

首都圏在住者から見た
中国地方の観光地の実態と魅力度
調査報告書

平成20年10月

中国経済連合会

中国電力株式会社 エネルギア総合研究所

目 次

1 . アンケート調査の概要	1
(1) アンケート調査の目的	1
(2) アンケート回答者の属性	1
2 . 中国地方への来訪経験	2
(1) 訪問したことのある観光地	2
(2) 年齢階層別にみた訪問先の割合	3
(3) 訪問先の満足度	4
(4) 満足した理由・不満であった理由	5
(5) 中国地方に行ったことのない理由	6
3 . 中国地方への来訪希望とその理由	7
(1) 行ってみたい観光地	7
(2) 年齢階層別・男女別にみた傾向	8
(3) 訪問経験と観光先に対する訪問志向	9
(4) 中国地方に行ってみたい理由	11
(5) 行ってみたいところがない理由	12
(6) 中国地方を観光する際の日数と費用	14
4 . 中国地方のイメージ	17
(1) 中国地方に感じられるイメージ	17
(2) 特産品の知名度	19
(3) 中国地方の名称について	21
5 . 他地域との比較	22
(1) 訪問してみたい地域	22
(2) 1 位を選んだ理由	23
6 . まとめ	25
(参考 1) アンケート調査表	26
(参考 2) 観光エリア表	28
(参考 3) 「旅フェア 2 0 0 8 」の概要	29

1. アンケート調査の概要

(1) アンケート調査の目的

本アンケート調査は、首都圏在住者の中国地方観光地に対する認識や評価などを調査する目的で、2008年6月19日(木)から22日(日)の間、横浜市で開催された観光博覧祭・「旅フェア2008」において、中国地域観光推進協議会の展示ブース(中国地方5県の観光PRのための共同出展ブース)への来場者に対して実施したものである。

実施方法は、同協議会の展示ブースにおいて、期間中に5回開催したゲームイベントへの参加者(各回50名程度)にアンケート調査票に記入してもらい、その場で回収した。

なお、以下に示す数値については、いずれも無回答は除いたものであり、また、構成比は各項目で四捨五入していることから、合計が100%にならないことがある。

(2) アンケート回答者の属性

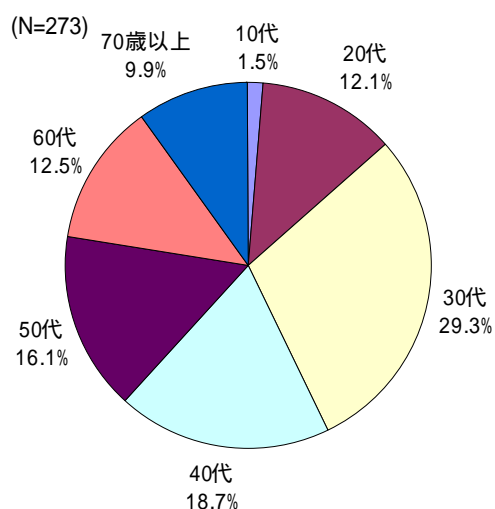
回答者の年齢構成は30代が29.3%と最も多く、次いで40代(18.7%)、50代(16.1%)、60代(12.5%)、20代(12.1%)などとなっている(図表1)。

このように、どちらかといえば、若年層の中でも年齢階層が高い世代から中高年層に偏っているといえるが、家族旅行を行う世代で観光消費額が大きめとなる30~40代、金銭的・時間的な余裕があって旅行に対するニーズが比較的大きいとみられる60代以上の年代層における観光志向が把握できるというメリットもある。

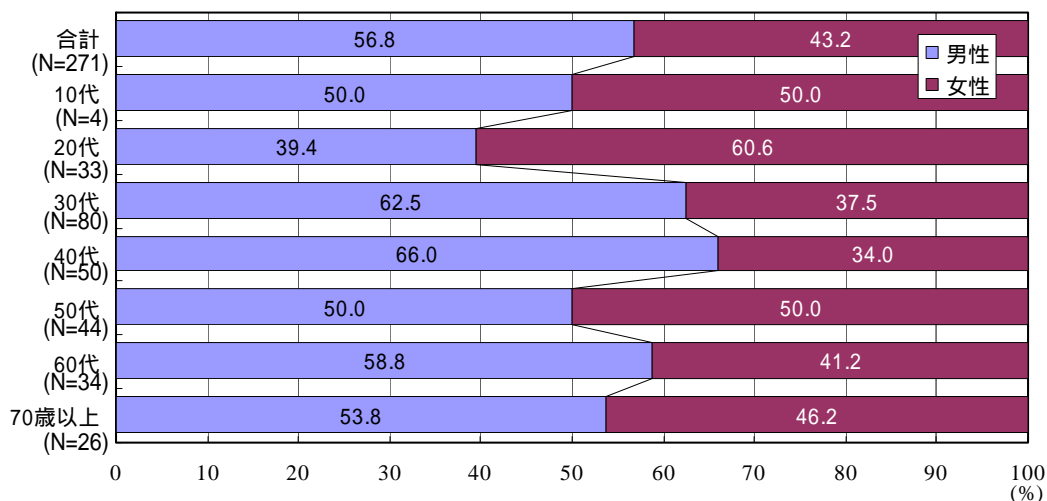
男女別には、全体では男性56.8%、女性43.2%と、やや男性の割合が高い傾向が出ている。

年齢階層別には30代、40代で男性の回答者の割合がかなり高めであり、一方、20代においては女性の割合が高いといった傾向がある。

図表1 アンケート回答者の属性
(年齢階層)



(年齢階層別に見た男女別の割合)



2. 中国地方への訪問経験

(1) 訪問したことのある観光地

回答者数 274 人のうち中国地方に訪問したことがあると回答したのが 199 人で、全体の 72.6% であった。つまり、回答者の 7 割以上が中国地方観光を行っているという結果になった。

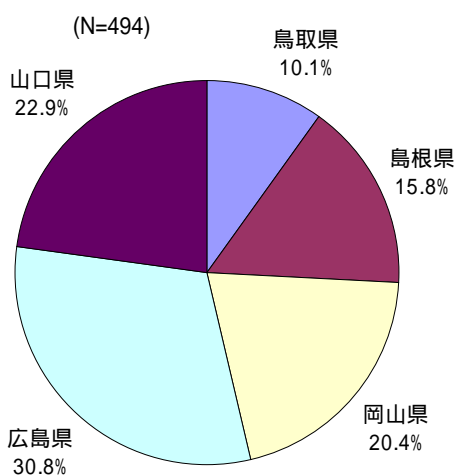
中国地方の観光地に訪問したことのある回答者数を、訪問先の県別に集約し、その構成比をみたもの、および主要観光エリアでみた上位 15 番目までの訪問先と訪問率（訪問したことがある/回答者数）を示したものが図表 2 である。なお、訪問先については最大 3 箇所まで記入してもらったが、以下に示した数値はこれらをすべて合計したものであるため、延べ数として考える必要がある。

これによれば、中国地方の中で訪問したことのあるのは広島県が 30.8% ともっともウェイトが高くなっている。次いで、山口県の 22.9%、岡山県の 20.4% となっており、交通の便の良い山陽側に集中しているといえよう。

主要な観光エリア別の訪問率をみると、広島が 21.9% とトップとなっており、以下、岡山 12.3%、山口 8.3%、鳥取 8.0%、倉敷 6.5% と続いている。こうしたエリア別の来訪経験をみると、交通の利便性が良いという条件に加えて、世界遺産に登録されている平和記念公園（広島）、宮島、後樂園のある岡山、美観地区のある倉敷、城下町の萩など、関東でも知名度の高いと思われる地域がランクしていることがわかる。

一方、ランクの下位にあるエリアとしては、隠岐やしまなみ海道のように、関東からの直行便がない地域や、新幹線の駅から距離があるなど目的地までの移動時間のかかる地域が見受けられる。このように、知名度の高さや交通の利便性のよさなどが訪問経験にかなり影響していることが考えられる。

図表 2 訪問したことのある観光地
(県別集計)



(観光エリア別の訪問率)
(N=448)

順位	地域	訪問率 (%)
1	広島	21.9
2	岡山	12.3
3	山口	8.3
4	鳥取	8.0
5	倉敷	6.5
6	宮島	5.4
7	萩	4.5
8	松江	4.2
9	下関	4.2
10	出雲	3.1
11	岩国	2.7
12	津和野・益田	2.5
13	秋吉台・秋芳洞	2.5
14	石見銀山	2.2
15	尾道	1.8

(注) 上記の主要な観光エリアは、中国経済連合会が各県の観光エリア区分などを参考にして独自に設定したものである(巻末の参考 2 を参照)。具体的な観光地名が挙がっているものについても、上記の分類で振り分けを行った。以下同様。

(2) 年齢階層別にみた訪問先の割合

年齢階層別に、中国地方の観光地への訪問経験をみると、30代以下の年齢階層では他の県に比べ広島県の割合がかなり高い。これが、40代になると広島県とともに山口県の割合が高まっており、50代では山口県に加え、岡山県への訪問経験の割合も高くなっている。60代以上の高齢者層においては、60代は広島県の割合が高く20代、30代と似た傾向がみられるが、70歳以上になると山口県の割合が圧倒的に高くなっている(図表3)。

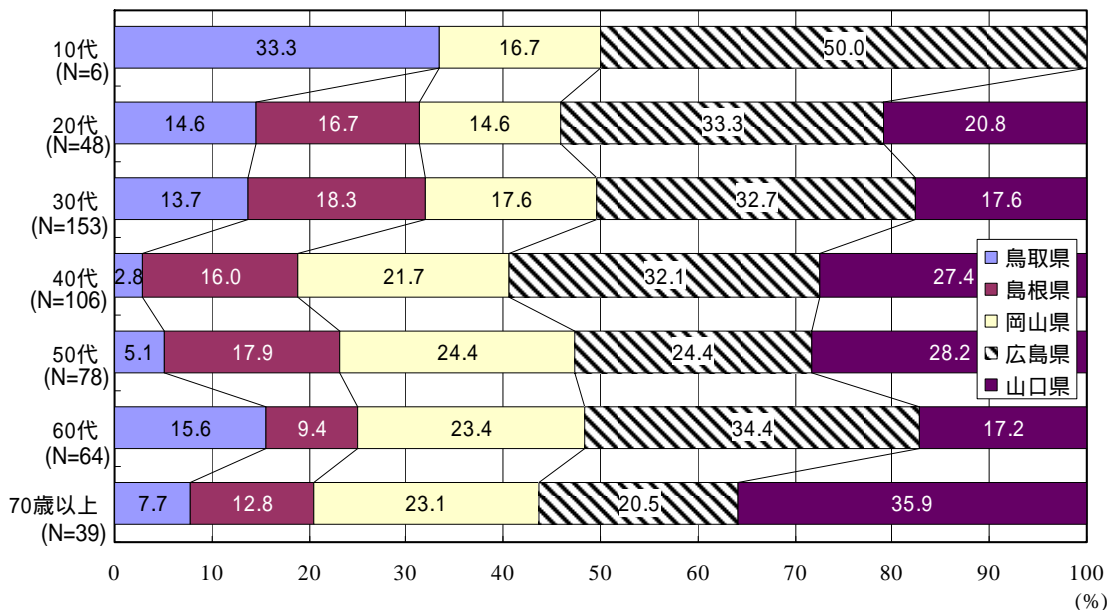
広島県には平和記念公園や宮島など知名度の高い観光拠点があるため、中国地方を観光先として選択する場合には、訪問先として選ばれやすいとみられ、そのことが年齢階層を問わず広島県への訪問率が高いといった結果をもたらしているものと考えられる。

