

(一社)あこう魅力発信基地 KPI達成状況

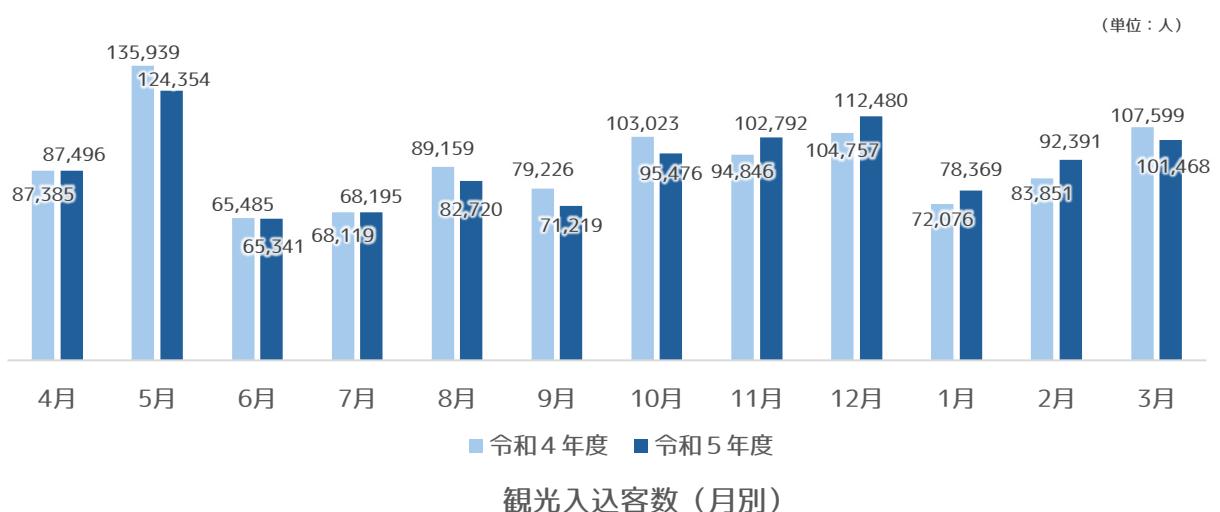
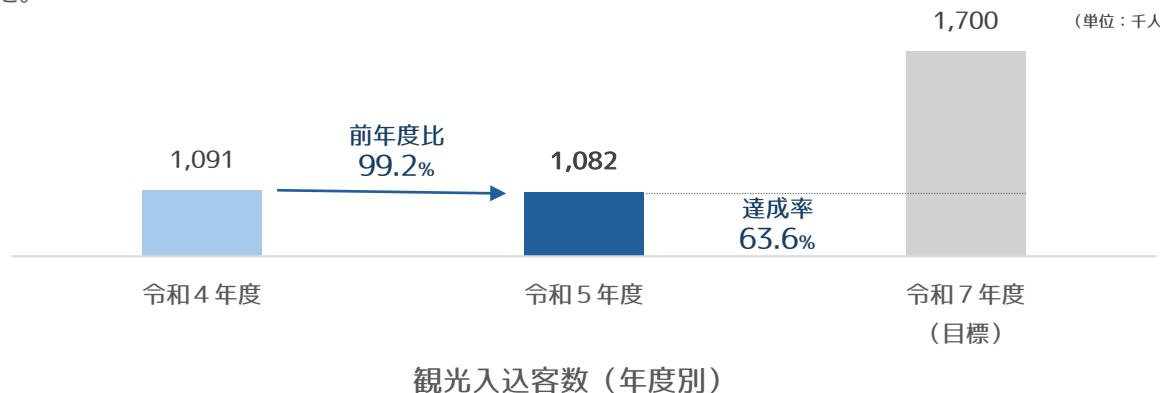
■観光振興関連KPI

