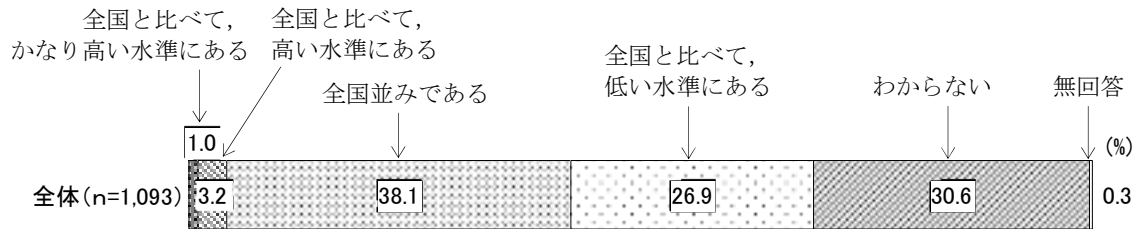


Ⅲ おもてなしの向上

1. 県内のおもてなしの水準

－「全国並みである」が約4割－

問6 東京オリンピック・パラリンピックの開催等を控え、国内外からの観光客の増加が見込まれており、観光客を温かく迎える「おもてなし」が注目されていますが、現在の県内の「おもてなし」について、あなたはどのように思いますか。次の中から、あてはまるものを1つだけ選んでください。



県内のおもてなしの水準としては、「全国並みである」(38.1%)が約4割と最も高く、次いで、「全国と比べて、低い水準にある」(26.9%)が2割台半ばとなっている。「全国と比べて、かなり高い水準にある」(1.0%)と「全国と比べて、高い水準にある」(3.2%)はわずかとなっており、「わからない」(30.6%)が約3割となっている。