また、40代、50代、70歳以上といった中高年齢層において、山口県への訪問経験の割合が高くなっているのは、自然が豊かで歴史的な文化遺産があることや、都会からはやや離れた場所でくつろぐことができることによるものではないかと思われる。

なお、鳥取県、島根県への訪問経験は総じて少ないといえるが、全体的に鳥取県に比べ島根県への訪問率が高めとなっている。島根県は出雲大社など全国的にも知名度の高い観光拠点が存在していることによるものであろう。ただ、20代、60代など鳥取県への訪問経験の割合が高い年齢階層もある(10代はサンプル数が少ないため、参考値として掲載している)。

いずれにせよ、中国地方の観光拠点への訪問経験からみる限り、観光客が訪問しやすいのは広島県、山口県、岡山県の山陽3県となっており、観光拠点の知名度などもさることながら、交通アクセスのよさが観光先を決定する際の重要な要素のひとつになっていることがうかがえる。

図表3 年齢階層別にみた訪問したことのある観光地



(3) 訪問先の満足度

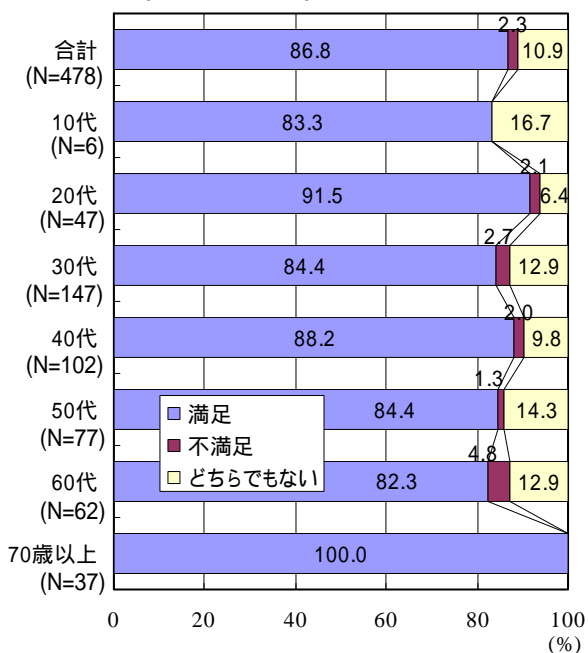
中国地方に訪問したことのある回答者について、訪問先の満足度をみたものが図表4である。年齢階層別にみると、各年齢層ともそれほど大きな差異はなく、いずれも回答者の8割から9割が「満足」と回答している。一方、「不満足」という回答はいずれの年齢階層においても非常に低い水準となっているが、60代における「不満足」の割合が、他の年齢階層に比べやや高い傾向がみられる。

訪問先別には、中国5県のうち広島県への訪問者は「満足」が92.1%と最も高くなっている。次いで山口県についても回答者の88.9%が満足しており、5県の中でも広島県、山口県の2県については満足度が高い。同じ山陽側でも岡山県については「満足」との回答者は83.7%であり、広島県、山口県に比べやや低くなっており、その一方で「どちらでもない」が16.3%と鳥取県に次いで高い割合となっている。「不満足」との回答は山陽3県のいずれも非常に低いものの、「どちらでもない」という回答割合が高いことは、必ずしも観光地として満足できない部分があることを示している。

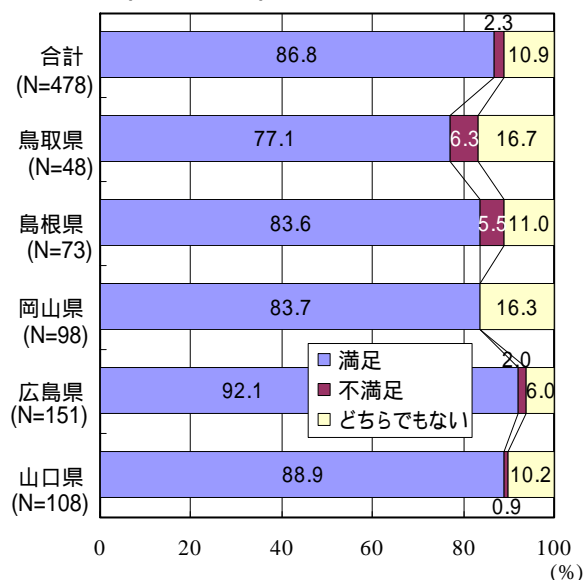
山陰側の2県については、島根県は「満足」との回答が83.6%と岡山県並みに高いものの、「不満足」との回答割合も5.5%ほど存在している。鳥取県については「満足」が77.1%、「不満足」が6.3%、さらに「どちらでもない」についても5県の中で最も高い16.7%となっており、中国5県の中では最も満足度が低い県となっている。

ただ、山陰2県については、サンプル数が少ないといった問題もあるため、「不満足」の割合がやや高めに出自していることも考えられ、中国地方全体として、比較的観光客の満足度は高いとみることができよう。

図表4 訪問先の満足度
(年齢階層別)



(訪問先別)



(4) 満足した理由・不満であった理由

図表5は中国地方の観光地に「満足」と回答した観光客について、満足であった理由を調査した結果である。中国地方全体としては、「歴史・文化」が35.7%、「観光施設」が31.1%、「自然景観」が29.9%、「街の雰囲気」が22.3%となっており、歴史を感じることができる点、自然が豊かな点などに満足感を感じていることがうかがえる。

各県別にみると、鳥取県については「自然景観」という回答が54.8%と他の項目に比べかなり高めとなっており、同じ山陰側でも島根県については「歴史・文化」が54.5%と鳥取県とは異なる傾向がみられる。島根県については出雲大社や石見銀山など歴史的に重要度の高い観光拠点があることによるものであろう。

山陽側では、岡山県は「観光施設」「歴史・文化」「自然景観」「街の雰囲気」などがいずれもほぼ3割となっており際立った特徴はない。広島県については「観光施設」「歴史・文化」が4割近くとなっており、平和記念公園や宮島、大和ミュージアムなど歴史的な遺産であると同時に観光施設としても整備されていることによるものとみられる。また、萩や秋吉台など特徴的な観光拠点がある山口県については「歴史・文化」が34.2%、「自然景観」が31.5%となっている。

図表5 中国地方の観光地に満足した理由（複数回答）

	合計 (N=328)	鳥取県 (N=31)	島根県 (N=55)	岡山県 (N=62)	広島県 (N=107)	山口県 (N=73)
観光施設	31.1	22.6	25.5	33.9	39.3	24.7
自然景観	29.9	54.8	30.9	29.0	21.5	31.5
歴史・文化	35.7	6.5	54.5	30.6	38.3	34.2
街の雰囲気	22.3	9.7	21.8	29.0	22.4	21.9
食事	17.4	16.1	16.4	8.1	22.4	19.2
宿	0.9	3.2	1.8	0.0	0.0	1.4
温泉	9.1	29.0	20.0	1.6	2.8	8.2
土産・特産品	6.4	6.5	5.5	3.2	5.6	11.0
ボランティアガイド	0.6	0.0	0.0	3.2	0.0	0.0
人とのふれあい	6.1	0.0	9.1	3.2	6.5	8.2
祭り・イベント	4.6	3.2	5.5	8.1	2.8	4.1
その他	8.2	9.7	5.5	9.7	9.3	6.8

次に、中国地方の観光地について不満があった回答者について、不満であった理由をまとめたものが図表6である。これによれば「混雑がひどかった」など観光拠点の混雑度合いについて不満があったとの回答がみられるが、これは著名な観光拠点であればある程度は仕方がない部分だと思われる。

また、「街の雰囲気」「自然景観」といった回答もあるが、期待したほどには良くなかったということであろう。

「宿」「観光施設」などについての不満が出ている点については、やはり観光を行う際に重要な要素になる部分であるだけに、今後改善していかなければならないものといえよう。

図表6 中国地方の観光地に不満であった点

- ・ 混雑がひどかった
- ・ 道が狭い
- ・ 宿
- ・ 観光がくすんでいる
- ・ 街の雰囲気
- ・ 観光施設
- ・ 自然景観

(5) 中国地方に行ったことのない理由

このたびのアンケート調査において中国地方に訪問したことがないという回答者の割合は約3割程度であったが、この回答者において訪問したことのない理由についてまとめたものが図表7である。全体としては「遠いから」が43.9%、「情報が少ないから」が36.8%となっており、他の理由を大きく上回っている。

年齢階層別にみると、いずれの年齢階層でも「遠いから」「情報が少ないから」という理由が目立っている。30代、50代では「行くきっかけがない」という理由の割合も比較的高く、比較的多忙な年代だということも関連しているのではないかとみられる。

これを男女別にみると、男性では「情報が少ないから」、女性では「遠いから」という理由がもっとも高くなっている。「行くきっかけがない」という理由も男性に比べ女性で回答割合が高いといった傾向がみられる。

以上のように、中国地方に行かない理由として遠いこと、情報が少ないことの2点が大きな理由となっていることがわかる。このうち「遠いから」といった物理的な理由はともかく、「情報が少ない」といった理由は大きな問題だといえよう。中国地方に来訪した観光客の多くは満足度が高いことから、中国地方の観光拠点としての魅力度が低いわけではなく、観光地の積極的なPRなど何らかの手段によって情報発信を行うことができれば、もっと中国地方への観光客を増やすことは可能であろう。「行くきっかけがない」という回答についても、中国地方の情報があまりないことによる可能性もあり、中国地方へ行くきっかけづくりのためにも観光などに関する情報を積極的に発信していくことが重要だと考えられる。

図表7 中国地方に訪問したことのない理由（複数回答）

	合計 (N=57)	10代 (N=1)	20代 (N=11)	30代 (N=18)	40代 (N=5)	50代 (N=11)	60代 (N=8)	70歳以上 (N=3)	男性 (N=21)	女性 (N=36)
遠いから	43.9	100.0	45.5	50.0	40.0	54.5	25.0	0.0	38.1	47.2
情報が少ないから	36.8	0.0	45.5	16.7	40.0	36.4	50.0	100.0	47.6	30.6
話題にならないから	5.3	100.0	9.1	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	4.8	5.6
時間が取れないから	7.0	0.0	9.1	5.6	0.0	0.0	25.0	0.0	4.8	8.3
金銭的な問題	1.8	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8
行くきっかけがない	17.5	0.0	9.1	38.9	0.0	18.2	0.0	0.0	9.5	22.2
その他	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	2.8

