

別添資料 1

「第2次 安曇野市観光振興ビジョン」策定に向けた

アンケート結果分析資料

(市民／事業者／来訪者)

<目次>

1. アンケートの実施概要	1
2. アンケート結果の概要（主な特徴から）	2
(1) ◆ a. 市民アンケート	2
(2) ◆ b. 事業所アンケート	10
(3) ◆ c. 来訪者アンケート	16
3. まとめ	24

令和4年8月

安曇野市

1. アンケートの実施概要

- ・ 第2次安曇野市観光振興ビジョンの策定にあたり、さまざまな立場の方々の意識・意向を把握し、基礎的な情報として活用するため、アンケート調査を実施しています。
- ・ 本資料では調査結果から、主な設問や特徴的な結果について分析・整理を行っています。

【実施概要】

対象種別	実施概要	備考
a. 市民	<ul style="list-style-type: none">・ 本ビジョン策定にあたり実施・ 調査対象：18歳以上の市民から2,000人を無作為抽出・ 調査方法：郵送配布・回収・ 調査期間：令和4年6月8日～20日・ 配布数：2,000票・ 回収数：762票・ 回収率：38.1%	<ul style="list-style-type: none">・ 市民に対し、観光に対する意識や意向を尋ねています。そのため観光客としてではなく、生活者・暮らしの場としての意識が主となっていることに注意を要します。・ 年齢や居住地区などの内訳別に特徴的な傾向等を点検しています。
b. 事業者	<ul style="list-style-type: none">・ 本ビジョン策定にあたり実施・ 調査対象：商工会会員及び観光協会会員、計2000件・ 調査方法：郵送配布・回収・ 調査期間：令和4年6月8日～20日・ 配布数：2,000票・ 回収数：733票・ 回収率：36.7%	<ul style="list-style-type: none">・ 関連団体に所属する市内事業所の概ね全数を対象としており、業種を問わず、事業所の視点で観光に対する意識・考え方を尋ねています。・ 観光関連業種に限定した集計も実施し、観光業当事者としての傾向についても点検しています。
c. 来訪者	<ul style="list-style-type: none">・ 観光関連データ収集のため毎年実施（本ビジョン策定にあたり参照・活用）・ 調査対象：市内主要観光拠点への来訪者	<ul style="list-style-type: none">・ 市観光協会や市が毎年実施しているものであり、観光目的で市を訪れた方の意識・意向等を点検しています。

2. アンケート結果の概要（主な特徴から）

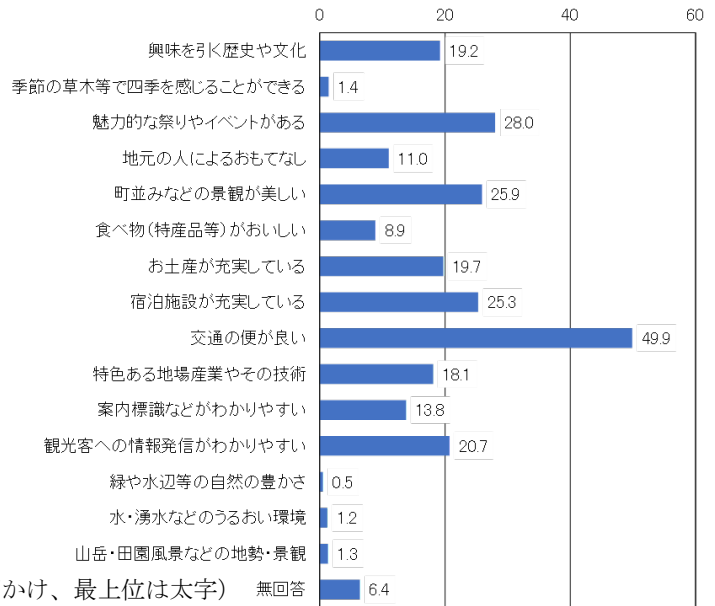
（1）◆ a. 市民アンケート

<安曇野市観光・魅力が足りない点（問8b）>

特徴：「交通の便」充実に対するニーズが目立つ ～ 市民・生活者としての視点も

- 安曇野市観光の魅力として「足りない」点としては、「交通の便」が多く挙がり、以下、「魅力的な祭りやイベント」「町並みなどの景観」などの順となっています。
- 年齢別では20代で「宿泊施設」「情報発信」「歴史文化」なども比較的多く挙がり、居住地区別では堀金地区で「歴史文化」が多くなっています。
 （※市民としての視点であり、観光ニーズとは必ずしも一致しない場合もある点に注意を要する。）

安曇野市の観光について、魅力が足りないこと
 （総数762、3つまで複数回答、単位％）



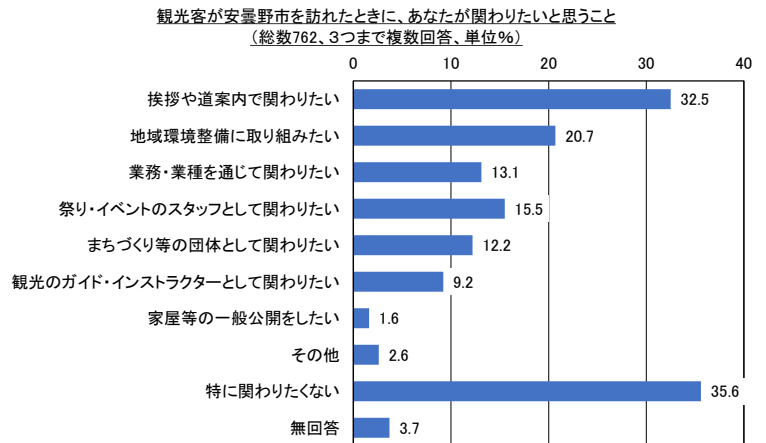
◇属性別集計（単位：％）（複数回答／上位3回答に網かけ、最上位は太字） 無回答

	(n)	興味を引く歴史や文化	季節の草木等で四季を感じることができる	魅力的な祭りやイベントがある	地元の人によるおもてなし	町並みなどの景観が美しい	食べ物(特産品等)がおいしい	お土産が充実している	宿泊施設が充実している	交通の便が良い	特色ある地場産業やその技術	案内標識などがわかりやすい	観光客への情報発信がわかりやすい	緑や水辺等の自然の豊かさ	水・湧水などのうまい環境	山岳・田園風景などの地勢・景観
全体	762	19.2	1.4	28.0	11.0	25.9	8.9	19.7	25.3	49.9	18.1	13.8	20.7	0.5	1.2	1.3
年齢																
10代	7	-	-	57.1	-	14.3	-	14.3	57.1	71.4	-	14.3	28.6	-	-	-
20代	35	28.6	-	28.6	8.6	11.4	2.9	11.4	37.1	57.1	-	17.1	28.6	-	-	2.9
30代	78	19.2	-	35.9	14.1	17.9	7.7	29.5	32.1	52.6	14.1	12.8	17.9	1.3	-	-
40代	118	21.2	4.2	30.5	11.0	30.5	11.0	23.7	22.9	51.7	24.6	10.2	19.5	0.8	0.8	0.8
50代	126	23.0	-	30.2	10.3	24.6	8.7	21.4	23.0	54.0	15.9	16.7	18.3	-	1.6	2.4
60代	149	14.8	0.7	30.2	6.7	30.2	11.4	19.5	27.5	49.7	19.5	10.1	24.2	0.7	1.3	-
70代	174	20.1	2.3	23.6	11.5	29.9	8.6	14.4	22.4	50.0	17.8	16.7	21.3	0.6	2.3	1.1
80代以上	73	13.7	1.4	15.1	19.2	19.2	6.8	17.8	20.5	32.9	24.7	15.1	17.8	-	-	4.1
居住地区																
豊科地区	204	20.6	2.5	30.4	10.3	28.4	8.8	18.1	27.0	41.7	20.1	12.3	20.1	0.5	0.5	1.0
穂高地区	269	14.9	1.9	23.8	11.2	27.5	11.5	20.1	19.0	50.9	16.4	15.6	21.2	1.1	2.2	1.5
三郷地区	145	21.4	-	26.2	14.5	20.0	5.5	22.1	29.7	53.1	17.2	14.5	20.7	-	1.4	1.4
堀金地区	80	27.5	-	38.8	10.0	18.8	7.5	21.3	26.3	55.0	21.3	10.0	22.5	-	-	-
明科地区	60	18.3	1.7	26.7	6.7	33.3	8.3	16.7	38.3	60.0	18.3	13.3	20.0	-	-	3.3

<観光客への関わり方意向（問11）>

特徴： 気軽な関わりを希望する方が多い一方、より積極性のある意向も一定程度あり

- 市を訪れる観光客への関わり方としては、「特に関わりたくない」「挨拶や道案内で関わりたい」が多く挙がっています。
- あいさつや道案内等、気軽な関わり方が多い一方、「地域環境整備」「祭り・イベントのスタッフ」などへの意欲を示す方も一定程度おり、人づくりに向けた支援の素地が見られます。
- 20代、あるいは三郷地区といった属性において「祭り・イベントのスタッフ」が比較的多く挙がっています。



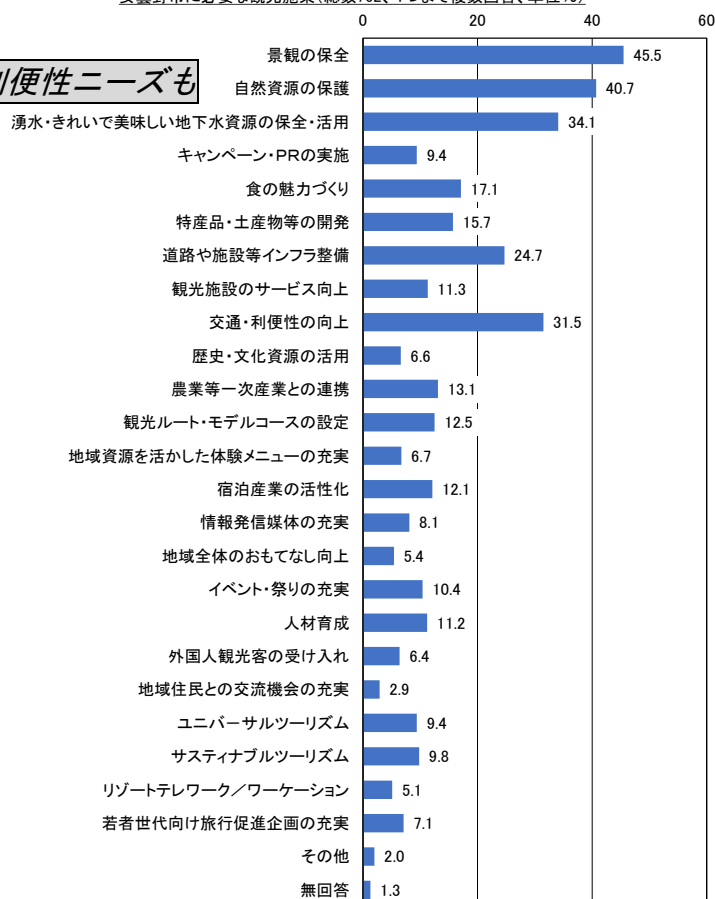
◇属性別集計（単位：％）（複数回答／上位3回答に網かけ、最上位は太字）

		(n)	挨拶や道案内で関わりたい	地域環境整備に取り組みたい	業務・業種を通じて関わりたい	祭り・イベントのスタッフとして関わりたい	まちづくり等の団体として関わりたい	観光のガイド・インストラクターとして関わりたい	家屋等の一般公開をしたい	その他	特に関わりたくない
全体		762	32.5	20.7	13.1	15.5	12.2	9.2	1.6	2.6	35.6
年齢	10代	7	14.3	42.9	14.3	28.6	14.3	28.6	-	-	42.9
	20代	35	25.7	17.1	14.3	31.4	17.1	5.7	-	-	31.4
	30代	78	28.2	15.4	23.1	17.9	11.5	10.3	2.6	2.6	37.2
	40代	118	31.4	25.4	15.3	18.6	14.4	7.6	0.8	0.8	28.8
	50代	126	37.3	13.5	15.9	13.5	7.1	8.7	1.6	2.4	34.9
	60代	149	26.8	25.5	12.8	14.1	14.1	7.4	0.7	2.0	39.6
	70代	174	40.2	23.6	6.9	12.1	13.2	10.3	1.7	4.6	34.5
	80代以上	73	28.8	12.3	8.2	13.7	9.6	11.0	2.7	4.1	42.5
居住地区	豊科地区	204	31.4	18.1	14.2	15.2	13.7	8.8	2.0	1.5	37.3
	穂高地区	269	33.1	19.0	13.4	14.5	10.0	7.8	1.1	2.6	34.9
	三郷地区	145	31.0	21.4	13.8	22.8	14.5	10.3	1.4	3.4	31.0
	堀金地区	80	28.7	23.8	7.5	6.3	15.0	13.8	2.5	3.8	42.5
	明科地区	60	43.3	30.0	13.3	15.0	8.3	6.7	-	3.3	36.7