－女性の50代で「全国並みである」が4割台半ば－

性・年齢別でみると、「全国並みである」は、女性の50代(45.0%)で4割台半ばと最も高くなっている。

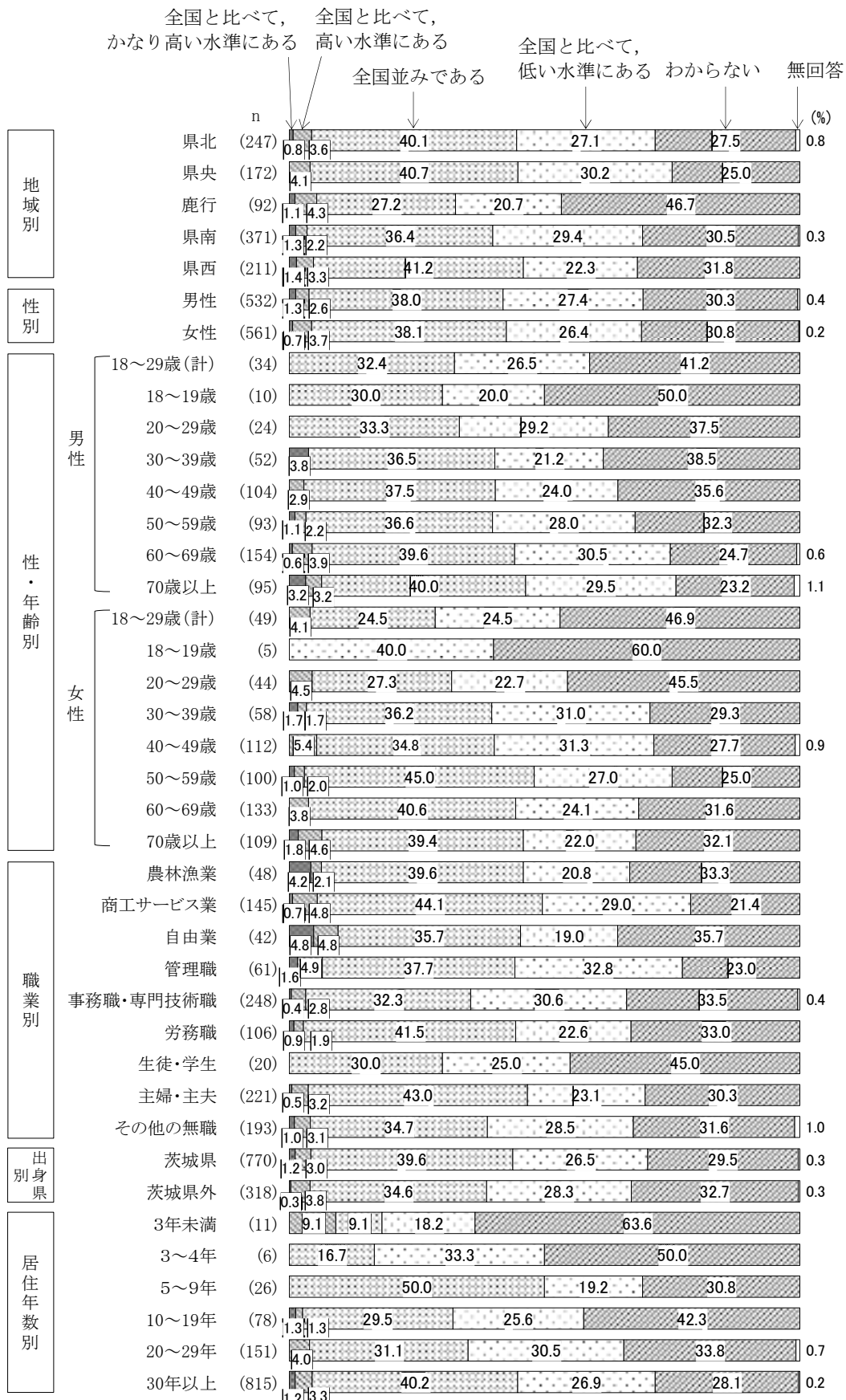
－商工サービス業と主婦・主夫で「全国並みである」が4割台半ば－

職業別でみると、「全国並みである」は、商工サービス業(44.1%)と主婦・主夫(43.0%)で4割台半ばと高くなっている。

－茨城県出身者は「全国並みである」が茨城県外出身者よりも5ポイント高い－

出身県別でみると、「全国並みである」は、茨城県出身者(39.6%)が茨城県外出身者(34.6%)よりも5ポイント高くなっている。

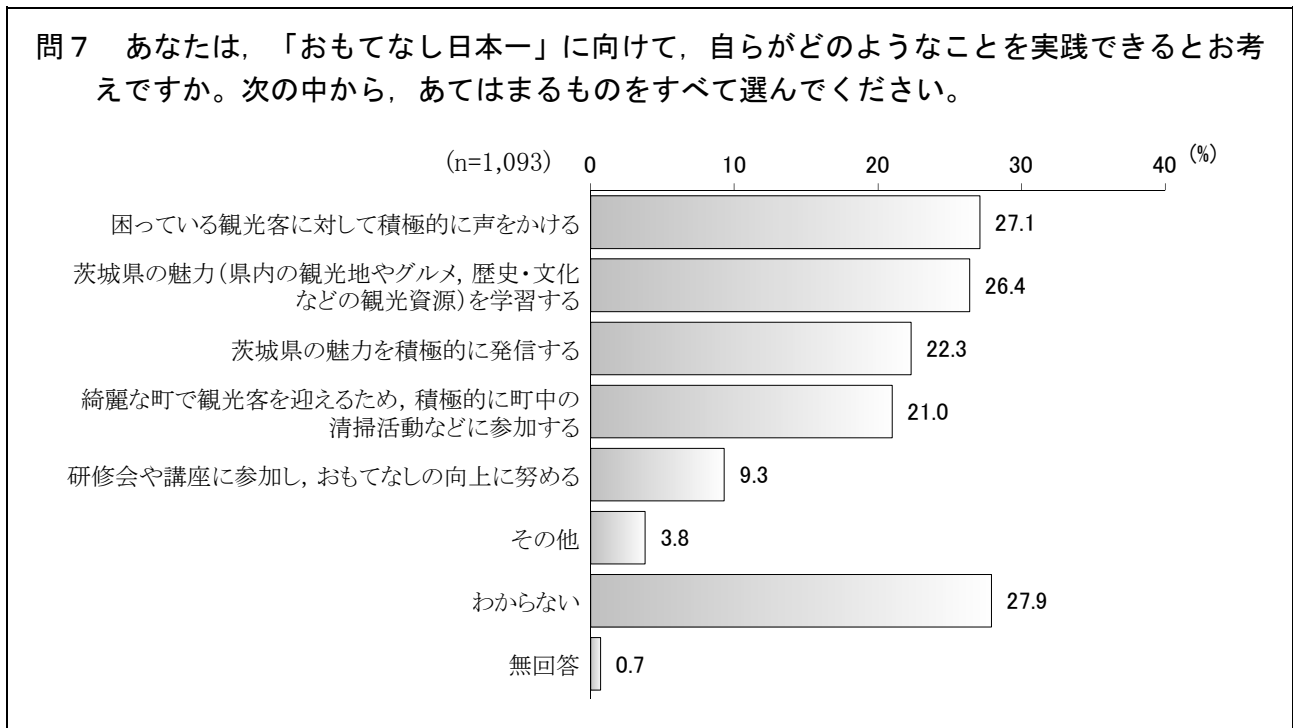
図Ⅲ 6-1 県内のおもてなしの水準
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, 出身県別, 居住年数別)



