

住んでよし、訪れてよしの観光地づくり

# まずは住民意識の把握から！

『観光に対する住民意識に関する研究』より



2013年6月

公益財団法人日本交通公社

## はじめに

これまで観光振興は、主に観光業界と観光関連団体、そして行政が担ってきました。ところが、近年、観光客の関心は、地域の人々の営みや生活文化にまで及んでおり、観光客と住民との関係は急速に接近しています。今や、魅力ある観光地づくりにとって、住民の存在は欠かせないものと言っても過言ではないでしょう。

国が観光立国を標榜し、地方も地域活性化の柱として観光を位置づけています。そして観光は、「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりに重要な役割を果たすことが期待されていますが、地域の住民が観光に対してどういった意識を抱いているのかを把握することは必ずしも行われてきませんでした。

「訪れてよし」を検証する顧客満足度調査は、観光立国推進基本計画の目標数値ともなり、その研究に関しては一定の進展を見せてきましたが、「住んでよし」を検証する住民意識調査の手法については、残念ながら研究は進んでいません。

そこで、当財団では、2010年度より『観光に対する住民意識に関する研究』を実施し、内外の事例研究などをもとにして住民意識調査の手法を確立するとともに、観光客と観光関連産業、地域住民、そして行政の4者間の関係性を定量化することにチャレンジしてきました。

本書は、過去3年間の研究成果の概要を取りまとめたものです。まだ残された研究課題は多くありますが、本研究を参考として観光地経営の一指標となる「住民意識調査」に全国の観光地で取り組んでいただければ幸いです。

2013年6月

公益財団法人日本交通公社

---

---

## 目次

はじめに	
1. なぜ住民意識なのか ～研究の背景と目的～	1
2. 住民意識調査の変遷	2
参考：海外における住民意識調査の実施と活用	
3. 住民意識調査の実施手法の検討	3
参考：2010年度の研究成果（由布市における住民意識に関する基礎的研究）	4
4. 鳥羽市の観光に対する住民の意識	6
5. 登別市の観光に対する住民の意識	10
6. 安曇野市の観光に対する住民の意識	14
7. 本調査から導き出される4者間の関係性	16
8. 「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりに向けて	18
9. 住民意識調査の活用と今後の研究課題	19
おわりに	20

---

---

# 1. なぜ住民意識なのか ～研究の背景と目的～

## ●魅力ある観光地づくりにおける住民の役割

地域の暮らしや生活文化などに対する関心の高まりから、新たな観光の担い手として住民が活躍している個性的な観光地づくりが多く見られるようになりました。また、「住んでよし、訪れてよし」という言葉が浸透し、観光はさまざまな産業や政策に波及効果を及ぼす、総合政策であるとの理解も深まってきました。

つまり、地域においては、住民と観光（観光関連産業従事者）が互いにメリットを感じることのできる、WIN-WINの関係を構築できることが理想であると言えます。

## ●住民を取り巻く観光地の実態

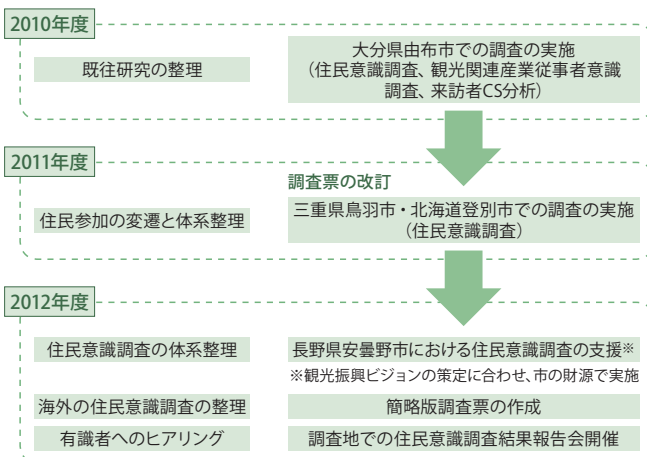
- 一方で、これまでの観光地づくりの歴史においては、
- ・観光客の増大や観光産業のあり方が地域にさまざまな影響を及ぼしている場合もあり、必ずしも地域のプラスになっていない側面もある
  - ・地域の観光に関わる住民、観光客、観光関連産業従事者、行政の関係は地域によって異なるとともに、各主体間でさまざまな課題がある
  - ・「訪れてよし」を検証する顧客満足度調査は行われるようになってきたが、「住んでよし」を検証する仕組みがない
- などの問題を挙げることができます。

## ●「住んでよし」の検証に向けて

そこで、当財団では、観光が地域に及ぼす効果・影響や、住民が地域の観光産業や観光施策、観光客などに対してどのような考えを持っているのかを把握するため、「住民意識調査」の確立を目指し、2010年度より研究を進めています。

また、地域の観光は、観光関連産業従事者、行政、住民などさまざまな主体が関わることで成り立っています。観光客を含めた4つの主体がどのような関係性にあるかを数値化し、おのおのがどのようなニーズと意識を持っているのかも併せて把握することが重要であると言えます。

### 【研究のフロー】



初年度は基礎的調査と位置づけ、大分県由布市において、①住民意識調査、②観光関連産業従事者意識調査、③由布院温泉来訪者・CS分析を行いました。その結果をもとに調査票を改訂し、2011年度に三重県鳥羽市と北海道登別市において住民意識調査を実施し、併せて住民参加の歴史や体系整理等を行いました。2012年度は、鳥羽市と登別市での報告会の開催、長野県安曇野市での住民意識調査の支援、有識者へのヒアリング、簡略版調査票の作成などを行いました。

## 2. 住民意識調査の変遷

### ●継続的に実施されることの少ない住民意識調査

住民意識調査は必ずしも新しい調査ではなく、1970年代ころから実施されています。多くは観光振興計画、地域振興計画等の計画策定に合わせて実施されており、実態把握としての住民意識の把握、計画や具体的事業提案の裏付けデータとしての活用、合意形成プロセスにおける

### 【過去に(公財)日本交通公社が住民意識調査を実施した主な地域】

年代	地域
1970年代	草津町、津和野町(75年)、白川村(79年)
1980年代	浅虫地区(83年)、上諏訪温泉(84年)
1990年代	小笠原村(93年)、下郷町(94年)、桐生市(98年)、宮崎市(99年)
2000年代	焼津市(00年)、阿寒湖温泉(01年、04年、07年)、沼田市、秋の宮温泉、草津温泉(02年)、千代田区、喜多方市(06年)、台東区(09年)

一手法、計画評価の指標として位置づけられていることがうかがえます。

1970年代～80年代半ばにかけては草津や浅虫などの老舗観光地で調査が実施されていますが、80年代半ば～90年代半ばになると、小笠原村、下郷町、桐生市など地域タイプも多様になっています。

さらに、2000年代になると、焼津市、沼田市など地方中小都市でも調査が行われるようになり、2000年半ば以降になると、喜多方市など市町村合併が行われた市町村の計画策定を契機に実施される例が見られます。しかし、いずれも、地域に対する観光の効果や影響を定期的に把握するという発想ではないため、計画改訂のタイミングごとに調査が実施されている阿寒湖温泉以外、継続して実施されている例はほとんどありません。さらに、住民と観光関連産業従事者、観光客、行政(地域)の4つの主体の関係性を把握することを目的とした調査は皆無に等しいと言えます。

### 参考：海外における住民意識調査の実施と活用

住民意識調査を実施して観光政策に活かす取り組みは海外で見られます。特にハワイにおいては、PDCAサイクルの一環として2年に1回、住民意識調査を実施し、観光が地域にもたらす価値、観光関連産業の雇用環境、生活の質への影響等を把握し、その結果を各種取り組みに反映させています。成果指標としても、旅行者消費額、旅行者満足度、税金、住民意識が掲げられています。

地域名	実施主体	調査手法	主な調査項目
アメリカ ハワイ州	ハワイ州観光局 (The Hawaii Tourism Authority (HTA))	頻度：2年に1回 サンプル数：1,650 方法：コンピューター 支援電話インタビュー	・観光による生活環境への効果・影響 ・観光産業に対する印象 ・観光客数の増減が生活環境・地域経済等に及ぼす影響 ・観光政策に対する意見 ・ハワイでの宿泊回数 等
オーストラリア カンガルー島	カンガルー島観光管理運営モデル運営委員会 (TOMM Kangaroo Island Committee)	頻度：年に1回 サンプル数：400 方法：電話調査	・観光による生活環境への効果・影響 ・観光がもたらす雇用効果について ・カンガルー島における各種組織に対する意識 ・観光政策に対する意見提供の機会の有無 ・TOMM(カンガルー島観光管理運営モデル)の認知度・評価 等



### 3. 住民意識調査の実施手法の検討

観光に対する住民の意識、さらには観光客、観光関連産業従事者等との関係性を把握するため、初年度は大分県由布市で各主体にむけた調査を実施しました（次項参照）。その結果を踏まえ、調査票を大幅に改訂して鳥羽市と登別市の調査を行いました。具体的な調査概要は以下の通りです。

