

実態把握調査結果は、回答者の特定につながるアンケート調査の自由記述回答及びヒアリング調査回答の一部、または全部を非公開としております。

観光圏実態把握調査結果 公表版

観光庁 観光地域振興課
2025年9月

目次

#	項目	頁
1	観光圏整備に向けた地域における取組実態に関する調査結果	P.3
2	観光地域づくりマネージャーの取組実態に関する調査結果	P.28

目次

#	項目	頁
1	観光圏整備に向けた地域における取組実態に関する調査結果	P.3
2	観光地域づくりマネージャーの取組実態に関する調査結果	P.28

観光圏整備に向けた地域における取組実態の把握を目的として、アンケート調査及びヒアリング調査を実施した

観光圏整備に向けた地域における取組実態に関する調査概要

調査概要	観光圏整備に向けた観光圏認定地域の取組実態と課題の把握を目的として、観光地域づくりプラットフォームに対するアンケート調査と観光地域づくりプラットフォーム及び地方自治体に対するヒアリング調査を実施した		
アンケート調査		ヒアリング調査	
日程	・ 2025年8月1日～8日	日程	・ 2025年8月18日～9月5日
調査対象	・ 観光地域づくりプラットフォーム（11地域）	調査対象	・ 観光地域づくりプラットフォーム（11地域） ・ 地方自治体（4地域）
実施方法	・ webアンケート	実施方法	・ オンラインヒアリング
回答数	・ 11件	その他	・ 地方自治体向けヒアリングの対象については、観光圏整備事業への関与度による取組状況や課題を把握するため、観光地域づくりプラットフォーム向けアンケートで把握した地方自治体の観光圏整備事業の関与度を踏まえて選定
その他	・ アンケートへの回答は、観光地域づくりプラットフォームにおいて、観光圏整備計画及び観光圏整備実施計画策定や、観光圏整備事業の実施の中心となっている方への回答を依頼		

観光地域づくりプラットフォームに対しては、地域の関係者との連携状況、マネージャーとの連携状況、情報収集とその活用状況などをアンケート項目とした

観光地域づくりプラットフォーム向けアンケート調査項目（1/2）

No	調査項目	回答方式
Q1	回答いただいた方が活動する観光圏名称を教えてください。	非公開 単一選択、必須
Q2	観光地域づくりプラットフォームの組織形態として当てはまるものを教えてください。	単一選択、必須
Q3	昨年度における観光圏整備事業に係る事務局運営に充てている財源種別と、財源の内訳（％）を記載してください。	非公開 記述、必須
Q4	地域の幅広い業種間の連携及び協力を図れる体制を構築できていますか。	単一選択、必須
Q5	観光圏整備事業において、連携できている地域の連携先団体名を具体的に記載してください。	非公開 記述、必須
Q6	観光圏整備事業において、観光圏の区域内にある地方公共団体の参画状況を教えてください。	単一選択、必須
Q7	マネージャーに期待する役割として当てはまるものを全て選択してください。	複数選択、必須
Q8	マネージャーに期待する役割について、実際に機能しているものを全て選択してください。	複数選択、必須
Q9	マネージャーの活動活性化のための取組として、実施しているものを全て選択してください。	複数選択、必須
Q10	観光圏整備実施事業について、進捗管理や評価、検証、検証結果を踏まえた事業内容の改善を観光地域づくりプラットフォームにおいて実施していますか。	単一選択、必須
Q11	設定したKPIの達成状況について、評価、検証の実施状況を教えてください。	単一選択、必須
Q12	構築している販路として、当てはまるものを全て選択してください。	複数選択、必須
Q13	観光圏整備事業に必要な体制整備について、これまで重点的に取り組んだことや今後の課題をご記載ください。	非公開 記述、必須
Q14	観光地域づくり実施基本方針の策定や見直しにおいて、これまで重点的に取り組んだことや今後の課題をご記載ください。	非公開 記述、必須
Q15	収集している各種情報として、当てはまるものを全て選択してください。	複数選択、必須
Q16	収集した情報の分析結果を観光地域づくり実施基本方針や観光圏整備事業に反映し、改善を図っていますか。	単一選択、必須
Q17	情報収集、活用において、これまで重点的に取り組んだことや今後の課題をご記載ください。	非公開 記述、必須
Q18	2泊3日以上滞を実現するための戦略（誰にどのような商品をどのように訴求して誘客に繋げるか）について、当てはまるものを選択してください。	単一選択、必須
Q19	2泊3日以上滞を実現するためのモデルコースについて、当てはまるものを選択してください。	単一選択、必須
Q20	2泊3日以上滞の促進につながる滞在コンテンツについて、アンケート回答時点で造成し、販売を行っている件数を教えてください。	非公開 記述、任意

観光地域づくりプラットフォームに対しては、滞在コンテンツ・滞在プログラムの造成・販売状況、移動手段の確保、情報発信の状況などをアンケート項目とした

観光地域づくりプラットフォーム向けアンケート調査項目（2/2）

No	調査内容	回答方式
Q21	2泊3日以上滞る滞在促進につながる滞在コンテンツの造成状況をどのように評価していますか。	単一選択、必須
Q22	2泊3日以上滞る滞在促進につながる滞在コンテンツの過去3年間の販売件数を教えてください。	非公開 記述、任意
Q23	2泊3日以上滞る滞在促進につながる滞在コンテンツの販売状況をどのように評価していますか。	単一選択、必須
Q24	2泊3日以上滞る滞在促進につながる滞在プログラムについて、アンケート回答時点で造成し、販売を行っている件数を教えてください。	非公開 記述、任意
Q25	2泊3日以上滞る滞在促進につながる滞在プログラムの造成状況をどのように評価していますか。	単一選択、必須
Q26	2泊3日以上滞る滞在促進につながる滞在プログラムの過去3年間の販売件数を教えてください。	非公開 記述、任意
Q27	2泊3日以上滞る滞在促進につながる滞在プログラムの販売状況をどのように評価していますか。	単一選択、必須
Q28	滞在コンテンツ、滞在プログラムを提供するために、ガイドの育成に取り組んでいますか。	単一選択、必須
Q29	滞在コンテンツ、滞在プログラムの価格設定の手法として最も重視しているものを選択してください。	複数選択、必須
Q30	滞在コンテンツ及び滞在プログラムの開発において、これまで重点的に取り組んだことや今後の課題をご記載ください。	非公開 記述、必須
Q31	観光圏外からの移動の拠点となる鉄道駅や空港等から観光圏内の区域までのアクセスを把握し、観光客への情報提供を行っていますか。	単一選択、必須
Q32	観光圏内の区域内における移動に関して、観光客の動態を把握し、利便性向上に向けた取組を行っていますか。	単一選択、必須
Q33	移動の利便性向上において、これまで重点的に取り組んだことや今後の課題をご記載ください。	非公開 記述、必須
Q34	観光圏整備事業におけるプロモーション施策として、実施しているものを全て選択してください。	複数選択、必須
Q35	観光圏整備事業において、設定しているターゲットに合わせたプロモーションを実施していますか。	単一選択、必須
Q36	観光圏整備事業におけるJNTOとの連携状況を教えてください。	単一選択、必須
Q37	情報提供の充実、強化において、これまで重点的に取り組んだことや今後の課題をご記載ください。	非公開 記述、必須
Q38	観光圏整備事業において、宿泊施設、観光施設等の改修、廃屋撤去等のハード面の事業に取り組んでいますか。	単一選択、必須
Q39	2泊3日以上滞る滞在促進に向けた観光圏の機能強化で、地域で必要と思われる支援を記載してください。	非公開 記述、必須

観光地域づくりプラットフォームは11地域、行政は4地域に対して、ヒアリングを実施した

ヒアリング調査対象者一覧（観光地域づくりプラットフォーム/地方自治体）

観光地域づくりプラットフォーム

#	観光圏名	組織名	役職
1	水のカムイ観光圏	一般社団法人釧路観光コンベンション協会	非公開
2	富良野美瑛観光圏	一般社団法人ふらの観光協会	
3	ニセコ観光圏	一般社団法人ニセコプロモーションボード	
4	雪国観光圏	一般社団法人雪国観光圏	
5	八ヶ岳観光圏	一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメント	
6	海の京都観光圏	一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社	
7	にし阿波～剣山・吉野川観光圏	一般社団法人そらの郷	
8	香川せとうちアート観光圏	公益社団法人香川県観光協会	
9	豊の国千年ロマン観光圏	一般社団法人豊の国千年ロマン観光圏	
10	「海風の国」佐世保・小値賀観光圏	公益財団法人佐世保観光コンベンション協会	
11	阿蘇くじゅう観光圏	公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター	

地方自治体

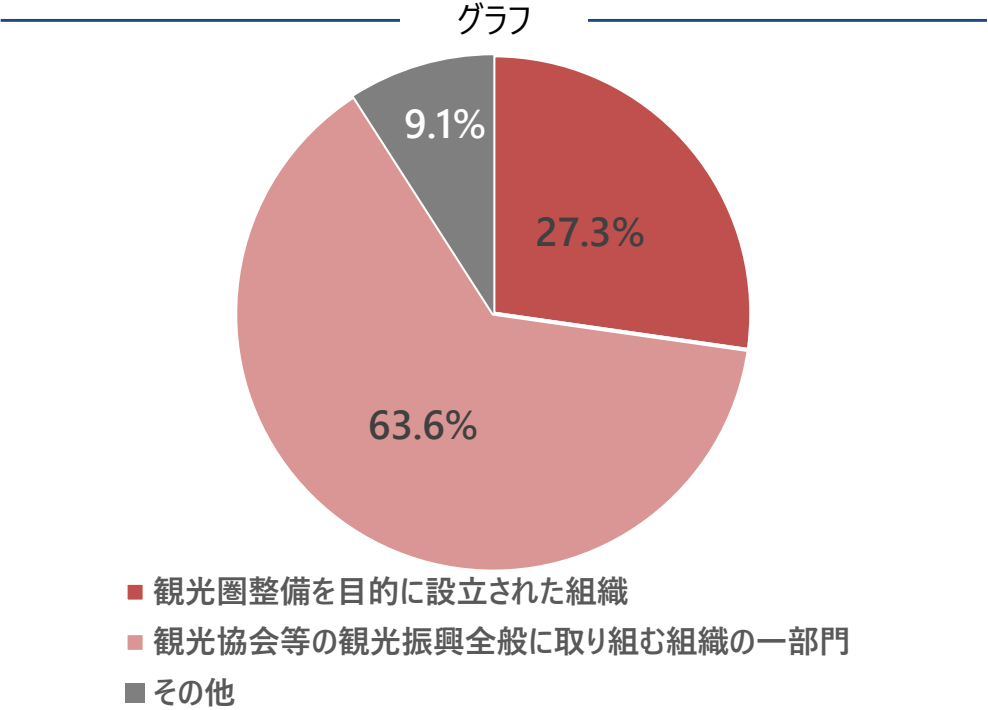
#	観光圏名	地方自治体名	所属・役職
1	水のカムイ観光圏	釧路市	非公開
2	八ヶ岳観光圏	北杜市	
3	豊の国千年ロマン観光圏	中津市	
4	「海風の国」佐世保・小値賀観光圏	佐世保市	

※地方自治体向けヒアリング結果は、観光地域づくりプラットフォーム向けアンケートの関連設問と関連づける形で調査結果を整理している。

観光地域づくりプラットフォームの組織形態は、観光圏整備を目的に設立された組織が3件で、観光協会等の観光振興全般に取り組む組織の一部門等として設立された組織が7件であった

Q2. 観光地域づくりプラットフォームの組織形態として当てはまるものを教えてください。

集計表		
選択肢	n	%
観光圏整備を目的に設立された組織	3	27.3
観光協会等の観光振興全般に取り組む組織の一部門	7	63.6
その他	1	9.1
回答数計	11	-



