



*"Fielding for REALITY"*

# 令和3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
○調査結果 . . . . .	24
○分析と課題まとめ . . . . .	60

# 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3年12月24日～令和4年1月5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 : 7,088サンプル

# ◆ 【瀬戸内】 観光地の定義について

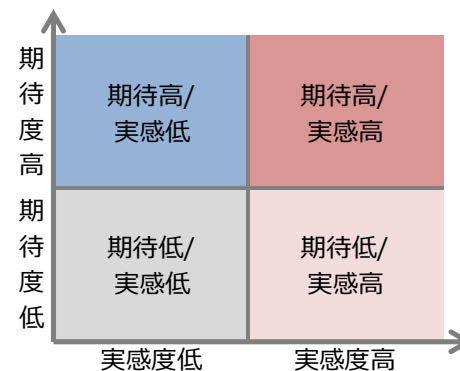
兵庫県	n=	1,012
観光地	n=	606
観光地以外	n=	406
岡山県	n=	1,009
観光地	n=	651
観光地以外	n=	358
広島県	n=	1,009
観光地	n=	602
観光地以外	n=	407
山口県	n=	1,014
観光地	n=	606
観光地以外	n=	408

徳島県	n=	1,018
観光地	n=	609
観光地以外	n=	409
香川県	n=	1,010
観光地	n=	708
観光地以外	n=	302
愛媛県	n=	1,016
観光地	n=	610
観光地以外	n=	406

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

## ◆事前期待度の分析方法について

本調査においては、Q6-1～17「経済効果・地域活性化への期待」、Q6-22～27・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



## ◆愛着度の分析方法について

本調査においては、Q6-54,55「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

## ◆コロナ関連の分析方法について

本調査においては、Q9-6「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

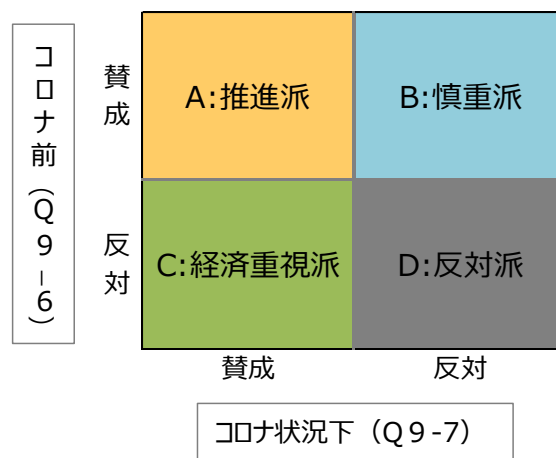
Q9-7「コロナ感染拡大の状況下においても、対策を講じて積極的に観光客を歓迎したい」での回答で非常に当てはまる→1 当てはまる→2 やや当てはまる→3 いずれかであれば「積極的に観光客を歓迎したい」とし、あまり当てはまらない→4 当てはまらない→5 全く当てはまらない→6 いずれかであれば「積極的に観光客を歓迎したくない」とした

上記の組み合わせ別に下表のとおり区分を行う

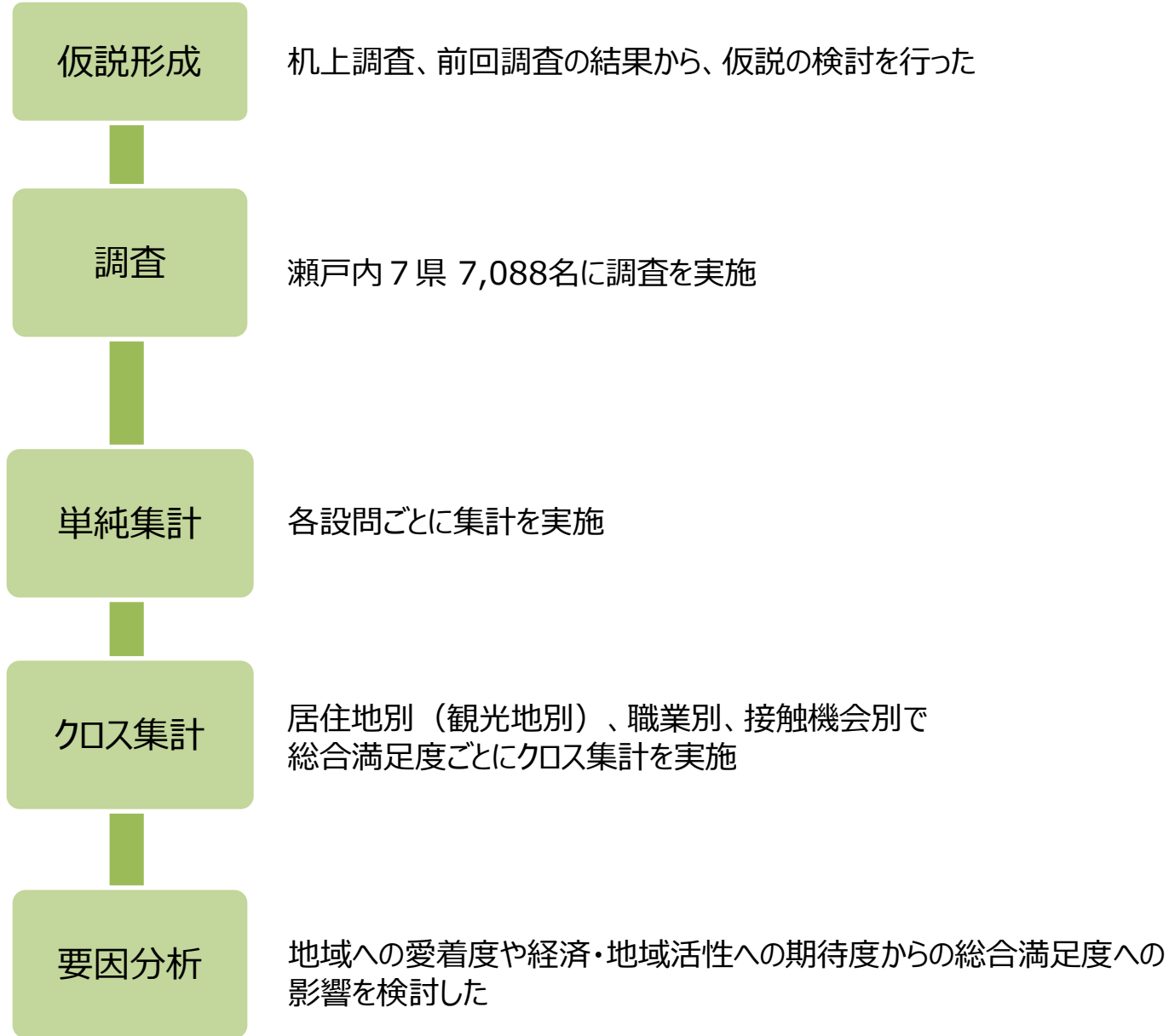
- A:推進派      もともと誘客に賛成でコロナ状況下においても賛成
- B:慎重派      誘客には賛成だがコロナ状況下では自重すべき
- C:経済重視派      もともとは誘客に賛成ではなかったが、コロナを経て誘客賛成に好転
- D:反対派      コロナに関係なく誘客には反対

## ◆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 …居住地の郵便番号
- Q2 …回答者の職業
- Q3 …旅行頻度
- Q4 …宿泊を伴う海外旅行の頻度
- Q5 …国内観光客と外国人観光客と接する機会
- Q6 …自身の考えや居住地について
- Q7 …国内観光客の来訪によつての仕事の変化
- Q8 …外国人観光客の来訪によつての仕事の変化
- Q9 …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
- Q10…「せとうちDMO」「山陰インバウンド機構」についての認知度
- Q11…せとうちDMOを知ったきっかけ
- Q12…山陰インバウンド機構を知ったきっかけ
- Q13…居住地での観光振興において注力すべき取組** 新規項目
- Q14…他の地域に誇れる観光資源** 新規項目
- Q15…居住地の観光振興や外国人観光客を呼び込む取り組みへの満足度

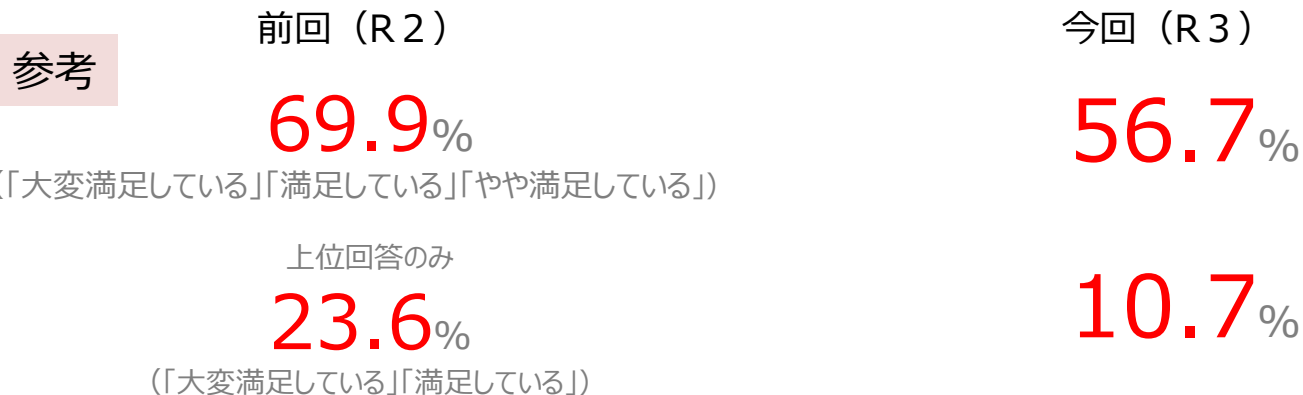
# 調査結果のまとめ

# ◆総合満足度

## 総合満足度 居住地域の観光振興の取り組み

※前回：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）

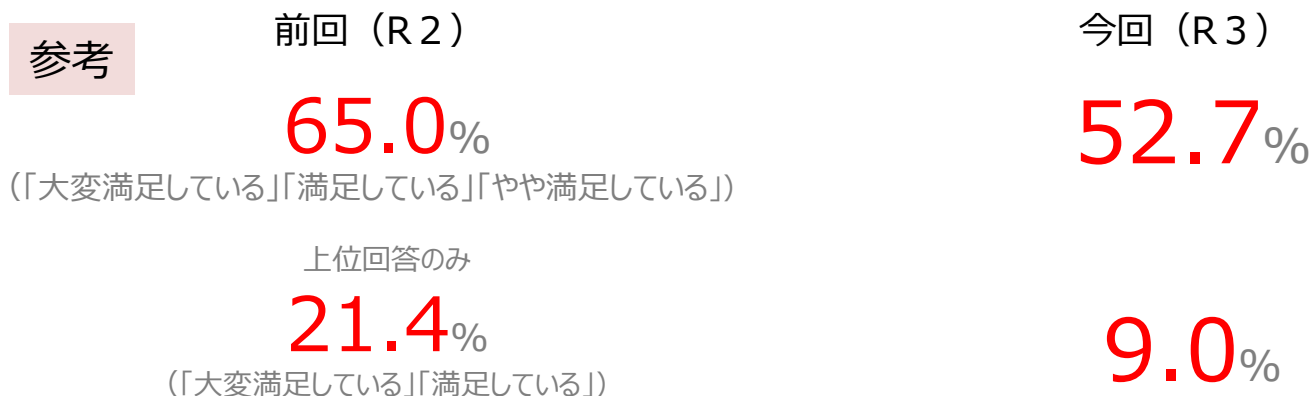
Q15.1.居住地域の観光振興の取り組みや観光の現状について満足している（SA）



## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み

※前回：外国人観光客が増加することについて満足している（SA）

Q15.2.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）



# ◆総合満足度 (県別クロス集計)

## 総合満足度 居住地域の観光振興の取り組み

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:%】

居住地域の観光振興の取り組みの満足度について、  
 兵庫県は64.3%  
 岡山県は54.7%  
 広島県は62.6%  
 山口県は52.9%  
 徳島県は37.3%  
 香川県は61.5%  
 愛媛県は63.6%

### 【参考】H30～R2 経年比較

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	<b>+2.0</b>
岡山県	67.3 n= 1,505	66.9 1,277	71.8 1,212	<b>+4.9</b>
広島県	69.6 n= 1,628	72.6 1,435	74.7 1,318	<b>+2.1</b>
山口県	64.6 n= 1,507	66.0 1,263	67.9 1,206	<b>+1.9</b>
徳島県	60.8 n= 1,105	63.4 1,076	64.5 1,014	<b>+1.1</b>
香川県	69.0 n= 1,400	68.1 1,081	69.8 1,008	<b>+1.7</b>
愛媛県	67.9 n= 1,216	71.5 1,077	71.3 1,013	<b>-0.2</b>

【単位:%】 【単位:pt】

## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み

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:%】

外国人観光客を呼び込む取り組みの満足度について、  
 兵庫県は60.3%  
 岡山県は51.9%  
 広島県は57.5%  
 山口県は47.8%  
 徳島県は35.7%  
 香川県は57.8%  
 愛媛県は58.0%

### 【参考】H30～R2 経年比較

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	<b>+3.3</b>
岡山県	63.0 n= 1,505	62.9 1,277	66.3 1,212	<b>+3.4</b>
広島県	65.4 n= 1,628	68.5 1,435	70.1 1,318	<b>+1.6</b>
山口県	58.0 n= 1,507	58.1 1,263	62.8 1,206	<b>+4.7</b>
徳島県	58.4 n= 1,105	58.6 1,076	60.5 1,014	<b>+1.9</b>
香川県	65.0 n= 1,400	63.2 1,081	64.9 1,008	<b>+1.7</b>
愛媛県	61.7 n= 1,216	67.5 1,077	66.5 1,013	<b>-1.0</b>

【単位:%】 【単位:pt】

# ◆総合満足度 (県別×観光地別クロス集計)

## 総合満足度 居住地域の観光振興の取り組み

### 観光地

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
n=	852	742	854	
岡山県	69.9	70.4	73.4	+3.0
n=	755	663	757	
広島県	74.8	74.1	77.0	+2.9
n=	822	765	813	
山口県	69.0	67.3	71.8	+4.5
n=	756	639	755	
徳島県	63.7	66.5	65.2	-1.3
n=	554	552	607	
香川県	71.2	71.9	71.7	-0.2
n=	700	561	705	
愛媛県	77.0	76.5	76.2	-0.3
n=	605	568	605	

【単位:%】 【単位:pt】

### 観光地以外

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
n=	850	669	458	
岡山県	64.7	63.0	69.3	+6.3
n=	750	614	455	
広島県	64.4	70.7	70.8	+0.1
n=	806	670	505	
山口県	60.0	64.5	61.4	-3.1
n=	751	624	451	
徳島県	57.7	60.2	63.3	+3.1
n=	551	524	407	
香川県	66.8	64.0	65.0	+1.0
n=	700	520	303	
愛媛県	58.9	66.2	64.0	-2.2
n=	611	509	408	

【単位:%】 【単位:pt】

居住地域の観光振興の取り組みの満足度について、「愛媛県観光地」7割超、「香川県観光地以外」で約6割と高くなっている  
一方、徳島県では観光地・観光地以外ともに3割台となっており、満足度が低い

# ◆総合満足度 (県別×観光地別クロス集計)

## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み

### 観光地

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

【単位:%】 【単位:pt】

### 観光地以外

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

【単位:%】 【単位:pt】

外国人観光客を呼び込む取り組みの満足度について、「愛媛県観光地」6割台半ば、「兵庫県観光地以外」「香川県観光地以外」で5割台半ばと高くなっている一方、徳島県では観光地・観光地以外ともに3割台となっており、満足度が低い

# ◆総合満足度（観光客と接する機会別集計）

## 総合満足度 居住地域の観光振興の取り組み

### 居住地域の観光振興の取り組みの満足度×日本人観光客/外国人観光客との接触機会

満足（計）	
日本人観光客と接する機会	R3
日常業務の一環で接している n=521	65.3 521
日常生活におけるコミュニケーションで接している n=649	61.6 649
観光ボランティアとして接している n=107	62.6 107
その他 n=43	55.8 43
国内観光客と接する機会はほとんどない n=6,053	55.7 6,053

【単位:%】

満足（計）	
外国人観光客と接する機会	R3
日常業務の一環で接している n=254	67.7 254
日常生活におけるコミュニケーションで接している n=306	64.4 306
観光ボランティアとして接している n=64	73.5 64
その他 n=29	51.6 29
外国人観光客と接する機会はほとんどない n=6,515	55.8 6,515

【単位:%】

居住地域の観光振興の取り組みについて、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65.3%

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」は61.6%

「観光ボランティアとして接している」は62.6%

「その他」は55.8%

「国内観光客と接する機会はほとんどない」は55.7%

居住地域の観光振興の取り組みについて、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67.7%

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」は64.4%

「観光ボランティアとして接している」は73.5%

「その他」は51.6%

「外国人観光客と接する機会はほとんどない」は55.8%

# ◆総合満足度（観光客と接する機会別集計）

## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み

### 外国人観光客を呼び込む取り組み×日本人観光客/外国人観光客との接触機会

満足（計）	
日本人観光客と接する機会	R3
日常業務の一環で接している n=521	63.9 521
日常生活におけるコミュニケーションで接している n=649	57.4 649
観光ボランティアとして接している n=107	65.4 107
その他 n=43	48.9 43
国内観光客と接する機会はほとんどない n=6,053	51.9 6,053

【単位:%】

満足（計）	
外国人観光客と接する機会	R3
日常業務の一環で接している n=254	67.7 254
日常生活におけるコミュニケーションで接している n=306	61.1 306
観光ボランティアとして接している n=64	70.3 64
その他 n=29	51.7 29
外国人観光客と接する機会はほとんどない n=6,515	51.7 6,515

