

平成 23 年
観光動態調査報告書

岩国市観光振興課

平成23年 岩国市観光動態調査

1 目 的

今後の観光行政をより効果的に推進していくための基礎的な資料として、岩国市を訪れる観光客の動向を把握するため、観光アンケート調査を実施するものとする。

2 調査概要

◎調査対象

聞き取り調査（錦帯橋周辺に限る）岩国市来訪者

◎調査場所および調査日

来訪者への聞き取り調査（錦帯橋周辺）

*平成23年3月～12月（随時）

◎サンプル数(有効回答) 5,693人(昨年5,996人)

調査方法

観光アンケート調査は岩国市観光ガイドボランティア協会に依頼した。年間を通じて、団体、個人旅行とバランスよく聞き取り調査を実施し、サンプル数が5,000人を目標に実施をしている。

設問1 : 来岩観光客の地域別割合

順位	平成22年		平成23年	
1	中国・四国	27.82	中国・四国	28.61
2	関東	20.46	近畿	19.52
3	近畿	18.05	関東	18.39
4	九州	16.16	九州	16.02
5	中部	12.49	中部	13.46
6	北海道・東北	3.89	北海道・東北	3.14
7	外国	0.80	外国	0.37
	無回答	0.33	無回答	0.49
	計	100.00	計	100.00

来県別ベスト10は ①広島 ②大阪 ③東京 ④山口 ⑤福岡 ⑥愛知 ⑦兵庫 ⑧神奈川 ⑨千葉 ⑩埼玉

H22 ①東京②広島③大阪④福岡⑤山口⑥兵庫⑦愛知⑧岡山⑨神奈川⑩埼玉

地域区分

北海道・東北	北海道・青森・岩手・秋田・宮城・山形・福島
関東	茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉・東京・神奈川・山梨
中部	新潟・富山・石川・福井・長野・岐阜・静岡・愛知・三重
近畿	滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山
中国・四国	鳥取・島根・岡山・広島・山口・徳島・香川・愛媛・高知
九州	福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島・沖縄
外国	アメリカ・中国・韓国・フィリピン・イギリス・オーストラリア・ブラジル・オーストリア・フランス

設問2- (1) : あなたの性別は

順位	平成22年		平成23年	
1	女	48.92	女	51.57
2	男	48.43	男	45.99
	無回答	2.65	無回答	2.44
	計	100.00	計	100.00

設問3- (1)

あなたが旅行に利用された交通機関は

順位	平成22年		平成23年	
1	車 (2輪含む)	50.38	車 (2輪含む)	47.74
2	列車	27.27	列車	27.19
3	バス	14.09	バス	16.37
4	航空機	7.66	航空機	7.24
5	その他	0.28	その他	0.51
	無回答	0.32	無回答	0.95
	計	100.00	計	100.00

昨年に比べ、自家用車が減りバスが増えている。これは、昨年6月にETC割引が終了したことでバス旅行へとシフトしたためと思われる。

☆団体バスツアーの地域別割合

(岩国市観光協会：観光バス入り込み状況より)

順位	平成22年		平成23年	
1	関東	26.28	関東	23.81
2	中国・四国	18.61	近畿	20.23
3	近畿	17.16	中国・四国	17.77
4	九州	17.07	九州	19.82
5	中部	13.43	中部	13.14
6	北海道・東北	4.97	北海道・東北	3.35
7	外国	2.48	外国	1.88
	計	100.00	計	100.00

近畿地区からのバスの入りこみ割合が上がり中国・四国地区よりも多くなっているが、震災の影響からバスの総台数は大幅に減り、昨年8,780台から8,173台となっている。

設問2- (2) : あなたの年齢は

順位	平成22年		平成23年	
1	50代	29.87	60代以上	34.08
2	60代以上	25.25	50代	23.73
3	20代	15.24	20代	14.90
4	30代	13.93	30代	11.96
5	40代	13.43	40代	10.94
6	10代	0.98	10代	1.37
	無回答	1.30	無回答	3.02
	計	100.00	計	100.00

