

平成 30 年

岩国市観光客動態調査
報告書

岩国市観光振興課

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）



(人)

	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年
観光入込客数	3,413,701	3,301,311	2,977,028	3,342,953	3,112,598	2,970,357	3,114,875	3,154,996	3,329,275	3,152,633
錦帯橋入橋者数	784,427	716,074	667,629	697,927	700,866	623,969	611,827	614,583	677,234	583,992

※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。

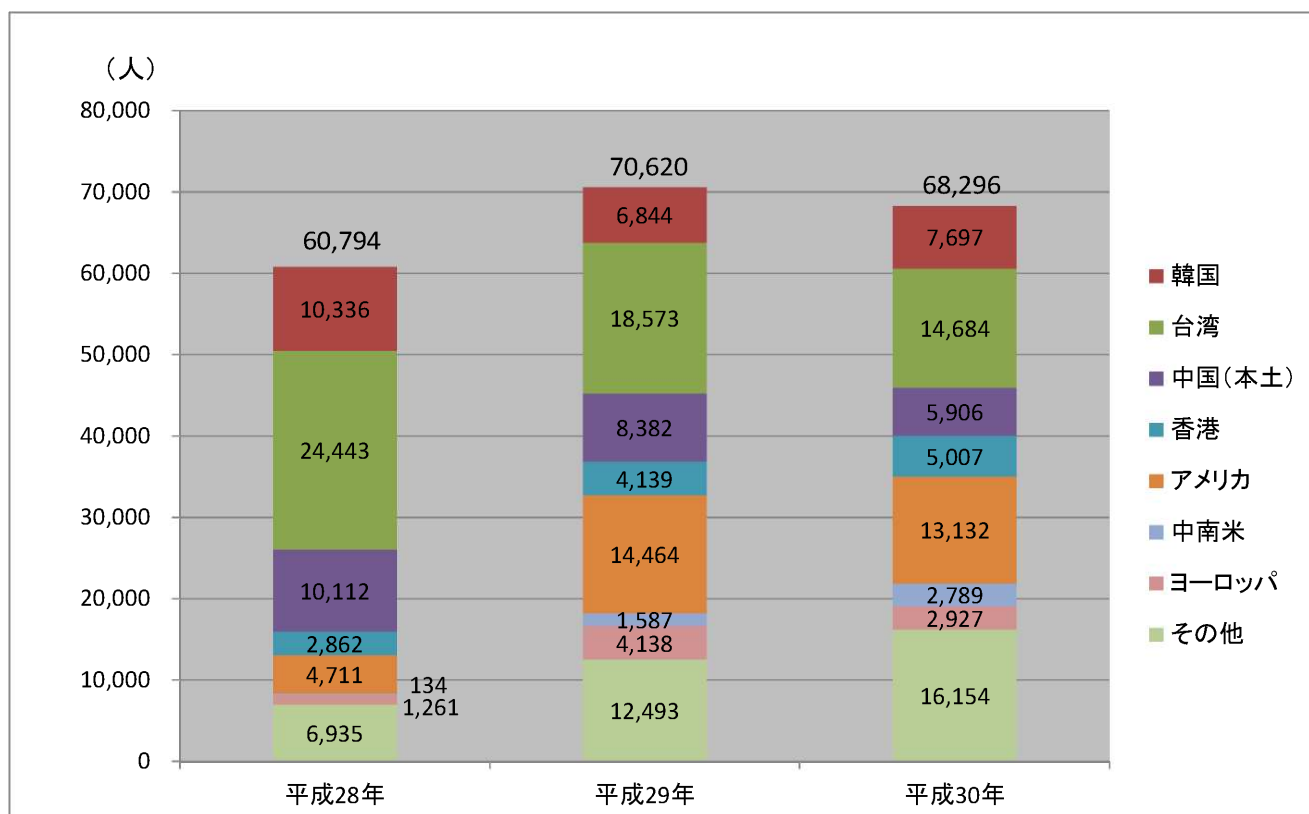
※平成24年12月14日岩国錦帯橋空港開港

※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

※平成29年は山口県destinationキャンペーン実施

※平成30年7月西日本豪雨災害

岩国市の外国人観光客の推移（過去3年間）



※過去3年間の国別観光客数内訳

	合計	韓国	台湾	中国(本土)	香港	アメリカ	中南米	ヨーロッパ	その他
平成28年	60,794	10,336	24,443	10,112	2,862	4,711	134	1,261	6,935
平成29年	70,620	6,844	18,573	8,382	4,139	14,464	1,587	4,138	12,493
平成30年	68,296	7,697	14,684	5,906	5,007	13,132	2,789	2,927	16,154