(注) 回答者数が30人未満の層には分析でふれていない場合がある。
 性・年齢別では、18～19歳、20～29歳よりも18～29歳の層の分析を優先する。

2. 「おもてなし日本一」に向けて自らが実践できること

－「困っている観光客に対して積極的に声をかける」が約3割－



「おもてなし日本一」に向けて自らが実践できることとしては、「困っている観光客に対して積極的に声をかける」(27.1%)が約3割と最も高く、次いで、「茨城県の魅力(県内の観光地やグルメ, 歴史・文化などの観光資源)を学習する」(26.4%), 「茨城県の魅力を積極的に発信する」(22.3%), 「綺麗な町で観光客を迎えるため, 積極的に町中の清掃活動などに参加する」(21.0%)が2割台で続いている。一方、「わからない」(27.9%)が約3割となっている。

－県央で「困っている観光客に対して積極的に声をかける」が3割台半ば－

地域別でみると、「困っている観光客に対して積極的に声をかける」は、県央(34.9%)で3割台半ばと最も高くなっている。

－女性で「茨城県の魅力を学習する」が男性よりも約6ポイント高い－

性別でみると、「茨城県の魅力(県内の観光地やグルメ, 歴史・文化などの観光資源)を学習する」は、女性(29.4%)が男性(23.3%)よりも約6ポイント高くなっている。