(注) 上記は自由回答項目で挙げられていたものをいくつかの理由に分類し、複数回答項目としてまとめたものである

3. 中国地方への訪問希望とその理由

(1) 行ってみたい観光地

中国地方への訪問経験の有無にかかわらず，中国地方の中で行ってみたい観光地（県）について調査を行った結果が図表8である。ここでも図表2で示した「訪問したことのある観光地」と同様に最大3箇所まで挙げてもらった結果を集計したものであるため，全体の合計値は回答者数ではなく延べ数としてとらえる必要がある。

これを県別構成比で見ると，山口県の割合が29.8%と最も高くなっている。次いで，広島県が23.2%，島根県が19.5%などとなっており，既に訪問したことのある観光地が広島県を中心に山陽側に偏っていることに比べ，行ってみたい観光地は比較的分散化しているとみることができる。

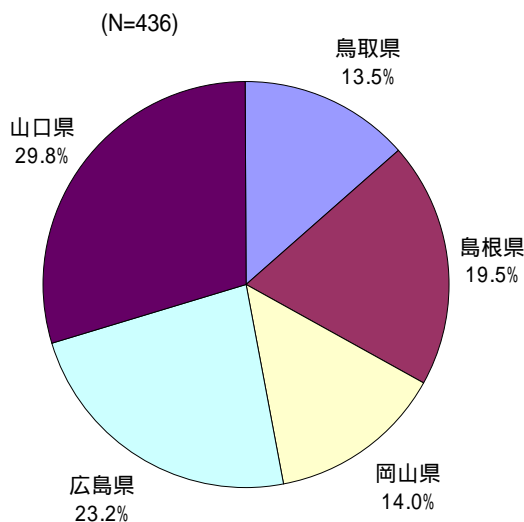
主要な観光エリア別の訪問希望率（行ってみたい/回答者数）をみると，鳥取が10.5%，広島が10.3%，秋吉台・秋芳洞が9.1%，萩が6.9%，石見銀山，山口が6.0%などとなっており，広島を除いて大都市部以外に位置する観光エリアが上位にあることがわかる。

また，行ってみたい観光地として，漠然とした県名や市町村名ではなく具体的な名称が挙げられていた中で目立っていたのは「鳥取砂丘」「秋芳洞」「石見銀山」であり，最近世界遺産登録された石見銀山を含め，これらの観光拠点の知名度がかなり高いことを示している。

なお，観光エリア別には島根県に位置するエリアが少ないにもかかわらず県別にみた場合に島根県の割合が比較的高いのは，回答項目の中に漠然と「島根」と書かれたものがかなり存在しており，主要な観光エリアを特定できなかったものがあつたことによる。

図表8 中国地方の中で行ってみたい観光地

(県別集計)



(観光エリア別の訪問希望率)

(N=419)

順位	地域	訪問希望率 (%)
1	鳥取	10.5
2	広島	10.3
3	秋吉台・秋芳洞	9.1
4	萩	6.9
5	石見銀山	6.0
6	山口	6.0
7	岡山	5.5
8	出雲	5.0
9	下関	4.8
10	倉敷	4.3
11	宮島	4.1
12	尾道	4.1
13	津和野・益田	2.6
14	松江	2.1
15	呉・江田島	1.9

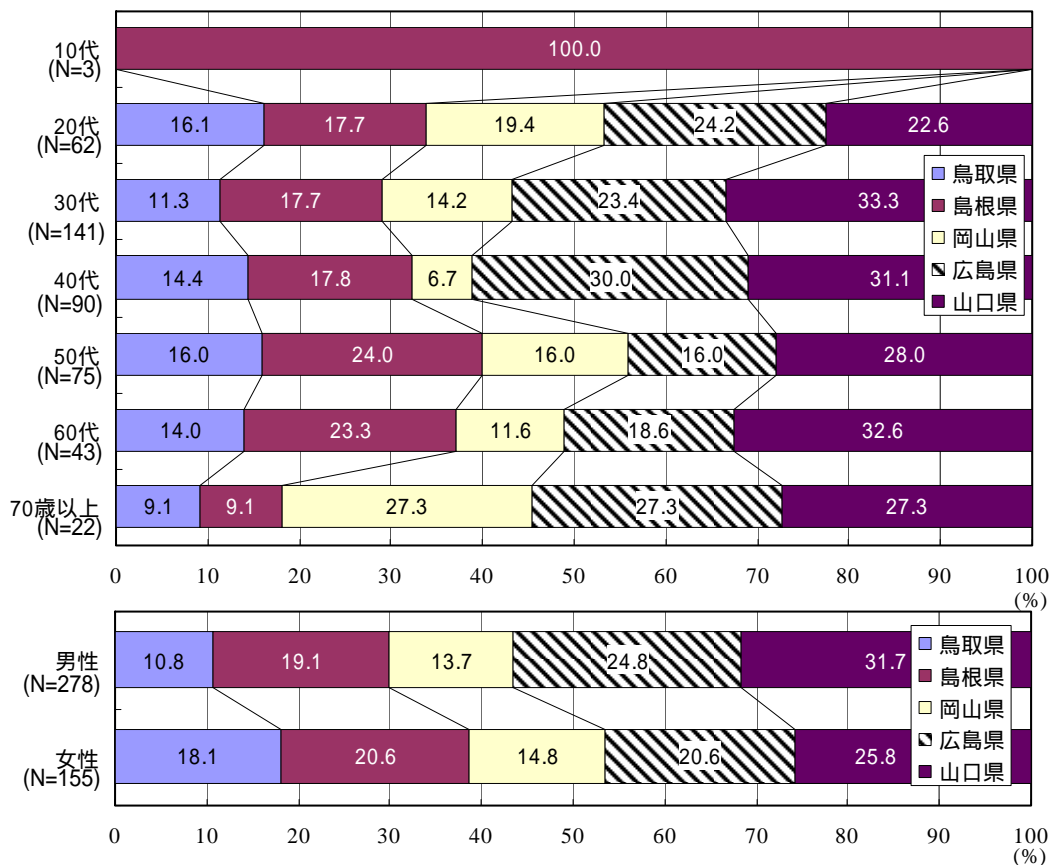
(2) 年齢階層別・男女別にみた傾向

中国地方の中で行ってみたい観光地を年齢階層別に集約したものが図表9である。年齢階層によって行ってみたい観光地にかなり違いがあるものの、30代から60代の年齢階層においてはいずれも山口県の割合が最も高いといった共通点がある。

また、20代、40代については、山口県と広島県の割合がほぼ同水準となっており、特に40代では山口県と広島県の合計が全体の6割を上回っている。50代、60代の中高年層になると、広島県の割合が大きく低下し、山口県と鳥根県の割合が高いといった特徴がみられる。

また、男女別にみると、男女ともに山口県の割合が高いものの、女性に比べ男性のほうがより山口県の割合が高い。これに対し、女性は鳥根県の割合が男性に比べかなり高いという特徴がある。

図表9 年齢階層別・男女別にみた中国地方の中で行ってみたい観光地



行ってみたい観光地を観光エリア別にみると、20代は広島、鳥取、倉敷など広範囲にまたがっていることが特徴となっている。30代については広島、鳥取のほかに、秋吉台・秋芳洞、下関と山口県の観光エリアが複数含まれている。40代では、秋吉台・秋芳洞、鳥取、宮島、また50代では萩、鳥取、石見銀山、60代は鳥取、秋吉台・秋芳洞など、年齢が高まると自然景観のよい場所を対象とした観光地が選択される傾向が強まっているとみられることでもある（図表10）。

つまり、年齢階層が高くなるほどに、大都市部から離れて、自然豊かな場所を好む傾向が強くなっているといえよう。ただし、これは今回のアンケート調査の回答者が大都市圏に居住していることと関連している可能性もあり、大都市以外の居住者にアンケートを行えば、また異なった結果が出てくることも考えられよう。

図表10 年齢階層別にみた行ってみたい観光エリア

10代	出雲、石見銀山、津和野・益田
20代	広島、鳥取、倉敷、石見銀山、尾道、山口
30代	広島、鳥取、秋吉台・秋芳洞、下関
40代	秋吉台・秋芳洞、鳥取、宮島、萩、尾道
50代	萩、鳥取、石見銀山、岡山、広島
60代	鳥取、秋吉台・秋芳洞、広島、山口
70歳以上	広島、山口、萩

（注）上記は行ってみたい観光エリアのうち主要なものを回答割合が高かった順に並べたもの

（3）訪問経験と観光先に対する訪問志向

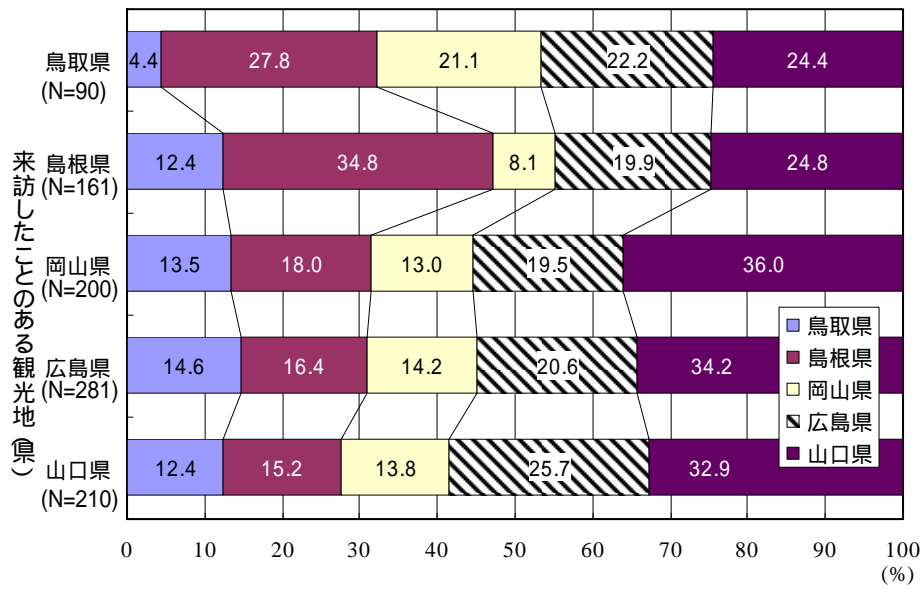
図表11は行ってみたい観光地（県）について、これまで訪問したことのある観光地（県）別に集約したものである。

これによると、鳥取県に訪問経験がある場合、行ってみたい県は島根県の割合が27.8%と最も高く、次いで山口県24.4%、広島県22.2%となっている。島根県に訪問経験がある場合には、行ってみたい県については島根県34.8%となっており、再度訪問したいと考えるリピーターが多いことを示しているといえよう。岡山県、広島県への訪問経験がある場合には、行ってみたい県の第一位は山口県であり、次いで広島県となっている。山口県への訪問経験がある場合は、行ってみたい県の割合は山口県が32.9%と最も高く、次いで広島県25.7%となっている。

