

平成 26 年

岩国市観光客動態調査  
報 告 書

岩国市観光振興課

# 平成 26 年 岩国市観光アンケート調査

## 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した。

## 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 26 年 4 ～12 月（随時）

◎サンプル数(有効回答)      5, 7 0 2 人（昨年 5, 6 6 0 人）

### 調査方法

観光アンケート調査は岩国観光ガイドボランティア協会に依頼した。期間を通じて、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, 0 0 0 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25年  |         | 平成26年  |         |
|----|--------|---------|--------|---------|
| 1  | 中国・四国  | 29.34%  | 中国・四国  | 33.57%  |
| 2  | 関東     | 23.28%  | 関東     | 21.97%  |
| 3  | 近畿     | 14.71%  | 近畿     | 14.96%  |
| 4  | 九州     | 14.32%  | 九州     | 13.15%  |
| 5  | 中部     | 12.07%  | 中部     | 10.86%  |
| 6  | 北海道・東北 | 5.40%   | 北海道・東北 | 4.17%   |
| 7  | 外国     | 0.81%   | 外国     | 1.32%   |
|    | 無回答    | 0.07%   | 無回答    | 0.00%   |
|    | 計      | 100.00% | 計      | 100.00% |

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

H25 ①広島 ②東京 ③山口 ④大阪 ⑤福岡 ⑥神奈川 ⑦兵庫 ⑧愛知 ⑨岡山 ⑩千葉

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・台湾・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：あなたの性別は

| 順位 | 平成25年 |         | 平成26年 |         |
|----|-------|---------|-------|---------|
| 1  | 男     | 50.02%  | 男     | 51.75%  |
| 2  | 女     | 49.63%  | 女     | 48.18%  |
|    | 無回答   | 0.35%   | 無回答   | 0.07%   |
|    | 計     | 100.00% | 計     | 100.00% |

【参考】団体バスツアーの地域別台数

(岩国市観光協会：観光バス入り込み状況より)

| 順位 | 平成25年  |                | 平成26年  |                |
|----|--------|----------------|--------|----------------|
| 1  | 関東     | 2,188台 26.56%  | 関東     | 1,615台 25.42%  |
| 2  | 中国・四国  | 1,517台 18.40%  | 中国・四国  | 1,273台 20.04%  |
| 3  | 九州     | 1,341台 16.26%  | 九州     | 1,077台 16.95%  |
| 4  | 近畿     | 1,151台 13.96%  | 近畿     | 909台 14.31%    |
| 5  | 中部     | 1,102台 13.37%  | 中部     | 709台 11.16%    |
| 6  | 北海道・東北 | 569台 6.90%     | 外国     | 401台 6.31%     |
| 7  | 外国     | 375台 4.55%     | 北海道・東北 | 369台 5.81%     |
|    | 計      | 8,243台 100.00% | 計      | 6,353台 100.00% |

割合については大きな変動はないが、バスツアーが大幅に減少している。

設問3：あなたの年齢は

| 順位 | 平成25年 |         | 平成26年 |         |
|----|-------|---------|-------|---------|
| 1  | 60代以上 | 35.69%  | 60代以上 | 37.07%  |
| 2  | 50代   | 21.97%  | 50代   | 20.15%  |
| 3  | 30代   | 15.49%  | 40代   | 14.92%  |
| 4  | 40代   | 14.12%  | 30代   | 13.52%  |
| 5  | 20代   | 11.55%  | 20代   | 12.87%  |
| 6  | 10代   | 1.13%   | 10代   | 1.35%   |
|    | 無回答   | 0.05%   | 無回答   | 0.12%   |
|    | 計     | 100.00% | 計     | 100.00% |

