

山口市委託調査

2016年山口市観光動態アンケート調査  
集計・分析報告書

2017年3月

山口大学経済学部

観光経済経営研究プロジェクト

## はじめに

山口市は、人文観光資源としての大内文化や明治維新などの歴史・文化遺産、さらには自然観光資源として、一の坂川や長門峡など豊かな自然景観に恵まれている。長い歴史に育まれた個性的な文化や風土が、落ち着いたまちの佇まいとともに受け継がれているとともに、山口情報芸術センター（YCAM）をはじめ、現代の芸術や文化を育む土壌も形成されつつある。このように豊かな観光資源を保有する山口市を訪れる観光客数は、2015年は約467万1千人で、日帰り客は前年比9%の増加、宿泊客（約89万7千人）も前年比6%の増加で、過去10年で最高となり、外国人観光客（約6万7千人）は前年比で2.5倍を超える好調な結果となった。

本報告書の対象年である2016年は、NHK大河ドラマ「花燃ゆ」放映や萩市の世界遺産登録の翌年となり反動減が心配された年である。2018年の明治維新150年に向けて、明治維新策源地としての山口市のアピールや湯田温泉の観光回遊拠点施設「狐の足あと」による回遊行動の活発化への取り組みも注目される。また、新山口駅の橋上駅舎・南北自由通路や一の坂川周辺の整備などの効果も顕在化し、山口市における観光振興に向けたさまざまな取り組みの評価も必要である。

山口市において観光振興への注目度が高まるなかで、山口市を訪れる観光客の実態を把握するものとして、山口市観光交流課が、2009年から山口市観光動態アンケート調査を実施している。このアンケート調査は、返信用ハガキを用いた調査で、山口市内の主要な観光拠点に訪れた観光客に対して、留置、あるいは、郵送によって回収を行う全国的にも数少ない手法を用いている。実施期間は、2009年の開始時は6か月間、2010年は7か月間、2011年は8か月間であったが、2012年から通年での実施となった。これにより、一層のデータ収集と蓄積が可能となったことはいうまでもない。

本報告書は、その調査結果について2016年の観光客の動向や満足度のほか、2009年から2016年における8か年の時系列での集計結果、そして、調査結果から見える山口市の観光振興へ向けた課題と提言をまとめたものであり、今後の山口市の施策や事業の評価および企画に活用されることが期待される。

なお、本報告書の作成は、山口市と山口大学との包括的連携協定の一環として、山口市観光交流課から山口大学経済学部観光経済経営研究プロジェクトに委託されたものである。本報告書における調査結果の分析と報告書の作成は、野村淳一（経済学部准教授）と野村ゼミの学生によって行った。本報告書の過誤は野村がすべての責任を負っている。

山口大学経済学部  
観光経済経営研究プロジェクト

# 目 次

はじめに	i
目 次	ii
第 1 部 2016 年の調査結果	1
1-1 調査結果の概要	1
1-1-1 調査方法	1
1-1-2 地域区分	2
1-1-3 単純集計結果	3
1-2 旅行者の属性によるクロス集計結果	26
1-2-1 性別にみた旅行者の特徴	26
1-2-2 年齢別にみた旅行者の特徴	29
1-2-3 居住地別にみた旅行者の特徴	32
1-2-4 旅行グループ別にみた旅行者の特徴	37
1-2-5 山口市外の訪問地区	38
1-2-6 旅行のきっかけとなった情報源	44
1-3 湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」と周遊	53
1-3-1 「狐の足あと」訪問者の特徴	53
1-3-2 情報媒体としての「狐の足あと」	59
1-4 旅行の評価と満足度	63
1-4-1 山口市までの交通手段別の評価	63
1-4-2 山口市内での移動手段別の評価	69
1-4-3 山口市内の周遊行動における満足度	75
1-4-4 訪問者の情報源別評価と満足度	84
1-4-5 満足度の決定要因	87
付表 単純集計結果一覧表	91
調査票（2016 年版）	97
第 2 部 2009 年～2016 年における時系列の集計結果	99
2-1 性別	99
2-2 年齢	100
2-3 職業	101
2-4 居住地	102
2-5 山口市以外の立ち寄りエリア	104
2-6 旅行の主な目的	105
2-7 山口市を候補にあげたきっかけの媒体	106
2-8 旅行の同行者	107
2-9 旅行の同行人数	108
2-10 山口市への旅行回数	109
2-11 山口市への訪問月	110
2-12 山口市までの主な交通手段	111

2-13	山口市内での主な移動手段 .....	112
2-14	今回の旅行の全行程 .....	113
2-15	山口市内での宿泊数 .....	114
2-16	山口市内での平均消費額 .....	115
2-17	山口市内での宿泊地 .....	116
2-18	旅行の評価と満足度 .....	117
2-19	旅行において重視する項目 .....	131
2-20	山口市の魅力 .....	139
2-21	山口市内で立ち寄った観光施設数 .....	148
2-22	山口市内での旅行中の情報 .....	149
2-23	山口市への再訪問の意思 .....	152
<b>第3部</b>	<b>山口市における観光の現状・課題と提言 .....</b>	<b>153</b>
3-1	山口市における観光の現状と課題 .....	153
3-1-1	アンケート集計結果からみる山口市観光の現状 .....	153
3-1-2	アンケート集計結果からみる山口市観光の課題 .....	159
3-2	山口市の観光振興へ向けての提言 .....	161
3-2-1	提言 .....	161
3-2-2	おわりに .....	162

# 第 1 部 2016 年の調査結果

---

## 1-1 調査結果の概要

### 1-1-1 調査方法

アンケート調査は、山口市に訪れた訪問客を対象として、表 1-1-1 に示す山口市内 22 地点にハガキ形式のアンケート票を設置して、2016 年 1 月から 2016 年 12 月にかけて回収している。本調査は 2009 年から継続して行っており、2012 年からは表中の 18 番から 20 番の宿泊施設 3 か所での設置を追加し、さらに 2013 年から表中 21 番の YCAM（山口情報芸術センター）、2015 年 3 月から表中 22 番の湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」を追加して実施している。なお、アンケート票については、添付の資料を参照されたい。

調査方法は、留置調査で訪問客自身に記入してもらい、その場で回収ボックスにより回収する方法と、調査票（ハガキ）の郵送によって回収する方式の 2 通りの方法をとった。

2016 年の回収総数は、1,762 枚であった。本報告書では、配布場所個別での集計は、郵送での回収の場合、特定が困難であるため、すべてを合わせて集計した結果についてまとめている。

表 1-1-1 アンケート配布場所

1	山口市菜香亭
2	中原中也記念館
3	小郡文化資料館
4	重源の郷
5	ふれあいパーク大原湖
6	国民宿舎あいお荘(秋穂)
7	特産物加工販売所「南大門」
8	道の駅「きらら あじす」
9	道の駅「仁保の郷」
10	道の駅「あいお」
11	道の駅「長門峡」
12	道の駅「願成就温泉」
13	山口駅観光案内所
14	新山口駅観光案内所
15	湯田温泉観光案内所
16	香山公園前観光案内所
17	大路ロビー
18	サンルート山口
19	ホテル松政
20	ビジネスホテルきらく
21	YCAM(山口情報芸術センター)
22	湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」

## 1-1-2 地域区分

本報告書で集計する全国の地方区分は表 1-1-2 の通りであり、山口県内の地域区分は、表 1-1-3 に示す通りである。

表 1-1-2 全国の地方区分

北海道	北海道	甲信越	新潟県	中国	鳥取県	
東北	青森県		富山県		島根県	
	岩手県		石川県		岡山県	
	宮城県		福井県		広島県	
	秋田県		山梨県		山口県	
	山形県		長野県		四国	徳島県
	福島県		岐阜県		九州	香川県
関東	茨城県	静岡県	愛媛県			
	栃木県	愛知県	高知県			
	群馬県	三重県	福岡県			
	埼玉県	滋賀県	佐賀県			
	千葉県	京都府	長崎県			
	東京都	大阪府	熊本県			
	神奈川県		兵庫県	大分県		
			奈良県	宮崎県		
			和歌山県	鹿児島県		
				沖縄県		

表 1-1-3 山口県の地域区分

東部	岩国市	中部	防府市
	和木町		山口市
	周防大島町		美祢市
	柳井市	北部	萩市
	田布施町		長門市
	上関町		阿武町
	平生町	西部	下関市
	光市		宇部市
	周南市		山陽小野田市
	下松市		

### 1-1-3 単純集計結果

ここでは、アンケート票回収によって得られた各質問に対する回答の単純集計結果についてまとめる。

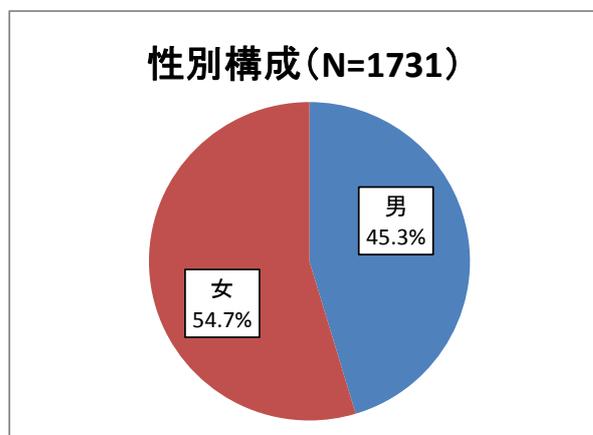
#### (1) 性別

表 1-1-4 は、性別の回答数と割合を表したものである。男性が 45.3%、女性が 54.7%で、女性が多かった。

表 1-1-4 性別の回答数

性別	回答数	%
男	785	45.3%
女	946	54.7%
回答数計	1,731	100.0%

図 1-1-1 性別構成



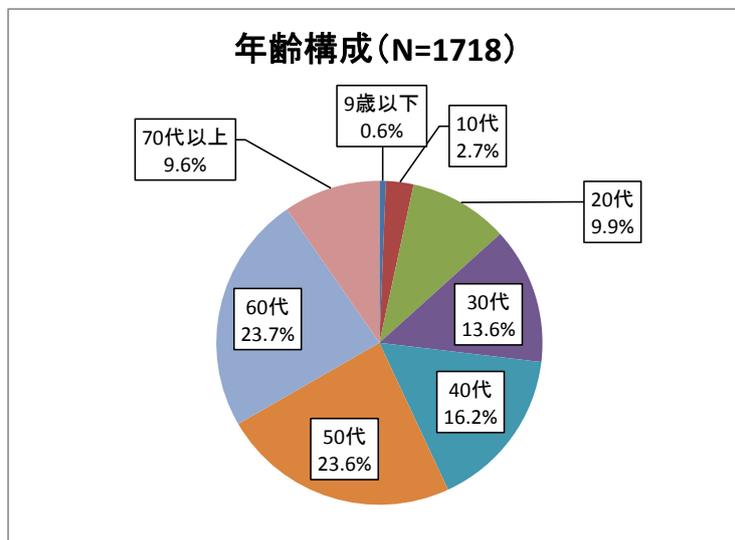
#### (2) 年齢

表 1-1-5 は、年齢別の回答数を表したものである。60代が最も多く 23.7%である。次が 50代の 23.6%でほぼ同じ割合である。30代から 40代が 13~17%でほぼ同規模であった。一方、最も少ない年齢層は 9歳以下で 0.6%であり、10代は 2.7%、20代は 9.9%、70代以上 9.6%となっている。

表 1-1-5 年齢別の回答数

年齢	回答数	%
9歳以下	11	0.6%
10代	47	2.7%
20代	170	9.9%
30代	234	13.6%
40代	278	16.2%
50代	405	23.6%
60代	408	23.7%
70代以上	165	9.6%
回答数計	1,718	100.0%

図 1-1-2 年齢構成



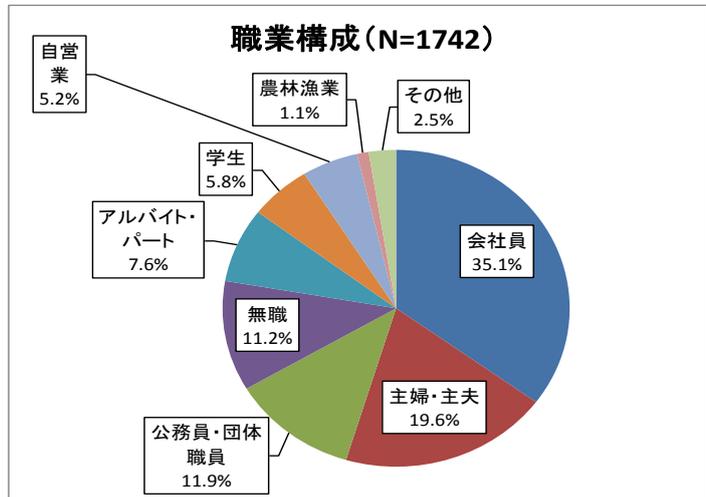
### (3) 職業

表 1-1-6 は、職業別の回答数を表したものである。最も多いのは会社員の 35.0%、次いで主婦・主夫の 19.5%、3 番目は公務員・団体職員の 11.8%であり、無職も 11.2%とほぼ同数である。

表 1-1-6 職業

職業	回答数	%
会社員	609	35.0%
主婦・主夫	340	19.5%
公務員・団体職員	206	11.8%
無職	195	11.2%
アルバイト・パート	132	7.6%
学生	100	5.7%
自営業	91	5.2%
農林漁業	19	1.1%
その他	44	2.5%

図 1-1-3 職業構成



### (4) 居住地

表 1-1-7 は、居住地別の回答数を表したものである。まず全回答を山口県内外に区分した場合、20.0%が山口県内居住者であり、80.0%が山口県外の居住者であった。なお、今回の調査では海外からの訪問者は確認されなかった。

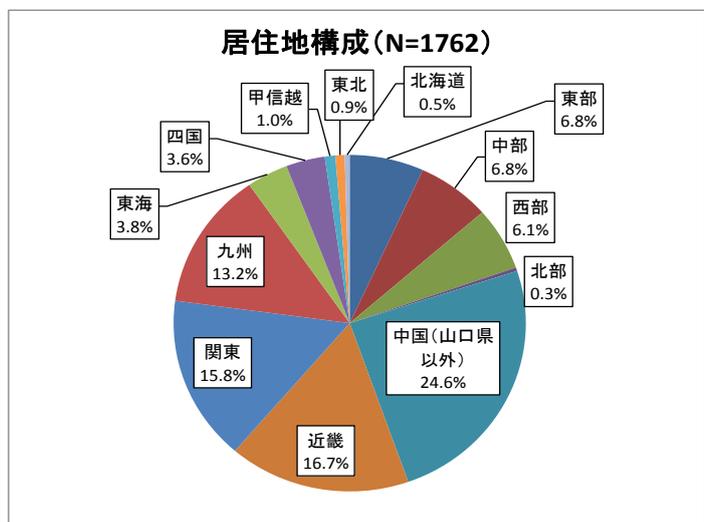
山口県内の居住者を東部、中部、北部、西部の 4 地域に区分すると、中部地域と東部地域がもっとも多くほぼ同数となっている。また、近隣の県については、広島県が 18.4%、福岡県が 7.4%である。山口県内は 20.0%であることから、山口市への訪問者は半数近くが山口県民と両隣の県民ということになる。

さらに地方別に区分すると、山口県を除く中国地方が 24.6%と最も多く、次いで近畿が 16.7%、関東が 15.8%と続いている。

表 1-1-7 居住地別の回答数

居住地	回答数	%
山口県内	東部	120 6.8%
	中部	119 6.8%
	北部	6 0.3%
	西部	107 6.1%
	山口県計	352 20.0%
山口県外	北海道	8 0.5%
	東北	15 0.9%
	関東	279 15.8%
	甲信越	17 1.0%
	東海	67 3.8%
	近畿	294 16.7%
	中国(山口県以外)	434 24.6%
	鳥取県	16 0.9%
	島根県	39 2.2%
	岡山県	54 3.1%
	広島県	325 18.4%
	四国	63 3.6%
	九州	233 13.2%
	福岡県	131 7.4%
	山口県外計	1410 80.0%
	回答数計	1,762 100.0%

図 1-1-4 県内・県外居住地構成



### (5) 山口市以外の立ち寄り地区

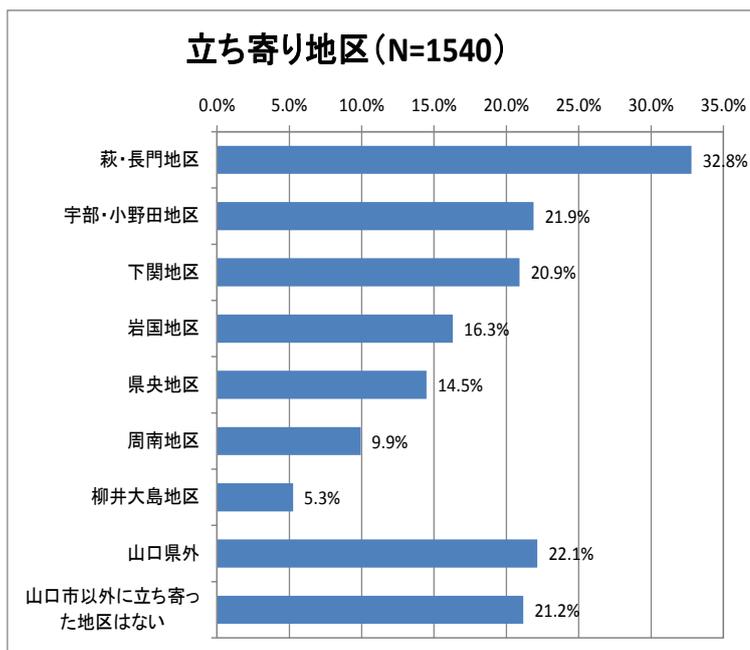
表 1-1-8 は、山口市以外で立ち寄った地区の割合を示したものである。複数回答項目であるため分母を回答者数の 1,540 として立ち寄り地区の割合を算出すると、山口県内においては、萩・長門地区が 32.8%と最も多く、宇部・小野田地区が 21.9%、下関地区が 20.9%と続く。一方で、山口市以外に立ち寄った地区はないとする回答割合は 21.2%であった。なお、山口県外への立ち寄り率は 22.1%となっている。

表 1-1-8 立ち寄り地区

立ち寄り地区	回答数	%
岩国地区	251	16.3%
柳井大島地区	81	5.3%
周南地区	153	9.9%
県央地区	223	14.5%
萩・長門地区	505	32.8%
下関地区	322	20.9%
宇部・小野田地区	337	21.9%
山口県外	341	22.1%
山口市以外に立ち寄った地区はない	326	21.2%
合計	2,539	164.9%
回答者数	1,540	100.0%

注) 複数回答項目である。

図 1-1-5 立ち寄り地区の割合



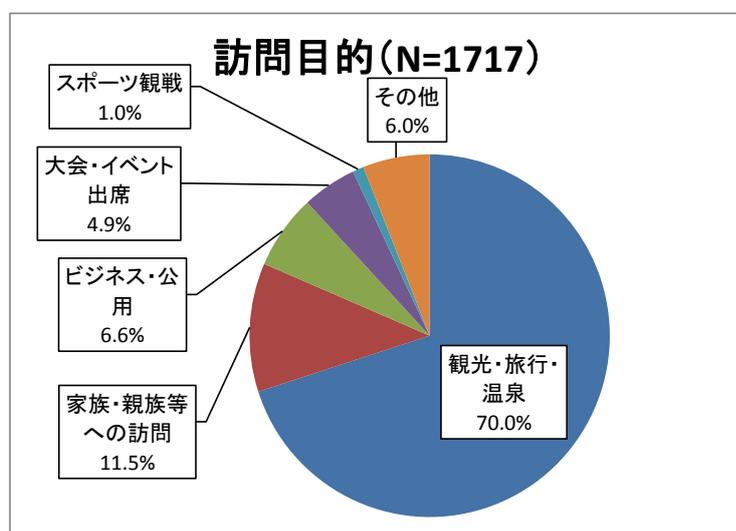
### (6) 旅行の主な目的

表 1-1-9 は、旅行の主な目的を示したものである。旅行の目的は観光・旅行・温泉が 70.0%と最も多く、次いで家族・親族等への訪問が 11.5%である。大会・イベント出席は 4.9%、ビジネス・公用は 6.6%であった。

表 1-1-9 旅行目的

主な目的	回答数	%
観光・旅行・温泉	1,202	70.0%
ビジネス・公用	114	6.6%
家族・親族等への訪問	197	11.5%
スポーツ観戦	17	1.0%
大会・イベント出席	84	4.9%
その他	103	6.0%
回答数計	1,717	100.0%

図 1-1-6 旅行目的 (構成)



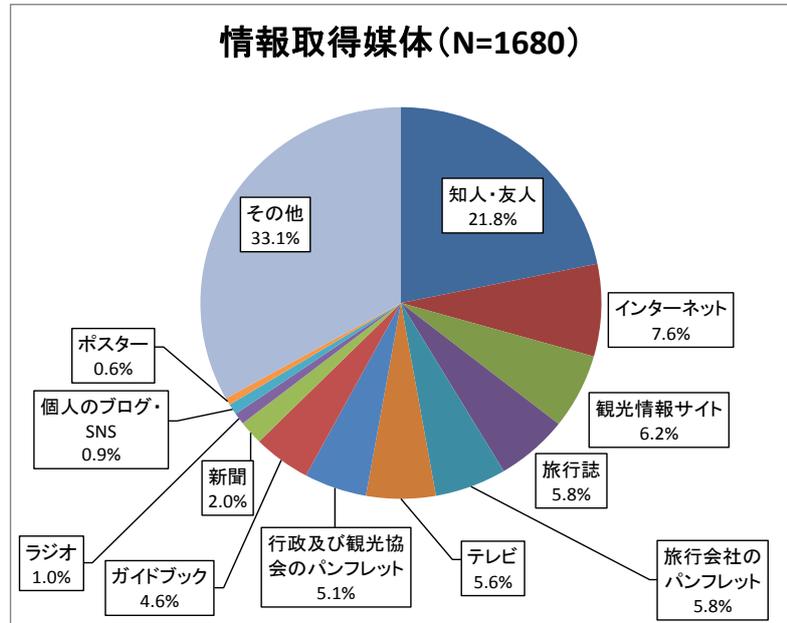
### (7) 山口市を候補にあげた情報媒体

表 1-1-10 は、山口市を旅行先の候補にあげた情報媒体別の回答数である。その他が 33.1%と最も多いものの、知人・友人が 21.8%、インターネットが 7.6%、観光情報サイトが 6.2%とネット媒体が続き、旅行誌と旅行会社のパンフレットが 5.8%となっている。

表 1-1-10 山口市をあげた情報媒体

山口市を挙げたきっかけ	回答数	%
テレビ	94	5.6%
ラジオ	16	1.0%
新聞	33	2.0%
旅行誌	98	5.8%
ガイドブック	78	4.6%
ポスター	10	0.6%
行政及び観光協会のパンフレット	85	5.1%
旅行会社のパンフレット	97	5.8%
知人・友人	366	21.8%
インターネット	128	7.6%
観光情報サイト	104	6.2%
個人のブログ・SNS	15	0.9%
その他	556	33.1%
回答数計	1,680	100.0%

図 1-1-7 山口市をあげた情報媒体（構成）



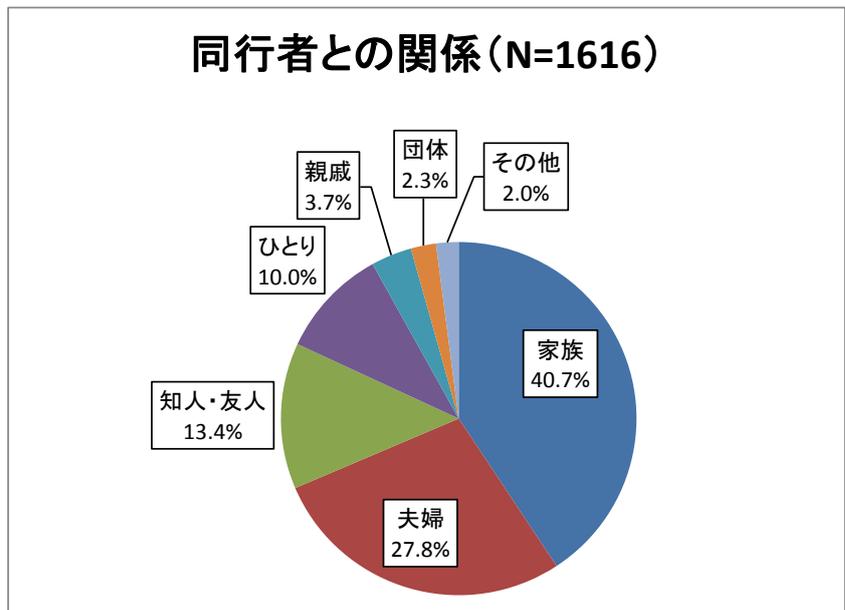
### (8) 旅行の同行者との関係

表 1-1-11 は、旅行の同行者との関係について示したものである。家族が 40.7%と最も多く、次いで、夫婦が 27.8%、知人・友人が 13.4%、ひとりが 10.0%、親戚が 3.7%となっている。

表 1-1-11 旅行の同行者との関係

同行者	回答数	%
ひとり	162	10.0%
家族	658	40.7%
夫婦	450	27.8%
親戚	60	3.7%
知人・友人	216	13.4%
団体	37	2.3%
その他	33	2.0%
回答数計	1,616	100.0%

図 1-1-8 旅行の同行者との関係（構成）



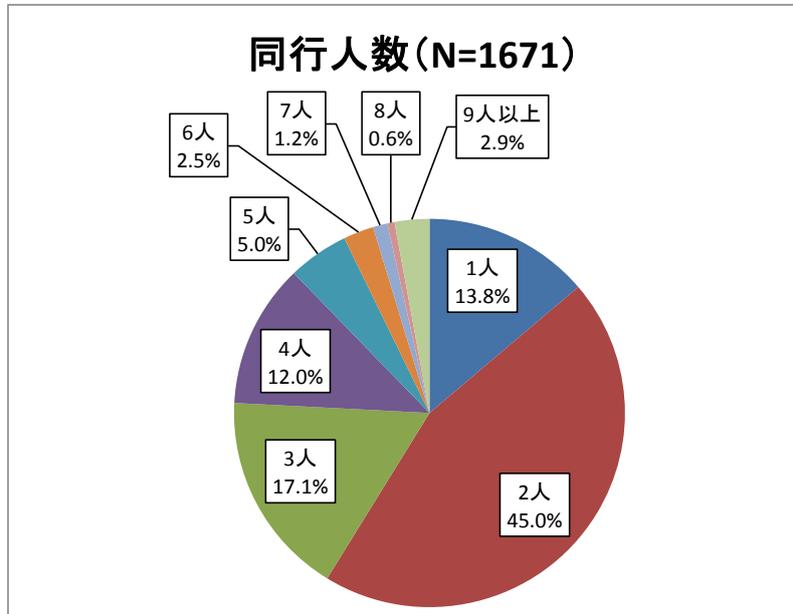
### (9) 旅行の同行者の人数

表 1-1-12 は、旅行の同行者の自分自身を含めた人数を示したものである。2 人が 45.0%と最も多く、次に 3 人が 17.1%、同行者なしの 1 人が 13.8%である。

表 1-1-12 旅行の同行者の人数

同行人数	回答数	%
1人	230	13.8%
2人	752	45.0%
3人	285	17.1%
4人	200	12.0%
5人	84	5.0%
6人	42	2.5%
7人	20	1.2%
8人	10	0.6%
9人以上	48	2.9%
回答数計	1,671	100.0%

図 1-1-9 旅行の同行者の人数構成



### (10) 山口市への旅行回数

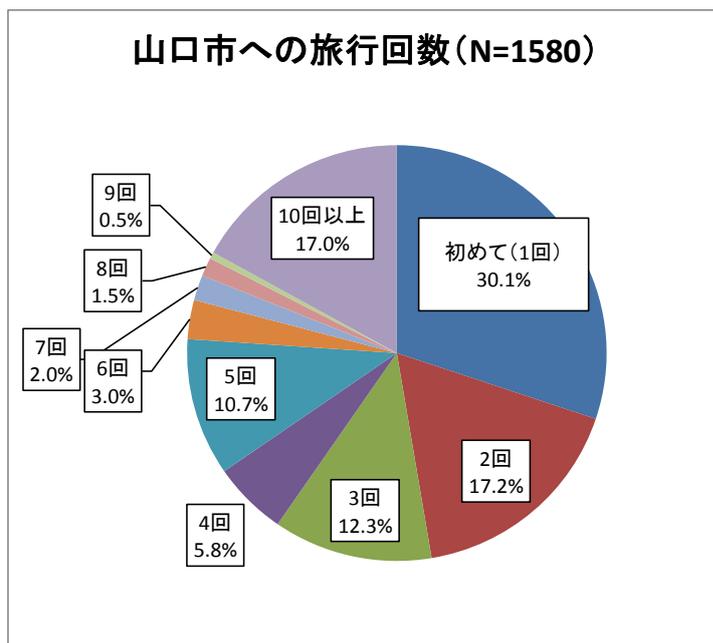
表 1-1-13 は、山口市への旅行回数を示したものである。初めての 1 回が 30.1%と最も多く、次いで 2 回が 17.2%、10 回以上が 17.0%、3 回が 12.3%となっている。

初めて訪れた旅行者は全体の 30.1%であり、リピーターは 69.9%となった。

表 1-1-13 山口市への旅行回数

旅行回数	回答数	%
初めて(1回)	476	30.1%
2回	272	17.2%
3回	194	12.3%
4回	91	5.8%
5回	169	10.7%
6回	48	3.0%
7回	31	2.0%
8回	23	1.5%
9回	8	0.5%
10回以上	268	17.0%
回答数計	1,580	100.0%

図 1-1-10 初めて訪れた旅行者とリピーター (構成)



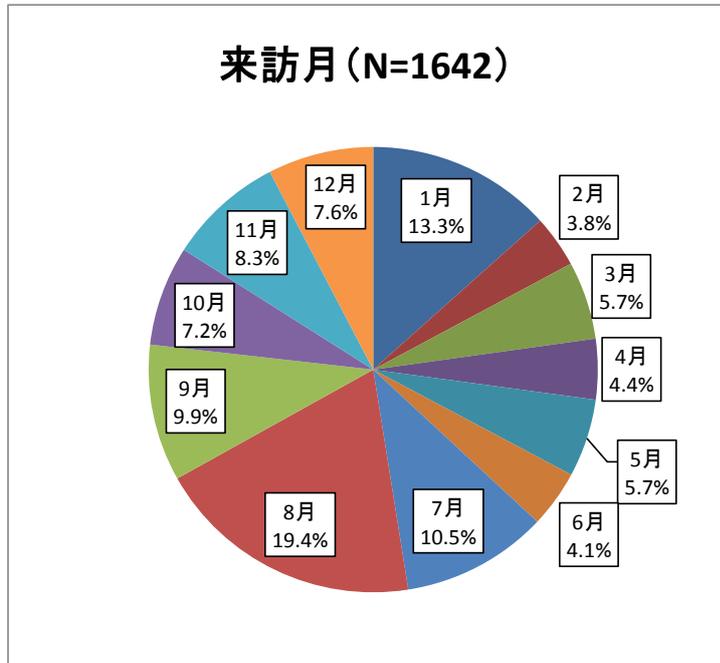
### (11) 山口市への来訪月

表 1-1-14 は、山口市への来訪月を示したものである。8月が最も多く 19.4%であり、次いで1月が 13.3%、7月が 10.5%であり、休假日の多い月の訪問が比較的多い。一方で、2月が最も少なく 3.8%であった。

表 1-1-14 山口市への来訪月

来訪月	回答数	%
1月	219	13.3%
2月	62	3.8%
3月	93	5.7%
4月	72	4.4%
5月	93	5.7%
6月	68	4.1%
7月	173	10.5%
8月	318	19.4%
9月	163	9.9%
10月	119	7.2%
11月	137	8.3%
12月	125	7.6%
回答数計	1,642	100.0%

図 1-1-11 山口市への来訪月（構成）



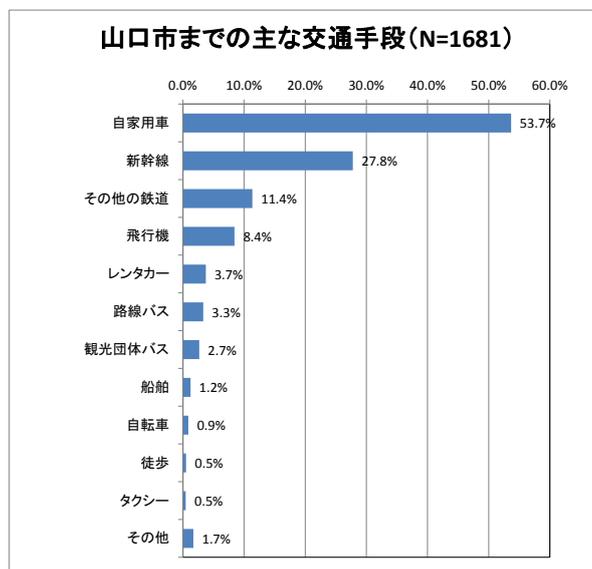
### (12) 山口市までの主な交通手段

表 1-1-15 は、山口市までの主な交通手段を示したものである。複数回答項目であるため、回答者数を分母として利用割合を算出すると、最も多いのは自家用車の 53.7%であり、次いで、新幹線の 27.8%、その他の鉄道が 11.4%であった。

表 1-1-15 山口市までの交通手段

交通手段	回答数	%
新幹線	467	27.8%
その他の鉄道	191	11.4%
自家用車	902	53.7%
船舶	21	1.2%
観光団体バス	45	2.7%
路線バス	56	3.3%
タクシー	8	0.5%
レンタカー	63	3.7%
飛行機	142	8.4%
自転車	15	0.9%
徒歩	9	0.5%
その他	29	1.7%
合計	1,948	115.9%
回答者数	1,681	100.0%

図 1-1-12 山口市までの交通手段



注) 複数回答項目である。

### (13) 山口市内での主な移動手段

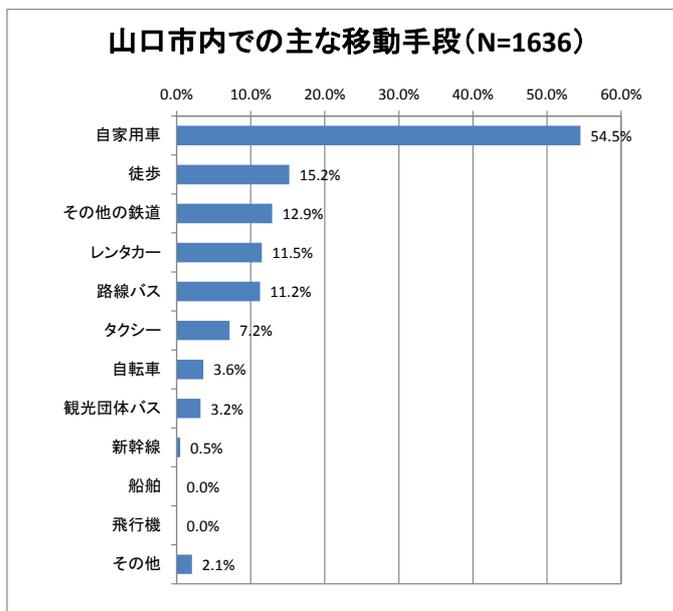
表 1-1-16 は、山口市内での主な移動手段である。複数回答項目であるため、回答者数を分母として利用割合を算出すると、自家用車が最も多く 54.5%であった。次いで徒歩が 15.2%、その他の鉄道が 12.9%と続く。

表 1-1-16 山口市内での移動手段

移動手段	回答数	%
新幹線	8	0.5%
その他の鉄道	211	12.9%
自家用車	892	54.5%
船舶	0	0.0%
観光団体バス	53	3.2%
路線バス	184	11.2%
タクシー	117	7.2%
レンタカー	188	11.5%
飛行機	0	0.0%
自転車	59	3.6%
徒歩	249	15.2%
その他	34	2.1%
合計	1,995	121.9%
回答者数	1,636	100.0%

注) 複数回答項目である。

図 1-1-13 山口市内での移動手段



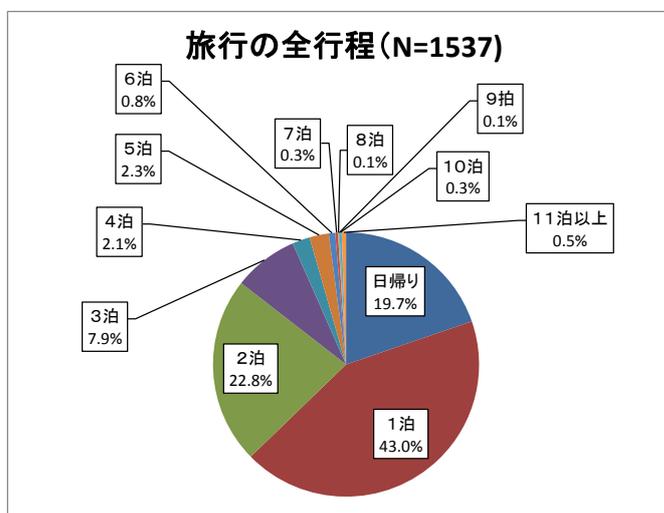
### (14) 今回の旅行の全行程

表 1-1-17 は、今回の旅行の全行程を示したものである。1泊が 43.0%と最も多く、次いで 2泊の 22.8%が多くなっている。なお、通常の旅行動向からいえば、日帰りの割合が高くなるのが一般的であるが、県外からの旅行者が 80%を占めるうえに、宿泊施設でもアンケート票を配布していることから宿泊者の回収数が多く、割合も高くなっていることが推測される。以下、本報告書で旅行の行程を考察する際はこの点に注意を要する。

表 1-1-17 旅行の全行程

旅行の全行程	回答数	%
日帰り	303	19.7%
1泊	661	43.0%
2泊	351	22.8%
3泊	121	7.9%
4泊	33	2.1%
5泊	36	2.3%
6泊	12	0.8%
7泊	5	0.3%
8泊	2	0.1%
9泊	1	0.1%
10泊	4	0.3%
11泊以上	8	0.5%
回答数計	1,537	100.0%

図 1-1-14 旅行の全行程



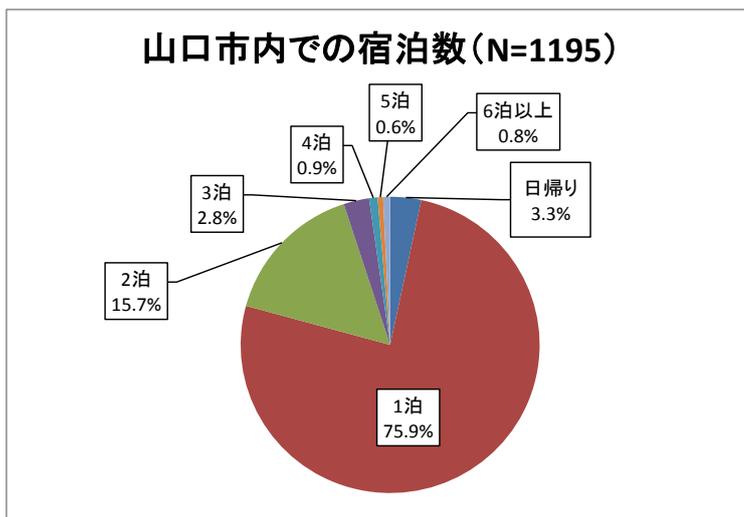
### (15) 山口市内での宿泊日数

表 1-1-18 は、旅行の全行程で宿泊している旅行者のうち、山口市内で何泊しているかを示したものである。1泊が 75.9%と最も多く、次いで 2泊の 15.7%となっている。日帰り（無泊）は 3.3%で、山口市内で宿泊している旅行者が多いことがわかる。

表 1-1-18 山口市内での宿泊日数

山口市内宿泊数	回答数	%
日帰り	40	3.3%
1泊	907	75.9%
2泊	188	15.7%
3泊	33	2.8%
4泊	11	0.9%
5泊	7	0.6%
6泊以上	9	0.8%
回答数計	1,195	100.0%

図 1-1-15 山口市内での宿泊日数



### (16) 山口市内での平均消費額

表 1-1-19 は、山口市内での平均消費額を示したものである。宿泊費が 16,478 円で最も多く、次いで、交通費が 5,634 円となっている。合計額は約 34,000 円となっている（その他項目に消費全体額やパック料金を記入したものなど不適切な数値は除外している）。

表 1-1-19 平均消費額

	消費金額
宿泊費	¥16,478
飲食費	¥4,896
土産物	¥4,696
交通費	¥5,634
施設見学科	¥1,071
その他	¥1,303
合計	¥34,078

図 1-1-16 平均消費額（単位：円）

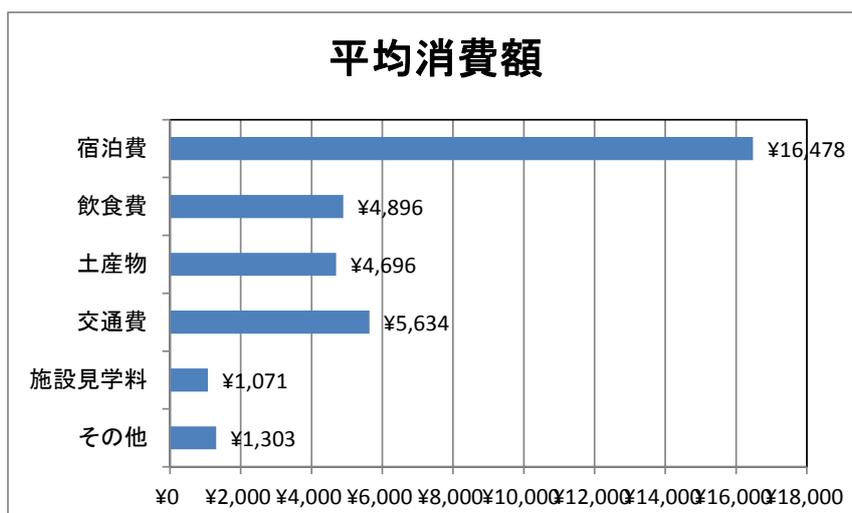


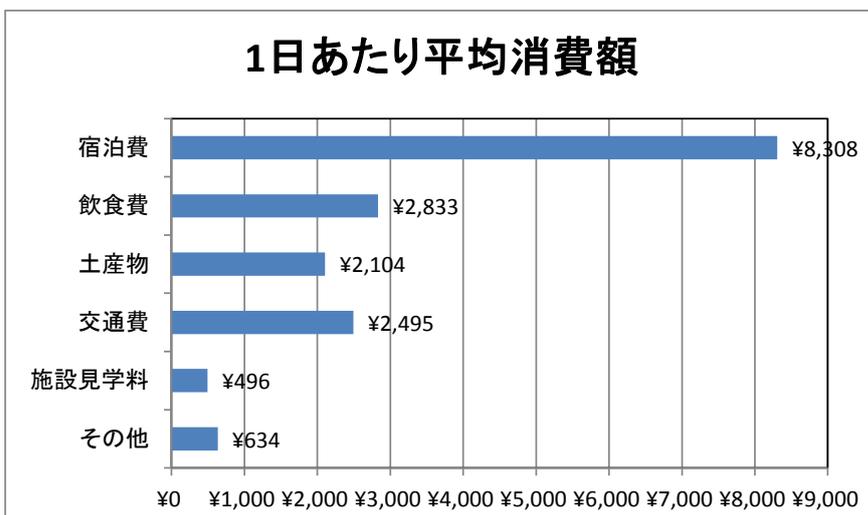
表 1-1-20 は、複数日に亘る宿泊数を考慮して 1 日あたりに換算した山口市内での平均消費額を示したものである。宿泊費が 8,308 円で最も多く、次いで、飲食費が 2,833 円となっている。合計額は約 17,000 円となっている。

表 1-1-20 1 日あたり平均消費額

	消費金額
宿泊費	¥8,308
飲食費	¥2,833
土産物	¥2,104
交通費	¥2,495
施設見学料	¥496
その他	¥634
合計	¥16,870

注) 計算上、6 泊以上を除いているため、平均消費額と整合性がとれない場合もある。

図 1-1-17 1 日あたり平均消費額 (単位: 円)



### (17) 山口市内での宿泊地

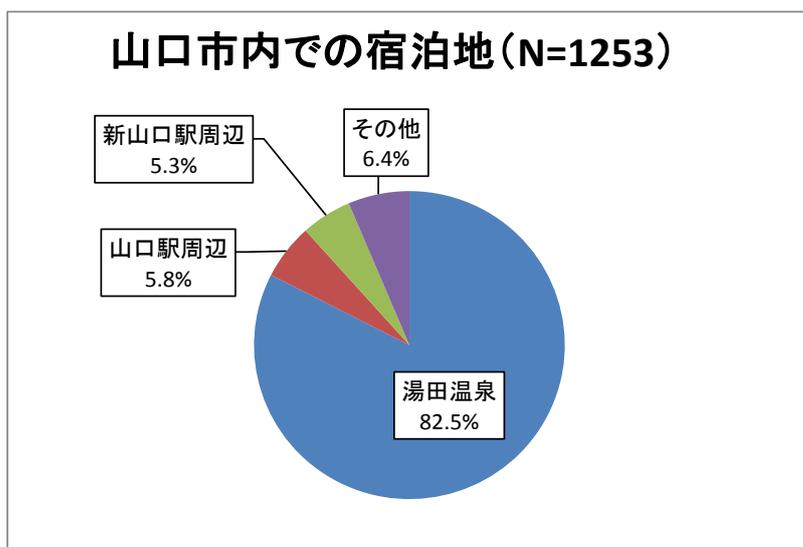
表 1-1-21 は、山口市内での宿泊地を示したものである。複数回答であるが、便宜上合計値を分母として割合を算出すると、湯田温泉が 82.5% で最も多く、次いで新山口駅周辺の 5.3% となっている。

表 1-1-21 山口市内での宿泊地

宿泊地	回答数	%
湯田温泉	1034	82.5%
新山口駅周辺	66	5.3%
山口駅周辺	73	5.8%
その他	80	6.4%
合計	1253	100.0%

注) この質問は複数回答のため、構成比を算出する際、分母を合計値とすることは本来不適切であるが、宿泊日数にも依存して解釈が複雑になるため、全体のシェアを示す参考として合計値を分母としている。

図 1-1-18 山口市内での宿泊地



## (18) 山口市内での宿泊地と平均消費額

ここでは、山口市内での宿泊地別の平均消費額をみていく。平均消費額は、旅行の目的別に集計している。なお、宿泊数によって平均消費額が増減することが考えられるが、ここでは宿泊数を考慮せず平均消費額を算出しているので注意が必要である。

表 1-1-22 は、宿泊地別の平均消費額を示したものである。宿泊地と旅行目的のクロス集計のため、特定の項目で目立って高い数値があるものの、標本サイズの小ささによる特定サンプルの数値によるものであり、参考値と見るべきである。宿泊費、飲食費、土産物、交通費、施設見学料は、宿泊地と旅行目的により異なり、一般的な傾向を見つけることは困難である。大会・イベント出席目的での宿泊費の高さは連泊したことが影響しており、家族・親族等への訪問目的での飲食費と土産物の高さは冠婚葬祭などのための訪問であった可能性を示唆している。ビジネス・公用目的での施設見学料の低さは変わらず、ビジネス・公用のついでに施設に行くという動きは弱いままである。

表 1-1-22 宿泊地別・旅行目的別平均消費額

		湯田温泉	新山口駅周辺	山口駅周辺
宿泊費	観光・旅行・温泉	19,513	16,034	13,743
	ビジネス・公用	11,116	13,733	13,143
	家族・親族等への訪問	18,317	20,000	8,750
	大会・イベント出席	16,031	35,000	33,373
	スポーツ観戦	12,438	6,000	7,500
	その他	13,991	6,017	13,540
	平均	15,234	16,131	15,008
飲食費	観光・旅行・温泉	4,788	5,981	6,036
	ビジネス・公用	6,755	4,222	6,900
	家族・親族等への訪問	8,053	13,250	5,167
	大会・イベント出席	5,940	6,000	6,667
	スポーツ観戦	3,733	4,000	3,000
	その他	5,578	2,775	8,000
	平均	5,808	6,038	5,962
土産物	観光・旅行・温泉	4,890	4,517	5,773
	ビジネス・公用	3,976	2,750	2,173
	家族・親族等への訪問	6,200	5,250	8,643
	大会・イベント出席	6,245	4,000	5,200
	スポーツ観戦	3,911	4,000	2,500
	その他	6,793	5,663	5,150
	平均	5,336	4,363	4,907
交通費	観光・旅行・温泉	5,410	7,514	6,923
	ビジネス・公用	7,385	1,917	296
	家族・親族等への訪問	9,609	3,667	10,857
	大会・イベント出席	5,373	1,000	13,000
	スポーツ観戦	4,622	1,000	5,000
	その他	5,089	1,440	20,040
	平均	6,248	2,756	9,353
施設見学料	観光・旅行・温泉	1,144	1,340	1,718
	ビジネス・公用	501	260	200
	家族・親族等への訪問	1,044	0	450
	大会・イベント出席	1,062	1,000	1,075
	スポーツ観戦	628	1,500	0
	その他	696	550	0
	平均	846	775	574