【単位:%】

外国人観光客を呼び込む取り組みについて、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63.9%

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」は57.4%

「観光ボランティアとして接している」は65.4%

「その他」は48.9%

「国内観光客と接する機会はほとんどない」は51.9%

外国人観光客を呼び込む取り組みについて、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67.7%

「日常生活におけるコミュニケーションで接している」は61.1%

「観光ボランティアとして接している」は70.3%

「その他」は51.7%

「外国人観光客と接する機会はほとんどない」は51.7%



# ◆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 居住地域の観光振興の取り組み

### 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」

67.3%

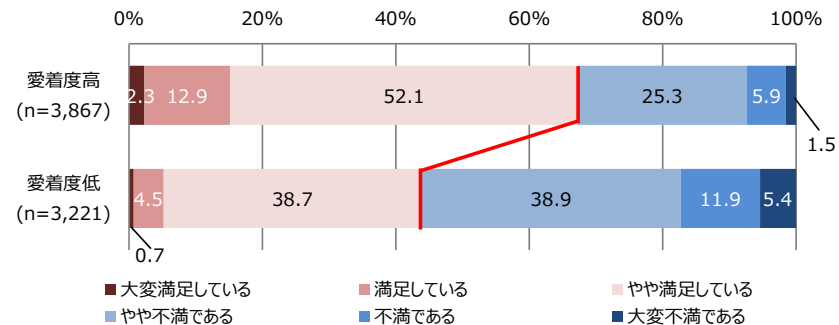
15.2%

### 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」

43.9%

5.2%



## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み

### 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」

62.1%

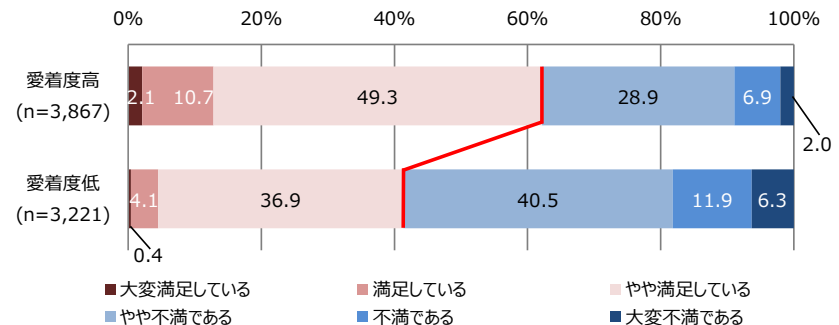
12.8%

### 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」

41.4%

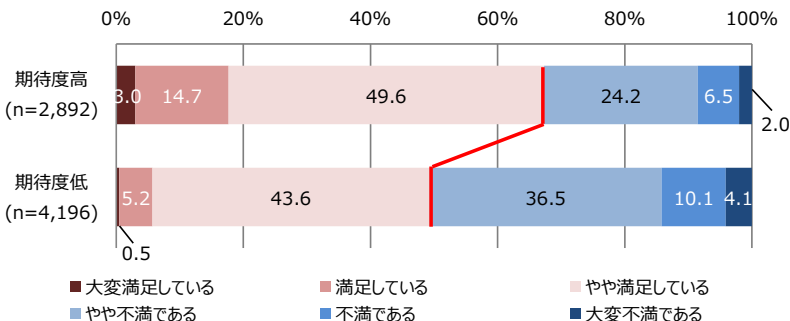
4.5%



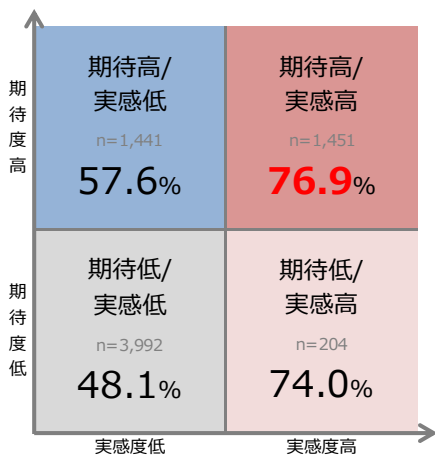
# ◆総合満足度（事前期待度の影響）

経済効果・地域活性化への期待度別（Q6-1～Q6-17「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 居住地域の観光振興の取り組み

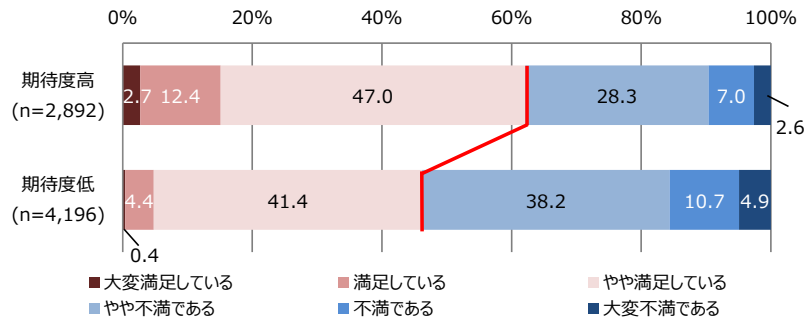


居住地域の観光振興の取り組みの満足度について、「期待度高」において67.3%、「期待度低」において49.3%となっている

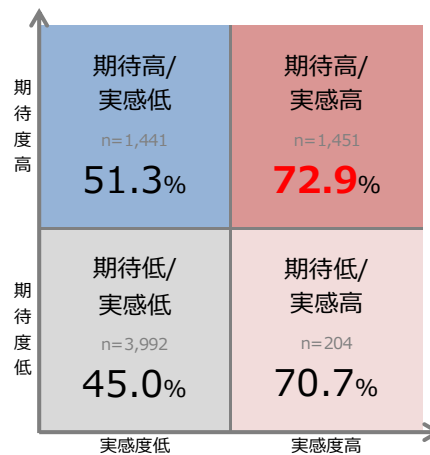


居住地域の観光振興の取り組みの満足度について、「期待高/実感高」において76.9%、「期待低/実感高」において74.0%、「期待高/実感低」において57.6%、「期待低/実感低」において48.1%となっている

## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み



外国人観光客を呼び込む取り組みの満足度について、「期待度高」において62.1%、「期待度低」において46.2%となっている



外国人観光客を呼び込む取り組みの満足度について、「期待高/実感高」において72.9%、「期待低/実感高」において70.7%、「期待高/実感低」において51.3%、「期待低/実感低」において45.0%となっている

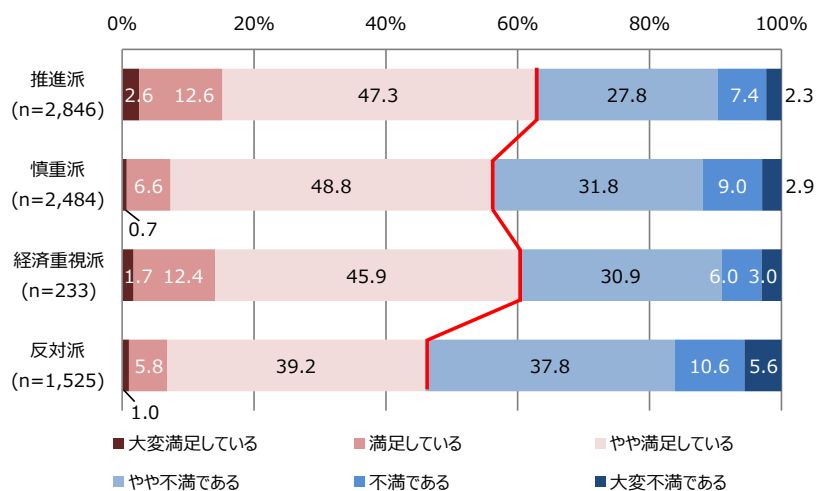
■ 居住地域の観光振興の取り組み、外国人観光客を呼び込む取り組みどちらの総合満足度においても、「期待度高」は「期待度低」よりも約15pt以上と高くなっている

# ◆総合満足度（コロナ分析軸と観光事業の応援別）

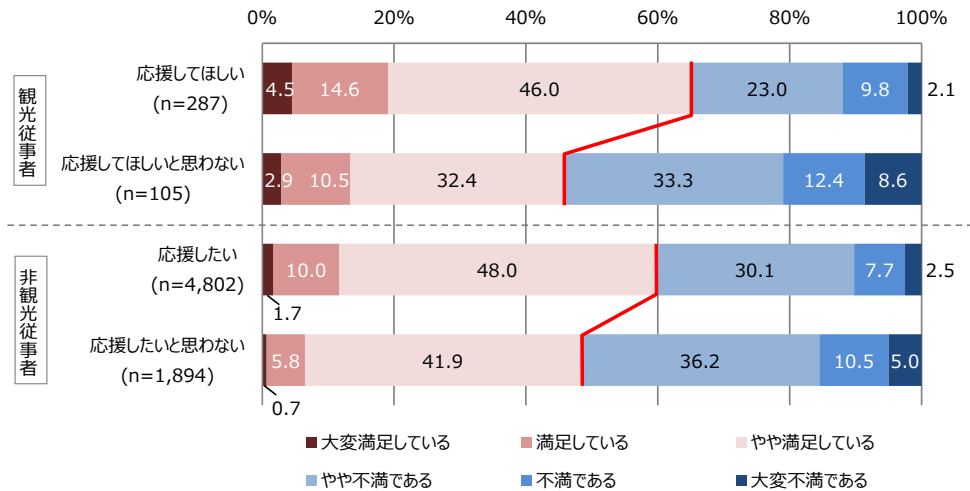
## 総合満足度 居住地域の観光振興の取り組み

- 推進派では『満足している』が6割超
- 応援してほしいは応援してほしいと思わないよりも、『満足している』の回答割合が高く、19.3ptの差がみられる

### コロナ分析軸別



### 観光事業の応援別



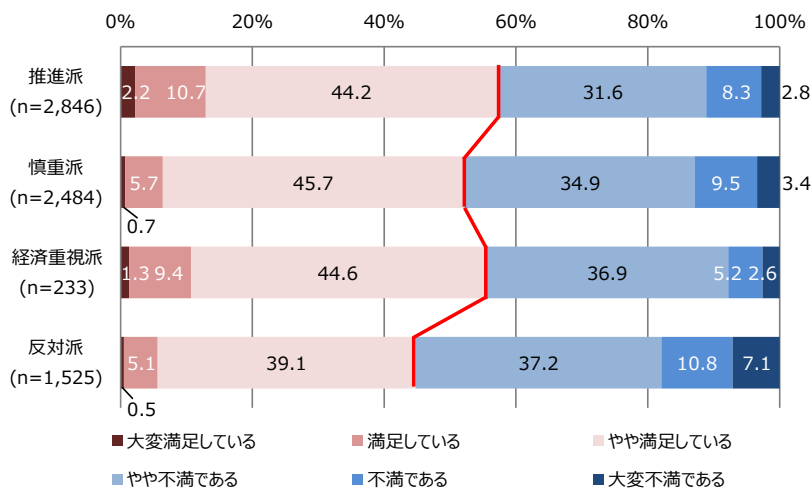
※「応援したい」「応援してほしい」はQ9.10の項目で1~3を選択した人  
 ※「応援したいと思わない」「応援してほしいと思わない」はQ9.10の項目で4~6を選択した人

# ◆ 総合満足度 (コロナ分析軸と観光事業の応援別)

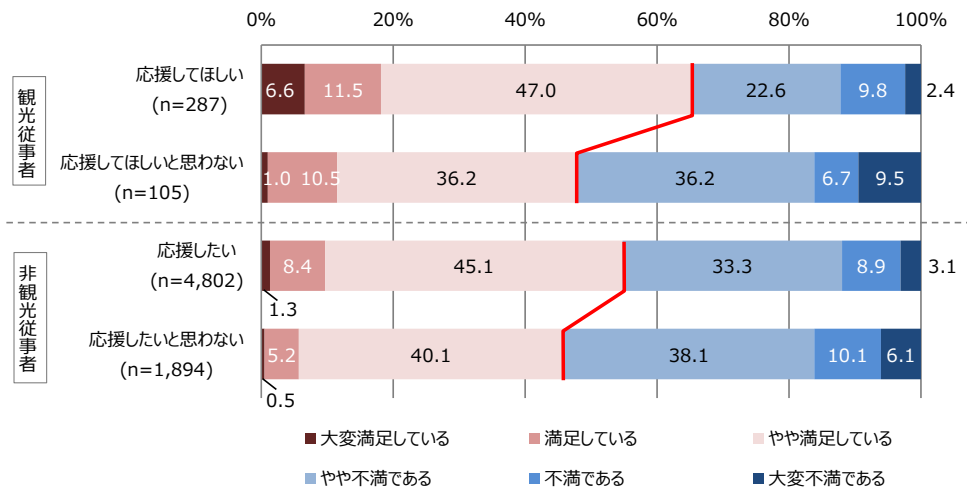
## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み

- 推進派では『満足している』が約 6 割
- 応援してほしいは応援してほしいと思わないよりも、『満足している』の回答割合が高く、17.4pt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Q9.10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Q9.10の項目で4~6を選択した人

# ◆観光振興において注力すべき取組

新規項目

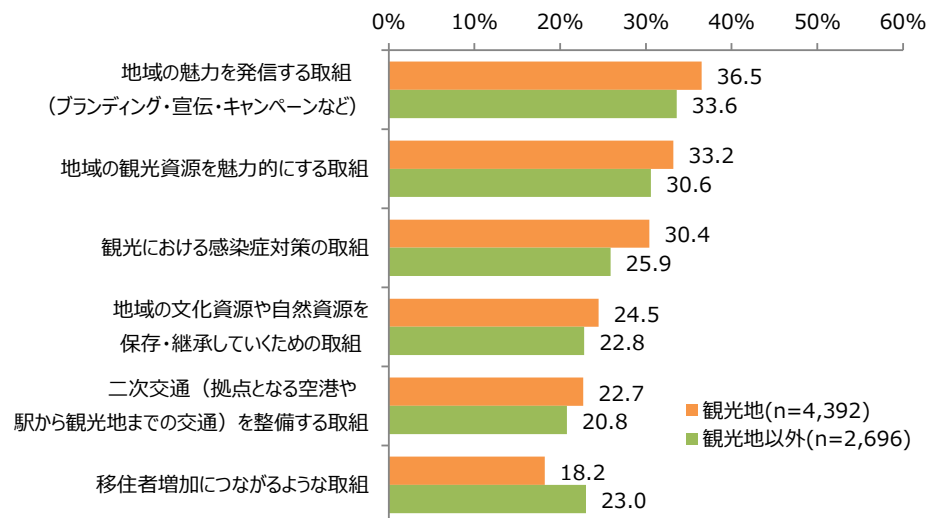
Q13.お住まいの地域における観光振興において注力すべき取組（MA）

■「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



## 観光地別（上位6位）

■大きな差ではないが、「観光地」では「観光における感染症対策の取組」、  
「観光地以外」では「移住者増加につながるような取組」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）

