

しまねの観光認知度調査結果 概要版

1. 調査概要

(1) 調査の目的

平成25年度から実施している「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーン等の取組みを踏まえ、島根県の認知度やイメージの実態を把握し、今後の情報発信方策に役立てることを目的とする。

	平成25年度			平成26年度		合計
	第1回	第2回	第3回	第1回	第2回	
依頼数（人）	7,889	8,263	8,323	6,280	5,982	36,737
有効回答数（人）	3,130	3,108	3,107	2,066	2,079	13,490
回収率 （有効回答数/依頼数）	39.7%	37.6%	37.3%	32.9%	34.8%	36.7%
調査期間	H25年 6/28～7/1	H25年 10/4～10/6	H26年 1/24～1/27	H26年 8/8～8/11	H27年 2/13～2/16	

(2) 調査内容

- ◆調査対象：首都圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）在住の20代～60代の男女
- ◆調査手法：インターネット調査

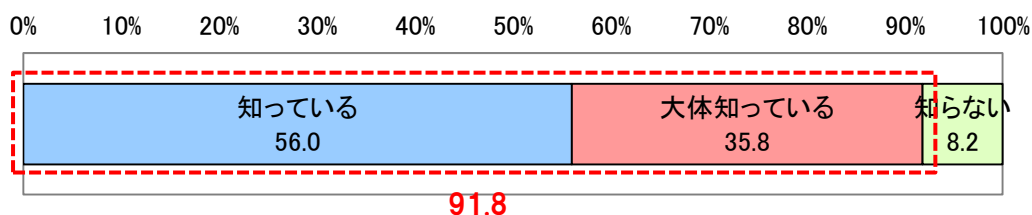
(3) 結果の記載方法

調査時期について記載のないものは、全5回の有効回答総数（13,490人）の結果を示している。

2. 調査結果

◆島根県を「知っている」「大体知っている」は9割を超えている

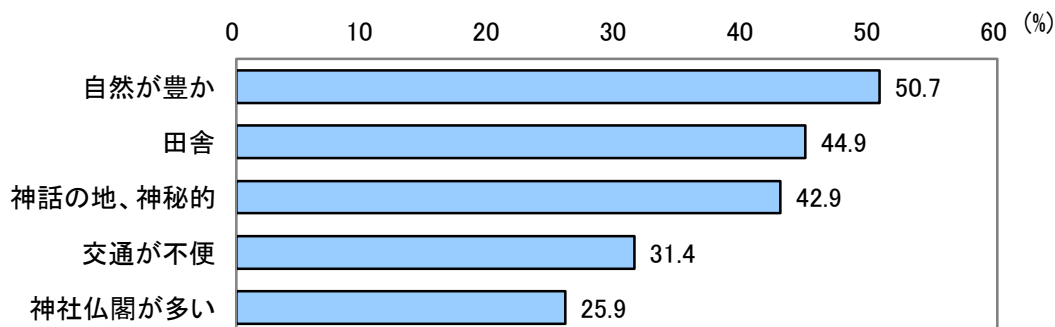
[設問 1]



◆島根県のイメージは「自然が豊か」「田舎」「神話の地、神秘的」が上位

[設問 2]

島根県のイメージは、1位「自然が豊か」（平均50.7%、以下も平均値）、2位「田舎」（44.9%）、3位「神話の地、神秘的」（42.9%）、4位「交通が不便」（31.4%）、5位「神社仏閣が多い」（25.9%）となっている。



◆島根県の観光地・コンテンツでは「出雲大社」が突出して知名度が高い

[設問3]

