

中国地方在住者からみた
中国地方の観光地の実態と魅力度および、
コロナ禍による旅行に対する意識変化調査

報告書

2021 年 3 月

中 国 経 済 連 合 会
日本観光振興協会中国支部

目 次

1. 調査概要	1
1) 調査目的	1
2) 調査手法及びサンプル数.....	1
3) 観光エリアの設定.....	1
2. 実態・魅力度調査結果.....	3
1) 回答者属性	3
2) 同行者	4
3) 訪問率	5
4) 訪問ニーズ、リピート希望率、訪問希望率.....	9
5) 満足度	13
6) 期待度	17
7) 満足度と期待度	21
3. 実態・魅力度調査まとめ.....	22
1) 中国地方の観光地の実態とイメージ.....	22
2) 特に評価の高い観光エリアの要因把握.....	23
3) 観光地の魅力度向上方策.....	24
4. コロナ禍による旅行に対する意識変化調査.....	26
1) 「GoTo トラベルキャンペーン」	26
2) コロナ禍前と比較して国内旅行で重要視する項目.....	28
3) コロナ禍による意識変化への対応方策.....	30
(添付資料) 調査項目.....	31

1. 調査概要

1) 調査目的

- ①中国地方の観光エリア毎の訪問率、リピート希望率、訪問希望率等を把握し、中国地方の観光地の実態と魅力を明らかにする。
- ②評価の高い観光地の要因を具体的に把握・分析し、イメージアップ方策や内容充実方策について検討する。
- ③政府の「GoTo トラベルキャンペーン」の利用状況を把握し、アフターコロナでの国内旅行回復に向けた方策検討の基礎資料とする。

2) 調査手法及びサンプル数

(2020 年度調査：今回調査)

- ・実施日 : 2020 年 1 2 月 1 1 日～1 6 日
- ・調査手法 : インターネット調査 (株楽天リサーチ) により実施
- ・サンプル数 : 中国 5 県 750 件 (各県 150 件)
(18～29 歳、30～49 歳、50～79 歳の 3 階層 50 サンプルずつ)

(比較データ：2008 年度調査)

- ・実施日 : 2008 年 7 月 1 0 日～1 5 日
- ・調査手法 : インターネット調査 (株楽天リサーチ) により実施
- ・サンプル数 : 中国 5 県 750 件 (各県 150 件)
(18～29 歳、30～49 歳、50～79 歳の 3 階層 50 サンプルずつ)

3) 観光エリアの設定

- ・各県の観光動態調査で設定されているエリアをベースとして、観光入込客数の多い観光エリアを中心に、各県 10 エリア程度、計 49 エリアを設定した。
- ・観光エリアのイメージや内容をわかりやすくするため、観光エリアの名称だけでなく、そこに含まれる代表的観光資源について 3 つ程度付記した。

観光エリア及び代表的観光資源

鳥 取 県	1. 鳥取 (鳥取砂丘、浦富海岸、仁風閣など)
	2. 智頭 (石谷家住宅、若桜鉄道、氷ノ山など)
	3. 倉吉 (白壁土蔵の町並み、三徳山三仏寺など)
	4. 三朝温泉
	5. 羽合 (羽合温泉、東郷温泉、燕趙園など)
	6. 北栄 (コナン通り、青山剛昌ふるさと館など)
	7. 大山 (大山、スキー場、植田正治写真美術館、とっとり花回廊など)
	8. 米子 (皆生温泉など)
	9. 境港 (水木しげるロード(記念館)など)

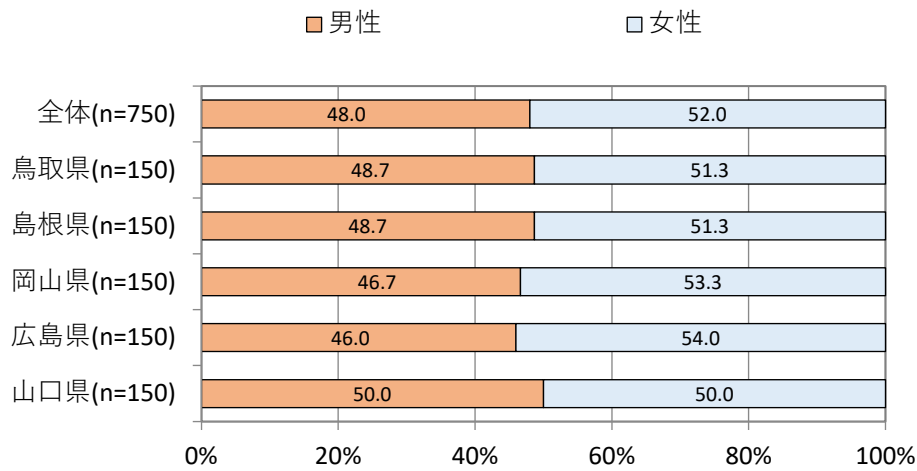
島根県	10. 松江（松江城、小泉八雲旧居、堀川巡り、宍道湖の夕日など）
	11. 玉造温泉
	12. 出雲（出雲大社、一畑薬師、島根ワイナリー、日御碕灯台など）
	13. 奥出雲（鬼の舌震、亀嵩温泉、絲原記念館（たたら製鉄）など）
	14. 安来（足立美術館、清水寺など）
	15. 石見銀山（石見銀山、三瓶山、温泉津温泉など）
	16. 浜田（石見海浜公園、アクアス（水族館）など）
	17. 邑南（香木の森公園、スキー場など）
	18. 津和野・益田（太鼓谷稲成神社、安野光雅美術館、雪舟庭園など）
岡山県	19. 隠岐（隠岐国分寺、玉若酢命神社、知夫赤壁など）
	20. 岡山（後樂園、岡山城など）
	21. 吉備路（吉備津神社、備中国分寺など）
	22. 倉敷（美観地区、大原美術館など）
	23. 児島・玉野（鷺羽山、瀬戸大橋架橋記念館、下津井、渋川海岸など）
	24. 備前（閑谷学校、備前焼、日生諸島など）
	25. 牛窓（牛窓オリーブ園、海水浴場など）
	26. 高梁（備中松山城、吹屋ふるさと村など）
	27. 津山（新庄がいせん桜、城東の町並みなど）
広島県	28. 蒜山高原
	29. 美作三湯（湯原温泉、奥津温泉、湯郷温泉）
	30. 広島（平和公園、原爆ドーム、お好み村など）
	31. 宮島（厳島神社、弥山、みやじマリン（水族館）など）
	32. 呉・江田島（大和ミュージアム、旧海軍兵学校など）
	33. 竹原（町並み保存地区、大久野島など）
	34. 尾道（千光寺公園、社寺巡り、映画ロケ地など）
	35. しまなみ海道（耕三寺、平山郁夫美術館など）
	36. 福山（鞆の浦、ばら公園、ふくやま美術館など）
山口県	37. 三次・庄原（三次ワイナリー、帝釈峡、国営備北丘陵公園、奥田元宋・小由女美術館など）
	38. 安芸高田（土師ダム、神楽門前湯治村など）
	39. 芸北（三段峡、温井ダム、スキー場など）
	40. 下関（海峡ゆめタワー、海響館（水族館）、唐戸市場、赤間神宮など）
	41. 山口（サビエル記念聖堂、湯田温泉、雪舟庭、瑠璃光寺五重塔など）
	42. 秋吉台・秋芳洞
	43. 萩（松下村塾、松蔭神社、萩博物館など）
	44. 長門（湯本温泉、青海島、金子みすゞ記念館、角島大橋など）
	45. 宇部・山陽小野田（ときわ公園、焼野海岸、産業観光など）
	46. 防府（防府天満宮、周防国分寺、毛利庭園など）
	47. 周南・下松・光（笠戸島、回天記念館、室積海岸、虹が浜など）
	48. 柳井・周防大島（白壁の町並み、片添ヶ浜など海水浴場、サザンセットなど）
	49. 岩国（錦帯橋、岩国城、白蛇、美川ムーバレーなど）

2. 実態・魅力度調査結果

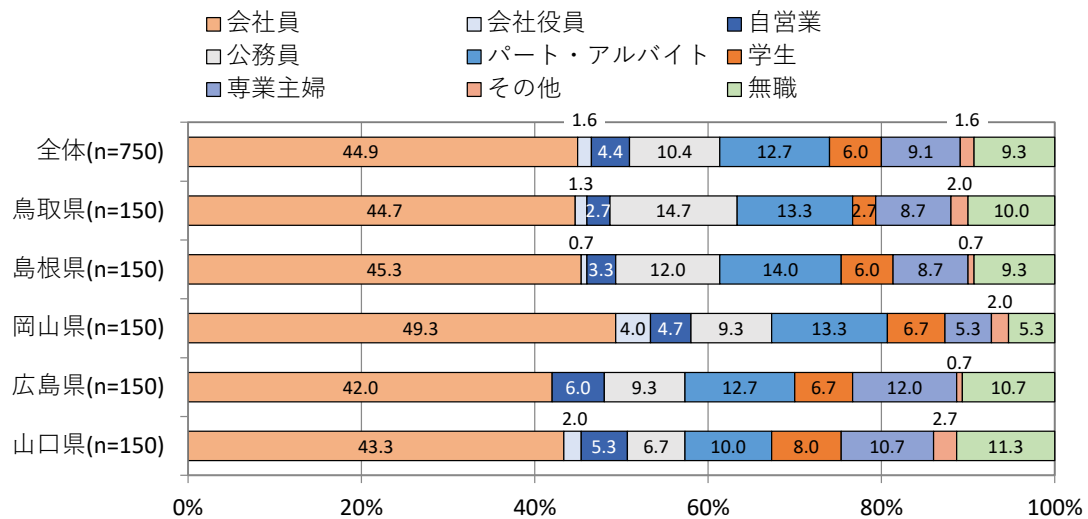
1) 回答者属性

回答者の属性として、居住県については、インターネット調査の実施時点で規定のサンプル数（各県とも 150 件）を得ている。その男女比は女性が 5 割強となっており、職業は会社員が 44.9%と最も多く、次いでパート・アルバイト 12.7%、公務員 10.4%となっている。

性別

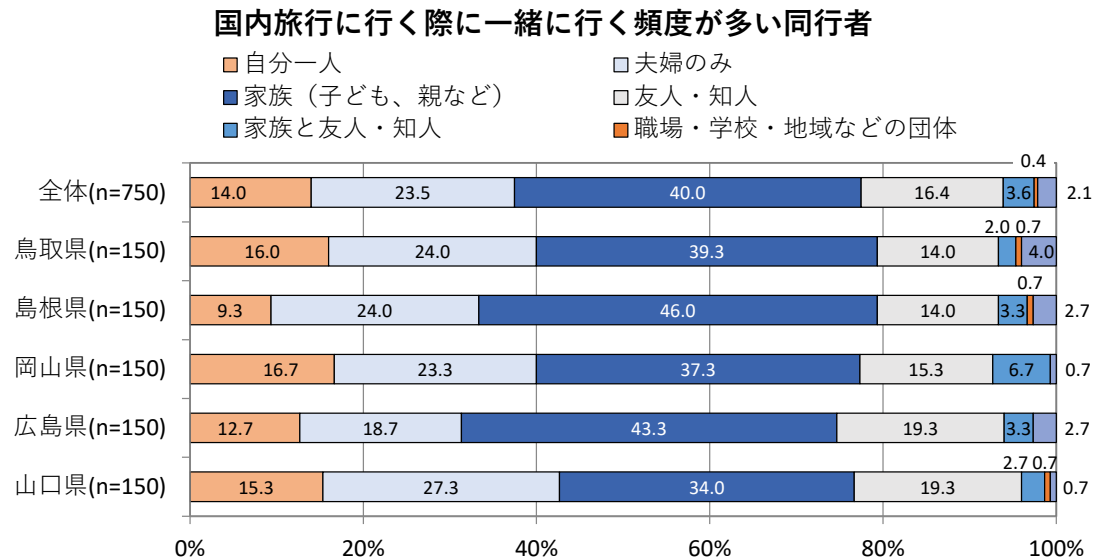


職業



2) 同行者

最も行く頻度が多い同行者は、家族が4割となっている。夫婦のみを含めると6割強が家族での旅行となっている。



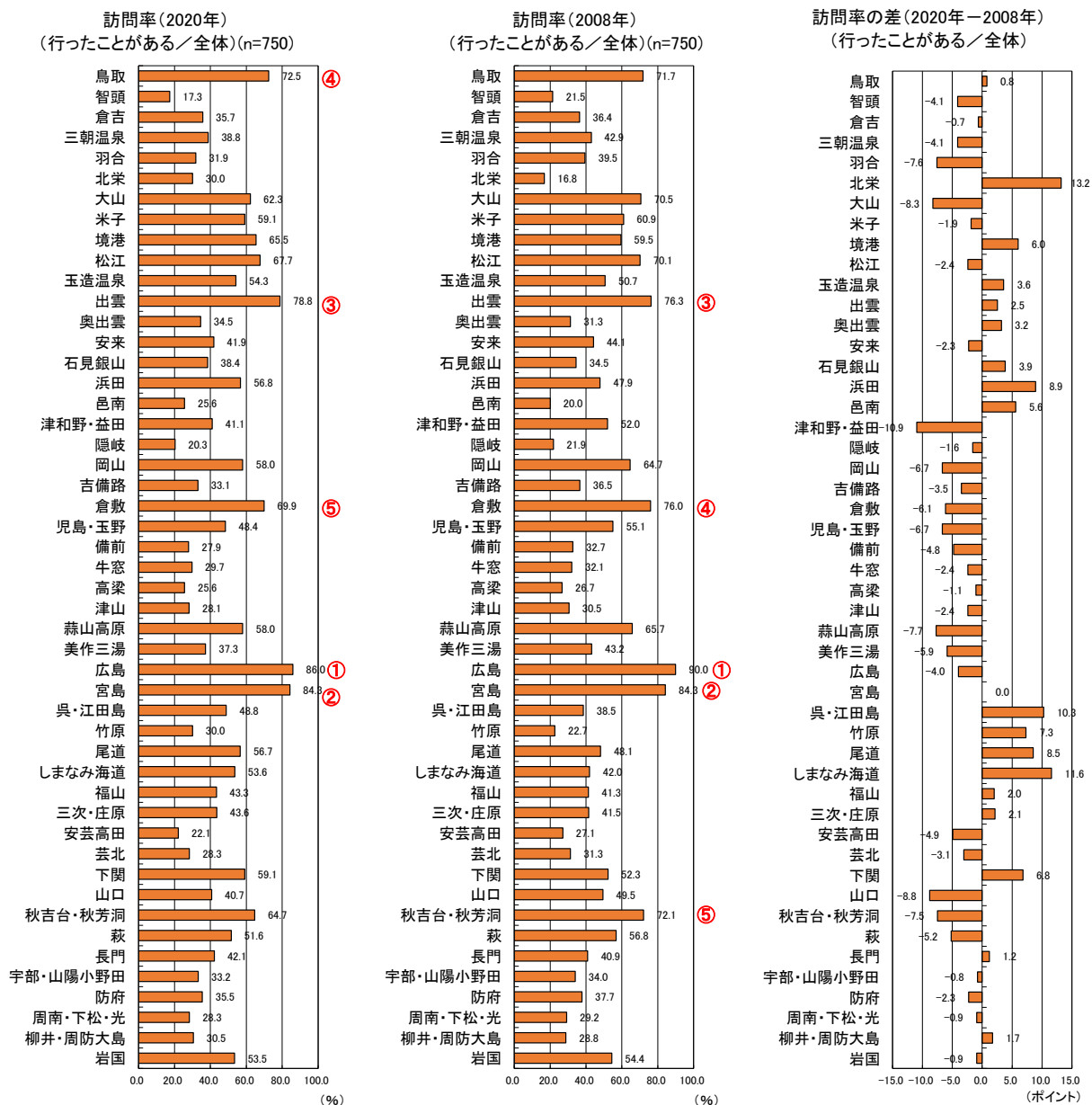
3) 訪問率

中国地方を49の観光エリアに分けて、その訪問経験および訪問希望を聞いた。設問は各観光エリアについての訪問経験と訪問希望を以下の選択肢で聞いている。

行ったことがある		行ったことがない		
1. また行きたい	2. また行きたいとは思わない	3. 行ってみたい	4. 行ってみたいとは思わない	5. 知らない・わからない

