

平成 26 年度
しまねの観光認知度調査
報告書
(第 2 回調査)

平成 27 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	51
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	53

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）

第 2 回調査：平成 27 年 2 月 13 日（金）～2 月 16 日（月）

(6) 依頼数・有効回答数・回収率

	平成 26 年度	
	第 1 回調査	第 2 回調査
依頼数	6,280	5,982
有効回答数	2,066	2,079
回収率 (有効回答数／依頼数)	32.9%	34.8%

(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		H26 第1回調査		H26 第2回調査	
		実数	割合	実数	割合
TOTAL		2,066	100.0	2,079	100.0
性別	男性	1,030	49.9	1,038	49.9
	女性	1,036	50.1	1,041	50.1
年代	20代	405	19.6	414	19.9
	30代	410	19.8	413	19.9
	40代	424	20.5	419	20.2
	50代	417	20.2	420	20.2
	60代	410	19.8	413	19.9
性別×年代	男性20代	201	9.7	206	9.9
	男性30代	202	9.8	204	9.8
	男性40代	211	10.2	210	10.1
	男性50代	207	10.0	213	10.2
	男性60代	209	10.1	205	9.9
	女性20代	204	9.9	208	10.0
	女性30代	208	10.1	209	10.1
	女性40代	213	10.3	209	10.1
	女性50代	210	10.2	207	10.0
	女性60代	201	9.7	208	10.0

(2) 居住地

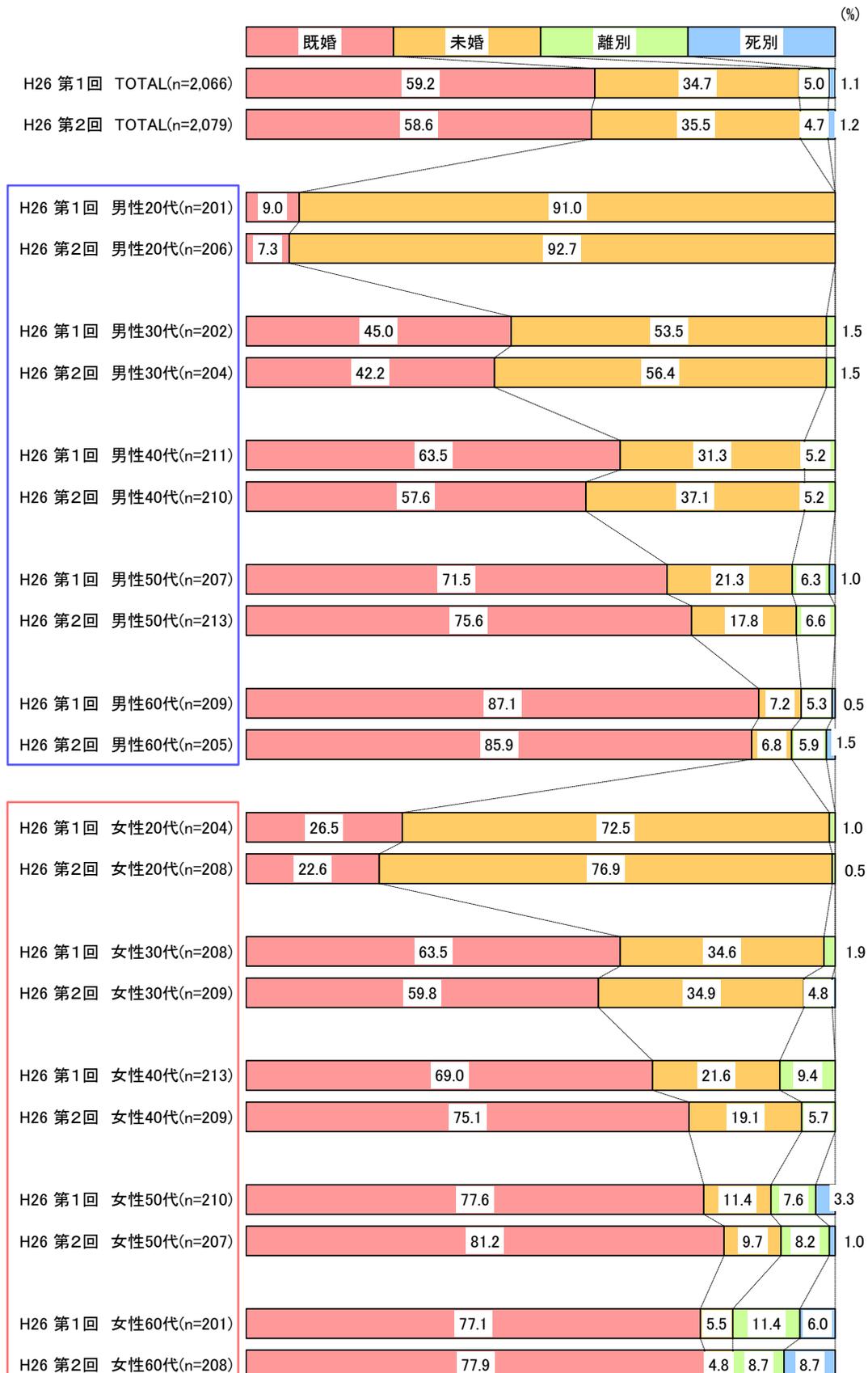
対象の4都県のサンプルが過去の調査と同数となるように抽出しており、東京都が約4割を占め、次いで神奈川県が約25%、埼玉県が約18%、千葉県が約15%となっている。

TOTAL		H26 第1回調査		H26 第2回調査	
		実数	割合	実数	割合
TOTAL		2,066	100.0	2,079	100.0
居住地	東京都	843	40.8	867	41.7
	神奈川県	497	24.1	527	25.3
	埼玉県	376	18.2	373	17.9
	千葉県	350	16.9	312	15.0

2. 調査結果

(3) 未既婚状況

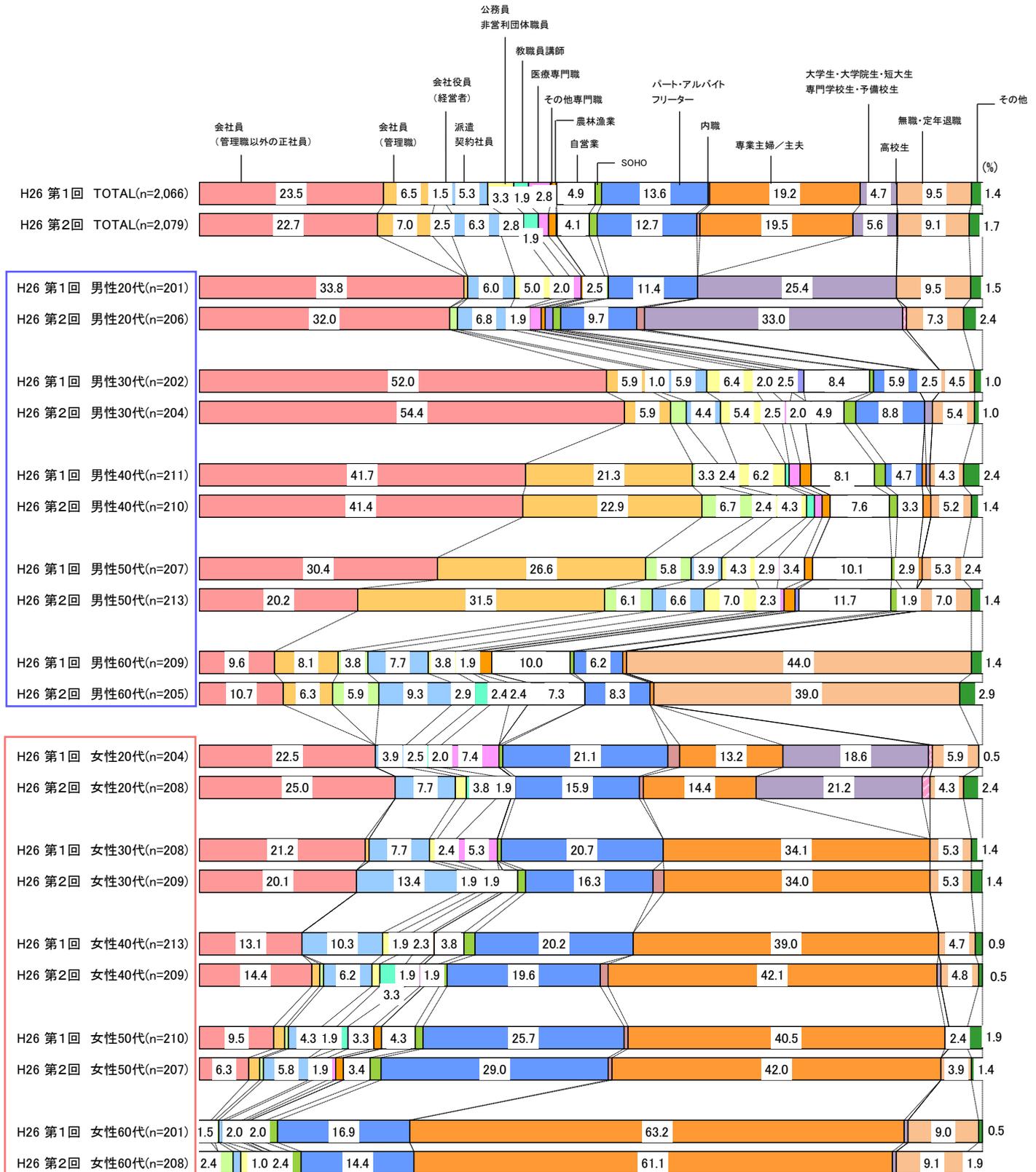
未婚・既婚状況は、全体では約6割が既婚、約3割が未婚であり、第1回と比較して大きな差はない。性別×年代のセグメント別で見ても、概ね同様の結果となっている。



2. 調査結果

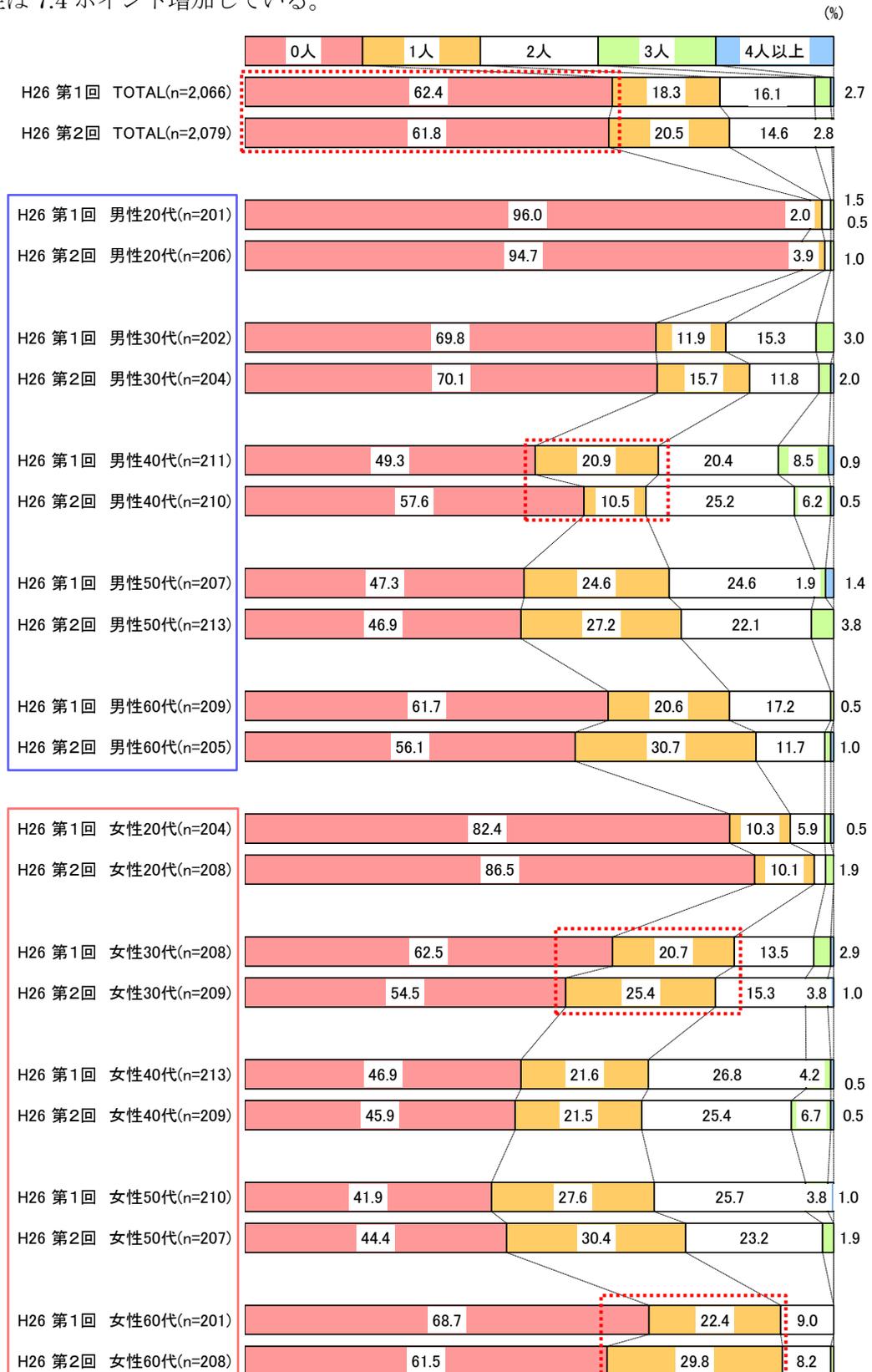
(4) 職業

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も大きな差は見られない。



(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の傾向をみると、第1回と比較して、「1人」の割合が40代男性は10.4ポイント減少、30代女性は4.7ポイント、60代女性は7.4ポイント増加している。



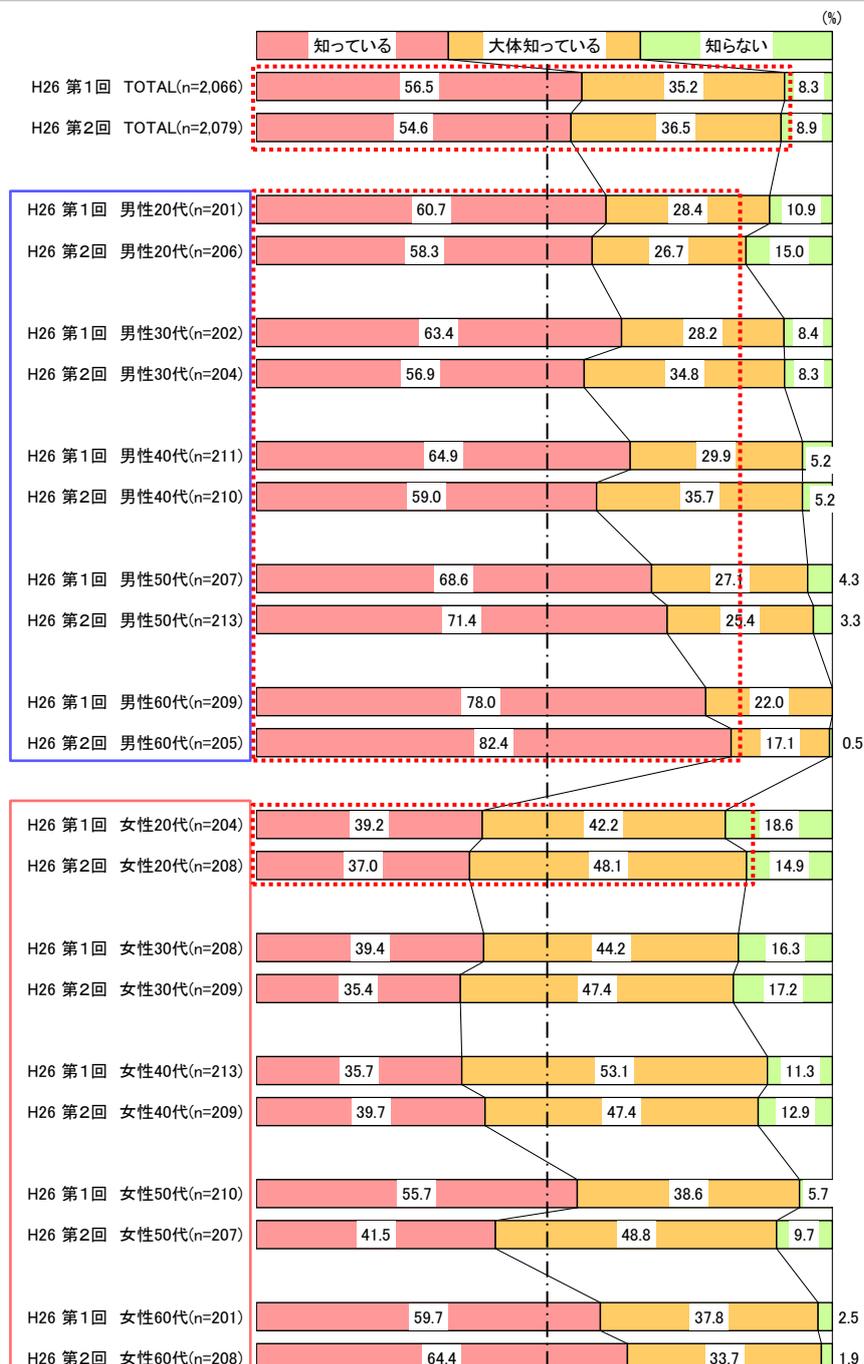
2. 島根県の認知度・イメージに関する調査

【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>

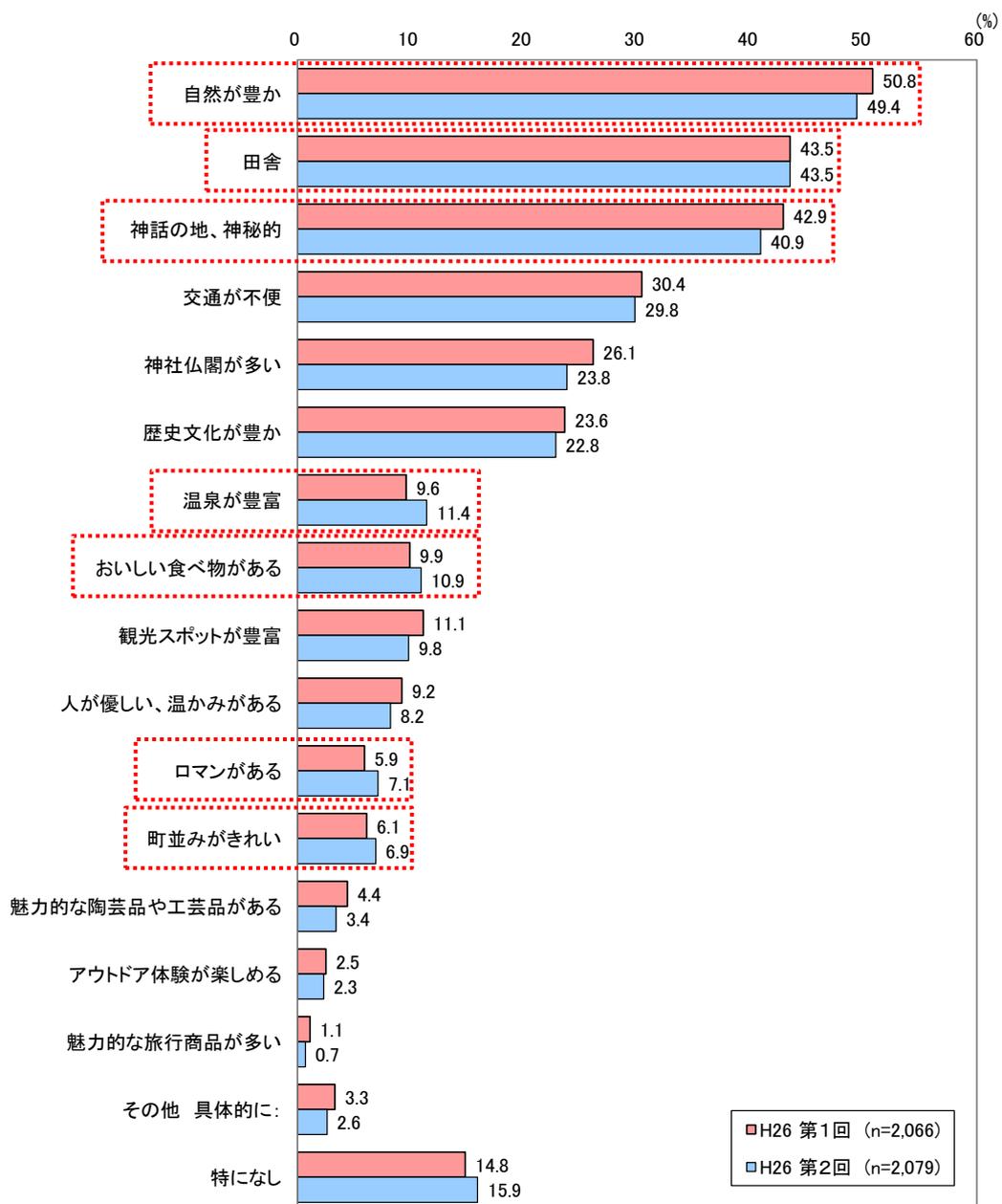
- ・女性よりも男性からの認知度が高く、男性20~60代の各年代では「知っている」が50%以上となっている。
- ・第1回と比較すると、20代女性では「知っている」と「大体知っている」を合わせた割合が増加している。



