

「持続可能なツーリズム先進地域・関西を
目指して」

研究会報告書(2023 年度)

2024 年 7 月

一般財団法人 アジア太平洋研究所

〈はじめに〉

本報告書は「持続可能なツーリズム先進地域・関西を目指して」研究プロジェクトによる 2023 年度の研究成果をまとめたものである。本研究プロジェクトは 2016 年度に「「インバウンド先進地域」としての関西」として発足したのが最初の活動である。18 年度には「インバウンド先進地域としての関西(+MICE)」として活動領域を広げた。19 年度に「インバウンド先進地域としての関西-持続可能な観光戦略を目指して-」とし、オーバーツーリズムの問題を研究の一対象とした。コロナ禍でインバウンド需要が消失したことを受け、国内観光にも目を向ける必要性が高まった。このため、22 年度はインバウンドのみならず国内観光をも含めた観光業全体を研究対象にひろげ、「持続可能なツーリズム先進地域・関西を目指して」として新たにプロジェクトを展開した。2025 年の大阪・関西万博の開催を見据えて、この活動は 23 年度で一応終了することとなった。

2023 年度の研究プロジェクトは昨年度に引き続き、関西基礎統計の整理を行った。また、近畿運輸局や田辺市熊野ツーリズムビューローとの共同研究を通じたマイクロデータによる実証分析を行った。また、年度後半にブランド力指標作成に向けて、日本人及び日本在留外国人を対象に Web アンケート調査を行った。本アンケート調査は、コロナ禍以降の新たな旅行動態を把握し、観光客の旅行目的に基づく関西広域周遊プラン提案を目的としている。そのため、観光地エリアへの「宿泊を伴う訪問実績」が、2022 年以降の旅行者を対象とした。本報告書では、調査から得られた結果を用いて、各観光地における旅行者の旅行目的や満足度に関する基礎的な研究を行った。

2024 年 7 月

〈キーワード〉

ツーリズム、持続可能性、インバウンド、訪日外国人消費動向調査、個票データ分析

〈研究体制〉

リサーチリーダー	稲田 義久	アジア太平洋研究所 研究統括 兼 数量経済分析センター長 甲南大学 名誉教授
リサーチャー	松林 洋一	アジア太平洋研究所 上席研究員 神戸大学大学院経済学研究科 教授
	KARAVASILEV Yani	アジア太平洋研究所 研究員 京都文教大学総合社会学部 講師
	郭 秋薇	アジア太平洋研究所 研究員
	野村 亮輔	アジア太平洋研究所 副主任研究員
研究協力者	本田 泰彦	近畿運輸局観光部 計画調整官
	曾川 高円	近畿運輸局観光部 観光企画課長
	西川 敬三	関西観光本部 事務局次長
	中野 裕行	日本旅行業協会 関西事務局 事務局長
	木村 絵里	関西エアポート地域連携部 広域連携グループリーダー
	花崎 由季子	関西エアポート地域連携部 広域連携グループ
	原 菜々子	関西エアポート地域連携部 広域連携グループ
	古山 健大	京都府商工労働観光部労働政策室 主事
	武田 国貴	田辺市熊野ツーリズムビューロー 事務局次長
	LUONG ANH Dung	アジア太平洋研究所 インターン
オブザーバー	森本 裕	甲南大学経済学部 准教授
事務局	足利 朋義	アジア太平洋研究所 総括調査役
	井上 建治	アジア太平洋研究所 総括調査役
	吉田 茂一	アジア太平洋研究所 研究推進部員

役職名は2024年3月末時点のもの

〈執筆者〉

第1章 野村 亮輔・稲田 義久

第2章 井上 建治・野村 亮輔・稲田 義久

第3章 野村 亮輔・稲田 義久・吉田 茂一

第4章 野村 亮輔・稲田 義久

概要

本稿はアジア太平洋研究所プロジェクト、「持続可能なツーリズム先進地域・関西を目指して」研究会の2023年度活動報告書である。本報告書は、以下の2つのパートから構成されている。

第1編(数量分析編)では、2023年度のインバウンド及び国内観光に関する基礎統計分析のレポートを整理した。ここでは当研究所が月次ベースで発表している『都道府県別訪日外客と訪問率』を取り上げ、定点観測の一例を示した(第1章)。

第2編(研究レポート編)は、主にAPIR Trend Watchに掲載されたインバウンド関連の研究レポートをまとめたものである。第2章ではコロナ禍におけるホテル建設の動向をマクロデータとミクロデータを用いて、分析を行っている(Trend Watch No.87)。第3章では、訪日中国人客の回復パターンを想定し、全国及び関西への経済的影響を分析している(Trend Watch No.88)。APIRでは2023年度にブランド力指標作成に向けたアンケート調査を実施した。第4章では、その結果を用いて観光客の旅行目的に基づいた新たな関西広域周遊プラン提案に向けての予備的研究の成果を示した。

2024年7月

一般財団法人 アジア太平洋研究所

「持続可能なツーリズム先進地域・関西を目指して」研究会

リサーチリーダー 稲田 義久

(研究統括兼数量経済分析センター長／甲南大学名誉教授)

2023 年度「持続可能なツーリズム先進地域・関西を目指して」 研究会報告書

〈はじめに〉	i
〈研究体制〉	ii
概要	iv
第1編 数量分析編	1
第1章 関西インバウンド基礎統計(2023 年度版)	2
はじめに	2
1. 都道府県別訪日外客と訪問率:1 月レポート No.56	2
1-1. ポイント:2023 年 3 月発表データのレビュー:JNTO 訪日外客数	2
1-2. トピックス 1:1 月関西の財貨・サービス貿易及び 12 月のサービス産業動向	6
1-3. トピックス 2:2023 年 11 月延べ宿泊者数の動向:関西 2 府 8 県	8
1-4. トピックス 3:2023 年 10-12 月期国内旅行消費の動向:関西 2 府 8 県	10
第2編 研究レポート編	13
第2章 コロナ禍と関西のホテル建設-コロナ禍に宿泊事業者はどのように対応したのか-	14
第3章 中国人客の回復とインバウンド戦略について	16
第4章 旅行目的に基づいた関西広域周遊プランの提案に向けた予備的研究	17
はじめに	17
1. アンケート調査の概要	17
2. 観光地における旅行目的:日本人及び在留外国人	19
3. 観光地に対する訪問前の期待度と訪問後の満足度	27
4. 訪問地に対する総合満足度、紹介意向と再来訪意向の分析	50
5. 分析結果の整理とまとめ	54

第Ⅰ編 数量分析編

第1章 関西インバウンド基礎統計(2023 年度版)

野村 亮輔
稲田 義久

はじめに

当研究所ホームページにて毎月公表している「Kansai Economic Insight Monthly」の「関空モニター」の項や「都道府県別訪日外客数と訪問率」においてインバウンド並びに国内旅行関係の基礎データを発表してきた。COVID-19 感染拡大以降、厳格な水際対策により訪日外客は途絶した状況であった。しかし、2022 年 10 月以降、日本における水際対策が大幅緩和され、23 年 4 月から水際対策が撤廃されたことでインバウンド需要は足下において急速に回復しつつある。一方、国・地域別にみれば、回復ペースは異なる。特にコロナ禍前まで訪日外客の約 30%を占めていた訪日中国人客は足下、コロナ禍前を回復できていない状況である。

国内旅行需要も、2023 年 5 月から COVID-19 の感染症法上の区分が5類へ移行され、経済社会活動が正常化したことで、コロナ禍前を回復しつつある。以下では月次レポートの「都道府県別訪日外客数と訪問率 1 月レポート No.56」を取り上げ、コロナ禍におけるインバウンド需要並びに国内旅行需要に関係する基礎データを用いて分析を行った。

1. 都道府県別訪日外客と訪問率：1 月レポート No.56

1-1. ポイント：2023 年 3 月発表データのレビュー：JNTO 訪日外客数

JNTO 訪日外客統計によれば(図 1-1 及び表 1-1)、2024 年 1 月の訪日外客総数(推計値)は 268 万 8,100 人であった(前月：273 万 4,000 人)。2019 年同月比では-0.0%と 2 カ月ぶりに小幅マイナスに転じたが、コロナ禍前とほぼ同程度となった(前月：同+8.2%)。なお、訪日中国人客を除いた総数では 227 万 2,200 人で、同+17.4%と 7 カ月連続のプラスとなった。同月の出国日本人数は 83 万 8,600 人であった(前月：94 万 7,900 人)。19 年同月比では-42.3%と前月(同-44.6%)から減少幅は小幅縮小したものの、依然回復ペースは緩慢である。

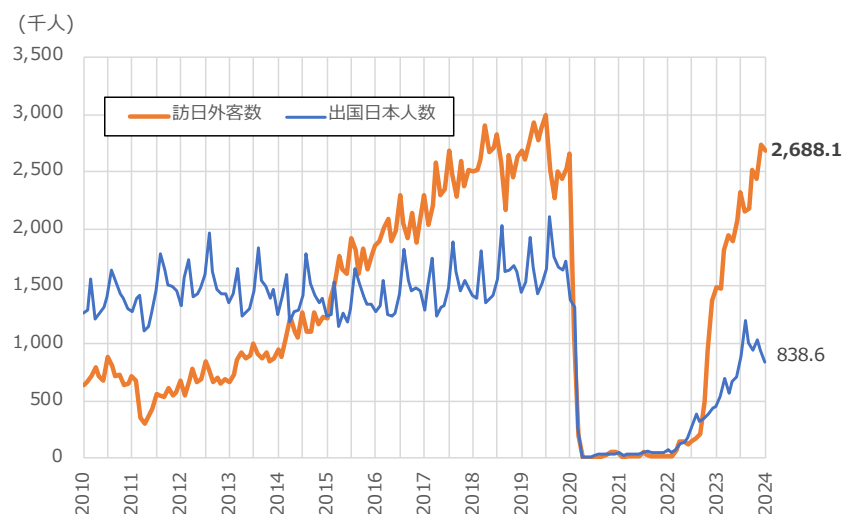
訪日外客数のトップ 5 を国・地域別にみると(表 1-1)、韓国が 85 万 7,000 人(2019 年同月比+10.0%)で最多であった。次いで台湾が 49 万 2,300 人(同+27.0%)、中国が 41 万 5,900 人(同-44.9%)、香港が 18 万 6,300 人(同+20.7%)、米国が 13 万 1,800 人(同+27.7%)と続く。なお、韓国、台湾とオーストラリアが単月で過去最高を記録した。

目的別訪日外客総数(暫定値)をみれば、2023 年 11 月は 244 万 890 人となった(2019 年同月比-0.0%)(図 1-2 及び表 1-2)。うち、観光客は 220 万

6,883 人となり、2 カ月連続で 200 万人超の水準(同+2.9%)。商用客は 11 万 6,855 人(同-32.0%)、その他客は 11 万 7,152 人(同-5.6%)であった。19 年同月比では、観光客は 2 カ月連続でコロナ禍前を上回っているが、その他客は 9 割超、商用客は 7 割程度の回復にとどまっている。

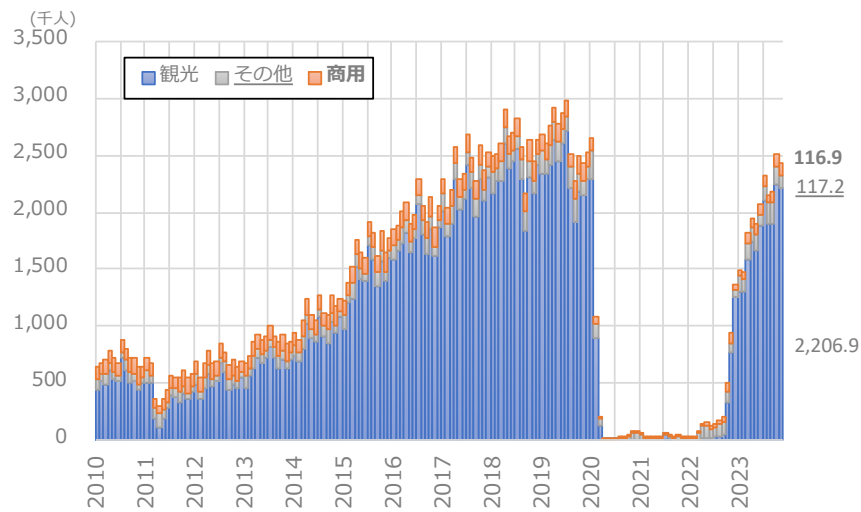
観光客の TOP5 を国・地域別にみれば、11 月は韓国が 62 万 231 人(2019 年同月比+276.9%)と最多であった。次いで台湾が 39 万 623 人(同+4.2%)、中国が 20 万 4,486 人(同-69.8%)、香港が 19 万 7,019 人(同+1.1%)、米国が 16 万 9,383 人(同+36.8%)と続く。

令和 6 年能登半島地震は新潟県、富山県、石川県、福井県の観光業に大きな影響を与えている。このため、政府は当該地域で落ち込んだ観光需要を喚起するために、3 月より「北陸応援割」を開始した。喚起策により、国内旅行者及び訪日旅行者の増加が期待されている。一方で、北陸地域の国籍別宿泊者比率をみれば、全国シェアに比して日本人が圧倒的な比率を占めており、外国人のシェアは低い(図 1-3)。日本人宿泊者が伸び悩む一方(後掲トピックス2参照)、増加傾向が続く外国人宿泊者をいかに取り込むかが重要となろう。



(注) 2021 年まで確定値、22 年は暫定値、23 年 1-2 月は推計値
(出所): 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」より筆者作成

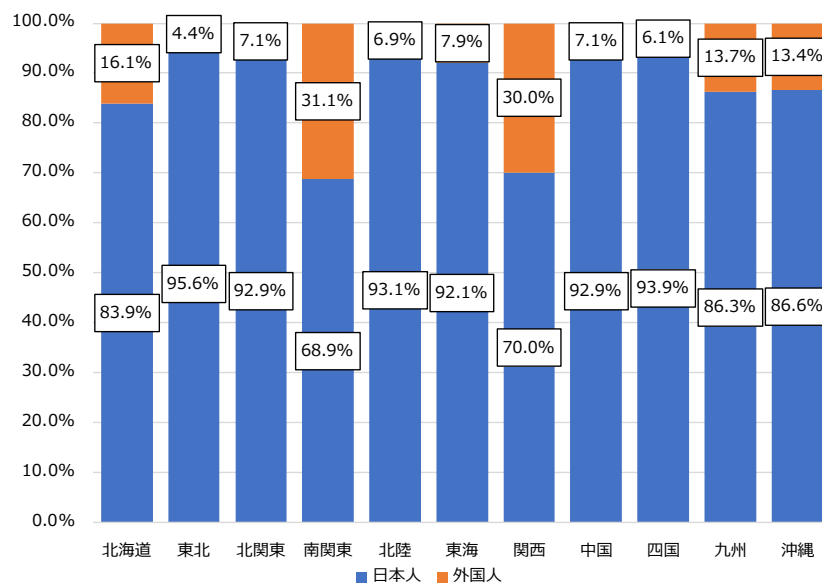
図 1-1 訪日外客数推移



(注) 「観光客」とは、短期滞在の入国者から「商用客」を引いた入国外国人で、親族友人訪問を含んでいる。「その他客」とは、観光、商用目的を除く入国外国人で、留学、研修、外交・公用などが含まれる。

(出所) 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」より筆者作成

図 1-2 目的別訪日外客数推移



(出所) 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」より筆者作成

図 1-3 国籍別宿泊者比率:2019 年 1-11 月期

表 1-1 2024 年 1 月 訪日外客数 (JNTO 推計値)

国・地域	総数 Total			総数 Total		
	2019年	2024年	伸率(%)	2019年	2024年	伸率(%)
	1月	1月		1月	1月	
総数	2,689,339	2,688,100	0.0	2,689,339	2,688,100	0.0
総数(中国除く)	1,934,918	2,272,200	17.4	1,934,918	2,272,200	17.4
韓国	779,383	857,000	10.0	779,383	857,000	10.0
中国	754,421	415,900	-44.9	754,421	415,900	-44.9
台湾	387,498	492,300	27.0	387,498	492,300	27.0
香港	154,292	186,300	20.7	154,292	186,300	20.7
タイ	92,649	90,600	-2.2	92,649	90,600	-2.2
シンガポール	22,676	34,100	50.4	22,676	34,100	50.4
マレーシア	31,399	32,100	2.2	31,399	32,100	2.2
インドネシア	32,477	41,300	27.2	32,477	41,300	27.2
フィリピン	35,987	56,800	57.8	35,987	56,800	57.8
ベトナム	35,375	44,600	26.1	35,375	44,600	26.1
インド	12,468	12,600	1.1	12,468	12,600	1.1
豪州	81,063	103,600	27.8	81,063	103,600	27.8
米国	103,191	131,800	27.7	103,191	131,800	27.7
カナダ	22,293	31,700	42.2	22,293	31,700	42.2
メキシコ	3,615	6,800	88.1	3,615	6,800	88.1
英国	21,554	19,800	-8.1	21,554	19,800	-8.1
フランス	15,320	14,400	-6.0	15,320	14,400	-6.0
ドイツ	11,358	10,400	-8.4	11,358	10,400	-8.4
イタリア	6,033	6,900	14.4	6,033	6,900	14.4
スペイン	4,382	4,800	9.5	4,382	4,800	9.5
ロシア	6,316	3,200	-49.3	6,316	3,200	-49.3
北欧地域	8,465	7,400	-12.6	8,465	7,400	-12.6
中東地域	3,936	5,900	49.9	3,936	5,900	49.9
その他	63,188	77,800	23.1	63,188	77,800	23.1

(出所) 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」より筆者作成

表 1-2 2023 年 11 月 目的別訪日外客数 (JNTO 暫定値)

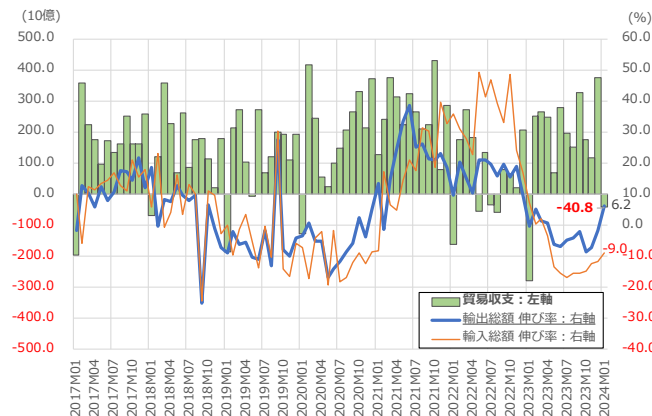
国・地域	総数 Total			観光客 Tourism			商用客 Business			その他客 Others		
	2019年	2023年	伸率(%)	2019年	2023年	伸率(%)	2019年	2023年	伸率(%)	2019年	2023年	伸率(%)
	11月	11月		11月	11月		11月	11月		11月	11月	
総数	2,441,274	2,440,890	0.0	2,145,425	2,206,883	2.9	171,723	116,855	-32.0	124,126	117,152	-5.6
韓国	205,042	649,877	216.9	164,558	620,231	276.9	24,167	18,284	-24.3	16,317	11,362	-30.4
中国	750,951	258,343	-65.6	676,675	204,486	-69.8	36,519	24,390	-33.2	37,757	29,467	-22.0
台湾	392,102	403,498	2.9	374,926	390,623	4.2	11,285	8,685	-23.0	5,891	4,190	-28.9
香港	199,702	200,428	0.4	194,857	197,019	1.1	3,610	2,143	-40.6	1,235	1,266	2.5
タイ	140,265	114,108	-18.6	134,178	109,826	-18.1	3,700	2,347	-36.6	2,387	1,935	-18.9
シンガポール	65,295	86,052	31.8	61,188	83,622	36.7	3,749	2,182	-41.8	358	248	-30.7
マレーシア	64,987	51,386	-20.9	61,118	49,095	-19.7	3,041	1,615	-46.9	828	676	-18.4
インドネシア	37,213	42,135	13.2	30,129	33,422	10.9	3,538	1,940	-45.2	3,546	6,773	91.0
フィリピン	64,763	63,718	-1.6	57,552	54,292	-5.7	2,910	5,070	74.2	4,301	4,356	1.3
ベトナム	41,892	46,793	11.7	18,580	20,456	10.1	4,443	4,127	-7.1	18,869	22,210	17.7
インド	14,863	16,553	11.4	5,855	9,793	67.3	6,190	4,185	-32.4	2,818	2,575	-8.6
豪州	48,327	59,571	23.3	42,991	55,517	29.1	3,521	2,346	-33.4	1,815	1,708	-5.9
米国	148,993	184,769	24.0	123,839	169,383	36.8	20,448	11,744	-42.6	4,706	3,642	-22.6
カナダ	33,316	38,959	16.9	29,873	36,993	23.8	2,462	1,277	-48.1	981	689	-29.8
メキシコ	6,494	9,859	51.8	5,858	9,372	60.0	484	331	-31.6	152	156	2.6
英国	37,709	29,509	-21.7	30,045	24,376	-18.9	5,894	3,671	-37.7	1,770	1,462	-17.4
フランス	24,290	24,182	-0.4	18,391	20,358	10.7	4,510	2,701	-40.1	1,389	1,123	-19.2
ドイツ	19,525	18,629	-4.6	12,361	14,090	14.0	6,078	3,649	-40.0	1,086	890	-18.0
イタリア	12,350	13,379	8.3	9,282	11,402	22.8	2,557	1,589	-37.9	511	388	-24.1
ロシア	13,142	5,914	-55.0	9,282	4,658	-49.8	3,012	933	-69.0	848	323	-61.9
スペイン	10,535	11,007	4.5	9,128	10,024	9.8	1,027	681	-33.7	380	302	-20.5
中東地域	9,836	7,952	-19.2	7,970	6,840	-14.2	1,372	745	-45.7	494	367	-25.7
その他	99,682	104,269	4.6	66,789	71,005	6.3	17,206	12,220	-29.0	15,687	21,044	34.1

(出所) 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」より筆者作成

1-2.トピックス 1: 1 月関西の財貨・サービス貿易及び 12 月のサービス産業動向

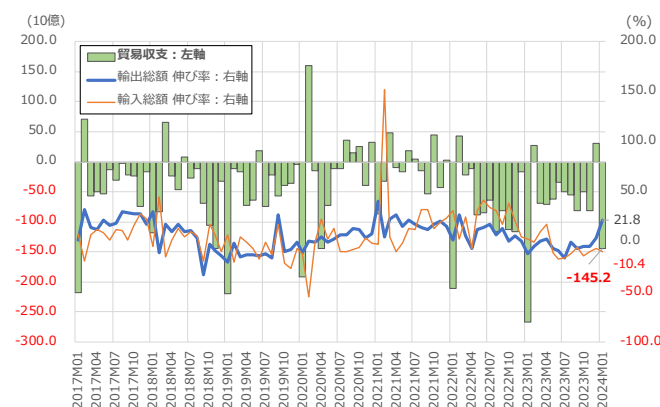
関西 1 月の輸出は前年同月比+6.2%と 9 カ月ぶりに増加した(図 1-4)。中国の春節休暇の時期のズレも影響し、前月(同-1.9%)から伸びはプラスに転じた。一方、輸入額は同-9.0%と 10 カ月連続で減少した(前月:同-11.9%)。結果、関西の貿易収支は-408 億円と 12 カ月ぶりの赤字となった(同-85.4%)。

対中貿易動向をみると(図 1-5)、関西 1 月の対中輸出は前年同月比+21.8%と前月(同+3.3%)から大幅加速し、2 カ月連続で増加した。輸出増に寄与したのは半導体等製造装置やプラスチック等であった。一方、対中輸入は同-10.4%と 9 カ月連続の減少(前月:同-6.6%)。輸入減に寄与したのは通信機や無機化合物等であった。



