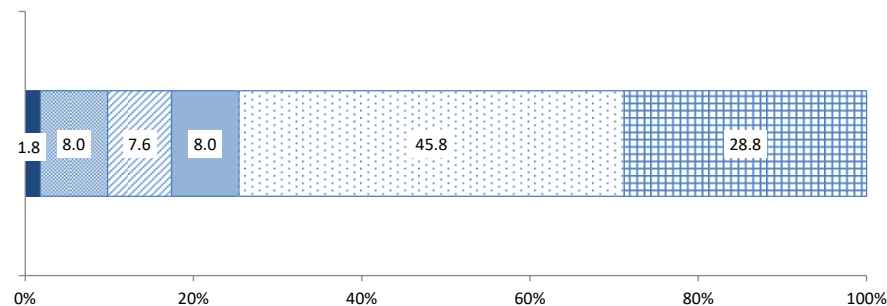


# ◆ サンプル構成

⑤ 国内旅行頻度 (n=12,244) (SA)



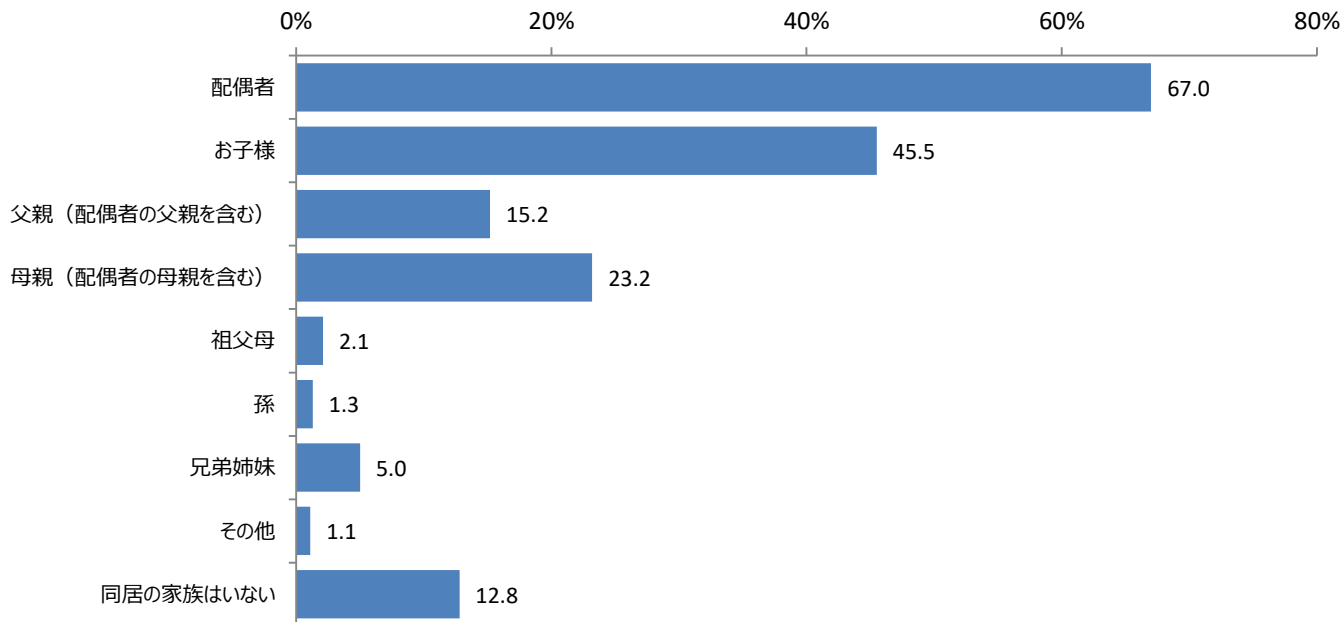
⑥ 海外旅行頻度 (n=12,244) (SA)



- 年に3回以上
- 年に1~2回
- 2~3年に1回
- 5年に1回
- 国内旅行はほとんどしない
- 国内旅行をしたことがない

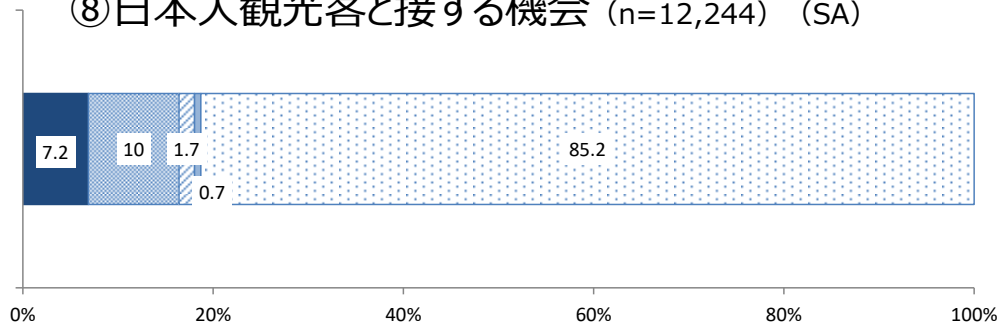
- 年に3回以上
- 年に1~2回
- 2~3年に1回
- 5年に1回
- 海外旅行はほとんどしない
- 海外旅行をしたことがない

⑦ 同居家族 (n=12,244) (当てはまるもの全てを選択：以下「MA」と表記)



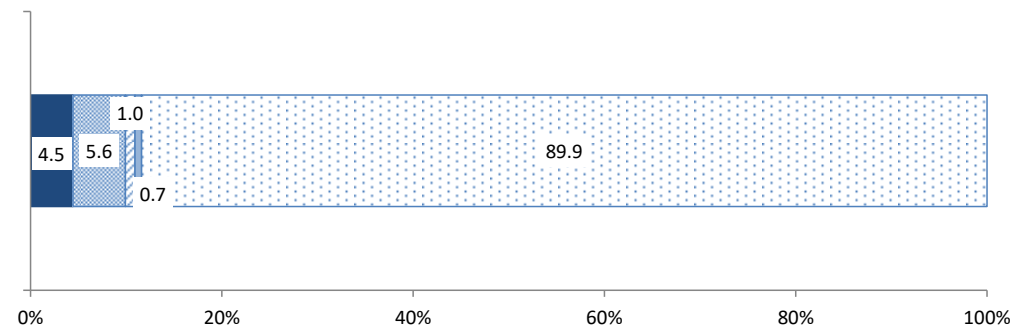
# ◆ サンプル構成

⑧ 日本人観光客と接する機会 (n=12,244) (SA)



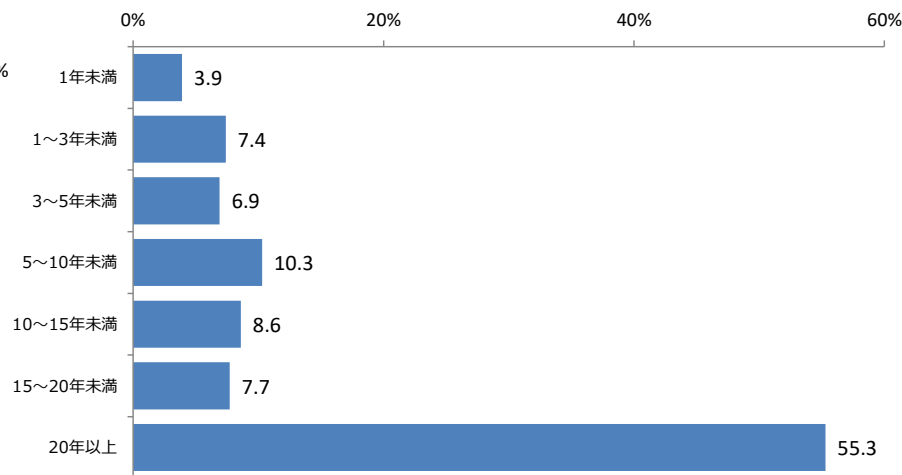
- 日常業務の一環で接している
- 日常生活におけるコミュニケーションで接している (道案内、挨拶等)
- 観光ボランティアとして接している
- その他
- 国内観光客と接する機会はほとんどない

⑨ 外国人観光客と接する機会 (n=12,244) (SA)



- 日常業務の一環で接している
- 日常生活におけるコミュニケーションで接している (道案内、挨拶等)
- 観光ボランティアとして接している
- その他
- 外国人観光客と接する機会はほとんどない

⑩ 居住年数 (n=7,262) (SA)



# ◆総合満足度（全体傾向）

## 総合満足度 国内および外国からの観光客増加

国内および外国からの観光客が  
増加することについて満足している。(SA)  
(n=12,244)

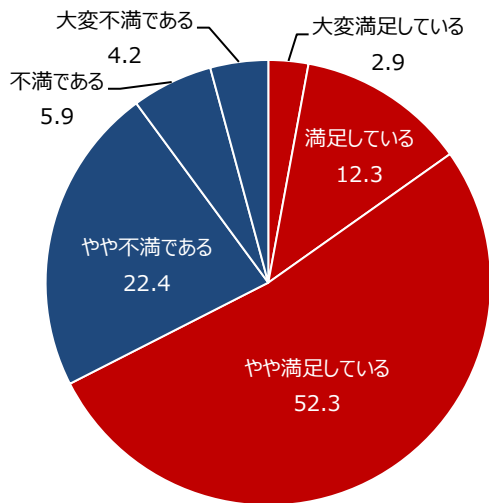
**67.5%**

(「大変満足している」「満足している」「やや満足している」)

