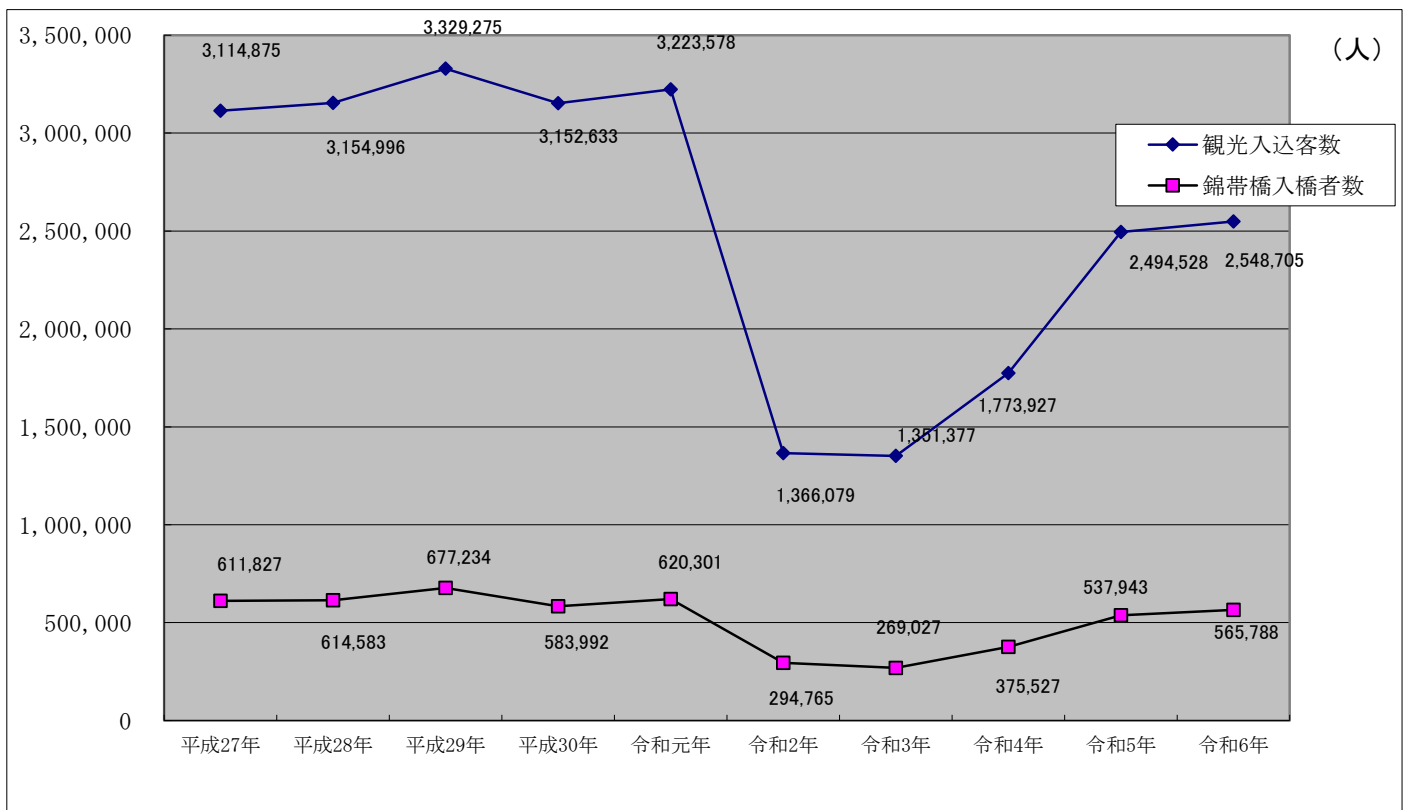


令和 6 年

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27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
観光入込客数	3, 114, 875	3, 154, 996	3, 329, 275	3, 152, 633	3, 223, 578	1, 366, 079	1, 351, 377	1, 773, 927	2, 494, 528	2, 548, 705
錦帯橋入橋者数	611, 827	614, 583	677, 234	583, 992	620, 301	294, 765	269, 027	375, 527	537, 943	565, 788

※平成24年12月13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25年は日米親善デー開催中止・平成26年は日米親善デー開催（航空ショーなし）

