

じゃらんリサーチセンター調べ「ご当地調査2025」

住民意識が観光客受け入れに影響

■ご当地県在住者の「愛着」「誇り」「行動」の都道府県ランキング TOP10

【ご当地県】に愛着を感じているか

【ご当地県】で暮らしていることを 誇りに感じる

順位	都道府県	%
1	沖縄県	56.0
2	北海道	53.7
3	福岡県	49.7
4	宮崎県	41.4
5	兵庫県	40.6
6	静岡県	39.8
7	大阪府	38.2
8	神奈川県	38.1
8	愛知県	38.1
10	広島県	37.7

順位	都道府県	%
1	北海道	32.6
2	沖縄県	31.9
3	福岡県	30.8
4	神奈川県	23.0
5	広島県	22.2
6	石川県	21.6
7	熊本県	21.2
8	京都府	18.8
9	東京都	18.6
10	静岡県	18.3

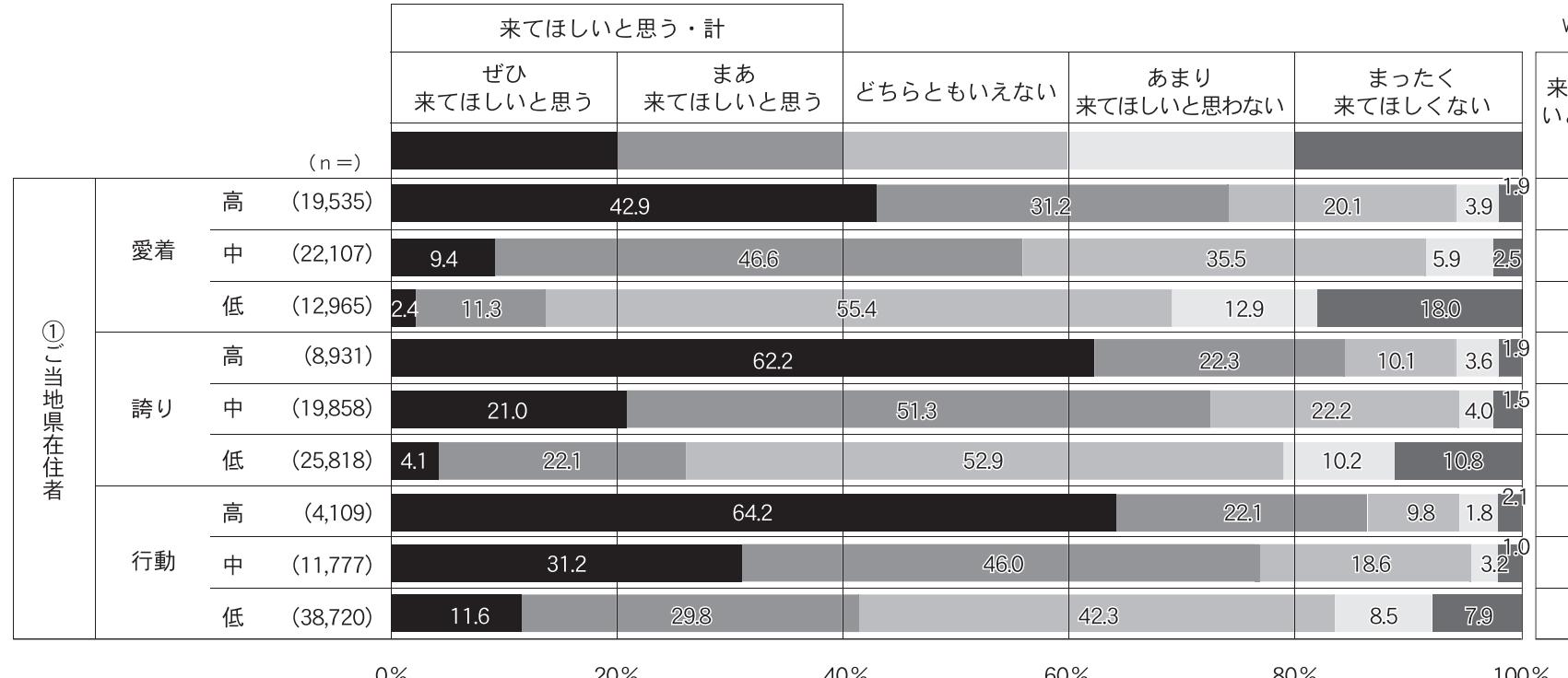
【ご当地県】の地域の行事や取り組みに
積極的に関わりたい

行動		
順位	都道府県	%
1	沖縄県	13.9
2	熊本県	13.1
3	広島県	11.8
4	神奈川県	10.8
5	宮城県	10.6
6	静岡県	10.3
7	宮崎県	9.7
8	北海道	9.1
9	佐賀県	8.9
10	長崎県	8.8

