

2024年1月18日

JTB 広報室

「JTB 地域パワーインデックス 2023」調査結果を発表 全国 240 地域の満足度やイメージを調査し、地域の意外な魅力を発掘！

株式会社 JTBは、地域活性化事業の一環として、全国 240 地域のイメージや訪問満足度などを調査し、インデックス化した「JTB 地域パワーインデックス2023」調査結果をまとめました。

「JTB 地域パワーインデックス」は、観光地単位でのイメージや満足度、訪問者と居住者の意識のギャップなどを明らかにすることで、自治体単位のデータだけではとらえきれない、それぞれの地域の魅力や課題をより深く探り、地域の活性化に役立てることを目的としています。




*本インデックスの調査・分析は、株式会社 JTB 総合研究所が実施しています。

*本インデックスに関しましては、データのみのご提供は行っておりません。

本インデックスを活用した事業やコンサルティングのご相談は、お問い合わせ窓口までお寄せください。

<<JTB地域パワーインデックス 2023 からみる注目ポイント>>

カテゴリー別 観光地イメージランキング TOP5

カテゴリー	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
 よい温泉がある	黒川温泉	伊香保温泉	水上温泉	三朝温泉	由布院温泉
 地域ならではの食べ物や飲み物がある	那覇	喜多方	名護・本部	小布施	佐世保
 地域ならではの土産物がある	有田・伊万里	輪島	笠間	天童	白老

旅行先で「おもいがけずよかったこと」 *各地域に関するフリーアンサーより抜粋

旅行先	おもいがけずよかったこと
黒川温泉	「こじんまりした街並みの中、ドラマの世界にいるような非日常を味わえた」
那 覇	「何よりも水が美味しく最高でした」、「自然の中に温泉があり、自然と一体になれて癒された」 「裏路地に安い食事処が多く、現地の人との交流も多かった」、「音楽を楽しみながらの食事」
有田・伊万里	「海ばかり注目していたが、街を散歩するだけでも楽しいと思った」 「伊万里の古い窯、街並みを散策し、焼き物を物色するのが楽しかった。温泉もよい」 「のんびりできる。安全」、「意外にも交通の便がよい」

カテゴリー別 イメージランキング TOP3

カテゴリー	1 位	2 位	3 位
おいしい料理・食材がある	札幌	福岡	函館
おいしいお酒がある	新潟	秋田	長岡
魅力的な飲食街・歓楽街がある	大阪難波・心斎橋	大阪梅田	横浜
地域ならではの食べ物・飲み物がある	那覇	喜多方	名護・本部
よい温泉がある	黒川温泉	渋川(伊香保温泉)	水上温泉
よい宿泊施設がある	黒川温泉	和倉温泉	加賀温泉郷
自然にあふれている	上高地	尾瀬	清里・八ヶ岳

四季が感じられる
 歩いて楽しめる通りや街並みがある
 まちの景観がきれい・雰囲気が良い
 地元の人たちが親切・温かい
 交通アクセスが良い
 この地域ならではの文化体験ができる
 有名な神社・仏閣・史跡がある
 この地域ならではのお土産(食べ物)がある
 この地域ならではのお土産(工芸品)がある
 祭りやイベントなどの行事が楽しめる
 歴史・伝統がある
 買い物を楽しめる
 地元の人とのふれあい・交流が楽しめる