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」、「田舎」、「神話の地・神秘的」が上位3位を占めている。
- ・第1回と比較すると、「温泉が豊富」、「おいしい食べ物がある」、「ロマンがある」、「町並みがきれい」がやや増加している。
- ・「その他」について、第2回では「錦織圭」、「隠岐の海」などスポーツ界で活躍中の人物が挙げられた。



2. 調査結果

■ 「その他 具体的に」の自由回答

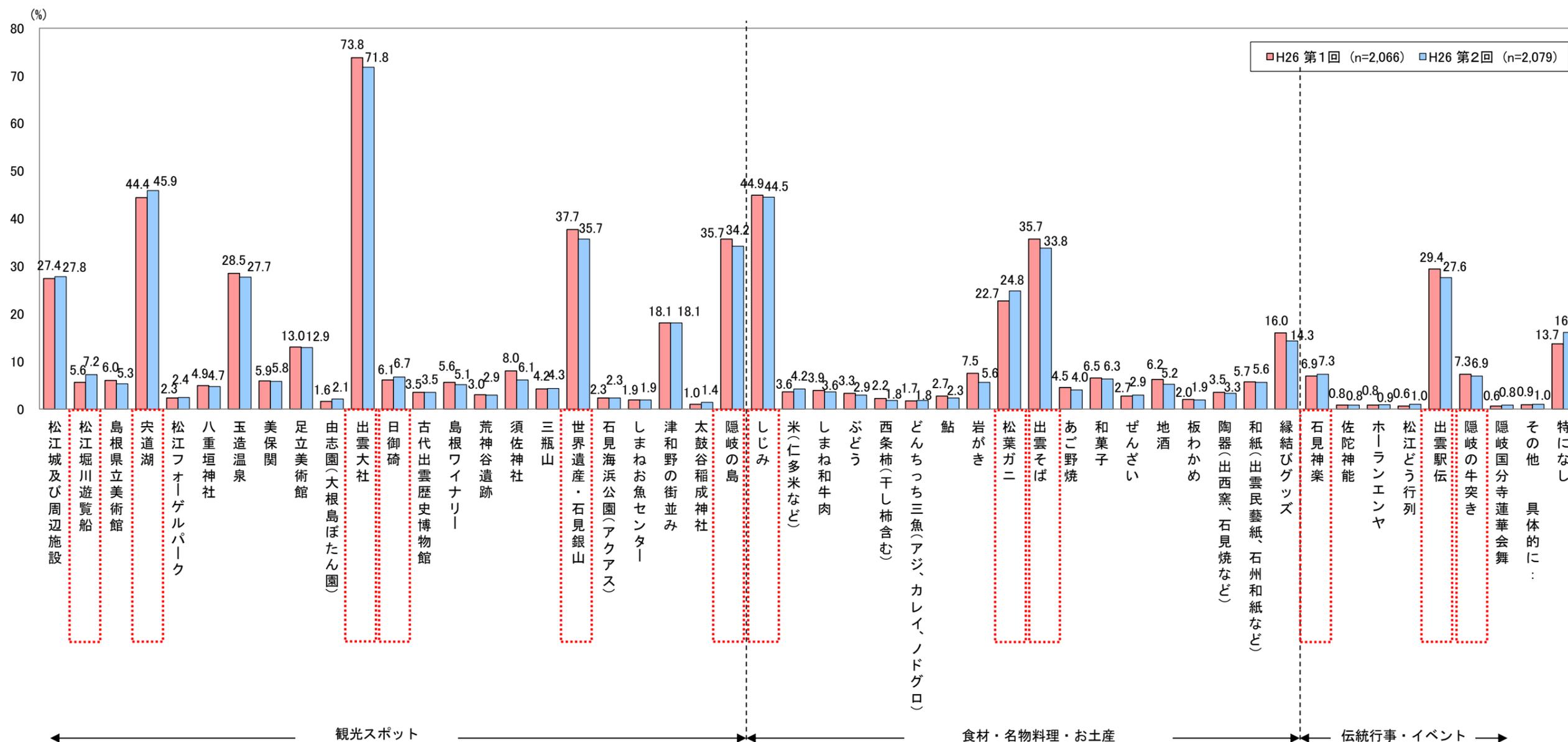
N=53

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／蛙男商会	5	9.4%	13	24.5%
	錦織 圭	4	7.5%		
	しまねっこ	3	5.7%		
	力士隠岐の海がいる	1	1.9%		
場所・施設	出雲大社	3	5.7%	4	7.5%
	一畑電車	1	1.9%		
名物・料理・食材	茶道が盛ん	3	5.7%	10	19.9%
	和菓子が美味しい	2	3.8%		
	宍道湖の蜆	3	5.7%		
	魚がおいしい	1	1.9%		
	食に関するレベルが高い飲食店が多い。	1	1.9%		
自然・気候	宍道湖の夕日がきれい	2	3.8%	8	15.1%
	竹島	2	3.8%		
	雪が多い	1	1.9%		
	日の当たらないところ	1	1.9%		
	「江の川」が良い	1	1.9%		
	島がある	1	1.9%		
土地柄・人柄	人口が少ない	4	7.5%	8	15.1%
	いなかである	1	1.9%		
	印象が薄い	1	1.9%		
	何もない	1	1.9%		
	過疎地	1	1.9%		
鳥取県関連	砂丘	2	3.8%	7	13.2%
	らっきよ	1	1.9%		
	鳥取と区別がつかない	1	1.9%		
	鳥取のライバル	1	1.9%		
	有名漫画家の出身地、鳥取砂丘	1	1.9%		
	妖怪	1	1.9%		
その他	方言が不思議	1	1.9%	6	11.3%
	排他的	1	1.9%		
	裏日本なので、僻地	1	1.9%		
	安来節	1	1.9%		
	殆ど知らないのでイメージがわからない	1	1.9%		
	友人の出身地	1	1.9%		
回答数合計				56	-

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

【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」(71.8%)、「宍道湖」(45.9%)、「しじみ」(44.5%)、「世界遺産・石見銀山」(35.7%)、「隠岐の島」(34.2%) 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」の認知度が最も高いが、第1回と比較して2.0ポイント減少している。次いで、「宍道湖」、「世界遺産・石見銀山」、「隠岐の島」と続くが、「宍道湖」や「松江堀川遊覧船」、「日御碕」等が第1回と比較してやや増加している。
- ・『食材・名物料理・お土産』でみると、「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、「松葉ガニ」の認知度がやや増加している。
- ・『伝統行事・イベント』では、「出雲駅伝」の認知度が最も高い。次いで、「石見神楽」、「隠岐の牛突き」と続く。「石見神楽」は第1回と比べてやや増加している。



2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=21

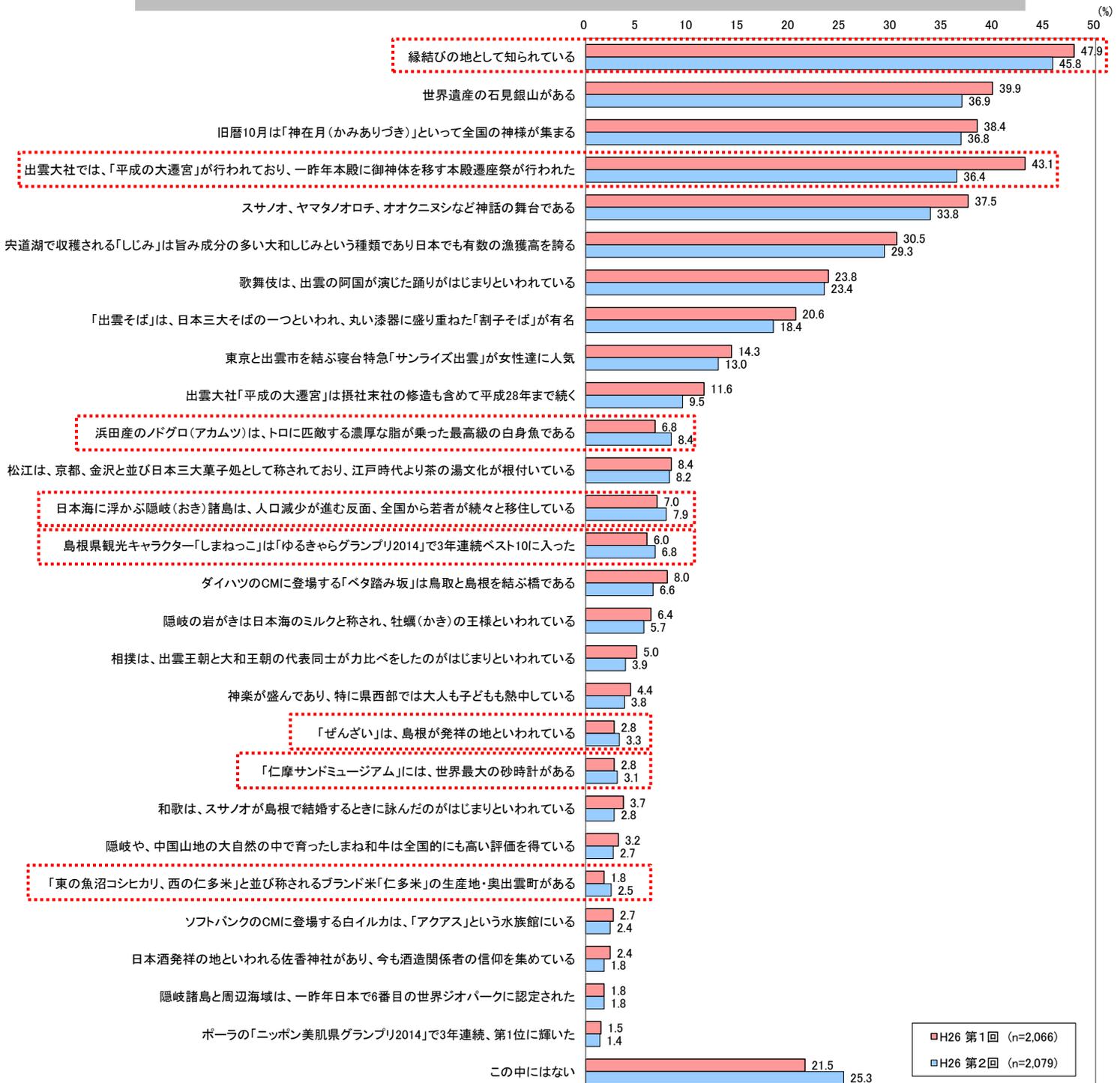
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	しまねっこ	2	9.5%	5	23.8%
	小泉八雲	2	9.5%		
	竹内まりや	1	4.8%		
場所・施設	木次線亀嵩	1	4.8%	3	14.3%
	鬼の舌震	1	4.8%		
	石見銀山	1	4.8%		
名物・料理・食材	あご竹輪	1	4.8%	3	14.3%
	いちじく	1	4.8%		
	のどぐろ	1	4.8%		
神話・歴史	玉鋼の発祥の地	1	4.8%	4	19.0%
	そろばん	1	4.8%		
	竹島	2	9.5%		
その他	松江シティ	1	4.8%	6	28.6%
	サンライズ出雲	2	9.5%		
	仁摩サンドミュージアム	2	9.5%		
	特になし	1	4.8%		
回答数合計				21	-

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

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回と比較すると、「縁結びの地」は前回同様1位であるが、「平成の大遷宮」が6.7ポイント減少し、第2位から第4位となった。
- ・「浜田産のノドグロ」、「隠岐諸島への移住」、「しまねっこ」、「ぜんざい発祥の地」、「仁摩サンドミュージアム」、「仁多米」は第1回と比較して、認知度が増加している。

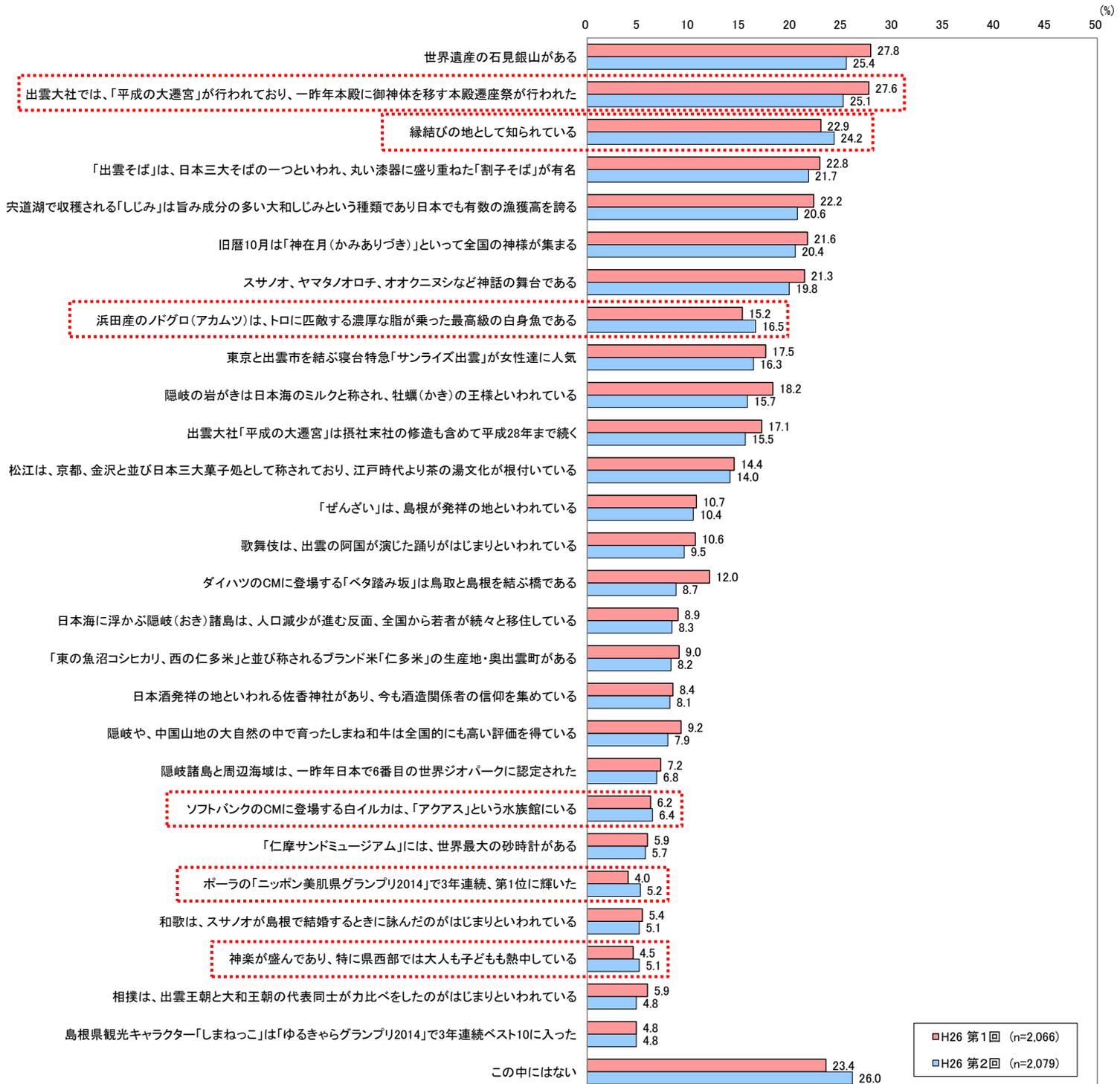


2. 調査結果

【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)

- ・第1回と比較すると、上位5項目の順位は変わらないが、「縁結びの地」が前回より1.3ポイント増加している。その他の4項目ではやや減少しており、「平成の大遷宮」は2.5ポイント減少している。
- ・「縁結びの地」、「浜田産のノドグロ」、「アクアス」、「ニッポン美肌県グランプリ第1位」、「神楽」は、第1回と比べて関心度がやや増加している。



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（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	第1回			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	47.9	22.9	▲ 25.0	45.8	24.2	▲ 21.6
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	38.4	21.6	▲ 16.8	36.8	20.4	▲ 16.4
出雲大社では、「平成の大遷宮」が行われており、一昨年本殿に御神体を移す本殿遷座祭が行われた	43.1	27.6	▲ 15.5	36.4	25.1	▲ 11.3
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	9.5	15.5	6.0
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	37.5	21.3	▲ 16.2	33.8	19.8	▲ 14.0
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	3.7	5.4	1.7	2.8	5.1	2.3
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	5.0	5.9	0.9	3.9	4.8	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	23.8	10.6	▲ 13.2	23.4	9.5	▲ 13.9
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	2.4	8.4	6.0	1.8	8.1	6.3
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	4.5	0.1	3.8	5.1	1.3
世界遺産の石見銀山がある	39.9	27.8	▲ 12.1	36.9	25.4	▲ 11.5
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	7.0	8.9	1.9	7.9	8.3	0.4
「仁摩サンドミュージアム」には、世界最大の砂時計がある	2.8	5.9	3.1	3.1	5.7	2.6
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	14.3	17.5	3.2	13.0	16.3	3.3
ポーラの「ニッポン美肌県グランプリ2014」で3年連続第1位に輝いた	1.5	4.0	2.5	1.4	5.2	3.8
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2014」で3年連続ベスト10に入った	6.0	4.8	▲ 1.2	6.8	4.8	▲ 2.0
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	2.7	6.2	3.5	2.4	6.4	4.0
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	6.6	8.7	2.1
「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	20.6	22.8	2.2	18.4	21.7	3.3
「ぜんざい」は、島根が発祥の地といわれている	2.8	10.7	7.9	3.3	10.4	7.1
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	6.4	18.2	11.8	5.7	15.7	10.0
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	30.5	22.2	▲ 8.3	29.3	20.6	▲ 8.7
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	8.4	14.4	6.0	8.2	14.0	5.8
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	3.2	9.2	6.0	2.7	7.9	5.2
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	6.8	15.2	8.4	8.4	16.5	8.1
「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・出雲町がある	1.8	9.0	7.2	2.5	8.2	5.7
隠岐諸島と周辺海域は、一昨年日本で6番目の世界ジオパークに認定された	1.8	7.2	5.4	1.8	6.8	5.0
この中にはない	21.5	23.4	1.9	25.3	26.0	0.7

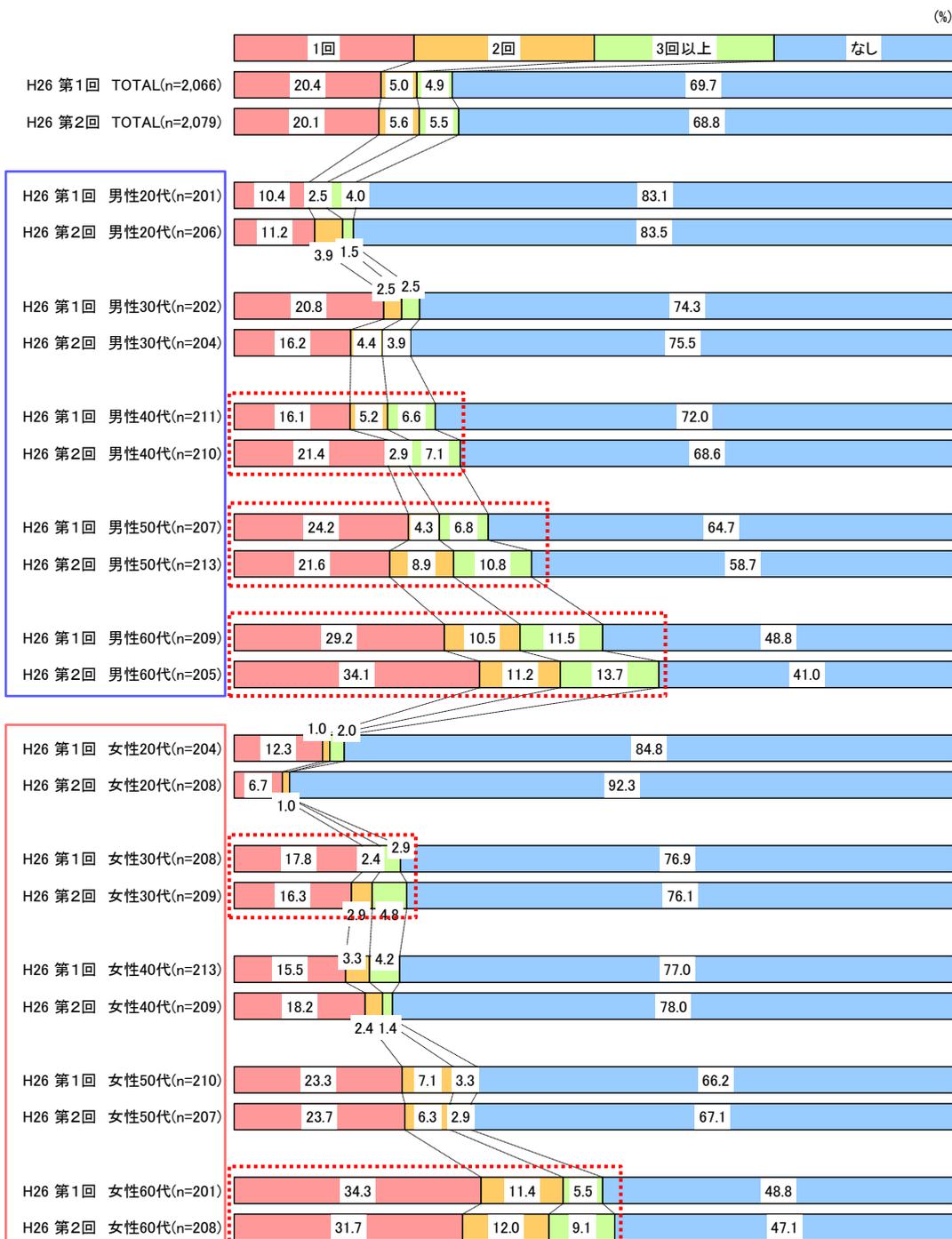
4. 島根県への旅行実績

【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>

- ・女性よりも男性の旅行実績の割合が高くなっている。
- ・第1回と比べ、1回以上「行ったことがある」と回答した割合は、男性では40代、50代、60代で増加、女性は30代、60代で増加している。