過去3年間の錦帯橋入橋者数（月別）

（単位：人）

年・月	平成28年	平成29年	平成30年		
			対前年比	対前年比	対前年比
1月	33,107	33,795	102.1%	35,167	104.1%
2月	28,832	29,187	101.2%	27,675	94.8%
3月	58,665	63,473	108.2%	70,530	111.1%
4月	74,854	89,109	119.0%	75,888	85.2%
5月	62,145	77,727	125.1%	65,095	83.7%
6月	35,625	43,988	123.5%	37,110	84.4%
7月	45,064	46,605	103.4%	27,759	59.6%
8月	71,029	73,648	103.7%	53,206	72.2%
9月	38,354	45,762	119.3%	38,274	83.6%
10月	52,224	52,307	100.2%	47,269	90.4%
11月	68,597	76,535	111.6%	65,270	85.3%
12月	46,087	45,098	97.9%	40,749	90.4%
合計	614,583	677,234	110.2%	583,992	86.2%

平成 30 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 30 年 3～12 月（随時）

◎サンプル数(有効回答) 2, 4 3 3 人 (昨年 5, 0 4 5 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 2, 4 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29年		平成30年	
1	中国・四国	35.34%	中国・四国	33.46%
2	関東	20.24%	関東	22.11%
3	近畿	14.97%	近畿	15.21%
4	九州	14.21%	九州	14.38%
5	中部	8.66%	中部	8.84%
6	北海道・東北	3.65%	北海道・東北	3.53%
7	外国	2.93%	外国	0.66%
	無回答	0.00%	無回答	1.81%
	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岡山 ⑦神奈川 ⑧兵庫 ⑨愛知 ⑩千葉

H29 ①広島 ②山口 ③東京 ④福岡 ⑤大阪 ⑥岡山 ⑦愛知 ⑧神奈川 ⑨兵庫 ⑩島根

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
中部	新潟・富山・石川・福井・長野・岐阜・静岡・愛知・山梨
近畿	滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山・三重
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・台湾・中国・フランス・タイ・香港・ハンガリー・イギリス・オーストラリアなど29カ国

設問2：あなたの年齢

順位	平成29年		平成30年	
1	60代	27.14%	60代	27.74%
2	50代	21.11%	50代	18.37%
3	40代	18.72%	40代	17.39%
4	30代	15.17%	30代	15.91%
5	20代	10.94%	20代	10.11%
6	70代以上	5.71%	70代以上	9.08%
7	10代	1.15%	10代	1.40%
	無回答	0.06%	無回答	0.00%
	計	100.00%	計	100.00%

来岩観光客の年齢順位は昨年と同様である。

設問3：岩国への訪問回数

順位	平成29年		平成30年	
1	1回目	65.23%	1回目	64.04%
2	2回目	19.23%	2回目	18.41%
3	4回目以上	7.91%	4回目以上	9.21%
4	3回目	7.61%	3回目	8.30%
	無回答	0.02%	無回答	0.04%
	計	100.00%	計	100.00%

