

# 「しまねの観光認知度調査」分析結果 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。

### (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

	平成25年度			平成26年度		平成27年度		合計
	第1回	第2回	第3回	第1回	第2回	第1回	第2回	
依頼数 (人)	7,889	8,263	8,323	6,280	5,982	6,952	6,446	50,135
有効回答数 (人)	3,130	3,108	3,107	2,066	2,079	2,094	2,092	17,676
回収率 (有効回答数/ 依頼数)	39.7%	37.6%	37.3%	32.9%	34.8%	30.1%	32.5%	35.3%
調査期間	H25年 6/28～7/1	H25 10/4～10/6	H26年 1/24～1/27	H26年 8/8～8/11	H27年 2/13～2/16	H27年 7/24～7/27	H28年 2/12～2/15	

## 2. 分析結果の記載方法

調査時期について記載のないものは、平成27年度（全2回）の有効回答総数（4,186人）の結果を示している。設問10と17の一部については、平成25年度以降（全7回）の有効回答総数（17,676人）を示している。

## 3. 分析結果

### ①島根県の観光資源の知名度は「出雲大社」が突出して高い

- ・島根県の観光地やグルメ、伝統行事等の知名度は、全体では、1位「出雲大社」、2位「宍道湖」、3位「しじみ」、4位「世界遺産・石見銀山」、5位「出雲そば」となっている。
- ・男性20～30代で「出雲駅伝」が2位となっている。
- ・男性20～30代および女性20代で「特になし」が2位、3位に入っている。
- ・女性20代のみ「縁結びグッズ」が5位以内に入っている。

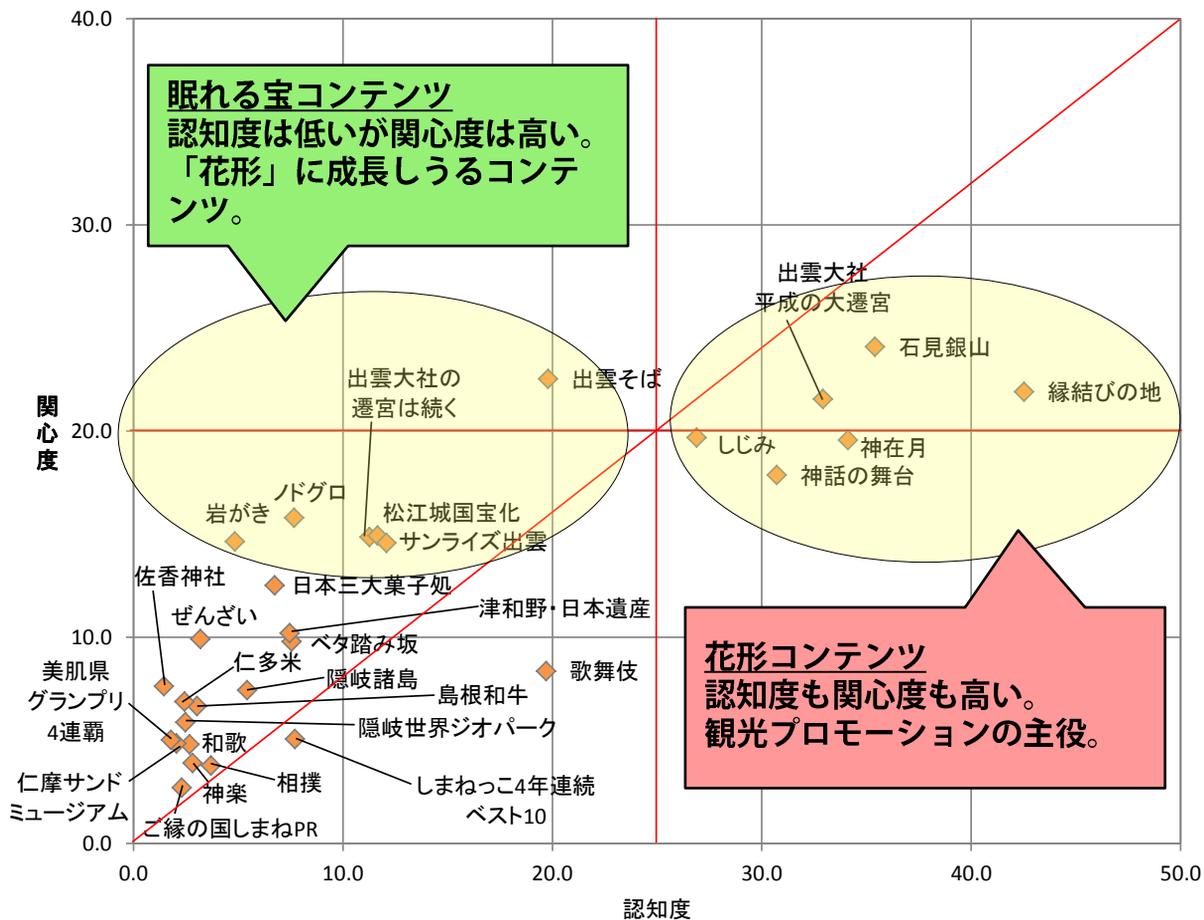
	全体	男性					女性				
		20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
第1位	出雲大社 (67.1%)	出雲大社									
第2位	宍道湖 (41.6%)	出雲駅伝	宍道湖	しじみ	宍道湖	特になし	出雲そば	しじみ	宍道湖	しじみ	
第3位	しじみ (41.1%)	特になし	しじみ	宍道湖	しじみ	出雲そば	出雲駅伝	宍道湖	しじみ	宍道湖	
第4位	石見銀山 (35.0%)	石見銀山					石見銀山				
第5位	出雲そば (32.0%)	松江城及び周辺施設	宍道湖	出雲駅伝	玉造温泉	縁結びグッズ	しじみ	隠岐の島	玉造温泉	石見銀山	
								出雲そば			

