

# 観光事業に関する自治体実態調査

令和6年／2024年

日本観光推進総合研究所



## 調査目的

- ・各自治体における観光事業やプロモーションに関する取り組み状況の実態把握を行うための調査です。（平成30年度より毎年実施）
- ・本調査結果を今後の観光プロモーション活動などにお役立ていただくことも、あわせて目的としています。

## 調査期間

- ・令和6年4月22日～令和6年6月14日

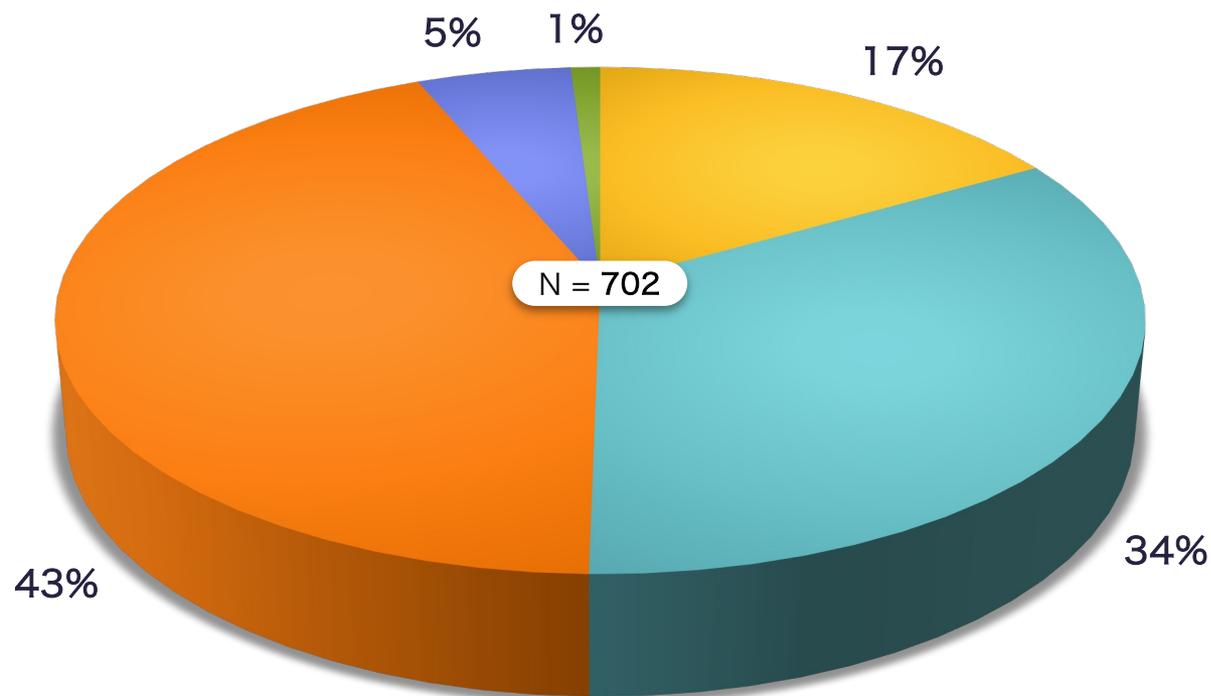
## 調査対象

- ・全国1,741自治体