これらのことから考えるならば、島根県、山口県への観光を行った場合、もう一度観光したいと考えるリピーターの割合が高いとみられ、それだけ観光拠点としての魅力が高いとみることができる。また、他県に訪問した観光客についても、山口県や島根県に訪問したいと考えていることから、これらの県には観光客を引き付けるような何らかの要素があるといえよう。

中国5県の中でも鳥取県、岡山県については県全体では行ってみたいとの回答割合が低く、過去に訪問経験があっても再度訪問したいと考える割合は高くない。鳥取県については鳥取砂丘のある観光エリアへ訪問したいと考える観光客は比較的多いが、それ以外に目立った観光地がないことが県全体の割合を低くしているとみられる。岡山県についても、県内に観光拠点が分散化しており、これらの観光拠点からの情報発信が不足していることが、行ってみたいと考える観光客の割合が低い要因ではないかと考えられる。

図表 11 訪問したことのある県別にみた、行ってみたい観光先（県）



(4) 中国地方に行ってみたい理由

中国地方の各観光地(県)に行ってみたい理由としては、全体では「歴史・文化」が37.0%、「自然景観」が34.4%となっており、この2項目が3割を超えている(図表12)。

これを行ってみたい県別にみると、鳥取県では鳥取砂丘のイメージが強いためか、「自然景観」が7割を超えるなど非常に高い割合となっている。島根県は「歴史・文化」が55.1%と5割を超えており、次いで「自然景観」が25.6%となっている。出雲大社や石見銀山など歴史的・文化的な価値がある観光拠点があることによるものとみられる。

岡山県については「歴史・文化」が34.0%、「街の雰囲気」が28.3%、「観光施設」が26.4%など比較的理由が分散化しており、県内各地に様々な観光拠点があることによるものとみられる。広島県は「歴史・文化」が48.9%とかなり高く、平和記念公園や大和ミュージアムなど、歴史的に重要な観光拠点があるためではないかとみられる。このほか、「観光施設」「街の雰囲気」「自然景観」「食事」なども比較的高い割合となっている。山口県については「自然景観」が38.1%、「歴史・文化」が30.5%と目立っている。

このように、各県ともに行ってみたい理由が比較的明確であり、観光地としてのイメージが定着しているといえよう。ただ、行ってみたい理由が特定の項目に偏っている場合、県全体への観光客の広がりには欠ける可能性がある。観光客が目的とする特定の観光地の魅力度があまり高くない場合には、リピーターを含めた観光客数の維持も難しいとみられる。一方で、行ってみたい理由が分散化している場合も、観光拠点としてのイメージがあいまいなものになっている可能性もあり、観光拠点の魅力度に対してデメリットになりかねない。様々な魅力を兼ね備えながらも、観光客にPRできるような観光拠点としてのイメージ戦略が重要ではないかとみられる。

図表12 行ってみたい観光地(県)とその理由(複数回答)

	合計 (N=392)	鳥取県 (N=51)	島根県 (N=78)	岡山県 (N=53)	広島県 (N=92)	山口県 (N=118)
観光施設	20.4	15.7	15.4	26.4	27.2	17.8
自然景観	34.4	70.6	25.6	18.9	26.1	38.1
歴史・文化	37.0	5.9	55.1	34.0	48.9	30.5
街の雰囲気	19.1	2.0	17.9	28.3	27.2	16.9
食事	11.7	2.0	5.1	11.3	21.7	12.7
宿	1.8	5.9	3.8	1.9	0.0	0.0
温泉	7.4	13.7	11.5	13.2	0.0	5.1
土産・特産品	4.3	0.0	3.8	5.7	4.3	5.9
ボランティアガイド	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
祭り・イベント	1.5	0.0	0.0	0.0	3.3	2.5
その他	8.9	5.9	9.0	15.1	8.7	7.6

次に、中国地方の観光地に行ってみたい理由を年齢階層別に示したものが図表13である。20代の若年層では「自然景観」の割合が39.7%と最も高く、次いで「歴史・文化」が25.9%、「街の雰囲気」が24.1%となっている。30代、40代になると、「自然景観」「歴史・文化」の割合がほぼ同水準となり、歴史的なものや文化的なものに対する志向が高くなっているといえる。さらに、50代、

60代、70歳以上の中高年齢層になると「歴史・文化」を重視する割合が高くなり、70歳以上では回答者の47.1%が「歴史・文化」と回答している。すなわち、年齢階層が高くなるほどに自然景観といったものよりも、歴史的・文化的な価値を志向するようになるということであろう。

このほか、40代、70歳以上においては「観光施設」という回答の割合が高めとなっている。また、20代、70歳以上では他の年齢階層に比べ「食事」の割合が高いという傾向もみられる。

なお、60代では「その他」の回答の割合が高めだが、これは「遠くだから」「歩くところが多い」といったような理由がいくつかあったことによるものである。

男女別にみると、男性は「歴史・文化」、女性は「自然景観」を重視する傾向があるが、これらの2項目については男女とも他の項目より高い傾向が出ている。これ以外の各項目については男女による差はほとんどなく、中国地方に行ってみたい理由に男女による違いはあまりないといえよう。

図表 13 年齢階層別・男女別にみた中国地方の観光地に行ってみたい理由（複数回答）

	合計 (N=402)	10代 (N=3)	20代 (N=58)	30代 (N=125)	40代 (N=89)	50代 (N=76)	60代 (N=34)	70歳以上 (N=17)	男性 (N=251)	女性 (N=140)
観光施設	19.9	0.0	20.7	18.4	28.1	11.8	17.6	29.4	19.9	21.4
自然景観	34.8	0.0	39.7	38.4	44.9	23.7	20.6	23.5	31.9	37.9
歴史・文化	36.3	0.0	25.9	40.8	42.7	32.9	26.5	47.1	38.2	33.6
街の雰囲気	18.7	100.0	24.1	17.6	24.7	15.8	5.9	0.0	19.1	19.3
食事	11.9	0.0	17.2	12.0	14.6	7.9	2.9	17.6	12.4	11.4
宿	1.7	33.3	1.7	0.8	2.2	2.6	0.0	0.0	0.8	2.9
温泉	7.5	33.3	10.3	4.0	6.7	11.8	5.9	5.9	7.2	7.9
土産・特産品	4.2	66.7	5.2	5.6	0.0	5.3	2.9	0.0	4.4	4.3
ボランティアガイド	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
祭り・イベント	1.5	0.0	0.0	3.2	0.0	1.3	2.9	0.0	2.0	0.7
その他	9.2	0.0	10.3	11.2	0.0	6.6	26.5	17.6	8.8	9.3

（5）行ってみたいところがない理由

「中国地方の中で行ってみたい観光地」という質問項目について「ない」あるいは無回答であったものが81件あり、回答者数274人のうち3割近くとなっている。すなわち、無回答も含めれば回答者の3割は中国地方には行ってみたい観光地がないと考えていることになる。

このような、中国地方に行ってみたいところがないという回答者に対して、その理由をみたところ、全体としては「観光地を知らない」という回答の割合が47.9%と最も高くなっており、次いで「中国地方まで行く時間がない」が20.8%となっている（図表14）。

前述(P6)で中国地方に訪問したことがない理由について触れているが、その際にも中国地方に関する情報が少ないことが最大の理由となっていた。ここでの「観光地を知らない」という回答も、中国地方に関する情報が少ないことが大きく影響しているように思われる。これらの調査から判断するならば、より多くの観光客に中国地方を来訪してもらうためには、これまで以上に積極的な情報発信を行いながら、各地にある観光拠点のPRをしていく必要があるといえよう。

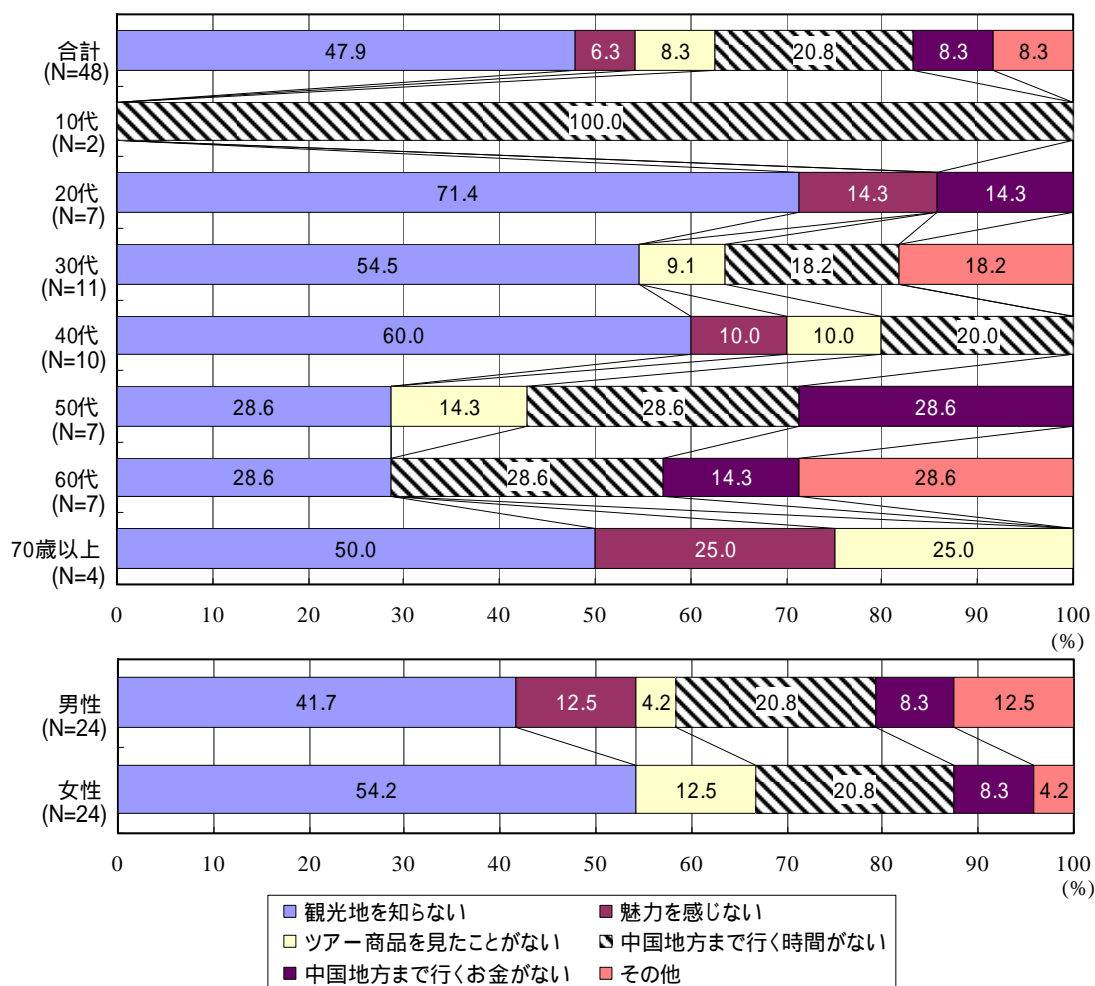
また、中国地方に行ってみたい観光地がない理由を年齢階層別にみると、20代から40代にかけては「観光地を知らない」という回答の割合が最も高く、「中国地方まで行く時間がない」などの理