#	その他記載内容	回答地域	件数
1	地域全体の活性化や地域力の向上といった幅広い地域振興を志向する組織	非公開	1件
2	地域連携DMO		1件

※回答「地域連携DMO」は「観光協会等の観光振興全般に取り組む組織の一部門」に分類できるため、統合した

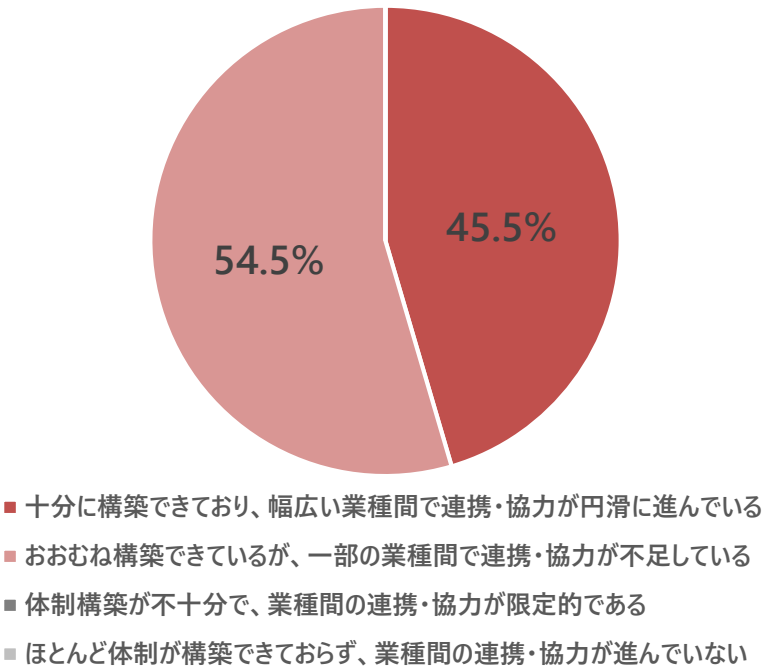
地域事業者との連携及び協力体制の構築状況について、「体制構築が不十分」、または「ほとんど体制構築ができていない」と回答した地域はなかった

Q4. 地域の幅広い業種間の連携及び協力を図れる体制を構築できていますか。

集計表

選択肢	n	%
十分に構築できており、幅広い業種間で連携、協力が円滑に進んでいる	5	45.5
おおむね構築できているが、一部の業種間で連携、協力が不足している	6	54.5
体制構築が不十分で、業種間の連携、協力が限定的である	0	0.0
ほとんど体制が構築できておらず、業種間の連携、協力が進んでいない	0	0.0
回答数計	11	-

グラフ



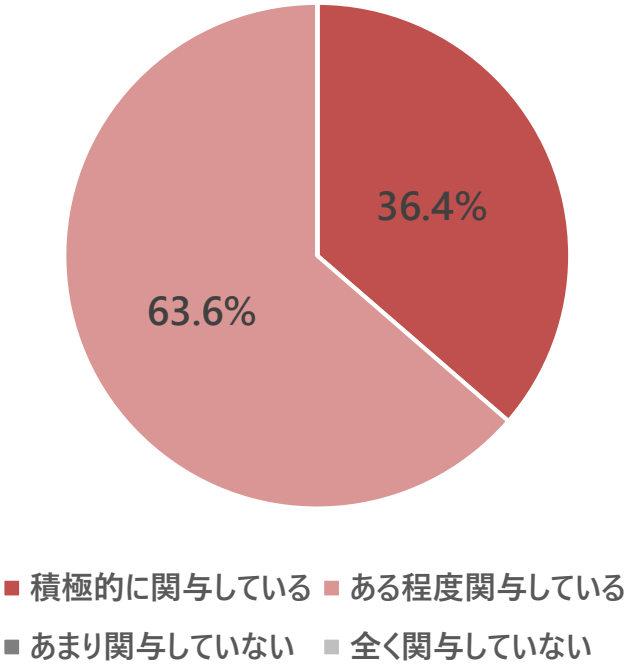
地方公共団体の参画状況について、「積極的に関与している」、「ある程度関与している」と回答した地域の割合の合計は100%であった

Q6. 観光圏整備事業において、観光圏の区域内にある地方公共団体の参画状況を教えてください。

集計表

選択肢	n	%
積極的に関与している	4	36.4
ある程度関与している	7	63.6
あまり関与していない	0	0.0
全く関与していない	0	0.0
回答数計	11	-

グラフ

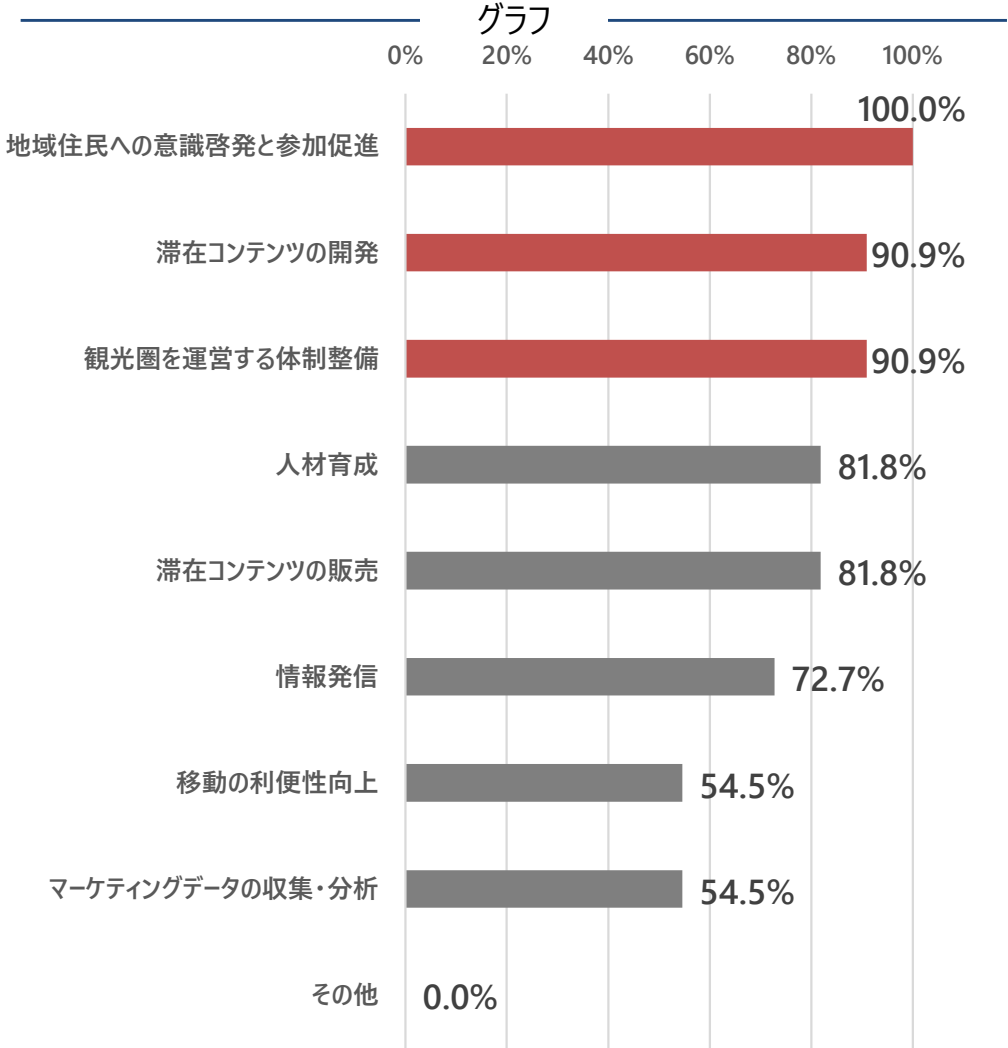


マネージャーに期待する役割は「地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発と参加促進」が最も多く、次いで「観光圏を運営する体制整備」と「滞在コンテンツの開発」が挙げられた

Q7.マネージャーに期待する役割として当てはまるものを全て選択してください。（複数選択）

集計表		
選択肢	n	%
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発と参加促進	11	100.0
観光圏を運営する体制整備 （マネージャー間や地域との連携のための会議運営等）	10	90.9
滞在コンテンツの開発	10	90.9
滞在コンテンツの販売	9	81.8
研修実施など、観光地域づくりに関する人材育成	9	81.8
情報発信（プロモーション）	8	72.7
マーケティングデータの収集、分析	6	54.5
移動の利便性向上	6	54.5
その他	0	0.0
回答数計	11	-

(n=11)



#	その他記載内容	回答地域	件数
1	回答なし		

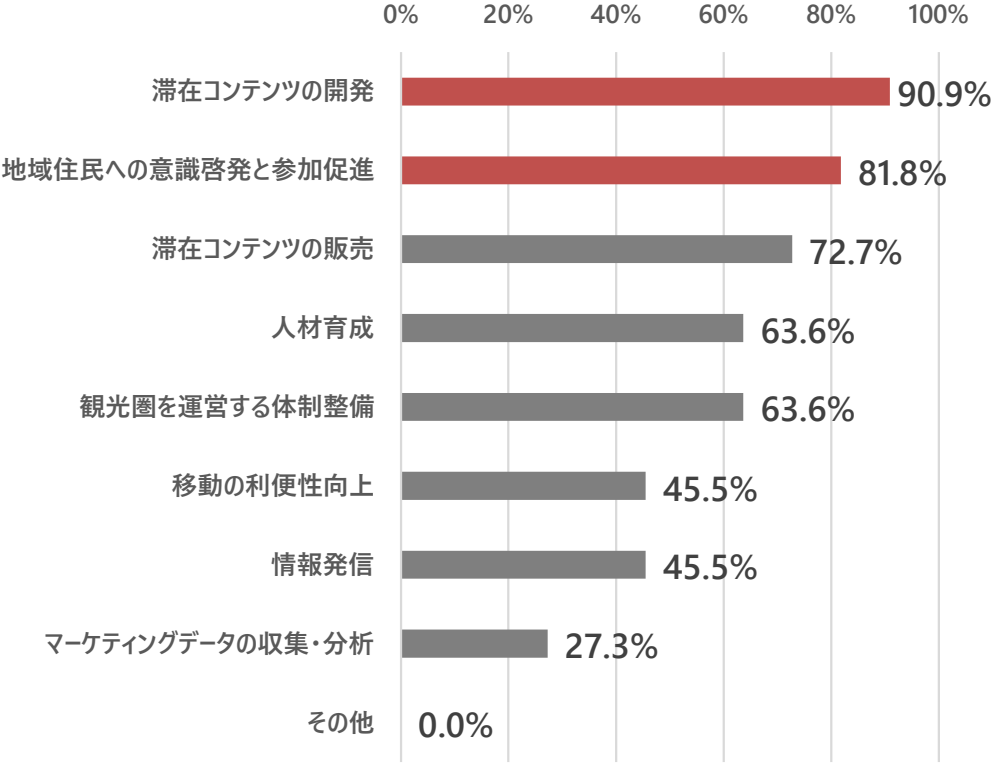
実際に機能しているマネージャーの役割は「滞在コンテンツの開発」が最も多く、次いで「地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発」が挙げられた

Q8. マネージャーに期待する役割について、実際に機能しているものを全て選択してください。（複数選択）

集計表

選択肢	n	%
滞在コンテンツの開発	10	90.9
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発と参加促進	9	81.8
滞在コンテンツの販売	8	72.7
観光圏を運営する体制整備 （マネージャー間や地域との連携のための会議運営等）	7	63.6
研修実施など、観光地域づくりに関する人材育成	7	63.6
情報発信（プロモーション）	5	45.5
移動の利便性向上	5	45.5
マーケティングデータの収集、分析	3	27.3
その他	0	0.0
回答数計	11	-

