

**平成 26 年度
しまねの観光認知度調査
報告書**

(第 1 回調査)

平成 26 年 9 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. 島根県の観光地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 認知度と関心度のマトリックス分析	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」観光PRキャンペーンの認知度調査	45
設問18. 観光PRキャンペーンの認知度	45
参考3 観光PRキャンペーンの比較分析	46
設問19. 観光PRキャンペー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	50

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「ご縁の国しまね」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 26 年度 第 1 回調査：平成 26 年 8 月 8 日（金）～8 月 11 日（月）

（参考）前回調査

平成 25 年度 第 3 回調査：平成 26 年 1 月 24 日（金）～1 月 27 日（月）

1. 調査概要

(6) 依頼数・有効回答数・回収率

	平成 25 年度 第 3 回調査	平成 26 年度 第 1 回調査
依頼数	8,323	6,280
有効回答数	3,107	2,066
回収率 (有効回答数／依頼数)	37.3%	32.9%

(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」観光 PR キャンペーン認知度調査

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		H25 第3回調査		H26 第1回調査	
		実数	割合	実数	割合
性別	男性	1,549	49.9	1,030	49.9
	女性	1,558	50.1	1,036	50.1
年代	20代	615	19.8	405	19.6
	30代	625	20.1	410	19.8
	40代	623	20.1	424	20.5
	50代	619	19.9	417	20.2
	60代	625	20.1	410	19.8
	性別×年代	男性20代	304	9.8	201
	男性30代	314	10.1	202	9.8
	男性40代	307	9.9	211	10.2
	男性50代	309	9.9	207	10
	男性60代	315	10.1	209	10.1
	女性20代	311	10.0	204	9.9
	女性30代	311	10.0	208	10.1
	女性40代	316	10.2	213	10.3
	女性50代	310	10.0	210	10.2
	女性60代	310	10.0	201	9.7

(2) 居住地

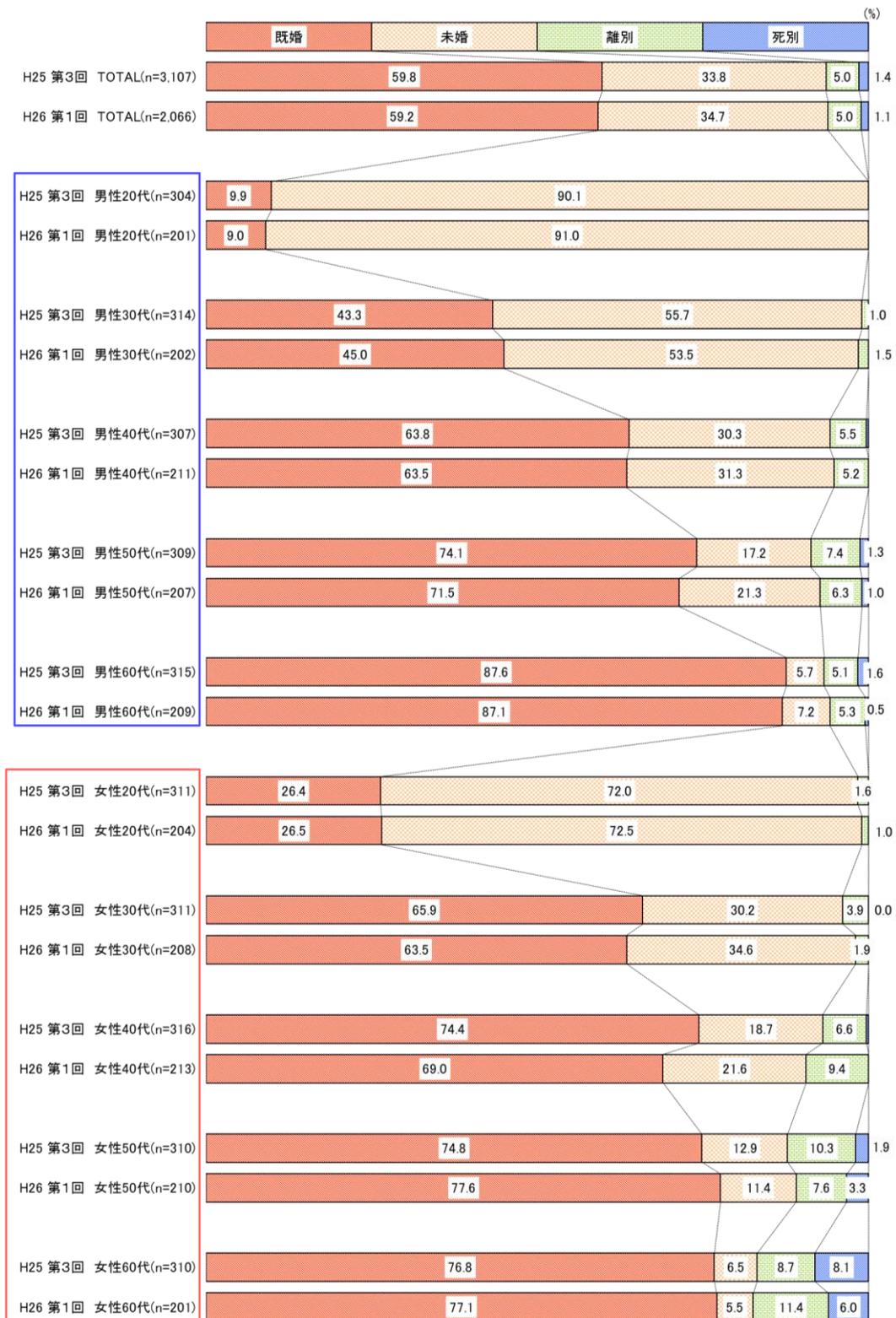
対象の4都県のサンプルが過去の調査と同数となるように抽出しており、東京都は約40%、神奈川県が約25%、埼玉県が約20%、千葉県が約15%となっている。

TOTAL		H25 第3回調査		H26 第1回調査	
		実数	割合	実数	割合
居住地	東京都	1,292	41.6	843	40.8
	神奈川県	784	25.2	497	24.1
	埼玉県	583	18.8	376	18.2
	千葉県	448	14.4	350	16.9
			3,107	100.0	2,066

2. 調査結果

(3) 未既婚状況

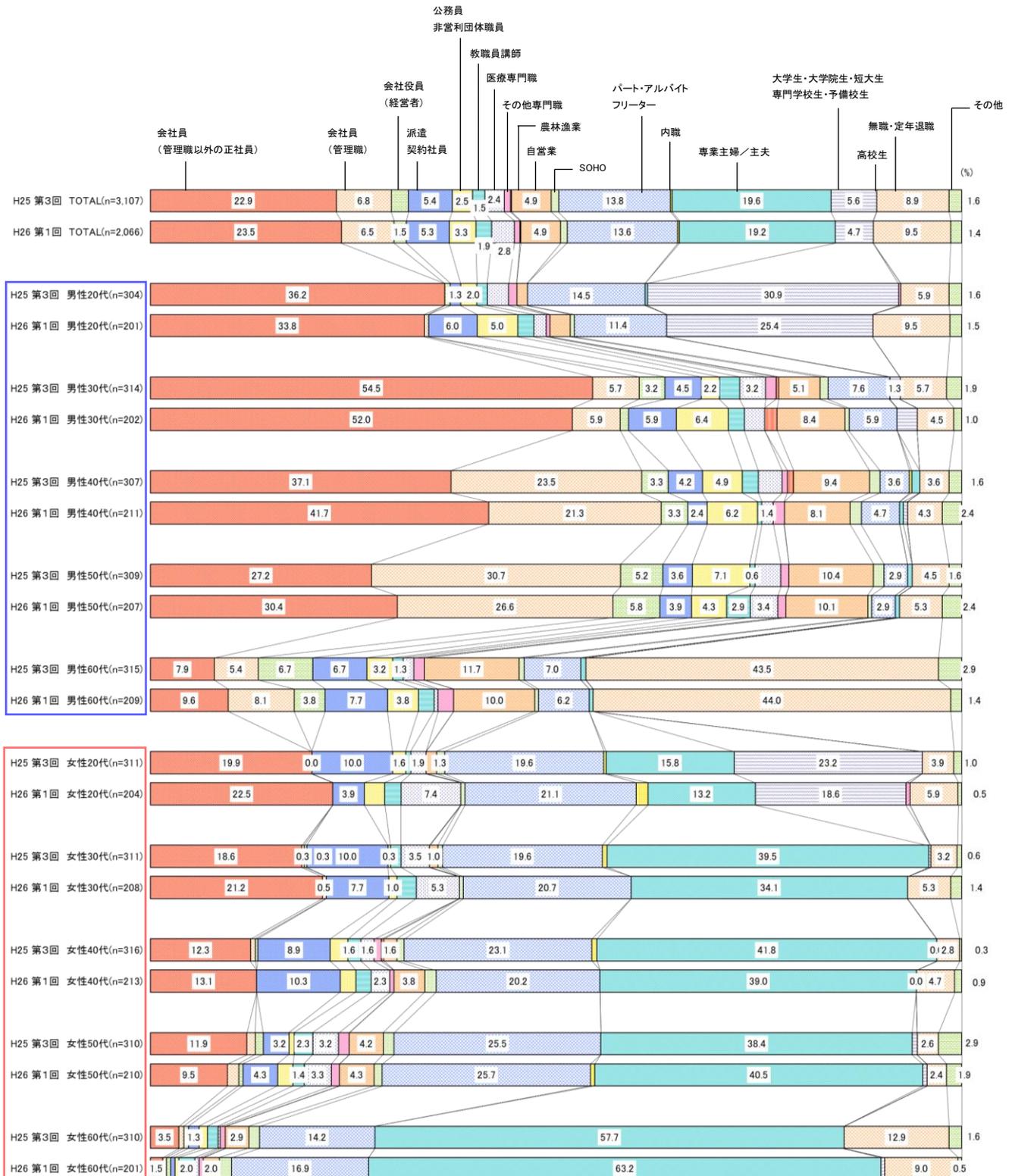
未婚・既婚状況は、全体では約6割が既婚、約3割が未婚であり、H25年度第3回と比較して大きな差はない。性別×年代のセグメント別で見ても、概ね同様の結果となっている。



2. 調査結果

(4) 職業

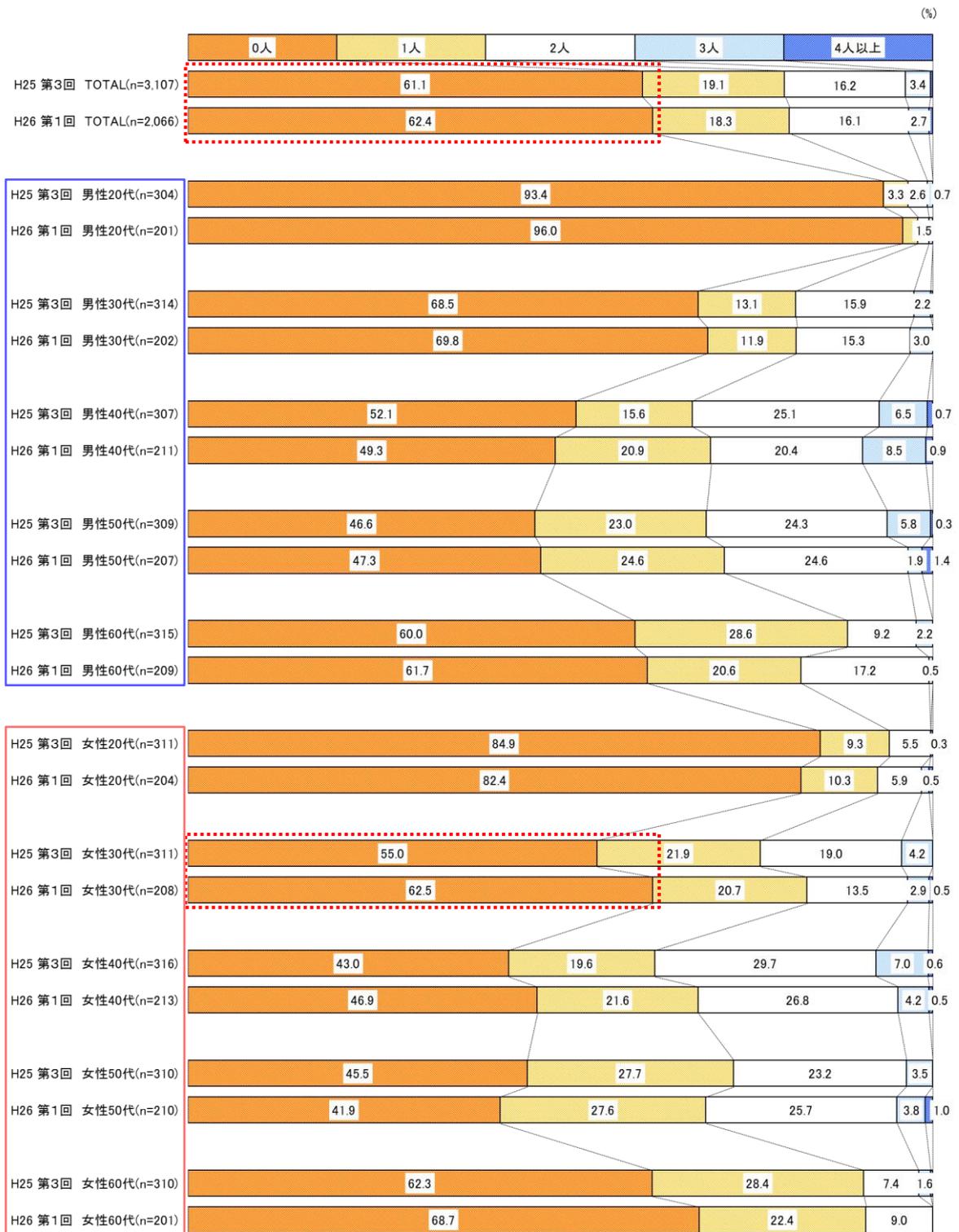
回答者の職業は、「会社員（管理職以外の正社員）」と「専業主婦／主夫」が多く、それぞれ約2割を占めており、H25年度第3回と比較して概ね同様な傾向となっている。性別×年代のセグメント別でもH25年度第3回と比較して大きな差は見られない。



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、H25年度第3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の傾向をみると、H25年度第3回と比較すると、30代女性は「0人」の割合が7.5ポイント増加している。



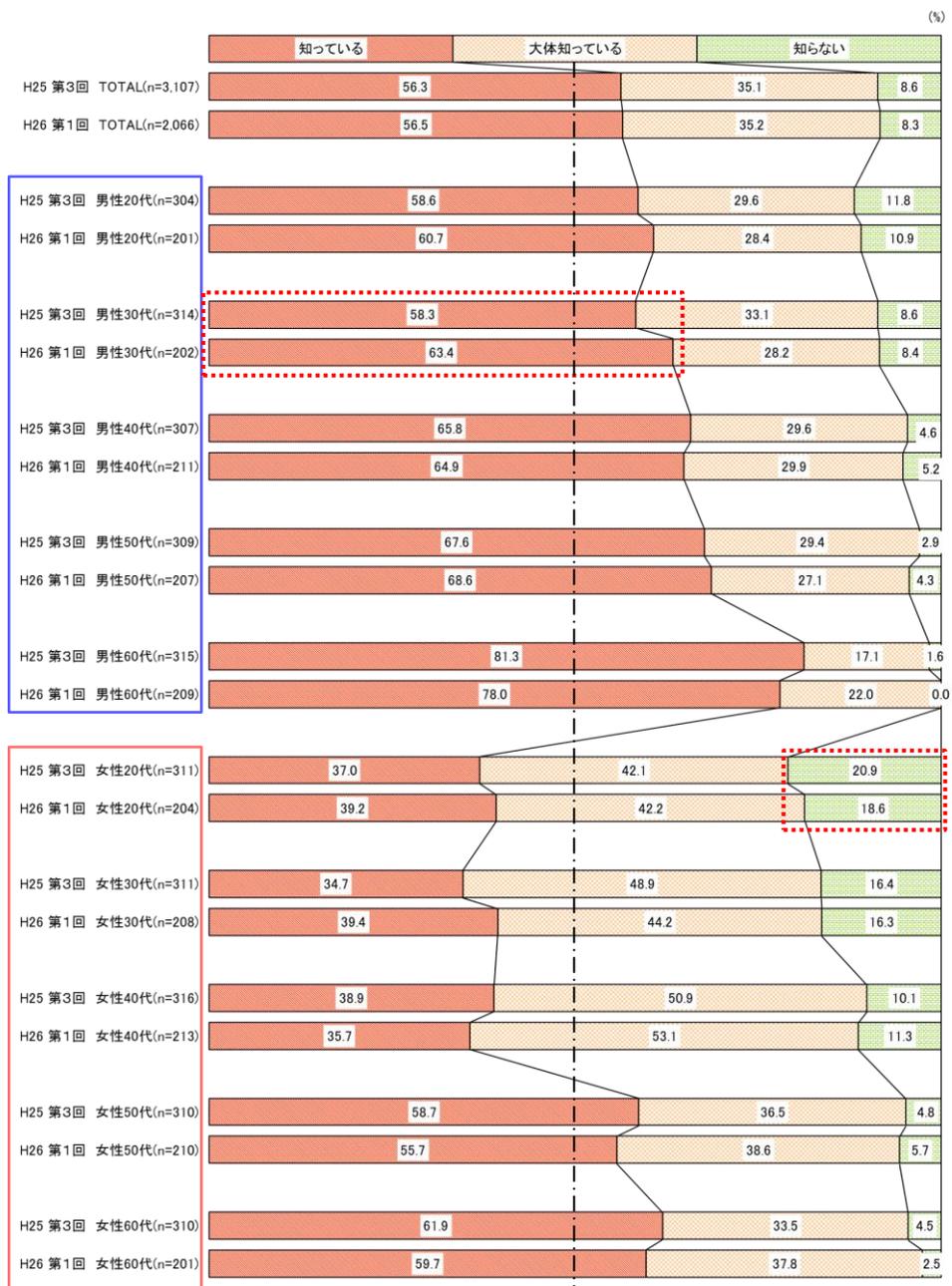
2. 島根県の認知度・イメージに関する調査

【設問 1】 島根県が日本のどこにあるか知っていますか。(回答は1つ)