(出所)「大阪税関貿易速報資料:近畿圏」より筆者作成

図 1-4 関西 対世界貿易の推移



(出所)「大阪税関貿易速報資料:近畿圏」より筆者作成

図 1-5 関西 対中貿易の推移

1 月の関西国際空港(以下、関空)への訪日外客数は 70 万 402 人と、2 カ月連続で 70 万人超の水準となった(前月:72 万 1,677 人)。2019 年同月比では

+0.8%と2カ月連続のプラス(前月:同+11.9%)。インバウンド需要は堅調に推移している。日本人出国者数は15万652人であった(前月:17万7,085人)。2019年同月比では-47.7%と、前月(同-48.6%)からマイナス幅は小幅縮小したものの、依然低調が続いている。インバウンド需要に比してアウトバウンド需要の回復のペースは緩慢である(図1-6)。

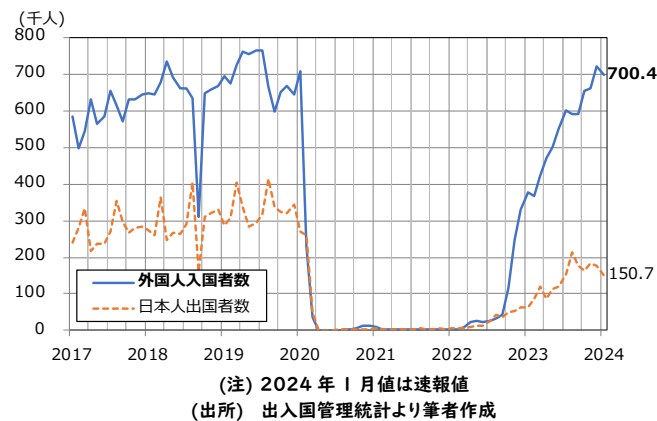
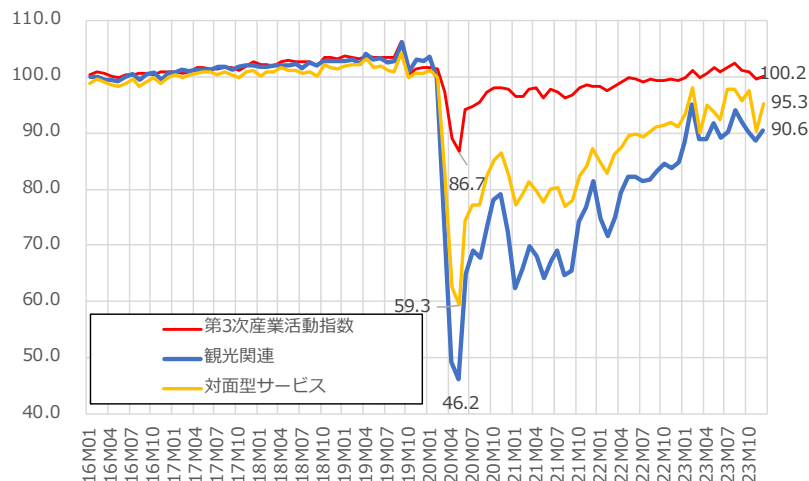


図1-6 関西国際空港 訪日外客入国者数推移

12月のサービス業の活動は小幅改善だが、足踏みの状態が続く。サービス業の生産活動を示す第3次産業活動指数(季節調整済み:2015年平均=100)をみれば(図1-7)、12月は100.2で前月比+0.7%上昇し、4カ月ぶりのプラスとなった(前月:同-1.4%)。また、対面型サービス業指数*は95.3となり同+5.6%上昇し、2カ月ぶりのプラス(前月:同-7.6%)。うち、運輸業(同+6.7%、2カ月ぶり)や飲食店、飲食サービス業(同+2.5%、4カ月ぶり)が上昇に寄与した。10-12月期の第3次産業活動指数は100.2、前期比-1.5%低下し、4四半期ぶりのマイナス(7-9月期:同+0.7%)。また、対面型サービス業は94.4、同-2.8%低下。2四半期ぶりのマイナス(前期:同+3.7%)。

観光関連指数**(2015年平均=100)は、90.6と前月比+2.3%上昇し、4カ月ぶりのプラス(前月:同-2.0%)(図1-7)。年末の旅行需要増加の影響もあり、旅行業(同+36.0%、3カ月ぶり)や宿泊業(同+7.3%、3カ月ぶり)が上昇に寄与した。10-12月期では89.8、前期比-2.4%低下し、2四半期ぶりのマイナス(7-9月期:同+2.3%)。



(注) *対面型サービス業は、運輸業、宿泊業、飲食店、飲食サービス業、その他の生活関連サービス業及び娯楽業を指す。
 **観光関連指数は第3次産業活動指数のうち、観光庁「旅行・観光サテライト勘定」の分類に対応する、鉄道旅客運送業、道路旅客運送業、水運旅客運送業、航空旅客運送業、旅客運送業、その他のレンタル、自動車賃貸業、宿泊業、飲食店、飲食サービス業、旅行業、映画館、劇場・興行団の各指数の加重平均。

出所：経済産業省「第3次産業活動指数」より筆者作成

図 1-7 観光関連 対面型サービス 第3次産業：2015年=100

1-3. トピックス 2: 2023年11月延べ宿泊者数の動向：関西2府8県

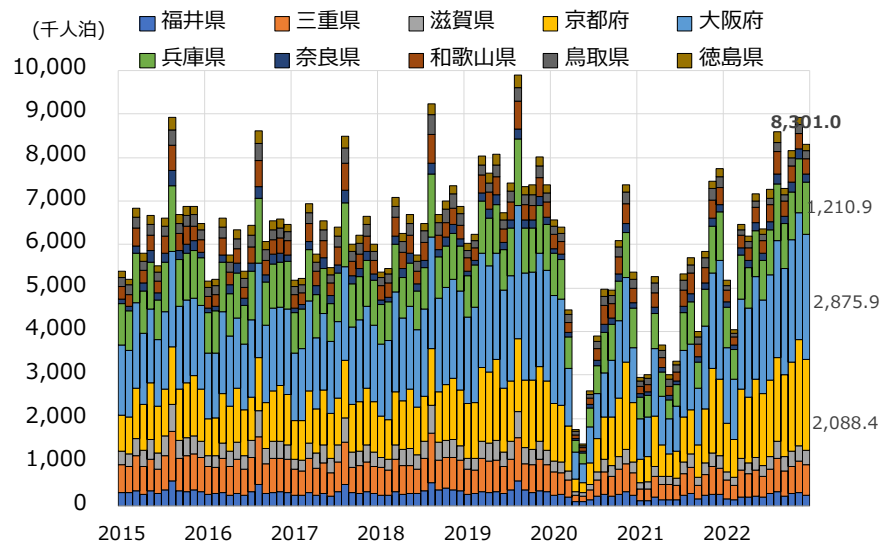
観光庁によれば、11月の関西2府8県の延べ宿泊者数(全体)は11,949.3千人泊であった(表1-3)。2019年同月比+10.0%と3カ月連続のプラス(前月：同+10.1%)。

日本人延べ宿泊者数は8,124.0千人泊、2019年同月比+1.3%と3カ月連続の増加だが、前月(同+4.7%)から増加幅は縮小(表1-3及び図1-8)。府県別に延べ宿泊者数を降順にみれば、大阪府2,665.7千人泊、京都府1,923.6千人泊、兵庫県1,263.2千人泊、三重県671.3千人泊、滋賀県367.4千人泊、和歌山県338.5千人泊、福井県279.8千人泊、奈良県230.6千人泊、鳥取県208.2千人泊、徳島県175.7千人泊であった。2019年同月比でみると、京都府(同+11.0%)が6カ月連続のプラス。また、大阪府(同+3.1%)、兵庫県(同+14.4%)、奈良県(同+8.7%)が、それぞれ3カ月連続でプラスとなった。

外国人延べ宿泊者数は3,825.3千人泊となった。2019年同月比+34.6%と4カ月連続で増加し、前月(同+23.1%)から増加幅は拡大(表1-3及び図1-9)。日本人宿泊者に比して、外国人宿泊者は着実に増加している。府県別に延べ宿泊者数を降順にみれば、大阪府2,040.8千人泊、京都府1,446.2千人泊、兵庫県113.7千人泊、和歌山県73.7千人泊、奈良県39.1千人泊、滋賀県34.1千人泊、三重県22.7千人泊、徳島県17.0千人泊、鳥取県10.1千人泊、福井県8.0千人泊であった。2019年同月比でみると、大阪府(同+44.6%)、京都府(同+34.2%)はそれぞれ5カ月連続で、徳島県(同+10.9%)は3カ月連続でいずれ

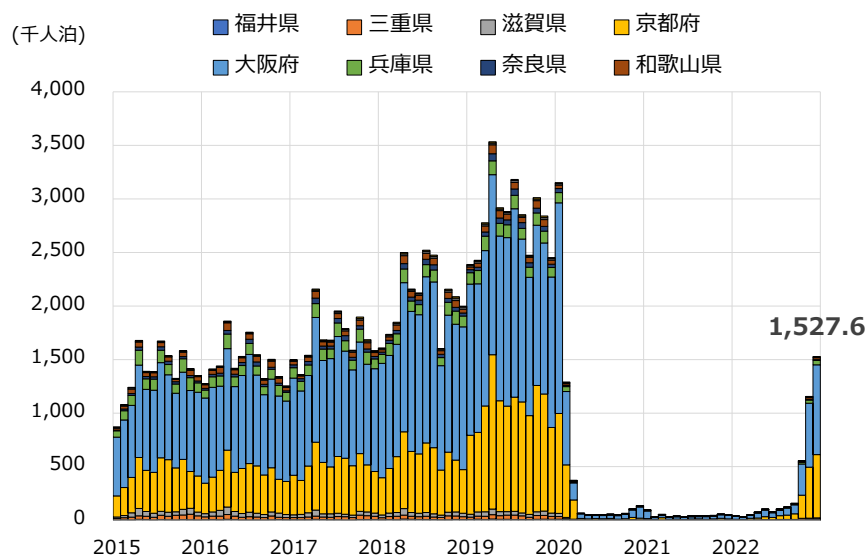
もプラス。また、和歌山県(同+14.3%)、兵庫県(同+3.7%)がプラスに転じた。

関西 2 府 8 県延べ宿泊者を居住地別で見ると(図 1-10)、県内の延べ宿泊者数は 1,457.8 千人泊(2019 年同月比+14.0%)、県外は 10,108.3 千人泊(同+12.6%)であった。伸びをみれば、県内は 26 カ月連続のプラス。また、県外は 3 カ月連続のプラスとなった。



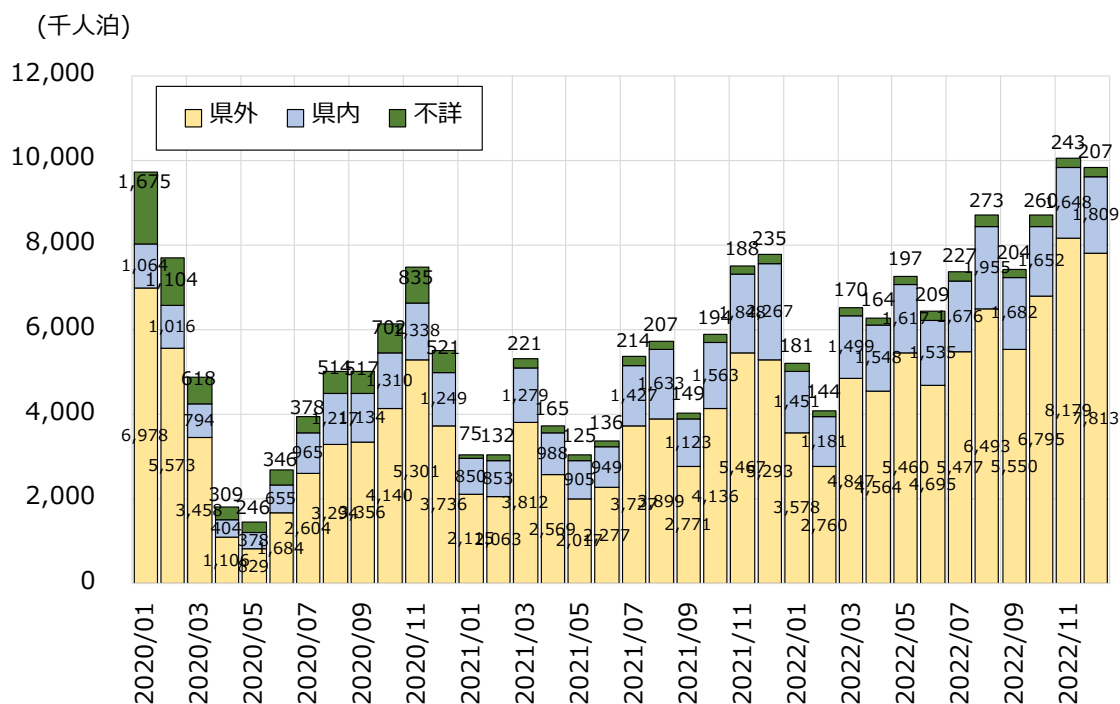
(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」より筆者作成

図 1-8 府県別日本人延べ宿泊者数 推移



(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」より筆者作成

図 1-9 府県別外国人延べ宿泊者数 推移



(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」より筆者作成

図 1-10 府県別外国人延べ宿泊者数 推移

表 1-3 関西 延べ宿泊者数伸び率の推移

2022年12月	総数			日本人			外国人		
	延べ宿泊者数: (千人泊)	伸び率: 21年比(%)	伸び率: 19年比(%)	延べ宿泊者数: (千人泊)	伸び率: 21年比(%)	伸び率: 19年比(%)	延べ宿泊者数: (千人泊)	伸び率: 21年比(%)	伸び率: 19年比(%)
福井県	252.4	-2.3	-22.2	250.4	-2.8	-20.6	2.0	162.7	-77.5
三重県	701.9	15.7	7.2	693.0	14.4	10.4	8.9	674.8	-67.3
滋賀県	336.4	17.3	-5.9	324.5	13.5	-0.7	11.8	1,048.5	-61.7
京都府	2,677.5	51.1	12.1	2,088.4	18.5	31.4	589.1	5,669.7	-26.2
大阪府	3,715.3	34.5	-5.9	2,875.9	5.3	13.0	839.4	2,593.9	-40.3
兵庫県	1,251.3	12.4	8.6	1,210.9	9.0	13.9	40.5	1,366.3	-54.8
奈良県	185.8	12.6	-3.3	174.3	6.3	7.7	11.5	1,122.3	-62.1
和歌山県	380.1	-5.7	-1.4	362.2	-9.9	4.1	17.9	1,980.2	-52.6
鳥取県	171.3	-27.6	-24.3	169.3	-28.3	-19.9	2.0	426.3	-86.4
徳島県	156.7	-17.5	-15.5	152.2	-19.7	-13.1	4.5	1,197.1	-55.8
関西2府4県	8,546.4	31.4	1.4	7,036.2	9.0	16.6	1,510.2	3,115.9	-36.9
関西2府8県	9,828.6	26.1	0.1	8,301.0	7.2	12.7	1,527.6	2,980.5	-37.7
全国	46,904.1	19.7	-0.5	40,923.5	5.3	7.8	5,980.6	1,711.9	-34.9

(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」より筆者作成

1-4.トピックス 3:2023 年 10-12 月期国内旅行消費の動向:関西 2 府 8 県

観光庁によれば、2023 年 10-12 月期関西(2 府 8 県ベース)の国内旅行消費額(速報)は 1 兆 1,331 億円であった(表 1-4)。2019 年同期比+12.4%と 3 四半期ぶりのプラス(7-9 月期:同-1.6%)。結果、2023 年通年では 4 兆 1,034 億円となった(22 年:3 兆 5,052 億円)。19 年比では-0.6%と 3 年連続のマイナスだが、22 年(同-15.1%)から減少幅は縮小した。COVID-19 が 5

類へ移行し、社会経済活動が正常化したこともあり、旅行需要が回復した。なお、全国の23年通年は21兆8,802億円で(19年比-0.2%)、政府目標である22兆円とほぼ同水準となった。

国内旅行消費額のうち、10-12月期の宿泊旅行消費額は9,101億円で2019年同期比+21.2%となり、2四半期連続のプラス(7-9月期:同+5.0%)(図1-11及び表1-4)。府県別に消費額を降順にみれば、大阪府2,884億円(同+24.1%)、京都府1,905億円(同+37.4%)、兵庫県1,658億円(同+15.7%)、和歌山県712億円(同+289.7%)、三重県499億円(同-27.0%)、福井県477億円(同+38.6%)、奈良県408億円(同+35.0%)、鳥取県252億円(同+5.4%)、滋賀県170億円(同-25.5%)、徳島県134億円(同-65.4%)であった。

国内旅行消費額のうち、10-12月期の日帰り旅行消費額は2,230億円であった。2019年同期比-13.1%と7-9月期(同-21.4%)からマイナス幅は縮小したものの、宿泊旅行消費額に比して回復ペースは緩慢である(図1-12及び表1-4)。府県別に消費額を降順にみれば、大阪府605億円(同-13.0%)、兵庫県483億円(同+19.3%)、三重県320億円(同+77.2%)、京都府298億円(同-50.2%)、滋賀県202億円(同-13.0%)、奈良県98億円(同-1.2%)、福井県84億円(同-48.2%)、徳島県51億円(同-32.1%)、和歌山県48億円(同-2.4%)、鳥取県42億円(同-40.4%)、であった。

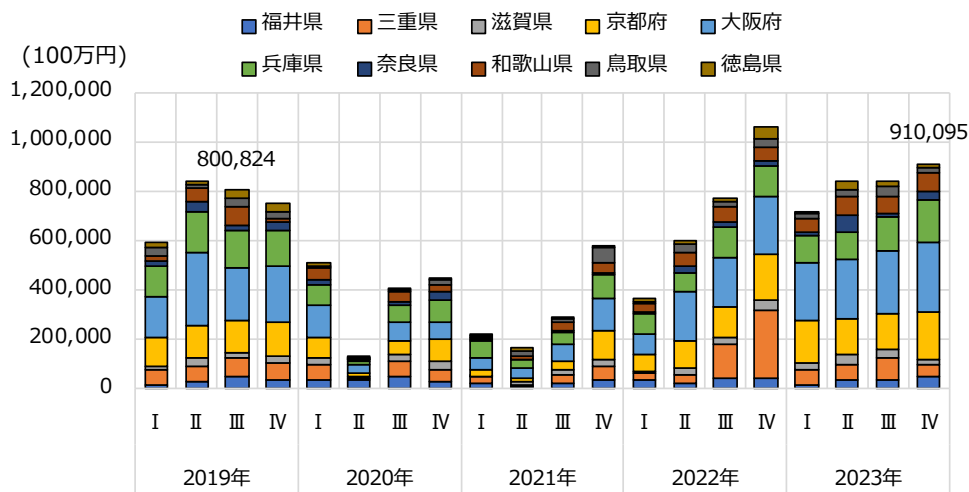


図1-11 関西2府8県 宿泊旅行消費額の推移

(注) 宿泊旅行、日帰り旅行ともに、観光・レクリエーション目的以外に帰省・知人訪問等、出張・業務目的を含む。

2022年、23年7-9月期までのデータは確報。23年10-12月期は速報(図1-12も同様)。

出所:観光庁『旅行・観光消費動向調査』より作成。

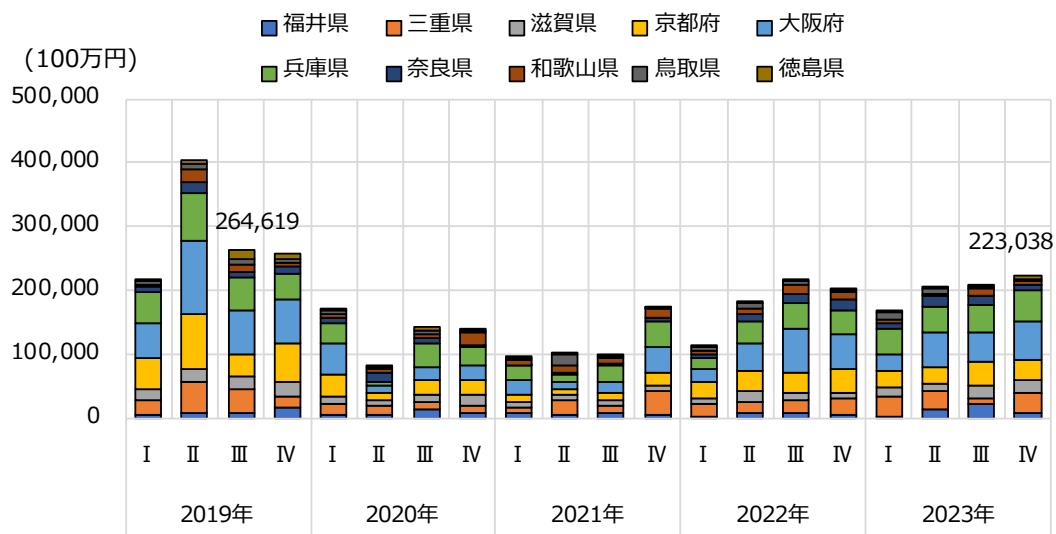


図 1-12 関西 2 府 8 県 日帰り旅行消費額の推移

表 1-4 関西 国内旅行消費額:2023 年 10-12 月期

	国内旅行消費額			宿泊旅行消費額			日帰り旅行消費額		
	金額: 100万円	19年比伸び率: 10-12月期(%)	19年比伸び率: 7-9月期(%)	金額: 100万円	19年比伸び率: 10-12月期(%)	19年比伸び率: 7-9月期(%)	金額: 100万円	19年比伸び率: 10-12月期(%)	19年比伸び率: 7-9月期(%)
福井県	56,107	10.9	0.8	47,740	38.6	-27.8	8,367	-48.2	169.2
三重県	81,947	-5.2	-14.2	49,948	-27.0	13.3	31,999	77.2	-70.7
滋賀県	37,228	-19.2	24.9	16,981	-25.5	55.6	20,247	-13.0	-10.3
京都府	220,290	11.0	10.3	190,501	37.4	11.0	29,788	-50.2	7.8
大阪府	348,947	15.6	8.2	288,436	24.1	21.5	60,511	-13.0	-32.9
兵庫県	214,105	16.5	-10.5	165,844	15.7	-8.8	48,261	19.3	-15.3
奈良県	50,547	26.0	-15.1	40,778	35.0	-40.6	9,770	-1.2	78.7
和歌山県	75,973	228.1	-6.2	71,210	289.7	-5.0	4,763	-2.4	-12.8
鳥取県	29,448	-5.0	10.8	25,238	5.4	28.7	4,210	-40.4	-62.2
徳島県	18,542	-60.0	-50.5	13,420	-65.4	-36.0	5,123	-32.1	-82.9
関西2府8県	1,133,133	12.4	-1.6	910,095	21.2	5.0	223,038	-13.1	-21.4

出所:観光庁『旅行・観光消費動向調査』より作成

第2編 研究レポート編

第2章 コロナ禍と関西のホテル建設-コロナ禍に宿泊事業者はどのように対応したのか-¹

井上 建治

野村 亮輔

稲田 義久

コロナ禍の社会的影響が和らぐ中、インバウンド需要は足下急速に回復しつつある。また大阪・関西万博を見越してその取り込みを図るための宿泊施設建設投資も活発化してきている。建設投資は時間を要するので、コロナ禍における宿泊事業者の対応が非常に重要となる。本稿は基礎統計や独自調査から関西の大型ホテル建設投資動向を分析し、その特徴を明らかにする。得られた結論を整理すると以下のようになる。