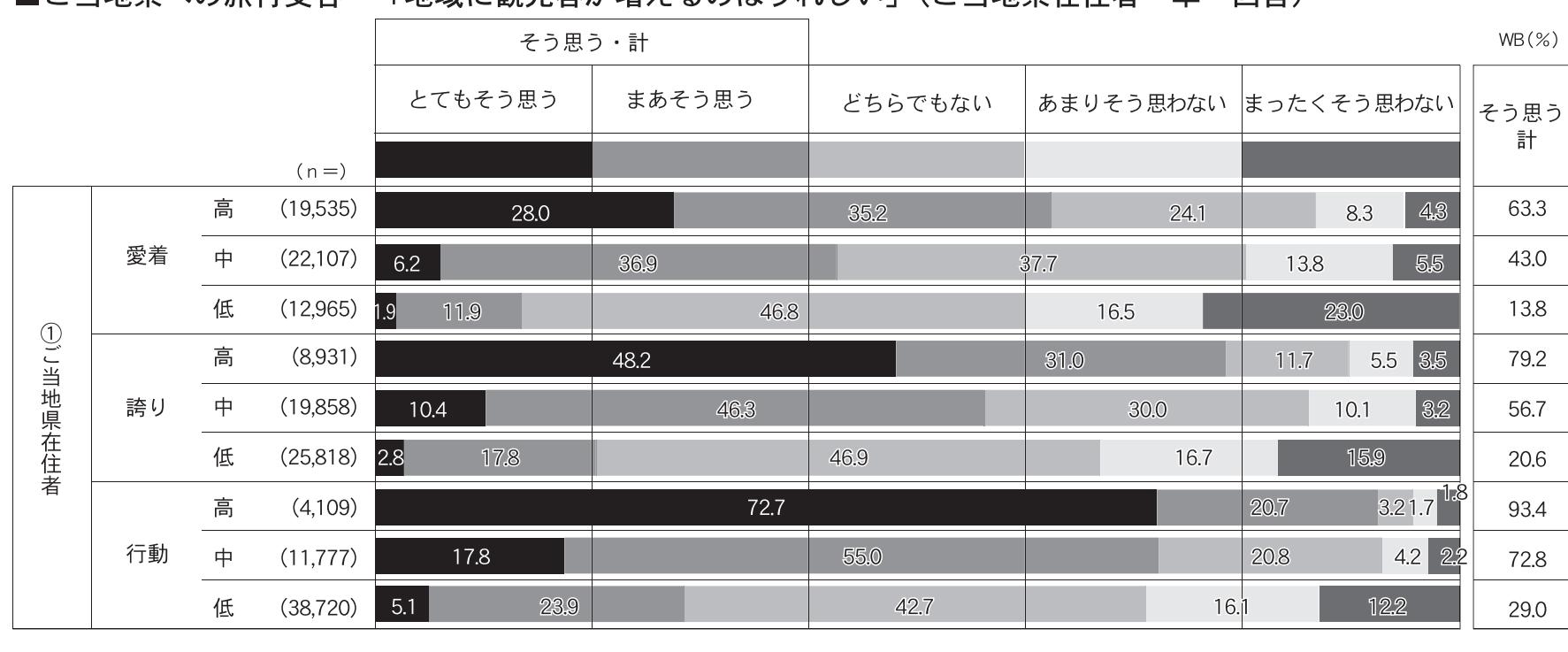
■ご当地県在住者の「愛着」「誇り」「行動」を高める要素

「愛着」を高める要素				「誇り」を高める要素	「行動」を高める要素
ご当地県のイメージ	「親しみのある」「住みやすい」「食べ物がおいしい」		「親しみのある」「住みやすい」「食べ物がおいしい」「日常生活をする施設に不自由がない」「伝統・歴史がある」「街並みがキレイ」		「活気がある」「癒やされる」「明るい」「伝統・歴史がある」「環境に配慮している」「街並みがキレイ」「教育環境が良い・子育てがしやすい」
	なじみがある、安心感		なじみがある、魅力がある		未来に期待が持てる、魅力・活気が感じられる
暮らして良かつたと感じた時	「日常生活を送っている時」「地元の食べ物を食べた時」「他県に住んだり旅行したりして地元の良さに気付いた時」		「地元に愛着・誇りを持っている人と話した時」「地元の食べ物を食べた時」「地元を褒められた時」		「地域活動に参加した時」「自分が地域の役に立っていると感じた時」「地元企業が他県に進出しているのを知った時」
	日常生活の中で地元の良さを感じる		他者評価から地元の良さに気づく		自分が地域の一員だと実感できる
「もっと関わってみたい」「良くしていきたい」と思った時	—		「地域イベントや講座に参加して地元の良さを実感した時」「地元出身の人やチームの活躍を知った時」		「仕事や職場の活動を通じて、地域に関わった時」「自分のスキルを地域で生かせそうだと感じた時」「地域のことをもっと自分から発信したいと思った時」「地域イベントや講座に参加して地元の良さを実感した時」
	—		地域の良さに気付く機会がある		自分が地域に役立つことができると感じる
ここ1~2年で経験したこと	「地元のなじみの食をよく食べた」「町歩き・散策を楽しんだ」「お花見などの自然鑑賞や地元ならではの景色を楽しんだ」		「地元のなじみの食をよく食べた」「町歩き・散策を楽しんだ」「地元の名産品を使用・購入した」		「地元の名産品を使用・購入した」「地域のボランティア活動に参加した」「地域の清掃活動に参加した」「体験・ワークショップに参加した」「商工会などの地域活動に参加した」