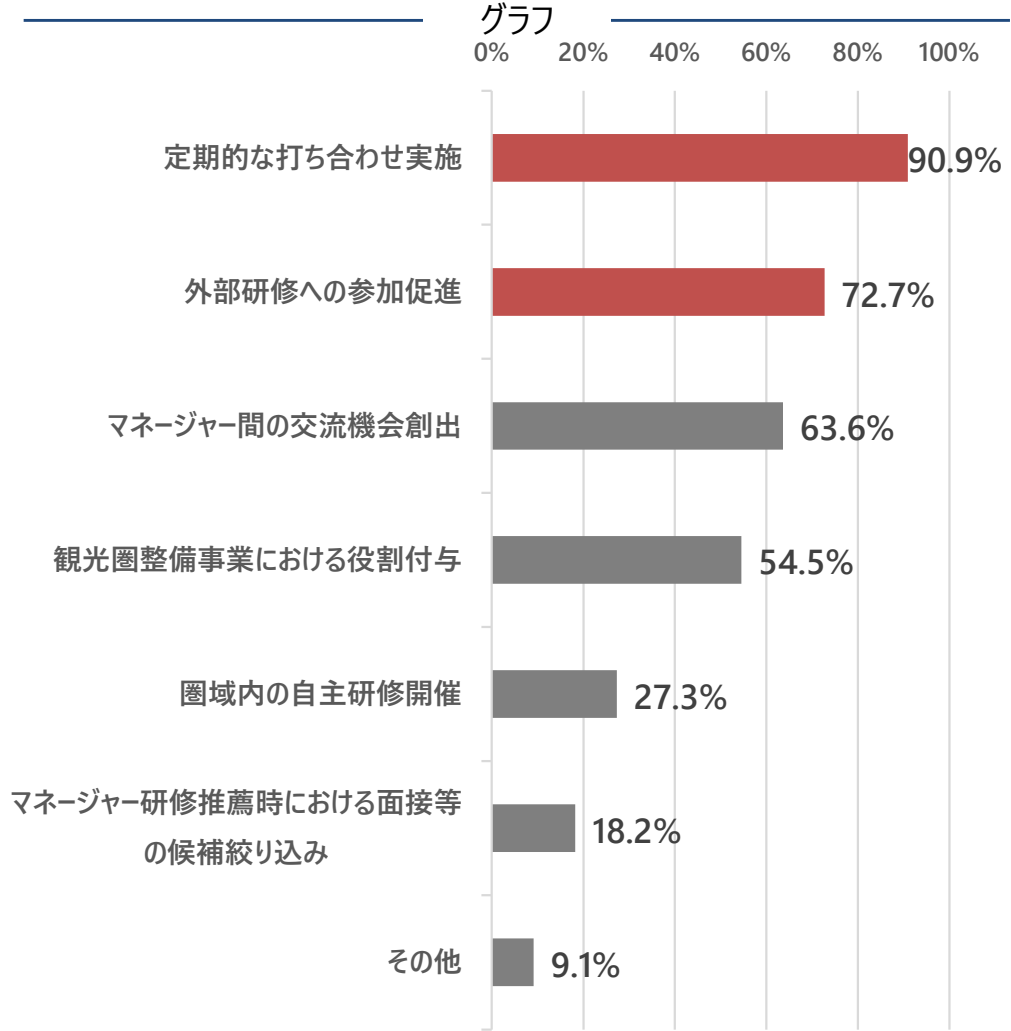
グラフ



マネージャーの活動活性化のために実施している取組として「定期的な打ち合わせ実施」が最も多く、次いで「外部研修への参加促進」が挙げられた

Q9.マネージャーの活動活性化のための取組として、実施しているものを全て選択してください。（複数選択）

集計表		
選択肢	n	%
定期的な打ち合わせ実施	10	90.9
外部研修への参加促進 （ステップアップ研修等の圏域外の研修）	8	72.7
マネージャー間の交流機会創出	7	63.6
観光圏整備事業における役割付与	6	54.5
圏域内の自主研修開催	3	27.3
マネージャー研修推薦時における面接等の候補絞り込み	2	18.2
その他	1	9.1
回答数計	11	-



#	その他記載内容	回答地域	件数
1	マネージャーによるマネージャー研修	非公開	1件

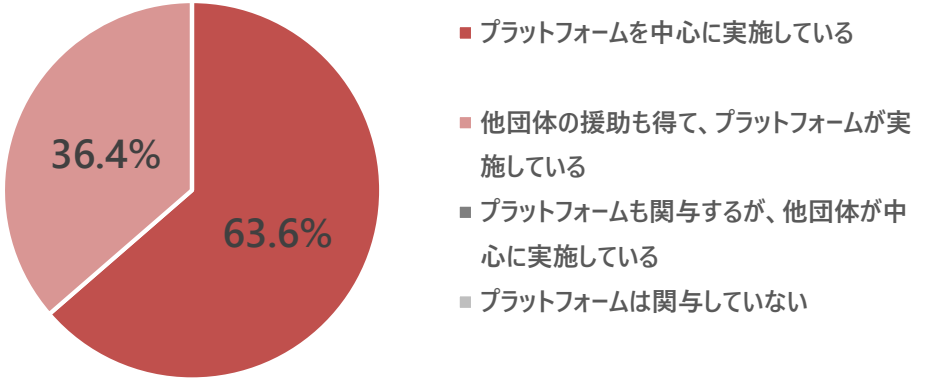
評価・検証を「プラットフォームが実施している」と回答した割合は100%である
また、KPIに関して、評価・検証を行い、必要な改善策を講じていると回答した割合は81.8%である

Q10. 観光圏整備実施事業について、進捗管理や評価、検証、検証結果を踏まえた事業内容の改善を観光地域づくりプラットフォームにおいて実施していますか。

集計表

選択肢	n	%
プラットフォームを中心に実施している	7	63.6
他団体の援助も得て、プラットフォームが実施している	4	36.4
プラットフォームも関与するが、他団体が中心に実施している	0	0.0
プラットフォームは関与していない	0	0.0
回答数計	11	-

グラフ

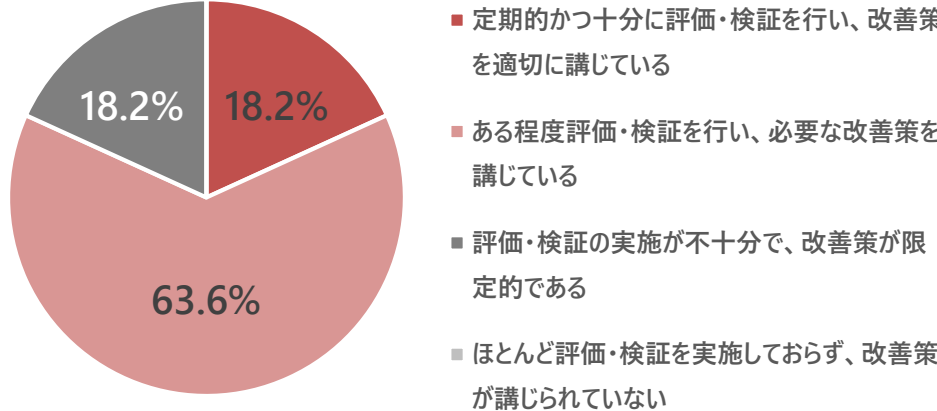


Q11. 設定したKPIの達成状況について、評価、検証の実施状況を教えてください。

集計表

選択肢	n	%
定期的かつ十分に評価、検証を行い、改善策を適切に講じている	2	18.2
ある程度評価、検証を行い、必要な改善策を講じている	7	63.6
評価、検証の実施が不十分で、改善策が限定的である	2	18.2
ほとんど評価、検証を実施しておらず、改善策が講じられていない	0	0.0
回答数計	11	-

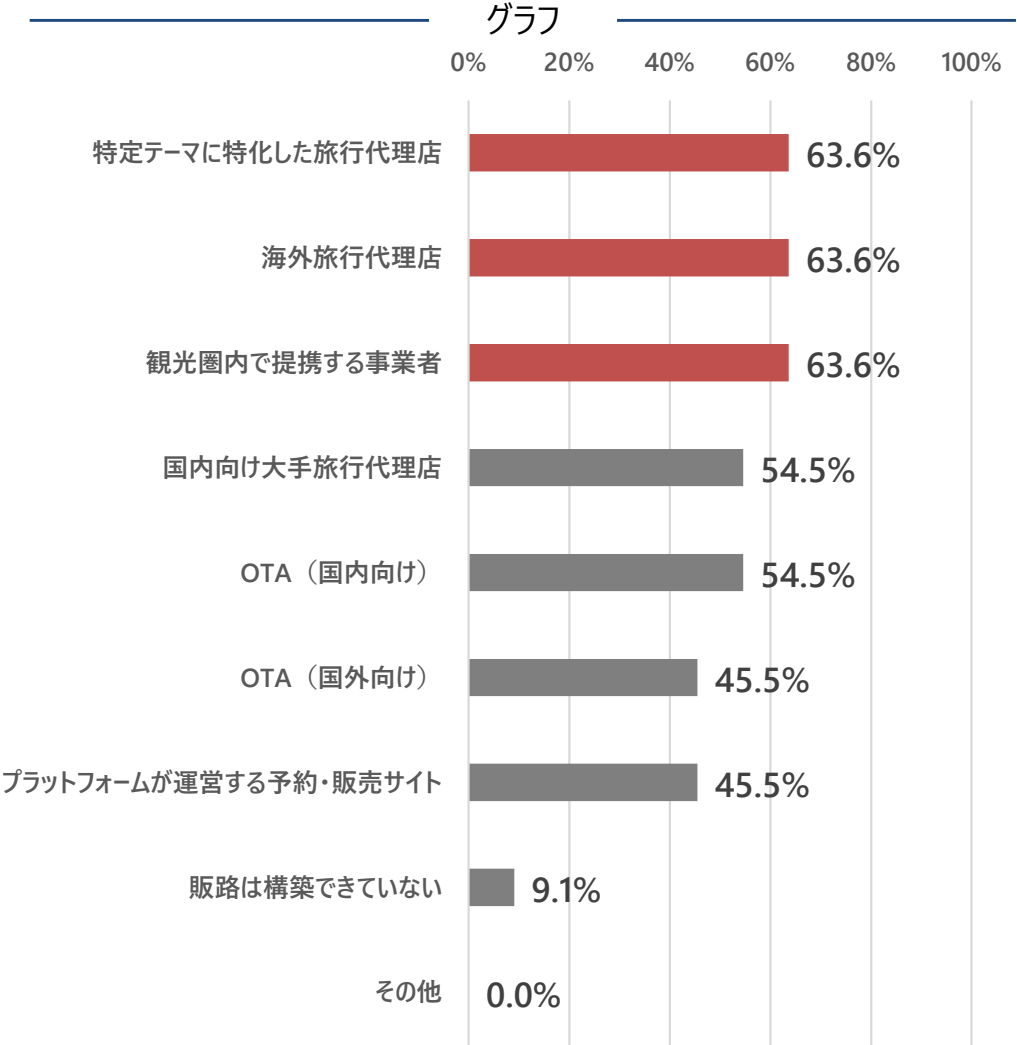
グラフ



構築している販路として「AT、富裕層向け等特定テーマに特化した旅行代理店」、「海外旅行代理店」、「観光案内所、宿泊施設等観光圏内で提携する事業者」が最も多く挙げられた

Q12.構築している販路として、当てはまるものを全て選択してください。（複数選択）

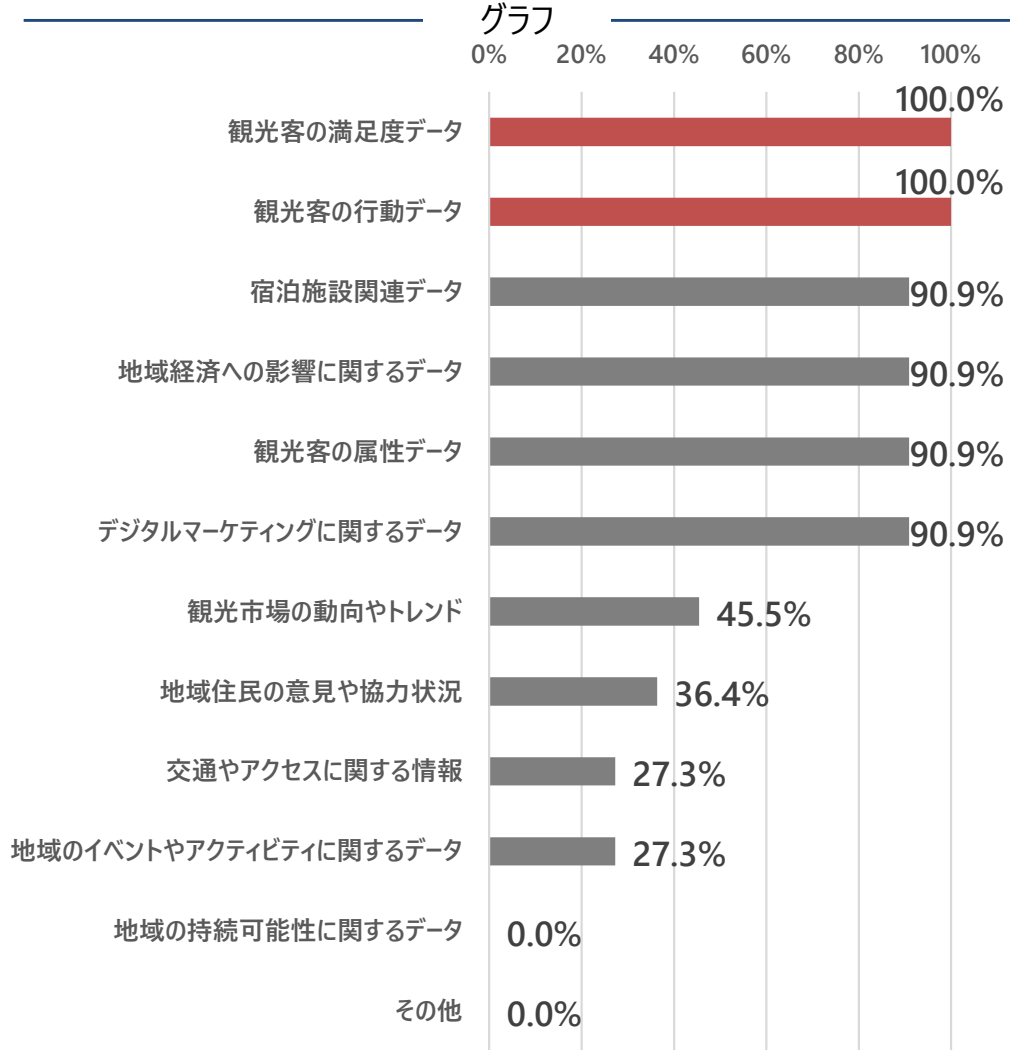
集計表		
選択肢	n	%
AT、富裕層向け等特定テーマに特化した旅行代理店	7	63.6
海外旅行代理店	7	63.6
観光案内所、宿泊施設等観光圏内で提携する事業者	7	63.6
国内向け大手旅行代理店	6	54.5
OTA（国内向け）	6	54.5
OTA（国外向け）	5	45.5
プラットフォームが運営する予約、販売サイト	5	45.5
販路は構築できていない	1	9.1
その他	0	0.0
回答数計	11	-