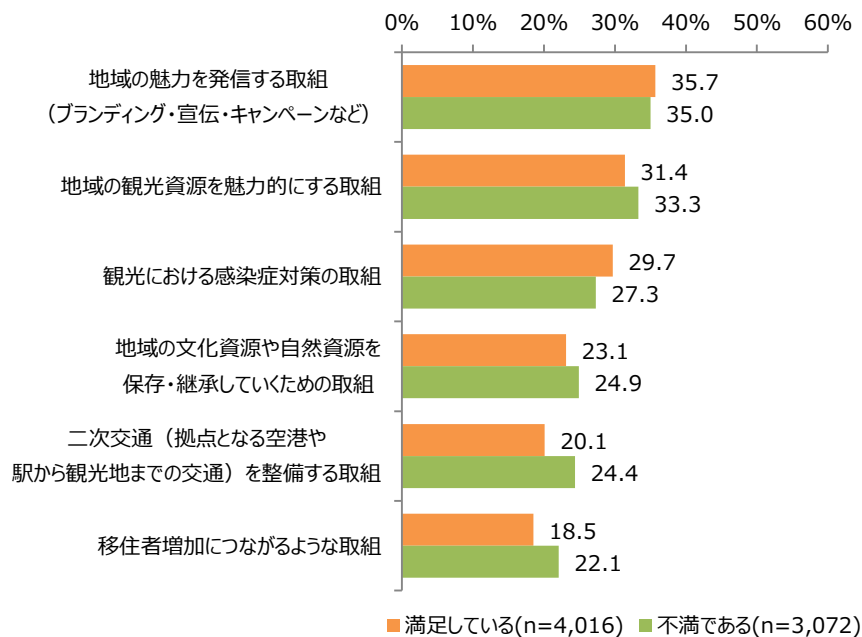
**新規項目**

Q13.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（MA）

■不満を持っている人は「二次交通（拠点となる空港や駅から観光地までの交通）を整備する取組」に注力することを望んでいる。

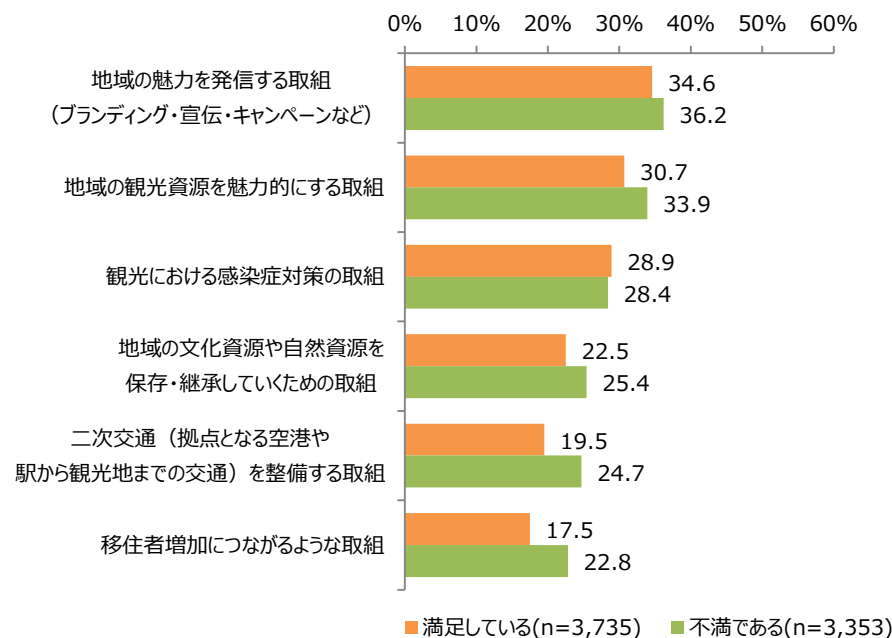
## 総合満足度別 居住地の観光振興の取り組み

（上位6位）



## 総合満足度別 外国人観光客を呼び込む取り組み

（上位6位）

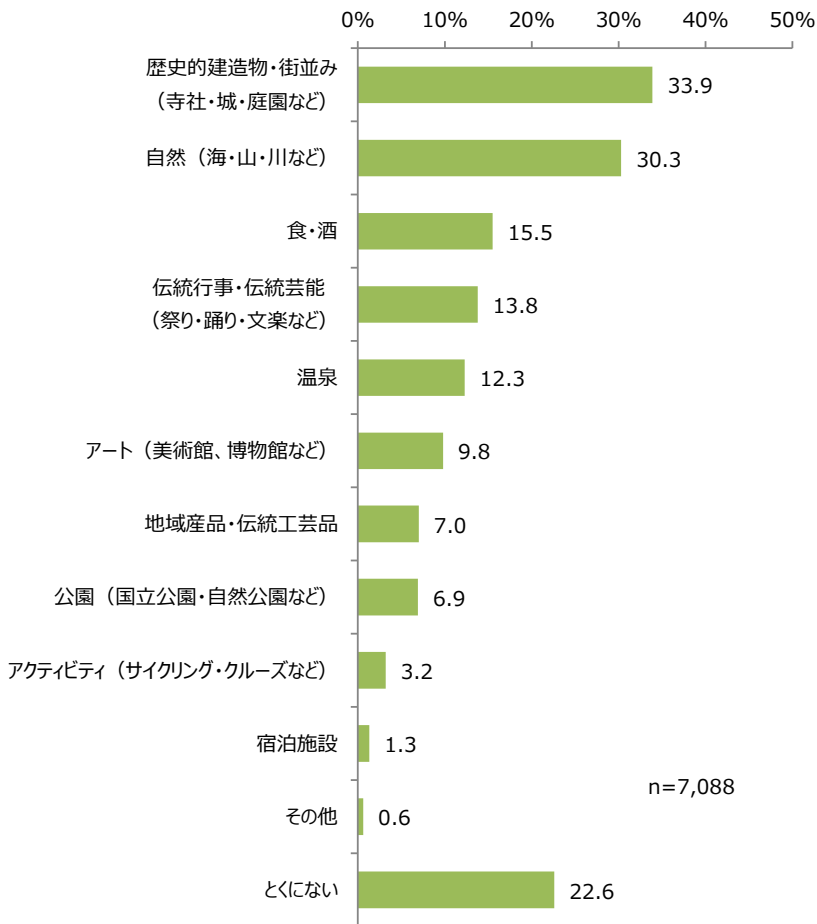


# ◆ 居住地域の誇れる観光資源

新規項目

Q14.お住まいの地域における、他の地域に誇れる観光資源（MA）

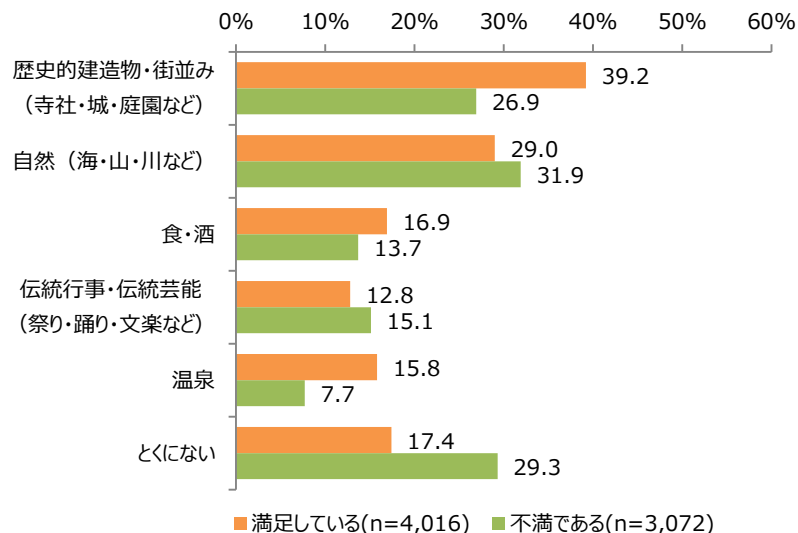
■ 「歴史的建造物・街並み」や「自然」についての回答割合が高い



## 総合満足度別 居住地域の観光振興の取り組み

(上位5位 + 排他選択肢)

■ 不満を持っている人は「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発見が重要



## ◆ 居住地域の誇れる観光資源 (居住地域別クロス集計)

### 新規項目

Q14.お住まいの地域における、他の地域に誇れる観光資源 (MA)

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

#### 兵庫県

- 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：食・酒

#### 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：歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)

#### 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：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：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：自然 (海・山・川など)
- 3位：食・酒

#### 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

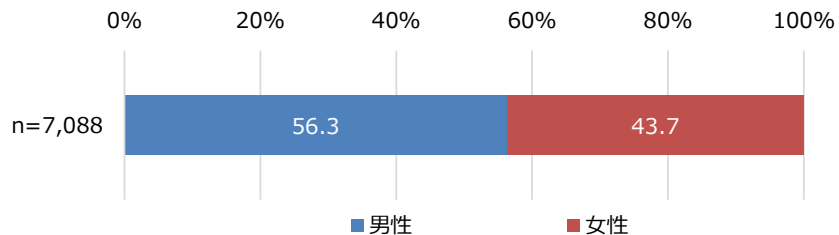
- 1位：歴史的建造物・街並み (寺社・城・庭園など)
- 2位：自然 (海・山・川など)
- 3位：温泉



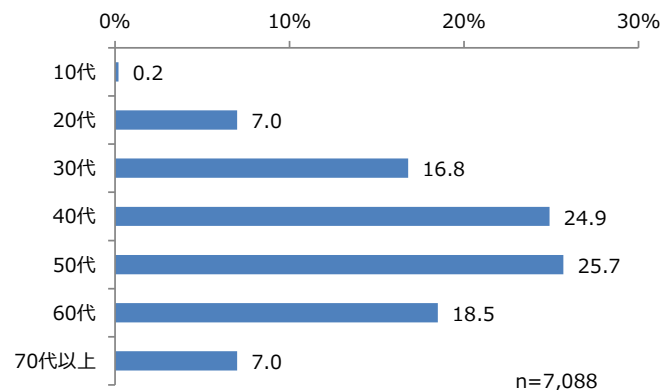
## 調査結果（サンプル構成）

# ◆サンプル構成

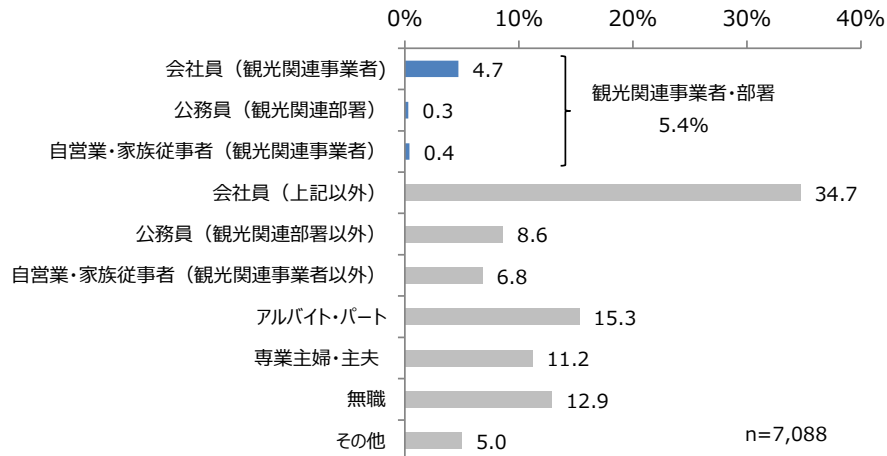
## ①性別（1つだけ選択：以下「SA」と表記）



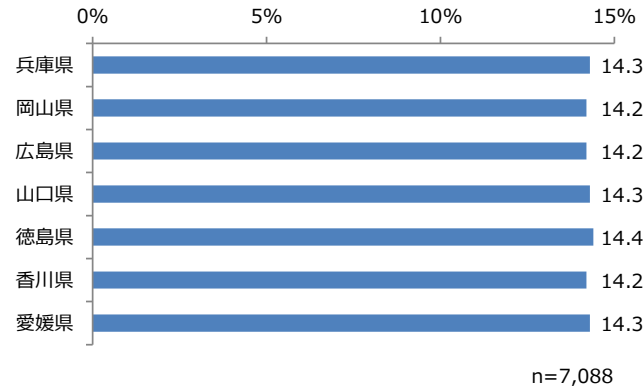
## ②年代 (SA)



## ③職業 (SA)

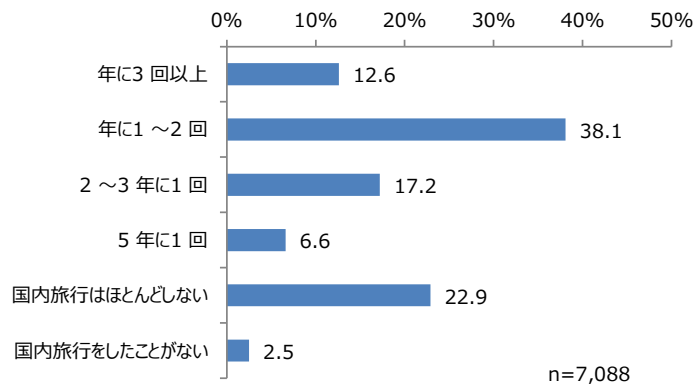


## ④居住地 (SA)

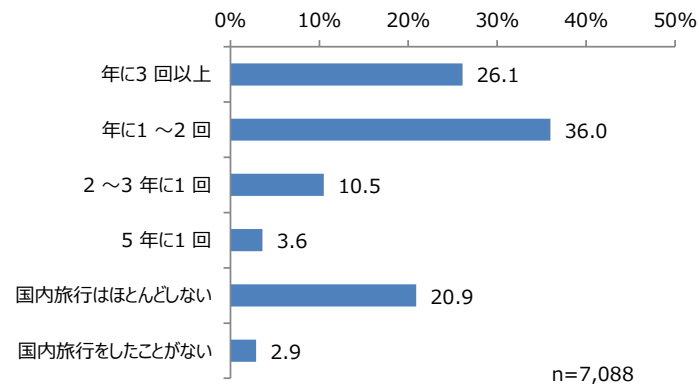


# ◆サンプル構成

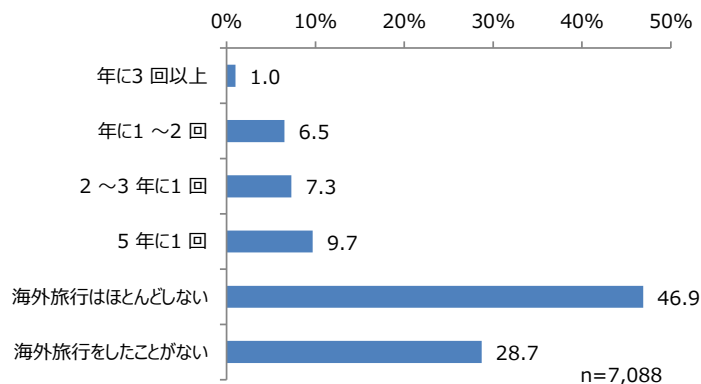
⑤国内旅行頻度 宿泊を伴う国内旅行 (SA)



⑥国内旅行頻度 宿泊を伴わない国内旅行 (SA)



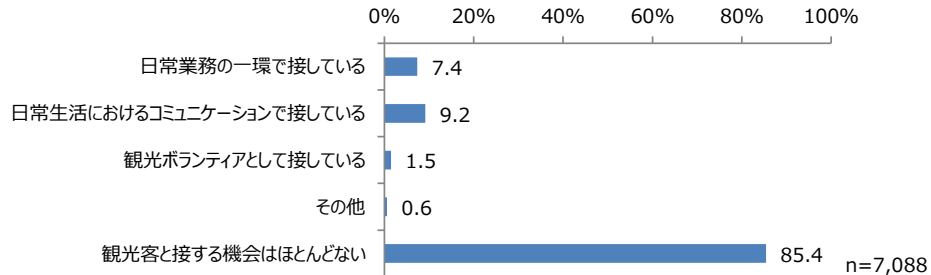
⑦海外旅行頻度 (SA)



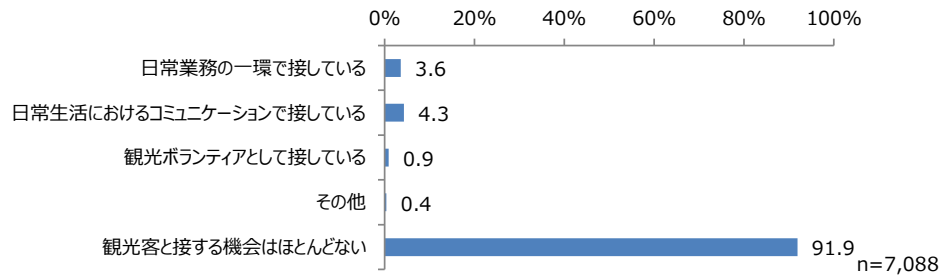
# ◆ サンプル構成

## ⑧ 日本人観光客と接する機会

(当てはまるもの全てを選択：以下「MA」と表記)



## 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 (居住地域の観光振興の取り組み)

5割台半ばが満足していると回答

## 総合満足度 居住地域の観光振興の取り組み

Q15.1. 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)

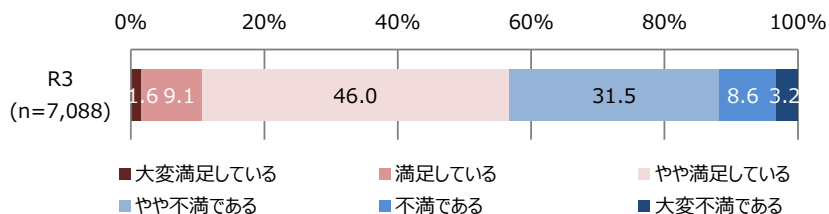
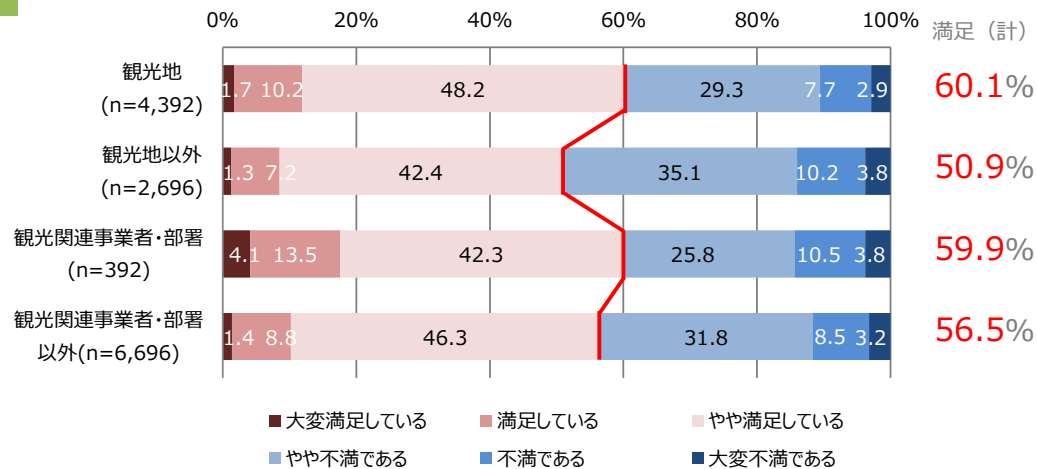
**56.7%**

(「大変満足している」「満足している」「やや満足している」)

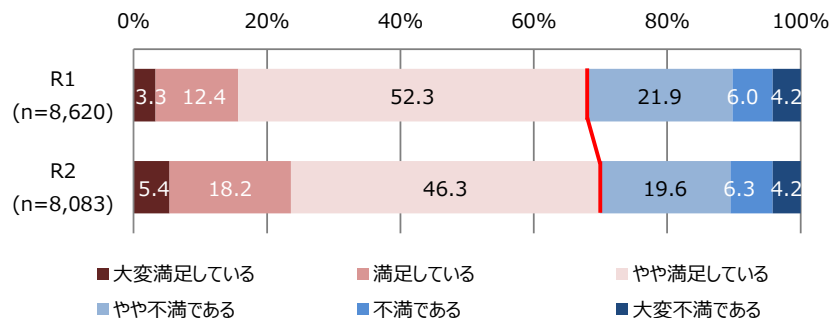
上位回答のみ

**10.7%**

(「大変満足している」「満足している」)