#### ① 調査設問項目について

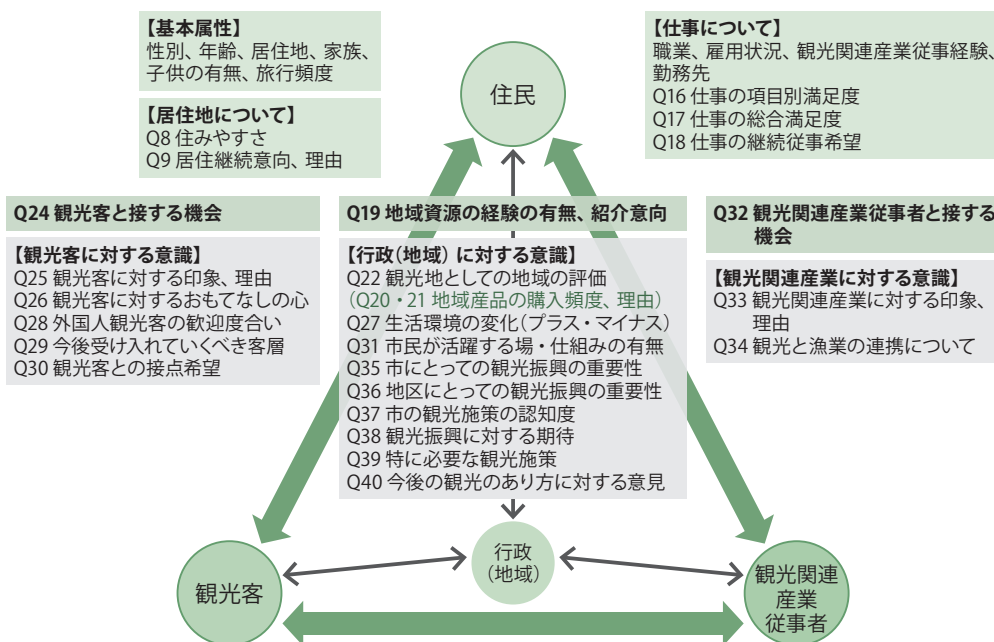
由布市で実施した住民意識調査では、住民と観光客と観光関連産業従事者の関係性を十分に把握することができなかつたため、住民が観光客、観光関連産業従事者、さらには行政（地域）と接する機会や意識を数値的に把握できるよう設問項目と選択肢の見直しを行いました。なお、基本的には同様の設問項目で調査を実施しますが、一部、地域オリジナル設問を加えることで、地域特性に応じた個別分析も可能としました。

また、個別に観光関連産業従事者意識調査を行うことが難しい場合を想定し、住民意識調査でも代替できるよう、仕事の満足度や継続従事意向に関する設問も追加しました。調査票の様子は、調査の概要と調査協力依頼が表記された表紙に加え、A4の調査票が6ページにわたります。

#### ② サンプルングについて

サンプルングについては、住民基本台帳をもとに地区別、年代別（20代～70代）に対象者を無作為抽出しました。クロス集計にも耐えられるサンプル数を獲得するため、約2,300票を送付しました（鳥羽市の場合は人口の約10%を想定）。

#### 【住民意識調査アンケート調査項目】



#### ③ 調査方法について

調査票の配布と回収については、個人情報に配慮し、抽出した対象者宛てに市から郵送配布し、返信用封筒で市宛てに返送していただく形式を採用しました。回答期間は約3週間です。

また、アンケートだけでは把握できない地域特性や4者間の関係性を把握するため、各主体へのヒアリング調査、文献調査を行いました。

※緑字は地域オリジナル設問  
※調査票が必要な場合は(公財)日本交通公社までお問い合わせ下さい。

## 参考：2010年度の研究成果（由布市における住民意識に関する基礎的研究）

### 由布市の概要

由布市は、大分県のほぼ中央に位置し、由布岳など、一部の地域は阿蘇くじゅう国立公園の指定を受けています。

2005年に商工業の発展著しい挾間町、豊かな自然と農業の町・庄内町、観光と温泉

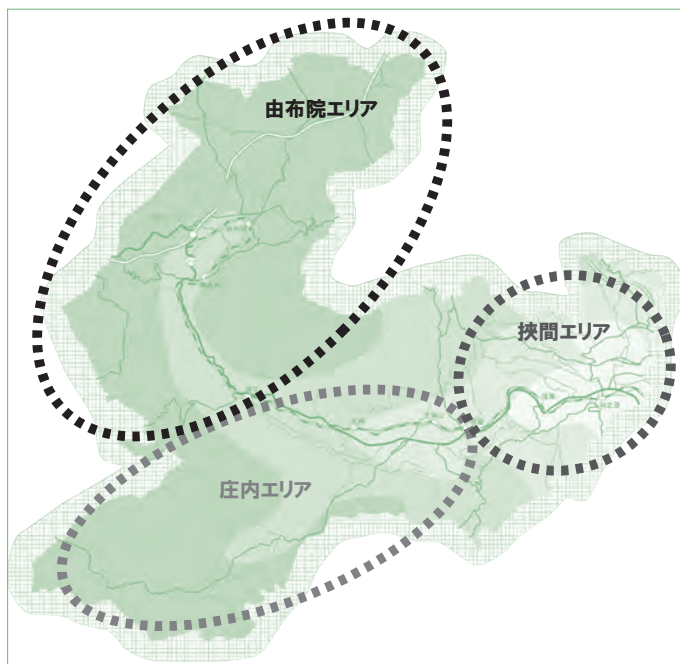
の町・湯布院町が合併して由布市となりました。年間入込客数は389万人で、うち宿泊客は18.5%です。特に九州、関東、近畿圏からの来訪が多くなっており、約半数がリピーターです。

住民意識に関する基礎的研究として、①住民意識調査（回収数1,192票〔回収率39.7%〕）、②観光関連産業従事者意識調査（回収数398票〔回収率16.8%〕）、③由布院温泉来訪者・CS分析（回収数454票〔回収率17.5%〕）を行いました。

#### ①住民の意識

4割が観光客へのおもてなしを「心がけている」と回答しており、「由布市の良さを理解してもらうため、観光客にはゆっくりと滞在してほしい」と思っている人が多いようです。

観光による生活環境の悪化を感じている項目とし



### 【各種調査の概要】

調査名	①住民意識調査	②観光関連産業従事者意識調査	③由布院温泉来訪者・CS分析 「平成21年度観光地の魅力向上に向けた評価手法調査事業」（観光庁）
目的	由布市に暮らす住民の観光との接点や観光産業に対する意識、生活への満足度等を把握することを目的とする	由布市内における観光関連産業従事者を対象に、市の観光や仕事に対する考え等を把握することを目的とする	由布市内における宿泊施設を対象に、宿泊施設の経営状況や経営方針等を把握することを目的とする
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>一住民の生活満足度、定住意向等</li> <li>一住民が考える由布市の観光資源について（来訪したことがある場所、紹介意向の高い場所）</li> <li>一観光客や観光産業に対する住民の見方等（観光客受け入れに対する歓迎合い、観光客受け入れに対する期待と不安）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一基本情報（業種、経営組織、規模等）</li> <li>一現在の仕事に就いている理由、意識、満足度等</li> <li>一由布市の観光振興施策について</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一基本属性（性別、年齢、居住地）、同行者</li> <li>一來訪回数、滞在期間、選択理由、旅行内容、移動方法、消費額</li> <li>一期待度、総合満足度、個別満足度、再来訪意向、紹介意向等</li> </ul>
配布対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・由布市内に居住する18歳以上の市民3,000人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原則として、由布市内の各観光協会加盟の事業所等で働く方（約2,370人）</li> <li>※観光関連産業 <ul style="list-style-type: none"> <li>一宿泊業（旅館、ホテル、民宿等）、運輸業（鉄道、バス、タクシー、レンタカー営業所等）</li> <li>一観光施設（道の駅、美術館、博物館等）</li> <li>一小売業（土産物販売）</li> <li>一飲食店</li> <li>一その他</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・由布院地域内に所在する観光施設・宿泊施設等への来訪者</li> </ul>
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・由布市より郵送配布、郵送回収</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アンケート調査委託先である（財）日本交通公社より、由布市内の各観光協会加盟の事業所等にアンケート票を一括送付</li> <li>・事業所より従業員に配布</li> <li>・従業員の各自投函返信方式</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・調査票2,600票を配布（返信用封筒付き1,300票、封筒無し1,300票）</li> <li>・回収方法：①郵送、②地域での回収、③インターネット</li> </ul>
調査期間	2010年11月8日～11月19日	2010年11月8日～11月19日	2010年1月上旬～2月16日の約1カ月間
回収状況	回収数1,192票（回収率39.7%）	回収数398票（回収率16.8%）	回収数454票（回収率17.5%） （内訳：①封筒133、②地域での回収309、③インターネット：12）

て、「観光客流入による交通の不便（渋滞の発生、電車・バスの利用時の混雑）」「歩行環境の悪化」が5割強と多く、特に観光客の増加が激しい湯の坪街道への対応が課題とされています。さらに、今後、車や人が増えることによる「交通環境の悪化」（7割）や「騒音やごみの増加」（6割強）が特に懸念されています。居住地区が住みやすいと感じている層は8割弱であり、継続して居住したいという層も7割弱となっています。

由布市が観光振興に取り組むことの重要性を感じている層は7.5割であり、居住地域にとっての観光振興の位置づけの重要性については、旧挾間町では2割強、旧庄内町では4割弱、旧湯布院町では6割弱となっています。

由布市の観光振興に必要な施策として、「環境づくり（自然風景・農村風景の保全、街並み・景観の保全、歩いて楽しめる環境の整備など）」が最も多く挙げられています。また、観光と農業の連携については、7割弱が連携すべきであると考えています。一方で、特に旧湯布院町の旅館の宿泊料や土産物は高額であるため、特に旧挾間町と旧庄内町の住民にとって、観光（産業）は若干遠い存在となっています。

### ②観光関連産業従事者の意識

観光関連産業従事者の仕事へのこだわりは、4割強が「非常にある」「ある」と回答しています。現在の仕事の満足度は、6割が「とても満足」「満足」と回答し、継続従事希望も、6.5割が「大変そう思う」「まあそう思う」と回答しています。