来岩観光客の年齢割合は昨年に引き続き60代が1位、50代が2位となっている。

設問4：旅行の形態（同行者）は（新設）

| 順位 | 平成25年 |  | 平成26年   |         |
|----|-------|--|---------|---------|
| 1  |       |  | 家族      | 28.67%  |
| 2  |       |  | 夫婦・カップル | 24.20%  |
| 3  |       |  | 友人      | 22.73%  |
| 4  |       |  | ツアー     | 14.03%  |
| 5  |       |  | その他     | 9.63%   |
| 6  |       |  | 修学旅行    | 0.72%   |
|    |       |  | 無回答     | 0.02%   |
|    |       |  | 計       | 100.00% |

7割以上がツアー旅行ではなく、個人旅行であることがわかる。

設問5：旅行に利用された交通機関は

| 順位 | 平成25年   |         | 平成26年   |         |
|----|---------|---------|---------|---------|
| 1  | 車（2輪含む） | 46.38%  | 車（2輪含む） | 47.66%  |
| 2  | 列車      | 27.17%  | 列車      | 27.81%  |
| 3  | バス      | 12.84%  | 航空機     | 12.22%  |
| 4  | 航空機     | 12.78%  | バス      | 11.54%  |
| 5  | その他     | 0.72%   | その他     | 0.70%   |
|    | 無回答     | 0.11%   | 無回答     | 0.07%   |
|    | 計       | 100.00% | 計       | 100.00% |

近年のバス運転手不足及び交代運転手の配置基準の見直しの影響により、バスの割合が昨年からさらに低下している。

### 設問6：岩国での宿泊は

| 順位 | 平成25年 |         | 平成26年 |         |
|----|-------|---------|-------|---------|
| 1  | 泊まらない | 89.89%  | 泊まらない | 91.37%  |
| 2  | 泊まる   | 7.76%   | 泊まる   | 8.61%   |
|    | 無回答   | 2.35%   | 無回答   | 0.02%   |
|    | 計     | 100.00% | 計     | 100.00% |

昨年同様、宿泊をしない割合が9割を占めており、岩国は依然として通過型の観光地である。

### 設問7：泊まらない人の滞在時間

| 順位 | 平成25年 |         | 平成26年 |         |
|----|-------|---------|-------|---------|
| 1  | 1～2時間 | 43.76%  | 2～4時間 | 43.55%  |
| 2  | 2～4時間 | 41.24%  | 1～2時間 | 39.41%  |
| 3  | 1時間未満 | 5.37%   | 4時間以上 | 5.58%   |
| 4  | 4時間以上 | 4.68%   | 1時間未満 | 3.38%   |
|    | 無回答   | 4.95%   | 無回答   | 8.08%   |
|    | 計     | 100.00% | 計     | 100.00% |

バスツアーのほとんどが「1～2時間」であることから、順位の変動は、バスによるツアー客の減少によるものと考えられる。

### 設問8：岩国での使用金額

|   | 平成25年     |         | 平成26年     |         |
|---|-----------|---------|-----------|---------|
| 1 | 3,000円未満  | 44.08%  | 3,000円未満  | 40.73%  |
| 2 | 1,000円未満  | 28.87%  | 1,000円未満  | 25.15%  |
| 3 | 5,000円未満  | 16.09%  | 5,000円未満  | 20.22%  |
| 4 | 10,000円未満 | 5.55%   | 10,000円未満 | 7.33%   |
| 5 | 15,000円以上 | 3.75%   | 15,000円以上 | 4.45%   |
| 6 | 15,000円未満 | 1.31%   | 15,000円未満 | 2.07%   |
|   | 無回答       | 0.35%   | 無回答       | 0.05%   |
|   | 計         | 100.00% | 計         | 100.00% |

昨年に比べ順位の変動はないが、1,000円・3,000円の割合が減少し、高額な割合が増加している。

### 設問9：錦帯橋以外に見た市内観光施設は

| 順位 | 平成25年 |         | 平成26年 |         |
|----|-------|---------|-------|---------|
| 1  | 2～3ヶ所 | 46.98%  | 2～3ヶ所 | 43.35%  |
| 2  | 4～5ヶ所 | 26.93%  | 4～5ヶ所 | 29.50%  |
| 3  | なし    | 13.90%  | なし    | 17.06%  |
| 4  | 6ヶ所以上 | 6.82%   | 1ヶ所   | 6.44%   |
| 5  | 1ヶ所   | 5.21%   | 6ヶ所以上 | 3.56%   |
|    | 無回答   | 0.16%   | 無回答   | 0.09%   |
|    | 計     | 100.00% | 計     | 100.00% |