由もある程度は存在しているものの、やはり情報不足が大きいことがわかる。しかし、50代、60代については、「観光地を知らない」という回答の割合は他の年齢階層ほどではなく、「中国地方まで行く時間がない」などの他の項目の割合も高めとなっている。

なお、20代では「魅力を感じない」「ツアー商品を見たことがない」という回答も見受けられるものの、いずれもそれほど高い割合ではなく、旅行会社などによるツアーがあるかどうかといったことよりも、やはり中国地方はどういった観光地であるのか、また中国地方にはどのような魅力的な観光拠点があるのかといった情報を広く知ってもらうことが重要だということであろう。

次に、中国地方に行ってみたい観光地がない理由を男女別にみると、男性に比べ女性において「観光地を知らない」という理由が多くなっている。その一方で、「魅力を感じない」については女性では回答者がゼロであったものの、男性では12.5%となっており、観光地としての魅力を感じていないのは女性より男性に多いという結果となっている。

図表 14 中国地方には行ってみたい観光地がない理由



(6) 中国地方を観光する際の日数と費用

観光日数

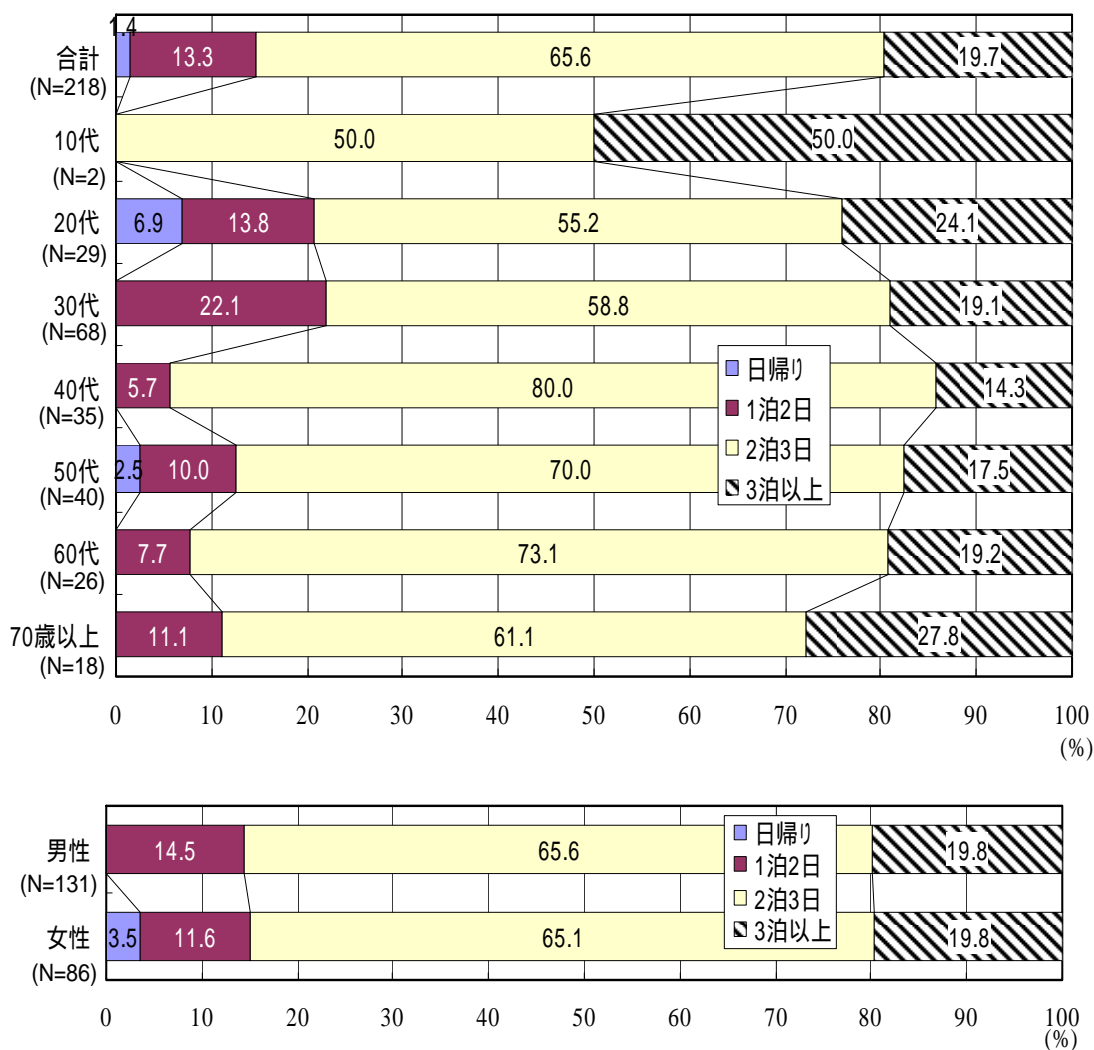
今回のアンケート調査においては回答者の7割は具体的に中国地方の観光地に訪問してみたいと考えていることが明らかとなった。これらの回答者が、中国地方に訪問する際の観光日数については、全体としては「2泊3日」が65.6%と最も多くなっている(図表15)。

年齢階層別にみても、いずれの年齢層についても「2泊3日」の割合が最も高いという傾向に違いはない。ただ、20代、30代については他の年齢階層に比べ「2泊3日」の割合が低めであり、「1泊2日」「3泊以上」の割合が高めとなるなど、回答が分散化しているといった特徴がある。

また、「3泊以上」との回答の割合は、仕事やプライベートなどで何かと多忙になりがちな40代において最も低く、これより年齢階層が低くなる、あるいは高くなるほどに割合が高まる傾向がみられる。中でも20代、70代において「3泊以上」の割合が高くなっており、これらの年齢階層では比較的時間をかけてゆっくりと観光地を周遊したいと考える観光客が多いものとみられる。

これを男女別にみると、男女による差はほとんどなく、いずれも「2泊3日」の割合が最も高くなっている。

図表15 中国地方を観光する場合の希望日数

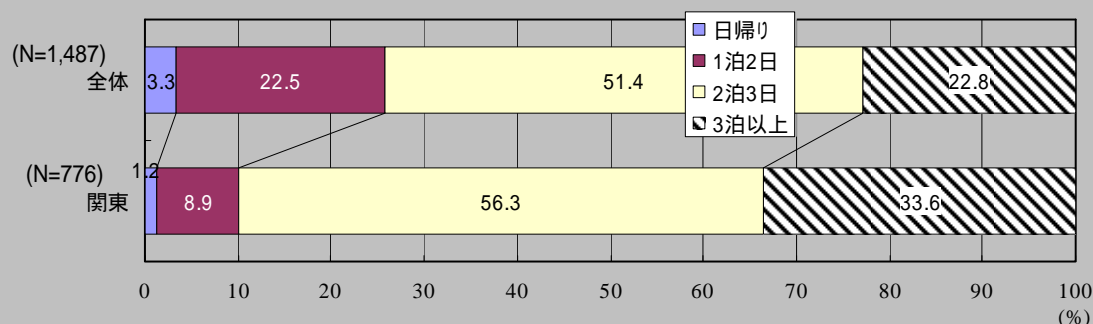


[参考：2000年調査における観光日数]

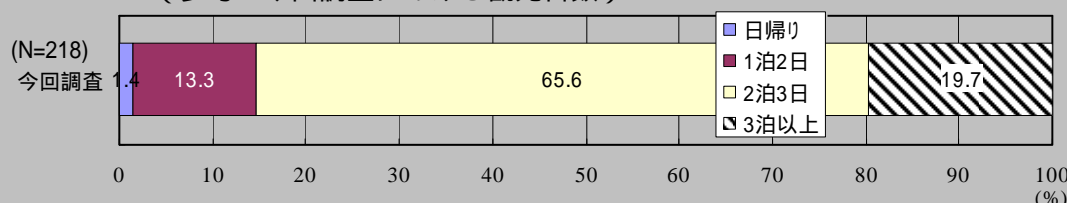
2000年の6月から9月にかけてインターネットを利用して、関東および関西を中心とした居住者を対象に中国地方観光に関するアンケート調査(財団法人 中国産業活性化センター「中国地域の広域観光ルートの開発調査報告書」(2001年3月))を行っている(図表16)。これによれば、中国地方観光を行う際の希望日数としては、「2泊3日」の割合が最も高い。ただ、関東居住者については「2泊3日」の割合が高いことには変わりはないものの、「3泊以上」が33.6%と全体に比べ高く、中国地方から離れているということもあると思われるが、長期間の滞在希望が多くなっている。

今回調査とはアンケート調査の手法や調査対象が異なるため厳密な意味での比較はできないが、「2泊3日」を希望する回答者の割合が高いという点に違いはなく、観光旅行を行う際に「2泊3日」程度が最も動きやすい日程であることがうかがえる。

図表16 中国地方を観光する場合の希望日数(2000年調査)



(参考：今回調査における観光日数)



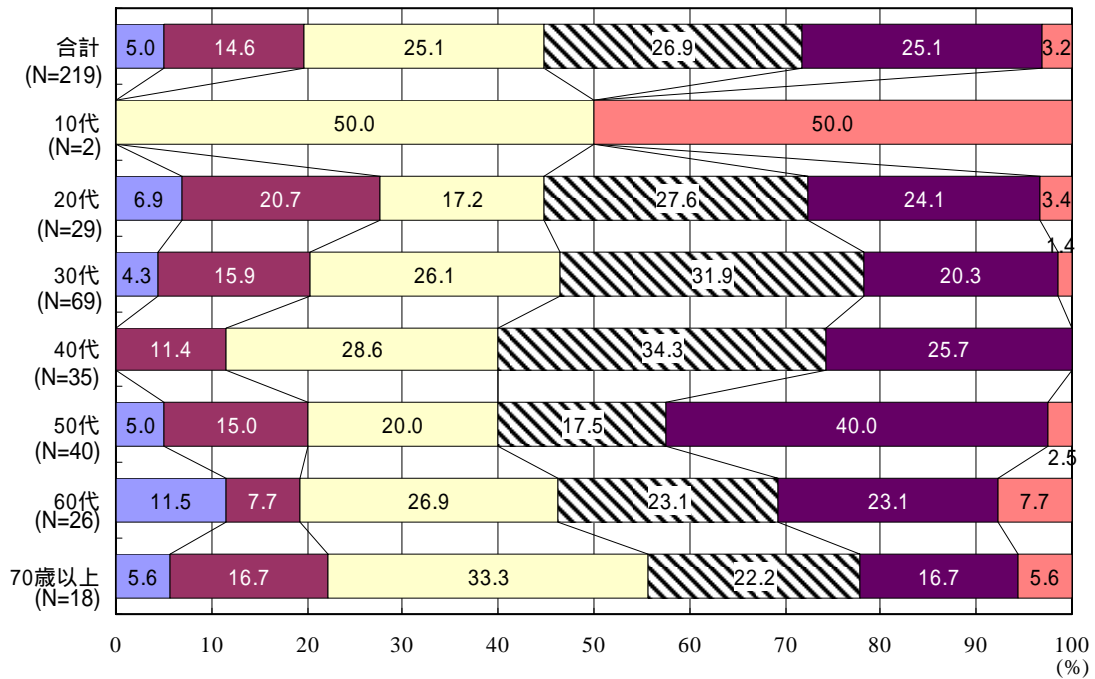
旅行費用

中国地方を観光する際に、望ましいと考えられる一人当たりの費用については(図表17)、全体としては「4万円～5万円未満」が26.9%、「3万円～4万円未満」「5万円～10万円未満」が25.1%となっており、最大でも10万円を超えない程度と考えられていることがわかる。