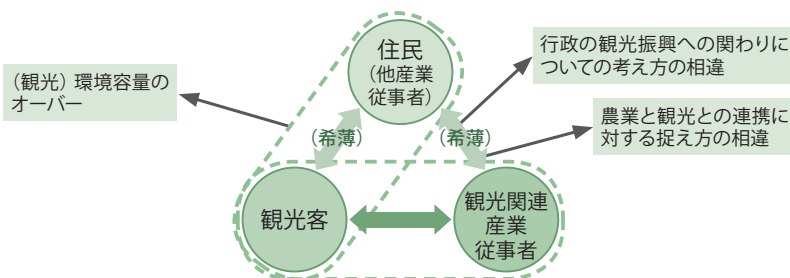
### ③観光客の意識

由布市の観光に対する観光客の満足度については、約3割が「大変満足」、紹介意向については3.5割が「大変そう思う」と回答しており、他の著名な温泉観光地と比較しても高い結果となっています。一方、再来訪意向のうち「大変そう思う」は2.6割とあまり高くありません。繁忙期の交通渋滞や、湯の坪街道など一部エリアの環境悪化を例に、由布市観光の印象の低下を挙げる人が多くなっています。

## 【各主体の特徴】

### <住民の特徴>

- 由布市全体の観光振興の重要性は旧3町住民とも認識。由布院温泉への期待は高い
- 非観光産業従事者は、観光施策は「行政と民間が連携して取り組むこと」を望んでいる
- 旧湯布院町、観光関連産業従事者、観光振興を「非常に重要」と考える人に、観光施策は「行政がより積極的に取り組むこと」を望む人が多い。同様に「観光と農業の連携」を「積極的に連携」すべきと考える人が多い(旧挾間町、旧庄内町、非観光関連産業従事者、観光振興を非常に重要とまで考えていない人では、その割合は低い)



### <観光客の特徴>

- 日帰り客が増加(09年：日帰り317万人、宿泊72万人)
- 男性より女性。九州、関東、近畿から来訪。ピギナーとリピーターが半々
- 同行者は夫婦、大家族、友人。年齢は30、50、60代
- 目的は、「保養・休養」「家族や仲間との時間を楽しむ」。楽しみは「温泉」「食」「自然景観」
- 他温泉地と比べて、満足度や紹介意向ともに高い。再来訪意向はあまり高くない
- 交通渋滞や一部エリアの環境悪化(湯の坪街道等)による由布市観光の印象の低下

### <観光関連産業従事者の特徴>

- 由布市全体の観光振興の重要性は、「非常に重要」「重要」で9割弱
- 観光産業へのこだわりは、「非常にある」「ある」で4割強。仕事の総合満足度は、「満足している」「とても満足」で6割強
- 仕事への従事希望は、「まあそう思う」「大変そう思う」で6割強

以上の整理から、

- ① 住民と観光客、住民と観光関連産業従事者のみならず、行政(地域)との関係性も重要であること
- ② 各主体間の関係性を的確に把握ができておらず、大まかな概要しかつかめないこと
- ③ 住民と各主体との関係性を示す数値的な裏付けがないこと
- ④ 住民意識調査と観光関連産業従事者意識調査の両方を行うのは予算的に難しいケースも考えられること

などといった住民意識調査の改善の方向性が浮かび上がってきました。

## 4. 鳥羽市の観光に対する住民の意識

### 鳥羽市の概要

鳥羽市は三重県の東部に位置し、4つの有人離島を含め、市全域が伊勢志摩国立公園に含まれています。古来より船の風待ち港として栄え、多くの人の往来がありました。1900年代から旅館が建ち始め、1970年代をピークに大規模開発が行われ、現在では187軒の宿泊施設が沿岸部と離島に散在しています。伊勢神宮にも程近く、三重県を代表する宿泊観光地として全国に知られています。

#### 【鳥羽市の概要】

人口 (平成23年住民基本台帳)	21,635人
産業別 就業者数 (平成17年 国勢調査)	第一次産業：1,790人(14.9%) 第二次産業：2,123人(17.7%) 第三次産業：7,868人(65.7%)
入込客数 (2010年)	4,540,049人 うち宿泊客1,975,363人(43.5%) 宿泊客うち外国人客10,368人(0.5%)
宿泊施設 (2011年)	194軒(収容人数18,191人)
主な 観光資源	伊勢志摩国立公園、鳥羽水族館、 ミキモト真珠島、海の博物館、鳥 羽展望台等
主な 住民の活躍	地球塾、とばみなとまちづくり市 民協議会、鳥羽ガイドボランティア の会等

#### 【調査概要】

アンケート調査	調査対象	満20歳以上の市民2,300人
	調査方法	鳥羽市より郵送配布、 郵送回収
	調査期間	2012年1月24日～2月13日
	回収状況	652票(回収率28.3%)
ヒアリング調査	調査項目	住民の基本属性、居住地区 の住みやすさ、仕事の満足 度、観光客に対する意識、 観光関連産業従事者に対 する意識、地域の観光振興 に対する意識等 約40問
	調査対象	宿泊施設、観光関連団体、 行政、漁協等
	調査期間	2011年10月13日、 2012年3月22日
文献調査		鳥羽市史、各種計画等

#### ●鳥羽市の入込客の動向

年間入込客数は454万人で、うち宿泊客は43.5%です。特に大阪、愛知、京都等の関西圏や東海圏からの来訪が多く、外国人客の割合は宿泊客のうち0.5%となっています。客層は、子供連れの家族や夫婦が多く、ビギナーは全体の約2割でリピーターが多いことも特徴です。伊勢神宮が近いため、参拝を目的とする客や、豊富な海の幸をはじめとする食を目的とする客層も多くなっています。

#### ●鳥羽市観光と住民との関わり

主な住民の活躍の場としては、ボランティアガイドによる市内各地区の案内や、地域の歴史等を学ぶ地球塾、とばみなとまちづくり市民協議会などが挙げられます。また、鳥羽市観光基本計画の基本方針の1つに「地域と一体となった観光まちづくり」が掲げられており、観光への市民の理解や協力を得ることが課題とされています。

#### 観光客、観光関連産業従事者との関係が密接な鳥羽市

住民意識調査結果から分かる鳥羽市民の特徴としては、鳥羽市の出身者が8割弱と多いこと、観光関連産業従事者が占める割合が2割と高いこと、地域活動の参加頻度が6割弱と高いことなどが挙げられます。



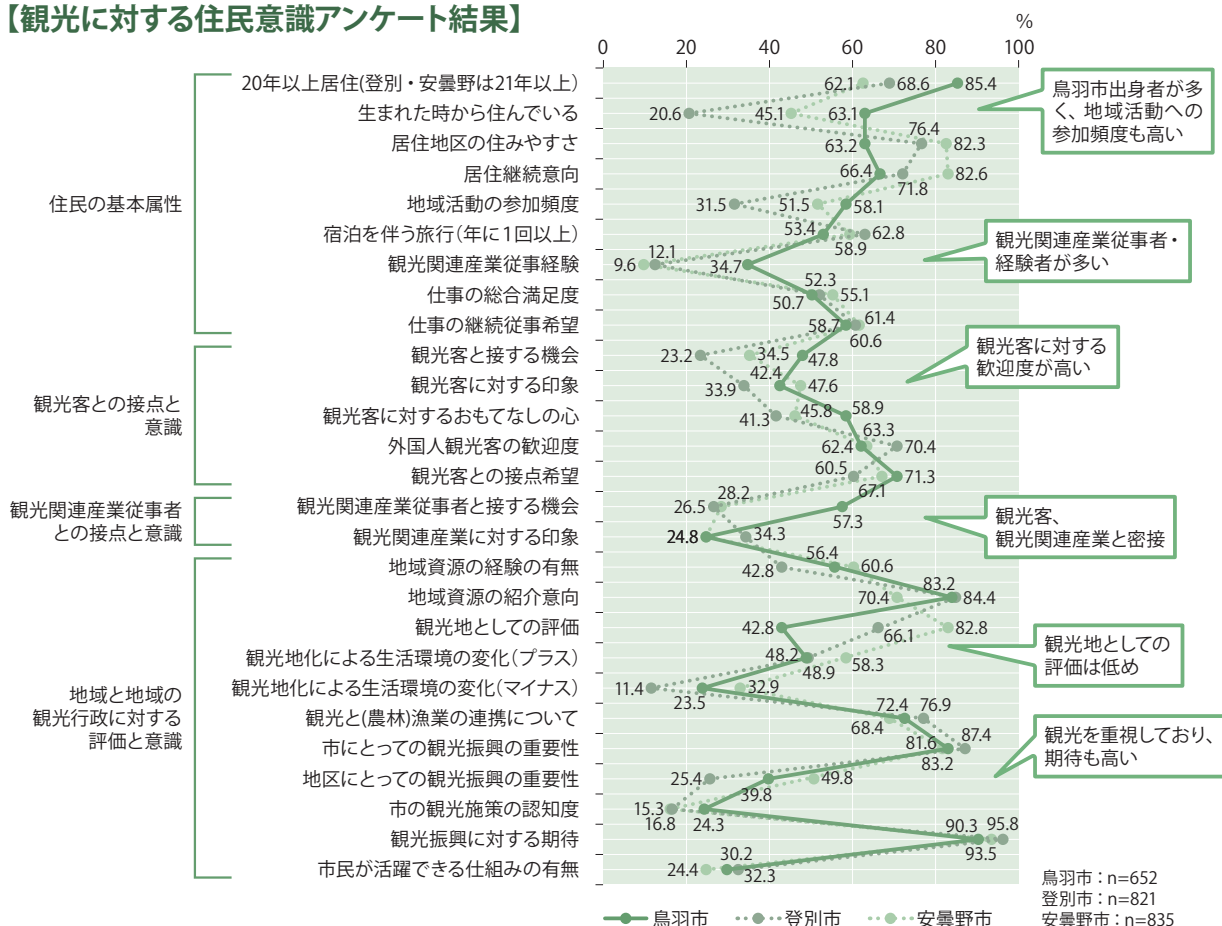
### ●観光客に対して好意的な鳥羽市民

鳥羽市民が観光客と接する機会については、5割弱が業務や日常生活において接点があると答えています。印象が良いと感じている層は4割強となっています。基本的に、観光客に対しては、鳥羽市を訪れてくれることに対する歓迎の意が強く、マナーも良い人が多いという意見が目立ちます。一方で、悪い印象の理由として多かったのが、運転マナーの悪さです。観光客に対しておもてなしを心がけている層は約6割であり、観光客と何らかの接点を望んでいる層は7割を占めています。最も多かったのは、「日々の生活の中で出会う観光客に積極的に声をかけたり、道案内をしてあげたい」という回答です。外国人観光客の割合は少ない鳥羽市ですが、約6割は外国人観光客の来訪について好意的に捉えています。また、今後、新たに受け入れていきたい客層としては、「将来的に鳥羽市へ移住することを検討している来訪者」が最も多い結果となりました。