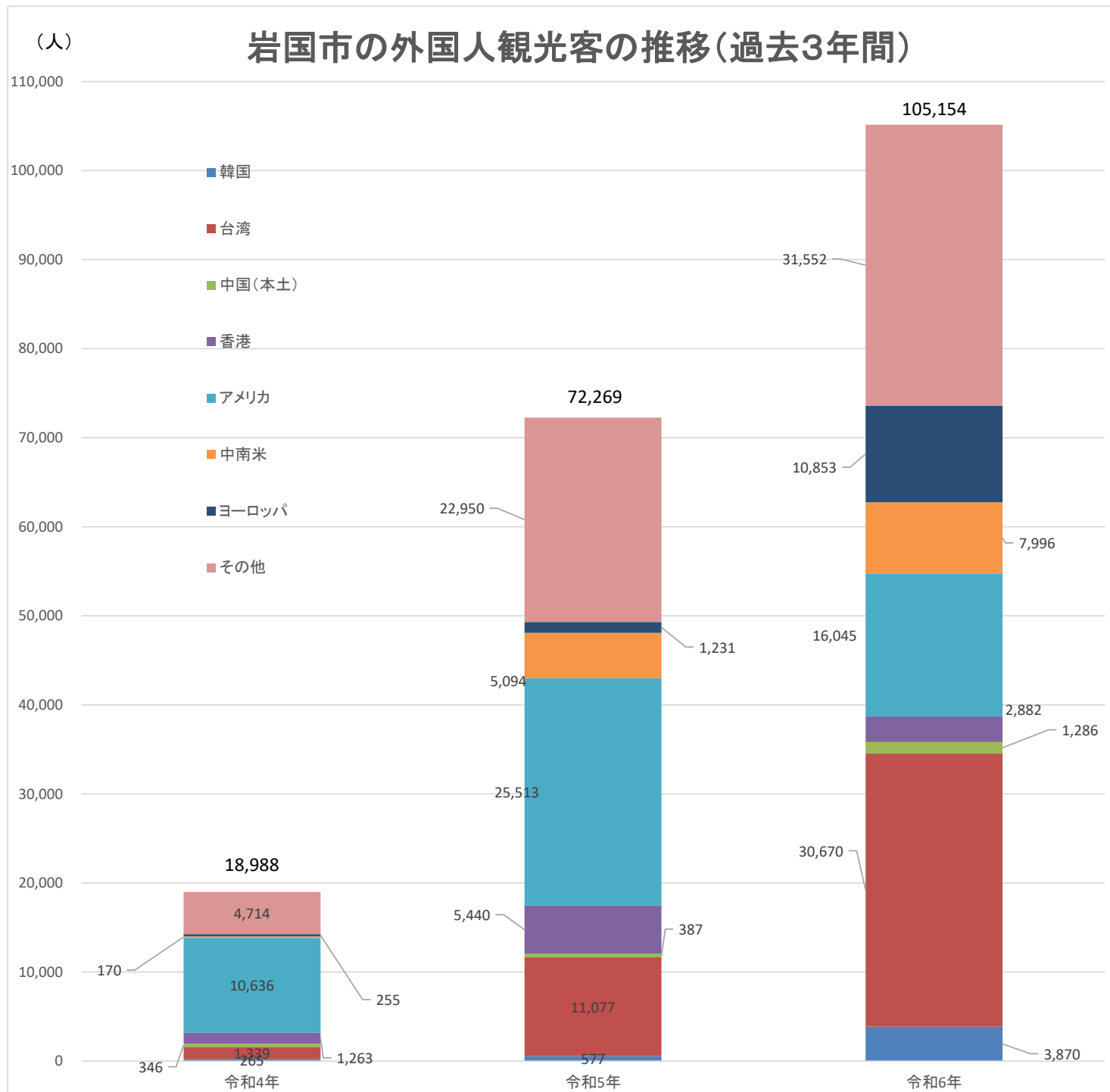
※平成29年は山口県デスティネーションキャンペーン実施

※平成30年7月西日本豪雨災害

※令和2年3月～ 新型コロナウイルス感染症

※令和4年10月～ 入国制限緩和

※令和5年5月～ 新型コロナウイルス感染症が2類感染症から5類感染症に移行



※過去3年間の国別観光客数内訳

	(人)								
	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
令和4年	18,988	265	1,339	346	1,263	10,636	170	255	4,714
令和5年	72,269	577	11,077	387	5,440	25,513	5,094	1,231	22,950
令和6年	105,154	3,870	30,670	1,286	2,882	16,045	7,996	10,853	31,552