## 回収状況

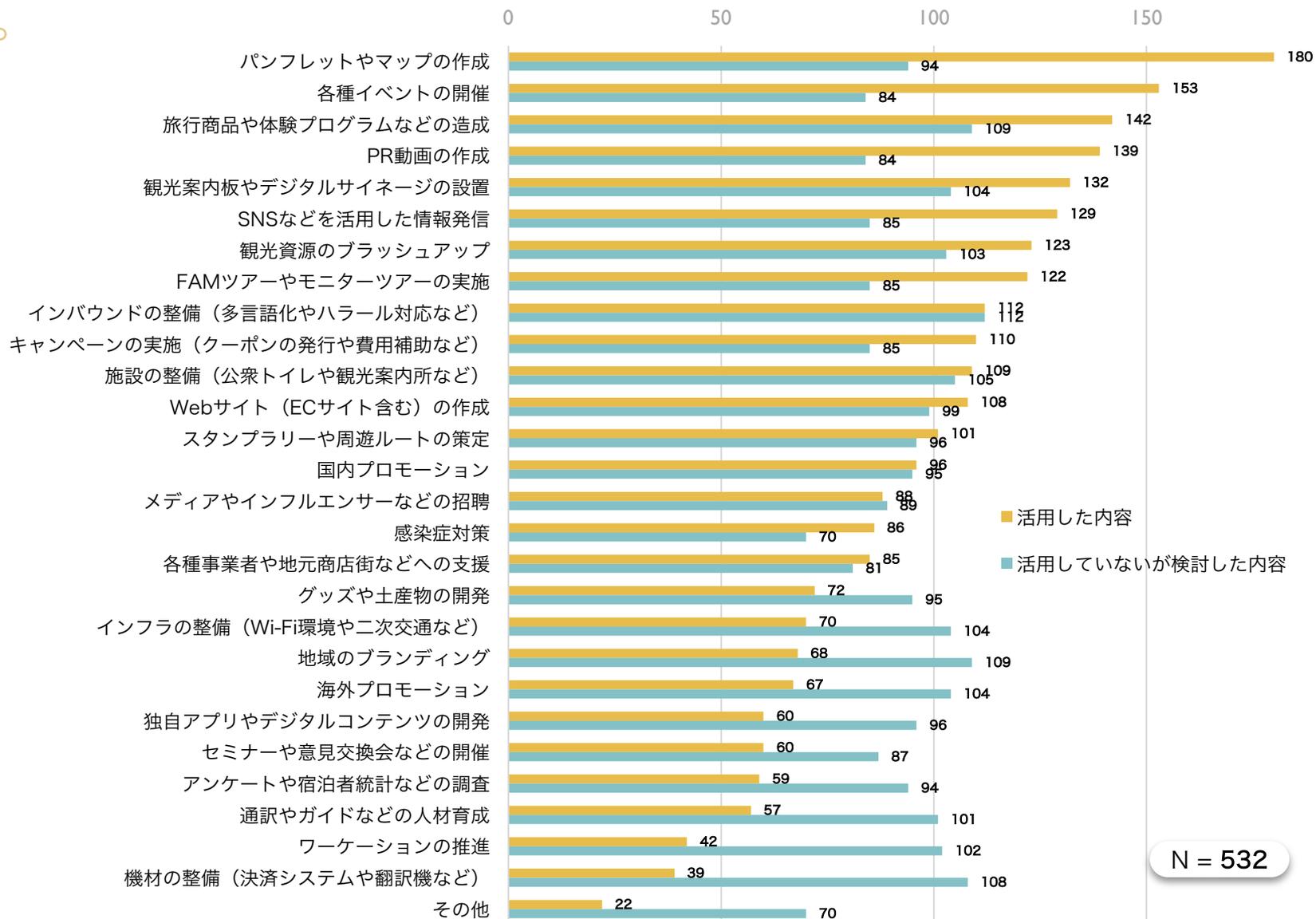
- ・回収数：720票
- ・回収率：41.36%

# 01. コロナ前を基準にした昨年度の観光客数の増減



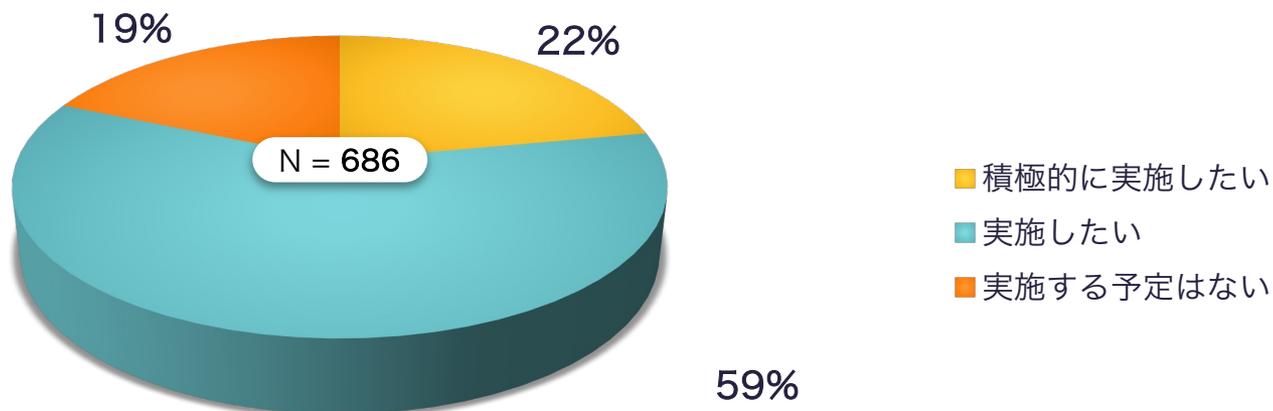
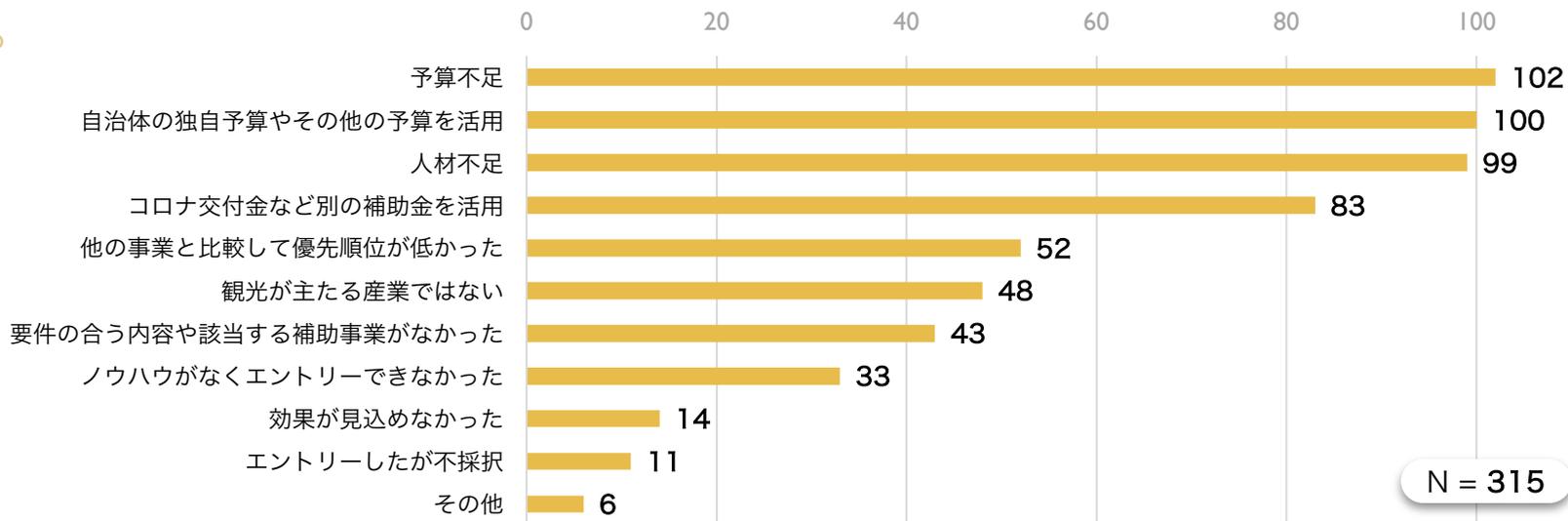
- コロナ前より増えた
- コロナ前と同じくらいに戻った
- コロナ前の約7割～9割
- コロナ前の約4割～6割
- コロナ前の約1割～3割
- コロナ前の1割未満