図 1-1-19 宿泊地別平均消費額（宿泊費）

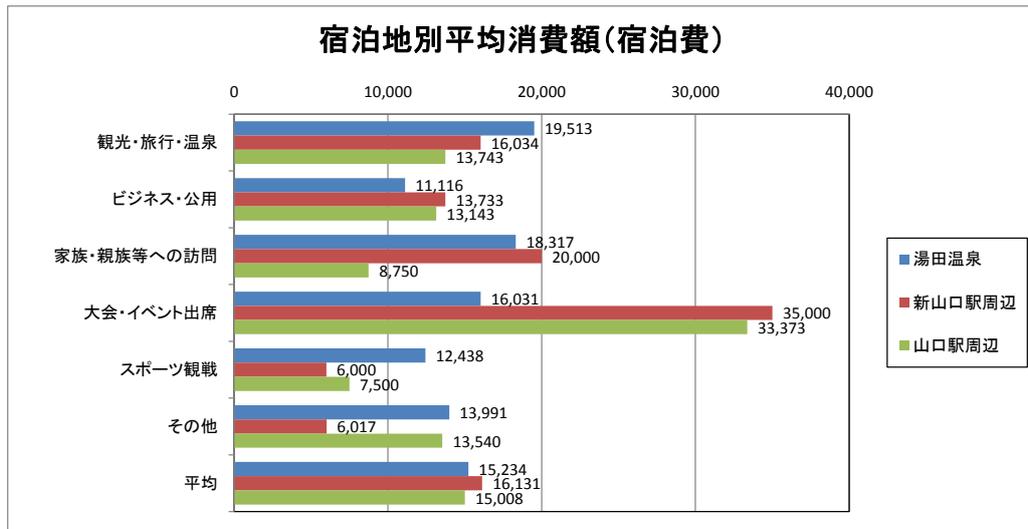


図 1-1-20 宿泊地別平均消費額（飲食費）

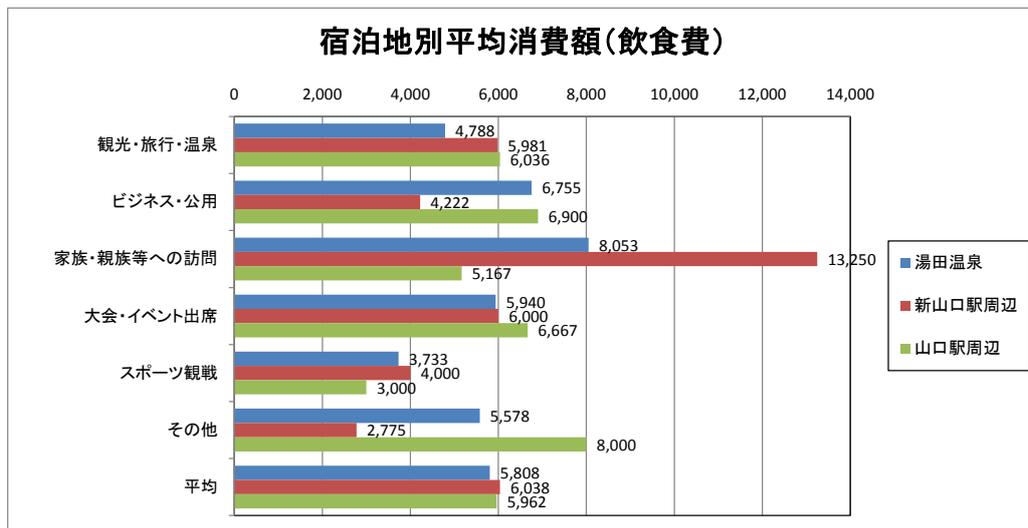


図 1-1-21 宿泊地別平均消費額（土産物）

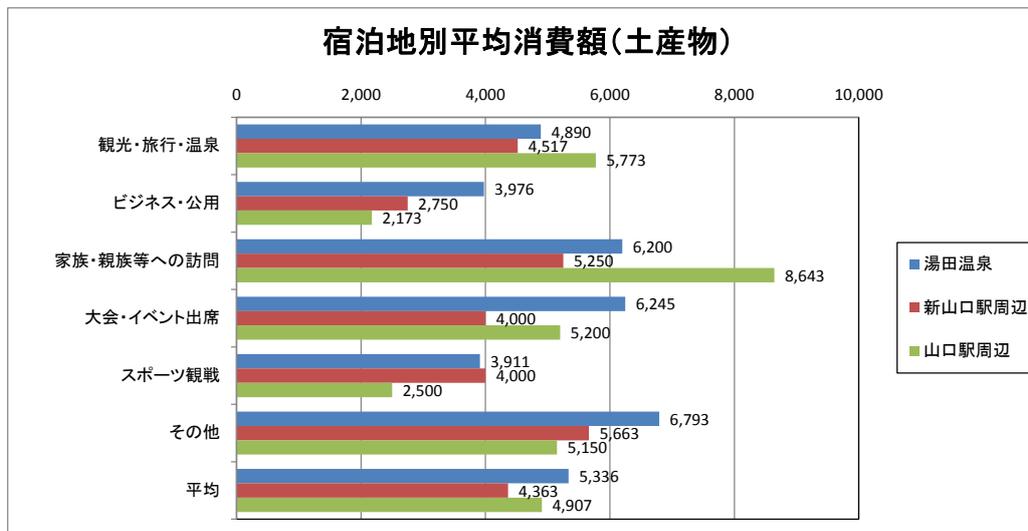


図 1-1-22 宿泊地別平均消費額（交通費）

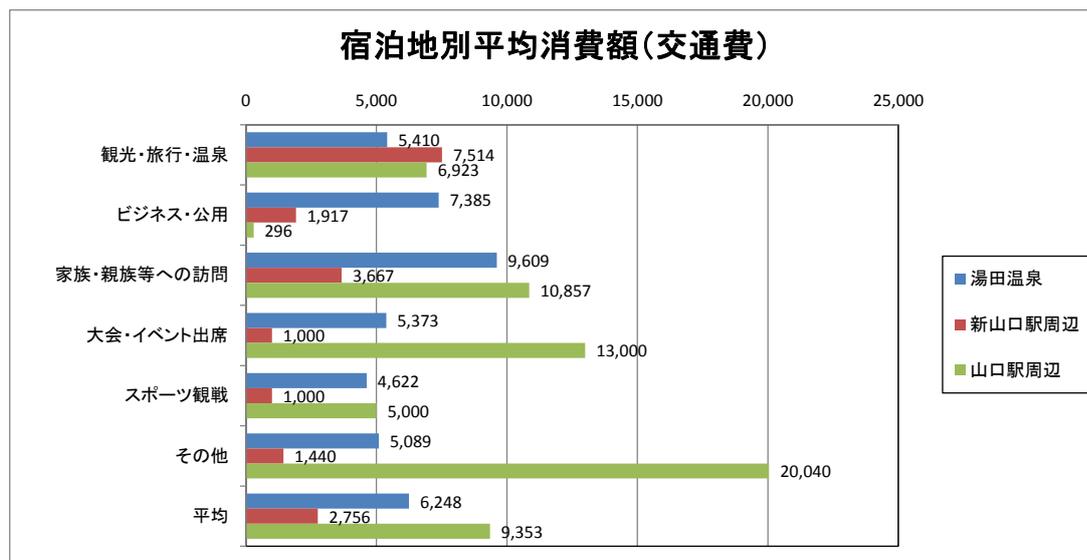
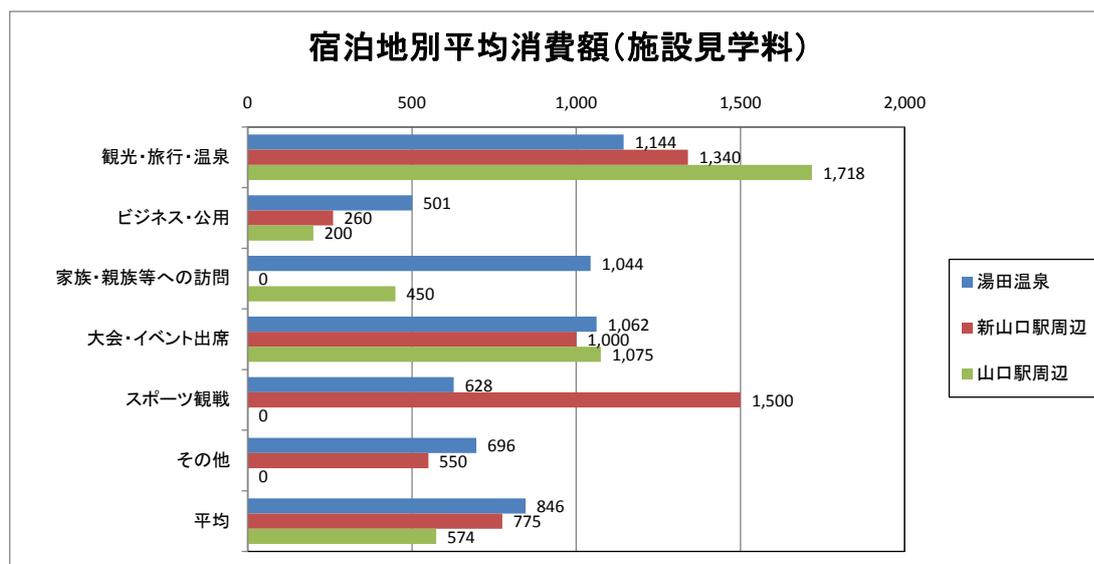


図 1-1-23 宿泊地別平均消費額（施設見学料）



## (19) 宿泊施設についての評価

宿泊施設に関する質問では、各項目について5段階評価で調査している。

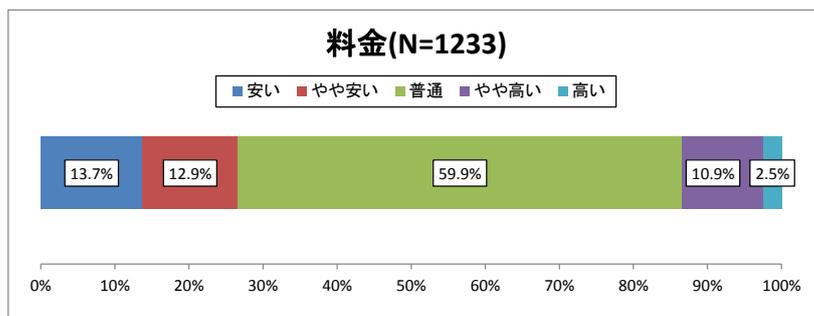
### a. 料金

表 1-1-23 は、宿泊施設の料金について、5段階評価の構成比を示したものである。料金については普通が59.9%で最も多く、安いが13.7%、やや安いが12.9%であった。

表 1-1-23 料金の評価

料金の評価	回答数	%
安い	169	13.7%
やや安い	159	12.9%
普通	739	59.9%
やや高い	135	10.9%
高い	31	2.5%
回答数計	1,233	100.0%

図 1-1-24 料金の評価



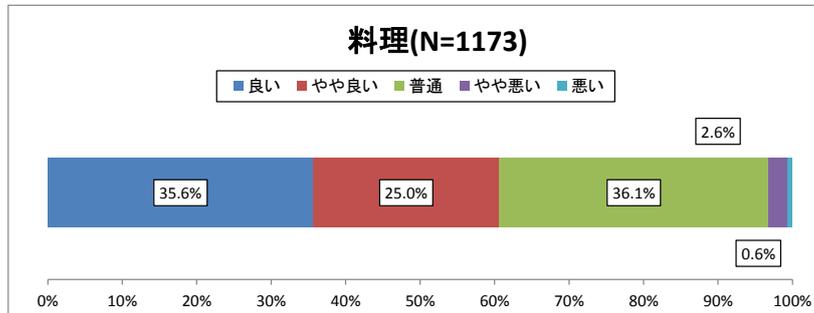
### b. 料理

表 1-1-24 は、宿泊施設の料理についての評価である。普通が36.1%と最も多く、次いで、良いが35.6%、やや良いが25.0%と続いており、比較的良好な評価になっている。

表 1-1-24 料理の評価

料理の評価	回答数	%
良い	418	35.6%
やや良い	293	25.0%
普通	424	36.1%
やや悪い	31	2.6%
悪い	7	0.6%
回答数計	1,173	100.0%

図 1-1-25 料理の評価



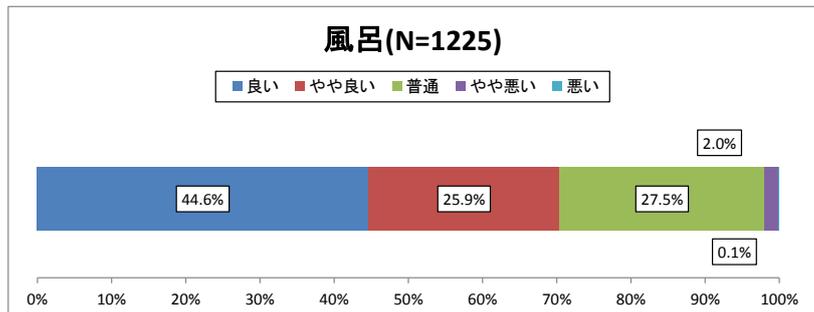
### c. 風呂

表 1-1-25 は、宿泊施設の風呂についての評価である。良いが44.6%で最も多く、普通が27.5%、やや良いが25.9%であった。良い、やや良いとする回答を合わせると70.5%であり、7割以上の人が宿泊施設の風呂に対する評価が高いことがわかる。

表 1-1-25 風呂の評価

風呂の評価	回答数	%
良い	546	44.6%
やや良い	317	25.9%
普通	337	27.5%
やや悪い	24	2.0%
悪い	1	0.1%
回答数計	1,225	100.0%

図 1-1-26 風呂の評価



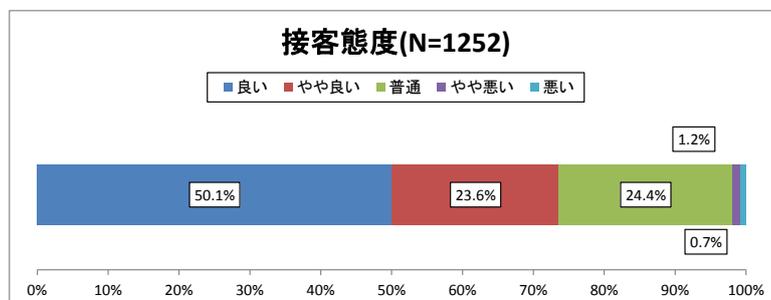
#### d. 接客態度

表 1-1-26 は、宿泊施設の接客態度についての評価である。良いが 50.1%で最も多く、普通が 24.4%、やや良いが 23.6%である。接客態度も風呂と同様に比較的评价が高い。

表 1-1-26 接客態度の評価

接客態度の評価	回答数	%
良い	627	50.1%
やや良い	295	23.6%
普通	306	24.4%
やや悪い	15	1.2%
悪い	9	0.7%
回答数計	1,252	100.0%

図 1-1-27 接客態度の評価



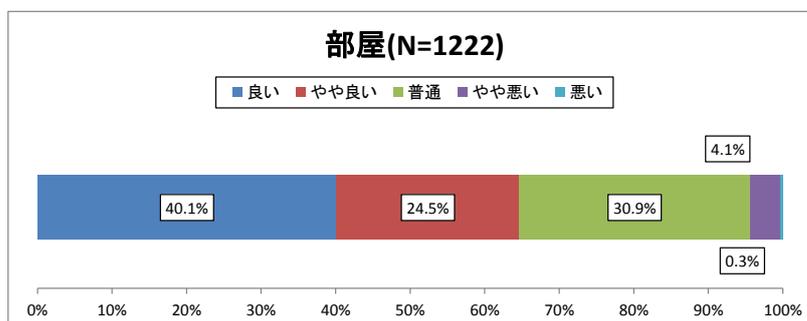
#### e. 部屋

表 1-1-27 は、宿泊施設の部屋についての評価である。良いが 40.1%で最も多く、普通が 30.9%、やや良いが 24.5%である。部屋については良いと評価する回答は 6 割を超えている。

表 1-1-27 部屋の評価

部屋の評価	回答数	%
良い	490	40.1%
やや良い	300	24.5%
普通	378	30.9%
やや悪い	50	4.1%
悪い	4	0.3%
回答数計	1,222	100.0%

図 1-1-28 部屋の評価



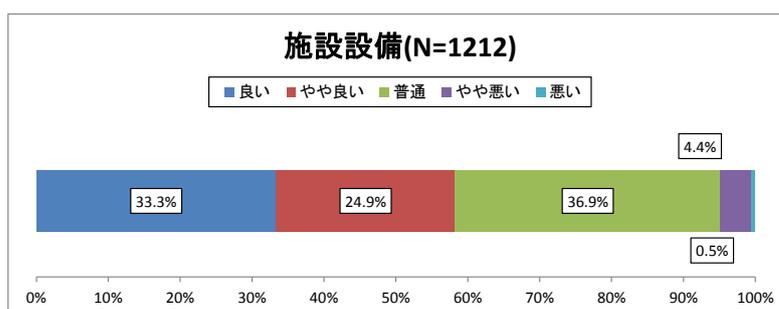
#### f. 施設設備

表 1-1-28 は、施設設備についての評価である。普通が 36.9%で最も多く、良いが 33.3%、やや良いが 24.9%であった。

表 1-1-28 施設設備の評価

施設設備の評価	回答数	%
良い	404	33.3%
やや良い	302	24.9%
普通	447	36.9%
やや悪い	53	4.4%
悪い	6	0.5%
回答数計	1,212	100.0%

図 1-1-29 施設設備の評価



## (20) 交通の便についての評価

ここでは、山口市における交通の便（乗り継ぎ、道路標識、観光案内板）について、5段階で評価されたものをみる。

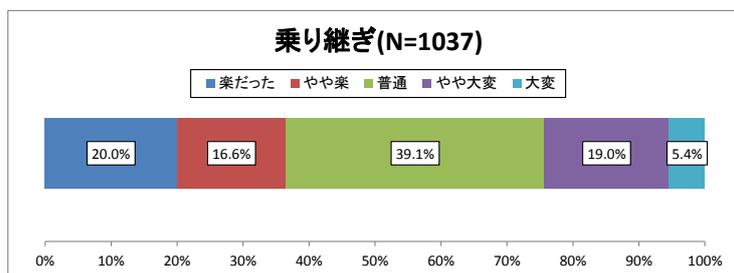
### a. 乗り継ぎ

表 1-1-29 は、乗り継ぎについての評価である。普通が 39.1% で最も多く、楽だったが 20.0% で、やや大変の 19.0% を上回っている。やや大変と大変を合わせると 24.4% で、昨年と違い、大変とする評価よりも楽とする評価の割合が高くなっている。

表 1-1-29 乗り継ぎの評価

乗り継ぎ	回答数	%
楽だった	207	20.0%
やや楽	172	16.6%
普通	405	39.1%
やや大変	197	19.0%
大変	56	5.4%
回答数計	1,037	100.0%

図 1-1-30 乗り継ぎの評価



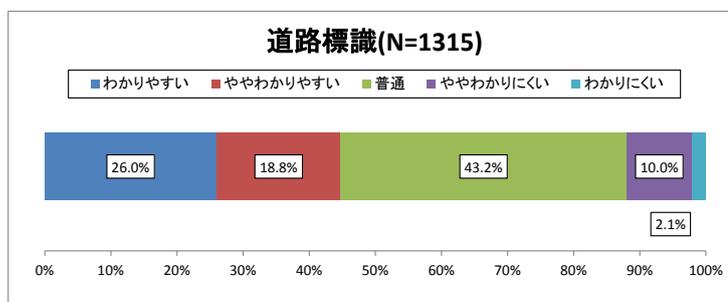
### b. 道路標識

表 1-1-30 は、道路標識についての評価である。道路標識は、普通が 43.2%、わかりやすいが 26.0%、ややわかりやすいが 18.8% である。ややわかりにくいとする回答も 10.0% であった。

表 1-1-30 道路標識の評価

道路標識	回答数	%
わかりやすい	342	26.0%
ややわかりやすい	247	18.8%
普通	568	43.2%
ややわかりにくい	131	10.0%
わかりにくい	27	2.1%
回答数計	1,315	100.0%

図 1-1-31 道路標識の評価



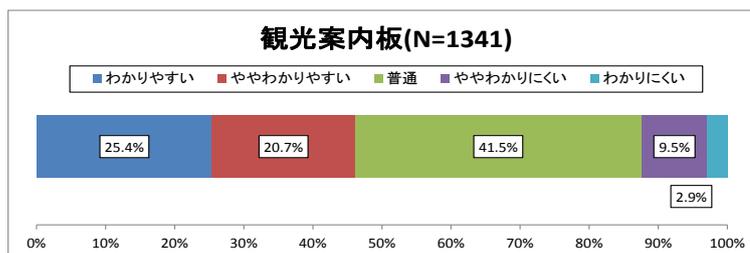
### c. 観光案内板

表 1-1-31 は、観光案内板についての評価である。観光案内板は、普通が 41.5%、わかりやすいが 25.4%、ややわかりやすいが 20.7% である。ややわかりにくいとする回答も 9.5% であった。

表 1-1-31 観光案内板の評価

観光案内板	回答数	%
わかりやすい	341	25.4%
ややわかりやすい	277	20.7%
普通	557	41.5%
ややわかりにくい	127	9.5%
わかりにくい	39	2.9%
回答数計	1,341	100.0%

図 1-1-32 観光案内板の評価



## (21) 土産物についての評価

ここでは、お土産の価格と品揃えの評価について、5段階で評価されたものを見る。

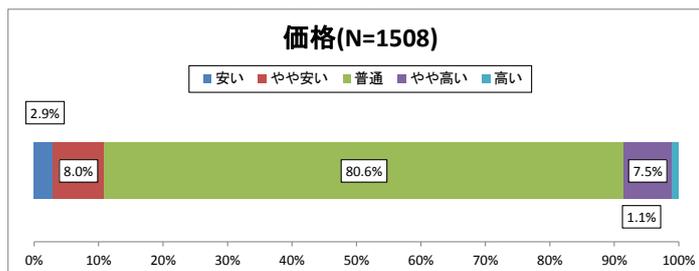
### a. 土産物の価格

表 1-1-32 は、土産物の価格についての評価である。価格については普通が 80.6%、やや安いのが 8.0%、やや高いが 7.5%である。普通とする評価が極めて多くなっている。

表 1-1-32 土産物の評価（価格）

土産の価格	回答数	%
安い	43	2.9%
やや安い	121	8.0%
普通	1215	80.6%
やや高い	113	7.5%
高い	16	1.1%
回答数計	1,508	100.0%

図 1-1-33 土産物の評価（価格）



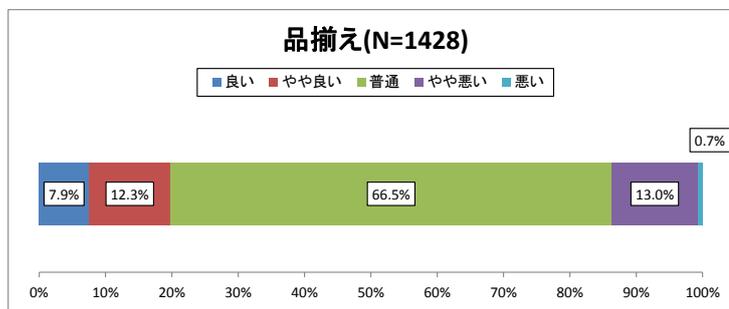
### b. 土産物の品揃え

表 1-1-33 は、土産物の品揃えについての評価である。普通が 66.5%、良いが 7.5%、やや良いが 12.3%である一方、やや悪いも 13.0%であった。

表 1-1-33 土産物の評価（品揃え）

土産の品揃え	回答数	%
良い	107	7.5%
やや良い	176	12.3%
普通	949	66.5%
やや悪い	186	13.0%
悪い	10	0.7%
回答数計	1,428	100.0%

図 1-1-34 土産物の評価（品揃え）



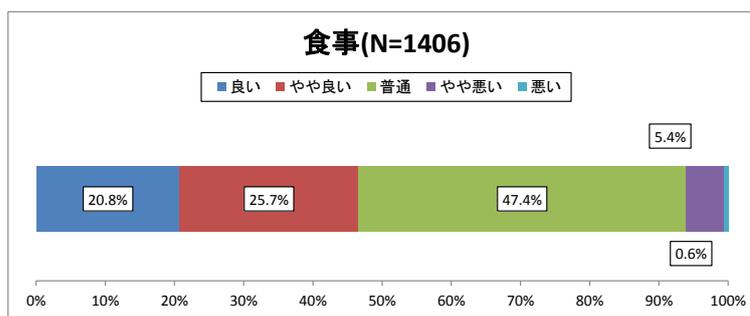
## (22) 食事（宿泊施設以外）についての評価

表 1-1-34 は、宿泊施設以外の食事についての評価である。普通が 47.4%と最も多いが、やや良いが 25.7%、良いが 20.8%で、良いとする評価が約 47%と悪いとする評価を大きく上回っている。

表 1-1-34 食事の評価

食事	回答数	%
良い	292	20.8%
やや良い	362	25.7%
普通	667	47.4%
やや悪い	76	5.4%
悪い	9	0.6%
回答数計	1,406	100.0%

図 1-1-35 食事の評価



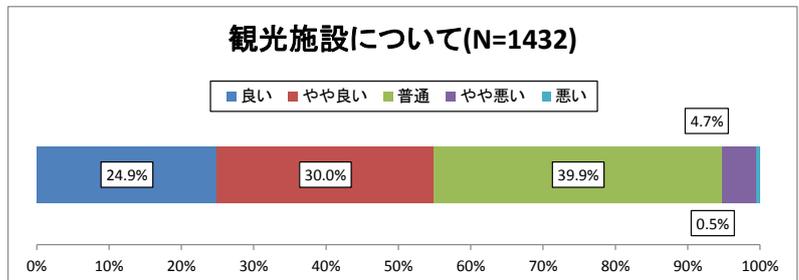
### (23) 観光施設についての評価

表 1-1-35 は、観光施設についての評価である。普通が 39.9%、やや良いが 30.0%、良いが 24.9% である。観光施設については半数以上が良いと評価している。

表 1-1-35 観光施設の評価

観光施設の評価	回答数	%
良い	357	24.9%
やや良い	429	30.0%
普通	572	39.9%
やや悪い	67	4.7%
悪い	7	0.5%
回答数計	1,432	100.0%

図 1-1-36 観光施設の評価



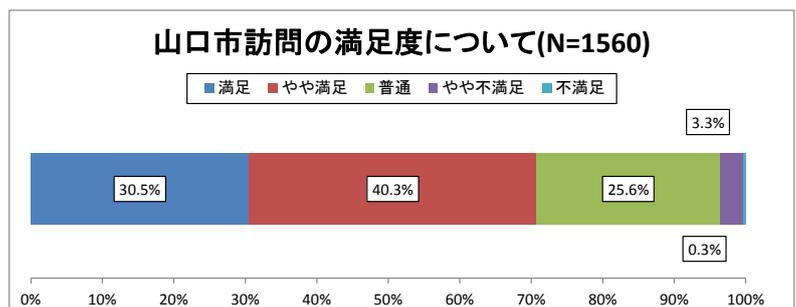
### (24) 山口市訪問の満足度

表 1-1-36 は、山口市訪問の満足度を 5 段階評価で示したものである。やや満足が 40.3%、満足が 30.5% で、合わせて約 70% が満足と評価している。

表 1-1-36 山口市訪問の満足度

山口市訪問の満足度	回答数	%
満足	476	30.5%
やや満足	628	40.3%
普通	400	25.6%
やや不満足	51	3.3%
不満足	5	0.3%
回答数計	1,560	100.0%

図 1-1-37 山口市訪問の満足度



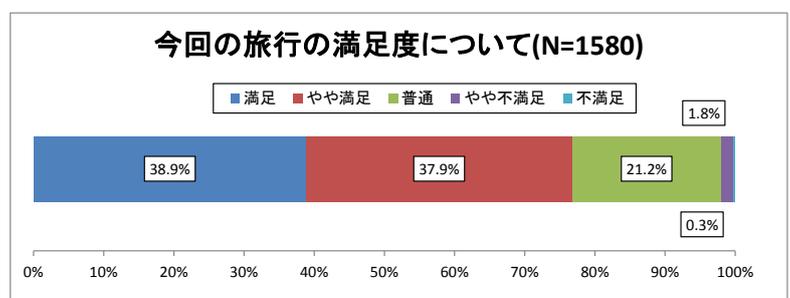
### (25) 今回の旅行の満足度

表 1-1-37 は、今回の旅行の満足度を示したものである。満足が 38.9%、やや満足が 37.9%、普通が 21.2% である。全体で約 75% が満足と評価している。

表 1-1-37 今回の旅行の満足度

今回の旅行の満足度	回答数	%
満足	614	38.9%
やや満足	599	37.9%
普通	335	21.2%
やや不満足	28	1.8%
不満足	4	0.3%
回答数計	1,580	100%

図 1-1-38 今回の旅行の満足度



## (28) 山口市の魅力（2015年調査票からの新規調査項目）

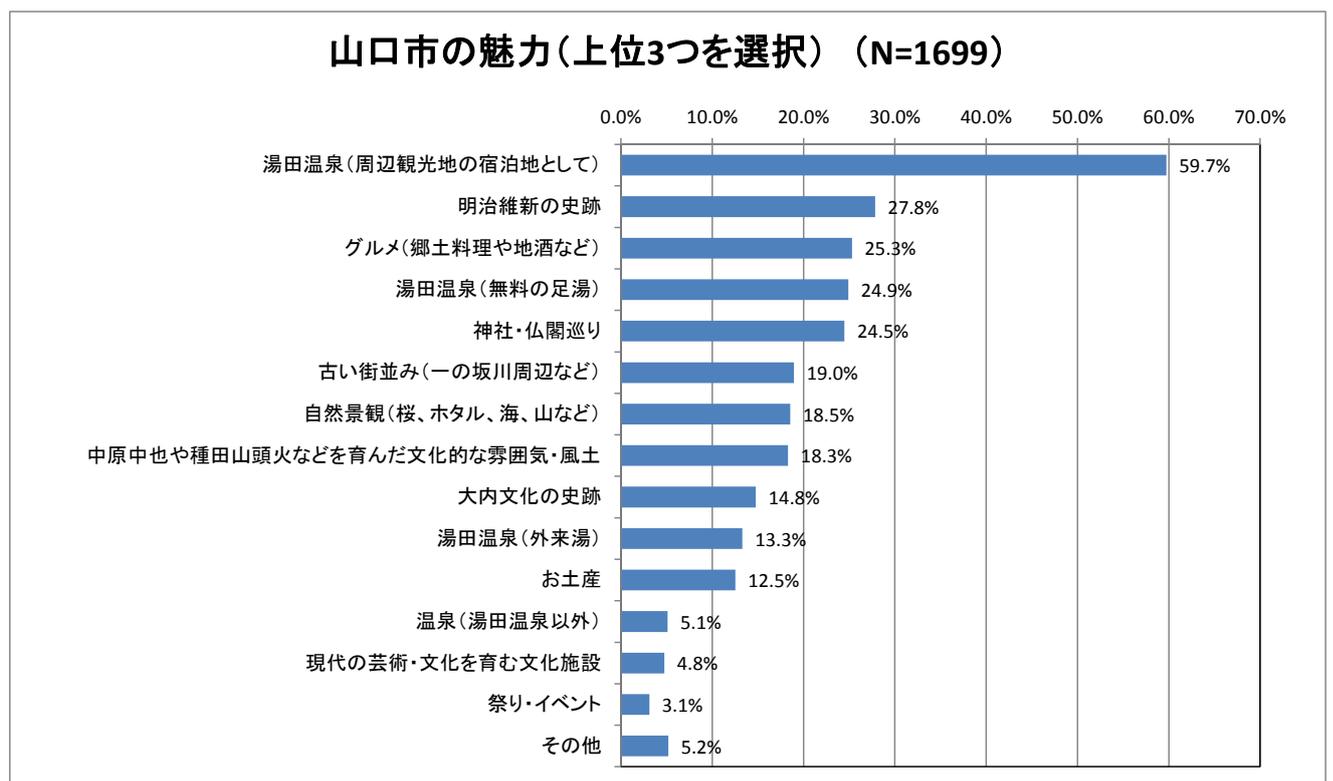
表 1-1-40 は、山口市は何が魅力的だと思うかについて、表に示す選択肢を挙げ、上位 3 つまで選択されたものを集計した結果である。

回答者数を分母として回答割合を算出した所、最も多かったのは、湯田温泉で 59.7%であった。次に、明治維新の史跡が 27.8%、3 番目がグルメ（郷土料理や地酒など）で 25.3%であった。

表 1-1-38 山口市の魅力（上位 3 つを選択）

山口市の魅力(上位3つ)	回答数	%
湯田温泉(周辺観光地の宿泊地として)	1,015	59.7%
明治維新の史跡	473	27.8%
神社・仏閣巡り	416	24.5%
グルメ(郷土料理や地酒など)	430	25.3%
湯田温泉(無料の足湯)	423	24.9%
古い街並み(一の坂川周辺など)	322	19.0%
大内文化の史跡	251	14.8%
自然景観(桜、ホタル、海、山など)	315	18.5%
中原中也や種田山頭火などを育んだ文化的な雰囲気・風土	311	18.3%
お土産	213	12.5%
湯田温泉(外来湯)	226	13.3%
現代の芸術・文化を育む文化施設	81	4.8%
祭り・イベント	53	3.1%
温泉(湯田温泉以外)	87	5.1%
その他	88	5.2%
回答数計	4,704	276.9%
回答者数	1,699	100.0%

図 1-1-39 山口市の魅力（上位 3 つを選択）



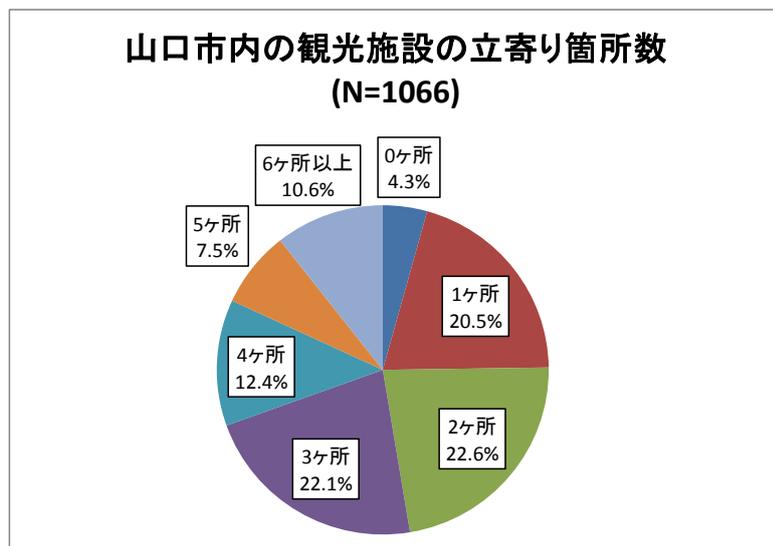
### (29) 今回の旅行中に山口市内で立ち寄った観光施設数

表 1-1-41 は、今回の旅行中に山口市内で立ち寄った観光施設数を示したものである。2 か所が 22.6%と最も多く、次いで、3 か所の 22.1%、1 か所の 20.5%となっている。

表 1-1-39 立ち寄った観光施設数

立ち寄りか所	回答数	%
0ヶ所	46	4.3%
1ヶ所	218	20.5%
2ヶ所	241	22.6%
3ヶ所	236	22.1%
4ヶ所	132	12.4%
5ヶ所	80	7.5%
6ヶ所以上	113	10.6%
回答数計	1,066	100.0%

図 1-1-40 立ち寄った観光施設数



### (30) 山口市内で訪れた観光施設

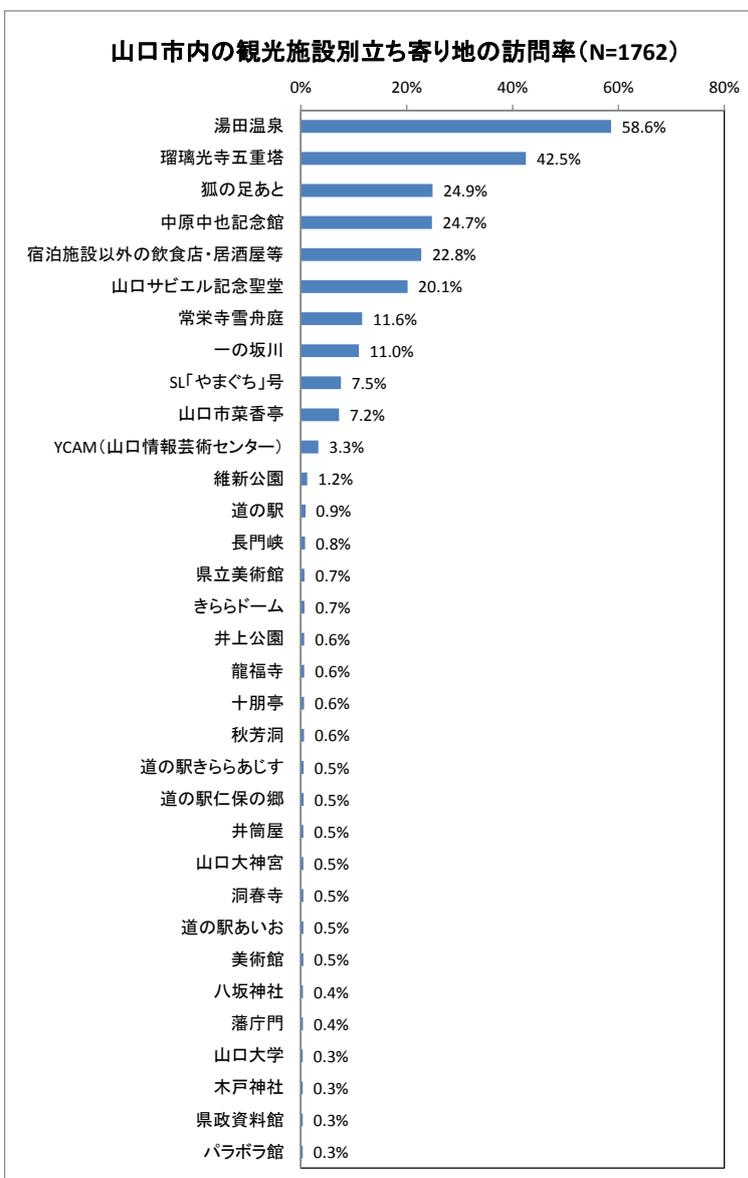
表 1-1-42 は、山口市内で訪れた観光施設のうち上位 33 位までを示したものである。最も多くの旅行者が訪れているのは湯田温泉の 1033 人であり、訪問率は 58.6%であった。回答者のうち、6 割弱が湯田温泉を訪問していることになる。次いで、瑠璃光寺五重塔が 749 人で訪問率が 42.5%、狐の足あとが 438 人で 24.9%、中原中也記念館が 436 人で 24.7%であった。

山口市への来訪者は、文化的な雰囲気・風土にはあまり魅力を感じていないようであるが、中原中也記念館への訪問者数は多く、関心が高いことが窺える。また、2015 年 3 月に新しく開館した湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」は 2 年目を迎えて訪問者も増えている。中原中也記念館と狐の足あとが近いことから相乗効果があったことも推測される。なお、狐の足あとを中心とした分析については、後の節 1-3 でみていく。

表 1-1-40 訪れた観光施設(上位 33 施設)

	訪れた観光施設	訪問者数	訪問率 (n=1,762)
1	湯田温泉	1033	58.6%
2	瑠璃光寺五重塔	749	42.5%
3	狐の足あと	438	24.9%
4	中原中也記念館	436	24.7%
5	宿泊施設以外の飲食	401	22.8%
6	山口サビエル記念聖堂	355	20.1%
7	常栄寺雪舟庭	204	11.6%
8	一の坂川	193	11.0%
9	SL「やまぐち」号	133	7.5%
10	山口市菜香亭	127	7.2%
11	YCAM(山口情報芸術)	58	3.3%
12	維新公園	21	1.2%
13	道の駅	15	0.9%
14	長門峡	14	0.8%
15	県立美術館	12	0.7%
16	きららドーム	12	0.7%
17	井上公園	11	0.6%
18	龍福寺	11	0.6%
19	十朋亭	10	0.6%
20	秋芳洞	10	0.6%
21	道の駅きららあじす	9	0.5%
22	道の駅仁保の郷	9	0.5%
23	井筒屋	8	0.5%
24	山口大神宮	8	0.5%
25	洞春寺	8	0.5%
26	道の駅あいお	8	0.5%
27	美術館	8	0.5%
28	八坂神社	7	0.4%
29	藩庁門	7	0.4%
30	山口大学	6	0.3%
31	木戸神社	6	0.3%
32	県政資料館	6	0.3%
33	パラボラ館	6	0.3%

図 1-1-41 訪問率(上位 33 施設)



### (31) 山口市内での旅行中の情報

ここでは山口市内での旅行中に利用した情報についての回答をまとめる。

#### a. 利用媒体

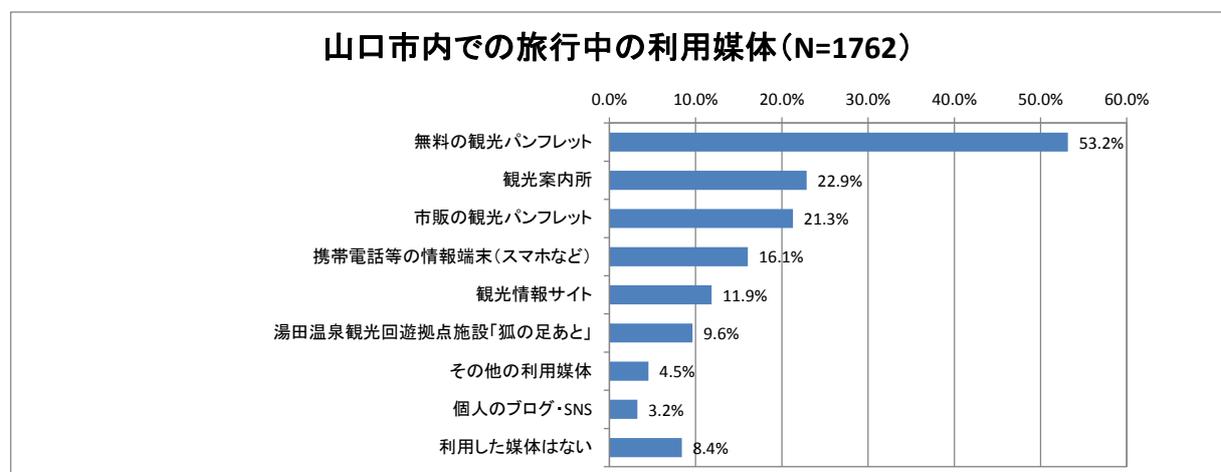
表 1-1-43 は、山口市内での旅行中に利用した情報媒体を示したものである。複数回答であるため、回答者数を分母として利用割合を算出すると、無料パンフレットが最も多く 53.2%であった。次いで、観光案内所は 22.9%、市販の観光パンフレットが 21.3%であった。湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」は 9.6%であった。観光情報サイトと個人のブログ・SNS を合わせると約 15%となっており、インターネットを利用した媒体も一定の大きさである。携帯電話等の情報端末（スマホなど）は 16.1%となっており、旅行先での情報収集手段として一定程度使われていることを示している。

表 1-1-41 山口市内での旅行中の利用媒体

利用媒体	回答数	%
市販の観光パンフレット	375	21.3%
無料の観光パンフレット	937	53.2%
観光案内所	403	22.9%
観光情報サイト	209	11.9%
個人のブログ・SNS	57	3.2%
湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	170	9.6%
携帯電話等の情報端末(スマホなど)	283	16.1%
その他の利用媒体	80	4.5%
利用した媒体はない	148	8.4%
回答数計	2,662	151.1%
回答者数	1,762	100.0%

注) 複数回答項目である。

図 1-1-42 山口市内での旅行中の利用媒体



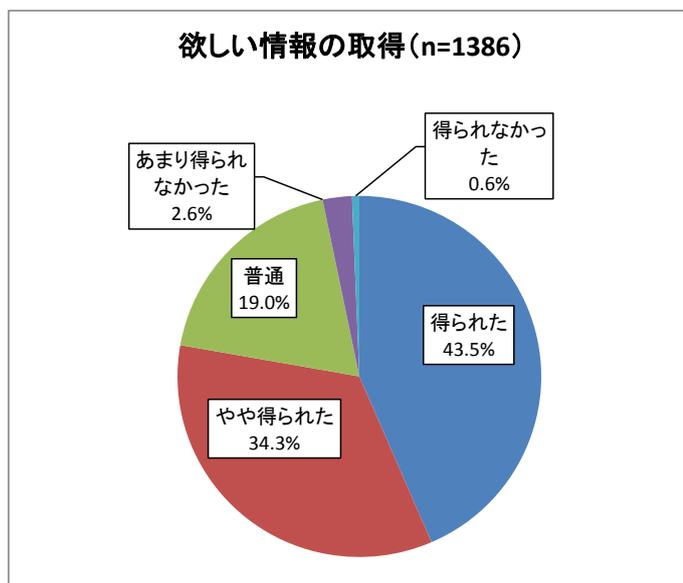
### b. 欲しい情報の取得

表 1-1-44 は、山口市内を旅行中に欲しい情報が得られたかを示したものである。得られたとする回答が 43.5%、やや得られたが 34.3%であり、両者を足すと約 80%が欲しい情報が得られたとしている。

表 1-1-42 欲しい情報の取得

情報の取得	回答数	%
得られた	603	43.5%
やや得られた	475	34.3%
普通	263	19.0%
あまり得られなかった	36	2.6%
得られなかった	9	0.6%
回答数計	1,386	100.0%

図 1-1-43 欲しい情報の取得



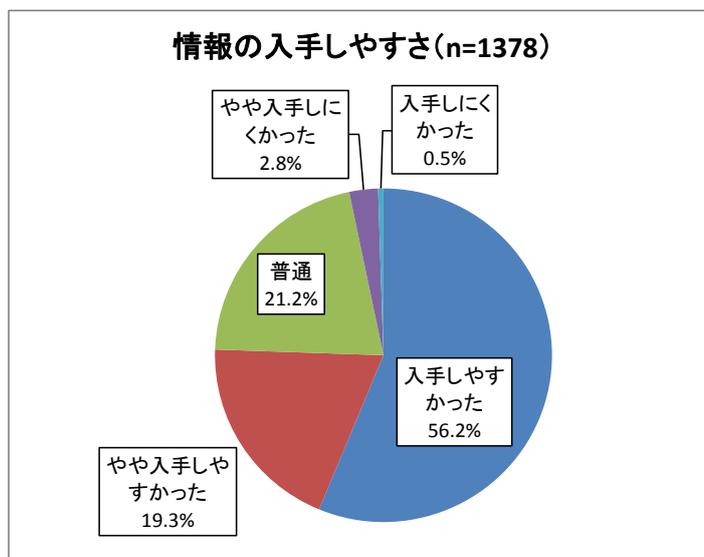
### c. 情報の入手のしやすさ

表 1-1-45 は、山口市内を旅行中に欲しい情報が入手しやすかったかを示したものである。入手しやすかったが 56.2%、やや入手しやすかったが 19.3%であった。入手しにくかったは 0.5%であり、やや入手しにくかったは 2.8%であった。

表 1-1-43 情報の入手のしやすさ

入手のしやすさ	回答数	%
入手しやすかった	775	56.2%
やや入手しやすかった	266	19.3%
普通	292	21.2%
やや入手しにくかった	38	2.8%
入手しにくかった	7	0.5%
回答数計	1,378	100%

図 1-1-44 情報の入手のしやすさ



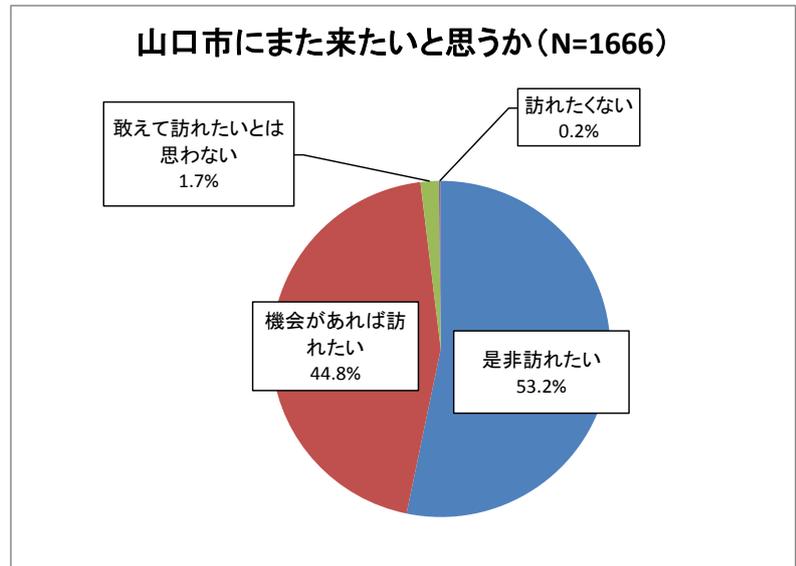
### (32) 山口市を再び訪れることに関する意向

表 1-1-46 は、また山口市を訪れたいと思うか尋ねた結果である。是非訪れたいが 53.2%、機会があれば訪れたいが 44.8%であった。この 2 つの回答の合計値は 98.0%であり、山口市へ再び訪れたいという意向が高い結果になった。

表 1-1-44 山口市への再訪の意向

再訪の意向	回答数	%
是非訪れたい	887	53.2%
機会があれば訪れたい	747	44.8%
敢えて訪れたいとは思わない	29	1.7%
訪れたくない	3	0.2%
回答数計	1,666	100.0%

図 1-1-45 山口市への再訪の意向



## 1-2 旅行者の属性によるクロス集計結果

### 1-2-1 性別にみた旅行者の特徴

図 1-2-1 は、男女別にみた年齢を図示したものである。男性は 60 代が 28.7%と最も多く、次いで 50 代が 23.4%、40 代は 15.8%、70 代以上が 12.2%であった。女性は 50 代が 23.8%で最も多く、次いで 60 代が 19.5%、40 代が 16.6%、30 代が 15.1%であった。20 代については、男性が 5.9%であるが、女性は 13.2%になっている。

