

平成 27 年度
しまねの観光認知度調査
報告書

(第 2 回調査)

平成 28 年 3 月

島根県商工労働部観光振興課

(委託先：株式会社エブリプラン)

第1章. 調査概要.....	1
1. 調査の目的.....	1
2. 調査内容.....	1
第2章. 調査結果.....	3
1. 回答者属性.....	3
2. 島根県の認知度・イメージに関する調査.....	7
設問1. 島根県の認知度.....	7
設問2. 島根県のイメージ.....	8
設問3. 島根県の観光資源について知っている事柄.....	10
3. 島根県のギャップ調査.....	12
設問4. 島根県の観光コンテンツの認知度.....	12
設問5. 島根県の観光コンテンツの関心度.....	13
参考1 認知度と関心度の比較分析.....	14
4. 島根県への旅行実績.....	15
設問6. 島根県への旅行経験.....	15
設問7. 島根県への旅行で訪れた観光地.....	16
設問8. 島根県への旅行で満足した点.....	18
設問9. 島根県への旅行で改善してほしい・不満に感じた点.....	21
5. 島根県への観光意欲.....	24
設問10. 行ってみたい都道府県上位5位.....	24
設問11. 島根県への旅行意向.....	27
設問12. 魅力的な旅行テーマ.....	28
設問13. 島根県の観光地で行ってみたい場所.....	31
設問14. 島根県に行ってみたいと思わない理由.....	34
6. 島根県の情報接触度.....	36
設問15. 過去1年間の島根県に関する情報の接触経験.....	36
参考2 島根県に関する情報接触経験の比較分析.....	37
設問16. 島根県の情報を見聞きしたツール.....	39
設問17. 見聞きしたことがある観光プロジェクト・キャンペーン.....	42
7. 「ご縁の国しまね」プロモーションの認知度調査.....	45
設問18. プロモーションの認知度.....	45
参考3 プロモーションの比較分析.....	46
設問19. プロモーションの情報を見聞きしたツール.....	48
設問20. 他の自治体の観光プロジェクト・キャンペーンの認知度.....	51

第1章. 調査概要

1. 調査の目的

島根県では、平成 25 年度から実施している島根の「ご縁」に着目した観光 PR キャンペーン等により島根県の認知度向上と誘客促進に取り組んでいる。

本調査では、こうした取り組みを踏まえ、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等に役立てることを目的とする。

2. 調査内容

(1) 調査業務名

しまねの観光認知度調査

(2) 実施業務

- ・アンケート調査
- ・上記の集計
- ・上記の報告

(3) 調査手法

インターネット調査会社への委託による WEB 調査

委託先：株式会社インテージ

(4) 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

(5) 調査期間

平成 27 年度 第 1 回調査：平成 27 年 7 月 24 日（金）～7 月 27 日（月）

平成 27 年度 第 2 回調査：平成 28 年 2 月 12 日（金）～2 月 15 日（月）

(6) 依頼数・有効回答数・回収率

	平成 27 年度	
	第 1 回調査	第 2 回調査
依頼数	6,952	6,446
有効回答数	2,094	2,092
回収率 (有効回答数／依頼数)	30.1%	32.5%

(7) 設問構成内容

- ① 島根県の認知度・イメージに関する調査
- ② 島根県のギャップ調査
- ③ 島根県への旅行実績
- ④ 島根県への観光意欲
- ⑤ 島根県の情報接触度
- ⑥ 「ご縁の国しまね」プロモーションの認知度調査

第2章. 調査結果

1. 回答者属性

(1) 性別・年代

20～60代の男女について、性別×年代の各セグメントが約1割ずつとなるようにサンプルを抽出した。

TOTAL		H27 第1回調査		H27 第2回調査	
		実数	割合(%)	実数	割合(%)
TOTAL		2,094	100.0	2,092	100.0
性別	男性	1,048	50.0	1,043	49.9
	女性	1,046	50.0	1,049	50.1
年代	20代	418	20.0	419	20.0
	30代	418	20.0	420	20.1
	40代	421	20.1	416	19.9
	50代	415	19.8	422	20.2
	60代	422	20.2	415	19.8
性別×年代	男性20代	209	10.0	207	9.9
	男性30代	210	10.0	209	10.0
	男性40代	206	9.8	210	10.0
	男性50代	208	9.9	207	9.9
	男性60代	215	10.3	210	10.0
	女性20代	209	10.0	212	10.1
	女性30代	208	9.9	211	10.1
	女性40代	215	10.3	206	9.8
	女性50代	207	9.9	215	10.3
	女性60代	207	9.9	205	9.8

(2) 居住地

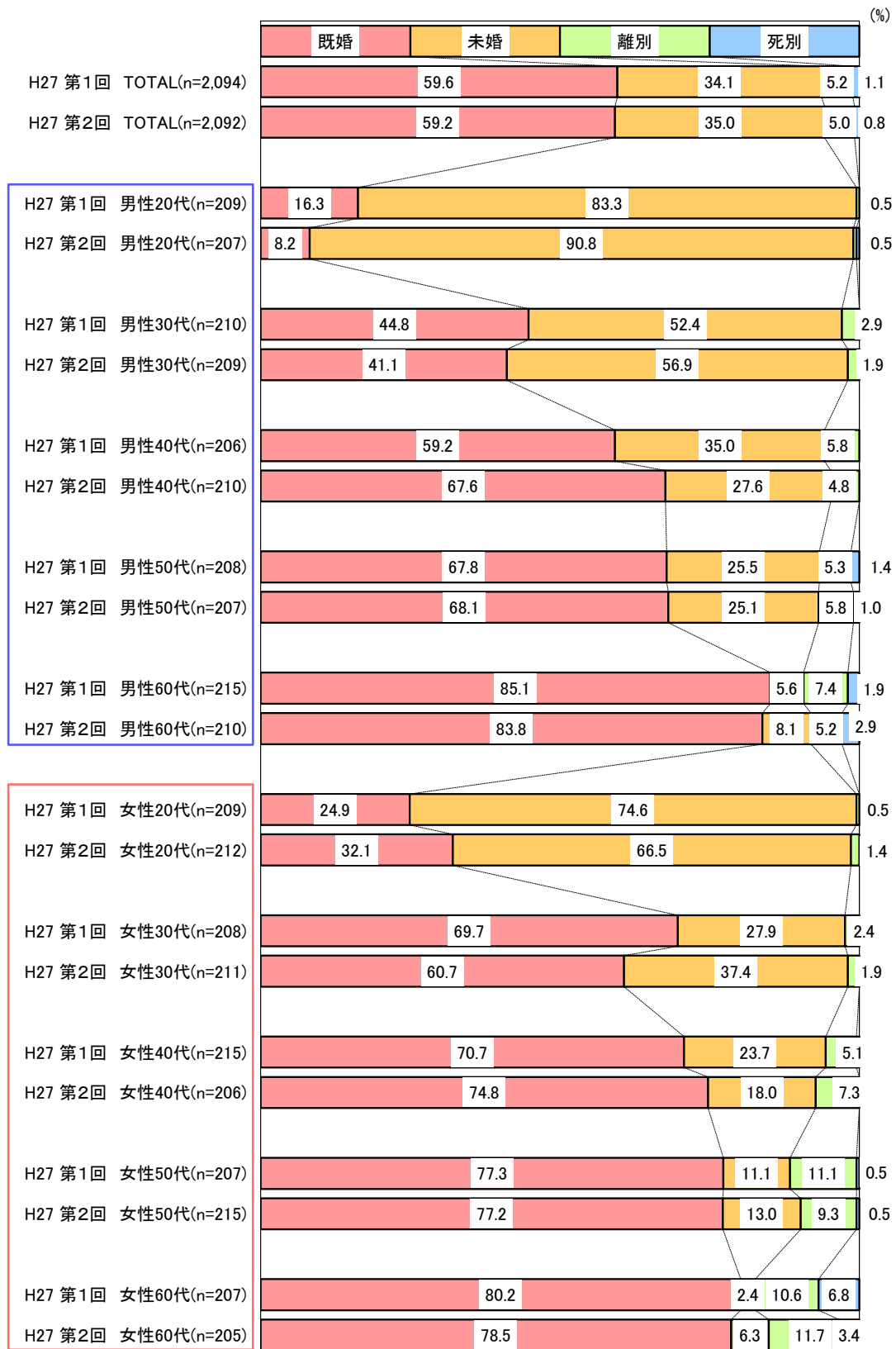
対象の4都県のサンプルが過去の調査と同数となるように抽出しており、東京都が約4割を占め、次いで神奈川県が約25%、埼玉県が約18%、千葉県が約16%となっている。

TOTAL		H27 第1回調査		H27 第2回調査	
		実数	割合	実数	割合
TOTAL		2,094	100.0	2,092	100.0
居住地	東京都	795	38.0	853	40.8
	神奈川県	572	27.3	530	25.3
	埼玉県	383	18.3	384	18.4
	千葉県	344	16.4	325	15.5

2. 調査結果

(3) 未既婚状況

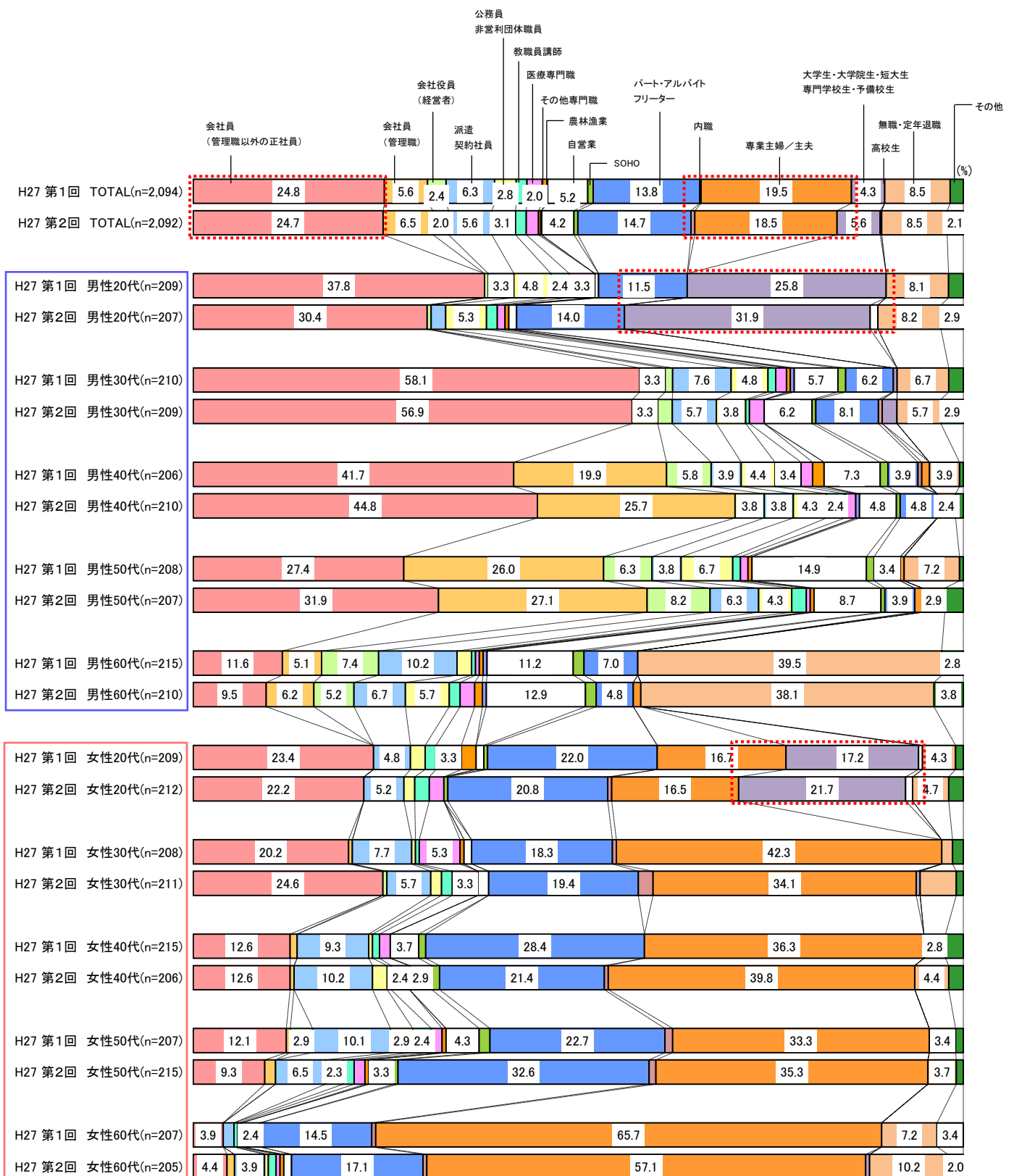
未婚・既婚状況は、全体では約6割が既婚、約3割が未婚であり、第1回と比較して大きな差はない。性別×年代のセグメント別で見ても、概ね同様の結果となっている。



2. 調査結果

(4) 職業

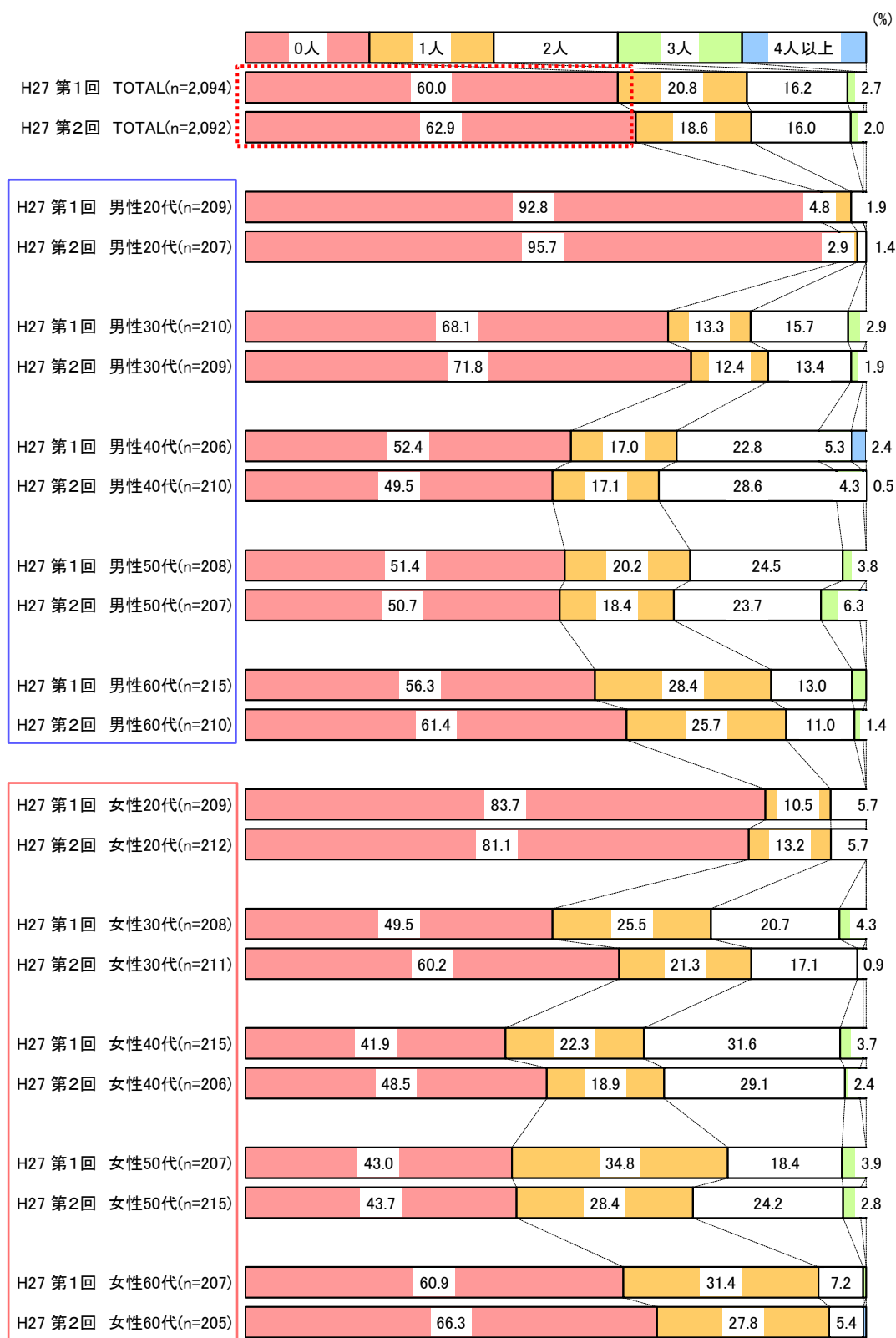
回答者の職業は、全体では「会社員（管理職以外の正社員）」と「専業主婦／主夫」が多く、それぞれ約2割を占めており、第1回と比較して概ね同様な傾向となっている。性別×年代のセグメント別でみると、第1回と比較して20代男女で「大学生・大学院生・短大生・専門学校生・予備校生」が増加した。



2. 調査結果

(5) 同居子ども人数

同居する子どもの人数をみると、全体では「0人」が最も多く約6割を占めており、第1回と比較して概ね同様な傾向となっている。性別×年代のセグメント別でも、概ね同様な結果となっている。



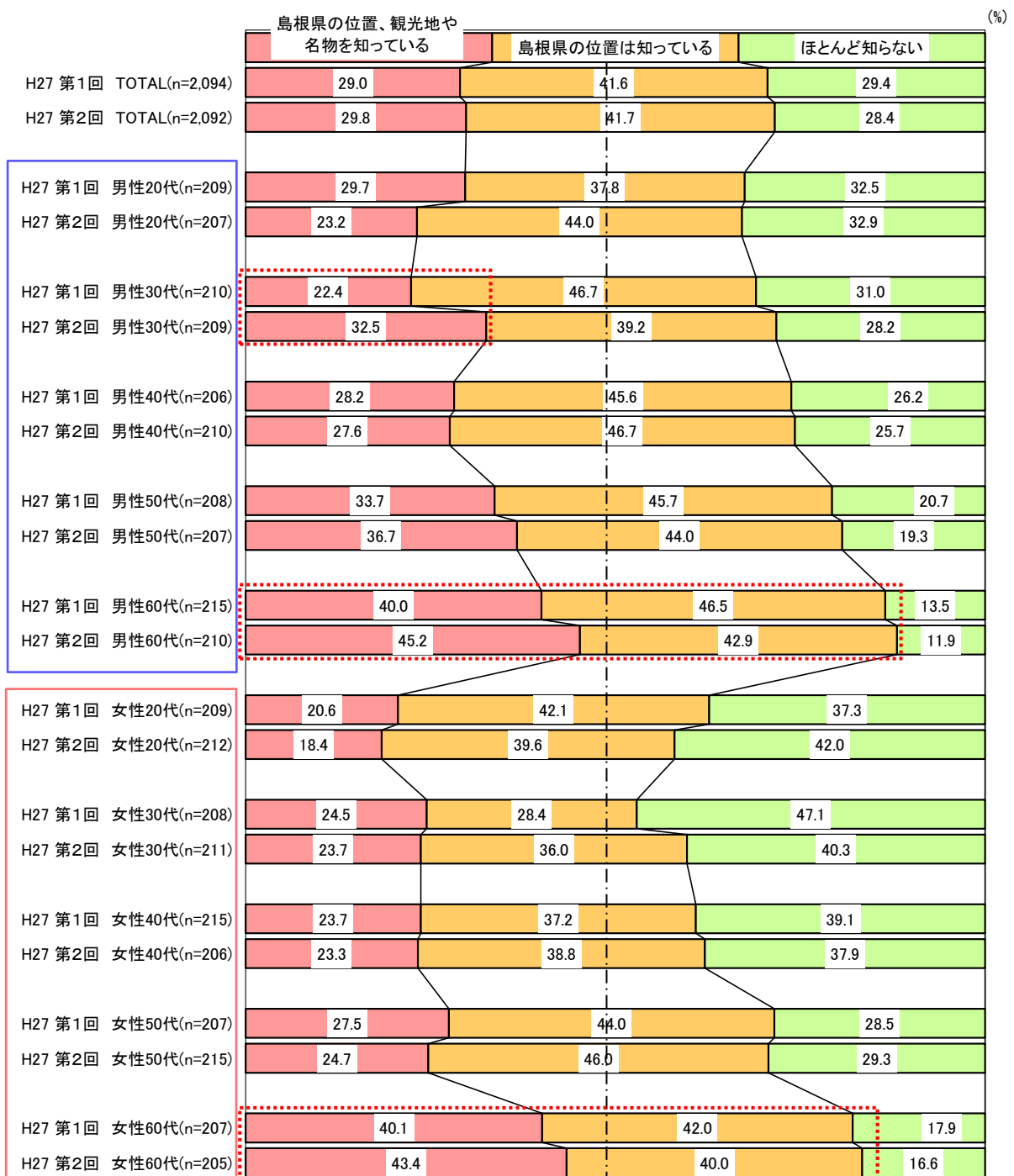
2. 島根県の認知度・イメージに関する調査

【設問1】あなたは島根県についてどの程度知っていますか。(回答は1つ)

