

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

愛着		
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

【ご当地県】で暮らしていることを
誇りに感じる

誇り		
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

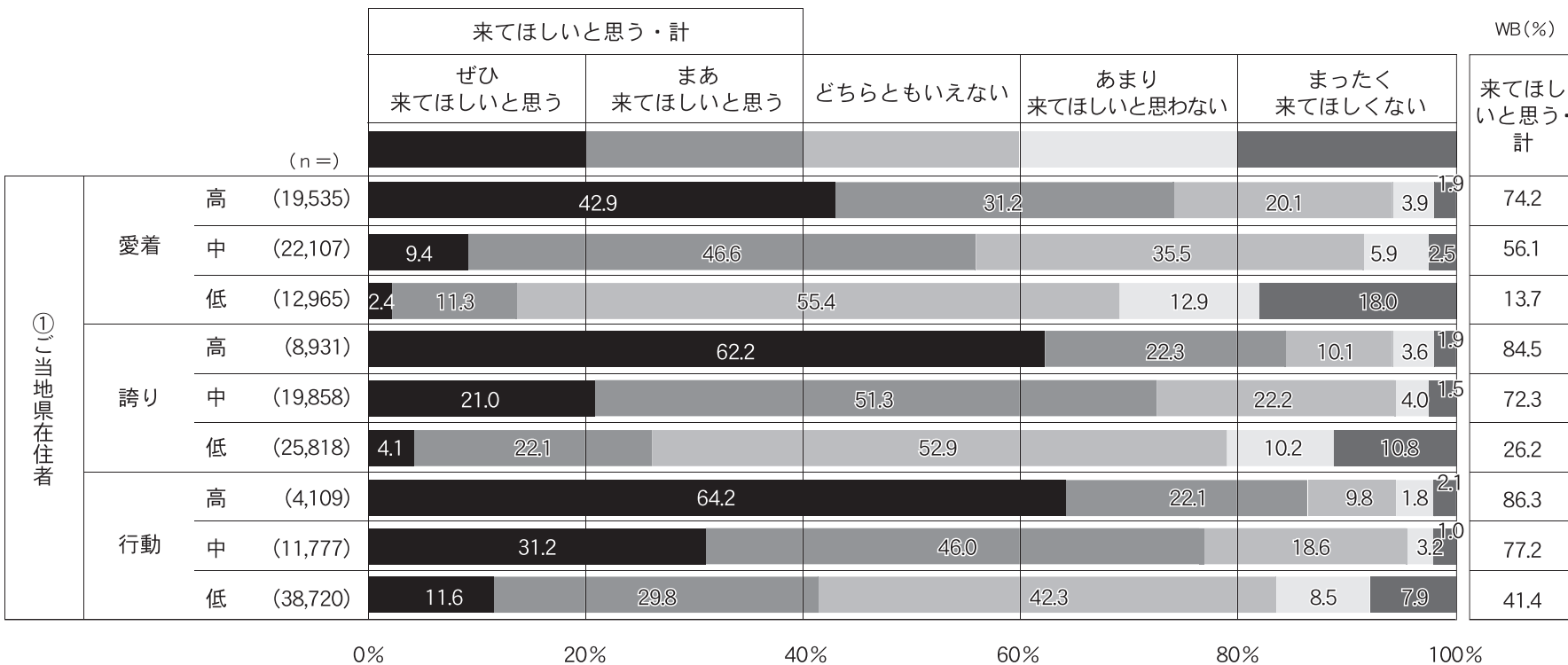
【ご当地県】の地域の行事や取り組みに積極的に関わりたい

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

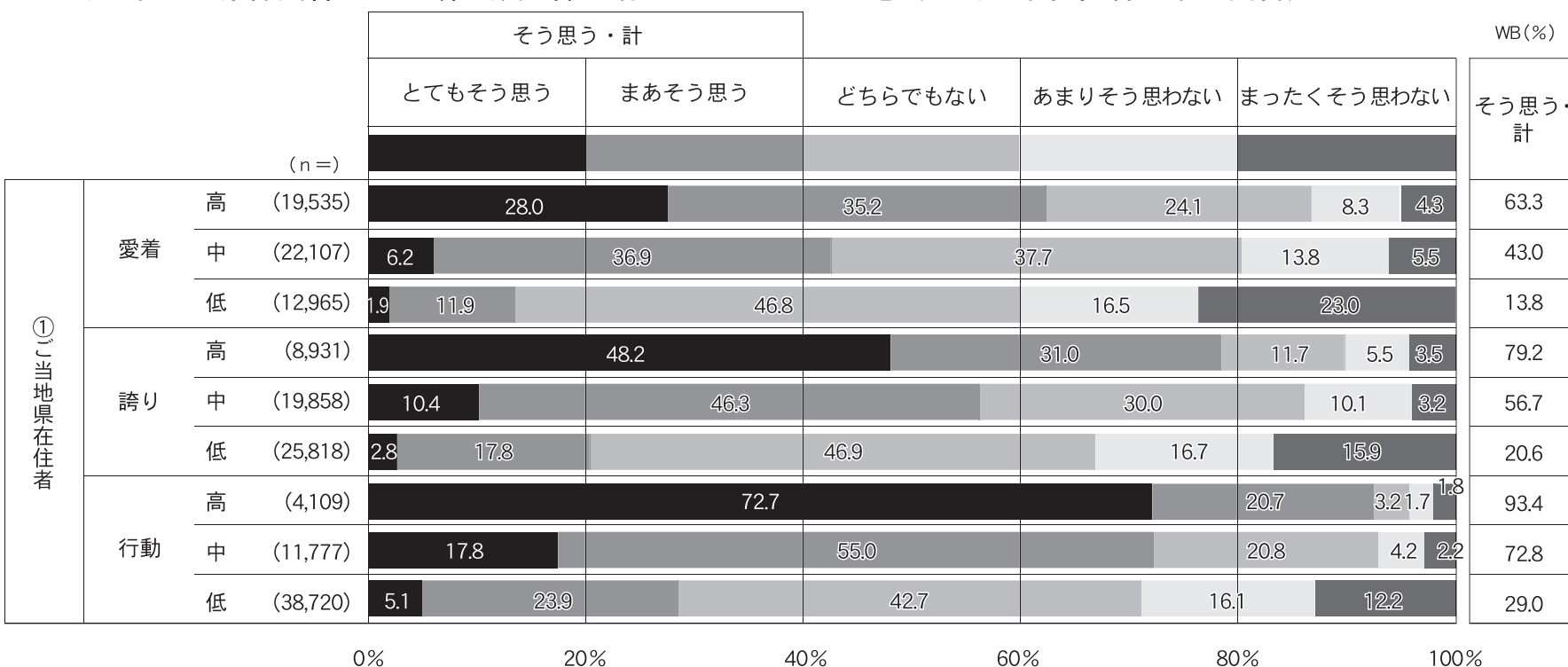
■ご当地県在住者の「愛着」「誇り」「行動」を高める要素

	「愛着」を高める要素	「誇り」を高める要素	「行動」を高める要素
ご当地地のイメージ	「親しみのある」「住みやすい」 「食べ物おいしい」	「親しみのある」「住みやすい」 「食べ物おいしい」 「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
暮らしで良かったと感じた時	「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」	「地域に愛着・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」 「地域のことをもって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」	「地域に誇り・愛着を持っている人が回りに多かった」 「地域に楽しさ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）



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



定義

18歳までに最も
長く居住した都道府県
...「ど当地県」

大きく変化する中、持続可能な観光地経営については「外からの誘致」だけでなく、「住居の地域への思い」がもっと重要になっている。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ての観光と価値観が移行する中で、同センターは、住民がどのような人口構成比に合わせた

じやらんリサーチセンタは「ほのぼの」地域への愛着、誇り、二行動という感情や行動の構定を定量的に捉え、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。そこで調査「2010」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。

でウェイトバック(WB)集計した。

回答者が18歳までに最も長く居住した都道府県を「当道県」と定義し、「当道県にずっと住していた人」を「当道県定着者」、「当道県から定着者を感じていない人」を「当道県非定着者」と同義に別け、結婚などを機に別の都道府県へ移住した後、再び「当道県」に移住した人を「当道県U」(53・7%)、福岡