1. 足下、インバウンド需要は急速に回復しつつある。訪日外客の消費単価は3割以上増加しており、訪日旅行の高付加価値化と訪日外客の長期滞在化が進んでいる。
2. 供給側の対応である大型ホテル建設(APIR 独自調査)は、件数・規模ともに訪日外客が集中する大阪府、京都府に集中している。ブランド別では、国内は2020年をピークに、以降平均4件程度で推移している。一方、外国ブランドは万博を見据え、着実な開業を予定している。
3. 宿泊費のグレード別にみれば、2017年から20年までは宿泊費が比較的リーズナブルな物件が約85%を占めていた。しかし、コロナ禍を経た23年以降は外国ブランドのホテルを中心に宿泊費の高い物件が60%へと増加している。
4. 平均建設事業費をみれば、国内と外国ブランドの間では大きな差は見られないが、1室あたりの建設事業費をみれば、外国の方が高付加価値を目指した投資規模となっている。
5. コロナ禍が始まった2020年に多くの大型物件が開業を迎えた。このため、廃業したホテルや他社にリブランドした物件、また建設中断や開業を遅らす物件が散見された。うち、アパホテルは、多数の物件を「COVID-19 軽症者の受入れホテル」に転用し営業を継続させた。また星野リゾートは、休業中及び建設中の物件を買収し、ホテル事業部門や従業員を移籍させた。アパホテルと

¹ 本報告書はレポートの概要のみ掲載している。内容の詳細についてはAPIR Trend Watch No.87を参照のこと(<https://www.apir.or.jp/research/10533/>)。

星野リゾートはパンデミックに柔軟に対応しつつ客室数を増やし、国内客のみならず再開したインバウンド訪日外客を着実に取り込み始めている。

第3章 中国人客の回復とインバウンド戦略について²

野村 亮輔

稲田 義久

吉田 茂一

2023年8月10日に中国政府は日本への団体旅行を解禁した。そのため、23年後半以降、インバウンド需要の加速が期待される。本稿では中国人客の団体旅行解禁が日本及び関西に与える経済的影響を一定の仮定を置き分析した。分析内容を整理し、得られた含意は以下の通りである。

1. 水際対策が大幅緩和された2022年10月以降訪日外客数は急拡大し、中国人客を除けば23年7月に2019年同月の水準を上回った。この間、回復には3四半期程度を要した。
2. 中国人客の回復については、2023年8月の団体旅行解禁から3四半期をかけて中国人客が100%回復するCase1を想定。なお、回復パターンについてはこのベースラインに対して中国経済や対日関係の変化の影響をも考慮し、回復が遅れるCase2及びCase3の2つのケースを想定した。
3. 各Caseに基づいて訪日中国人旅行消費額を推計すれば、2023年度においてCase1では全国で1兆7,631億円、関西で6,044億円となる。Case2では全国で1兆4,926億円、関西で5,114億円。Case3では全国で1兆2,222億円、関西で4,183億円と試算される。
4. 中国人客の回復は、コロナ禍により鮮明になってきた労働供給制約の課題を一層強く意識させる。このため、生産性向上を目指し、DX推進に向けた投資の一層の拡大が必要となろう。
5. 今回のケースはこれまでのインバウンド戦略を再考するにあたり重要な教訓となる。団体旅行解禁により、上昇した消費単価を低下させないよう、高付加価値サービスを提供することが一層重要となろう。すなわち、これまでのモノ消費からコト消費への転換を一層推進する仕組みづくり(インバウンド戦略)が必要となろう。
6. また、団体旅行客の増加による観光地におけるオーバーツーリズム現象の解消も課題である。観光地への観光客集中を避けるためにも、他地域への周遊促進が一層重要となる。

² なお、本報告書はレポートの概要のみ掲載している。内容の詳細についてはAPIR Trend Watch No.88を参照のこと(<https://www.apir.or.jp/research/11933/>)。

第4章 旅行目的に基づいた関西広域周遊プランの提案に向けた予備的研究³

野村 亮輔

稲田 義久

はじめに

APIR は 2023 年 12 月から 24 年 1 月にかけて、関西の観光地における「ブランド力」指標確立に向けた Web アンケート調査を実施した。本調査では観光地のブランド力を定量的なベンチマーク指標(満足度、再来訪意向と紹介意向)で評価する。その指標を用いることで、地理的にまとめた周遊プランではなく、観光客の旅行目的に基づいた属性別の新たな関西広域周遊プランの提供を意図している。本章は、そのための予備的な研究である。

1. アンケート調査の概要

本節では、実施したアンケート調査の概要を説明する。本調査は関西⁴在住と関西以外に在住している日本人及び日本在留の外国人⁵を対象に Web アンケート調査を行った⁶。本アンケート調査は、コロナ禍以降の新たな旅行動態を把握し、観光客の属性に基づく関西広域周遊プラン作成を目的としている。このため、対象となる観光地エリア⁷への「宿泊を伴う訪問実績」が、2022 年以降で2エリア以上あり且つ少なくとも1エリアは「兵庫県・奈良県・滋賀県・和歌山県」のいずれかを訪れた人を対象とした。なお、サンプル数⁸については、日本人 500 名、外国人 200 名とし、質問項目については参考表 1-1 及び 1-2 に示されている内容でそれぞれ回答を得た。

本アンケート調査体系は図 4-1 に示されている。

観光庁(2010)では、観光地についての顧客満足度、再来訪意向や紹介意向は、観光地のサービス品質と密接な関係があると想定している。この想定をもとに、観光地の3つの定量的なベンチマーク指標を作成し、分析を行っている。これら3指標でみる理由としては、観光地でのリピーターの獲得や維持において、顧客満足度は重要な

³ 本章作成にあたって、研究協力者である古山健大氏(現 APIR 研究推進部員)、LUONG ANH Dung 氏(現神戸大学経済学研究科講師)の協力を得た。記して謝する。

⁴ ここでの関西の定義は滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県の2府4県ベースである。

⁵ ここでの在留外国人は、国籍をアジア、欧州(EU 域内)、北米、オセアニア地域とし、日本への滞在期間は2年以上の人を対象とした。

⁶ アンケートの調査票を作成するにあたって、観光庁(2010)の情報を参考とした。

⁷ 各観光地エリアの詳細については参考表 2 を参照。

⁸ 各観光地エリアのサンプル数については後掲参考表 3 を参照。

要素ではあるものの、全てではなく、顧客と施設との関係(従業員との人的交流など)や外的評価(施設に対するイメージ、ブランドなど)といった観光地に対する『ロイヤリティ』にも関連しているためである。なお、ここで言うロイヤリティとは、行動を伴うロイヤリティ「再来訪意向」と意識や姿勢としてのロイヤリティ「紹介意向」に区分される⁹。

以上を整理すると、顧客満足度とロイヤリティの検討には、「認知されたサービス品質と価値」を中核としつつも、関連する他の要素(経験・感想、つながり意識、ブランド意識)を含めて評価することが必要である。本アンケート調査においてはそれらの情報を考慮し、APIR 独自の観点を踏まえて調査票を作成した。

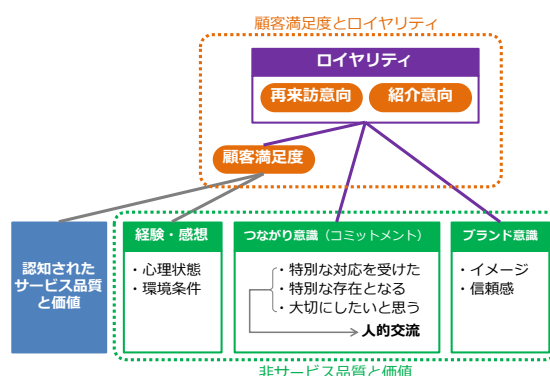


図 4-1 アンケートの調査体系

本章の展開は図 4-2 の通りである。2 節では各観光地へどのような旅行目的で来ているのかを日本人及び在留外国人の旅行者について明らかにする。3 節では旅行者が訪問地へ訪れる前に期待していたことと訪問後の満足感を比較することで、各府県の観光地の特徴を整理する。4 節では観光地に対する総合満足度、紹介意向及び再来訪意向の 3 指標を試算し、それらを比較することによって観光地の特徴を明らかにした。

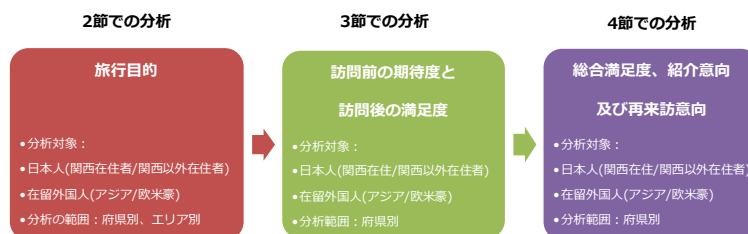


図 4-2 本章における分析の展開

⁹ 観光庁(2010)では、「特に観光旅行の場合、時間と費用がかかるものであり、かつ、「一度見てみたい」「一度体験してみたい」という未知への想いが需要の核となる事が少なくないため、本人の再来訪意向だけでなく、紹介意向についても留意することが重要であると考えられる。」と指摘もされている。

2. 観光地における旅行目的：日本人及び在留外国人

本節では各観光地への旅行目的について、日本人(関西在住者と関西以外在住者)と在留外国人(アジアと欧米豪)に分けて整理し、その違いを分析する。なお、旅行目的の選択肢については、(1)文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史景観など)を見ること、(2)自然景観を見ること、(3)観光・文化施設(水族館や美術館など)を訪れること、(4)スポーツ施設(スキー場やゴルフ場など)を訪れること、(5)街や都市を訪れること、(6)自然の豊かさを体験すること、(7)地域の文化を体験すること、(8)温泉に入ること、(9)おいしいものを食べること、(10)買い物をする事、(11)地域の祭りやイベント、(12)親族や知人訪問、(13)その他、以上 13 項目からなり、複数回答の形式となっている¹⁰。

【日本人】

＜関西在住者の府県別旅行目的＞

関西在住の日本人の旅行目的を府県別にみれば、大阪府では「おいしいものを食べる事」が最も高く、次いで「買い物をする事」、「街や都市を訪れる事」と続く(図 4-3)。

京都府では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみる事」が最も高く、「おいしいものを食べる事」、「自然景観を見る事」と続く。

兵庫県では、「おいしいものを食べる事」が最も高く、次いで「温泉に入ること」、「自然景観を見る事」と続く。

奈良県では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみる事」が最も高く、次いで「自然景観を見る事」、「おいしいものを食べる事」と続く。

滋賀県では、「おいしいものを食べる事」が最も高く、次いで「自然景観を見る事」、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみる事」と続く。

和歌山県では、「自然景観を見る事」が最も高く、次いで「おいしいものを食べる事」、「温泉に入ること」と続く。

¹⁰ 各観光地エリアにおける旅行目的の割合に関する詳細な数値については後掲参考表 4 を参照。

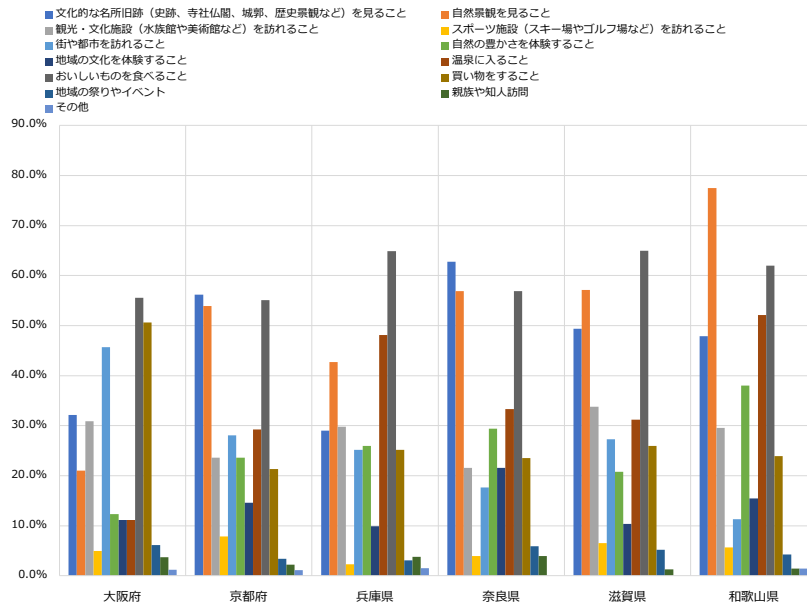


図 4-3 関西在住日本人の旅行目的比較：関西 2 府 4 県

<関西在住者のエリア別旅行目的>

次に、大阪府および京都府各エリアにおける旅行目的をみれば(図 4-4)、大阪キタ、ミナミでは「おいしいものを食べること」が最も高く、大阪ベイでは「観光・文化施設(水族館や美術館など)をみること」が最も高かった。また大阪泉州では「買い物をすること」が最も高かった。一方、京都市内、宇治では「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、京都丹後では「おいしいものを食べること」、京都南丹では「温泉に入ること」がそれぞれ最も高い結果となった。

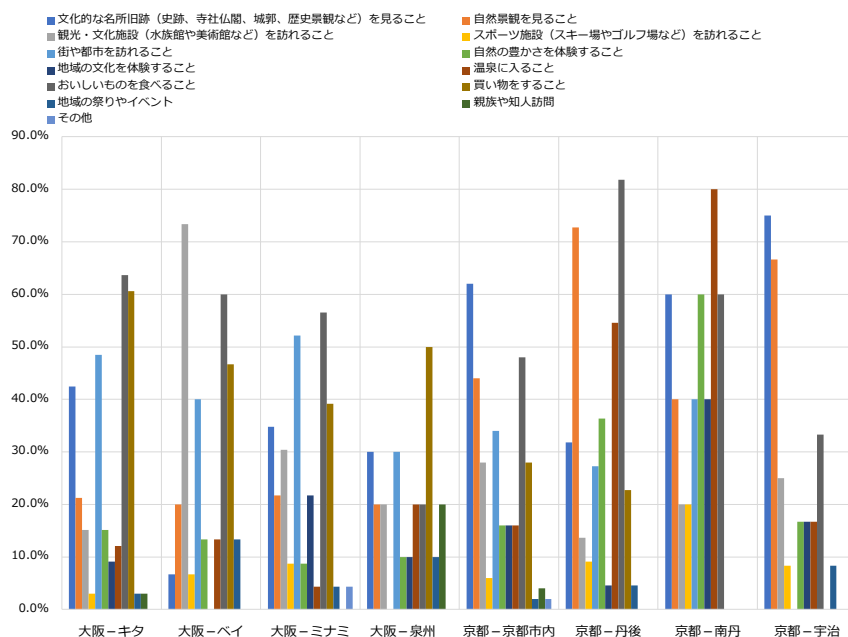


図 4-4 関西在住日本人の旅行目的比較：大阪府および京都府

兵庫県および奈良県各エリアにおける旅行目的をみれば(図 4-5)、兵庫-阪神、姫路・播但、淡路島の全エリアで「おいしいものを食べる」が最も高く、奈良-奈良市内では「自然景観をみること」、奈良-斑鳩、吉野・明日香では「文化的な名所旧跡をみること」が最も高かった。

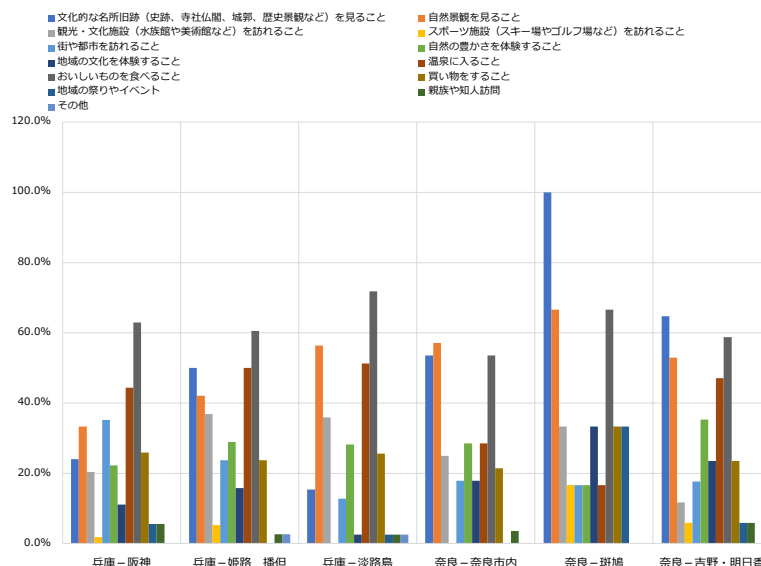


図 4-5 関西在住日本人の旅行目的比較：兵庫県および奈良県

滋賀県および和歌山県各エリアにおける旅行目的をみれば(図 4-6)、滋賀-湖北、大津では「おいしいものを食べる」が最も多く、滋賀-湖東では「自然景観をみること」が最も高かった。和歌山-白浜・串本では「自然景観をみること」「おいしいものを食べる」、高野山では「自然景観をみること」、熊野では「文化的な名所旧跡をみること」「自然景観をみること」がそれぞれ高い結果となった。

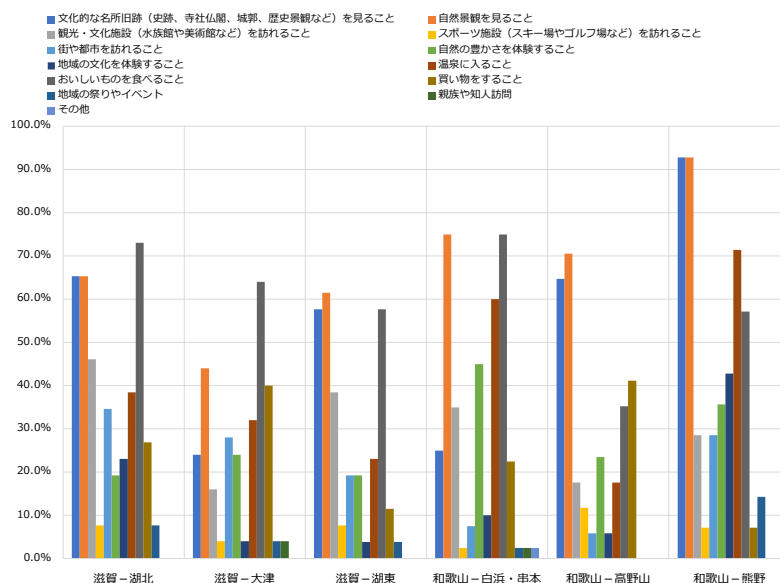


図 4-6 関西在住日本人の旅行目的比較：滋賀県および和歌山県

＜関西以外在住者の府県別旅行目的＞

一方、関西以外在住の日本人における各府県への旅行目的をみれば、大阪府では「おいしいものを食べること」が最も高く、次いで「買い物をする事」、「街や都市を訪れること」と続く(図 4-7)。

京都府では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、「おいしいものを食べること」、「自然景観を見ること」と続く。

兵庫県では、「おいしいものを食べること」が最も高く、次いで「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」、「自然景観を見ること」と続く。

奈良県では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、次いで「自然景観を見ること」、「観光・文化施設(水族館や美術館など)をみること」と続く。

滋賀県では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、次いで「自然景観を見ること」、「おいしいものを食べること」と続く。

和歌山県では、「自然景観を見ること」が最も高く、次いで「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」、「おいしいものを食べること」と続く。

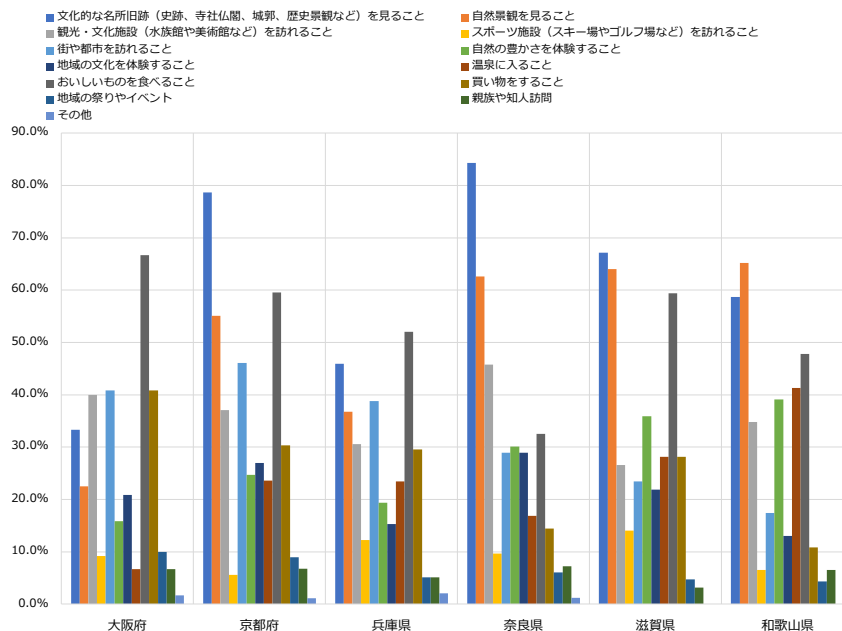


図 4-7 関西以外在住日本人の旅行目的比較：関西 2 府 4 県

＜関西以外在住者のエリア別旅行目的＞

次に、大阪府および京都府各エリアにおける旅行目的をみれば(図 4-8)、大阪-キタ、ベイ、ミナミの3エリアでは「おいしいものを食べること」が最も高く、大阪-泉州では「自然景観をみること」が高い。また、京都-京都市内、丹後、南丹、宇治すべてのエリアで「文化的な名所旧跡をみること」が最も高かった。

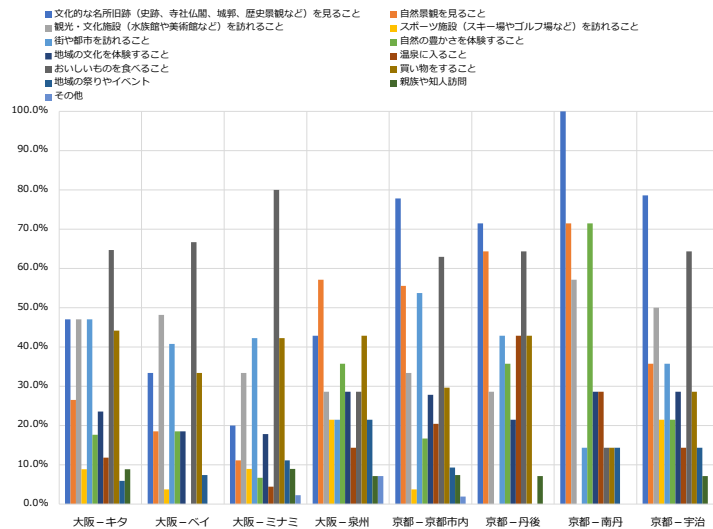


図 4-8 関西以外在住日本人の旅行目的比較：大阪府および京都府

兵庫県および奈良県各エリアにおける旅行目的をみれば(図 4-9)、兵庫-阪神では「おいしいものを食べること」が最も高く、兵庫-姫路・播但では「文化的な名所旧跡をみること」が、兵庫-淡路島では「自然景観をみること」が最も高かった。奈良-奈良市内、斑鳩および吉野・明日香すべてのエリアで「文化的な名所旧跡をみること」が最も高く、奈良-吉野・明日香では加えて「自然景観をみること」も高くなっている。