上位回答のみ

**15.2%**

(「大変満足している」「満足している」)



## 総合満足度 外国人観光客増加

外国人観光客が増加すること  
について満足している。(SA)  
(n=12,244)

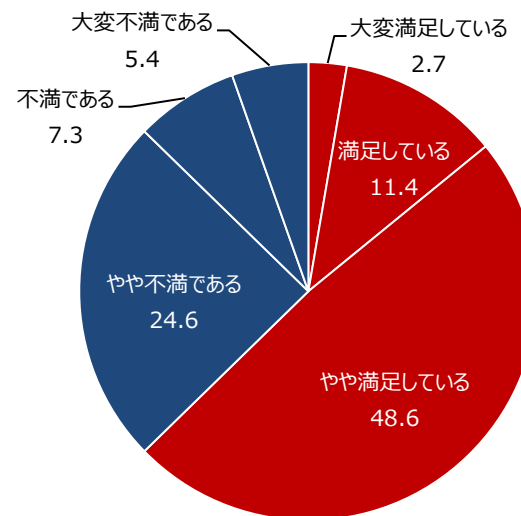
**62.7%**

(「大変満足している」「満足している」「やや満足している」)

上位回答のみ

**14.1%**

(「大変満足している」「満足している」)



# ◆総合満足度（全体傾向）

総合満足度 国内および外国からの観光客増加

【前回との比較※瀬戸内7県の比較】

Q：国内および外国からの観光客が増加することについて満足している。

全体傾向

前回（H29） n=7,262

今回（H30） n=10,063

72.1%

66.8%

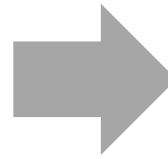
（「大変満足している」「満足している」「やや満足している」）

上位回答のみ

16.2%

14.7%

（「大変満足している」「満足している」）



総合満足度 外国人観光客増加

Q:外国人観光客が増加することについて満足している。

全体傾向

前回（H29） n=7,262

今回（H30） n=10,063

66.6%

62.0%

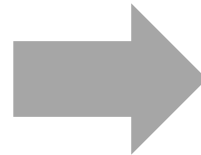
（「大変満足している」「満足している」「やや満足している」）

上位回答のみ

15.0%

13.7%

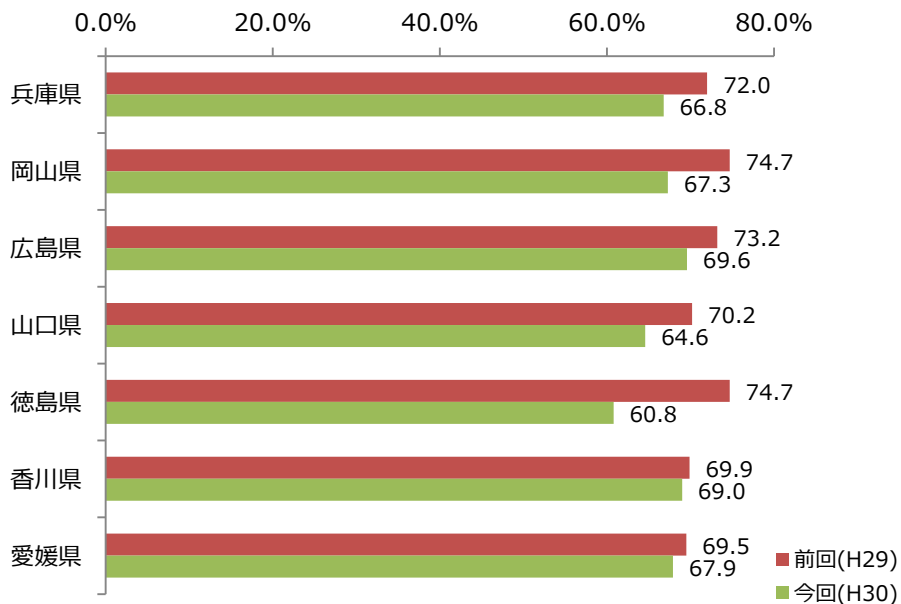
（「大変満足している」「満足している」）



# ◆総合満足度（県別クロス集計）

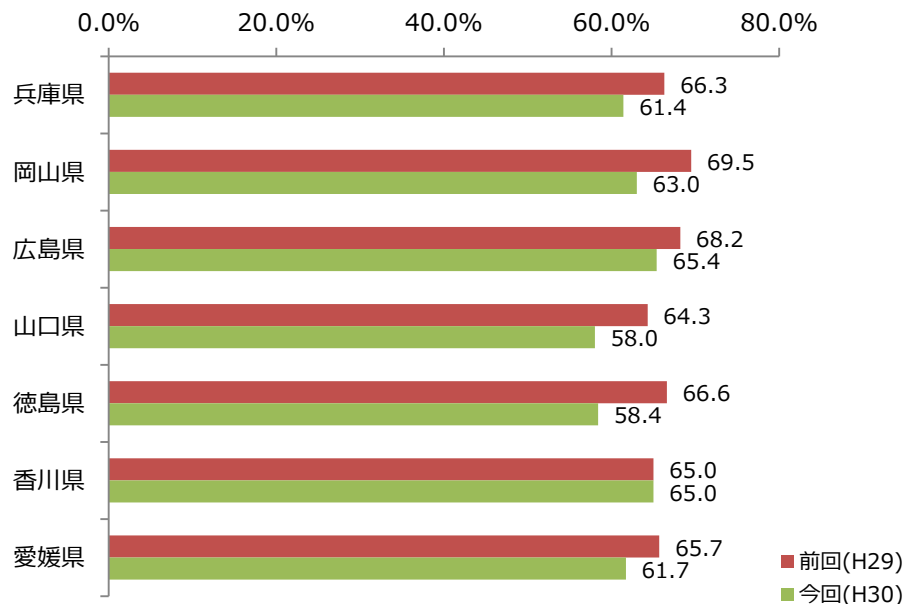
## 総合満足度 国内および外国からの観光客増加

徳島県は前回74.7% ▶ 今回60.8% ↓  
 岡山県は前回74.7% ▶ 今回67.3% ↓  
 山口県は前回70.2% ▶ 今回64.6% ↓  
 兵庫県は前回72.0% ▶ 今回66.8% ↓



## 総合満足度 外国人観光客増加

徳島県は前回66.6% ▶ 今回58.4% ↓  
 岡山県は前回69.5% ▶ 今回63.0% ↓  
 山口県は前回64.3% ▶ 今回58.0% ↓  
 兵庫県は前回66.3% ▶ 今回61.4% ↓





# ◆総合満足度（県別×観光地別クロス集計）

総合満足度 国内および外国からの観光客増加

広島県観光地・山口県観光地・香川県観光地・愛媛県観光地において前回調査より満足度が向上

## 観光地

満足（計）

県名	前回	今回	差
兵庫県	71.6	71.6	0.0
岡山県	74.9	69.9	-5.0
広島県	74.1	74.8	0.7
山口県	68.7	69.0	0.3
徳島県	73.4	63.7	-9.7
香川県	68.8	71.2	2.4
愛媛県	68.6	77.0	8.4

【単位:%】 【単位:pt】

## 観光地以外

満足（計）

県名	前回	今回	差
兵庫県	72.4	62.0	-10.4
岡山県	74.5	64.7	-9.8
広島県	72.6	64.4	-8.2
山口県	71.7	60.0	-11.7
徳島県	76.1	57.7	-18.4
香川県	71.1	66.8	-4.3
愛媛県	70.3	58.9	-11.4

【単位:%】 【単位:pt】

総合満足度 外国人観光客増加

広島県観光地・香川県観光地・愛媛県観光地において前回調査より満足度が向上

## 観光地

満足（計）

県名	前回	今回	差
兵庫県	66.4	65.7	-0.7
岡山県	68.6	65.6	-3.0
広島県	68.6	71.0	2.4
山口県	64.4	63.4	-1.0
徳島県	65.8	59.9	-5.9
香川県	64.3	67.1	2.8
愛媛県	63.2	70.5	7.3

【単位:%】 【単位:pt】

## 観光地以外

満足（計）

県名	前回	今回	差
兵庫県	66.1	56.9	-9.2
岡山県	70.3	60.4	-9.9
広島県	67.9	59.6	-8.3
山口県	64.2	52.8	-11.4
徳島県	67.4	56.8	-10.6
香川県	65.6	62.9	-2.7
愛媛県	68.2	52.8	-15.4