<必要な観光施策(問13)>

特徴： 保全・保護関連とともに、交通利便性ニーズも

- ・ 施策面でのニーズについては、景観や自然、湧水といった環境保全に関わる意見が多く挙がっています。また、これに次ぐのが「交通利便性」「道路や施設等インフラ」となっています。
- ・ 環境保全関連は、世代や地区を問わず多く挙がっています。
- ・ 「交通利便性」「道路や施設等インフラ」については、20～30代といった若い世代、居住地区では三郷地区、堀金地区において、比較的多く挙がっています。



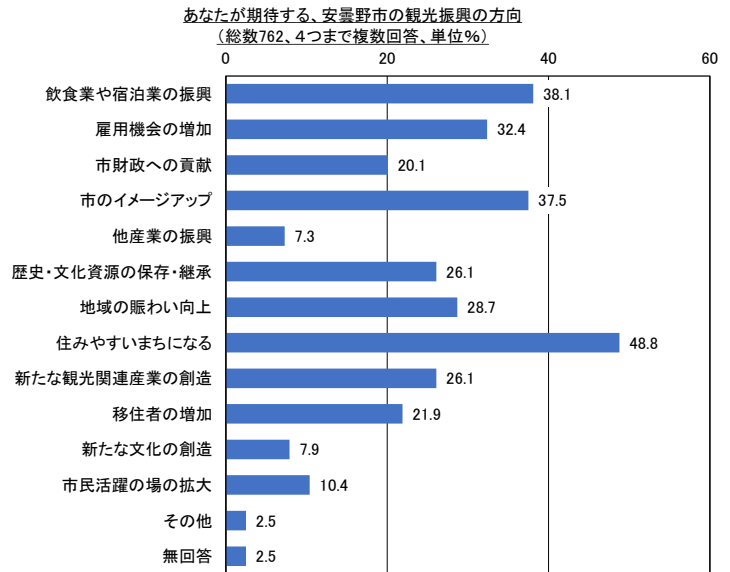
◇属性別集計(単位：%) (複数回答/上位3回答に網かけ、最上位は太字)

	(n)	景観の保全	自然資源の保護	湧水・きれいで美味しい地下水資源の保全・活用	キャンペーン・PRの実施	食の魅力づくり	特産品・土産物等の開発	道路や施設等インフラ整備	観光施設のサービス向上	交通・利便性の向上	歴史・文化資源の活用	農業等一次産業との連携	観光ルート・モデルコースの設定	地域資源を活かした体験メニューの充実	宿泊産業の活性化	情報発信媒体の充実	地域全体のおもてなし向上	イベント・祭りの充実	人材育成	外国人観光客の受け入れ	地域住民との交流機会の充実	ユニバーサルツーリズム	サステナブルツーリズム	リゾートテレワーク/ワーケーション	若者世代向け旅行促進企画の充実
全体	762	45.5	40.7	34.1	9.4	17.1	15.7	24.7	11.3	31.5	6.6	13.1	12.5	6.7	12.1	8.1	5.4	10.4	11.2	6.4	2.9	9.4	9.8	5.1	7.1
年齢																									
10代	7	57.1	-	-	28.6	28.6	14.3	28.6	-	57.1	-	-	28.6	-	-	14.3	14.3	14.3	-	14.3	-	-	28.6	-	-
20代	35	37.1	31.4	11.4	8.6	20.0	14.3	31.4	5.7	31.4	5.7	5.7	14.3	2.9	14.3	11.4	8.6	25.7	5.7	5.7	2.9	-	5.7	8.6	22.9
30代	78	32.1	24.4	26.9	5.1	24.4	17.9	34.6	10.3	25.6	5.1	11.5	5.1	5.1	19.2	9.0	5.1	24.4	9.0	10.3	2.6	10.3	14.1	10.3	14.1
40代	118	54.2	44.1	25.4	13.6	28.0	14.4	23.7	12.7	33.9	5.1	14.4	12.7	9.3	5.1	7.6	3.4	11.9	10.2	8.5	-	13.6	10.2	7.6	3.4
50代	126	42.1	36.5	35.7	15.9	19.8	17.5	25.4	11.1	34.1	4.0	10.3	11.9	5.6	15.9	6.3	4.8	10.3	10.3	5.6	1.6	7.9	14.3	5.6	6.3
60代	149	50.3	50.3	35.6	9.4	10.7	11.4	20.1	9.4	28.9	10.1	16.1	9.4	8.7	12.8	7.4	3.4	10.1	13.4	7.4	2.0	10.7	9.4	4.0	6.7
70代	174	46.6	43.1	42.0	4.6	12.1	16.7	24.1	14.9	31.6	6.9	14.9	14.9	7.5	11.5	10.3	8.6	2.3	7.5	3.4	4.6	10.3	8.6	2.3	5.7
80代以上	73	42.5	42.5	45.2	6.8	8.2	19.2	20.5	9.6	31.5	8.2	11.0	19.2	2.7	9.6	5.5	4.1	5.5	24.7	5.5	8.2	5.5	1.4	2.7	4.1
居住地区																									
豊科地区	204	49.5	44.1	37.3	10.8	19.6	15.2	23.5	11.8	22.5	4.9	11.3	10.3	4.9	11.3	8.8	5.4	15.7	13.2	3.4	2.5	8.3	10.3	3.9	7.4
穂高地区	269	49.8	40.1	33.1	6.7	16.7	14.5	20.8	11.5	32.0	7.8	13.4	15.2	8.2	12.3	7.1	5.2	6.7	11.9	7.1	1.9	9.7	10.8	5.6	6.7
三郷地区	145	34.5	38.6	29.7	11.0	14.5	16.6	32.4	11.7	40.0	9.7	10.3	10.3	4.8	14.5	9.0	7.6	11.7	9.7	6.2	2.8	13.1	11.7	6.9	6.2
堀金地区	80	41.3	41.3	25.0	15.0	21.3	15.0	22.5	12.5	33.8	5.0	22.5	10.0	8.8	7.5	5.0	1.3	6.3	8.8	8.8	7.5	5.0	6.3	3.8	10.0
明科地区	60	46.7	36.7	50.0	6.7	10.0	20.0	28.3	6.7	35.0	-	10.0	16.7	8.3	15.0	11.7	6.7	11.7	8.3	10.0	3.3	10.0	5.0	5.0	6.7

<期待する観光振興方向（問14）>

特徴：「住みやすさ」「産業としての振興」「市のイメージアップ」が上位

- 観光施策面のニーズについては、「住みやすさ」「飲食・宿泊業振興」「市のイメージアップ」が多く挙がっています。また、これに次ぐのが「雇用機会増加」「地域ににぎわい向上」となっています。
- 市民の視点である住みやすさ以外では、産業振興・雇用といった「働く・稼ぐ」視点での意向が強く、また、イメージアップやにぎわいなど、観光を通じた市のあり方に対する意見も多い傾向にあります。
- 「飲食・宿泊業振興」は若い世代、「雇用機会増加」は穂高地区、明科地区でそれぞれ多く挙がる傾向となっています。



◇属性別集計（単位：%）（複数回答／上位3回答に網かけ、最上位は太字）

		(n)	飲食業や宿泊業の振興	雇用機会の増加	市財政への貢献	市のイメージアップ	他産業の振興	歴史・文化資源の保存・継承	地域の賑わい向上	住みやすいまちになる	新たな観光関連産業の創造	移住者の増加	新たな文化の創造	市民活躍の場の拡大
全体		762	38.1	32.4	20.1	37.5	7.3	26.1	28.7	48.8	26.1	21.9	7.9	10.4
年齢	10代	7	71.4	42.9	28.6	14.3	-	14.3	71.4	42.9	14.3	-	-	-
	20代	35	60.0	25.7	17.1	37.1	2.9	5.7	28.6	42.9	17.1	14.3	2.9	8.6
	30代	78	57.7	38.5	26.9	30.8	7.7	20.5	33.3	55.1	26.9	11.5	7.7	7.7
	40代	118	44.9	32.2	23.7	33.1	8.5	29.7	30.5	53.4	22.9	21.2	5.9	7.6
	50代	126	36.5	29.4	22.2	38.1	7.1	19.8	31.7	50.8	26.2	21.4	7.1	7.1
	60代	149	30.9	36.2	18.1	40.3	5.4	30.2	24.8	50.3	26.8	19.5	12.8	11.4
	70代	174	29.3	34.5	19.0	41.4	8.6	28.2	27.6	44.3	29.9	28.7	6.3	11.5
	80代以上	73	30.1	20.5	11.0	37.0	9.6	34.2	21.9	42.5	26.0	30.1	8.2	20.5
居住地区	豊科地区	204	43.1	24.0	25.0	38.2	4.4	26.0	30.4	51.5	20.1	18.6	7.8	9.8
	穂高地区	269	33.5	34.9	16.7	32.0	8.6	27.9	26.8	48.7	30.5	20.8	7.4	8.2
	三郷地区	145	41.4	37.9	26.2	46.9	6.9	25.5	24.1	46.2	27.6	17.9	8.3	14.5
	堀金地区	80	43.8	32.5	11.3	42.5	6.3	27.5	28.7	51.2	22.5	31.3	8.8	12.5
	明科地区	60	26.7	36.7	16.7	30.0	15.0	18.3	41.7	45.0	30.0	36.7	6.7	10.0

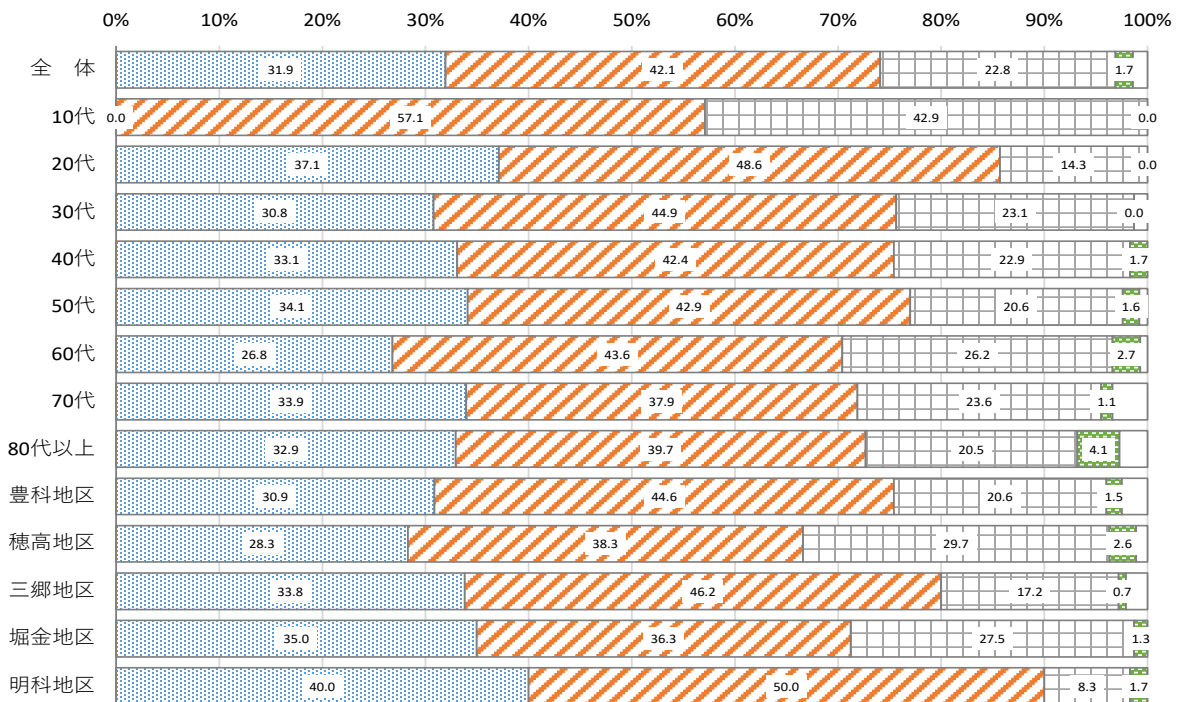
<観光客数動向の希望（問17）>

特徴： 「やや増えてほしい」・・・おおむね増加希望が主

- 観光客数増減等希望については、「やや増えてほしい」が最も多く挙がっています。以下、「どんどん増えてほしい」「現状維持程度」が続く、「増えてほしくない・減ってほしい」はわずかとなっています。
- 年齢や居住地区別においてもほぼ全体の傾向と同様となっています。穂高地区においては、「やや増えてほしい」に次ぐのが「現状維持程度」となっています。