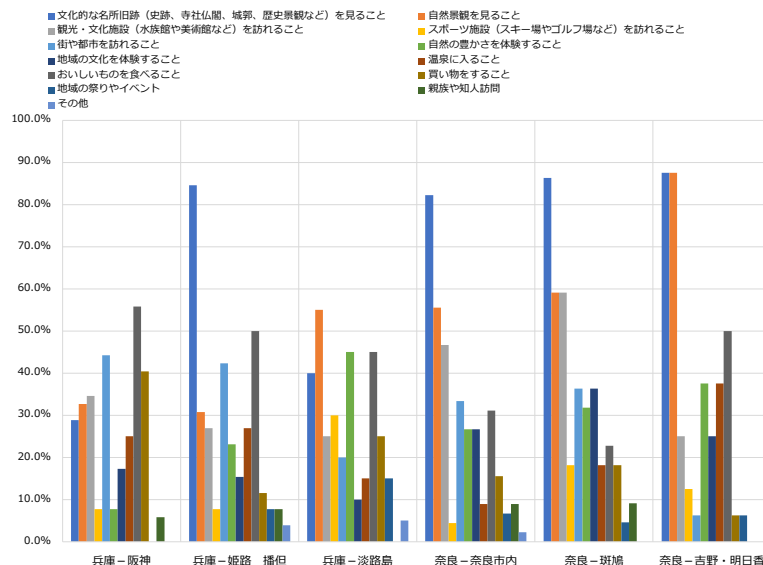


図 4-9 関西以外在住日本人の旅行目的比較：兵庫県および奈良県

滋賀県および和歌山県各エリアにおける旅行目的をみれば(図 4-8)、滋賀-湖北では「文化的な名所旧跡をみること」「自然景観をみること」がともに最も高く、滋賀-大津では「自然景観をみること」滋賀-湖東では「文化的な名所旧跡をみること」がそれぞれ高い。和歌山-白浜・串本、熊野の2エリアで「自然景観をみること」が最も高く、和歌山-高野山では「文化的な名所旧跡をみること」が最も高い。

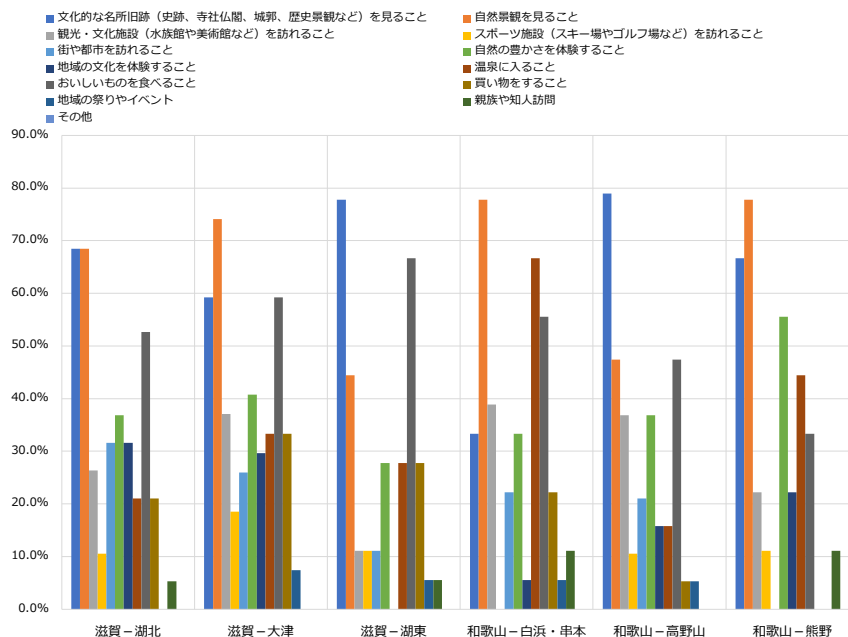


図 4-8 関西以外在住日本人の旅行目的比較:滋賀県および和歌山県

【在留外国人】

<在留外国人(アジア)の府県別旅行目的>

アジア地域の在留外国人における各府県への旅行目的をみてみよう(図 4-10)。なお、本調査において、日本人は外国人に比してサンプル数が多かったため、府県別とエリア別に分けて整理したが、外国人の場合は府県別での整理となっている。

大阪府では「おいしいものを食べること」が最も高く、次いで「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」、「観光・文化施設(水族館や美術館など)を訪れること」と続く。

京都府では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、「自然景観をみること」、「街や都市を訪れること」と続く。

兵庫県では、「自然景観をみること」が最も高く、次いで「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」、「街や都市を訪れること」と「おいしいものを食べること」となっている。

奈良県では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、次いで「自然景観をみること」、「自然の豊かさを体験すること」となっている。

滋賀県では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、次いで「自然景観を見ること」、「自然の豊かさを体験すること」が続く。

和歌山県では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、次いで「温泉に入ること」、「自然の豊かさを体験すること」が続く。

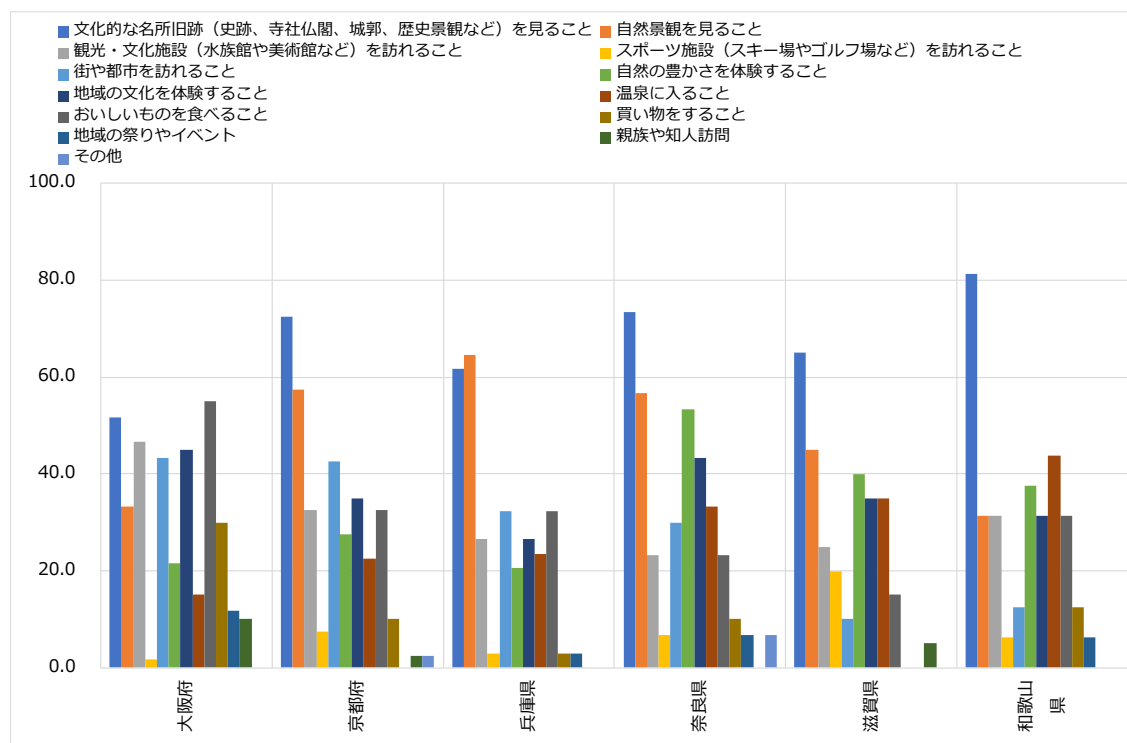


図 4-10 アジア地域の在留外国人の旅行目的比較:関西 2 府 4 県

<欧米豪>

次に欧米豪地域の在留外国人における各府県への旅行目的を整理したのが図 4-11 である。

大阪府では「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、前述したアジア地域と幾分異なっている。次いで「観光・文化施設(水族館や美術館など)を訪れること」、「おいしいものを食べること」と続いている。

京都府では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、次いで「自然景観を見ること」、「おいしいものを食べること」と続いている。

兵庫県では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、次いで「自然景観を見ること」、「観光・文化施設(水族館や美術館など)を訪れること」となっている。

奈良県では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高い。次いで「自然景観を見ること」、「地域の文化を体験すること」となっており、アジア地域では上位に入っていなかった地域の文化体験を旅行目的としているの

が特徴的である。

滋賀県では、「自然景観を見ること」が最も高く、次いで「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」、「街や都市を訪れること」が続く。

和歌山県では、「文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史風景など)をみること」が最も高く、次いで「自然景観を見ること」、「温泉に入ること」が続く。

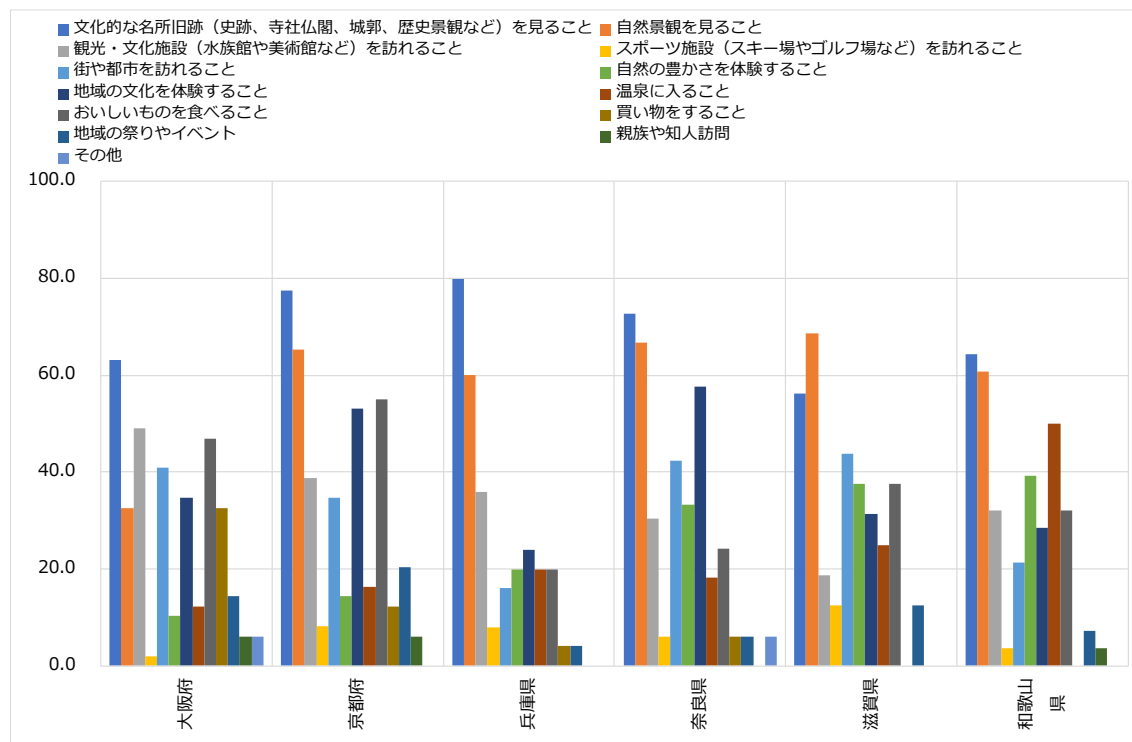


図 4-11 欧米地域の在留外国人の旅行目的比較：関西 2 府 4 県

3. 観光地に対する訪問前の期待度と訪問後の満足度

前節では各府県への旅行目的について日本人及び外国人に分けて整理した。本節では各観光地への訪問する前に期待していた内容と実際訪問した際に満足した内容を比較、分析する¹¹。以下で示されているレーダチャート図は、赤色の実線が訪問前の期待度を示しており、破線は訪問後の期待度に関する満足度を表している。ただし、満足度については関係する項目が複数ある

【日本人】

<景観や雰囲気の良い期待度と満足度>

図 4-12 の実線は、関西在住の日本人における各府県における訪問する前の「景観の雰囲気の良い・心地よさ」の期待度合いを示しており、破線は実際に訪問した際の満足度を示している。

「自然の景色・景観や雰囲気」は大阪府以外の府県において満足度が期待度を上回っている一方、「街並みの景観や雰囲気」では滋賀県以外の府県が期待度を上回っている。

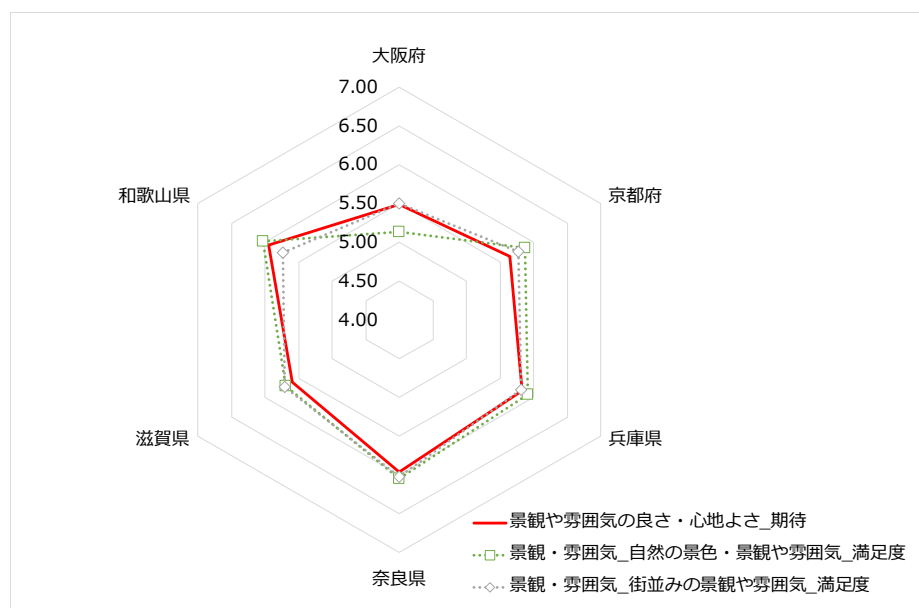


図 4-12 「景観の雰囲気の良い・心地よさ」の期待と満足度：関西在住

¹¹ 詳細な数値については後掲参考表 5 を参照。

図 4-13 は、各観光地における関西以外在住の日本人が訪問する前の「景観の雰囲気の良い・心地よさ」の期待度合いと、実際に訪問した際の満足度を示している。

「自然の景色・景観や雰囲気」では大阪府を除く府県が、「街並みの景観や雰囲気」では、大阪府と京都府を除いた地域が期待度を上回っている。

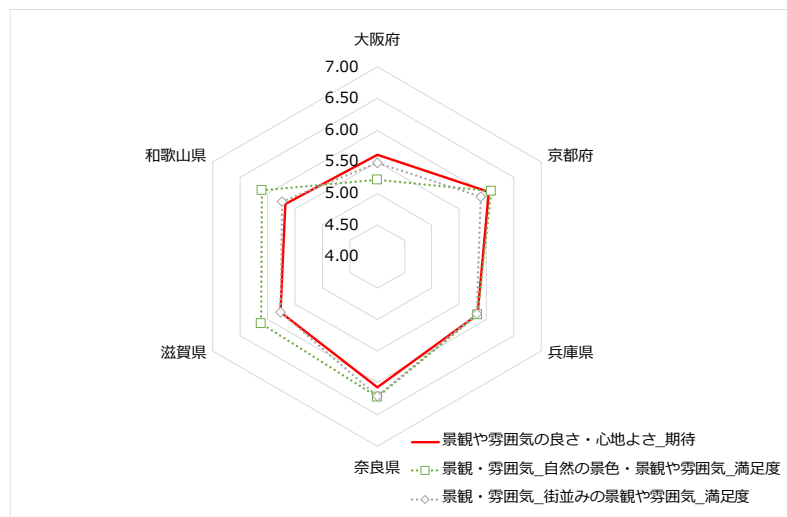


図 4-13 「景観の雰囲気の良さ・心地よさ」の期待と満足度：関西以外在住

＜宿泊施設の快適性・心地よさの期待と満足度＞

図 4-14 は、関西在住の日本人が訪問する前の「宿泊施設の快適性・心地よさ」の期待度と実際に訪問した際の「宿泊施設の部屋の質」、「食事の質」、「大浴場やスパなどの共用施設」への満足度を示している。

「宿泊施設の部屋の質」をみれば、すべての府県で満足度が期待度を下回っている。

「食事の質」では、京都府、兵庫県と和歌山県では満足度が期待度を上回っているが、大阪府、奈良県および滋賀県では下回っている。

「大浴場やスパなどの共用施設」をみれば、兵庫県と和歌山県では満足度が期待度を上回っている一方で、大阪府、京都府、奈良県と滋賀県では下回っている。

「従業員のおもてなし」をみれば、兵庫県と和歌山県では満足度が期待値を上回っている一方で、大阪府、京都府、奈良県及び滋賀県が期待値を下回っている。

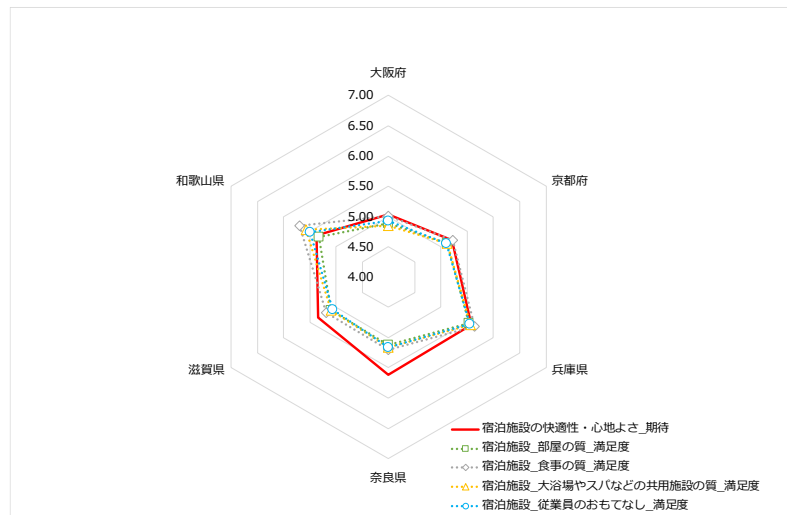


図 4-14 「宿泊施設の快適性・心地よさ」の期待度と満足度：関西在住

図 4-15 は、関西以外在住の日本人が訪問する前の「宿泊施設の快適性・心地よさ」の期待度と実際に訪問した際の「宿泊施設の部屋の質」、「食事の質」、「大浴場やスパなどの共用施設」への満足度を示している。「宿泊施設の部屋の質」をみれば、奈良県を除く府県で満足度が期待度を下回っている。

「食事の質」では、すべての府県で満足度が期待値を下回っている。

「大浴場やスパなどの共用施設」についても、すべての府県で満足度が期待値を下回っている。「従業員のおもてなし」をみれば、すべての府県で満足度が期待値を下回っている。

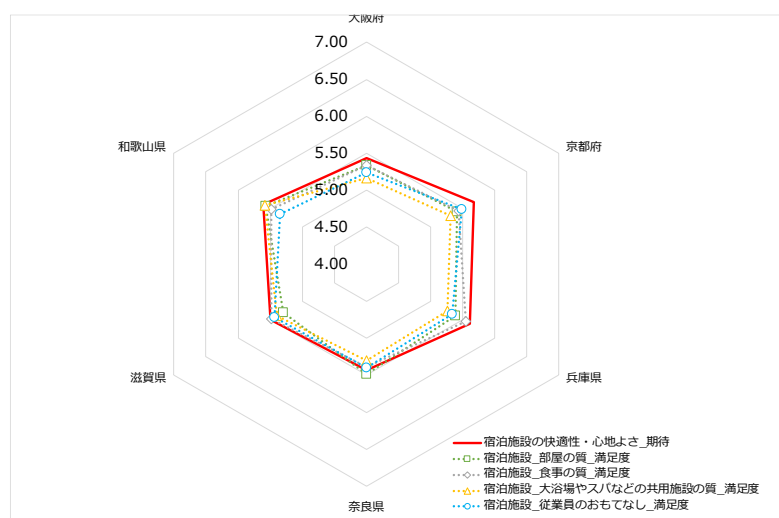


図 4-15 「宿泊施設の快適性・心地よさ」の期待度と満足度：関西以外在住

＜観光文化施設の楽しさ・充実度への期待と満足度＞

図 4-16 は、関西在住の日本人が訪問する前の「観光文化施設の楽しさ・充実度」の期待と実際に訪問した際の「体験の種類や数」、「体験の内容」と「従業員のおもてなし」への満足度を示している。

「体験の種類や数」、「体験の内容」、「従業員のおもてなし」項目すべてをみれば、すべての府県において満足度が期待度を下回っている。

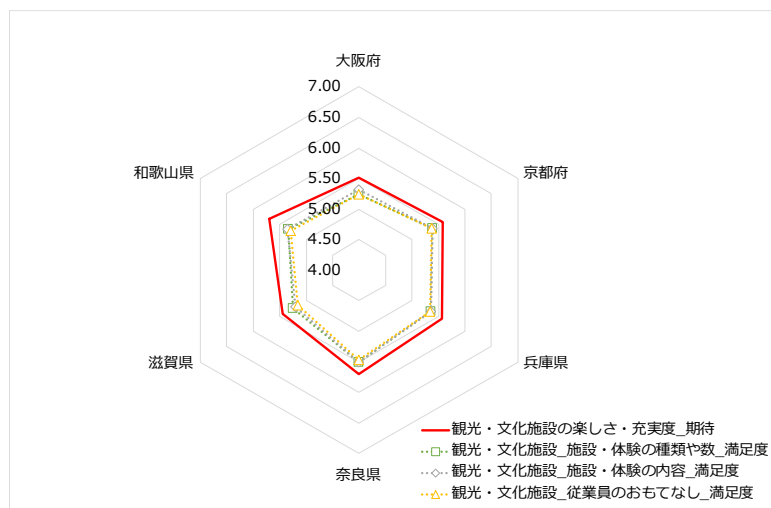


図 4-16 「観光文化施設の楽しさ・充実度」の期待度と満足度：関西在住

図 4-17 は、各観光地における関西以外在住の日本人が訪問する前の「観光文化施設の楽しさ・充実度」の期待と実際に訪問した際の「体験の種類や数」、「体験の内容」と「従業員のおもてなし」への満足度を示している。

関西在住の日本人と同様に、「体験の種類や数」、「体験の内容」、「従業員のおもてなし」すべての項目について、すべての府県で満足度が期待度を下回っている。

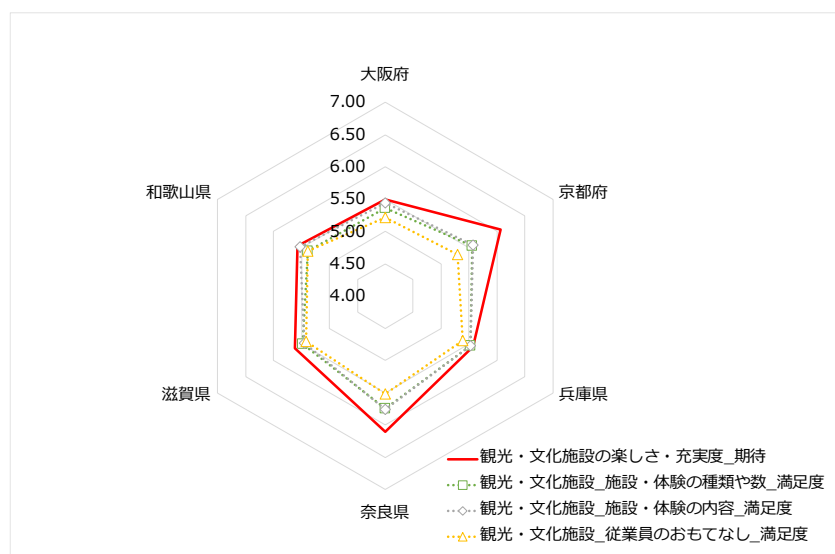


図 4-17 「観光文化施設の楽しさ・充実度」の期待度と満足度：関西以外在住

＜食事のおいしさ・楽しさの期待と満足度＞

図 4-18 は、関西在住の日本人が訪問する前の「食事のおいしさ・楽しさ」の期待と実際に訪問した際の「宿泊施設の食事の質」、「飲食施設の食事の種類や数」、「飲食施設の食事の内容」と「飲食施設の店員のおもてなし」への満足度を示している。

