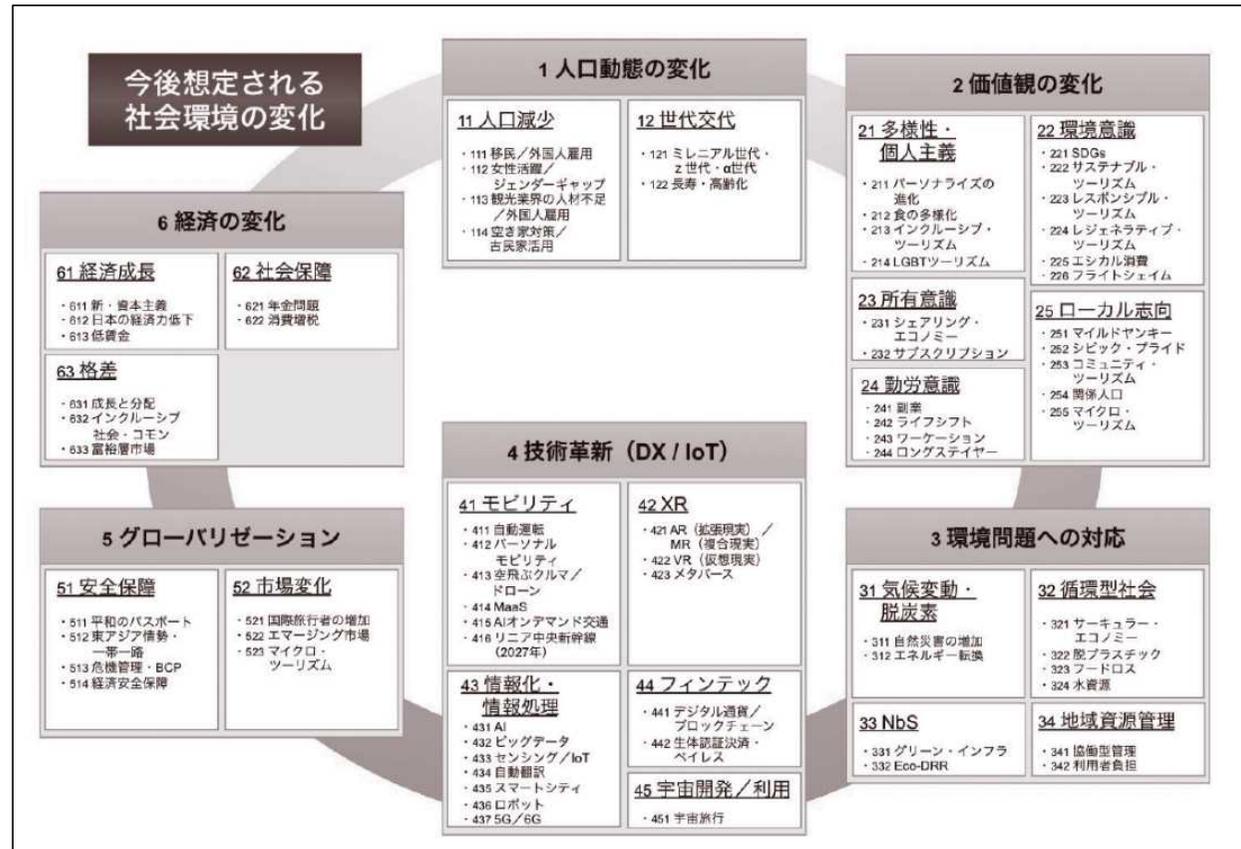


取組の方向性に係る関連資料

2022年8月9日時点

参考：今後想定される社会環境の変化

・観光を専門とするシンクタンクである公益財団法人日本交通公社では、今後10年で想定される社会環境の変化について、6つのキーワードを軸に整理している。今後の観光戦略づくりでは、観光（地域）×各キーワードの視点からの考察も重要となる。



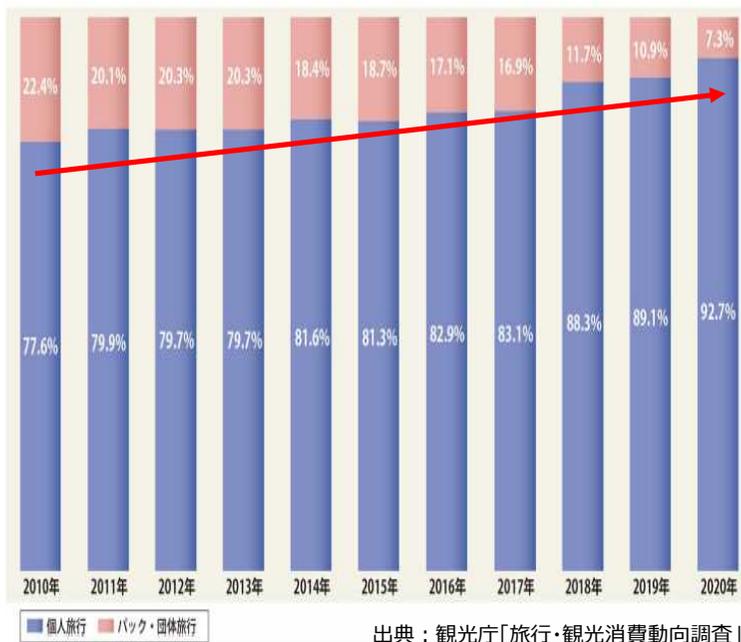
出典：(公財)日本交通公社「観光文化 252号」(2022年2月)内 「2030年の観光のあり方」より

①「選ばれる観光地」をめざし、自然や歴史に培われた文化、産業、食の魅力・ポテンシャルを引き出す観光コンテンツの開発

旅行の個人化

- ・戦後の経済発展をベースにした団体旅行に代表されるマストツーリズムの時代から、個人・グループ旅行に、旅行市場がシフトしている。
- ・主要旅行会社の取扱額も、コロナ以前から低下傾向にあり、マストツーリズムが低迷している。

【国内旅行者の個人・団体のシェア】



【主要旅行業者取扱額の推移】



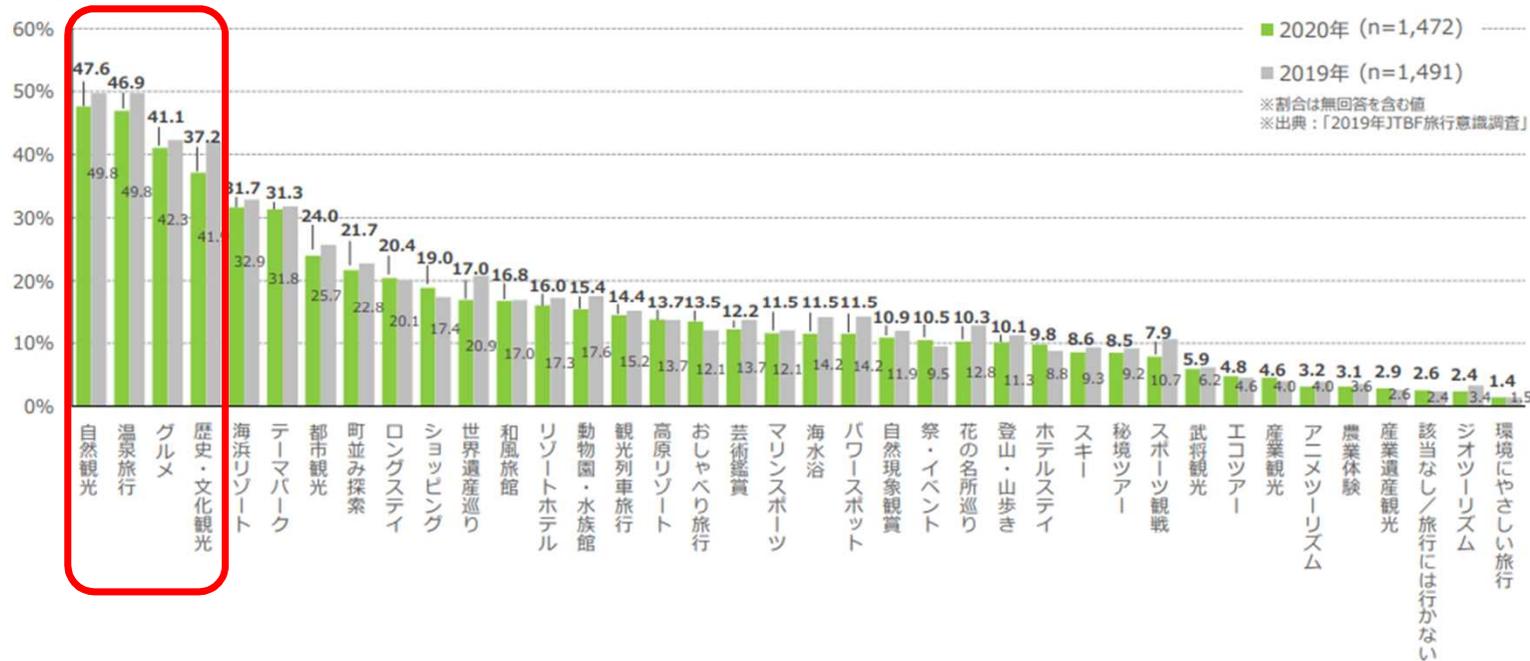
※大手旅行会社（JTB、KNT-CTホールディングス、日本旅行、阪急交通社等）
出典：国土交通省「国土交通月例経済」

旅行目的の多様化

- 行ってみたい旅行のタイプに関する調査では、「自然」「温泉」「グルメ」「歴史・文化」が、定番として上位の位置を占めるが、全体として、他の旅行スタイルも10%以上が、20項目以上選択されるなど、旅行目的の多様化は進んでいる。