来岩観光客の年齢割合は、50代と60代以上が逆転し1位となっている。昨年同様、両者をあわせると全体の5割に達している。

設問3- (2) 関東地方から来られた方のみの質問

岩国基地民間空港は岩国-羽田1日4往復で早期再開を目指しているが再開した場合、航空機を利用しますか。

順位	平成22年		平成23年	
1	ぜひ利用したい	11.40	ぜひ利用したい	11.59
2	できれば利用したい	62.26	できれば利用したい	58.03
3	利用しない	10.49	利用しない	6.91
	無回答	15.85	無回答	23.47
	計	100.00	計	100.00

「ぜひ利用したい」と「できれば利用したい」をあわせると全体の7割に達している。

設問4 : このたびの旅行形態は

順位	平成22年		平成23年	
	1	夫婦・カップル	26.90	家族
2	家族	25.77	グループ	23.28
3	グループ	21.25	夫婦・カップル	21.99
4	旅行会社のツアー	17.75	旅行会社のツアー	20.62
5	その他	7.20	その他	6.24
6	修学旅行・遠足	0.55	修学旅行・遠足	0.77
	無回答	0.58	無回答	1.05
	計	100.00	計	100.00

旅行会社のツアーが増えているのは、ETC割引終了のためと思われる。

設問5 : 旅行先を決めるのに最も参考にしたものは

順位	平成22年		平成23年	
	1	新聞・雑誌	22.20	ツアーコースに紐まれている
2	ツアーコースに紐まれている	21.23	新聞・雑誌	20.11
3	パンフ・ポスター	17.09	パンフ・ポスター	17.39
4	テレビ・ラジオ	11.61	友人の話	13.61
5	友人の話	9.82	その他	9.12
6	その他	9.54	テレビ・ラジオ	8.56
7	インターネット	7.54	インターネット	7.90
	無回答	0.97	無回答	1.44
	計	100.00	計	100.00

「友人の話」が増えており、口コミは重要なPRツールといえる。また、高年齢層が多い観光地であるがゆえに、インターネットでの割合はあまり増えていない。

設問6-(1) : 岩国での宿泊は

順位	平成22年		平成23年	
	1	泊まらない	92.28	泊まらない
2	泊まる	7.20	泊まる	6.10
	無回答	0.52	無回答	1.28
	計	100.00	計	100.00

前年と変わらず、岩国を訪れても宿泊しない観光客の割合が9割を占めている。岩国は、通過型の観光地になっている。

設問6-(2) : 泊まらない人の滞在時間

順位	平成22年		平成23年	
	1	2～4時間	46.20	1～2時間
2	1～2時間	44.48	2～4時間	40.38
3	4時間以上	4.30	1時間未満	4.06
4	1時間未満	3.42	4時間以上	3.87
	無回答	1.61	無回答	1.30
	計	100.01	計	100.00

日帰りの中でも4時間以上が最も少ないため、滞在型メニューを充実し、滞在時間の延長を図りたい。

設問6-(3) : 短期滞在（2時間未満）の人の理由

順位	平成22年		平成23年	
	1	予定に組まれたとおり	59.02	予定に組まれたとおり
2	時間がない	29.81	時間がない	37.39
3	見る所・遊ぶ所が少ない	7.47	見る所・遊ぶ所が少ない	2.76
4	その他	0.68	その他	1.38
	無回答	3.02	無回答	3.11
	計	100.00	計	100.00

旅行会社のツアーは、錦帯橋での滞在時間が短い。

設問7 : 錦帯橋資料館は、必要と思うか

順位	平成22年		平成23年	
	1	必要と思う	75.50	必要と思う
2	どちらでもよい	22.01	どちらでもよい	27.29
3	必要とは思わない	0.97	必要とは思わない	1.74
	無回答	1.52	無回答	1.50
	計	100.00	計	100.00

錦帯橋資料館が必要と思われる方は、どちらでもよいを入れると約97%に達し、重要性についてはほとんど変わらない。

設問8 : 岩国で錦帯橋以外に関心のあるものは

順位	平成22年		平成23年	
	1	史跡・文化財	61.16	史跡・文化財
2	岩国のシロヘビ	19.13	岩国のシロヘビ	18.50
3	米軍基地	10.04	その他	5.11
4	その他	6.35	米軍基地	4.11
5	宇野千代	2.33	宇野千代	1.98
	無回答	0.98	無回答	1.33
	計	99.99	計	100.00