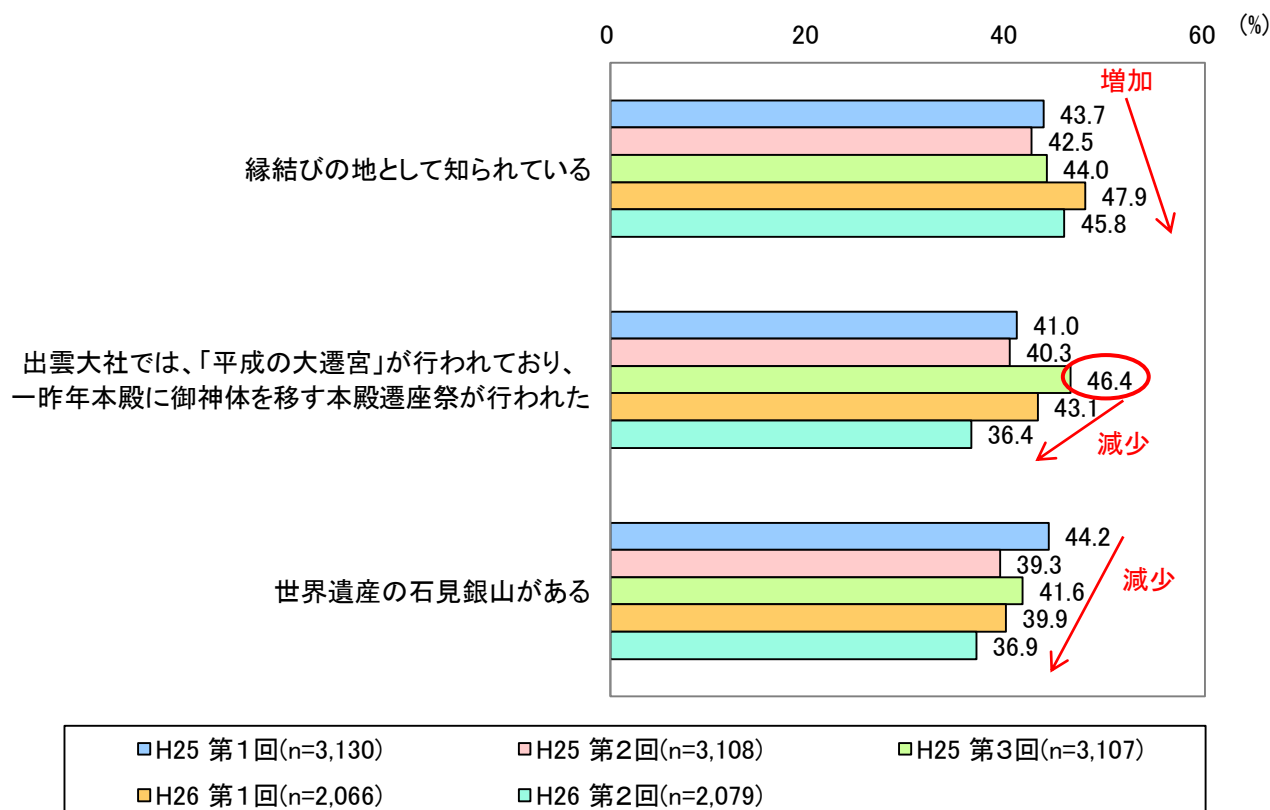
- ・島根県の観光地・コンテンツ全体の知名度は、1位「出雲大社」（平均73.0%、以下も平均値）、2位「宍道湖」（46.2%）、3位「しじみ」（45.4%）、4位「世界遺産・石見銀山」（38.4%）、5位「隠岐の島」（37.4%）となっている。
- ・観光地・コンテンツ別では以下のとおり。

順位	観光スポット	食材・名物料理	伝統行事・イベント
1位	出雲大社 (73.0%)	しじみ (45.4%)	出雲駅伝 (28.3%)
2位	宍道湖 (46.2%)	出雲そば (33.7%)	隠岐の牛突き (8.6%)
3位	世界遺産・石見銀山 (38.4%)	松葉ガニ (24.3%)	石見神楽 (8.2%)
4位	隠岐の島 (37.4%)	岩がき (6.8%)	ホーランエンヤ (0.9%)
5位	玉造温泉 (30.2%)	和菓子 (6.5%)	佐陀神能 (0.8%)

◆島根県について知っていることは「平成の大遷宮」が第3回をピークに減少

[設問4]

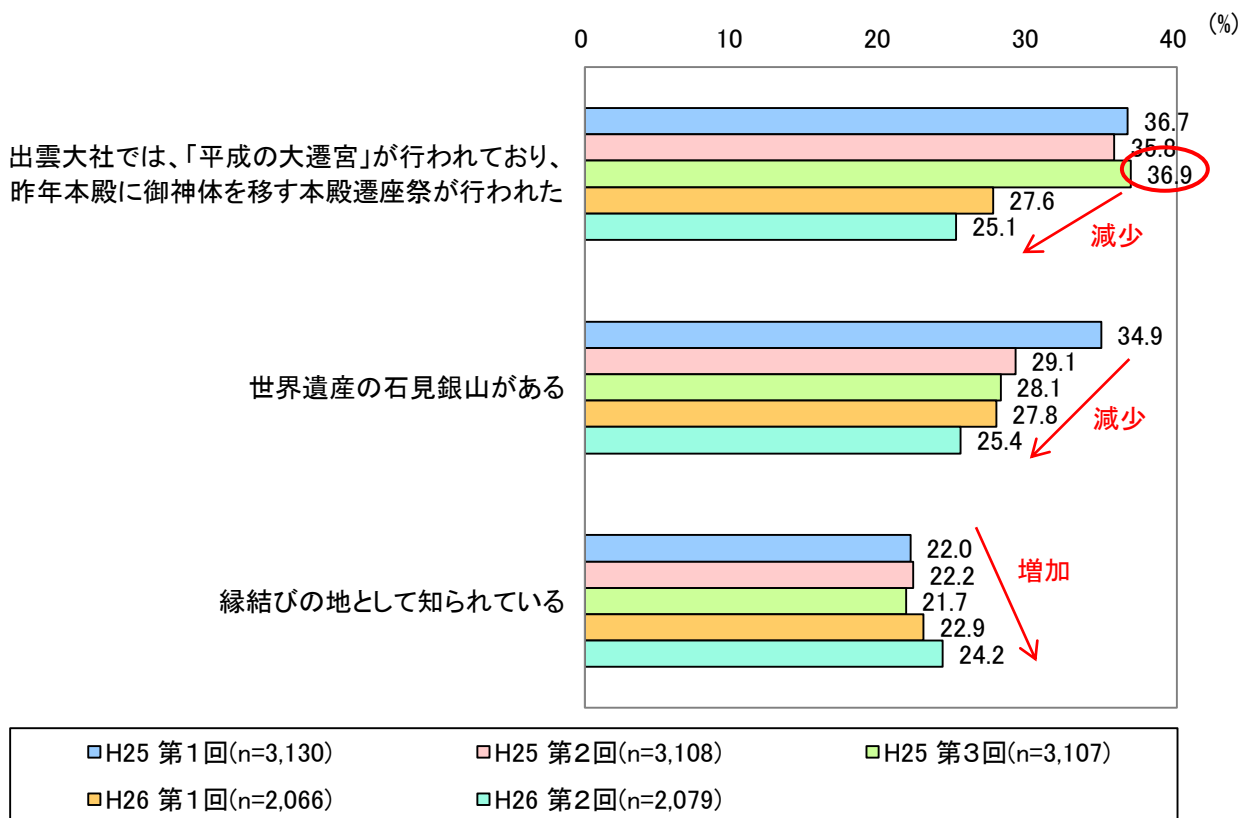
- ・島根県について知っていることは、1位「縁結びの地として知られている」（平均44.4%、以下も平均値）、2位「出雲大社では「平成の大遷宮」が行われており、一昨年本殿に御神体を移す本殿遷座祭が行なわれた」（41.7%）、3位「旧暦10月は「神在月（かみありづき）」といって全国の神様が集まる」（39.5%）、4位「世界遺産の石見銀山がある」（33.3%）、5位「スサノオ、ヤマタノオロチ、オオクニヌシなど神話の舞台である」（28.7%）となっている。
- ・「出雲大社では「平成の大遷宮」が行われており、一昨年本殿に御神体を移す本殿遷座祭が行なわれた」は、第3回をピークに減少している。（ピーク時に比べ、10.0ポイント減少）
- ・「縁結びの地として知られている」は変動はあるものの、増加傾向にある。
- ・「世界遺産の石見銀山がある」が第1回をピークに7.3ポイント減少している。なお、富士山が世界遺産に登録されたのは第1回調査の6日前である。