- ・全体では、「知っている」と「大体知っている」を合わせた割合は9割以上となっており、概ね認知されていると考えられる。

<セグメント分析>

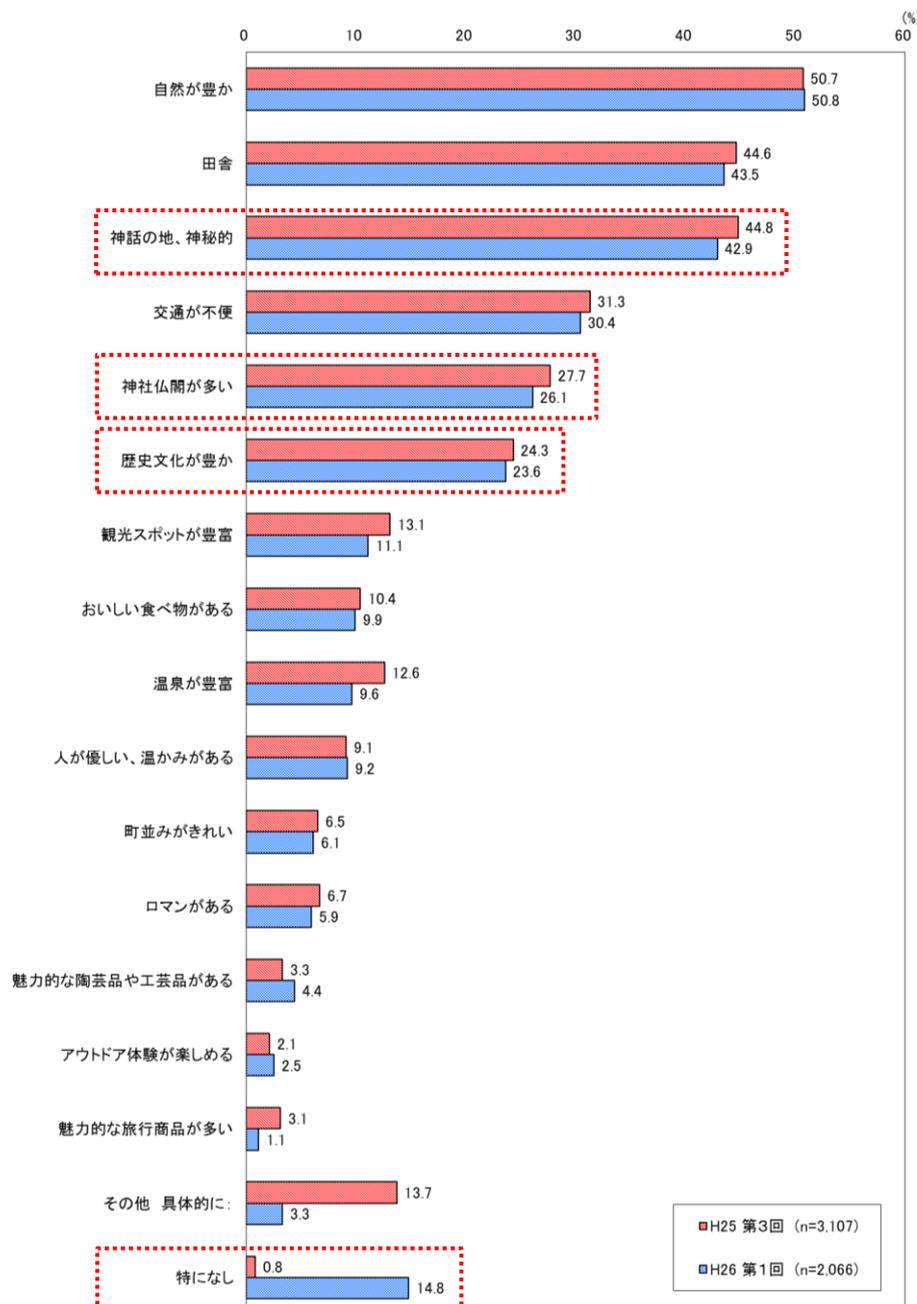
- ・女性よりも男性からの認知度が高く、男性 20~60 代の各年代では「知っている」が 50% 以上となっている。
- ・H25 年度 第 3 回と比較して 30 代男性は「知っている」の割合が 5.1 ポイント増加している。
- ・「知らない」と回答した割合は、20 代女性（約 2 割）が最も高くなっているが、H25 年度 第 3 回と比べると、割合は 2.3 ポイント減少している。



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でお答えください。（回答はいくつでも）

- ・H25年度 第3回と比較して概ね同様の傾向となっているが、「特になし」が14.0ポイントも増加しており、その他の項目は減少傾向となっている。
- ・「自然が豊か」が1位、「田舎」が2位、「交通が不便」が4位となっており、島根県固有のイメージというより、首都圏が地方一般に対して抱く漠然としたステレオタイプのイメージが強い。
- ・島根県固有のイメージに関しては、第3位「神話の地、神秘的」、第5位「神社仏閣が多い」、第6位「歴史文化が豊か」となっている。出雲大社の遷宮により、昨年は特に様々なメディアに取り上げられたことから、出雲大社を中心とした神話・歴史のイメージが強くなっていると推察される。
- ・「その他」では「秘密結社 鷹の爪/吉田君」や「しじみ」が多くなっている。



2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

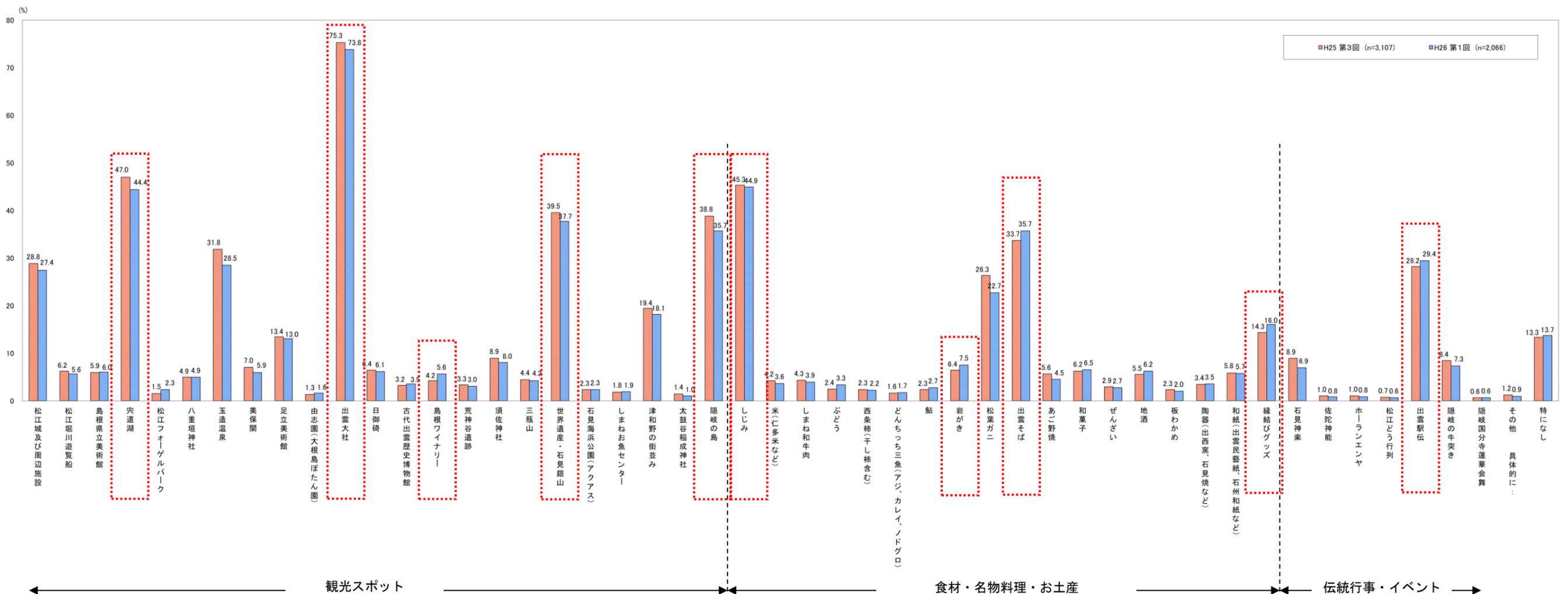
N=67

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	秘密結社 鷹の爪／吉田くん／蛙男商	7	10.4%	17	25.4%
	しまねっこ	4	6.0%		
	DAIGO	1	1.5%		
	竹内まりや	1	1.5%		
	竹下元首相	1	1.5%		
	宮根誠司	1	1.5%		
	ゆるキャラがかわいい	1	1.5%		
	ひこにゃん	1	1.5%		
場所・施設	石見銀山	3	4.5%	15	22.4%
	スターバックス	3	4.5%		
	出雲大社	2	3.0%		
	原子力発電所がある	2	3.0%		
	一畑電鉄	2	3.0%		
	寝台特急	2	3.0%		
	未知の領域	1	1.5%		
名物・料理・食材	しじみ	6	9.0%	7	10.4%
	和菓子	1	1.5%		
自然・気候	日本海に面している	2	3.0%	7	10.4%
	宍道湖	2	3.0%		
	天候が悪い	1	1.5%		
	釣りができる	1	1.5%		
	海水浴ができる	1	1.5%		
土地柄・人柄	人口が少ない	4	6.0%	10	14.9%
	のんびり・ゆったりしている	2	3.0%		
	過疎／過疎化	2	3.0%		
	知名度がない	1	1.5%		
	出雲市民は閉鎖的	1	1.5%		
鳥取県関連	砂丘	4	6.0%	9	13.4%
	鳥取の隣	3	4.5%		
	鳥取と区別がつかない	1	1.5%		
	鬼太郎	1	1.5%		
その他	チェーン展開の店舗進出が遅い	2	3.0%	12	17.9%
	パソコンがない／十数年前はパソコンが普及していなかった	2	3.0%		
	移住すると家がもらえる	1	1.5%		
	隠岐が素晴らしい	1	1.5%		
	影が薄い	1	1.5%		
	縁結び	1	1.5%		
	特に特徴がない	1	1.5%		
	寂しい	1	1.5%		
	何もなさそう	1	1.5%		
	遠い	1	1.5%		
回答数合計				77	-

2. 調査結果

【設問3】島根県の観光地のうち、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」、「宍道湖」、「しじみ」、「世界遺産・石見銀山」、「隠岐の島」が上位となっている。H25年度 第3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」の認知度が高い。次いで、「宍道湖」、「世界遺産・石見銀山」と続く。「島根ワイナリー」はH25年度 第3回と比べて1.4ポイント増加している。
- ・『食材・名物料理・お土産』でみると、「しじみ」の認知度が最も高い。次点の「出雲そば」はH25年度 第3回と比べてやや増加している。また、「岩がき」や「縁結びグッズ」もやや増加している。
- ・『伝統行事・イベント』では、「出雲駅伝」の認知度が高く、H25年度 第3回と比べてやや増加しているが、「石見神楽」と「隠岐の牛突き」は減少している。



2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=18

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	しまねっこ	2	11.1%	5	27.8%
	ひこにゃん	1	5.6%		
	小泉八雲	1	5.6%		
	秘密結社 鷹の爪	1	5.6%		
場所・施設	出雲大社	1	5.6%	3	16.7%
	浜山公園	1	5.6%		
	浜田海岸(石見海浜公園)	1	5.6%		
名物・料理・食材	ゴリラのはなくそ	1	5.6%	1	5.6%
神話・歴史	竹島	1	5.6%	3	16.7%
	因幡の白兔	1	5.6%		
	遷宮	1	5.6%		
その他	一畑電鉄	3	16.7%	6	33.3%
	海の露天風呂	1	5.6%		
	奥出雲おろち号	1	5.6%		
	鬼太郎の町	1	5.6%		
回答数合計				18	-

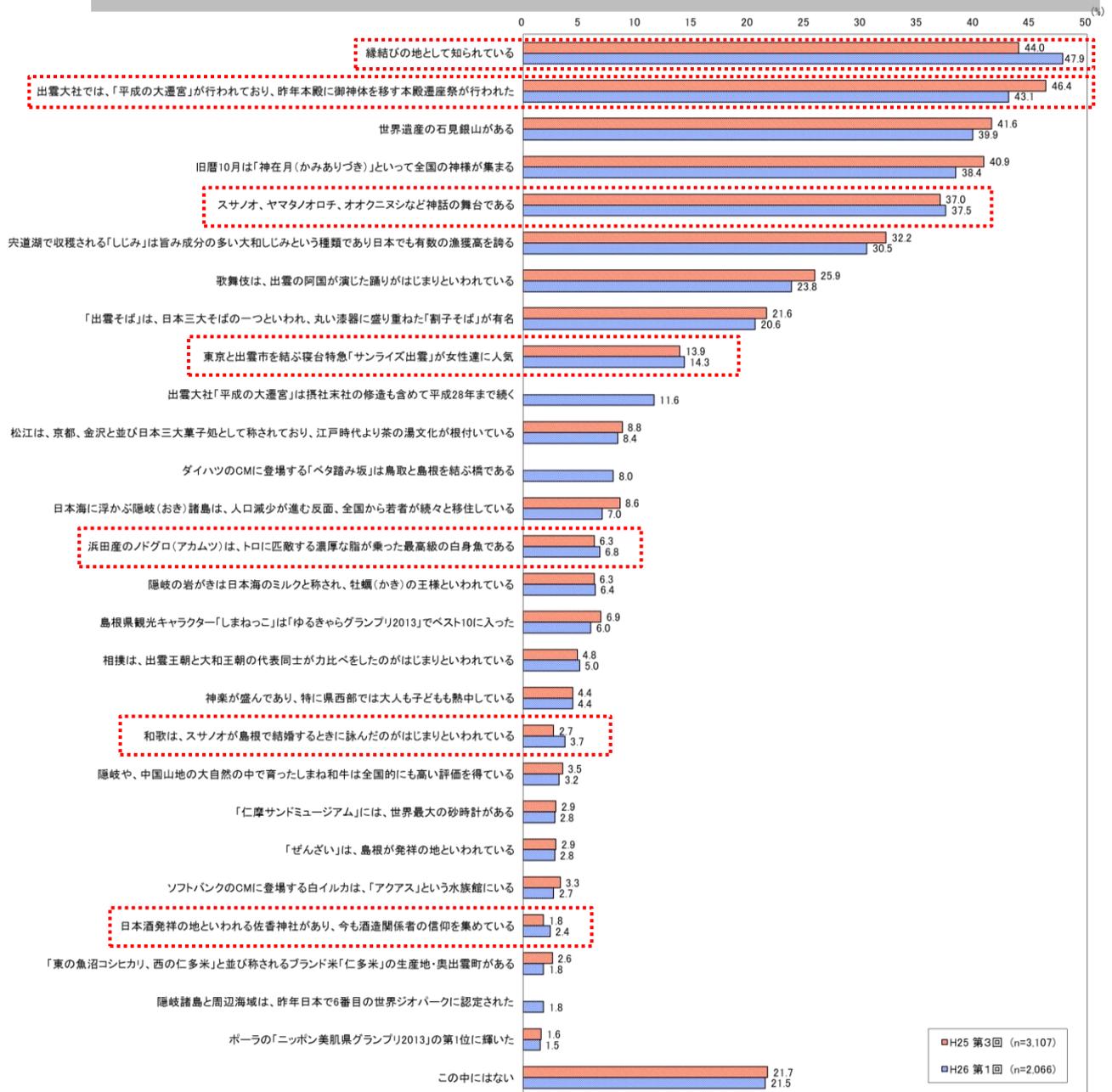
回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

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）

- ・H25年度第3回と比較すると、上位2つの「平成の大遷宮」と「縁結びの地」の順位が逆転し、「縁結びの地」としての認知度が高くなっている。
- ・「スサノオ等の神話の舞台」、「サンライズ出雲」、「ノドグロ」、「和歌発祥の地」、「日本酒発祥の地」はH25年度第3回と比べて認知度が増加している。

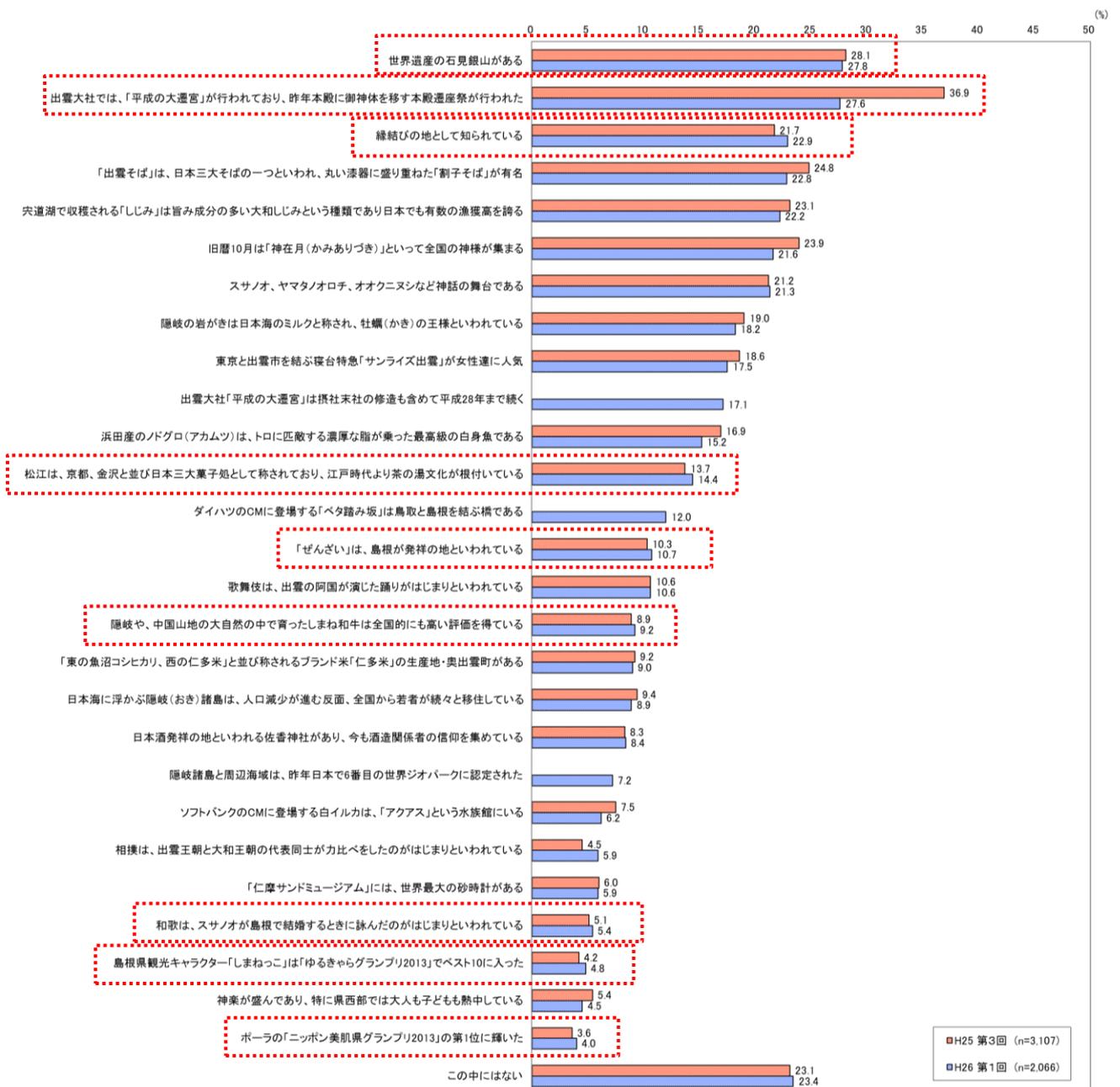


2. 調査結果

【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)

- ・ H25 年度 第 3 回と比較すると、「平成の大遷宮」に対する関心度は 9.3 ポイント減少し、「石見銀山」の関心度とほぼ同等の結果となった。
- ・ 一方、「縁結びの地」、「茶の湯文化」、「ぜんざい発祥の地」、「しまね和牛」、「和歌発祥の地」、「しまねっこのゆるキャラグランプリ 10 位」、「美肌県グランプリ 1 位」は、H25 年度 第 3 回と比べて関心度がやや増加している。