# 02-1. これまでのGoToトラベル事業や観光庁等における 補助事業を活用した内容もしくは活用を検討した内容

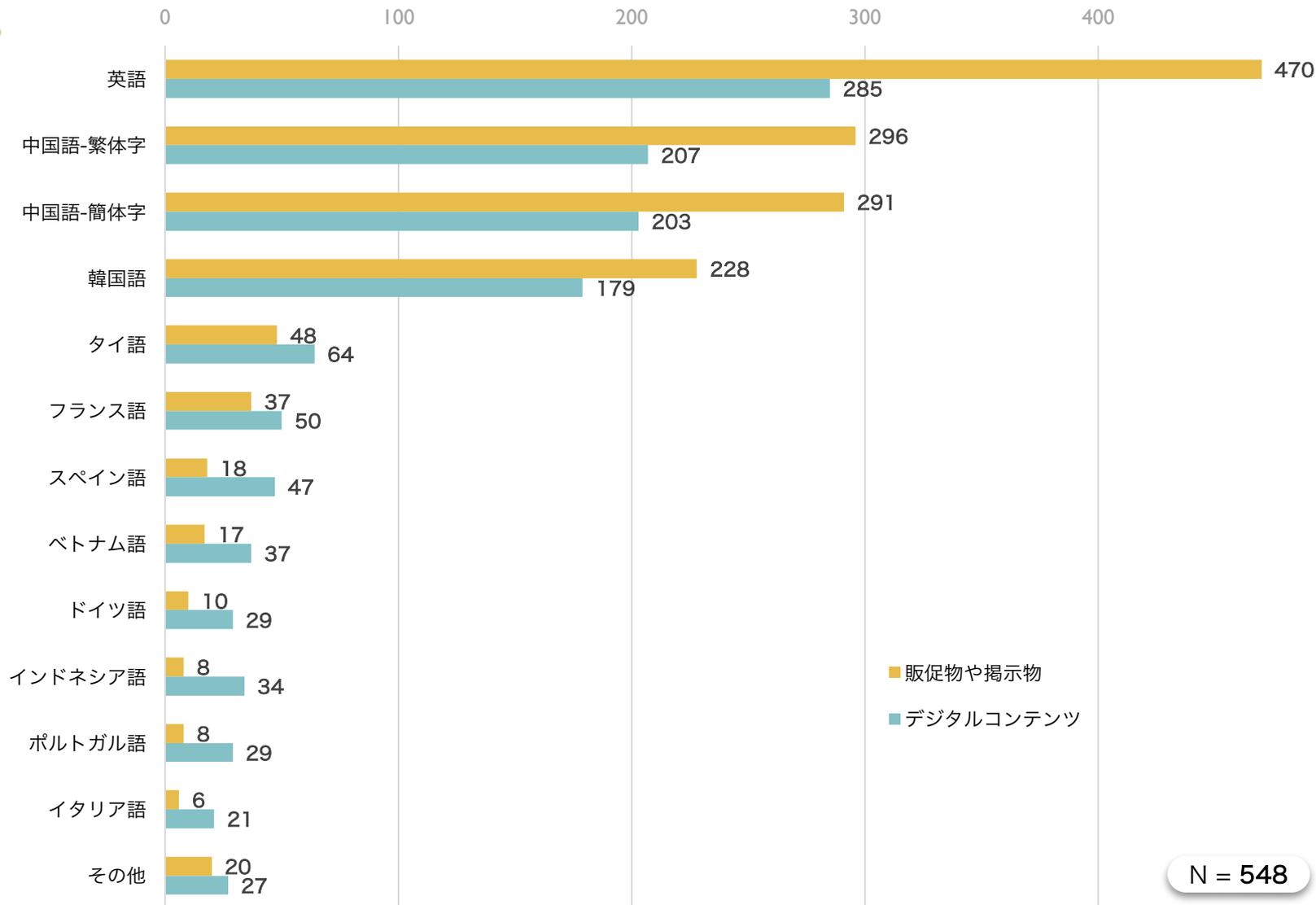


N = 532