◆島根県について関心があることは「平成の大遷宮」が第3回をピークに減少

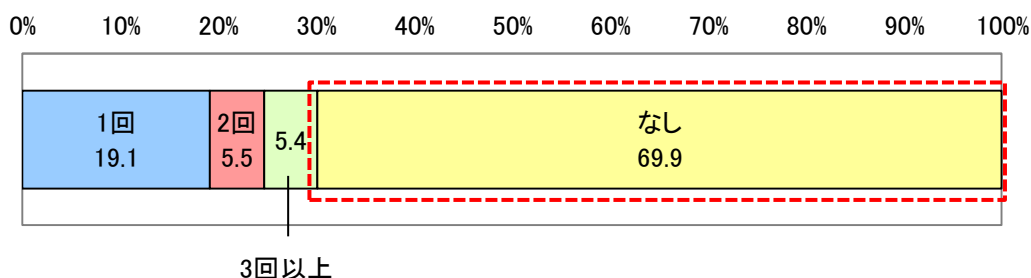
[設問5]

- ・島根県について関心があるものは、1位「出雲大社では「平成の大遷宮」が行われており、一昨年本殿に御神体を移す本殿遷座祭が行なわれた」（平均33.4%、以下も平均値）、2位「世界遺産の石見銀山がある」（29.5%）、3位「「出雲そば」は、日本三大そばの一つといわれ、丸い漆器に盛り重ねた「割子そば」が有名」（24.4%）、4位「旧暦10月は「神在月（かみありづき）」とって全国の神様が集まる」（23.1%）、5位「縁結びの地として知られている」（22.5%）となっている。
- ・「出雲大社では「平成の大遷宮」が行われており、一昨年本殿に御神体を移す本殿遷座祭が行なわれた」は第3回をピークに減少している。（ピーク時に比べ、11.8ポイント減少）
- ・「縁結びの地として知られている」は変動はあるものの、増加傾向にある。
- ・「世界遺産の石見銀山がある」が第1回をピークに9.5ポイント減少している。なお、富士山が世界遺産に登録されたのは第1回調査の6日前である。



◆島根県へ旅行実績は「なし」が約7割

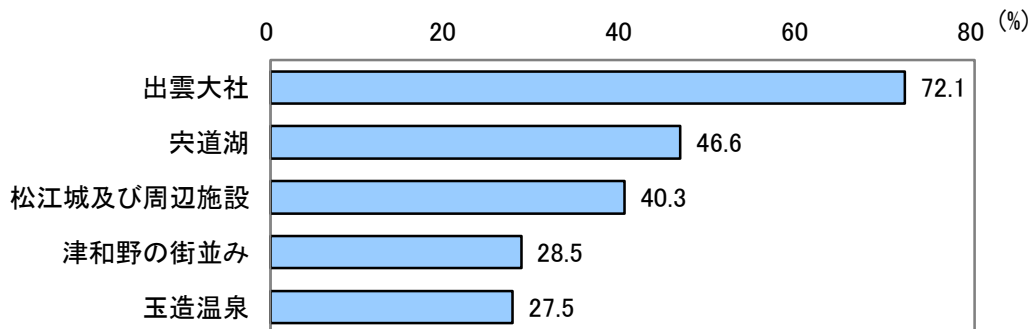
[設問6]



◆島根県に行ったことがある人の訪問地は「出雲大社」が突出して高い

[設問7]

