

# 洲本市

## 広域WEB調査報告書

### 目次

I	調査の概要	2
II	1次調査の結果	3
III	2次調査の結果	13
IV	参考	27

# I 調査の概要

## 1. 調査の目的

- 兵庫県及びその周辺府県の居住者を対象に洲本市との関係性や都市イメージ等について把握するとともに、本市への来訪経験者を対象に本市に対する評価等を把握することで、今後のまちづくりの基礎資料とすることを目的とする。

## 2. 調査手法

- 兵庫県を含む6府県の16~55歳の居住者を対象にWEB調査（民間調査会社のモニター活用）を実施した（令和4年10月中旬）。

### 【対象エリア】

- ◇大阪府
- ◇兵庫県（淡路市・洲本市・南あわじ市の居住者は除く）
- ◇和歌山県
- ◇岡山県
- ◇徳島県
- ◇香川県

- WEB調査は、次の示す2段階の方法により実施した。

### 【1次調査】

- ◇上記対象者から1次調査として19,928人の回答情報を回収



### 【2次調査】

- ◇1次調査の回答上情報に基づき、洲本市への訪問経験者（過去3年間で1回程度以上）3,358人の中から、564人を対象に2次調査を実施

## Ⅱ Ⅰ次調査の結果

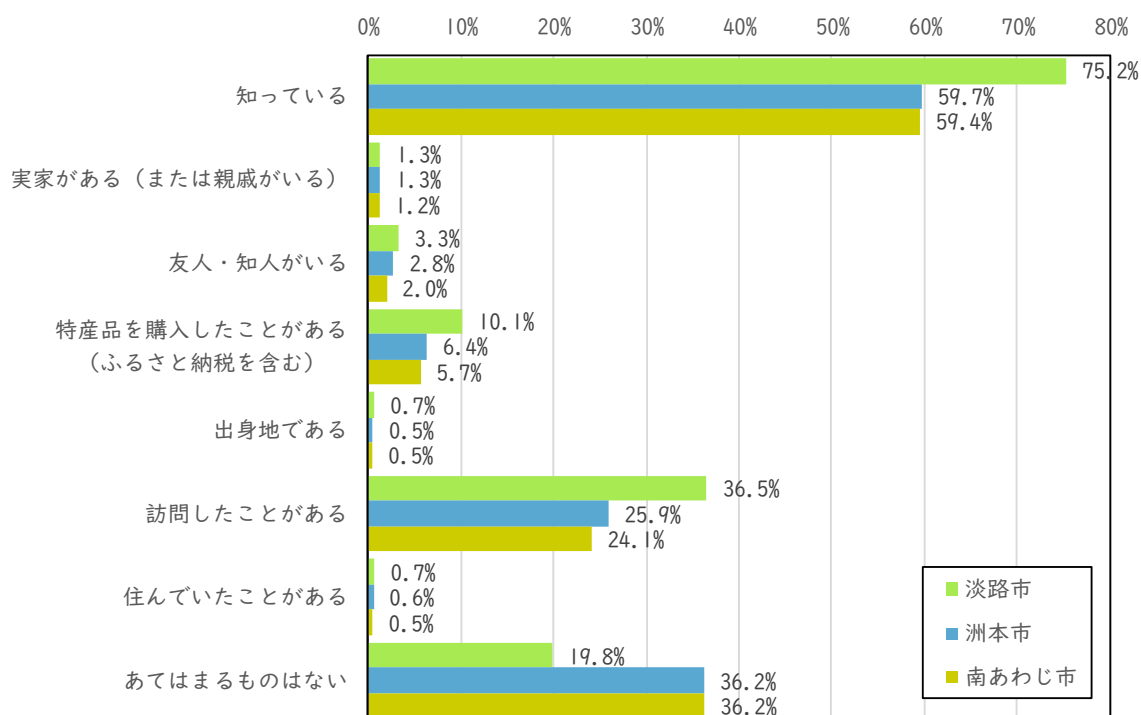
### 1. 回答者の性別・年齢・居住地の構成

n=19,928		大阪府	兵庫県	和歌山県	岡山県	徳島県	香川県	計
男性 計	16～25歳	2.7%	1.9%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	5.7%
	26～39歳	6.9%	6.5%	0.9%	0.7%	0.8%	0.8%	16.6%
	40～55歳	4.6%	4.7%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%	11.6%
	計	14.2%	13.2%	1.8%	1.6%	1.6%	1.5%	33.9%
女性 計	16～25歳	9.2%	6.3%	0.9%	1.1%	0.7%	0.8%	19.1%
	26～39歳	14.4%	14.2%	1.8%	2.0%	1.7%	1.8%	36.0%
	40～55歳	4.6%	4.3%	0.5%	0.6%	0.5%	0.6%	11.0%
	計	28.2%	24.8%	3.2%	3.7%	3.0%	3.3%	66.1%
男女 計	16～25歳	11.9%	8.2%	1.1%	1.5%	0.9%	1.1%	24.8%
	26～39歳	21.3%	20.8%	2.7%	2.7%	2.5%	2.6%	52.6%
	40～55歳	9.2%	9.0%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	22.6%
	計	42.3%	38.0%	5.0%	5.3%	4.5%	4.8%	100.0%

### 2. 洲本市等との関係性

Q:あなたとそれぞれの市との関係性についてお答えください(複数回答:いくつでも)

- 認知度(“知っている”回答率)について、3市の中で淡路市が突出して高くなっているが、これは認知度が高いであろう淡路島との名称類似性に起因する影響があるものと考えられる。
- “訪問したことがある”は、淡路市、洲本市、南あわじ市の順に高く、明石海峡大橋を利用しての淡路市を玄関口とする淡路島へのアクセスという実態を反映しているものと考えられる。



○洲本市の状況について居住地・年齢別にみると、次のようになっている。

洲本市		知っている	実家がある (または親戚が いる)	友人・知 人がいる	特産品を 購入した ことがある (ふるさ と納税 を含む)	出身地で ある	訪問した ことがあ る	住んでい たことが ある	あてはま るものは ない	計	n
大阪府	16～25歳	33.7%	1.3%	1.6%	3.1%	0.4%	10.8%	0.4%	63.1%	100.0%	540
	26～39歳	56.4%	1.4%	2.7%	5.4%	0.6%	23.6%	0.4%	39.6%	100.0%	1,066
	40～55歳	73.0%	1.1%	2.0%	8.2%	0.7%	30.5%	0.6%	24.0%	100.0%	517
		53.6%	1.3%	2.2%	5.4%	0.6%	21.5%	0.4%	42.8%	100.0%	2,123
兵庫県	16～25歳	62.7%	2.0%	4.0%	4.2%	0.6%	21.5%	0.5%	31.9%	100.0%	220
	26～39歳	73.0%	1.3%	4.0%	8.6%	0.6%	34.9%	0.7%	21.5%	100.0%	185
	40～55歳	82.9%	1.3%	2.8%	12.8%	0.4%	46.0%	0.9%	13.3%	100.0%	221
		73.1%	1.5%	3.7%	8.6%	0.6%	34.6%	0.7%	21.8%	100.0%	626
和歌山県	16～25歳	28.6%	2.6%	2.2%	4.0%	0.4%	7.0%	0.9%	66.5%	100.0%	987
	26～39歳	45.2%	0.0%	1.7%	4.4%	0.4%	15.4%	0.2%	50.0%	100.0%	502
	40～55歳	66.4%	0.9%	1.8%	5.5%	0.5%	28.2%	0.9%	31.4%	100.0%	956
		46.1%	0.8%	1.8%	4.6%	0.4%	16.3%	0.5%	49.6%	100.0%	2,445
岡山県	16～25歳	18.5%	1.0%	2.0%	1.3%	0.7%	3.7%	0.7%	79.2%	100.0%	298
	26～39歳	30.2%	0.4%	1.1%	2.2%	0.0%	8.6%	0.7%	67.3%	100.0%	217
	40～55歳	49.8%	0.0%	2.7%	3.6%	0.0%	15.4%	0.0%	47.5%	100.0%	4,937
		31.0%	0.5%	1.7%	2.3%	0.2%	8.6%	0.6%	66.5%	100.0%	5,452
徳島県	16～25歳	55.1%	2.2%	5.4%	2.7%	1.1%	23.8%	1.1%	41.6%	100.0%	547
	26～39歳	64.3%	1.2%	3.0%	6.0%	0.4%	32.3%	0.8%	29.9%	100.0%	904
	40～55歳	83.4%	0.9%	4.6%	7.4%	0.9%	44.7%	0.5%	12.9%	100.0%	10,486
		67.0%	1.3%	3.9%	5.6%	0.7%	33.5%	0.8%	28.2%	100.0%	11,937
香川県	16～25歳	30.3%	3.2%	0.9%	2.3%	1.8%	10.1%	1.4%	66.5%	100.0%	221
	26～39歳	43.5%	0.4%	0.8%	3.7%	0.2%	16.4%	0.4%	52.8%	100.0%	218
	40～55歳	63.8%	0.5%	1.4%	6.8%	0.0%	29.0%	0.0%	33.9%	100.0%	4,505
		45.2%	1.0%	0.9%	4.1%	0.5%	17.9%	0.5%	51.6%	100.0%	4,944
6府県 計	16～25歳	42.8%	1.7%	2.6%	3.4%	0.6%	14.2%	0.5%	53.2%	100.0%	2,813
	26～39歳	60.8%	1.2%	3.0%	6.4%	0.5%	26.9%	0.6%	34.6%	100.0%	3,092
	40～55歳	75.5%	1.1%	2.4%	9.6%	0.5%	36.4%	0.7%	21.2%	100.0%	21,622
		59.7%	1.3%	2.8%	6.4%	0.5%	25.9%	0.6%	36.2%	100.0%	27,527

○認知度について、兵庫県に限ればほとんどの人が知っていそうに思えるものの実態は 73.1%である(ちなみに淡路市についても 80.1%)。

○“訪問したことがある”は、兵庫県居住者が 34.6%、次いで徳島県居住者が 33.5%、大阪府居住者が 21.5%となっている。

### 3. 訪問頻度

#### 【訪問経験者への限定質問】

Q: 訪問頻度についてお答えください(単数回答)