◇属性別集計（単位：％）
（上位2回答に網かけ、最上位は太字）

	(n)	どんどん増えてほしい	やや増えてほしい	現状維持程度	増えてほしくない・減ってほしい	無回答
全体	762	31.9	42.1	22.8	1.7	1.4
年齢	10代	7	-	57.1	42.9	-
	20代	35	37.1	48.6	14.3	-
	30代	78	30.8	44.9	23.1	1.3
	40代	118	33.1	42.4	22.9	1.7
	50代	126	34.1	42.9	20.6	1.6
	60代	149	26.8	43.6	26.2	2.7
	70代	174	33.9	37.9	23.6	1.1
	80代以上	73	32.9	39.7	20.5	4.1
居住地区	豊科地区	204	30.9	44.6	20.6	1.5
	穂高地区	269	28.3	38.3	29.7	2.6
	三郷地区	145	33.8	46.2	17.2	0.7
	堀金地区	80	35.0	36.3	27.5	1.3
	明科地区	60	40.0	50.0	8.3	1.7



■ どんどん増えてほしい ■ やや増えてほしい □ 現状維持程度 ■ 増えてほしくない・減ってほしい □ 無回答

<市観光のあり方（問18）>

特徴： 積極派と現状維持派が半ば、地区によっては高い積極性も

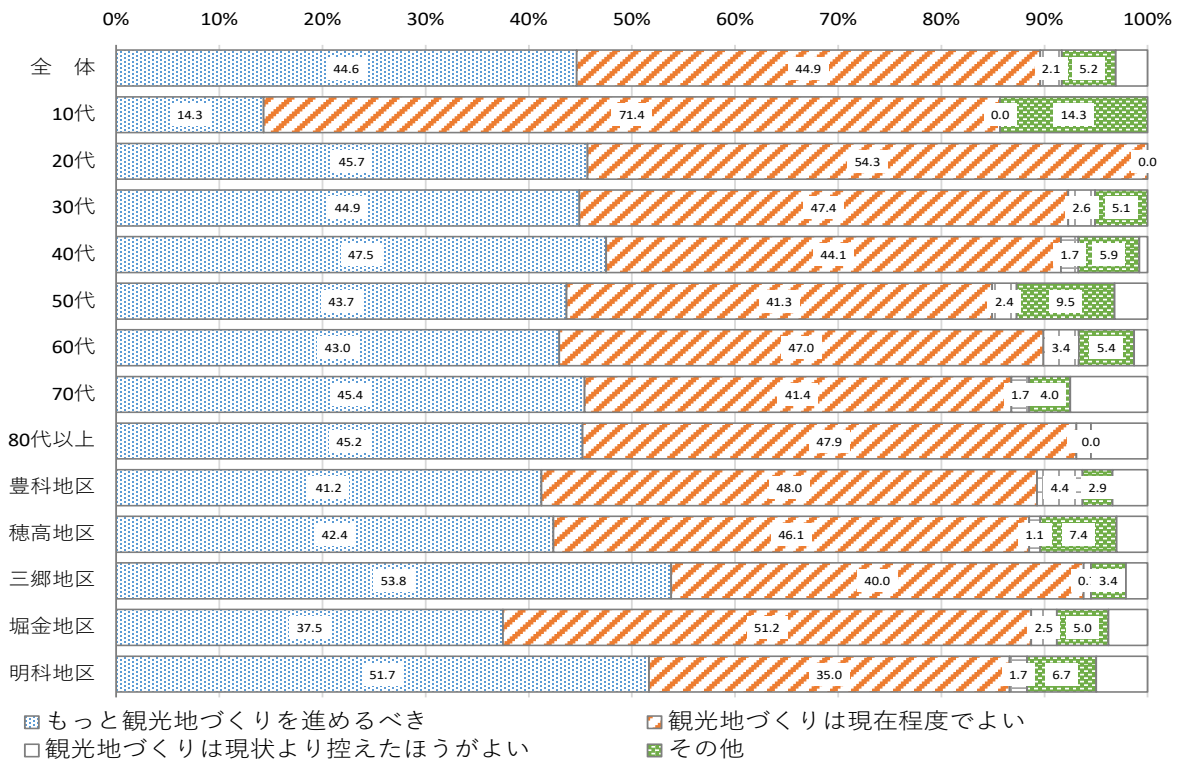
- ・ 当市観光のあり方に関する希望としては、「観光地づくりは現在程度でよい」と「もっと観光地づくりを進めるべき」が拮抗する結果となっています。「観光地づくりは現状より控えたほうがよい」はほとんど見られず、現状維持か、より積極的な観光地づくりを求める傾向となっています。

（※市民の視点であり、観光以外の取組みも含めた捉え方をしている場合も考えられます。）

- ・ 「もっと観光地づくりを進めるべき」については、三郷地区、明科地区において特に多く挙がっています。

◇属性別集計（単位：％）
（上位2回答に網かけ、最上位は太字）

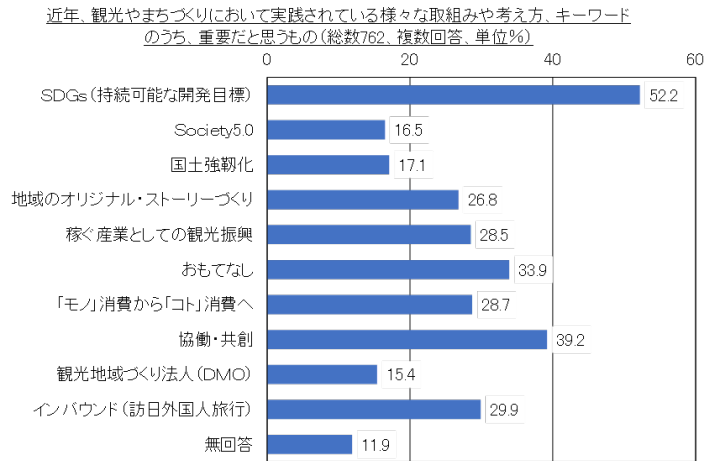
		(n)	もっと観光地づくりを進めるべき	観光地づくりは現在程度でよい	観光地づくりは現状より控えたほうがよい	その他	無回答
	全体	762	44.6	44.9	2.1	5.2	3.1
年齢	10代	7	14.3	71.4	-	14.3	-
	20代	35	45.7	54.3	-	-	-
	30代	78	44.9	47.4	2.6	5.1	-
	40代	118	47.5	44.1	1.7	5.9	0.8
	50代	126	43.7	41.3	2.4	9.5	3.2
	60代	149	43.0	47.0	3.4	5.4	1.3
	70代	174	45.4	41.4	1.7	4.0	7.5
	80代以上	73	45.2	47.9	1.4	-	5.5
居住地区	豊科地区	204	41.2	48.0	4.4	2.9	3.4
	穂高地区	269	42.4	46.1	1.1	7.4	3.0
	三郷地区	145	53.8	40.0	0.7	3.4	2.1
	堀金地区	80	37.5	51.2	2.5	5.0	3.8
	明科地区	60	51.7	35.0	1.7	6.7	5.0



<観光キーワード：重要だと思うもの（問19b）>

特徴： 認知・尊重されつつある「SDGs」、「協働・共創」「おもてなし」なども

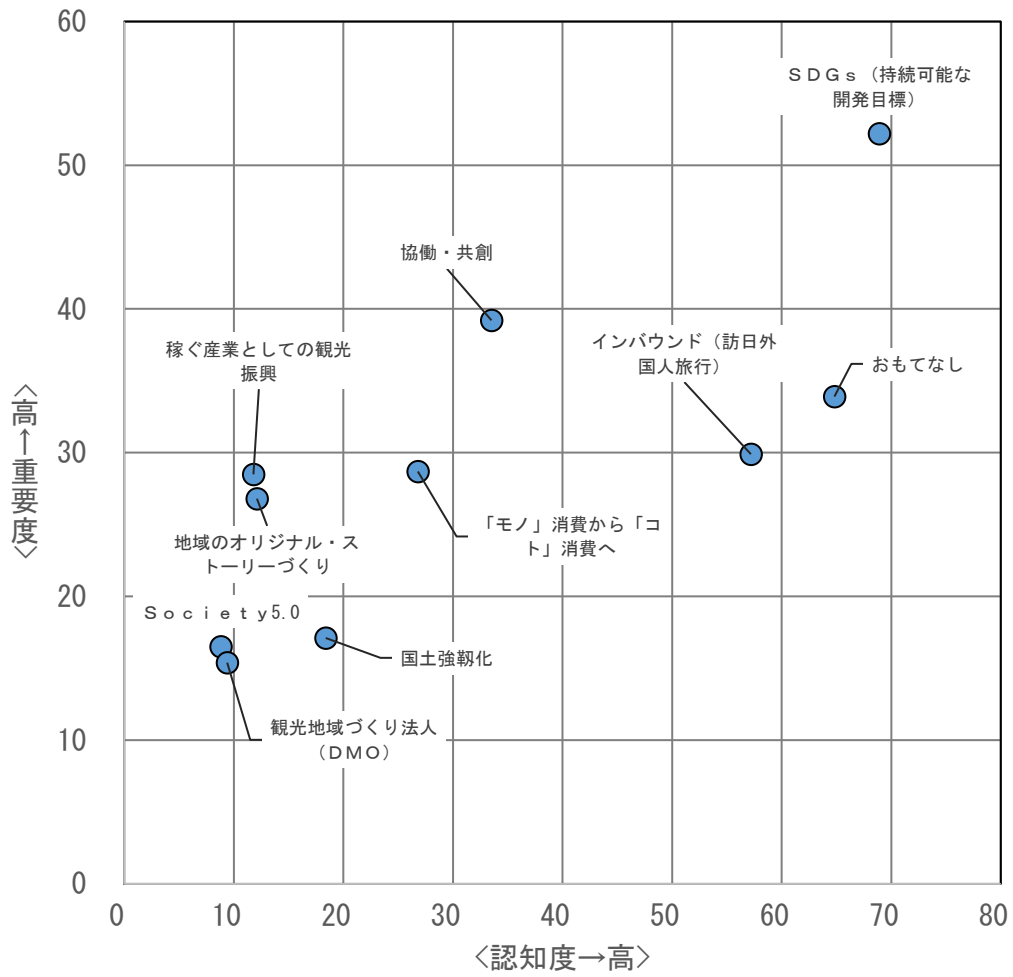
- 観光関連のキーワードで重要だと思うものについては、「SDGs」が特に多く挙がっています。また、これに次ぐのが「協働・共創」「おもてなし」「インバウンド」「モノ消費からコト消費へ」「稼ぐ産業としての観光振興」「地域のオリジナル・ストーリーづくり」など、多岐にわたり重要なキーワードとして挙がっています。
- 「インバウンド」は若い世代や三郷地区、「協働・共創」は高齢世代で比較的多い、といった属性別の特徴も見られます。



◇属性別集計（単位：%）（複数回答／上位3回答に網かけ、最上位は太字）

	(n)	SDGs (持続可能な開発目標)	Society5.0	国土強靱化	地域のオリジナル・ストーリーづくり	稼ぐ産業としての観光振興	おもてなし	「モノ」消費から「コト」消費へ	協働・共創	観光地域づくり法人(DMO)	インバウンド(訪日外国人旅行)	
全体	762	52.2	16.5	17.1	26.8	28.5	33.9	28.7	39.2	15.4	29.9	
年齢	10代	7	71.4	42.9	28.6	42.9	28.6	42.9	57.1	42.9	28.6	
	20代	35	34.3	17.1	11.4	28.6	14.3	34.3	34.3	17.1	40.0	
	30代	78	53.8	12.8	12.8	24.4	28.2	35.9	35.9	37.2	9.0	42.3
	40代	118	65.3	19.5	18.6	26.3	28.8	35.6	40.7	44.9	14.4	27.1
	50代	126	65.9	19.8	12.7	27.0	29.4	35.7	33.3	28.6	15.1	34.9
	60代	149	51.7	12.1	13.4	31.5	28.2	33.6	26.8	40.9	14.8	27.5
	70代	174	42.5	13.2	22.4	24.7	31.0	32.2	18.4	43.1	16.1	26.4
	80代以上	73	37.0	23.3	21.9	21.9	27.4	28.8	20.5	38.4	20.5	20.5
居住地区	豊科地区	204	46.1	17.6	15.2	28.9	28.9	33.3	29.4	42.6	19.1	24.5
	穂高地区	269	52.4	16.0	18.2	27.1	26.8	32.7	31.2	34.2	10.0	29.7
	三郷地区	145	60.7	17.2	16.6	24.1	31.0	33.1	28.3	38.6	15.9	33.1
	堀金地区	80	47.5	13.8	17.5	28.7	23.8	35.0	28.7	37.5	16.3	33.8
	明科地区	60	58.3	15.0	18.3	20.0	33.3	40.0	16.7	53.3	25.0	35.0