収集している情報として「観光客の満足度データ」、「観光客の行動データ」が最も多く挙げられた

Q15.収集している各種情報として、当てはまるものを全て選択してください。（複数選択）

集計表		
選択肢	n	%
観光客の満足度データ（満足度、口コミ等）	11	100.0
観光客の行動データ（訪問スポット、移動手段等）	11	100.0
宿泊施設関連データ（稼働率、平均泊数、宿泊費用等）	10	90.9
地域経済への影響に関するデータ （旅行消費額、観光による経済波及効果等）	10	90.9
観光客の属性データ（年代、居住地、旅行目的等）	10	90.9
デジタルマーケティングに関するデータ （ウェブサイトアクセス数、SNSデータ等）	10	90.9
観光市場の動向やトレンド （最新トレンドや競合地域の状況等）	5	45.5
地域住民の意見や協力状況（住民満足度等）	4	36.4
交通やアクセスに関する情報（公共交通の利用状況等）	3	27.3
地域のイベントやアクティビティに関するデータ （イベント参加者数、イベントの経済効果等）	3	27.3
地域の持続可能性に関するデータ （観光客によるゴミ排出量、交通混雑等）	0	0.0
その他	0	0.0
回答数計	11	-



#	その他記載内容	回答地域	件数
1	回答なし		

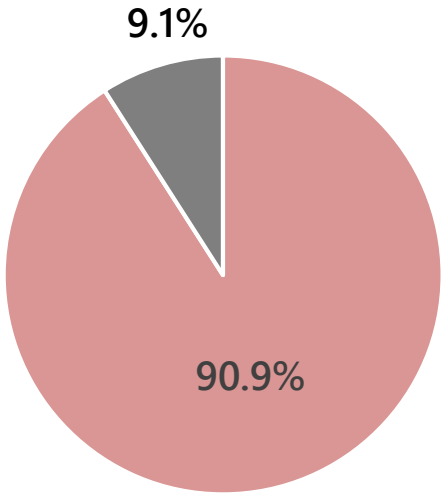
情報分析結果の反映及び改善状況について、
「ある程度反映し、改善を図っている」と回答した割合は90.9%であった

Q16. 収集した情報の分析結果を観光地域づくり実施基本方針や観光圏整備事業に反映し、改善を図っていますか。

集計表

選択肢	n	%
十分に反映し、改善を図っている	0	0.0
ある程度反映し、改善を図っている	10	90.9
あまり反映できておらず、改善が不十分である	1	9.1
ほとんど反映できておらず、改善が進んでいない	0	0.0
回答数計	11	-

グラフ



- 十分に反映し、改善を図っている
- ある程度反映し、改善を図っている
- あまり反映できておらず、改善が不十分である
- ほとんど反映できておらず、改善が進んでいない

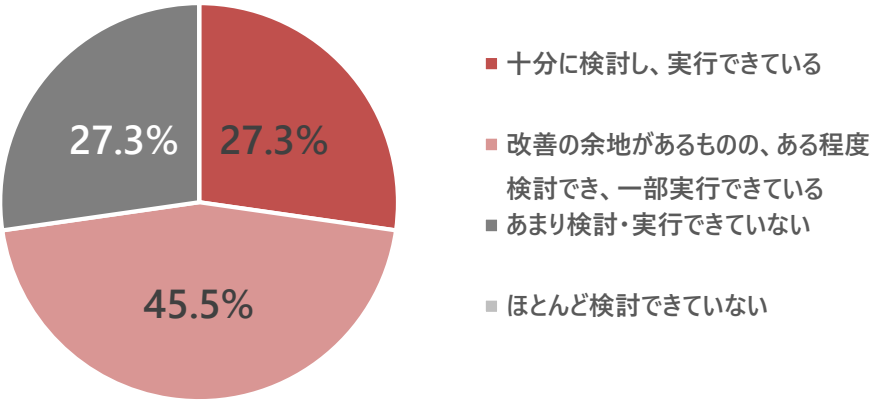
2泊3日以上滞実を現するたの戦を「検討でている」地は72.8%で、
2泊3日以上滞実を現するモデルコースを「用意でている」地は72.7%である

Q18. 2泊3日以上滞実を現するたの戦（誰にどのような商品をどのように訴求して誘客に繋げるか）について、当てはまるものを選択してください。

集計表

選択肢	n	%
2泊3日以上滞実を現する戦を十分に検討し、実行でている	3	27.3
2泊3日以上滞実を現する戦は、改善の余地があるもの、ある程度検討で、一部実行でている	5	45.5
2泊3日以上滞実を現する戦は、あまり検討、実行でていない	3	27.3
2泊3日以上滞実を現する戦は、ほとんど検討でていない	0	0.0
回答数計	11	-

グラフ

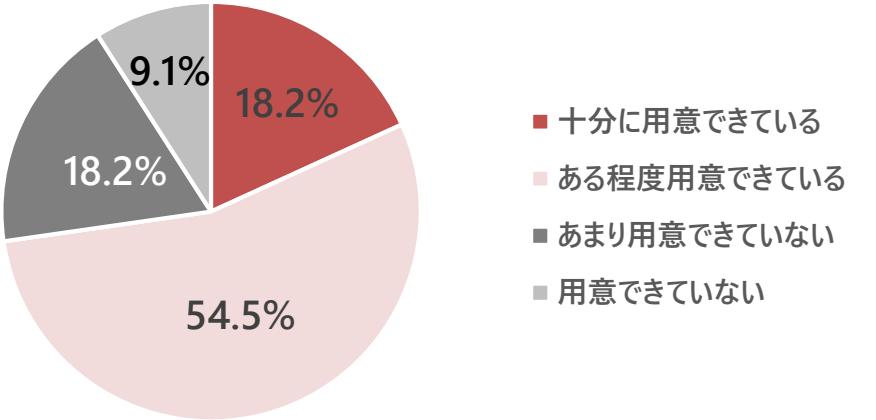


Q19. 2泊3日以上滞実を現するたのモデルコースについて、当てはまるものを選択してください。

集計表

選択肢	n	%
2泊3日以上滞実を現するモデルコースが十分に用意でている	2	18.2
2泊3日以上滞実を現するモデルコースがある程度用意でている	6	54.5
2泊3日以上滞実を現するモデルコースがあまり用意でていない	2	18.2
2泊3日以上滞実を現するモデルコースが用意でていない	1	9.1
回答数計	11	-

グラフ



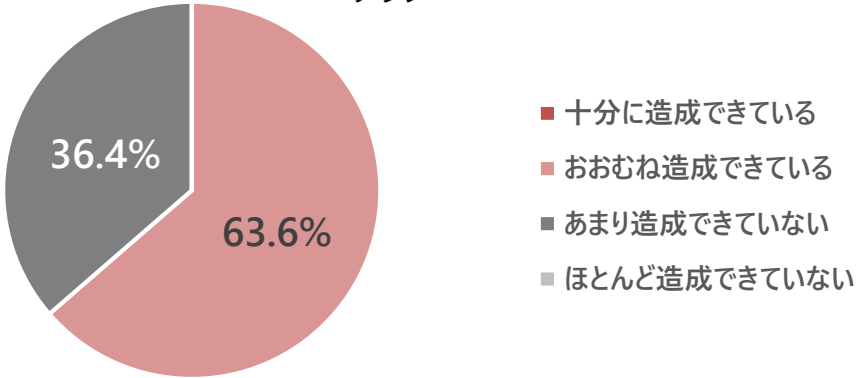
コンテンツ造成状況について、「概ね造成できている」のは63.6%で、コンテンツ販売状況について、「販売実績がある」地域は63.7%であった

Q21. 2泊3日以上滞り促進につながる滞在コンテンツの造成状況をどのように評価していますか。

集計表

選択肢	n	%
十分に造成できている	0	0.0
おおむね造成できている	7	63.6
あまり造成できていない	4	36.4
ほとんど造成できていない	0	0.0
回答数計	11	-

グラフ

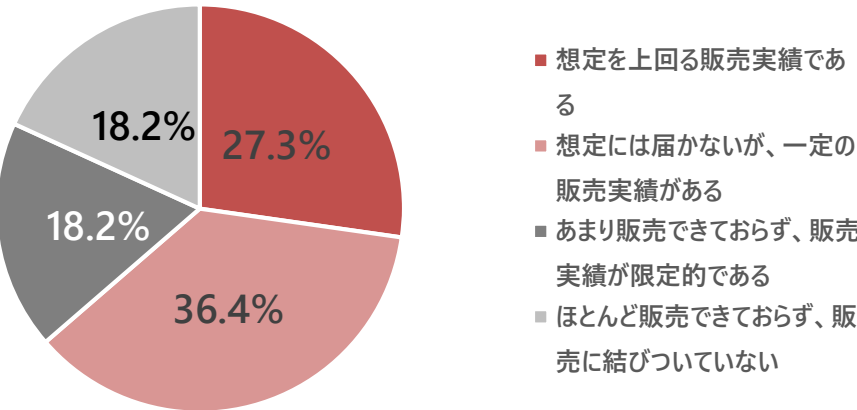


Q23. 2泊3日以上滞り促進につながる滞在コンテンツの販売状況をどのように評価していますか。

集計表

選択肢	n	%
想定を上回る販売実績である	3	27.3
想定には届かないが、一定の販売実績がある	4	36.4
あまり販売できておらず、販売実績が限定的である	2	18.2
ほとんど販売できておらず、販売に結びついていない	2	18.2
回答数計	11	-

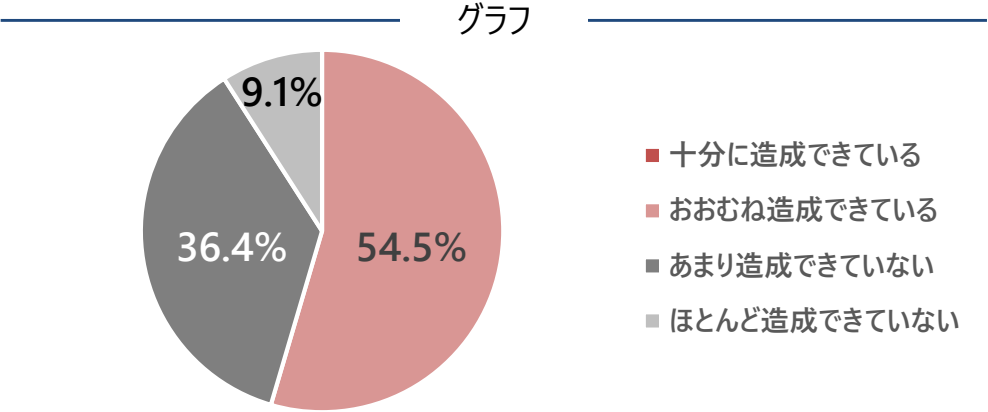
グラフ



プログラム造成状況について、「おおむね造成できている」地域は54.5%であり、プログラム販売状況について「販売実績が限定的である」「販売に結びついていない」地域は54.6%であった

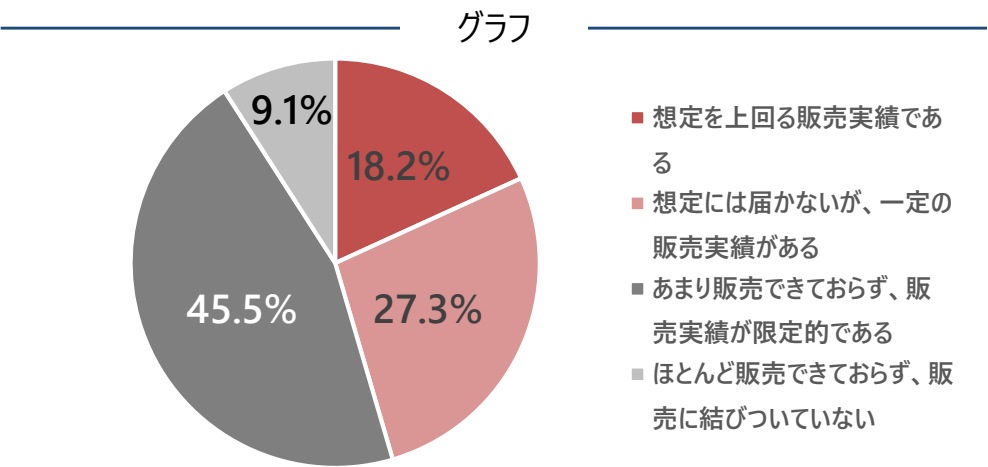
Q25. 2泊3日以上滞り促進につながる滞在プログラムの造成状況をどのように評価していますか。