「史跡・文化財」や「岩国のシロヘビ」が約9割を占めており、錦帯橋をはじめとする文化財が岩国の一番の魅力だといえる。

設問9 : 岩国での使用金額

順位	平成22年		平成23年	
	1	3,000円未満	47.70	3,000円未満
2	1,000円未満	23.48	1,000円未満	32.35
3	5,000円未満	15.28	5,000円未満	11.26
4	15,000円以上	3.85	10,000円未満	3.62
5	10,000円未満	3.52	15,000円以上	2.09
6	7,000円未満	2.79	7,000円未満	1.97
7	15,000円未満	1.80	15,000円未満	1.16
	無回答	1.58	無回答	1.83
	計	100.00	計	100.00

滞在時間が短いため、使用金額が少ないと思われる。

設問10-(1)：岩国に来る直前に立ち寄ってきた観光地は

順位	平成22年		平成23年	
	1	宮島・広島	45.31	宮島・広島
2	自宅	34.09	自宅	35.48
3	山口・秋芳	6.42	萩・津和野	6.39
4	萩・津和野	5.52	山口・秋芳	5.39
5	その他	2.95	その他	2.85
6	九州	1.98	九州	1.65
7	柳井・大島	1.43	柳井・大島	1.07
8	山陰	0.93	山陰	0.53
9	四国	0.65	四国	0.37
	無回答	0.70	無回答	0.91
	計	99.98	計	100.00

「宮島・広島」が多くの割合を占め、広島から岩国への観光ルートの結びつきの強さがわかる。

設問10-(2)：これから行く観光地は

順位	平成22年		平成23年	
	1	宮島・広島	35.34	自宅
2	自宅	34.32	宮島・広島	28.89
3	山口・秋芳	9.67	山口・秋芳	11.35
4	萩・津和野	9.29	萩・津和野	9.80
5	その他	3.54	その他	3.99
6	九州	3.14	九州	2.42
7	柳井・大島	1.90	柳井・大島	2.23
8	山陰	1.20	山陰	0.90
9	四国	0.68	四国	0.46
	無回答	0.92	無回答	1.26
	計	100.00	計	100.00

自宅へ直接帰る割合が多いことから、岩国が最終目的地として選ばれていることが伺える。

設問11：何を求めて岩国に来られましたか

順位	平成22年		平成23年	
	1	名所旧跡を訪ねる	55.47	名所旧跡を訪ねる
2	のんびりとくつろぐ	18.46	季節に応じた自然を味わう	19.57
3	季節に応じた自然を味わう	17.44	のんびりとくつろぐ	15.16
4	その他	3.19	その他	2.32
5	知人・友人に会う	2.07	土地の美味しい物を食べる	1.41
6	土地の美味しい物を食べる	1.37	知人・友人に会う	0.91
7	買い物をする	0.30	買い物をする	0.19
	無回答	1.70	無回答	1.77
	計	100.00	計	100.00

「名所旧跡を訪ねる」「季節に応じた自然を味わう」「のんびりとくつろぐ」が約9割を占め、錦帯橋をはじめ、吉香公園の自然に癒しを求めている人が多いと思われる。

設問12：岩国にもう一度来たいと思いますか

順位	平成22年		平成23年	
	1	機会があれば来たい	81.52	機会があれば来たい
2	どちらともいえない	7.51	ぜひもう一度来たい	9.49
3	ぜひもう一度来たい	7.19	どちらともいえない	9.05
4	あまり思わない	1.83	あまり思わない	1.40
5	まったく思わない	0.03	まったく思わない	0.00
	無回答	1.92	無回答	1.95
	計	100.00	計	100.00

「ぜひもう一度来たい」が増加している。今後さらにもてなしを充実し、リピーター増加を目指したい。

来岩回数

順位	平成22年		平成23年	
	1	初めて	74.05	初めて
2	2回目以上	23.10	2回目以上	23.43
	無回答	2.85	無回答	2.71
	計	100.00	計	100.00

相変わらず初めての客が多いが、設問12から、リピーター創出の可能性は十分にある。

今回の旅行日数

順位	平成22年		平成23年	
	1	1泊2日	37.14	1泊2日
2	2泊3日	27.15	2泊3日	27.03
3	日帰り	22.38	日帰り	23.84
4	それ以上	9.47	それ以上	9.85
	無回答	3.85	無回答	3.53
	計	100.00	計	100.00