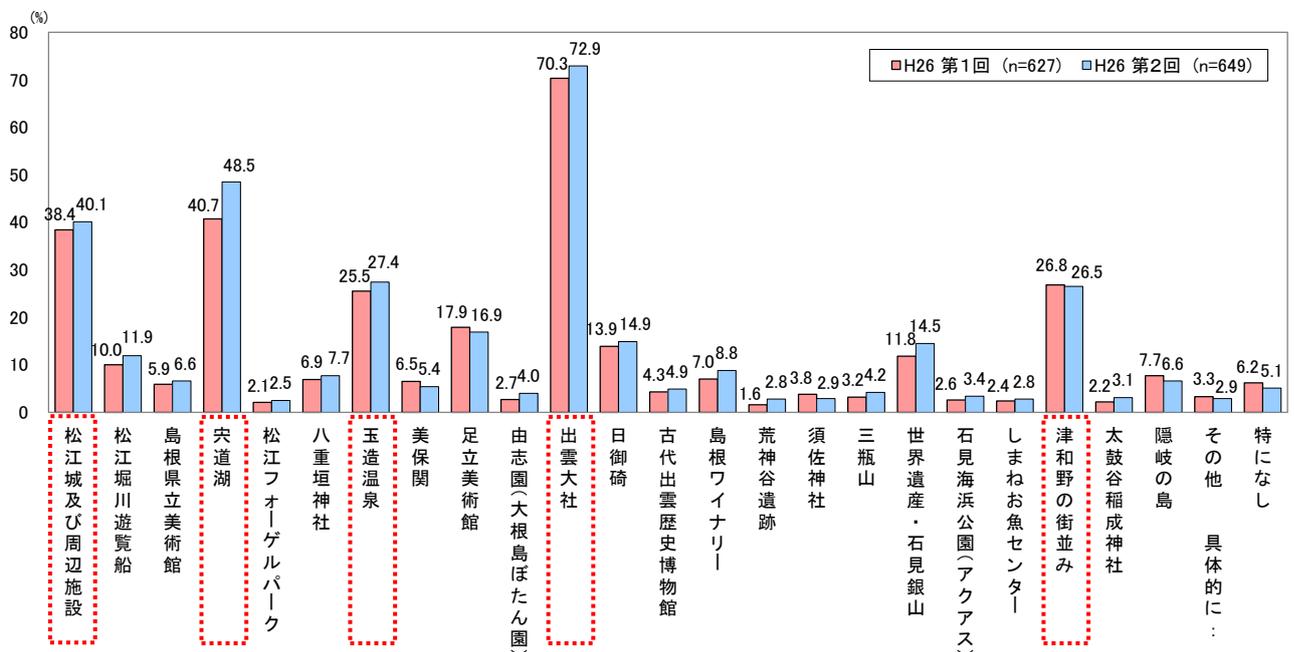


2. 調査結果

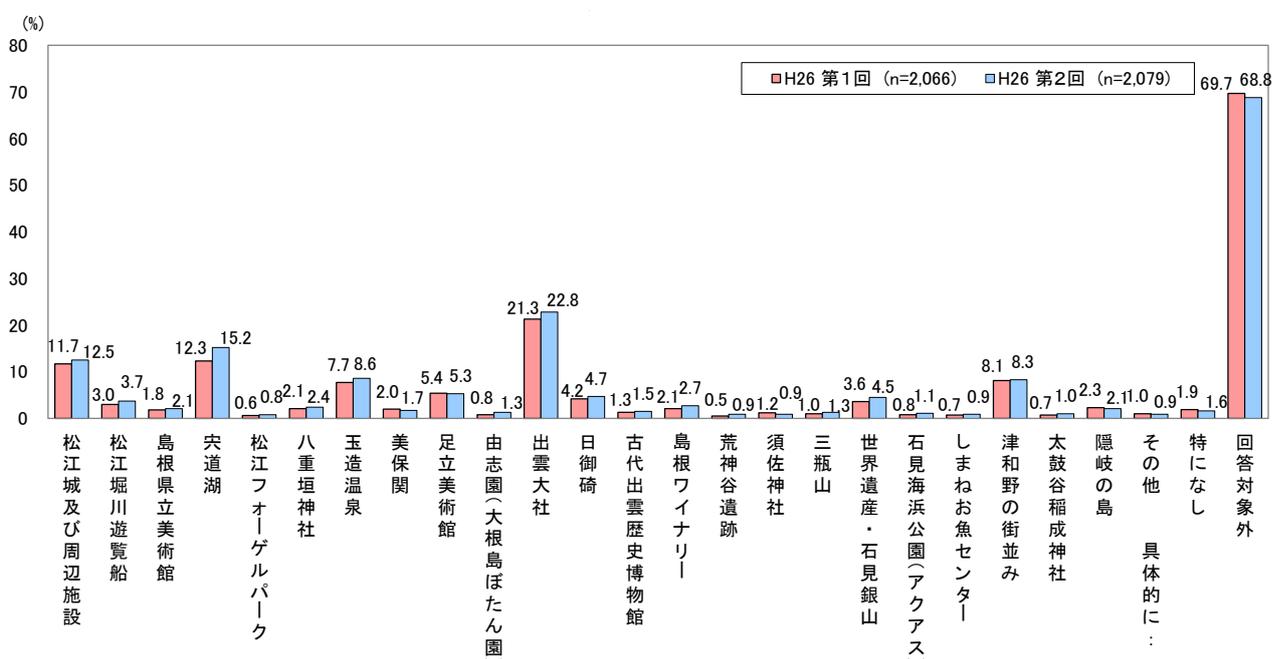
【設問7】設問6で「行ったことがある」と答えた方にお伺いします。どこの観光地や場所に訪れましたか。(回答はいくつでも)

- ・1位「出雲大社」(72.9%)、2位「宍道湖」(48.5%)、3位「松江城及び周辺施設」(40.1%)、4位「玉造温泉」(27.4%)、5位「津和野の街並み」(26.5%)となっており、県西部では唯一、「津和野の街並み」が上位に挙がっている。
- ・「その他」と「特になし」を除く23か所の観光地のうち、18か所で第1回よりも訪れた割合がやや増加しており、「宍道湖」は7.8ポイント増加している。

(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=19

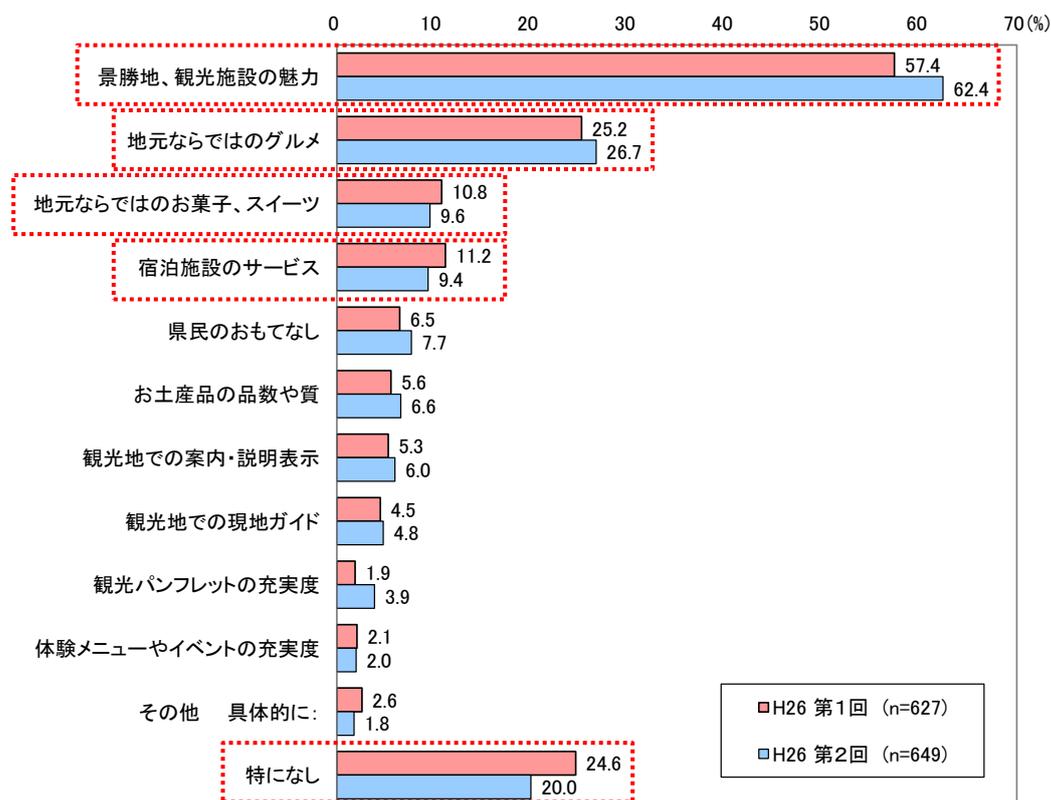
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
レジャー施設	ホッケー場	1	5.3%	1	5.3%
美術館・博物館	仁摩サンドミュージアム	1	5.3%	1	5.3%
施設	小泉八雲旧邸	1	5.3%	6	31.6%
	大社駅	2	10.5%		
	出雲ドーム	1	5.3%		
	益田競馬場	1	5.3%		
	水木しげるロード	1	5.3%		
神社・仏閣	一畑薬師	1	5.3%	1	5.3%
歴史	松江城	1	5.3%	1	5.3%
地名	津和野	1	5.3%	5	26.3%
	邑南村(下口羽)	1	5.3%		
	石見益田市内	1	5.3%		
	境港	1	5.3%		
	皆生温泉	1	5.3%		
海岸・浜辺	畳が浦	1	5.3%	1	5.3%
その他	山陰本線に乗った	1	5.3%	3	15.8%
	友人	1	5.3%		
	石見空港	1	5.3%		
不明	忘れた	1	5.3%	1	5.3%
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

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)

- ・第1位が「景勝地・観光施設の魅力」(62.4%)、次いで第2位「地元ならではのグルメ」(26.7%)、第3位「地元ならではの菓子、スイーツ」(9.6%)、第4位「宿泊施設のサービス」(9.4%)となっている。第1回と比較すると、第3位と第4位が逆転している。
- ・「その他」と「特になし」を除く10項目のうち、7項目で第1回と比べてやや増加しており、「景勝地・観光施設の魅力」は5.0ポイント増加した。
- ・「特になし」について、第1回と比較して4.6ポイント減少していることから、島根県への来訪に対する満足度がやや高まったと考えられる。



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>

- ・「景勝地、観光施設の魅力」の満足度は、20代女性で最も高く、第1回と比較すると50代男性の割合が大きく増加している。
- ・「地元ならではのグルメ」は、第1回と比較して40代女性の満足度が16.4ポイント増加しており、「地元ならではのお菓子、スイーツ」は、女性の割合が高くなっている。また、「観光地での案内・説明表示」は40代と60代女性の満足度が高い。
- ・「宿泊施設のサービス」は、第1回と比較して40代男性の満足度が15.8ポイント減少しているが、20代男性では11.8ポイント増加している。
- ・「県民のおもてなし」、「お土産の品数や質」、「観光パンフレットの充実度」は、第1回と比較して20～30代男性、20代、60代女性の割合が増加している。
- ・「特になし」について、第1回と比較すると50代女性のみ増加しているが、その他の性別・年代では減少しており、50代男性で19.8ポイント、40代女性で7.1ポイント減少している。

		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	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	観光パ ンフレッ トの充実 度	体験メ ニューヤ イベン トの充実 度	その他 具体的 に：	特にな し	(%)
TOTAL (H26 第1回)		627	57.4	25.2	10.8	11.2	6.5	5.6	5.3	4.5	1.9	2.1	2.6	24.6	
TOTAL (H26 第2回)		649	62.4	26.7	9.6	9.4	7.7	6.6	6.0	4.8	3.9	2.0	1.8	20.0	
男性20代	H26 第1回	34	61.8	32.4	14.7	8.8	8.8	8.8	8.8	5.9	5.9	0.0	0.0	17.6	
	H26 第2回	34	52.9	20.6	8.8	20.6	26.5	11.8	5.9	11.8	17.6	5.9	0.0	11.8	
男性30代	H26 第1回	52	46.2	28.8	5.8	9.6	5.8	1.9	3.8	3.8	0.0	1.9	1.9	25.0	
	H26 第2回	50	58.0	30.0	8.0	8.0	12.0	8.0	6.0	10.0	6.0	2.0	2.0	20.0	
男性40代	H26 第1回	59	49.2	28.8	8.5	20.3	6.8	5.1	0.0	5.1	0.0	1.7	1.7	33.9	
	H26 第2回	66	51.5	25.8	6.1	4.5	10.6	3.0	7.6	1.5	3.0	3.0	4.5	30.3	
男性50代	H26 第1回	73	32.9	19.2	6.8	8.2	8.2	1.4	1.4	1.4	0.0	0.0	2.7	49.3	
	H26 第2回	88	54.5	21.6	4.5	8.0	1.1	3.4	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	29.5	
男性60代	H26 第1回	107	57.0	27.1	7.5	12.1	8.4	7.5	6.5	6.5	0.9	2.8	0.9	28.0	
	H26 第2回	121	65.3	24.8	6.6	12.4	5.0	4.1	5.8	1.7	0.8	1.7	0.8	23.1	
女性20代	H26 第1回	31	58.1	32.3	12.9	9.7	9.7	6.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	19.4	
	H26 第2回	16	75.0	50.0	25.0	18.8	18.8	18.8	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0	12.5	
女性30代	H26 第1回	48	66.7	27.1	14.6	12.5	4.2	6.3	8.3	2.1	6.3	4.2	0.0	16.7	
	H26 第2回	50	66.0	30.0	16.0	12.0	6.0	8.0	4.0	6.0	4.0	2.0	2.0	14.0	
女性40代	H26 第1回	49	59.2	18.4	8.2	10.2	6.1	12.2	4.1	6.1	2.0	2.0	2.0	24.5	
	H26 第2回	46	65.2	34.8	6.5	4.3	8.7	8.7	10.9	2.2	4.3	2.2	2.2	17.4	
女性50代	H26 第1回	71	64.8	28.2	16.9	9.9	9.9	5.6	11.3	5.6	5.6	4.2	8.5	11.3	
	H26 第2回	68	63.2	27.9	8.8	5.9	2.9	7.4	2.9	7.4	1.5	1.5	2.9	16.2	
女性60代	H26 第1回	103	73.8	19.4	14.6	9.7	1.0	3.9	5.8	4.9	1.0	1.9	3.9	14.6	
	H26 第2回	110	71.8	24.5	16.4	9.1	8.2	8.2	10.0	8.2	5.5	1.8	1.8	12.7	

2. 調査結果

■ 「その他 具体的に」の自由回答

N=11

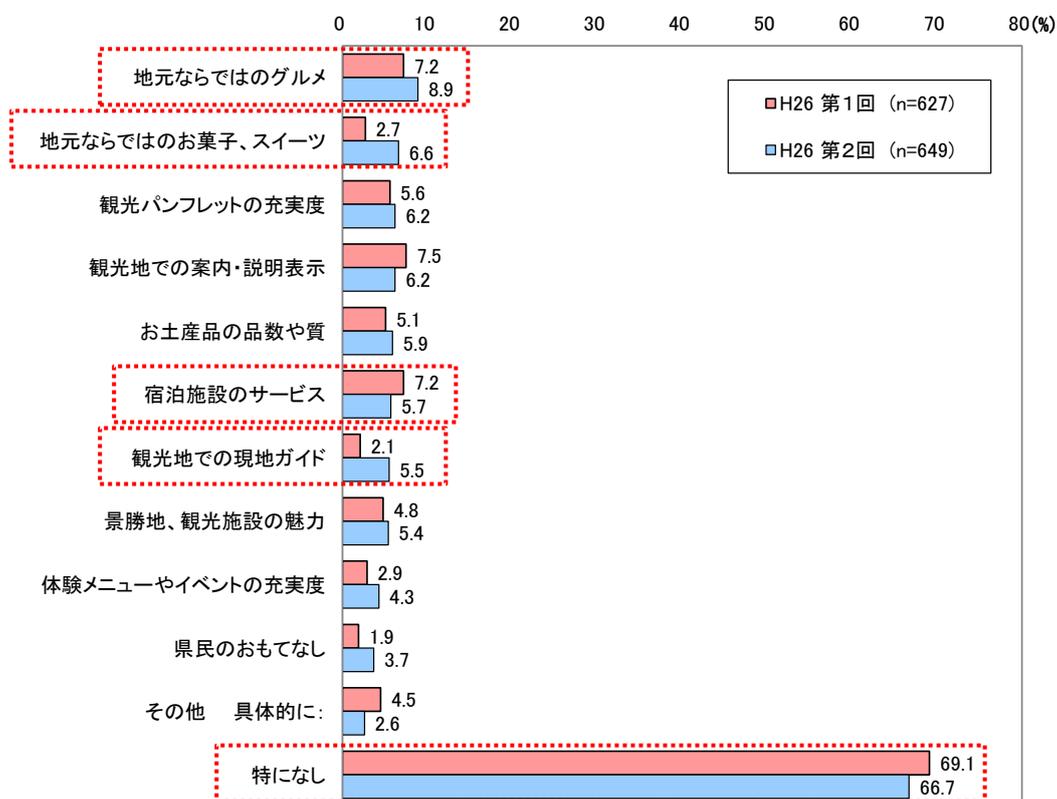
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
歴史・文化	歴史を感じた	1	9.1%	1	9.1%
名物・料理・食材	宍道湖七珍料理と日本酒のレベルの高さ	1	9.1%	1	9.1%
交通	木次線	1	9.1%	2	18.2%
	サンライズ出雲	1	9.1%		
土地柄・人柄	登校途中の子供たちが観光客にも挨拶をしてくれた	1	9.1%	1	9.1%
その他	海の綺麗さ	1	9.1%	4	36.4%
	急流鮎釣	1	9.1%		
	初めて行ったこと	1	9.1%		
	大学のオリエンテーション旅行で行ったので全て満足	1	9.1%		
不明	子供の頃なので覚えていない	1	9.1%	2	18.2%
	小さい頃なので印象にない	1	9.1%		
回答数合計				11	-

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でしたか。（回答はいくつでも）

- ・「特になし」が約7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が、第1回と比較すると2.4ポイント減少している。
- ・【設問8】の満足度において、「地元ならではのグルメ」、「地元ならではのスイーツ」が上位であったが、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。
- ・第1回と比較すると「地元ならではのスイーツ」に対する不満が3.9ポイント増加し、順位を上げている（前回8位⇒今回2位）。また、「観光地での現地ガイド」も3.4ポイント増加し順位を上げた（前回9位⇒今回7位）。一方、「宿泊施設のサービス」は2.5ポイント減少し順位が下がっている（前回3位⇒今回6位）。