○訪問頻度については、3市とも似たような状況で、“過去3年間で1回程度は訪問したことがある”が最も多く4割弱となっている。

○年に1回以上訪問(“月に1回以上”“年に数回程度”“年に1回程度”の合計)しているのは、26~27%程度となっている。

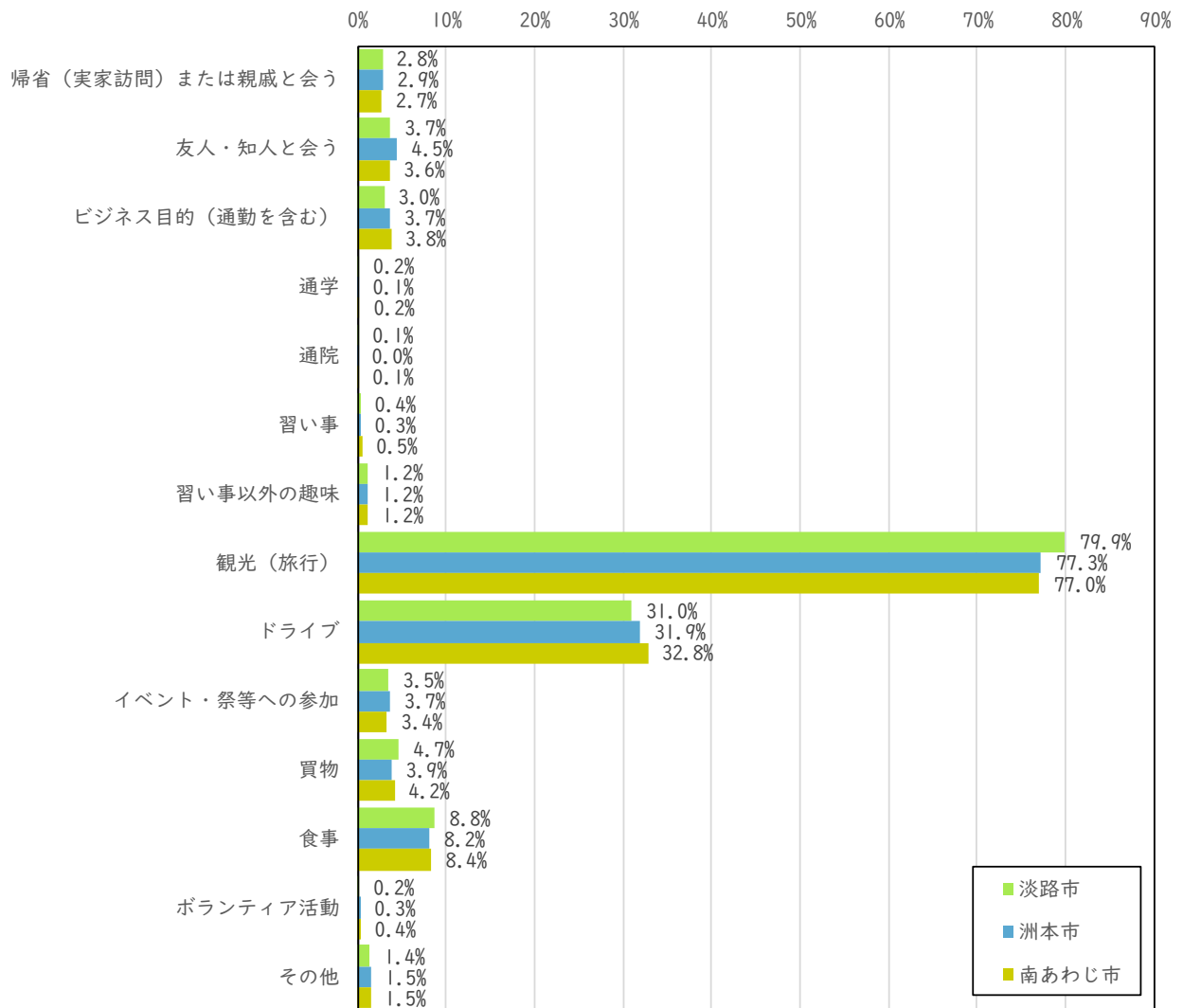
	月に1回以上は訪問している	年に数回程度は訪問している	年に1回程度は訪問している	過去3年間で1回程度は訪問したことがある	過去3年間で訪問したことはない	計	n
淡路市	1.8%	9.6%	15.0%	38.6%	35.0%	100.0%	7,276
洲本市	1.8%	9.7%	15.1%	38.4%	35.0%	100.0%	5,165
南あわじ市	1.5%	9.4%	16.2%	39.6%	33.3%	100.0%	4,803

## 4. 主な訪問目的

### 【訪問経験者への限定質問】

Q: 主な訪問目的についてお答えください(複数回答: 3つまで)

○主な訪問目的についても、3市ともに似たような状況で、“観光(旅行)”が最も多く約8割となっており、次いで“ドライブ”が約3割、“食事”が約1割となっている。



## 5. 都市のイメージ評価

### 【訪問経験者への限定質問】

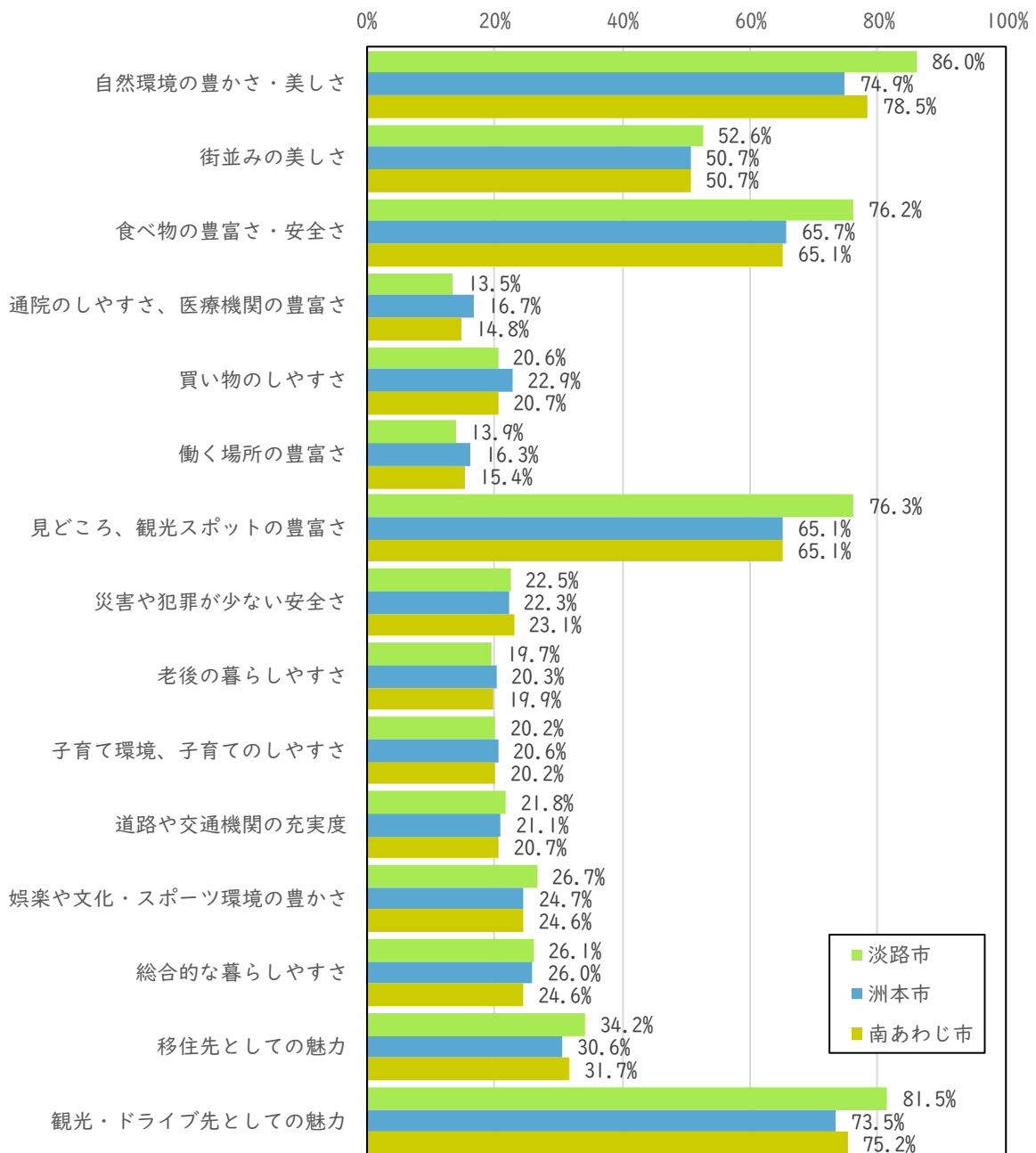
Q:あなたはそれぞれの都市についてどのようなイメージを持っていますか(各項目SA)

※評価は、“とても良い”“良い”“普通(わからない)”“悪い”“とても悪い”の5段階評価。

○それぞれの都市のイメージ評価(15項目)の結果について、高評価(“とても良い”&“良い”)の割合として示すと次のようになっている。

○3市とも最も高評価が多いのは“自然環境の豊かさ・美しさ”で、次いで“食べ物の豊かさ・安全性”、“見どころ、観光スポットの豊富さ”の順となっており、また、これら上位3項目についてはいずれも淡路市が最も高評価が多くなっている。

### イメージ評価(“とても良い”&“良い”)



○洲本市が3市の中で最も高評価が多い項目は次のとおりである。

- ・“通院のしやすさ、医療機関の豊富さ”16.7%
- ・“買物のしやすさ”22.9%
- ・“働く場所の豊富さ”16.3%
- ・“老後の暮らしやすさ”20.3%
- ・“子育て環境、子育てのしやすさ”20.6%

○5段階評価を点数化(“とても良い”から順に100点・75点・50点・25点・0点)し、項目ごとの平均点として示すと次のようになっている。

評価の平均点	淡路市	洲本市	南あわじ市
自然環境の豊かさ・美しさ	81.5	75.7	78.2
街並みの美しさ	67.3	66.2	66.7
食べ物の豊富さ・安全さ	76.5	71.7	72.1
通院のしやすさ、医療機関の豊富さ	50.7	52.3	50.6
買い物のしやすさ	52.6	54.3	52.5
働く場所の豊富さ	49.5	51.4	50.5
見どころ、観光スポットの豊富さ	76.0	71.2	71.8
災害や犯罪が少ない安全さ	56.5	56.5	56.7
老後の暮らしやすさ	53.5	54.0	53.5
子育て環境、子育てのしやすさ	54.8	54.9	54.6
道路や交通機関の充実度	50.9	51.8	51.3
娯楽や文化・スポーツ環境の豊かさ	56.1	56.1	55.7
総合的な暮らしやすさ	56.1	56.4	55.5
移住先としての魅力	57.4	56.6	57.0
観光・ドライブ先としての魅力	80.2	75.7	76.8

※橙色セルは、項目ごとの最高点



《参考：都市別のイメージ評価データ》

淡路市	とても良い	良い	普通（わからない）	悪い	とても悪い	計
自然環境の豊かさ・美しさ	40.4%	45.7%	13.5%	0.4%	0.1%	100.0%
街並みの美しさ	18.4%	34.3%	45.6%	1.6%	0.2%	100.0%
食べ物の豊富さ・安全さ	30.9%	45.3%	22.8%	0.9%	0.1%	100.0%
通院のしやすさ、医療機関の豊富さ	5.9%	7.6%	71.9%	12.4%	2.1%	100.0%
買い物のしやすさ	6.7%	13.9%	64.1%	13.9%	1.4%	100.0%
働く場所の豊富さ	5.6%	8.3%	67.5%	15.6%	3.0%	100.0%
見どころ、観光スポットの豊富さ	29.5%	46.7%	21.9%	1.7%	0.1%	100.0%
災害や犯罪が少ない安全さ	6.9%	15.6%	74.5%	2.4%	0.6%	100.0%
老後の暮らしやすさ	6.1%	13.5%	69.7%	9.2%	1.4%	100.0%
子育て環境、子育てのしやすさ	6.5%	13.7%	73.0%	6.0%	0.8%	100.0%
道路や交通機関の充実度	5.6%	16.2%	57.9%	16.9%	3.4%	100.0%
娯楽や文化・スポーツ環境の豊かさ	7.6%	19.1%	64.4%	7.7%	1.2%	100.0%
総合的な暮らしやすさ	6.5%	19.6%	66.3%	6.6%	0.9%	100.0%
移住先としての魅力	8.5%	25.7%	54.5%	9.4%	1.9%	100.0%
観光・ドライブ先としての魅力	40.4%	41.2%	17.5%	0.8%	0.1%	100.0%