相変わらず1泊2日が最も多く、日帰りも全体の2割以上と多い。短い旅行の中で岩国を選んでもらえるよう、PRに力を入れていきたい。

平成23年の観光動向について

平成23年は、岩国市の入り込み観光客数の指標となる錦帯橋の年間の入橋者数が667,629人で対前年比6.8%減となり、岩国市全体の入り込み観光客数も2,977,028人と300万人台を割りこみ、対前年比9.8%減となっています。これは、3月の東日本大震災により、3月～5月にかけて全国的に観光などの娯楽を自粛する風潮になり、観光イベントやツアー、個人旅行等が取り止めとなったことが大きな原因と思われます。また、毎年20数万人の集客のある「日米親善デー」が中止となったことも大きく影響しています。

錦帯橋の入橋者については、1～2月に積雪のため交通規制等が頻繁に行われたこと、3月～5月にかけては東日本大震災による娯楽の自粛等により、1～5月までは前年に比べ17.5%と大幅に減少しました。6月以降は、自粛することで景気が低迷することへの懸念から積極的な消費が震災復興にもつながるとの考え方が拡がり増加に転じたものの、6月19日をもってETC割引が廃止されたことによる個人観光客の減少により2.5%程度の増加にとどまり、通年では6.8%の減少となりました。

観光イベントでは、3月の「錦帯橋ロードレース大会」が雨の影響により対前年比4千人減の11千人、「長山公園シロヘビまつり」の廃止、「日米親善デー」の中止など、イベントの中止等により全観光客数の約1割に当たる約30万人の減少となりました。秋のイベントについては、ほとんどのイベントが増加しており、下半期は回復がみられますが、岩国最大の集客イベント「日米親善デー」の中止が大きく影響し、イベント全体で50%の減少となっております。

観光施設については、前年に比べ6%の減少となりましたが、「銭壺山」、「潮風公園みなとオアシスゆう」、「錦パレスホテル」、「丸太村」は、昨年と同様に増加しており、見る観光から体験型（アウトドア）の観光へのシフトが感じられます。

さて、アンケート調査により推察される平成23年の傾向についても東日本大震災が大きく影響していると考えられます。

設問 1 の来岩観光客の地域別割合の 1 位は「中国・四国」地域に変わりありませんが、22 年に比べ「関東」・「北海道・東北」が減となり、昨年 3 位の「近畿」地域はわずかですが増加し 2 位となっています。

設問 2 (2) の年齢層は「60 歳代以上」が増加し、「50 歳代」を抜いて 1 位になり、全体としては「20 歳代～40 歳代」が昨年に比べ減少し高齢者の割合が増えています。

設問 3 (1) では「車を利用して」が減少し、ほぼ同じ割合で「バス」が増加している。設問 4 では「夫婦・カップル」が減少し、それ以外の「家族」、「グループ」、「旅行会社のツアー」が増加していることから高速道路の ETC 割引の終了により、ツアー等のバス利用が拡大していることが見て取れます。このことは設問 5 の「ツアーコースに組まれている」が 1 位になったことから明らかです。

また、設問 9 の使用金額は全体的に減少し、1,000 円未満が増加していることから、震災の影響等による景気の低迷やツアー等により滞在時間が短くなったことが反映される結果となっています。

設問 12 では、「ぜひもう一度来たい」が 9.49% に増加しており、観光関係者にとって大変喜ばしい数字となっています。

なお、今回のアンケート調査にはありませんが、平成 22 年度から「木炭自動車」の運行を再開しており、延べ約 6500 人の方が利用され、観光客誘致や滞在時間延長の一助となったと考えられます。

最後に、平成 22 年 12 月に観光庁が示した「観光入込客数統計に関する共通基準」における「観光地点」は、「非日常利用が多い。(スポーツ観戦は含まないなど)」、「観光入込客数が適切に把握できる地点であること。」、「前年の観光入込客数が年間 1 万人以上若しくは前年の特定月の観光入込客数が 5 千人以上であること。」となっており、この「共通基準」に基づいた入込客数は 1,822,192 人となっています。この中には、野球観戦にあたる「カープ由宇練習場」の入場者や行祭事・イベントにあたる「錦帯橋まつり」、「日米親善デー」、「錦川水の祭典」の入込客数は含んでいません。