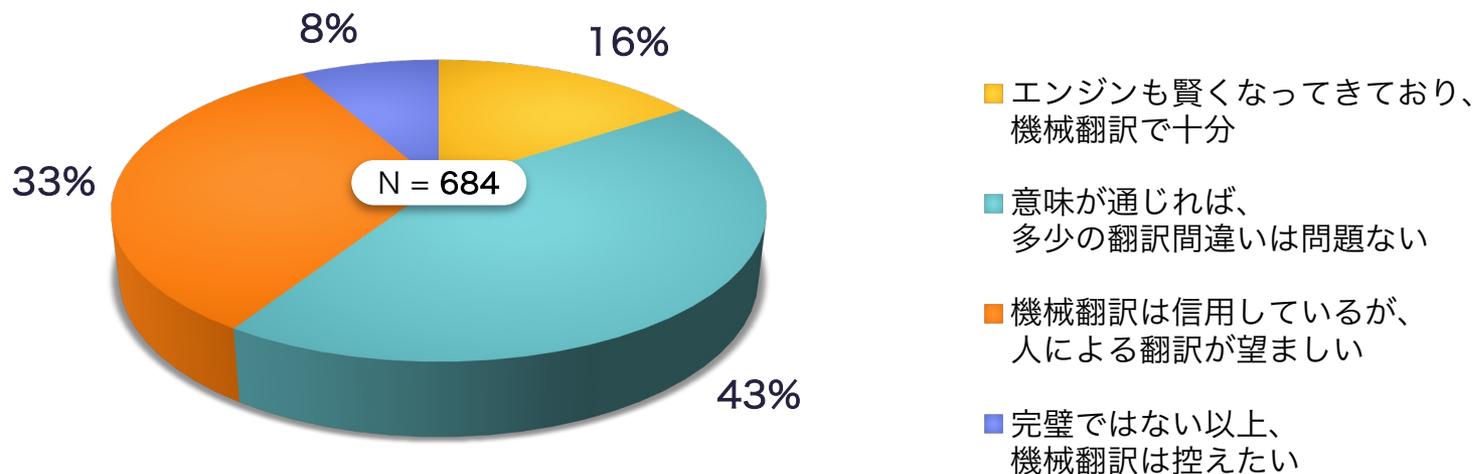
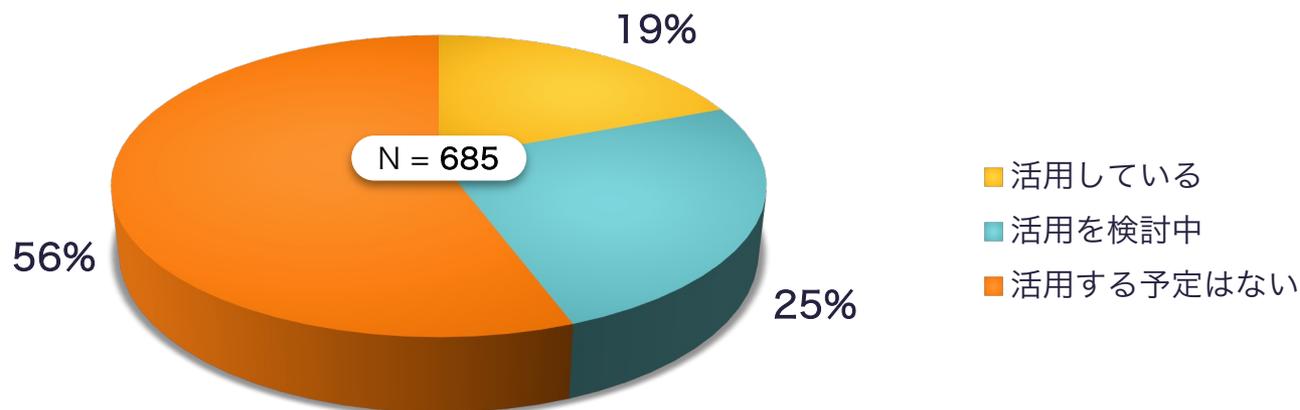
# 02-2. これまでのGoToトラベル事業や観光庁等における補助事業を活用しなかった主な理由および今後の方針