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」は20代男性の不満足度が最も高く、第1回と比較して5.8ポイント増加している。また、「地元ならではの菓子・スイーツ」も20代男性のほか、40~50代女性の不満足度が高く、第1回の結果を大きく上回っている。
- 「観光パンフレットの充実度」、「宿泊施設のサービス」、「観光地での現地ガイド」は20代男性や20~30代女性の若い世代からの不満足度が高く、第1回と比べて増加している。
- 「観光地での案内・説明表示」は、20~30代女性、「お土産の品数や質」は20代、40代女性の不満足度が最も高くなっており、第1回と比べて増加している。
- 「県民のおもてなし」は、第1回と比較すると男性20~30代で不満足度が増加しているが、一方、「景勝地、観光施設の魅力」は20代男性で第1回と比較して減少している。
- 「特になし」について、第1回と比較すると50代女性を除いては、各性別・年代で減少しており、特に20代男性では20.5ポイント減少している。

		n=	地元ならではのグルメ	地元ならではの菓子・スイーツ	観光パンフレットの充実度	観光地での案内・説明表示	お土産の品数や質	宿泊施設のサービス	観光地での現地ガイド	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	県民のおもてなし	その他 具体的に：	特になし	(%)
TOTAL(H26 第1回)		627	7.2	2.7	5.6	7.5	5.1	7.2	2.1	4.8	2.9	1.9	4.5	69.1	
TOTAL(H26 第2回)		649	8.9	6.6	6.2	6.2	5.9	5.7	5.5	5.4	4.3	3.7	2.6	66.7	
男性20代	H26 第1回	34	11.8	0.0	0.0	2.9	5.9	5.9	0.0	11.8	2.9	0.0	5.9	67.6	
	H26 第2回	34	17.6	14.7	17.6	8.8	2.9	11.8	14.7	2.9	0.0	14.7	2.9	47.1	
男性30代	H26 第1回	52	5.8	3.8	7.7	5.8	5.8	5.8	3.8	3.8	1.9	5.8	9.6	63.5	
	H26 第2回	50	10.0	6.0	8.0	8.0	2.0	6.0	6.0	8.0	6.0	12.0	0.0	60.0	
男性40代	H26 第1回	59	5.1	5.1	6.8	8.5	3.4	8.5	0.0	5.1	1.7	3.4	6.8	71.2	
	H26 第2回	66	7.6	1.5	7.6	6.1	3.0	6.1	3.0	4.5	1.5	3.0	3.0	66.7	
男性50代	H26 第1回	73	6.8	4.1	0.0	6.8	2.7	8.2	2.7	2.7	1.4	0.0	2.7	75.3	
	H26 第2回	88	8.0	2.3	1.1	4.5	6.8	4.5	4.5	5.7	3.4	2.3	0.0	72.7	
男性60代	H26 第1回	107	11.2	1.9	10.3	11.2	8.4	12.1	3.7	5.6	4.7	3.7	1.9	66.4	
	H26 第2回	121	10.7	5.0	7.4	7.4	7.4	8.3	9.1	7.4	9.1	1.7	2.5	62.0	
女性20代	H26 第1回	31	6.5	0.0	6.5	12.9	6.5	3.2	0.0	3.2	6.5	0.0	3.2	58.1	
	H26 第2回	16	0.0	6.3	6.3	18.8	12.5	12.5	6.3	6.3	0.0	6.3	12.5	56.3	
女性30代	H26 第1回	48	10.4	8.3	2.1	4.2	8.3	6.3	0.0	6.3	4.2	2.1	8.3	64.6	
	H26 第2回	50	8.0	8.0	18.0	10.0	8.0	4.0	6.0	0.0	4.0	10.0	0.0	62.0	
女性40代	H26 第1回	49	4.1	2.0	4.1	4.1	4.1	2.0	2.0	2.0	2.0	0.0	8.2	73.5	
	H26 第2回	46	8.7	10.9	2.2	4.3	10.9	2.2	2.2	6.5	4.3	2.2	6.5	71.7	
女性50代	H26 第1回	71	7.0	1.4	7.0	7.0	4.2	7.0	2.8	5.6	5.6	0.0	2.8	59.2	
	H26 第2回	68	7.4	11.8	2.9	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	7.4	0.0	4.4	67.6	
女性60代	H26 第1回	103	3.9	1.0	5.8	7.8	2.9	5.8	1.9	3.9	0.0	1.9	1.9	79.6	
	H26 第2回	110	8.2	7.3	1.8	2.7	4.5	3.6	2.7	5.5	0.9	0.0	2.7	77.3	

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=17

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
宿泊施設	快適なホテルが無い	1	5.9%	2	11.8%
	観光地での移動手段不足	1	5.9%		
飲食	ベジタリアン用のレストランがなかった	1	5.9%	2	11.8%
	晩御飯を食べるところがない？	1	5.9%		
観光	見どころが出雲大社しかない	1	5.9%	5	29.4%
	松江市にも菰みたいに100円バスがあると便利	1	5.9%		
	市内や近郊地への公共交通機関のガイドが欲しかった	1	5.9%		
	町並みがさみしかった	1	5.9%		
	来てくれるのが当たり前の精神はよくない	1	5.9%		
	交通の便	3	17.6%		
交通	出雲空港のJAL独占を止めて欲しい	1	5.9%	5	29.4%
	車で行くには道路が少ない	1	5.9%		
	コインロッカーや荷物の預かり	1	5.9%		
その他	吉田君をもっと活用すべき	1	5.9%	3	17.6%
	夜遅くなるとお店が開いてなかった。街が暗い。	1	5.9%		
回答数合計				17	-

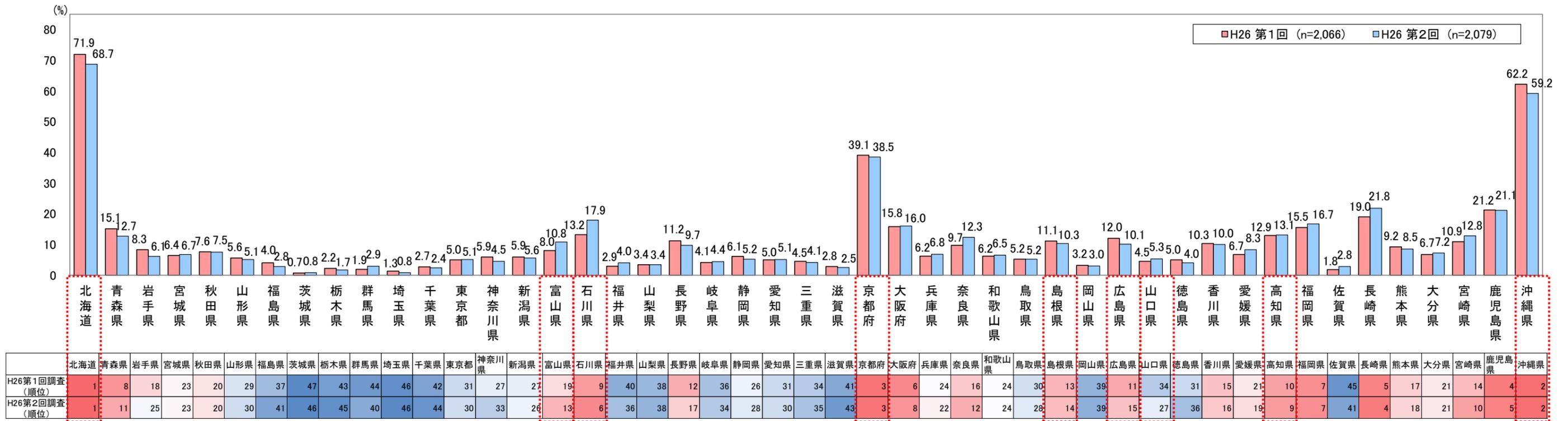
回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

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、第1位「北海道」(68.7%)、第2位「沖縄県」(59.2%)、第3位「京都府」(38.5%)の3道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」(10.3%)は第1回調査からひとつ順位を落とし、全国第14位となった。中国・四国地方では「広島県」を抜き、第2位となっている。
- ・中国・四国地方では、第1回と比較すると、今年の大河ドラマの舞台となっている「山口県」が第34位から第27位に上がっている。また、中国・四国地方第1位の「高知県」は全国でも第9位と上位に挙がっている。
- ・第1回と比較すると、北陸新幹線が開通した石川県が9位から6位、富山県が19位から13位に順位を上げている。

■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）



■H26 第1回調査およびH26 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
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%

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>

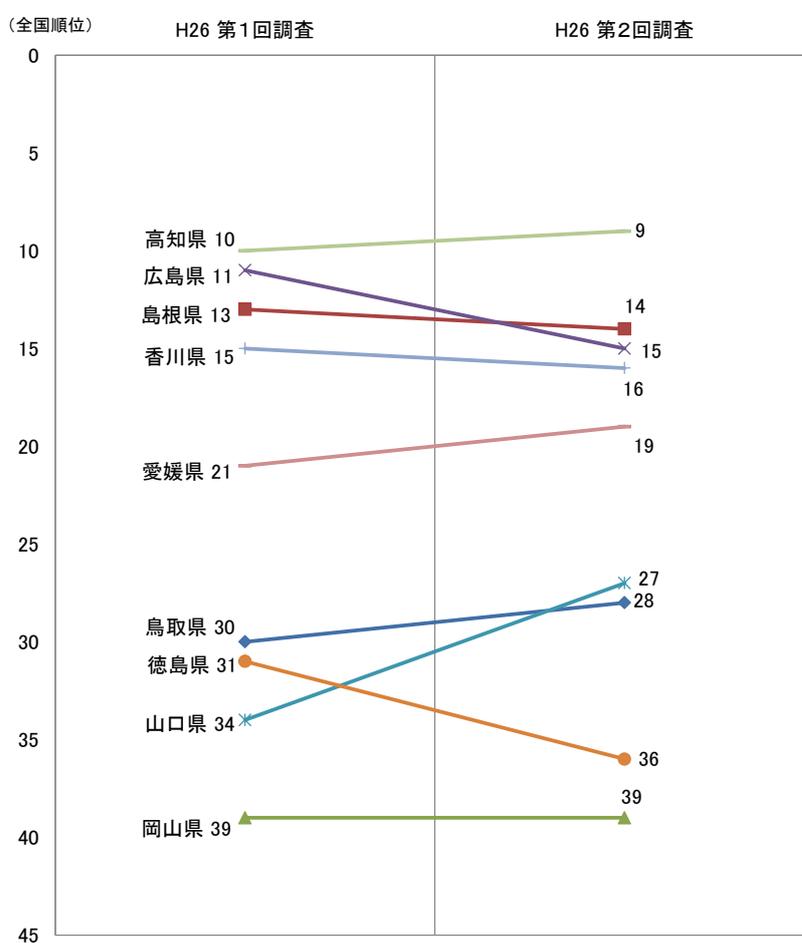
- ・「島根県」に行ってみたいと回答した割合は、60代では男女ともに高い割合となっており、シニア層からの人気が高いことがわかる。特に、60代女性では全国第8位、中国・四国地方第1位となっている。
- ・第1回と比較すると、30代男性では全国順位が第21位から第14位、40代女性では第16位から第11位に上がった。

		n=		島根県			
				全国順位		中四国順位	
TOTAL (H25 第1回)		3,130	11.9				
TOTAL (H25 第2回)		3,108	11.6				
TOTAL (H25 第3回)		3,107	13.2				
TOTAL (H26 第1回)		2,066	11.1	H26 第1回調査	H26 第2回調査	H26 第1回調査	H26 第2回調査
TOTAL (H26 第2回)		2,079	10.3				
男性20代	H26 第1回	201	7.5	第20位	第20位	第5位	第4位
	H26 第2回	206	7.8				
男性30代	H26 第1回	202	6.9	第21位	第14位	第4位	第2位
	H26 第2回	204	10.3				
男性40代	H26 第1回	211	12.3	第11位	第23位	第4位	第5位
	H26 第2回	210	5.7				
男性50代	H26 第1回	207	11.1	第11位	第17位	第2位	第3位
	H26 第2回	213	8.0				
男性60代	H26 第1回	209	13.9	第10位	第12位	第1位	第2位
	H26 第2回	205	12.7				
女性20代	H26 第1回	204	11.3	第12位	第12位	第3位	第3位
	H26 第2回	208	11.5				
女性30代	H26 第1回	208	7.7	第15位	第15位	第4位	第3位
	H26 第2回	209	8.1				
女性40代	H26 第1回	213	9.9	第16位	第11位	第4位	第2位
	H26 第2回	209	14.4				
女性50代	H26 第1回	210	13.3	第10位	第14位	第1位	第2位
	H26 第2回	207	10.6				
女性60代	H26 第1回	201	16.9	第7位	第8位	第1位	第1位
	H26 第2回	208	13.9				

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
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
H26 第2回調査(n=2,079)	5.2%	10.3%	3.0%	10.1%	5.3%	4.0%	10.0%	8.3%	13.1%
全国順位	28	14	39	15	27	36	16	19	9
中国・四国地方内順位	7	2	9	3	6	8	4	5	1



2. 調査結果

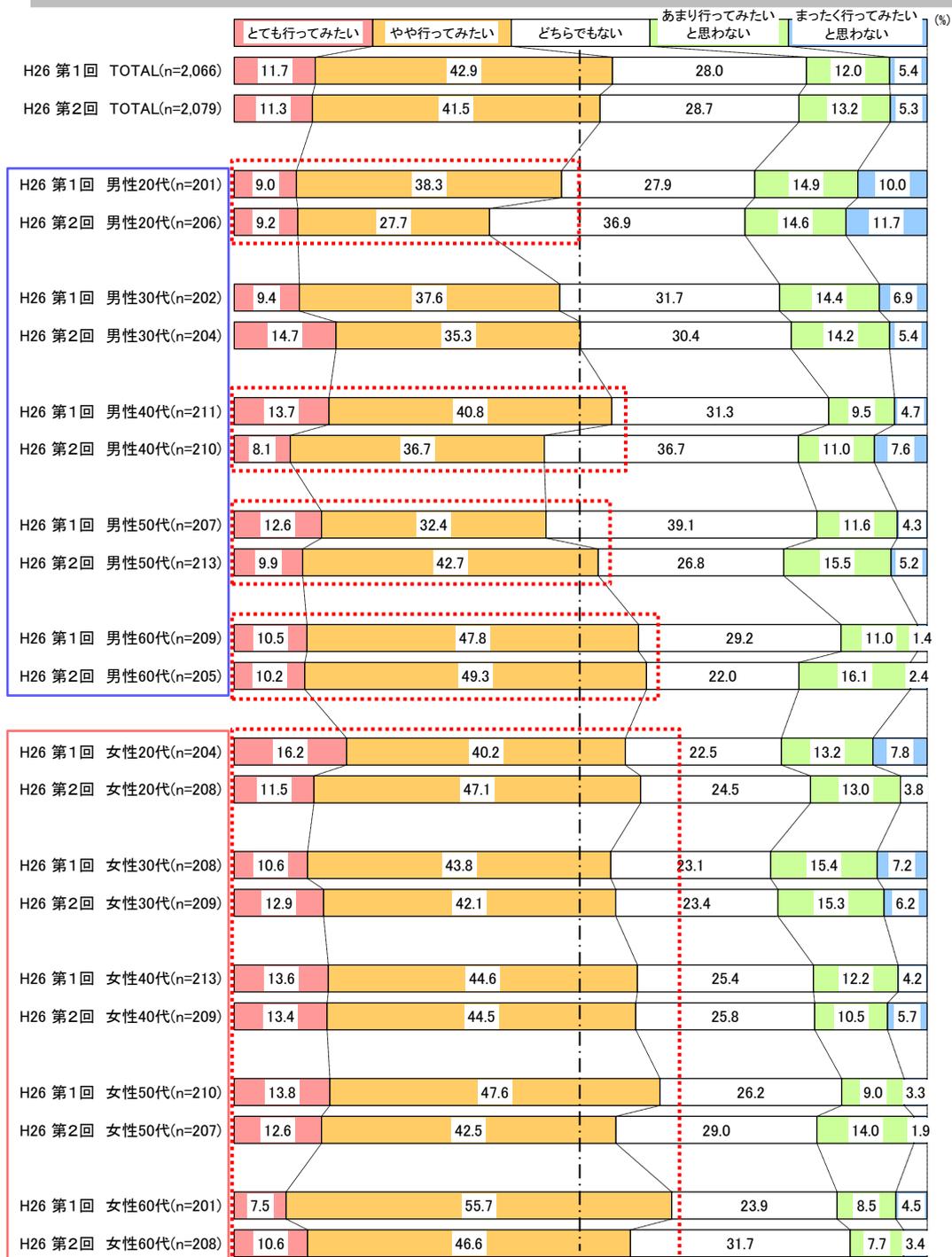
【設問 1 1】あなたは、今後、島根県へ旅行に行ってみたいと思いますか。

(回答は1つ)

- ・全体では、「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約半数を占めており、概ね第1回と同様な傾向である。

<セグメント分析>

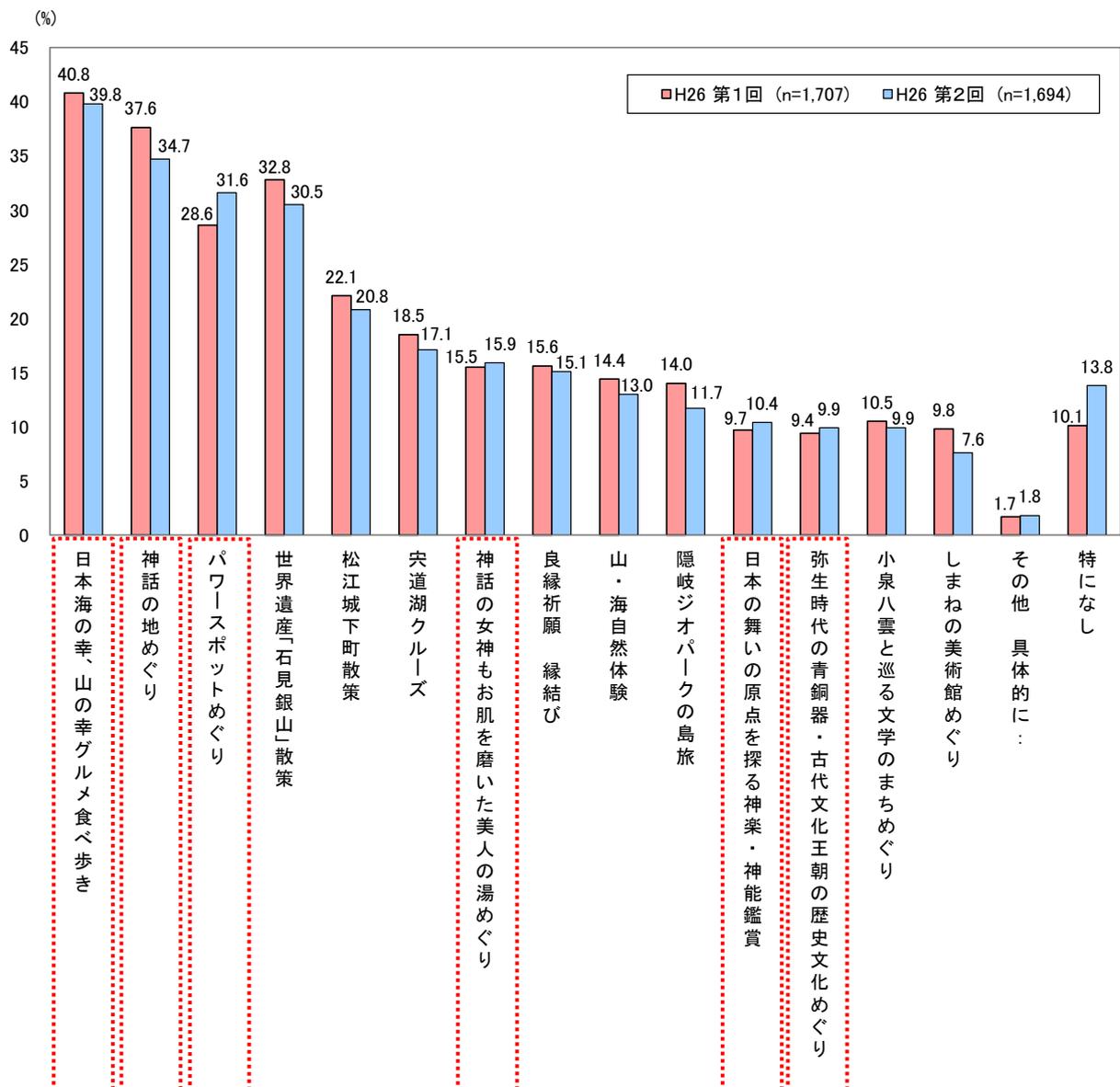
- ・60代男性と女性の全ての年代で第1回、第2回ともに「とても行ってみたい」、「やや行ってみたい」の割合が半数以上となっている。
- ・第1回と比較すると、「とても行ってみたい」、「やや行ってみたい」の割合は、20代と40代男性で減少しているが、50代男性では7.6ポイント増加した。