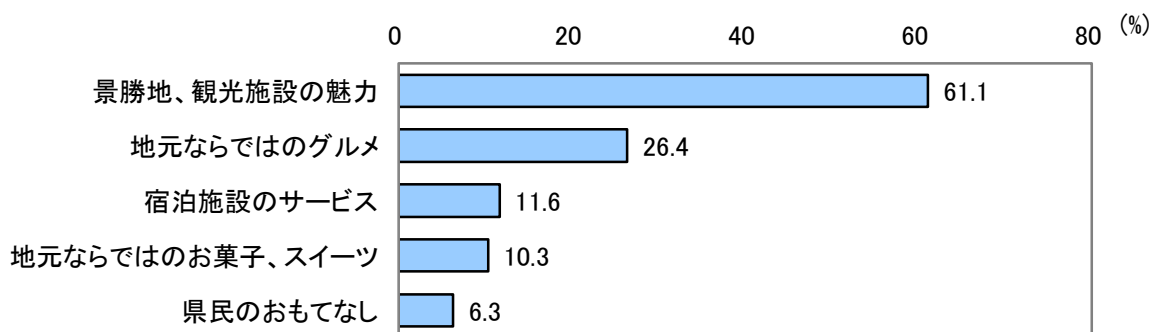
- ・島根県に行ったことがある人の訪問地は、1位「出雲大社」（平均72.1%、以下も平均値）、2位「宍道湖」（46.6%）、3位「松江城及び周辺施設」（40.3%）、4位「津和野の街並み」（28.5%）、5位「玉造温泉」（27.5%）となっている。
- ・「世界遺産・石見銀山」は12.4%、「隠岐の島」は7.0%であった。



◆満足した点は「景勝地、観光施設の魅力」が突出して高い

[設問8]

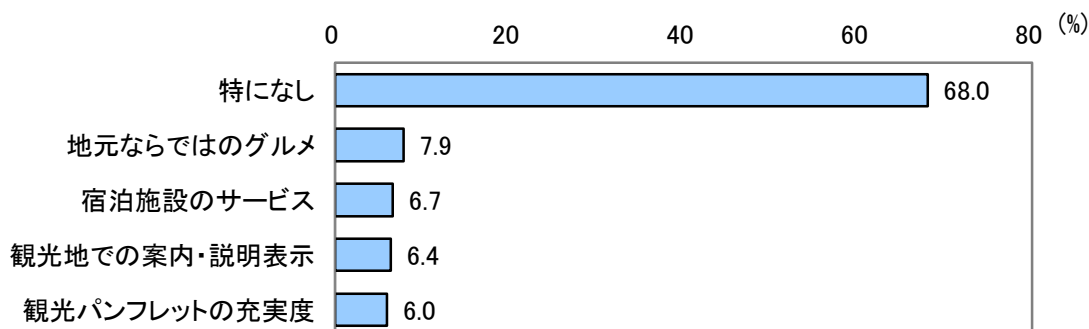
島根県に行ったことがある人の満足した点は、「景勝地、観光施設の魅力」（平均61.1%、以下も平均値）が突出して高く、1位となっている。以下、2位「地元ならではのグルメ」（26.4%）、3位「宿泊施設のサービス」（11.6%）、4位「地元ならではのお菓子、スイーツ」（10.3%）、5位「県民のおもてなし」（6.3%）。



◆改善してほしい点は「特になし」が約7割

[設問9]

島根県に行ったことがある人の改善してほしい点は、「特になし」（平均68.0%、以下も平均値）が突出して高く、1位となっている。以下、2位「地元ならではのグルメ」（7.9%）、3位「宿泊施設のサービス」（6.7%）、4位「観光地での案内・説明表示」（6.4%）、5位「観光パンフレットの充実度」（6.0%）。