・全体では、「島根県の位置、観光地や名物を知っている」が29.8%で、「島根県の位置は知っている」と合わせると、71.5%が少なくとも島根県の位置は知っている。

<セグメント分析>

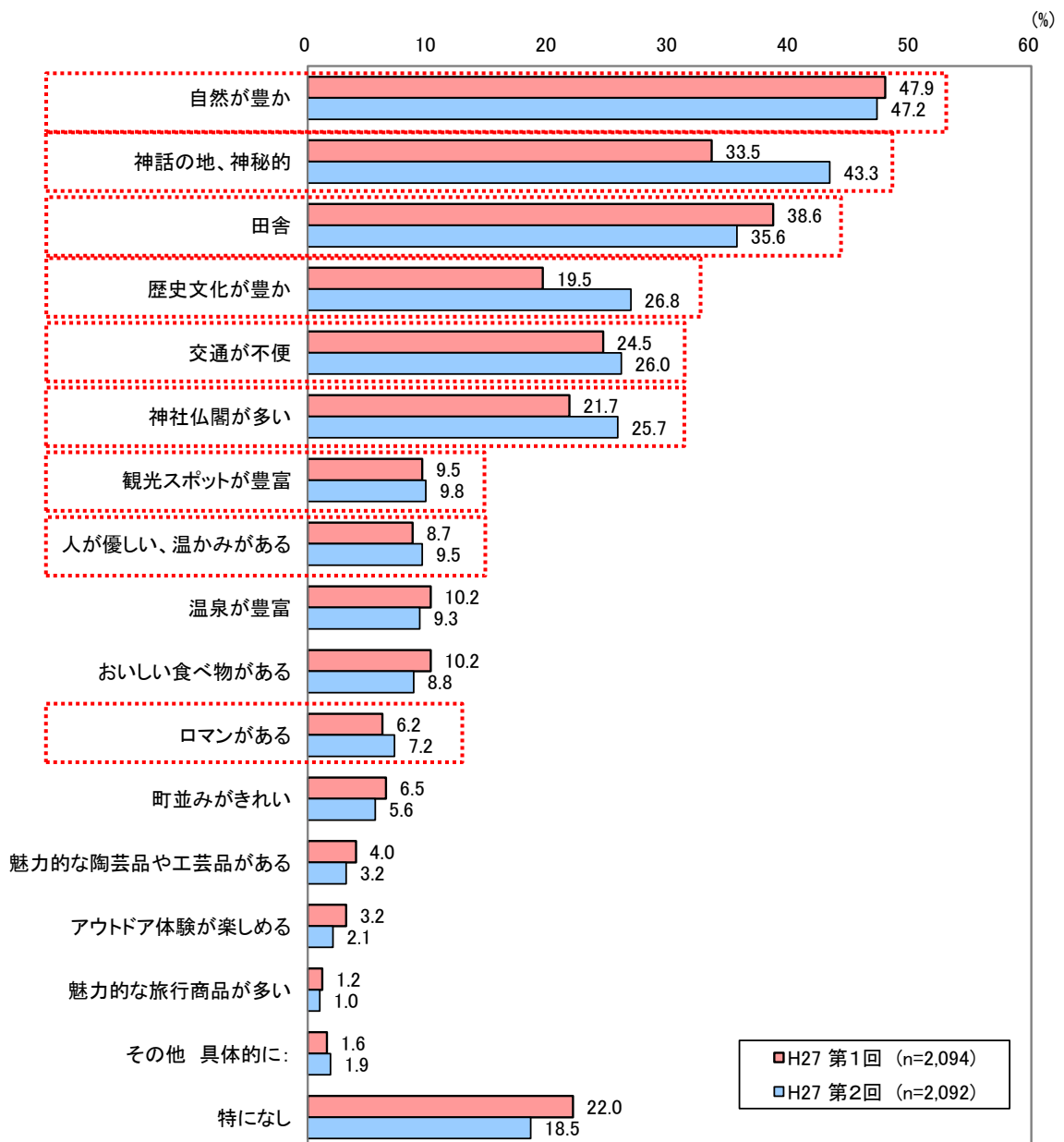
- ・男女ともに60代の認知度が最も高い。
- ・第1回と比較すると、男性30代で「島根県の位置、観光地や名物を知っている」が10.1ポイント増加している。



2. 調査結果

【設問2】 島根県のイメージに当てはまるものをお答えください。島根県を知らない方も、イメージで結構ですのでお答えください。（回答はいくつでも）

- ・「自然が豊か」、「神話の地・神秘的」「田舎」が上位3位を占めている。
- ・第1回と比較して、「神話の地、神秘的」は9.8ポイント、「歴史文化が豊か」は7.3ポイント増加した。「交通が不便」、「神社仏閣が多い」、「観光スポットが豊富」、「人が優しい、温かみがある」、「ロマンがある」はやや増加した。
- ・第1回と比較すると順位が変動し、「神話の地、神秘的」（第3位⇒第2位）、「人が優しい、温かみがある」（第10位⇒第8位）、「ロマンがある」（第12位⇒第11位）が順位を上げている。



2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=39

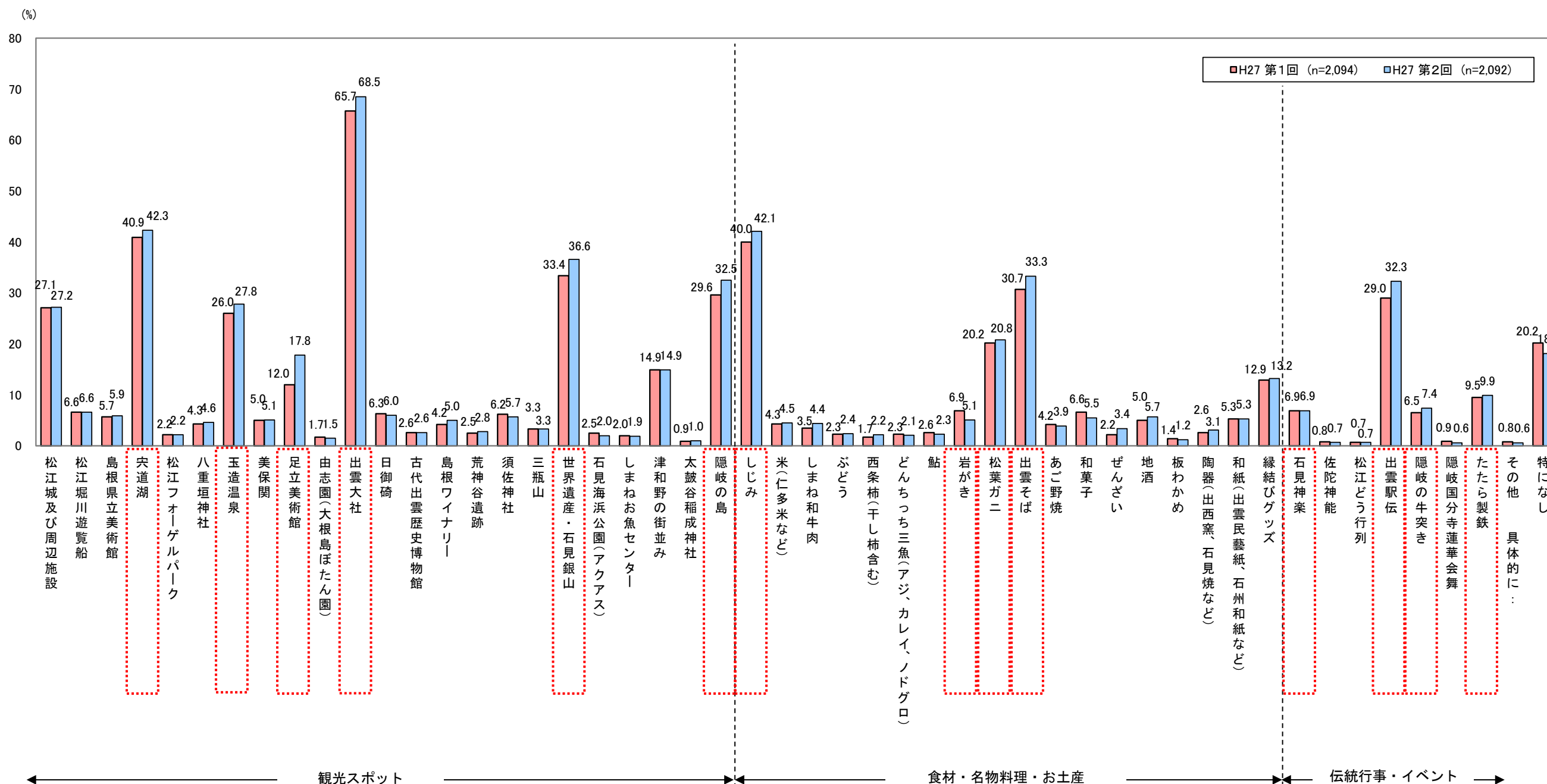
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	鷹の爪団	2	5.1%	5	12.8%
	錦織 圭	2	5.1%		
	森鷗外のふるさと	1	2.6%		
観光施設・名所	出雲大社	1	2.6%	7	17.9%
	石見銀山	1	2.6%		
	松江城	1	2.6%		
	一畑電車	1	2.6%		
	足立美術館	3	7.7%		
名物・料理	出雲そば	1	2.6%	4	10.3%
	温泉	1	2.6%		
	宍道湖の蜆	1	2.6%		
	のどぐろ	1	2.6%		
土地柄・人柄	人口が少ない	2	5.1%	6	15.4%
	地味	2	5.1%		
	晴れが少ない	2	5.1%		
鳥取県関連	鳥取砂丘	1	2.6%	2	5.1%
	ゲゲゲの鬼太郎	1	2.6%		
その他	遠い	2	5.1%	15	38.5%
	スターバックス	2	5.1%		
	分かりません	4	10.3%		
	出雲駅伝	1	2.6%		
	自然が美しい	2	5.1%		
	知人、親せきがいる	2	5.1%		
	美人が多い	1	2.6%		
	竹島	1	2.6%		
回答数合計				39	-

※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

※回答された原文のまま記載

【設問3】島根県の観光資源のうち、知っている事柄をお答えください。(回答はいくつでも)

- ・「出雲大社」(68.5%)、「宍道湖」(42.3%)、「しじみ」(42.1%)、「世界遺産・石見銀山」(36.6%)、「出雲そば」(33.3%) が上位となっている。第1回と比較して概ね同様な傾向である。
- ・『観光スポット』では依然として「出雲大社」の認知度が最も高く、第1回と比較して 2.8 ポイント増加している。次いで、「宍道湖」、「世界遺産・石見銀山」、「隠岐の島」と続くが、第1回と比較すると認知度はいずれも増加している。
- ・『食材・名物料理・お土産』で見ると、「しじみ」、「出雲そば」、「松葉ガニ」の認知度が高い。第1回と比較すると、「岩がき」の認知度がやや減少している。
- ・『伝統行事・イベント』では、「出雲駅伝」の認知度が最も高く、第1回と比べてやや増加している。次いで、「たたら製鉄」、「隠岐の牛突き」、「石見神楽」と続く。
- ・第1回と比較すると、「足立美術館」は5.8ポイント増加した。また、「玉造温泉」が第9位から第8位に順位を上げている。



2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=11

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	錦織圭	1	7.7%	1	7.7%
観光施設・名所	大社駅	1	7.7%	5	38.5%
	一畑電車	2	15.4%		
	竹島	2	15.4%		
伝統文化・特産品	メロン	1	7.7%	5	38.5%
	安来節	1	7.7%		
	水郷祭	1	7.7%		
	宍道湖七珍	1	7.7%		
	ホーランエンヤ	1	7.7%		
鳥取県関連	鳥取砂丘	1	7.7%	2	15.4%
	ゲゲゲの鬼太郎	1	7.7%		
回答数合計				13	-

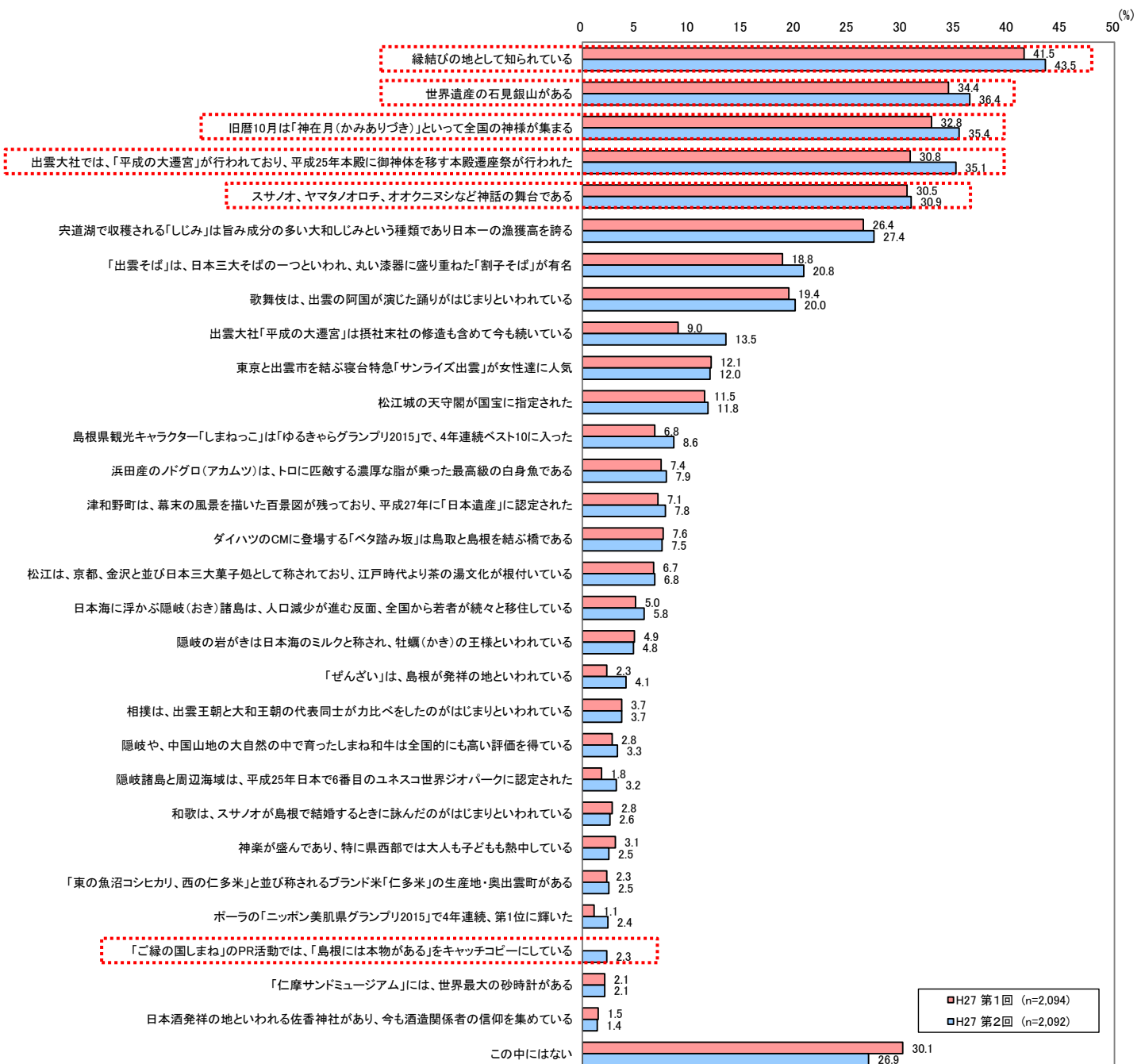
※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

※回答された原文のまま記載

3. 島根県のギャップ調査

【設問4】島根県に関して以下のことをご存知ですか。ご存知のものをお答えください。（回答はいくつでも）

- ・第1回と同様、「縁結びの地」、「石見銀山」、「神在月」、「平成の大遷宮」、「神話の舞台」が上位となっており、認知度の割合を比較するといずれも増加している。
- ・第1回と比較して、30項目中21項目で認知度が増加している。
- ・今回新たに項目として追加した「島根には本物がある」をキャッチコピーにしている」の認知度は2.3%で、第27位となった。

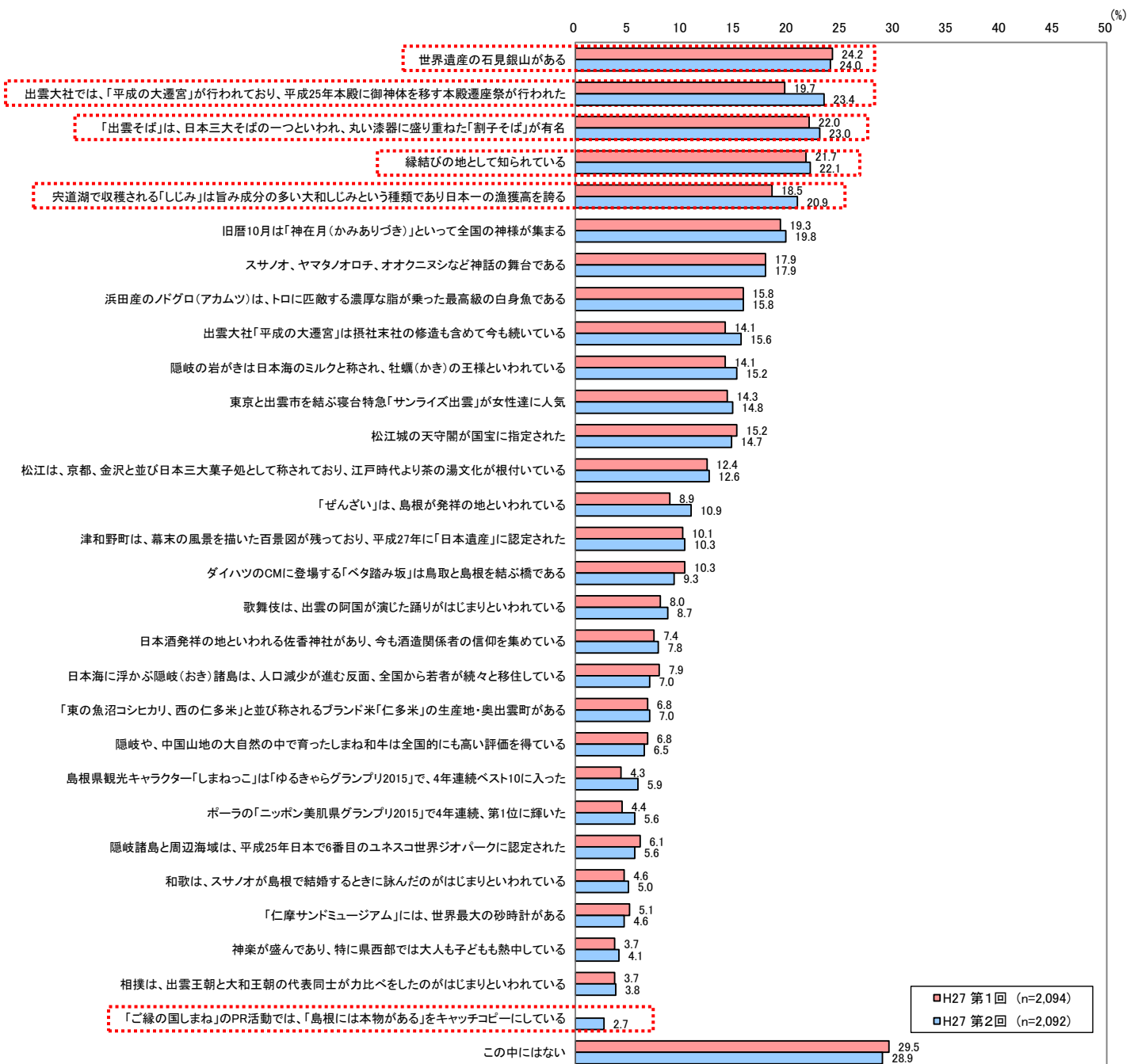


2. 調査結果

【設問5】島根県に関する以下の項目について関心があるものをお答えください。

(回答はいくつでも)

- ・「石見銀山」、「平成の大遷宮」、「出雲そば」、「縁結びの地」、「しじみ」が上位となっており、「石見銀山」以外は第1回と比較して増加している。
- ・第1回と比較して、30項目中19項目で関心度が増加している。
- ・今回新たに項目として追加した「島根には本物がある」をキャッチコピーにしている」の関心度は2.7%で、第29位となった。



参考1

認知度（設問4）と関心度（設問5）の比較分析（ギャップ調査）

・第1回と同様、認知度と関心度のギャップ（関心度－認知度）が大きい（認知度が低く、関心度が高い）「隠岐の岩がき」、「浜田産のノドグロ」、「ぜんざい」は「眠れる宝コンテンツ」と言うことができ、グルメに関するものが挙げられている。