過去３年間の錦帯橋入橋者数（月別）

（単位：人）

年・月	令和４年	令和５年		令和６年	
			対前年比		対前年比
１月	14,004	27,612	197.2%	34,918	126.5%
２月	8,364	25,327	302.8%	33,634	132.8%
３月	30,963	68,051	219.8%	57,089	83.9%
４月	47,578	58,658	123.3%	70,245	119.8%
５月	46,858	52,508	112.1%	61,879	117.8%
６月	21,648	31,841	147.1%	35,575	111.7%
７月	24,453	31,355	128.2%	31,742	101.2%
８月	43,670	53,430	122.3%	57,601	107.8%
９月	23,912	38,124	159.4%	41,166	108.0%
１０月	34,749	48,121	138.5%	45,717	95.0%
１１月	46,088	64,338	139.6%	56,323	87.5%
１２月	33,240	38,578	116.1%	39,899	103.4%
合　計	375,527	537,943	143.3%	565,788	105.2%

令和 6 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）

＊令和 6 年 1 月～令和 6 年 12 月（随時）

◎サンプル数(有効回答) 1, 1 2 5 人（令和 5 年：1, 2 0 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、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。

設問1：来岩観光客の地域別割合

順位	令和6年		令和5年	
1	中国・四国	30.84%	中国・四国	35.83%
2	関東	27.64%	関東	22.50%
3	九州	14.49%	九州	14.83%
4	近畿	13.33%	近畿	13.17%
5	中部	7.91%	中部	7.75%
6	北海道・東北	3.82%	北海道・東北	3.75%
7	外国	1.96%	外国	2.17%
	無回答	0.00%	無回答	0.00%
	計	100.00%	計	100.00%

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

R05 ①広島 ②山口 ③東京 ④福岡 ⑤大阪 ⑥神奈川 ⑦兵庫 ⑧島根 ⑨岡山 ⑩千葉

地域別割合では中国・四国の割合が約5%減少し約30%になる一方、関東からの割合が増加した。

【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	令和6年			令和5年		
1	関東	815台	26.76%	関東	800台	25.21%
2	中国・四国	556台	18.25%	中国・四国	699台	22.03%
3	外国	507台	16.64%	近畿	442台	13.93%
4	中部	347台	11.39%	外国	375台	11.82%
5	九州	334台	10.97%	中部	347台	10.94%
6	北海道・東北	270台	8.86%	九州	307台	9.68%
7	近畿	217台	7.13%	北海道・東北	203台	6.39%
	計	3,046台	100.00%	計	3,173台	100.00%

団体バスツアーの台数は、約4%減少した。

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・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・台湾・中国・香港・イギリス・シンガポールなど22カ国

設問2：あなたの年齢

順位	令和6年		令和5年	
1	60代	25.78%	60代	22.42%
2	50代	21.33%	50代	21.83%
3	40代	16.44%	40代	21.75%
4	70代	13.33%	30代	12.33%
5	30代	12.53%	70代以上	11.00%
6	20代	9.16%	20代	8.17%
7	10代	0.71%	10代	1.83%
	無回答	0.71%	無回答	0.67%
	計	100.00%	計	100.00%

来岩観光客の年齢は、前年と同じく40代・50代・60代の割合が高い。

設問3：岩国への訪問回数

順位	令和6年		令和5年	
1	1回目	63.91%	1回目	61.25%
2	2回目	18.31%	2回目	18.75%
3	4回目以上	10.40%	4回目以上	12.42%
4	3回目	6.93%	3回目	7.25%
	無回答	0.44%	無回答	0.33%
	計	100.00%	計	100.00%

岩国に初めて訪れる方の割合が約2%増加し、4回目以上については約2%減少した。

《参考》あなたの性別

順位	令和6年		令和5年	
1	女	48.71%	男	49.25%
2	男	47.20%	女	47.67%
	無回答	4.09%	無回答	3.08%
	計	100.00%	計	100.00%