選択肢	n	%
十分に造成できている	0	0.0
おおむね造成できている	6	54.5
あまり造成できていない	4	36.4
ほとんど造成できていない	1	9.1
回答数計	11	-



Q27. 2泊3日以上滞り促進につながる滞在プログラムの販売状況をどのように評価していますか。

選択肢	n	%
想定を上回る販売実績である	2	18.2
想定には届かないが、一定の販売実績がある	3	27.3
あまり販売できておらず、販売実績が限定的である	5	45.5
ほとんど販売できておらず、販売に結びついていない	1	9.1
回答数計	11	-



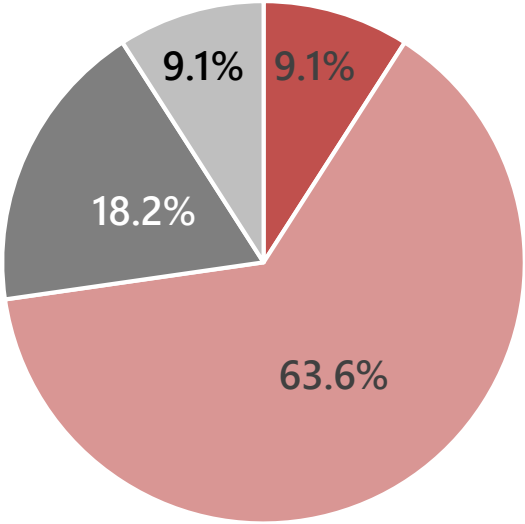
ガイドの育成に取り組んでいる地域は72.7%であった

Q28.滞在コンテンツ、滞在プログラムを提供するために、ガイドの育成に取り組んでいますか。

集計表

選択肢	n	%
十分に取り組み、質の高いガイドを育成している	1	9.1
ある程度取り組み、ガイドの育成が進んでいる	7	63.6
あまり取り組めておらず、ガイドの育成が不十分である	2	18.2
ほとんど取り組めておらず、ガイドの育成が進んでいない	1	9.1
回答数計	11	-

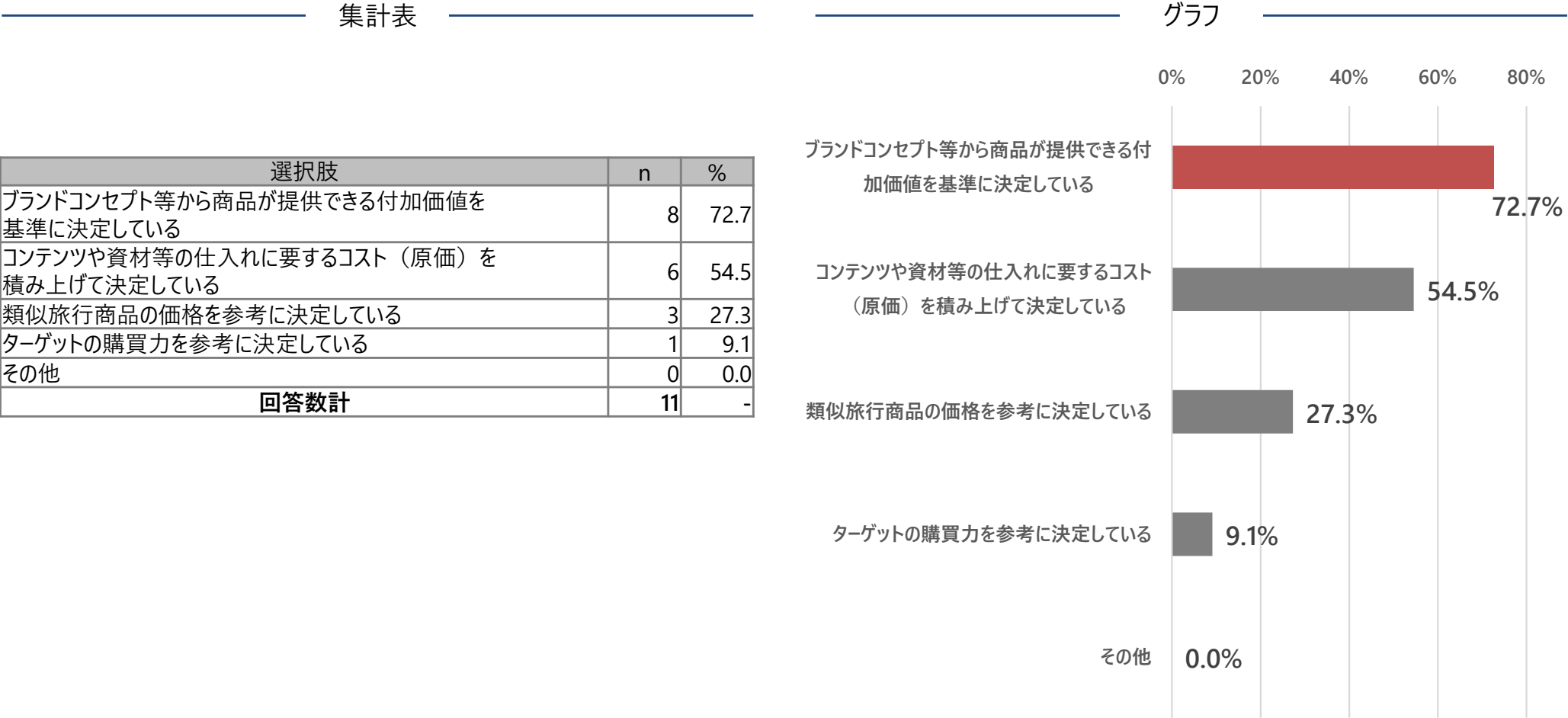
グラフ



- 十分に取り組み、質の高いガイドを育成している
- ある程度取り組み、ガイドの育成が進んでいる
- あまり取り組めておらず、ガイドの育成が不十分である
- ほとんど取り組めておらず、ガイドの育成が進んでいない

滞在コンテンツ、滞在プログラムの価格設定の手法として「ブランドコンセプト等から商品が提供できる付加価値を基準に決定している」が最も多く挙げられた

Q29.滞在コンテンツ、滞在プログラムの価格設定の手法として最も重視しているものを選択してください。（複数選択）



#	その他記載内容	回答地域	件数
1	回答なし		

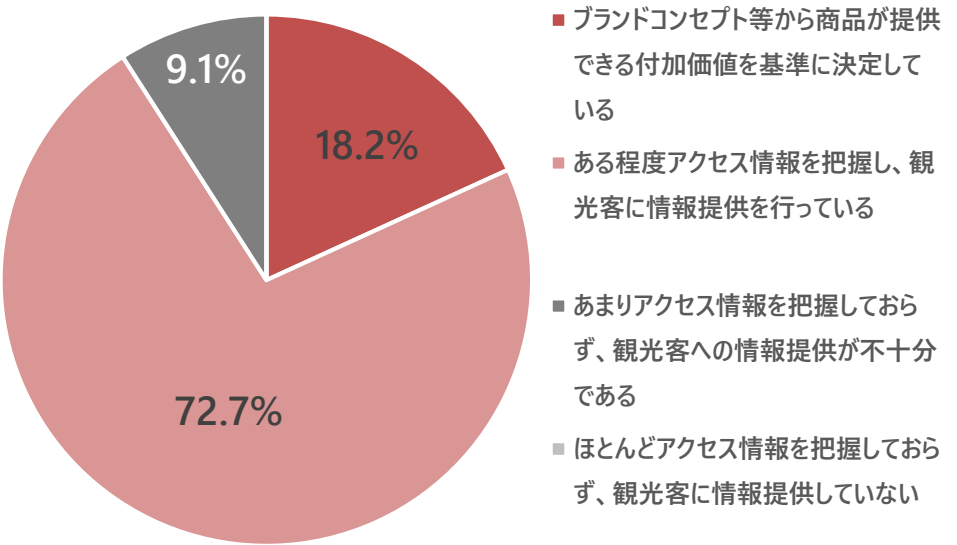
観光圏外から観光圏内までのアクセス情報について、「情報提供を行っている」地域は90.9%である

Q31.観光圏外からの移動の拠点となる鉄道駅や空港等から観光圏内の区域までのアクセスを把握し、観光客への情報提供を行っていますか

集計表

選択肢	n	%
十分にアクセス情報を把握し、観光客に情報提供を行っている	2	18.2
ある程度アクセス情報を把握し、観光客に情報提供を行っている	8	72.7
あまりアクセス情報を把握しておらず、観光客への情報提供が不十分である	1	9.1
ほとんどアクセス情報を把握しておらず、観光客に情報提供していない	0	0.0
回答数計	11	-

グラフ



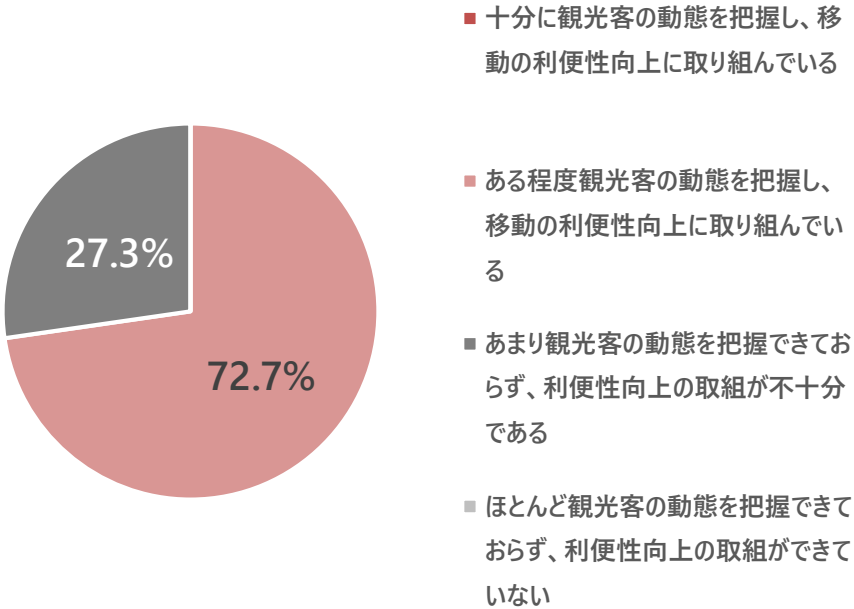
観光圏内の利便性向上に向けた取組について、「取り組んでいる」地域は72.7%であり、ヒアリングでは周遊チケットの造成やレンタサイクルの提供が具体的な取組としてコメントが得られた

Q32. 観光圏内の区域内における移動に関して、観光客の動態を把握し、利便性向上に向けた取組を行っていますか。

集計表

選択肢	n	%
十分に観光客の動態を把握し、移動の利便性向上に取り組んでいる	0	0.0
ある程度観光客の動態を把握し、移動の利便性向上に取り組んでいる	8	72.7
あまり観光客の動態を把握できておらず、利便性向上の取組が不十分である	3	27.3
ほとんど観光客の動態を把握できておらず、利便性向上の取組ができていない	0	0.0
回答数計	11	-