【単位:%】 【単位:pt】

# ◆総合満足度（全体傾向）

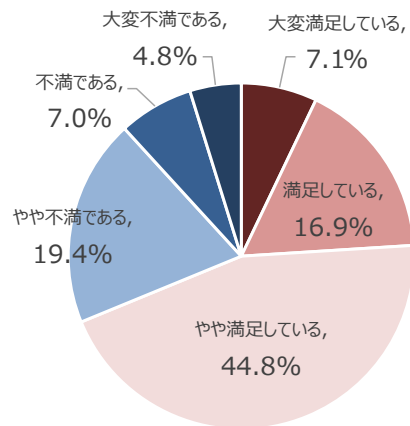
総合満足度 国内および外国からの観光客増加

観光関連事業従事者・関連部署

n=746

**24.0%**

（「大変満足している」「満足している」）

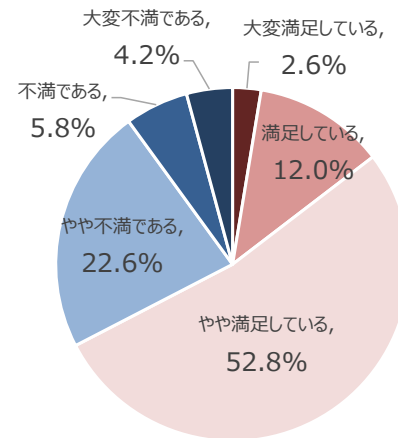


観光関連事業従事者・関連部署以外

n=11,498

**14.6%**

（「大変満足している」「満足している」）

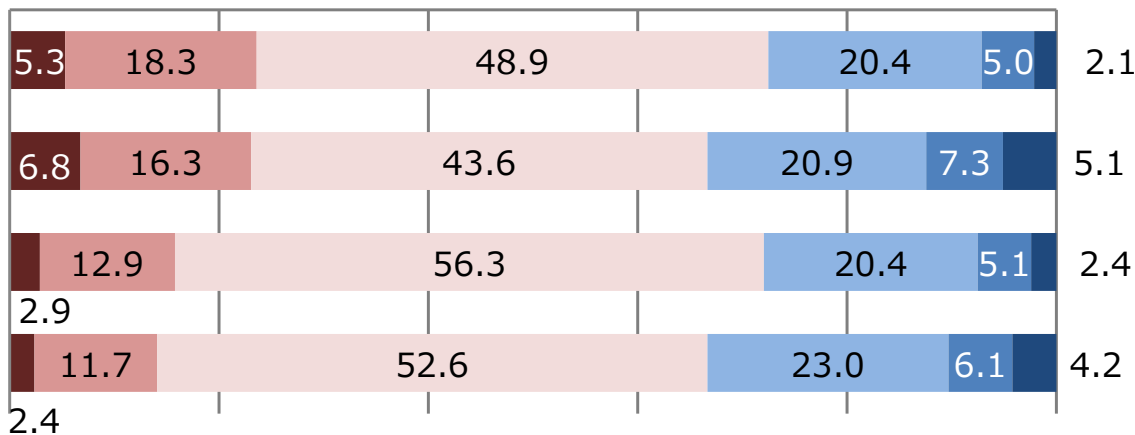


【前回との比較※瀬戸内7県の比較】

0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%

観光関連事業従事者・  
関連部署

前回(n=378)



観光関連事業従事者・  
関連部署以外

前回(n=6,884)

今回(n=9,474)

■ 大変満足している     
 ■ 満足している     
 ■ やや満足している  
■ やや不満である     
 ■ 不満である     
 ■ 大変不満である