	地元で楽しむ		地元の魅力を意識して楽しむ		地域に自ら関わる
ご当地県での18歳までの過ごし方	「小中学校で良い思い出が多い」「部活動や地域のクラブ活動に参加していた」「地域イベントや祭りによく参加した」「信頼できる友達や大人が周りにいた」		「地元に誇り・愛着を持っている人が回りに多かった」「地域になじみがある食べ物をよく食べた」		「地域の大人・お年寄りなど他世代との交流機会が多かった」「別の地域に出かけたり地域外の人と話す機会が多かった」「地域の伝統的な産業を体験する機会があった」「地元企業の情報を見聞きする機会があった」
	地元の友達との関わり		誇り・愛着を持った人との関わり		大人との関わり、他地域、地元産業の認知・体験

■ご当地県への旅行推奨（ご当地県在住者／単一回答）



■ ご当地温泉への旅行受容ー「地域に観光客が増えるのはうれしい」(ご当地温泉在住者・単一回答)



18歳までに最も
長く居住した都道府県
...「ご当地県」

じやうりんりサーチセンターは「このほど、地域への「愛着」「誇り」「行動」という感情や行動の構造を定量的に捉え、それが観光推奨や受容にどうつながるのかを明らかにする「ご当地調査2015」の調査結果を公表した。これによると、地域を誇りに思える人が多いほど、他者に薦めたい気持ちや観光客の受け入れに前向きな傾向にあることが分かった。

観光を取り巻く環境が大きく変化する中、持続可能な観光地経営には、「外からの誘客」だけでなく、「住民の地域への思い」がいつそう重要な要素になっている。いわゆる消費型の観光から、地域の誇りや人のつながりを基盤とした観光へと価値観が移行する中で、同センターは、住民がどのような年代人口構成比に合わせて、地域への「愛着」「誇り」「行動」に地元を好きになり、誇りを持ち、行動に移して、目的に今回の調査を行った。

調査は今年5月16日～6月4日の期間、全国の20～69歳の男女1万1631人を対象にインターネットで実施。回収サンプルは都道府県別の性・学年・就職・結婚などを問うて、別に別の都道府県へ移住した人を「ご当地県」と定義して、ご当地県にずっと在住している人を「ご当地県着者」、ご当地県から離れて、た後、再びご当地県に

「愛着度」は

位
沖縄県
2位
北海道

調査データ