### ●観光関連産業従事者に対する意識

観光関連産業従事者と接する機会については、6割弱が業務や日常生活において何らかの接点があると答えています。一方で、観光関連産業の印象が良いと感じている層は3割に及びません。印象が良くない理由としては、観光客に対する姿勢（物の値段が高い、おもてなし意識の高い人と低い人の差が大きい）、古い体質から抜け出せてい

## 【観光に対する住民意識アンケート結果】



※印象、歓迎度、評価、認知度、重要性は5段階の回答のうち上位2段階を足した数値  
※接点、接点希望については、「接する機会がない」「特に関わりたくない」と回答した人以外の割合

ない、各主体の連携意識が高くない等が挙げられています。

また、観光関連産業従事者の仕事に対する満足度、継続従事意向は、非観光関連産業従事者よりも低いという結果が出ました。項目別に見ると、特に「職業能力やキャリアを高めるための機会や支援がある」が低くなっています。スタッフの満足度は顧客満足度とも大きな相関があるため、観光関連産業従事者がスキルアップできるような施策を実施することも重要です。

### ●観光地としての鳥羽市の評価と、観光による効果と影響

市内観光資源・地域資源の訪問、体験、購入の有無（以下、経験度）の平均は5割強であり、経験した資源の紹介意向の平均は8割を超えます。鳥羽市の資源で特に自慢できるものとしては、海産物、自然、風景、食べ物などが多く、紹介意向の上位を占めるのも、伊勢海老や浦村カキ、ワカメ、シラスなどの食材です。また、観光と漁業の連携についても、もっとすべきであるという意見が7割強と多くなっています。

鳥羽市が魅力的な観光地だと感じている層は4割強であり、観光によるプラスの効果を感じている項目は「地域の賑わいが向上する」「文化資源や自然資源が保存・継承される」「ボランティアガイド等、市民が活躍する場が増加する」の順に多く、逆にマイナスの影響を感じている項目は「バスや自家用車の混雑等により交通が不便になる」「騒音や雰囲気の破壊等により生活環境が悪化する」の順に多くなっています。居住地区が住みやすいと感じているのは6割を超え、継続して住みたいと感じているのも7割弱となっています。

### ●住民にとっての観光振興の位置づけとニーズ

市にとっての観光振興の重要性は8割強が感じているものの、居住地区にとっての重要性を感じている層は4割にも及びません。さらに市の観光施策の認知度については2割強、市民が活躍する場や仕組みがあると感じている層については3割と低い結果となっています。

一方で、鳥羽市民の9割は、今後の観光振興に対して何らかの期待をしており、鳥羽市に必要な観光施策として、「食の魅力づくり」や「特産品・土産品の開発」「景観の保全」の順に多く指摘されています。

### ●エリアによって異なる住民の意識

鳥羽市の地域特性を踏まえ、鳥羽駅周辺で比較的規模の大きい宿泊施設や鳥羽水族館などの観光施設が立地している「鳥羽エリア」、パールロード沿いに小～中規模の宿泊施設が立地する「南鳥羽エリア」、近鉄沿線に居住地が散在し宿泊施設等が立地していない「内陸エリア」、4つの離島を有する「離島エリア」の4つのエリアに分けてクロス集計を行いました。

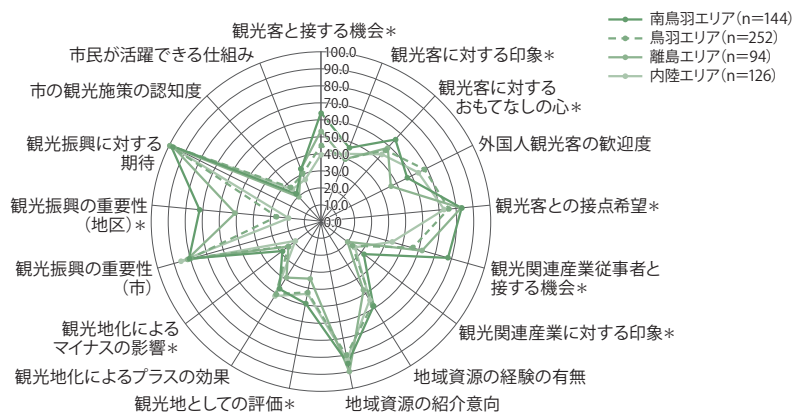
17項目の設問中9項目(\*)において「南鳥羽エリア」の数値が最も高くなっています。同エリアは鳥羽市南部の海沿いに位置するエリアであり、民宿や旅館等の宿泊施設が居住空間と一体的に立地しています。住民が観光客や観光関連産業従事者と接する機会は他のエリアと比べても圧倒的に多く、観光客の歓迎度や、地区にとっての観光振興の重

要度に対する意識も高いと言えます。「南鳥羽エリア」は、鳥羽市出身者が多く、町内会等の地縁組織が強固な地域です。また、鳥羽市中心部から距離があるため、危機意識が強く、積極的に観光まちづくりを行っています。また、一次産業従事者（漁業者）とのつながりも密接です。一方で、過疎・高齢化の問題も抱えており、単なる観光客の獲得のみならず、地域づくりの視点から交流人口を獲得していくことも重要な課題となります。

また、「鳥羽エリア」は、観光客の往来は多いものの比較的規模の大きい宿泊施設が多く、観光関連産業従事者と住民との関わりが少ないと言えます。また、「内陸エリア」は宿泊施設や観光施設がなく、観光客と直接接点を持つことが少ないこと等が意識に影響していると考えられます。一方で、「離島エリア」は観光客や観光関連産業従事者との接点は多いものの、両者に対する印象や観光地としての鳥羽市の評価は低い結果となりました。



### 【エリア別クロス集計結果（鳥羽市）】



### 【住民意識調査結果報告会で出された質問、コメント】

日時：2013年3月4日（月）13:30

場所：鳥羽商工会議所3階かもめホール

- ・とても重要な調査である。これまでなぜこういった調査が行われてこなかったのか（男性・観光施設勤務）。
- ・観光に対して理解のない方々の意識を高めていくにはどうすればよいか、いつも悩んでいる。現在、市民一人ひとりがプロデューサーとなって企画を考え、実現していく「鳥羽108人隊」の募集を行っている。住民にもメリットのある仕組みを考えていく必要があると思うが、他の地域で参考になりそうな事例があれば教えていただきたい（男性・宿泊施設経営者）。

## 5. 登別市の観光に対する住民の意識

### 登別市の概要

登別市は、支笏洞爺国立公園内に位置し、豊富な湯量と多種の泉質を誇る登別温泉と山間の静かな国民保養温泉地カルルス温泉を中心に、地獄谷・大湯沼などの自然資源に加え、3つのテーマパークが立地する北海道を代表する観光地です。宿泊施設は登別温泉地区に集中しています。

年間300万人を超える観光客で賑わう登別温泉は、「にっぽんの温泉100選」などで常に上位にランキングされ、国内はもとより、国外からの観光客も多く訪れています。また、登別市は、北海道を代表する工業地帯である室蘭経済圏の一翼を担う都市としても発展しています。

#### 【登別市の概要】

人口 (平成23年住民基本台帳)	51,763人
産業別 就業者数 (平成17年 国勢調査)	第一次産業：254人(1.1%) 第二次産業：5,862人(25.5%) 第三次産業：16,902人(73.4%)
入込客数 (2010年)	3,042,258人 うち宿泊客1,155,942人(38.0%) 宿泊客うち外国人客 215,859人(18.7%)
宿泊施設 (2011年)	23軒(収容人数8,594人)
主な 観光資源	登別温泉、地獄谷、登別マリン パークニクス等
主な 住民の活躍	登別市市民自治推進委員会、登 別市観光ボランティアガイド会 等

#### 【調査概要】

アンケート調査	調査対象	満20歳以上の市民2,400人
	調査方法	登別市より郵送配布、 郵送回収
	調査期間	2012年2月6日～2月20日
	回収状況	821票(回収率34.2%)
ヒアリング調査	調査項目	住民の基本属性、居住地区 の住みやすさ、仕事の満足 度、観光客に対する意識、 観光関連産業従事者に対 する意識、地域の観光振興 に対する意識等 約40問
	調査対象	宿泊施設、観光施設、漁協 青年部、観光関連団体、行 政等
文献調査	調査期間	2012年2月27日～2月29日
文献調査		登別市史、各種計画等

#### ●登別市の入込客の動向

年間入込客数は304万人で、うち宿泊客は38.0%です。特に北海道、東京などの関東圏からの来訪が多く、外国人客の割合は宿泊客のうち18.7%となっています。客層は、子供連れ家族や夫婦が多く、ビギナーは全体の20%程度でリピーターが多いことも特徴です。