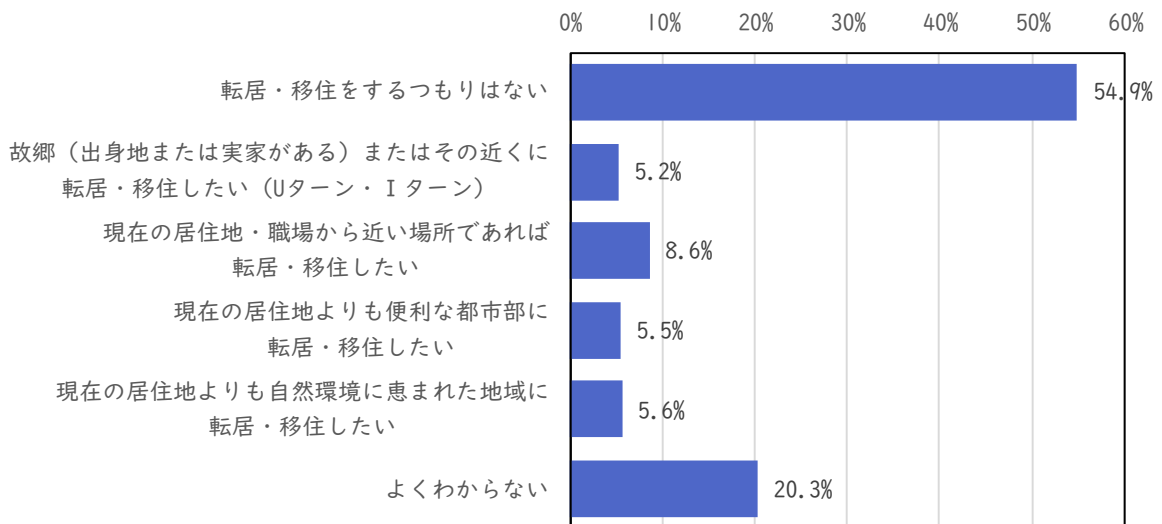
洲本市	とても良い	良い	普通（わからない）	悪い	とても悪い	計
自然環境の豊かさ・美しさ	28.9%	46.0%	24.3%	0.7%	0.1%	100.0%
街並みの美しさ	16.5%	34.3%	46.9%	2.2%	0.2%	100.0%
食べ物の豊富さ・安全さ	22.3%	43.4%	33.0%	1.2%	0.1%	100.0%
通院のしやすさ、医療機関の豊富さ	6.1%	10.6%	71.3%	10.2%	1.8%	100.0%
買い物のしやすさ	7.0%	15.9%	65.6%	10.0%	1.4%	100.0%
働く場所の豊富さ	6.0%	10.3%	69.0%	12.4%	2.3%	100.0%
見どころ、観光スポットの豊富さ	22.0%	43.1%	32.8%	1.9%	0.2%	100.0%
災害や犯罪が少ない安全さ	6.9%	15.4%	74.8%	2.6%	0.3%	100.0%
老後の暮らしやすさ	6.4%	14.0%	70.5%	7.8%	1.4%	100.0%
子育て環境、子育てのしやすさ	6.3%	14.4%	73.0%	5.4%	1.0%	100.0%
道路や交通機関の充実度	6.3%	14.8%	61.5%	14.6%	2.8%	100.0%
娯楽や文化・スポーツ環境の豊かさ	7.8%	16.8%	68.2%	6.2%	1.0%	100.0%
総合的な暮らしやすさ	7.1%	19.0%	67.5%	5.5%	0.9%	100.0%
移住先としての魅力	8.3%	22.3%	58.8%	8.7%	1.8%	100.0%
観光・ドライブ先としての魅力	30.7%	42.8%	25.2%	1.2%	0.1%	100.0%

南あわじ市	とても良い	良い	普通（わからない）	悪い	とても悪い	計
自然環境の豊かさ・美しさ	35.2%	43.2%	20.7%	0.8%	0.1%	100.0%
街並みの美しさ	18.5%	32.2%	46.9%	2.1%	0.3%	100.0%
食べ物の豊かさ・安全さ	24.9%	40.2%	33.2%	1.4%	0.2%	100.0%
通院のしやすさ、医療機関の豊富さ	5.7%	9.2%	69.5%	13.1%	2.6%	100.0%
買い物のしやすさ	7.1%	13.6%	64.0%	13.0%	2.4%	100.0%
働く場所の豊富さ	6.5%	8.9%	67.5%	14.1%	3.0%	100.0%
見どころ、観光スポットの豊富さ	25.2%	39.9%	32.2%	2.3%	0.4%	100.0%
災害や犯罪が少ない安全さ	7.8%	15.3%	73.4%	3.0%	0.6%	100.0%
老後の暮らしやすさ	6.7%	13.2%	69.3%	8.9%	1.9%	100.0%
子育て環境、子育てのしやすさ	7.3%	12.9%	72.0%	6.3%	1.4%	100.0%
道路や交通機関の充実度	6.4%	14.3%	60.9%	14.9%	3.4%	100.0%
娯楽や文化・スポーツ環境の豊かさ	8.3%	16.3%	66.4%	7.8%	1.2%	100.0%
総合的な暮らしやすさ	7.7%	16.9%	66.9%	7.0%	1.5%	100.0%
移住先としての魅力	9.6%	22.2%	57.1%	9.1%	2.1%	100.0%
観光・ドライブ先としての魅力	33.6%	41.6%	23.3%	1.2%	0.2%	100.0%

## 6. 今後の転居・移住意向

Q: 今後の転居・移住意向について伺います(単数回答)

- 今後の転居・居住意向については、“転居・居住をするつもりはない”が 54.9%と過半数を占めている。
- これと“よくわからない”の2項目以外が、何らかの転居・移住意向のある方となるが、その中で最も多いのは“現在の居住地・職場から近い場所であれば転居・移住したい”で 8.6%となっている。
- 移住の際の自然志向がよく言われるが、“現在の居住地よりも自然環境に恵まれた地域に転居・移住したい”は5.6%であり、“現在の居住地よりも便利な都市部に転居・移住したい”という言わば都市志向の 5.5%と大差はない。



- こうした結果を居住地・年齢別に示すと次ページのとおりである。
- 居住地別にみると、上記の自然志向・都市志向について、大阪府では都市志向 4.9%に対して自然志向が 7.0%と自然志向の方が多くなっているが、それ以外の5県ではいずれも都市志向の方が多い。

転居・居住意向		転居・移住をするつもりはない	故郷（出身地または実家がある）またはその近くに転居・移住したい（Uターン・Iターン）	現在の居住地・職場から近い場所であれば転居・移住したい	現在の居住地よりも便利な都市部に転居・移住したい	現在の居住地よりも自然環境に恵まれた地域に転居・移住したい	よくわからない	計	n
大阪府	16～25歳	46.3%	5.5%	10.7%	7.4%	5.3%	24.9%	100.0%	2,370
	26～39歳	53.0%	5.9%	9.2%	4.2%	7.4%	20.2%	100.0%	4,238
	40～55歳	58.8%	4.2%	6.6%	3.5%	8.5%	18.5%	100.0%	1,831
		52.4%	5.4%	9.1%	4.9%	7.0%	21.1%	100.0%	8,439
兵庫県	16～25歳	48.5%	5.6%	10.0%	8.6%	3.6%	23.7%	100.0%	1,639
	26～39歳	57.5%	5.6%	9.0%	4.6%	5.0%	18.3%	100.0%	4,142
	40～55歳	62.1%	4.0%	6.6%	3.8%	6.7%	16.8%	100.0%	1,795
		56.6%	5.2%	8.7%	5.3%	5.1%	19.1%	100.0%	7,576
和歌山県	16～25歳	45.8%	3.1%	10.6%	9.7%	1.8%	29.1%	100.0%	227
	26～39歳	60.2%	3.5%	7.0%	5.9%	3.7%	19.6%	100.0%	540
	40～55歳	62.3%	4.5%	2.7%	6.4%	2.7%	21.4%	100.0%	220
		57.3%	3.6%	6.9%	6.9%	3.0%	22.2%	100.0%	987
岡山県	16～25歳	39.9%	8.7%	12.8%	6.4%	4.4%	27.9%	100.0%	298
	26～39歳	59.2%	4.8%	8.4%	6.2%	4.0%	17.4%	100.0%	547
	40～55歳	69.7%	1.4%	3.6%	8.1%	4.5%	12.7%	100.0%	221
		56.0%	5.2%	8.6%	6.7%	4.2%	19.3%	100.0%	1,066
徳島県	16～25歳	44.9%	9.2%	9.2%	6.5%	4.9%	25.4%	100.0%	185
	26～39歳	59.4%	3.4%	7.2%	7.4%	2.6%	20.1%	100.0%	502
	40～55歳	63.1%	4.1%	5.5%	8.3%	3.7%	15.2%	100.0%	217
		57.3%	4.8%	7.2%	7.4%	3.3%	20.0%	100.0%	904
香川県	16～25歳	45.0%	7.8%	7.3%	12.4%	2.3%	25.2%	100.0%	218
	26～39歳	59.0%	4.8%	7.7%	4.3%	3.3%	20.9%	100.0%	517
	40～55歳	62.0%	6.3%	2.3%	6.3%	4.5%	18.6%	100.0%	221
		56.5%	5.9%	6.4%	6.6%	3.3%	21.3%	100.0%	956
6府県 計	16～25歳	46.5%	5.9%	10.4%	8.0%	4.4%	24.9%	100.0%	4,937
	26～39歳	56.1%	5.4%	8.8%	4.7%	5.6%	19.3%	100.0%	10,486
	40～55歳	61.2%	4.1%	6.0%	4.4%	6.9%	17.5%	100.0%	4,505
		54.9%	5.2%	8.6%	5.5%	5.6%	20.3%	100.0%	19,928

### Ⅲ 2次調査の結果

#### 1. 回答者の性別・年齢・居住地の構成

○2次調査の対象者は、1次調査において洲本市への訪問頻度が過去3年間で1回程度以上の方  
3,358人の中から、564人を抽出した。

n=564	月に1回以上は訪問している	年に数回程度は訪問している	年に1回程度は訪問している	過去3年間で1回程度は訪問したことがある	過去3年間で訪問したことはない	計
洲本市	3.5%	15.1%	22.2%	59.2%	0.0%	100.0%