【行ってみたい旅行のタイプ】

Q. 今後1～2年の間にあなたが行ってみたいと思うのは、どのようなタイプの旅行ですか。【複数回答】



出典：(公財)日本交通公社「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向（その4）」

コロナ禍の影響 1

- ・コロナ禍において、旅行動機や旅行スタイルの変化があった。
- ・今後（コロナ後）において、旅行者がどう変わるのかは、不透明ではあるが、変わらないこと、変わることを注視しながらの戦略策定が求められる。

図 8 観光・レクリエーション旅行の動機【複数回答】

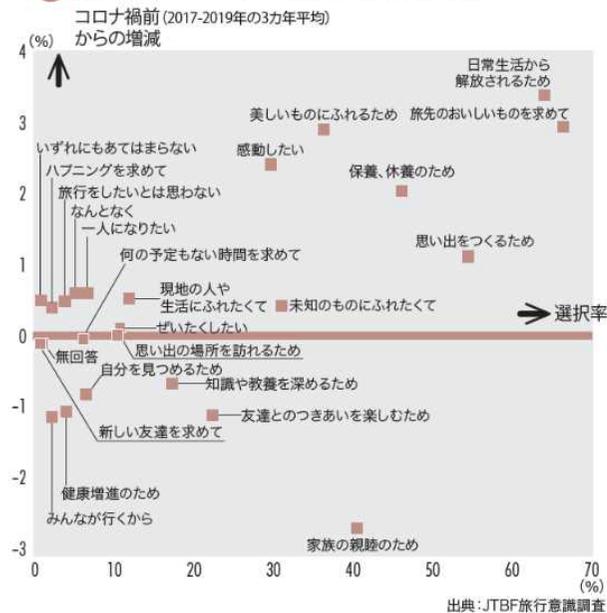
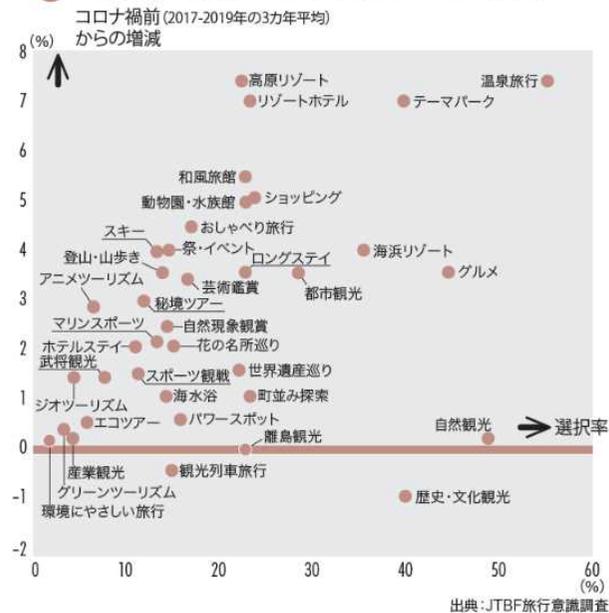


図 9 今後1~2年間で行ってみたい旅行タイプ【複数回答】



コロナ禍における旅行市場の動向 ～変わらないこと・変わること～					
	何を する？	何を 求めて？	誰が？	どこへ？	いつ？
2019	温泉・自然・グルメ あれこれ活動	食・日常生活からの解放	40代が中心	地域外・多	土日祝日
2020	温泉・自然・グルメ 厳選	食・日常生活からの解放	20代が中心 同居家族	近隣旅行に注目	密回避
2021	温泉・自然・グルメ 厳選	食・日常生活からの解放	20代が中心 個人化	近隣旅行の定着+	分散化

出典：(公財)日本交通公社「観光文化 252号」(2022年2月)内 「JTBF旅行者調査」より

コロナ禍の影響2

・食、宿、温泉、自然は定番の旅行目的として、今後も選好されるという調査結果となっているが、一方で、観戦・鑑賞、テーマパーク等の人の集まりやすいものについては、避けられる傾向や近隣地域への旅行（マイクロツーリズム）やマイカーでの移動などのスタイルを増やしたい意向が高まっている

【今後の旅行に対する意識】

旅行目的 ※コロナ禍後に旅の目的として増えそう・減りそうなこと

食	地元のおいしいものを食べる (増40.2%、減7.3%)
宿	宿でのんびり過ごす (増32.5%、減8%)
温泉	温泉や露天風呂 (増34.5%、減10.5%)
自然	花見や紅葉などの自然観賞 (増30.1%、減9.9%)
観光	名所・旧跡の観光 (増28.3%、減11%)、街歩き、都市散策 (増25.5%、減14.8%)
ドライブ	ドライブ、ツーリング (増20.4%、減13%)
買い物	買い物、アウトレット (増23.4%、減17.6%)
帰省	友人・親戚を訪ねる (増24.3%、減18.6%)、帰省も兼ねて (増19.7%、減15%)

⇒気を付けながら戻したい

アウトドア 海水浴、釣り、登山など増18%、減18.2%

⇒コロナ禍で市場が一気に拡大。一定数は定着するが揺り戻しも

観戦・鑑賞	スポーツ観戦や音楽・芸術鑑賞 (増20.1%、減23.2%)
テーマパーク	遊園地、動物園、博物館など (増22.7%、減21.5%)
スポーツ	ゴルフ、テニスなど他のスポーツ (増8.2%、減19.2%) スキー・スノボ、マリンスポーツ (増8.4%、減20.8%)
イベント	お祭りやイベントへの参加・見物 (増20.3%、減25.1%)
体験	手作り、果物狩りなど各種体験 (増12.3%、減19.2%)

⇒人が集まりやすいものには慎重

旅行スタイル ※コロナ禍後に旅の目的として増えそう・減りそうなこと

マイカー	自家用車で移動する旅行 (増33.2%、減9.7%)
安い	安く行けるところ (増30.2%、減9.9%)
密回避	空いているところ (増26.9%、減9.5%)、感染者の少ない旅行先 (増26.1%、減10.6%)
温泉宿	温泉宿に泊まる (増31.2%、減12.6%)
マイクロツーリズム	居住都道府県の近隣・隣接県への旅行 (増31.9%、減13.1%)、 居住地の都道府県内の旅行 (増24.5%、減11.7%)
近隣以遠	近隣・隣接県よりも遠い地域への旅行 (増34.6%、減16.4%)、地方部 (増24.5%、減11%)

⇒増やしたい

誰と	夫婦旅行 (増17.9%、減12.8%) 友人・知人との旅行 (増15.5%、減17.4%) カップル旅行 (増9.6%、減12.6%)
宿におこもり	宿泊施設にとどまりあまり外を歩かない旅行 (増17%、減15.1%)、 海や山などでのリゾートホテル滞在 (増16.4%、減17%)
家族旅行	子連れ家族旅行 (増16.8%、減12.3%)、親連れ家族旅行 (増12.4%、減14.2%)、 その他の家族旅行 (増9.9%、減12.5%) ひとり旅 (増13.3%、減17.1%)

⇒コロナ禍に影響されず変わらない/増やすか減らすか悩ましい/コロナ禍により増えたが今後は減らすかも

屋外	キャンプやゴルフなど、屋外での活動が中心の旅行 (増12.4%、減19.2%)
移動	飛行機で移動する旅行 (増15.9%、減26.5%)、 電車で移動する旅行 (増14.9%、減26.3%)、バスで移動する旅行 (増8.7%、減33.1%) 都市部 (増13.6%、減29.6%)
団体	職場やサークルなどの団体旅行 (増6.5%、減20.8%)

⇒感染防止対策として減らしたい/コロナ禍により増えたが今後は減りそう

出典：じゃらんリサーチセンター「とーりまかし vol.63 (2021年3月号) 調査研究」(新型コロナウイルス感染症拡大による旅行価値観の変化)

旅行に求める価値観の多様化

- ・本物志向や地域との交流へのニーズなど、旅行に求める価値感が多様化している。
- ・「地域の歴史や文化について、より深く知りたい」との回答が39.3%で中高年齢層で高く、「本物」を志向する傾向がうかがえる。
- ・「地域の活動に参加するなど、積極的に交流を持ちたい」との回答が若年層に高く、若年層と中高年齢層で価値観の変化が見られる。

