

第5回

 Visit Yame

観光地域づくりトーク 第5回

アンケートから見えてきた、 八女の魅力

— DMOが行う「データで地域を知る」取り組み —

2026年度 第5回放送 2026年7月2日

FM八女観光局



八女に来た人は、どう感じているのか

令和7年度 来訪者アンケート調査より



8割以上

観光スポット・町並み・食事処に「良かった」と回答



ほぼ全員

「また訪れたい」と回答(再訪意向)

なぜ、声を聞くのか

FM八女は、DMO(観光地域づくり法人)として毎年、来訪者アンケートを実施しています。案内所対応と同じくらい大切な仕事です。



住んでいるからこそ
気づきにくい魅力

地元の目線だけでは見えない
部分がある



外から来た人の目線
だから見えるもの

「もっとこうした方がいい」
という気づきも



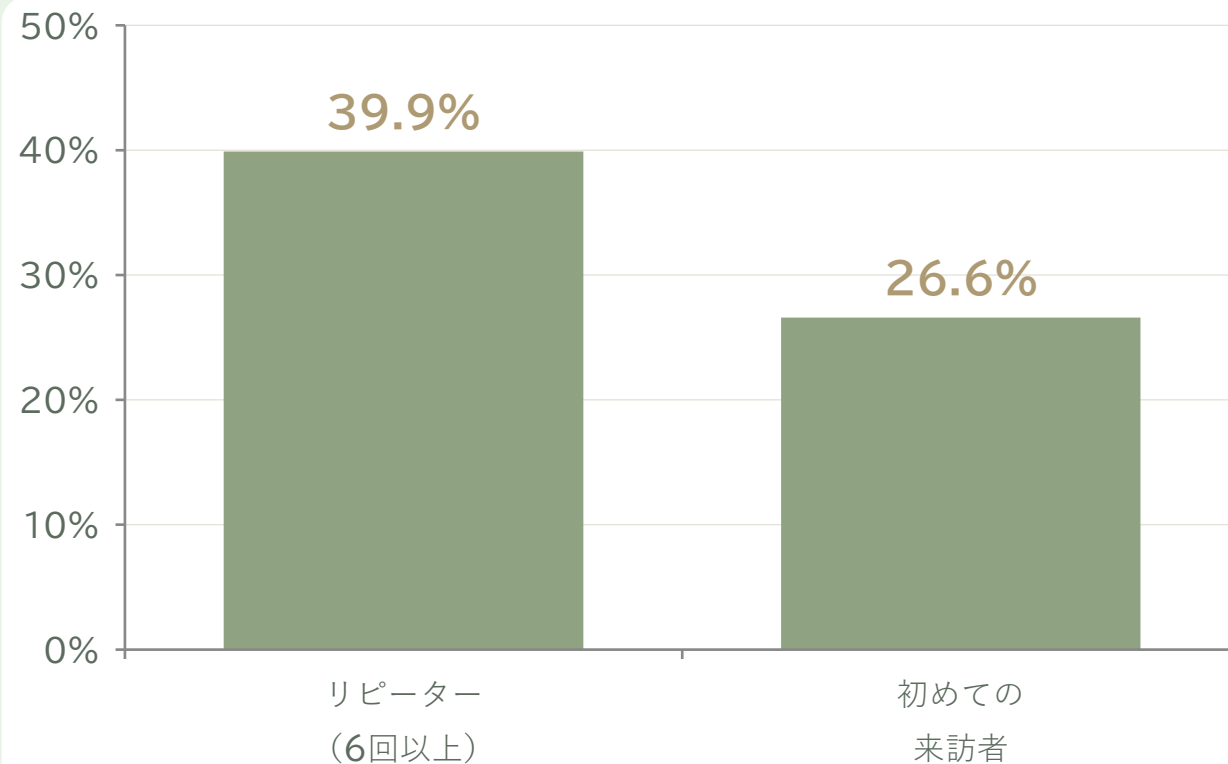
感覚ではなく、
本当の声として知る

アンケートで得られる客観的な
データ

数字そのものより、寄せられたコメントに注目。データ収集も観光地域づくりの大切な一部です。

来訪者層：幅広い世代とリピーター

年代は30代～60代が中心。リピーターと新規来訪者、両方に支えられています(単位:%)



n=1,169(リピーター467人／初めての来訪者311人)



30代～60代

が来訪者の中心層

リピーターに支えられているイメージが強かったが、新しい出会いも同時に生まれていることがデータで実感できた

どこから来て、どう過ごしているか



居住地

福岡県内が最多(日帰り中心)

東京・神奈川など関東からの来訪も増加傾向

関東からの来訪は、うれしい驚き



消費傾向

福岡県内からの来訪者:

日帰りが多く、消費額は低め

遠方からの来訪者ほど、時間をかけ消費額も高い
傾向

遠くから来る方ほど、
八女でゆっくり過ごしてくれている

声に見る「八女らしさ」

アンケート自由回答欄に寄せられたコメントより

“

変わらず自然が守られていけばよいな

“

いつまでも、この景色を残してほしい

“

新緑の美しさに感動しました

“

茶畑が圧巻でした

「新しいものを」ではなく「今あるものを大切に」という声が多く寄せられました

私たちには当たり前、でも観光客には特別



地元の日常

茶畑・町並み・自然とのふれあいは、住んでいると当たり前
の景色



観光客にとっての魅力

「お茶のイメージが強いけど、米や果物が多いのを初めて
知った」など、新しい発見の声も

見える取組み:案内所対応・情報発信

見えない仕事:データ収集・分析

観光客の声を聞くことは、自分たちの地域の魅力を改めて教えてもらうこと。どちらの仕事も、同じくらい大切です。

地域のみなさんへのメッセージ



観光地域づくりは
DMOだけのものではない

地域に暮らす一人ひとりの視点
が大切な一部



何気ない日常を
見つめ直してみる

自分の周りの風景を、来訪者の
目線で



今ある魅力を
未来へつなぐ

「また来たい」と思ってもらえる
八女へ

今日のまとめ

- 1 DMOは毎年、来訪者アンケートを実施し、生の声を収集している
- 2 満足度8割以上、再訪意向はほぼ全員という高評価が明らかに
- 3 地元では当たり前の景色や暮らしが、訪れた人には特別な魅力に映っている
- 4 データ収集・分析という「見えない仕事」も、観光地域づくりを支える大切な一部

私たちが当たり前だと思っている景色が、誰かにとっては特別な景色かもしれません。



ご自身の周りの風景を、見つめ直してみませんか

ご意見・ご質問・アイデアも、ぜひFM八女観光局までお寄せください。

観光地域づくりトーク、次回もどうぞお楽しみに。