

観光客および市民アンケート調査結果の分析について

1 観光客向けアンケート調査結果の分析について

(1) おうめ観光戦略における数値目標の達成状況

目標項目	目標	令和 6 年度 結果	令和 7 年度 結果
一人当たり 観光消費額	14,800 円	11,279 円	11,022 円
観光客満足度	50% 10 点満点中 8 点以上 と回答した人の割合	40.8%	33.0%
持続可能な観光に 対する認知度	50% 市が持続可能な観光 地づくりに取り組ん でいることを知って いる観光客の割合	26.6%	24.0%

(2) 一人当たり観光消費額

ア 若い年代ほど消費額が大きい

イ 年代別による訪問目的または施設の傾向

		来訪目的・施設
男性	若年層	リバーアクティビティ、街並み散策、温泉、宿坊
	年配層	親族・友人訪問、小澤酒造、その他
女性	若年層	体験型（リバーアクティビティ、藍染、キノコ狩り）、宿坊、美術館・博物館、ショッピング
	年配層	紅葉、小澤酒造、昭和レトロ散策、その他

※その他の主な内訳：川遊び、散歩、仕事、墓参り、ゴルフ、キャンプなど

ウ (2) イ表より、若い年代の方が体験型施設や宿坊など単価が高い施設を利用している傾向がある一方で、年配の方は散策やお土産販売施設などの利用が多い傾向にある。

エ 一人当たりの観光消費額の改善には、自然や街並み散策に付加価値を付けて体験消費へ転換していくことが効果的と分析する。

(3) 観光客満足度

ア 年代別に比較すると男性は30～60代、女性は30～50代の満足度が低い傾向にある。

イ 上記の満足度の低い年代が青梅を訪れている主な目的。

	来訪目的
男性	登山・ハイキング、食事・地元料理を楽しむ、ドライブ、街並み散策、親族・友人訪問、
女性	登山・ハイキング、親族・友人訪問、ショッピング、食事・地元料理を楽しむ

ウ (3) イ表で示す満足度を向上させる施策を検討することが、全体的な満足度向上へ効果的と分析する。

(4) 持続可能な観光に対する認知度

ア 年代別にみると比較的若い世代に認知度がある一方で、60代、70代以上では極端に認知度が低い結果となっている。

イ 市民向けアンケートでは、持続可能な観光に対する認知度は26.9%なのに対し、OmeBlue認知度は87.6%となっていた。持続可能な観光に対する認知度においても、JSTS-Dマークを発信するだけでなく、具体的な取組を市民、観光業者、観光客へ分かりやすく発信し、「青梅市らしい持続可能な観光」のブランド形成をしていくことが必要と考える。

2 市民向けアンケート調査結果の分析について

(1) おうめ観光戦略における数値目標の達成状況

目標項目	目標	令和6年度 結果	令和7年度 結果
市民の住んでいる 満足度	60% 10点満点中8点以上 と回答した人の割合	44.7%	44.1%
市民の観光 おすすめ度	50% 10点満点中8点以上 と回答した人の割合	40.4%	29.7%

(2) 市民の住んでいる満足度

- ア 年代別、居住地区別、居住年数別で満足度の平均を比較しても大きな差はない。
- イ 満足度を評価するための基準は「自然環境」を重視している割合が突出して多く、次いで「交通の便」や「治安の良し悪し」を重視している傾向がある。
- ウ 評価理由のうち、評価7以下が評価8以上を上回っているのは「交通の便」、「商業施設の数」、「文化施設の数」、「レジャー施設の数」、「その他」となった。
- エ 上記より、回答数が多い「自然環境」、評価7以下としている理由が多い「交通の便」および「商業施設の数」などに絞った施策を進めることが市民の住んでいる満足度を上げることに効果があると分析する。

(3) 市民の観光おすすめ度

- ア 年代別、居住地区別、居住年数別でおすすめ度の平均を比較しても大きな差はない。
- イ おすすめ度を評価するための基準は「自然環境」を重視している割合が多く、次いで「交通の便」や「レジャー施設の数」を重視している。
- ウ すべての評価理由において評価7以下が評価8以上を上回っているため、回答数が多かった「自然環境」、「交通の便」および

「レジャー施設の数」などに絞った施策を進めることが観光お
すすめ度を上げることに効果があると分析する。

以 上