◇「認知度 × 重要度」散布状況（単位：％）



(2) ◆ b. 事業所アンケート

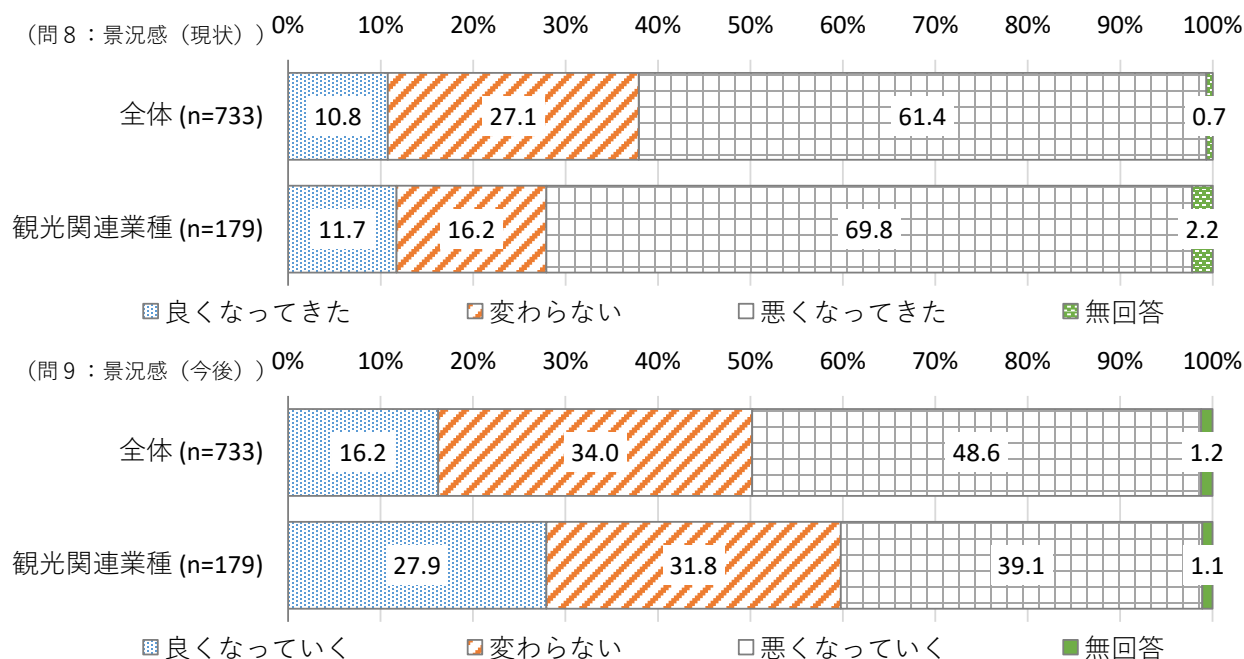
<景況感～3年前と比較して(問8)> <景況感～今後の見通し(問9)>

特徴：観光関連の厳しい景況感認識、一方、今後に対する回復期待も

- 景況感について、現状と今後の見通しを尋ねたところ、全体では現状(3年前と比較して)は「悪くなってきた」、今後の見通しは「悪くなっていく」で、それぞれ厳しい、悲観的な見通しが多く挙がる結果となっています。
- 観光関連業種(観光・飲食店等)に限定した回答の場合でも、同様の傾向が見られます。
- また、観光関連業種では、現状が「悪くなってきた」と感じている事業者が全体値に比べより多くなっており、より厳しい認識である状況となっています。
- 一方、今後の見通しでは、「悪くなっていく」は全体値より低く、「良くなっていく」は高くなる傾向にあります。

◇観光関連業種との比較(単位：%)
(上位2回答に網かけ、最上位は太字)

	良 く な っ て き た	変 わ ら な い	悪 く な っ て き た	無 回 答
(問8： 景況感(現状))				
全体(n=733)	10.8	27.1	61.4	0.7
観光関連業種(n=179)	11.7	16.2	69.8	2.2
(問9： 景況感(今後))				
全体(n=733)	16.2	34.0	48.6	1.2
観光関連業種(n=179)	27.9	31.8	39.1	1.1



＜観光の振興・発展によるプラス面（問18a）／マイナス面（問18b）＞

特徴： 「良好な地域イメージ」「文化や自然の保全」・・観光業が感じる効果・メリット

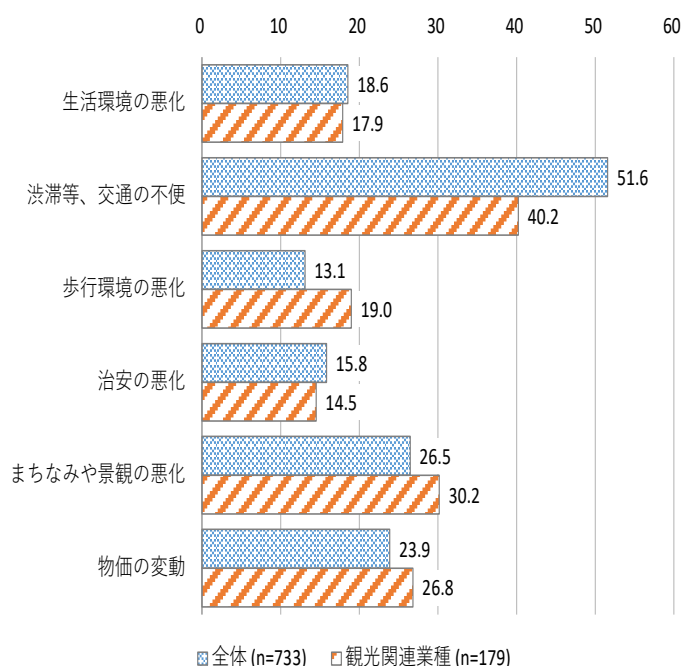
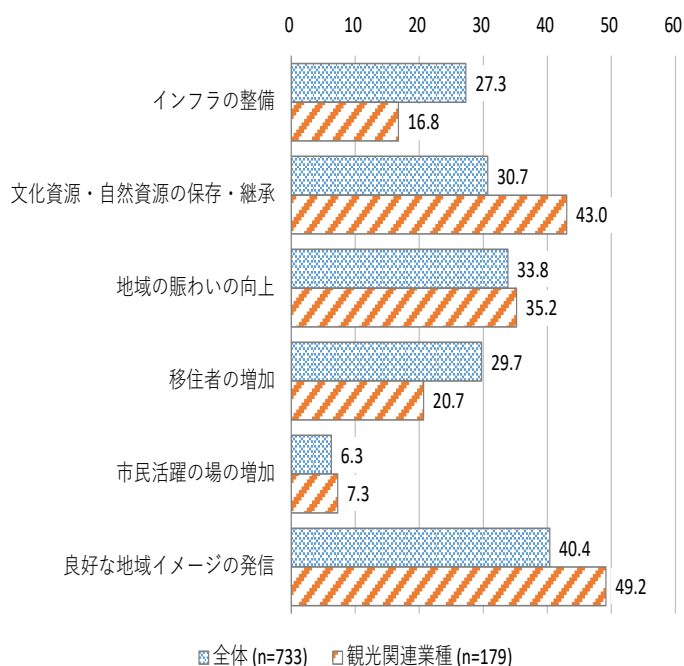
「渋滞等の交通面」に対してはマイナスイメージも

- ・ 観光の振興・発展によって、事業所の活動に与えるプラス面については、全体値と観光関連業種との比較では回答順位等大きな違いはないものの、観光関連業種において、「良好な地域イメージの発信」「文化資源・自然資源の保存・継承」がより多く挙がる結果となっています。観光関連業種としての基盤が文化や自然であること、市のイメージづくりに寄与していることなどが意識されていることがうかがえます。
- ・ 一方、全体値の方が高い回答では「移住者の増加」「インフラの整備」が挙げられます。観光振興が定住に結びついたり、ハード面等の地域基盤充実効果が意識されています。
- ・ マイナス面については、全体値、観光関連業種のいずれも、「渋滞等、交通の不便」が多く挙がっています。

◇観光関連業種との比較（単位：％）（複数回答／上位3回答に網かけ、最上位は太字）

（問18a： プラス面）	インフラの整備	文化資源・継承・自然資源の保存・継承	地域の賑わいの向上	移住者の増加	市民活躍の場の増加	良好な地域イメージの発信
全体 (n=733)	27.3	30.7	33.8	29.7	6.3	40.4
観光関連業種 (n=179)	16.8	43.0	35.2	20.7	7.3	49.2

（問18b： マイナス面）	生活環境の悪化	渋滞等、交通の不便	歩行環境の悪化	治安の悪化	まちなみや景観の悪化	物価の変動
全体 (n=733)	18.6	51.6	13.1	15.8	26.5	23.9
観光関連業種 (n=179)	17.9	40.2	19.0	14.5	30.2	26.8



<観光振興に向け必要なこと（問23）>

特徴：道路網等、交通ネットワークの形成充実・・・観光業が必要と感じる取組み

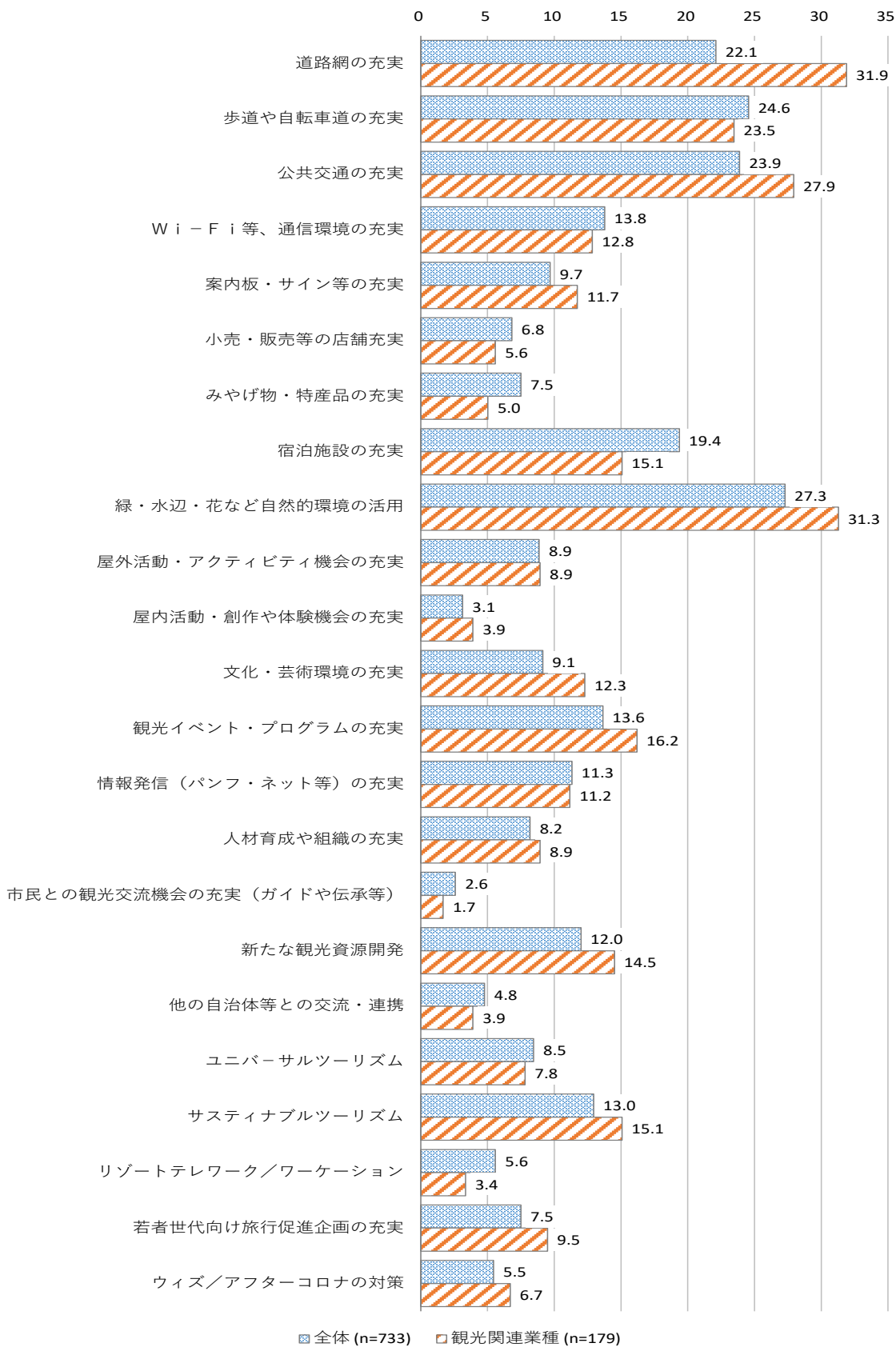
全体では「自然的環境の活用」が望まれる

- ・ 市の観光振興に向け必要なこととしては、全体値では「緑・水辺・花など自然的環境の活用」、観光関連業種では「道路網の充実」が、それぞれ最も多く挙がっています。また、上位3回答では、自然的環境の活用や道路交通に関する回答が、全体、観光関連業種のいずれにおいても挙がっています。
- ・ 観光関連業種が全体値より高い回答では、「道路網の充実」「緑・水辺・花など自然的環境の活用」「公共交通の充実」が挙げられます。これらはいずれも、全体値においても多く回答を集めており、観光関連分野においてはとりわけ強く必要とされている状況もうかがえます。
- ・ 一方、全体値の方が高い回答としては、「宿泊施設の充実」「みやげ物・特産品の充実」などとなっています。