# ◆総合満足度（全体傾向）

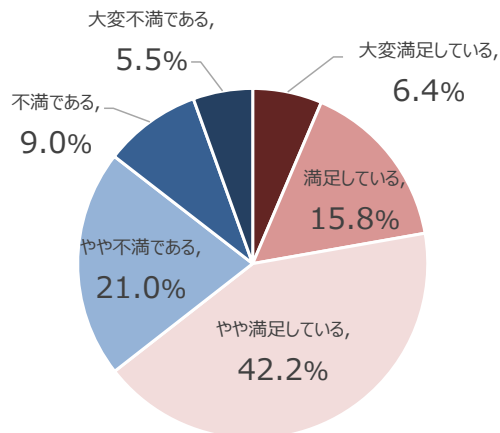
## 総合満足度 外国人観光客増加

観光関連事業従事者・関連部署

n=746

**22.2%**

（「大変満足している」「満足している」）

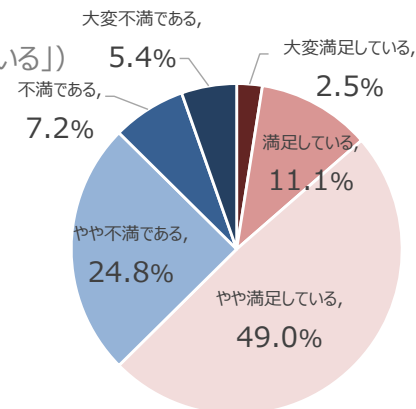


観光関連事業従事者・関連部署以外

n=11,498

**13.6%**

（「大変満足している」「満足している」）



【前回との比較※瀬戸内7県の比較】

0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0% 100.0%

観光関連事業従事者・  
関連部署

前回(n=378) 5.0 18.3 45.0 21.7 6.6 3.4

今回(n=589) 5.8 15.8 41.3 22.2 9.0 5.9

観光関連事業従事者・  
関連部署以外

前回(n=6,884) 12.1 52.0 23.0 6.6 3.8

今回(n=9,474) 10.8 48.7 25.3 7.4 5.4

2.5

2.4

■ 大変満足している

■ 満足している

■ やや満足している

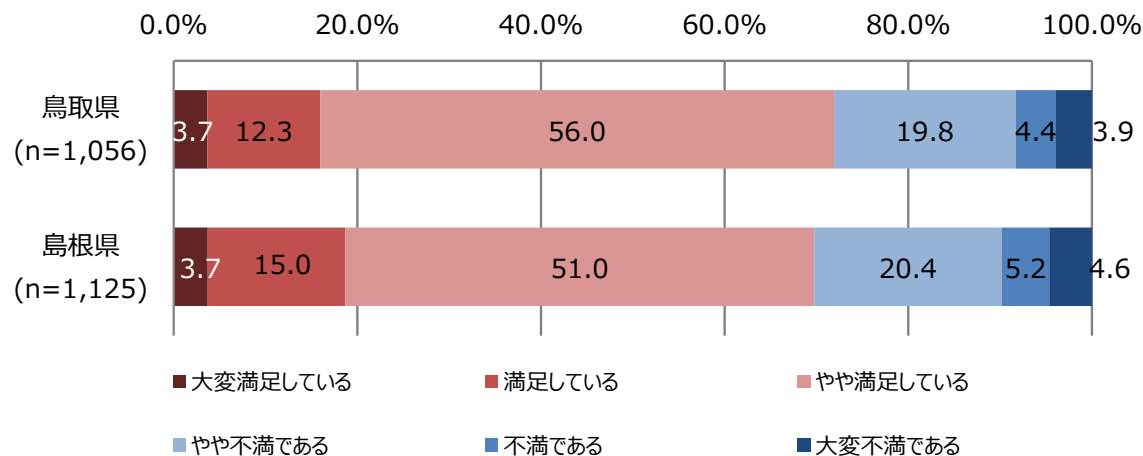
■ やや不満である

■ 不満である

■ 大変不満である

# ◆総合満足度（山陰県別クロス集計）

## 総合満足度 国内および外国からの観光客増加



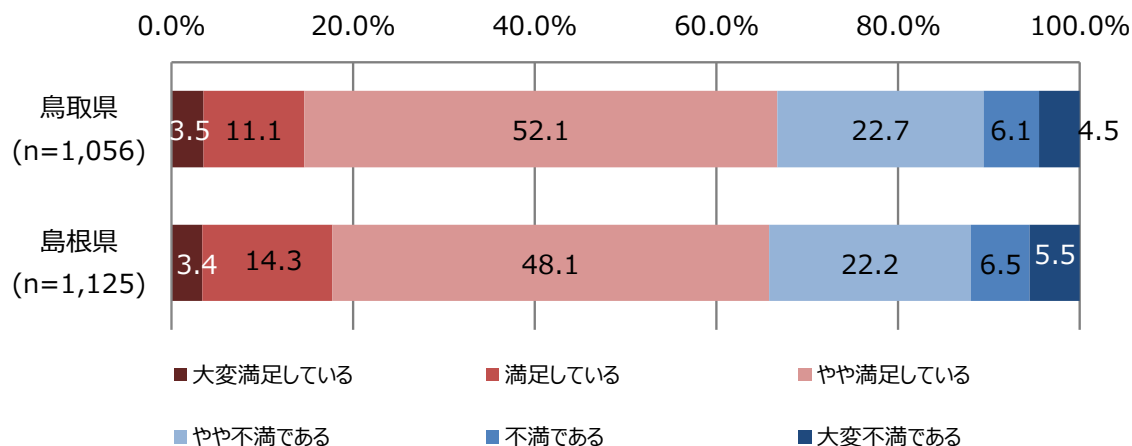
国内および海外からの観光客増加の満足度

鳥取県 **72.0%**  
島根県 **69.7%**

## 総合満足度 外国人観光客増加

外国人観光客増加の満足度

鳥取県 **66.7%**  
島根県 **65.8%**



# ◆満足度の影響を及ぼす要因の把握（観光客との関わり）

総合満足度 国内および外国からの観光客増加

国内および外国からの観光客増加の満足度×国内観光客との接触機会

観光ボランティアとして接している

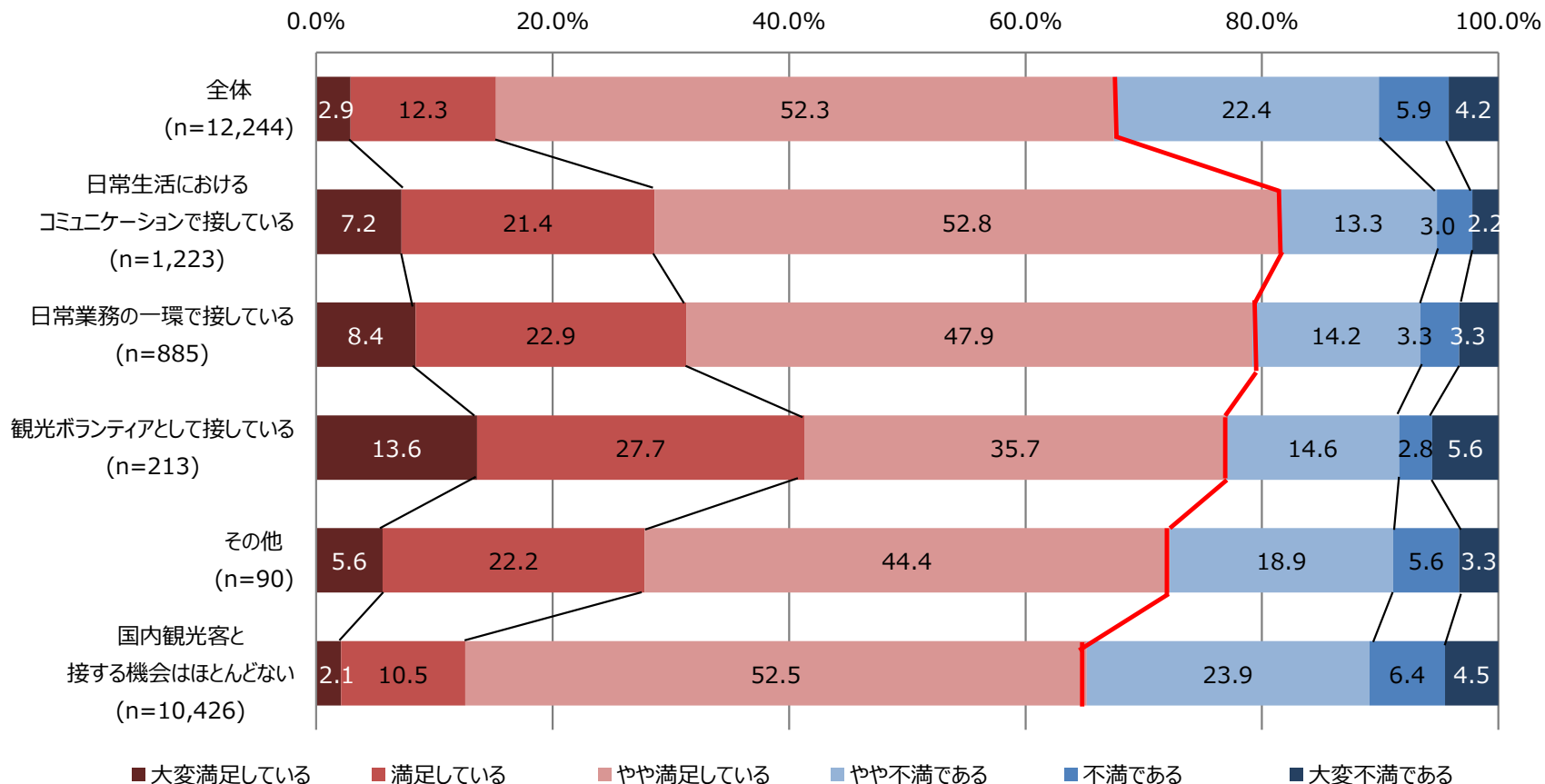
**41.3%**

(「大変満足している」「満足している」)

接する機会はほとんどない

**12.6%**

(「大変満足している」「満足している」)



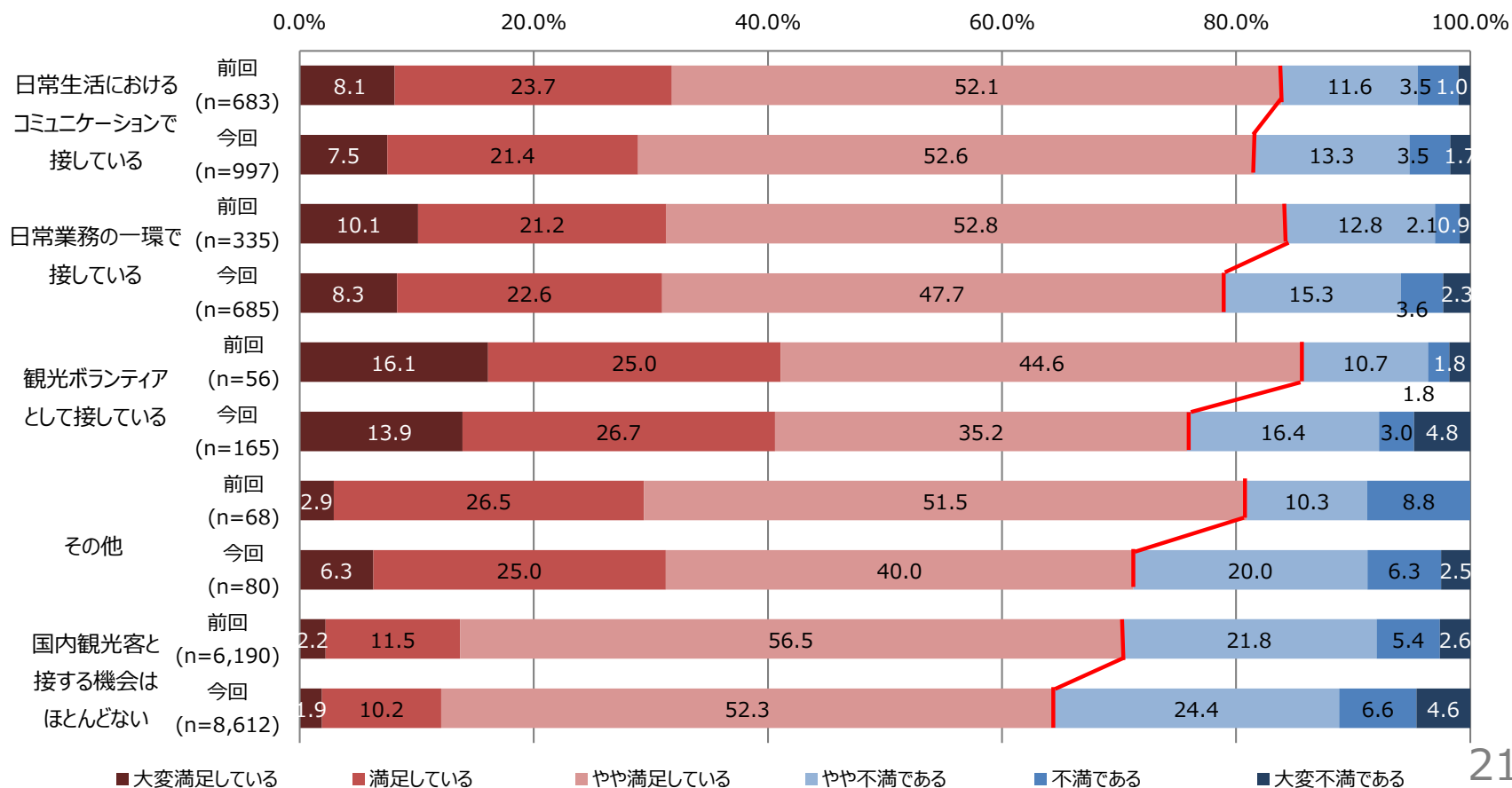
# ◆満足度の影響を及ぼす要因の把握（観光客との関わり）

総合満足度 国内および外国からの観光客増加

国内および外国からの観光客増加の満足度×国内観光客との接触機会

【前回との比較※瀬戸内7県の比較】

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」 前回83.9% ▶ 今回81.5%  
 「日常業務の一環で接している」 前回84.1% ▶ 今回78.6%  
 「観光ボランティアとして接している」 前回85.7% ▶ 今回75.8%