岩国来られる方の約半数は3ヶ所までとなっている。

### 設問10：旅行先を決めるのに最も参考にしたものは

| 順位 | 平成25年       |         | 平成26年       |         |
|----|-------------|---------|-------------|---------|
| 1  | 旅行雑誌・ガイドブック | 27.70%  | 旅行雑誌・ガイドブック | 25.66%  |
| 2  | 旅行代理店を通じて   | 17.58%  | インターネット     | 17.71%  |
| 3  | その他         | 14.47%  | その他         | 17.01%  |
| 4  | インターネット     | 12.86%  | 旅行代理店を通じて   | 16.13%  |
| 5  | 友人の話        | 12.05%  | 友人の話        | 13.26%  |
| 6  | テレビ・ラジオ     | 7.86%   | テレビ・ラジオ     | 6.24%   |
| 7  | パンフ・ポスター    | 6.93%   | パンフ・ポスター    | 3.81%   |
|    | 無回答         | 0.55%   | 無回答         | 0.18%   |
|    | 計           | 100.00% | 計           | 100.00% |

### 【参考】各世代における割合

| 手段        | 10代    | 20代    | 30代    | 40代    | 50代    | 60代以上  | 年齢無回答  | 計      |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 雑誌・ガイドブック | 11.7%  | 28.1%  | 24.4%  | 22.6%  | 28.7%  | 25.4%  |        | 25.7%  |
| テレビ・ラジオ   |        | 4.9%   | 8.0%   | 7.9%   | 8.5%   | 4.4%   | 14.3%  | 6.2%   |
| パンフ・ポスター  | 5.2%   | 3.0%   | 2.7%   | 4.0%   | 3.4%   | 4.6%   |        | 3.8%   |
| 知人に聞いて    | 6.5%   | 16.5%  | 13.9%  | 11.7%  | 10.5%  | 14.2%  | 14.3%  | 13.3%  |
| 旅行代理店     | 10.4%  | 3.1%   | 7.3%   | 12.3%  | 18.0%  | 24.8%  |        | 16.1%  |
| インターネット   | 10.4%  | 26.8%  | 26.6%  | 22.3%  | 15.6%  | 10.7%  | 28.6%  | 17.7%  |
| その他       | 55.8%  | 17.2%  | 17.2%  | 19.2%  | 15.1%  | 15.6%  | 42.9%  | 17.0%  |
| 無回答       |        | 0.4%   |        |        | 0.1%   | 0.3%   |        | 0.2%   |
| 計         | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

旅行雑誌・ガイドブックが依然として多いが、インターネットの割合が昨年に比べ約5ポイントも増加している。30代においてはインターネットを閲覧して旅行先を決めた方が一番多く、旅行代理店を通じて決めた方は少ない。一方、60代以上においては、旅行代理店は約25%となっており、世代間で旅行先を決めるプロセスに違いがあることがよくわかる。

設問11：岩国に来る直前に立ち寄ってきた観光地は

| 順位 | 平成25年 |         | 平成26年 |         |
|----|-------|---------|-------|---------|
| 1  | 自宅    | 40.57%  | 自宅    | 43.86%  |
| 2  | 宮島・広島 | 39.68%  | 宮島・広島 | 38.50%  |
| 3  | 山口県内  | 13.13%  | 山口県内  | 12.10%  |
| 4  | 山陰    | 3.00%   | 山陰    | 2.09%   |
| 5  | 九州    | 1.98%   | 九州    | 1.49%   |
| 6  | その他   | 0.99%   | その他   | 1.33%   |
| 7  | 四国    | 0.49%   | 四国    | 0.58%   |
| 8  |       |         |       |         |
| 9  |       |         |       |         |
|    | 無回答   | 0.16%   | 無回答   | 0.05%   |
|    | 計     | 100.00% | 計     | 100.00% |