◇観光関連業種との比較（単位：％）（複数回答／上位3回答に網かけ、最上位は太字）

	道路網の充実	歩道や自転車道の充実	公共交通の充実	Wifi等、通信環境の充実	案内板・サイン等の充実	小売・販売等の店舗充実	みやげ物・特産品の充実	宿泊施設の充実	緑・水辺・花など自然的環境の活用	屋外活動・アクティビティ機会の充実	屋内活動・創作や体験機会の充実	文化・芸術環境の充実	観光イベント・プログラムの充実	情報発信（パンフ・ネット等）の充実	人材育成や組織の充実	市民との観光交流機会の充実（ガイドや伝承等）	新たな観光資源開発	他の自治体等との交流・連携	ユニバーサルツーリズム	サステイナブルツーリズム	リゾートテレワーク／ワーケーション	若者世代向け旅行促進企画の充実	ウィズ／アフターコロナの対策
全体 (n=733)	22.1	24.6	23.9	13.8	9.7	6.8	7.5	19.4	27.3	8.9	3.1	9.1	13.6	11.3	8.2	2.6	12.0	4.8	8.5	13.0	5.6	7.5	5.5
観光関連業種 (n=179)	31.9	23.5	27.9	12.8	11.7	5.6	5.0	15.1	31.3	8.9	3.9	12.3	16.2	11.2	8.9	1.7	14.5	3.9	7.8	15.1	3.4	9.5	6.7

◇観光関連業種との比較（単位：％）（複数回答）



<観光以外も含め地域や行政に期待すること（問24）>

特徴：観光業において、「観光PR等による誘客促進」が強く望まれる

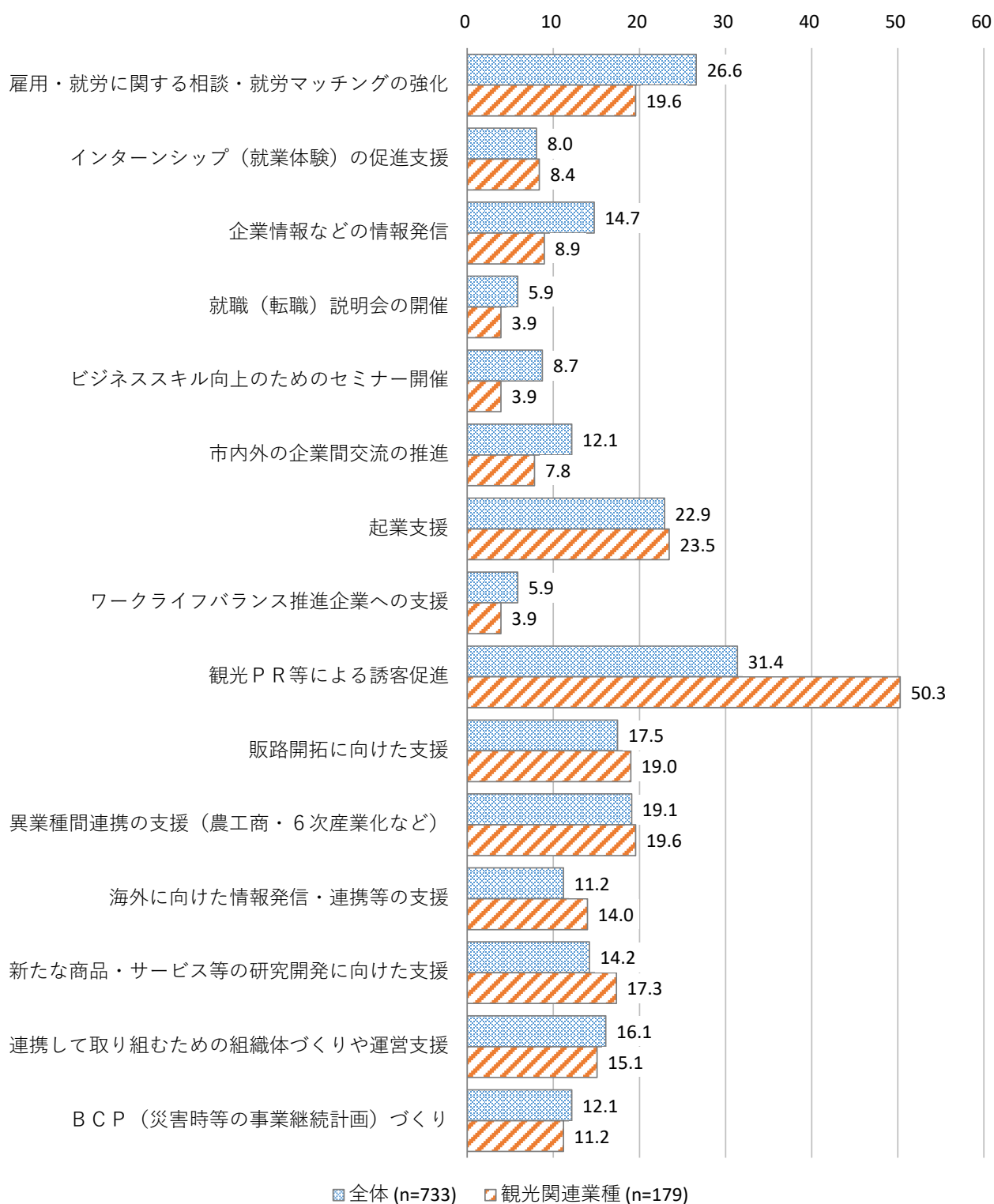
「起業」「雇用・就労」「異業種間連携」等、多様な要望も

- ・ 市の観光振興に向け必要なこととしては、全体値、観光関連業種のいずれにおいても、「観光PR等による誘客促進」が最も多く挙がっています。特に観光関連業種については突出して多くなっており、誘客やその取組みに対する期待が高まっていることがうかがえます。
- ・ 観光PR以外では、「起業」「雇用・就労」「異業種間連携」といった回答が多く、新たなチャレンジや連携、人材確保といった面で期待が大きくなっています。

◇観光関連業種との比較（単位：％）（複数回答／上位3回答に網かけ、最上位は太字）

	雇用・就労に関する相談・就労マッチングの強化	インターンシップ（就業体験）の促進支援	企業情報などの情報発信	就職（転職）説明会の開催	ビジネススキル向上のためのセミナー開催	市内外の企業間交流の推進	起業支援	ワークライフバランス推進企業への支援	観光PR等による誘客促進	販路開拓に向けた支援	異業種間連携の支援（農工商・6次産業化など）	海外に向けた情報発信・連携等の支援	新たな商品・サービス等の研究開発に向けた支援	連携して取り組むための組織体づくりや運営支援	BCP（災害時等の事業継続計画）づくり
全体 (n=733)	26.6	8.0	14.7	5.9	8.7	12.1	22.9	5.9	31.4	17.5	19.1	11.2	14.2	16.1	12.1
観光関連業種 (n=179)	19.6	8.4	8.9	3.9	3.9	7.8	23.5	3.9	50.3	19.0	19.6	14.0	17.3	15.1	11.2

◇観光関連業種との比較（単位：％）（複数回答）



(3) ◆ c. 来訪者アンケート

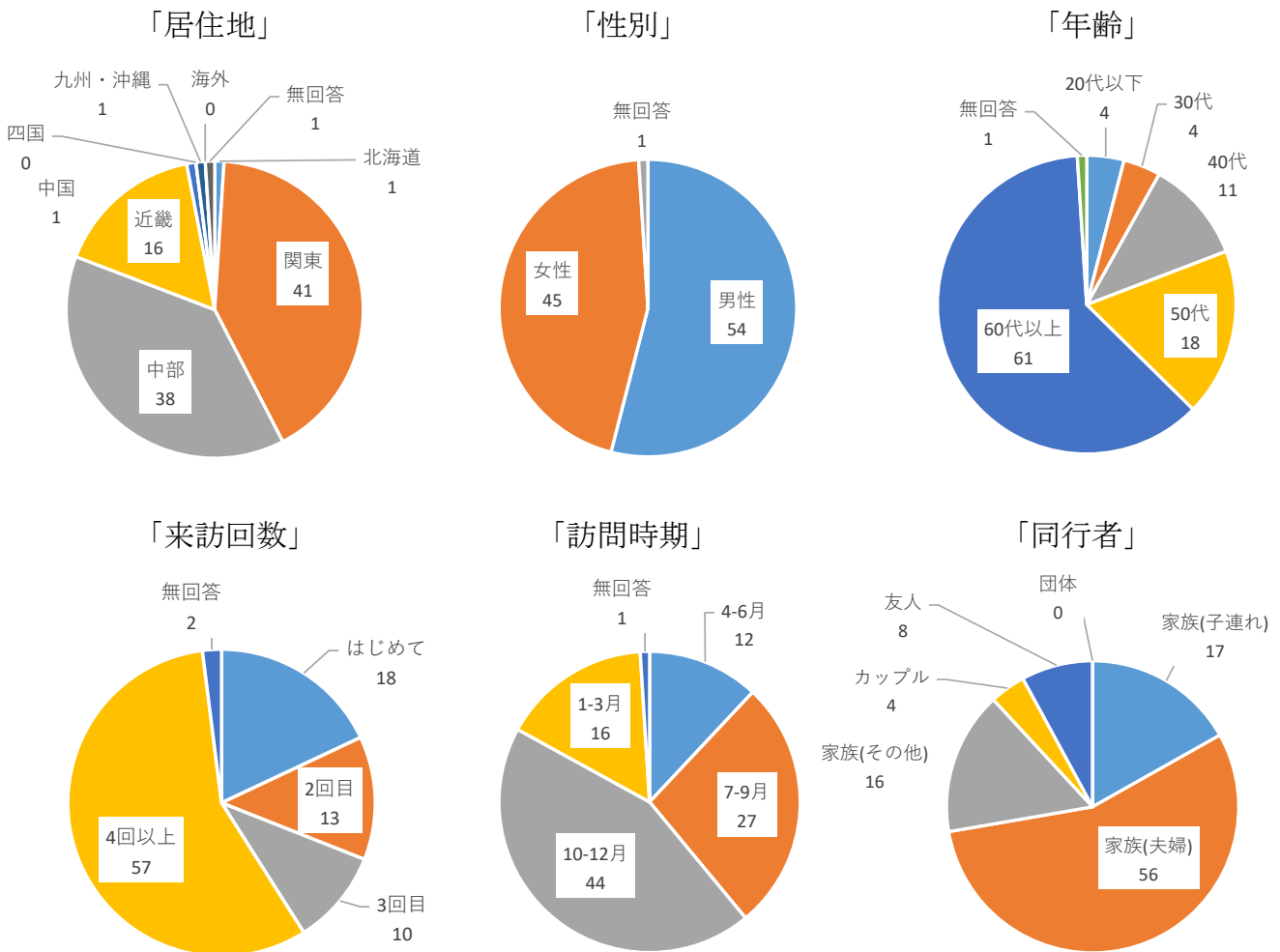
<回答者の属性>

特徴： 関東や中部を主とした、市外からの来訪者による回答、

中高年世代、リピーター、夫婦等家族による来訪が多い

- 毎年実施している来訪者アンケートについて、最新（令和3年度）の結果から、回答者属性をみると、関東や中部地方からの来訪が多くなっています。
- 男女比はほぼ同等、50代以降の中高年層が多く、来訪は4回以上というリピーターが主となっています。
- 訪問時期については、「10-12月」「7-9月」の割合が比較的高いものの、年間を通じた来訪者による回答となっています。
- 家族による来訪が多く、中でも夫婦2人が半数以上となっています。以下、子連れ等の家族が続いています。