【交流についての考え方】

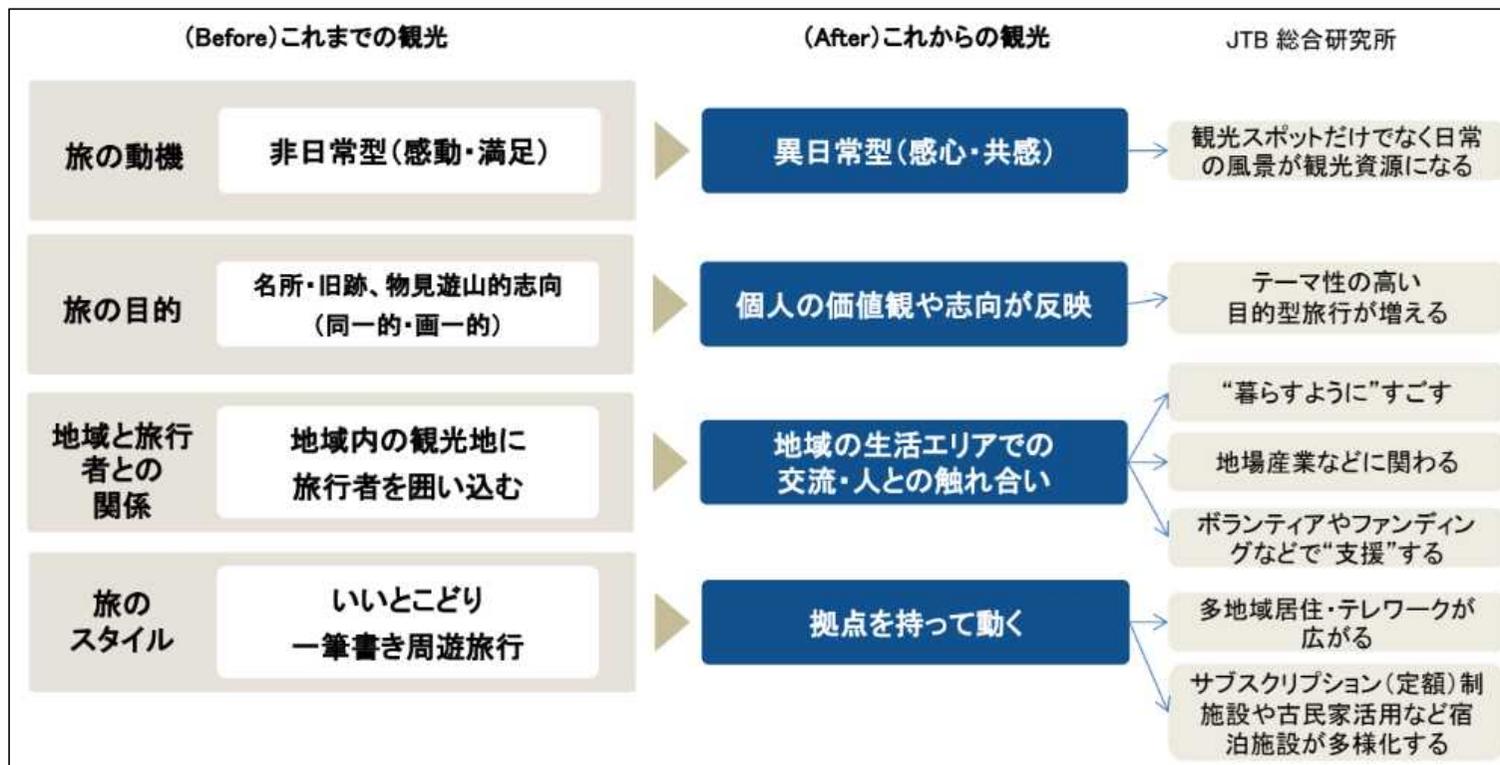
(単位：%)

		地域の活動 に参加する など、積極的 に交流を持 ちたい	農家民泊な ど、地域の人 とふれあえ るところに泊 まりたい	お店のおば ちゃんなど 雑談をする のが好き	地域の歴史 や文化につ いて、より深 く知りたい	地域の産業 について、深 く知りたい	地域の日常 生活に触れ たい	地域の人と よりも、旅行 者同士で現 地の情報交 換をしたり、 交流したりし たい	その他	地域の人や 他の旅行者 と交流を持 ちたいと思 ったことは ない
全体	3608	8.8	8.7	23.6	39.3	13.9	21.1	5.8	0.6	32.3
男性 20代	258	20.5	12.4	22.5	33.7	22.5	23.6	7.8	0.0	28.7
男性 30代	258	13.2	10.5	18.6	36.0	15.7	19.8	5.6	0.4	33.3
男性 40代	258	9.3	9.7	29.1	35.3	14.3	19.4	5.8	0.4	34.1
男性 50代	515	5.8	6.6	21.0	42.1	15.7	21.0	3.7	0.6	30.3
男性 60代	515	8.0	8.9	24.5	48.3	14.8	22.3	8.2	1.0	29.9
女性 20代	258	10.1	8.5	26.4	23.3	8.5	17.1	8.5	0.0	41.5
女性 30代	258	7.8	12.0	22.9	31.4	12.4	19.8	2.7	0.4	38.4
女性 40代	258	10.9	8.5	22.9	35.3	13.2	19.8	4.3	0.0	36.0
女性 50代	515	7.0	8.2	25.2	41.0	11.5	22.9	8.7	0.6	30.5
女性 60代	515	5.2	6.4	23.5	46.4	11.8	21.7	8.9	1.2	29.5

出典：(株)JTB総合研究所「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行（2019）」

変わる観光の志向と“ツーリズム”領域の拡大

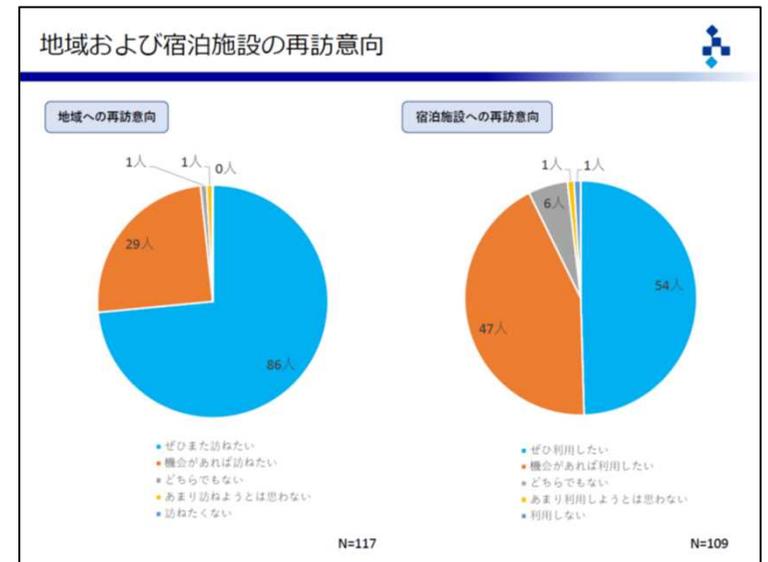
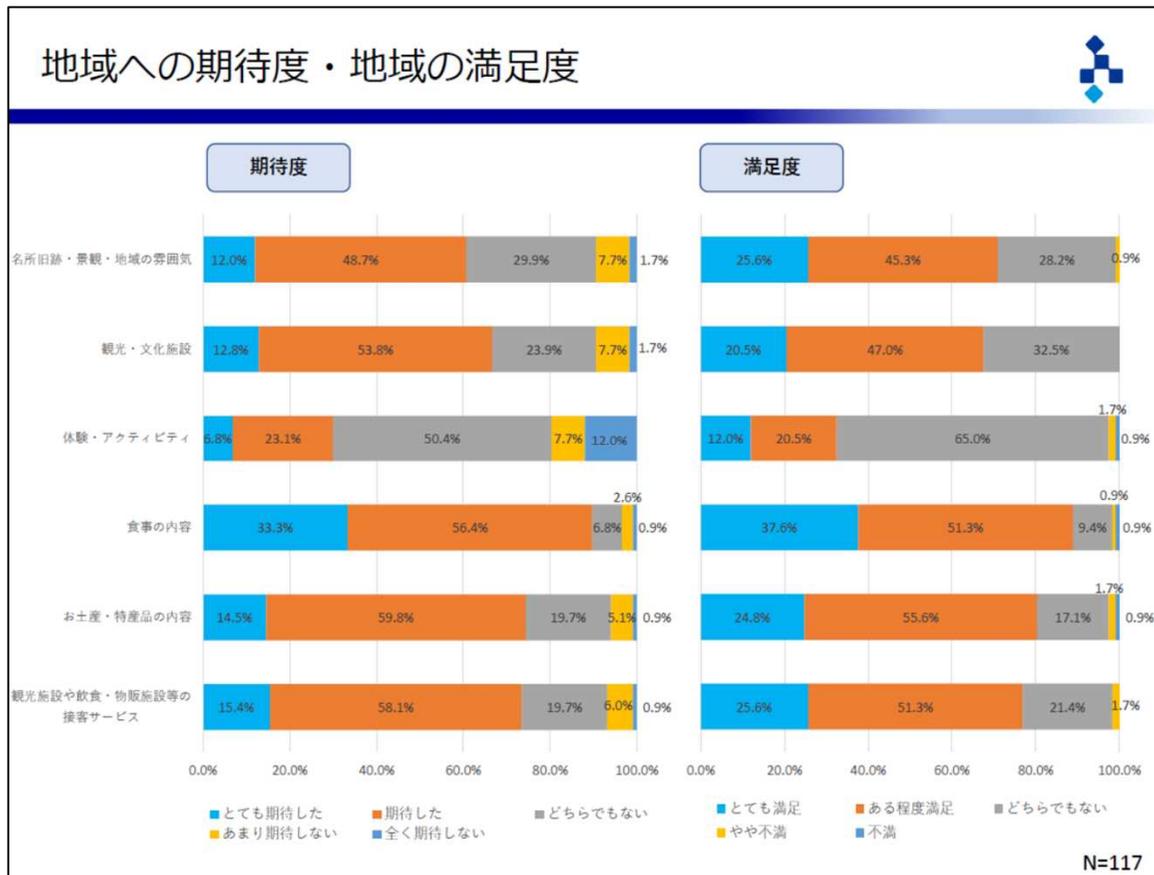
- (株)JTBC総合研究所の分析によると、「旅の動機」「旅の目的」「地域と旅行社との関係」「旅のスタイル」のすべてにおいて、従来の観光から、新しい観光へ変化（進化）しつつあると指摘されている。



出典：(株)JTBC総合研究所「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行」(2019)

観光客の満足度

- ひょうご観光本部の調査結果によると、淡路地域への期待度と満足度は、乖離がなく、ほぼ期待通りで満足していることが読み取れる。特に、「食事」「特産品・お土産」に対する満足度が高い。一方、「体験・アクティビティ」については、期待度が低く、満足度も高くない。（そもそも「体験」をしていない？）
- 「地域」「宿泊施設」への再訪意向も高い。