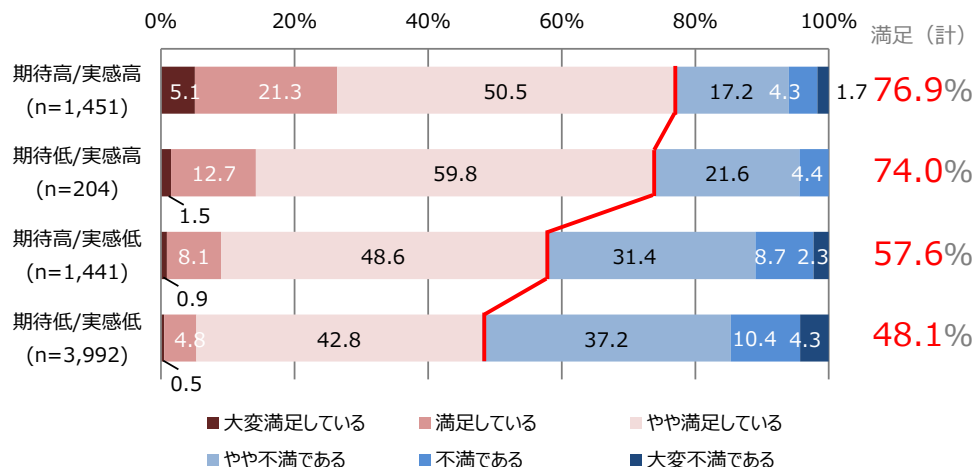
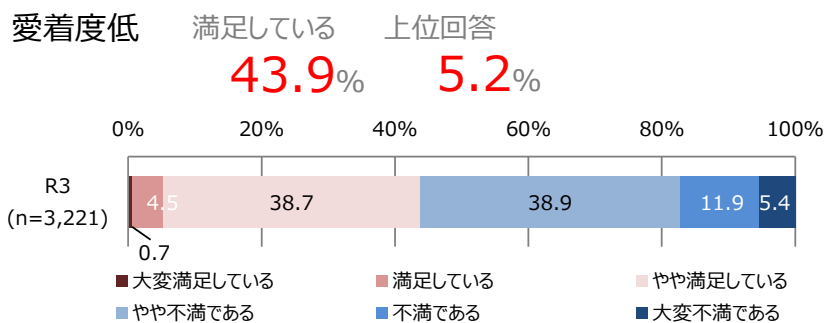
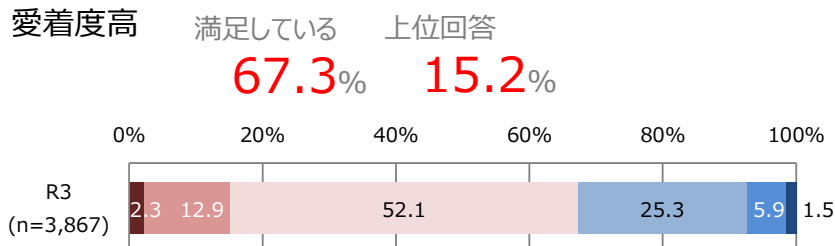
### 【参考】R1～R2 経年比較



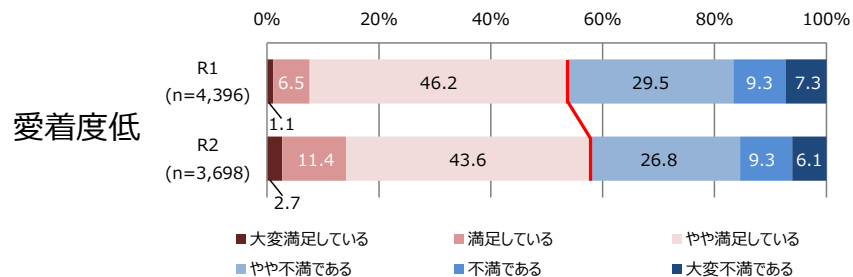
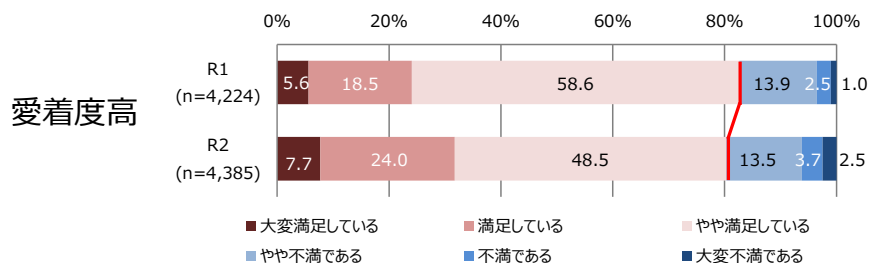
# ◆総合満足度 (居住地域の観光振興の取り組み)

## 総合満足度 居住地域の観光振興の取り組み

Q15.1.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)



### 【参考】R1～R2 経年比較



# ◆総合満足度 (外国人観光客を呼び込む取り組み)

5割超が満足していると回答

## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み

Q15.2.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)

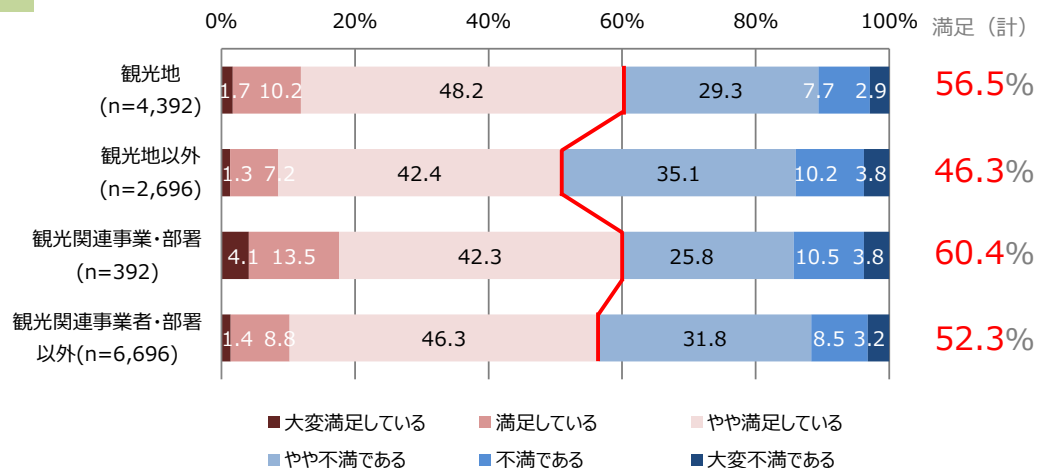
**52.7%**

(「大変満足している」「満足している」「やや満足している」)

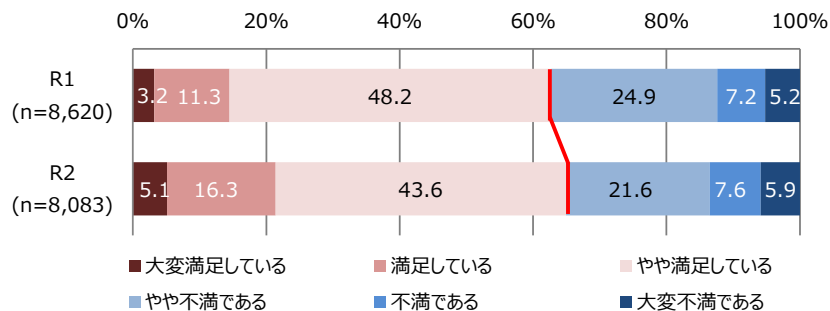
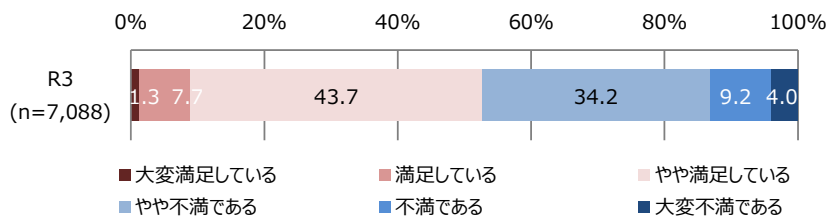
上位回答のみ

**9.0%**

(「大変満足している」「満足している」)



### 【参考】R1～R2 経年比較

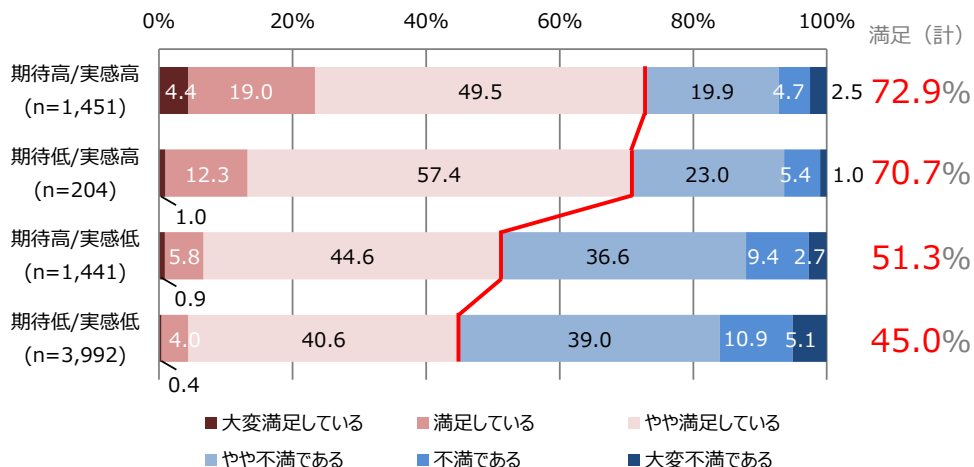
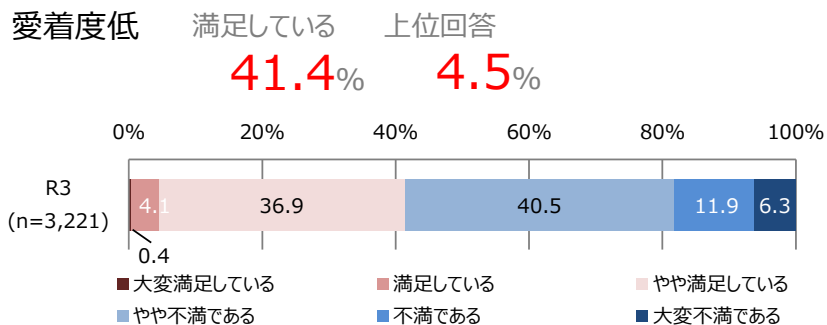
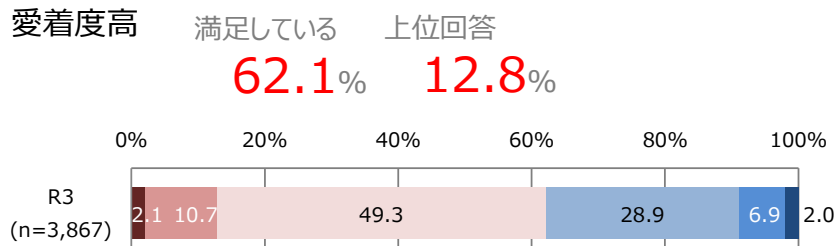




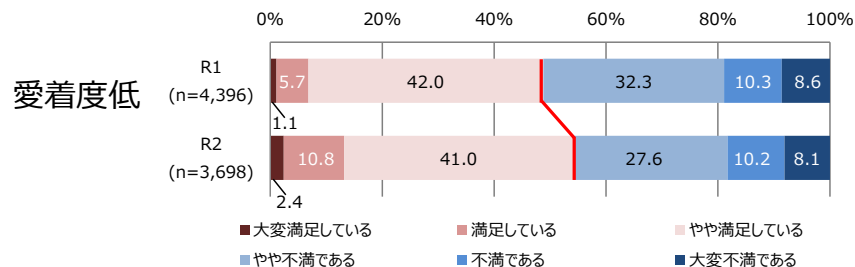
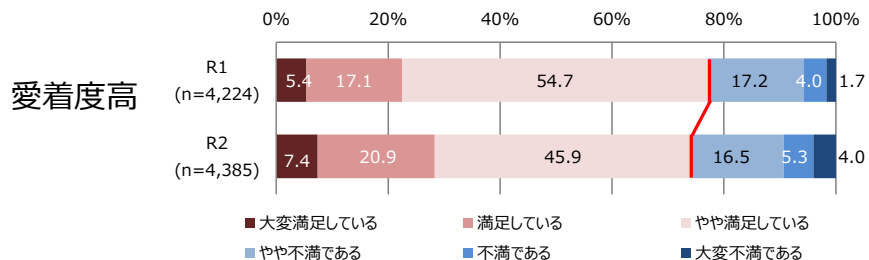
# ◆総合満足度 (居住地域の観光振興の取り組み)

## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み

Q15.2.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)



### 【参考】R1～R2 経年比較



# ◆総合満足度 (県別クロス集計)

## 総合満足度 居住地域の観光振興の取り組み

【単位:%】

県名	回答者数	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	満足	不満足
全体	7,088	1.6	9.1	46.0	31.5	8.6	3.2	56.7	43.3
兵庫県	1,012	1.9	8.9	53.5	29.6	4.7	1.4	<b>64.3</b>	35.7
岡山県	1,009	1.7	10.6	42.4	34.1	8.0	3.2	54.7	45.3
広島県	1,009	2.1	9.4	51.1	27.6	6.4	3.4	62.6	37.4
山口県	1,014	1.0	7.5	44.4	34.1	9.6	3.5	52.9	47.2
徳島県	1,018	1.3	5.9	30.1	38.8	17.8	6.2	37.3	<b>62.8</b>
香川県	1,010	1.1	9.2	51.2	29.1	6.7	2.7	61.5	38.5
愛媛県	1,016	1.9	12.0	49.7	27.0	7.0	2.5	63.6	36.5

※「満足」:「大変満足している」「満足している」「やや満足している」 ※「不満足」:「大変不満である」「不満である」「やや不満である」

●満足度回答割合上位  
「兵庫県」「愛媛県」

●満足度回答割合下位  
「徳島県」「山口県」

## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み

【単位:%】

県名	回答者数	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	満足	不満足
全体	7,088	1.3	7.7	43.7	34.2	9.2	4.0	52.7	47.4
兵庫県	1,012	1.6	7.4	51.3	31.2	6.2	2.3	<b>60.3</b>	39.7
岡山県	1,009	1.3	8.8	41.8	35.2	8.8	4.1	51.9	48.1
広島県	1,009	2.0	7.9	47.6	32.0	6.2	4.3	57.5	42.5
山口県	1,014	0.9	6.0	40.9	38.1	10.5	3.6	47.8	52.2
徳島県	1,018	1.3	5.5	28.9	40.8	16.5	7.1	35.7	<b>64.4</b>
香川県	1,010	1.1	7.9	48.8	31.5	7.1	3.6	57.8	42.2
愛媛県	1,016	1.1	10.3	46.6	30.3	8.9	2.9	58.0	42.1

※「満足」:「大変満足している」「満足している」「やや満足している」 ※「不満足」:「大変不満である」「不満である」「やや不満である」

●満足度回答割合上位  
「兵庫県」「愛媛県」

●満足度回答割合下位  
「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 居住地の観光振興の取り組み

### 観光地

【単位:%】

県名	回答者数	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	満足	不満足
全体	7,088	1.6	9.1	46.0	31.5	8.6	3.2	56.7	43.3
観光地全体	4,392	1.7	10.2	48.2	29.3	7.7	2.9	60.1	39.9
兵庫県	606	2.3	11.2	54.6	27.7	2.8	1.3	68.1	31.8
岡山県	651	1.8	12.4	46.4	31.8	5.2	2.3	60.6	39.3
広島県	602	2.3	10.5	55.6	24.6	4.3	2.7	68.4	31.6
山口県	606	0.8	8.3	44.9	32.5	9.9	3.6	54.0	46.0
徳島県	609	1.6	5.1	28.7	38.1	20.7	5.7	35.4	64.5
香川県	708	1.0	8.8	52.1	29.7	6.2	2.3	61.9	38.2
愛媛県	610	2.3	15.2	54.9	20.2	4.9	2.5	72.4	27.6

※「満足」:「大変満足している」「満足している」「やや満足している」 ※「不満足」:「大変不満である」「不満である」「やや不満である」

●満足度回答割合上位  
「愛媛県」「広島県」

●満足度回答割合下位  
「徳島県」「山口県」

### 観光地以外

【単位:%】

県名	回答者数	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	満足	不満足
全体	7,088	1.6	9.1	46.0	31.5	8.6	3.2	56.7	43.3
観光地以外全体	2,696	1.3	7.2	42.4	35.1	10.2	3.8	50.9	49.1
兵庫県	406	1.2	5.4	51.7	32.5	7.6	1.5	58.3	41.6
岡山県	358	1.4	7.3	35.2	38.3	13.1	4.7	43.9	56.1
広島県	407	1.7	7.9	44.5	31.9	9.6	4.4	54.1	45.9
山口県	408	1.2	6.4	43.6	36.5	9.1	3.2	51.2	48.8
徳島県	409	0.7	7.1	32.0	39.9	13.4	6.8	39.8	60.1
香川県	302	1.3	10.3	49.0	27.8	7.9	3.6	60.6	39.3
愛媛県	406	1.2	7.1	41.9	37.2	10.1	2.5	50.2	49.8

※「満足」:「大変満足している」「満足している」「やや満足している」 ※「不満足」:「大変不満である」「不満である」「やや不満である」

●満足度回答割合上位  
「香川県」「兵庫県」

●満足度回答割合下位  
「徳島県」「岡山県」

# ◆総合満足度 (県別×観光地別クロス集計)

## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組み

### 観光地

【単位:%】

県名	回答者数	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	満足	不満足
全体	7,088	1.3	7.7	43.7	34.2	9.2	4.0	52.7	47.4
観光地全体	4,392	1.4	8.5	46.6	31.9	8.1	3.5	56.5	43.5
兵庫県	606	2.3	8.4	53.6	29.0	5.0	1.7	64.3	35.7
岡山県	651	1.2	9.8	46.9	33.0	5.8	3.2	57.9	42.0
広島県	602	2.3	9.5	53.0	27.1	4.8	3.3	64.8	35.2
山口県	606	0.7	6.3	43.2	36.6	9.4	3.8	50.2	49.8
徳島県	609	1.1	5.4	26.6	41.2	19.0	6.6	33.1	66.8
香川県	708	1.0	7.3	51.0	31.1	6.8	2.8	59.3	40.7
愛媛県	610	1.3	13.1	51.3	25.2	6.1	3.0	65.7	34.3

※「満足」:「大変満足している」「満足している」「やや満足している」 ※「不満足」:「大変不満である」「不満である」「やや不満である」

●満足度回答割合上位  
「愛媛県」「広島県」

●満足度回答割合下位  
「徳島県」「山口県」

### 観光地以外

【単位:%】

県名	回答者数	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	満足	不満足
全体	7,088	1.3	7.7	43.7	34.2	9.2	4.0	52.7	47.4
観光地以外全体	2,696	1.1	6.3	38.9	37.8	11.0	4.8	46.3	53.6
兵庫県	406	0.5	5.9	47.8	34.5	8.1	3.2	54.2	45.8
岡山県	358	1.4	7.0	32.7	39.1	14.2	5.6	41.1	58.9
広島県	407	1.5	5.7	39.6	39.3	8.4	5.7	46.8	53.4
山口県	408	1.2	5.6	37.5	40.2	12.0	3.4	44.3	55.6
徳島県	409	1.5	5.6	32.3	40.1	12.7	7.8	39.4	60.6
香川県	302	1.3	9.3	43.7	32.5	7.9	5.3	54.3	45.7
愛媛県	406	0.7	6.2	39.4	37.9	13.1	2.7	46.3	53.7