尾瀬
 馬籠・妻籠
 馬籠・妻籠
 名護・本部
 新宿
 有田・伊万里
 太宰府
 小布施
 有田・伊万里
 大曲(大仙)
 明日香村
 渋谷
 輪島

上高地
 鎌倉
 津和野
 やんばる地域
 日本橋・丸の内
 白老町
 出雲
 那覇
 輪島
 青森
 石見銀山
 銀座・有楽町
 やんばる地域

八幡平
 京都市街地
 倉敷
 恩納村
 上野
 笠間
 平泉・一関
 京都市街地
 笠間
 徳島
 仁徳天皇陵古墳・堺
 新宿
 いすみ地域

■「JTB 地域パワーインデックス」の特徴と開発の背景

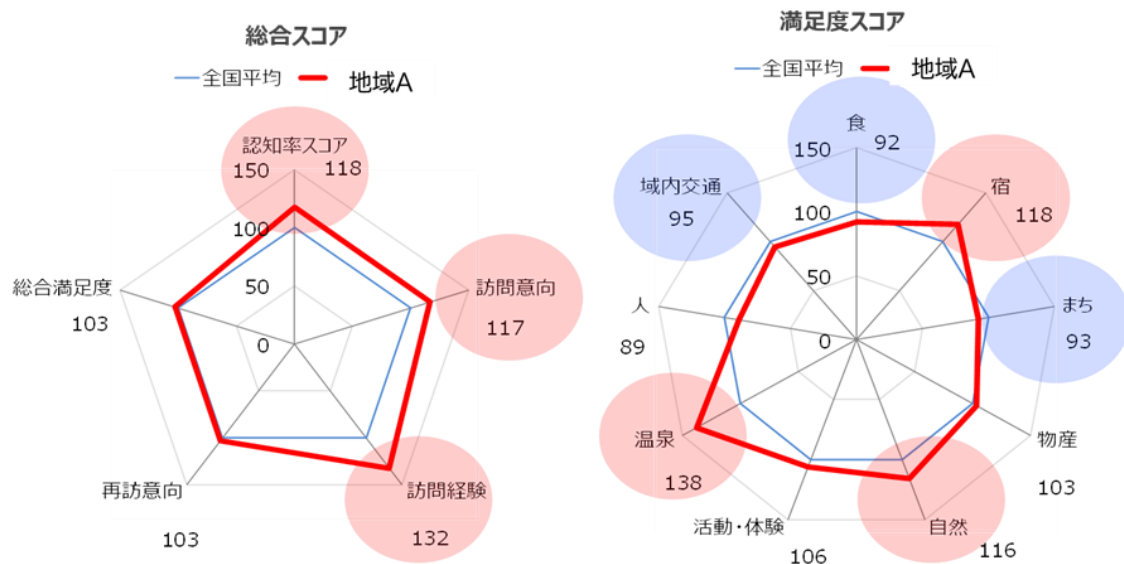
「JTB 地域パワーインデックス」は、自治体単位だけでなく、地域をまたがる観光地単位、かつ、全国 240 地域を同じ指標で比較できる極めて独自性が高い調査です。

近年、全国の地域では、持続可能な観光地づくりを推進するため、統計データに基づく観光戦略やマーケティングの重要性が高まり観光 DX などにも注目が集まっている一方で、観光に関わる統計データのほとんどが自治体単位で取得され、観光地単位での地域の特性が把握しきれないという課題がありました。

JTB は観光地単位での認知度・イメージ・満足度や、居住者と訪問者との意識の違いなどを明らかにすることで、それぞれの地域の魅力や課題をより深く探り、地域の活性化に役立てることを目的に「JTB 地域パワーインデックス」を4年ぶりにリニューアルしました。

■JTB 地域パワーインデックスでわかること

《訪問者からみた地域の相対的な評価がわかる》



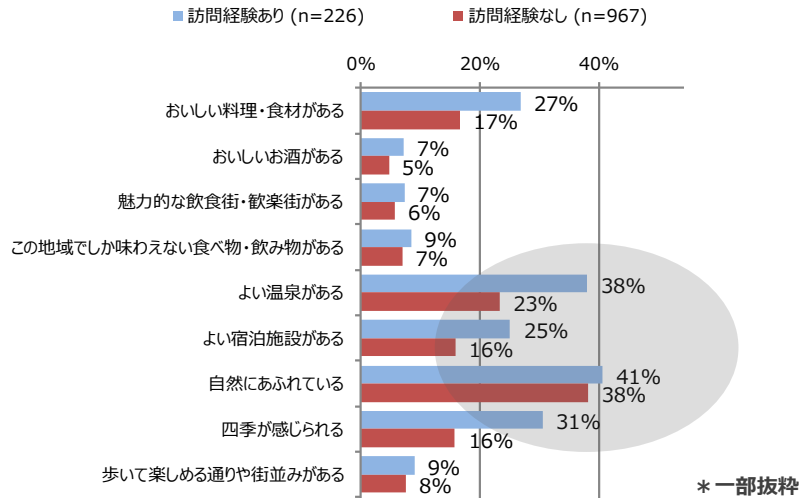
1. 地域 A の「総合スコア」をみると、「総合満足度」「再訪意向」については全国平均なみ、「認知率」「訪問意向」「訪問経験」は全国平均より高い傾向がみられます。
2. カテゴリー別の「満足度スコア」では、「温泉」「宿」「自然」が評価されており、「食」「まち」「域内交通」「人」に関する評価についてはやや低い傾向がみられます。

《訪問経験の有無の間に生じている、イメージギャップがわかる》



(D) イメージ

満足度スコアが高い項目に対して、それら項目が訪問経験別にイメージギャップがあるの
かを見る。
ギャップがある要素に注目し、発信していくこと
で、まだ知られていない地域の魅力を広げ
ることはできないか？



1. 地域 A の「イメージスコア」を訪問経験別のイメージをみると、「自然」「宿」「温泉」のうち、「自然」については、訪問経験の有無に関わらず、「自然があふれている」というイメージを持っていますが、「よい温泉がある」「よい宿泊施設がある」については、どちらも訪問経験なしの人の方の割合が低く、訪問したことがない人に対し、「よい温泉」と「よい宿」がある観光地である、というイメージを伝えきれていない可能性があります。
2. また、「自然」のイメージは強いものの、「四季が感じられる」というイメージも訪問経験なしの人では弱く、ある特定の季節のイメージしか伝えられていない恐れもあります。