項目	H27 第1回			H27 第2回		
	認知度	関心度	ギャップ (関心度-認知度)	認知度	関心度	ギャップ (関心度-認知度)
縁結びの地として知られている	41.5	21.7	▲ 19.8	43.5	22.1	▲ 21.4
旧暦10月は「神在月(かみありつき)」といって全国の神様が集まる	32.8	19.3	▲ 13.5	35.4	19.8	▲ 15.6
出雲大社では、「平成の大遷宮」が行われており、平成25年本殿に御神体を移す本殿遷座祭が行われた	30.8	19.7	▲ 11.1	35.1	23.4	▲ 11.7
出雲大社「平成の大遷宮」は摂社末社の修造も含めて今も続いている	9.0	14.1	5.1	13.5	15.6	2.1
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	30.5	17.9	▲ 12.6	30.9	17.9	▲ 13.0
和歌は、スサノオが鳥根で結婚するときに詠んだのがはじまりといわれている	2.8	4.6	1.8	2.6	5.0	2.4
相撲は、出雲王朝と大和王朝の代表同士が力比べをしたのがはじまりといわれている	3.7	3.7	0.0	3.7	3.8	0.1
歌舞伎は、出雲の阿国が演じた踊りがはじまりといわれている	19.4	8.0	▲ 11.4	20.0	8.7	▲ 11.3
日本酒発祥の地といわれる佐香神社があり、今も酒造関係者の信仰を集めている	1.5	7.4	5.9	1.4	7.8	6.4
神楽が盛んであり、特に県西部では大人も子どもも熱中している	3.1	3.7	0.6	2.5	4.1	1.6
世界遺産の石見銀山がある	34.4	24.2	▲ 10.2	36.4	24.0	▲ 12.4
松江城の天守閣が国宝に指定された	11.5	15.2	3.7	11.8	14.7	2.9
日本海に浮かぶ隠岐(おき)諸島は、人口減少が進む反面、全国から若者が続々と移住している	5.0	7.9	2.9	5.8	7.0	1.2
「仁摩サンドミュージアム」には、世界最大の砂時計がある	2.1	5.1	3.0	2.1	4.6	2.5
東京と出雲市を結ぶ寝台特急「サンライズ出雲」が女性達に人気	12.1	14.3	2.2	12.0	14.8	2.8
ボアの「ニッポン美肌県グランプリ2015」で4年連続、第1位に輝いた	1.1	4.4	3.3	2.4	5.6	3.2
鳥根県観光キャラクター「しまねっこ」は「ゆるきゃらグランプリ2015」で、4年連続ベスト10に入った	6.8	4.3	▲ 2.5	8.6	5.9	▲ 2.7
ダイハツのCMに登場する「ベタ踏み坂」は鳥取と鳥根を結ぶ橋である	7.6	10.3	2.7	7.5	9.3	1.8
「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	18.8	22.0	3.2	20.8	23.0	2.2
「ぜんざい」は、鳥根が発祥の地といわれている	2.3	8.9	6.6	4.1	10.9	6.8
隠岐の岩がきは日本海のミルクと称され、牡蠣(かき)の王様といわれている	4.9	14.1	9.2	4.8	15.2	10.4
宍道湖で収穫される「しじみ」は旨み成分の多い大和しじみという種類であり日本一の漁獲高を誇る	26.4	18.5	▲ 7.9	27.4	20.9	▲ 6.5
松江は、京都、金沢と並び日本三大菓子処として称されており、江戸時代より茶の湯文化が根付いている	6.7	12.4	5.7	6.8	12.6	5.8
津和野町は、幕末の風景を描いた百景図が残っており、平成27年に「日本遺産」に認定された	7.1	10.1	3.0	7.8	10.3	2.5
隠岐や、中国山地の大自然の中で育ったしまね和牛は全国的にも高い評価を得ている	2.8	6.8	4.0	3.3	6.5	3.2
浜田産のノドグロ(アカムツ)は、トロに匹敵する濃厚な脂が乗った最高級の白身魚である	7.4	15.8	8.4	7.9	15.8	7.9
「東の魚沼コシヒカリ、西の仁多米」と並び称されるブランド米「仁多米」の生産地・奥出雲町がある	2.3	6.8	4.5	2.5	7.0	4.5
隠岐諸島と周辺海域は、平成25年日本で6番目のユネスコ世界ジオパークに認定された	1.8	6.1	4.3	3.2	5.6	2.4
「ご縁の国しまね」のPR活動では、「鳥根には本物がある」をキャッチコピーにしている			0.0	2.3	2.7	0.4
この中にはない	30.1	29.5	▲ 0.6	26.9	28.9	2.0

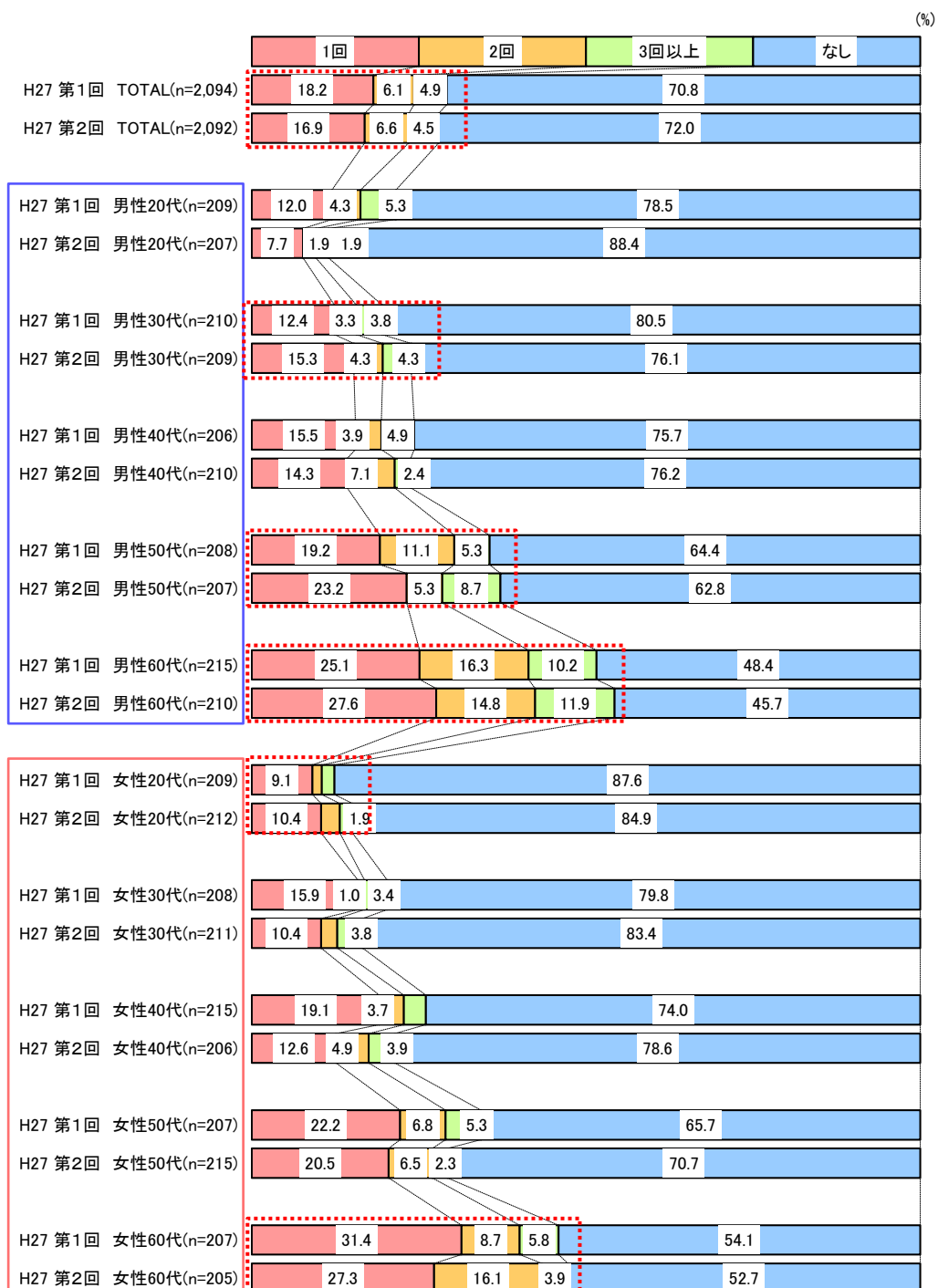
4. 島根県への旅行実績

【設問6】これまで旅行で島根県に行ったことがありますか。(回答は1つ)

- ・全体では、1回以上「行ったことがある」と回答した人は約3割で、約7割は「行ったことがない」と回答しており、概ね第1回と同様な結果となっている。

<セグメント分析>

- ・第1回と比較すると、男性は30代、50~60代、女性は20代、60代で旅行実績が増加している。

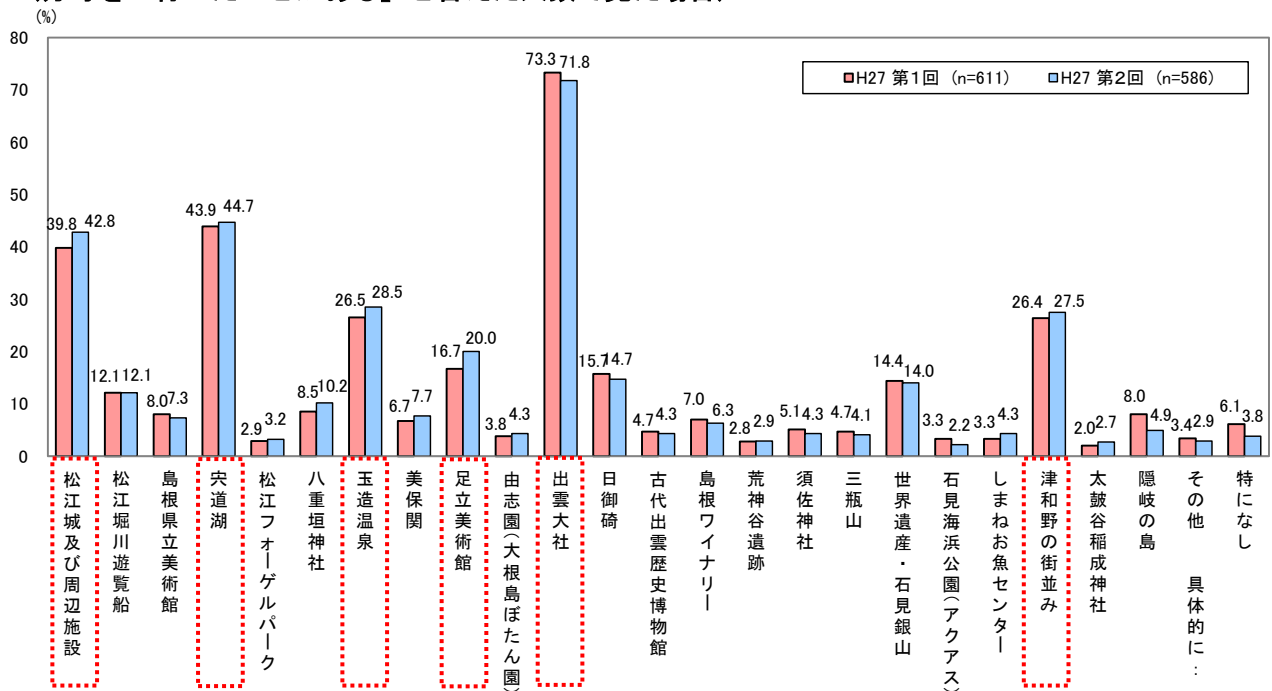


2. 調査結果

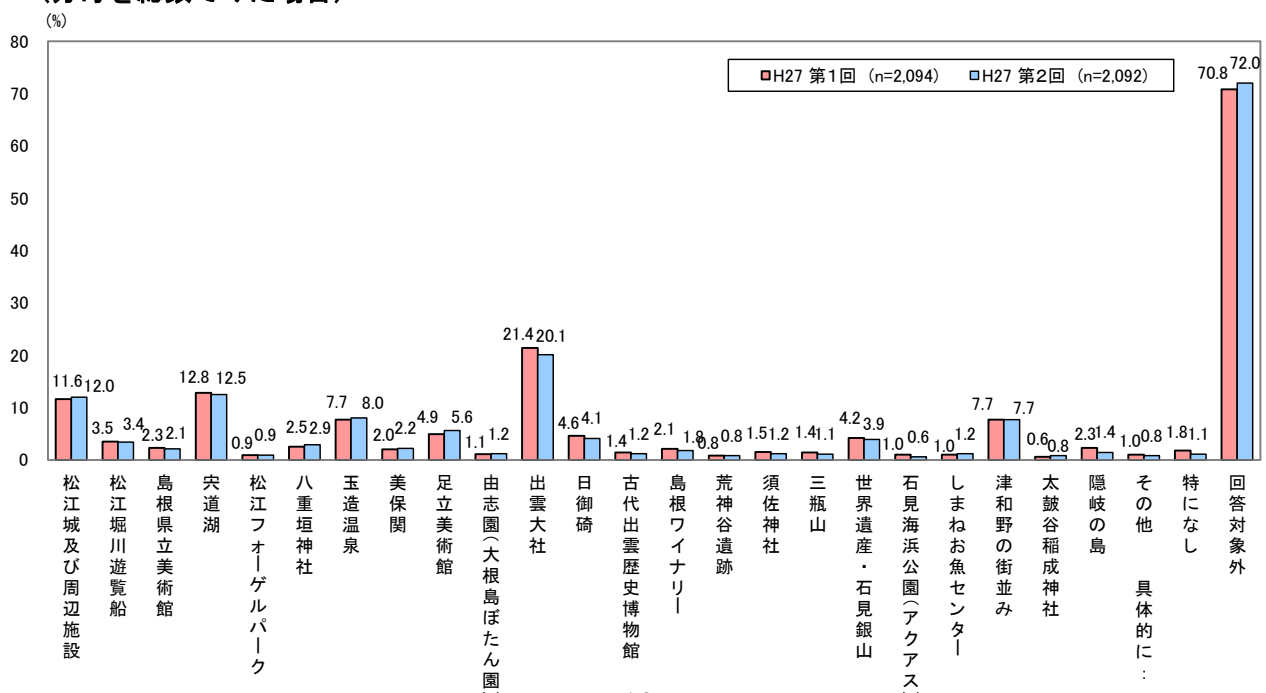
【設問7】設問6で「行ったことがある」と答えた方にお伺いします。どこの観光地や場所に訪れましたか。(回答はいくつでも)

- ・第1位「出雲大社」(71.8%)、第2位「宍道湖」(44.7%)、第3位「松江城及び周辺施設」(42.8%)、第4位「玉造温泉」(28.5%)、第5位「津和野の街並み」(27.5%)となっており、第1回と同様な結果となっている。
- ・「その他」と「特になし」を除く23か所の観光地のうち、12か所で第1回よりも訪れた割合がやや増加した。特に、足立美術館は3.3ポイント増加した。

(分母を「行ったことがある」と答えた人数で見た場合)



(分母を総数でみた場合)



2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=16

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
著名人	小泉八雲	1	5.0%	1	5.0%
観光施設	八雲立つ風土記の丘	1	5.0%	3	15.0%
	仁摩サンドミュージアム	1	5.0%		
	ルイス・C・ティファニー美術館	1	5.0%		
名所	亀嵩温泉	1	5.0%	7	35.0%
	琴が浜	1	5.0%		
	ベタ踏み坂	1	5.0%		
	江島大橋	1	5.0%		
	旧大社駅	1	5.0%		
	竜溪洞	1	5.0%		
	乙女峠	1	5.0%		
神社・仏閣	一畑薬師	1	5.0%	3	15.0%
	玉作湯神社	1	5.0%		
	神魂神社	1	5.0%		
鳥取県関連	鳥取砂丘	1	5.0%	1	5.0%
その他	水族館	1	5.0%	5	25.0%
	鶴島	1	5.0%		
	友人の家	1	5.0%		
	覚えていない	2	10.0%		
回答数合計				20	-

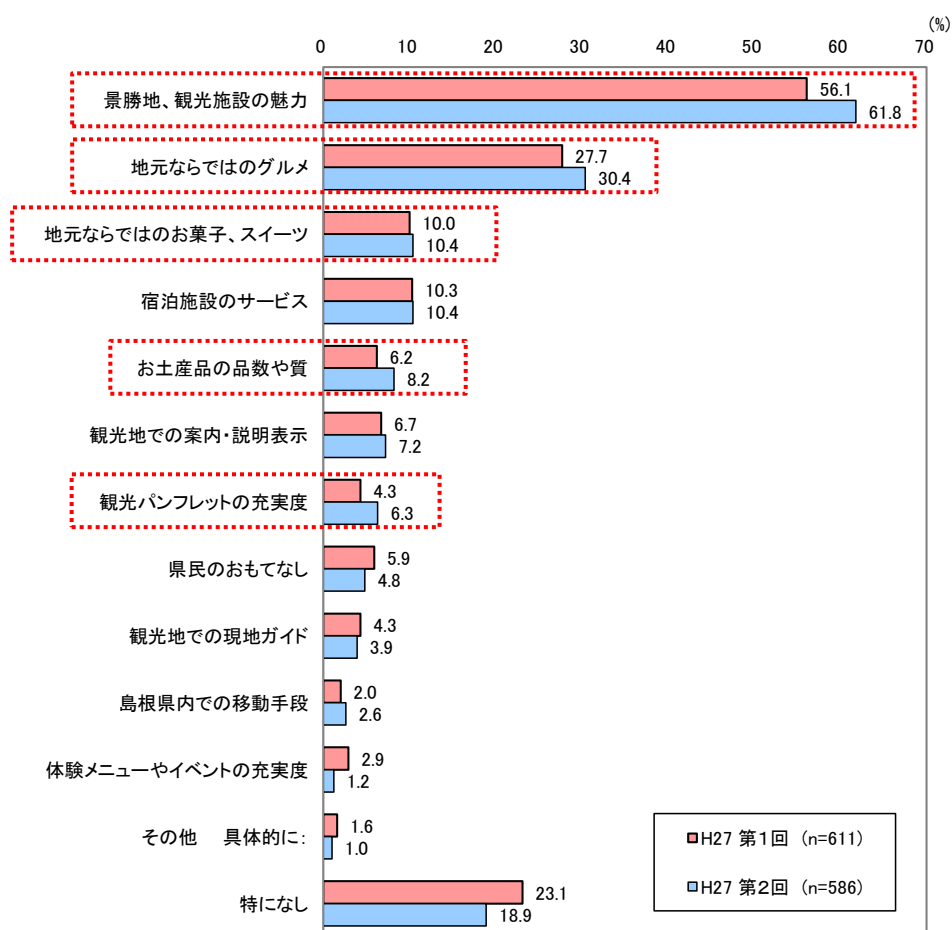
※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

※回答された原文のまま記載

2. 調査結果

【設問8】設問6で「行ったことがある」と答えた方にお伺いします。どのようなところに満足しましたか。(回答はいくつでも)

- ・「景勝地・観光施設の魅力」(61.8%) が突出して多く、次いで「地元ならではのグルメ」(30.4%)、「地元ならではの菓子、スイーツ」(10.4%) と続く。
- ・第1回と比較すると順位に変動があり、「地元ならではの菓子、スイーツ」(第4位⇒第3位)、「お土産品の品数や質」(第6位⇒第5位)、「観光パンフレットの充実度」(第8位⇒第7位) となっている。
- ・第1回と比べて「景勝地、観光施設の魅力」は5.7ポイント増加した。また、「その他」と「特になし」を除く11項目のうち、8項目で増加した。



■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- 「景勝地、観光施設の魅力」の満足度は、男女50～60代と男性30代が最も高くなっており、第1回と比較すると、女性50代で12.1ポイント、男性30代では11.9ポイント増加した。
- 「地元ならではのグルメ」の満足度は、男女20～30代が最も高く、第1回と比較すると、男性20代で19.1ポイント、男性30代で22.0ポイント増加した。
- 「地元ならではの菓子・スイーツ」の満足度は、男性20～30代、女性20～30代、50代が最も高くなっている。第1回と比較すると、男性30代で11.1ポイント、女性50代で8.7ポイント増加した。一方、女性20代は11.3ポイント、女性60代は11.8ポイント減少した。
- 「宿泊施設のサービス」の満足度は、男女50～60代が最も高くなっている。第1回と比較すると、女性20代で5.2ポイント減少した。
- 「お土産品の品数や質」の満足度は、男性20代が最も高く、次いで女性30代となっている。第1回と比較すると、男性30代で9.6ポイント、女性30代で7.6ポイント増加した。
- 「観光地での案内・説明表示」の満足度は、20代男性が最も高く、第1回と比較すると、女性30代で6.6ポイント増加した。
- 「観光パンフレットの充実度」の満足度は、男性20代が最も高くなっている。第1回と比較すると、男女60代を除くセグメントで満足度が増加しており、特に男性30代では9.6ポイント増加している。

		n=	景勝地、 観光施設の 魅力	地元 ならではの グルメ	地元 ならではの お菓子、 スイーツ	宿泊 施設の サービス	お土産 品の品 数や質	観光 地での 案内・ 説明 表示	観光 パンフ レット の充実 度	県民 のおも てなし	観光 地での 現地ガ イド	島根 県内 での移 動手段	体験 メニ ュー やイ ベン トの 充実 度	その他 具体 的に	特にな し	(%)
H27 第1回 (n=611)		611	56.1	27.7	10.0	10.3	6.2	6.7	4.3	5.9	4.3	2.0	2.9	1.6	23.1	
H27 第2回 (n=586)		586	61.8	30.4	10.4	10.4	8.2	7.2	6.3	4.8	3.9	2.6	1.2	1.0	18.9	
男性20代	H27 第1回	45	46.7	26.7	13.3	8.9	17.8	13.3	11.1	6.7	8.9	6.7	11.1	4.4	20.0	
	H27 第2回	24	58.3	45.8	12.5	8.3	20.8	16.7	16.7	16.7	12.5	12.5	4.2	0.0	8.3	
男性30代	H27 第1回	41	56.1	22.0	4.9	9.8	2.4	4.9	2.4	9.8	4.9	4.9	2.4	0.0	29.3	
	H27 第2回	50	68.0	44.0	16.0	6.0	12.0	8.0	12.0	6.0	4.0	2.0	2.0	2.0	18.0	
男性40代	H27 第1回	50	48.0	26.0	6.0	6.0	0.0	8.0	4.0	4.0	6.0	2.0	2.0	0.0	28.0	
	H27 第2回	50	46.0	26.0	10.0	2.0	6.0	4.0	10.0	2.0	4.0	6.0	0.0	2.0	26.0	
男性50代	H27 第1回	74	54.1	35.1	5.4	8.1	5.4	5.4	0.0	8.1	4.1	0.0	1.4	1.4	24.3	
	H27 第2回	77	61.0	31.2	7.8	14.3	5.2	7.8	1.3	5.2	5.2	2.6	0.0	0.0	23.4	
男性60代	H27 第1回	111	64.0	29.7	6.3	9.0	5.4	5.4	4.5	5.4	3.6	0.9	1.8	0.9	18.0	
	H27 第2回	114	66.7	24.6	5.3	13.2	5.3	7.9	1.8	4.4	2.6	1.8	0.0	0.0	17.5	
女性20代	H27 第1回	26	42.3	46.2	26.9	11.5	7.7	7.7	7.7	19.2	3.8	0.0	11.5	0.0	23.1	
	H27 第2回	32	53.1	37.5	15.6	6.3	9.4	6.3	9.4	3.1	6.3	0.0	3.1	0.0	12.5	
女性30代	H27 第1回	42	54.8	33.3	7.1	11.9	9.5	4.8	7.1	0.0	2.4	0.0	2.4	4.8	28.6	
	H27 第2回	35	48.6	37.1	14.3	8.6	17.1	11.4	8.6	5.7	0.0	2.9	0.0	0.0	25.7	
女性40代	H27 第1回	56	48.2	21.4	7.1	8.9	3.6	5.4	1.8	1.8	1.8	5.4	3.6	1.8	26.8	
	H27 第2回	44	50.0	31.8	9.1	9.1	11.4	4.5	4.5	4.5	2.3	4.5	0.0	0.0	25.0	
女性50代	H27 第1回	71	57.7	26.8	5.6	8.5	5.6	8.5	2.8	5.6	2.8	0.0	1.4	1.4	23.9	
	H27 第2回	63	69.8	34.9	14.3	11.1	9.5	7.9	9.5	0.0	1.6	1.6	3.2	3.2	11.1	
女性60代	H27 第1回	95	65.3	20.0	22.1	17.9	7.4	6.3	5.3	5.3	5.3	2.1	1.1	2.1	18.9	
	H27 第2回	97	70.1	19.6	10.3	13.4	4.1	4.1	5.2	6.2	5.2	0.0	2.1	2.1	18.6	