※「満足」:「大変満足している」「満足している」「やや満足している」 ※「不満足」:「大変不満である」「不満である」「やや不満である」

●満足度回答割合上位  
「香川県」「兵庫県」

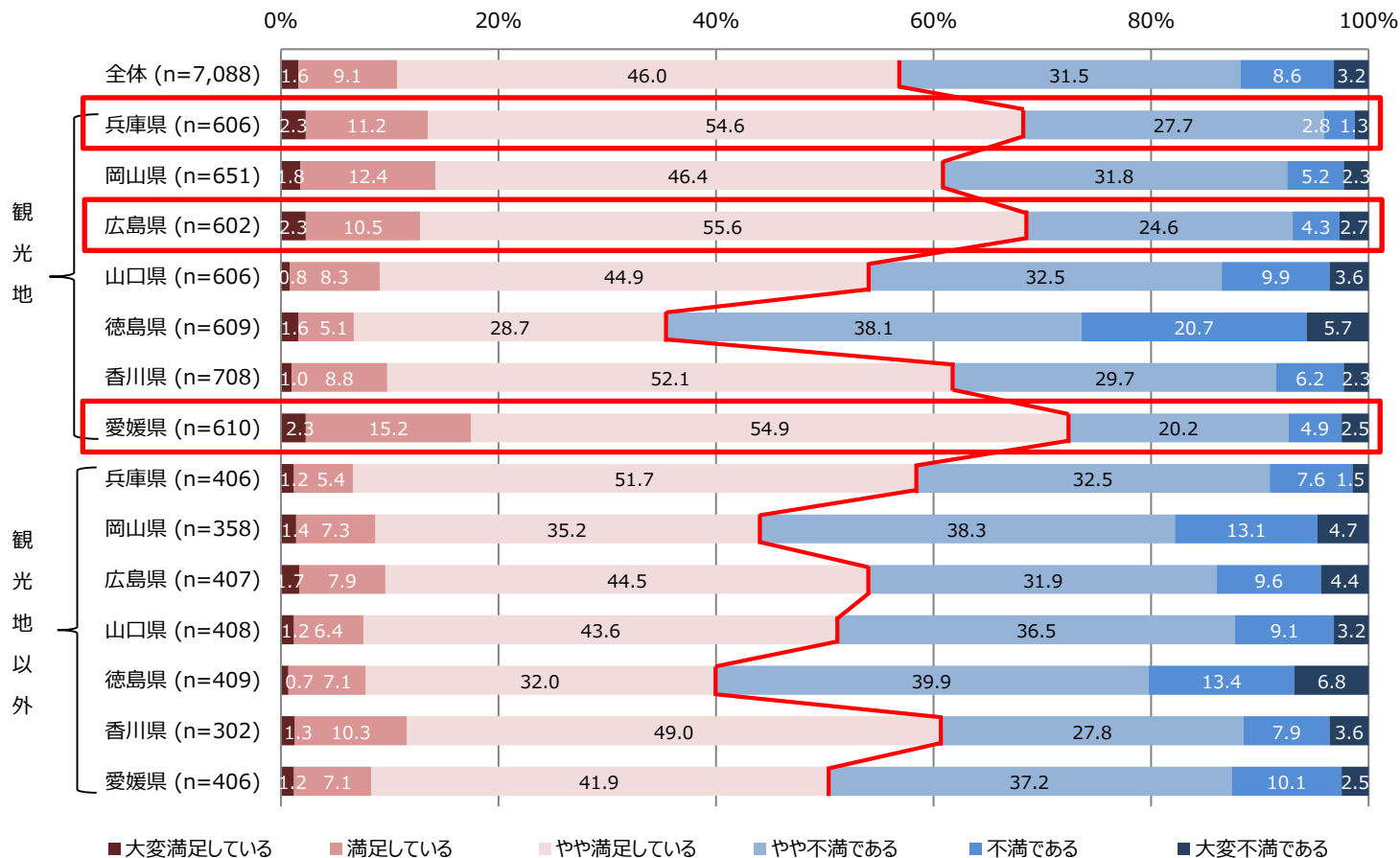
●満足度回答割合下位  
「徳島県」「岡山県」

# ◆総合満足度 (県別×観光地別のクロス集計)

## 総合満足度

Q15.1.居住地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)

- 「兵庫県観光地」「広島県観光地」「愛媛県観光地」の満足度が高い
- 一方、「徳島県観光地」「徳島県観光地以外」の満足度が低い



# ◆総合満足度 (県別×観光地別のクロス集計)

## 総合満足度

Q15.2.居住地外外国人観光客を呼び込む取組について満足している (SA)

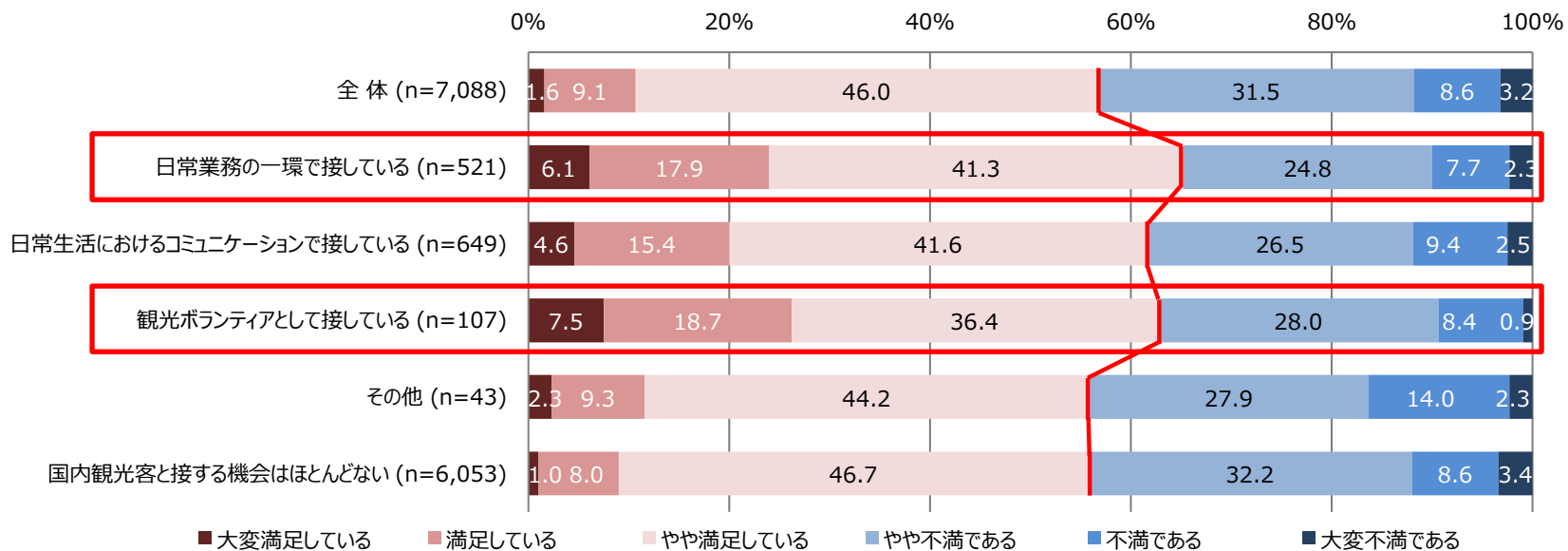
- 「兵庫県観光地」「広島県観光地」「愛媛県観光地」の満足度が高い
- 一方、「徳島県観光地」の満足度が低い



# ◆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 居住地域の観光振興の取り組みへの満足度 × 日本人観光客との接触機会

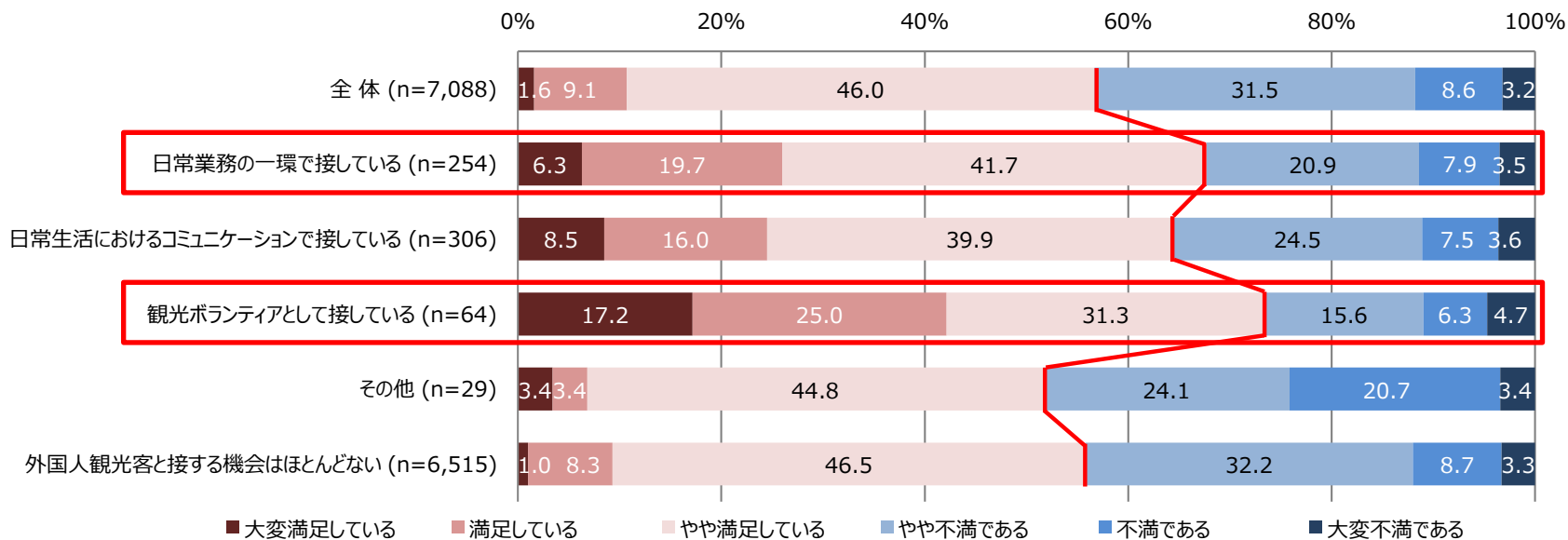
- 日本人観光客と接する機会がある住民は総合満足度が高い傾向
- 特に日常業務の一環で接している住民、観光ボランティアとして接している住民は、「大変満足している」「満足している」の回答割合が高い



# ◆ 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 居住地域の観光振興の取り組みへの満足度 × 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総合満足度が高い傾向
- 特に観光ボランティアとして接している住民は、「大変満足している」「満足している」の回答割合が高い

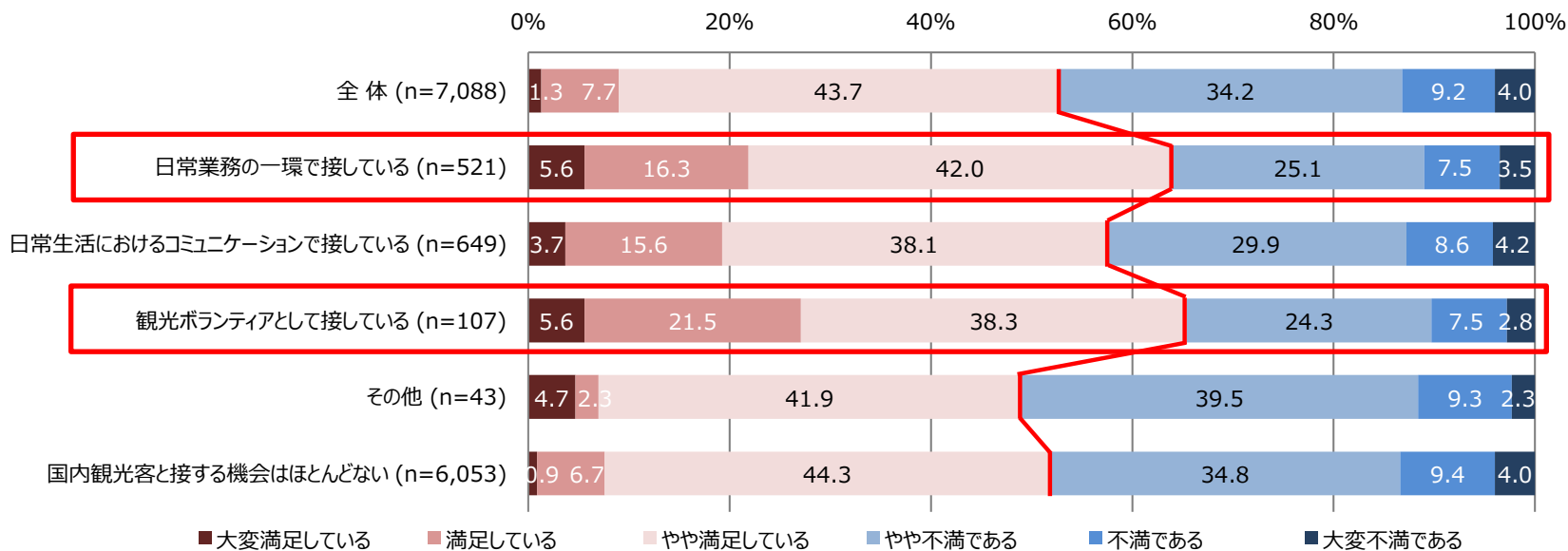




# ◆総合満足度 (観光客と接する機会別クロス集計)

## 総合満足度 外国人観光客を呼び込む取り組みの満足度 × 日本人観光客との接触機会

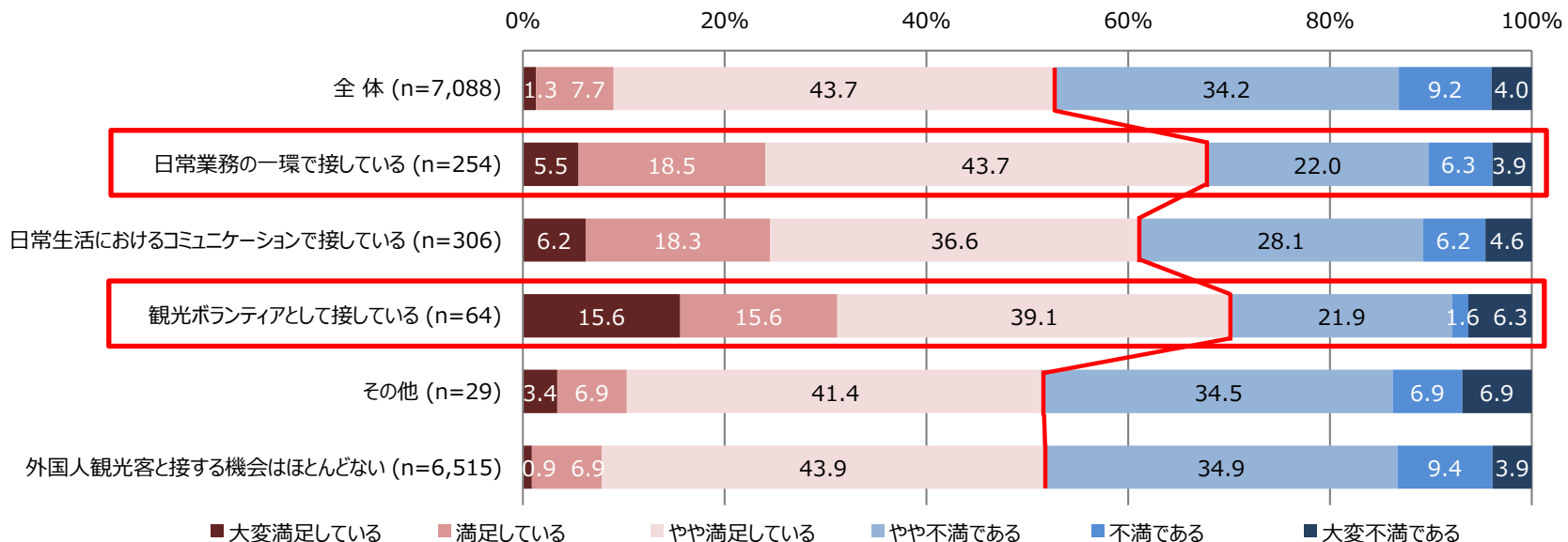
- 日本人観光客と接する機会がある住民は総合満足度が高い傾向
- 特に日常業務の一環で接している住民、観光ボランティアとして接している住民は、「満足している」の回答割合が高い



# ◆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 外国人観光客を呼び込む取り組みの満足度 × 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総合満足度が高い傾向
- 観光ボランティアとして接している住民は、「大変満足している」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について ※逆転項目：他の問と評価が反対になる設問「当てはまらない」の割合を集計

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。
- 観光関連事業者・部署では、「経済面（期待）」、「愛着」の項目で5割台半ば
- 観光地以外、観光関連事業者・部署以外では、すべての項目で観光地、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=	総合満足度						
	全体	居住地域の 観光振興の 取り組み	外国人観光 客を呼び込む 取り組み	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
Q6.1～6.11 経済面（期待）	45.5	53.6	53.1	53.2	32.8	55.9	44.8
Q6.12～6.17 地域活性化（期待）	39.9	46.6	46.3	44.4	32.6	50.8	39.3
Q6.18～6.21 対観光客意識	27.9	36.6	36.8	32.0	21.3	39.5	27.3
Q6.22～6.27 経済面（実感）	32.8	43.1	43.3	39.0	22.6	45.4	32.0
Q6.28～6.33 生活・環境	8.0	10.2	10.1	9.4	5.7	9.9	7.9
Q6.34～6.39 精神面	27.7	32.5	31.8	30.2	23.6	41.1	26.9
Q6.40～6.45 地域活性化（実感）	21.7	29.3	29.9	25.1	16.1	34.2	20.9
Q6.46～6.53 観光協力意識	20.2	24.9	24.8	21.4	18.3	36.5	19.3
Q6.54～6.55 愛着	54.6	64.8	64.3	58.0	49.0	57.9	54.4