※数字は平均値

※しまねの観光認知度調査の設問No.3

## ② 「しじみ」や「ノドグロ」など“食”に関するコンテンツの関心度・認知度は高まっている

- ・ 認知度と関心度を比較分析すると、「出雲大社 平成の大遷宮」「石見银山」「縁結びの地」等は観光プロモーションの主役を担う「花形コンテンツ」。
- ・ 認知度は低いに関心度が高い「岩がき」や「ノドグロ」「松江城国宝化」等は、今後花形に成長しうる「眠れる宝コンテンツ」。これらはグルメに関するものが多い。



※しまねの観光認知度調査の設問No.4・5

### ③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

- ・島根県に行ってみたい人にとって魅力的な旅行テーマは、全体では、1位「日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き」、2位「神話の地めぐり」、3位「世界遺産・石見銀山散策」、4位「パワースポットめぐり」、5位「国宝・松江城下町散策」となっている。
- ・女性20～40代で「パワースポットめぐり」が1位となっている。
- ・「良縁祈願 縁結び」は女性20代のみ上位となっている。
- ・「美人の湯めぐり」は女性20～40代で5位以内に入っている。
- ・男性20～40代では、5位以内に「特になし」がランクインしている。

	全体	男性					女性				
		20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
第1位	グルメ食べ歩き (37.7%)	グルメ食べ歩き				神話の地めぐり	パワースポットめぐり			グルメ食べ歩き	
第2位	神話の地めぐり (32.3%)	神話の地めぐり		石見銀山散策	神話の地めぐり	松江城下町散策	良縁祈願縁結び	グルメ食べ歩き		神話の地めぐり	津和野百景図を歩く
第3位	石見銀山散策 (29.7%)	特になし	パワースポットめぐり	神話の地めぐり	石見銀山散策		グルメ食べ歩き	美人の湯めぐり	神話の地めぐり	パワースポットめぐり	松江城下町散策
第4位	パワースポットめぐり (29.0%)	石見銀山散策		特になし	松江城下町散策	津和野百景図を歩く	美人の湯めぐり	石見銀山散策			
第5位	松江城下町散策 (23.9%)	パワースポットめぐり	特になし	パワースポットめぐり	宍道湖クルーズ	グルメ食べ歩き	神話の地めぐり		美人の湯めぐり	津和野百景図を歩く	神話の地めぐり

※数字は平均値

※しまねの観光認知度調査の設問No.12

#### ④-1 行ってみたい場所は「出雲大社」が突出して高い

<島根県に行ってみたい人の行きたい場所>

- ・全体では、1位「出雲大社」、2位「世界遺産・石見銀山」、3位「松江城及び周辺施設」、4位「玉造温泉」、5位「隠岐の島」。
- ・男女ともに20～30代で「世界遺産・石見銀山」が2位となっている。
- ・女性60代で「津和野の街並み」が2位となっている。
- ・全セグメントで「隠岐の島」がランクインしている。