■「その他 具体的に」の自由回答

N=6

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
土地柄・人柄	街並み	2	33.3%	3	50.0%
	津和野の街並み	1	16.7%		
名所	温泉	1	16.7%	1	16.7%
その他	修学旅行	1	16.7%	2	33.3%
	ハイキング	1	16.7%		
回答数合計				6	-

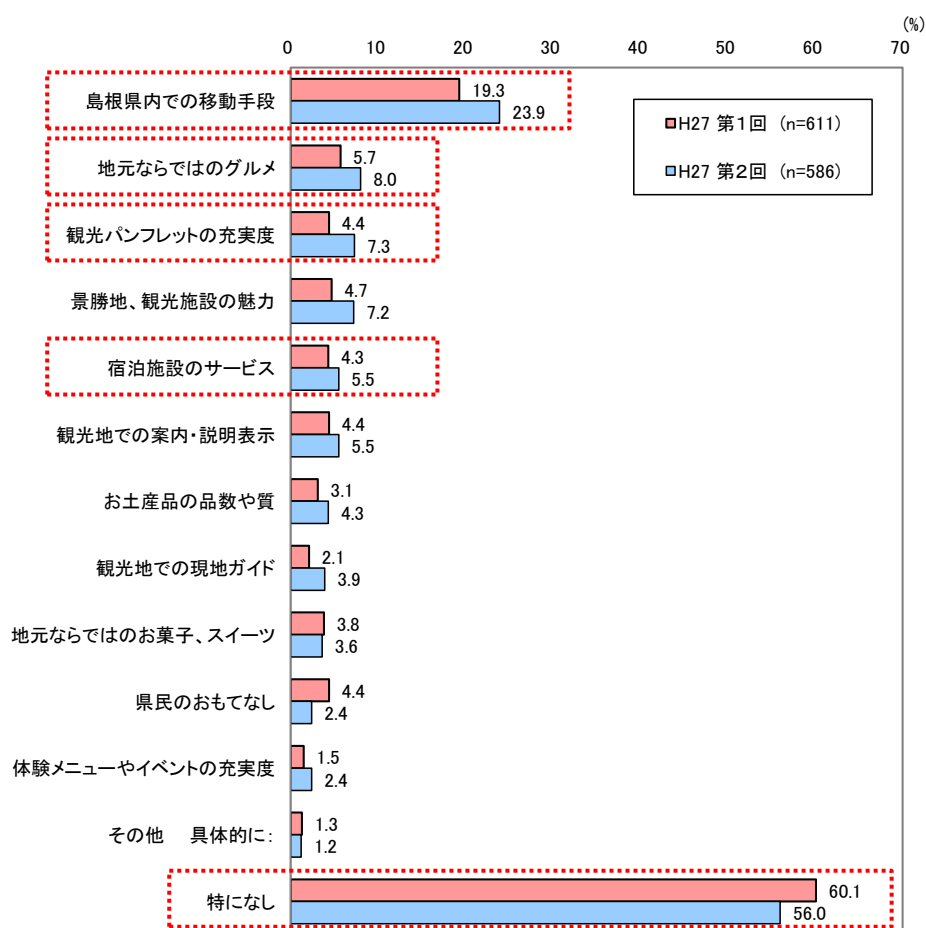
※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

※回答された原文のまま記載

2. 調査結果

【設問9】設問6で「行ったことがある」と答えた方にお伺いします。改善してほしいと感じたところや不満な点はありませんでしたか。（回答はいくつでも）

- ・「特になし」が約6割を占めていることから、島根県への来訪にあまり不満を感じていないと考えられる。
- ・「特になし」を除き、「島根県内での移動手段」が突出して多くなっており、第1回と比較すると、4.6ポイント増加している。
- ・【設問8】の満足度において、「地元ならではのグルメ」が第2位であったが、改善してほしいところや不満な点としても第2位に挙がっている。
- ・第1回と比較すると順位に変動があり、「観光パンフレットの充実度」（第5位⇒第3位）、「宿泊施設のサービス」（第7位⇒第5位）となっている。
- ・第1回と比べて、「その他」と「特になし」を除く11項目のうち、9項目で増加した。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- 「島根県内での移動手段」の不満足度は、男性20代が最も高く、第1回と比較すると女性50代で23.2ポイント増加している。
- 「地元ならではのグルメ」の不満足度は、男性20～30代、女性20代が最も高くなっている。第1回と比較すると、女性20代では12.5ポイント増加している。
- 「観光パンフレットの充実度」の不満足度は、男女20代で最も多く、第1回と比較すると男性20代では16.1ポイント増加している。
- 「景勝地、観光施設の魅力」の不満足度は、男性30代が最も高くなっており、第1回と比較すると9.1ポイント増加している。
- 「宿泊施設のサービス」の不満足度は、男性20代で最も高いが、第1回と比べて5.0ポイント減少している。全体的に女性より男性の不満足度が高く、第1回と比較すると、男性では20代を除く全ての年代で割合が増加している。
- 「観光地での案内・説明表示」の不満足度は、女性30代が最も高く、第1回と比較すると9.0ポイント増加している。また、男性20代でも8.3ポイント増加している。

		n=	島根県内での移動手段	地元ならではのグルメ	観光パンフレットの充実度	景勝地、観光施設の魅力	宿泊施設のサービス	観光地での案内・説明表示	お土産品の品数や質	観光地での現地ガイド	地元ならではのお菓子、スイーツ	県民のおもてなし	体験メニューやイベントの充実度	その他 具体的に：	特になし	(%)
H27 第1回 (n=611)		611	19.3	5.7	4.4	4.7	4.3	4.4	3.1	2.1	3.8	4.4	1.5	1.3	60.1	
H27 第2回 (n=586)		586	23.9	8.0	7.3	7.2	5.5	5.5	4.3	3.9	3.6	2.4	2.4	1.2	56.0	
男性20代	H27 第1回	45	26.7	4.4	8.9	4.4	13.3	0.0	4.4	6.7	13.3	17.8	0.0	2.2	31.1	
	H27 第2回	24	33.3	20.8	25.0	8.3	8.3	8.3	16.7	16.7	12.5	12.5	8.3	0.0	37.5	
男性30代	H27 第1回	41	22.0	12.2	7.3	4.9	4.9	0.0	2.4	2.4	2.4	4.9	0.0	2.4	51.2	
	H27 第2回	50	28.0	14.0	6.0	14.0	6.0	6.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	46.0	
男性40代	H27 第1回	50	20.0	10.0	0.0	4.0	0.0	6.0	2.0	2.0	2.0	2.0	0.0	0.0	58.0	
	H27 第2回	50	18.0	10.0	10.0	2.0	6.0	2.0	6.0	2.0	6.0	4.0	0.0	0.0	54.0	
男性50代	H27 第1回	74	20.3	5.4	6.8	6.8	4.1	1.4	1.4	1.4	1.4	5.4	0.0	0.0	59.5	
	H27 第2回	77	20.8	3.9	9.1	7.8	6.5	7.8	0.0	1.3	3.9	0.0	1.3	1.3	59.7	
男性60代	H27 第1回	111	18.9	8.1	6.3	8.1	4.5	10.8	4.5	1.8	1.8	3.6	1.8	1.8	55.9	
	H27 第2回	114	23.7	8.8	5.3	8.8	7.9	6.1	4.4	4.4	0.9	0.9	3.5	0.0	57.0	
女性20代	H27 第1回	26	30.8	0.0	3.8	7.7	0.0	3.8	3.8	0.0	7.7	0.0	3.8	3.8	42.3	
	H27 第2回	32	28.1	12.5	15.6	3.1	3.1	6.3	6.3	9.4	6.3	0.0	0.0	0.0	46.9	
女性30代	H27 第1回	42	31.0	7.1	2.4	0.0	2.4	2.4	0.0	2.4	7.1	4.8	0.0	2.4	61.9	
	H27 第2回	35	20.0	5.7	8.6	2.9	0.0	11.4	2.9	5.7	2.9	2.9	8.6	5.7	57.1	
女性40代	H27 第1回	56	17.9	5.4	3.6	5.4	0.0	3.6	3.6	0.0	3.6	5.4	5.4	1.8	66.1	
	H27 第2回	44	20.5	4.5	2.3	2.3	6.8	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	65.9	
女性50代	H27 第1回	71	8.5	2.8	2.8	2.8	2.8	4.2	5.6	2.8	2.8	2.8	1.4	0.0	76.1	
	H27 第2回	63	31.7	6.3	4.8	6.3	3.2	4.8	6.3	3.2	6.3	4.8	0.0	0.0	58.7	
女性60代	H27 第1回	95	14.7	2.1	2.1	2.1	7.4	4.2	2.1	2.1	3.2	1.1	2.1	1.1	72.6	
	H27 第2回	97	21.6	5.2	4.1	9.3	4.1	3.1	4.1	3.1	2.1	2.1	2.1	1.0	58.8	

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=6

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
宿泊施設	宿泊施設の数	1	16.7%	1	16.7%
交通	現地までの交通手段	1	16.7%	4	66.7%
	電車の本数がもう少し多いと移動時間のロスが少ない	1	16.7%		
	飛行機増便	1	16.7%		
	老朽化した伯備線	1	16.7%		
その他	修学旅行で行ったのでわからない	1	16.7%	1	16.7%
回答数合計				6	-

※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

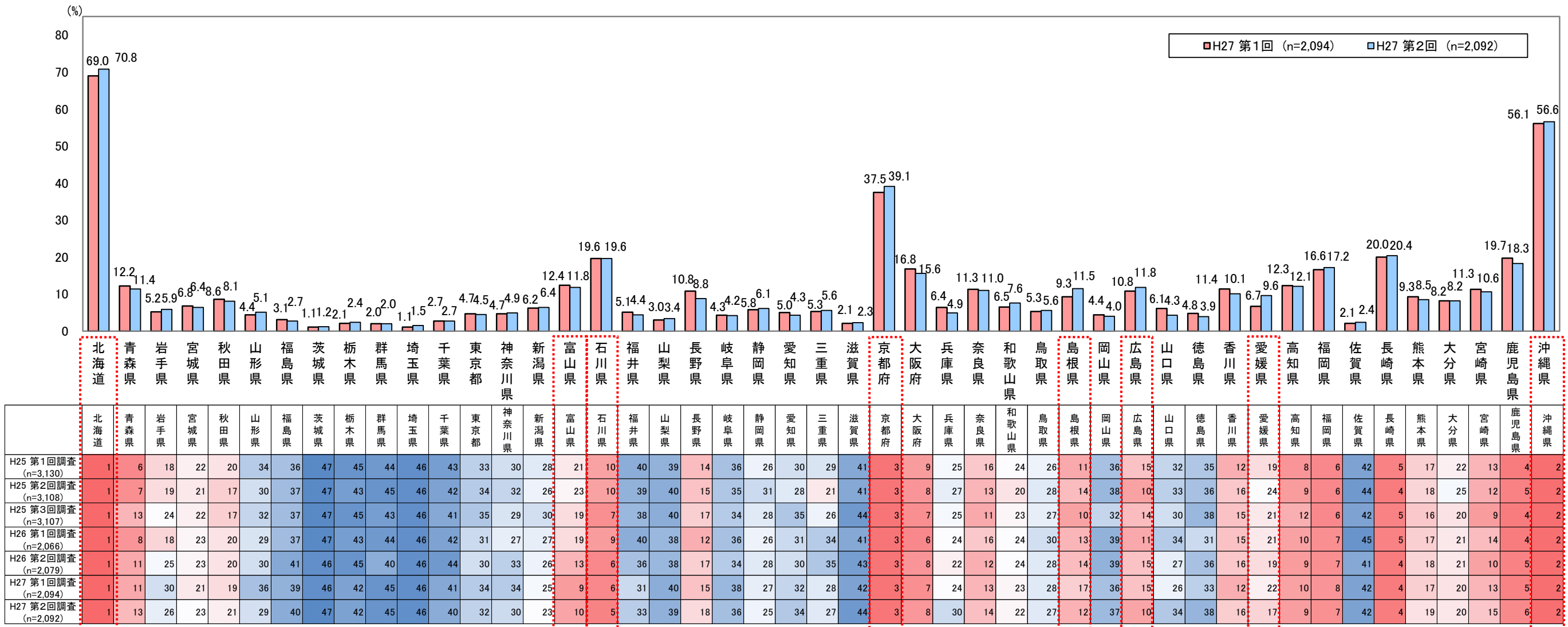
※回答された原文のまま記載

5. 島根県への観光意欲

【設問10】行ってみたい都道府県を上位5位までお答えください。(回答は5つ)

- ・全国でみると、第1位「北海道」(70.8%)、第2位「沖縄県」(56.6%)、第3位「京都府」(39.1%)の3都道府県が群を抜いて高く、そのほか四国や九州は比較の人気が高い。
- ・「島根県」(11.5%)は第1回の全国第17位から5つ順位を上げ、第12位となった。中国・四国地方では第1回から1つ順位を上げ、第3位となっている。
- ・中国・四国地方では、「広島県」(第15位⇒第10位)、「愛媛県」(第22位⇒第17位)も大きく順位を上げている。
- ・第1回と比較すると、北陸新幹線が開通した石川県、富山県は概ね順位を維持している。

■全国グラフと順位の変動（濃い赤ほど上位、濃い青ほど下位）



■第1回調査および第2回調査における上位10位の変動

	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
H27 第1回調査 (n=2,094)	北海道 69.0%	沖縄県 56.1%	京都府 37.5%	長崎県 20.0%	鹿児島県 19.7%	石川県 19.6%	大阪府 16.8%	福岡県 16.6%	富山県 12.4%	高知県 12.3%	第17位 9.3%
H27 第2回調査 (n=2,092)	北海道 70.8%	沖縄県 56.6%	京都府 39.1%	長崎県 20.4%	石川県 19.6%	鹿児島県 18.3%	福岡県 17.2%	大阪府 15.6%	高知県 12.1%	富山県 11.8%	第12位 11.5%

2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

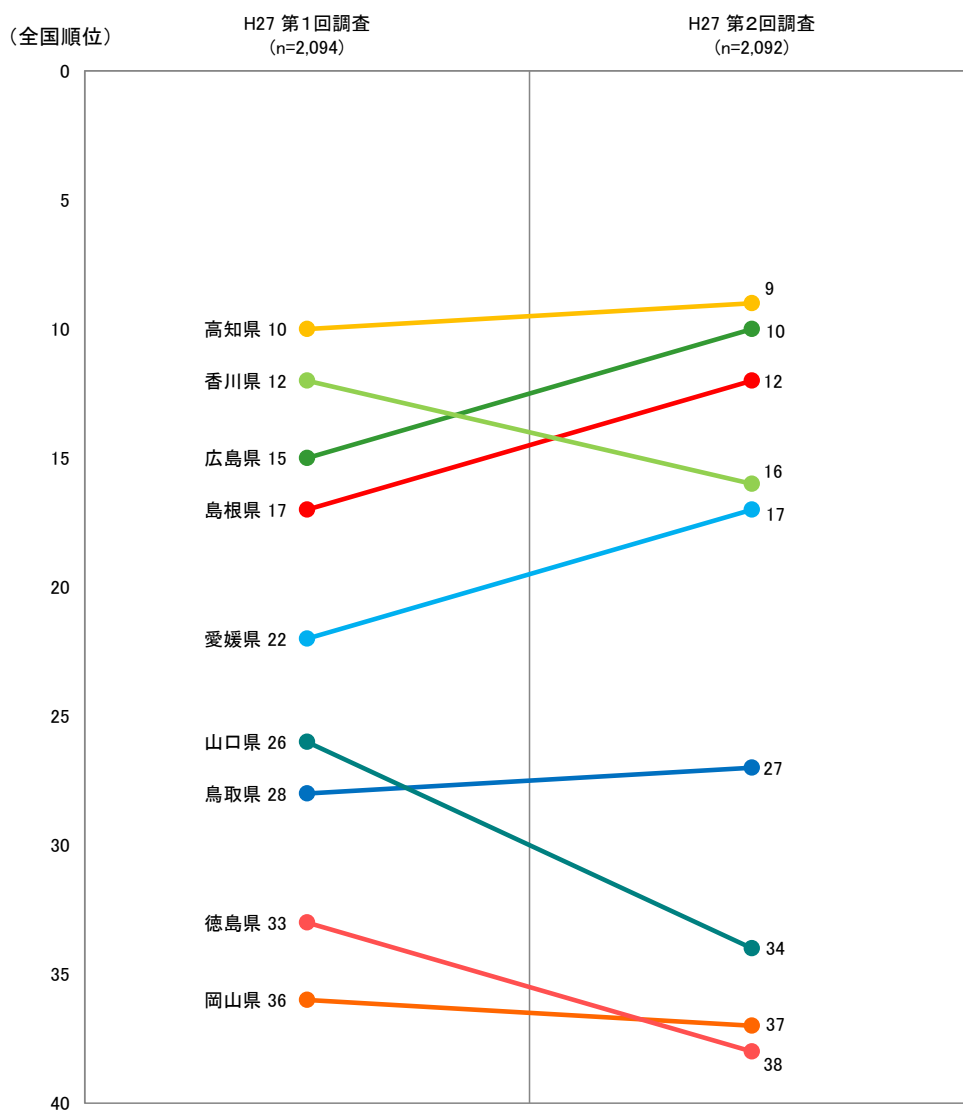
- ・「島根県」に行ってみたいと回答した割合は、女性 60 代が最も高く、第 1 回と比較して全国順位（第 9 位⇒第 8 位）、中四国順位は第 1 回、2 回とも第 1 位となっている。
- ・第 1 回と比較すると、男性 20~40 代で全国順位の変動が顕著で、20 代（第 27 位⇒第 13 位）、30 代（第 26 位⇒第 12 位）、40 代（第 17 位⇒第 10 位）と大きく順位を上げている。
- ・女性では、30~40 代で全国順位の変動が大きく、30 代（第 16 位⇒第 10 位）、40 代（第 22 位⇒第 15 位）となった。一方で、20 代では全国順位が（第 11 位⇒第 18 位）に下がった。

		n=		島根県		全国順位		中四国順位	
				H27 第1回調査	H27 第2回調査	H27 第1回調査	H27 第2回調査	H27 第1回調査	H27 第2回調査
TOTAL(H27 第1回)		2,094	9.3						
TOTAL(H27 第2回)		2,092	11.5						
男性20代	H27 第1回	209	6.7	第27位	第13位	第5位	第2位		
	H27 第2回	207	9.2						
男性30代	H27 第1回	210	5.2	第26位	第12位	第5位	第3位		
	H27 第2回	209	11.5						
男性40代	H27 第1回	206	9.2	第17位	第10位	第5位	第3位		
	H27 第2回	210	13.3						
男性50代	H27 第1回	208	9.1	第16位	第15位	第2位	第3位		
	H27 第2回	207	10.6						
男性60代	H27 第1回	215	11.2	第13位	第10位	第2位	第2位		
	H27 第2回	210	13.3						
女性20代	H27 第1回	209	10.5	第11位	第18位	第3位	第4位		
	H27 第2回	212	7.1						
女性30代	H27 第1回	208	8.7	第16位	第10位	第4位	第2位		
	H27 第2回	211	12.3						
女性40代	H27 第1回	215	7.0	第22位	第15位	第4位	第4位		
	H27 第2回	206	9.7						
女性50代	H27 第1回	207	10.1	第13位	第10位	第2位	第1位		
	H27 第2回	215	13.5						
女性60代	H27 第1回	207	15.5	第9位	第8位	第1位	第1位		
	H27 第2回	205	14.1						

2. 調査結果

■ 中国・四国地方での比較

	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県
H27 第1回調査(n=2,094)	5.3%	9.3%	4.4%	10.8%	6.1%	4.8%	11.4%	6.7%	12.3%
全国順位	28	17	36	15	26	33	12	22	10
中国・四国地方内順位	7	4	9	3	6	8	2	5	1
H27 第2回調査(n=2,092)	5.6%	11.5%	4.0%	11.8%	4.3%	3.9%	10.1%	9.6%	12.1%
全国順位	27	12	37	10	34	38	16	17	9
中国・四国地方内順位	6	3	8	2	7	9	4	5	1