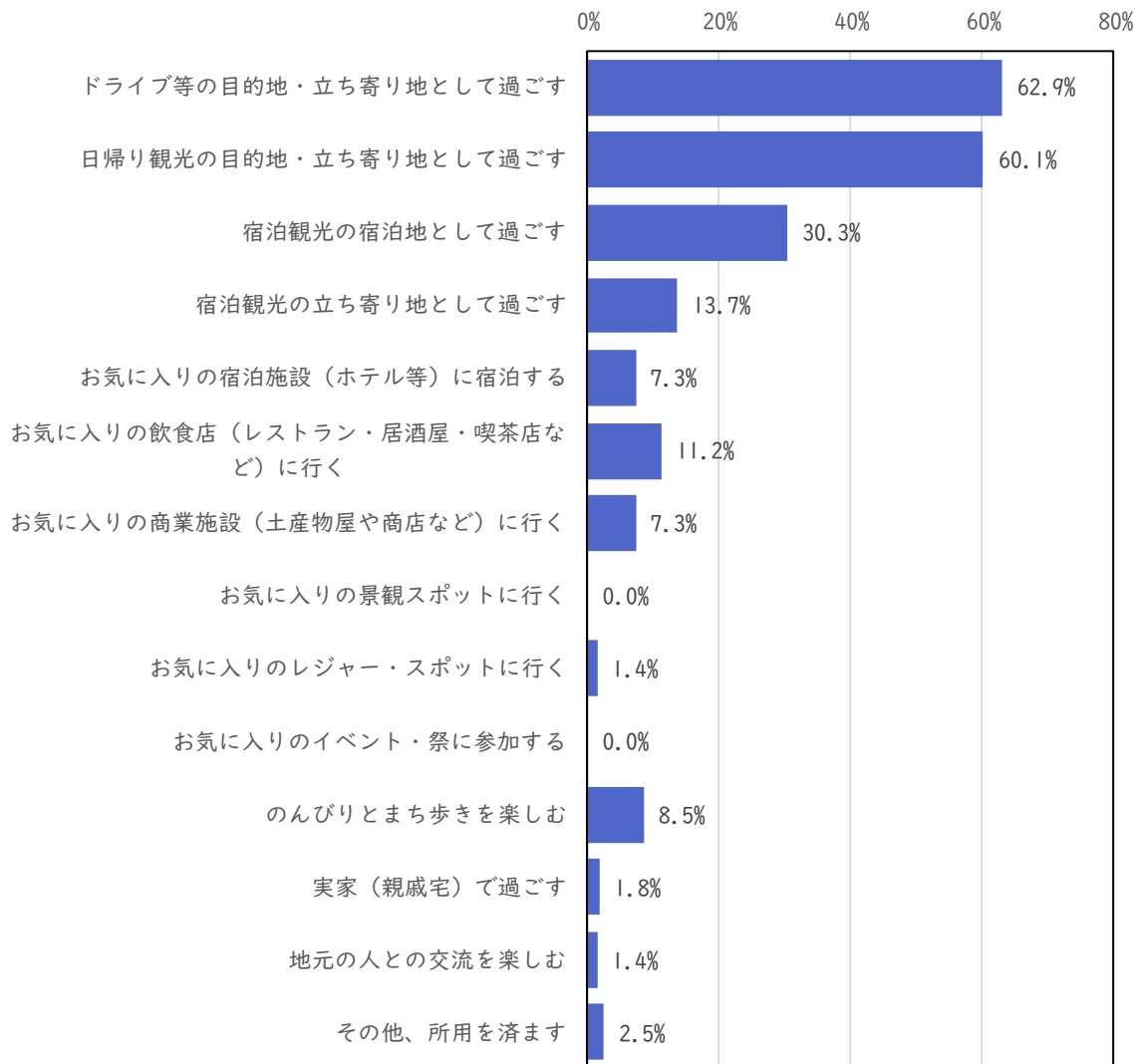
n=564		大阪府	兵庫県	和歌山県	岡山県	徳島県	香川県	計
男性 計	16～25歳	1.1%	3.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	4.4%
	26～39歳	4.4%	9.4%	0.7%	0.5%	1.2%	0.2%	16.5%
	40～55歳	3.0%	7.4%	0.5%	0.2%	1.1%	0.5%	12.8%
	計	8.5%	20.0%	1.2%	0.7%	2.5%	0.7%	33.7%
女性 計	16～25歳	3.5%	5.1%	0.5%	0.0%	0.9%	0.0%	10.1%
	26～39歳	14.4%	25.9%	0.7%	0.4%	3.0%	1.6%	45.9%
	40～55歳	3.5%	5.5%	0.4%	0.2%	0.5%	0.2%	10.3%
	計	21.5%	36.5%	1.6%	0.5%	4.4%	1.8%	66.3%
男女 計	16～25歳	4.6%	8.3%	0.5%	0.0%	1.1%	0.0%	14.5%
	26～39歳	18.8%	35.3%	1.4%	0.9%	4.3%	1.8%	62.4%
	40～55歳	6.6%	12.9%	0.9%	0.4%	1.6%	0.7%	23.0%
	計	30.0%	56.6%	2.8%	1.2%	6.9%	2.5%	100.0%

## 2. 洲本市訪問時の過ごし方

Q: 洲本市を訪問した際の洲本市内での過ごし方について伺います(複数回答:3つまで)

○ 洲本市での過ごし方としては、“ドライブ等の目的地・立ち寄り地として過ごす”と“日帰り観光の目的地・立ち寄り地として過ごす”がいずれも6割近くと多くなっている。

○



○性別にみると、お気に入りの宿泊施設や飲食店、商業施設への志向性が女性よりも男性で高いことがわかる。

○一方、女性は男性に比べ“のんびりまち歩きを楽しむ”が多くなっている。

○年代別にみると、お気に入りの飲食店や商業施設への志向性が高いのは“16～25歳”“40～55歳”で、のんびりまち歩きへの志向が高いのは“16～25歳”“26～39歳”となっている。

		ドライブ等の目的地・立ち寄り地として過ごす	日帰り観光の目的地・立ち寄り地として過ごす	宿泊観光の宿泊地として過ごす	宿泊観光の立ち寄り地として過ごす	お気に入りの宿泊施設（ホテル等）に宿泊する	お気に入りの飲食店（レストラン・居酒屋・喫茶店など）に行く	お気に入りの商業施設（土産物屋や商店など）に行く	お気に入りの景観スポットに行く
男性	16～25歳	44.0%	64.0%	28.0%	16.0%	4.0%	16.0%	16.0%	0.0%
	26～39歳	62.4%	58.1%	29.0%	18.3%	10.8%	7.5%	4.3%	0.0%
	40～55歳	59.7%	59.7%	33.3%	8.3%	6.9%	20.8%	11.1%	0.0%
男性計		58.9%	59.5%	30.5%	14.2%	8.4%	13.7%	8.4%	0.0%
女性	16～25歳	70.2%	49.1%	26.3%	7.0%	8.8%	19.3%	15.8%	0.0%
	26～39歳	65.3%	61.4%	32.0%	15.1%	7.3%	6.6%	4.2%	0.0%
	40～55歳	58.6%	67.2%	25.9%	12.1%	1.7%	15.5%	8.6%	0.0%
女性計		65.0%	60.4%	30.2%	13.4%	6.7%	9.9%	6.7%	0.0%
男女	16～25歳	62.2%	53.7%	26.8%	9.8%	7.3%	18.3%	15.9%	0.0%
	26～39歳	64.5%	60.5%	31.3%	15.9%	8.2%	6.8%	4.3%	0.0%
	40～55歳	59.2%	63.1%	30.0%	10.0%	4.6%	18.5%	10.0%	0.0%
男女計		62.9%	60.1%	30.3%	13.7%	7.3%	11.2%	7.3%	0.0%

		お気に入りのレジャー・スポットに行く	お気に入りのイベント・祭に参加する	のんびりとまち歩きを楽しむ	実家（親戚宅）で過ごす	地元の人との交流を楽しむ	その他、所用を済ませます	計	n
男性	16～25歳	0.0%	0.0%	8.0%	0.0%	0.0%	8.0%	100.0%	25
	26～39歳	1.1%	0.0%	9.7%	2.2%	2.2%	6.5%	100.0%	93
	40～55歳	1.4%	0.0%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	100.0%	72
男性計		1.1%	0.0%	6.3%	1.6%	1.6%	4.7%	100.0%	190
女性	16～25歳	0.0%	0.0%	10.5%	5.3%	3.5%	0.0%	100.0%	57
	26～39歳	1.5%	0.0%	10.4%	0.8%	0.8%	1.9%	100.0%	259
	40～55歳	3.4%	0.0%	5.2%	3.4%	1.7%	0.0%	100.0%	58
女性計		1.6%	0.0%	9.6%	1.9%	1.3%	1.3%	100.0%	374
男女	16～25歳	0.0%	0.0%	9.8%	3.7%	2.4%	2.4%	100.0%	82
	26～39歳	1.4%	0.0%	10.2%	1.1%	1.1%	3.1%	100.0%	352
	40～55歳	2.3%	0.0%	3.1%	2.3%	1.5%	0.8%	100.0%	130
男女計		1.4%	0.0%	8.5%	1.8%	1.4%	2.5%	100.0%	564

### 3. お祭りについて

Q: 洲本市には様々なお祭りがありますが、あなたは知っていますか(各項目単数回答)

○市内で開催される主なお祭りの中で、認知度が最も高いのは“淡路島まつり”の22.5%、次いで“洲本市五色菜の花まつり”の17.0%となっている。

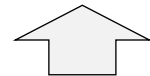
○満足度について80%以上のお祭りは、“洲本市五色菜の花まつり”88.9%、“淡路島まつり”86.4%、“内膳の火祭り”85.7%、“チャンバラ合戦～洲本城の戦い～”81.8%となっている。

○お祭りを知っている方のうち“行ったことはない”方が、すべてのお祭りで半数以上を占めることや知らなかった方の中でも“興味があるので、行ってみたい”方がかなりいることから、お祭りへの誘客PR・プロモーション等が重要である。

	認知度	満足度
内膳の火祭り	14.9%	85.7%
洲本巖島神社の弁天まつり	15.8%	65.9%
堺八幡神社の秋祭り	15.4%	76.9%
広石八幡神社の秋祭り	13.3%	71.0%
柴燈まつり	13.5%	72.4%
河上神社の春祭り	13.7%	67.9%
洲本八幡神社の春祭、秋祭等	14.5%	67.7%
由良湊神社の岬まつり、夏越し祭り等	13.3%	66.7%
都志八幡神社の春祭り(渡御祭)	13.7%	70.4%
鳥飼八幡神社 例大祭	14.0%	63.0%
洲本市五色菜の花まつり	17.0%	88.9%
淡路島まつり	22.5%	86.4%
高田屋嘉兵衛まつり	14.2%	72.4%
洲本農業祭	14.0%	66.7%
チャンバラ合戦～洲本城の戦い～	12.9%	81.8%

※認知度 = (a + b + c) / 計

※満足度 = a / (a + b)