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」（39.8%）、「神話の地めぐり」（34.7%）、「パワースポットめぐり」（31.6%）が上位となっている。
- ・第1回と比較すると、「パワースポットめぐり」が3.0ポイント増加しているほか、「美人の湯めぐり」、「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」がやや増加している。



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>

- ・「日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き」は60代男性からの人気が高く、第1回と比較すると40代女性の割合が9.8ポイント増加している。
- ・「パワースポットめぐり」、「美人の湯めぐり」、「隠岐ジオパークの島旅」、「神楽・神能鑑賞」は、性別で比べると女性の割合が高く、特に「パワースポットめぐり」は20～30代女性から圧倒的な人気がある。
- ・「世界遺産 石見银山」や「松江城下町散策」、「宍道湖クルーズ」、「弥生時代の青銅器・古代文化王朝の歴史文化めぐり」、「小泉八雲と巡る文学のまぢめぐり」、「しまねの美術館めぐり」など、歴史や文学に関するテーマは50～60代の男女に人気である。
- ・「良縁祈願 縁結び」は20代男性、20～30代女性からの人気が高い。

n=		日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き	神話の地めぐり	パワースポットめぐり	世界遺産「石見银山」散策	松江城下町散策	宍道湖クルーズ	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	山・海自然体験	隠岐ジオパークの島旅	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	小泉八雲と巡る文学のまぢめぐり	しまねの美術館めぐり	その他 具体的に：	特になし	
TOTAL(H26 第1回)		1,707	40.8	37.6	28.6	32.8	22.1	18.5	15.6	14.4	14.0	9.7	9.4	10.5	9.8	1.7	10.1	
TOTAL(H26 第2回)		1,694	39.8	34.7	31.6	30.5	20.8	17.1	15.9	13.0	11.7	10.4	9.9	9.9	7.6	1.8	13.8	
男性20代	H26 第1回	151	32.5	31.1	27.2	34.4	21.9	11.3	6.0	28.5	18.5	10.6	8.6	5.3	5.3	7.3	1.3	18.5
	H26 第2回	152	33.6	20.4	19.7	25.7	11.8	12.5	8.6	19.1	19.1	9.9	7.2	9.9	5.3	4.6	1.3	26.3
男性30代	H26 第1回	159	31.4	37.1	27.7	31.4	13.8	16.4	5.7	13.8	19.5	10.1	8.8	8.8	10.7	3.8	1.3	11.3
	H26 第2回	164	29.9	39.0	26.8	32.3	23.2	15.9	5.5	15.2	8.5	11.0	9.8	7.9	6.1	5.5	0.6	25.0
男性40代	H26 第1回	181	39.8	37.6	23.2	34.3	16.0	23.2	4.4	9.9	12.7	14.9	6.6	9.4	5.0	3.9	2.2	11.0
	H26 第2回	171	31.6	32.7	26.9	29.8	15.8	11.1	6.4	11.7	13.5	9.9	5.8	11.7	3.5	2.3	2.3	18.7
男性50代	H26 第1回	174	38.5	36.8	23.0	33.3	21.8	20.1	5.7	8.0	12.6	12.1	7.5	9.8	9.2	6.3	1.1	14.4
	H26 第2回	169	36.7	36.7	23.1	29.6	14.8	17.8	4.1	6.5	9.5	11.8	3.0	4.7	7.1	2.4	1.8	16.0
男性60代	H26 第1回	183	44.3	45.9	11.5	35.5	31.7	24.6	8.7	4.4	12.0	17.5	6.6	15.3	10.9	7.7	1.1	9.8
	H26 第2回	167	46.7	35.9	12.0	42.5	26.9	22.8	6.6	4.2	13.8	7.8	9.0	13.2	15.0	7.2	4.2	6.0
女性20代	H26 第1回	161	39.8	37.3	39.8	24.2	15.5	6.8	32.9	36.0	21.1	9.9	12.4	5.6	11.8	9.3	0.6	10.6
	H26 第2回	173	43.4	30.6	51.4	20.2	13.9	12.1	30.1	44.5	16.8	5.8	14.5	7.5	11.0	8.1	1.7	9.2
女性30代	H26 第1回	161	49.7	36.0	40.4	31.1	17.4	18.6	29.2	25.5	14.9	12.4	11.8	9.9	6.2	8.7	1.2	5.6
	H26 第2回	164	42.7	32.9	50.0	26.2	15.9	9.1	31.1	26.2	15.2	11.0	11.6	9.1	9.1	6.1	1.2	12.2
女性40代	H26 第1回	178	36.5	35.4	49.4	25.8	18.0	15.2	23.0	18.5	12.4	11.8	10.7	9.0	9.6	9.6	3.4	8.4
	H26 第2回	175	46.3	40.0	46.9	30.3	23.4	24.6	28.0	12.6	14.3	17.1	13.1	10.9	9.1	10.9	0.6	8.6
女性50代	H26 第1回	184	46.2	43.5	29.3	35.9	28.8	25.5	22.3	10.9	10.3	18.5	12.5	8.2	14.1	17.4	2.7	7.1
	H26 第2回	174	44.3	43.7	43.1	33.9	28.2	21.8	22.4	9.8	9.2	14.4	12.6	12.1	10.9	12.6	1.7	9.2
女性60代	H26 第1回	175	48.0	33.7	16.6	41.1	34.3	20.6	17.1	5.1	12.0	20.6	12.0	12.0	21.1	23.4	1.7	5.7
	H26 第2回	185	41.6	33.5	15.1	34.1	32.4	21.6	14.6	2.2	11.4	17.3	16.2	11.4	20.5	15.1	2.2	8.6

2. 調査結果

■ 「その他 具体的に」の自由回答

N=30

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	蛙男商会さんおすすめの旅	1	3.3%	1	3.3%
美術館・博物館	足立美術館	4	13.3%	7	23.3%
	アクアス	2	6.7%		
	サンドミュージアム	1	3.3%		
神社・仏閣	出雲大社	3	10.0%	4	13.3%
	塩冶神社に行ってみたい	1	3.3%		
名物・料理・食材	新鮮な魚料理	1	3.3%	3	10.0%
	和菓子	1	3.3%		
	日本酒	1	3.3%		
温泉	温泉	3	10.0%	4	13.3%
	松江皆美館を再訪	1	3.3%		
交通	サンライズ出雲に乗る	2	6.7%	6	20.0%
	一畑電車	2	6.7%		
	SL山口号	1	3.3%		
	木次線等めぐり	1	3.3%		
自然	「江の川」鮎釣り	1	3.3%	3	10.0%
	昆虫採集	1	3.3%		
	釣り	1	3.3%		
地名	津和野	2	6.7%	3	10.0%
	奥出雲	1	3.3%		
その他	新婚旅行の再現	1	3.3%	3	10.0%
	再度友と共に痛飲する	1	3.3%		
	映画館めぐり	1	3.3%		
回答数合計				34	-

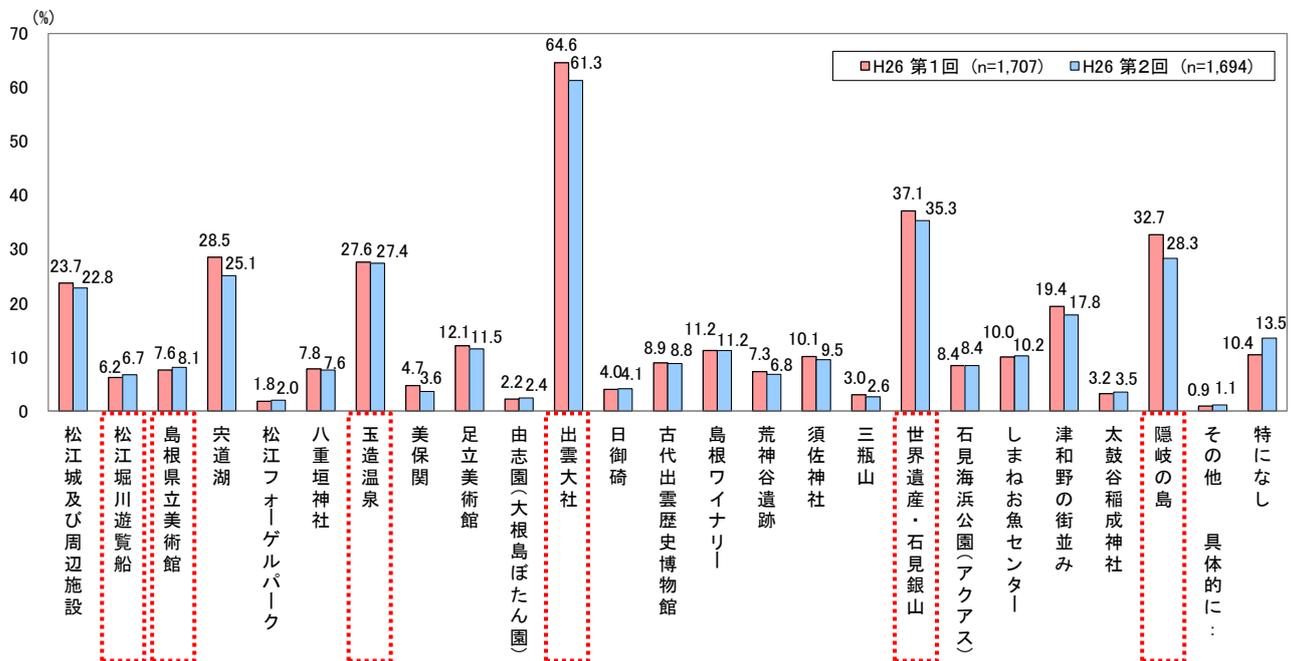
回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

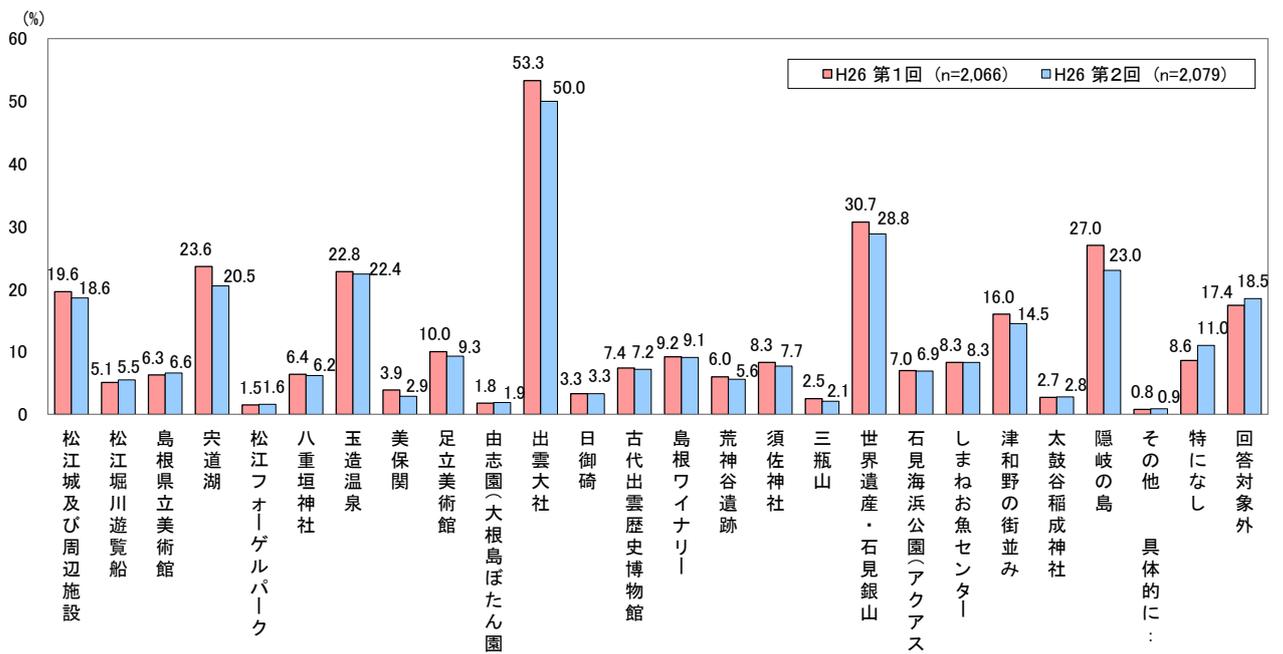
【設問13】設問11で「とても行ってみたい」「やや行ってみたい」「どちらでもない」と答えた方にお伺いします。島根県のどこへ行ってみたいと思いますか。(回答はいくつでも)

- ・「出雲大社」(61.3%)が最も人気が高く、次いで「世界遺産・石見銀山」(35.3%)、「隠岐の島」(28.3%)、「玉造温泉」(27.4%)、「宍道湖」(25.1%)が上位となっている。
- ・第1回と比較すると、「松江堀川遊覧船」や「島根県立美術館」などがやや増加している。

(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」、「島根県立美術館」、「津和野の街並み」、「隠岐の島」は50～60代女性からの人気が高く、特に「松江城および周辺施設」は第1回と比べて人気が高まっている。
- ・「八重垣神社」、「玉造温泉」、「島根ワイナリー」、「アクアス」は女性の割合が高くなっている。
- ・「世界遺産 石見银山」は、20代男女の割合が大きく減少しているものの、50～60代男女からは人気が高い状況が続いている。
- ・20～40代男性は、「特になし」の割合が高くなっている。

	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		
n=																											
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	
TOTAL (H26 第2回)	1,694	22.8	6.7	8.1	25.1	2.0	7.6	27.4	3.6	11.5	2.4	61.3	4.1	8.8	11.2	6.8	9.5	2.6	35.3	8.4	10.2	17.8	3.5	28.3	1.1	13.5	
男性20代	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
	H26 第2回	152	15.8	5.9	8.6	13.8	3.3	5.9	14.5	2.6	4.6	1.3	47.4	5.9	7.9	10.5	7.9	4.6	30.3	5.9	9.9	6.6	2.6	18.4	0.7	27.0	
男性30代	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
	H26 第2回	164	26.2	3.0	6.7	20.1	4.3	7.3	18.3	5.5	5.5	2.4	62.8	3.7	5.5	11.6	7.3	8.5	1.8	34.1	4.9	7.3	12.2	4.3	25.0	0.0	20.7
男性40代	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
	H26 第2回	171	21.6	6.4	4.1	23.4	1.2	4.1	20.5	2.3	5.3	1.8	59.6	2.3	7.6	9.4	4.7	8.2	2.9	37.4	8.2	14.0	10.5	2.3	24.0	3.5	18.7
男性50代	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
	H26 第2回	169	16.0	3.0	5.3	28.4	0.6	3.6	25.4	3.6	8.9	0.6	59.8	3.6	7.1	8.9	6.5	6.5	3.0	33.1	3.0	7.1	17.8	1.2	27.2	0.0	16.0
男性60代	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
	H26 第2回	167	25.1	6.6	7.2	46.1	1.2	6.6	32.9	7.2	14.4	0.0	59.3	5.4	12.6	5.4	9.6	12.6	4.8	43.7	2.4	10.8	34.1	4.8	32.3	1.2	3.6
女性20代	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
	H26 第2回	173	20.2	8.1	8.1	9.8	2.9	9.8	22.0	1.2	8.7	2.9	67.6	2.3	5.8	13.9	7.5	9.2	1.7	25.4	13.3	8.1	5.2	4.0	17.9	2.9	12.1
女性30代	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
	H26 第2回	164	17.7	8.5	9.1	12.8	3.0	9.8	31.7	2.4	9.8	4.3	63.4	4.3	7.9	14.6	5.5	5.5	1.8	33.5	14.6	11.0	9.8	3.7	25.0	0.0	15.2
女性40代	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
	H26 第2回	175	25.7	8.0	8.0	31.4	1.1	9.1	33.7	2.3	11.4	4.0	71.4	2.9	11.4	15.4	7.4	12.6	1.7	38.3	13.1	9.7	16.0	5.1	36.6	0.0	8.6
女性50代	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
	H26 第2回	174	28.2	8.6	10.3	32.8	1.1	9.8	40.2	3.4	16.7	1.7	68.4	4.6	10.3	13.2	5.2	13.2	1.7	40.8	10.3	12.1	27.6	1.7	33.3	0.6	6.9
女性60代	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
	H26 第2回	185	30.3	8.6	13.0	30.8	1.6	9.2	33.0	5.4	27.0	4.3	52.4	5.9	11.4	9.2	7.0	10.3	2.2	35.7	8.1	11.9	35.7	4.9	40.5	1.6	8.1

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(%)
博物館・美術館	仁摩サンドミュージアム	3	17.6%	4	23.5%
	安野光雅美術館	1	5.9%		
	アクアス	1	5.9%		
施設	小泉八雲旧邸	1	5.9%	2	11.8%
	水木しげるロード	1	5.9%		
自然	山や森	1	5.9%	1	5.9%
神社・仏閣	塩冶神社	1	5.9%	1	5.9%
地名	亀嵩	1	5.9%	1	5.9%
温泉	温泉津温泉	2	11.8%	4	23.5%
	竹野屋旅館	1	5.9%		
	松江皆美館を再度訪れたい	1	5.9%		
交通	一畑電車雲州平田駅	1	5.9%	1	5.9%
その他	映画館	1	5.9%	2	11.8%
	竹島	1	5.9%		
不明	まだよくわからないので答えられない	1	5.9%	1	5.9%
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

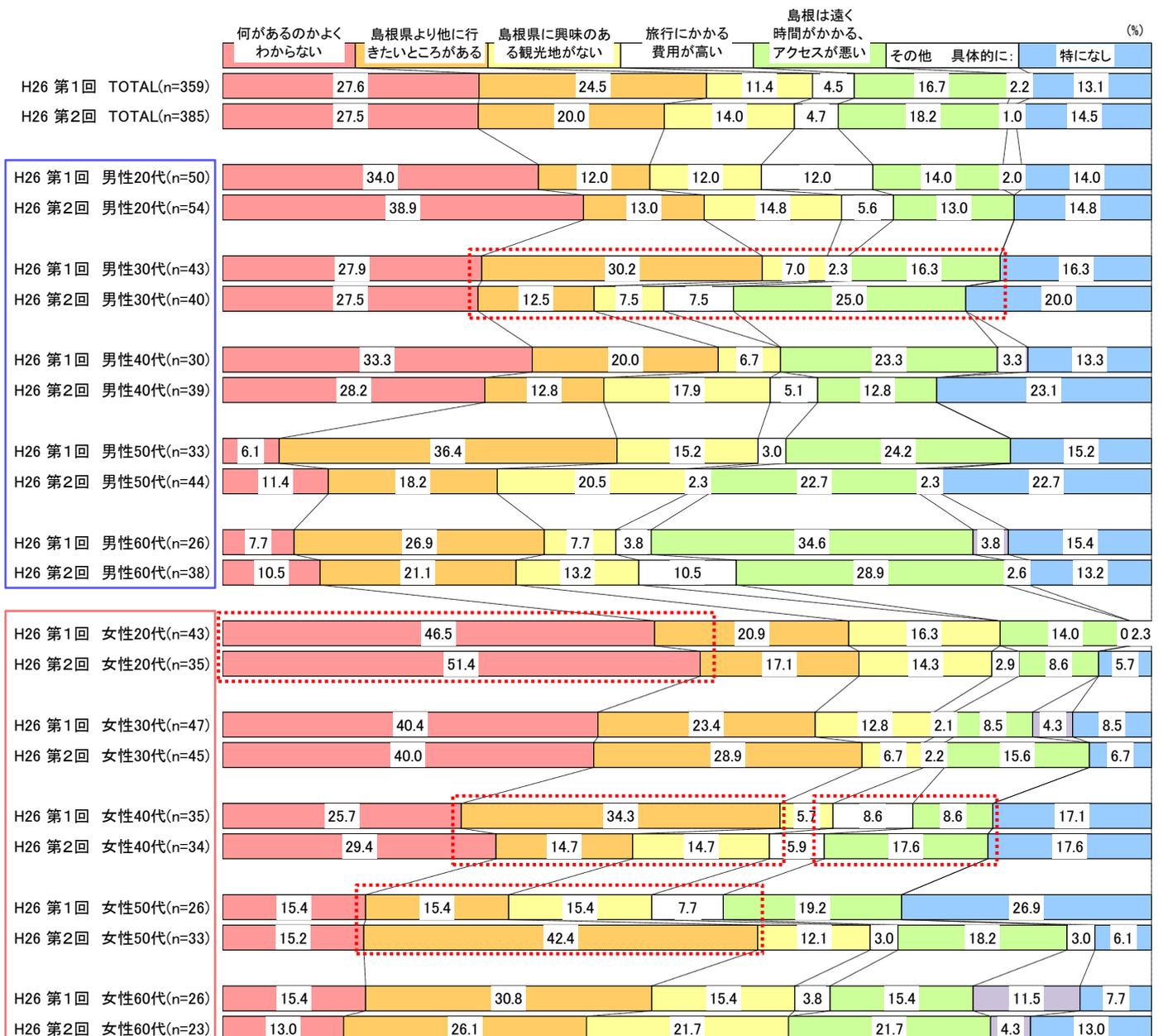
2. 調査結果

【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。概ね第1回と同様な結果となっている。

<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20代女性で、第1回と比べて4.9ポイント増加している。
- ・第1回と比較すると、30代男性と40代女性では、「島根県より他に行きたいところがある」が大きく減少しているが、「アクセスが悪い」が増加した。一方、50代女性では「島根県より他に行きたいところがある」が2倍以上に増加した。