年齢別には20代から40代にかけては「4万円～5万円未満」までの回答で全体の7割以上となっており回答者のほとんどは一人当たり4万円台が望ましい金額と考えている。ただ、年齢階層が高くなるほどに望ましい金額の上限は上昇しており、60代、70歳以上では割合は少ないながらも「10万円以上」との回答もみられた。

男女別には、女性に比べ男性のほうが低い金額が望ましいとする割合が高めであり、節約志向が高いとみられる。

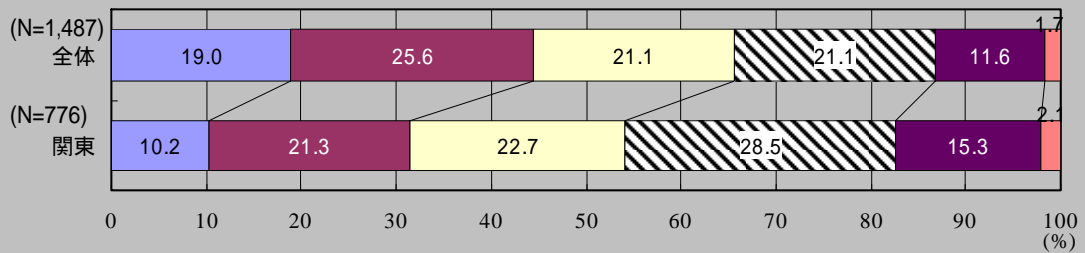
図表 17 中国地方を観光する場合の望ましい一人当たり費用



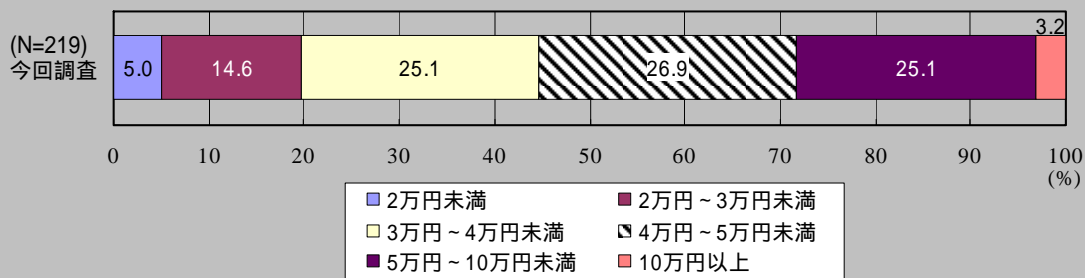
[参考：2000年調査における旅行費用]

観光日数同様に，2000年調査における一人当たり旅行費用を示したものが図表 18 である。関東居住者は全体に比べ観光にかかる費用が高い傾向が出ている。また，今回の調査ではより一人当たり費用が高くなっており，観光旅行の質を高めようとする傾向もみられる。

図表 18 中国地方を観光する場合の望ましい一人当たり費用（2000年調査）



(参考：今回調査における望ましい一人当たり費用)



4. 中国地方のイメージ

(1) 中国地方に感じられるイメージ

旅フェア 2008 でのアンケート調査における中国地方のイメージ

他地域の居住者にとって中国地方というのはどのようなイメージであるのか、中国地方のイメージとして考えられることを自由回答で記入してもらい、その中から特徴的な単語を抽出して集計したものが図表 19 である。回答 1 件に複数のイメージが含まれているものもあるため、複数回答項目としてとらえる必要がある。なお、図表 19 は複数回答も含んだ回答項目数合計値に占める割合を示したものであり、項目における割合の合計値は 100 となるようにしてある。

中国地方のイメージとして最も割合が高かったのは「海」であり、全体の 19.6%を占めている。いずれの県も瀬戸内海、日本海に面しており、海産物が豊富であることなどによるものであろう。次いで、「歴史・文化」「食べ物」がいずれも 17% 台となっている。

このほか、「山」「自然」といった自然環境にかかわるものもあり、「海」も含めて自然豊かなイメージがかなり強いことがわかる。

中国地方には各地に著名な温泉があり、イメージの中にも「温泉」という回答があったが、他の項目に比べ割合は低く、中国地方の温泉地としてのイメージはあまりないものとみられる。

中国地方のイメージの中で、ややわかりにくい「歴史・文化」「食べ物」「その他」について、具体的にどのようなイメージとしてとらえられているのか、アンケートの回答項目の中で挙げられていた事例をいくつか示したものが図表 20 である。

「歴史・文化」については、歴史的名所があること、古い町並みが残っていること、出雲大社など歴史的に重要な文化財があることなどが挙げられている。「食べ物」についてはほとんどが海産物にかかわるものであり、「海」のイメージと関連したものといえよう。また、「その他」の項目では、「穏やか」「のんびり」「落ち着いている」などに加え、「未開の地」「荒野」「地味」「暗い」といったあまり喜べないようなイメージもあった。

図表 19 中国地方のイメージ

(N=240)	(%)
海	19.6
歴史・文化	17.9
食べ物	17.5
山	12.1
自然	11.7
温泉	5.4
その他	15.8
なし	9.9

(注)上記の各項目については、回答者数ではなく回答項目の合計値に占める割合を示している。ただし、「なし」のみ回答者数(N=205)に占める割合となっている。

図表 20 中国地方に感じられる具体的なイメージ

歴史・文化	食べ物	その他
<ul style="list-style-type: none"> ・ 歴史的名所が多い ・ 歴史的町並みが魅力 ・ 見どころが多く、歴史を感じる ・ 古きよき日本の風景や町並みがある ・ 歴史的にみて重要なところが多い ・ 神秘的なイメージがある(出雲大社など) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 魚がおいしい ・ 海産物がおいしい ・ 海産物が豊富である ・ 瀬戸内海などの海の幸がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 穏やかな感じ ・ のんびりしている ・ 落ち着いたイメージ ・ のどか ・ 未開の地である ・ 荒野が広がるところ ・ 地味である ・ 陰のイメージ ・ 暗いイメージ ・ 交通の便が悪い ・ 飛行場が不便 ・ 遠い

ただ、全体として中国地方は海や山があって自然豊かであり、しかも歴史的な文化遺産などがあり、のんびりと落ち着いて観光を楽しむには最適の場所であるというイメージでとらえられているといえよう。

昨今では変化の激しい世の中であって「癒し」「くつろぎ」に対する欲求が増しており、自然豊かな土地でのんびりできるという中国地方は、「癒し」「くつろぎ」を求める観光客にとっては魅力的な訪問先になる可能性を秘めているとみられる。

[参考：2000年調査における中国地方のイメージ]

中国地方のイメージは今回の調査だけに特有のものなのか、それとも他の調査においても似たような傾向が出ているのかをみるために、既に触れた2000年調査との比較を行ってみたものが図表21である。アンケート調査の対象や手法が異なるため、同一の視点からの時系列比較を行うことは難しいものの、中国地方以外の居住者が中国地方に対して持っているイメージを把握する上で重要な情報であることに変わりはない。なお、ここでは、P17で示した今回のアンケート調査による回答項目を2000年調査に合うように項目分類を行い再集計したものを示している。

これによれば、2000年調査・今回調査のいずれにおいても中国地方のイメージとして「自然関連」の割合が高いという結果になっている。つまり、中国地方が自然豊かな地域であるというイメージには変わりがないということになる。

また、「歴史関連」についても2000年調査においては「自然関連」に次いで高い割合となっていたが、今回の調査においてもまったく同様に結果となっている。

2000年の調査と今回の調査で大きく異なっているのが「味覚関連」であり、2000年の調査では「味覚関連」はそれほど高い割合とはいえないが、今回の調査では「自然関連」「歴史関連」に次いで3番目に高い項目となっている。海があって海産物がおいしいといった自然環境とリンクした回答がかなり見受けられることから、自然豊かな地域であるというイメージの定着とともに、「味覚関連」のイメージが高まっていることが考えられる。

図表 21 2000年調査における中国地方のイメージと今回調査との比較

	2000年調査		今回調査	
	件数	構成比 (%)	件数	構成比 (%)
自然関連	418	26.4	104	39.0
歴史関連	221	13.9	43	16.1
温泉関連	103	6.5	13	4.9
総合的な雰囲気	94	5.9	12	4.5
味覚関連	93	5.9	42	15.7
社会基盤関連	24	1.5	-	-
マイナスイメージ	65	4.1	13	4.9
その他	111	7.0	13	4.9
イメージ無し	456	28.8	27	10.1
計	1,585	100.0	267	100.0

(2) 特産品の知名度

旅フェア 2008 でのアンケート調査における特産品の知名度

中国地方の知名度を特産品・土産物から調査した結果が図表 22，および図表 23 である。中国地方の特産品の中で知っているものを記述してもらった結果，アンケート回答者総数である 274 人のうち，食品について記述していたのが 170 人で全体の 62.0%であり，食品類に関する特産品の知名度は比較的高いとみられる。一方，民芸品については 63 人で全体の 23.0%にとどまっており，中国地方の特産品のうち，民芸品についての知名度はいまひとつであるといえよう（図表 22）。

図表 22 「中国地方で知っている特産品」の回答率

	記述者数	アンケート回答者総数	記述者の割合
食品類	170	274	62.0%
民芸品	63	274	23.0%

また，具体的に中国地方の特産品として知っているものについて，回答項目で挙がっていた品目とその件数を集計したものが図表 23 である。食品類では「フグ」が 52 件，「カキ」が 47 件挙がっており，これらの 2 大海産物に対する知名度は比較的高いといえる。

また，広島の特産品といえる「お好み焼き」「もみじ饅頭」，岡山の特産品である「桃」については，いずれも 30 件以上の記述があり，これらも中国地方の特産品の中では知られていることがわかる。