出典：ひょうご観光本部「観光地魅力度調査報告書」
R3年10～12月淡路地域版より

淡路島における「新しい旅の形と地域づくり」のイメージ



これからの旅のキーワード

品質や価格などの「スペック」ではなく、

「五感に訴えるシナリオづくり」で旅を創造すること。

DXの推進

- 観光庁では、観光におけるDXの推進について、観光コンテンツづくり、観光地経営、顧客獲得の3つの柱で事象が推進されている。

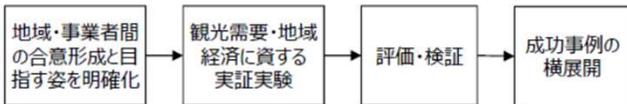
DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進による観光サービスの変革と観光需要の創出

観光庁(観光資源課) : 781百万円

●ポストコロナを見据え、旅行者の体験価値向上、消費機会の拡大、来訪意欲増進と顧客定着等を図るため、デジタル技術と観光資源の融合等（DX：デジタルトランスフォーメーション）により新しい観光コンテンツを創出するなど、観光サービスの変革と観光需要の創出を目指した取組を進める。

※ DXとは、デジタル技術及びデータを活用して、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、組織の文化・風土や業務を変革することにより、競争上の優位性を確立すること。

事業イメージ

旅行者の体験価値向上を図る取組	観光地経営の改善につながる取組	オンラインを活用した来訪意欲増進と顧客定着につながる取組
<p>XR(※)や5G等のデジタル技術と、文化・自然等の既存の観光資源やバス・鉄道等の移動手段を掛け合わせた新たな観光コンテンツの作成等を図る。</p> <p style="font-size: small;">(※) VR(仮想現実)、AR(拡張現実)等の総称</p> 	<p>人流・購買等のリアルタイムデータや予約・経路検索等の各種データを活用し、観光地における消費機会の拡大につながる取組を推進する。</p> 	<p>動画配信サービスに加え、バーチャル空間等を活用し、新規顧客の来訪意欲増進のためのコンテンツ作成や、既に来訪した顧客のリピーター化につながるような仕組みの構築等の取組を推進する。</p> 
対象	事業の流れ	
<p>○ 地方公共団体・DMO、地域の観光事業者、先進技術を保有するベンチャー・大学・企業等からなるコンソーシアム・団体</p>		

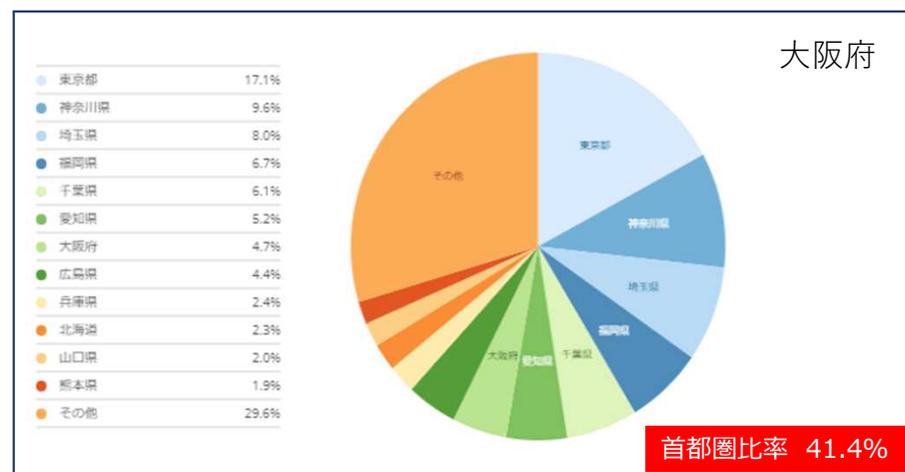
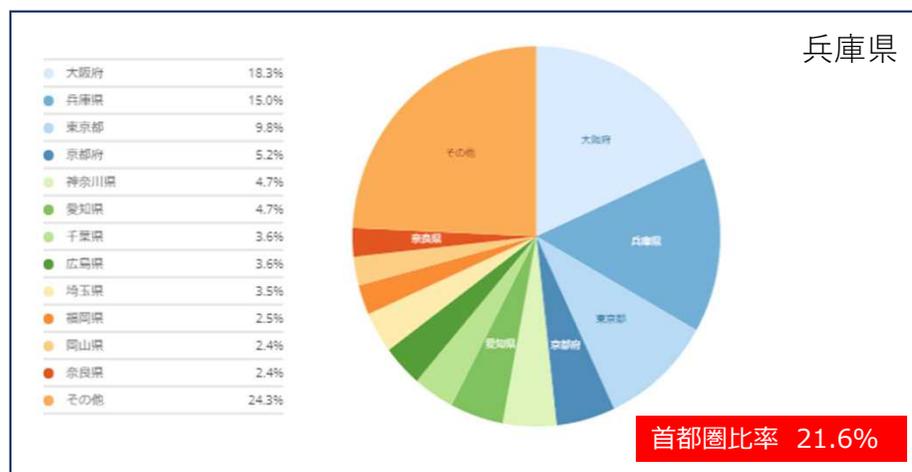
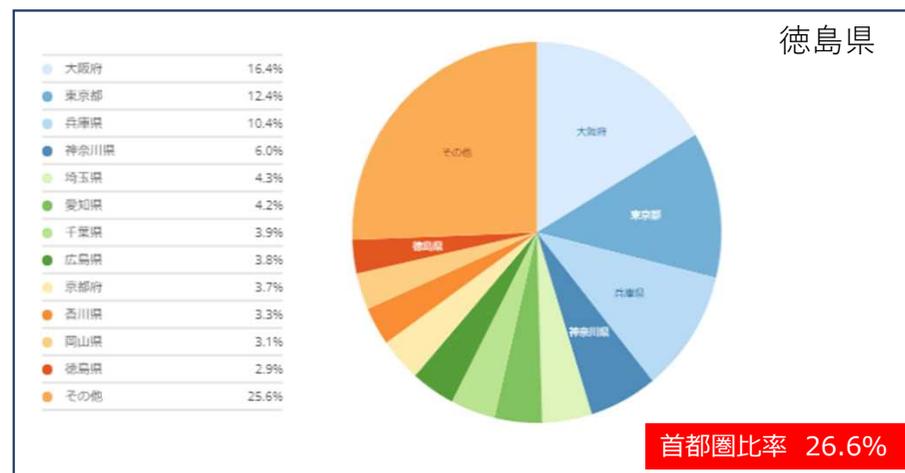
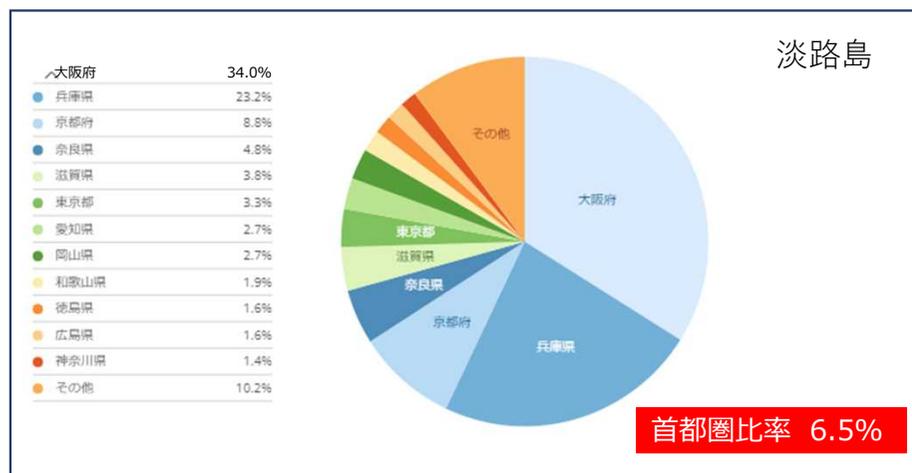
出典：観光庁「令和4年度予算」より