平成 24 年の観光について

平成 24 年は、年度内に開港予定の「岩国錦帯橋空港」の P R ・ 売り込みが最重要課題になると考えられます。空港開港により岩国は西中国地域における広域観光ルートの拠点観光地としての要件を備えることとなりますので、関係団体と歩調を合わせ、地の利を生かした広域観光ルートや市内を回遊するルートの創設、P R に努め、特に首都圏において積極的な宣伝活動等を実施する予定です。

さらに、関東へ到着する国際線からの乗り継ぎによる海外観光客の増加も見込まれるため、今以上にインバウンド関係の充実を目指します。

その他、名刺や各種パンフレット等にも P R ロゴを入れるなど、空港の開港を周知するため、あらゆる方法で P R していきます。

山口県においては、平成 22 年 10 月に策定した「山口県年間観光客 3 千万人構想実現アクション・プラン」に基づき、「おいでませ！山口」、「ワンスモア！山口」、「ぐるるん！山口」をキーワードに誘客に取り組むこととし、3～8 月を「おいでませ！山口イヤー観光交流キャンペーン」の期間として実施する一年となります。

戦略的には、「訪れたいくなる情報発信」、「ネットワークを活用した情報発信」、「来訪者の滞在時間を延ばす取り組みの推進」、「リピーターの増加を図る取り組みの推進」、「広域連携の強化による来訪の促進」、「旅行会社等とのタイアップ」、「東アジアからの観光客の誘致」、「県民参加の促進」、「観光を支える人づくり」、「幅広い主体の連携強化」があり、岩国市においても戦略ごとに、観光協会、商工会議所等の関係団体と連携して取り組みます。

広域観光連携については、広島・宮島・岩国地域観光圏整備事業の取り組みを、引き続き構成団体と連携・協力して推し進め、「圏内での 2 泊 3 日の滞在定着」が図れるよう努力します。好評を得ております夜の魅力発信事業として、「錦帯橋ライトアップ事業」や「I-フェスタ」として共同開催した「食の魅力発見事業」などの継続だけでなく、さらに魅力ある着地メニューの創出を進めます。