「宿泊施設の食事の質」をみれば、すべての府県において満足度が期待度を下回っている。

「飲食施設の食事の種類や数」をみても、すべての府県において満足度が期待度を下回る結果となった。

「飲食施設の食事の内容」では、和歌山県において期待値と満足度が同程度だったが、その他府県では満足度が期待値を下回っている。

「飲食施設の店員のおもてなし」では、すべての府県で満足度が期待度を下回る結果となっている。

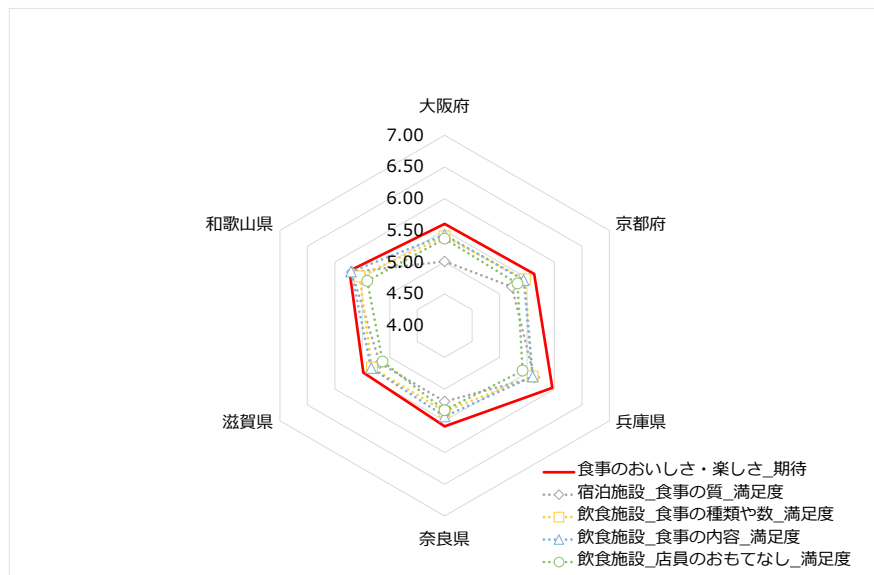


図 4-18 「食事のおいしさ・楽しさ」の期待度と満足度：関西在住

図 4-19 は、関西以外在住の日本人が訪問する前の「食事のおいしさ・楽しさ」の期待と実際に訪問した際の「宿泊施設の食事の質」、「飲食施設の食事の種類や数」、「飲食施設の食事の内容」と「飲食施設の店員のおもてなし」への満足度を示している。

「宿泊施設の食事の質」をみれば、奈良県と和歌山県において期待値と満足度が同程度となり、その他の府県では満足度が期待値を下回っている結果となった。

「飲食施設の食事の種類や数」をみても、すべての府県において満足度が期待値を下回る結果となった。

「飲食施設の食事の内容」では、奈良県において満足度が期待値を上回っており、その他府県では満足度が期待値を下回っている。

「飲食施設の店員のおもてなし」でも、奈良県において満足度が期待値を上回っており、その他府県では満足度が期待値を下回っている。

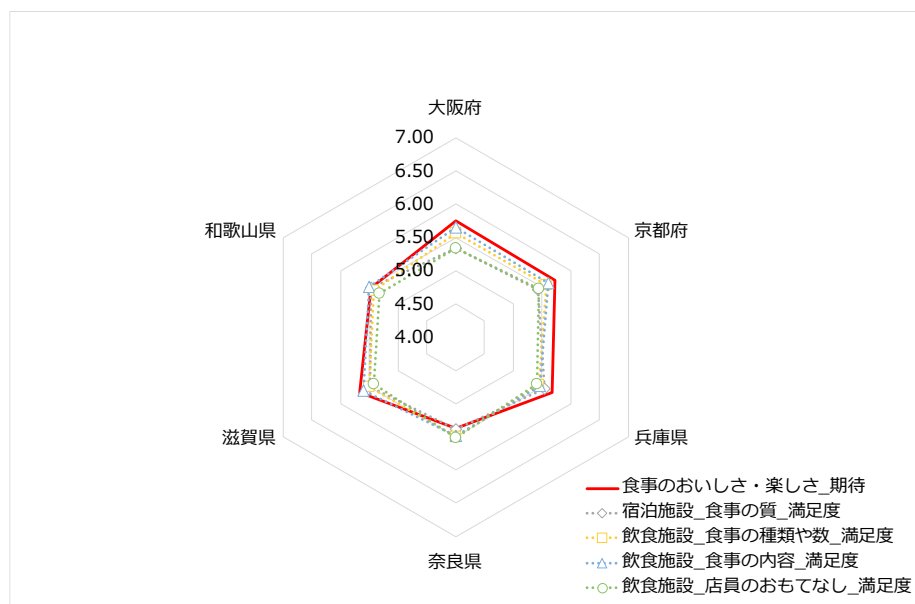


図 4-19 「食事のおいしさ・楽しさ」の期待度と満足度：関西以外在住

＜買い物の楽しさ・充実度の期待と満足度＞

図 4-20 は、関西在住の日本人が訪問する前の「買い物の楽しさ・充実度」の期待と実際に物販施設に訪問した際の「土産物・商品の種類や数」、「土産物・商品の内容」と「店員のおもてなし」への満足度を示している。

「土産物・商品の種類や数」をみれば、大阪府と兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

また、「土産物・商品の内容」においても、大阪府と兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回る結果となっている。

一方、「店員のおもてなし」では、大阪府、兵庫県と滋賀県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

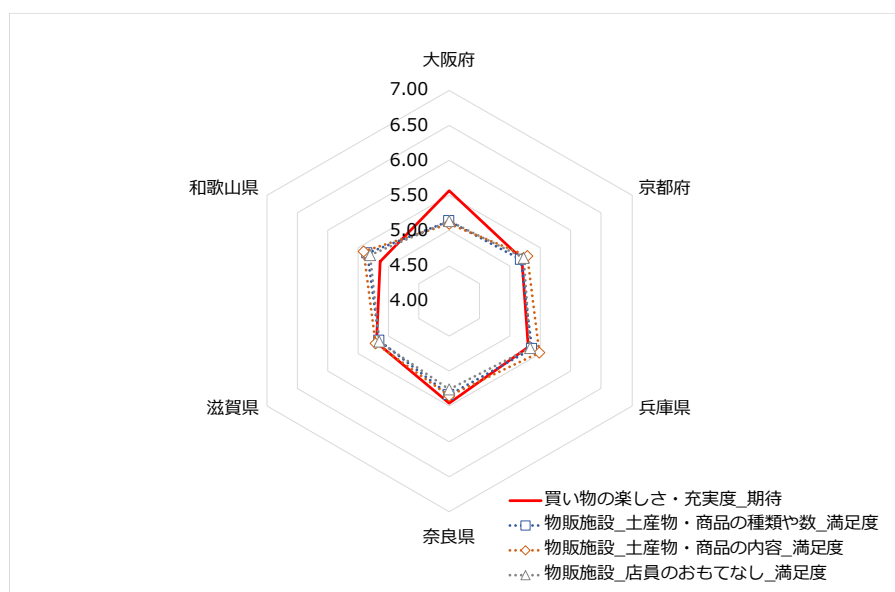


図 4-20 「買い物の楽しさ・充実度」の期待度と満足度：関西在住

図 4-21 は、関西以外在住の日本人が訪問する前の「買い物の楽しさ・充実度」の期待と実際に物販施設に訪問した際の「土産物・商品の種類や数」、「土産物・商品の内容」と「店員のおもてなし」への満足度を示している。

「土産物・商品の種類や数」をみれば、大阪府以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

また、「土産物・商品の内容」においても、大阪府以外の府県において満足度が期待度を上回る結果となっている。

一方、「店員のおもてなし」では、大阪府と滋賀県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

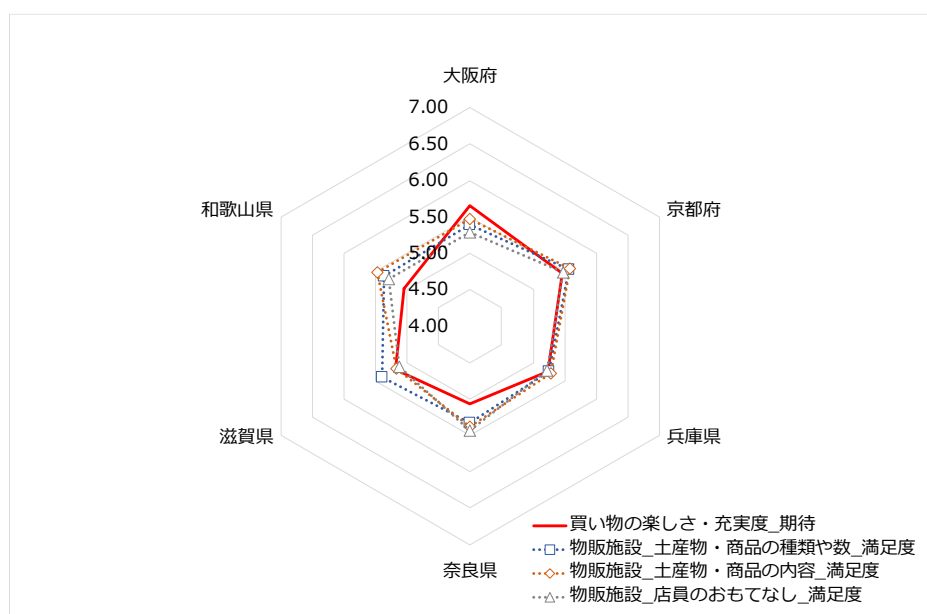


図 4-21 「買い物の楽しさ・充実度」の期待度と満足度：関西以外在住

＜従業員や地域住民のおもてなしの期待と満足度＞

図 4-22 は、関西在住の日本人が訪問する前の「従業員や地域住民のおもてなし」の期待度と実際に訪問した際の「宿泊施設の従業員」、「観光・文化施設の従業員」、「飲食施設の店員」、「物販施設の店員」、「地域住民」に対するおもてなしへの満足度を示している。

「宿泊施設の従業員」をみれば、大阪府と奈良県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

「観光・文化施設の従業員」では、すべての府県において満足度が期待度を上回る結果となっている。

また、「飲食施設の店員」においても、すべての府県において満足度が期待度を上回っている。

一方、「物販施設の店員」においては、大阪府が期待値と満足度が同程度であったが、その他の府県では満足度が期待値を上回っている。

最後に、「地域住民」をみると、すべての府県において満足度が期待値を下回っている。

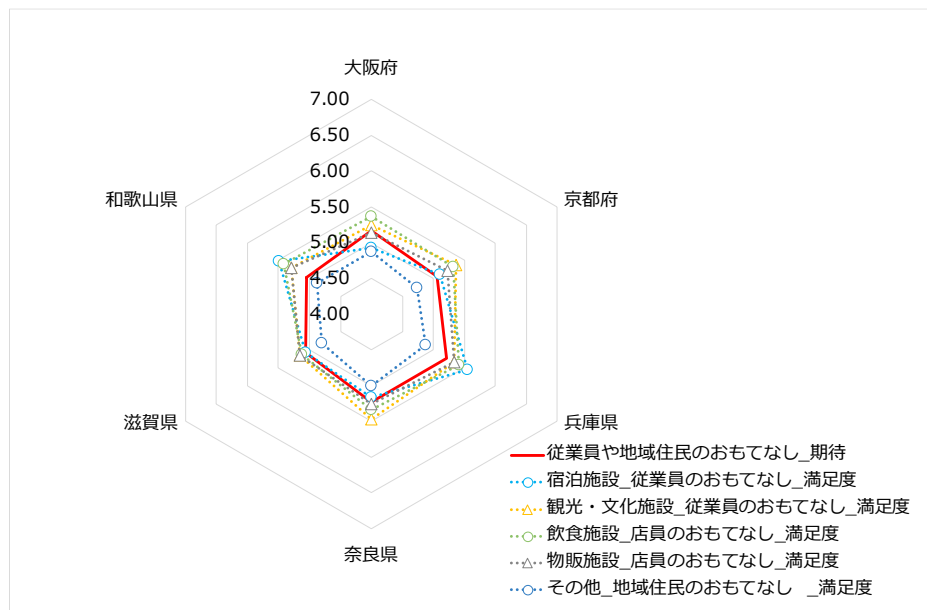


図 4-22 「従業員や地域住民のおもてなし」の期待度と満足度：関西在住

図 4-23 は、関西以外在住の日本人が訪問する前の「従業員や地域住民のおもてなし」の期待度と実際に訪問した際の「宿泊施設の従業員」、「観光・文化施設の従業員」、「飲食施設の店員」、「物販施設の店員」、「地域住民」に対するおもてなしへの満足度を示している。

「宿泊施設の従業員」をみれば、すべての府県において満足度が期待度を上回っている。

また「観光・文化施設の従業員」をみても、すべての府県において満足度が期待度を上回る結果となっている。

また、「飲食施設の店員」においても、すべての府県において満足度が期待度を上回っている。

さらに、「物販施設の店員」も、すべての府県において満足度が期待度を上回っている。

最後に、「地域住民」をみれば、和歌山県以外の府県において満足度が期待値を下回っている。

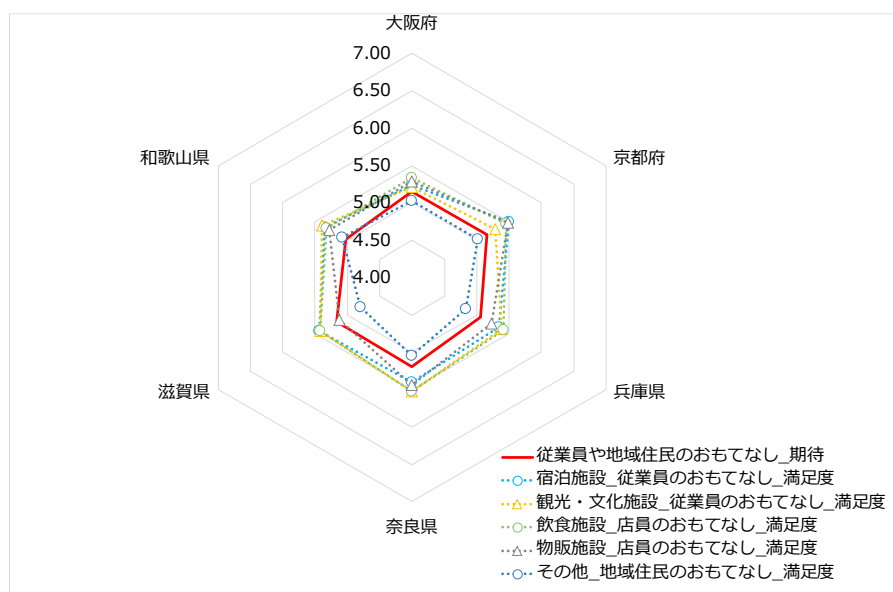


図 4-23 「従業員や地域住民のおもてなし」の期待度と満足度：関西以外在住

【在留外国人】

＜景観や雰囲気の良さの期待度と満足度＞

図 4-24 の実線は、アジア地域の在留外国人における各府県における訪問する前の「景観の雰囲気の良い・心地よさ」の期待度合いを示しており、破線は実際に訪問した際の満足度を示している。

「自然の景色・景観や雰囲気」は各府県とも満足度が期待度を上回っている一方、「街並みの景観や雰囲気」では滋賀県以外の府県が期待度を上回っている。

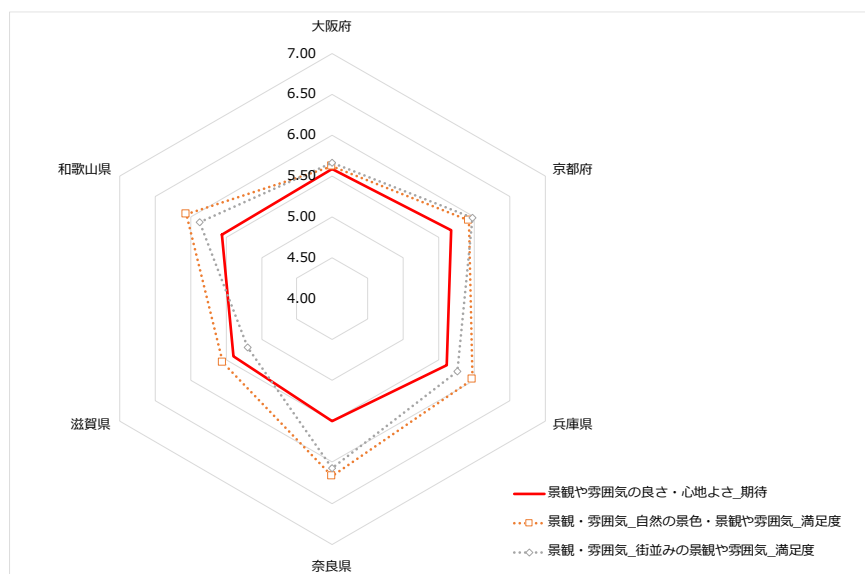


図 4-24 「景観の雰囲気の良さ・心地よさ」の期待と満足度：アジア

図 4-25 は、各観光地における欧米豪地域の在留外国人が訪問する前の「景観の雰囲気の良い・心地よさ」の期待度合いと、実際に訪問した際の満足度を示している。

「自然の景色・景観や雰囲気」では大阪府と兵庫県を除く府県が、「街並みの景観や雰囲気」では、京都府を除いた地域が期待度を上回っている。特に、「自然の景色・景観や雰囲気」について、和歌山県は期待度も高いうえに、満足度はさらに高いことが示されている。

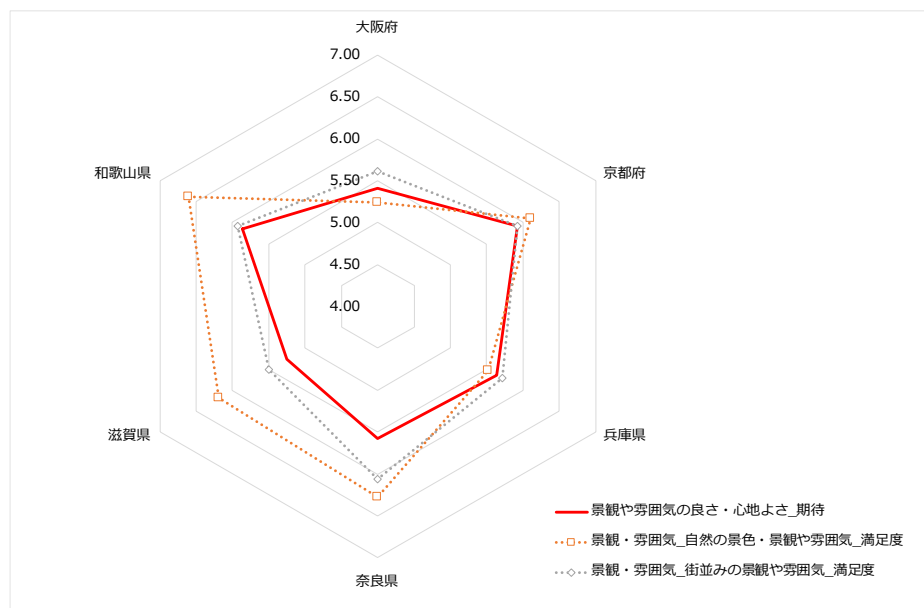


図 4-25 「景観の雰囲気の良さ・心地よさ」の期待と満足度：欧米豪

＜宿泊施設の快適性・心地よさの期待と満足度＞

図 4-26 は、アジア地域の在留外国人が訪問する前の「宿泊施設の快適性・心地よさ」の期待度と実際に訪問した際の「宿泊施設の部屋の質」、「大浴場やスパなどの共用施設」、「食事の質」と「従業員のおもてなし」への満足度を示している。

「宿泊施設の部屋の質」をみれば、奈良県や滋賀県では満足度が期待度を上回っているものの、大阪府、京都府、兵庫県や和歌山県では下回っている。

「大浴場やスパなどの共用施設」をみれば、兵庫県と滋賀県では満足度が期待度を上回っている一方で、大阪府、京都府、奈良県と和歌山県では下回っている。

「食事の質」では、和歌山県、滋賀県と京都府は満足度が期待度を上回っているが、奈良県、大阪府と兵庫県では下回っている。

「従業員のおもてなし」をみれば、大阪府、京都府では満足度が期待度を上回っているが、兵庫県、滋賀県、奈良県では下回っている。なお、和歌山県は期待度と満足度が同程度であった。

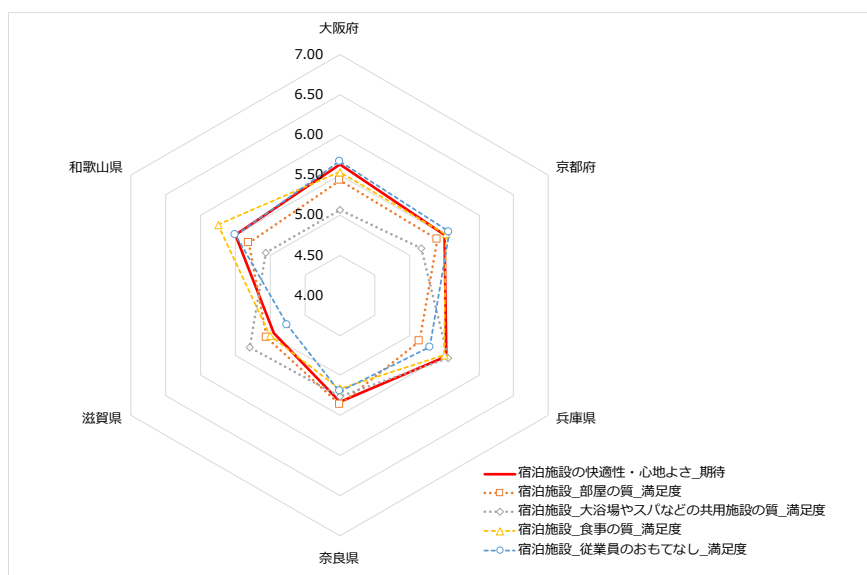


図 4-26 「宿泊施設の快適性・心地よさ」の期待度と満足度：アジア

図 4-27 は、欧米豪地域の在留外国人が訪問する前の「宿泊施設の快適性・心地よさ」の期待度と実際に訪問した際の「宿泊施設の部屋の質」や「大浴場やスパなどの共用施設」への満足度を示している。

「宿泊施設の部屋の質」をみれば、兵庫県、奈良県と滋賀県では期待度を上回る満足度であるが、大阪府、京都府と和歌山県は期待度を下回っている。

「大浴場やスパなどの共用施設」をみれば、兵庫県、奈良県と滋賀県では満足度が期待度を上回っているが、大阪府、京都府と和歌山県では下回っている。

「食事の質」では、京都府以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

「従業員のおもてなし」においては、各府県において満足度が期待度を上回っており、特に滋賀県や奈良県では大きく上回っている。

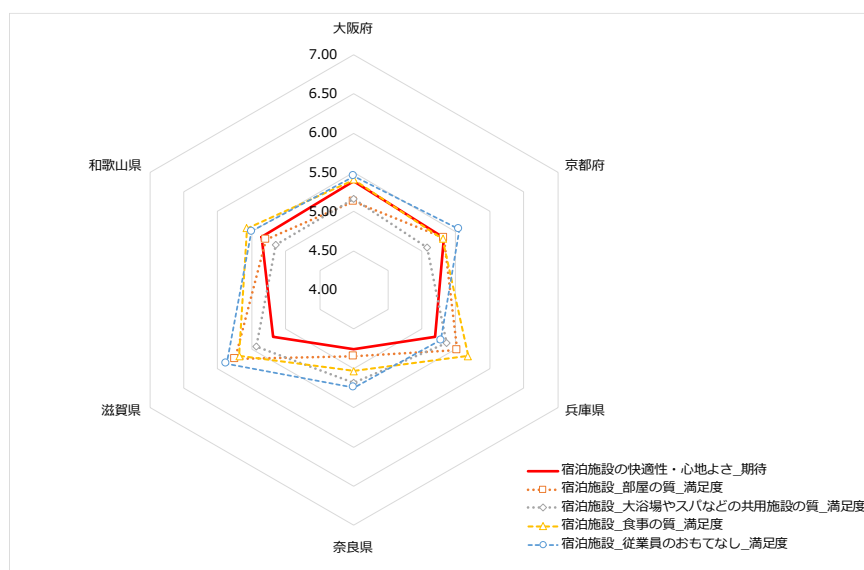


図 4-27 「宿泊施設の快適性・心地よさ」の期待度と満足度：欧米豪

＜観光文化施設の楽しさ・充実度への期待と満足度＞

図 4-28 は、アジアの在留外国人が訪問する前の「観光文化施設の楽しさ・充実度」の期待と実際に訪問した際の「体験の種類や数」、「体験の内容」と「従業員のおもてなし」への満足度を示している。