11

②京阪神だけでなく、首都圏等遠隔地発のシェア拡大に向けた誘客の促進

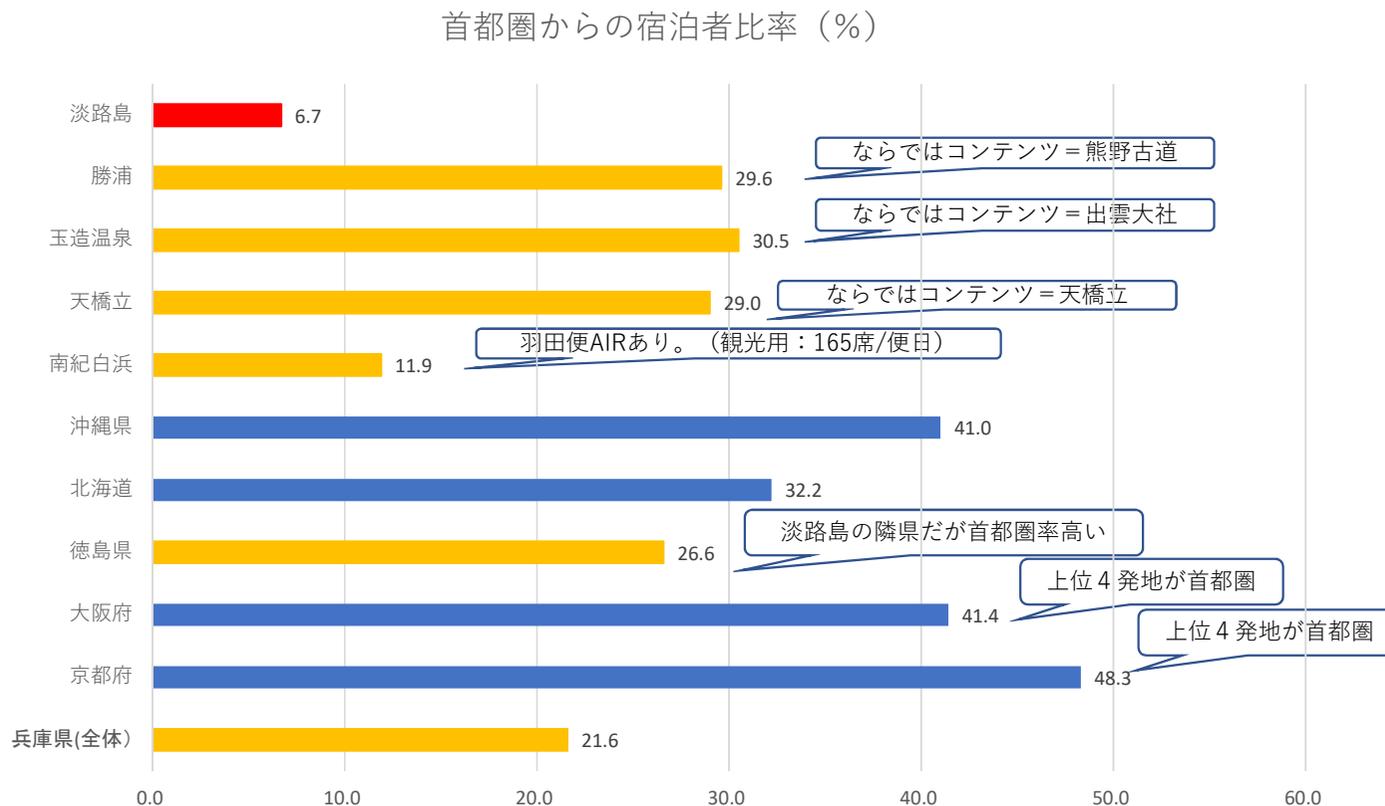
淡路島及び周辺府県への宿泊者比率

- 淡路島への宿泊者は、圧倒的に近畿圏からが多い。ほぼ3/4が、近畿圏からの宿泊者となっている。この比率は、コロナ禍等の遠距離旅行が敬遠された期間にはプラスに働いたと思われるが、今後の観光事業推進を考える上では、発地の多様化が望まれる。



首都圏からの宿泊比率

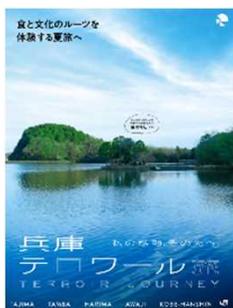
- 首都圏からの宿泊者比率を近隣及び他の観光地と比較すると、淡路島は、首都圏からの宿泊者比率が低い。他の観光地で、首都圏比率が高い観光地には、「その地域ならではのコンテンツ」が存在する。



※淡路島の宿泊者発地は、東京都+神奈川県=4.7%で、千葉県・埼玉県が不明のため、2.0%と推計し、6.7%で表記。

関西地域での大型イベント等

- 2023年全国のJRグループと連携した兵庫DCの開催、2025年の大阪・関西万博開催による、国内外からの集客など、淡路島を取り巻くエリアでは、大型キャンペーンやイベントが、2023年以降に開催される。2025年には瀬戸内芸術祭の開催も予定されている。
- このような大型イベントによる関西～瀬戸内海への集客を機会ととらえ、淡路島への集客をはかる動きが必要である。



(1) 実施時期

- 2022年7-9月「フレ」兵庫DC (JR西日本×兵庫県) 各年、夏に続き秋冬も観光キャンペーンを展開
- 2023年7-9月「本」兵庫DC (JR6社×兵庫県)

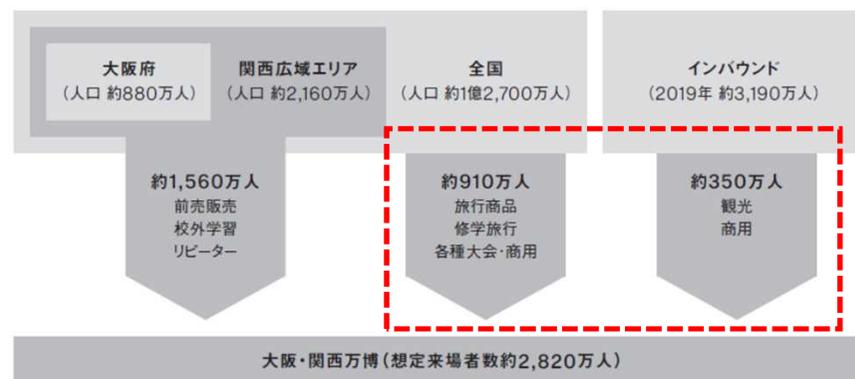
2021年	2022年	2023年	2024年	2025年 【大阪・関西万博】
推進体制の構築 → 兵庫DC推進協議会 → 地域推進協議会 → アドバイザリーボード	「フレ」兵庫DC 【JR西日本】	「本」兵庫DC 【全国JR6社】		

出典：兵庫県資料より



想定来場者数に対応するための取組

大阪・関西万博の想定来場者数約2,820万人に対応するために、地域ごとの来場スタイルに応じた取組を行う。



出典：(公社) 2025年日本国際博覧会協会「基本計画」より

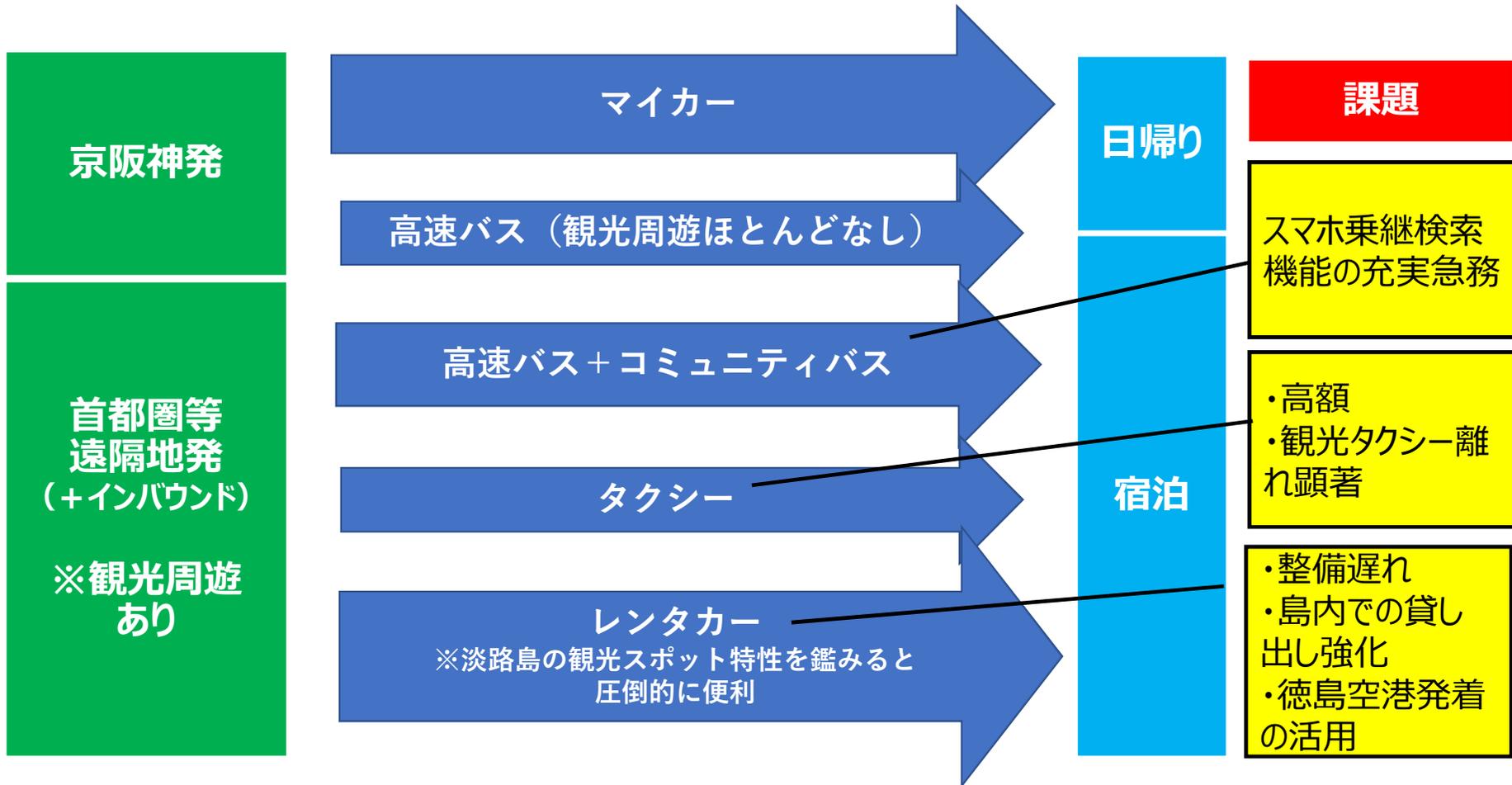


出典：せとうちDMOHPより

③島外から淡路島への移動、島内における移動に係る手段の充実

③島外から淡路島へのアクセス方法の現状と課題（概念図）

- 首都圏等の遠隔地から（インバウンド含む）の来島宿泊客のための、アクセス方法に課題がある。



バスモ南あわじ市版

- 島内のバス乗り換えが検索できるアプリがローンチされている。南あわじ市版では、市のコミュニティバスである「らん・らんバス」の情報も検索できるサービスが開始されている。