2. 調査結果

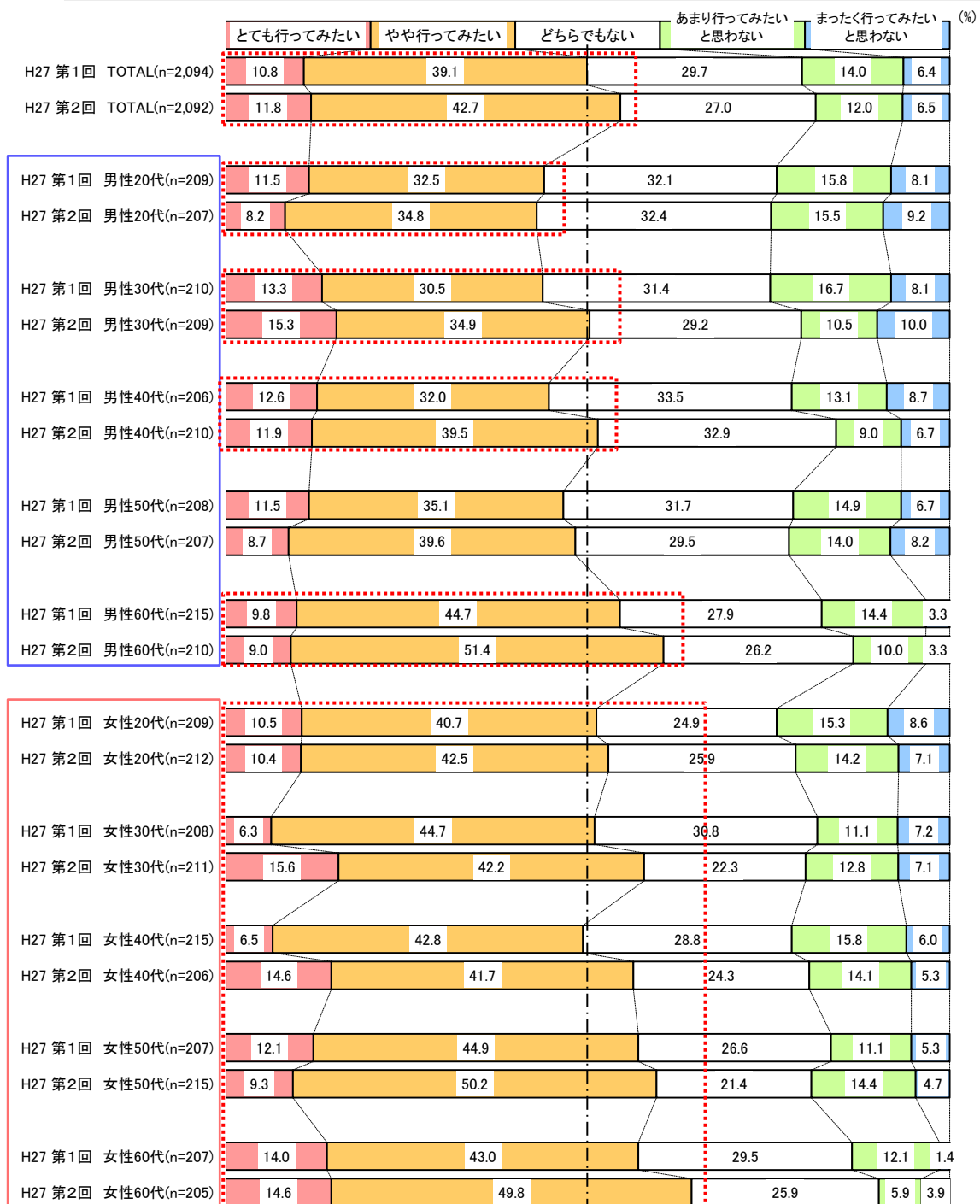
【設問 1 1】あなたは、今後、島根県へ旅行に行ってみたいと思いますか。

(回答は1つ)

- ・「とても行ってみたい」、「やや行ってみたい」と回答した人は全体の 54.5% で半数以上となっており、第1回と比較して 4.6 ポイント増加した。

<セグメント分析>

- ・「とても行ってみたい」、「やや行ってみたい」の割合が半数以上なのは、男性では 30 代、40 代、60 代、女性では全ての年代で半数以上となっている。
- ・第1回と比較すると、男性 20 代を除く全てのセグメントで「とても行ってみたい」、「やや行ってみたい」の割合が増加した。

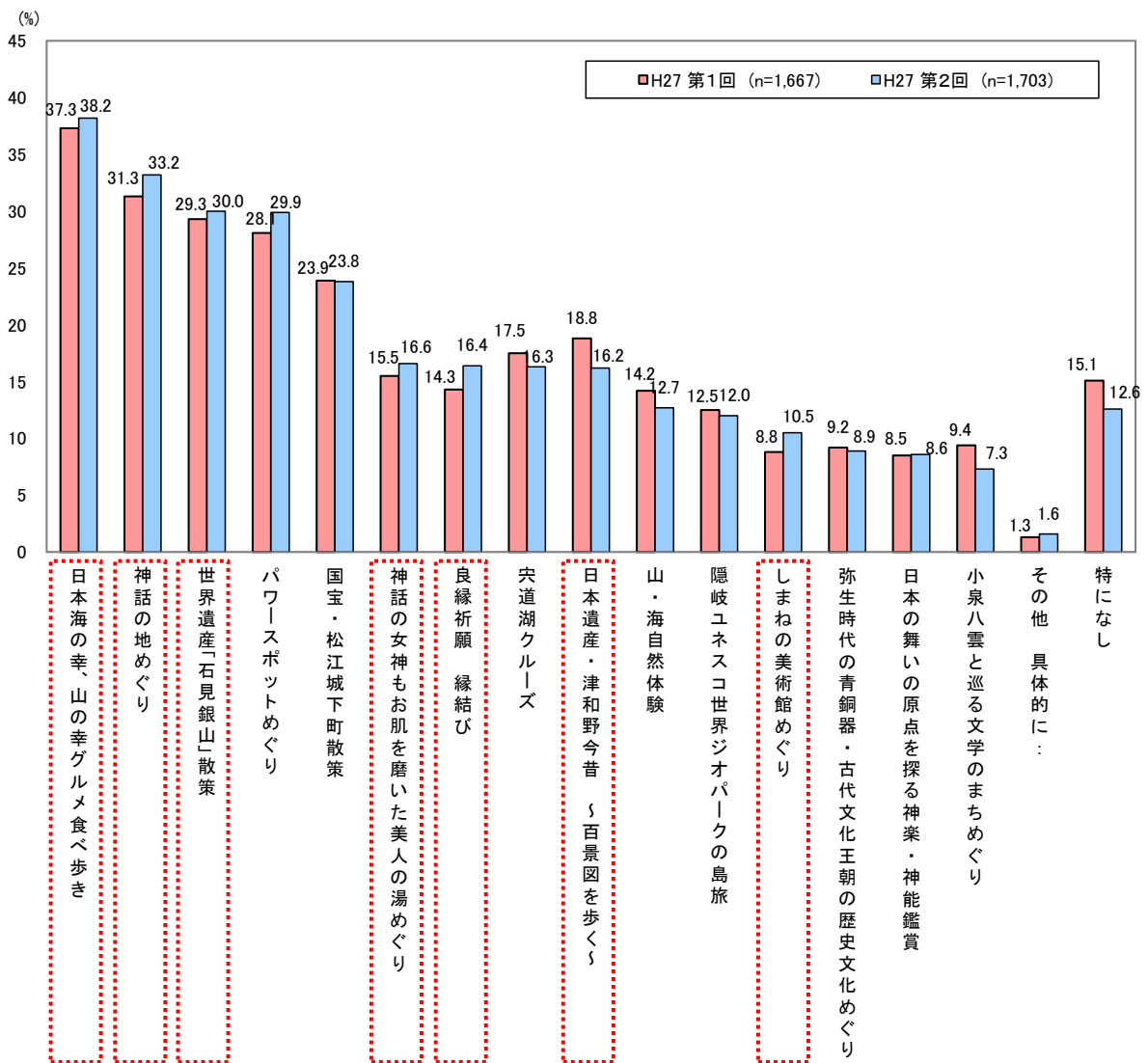


2. 調査結果

【設問12】設問11で「とても行ってみたい」「やや行ってみたい」「どちらでもない」と答えた方にお伺いします。もしあなたが島根県に旅行する場合、あなたにとって魅力的と思われる旅行テーマをお答えください。（回答はいくつでも）

「日本海・山の幸グルメ食べ歩き」（38.2%）、「神話の地めぐり」（33.2%）、「世界遺産石見銀山散策」（30.0%）が上位で、第1回と同様の結果となっている。

- ・第1回と比較すると順位に変動があり、「神話の女神もお肌を磨いた美人の湯めぐり」（第8位⇒第6位）、「良縁祈願・縁結び」（第9位⇒第7位）、「しまねの美術館めぐり」（第14位⇒第12位）となっている。
- ・第1回から新たに追加した「日本遺産・津和野今昔～百景図を歩く～」は順位を落とし、第6位⇒第9位となっている。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- ・「日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き」は全体的に女性からの人気が高く、特に 60 代女性は 44.3%と最も高くなっている。
- ・「神話の地めぐり」は、男性 60 代からの人気が最も高く、第 1 回と比較して 6.8 ポイント増加した。また、女性 40 代でも 8.8 ポイント増加している。
- ・「世界遺産石見銀山散策」は、60 代男女からの人気が高い。第 1 回と比較すると、男性では全ての年代で割合が増加している。
- ・「パワースポットめぐり」は、女性 20~50 代からの人気が高い。第 1 回と比較すると、男女 60 代ではそれぞれ 6.0 ポイント程度増加している。
- ・「国宝・松江城下町散策」は、男女 60 代からの人気が高い。第 1 回と比較すると、男性 40 代では 6.7 ポイント増加している。
- ・「神話の女神もお肌を磨いた美人の湯めぐり」は、女性 30 代からの人気が最も高く、第 1 回と比較して 10.3 ポイント増加している。
- ・「良縁祈願 縁結び」は、男性 20 代、女性 20~40 代からの人気が高く、第 1 回と比較すると、特に女性 30 代では 7.8 ポイント増加している。
- ・「日本遺産・津和野今昔〜百景図を歩く〜」は、男女 60 代からの人気が高い。

n=		日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き	神話の地めぐり	世界遺産「石見銀山」散策	パワースポットめぐり	国宝・松江城下町散策	神話の女神もお肌を磨いた美人の湯めぐり	良縁祈願 縁結び	宍道湖クルーズ	日本遺産・津和野今昔 〜百景図を歩く〜	山・海自然体験	隠岐ユネスコ世界ジオパークの島旅	しまねの美術館めぐり	弥生時代の青銅器・古代文化王朝の歴史文化めぐり	日本の舞の原点を探る神楽・神能鑑賞	小泉八雲と巡る文学のまちめぐり	その他 具体的に：	特になし	(%)
H27 第1回	(n=1,667)	1,667	37.3	31.3	29.3	28.1	23.9	15.5	14.3	17.5	18.8	14.2	12.5	8.8	9.2	8.5	9.4	1.3	15.1
H27 第2回	(n=1,703)	1,703	38.2	33.2	30.0	29.9	23.8	16.6	16.4	16.3	16.2	12.7	12.0	10.5	8.9	8.6	7.3	1.6	12.6
男性20代	H27 第1回	159	30.2	25.8	22.0	20.8	17.0	6.9	18.9	12.6	9.4	18.9	8.2	5.0	6.9	10.7	3.8	0.0	31.4
	H27 第2回	156	32.1	31.4	26.3	25.0	16.7	7.7	20.5	12.8	7.1	19.9	10.9	6.4	5.1	10.3	3.2	1.9	25.0
男性30代	H27 第1回	158	31.6	28.5	25.3	28.5	17.1	7.0	17.7	13.3	7.0	17.7	6.3	1.9	8.2	5.7	1.9	3.2	20.9
	H27 第2回	166	33.7	33.1	30.7	29.5	22.9	13.3	17.5	11.4	7.2	13.3	12.7	3.6	12.0	7.2	4.2	1.8	22.3
男性40代	H27 第1回	161	33.5	26.7	29.2	20.5	19.9	5.0	10.6	16.1	5.6	12.4	8.1	3.7	6.8	3.7	3.1	1.2	22.4
	H27 第2回	177	31.6	27.7	29.4	21.5	26.6	3.4	7.9	14.7	9.6	9.0	7.9	4.5	8.5	3.4	2.3	1.1	24.3
男性50代	H27 第1回	163	41.7	38.0	28.2	20.9	27.6	6.7	6.1	21.5	17.2	12.9	13.5	10.4	8.6	6.1	9.8	0.6	16.6
	H27 第2回	161	41.0	34.8	32.9	18.0	25.5	5.0	5.0	21.1	14.9	13.0	12.4	6.2	7.5	6.2	8.1	1.2	13.7
男性60代	H27 第1回	177	31.6	33.3	32.9	8.5	35.0	5.1	4.5	26.6	32.2	5.6	13.0	6.2	19.2	6.8	11.9	3.4	10.2
	H27 第2回	182	31.3	40.1	36.3	14.3	36.8	4.9	3.8	14.8	33.0	8.8	13.7	11.5	9.3	6.0	6.6	2.7	7.7
女性20代	H27 第1回	159	35.2	33.3	24.5	44.0	11.9	32.7	37.7	9.4	8.2	22.0	13.2	8.8	9.4	11.9	6.9	0.0	11.3
	H27 第2回	167	37.7	26.3	18.6	40.7	10.8	32.9	42.5	10.2	4.2	12.0	5.4	8.4	6.0	10.2	3.0	0.6	11.4
女性30代	H27 第1回	170	40.0	25.3	29.4	43.5	18.8	27.6	20.0	12.9	10.0	17.6	11.8	5.9	5.3	8.8	8.8	0.0	12.9
	H27 第2回	169	43.2	30.8	33.1	45.6	17.2	37.9	27.8	16.6	6.5	16.0	14.2	14.8	10.7	7.7	7.1	2.4	5.3
女性40代	H27 第1回	168	40.5	29.8	31.0	45.2	22.0	22.6	12.5	17.3	17.3	12.5	14.9	12.5	6.5	13.1	13.1	0.6	8.9
	H27 第2回	166	43.4	38.6	25.9	45.8	22.3	22.9	20.5	15.7	10.8	10.2	9.0	9.0	8.4	11.4	5.4	1.8	7.2
女性50代	H27 第1回	173	45.1	41.6	37.0	37.0	29.5	24.9	10.4	23.7	30.6	13.9	20.2	11.0	9.8	9.8	11.6	1.2	10.4
	H27 第2回	174	43.7	37.9	31.6	40.2	23.6	20.7	12.1	25.3	27.6	10.3	12.6	15.5	9.2	8.6	12.1	2.3	6.3
女性60代	H27 第1回	179	41.9	30.2	31.3	14.0	36.9	16.2	7.3	19.6	45.3	10.1	14.5	20.7	10.6	8.4	20.7	2.2	7.8
	H27 第2回	185	44.3	30.8	34.1	20.0	33.5	17.8	9.2	20.0	36.8	15.7	20.0	22.7	11.9	14.6	20.0	0.5	4.9

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=27

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
観光施設・名所	足立美術館	5	17.9%	6	21.4%
	竹島	1	3.6%		
神社	出雲大社	1	3.6%	1	3.6%
名物・料理	お酒	2	7.1%	7	25.0%
	出雲そば	1	3.6%		
	牡蠣づくし	1	3.6%		
	自販機グルメ	1	3.6%		
	和菓子	2	7.1%		
交通	サンライズ出雲	3	10.7%	5	17.9%
	乗り鉄・鉄道	2	7.1%		
伝統文化・特産品	陶芸	1	3.6%	1	3.6%
鳥取県関連	水木しげるロード	1	3.6%	1	3.6%
その他	駅伝観戦	1	3.6%	7	25.0%
	観光地ではない町並みの散策	1	3.6%		
	温泉	5	17.9%		
回答数合計				28	-

※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

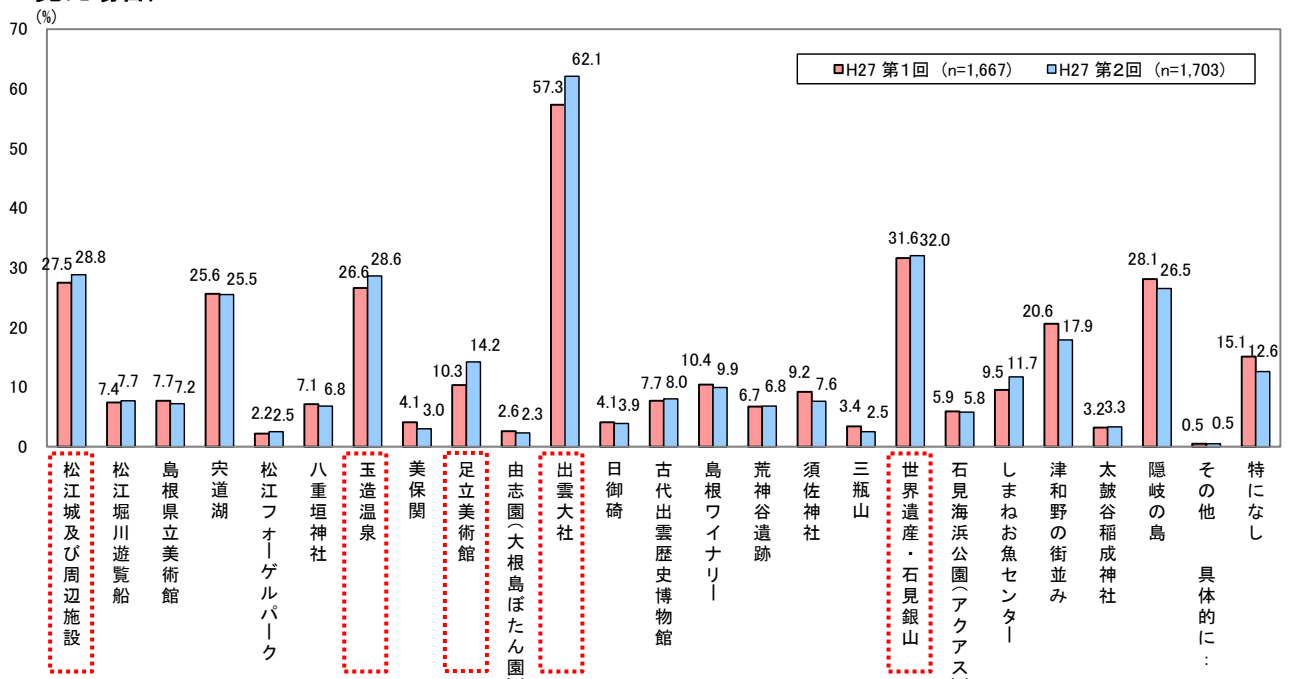
※回答された原文のまま記載

2. 調査結果

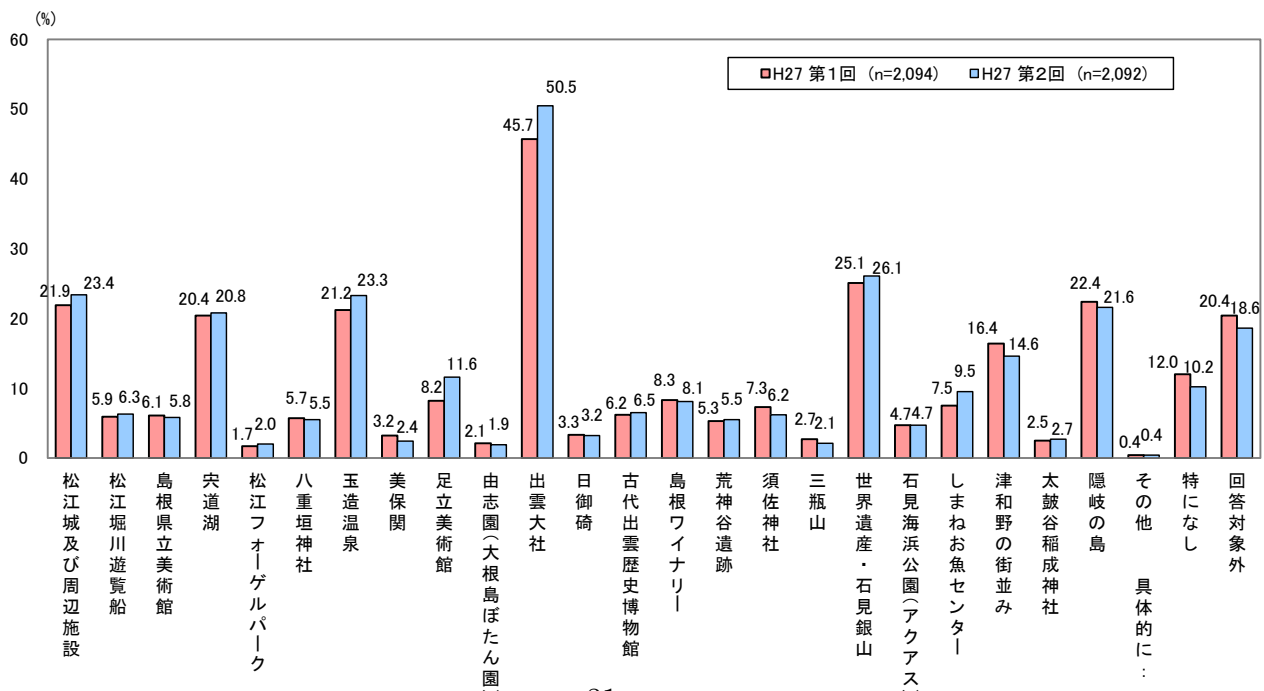
【設問13】設問11で「とても行ってみたい」「やや行ってみたい」「どちらでもない」と答えた方にお伺いします。島根県のどこへ行ってみたいと思いますか。(回答はいくつでも)

- ・第1位「出雲大社」(62.1%)、第2位「世界遺産・石見銀山」(32.0%)、第3位「松江城および周辺施設」(28.8%)、第4位「玉造温泉」(28.6%)となっている。
- ・第1回と比較すると順位が変動し、「松江城及び周辺施設」(第4位⇒第3位)、「玉造温泉」(第5位⇒第4位)に順位を上げた。また、足立美術館が3.9ポイント増加した。

(分母を「とても行ってみたい」「やや行ってみたい」「どちらでもない」と答えた人数で見た場合)



(分母を総数で見た場合)