設問12：これから行く観光地は

| 順位 | 平成25年 |         | 平成26年 |         |
|----|-------|---------|-------|---------|
| 1  | 宮島・広島 | 36.70%  | 自宅    | 36.63%  |
| 2  | 自宅    | 31.78%  | 宮島・広島 | 36.57%  |
| 3  | 山口県内  | 22.76%  | 山口県内  | 19.68%  |
| 4  | 九州    | 3.90%   | 九州    | 2.68%   |
| 5  | 山陰    | 2.84%   | 山陰    | 1.93%   |
| 6  | その他   | 1.15%   | その他   | 1.88%   |
| 7  | 四国    | 0.76%   | 四国    | 0.58%   |
| 8  |       |         |       |         |
| 9  |       |         |       |         |
|    | 無回答   | 0.11%   | 無回答   | 0.05%   |
|    | 計     | 100.00% | 計     | 100.00% |

問11、問12ともに「宮島・広島」の割合が約4割を占め、広島・宮島との結びつきが強いことがわかる。問11において自宅の割合が増えているのは、関東からの観光客が岩国錦帯橋空港を利用しているためと思われる。

設問13：岩国で不満に感じた点

| 順位 | 平成25年             |         | 平成26年             |         |
|----|-------------------|---------|-------------------|---------|
| 1  | とくになし             | 79.15%  | とくになし             | 86.75%  |
| 2  | 休憩施設が少ない          | 8.48%   | 休憩施設が少ない          | 5.47%   |
| 3  | トイレが足りない・場所がわからない | 5.49%   | 観光スポットへの案内標識が不十分  | 2.63%   |
| 4  | 観光スポットへの案内標識が不十分  | 3.48%   | トイレが足りない・場所がわからない | 2.12%   |
| 5  | 交通の便がよいくない        | 1.96%   | 交通の便がよいくない        | 1.81%   |
| 6  | 駐車場が足りない・場所がわからない | 0.87%   | 駐車場が足りない・場所がわからない | 0.75%   |
|    | 無回答               | 0.57%   | 無回答               | 0.47%   |
|    | 計                 | 100.00% | 計                 | 100.00% |

設問14：来岩回数

| 順位 | 平成25年 |         | 平成26年 |         |
|----|-------|---------|-------|---------|
| 1  | 初めて   | 68.11%  | 初めて   | 64.90%  |
| 2  | 2回目   | 17.84%  | 2回目   | 18.12%  |
| 3  | 3回目   | 7.07%   | 3回目   | 8.44%   |
| 4  | 4回目以上 | 6.87%   | 4回目以上 | 8.49%   |
|    | 無回答   | 0.11%   | 無回答   | 0.05%   |
|    |       |         |       |         |
|    |       |         |       |         |
|    | 計     | 100.00% | 計     | 100.00% |

2回目以上の割合が昨年に比べ増加している。満足度を向上させることにより、更なるリピーター創出の可能性がある。

依然として「休憩施設が少ない」が多く、更なる満足度向上に努めたい。

設問15：錦帯橋資料館があれば訪れたいか（新設）

| 順位 | 平成25年 |  | 平成26年  |         |
|----|-------|--|--------|---------|
| 1  |       |  | 訪れたい   | 81.91%  |
| 2  |       |  | 訪れたくない | 17.70%  |
|    |       |  | 無回答    | 0.39%   |
|    |       |  | 計      | 100.00% |

錦帯橋に訪れた多くの方が錦帯橋資料館の必要性を感じている。

設問16：錦帯橋が世界遺産登録を目指していることを知っているか

| 順位 | 平成25年 |         | 平成26年 |         |
|----|-------|---------|-------|---------|
| 1  | 知らない  | 76.45%  | 知らない  | 75.18%  |
| 2  | 知っている | 23.32%  | 知っている | 24.75%  |
|    | 無回答   | 0.23%   | 無回答   | 0.07%   |
|    | 計     | 100.00% | 計     | 100.00% |