また、山口県・広島県の両観光連盟、オレンジ城下町観光推進協議会、ピュアライン観光連絡協議会などとの連携を密にし、さらに広域連携を強化します。

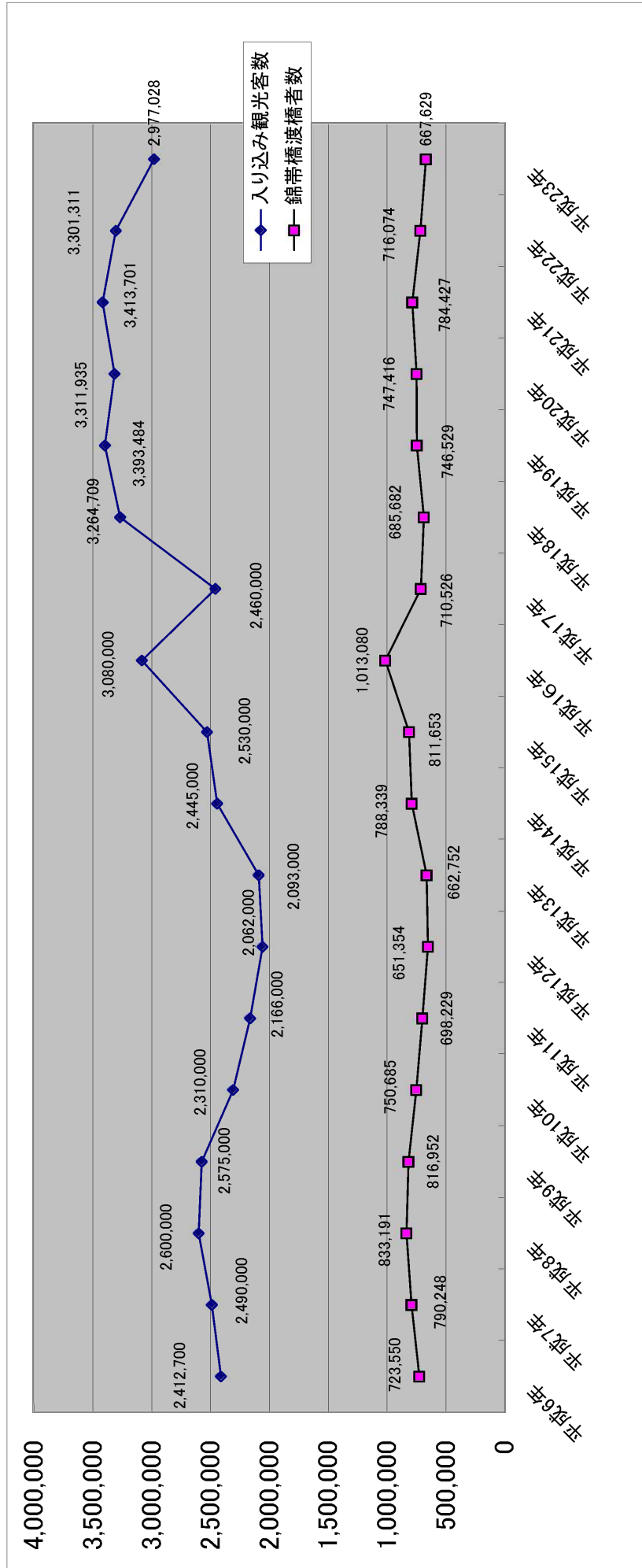
本年1月から始まった大河ドラマ「平清盛」の放送により、近隣の宮島・呉などにドラマの影響により多くの観光客が訪れると思われます。岩国へも足を運んでもらうために2月7日から9日まで神戸市・大阪市に岩国市観光宣伝隊を派遣しました。訪問先の旅行エージェントの反応も良く、「ドラマ関係での送客を考えているし、これからの放送の人気によってはさらに送客を行いたい。」とのご意見もあり、大阪市地下街で実施した観光展も大変好評で、参加者一同が実りある宣伝活動であり、関西方面からの観光客拡大が望めると実感したところです。

昨今話題となっている「ゆるキャラ」を活用しての取り組みとしては、岩国れんこんPRキャラクターの「はあすちゃん」、山口国体終了後に山口県観光宣伝部長となった「ちよるる」、地元で人気のご当地ヒーローの「清流光神ハクジャオー」などを、イベントや観光宣伝に参加させ積極的な利活用を図ります。

また、情報の収集・発信の手段としてのツイッターやフェイスブックなどの新しいツールの役割も大きいことから、旬な話題を提供するツールとして好評のブログの充実や錦帯橋のライブカメラの活用などのほかに、フェイスブックなどの新しいツールの開拓を検討し、今後もきめ細やかな情報発信を図っていきたいと思います。

今後も、本市の数々の魅力ある観光資源を活用し、多彩なイベント等の企画や事業の創出に向け、観光協会・商工会議所・商工会等を始めとした観光関連団体やガイドボランティアなど市民の皆様との連携を深め、一体となって事業を展開し、観光客の皆様「また訪れたい岩国市」と思っただけのよう、「おもてなしの心」を持って取り組んでまいります。

岩国市の入り込み観光客数と錦帯橋入橋者数の推移



※平成7年はネスカフェのCMが全国放送

※平成9年はNHK大河ドラマに「毛利元就」が放送

※平成13年12月から「平成の架け替え」開始

※平成16年3月「平成の架け替え」完了

※平成17年は台風14号の山陽自動車道通行止の影響により減少

※平成18年3月20日合併により、平成18年から入り込み観光客数は大幅に増加している。

※平成23年3月11日東日本大震災発生。6月19日高速道路ETC割引廃止。

	平成6年	平成7年	平成8年	平成9年	平成10年	平成11年	平成12年	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年
入り込み観光客数	2,412,700	2,490,000	2,600,000	2,575,000	2,310,000	2,166,000	2,062,000	2,093,000	2,445,000	2,530,000	3,080,000	2,460,000	3,264,709	3,311,935	3,393,484	3,413,701	3,301,311	2,977,028
錦帯橋入橋者数	723,550	790,248	833,191	816,952	750,685	698,229	651,354	662,752	788,339	811,653	710,526	685,682	746,529	747,416	784,427	716,074	667,629	784,427