・自信を持っている」「(1)「(2)「(3)「(4)「(5)「(6)「(7)「(8)「(9)「(10)「(11)「(12)「(13)「(14)「(15)「(16)「(17)「(18)「(19)「(20)「(21)「(22)「(23)「(24)「(25)「(26)「(27)「(28)「(29)「(30)「(31)「(32)「(33)「(34)「(35)「(36)「(37)「(38)「(39)「(40)「(41)「(42)「(43)「(44)「(45)「(46)「(47)「(48)「(49)「(50)「(51)「(52)「(53)「(54)「(55)「(56)「(57)「(58)「(59)「(60)「(61)「(62)「(63)「(64)「(65)「(66)「(67)「(68)「(69)「(70)「(71)「(72)「(73)「(74)「(75)「(76)「(77)「(78)「(79)「(80)「(81)「(82)「(83)「(84)「(85)「(86)「(87)「(88)「(89)「(90)「(91)「(92)「(93)「(94)「(95)「(96)「(97)「(98)「(99)「(100)「(101)「(102)「(103)「(104)「(105)「(106)「(107)「(108)「(109)「(110)「(111)「(112)「(113)「(114)「(115)「(116)「(117)「(118)「(119)「(120)「(121)「(122)「(123)「(124)「(125)「(126)「(127)「(128)「(129)「(130)「(131)「(132)「(133)「(134)「(135)「(136)「(137)「(138)「(139)「(140)「(141)「(142)「(143)「(144)「(145)「(146)「(147)「(148)「(149)「(150)「(151)「(152)「(153)「(154)「(155)「(156)「(157)「(158)「(159)「(160)「(161)「(162)「(163)「(164)「(165)「(166)「(167)「(168)「(169)「(170)「(171)「(172)「(173)「(174)「(175)「(176)「(177)「(178)「(179)「(180)「(181)「(182)「(183)「(184)「(185)「(186)「(187)「(188)「(189)「(190)「(191)「(192)「(193)「(194)「(195)「(196)「(197)「(198)「(199)「(200)「(201)「(202)「(203)「(204)「(205)「(206)「(207)「(208)「(209)「(210)「(211)「(212)「(213)「(214)「(215)「(216)「(217)「(218)「(219)「(220)「(221)「(222)「(223)「(224)「(225)「(226)「(227)「(228)「(229)「(230)「(231)「(232)「(233)「(234)「(235)「(236)「(237)「(238)「(239)「(240)「(241)「(242)「(243)「(244)「(245)「(246)「(247)「(248)「(249)「(250)「(251)「(252)「(253)「(254)「(255)「(256)「(257)「(258)「(259)「(260)「(261)「(262)「(263)「(264)「(265)「(266)「(267)「(268)「(269)「(270)「(271)「(272)「(273)「(274)「(275)「(276)「(277)「(278)「(279)「(280)「(281)「(282)「(283)「(284)「(285)「(286)「(287)「(288)「(289)「(290)「(291)「(292)「(293)「(294)「(295)「(296)「(297)「(298)「(299)「(300)「(301)「(302)「(303)「(304)「(305)「(306)「(307)「(308)「(309)「(310)「(311)「(312)「(313)「(314)「(315)「(316)「(317)「(318)「(319)「(320)「(321)「(322)「(323)「(324)「(325)「(326)「(327)「(328)「(329)「(330)「(331)「(332)「(333)「(334)「(335)「(336)「(337)「(338)「(339)「(340)「(341)「(342)「(343)「(344)「(345)「(346)「(347)「(348)「(349)「(350)「(351)「(352)「(353)「(354)「(355)「(356)「(357)「(358)「(359)「(360)「(361)「(362)「(363)「(364)「(365)「(366)「(367)「(368)「(369)「(370)「(371)「(372)「(373)「(374)「(375)「(376)「(377)「(378)「(379)「(380)「(381)「(382)「(383)「(384)「(385)「(386)「(387)「(388)「(389)「(390)「(391)「(392)「(393)「(394)「(395)「(396)「(397)「(398)「(399)「(400)「(401)「(402)「(403)「(404)「(405)「(406)「(407)「(408)「(409)「(410)「(411)「(412)「(413)「(414)「(415)「(416)「(417)「(418)「(419)「(420)「(421)「(422)「(423)「(424)「(425)「(426)「(427)「(428)「(429)「(430)「(431)「(432)「(433)「(434)「(435)「(436)「(437)「(438)「(439)「(440)「(441)「(442)「(443)「(444)「(445)「(446)「(447)「(448)「(449)「(450)「(451)「(452)「(453)「(454)「(455)「(456)「(457)「(458)「(459)「(460)「(461)「(462)「(463)「(464)「(465)「(466)「(467)「(468)「(469)「(470)「(471)「(472)「(473)「(474)「(475)「(476)「(477)「(478)「(479)「(480)「(481)「(482)「(483)「(484)「(485)「(486)「(487)「(488)「(489)「(490)「(491)「(492)「(493)「(494)「(495)「(496)「(497)「(498)「(499)「(500)「(501)「(502)「(503)「(504)「(505)「(506)「(507)「(508)「(509)「(510)「(511)「(512)「(513)「(514)「(515)「(516)「(517)「(518)「(519)「(520)「(521)「(522)「(523)「(524)「(525)「(526)「(527)「(528)「(529)「(530)「(531)「(532)「(533)「(534)「(535)「(536)「(537)「(538)「(539)「(540)「(541)「(542)「(543)「(544)「(545)「(546)「(547)「(548)「(549)「(550)「(551)「(552)「(553)「(554)「(555)「(556)「(557)「(558)「(559)「(560)「(561)「(562)「(563)「(564)「(565)「(566)「(567)「(568)「(569)「(570)「(571)「(572)「(573)「(574)「(575)「(576)「(577)「(578)「(579)「(580)「(581)「(582)「(583)「(584)「(585)「(586)「(587)「(588)「(589)「(590)「(591)「(592)「(593)「(594)「(595)「(596)「(597)「(598)「(599)「(600)「(601)「(602)「(603)「(604)「(605)「(606)「(607)「(608)「(609)「(610)「(611)「(612)「(613)「(614)「(615)「(616)「(617)「(618)「(619)「(620)「(621)「(622)「(623)「(624)「(625)「(626)「(627)「(628)「(629)「(630)「(631)「(632)「(633)「(634)「(635)「(636)「(637)「(638)「(639)「(640)「(641)「(642)「(643)「(644)「(645)「(646)「(647)「(648)「(649)「(650)「(651)「(652)「(653)「(654)「(655)「(656)「(657)「(658)「(659)「(660)「(661)「(662)「(663)「(664)「(665)「(666)「(667)「(668)「(669)「(670)「(671)「(672)「(673)「(674)「(675)「(676)「(677)「(678)「(679)