女性の 20 代から 30 代にかけての旅行者が同年代の男性に対し割合が高く、男性の 60 代以上の旅行者が同年代の女性に対して割合が高くなっている。

図 1-2-1 男女別年齢の割合

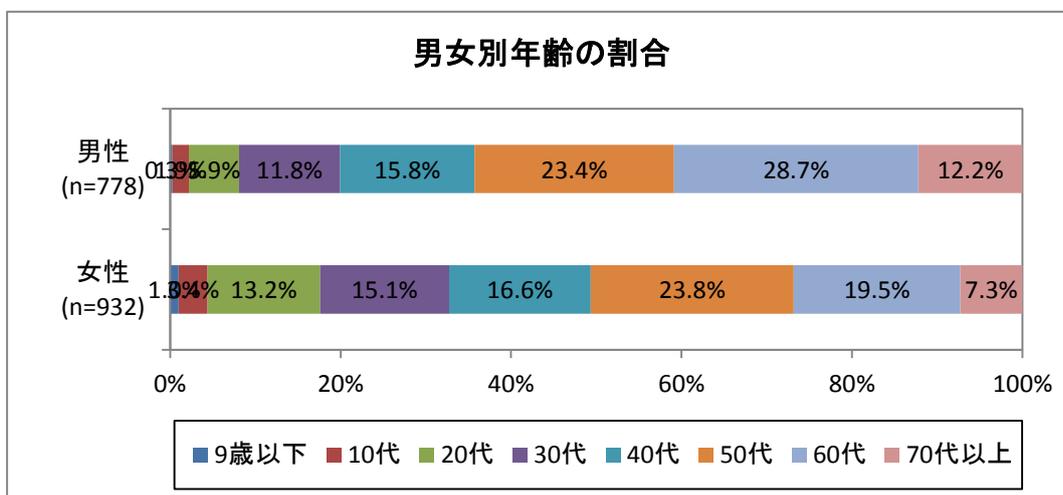


図 1-2-2 は、居住地を山口県外、山口県内に分けて男女別に表したものである。山口県内は男性が 16.9%、女性が 22.4%であるのに対して、山口県外は男性が 83.1%、女性は 77.6%で、男女ともに県外からの旅行者が 7 割以上を占めている。

図 1-2-2 男女別の居住地

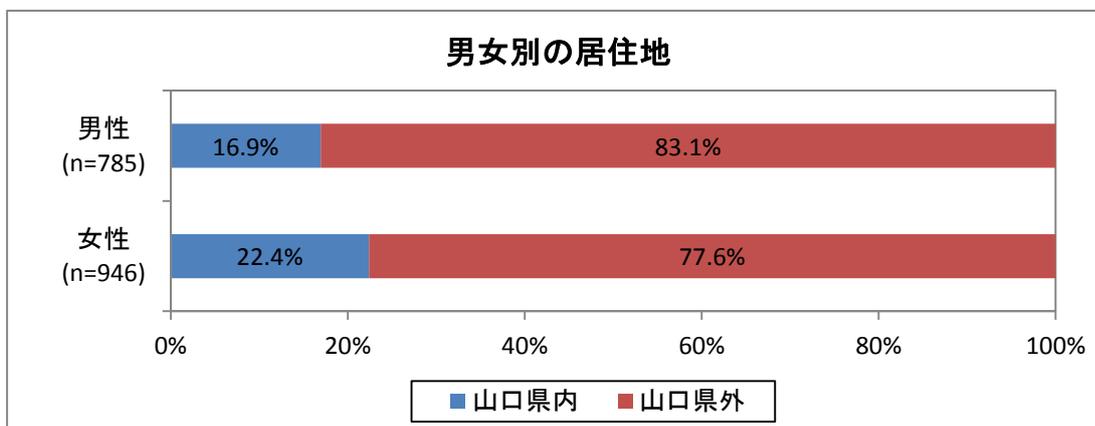


図 1-2-3 は、山口県内から訪れている旅行者のうち、山口県を東部・中部・北部・西部の 4 つの地域に区分して男女別に表にしたものである。男性では西部が 35.3%と最も多く、次いで中部が 33.8%、東部が 28.6%、北部からは 2.3%となっている。女性は東部が 38.2%と最も多く、次いで中部が 33.5%、西部が 26.9%、北部からは 1.4%である。男性、女性ともに中部が多い結果となっている。

図 1-2-3 男女別居住地（県内地域）

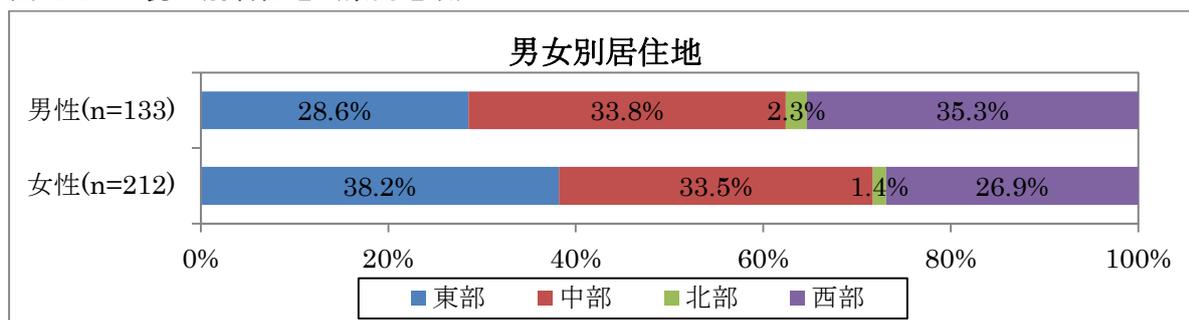


図 1-2-4 は、全国を 9 つの地域に区分して男女別に表したものである。男女とも中国地方が最も多く 44.3%と 44.7%であり、次に多いのが、男性は近畿地方で 16.8%、女性も近畿地方で 16.7%であった。

図 1-2-4 男女別にみた全国の地方別居住地

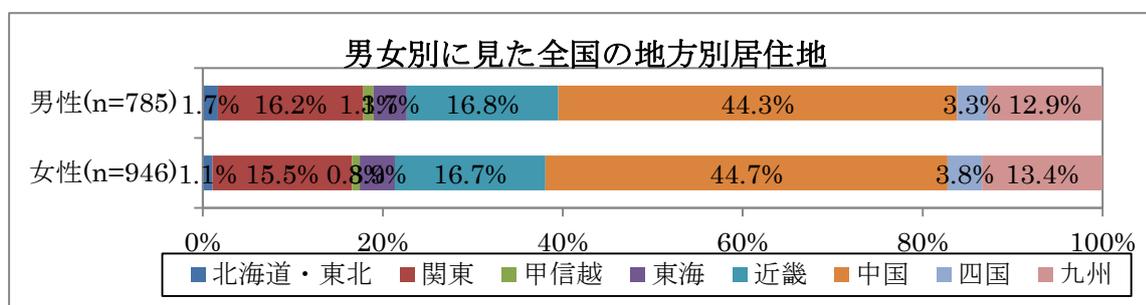


図 1-2-5 は、全旅行日程を男女別に表したものである。男女いずれも 1泊が最も多く 45.0%と 41.8%であり、次に多いのが、2泊で男性が 23.6%、女性が 22.2%であった。

図 1-2-5 男女別の旅行日程

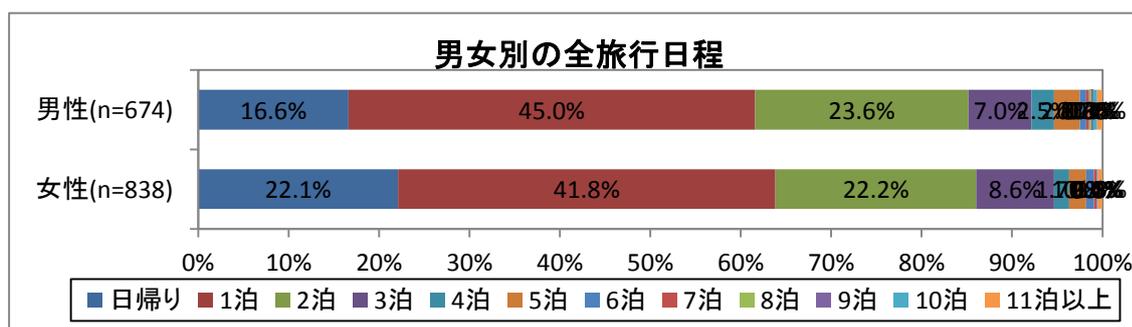


図 1-2-6 は、全旅行日程で宿泊している旅行者のうち、山口市内での旅行日程を男女別に示したものである。男女ともに1泊の割合が多く、男性が77.8%であり、女性は74.8%であった。

図 1-2-6 男女別の山口市内旅行日程

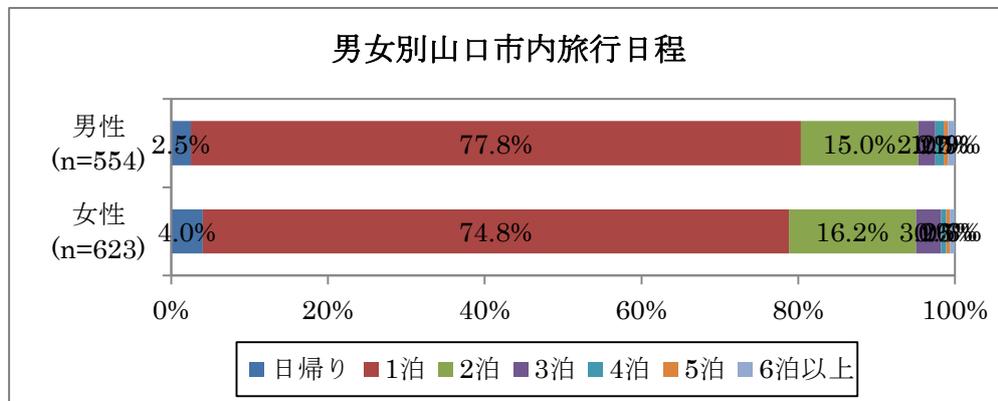
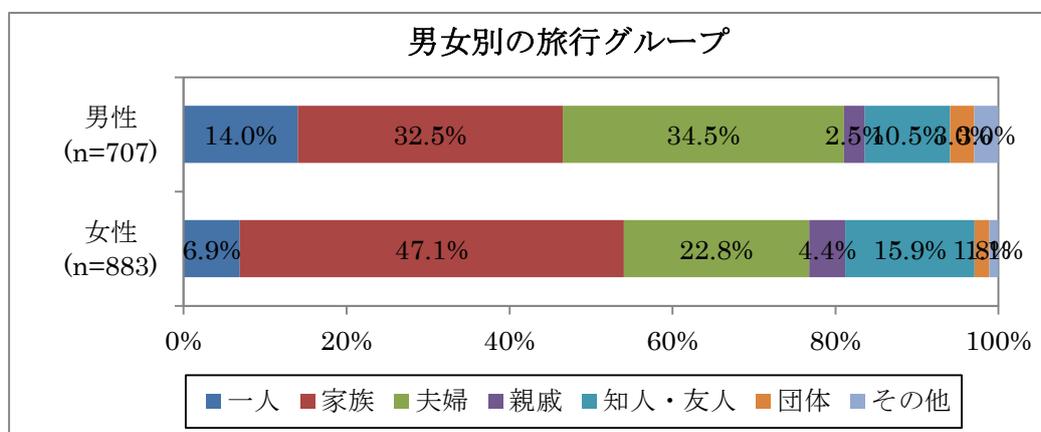


図 1-2-7 は、旅行グループを男女別に示したものである。男性は家族が34.5%、夫婦が32.5%と多く、女性は家族で訪れている割合が47.1%と最も多く、次いで夫婦が22.8%、知人・友人が15.9%と多い。なお、知人・友人は男性の場合10.5%となった。ひとりの割合は男性で14.0%、女性では6.9%という結果になった。

図 1-2-7 男女別の旅行グループ



## 1-2-2 年齢別にみた旅行者の特徴

図 1-2-8 は、年齢別の回答を居住地別に表したものである。9 歳以下を除いて山口県外が半数を超えており、30 代、40 代、50 代の年齢層に関しては約 8 割を占めている。

図 1-2-8 年齢別にみた居住地

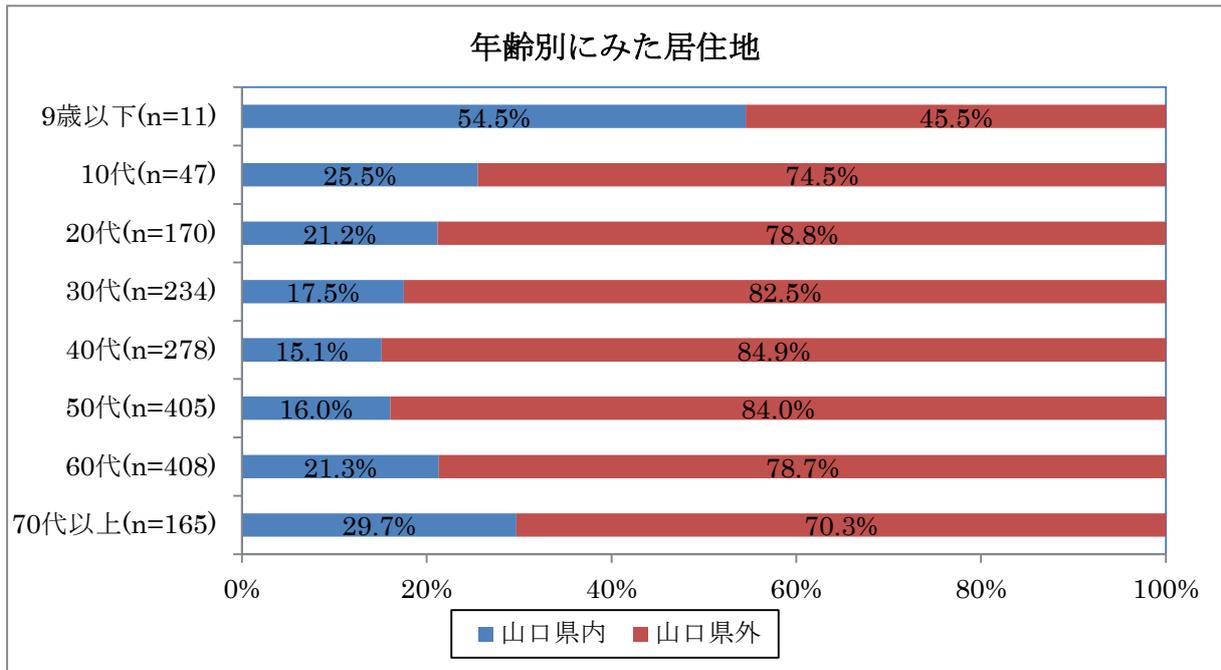


図 1-2-9 は、山口県内居住者を 4 つに区分し年齢別にみたものである。30 代では東部、10 代、50 代以上では西部、他の年齢層は中部の割合が多い結果になっている。

図 1-2-9 年齢別にみた山口県内の居住地

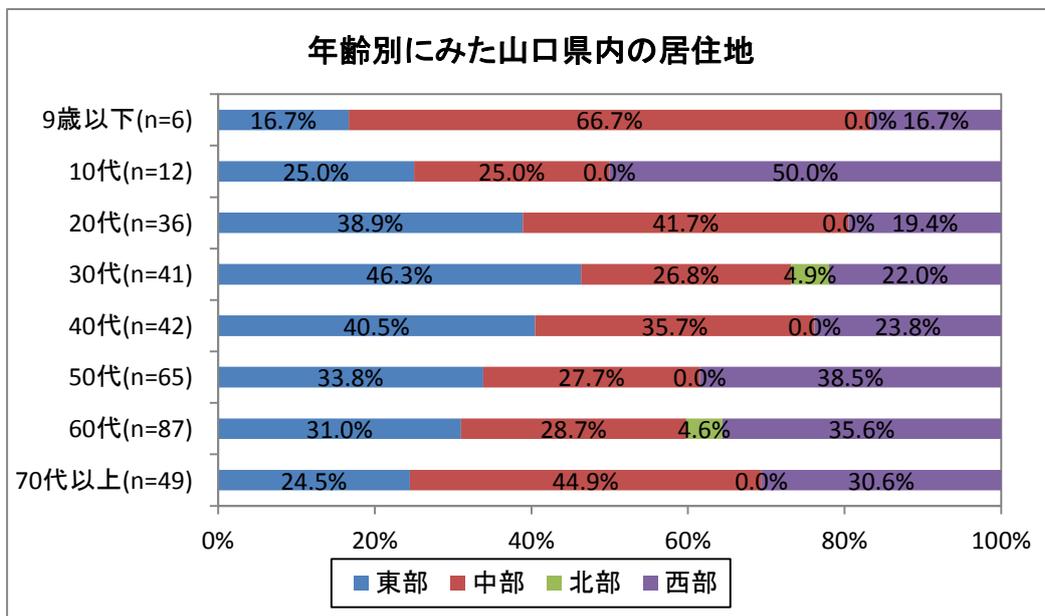


図 1-2-10 は、居住地を 8 つの地方に区分し年齢別に表したものである。どの年齢層も中国地方の割合が最も多くなっている。20代は近畿地方が 22.4%、関東地方が 16.5%、30代は近畿地方が 23.1%、関東地方が 17.5%と高く、20~40代の中国、九州地方外からの訪問割合が高くなっている。

図 1-2-10 年齢別にみた居住地の地方

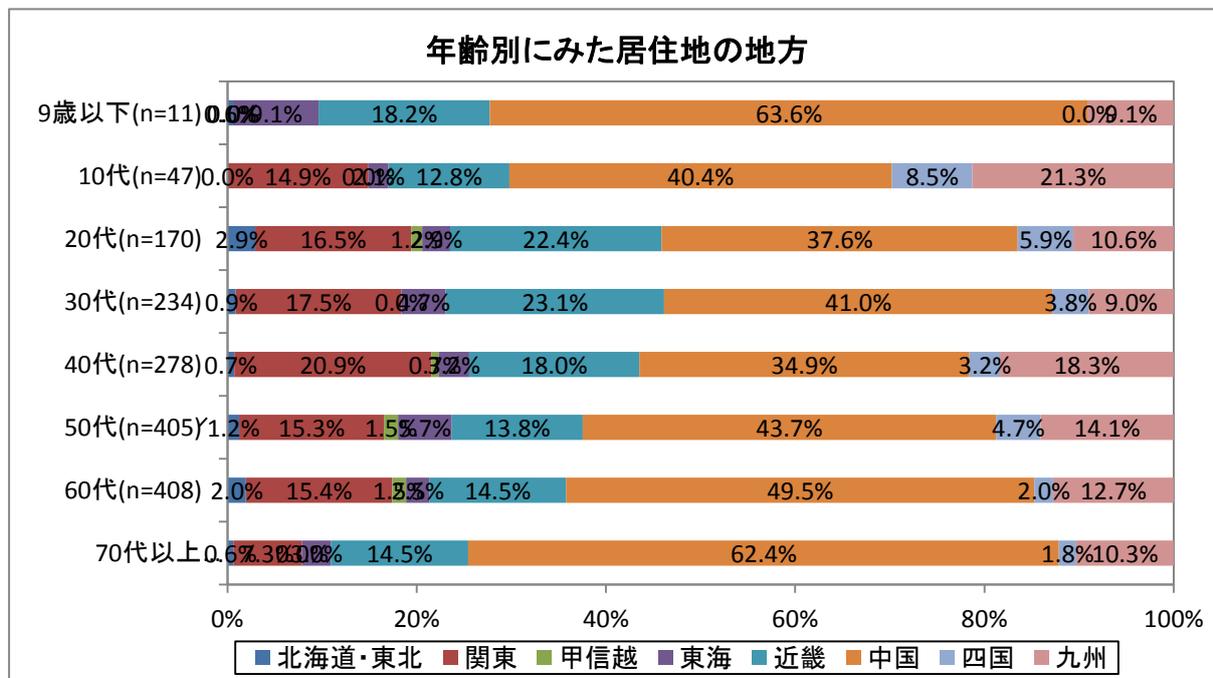


図 1-2-11 は、年齢別の旅行の全行程を表したものである。20代以上の年齢層で 1泊の割合が 3割以上を占めている。日帰りの割合は 10代で 39.5%と 1泊よりも高い結果になっている。

図 1-2-11 年齢別にみた旅行の全行程

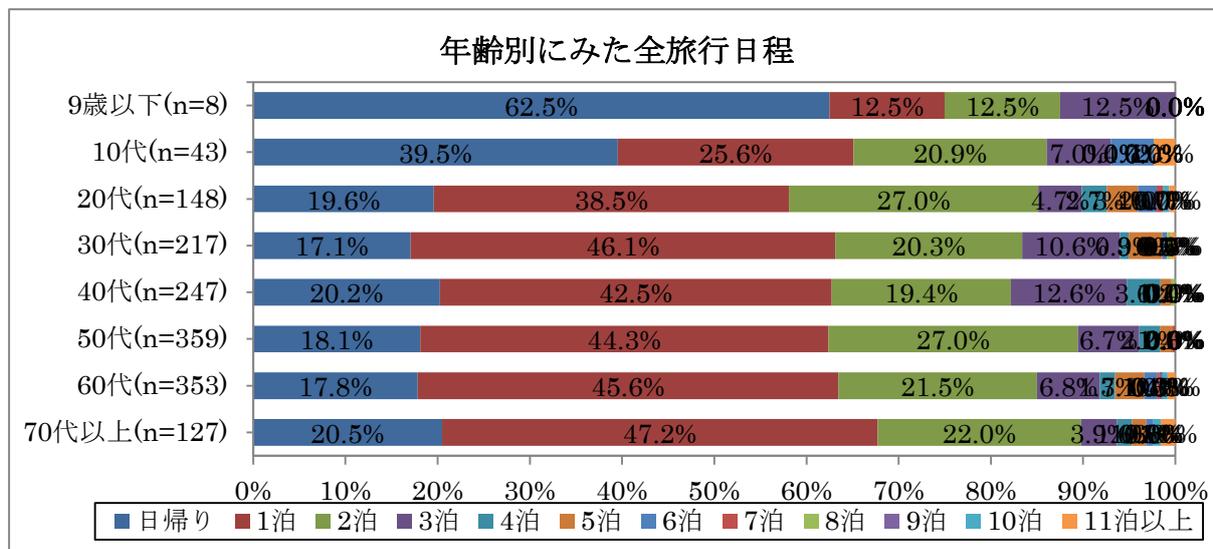


図 1-2-12 は、全旅行日程で宿泊している旅行者のうち、山口市内での旅行日程を年齢別に示したものである。10代を除くすべての年齢層で1泊が6割以上を占める結果となっている。

図 1-2-12 年齢別にみた山口市内の旅行日程

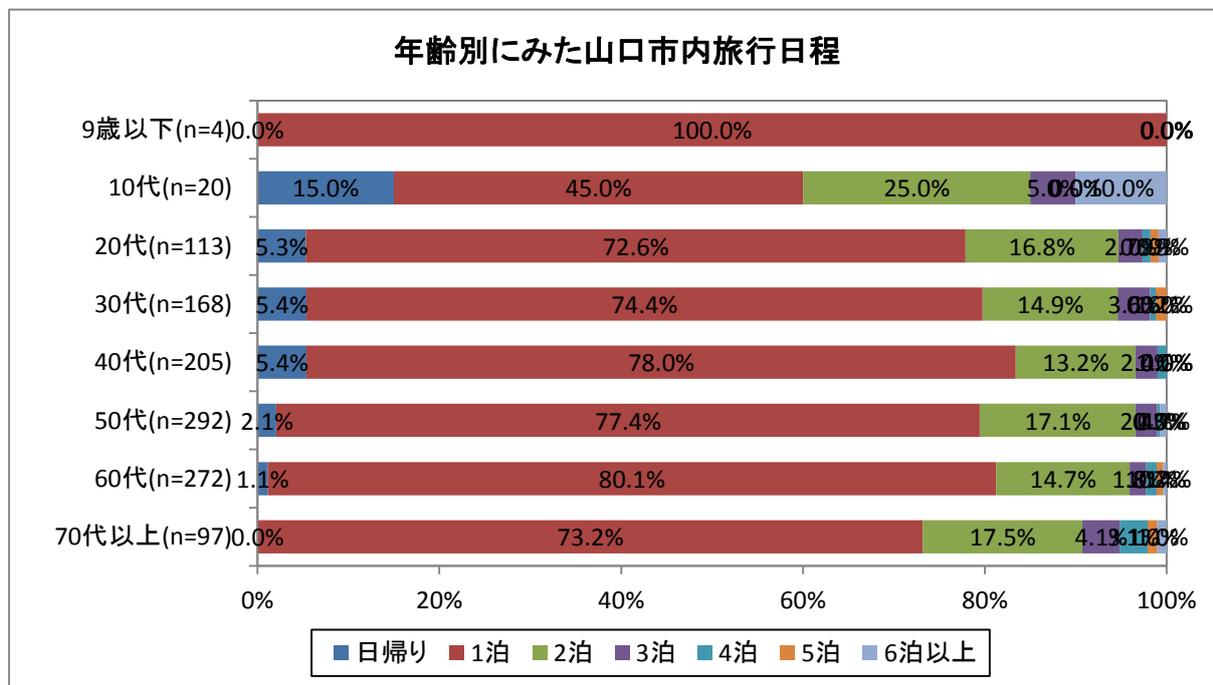
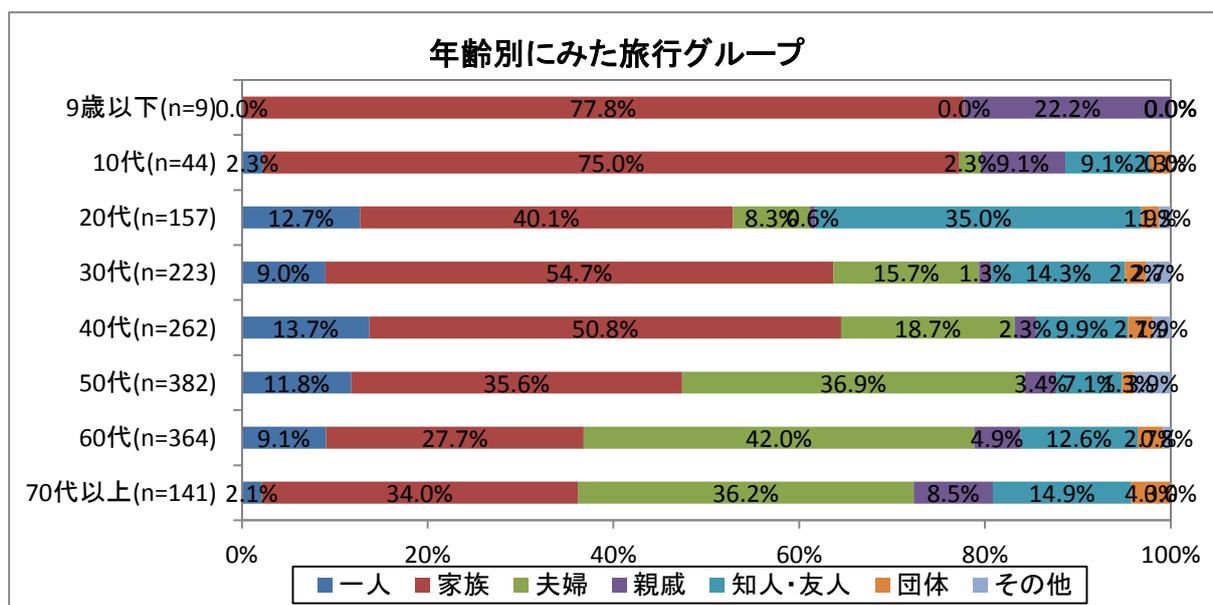


図 1-2-13 は、年齢別の旅行グループを表したものである。10代から40代にかけて約5割が家族で訪れていることがわかる。また年齢が高くなるにつれ、夫婦で訪れる割合が高くなる傾向にある。

図 1-2-13 年齢別にみた旅行グループ



### 1-2-3 居住地別にみた旅行者の特徴

図 1-2-14 は、山口県内居住者と山口県外居住者を全旅行日程別に表したものである。山口県内居住者は日帰りが 66.8%と高い割合となった。山口県外居住者は 1泊が多く 46.1%、次に 2泊が 27.2%、日帰りが 9.1%となっている。

図 1-2-14 県内居住者と県外居住者の全旅行日程

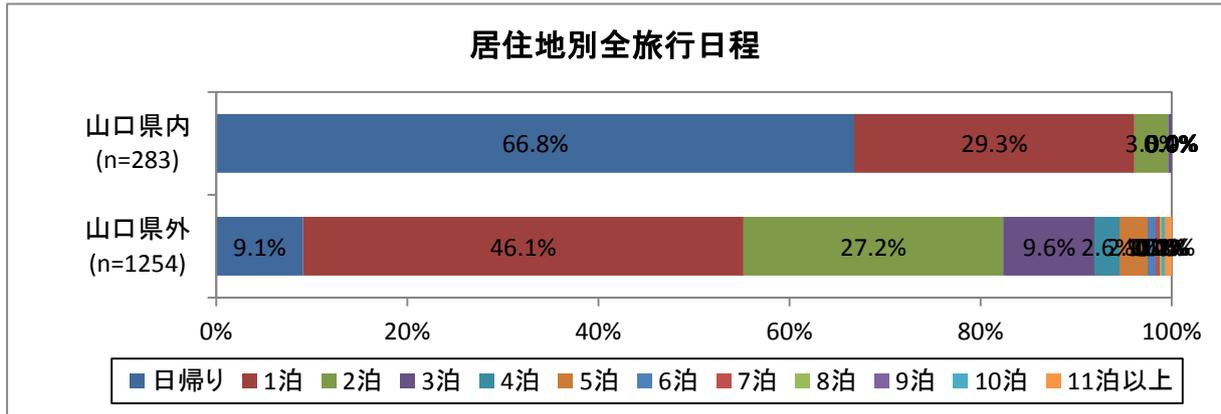


図 1-2-15 は、全旅行日程で宿泊している旅行者のうち、山口市内での旅行日程を山口県内居住者と山口県外居住者別に表したものである。山口県内居住者は 76.1%と 1泊の割合が最も多く、山口県外居住者も 1泊が 75.9%で最も多かった。

図 1-2-15 県内居住者と県外居住者の山口市内旅行日程

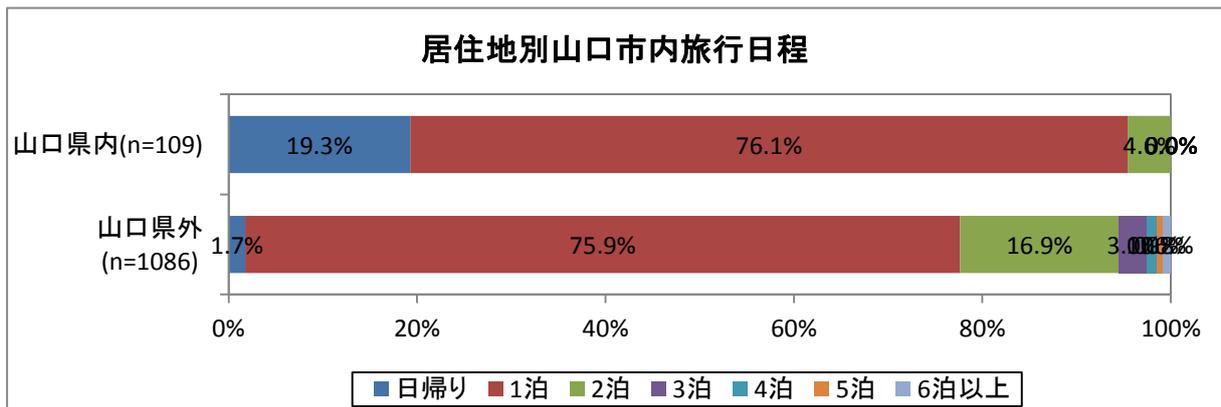


図 1-2-16 は、居住地別の旅行グループを集計したものである。山口県内居住者、山口県外居住者どちらも家族の割合が最も多く、それぞれ 43.2%と 40.1%であり、次いで夫婦の割合がそれぞれ 23.2%と 29.0%となっている。

図 1-2-16 居住地別にみた旅行グループ

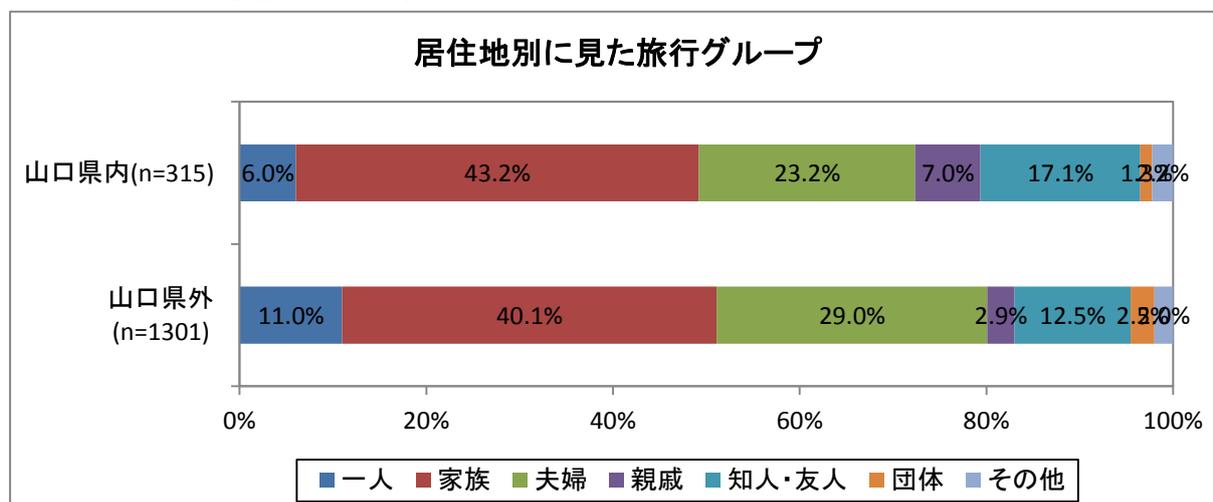


図 1-2-17 は、山口県内居住者を旅行の行程別に表したものである。どの地域においても日帰りが半数以上を占めている。中部の日帰りが 7 割を超えている。

図 1-2-17 山口県内地区別にみた旅行の全行程

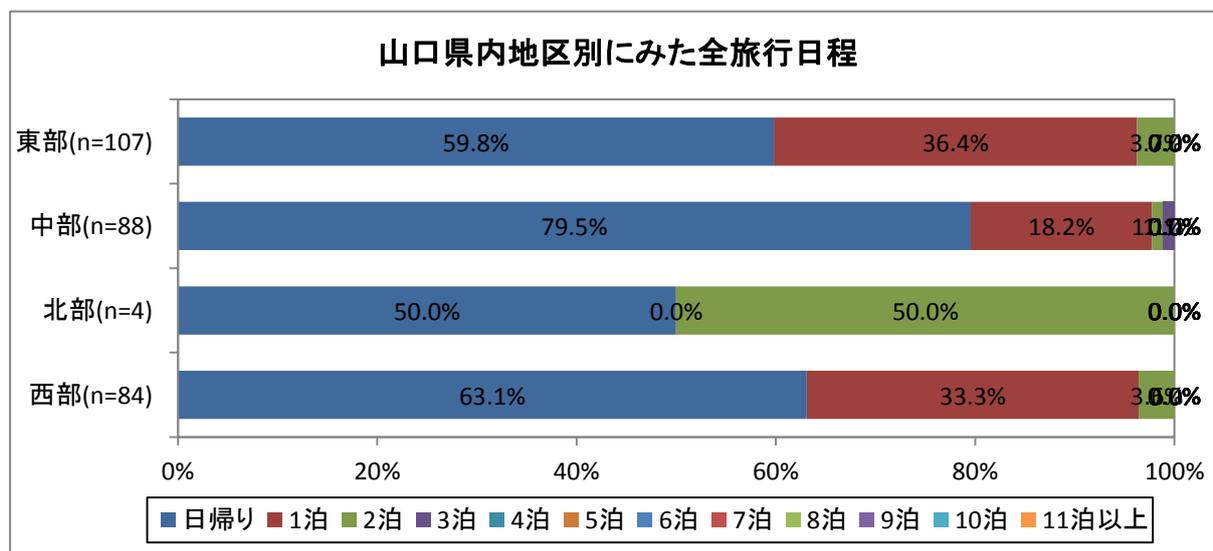


図 1-2-18 は、山口県内居住者で全旅行日程で宿泊している旅行者のうち、山口市内での旅行日程を居住地区別に表したものである。東部を除いて回答者数そのものが少ないことに注意が必要であるが、どの地区も 1 泊の割合が約 7 割以上と高く、北部では 100%であった。

図 1-2-18 山口県内地区別にみた山口市内の旅行日程

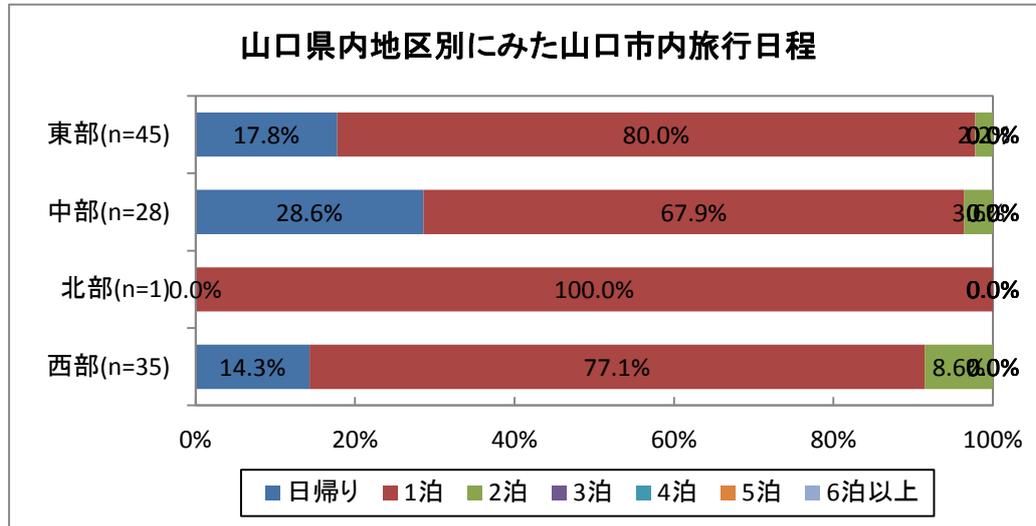


図 1-2-19 は、山口県内居住者を旅行グループ別に集計したものである。すべての地区で家族での訪問の割合が約 4 割を占めている。

図 1-2-19 山口県内の居住地別にみた旅行グループ

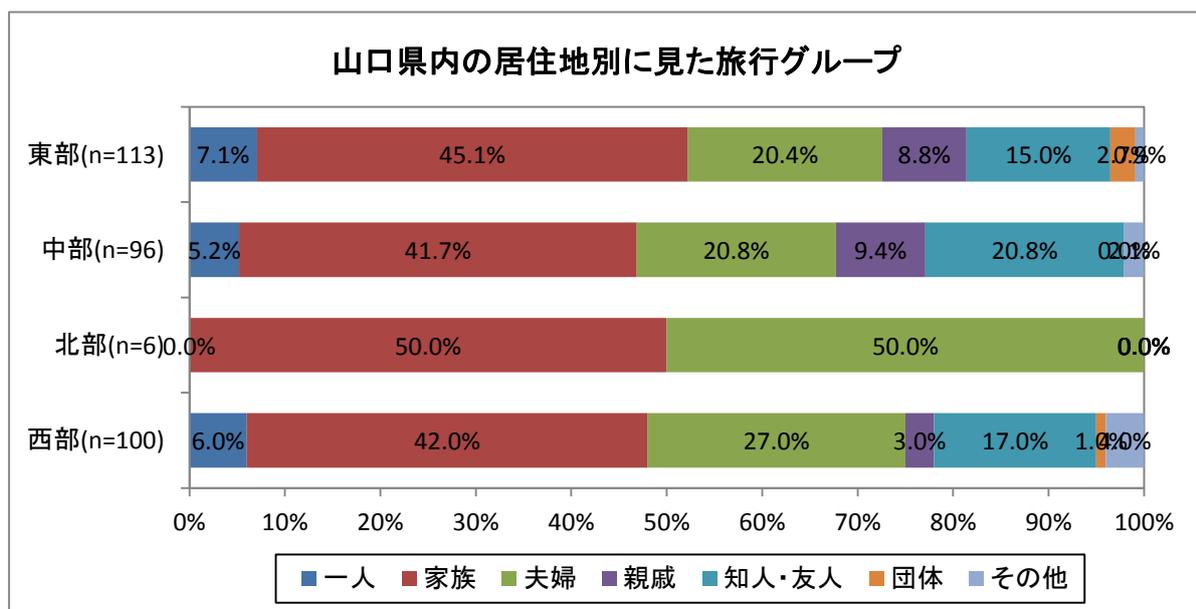


図 1-2-20 は、地方別にみた全旅行日程を表したものである。中国は日帰りが 51.2%と多かったが、四国、九州では 1泊が約 50%を占める。近畿、東海、甲信越、関東、北海道・東北と山口から離れている地域は 1泊から 3泊の割合が多い結果となった。

図 1-2-20 地方別にみた全旅行日程

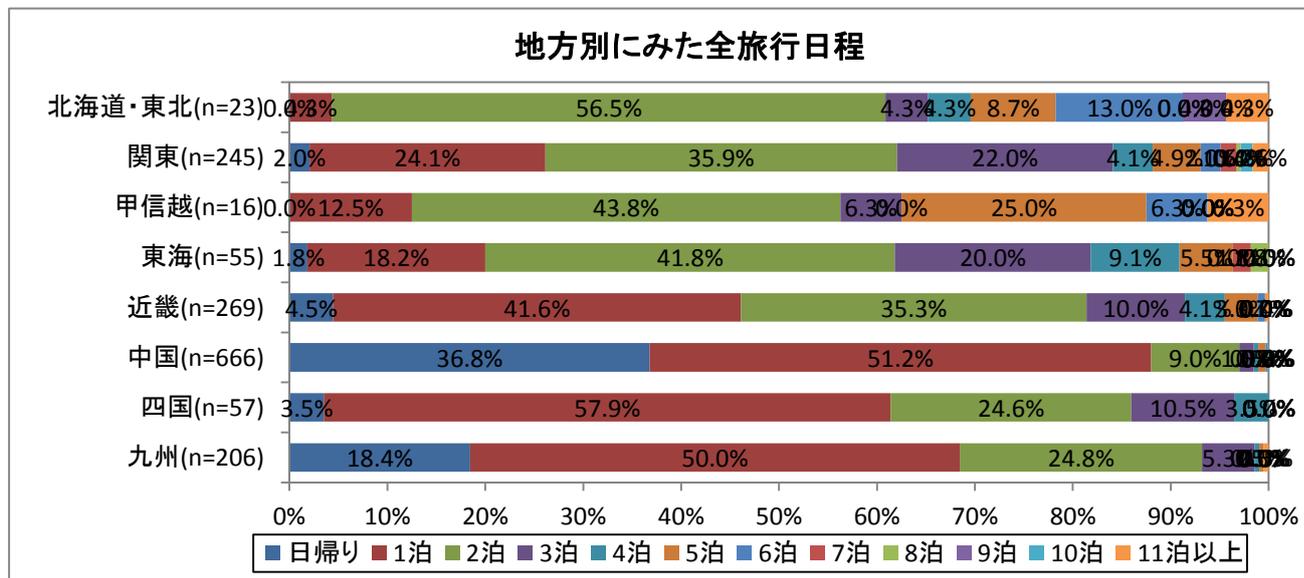


図 1-2-21 は、全旅行日程で宿泊している旅行者のうち、山口市内での旅行日程を地方別に表したものである。全ての地方で 1泊の割合が 50%を超えている。さらに 1泊と 2泊で約 8割を占めている。東海と近畿、中国、九州では 1泊の割合が 7割を超えている。北海道・東北と東海、四国で 2泊の割合が高くなっている。

図 1-2-21 地方別にみた山口市内の旅行日程

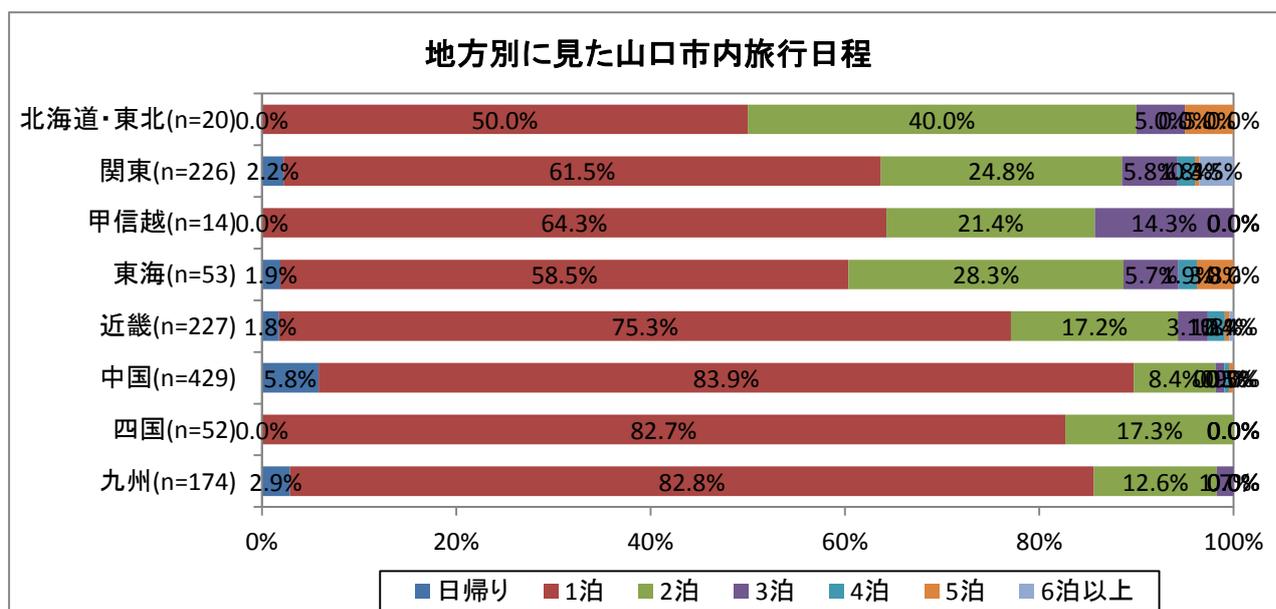
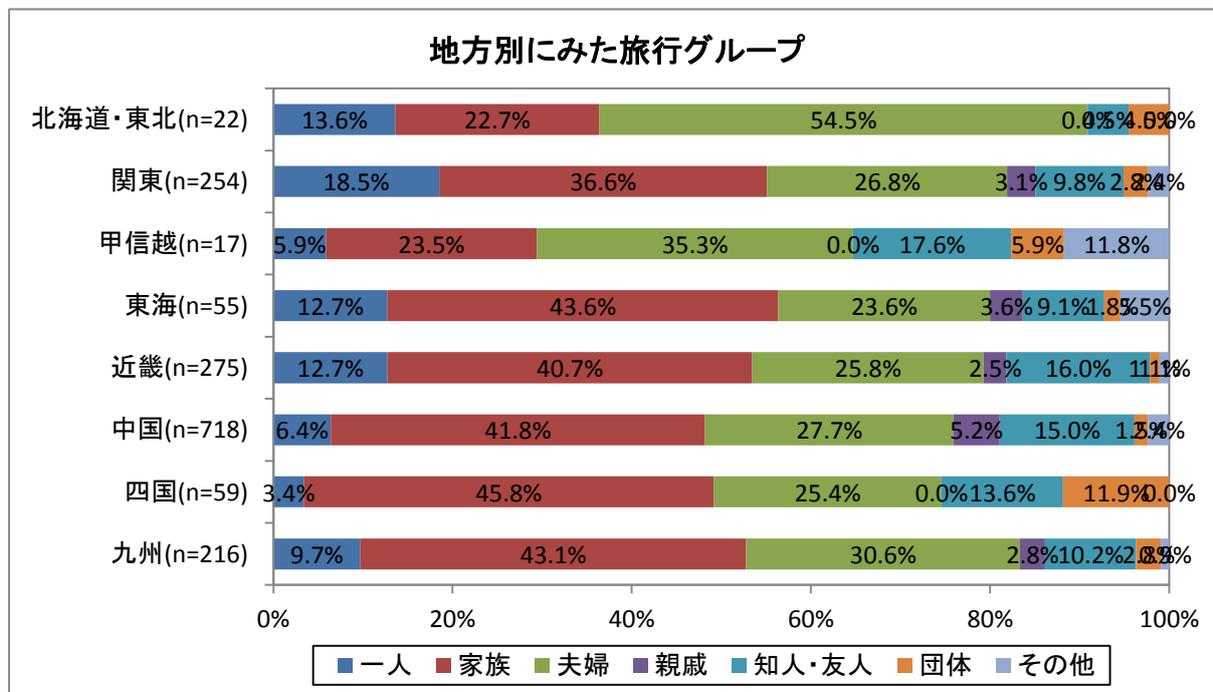


図 1-2-22 は、地方別にみた旅行グループを表したものである。家族の割合が多かったのは、四国が 45.8%、東海が 43.6%、九州が 43.1%であった。北海道・東北、甲信越は夫婦が多くなっている。