◇回答者の属性（令和3年度調査より）（単位：％）

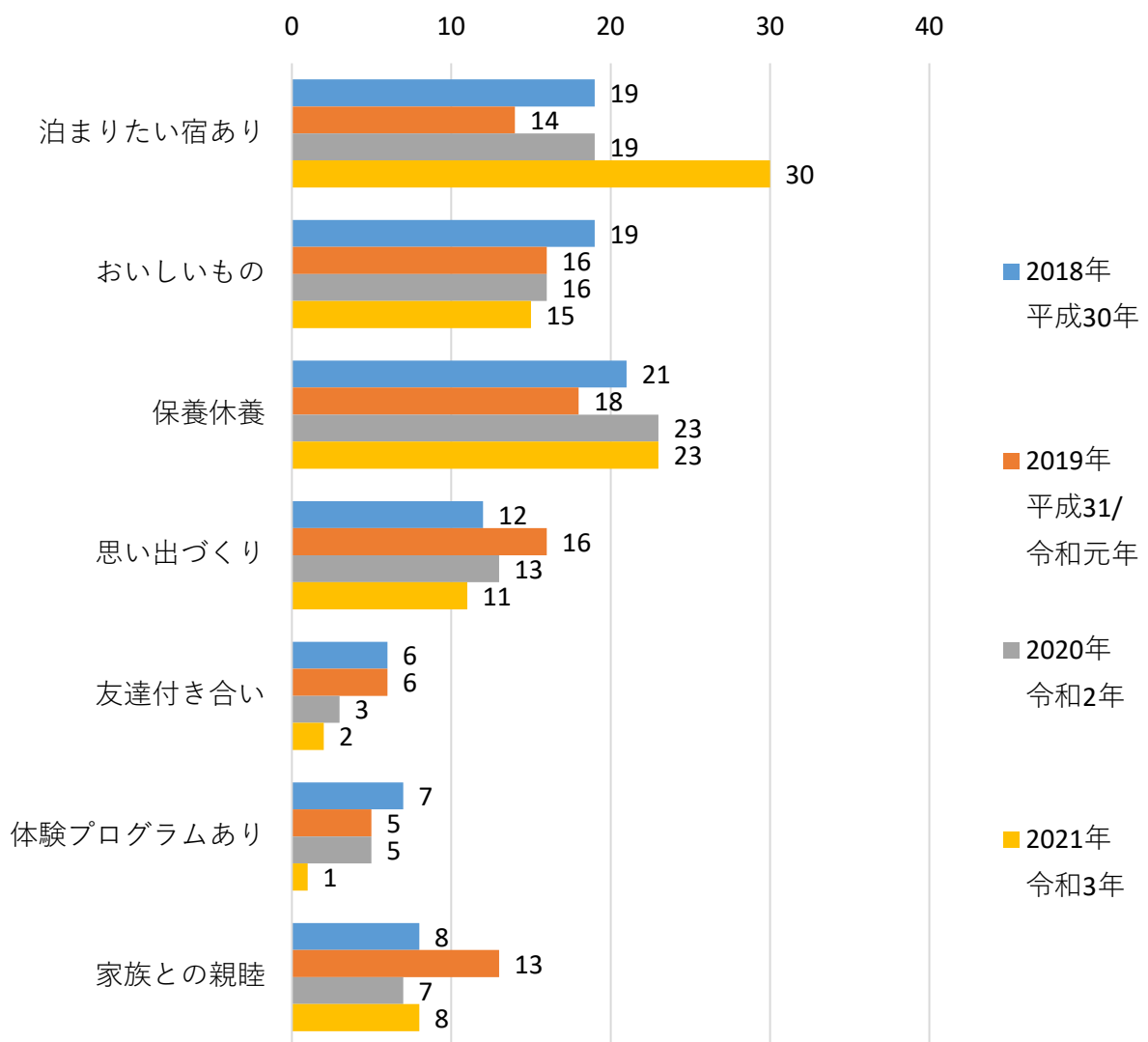


<旅行動機>

特徴： 「宿」「休養（癒し）」「食」・・・安曇野観光の主要なテーマ

- ・ 来訪目的・旅行動機については、「泊まりたい宿あり」「保養休養」「おいしいもの」などが上位に挙がっています。
- ・ 直近の調査（令和3年度）では、「泊まりたい宿あり」が大きく伸びる傾向にあります。

◇回答結果（単位：％）



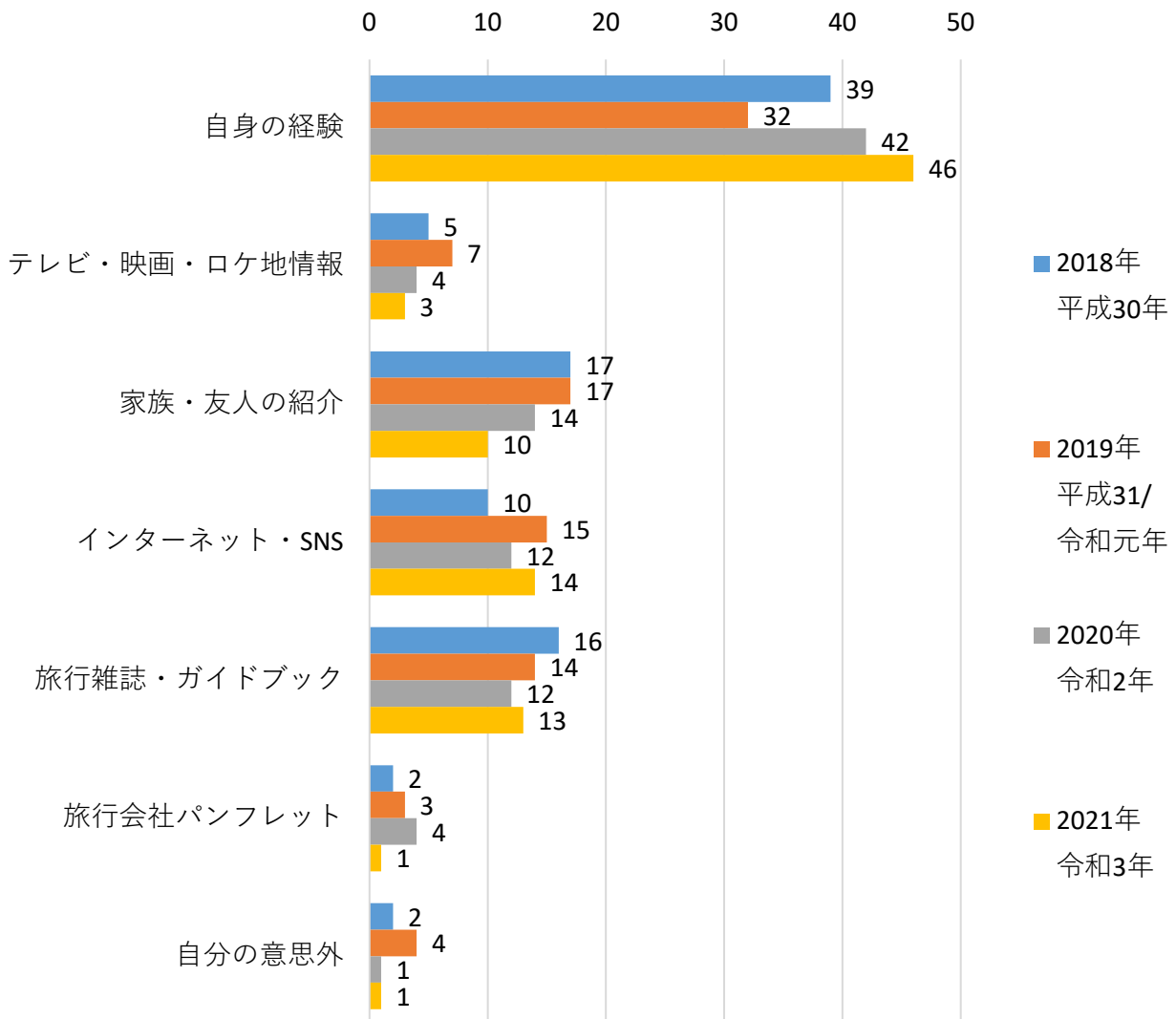
<安曇野市を選んだ情報源>

特徴： 「自身の経験」を頼りに旅先として安曇野市を選択する方が多い

インターネットやSNS、紙媒体、紹介などによる情報取得も一定程度あり

- ・ 安曇野市を来訪先として選ぶ際の情報源については、「自身の経験」が多くなっています。リピーターが多いことなどが影響していると考えられ、慣れた旅先として選ばれている状況がうかがえます。
- ・ そのほかでは、「インターネット・SNS」「旅行雑誌・ガイドブック」「家族・友人の紹介」がそれぞれ同程度の割合となっています。

◇回答結果（単位：％）



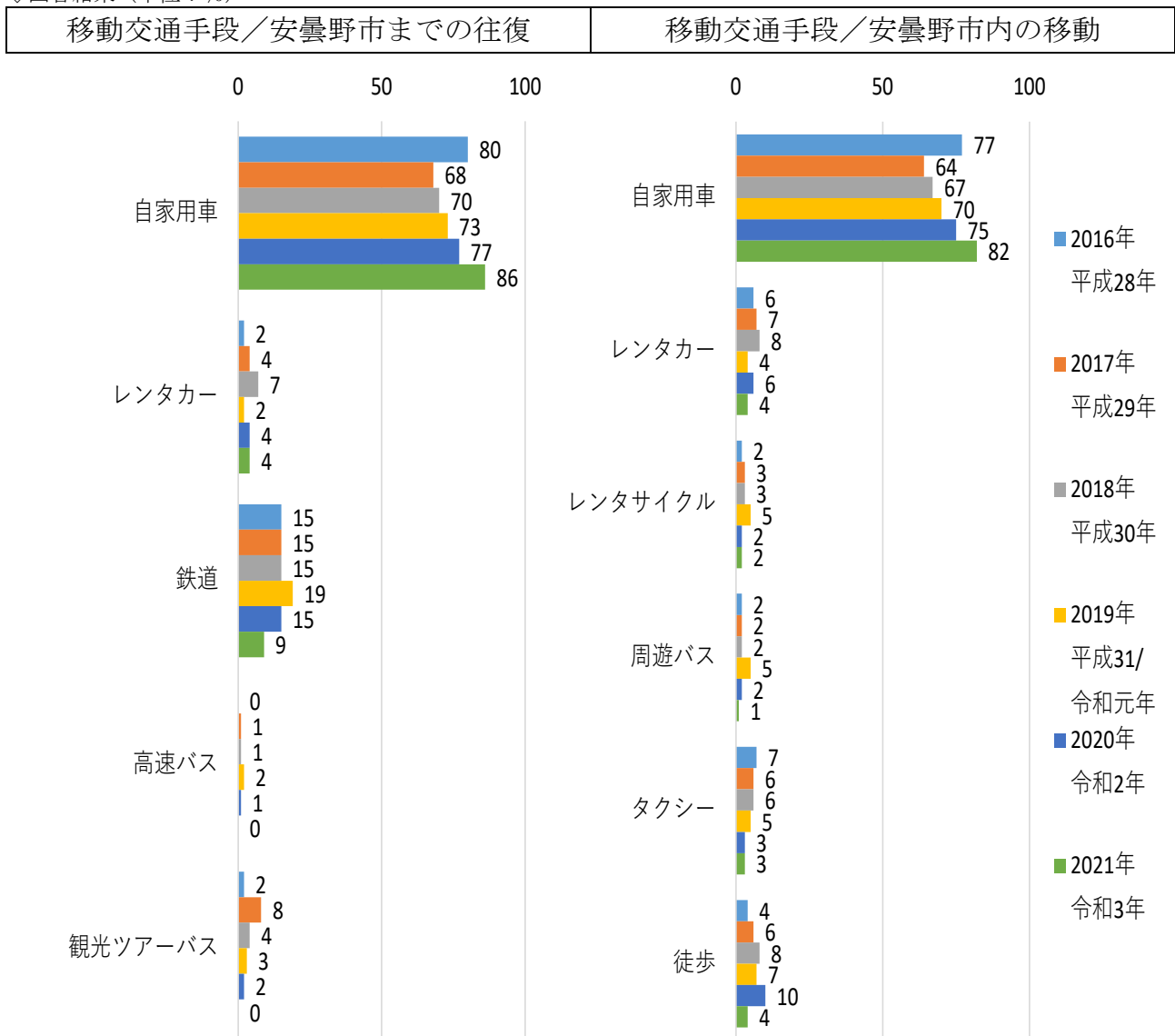
<移動交通手段・・・「安曇野市まで」と「安曇野市内」>

特徴： 「マイカー」型の来訪、移動形態が主、

鉄道やバス・タクシー、レンタサイクルなど多様な交通手段に利用促進余地も

- ・ 来訪に関わる交通利用等、移動手段については、「安曇野市までの行き帰り」「安曇野市内での移動」については、いずれも自家用車の利用が主となっています。また、その割合は年々高まる傾向にあり、マイカー利用に依存した観光形態となっています。
- ・ 「安曇野市までの往復」では、鉄道利用がやや多くなっているものの、近年は減少傾向となっています。レンタカーや高速バス、観光ツアーバスは少ない割合にとどまっています。
- ・ 「安曇野市内での移動」では、自家用車以外の手段利用も見られるものの、総じて少ない割合にとどまっています。