※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

※総合満足度については「大変満足している」「満足している」「やや満足している」と回答された人の平均値

※Q6-30～32、Q6-38については逆転項目となります。

# ◆ 要因集計 (地域経済活性化に向けた分析)

## 事前期待×実感度

「事前期待」「実感度」の2つの軸で項目を4パターンに分類

パターン①：事前期待は高いが実感度が低い  
⇒「不満」につながってしまう要因となってしまう項目。

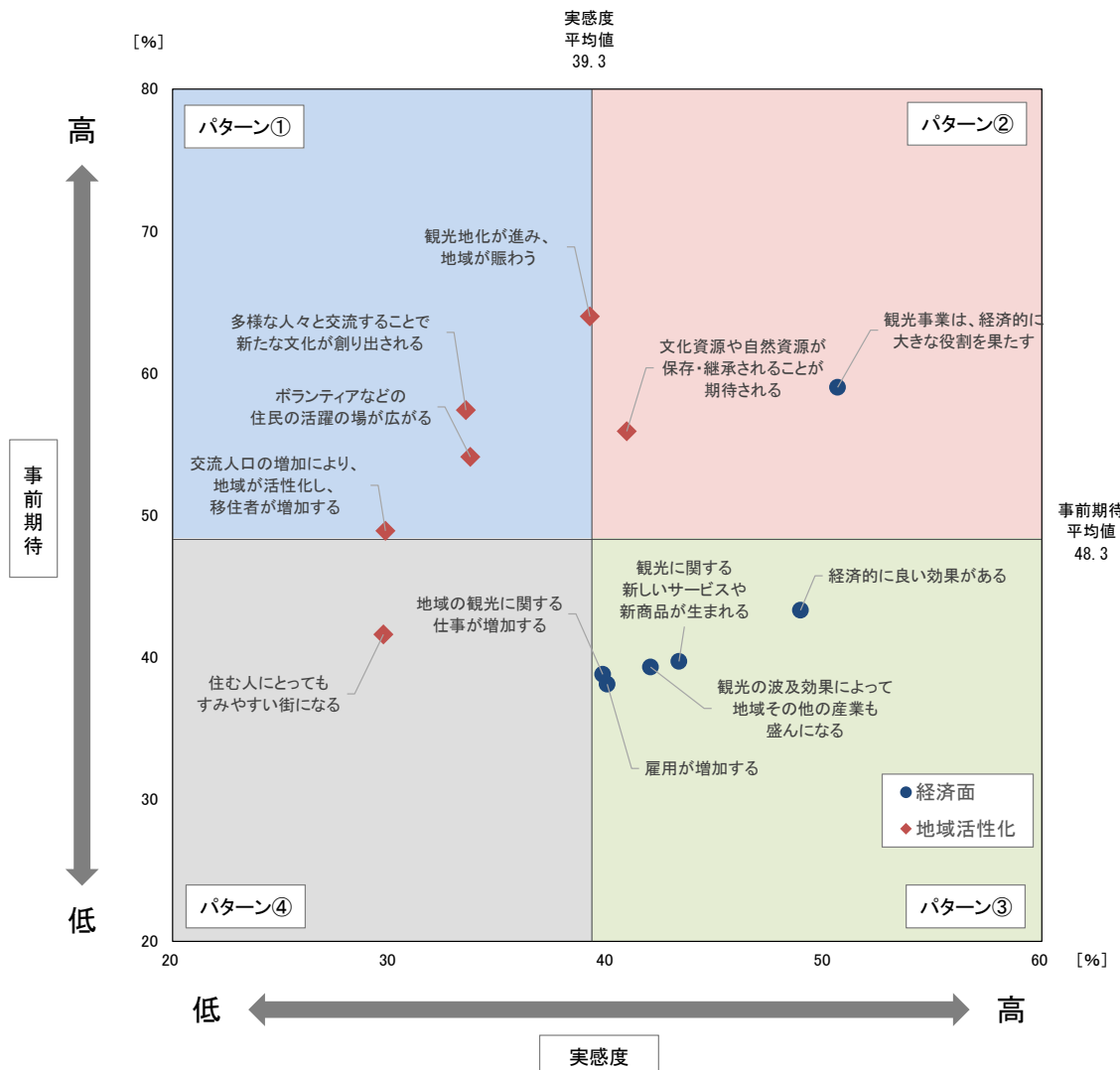
パターン②：事前期待も実感度も高い  
⇒観光施策における強みである項目。

パターン③：事前期待は低いが実感度は高い  
⇒現状維持でOKな項目。

パターン④：事前期待も実感度も低い  
⇒そもそも期待してもらえていない項目。

### 課題

地域活性化の項目で期待されているわりに実感度が低い項目が多い。とくに地域の賑わいや新たな文化の創造等で期待と実感のギャップが大きくなっており改善が必要だと考えられる。また、住みやすい街は期待と実感ともに低く、住民に観光客が増えることが、自分たちのまちの住みやすさにつながるという意識は定着していないことが分かる。



事前期待・実感度は「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」を合わせた割合  
経済面の事前期待で国内/外国人の両方について尋ねている項目は平均値を算出

# ◆ (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4pt上昇

2018 (3年前) → 2019 (前々回) → 2020 (前回) → 2021 (今回)  
n= 10,063                      n=8,620                      n= 8,083                      n=7,088

① 観光地化によりインフラが整備された

34% → 34% → 40% → 43%

② 文化資源や自然資源が保存・継承されている

31% → 33% → 37% → 41%

③ 観光地化により地域が賑わった

30% → 31% → 35% → 39%

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

26% → 27% → 28% → 31%

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

25% → 26% → 27% → 30%

⑥ 不特定多数の来訪者の増加により、治安が悪化

23% → 23% → 24% → 27%

## ◆ (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

2018 (3年前) → 2019 (前々回) → 2020 (前回) → 2021 (今回)  
n=10,063                      n=8,620                      n= 8,083                      n=7,088

①積極的に声をかけたり、道案内をしてあげたい

37% → 37% → 37% → 40%

②地域環境の整備（清掃等）に取り組みたい

39% → 39% → 39% → 42%

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

30% → 32% → 30% → 33%

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

25% → 26% → 24% → 27%

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

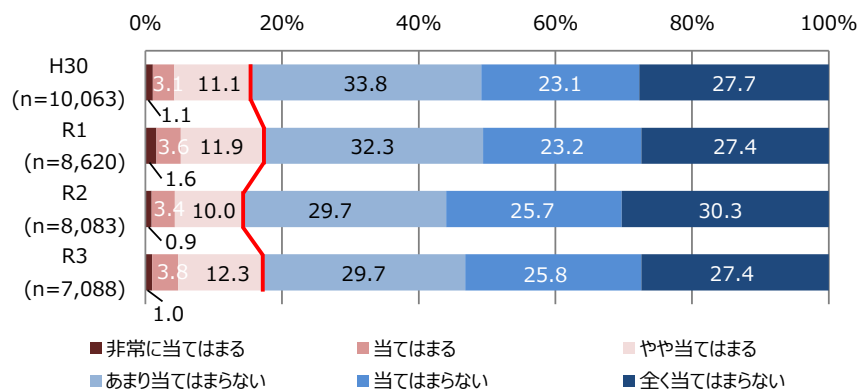
25% → 27% → 25% → 28%

# ◆ (参考) 経年比較

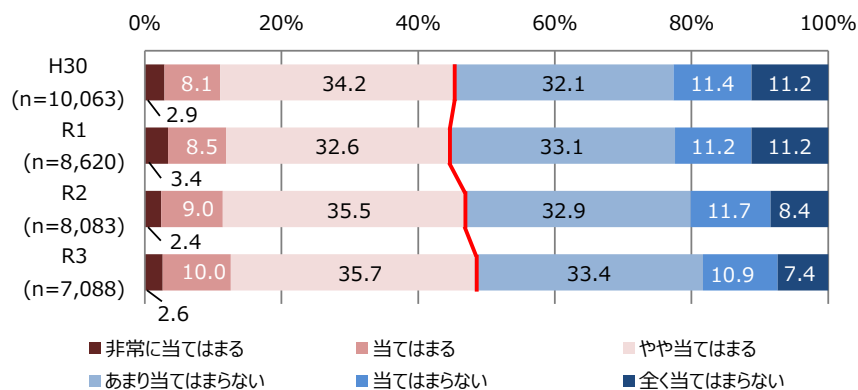
## 比較 語学力と精神面

### ■ 「観光客増加により気持ちが豊かになった」は上昇傾向

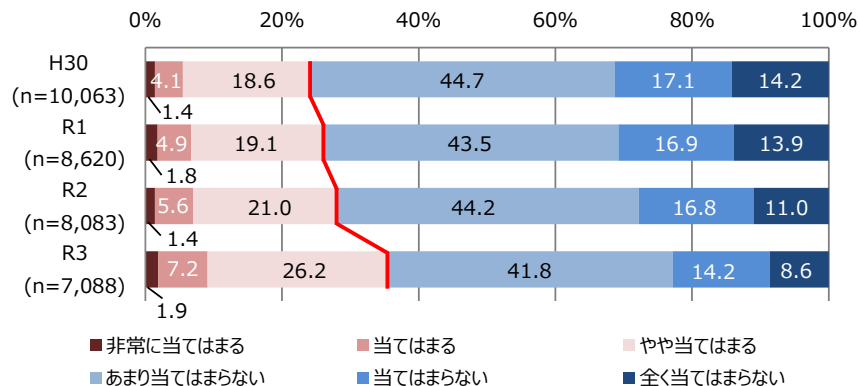
#### ① 外国人観光客との交流によって 外国語を話せるようになった



#### 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変化

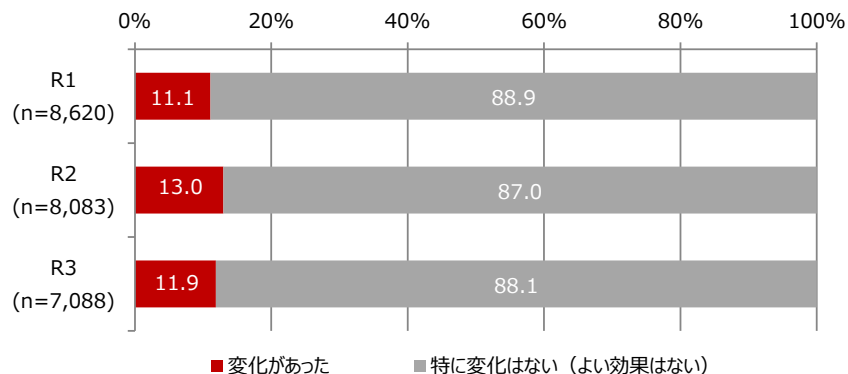
1 割が仕事の変化があったと回答

## 国内観光客増加による変化

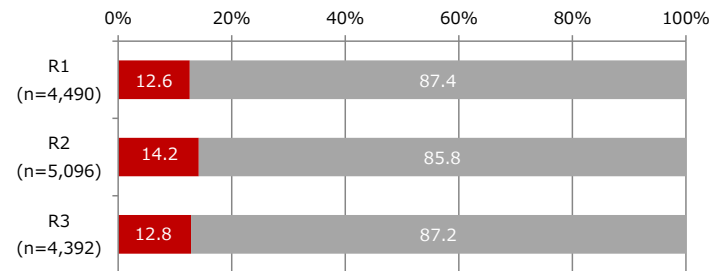
Q7.国内観光客増加により、仕事に変化があったと思いますか (MA)

変化があった  
**11.9%**

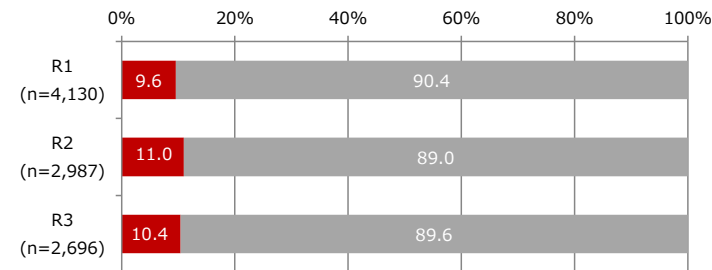
「会社の売上が増えた」「収入が増えた」「新規雇用があった」  
「新規ビジネスが始まった」「問合せ、相談が増えた」  
「その他」のいずれか1つ以上を回答した人



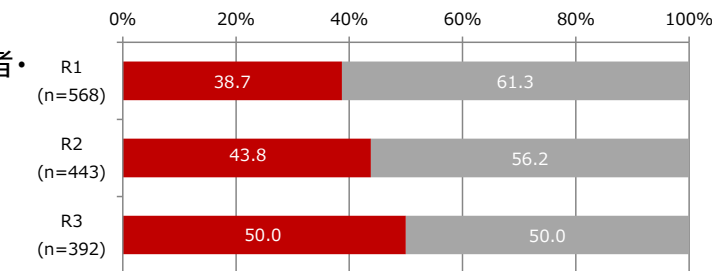
観光地  
変化があった  
**12.8%**



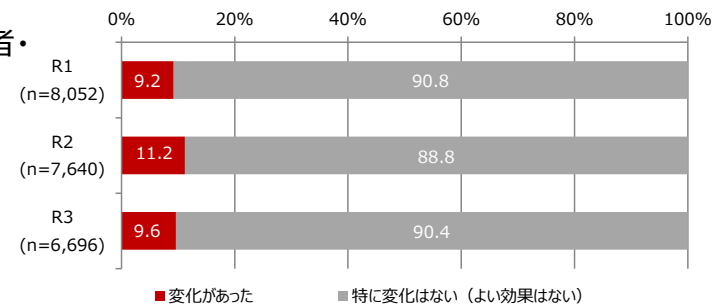
観光地以外  
変化があった  
**10.4%**



観光関連事業者・  
部署  
変化があった  
**50.0%**



観光関連事業者・  
部署以外  
変化があった  
**9.6%**





# ◆観光客増加による経済的変化

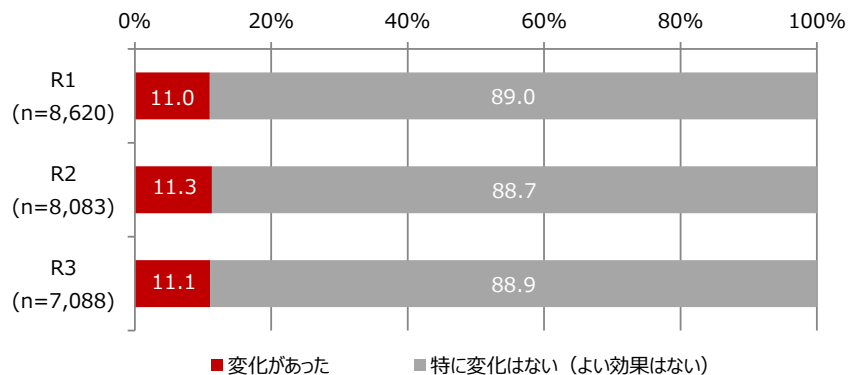
1割が仕事の変化があったと回答

## 外国人観光客増加による変化

Q8.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)