2. 調査結果

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）

- ・認知度と関心度のギャップ（関心度－認知度）が大きい「隠岐の岩がき」、「浜田産のノドグロ」、「ぜんざい」、「仁多米」は「眠れる宝コンテンツ」といえる。
- ・「眠れる宝コンテンツ」は、主にグルメに関するものとなっている。

項目	H25 第3回			H26 第1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	44.0	21.7	▲ 22.3	47.9	22.9	▲ 25.0
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	40.9	23.9	▲ 17.0	38.4	21.6	▲ 16.8
出雲大社では、「平成の大遷宮」が行われており、昨年本殿に御神体を移す本殿遷座祭が行われた	46.4	36.9	▲ 9.5	43.1	27.6	▲ 15.5
出雲大社「平成の大遷宮」は摂社末社の修造も含めて平成28年まで続く	-	-	-	11.6	17.1	5.5
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	37.0	21.2	▲ 15.8	37.5	21.3	▲ 16.2
和歌は、スサノオが島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	2.7	5.1	2.4	3.7	5.4	1.7
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	4.8	4.5	▲ 0.3	5.0	5.9	0.9
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	25.9	10.6	▲ 15.3	23.8	10.6	▲ 13.2
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	1.8	8.3	6.5	2.4	8.4	6.0
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	4.4	5.4	1.0	4.4	4.5	0.1
世界遺産の石見銀山がある	41.6	28.1	▲ 13.5	39.9	27.8	▲ 12.1
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	8.6	9.4	0.8	7.0	8.9	1.9
「仁摩サンドミュージアム」には、世界最大の砂時計がある	2.9	6.0	3.1	2.8	5.9	3.1
東京と出雲市を結ぶ宴会特急「サンライズ出雲」が女性達に人気	13.9	18.6	4.7	14.3	17.5	3.2
ポーラの「ニッポン美肌県グランプリ2012（および2013）」の第1位に輝いた	1.6	3.6	2.0	1.5	4.0	2.5
島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2012（および2013）」でベスト10に入った	6.9	4.2	▲ 2.7	6.0	4.8	▲ 1.2
ソフトバンクのCMに登場する白イルカは、「アクアス」という水族館にいる	3.3	7.5	4.2	2.7	6.2	3.5
ダイハツのCMに登場する「ベタ踏み坂」は鳥取と島根を結ぶ橋である	-	-	-	8.0	12.0	4.0
「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	21.6	24.8	3.2	20.6	22.8	2.2
「ぜんざい」は、島根が発祥の地といわれている	2.9	10.3	7.4	2.8	10.7	7.9
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	6.3	19.0	12.7	6.4	18.2	11.8
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でも有数の漁獲高を誇る	32.2	23.1	▲ 9.1	30.5	22.2	▲ 8.3
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	8.8	13.7	4.9	8.4	14.4	6.0
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	3.5	8.9	5.4	3.2	9.2	6.0
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	6.3	16.9	10.6	6.8	15.2	8.4
「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	2.6	9.2	6.6	1.8	9.0	7.2
隠岐諸島と周辺海域は、昨年日本で6番目の世界ジオパークに認定された	-	-	-	1.8	7.2	5.4
この中にはない	21.7	23.1	1.4	21.5	23.4	1.9

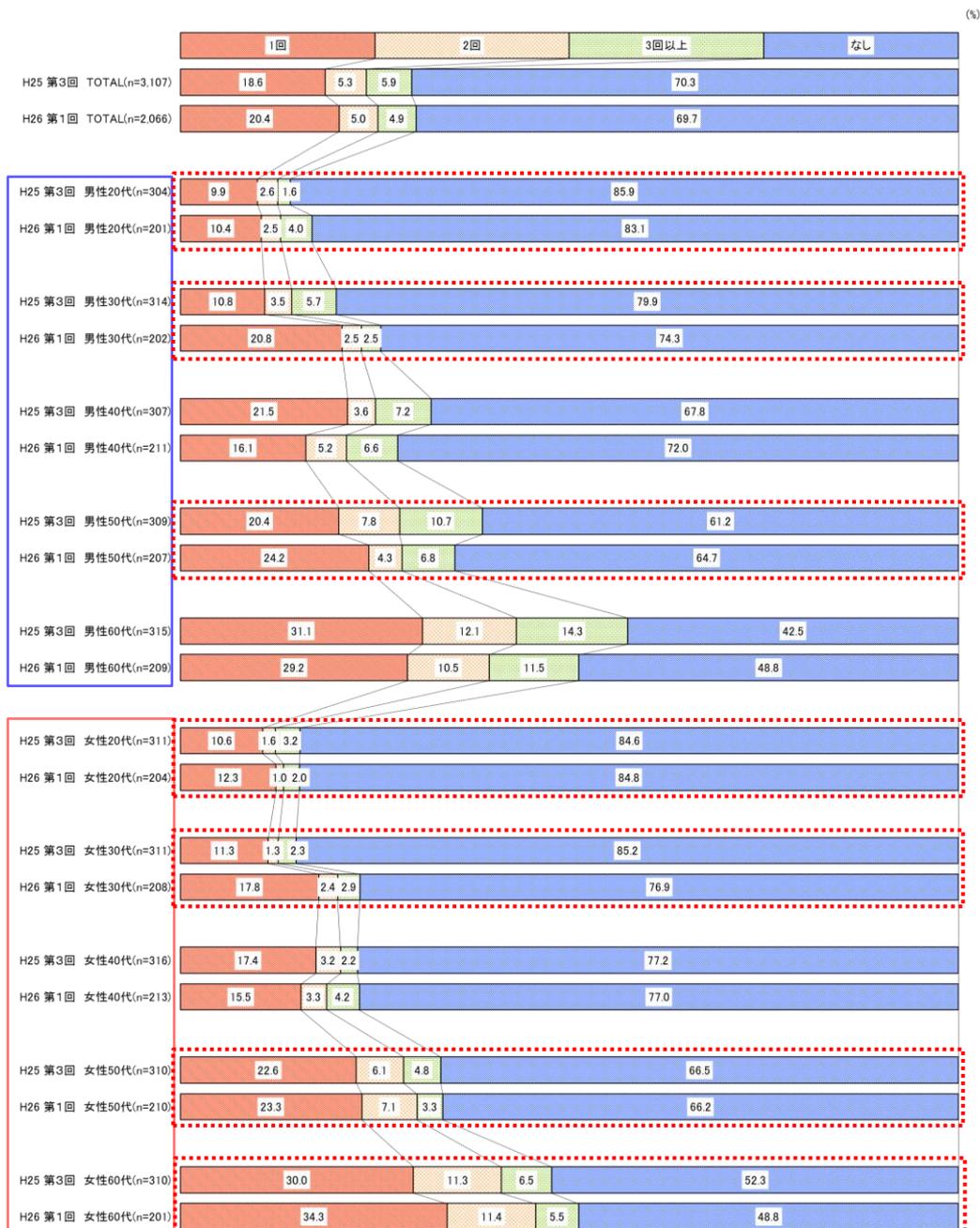
4. 島根県への旅行実績

【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)

- ・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」と回答している。

<セグメント分析>

- ・性別×年代のセグメント別で見ると、女性よりも男性の旅行実績の割合が高い。
- ・H25年度 第3回と比べ、男性は20代・30代・50代で1回でも「行ったことがある」と回答した割合が増加している。女性は40代を除く全世代で1回でも「行ったことがある」と回答した割合が増加している。

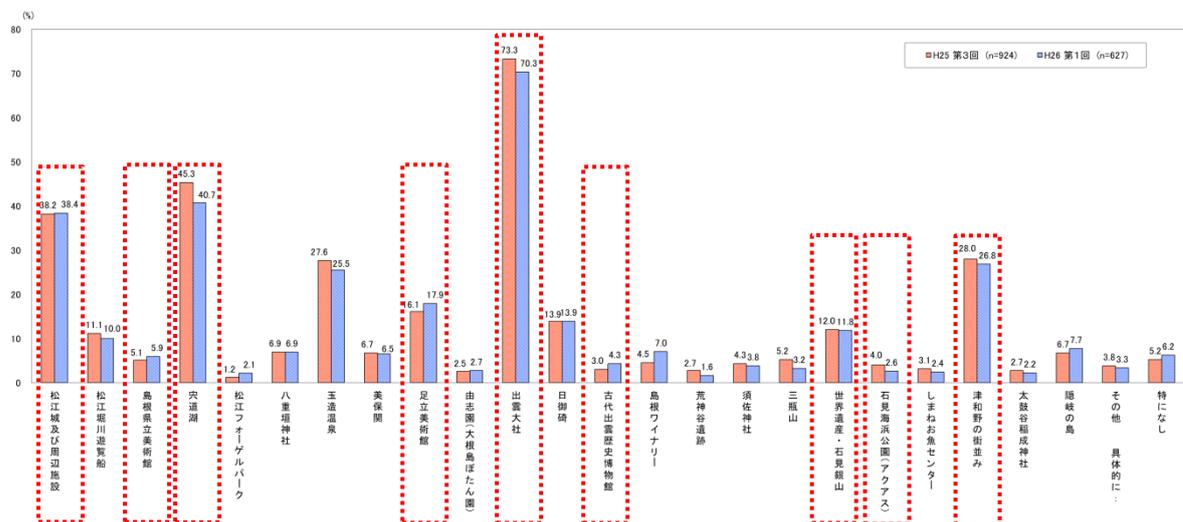


2. 調査結果

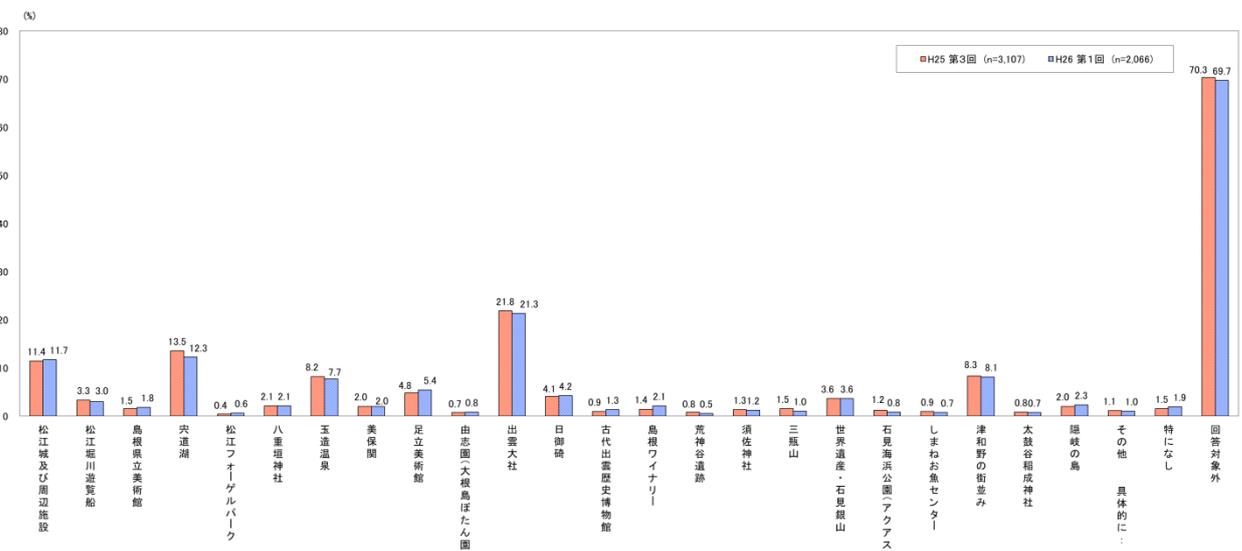
【設問7】設問6で「行ったことがある」と答えた方にお伺いします。どこの観光地や場所に訪れましたか。(回答はいくつでも)

- ・1位「出雲大社」(70.3%)、2位「宍道湖」(40.7%)、3位「松江城及び周辺施設」(38.4%)、4位「津和野の街並み」(26.8%)、5位「玉造温泉」(25.5%) となっており、県西部では唯一、「津和野の街並み」が挙がっている。
- ・松江、出雲の観光地を訪れる割合が高く、県西部にある主要な観光地「石見银山」、「アクアス」等への来訪が少ない。
- ・上位の「出雲大社」、「宍道湖」、「玉造温泉」はH25年度 第3回と比べて減少している。
- ・一方、「島根県立美術館」、「足立美術館」、「古代歴史博物館」などの美術館・博物館を来訪した割合が増加している。

(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=21

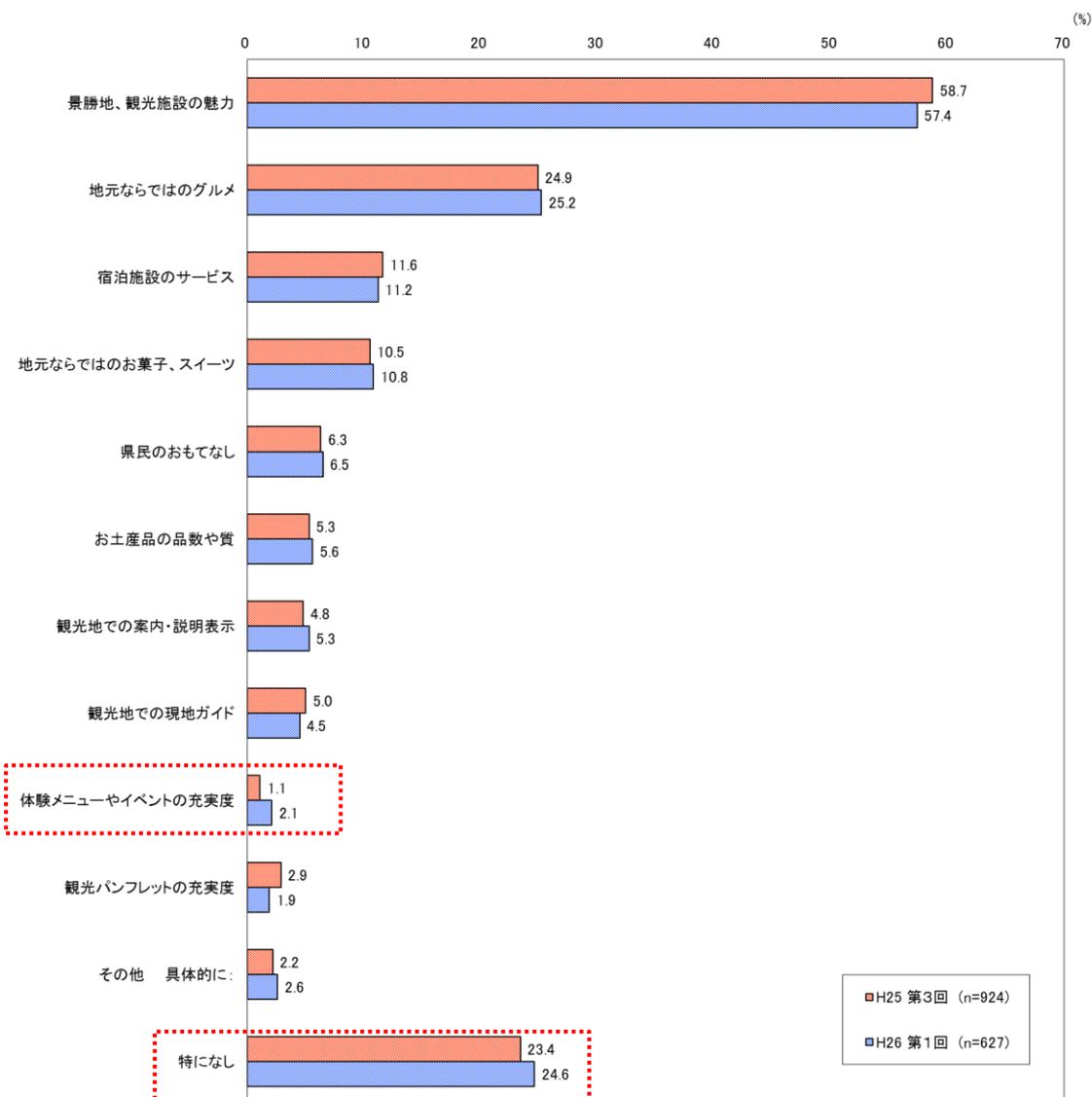
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
レジャー施設	スキー場	1	4.8%	2	9.5%
	出雲ドーム	1	4.8%		
美術館・博物館	仁摩サンドミュージアム	2	9.5%	3	14.3%
	小泉八雲記念館	1	4.8%		
施設	ビール醸造所(地ビール館)	1	4.8%	2	9.5%
	島根大学	1	4.8%		
神社・仏閣	神社	1	4.8%	1	4.8%
歴史	月山富田城	2	9.5%	2	9.5%
地名	出雲横田	1	4.8%	4	19.0%
	津和野	1	4.8%		
	温泉津	1	4.8%		
	頓原	1	4.8%		
海岸・浜辺	浜田海岸(石見海浜公園)	1	4.8%	1	4.8%
その他	一畑電鉄	1	4.8%	6	28.6%
	海の露天風呂	1	4.8%		
	親戚の家	1	4.8%		
	ドーム	1	4.8%		
	両親の知人宅	1	4.8%		
	用事で行ったため観光地は行ってない	1	4.8%		
不明	覚えていない	2	9.5%	2	9.5%
回答数合計				23	-

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

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」(57.4%)が最も多く、次いで「地元ならではのグルメ」(25.2%)、「宿泊施設のサービス」(11.2%)、「地元ならではの菓子、スイーツ」(10.8%)となっている。
- ・「体験メニューやイベントの充実度」がH25年度 第3回と比べてやや増加した。
- ・「特になし」が約2割となっており、島根県への来訪に満足感が得られなかった人も少なくないことが分かる。