図 1-2-22 地方別にみた旅行グループ



## 1-2-4 旅行グループ別にみた旅行者の特徴

図 1-2-23 は、旅行グループ別にみた全旅行日程を表したものである。回答数の多かった家族では日帰りが 19.4%、1泊が 45.0%と 4割以上を占めている。それに次ぐ回答数の夫婦では、1泊が 44.0%と 4割以上で、日帰りが 17.8%となった。

図 1-2-23 旅行グループ別にみた全旅行日程

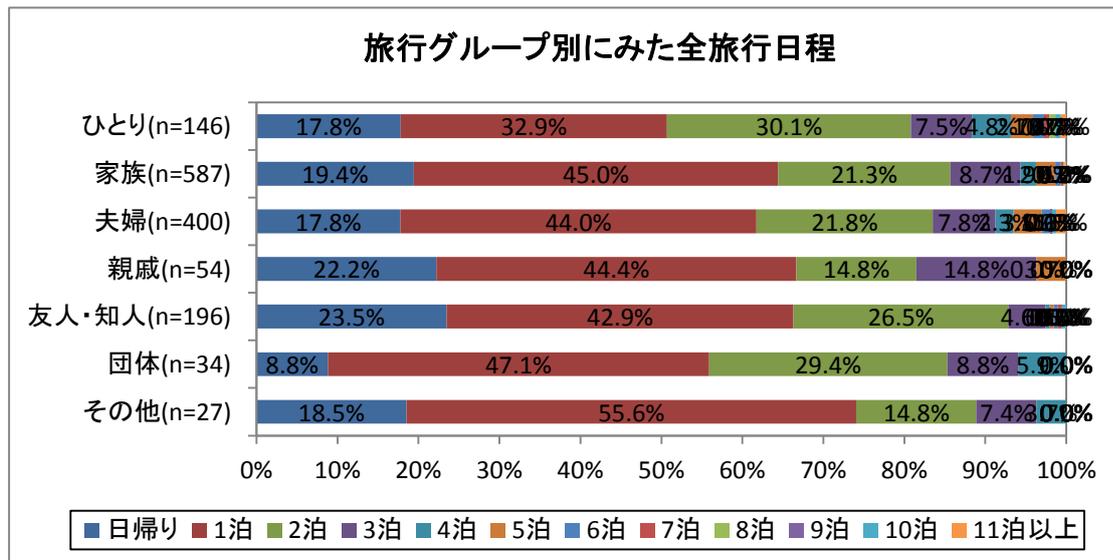
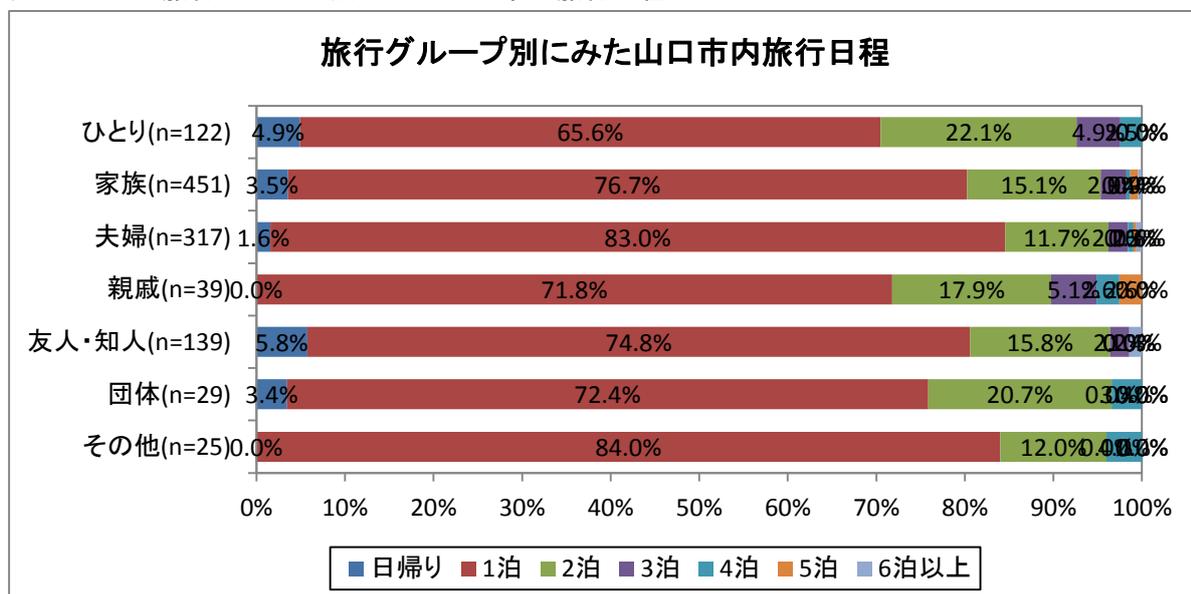


図 1-2-24 は、全旅行日程で宿泊している旅行者のうち、山口市内での旅行日程を旅行グループ別に表したものである。すべてのグループで 1泊が最も高い割合を占め、なかでも家族、夫婦、親戚、友人・知人、団体は 7割を上回る結果となった。

図 1-2-24 旅行グループ別にみた山口市内旅行日程



## 1-2-5 山口市外の訪問地区

### (1) 山口市外の訪問地区

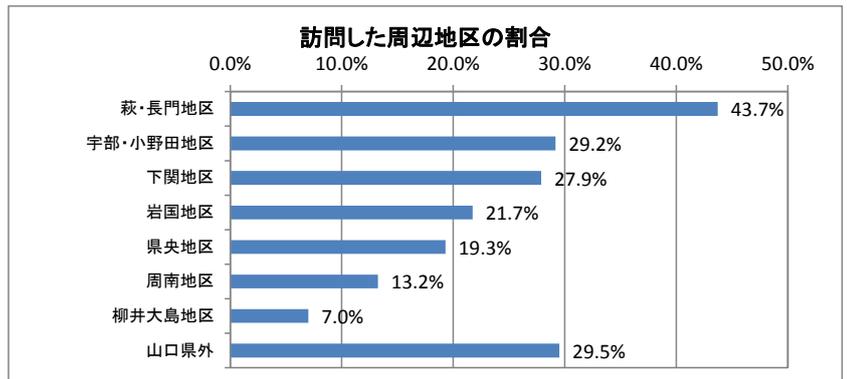
表 1-2-1 は、山口市外の地区への訪問者を示したものである。山口市に訪れる際、その他に訪問した周辺地区は、萩・長門地区が 43.7%と最も多い。次いで宇部・小野田地区が 29.2%、下関地区が 27.9%となっている。山口市を訪問する旅行者は山口県内の地域だけを周遊するのではなく、山口県外地域も 29.5%が訪れている。

表 1-2-1 訪問地区

	回答数	割合
岩国地区	251	21.7%
柳井大島地区	81	7.0%
周南地区	153	13.2%
県央地区	223	19.3%
萩・長門地区	505	43.7%
下関地区	322	27.9%
宇部・小野田地区	337	29.2%
山口県外	341	29.5%
合計	2213	191.6%
回答者数	1155	100.0%

注) 複数回答である。

図 1-2-25 訪問地区の割合



### (2) 山口市外の地区を訪問している訪問者の属性

表 1-2-2 は、山口市外の地区を訪問している訪問者を性別に表したものである。山口市と他の地区に訪れている観光客は県央地区を除きすべて女性の比率が多くなっている。周辺地として最も多く訪問している萩・長門地区も同様に女性が多い。

表 1-2-2 性別の訪問地区

	男性	女性	合計
岩国地区	113	132	245
柳井大島地区	34	45	79
周南地区	79	72	151
県央地区	105	115	220
萩・長門地区	230	262	492
下関地区	150	168	318
宇部・小野田地区	149	181	330
山口県外	165	174	339
合計	1025	1149	2,174
回答者数	763	572	1,335

注) 複数回答である。

図 1-2-26 性別の訪問地区

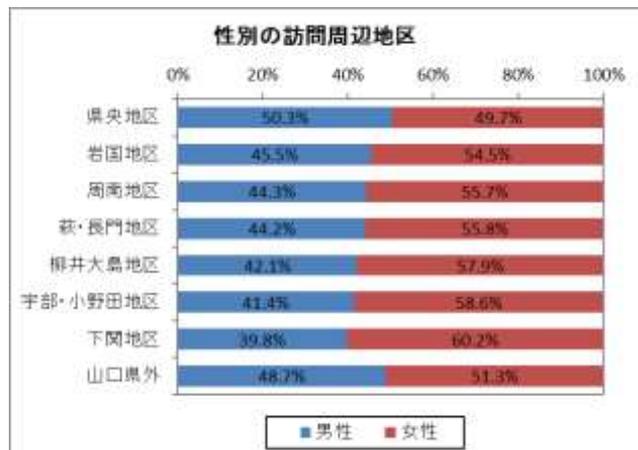


表 1-2-3 は、山口市外の地区を訪問した訪問者の年齢構成を示したものである。他の地区を訪問した年齢は、30代～60代が多い結果となった。他の地区別では山口市とともに周遊する回答数が多い萩・長門地区は60代が多く27.6%である。また、下関地区は50代が21.3%、60代が19.7%、30代が18.7%である。

表 1-2-3 山口市外の地区に訪問した訪問者の年齢構成（複数回答）

	9歳以下	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	合計
岩国地区		6	20	39	50	64	50	14	243
柳井大島地区		1	3	16	14	16	19	11	80
周南地区		4	13	22	31	39	32	6	147
県央地区	2	7	24	32	35	53	43	22	218
萩・長門地区		7	39	69	75	126	135	39	490
下関地区	1	6	42	59	58	67	62	20	315
宇部・小野田地区	1	14	33	63	67	65	67	19	329
山口県外		5	31	43	63	85	85	22	334
合計	4	50	205	343	393	515	493	153	2,156

注) 複数回答である。

図 1-2-27 山口市外の地区に訪問した訪問者の年齢構成

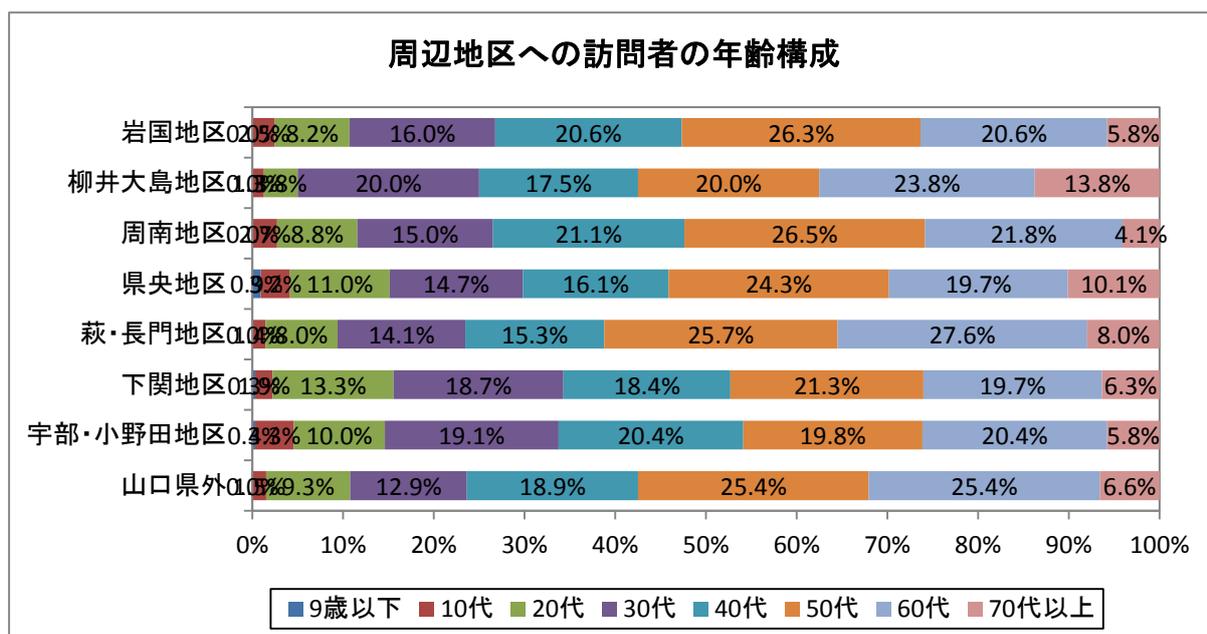


表 1-2-4 は、山口市外の地区への訪問者の居住地を示したものである。県外客が訪問している地区で最も多かったのが下関地区で 90.1%、岩国地区が 90.0%であり、山口県外も 94.7%と山口県内外の地域で周遊していることがわかる。

また、県内居住者においては、周南地区への訪問が 26.1%と最も多い。次いで、柳井大島地区が 21.0%、県央地区が 18.8%、宇部・小野田地区が 16.9%と続いている。

表 1-2-4 山口市外の地区への訪問者の居住地

	山口県内	山口県外	合計
岩国地区	25	226	251
柳井大島地区	17	64	81
周南地区	40	113	153
県央地区	42	181	223
萩・長門地区	69	436	505
下関地区	32	290	322
宇部・小野田地区	57	280	337
山口県外	18	323	341
合計	300	1,913	2,213

注) 複数回答である。

図 1-2-28 山口市外地区訪問者の居住地

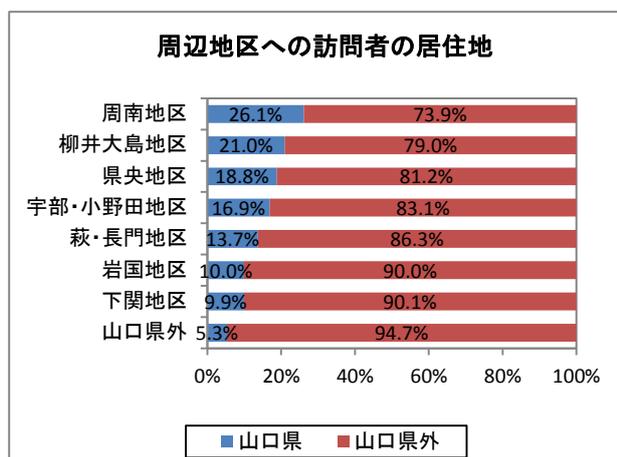


表 1-2-5 は、山口市外の地区を訪問した訪問者の全旅行日程を示したものである。山口市外の地区を訪問する訪問者のうち、日帰りの比率が高いのは周南地区が 23.5%であり、県央地区への訪問が 20.9%であった。宿泊した訪問者の割合が多いのは 1泊と 2泊である。周南地区への訪問者で 1泊する割合は 43.4%であった。

表 1-2-5 山口市外の地区を訪問した訪問者の全旅行日程

	日帰り	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊	7泊	8泊	9泊	10泊	11泊以上	合計
岩国地区	28	90	63	24	5	4	3	1	1	0	1	1	221
柳井大島地区	14	29	16	2	1	3	1	1	1	0	1	1	70
周南地区	32	59	19	8	6	6	0	2	1	0	1	2	136
県央地区	42	70	45	21	5	7	4	1	1	0	2	3	201
萩・長門地区	59	147	148	61	8	14	5	4	1	1	3	3	454
下関地区	34	103	80	36	11	6	3	2	2	1	2	2	282
宇部・小野田地区	44	109	82	41	11	10	2	3	1	0	2	3	308
山口県外	25	99	102	37	10	15	6	4	2	0	3	3	306
合計	278	706	555	230	57	65	24	18	10	2	15	18	1,978

注) 複数回答である。

図 1-2-29 山口市外の地区を訪問した訪問者の全旅行日程

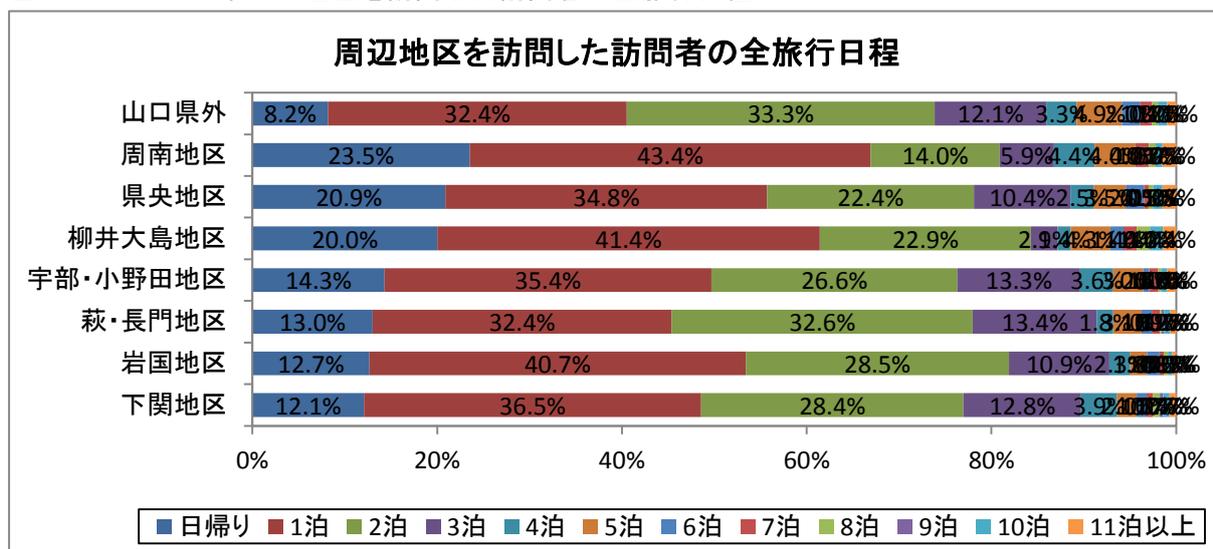


表 1-2-6 は、全旅行日程で宿泊している旅行者のうち、山口市外の地区を訪問した訪問者の山口市内での旅行日程を表したものである。山口市内に宿泊する訪問者のうち割合が多いのは1泊で、岩国地区が80.1%であり、柳井大島地区が78.4%であった。これら以外の地区を周遊する訪問者も山口市内で1泊する割合は60%を超えている。

表 1-2-6 山口市外の地区を訪問した訪問者の山口市内旅行日程

	日帰り	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊以上	合計
岩国地区	4	153	25	7	1	1		191
柳井大島地区	1	40	8		1	1		51
周南地区	7	74	11	2	1	1	3	99
県央地区	5	105	24	8		2	4	148
萩・長門地区	8	256	66	17	4	1	3	355
下関地区	8	164	44	9	2	2	1	230
宇部・小野田地区	11	153	50	14	3	1	1	233
山口県外	8	207	37	8	2	3	1	266
合計	52	1,152	265	65	14	12	13	1,573

注) 複数回答である。

図 1-2-30 山口市外の地区を訪問した訪問者の山口市内旅行日程

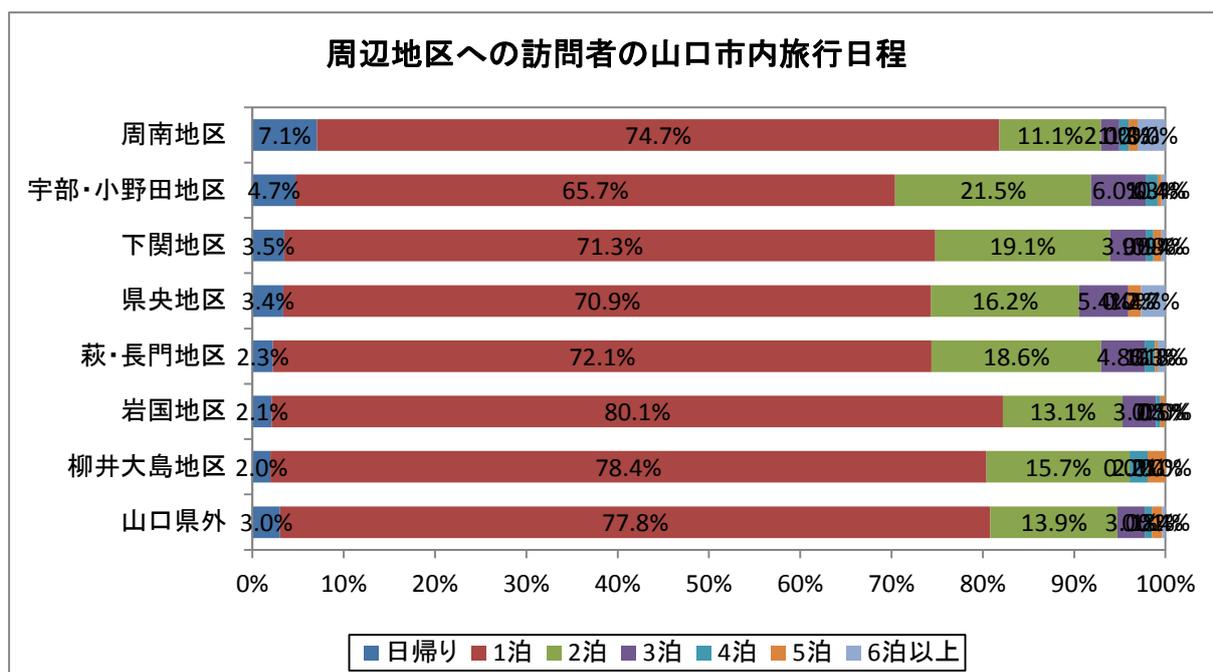


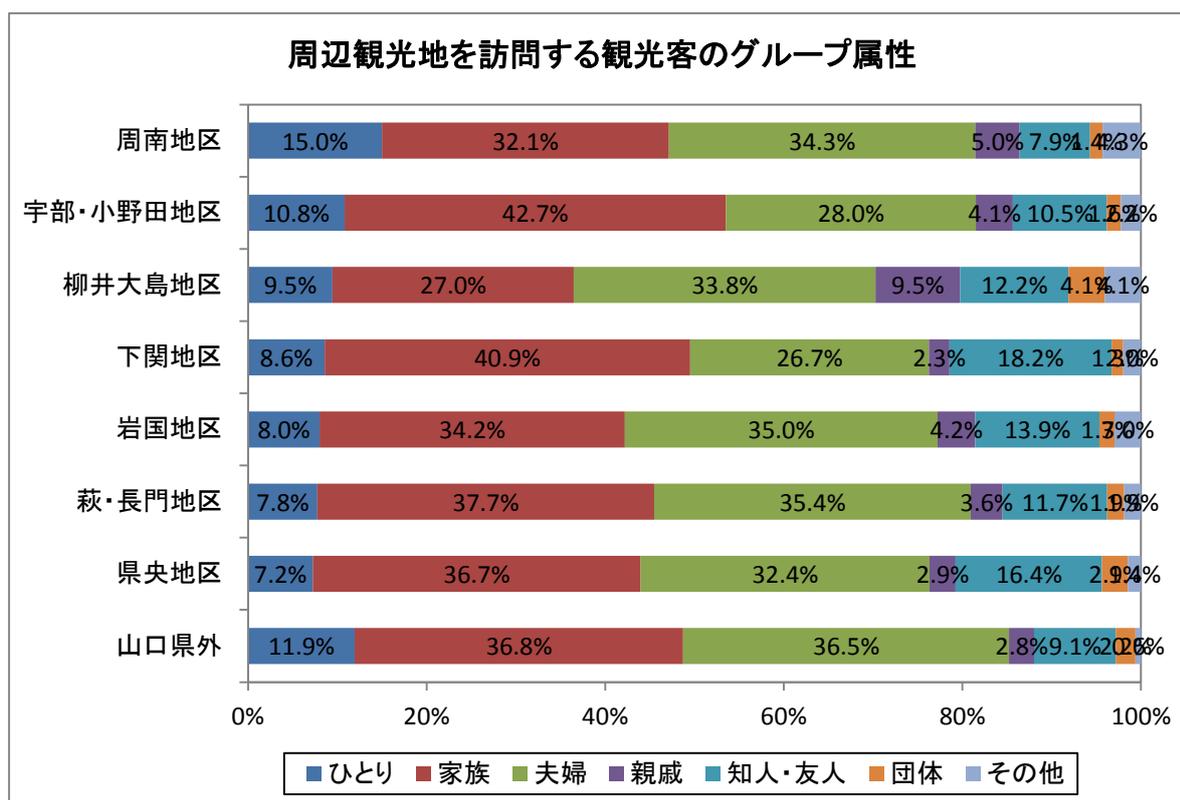
表 1-2-7 は、山口市外の地区を訪問した訪問者のグループ属性を表したものである。山口市外の地区を訪問する訪問者は家族連れや夫婦が多く、2つの合計がすべての地区で半数を占めている。家族で訪問する地区は42.7%で宇部・小野田地区が最も多く、次いで下関地区が40.9%、萩・長門地区が37.7%となっている。

表 1-2-7 山口市外の地区を訪問した訪問者のグループ属性

	ひとり	家族	夫婦	親戚	知人・友人	団体	その他	合計
岩国地区	19	81	83	10	33	4	7	237
柳井大島地区	7	20	25	7	9	3	3	74
周南地区	21	45	48	7	11	2	6	140
県央地区	15	76	67	6	34	6	3	207
萩・長門地区	37	180	169	17	56	9	9	477
下関地区	26	124	81	7	55	4	6	303
宇部・小野田地区	34	134	88	13	33	5	7	314
山口県外	38	117	116	9	29	7	2	318
合計	197	777	677	76	260	40	43	2,070

注) 複数回答である。

図 1-2-31 山口市外の地区を訪問した訪問者のグループ属性



## 1-2-6 旅行のきっかけとなった情報源

### (1) 単純集計結果

表 1-2-8 は、旅行のきっかけとなった情報源の単純集計結果である。山口市を訪れた旅行者が参考にした、または、今回の旅行のきっかけとなった情報源は、知人・友人が 21.8%で最多であった。次いでインターネットが 7.6%で、観光情報サイトが 6.2%であった。

表 1-2-8 旅行のきっかけとなった情報源

旅行のきっかけ	回答数	%
テレビ	94	5.6%
ラジオ	16	1.0%
新聞	33	2.0%
旅行誌	98	5.8%
ガイドブック	78	4.6%
ポスター	10	0.6%
行政及び観光協会のパンフレット	85	5.1%
旅行会社のパンフレット	97	5.8%
知人・友人	366	21.8%
インターネット	128	7.6%
観光情報サイト	104	6.2%
個人のブログ・SNS	15	0.9%
その他	556	33.1%
回答数計	1,680	100.0%

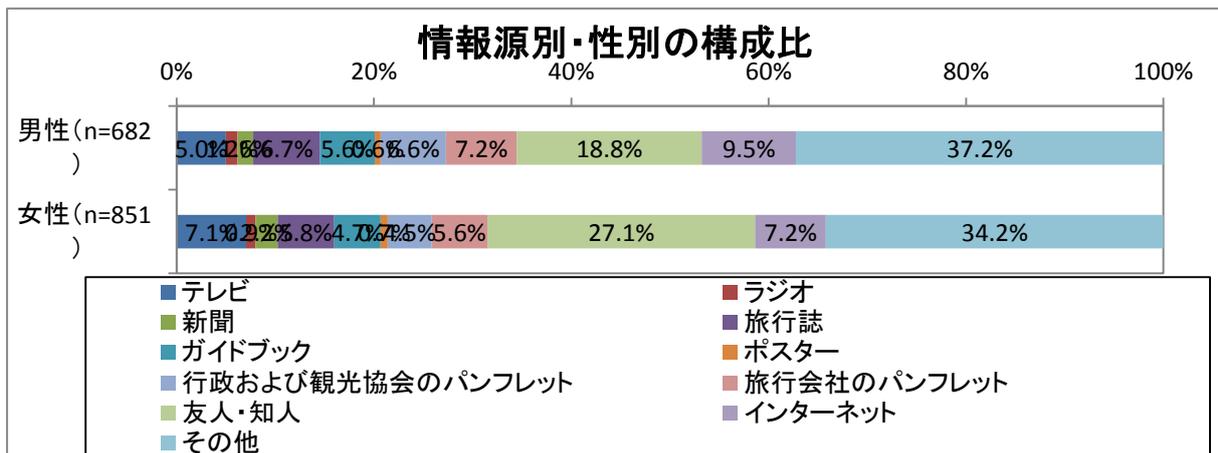
### (2) 性別の情報源

表 1-2-9 は、旅行のきっかけとなった情報源を性別に示している。大きな差がみられるものでは、知人・友人で女性が男性よりも割合が 10 ポイントほど高く、インターネットでは、男性が上回っているものの、それ以外の情報源では男女で大きな差がみられない。

表 1-2-9 性別の情報源

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政および観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
男性	34	8	11	46	38	4	45	49	128	65	254	682
女性	60	8	19	49	40	6	38	48	231	61	291	851
合計			3	3			2		7	2	11	28

図 1-2-32 情報源別・性別の構成比



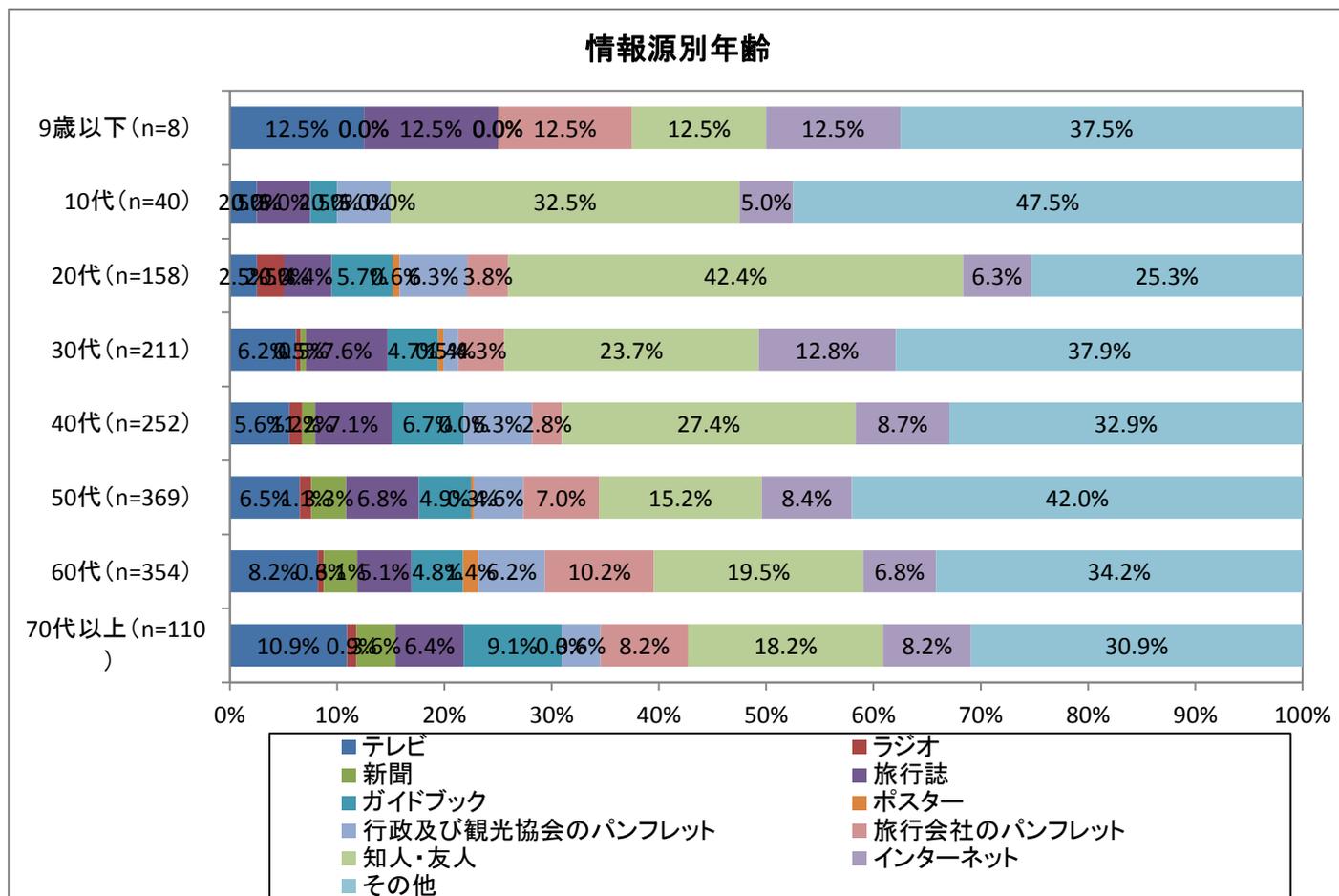
### (3) 年齢別の情報源

表 1-2-10 は、年齢別にどのような情報源を利用したのかを示している。知人・友人と答えた比率がどの年代でも多くなっており、約 2 割を占めている。交友関係や口コミが観光のきっかけになっているということは、世代を超えて当てはまると考えられる。

表 1-2-10 年齢別の情報源

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会	旅行会社	知人・友人	インターネット	その他	合計
9歳以下	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	3
10代	1	0	0	2	1	0	2	0	13	2	19	40
20代	4	4		7	9	1	10	6	67	10	40	158
30代	13	1	1	16	10	1	3	9	50	27	80	211
40代	14	3	3	18	17	0	16	7	69	22	83	252
50代	24	4	12	25	18	1	17	26	56	31	155	369
60代	29	2	11	18	17	5	22	36	69	24	121	354
70代以上	12	1	4	7	10	0	4	9	20	9	34	110
合計	98	15	31	94	82	8	74	94	345	126	535	1502

図 1-2-33 年齢別の情報源



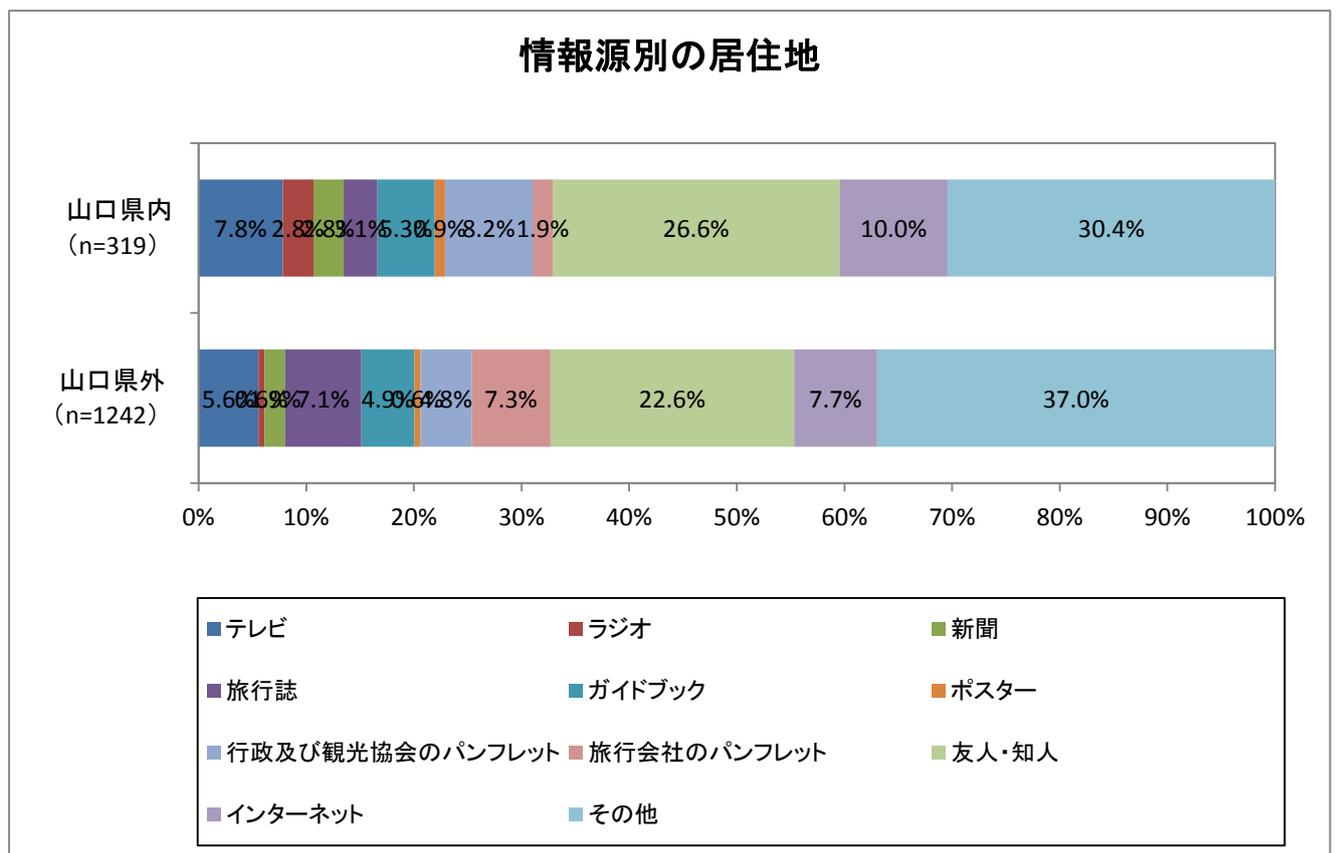
#### (4) 居住地別の情報源

表 1-2-11 は、居住地別の情報源を示したものである。居住地と情報源の関係をみると、旅行会社のパンフレット、旅行誌では、県外居住者の比率が高い。一方、県内居住者ではテレビや新聞、行政および観光協会のパンフレットの割合が比較的高くなっており、地元からの情報発信の効果も結果に表れている。

表 1-2-11 居住地別の情報源

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
県内	25	9	9	10	17	3	26	6	85	32	97	319
県外	69	7	24	88	61	7	59	91	281	96	459	1,242
合計	94	16	33	98	78	10	85	97	366	128	556	1,561

図 1-2-34 居住地別の情報源

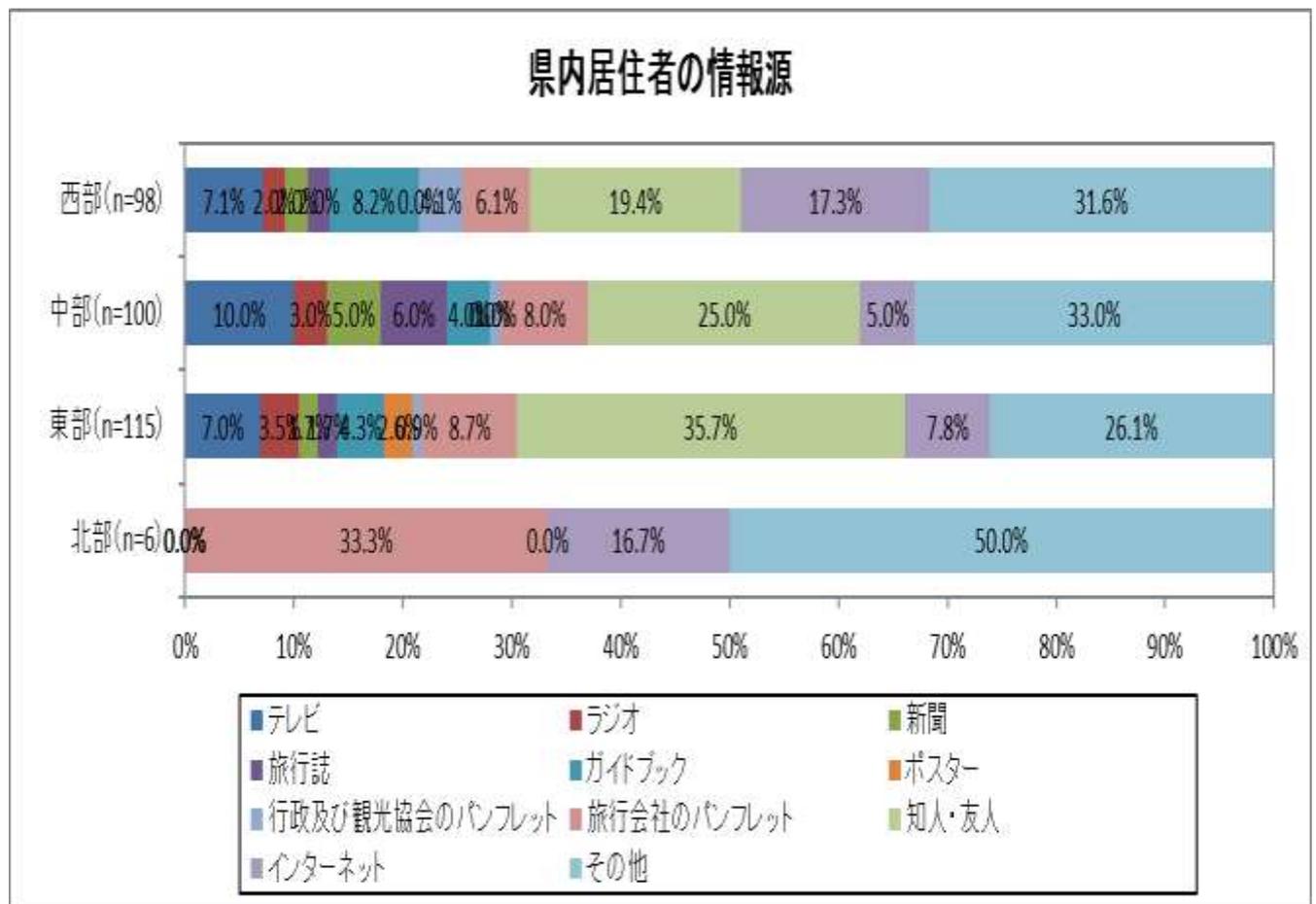


次に、表 1-2-12 で県内居住者の居住地域別の情報源についてみると、西部、中部、東部からの旅行者が大半を占めるなか、知人・友人が比較的高い比率を示している。また、西部と東部ではテレビの割合も比較的高くなっている。北部は回答者数が少ないので、結果の解釈には注意が必要である。

表 1-2-12 県内居住者の情報源

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政および観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
西部	7	2	2	2	8	0	4	6	19	17	31	98
中部	10	3	5	6	4	0	1	8	25	5	33	100
東部	8	4	2	2	5	3	1	10	41	9	30	115
北部	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	3	6
合計	25	9	9	10	17	3	6	26	85	32	97	319

図 1-2-35 県内居住者の情報源

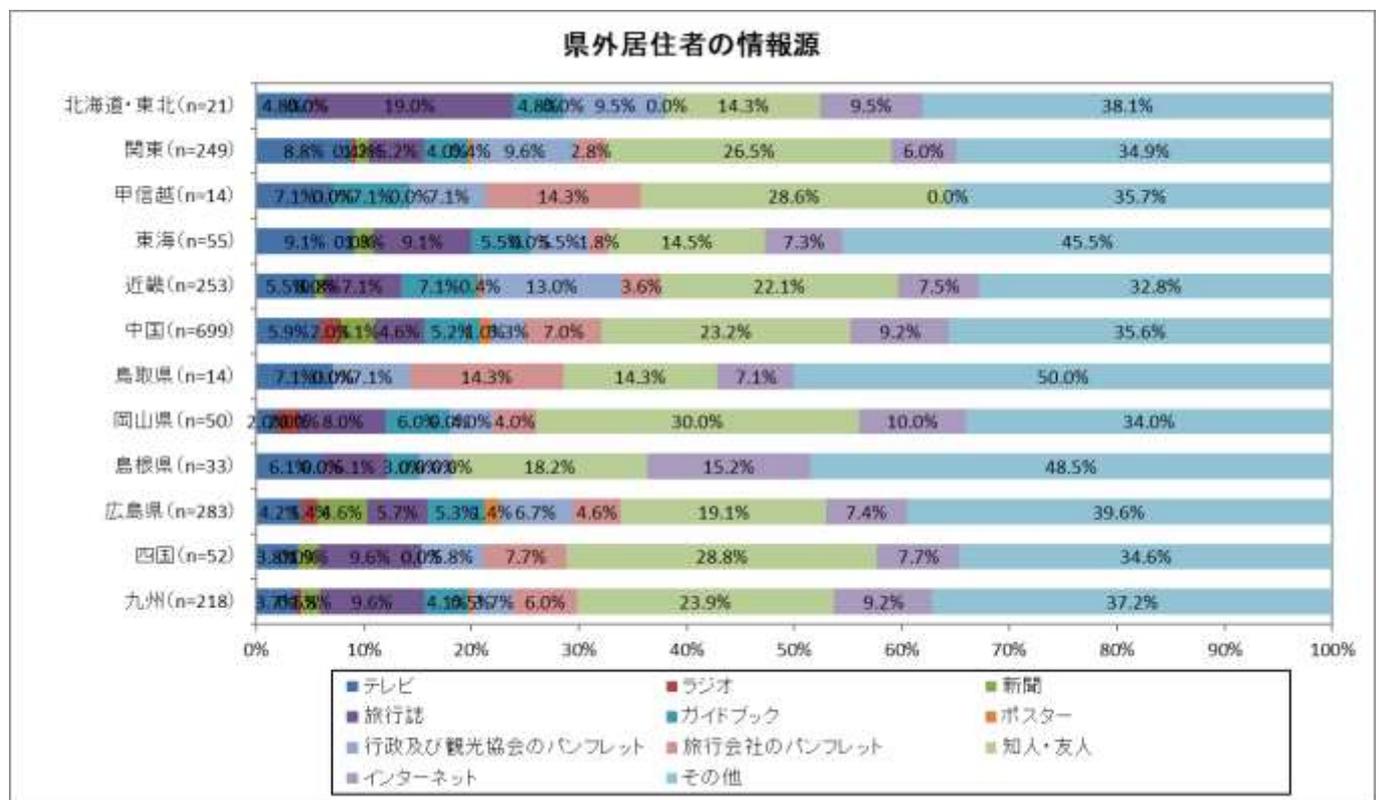


また、表 1-2-13 は、県外居住者の居住地域別の情報源を示している。旅行者が最多の中国地方で、知人・友人の比率が比較的大きい。東海や関東、九州、四国地方も知人・友人の割合が高い。知人・友人に次いで比率が高いのはテレビとインターネットである。回答数が一定数以上ある地域では、知人・友人、インターネット、テレビ、ガイドブックの比率が大きいため、遠方から来る旅行者に対しては、インターネットやテレビなどで魅力的な情報を発信していくことが重要である。

表 1-2-13 県外居住者の情報源

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
北海道・東北	1	0	0	4	1	0	2	0	3	2	8	21
関東	22	1	3	13	10	1	24	7	66	15	87	249
甲信越	1	0	0	0	1	0	1	2	4	0	5	14
東海	5	0	1	5	3	0	3	1	8	4	25	55
近畿	14	0	2	18	18	1	33	9	56	19	83	253
中国	41	14	22	32	36	7	23	49	162	64	249	699
鳥取県	1	0	0	0	0	0	1	2	2	1	7	14
岡山県	1	1	0	4	3	0	2	2	15	5	17	50
島根県	2	0	0	2	1	0	1	0	6	5	16	33
広島県	12	4	13	16	15	4	19	13	54	21	112	283
四国	2	0	1	5	0	0	3	4	15	4	18	52
九州	8	1	4	21	9	1	8	13	52	20	81	218
合計	94	16	33	98	78	10	97	85	366	128	556	1,561

図 1-2-36 県外居住者の情報源



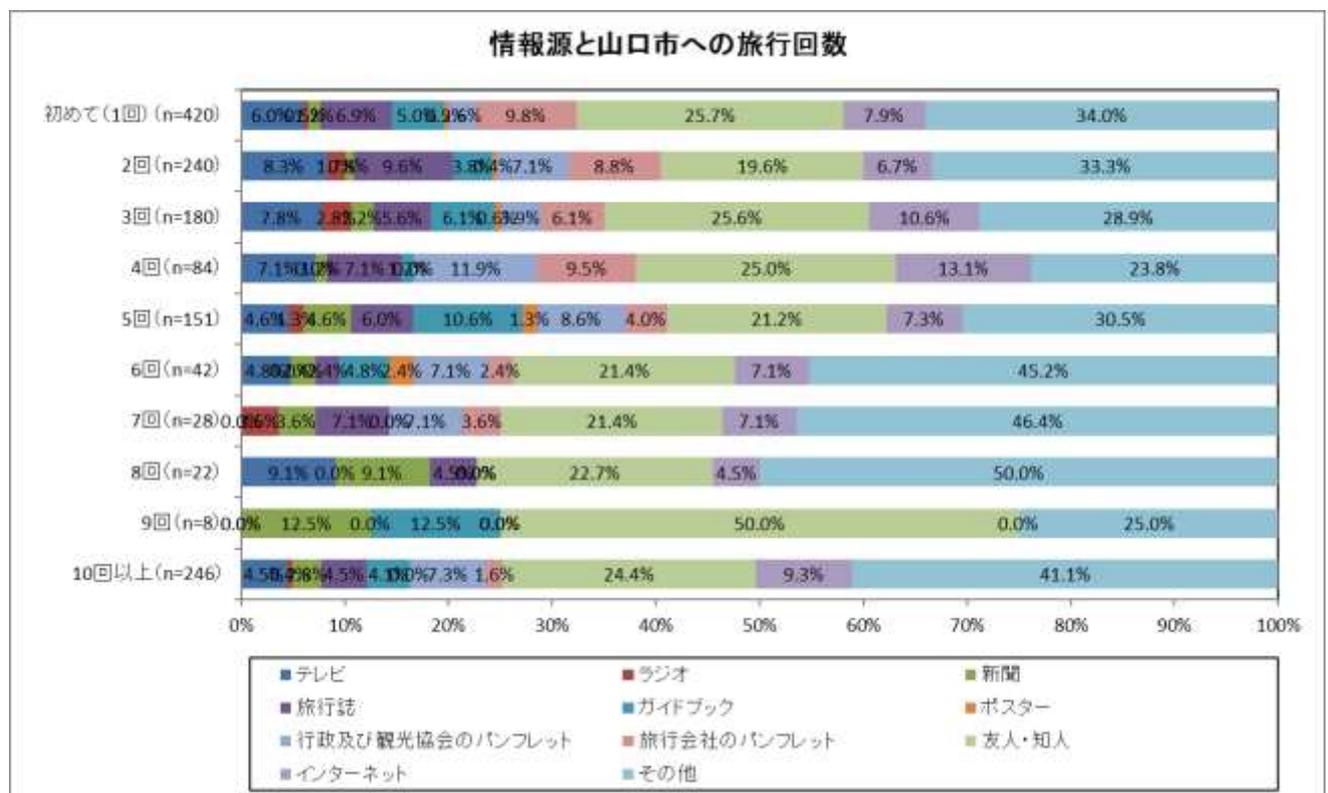
### (5) 情報源と山口市への旅行回数

表 1-2-14 は、山口市への旅行回数と利用した情報源との関係を示している。初めて（1回）では知人・友人が最も多く、次にインターネットが多い。訪問回数が増えるにつれて、テレビや新聞、旅行誌などの紙媒体の割合も高くなってきていることから、リピーターを呼び込むためのメディアの利用方法にも検討が必要といえる。