設問5：旅行先を決めるのに最も参考にしたもの

順位	平成29年		平成30年	
1	旅行雑誌・ガイドブック	24.78%	旅行雑誌・ガイドブック	27.46%
2	インターネット	21.25%	地元で知っていた	13.23%
3	旅行会社を通じて	12.77%	旅行会社	12.54%
4	地元で知っていた	12.49%	ホームページ	9.17%
5	友人の話	9.63%	友人の話	8.47%
6	テレビ・ラジオ	6.56%	テレビ・ラジオ	6.99%
7	パンフ・ポスター	1.84%	SNS	5.42%
8	その他	10.62%	パンフ・ポスター	3.16%
9	無回答	0.06%	その他	13.52%
			無回答	0.04%
	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29年		平成30年			
	1	中国・四国	1,710台	27.78%	関東	1,256台
2	関東	1,411台	22.92%	中国・四国	1,216台	24.05%
3	九州	852台	13.84%	近畿	729台	14.42%
4	近畿	705台	11.45%	九州	728台	14.40%
5	外国	674台	10.95%	外国	433台	8.56%
6	中部	493台	8.01%	中部	427台	8.44%
7	北海道・東北	311台	5.05%	北海道・東北	268台	5.30%
	計	6,156台	100.00%	計	5,057台	100.00%

西日本豪雨災害の影響により、バス駐車場となっている錦帯橋下河原の駐車場が約1か月間閉鎖したことに加え、市内及び近隣観光地の被災、道路の通行止めなどにより、大幅に台数が減少した。

＜参考＞あなたの性別

順位	平成29年		平成30年	
1	男	56.47%	男	55.04%
2	女	43.51%	女	44.96%
	無回答	0.02%	無回答	0.00%
	計	100.00%	計	100.00%

設問4：旅行企画の利用

順位	平成29年		平成30年	
1	旅行企画でない	80.20%	個人旅行	85.20%
2	旅行企画（団体）	11.36%	旅行会社の団体旅行	14.51%
3	旅行企画（個人）	8.11%		
	無回答	0.33%	無回答	0.29%
	計	100.00%	計	100.00%

【参考】個人旅行世代別割合

個人旅行比率	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
	41.2%	98.4%	91.7%	87.2%	86.5%	80.4%	75.5%

団体バスの入込みの減に伴い、個人旅行が増加したもの

設問6：岩国を選んだ理由

順位	平成29年		平成30年	
1			歴史的建造物の見学	77.72%
2			自然の見学	8.18%
3			グルメ	1.19%
4			ショッピング	0.17%
5			温泉	0.12%
6			その他	12.41%
			無回答	0.21%
	計		計	100.00%

錦帯橋や歴史的建造物の見学目的が主である。グルメを目的に来られる方は少ない

設問7：旅行の形態（同行者）

順位	平成29年		平成30年	
	内容	割合	内容	割合
1	夫婦・カップル	33.82%	夫婦・カップル	33.13%
2	家族	29.59%	家族	26.76%
3	友人	15.10%	友人	14.47%
4	独り旅	8.05%	独り旅	10.93%
5	友人(女子旅)	6.09%	友人(女子旅)	6.29%
6	会社仲間	5.37%	会社仲間	5.05%
7	修学旅行	0.24%	修学旅行	0.82%
8	その他	1.65%	その他	2.55%
	無回答	0.09%	無回答	0.00%
	計	100.00%	計	100.00%

昨年度の順位と変動はなく、夫婦、家族で訪れる方が多い。

設問8：利用した主な交通機関

順位	平成29年		平成30年	
	内容	割合	内容	割合
1	乗用車（2輪含む）	56.53%	乗用車（2輪含む）	53.23%
2	鉄道（山陽本線）	13.88%	バス	14.76%
3	鉄道（新幹線）	11.14%	鉄道（山陽本線）	13.60%
4	バス	10.98%	鉄道（新幹線）	10.36%
5	航空機（岩国錦帯橋空港）	6.42%	航空機（岩国錦帯橋空港）	7.73%
6	その他	0.95%	その他	0.28%
	無回答	0.10%	無回答	0.04%
	計	100.00%	計	100.00%

乗用車の割合については、昨年に引き続き半数を占めている。

設問9：岩国での宿泊

順位	平成29年		平成30年	
	内容	割合	内容	割合
1	泊まらない	92.41%	泊まらない	89.23%
2	泊まる	7.20%	泊まる	10.48%
	無回答	0.39%	無回答	0.29%
	計	100.00%	計	100.00%