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>

- ・男性 20代では H25 年度 第 3 回と比べて「景勝地、観光施設の魅力」の割合が 29.2 ポイントと大幅に増加している。
- ・「宿泊施設のサービス」は 40 代男性で 8.2 ポイント増加している。
- ・「地元ならではのグルメ」は 20 代・30 代・40 代・60 代の男性、20 代・30 代・50 代の女性で高い割合となっている。

		n=	景勝地、 観光施設の魅力	地元ならではの グルメ	宿泊施設の サービス	地元ならではの お菓子、スイーツ	県民のおもてなし	お土産品の 品数や質	観光地での案内・ 説明表示	観光地での 現地ガイド	体験メニューや イベントの充実度	観光パンフレットの 充実度	その他 具体的に：	特になし	(%)
		TOTAL (H25 第3回)	924	58.7	24.9	11.6	10.5	6.3	5.3	4.8	5.0	1.1	2.9	2.2	23.4
		TOTAL (H26 第1回)	627	57.4	25.2	11.2	10.8	6.5	5.6	5.3	4.5	2.1	1.9	2.6	24.6
性別×年代	男性20代	H25 第3回	43	32.6	32.6	9.3	7.0	11.6	7.0	0.0	4.7	2.3	4.7	0.0	30.2
		H26 第1回	34	61.8	32.4	8.8	14.7	8.8	8.8	8.8	5.9	0.0	5.9	0.0	17.6
	男性30代	H25 第3回	63	58.7	33.3	14.3	14.3	7.9	3.2	7.9	3.2	1.6	4.8	3.2	23.8
		H26 第1回	52	46.2	28.8	9.6	5.8	5.8	1.9	3.8	3.8	1.9	0.0	1.9	25.0
	男性40代	H25 第3回	99	50.5	21.2	12.1	3.0	6.1	4.0	1.0	3.0	2.0	2.0	1.0	29.3
		H26 第1回	59	49.2	28.8	20.3	8.5	6.8	5.1	0.0	5.1	1.7	0.0	1.7	33.9
	男性50代	H25 第3回	120	55.8	20.0	8.3	5.8	5.8	2.5	4.2	4.2	0.0	1.7	2.5	28.3
		H26 第1回	73	32.9	19.2	8.2	6.8	8.2	1.4	1.4	1.4	0.0	0.0	2.7	49.3
	男性60代	H25 第3回	181	59.1	23.8	10.5	7.7	5.0	2.8	6.1	3.3	0.6	0.0	1.1	28.7
		H26 第1回	107	57.0	27.1	12.1	7.5	8.4	7.5	6.5	6.5	2.8	0.9	0.9	28.0
	女性20代	H25 第3回	48	52.1	31.3	27.1	27.1	14.6	16.7	10.4	10.4	6.3	6.3	0.0	12.5
		H26 第1回	31	58.1	32.3	9.7	12.9	9.7	6.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	19.4
	女性30代	H25 第3回	46	60.9	34.8	8.7	6.5	8.7	10.9	6.5	8.7	0.0	4.3	2.2	15.2
		H26 第1回	48	66.7	27.1	12.5	14.6	4.2	6.3	8.3	2.1	4.2	6.3	0.0	16.7
	女性40代	H25 第3回	72	58.3	20.8	5.6	16.7	2.8	6.9	2.8	2.8	0.0	4.2	5.6	19.4
		H26 第1回	49	59.2	18.4	10.2	8.2	6.1	12.2	4.1	6.1	2.0	2.0	2.0	24.5
	女性50代	H25 第3回	104	59.6	29.8	11.5	13.5	2.9	5.8	4.8	3.8	1.0	1.9	1.9	24.0
		H26 第1回	71	64.8	28.2	9.9	16.9	9.9	5.6	11.3	5.6	4.2	5.6	8.5	11.3
女性60代	H25 第3回	148	74.3	20.3	13.5	12.8	6.8	5.4	4.7	8.8	0.7	5.4	3.4	14.2	
	H26 第1回	103	73.8	19.4	9.7	14.6	1.0	3.9	5.8	4.9	1.9	1.0	3.9	14.6	

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=16

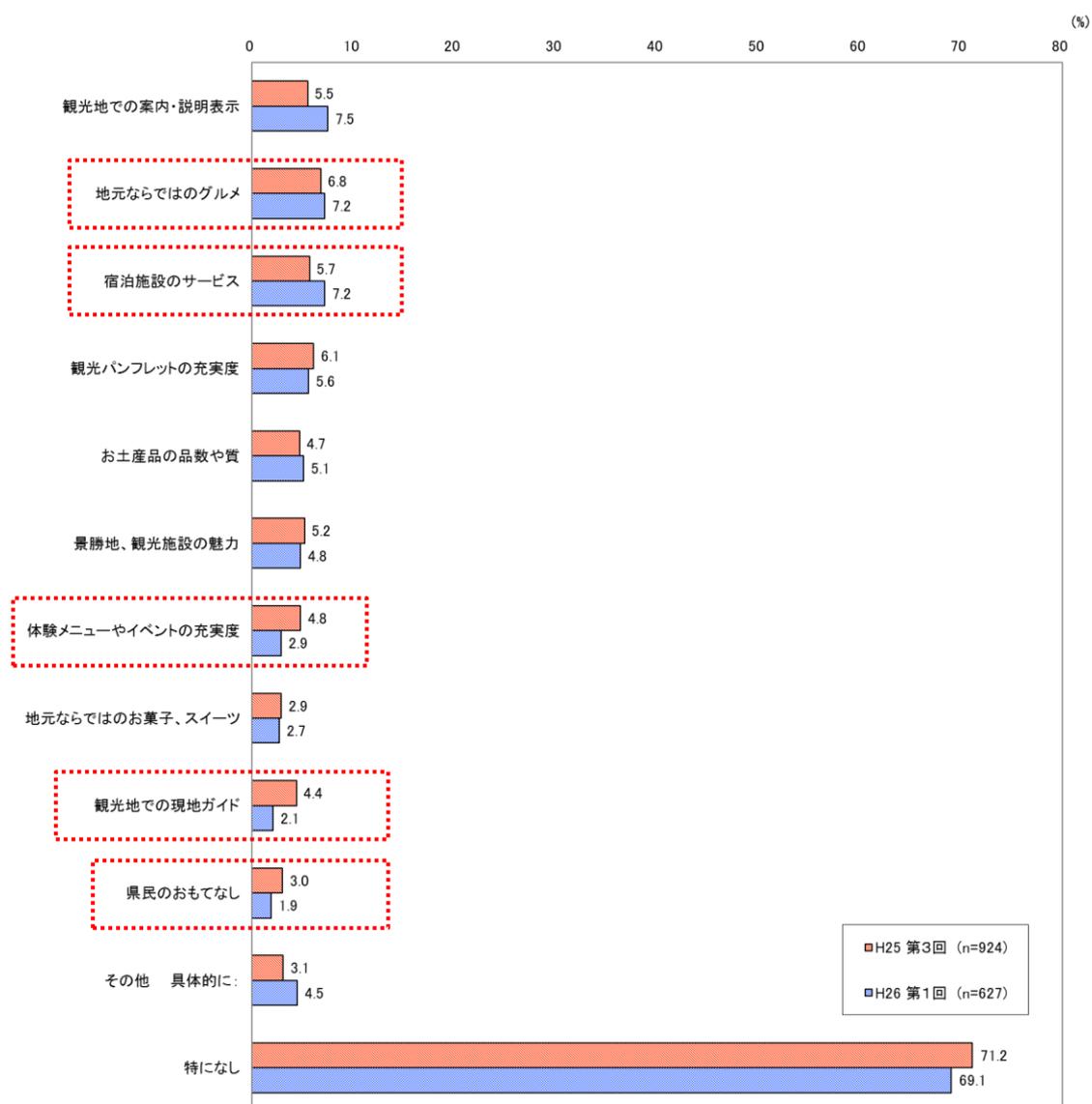
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
レジャー施設	スキー場	1	6.3%	1	6.3%
歴史・文化	神楽	1	6.3%	1	6.3%
温泉	温泉	3	18.8%	3	18.8%
神社・仏閣	出雲大社	2	12.5%	4	25.0%
	出雲大社での結婚式	1	6.3%		
	出雲大社の遷宮	1	6.3%		
名物・料理・食材	出雲そば	1	6.3%	1	6.3%
交通	一畑電鉄	1	6.3%	1	6.3%
土地柄・人柄	暖かく優しい人柄	1	6.3%	1	6.3%
その他	隠岐で水洗トイレが完備	1	6.3%	1	6.3%
不明	覚えていない	3	18.8%	3	18.8%
回答数合計				17	-

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

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か。（回答はいくつでも）

- ・「特になし」が約7割で島根県への来訪に不満を感じていないことがわかる。
- ・【設問8】の満足度において、「地元ならではのグルメ」、「宿泊施設のサービス」は上位であったが、改善してほしいところや不満な点としても上位に挙がっている。
- ・「体験メニューやイベントの充実度」や「観光地での現地ガイド」、「県民のおもてなし」は不満の割合が減少している。
- ・「その他」の具体的な内容としては、「県内の交通の不便さ」や「島根県へのアクセス性の悪さ」など交通に関するものが最も多くなっている。



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>

- ・「地元ならではのグルメ」と「景勝地、観光施設の魅力」は、20代男性の不満足度が最も高い。
- ・「宿泊施設のサービス」は60代男性の不満足度が最も高くなっている。

			観光地での案内・説明表示	地元ならではのグルメ	宿泊施設のサービス	観光パンフレットの充実度	お土産品の品数や質	景勝地、観光施設の魅力	体験メニューやイベントの充実度	地元ならではの菓子、スイーツ	観光地での現地ガイド	県民のおもてなし	その他 具体的に：	特になし	(%)
n=															
TOTAL (H25 第3回)			924	5.5	6.8	5.7	6.1	4.7	5.2	4.8	2.9	4.4	3.0	3.1	71.2
TOTAL (H26 第1回)			627	7.5	7.2	7.2	5.6	5.1	4.8	2.9	2.7	2.1	1.9	4.5	69.1
性別×年代	男性20代	H25 第3回	43	4.7	4.7	4.7	2.3	2.3	7.0	2.3	7.0	2.3	2.3	2.3	74.4
		H26 第1回	34	2.9	11.8	5.9	0.0	5.9	11.8	2.9	0.0	0.0	0.0	5.9	67.6
	男性30代	H25 第3回	63	7.9	11.1	1.6	6.3	6.3	7.9	6.3	1.6	3.2	3.2	3.2	63.5
		H26 第1回	52	5.8	5.8	5.8	7.7	5.8	3.8	1.9	3.8	3.8	5.8	9.6	63.5
	男性40代	H25 第3回	99	6.1	10.1	4.0	4.0	7.1	4.0	3.0	3.0	2.0	2.0	2.0	72.7
		H26 第1回	59	8.5	5.1	8.5	6.8	3.4	5.1	1.7	5.1	0.0	3.4	6.8	71.2
	男性50代	H25 第3回	120	5.0	11.7	10.0	10.0	3.3	6.7	6.7	4.2	5.0	3.3	3.3	64.2
		H26 第1回	73	6.8	6.8	8.2	0.0	2.7	2.7	1.4	4.1	2.7	0.0	2.7	75.3
	男性60代	H25 第3回	181	7.2	6.1	6.1	8.8	6.1	5.5	5.5	3.9	5.0	3.3	2.8	66.9
		H26 第1回	107	11.2	11.2	12.1	10.3	8.4	5.6	4.7	1.9	3.7	3.7	1.9	66.4
	女性20代	H25 第3回	48	10.4	10.4	8.3	8.3	8.3	6.3	6.3	12.5	8.3	6.3	6.3	60.4
		H26 第1回	31	12.9	6.5	3.2	6.5	6.5	3.2	6.5	0.0	0.0	0.0	3.2	58.1
	女性30代	H25 第3回	46	4.3	2.2	4.3	4.3	6.5	4.3	4.3	2.2	4.3	4.3	6.5	73.9
		H26 第1回	48	4.2	10.4	6.3	2.1	8.3	6.3	4.2	8.3	0.0	2.1	8.3	64.6
女性40代	H25 第3回	72	4.2	5.6	5.6	2.8	4.2	4.2	5.6	1.4	4.2	2.8	4.2	73.6	
	H26 第1回	49	4.1	4.1	2.0	4.1	4.1	2.0	2.0	2.0	2.0	0.0	8.2	73.5	
女性50代	H25 第3回	104	2.9	3.8	4.8	5.8	2.9	2.9	1.0	1.0	1.0	0.0	1.9	82.7	
	H26 第1回	71	7.0	7.0	7.0	7.0	4.2	5.6	5.6	1.4	2.8	0.0	2.8	59.2	
女性60代	H25 第3回	148	4.1	3.4	5.4	3.4	2.0	6.1	4.1	0.7	6.1	4.1	2.7	77.0	
	H26 第1回	103	7.8	3.9	5.8	5.8	2.9	3.9	0.0	1.0	1.9	1.9	1.9	79.6	

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=28

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
宿泊施設	高質な宿泊施設	1	3.6%	1	3.6%
交通	交通の便が悪い	16	57.1%	23	82.1%
	公共交通が不便	5	17.9%		
	東京からの遠い	1	3.6%		
	移動時間が退屈	1	3.6%		
その他	隠岐汽船のフェリーのトイレ	1	3.6%	4	14.3%
	活気がない	1	3.6%		
	駐車場や物価が高い	1	3.6%		
	覚えていない	1	3.6%		
回答数合計				28	-

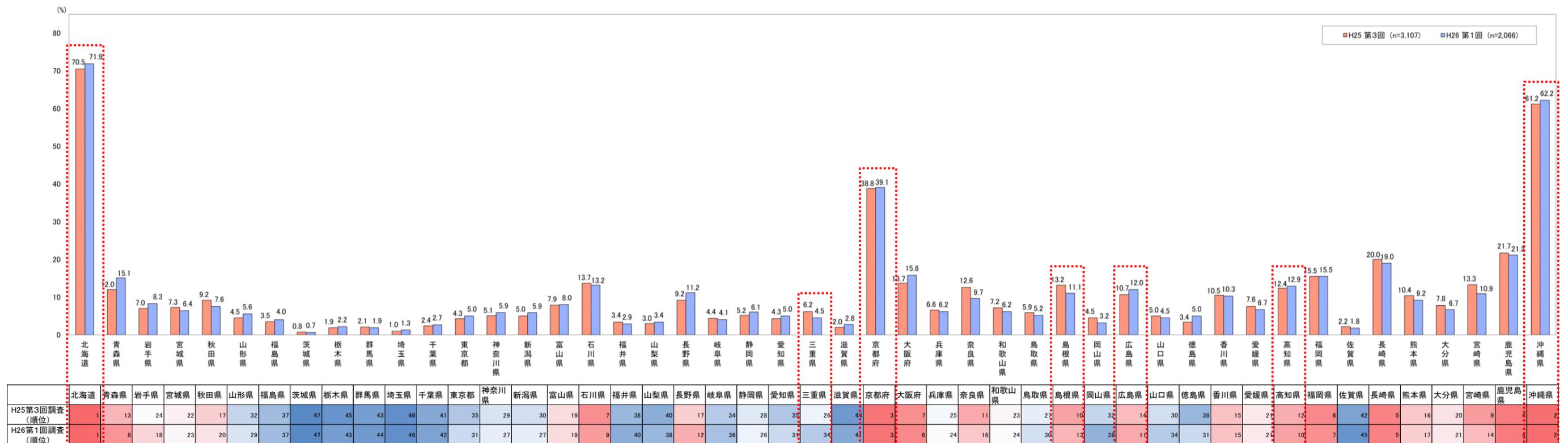
回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

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)

- ・全国で見ると、1位「北海道」、2位「沖縄県」、3位「京都府」の3府県が群を抜いて高く、そのほか四国や九州は比較的人気が高い。
- ・「島根県」はH25年度 第3回調査から3位順位を落とし、第13位となった。「中国・四国地方」では「高知県」、「広島県」に抜かれ、3位となっている。
- ・出雲大社と同じく、遷宮があった伊勢神宮がある「三重県」について、H25年度 第1回以降の順位の変動をみると29位⇒21位⇒26位⇒34位となっており、島根県の順位の変動は11位⇒14位⇒10位⇒13位となっている。

■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）



■H25 第3回調査およびH26 第1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
H25 第3回調査 (n=3,107)	北海道	沖縄県	京都府	鹿児島県	長崎県	福岡県	石川県	大阪府	宮崎県	島根県	第10位 13.2%
H26 第1回調査 (n=2,066)	北海道	沖縄県	京都府	鹿児島県	長崎県	大阪府	福岡県	青森県	石川県	高知県	第13位 11.1%

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>

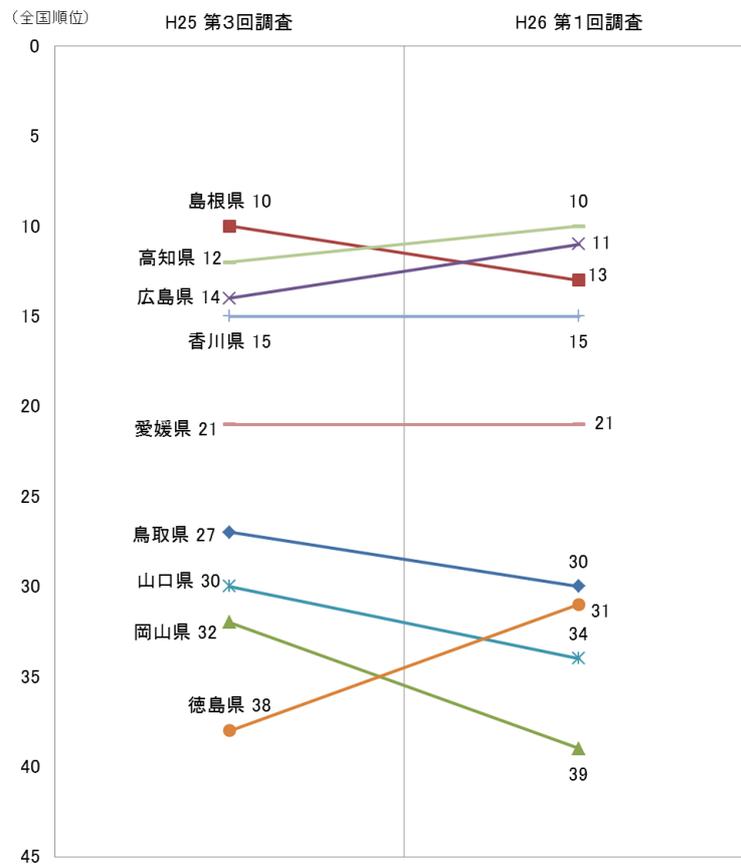
- ・全国順位をみると、60代女性では第7位、60代男性・50代女性では第10位となっており、シニア層からの人気が高い。H25年度第3回と比較すると、20代女性で第17位から第12位と大きく順位が上がっている。
- ・中四国での順位をみると、50代・60代女性と60代男性で第1位、50代男性で第2位となっている。

		n=		島根県				
		TOTAL (H25 第3回)	3,107	13.2	全国順位		中四国順位	
		TOTAL (H26 第1回)	2,066	11.1	H25 第3回調査	H26 第1回調査	H25 第3回調査	H26 第1回調査
性別×年代	男性20代	H25 第3回	304	9.2	第17位	第20位	第4位	第5位
		H26 第1回	201	7.5				
	男性30代	H25 第3回	314	9.2	第15位	第21位	第4位	第4位
		H26 第1回	202	6.9				
	男性40代	H25 第3回	307	12.7	第11位	第11位	第2位	第4位
		H26 第1回	211	12.3				
	男性50代	H25 第3回	309	13.9	第9位	第11位	第1位	第2位
		H26 第1回	207	11.1				
	男性60代	H25 第3回	315	14.9	第8位	第10位	第1位	第1位
		H26 第1回	209	13.9				
	女性20代	H25 第3回	311	8.4	第17位	第12位	第3位	第3位
		H26 第1回	204	11.3				
	女性30代	H25 第3回	311	15.4	第8位	第15位	第1位	第4位
		H26 第1回	208	7.7				
女性40代	H25 第3回	316	13.9	第10位	第16位	第2位	第4位	
	H26 第1回	213	9.9					
女性50代	H25 第3回	310	17.4	第6位	第10位	第1位	第1位	
	H26 第1回	210	13.3					
女性60代	H25 第3回	310	16.5	第8位	第7位	第1位	第1位	
	H26 第1回	201	16.9					

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
H25 第3回調査(n=3,107)	5.9%	13.2%	4.5%	10.7%	5.0%	3.4%	10.5%	7.6%	12.4%
全国順位	27	10	32	14	30	38	15	21	12
中国・四国地方内順位	6	1	8	3	7	9	4	5	2
H26 第1回調査(n=2,066)	5.2%	11.1%	3.2%	12.0%	4.5%	5.0%	10.3%	6.7%	12.9%
全国順位	30	13	39	11	34	31	15	21	10
中国・四国地方内順位	6	3	8	2	7	7	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くらいと思いますか。