観光入込客数

データ：「赤穂市観光客動態調査報告書」

[対象計画] 赤穂市総合戦略

令和5年度の観光入込客数は1,082千人で令和4年度比99.2%、令和7年度目標への達成率は63.6%であった。

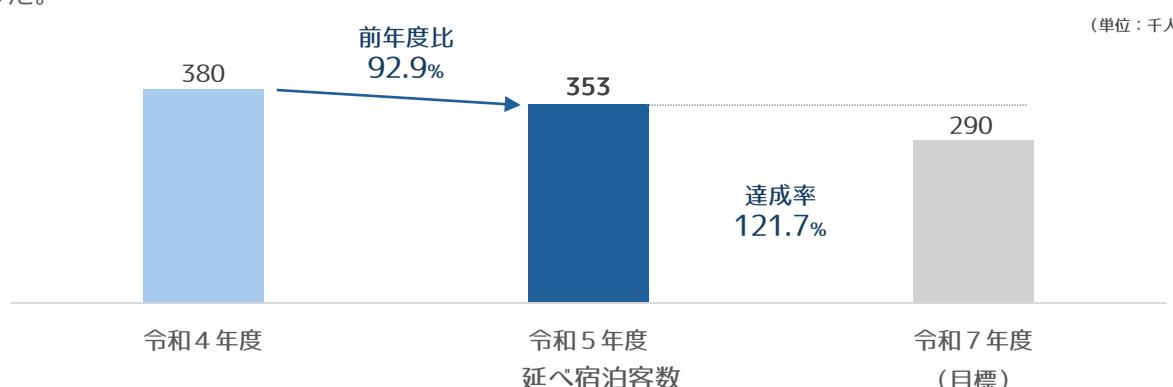


延べ宿泊者数

データ：「赤穂市観光客動態調査報告書」

[対象計画] 赤穂市総合計画・赤穂市総合戦略・DMO形成確立計画

令和5年度の延べ宿泊客数は353千人で令和4年度比92.9%、令和7年度目標への達成率は121.7%であった。

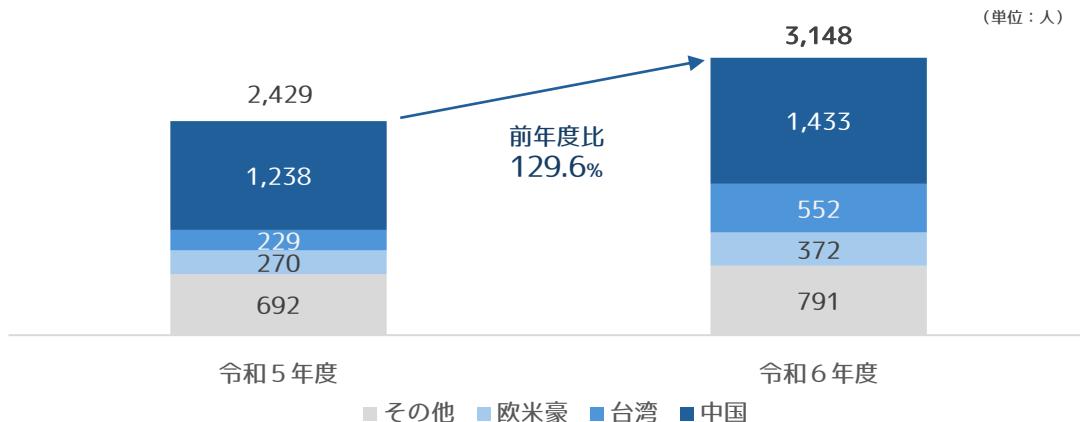


(参考) インバウンド宿泊者数

データ：観光課調査

[対象計画] なし

令和6年度のインバウンド宿泊者数は3,148千人で令和5年度比129.6%であった。



旅行消費額

データ：兵庫県「兵庫県観光関連産業総生産（観光GDP）」

[対象計画] DMO形成確立計画

令和5年度の1人あたりの旅行消費額は18,872円で令和4年度比111.9%、令和3年度比132.0%、令和7年度目標への達成率は240.8%であった。



旅行消費額の増加率

データ：兵庫県「兵庫県観光関連産業総生産（観光GDP）」

[対象計画] 赤穂市総合計画、赤穂市総合戦略

令和元年度と比較した令和5年度観光消費額の増加率は145.6%増であった。

(単位：%)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和7年度 (目標)
増加率	86.1	119.5	145.6	1.5

※基準値＝令和元年度：7,683円

来訪者満足度

データ：ひょうご観光本部「観光地魅力度調査」

[対象計画] DMO形成確立計画

令和6年度の来訪者満足度は68.7%で令和5年度比103.8%、令和7年度目標への達成率は74.7%であった。満足度が相対的に低い項目としては、「体験・アクティビティ」や「周辺の飲食店・お土産店などの充実度」が挙げられる。