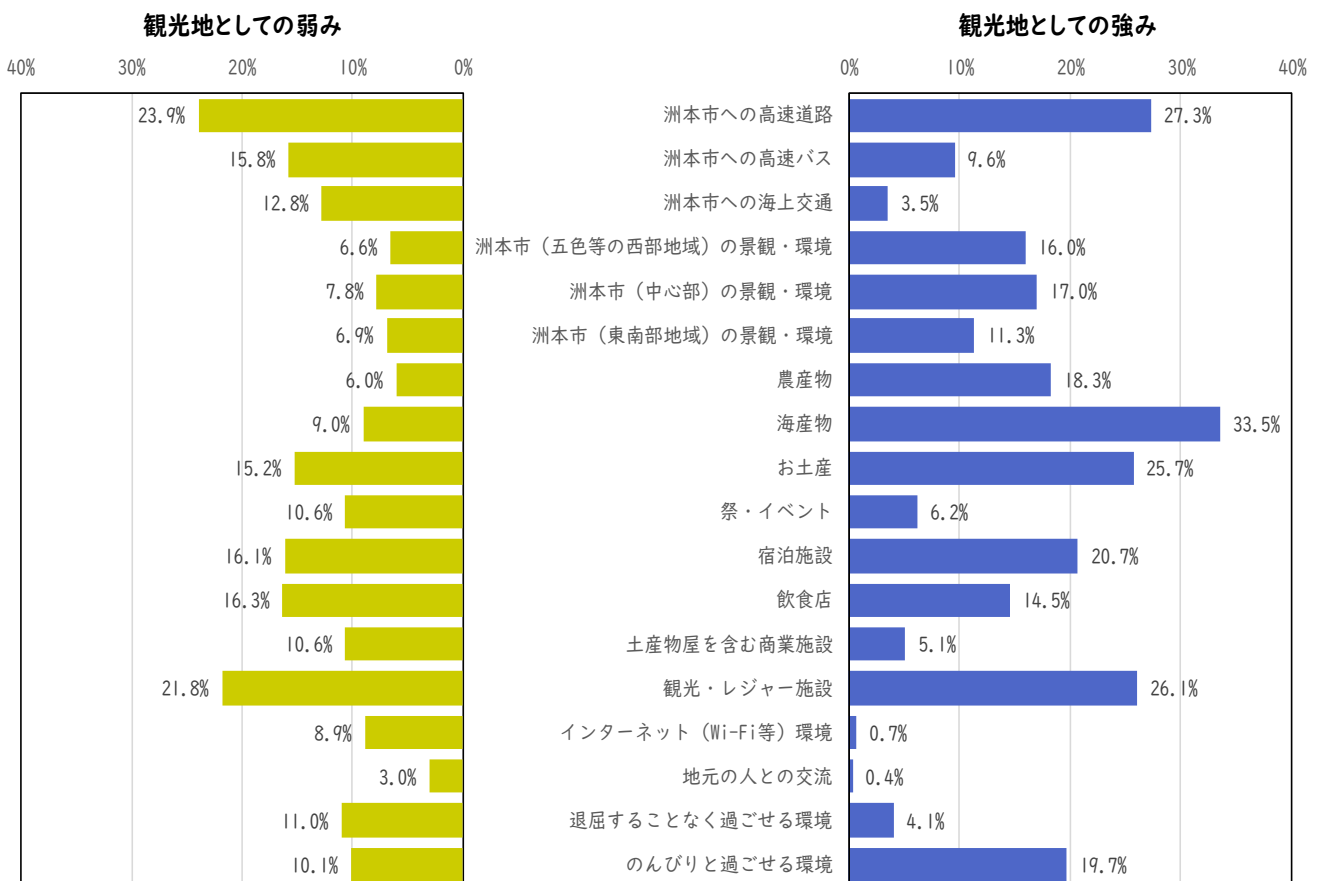
お祭りについて	知っていた			知らなかった		計
	行ったことがある、また行きたい (a)	行ったことがあるが、もう行かない (b)	行ったことはない (c)	興味があるので、行ってみたい	興味がない	
内膳の火祭り	5.3%	0.9%	8.7%	36.5%	48.6%	100.0%
洲本巖島神社の弁天まつり	4.8%	2.5%	8.5%	35.8%	48.4%	100.0%
堺八幡神社の秋祭り	5.3%	1.6%	8.5%	33.7%	50.9%	100.0%
広石八幡神社の秋祭り	3.9%	1.6%	7.8%	34.9%	51.8%	100.0%
柴燈まつり	3.7%	1.4%	8.3%	35.3%	51.2%	100.0%
河上神社の春祭り	3.4%	1.6%	8.7%	34.8%	51.6%	100.0%
洲本八幡神社の春祭、秋祭等	3.7%	1.8%	9.0%	35.6%	49.8%	100.0%
由良湊神社の岬まつり、夏越し祭り等	3.2%	1.6%	8.5%	37.8%	48.9%	100.0%
都志八幡神社の春祭り(渡御祭)	3.4%	1.4%	8.9%	36.0%	50.4%	100.0%
鳥飼八幡神社 例大祭	3.0%	1.8%	9.2%	34.9%	51.1%	100.0%
洲本市五色菜の花まつり	5.7%	0.7%	10.6%	38.1%	44.9%	100.0%
淡路島まつり	6.7%	1.1%	14.7%	40.1%	37.4%	100.0%
高田屋嘉兵衛まつり	3.7%	1.4%	9.0%	35.1%	50.7%	100.0%
洲本農業祭	2.8%	1.4%	9.8%	37.2%	48.8%	100.0%
チャンバラ合戦～洲本城の戦い～	3.2%	0.7%	9.0%	36.7%	50.4%	100.0%



#### 4. 観光地としての強み（魅力）と弱み（問題）

Q:観光地としての洲本市の魅力・問題について、あなたの評価をお聞きます（魅力・問題それぞれについてMA:3つまで）

- 観光地としての強みについては、“海産物”33.5%、“洲本市への高速道路”27.3%、“観光・レジャー施設”26.1%、“お土産”25.7%等が多く挙げられている。
- 一方、弱みについては、“洲本市への高速道路”23.9%、“観光・レジャー施設”21.8%、“飲食店”16.3%、“宿泊施設”16.1%等が多く挙げられている。



○こうした“強み”“弱み”という2つの視点からの各項目の割合の差を算出し、それをそれぞれの項目の評価としてみると、次表のとおりとなる。

観光地としての評価	観光地		評価 (a - b)
	強み (a)	弱み (b)	
洲本市への高速道路	27.3%	23.9%	3.4%
洲本市への高速バス	9.6%	15.8%	-6.2%
洲本市への海上交通	3.5%	12.8%	-9.2%
洲本市（五色等の西部地域）の景観・環境	16.0%	6.6%	9.4%
洲本市（中心部）の景観・環境	17.0%	7.8%	9.2%
洲本市（東南部地域）の景観・環境	11.3%	6.9%	4.4%
農産物	18.3%	6.0%	12.2%
海産物	33.5%	9.0%	24.5%
お土産	25.7%	15.2%	10.5%
祭・イベント	6.2%	10.6%	-4.4%
宿泊施設	20.7%	16.1%	4.6%
飲食店	14.5%	16.3%	-1.8%
土産物屋を含む商業施設	5.1%	10.6%	-5.5%
観光・レジャー施設	26.1%	21.8%	4.3%
インターネット（Wi-Fi等）環境	0.7%	8.9%	-8.2%
地元の人との交流	0.4%	3.0%	-2.7%
退屈することなく過ごせる環境	4.1%	11.0%	-6.9%
のんびりと過ごせる環境	19.7%	10.1%	9.6%

○最も評価が高いのは、“海産物”で 24.5%、次いで“農産物”12.2%、“お土産”10.5%となっており、地場産品について総じて高評価となっているのに対して、これらを扱う“飲食店”や“土産物屋を含む商業施設”への評価が低いのは集客・商業面からもったいないことのように思われる。

○逆に最も評価が低いのは、“洲本市への海上交通”マイナス 9.2%で、次いで“インターネット（Wi-Fi等）環境”マイナス 8.2%、“退屈することなく過ごせる環境”マイナス 6.9%などとなっている。

《参考：性別・年齢別にみた観光地としての強み》

観光地としての強み		洲本市への高速道路	洲本市への高速バス	洲本市への海上交通	洲本市（五色等の西部地域）の景観・環境	洲本市（中心部）の景観・環境	洲本市（東南部地域）の景観・環境	農産物	海産物	お土産	祭・イベント
男性 計	16～25歳	40.0%	4.0%	0.0%	24.0%	28.0%	24.0%	12.0%	20.0%	20.0%	8.0%
	26～39歳	36.6%	12.9%	6.5%	11.8%	12.9%	11.8%	18.3%	37.6%	25.8%	6.5%
	40～55歳	43.1%	12.5%	5.6%	18.1%	16.7%	12.5%	19.4%	44.4%	15.3%	2.8%
	計	39.5%	11.6%	5.3%	15.8%	16.3%	13.7%	17.9%	37.9%	21.1%	5.3%
女性 計	16～25歳	30.6%	13.9%	5.6%	15.3%	20.8%	11.1%	12.5%	11.1%	23.6%	4.2%
	26～39歳	17.8%	6.9%	1.9%	15.1%	16.6%	8.9%	15.8%	33.2%	26.6%	7.3%
	40～55歳	19.0%	6.9%	1.7%	17.2%	12.1%	12.1%	32.8%	39.7%	32.8%	5.2%
	計	21.1%	8.6%	2.7%	16.0%	17.4%	10.2%	18.4%	31.3%	28.1%	6.7%
男女 計	16～25歳	39.0%	13.4%	4.9%	20.7%	26.8%	17.1%	14.6%	15.9%	26.8%	6.1%
	26～39歳	22.7%	8.5%	3.1%	14.2%	15.6%	9.7%	16.5%	34.4%	26.4%	7.1%
	40～55歳	32.3%	10.0%	3.8%	17.7%	14.6%	12.3%	25.4%	42.3%	23.1%	3.8%
	計	27.3%	9.6%	3.5%	16.0%	17.0%	11.3%	18.3%	33.5%	25.7%	6.2%

観光地としての強み		宿泊施設	飲食店	土産物屋を含む商業施設	観光・レジャー施設	インターネット（Wi-Fi等）環境	地元の人との交流	退屈することなく過ごせる環境	のんびりと過ごせる環境	計	n
男性 計	16～25歳	16.0%	12.0%	4.0%	28.0%	0.0%	0.0%	0.0%	24.0%	100.0%	25
	26～39歳	16.1%	8.6%	3.2%	18.3%	2.2%	0.0%	4.3%	23.7%	100.0%	93
	40～55歳	18.1%	6.9%	4.2%	12.5%	0.0%	0.0%	5.6%	18.1%	100.0%	72
	計	16.8%	8.4%	3.7%	17.4%	1.1%	0.0%	4.2%	21.6%	100.0%	190
女性 計	16～25歳	16.7%	13.9%	4.2%	20.8%	1.4%	0.0%	1.4%	5.6%	100.0%	57
	26～39歳	23.9%	16.2%	5.4%	31.3%	0.4%	0.4%	5.0%	22.8%	100.0%	259
	40～55歳	19.0%	24.1%	8.6%	31.0%	0.0%	1.7%	1.7%	12.1%	100.0%	58
	計	22.7%	17.6%	5.9%	30.5%	0.5%	0.5%	4.0%	18.7%	100.0%	374
男女 計	16～25歳	19.5%	15.9%	4.9%	26.8%	1.2%	0.0%	1.2%	12.2%	100.0%	82
	26～39歳	21.9%	14.2%	4.8%	27.8%	0.9%	0.3%	4.8%	23.0%	100.0%	352
	40～55歳	18.5%	14.6%	6.2%	20.8%	0.0%	0.8%	3.8%	15.4%	100.0%	130
	計	20.7%	14.5%	5.1%	26.1%	0.7%	0.4%	4.1%	19.7%	100.0%	564

○性別に5ポイント以上の差がある項目

- ・“洲本市への高速道路” 男性:39.5% > 女性:21.1%
- ・“海産物” 男性:37.9% > 女性:31.3%
- ・“お土産” 男性:21.1% < 女性:28.1%
- ・“宿泊施設” 男性:16.8% < 女性:22.7%
- ・“飲食店” 男性:8.4% < 女性:17.6%
- ・“観光・レジャー施設” 男性:17.4% < 女性:30.5%

《参考：性別・年齢別にみた観光地としての弱み》

観光地としての弱み		洲本市への高速道路	洲本市への高速バス	洲本市への海上交通	洲本市（五色等の西部地域）の景観・環境	洲本市（中心部）の景観・環境	洲本市（東南部地域）の景観・環境	農産物	海産物	お土産	祭・イベント
男性 計	16～25歳	24.0%	12.0%	20.0%	24.0%	20.0%	8.0%	0.0%	12.0%	12.0%	8.0%
	26～39歳	28.0%	17.2%	16.1%	8.6%	9.7%	7.5%	5.4%	6.5%	16.1%	10.8%
	40～55歳	22.2%	9.7%	12.5%	6.9%	9.7%	12.5%	8.3%	16.7%	15.3%	8.3%
	計	25.3%	13.7%	15.3%	10.0%	11.1%	9.5%	5.8%	11.1%	15.3%	9.5%
女性 計	16～25歳	16.7%	15.3%	9.7%	5.6%	5.6%	2.8%	2.8%	4.2%	5.6%	5.6%
	26～39歳	24.3%	15.1%	8.5%	4.6%	6.6%	5.8%	4.2%	7.3%	17.0%	12.7%
	40～55歳	20.7%	22.4%	24.1%	3.4%	3.4%	6.9%	17.2%	13.8%	15.5%	8.6%
	計	23.3%	16.8%	11.5%	4.8%	6.1%	5.6%	6.1%	8.0%	15.2%	11.2%
男女 計	16～25歳	22.0%	17.1%	14.6%	12.2%	11.0%	4.9%	2.4%	7.3%	8.5%	7.3%
	26～39歳	25.3%	15.6%	10.5%	5.7%	7.4%	6.3%	4.5%	7.1%	16.8%	12.2%
	40～55歳	21.5%	15.4%	17.7%	5.4%	6.9%	10.0%	12.3%	15.4%	15.4%	8.5%
	計	23.9%	15.8%	12.8%	6.6%	7.8%	6.9%	6.0%	9.0%	15.2%	10.6%