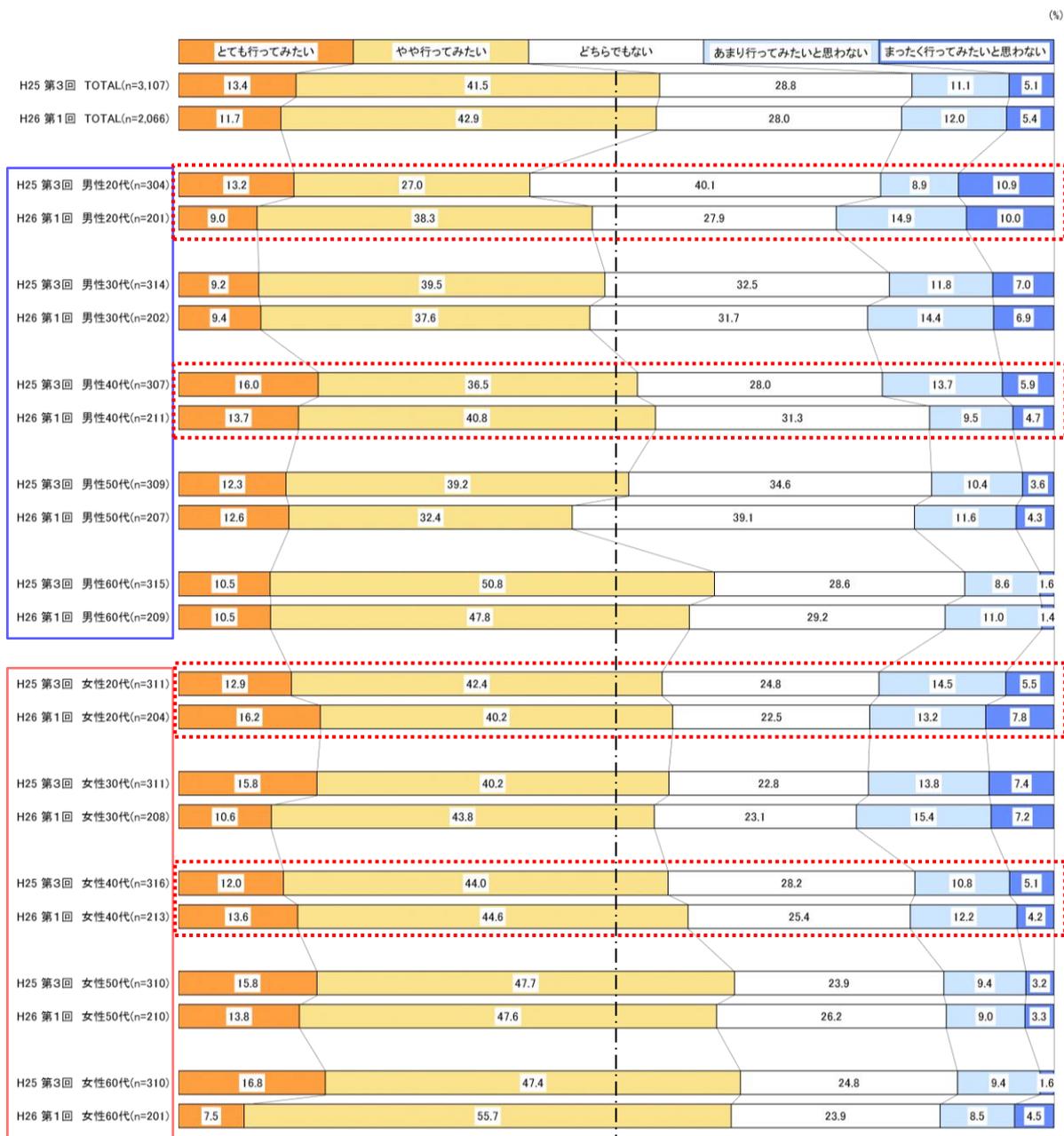
(回答は1つ)

- ・全体では、「とても行ってみたくらい」、「やや行ってみたくらい」と回答した人は全体の約半数を占めている。

<セグメント分析>

- ・性別×年代セグメント別で見ると、20代・40代男女の「とても行ってみたくらい」と「やや行ってみたくらい」の合計の割合がH25年度 第3回より増加している。

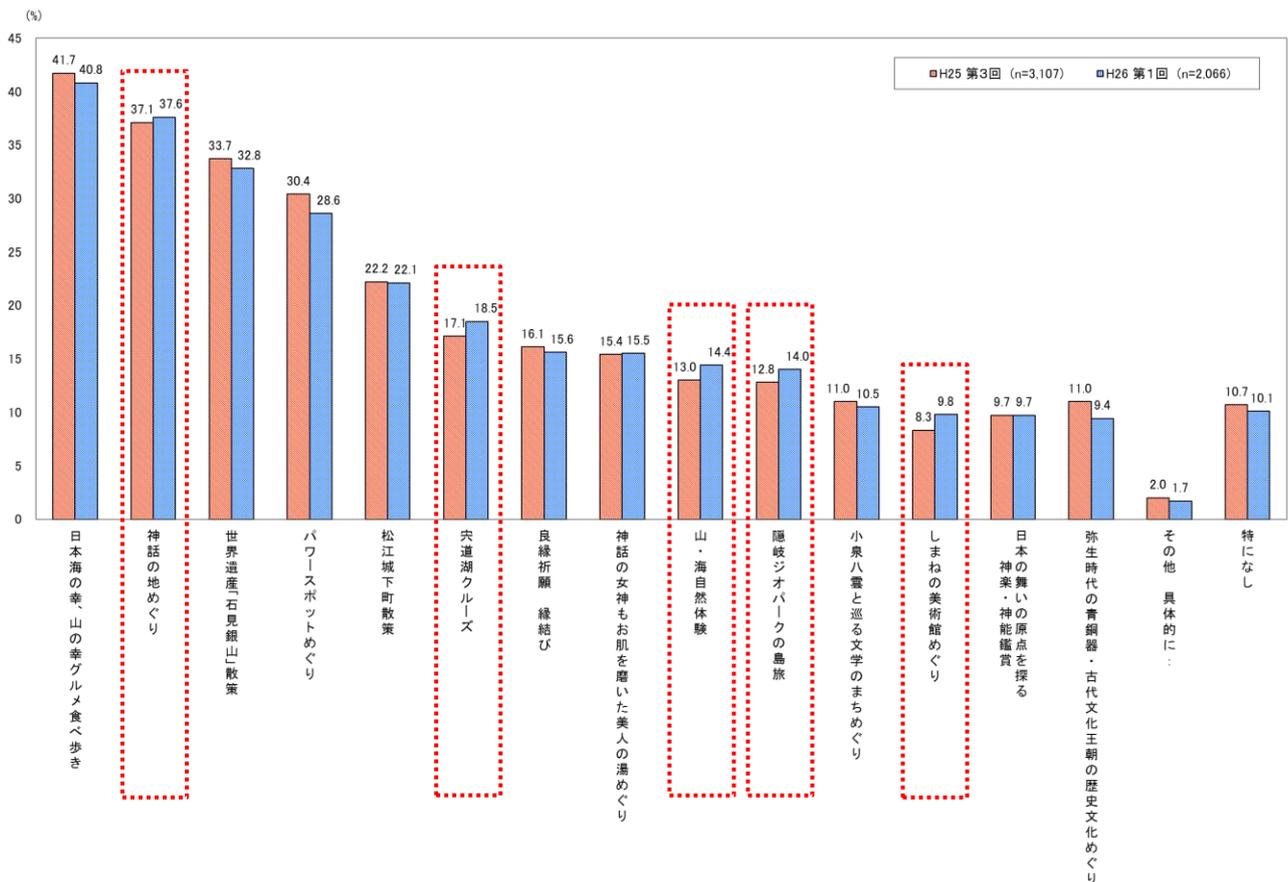
- ・女性は全ての年代で「とてもとても行ってみたくらい」、「やや行ってみたくらい」と回答した人の割合の合計が半数以上を占めている。



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」、「神話の地めぐり」、「石見銀山散策」、「パワースポットめぐり」が上位となっている。
- ・H25年度第3回と比べると、「神話の地めぐり」、「宍道湖クルーズ」、「山・海自然体験」、「隠岐ジオパークの島旅」、「しまねの美術館めぐり」が増加傾向にある。
- ・一方、「日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き」、「石見銀山散策」、「パワースポットめぐり」、「弥生時代の青銅器・古代文化王朝の歴史文化めぐり」は減少傾向にある。



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>

- ・20代女性は「パワースポットめぐり」と「日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き」の割合が最も高く、次いで「神話の地めぐり」の割合が高い。
- ・30代女性では「日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き」の割合が最も高くなっている。
- ・男性はいずれの年代も「日本海・山の幸グルメ食べ歩き」や「神話の地めぐり」、「石見銀山散策」等に魅力を感じている。
- ・「しまねの美術館めぐり」は60代女性、「美人の湯めぐり」は20代・30代女性からの人気度が高い。

		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	松江城下町散策	宍道湖クルーズ	良縁祈願 縁結び	神話の女神もお肌を磨いた美人の湯めぐり	山・海自然体験	隠岐ジオパークの鳥旅	小泉八雲と巡る文学のまちめぐり	しまねの美術館めぐり	日本の舞いの原点を探る 神楽・神能鑑賞	弥生時代の青銅器・古代文 化王朝の歴史文化めぐり	その他 具体的に：	特になし
TOTAL (H25 第3回)		2,602	41.7	37.1	33.7	30.4	22.2	17.1	16.1	15.4	13.0	12.8	11.0	8.3	9.7	11.0	2.0	10.7
TOTAL (H26 第1回)		1,707	40.8	37.6	32.8	28.6	22.1	18.5	15.6	15.5	14.4	14.0	10.5	9.8	9.7	9.4	1.7	10.1
男性20代	H25 第3回	244	27.9	29.5	20.1	23.0	9.8	7.4	20.9	5.7	16.0	6.1	5.3	4.5	4.9	7.8	0.4	24.6
	H26 第1回	151	32.5	31.1	34.4	27.2	21.9	11.3	28.5	6.0	18.5	10.6	5.3	7.3	8.6	5.3	1.3	18.5
男性30代	H25 第3回	255	39.2	34.9	33.7	25.9	17.6	12.5	23.5	7.8	14.5	11.8	9.4	2.0	7.5	11.4	3.1	15.7
	H26 第1回	159	31.4	37.1	31.4	27.7	13.8	16.4	13.8	5.7	19.5	10.1	10.7	3.8	8.8	8.8	1.3	11.3
男性40代	H25 第3回	247	35.6	34.8	35.2	27.1	15.8	17.8	11.3	6.5	13.8	13.4	6.5	3.2	4.0	10.5	4.0	15.4
	H26 第1回	181	39.8	37.6	34.3	23.2	16.0	23.2	9.9	4.4	12.7	14.9	5.0	3.9	6.6	9.4	2.2	11.0
男性50代	H25 第3回	266	38.3	44.4	32.7	20.7	18.8	21.8	7.9	7.9	10.2	16.2	7.1	5.6	7.9	16.2	1.1	12.4
	H26 第1回	174	38.5	36.8	33.3	23.0	21.8	20.1	8.0	5.7	12.6	12.1	9.2	6.3	7.5	9.8	1.1	14.4
男性60代	H25 第3回	283	50.5	36.7	38.5	14.8	33.9	22.6	2.8	9.2	12.4	16.6	11.3	13.1	7.1	14.8	1.4	9.2
	H26 第1回	183	44.3	45.9	35.5	11.5	31.7	24.6	4.4	8.7	12.0	17.5	10.9	7.7	6.6	15.3	1.1	9.8
女性20代	H25 第3回	249	37.3	31.7	30.1	43.0	16.9	8.4	41.8	28.9	18.5	8.8	10.8	10.4	13.7	11.6	1.6	6.8
	H26 第1回	161	39.8	37.3	24.2	39.8	15.5	6.8	36.0	32.9	21.1	9.9	11.8	9.3	12.4	5.6	0.6	10.6
女性30代	H25 第3回	245	47.8	36.7	29.8	49.4	16.3	13.5	25.7	28.6	14.7	9.0	9.0	5.7	11.8	4.9	4.1	5.7
	H26 第1回	161	49.7	36.0	31.1	40.4	17.4	18.6	25.5	29.2	14.9	12.4	6.2	8.7	11.8	9.9	1.2	5.6
女性40代	H25 第3回	266	45.9	35.7	36.8	44.4	19.9	18.0	14.3	21.1	12.0	12.0	12.4	8.6	12.4	10.9	1.1	7.5
	H26 第1回	178	36.5	35.4	25.8	49.4	18.0	15.2	18.5	23.0	12.4	11.8	9.6	9.6	10.7	9.0	3.4	8.4
女性50代	H25 第3回	271	45.4	43.9	37.6	36.9	30.6	21.8	8.5	21.8	10.0	17.3	12.2	10.7	11.4	9.2	1.5	4.1
	H26 第1回	184	46.2	43.5	35.9	29.3	28.8	25.5	10.9	22.3	10.3	18.5	14.1	17.4	12.5	8.2	2.7	7.1
女性60代	H25 第3回	276	46.4	40.9	39.9	21.0	38.4	25.0	8.7	16.7	8.7	14.9	23.9	17.4	15.6	12.0	1.8	7.2
	H26 第1回	175	48.0	33.7	41.1	16.6	34.3	20.6	5.1	17.1	12.0	20.6	21.1	23.4	12.0	12.0	1.7	5.7

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=26

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	しまねっこ	1	3.8%	1	3.8%
ロケ地・作品の舞台	ゲゲゲの女房のまち安来	1	3.8%	2	7.7%
	アニメの聖地	1	3.8%		
美術館・博物館	仁摩サンドミュージアム	1	3.8%	1	3.8%
	足立美術館	1	3.8%	1	3.8%
美術館・博物館／街並み	足立美術館+津和野	1	3.8%	1	3.8%
神社・仏閣	出雲大社	6	23.1%	7	26.9%
	一畑薬師	1	3.8%		
神話・歴史	平成の大遷宮	1	3.8%	1	3.8%
	和菓子づくり	2	7.7%		
名物・料理・食材	そば打ち	1	3.8%	4	15.4%
	地酒イベント	1	3.8%		
	温泉	3	11.5%		
交通	一畑電鉄／鉄道	3	11.5%	3	11.5%
自然	釣り	1	3.8%	1	3.8%
その他	ランニング	1	3.8%	3	11.5%
	ペット同伴可能施設が多い	1	3.8%		
	全部	1	3.8%		
回答数合計				28	-

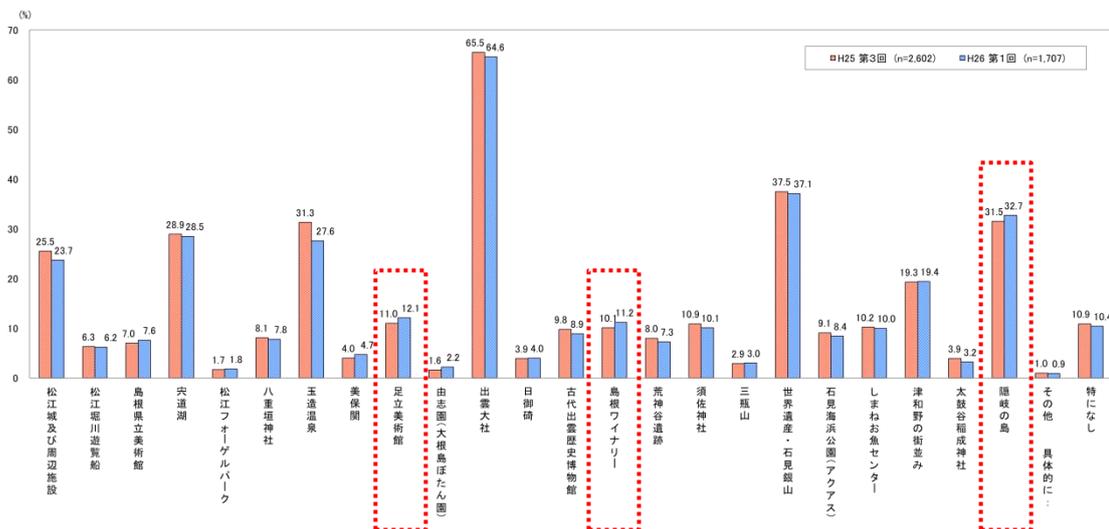
回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

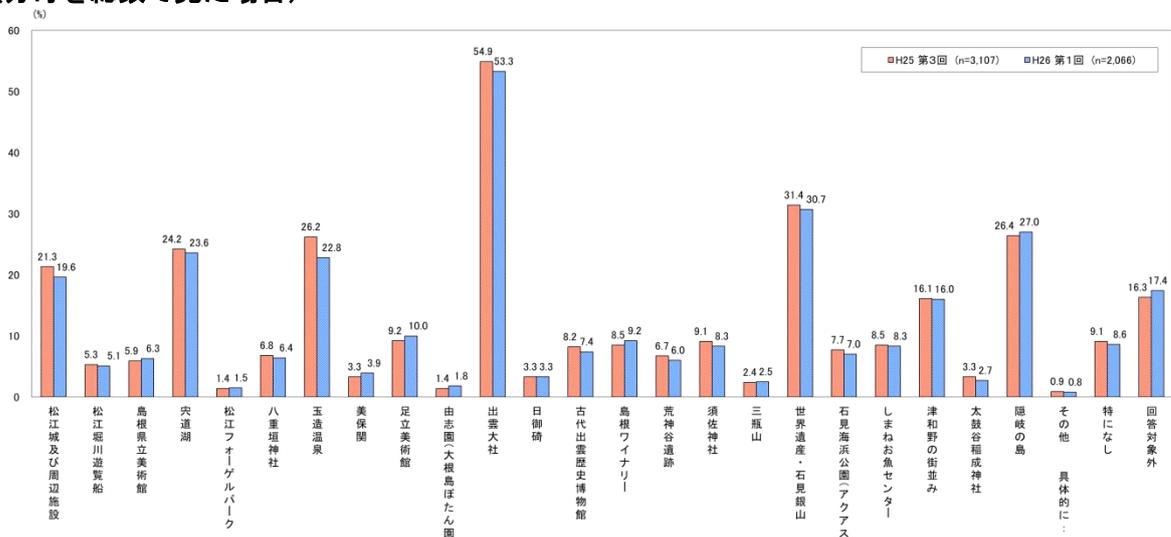
【設問13】設問11で「とても行ってみたい」「やや行ってみたい」「どちらでもない」と答えた方にお伺いします。島根県のどこへ行ってみたいと思いますか。（回答はいくつでも）

- ・「出雲大社」が最も高く、「世界遺産・石見银山」、「隠岐の島」、「玉造温泉」、「宍道湖」が上位となっている。
- ・人気のある観光地が県東部に集中しており、県西部の観光地への来訪意向が低くなっている。
- ・H25年度第3回と比べると、上位である「松江城及び周辺施設」と「玉造温泉」は減少傾向にある。一方、「足立美術館」、「島根ワイナリー」、「隠岐の島」は増加傾向にある。