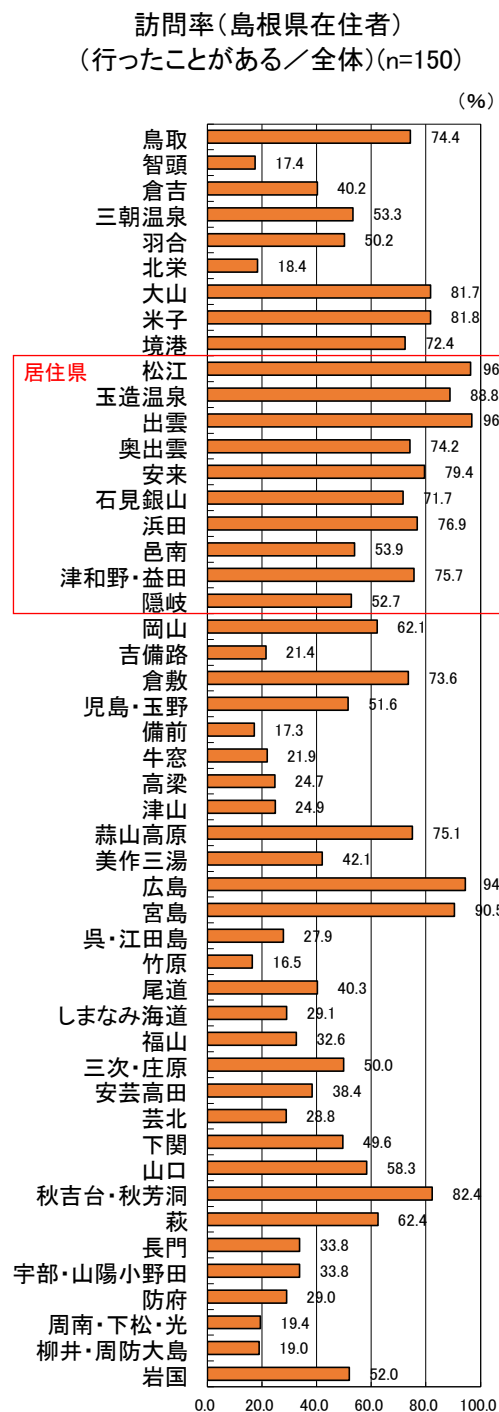
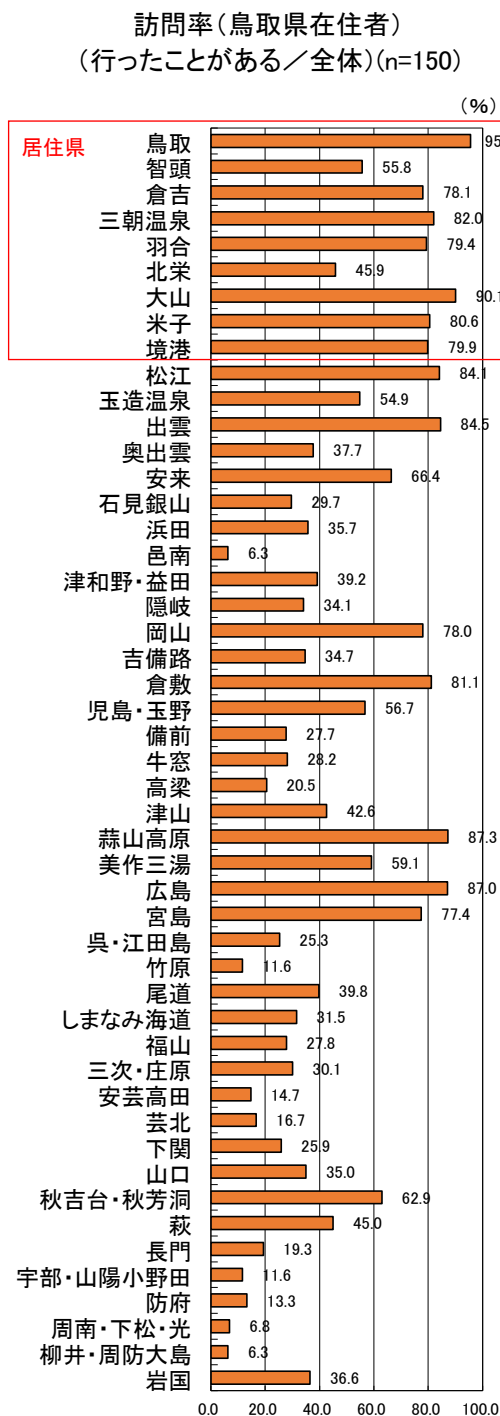
① 5 県全体の訪問率

訪問経験の有無について、最も訪問した人が多かったのは広島であり、約9割の人が「行ったことがある」と回答している。次いで宮島、出雲、鳥取、倉敷と著名な観光地が上位に並んでいる。2008年調査との差をみると、北栄、しまなみ海道、呉・江田島では10ポイント以上増加している。

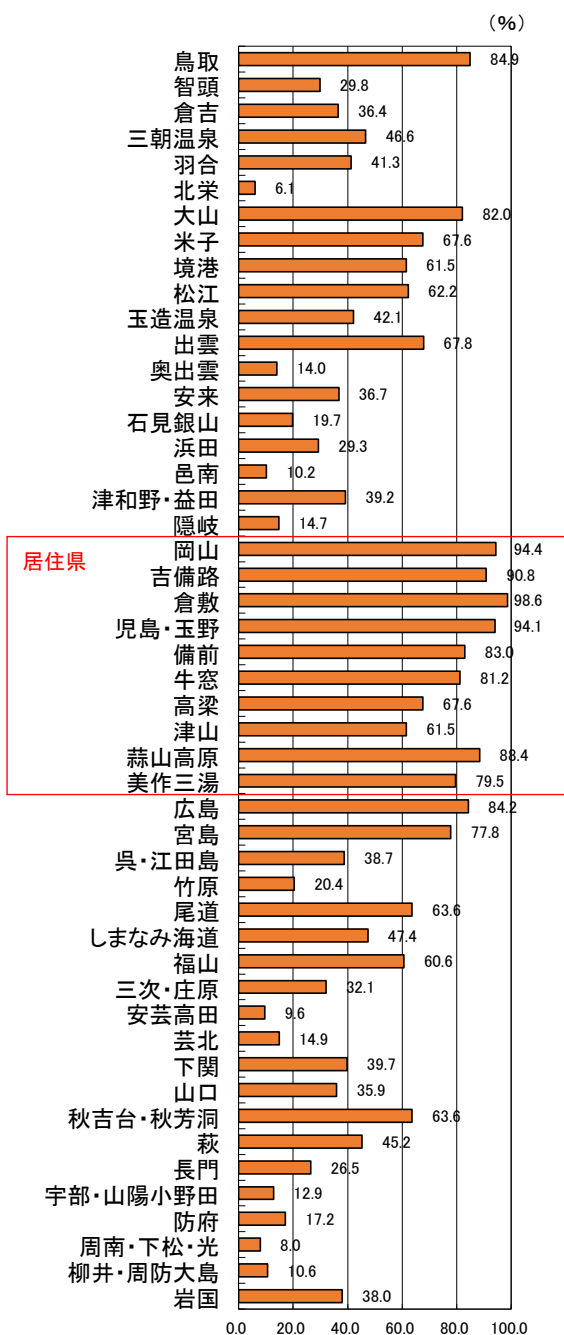


②居住県別の訪問率

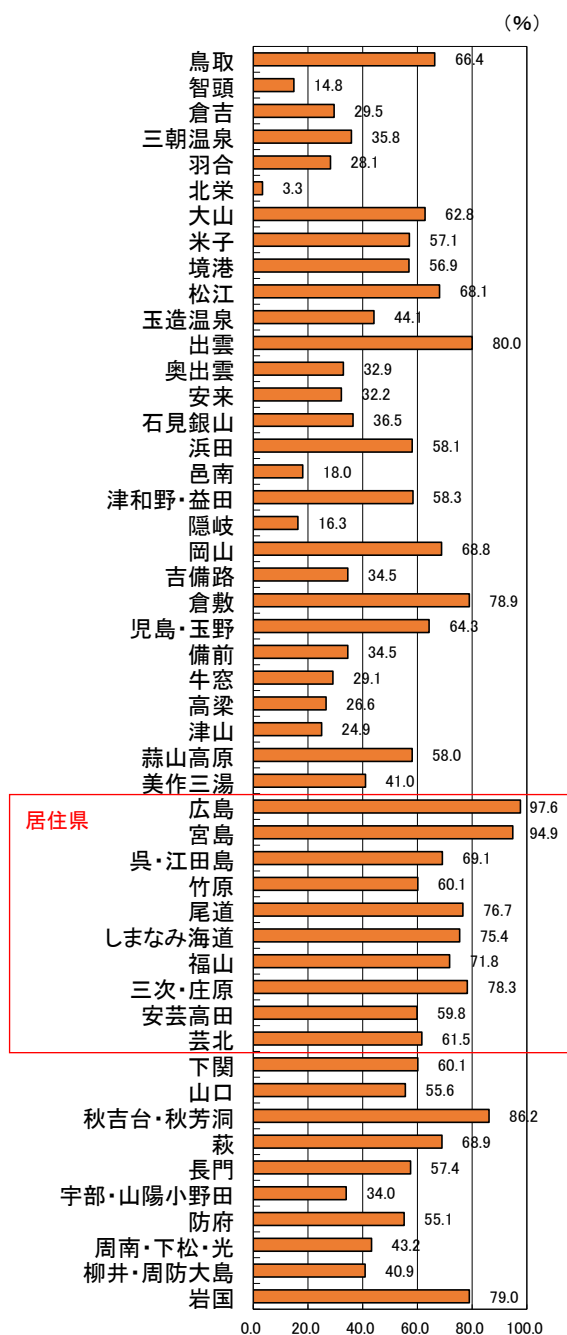
回答者の居住県別に見ると、居住県及び他県の近隣エリアの訪問率が高いほか、他県でも良く知られた観光地の訪問率が高くなっている。各県内の訪問率の詳細を見ると、山口県在住者は県内各エリアの訪問率が7割以上と高く、多くの人が自県内観光地を訪れているのに対し、他の4県では県内の有名観光地への訪問率は高い一方、訪問率があまり高くないエリアもあり、まずは地元の人を訪れるような取り組みが期待される。



訪問率(岡山県在住者)
(行ったことがある／全体)(n=150)

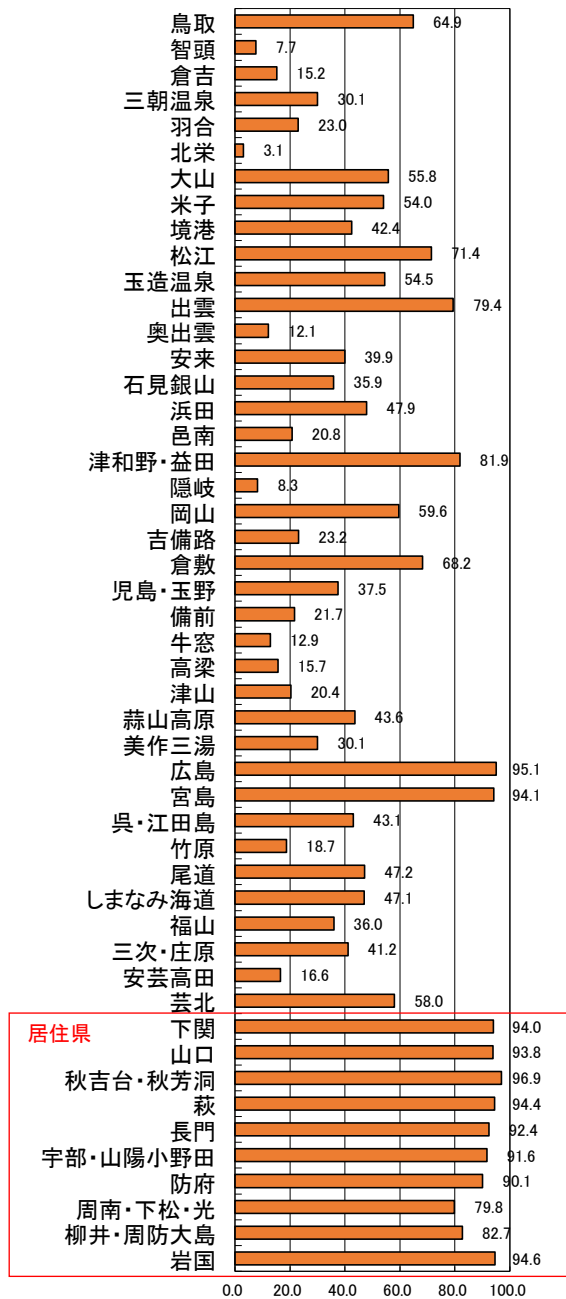


訪問率(広島県在住者)
(行ったことがある／全体)(n=150)



訪問率(山口県在住者)
(行ったことがある/全体)(n=150)

(%)