【参考】個人旅行世代別割合

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	合計
個人旅行比率	75.0%	96.1%	95.0%	96.2%	94.6%	90.0%	90.0%	93.1%

設問4：旅行企画の利用

順位	令和6年		令和5年	
1	フリープラン	85.78%	フリープラン	84.75%
2	旅行会社の個人旅行	7.20%	旅行会社の個人旅行	8.92%
3	旅行会社の団体旅行	5.51%	旅行会社の団体旅行	5.92%
	無回答	1.51%	無回答	0.41%
	計	100.00%	計	100.00%

フリープランの割合が約1%増加した。

設問5：旅行の形態（同行者）

順位	令和6年		令和5年	
1	夫婦・カップル	33.33%	家族	36.00%
2	家族	29.42%	夫婦・カップル	33.66%
3	会社仲間	14.67%	ひとり旅	11.25%
4	ひとり旅	12.80%	友人	9.17%
5	女子旅	3.20%	女子旅	4.83%
6	友人	2.76%	会社仲間	1.92%
7	その他	2.76%	その他	1.92%
8	修学旅行	0.00%	修学旅行	0.00%
	無回答	1.07%	無回答	1.25%
	計	100.00%	計	100.00%

ひとり旅、会社仲間の割合が増加し、家族、友人の割合が減少した。

設問6：旅行先を決めるのに最も参考にしたもの

順位	令和6年		令和5年	
1	既知っていた	46.93%	既知っていた	54.58%
2	旅行雑誌・ガイドブック	19.91%	旅行雑誌・ガイドブック	15.51%
3	ホームページ	7.82%	口コミ	6.42%
4	口コミ	7.64%	ホームページ	5.92%
5	旅行会社を通じて	5.78%	旅行会社を通じて	4.58%
6	テレビ・ラジオ	5.07%	テレビ・ラジオ	4.33%
7	SNS	2.84%	その他	4.33%
8	パンフレット	1.69%	SNS	1.83%
9	その他	1.24%	パンフレット	1.25%
	無回答	1.07%	無回答	1.25%
	計	100.00%	計	100.00%

設問7-1：岩国の前に訪れた観光地

順位	令和6年		令和5年	
1	広島	19.64%	広島	17.17%
2	宮島	8.80%	宮島	8.08%
3	山口県中西部	7.91%	山口県中西部	7.67%
4	九州	2.22%	九州	2.08%
5	島根 鳥取	1.24%	岡山	0.92%
6	山口県東部	1.07%	島根 鳥取	0.92%
7	関東	0.80%	関東	0.92%
8	岡山	0.62%	四国	0.75%
9	関西	0.62%	関西	0.58%
10	四国	0.53%	山口県東部	0.50%
11	中部	0.36%	中部	0.25%
12	東北	0.09%	東北	0.16%
	自宅	37.24%	自宅	39.50%
	無回答	149.69%	無回答	20.50%
	計	100.00%	計	100.00%

設問7-2：岩国の後に訪れる予定の観光地

順位	令和6年		令和5年	
1	広島	20.09%	広島	19.42%
2	山口県中西部	14.49%	宮島	9.42%
3	宮島	10.22%	山口県中西部	9.08%
4	九州	1.33%	九州	2.08%
5	山口県東部	0.71%	島根 鳥取	1.00%
6	岡山	0.71%	山口県東部	0.92%
7	島根 鳥取	0.71%	関西	0.58%
8	四国	0.62%	岡山	0.50%
9	関西	0.27%	四国	0.25%
10	関東	0.09%	東北	0.17%
11	東北	0.09%	中部	0.08%
11	中部	0.09%	外国	0.08%
	自宅	31.56%	自宅	34.42%
	無回答	19.02%	無回答	22.00%
	計	100.00%	計	100.00%

設問8：利用した主な交通機関

順位	令和6年		令和5年	
1	乗用車（2輪含む）	51.64%	乗用車（2輪含む）	59.08%
2	鉄道（新幹線）	18.49%	鉄道（新幹線）	15.17%
3	航空機（岩国帯備空港）	13.51%	航空機（岩国帯備空港）	11.67%
4	鉄道（山陽本線）	7.73%	鉄道（山陽本線）	5.25%
5	ツアーバス	5.78%	ツアーバス	5.25%
6	高速バス	1.78%	高速バス	1.16%
	その他	0.71%	その他	2.17%
	無回答	0.36%	無回答	0.25%
	計	100.00%	計	100.00%