【参考】宿泊状況世代別割合

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
泊まる	0.04%	0.53%	1.64%	1.89%	1.89%	3.37%	1.11%
泊まらない	1.36%	9.49%	14.26%	15.37%	16.44%	24.33%	7.97%

宿泊をしない割合が依然として約90%を占めている。

設問10：泊まらない人の滞在時間

順位	平成29年		平成30年	
	内容	割合	内容	割合
1	1～2時間	51.50%	2～4時間	49.08%
2	2～4時間	41.68%	1～2時間	40.46%
3	1時間未満	3.47%	4時間以上	5.44%
4	4時間以上	3.17%	1時間未満	5.02%
	無回答	0.18%	無回答	0.00%
	計	100.00%	計	100.00%

【参考】滞在状況世代別割合（未宿泊者のみ）

時間	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
1時間未満	6.1%	5.6%	3.5%	3.2%	4.0%	7.4%	5.2%
1～2時間	57.6%	43.7%	40.3%	44.1%	35.3%	37.5%	46.4%
2～4時間	24.2%	43.7%	49.0%	47.6%	56.6%	50.7%	42.3%
4時間以上	12.1%	6.9%	7.2%	5.1%	4.0%	4.4%	6.2%

昨年までは、2時間未満の滞在時間が一位であったが、今年は、2～4時間の滞在時間が一位となった。

設問11：岩国での使用金額（宿泊費除く。）

順位	平成29年		平成30年	
	内容	割合	内容	割合
1	3,000円未満	50.17%	3,000円未満	47.80%
2	1,000円未満	24.76%	1,000円未満	22.24%
3	5,000円未満	18.41%	5,000円未満	21.17%
4	10,000円未満	4.18%	10,000円未満	6.16%
5	10,000円以上	2.38%	10,000円以上	2.55%
6				
	無回答	0.10%	無回答	0.08%
	計	100.00%	計	100.00%

【参考】観光消費状況世代別割合（未宿泊者のみ）

時間	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
1000円未満	81.8%	30.3%	24.2%	20.1%	17.0%	22.1%	37.8%
3000円未満	15.2%	52.4%	48.7%	51.3%	56.3%	52.4%	42.0%
5000円未満	0.0%	16.0%	22.2%	23.8%	21.5%	19.9%	16.1%
10000円未満	3.0%	1.3%	4.0%	4.0%	4.5%	5.2%	3.6%
10000円以上	0.0%	0.0%	0.6%	0.8%	0.8%	0.3%	0.5%

昨年に比べ、消費額が拡大している。

設問12：昼食について

順位	平成29年		平成30年	
	内容	割合	内容	割合
1	食べる	52.25%	食べる	56.31%
2	食べない	47.45%	食べない	43.20%
	無回答	0.30%	無回答	0.49%
	計	100.00%	計	100.00%

【参考】昼食状況世代別割合

時間	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
昼食食べる	67.6%	53.3%	60.0%	58.2%	56.3%	56.6%	49.8%

昨年に比べ、昼食をとる割合が高くなっている。

設問13：錦帯橋以外で行った（これから行く）場所

順位	平成29年		平成30年	
1	岩国シロヘビの館	68.44%	岩国シロヘビの館	63.54%
2	岩国城	52.57%	岩国城	57.13%
3	ロープウエー	51.89%	ロープウエー	55.03%
4	吉香 鶯の里	51.67%	吉香 鶯の里	48.25%
5	岩国徴古館	10.90%	岩国徴古館	11.10%
6	吉川史料館	2.74%	吉川史料館	4.69%
7	本家 松がね	2.56%	本家 松がね	3.70%
8	岩国美術館	1.70%	岩国美術館	1.73%
9	白蛇神社	1.41%	宇野千代生家	1.19%
10	美川ムーバレー	1.37%	白蛇神社	1.15%
11	とことこトレイン	1.31%	美川ムーバレー	1.11%
12	温泉（雙津峡・深谷峡温泉）	1.13%	とことこトレイン	0.86%
13	宇野千代生家	0.71%	錦川清流線	0.66%
14	その他	7.91%	温泉（雙津峡・深谷峡温泉）	0.58%
			その他	14.18%
	合計	256.31%	合計	264.90%