#### ●登別市観光と住民との関わり

住民の活躍としては、地獄谷周辺でのボランティアガイドが主要なものです。また、登別市市民自治推進委員会において「全市観光」が掲げられ、全市民が観光振興をしていくための手法等を検討しています。

#### 観光集積空間と居住空間が分離している登別市

住民意識調査結果から分かる登別市民の特徴としては、登別市の出身者が2割と少ないこと、観光関連産業従事者と一次産業従事者の割合が1%と低いことなどが挙げられます。



### ●観光客に対する意識

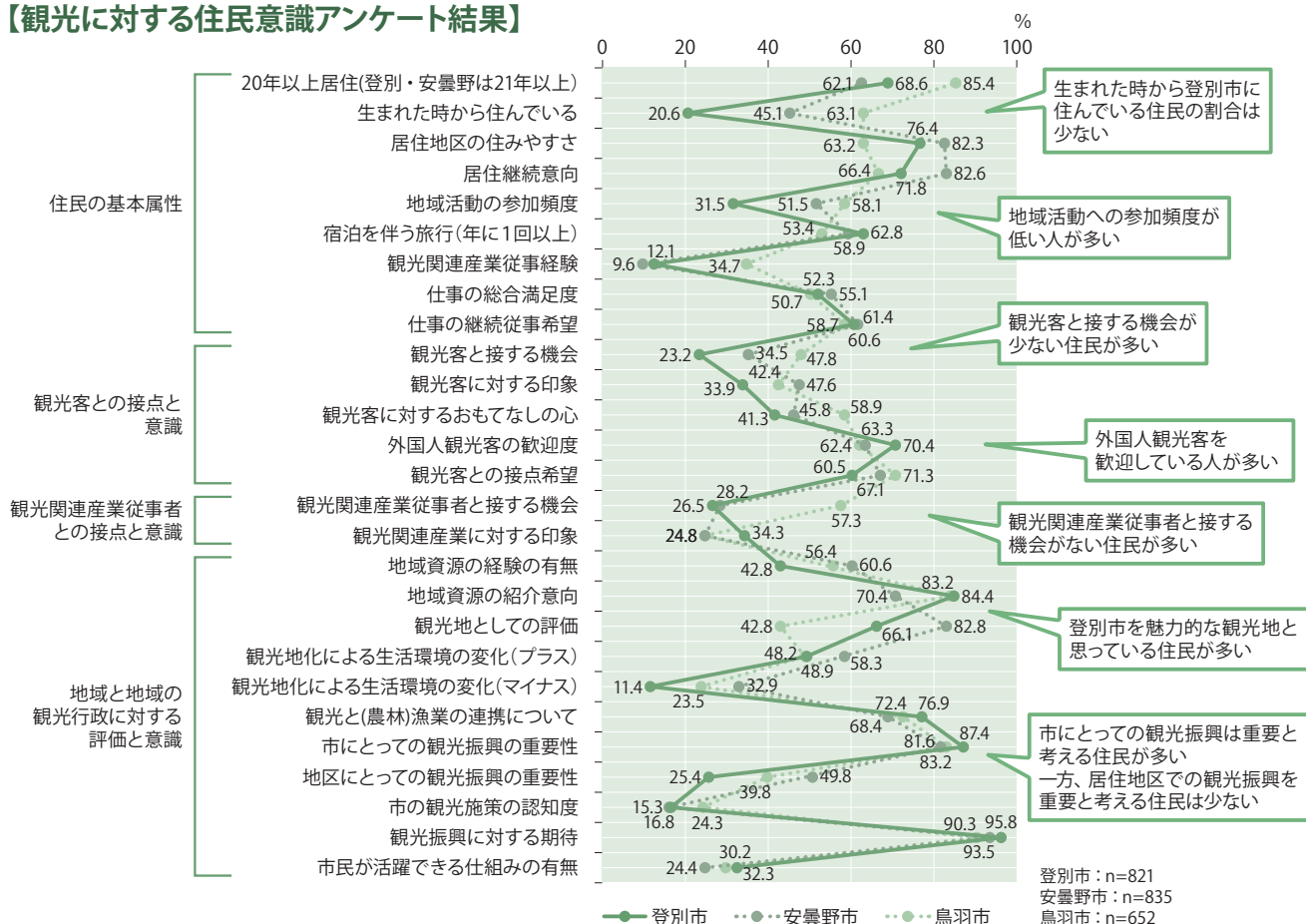
登別市民が観光客と接する機会については、2割強が業務や日常生活において接点があり、印象が良いと感じている層は3割強となっています。良いと回答している人の多くは、登別市を訪れてくれることに対する歓迎の意を表しており、悪いと回答している人の理由として多かったのが、外国人観光客のマナーに関してです。

観光客に対しておもてなしを心がけている層は約4割となっています。観光客との接点希望については、約4割は特に関わりたくないと回答しており、何らかの接点を望んでいる層は6割です。その一方で、外国人観光客の歓迎度については7割を超えており、非常に高くなっています。また、今後、新たに受け入れていきたい客層としては、「酪農業・漁業研修や旅館研修など、勉強や研修を目的とした来訪者」が最も多くなっています。

### ●観光関連産業従事者に対する印象

観光関連産業従事者との接点については3割弱と少なく、観光関連産業に良い印象を抱いている層も3割強となっています。印象が悪くない理由としては、何をしているかよく分からないという意見や、温泉に頼りすぎている等の意見が挙げられています。

## 【観光に対する住民意識アンケート結果】



※印象、歓迎度、評価、認知度、重要性は5段階の回答のうち上位2段階を足した数値  
※接点、接点希望については、「接する機会がない」「特に関わりたくない」と回答した人以外の割合

### ●観光地としての登別市の評価と、観光による効果と影響

市内観光資源・地域資源の経験度の平均は4割強であり、紹介意向は8割を超えます。紹介意向の上位を占めるのは、「地獄谷」「地獄の谷の鬼花火」「鬼火の路」「幻想と神秘の谷」「登別地獄まつり」などのイベントです。観光と漁業の連携についても、もっとすべきであるという意見が7割強と多いです。

観光地としての登別市を評価しているのは6割強であり、自慢できるものとしては、登別温泉が圧倒的に多くなっています。観光地化によるプラスの評価としては、「地域の賑わいが向上する」「文化資源や自然資源が保存・継承される」「市のインフラが整備される」の順に多く、逆にマイナスの影響を感じている項目は「バスや自家用車の混雑等により交通が不便になる」「騒音や霧田気の破壊等により生活環境が悪化する」の順に多くなっています。居住地区が住みやすいと感じている層は7割強であり、継続して居住したいという層も7割を超えています。

### ●住民にとっての観光振興の位置づけとニーズ

登別市にとっての観光振興の重要性を感じている層は8割強で、観光振興に何らかの期待をしている層は9割強です。一方で、居住地区にとっての観光振興の重要性となると2割強まで下がります。市の観光施策の認知度については2割弱、市民が活躍する場や仕組みがあると感じている層については3割強と低い結果となっています。登別市にとって必要な観光施策としては「食の魅力づくり」「特産品や土産品の開発」「観光施設のサービス向上」の順に挙げられています。

### ●エリアごとの住民の意識

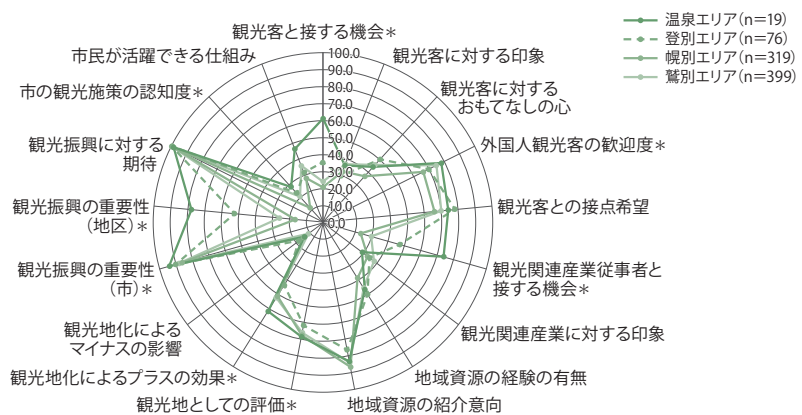
登別市の地域特性を踏まえ、登別温泉、カルルス温泉を有する内陸の「温泉エリア」、登別漁港や登別マリパークニクス等を有する海沿いから内陸にかけての「登別エリア」、登別市役所が立地する登別市の中心地である「幌別エリア」、新規に開発された宅地が多く室蘭市のベッドタウンとしての位置づけが強い「鷺別エリア」の4つのエリアに分けてクロス集計を行った結果を見ると、17項目の設問中8項目(\*)において、登別温泉を有する温泉エリアの数値が最も高くなっています。温泉エリアは、居住者が少なくサンプル数も



少ないため留意が必要ですが、観光客や観光関連産業従事者との接点は温泉エリアが圧倒的に多く、特に市の観光施策の認知度や、市・居住地区にとっての観光振興の重要性については他のエリアと比較して数値が高くなっています。

一方、居住エリアと観光客が流入するエリアが空間的に離れていることから、他地域で見られるような観光客の流入による生活環境の悪化は市全体としてあまり見られないことも特徴です。日本を代表する温泉地としての登別温泉を有していることに対して誇りを持っている住民が多い一方で、生活感がない温泉エリアは、住民にとって心理的にも距離感のある場所となり、具体的にどのような取り組みをしているのかが見えづらくなってしまっていると言えます。