	全体	男性					女性				
		20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
第1位	出雲大社 (59.7%)	出雲大社									
第2位	石見銀山 (31.8%)	石見銀山		松江城及び 周辺施設	石見銀山	松江城及び 周辺施設	石見銀山		玉造温泉		津和野
第3位	松江城及び 周辺施設 (28.2%)	特になし	松江城及び 周辺施設	石見銀山	宍道湖	石見銀山	隠岐の島	玉造温泉	隠岐の島	石見銀山	玉造温泉
第4位	玉造温泉 (27.6%)	松江城及び 周辺施設	特になし	宍道湖	松江城及び 周辺施設	隠岐の島	玉造温泉	隠岐の島	石見銀山	宍道湖	隠岐の島
第5位	隠岐の島 (27.3%)	隠岐の島				宍道湖	松江城及び周辺施設		宍道湖	隠岐の島	石見銀山

※数字は平均値

※しまねの観光認知度調査の設問No.13

#### ④-2 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

<島根県に行ったことがある人の訪問地>

- ・全体では1位「出雲大社」、2位「宍道湖」、3位「松江城及び周辺施設」、4位「玉造温泉」、5位「津和野の街並み」となっている。
- ・女性20～30代で「八重垣神社」が5位に入っている。
- ・男性20～30代で「世界遺産・石見銀山」が5位以内にランクインしており、若い男性が興味を示すコンテンツであることが分かる。

	全体	男性					女性				
		20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
第1位	出雲大社 (72.6%)	出雲大社									
第2位	宍道湖 (44.3%)	松江城及び周辺施設		宍道湖			松江城及び周辺施設			宍道湖	
第3位	松江城及び 周辺施設 (41.3%)	宍道湖		松江城及び周辺施設			玉造温泉	宍道湖		津和野	松江城及び 周辺施設
第4位	玉造温泉 (27.5%)	石見銀山	玉造温泉 島根ワイナリー	津和野	玉造温泉	津和野	宍道湖	玉造温泉			津和野
第5位	津和野 (26.9%)	松江堀川 遊覧船	石見銀山	玉造温泉	津和野	玉造温泉	八重垣神社	足立美術館	津和野	足立美術館	玉造温泉

※数字は平均値

※しまねの観光認知度調査の設問No.7

<島根県に関する認知度×情報接触度の比較>

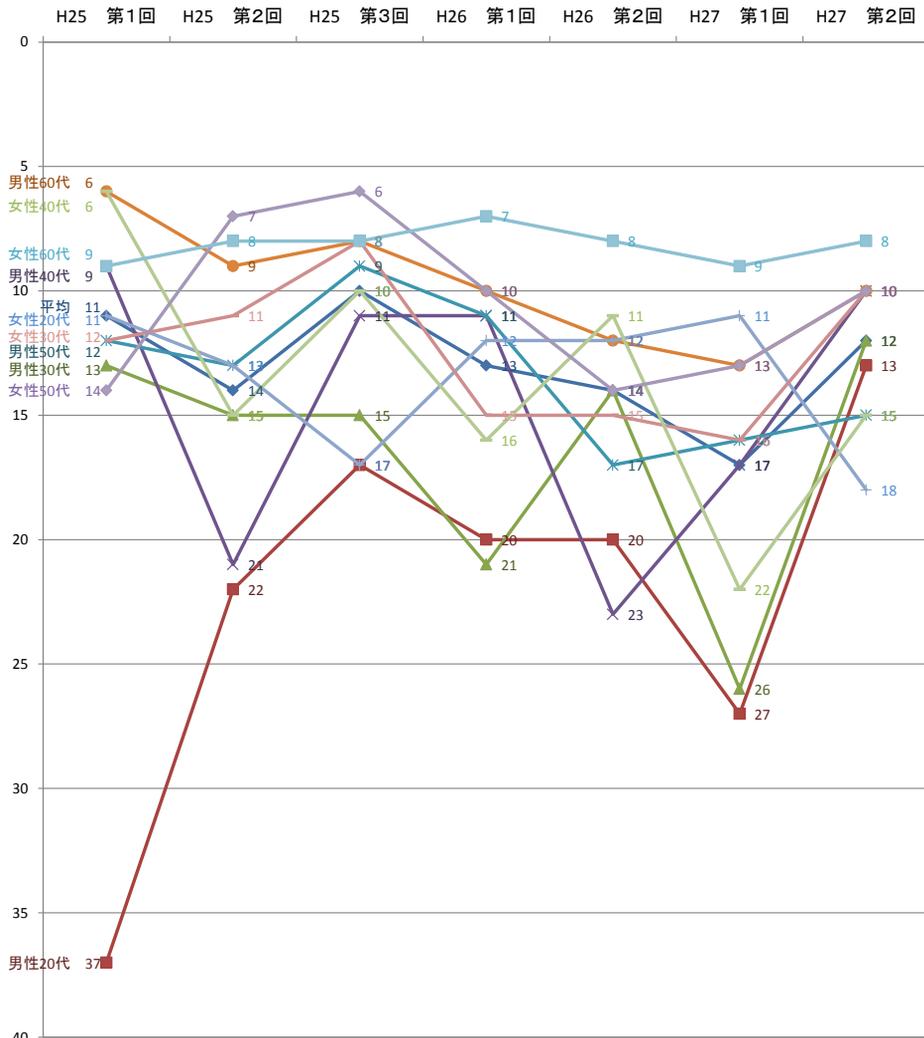
- ・男女ともに年代が上がるほど認知度も、情報接触度も高くなる。
- ・同世代で比較すると、認知度は女性より男性のほうが高く、情報接触度には男女の差がない。