表 1-2-14 情報源と山口市への旅行回数

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
初めて(1回)	25	2	5	29	21	2	11	41	108	33	143	420
2回	20	4	2	23	9	1	17	21	47	16	80	240
3回	14	5	4	10	11	1	7	11	46	19	52	180
4回	6	0	1	6	1	0	10	8	21	11	20	84
5回	7	2	7	9	16	2	13	6	32	11	46	151
6回	2	0	1	1	2	1	3	1	9	3	19	42
7回	0	1	1	2	0	0	2	1	6	2	13	28
8回	2	0	2	1	0	0	0	0	5	1	11	22
9回		0	1	0	1	0	0	0	4	0	2	8
10回以上	11	1	7	11	10	0	18	4	60	23	101	246
合計	87	15	31	92	71	7	81	93	338	119	487	1,421

図 1-2-37 情報源と山口市への旅行回数



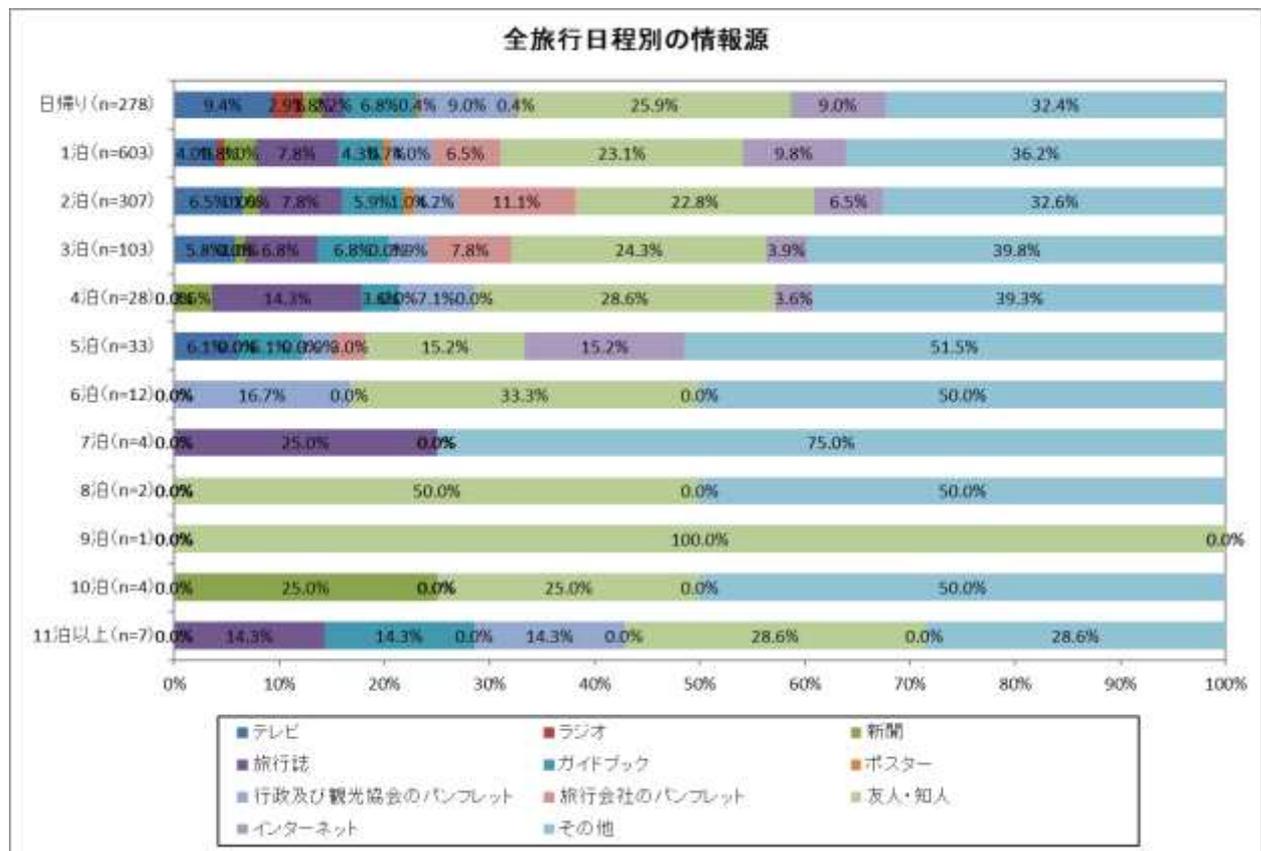
## (6) 情報源と旅行の全行程

表 1-2-15 は、旅行のきっかけとなった情報源と旅行の全行程の関係を示したものである。5泊より短い旅行日程でも知人・友人の比率が高く、やはりロコミの効果は大きい。次いで、テレビやインターネットの割合が高くメディアの利用も効果があるといえる。

表 1-2-15 情報源と旅行の全行程

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
日帰り	26	8	5	6	19	1	25	1	72	25	90	278
1泊	24	5	18	47	26	4	24	39	139	59	218	603
2泊	20	0	5	24	18	3	13	34	70	20	100	307
3泊	6	0	1	7	7	0	4	8	25	4	41	103
4泊	0	0	1	4	1	0	2	0	8	1	11	28
5泊	2	0	0	0	2	0	1	1	5	5	17	33
6泊	0	0	0	0	0	0	2	0	4	0	6	12
7泊	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	3	4
8泊	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2
9泊	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
10泊	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2	4
11泊以上	0	0	0	1	1	0	1	0	2	0	2	7
合計	16	3	2	8	4	2	13	14	38	14	65	1,382

図 1-2-38 全旅行日程別の情報源



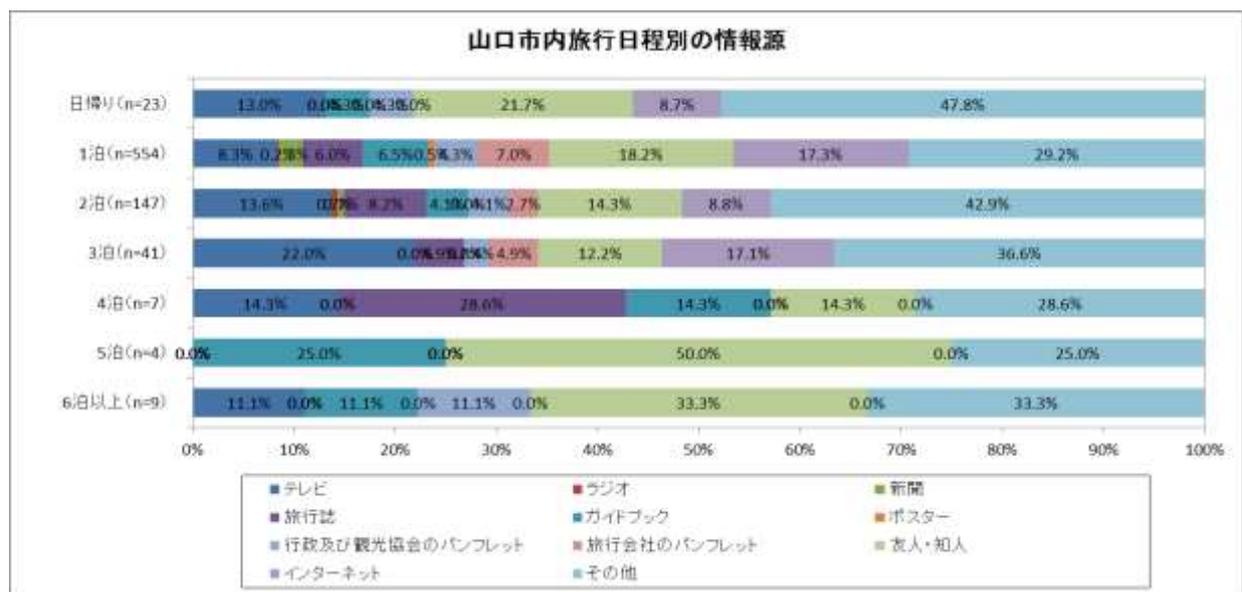
## (7) 情報源と山口市内旅行日程

表 1-2-16 は、全旅行日程で宿泊している旅行者のうち、山口市内での旅行日程と旅行のきっかけとなった情報源との関係を示したものである。日帰り、1泊、2泊では知人・友人の比率が最も高く、やはり口コミの効果は大きい。次いでインターネットが大きく、旅行誌、ガイドブック、テレビが続く。山口市での宿泊者を増やすには口コミに加え、インターネットや旅行誌を充実させる必要がある。

表 1-2-16 情報源と旅行日程

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
日帰り	3	0	0	0	1	0	1	0	5	2	11	23
1泊	46	1	13	33	36	3	24	39	101	96	162	554
2泊	20	1	1	12	6	0	6	4	21	13	63	147
3泊	9	0	0	2	0	0	1	2	5	7	15	41
4泊	1	0	0	2	1	0	0	0	1	0	2	7
5泊	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	1	4
6泊以上	1	0	0	0	1	0	1	0	3	0	3	9
合計	80	2	14	49	46	3	33	45	138	118	257	785

図 1-2-39 旅行日程別の情報源



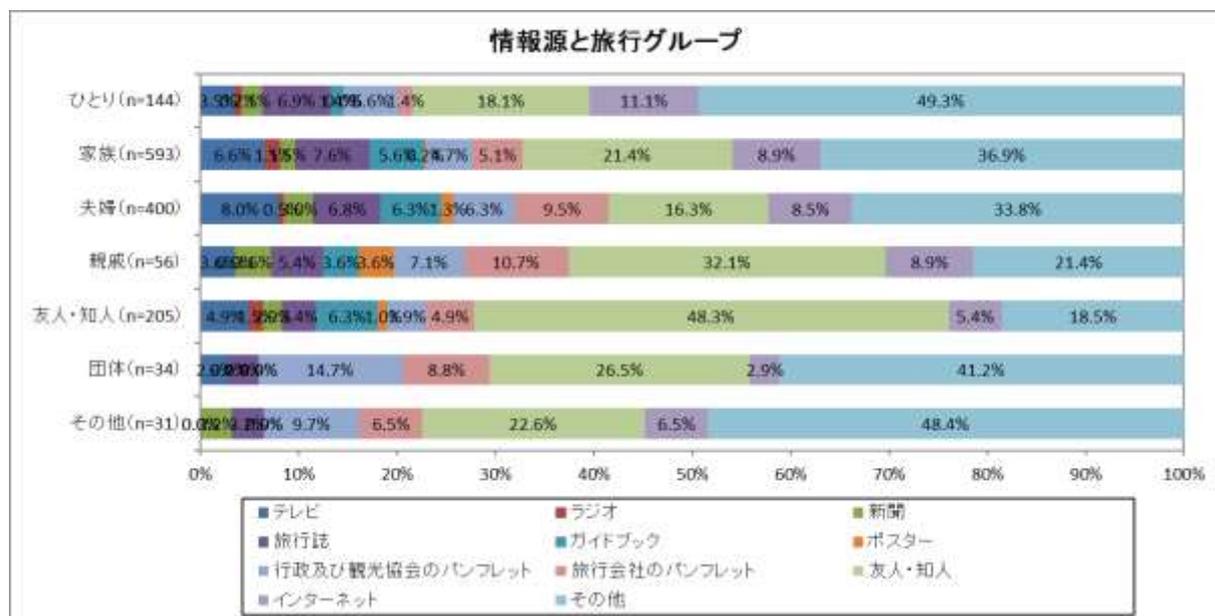
## (8) 情報源と旅行グループ

表 1-2-17 は、旅行グループと情報源の関係を示したものである。回答数の多いのは家族、次に多いのが夫婦、知人・友人である。家族、夫婦では知人・友人の比率が最も高くなっており、次いでインターネット、テレビ、ガイドブックと続いている。口コミ以外の情報の利用状況は旅行グループによってさまざまであるといえる。知人・友人または親戚のグループでは、知人・友人を情報源とする比率が比較的高く、約 4 割を占めている。

表 1-2-17 情報源と旅行グループ

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
ひとり	5	1	3	10	2	0	8	2	26	16	71	144
家族	39	9	9	45	33	1	28	30	127	53	219	593
夫婦	32	2	12	27	25	5	25	38	65	34	135	400
親戚	2		2	3	2	2	4	6	18	5	12	56
友人・知人	10	3	4	7	13	2	8	10	99	11	38	205
団体	1	0	0	1	0	0	5	3	9	1	14	34
その他	0	0	1	1	0	0	3	2	7	2	15	31
合計	89	15	31	94	75	10	81	91	351	122	504	1,463

図 1-2-40 情報源と旅行グループ



## 1-3 湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」と周遊

### 1-3-1 「狐の足あと」訪問者の特徴

ここでは、2015年3月に開館した湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」の訪問者を中心に再集計して特徴をみていく。なお、「その他」の項目は、便宜上「狐の足あと」以外の選択肢を合計して算出した値である。

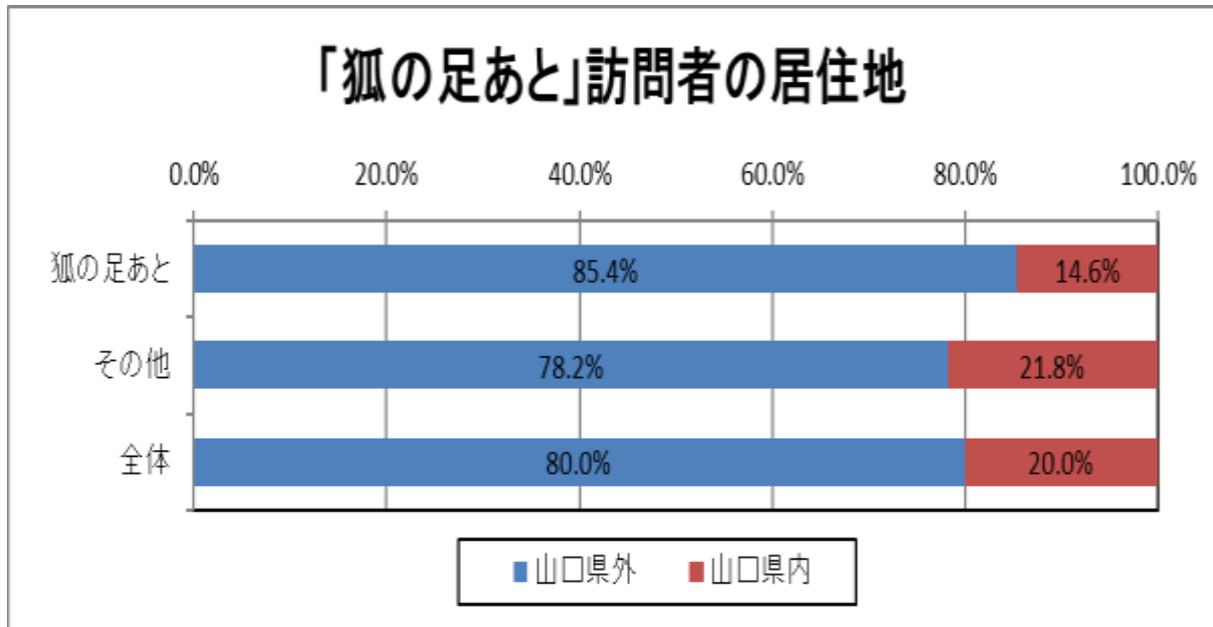
#### (1) 「狐の足あと」訪問者の居住地

表 1-3-1 は、「狐の足あと」訪問者の居住地を山口県外と県内に分けて示したものである。山口県外の居住者が 85.4%を占めており、その他、全体に比較して割合が多い。

表 1-3-1 「狐の足あと」訪問者の居住地

	訪問者数			割合		
	狐の足あと	その他	全体	狐の足あと	その他	全体
山口県外	374	1,036	1,410	85.4%	78.2%	80.0%
山口県内	64	288	352	14.6%	21.8%	20.0%
合計	438	1,324	1,762	100.0%	100.0%	100.0%

図 1-3-1 「狐の足あと」訪問者の居住地



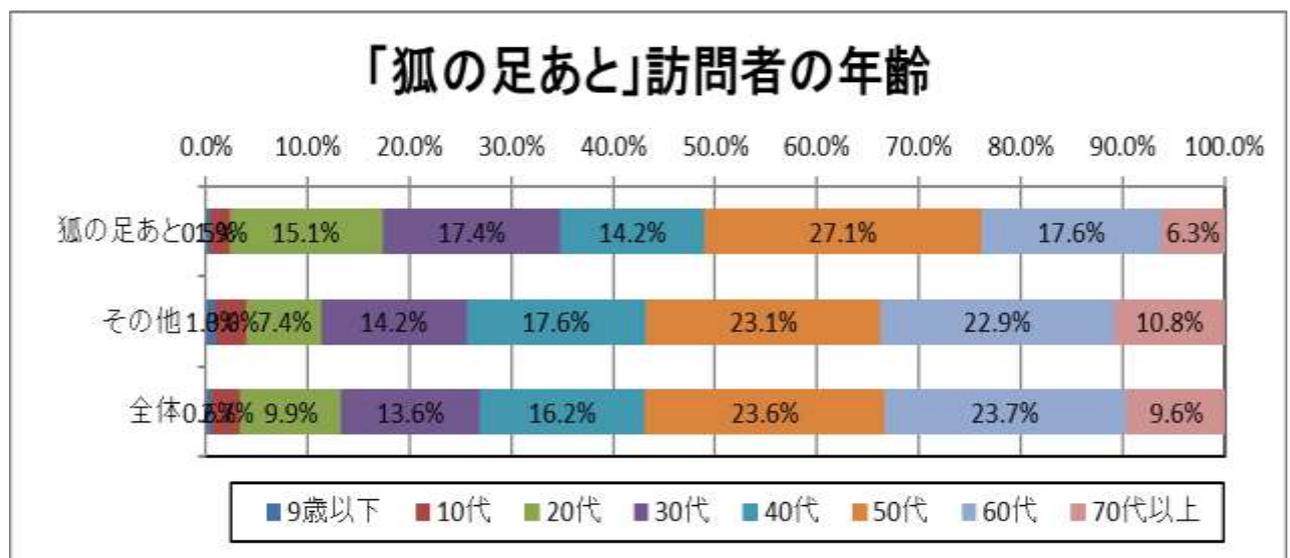
## (2) 「狐の足あと」訪問者の年齢

表 1-3-2 は、「狐の足あと」訪問者の年齢を示したものである。50 代の割合が比較的高く、若年層では 20 代が高いことがわかる。

表 1-3-2 「狐の足あと」訪問者の年齢

	訪問者数			割合		
	狐の足あと	その他	全体	狐の足あと	その他	全体
9歳以下	2	11	11	0.5%	1.0%	0.6%
10代	8	32	47	1.9%	3.0%	2.7%
20代	65	80	170	15.1%	7.4%	9.9%
30代	75	153	234	17.4%	14.2%	13.6%
40代	61	190	278	14.2%	17.6%	16.2%
50代	117	249	405	27.1%	23.1%	23.6%
60代	76	247	408	17.6%	22.9%	23.7%
70代以上	27	117	165	6.3%	10.8%	9.6%
合計	431	1,079	1,718	100.0%	100.0%	100.0%

図 1-3-2 「狐の足あと」訪問者の年齢



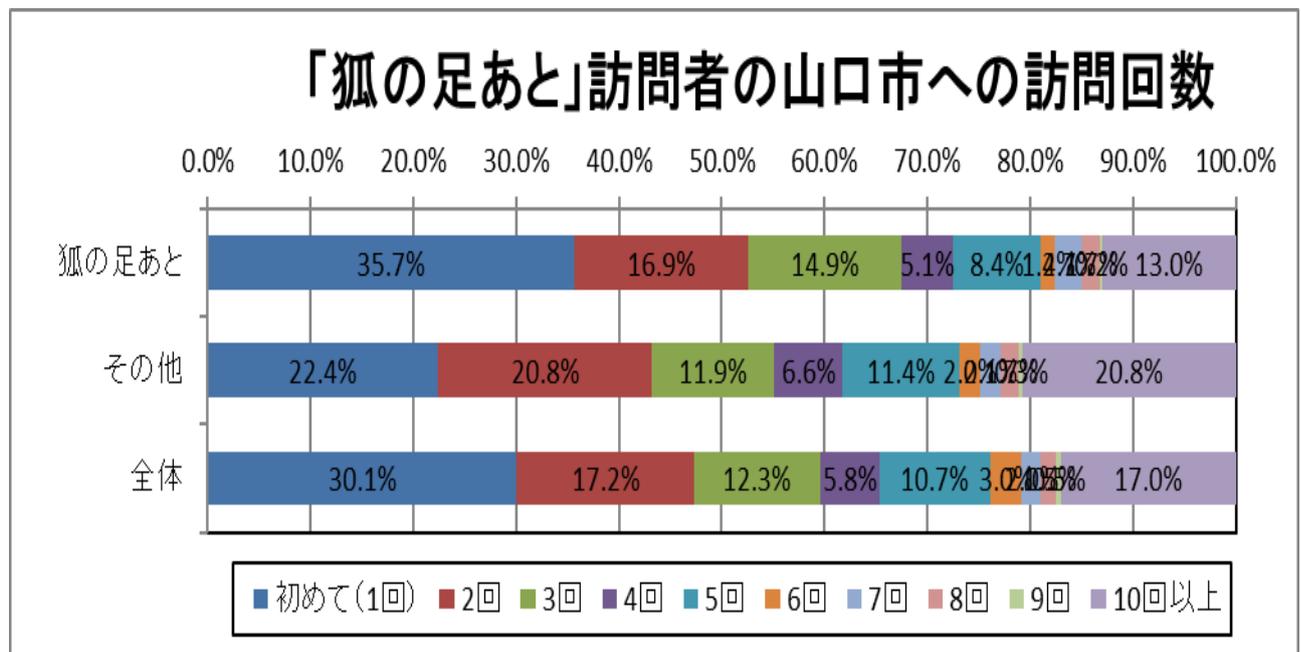
### (3) 「狐の足あと」訪問者の山口市への訪問回数

表 1-3-3 は、「狐の足あと」訪問者の山口市への訪問回数を示したものである。初めて（1回）の訪問者が 35.7%を占め、その他に比べて多くなっている。

表 1-3-3 「狐の足あと」訪問者の山口市への訪問回数

	訪問者数			割合		
	狐の足あと	その他	全体	狐の足あと	その他	全体
初めて(1回)	148	223	475	35.7%	22.4%	30.1%
2回	70	207	272	16.9%	20.8%	17.2%
3回	62	118	194	14.9%	11.9%	12.3%
4回	21	66	91	5.1%	6.6%	5.8%
5回	35	113	169	8.4%	11.4%	10.7%
6回	6	20	48	1.4%	2.0%	3.0%
7回	11	21	31	2.7%	2.1%	2.0%
8回	7	17	23	1.7%	1.7%	1.5%
9回	1	3	8	0.2%	0.3%	0.5%
10回以上	54	207	268	13.0%	20.8%	17.0%
合計	415	995	1,579	100.0%	100.0%	100.0%

図 1-3-3 「狐の足あと」訪問者の山口市への訪問回数



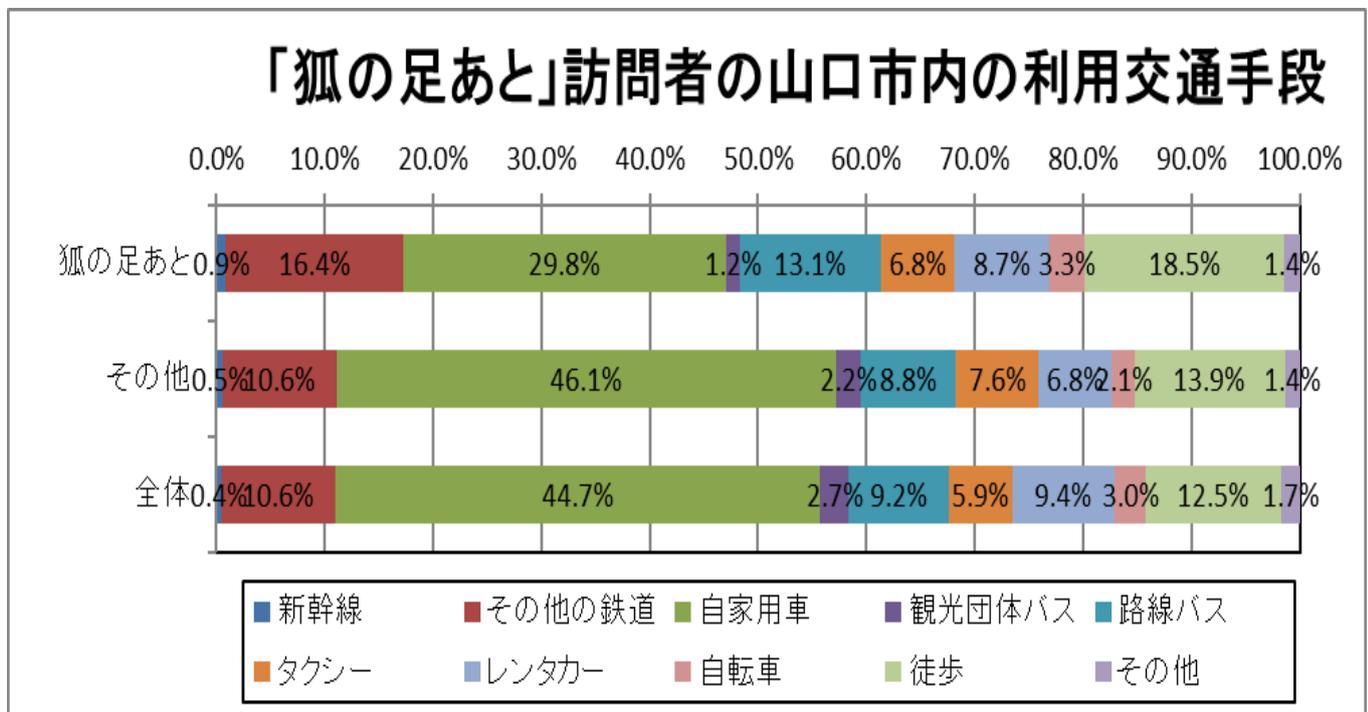
#### (4) 「狐の足あと」訪問者の山口市内の利用交通手段

表 1-3-4 は、「狐の足あと」訪問者の山口市内の利用交通手段を示したものである。狐の足あとの訪問者は、自家用車が 29.8% で最も多くなっているが全体と比べて低いことが分かる。また、その他に比べて、徒歩の 18.5%、その他鉄道の 16.4%、路線バスの 13.1%、自転車の 3.3% が相対的に多くなっている。

表 1-3-4 「狐の足あと」訪問者の山口市内の利用交通手段

	訪問者数			割合		
	狐の足あと	その他	全体	狐の足あと	その他	全体
新幹線	5	7	8	0.9%	0.5%	0.4%
その他の鉄道	94	138	211	16.4%	10.6%	10.6%
自家用車	171	601	892	29.8%	46.1%	44.7%
観光団体バス	7	29	53	1.2%	2.2%	2.7%
路線バス	75	115	184	13.1%	8.8%	9.2%
タクシー	39	99	117	6.8%	7.6%	5.9%
レンタカー	50	89	188	8.7%	6.8%	9.4%
自転車	19	27	59	3.3%	2.1%	3.0%
徒歩	106	181	249	18.5%	13.9%	12.5%
その他	8	18	34	1.4%	1.4%	1.7%
合計	574	1,304	1,995	100.0%	100.0%	100.0%

図 1-3-4 「狐の足あと」訪問者の山口市内の利用交通手段



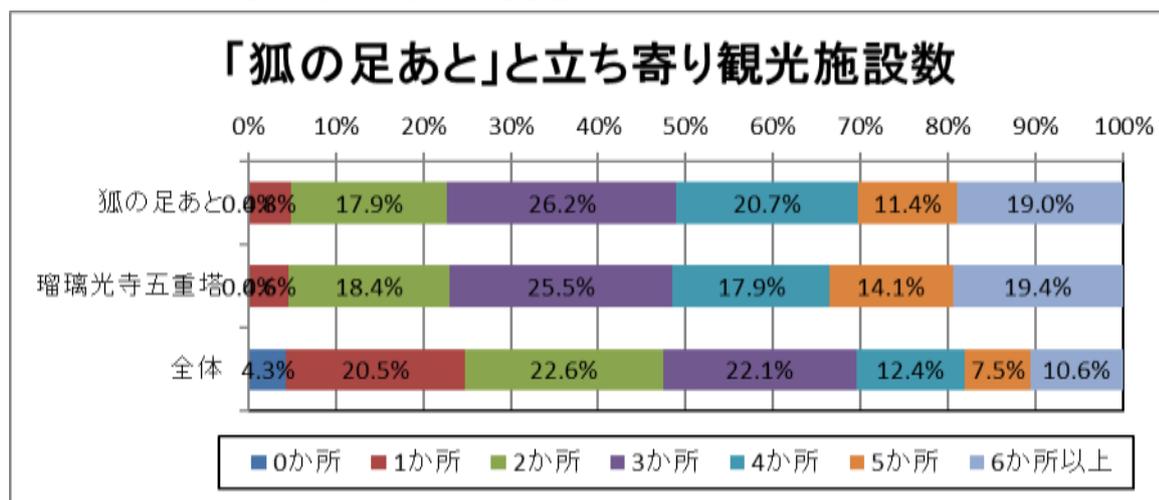
### (5) 「狐の足あと」と立ち寄り観光施設数

表 1-3-5 は、「狐の足あと」訪問者の立ち寄り観光施設数を示したものである。比較対象として瑠璃光寺五重塔を取り上げてみる。瑠璃光寺五重塔や狐の足あとの訪問者は、3 か所以上の割合が高くなっている。全体では、3 か所までで半数を占めるが、瑠璃光寺五重塔や狐の足あとを訪問することで立ち寄り観光施設数が多くなっていることがわかる。

表 1-3-5 「狐の足あと」と立ち寄り観光施設数

	訪問者数			割合		
	狐の足あと	瑠璃光寺五重塔	全体	狐の足あと	瑠璃光寺五重	全体
0か所	0	0	46	0.0%	0.0%	4.3%
1か所	14	22	218	4.8%	4.6%	20.5%
2か所	52	87	241	17.9%	18.4%	22.6%
3か所	76	121	236	26.2%	25.5%	22.1%
4か所	60	85	132	20.7%	17.9%	12.4%
5か所	33	67	80	11.4%	14.1%	7.5%
6か所以上	55	92	113	19.0%	19.4%	10.6%
合計	290	474	1,066	100.0%	100.0%	100.0%

図 1-3-5 「狐の足あと」と立ち寄り観光施設数



### (6) 「狐の足あと」から他の観光施設への訪問率

表 1-3-6 は、「狐の足あと」から他の観光施設への訪問率を示したものである。比較対象として瑠璃光寺五重塔を取り上げている。狐の足あとを訪問した 438 人が、その他にどの観光施設を訪問したかをみると、瑠璃光寺五重塔が 200 人 (45.7%) であり、同様にしてみると、湯田温泉が 76.6%、中原中也記念館が 45.2%となっている。主要観光地への訪問者数を合計すると延べ 1598 人で、438 人を分母とすると、364.8%となる。これは、狐の足あとの訪問者が平均的に 3.6 か所の観光地を訪問している計算にもなる。

一方で、瑠璃光寺五重塔をみると、749 人の訪問者はその他に、湯田温泉に 62.8%、山口サビエル記念聖堂に 37.2%、常栄寺雪舟庭に 23.8%が訪問している。合計は延べ 2601 人で 347.3%となり、平均的に 3.4 か所の観光地を訪問している計算になる。

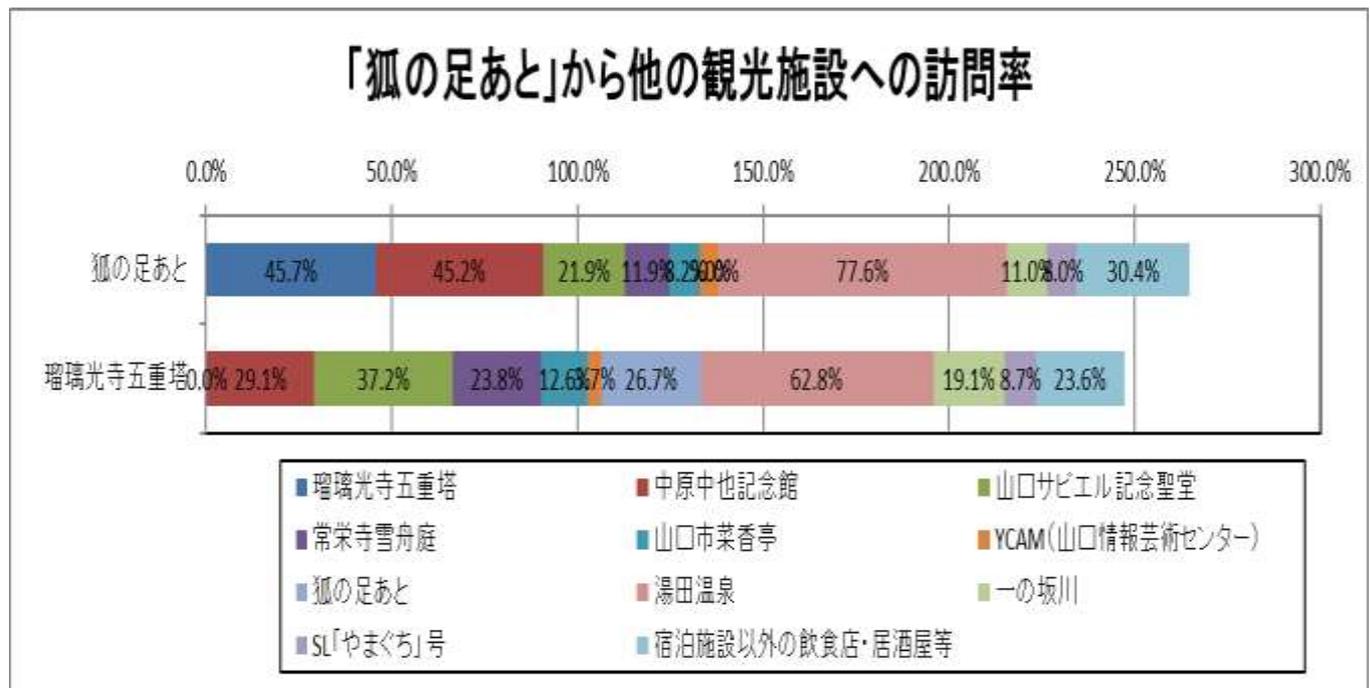
総じて、狐の足あとの訪問者の方が主要観光施設への周遊施設数が多いことを示している。また、2 つの施設から他の施設への訪問割合をみると、比較的距離の近いところへ周遊していることもわかり、自転車や徒歩 (まち歩き) による周遊も検討事項としてあげられる。

表 1-3-6 「狐の足あと」から他の観光施設への訪問率

	訪問者数		訪問率	
	狐の足あと	瑠璃光寺五重塔	狐の足あと	瑠璃光寺五重塔
瑠璃光寺五重塔	200	749	45.7%	-
中原中也記念館	198	218	45.2%	29.1%
山口サビエル記念聖堂	96	279	21.9%	37.2%
常栄寺雪舟庭	52	178	11.9%	23.8%
山口市菜香亭	36	94	8.2%	12.6%
YCAM(山口情報芸術センター)	22	28	5.0%	3.7%
狐の足あと	438	200	-	26.7%
湯田温泉	340	470	77.6%	62.8%
一の坂川	48	143	11.0%	19.1%
SL「やまぐち」号	35	65	8.0%	8.7%
宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	133	177	30.4%	23.6%
合計	1,598	2,601	364.8%	347.3%

注) 訪問率の分母は、「狐の足あと」と「瑠璃光寺五重塔」のそれぞれの訪問者数。

図 1-3-6 「狐の足あと」から他の観光施設への訪問率



## 1-3-2 情報媒体としての「狐の足あと」

### (1) 利用情報媒体別の立ち寄り観光施設数

表 1-3-7 は、山口市内での旅行中に利用した情報媒体別の立ち寄り観光施設数を示したものである。狐の足あとを媒体とした場合、4 か所以上の訪問割合が増加していることがわかる。とりわけ5 か所、6 ヶ所の割合は大幅に増加しており、観光案内所も6 ヶ所の割合が大幅に増加している。実際に訪問先の情報を尋ねているかは定かではないが、有人施設という共通点があり、その重要性を示唆しているといえる。

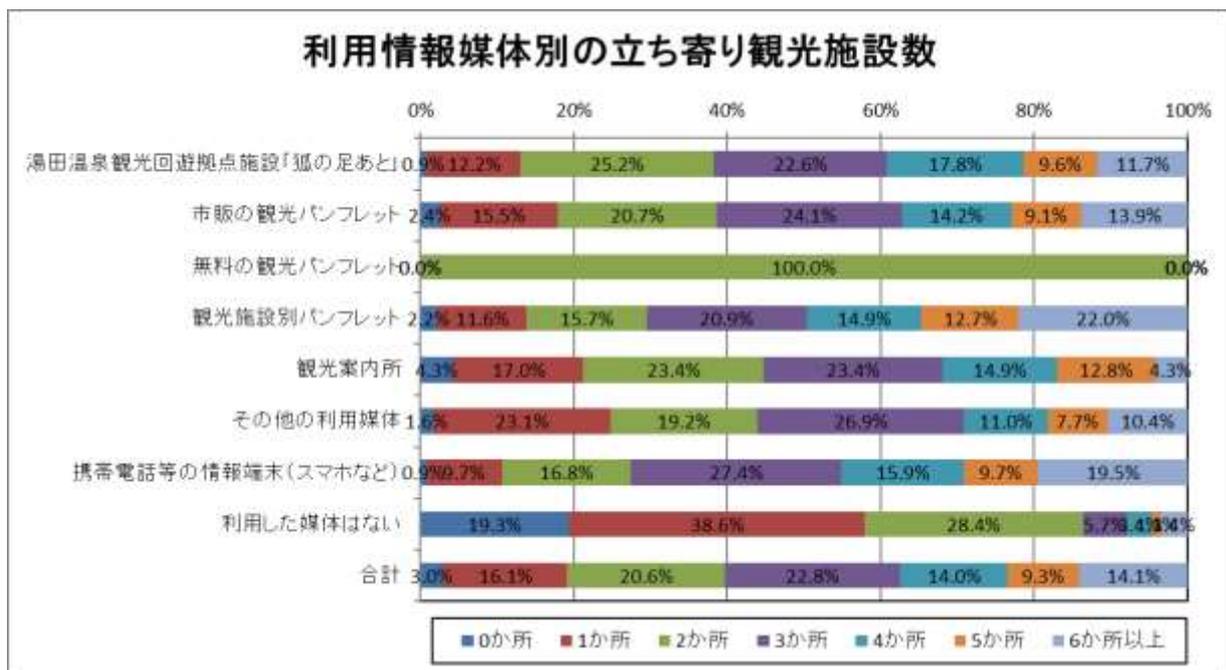
表 1-3-7 利用情報媒体別の立ち寄り観光施設数

	0か所	1か所	2か所	3か所	4か所	5か所	6か所以上	合計
湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	2	28	58	52	41	22	27	113
市販の観光パンフレット	15	95	127	148	87	56	85	230
無料の観光パンフレット	0	0	1	0	0	0	0	613
観光施設別パンフレット	6	31	42	56	40	34	59	1
観光案内所	2	8	11	11	7	6	2	268
その他の利用媒体	3	42	35	49	20	14	19	47
携帯電話等の情報端末(スマホなど)	1	11	19	31	18	11	22	182
利用した媒体はない	17	34	25	5	3	1	3	88
合計	37	255	270	301	153	93	169	1,278

#### 【構成比】

	0か所	1か所	2か所	3か所	4か所	5か所	6か所以上	合計
湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	0.9%	12.2%	25.2%	22.6%	17.8%	9.6%	11.7%	100.0%
市販の観光パンフレット	2.4%	15.5%	20.7%	24.1%	14.2%	9.1%	13.9%	100.0%
無料の観光パンフレット	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
観光施設別パンフレット	2.2%	11.6%	15.7%	20.9%	14.9%	12.7%	22.0%	100.0%
観光案内所	4.3%	17.0%	23.4%	23.4%	14.9%	12.8%	4.3%	100.0%
その他の利用媒体	1.6%	23.1%	19.2%	26.9%	11.0%	7.7%	10.4%	100.0%
携帯電話等の情報端末(スマホなど)	0.9%	9.7%	16.8%	27.4%	15.9%	9.7%	19.5%	100.0%
利用した媒体はない	19.3%	38.6%	28.4%	5.7%	3.4%	1.1%	3.4%	100.0%
合計	3.0%	16.1%	20.6%	22.8%	14.0%	9.3%	14.1%	100.0%

図 1-3-7 利用情報媒体別の立ち寄り観光施設数



## (2) 利用情報媒体別の欲しい情報の取得

表 1-3-8 は、山口市内での旅行中に利用した情報媒体別の欲しい情報の取得状況を示したものである。狐の足あとを媒体とした場合、得られたとする回答の割合が高いことがわかる。観光施設別パンフレットは得られたとする回答が多いが、これは目的に適ったものといえる。市販の観光パンフレットや観光案内所では得られたとする回答の割合がやや低いことから改善が望まれる。

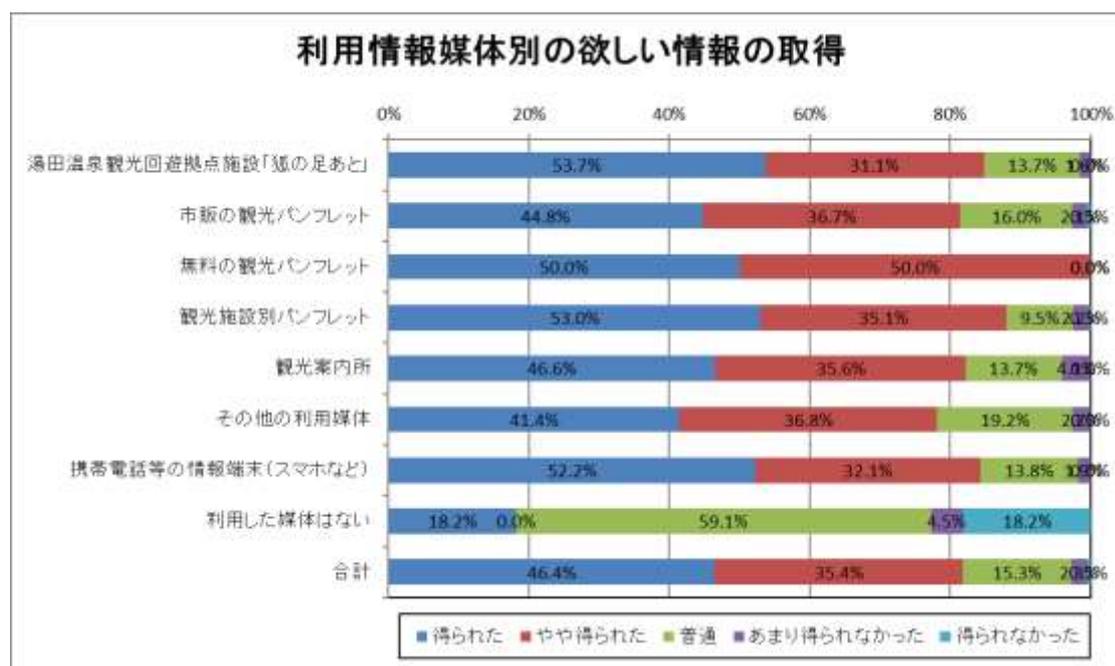
表 1-3-8 利用情報媒体別の欲しい情報の取得

	得られた	やや得られた	普通	あまり得られなかった	得られなかった	合計
湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	173	100	44	5	0	322
市販の観光パンフレット	386	316	138	18	4	862
無料の観光パンフレット	1	1	0	0	0	2
観光施設別パンフレット	195	129	35	8	1	368
観光案内所	34	26	10	3	0	73
その他の利用媒体	108	96	50	7	0	261
携帯電話等の情報端末(スマホなど)	83	51	22	3	0	159
利用した媒体はない	4	0	13	1	4	22
合計	811	619	268	40	9	1,747

### 【構成比】

	得られた	やや得られた	普通	あまり得られなかった	得られなかった	合計
湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	53.7%	31.1%	13.7%	1.6%	0.0%	100.0%
市販の観光パンフレット	44.8%	36.7%	16.0%	2.1%	0.5%	100.0%
無料の観光パンフレット	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
観光施設別パンフレット	53.0%	35.1%	9.5%	2.2%	0.3%	100.0%
観光案内所	46.6%	35.6%	13.7%	4.1%	0.0%	100.0%
その他の利用媒体	41.4%	36.8%	19.2%	2.7%	0.0%	100.0%
携帯電話等の情報端末(スマホなど)	52.2%	32.1%	13.8%	1.9%	0.0%	100.0%
利用した媒体はない	18.2%	0.0%	59.1%	4.5%	18.2%	100.0%
合計	46.4%	35.4%	15.3%	2.3%	0.5%	100.0%

図 1-3-8 利用情報媒体別の欲しい情報の取得



### (3) 利用情報媒体別の情報入手のしやすさ

表 1-3-9 は、山口市内での旅行中に利用した情報媒体別の欲しい情報の取得状況を示したものである。狐の足あとと市販の観光パンフレットを媒体とした場合、入手しやすかったとする回答の割合が 70% 近くと高いことがわかる。入手しやすかったとする回答をみると、携帯情報端末の割合が 50% 程度にとどまっていることから、今後は携帯情報端末向けの情報提供の充実が求められる。

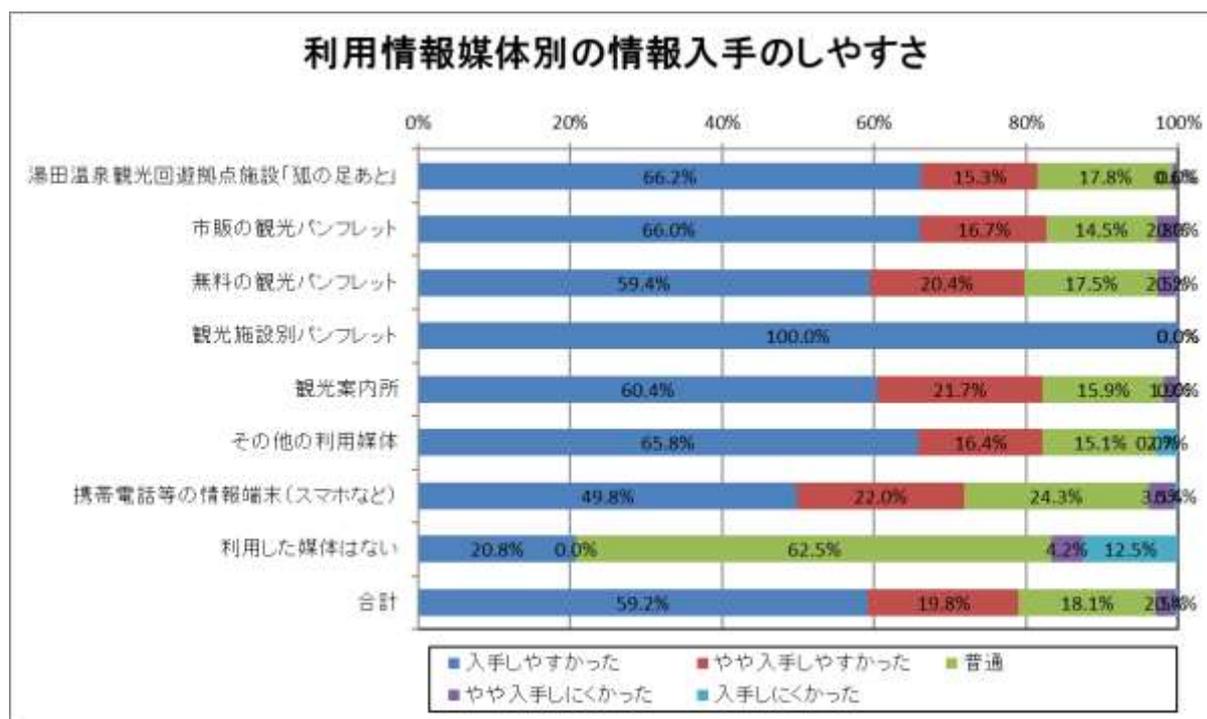
表 1-3-9 利用情報媒体別の情報入手のしやすさ

	入手しやすかった	やや入手しやすかった	普通	やや入手しにくかった	入手しにくかった	合計
湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	104	24	28	1	0	157
市販の観光パンフレット	210	53	46	9	0	318
無料の観光パンフレット	506	174	149	21	2	852
観光施設別パンフレット	2	0	0	0	0	2
観光案内所	220	79	58	7	0	364
その他の利用媒体	48	12	11	0	2	73
携帯電話等の情報端末(スマホなど)	129	57	63	9	1	259
利用した媒体はない	5	0	15	1	3	24
合計	1,120	375	342	47	8	1,892