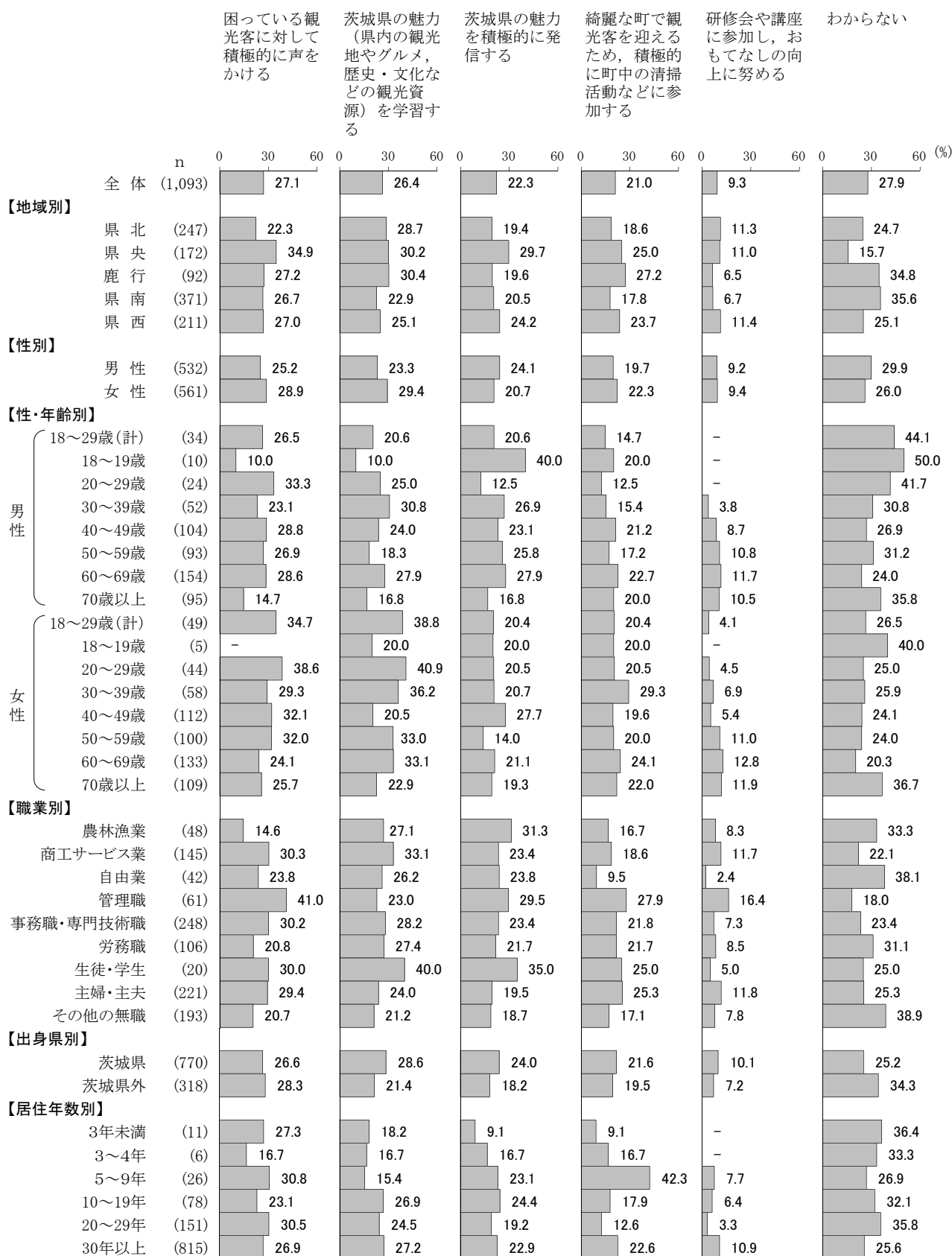
－女性の18～29歳で「茨城県の魅力を学習する」が約4割－

性・年齢別でみると、「茨城県の魅力(県内の観光地やグルメ, 歴史・文化などの観光資源)を学習する」は、女性の18～29歳(38.8%)で約4割と高く、次いで、女性の30代(36.2%), 50代(33.0%), 60代(33.1%)で3割台半ばとなっている。

－茨城県出身者は「茨城県の魅力を学習する」が茨城県外出身者よりも約7ポイント、「茨城県の魅力を積極的に発信する」が茨城県外出身者よりも約6ポイント高い－

出身県別でみると、「茨城県の魅力(県内の観光地やグルメ, 歴史・文化などの観光資源)を学習する」は、茨城県出身者(28.6%)が茨城県外出身者(21.4%)よりも約7ポイント、「茨城県の魅力を積極的に発信する」は、茨城県出身者(24.0%)が茨城県外出身者(18.2%)よりも約6ポイント高くなっている。