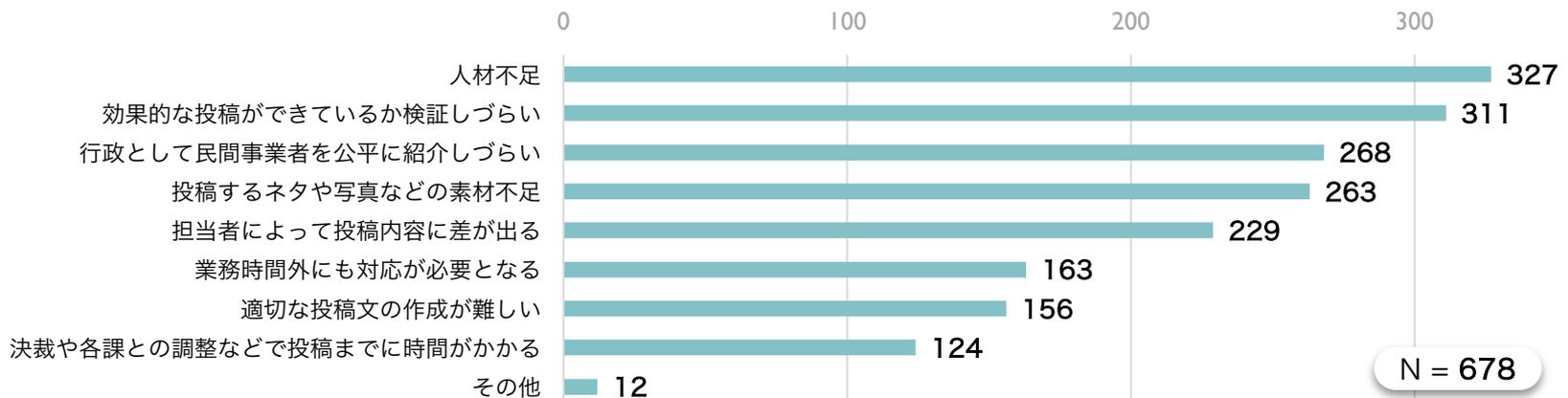
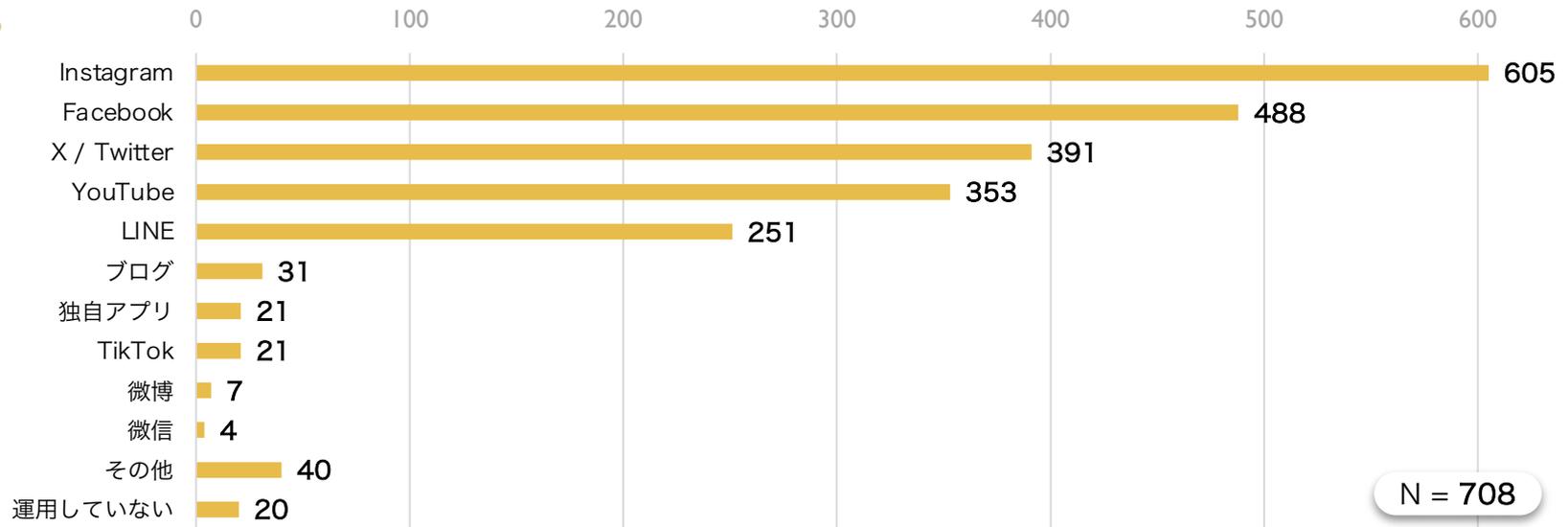
# 03. 多言語化の実施状況とその対応言語