【構成比】

	入手しやすかった	やや入手しやすかった	普通	やや入手しにくかった	入手しにくかった	合計
湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	66.2%	15.3%	17.8%	0.6%	0.0%	100.0%
市販の観光パンフレット	66.0%	16.7%	14.5%	2.8%	0.0%	100.0%
無料の観光パンフレット	59.4%	20.4%	17.5%	2.5%	0.2%	100.0%
観光施設別パンフレット	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
観光案内所	60.4%	21.7%	15.9%	1.9%	0.0%	100.0%
その他の利用媒体	65.8%	16.4%	15.1%	0.0%	2.7%	100.0%
携帯電話等の情報端末(スマホなど)	49.8%	22.0%	24.3%	3.5%	0.4%	100.0%
利用した媒体はない	20.8%	0.0%	62.5%	4.2%	12.5%	100.0%
合計	59.2%	19.8%	18.1%	2.5%	0.4%	100.0%

図 1-3-9 利用情報媒体別の情報入手のしやすさ



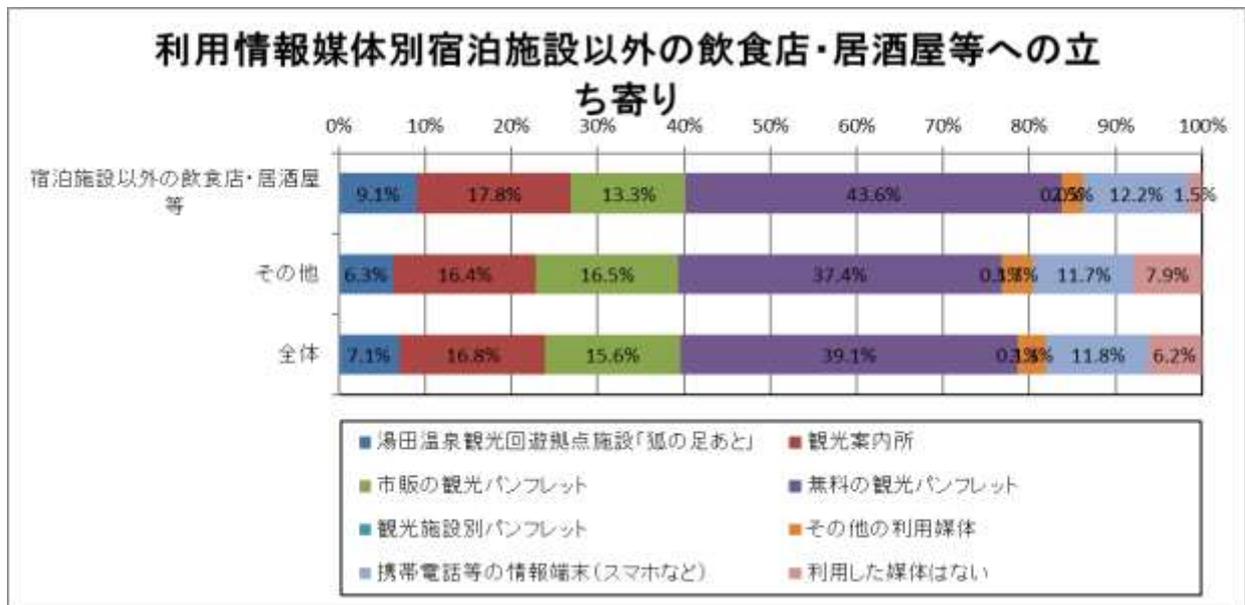
#### (4) 利用情報媒体別宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等への立ち寄り

表 1-3-10 は、山口市内での旅行中に利用した情報媒体別の、宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等への立ち寄り割合を示したものである。その他に比べて、狐の足あと、観光案内所を媒体とした場合、飲食店・居酒屋等への立ち寄り割合が増加している。宿泊施設以外の飲食店の情報も狐の足あとや観光案内所が一定の機能を担っていることを示唆している。

表 1-3-10 利用情報媒体別宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等への立ち寄り割合

	宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	その他	全体	宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	その他	全体
湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	59	111	170	9.1%	6.3%	7.1%
観光案内所	115	288	403	17.8%	16.4%	16.8%
市販の観光パンフレット	86	289	375	13.3%	16.5%	15.6%
無料の観光パンフレット	282	655	937	43.6%	37.4%	39.1%
観光施設別パンフレット	0	2	2	0.0%	0.1%	0.1%
その他の利用媒体	16	64	80	2.5%	3.7%	3.3%
携帯電話等の情報端末(スマホなど)	79	204	283	12.2%	11.7%	11.8%
利用した媒体はない	10	138	148	1.5%	7.9%	6.2%
合計	647	1,751	2,398	100.0%	100.0%	100.0%

図 1-3-10 利用情報媒体別宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等への立ち寄り割合



## 1-4 旅行の評価と満足度

### 1-4-1 山口市までの交通手段別の評価

ここでは、山口市まで訪問する際に利用した主要交通手段別に、交通の便に関する項目の評価をみていく。なお、ここでは乗り継ぎ、道路標識、観光案内板の3つについて集計する。

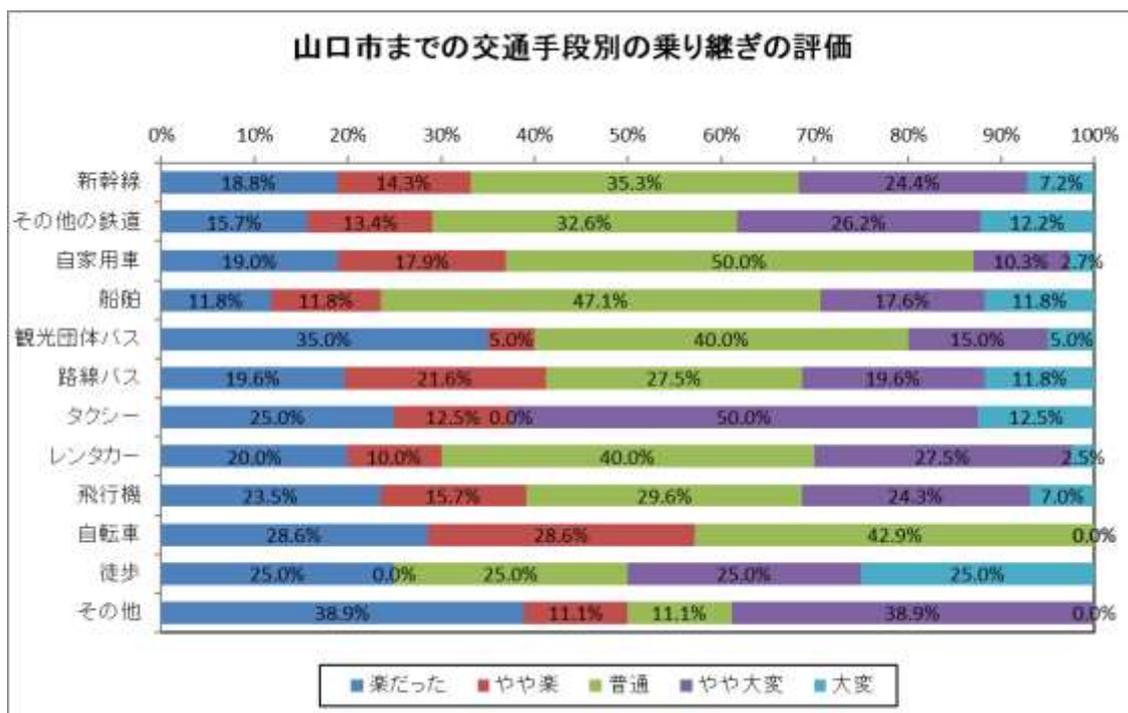
#### (1) 乗り継ぎ

表 1-4-1 は、利用交通手段別の乗り継ぎの評価を示したものである。乗り継ぎについては、全体的に普通とやや大変の割合が高い結果となった。観光団体バスを除いて、全体的に楽だったとする割合は少なく、比較的乗り継ぎが困難なことがわかる。

表 1-4-1 利用交通手段別の乗り継ぎの評価

回答数	楽だった	やや楽	普通	やや大変	大変	合計
新幹線	78	59	146	101	30	414
その他の鉄道	27	23	56	45	21	172
自家用車	70	66	184	38	10	368
船舶	2	2	8	3	2	17
観光団体バス	7	1	8	3	1	20
路線バス	10	11	14	10	6	51
タクシー	2	1		4	1	8
レンタカー	8	4	16	11	1	40
飛行機	27	18	34	28	8	115
自転車	2	2	3	0	0	7
徒歩	2	0	2	2	2	8
その他	7	2	2	7	0	18
合計	242	189	473	252	82	1,238

図 1-4-1 利用交通手段別の乗り継ぎの評価



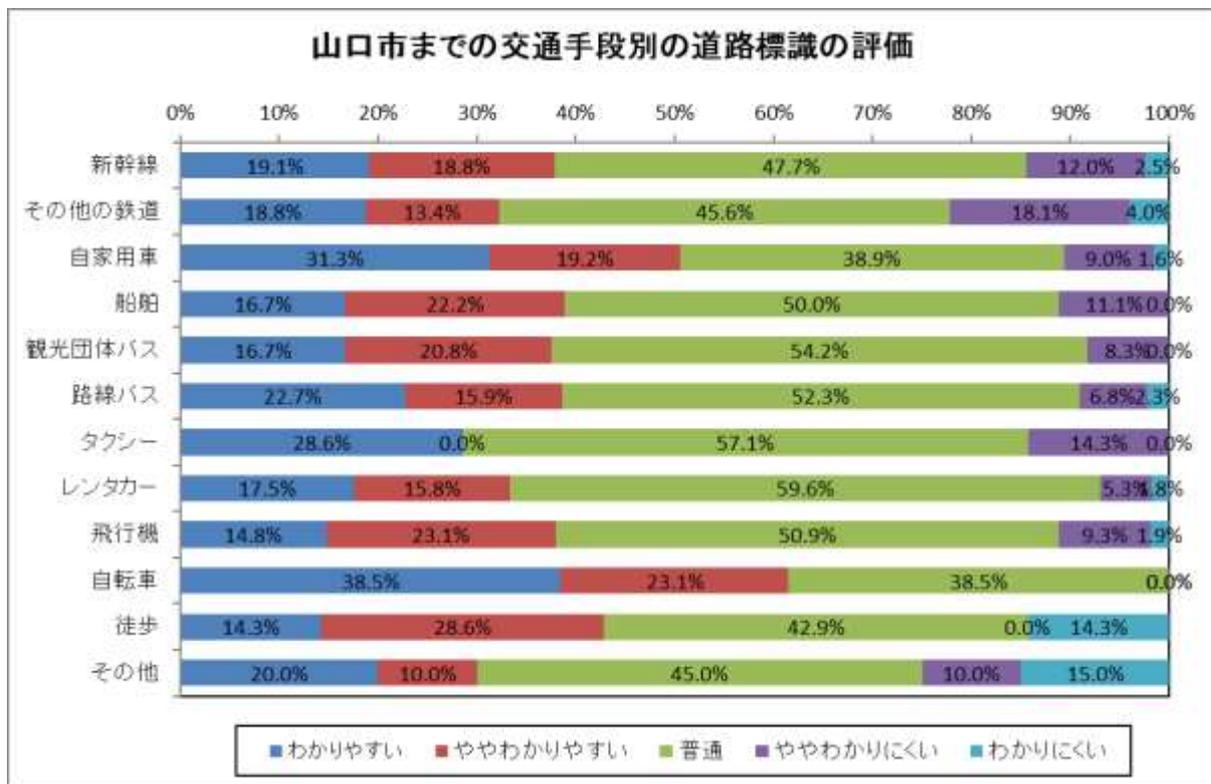
## (2) 道路標識

表 1-4-2 は、利用交通手段別の道路標識の評価を示したものである。道路標識については、普通と回答されたものが 4 割強を占める。道路標識を比較的多く目にすると考えられる自家用車や自転車は、わかりやすいとややわかりやすいを合わせると、わかりやすいとする回答が 50%以上を占めている。しかし、レンタカー利用者では約 35%と少し低くなっている。

表 1-4-2 利用交通手段別の道路標識の評価

回答数	わかりやすい	ややわかりやすい	普通	ややわかりにくい	わかりにくい	合計
新幹線	70	69	175	44	9	367
その他の鉄道	28	20	68	27	6	149
自家用車	215	132	267	62	11	687
船舶	3	4	9	2		18
観光団体バス	4	5	13	2		24
路線バス	10	7	23	3	1	44
タクシー	2		4	1		7
レンタカー	10	9	34	3	1	57
飛行機	16	25	55	10	2	108
自転車	5	3	5			13
徒歩	1	2	3		1	7
その他	4	2	9	2	3	20
合計	368	278	665	156	34	1,501

図 1-4-2 利用交通手段別の道路標識の評価



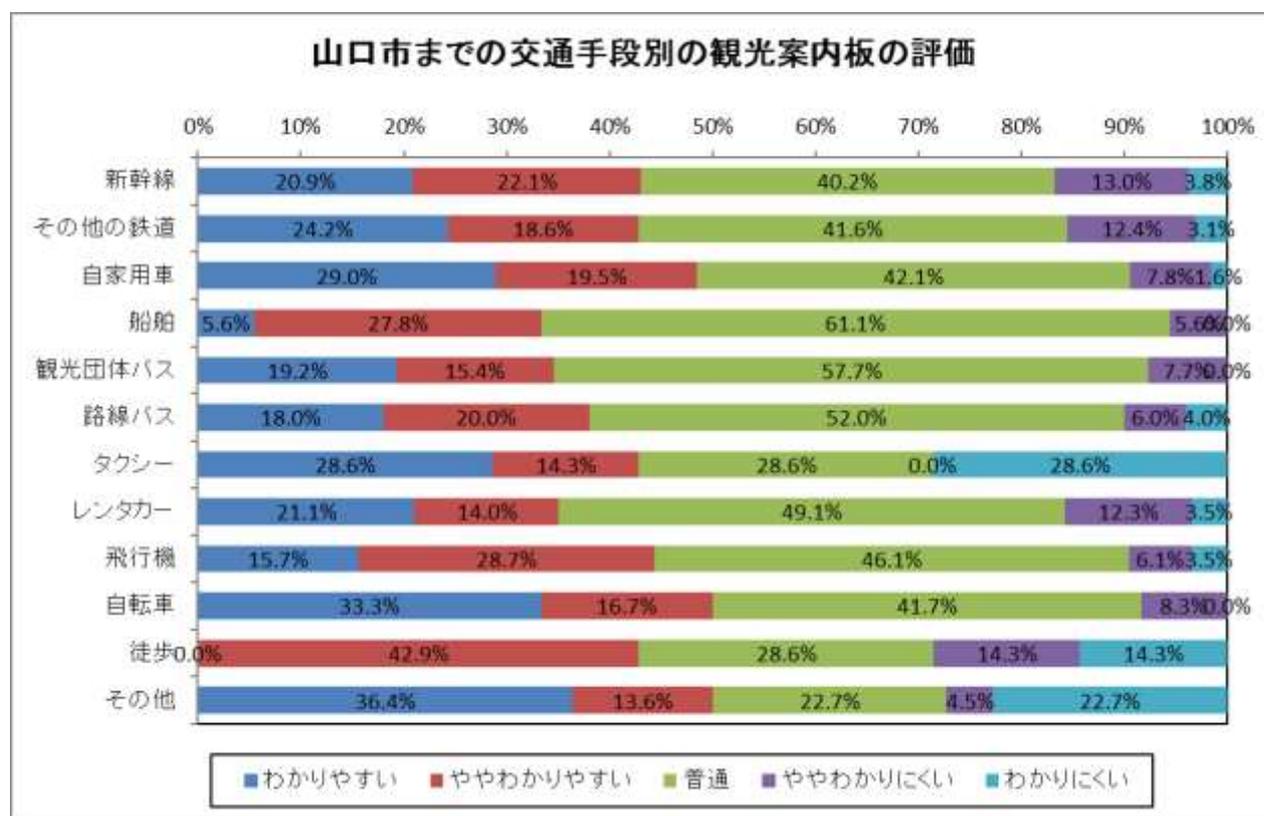
### (3) 観光案内板

表 1-4-3 は、利用交通手段別の観光案内板の評価を示したものである。観光案内板については、普通の評価が大半の割合を占めている。道路標識と同様に、道路を利用する交通手段では比較的わかりやすいとする評価が高くなっている。

表 1-4-3 利用交通手段別の観光案内板の評価

回答数	わかりやすい	ややわかりやすい	普通	ややわかりにくい	わかりにくい	合計
新幹線	82	87	158	51	15	393
その他の鉄道	39	30	67	20	5	161
自家用車	196	132	285	53	11	677
船舶	1	5	11	1		18
観光団体バス	5	4	15	2		26
路線バス	9	10	26	3	2	50
タクシー	2	1	2		2	7
レンタカー	12	8	28	7	2	57
飛行機	18	33	53	7	4	115
自転車	4	2	5	1		12
徒歩		3	2	1	1	7
その他	8	3	5	1	5	22
合計	376	318	657	147	47	1,545

図 1-4-3 利用交通手段別の観光案内板の評価



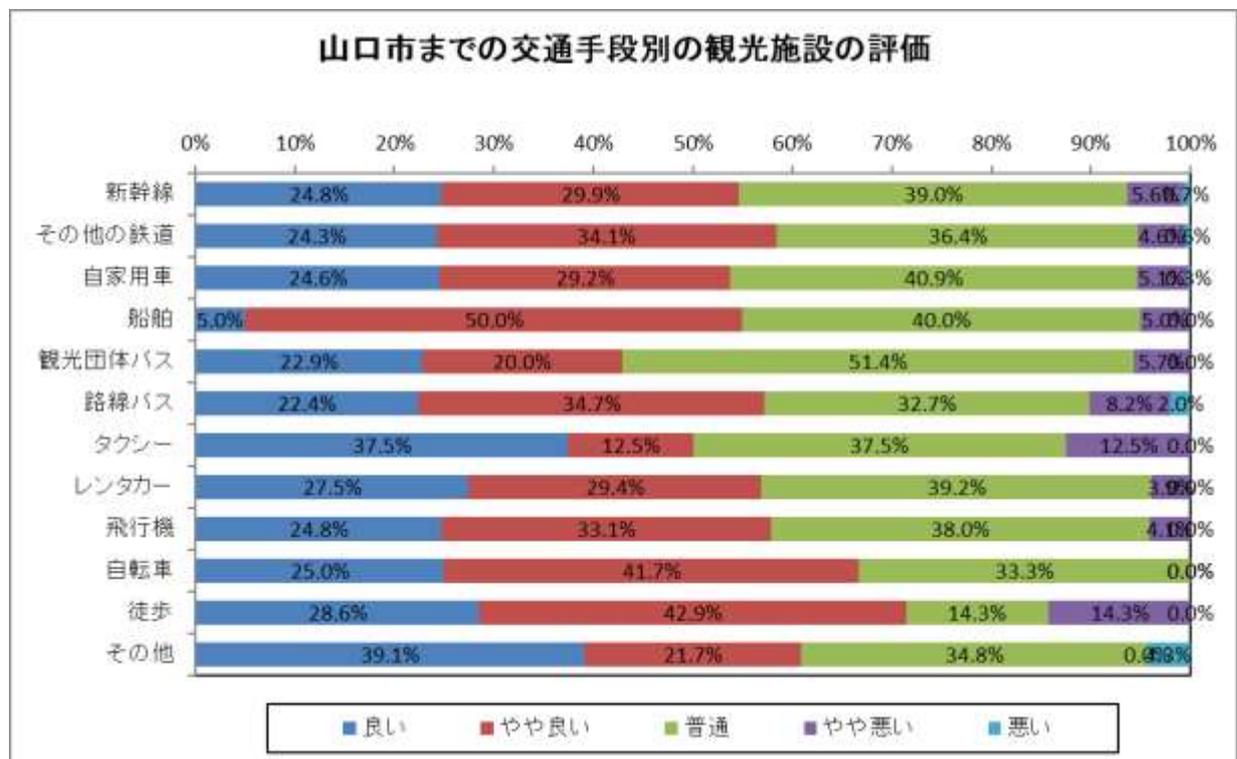
#### (4) 観光施設の評価

表 1-4-4 は、利用交通手段別の立ち寄った観光施設の評価を示したものである。良いとやや良いを合わせると、その他の鉄道、路線バスは約 60%が良いとしており、公共交通機関で訪れた旅行者の評価が高くなっている。しかし、観光団体バスは 40%程度に止まっている。

表 1-4-4 利用交通手段別の観光施設の評価

回答数	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
新幹線	101	122	159	23	3	408
その他の鉄道	42	59	63	8	1	173
自家用車	179	213	298	37	2	729
船舶	1	10	8	1	0	20
観光団体バス	8	7	18	2	0	35
路線バス	11	17	16	4	1	49
タクシー	3	1	3	1	0	8
レンタカー	14	15	20	2	0	51
飛行機	30	40	46	5	0	121
自転車	3	5	4	0	0	12
徒歩	2	3	1	1	0	7
その他	9	5	8	0	1	23
合計	403	497	644	84	8	1,636

図 1-4-4 利用交通手段別の観光施設の評価



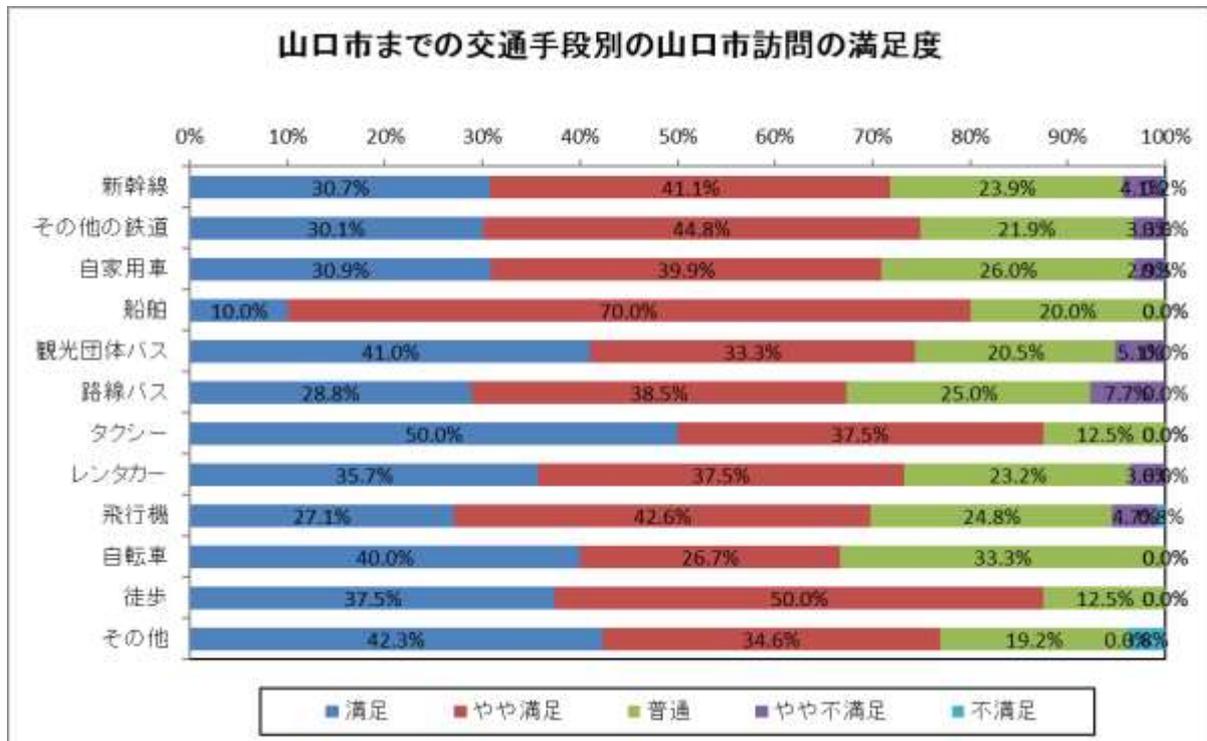
### (5) 山口市訪問の満足度

表 1-4-5 は、利用交通手段別の山口市訪問の満足度を示したものである。概ね 70%以上が満足、やや満足としており、不満足との回答があった自家用車でも約 70%と高い傾向にある。

表 1-4-5 利用交通手段別の山口市訪問の満足度

回答数	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
新幹線	134	179	104	18	1	436
その他の鉄道	55	82	40	6		183
自家用車	247	319	208	23	2	799
船舶	2	14	4			20
観光団体バス	16	13	8	2		39
路線バス	15	20	13	4		52
タクシー	4	3	1			8
レンタカー	20	21	13	2		56
飛行機	35	55	32	6	1	129
自転車	6	4	5			15
徒歩	3	4	1			8
その他	11	9	5		1	26
合計	548	723	434	61	5	1,771

図 1-4-5 利用交通手段別の山口市訪問の満足度



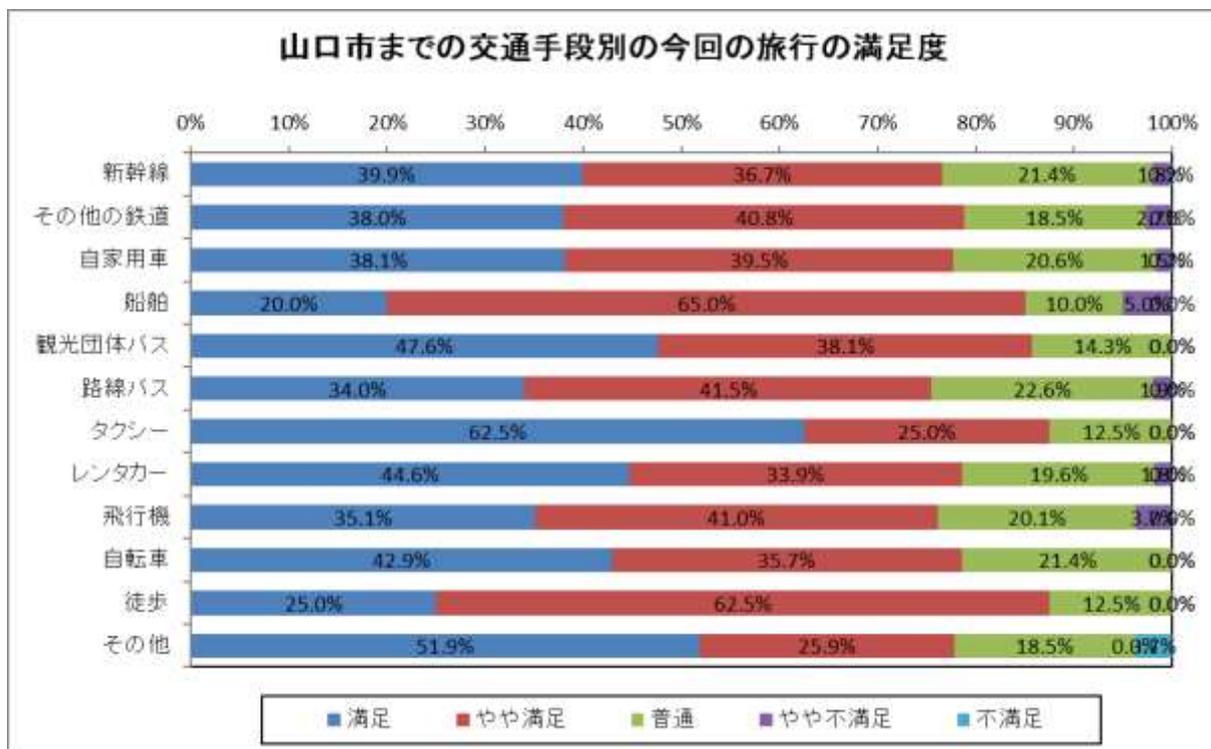
## (6) 今回の旅行の満足度

表 1-4-6 は、利用交通手段別の今回の旅行の満足度を示したものである。満足が約 40% で一番多くの割合を占めるなど、やや満足を合わせると 70% 以上が満足と評価している。

表 1-4-6 利用交通手段別の今回の旅行の満足度

回答数	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
新幹線	175	161	94	8	1	439
その他の鉄道	70	75	34	5		184
自家用車	309	320	167	12	2	810
船舶	4	13	2	1		20
観光団体バス	20	16	6			42
路線バス	18	22	12	1		53
タクシー	5	2	1			8
レンタカー	25	19	11	1		56
飛行機	47	55	27	5		134
自転車	6	5	3			14
徒歩	2	5	1			8
その他	14	7	5		1	27
合計	695	700	363	33	4	1,795

図 1-4-6 利用交通手段別の今回の旅行の満足度



## 1-4-2 山口市内での移動手段別の評価

ここでは、山口市内で利用した移動手段別に交通の便に関する項目の評価についてみる。なお、船舶、飛行機は、山口市内の移動では現実的に利用困難なため、ここでは除外する。

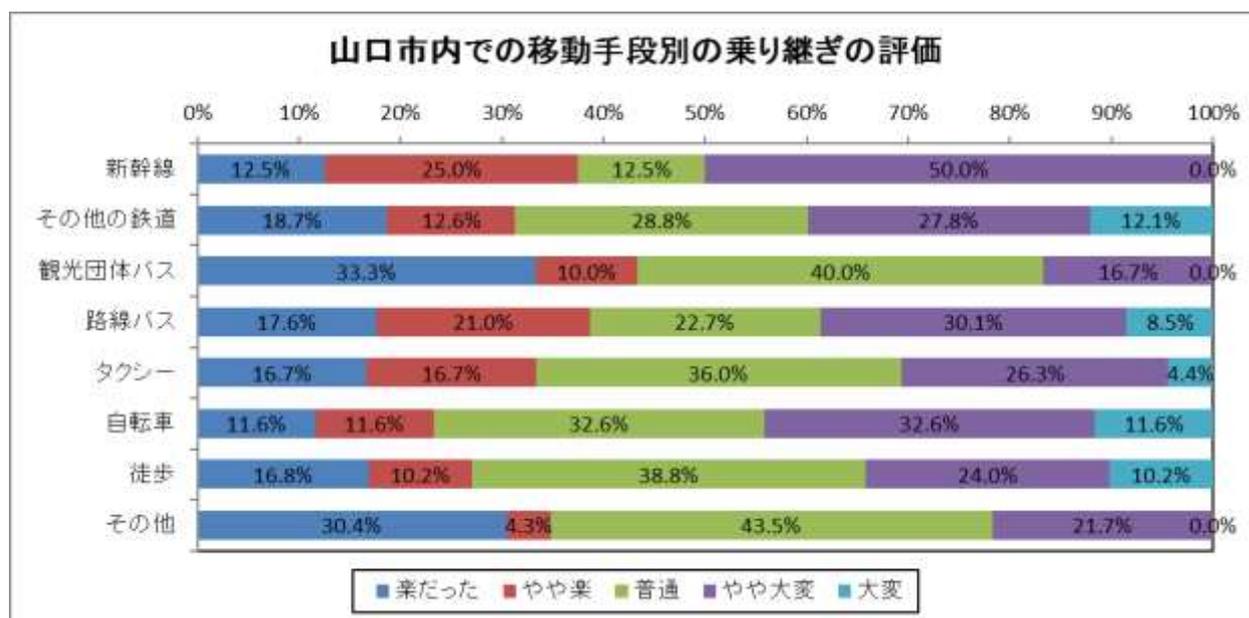
### (1) 乗り継ぎの評価

表 1-4-7 は、移動手段別の乗り継ぎの評価を示したものである。観光団体バスを除くどの移動手段においてもやや大変とする割合が高い。自転車は約 33%がやや大変としているが、持ち運びの便を指しているのかもしれない。その他の鉄道については、楽だったとする回答の割合が相対的に低く、改善の余地がある。

表 1-4-7 移動手段別の乗り継ぎの評価

回答数	楽だった	やや楽	普通	やや大変	大変	合計
新幹線	1	2	1	4	0	8
その他の鉄道	37	25	57	55	24	198
観光団体バス	10	3	12	5	0	30
路線バス	31	37	40	53	15	176
タクシー	19	19	41	30	5	114
自転車	5	5	14	14	5	43
徒歩	33	20	76	47	20	196
その他	7	1	10	5	0	23
合計	143	112	251	213	69	788

図 1-4-7 移動手段別の乗り継ぎの評価



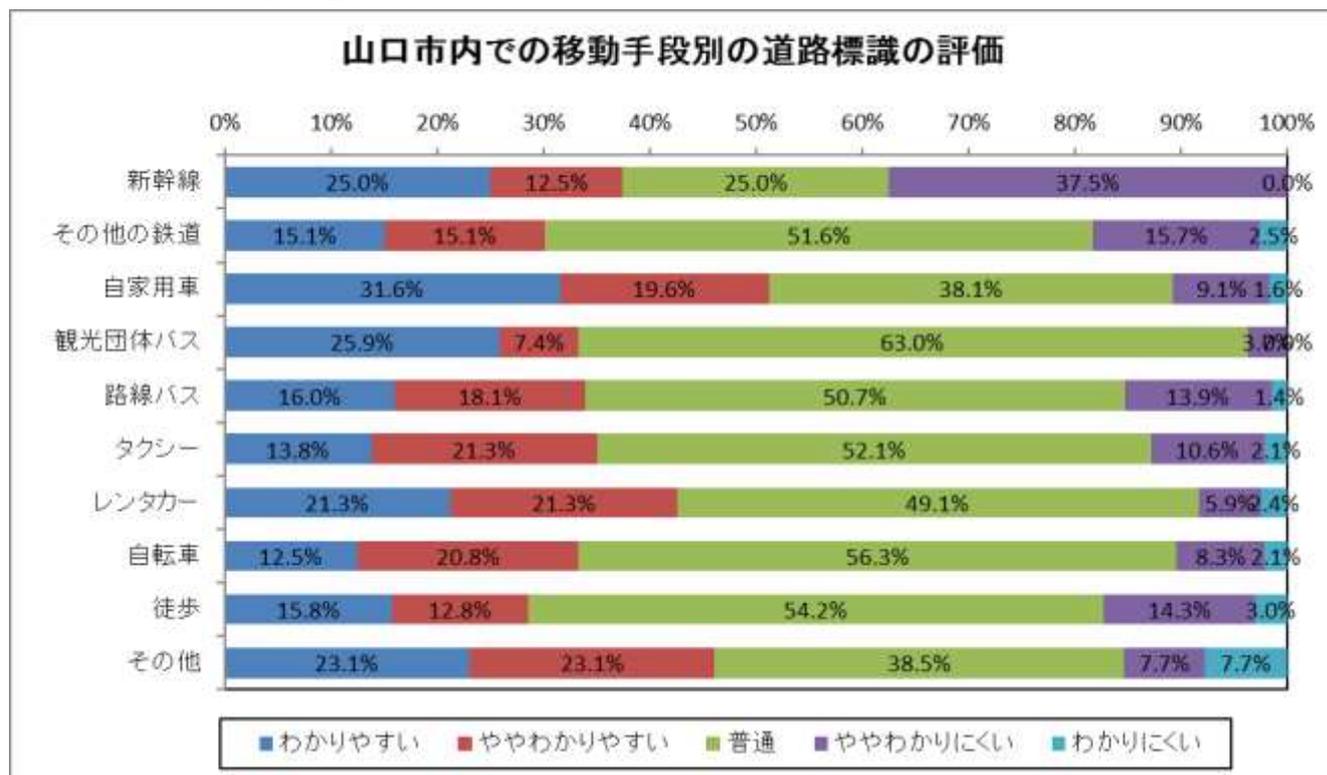
## (2) 道路標識の評価

表 1-4-8 は、移動手段別の道路標識の評価を示したものである。新幹線を除く移動手段において約半数が普通と回答している。

表 1-4-8 移動手段別の道路標識の評価

回答数	わかりやすい	ややわかりやすい	普通	ややわかりにくい	わかりにくい	合計
新幹線	2	1	2	3		8
その他の鉄道	24	24	82	25	4	159
自家用車	216	134	260	62	11	683
観光団体バス	7	2	17	1		27
路線バス	23	26	73	20	2	144
タクシー	13	20	49	10	2	94
レンタカー	36	36	83	10	4	169
自転車	6	10	27	4	1	48
徒歩	32	26	110	29	6	203
その他	6	6	10	2	2	26
合計	365	285	713	166	32	1,561

図 1-4-8 移動手段別の道路標識の評価



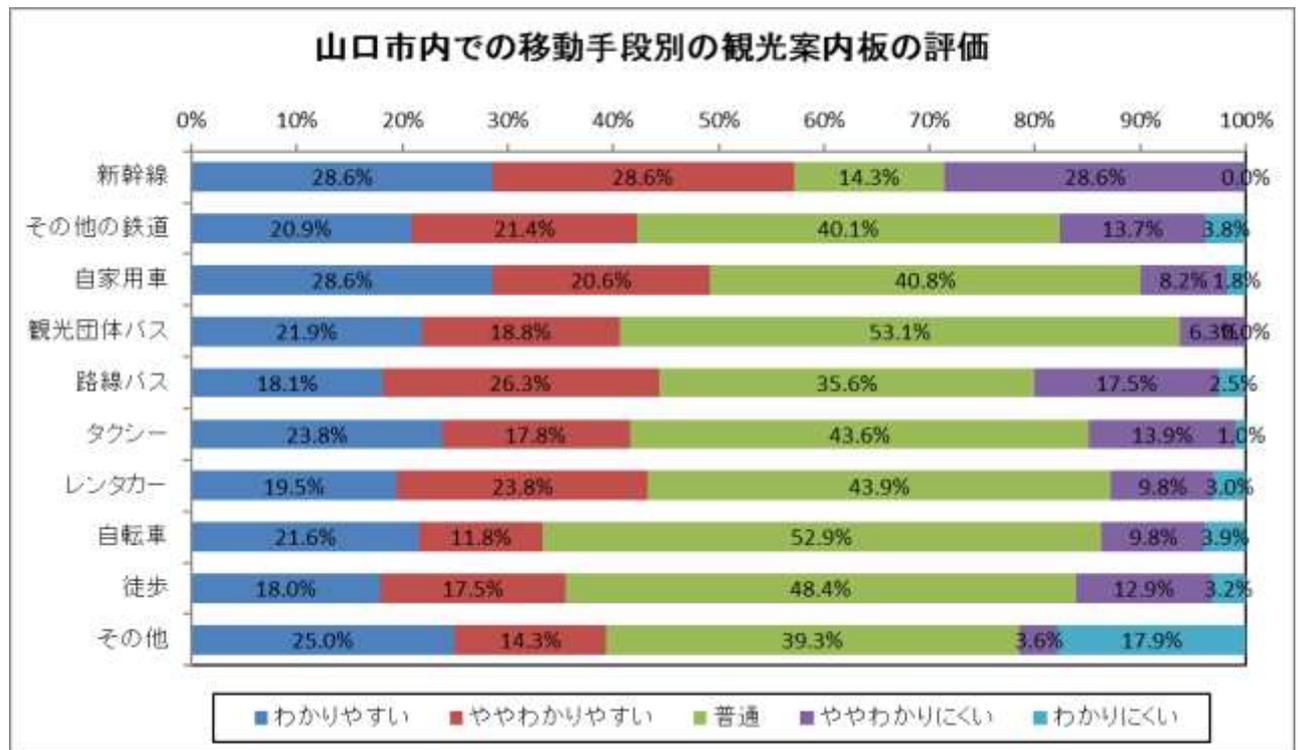
### (3) 観光案内板の評価

表 1-4-9 は、移動手段別の観光案内板の評価を示したものである。すべての評価で、普通の割合が多数を占めている。ここでも、その他の鉄道でわかりやすいとする評価が低く、路線バスではややわかりにくいとする回答の割合が高くなっている。

表 1-4-9 移動手段別の観光案内板の評価

回答数	わかりやすい	ややわかりやすい	普通	ややわかりにくい	わかりにくい	合計
新幹線	2	2	1	2		7
その他の鉄道	38	39	73	25	7	182
自家用車	192	138	274	55	12	671
観光団体バス	7	6	17	2		32
路線バス	29	42	57	28	4	160
タクシー	24	18	44	14	1	101
レンタカー	32	39	72	16	5	164
自転車	11	6	27	5	2	51
徒歩	39	38	105	28	7	217
その他	7	4	11	1	5	28
合計	381	332	681	176	43	1,613

図 1-4-9 移動手段別の観光案内板の評価



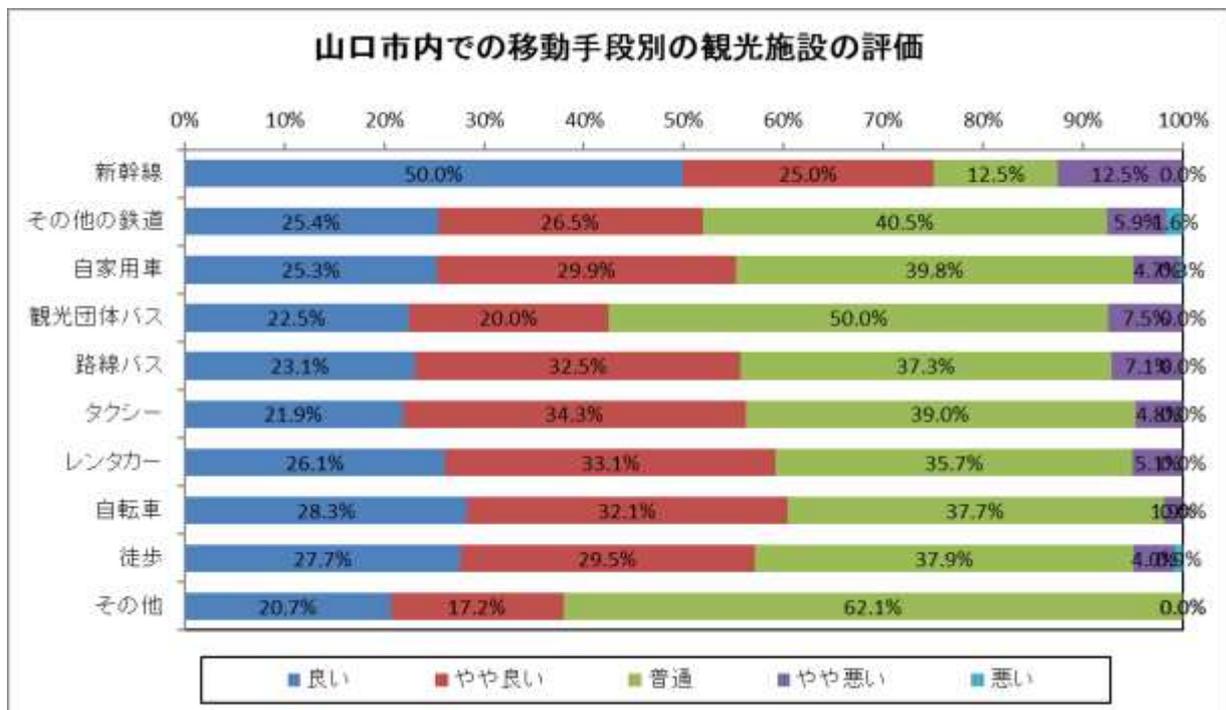
#### (4) 観光施設の評価

表 1-4-10 は、移動手段別の観光施設の評価を示したものである。どの手段でも、良い、やや良いを合わせた評価が 50%を超えているが、観光団体バスでは 40%程度に止まっている。

表 1-4-10 移動手段別の観光施設の評価

回答数	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
新幹線	4	2	1	1	0	8
その他の鉄道	47	49	75	11	3	185
自家用車	184	217	289	34	2	726
観光団体バス	9	8	20	3	0	40
路線バス	39	55	63	12	0	169
タクシー	23	36	41	5	0	105
レンタカー	41	52	56	8	0	157
自転車	15	17	20	1	0	53
徒歩	62	66	85	9	2	224
その他	6	5	18	0	0	29
合計	430	507	668	84	7	1,696

図 1-4-10 移動手段別の観光施設の評価



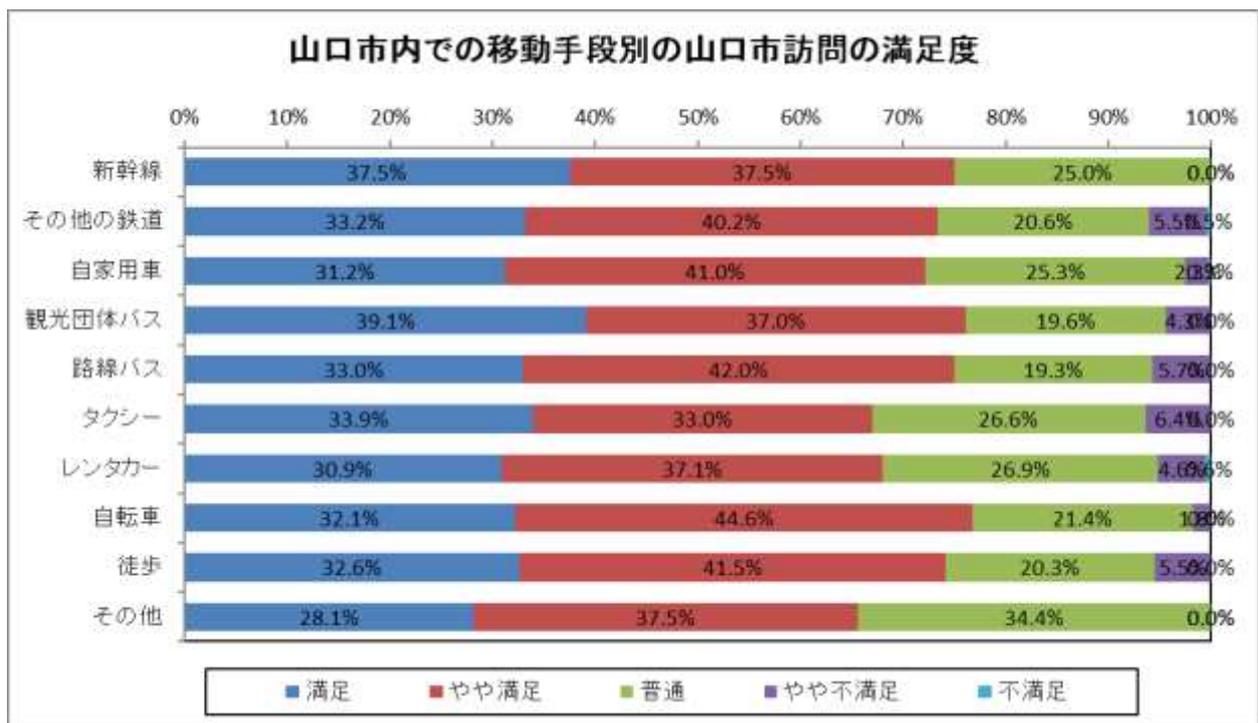
### (5) 山口市訪問の満足度

表 1-4-11 は、移動手段別の山口市訪問の満足度を示したものである。満足とやや満足を合わせると、いずれも約 70%が満足と回答している。

表 1-4-11 移動手段別の山口市訪問の満足度

回答数	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
新幹線	3	3	2	0	0	8
その他の鉄道	66	80	41	11	1	199
自家用車	248	326	201	18	2	795
観光団体バス	18	17	9	2	0	46
路線バス	58	74	34	10	0	176
タクシー	37	36	29	7	0	109
レンタカー	54	65	47	8	1	175
自転車	18	25	12	1	0	56
徒歩	77	98	48	13	0	236
その他	9	12	11	0	0	32
合計	588	736	434	70	4	1,832

図 1-4-11 移動手段別の山口市訪問の満足度



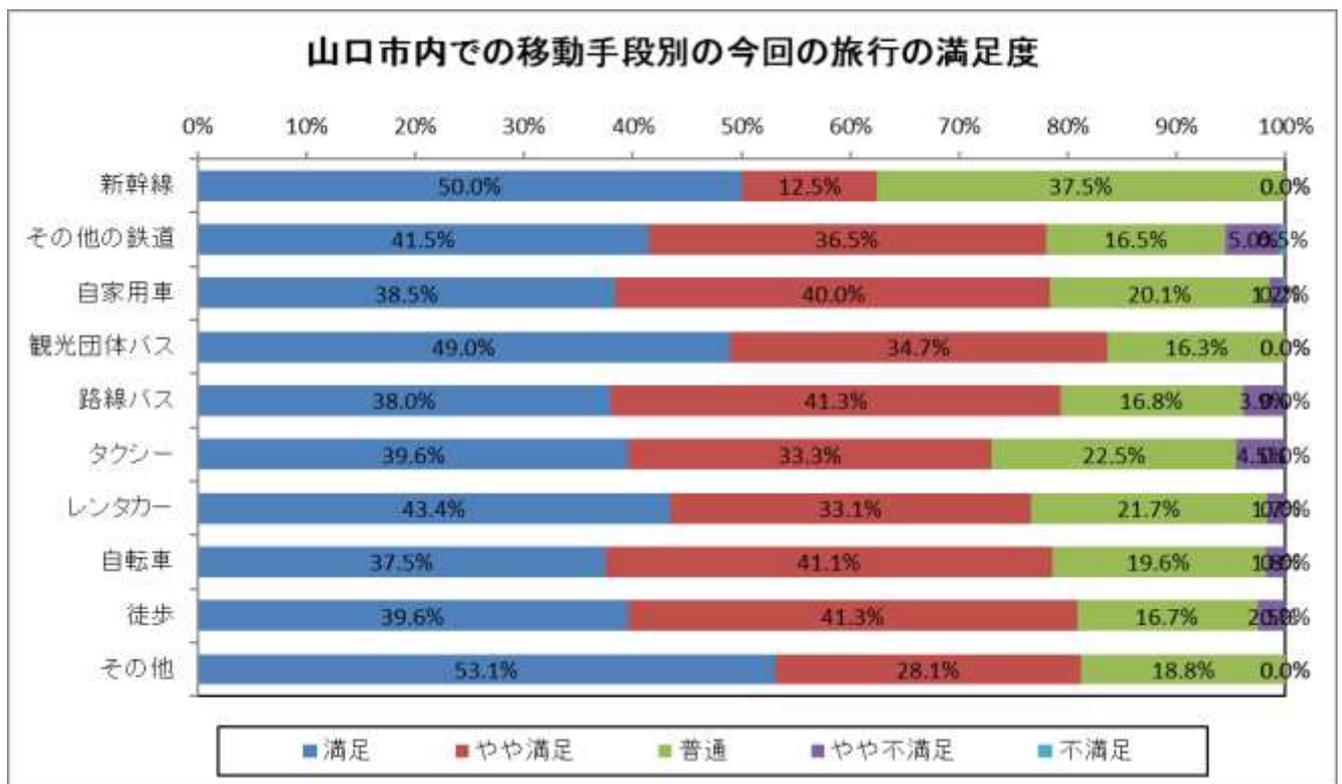
## (6) 今回の旅行の満足度

表 1-4-12 は、移動手段別の今回の旅行の満足度を示したものである。満足とやや満足を合わせると、タクシーはやや低いものの、いずれの手段でも約 80%が満足としている。