# ◆満足度の影響を及ぼす要因の把握（観光客との関わり）

総合満足度 外国人観光客増加

国内および外国からの観光客増加の満足度×外国人観光客との接触機会

観光ボランティアとして接している

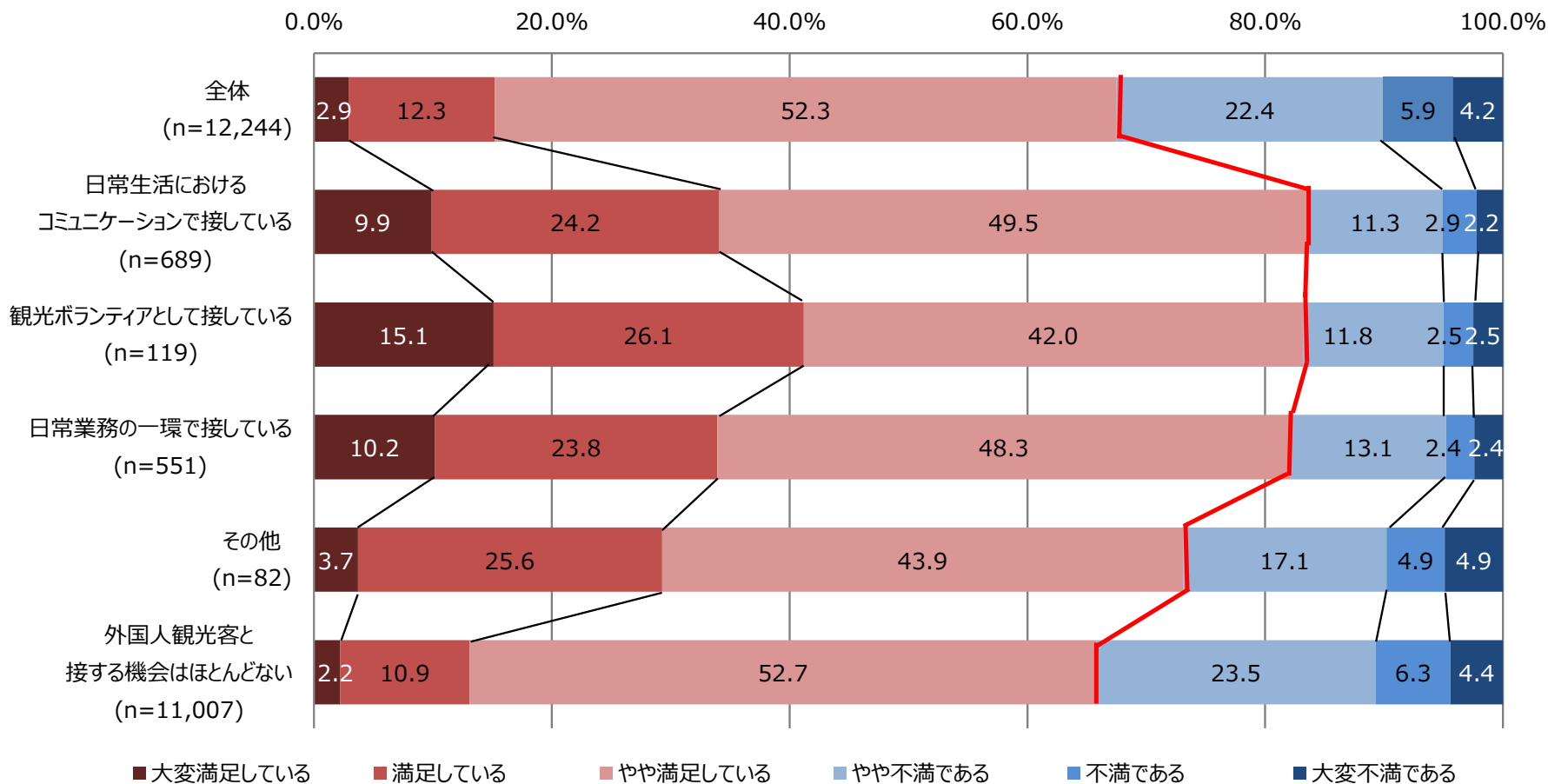
**41.2%**

(「大変満足している」「満足している」)

接する機会はほとんどない

**13.1%**

(「大変満足している」「満足している」)



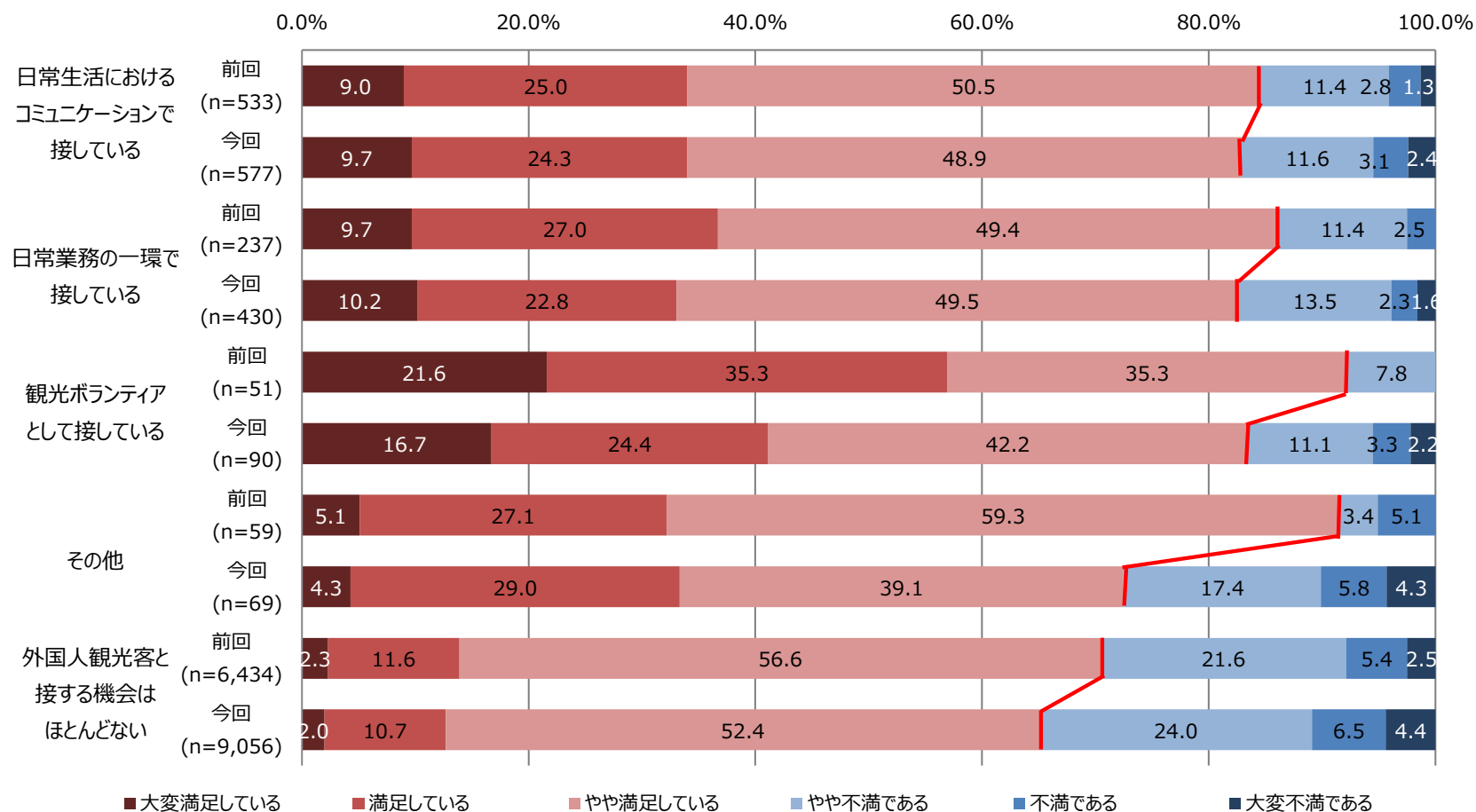
# ◆満足度の影響を及ぼす要因の把握（観光客との関わり）

総合満足度 外国人観光客増加

国内および外国からの観光客増加の満足度×外国人観光客との接触機会

【前回との比較※瀬戸内7県の比較】

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」 前回84.5% ▶ 今回82.9%  
 「日常業務の一環で接している」 前回86.1% ▶ 今回82.5%  
 「観光ボランティアとして接している」 前回92.2% ▶ 今回83.3%