観光地としての弱み		宿泊施設	飲食店	土産物屋を含む商業施設	観光・レジャー施設	インターネット（Wi-Fi等）環境	地元の人との交流	退屈することなく過ごせる環境	のんびりと過ごせる環境	計	n
男性 計	16～25歳	8.0%	12.0%	4.0%	16.0%	0.0%	4.0%	12.0%	4.0%	100.0%	25
	26～39歳	18.3%	20.4%	12.9%	18.3%	5.4%	3.2%	7.5%	12.9%	100.0%	93
	40～55歳	19.4%	12.5%	8.3%	15.3%	4.2%	1.4%	11.1%	12.5%	100.0%	72
	計	17.4%	16.3%	10.0%	16.8%	4.2%	2.6%	9.5%	11.6%	100.0%	190
女性 計	16～25歳	12.5%	11.1%	9.7%	22.2%	16.7%	2.8%	8.3%	4.2%	100.0%	57
	26～39歳	15.1%	15.8%	10.8%	24.3%	9.3%	3.5%	12.7%	10.4%	100.0%	259
	40～55歳	17.2%	20.7%	10.3%	20.7%	10.3%	1.7%	8.6%	8.6%	100.0%	58
	計	15.5%	16.3%	11.0%	24.3%	11.2%	3.2%	11.8%	9.4%	100.0%	374
男女 計	16～25歳	13.4%	13.4%	9.8%	24.4%	14.6%	3.7%	11.0%	4.9%	100.0%	82
	26～39歳	15.9%	17.0%	11.4%	22.7%	8.2%	3.4%	11.4%	11.1%	100.0%	352
	40～55歳	18.5%	16.2%	9.2%	17.7%	6.9%	1.5%	10.0%	10.8%	100.0%	130
	計	16.1%	16.3%	10.6%	21.8%	8.9%	3.0%	11.0%	10.1%	100.0%	564

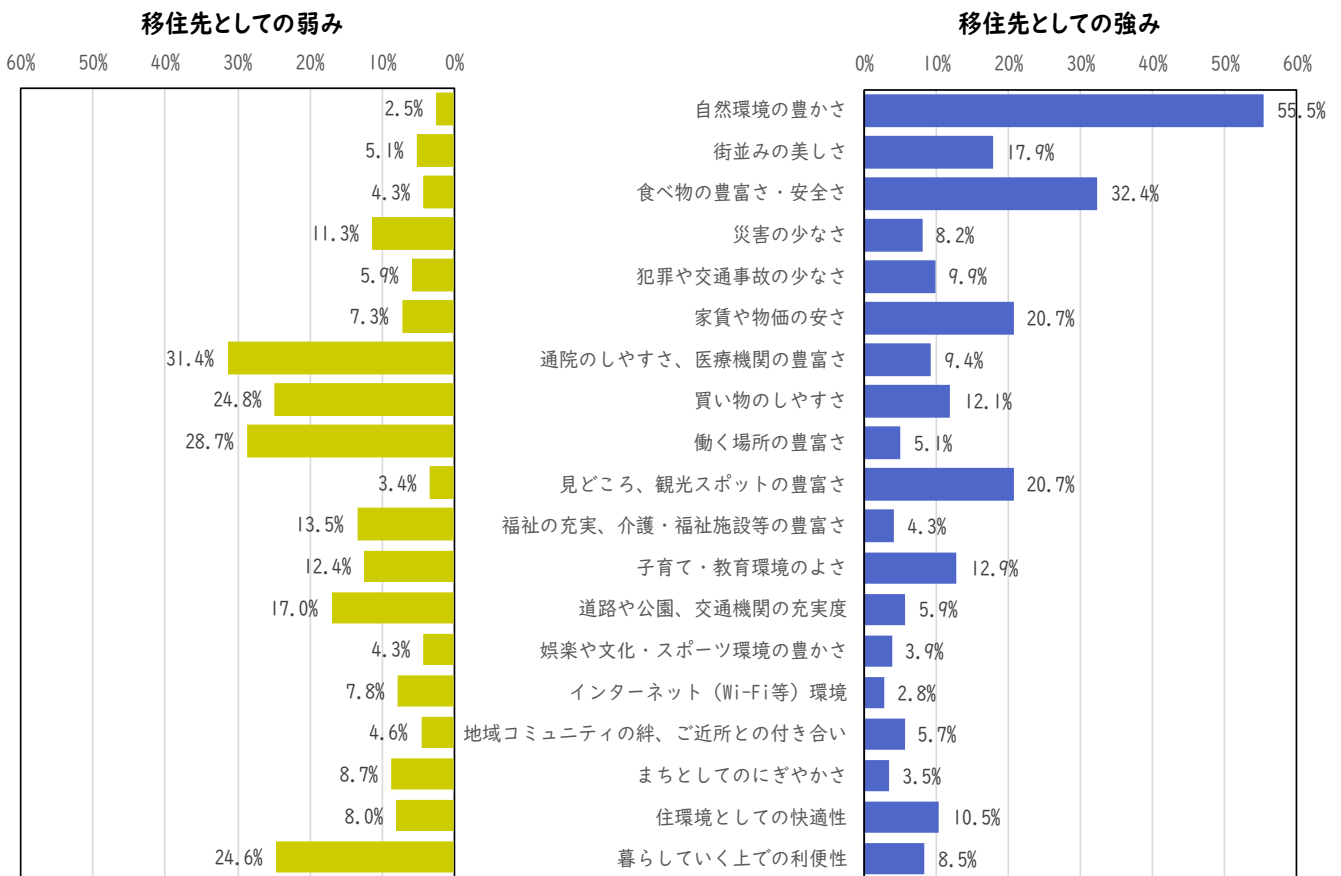
○性別に5ポイント以上の差がある項目

- ・“洲本市（五色等の西部地域）の景観・環境” 男性：10.0% > 女性：4.8%
- ・“洲本市（中心部）の景観・環境” 男性：11.1% > 女性：6.1%
- ・“観光・レジャー施設” 男性：16.8% < 女性：24.3%
- ・“インターネット（Wi-Fi等）環境” 男性：4.2% < 女性：11.2%

## 5. 移住先としての強み（魅力）と弱み（問題）

Q: 移住先としての洲本市の魅力・問題について、あなたの評価をお聞きします（魅力・問題それぞれについてMA:3つまで）

- 移住先としての強みについては、“自然環境の豊かさ”55.5%、“食べ物の豊富さ”32.4%、“家賃や物価の安さ”20.7%、“見どころ、観光スポットの豊富さ”20.7%等が多く挙げられている。
- 一方、弱みについては、“通院のしやすさ、医療機関の豊富さ”31.4%、“働く場所の豊富さ”28.7%、“買物のしやすさ”24.8%、“暮らしていく上での利便性”24.6%等が多く挙げられている。



○こうした“強み”“弱み”という2つの視点からの各項目の割合の差を算出し、それをそれぞれの項目の評価としてみると、次表のとおりとなる。

移住先としての評価	移住先		評価 (a - b)
	強み (a)	弱み (b)	
自然環境の豊かさ	55.5%	2.5%	53.0%
街並みの美しさ	17.9%	5.1%	12.8%
食べ物の豊富さ・安全さ	32.4%	4.3%	28.2%
災害の少なさ	8.2%	11.3%	-3.2%
犯罪や交通事故の少なさ	9.9%	5.9%	4.1%
家賃や物価の安さ	20.7%	7.3%	13.5%
通院のしやすさ、医療機関の豊富さ	9.4%	31.4%	-22.0%
買い物のしやすさ	12.1%	24.8%	-12.8%
働く場所の豊富さ	5.1%	28.7%	-23.6%
見どころ、観光スポットの豊富さ	20.7%	3.4%	17.4%
福祉の充実、介護・福祉施設等の豊富さ	4.3%	13.5%	-9.2%
子育て・教育環境のよさ	12.9%	12.4%	0.5%
道路や公園、交通機関の充実度	5.9%	17.0%	-11.2%
娯楽や文化・スポーツ環境の豊かさ	3.9%	4.3%	-0.4%
インターネット（Wi-Fi等）環境	2.8%	7.8%	-5.0%
地域コミュニティの絆、ご近所との付き合い	5.7%	4.6%	1.1%
まちとしてのにぎやかさ	3.5%	8.7%	-5.1%
住環境としての快適性	10.5%	8.0%	2.5%
暮らしていく上での利便性	8.5%	24.6%	-16.1%

○最も評価が高いのは、“自然環境の豊かさ”で 53.0%、次いで“食べ物の豊富さ”28.2%、“見どころ、観光スポットの豊富さ”17.4%となっており、恵まれた自然環境・資源を背景とした強みとなっている。

○逆に最も評価が低いのは、“働く場所の豊富さ”マイナス 23.6%で、次いで“通院のしやすさ、医療機関の豊富さ”マイナス 22.0%、“暮らしていく上での利便性”マイナス 16.1%などとなっている。

《参考：性別・年齢別にみた移住先としての強み》

		自然環境の豊かさ	街並みの美しさ	食べ物の豊富さ・安全さ	災害の少なさ	犯罪や交通事故の少なさ	家賃や物価の安さ	通院のしやすさ、医療機関の豊富さ	買い物のしやすさ	働く場所の豊富さ	見どころ、観光スポットの豊富さ	福祉の充実、介護・福祉施設等の豊富さ
男性 計	16～25歳	60.0%	44.0%	24.0%	8.0%	16.0%	20.0%	8.0%	8.0%	4.0%	24.0%	0.0%
	26～39歳	58.1%	22.6%	34.4%	8.6%	6.5%	21.5%	6.5%	10.8%	4.3%	21.5%	4.3%
	40～55歳	58.3%	12.5%	33.3%	5.6%	6.9%	18.1%	4.2%	12.5%	5.6%	19.4%	5.6%
	計	58.4%	21.6%	32.6%	7.4%	7.9%	20.0%	5.8%	11.1%	4.7%	21.1%	4.2%
女性 計	16～25歳	37.5%	15.3%	13.9%	11.1%	12.5%	19.4%	9.7%	11.1%	4.2%	12.5%	2.8%
	26～39歳	54.1%	17.8%	34.7%	6.9%	11.2%	19.3%	11.2%	11.2%	5.0%	23.2%	4.2%
	40～55歳	60.3%	5.2%	36.2%	10.3%	5.2%	25.9%	10.3%	17.2%	6.9%	13.8%	5.2%
	計	54.0%	16.0%	32.4%	8.6%	11.0%	21.1%	11.2%	12.6%	5.3%	20.6%	4.3%
男女 計	16～25歳	51.2%	26.8%	19.5%	12.2%	15.9%	23.2%	11.0%	12.2%	4.9%	18.3%	2.4%
	26～39歳	55.1%	19.0%	34.7%	7.4%	9.9%	19.9%	9.9%	11.1%	4.8%	22.7%	4.3%
	40～55歳	59.2%	9.2%	34.6%	7.7%	6.2%	21.5%	6.9%	14.6%	6.2%	16.9%	5.4%
	計	55.5%	17.9%	32.4%	8.2%	9.9%	20.7%	9.4%	12.1%	5.1%	20.7%	4.3%