知っている方は依然として2割程度にとどまっている。世界遺産登録に向けて機運を盛り上げるため更なるPRに努める必要がある。

## 平成 26 年の観光動向について

平成 26 年は、岩国市全体の観光入込客数が 2,970,357 人と、平成 23 年以来 3 年ぶりに 300 万人を下回る結果となりました。減少した主な原因としては、全国的な観光バスの運転手不足や、交代運転手の配置基準の見直しによるバスツアーの減少と 8 月の集中豪雨などの天候不順によるものと考えられます。

岩国市の観光入込客数の指標となる錦帯橋の年間入橋者数については、対前年比約 11% の減の 623,969 人となり、過去 20 年において最も少ない数字となっています。特に 1 月から 4 月までの 4 か月では対前年比約 18% の減少となっており、これは、平成 25 年の巳年による白蛇人気の反動と、花見時期の天候不順が主な原因と考えられます。

錦帯橋の入橋者数が大幅に減少している中、一方では、岩国城ロープウエーや岩国城の入込客数が対前年比 1.7% の減少にとどまっております。これは、錦帯橋を訪れるバスツアー観光客は減少したものの、岩国城まで訪れることができる時間に余裕のある個人観光客が増えていると考えられます。

そのほか、観光イベントでは、平成 25 年は中止となった岩国最大の集客イベント「日米親善デー」が、規模を縮小しながらも開催されたことにより、観光イベント全体では約 7% の増加となっております。

次に、アンケート調査結果による平成 26 年の傾向についてですが、設問 1 の隣に[参考]として掲載しています「団体バスツアーの地域別台数」で、錦帯橋を訪れた観光バスが 6,353 台と、対前年比約 22.9% 減となっております。この原因については前述のとおり運転手不足等によるものと考えられ、この影響が各設問結果においても見て取れます。

まず、設問 1 の「来岩観光客の地域別割合」では、中四国以外の地域のほとんどにおいて割合が減少し、設問 5 における「利用した交通機関」では、バスで来られる方の割合が航空機を利用された方より下回っています。設問 7 の「岩国での滞在時間」については、バスツアー観光客が減少し、時間に余裕のある個人観光客が増加したことにより、滞在時間が多少延びていることがわかります。

また、設問 8 の「岩国での使用金額」では、滞在時間が延びたことにより使用金額も増えたと考えられます。

そのほか、設問 10 の「旅行先を決めるのに最も参考にしたものは」では、インターネットと答えた方が大幅に増加していることが挙げられます。設問 10 の隣に参考として掲載している「各世代における割合」で確認できるように、世代間において旅行先を決める手段に違いがあることがよくわかります。

5 年前の平成 21 年動態調査結果と比較すると、当時、旅行先を決めるのに最も参考にしたものでインターネットと答えた方は約 7 %（H26 は約 18 %）で、旅行会社のツアーで岩国に訪れた方は約 26 %（H26 は約 14 %）となっております。

こうした結果からも、この 5 年間で旅行の形態が大きく変化しており、特に 20 代、30 代の約 50 %の方が、インターネット、旅行雑誌・ガイドブックを参考に旅行先を決めており、これが個人観光客が増えた要因と考えられます。

今後においては、バスツアーの減少への対策の検討とともに、SNS などのインターネットの活用を積極的に行う必要があると考えます。

## 平成 27 年の観光について

平成 27 年は、NHK 大河ドラマ「花燃ゆ」の放送や平成 30 年に「明治維新 150 年」を迎えることにより、全国的に山口県へ注目が集まっており、こうした中、山口県においては市町との連携において大型観光キャンペーン「やまぐち幕末 ISHIN 祭」を展開しているところです。