◇回答結果（単位：％）



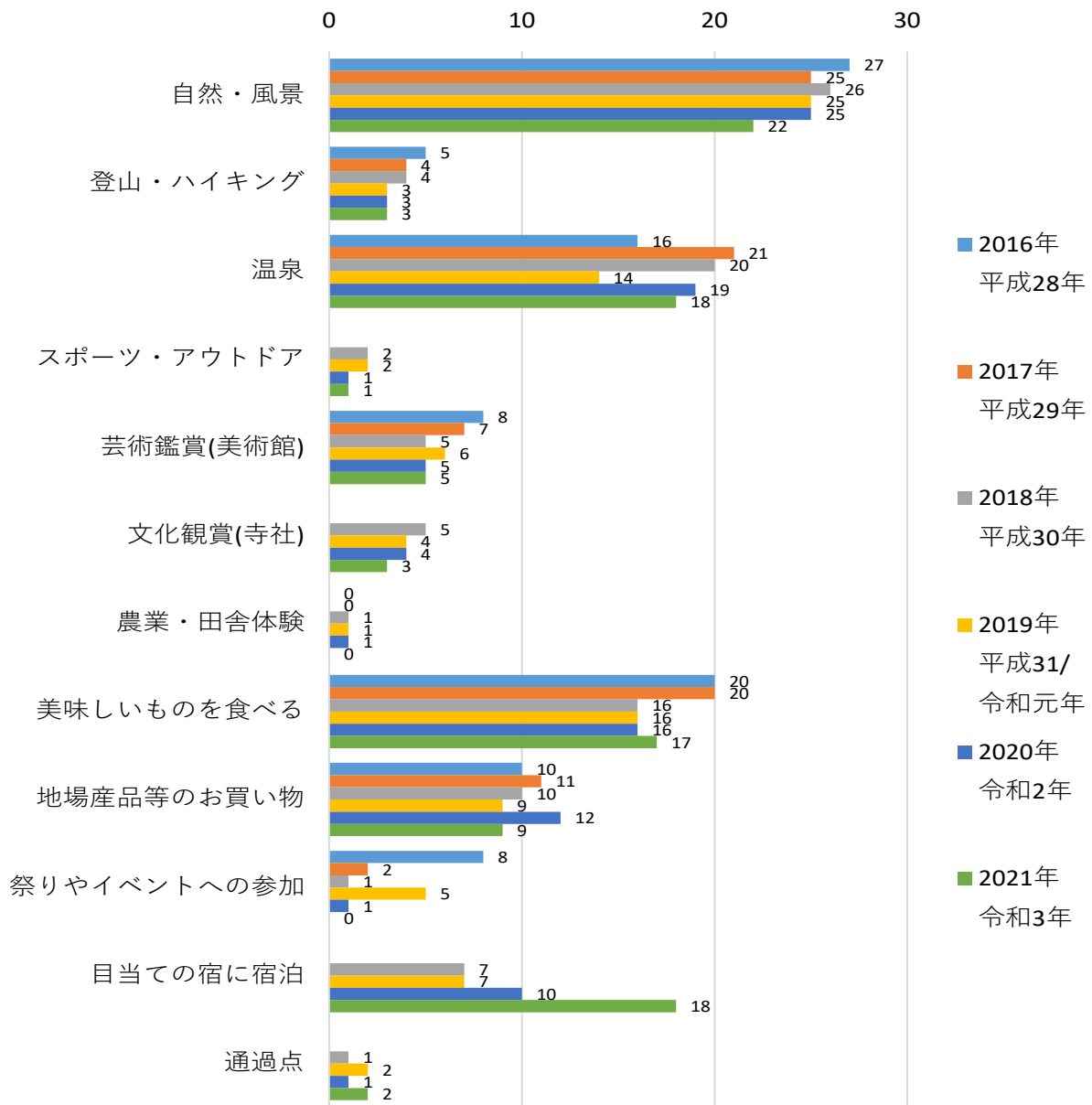
＜安曇野市への来訪目的＞

特徴： 「自然・風景」「温泉」「美味しいもの」・・・安曇野市来訪の3大目的、

宿泊・滞在をめあてのニーズも

- ・ 市内への来訪目的については、「自然・風景」が最も多く、以下「温泉」「美味しいものを食べる」などが多く挙がっています。
- ・ 最新の令和3年度調査では、「目当ての宿に宿泊」が大きく伸びています。

◇回答結果（単位：％）

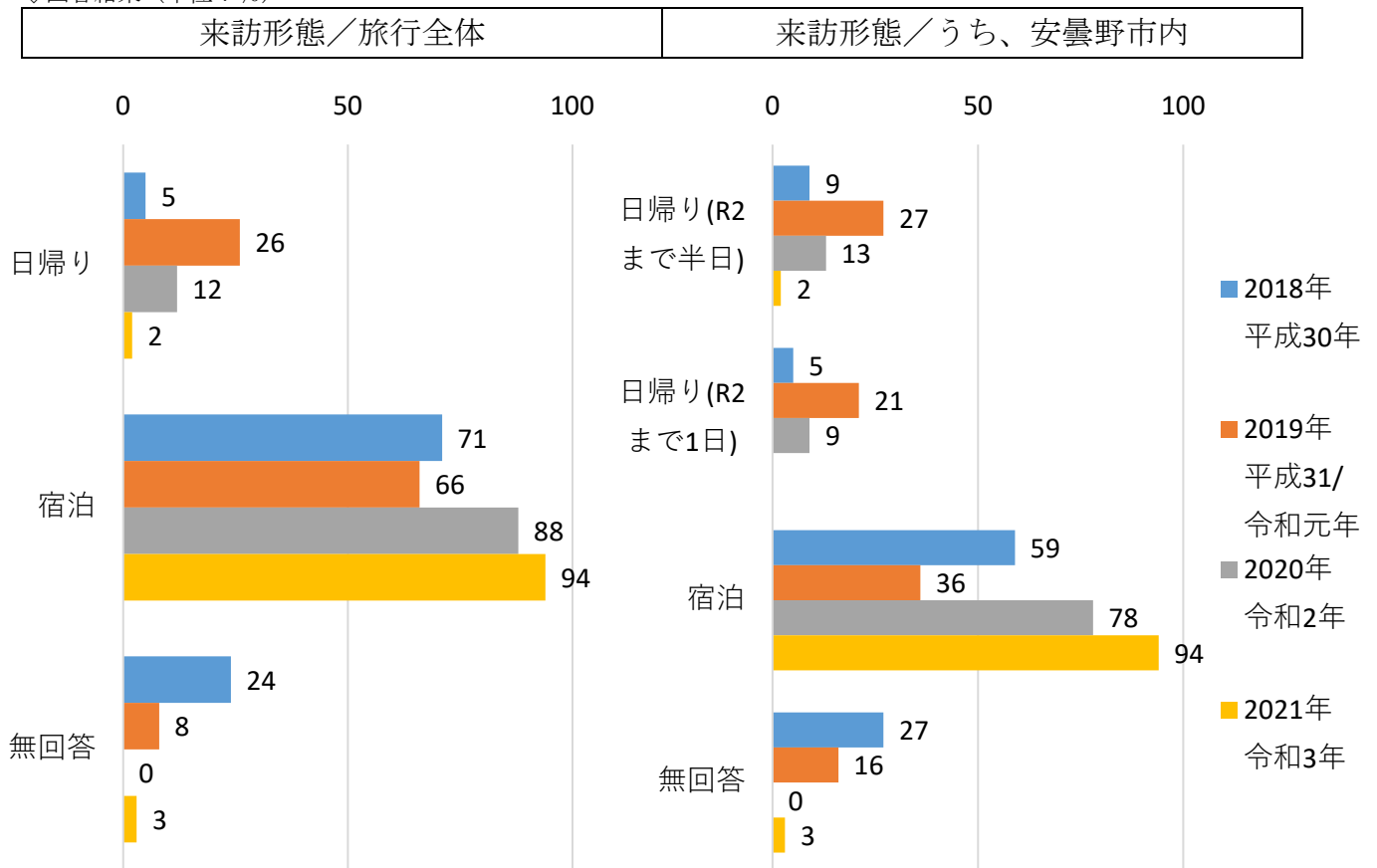


< 来訪形態（日帰り or 宿泊） >

特徴： 宿泊（目的での回答）が多い傾向、宿泊は年々増加、日帰りは減少傾向も

- ・ 日帰り、または宿泊といった来訪形態については、宿泊が多く挙がる形態となっています。
- ・ 宿泊は年々増加傾向にある一方、日帰りは減少傾向での推移となっています。
 （※観光関連拠点での調査であること等から、通過型や目的地への直行型など多様な日帰り形態が必ずしも反映されていない場合もあることに注意を要します。）

◇回答結果（単位：％）



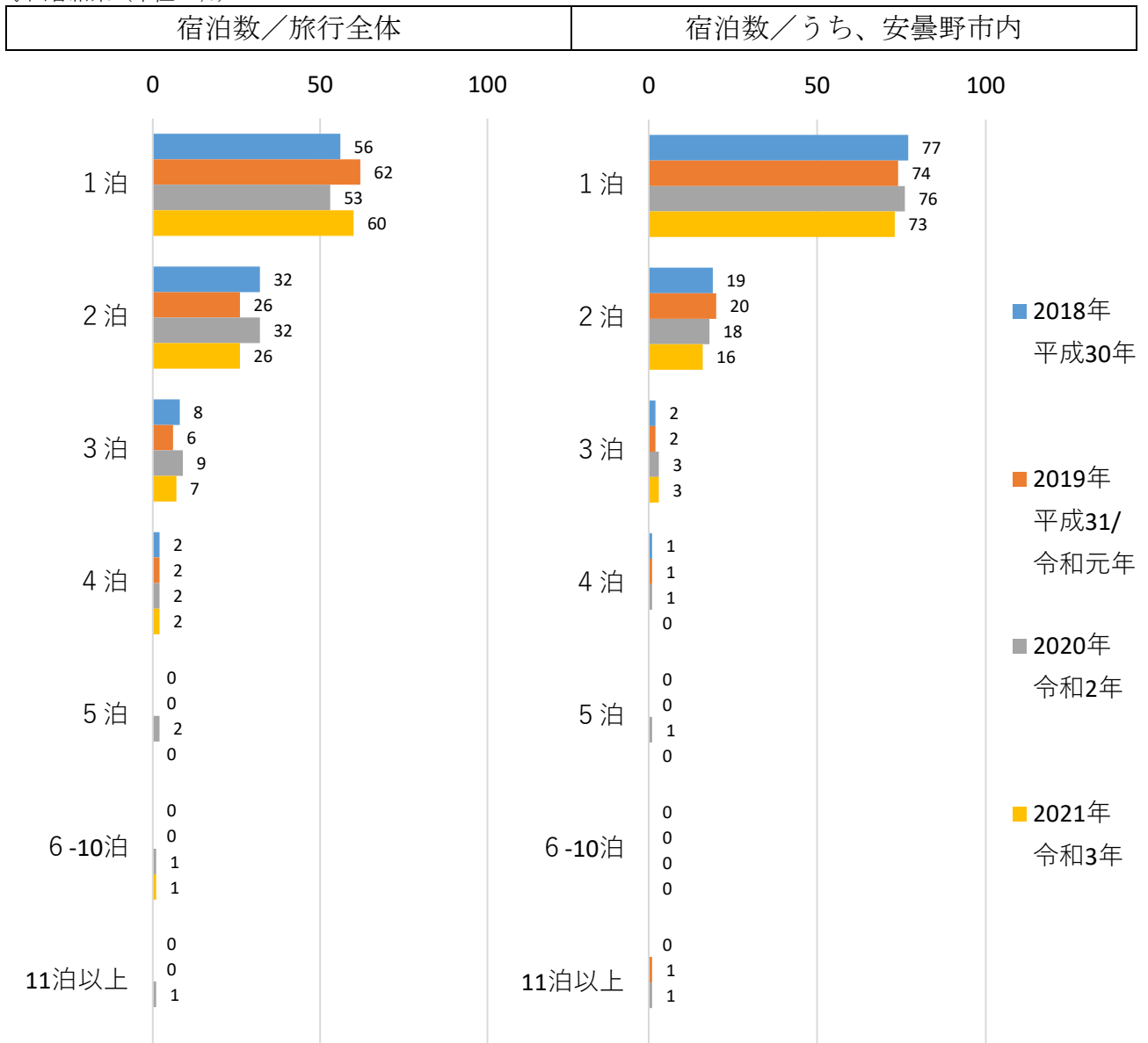
<宿泊数>

特徴： 関東や中部を主とした、市外からの来訪者による回答、

中高年世代、リピーター、夫婦等家族による来訪が多い

- ・ 宿泊目的で来訪した方の宿泊数については、旅行全体、及びそのうち安曇野市内での宿泊、のいずれも、「1泊」が多くなっています。
- ・ 旅行全体では、「2泊」「3泊」の割合もやや多くなっており、市外も含めた旅行全体の中で本市を訪れる来訪パターンが一定程度あることもわかります。