## ⑤島根県は、行ってみたい都道府県10位台前半で固定化

- ・全体では1位「北海道」、2位「沖縄県」、3位「京都府」で固定化。4位と5位を「鹿児島県」、「長崎県」が争っている。
- ・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）⇒17位（H27第1回）⇒12位（H27第2回）となっており、10位台で固定化されている。
- ・女性60代は常に1ケタ台で安定している。
- ・男性20代は順位が上昇しており、37位（H25第1回）から13位（H27第2回）と24ポイントランクアップした。

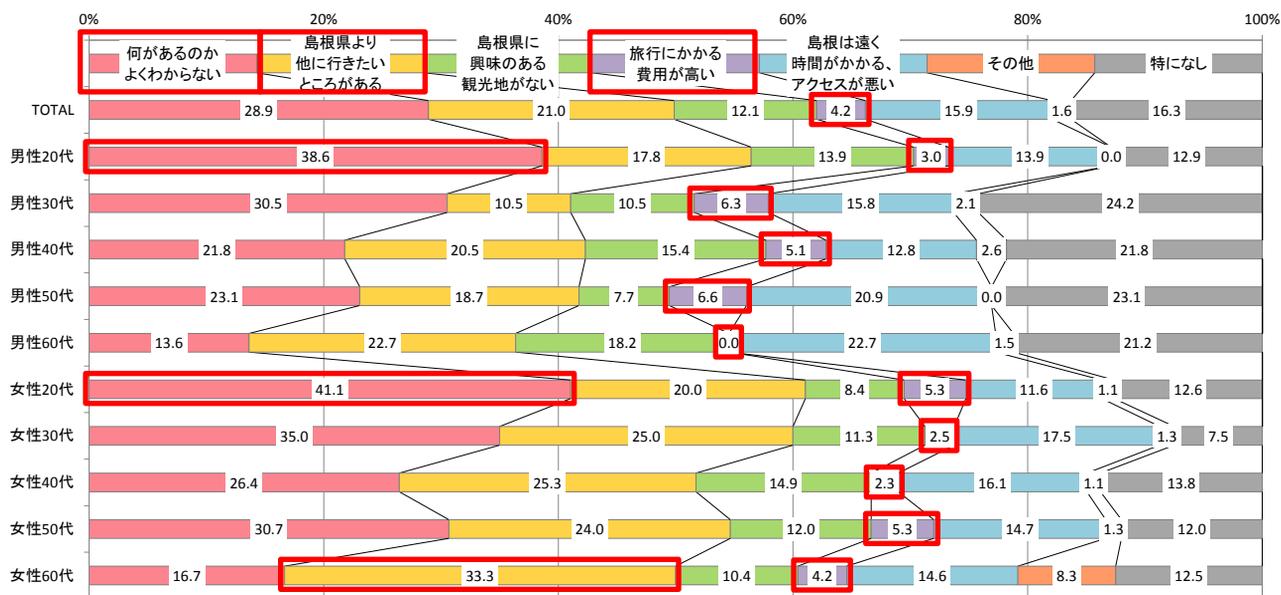
	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	第8位	第9位	第10位	島根県
H25 第1回調査 (n=3,130)	北海道 73.7%	沖縄県 62.2%	京都府 38.2%	鹿児島県 21.9%	長崎県 20.2%	青森県・福岡県 13.9%	高知県 13.8%	大阪府 13.5%	石川県 12.7%		第11位 11.9%
H25 第2回調査 (n=3,108)	北海道 73.0%	沖縄県 62.3%	京都府 40.3%	長崎県 20.8%	鹿児島県 20.1%	福岡県 14.6%	青森県 14.5%	大阪府 13.6%	高知県 13.8%	石川県・広島県 12.5%	第14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%
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%