※複数回答のため100%になりません。

錦帯橋周辺の観光施設への観光は高くなっているが、市内観光エリアへの周遊を促す必要がある。

設問14：岩国の前に訪れた観光地

順位	平成29年		平成30年	
1	宮島・広島	47.59%	広島市内	19.32%
2	山口県内	23.65%	宮島	15.78%
3	山陰	3.65%	山口県中西部	10.56%
4	九州	2.46%	九州	2.55%
5	四国	0.64%	島根 鳥取	2.22%
6	特になし	18.79%	広島東部	1.44%
7	その他	3.22%	山口県東部	1.19%
8	無回答		岡山	0.66%
9			四国	0.53%
10			自宅 その他	39.91%
11			無回答	5.84%
	計	100.00%	計	100.00%

設問14：岩国の後に訪れる予定の観光地

順位	平成29年		平成30年	
1	宮島・広島	47.59%	広島市内	20.14%
2	山口県内	23.65%	宮島	17.92%
3	山陰	3.65%	山口県中西部	13.03%
4	九州	2.46%	九州	2.59%
5	四国	0.64%	山口県東部	2.14%
6	特になし	18.79%	広島東部	1.60%
7	その他	3.22%	島根 鳥取	1.03%
8	無回答		岡山	0.66%
9			四国	0.41%
10			自宅 その他	35.64%
11			無回答	4.85%
	計	100.00%	計	100.00%

今年からエリアを細分化して集計。
昨年と同様、広島市内及び宮島との周遊が多い。

設問15：魅力向上のために必要な施策

※昨年と設問内容が変わっています。

順位	平成29年		平成30年	
1	休息所を増やす	22.96%	観光情報（見どころ、体験、飲食店等）の入手	21.36%
2	分かりやすい観光看板の設置	13.01%	観光案内所の数が少ない、分かりにくい	13.81%
3	交通の便を良くする	9.71%	目的地までの公共交通の経路情報の入手	8.66%
4	コンパクトなパンフレットの作成	8.16%	地図・パンフレットが少ない	7.00%
5	トイレの洋式便器を増やす	7.64%	観光誘導看板がわかりにくい	6.81%
6	観光案内看板を増やす	7.52%	公共交通の利用方法・乗り方・料金情報の入手	5.89%
7	駐車場を増やす	4.05%	クレジットカード利用店舗が少ない	2.95%
8	トイレを清潔にする	1.38%	洋式トイレが少ない、場所がわかりにくい	2.95%
9	その他	25.26%	無料Wi-Fi環境が少ない	1.10%
	無回答	0.31%	その他	29.47%

近年進めてきたトイレの洋式化や観光看板などの充実によりそれぞれの割合が減少している。
滞在時間の延長、観光消費の増大につながる「観光情報の入手」に注力する必要がある。

平成 30 年の観光について

平成 30 年の岩国市全体の観光入込客数は、前年比約 5.3%減の 3,152,633 人となり、平成 28 年並みとなりました。

また、錦帯橋の入橋者数は、前年比約 13.8%減の 583,992 人となり、昭和 63 年の 599,406 人以来、30 年ぶりに 60 万人を下回りました。

その要因としては、昨年 7 月に発生した西日本豪雨災害が挙げられます。錦帯橋周辺をはじめ玖北地区において甚大な被害を受ける中、関係各位の御支援により早期復旧が図られましたが、1 月余りの錦帯橋下河原駐車場の閉鎖及び本市と連携する周遊観光地の広島県をはじめ中国地方の被災、これに伴う観光需要の影響を受け、観光バスの入り込みが大幅に減少したことが、錦帯橋の入橋、ひいては周辺の観光施設や吉香公園などの入込客数の減少となったものと考えます。

その中で、10 月～12 月には山口県と J R 西日本が連携して誘客を図る「幕末維新やまぐちデスティネーション アフターキャンペーン」が実施され、本市では、地酒舟、篆刻体験、甲冑体験などの体験型観光を昨年引き続き行い、一定の誘客が図られました。