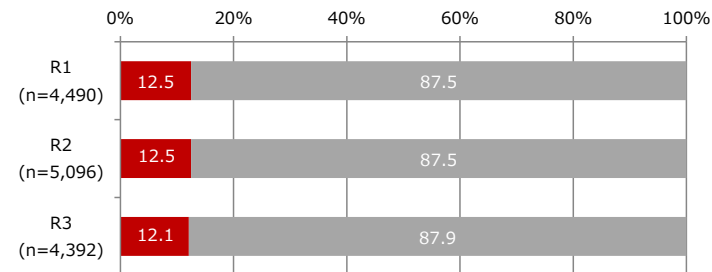
変化があった  
**11.1%**

「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



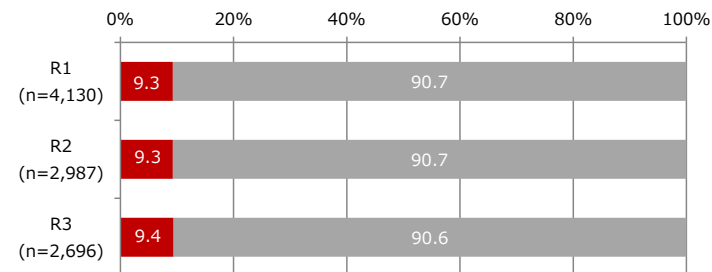
### 観光地

変化があった  
**12.1%**



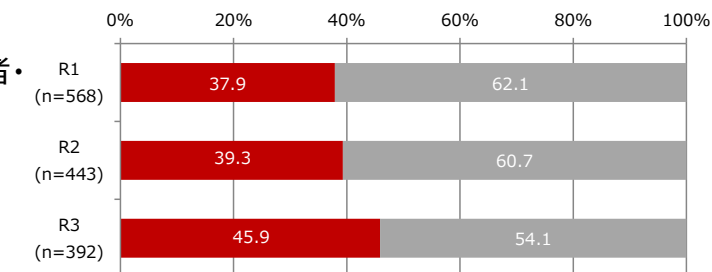
### 観光地以外

変化があった  
**9.4%**



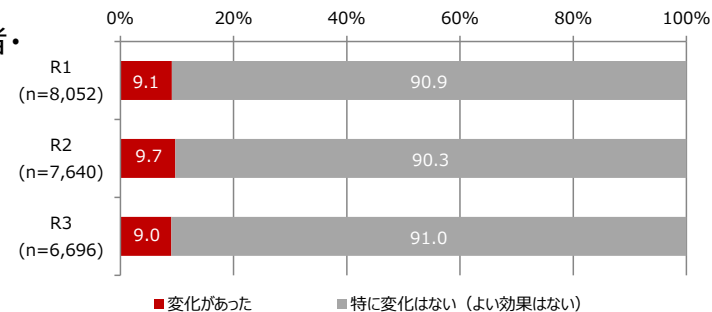
### 観光関連事業者・部署

変化があった  
**45.9%**



### 観光関連事業者・部署以外

変化があった  
**9.0%**



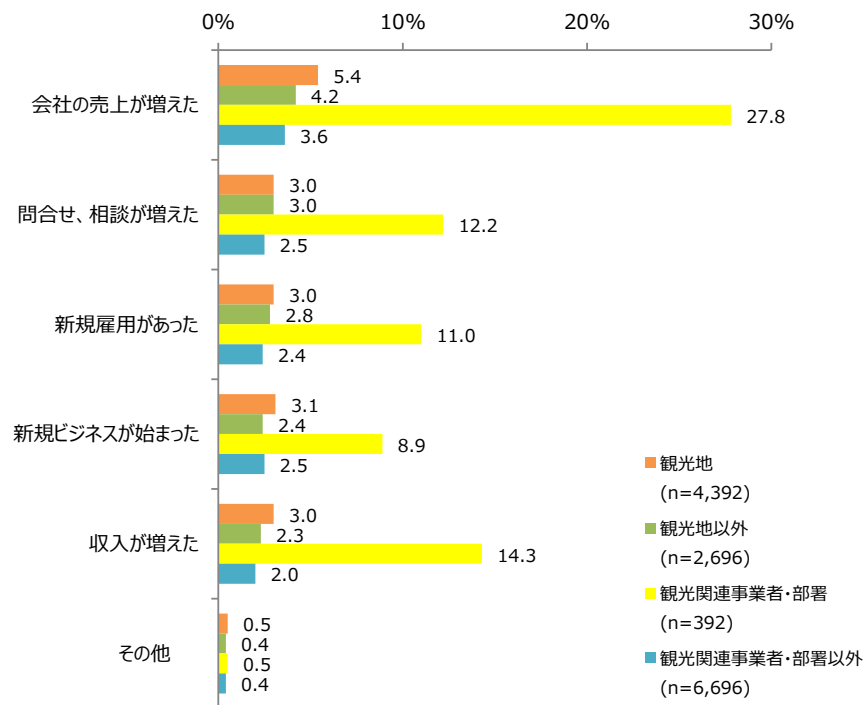
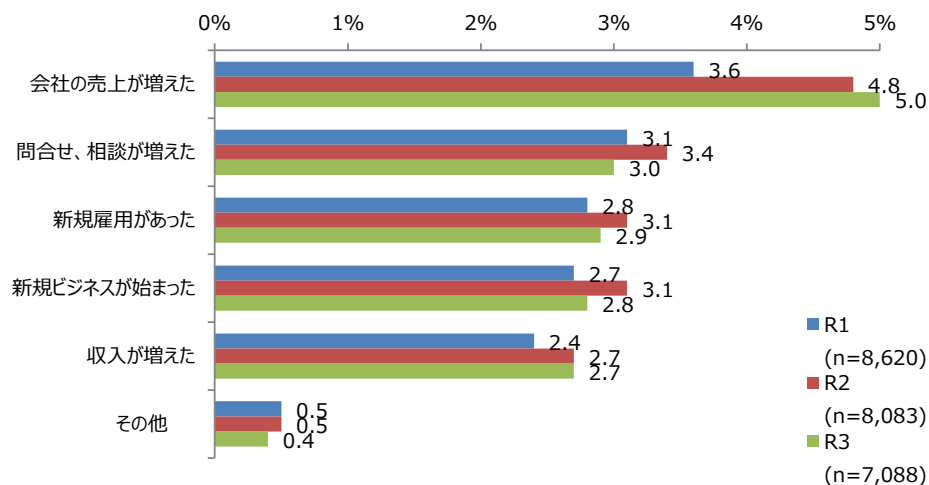
# ◆観光客増加による経済的变化

「会社の売上が増えた」との回答が5.0%（観光関連事業者・部署は27.8%）

## 国内観光客増加による変化

Q7.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】  
(%)



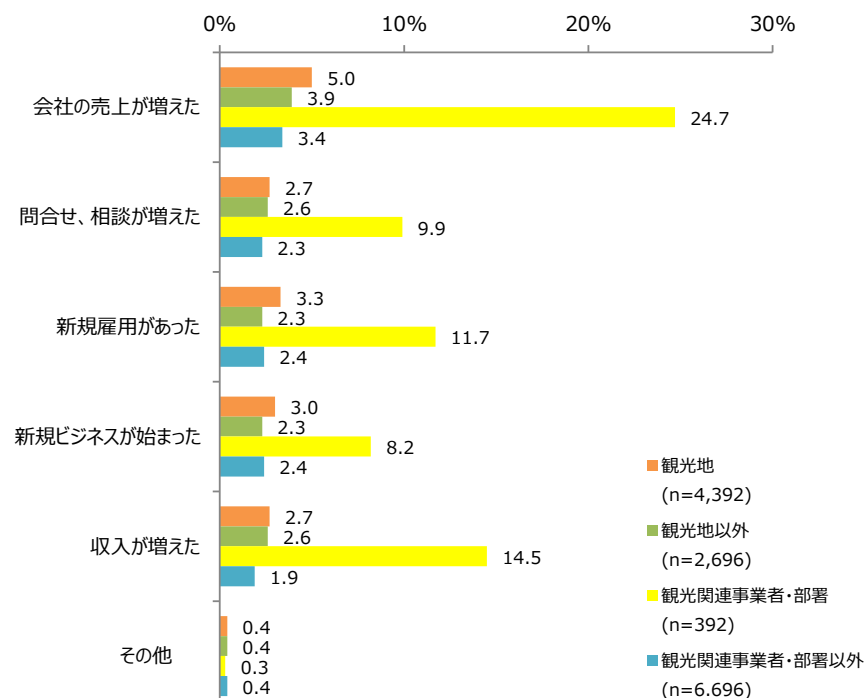
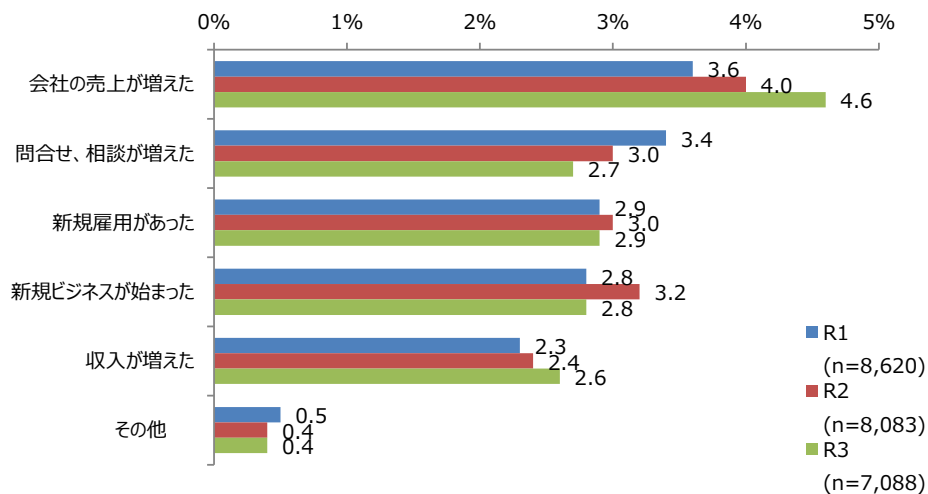
# ◆観光客増加による経済的変化

「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24.7%）

## 外国人観光客増加による変化

Q8.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）

変化の内訳【全体】  
(%)



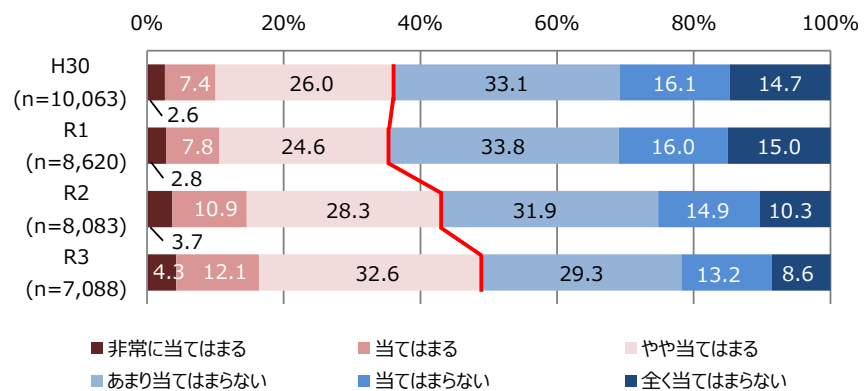
# ◆ (参考) 経年比較

## 比較 経済面

2018 (3年前) → 2019 (前々回) → 2020 (前回) → 2021 (今回)  
 n=10,063                      n=8,620                      n= 8,083                      n=7,088

①国内観光客の増加により、経済的に良い効果があった

36% → 35% → 43% → 49%



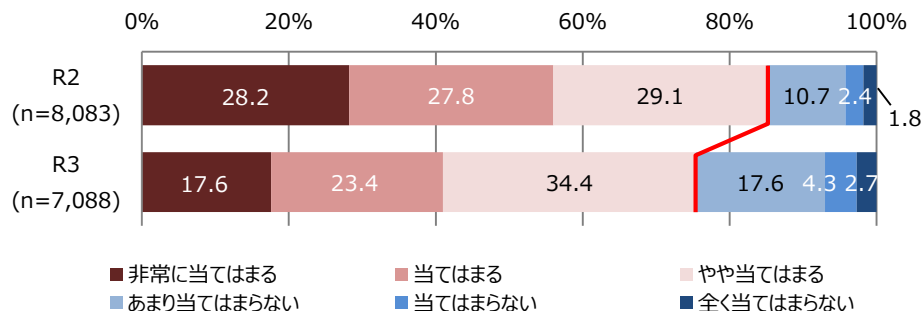
# ◆新型コロナウイルスについての変化（前回調査との比較）

Q9.1.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）

Q9.7.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

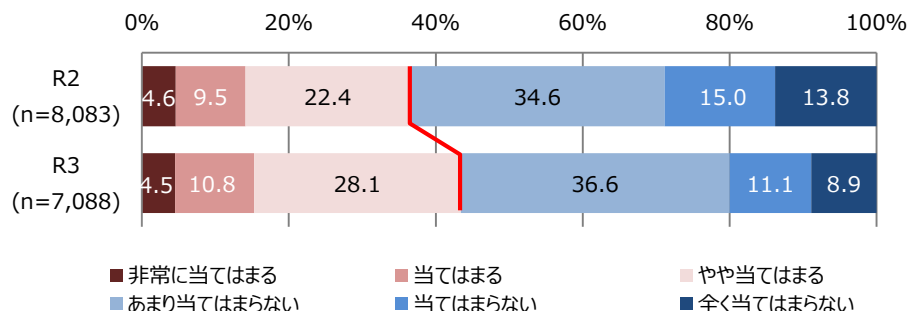
前回調査と比べて、自分自身が新型コロナウイルスに感染することへの不安は減少傾向となっている



- ▶ 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75.4%
- ▶ 前回調査と比べて9.7pt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6.9pt上昇しており、観光客を歓迎する人が増加している



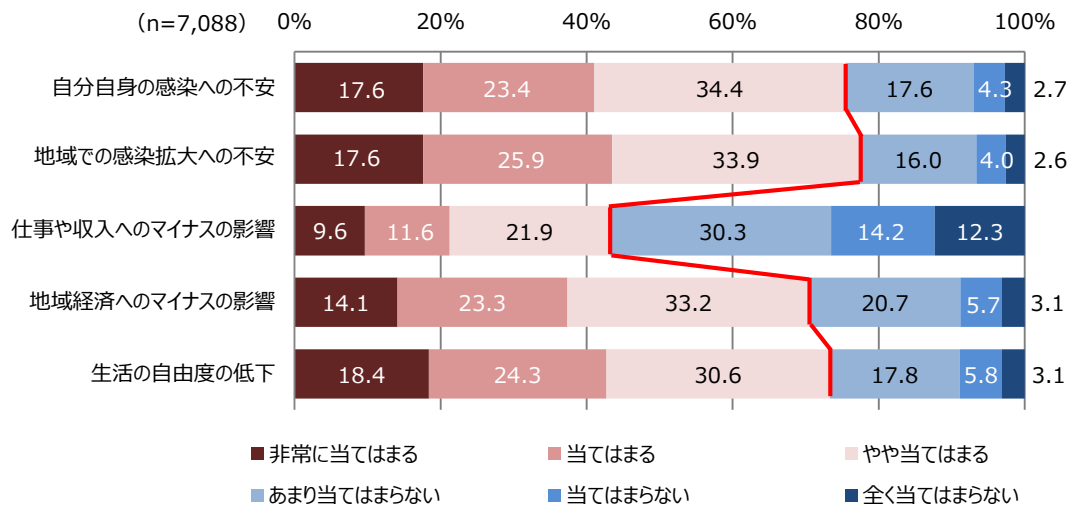
- ▶ 感染症拡大の状況下でも積極的に観光客を歓迎したい割合は全体の43.4%

# ◆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43.1%

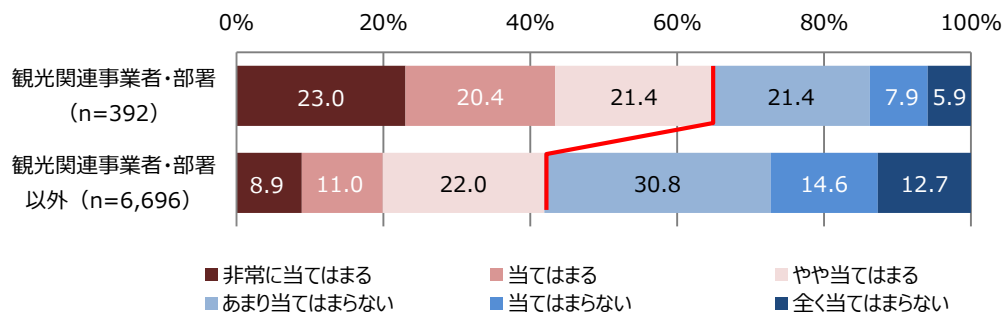
## 就業別

観光関連事業に従事している人のうち、

**6割台半ば**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 〉

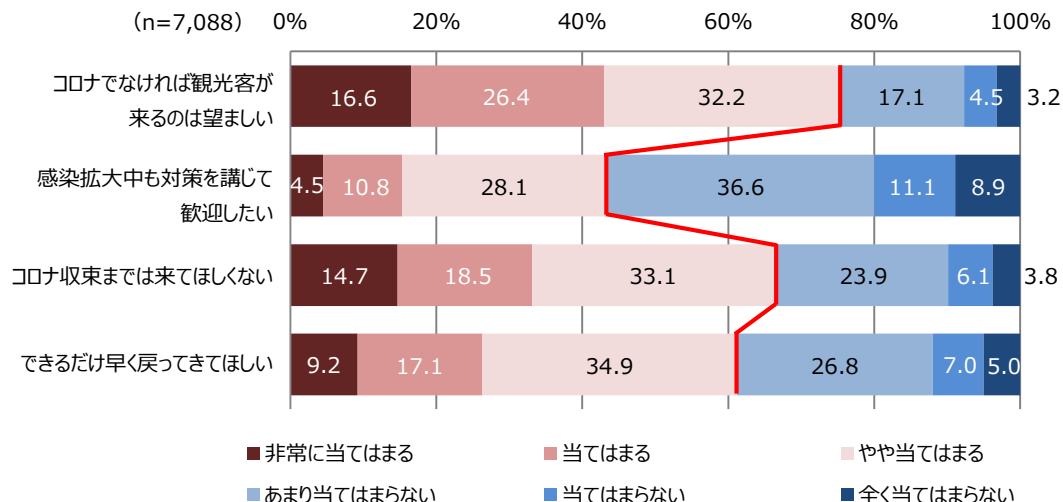


▶ 観光関連事業者・部署で『当てはまる』との回答が64.8%と観光関連事業者・部署以外よりも22.9pt高い

# ◆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もやや高くなっている

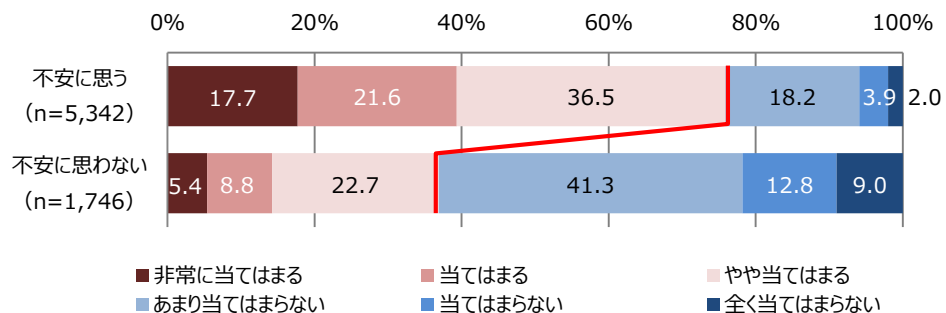


▶ 感染拡大中も対策を講じて観光客を歓迎したいは全体の43.4%

## 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で、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Q9.1で1~3を選択した人  
「不安に思わない」はQ9.1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75.8%

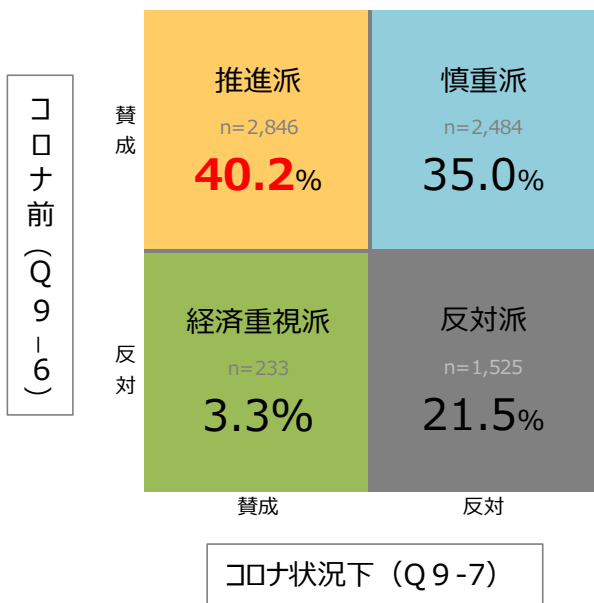
# ◆観光客の受け入れ意向 (新型コロナウイルスの影響による分析)