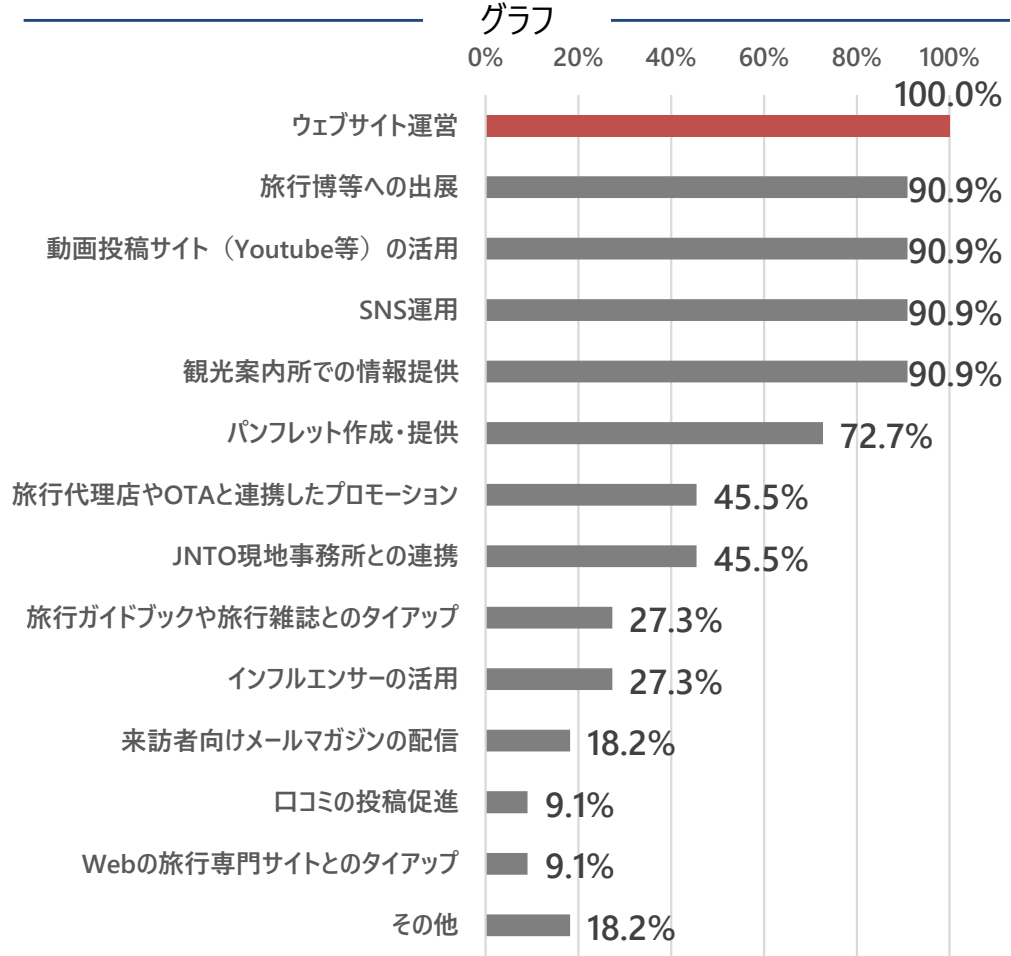
グラフ



観光圏整備事業におけるプロモーション施策として「ウェブサイト運営」が最も多く挙げられた

Q34.観光圏整備事業におけるプロモーション施策として、実施しているものを全て選択してください。（複数選択）

集計表		
選択肢	n	%
ウェブサイト運営	11	100.0
旅行博等への出展	10	90.9
動画投稿サイト（Youtube等）の活用	10	90.9
SNS運用	10	90.9
観光案内所での情報提供	10	90.9
パンフレット作成、提供	8	72.7
旅行代理店やOTAと連携したプロモーション	5	45.5
JNTO現地事務所との連携	5	45.5
旅行ガイドブックや旅行雑誌とのタイアップ	3	27.3
インフルエンサーの活用	3	27.3
来訪者向けメールマガジンの配信	2	18.2
口コミの投稿促進	1	9.1
Webの旅行専門サイトとのタイアップ	1	9.1
その他	2	18.2
回答数計	11	-



#	その他記載内容	回答地域	件数
1	JNTOのWEBサイト記事掲載	非公開	1件
2	国内外現地商談会への参加、各地域での写真展の開催		1件

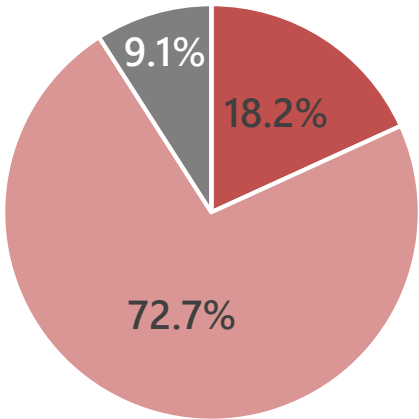
ターゲットに合わせたプロモーションについて、「実施できている」地域は90.9%であり、JNTOとの連携状況について、「連携できている」と回答した地域は45.5%であった

Q35. 観光圏整備事業において、設定しているターゲットに合わせたプロモーションを実施していますか。

集計表

選択肢	n	%
十分に実施できており、ターゲットに対して適切にアプローチできている	2	18.2
概ね実施できているが、一部改善の予定がある	8	72.7
あまり実施できておらず、ターゲットへのアプローチが不十分である	1	9.1
ほとんど実施できておらず、ターゲットに対応したプロモーションが行われていない	0	0.0
回答数計	11	-

グラフ



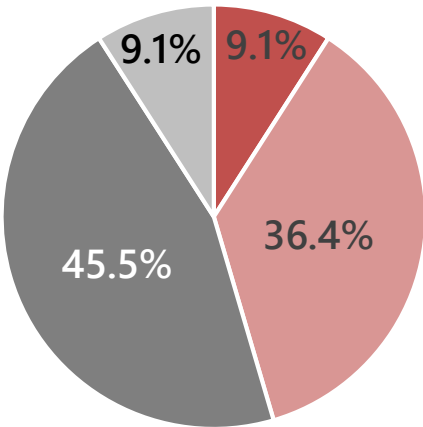
- 十分に実施できており、ターゲットに対して適切にアプローチできている
- 概ね実施できているが、一部改善の予定がある
- あまり実施できておらず、ターゲットへのアプローチが不十分である
- ほとんど実施できておらず、ターゲットに対応したプロモーションが行われていない

Q36. 観光圏整備事業におけるJNTOとの連携状況を教えてください。

集計表

選択肢	n	%
積極的に連携し、具体的な成果が見えている	1	9.1
ある程度連携しており、情報共有やプロモーション活動を行っている	4	36.4
連携が不十分で、JNTOの活動者支援を十分に活用できていない	5	45.5
ほとんど連携しておらず、JNTOの取組に関与していない	1	9.1
回答数計	11	-

グラフ



- 積極的に連携し、具体的な成果が見えている
- ある程度連携しており、情報共有やプロモーション活動を行っている
- 連携が不十分で、JNTOの活動者支援を十分に活用できていない
- ほとんど連携しておらず、JNTOの取組に関与していない

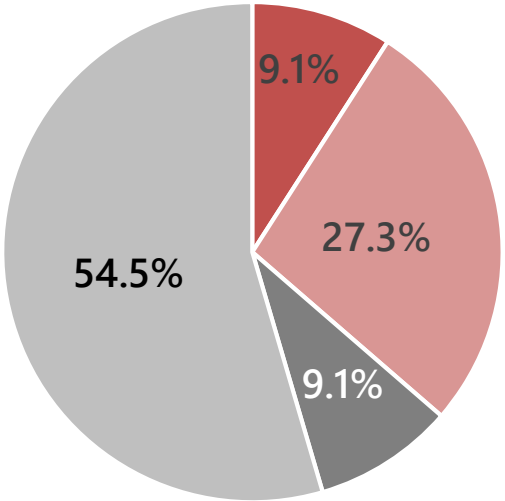
ハードに関する事業の取組状況について、「取組が不十分で、ハード整備が限定的である」「ほとんど取り組んでおらず、進展が見られない」と回答した割合の合計は63.6%であった

Q38. 観光圏整備事業において、宿泊施設、観光施設等の改修、廃屋撤去等のハード面の事業に取り組んでいますか。

集計表

選択肢	n	%
積極的に取り組み、必要なハード整備が十分に進んでいる	1	9.1
一部取組を進めており、一定の成果が出ている	3	27.3
取組が不十分で、ハード整備が限定的である	1	9.1
ほとんど取り組んでおらず、進展が見られない	6	54.5
回答数計	11	-

グラフ



- 積極的に取り組み、必要なハード整備が十分に進んでいる
- 一部取組を進めており、一定の成果が出ている
- 取組が不十分で、ハード整備が限定的である
- ほとんど取り組んでおらず、進展が見られない

目次

#	項目	頁
1	観光圏整備に向けた地域における取組実態に関する調査結果	P.3
2	観光地域づくりマネージャーの取組実態に関する調査結果	P.28

観光地域づくりマネージャーの取組実態を把握するため、観光地域づくりマネージャーに対するアンケート調査とヒアリング調査を実施した

観光地域づくりマネージャーの取組実態に関する調査概要

調査概要		観光圏認定地域における観光地域づくりマネージャーの取組実態と課題整理を目的として、観光地域づくりマネージャーに対するアンケート調査とヒアリング調査を実施した	
アンケート調査		ヒアリング調査	
日程	• 2025年8月1日～15日	日程	• 2025年8月22日～9月2日
調査対象	• 観光地域づくりマネージャー	調査対象	• 観光地域づくりマネージャー（8人）
実施方法	• webアンケート	実施方法	• オンラインヒアリング
回答数	• 72件		
その他	• アンケートへの回答は、観光地域づくりプラットフォームを經由して依頼を実施	その他	• ヒアリング対象は、観光地域づくりマネージャーの活動実態を網羅的に把握するため、マネージャーとしての活動内容、職業（所属）の観点から観光地域プラットフォームから推薦があった方の中から選定

観光地域づくりマネージャーに対しては、マネージャー認定を受けた動機や現在の活動内容、モチベーションなどをアンケート項目とした

観光地域づくりマネージャー向けアンケート調査項目

No	調査項目	回答方式
Q1	回答いただいた方が活動する観光圏名称を教えてください。	単一選択、必須
Q2	あなたの氏名を記載してください。	非公開 記述、必須
Q3	観光地域づくりマネージャーとしての認定年度を教えてください。	記述、必須
Q4	あなたの年代として当てはまるものを教えてください。	単一選択、必須
Q5	あなたの性別として当てはまるものを教えてください。	単一選択、必須
Q6	あなたの職業として当てはまるものを教えてください。	単一選択、必須
Q7	あなたの在住エリアとして当てはまるものを選択してください。	単一選択、必須
Q8	マネージャー認定を受けた動機を教えてください。	非公開 記述、必須
Q9	観光圏整備事業において、ご自身が関与したいと考えている役割として当てはまるものを全て選択してください。	複数選択、必須
Q10	観光圏整備事業において、ご自身が関与したいと考えている役割として当てはまるものを全て選択してください。	複数選択、必須
Q11	現在の役割に対して、モチベーションを持って観光圏整備事業に取り組んでいますか。	単一選択、必須
Q12	あなたが年間の業務時間を100とした場合、そのうち観光圏に関する活動に割いている時間は何パーセントですか。	記述、必須
Q13	観光圏圏域内のマネージャー間の連携強化に向けて、どのような取組、活動に取り組んでいるか教えてください。	非公開 記述、必須
Q14	プラットフォームから受けている支援として当てはまるものを全て選択してください。	複数選択、必須
Q15	観光地域づくりマネージャーとして、プラットフォームに期待する役割や活動を教えてください。	非公開 記述、必須
Q16	観光地域づくりマネージャーとして活動するにあたって、希望する支援や制度を教えてください。	非公開 記述、必須

観光地域づくりマネージャーのヒアリング対象者は、マネージャーの区分や所属のバランスを踏まえて、選定した

ヒアリング対象者一覧（観光地域づくりマネージャー）

観光地域づくりマネージャー					
#	観光圏名	マネージャー区分	所属	認定年度	主な役割
1	水のカムイ観光圏	地域の関連事業者	非公開	平成29年度	観光コンテンツ造成
2	ニセコ観光圏	地域の観光関連事業者		令和5年度	情報発信事業、受入環境整備事業
3	ニセコ観光圏	行政機関に所属		平成27年度	人材育成活動、体験観光ガイド業、滞在/周遊コンテンツ創作
4	雪国観光圏	地域の関連事業者		平成30年度	雪国観光圏ブランドWG事務局
5	八ヶ岳観光圏	地域の観光関連事業者		平成22年度	地域イベントの実行委員長
6	海の京都観光圏	観光地域づくりプラットフォームを担う法人に所属		平成25年度	観光地域づくりマネージャーリーダー
7	豊の国千年ロマン観光圏	行政機関に所属		令和3年度	エリア担当、地域との橋渡し役、地域特産と観光との連携
8	「海風の国」佐世保・小値賀観光圏	観光地域づくりプラットフォームを担う法人に所属		令和元年度	観光地域づくり推進責任者、マーケティング