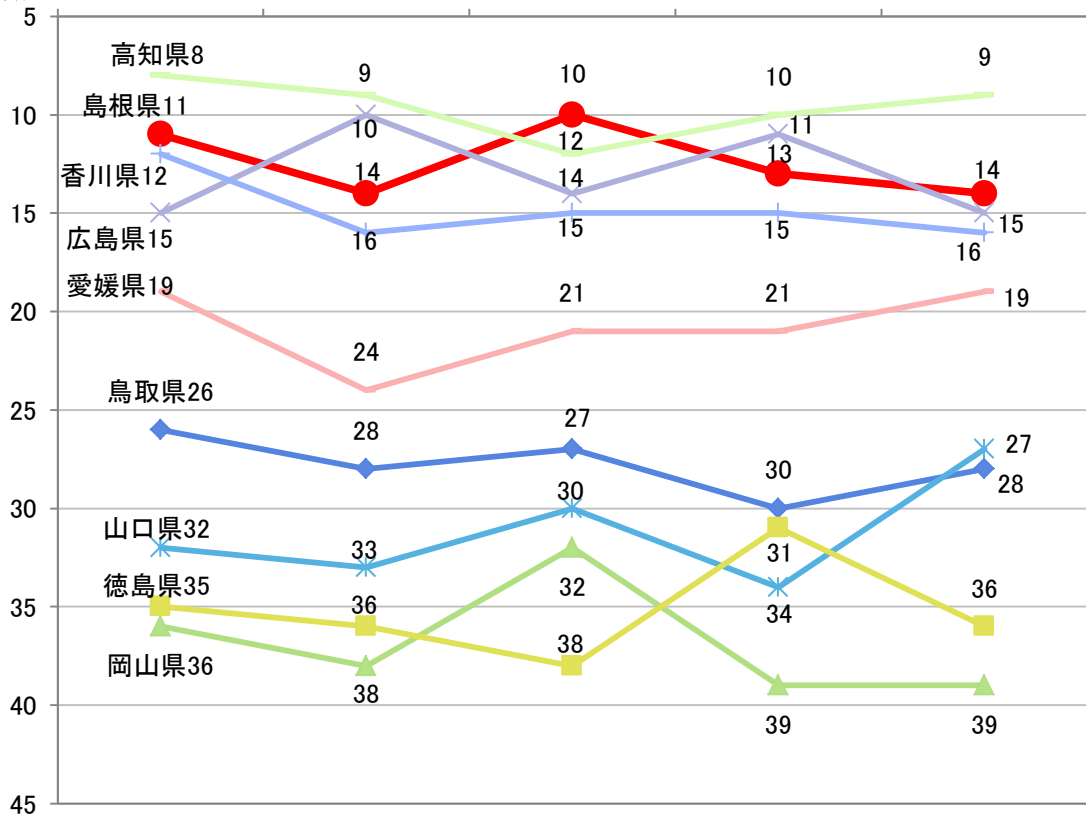


◆島根県は、行ってみたい都道府県10位台前半で固定化、中四国ではトップクラス [設問10]

- ・行ってみたい都道府県は、1位「北海道」（平均71.8%、以下も平均値）、2位「沖縄県」（61.5%）、3位「京都府」（39.0%）、4位「鹿児島県」（21.2%）、5位「長崎県」（20.3%）となっている。
- ・島根県は、全国では11位（H25第1回）⇒14位（H25第2回）⇒10位（H25第3回）⇒13位（H26第1回）⇒14位（H26第2回）となっており、10位代前半で固定化されている。
- ・中四国で比較すると、2位（H25第1回）⇒3位（H25第2回）⇒1位（H25第3回）⇒3位（H26第1回）⇒2位（H26第2回）となっており、トップクラスにいる。
- ・北陸新幹線が開通した石川県が9位から6位に、富山県が19位から13位に順位を上げている。

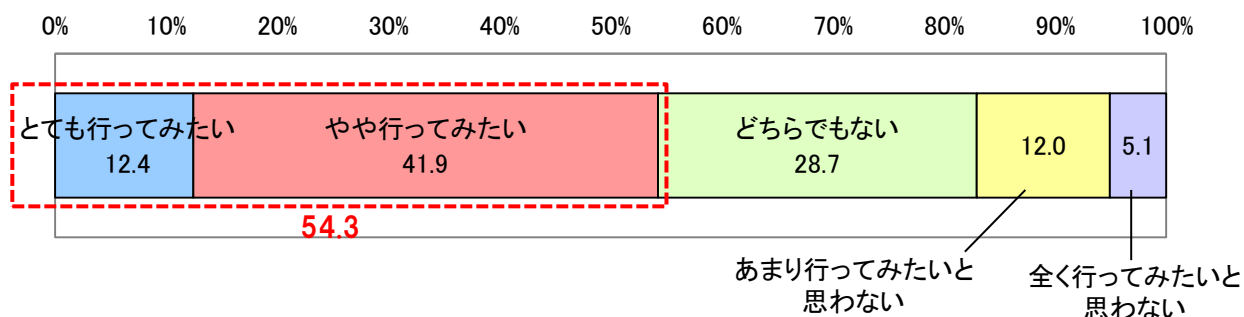
	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	第8位	第9位	第10位	島根県
H25 第1回調査 (n=3,130)	北海道 73.7%	沖縄県 62.2%	京都府 38.2%	鹿児島県 21.9%	長崎県 20.2%	青森県・福岡県 13.9%	高知県 13.8%	大阪府 13.5%	石川県 12.7%		第11位 11.9%
H25 第2回調査 (n=3,108)	北海道 73.0%	沖縄県 62.3%	京都府 40.3%	長崎県 20.8%	鹿児島県 20.1%	福岡県 14.6%	青森県 14.5%	大阪府 13.6%	高知県 13.8%	石川県・広島県 12.5%	第14位 11.6%
H25 第3回調査 (n=3,107)	北海道 70.5%	沖縄県 61.2%	京都府 38.8%	鹿児島県 21.7%	長崎県 20.0%	福岡県 15.5%	石川県・大阪府 13.7%	宮崎県 13.3%	島根県 13.2%		第10位 13.2%
H26 第1回調査 (n=2,066)	北海道 71.9%	沖縄県 62.2%	京都府 39.1%	鹿児島県 21.2%	長崎県 19.0%	大阪府 15.8%	福岡県 15.5%	青森県 15.1%	石川県 13.2%	高知県 12.9%	第13位 11.1%
H26 第2回調査 (n=2,079)	北海道 68.7%	沖縄県 59.2%	京都府 38.5%	長崎県 21.8%	鹿児島県 21.1%	石川県 17.9%	福岡県 16.7%	大阪府 16.0%	高知県 13.1%	宮崎県 12.8%	第14位 10.3%