# ◆満足度の影響を及ぼす要因の把握（観光客との関わり）

総合満足度 外国人観光客増加

外国人観光客増加の満足度×外国人観光客との接触機会

観光ボランティアとして接している

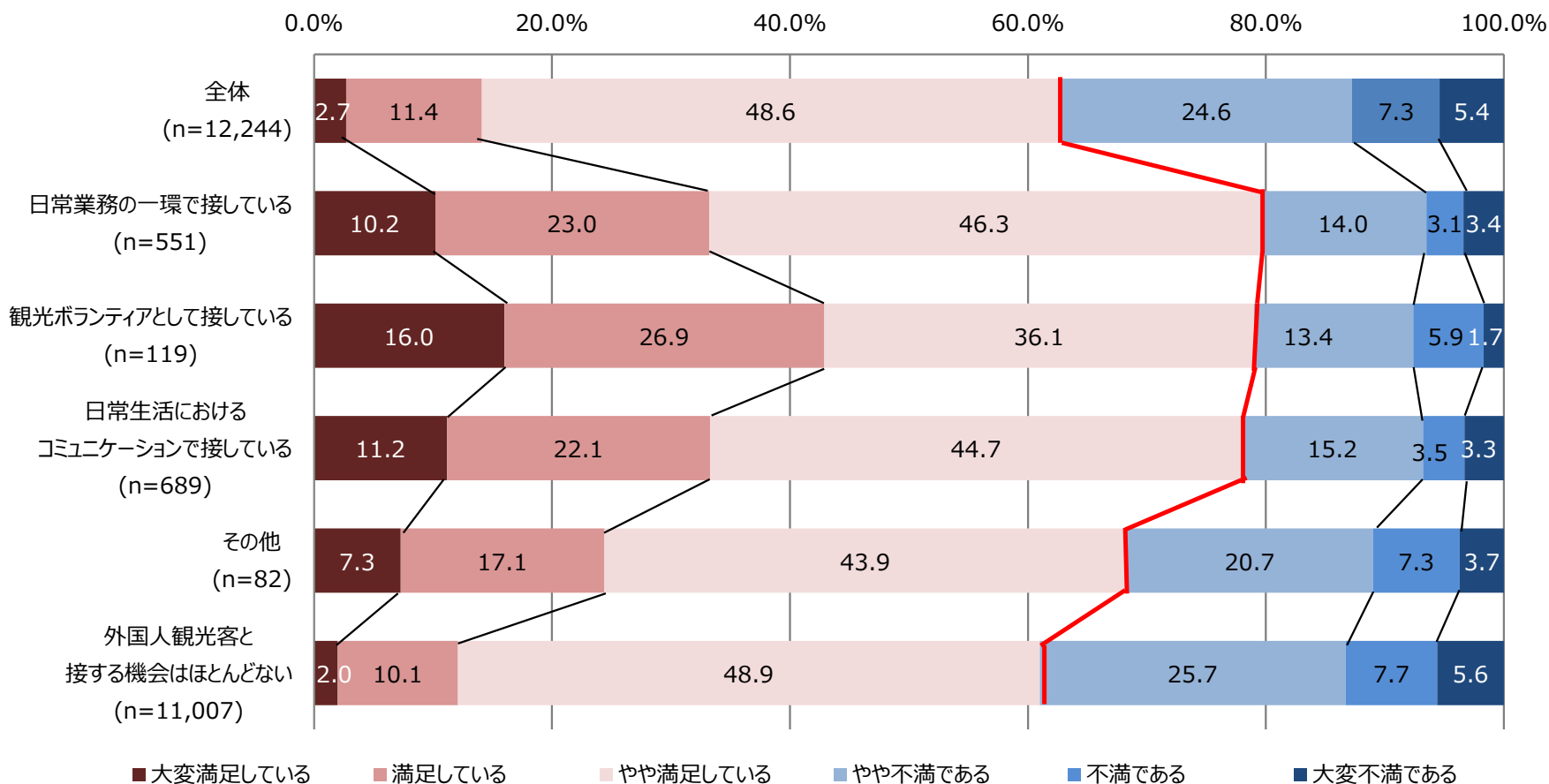
**42.9%**

(「大変満足している」「満足している」)

接する機会はほとんどない

**12.1%**

(「大変満足している」「満足している」)



# ◆満足度の影響を及ぼす要因の把握（観光客との関わり）

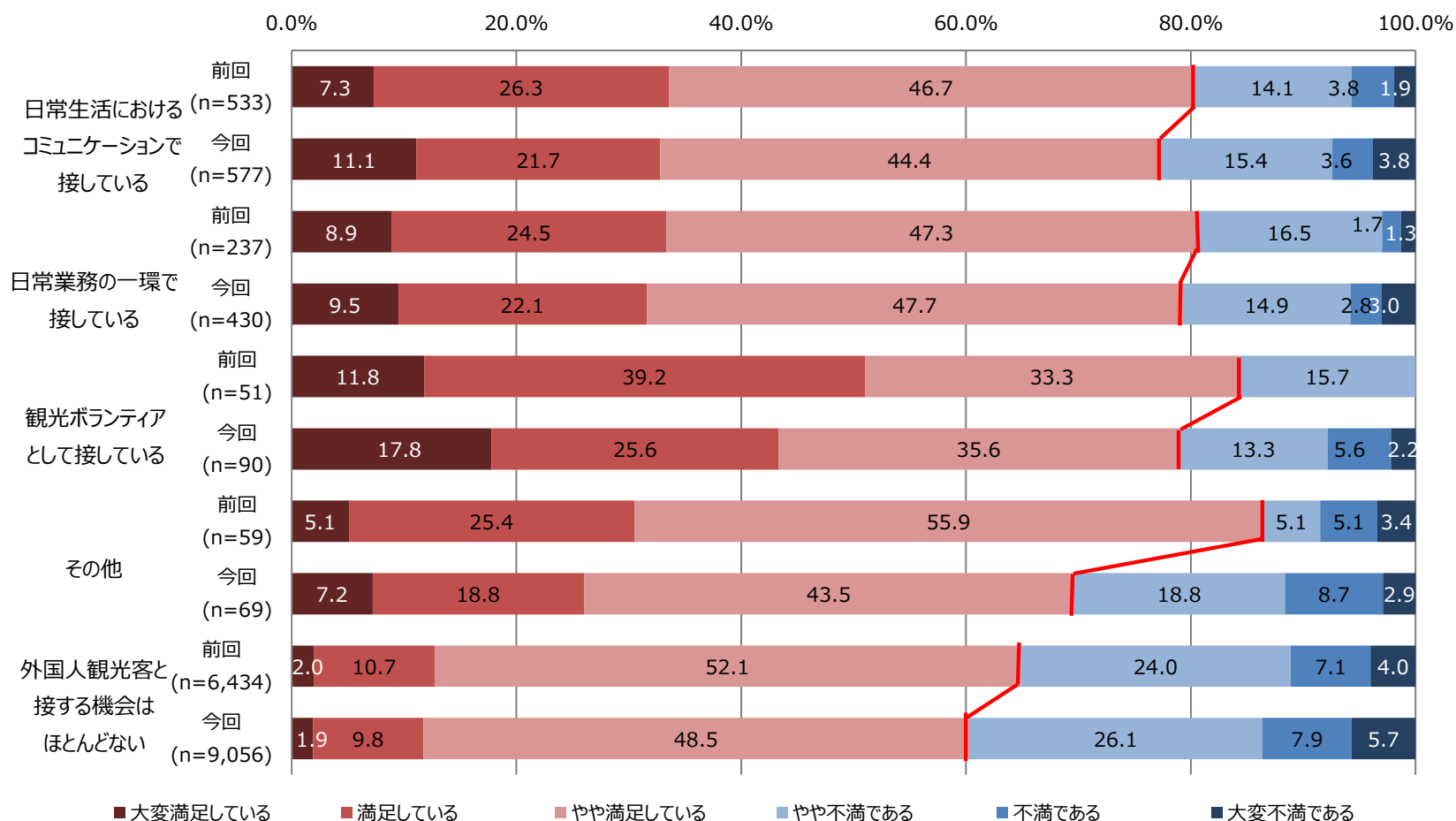
総合満足度 外国人観光客増加

外国人観光客増加の満足度×外国人観光客との接触機会

【前回との比較※瀬戸内7県の比較】

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」  
 「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」