設問9：岩国での宿泊

順位	令和6年		令和5年	
1	泊まらない	82.49%	泊まらない	87.67%
2	泊まる	16.80%	泊まる	12.17%
	無回答	0.71%	無回答	0.16%
	計	100.00%	計	100.00%

泊まる割合が約4%減少した。

【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	12.50%	16.50%	17.02%	18.38%	18.33%	15.17%	16.67%
泊まらない	87.50%	83.50%	82.98%	81.62%	81.67%	84.83%	83.33%

【参考】滞在状況世代別割合

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	平均
1時間未満	0.00%	2.30%	2.52%	3.16%	1.49%	1.59%	4.65%	2.25%
1～2時間	37.50%	36.78%	30.25%	39.87%	31.34%	36.25%	35.66%	35.38%
2～4時間	50.00%	50.57%	55.46%	51.90%	61.69%	56.57%	50.39%	53.80%
4時間以上	12.50%	10.34%	11.76%	5.06%	5.47%	5.58%	9.30%	8.58%

設問10：泊まらない人の滞在時間

順位	令和6年		令和5年	
1	2～4時間	47.11%	2～4時間	46.25%
2	1～2時間	29.96%	1～2時間	34.58%
3	4時間以上	6.13%	4時間以上	6.00%
4	1時間未満	2.13%	1時間未満	2.92%
	無回答	14.67%	無回答	10.25%
	計	100.00%	計	100.00%

2～4時間の割合が約1%増加し、1～2時間の割合が約5%減少した。

設問11：岩国での使用金額(宿泊費除く。)

順位	令和6年		令和5年	
1	3,000円	30.04%	3,000円	31.00%
2	2,000円	27.56%	2,000円	26.67%
3	1,000円	16.89%	1,000円	21.75%
4	5,000円	10.93%	5,000円	7.25%
5	4,000円	7.02%	4,000円	6.00%
6	10,000円以上	4.62%	10,000円以上	4.17%
7	6,000円	1.16%	999円以下	1.25%
8	999円以下	0.36%	6,000円	0.75%
9	7,000円	0.36%	7,000円	0.42%
10	8,000円	0.36%	8,000円	0.00%
11	9,000円	0.18%	9,000円	0.33%
	無回答	0.53%	無回答	0.41%
	計	100.00%	計	100.00%

5,000円以上の割合が約3%増加した。

【参考】観光消費状況世代別割合

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代
999円以下	0.00%	0.00%	0.00%	0.55%	0.00%	0.00%	2.00%
1,000円	12.50%	17.65%	15.83%	19.67%	14.58%	14.14%	24.00%
2,000円	25.00%	32.35%	29.50%	29.51%	28.33%	28.28%	19.33%
3,000円	25.00%	24.51%	33.81%	34.43%	30.00%	29.66%	26.67%
4,000円	12.50%	11.76%	7.91%	6.56%	7.50%	6.21%	4.67%
5,000円	0.00%	9.80%	8.63%	4.92%	11.67%	14.83%	14.00%
6,000円	0.00%	0.00%	0.72%	1.09%	1.25%	1.38%	1.33%
7,000円	0.00%	0.00%	0.72%	0.00%	0.42%	0.69%	0.00%
8,000円	12.50%	0.00%	0.00%	0.55%	0.00%	0.34%	0.00%
9,000円	0.00%	0.00%	0.72%	0.00%	0.00%	0.34%	0.00%
10,000円以上	12.50%	3.92%	2.16%	2.73%	6.25%	4.14%	8.00%