当キャンペーンの具体的な取り組みの一例としては、やまぐち幕末 ISHIN 祭周遊促進事業として、山口県を訪れる観光客へのプレミアム付旅行券の発行や県内宿泊を伴う観光貸切バス利用に係る経費補助など積極的な誘客事業の展開が予定されており、当市としては、当キャンペーンとの連携を図りながら首都圏などからの観光客の誘客に積極的に取り組んでまいります。

当市独自の事業としては、首都圏からの誘客促進として、岩国錦帯橋空港と羽田空港間の往復便を利用し、かつ、岩国市内に宿泊される首都圏の方を対象に旅行費用の助成事業を行います。

また昨年に引き続き、東京日本橋にある山口県のアンテナショップ「おいでませ山口館」において、岩国の観光物産フェアを秋頃を実施し、地酒など当市の特産品の PR を行い、年明けには「岩国市観光宣伝隊」を首都圏に派遣し、岩国の観光や岩国錦帯橋空港の利便性、また来年 3 月に完成が予定されている「(仮称)横山シロヘビ資料館」の PR についても積極的に行い、観光客の誘致を図ってまいります。

こうした PR のほか、昨年度リニューアルした観光ホームページやフェイスブックなど、様々なツールを活用して本市の魅力を発信していきたいと考えています。

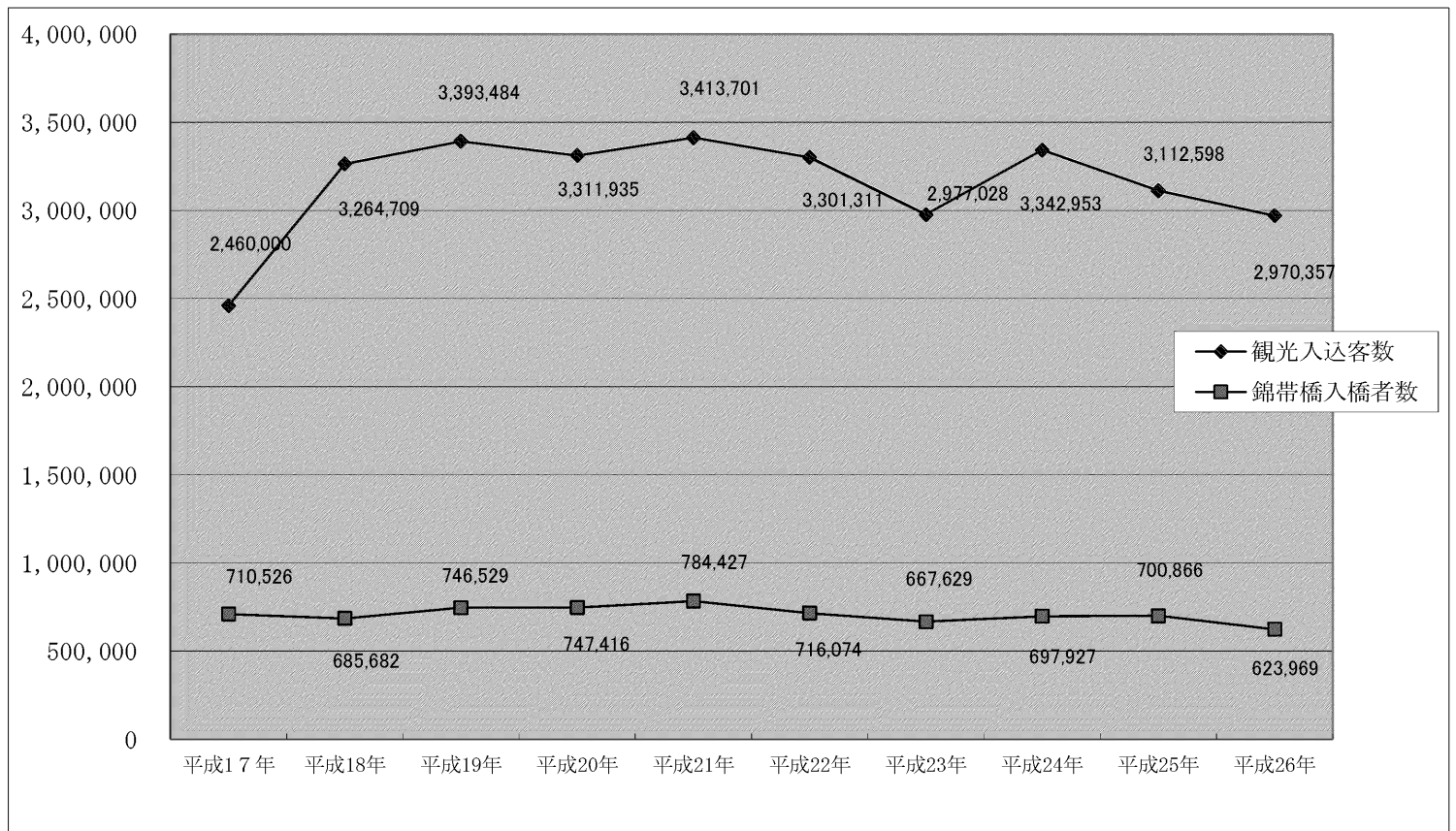
現在、当市においては、今後の岩国市の観光の目指すべき方向性を明確にするために「岩国市観光ビジョン」を策定中です。