Q9.6.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)

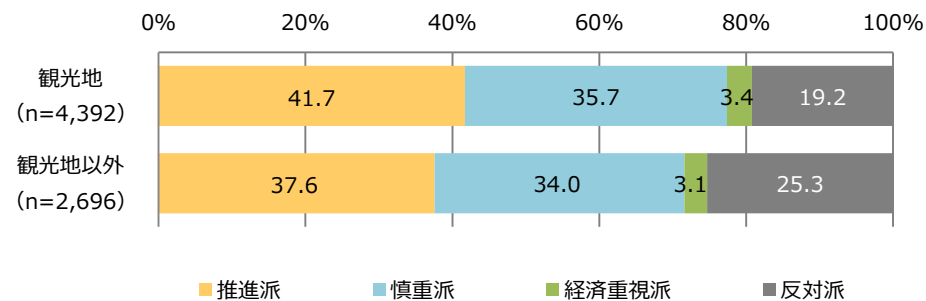
Q9.7.新型コロナウイルスの感染拡大の状況下においても、対策を講じて積極的に観光客を歓迎したい (SA)

## 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 **40.2%** と最も多い

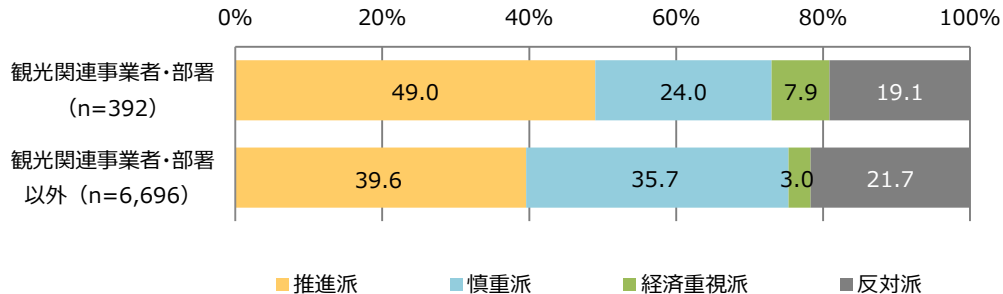


## 観光地の有無別



▶ 観光地以外では『反対派』が25.3%と観光地よりもやや高い

## 就業別



▶ 観光関連事業者・部署では『推進派』が49.0%と約半数を占める

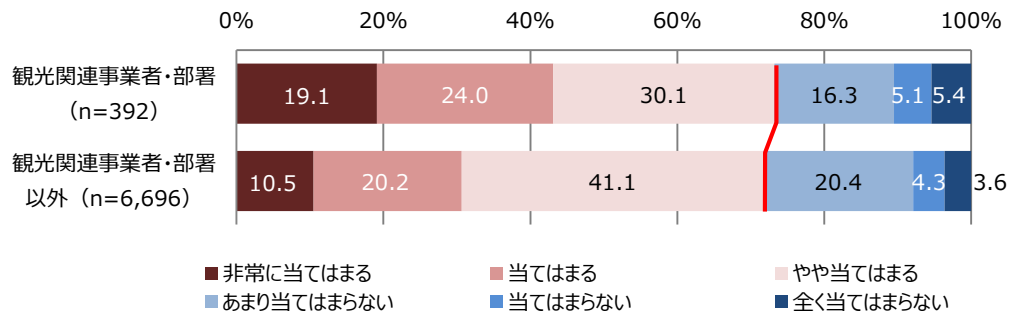


# ◆観光振興意識（新型コロナウイルスの影響による分析）

Q9.10.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

## 参考 経済効果・地域活性化への期待感の経年比較

※「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

2019（前々回） → 2020（前回） → 2021（今回）

n=8,620

n=8,083

n=7,088

①観光事業は、地域経済に大きな役割を果たすと思う

**50%** → **55%** → **59%**

②観光客増加により、地域が賑わうと思う

**53%** → **61%** → **64%**

▶ 経済効果・地域活性化への期待感が  
前回よりも3～4pt上昇



新型コロナウイルスにより観光事業が影響を受けたことで、地域における観光の重要性を認識する人が増えてきているのではないかと推察される。

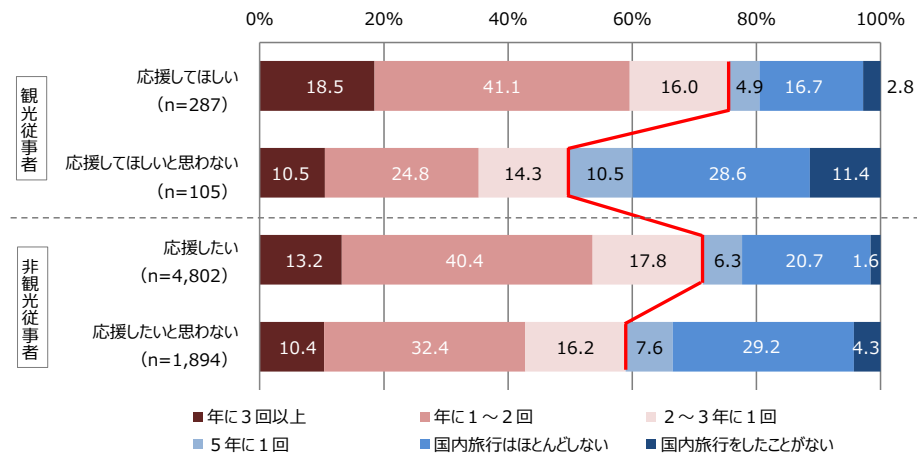
# ◆ 観光振興意識 (国内旅行頻度別)

Q3.1.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)

Q3.2.あなたは、宿泊を伴わない国内旅行をどのくらいしていますか (SA)

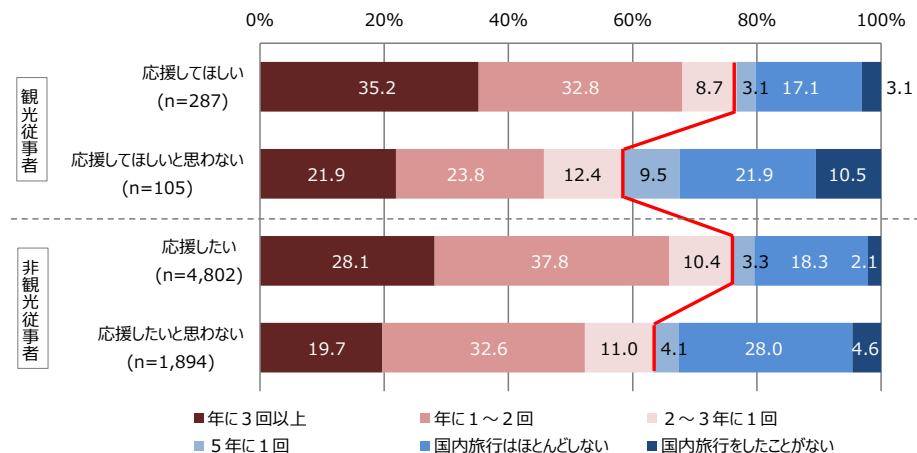
## 国内旅行頻度別 (宿泊を伴う)

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



## 国内旅行頻度別 (宿泊を伴わない)

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、  
宿泊を伴わない旅行の頻度が  
高くなっている



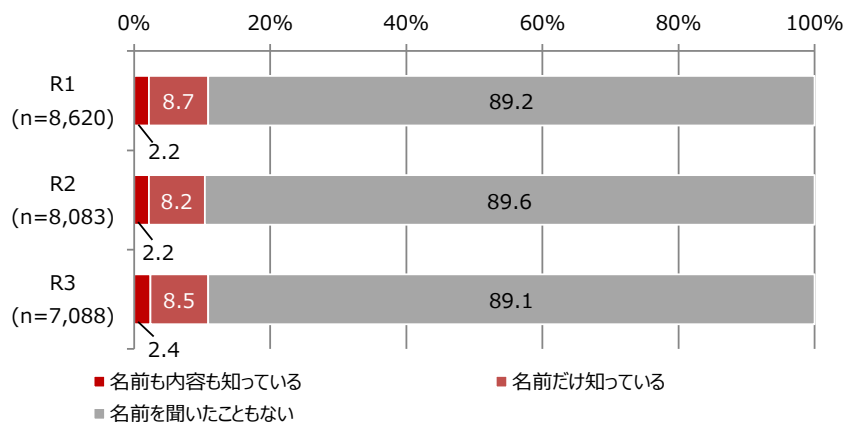
▶ 宿泊を伴う/伴わないにかかわらず、旅行頻度の高い人は観光振興意識が高い。

# ◆せとうちDMO認知度

## Q10.1.せとうちDMOの認知度 (SA)

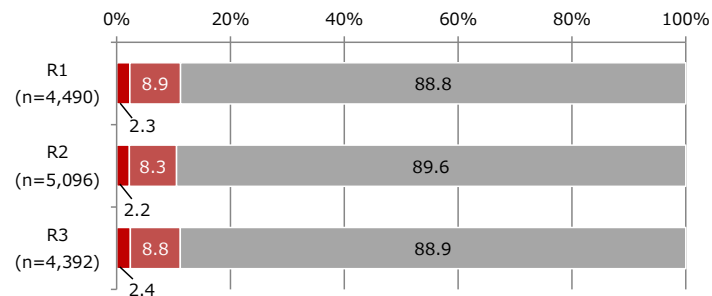
知っている  
**10.9%**

「名前も内容も知っている」「名前だけ知っている」と回答した人



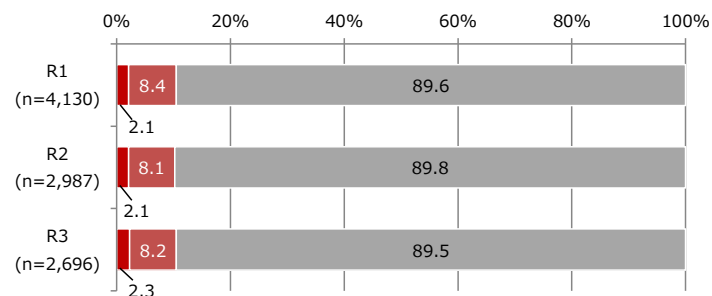
### 観光地

知っている  
**11.2%**



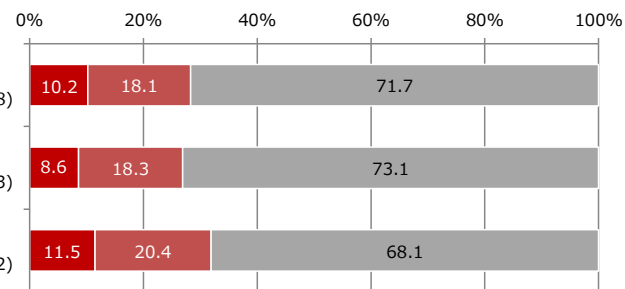
### 観光地以外

知っている  
**10.5%**



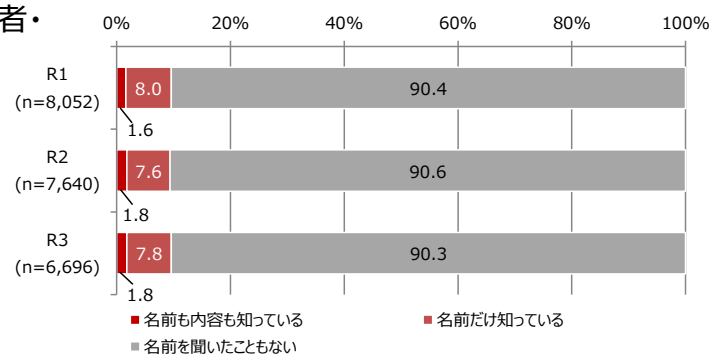
### 観光関連事業者・部署

知っている  
**31.9%**



### 観光関連事業者・部署以外

知っている  
**9.6%**



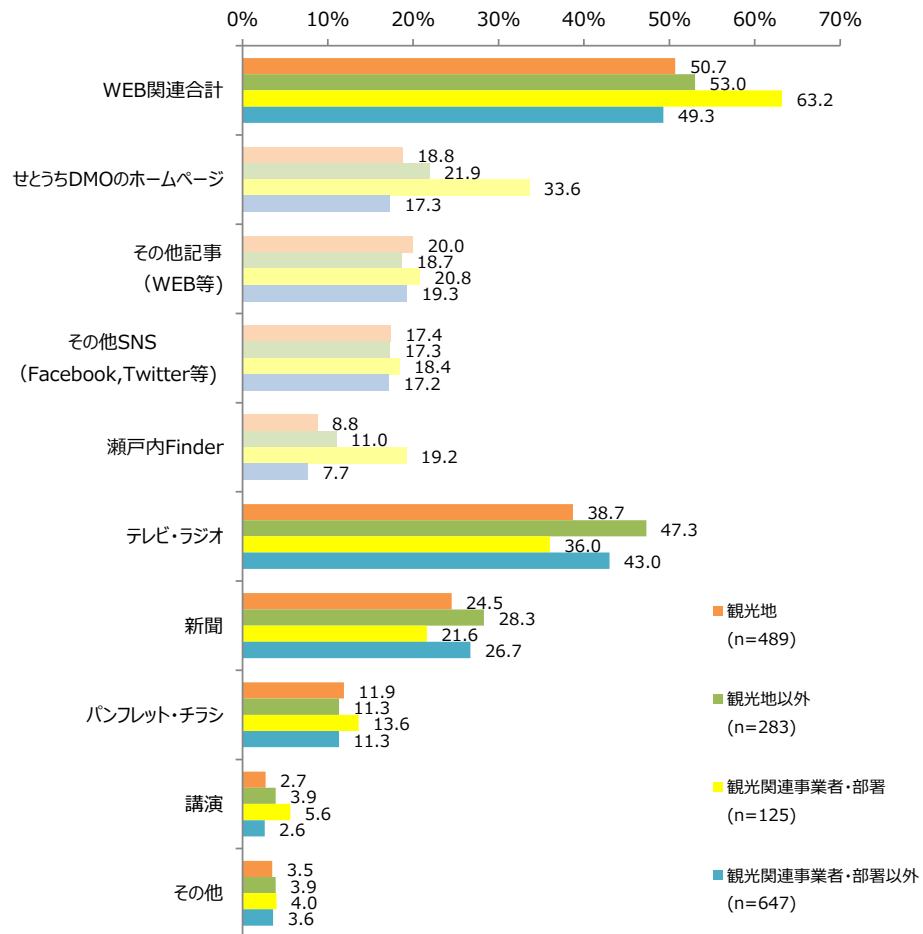
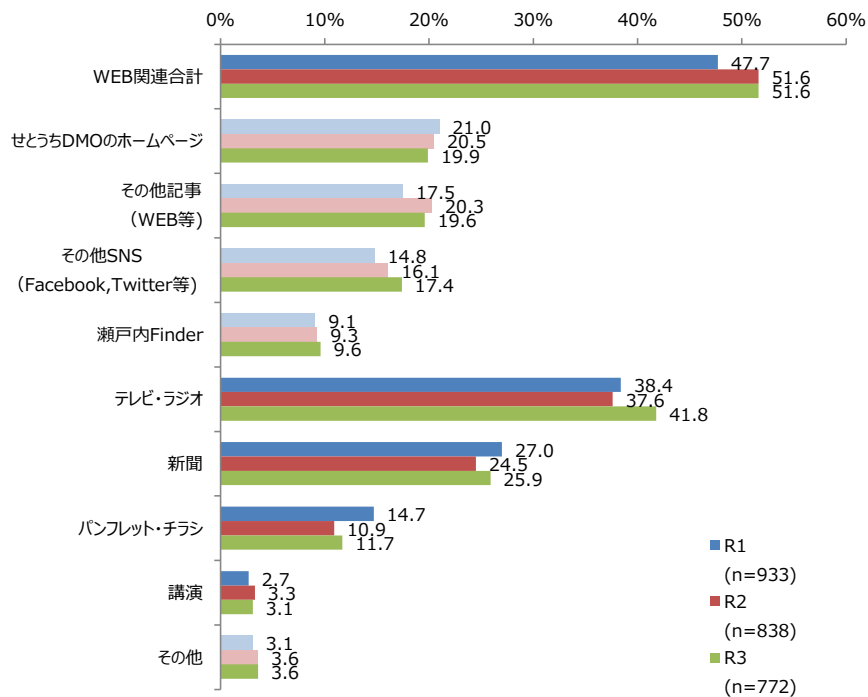
# ◆せとうちDMO認知度

Q11.せとうちDMOを知ったきっかけ (MA)

WEB関連合計

51.6%

■観光関連事業者・部署において、「WEB関連合計」の割合が高くなっている



※WEB関連合計は、「せとうちDMOのホームページ」「その他記事 (WEB等)」「その他SNS」「瀬戸内Finder」のいずれか1つ以上を選択した人の割合

## 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

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。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。

### 住民の期待と実感について

地域活性化の項目で期待が高いが実感が低い項目が多くなっている。特に地域の賑わいや新たな文化の創造等で期待と実感のギャップが大きく、改善が必要だと考えられる。

また、住みやすい街は期待と実感ともに低く、住民に観光客が増えることが、自分たちのまちの住みやすさにつながるという意識は定着していないことが分かる。

### 今後注力すべき取り組みについて

「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）」や「地域の観光資源を魅力的にする取組」が3割超と高くなっており、プロモーションと観光資源の磨き上げに取り組むことが重要視されている。

また、「観光地」では「観光における感染症対策の取組」、「観光地以外」では「移住者増加につながるような取組」の回答割合がやや高くなっており、地域の状況に合わせて取り組みを考えていく必要がある。