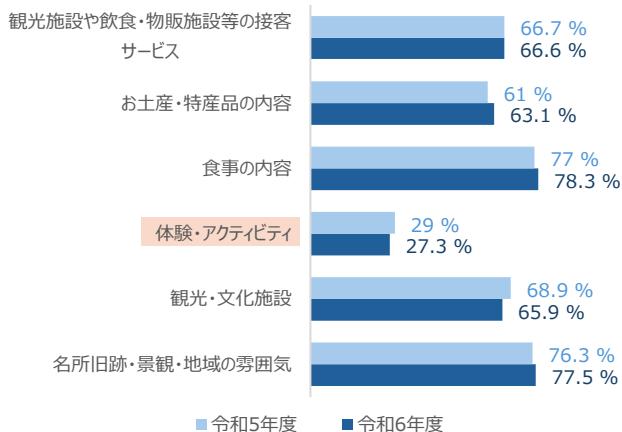
前年度比
103.8%



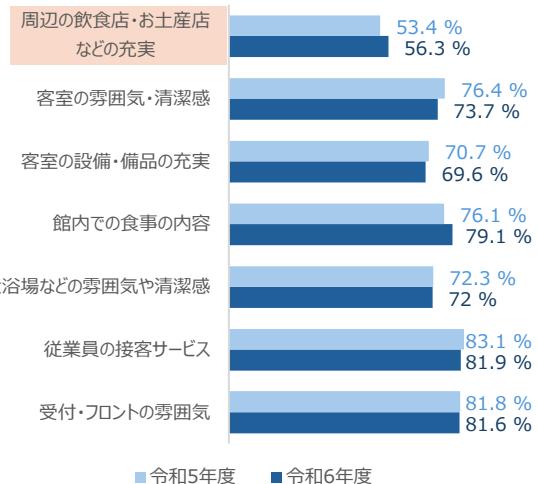
達成率
74.7%



地域への満足度



宿泊施設の満足度



リピーター率

データ：ひょうご観光本部「観光地魅力度調査」

[対象計画] DMO形成確立計画

令和6年度のリピーター率は52.8%で令和5年度比107.3%、令和7年度目標への達成率は75.4%であった。



前年度比
107.3%



達成率
75.4%



観光ポータルサイト月平均アクセス数

データ：Google Analytics

[対象計画] 赤穂市総合計画、赤穂市総合戦略

令和6年度の観光ポータルサイトへの月平均アクセス数は27,581回で令和5年度比112.0%、令和7年度目標への達成率は55.2%であった。

50,000 (単位：回)