《年代別など属性による満足度やイメージの違いがわかる》

イメージ (属性別)

*一部抜粋

イメージ項目	全国平均	総合順位	全体	訪問経験あり (5年以内)						訪問経験なし (行ったことがある場所として選択されなかった地域)					
				全体	年代別			居住エリア別		全体	年代別			居住エリア別	
					39歳以下	40~50代	60~70代	関東	エリア外		39歳以下	40~50代	60~70代	関東	エリア外
N数	-	-	1193	226	81	94	51	142	84	967	401	381	185	330	637
おいしい料理・食材がある	21%	130	19%	27%	34%	28%	21%	23%	41%	17%	23%	18%	8%	17%	16%
おいしいお酒がある	7%	142	5%	7%	12%	8%	3%	8%	3%	5%	4%	6%	4%	5%	5%
魅力的な飲食街・歓楽街がある	7%	120	6%	7%	8%	8%	6%	8%	5%	6%	8%	5%	4%	7%	5%
この地域でしか味わえない食べ物・飲み物がある	10%	180	7%	9%	14%	5%	7%	9%	8%	7%	6%	8%	7%	6%	8%
よい温泉がある	16%	48	26%	38%	30%	34%	48%	41%	28%	23%	12%	26%	32%	26%	20%
よい宿泊施設がある	9%	40	18%	25%	31%	27%	19%	26%	22%	16%	14%	19%	14%	16%	16%
自然にあふれている	24%	47	39%	41%	41%	35%	46%	41%	38%	38%	30%	40%	45%	38%	39%
四季が感じられる	12%	40	19%	31%	31%	29%	31%	29%	37%	16%	10%	16%	21%	14%	19%
歩いて楽しめる通りや街並みがある	9%	105	8%	9%	6%	9%	12%	9%	8%	8%	5%	9%	9%	7%	9%

1. 地域 A の「イメージスコア」を年代別にみると、「よい温泉がある」、「四季が感じられる」というイメージに関しては、特に 39 歳以下の若い層で弱いことがわかります。一方で、「おいしい料理・食材がある」というイメージは、39 歳以下の方が高い傾向がみられました。
2. 年代別の誘致策としては、熟年層に対しては、「食」のイメージ、若年層に対しては、「四季折々の温泉」のイメージを伝えていくことに可能性があるかもしれません。あるいは、もともと「おいしい料理・食材がある」というイメージを持っている若年層に対し、「食」をフックに来訪を促すことも考えられます。

「季節性や、居住者と訪問者のイメージのギャップなどがわかる」

チェック! 満足度スコアが高い項目に対して、それら項目が季節別、宿泊・日帰り別にギャップがあるのを見る。
そのギャップを特徴をコンテンツ発掘のヒントにできないか?

春の時期、また、日帰り客は「地域の温泉」の満足度があまり高くない。「日帰り温泉」の訴求に商機?

満足度項目 (属性別)