# 04. 機械翻訳の活用状況および機械翻訳に対するイメージ



# 05-1. 情報発信のプラットフォームおよびSNS運用の課題



# 05-2. SNSの運用における効果的な投稿内容や成功例など

※ 回答の一部を抜粋

## 投稿内容【工夫】

市にゆかりのある著名人にPRを委託

ゆるキャラのプロモーション

投稿を有名インフルエンサーに依頼

各種キャンペーン（プレゼント、コラボ、フォトなど）

ターゲットを絞った広告を出稿

災害を避ける伝承を投稿

混雑具合や迷子対策に関する情報発信

ロケ地や放映情報の投稿

モニターツアーの様子を投稿

名勝など写真映えのする写真の投稿

昼休みなど閲覧されやすい時間帯を狙った投稿

投稿内容をシリーズ化

知名度の高い人物に関する内容投稿

静止画に加え動画も積極的に投稿

開花状況や山開きなど、季節感のある内容の投稿

イベントの告知や開催中のリアルタイム投稿

アニメの聖地に関する投稿

投稿内容に応じて掲載する媒体を選択

フォロワーとの相互コミュニケーション

SNSの運用を民間事業者へ委託

SNSとメディア出演の連動

## 成功例【結果】

集客数や売上が増加

リーチ数やインプレッション数が増加

コメント数が増加

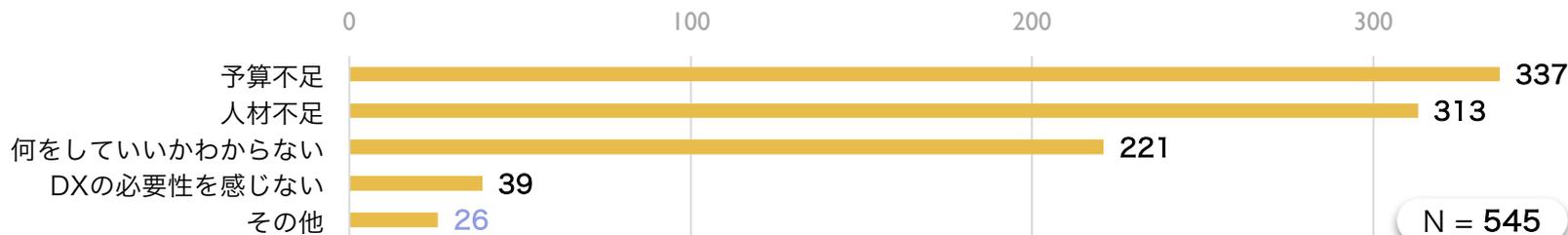
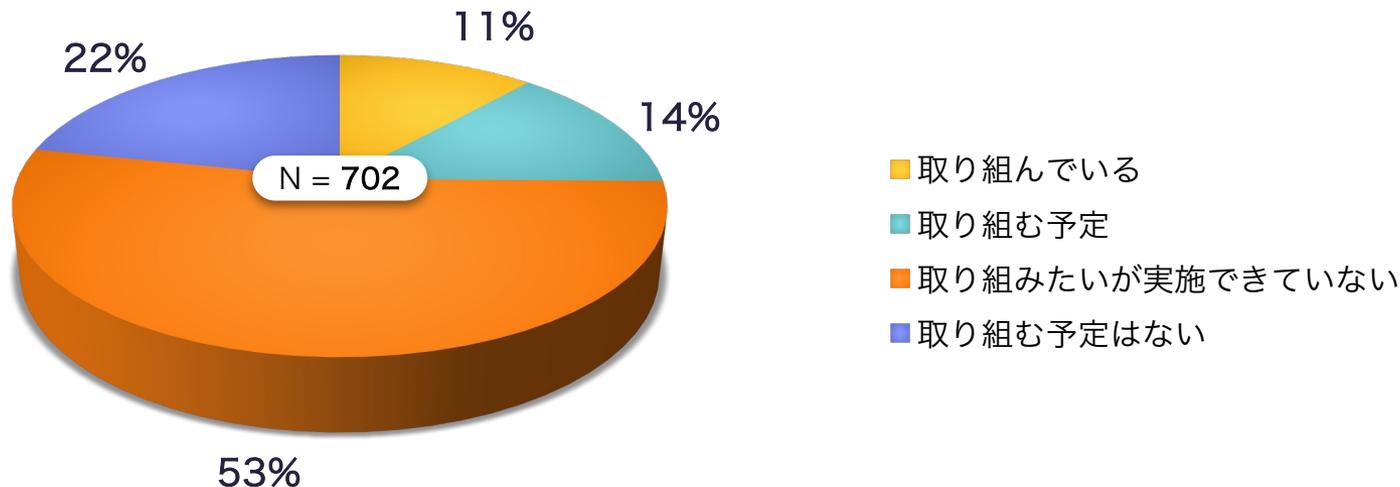
HPへの訪問数が増加