山口県在住者は
県内エリアの訪
問率が高い傾向

↓
どのエリアも
魅力がある

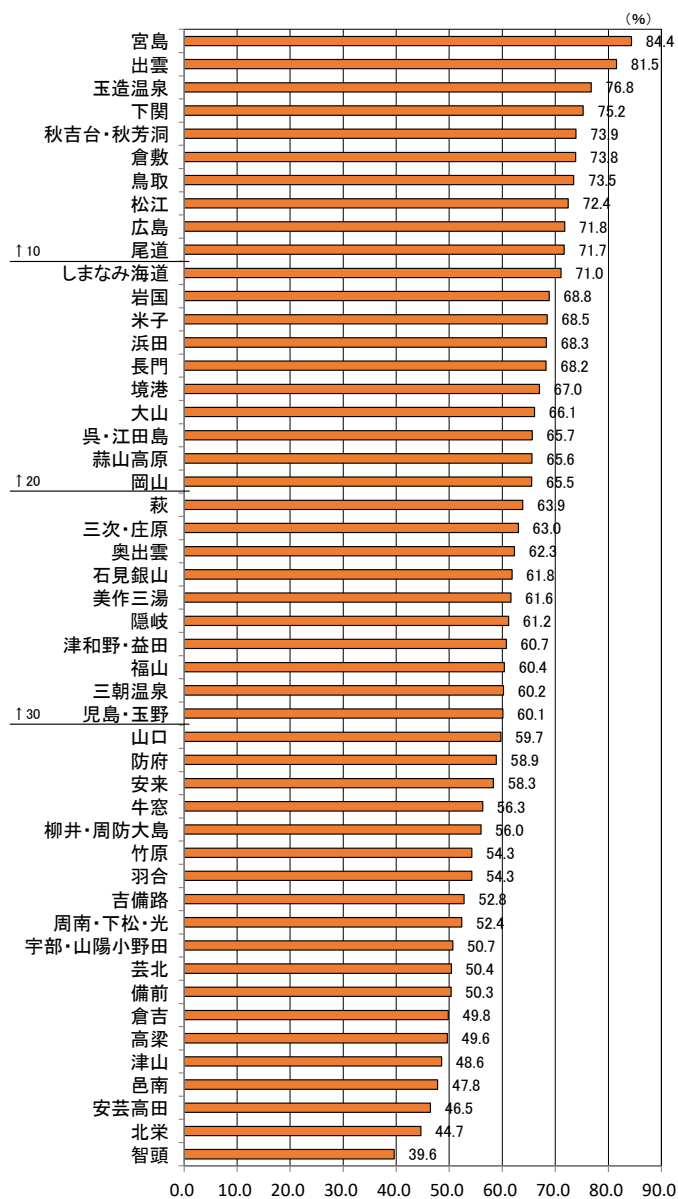
4) 訪問ニーズ、リピート希望率、訪問希望率

①訪問ニーズ

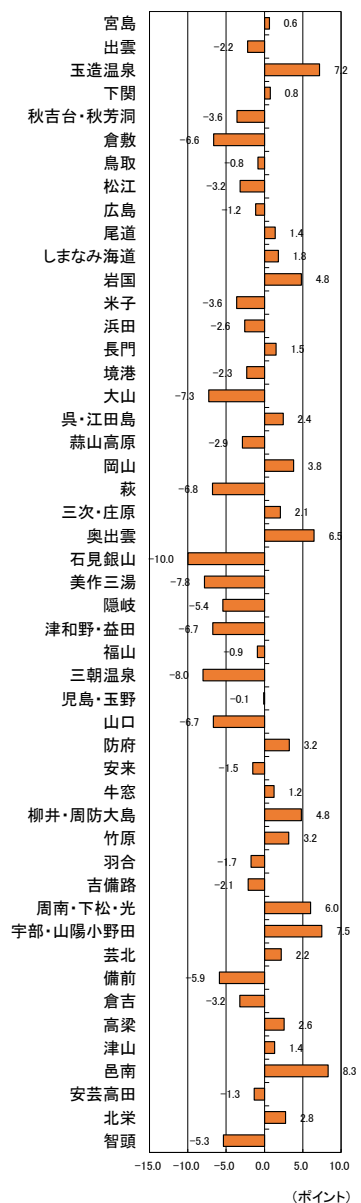
回答者全体のうち、「行ってみたい」と回答した人（「行ったことがありまた行ってみたい（リピート希望率）」及び「行ったことはないが行ってみたい（訪問希望率）」の合計：訪問ニーズ）の割合は、宮島、出雲が8割以上となっている。全体の7割以上が「行ってみたい」と回答した観光エリアは11エリア、5割以上の回答は42エリアとなっており、多くの観光エリアで過半数の人が今後の訪問を希望している。

2020年 訪問ニーズ（行ってみたい人の割合）（n=750）

（行ったことがありまた行ってみたい＋行ったことがないが行ってみたい）／全体

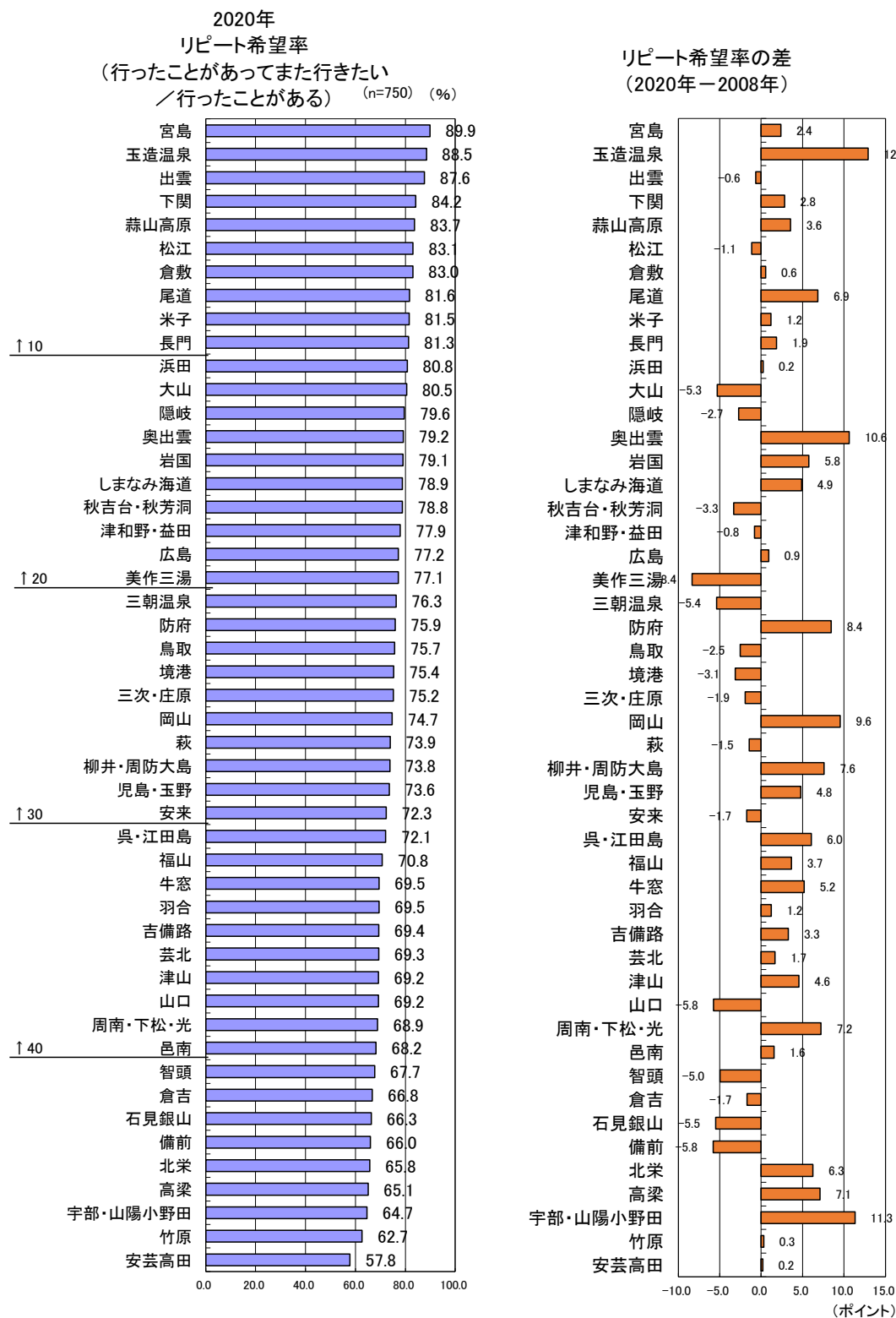


訪問ニーズの差（2020年－2008年）



②リピート希望率

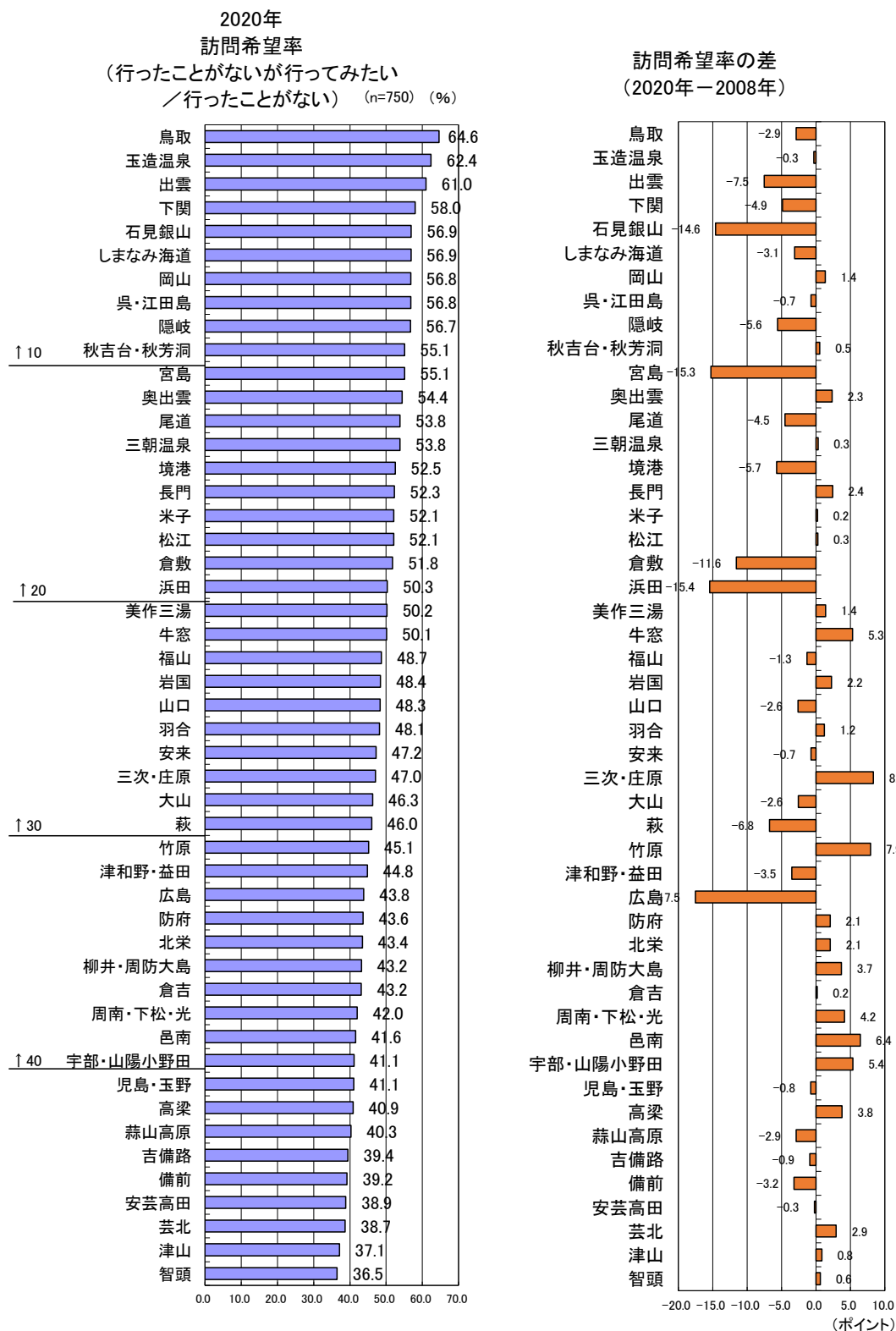
行ったことがある人のうち、また行きたいと回答した人の割合（リピート希望率）が特に高かったのは、宮島、玉造温泉、出雲などであった。上位 32 番目までの観光エリアが 7 割以上のリピート希望となっており、各地域とも訪問満足度が高くなっている。



③訪問希望率

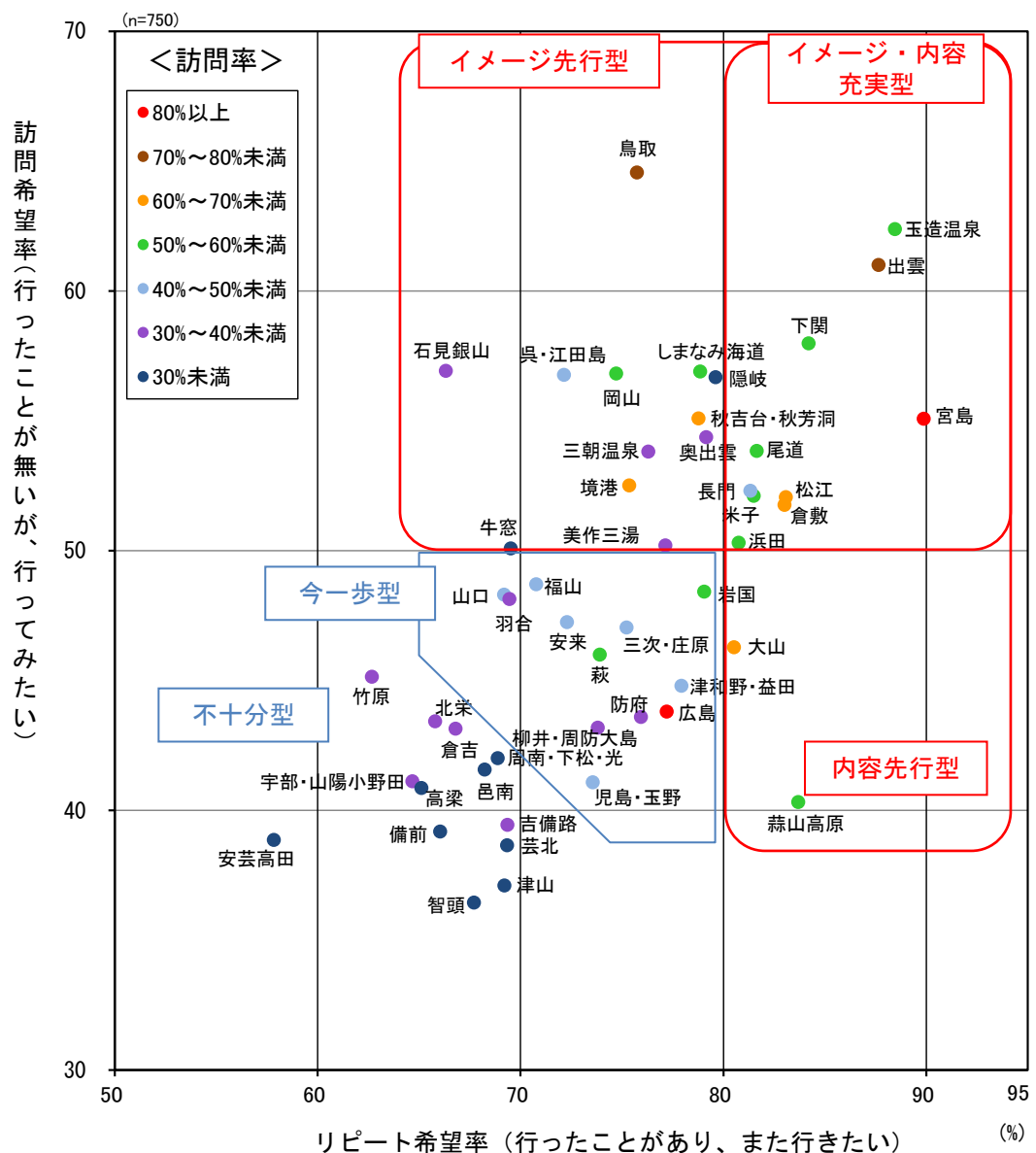
行ったことがない人のうち、行ってみたいと回答した人の割合（訪問希望率）については、鳥取、玉造温泉、出雲、下関、石見銀山、しまなみ海道などがあがっている。

2008年調査と比較するとリピート希望率は31観光エリアで増加しているが、訪問希望率は24観光エリアでの増加にとどまった。



④リピート希望率、訪問希望率によるエリア評価

リピート希望率と訪問希望率のどちらも高い観光エリア（イメージ・内容充実型）としては、玉造温泉、出雲、下関、宮島等が挙げられる。また、鳥取、石見銀山、呉・江田島、岡山、しまなみ海道等は訪問希望率が高いイメージ先行型、蒜山高原、大山はリピート希望率が高い内容先行型と言える。