■ 「行きたくない理由：その他」の自由回答

N=4

項目	件数
旅行そのものに興味がない。	2
理由はないけど興味もない	1
遠いし、興味が湧かないし、他に魅力的な場所がある	1
回答数合計	4

6. 島根県の情報接触度

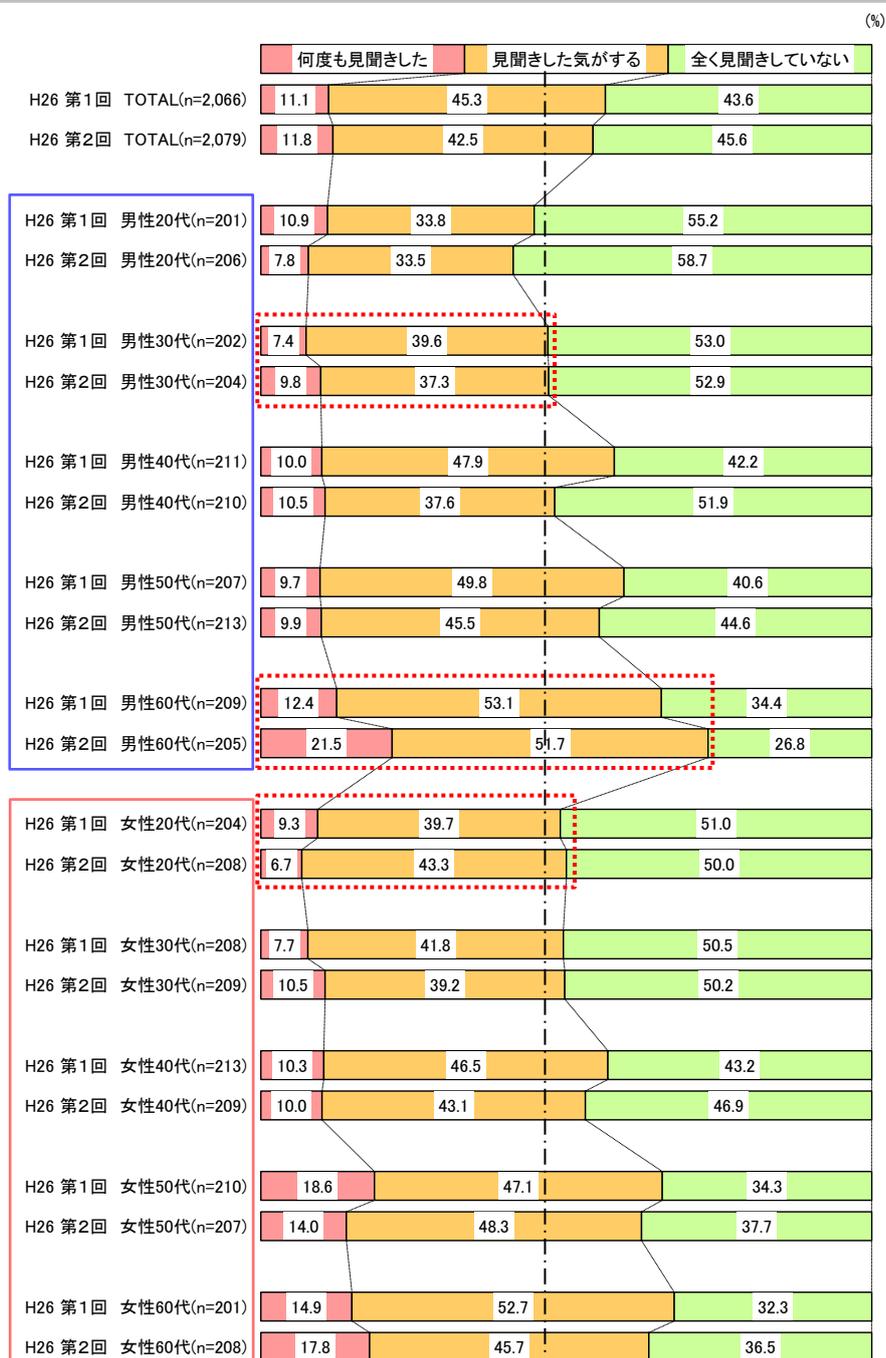
【設問 15】 過去 1 年間において、島根県に関する情報を見聞きしたことがありますか。

(回答は 1 つ)

- ・第 1 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。

<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、60 代男性が最も高い割合となっているが、第 1 回と比較すると、30 代、60 代男性、20 代女性を除いて減少している。



参考2

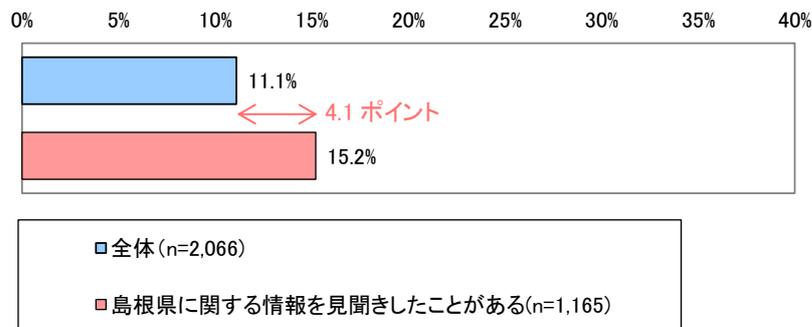
島根県に関する情報接触経験の比較分析

- (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

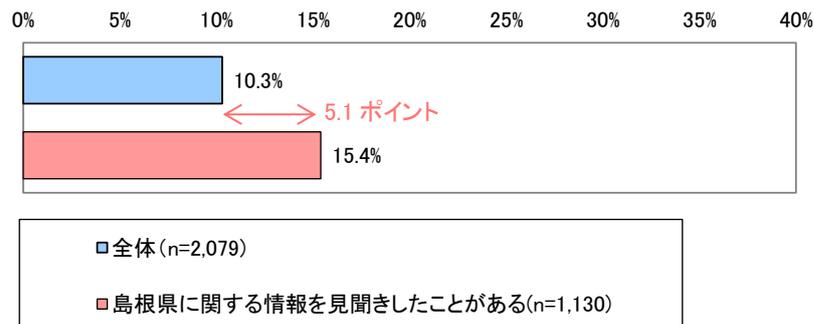
(1) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析

- ・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11.1%、今回10.3%と、0.8ポイント減少している。
- ・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15.2%、今回15.4%と0.2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4.1ポイント、今回は5.1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（H26 第1回調査）



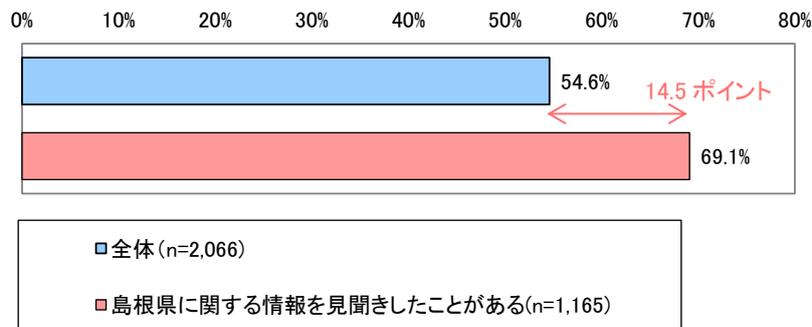
行ってみたい都道府県：島根県（H26 第2回調査）



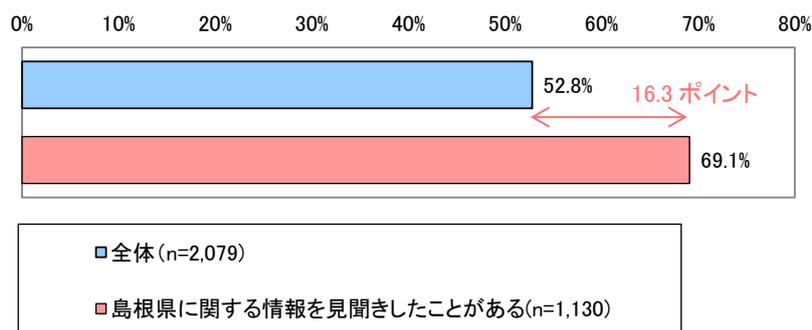
(2) 島根県への今後の旅行意向（設問 1 1）との比較分析

- ・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 54.6%、今回 52.8%と、1.8ポイント減少している。
- ・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、今回ともに 69.1%となった。
- ・**情報接触者（過去1年間）と全体**を比較すると、第1回では 14.5ポイント、今回は 16.3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(H26 第1回調査)



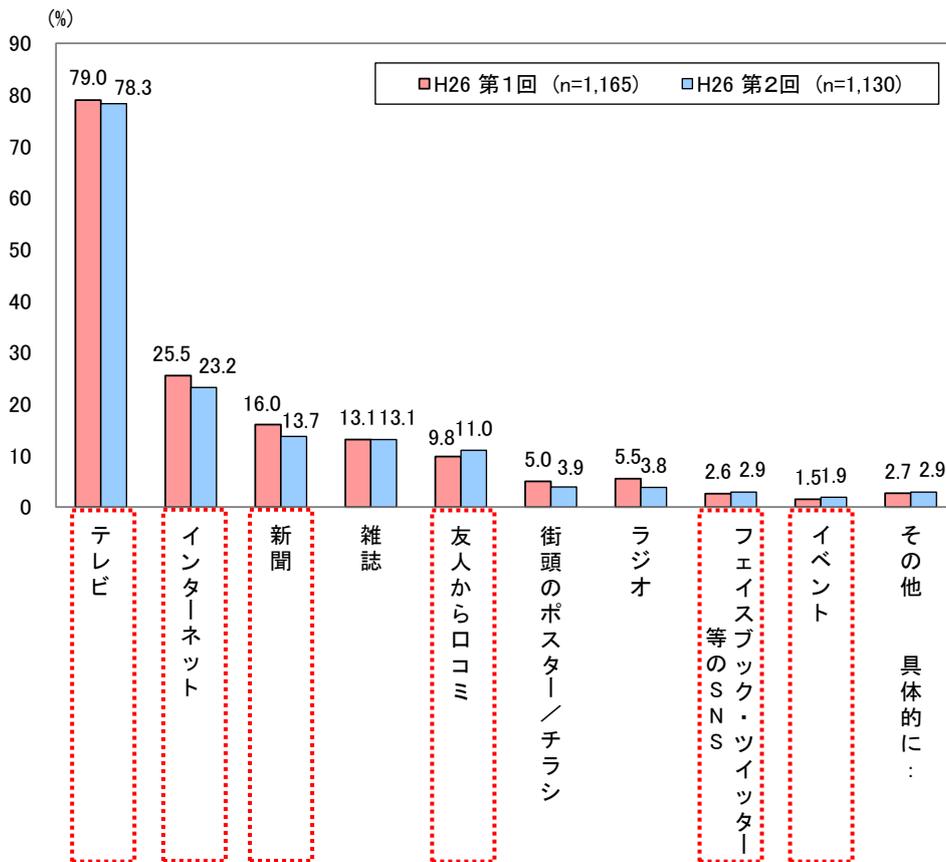
島根県への今後の旅行意向(H26 第2回調査)



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」(78.3%) が最も多く、次いで「インターネット」(23.2%)、「新聞」(13.7%)、
となっている。
- ・第1回と比較すると、「友人からの口コミ」、「フェイスブック・ツイッター等のSNS」、
「イベント」がやや増加している。



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>

- ・「インターネット」や「新聞」は男性の割合が高く、「友人からの口コミ」は女性の割合が高くなっている。
- ・第1回と比較すると、「雑誌」は男性20代、40代、60代で増加している一方、女性20代、40代で第1回の約半分に減少している。
- ・「フェイスブック・ツイッター等のSNS」は、第1回と比べて20代男女の割合が大きく減少している。

		n=	テレビ	インターネット	新聞	雑誌	友人から口コミ	街頭のポスター／チラシ	ラジオ	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 (H26 第1回)		1,165	79.0	25.5	16.0	13.1	9.8	5.0	5.5	2.6	1.5	2.7	
TOTAL (H26 第2回)		1,130	78.3	23.2	13.7	13.1	11.0	3.9	3.8	2.9	1.9	2.9	
男性20代	H26 第1回	90	74.4	36.7	18.9	8.9	12.2	5.6	7.8	6.7	4.4	2.2	
	H26 第2回	85	68.2	29.4	10.6	15.3	9.4	5.9	8.2	2.4	3.5	1.2	
男性30代	H26 第1回	95	75.8	37.9	11.6	11.6	9.5	2.1	7.4	4.2	1.1	3.2	
	H26 第2回	96	80.2	33.3	14.6	10.4	9.4	2.1	7.3	4.2	0.0	3.1	
男性40代	H26 第1回	122	77.0	24.6	12.3	13.1	6.6	7.4	6.6	3.3	0.0	0.8	
	H26 第2回	101	75.2	29.7	8.9	14.9	7.9	2.0	8.9	5.0	1.0	3.0	
男性50代	H26 第1回	123	77.2	34.1	16.3	13.0	4.9	5.7	9.8	0.8	0.0	0.8	
	H26 第2回	118	73.7	27.1	11.0	11.9	8.5	2.5	3.4	0.8	4.2	1.7	
男性60代	H26 第1回	137	74.5	28.5	28.5	12.4	3.6	6.6	4.4	0.7	0.7	5.1	
	H26 第2回	150	78.0	21.3	26.7	20.7	4.0	4.0	4.7	2.7	3.3	3.3	
女性20代	H26 第1回	100	80.0	26.0	8.0	18.0	18.0	3.0	4.0	7.0	0.0	5.0	
	H26 第2回	104	69.2	23.1	3.8	9.6	23.1	5.8	1.0	3.8	3.8	1.0	
女性30代	H26 第1回	103	80.6	27.2	3.9	13.6	14.6	4.9	3.9	1.9	1.0	2.9	
	H26 第2回	104	83.7	21.2	3.8	9.6	13.5	6.7	1.9	3.8	1.9	4.8	
女性40代	H26 第1回	121	86.8	18.2	3.3	11.6	9.1	5.0	4.1	2.5	0.8	0.0	
	H26 第2回	111	84.7	14.4	8.1	4.5	14.4	0.9	0.0	3.6	0.0	4.5	
女性50代	H26 第1回	138	80.4	19.6	18.1	16.7	13.0	3.6	2.9	1.4	3.6	5.1	
	H26 第2回	129	82.9	23.3	10.9	13.2	10.9	5.4	0.8	2.3	1.6	3.9	
女性60代	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	
	H26 第2回	132	83.3	14.4	29.5	17.4	11.4	3.8	3.8	1.5	0.0	2.3	

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=32

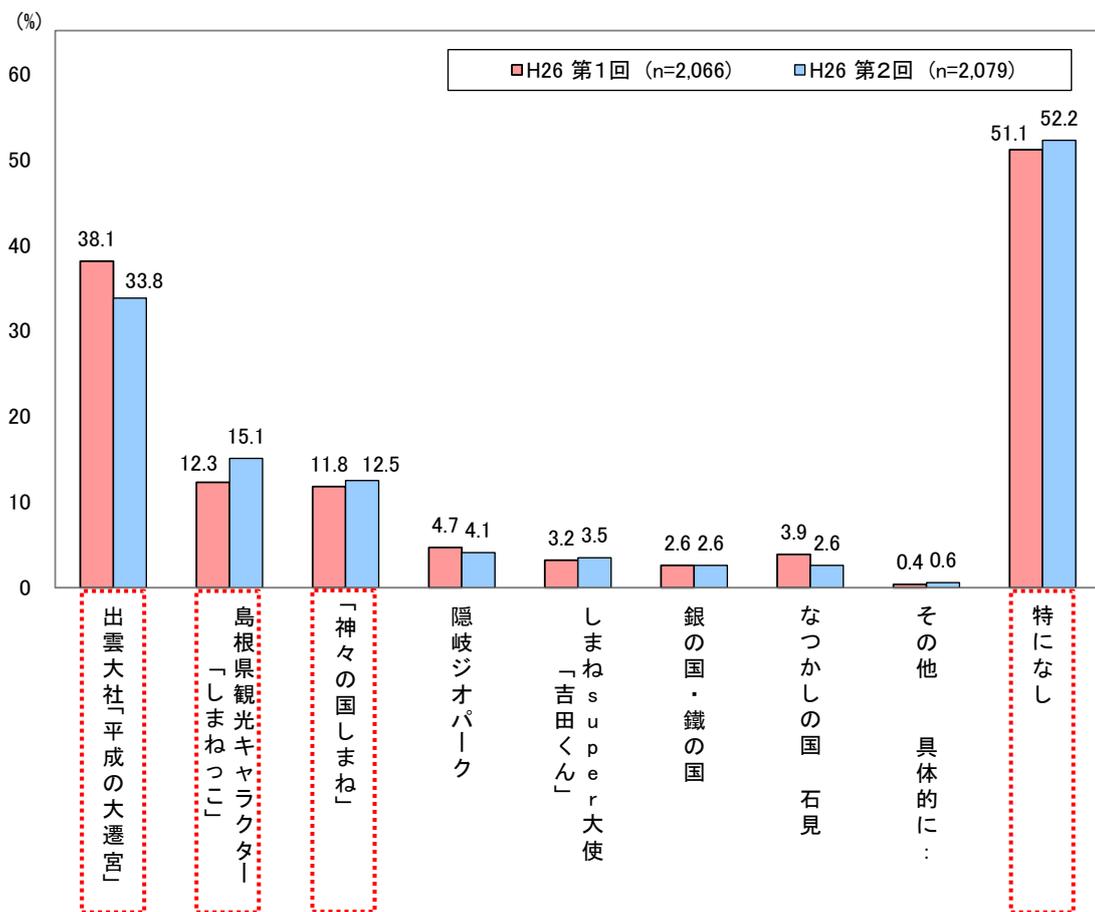
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
口コミ	家族の話	4	12.5%	5	15.6%
	友人のブログ	1	3.1%		
アンテナショップ	にほんばし島根館	12	37.5%	12	37.5%
書籍・パンフレット	アニメ『秘密結社鷹の爪団』	3	9.4%	7	21.9%
	そばもん	1	3.1%		
	マンガ	1	3.1%		
	DVD	1	3.1%		
	旅行会社のパンフレット	1	3.1%		
公共交通機関	電車のつり広告	1	3.1%	1	3.1%
その他	覚えていない	3	9.4%	7	21.9%
	現地で	1	3.1%		
	錦織の活躍で	1	3.1%		
	島根の物産展内	1	3.1%		
	地元の大社	1	3.1%		
回答数合計				32	-

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」(52.2%) が最も多く、次いで「出雲大社 平成の大遷宮」(33.8%)、「しまねっこ」(15.1%)、「神々の国しまね」(12.5%) となっている。
- ・第 1 回と比較すると、「出雲大社 平成の大遷宮」が 4.3 ポイント減少し、「しまねっこ」が 2.8 ポイント増加した。



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>

- ・「出雲大社 平成の大遷宮」は、全体的に減少傾向にあるが、特に20代、40代、50代男性の割合が大きく減少している。
- ・「しまねっこ」は、性別で比べると女性の割合が高くなっており、また、第1回と比較すると男性の全ての年代で見聞きした割合が増加した。
- ・「神々の国しまね」は、男性50代、女性20～50代で見聞きした割合が増加した。
- ・「銀の国・鐵の国」や「なつかしの国 石見」は、60代男性の割合が高くなっている。