前回80.3% ▶ 今回77.2%  
 前回80.7% ▶ 今回79.3%  
 前回84.3% ▶ 今回79.0%



# ◆満足度の影響を及ぼす要因の把握（愛着度の影響）

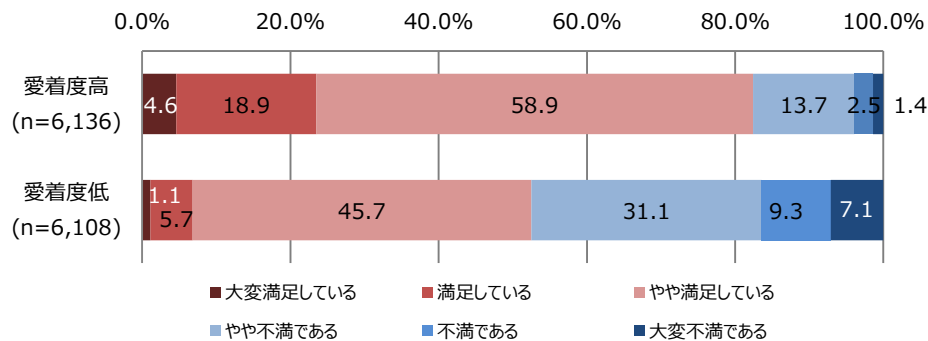
## 総合満足度 国内および外国からの観光客増加

### 愛着度高

「大変満足している」「満足している」 上位回答  
 「やや満足している」 「大変満足している」「満足している」  
**82.4%** **23.5%**

### 愛着度低

「大変満足している」「満足している」 上位回答  
 「やや満足している」 「大変満足している」「満足している」  
**52.5%** **6.8%**



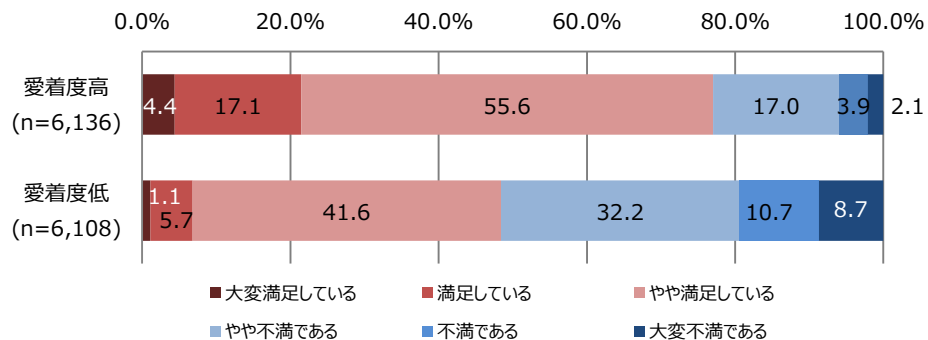
## 総合満足度 外国人観光客増加

### 愛着度高

「大変満足している」「満足している」 上位回答  
 「やや満足している」 「大変満足している」「満足している」  
**77.1%** **21.5%**

### 愛着度低

「大変満足している」「満足している」 上位回答  
 「やや満足している」 「大変満足している」「満足している」  
**48.4%** **6.8%**



# ◆満足度の影響を及ぼす要因の把握（事前期待の影響）

■「期待度高」は「期待度低」と比較して満足度が30pt以上高くなっている。

▶経済効果・地域活性化への期待感を高めることが、満足度の高まりに繋がる可能性を示唆

## 総合満足度 国内および外国からの観光客増加

### 期待度高

「大変満足している」「満足している」  
「やや満足している」

上位回答  
「大変満足している」「満足している」

84.5%

24.2%

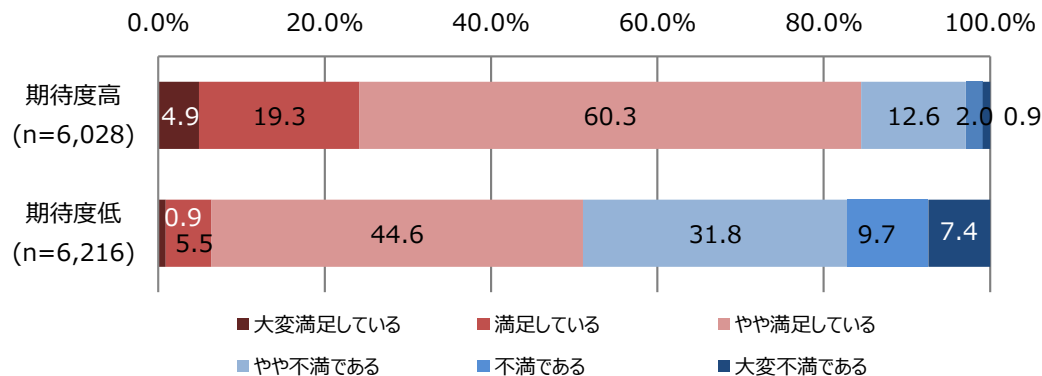
### 期待度低

「大変満足している」「満足している」  
「やや満足している」

上位回答  
「大変満足している」「満足している」

51.0%

6.4%



## 総合満足度 外国人観光客増加

### 期待度高

「大変満足している」「満足している」  
「やや満足している」

上位回答  
「大変満足している」「満足している」

79.5%

22.6%

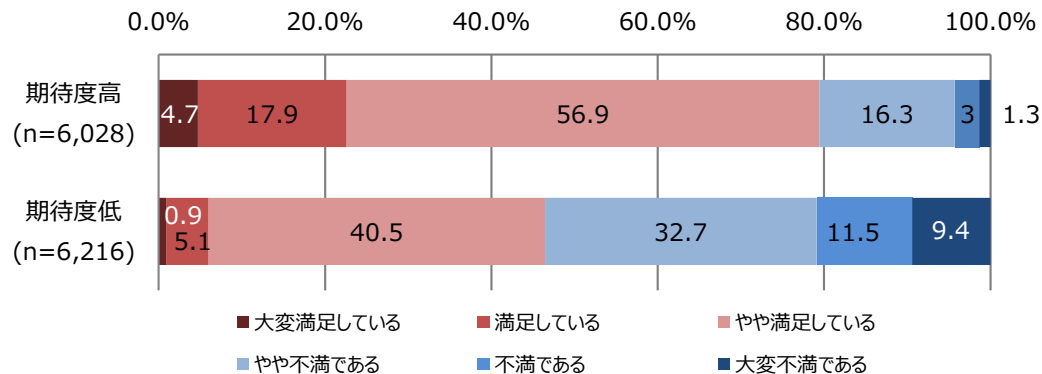
### 期待度低

「大変満足している」「満足している」  
「やや満足している」

上位回答  
「大変満足している」「満足している」

46.5%

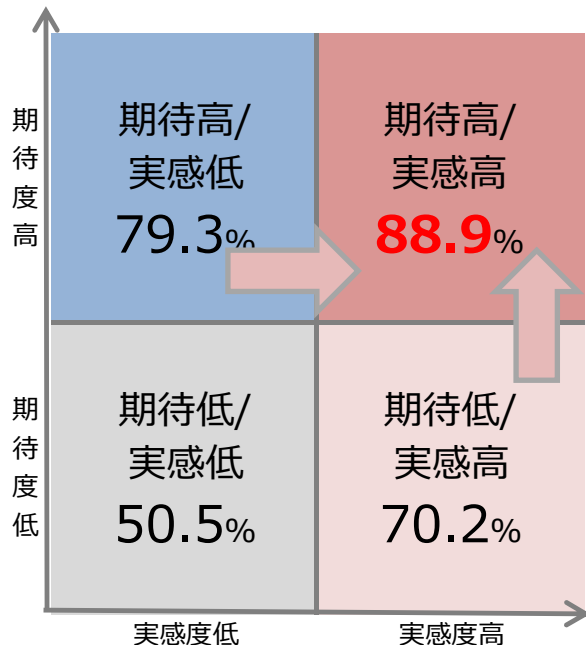
6.0%



# ◆満足度の影響を及ぼす要因の把握（事前期待×実感度の影響）

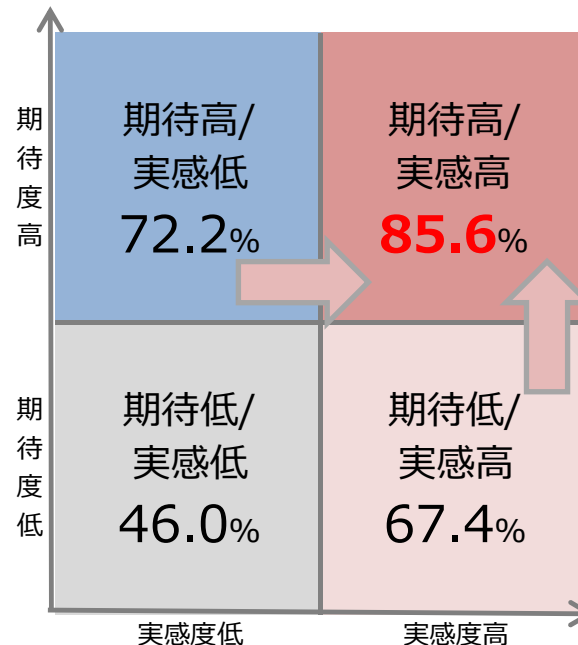
総合満足度 国内および外国からの観光客増加

満足度別



総合満足度 外国人観光客増加

満足度別



## 【ポイント】

上記の表は、「地域活性化」「経済面」について、事前期待（観光客増加によって、経済効果があり、地域が活性化する）と実際の実感（観光客増加によって、経済効果・地域が活性化した）のクロス集計表である。

事前期待度が高い人の方が満足度が高い傾向が見受けられ、

このことから経済面や地域活性化について、実感を持って満足するだけでなく、事前に期待を高めることの有効性がうかがえる。

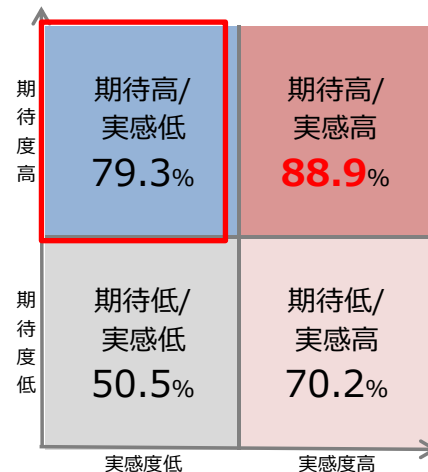
# ◆事前期待×実感度4事象別特徴

ここでは、総合満足度を高めていくためにターゲットを明確にしていく。  
 具体的には、事前期待×実感度で分けた4事象のうち、「期待度高×実感度低」「期待度低×実感度高」の特徴点を明らかにし、「どこの」「どのような人」がターゲットになるのかを検討していく。

期待度高×実感度低

詳述▶資料編P71/72

➡実感を高めることでさらなる満足度の向上が見込める



【想定されるターゲット】

30代・60代以上 山口県・鳥取県・島根県在住者 観光地在住者

年代	30代 60代以上
職業	観光関連以外の会社員/公務員
居住地	山口県 鳥取県 島根県
観光地/観光地以外	観光地
旅行頻度	国内：高い 海外：低い
同居家族	配偶者 子ども 父親 母親 祖父母 孫
居住年数	1年未満 1～3年未満 5～10年未満
地域愛着	高い：6割

国内/外国人観光客との接触機会	日常生活におけるコミュニケーション
観光客の増加	7割が感じていない
観光客への印象	外国人観光客への好印象が低い
期待	経済効果より地域活性化への期待が低い
実感	雇用増加など身近な実感が少ない
生活環境の変化	良い面も悪い面も8割が感じていない
仕事の変化	9割が感じていない

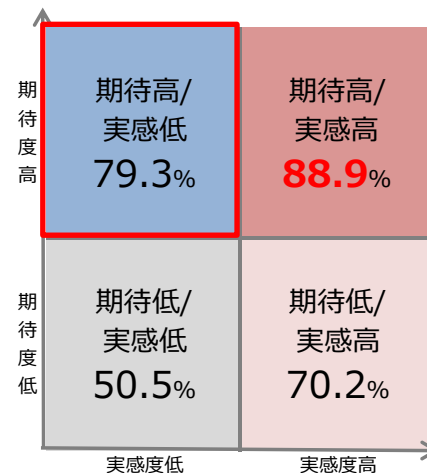
# ◆事前期待×実感度4事象別特徴

期待度高×実感度低 問別ギャップ

→実感を高めることでさらなる満足度の向上が見込める

【経済面】ギャップ上位 70ポイント以上ギャップのある項目

雇用や仕事が増えていないというギャップ  
観光客増加による、波及効果の創出ができていない。



n=2,771

経済	期待	実感	差
国内観光客増加による雇用の増加	81.9	10.3	▲ 71.6
外国人観光客増加による観光の波及効果	85.6	14.7	▲ 70.9
外国人観光客増加による観光の新サービス、新商品の創出	88.1	17.3	▲ 70.8
国内観光客増加による観光の波及効果	89.3	18.9	▲ 70.4
外国人観光客増加による雇用の増加	79.8	9.5	▲ 70.3
外国人観光客増加による地域の観光に関する仕事の増加	84.6	14.4	▲ 70.2