(全国順位) H25 第1回調査 H25 第2回調査 H25 第3回調査 H26 第1回調査 H26 第2回調査



◆島根県への今後の来訪意向は半数を超えている

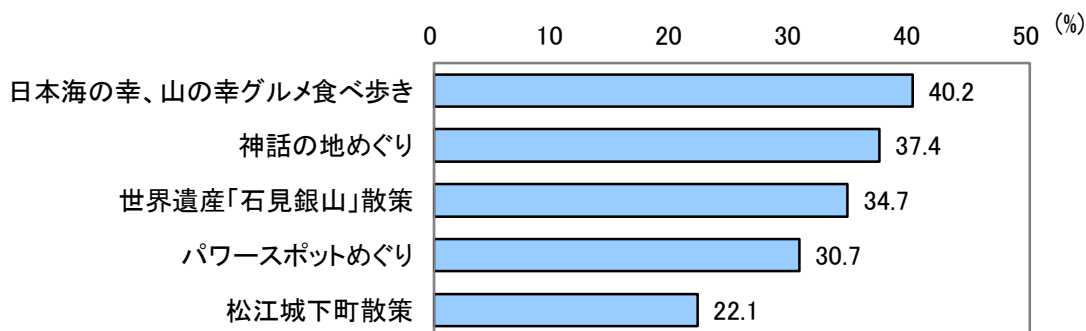
[設問 1 1]



◆魅力的な旅行テーマは「日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き」「神話の地めぐり」が上位

[設問 1 2]

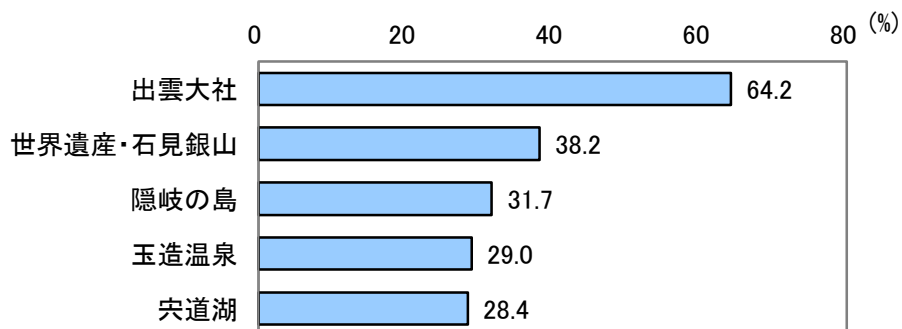
島根県に行ってみようと思う人にとって魅力的な旅行テーマは、1位「日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き」（平均40.2%、以下も平均値）、2位「神話の地めぐり」（37.4%）、3位「世界遺産「石見銀山」散策」（34.7%）、4位「パワースポットめぐり」（30.7%）、5位「松江城下町散策」（22.1%）となっている。



◆行ってみたい場所は「出雲大社」が突出して高い

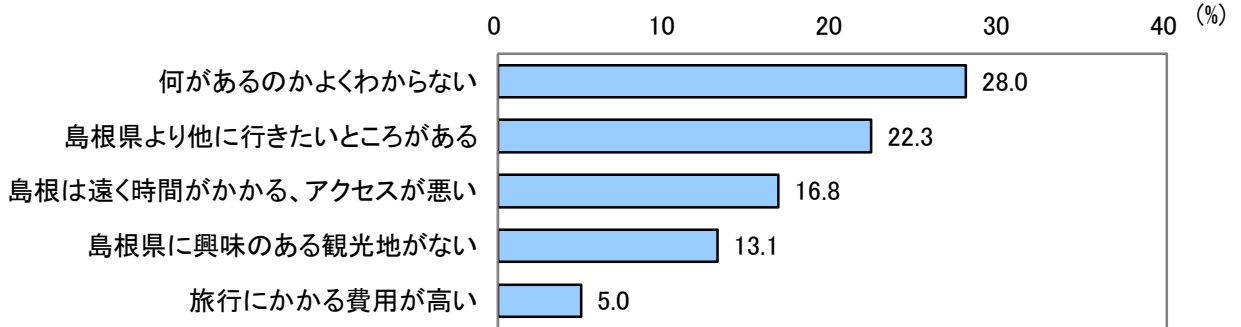
[設問 1 3]

島根県に行ってみようと思う人にとって行きたい場所は、1位「出雲大社」（平均64.2%、以下も平均値）、2位「世界遺産・石見銀山」（38.2%）、3位「隠岐の島」（31.7%）、4位「玉造温泉」（29.0%）、5位「宍道湖」（28.4%）となっている。

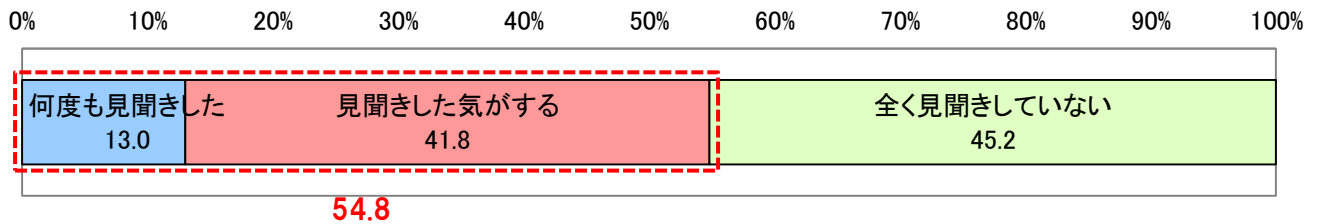


◆島根県に行ってみたくはない理由は「何があるのかよくわからない」「島根県より他に行きたいところがある」が上位 [設問 1 4]