24,623

前年度比
112.0%

27,581

達成率
55.2%

令和5年度

令和6年度

令和7年度（目標）

■移住定住関連KPI

空き家情報バンクの新規登録物件数

データ：あこう魅力発信基地調査

[対象計画] 赤穂市総合計画、赤穂市総合戦略

令和6年度の空き家情報バンク新規登録物件数は10件で令和5年度比71.4%、令和7年度目標への達成率は58.8%であった。

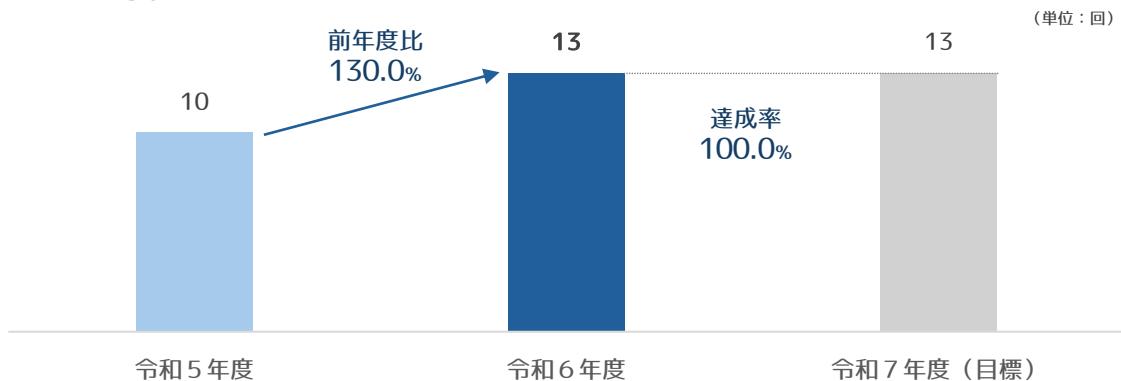


定住相談会等の実施・参加・出展数

データ：あこう魅力発信基地調査

[対象計画] 赤穂市総合計画、赤穂市総合戦略

令和6年度の定住相談会等の実施・参加・出展数は13回で令和5年度比100.0%、令和7年度目標への達成率は100.0%であった。

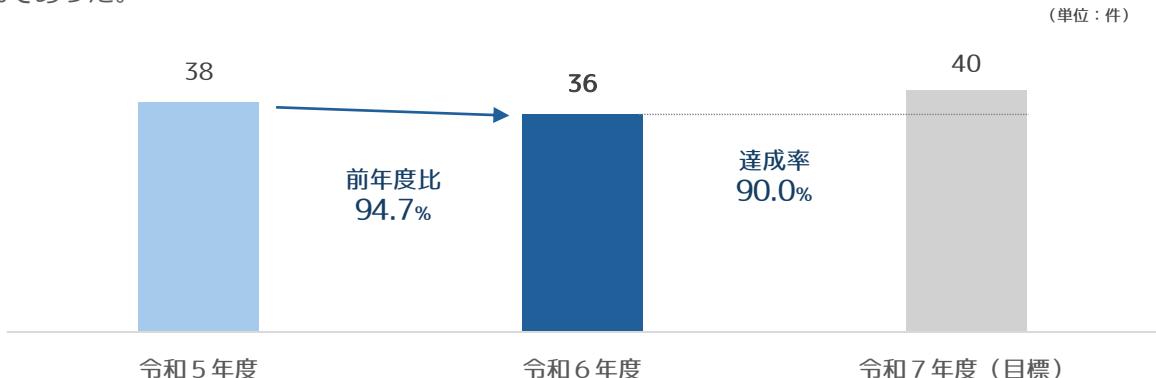


お試し暮らし住宅利用件数

データ：あこう魅力発信基地調査

[対象計画] 赤穂市総合計画

令和6年度のお試し暮らし住宅利用件数は36件で令和5年度比94.7%、令和7年度目標への達成率は90.0%であった。



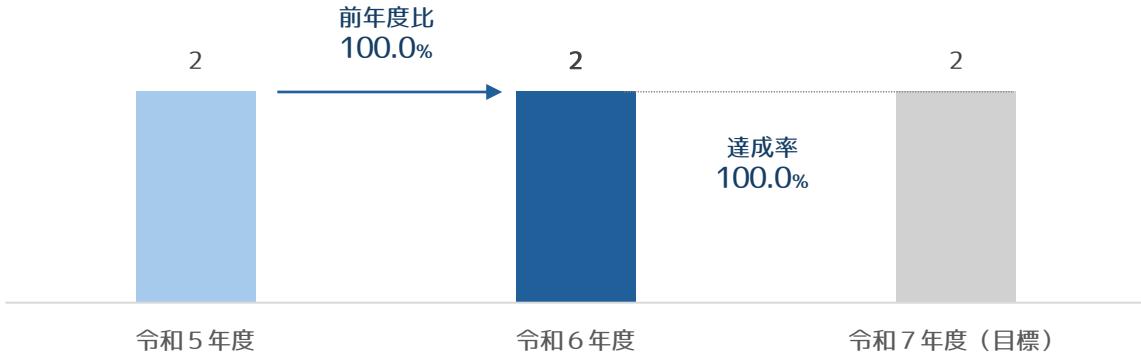
お試し暮らし住宅戸数

データ：あこう魅力発信基地調査

[対象計画] 赤穂市総合戦略

令和6年度のお試し暮らし住宅戸数は2戸で令和5年度比100.0%、令和7年度目標への達成率は100.0%であった。

(単位：戸)



お試し暮らし住宅利用者の移住世帯数

データ：あこう魅力発信基地調査

[対象計画] 赤穂市観光・移住定住戦略、観光地域づくり法人形成・確立計画

令和6年度のお試し暮らし住宅利用者の移住世帯数は3世帯で累計26世帯となり令和5年度比113.0%、令和7年度目標への達成率は88.9%であった。

(単位：世帯)