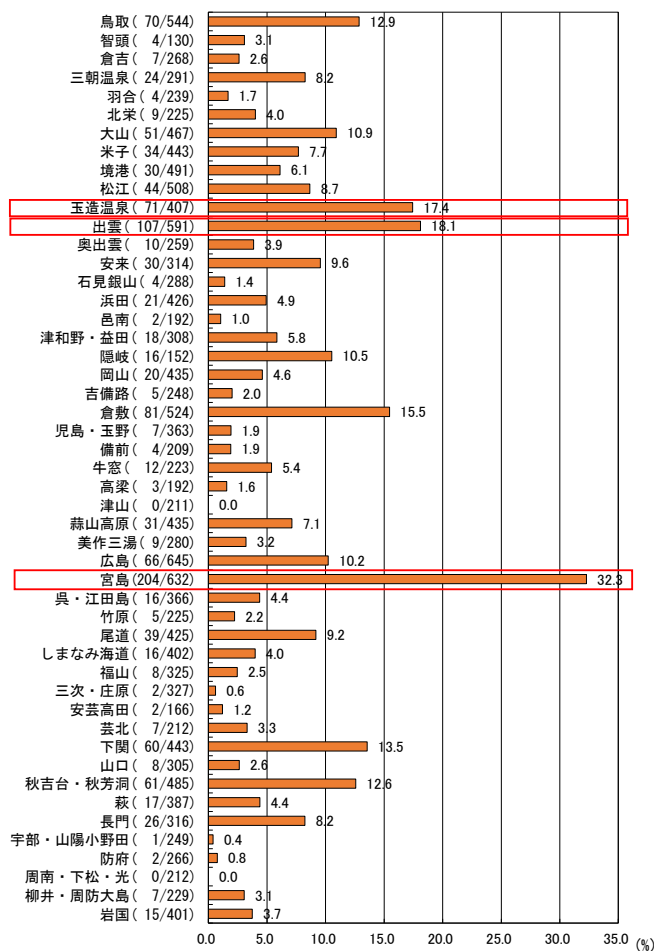
5) 満足度

①特に満足度の高い観光エリア

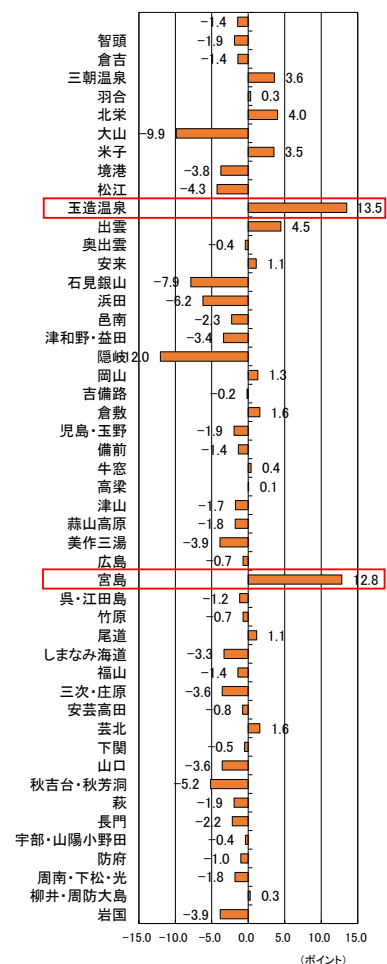
「行ったことがあり、また行ってみたい」と回答した観光エリアの中から、「とても良かった、感動したからもう一度行ってみたい」エリアを2つまで選んでいただいた。各観光エリアごとの選択割合は以下の図の通りである。宮島(32.3%)、出雲(18.1%)、玉造温泉(17.4%)の3地域が高く、次いで倉敷、下関、鳥取などの評価が高い。2008年調査結果と比較すると、玉造温泉、宮島の伸びが大きい。

2020年 満足度：訪れた人の評価が高い観光エリア
「とても良かった、感動したからもう一度行ってみたい」

※「行ったことがあり、また行ってみたい」と回答した観光エリアの中から、「とても良かった、感動したからもう一度行ってみたい」エリアを2つまで選んでいただいた。
※エリア名後のカッコ内数値は「もう一度行きたい人数/行ったことがある人」の実数。グラフ内数値は%。



満足度の差 (2020年－2008年)

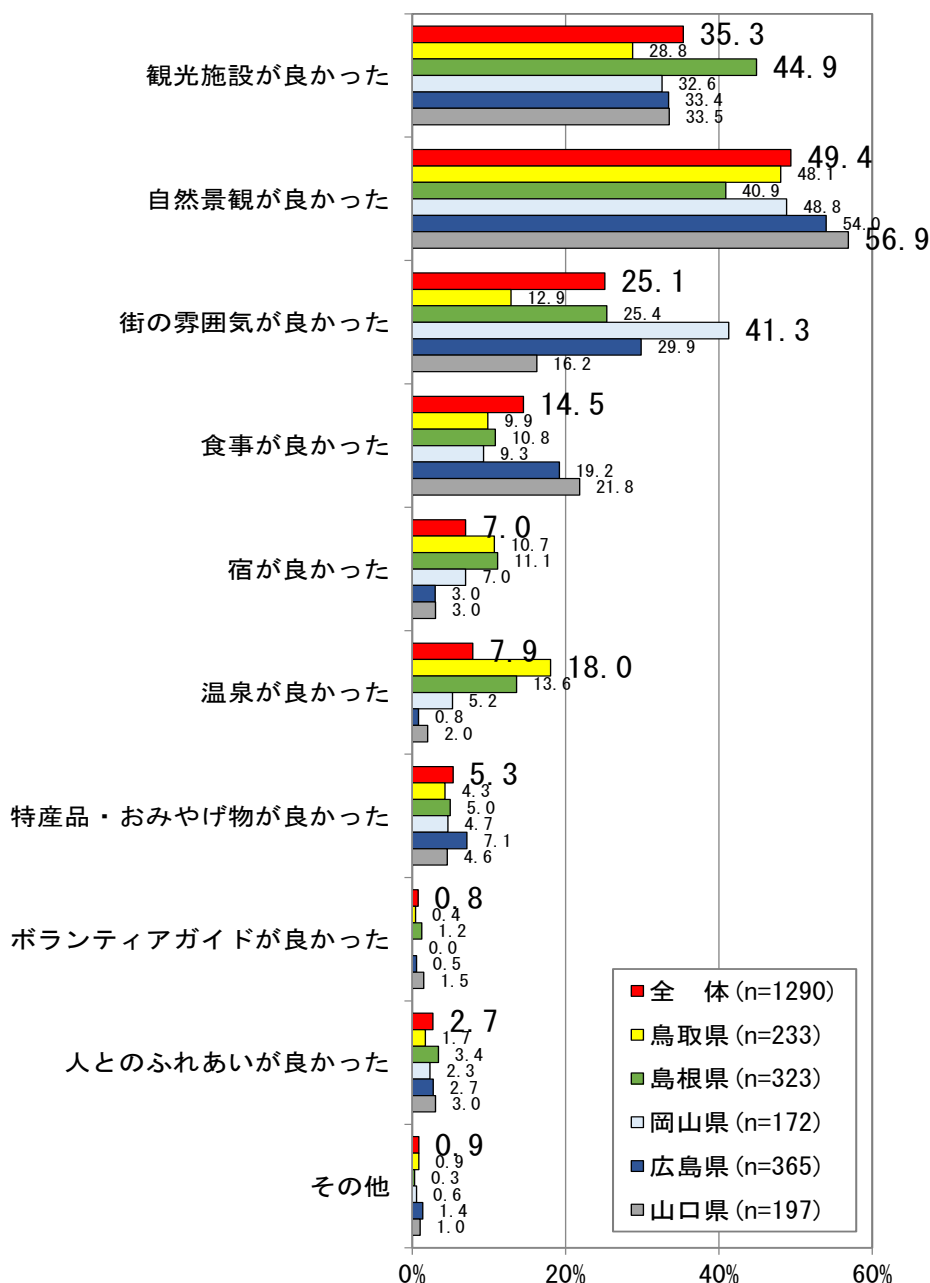


②特に満足度が高い理由

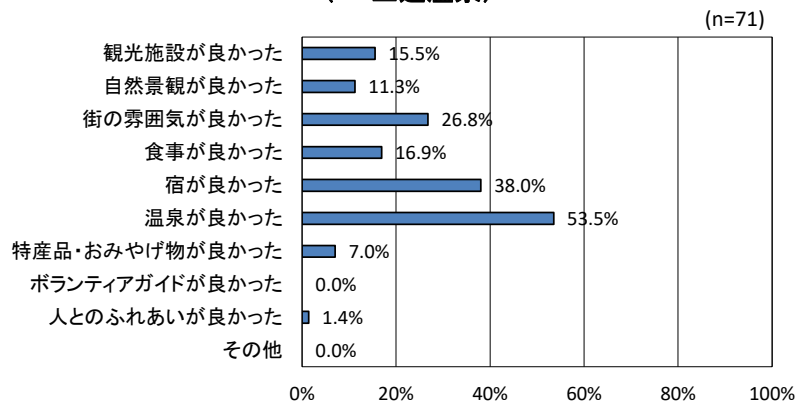
①で選択した特に満足度の高い観光エリアについて「とても良かった、感動した」内容を2つまで聞いたところ、「自然景観が良かった」という回答が最も多く、全体では5割程度となっている。県別にみると、鳥取県では「温泉が良かった」、島根県は「観光施設が良かった」、岡山県では「街の雰囲気が良かった」、山口県では「自然景観が良かった」という評価が他県よりも相対的に多いことが特徴といえる。また広島県については「温泉が良かった」という評価が0.8%と極端に低い。

前項で評価の高かった玉造温泉、出雲、宮島について詳しくみると、玉造温泉は温泉と宿、出雲は観光施設と自然景観、宮島は自然景観の評価が高く、それぞれの観光エリアの特色がリピートを生み出す要因となっていることがわかる。

とても良かった、感動した内容（県別集計）



「とても良かった、感動した」内容
(11.玉造温泉)



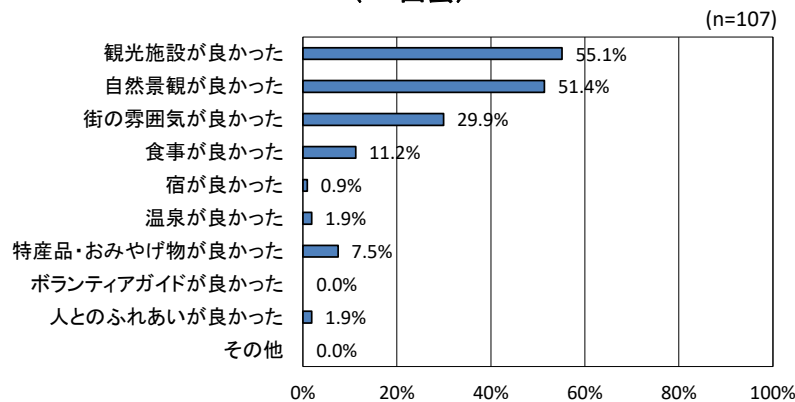
「とても良かった、感動した」

具体的内容

(11. 玉造温泉)

温泉	43
街並み・景観	10
宿	5
食事	5
その他（寺社、観光施設など）	10

「とても良かった、感動した」内容
(12.出雲)



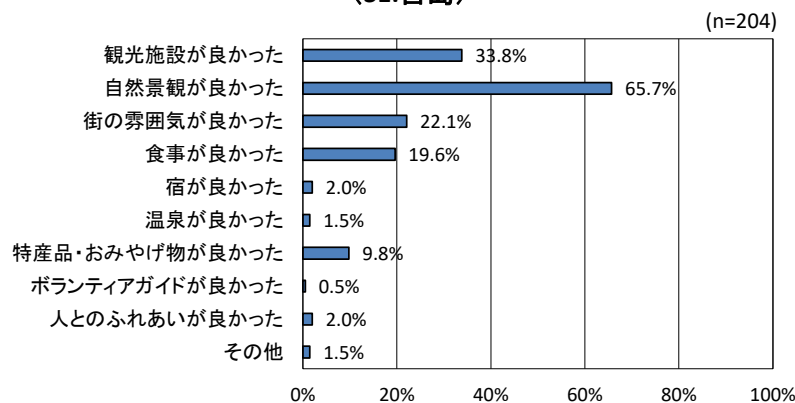
「とても良かった、感動した」

具体的内容

(12. 出雲)

出雲大社	48
雰囲気・景観	18
食事	7
日御碕灯台	3
街並み	3
その他（歴史、環境、出雲古代歴史博物館など）	25

「とても良かった、感動した」内容
(31.宮島)



「とても良かった、感動した」

具体的内容

(31. 宮島)

厳島神社	56
景観・街並み	53
食事・牡蠣	24
鹿	17
雰囲気	15
弥山	12
海	9
みやじマリン	7
その他（世界遺産、お土産、花火大会、歴史、船など）	29

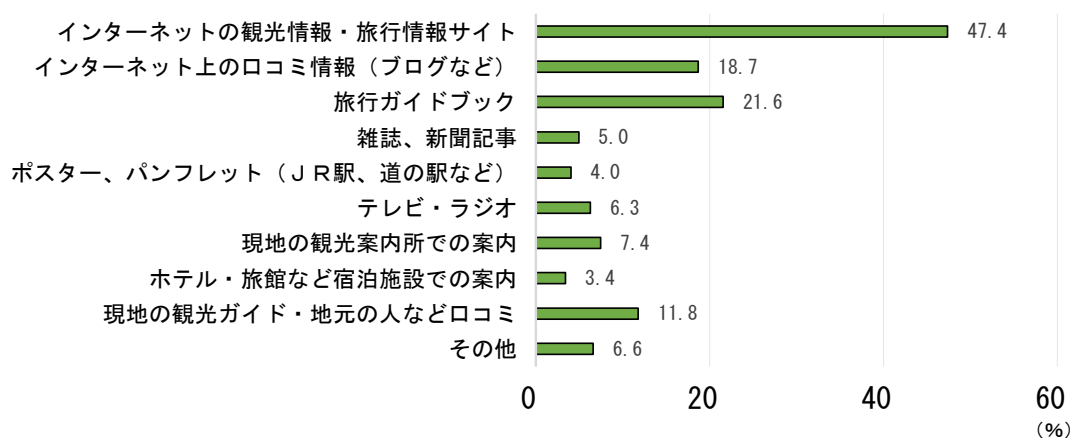
③役に立った情報源

①で選択した特に満足度の高い観光エリアについて役に立った情報源を2つまで聞いたところ、「インターネットの観光情報・旅行情報サイト」という回答が最も多く5割程度となり、「インターネット上の口コミ情報（ブログなど）」という回答も合わせると7割程度となった。年代が若くなるほどインターネットの活用が多くなる傾向がみられる。WEBアンケートであり、回答者のインターネット利用率が比較的高いサンプルであることを反映した結果と考えられる。