このほか，鳥取や広島で栽培されている「梨」，岡山の「きび団子」「マスカット・ぶどう」，山陰の「かに」などについても挙げられていたが，上位の品目に比べてこれらの土産物の知名度はいまひとつであるといえよう。

民芸品については「しゃもじ」「萩焼」「備前焼」などが多く挙げられていたものの，それ以外はほとんどない。このように，民芸品の知名度はやや低めであるとみられるが，しゃもじ，陶器，熊野筆（表には掲載していない）などは，普段あまり中国地方の民芸品とは意識せずに購入したり使用している場合もあるとみられる。従って，民芸品としての知名度が低いからといってそれらの魅力度が低いということではないと考えられる。

図表 23 中国地方の特産品として知られているもの (件)

食品類	フグ	52
	カキ	47
	お好み焼き	39
	もみじ饅頭	35
	桃	35
	梨	21
	きび団子	18
	マスカット・ぶどう	18
	かに	12
	そば	12
	ままかり	12
	アナゴ	9
	シジミ	7
	らっきょう	5
民芸品	しゃもじ	26
	萩焼	22
	備前焼	19
	めのう	4
	金魚ちょうちん	3

ただ、中国地方のイメージを高めるためにも、全国的に広く普及しているもの、普段、産地などはあまり意識されずに使用されているものについても、中国地方の特産品としてPRしていくことは重要ではないかと思われる。

[参考：2000年調査における特産品の知名度]

2000年調査において「中国地方で思いつく特産品」についての結果をみると（図表24）、「もみじ饅頭」の割合が最も高くなっていることから、「もみじ饅頭」は多くの観光客に知られるなど中国地方を代表する特産品であることがわかる。今回のアンケート調査においても「もみじ饅頭」は上位に位置している。

また、2000年の調査とは知名度に違いがみられるのが海産物であり、2000年の調査では「カキ」は上位に位置しているものの、これ以外は「フグ」が第6位に入っている程度である。しかし、今回の調査では「フグ」が知名度の第1位となっており、次いで「カキ」が第2位となるなど、海産物が「もみじ饅頭」を上回っている。さらに「かに」「ままかり」といった品目も比較的多くの回答者が挙げているなど、海産物が目立っているのが今回のアンケート調査の特徴となっている。

なお、2000年のアンケート調査において、「しゃもじ」「萩焼」「備前焼」といった民芸品に対する知名度は低いですが、これは今回のアンケート調査でもあまり変わっておらず、2000年調査との違いは「しゃもじ」の知名度がやや高まっている程度である。

図表24 中国地方で思いつく特産品（2000年調査）

特産品	構成比 (%)
もみじ饅頭	14.5
カキ	11.2
梨	8.5
桃	7.7
きび団子	6.2
ふぐ	5.7
お好み焼き	5.4
ぶどう	2.7
萩焼	2.6
備前焼	1.6
しゃもじ	1.4
その他	13.5
無し	19

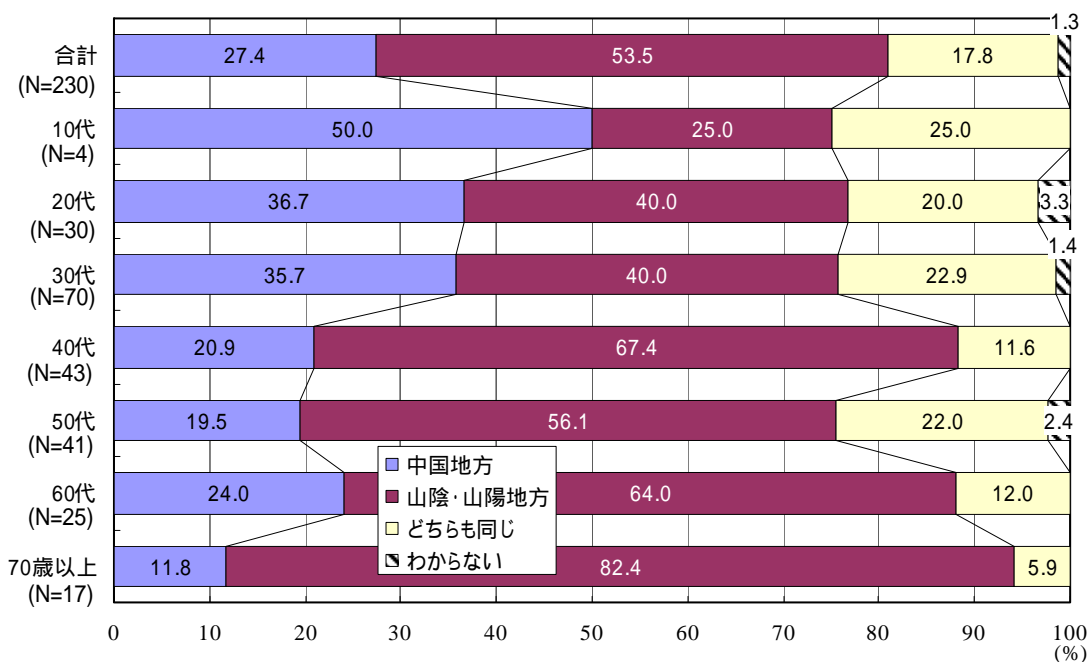
(3) 中国地方の名称について

図表 25 は中国地方の名称として親しみやすい呼び方を調査したものである。中国地方では鳥取県，島根県の山陰 2 県と，岡山県，広島県，山口県の山陽 3 県では気候，産業特性などにかかなりの違いがあることから，これら 5 県を中国地方とひとつにまとめるのではなく，山陰地方，山陽地方という呼び方もされてきた。

今回のアンケート調査によれば，全体としては「山陰・山陽地方」が 53.5%と過半数を超えており，「中国地方」の 27.4%をかなり上回っている。「どちらも同じ」という回答者も 17.8%ほど存在しているものの，多くは「中国地方」あるいは「山陰・山陽地方」のどちらかの呼び方により親しみを感じるという結果になっている。

年齢階層別にみると，年齢階層が高くなるほどに「山陰・山陽地方」の割合が高くなる傾向がみられ，20 代，30 代では「中国地方」という回答も 4 割弱ほどは存在しているものの，40 代から 60 代にかけては 2 割前後にまで縮小し，70 歳以上においては 1 割程度となっている。すなわち高齢者ほど「山陰・山陽地方」に親しみを感じる人が多いという結果になっており，中国地方の観光拠点を PR する際にも，場合によっては「中国地方」ではなく「山陰地方」あるいは「山陽地方」という呼び方を考慮する必要があるということになる。

図表 25 中国地方の名称として親しみやすいもの

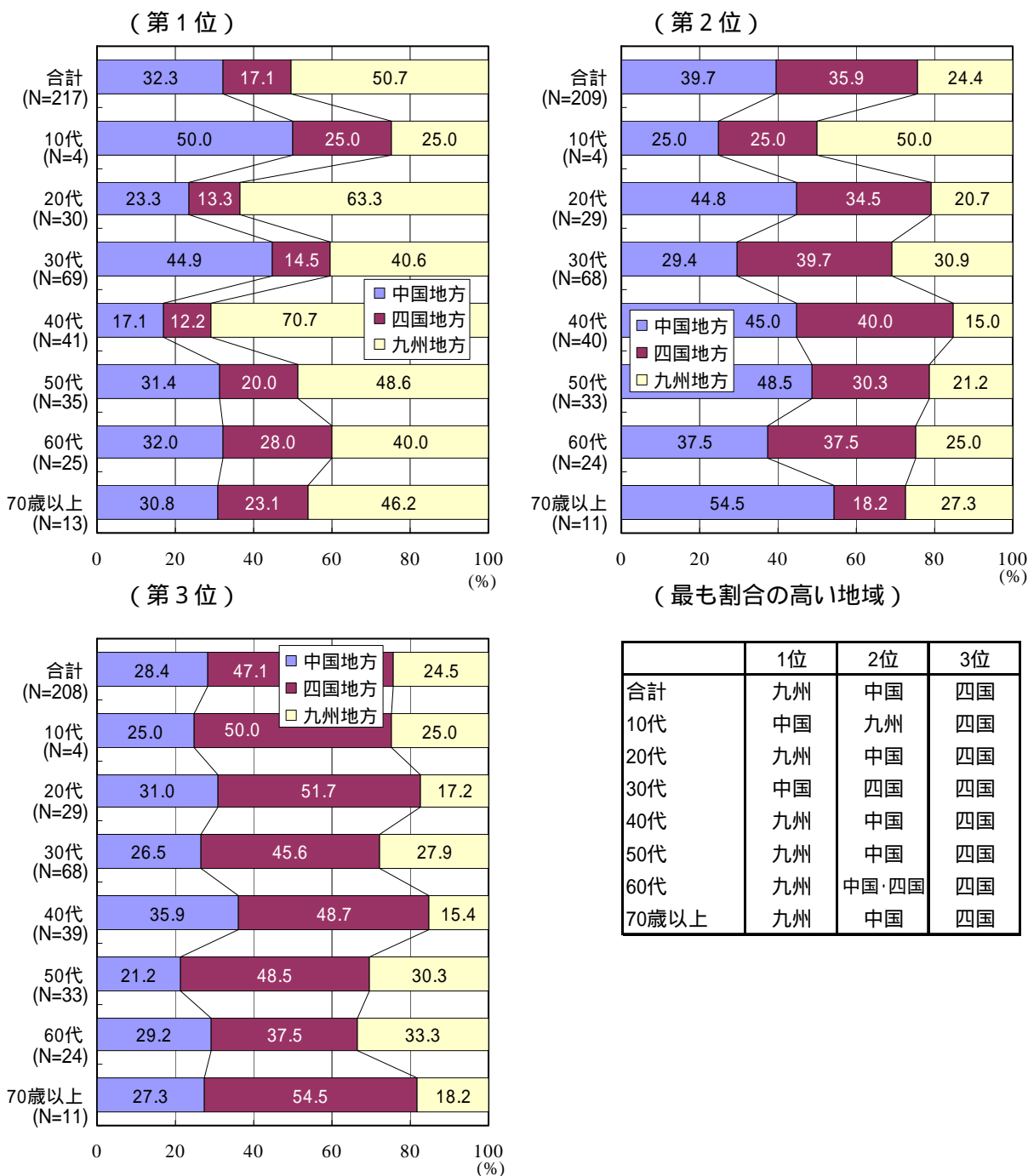


5. 他地域との比較

(1) 訪問してみたい地域

図表 26 は、中国地方、四国地方、九州地方の中で、行きたい順位について調査した結果である。これらの中で第1位として選ばれた割合が高いのは九州地方であり、全体では50.7%の回答者が九州地方を第1位に選んでいる。年齢階層別には20代、40代について九州地方の割合が著しく高くなっており、他の年齢階層についても総じて九州地方の割合が高い。調査サンプル数が少なく誤差が大きいとみられる10代を除き、30代についてのみ中国地方の割合が九州地方を上回っている。