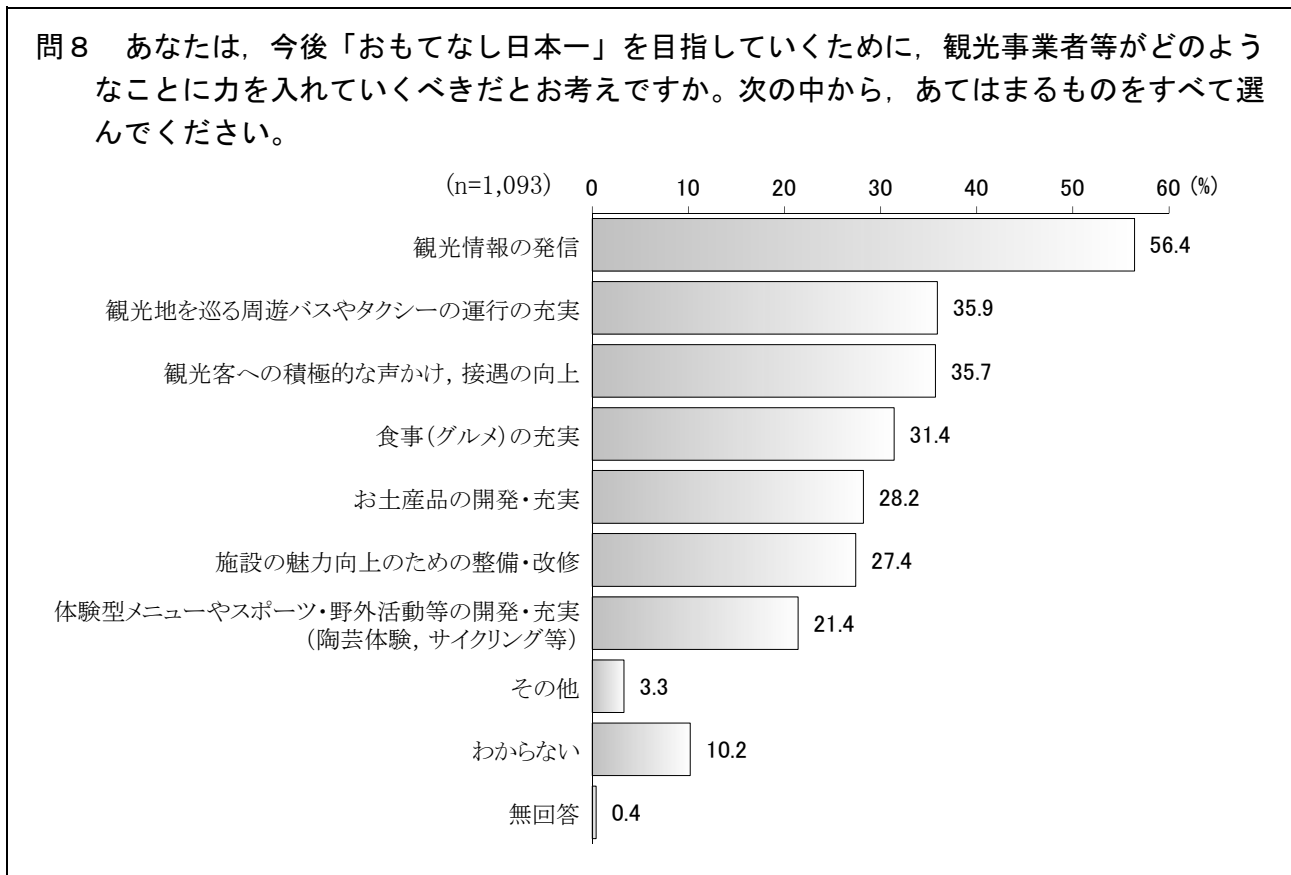
図Ⅲ 7-1 「おもてなし日本一」に向けて自らが実践できること
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, 出身県別, 居住年数別)



(注) 回答者数が30人未満の層には分析でふれていない場合がある。
性・年齢別では, 18~19歳, 20~29歳よりも18~29歳の層の分析を優先する。

3. 「おもてなし日本一」を目指すために観光事業者等が力を入れるべきこと

－「観光情報の発信」が5割台半ば－



「おもてなし日本一」を目指すために観光事業者等が力を入れるべきこととしては、「観光情報の発信」(56.4%)が5割台半ばと最も高く、次いで、「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行の充実」(35.9%)、「観光客への積極的な声かけ、接遇の向上」(35.7%)、「食事(グルメ)の充実」(31.4%)が3割台で続いている。

－鹿行で「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行の充実」が約5割－

地域別でみると、「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行の充実」は、鹿行(47.8%)で約5割と最も高く、次いで、県央(43.0%)で4割台半ばと高くなっている。

－女性で「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行の充実」が男性よりも約10ポイント高い－

性別でみると、「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行の充実」は、女性(40.6%)が男性(30.8%)よりも約10ポイント高くなっている。また、「観光客への積極的な声かけ、接遇の向上」は、女性(38.3%)が男性(32.9%)よりも約5ポイント高くなっている。