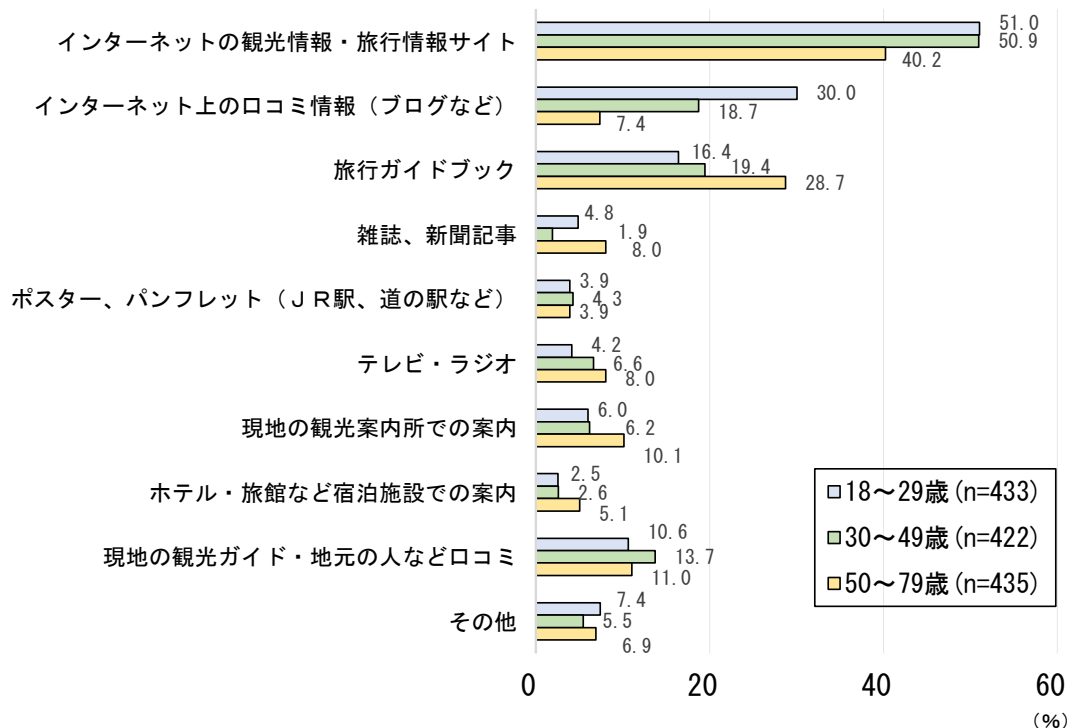
インターネットの活用に次いで多いのが「旅行ガイドブック」で、特に50～79歳ではその割合が高くなっている。

特に満足度の高いエリアの観光の際に役にたった情報源

(全体、n=1290)



(年代別集計)



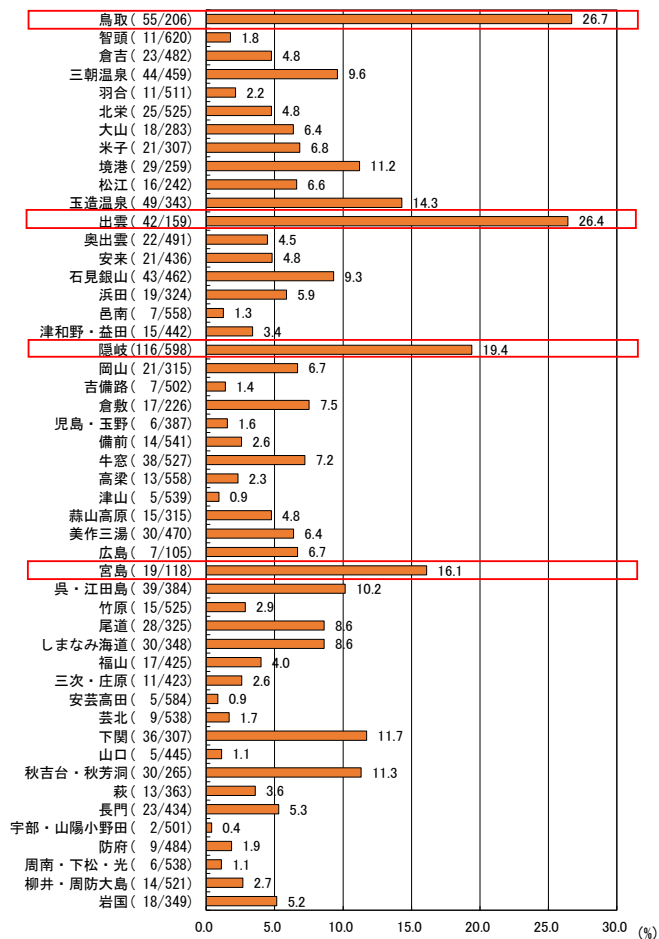
6) 期待度

①特に期待度の高い観光エリア

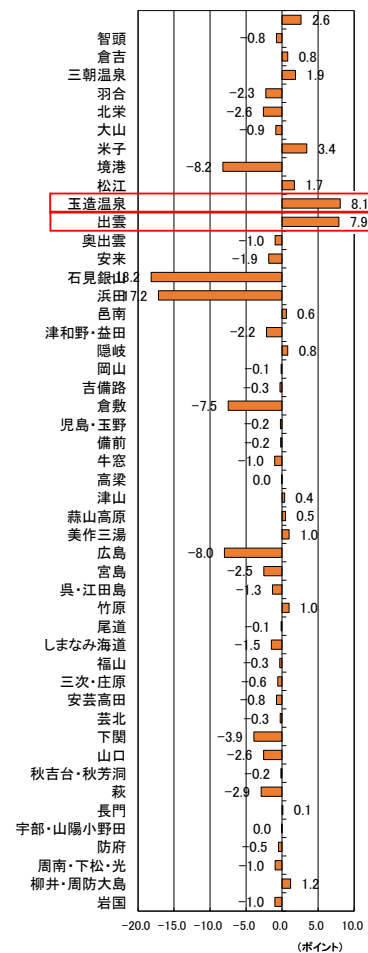
「行ったことがないが行ってみたい」と回答した観光エリアの中から、「是非行ってみたい」エリアを2つまで聞いた。観光エリアごとの選択割合は以下の図の通りである。鳥取(26.7%)、出雲(26.4%)、隠岐(19.4%)、宮島(16.1%)の4地域が高く、次いで玉造温泉、下関、秋吉台・秋芳洞、境港などの評価が高い。2008年調査結果と比較すると、玉造温泉、出雲の伸びが大きい。

2020年 期待度：訪れたことの無い人の評価が高い観光エリア
「行ったことがないが、是非行ってみたい」

※「行ったことがないが、行ってみたい」と回答した観光エリアの中から、「是非行ってみたい」エリアを2つまで選んでいただいた。
※エリア名後のカッコ内数値は「是非行ってみたい人数/行ったことが無い人」の実数。グラフ内数値は%。



期待度の差(2020年－2008年)

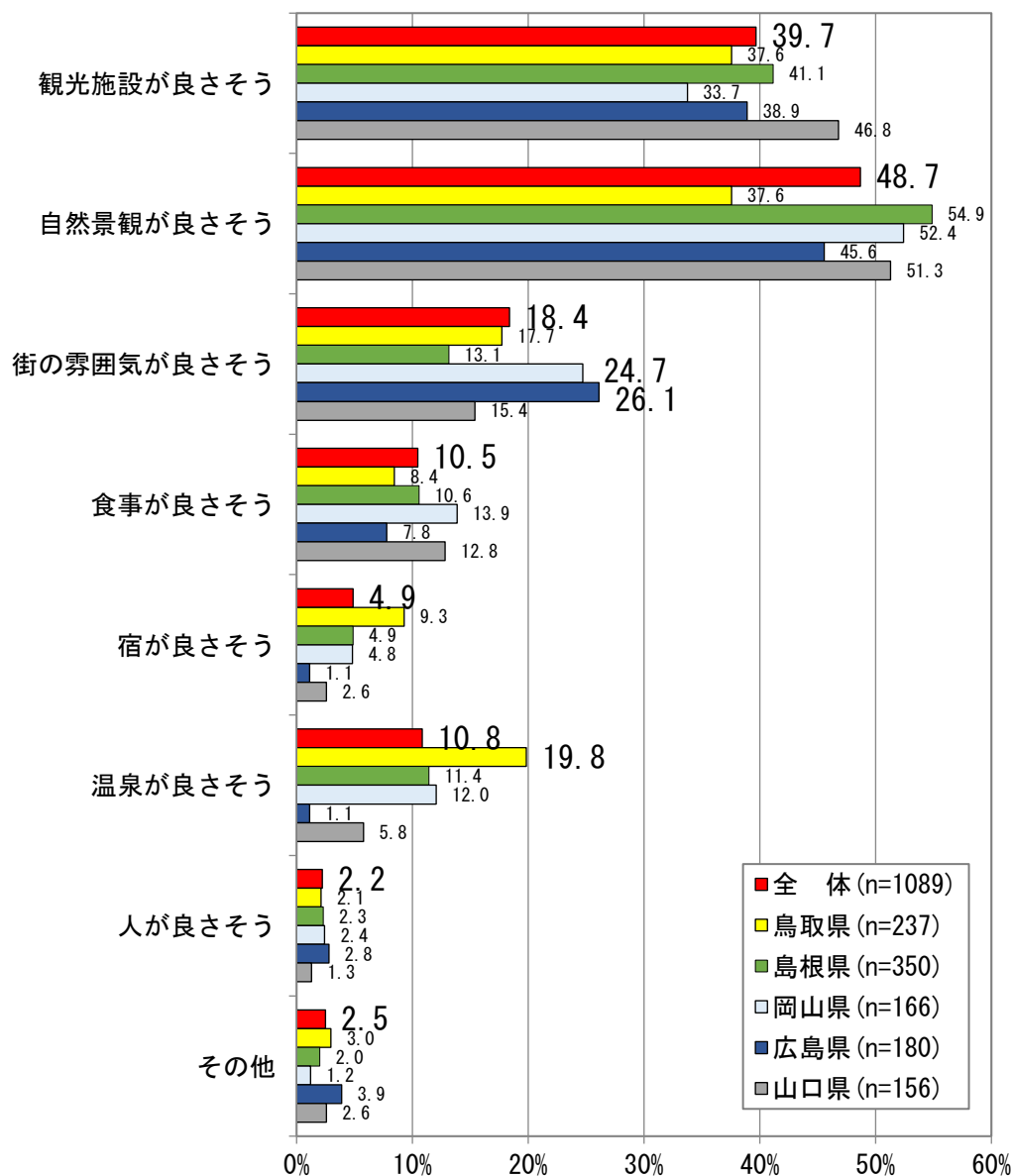


②特に期待度が高い理由

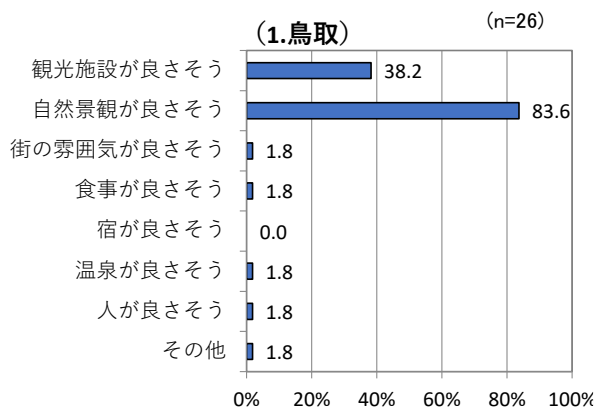
①で選択した特に期待度の高い観光エリアについて、「是非行ってみたい理由」を2つまで聞いたところ、「自然景観が良さそう」がもっとも多く、次いで「観光施設が良さそう」となっている。県別にみると、鳥取県は「温泉が良さそう」岡山県と広島県では「街の雰囲気良さそう」が全体を上回っている。

前項で評価の高かった鳥取、出雲、隠岐、宮島の4地域について理由を詳しくみると、鳥取では「砂丘」、隠岐は「海」や「景色」という回答が多く「自然景観が良さそう」が多い結果につながった。出雲は「出雲大社」、宮島は「厳島神社」での評価が高く「観光施設が良さそう」という回答につながった。

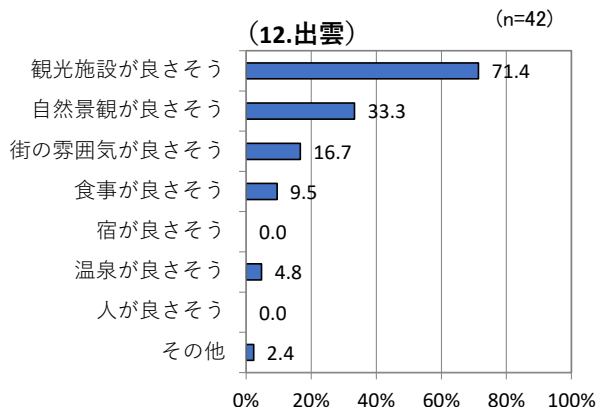
「行ったことがないが、是非行ってみたい」と思う理由（県別集計）



「是非行ってみたい」と思う理由



「是非行ってみたい」と思う理由



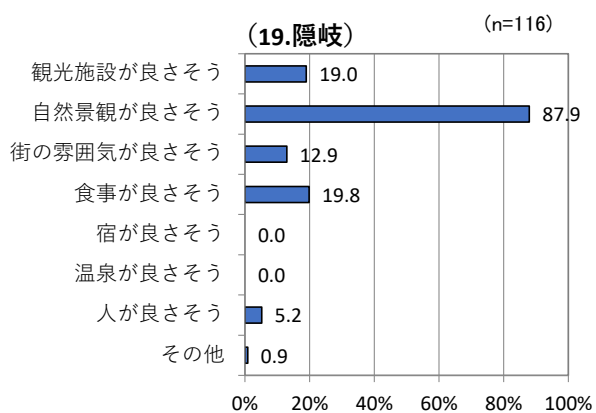
「是非行ってみたい」と思う具体的な理由(鳥取)

砂丘	33
自然・景観	14
その他(砂の博物館、食事など)	9

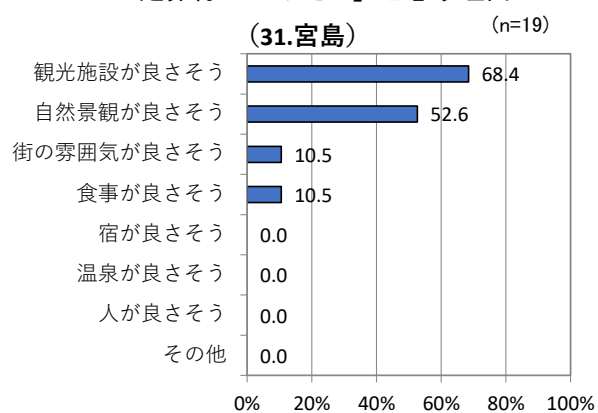
「是非行ってみたい」と思う具体的な理由(出雲)

出雲大社	23
雰囲気	4
歴史	2
その他(出雲空港、有名だからなど)	12

「是非行ってみたい」と思う理由



「是非行ってみたい」と思う理由



「是非行ってみたい」と思う具体的な理由(隠岐)

自然(自然、海、夕日)	46
島、景観	28
食事	8
歴史	7
船、釣り	7
その他(離島、マラソンなど)	24

「是非行ってみたい」と思う具体的な理由(宮島)