		子育て・教育環境のよさ	道路や公園、交通機関の充実度	娯楽や文化・スポーツ環境の豊かさ	インターネット（Wi-Fi等）環境	地域コミュニティの絆、ご近所との付き合い	まちとしてのにぎやかさ	住環境としての快適性	暮らしていく上での利便性	計 n	
男性 計	16～25歳	8.0%	12.0%	0.0%	0.0%	8.0%	0.0%	8.0%	4.0%	100.0%	25
	26～39歳	7.5%	8.6%	4.3%	2.2%	3.2%	5.4%	14.0%	8.6%	100.0%	93
	40～55歳	6.9%	5.6%	9.7%	1.4%	8.3%	12.5%	18.1%	8.3%	100.0%	72
	計	7.4%	7.9%	5.8%	1.6%	5.8%	7.4%	14.7%	7.9%	100.0%	190
女性 計	16～25歳	9.7%	2.8%	6.9%	4.2%	5.6%	1.4%	9.7%	6.9%	100.0%	57
	26～39歳	18.1%	5.4%	1.9%	2.3%	6.2%	1.5%	6.9%	7.7%	100.0%	259
	40～55歳	8.6%	3.4%	1.7%	6.9%	1.7%	1.7%	10.3%	13.8%	100.0%	58
	計	15.8%	4.8%	2.9%	3.5%	5.6%	1.6%	8.3%	8.8%	100.0%	374
男女 計	16～25歳	11.0%	6.1%	6.1%	3.7%	7.3%	1.2%	11.0%	7.3%	100.0%	82
	26～39歳	15.3%	6.3%	2.6%	2.3%	5.4%	2.6%	8.8%	8.0%	100.0%	352
	40～55歳	7.7%	4.6%	6.2%	3.8%	5.4%	7.7%	14.6%	10.8%	100.0%	130
	計	12.9%	5.9%	3.9%	2.8%	5.7%	3.5%	10.5%	8.5%	100.0%	564

○性別に5ポイント以上の差がある項目

- ・“街並の美しさ” 男性:21.6% > 女性:16.0%
- ・“通院のしやすさ、医療機関の豊富さ” 男性:5.8% < 女性:11.2%
- ・“子育て・教育環境のよさ” 男性:7.4% < 女性:15.8%
- ・“まちとしてのにぎやかさ” 男性:7.4% > 女性:1.6%
- ・“住環境としての快適性” 男性:14.7% > 女性:8.3%

《参考：性別・年齢別にみた移住先としての弱み》

		自然環境の豊かさ	街並みの美しさ	食べ物の豊富さ・安全性	災害の少なさ	犯罪や交通事故の少なさ	家賃や物価の安さ	通院のしやすさ、医療機関の豊富さ	買い物のしやすさ	働く場所の豊富さ	見どころ、観光スポットの豊富さ	福祉の充実、介護・福祉施設等の豊富さ
男性 計	16～25歳	0.0%	0.0%	4.0%	12.0%	16.0%	8.0%	28.0%	20.0%	12.0%	0.0%	12.0%
	26～39歳	5.4%	8.6%	9.7%	8.6%	7.5%	6.5%	33.3%	16.1%	26.9%	6.5%	10.8%
	40～55歳	4.2%	8.3%	4.2%	11.1%	4.2%	9.7%	25.0%	26.4%	15.3%	4.2%	15.3%
	計	4.2%	7.4%	6.8%	10.0%	7.4%	7.9%	29.5%	20.5%	20.5%	4.7%	12.6%
女性 計	16～25歳	1.4%	4.2%	1.4%	11.1%	2.8%	5.6%	29.2%	22.2%	30.6%	1.4%	5.6%
	26～39歳	1.5%	4.2%	3.5%	12.0%	6.2%	8.1%	31.7%	27.0%	29.3%	3.5%	14.7%
	40～55歳	1.7%	1.7%	1.7%	10.3%	1.7%	1.7%	31.0%	25.9%	43.1%	0.0%	17.2%
	計	1.6%	4.0%	2.9%	12.0%	5.1%	7.0%	32.4%	27.0%	32.9%	2.7%	13.9%
男女 計	16～25歳	1.2%	3.7%	2.4%	13.4%	7.3%	7.3%	34.1%	25.6%	30.5%	1.2%	8.5%
	26～39歳	2.6%	5.4%	5.1%	11.1%	6.5%	7.7%	32.1%	24.1%	28.7%	4.3%	13.6%
	40～55歳	3.1%	5.4%	3.1%	10.8%	3.1%	6.2%	27.7%	26.2%	27.7%	2.3%	16.2%
	計	2.5%	5.1%	4.3%	11.3%	5.9%	7.3%	31.4%	24.8%	28.7%	3.4%	13.5%

		子育て・教育環境のよさ	道路や公園、交通機関の充実度	娯楽や文化・スポーツ環境の豊かさ	インターネット(Wi-Fi等)環境	地域コミュニティの絆、ご近所との付き合い	まちとしてのにぎやかさ	住環境としての快適性	暮らしていく上での利便性	計	n
男性 計	16～25歳	12.0%	24.0%	8.0%	12.0%	12.0%	16.0%	16.0%	16.0%	100.0%	25
	26～39歳	10.8%	15.1%	8.6%	10.8%	5.4%	7.5%	7.5%	24.7%	100.0%	93
	40～55歳	5.6%	19.4%	5.6%	6.9%	1.4%	15.3%	4.2%	29.2%	100.0%	72
	計	8.9%	17.9%	7.4%	9.5%	4.7%	11.6%	7.4%	25.3%	100.0%	190
女性 計	16～25歳	8.3%	18.1%	1.4%	8.3%	0.0%	4.2%	4.2%	16.7%	100.0%	57
	26～39歳	15.1%	14.3%	2.7%	6.9%	5.0%	6.9%	9.3%	26.3%	100.0%	259
	40～55歳	13.8%	20.7%	3.4%	3.4%	6.9%	10.3%	6.9%	19.0%	100.0%	58
	計	14.2%	16.6%	2.7%	7.0%	4.5%	7.2%	8.3%	24.3%	100.0%	374
男女 計	16～25歳	11.0%	23.2%	3.7%	11.0%	3.7%	8.5%	8.5%	19.5%	100.0%	82
	26～39歳	13.9%	14.5%	4.3%	8.0%	5.1%	7.1%	8.8%	25.9%	100.0%	352
	40～55歳	9.2%	20.0%	4.6%	5.4%	3.8%	13.1%	5.4%	24.6%	100.0%	130
	計	12.4%	17.0%	4.3%	7.8%	4.6%	8.7%	8.0%	24.6%	100.0%	564

○性別に5ポイント以上の差がある項目

- ・“買い物のしやすさ” 男性:20.5% < 女性:27.0%
- ・“働く場所の豊富さ” 男性:20.5% < 女性:32.9%
- ・“子育て・教育環境のよさ” 男性:8.9% < 女性:14.2%



## 6. 今後の洲本市との関係性

Q: 今後、あなたにとっての洲本市はどのような場所でしょうか(単数回答)

○今後の洲本市との関係性については、性別の差異はあまりなく、全体として“これまでとあまり変わらないと思う”が68.3%を占め、次いで“これまで以上に訪問して観光地として楽しみたいと思う”が20.7%、“これまででは訪問しないと思う”が4.8%となっている。

		これまで ほどは訪問 すること はない と思う	これまで とあまり 変わら ない と思う	これまで 以上に訪 問して観 光地とし て楽し みたい と思 う	訪問す るだけ ではな く、地 元の人 との交 流など 、関係 性を深 めたい と思 う	洲本市 でより 多くの 時間を 過ごせ るよう 、セカ ンドハ ウス等 を検討 した い	移住先 として 検討 したい	計	n
男性 計	16～25歳	20.0%	60.0%	16.0%	4.0%	0.0%	0.0%	100.0%	25
	26～39歳	4.3%	63.4%	21.5%	3.2%	3.2%	4.3%	100.0%	93
	40～55歳	5.6%	69.4%	16.7%	4.2%	1.4%	2.8%	100.0%	72
	計	6.8%	65.3%	18.9%	3.7%	2.1%	3.2%	100.0%	190
女性 計	16～25歳	1.4%	54.2%	13.9%	5.6%	1.4%	2.8%	100.0%	57
	26～39歳	3.5%	71.4%	21.2%	1.9%	1.9%	0.0%	100.0%	259
	40～55歳	6.9%	63.8%	27.6%	0.0%	0.0%	1.7%	100.0%	58
	計	3.7%	69.8%	21.7%	2.4%	1.6%	0.8%	100.0%	374
男女 計	16～25歳	7.3%	65.9%	17.1%	6.1%	1.2%	2.4%	100.0%	82
	26～39歳	3.7%	69.3%	21.3%	2.3%	2.3%	1.1%	100.0%	352
	40～55歳	6.2%	66.9%	21.5%	2.3%	0.8%	2.3%	100.0%	130
	計	4.8%	68.3%	20.7%	2.8%	1.8%	1.6%	100.0%	564

○これを訪問頻度別にみると、“訪問するだけではなく、地元の人との交流など、関係性を深めたいと思う”や“洲本市でより多くの時間を過ごせるよう、セカンドハウス等を検討したい”“移住先として検討したい”といった洲本市との関係性を深めたい方の割合は、年に数回程度以上の訪問頻度の方に比較的多いことがわかる。

	これまで ほどは訪 問する こと はない と思 う	これまで とあまり 変わら ない と思 う	これまで 以上に訪 問して観 光地とし て楽し みたい と思 う	訪問す るだけ ではな く、地 元の人 との交 流など 、関係 性を深 めたい と思 う	洲本市 でより 多くの 時間を 過ごせ るよう 、セカ ンドハ ウス等 を検討 した い	移住先 として 検討 したい	計	n
月に1回以上は訪問している	5.0%	60.0%	25.0%	0.0%	5.0%	5.0%	100.0%	20
年に数回程度は訪問している	0.0%	57.6%	25.9%	8.2%	7.1%	1.2%	100.0%	85
年に1回程度は訪問している	5.6%	70.4%	20.0%	2.4%	0.8%	0.8%	100.0%	125
過去3年間で1回程度は訪問したことがある	5.7%	70.7%	19.5%	1.8%	0.6%	1.8%	100.0%	334

○こうしたことから、観光等を含め、市への訪問者・訪問回数の増加を図ることは、市への移住等を含めた関係性の深化に繋がることが期待される。

○移住面からの評価と併せてみると、“洲本市でより多くの時間を過ごせるよう、セカンドハウス等を検討したい”“移住先として検討したい”といった方は、“自然環境の豊かさ”や“通院のしやすさ、医療機関の豊富さ”などを評価していることがわかる。

○特に、“通院のしやすさ、医療機関の豊富さ”については、全体での評価は（先にも触れたとおり）マイナス 22.0%となっているが、“洲本市でより多くの時間を過ごせるよう、セカンドハウス等を検討したい”方の評価は 40.0%、“移住先として検討したい”方の評価は 33.3%と高評価となっている。

○こうした本市の強み（魅力）は、ある程度の訪問回数を重ねることで認知されている状況とも考えられるが、訪問を重ねなくとも認知してもらえるようなPRを行っていくことが重要である。