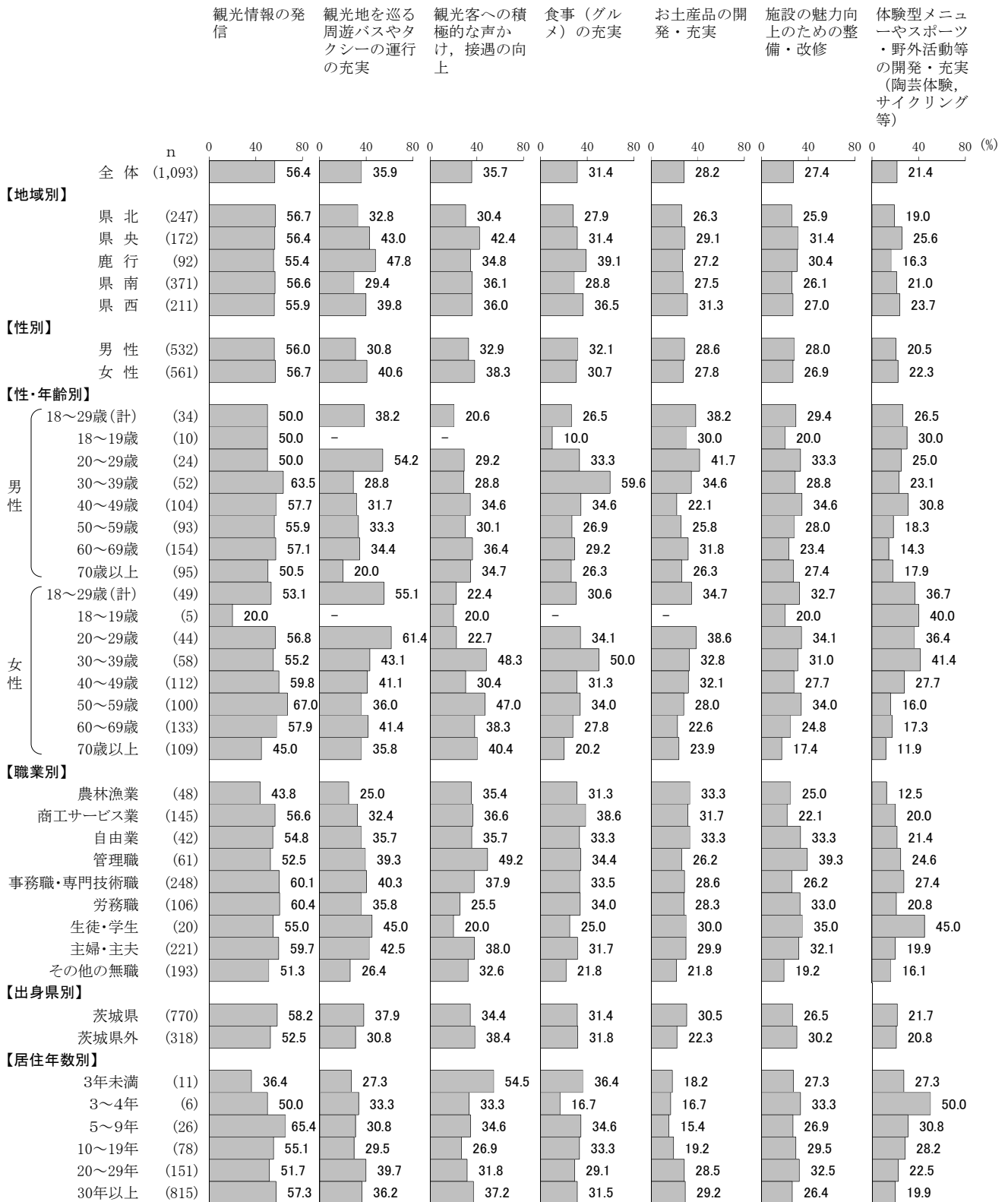
－男女ともに30代で「食事(グルメ)の充実」が5割台－

性・年齢別でみると、「食事(グルメ)の充実」は、男性の30代(59.6%)と女性の30代(50.0%)で5割台と高くなっている。

－茨城県出身者は「お土産品の開発・充実」が茨城県外出身者よりも約8ポイント、「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行の充実」が茨城県外出身者よりも約7ポイント高い－

出身県別でみると、「お土産品の開発・充実」は、茨城県出身者(30.5%)が茨城県外出身者(22.3%)よりも約8ポイント、「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行の充実」は、茨城県出身者(37.9%)が茨城県外出身者(30.8%)よりも約7ポイント高くなっている。

図Ⅲ 8-1 「おもてなし日本一」を目指すために観光事業者等が力を入れるべきこと
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, 出身県別, 居住年数別)