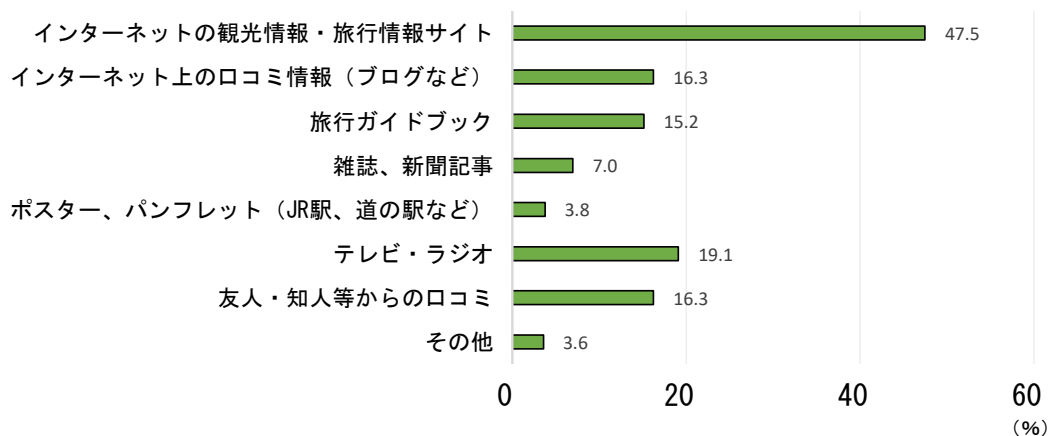
厳島神社	6
景色・景観	4
その他(世界遺産、みやじマリン、食事など)	8

③イメージ形成の情報源

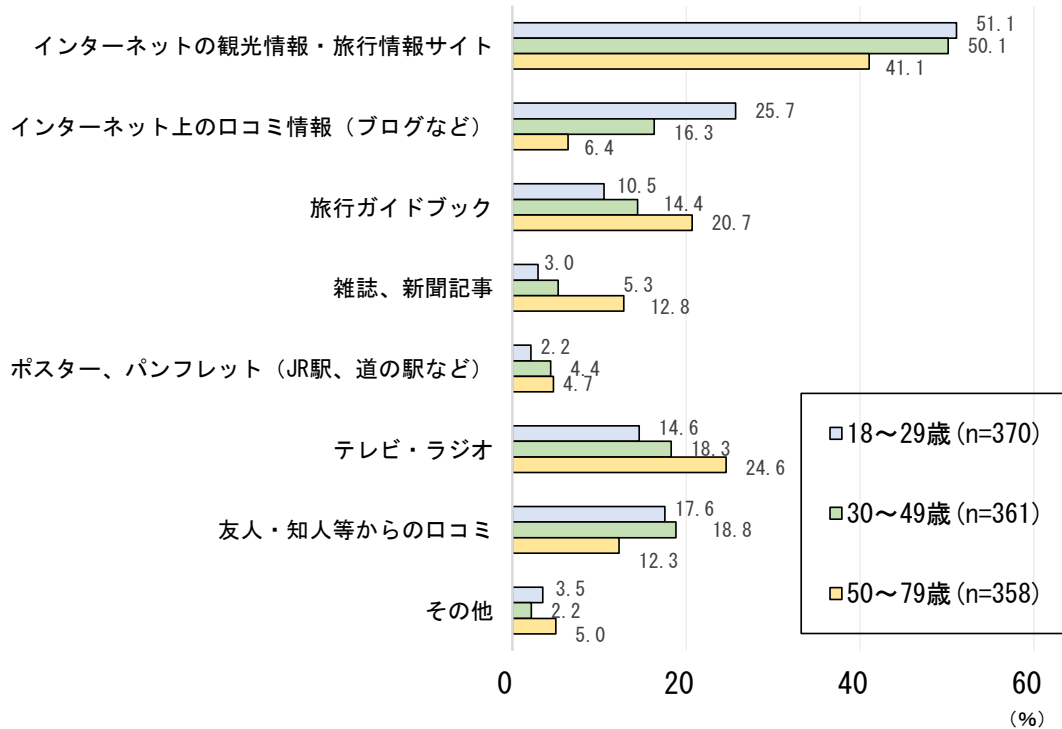
①で選択した特に期待度の高い観光エリアについて、そのイメージを形成した情報源を2つまで聞いたところ「インターネットの観光情報・旅行情報サイト」が全体、年代別いずれでも最も高かった。「インターネット上の口コミ情報」も合わせると全体で半数以上がインターネット情報を活用しているが、50～79歳ではインターネットの活用が5割を切り、「テレビ・ラジオ」「旅行ガイドブック」の割合が高くなっている。

「是非行ってみたい」というイメージを形成した情報源

(全体、n=1089)

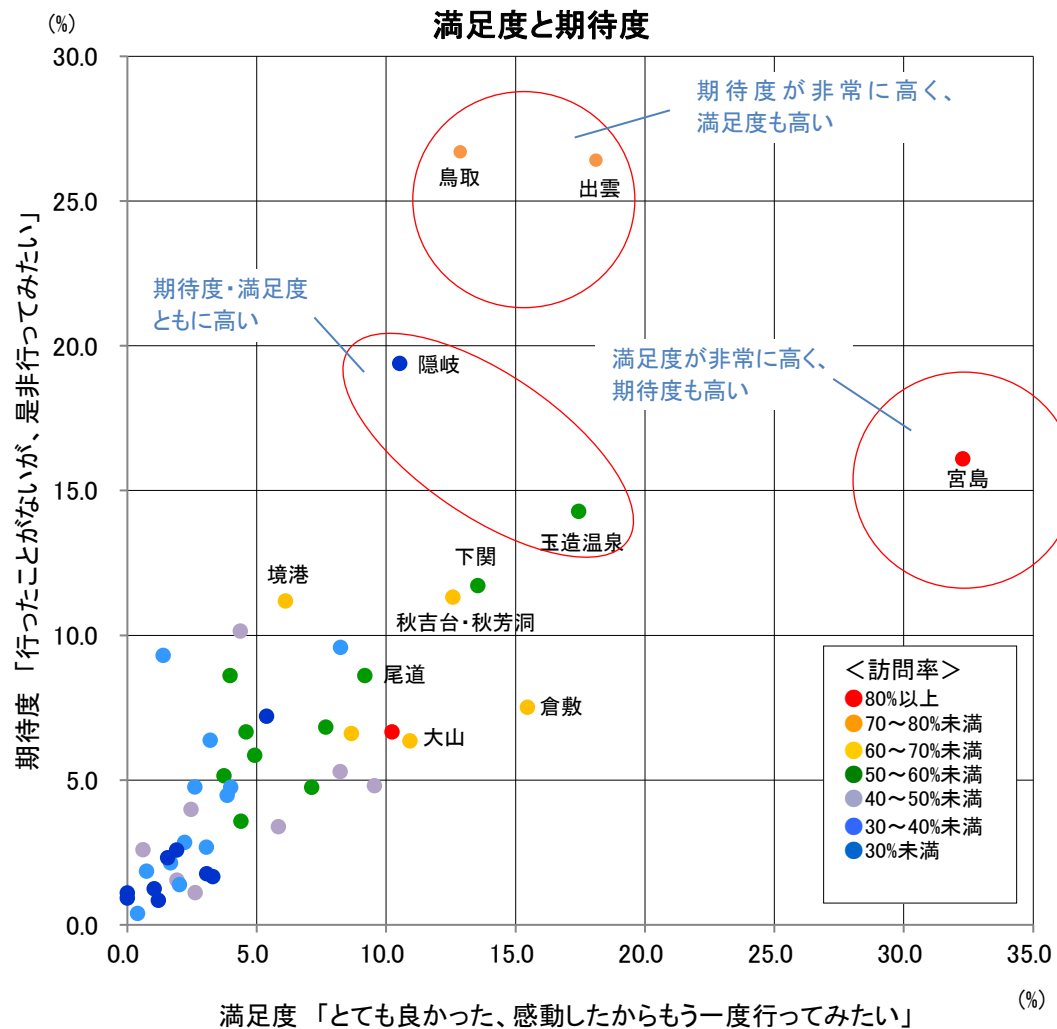


(年代別集計)



7) 満足度と期待度

前述した特に満足度と期待度の高いエリアについて、その関係を見ると以下の図のようになる。なお、下図において同程度に位置している場合でも、訪問率の違いにより対策が異なることに留意する必要がある。



3. 実態・魅力度調査まとめ

1) 中国地方の観光地の実態とイメージ

①訪問率

広島、宮島、出雲、鳥取の訪問率が高い。2008 年度調査に比べ、10 ポイント以上増加したのは北栄、しまなみ海道、呉・江田島。各県とも自県内の訪問率が高いが、山口県は特にその傾向が強い。

中国地方在住者が訪問している中国地方内の地域として、広島、宮島が 8 割超、出雲、鳥取が 7 割超と高くなっている。2008 年調査に比べて訪問率が伸びたのは北栄、しまなみ海道、呉・江田島等となっている。北栄は、訪問率は低いものの伸び率が高く、2007 年 3 月にオープンした青山剛昌ふるさと館等が要因と想定される。

居住県別に訪問率をみると、各県とも自県内の地域の訪問率が比較的高くなるが、山口県ではその傾向が顕著に表れており、山口県在住者は同県内全地域に対して 7 割以上の訪問率となっている。この傾向は 2008 年度調査でも同様であり、山口県内の各地域の魅力が地元浸透していることが要因といえる。

②訪問ニーズ

今後の中国地方内の訪問ニーズは高く、特に宮島、出雲の 2 地域は、2008 年調査に引き続き中国地方在住者の 8 割以上が「また行きたい／行ってみたい」と回答。

中国地方内で設定した 49 の観光エリアのうち、42 エリア（2008 年調査では 34 エリア）について、中国地方在住者の過半数が「行ってみたい（行ったことがある、また行ってみたい、行ったことないが行ってみたい）」と回答していることから、今後の中国地方内の訪問ニーズは高いと言える。特に、宮島、出雲の 2 地域については 2008 年調査に引き続き 8 割以上の人が「行ってみたい」と回答しており、継続して人気が高いことがわかった。

③リピート希望率

2008 年調査と比較して全体的にリピート希望率は上昇しており、中国地方の観光エリアのリピート希望率は、49 地域全てで過半数。特に評価が高い地域は宮島、玉造温泉、出雲。

観光エリアの満足度を示す『行ったことがある人のうち「また行ってみたい」人の割合（リピート希望率）』は、全ての観光エリアで 5 割以上となっており、32 エリアで 7 割以上となるなど、全体的に満足度は高いことがわかった。リピート希望率が高い地域としては、宮島(89.9%)、玉造温泉(88.5%)、出雲(87.6%)等が上位に挙げられている。

2008 年調査と比較してリピート希望率が高くなった地域として、玉造温泉、宇部・山陽小野田、奥出雲の3地域が10ポイント以上増加となっている。

④訪問希望率

リピート希望率と比べると全体的に低い。「行ったことがないが行ってみたい」というイメージの良い場所は鳥取、玉造温泉、出雲。

観光エリアのイメージの良さを示す『行ったことがない人のうち「行ってみたい」人の割合（訪問希望率）』をみると、60%以上は鳥取(64.6%)、玉造温泉(62.4%)、出雲(61.0%)の3エリアとなっており、リピート希望率と比べると全体的に低い数字となっている。

2) 特に評価の高い観光エリアの要因把握

①「行ったことがある」人の特に満足度が高い要因

「とても良かった、感動したからもう一度行ってみたい」地域は、宮島、出雲、玉造温泉。中国地方の観光地の評価要因は「自然景観」が約半数。

「行ったことがあり、もう一度行ってみたい」と回答した観光エリアの中から「とても良かった、感動したからもう一度行ってみたい」観光エリアを2つまで選択いただいたところ、宮島(32.3%)が突出して高く、出雲(18.1%)、玉造温泉(17.4%)が続いている。選択理由を見ると、全体では「自然景観が良かった」を挙げた人が約半数となった。観光エリアごとの選択理由では、宮島は自然景観、出雲は観光施設や自然景観、玉造温泉では温泉や宿泊施設が挙げられており、それぞれの特徴が評価され、リピートにつながっていることがわかる。

②「行ったことがない」人の特に期待度の高い要因

行ったことがない人は、世界遺産、海、鳥取砂丘など、インターネットやテレビの情報により良いイメージを形成。

「行ったことがないが行ってみたい」と回答した訪問希望の観光エリアの中から「是非行ってみたい」観光エリアを2つまで選んでいただいたところ、鳥取(26.7%)、出雲(26.4%)の2エリアが高く、次いで隠岐(19.4%)、宮島(16.1%)、玉造温泉(14.3%)が上位に挙げられた。

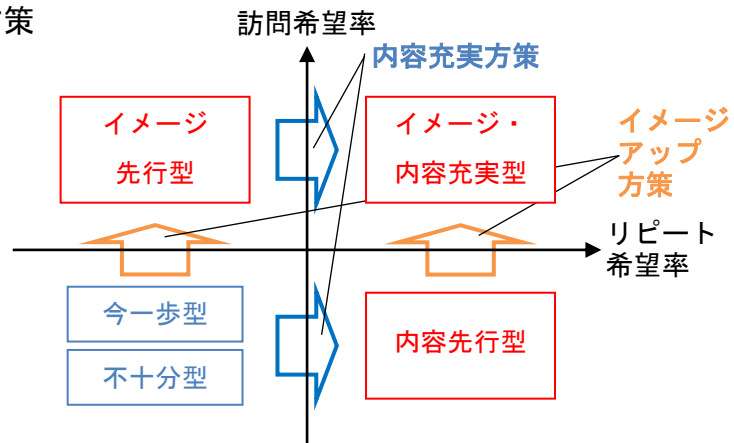
選択理由として、鳥取は砂丘、出雲は出雲大社、隠岐は自然等のイメージが広く知れ渡っていることがわかる。

「行ってみたい」というイメージを持った情報源について、全回答を総合すると「インターネットの観光情報・旅行情報サイト」が約半数と最も多くなっている。「テレビ・ラジオ」が19.1%、「友人・知人等からの口コミ」、「インターネット上の口コミ情報」という口

口コミ情報を情報源とする回答がそれぞれ 16.3%となっており、「人から聞いた」という情報も効果的といえる。

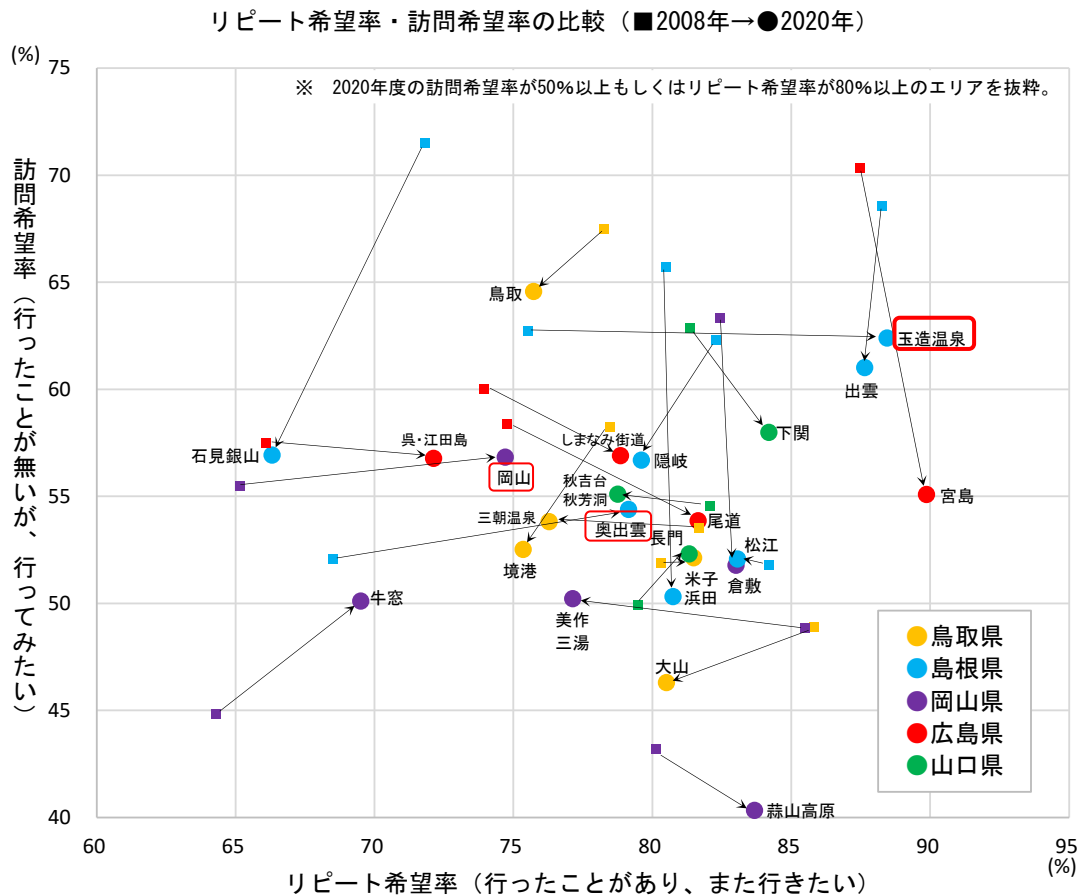
3) 観光地の魅力度向上方策

リピート希望率と訪問希望率の関係図より、観光エリアのタイプを分けると右図のようになる。これらの各タイプの調査結果を分析し、観光地の魅力度を高めるための内容充実方策及びイメージアップ方策を検討する。