### 【エリア別クロス集計結果（登別市）】



### 【住民意識調査結果報告会で出された質問、コメント】

日時：2013年3月18日（月）13:00

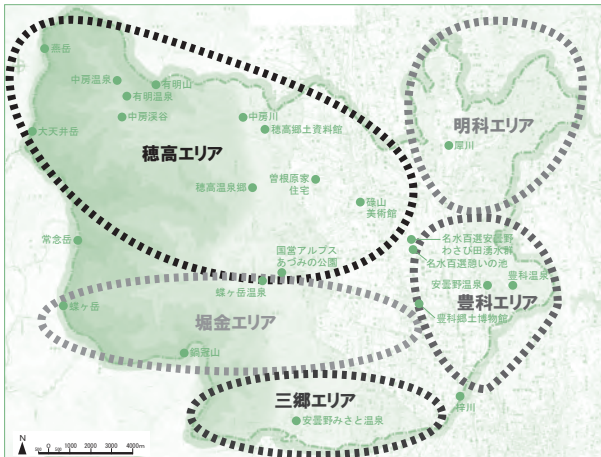
場所：登別市婦人センター

- ・喫茶店でも文房具店でも、観光地に立地している以上、観光関連産業であると言えると思うが、鳥羽市の場合、そういった方々も、自分たちが観光関連産業に従事しているという自覚があるのかどうかを教えてください（男性・観光施設勤務）。
- ・2011年から登別市民に温泉に関心を持ってもらえるよう「地獄まつり・鬼踊り」に参加してもらっている。当初は200人だったが、去年は400人の参加があった。「初めて鬼踊りに参加した」とか「温泉の雰囲気が良かった」などの意見があった。そういったささいなところから、市民が登別を誇りに思い、市民一人ひとりが観光大使になるようなことが必要だと思う（男性・町内会）。
- ・登別市への来訪者は、温泉に入っすぐ帰ってしまうので、3日、4日と滞在してもらえるような観光を皆で話し合っ考えなければならないと思う（女性・ボランティアガイド）。





## 6. 安曇野市の観光に対する住民の意識



### 安曇野市の概要

安曇野市は、松本盆地の北西部に位置し、中部山岳国立公園の山岳地帯を望みます。豊富な湧水の恵みを受け、収穫量県内1位を誇る稲作をはじめ、ワサビ、リンゴなどの農産物が生産されており、美しい農村景観が広がる地域です。2011年の年間入込客数は延べ425万人で、うち宿泊客は20.7%です。特に関東や中部からの来訪が多く、来訪目的も「温泉・保養」と「自然景観」がそれぞれ6割以上を占めます。移住者が多く、「まちあるき」などの活発な市民活動も展開されています。

### 【調査概要】

アンケート調査	調査対象	満18歳以上の市民2,500人
	調査方法	安曇野市より郵送配布、郵送回収
	調査期間	2012年4月10日～4月22日
	回収状況	835票(回収率30.4%)
	調査項目	住民の基本属性、居住地区の住みやすさ、仕事の満足度、観光客に対する意識、観光関連産業従事者に対する意識、地域の観光振興に対する意識等 約40問

※安曇野市観光振興ビジョンの策定に合わせて住民意識調査を実施

### 居住地・観光地としての評価が高い安曇野市

#### ●観光客に対する意識

観光客と接する機会については3割強が業務や日常生活において接点があり、印象が良いと感じている層は5割弱となっています。また、観光客に対しておもてなしを心がけている層も5割弱となっており、観光客と何らかの接点を望んでいる層は7割です。外国人観光客の歓迎度については6割強と比較的高く、さらに今後、新たに受け入れていきたい客層としては、「農業研修や旅館研修など、勉強や研修を目的とした来訪者」が最も多い結果となりました。

#### ●観光関連産業従事者に対する意識

観光関連産業従事者との接点があるのは3割弱と少なく、観光関連産業に良い印象を抱いている層も2割強となっています。印象が良くない理由としては、何をしているかよく分からないという意見が多く挙げられています。

#### ●観光地としての安曇野市の評価と、観光による効果と影響

市内観光資源・地域資源の経験度の平均は6割であり、紹介意向は7割です。紹介意向の上位を占めるのは、リンゴ、そば、ワサビ・わさび漬けなどの食の他、大王わさび農場やわさび田湧水群などです。観光と農林漁業の連携については、もっと連携すべきという意見が7割弱でした。観光地としての安曇野市を評価しているのは8割強であり、非常に評価が高いと言えます。観光地化によるプラスの効果としては、「文化資源・自然資源の保存・継承」「地域の賑わいの向上」で6割弱の評価を得られましたが、マイナスの影響としては「バスや自家用車の流入により交通が不便になる」「騒音や雰囲気破壊により生活環境が悪化する」の順に多く挙がっています。一方で、居住地区が住みやすいと感じている層と継続して居住したいという層が8割にもなり、居住地としての評価が高いことが特徴です。

#### ●住民にとっての観光振興の位置づけとニーズ

市にとっての観光振興の重要性を感じている層は8割強で、観光振興に何らかの期待



をしている層は9割強です。一方で、居住地区にとっての観光振興の重要性となると5割まで下がります。市の観光施策の認知度については1割強であり、観光関連産業従事者も「あまり知らない」「全く知らない」で6割を超えています。また、市民が活躍する場や仕組みがあると感じている層についても2割と低い結果となっています。

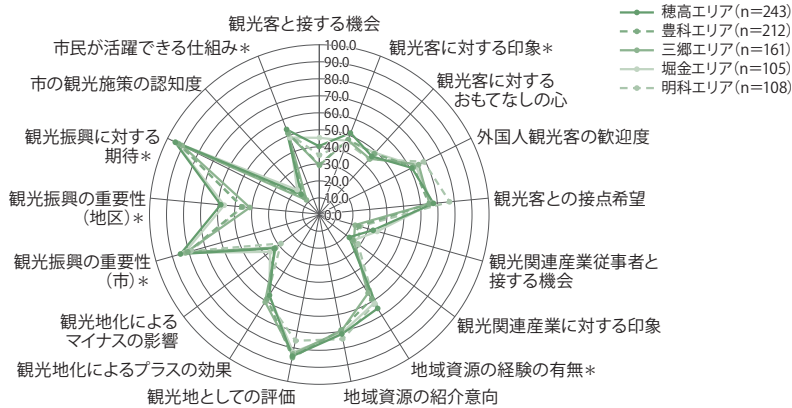
特に必要な観光施策としては「景観の保全」「自然環境の保護」「キャンペーン・PRの実施」等が指摘されています。

### ●安曇野市エリアごとの意識

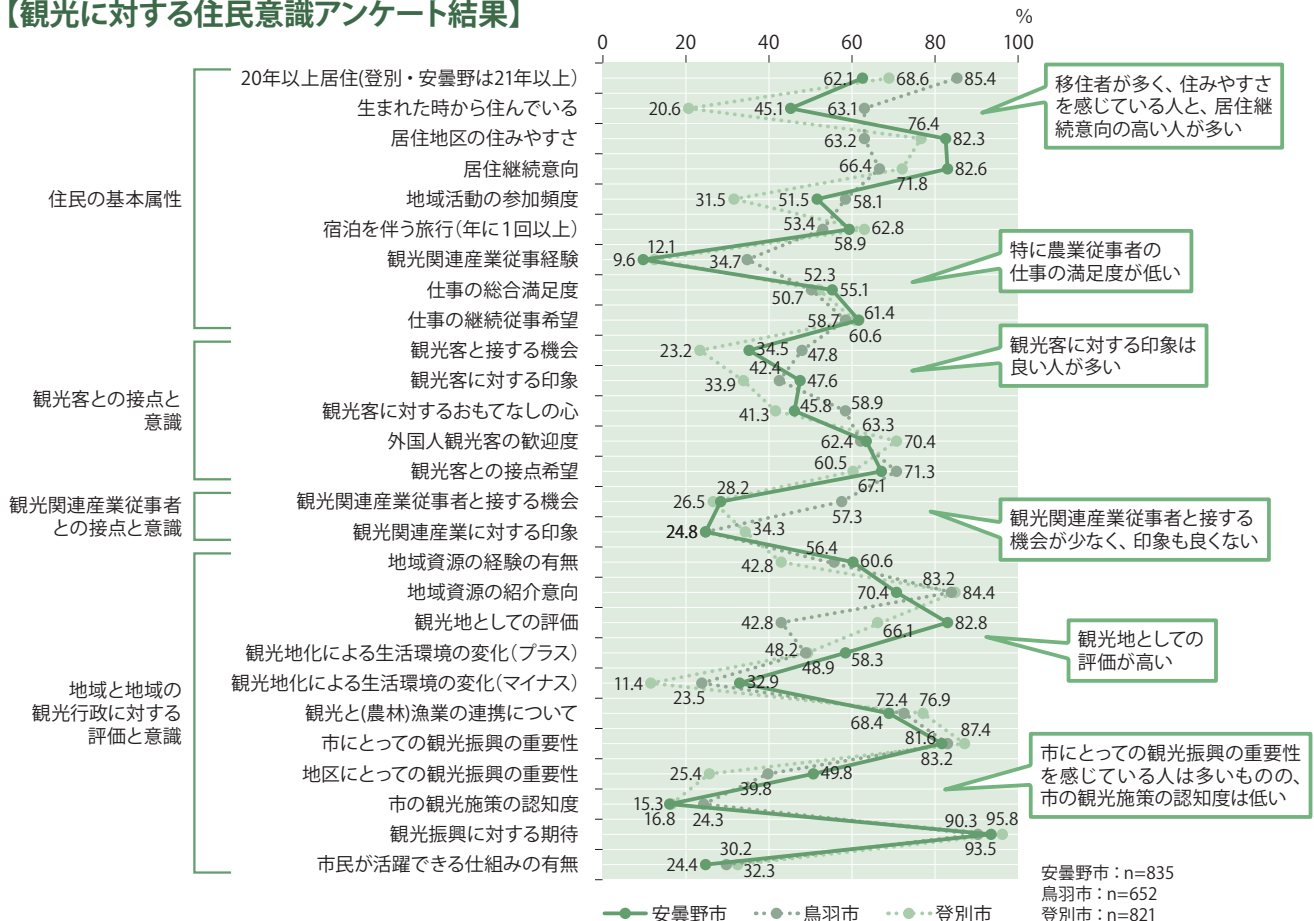
17項目の設問中6項目(\*)において、「穂高エリア」の数値が最も高くなっていますが、