「体験の種類や数」をみれば、大阪府以外の府県において満足度が期待度を下回っている。

「体験の内容」をみれば、大阪府は期待度と満足度が同程度となっている一方、それ以外の府県では満足度が期待度を下回っている。

「従業員のおもてなし」では、いずれの府県においても期待度より満足度が下回っている。

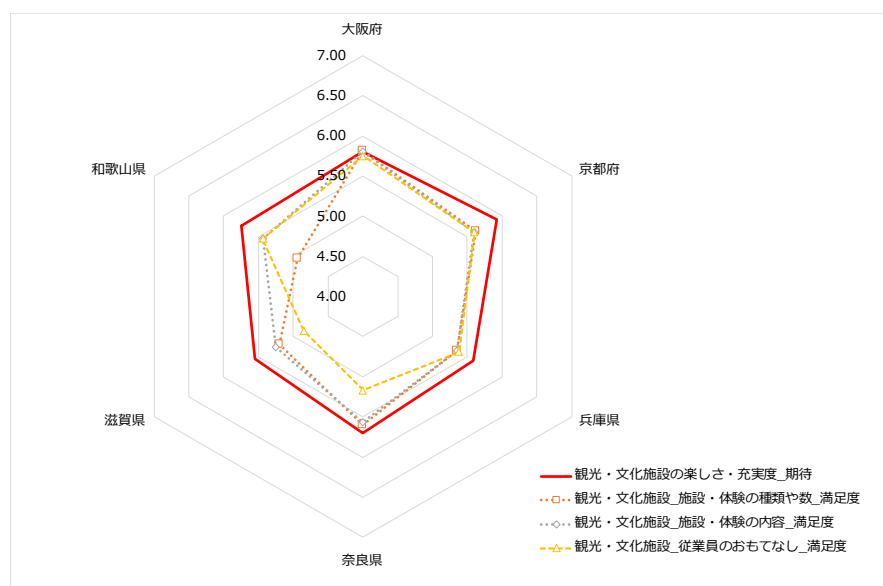


図 4-28 「観光文化施設の楽しさ・充実度」の期待度と満足度：アジア

図 4-29 は、欧米豪の在留外国人が訪問する前の「観光文化施設の楽しさ・充実度」の期待と実際に訪問した際の「体験の種類や数」、「体験の内容」と「従業員のおもてなし」への満足度を示している。

「体験の種類や数」をみれば、前述したアジアの在留外国人と異なり、大阪府、滋賀県と和歌山県において満足度が期待度を上回っている。一方、奈良県、京都府と兵庫県では下回っている結果となっている。

「体験の内容」をみれば、大阪府と兵庫県は期待度を上回っているものの、奈良県、京都府、和歌山県と滋賀県では下回っている。

「従業員のおもてなし」では、アジアの在留外国人と異なり、大阪府、滋賀県と和歌山県では満足度が期待度を上回っている。一方、兵庫県、京都府や奈良県では期待度を下回る満足度となっている。

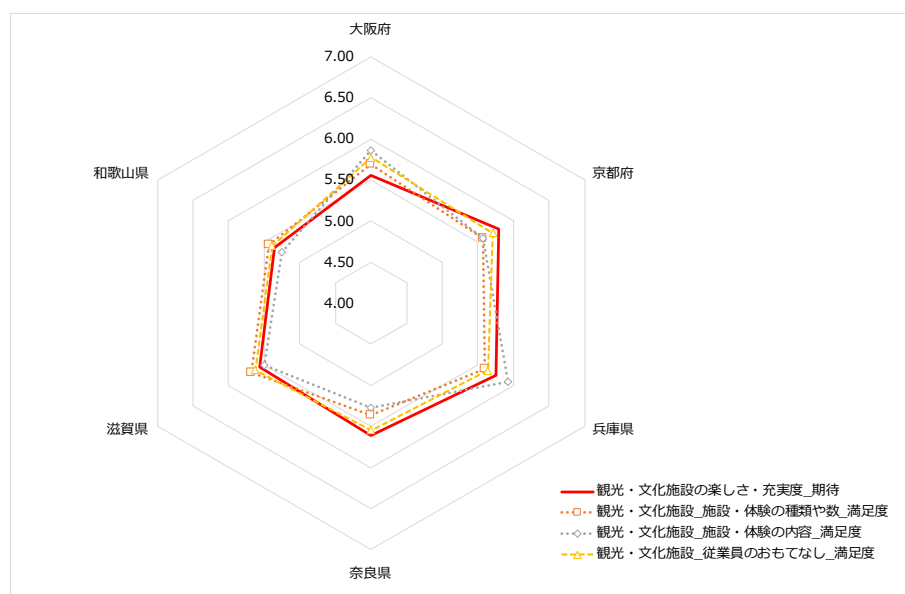


図 4-29 「観光文化施設の楽しさ・充実度」の期待度と満足度：欧米豪

＜食事のおいしさ・楽しさの期待と満足度＞

図 4-30 は、アジア地域の在留外国人が訪問する前の「食事のおいしさ・楽しさ」の期待と実際に訪問した際の「宿泊施設の食事の質」、「飲食施設の食事の種類や数」、「飲食施設の食事の内容」と「飲食施設の店員のおもてなし」への満足度を示している。

「宿泊施設の食事の質」をみれば、和歌山県、兵庫県において満足度が期待度を上回っている一方、大阪府、兵庫県と京都府では下回っている。なお、滋賀県は期待度と満足度は同程度である。

「飲食施設の食事の種類や数」をみれば、和歌山県、京都府、大阪府において、満足度が期待度を上回っているが、奈良県、兵庫県、滋賀県では期待度を下回る結果となっている。

「飲食施設の食事の内容」では、奈良県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

「飲食施設の店員のおもてなし」では、和歌山県を除く府県で満足度が期待度を下回る結果となっている。

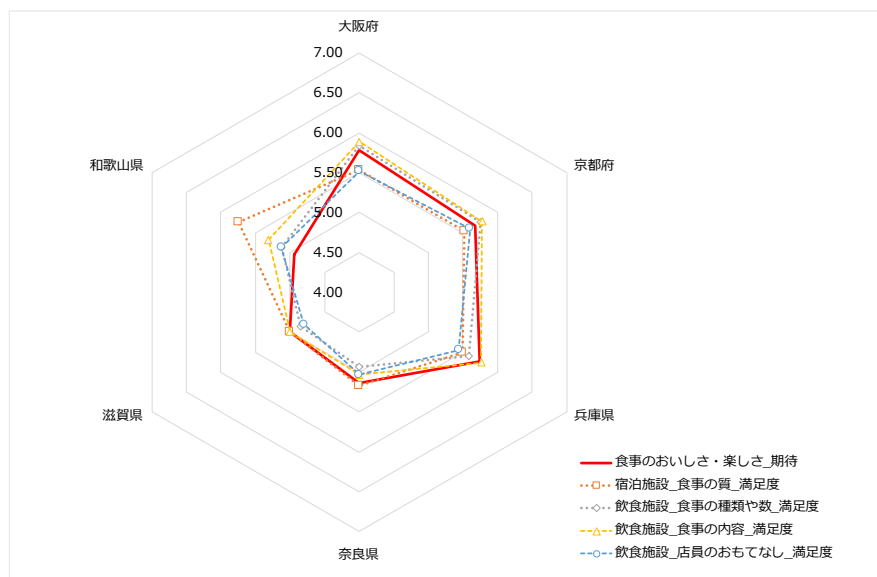


図 4-30 「食事のおいしさ・楽しさ」の期待度と満足度：アジア

図 4-31 は、欧米豪地域の在留外国人が訪問する前の「食事のおいしさ・楽しさ」の期待と実際に訪問した際の「食事の質」、「食事の種類や数」と「食事の内容」への満足度を示している。

「宿泊施設の食事の質」をみれば、滋賀県、和歌山県、兵庫県と奈良県において満足度が期待度を上回っている一方、大阪府と京都府では下回っている。

「飲食施設の食事の種類や数」をみれば、兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

「飲食施設の食事の内容」では、各府県において満足度が期待度を上回っており、特に奈良県や滋賀県では期待度を大きく上回っている。

「飲食施設の店員のおもてなし」では、京都府を除く府県で満足度が期待度を上回っている。

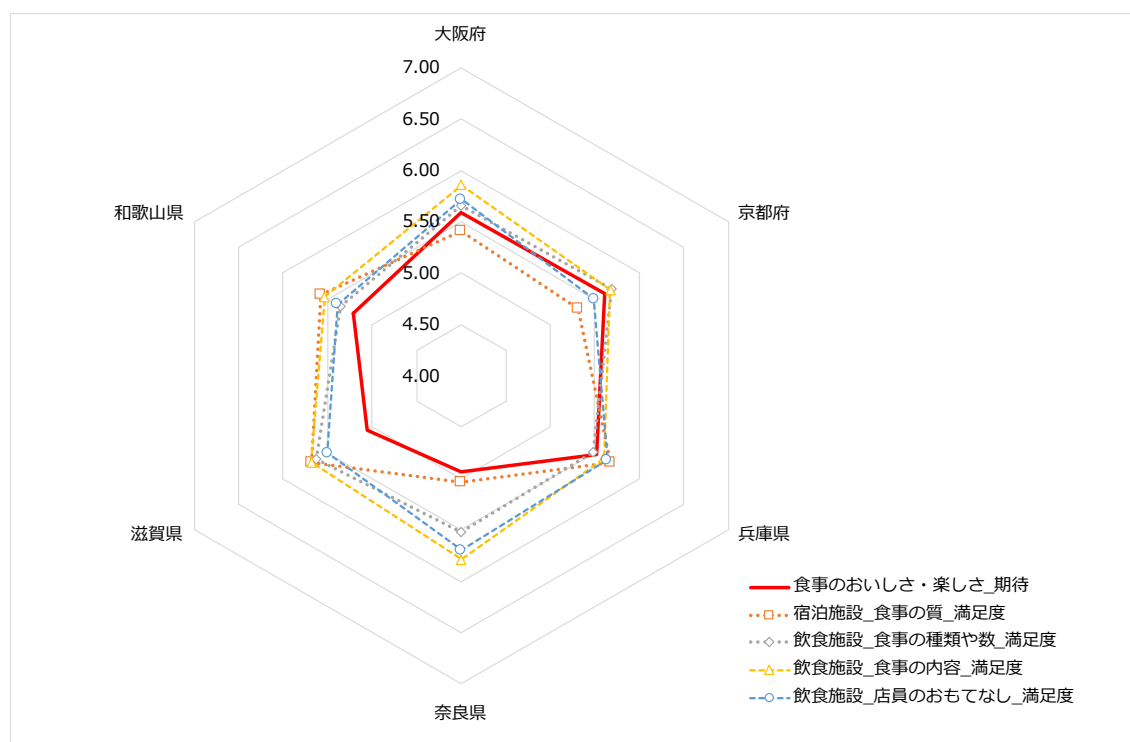


図 4-31 「食事のおいしさ・楽しさ」の期待度と満足度：欧米豪

＜買い物の楽しさ・充実度の期待と満足度＞

図 4-32 は、アジア地域の在留外国人が訪問する前の「買い物の楽しさ・充実度」の期待と実際に物販施設に訪問した際の「土産物・商品の種類や数」、「土産物・商品の内容」と「店員のおもてなし」への満足度を示している。

「土産物・商品の種類や数」をみれば、兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

また、「土産物・商品の内容」においても、兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回る結果となっている。

一方、「店員のおもてなし」では、兵庫県と滋賀県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

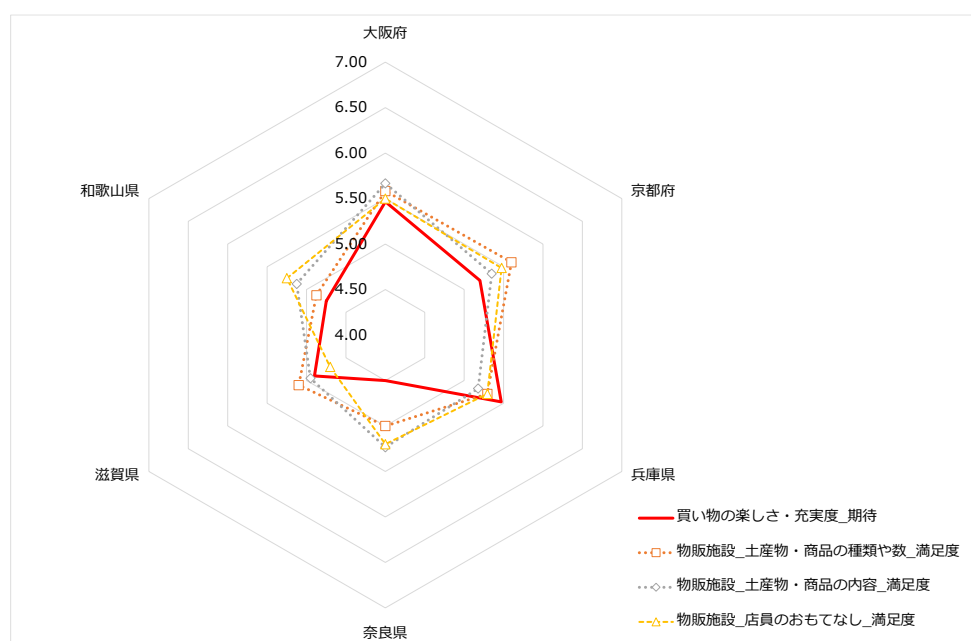


図 4-32 「買い物の楽しさ・充実度」の期待度と満足度：アジア

図4-33は、欧米豪地域の在留外国人が訪問する前の「買い物の楽しさ・充実度」の期待と実際に物販施設に訪問した際の「土産物・商品の種類や数」、「土産物・商品の内容」と「店員のおもてなし」への満足度を示している。

「土産物・商品の種類や数」をみれば、アジア地域の在留外国人と同様に兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

「土産物・商品の内容」においては、大阪府と兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回る結果となっている。

「店員のおもてなし」では、すべての府県で満足度が期待度を上回っている。

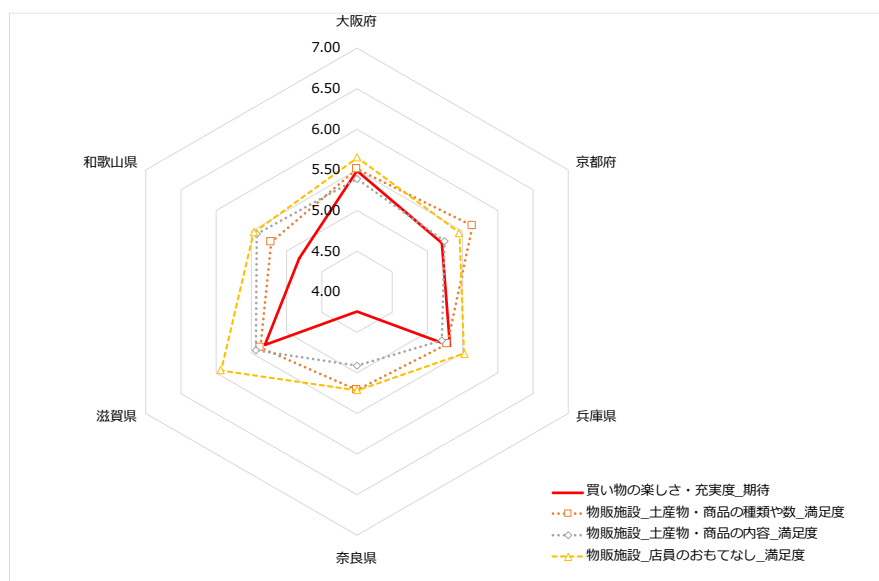


図4-33 「買い物の楽しさ・充実度」の期待度と満足度：欧米豪

＜従業員や地域住民のおもてなしへの期待と満足度＞

図 4-34 は、アジア地域の在留外国人が訪問する前の「従業員や地域住民のおもてなし」の期待度と実際に訪問した際の「宿泊施設の従業員」、「観光・文化施設の従業員」、「飲食施設の店員」、「物販施設の店員」、「地域住民」に対するおもてなしへの満足度を示している。

「宿泊施設の従業員」のおもてなしについてみれば、兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

「観光・文化施設の従業員」のおもてなしでは、京都府と奈良県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

「飲食施設の従業員」のおもてなしでは、大阪府と兵庫県では満足度が期待度を上回っている。

「物販施設の店員」のおもてなしをみると、大阪府と兵庫県では満足度が期待度を上回っているものの、その他府県では幾分下回っている。なお、和歌山県では期待度と満足度が同程度であった。

最後に、「地域住民」のおもてなしをみれば、大阪府、滋賀県と和歌山県では満足度が期待度を上回っている一方で、京都府、兵庫県と奈良県では下回っている。

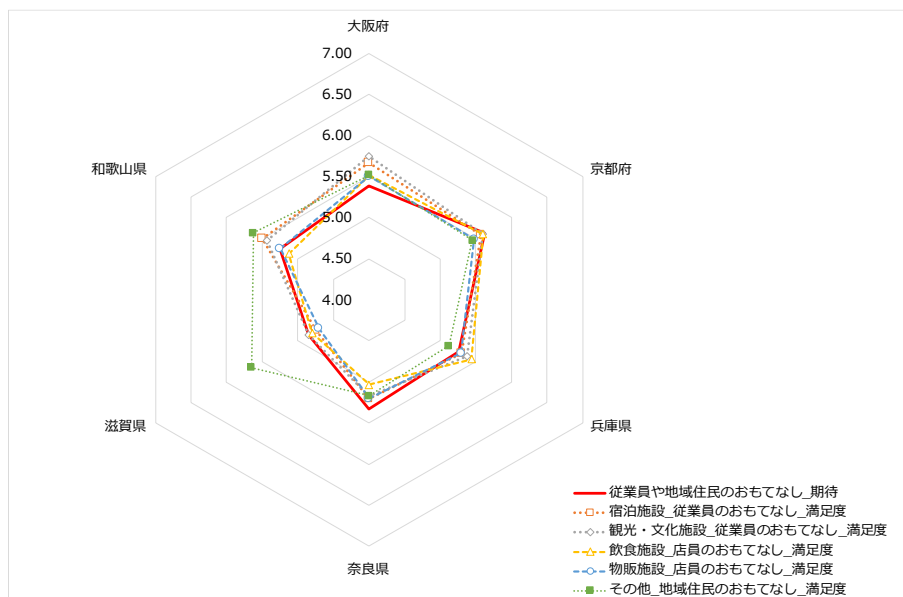


図 4-34 「従業員や地域住民のおもてなし」への期待度と満足度：アジア

図4-35は、欧米豪地域の在留外国人が訪問する前の「従業員や地域住民のおもてなし」の期待度と実際に訪問した際の「宿泊施設の従業員」、「観光・文化施設の従業員」、「飲食施設の店員」「物販施設の店員」、「地域住民」に対するおもてなしへの満足度を示している。

「宿泊施設の従業員」のおもてなしについてみれば、大阪府と兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

「観光・文化施設の従業員」のおもてなしでは、兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

「飲食施設の従業員」のおもてなしでは、兵庫県以外の府県において満足度が期待度を上回っている。

「物販施設の店員」のおもてなしをみると、大阪府と兵庫県以外の府県で満足度が期待度を上回っている。

最後に、「地域住民」のおもてなしをみれば、奈良県、滋賀県と和歌山県では満足度が期待度を上回っている一方で、大阪府、京都府と兵庫県では下回っている。

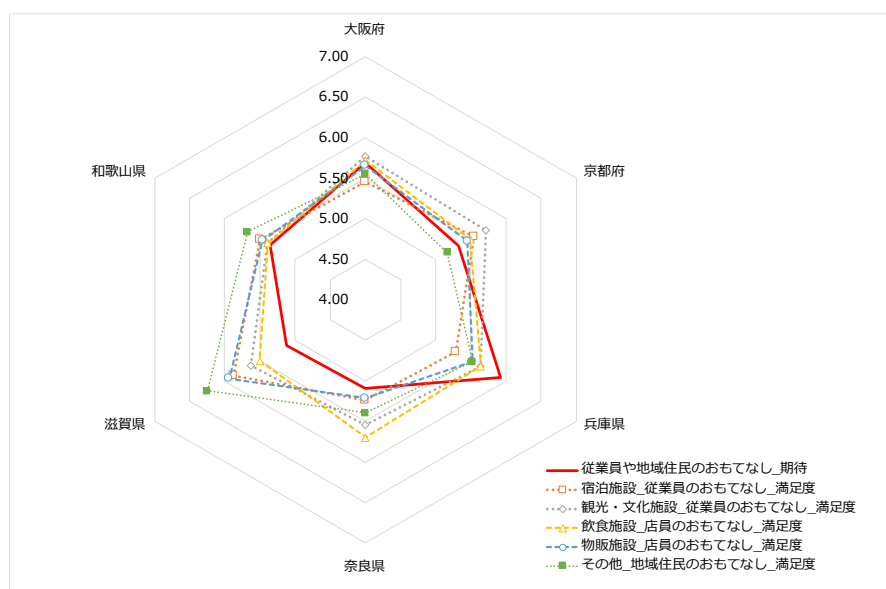


図4-35「従業員や地域住民のおもてなし」への期待度と満足度：欧米豪

4. 訪問地に対する総合満足度、紹介意向と再来訪意向の分析

ここでは訪問地に対する日本人及び在留外国人の(1)総合満足度、(2)紹介意向及び(3)再来訪意向の3指標について分析を行う。各指標の値については、(1)Q.14(総合満足度)、(2)Q20-1(親しい友人に回答地域を紹介したい)、(3)Q20-2(2年以内に回答地域への旅行(訪問)を検討するか)の3つ質問項目を用いて、それぞれ平均値を算出した。

<日本人：関西在住>

関西在住の日本人の総合満足度、紹介意向及び再来訪意向の水準(平均値)を比較すると、滋賀県では総合満足度と再来訪意向が他府県に比して低いが、紹介意向では兵庫県に並んで高い。また大阪府では、総合満足度、紹介意向は他府県に比して低いものの、再来訪意向は各府県の中で最も高い(図4-36)。



図4-36 府県別にみた総合満足度、紹介意向及び再来訪意向の水準：関西在住

＜日本人：関西以外在住＞

関西以外在住の日本人の総合満足度、紹介意向及び再来訪意向の水準(平均値)を比較すると、すべての府県に共通して、総合満足度に比して紹介意向、再来訪意向と平均値がそれぞれ下降していることがわかる。奈良県と京都府ではすべての項目で他府県に比して高い。和歌山県では、紹介意向、再来訪意向が他府県に比して大きく低い水準となっている。(図 4-37)。



図 4-37 府県別にみた総合満足度、紹介意向及び再来訪意向の水準：関西以外
在住

<在留外国人：アジア>

アジア地域の在留外国人の総合満足度、紹介意向及び再来訪意向の水準(平均値)を比較すると、奈良県では総合満足度、紹介意向、再来訪意向とも他府県に比して高い水準となっている。一方、滋賀県では満足度と再来訪意向が他府県に比して低くなっている(図 4-38)。