表 1-4-12 移動手段別の今回の旅行の満足度

回答数	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
新幹線	4	1	3			8
その他の鉄道	83	73	33	10	1	200
自家用車	310	322	162	10	2	806
観光団体バス	24	17	8			49
路線バス	68	74	30	7		179
タクシー	44	37	25	5		111
レンタカー	76	58	38	3		175
自転車	21	23	11	1		56
徒歩	95	99	40	6		240
その他	17	9	6			32
合計	742	713	356	42	3	1,856

図 1-4-12 移動手段別の今回の旅行の満足度



### 1-4-3 山口市内の周遊行動における満足度

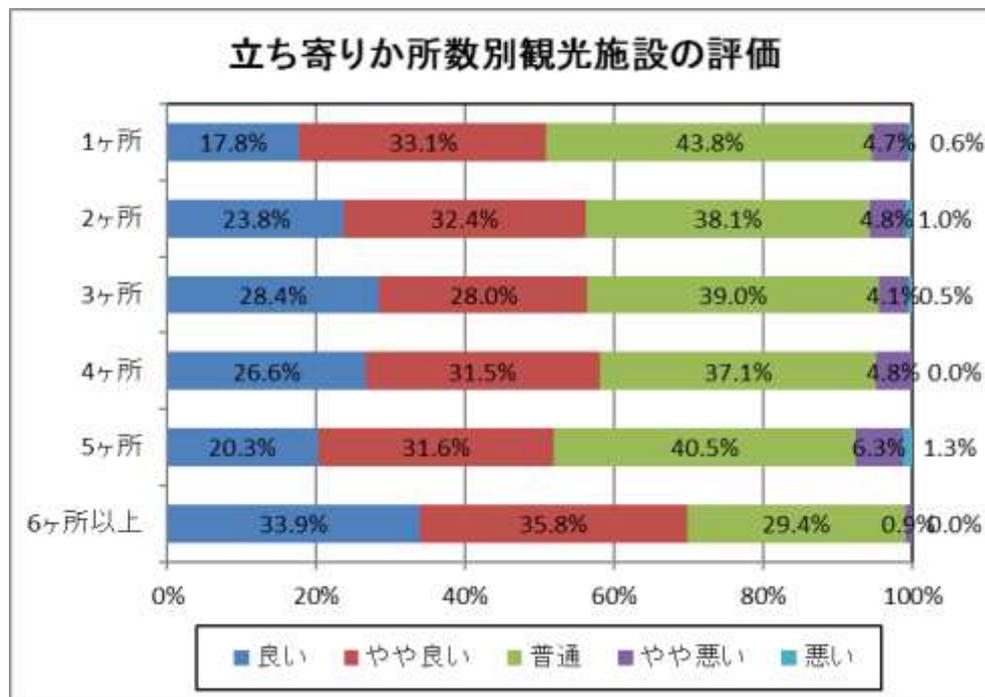
#### (1) 立ち寄りか所数別の観光施設の評価

表 1-4-13、図 1-4-13 は、山口市内で立ち寄った観光地の数と観光施設の評価を示したものである。全体として、良いとする評価の割合が 50%以上と高くなっているが、5 か所を除くと、2 か所以上に立ち寄ることで満足度が高くなる傾向が見られる。

表 1-4-13 立ち寄りか所数別観光施設の評価（回答数）

立ち寄りヶ所	観光施設の満足度					計
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	
1ヶ所	30	56	74	8	1	169
2ヶ所	50	68	80	10	2	210
3ヶ所	62	61	85	9	1	218
4ヶ所	33	39	46	6	0	124
5ヶ所	16	25	32	5	1	79
6ヶ所以上	37	39	32	1	0	109

図 1-4-13 立ち寄りか所数別観光施設の評価



## (2) 立ち寄りか所数・交通手段別の観光施設の評価

表 1-4-14、図 1-4-14～図 1-4-19 は、山口市内の観光地に立ち寄った箇所数、交通手段別の観光施設の評価を示したものである。いずれの立ち寄り箇所数についても、自家用車の利用者が多く、評価は普通とする回答が多くみられるが、立ち寄り箇所が増加するにつれて良い、やや良いの割合が高くなっている。その他の交通手段として、団体観光バスやタクシー、レンタカーについては、3 か所程度の訪問である。

なお、新幹線、船舶、飛行機については、山口市内での移動であれば現実的には利用不可能なため、ここでは除外している。

表 1-4-14 立ち寄りか所数・交通手段別観光施設の評価

立ち寄りヶ所	交通手段	観光施設の満足度					計
		良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	
1ヶ所	その他の鉄道	4	3	13	2	0	22
	自家用車	16	35	38	5	0	94
	団体観光バス	0	0	3	0	0	3
	路線バス	3	7	12	2	0	24
	タクシー	2	6	4	0	0	12
	レンタカー	5	10	5	1	0	21
	その他	1	0	0	0	0	1
2ヶ所	その他の鉄道	4	5	6	0	1	16
	自家用車	29	39	47	6	1	122
	団体観光バス	1	1	2	1	0	5
	路線バス	5	7	4	0	0	16
	タクシー	1	4	3	1	0	9
	レンタカー	3	7	10	2	0	22
	その他	1	1	5	0	0	7
3ヶ所	その他の鉄道	11	8	16	1	1	37
	自家用車	39	28	44	5	0	116
	団体観光バス	2	2	4	1	0	9
	路線バス	4	8	9	2	0	23
	タクシー	1	4	5	1	0	11
	レンタカー	4	4	8	1	0	17
	その他	0	2	3	0	0	5
4ヶ所	その他の鉄道	7	8	4	3	0	22
	自家用車	17	16	18	2	0	53
	団体観光バス	0	1	1	0	0	2
	路線バス	5	6	5	1	0	17
	タクシー	2	5	4	1	0	12
	レンタカー	8	3	4	1	0	16
	その他	0	0	0	0	0	0
5ヶ所	その他の鉄道	2	5	7	2	0	0
	自家用車	10	13	11	0	0	34
	団体観光バス	0	1	2	0	0	3
	路線バス	2	6	5	2	0	15
	タクシー	1	1	3	0	0	5
	レンタカー	1	1	3	1	0	6
	その他	0	0	1	0	0	1
6ヶ所以上	その他の鉄道	7	9	4	0	0	20
	自家用車	11	12	15	1	0	39
	団体観光バス	0	0	0	0	0	0
	路線バス	7	12	6	0	0	25
	タクシー	3	3	6	0	0	12
	レンタカー	6	5	2	0	0	13
	その他	0	0	2	0	0	2

図 1-4-14 立ち寄りか所 1 か所の交通手段別観光施設の評価

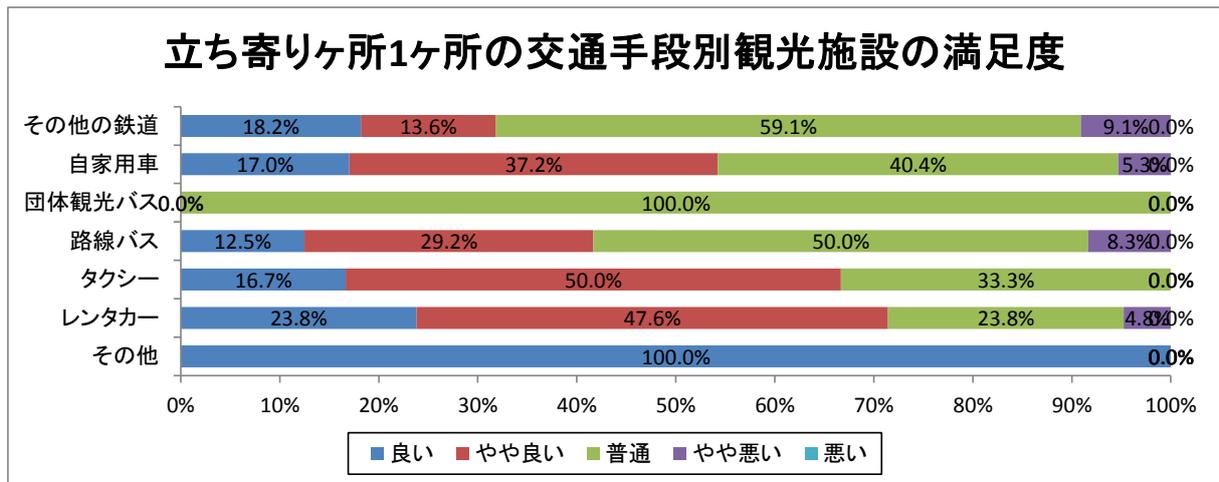


図 1-4-15 立ち寄りか所 2 か所の交通手段別観光施設の評価

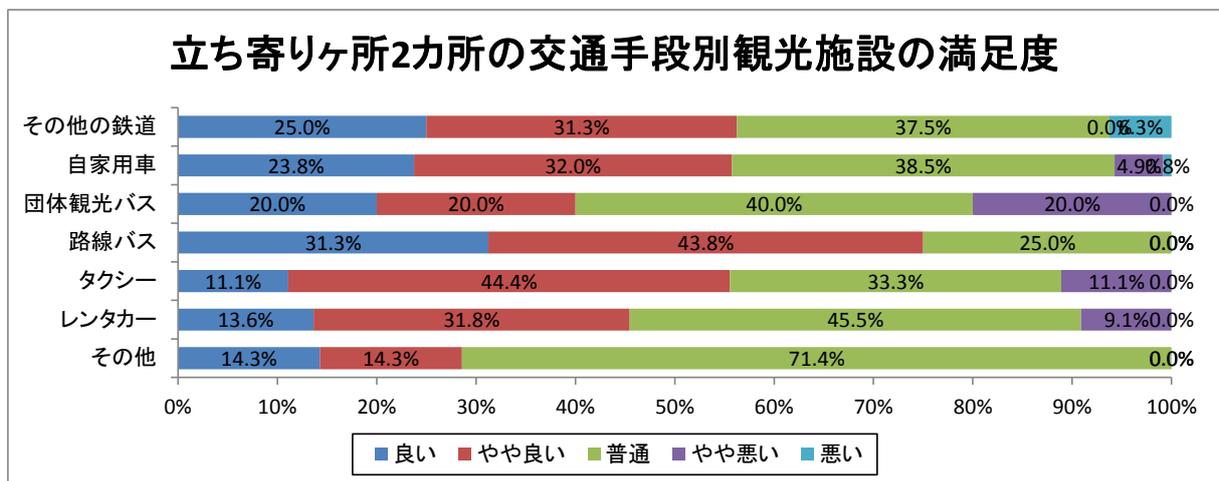


図 1-4-16 立ち寄りか所 3 か所の交通手段別観光施設の評価

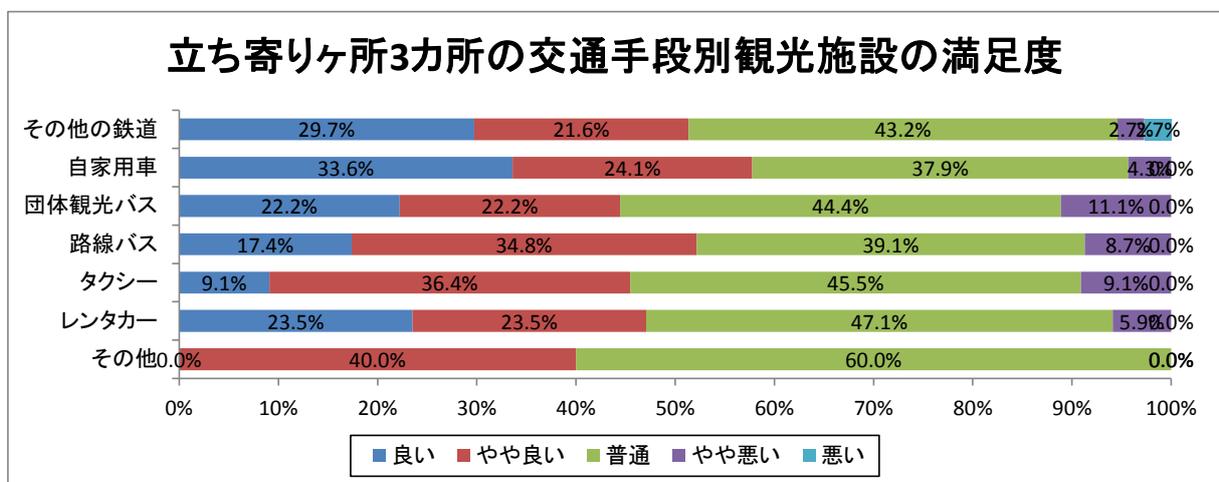


図 1-4-17 立ち寄りか所 4 か所の交通手段別観光施設の評価

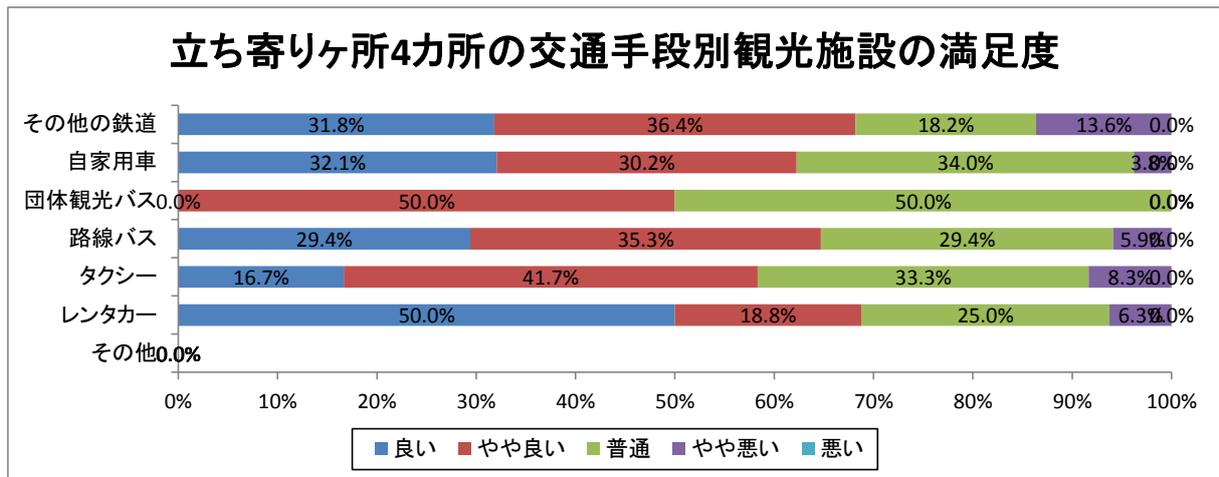


図 1-4-18 立ち寄りか所 5 か所の交通手段別観光施設の評価

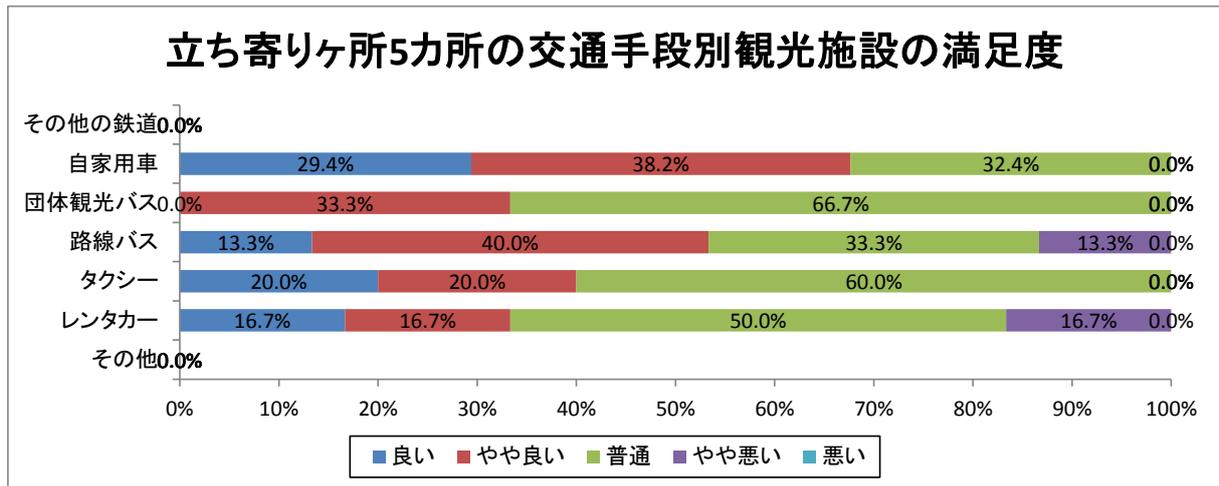
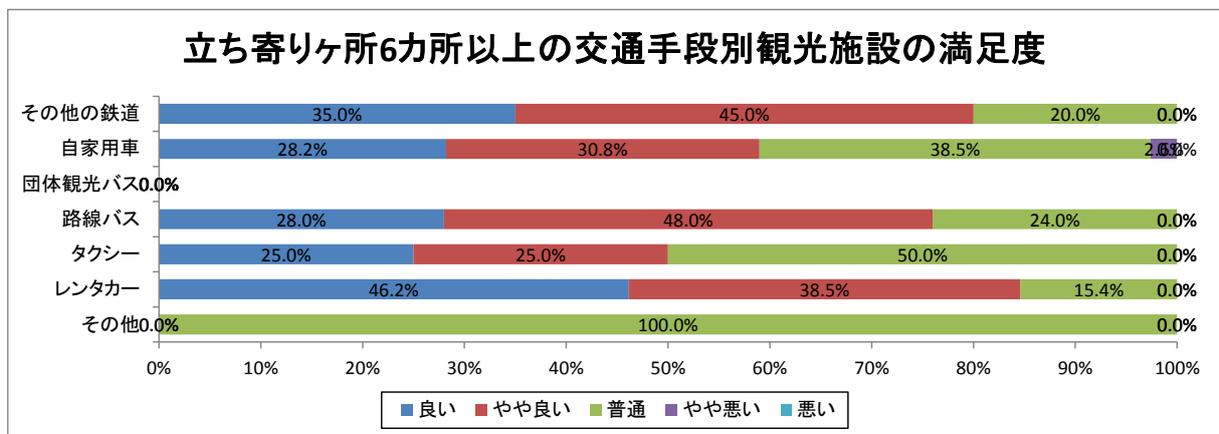


図 1-4-19 立ち寄りか所 6 か所の交通手段別観光施設の評価



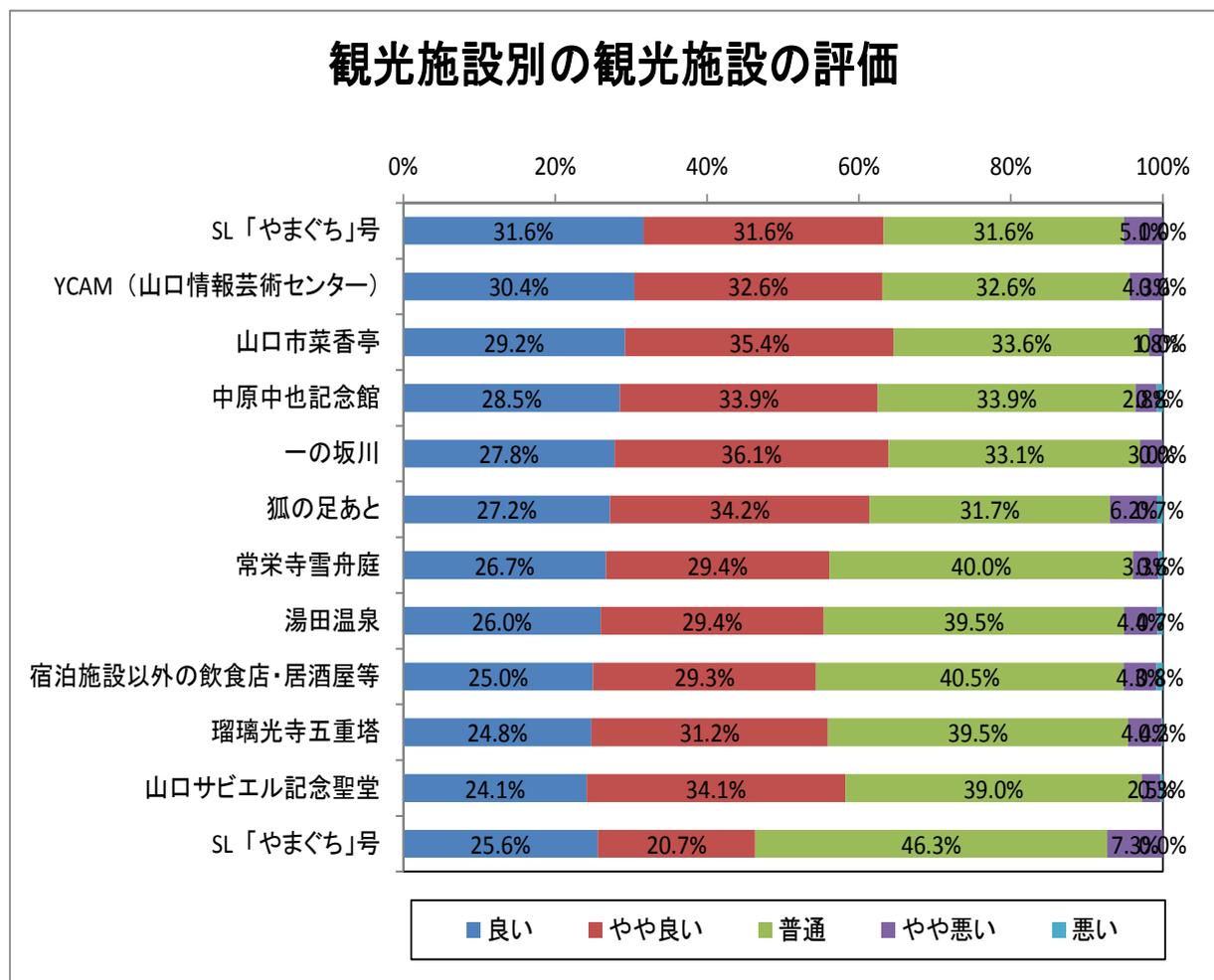
### (3) 立ち寄り観光施設と観光施設の評価

表 1-4-15 は、回答数の多い観光施設について、観光施設の評価を集計したものである。概ね良い、やや良いとする回答割合が過半数を越えている。一方で、悪いとする訪問者は少ないものの、普通と評価する訪問者も多いため、全体の底上げが必要である。また、SL「やまぐち」号の評価が低くなっている。

表 1-4-15 立ち寄り観光施設別の観光施設の評価

	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
湯田温泉	234	265	356	40	6	901
瑠璃光寺五重塔	163	205	260	29	1	658
狐の足あと	110	138	128	25	3	404
中原中也記念館	111	132	132	11	3	389
宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	92	108	149	16	3	368
山口サビエル記念聖堂	78	110	126	8	1	323
常栄寺雪舟庭	48	53	72	6	1	180
一の坂川	47	61	56	5	0	169
SL「やまぐち」号	37	37	37	6	0	117
山口市菜香亭	33	40	38	2	0	113
YCAM(山口情報芸術センター)	14	15	15	2	0	46
十朋亭	13	8	5	2	0	28

図 1-4-20 立ち寄り観光施設別の観光施設の評価



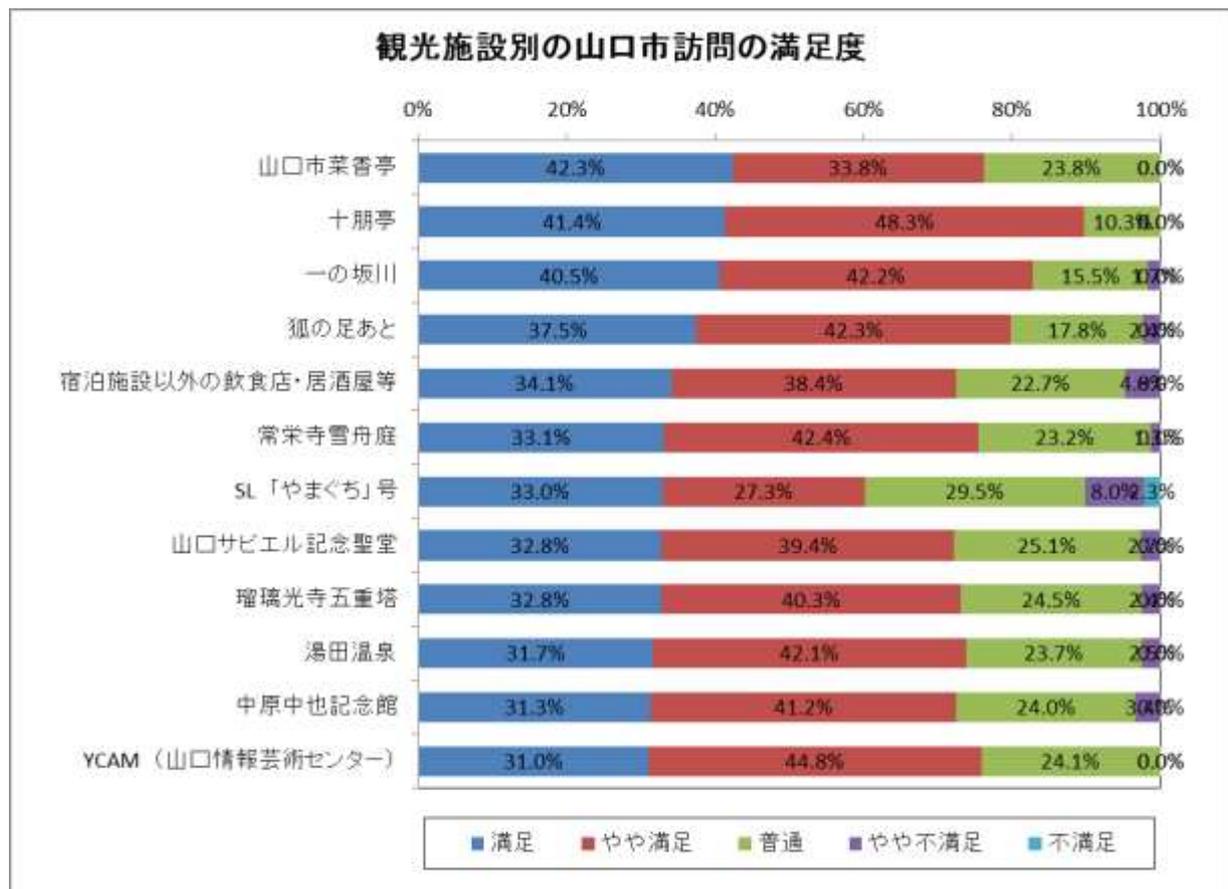
#### 4) 主要観光施設と山口市訪問の満足度

表 1-4-16 は、主要観光施設における山口市訪問の満足度を示したものである。山口市菜香亭を訪問した旅行者の満足度が高く 42.3%である。十朋亭は満足とやや満足と合わせると約 90%が満足している。

表 1-4-16 立ち寄り観光施設別の山口市訪問の満足度

	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
瑠璃光寺五重塔	199	305	166	22	1	693
中原中也記念館	128	169	88	14	2	401
山口サビエル記念聖堂	98	139	81	13	0	331
常栄寺雪舟庭	54	92	37	5	0	188
山口市菜香亭	44	51	17	4	1	117
YCAM(山口情報芸術センター)	17	18	11	2	0	48
狐の足あと	138	172	88	17	2	417
湯田温泉	317	412	208	28	4	969
一の坂川	57	77	42	4	0	180
SL「やまぐち」号	40	52	28	3	0	123
宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	117	158	92	11	1	379

図 1-4-21 立ち寄り観光施設別の山口市訪問の満足度



### (5) 主要観光施設と今回の旅行の満足度

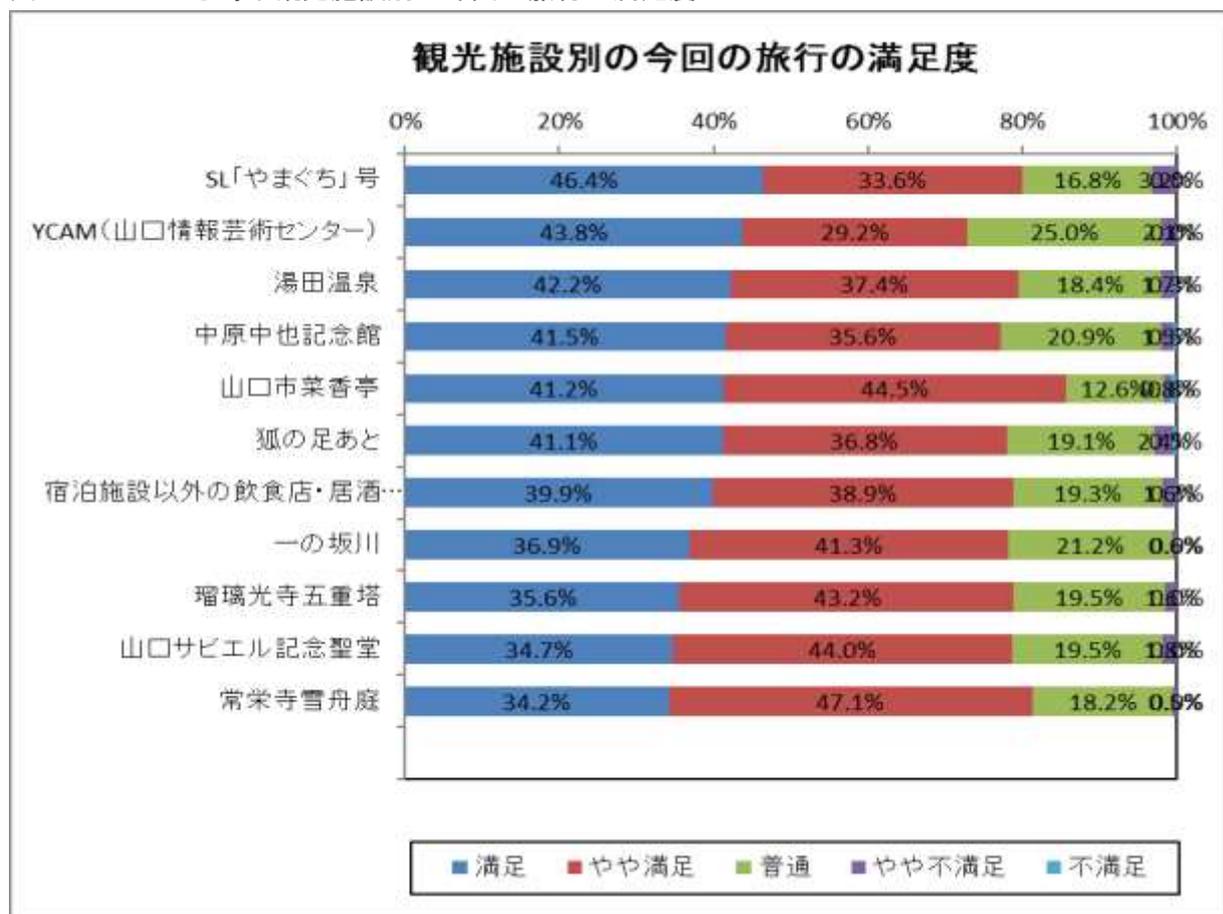
表 1-4-17 は、主要観光施設における今回の旅行の満足度を示したものである。山口市訪問の満足度と同様に、SL「やまぐち号」の訪問者の満足度が高く 46.4%が満足している。

観光施設による山口市訪問の満足度と旅行全体の満足度の差はあまりなく、SL「やまぐち」号の割合はやや低いが約 6 割以上の旅行者が主要観光施設に満足している。

表 1-4-17 立ち寄り観光施設別の今回の旅行の満足度

	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
瑠璃光寺五重塔	248	301	136	11		696
中原中也記念館	169	145	85	6	2	407
山口サビエル記念聖堂	116	147	65	6		334
常栄寺雪舟庭	64	88	34	1		187
山口市菜香亭	49	53	15	1	1	119
YCAM(山口情報芸術センター)	21	14	12	1		48
狐の足あと	172	154	80	10	2	418
湯田温泉	412	365	180	17	3	977
一の坂川	66	74	38	1		179
SL「やまぐち」号	58	42	21	4		125
宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	153	149	74	6	1	383

図 1-4-22 立ち寄り観光施設別の今回の旅行の満足度



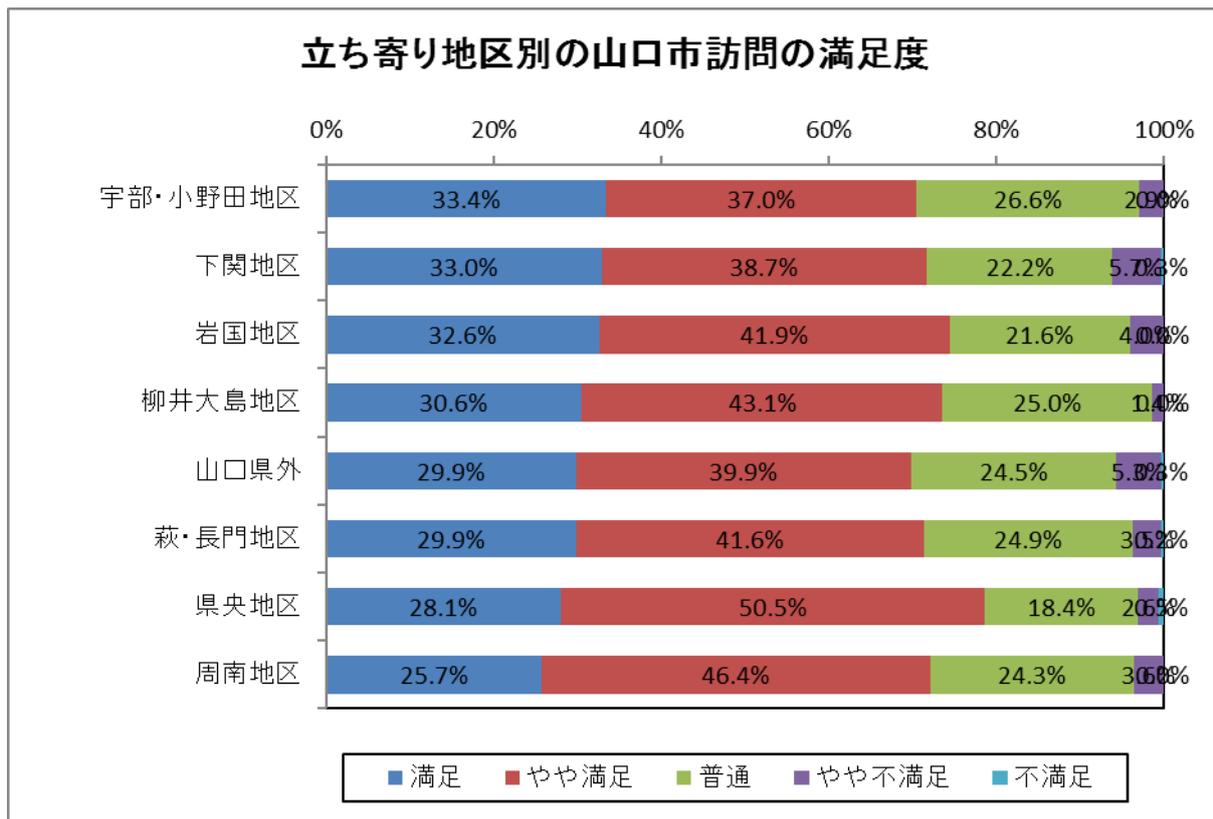
### (6) 立ち寄り地区別の山口市訪問の満足度

表 1-4-18 は、立ち寄り地区別の山口市訪問の満足度を示したものである。いずれの地区を訪問した旅行者も山口市訪問を満足・やや満足とする割合が約 70%と高い。満足とやや満足を合わせると、岩国地区を訪問した旅行者の満足度が高く 74.5%となっている。県央地区も 78.5%と高くなっているが、やや満足の比重が大きい。

表 1-4-18 立ち寄り地区別の山口市訪問の満足度

	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
岩国地区	74	95	49	9	0	227
柳井大島地区	22	31	18	1	0	72
周南地区	36	65	34	5	0	140
県央地区	55	99	36	5	1	196
萩・長門地区	138	192	115	16	1	462
下関地区	98	115	66	17	1	297
宇部・小野田地区	103	114	82	9	0	308
山口県外	95	127	78	17	1	318

図 1-4-23 立ち寄り地区別の山口市訪問の満足度



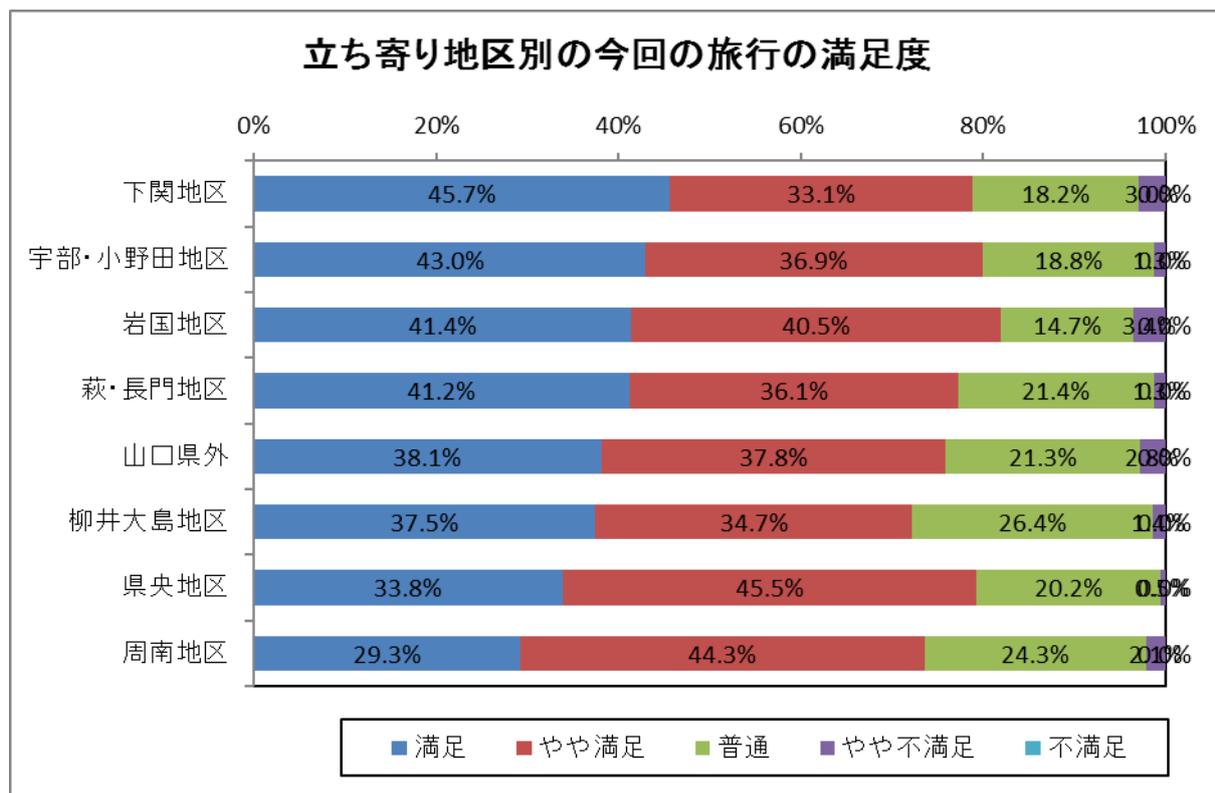
### (7) 立ち寄り地区別の今回の旅行の満足度

表 1-4-19 は、立ち寄り地区別の今回の旅行の満足度を示したものである。満足と回答した割合は高い地区と低い地区では 15 ポイント以上の差がある。やや満足と合わせると岩国地区の割合が一番大きくなっている。

表 1-4-19 立ち寄り地区別の今回の旅行の満足度

	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
岩国地区	96	94	34	8	0	232
柳井大島地区	27	25	19	1	0	72
周南地区	41	62	34	3	0	140
県央地区	67	90	40	1	0	198
萩・長門地区	194	170	101	6	0	471
下関地区	138	100	55	9	0	302
宇部・小野田地区	135	116	59	4	0	314
山口県外	122	121	68	9	0	320

図 1-4-24 立ち寄り地区別の今回の旅行の満足度



## 1-4-4 訪問者の情報源別評価と満足度

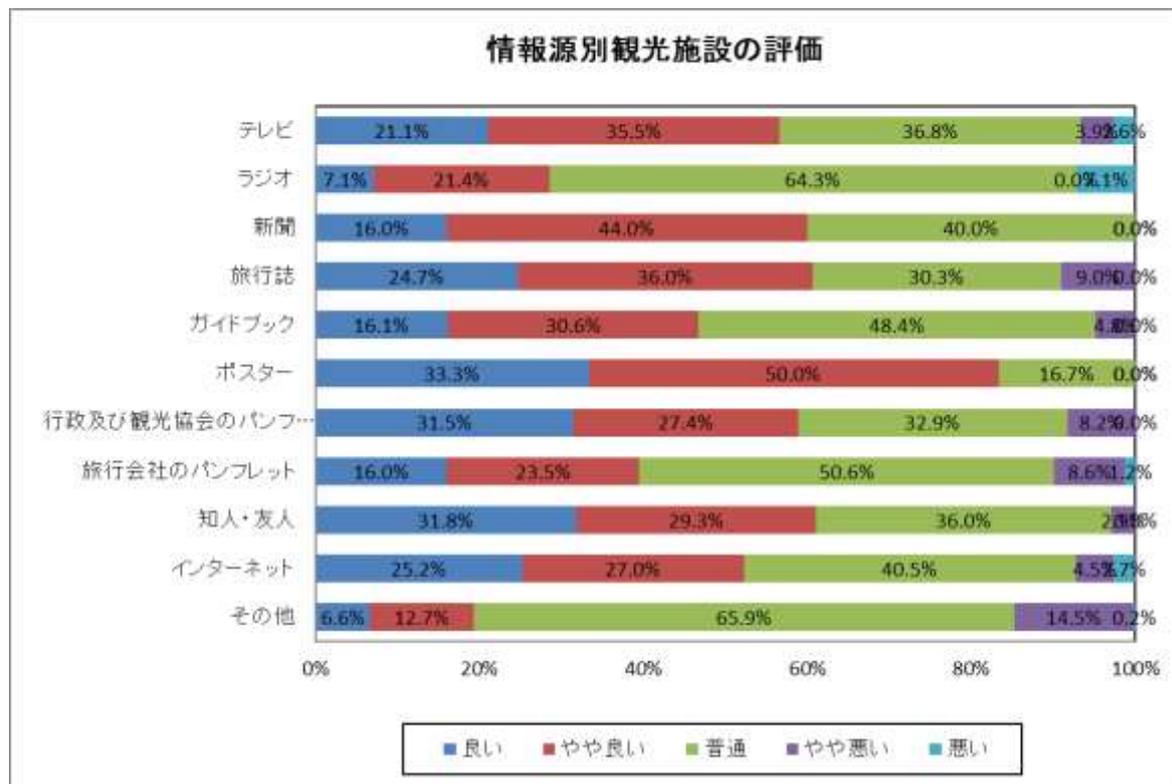
### (1) 情報源別の観光施設の評価

表 1-4-20 は、情報源別の観光施設の評価を示したものである。観光施設の満足度が高い観光客が旅行のきっかけにした情報源は、良いと評価したのは、ポスターが 33.3%、行政および観光協会のパンフレットが 31.5%となっている。新聞とガイドブック、旅行会社のパンフレットではあまり良い評価を得られていない。

表 1-4-20 情報源別の観光施設の評価

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
良い	16	1	4	22	10	2	23	13	99	28	30	248
やや良い	27	3	11	32	19	3	20	19	91	30	58	313
普通	28	9	10	27	30	1	24	41	112	45	300	627
やや悪い	3	0	0	8	3	0	6	7	9	5	66	107
悪い	2	1	0	0	0	0	0	1	0	3	1	8
合計	76	14	25	89	62	6	73	81	311	111	455	1,303

図 1-4-25 情報源別の観光施設の評価



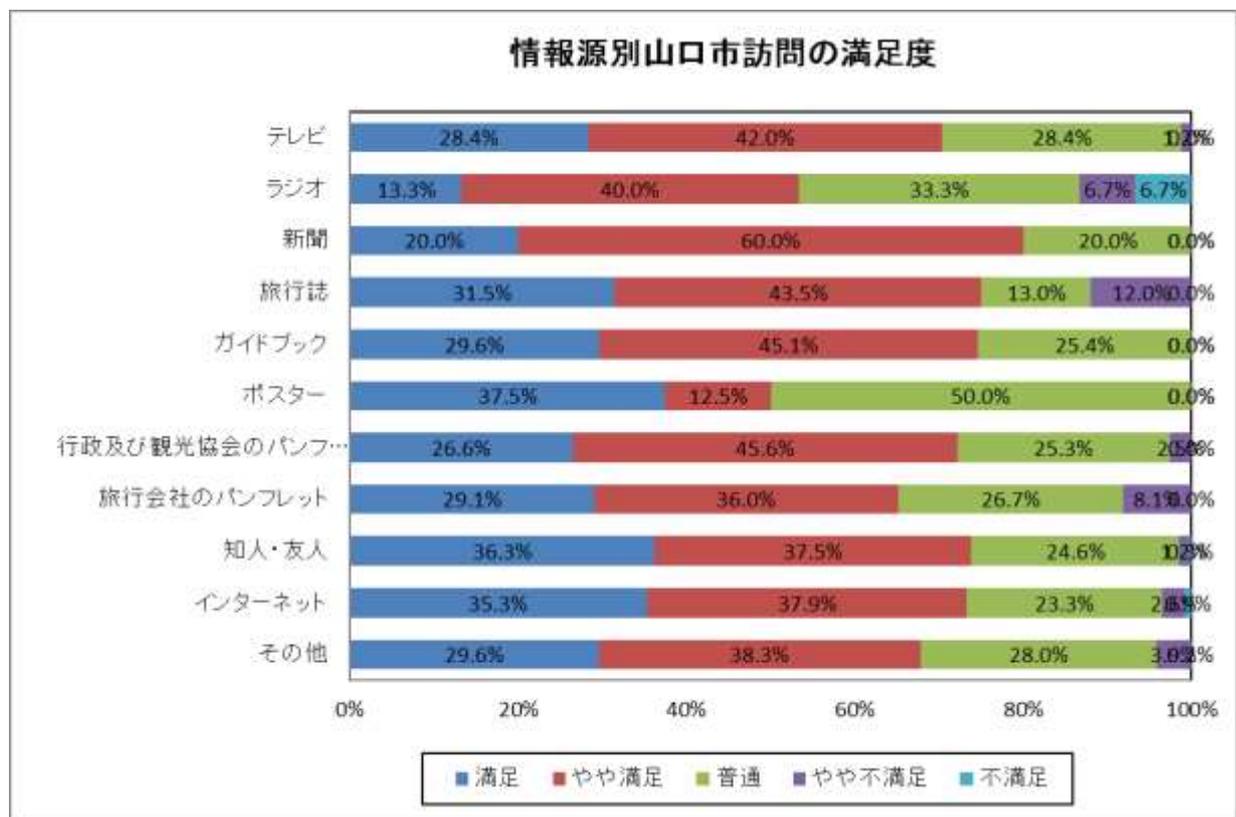
## (2) 情報源別の山口市訪問の満足度

表 1-4-21 は、情報源別の山口市訪問の満足度を示したものである。山口市訪問の満足度が高い観光客が旅行のきっかけにした情報源を満足とやや満足を足し合わせた数値でみると、新聞が 80%、旅行誌が 75%、ガイドブックが 74.7%と高い比率を示している。

表 1-4-21 情報源別の山口市訪問の満足度

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
満足	23	2	6	29	21	3	21	25	118	41	150	439
やや満足	34	6	18	40	32	1	36	31	122	44	194	558
普通	23	5	6	12	18	4	20	23	80	27	142	360
やや不満足	1	1	0	11	0	0	2	7	4	3	20	49
不満足	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	4
合計	81	15	30	92	71	8	79	86	325	116	507	1,410