設問12：岩国でのお金の使用先

順位	令和6年		令和5年	
1	錦帯橋	92.27%	錦帯橋	88.75%
2	ロープウエー	64.36%	ロープウエー	60.50%
3	岩国城	61.78%	岩国城	58.25%
4	昼食	46.13%	岩国シロヘビの館	43.83%
5	岩国シロヘビの館	41.24%	昼食	39.25%
6	軽食	31.64%	軽食	29.67%
7	土産（飲食物）	25.69%	土産（飲食物）	23.08%
8	土産（雑貨）	13.16%	土産（雑貨）	11.83%
9	夕食	3.64%	夕食	2.50%
10	上記以外の有料施設	3.02%	上記以外の有料施設	1.67%
11	体験料	0.53%	体験料	0.17%
	その他	1.07%	その他	0.33%
	合計	384.53%	合計	359.83%

※複数回答のため100%になりません。

錦帯橋・ロープウエー・岩国城の割合が大半を占めている。

設問13：岩国市で錦帯橋周辺以外に行った（行く）場所

順位	令和6年		令和5年	
1	錦帯橋周辺以外は行かない	91.47%	錦帯橋周辺以外は行かない	90.42%
2	潮風公園みなとオアシスゆう	3.38%	潮風公園みなとオアシスゆう	1.17%
3	錦川清流線	1.16%	美川ムーバレー	1.08%
4	美川ムーバレー	0.62%	錦川清流線	0.83%
5	広島東洋カープ由宇練習場	0.62%	温泉（雙津峡・深谷峡温泉）	0.50%
6	温泉（雙津峡・深谷峡温泉）	0.44%	弥栄湖周辺	0.25%
7	とことこトレイン	0.09%	とことこトレイン	0.17%
8	弥栄湖周辺	0.00%	広島東洋カープ由宇練習場	0.08%
	その他	1.07%	その他	3.25%
	無回答	1.16%	無回答	2.25%
	計	100.00%	計	100.00%

錦帯橋周辺以外は行かないと回答された方の割合が約1%増加しているが、潮風公園みなとオアシスゆうや広島東洋カープ由宇練習場などの由宇地区も増加している。

設問14：魅力向上のために必要な施策

順位	令和6年		令和5年	
1	洋式トイレが少ない、場所がわかりにくい	47.42%	洋式トイレが少ない、場所がわかりにくい	32.27%
2	駐車場が不便、わかりづらい	13.69%	クレジットカード利用店舗が少ない	14.87%
3	クレジットカード利用店舗が少ない	8.93%	駐車場が不便、わかりづらい	14.87%
4	観光案内所の数が少ない、分かりにくい	5.56%	休憩所・ベンチが少ない	14.19%
5	目的地までの公共交通の経路情報の入手	4.76%	観光案内所の数が少ない、分かりにくい	4.58%
6	休憩所・ベンチが少ない	4.56%	目的地までの公共交通の経路情報の入手	3.66%
7	観光情報（見どころ、体験、飲食店等）の入手	2.78%	観光情報（見どころ、体験、飲食店等）の入手	3.66%
8	無料Wi-Fi環境が少ない	1.79%	無料Wi-Fi環境が少ない	1.37%
9	観光誘導看板がわかりにくい	1.19%	観光誘導看板がわかりにくい	0.23%
	その他	9.33%	その他	10.30%
	計	100.00%	計	100.00%

「洋式トイレが少ない・場所がわかりにくい」「駐車場が不便・わかりづらい」の割合が5割程度となった。

令和 6 年の観光について

令和 6 年の岩国市全体の観光入込客数は 2,548,705 人となり、前年の 2,494,528 人と比較し約 2%の増加となりました。

また、錦帯橋の入橋者数は 565,788 人で前年と比べ約 5%増え、3 年連続の増加となりました。

本市を訪れた外国人観光客数については、前年比約 45%増加の 105,154 人となり、国別の内訳は、台湾が最も多く、次いでアメリカ、韓国の順となりました。

これらの要因としては、山口県と連携し、実施した海外向けの F A M ツアーや商談会、航空会社と連携し、地域情報多言語発信サイトを拡充したことの効果が表れたと考えます。

また、岩国錦帯橋空港の利用者数が 523,363 人で、平成 24 年の開港から過去最高となりました。空の交通拠点として、観光誘客にも大きな役割を果たしており、首都圏からの誘客につながっています。

次に、アンケート調査結果による令和 6 年の傾向についてですが、錦帯橋を訪れた観光バスは、前年比約 4 %減の 3046 台となり、旅行形態が団体旅行から個人旅行へ移行していることが分かります。