（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>

- ・「アクアス」や「島根ワイナリー」の割合が20～50代女性で高くなっており、「八重垣神社」は20代と50代女性からの人気が高い。
- ・「足立美術館」や「石見銀山」、「隠岐の島」は60代男女からの人気が高い。
- ・「宍道湖」は60代男性の人気が高い。

n=		松江城及び周辺施設	松江堀川遊覧船	島根県立美術館	宍道湖	松江フォーゲルパーク	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	島根ワイナリー	荒神谷遺跡	須佐神社	三瓶山	世界遺産・石見銀山	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	大鼓谷稲成神社	隠岐の島	その他 具体的に：	特になし	(%)
TOTAL (H25 第3回)		2,602	25.5	6.3	7.0	28.9	1.7	8.1	31.3	4.0	11.0	1.6	65.5	3.9	9.8	10.1	8.0	10.9	2.9	37.5	9.1	10.2	19.3	3.9	31.5	1.0	10.9
TOTAL (H26 第1回)		1,707	23.7	6.2	7.6	28.5	1.8	7.8	27.6	4.7	12.1	2.2	64.6	4.0	8.9	11.2	7.3	10.1	3.0	37.1	8.4	10.0	19.4	3.2	32.7	0.9	10.4
男性20代	H25 第3回	244	16.0	3.7	4.5	13.1	1.2	3.7	13.5	2.0	2.5	1.2	55.7	1.6	7.8	6.6	6.1	7.0	1.6	25.0	4.9	8.6	2.9	2.0	18.4	0.8	27.9
	H26 第1回	151	27.2	4.6	7.9	19.2	4.0	4.0	19.9	2.6	7.9	2.0	62.3	4.0	6.6	9.9	9.9	6.6	0.7	37.1	8.6	7.9	8.6	3.3	26.5	1.3	18.5
男性30代	H25 第3回	255	26.3	7.5	4.7	29.4	2.7	8.6	22.4	5.1	3.5	2.0	60.8	3.9	7.1	8.2	7.5	9.4	2.7	35.3	10.2	11.8	7.8	4.7	27.5	1.6	17.3
	H26 第1回	159	27.7	2.5	3.8	25.2	1.3	10.1	21.4	3.1	5.0	1.3	62.9	2.5	7.5	9.4	10.1	8.8	3.8	33.3	5.0	6.3	9.4	2.5	25.8	0.6	11.9
男性40代	H25 第3回	247	25.9	4.0	2.4	30.8	1.6	4.9	22.3	3.6	4.9	0.0	62.8	1.6	8.1	9.3	4.0	8.9	4.9	38.5	8.1	12.1	13.4	2.8	29.1	1.2	13.4
	H26 第1回	181	21.0	6.1	6.1	33.7	2.8	6.1	17.1	3.9	5.0	1.1	68.0	5.5	10.5	10.5	6.6	10.5	2.2	40.3	6.1	13.3	9.9	3.3	30.4	0.6	12.7
男性50代	H25 第3回	266	24.8	4.9	6.8	37.2	0.8	6.0	30.1	3.4	6.4	0.0	68.0	3.4	11.3	8.3	9.8	13.5	3.0	36.1	9.0	8.6	19.5	2.3	35.0	0.4	9.8
	H26 第1回	174	25.9	4.6	5.7	35.1	0.0	3.4	27.0	4.0	8.6	0.6	63.2	5.2	9.2	6.9	6.9	8.0	2.9	39.1	2.9	13.2	19.0	3.4	33.3	0.6	13.2
男性60代	H25 第3回	283	32.9	7.4	9.5	36.0	1.8	5.7	42.0	6.0	19.4	1.1	58.3	5.3	13.1	7.1	9.9	9.9	3.5	41.3	3.5	10.6	30.4	2.5	40.6	1.1	8.1
	H26 第1回	183	29.5	6.6	7.7	39.9	1.1	3.8	31.7	10.9	15.8	0.5	56.3	6.0	10.4	6.0	6.0	10.9	6.0	41.0	5.5	13.7	31.7	1.6	39.9	1.1	7.7
女性20代	H25 第3回	249	26.1	5.6	9.2	13.7	3.2	14.5	27.7	3.6	9.2	2.8	71.5	2.8	10.0	10.4	9.2	10.0	2.8	37.3	14.5	7.6	6.8	6.8	20.1	1.2	11.6
	H26 第1回	161	23.0	11.2	9.9	11.2	3.1	11.8	23.6	1.9	8.1	8.1	68.9	3.7	8.7	12.4	11.2	13.7	4.3	38.5	13.0	8.1	11.2	4.3	28.0	1.2	11.2
女性30代	H25 第3回	245	22.9	7.8	6.1	21.2	0.8	7.8	30.6	2.0	10.6	1.2	77.1	2.0	9.8	12.7	5.7	9.4	0.4	35.5	11.0	10.6	12.2	4.5	29.4	0.8	6.9
	H26 第1回	161	21.7	5.0	6.2	19.9	2.5	9.3	26.7	3.1	9.9	1.2	67.1	3.1	8.7	19.3	6.2	14.9	1.9	30.4	11.8	11.8	8.7	2.5	29.2	1.9	10.6
女性40代	H25 第3回	266	24.1	4.9	5.6	29.7	1.1	6.8	32.0	2.6	6.4	1.1	68.8	3.0	8.3	13.5	7.1	12.4	0.8	41.4	15.4	9.4	19.5	3.4	31.2	0.8	7.5
	H26 第1回	178	14.6	6.2	5.1	22.5	1.1	7.3	34.3	3.9	11.8	2.2	70.8	2.8	3.9	10.7	3.9	10.1	2.8	29.8	10.7	5.1	16.9	3.9	29.2	0.6	10.1
女性50代	H25 第3回	271	22.9	6.3	7.7	31.4	1.8	10.7	43.5	4.4	16.2	1.8	73.8	5.2	10.7	13.3	8.9	14.8	3.0	43.5	8.9	12.2	33.2	4.8	34.3	1.8	3.7
	H26 第1回	184	23.9	8.2	10.3	39.7	1.6	12.0	34.8	3.8	14.1	1.1	67.9	3.8	12.0	17.4	5.4	9.8	2.2	39.7	15.8	13.6	30.4	1.6	37.0	1.1	6.0
女性60代	H25 第3回	276	31.5	10.9	12.7	42.4	2.2	12.7	44.6	6.5	27.9	4.7	59.1	9.4	11.6	12.0	11.2	13.0	5.8	39.9	6.5	10.1	41.3	5.4	45.7	0.7	4.7
	H26 第1回	175	23.4	6.9	13.1	34.3	1.1	10.3	37.1	8.6	33.1	4.6	58.3	3.4	10.9	9.7	7.4	7.4	2.9	41.1	5.1	6.3	43.4	5.7	45.1	0.6	4.0

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(%)
キャラクター・著名人	秘密結社 鷹の爪ゆかりの地	1	6.3%	1	6.3%
	ベタ踏み坂	1	6.3%		
ロケ地・作品の舞台	天然コケッコーゆかりの地	1	6.3%	3	18.8%
	アニメの聖地	1	6.3%		
	仁摩サンドミュージアム	1	6.3%		
博物館・美術館	仁摩サンドミュージアム	1	6.3%	1	6.3%
	神社・仏閣	1	6.3%	2	12.5%
前回行けなかった神社	1	6.3%			
神話・歴史	森林太郎(森鷗外)の関連地	1	6.3%	3	18.8%
	小泉八雲旧家	1	6.3%		
	稲佐の浜	1	6.3%		
名物・料理・食材	美味しいものがあるところ	1	6.3%	2	12.5%
	酒蔵	1	6.3%		
交通	一畑電鉄	2	12.5%	2	12.5%
その他	全部	2	12.5%	3	18.8%
	元同僚の居住地	1	6.3%		
回答数合計				17	-

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

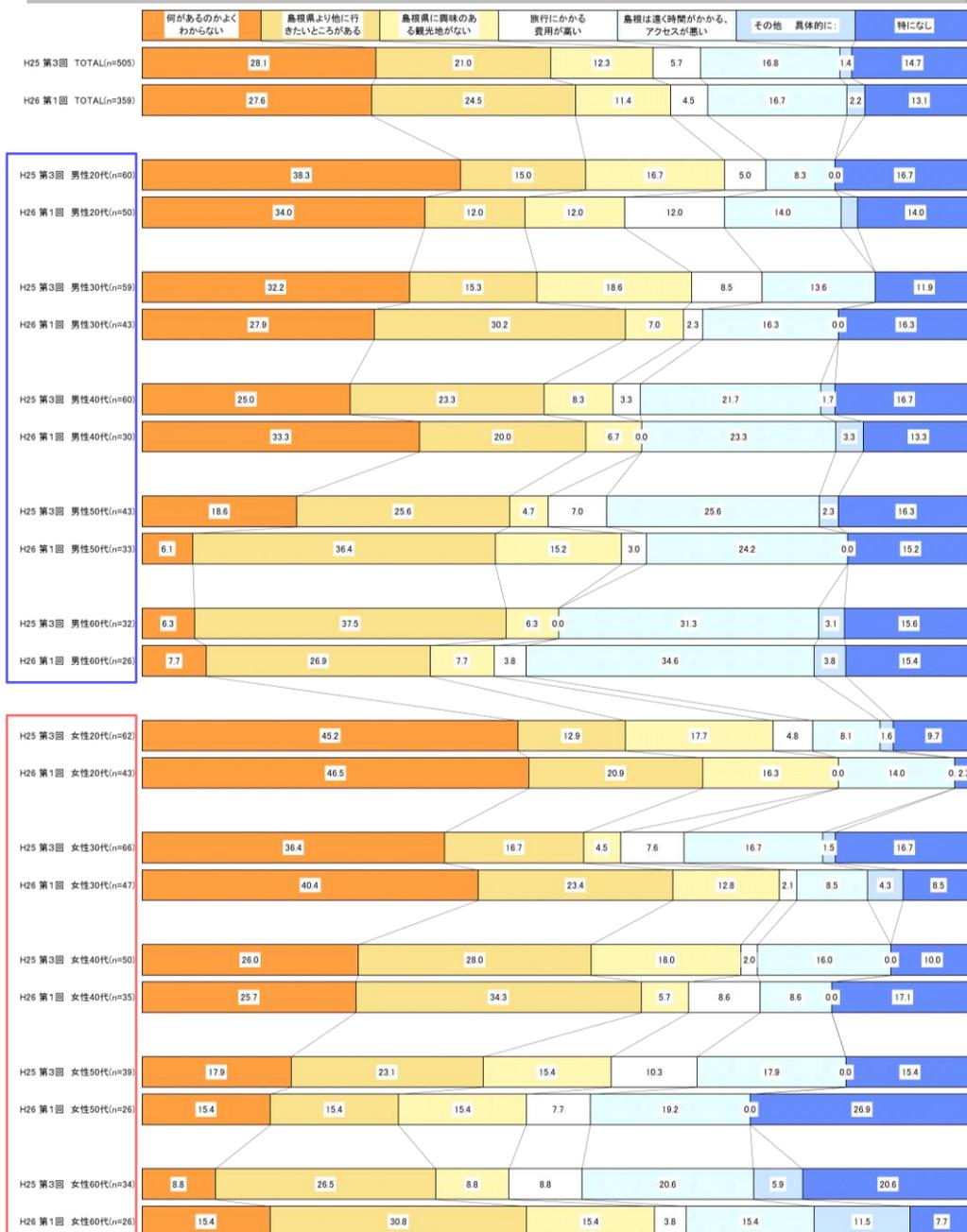
2. 調査結果

【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」、「アクセスが悪い」となっている。

<セグメント分析>

- ・若い世代ほど「何があるのかよくわからない」の割合が高いが、年齢層が高くなるにつれてその割合が減少している。
- ・40代・60代男性と20代・30代・60代女性ではH25年度第3回と比べて「何があるのかよくわからない」の割合が増加している。
- ・男性は20代・60代、女性は40代で「アクセスが悪い」と回答した人の割合が増加している。



■ 「行きたくない理由：その他」の自由回答

N=8

項目	件数
2回宿泊して隔々まで観光したから	1
ごはんがまずい	1
自身が外国人のため見当がつかない	1
関西以西に魅力を感じない	1
気候が暑い	1
仕事で何度も出張したから	1
食べたいものや、話題性に乏しい	1
旅行自体をあまりしない	1
回答数合計	8

6. 島根県の情報接触度

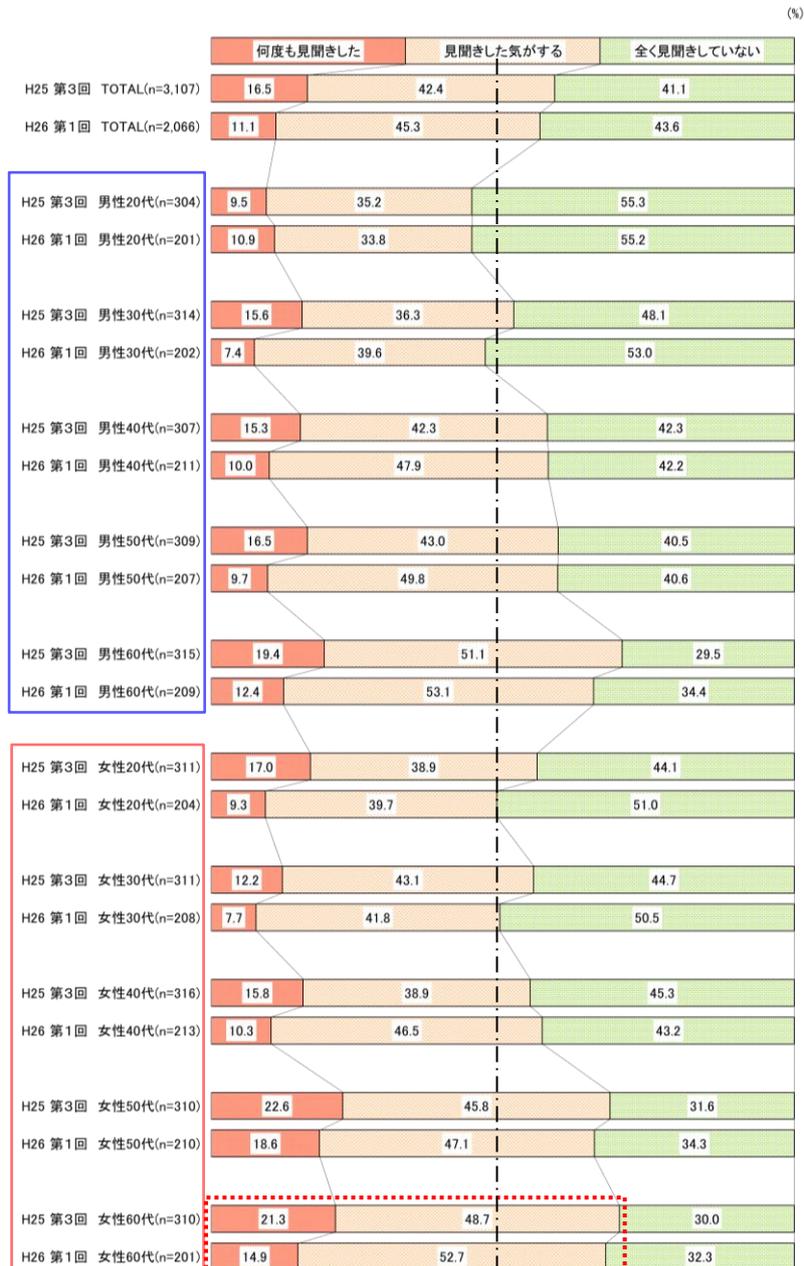
【設問 15】 過去 1 年間に、島根県に関する情報を見聞きしたことがありますか。

(回答は 1 つ)

- ・ H25 年度 第 3 回と比較して概ね同様な傾向であり、全体では、「何度も見聞きした」と回答した人は 1 割程度で、「見聞きした気がする」も含めると、半数を超える。
- ・ H25 年度 第 3 回と比較すると、「何度も見聞きした」および「見聞きした気がする」の割合が減少傾向にある。

<セグメント分析>

- ・ 男女ともに年齢が高くなるにつれて「何度も見聞きした」と「見聞きした気がする」の割合が高くなっており、60代女性が最も高い割合となっている。



参考2

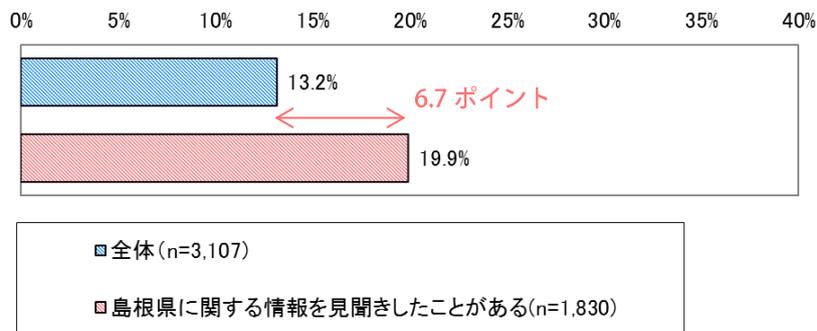
島根県に関する情報接触経験の比較分析

- (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

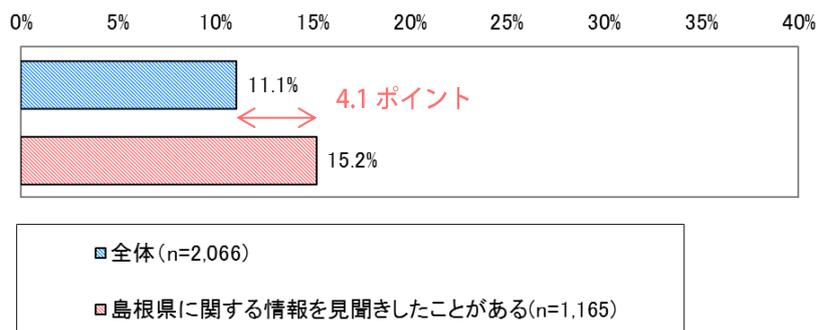
(1) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析

- ・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。
- ・分母が全体の場合、H25年度 第3回 13.2%、今回 11.1%と、2.1ポイント減少している。
- ・島根県に関する情報接触者（過去1年間）の場合は、H25年度 第3回 19.9%、今回 15.2%と4.7ポイント減少している。
- ・情報接触者（過去1年間）と全体では、島根県への来訪意向に約4.0~7.0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。