※しまねの観光認知度調査の設問No.10



## ⑥ 島根県に行ってみたいと思わない理由は「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

- 全体では、1位「何があるのかよくわからない」、2位「島根県より他に行きたいところがある」、3位「島根は遠く時間がかかる、アクセスが悪い」、4位「島根県に興味のある観光地がない」、5位「旅行にかかる費用が高い」となっている。
- 男女ともに20代は「何があるのかよくわからない」が最も高い。一方、女性60代は「島根県より他に行きたい所がある」が最も多い。
- 「旅行にかかる費用が高い」は全世代において低い。



※しまねの観光認知度調査の設問No.14

## ⑦ 過去1年間の島根県に関する情報接触度は、半数以上

- 男女ともに年代が上がるほど情報接触度は高くなる。
- 同世代の男女の比較では大きな差はない。



※しまねの観光認知度調査の設問No.15

## ⑧島根県に関する情報源は「テレビ」が圧倒的に多い

- ・島根県に関する情報を何で見聞きしたかは、全体では、「テレビ」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」、3位「新聞」、4位「雑誌」、5位「友人からの口コミ」と続く。
- ・男女ともに60代は、「新聞」が2位になっている。「インターネット」は女性60代を除いたセグメントで2位になっている。
- ・女性20～40代は「友人からの口コミ」が3位となっている。
- ・男性40～60代は「ラジオ」が5位に入っている一方、女性は全世代で入っていない。

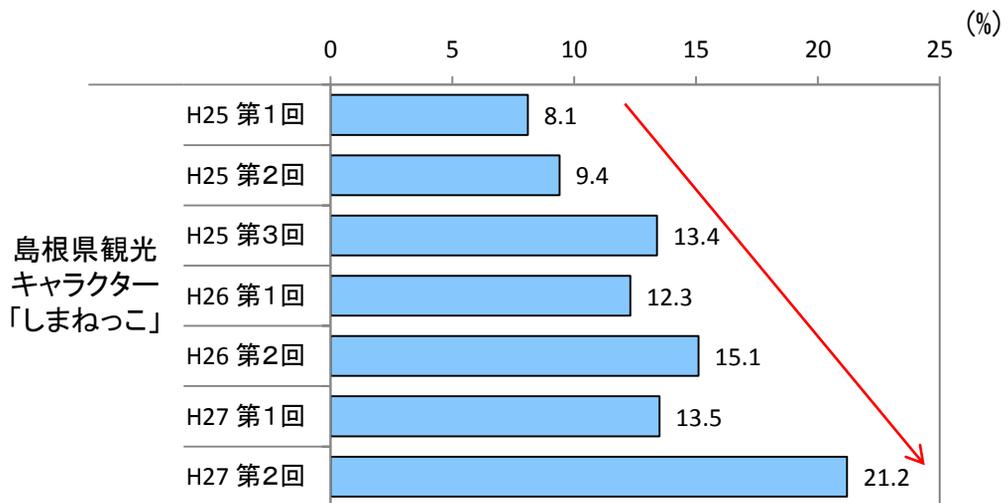
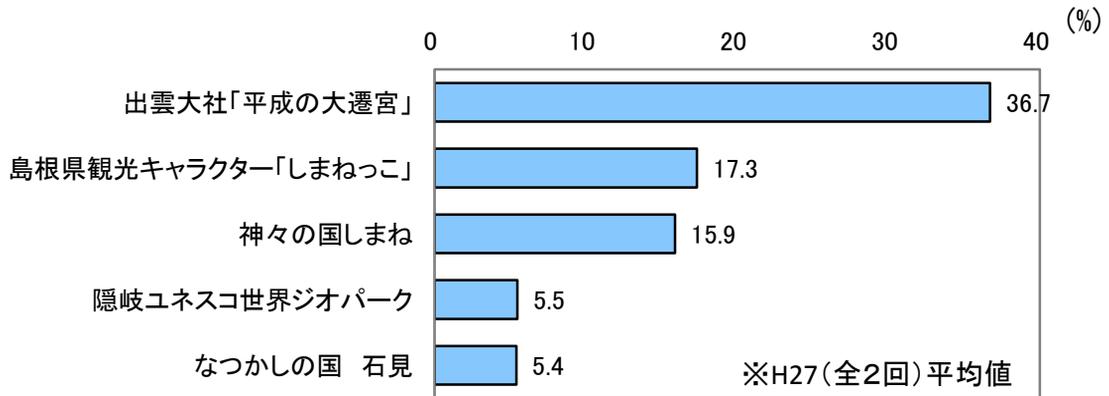
	全体	男性					女性				
		20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
第1位	テレビ (80.9%)	テレビ									
第2位	インターネット (27.4%)	インターネット				新聞	インターネット				新聞
第3位	新聞 (16.1%)	新聞	雑誌	新聞	雑誌	友人から口コミ			新聞	インターネット	
第4位	雑誌 (11.5%)	友人から 口コミ	新聞	雑誌	ラジオ			新聞	雑誌		
第5位	友人から 口コミ (9.3%)	雑誌	ラジオ		友人から口コミ		フェイスブック・ツイッター等のSNS	新聞	街頭や公共交通機関でのポスター・映像等	友人から口コミ	