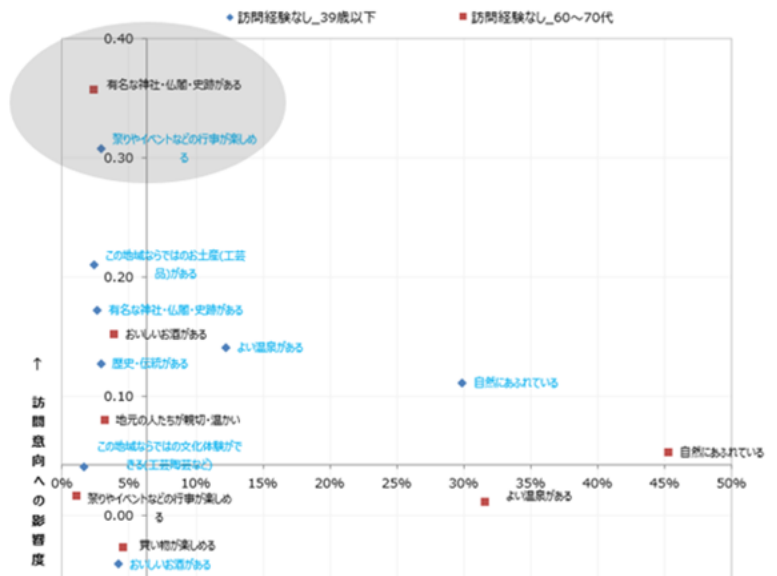
満足度項目	訪問者 (5年以内)													居住者		
	全国平均	総合順位	全体	年代別			訪問回数別		訪問時期別				宿泊・日帰り別		N数	
				39歳以下	40~50代	60~70代	初回	リピーター	春	夏	秋	冬	宿泊	日帰り		
地域の料理・食材	73%	175	67%	78%	69%	61%	70%	66%	75%	57%	57%	66%	70%	64%	72%	24%
宿泊施設	58%	62	69%	74%	67%	67%	65%	69%	50%	77%	76%	67%	76%	76%	54%	34%
まちの景観・雰囲気	77%	138	76%	88%	75%	71%	69%	77%	72%	83%	71%	83%	70%	87%	21%	
まちの歩きやすさ	67%	186	60%	62%	67%	55%	47%	62%	60%	53%	62%	63%	56%	67%	11%	
まちのにぎやかさ	56%	194	44%	51%	53%	36%	51%	43%	48%	47%	36%	51%	38%	56%	3%	
地域の静けさ	66%	127	66%	58%	72%	67%	56%	68%	65%	61%	66%	77%	68%	64%	13%	
地域の物産 (みやげ等)	68%	112	70%	76%	72%	66%	63%	71%	72%	70%	63%	83%	64%	80%	13%	
地域の自然	78%	47	91%	96%	82%	93%	86%	91%	87%	98%	91%	84%	89%	94%	40%	
地域での観光、活動、体験	72%	88	76%	71%	72%	80%	56%	79%	73%	78%	80%	66%	73%	81%	22%	
地域の温泉	54%	49	74%	60%	66%	84%	65%	75%	63%	75%	74%	88%	78%	66%	34%	
地元の人とのふれあい	42%	175	37%	39%	48%	30%	35%	38%	55%	31%	28%	41%	36%	39%	3%	
地域内での交通の利便性	54%	132	51%	54%	52%	50%	46%	52%	53%	55%	50%	48%	52%	51%	3%	
総合満足度	89%	93	91%	84%	88%	96%	90%	91%	90%	81%	94%	98%	92%	90%	68%	

3. 地域 A の「満足度」を訪問時期別にみると、春は「地域の料理・食材」の満足度は高いものの、「宿泊施設」や「地域の温泉」の満足度がやや低い傾向がみられます。
4. 春は日帰り客が多く、地域の温泉を十分に体験せずに帰ってしまう旅行者が多い、という可能性も考えられます。

「訪問意向への影響度から改善すべき点がわかる」

チェック! 訪問意向に影響度が高いが、イメージされていない(知られていない)要素から、施策の優先順位を考える。

温泉、宿、自然、食についても、訪問意向への影響度を考慮する。



1. 「訪問意向に影響を与える項目」を年齢別にイメージの大小をみると、39歳以下の若年層については、「祭りやイベントなどの行事が楽しめる」ことが訪問意向に大きく影響しているものの、イメージとしては薄いことがわかります。
2. 60~70代では、「有名な神社・仏閣・史跡がある」ことは訪問意向を高めるために重要な項目ですが、そのようなイメージは強くないと思われます。

■データから地域の強み、弱みと今後の施策を考える(例)

30代以下に向けて…



季節の花々と日帰り温泉を楽しむ春旅のすすめ

1. 日帰り旅行でも楽しめる「日帰り温泉」の訴求
2. 春に満足度が高い「食」をフックにした食べ歩きイベントなどの実施
3. SNS 映えスポットとなる花の群生地などの情報提供を強化する

60代以上に向けて…



伝統の鍋と雪見風呂をゆったり楽しむ冬旅のすすめ

1. 「温泉」と「食」の満足度が高い冬の時期をより楽しんでいただくために、「食」のイメージが弱い熟年層に向け、少量で高品質な「食」や冬に楽しめる伝統食のイメージを伝える
2. 「よい宿泊施設がある」というイメージがやや弱いため、上質な宿に関する情報提供を強化する

≪JTB 地域パワーインデックス調査 2023 調査概要≫

【調査方法】 インターネットによるアンケート調査

【調査対象】 全国に居住する 15 歳～79 歳の男女

【調査時期・サンプル数】

1. 住民調査・旅行者調査(事前調査)…23,500 サンプル
※47 都道府県×性別・年代(10 区分)×50 サンプル (2023 年3月実施)
2. 訪問者調査…6,390 サンプル
※住民調査・旅行者調査の回答者のうち、過去 5 年以内に 240 地域のいずれかに訪問経験がある人から抽出

【主な調査項目】

- ・総合満足度、認知度、訪問経験、宿泊経験、再訪意向
- ・要素別満足度(地域の料理・食材、宿泊施設、温泉、など)
- ・地域のイメージ
- ・思いもよらずよかったこと、他都道府県の人にお勧めしたいこと(自由回答)

<事業に関するお問い合わせ>

JTB 総合研究所 地域サポート窓口 (chiiki_support@tourism.jp)

<報道関係の方からのお問い合わせ>

JTB 広報室 03-5796-5833(東京) 06-6260-5108(大阪)