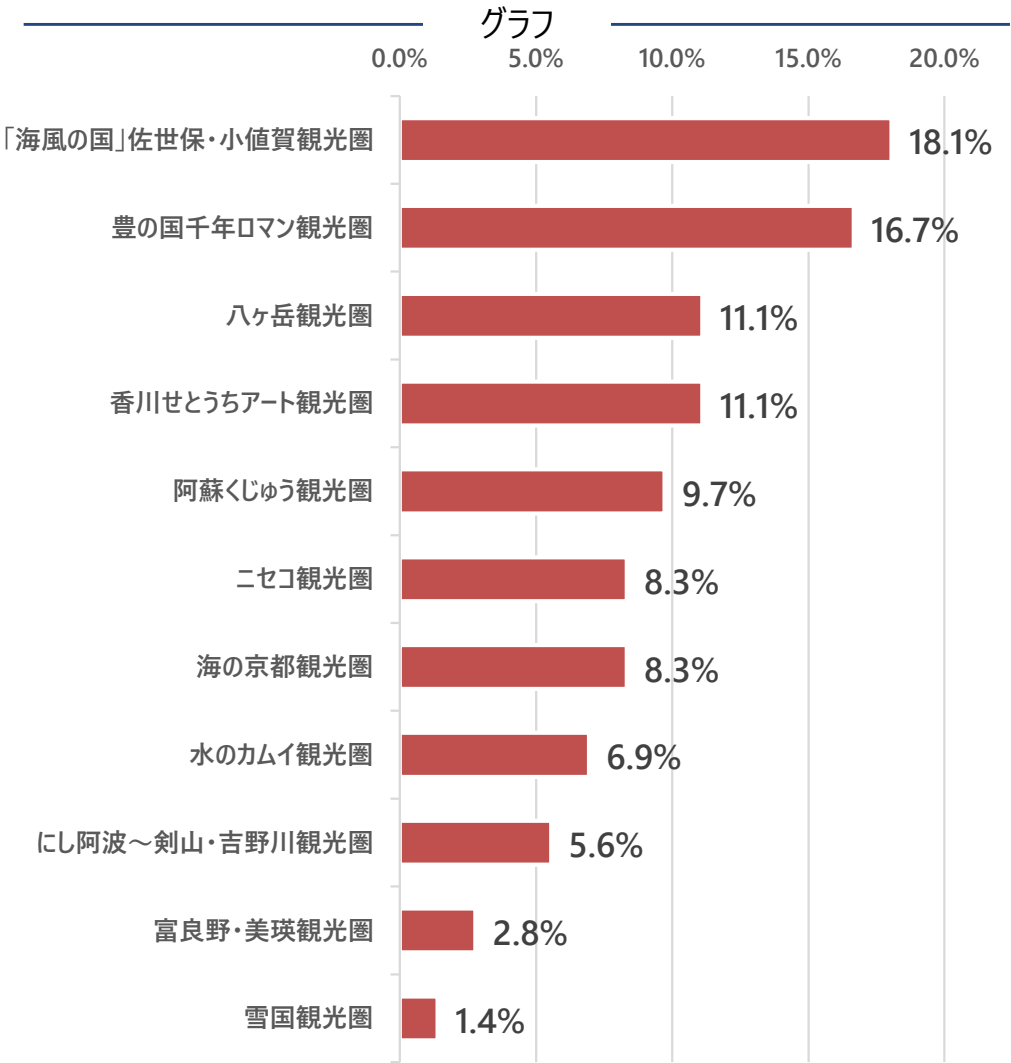
観光圏によって、アンケートに協力いただいた観光地域づくりマネージャーの数はやや異なる

Q1. 回答いただいた方が活動する観光圏名称を教えてください。

集計表

選択肢	n	%
「海風の国」佐世保、小値賀観光圏	13	18.1
豊の国千年ロマン観光圏	12	16.7
ハケ岳観光圏	8	11.1
香川せとうちアート観光圏	8	11.1
阿蘇くじゅう観光圏	7	9.7
ニセコ観光圏	6	8.3
海の京都観光圏	6	8.3
水のカムイ観光圏	5	6.9
にし阿波～剣山、吉野川観光圏	4	5.6
富良野、美瑛観光圏	2	2.8
雪国観光圏	1	1.4
回答数計	72	-

グラフ



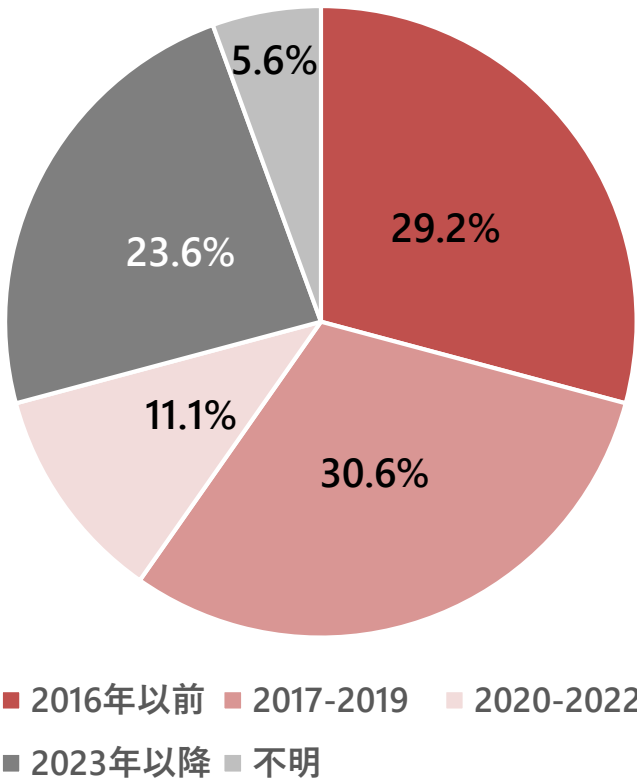
アンケートに回答した観光地域づくりマネージャーの認定年度は、様々な認定年度のマネージャーから回答を得られた

Q3.観光地域づくりマネージャーとしての認定年度を教えてください。（記述）

集計表

選択肢	n	%
2016年以前	21	29.2
2017-2019年	22	30.6
2020-2022年	8	11.1
2023年以降	17	23.6
不明	4	5.6
回答数計	72	-

グラフ

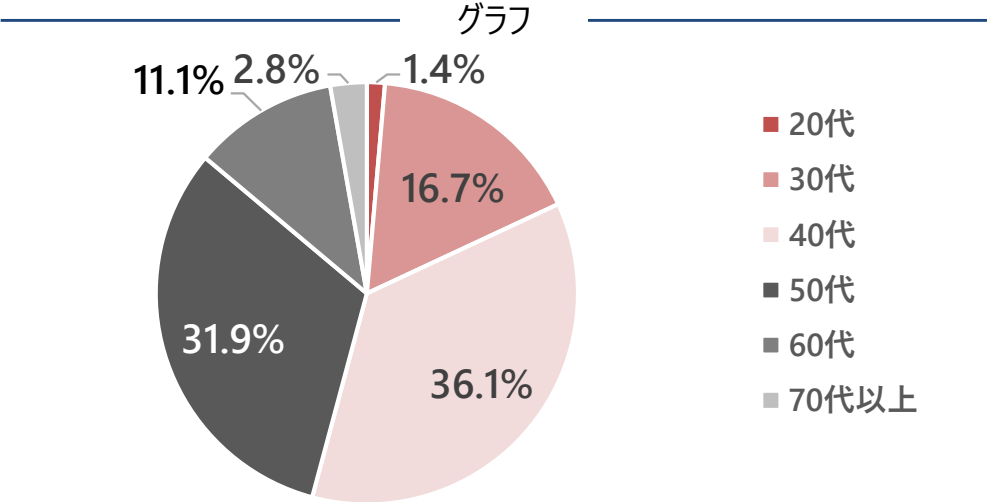


アンケートに回答した観光地域づくりマネージャーの年代は「40代」が最も多く、性別は「男性」が多い

Q4.あなたの年代として当てはまるものを教えてください。

集計表

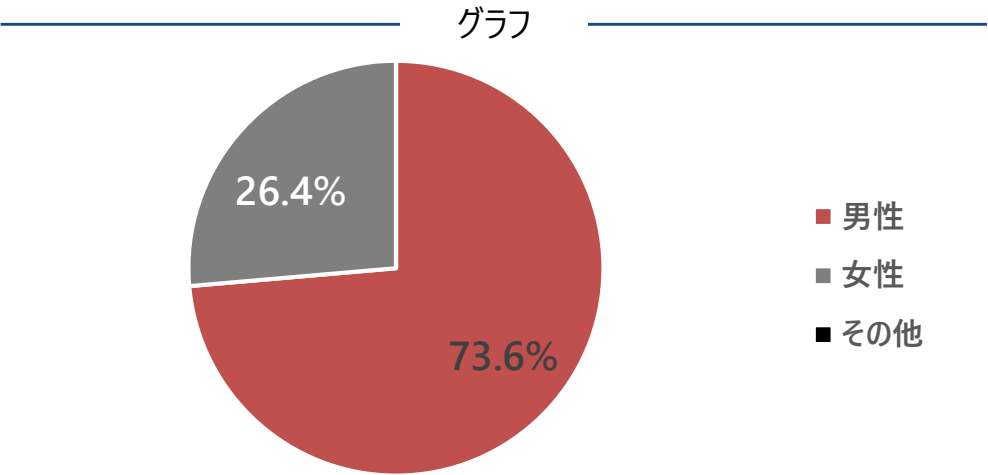
選択肢	n	%
20代	1	1.4
30代	12	16.7
40代	26	36.1
50代	23	31.9
60代	8	11.1
70代以上	2	2.8
回答数計	72	-



Q5.あなたの性別として当てはまるものを教えてください。

集計表

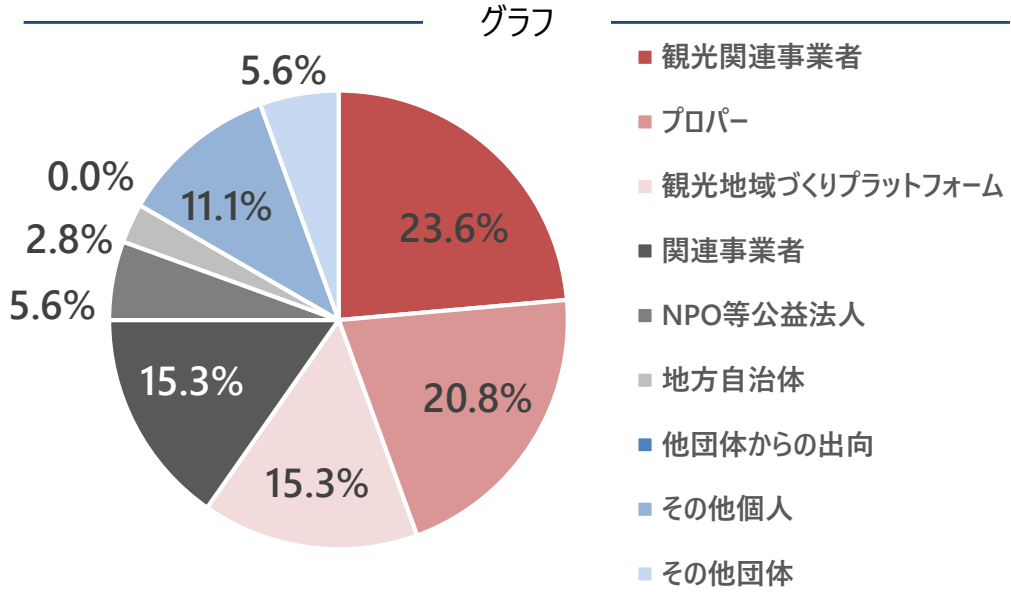
選択肢	n	%
男性	53	73.6
女性	19	26.4
その他	0	0.0
回答数計	72	-



アンケートに回答した観光地域づくりマネージャーの職業は「観光関連事業者」が最も多く、
在住エリアは「滞在促進地区」が多い

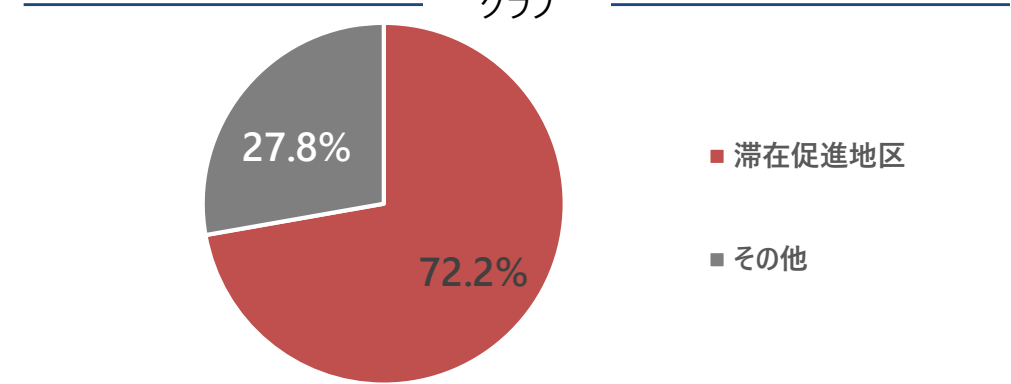
Q6. あなたの職業として当てはまるものを教えてください。

集計表		
選択肢	n	%
観光関連事業者 (宿泊施設、ガイド等観光を中心に生計を立てている方)	17	23.6
観光地域づくりプラットフォーム以外の観光協会、DMO (プロパー)	15	20.8
観光地域づくりプラットフォーム	11	15.3
関連事業者 (農業、交通事業者等、観光以外を中心に 生計を立てている方)	11	15.3
NPO等公益法人	4	5.6
地方自治体	2	2.8
観光地域づくりプラットフォーム以外の観光協会、DMO (他団体からの出向)	0	0.0
その他個人	8	11.1
その他団体	4	5.6
回答数計	72	-