行ってみたい都道府県：島根県（H25 第3回調査）



行ってみたい都道府県：島根県（H26 第1回調査）

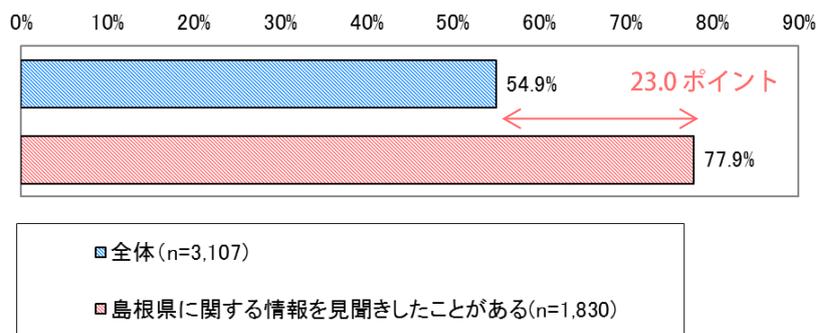


2. 調査結果

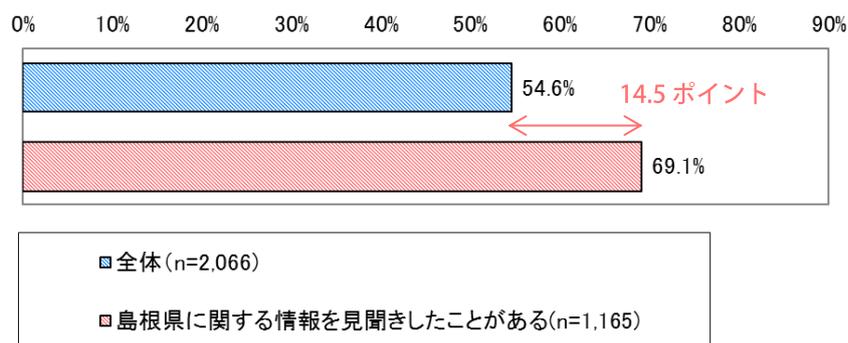
(2) 島根県への今後の旅行意向（設問 1 1）との比較分析

- 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。
- 分母が全体の場合、H25 年度 第 3 回 54.9%、今回 54.6%と、0.3 ポイント減少している。
- 島根県に関する情報接触者（過去1年間）の場合も、H25 年度 第 3 回 77.9%、今回 69.1%で 8.8 ポイント減少している。
- 情報接触者（過去1年間）と全体では、今後の旅行意向に約 14.0~23.0 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(H25 第3回調査)



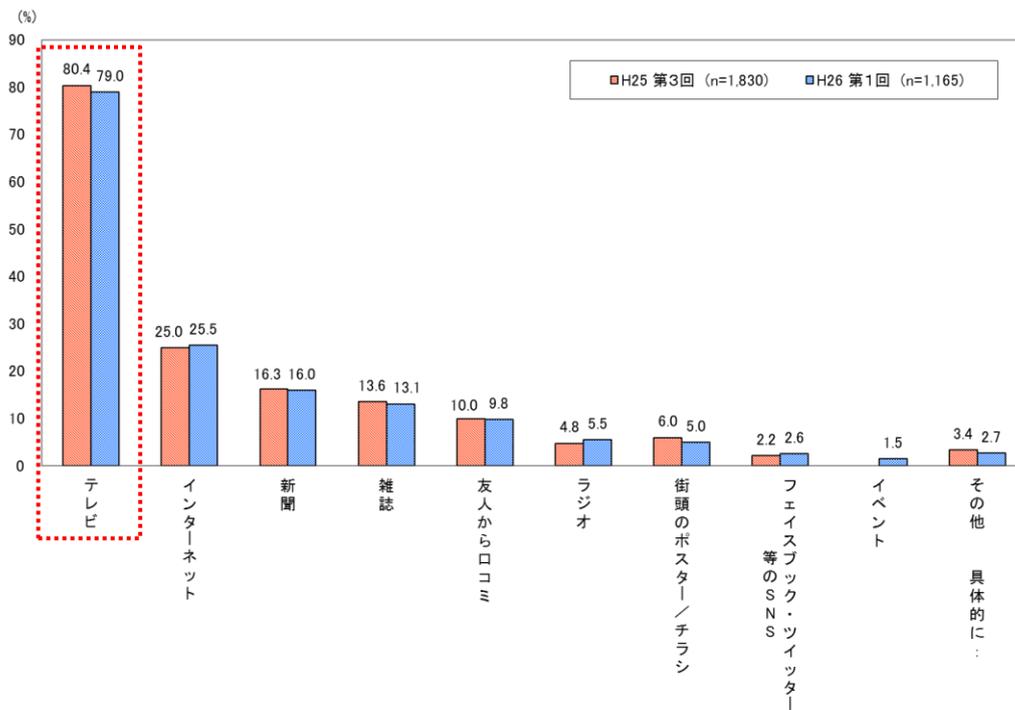
島根県への今後の旅行意向(H26 第1回調査)



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)

・H25年度 第3回と比較して概ね同様な傾向であり、「テレビ」が最も多く、次いで「インターネット」、「新聞」、「雑誌」、「友人からの口コミ」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>

- ・男性に比べ、女性のほうが「テレビ」や「友人からの口コミ」の割合が高い傾向がある。一方、男性は女性に比べて「新聞」や「インターネット」の割合が高くなっている。
- ・60代男女では、「新聞」が他の年代と比較して最も高い割合となっている。
- ・「その他」について「にほんばし島根館」が多くなっているほか、新たに取り組み始めた「電車内のモニターのCM」の回答も見られた。

		n=	テレビ	インターネット	新聞	雑誌	友人から口コミ	ラジオ	街頭のポスター／チラシ	フェイスブック・ツイッター等のSNS	イベント	その他 具体的に：	(%)
TOTAL (H25 第3回)		1,830	80.4	25.0	16.3	13.6	10.0	4.8	6.0	2.2		3.4	
TOTAL (H26 第1回)		1,165	79.0	25.5	16.0	13.1	9.8	5.5	5.0	2.6	1.5	2.7	
男性20代	H25 第3回	136	75.7	39.7	10.3	8.1	10.3	7.4	7.4	2.9		2.9	
	H26 第1回	90	74.4	36.7	18.9	8.9	12.2	7.8	5.6	6.7	4.4	2.2	
男性30代	H25 第3回	163	73.6	39.9	16.6	14.7	8.6	4.9	6.1	3.7		4.3	
	H26 第1回	95	75.8	37.9	11.6	11.6	9.5	7.4	2.1	4.2	1.1	3.2	
男性40代	H25 第3回	177	79.1	29.9	11.9	9.6	6.8	5.6	5.6	1.1		2.3	
	H26 第1回	122	77.0	24.6	12.3	13.1	6.6	6.6	7.4	3.3	0.0	0.8	
男性50代	H25 第3回	184	78.3	30.4	17.9	14.1	6.5	3.8	5.4	1.6		3.3	
	H26 第1回	123	77.2	34.1	16.3	13.0	4.9	9.8	5.7	0.8	0.0	0.8	
男性60代	H25 第3回	222	79.7	28.4	28.8	15.8	5.4	8.1	6.3	0.9		2.7	
	H26 第1回	137	74.5	28.5	28.5	12.4	3.6	4.4	6.6	0.7	0.7	5.1	
女性20代	H25 第3回	174	81.6	21.3	6.3	13.2	20.1	1.1	6.3	6.9		2.9	
	H26 第1回	100	80.0	26.0	8.0	18.0	18.0	4.0	3.0	7.0	0.0	5.0	
女性30代	H25 第3回	172	83.1	22.7	10.5	12.8	11.6	4.7	5.8	2.9		2.3	
	H26 第1回	103	80.6	27.2	3.9	13.6	14.6	3.9	4.9	1.9	1.0	2.9	
女性40代	H25 第3回	173	82.7	16.8	13.3	12.7	8.1	5.2	5.8	2.3		5.2	
	H26 第1回	121	86.8	18.2	3.3	11.6	9.1	4.1	5.0	2.5	0.8	0.0	
女性50代	H25 第3回	212	84.9	14.6	13.7	15.6	8.0	1.4	4.2	0.9		1.9	
	H26 第1回	138	80.4	19.6	18.1	16.7	13.0	2.9	3.6	1.4	3.6	5.1	
女性60代	H25 第3回	217	82.5	14.3	27.2	16.1	15.2	5.5	7.4	0.5		6.0	
	H26 第1回	136	81.6	10.3	31.6	11.8	9.6	5.1	5.1	0.0	3.7	2.2	

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=32

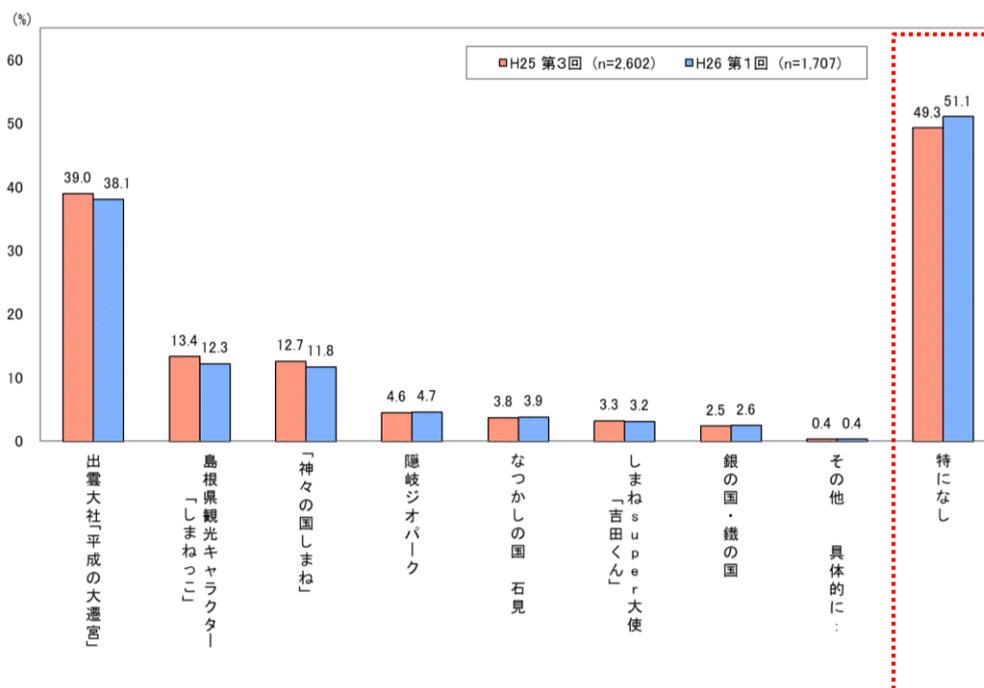
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
ロコミ	友人からのロコミ	1	3.1%	4	12.5%
	家族／親戚からのロコミ	3	9.4%		
アンテナショップ	にほんばし島根館	8	25.0%	8	25.0%
書籍・パンフレット	書籍	4	12.5%	10	31.3%
	旅行会社のパンフレット	2	6.3%		
	雑誌	1	3.1%		
	漫画	1	3.1%		
	地図帳	1	3.1%		
	神社に関する本	1	3.1%		
公共交通機関	電車内のモニターのCM	3	9.4%	5	15.6%
	駅構内のポスター	1	3.1%		
	飛行機の機内誌	1	3.1%		
その他	習い事・大学の講座	3	9.4%	6	18.8%
	観光時	2	6.3%		
	プロレスラー日高郁人選手のPR活動	1	3.1%		
回答数合計				33	-

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

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)

- ・「特になし」が最も多く、次いで「出雲大社 平成の大遷宮」、「しまねっこ」、「神々の国しまね」となっている。
- ・H25年度 第3回と比べると、「特になし」が増加している。



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>

- ・男女ともに若い世代ほど「特になし」の割合が高くなっている。
- ・女性では、「しまねっこ」の割合が男性よりも高くなっている。
- ・「吉田くん」については、20~40代男性、30代女性の割合が傾向があり、その他の項目は年齢が高くなるにつれて見聞きした割合が高くなっている。
- ・60代男性で「なつかしの国 石見」の割合が高くなっている。

		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」	隠岐ジオパーク	なつかしの国 石見	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	(%)
TOTAL (H25 第3回)		3,107	39.0	13.4	12.7	4.6	3.8	3.3	2.5	0.4	49.3	
TOTAL (H26 第1回)		2,066	38.1	12.3	11.8	4.7	3.9	3.2	2.6	0.4	51.1	
男性20代	H25 第3回	304	20.7	7.9	8.9	3.3	1.6	5.3	2.0	0.3	65.5	
	H26 第1回	201	25.4	11.4	10.4	4.5	4.0	7.0	3.5	1.0	59.2	
男性30代	H25 第3回	314	27.4	9.6	12.7	6.7	3.2	5.7	2.5	1.0	60.2	
	H26 第1回	202	20.8	7.9	6.9	4.0	2.5	4.5	4.0	1.0	66.3	
男性40代	H25 第3回	307	30.9	9.8	9.4	4.2	2.3	4.2	1.6	0.0	56.7	
	H26 第1回	211	33.6	7.1	11.8	9.0	3.8	4.7	3.3	0.5	55.5	
男性50代	H25 第3回	309	46.6	4.2	12.9	4.5	5.8	1.9	2.3	1.3	46.6	
	H26 第1回	207	41.1	6.3	12.1	1.0	4.3	1.4	2.9	0.0	51.2	
男性60代	H25 第3回	315	54.9	7.9	14.0	8.6	8.6	0.6	5.7	0.6	37.8	
	H26 第1回	209	55.0	5.3	18.7	7.7	10.5	0.5	3.8	0.0	40.2	
女性20代	H25 第3回	311	28.0	28.0	9.6	4.8	1.9	5.1	1.9	0.3	52.1	
	H26 第1回	204	29.9	14.7	7.8	2.0	2.0	3.4	0.5	0.5	56.4	
女性30代	H25 第3回	311	33.8	19.6	13.8	2.9	1.9	3.2	1.6	0.0	52.1	
	H26 第1回	208	34.6	21.2	11.5	5.3	1.4	5.3	1.4	0.0	50.5	
女性40代	H25 第3回	316	38.9	19.6	13.0	5.1	1.6	4.1	0.9	0.3	49.1	
	H26 第1回	213	39.4	20.2	10.3	4.2	0.9	2.3	0.9	0.0	48.8	
女性50代	H25 第3回	310	53.2	16.1	11.9	1.9	2.3	1.3	1.9	0.3	36.5	
	H26 第1回	210	47.1	20.0	11.9	4.3	3.8	2.4	2.4	0.5	42.4	
女性60代	H25 第3回	310	55.2	11.3	21.0	3.5	8.4	1.0	4.8	0.0	36.8	
	H26 第1回	201	53.7	8.5	15.9	5.5	6.0	1.0	3.0	0.5	41.3	

2. 調査結果

■ 「その他 具体的に」の自由回答

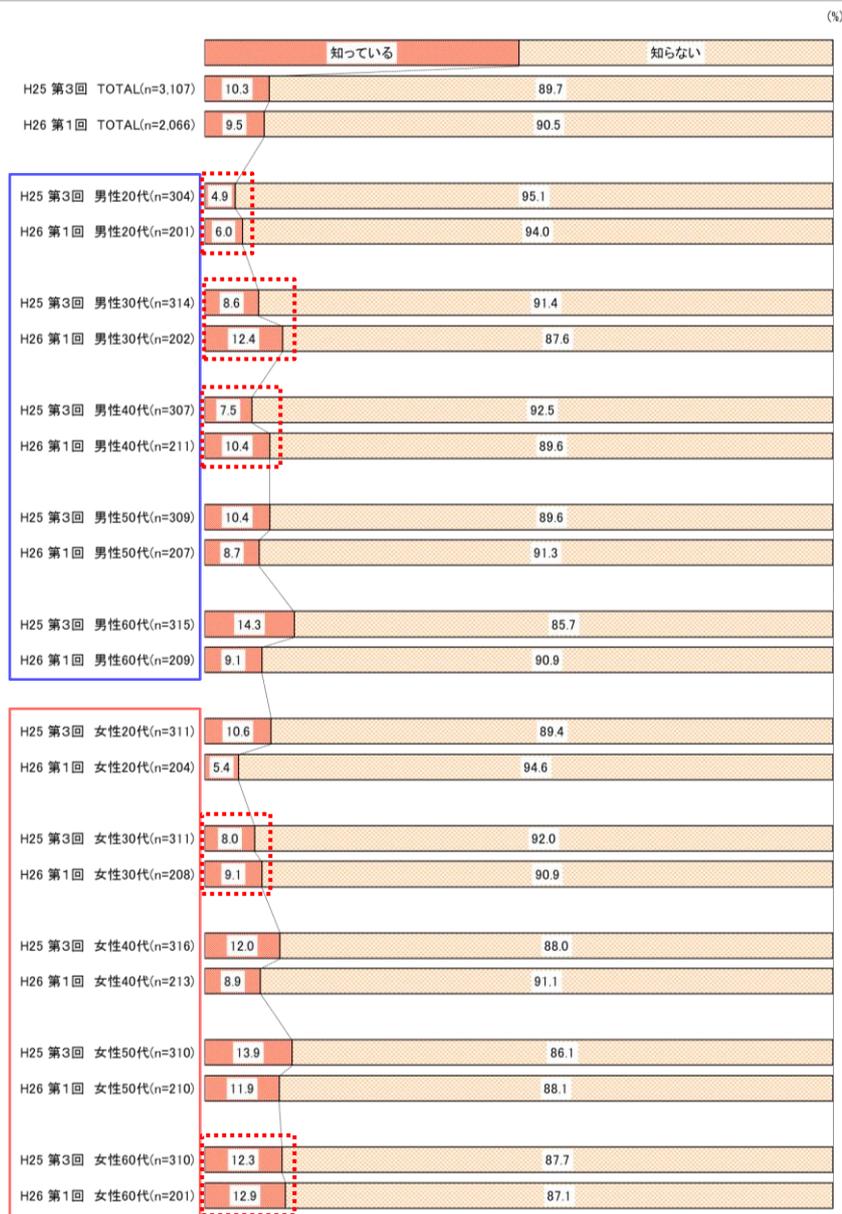
N=8

項目	件数	割合(%)
アニメの聖地	1	12.5%
スターバックスができた	1	12.5%
ふるさと納税	1	12.5%
ベタ踏み坂	1	12.5%
マツエ・ジョー	1	12.5%
縁の国	1	12.5%
自転車のイベント	1	12.5%
秘密結社 鷹の爪	1	12.5%
回答数合計	8	-

7. 「ご縁の国しまね」観光 PR キャンペーンの認知度調査

【設問 1 8】 島根県では、ミュージシャンの DAIGO がイメージキャラクターを務める「ご縁の国しまね」観光 PR キャンペーンを行っていますが、ご存知ですか。
(回答は1つ)

- ・全体では、約 1 割が「知っている」と回答している。
 - ・H25 年度 第 3 回と比較すると、全体では「知っている」がやや減少している。
- <セグメント分析>
- ・H25 年度 第 3 回と比較すると、男性では 20 代~40 代、女性では 30 代・60 代で認知度が向上している。
 - ・30 代男性、60 代女性の認知度が高く、一方で 20 代では男女ともに最も認知度が低くなっている。