図表 26 中国、四国、九州のうち行ってみたい地域



行ってみたい地域の第2位については、年齢階層によって違いがあるものの、総じて中国地方の割合が高い傾向が出ている。また、九州地方についてもそれなりに高い割合を示しており、九州地方の人気の高さがうかがえる。

第3位で最もウェイトが高いのは四国地方であり、いずれの年齢階層においても四国地方の割合がトップとなっている。

こうしたことから、中国地方、四国地方、九州地方について、観光したい地域の順位付けを行った場合、九州地方が高い人気で第1位、次いで中国地方が第2位、四国地方が第3位となっていることがわかる。

(2) 1位を選んだ理由

中国地方、四国地方、九州地方の3地域のうち、いずれかの地域を1位として選んだ理由をまとめたものが図表27である。ここでは、自由回答で記述してもらった結果を、内容によっていくつかの分類に分け、複数回答項目として集約したものである。

これによれば、全体として最も大きな理由となっているのが「行ったことがない」であり、理由の4割近くとなっている。これ以外の理由としては、「食べ物」が12.0%で2番目に多い項目となっており、「景観・雰囲気」や「歴史・文化」「自然がある」などをかなり上回っている。観光地を選ぶ際に食べ物はかなり重要な要素になることを示している。

年齢階層別にみると、いずれの年齢階層においても「行ったことがない」という理由の割合が高いが、これ以外に20代では「食べ物」が18.2%と他の年齢階層に比べ高い割合を示している。40代、50代についても「食べ物」の割合が高いが、30代においては「食べ物」より「景観・雰囲気」が理由として高くなっているといった傾向もみられる。また、60代、70歳以上の高齢者層では「食べ物」という理由はあまりなく、「自然がある」という回答が多くなっている。

男女別にみると、男女ともに「行ったことがない」という回答の割合が最も高く、次いで「食べ物」となっている。なお、女性は男性に比べ「行ったことがない」という理由の割合が高く、一方

図表27 第1位を選んだ理由（複数回答）

	合計 (N=166)	10代 (N=4)	20代 (N=22)	30代 (N=56)	40代 (N=30)	50代 (N=27)	60代 (N=16)	70歳以上 (N=11)	男性 (N=99)	女性 (N=66)
行ったことがない	37.3	25.0	31.8	30.4	46.7	48.1	25.0	54.5	35.4	40.9
景観・雰囲気	6.6	0.0	0.0	10.7	0.0	7.4	12.5	9.1	7.1	6.1
歴史・文化	5.4	0.0	0.0	8.9	3.3	0.0	12.5	9.1	6.1	4.5
食べ物	12.0	25.0	18.2	8.9	16.7	14.8	6.3	0.0	13.1	10.6
楽しめそう	6.6	25.0	4.5	5.4	6.7	7.4	6.3	9.1	8.1	3.0
自然がある	7.8	25.0	9.1	5.4	3.3	0.0	25.0	18.2	8.1	7.6
交通アクセス	4.8	0.0	0.0	7.1	6.7	7.4	0.0	0.0	5.1	4.5
もう一度行きたい	7.2	0.0	0.0	14.3	3.3	7.4	0.0	9.1	7.1	7.6
その他	17.5	0.0	36.4	14.3	16.7	11.1	25.0	9.1	16.2	19.7

で男性は「食べ物」「楽しめそう」といった理由の割合が女性よりも高くなっている。また、「歴史・文化」に対する興味も女性より男性のほうがやや高いといえよう。

これらの項目のうち「行ったことがない」という理由は、観光地を選ぶ上で非常に大きな理由になるものの、選択先の特性などを考慮したものとはいえず、どこの観光地においても選択理由になりうるものである。

こうした観光地としての特性を把握しにくい回答を除き、中国地方、四国地方、九州地方の各地域を第1位として選んだ回答者の理由を具体的に記述したものが図表28である。

中国地方を第1位に選んだ理由としては、「食べ物がおいしい」「海がきれい」「砂丘に行ってみたい」「観光地が多い」「世界遺産めぐりをしたい」などが挙げられており、著名な観光地である鳥取砂丘や、平和記念公園、宮島、石見銀山といった世界遺産などの観光拠点がそれなりに評価されていることがわかる。「神聖な感じがある」というのは出雲大社などを指しているとみられ、「交通アクセスがよい」という理由は、主として山陽側の観光地に訪問する場合の利便性の高さを示していると考えられる。

四国地方を第1位に選んだ理由としては「八十八箇所めぐりがしたい」という回答がいくつか見受けられ、四国といえば「八十八箇所めぐり」という観光形態がかなり定着していることをうかがわせる。

九州地方を第1位に選んだ理由としては、「食べ物が豊富である」「食べ物がおいしい」といった食べ物にかかわる理由が比較的多く挙げられており、九州地方は食べ物がおいしいところであるという一定の評価がなされているものとみられる。また、「観光資源が多い」「知っている観光地が多い」「バラエティに富んでいる」といったように様々な特色ある観光地があって、しかもそれぞれの知名度が高いことが九州地方の強みとなっていることがわかる。さらに、「ツアーが多く、行きやすい」という回答にみられるように、観光拠点として人気がある場所にはツアーが多く組まれ、結果として観光客が増えやすい状況にあるといえよう。

図表28 第1位を選んだ理由

中国地方	四国地方	九州地方
<ul style="list-style-type: none"> ・食べ物がおいしい ・海がきれい ・砂丘に行ってみたい ・観光地が多い ・世界遺産めぐりをしたい ・気候が安定している ・神聖な感じがある ・歴史に興味がある ・交通アクセスがよい 	<ul style="list-style-type: none"> ・八十八箇所めぐりがしたい ・うどんが食べたい ・海がきれい ・川を見たい 	<ul style="list-style-type: none"> ・食べ物が豊富である ・食べ物がおいしい ・観光資源が多い ・温泉がある ・温暖である ・海がきれい ・知っている観光地が多い ・バラエティに富んでいる ・遠くに行きたいから ・ツアーが多く、行きやすい ・歴史がある ・にぎやかな感じ ・多様な自然がある ・一周できる

6.まとめ

今回の「旅フェア 2008」におけるアンケート調査結果をみることで、首都圏在住者における中国地方の観光地としての人気、魅力度、問題点などをある程度把握することができたと考えられる。

このアンケートによれば、回答者の7割は中国地方への訪問経験があることが判明した。過去に回答者の7割が中国地方に訪問しているということからすれば、中国地方は観光地として比較的知られていると考えることができよう。ただし、中国地方の観光地にまんべんなく観光客が訪問しているわけではなく、観光客の多い著名な観光地はある程度限られているともいえる。広島市、岡山市、山口市など比較的交通の便の良い市部への訪問経験が集中しているのは、交通の利便性のよさなどを上回る魅力的な観光拠点がそれほど多くはないことを示しているとも考えられる。

一方で、中国地方観光をしてみたいと考えている人も回答者の7割という結果になった。この内訳をみると、鳥取市、秋芳洞、萩、石見銀山など多様な観光地が挙げられており、既に訪問した観光地の分布とはかなりの違いがみられる。すなわち、観光客の興味の対象はかなり広範囲にわたっているということであり、交通手段の改善、観光情報の発信、広域的な連携などによって、こうした観光志向を現実の観光につなげていく必要がある。さらに、現在のところ中国地方観光をしてみたいと考えていない残りの3割について、これらを観光客としていかにして取り込んでいくかについても課題の一つだといえよう。

また、新たな観光客を開拓することも重要だが、安定した観光客数を維持するためにはリピーターを確保することも必要だと考えられる。この度のアンケート調査からみる限り、島根県、山口県にはリピーターがある程度存在していることが考えられる。これらの観光地にリピーターが存在している理由を検証することで、これ以外の観光地を活性化させていく際の参考になろう。

なお、中国地方の中で行ってみたいと考えられている観光拠点として、具体名が多数挙げられるなど目立っていたのは鳥取砂丘、秋芳洞であった。これらは、観光拠点としての知名度が高いと同時に魅力度も高いということであろう。行ってみたい観光拠点を県単位でまとめた場合には、山口県の割合が最も高く、山口県と広島県を合計すれば過半数を超えている。著名な観光拠点があっても、県内に観光拠点が少なければ県全体での観光客数を増やすことは難しい。そうした意味では、山口県はよく知られた観光拠点を中心にある程度観光地としての広がりがあるのではないかと考えることもできる。

中国地方に対して持たれているイメージとしては、「海（海産物も含む）」、「山」、「自然」などの自然環境と「歴史・文化」であり、「温泉」やテーマパーク的な娯楽性といったものはあまりない。つまり、「歴史があって自然が豊富」というイメージが中国地方にはあるということであり、そうしたイメージに合った観光地は人気度が高いといえよう。例えば、鳥取砂丘、秋芳洞、萩、石見銀山などはいずれもこうしたイメージに合っているものであり、訪問してみたい観光地の上位にランクされていることも理解できる。

ただ、中国地方の観光地としての優位性を、近隣の四国地方、九州地方と比較した場合、中国地方はやや分が悪い。九州地方の観光地としての優位度は中国地方、四国地方をかなり上回っている。九州地方の優位性が高いのは、観光地の知名度が高いこと、バラエティ豊かな観光地が各地に多数存在していることによる。今後中国地方においては、観光拠点の知名度を高めることや、地域内にある観光地同士が連携などを行うことで、九州地方に負けない魅力的な観光地域づくりをしていくことが望まれる。

(参考2) 観光エリア表

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、瑞穂ハイランド(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)
	19. 隠岐(隠岐国分寺、玉若酢命神社、知夫赤壁など)
岡山県	20. 岡山(後楽園、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、チボリ公園など)
	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)
	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)
	28. 蒜山高原
	29. 美作三湯(湯原温泉、奥津温泉、湯郷温泉)
広島県	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、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)
	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、広島ニュージーランド村など)
	39. 芸北(三段峡、温井ダム、スキー場など)
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)
	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)

(参考3)「旅フェア2008」の概要

1. 旅フェアについて

旅フェアは、(社)日本観光協会主催により2005年から首都圏で開催されている観光博覧祭であり、国内観光振興の中心的行事として開催されている。

毎年、10万人前後の来場者、100以上の団体・企業が出展し、首都圏在住者に対するパンフレット配布、イベント実施により観光PRを行なっている。

2008年は、6月19日(木)～22日(日)、横浜市のパシフィコ横浜で開催(入場料1,000円)され、10万3,832人の来場者があった。なお、6月19日は旅行業界関係者のみによる商談会が開催された。

2. 中国地方のブース展示

中国地方は、「中国地域観光推進協議会」として出展し、5県の観光関係者が一体となって中国地方の観光PRを行った。

同協議会製作による広域観光地図「トキメキちゅうごく旅物語」のほか、中国地方広域観光地図「山陰山陽路の旅」(日本観光協会中国支部)、各県のパンフレットなどを多数配布した。

また、中国地方ブースへの来客を促進するため、6月20日(金)～22日(日)の3日間、5回にわたり、中国地方のノベルティグッズを参加者にプレゼントするサイコロゲームを実施した。