①評価の経年変化を踏まえた内容充実（満足度向上）方策の検討

地域全体で観光振興に取り組むことにより、観光客の満足度を向上させ、リピート希望率を高める。



リピート希望率や満足度が高いエリアについて、上図の通り前回調査（2008 年）結果と比較し、各観光エリアの評価の変化を見ると、満足度評価の向上が顕著に表れているのは玉造温泉、奥出雲、岡山の3観光エリアである。そのうち、玉造温泉では2000年代前半には複数の旅館が廃業するなど観光地として危機的状況にあったが、2007年に地元旅館関係者を中心に「株式会社玉造温泉まちデコ」というまちづくり専門会社が設立され、地域団体商標の登録や歩行空間の整備等も並行して行われるなど、地域全体で温泉街の再興に取り組んだ成果として、観光客の満足度が高まったものと想定される。

②イメージアップ（期待度向上）方策の検討

コロナ禍において訪問希望が全体的に減少傾向。ターゲット年代別に情報発信媒体を使い分ける必要がある。

2008年調査に比べて宮島、倉敷、浜田、石見銀山等、訪問希望率が減少しているエリアが多いが、2020年の調査時期がコロナ禍において実施されたものであり、全体として旅行機運が高まっていない状況にあったものと考えられる。

そのような中、特に期待度が高い（行ってみたい観光地の中では是非行ってみたい）観光エリアとして鳥取、出雲、隠岐が挙げられており、地域の観光イメージが形成されているといえる。このようなイメージ形成の情報源を年齢別にみると、インターネット上の観光情報は各世代に活用されているが、50歳以上はテレビ・ラジオ、旅行ガイドブック、30歳未満はインターネット上の口コミ情報を活用しており、世代間で利用する情報媒体に差異があることが分かった。今後のイメージアップに向けて、ターゲット年代別に情報発信媒体を使い分ける必要がある。

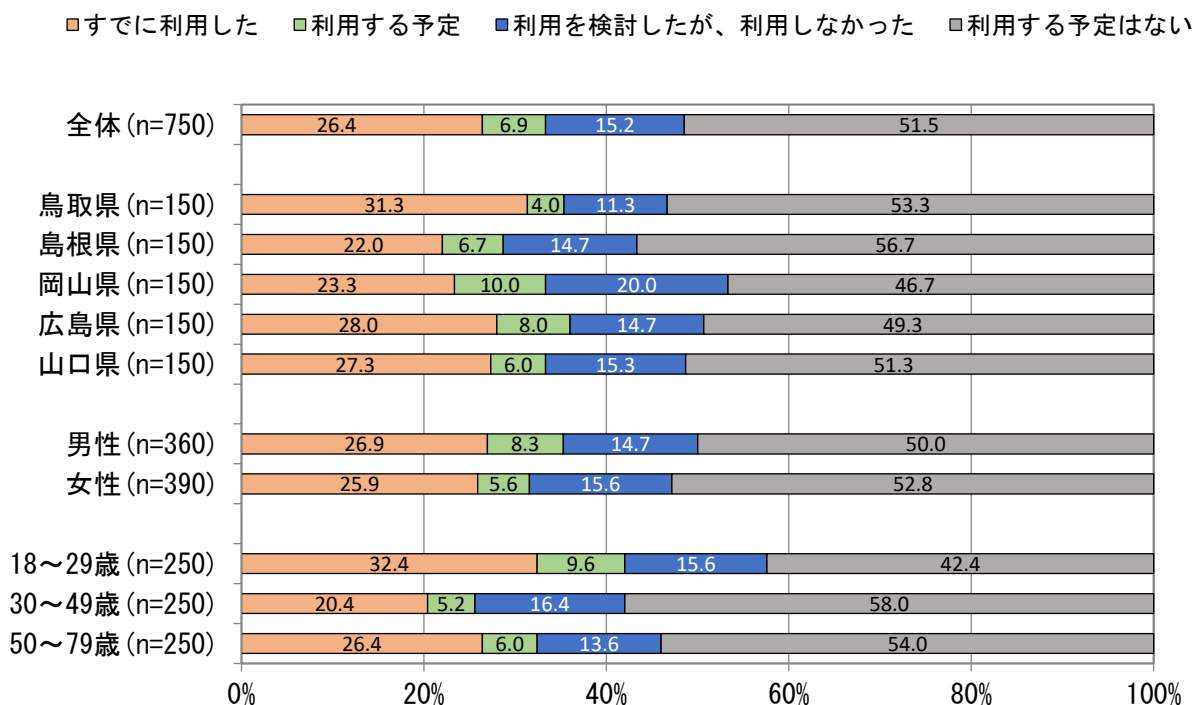
4. コロナ禍による旅行に対する意識変化調査

1) 「GoTo トラベルキャンペーン」

①「GoTo トラベルキャンペーン」の利用状況

政府の「GoTo トラベルキャンペーン」の利用状況を聞いた。「すでに利用した」人は27%程度であり、「利用する予定」の人を合わせても3割強程度であった。また5割程度は「利用する予定はない」との回答であった。地域別では鳥取県の利用率が最も高い。年代別に見てみると18～29歳の利用率が最も高かった。

「GoTo トラベルキャンペーン」利用状況



GoTo トラベル事業について（Goto トラベル事務局ウェブサイトから抜粋）令和3年2月22日時点（概要）

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の拡大の影響による、全国の旅行業、宿泊業とそれらの関連産業に対し、給付金による旅行商品等の割引と旅行先で利用できる地域共通クーポンの発行により、観光客の流れを取り戻し、消費を促すことで地域経済に波及効果をもたらすことを目的として実施。

（事業期間）

令和2年7月22日（水）から令和3年3月15日（月）

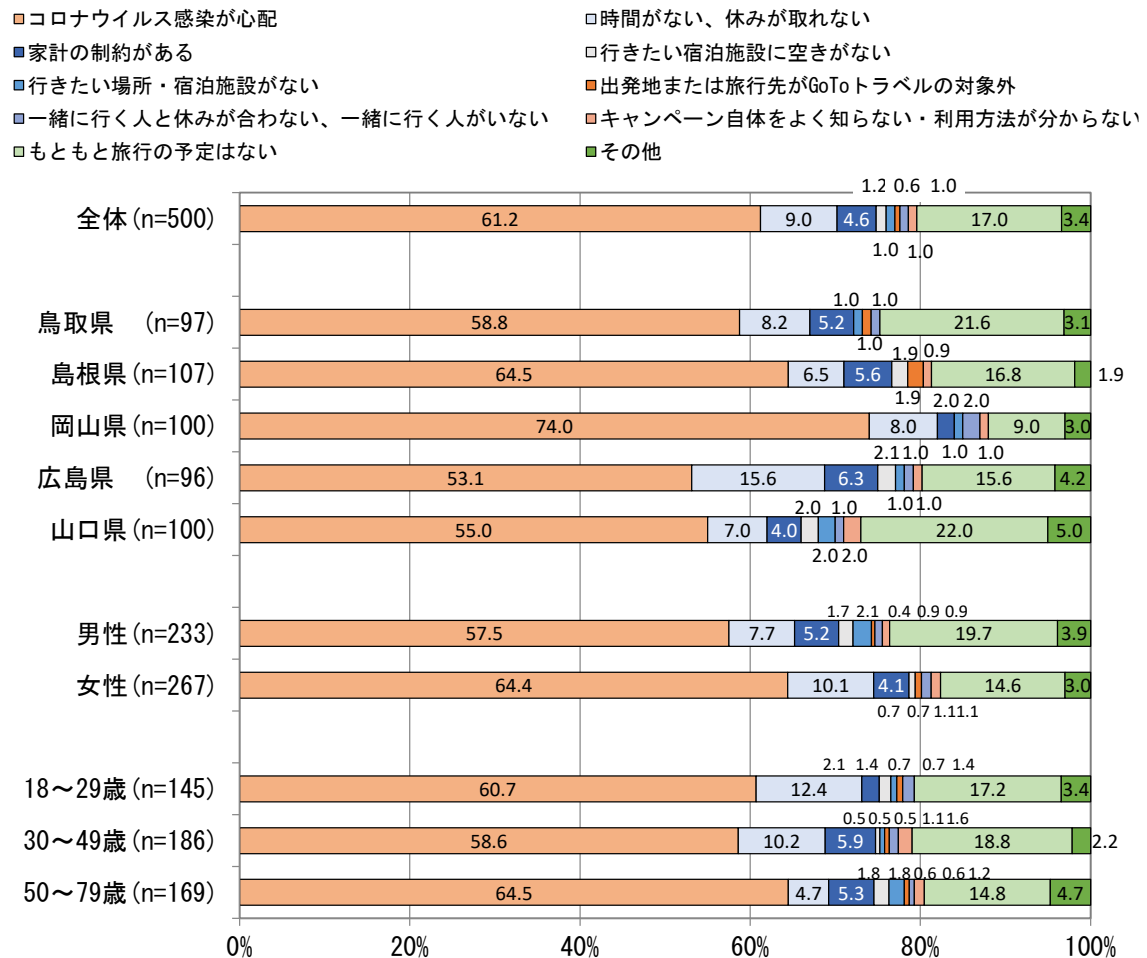
（その他）

新型コロナウイルス感染拡大により同事業は令和2年12月28日より全国で一時的に停止中。※本調査は一時的停止前に実施

②「GoToトラベルキャンペーン」を利用しなかった理由

「GoToトラベルキャンペーン」を利用していない理由を聞いたところ「コロナウイルス感染が心配」という回答が6割程度と最も多く、男女別では女性、年代別では50～79歳の割合が高かった。以下、「もともと旅行の予定はない」、「時間が無い、休みが取れない」と続いている。