らん・らんバスの乗り換え検索が簡単に！

**2022年
7月15日
リリース**

buSmo × 
淡路島発着 バス時刻表検索「バスモ」南あわじ市版

淡路島発着のバス乗り換え検索ができるアプリ「busmo」（バスモ）に、らん・らんバスが実装された南あわじ市版ができました！南あわじ市版では、観光地の最寄りバス停までの乗り換え検索が簡単にできます。バスを使った市内の観光地巡りにもご利用ください。



企画・提供 南あわじ市 / 運営会社 株式会社ズッキュン

アプリはQRを読み取ってね！

ホーム画面に追加すると便利だよ！

◀左側
観光地一覧の「ここに行く」ボタンで簡単検索！

◀右側
検索結果をシェアしてお友達と結果を共有！


<https://m-busmo.656.ch/>

淡路島周辺の海上交通

- （一社）関西経済同友会の広域観光委員会「舟運を活用した新たな広域観光の実現へ」では、大阪・関西万博を契機としたクルーズ事業の拡大による、大阪湾と瀬戸内海の広域の経済循環の必要性が提言されている。

大阪湾と瀬戸内をつなぐ舟運ネットワークの構築

大阪・関西万博に向けて今からが重要

大阪湾と淡路島をつなぐ舟運ネットワークの構築

- 大阪湾は、淡路島を中心に**生活航路**としての海上輸送が盛況であったが、明石海峡大橋の開通等に伴い、海洋文化が衰退してしまった。今後は、新たに**観光航路**としてクルーズ事業を展開していくことが考えられる。
- その第一歩として、**夢洲と関西国際空港、神戸港、淡路島などの交通結節点と観光拠点**を**結ぶ周遊ルート**が考えられる。その際、鉄道やバスなど、**陸上交通との連携が不可欠**である。
- 水素船やEV船などを積極的に活用し、国際的な観光エリアとして必要不可欠なサステナビリティへの配慮を国内外にアピールする必要がある

地域特性を活かした新たな観光コンテンツの掘り起こし

- クルーズのアクティビティを豊かにするために、既存の観光地だけでなく、ベイエリア沿いの新たな観光コンテンツの掘り起こしが重要になってくる。特に、**船でしか体験できない風景・船でしか行くことのできない場所**の創り込みが重要である。その際、**各地域との連携強化**を図る必要がある。
- 大阪湾では、大阪や神戸の都市景観、関空や神戸空港などの都市インフラ、堺や尼崎の工場夜景、アマルフィのような美しい海岸線をもつ雑賀崎や戦争遺跡が残る友ヶ島など、様々な魅力が溢れており、これら資源を活かすことが期待できる。

出典：一般社団法人関西経済同友会 舟運を活用した新たな広域観光の実現へ 広域観光委員会

大阪湾と瀬戸内をつなぐ舟運ネットワークの構築

大阪・関西万博に向けて今からが重要

III. 課題と方針 大阪湾と瀬戸内をつなぐ舟運ネットワークの構築

海上交通やクルーズ事業への乳児が盛りつつある一方で、大きく2つの課題が存在する

陸上交通の発達により大阪湾・播磨灘エリアでの舟運事業に後押しされている 航行区域や港湾ルールなど舟運事業を展開する上で様々なハードルがある

小豆島以西では、生活航路だけでなく、地域特性を活かした観光に資するクルーズ事業が後押しも展開している観光コンテンツの掘り起こしや港湾周辺の開発と併せて、クルーズ事業を大阪湾・播磨灘エリアまで拡張していく大阪湾と瀬戸内をつなぐ舟運ネットワークを構築し、西方へ観光客を誘導することで広域の経済循環を生み出す世界で成長している大型カジュアルクルーズへの展開など、大阪湾・瀬戸内全体でクルーズの活性化を図る

出典：一般社団法人関西経済同友会 舟運を活用した新たな広域観光の実現へ 広域観光委員会

大阪湾と瀬戸内をつなぐ舟運ネットワークの構築

大阪・関西万博に向けて今からが重要

出典：一般社団法人関西経済同友会 舟運を活用した新たな広域観光の実現へ 広域観光委員会

出典：（一社）関西経済同友会の広域観光委員会「舟運を活用した新たな広域観光の実現へ」より

周遊についての実態

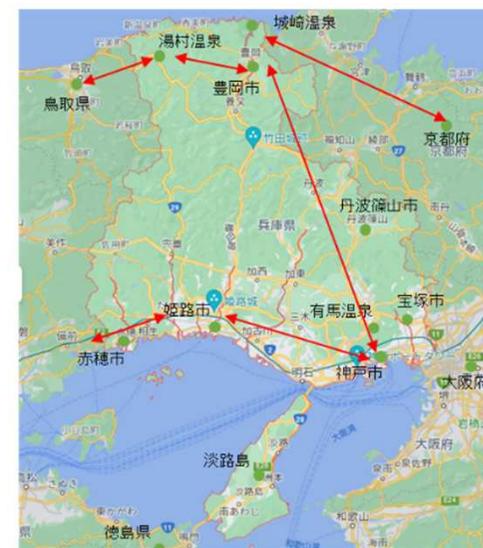
- 兵庫県内の多くの地域で、周遊の有無について、「あり」と回答した割合が50%未満となっている。淡路島は、29.4%と地域別では最も低くなっている。
- 姫路市、城崎温泉、湯村温泉は50%以上の観光客が他の場所への周遊ありと回答している。

【周遊の有無（兵庫県）】

地域	(単位：%)	
	あり	なし
神戸市（有馬温泉）	33.8	66.2
宝塚市	37.5	62.5
姫路市	51.7	48.3
赤穂市	43.0	57.0
豊岡市（城崎温泉）	56.7	43.3
新温泉町（湯村温泉）	54.9	45.1
丹波篠山市	33.3	66.7
淡路島	29.4	70.6

【周遊状況図（兵庫県）】

※下表において10%以上のものを地図上に表記



図表11【周遊先の選択割合（兵庫県）】

<周遊先>

↑訪問地↓

(%)	神戸市	宝塚市	姫路市	赤穂市	豊岡市	新温泉町	丹波篠山市	淡路島	大阪府	京都府	岡山県	鳥取県	徳島県	その他
神戸市(有馬温泉)	-	3.2	2.7	0.0	0.5	0.0	1.1	3.8	5.4	1.1	1.6	0.0	1.1	13.4
宝塚市	9.4	-	0.5	1.4	1.4	2.3	3.3	2.3	6.1	2.8	0.9	0.5	0.9	5.6
姫路市	11.2	0.9	-	6.9	2.6	0.0	1.7	4.3	1.7	3.4	2.6	1.7	0.9	13.8
赤穂市	9.1	0.0	10.9	-	1.2	0.6	1.2	0.0	1.2	2.4	4.8	1.2	0.6	9.7
豊岡市(城崎温泉)	15.8	0.0	5.6	0.9	0.0	0.9	2.8	0.0	4.6	11.2	0.9	1.9	0.9	11.2
新温泉町(湯村温泉)	2.4	0.0	1.6	0.8	16.6	0.0	2.0	1.6	0.8	2.4	2.0	13.7	0.0	10.9
丹波篠山市	5.6	1.9	1.9	1.9	3.7	0.6	-	2.5	1.2	0.6	1.2	0.0	0.0	12.3
淡路島	7.9	0.0	1.6	0.3	1.6	0.6	0.6	-	0.6	3.2	0.9	0.3	6.3	5.4

※周遊の有無の回答数と周遊先の回答数が異なるので正確ではないが、周遊ありの割合と周遊先の選択割合を掛け合わせて計算（周遊先：その他は上記表から除いている）

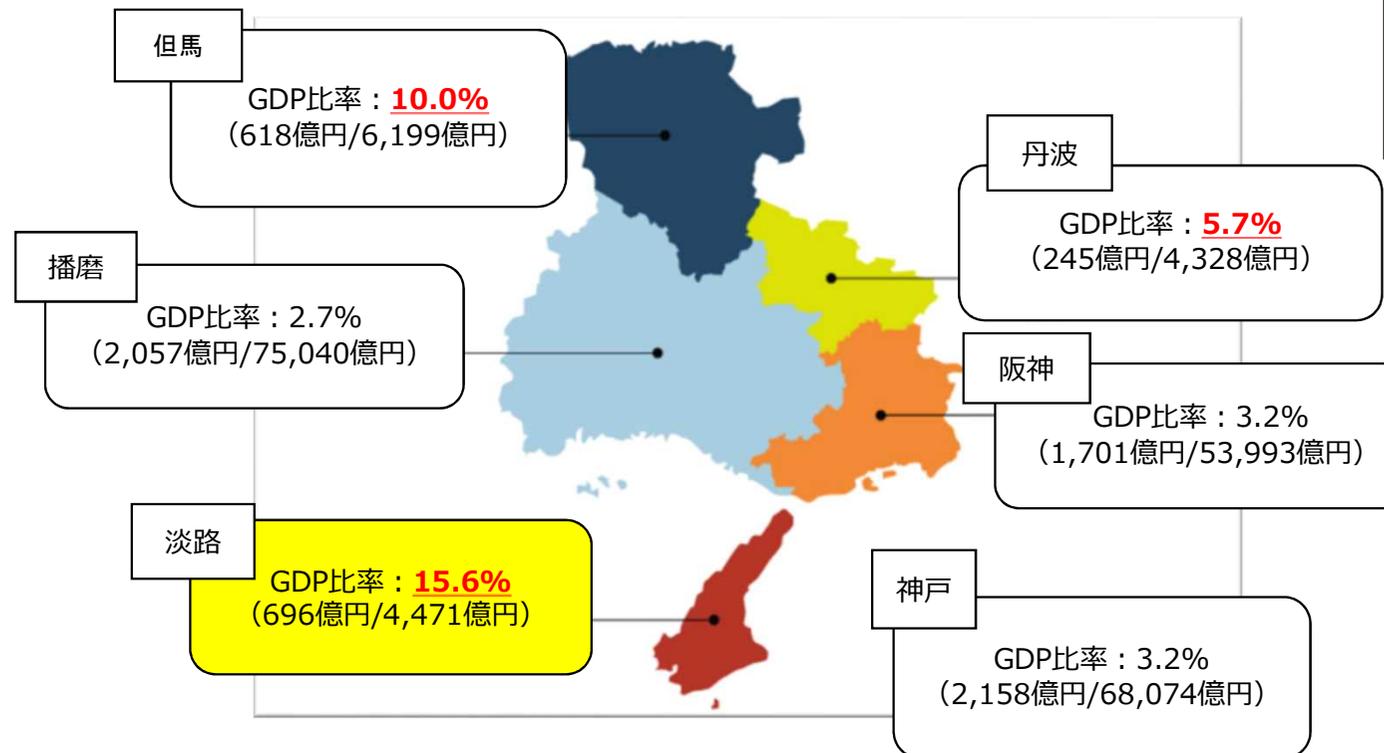
出典：（公社）ひょうご観光本部「観光地魅力度調査報告書（令和3年7月～9月兵庫県全域版）」