参考3

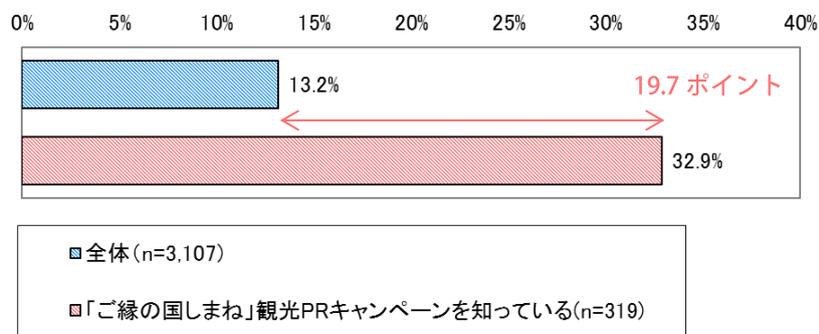
観光PRキャンペーンの比較分析

- (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

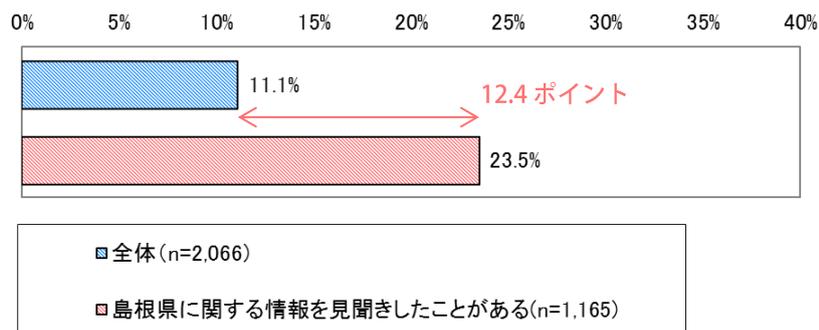
(1) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析

- ・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、観光PRキャンペーンを知っている人で比較分析する。
- ・分母が全体の場合、H25年度 第3回 13.2%、今回 11.1%と、2.1ポイント減少している。
- ・観光PRキャンペーンを知っている人の場合も、H25年度 第3回 32.9%、今回 23.5%で、9.4ポイント減少している。
- ・観光PRキャンペーンを知っている人と全体では、島根県への来訪意向に約12.0~20.0ポイントの差があり、観光PRキャンペー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。

行ってみたい都道府県：島根県（H25 第3回調査）



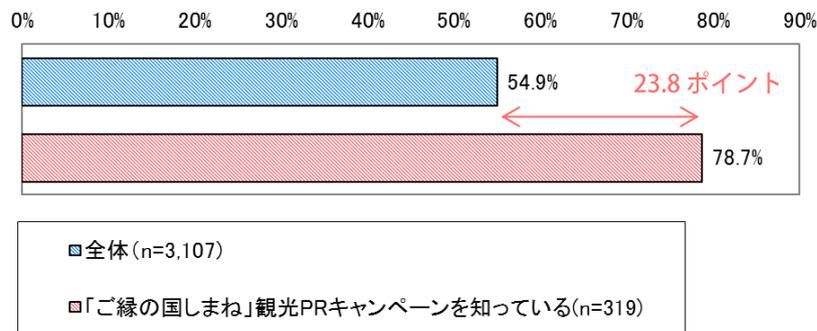
行ってみたい都道府県：島根県（H26 第1回調査）



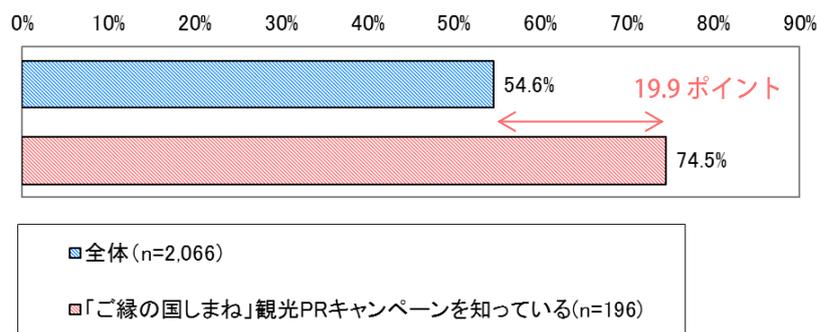
(2) 島根県への今後の旅行意向（設問 1 1）との比較分析

- ・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、観光 PR キャンペーンを知っている人で比較分析する。
- ・分母が全体の場合、H25 年度 第 3 回 54.9%、今 54.6%と、0.3 ポイント減少している。
- ・観光 PR キャンペーンを知っている人の場合も、H25 年度 第 3 回 78.7%、今回 74.5%で 4.2 ポイント減少している。
- ・観光 PR キャンペーンを知っている人と全体では、今後の旅行意向に約 20.0~24.0 ポイントの差があり、観光 PR キャンペー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 (H25 第3回調査)



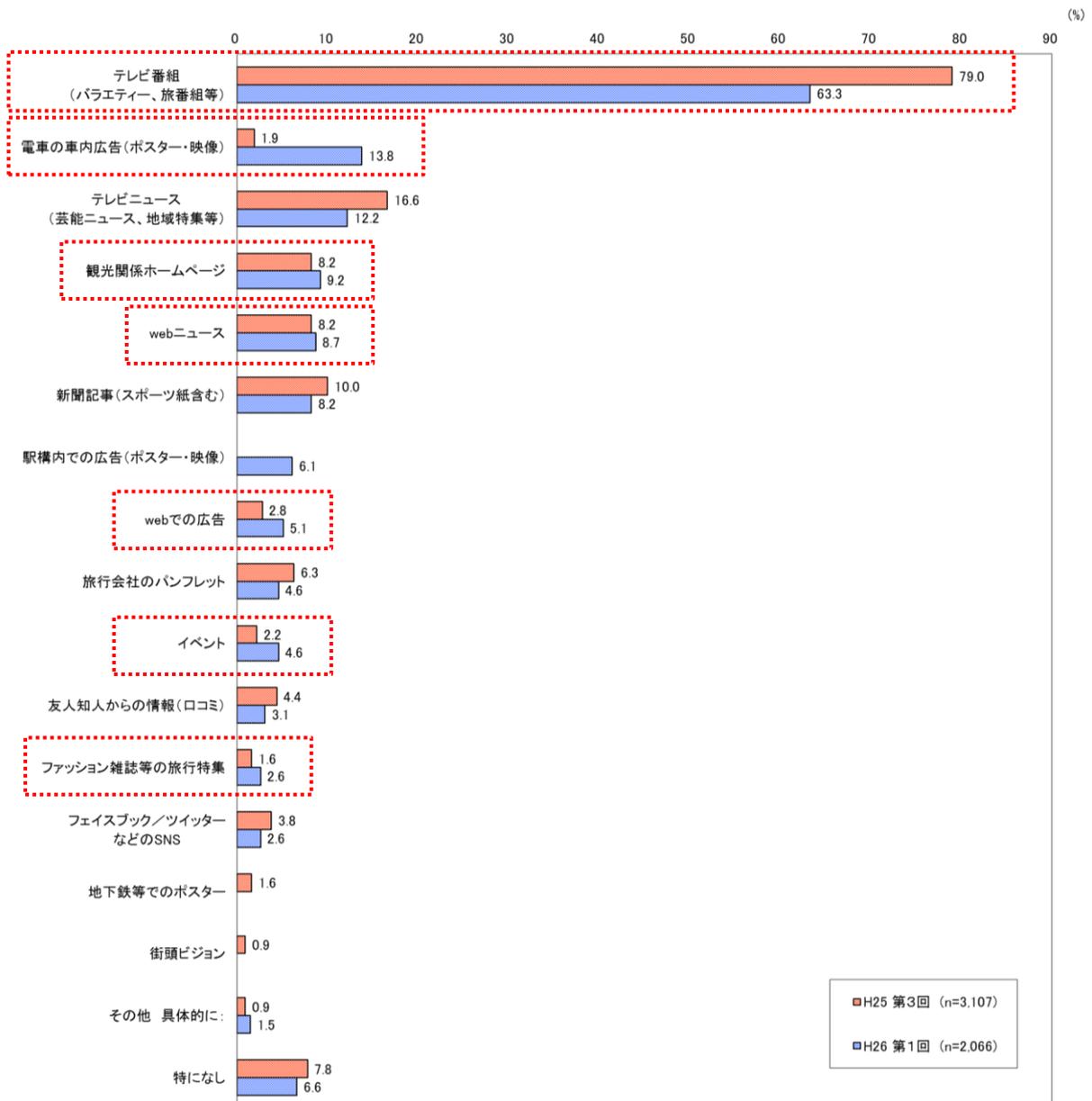
島根県への今後の旅行意向 (H26 第1回調査)



2. 調査結果

【設問 19】「ご縁の国しまね」観光 PR キャンペーンに関する情報は何で見聞きましたか。(回答はいくつでも)

- ・「テレビ番組」が最も多く、次いで「電車の車内広告」、「テレビニュース」となっている。
- ・H25 年度 第 3 回と比較すると、「テレビ番組」や「テレビニュース」は減少しているが、「電車の車内広告」は大幅に増加している。これは、8 月 4 日から 7 日間、首都圏の電車内モニターでCMを放映しているためだと考えられる。また、「観光関係ホームページ」、「web ニュース」、「web での広告」、「イベント」、「ファッション雑誌等の旅行特集」も増加している。



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>

- ・「電車の車内広告」での情報接触は、女性は20～30代、男性は30代で割合が高くなっている。
- ・「観光関係ホームページ」、「web ニュース」、「web での広告」、「イベント」での情報接触は、20代男性の割合が高い。

		(バラエティ、テレビ番組、旅番組等)	電車の車内広告(ポスター・映像)	(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)	駅構内での広告(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	地下鉄等でのポスター	街頭ビジョン	その他 具体的に:	特になし
TOTAL (H25 第3回)		319	79.0	1.9	16.6	8.2	8.2	10.0	2.8	6.3	2.2	4.4	1.6	3.8	1.6	0.9	0.9	7.8
TOTAL (H26 第1回)		196	63.3	13.8	12.2	9.2	8.7	8.2	6.1	5.1	4.6	4.6	3.1	2.6	2.6		1.5	6.6
男性20代	H25 第3回	15	73.3	0.0	26.7	6.7	20.0	6.7	6.7	13.3	6.7	13.3	0.0	20.0	0.0	6.7	0.0	6.7
	H26 第1回	12	50.0	0.0	8.3	33.3	25.0	0.0	16.7	16.7	0.0	25.0	0.0	16.7	16.7		0.0	8.3
男性30代	H25 第3回	27	63.0	3.7	25.9	3.7	11.1	11.1	11.1	11.1	7.4	11.1	7.4	7.4	3.7	0.0	0.0	11.1
	H26 第1回	25	44.0	28.0	8.0	4.0	8.0	8.0	4.0	0.0	0.0	8.0	0.0	0.0			0.0	4.0
男性40代	H25 第3回	23	82.6	0.0	4.3	8.7	13.0	4.3	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.0
	H26 第1回	22	59.1	13.6	18.2	9.1	13.6	13.6	18.2	0.0	9.1	4.5	9.1	4.5	9.1			13.6
男性50代	H25 第3回	32	81.3	0.0	6.3	6.3	3.1	9.4	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
	H26 第1回	18	66.7	16.7	11.1	16.7	5.6	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0			0.0	16.7
男性60代	H25 第3回	45	66.7	0.0	17.8	13.3	6.7	20.0	2.2	13.3	2.2	4.4	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	13.3
	H26 第1回	19	89.5	10.5	15.8	5.3	10.5	21.1	10.5	5.3	10.5	10.5	0.0	0.0	5.3			0.0
女性20代	H25 第3回	33	81.8	6.1	18.2	9.1	9.1	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	6.1	9.1	3.0	3.0	0.0	3.0
	H26 第1回	11	45.5	27.3	18.2	0.0	9.1	9.1	0.0	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0			0.0	27.3
女性30代	H25 第3回	25	88.0	0.0	8.0	4.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	4.0	0.0	4.0	4.0
	H26 第1回	19	31.6	26.3	15.8	15.8	21.1	0.0	5.3	15.8	10.5	5.3	0.0	5.3			10.5	0.0
女性40代	H25 第3回	38	78.9	2.6	18.4	10.5	7.9	2.6	2.6	2.6	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3
	H26 第1回	19	68.4	21.1	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0	5.3	0.0	0.0			0.0	5.3
女性50代	H25 第3回	43	90.7	0.0	9.3	0.0	2.3	9.3	0.0	2.3	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3
	H26 第1回	25	72.0	0.0	8.0	12.0	4.0	8.0	0.0	8.0	8.0	8.0	4.0	4.0	0.0		0.0	4.0
女性60代	H25 第3回	38	81.6	5.3	31.6	15.8	15.8	21.1	5.3	10.5	2.6	10.5	2.6	5.3	5.3	2.6	5.3	7.9
	H26 第1回	26	88.5	0.0	15.4	3.8	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0			3.8	0.0

■「その他 具体的に」の自由回答

N=3

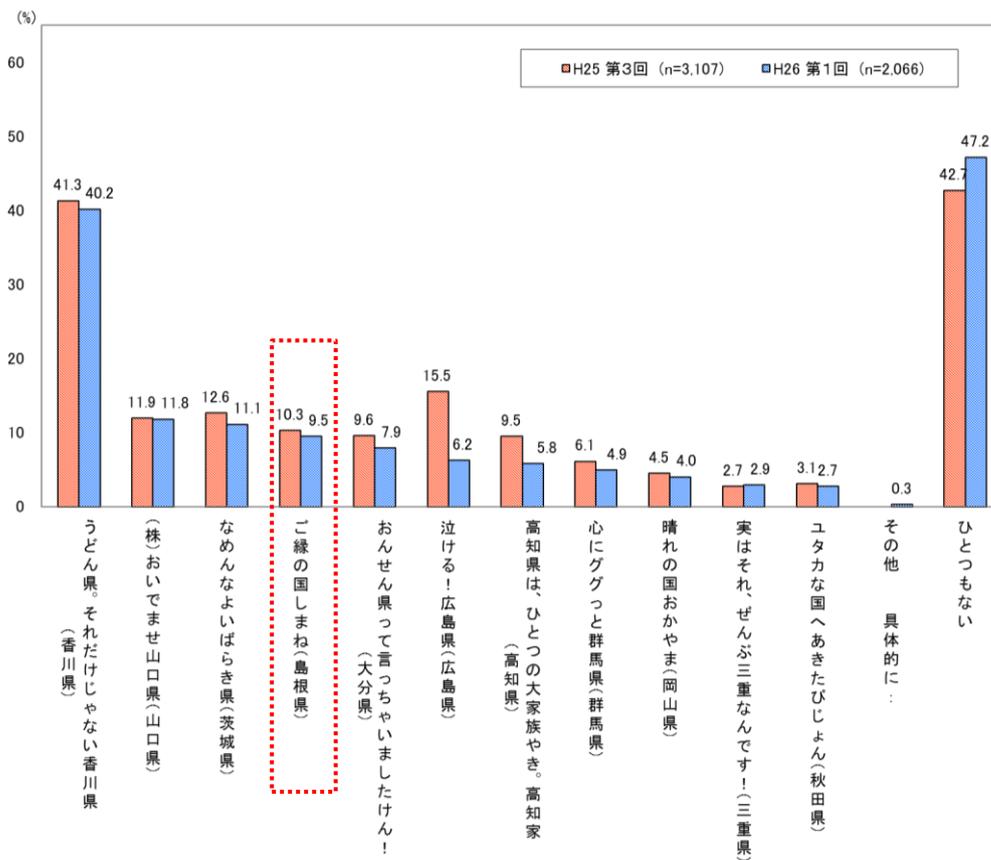
項目	件数	割合(%)
ポスターだが、どこで見たかは覚えていない	1	33.3%
居酒屋のポスター	1	33.3%
島根県のショップ	1	33.3%
回答数合計	3	-

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 47.2%で最も多く、次いで「うどん県（香川県）」(40.2%)、「(株) おいでませ山口県（広島県）」(11.8%) となっている。
- ・「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンの認知度（今回調査：9.5%）と比較すると、茨城県に次いで4位の認知度となる。



■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- ・H25年度 第3回と比較して概ね同様な傾向であり、全体的に、年齢が高くなるにつれて認知度も高くなる傾向がある。
- ・香川県の「うどん県」は男性よりも女性からの認知度が高くなっている。
- ・山口県の「(株) おいでませ山口県」は、20~40代の若い世代の認知度と50~60代の認知度の差が大きい傾向がある。

		n=													
		3,107	41.3	11.9	12.6	10.3	9.6	15.5	9.5	6.1	4.5	2.7	3.1	42.7	
TOTAL (H25 第3回)		3,107	41.3	11.9	12.6	10.3	9.6	15.5	9.5	6.1	4.5	2.7	3.1	42.7	
TOTAL (H26 第1回)		2,066	40.2	11.8	11.1	9.5	7.9	6.2	5.8	4.9	4.0	2.9	2.7	0.3	47.2
男性20代	H25 第3回	304	26.6	3.6	11.8	4.9	4.9	16.8	4.3	6.6	3.3	3.6	2.0	58.9	
	H26 第1回	201	33.8	5.5	12.4	6.0	6.5	9.5	6.5	5.0	8.0	4.5	3.5	0.5	54.7
男性30代	H25 第3回	314	38.2	4.8	11.1	8.6	7.6	16.6	8.0	7.0	4.8	3.5	6.1	48.1	
	H26 第1回	202	35.6	3.5	5.0	12.4	5.9	6.9	3.5	5.0	6.9	2.0	2.5	0.5	55.0
男性40代	H25 第3回	307	38.4	6.5	9.8	7.5	6.8	17.9	9.4	3.6	4.9	2.0	2.3	47.6	
	H26 第1回	211	43.6	7.6	9.5	10.4	8.1	8.5	8.5	6.2	4.7	2.8	1.9	0.0	46.9
男性50代	H25 第3回	309	40.1	16.8	10.4	10.4	10.7	14.6	14.9	6.1	3.9	2.6	1.0	44.0	
	H26 第1回	207	37.2	18.8	9.7	8.7	6.8	6.8	5.3	5.8	2.9	4.3	2.4	0.5	48.3
男性60代	H25 第3回	315	47.3	22.9	18.1	14.3	15.9	13.3	12.1	7.9	4.1	3.5	5.7	32.7	
	H26 第1回	209	40.2	26.3	15.8	9.1	12.0	3.8	4.8	3.3	1.4	2.4	5.3	0.0	42.6
女性20代	H25 第3回	311	44.4	4.2	15.1	10.6	7.1	19.0	5.1	4.5	4.5	4.8	5.8	41.2	
	H26 第1回	204	37.7	2.0	11.8	5.4	5.4	6.9	3.9	4.9	2.9	3.9	3.9	0.0	50.0
女性30代	H25 第3回	311	43.4	2.9	9.0	8.0	7.4	15.1	7.4	5.1	4.5	1.3	1.6	44.1	
	H26 第1回	208	45.7	2.9	12.5	9.1	5.8	7.2	6.3	5.3	5.8	4.3	2.9	0.5	43.8
女性40代	H25 第3回	316	41.1	4.7	16.5	12.0	10.1	18.0	12.0	5.1	6.6	1.9	1.6	42.1	
	H26 第1回	213	42.3	3.3	11.3	8.9	8.0	3.3	7.0	2.8	2.3	0.0	0.9	0.5	48.8
女性50代	H25 第3回	310	48.4	21.3	11.6	13.9	12.3	14.8	10.0	7.4	4.2	1.3	1.9	33.9	
	H26 第1回	210	46.7	19.5	14.3	11.9	7.6	7.1	5.7	4.3	3.3	2.4	2.9	0.0	42.9
女性60代	H25 第3回	310	48.4	21.3	11.6	12.3	12.3	14.8	10.0	7.4	4.2	1.3	1.9	33.9	
	H26 第1回	201	38.8	28.9	8.5	12.9	13.4	2.0	6.5	7.0	1.5	2.5	0.5	0.5	39.3