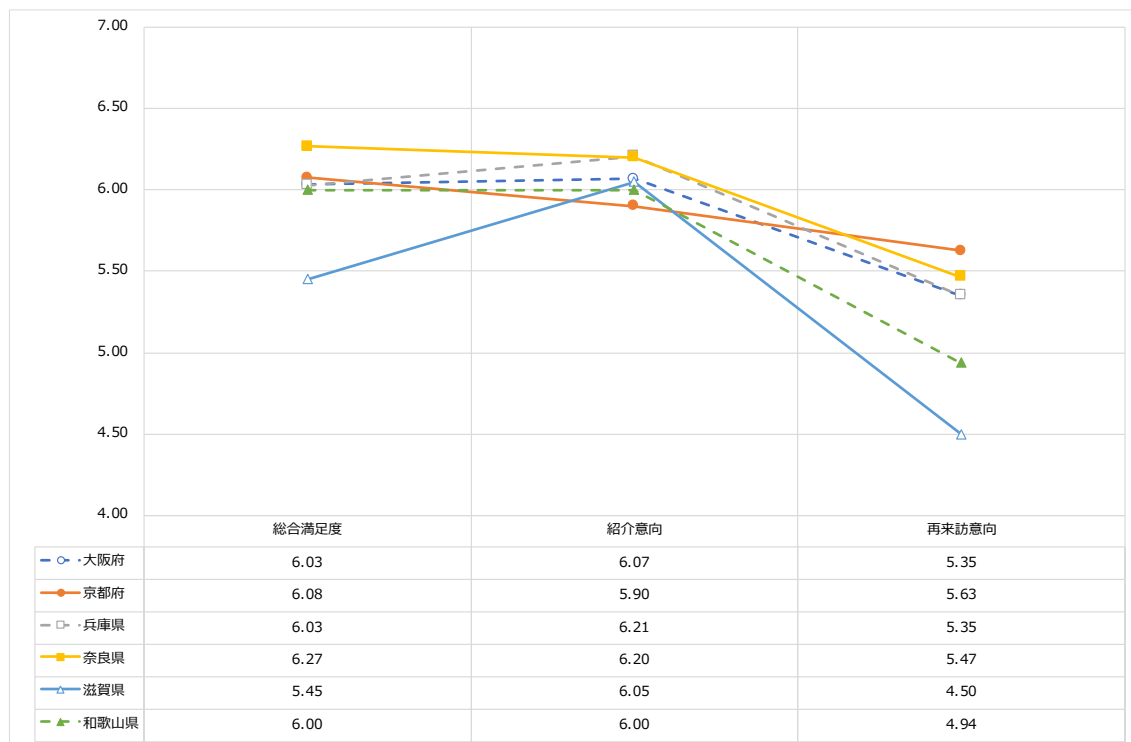


図 4-38 府県別にみた総合満足度、紹介意向及び再来訪意向の水準：アジア

<在留外国人：欧米豪>

欧米豪地域の在留外国人の総合満足度、紹介意向及び再来訪意向の水準(平均値)を比較すると、大阪府では満足度は高いものの、紹介意向、再来訪意向は他府県に比して幾分低い。また、兵庫県では、総合満足度、紹介意向及び再来訪意向いずれも他府県に比して低い水準となっている(図 4-39)。



図 4-39 府県別にみた総合満足度、紹介意向及び再来訪意向の水準：欧米豪

5. 分析結果の整理とまとめ

以上でみたように今回行ったアンケート調査から得られる結果を整理し、まとめると以下ようになる。

- (1) 日本人の旅行目的をみれば、関西在住者、関西以外在住者ともに食事を楽しみにしている回答が多い。在留外国人の旅行目的をみれば、アジアと欧米豪では訪問地によって幾分異なる。例えば、大阪府をみると、アジアの在留外国人は食事を楽しみにしている回答が多いが、欧米豪の在留外国人は歴史的な名所や旧跡を楽しみにしている回答が多い。また、奈良県では欧米豪の在留外国人は地域の文化を体験することが上位に入っている。これはアジアの在留外国人には見られなかったことである。
- (2) 訪問前の期待度と訪問後の満足度を比較すると、日本人では関西在住者、関西以外在住者ともに、観光・文化施設における「従業員のおもてなし」の満足度が、いずれの府県においても期待度を上回っている。うち、奈良県や和歌山県では期待度を大きく上回る満足度となっている。一方、観光・文化施設における「施設・体験の種類や数」と「施設・体験の内容」については、関西在住者、関西以外在住者とも、すべての府県において満足度が期待度を下回っている。在留外国人の訪問前の期待度と訪問後の満足度を比較すると、アジアの在留外国人は、すべての府県において「自然の景色・景観や雰囲気」の満足度が期待度を上回っている。一方、「観光・文化施設・体験の種類や数」と「観光・文化施設・体験の内容」においては、大阪府以外の府県において満足度が期待度を下回っている。このことから、日本人及びアジアの在留外国人に対しては、体験型コンテンツの一層の磨き上げが重要となろう。
- (3) 総合満足度、紹介意向と再来訪意向の 3 指標を用いて各府県を比較すると、関西在住者の奈良県に対する評価は、満足度、紹介意向及び再来訪意向が比較的高い水準にある。一方、関西以外在住者の和歌山県に対する評価は、紹介意向と再来訪意向が他府県に比して幾分低くなっている。和歌山県においては総合満足度に比して、再来訪意向と紹介意向の値が小さいことから、リピーターを増加させるための魅力発信が、重要となろう。アジアの在留外国人の奈良県に対する評価は、満足度、紹介意向と再来訪意向は比較的高い水準にある。一方、滋賀県では、紹介意向は比較的高いものの、満足度と再来訪意向は他府県に比して低い水準となっている。滋賀県については、アジアの在留外国人に対する満足度を向上させていく施策が重要となろう。また、欧米豪の在留外国人の兵庫県に対する評価については、満足度、紹介意向、再来訪意向が他府県に比して幾分低めとなっている。このため欧米豪に対する兵庫県の魅力向上について、旅行目的(歴史的な文化旧跡、自然景観)の需要に沿って情報発信を行っていくかが課題となろう。

- (4) 最後にこれらの予備的研究を基に、観光客の旅行目的に基づいた関西広域周遊プランの提案が今後の課題となる。

参考文献

観光庁(2010),『観光地の魅力向上に向けた評価手法調査事業 報告書』,
(<https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/2444833/www.mlit.go.jp/common/000118452.pdf>, 最終閲覧日:2024年6月12日), 2010年3月。

参考表 1-1 アンケート質問項目(1)

No	項目	選択肢
SC1	性別	01.男性 02.女性
SC2	年齢	01.10～19歳 02.20～29歳 03.30～39歳 04.40～49歳 05.50～59歳 06.60～69歳 07.70～79歳 08.80～89歳
SC3	居住地	01.北海道 02.青森 03.岩手 04.宮城 05.秋田 06.山形 07.福島 08.茨城 09.栃木 10.群馬 11.埼玉 12.千葉 13.東京 14.神奈川 15.新潟 16.富山 17.石川 18.福井 19.山梨 20.長野 21.岐阜 22.静岡 23.愛知 24.三重 25.滋賀 26.京都 27.大阪 28.兵庫 29.奈良 30.和歌山 31.鳥取 32.島根 33.岡山 34.広島 35.山口 36.徳島 37.香川 38.愛媛 39.高知 40.福岡 41.佐賀 42.長崎 43.熊本 44.大分 45.宮崎 46.鹿児島 47.沖縄
SC4	国籍	01.日本 02.韓国 03.台湾 04.中国 05.タイ 06.シンガポール 07.マレーシア 08.インドネシア 09.フィリピン 10.ベトナム 11.インド 12.イギリス 13.フランス 14.ド イツ 15.イタリア 16.スペイン 17.アメリカ合衆国 18.カナダ 19.オーストラリア 20.他 のアジア 21.他の欧州 22.他のオセアニア 23.その他
SC4-2	在日期間	01.～6か月未満 02.6か月以上～1年未満 03.1年以上～2年未満 04.2年以上 ～3年未満 05.3年以上～5年未満 06.5年以上
SC5	国内旅行の有無	01.0回(国内旅行はしていない) 02.1回 03.2回 04.3回 05.4回 06.5回以上
SC6	関西への旅行の有無(2022年1月以降)	01.大阪府 02.京都府 03.兵庫県 04.奈良県 05.滋賀県 06.和歌山県 07.あ てはまるものはない
SC7	訪問地域(2022年1月以降)	01.大阪・キタ 02.大阪・バイ 03.大阪・ミナミ 04.大阪・泉州 05.大阪-その他地域 06.京都-京都市内 07.京都-丹後 08.京都-南丹 09.京都-宇治 10.京都-そ 他地域 11.兵庫-阪神 12.兵庫-姫路・播但 13.兵庫-淡路島 14.兵庫-その他 地域 15.奈良-奈良市内 16.奈良-斑鳩 17.奈良-吉野・明日香 18.奈良-そ 他地域 19.滋賀-湖北 20.滋賀-大津 21.滋賀-湖東 22.滋賀-その他地域 23. 和歌山-白浜・串本 24.和歌山-高野山 25.和歌山-熊野 26.和歌山-その他地域
No	項目	選択肢
Q1	来訪観光スポット	※別表参照
Q2	旅行目的	01.保養・休養 02.知識や教養を深める 03.未知なことを経験する 04.体を動かして 楽しむ 05.家族や仲間との時間を楽しむ 06.自分を見つめる 07.ビジネス・研修 08. 地域の料理・本場の味を楽しむ 09.その他
Q3	楽しみにしていたこと	01.文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史景観など)を見ること 02.自然 景観をみること 03.観光・文化施設(水族館や美術館など)を訪れること 04.スポーツ施 設(スキー場やゴルフ場など)を訪れること 05.街や都市を訪れること 06.自然の豊かさを 体験すること 07.地域の文化を体験すること 08.温泉に入ること 09.おいしいものを食 べること 10.買い物をする 11.地域の祭りやイベント 12.親族や知人訪問 13.その 他
Q4	同行者	01.子連れ家族旅行(一番下のお子様が無就学児) 02.子連れ家族旅行(一番下 のお様が小学生) 03.子連れ家族旅行(一番下のお様が中高生) 04.大人の家族 旅行(18歳以上の子供含む) 05.夫婦旅行 06.カップル旅行 07.友人との旅行 08.職場や団体などの旅行 09.一人旅 10.その他
Q5	訪問回数	01.1回(今回が初めての旅行) 02.2回 03.3回 04.4回 05.5回 06.6～9回 07.10回以上
Q6	前回訪問時期	01.3か月未満 02.3か月以上～6か月未満 03.6か月以上～1年未満 04.1年以上 ～5年未満 05.5年以上～10年未満 06.10年よりも前
Q7	回答地域の滞在時間	01.日帰り・半日 02.日帰り・1日 03.1泊2日 04.2泊3日 05.3泊以上
Q8	回答地域内での交通手段	01.電車 02.自家用車 03.レンタカー 04.路線バス 05.観光バス 06.タクシー・ハイ ヤー 07.徒歩 08.その他
Q9	回答地域の情報源	01.来訪経験があったから 02.家族や友人知人からの紹介・推奨 03.個人のブログや インターネット掲示板 04.地域や施設の公式Webサイトの情報 05.その他のWebサイ トの情報 06.旅行雑誌・ガイドブックの記事 07.旅行会社の旅行パンフレット 08.テレ ビや映画での紹介、ロケ地情報 09.旅行会社の店員からの勧め 10.割引券や優待券 11.自分の意志外(団体旅行・ビジネス・帰省など) 12.特に理由はないが、なんとなく 13.その他
Q10	決め手となった情報源	01.来訪経験があったから 02.家族や友人知人からの紹介・推奨 03.個人のブログや インターネット掲示板 04.地域や施設の公式Webサイトの情報 05.その他のWebサイ トの情報 06.旅行雑誌・ガイドブックの記事 07.旅行会社の旅行パンフレット 08.テレ ビや映画での紹介、ロケ地情報 09.旅行会社の店員からの勧め 10.割引券や優待券 11.自分の意志外(団体旅行・ビジネス・帰省など) 12.特に理由はないが、なんとなく 13.その他

参考表 1-2 アンケート質問項目(2)

Q11	回答地域への訪問前の期待	非常に期待していた⇔全く期待していなかった(1⇔7)
Q12-1	回答地域の景観や雰囲気の良い・心地よさに対する期待	非常に期待していた⇔全く期待していなかった(1⇔7)
Q12-2	回答地域の宿泊施設の快適性・心地よさに対する期待	非常に期待していた⇔全く期待していなかった(1⇔7)
Q12-3	回答地域の観光・文化施設の楽しさ・充実度に対する期待	非常に期待していた⇔全く期待していなかった(1⇔7)
Q12-4	回答地域の食事のおいしさ・楽しさに対する期待	非常に期待していた⇔全く期待していなかった(1⇔7)
Q12-5	回答地域の買い物の楽しさ・充実度に対する期待	非常に期待していた⇔全く期待していなかった(1⇔7)
Q12-6	回答地域の従業員や地域住民のおもてなしに対する期待	非常に期待していた⇔全く期待していなかった(1⇔7)
Q13-1	自然の景色・景観や雰囲気	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-2	街並みの景観や雰囲気	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-3	部屋の質	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-4	食事の質	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-5	大浴場やスパなどの共用施設の質	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-6	従業員のおもてなし	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-7	施設・体験の種類や数	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-8	施設・体験の内容	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-9	従業員のおもてなし	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-10	食事の種類や数	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-11	食事の内容	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-12	店員のおもてなし	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-13	土産物・商品の種類や数	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-14	土産物・商品の内容	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-15	店員のおもてなし	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-16	イベントや祭り	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-17	地域住民のおもてなし	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-18	地域内での移動	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-19	現地での各種情報の量や入手しやすさ	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q13-20	治安	大変良かった⇔大変悪かった(1⇔7)
Q14	総合満足度	01.大変満足 02.満足 03.やや満足 04.どちらともいえない 05.やや不満 06.不満 07.大変不満
Q15-1	旅行全体での消費額	FA
Q15-2	回答地域内での消費額	FA
Q16-1	回答地域での消費は適切か	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q16-2	回答地域で過ごした時間は適切か	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q18-1	回答地域に対して、あなたの知人は、いいイメージを持っている	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q18-2	回答地域は、今後、あなたの期待に応えてくれると思う	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q18-3	回答地域の人は、あなたが訪れたことを覚えていてくれたり、特別な扱いをしてくれる	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q18-4	あなたにとって、回答地域は特別な存在だ	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q18-5	回答地域を大切にしたいと思う	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q19-1	回答地域を訪問して、癒された	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q19-2	回答地域を訪問して、心が豊かになった	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q19-3	回答地域を訪問して、わくわくした	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q19-4	回答地域を訪問して、リフレッシュできた	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q19-5	回答地域を訪問して、いい思い出ができた	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q19-6	回答地域を訪問して、ゆったりできた	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q20-1	親しい友人に回答地域を紹介したい	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q20-2	2年以内に回答地域への旅行(訪問)を検討するか	大変そう思う⇔全くそう思わない(1⇔7)
Q22	予定より1泊多く宿泊できた場合	01.回答地域で過ごす 02.別の地域へ移動する
Q23	別の地域地を具体的に	01.大阪-キタ 02.大阪-ベイ 03.大阪-ミナミ 04.大阪-泉州 05.大阪-その他地域 06.京都-京都市内 07.京都-丹後 08.京都-南丹 09.京都-宇治 10.京都-その他地域 11.兵庫-阪神 12.兵庫-姫路・播磨 13.兵庫-淡路島 14.兵庫-その他地域 15.奈良-奈良市内 16.奈良-斑鳩 17.奈良-吉野・明日香 18.奈良-その他地域 19.滋賀-湖北 20.滋賀-大津 21.滋賀-湖東 22.滋賀-その他地域 23.和歌山-白浜・串本 24.和歌山-高野山 25.和歌山-熊野 26.和歌山-その他地域
Q24	旅行をもう1泊増やす動機	01.行きたいと思う場所が近くにある 02.行きたいと思う場所までの交通手段が便利である 03.旅行予算に余裕がある 04.休暇日数に余裕がある 05.今回の旅行で行けなかった観光スポット等がある 06.荷物(スーツケース等)の移動が楽、または、必要ない

参考表 2 対象となる関西の観光地

大阪-キタ	01.大阪城 02.大阪天満宮 03.天神橋筋商店街 04.梅田スカイビル 05.その他
大阪-ベイ	06.ユニバーサルスタジオジャパン 07.海遊館 08.天保山 09.レゴランド 10.その他
大阪-ミナミ	11.道頓堀 12.黒門市場 13.通天閣 14.四天王寺 15.住吉大社 16.あべのハルカス 17.その他
大阪-泉州	18.百舌鳥古市古墳群 19.りんくうタウン 20.堺伝巧館 21.利島の社 22.その他
京都-京都市内	23.清水寺 24.伏見稲荷大社 25.金閣寺 26.二条城 27.下賀茂神社 28.嵐山 29.龍安寺 30.祇園 31.美術館・博物館 32.その他
京都-丹後	33.天橋立 34.伊根の舟屋 35.元伊勢籠神社 36.その他
京都-南丹	37.美山かやぶきの里 38.るり渓 39.その他
京都-宇治	40.平等院 41.三室戸寺 42.宇治橋 43.宇治市源氏物語ミュージアム 44.宇治上神社 45.その他
兵庫-阪神	46.三宮・元町・ハーバーランド 47.六甲山・摩耶山 48.有馬温泉 49.灘五郷 50.宝塚歌劇 51.その他
兵庫-姫路・播但	52.姫路城 53.姫路セントラルパーク 54.書寫山圓教寺 55.竹田城跡 56.城崎温泉 57.出石 58.竹野海岸 59.その他
兵庫-淡路島	60.鳴門海峡 61.明石海峡大橋 62.洲本城 63.新五色浜県民サンビーチ 64.その他
奈良-奈良市内	65.東大寺 66.奈良公園 67.興福寺 68.春日大社 69.薬師寺 70.唐招提寺 71.春日山原始林 72.奈良国立博物館 73.その他
奈良-斑鳩	74.法隆寺 75.法起寺 76.その他
奈良-吉野・明日香	77.明日香村 78.吉野山 79.金峰山寺・金峰神社 80.吉水神社 81.大峰山 82.天河・洞川温泉 83.玉置山・玉置神社 84.その他
滋賀-湖北	85.長浜城 86.黒壁スクエア 87.伊吹山 88.竹生島 89.その他
滋賀-大津	90.石山寺 91.琵琶湖 92.三井寺 93.三井アウトレットパーク志賀竜王 94.ミホミュージアム 95.その他
滋賀-湖東	96.彦根城 97.多賀大社 98.百済寺 99.その他
和歌山-白浜・串本	100.橋杭岩 101.千畳敷 102.白浜温泉 103.アドベンチャーワールド 104.串本海中公園・潮岬 105.その他
和歌山-高野山	106.高野山・金剛峯寺 107.奥の院 108.とれとれ市場 109.その他
和歌山-熊野	110.熊野古道 111.那智勝浦 112.熊野本宮大社 113.熊野速玉大社 114.湯の峰温泉 115.その他

参考表 3 各観光地における日本人と在留外国人のサンプル数

観光地エリア	日本人		在留外国人	
	関西在住	関西以外在住	アジア	欧米豪
大阪－キタ	33	34	26	24
大阪－ベイ	15	27	20	9
大阪－ミナミ	23	45	13	15
大阪－泉州	10	14	1	1
京都－京都市内	50	54	24	35
京都－丹後	22	14	7	4
京都－南丹	5	7	3	0
京都－宇治	12	14	6	10
兵庫－阪神	54	52	25	21
兵庫－姫路 播但	38	26	6	3
兵庫－淡路島	39	20	3	1
奈良－奈良市内	28	45	26	29
奈良－斑鳩	6	22	2	1
奈良－吉野・明日香	17	16	2	3
滋賀－湖北	26	19	16	10
滋賀－大津	25	27	3	5
滋賀－湖東	26	18	1	1
和歌山－白浜・串本	40	18	15	20
和歌山－高野山	17	19	0	5
和歌山－熊野	14	9	1	3

参考表 4 各観光地における旅行目的割合：日本人及び在留外国人
【日本人】

単位:%

関西	文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史景観など)を見ること	自然景観を見ること	観光・文化施設(水族館や美術館など)を訪れること	スポーツ施設(スキー場やゴルフ場など)を訪れること	街や都市を訪れること	自然の豊かさを体験すること	地域の文化を体験すること	温泉に入ること	おいしいものを食べること	買い物をする	地域の祭りやイベント	親族や知人訪問	その他
大阪府	32.1	21.0	30.9	4.9	45.7	12.3	11.1	11.1	55.6	50.6	6.2	3.7	1.2
京都府	56.2	53.9	23.6	7.9	28.1	23.6	14.6	29.2	55.1	21.3	3.4	2.2	1.1
兵庫県	29.0	42.7	29.8	2.3	25.2	26.0	9.9	48.1	64.9	25.2	3.1	3.8	1.5
奈良県	62.7	56.9	21.6	3.9	17.6	29.4	21.6	33.3	56.9	23.5	5.9	3.9	0.0
滋賀県	49.4	57.1	33.8	6.5	27.3	20.8	10.4	31.2	64.9	26.0	5.2	1.3	0.0
和歌山県	47.9	77.5	29.6	5.6	11.3	38.0	15.5	52.1	62.0	23.9	4.2	1.4	1.4
関西以外	文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史景観など)を見ること	自然景観を見ること	観光・文化施設(水族館や美術館など)を訪れること	スポーツ施設(スキー場やゴルフ場など)を訪れること	街や都市を訪れること	自然の豊かさを体験すること	地域の文化を体験すること	温泉に入ること	おいしいものを食べること	買い物をする	地域の祭りやイベント	親族や知人訪問	その他
大阪府	33.3	22.5	40.0	9.2	40.8	15.8	20.8	6.7	66.7	40.8	10.0	6.7	1.7
京都府	78.7	55.1	37.1	5.6	46.1	24.7	27.0	23.6	59.6	30.3	9.0	6.7	1.1
兵庫県	45.9	36.7	30.6	12.2	38.8	19.4	15.3	23.5	52.0	29.6	5.1	5.1	2.0
奈良県	84.3	62.7	45.8	9.6	28.9	30.1	28.9	16.9	32.5	14.5	6.0	7.2	1.2
滋賀県	67.2	64.1	26.6	14.1	23.4	35.9	21.9	28.1	59.4	28.1	4.7	3.1	0.0
和歌山県	58.7	65.2	34.8	6.5	17.4	39.1	13.0	41.3	47.8	10.9	4.3	6.5	0.0