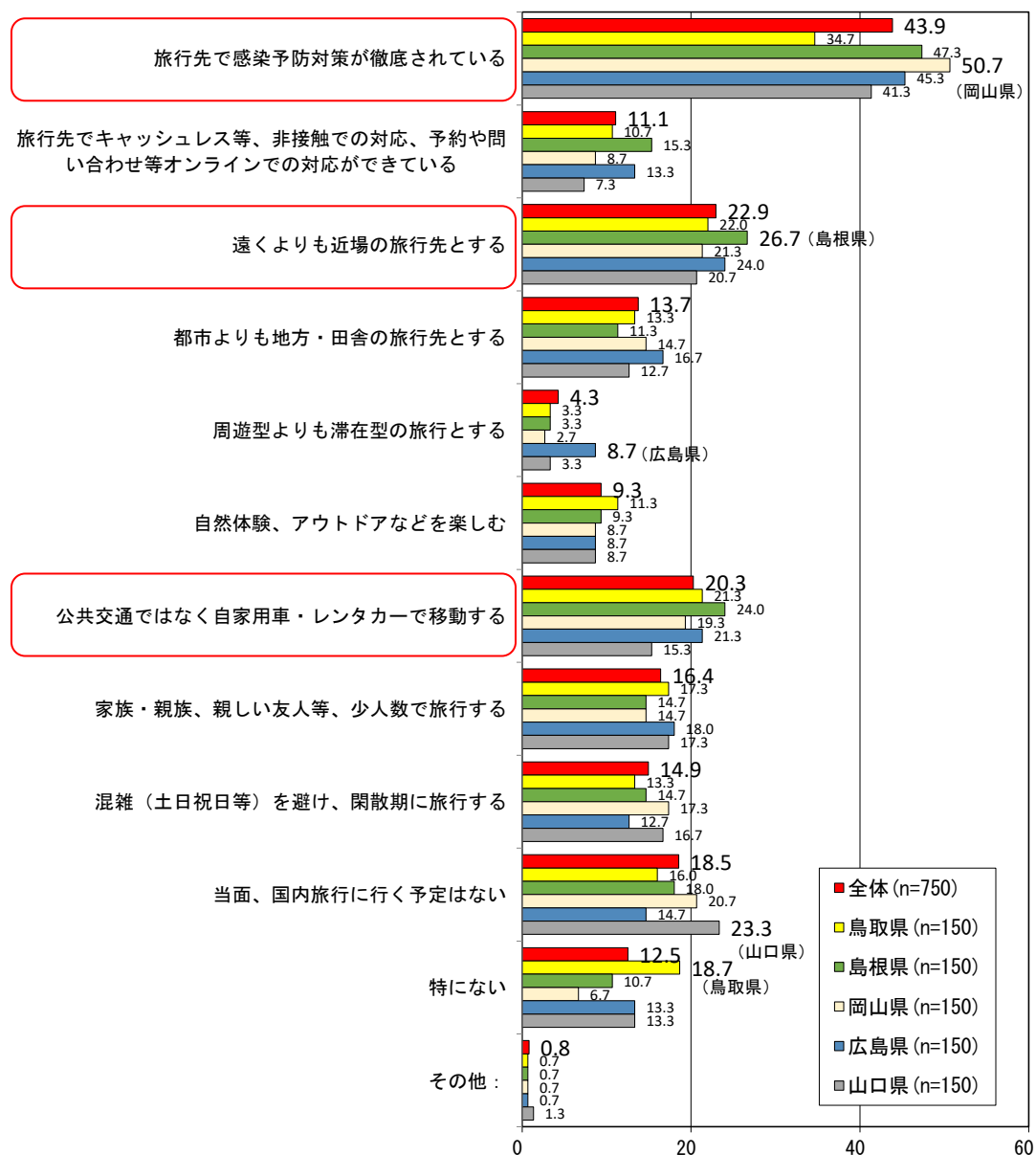
「GoToトラベルキャンペーン」を利用しなかった理由



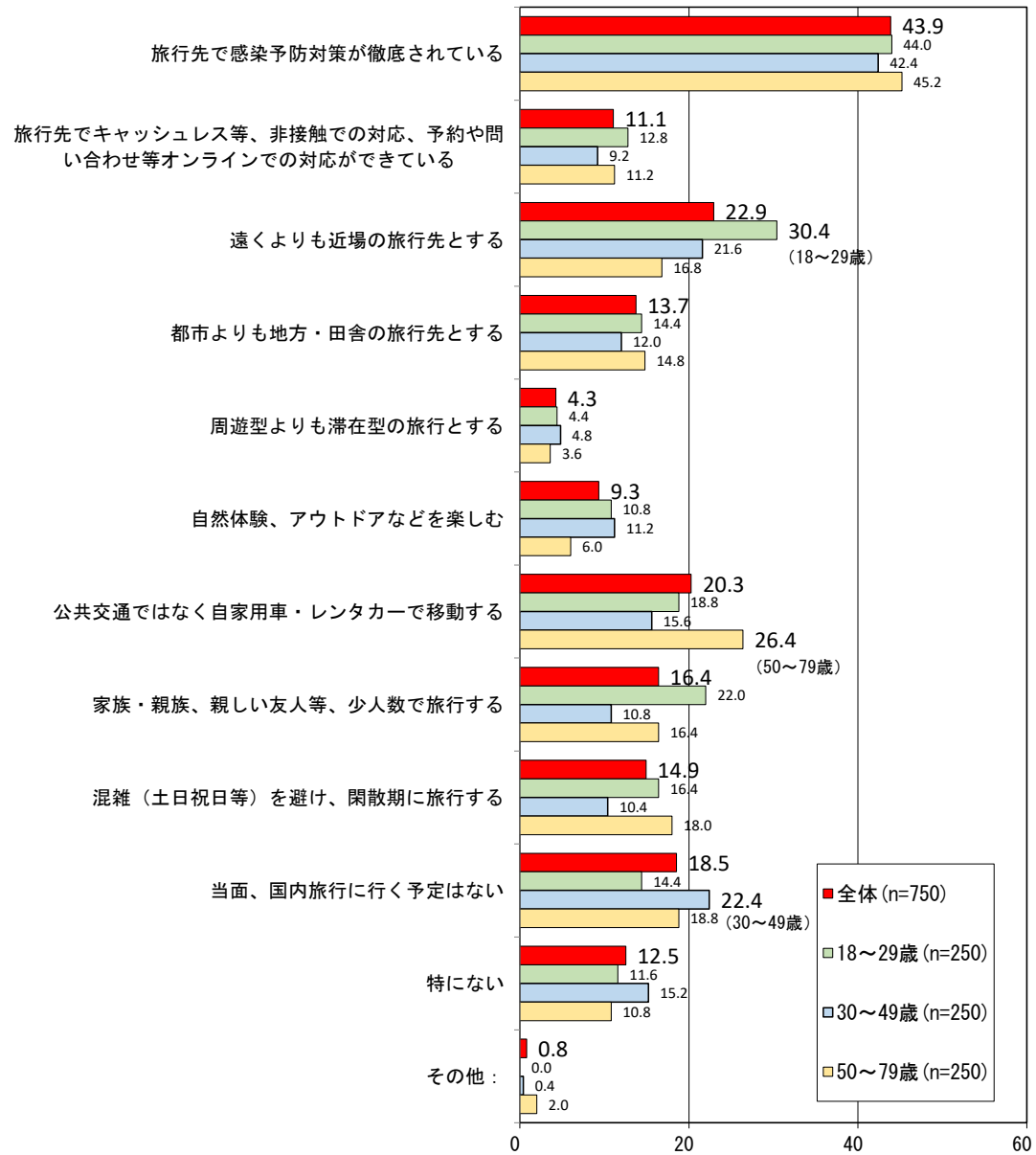
2) コロナ禍前と比較して国内旅行で重要視する項目

国内旅行に関しコロナ禍前と比較して、今後新たに重要視する項目を聞いた。「旅行先で感染予防対策が徹底されている」が4割強と最も高かった。次いで「遠くよりも近場の旅行先とする」「公共交通でなく自家用車・レンタカーで移動する」が高く、マイクロツーリズムを望む傾向が見受けられる。

アフターコロナの国内旅行で重要視する項目（県別）



アフターコロナの国内旅行で重要視する項目（年代別）



3) コロナ禍による意識変化への対応方策

コロナ禍において近場観光ニーズが高まっており、まず地元住民、近隣県住民に魅力を認知してもらうためのプロモーション展開が求められる。

今後の国内旅行に関して「旅行先で感染予防対策が徹底されている」ことが最も重要視されており、次いで「遠くよりも近場の旅行先とする」「公共交通でなく自家用車・レンタカーで移動する」というマイクロツーリズムのニーズが高まっている。このような意識変化に対応し、観光地での感染予防対策の徹底はもちろん、近隣からの誘客を狙ったプロモーション展開が求められる。本調査では、山口県在住者が山口県内の様々な観光エリアを訪問していることが分かったが、これは県内の各エリアの魅力が地元住民に伝わっていることが要因と思われる。コロナ禍を踏まえ、まずは近場の観光客に地域の魅力を知ってもらう取組を継続していくことにより、アフターコロナにおいて少しずつ遠方からの観光客に対しても魅力を打ち出していくことが可能となるものと考えられる。

(添付資料) 調査項目

※以下の項目について WEB アンケートとして実施した。

1. 回答者の属性

あなたご自身のことについてお伺いします。

Q 1. あなたの職業をお聞かせください。(該当するもの1つにチェックしてください)

1. 会社員 2. 会社役員 3. 自営業 4. 公務員 5. パート・アルバイト
6. 学生 7. 専業主婦 8. その他 () 9. 無職

Q 2. あなたの居住地(市町村)をご記入ください。

() 県 () 市・町・村

Q 3. あなたが国内旅行に行く際には、誰と一緒にいくことが多いですか。

(もっとも行く頻度が多い同行者1つにチェックしてください)

1. 自分一人 2. 夫婦のみ 3. 家族(子ども、親など)
4. 友人・知人 5. 家族と友人・知人 6. 職場・学校・地域などの団体
7. その他 ()

2. 訪問経験、再訪希望、訪問希望に関する質問

Q 4. 中国地方で行ったことがある観光地、行ってみたい観光地は次のうちどこですか。

(各観光地について行ったことがある人は1、2、行ったことがない人は3、4、5の中から1つチェックしてください)

県	観光エリア(主な観光資源)	行ったことがある		行ったことがない		
		また行きたい	また行きたいと思わない	行ってみたい	行ってみたいと思わない	わからない/知らない
鳥取県	1. 鳥取(鳥取砂丘、浦富海岸、仁風閣など)	1	2	3	4	5
	2. 智頭(石谷家住宅、若狭鉄道、氷ノ山など)	1	2	3	4	5
	3. 倉吉(白壁土蔵の町並み、三徳山三仏寺など)	1	2	3	4	5
	4. 三朝温泉	1	2	3	4	5
	5. 羽合(羽合温泉、東郷温泉、燕趙園など)	1	2	3	4	5
	6. 北栄(コナン通り、青山剛昌ふるさと館など)	1	2	3	4	5
	7. 大山(大山、スキー場、植田正治写真美術館、とっとり花回廊など)	1	2	3	4	5
	8. 米子(皆生温泉など)	1	2	3	4	5
	9. 境港(水木しげるロード(記念館)など)	1	2	3	4	5

島根県	10. 松江（松江城、小泉八雲旧居、堀川巡り、宍道湖の夕日など）	1	2	3	4	5
	11. 玉造温泉	1	2	3	4	5
	12. 出雲（出雲大社、一畑薬師、島根ワイナリー、日御碕灯台など）	1	2	3	4	5
	13. 奥出雲（鬼の舌震、亀嵩温泉、絲原記念館（たたら製鉄）など）	1	2	3	4	5
	14. 安来（足立美術館、清水寺など）	1	2	3	4	5
	15. 石見銀山（石見銀山、三瓶山、温泉津温泉など）	1	2	3	4	5
	16. 浜田（石見海浜公園、アクアス（水族館）など）	1	2	3	4	5
	17. 邑南（香木の森公園、瑞穂ハイランド（スキー場）など）	1	2	3	4	5
	18. 津和野・益田（太鼓谷稲成神社、安野光雅美術館、雪舟庭園など）	1	2	3	4	5
	19. 隠岐（隠岐国分寺、玉若酢命神社、知夫赤壁など）	1	2	3	4	5
岡山県	20. 岡山（後樂園、岡山城など）	1	2	3	4	5
	21. 吉備路（吉備津神社、備中国分寺など）	1	2	3	4	5
	22. 倉敷（美観地区、大原美術館、チボリ公園など）	1	2	3	4	5
	23. 児島・玉野（鷲羽山、瀬戸大橋架橋記念館、下津井、渋川海岸など）	1	2	3	4	5
	24. 備前（閑谷学校、備前焼、日生諸島など）	1	2	3	4	5
	25. 牛窓（牛窓オリーブ園、海水浴場など）	1	2	3	4	5
	26. 高梁（備中松山城、吹屋ふるさと村など）	1	2	3	4	5
	27. 津山（新庄がいせん桜、城東の町並みなど）	1	2	3	4	5
	28. 蒜山高原	1	2	3	4	5
	29. 美作三湯（湯原温泉、奥津温泉、湯郷温泉）	1	2	3	4	5
広島県	30. 広島（平和公園、原爆ドーム、お好み村など）	1	2	3	4	5
	31. 宮島（厳島神社、弥山、水族館など）	1	2	3	4	5
	32. 呉・江田島（大和ミュージアム、旧海軍兵学校など）	1	2	3	4	5
	33. 竹原（町並み保存地区、大久野島など）	1	2	3	4	5
	34. 尾道（千光寺公園、社寺巡り、映画ロケ地など）	1	2	3	4	5
	35. しまなみ海道（耕三寺、平山郁夫美術館など）	1	2	3	4	5
	36. 福山（鞆の浦、ばら公園、ふくやま美術館など）	1	2	3	4	5
	37. 三次・庄原（三次ワイナリー、帝釈峡、国営備北丘陵公園、奥田元宋・小由女美術館など）	1	2	3	4	5
	38. 安芸高田（土師ダム、神楽門前湯治村、広島ニュージージーランド村など）	1	2	3	4	5
	39. 芸北（三段峡、温井ダム、スキー場など）	1	2	3	4	5

山口県	40. 下関（海峡ゆめタワー、海響館（水族館）、唐戸市場、赤間神宮など）	1	2	3	4	5
	41. 山口（サビエル記念聖堂、湯田温泉、雪舟庭、瑠璃光寺五重塔など）	1	2	3	4	5
	42. 秋吉台・秋芳洞	1	2	3	4	5
	43. 萩（松下村塾、松蔭神社、萩博物館など）	1	2	3	4	5
	44. 長門（湯本温泉、青海島、金子みすゞ記念館、角島大橋など）	1	2	3	4	5
	45. 宇部・山陽小野田（ときわ公園、焼野海岸、産業観光など）	1	2	3	4	5
	46. 防府（防府天満宮、周防国分寺、毛利庭園など）	1	2	3	4	5
	47. 周南・下松・光（笠戸島、回天記念館、室積海岸、虹が浜など）	1	2	3	4	5
	48. 柳井・周防大島（白壁の町並み、片添ヶ浜など海水浴場、サザンセットなど）	1	2	3	4	5
	49. 岩国（錦帯橋、岩国城、白蛇、美川ムーバレーなど）	1	2	3	4	5

Q 5. 上記で「1. 行ったことがあります、また行ってみたい」と答えた場所のうち、「とても良かった、感動したからもう一度行ってみたい」と思われるところを1つ以上（2つまで）あげ、その内容及びその場所を訪れる際に役に立った情報源をお答えください。（※「1」と回答した箇所が無い場合は記入不要です）

観光エリア番号 (1～49)		
具体的な場所 (例:「宮島」、「石見銀山」など)		
「とても良かった、感動した」内容 (2つまで選択)	1. 観光施設が良かった 2. 自然景観が良かった 3. 街の雰囲気が良かった 4. 食事が良かった 5. 宿が良かった 6. 温泉が良かった 7. 特産品・おみやげ物が良かった 8. ボランティアガイドが良かった 9. 人とのふれあいが良かった 10. その他 ()	1. 観光施設が良かった 2. 自然景観が良かった 3. 街の雰囲気が良かった 4. 食事が良かった 5. 宿が良かった 6. 温泉が良かった 7. 特産品・おみやげ物が良かった 8. ボランティアガイドが良かった 9. 人とのふれあいが良かった 10. その他 ()
「とても良かった、感動した」具体的な内容	(例:「〇〇の絶景に感動」、「民宿のおばちゃんとの会話が良かった」など)	

その場所の観光の際に特に役にたった情報源（準備段階、旅行中も含めて） （2つまで選択）	1. インターネットの観光情報・旅行情報サイト 2. インターネット上の口コミ情報（ブログなど） 3. 旅行ガイドブック 4. 雑誌、新聞記事 5. ポスター、パンフレット（JR駅、道の駅など） 6. テレビ・ラジオ 7. 現地の観光案内所での案内 8. ホテル・旅館など宿泊施設での案内 9. 現地の観光ガイド・地元の人など口コミ 10. その他（ ）	1. インターネットの観光情報・旅行情報サイト 2. インターネット上の口コミ情報（ブログなど） 3. 旅行ガイドブック 4. 雑誌、新聞記事 5. ポスター、パンフレット（JR駅、道の駅など） 6. テレビ・ラジオ 7. 現地の観光案内所での案内 8. ホテル・旅館など宿泊施設での案内 9. 現地の観光ガイド・地元の人など口コミ 10. その他（ ）
--	--	--

Q 6. 上記で「3. 行ったことが無いが、行ってみたい」と答えた場所のうち、「是非行ってみたい」と思われるところを1つ以上（2つまで）あげ、その理由及びその情報源をお答えください。（※「3」と回答した箇所が無い場合は記入不要です）

観光エリア番号 (1～49)		
具体的な場所	(例:「宮島」、「石見銀山」など)	
「行ってみたい」理由 (2つまで選択)	1. 観光施設が良さそう 2. 自然景観が良さそう 3. 街の雰囲気が良さそう 4. 食事が良さそう 5. 宿が良さそう 6. 温泉が良さそう 7. 人が良さそう 8. その他（ ）	1. 観光施設が良さそう 2. 自然景観が良さそう 3. 街の雰囲気が良さそう 4. 食事が良さそう 5. 宿が良さそう 6. 温泉が良さそう 7. 人が良さそう 8. その他（ ）
具体的な理由	(例:「夕日がきれいそう」、「日本海のカニが食べたい」、「〇〇旅館に泊まってみたい」など)	
「行ってみたい」というイメージを持った情報源 (該当する項目全てを選択)	1. インターネットの観光情報・旅行情報サイト 2. インターネット上の口コミ情報（ブログなど） 3. 旅行ガイドブック 4. 雑誌、新聞記事 5. ポスター、パンフレット（JR駅、道の駅など） 6. テレビ・ラジオ 7. 友人・知人等からの口コミ 8. その他（ ）	1. インターネットの観光情報・旅行情報サイト 2. インターネット上の口コミ情報（ブログなど） 3. 旅行ガイドブック 4. 雑誌、新聞記事 5. ポスター、パンフレット（JR駅、道の駅など） 6. テレビ・ラジオ 7. 友人・知人等からの口コミ 8. その他（ ）

3. 「GoTo トラベルキャンペーン」の利用状況、今後の旅行に対する意識変化

Q 7. 政府の「GoTo トラベルキャンペーン」についてお答えください。

(1) 「GoTo トラベルキャンペーン」の利用状況

- | | |
|--------------------|--------------|
| 1. すでに利用した | 2. 利用する予定 |
| 3. 利用を検討したが利用しなかった | 4. 利用する予定はない |

(2) 前問で「4. 利用する予定はない」と答えた方は、その主な理由。(1つ選択)

1. コロナウイルス感染が心配
2. 時間がない、休みが取れない
3. 家計の制約がある
4. 行きたい宿泊施設に空きがない
5. 行きたい場所・宿泊施設がない
6. 出発地または旅行先が GoTo トラベルの対象外
7. 一緒に行く人と休みが合わない、一緒に行く人がいない
8. キャンペーン自体をよく知らない・利用方法が分からない
9. もともと旅行の予定はない
10. その他 ()

Q 8. 国内旅行に関し、コロナ禍前と比較して、今後新たに重要視する項目をお答え下さい。

(3つまで選択)

1. 旅行先で感染予防対策が徹底されている
2. 旅行先でキャッシュレス等、非接触での対応、予約や問い合わせ等オンラインでの対応ができています
3. 遠くよりも近場の旅行先とする
4. 都市よりも地方・田舎の旅行先とする
5. 周遊型よりも滞在型の旅行とする
6. 自然体験、アウトドアなどを楽しむ
7. 公共交通ではなく自家用車・レンタカーで移動する
8. 家族・親族、親しい友人等、少人数で旅行する
9. 混雑(土日祝日等)を避け、閑散期に旅行する
10. 当面、国内旅行に行く予定はない
11. 特になし
12. その他 ()

以 上