あまり顕著な差は見られません。その要因として、市内各地に地域資源が散在し、地域としての雰囲気を楽しむために散策する来訪者が多いことや、大規模な宿泊施設が少ないため、団体客よりも個人客との接点の方が多いためなどが予想されます。また、全体的に居住地区の満足度と居住継続意向は特に「豊科エリア」が高く、「地域の雰囲気が好き」「買い物が便利」「交通の利便性が高い」が他のエリアと比べても選択率が高くなっています。

### 【エリア別クロス集計結果 (安曇野市)】



### 【観光に対する住民意識アンケート結果】



# 7. 本調査から導き出される4者間の関係性

本研究では、住民と観光客、住民と観光関連産業従事者、住民と行政（地域）との関係性を数値化する試みを行いました。その結果、各市における各主体間の関係性は以下のように整理することができます。

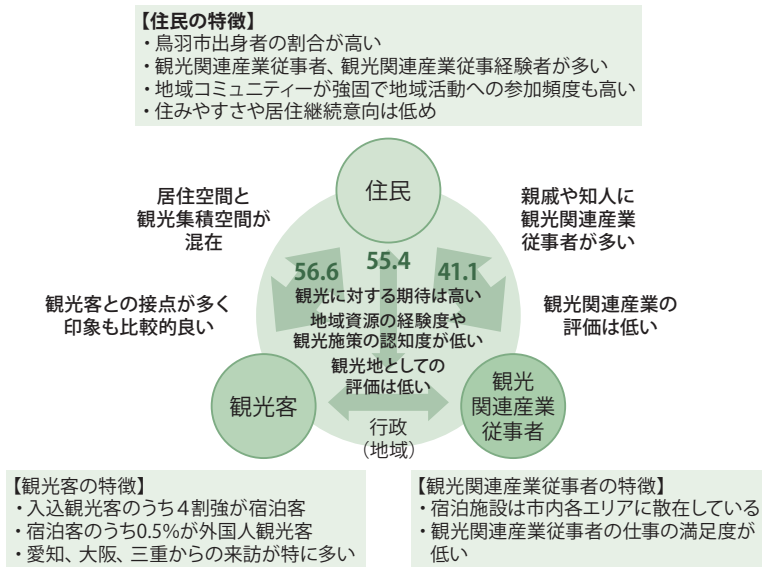
## 鳥羽市における4者の関係性 ～生活空間・観光集積空間混在型～

宿泊施設や観光施設が居住エリアと混在している地区も多いため、観光客と住民が接する機会が多くなると考えられます。訪れる観光客に対する歓迎度や接点希望も高く、住民と観光客との距離感は近いと言えます。また、観光関連産業従事者との接点も多いですが、これは、住民に占める観光関連産業従事者の割合が高く、親戚や知人等が観光

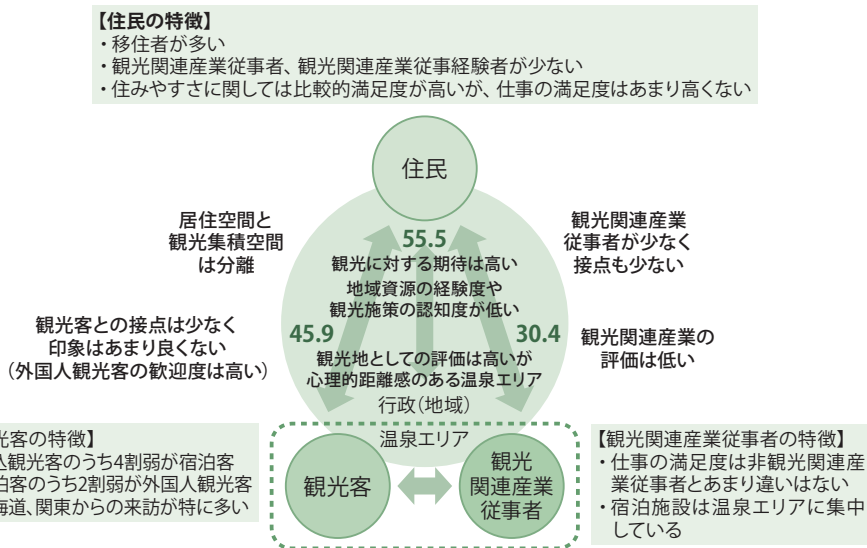
関連産業に従事しているケースが多いことも影響していると考えられます。鳥羽市の観光関連産業の印象や観光地としての評価は高いとは言えず、利用者とホスト側の両方の立場から市の観光の実態を冷静に捉えている人が多いことも特徴的です。

一方、鳥羽市の観光行政に対して高い理解と期待を示しているものの、地域資源の経験度や観光施策の認知度は高くありません。4者間の関係性は比較的密接であると言えますが、一部、観光関連産業と住民の間には心理的距離感があります。地域が抱える漁業の後継者不足や過疎・高齢化などの解決につながるような新たな観光施策を実施していくことも重要です。

### 【鳥羽市における住民と観光客、観光関連産業従事者、地域との関係性】



### 【登別市における住民と観光客、観光関連産業従事者、地域との関係性】



## 登別市における4者の関係性 ～生活空間・観光集積空間分離型～

宿泊施設や観光施設が居住エリアと混在していないため、住民と観光客との接点がほとんどありません。具体的

に観光客と交流するイメージを持ちづらいためか、観光客に対する歓迎度や接点希望も低くなっていると考えられます。観光関連産業従事者との接点についても、空間的な要因や観光関連産業従事者の割合の少なさ等から、接する機会が少ないものと思われる。観光地としての評価が高いことは、日本を代表する登別温泉を有しているという認識が関係していると考えられますが、一方で、登別温泉は行きづらいという意見も多く、市民にとって心理的距離感のある存在となっていることが分かります。登別市では「全市観光」という言葉がよく聞かれますが、抱いているイメージがそれぞれ異なることに加え、温泉以外の地域資源の経験度や市の観光施策の認知度も低い状況です。市民が参画できる機会や市民自身が地域を楽しめる仕組みのあり方を検討していくことも重要な課題です。

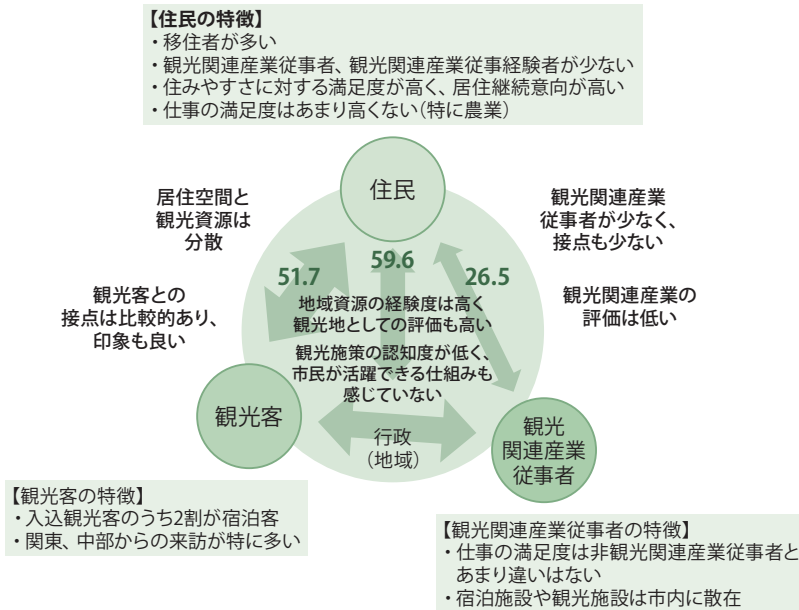
### 安曇野市における4者の関係性 ～生活空間・観光集積空間分散型～

安曇野市の場合は、自然や地域としての雰囲気を楽しみに訪れる人が多く、住民としてもそういった観光客を歓迎する意向が強いと言えます。その一方で、観光客は一定のエリアに集中せず周遊する傾向があるため、住民としても生活環境に対する影響を

感じやすくなっています。

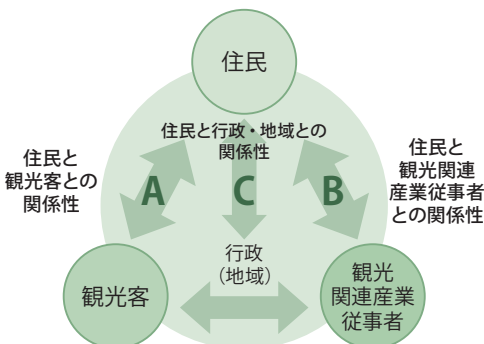
移住者の割合が高く、住みやすさを感じている層も多いことが、地域資源の経験度の高さや、観光地としての評価の高さに大きな影響を及ぼしていると考えられます。その一方で、観光関連産業従事者の取り組みや市の施策は住民に十分伝わっておらず、観光関連産業従事者も含めて、市の観光施策の認知度が低いという結果になっています。地域としての観光施策の方向性や取り組みを住民にもっと知っていただける工夫が必要です。

#### 【安曇野市における住民と観光客、観光関連産業従事者、地域との関係性】



#### 【4者間の関係性の算出方法】

各主体間の関係性は、接点や印象などを把握する設問項目から成っており、



- ① 住民—観光客：P3 Q24～26、28、30の平均値
- ② 住民—観光関連産業従事者：P3 Q32、33の平均値
- ③ 住民—行政(地域)：P3 Q19、22、27、31、35～38の平均値を算出したものです。