※「期待」「実感」は「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」と回答した人の割合

※「期待」「実感」の単位は「%」、「差」は「実感-期待」で算出し、単位は「ポイント」

【地域活性化】ギャップ上位 60ポイント以上ギャップのある項目

交流機会、ボランティアなどの活躍の場を求めている。

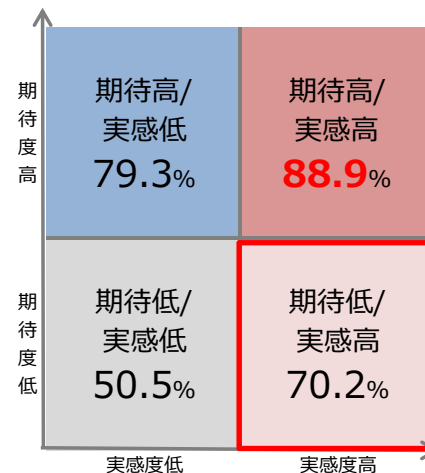
n=2,771

地域活性化	期待	実感	差
地域の賑いの増加	91.0	20.4	▲ 70.6
多様な人々と交流促進による新たな文化の創出	76.1	11.6	▲ 64.5
ボランティアなどの住民の活躍の場の拡大	74.4	14.0	▲ 60.4

※「期待」「実感」の単位は「%」、「差」は「実感-期待」で算出し、単位は「ポイント」

# ◆事前期待×実感度4事象別特徴

ここでは、総合満足度を高めていくためにターゲットを明確にしていく。  
 具体的には、事前期待×実感度で分けた4事象のうち、「期待度高×実感度低」「期待度低×実感度高」の特徴点を明らかにし、「どこの」「どのような人」がターゲットになるのかを検討していく。



## 期待度低×実感度高

詳述▶資料編P73/74

➡事前期待を高めることでさらなる満足度の向上が見込める

【想定されるターゲット】

10～40代 香川県・広島県・岡山県・鳥取県在住者 観光地以外在住者

年代	10～40代
職業	会社員（観光施設） アルバイト・パート
居住地	香川県 広島県 岡山県 鳥取県
観光地/観光地以外	観光地以外
旅行頻度	国内：高い 海外：高い
同居家族	配偶者 子ども 父親 母親 祖父母 孫
居住年数	1年未満 1～3年未満 5～10年未満
地域愛着	高い：6割

国内/外国人観光客との接触機会	日常生活におけるコミュニケーション 日常業務の一環
観光客の増加	7割が感じていない
観光客への印象	国内/外国人ともに好印象が7割
期待	経済効果より地域活性化への期待が高い
実感	住みやすさ、移住者増加の実感が少ない
生活環境の変化	インフラ整備の実感が高い
仕事の変化	8割が感じていない



## 有効な打ち手の方向性の整理、提案

# ◆有効な打ち手の方向性の整理、提案（結果のまとめ）

## 調査結果から推察されるポイント

### ●住民の満足度向上の要因

- ①愛着度の向上      ②観光における事前期待の向上（地域活性化・経済効果）
- ③観光事業発展における実感のフィードバック

## ①愛着度の向上

地域の愛着度向上 ➡①居住地域の理解促進（観光地としての魅力発見）

②観光事業への積極的な参加

③観光客との交流を通じた理解

①セミナー、勉強会等の地域住民が居住地域の理解を深めるための場の提供

②ボランティアの育成等、住民が地域の観光事業に参加できる仕組みの構築・利用促進

③イベント開催による地域住民と観光客との交流の場の提供

➡地域住民の理解促進と関与増大に向けた仕組みの構築と強化

# ◆有効な打ち手の方向性の整理、提案（結果のまとめ）

## 調査結果から推察されるポイント

### ②観光における事前期待の向上（地域活性化・経済効果）

観光における事前期待の向上 ➡観光事業発展における社会的効果、  
経済効果の理解促進

#### 【観光事業がもたらす地域への社会的効果例】

- ・ブランディング、プロモーション効果
- ・ローカルアイデンティティ、地域の一体感の醸成
- ・認知層、誘客ターゲットの拡大
- ・雇用の安定

#### 【観光事業がもたらす地域への経済効果例】

- ・観光客滞在に係る消費（宿泊・飲食等）
- ・イベント等の参加料・物販収入



事前期待向上 ➡ 自地域における観光事業発展による効果の理解

➤観光事業を発展させることは、地域を活性化、経済効果を高めることを理解

#### 【取組例】

- セミナー等の開催による理解促進（理解する機会の提供）
- 事業間連携による経済効果の増大（仕事を通じての経済効果の実感）

# ◆有効な打ち手の方向性の整理、提案（結果のまとめ）

## 調査結果から推察されるポイント

### ③観光事業発展における実感のフィードバック

#### 【事前期待と実感とのギャップ】 経済面

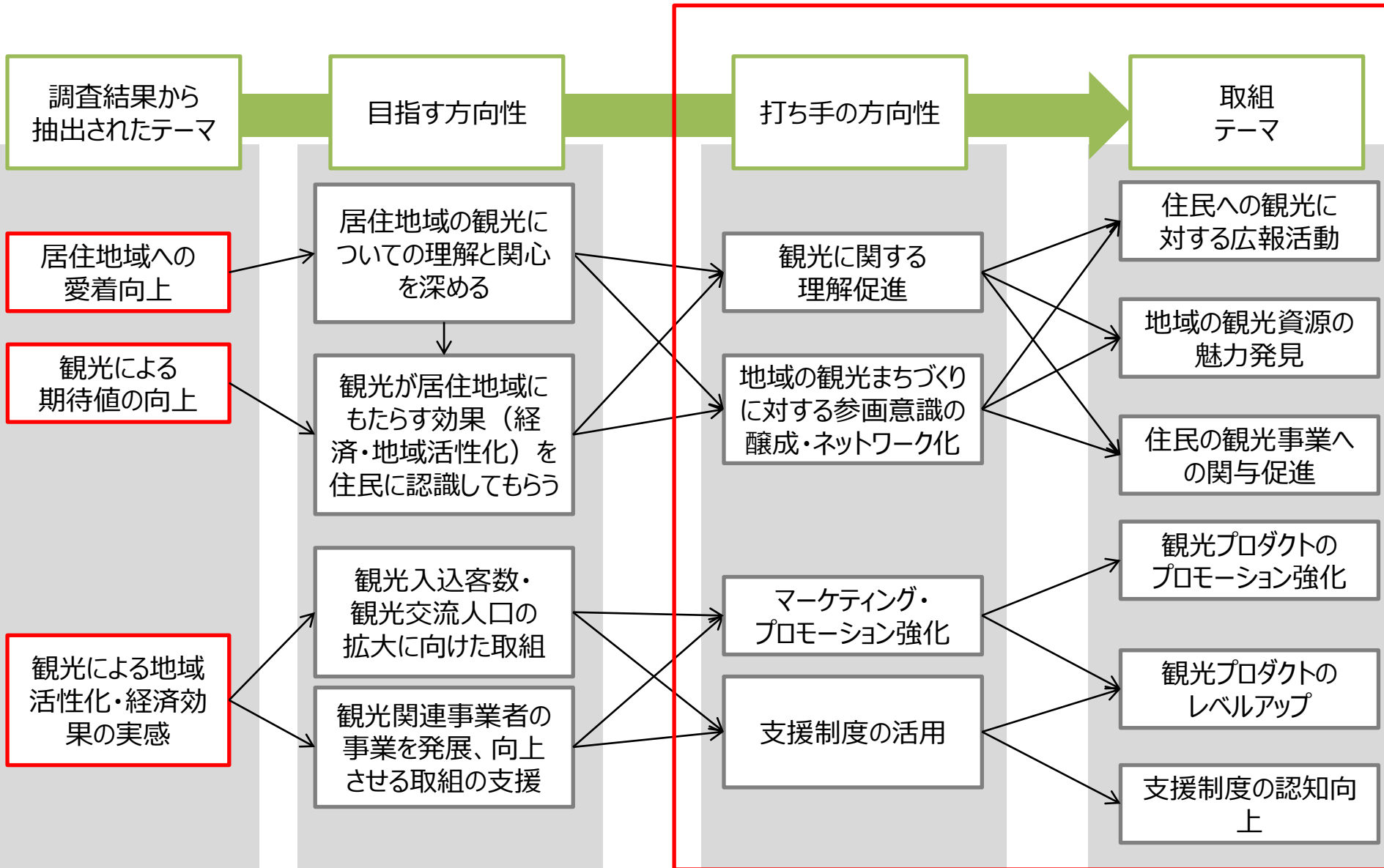
- 観光客増加による雇用の増加、仕事の増加などの実感が期待よりも得られていない
- 新しい観光産業についても期待されているが、実感としてはまだ十分ではない

#### 【事前期待と実感とのギャップ】 地域活性化

- 観光客との交流の機会が十分に得られていない
- ボランティアなど地域住民が参加する機会が十分に得られていない。

➡上記に関する実感を重点的にフィードバックが有効と考えられる

# ◆有効な打ち手の方向性の整理、提案



□ : 昨年度の取組の方向性、テーマを継続して実施していくことが重要