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- ・「松江城および周辺施設」は男女 60 代からの人気が高い。第 1 回と比較すると、男性 30 代で 10.3 ポイント増加しているが、女性 50 代では 11.1 ポイント減少している。
- ・「宍道湖」は男女 50 代からの人気が高く、第 1 回と比較して増加している。
- ・「玉造温泉」は女性 50~60 代からの人気が最も高い。第 1 回と比較すると、女性 60 代で 11.8 ポイント増加した。
- ・「出雲大社」は、一番の人気スポットであり、第 1 回と比較して男性 50 代、女性 20 代を除く全てのセグメントで増加している。
- ・「世界遺産・石見银山」は、男女 60 代からの人気が最も高い。一方で、第 1 回と比較すると、女性 20 代では 12.9 ポイント減少している。
- ・「隠岐の島」は、男女 50~60 代からの人気が高い。第 1 回と比較すると、男性 20 代で 4.8 ポイント増加したが、女性 20 代では 8.4 ポイント減少した。

n=		松江城及び周辺施設	松江堀川遊覧船	鳥根県立美術館	宍道湖	松江フオーゲルパーク	八重垣神社	玉造温泉	美保関	足立美術館	由志園（大根島ぼたん園）	出雲大社	日御碕	古代出雲歴史博物館	鳥根ワイナリー	荒神谷遺跡	須佐神社	三瓶山	世界遺産・石見银山	石見海浜公園（アクアス）	しまねお魚センター	津和野の街並み	太鼓谷稲成神社	隠岐の島	その他 具体的に：	特になし	
H27 第1回	(n=1,667)	1,667	27.5	7.4	7.7	25.6	2.2	7.1	26.6	4.1	10.3	2.6	57.3	4.1	7.7	10.4	6.7	9.2	3.4	31.6	5.9	9.5	20.6	3.2	28.1	0.5	15.1
H27 第2回	(n=1,703)	1,703	28.8	7.7	7.2	25.5	2.5	6.8	28.6	3.0	14.2	2.3	62.1	3.9	8.0	9.9	6.8	7.6	2.5	32.0	5.8	11.7	17.9	3.3	26.5	0.5	12.6
男性20代	H27 第1回	159	22.0	6.9	7.5	16.4	2.5	6.9	13.8	1.9	5.7	2.5	45.3	3.8	6.9	10.1	5.0	6.3	3.8	26.4	3.1	9.4	6.9	1.3	18.9	0.0	22.6
	H27 第2回	156	23.1	9.0	6.4	14.1	4.5	8.3	17.9	2.6	3.8	1.3	55.8	4.5	5.8	5.1	9.6	7.1	3.8	30.8	9.0	10.9	9.0	3.8	23.7	0.0	24.4
男性30代	H27 第1回	158	22.2	5.1	4.4	21.5	2.5	5.7	17.7	1.9	4.4	1.3	53.2	3.2	6.3	7.6	5.7	5.1	3.2	30.4	6.3	8.2	6.3	1.9	22.2	1.9	23.4
	H27 第2回	166	32.5	9.0	4.8	21.7	4.2	7.2	21.1	2.4	3.6	1.8	57.2	4.8	11.4	11.4	9.6	9.0	3.0	31.9	4.8	11.4	6.6	3.0	22.9	1.2	22.9
男性40代	H27 第1回	161	29.8	8.1	6.2	26.1	1.2	3.7	13.7	1.2	6.2	1.9	52.2	1.9	7.5	8.7	6.8	8.7	3.1	28.6	5.0	10.6	11.2	1.2	19.9	0.6	20.5
	H27 第2回	177	31.6	5.1	5.1	22.6	1.1	5.1	17.5	2.3	6.8	0.6	60.5	2.8	5.6	5.6	7.3	7.3	1.7	24.9	4.5	7.9	13.0	1.7	19.8	0.6	15.8
男性50代	H27 第1回	163	32.5	8.0	4.9	31.9	3.1	4.3	28.2	4.9	9.2	0.6	57.1	4.9	8.6	12.3	4.9	9.2	2.5	36.2	3.7	7.4	22.1	1.8	30.1	0.0	13.5
	H27 第2回	161	32.3	5.0	5.0	39.1	1.2	3.7	24.8	5.6	9.3	2.5	54.0	5.6	10.6	8.7	2.5	6.2	1.2	36.6	3.1	11.8	19.3	1.9	28.6	1.2	11.8
男性60代	H27 第1回	177	41.8	9.6	5.6	32.8	1.1	6.2	35.0	5.6	9.6	1.1	53.1	5.1	9.0	8.5	11.9	9.0	3.4	34.5	4.0	9.6	33.9	3.4	37.9	0.6	10.2
	H27 第2回	182	36.8	7.1	4.9	36.8	1.1	4.9	33.5	4.9	20.9	1.1	58.2	3.8	7.7	9.9	6.0	4.9	2.7	40.1	2.7	11.0	35.2	3.3	32.4	0.0	7.1
女性20代	H27 第1回	159	17.6	6.3	8.8	13.8	3.1	11.3	20.8	3.8	6.3	1.9	67.9	2.5	10.7	8.8	6.9	11.9	3.1	32.7	10.1	10.1	6.9	4.4	25.8	0.0	15.1
	H27 第2回	167	20.4	7.2	6.0	10.2	3.0	6.0	21.6	1.2	7.2	1.2	67.1	3.0	7.2	12.0	3.6	4.8	1.2	19.8	7.2	13.2	4.8	3.0	17.4	0.0	17.4
女性30代	H27 第1回	170	18.2	5.9	5.9	17.6	1.8	9.4	27.1	2.4	5.3	4.1	62.9	2.4	3.5	11.8	4.7	10.0	2.4	29.4	6.5	12.4	11.2	2.9	22.4	0.0	17.1
	H27 第2回	169	27.2	7.1	7.7	18.3	1.8	8.3	28.4	1.8	11.2	3.6	75.7	3.6	4.7	11.2	5.9	7.7	4.7	37.3	7.7	14.2	9.5	3.0	29.6	0.6	9.5
女性40代	H27 第1回	168	23.2	10.1	7.7	29.2	3.0	6.5	31.0	3.0	8.3	3.6	62.5	3.0	6.5	8.9	4.8	8.3	2.4	28.0	6.5	7.1	21.4	3.6	33.9	1.2	13.7
	H27 第2回	166	25.9	6.6	7.2	22.3	3.0	6.0	29.5	3.6	15.1	1.8	62.7	3.0	8.4	8.4	7.8	12.0	1.8	27.7	7.2	13.3	14.5	3.6	22.9	1.2	9.0
女性50代	H27 第1回	173	33.5	5.2	12.1	33.5	1.2	11.6	39.3	7.5	19.7	3.5	64.2	6.4	11.6	15.6	8.7	12.1	3.5	39.3	9.2	12.1	34.7	5.2	30.6	0.0	11.0
	H27 第2回	174	22.4	9.2	10.9	33.9	1.1	9.8	40.2	1.1	21.8	3.4	68.4	3.4	8.0	14.9	6.9	9.2	2.3	31.6	5.7	12.1	23.6	5.2	32.2	0.6	5.7
女性60代	H27 第1回	179	32.4	8.9	12.8	31.3	2.2	5.6	36.3	7.8	25.7	5.6	54.7	7.8	6.7	11.2	6.7	10.6	6.1	29.6	5.0	7.8	46.4	5.6	37.4	0.6	6.1
	H27 第2回	185	34.1	11.4	13.0	34.1	3.8	8.1	48.1	4.3	38.4	5.4	60.5	4.3	10.8	11.4	8.1	8.1	2.7	38.4	5.9	11.4	39.5	4.9	34.1	0.0	4.3

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=7

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
神社・仏閣	神魂神社	1	14.3%	1	14.3%
名物・料理	美味しい物が食べられる場所	1	14.3%	1	14.3%
歴史	竹島	2	28.6%	2	28.6%
鳥取県関連	水木しげるロード	1	14.3%	1	14.3%
その他	山	1	14.3%	2	28.6%
	電車にのりたい	1	14.3%		
回答数合計				7	-

※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

※回答された原文のまま記載

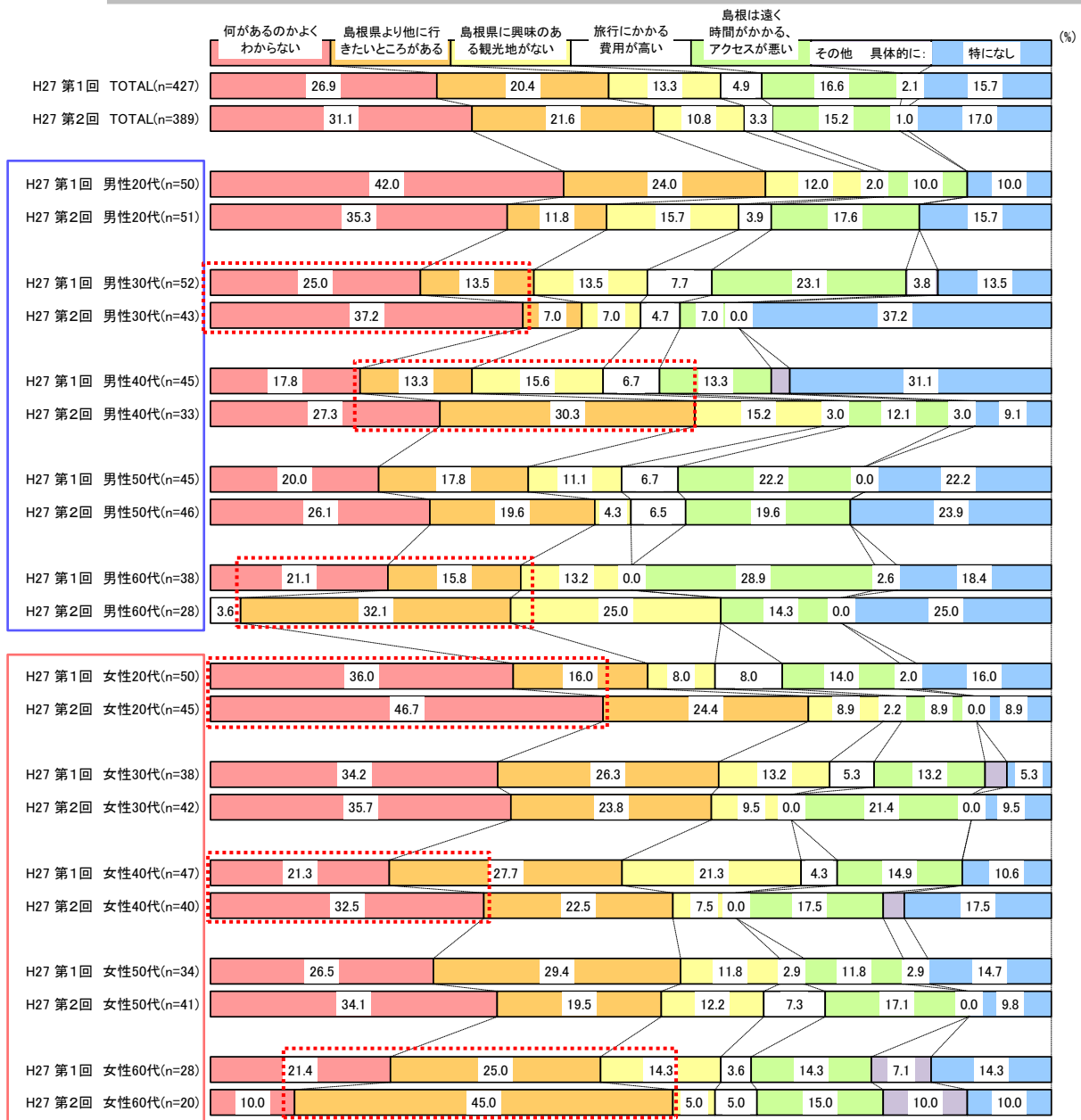
2. 調査結果

【設問14】設問11で「あまり行ってみたいと思わない」もしくは「まったく行ってみたいと思わない」と答えた方にお伺いします。「あまり行ってみたいと思わない」もしくは「まったく行ってみたいと思わない」と回答した理由についてお答えください。(回答は1つ)

- 全体では、「何があるのかよくわからない」が最も多く、次いで「他に行きたいところがある」、「特になし」となっている。第1回と比較すると順位に変動があり、「アクセスが悪い」(第3位→第4位)、「特になし」(第4位→第3位)となっている。

<セグメント分析>

- 「何があるのかよく分からない」の回答が最も多かったのは女性20代で、第1回と比較すると10.7ポイント増加している。また、男性30代、女性40代でも大きく増加している。
- 男女60代、男性40代では、「他に行きたいところがある」の割合が他のセグメントに比べて高くなっている。



■「その他 具体的に」の自由回答

N=4

項目	件数	割合
興味がない	1	25.0%
帰省で行かなくてはならないから	1	25.0%
実家	1	25.0%
旅行は嫌いだから	1	25.0%
回答数合計	4	100.0%

※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

※回答された原文のまま記載

6. 島根県の情報接触度

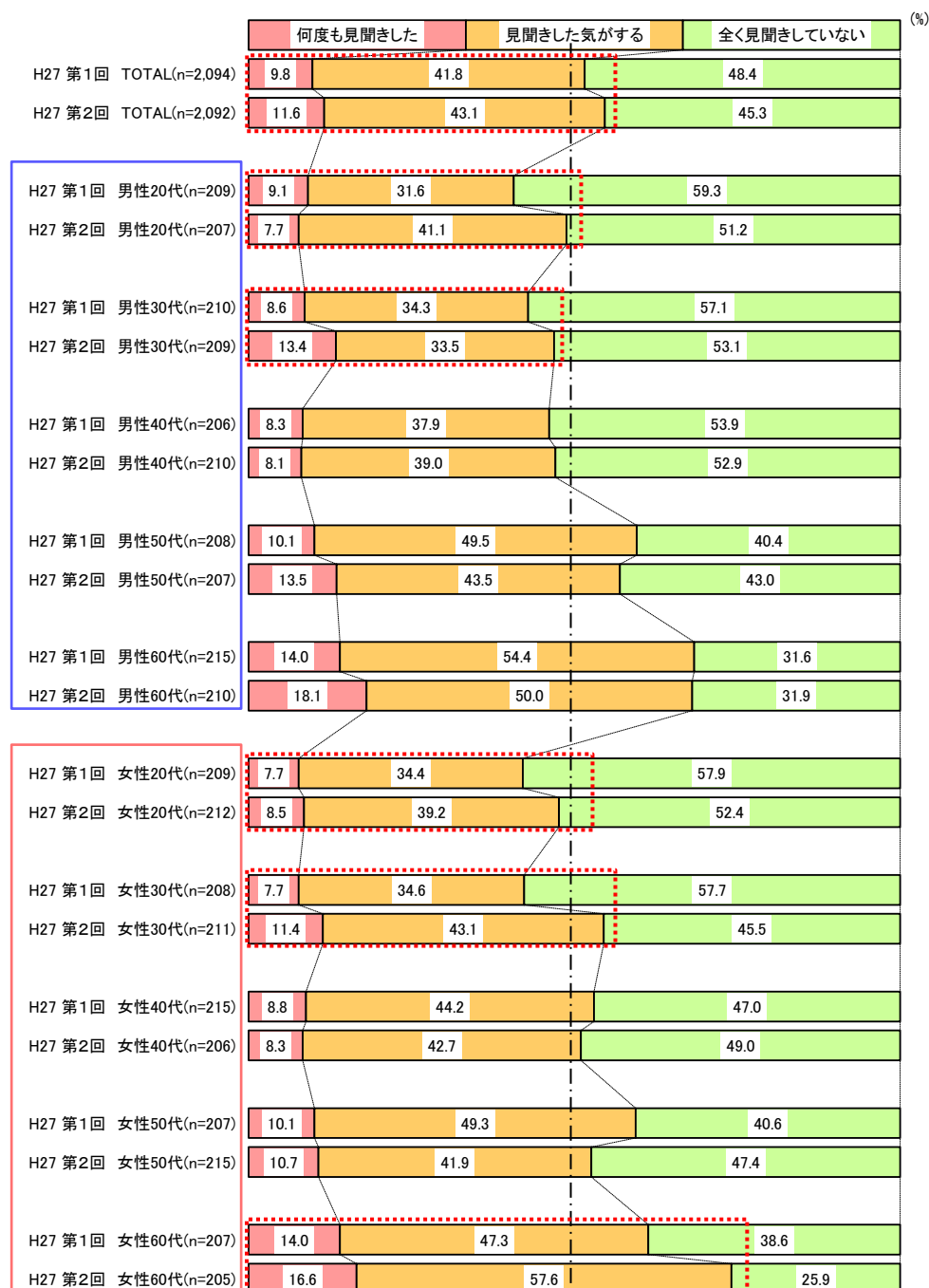
【設問 15】 過去 1 年間において、島根県に関する情報を見聞きしたことがありますか。

(回答は 1 つ)

・「何度も見聞きした」、「見聞きした気がする」と回答した人は全体の 54.7% で半数以上となっており、第 1 回と比較して 3.1 ポイント増加した。

<セグメント分析>

・「何度も見聞きした」と「見聞きした気がする」の割合は、女性 60 代で最も高い割合となっており、男女 20~30 代では第 1 回と比較して増加している。



参考2

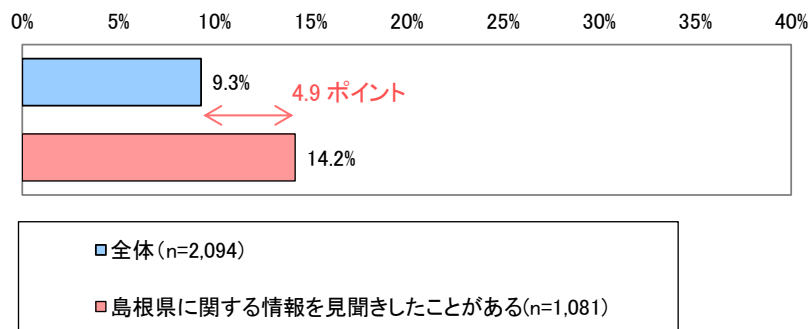
島根県に関する情報接触経験の比較分析

- (1) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析
- (2) 島根県への今後の旅行意向（設問11）との比較分析

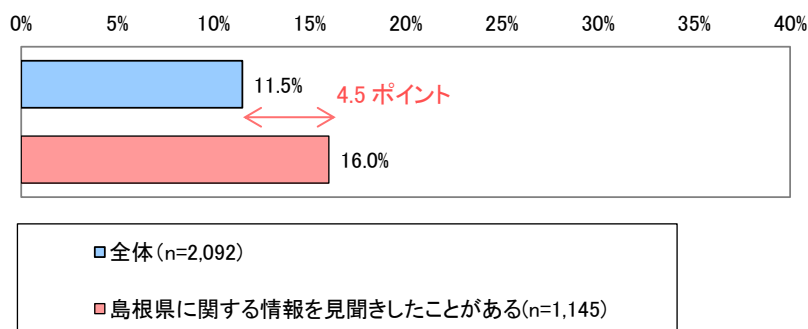
(1) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析

- ・行ってみたい都道府県上位5位に「島根県」と回答した人について、**分母を全体と、島根県に関する情報接触者（過去1年間）**で比較分析する。
- ・分母を**全体**として比較すると、第1回9.3%、第2回11.5%と、2.2ポイント増加している。
- ・分母を**島根県に関する情報接触者（過去1年間）**として比較すると、第1回14.2%、第2回16.0%と1.8ポイント増加している。
- ・**情報接触者（過去1年間）**と全体を比較すると、第1回では4.9ポイント、第2回は4.5ポイントの差があり、島根県に関する情報に接触経験がある人ほど、行ってみたい都道府県として島根県を上位に挙げていることがわかる。

行ってみたい都道府県：島根県（H27 第1回調査）



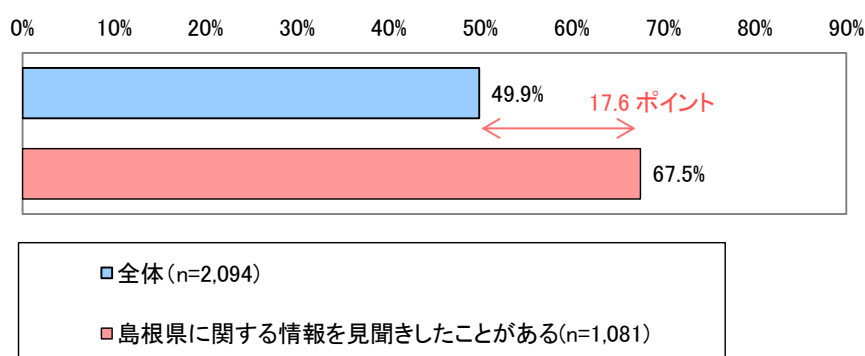
行ってみたい都道府県：島根県（H27 第2回調査）



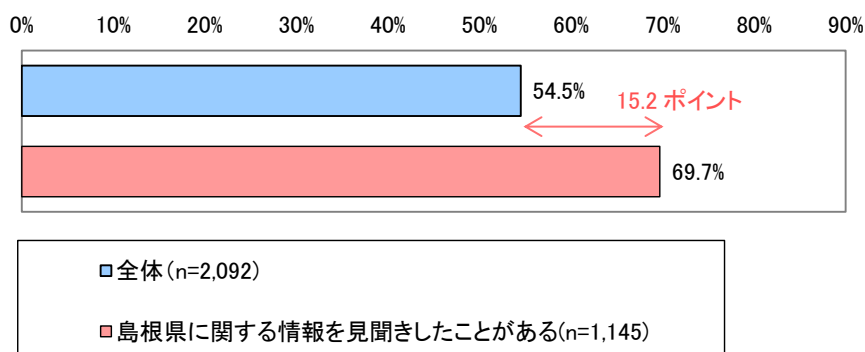
(2) 島根県への今後の旅行意向（設問 1 1）との比較分析

- ・今後、島根県へ「行ってみたい」と回答した人について、**分母を全体と、島根県に関する情報接触者（過去1年間）**で比較分析する。
- ・分母を**全体**として比較すると、第1回 49.9%、第2回 54.5%と、4.6ポイント増加している。
- ・分母を**島根県に関する情報接触者（過去1年間）**として比較すると、第1回 67.5%、第2回 69.7%と、2.2ポイント増加している。
- ・**情報接触者（過去1年間）**と**全体**を比較すると、第1回では17.6ポイント、第2回は15.2ポイントの差があり、島根県に関する情報接触経験がある人ほど、旅行意向が高いことがわかる。

島根県への今後の旅行意向(H27 第1回調査)