◇回答結果（単位：％）



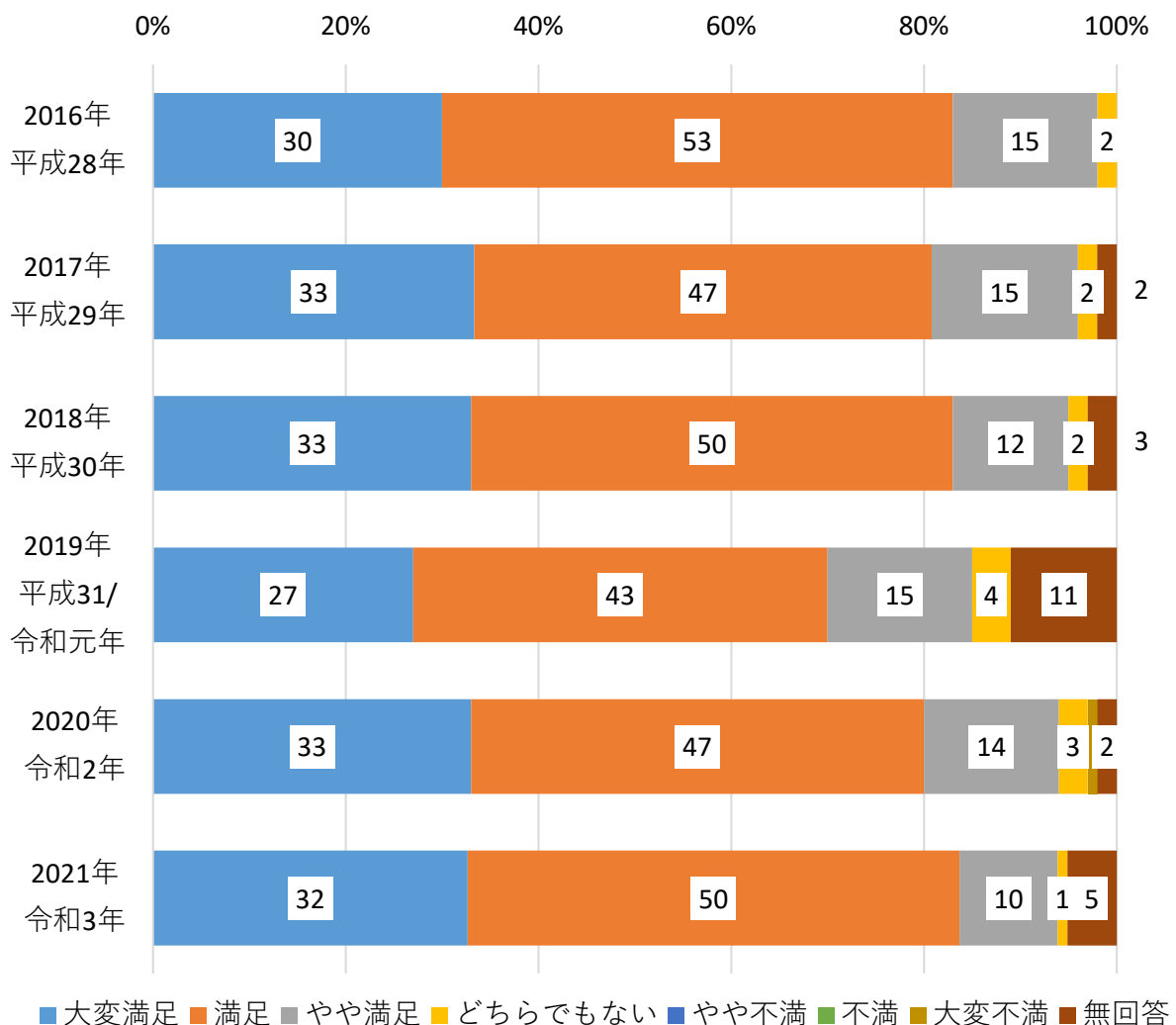
<安曇野市滞在の総合満足度>

特徴： 関東や中部を主とした、市外からの来訪者による回答、

中高年世代、リピーター、夫婦等家族による来訪が多い

- ・ 安曇野市への来訪・滞在に関する総合的な満足度を7段階で尋ねたところ、「満足」が最も多く、「大変満足」「やや満足」が続く結果となっています。不満の方向での回答はわずかとなっており、滞在の満足度としてはおおむね良好な状況となっています。
- ・ また、近年の推移では、「大変満足」と「満足」を合わせた数値が増加しており、総合的な評価としては向上している様子もうかがえます。


◇回答結果（単位：％）



3. まとめ

アンケート結果から見た地域の特性や今後の課題について、以下に整理します。

(1) ◆市民アンケート

項目	特徴	特性・課題
<安曇野市観光・魅力が足りない点（問8b）>	特徴：「交通の便」充実に対するニーズが目立つ～市民・生活者としての視点も	<ul style="list-style-type: none"> ・ 交通対策を求める意見が比較的多く、地区ごとの差も見られる。（※市民アンケートのため、生活者視点での回答・評価となり、必ずしも観光ニーズとは一致しない場合あり。） ・ 観光客とのふれあい・交流に関しては、一部ではあるものの、積極性を持つ層も存在。 ・ 市民としての住みやすさのほか、産業としての観光振興も重視される。 ・ 観光客数や観光振興については、現状維持または拡充方向の意見が多い。 ・ 「SDGs」は、認知度、重要度も高い、市民共有のキーワード <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光客とのふれあいや関わりへの意欲をキャッチし、支援する必要 ○ 産業としての観光振興への期待が高く、持続性や域内循環など、産業力の維持・充実（稼ぐ力づくり）が必要 ○ SDGs（＝サステナブル）は、市民に浸透し、重要性も認識されており、観光分野においても積極的に活用すべき普遍のテーマ
<観光客への関わり方意向（問11）>	特徴：気軽な関わりを希望する方が多い一方、より積極性のある意向も一定程度あり	
<必要な観光施策（問13）>	特徴：保全・保護関連とともに、交通利便性ニーズも	
<期待する観光振興方向（問14）>	特徴：「住みやすさ」「産業としての振興」「市のイメージアップ」が上位	
<観光客数動向の希望（問17）>	特徴：「やや増えてほしい」・・・おおむね増加希望が主	
<市観光のあり方（問18）>	特徴：積極派と現状維持派が半ば、地区によっては高い積極性も	
<観光キーワード：重要だと思うもの（問19b）>	特徴：認知・尊重されつつある「SDGs」、「協働・共創」「おもてなし」なども	

(2) ◆事業所アンケート

項目	特徴	特性・課題
<p><景況感～3年前と比較して(問8)> <景況感～今後の見通し(問9)></p>	<p>特徴：観光関連の厳しい景況感認識、一方、今後に対する回復期待も</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光業を取り巻く厳しい現状と、今後に対する期待の両面が認識 ・市のイメージ形成や自然等環境資源が観光振興の役割・メリット
<p><観光の振興・発展によるプラス面(問18a) / マイナス面(問18b)></p>	<p>特徴：「良好な地域イメージ」「文化や自然の保全」・観光業が感じる効果・メリット「渋滞等の交通面」に対してはマイナスイメージも</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・市民同様、交通関連のニーズが挙げられている。(※観光ニーズとは必ずしも一致しない場合あり) ・誘客増に向けたPR等促進策が望まれる一方で、起業や雇用、異業種連携等、産業としての多様な振興策にも高い関心
<p><観光振興に向け必要なこと(問23)></p>	<p>特徴：道路網等、交通ネットワークの形成充実・・・観光業が必要と感じる取組み 全体では「自然的環境の活用」が望まれる</p>	<p style="text-align: center;">▼</p>
<p><観光以外も含め地域や行政に期待すること(問24)></p>	<p>特徴：観光業において、「観光PR等による誘客促進」が強く望まれる 「起業」「雇用・就労」「異業種間連携」等、多様な要望も</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 厳しい現状認識からの反転期待に対する、力強い振興策が求められる ○ 雇用就労等、働く場としての観光業振興ニーズへの対応も必要

(3) ◆来訪者アンケート

項目	特徴	特性・課題
<回答者の属性>	特徴： 関東や中部を主とした、市外からの来訪者による回答、中高年世代、リピーター、夫婦等家族による来訪が多い	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関東や中部等、大都市圏からの来訪者が主、中高年層、リピーターなども多く、経験・なじみある観光地としての位置づけ ・ インターネットやSNS等、情報発信利用割合は向上余地あり ・ マイカー主体の交通利用形態、その傾向は近年ますます強く、交通対策を求める声とのつながりも考えられる ・ 「自然・風景」「温泉」「美味しいもの」が安曇野市観光ニーズのボリュームゾーン ・ 宿泊そのものが旅の目的等、宿泊ニーズは一定規模あり ・ 総合的な来訪・観光の満足度は高く、リピーターの多さなどにもつながる良質性も <p style="text-align: center;">▼</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 需要ボリュームの見込める大都市圏（インバウンド含む）からの来訪・利用を想定した観光資源のブラッシュアップ、質・量含めた基盤の確保、効果的な情報発信 ○ 宿泊、温泉、休養、食(グルメ)等、多様な観光ニーズに地域資源、人材による総合力で応えていくことが必要 ○ 増加するマイカー利用への対応とともに、多様な交通手段の分散利用、移動交通ニーズへのきめ細かい対応も必要 ○ 評価の高いイメージを確保しつつ、観光をめぐる地域間の厳しい競争環境等も踏まえ、大きなニーズをキャッチし、滞在、遊びなどのニーズに的確に応えるためのさらなる取組み・チャレンジも必要
<旅行動機>	特徴： 「宿」「休養(癒し)」「食」・・・安曇野観光の主要なテーマ	
<安曇野市を選んだ情報源>	特徴： 「自身の経験」を頼りに旅先として安曇野市を選択する方が多い インターネットやSNS、紙媒体、紹介などによる情報取得も一定程度あり	
<移動交通手段・・・「安曇野市まで」と「安曇野市内」>	特徴： 「マイカー」型の来訪、移動形態が主、鉄道やバス・タクシー、レンタサイクルなど多様な交通手段に利用促進余地も	
<安曇野市への来訪目的>	特徴： 「自然・風景」「温泉」「美味しいもの」・・・安曇野市来訪の3大目的、宿泊・滞在めあてのニーズも	
<来訪形態(日帰り or 宿泊)>	特徴： 宿泊(目的での回答)が多い傾向、宿泊は年々増加、日帰りは減少傾向も	
<宿泊数>	特徴： 関東や中部を主とした、市外からの来訪者による回答、中高年世代、リピーター、夫婦等家族による来訪が多い	
<安曇野市滞在の総合満足度>	特徴： 関東や中部を主とした、市外からの来訪者による回答、中高年世代、リピーター、夫婦等家族による来訪が多い	

◇新たなビジョンに向けて ～ 総括・キーワード

- ・ 産業として、また、雇用・就労の場としての観光振興が求められており、市の基幹産業である観光業の振興が、市全体の活力・元気につながる方向性。景気動向やコロナ禍など、厳しい時代を克服するためには、今までの延長ばかりでなく、新たな取組み・チャレンジ等、 $+ \alpha$ が欠かせない要素となる。
- ・ SDGs は、広く市民に普及したキーワード、サステナブルは、市民や事業者、来訪者イメージにもマッチする、安曇野市そのものとも言える普遍的なテーマである。
- ・ 自然等の環境保全はもちろんのこと、プラスアルファの部分、さらなる観光分野での活用・伝承、ひいては観光業や地域の活性化まで、地域が健全に循環するためのパワー（経済的な稼ぐ力）までを含めたサステナブルを考えていく必要がある。

－以上－