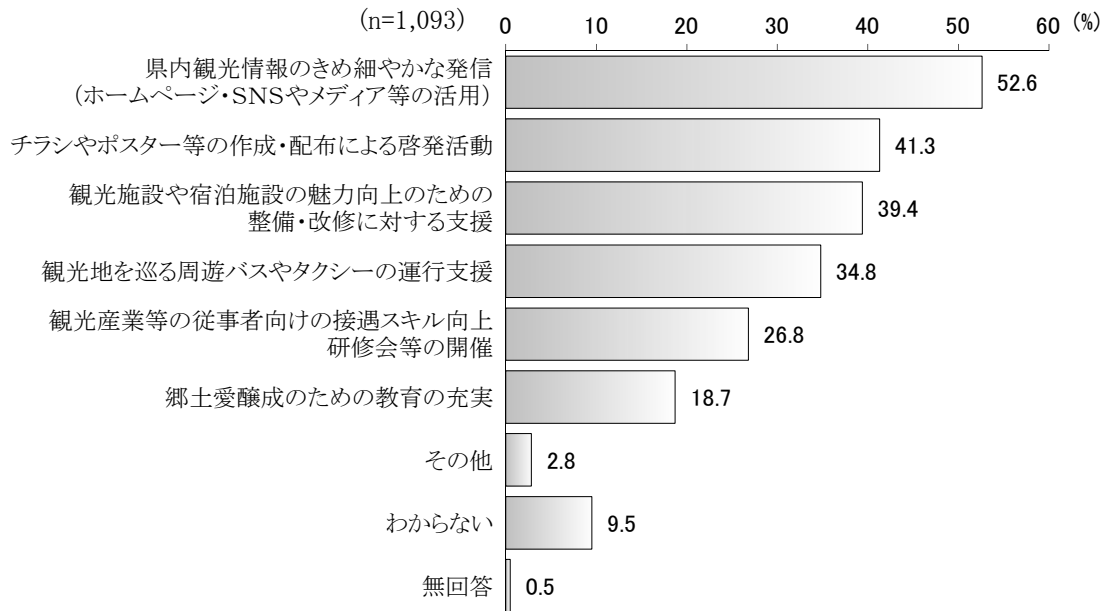


(注) 回答者数が30人未満の層には分析でふれていない場合がある。
性・年齢別では, 18~19歳, 20~29歳よりも18~29歳の層の分析を優先する。

4. 「おもてなし日本一」を目指すために県が力を入れるべきこと

－「県内観光情報のきめ細やかな発信」が5割超－

問9 あなたは、今後「おもてなし日本一」を目指していくために、県がどのようなことに力を入れていくべきだとお考えですか。次の中から、あてはまるものをすべて選んでください。



「おもてなし日本一」を目指すために県が力を入れるべきこととしては、「県内観光情報のきめ細やかな発信（ホームページ・SNSやメディア等の活用）」（52.6%）が5割を超えて最も高く、次いで、「チラシやポスター等の作成・配布による啓発活動」（41.3%）が4割台、「観光施設や宿泊施設の魅力向上のための整備・改修に対する支援」（39.4%）と「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行支援」（34.8%）が3割台で続いている。

－県央と県西で「県内観光情報のきめ細やかな発信」が約6割－

地域別でみると、「県内観光情報のきめ細やかな発信（ホームページ・SNSやメディア等の活用）」は、県央（59.3%）と県西（58.3%）で約6割と高くなっている。

－女性で「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行支援」が男性よりも約7ポイント高い－

性別でみると、「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行支援」は、女性（38.3%）が男性（31.0%）よりも約7ポイント高くなっている。