Q7. あなたの在住エリアとして当てはまるものを選択してください。

集計表		
選択肢	n	%
滞在促進地区	52	72.2
その他	20	27.8
回答数計	72	-



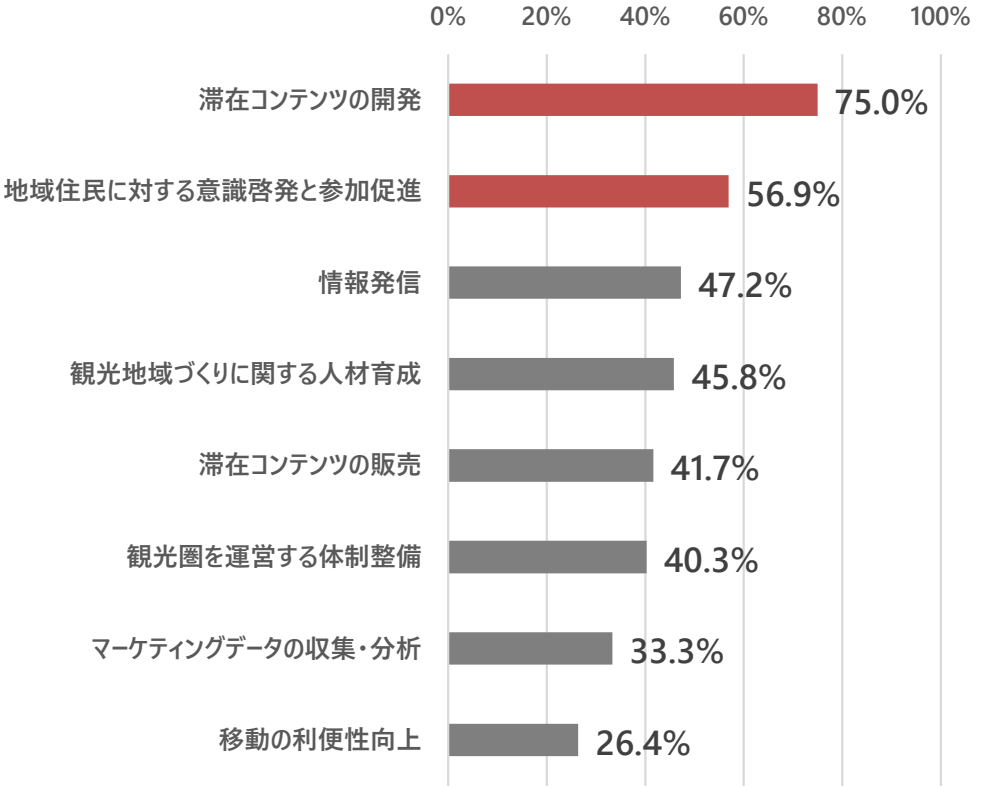
関与したい役割は「滞在コンテンツの開発」が最も多く、次いで「地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発と参加促進」が多かった

Q9.観光圏整備事業において、ご自身が関与したいと考えている役割として当てはまるものを全て選択してください。（複数選択）

集計表

選択肢	n	%
滞在コンテンツの開発	54	75.0
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発と参加促進	41	56.9
情報発信（プロモーション）	34	47.2
研修実施など、観光地域づくりに関する人材育成	33	45.8
観光圏を運営する体制整備 （マネージャー間や地域との連携のための会議運営等）	29	41.7
滞在コンテンツの販売	30	40.3
マーケティングデータの収集、分析	24	33.3
移動の利便性向上	19	26.4
回答数計	72	-

グラフ



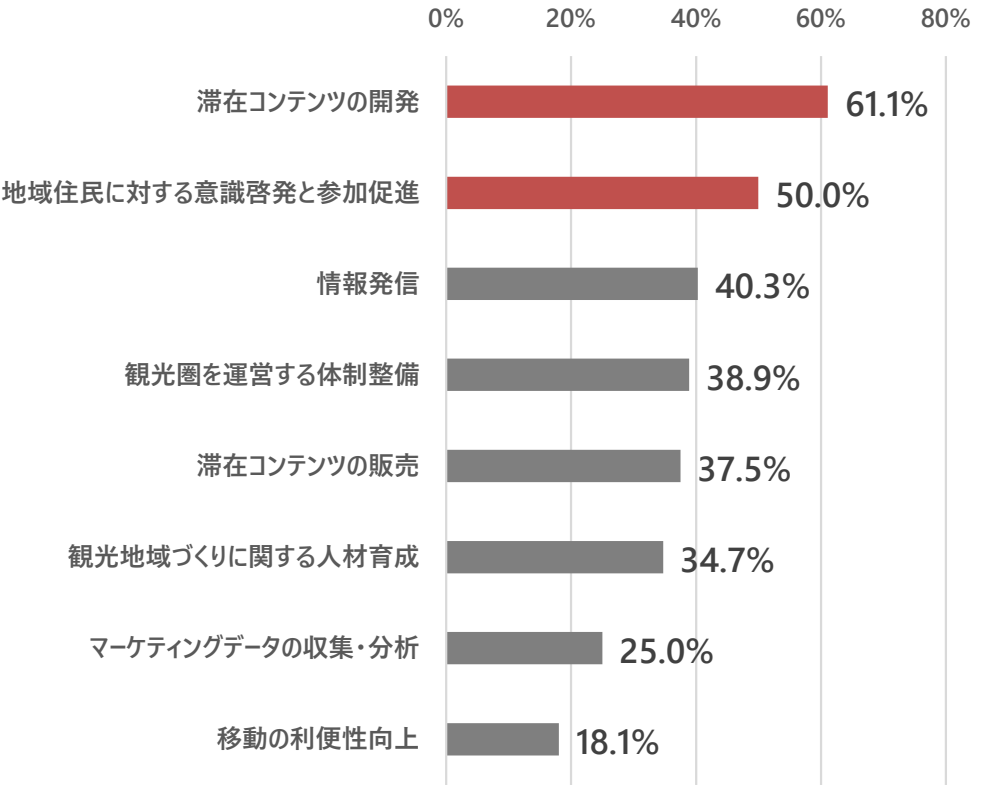
実際に関与している役割は「滞在コンテンツの開発」が最も多く、
次いで「地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発と参加促進」が多かった

Q10.観光圏整備事業において、実際に関与している役割として当てはまるものを全て選択してください。（複数選択）

集計表

選択肢	n	%
滞在コンテンツの開発	44	61.1
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発と参加促進	36	50.0
観光圏を運営する体制整備 （マネージャー間や地域との連携のための会議運営等）	28	40.3
情報発信（プロモーション）	29	38.9
滞在コンテンツの販売	27	37.5
研修実施など、観光地域づくりに関する人材育成	25	34.7
マーケティングデータの収集、分析	18	25.0
移動の利便性向上	13	18.1
回答数計	72	-

グラフ



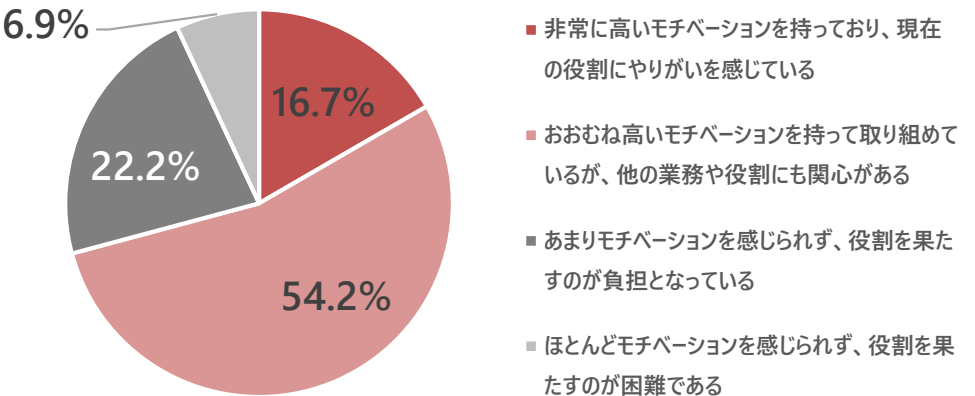
マネージャーのモチベーションに関しては、「モチベーションを持っている」と回答した方は70.9%であり、観光圏の活動に割いている業務時間の割合について、20%未満の回答が最も多かった

Q11. 現在の役割に対して、モチベーションを持って観光圏整備事業に取り組んでいますか。

集計表

選択肢	n	%
非常に高いモチベーションを持っており、現在の役割にやりがいを感じている	12	16.7
おおむね高いモチベーションを持って取り組んでいるが、他の業務や役割にも関心がある	39	54.2
あまりモチベーションを感じられず、役割を果たすのが負担となっている	16	22.2
ほとんどモチベーションを感じられず、役割を果たすのが困難である	5	6.9
回答数計	72	-

グラフ

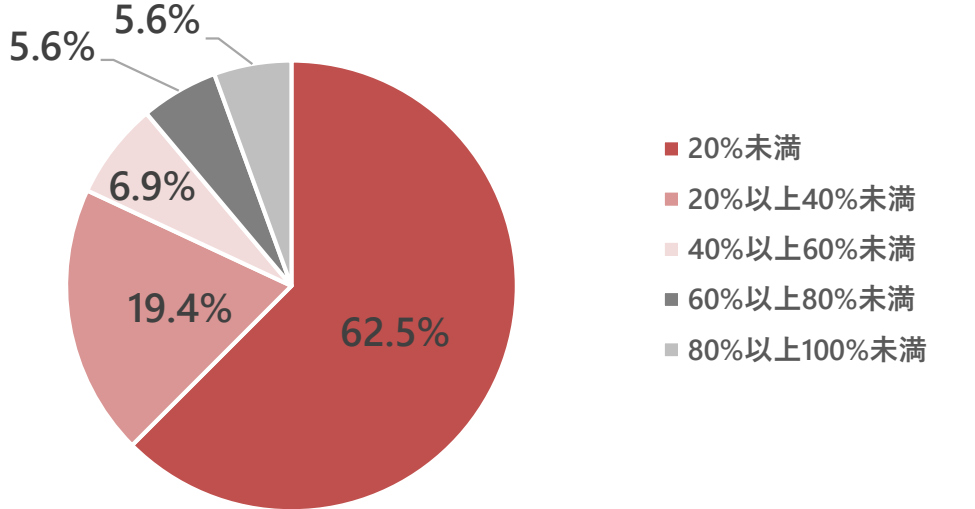


Q12.あなたが年間の業務時間を100とした場合、そのうち観光圏に関する活動に割いている時間は何パーセントですか。（記述）

集計表

選択肢	n	%
20%未満	45	62.5
20%以上40%未満	14	19.4
40%以上60%未満	5	6.9
60%以上80%未満	4	5.6
80%以上100%以下	4	5.6
回答数計	72	-

グラフ



プラットフォームから受けている支援は「定期的な打ち合わせ実施」が最も多く、次いで「外部研修への参加（ステップアップ研修等の圏域外の研修）」が挙げられた

Q14.プラットフォームから受けている支援として当てはまるものを全て選択してください。（複数選択）

集計表		
選択肢	n	%
定期的な打ち合わせ実施	53	74.6
外部研修への参加（ステップアップ研修等の圏域外の研修）	44	62.0
マネージャー間の交流機会創出	39	54.9
観光圏整備事業における役割付与	26	36.6
圏域内の自主研修実施	24	33.8
その他	6	8.5
回答数計	72	-

#	その他記載内容	回答地域	件数
1	プラットフォーム側なので、プラットフォームから受けている支援という発想はない	非公開	1件
2	個別相談		1件
3	支援されているというかしている側の気がする		1件
4	PFとして戦略会議やステップアップ研修の案内などを行っています		1件
5	情報提供		1件
6	観光圏主体の事業		1件