また、各イベントにつきましては、先の豪雨災害の影響を受けるものの、平成 29 年にオープンした愛宕スポーツコンプレックスで開催された各種スポーツイベントや文化イベントへ、市内外から多くの入場者がありました。

更に、10 月 11 日には、岩国港に英国船籍の大型クルーズ船「ダイヤモンド・プリンセス」が初寄港し、外国人乗船客を含め約 2,700 人の乗客及び約 1,100 人の乗組員が錦帯橋をはじめ広島・宮島などへの観光を行なうとともに、岸壁での歓迎イベントには市民も参加するなど、多くの方々でにぎわいました。

本市を訪れた外国人観光客数につきましては、68,296 人（前年比約 3.3%減）と平成 28 年並となりました。内訳としては、台湾人の 14,684 人、次いでアメリカ人、韓国人と続きます。

次に、アンケート調査結果による平成 30 年の傾向についてですが、設問 1 の「来岩観光客の地域別割合」では、昨年と同様、中国・四国、次に関東地域となって

います。しかし、錦帯橋を訪れた観光バスは、5,057台（前年比約21.7%減）と大幅に減少しました。

設問4の「旅行企画の利用」では、団体利用の大型バスの入込みが減少したこともあり、約85%の方が個人旅行となっています。

設問5の「旅先を決めるのに最も参考にしたもの」では、全世代で見ると旅行雑誌・ガイドブックを参考にする方の割合が多い一方、20代、30代においてはホームページやSNSを閲覧して旅先を決めた方の割合が一番多い結果となりました。この傾向は昨年引き続いたものであり、紙媒体での情報発信と同時にインターネット上でも積極的な情報発信が必要であることがわかります。

設問9「岩国での宿泊」では、宿泊しない割合が依然として約90%をしめています。

設問10の「泊まらない人の滞在時間」では、昨年までは、2時間未満が一番多くありましたが、今年は、2～4時間が一番多い回答となり、滞在時間の延長が図られたことがわかります。これに連動し、設問11「岩国での使用金額」も、依然3,000円未満の割合は7割近くあるものの、全体的に消費金額が高くなっています。

なお、滞在時間の延長、消費額の拡大に繋がる体験型メニューについては、「錦帯橋のう飼」遊覧時のゆかたデーをはじめ地酒舟の実施、また、篆刻体験・甲冑体験などのメニューの充実・周知を図っておりますが、引き続き、岩国ならではの体験型メニューや錦帯橋芸術祭など夜のイベントの活用も必要と考えます。

令和元年の観光について

令和元年は、山口県を中心に、『YAMAGUCHI MAGIC!』のキャッチフレーズの下、「絶景」、「温泉」、「グルメ」、「歴史」、「体験」の5大観光要素を前面に出した新たな観光キャンペーンがスタートしております。

平成28年度から平成30年度の3年間、JR各社と連携し実施した「幕末維新やまぐちデスティネーション」の中で磨き上げた体験型メニューの地酒舟、篆刻体験、甲冑体験は、新たな観光キャンペーン内においても引き続き実施し、誘客を図ってまいります。

また、令和2年10月～12月には、「せとうち広島デスティネーションキャンペーン」が予定されており、広島県と岩国を含むその周辺地域において、JRと連携した大型観光キャンペーンが始まります。今年はその準備年として、観光素材の発掘や磨き上げはもとより旅行会社や報道機関を誘致してのPRを行ってまいります。特に、当市が広島・宮島と近く、周遊しやすい観光地であることを積極的にPRし、より一層の周游客の誘客に取り組んでまいります。

更に、今年開催されるラグビーワールドカップや来年の東京オリンピック・パラリンピックを契機として増加が期待されるインバウンド観光客への対応については、今年完成予定となっている多言語での観光プロモーション動画等をインターネット、SNSなどを通じて効果的に情報発信してまいります。

また、昨年に引続き体験型観光メニューなどの充実はもとより、おもてなしとしての観光環境整備の充実などにも取り組んでまいります。

今後につきましても、市内観光協会や岩国観光プロモーション戦略協議会など関係機関と連携を図りながら、広域な施策を戦略的かつ効果的に行い、観光交流人口の拡大に努めてまいります。