島根県に行ってみたくはない理由は、1位「何があるのかよくわからない」（平均28.0%、以下も平均値）、2位「島根県より他に行きたいところがある」（22.3%）、3位「島根は遠く時間がかかる、アクセスが悪い」（16.8%）、4位「島根県に興味のある観光地がない」（13.1%）、5位「旅行にかかる費用が高い」（5.0%）となっている。

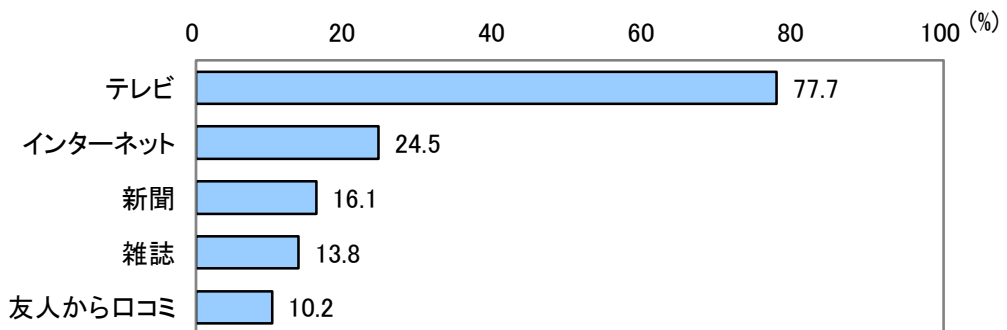


◆過去1年間における島根県に関する情報接触度は、半数以上 [設問 1 5]



◆島根県に関する情報源は「テレビ」が圧倒的に多い [設問 1 6]

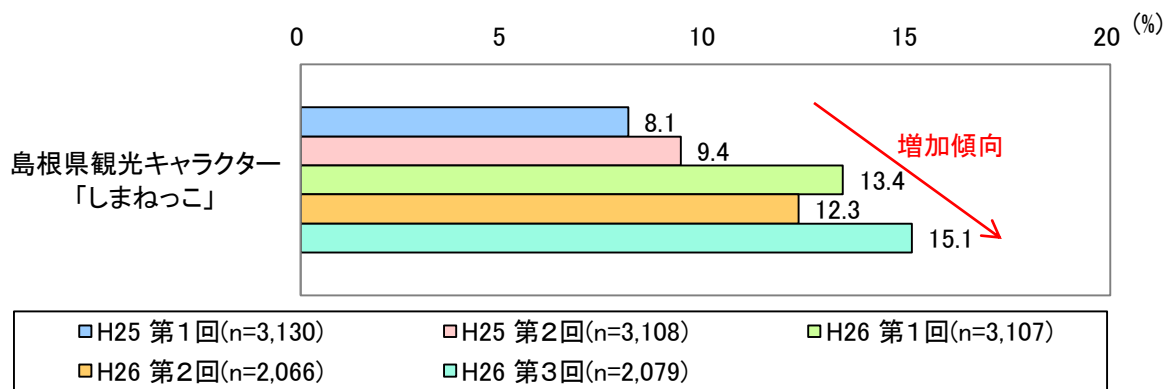
島根県に関する情報を何で見聞きしたかは、1位「テレビ」（平均77.7%、以下も平均値）が突出して高く、1位となっている。以下、2位「インターネット」（24.5%）、3位「新聞」（16.1%）、4位「雑誌」（13.8%）、5位「友人からの口コミ」（10.2%）。



◆島根県観光キャラクター「しまねっこ」の認知度が向上

[設問 17]

- ・見聞きしたことがある島根県の観光プロジェクト・キャンペーンは、1位「出雲大社「平成の大遷宮」」（平均34.8%、以下も平均値）、2位「神々の国しまね」（11.6%）、3位「島根県観光キャラクター「しまねっこ」」（11.4%）、4位「隠岐世界ジオパーク」（4.1%）、5位「なつかしの国 石見」（3.5%）となっている。
- ・「島根県観光キャラクター「しまねっこ」」は、H25第1回とH26第2回を比較すると7.0ポイント増加している。

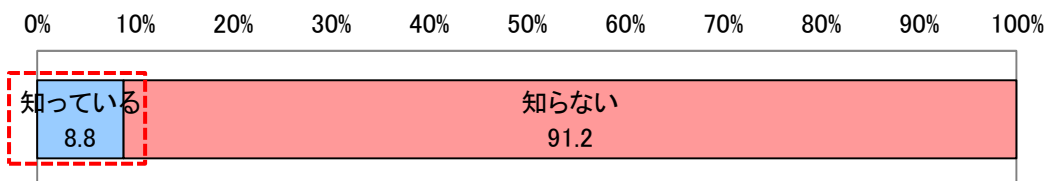


◆「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンを「知っている」人は約1割で、キャンペーンを知っている人ほど、旅行意向が高い