【在留外国人】

単位:%

アジア	文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史景観など)を見ること	自然景観を見ること	観光・文化施設(水族館や美術館など)を訪れること	スポーツ施設(スキー場やゴルフ場など)を訪れること	街や都市を訪れること	自然の豊かさを体験すること	地域の文化を体験すること	温泉に入ること	おいしいものを食べること	買い物をする	地域の祭りやイベント	親族や知人訪問	その他
大阪府	51.7	33.3	46.7	1.7	43.3	21.7	45.0	15.0	55.0	30.0	11.7	10.0	0.0
京都府	72.5	57.5	32.5	7.5	42.5	27.5	35.0	22.5	32.5	10.0	0.0	2.5	2.5
兵庫県	61.8	64.7	26.5	2.9	32.4	20.6	26.5	23.5	32.4	2.9	2.9	0.0	0.0
奈良県	73.3	56.7	23.3	6.7	30.0	53.3	43.3	33.3	23.3	10.0	6.7	0.0	6.7
滋賀県	65.0	45.0	25.0	20.0	10.0	40.0	35.0	35.0	15.0	0.0	0.0	5.0	0.0
和歌山県	81.3	31.3	31.3	6.3	12.5	37.5	31.3	43.8	31.3	12.5	6.3	0.0	0.0
欧米豪	文化的な名所旧跡(史跡、寺社仏閣、城郭、歴史景観など)を見ること	自然景観を見ること	観光・文化施設(水族館や美術館など)を訪れること	スポーツ施設(スキー場やゴルフ場など)を訪れること	街や都市を訪れること	自然の豊かさを体験すること	地域の文化を体験すること	温泉に入ること	おいしいものを食べること	買い物をする	地域の祭りやイベント	親族や知人訪問	その他
大阪府	63.3	32.7	49.0	2.0	40.8	10.2	34.7	12.2	46.9	32.7	14.3	6.1	6.1
京都府	77.6	65.3	38.8	8.2	34.7	14.3	53.1	16.3	55.1	12.2	20.4	6.1	0.0
兵庫県	80.0	60.0	36.0	8.0	16.0	20.0	24.0	20.0	20.0	4.0	4.0	0.0	0.0
奈良県	72.7	66.7	30.3	6.1	42.4	33.3	57.6	18.2	24.2	6.1	6.1	0.0	6.1
滋賀県	56.3	68.8	18.8	12.5	43.8	37.5	31.3	25.0	37.5	0.0	12.5	0.0	0.0
和歌山県	64.3	60.7	32.1	3.6	21.4	39.3	28.6	50.0	32.1	0.0	7.1	3.6	0.0

参考表 5 各観光地における期待度と満足度¹²
【日本人】

		期待度				満足度		GAP	
		関西	関西以外			関西	関西以外	関西	関西以外
大阪府	景観や雰囲気の良さ・心地よさ	5.49	5.62	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	5.14	5.21	-0.36	-0.41	
				景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.51	5.48	0.01	-0.13	
	宿泊施設の快適性・心地よさ	5.04	5.43	宿泊施設_部屋の質	4.89	5.33	-0.15	-0.10	
				宿泊施設_食事の質	5.01	5.33	-0.02	-0.10	
				宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	4.85	5.17	-0.19	-0.27	
				宿泊施設_従業員のおもてなし	4.93	5.24	-0.11	-0.19	
	観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.52	5.50	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.25	5.36	-0.27	-0.14	
				観光・文化施設_施設・体験の内容	5.32	5.45	-0.20	-0.05	
	食事のおいしさ・楽しさ	5.60	5.75	観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.25	5.22	-0.27	-0.28	
				飲食施設_食事の種類や数	5.41	5.57	-0.20	-0.18	
				飲食施設_食事の内容	5.43	5.65	-0.17	-0.10	
				飲食施設_店員のおもてなし	5.37	5.34	-0.23	-0.41	
	買い物の楽しさ・充実度	5.57	5.65	物販施設_土産物・商品の種類や数	5.14	5.40	-0.43	-0.25	
				物販施設_土産物・商品の内容	5.10	5.48	-0.47	-0.18	
	従業員や地域住民のおもてなし	5.16	5.16	物販施設_店員のおもてなし	5.14	5.28	-0.43	-0.37	
				宿泊施設_従業員のおもてなし	4.93	5.24	-0.23	0.08	
観光・文化施設_従業員のおもてなし				5.25	5.22	0.09	0.06		
飲食施設_店員のおもてなし				5.37	5.34	0.21	0.18		
物販施設_店員のおもてなし				5.14	5.28	-0.02	0.13		
その他_地域住民のおもてなし				4.88	5.03	-0.28	-0.13		

		期待度				満足度		GAP	
		関西	関西以外			関西	関西以外	関西	関西以外
京都府	景観や雰囲気の良さ・心地よさ	5.64	6.04	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	5.87	6.08	0.22	0.03	
				景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.76	5.89	0.12	-0.16	
	宿泊施設の快適性・心地よさ	5.21	5.67	宿泊施設_部屋の質	5.11	5.42	-0.10	-0.26	
				宿泊施設_食事の質	5.22	5.44	0.01	-0.24	
				宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.11	5.31	-0.10	-0.36	
				宿泊施設_従業員のおもてなし	5.10	5.49	-0.11	-0.18	
	観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.58	6.07	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.38	5.55	-0.20	-0.52	
				観光・文化施設_施設・体験の内容	5.38	5.57	-0.20	-0.49	
	食事のおいしさ・楽しさ	5.63	5.72	観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.37	5.29	-0.21	-0.78	
				飲食施設_食事の種類や数	5.46	5.58	-0.17	-0.13	
				飲食施設_食事の内容	5.44	5.62	-0.19	-0.10	
				飲食施設_店員のおもてなし	5.33	5.45	-0.30	-0.27	
	買い物の楽しさ・充実度	5.19	5.46	物販施設_土産物・商品の種類や数	5.18	5.56	-0.01	0.10	
				物販施設_土産物・商品の内容	5.28	5.58	0.09	0.12	
	従業員や地域住民のおもてなし	5.06	5.16	物販施設_店員のおもてなし	5.22	5.48	0.03	0.02	
				宿泊施設_従業員のおもてなし	5.10	5.49	0.04	0.34	
観光・文化施設_従業員のおもてなし				5.37	5.29	0.31	0.13		
飲食施設_店員のおもてなし				5.33	5.45	0.27	0.29		
物販施設_店員のおもてなし				5.22	5.48	0.17	0.33		
その他_地域住民のおもてなし				4.74	5.02	-0.31	-0.13		

		期待度				満足度		GAP	
		関西	関西以外			関西	関西以外	関西	関西以外
兵庫県	景観や雰囲気の良さ・心地よさ	5.83	5.84	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	5.92	5.84	0.08	0.00	
				景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.81	5.83	-0.02	-0.01	
	宿泊施設の快適性・心地よさ	5.58	5.61	宿泊施設_部屋の質	5.53	5.39	-0.05	-0.22	
				宿泊施設_食事の質	5.63	5.55	0.05	-0.06	
				宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.56	5.27	-0.02	-0.35	
				宿泊施設_従業員のおもてなし	5.55	5.34	-0.03	-0.28	
	観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.57	5.57	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.35	5.53	-0.22	-0.04	
				観光・文化施設_施設・体験の内容	5.36	5.53	-0.21	-0.04	
	食事のおいしさ・楽しさ	5.96	5.67	観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.34	5.39	-0.23	-0.18	
				飲食施設_食事の種類や数	5.60	5.45	-0.36	-0.22	
				飲食施設_食事の内容	5.60	5.47	-0.36	-0.20	
				飲食施設_店員のおもてなし	5.42	5.41	-0.54	-0.27	
	買い物の楽しさ・充実度	5.31	5.23	物販施設_土産物・商品の種類や数	5.37	5.26	0.06	0.02	
				物販施設_土産物・商品の内容	5.48	5.29	0.18	0.05	
	従業員や地域住民のおもてなし	5.22	5.06	物販施設_店員のおもてなし	5.34	5.22	0.03	-0.01	
				宿泊施設_従業員のおもてなし	5.55	5.34	0.33	0.28	
観光・文化施設_従業員のおもてなし				5.34	5.39	0.12	0.33		
飲食施設_店員のおもてなし				5.42	5.41	0.20	0.35		
物販施設_店員のおもてなし				5.34	5.22	0.11	0.16		
その他_地域住民のおもてなし				4.87	4.83	-0.35	-0.23		

¹² GAPとは満足度の各項目と関係する期待度の項目を引いて算出している。

期待度			満足度		GAP		
	関西	関西以外	関西	関西以外	関西	関西以外	
景観や雰囲気の良さ・心地よさ	5.94	6.07	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	6.03	6.23	0.08	0.16
			景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.73	6.22	-0.21	0.14
宿泊施設の快適性・心地よさ	5.37	5.43	宿泊施設_部屋の質	5.32	5.48	-0.04	0.05
			宿泊施設_食事の質	5.69	5.39	0.32	-0.05
			宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.58	5.30	0.21	-0.13
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.49	5.40	0.13	-0.04
観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.69	6.11	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.34	5.75	-0.35	-0.36
			観光・文化施設_施設・体験の内容	5.35	5.76	-0.34	-0.35
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.30	5.52	-0.39	-0.59
食事のおいしさ・楽しさ	5.73	5.37	飲食施設_食事の種類や数	5.55	5.49	-0.18	0.12
			飲食施設_食事の内容	5.70	5.48	-0.03	0.11
			飲食施設_店員のおもてなし	5.41	5.52	-0.32	0.14
買い物の楽しさ・充実度	5.13	5.07	物販施設_土産物・商品の種類や数	5.35	5.33	0.23	0.25
			物販施設_土産物・商品の内容	5.41	5.39	0.28	0.31
			物販施設_店員のおもてなし	5.25	5.43	0.13	0.36
従業員や地域住民のおもてなし	5.04	5.19	宿泊施設_従業員のおもてなし	5.49	5.40	0.45	0.20
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.30	5.52	0.25	0.33
			飲食施設_店員のおもてなし	5.41	5.52	0.37	0.33
			物販施設_店員のおもてなし	5.25	5.43	0.21	0.24
			その他_地域住民のおもてなし	4.87	5.05	-0.17	-0.14

	期待度			満足度		GAP	
	関西	関西以外		関西	関西以外	関西	関西以外
景観や雰囲気の良さ・心地よさ	5.60	5.77	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	5.70	6.13	0.10	0.36
			景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.71	5.77	0.12	0.00
宿泊施設の快適性・心地よさ	5.34	5.50	宿泊施設_部屋の質	5.10	5.30	-0.23	-0.20
			宿泊施設_食事の質	5.18	5.48	-0.16	-0.02
			宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.09	5.39	-0.25	-0.11
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.06	5.44	-0.27	-0.06
観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.44	5.63	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.25	5.48	-0.19	-0.14
			観光・文化施設_施設・体験の内容	5.21	5.45	-0.23	-0.17
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.16	5.42	-0.29	-0.20
食事のおいしさ・楽しさ	5.48	5.67	飲食施設_食事の種類や数	5.32	5.50	-0.16	-0.17
			飲食施設_食事の内容	5.34	5.61	-0.14	-0.06
			飲食施設_店員のおもてなし	5.13	5.42	-0.35	-0.25
買い物の楽しさ・充実度	5.19	5.19	物販施設_土産物・商品の種類や数	5.14	5.39	-0.05	0.20
			物販施設_土産物・商品の内容	5.21	5.17	0.01	-0.02
			物販施設_店員のおもてなし	5.16	5.13	-0.04	-0.06
従業員や地域住民のおもてなし	5.06	5.17	宿泊施設_従業員のおもてなし	5.06	5.44	0.00	0.27
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.16	5.42	0.09	0.25
			飲食施設_店員のおもてなし	5.13	5.42	0.06	0.25
			物販施設_店員のおもてなし	5.16	5.13	0.09	-0.05
			その他_地域住民のおもてなし	4.81	4.80	-0.26	-0.38

	期待度		満足度		GAP		
	関西	関西以外	関西	関西以外	関西	関西以外	
景観や雰囲気の良いさ・心地よさ	5.94	5.67	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	6.03	6.11	0.08	0.43
			景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.73	5.74	-0.21	0.07
宿泊施設の快適性・心地よさ	5.37	5.61	宿泊施設_部屋の質	5.32	5.57	-0.04	-0.04
			宿泊施設_食事の質	5.69	5.48	0.32	-0.13
			宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.58	5.59	0.21	-0.02
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.49	5.35	0.13	-0.26
観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.69	5.57	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.34	5.39	-0.35	-0.17
			観光・文化施設_施設・体験の内容	5.35	5.52	-0.34	-0.04
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.30	5.39	-0.39	-0.17
食事のおいしさ・楽しさ	5.73	5.48	飲食施設_食事の種類や数	5.55	5.41	-0.18	-0.07
			飲食施設_食事の内容	5.70	5.50	-0.03	0.02
			飲食施設_店員のおもてなし	5.41	5.33	-0.32	-0.15
買い物の楽しさ・充実度	5.13	5.04	物販施設_土産物・商品の種類や数	5.35	5.37	0.23	0.33
			物販施設_土産物・商品の内容	5.41	5.48	0.28	0.43
			物販施設_店員のおもてなし	5.30	5.28	0.17	0.24
従業員や地域住民のおもてなし	5.04	5.02	宿泊施設_従業員のおもてなし	5.49	5.35	0.45	0.33
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.30	5.39	0.25	0.37
			飲食施設_店員のおもてなし	5.41	5.33	0.37	0.30
			物販施設_店員のおもてなし	5.30	5.28	0.25	0.26
			その他_地域住民のおもてなし	4.87	5.09	-0.17	0.07

【在留外国人】

	期待度			満足度		GAP	
	アジア	欧米豪		アジア	欧米豪	アジア	欧米豪
景観や雰囲気の良い・心地よさ	5.58	5.41	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	5.62	5.24	0.03	-0.16
			景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.67	5.61	0.08	0.20
宿泊施設の快適性・心地よさ	5.63	5.39	宿泊施設_部屋の質	5.43	5.12	-0.20	-0.27
			宿泊施設_食事の質	5.53	5.41	-0.10	0.02
			宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.07	5.16	-0.57	-0.22
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.67	5.45	0.03	0.06
観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.80	5.55	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.82	5.69	0.02	0.14
			観光・文化施設_施設・体験の内容	5.80	5.86	0.00	0.31
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.75	5.78	-0.05	0.22
			飲食施設_食事の種類や数	5.83	5.65	0.05	0.06
大阪府 食事のおいしさ・楽しさ	5.78	5.59	飲食施設_食事の内容	5.88	5.86	0.10	0.27
			飲食施設_店員のおもてなし	5.52	5.71	-0.27	0.12
			物販施設_土産物・商品の種類や数	5.58	5.51	0.12	0.02
			物販施設_土産物・商品の内容	5.67	5.39	0.20	-0.10
買い物の楽しさ・充実度	5.47	5.49	物販施設_店員のおもてなし	5.50	5.65	0.03	0.16
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.67	5.45	0.28	-0.24
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.75	5.78	0.37	0.08
			飲食施設_店員のおもてなし	5.52	5.71	0.13	0.02
従業員や地域住民のおもてなし	5.38	5.69	物販施設_店員のおもてなし	5.50	5.65	0.12	-0.04
			その他_地域住民のおもてなし	5.52	5.55	0.13	-0.14

	期待度			満足度		GAP	
	アジア	欧米豪		アジア	欧米豪	アジア	欧米豪
景観や雰囲気の良い・心地よさ	5.68	5.92	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	5.93	6.10	0.25	0.18
			景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.98	5.92	0.30	0.00
宿泊施設の快適性・心地よさ	5.50	5.33	宿泊施設_部屋の質	5.40	5.33	-0.10	0.00
			宿泊施設_食事の質	5.53	5.31	0.03	-0.02
			宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.18	5.08	-0.33	-0.24
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.58	5.55	0.08	0.22
観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.93	5.80	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.63	5.57	-0.30	-0.22
			観光・文化施設_施設・体験の内容	5.60	5.57	-0.33	-0.22
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.60	5.71	-0.33	-0.08
			飲食施設_食事の種類や数	5.75	5.69	0.08	0.08
京都府 食事のおいしさ・楽しさ	5.68	5.61	飲食施設_食事の内容	5.78	5.67	0.10	0.06
			飲食施設_店員のおもてなし	5.60	5.49	-0.08	-0.12
			物販施設_土産物・商品の種類や数	5.60	5.63	0.40	0.43
			物販施設_土産物・商品の内容	5.35	5.24	0.15	0.04
買い物の楽しさ・充実度	5.20	5.20	物販施設_店員のおもてなし	5.48	5.45	0.27	0.24
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.58	5.55	-0.05	0.22
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.60	5.71	-0.03	0.39
			飲食施設_店員のおもてなし	5.60	5.49	-0.03	0.16
従業員や地域住民のおもてなし	5.63	5.33	物販施設_店員のおもてなし	5.48	5.45	-0.15	0.12
			その他_地域住民のおもてなし	5.45	5.16	-0.18	-0.16

	期待度			満足度		GAP	
	アジア	欧米豪		アジア	欧米豪	アジア	欧米豪
景観や雰囲気の良い・心地よさ	5.62	5.64	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	5.97	5.52	0.35	-0.12
			景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.76	5.72	0.15	0.08
宿泊施設の快適性・心地よさ	5.53	5.20	宿泊施設_部屋の質	5.15	5.52	-0.38	0.32
			宿泊施設_食事の質	5.50	5.68	-0.03	0.48
			宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.56	5.36	0.03	0.16
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.29	5.28	-0.24	0.08
観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.59	5.76	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.35	5.60	-0.24	-0.16
			観光・文化施設_施設・体験の内容	5.35	5.92	-0.24	0.16
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.38	5.64	-0.21	-0.12
			飲食施設_食事の種類や数	5.59	5.48	-0.15	-0.04
兵庫県 食事のおいしさ・楽しさ	5.74	5.52	飲食施設_食事の内容	5.76	5.60	0.03	0.08
			飲食施設_店員のおもてなし	5.44	5.64	-0.29	0.12
			物販施設_土産物・商品の種類や数	5.29	5.28	-0.18	-0.04
			物販施設_土産物・商品の内容	5.18	5.20	-0.29	-0.12
買い物の楽しさ・充実度	5.47	5.32	物販施設_店員のおもてなし	5.29	5.52	-0.18	0.20
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.29	5.28	0.03	-0.64
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.38	5.64	0.12	-0.28
			飲食施設_店員のおもてなし	5.44	5.64	0.18	-0.28
従業員や地域住民のおもてなし	5.26	5.92	物販施設_店員のおもてなし	5.29	5.52	0.03	-0.40
			その他_地域住民のおもてなし	5.12	5.52	-0.15	-0.40

期待度			満足度		GAP		
	アジア	欧米豪	アジア	欧米豪	アジア	欧米豪	
景観や雰囲気の良い・心地よさ	5.56	5.86	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	6.17	6.27	0.60	0.42
			景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	6.07	6.06	0.50	0.20
宿泊施設の快適性・心地よさ	5.50	5.36	宿泊施設_部屋の質	5.37	4.85	-0.13	-0.51
			宿泊施設_食事の質	5.17	5.03	-0.33	-0.33
			宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.27	5.18	-0.23	-0.18
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.20	5.24	-0.30	-0.11
観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.75	5.36	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.60	5.36	-0.15	0.01
			観光・文化施設_施設・体験の内容	5.57	5.27	-0.18	-0.08
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.17	5.55	-0.58	0.19
食事のおいしさ・楽しさ	4.94	5.21	飲食施設_食事の種類や数	4.93	5.52	-0.00	0.30
			飲食施設_食事の内容	5.03	5.79	0.10	0.57
			飲食施設_店員のおもてなし	5.03	5.70	0.10	0.48
買い物の楽しさ・充実度	4.75	4.82	物販施設_土産物・商品の種類や数	5.00	5.21	0.25	0.39
			物販施設_土産物・商品の内容	5.23	4.91	0.48	0.09
			物販施設_店員のおもてなし	5.20	5.21	0.45	0.39
従業員や地域住民のおもてなし	5.25	5.36	宿泊施設_従業員のおもてなし	5.20	5.24	-0.05	-0.11
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.17	5.55	-0.08	0.19
			飲食施設_店員のおもてなし	5.03	5.70	-0.22	0.34
			物販施設_店員のおもてなし	5.20	5.21	-0.05	-0.15
			その他_地域住民のおもてなし	5.17	5.39	-0.08	0.04

期待度			満足度		GAP		
	アジア	欧米豪		アジア	欧米豪	アジア	欧米豪
景観や雰囲気の良い・心地よさ	5.40	5.25	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	5.55	6.19	0.15	0.94
			景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.20	5.50	-0.20	0.25
			宿泊施設_部屋の質	5.05	5.75	0.10	0.56
			宿泊施設_食事の質	5.00	5.69	0.05	0.50
			宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.30	5.44	0.35	0.25
宿泊施設の快適性・心地よさ	4.95	5.19	宿泊施設_従業員のおもてなし	4.75	5.88	-0.20	0.69
			観光・文化施設_施設・体験の種類や数	5.20	5.69	-0.35	0.13
			観光・文化施設_施設・体験の内容	5.25	5.50	-0.30	-0.06
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	4.85	5.63	-0.70	0.06
			飲食施設_食事の種類や数	4.85	5.63	-0.15	0.56
食事のおいしさ・楽しさ	5.00	5.06	飲食施設_食事の内容	5.00	5.69	0.00	0.63
			飲食施設_店員のおもてなし	4.80	5.50	-0.20	0.44
			物販施設_土産物・商品の種類や数	5.10	5.38	0.20	0.06
			物販施設_土産物・商品の内容	4.95	5.44	0.05	0.13
			物販施設_店員のおもてなし	4.70	5.94	-0.20	0.63
買い物の楽しさ・充実度	4.90	5.31	宿泊施設_従業員のおもてなし	4.75	5.88	-0.10	0.75
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	4.85	5.63	0.00	0.50
			飲食施設_店員のおもてなし	4.80	5.50	-0.05	0.38
			物販施設_店員のおもてなし	4.70	5.94	-0.15	0.81
			その他_地域住民のおもてなし	5.65	6.25	0.80	1.13

期待度			満足度		GAP		
	アジア	欧米豪		アジア	欧米豪	アジア	欧米豪
景観や雰囲気の良い・心地よさ	5.56	5.86	景観・雰囲気_自然の景色・景観や雰囲気	6.06	6.61	0.50	0.75
			景観・雰囲気_街並みの景観や雰囲気	5.88	5.93	0.31	0.07
宿泊施設の快適性・心地よさ	5.50	5.36	宿泊施設_部屋の質	5.31	5.29	-0.19	-0.07
			宿泊施設_食事の質	5.75	5.57	0.25	0.21
			宿泊施設_大浴場やスパなどの共用施設の質	5.06	5.14	-0.44	-0.21
			宿泊施設_従業員のおもてなし	5.50	5.50	0.00	0.14
観光・文化施設の楽しさ・充実度	5.75	5.36	観光・文化施設_施設・体験の種類や数	4.94	5.43	-0.81	0.07
			観光・文化施設_施設・体験の内容	5.44	5.25	-0.31	-0.11
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.44	5.39	-0.31	0.04
食事のおいしさ・楽しさ	4.94	5.21	飲食施設_食事の種類や数	5.13	5.36	0.19	0.14
			飲食施設_食事の内容	5.31	5.54	0.38	0.32
			飲食施設_店員のおもてなし	5.13	5.39	0.19	0.18
買い物の楽しさ・充実度	4.75	4.82	物販施設_土産物・商品の種類や数	4.88	5.21	0.13	0.39
			物販施設_土産物・商品の内容	5.13	5.43	0.38	0.61
			物販施設_店員のおもてなし	5.25	5.46	0.50	0.64
従業員や地域住民のおもてなし	5.25	5.36	宿泊施設_従業員のおもてなし	5.50	5.50	0.25	0.14
			観光・文化施設_従業員のおもてなし	5.44	5.39	0.19	0.04
			飲食施設_店員のおもてなし	5.13	5.39	-0.13	0.04
			物販施設_店員のおもてなし	5.25	5.46	0.00	0.11
			その他_地域住民のおもてなし	5.63	5.68	0.38	0.32

「持続可能なツーリズム先進地域・関西を目指して」
研究会報告書(2023 年度)

発行日	2024(令和5)年7月
発行所	〒530-0011 大阪市北区大深町3番1号 グランフロント大阪 ナレッジキャピタル タワーC 7階 一般財団法人 アジア太平洋研究所 Asia Pacific Institute of Research (APIR) TEL(06) 6485-7690(代表) FAX(06) 6485-7689
発行者	小 浪 明

ISBN 978-4-87769-708-2