

しまねの観光認知度調査結果 概要版

1. 調査概要

(1) 調査の目的

平成25年度から島根県が実施している「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンにおける様々な取組みを踏まえ、島根県の認知度やイメージ、観光PRキャンペーンの認知度や島根県に関する情報接触の実態等を把握し、今後の情報発信方針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
- ◆調査期間：6/28～7/1、10/4～10/6、1/24～1/27の計3回実施
- ◆調査手法：インターネット調査
- ◆依頼数・有効回答数・回収率

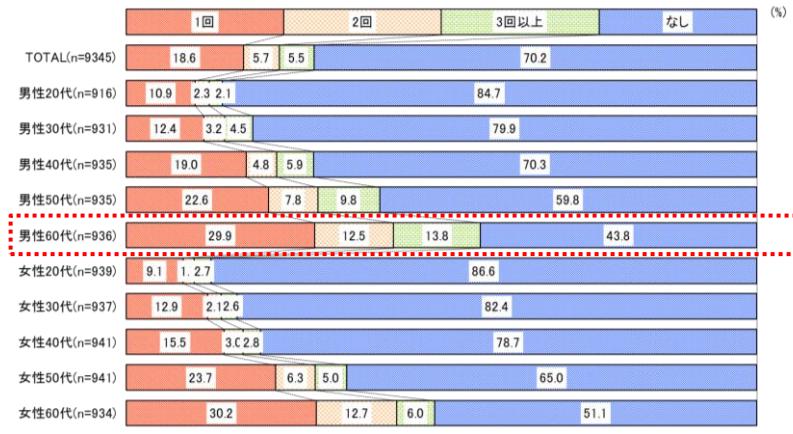
	第1回調査	第2回調査	第3回調査	合計
依頼数	7,889	8,263	8,323	24,475
有効回答数	3,130	3,108	3,107	9,345
回収率	39.7%	37.6%	37.3%	38.2%
(有効回答数/依頼数)				

2. 調査結果

◆島根県に「行ったことがある」人は約3割、最も多いのは60代男性

・全3回の調査結果の合計をみると、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割となっている。

・女性よりも男性の旅行実績の割合が高く、1回でも「行ったことがある」と回答した割合は、60代男性(56.2%)が最も高い。



◆島根県は、行ってみたい都道府県 全国第10位。中・四国地方では第1位

島根県は全3回調査のうち第3回調査時に最も高い割合(13.2%)となり、全国では第10位、中国・四国地方で1位の人気となっている。

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	第8位	第9位	第10位	島根県
第1回調査 (n=3130)	北海道	沖縄県	京都府	鹿児島県	長崎県	青森県	福岡県	高知県	大阪府	石川県	第11位
第2回調査 (n=3108)	北海道	沖縄県	京都府	長崎県	鹿児島県	福岡県	青森県	大阪府	高知県	石川県	第14位
第3回調査 (n=3107)	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
	73.7%	62.2%	38.2%	21.9%	20.2%	13.9%	13.9%	13.8%	13.5%	12.7%	11.9%
	73.0%	62.3%	40.3%	20.8%	20.1%	14.6%	14.5%	13.6%	13.2%	12.5%	11.6%
	70.5%	61.2%	38.8%	21.7%	20.0%	15.5%	13.7%	13.7%	13.3%	13.2%	13.2%

◆「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンの認知度は増加傾向

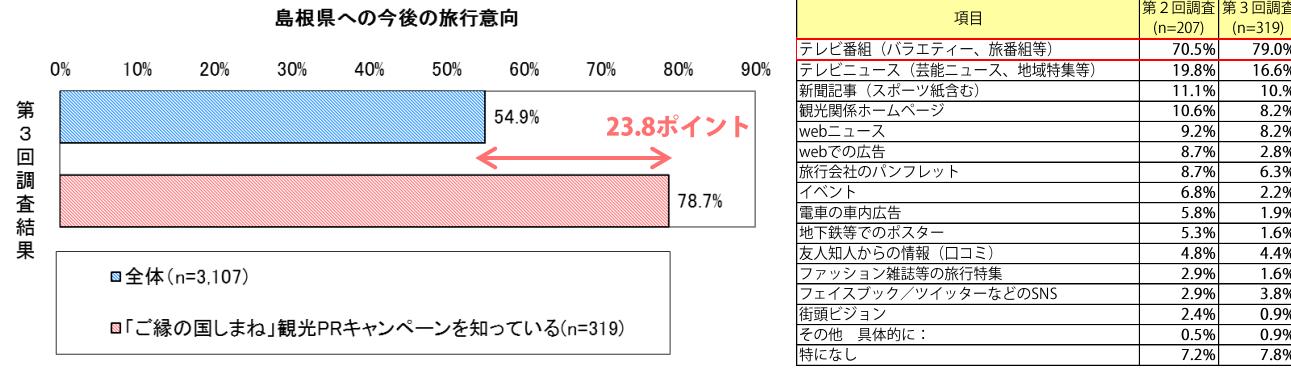
- ・第2回と第3回の調査結果を比較すると、全体では「知っている」が3.6ポイント増加。
- ・40代男性を除き、全てのセグメントで認知度が向上。特に、50代男性、20代・40代・50代・60代女性の認知度が大きく向上。
- ・60代男性の認知度が高く、一方で20代男性の認知度が最も低い。

「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンを知っている割合

	第2回(%)	第3回(%)	増減(%)
TOTAL	6.7	10.3	3.6
男性			
20代	3.3	4.9	1.6
30代	5.2	8.6	3.4
40代	9.2	7.5	▲1.7
50代	5.8	10.4	4.6
60代	13.1	14.3	1.2
女性			
20代	4.5	10.6	6.1
30代	5.7	8.0	2.3
40代	7.4	12.0	4.6
50代	5.8	13.9	8.1
60代	6.8	12.3	5.5

◆「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンを知っている人ほど、島根県への今後の旅行意向が高い

- ・島根県への旅行意向について、分母を全体と「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンを知っている人で比較すると、キャンペーンを知っている人の方が旅行意向が23.8ポイント高い。
- ・観光PRキャンペーンの情報源は、主にテレビ番組となっている。



◆観光コンテンツのうち、「食」に関するコンテンツは関心度が高い割に認知度が低い

- ・「出雲大社 平成の大遷宮」「石見銀山」「神在月」等は観光プロモーションの主力を担う「花形コンテンツ」。
- ・認知度は低いに関心度が高い「出雲そば」「隠岐の岩がき」や認知度と関心度のギャップが大きい「浜田産のノドグロ」「ぜんざい」「仁多米」等は、今後「花形コンテンツ」に成長しうる【眠れる宝コンテンツ】といえ、これらは主にグルメに関するものとなっている。