※数字は平均値

※しまねの観光認知度調査の設問No.16

## ⑨島根県観光キャラクター「しまねっこ」の認知度が上昇

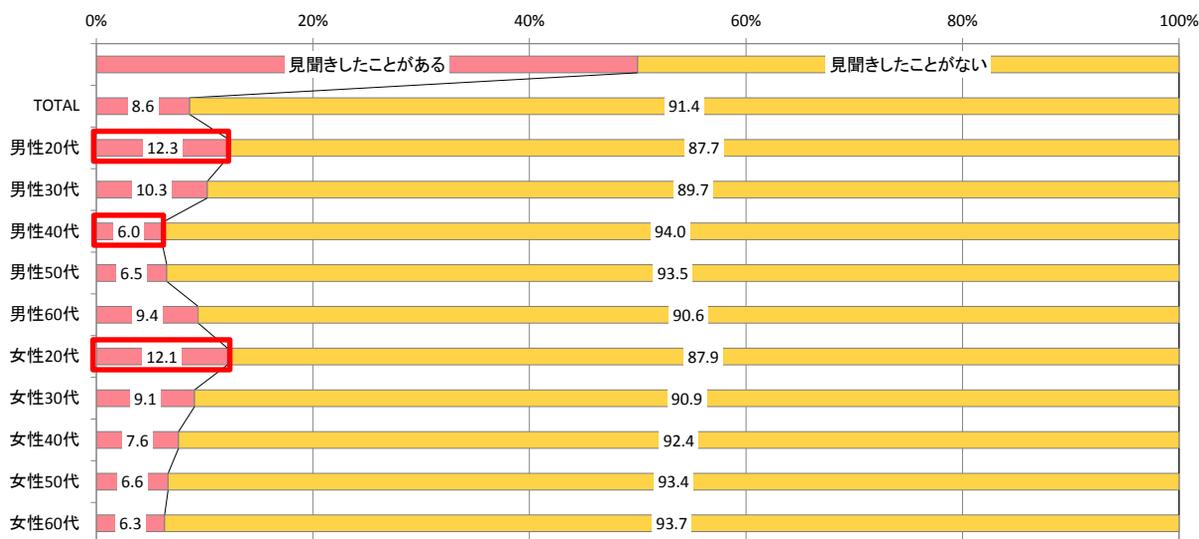
- ・見聞きしたことがある島根県の観光プロジェクト・キャンペーンは、1位「出雲大社 平成の大遷宮」、2位「島根県観光キャラクター しまねっこ」、3位「神々の国しまね」、4位「隠岐ユネスコ世界ジオパーク」、5位「なつかしの国 石見」となっている。
- ・「島根県観光キャラクター しまねっこ」は、H25第1回から比較すると13.1ポイント増加している。



※しまねの観光認知度調査の設問No.17

⑩ 「ご縁の国しまね」プロモーションを「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

- ・「ご縁の国しまね」プロモーションを知っている人は全体では8.6%となっている。
- ・セグメント別にみると、男女20代で最も多く、約12%となっている。
- ・最も低いのは男性40代で6%となっている。
- ・「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、島根への今後の旅行意向がある人の割合に25.1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。



※しまねの観光認知度調査の設問No.18

島根県への今後の旅行意向