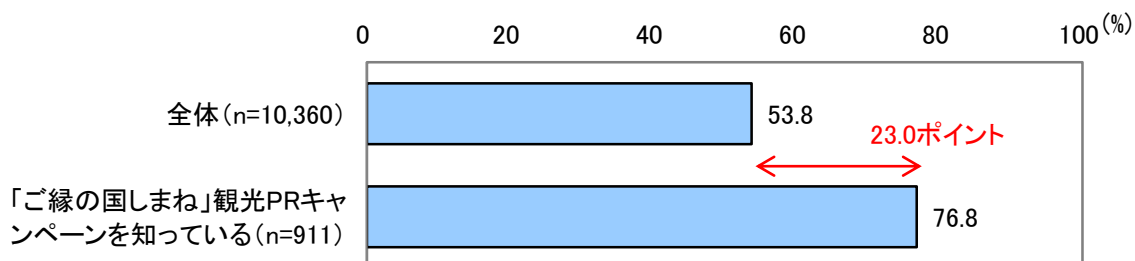
[設問 18]

- ・「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンを知っている人は8.8%となっている。
- ・島根県への旅行意向について、分母を全体と「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンを知っている人で比較すると、キャンペーンを知っている人の方が旅行意向が23.0ポイント高い。

「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンの認知度

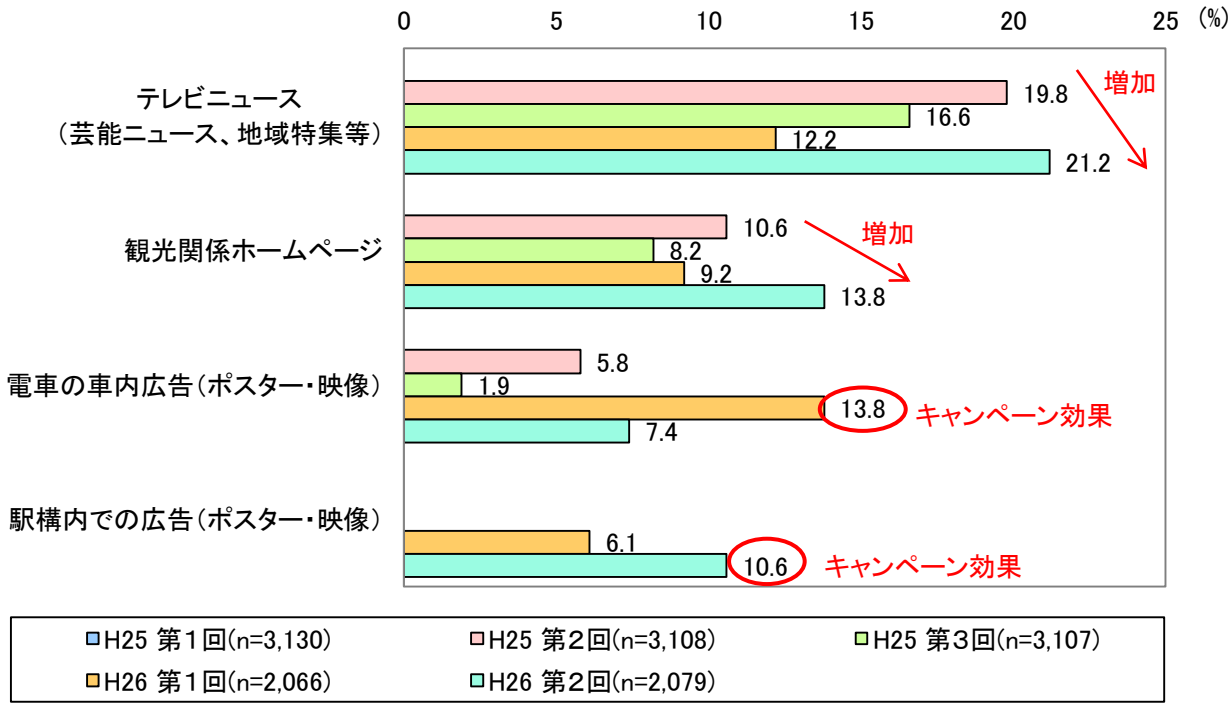


島根県への旅行意向



◆「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンの情報源は「テレビニュース」「観光関係ホームページ」が増加傾向 [設問19]

- ・「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンの情報源は、1位「テレビ番組（バラエティー、旅番組等）」（平均70.4%、以下も平均値）が突出して高く、1位となっている。以下、2位「テレビニュース（芸能ニュース、地域特集等）」（17.3%）、3位「観光関係ホームページ」（10.1%）、4位「新聞記事（スポーツ紙含む）」（10.0%）、5位「webニュース」（9.2%）。
- ・「テレビニュース（芸能ニュース、地域特集等）」、「観光関係ホームページ」は変動はあるものの、直近調査では増加している。
- ・交通広告については、実施時期により結果が出ている。
 【電車内広告（映像）】H26年8月（H26第1回調査時）：JRトレインチャンネル等
 【駅構内（ポスター）】H27年2月（H26第2回調査時）：新宿駅での巨大ポスター掲示等



◆全国の自治体のプロモーションはまだ認知度が低い [設問20]

- ・見聞きしたことがある全国の自治体のプロモーションは、「ひとつもない」（平均46.0%、以下も平均値）が1位となっている。プロモーション別の順位では、1位「うどん県。それだけじゃない香川県（香川県）」（39.5%）、2位「（株）おいでませ山口県（山口県）」（11.6%）、3位「なめんなよいばらき県（茨城県）」（11.0%）となっている。
- ・「ご縁の国しまね」（8.8%）は5位となっている。