		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	しまね super 大使 「吉田くん」	銀の国・鐵の国	なつかしの国 石見	その他 具体的に：	特になし	(%)
TOTAL (H26 第1回)		n= 2,066	38.1	12.3	11.8	4.7	3.2	2.6	3.9	0.4	51.1
TOTAL (H26 第2回)		2,079	33.8	15.1	12.5	4.1	3.5	2.6	2.6	0.6	52.2
男性20代	H26 第1回	201	25.4	11.4	10.4	4.5	7.0	3.5	4.0	1.0	59.2
	H26 第2回	206	18.4	12.1	11.2	2.4	8.3	2.9	1.9	0.5	62.6
男性30代	H26 第1回	202	20.8	7.9	6.9	4.0	4.5	4.0	2.5	1.0	66.3
	H26 第2回	204	23.5	9.8	11.8	4.4	7.4	2.9	3.4	0.5	62.3
男性40代	H26 第1回	211	33.6	7.1	11.8	9.0	4.7	3.3	3.8	0.5	55.5
	H26 第2回	210	22.9	14.3	10.5	3.3	5.2	2.9	1.9	0.0	65.2
男性50代	H26 第1回	207	41.1	6.3	12.1	1.0	1.4	2.9	4.3	0.0	51.2
	H26 第2回	213	31.5	8.0	13.6	5.2	0.9	1.4	1.4	0.0	56.8
男性60代	H26 第1回	209	55.0	5.3	18.7	7.7	0.5	3.8	10.5	0.0	40.2
	H26 第2回	205	55.6	8.8	18.5	5.9	1.0	7.3	6.8	1.5	35.1
女性20代	H26 第1回	204	29.9	14.7	7.8	2.0	3.4	0.5	2.0	0.5	56.4
	H26 第2回	208	24.0	27.9	10.1	1.4	1.4	1.0	1.4	1.0	51.9
女性30代	H26 第1回	208	34.6	21.2	11.5	5.3	5.3	1.4	1.4	0.0	50.5
	H26 第2回	209	27.3	27.8	12.4	3.8	5.7	1.4	1.9	1.0	49.8
女性40代	H26 第1回	213	39.4	20.2	10.3	4.2	2.3	0.9	0.9	0.0	48.8
	H26 第2回	209	39.2	18.7	12.0	5.7	3.8	0.0	0.5	0.5	49.3
女性50代	H26 第1回	210	47.1	20.0	11.9	4.3	2.4	2.4	3.8	0.5	42.4
	H26 第2回	207	43.0	13.0	15.5	3.9	1.4	3.4	1.4	1.4	46.4
女性60代	H26 第1回	201	53.7	8.5	15.9	5.5	1.0	3.0	6.0	0.5	41.3
	H26 第2回	208	52.4	10.6	9.1	4.8	0.0	2.9	5.3	0.0	42.3

■ 「その他 具体的に」の自由回答

N=13

項目	件数	割合(%)
鷹の爪/自虐カレンダー	4	30.8%
出雲駅伝	2	15.4%
石見銀山	1	7.7%
DAIGO	1	7.7%
縁結び	1	7.7%
錦織圭	1	7.7%
知事がカニのアピール	1	7.7%
穴道湖のしじみをいつも母が買っている	1	7.7%
出雲大社での高円宮典子さまの婚礼	1	7.7%
回答数合計	13	-

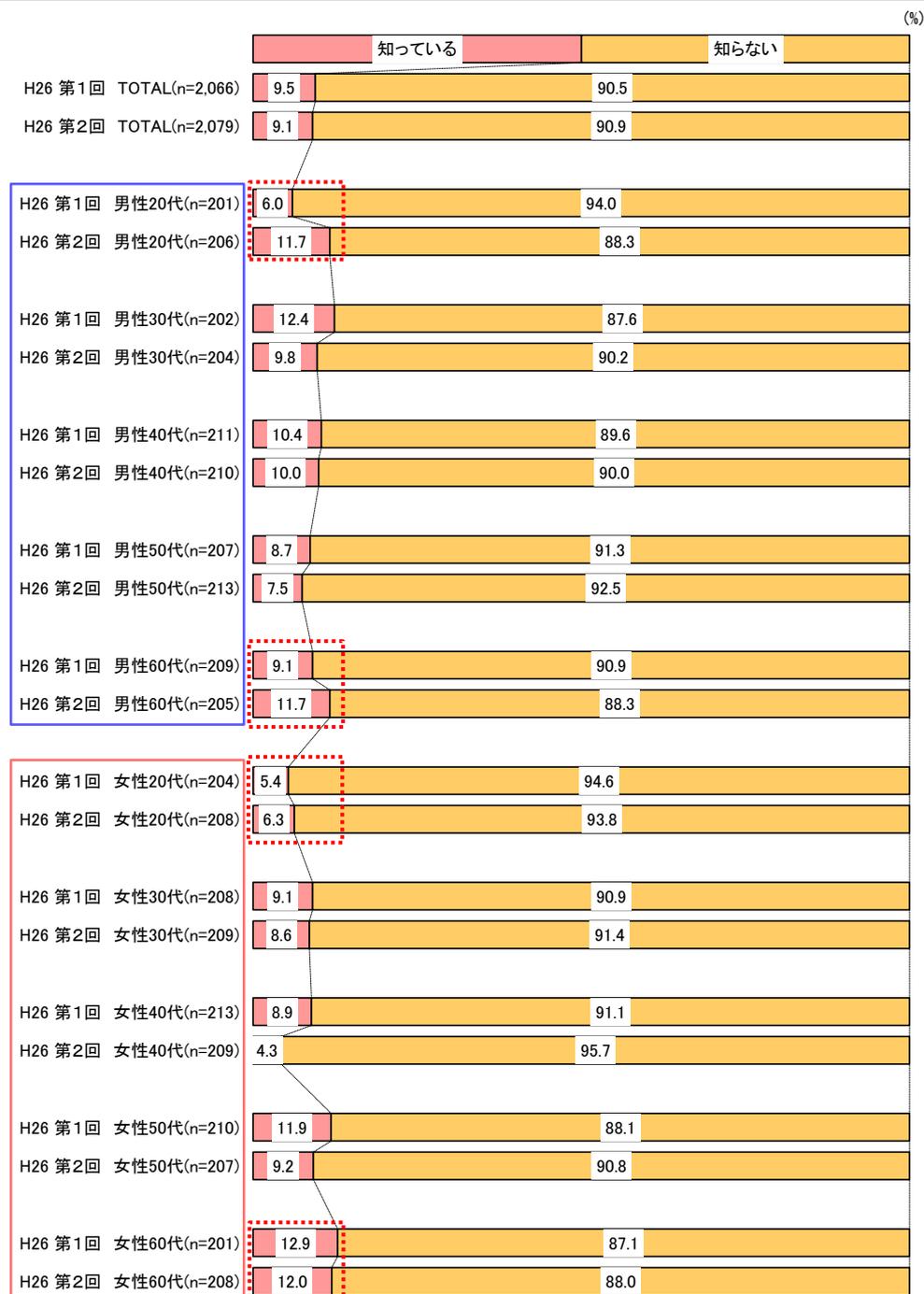
7. 「ご縁の国しまね」観光 PR キャンペーンの認知度調査

【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」と回答しており、第1回と概ね同様な結果となった。

<セグメント分析>

・女性60代で「知っている」の割合が最も高く、第1回と比較すると男性20代、60代と女性20代で「知っている」が増加した。



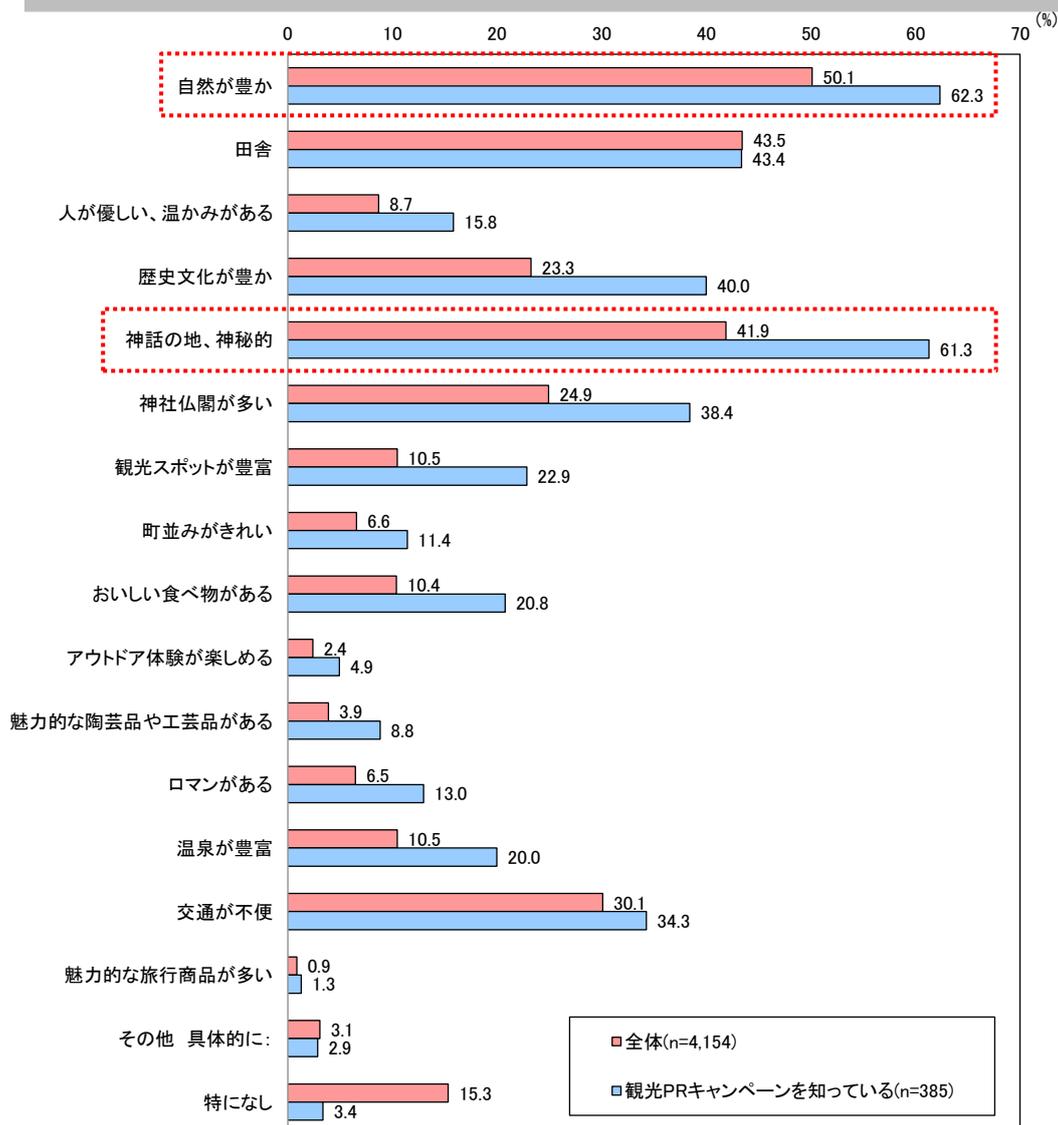
参考3

観光PRキャンペーンの比較分析

- (1) 島根県のイメージ（設問2）との比較分析
- (2) 島根県の観光コンテンツの認知度（設問4）との比較分析
- (3) 島根県の観光コンテンツの関心度（設問5）との比較分析
- (4) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析
- (5) 島根県への今後の旅行意向（設問11）との比較分析

(1) 島根県のイメージ（設問2）との比較分析

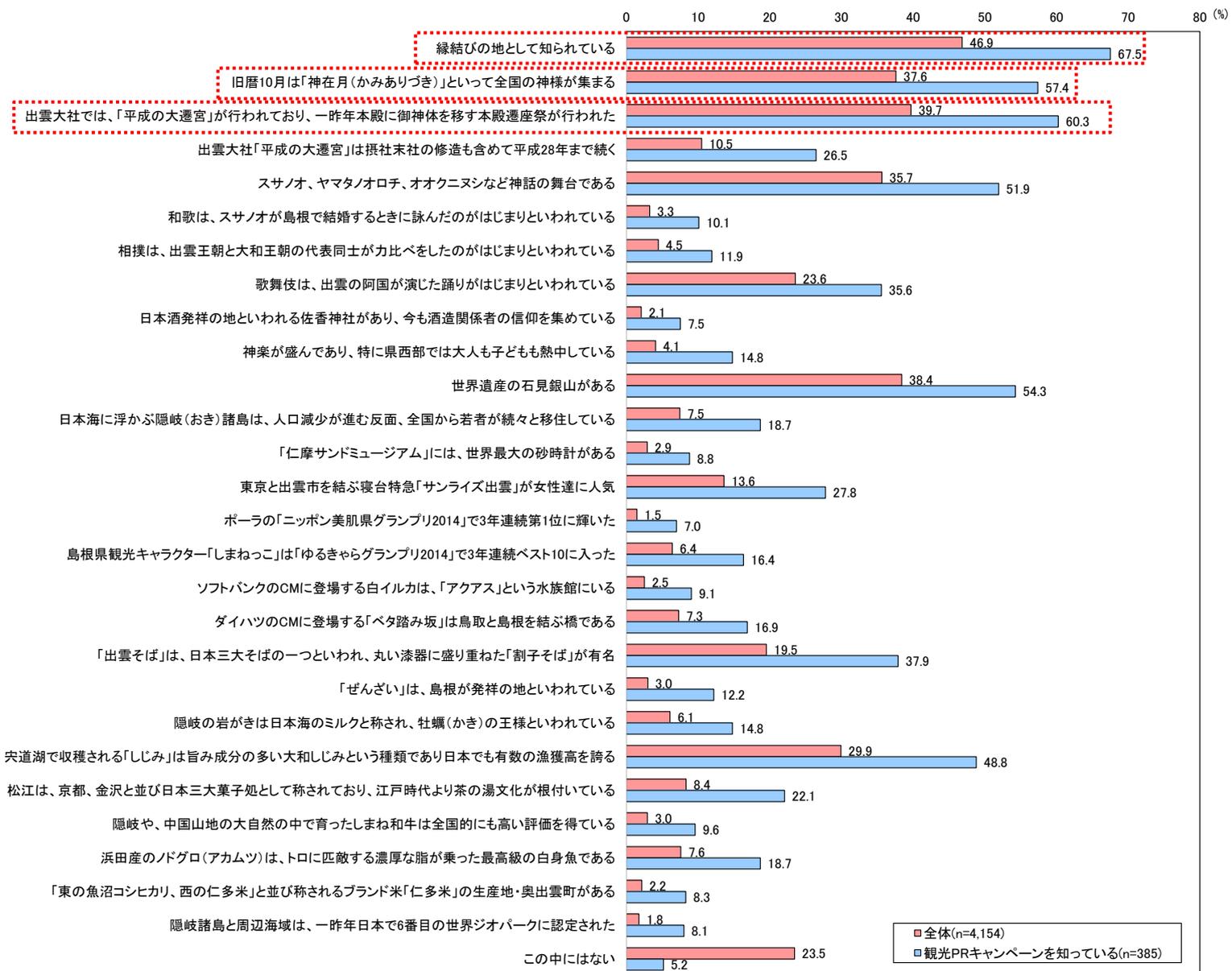
- ・ 島根県のイメージについて、分母を全体と、観光PRキャンペーンを知っている人に分けて比較分析する（第1回と第2回の合算値）。
- ・ 観光PRキャンペーンを知っている人ほど、ポジティブなイメージを持っている人が多く、特に「自然が豊か」（62.3%）、「神話の地、神秘的」（61.3%）の割合が高くなっている。



2. 調査結果

(2) 島根県の観光コンテンツの認知度（設問4）との比較分析

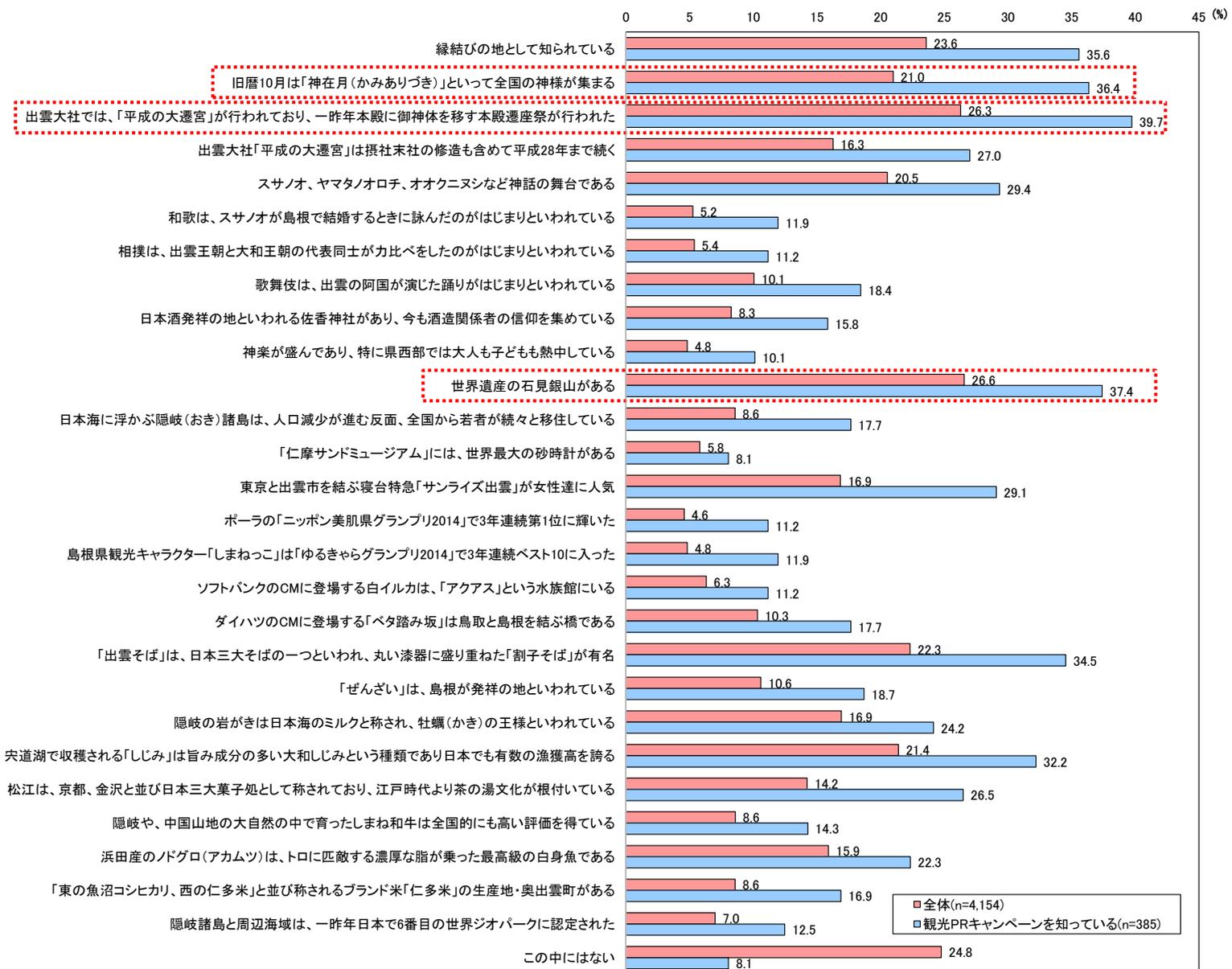
- ・ 島根県の観光コンテンツの認知度について、分母を全体と、観光PRキャンペーンを知っている人に分けて比較分析する（第1回と第2回の合算値）。
- ・ 観光PRキャンペーンを知っている人ほど認知度が高く、特に「縁結びの地」（67.5%）、「出雲大社 平成の大遷宮」（60.3%）、「神在月」（57.4%）の認知度が高い。



2. 調査結果

(3) 島根県の観光コンテンツの関心度（設問5）との比較分析

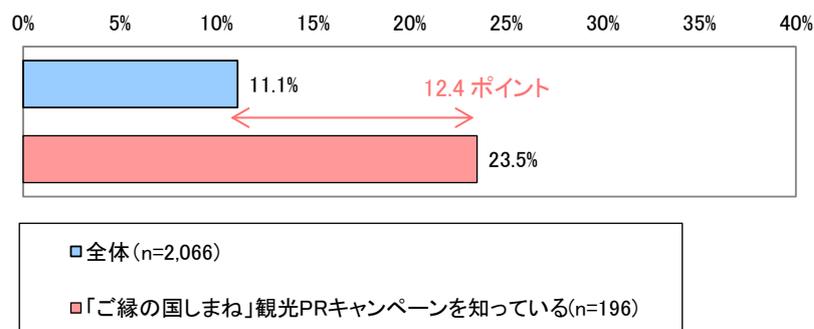
- ・島根県の観光コンテンツの関心度について、分母を全体と、観光PRキャンペーンを知っている人に分けて比較分析する（第1回と第2回の合算値）。
- ・観光PRキャンペーンを知っている人ほど関心度が高く、特に「出雲大社 平成の大遷宮」（39.7%）、「石見銀山」（37.4%）、「神在月」（36.4%）の関心度が高い。