なお、印象、歓迎度、評価、認知度、重要性は5段階の回答のうち上位2段階を足した数値になっており、接点、接点希望については「接する機会がない」「特に関わりたくない」と回答した人以外の割合となっています。

## 8. 「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりに向けて

### 地域の魅力は住民の魅力

観光客が感じる地域の魅力は、その地域の住民が長年にわたって育んできた暮らしや文化によるところが大きく、地域の魅力はその地域の住民の魅力であると言っても過言ではありません。安曇野市は、住民自身が住みやすさを感じ、地域を楽しんでいます。さらにそういった暮らしや風景が憧れ（観光の対象）となり、さらには移住者の増加にもつながっていると考えられます。住民、観光客から見た観光地としての評価も高く、好循環が生まれていると言えます。

### ゲストとホスト、両方の立場を有する住民

住民は、観光客を受け入れるホストの立場であるとともに、観光客と同じくゲストとしての立場でもあります。共通して言えることは、ホストの立場として観光客を歓迎する意向の高い人が多い一方で、観光地としての地域や観光産業に対しては比較的厳しい捉え方をしている人が多いということです。いわば、両者の立場から地域の観光を冷静に捉えている存在であるといえます。

### 住民参加を考えることは新たな観光の可能性を考えること

地域によっては、観光関連産業に対する住民の理解度は低く、観光客や観光関連産業従事者との間に心理的距離があるケースも多々見受けられます。しかし、住民と一緒に多様な取り組みを行うことで、新たな関係や発想が生まれ、観光関連産業従事者だけでは提供できなかった新しいサービスや魅力を提供できるようになる可能性もあります。

### 多様な住民参加のあり方

住民と一体となった観光まちづくりの必要性が叫ばれているものの、居住環境と分離された観光集積エリアでは、住民との連携イメージが湧きにくいことも事実です。単純に住民が参加すればいいというわけではなく、地域特性や場面に合った役割分担を検討する必要があると言えます。

また、住民参加というと、ガイド等のように観光客と直接関わるイメージがありますが、農地をきれいに整備したり、自宅の周辺を掃除する等、観光客とは直接接点がなくとも、実は間接的に地域の観光振興の一翼を担っていることが多々あります。

### 同じ市内でもエリアによって異なる住民意識

観光施策は市町村等の行政単位で実施されることが多いですが、同じ市の中でも、空間構成（観光集積空間と居住空間の構成、観光施設等の規模等）や観光関連産業の成立過程（地元資本か市外資本か等）、産業構造（観光関連産業〔観光関連産業従事者〕の割合）が異なれば、4者間の関係性や住民の意識も大きく異なります。特に市町村合併を行った自治体ではなおさらで、エリアの特性を踏まえた上で施策を検討していく必要があります。



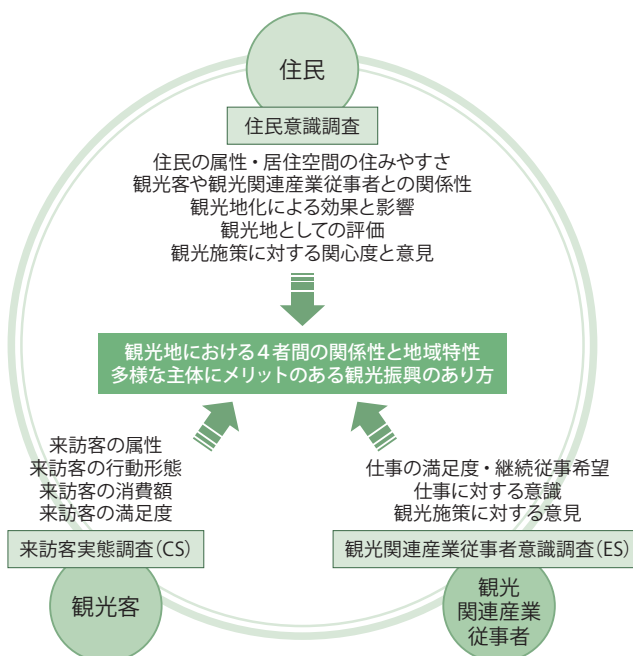
## 9. 住民意識調査の活用と今後の研究課題

住民意識調査で把握できる項目として「観光地としての評価」や「観光客の歓迎度」「観光地化によるプラスの効果」等を観光地経営の指標として高めていくことが考えられます。

かつては、観光基本計画の策定時のみ実施されていた住民意識調査ですが、今後は定期的な実施することで観光地の新たな「質」の指標として位置づけ、本質的な意味で地域にプラスの効果をもたらす施策提案に結びつけていくことが重要です。

なお、今後の研究の方向性として各分野の先生方から貴重なアドバイスをいただきました。

### 【各主体に対する主な意識調査】



### 【今後の研究に向けた主なアドバイス】

#### ●流通科学大学サービス産業学部 小久保恵三教授

- かつて住民意識調査を実施した地域で、改めて今回の調査票で調査を行い、どういった変化があるかをみることも有効なのではないでしょうか。

#### ●立教大学現代心理学部心理学科 小口孝司教授

- この研究は非常に重要でありながら、特に国内ではほとんど研究がされていないので、継続して、確実に取り組まれていけることが期待されます。特に、心理学の視点からの研究が日本は不十分なので、海外の研究も大いに参考になるでしょう。
- 観光関連産業従事者の仕事に対する満足度の高さと、顧客に対するサービスの質の高さが比例するという従来の知見、たとえばサービスプロフィットチェーンなどもこの研究と関連があると思います。

#### ●東京工業大学大学院情報理工学研究所 十代田朗准教授

- 立地、都市タイプや地区・集落の空間構造、観光施設や資源の集積の仕方（メジャーな観光施設の有無や数、宿泊施設の軒数や地区全体に占める割合、幹線道路沿いか否か等）で分析を行う可能性も考えられるのではないのでしょうか。
- 同じフォーマットで調査をするということも非常に大切なことだと思います。一方で、既に調査を実施した地域の中で、一部の地区を深掘りして調査を行うことも考えられます。
- アンケートでの把握は難しいと思いますが、NPOなど中間支援組織との関係性も把握できるとよいのではないのでしょうか。

#### ●東京工業大学大学院社会理工学研究所 真野洋介准教授

- 住民といっても、一括りにはできないほど多様です。観光客や観光関連産業従事者との接点、当事者意識（観光施策や資源の認知度、観光客との接点希望等）などで分類して丁寧なみていくとよいのではないのでしょうか。
- 「住んでよし、訪れてよし」とは、居住空間と観光空間とが程よく重層しているということではないかと思いますが、そのあり方とはどのようなものなのでしょうか。例えば特定地域についてテーマ・仮説設定をして、関連する意識や取り組みを拾うような追加調査を実施して緻密にみていくと新しい構図が見えてくるかもしれません。

## おわりに

観光地は、観光客が自由時間を快適に過ごす空間であると同時に、地域の人々が生業を営み、豊かに暮らす生活空間でもあります。近年、観光客は、いわゆる観光資源だけでなく、その地域が長年にわたって培ってきた暮らしや歴史・文化、産業などに魅力を感じるようになってきており、地域の魅力は、そこで暮らす住民の生活文化をも含んだものとなっています。

観光が重要な産業となっているアメリカ・ハワイ州では、『ハワイ州・観光戦略計画 2005～2015年』を策定し、これまでのビーチリゾートを主体とする観光から、先住民や伝統文化を尊重しアピールする方向へと大きく舵を切りました。この計画の達成状況を測定するための指標の一つとして、「住民意識調査」を隔年で実施しています。それに加えて、旅行者満足度調査（毎年実施）、旅行者支出調査（毎年実施）、税収調査（隔年実施）と4つの成果指標で測定することとしています。人間がその健康を維持するために毎年「健康診断」をするように、観光地にとっても住民意識調査は、持続可能な経営を実現していくために不可欠な評価指標と言えます。

わが国における住民意識調査の手法確立に向けては、いかにしてうわべではない本音の意見を把握していくか、さらに精度を高めていく必要があります。そして、プラス評価だけでなくマイナス評価をきちんと把握し、適切な観光振興方策を検討していかなければなりません。

最後に、本研究を実施するにあたり、大分県由布市、三重県鳥羽市、北海道登別市に多大なご協力を頂きました。そして長野県安曇野市には、観光ビジョン策定の基礎資料として本研究の成果の一つである調査票を活用して実査をしていただきました。心より感謝申し上げます。また、流通科学大学・小久保恵三教授、立教大学・小口孝司教授、東京工業大学・十代田朗准教授、東京工業大学・真野洋介准教授には、今後の研究の方向性について貴重な示唆を頂きました。重ねて御礼を申し上げます。

### 観光に対する住民意識に関する研究

<研究メンバー>

公益財団法人日本交通公社	研究調査部長	梅川智也
同	主席研究員	吉澤清良
同	研究員	石山千代 (現・客員研究員)
同	研究員	福永香織
同	研究員	後藤健太郎
同	客員研究員	小池利佳

# 住んでよし、訪れてよしの観光地づくり まずは住民意識の把握から！

「観光に対する住民意識に関する研究」より

---

2013年6月発行

発行：公益財団法人 日本交通公社  
研究調査部

〒100-0004

東京都千代田区大手町2-6-1 朝日生命大手町ビル17階

TEL：03-5255-6074

デザイン・印刷：株式会社REGION

---

本レポート内容についてのご意見・お問い合わせについては、上記「研究調査部」までご連絡願います。  
また本書を許可なく複製することは固く禁じます。これらの許諾についても「研究調査部」までご照会ください。

公益財団法人 **日本交通公社**