④持続可能な観光地域づくり

観光GDPの域内比率（兵庫県内）

- 観光GDPが域内GDPに占める割合は、兵庫県全体では、3.5%だが、淡路島の観光GDP比率は15.6%と、県内では最も高くなっている。

【観光GDPの域内GDPに占める割合（2019）】



GDP=国内総生産は、一定期間内に国内で産み出された物やサービスの付加価値の合計のことである。その国内領土に居住する経済主体を基準にした数値で「居住者たる生産者による国内生産活動の結果、生み出された付加価値の総額」をいう。

出典：兵庫県「観光客動態調査」、「市町民経済計算」

淡路島への入込客数と宿泊客数の推移

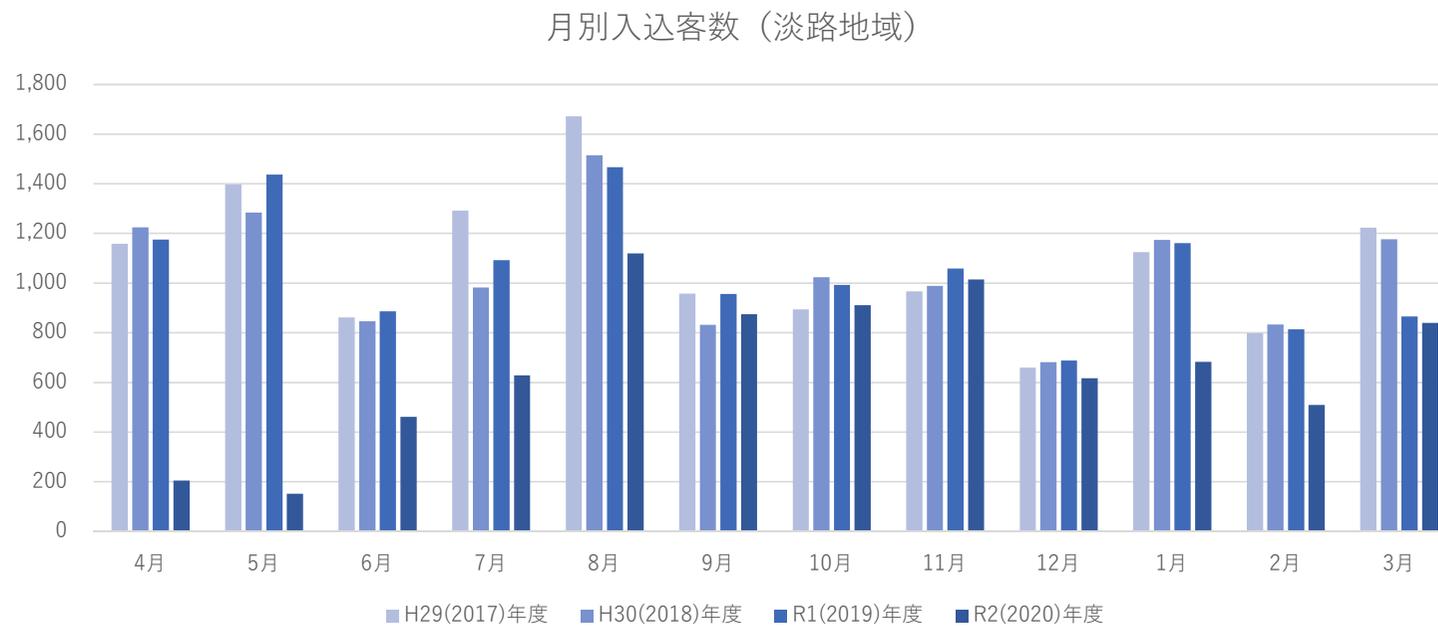
- 2014年以降入込客数は高止まりがつついている。宿泊客数は、コロナ影響を除き、横ばいの状態である。



各年度「兵庫県観光客動態調査」より

淡路島の月別入込客数

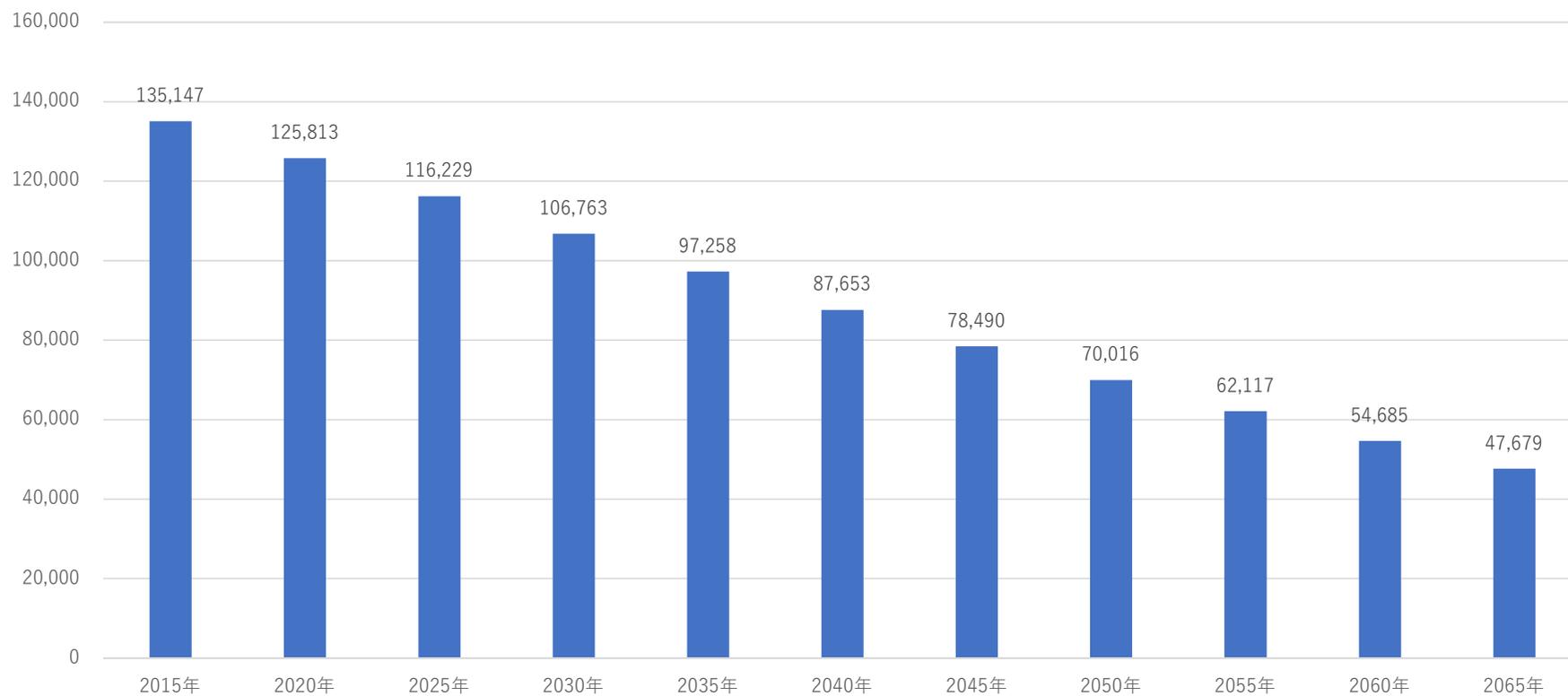
- 月別入込客数では、2020年度のコロナ禍影響を除くと、季節別では、秋季の入込客数が少なくなっている。また、単月比較では、12月、2月、6月の入込客数が少ない。