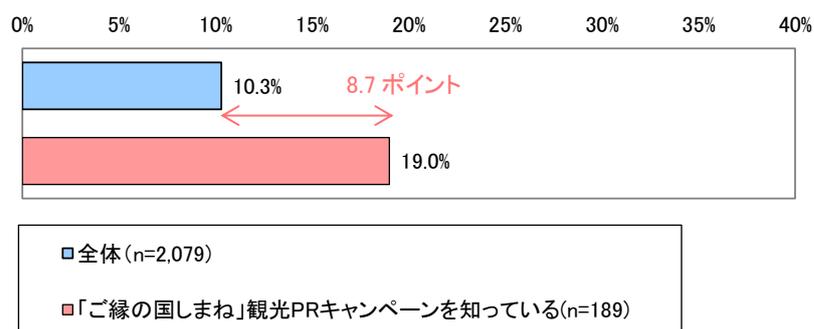
(4) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析

- ・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。
- ・分母を全体として比較すると、第1回11.1%、今回10.3%と、0.8ポイント減少している。
- ・分母を観光PRキャンペーンを知っている人として比較しても、第1回23.5%、今回19.0%で、4.5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比較すると、第1回では12.4ポイント、今回は8.7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ことがわかる。

行ってみたい都道府県：島根県（H26 第1回調査）



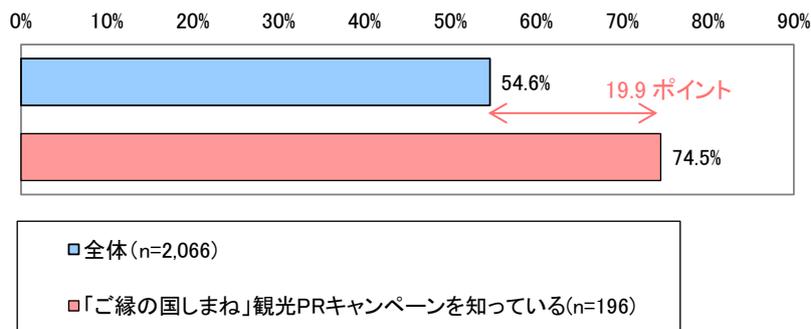
行ってみたい都道府県：島根県（H26 第2回調査）



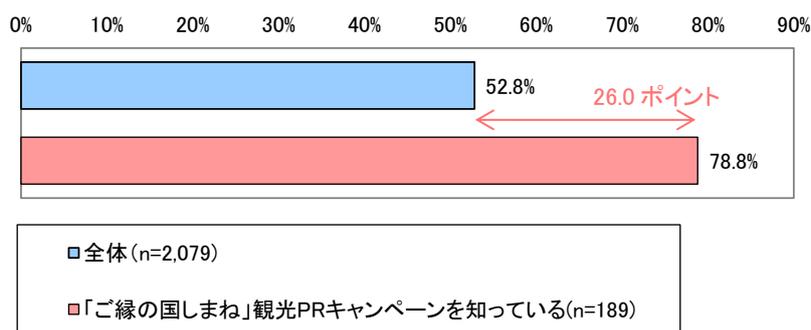
(5) 島根県への今後の旅行意向（設問 1 1）との比較分析

- ・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。
- ・分母を全体として比較すると、第 1 回 54.6%、今回 52.8%と、1.8 ポイント減少している。
- ・分母を観光 PR キャンペーンを知っている人として比較すると、第 1 回 74.5%、今回 78.8%で、4.3 ポイント増加している。
- ・観光 PR キャンペーンを知っている人と全体では、第 1 回では 19.9 ポイント、今回は 26.0 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(H26 第1回調査)



島根県への今後の旅行意向(H26 第2回調査)



2. 調査結果

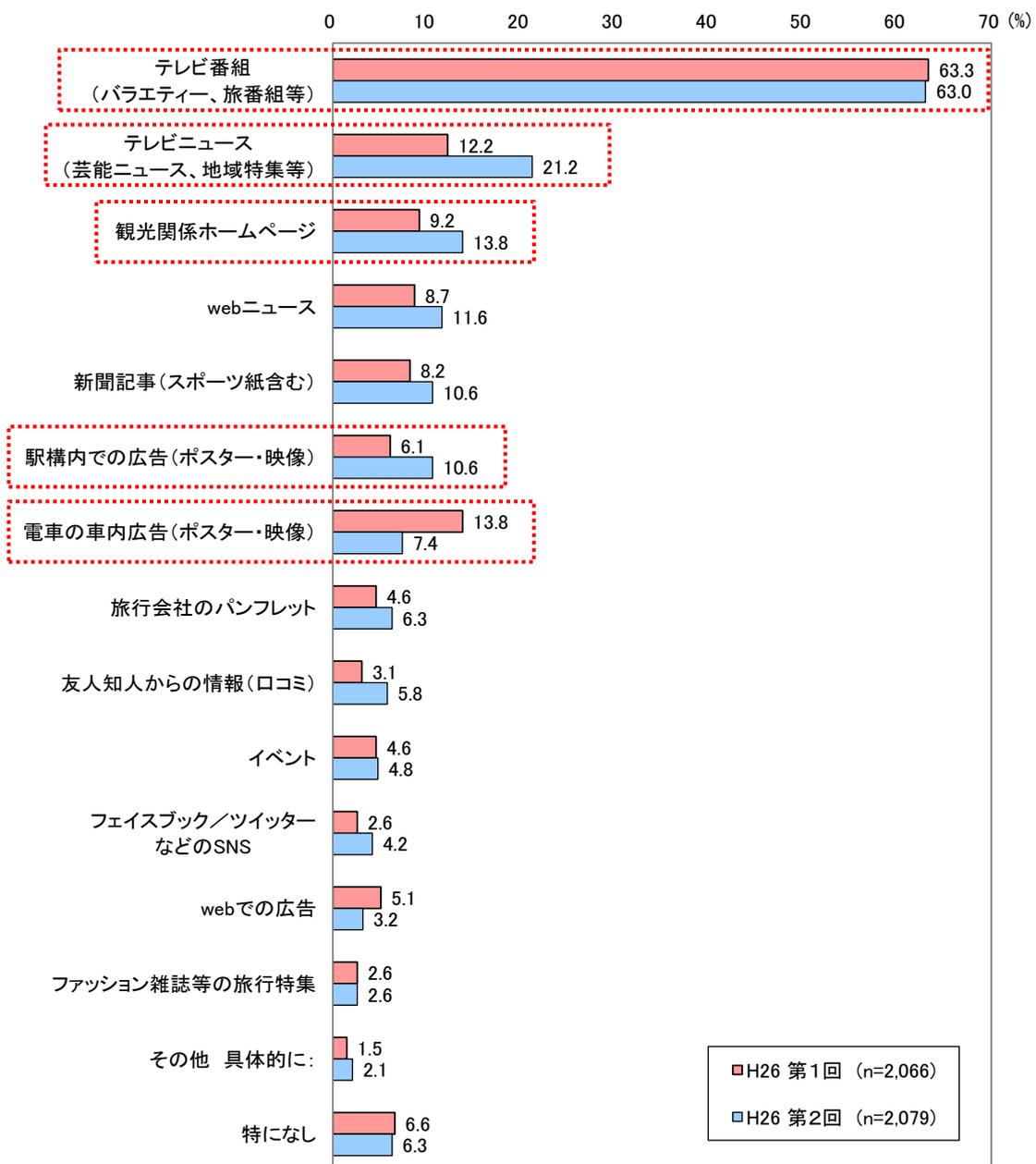
【設問 19】「ご縁の国しまね」観光 PR キャンペーンに関する情報は何で見聞きましたか。(回答はいくつでも)

・「テレビ番組」(63.0%) が最も多く、次いで「テレビニュース」(21.2%)、「観光関係ホームページ」(13.8%) となっている。

・「その他」、「特になし」を除く 13 項目中 9 項目が第 1 回と比べて増加している。特に、「テレビニュース」、「観光関係ホームページ」、「駅構内での広告」の割合が増加した。

※第 1 回調査時期の 8/4~10 および 9/8~14 に JR 東日本(山手線等) 及び東京メトロ(有楽町線、副都心線等) の車内モニターにてキャンペーン PV を放映。

※第 2 回調査時期の 2/9~15 に東京メトロ丸ノ内線新宿駅 メトロプロムナード(東口と西口をつなぐ連絡通路) および東京メトロ表参道駅にご縁の国しまねのポスターを掲示。



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>

- ・「テレビニュース」は、20~30代男性の割合が高く、第1回の結果を大きく上回っている。
- ・「観光関係ホームページ」、「webニュース」、「新聞記事」は、性別で比べると男性の割合が高くなっており、特に30代男性で第1回と比べて増加している。
- ・「駅構内での広告」は、第1回と比較して男性30~60代で減少しているが、女性20代、30代、50代で第1回より増加している。

		n=															(%)
		(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)	駅構内での広告(ポスター・映像)	電車の車内広告(ポスター・映像)	旅行会社のパンフレット	友人知人からの情報(口コミ)	イベント	フェイスブック/ツイッターなどのSNS	webでの広告	ファッション雑誌等の旅行特集	その他 具体的に:	特になし	
TOTAL (H26 第1回)		196	63.3	12.2	9.2	8.7	8.2	6.1	13.8	4.6	3.1	4.6	2.6	5.1	2.6	1.5	6.6
TOTAL (H26 第2回)		189	63.0	21.2	13.8	11.6	10.6	7.4	6.3	5.8	4.8	4.2	3.2	2.6	2.1	6.3	
男性20代	H26 第1回	12	50.0	8.3	33.3	25.0	0.0	16.7	0.0	0.0	25.0	16.7	16.7	16.7	0.0	8.3	
	H26 第2回	24	45.8	29.2	25.0	16.7	20.8	16.7	8.3	0.0	8.3	16.7	8.3	12.5	0.0	0.0	
男性30代	H26 第1回	25	44.0	8.0	4.0	8.0	8.0	4.0	28.0	0.0	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	
	H26 第2回	20	60.0	40.0	10.0	30.0	30.0	0.0	5.0	0.0	0.0	5.0	5.0	5.0	0.0	15.0	
男性40代	H26 第1回	22	59.1	18.2	9.1	13.6	13.6	18.2	13.6	9.1	9.1	4.5	9.1	0.0	4.5	13.6	
	H26 第2回	21	52.4	9.5	19.0	14.3	9.5	9.5	19.0	9.5	4.8	14.3	0.0	0.0	9.5	14.3	
男性50代	H26 第1回	18	66.7	11.1	16.7	5.6	11.1	11.1	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	
	H26 第2回	16	62.5	18.8	6.3	0.0	6.3	6.3	6.3	12.5	6.3	6.3	6.3	0.0	0.0	12.5	
男性60代	H26 第1回	19	89.5	15.8	5.3	10.5	21.1	10.5	10.5	10.5	0.0	10.5	5.3	5.3	0.0	0.0	
	H26 第2回	24	83.3	20.8	16.7	16.7	8.3	4.2	0.0	12.5	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	
女性20代	H26 第1回	11	45.5	18.2	0.0	9.1	9.1	0.0	27.3	9.1	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	27.3	
	H26 第2回	13	53.8	0.0	7.7	0.0	0.0	23.1	7.7	7.7	7.7	0.0	7.7	0.0	0.0		
女性30代	H26 第1回	19	31.6	15.8	15.8	21.1	0.0	5.3	26.3	10.5	0.0	5.3	0.0	15.8	5.3	10.5	
	H26 第2回	18	50.0	33.3	11.1	5.6	0.0	11.1	16.7	0.0	11.1	0.0	16.7	0.0	5.6	0.0	
女性40代	H26 第1回	19	68.4	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	21.1	0.0	5.3	0.0	5.3	0.0	0.0	5.3	
	H26 第2回	9	88.9	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
女性50代	H26 第1回	25	72.0	8.0	12.0	4.0	8.0	0.0	8.0	8.0	4.0	8.0	0.0	8.0	4.0	4.0	
	H26 第2回	19	57.9	15.8	21.1	10.5	10.5	31.6	10.5	5.3	10.5	0.0	0.0	5.3	0.0	5.3	
女性60代	H26 第1回	26	88.5	15.4	3.8	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8	0.0	
	H26 第2回	25	80.0	16.0	8.0	8.0	8.0	4.0	0.0	12.0	4.0	0.0	4.0	0.0	0.0	8.0	

■「その他 具体的に」の自由回答

N=4

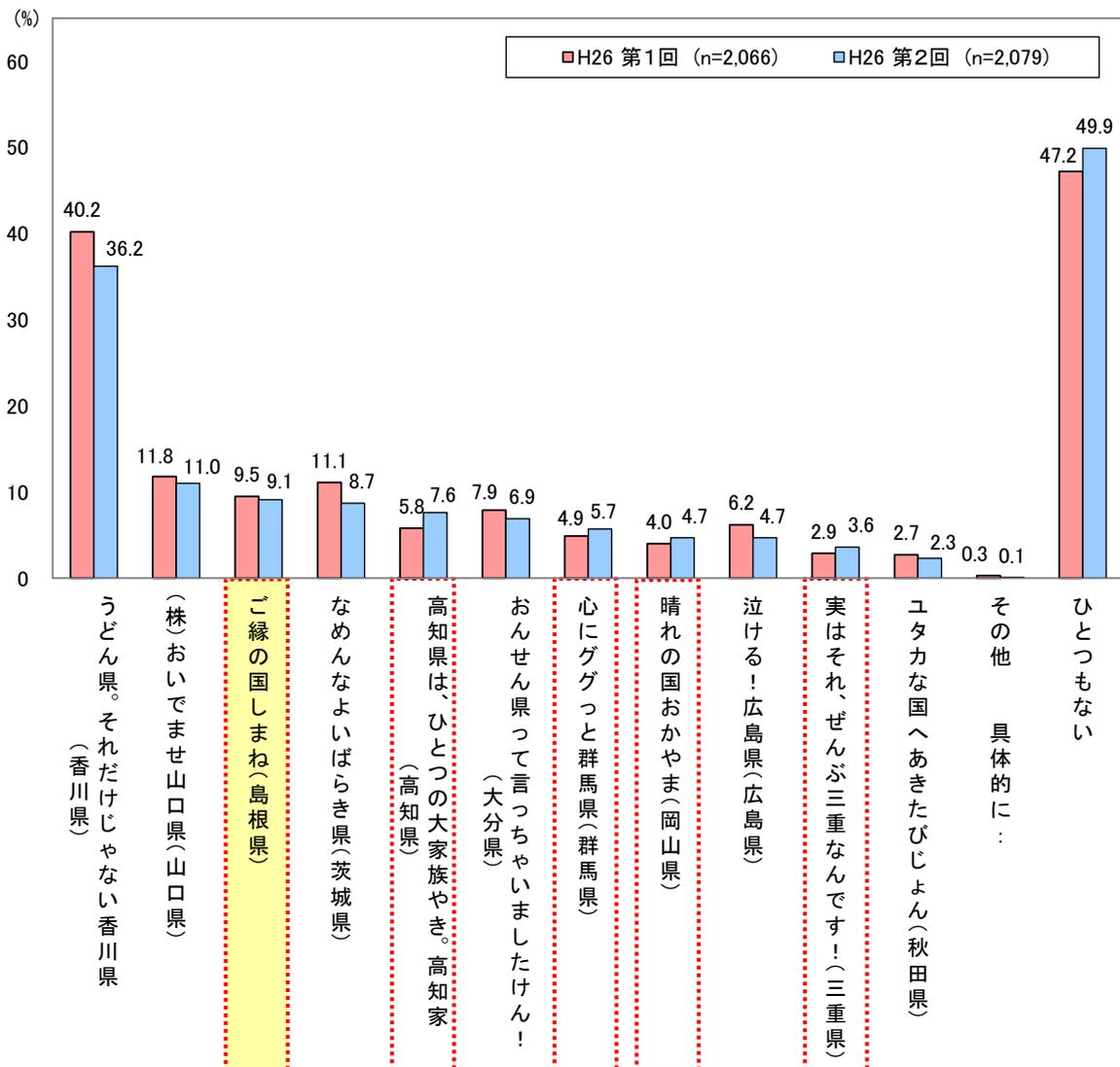
項目	件数	割合(%)
現地で	2	50.0%
お土産でもらった	1	25.0%
現地のチラシやポスター	1	25.0%
回答数合計	4	-

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 49.9%で最も多く、次いで「うどん県（香川県）」(36.2%)、「(株) おいでませ山口県」(11.0%) となっている。
- ・第1回と比較すると、「高知県はひとつの大家族やき。高知家（高知県）」、「心にググッと群馬県（群馬県）」、「晴れの国おかやま（岡山県）」、「実はそれ、全部三重なんです！（三重県）」の知名度が向上している。
- ・【設問18】「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンの認知度（今回調査：9.1%）と比較すると、山口県に次いで第3位の認知度となる。



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>

・「(株) おいでませ山口県 (山口県)」は、男女ともに 60 代からの知名度が突出して高くなっている。

		うどん県。それだけじゃない香川県 (香川県)	(株) おいでませ山口県 (山口県)	「緑の国しまね (島根県)	なめんなよいばらき県 (茨城県)	高知県は、ひとつの大家族やき。高知家 (高知県)	おんせん県って言っちゃいましたけん! (大分県)	心にググッと群馬県 (群馬県)	晴れの国おかやま (岡山県)	泣ける! 広島県 (広島県)	実はそれ、ぜんぶ三重なんです! (三重県)	ユタかな国へあきたびじょん (秋田県)	その他 具体的に:	ひとつもない	(%)
TOTAL (H26 第1回)		2,066	40.2	11.8	9.5	11.1	5.8	7.9	4.9	4.0	6.2	2.9	2.7	0.3	47.2
TOTAL (H26 第2回)		2,079	36.2	11.0	9.1	8.7	7.6	6.9	5.7	4.7	4.7	3.6	2.3	0.1	49.9
男性20代	H26 第1回	201	33.8	5.5	6.0	12.4	6.5	6.5	5.0	8.0	9.5	4.5	3.5	0.5	54.7
	H26 第2回	206	26.2	5.3	11.7	7.3	9.2	6.8	7.3	5.3	6.8	6.3	3.4	1.0	54.4
男性30代	H26 第1回	202	35.6	3.5	12.4	5.0	3.5	5.9	5.0	6.9	6.9	2.0	2.5	0.5	55.0
	H26 第2回	204	33.3	2.5	9.8	11.3	5.4	4.9	5.4	4.9	4.9	4.9	3.4	0.0	54.9
男性40代	H26 第1回	211	43.6	7.6	10.4	9.5	8.5	8.1	6.2	4.7	8.5	2.8	1.9	0.0	46.9
	H26 第2回	210	34.3	7.1	10.0	7.6	6.2	5.7	4.3	4.8	7.6	2.4	2.4	0.0	56.7
男性50代	H26 第1回	207	37.2	18.8	8.7	9.7	5.3	6.8	5.8	2.9	6.8	4.3	2.4	0.5	48.3
	H26 第2回	213	33.3	12.7	7.5	4.7	7.0	5.2	5.6	5.2	4.7	2.8	1.9	0.0	53.5
男性60代	H26 第1回	209	40.2	26.3	9.1	15.8	4.8	12.0	3.3	1.4	3.8	2.4	5.3	0.0	42.6
	H26 第2回	205	45.9	27.3	11.7	13.2	11.2	13.2	11.2	7.8	2.0	3.9	4.4	0.0	33.7
女性20代	H26 第1回	204	37.7	2.0	5.4	11.8	3.9	5.4	4.9	2.9	6.9	3.9	3.9	0.0	50.0
	H26 第2回	208	37.0	0.5	6.3	8.2	3.4	3.4	3.4	3.4	4.3	1.4	2.9	0.0	53.4
女性30代	H26 第1回	208	45.7	2.9	9.1	12.5	6.3	5.8	5.3	5.8	7.2	4.3	2.9	0.5	43.8
	H26 第2回	209	38.3	3.3	8.6	10.0	6.2	4.3	7.7	4.8	2.9	5.3	1.0	0.0	48.3
女性40代	H26 第1回	213	42.3	3.3	8.9	11.3	7.0	8.0	2.8	2.3	3.3	0.0	0.9	0.5	48.8
	H26 第2回	209	34.4	2.4	4.3	7.7	5.3	6.2	4.3	3.3	5.3	1.0	1.0	0.5	57.4
女性50代	H26 第1回	210	46.7	19.5	11.9	14.3	5.7	7.6	4.3	3.3	7.1	2.4	2.9	0.0	42.9
	H26 第2回	207	41.1	21.3	9.2	7.7	8.2	7.7	3.4	3.9	4.3	4.3	1.9	0.0	43.5
女性60代	H26 第1回	201	38.8	28.9	12.9	8.5	6.5	13.4	7.0	1.5	2.0	2.5	0.5	0.5	39.3
	H26 第2回	208	38.5	27.9	12.0	9.6	13.9	11.5	4.8	3.8	3.8	3.4	1.0	0.0	42.8

■「その他 具体的に」の自由回答

N=3

項目	件数	割合 (%)
うつくしまふくしま(福島県)	1	33.3%
彩の国 さいたま(埼玉県)	1	33.3%
奈良へ行こう(奈良県)	1	33.3%
回答数合計	3	-