地域の知名度が向上

TikTokerによる拡散

海外でも拡散

# 06. 観光DXの取り組み状況および 取り組めていない理由もしくは取り組む予定のない理由

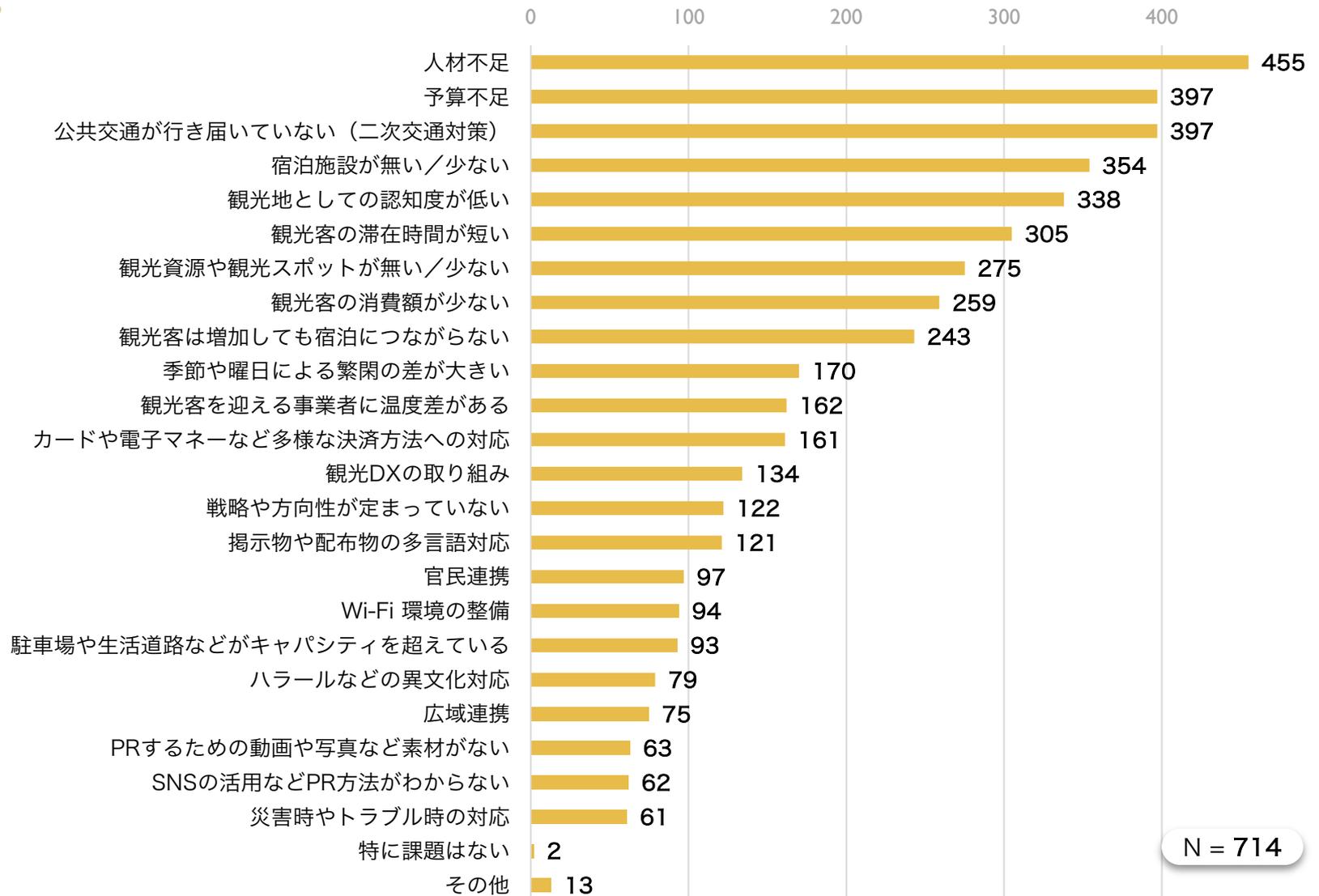


## その他の主な回答

観光DXとは何か、そもそもDXが何か、わかっていない  
 他の施策より優先度が低い  
 事業所の高齢化  
 町単体ではなく管内一体で実施するのが効果的と考える