移住面からの評価 (強み-弱み)	これまで ほどは訪問 すること はない と思う	これまで とあまり 変わらない と思う	これまで 以上に訪 問して観 光地とし て楽し みたい と思う	訪問する だけでは なく、地 元の人 との交 流など 、関係 性を深 めたい と思う	洲本市 でより 多くの 時間を 過ご せる よう、 セカ ンド ハウ ス等 を 検 討 し た い	移住先 として 検討 したい	計
自然環境の豊かさ	48.1%	56.1%	47.9%	37.5%	60.0%	22.2%	53.0%
街並みの美しさ	22.2%	9.6%	20.5%	12.5%	10.0%	22.2%	12.8%
食べ物の豊富さ・安全さ	14.8%	31.4%	28.2%	-6.3%	30.0%	-11.1%	28.2%
災害の少なさ	-7.4%	-6.0%	4.3%	0.0%	0.0%	22.2%	-3.2%
犯罪や交通事故の少なさ	11.1%	3.9%	5.1%	0.0%	10.0%	-22.2%	4.1%
家賃や物価の安さ	0.0%	13.8%	21.4%	-18.8%	20.0%	-11.1%	13.5%
通院のしやすさ、医療機関の豊富さ	-7.4%	-27.0%	-18.8%	-18.8%	40.0%	33.3%	-22.0%
買い物のしやすさ	3.7%	-13.8%	-12.8%	-12.5%	-30.0%	0.0%	-12.8%
働く場所の豊富さ	-14.8%	-24.9%	-23.9%	0.0%	-10.0%	-44.4%	-23.6%
見どころ、観光スポットの豊富さ	18.5%	18.4%	15.4%	-6.3%	10.0%	44.4%	17.4%
福祉の充実、介護・福祉施設等の豊富さ	3.7%	-8.6%	-12.8%	-12.5%	-20.0%	-11.1%	-9.2%
子育て・教育環境のよさ	-3.7%	0.0%	2.6%	12.5%	0.0%	-11.1%	0.5%
道路や公園、交通機関の充実度	-7.4%	-11.4%	-13.7%	6.3%	-20.0%	0.0%	-11.2%
娯楽や文化・スポーツ環境の豊かさ	0.0%	0.8%	-5.1%	12.5%	10.0%	-22.2%	-0.4%
インターネット（Wi-Fi等）環境	-7.4%	-2.9%	-12.0%	0.0%	-10.0%	0.0%	-5.0%
地域コミュニティの絆、ご近所との付き合い	7.4%	1.0%	-3.4%	6.3%	10.0%	22.2%	1.1%
まちとしてのにぎやかさ	-22.2%	-4.4%	-4.3%	-6.3%	0.0%	0.0%	-5.1%
住環境としての快適性	-22.2%	3.6%	2.6%	12.5%	0.0%	11.1%	2.5%
暮らしていく上での利便性	-11.1%	-19.7%	-9.4%	6.3%	-20.0%	0.0%	-16.1%

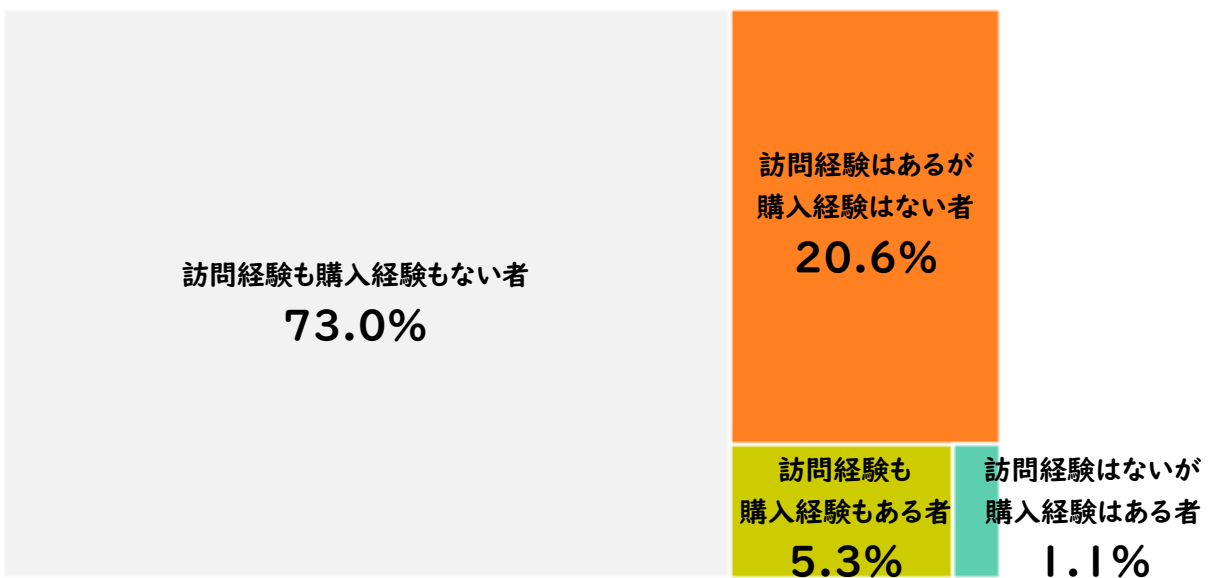
※橙色セルは15%以上の場合、青色セルはマイナス15%以下の場合

## IV 参考

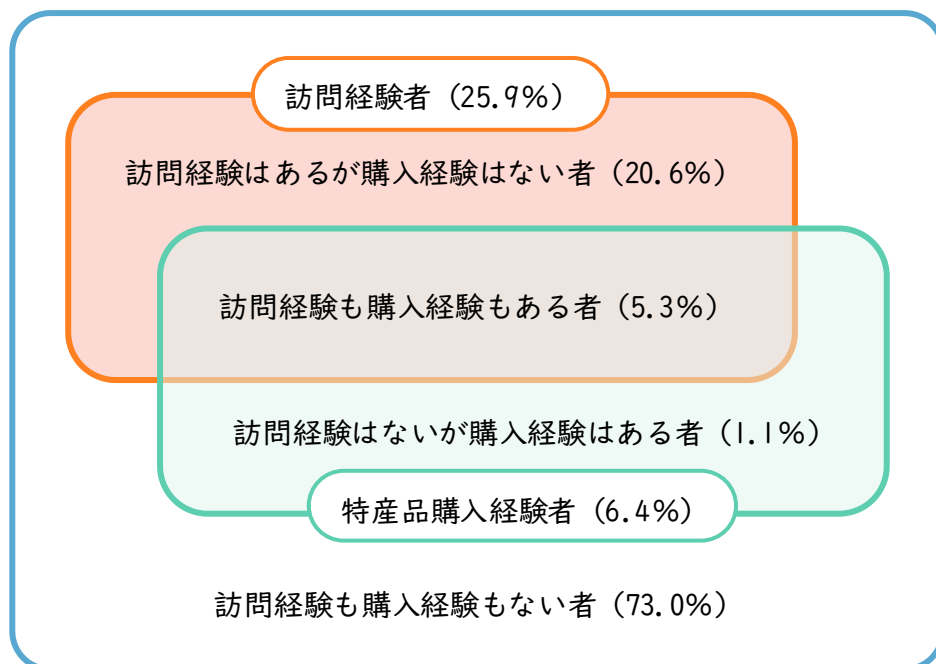
### 1. 洲本市への訪問経験者と特産品購入経験者の関係

○1次調査のデータ(n=19,923)から、次のような関係性が明らかになった。

n=19,928	訪問したことがある	訪問したことはない	計
特産品を購入したことがある (ふるさと納税を含む)	5.3%	1.1%	6.4%
特産品を購入したことはない (ふるさと納税を含む)	20.6%	73.0%	93.6%
計	25.9%	74.1%	100.0%



○これをベン図として示すと次のようになる。



- 特産品購入経験者 6.4%に対して、訪問経験はないが購入経験はある者は 1.1%となっているが、これは特産品購入経験者のうち、洲本市を訪問したことがなく、市外店舗や通信販売・ふるさと納税等による購入経験者は 17.1%ということであり、今後は特産品等の市外への販売チャネルの創出やプロモーションに力を入れることによって、こうした比率の増加を図ることが考えられる。
- 訪問経験者 25.9%に対して、訪問経験はあるが購入経験はない者は 20.6%となっているが、訪問経験者のうち、特産品等を購入しなかった者が 79.5%を占めるということであり、今後はこうした来訪者が購入したくなるような特産品の開発や商業環境の改善を図っていくことが極めて重要である。

## 2. アンケートから見てきた強み・弱み(総括)

○アンケートを通じて見てきた洲本市の特性や強み・弱みについて、その概要を整理するとともに、今後の課題的視点から総括すると次のとおりである。

特性	
<p>◇認知度は59.7%(16~25歳:42.8%、26~39歳:60.8%、40~55歳:75.5%)</p> <p>◇訪問経験者が全体の25.9%</p> <p>◇訪問経験者のうち、リピーター(年に1回以上訪問)が26.6%</p> <p>◇訪問目的は、観光(旅行)、ドライブが大半</p> <p>◇訪問時の過ごし方として、男性はお気に入りの宿泊施設や飲食店、女性は(のんびり)まち歩きを志向</p> <p>◇年に数回程度以上の訪問経験者の方がそうでない者に比べて、移住等を含め、洲本市との関係性を深めたいと考えている</p> <p>◇特産品購入経験者の8割が訪問経験者</p>	
主な強み	主な弱み
<p>◇お祭りの満足度はすべて60%以上(洲本市五色菜の花まつりが最も高く88.9%)</p> <p>◇観光地として、海産物、農産物、お土産などの地場産品への評価が高い</p> <p>◇移住先として、自然環境、食べ物、見どころ・観光スポットなど、恵まれた自然環境・資源への評価が高い</p> <p>◇洲本市との今後の関係性について、これまでに以上に観光地として楽しみたい方が20.7%</p> <p>◇今後、洲本市との関係性を深めたい人では通院のしやすさや医療機関は高評価</p>	<p>◇淡路島3市の中での都市イメージの差別化が図られていない</p> <p>◇お祭りは多いが総じて認知度が低い(淡路島まつりが最も高く22.5%)</p> <p>◇観光地として、海上交通、インターネット(Wi-Fi)環境、退屈することなく過ごせる環境への評価が低い</p> <p>◇移住先として、働く場所、通院のしやすさや医療機関、暮らしの利便性への評価が低い</p> <p>◇訪問経験者の8割が特産品を購入していない</p>
総括	
<p>◆今後の洲本市との関係性の深化や関係人口の拡大に向けて、訪問回数が年数回程度以上あることが関係性深化への意向に結びついていることから、観光等を含めた訪問者の増加を図っていくことが重要である</p> <p>◆観光地として地場産品は評価されているが、訪問者の購入率が高くないため、商業環境の改善等を図る必要がある</p> <p>◆それ以上に重要なことは、洲本市を体験してもらえるような工夫であり、それは例えばまち歩きなどの滞在型・体験型の仕組みづくりである</p> <p>◆そうした仕組みづくりをする上では、インターネット環境の整備等と併せて、数多くのお祭りを活用した集客の強化を図っていくことその他、まち歩き志向の高い女性をターゲットにした滞在型商品開発などが考えられる</p> <p>◆滞在・滞留時間の拡大を図る上では、S BRICK等を擁する赤レンガ群エリアを中心にした過ごし方の提案(例えば、まちなかピクニック的なイベント開催など)をしていくことが有効である</p> <p>◆洲本市内での滞在時間の拡大を通じて、洲本市の本当の魅力の再発見(医療機関など)を促すことが期待される</p> <p>◆移住のニーズは、自然志向だけではなく、それと同程度の都市志向もあること等を踏まえ、自然資源の豊かさや魅力のアピールだけではなく、都市基盤・都市環境の整備を通じた利便性を強みとしていくことが重要である</p>	

参考：現行の「新洲本市総合戦略」と照らし合わせての評価