出典：兵庫県観光客動態調査報告書より（各年度）

淡路地域の将来推計人口

淡路地域の将来推計人口（総数）

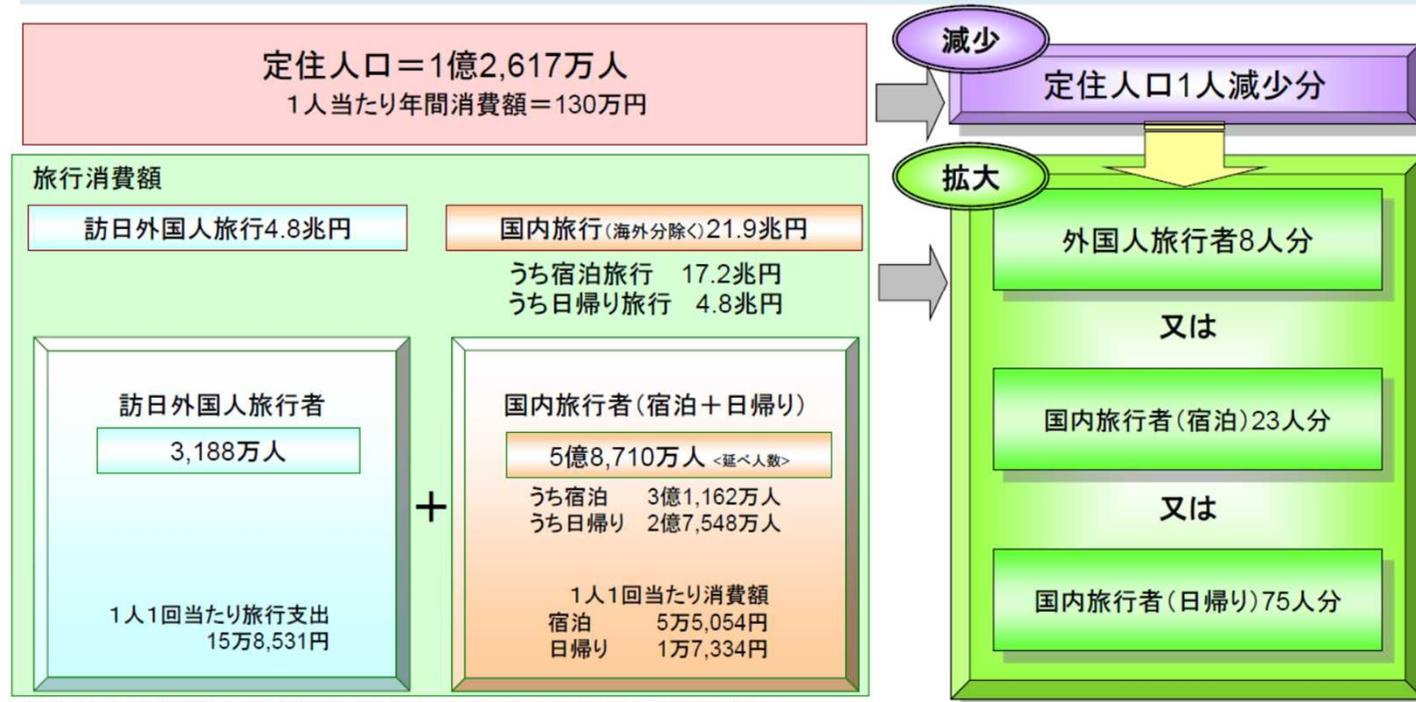


出典：兵庫県「兵庫県将来推計人口（2015～65年）」

観光交流人口の経済効果

観光交流人口増大の経済効果(2019年)

- 定住人口1人当たりの年間消費額(130万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)23人分、国内旅行者(日帰り)75人分にあたる。



定住人口は2019年10月1日現在人口推計(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査(総務省)による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2019年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局(2019年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2019年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものである。(※観光庁資料)

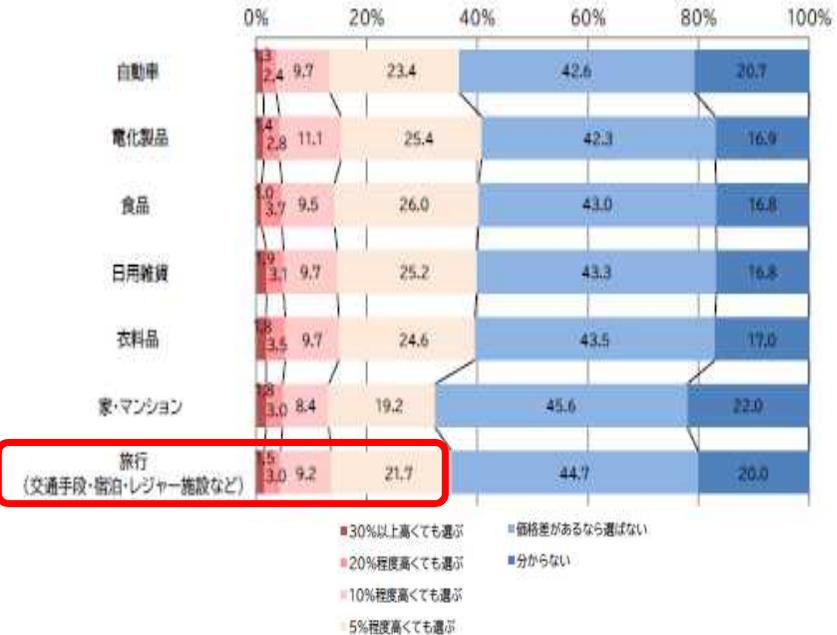
SDGs×旅行に関する意識

- 旅行者の68%の方がSDGsを重要と感じている。また、SDGsの取り組みを重視した商品やサービスについて、旅行商品を「価格が高くて買う」とする方は他の品目よりも割合は低いものの、35%となっている。
- 旅行中に求めるものでは、「個人が意識しなくとも、その地域の行動が自動的にSDGs推進になるしくみができている」とする回答が多い。

【SDGsに対する重要性についての意識（性・年代別）】



【SDGsの取り組みを重視した商品やサービスの価格についての意識】



【旅行中でのSDGsを意識するために、地域や商品サービスの提供側に希望するもの】

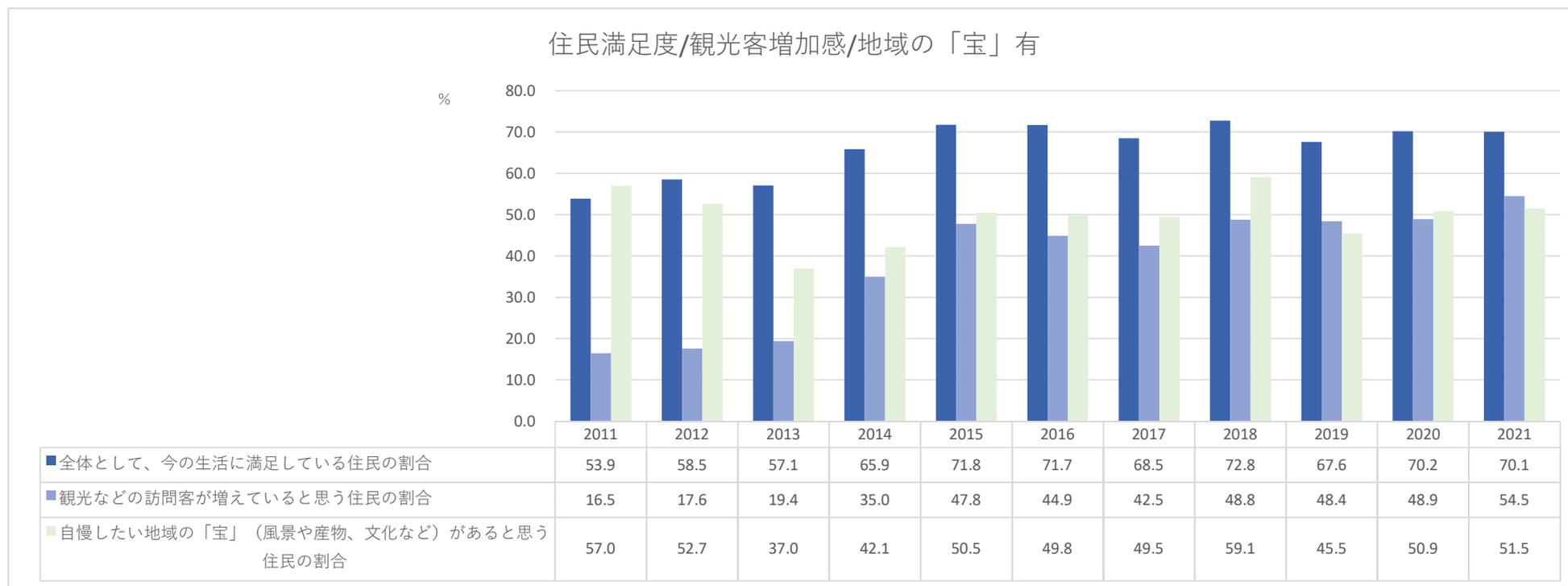
個人が意識しなくとも、その地域の行動が自動的にSDGs推進になるしくみができている	26.9
宿泊施設の予約サイトを通して、施設のサステナビリティについての取り組みが分かる	26.5
SDGsに関わる消費によりポイントがたまる	24.1
世界的な認定機関から「持続可能な観光を推進する旅行先」としての認証がある	20.3
利用する交通機関のCO2排出量が検索できる	18.5

旅行（移動）により発生するSDGsのマイナス面と旅行先での行動や消費が与えるSDGsのプラス面が詳細に説明されている	15.7
SDGsに関わる体験プログラムがある	11.5
その他	0.4
特になし	34.9

出典：(株)JTB総合研究所「SDGsに対する生活者の意識と旅行についての調査（2022）」

住民の満足度等

- 住民満足度は70%台となっている。
- 「観光客が増えていると思う住民の割合は、増加傾向で50%台、「地域の宝があると思う住民」の割合も50%前後で推移している。



兵庫県「兵庫のゆたかさ指標」県民意識調査結果一覧【淡路】より