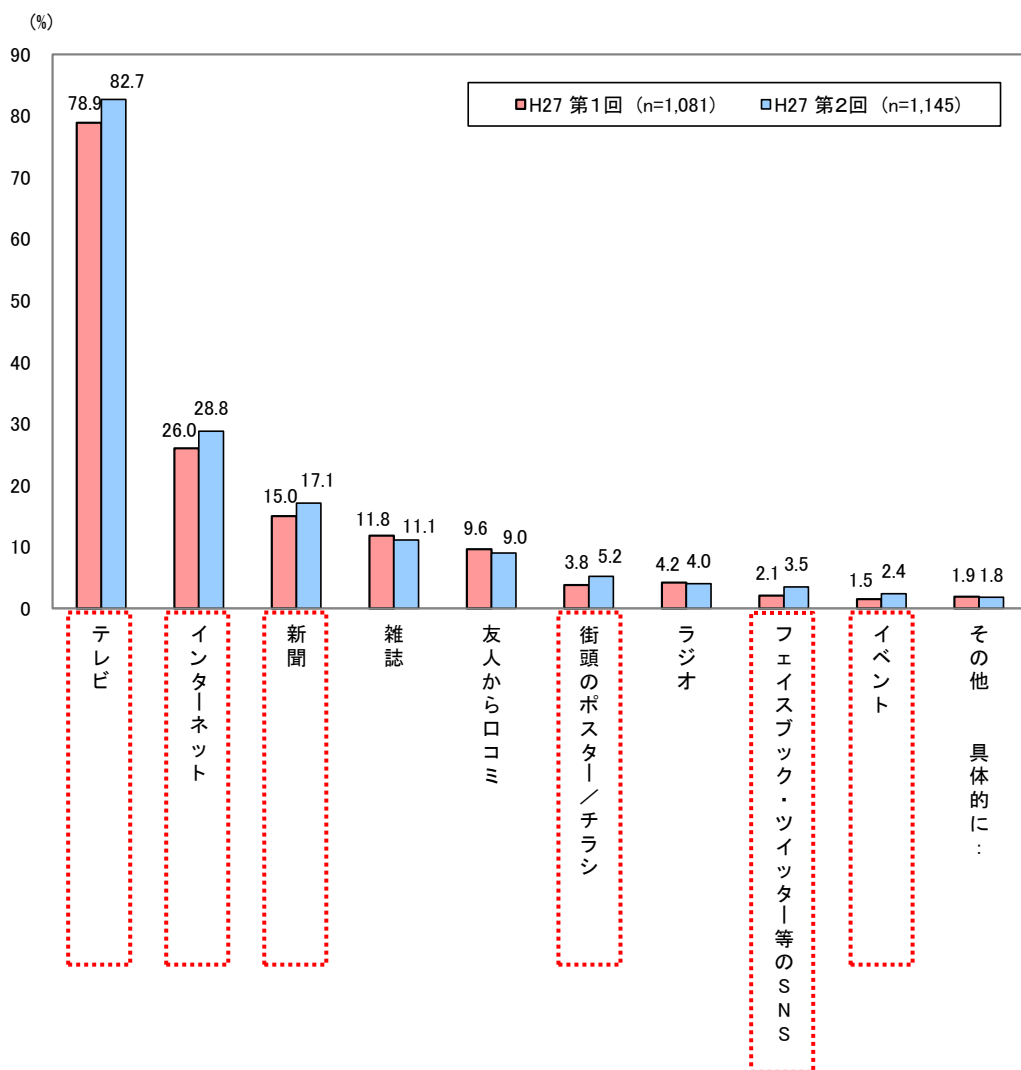
島根県への今後の旅行意向(H27 第2回調査)



2. 調査結果

【設問16】 島根県に関する情報を見聞きした人にお伺いします。島根県に関する情報は、何で見聞きしましたか。(回答はいくつでも)

- ・「テレビ」(82.7%) が最も多く、次いで「インターネット」(28.8%)、「新聞」(17.1%)、となっている。概ね第1回と同様の結果となった。
- ・第1回と比較して増加したのは、「テレビ」(3.8ポイント)、「インターネット」(2.8ポイント)、「新聞」(2.1ポイント)、「街頭のポスター/チラシ」(1.4ポイント)、「フェイスブック・ツイッター等のSNS」(1.4ポイント)、イベント(0.9ポイント)となっている。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- ・「テレビ」は、男女 60 代で最も高い割合となっている。第 1 回と比較すると、男性 20～30 代で大きく増加している。
- ・「インターネット」は、女性よりも男性の割合が高い。第 1 回と比較すると、女性 30 代で 13.9 ポイント増加している。
- ・「新聞」は、男女 60 代の割合が高く、一方 20～40 代女性の割合が突出して低い。
- ・「友人からの口コミ」は、男性よりも女性の割合が高いが、女性について第 1 回と比較すると、40 代を除く全ての年代で減少している。
- ・「街頭のポスター/チラシ」は、男性 30 代の割合が最も高い。第 1 回と比較すると、男性 30～60 代、女性 30～40 代で増加している。

		n=	テレビ	インターネット	新聞	雑誌	友人からの口コミ	街頭のポスター／チラシ	ラジオ	フェイスブック・SNS等	イベント	その他 具体的に：
H27 第1回 (n=1,081)		1,081	78.9	26.0	15.0	11.8	9.6	3.8	4.2	2.1	1.5	1.9
H27 第2回 (n=1,145)		1,145	82.7	28.8	17.1	11.1	9.0	5.2	4.0	3.5	2.4	1.8
男性20代	H27 第1回	85	74.1	41.2	8.2	5.9	11.8	5.9	5.9	4.7	2.4	2.4
	H27 第2回	101	81.2	36.6	17.8	11.9	9.9	4.0	6.9	5.9	2.0	0.0
男性30代	H27 第1回	90	71.1	37.8	11.1	14.4	7.8	1.1	7.8	1.1	2.2	2.2
	H27 第2回	98	81.6	39.8	15.3	14.3	11.2	10.2	8.2	3.1	2.0	1.0
男性40代	H27 第1回	95	80.0	27.4	9.5	6.3	6.3	4.2	5.3	2.1	0.0	1.1
	H27 第2回	99	77.8	34.3	5.1	6.1	5.1	5.1	6.1	3.0	1.0	2.0
男性50代	H27 第1回	124	74.2	34.7	19.4	12.1	4.0	1.6	4.8	0.8	2.4	0.8
	H27 第2回	118	79.7	33.9	22.9	12.7	5.1	3.4	4.2	1.7	1.7	1.7
男性60代	H27 第1回	147	83.0	29.9	27.9	13.6	2.7	1.4	6.1	0.0	0.7	2.7
	H27 第2回	143	88.1	33.6	35.7	16.8	4.2	3.5	3.5	0.0	2.1	2.1
女性20代	H27 第1回	88	76.1	23.9	3.4	13.6	20.5	4.5	0.0	6.8	0.0	1.1
	H27 第2回	101	80.2	28.7	5.9	11.9	17.8	3.0	4.0	11.9	2.0	0.0
女性30代	H27 第1回	88	78.4	14.8	4.5	6.8	17.0	2.3	1.1	4.5	0.0	1.1
	H27 第2回	115	78.3	28.7	7.8	7.0	10.4	7.0	1.7	5.2	1.7	2.6
女性40代	H27 第1回	114	84.2	16.7	9.6	7.9	7.9	4.4	0.9	0.9	1.8	1.8
	H27 第2回	105	83.8	18.1	7.6	9.5	11.4	5.7	1.9	1.9	1.9	1.0
女性50代	H27 第1回	123	84.6	18.7	13.8	15.4	9.8	5.7	3.3	1.6	3.3	2.4
	H27 第2回	113	83.2	14.2	13.3	4.4	8.0	3.5	2.7	5.3	3.5	1.8
女性60代	H27 第1回	127	78.7	18.1	28.3	18.1	14.2	7.1	5.5	1.6	1.6	2.4
	H27 第2回	152	88.8	23.0	27.6	13.8	9.2	6.6	2.6	0.0	5.3	4.6

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=15

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
口コミ	企業誘致の活動をされている役所の方から	1	6.7%	1	6.7%
アンテナショップ	にほんばし島根館	6	40.0%	6	40.0%
書籍・パンフレット	書籍(紀行文・エッセイ)	1	6.7%	2	13.3%
	旅行パンフレット	1	6.7%		
その他	実際に行って	2	13.3%	6	40.0%
	EXILEやLDHの番組や広告	1	6.7%		
	ゲーム	1	6.7%		
	身内が住んでる	1	6.7%		
	ふるさと納税をした	1	6.7%		
回答数合計				15	-

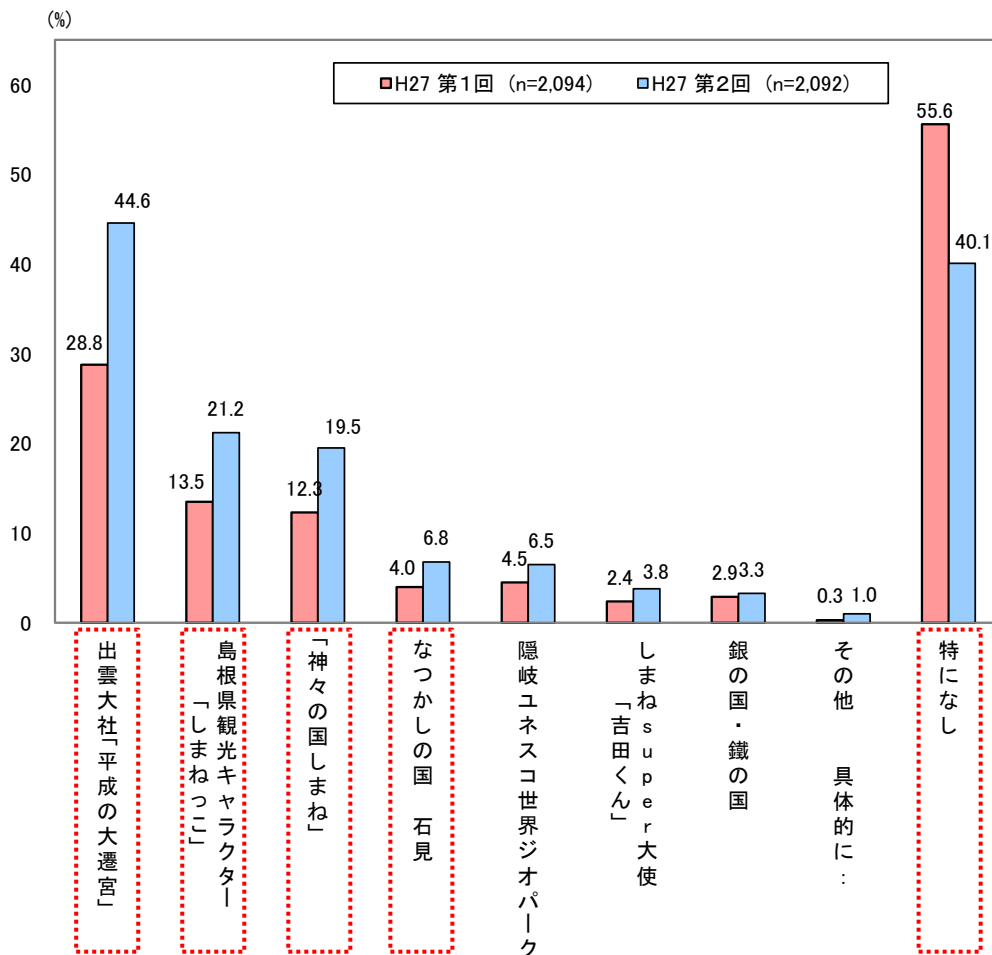
※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

※回答された原文のまま記載

2. 調査結果

【設問 17】 島根県や島根県内の市町村では、以下のような観光プロジェクトやキャンペーンを行っています。あなたが見聞きしたことがあるものをお答えください。
(回答はいくつでも)

- ・「出雲大社 平成の大遷宮」(44.6%) が最も多く、次いで「しまねっこ」(21.2%)、「神々の国しまね」(19.5%)、「なつかしの国 石見」(6.8%) となっている。
- ・第1回と比較すると、「その他」、「特になし」を除きすべての項目で増加しており、「出雲大社 平成の大遷宮」は 15.8 ポイント、「しまねっこ」は 7.7 ポイント、「神々の国しまね」は 7.2 ポイントと大きく増加した。
- ・第1回と比較して、「特になし」が 15.5 ポイント減少したことから、以前よりも様々な観光プロジェクトが認知されてきたと考えられる。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- ・「出雲大社 平成の大遷宮」の認知度は、第1回と比較して、全てのセグメントで大きく増加している。
- ・「しまねっこ」の認知度は、男性よりも女性の認知度が高く、第1回と比較すると、全てのセグメントで増加した。
- ・「神々の国しまね」の認知度は、男女60代で最も高く、第1回と比較すると全てのセグメントで増加している。

		n=										(%)
		出雲大社「平成の大遷宮」	島根県観光キャラクター「しまねっこ」	「神々の国しまね」	なつかしの国 石見	隠岐ユネスコ世界ジオパーク	しまねsuper大使「吉田くん」	銀の国・鐵の国	その他 具体的に：	特になし		
H27 第1回 (n=2,094)		2,094	28.8	13.5	12.3	4.0	4.5	2.4	2.9	0.3	55.6	
H27 第2回 (n=2,092)		2,092	44.6	21.2	19.5	6.8	6.5	3.8	3.3	1.0	40.1	
男性20代	H27 第1回	209	15.8	12.0	12.4	3.3	4.8	3.8	4.8	1.0	63.6	
	H27 第2回	207	26.6	16.4	16.4	2.4	5.3	5.8	2.4	1.0	53.6	
男性30代	H27 第1回	210	18.1	10.5	11.4	2.4	1.9	1.9	2.4	0.0	67.1	
	H27 第2回	209	35.9	17.2	22.0	8.6	10.5	5.7	5.3	1.0	49.3	
男性40代	H27 第1回	206	19.4	9.7	8.7	3.4	5.3	3.4	2.9	0.0	65.5	
	H27 第2回	210	35.7	15.7	15.7	5.7	4.3	5.7	1.9	0.5	50.0	
男性50代	H27 第1回	208	33.2	4.3	10.1	1.9	3.8	0.5	2.4	0.5	55.8	
	H27 第2回	207	51.2	16.4	16.9	5.8	9.2	3.4	4.3	1.4	36.7	
男性60代	H27 第1回	215	47.4	5.1	15.8	9.8	10.7	0.9	7.4	0.0	45.6	
	H27 第2回	210	71.4	12.4	26.7	14.3	8.1	0.0	8.1	0.0	23.8	
女性20代	H27 第1回	209	17.7	25.4	9.1	1.0	2.9	7.2	1.4	0.0	56.5	
	H27 第2回	212	28.8	27.8	15.1	1.4	4.2	5.2	1.9	0.5	47.2	
女性30代	H27 第1回	208	27.4	26.0	11.1	1.9	2.4	1.4	1.0	0.0	52.4	
	H27 第2回	211	37.0	36.0	20.9	4.7	4.3	4.7	0.5	0.5	39.3	
女性40代	H27 第1回	215	25.6	15.8	16.7	2.3	2.8	1.9	1.4	0.9	53.5	
	H27 第2回	206	35.9	31.1	18.0	3.4	3.9	3.9	1.9	0.5	41.3	
女性50代	H27 第1回	207	36.2	16.9	12.1	4.3	4.8	2.9	1.0	0.0	51.7	
	H27 第2回	215	49.3	21.4	17.2	7.9	4.7	1.9	3.3	2.3	40.9	
女性60代	H27 第1回	207	47.3	9.2	15.0	9.2	5.3	0.5	3.9	1.0	44.9	
	H27 第2回	205	74.6	17.6	26.3	14.1	10.2	1.5	3.9	2.0	18.0	

■ 「その他 具体的に」の自由回答

N=18

項目	件数	割合
スタバが出来て、大行列	2	11.1%
錦織圭	2	11.1%
ノドグロ	1	5.6%
宍道湖	1	5.6%
足立美術館	1	5.6%
竹島	1	5.6%
津和野	1	5.6%
美人の湯温泉	1	5.6%
DAIGO君のおじいちゃんの出身地	1	5.6%
ご縁の国しまね	1	5.6%
すなばコーヒー	1	5.6%
たたら侍	1	5.6%
一畑電車	1	5.6%
楽山公園	1	5.6%
境港 ゲゲゲの鬼太郎	1	5.6%
種を飛ばすイベント	1	5.6%
回答数合計	18	100.0%

※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

※回答された原文のまま記載

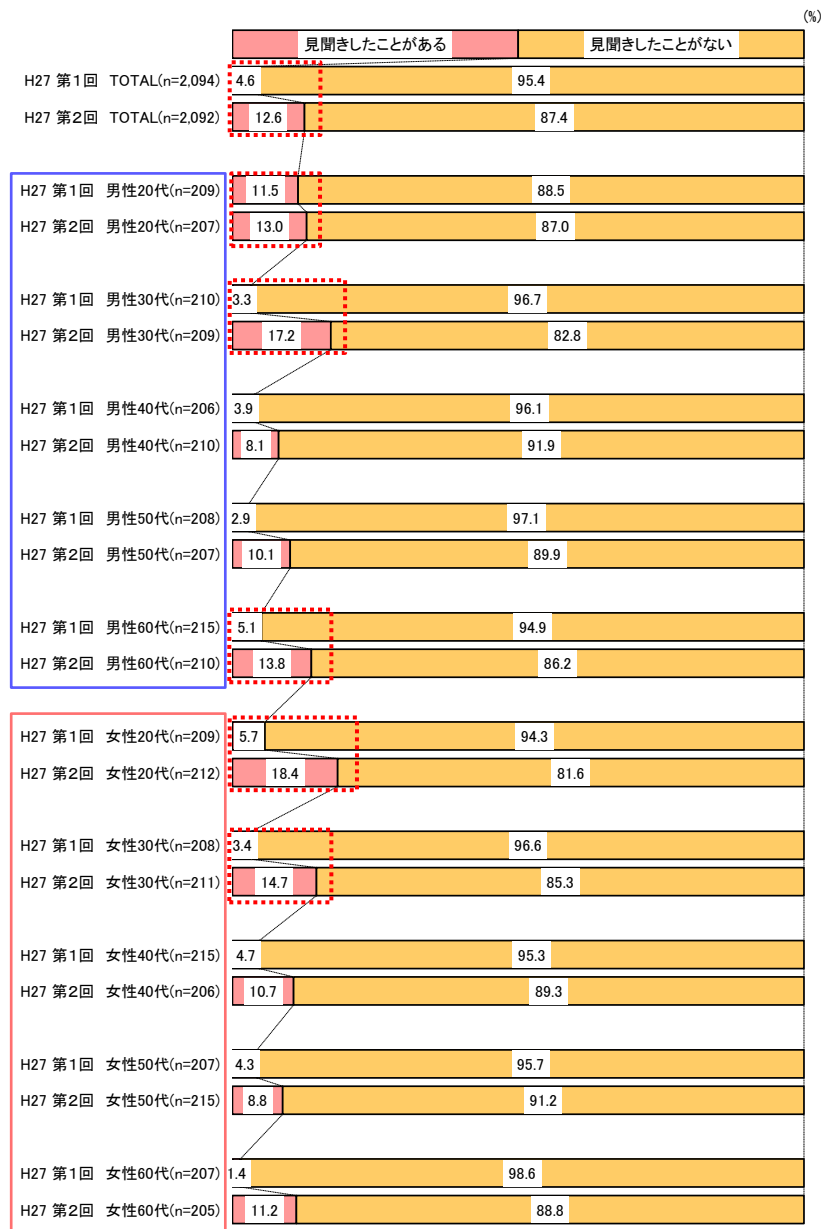
7. 「ご縁の国しまね」プロモーションの認知度調査

【設問 18】 島根県では「ご縁の国しまね」の名称でPRを行っています。見聞きしたことがありますか。(回答は1つ)

- ・全体では、「見聞きしたことがある」が12.6%となっており、第1回と比較すると、8.0ポイント増加した。

<セグメント分析>

- ・「見聞きしたことがある」が最も高いのは、女性20代(18.4%)、次いで男性30代(17.2%)、女性30代(14.7%)、男性60代(13.8%)、男性20代(13.0%)となっている。
- ・第1回と比較すると、全てのセグメントで、「見聞きしたことがある」割合が増加しており、特に男性30代で13.9ポイント、女性20代で12.7ポイント増加した。



参考3

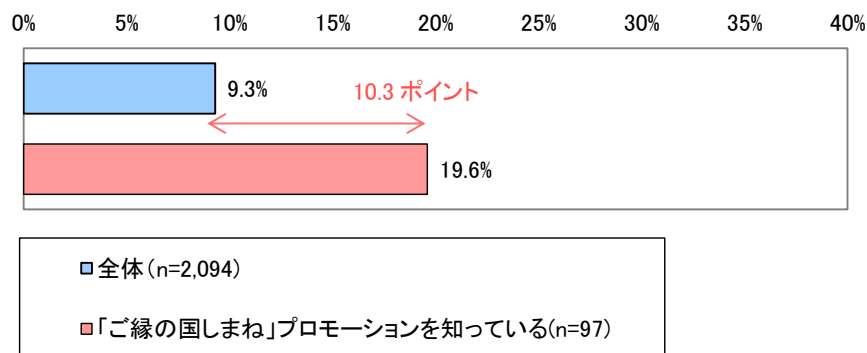
プロモーションの比較分析

- (1) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析
- (2) 島根県への今後の旅行意向（設問11）との比較分析

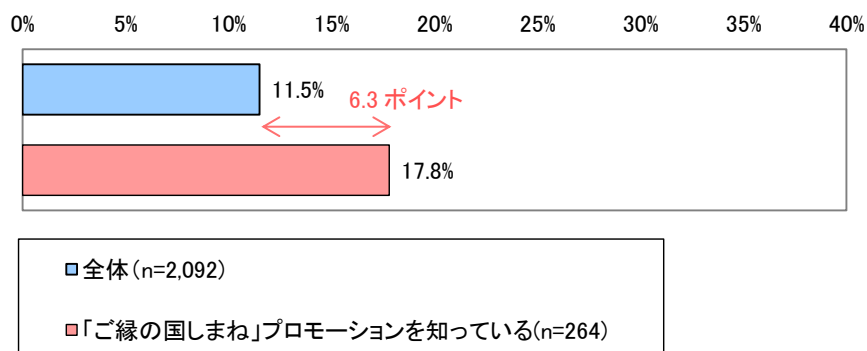
(1) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析