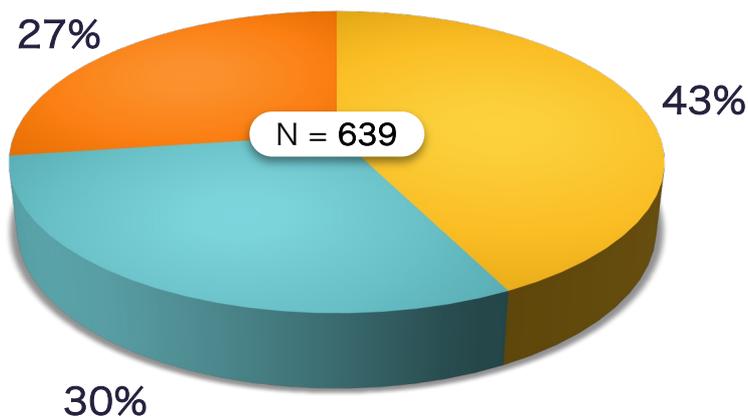
観光DXに取り組む構想がない  
 観光が主たる産業ではない  
 手法などについて検討できていない  
 コストに見合うリターンをつくるのが難しい (費用対効果)

# 07. 観光事業の推進における課題

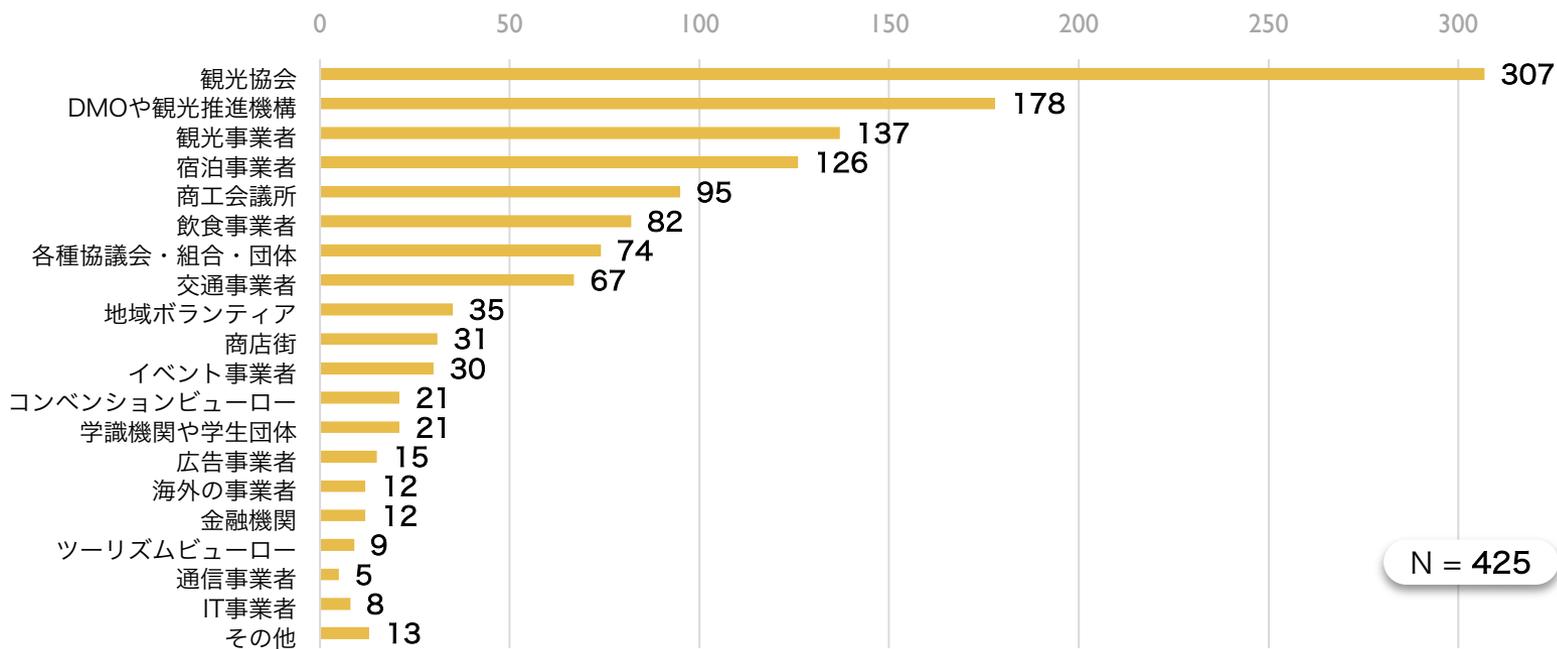


N = 714

# 08. 観光事業の推進における官民連携の状況とそのお相手



- 連携している
- 連携を検討中
- 連携する予定はない



# 09. 観光事業の推進における広域連携の状況とそのお相手