設問 1 の「来岩観光客の地域別割合」では、中四国からの割合が減少し、関東からの割合が増加しました。

設問 2 の「年代別来岩者数割合」では、「60 代」の割合が最も高く、前年同様に「40 代」、「50 代」、「60 代」の割合が高くなりました。

設問 3 の「岩国への訪問回数」では、前年と同様、複数回訪問された方の割合が低く、「1 回目」が半数以上の割合となりました。

設問 4 の「旅行企画の利用」では、旅行会社の旅行の割合が減少し、フリープランでの旅行が 8 割を占めています。

設問 5 の「旅行の形態」では、「夫婦・カップル」の割合が高く、家族、友人の割合が減少しました。

設問 6 の「旅行先を決めるのに最も参考にしたもの」では、旅行雑誌・ガイドブック、テレビ・ラジオ、ホームページの割合が増加しており、メディアや SNS を活用した発信が引き続き必要だと考えます。

設問 7-1、7-2 の「岩国の前に訪れた観光地」、「岩国の後に訪れる予定の観光地」では、広島や宮島の割合が高くなっており、周遊観光に力を入れた発信も必要であることが分かります。

設問 8 の「利用した主な交通機関」では「鉄道」、「航空機」の利用割合が増加しました。

設問 9 の「岩国での宿泊」では、昨年と比べて宿泊の割合が約 4 % 増加しました。

設問 10 の「泊まらない人の滞在時間」では、「2 ～ 4 時間」の割合が増加し、「1 ～ 2 時間以上」の割合が減少しました。

設問 11 の「岩国での使用金額（宿泊費除く。）」では、1 万円以上の割合が増加し、3000 円代が最も割合が高くなっています。

設問 12 の「岩国でのお金の使用先」では、前年と同様に「錦帯橋」、「ロープウエー」、「岩国城」が半数以上の割合となりました。

設問 13 の「錦帯橋周辺以外に行った（行く）場所」では、錦帯橋周辺以外は行かないと回答された方の割合が約 1% 増加しているが、潮風公園みなとオアシスゆうや広島東洋カープ由宇練習場などの由宇地区が増加しています。

設問 14 の「魅力向上のために必要な施策」では、「洋式トイレが少ない・場所がわかりにくい」といった意見の割合が増加しました。

以上のとおり、本市を訪れる観光客は、近隣地域の家族連れの方々などが主に来岩される割合が高い傾向に変わりはありませんが、関東方面の方が航空機を利用し来岩される方の割合も増えています。

広島・宮島エリアから岩国に周遊する割合が高いにも関わらず、同エリアに多く訪れる欧米人の岩国の訪問者数がそれほど多くありません。

国内外問わず観光誘客に効果的な SNS 等を利用した情報発信を実施することはもちろん観光体験メニューの一層の充実と観光体験を活かした市内周遊の仕組みづくりが必要と考えます。

令和 7 年の観光について

来年秋、国内最大規模の大型観光キャンペーンであるデスティネーションキャンペーン（ＤＣ）が県内で開催されます。これに先立ち、令和 7 年には、事前のプレＤＣとして「万福の旅 おいでませ ふくの国 山口」というキャッチコピーのもと、来年の本ＤＣに向けて観光素材の提供や観光イベントでのＰＲ活動を実施します。全国の主要旅行会社やＪＲグループ、マスコミなどを対象に観光素材の概要説明や現地視察を行い、旅行商品の造成や販売、情報発信を進めていきます。

また、米海兵隊岩国航空基地で 5 月 4 日に開催されたフレンドシップデーには、多くの航空ファンが訪れ、約 13 万人が来場しました。前日にはＪＲ岩国駅において観光パンフレットを配布し、本市の魅力を積極的にＰＲしました。

今年度は、大阪・関西万博にも参加し、来場者に本市の魅力を伝える貴重な機会となると考えています。この万博を通じて、国内外の多くの方々に錦帯橋やその他の観光施設、文化的魅力を広くアピールすることを目指しています。

最後に、引き続きインスタグラムやＳＮＳを活用した観光プロモーションを推進するとともに、山口県や岩国市の観光協会、岩国観光プロモーション推進協議会と連携し、観光誘客に積極的に取り組んでまいります。