ターン」とし、この二つを合わせて「ご当地県在住者」とした。

「愛着度」は

1

みると、沖縄県は「地元 縄県(31・9%)、福留
名産品二霧留気、気質」県(30・8%)、神奈
2位の北海道は「食」県(23・0%)、広島
「自然・環境・気候」が(22・2%)が続いた。
それ下位。自然環境「ご当地景の地域の一
や風土文化が「地元らし 事や取り組みに積極的
三」を支えている」とが 関わりたい」という問

(49・7%)、宮崎県うかがえる。
(41・4%)、兵庫県 次に、「近地県で喜
(40・6%)と、西日本らしていることを誇りに
を中心に愛着度が高い傾感じる」という問いに対
向に。特に50%超えるの沖し、「とてもそう思う」
瀬戸と北海道の愛着の理と回答した割合は、北海

位

◇ ◇

「**ご当地果**」の「愛着」「誇り」「行動」を高め、要素を探るため、回答者をそれぞれのコアに依拠して高（TOP）、低（BOTTOM）を友人、小中学校での思い出に期待が持てるか

年で経験したこと⑤、当
地果での18歳までの過
し方から分析した。そ
の結果、「愛着」は日常
生活の中で地元の良い
実感する場面や、家族・
会がきっかけになり、
子どもとの頃にすくも
語る大人と接したいと
言っている。

2位

北海道

に対し「とても思う（以外）の3区分に整理出」といった「心の9」と回答したのは13・五つの観点①が基盤となる。熊本のイメージ②喜ぶ③分かった。県（11・8%）、神奈川（もっと関わってみた地元を評価されるイベント参加など県（10・8%）、宮城県（「良くしていきまいたい

『愛着』は誇りの中で育まれ、『愛着』は他者評価や地域活動を通じて育ち、『行動』はその二つを押し上げる「ブースター」として機能していることが示唆されたと同社。

◇ ◇

「当県在住者に『他』がの都道府県出身の人に比べて、誇りが高い層で63・3%、誇りが高い層で79と分析している。

なななが、原動力となる。自分のスロウな活動が地域に役立っている」と実感できることが背中を押し、特に「愛着」「誇り」「行動」に係る。観光教育や移住者、Uターン者との協働

「愛着」「誇り」「行動」から見る旅行推奨・受容との関係性

調査データ

当地県へ宿泊旅行に来て・2%、行動が高い層でほしいと思うか」を尋ね93・4%と、いずれも高たところ、「来てほしい水準だった。

と思う」(ぜひ来てほしい 同社の池内摩耶研究員
と思う)とまあ来てほしいは、「愛着」「誇り」