- ・行ってみたい都道府県上位5位に「島根県」と回答した人について、**分母を全体と、「ご縁の国しまね」プロモーションを知っている人**で比較分析する。
- ・分母を**全体**として比較すると、第1回9.3%、第2回11.5%と、2.2ポイント増加している。
- ・分母を「**ご縁の国しまね**」プロモーションを知っている人として比較すると、第1回19.6%、第2回17.8%で、1.8ポイント減少している。
- ・「**ご縁の国しまね**」プロモーションを知っている人と全体で比較すると、第1回は10.3ポイント、第2回では6.3ポイントの差があり、「ご縁の国しまね」プロモーションを知っている人ほど、行ってみたい都道府県として島根県を上位に挙げていることがわかる。

行ってみたい都道府県：島根県（H27 第1回調査）



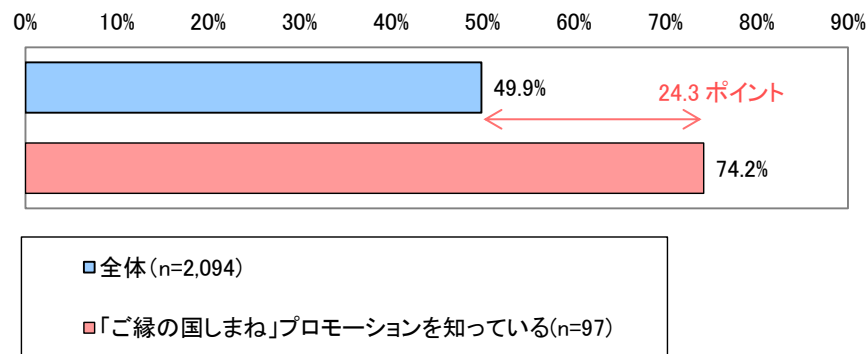
行ってみたい都道府県：島根県（H27 第2回調査）



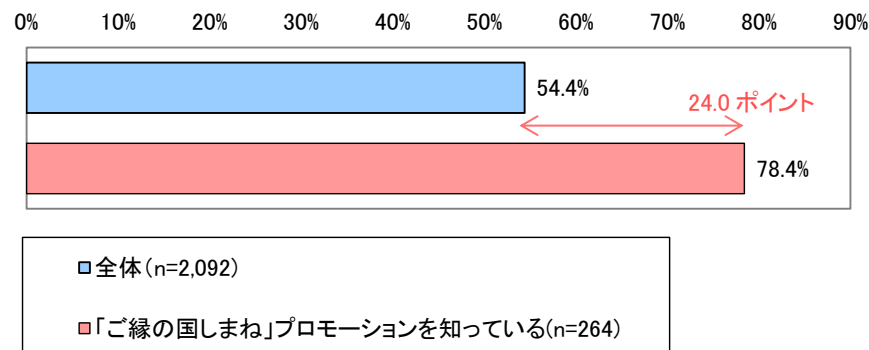
(2) 島根県への今後の旅行意向（設問 1 1）との比較分析

- ・今後、島根県へ「行ってみたい」と回答した人について、**分母**を全体と、「ご縁の国しまね」プロモーションを知っている人で比較分析する。
- ・分母を全体として比較すると、第1回 49.9%、第2回 54.5%と、4.6 ポイント増加している。
- ・分母を「ご縁の国しまね」プロモーションを知っている人として比較すると、第1回 74.2%、第2回 78.4%で、4.2 ポイント増加している。
- ・「ご縁の国しまね」プロモーションを知っている人と全体では、第1回は 24.3 ポイント、第2回は 24.0 ポイントの差があり、「ご縁の国しまね」プロモーションを知っている人ほど、旅行意向が高いことがわかる。

島根県への今後の旅行意向(H27 第1回調査)



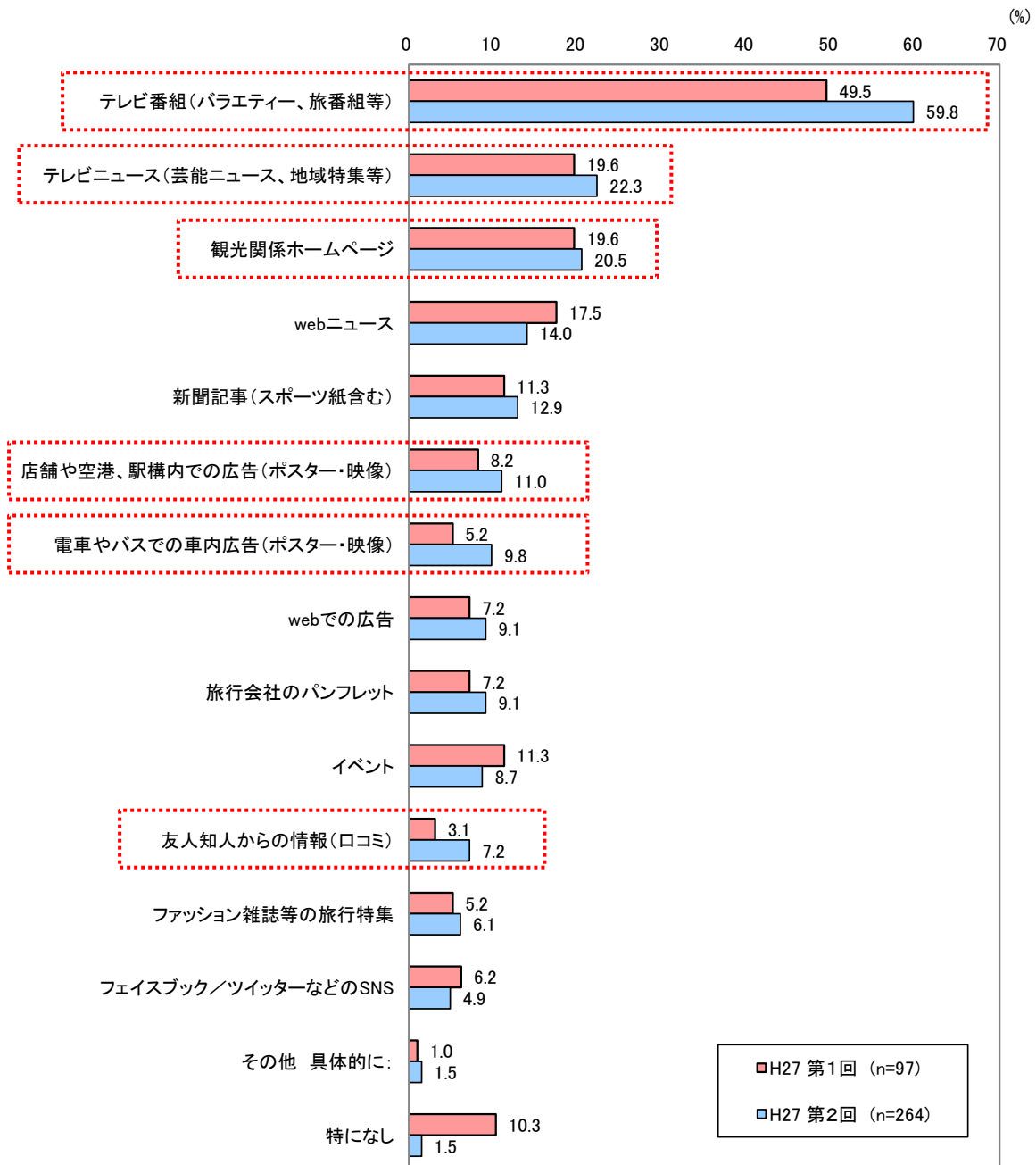
島根県への今後の旅行意向(H27 第2回調査)



2. 調査結果

【設問19】「ご縁の国しまね」に関する情報は何で見聞きしましたか。(回答はいくつでも)

- ・「テレビ番組」(59.8%)が最も多く、次いで「テレビニュース」(22.3%)、「観光関係ホームページ」(20.5%)となっている。概ね第1回と同様の結果となった。
- ・「その他」、「特になし」を除く13項目中10項目で第1回と比較して増加している。
- ・第1回と比較すると順位に変動があり、「店舗や空港、駅構内での広告」(第7位⇒第6位)、「電車やバスでの車内広告」(第11位⇒第7位)、「友人知人からの情報(口コミ)」(第13位⇒第11位)となった。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- ・「テレビ番組」は、男女 50 代の割合が最も高く、第 1 回と比較して大きく増加している。
- ・「テレビニュース」は、女性 40 代の割合が最も高く、第 1 回と比較すると、男女 20 代で大きく増加している。
- ・「観光関係ホームページ」は、男性 20 代で最も高い割合となっており、第 1 回と比較すると、男性 20~30 代で大きく増加している。
- ・「店舗や空港、駅構内での広告」は、女性 20 代の割合が最も高い。男性では 20 代、40 代、50 代、女性では 30 代、60 代で第 1 回と比較すると、第 1 回調査時の 0.0%から大きく増加している。
- ・「電車やバスでの車内広告」は、男性 30 代の割合が最も高い。男性では 50 代、女性では全ての年代で第 1 回と比較すると、第 1 回調査時の 0.0%から大きく増加している。

		n=															
		テレビ番組 (バラエティー、 旅番組等)	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	webニュース	新聞記事 (スポーツ紙含む)	店舗や空港、 駅構内での広告 (ポスター・映像)	電車やバスでの 車内広告 (ポスター・映像)	webでの 広告	旅行会社の パンフレット	イベント	友人知人からの 情報(口コミ)	ファッション 雑誌等の旅行 特集	フェイスブック/ ツイッターなどの SNS	その他 具体的に:	特になし	
H27 第1回 (n=97)		97	49.5	19.6	19.6	17.5	11.3	8.2	5.2	7.2	7.2	11.3	3.1	5.2	6.2	1.0	10.3
H27 第2回 (n=264)		264	59.8	22.3	20.5	14.0	12.9	11.0	9.8	9.1	9.1	8.7	7.2	6.1	4.9	1.5	1.5
男性20代	H27 第1回	24	33.3	8.3	8.3	20.8	20.8	0.0	12.5	12.5	0.0	20.8	0.0	8.3	0.0	0.0	16.7
	H27 第2回	27	51.9	22.2	33.3	22.2	18.5	11.1	11.1	7.4	7.4	11.1	22.2	7.4	0.0	0.0	0.0
男性30代	H27 第1回	7	71.4	28.6	14.3	42.9	14.3	28.6	14.3	14.3	0.0	28.6	0.0	14.3	14.3	0.0	14.3
	H27 第2回	36	66.7	30.6	30.6	13.9	13.9	8.3	13.9	11.1	11.1	16.7	2.8	5.6	5.6	5.6	0.0
男性40代	H27 第1回	8	75.0	25.0	0.0	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	12.5	12.5	0.0	0.0
	H27 第2回	17	64.7	17.6	11.8	23.5	11.8	5.9	0.0	23.5	5.9	0.0	0.0	0.0	11.8	0.0	0.0
男性50代	H27 第1回	6	50.0	16.7	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0
	H27 第2回	21	76.2	23.8	14.3	19.0	14.3	4.8	9.5	9.5	9.5	4.8	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0
男性60代	H27 第1回	11	36.4	18.2	45.5	9.1	9.1	18.2	9.1	0.0	18.2	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	27.3
	H27 第2回	29	69.0	31.0	13.8	3.4	24.1	0.0	6.9	0.0	10.3	3.4	17.2	0.0	0.0	3.4	3.4
女性20代	H27 第1回	12	25.0	8.3	25.0	16.7	0.0	16.7	0.0	16.7	8.3	16.7	0.0	0.0	8.3	8.3	0.0
	H27 第2回	39	51.3	17.9	17.9	15.4	5.1	20.5	12.8	12.8	7.7	10.3	7.7	12.8	12.8	0.0	5.1
女性30代	H27 第1回	7	42.9	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	28.6
	H27 第2回	31	48.4	12.9	19.4	6.5	0.0	19.4	12.9	6.5	3.2	16.1	3.2	3.2	0.0	0.0	0.0
女性40代	H27 第1回	10	70.0	50.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	H27 第2回	22	45.5	31.8	18.2	18.2	0.0	4.5	4.5	4.5	4.5	9.1	13.6	4.5	4.5	0.0	4.5
女性50代	H27 第1回	9	77.8	11.1	22.2	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	22.2	11.1	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0
	H27 第2回	19	84.2	15.8	10.5	10.5	21.1	15.8	10.5	10.5	10.5	0.0	0.0	0.0	5.3	5.3	0.0
女性60代	H27 第1回	3	66.7	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	H27 第2回	23	52.2	17.4	26.1	13.0	26.1	13.0	8.7	4.3	21.7	8.7	4.3	4.3	0.0	0.0	0.0

■ 「その他 具体的に」の自由回答

N=4

項目	件数	割合
アンテナショップ	1	25%
インターネットサイト	1	25%
ふるさと納税パンフ	1	25%
観光雑誌	1	25%
回答数合計	4	100%

※回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある。

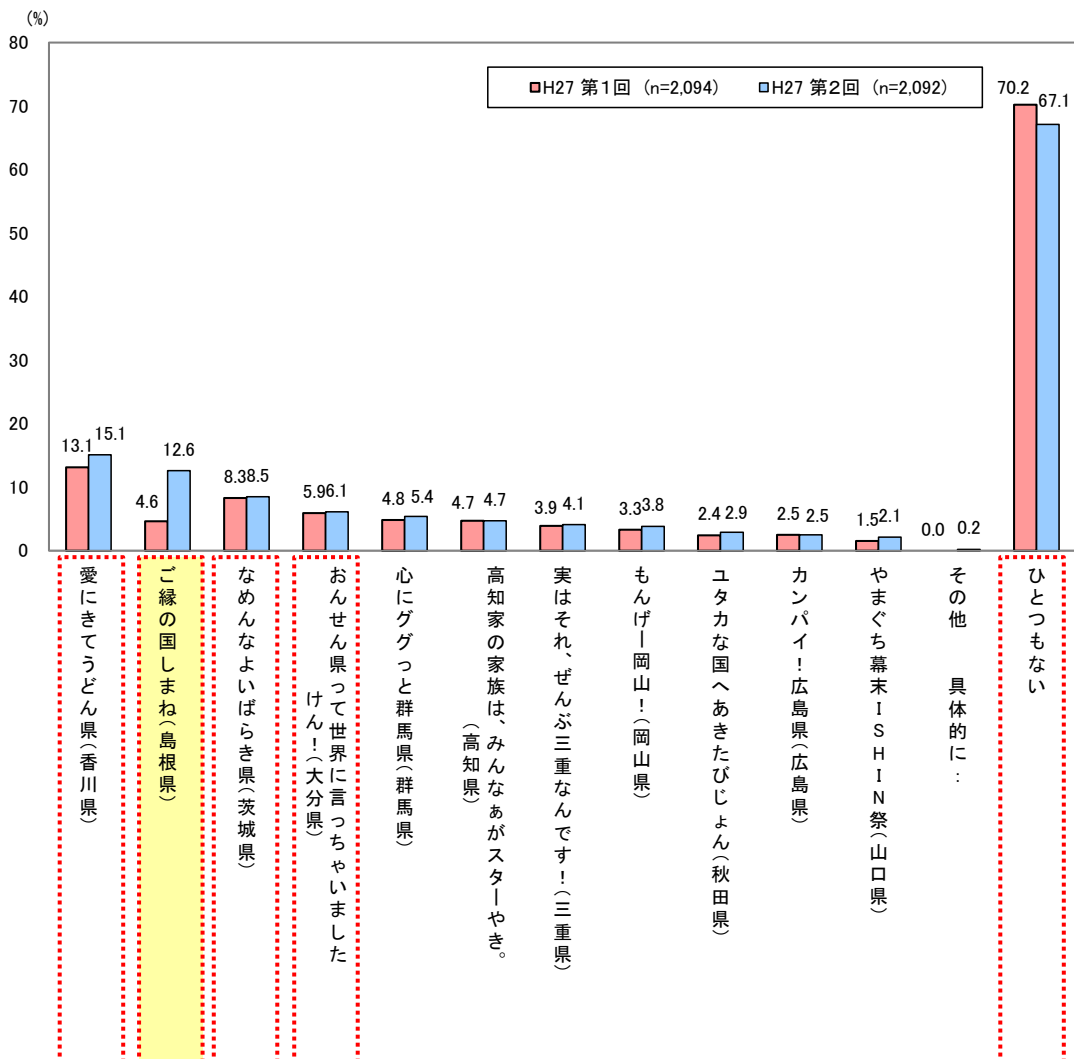
※回答された原文のまま記載

2. 調査結果

【設問 20】全国の自治体では、以下のような観光プロジェクトやキャンペーンを行っています。あなたが見聞きしたことがあるものをお答えください。

(回答はいくつでも)

- ・「ひとつもない」と回答した人が 67.1% で最も多く、第 1 回と比較して 3.1 ポイント減少した。次いで「愛にきてうどん県(香川県)」(15.1%)、「なめんなよ茨城県」(8.5%)、「おんせん県って世界に言っちゃいましたけん! (大分県)」(6.1%) となっている。
- ・【設問 18】「ご縁の国しまね」プロモーションの認知度(第 2 回調査: 12.6%) は、第 2 位の認知度となる。第 1 回と比較すると、8.0 ポイント増加し、第 6 位から第 2 位に順位を上げた。
- ・第 1 回と比較すると、全ての項目で認知度が向上しているが、「ご縁の国しまね」の認知度の増加率が最も大きい。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

・「愛にきてうどん県」は、女性20代からの認知度が高い。

		n=	愛にきてうどん県 (香川県)	ご縁の国しまね (島根県)	なめんなよいばらき県 (茨城県)	おんせん県って世界に言っちゃいましたけん! (大分県)	心にググっと群馬県 (群馬県)	高知家の家族は、みんなあがスターやき。 (高知県)	実はそれ、ぜんぶ三重なんです! (三重県)	もんげー岡山! (岡山県)	ユタカナ国へあきたびじょん (秋田県)	カンパイ!広島県 (広島県)	やまぐち幕末ISHIIN祭 (山口県)	その他 具体的に:	ひとつもない	(%)
H27 第1回 (n=2,094)		2,094	13.1	4.6	8.3	5.9	4.8	4.7	3.9	3.3	2.4	2.5	1.5	0.0	70.2	
H27 第2回 (n=2,092)		2,092	15.1	12.6	8.5	6.1	5.4	4.7	4.1	3.8	2.9	2.5	2.1	0.2	67.1	
男性20代	H27 第1回	209	5.3	11.5	7.7	5.3	6.7	2.9	4.3	5.7	4.3	2.9	1.0	0.0	74.2	
	H27 第2回	207	11.6	13.0	7.7	4.8	6.3	3.4	4.8	6.8	6.8	4.8	1.9	0.0	67.6	
男性30代	H27 第1回	210	9.5	3.3	7.6	3.8	4.8	2.4	4.8	3.3	4.3	4.3	2.4	0.0	72.9	
	H27 第2回	209	12.4	17.2	6.2	2.9	7.2	3.8	5.3	6.2	5.3	2.4	3.3	1.0	70.8	
男性40代	H27 第1回	206	13.1	3.9	8.3	4.4	5.8	5.8	3.9	6.8	1.0	2.9	1.0	0.0	69.9	
	H27 第2回	210	12.9	8.1	8.1	7.6	5.7	5.7	4.3	1.9	1.4	3.3	2.9	0.5	69.5	
男性50代	H27 第1回	208	12.5	2.9	5.3	4.8	5.3	6.7	1.4	0.5	2.9	3.4	2.9	0.0	73.1	
	H27 第2回	207	14.0	10.1	5.8	5.8	3.9	4.8	4.3	2.4	1.4	2.4	0.5	0.0	73.4	
男性60代	H27 第1回	215	15.3	5.1	7.0	11.6	7.9	7.9	6.5	2.8	3.3	5.1	3.7	0.0	64.2	
	H27 第2回	210	15.2	13.8	8.1	11.0	8.6	5.2	6.7	2.9	2.9	3.8	4.8	0.0	62.9	
女性20代	H27 第1回	209	12.9	5.7	11.5	3.8	4.8	2.9	3.3	3.8	1.4	0.5	0.0	0.0	67.9	
	H27 第2回	212	21.7	18.4	9.4	4.7	5.2	3.3	5.7	3.3	6.1	1.9	1.4	0.0	60.4	
女性30代	H27 第1回	208	16.3	3.4	9.6	2.9	2.4	1.9	2.4	2.9	1.4	1.0	0.0	0.0	70.7	
	H27 第2回	211	17.1	14.7	10.9	3.3	3.8	5.2	1.9	4.3	1.9	2.4	1.4	0.0	66.4	
女性40代	H27 第1回	215	14.9	4.7	8.4	6.5	1.9	2.8	3.7	3.7	1.9	1.9	0.9	0.0	71.6	
	H27 第2回	206	12.6	10.7	8.3	6.8	1.9	3.9	2.4	4.4	0.5	1.9	1.5	0.0	69.9	
女性50代	H27 第1回	207	17.9	4.3	9.7	7.2	4.8	8.2	4.3	2.4	3.4	1.9	1.4	0.0	65.2	
	H27 第2回	215	17.2	8.8	8.4	5.1	4.2	6.5	2.8	2.8	1.4	1.4	0.9	0.0	67.9	
女性60代	H27 第1回	207	13.5	1.4	8.2	8.7	3.9	5.3	3.9	1.0	0.5	1.0	1.9	0.0	72.5	
	H27 第2回	205	16.1	11.2	12.2	8.8	6.8	5.4	2.4	2.9	1.0	1.0	2.4	1.0	62.0	