観光ニーズが多様化している近年において、今後の岩国の観光あり方など定め、観光振興の推進を図ってまいりたいと考えております。

最後に、平成 26 年の大幅な観光客の減少への対策及び多様化する観光ニーズについては、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などと連携し、官民一体により取り組みを積極的に展開してまいりたいと考えております。



## 岩国市の観光入込客数と錦帯橋入橋者数の推移（過去10年間）



|         | 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     | 平成24年     | 平成25年     | 平成26年     |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 観光入込客数  | 2,460,000 | 3,264,709 | 3,393,484 | 3,311,935 | 3,413,701 | 3,301,311 | 2,977,028 | 3,342,953 | 3,112,598 | 2,970,357 |
| 錦帯橋入橋者数 | 710,526   | 685,682   | 746,529   | 747,416   | 784,427   | 716,074   | 667,629   | 697,927   | 700,866   | 623,969   |

※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年から観光入込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24年12月14日岩国錦帯橋空港開港

※平成25年8月1日貸切バスの交替運転者の配置基準改正

過去3年間の錦帯橋入橋者数（月別）

（単位：人）

| 年・月  | 平成24年   | 平成25年   | 平成26年  |         |       |
|------|---------|---------|--------|---------|-------|
|      |         |         | 対前年比   |         |       |
| 1 月  | 33,150  | 49,149  | 148.3% | 40,247  | 81.9% |
| 2 月  | 32,092  | 42,487  | 132.4% | 31,464  | 74.1% |
| 3 月  | 55,078  | 76,571  | 139.0% | 57,520  | 75.1% |
| 4 月  | 96,038  | 75,710  | 78.8%  | 71,611  | 94.6% |
| 5 月  | 75,275  | 73,157  | 97.2%  | 71,011  | 97.1% |
| 6 月  | 41,403  | 40,368  | 97.5%  | 38,691  | 95.8% |
| 7 月  | 42,440  | 45,007  | 106.0% | 40,053  | 89.0% |
| 8 月  | 72,284  | 66,823  | 92.4%  | 62,856  | 94.1% |
| 9 月  | 48,833  | 51,254  | 105.0% | 49,218  | 96.0% |
| 10 月 | 59,428  | 52,822  | 88.9%  | 45,045  | 85.3% |
| 11 月 | 85,425  | 76,539  | 89.6%  | 76,235  | 99.6% |
| 12 月 | 56,481  | 50,979  | 90.3%  | 40,018  | 78.5% |
| 合 計  | 697,927 | 700,866 | 100.4% | 623,969 | 89.0% |