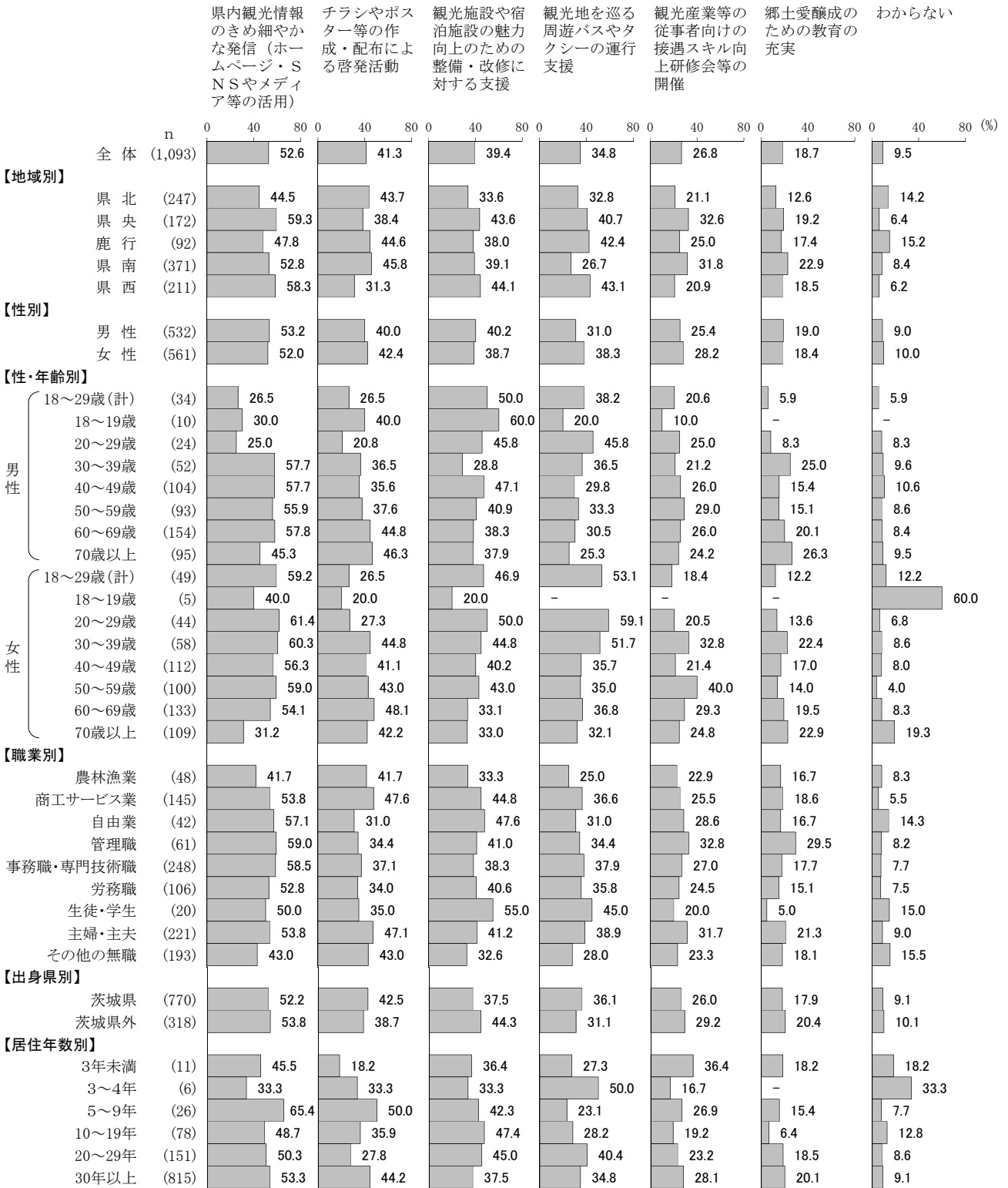
－女性の18～29歳、30代、50代で「県内観光情報のきめ細やかな発信」が約6割－

性・年齢別でみると、「県内観光情報のきめ細やかな発信（ホームページ・SNSやメディア等の活用）」は、女性の18～29歳（59.2%）、30代（60.3%）、50代（59.0%）で約6割と高くなっている。また、「観光地を巡る周遊バスやタクシーの運行支援」も、女性の18～29歳（53.1%）と30代（51.7%）で5割台前半と高くなっている。

一茨城県外出身者は「観光施設や宿泊施設の魅力向上のための整備・改修に対する支援」が茨城県出身者よりも約7ポイント高い

出身県別でみると、「観光施設や宿泊施設の魅力向上のための整備・改修に対する支援」は、茨城県外出身者（44.3%）が茨城県出身者（37.5%）よりも約7ポイント高くなっている。

図Ⅲ 9-1 「おもてなし日本一」を目指すために県が力を入れるべきこと
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, 出身県別, 居住年数別)



(注) 回答者数が30人未満の層には分析でふれていない場合がある。
性・年齢別では、18~19歳、20~29歳よりも18~29歳の層の分析を優先する。