図 1-4-26 情報源別の山口市訪問の満足度



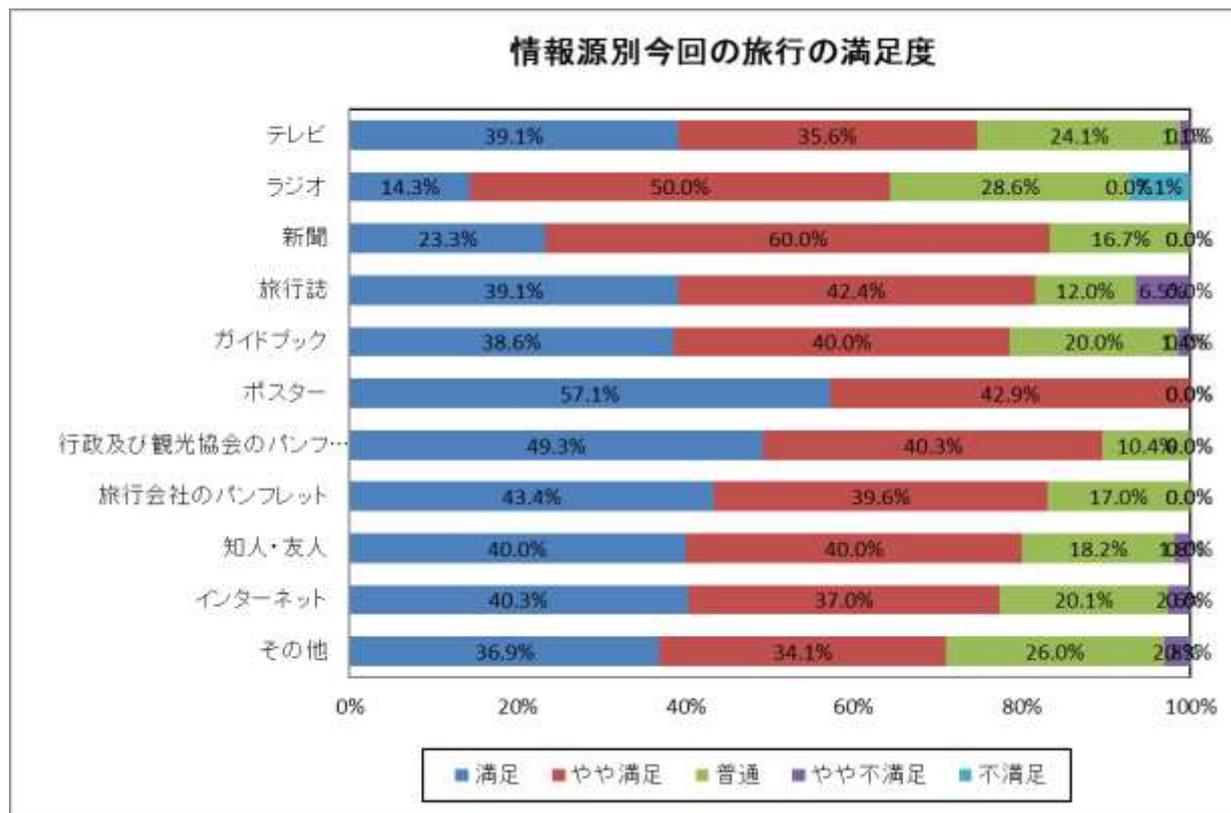
### (3) 情報源別の今回の旅行の満足度

表 1-4-22 は、情報源別の今回の旅行の満足度を示したものである。今回の旅行の満足度は、どの情報源においても比較的高い水準にあるといえる。満足とやや満足を合わせた数値でみると、行政及び観光協会のパンフレットが 89.6%、新聞が 83.3%である。また、ラジオ、旅行誌でのやや不満足と不満足を合わせた数値が他と比較しやや高かった。

表 1-4-22 情報源別の今回の旅行の満足度

	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	インターネット	その他	合計
満足	34	2	7	36	27	4	33	23	88	62	132	448
やや満足	31	7	18	39	28	3	27	21	88	57	122	441
普通	21	4	5	11	14	0	7	9	40	31	93	235
やや不満足	1	0	0	6	1	0	0	0	4	4	10	26
不満足	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
合計	87	14	30	92	70	7	67	53	220	154	358	1,152

図 1-4-27 情報源別の今回の旅行の満足度



## 1-4-5 満足度の決定要因

### (1) 評価と満足度

表 1-4-23 は、山口市を訪れた旅行者の項目別の評価と満足度を集計したものである。満足度は観光地の魅力度と密接な指標であり、満足度の高い観光地は良い評価とともに口コミなどによって潜在的な観光客に紹介される。一方、満足度が低いと逆の効果もたらされ、観光客数やリピーター数の減少につながる。したがって、満足度を向上させることは、訪れた観光客の再訪を促すという直接的な効果のほかに、潜在的な観光客を惹きつける効果も期待される。

図 1-4-28 は、項目別の評価と満足度を示したグラフである。満足度の特徴は、主に 2 点あり、普通と評価されている項目が目立つこと、乗り継ぎに関してやや悪いと評価する割合が目立つことである。

まず、普通と評価されている項目が目立つことに関しては、とりわけ、宿泊施設の料金と土産物の価格と品揃えについて、50%以上もの旅行者が普通と評価している。なかでも土産物の価格は 80.6%、品揃えは 66.5%が普通としている。

また、交通の便の満足度に関しては、他の項目よりもやや悪いと評価される傾向にあるが、とりわけ、乗り継ぎについては、やや悪いが 20%を超えており、他の項目に比べて数値が高い。そのため、山口市における観光政策を計画するうえで、交通の便の満足度を向上させるような計画を立案することは必要である。

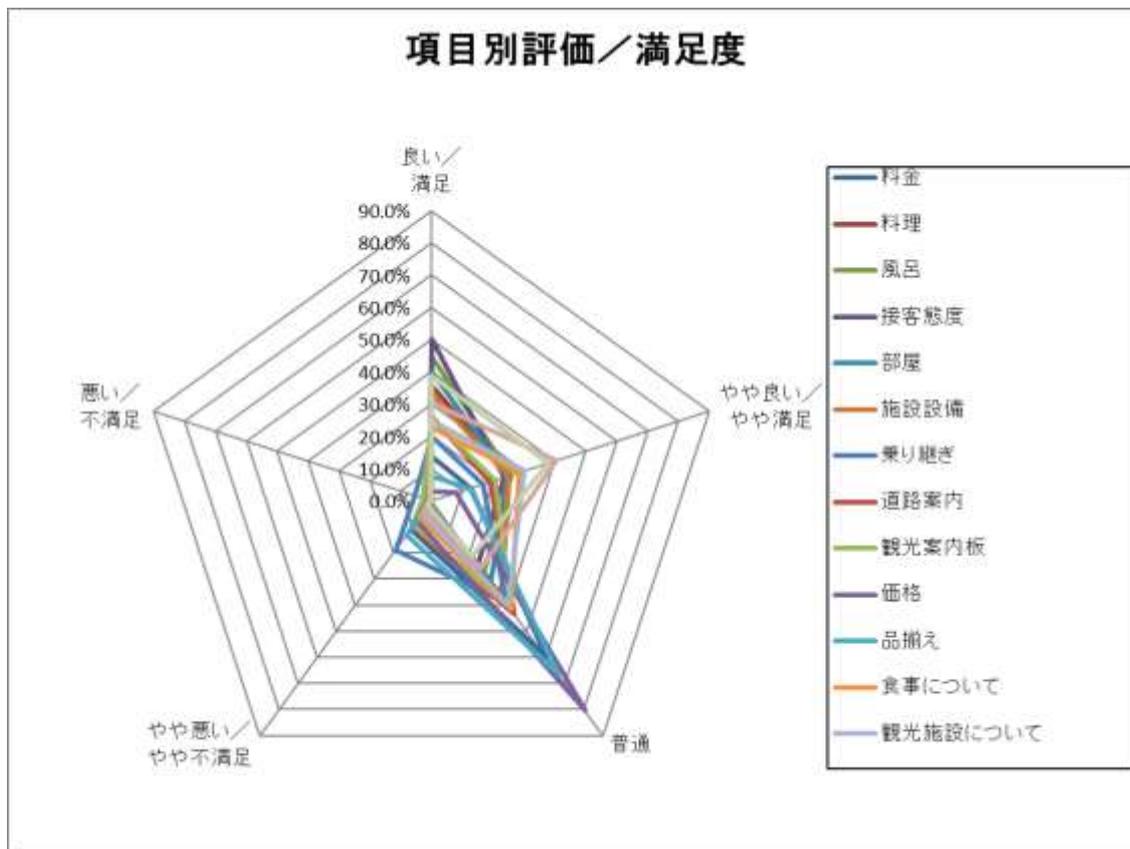
表 1-4-23 項目別評価／満足度

		良い／満足	やや良い／やや満足	普通	やや悪い／やや不満足	悪い／不満足	合計
宿泊施設について	料金	169	159	739	135	31	1,233
	料理	418	293	424	31	7	1,173
	風呂	546	317	337	24	1	1,225
	接客態度	627	295	306	15	9	1,252
	部屋	490	300	378	50	4	1,222
	施設設備	404	302	447	53	6	1,212
交通の便について	乗り継ぎ	207	172	405	197	56	1,037
	道路案内	342	247	568	131	27	1,315
	観光案内板	341	277	557	127	39	1,341
土産物について	価格	43	121	1,215	113	16	1,508
	品揃え	107	176	949	186	10	1,428
食事について		292	362	667	76	9	1,406
観光施設について		357	429	572	67	7	1,432
山口市訪問の満足度について		476	628	400	51	5	1,560
今回の旅行の満足度について		614	599	335	28	4	1,580

【構成比】

		良い／満足	やや良い／やや満足	普通	やや悪い／やや不満足	悪い／不満足	合計
宿泊施設について	料金	13.7%	12.9%	59.9%	10.9%	2.5%	100.0%
	料理	35.6%	25.0%	36.1%	2.6%	0.6%	100.0%
	風呂	44.6%	25.9%	27.5%	2.0%	0.1%	100.0%
	接客態度	50.1%	23.6%	24.4%	1.2%	0.7%	100.0%
	部屋	40.1%	24.5%	30.9%	4.1%	0.3%	100.0%
交通の便について	施設設備	33.3%	24.9%	36.9%	4.4%	0.5%	100.0%
	乗り継ぎ	20.0%	16.6%	39.1%	19.0%	5.4%	100.0%
土産物について	道路案内	26.0%	18.8%	43.2%	10.0%	2.1%	100.0%
	観光案内板	25.4%	20.7%	41.5%	9.5%	2.9%	100.0%
食事について	価格	2.9%	8.0%	80.6%	7.5%	1.1%	100.0%
	品揃え	7.5%	12.3%	66.5%	13.0%	0.7%	100.0%
観光施設について		20.8%	25.7%	47.4%	5.4%	0.6%	100.0%
山口市訪問の満足度について		24.9%	30.0%	39.9%	4.7%	0.5%	100.0%
今回の旅行の満足度について		30.5%	40.3%	25.6%	3.3%	0.3%	100.0%
		38.9%	37.9%	21.2%	1.8%	0.3%	100.0%

図 1-4-28 項目別評価／満足度



(2) 満足度の相関係数

満足度を向上させるための方策を検討する情報を得るために、ここでは、満足度がどのような要因によって決定されるのかを分析する。まず、満足度に関する各項目の評価を5段階で点数化し、相関関係を集約したものが表 1-4-24 である。いずれの項目間についても数値が正の値であることから概ね正の相関関係があるといえる。なお、文字が赤色の項目は相関係数が 0.5 を超えるものであり、さらに背景が黄色の項目は、相関係数が 0.8 以上のものである。相関係数が高いこ

とはそれぞれ項目における満足度が互いに影響を及ぼし合っていると解釈できる。

とりわけ、宿泊施設における満足度の項目間では数値が高くなっており、それぞれの項目について比較的強い相関があることがわかる。また、道路標識と観光案内板、お土産の価格と品揃えの相関も強い。

また、山口市訪問の満足度に注目すると、食事と観光施設との間で相関関係が比較的高いことがわかる。さらに、今回の旅行の満足度については、当然ことながら山口市訪問の満足度と相関が強く、その他に食事と観光施設との相関が強い。旅行の満足度としては、食事と観光施設の充実が課題といえる。

表 1-4-24 各項目の評価の相関係数

	料金	料理	風呂	接客態度	部屋	施設設備	乗り継ぎ	道路標識	観光案内板	価格	品揃え	食事	観光施設	山口市訪問の満足度	今回の旅行の満足度	
宿泊施設	料金	1.000														
	料理	0.706	1.000													
	風呂	0.746	0.825	1.000												
	接客態度	0.791	0.807	0.878	1.000											
	部屋	0.757	0.803	0.854	0.911	1.000										
	施設設備	0.749	0.773	0.825	0.882	0.903	1.000									
交通	乗り継ぎ	0.296	0.254	0.271	0.277	0.290	0.283	1.000								
	道路標識	0.252	0.264	0.253	0.264	0.258	0.256	0.288	1.000							
	観光案内板	0.258	0.248	0.275	0.264	0.244	0.250	0.314	0.722	1.000						
土産物	価格	0.274	0.289	0.308	0.327	0.322	0.306	0.283	0.395	0.385	1.000					
	品揃え	0.262	0.272	0.289	0.307	0.287	0.297	0.264	0.402	0.415	0.737	1.000				
食事		0.245	0.252	0.243	0.227	0.224	0.236	0.190	0.352	0.366	0.440	0.455	1.000			
観光施設		0.193	0.209	0.219	0.213	0.203	0.210	0.194	0.336	0.349	0.422	0.445	0.596	1.000		
山口市訪問の満足度		0.281	0.319	0.339	0.345	0.319	0.336	0.261	0.403	0.430	0.496	0.484	0.513	0.615	1.000	
今回の旅行の満足度		0.298	0.350	0.352	0.359	0.351	0.373	0.259	0.391	0.380	0.493	0.490	0.507	0.581	0.832	1.000

### (3) 山口市訪問の満足度（重回帰式）

山口市訪問の満足度を被説明変数とし、他の項目を説明変数として重回帰分析を行ったところ、次に示す推定結果となった。

山口市訪問の満足度

$$\begin{aligned}
 &= 0.932 & - & 0.073 \times \text{料金} & + & 0.016 \times \text{料理} & + & 0.012 \times \text{風呂} \\
 & (13.816) & ** & (-2.995) & ** & (0.684) & & (0.412) \\
 & & + & 0.108 \times \text{接客態度} & - & 0.058 \times \text{部屋} & + & 0.072 \times \text{施設設備} \\
 & & & (3.033) & ** & (-1.671) & & (2.253) * \\
 & & + & 0.002 \times \text{乗り継ぎ} & + & 0.041 \times \text{道路標識} & + & 0.097 \times \text{観光案内板} \\
 & & & (0.135) & & (2.033) * & & (4.695) ** \\
 & & + & 0.155 \times \text{土産物の価格} & + & 0.074 \times \text{土産物の品揃え} & & \\
 & & & (4.887) ** & & (2.690) ** & & \\
 & & + & 0.117 \times \text{食事} & + & 0.335 \times \text{観光施設} & & \\
 & & & (6.007) ** & & (17.352) ** & & 
 \end{aligned}$$

n（標本数）= 1,762、決定係数：0.572、自由度修正済み決定係数：0.523、F 値 = 149.9  
係数の下の（ ）は t 値であり、\*は 5%有意、\*\*は 1%有意を示す。

重回帰分析の結果、有意水準 1%で有意の変数をみると、山口市訪問の満足度は、宿泊施設の接

客態度、観光案内板、土産物の価格、土産物の品揃え、食事、観光施設について有意な関係が認められる。つまり、山口市訪問の満足度を有意に高めると判断されるのは、宿泊施設の接客態度、観光案内板、土産物の価格、土産物の品揃え、食事、観光施設の評価が高くなることである。なお、係数がマイナスになっている変数があるが、これについては符号条件が一致しないため解釈しない。

係数そのものをみると、観光施設が 0.335 と最も高く、次に土産物の価格が 0.155 となっていることから、観光施設とお土産の価格の満足度を上げることが、山口市訪問の満足度を上げるためにより効果的な項目といえる。

#### (4) 今回の旅行の満足度（重回帰式）

山口市訪問の満足度と同様に、今回の旅行の満足度を被説明変数とする重回帰分析を行った。推定結果は以下の式の通りである。

今回の旅行の満足度

$$\begin{aligned}
 &= 1.221 & - & 0.063 \times \text{料金} & + & 0.036 \times \text{料理} & - & 0.004 \times \text{風呂} \\
 &(17.708) & ** & (-2.517) & * & (1.521) & & (-0.119) \\
 & & + & 0.047 \times \text{接客態度} & - & 0.003 \times \text{部屋} & + & 0.094 \times \text{施設設備} \\
 & & & (1.289) & & (-0.084) & & (2.882) ** \\
 & & + & 0.004 \times \text{乗り継ぎ} & + & 0.059 \times \text{道路標識} & + & 0.039 \times \text{観光案内板} \\
 & & & (0.243) & & (2.901) ** & & (1.854) \\
 & & + & 0.134 \times \text{土産物の価格} & + & 0.109 \times \text{土産物の品揃え} & & \\
 & & & (4.138) ** & & (3.891) ** & & \\
 & & + & 0.130 \times \text{食事} & + & 0.292 \times \text{観光施設} & & \\
 & & & (6.501) ** & & (14.802) ** & & 
 \end{aligned}$$

n (標本数) = 1,762、決定係数 : 0.493、自由度修正済み決定係数 : 0.490、F 値 = 130.9  
係数の下の ( ) は t 値であり、\*は 5%有意、\*\*は 1%有意を示す。

回帰分析の結果、有意水準 1%で有意な変数をみると、今回の旅行の満足度は、宿泊施設の施設設備、道路標識、土産物の価格、土産物の品揃え、食事、観光施設の項目について有意な関係が認められる。旅行全体の満足度を有意に高めると判断されるのは、宿泊施設の施設設備、道路標識、土産物の価格、土産物の品揃え、食事、そして観光施設であった。

符号条件の一致しないものを除いて、係数そのものをみると、観光施設が 0.292、土産物の価格が 0.134、食事が 0.130 と高く、旅行全体の満足度に大きな影響を及ぼすといえる。

## 付表 単純集計結果一覧表

設問内容	番号	選択肢	実データ	構成比	無回答を除いた構成比	
性別	1	男	785	44.6%	45.3%	
	2	女	946	53.7%	54.7%	
	3	無回答	31	1.8%	-	
年齢	1	9歳以下	11	0.6%	0.6%	
	2	10代	47	2.7%	2.7%	
	3	20代	170	9.6%	9.9%	
	4	30代	234	13.3%	13.6%	
	5	40代	278	15.8%	16.2%	
	6	50代	405	23.0%	23.6%	
	7	60代	408	23.2%	23.7%	
	8	70代以上	165	9.4%	9.6%	
	9	無回答	44	2.5%	-	
職業	1	会社員	609	34.6%	35.0%	
	2	農林漁業	19	1.1%	1.1%	
	3	自営業	91	5.2%	5.2%	
	4	公務員・団体職員	206	11.7%	11.8%	
	5	学生	100	5.7%	5.7%	
	6	主婦・主夫	340	19.3%	19.5%	
	7	アルバイト・パート	132	7.5%	7.6%	
	8	無職	195	11.1%	11.2%	
	9	その他	50	2.8%	2.9%	
	10	無回答	20	1.1%	-	
居住地	1	山口県内	352	20.0%	20.0%	
	2	山口県外	1410	80.0%	80.0%	
	3	無回答	0	0.0%	-	
居住地	県内	1	東部	120	6.8%	6.8%
		2	中部	119	6.8%	6.8%
		3	北部	6	0.3%	0.3%
		4	西部	107	6.1%	6.1%
		5	山口県外	1410	80.0%	80.0%
	県外	6	北海道	8	0.5%	0.6%
		7	東北	15	0.9%	1.1%
		8	関東	279	15.8%	19.8%
		9	甲信越	17	1.0%	1.2%
		10	東海	67	3.8%	4.8%
		11	近畿	294	16.7%	20.9%
		12	中国(山口県以外)	434	24.6%	30.8%
		13	鳥取県	16	0.9%	1.1%
		14	島根県	39	2.2%	2.8%
		15	岡山県	54	3.1%	3.8%
		16	広島県	325	18.4%	23.0%
		17	四国	63	3.6%	4.5%
		18	九州	233	13.2%	16.5%
		19	福岡県	131	7.4%	9.3%
		20	無回答	0	0.0%	-
立ち寄ったエリア (複数回答) ※構成比の分母は 1,762、無回答を除く構 成比の分母は、無回答 を除いた1,540。	場所	1	岩国地区	251	14.2%	16.3%
		2	柳井大島地区	81	4.6%	5.3%
		3	周南地区	153	8.7%	9.9%
		4	県央地区	223	12.7%	14.5%
		5	萩・長門地区	505	28.7%	32.8%
		6	下関地区	322	18.3%	20.9%
		7	宇部・小野田地区	337	19.1%	21.9%
		8	山口県外	341	19.4%	22.1%
		9	山口市以外に立ち寄った地区はない	326	18.5%	21.2%
		10	無回答	222	12.6%	-

注1) 構成比は小数点の設定の違いで文中の表と異なる場合がある。

注2) 複数回答の設問に対する構成比は、全回答数 1,762 を分母とした値である。

## 付表 単純集計結果一覧表 (続き)

設問内容	番号	選択肢	実データ	構成比	無回答を除いた構成比
旅行の主な目的 (1つだけ)	1	観光・旅行・温泉	1202	68.2%	70.0%
	2	ビジネス・公用	114	6.5%	6.6%
	3	家族・親族等への訪問	197	11.2%	11.5%
	4	大会・イベント出席	84	4.8%	4.9%
	5	その他	103	5.8%	6.0%
	6	無回答	45	2.6%	—
山口市を候補にあげたきっかけの媒体 (1つだけ)	1	テレビ	94	5.3%	5.6%
	2	ラジオ	16	0.9%	1.0%
	3	新聞	33	1.9%	2.0%
	4	旅行誌	98	5.6%	5.8%
	5	ガイドブック	78	4.4%	4.6%
	6	ポスター	10	0.6%	0.6%
	7	行政及び観光協会のパンフレット	85	4.8%	5.1%
	8	旅行会社のパンフレット	97	5.5%	5.8%
	9	知人・友人	366	20.8%	21.8%
	10	インターネット	128	7.3%	7.6%
	11	その他	556	31.6%	33.1%
	12	無回答	82	4.7%	—
旅行の同行者の関係 (1つだけ)	1	ひとり	162	9.2%	10.0%
	2	家族	658	37.3%	40.7%
	3	夫婦	450	25.5%	27.8%
	4	親戚	60	3.4%	3.7%
	5	知人・友人	216	12.3%	13.3%
	6	団体	37	2.1%	2.3%
	7	その他	33	1.9%	2.0%
	8	無回答	144	8.2%	—
旅行の同行者の人数 (本人を含めた人数)	1	1人	230	13.1%	13.8%
	2	2人	752	42.7%	45.0%
	3	3人	285	16.2%	17.1%
	4	4人	200	11.4%	12.0%
	5	5人	84	4.8%	5.0%
	6	6人	42	2.4%	2.5%
	7	7人	20	1.1%	1.2%
	8	8人	10	0.6%	0.6%
	9	9人以上	48	2.7%	2.9%
	10	無回答	91	5.2%	—
山口市への旅行回数	1	1回	476	27.0%	30.1%
	2	2回	272	15.4%	17.2%
	3	3回	194	11.0%	12.3%
	4	4回	91	5.2%	5.8%
	5	5回	169	9.6%	10.7%
	6	6回	48	2.7%	3.0%
	7	7回	31	1.8%	2.0%
	8	8回	23	1.3%	1.5%
	9	9回	8	0.5%	0.5%
	10	10回以上	268	15.2%	17.0%
	11	無回答	182	10.3%	—
来訪月	1	1月	219	12.4%	13.3%
	2	2月	62	3.5%	3.8%
	3	3月	93	5.3%	5.7%
	4	4月	72	4.1%	4.4%
	5	5月	93	5.3%	5.7%
	6	6月	68	3.9%	4.1%
	7	7月	173	9.8%	10.5%
	8	8月	318	18.0%	19.4%
	9	9月	163	9.3%	9.9%
	10	10月	119	6.8%	7.2%
	11	11月	137	7.8%	8.3%
	12	12月	125	7.1%	7.6%
	13	無回答	120	6.8%	—

付表 単純集計結果一覧表 (続き)

設問内容	番号	選択肢	実データ	構成比	無回答を除いた構成比
山口市までの交通手段 (複数回答) ※構成比の分母は1,762、 無回答を除く構成比の分母は、無回答を除いた 1,681。	1	新幹線	467	26.5%	27.8%
	2	その他の鉄道	191	10.8%	11.4%
	3	自家用車	902	51.2%	53.7%
	4	船舶	21	1.2%	1.2%
	5	観光団体バス	45	2.6%	2.7%
	6	路線バス	56	3.2%	3.3%
	7	タクシー	8	0.5%	0.5%
	8	レンタカー	63	3.6%	3.7%
	9	飛行機	142	8.1%	8.4%
	10	自転車	15	0.9%	0.9%
	11	徒歩	9	0.5%	0.5%
	12	その他	29	1.6%	1.7%
	13	無回答	81	4.6%	-
山口市内での交通手段 (複数回答) ※構成比の分母は1,762、 無回答を除く構成比の分母は、無回答を除いた 1,636。	1	新幹線	8	0.5%	0.5%
	2	その他の鉄道	211	12.0%	12.9%
	3	自家用車	892	50.6%	54.5%
	4	船舶	0	0.0%	0.0%
	5	観光団体バス	53	3.0%	3.2%
	6	路線バス	184	10.4%	11.2%
	7	タクシー	117	6.6%	7.2%
	8	レンタカー	188	10.7%	11.5%
	9	飛行機	0	0.0%	0.0%
	10	自転車	59	3.3%	3.6%
	11	徒歩	249	14.1%	15.2%
	12	その他	34	1.9%	2.1%
	13	無回答	126	7.2%	-
旅行の全日程	1	日帰り	303	17.2%	19.7%
	2	1泊	661	37.5%	43.0%
	3	2泊	351	19.9%	22.8%
	4	3泊	121	6.9%	7.9%
	5	4泊	33	1.9%	2.1%
	6	5泊	36	2.0%	2.3%
	7	6泊	12	0.7%	0.8%
	8	7泊	5	0.3%	0.3%
	9	8泊	2	0.1%	0%
	10	9泊	1	0.1%	0%
	11	10泊	4	0.2%	0.3%
	12	それ以上	8	0.5%	0.5%
	13	無回答	225	12.8%	-
山口市内での宿泊数	1	日帰り	40	2.3%	3.3%
	2	1泊	907	51.5%	75.9%
	3	2泊	188	10.7%	15.7%
	4	3泊	33	1.9%	2.8%
	5	4泊	11	0.6%	0.9%
	6	5泊	7	0.4%	0.6%
	7	6泊以上	9	0.5%	0.8%
	8	無回答	567	32.2%	-
山口市での消費額 (平均額)	1	宿泊費	16,628	-	-
	2	飲食費	4,968	-	-
	3	お土産	4,700	-	-
	4	交通費	5,830	-	-
	5	施設見学料	1,071	-	-
	6	その他	3,919	-	-

## 付表 単純集計結果一覧表 (続き)

設問内容		番号	選択肢	実データ	構成比	無回答を除いた構成比		
宿泊地		1	湯田温泉	1034	58.7%	82.5%		
		2	新山口周辺	66	3.7%	5.3%		
		3	山口駅周辺	73	4.1%	5.8%		
		4	その他	80	4.5%	6.4%		
		5	無回答	547	31.0%	-		
宿泊施設についての評価		料金		1	安い	169	9.6%	13.7%
		2	やや安い	159	9.0%	12.9%		
		3	普通	739	41.9%	59.9%		
		4	やや高い	135	7.7%	10.9%		
		5	高い	31	1.8%	2.5%		
		6	無回答	529	30.0%	-		
		料理		1	良い	418	23.7%	35.6%
		2	やや良い	293	16.6%	25.0%		
		3	普通	424	24.1%	36.1%		
		4	やや悪い	31	1.8%	2.6%		
		5	悪い	7	0.4%	0.6%		
		6	無回答	589	33.4%	-		
		風呂		1	良い	546	31.0%	44.6%
		2	やや良い	317	18.0%	25.9%		
		3	普通	337	19.1%	27.5%		
		4	やや悪い	24	1.4%	2.0%		
		5	悪い	1	0.1%	0.1%		
		6	無回答	537	30.5%	-		
		接客態度		1	良い	627	35.6%	50.1%
		2	やや良い	295	16.7%	23.6%		
		3	普通	306	17.4%	24.4%		
		4	やや悪い	15	0.9%	1.2%		
		5	悪い	9	0.5%	0.7%		
		6	無回答	510	28.9%	-		
部屋		1	良い	490	27.8%	40.1%		
2	やや良い	300	17.0%	24.5%				
3	普通	378	21.5%	30.9%				
4	やや悪い	50	2.8%	4.1%				
5	悪い	4	0.2%	0.3%				
6	無回答	539	30.6%	-				
施設設備		1	良い	404	22.9%	33.3%		
2	やや良い	302	17.1%	24.9%				
3	普通	447	25.4%	36.9%				
4	やや悪い	53	3.0%	4.4%				
5	悪い	6	0.3%	0.5%				
6	無回答	550	31.2%	-				
交通の便についての評価		乗り継ぎ		1	楽だった	207	11.7%	20.0%
		2	やや楽	172	9.8%	16.6%		
		3	普通	405	23.0%	39.1%		
		4	やや大変	197	11.2%	19.0%		
		5	大変	56	3.2%	5.4%		
		6	無回答	725	41.1%	-		
		道路標識		1	わかりやすい	342	19.4%	26.0%
		2	ややわかりやすい	247	14.0%	18.8%		
		3	普通	568	32.2%	43.2%		
		4	ややわかりにくい	131	7.4%	10.0%		
		5	わかりにくい	27	1.5%	2.1%		
		6	無回答	446	25.3%	-		
		観光案内板		1	わかりやすい	341	19.4%	25.4%
		2	ややわかりやすい	277	15.7%	20.6%		
		3	普通	557	31.6%	41.5%		
		4	ややわかりにくい	127	7.2%	9.5%		
		5	わかりにくい	39	2.2%	2.9%		
		6	無回答	420	23.8%	-		

付表 単純集計結果一覧表（続き）

設問内容	番号	選択肢	実データ	構成比	無回答を除いた構成比	
お土産について の評価	価格	1	安い	43	2.4%	2.9%
		2	やや安い	121	6.9%	8.0%
		3	普通	1215	69.0%	80.6%
		4	やや高い	113	6.4%	7.5%
		5	高い	16	0.9%	1.1%
		6	無回答	254	14.4%	-
	品揃え	1	良い	107	6.1%	7.5%
		2	やや良い	176	10.0%	12.3%
		3	普通	949	53.9%	66.4%
		4	やや悪い	186	10.6%	13.0%
		5	悪い	10	0.6%	0.7%
		6	無回答	333	18.9%	-
食事についての評価	1	良い	292	16.6%	20.8%	
	2	やや良い	362	20.5%	25.7%	
	3	普通	667	37.9%	47.4%	
	4	やや悪い	76	4.3%	5.4%	
	5	悪い	9	0.5%	0.6%	
	6	無回答	356	20.2%	-	
観光施設についての評価	1	良い	357	20.3%	24.9%	
	2	やや良い	429	24.3%	30.0%	
	3	普通	572	32.5%	39.9%	
	4	やや悪い	67	3.8%	4.7%	
	5	悪い	7	0.4%	0.5%	
	6	無回答	330	18.7%	-	
山口市訪問の満足についての評価	1	満足	476	27.0%	30.5%	
	2	やや満足	628	35.6%	40.3%	
	3	普通	400	22.7%	25.6%	
	4	やや不満足	51	2.9%	3.3%	
	5	不満足	5	0.3%	0.3%	
	6	無回答	202	11.5%	-	
今回の旅行の満足度についての評価	1	満足	614	34.8%	38.8%	
	2	やや満足	599	34.0%	37.9%	
	3	普通	335	19.0%	21.2%	
	4	やや不満足	28	1.6%	1.8%	
	5	不満足	4	0.2%	0.3%	
	6	無回答	180	10.2%	-	

付表 単純集計結果一覧表（続き）

設問内容	番号	選択肢	実データ	構成比	無回答を除いた構成比	
山口市内で立ち寄った観光施設 (施設数)	1	0ヶ所	46	2.6%	4.3%	
	2	1ヶ所	218	12.4%	20.5%	
	3	2ヶ所	241	13.7%	22.6%	
	4	3ヶ所	236	13.4%	22.1%	
	5	4ヶ所	132	7.5%	12.4%	
	6	5ヶ所	80	4.5%	7.5%	
	7	6ヶ所以上	113	6.4%	10.6%	
	8	無回答	696	39.5%	-	
山口市内での 旅行中の情報	利用媒体 (複数回答) ※構成比の分母 は1,762。	1	市販の観光パンフレット	375	21.3%	21.3%
		2	無料の観光パンフレット	937	53.2%	53.2%
		3	観光案内所	403	22.9%	22.9%
		4	観光情報サイト	209	11.9%	11.9%
		5	個人のブログ・SNS	57	3.2%	3.2%
		6	湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	170	9.6%	9.6%
		7	携帯電話等の情報端末(スマホなど)	283	16.1%	16.1%
		8	その他の利用媒体	80	4.5%	4.5%
		9	利用した媒体はない	148	8.4%	8.4%
	欲しい情報の取得	1	得られた	603	34.2%	43.5%
		2	やや得られた	475	27.0%	34.2%
		3	普通	263	14.9%	19.0%
		4	あまり得られなかった	36	2.0%	2.6%
		5	得られなかった	9	0.5%	0.6%
		6	無回答	375	21.3%	-
	入手状況	1	入手しやすかった	775	44.0%	56.2%
		2	やや入手しやすかった	266	15.1%	19.3%
		3	普通	292	16.6%	21.2%
4		やや入手しにくかった	38	2.2%	2.8%	
5		入手しにくかった	7	0.4%	0.5%	
6		無回答	384	21.8%	-	
また山口市を訪問したいと思うか	1	是非訪れたい	887	50.3%	53.2%	
	2	機会があれば訪れたい	747	42.4%	44.8%	
	3	敢えて訪れたいとは思わない	29	1.6%	1.7%	
	4	訪れたくない	3	0.2%	0.2%	
	5	無回答	96	5.4%	-	





## 第2部 2009年～2016年における時系列の集計結果

第2部では、2009年から2016年において行ったアンケート調査結果を8年の時系列としてまとめる。なお、8年を経過するなかで、アンケートの調査項目や選択肢が変更されているものがあるが、8年で比較できるものを中心に整理し、新しい項目については3年以上のものを掲載している。また、項目名については同様の意味とされるものについて便宜上統一して表示している。

### 2-1 性別

表 2-1-1 は、2009年から2016年までの性別の回答数と構成比の推移を表したものである。男性が約40%、女性が約60%で推移しており、8年間の推移に大きな変化はなく、いずれも男性よりも女性が多い結果となっている。

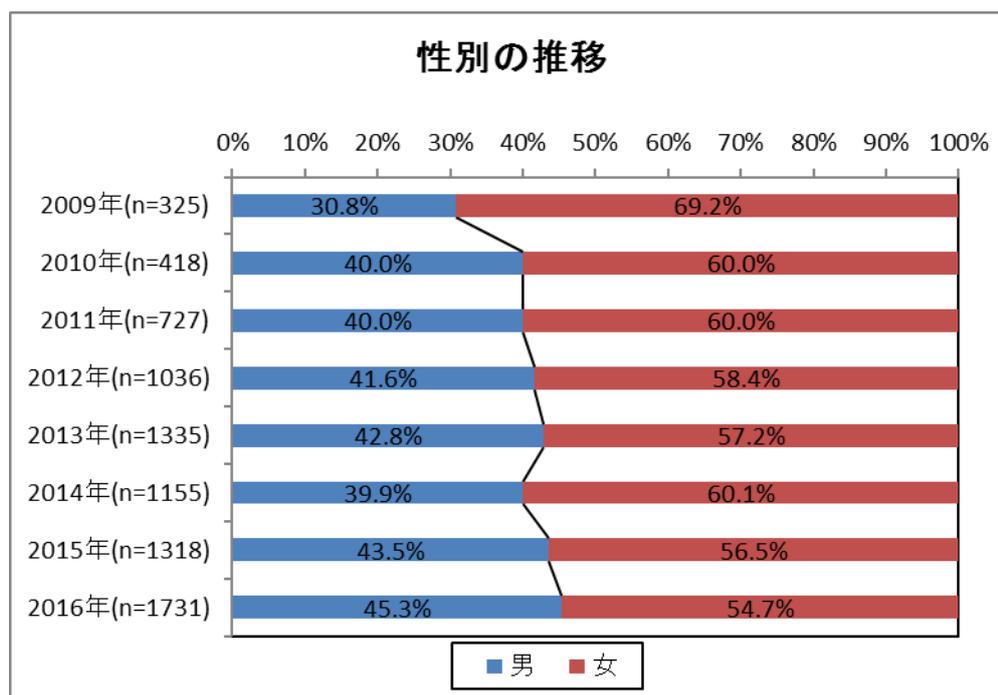
表 2-1-1 性別の回答数

性別	男	女	合計
2009年	100	225	325
2010年	167	251	418
2011年	291	436	727
2012年	431	605	1,036
2013年	572	763	1,335
2014年	461	694	1,155
2015年	573	745	1,318
2016年	785	946	1,731

【構成比】

性別	男	女	合計
2009年	30.8%	69.2%	100.0%
2010年	40.0%	60.0%	100.0%
2011年	40.0%	60.0%	100.0%
2012年	41.6%	58.4%	100.0%
2013年	42.8%	57.2%	100.0%
2014年	39.9%	60.1%	100.0%
2015年	43.5%	56.5%	100.0%
2016年	45.3%	54.7%	100.0%

図 2-1-1 性別の推移



## 2-2 年齢

表 2-2-1 は、2009 年から 2016 年までの年齢別の回答数の推移を表したものである。いずれの年も 60 代の割合が多いが、2014 年以外は 50 代の割合も多くなっている。一方、最も少ない年齢層は 9 歳以下で、続いて 10 代という傾向がある。

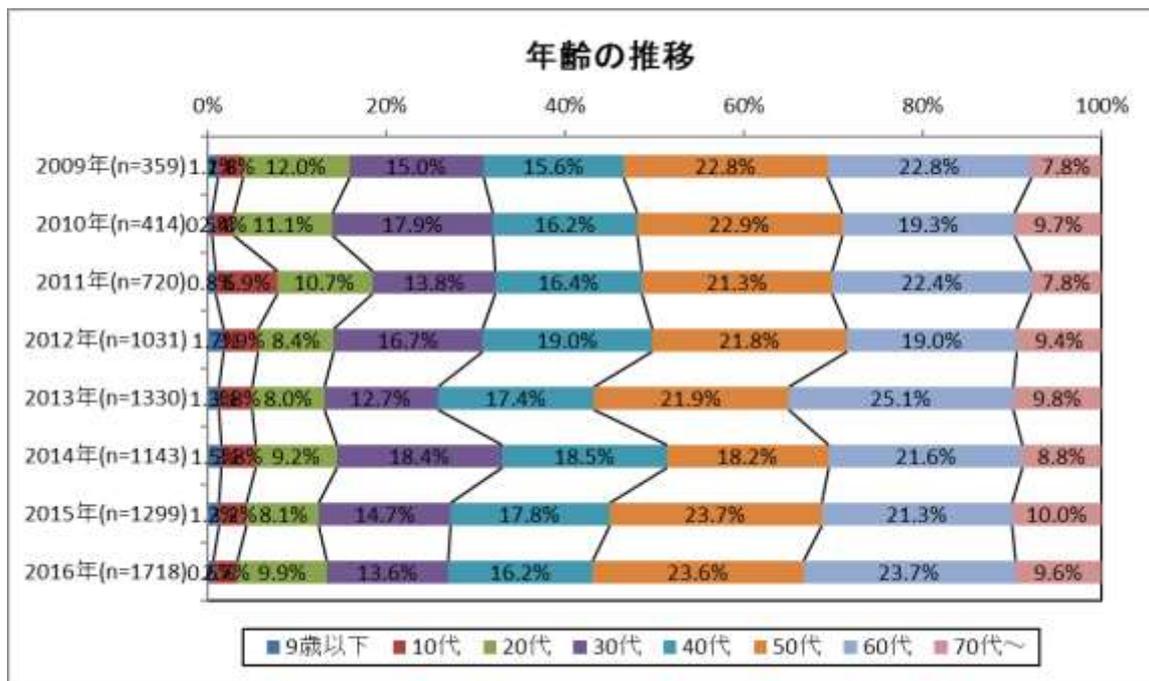
表 2-2-1 年齢別の回答数

年齢	9歳以下	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	合計
2009年	4	10	43	54	56	82	82	28	359
2010年	2	10	46	74	67	95	80	40	414
2011年	6	50	77	99	118	153	161	56	720
2012年	18	40	87	172	196	225	196	97	1,031
2013年	17	50	106	169	232	291	334	131	1,330
2014年	17	44	105	210	211	208	247	101	1,143
2015年	16	41	105	191	231	308	277	130	1,299
2016年	11	47	170	234	278	405	408	165	1,718

### 【構成比】

年齢	9歳以下	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	合計
2009年	1.1%	2.8%	12.0%	15.0%	15.6%	22.8%	22.8%	7.8%	100.0%
2010年	0.5%	2.4%	11.1%	17.9%	16.2%	22.9%	19.3%	9.7%	100.0%
2011年	0.8%	6.9%	10.7%	13.8%	16.4%	21.3%	22.4%	7.8%	100.0%
2012年	1.7%	3.9%	8.4%	16.7%	19.0%	21.8%	19.0%	9.4%	100.0%
2013年	1.3%	3.8%	8.0%	12.7%	17.4%	21.9%	25.1%	9.8%	100.0%
2014年	1.5%	3.8%	9.2%	18.4%	18.5%	18.2%	21.6%	8.8%	100.0%
2015年	1.2%	3.2%	8.1%	14.7%	17.8%	23.7%	21.3%	10.0%	100.0%
2016年	0.6%	2.7%	9.9%	13.6%	16.2%	23.6%	23.7%	9.6%	100.0%

図 2-2-1 年齢の推移



## 2-3 職業

表 2-3-1 は、2009 年から 2016 年までの職業別の回答数の推移を表したものである。いずれの年も最も多いのは会社員であり、次が、主婦・主夫という傾向である。

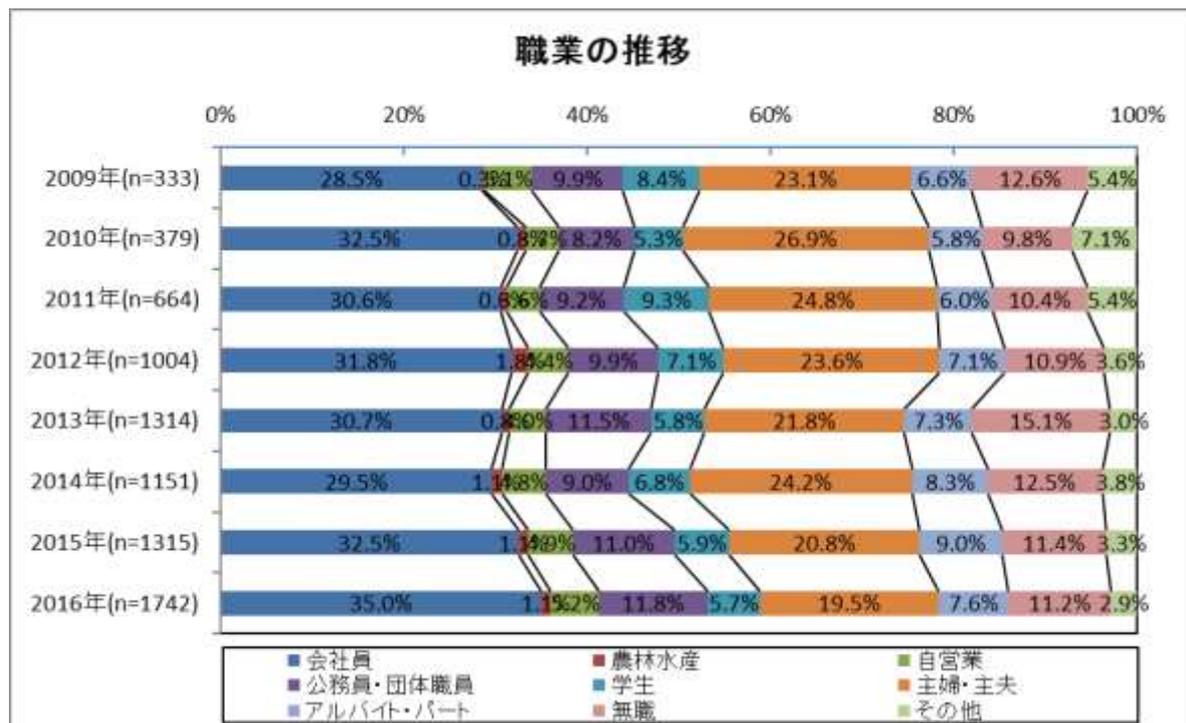
表 2-3-1 職業

職業	会社員	農林水産	自営業	公務員・団体職員	学生	主婦・主夫	アルバイト・パート	無職	その他	合計
2009年	95	1	17	33	28	77	22	42	18	333
2010年	123	3	14	31	20	102	22	37	27	379
2011年	203	4	24	61	62	165	40	69	36	664
2012年	319	18	44	99	71	237	71	109	36	1,004
2013年	403	11	52	151	76	287	96	199	39	1,314
2014年	340	13	55	104	78	278	95	144	44	1,151
2015年	427	14	65	145	78	274	118	150	44	1,315
2016年	609	19	91	206	100	340	132	195	50	1,742

### 【構成比】

職業	会社員	農林水産	自営業	公務員・団体職員	学生	主婦・主夫	アルバイト・パート	無職	その他	合計
2009年	28.5%	0.3%	5.1%	9.9%	8.4%	23.1%	6.6%	12.6%	5.4%	100.0%
2010年	32.5%	0.8%	3.7%	8.2%	5.3%	26.9%	5.8%	9.8%	7.1%	100.0%
2011年	30.6%	0.6%	3.6%	9.2%	9.3%	24.8%	6.0%	10.4%	5.4%	100.0%
2012年	31.8%	1.8%	4.4%	9.9%	7.1%	23.6%	7.1%	10.9%	3.6%	100.0%
2013年	30.7%	0.8%	4.0%	11.5%	5.8%	21.8%	7.3%	15.1%	3.0%	100.0%
2014年	29.5%	1.1%	4.8%	9.0%	6.8%	24.2%	8.3%	12.5%	3.8%	100.0%
2015年	32.5%	1.1%	4.9%	11.0%	5.9%	20.8%	9.0%	11.4%	3.3%	100.0%
2016年	35.0%	1.1%	5.2%	11.8%	5.7%	19.5%	7.6%	11.2%	2.9%	100.0%

図 2-3-1 職業の推移



## 2-4 居住地

表 2-4-1 は、2009 年から 2016 年までの居住地別の回答数の推移を表したものである。山口県内外に区分した場合、いずれの年も山口県外の居住者が多い結果となった。

居住地構成を地方でみると、どの地方も増減を繰り返しているなかで、関東の増加傾向がみとれる。

なお、2009 年～2011 年までと 2012 年以降の山口県内の地域区分（東・中・北・西部）は異なるので、山口県内の地区を比較をする際は注意が必要である。

表 2-4-1 居住地別の回答数

居住地	山口県内	山口県外	合計
2009年	111	356	467
2010年	135	340	475
2011年	266	456	722
2012年	330	716	1,046
2013年	379	967	1,346
2014年	348	821	1,169
2015年	331	1,003	1,334
2016年	352	1,410	1,762

### 【構成比】

居住地	山口県内	山口県外	合計
2009年	23.8%	76.2%	100.0%
2010年	28.4%	71.6%	100.0%
2011年	36.8%	63.2%	100.0%
2012年	31.5%	68.5%	100.0%
2013年	28.2%	71.8%	100.0%
2014年	29.8%	70.2%	100.0%
2015年	24.8%	75.2%	100.0%
2016年	20.0%	80.0%	100.0%

居住地	山口県内				山口県外									合計
	東部	中部	北部	西部	北海道	東北	関東	甲信越	東海	近畿	中国	四国	九州	
2009年	46	39	3	23	2	2	45	2	26	47	173	9	50	467
2010年	58	42	1	34	1	17	38	6	19	35	161	7	56	475
2011年	94	97	7	68	4	30	68	8	27	76	132	17	94	722
2012年	118	94	11	107	9	14	143	13	69	147	184	23	114	1,046
2013年	149	91	16	120	8	20	197	24	68	189	232	27	205	1,346
2014年	121	92	3	132	9	9	172	23	67	128	215	33	165	1,169
2015年	103	124	12	92	11	17	231	17	56	193	268	33	177	1,334
2016年	120	119	6	107	8	10	279	17	67	294	434	63	233	1,757

居住地	山口県内				山口県外									合計
	東部	中部	北部	西部	北海道	東北	関東	甲信越	東海	近畿	中国	四国	九州	
2009年	9.9%	8.4%	0.6%	4.9%	0.4%	0.4%	9.6%	0.4%	5.6%	10.1%	37.0%	1.9%	10.7%	100.0%
2010年	12.2%	8.8%	0.2%	7.2%	0.2%	3.6%	8.0%	1.3%	4.0%	7.4%	33.9%	1.5%	11.8%	100.0%
2011年	13.0%	13.4%	1.0%	9.4%	0.6%	4.2%	9.4%	1.1%	3.7%	10.5%	18.3%	2.4%	13.0%	100.0%
2012年	11.3%	9.0%	1.1%	10.2%	0.9%	1.3%	13.7%	1.2%	6.6%	14.1%	17.6%	2.2%	10.9%	100.0%
2013年	11.1%	6.8%	1.2%	8.9%	0.6%	1.5%	14.6%	1.8%	5.1%	14.0%	17.2%	2.0%	15.2%	100.0%
2014年	10.4%	7.9%	0.3%	11.3%	0.8%	0.8%	14.7%	2.0%	5.7%	10.9%	18.4%	2.8%	14.1%	100.0%
2015年	7.7%	9.3%	0.9%	6.9%	0.8%	1.3%	17.3%	1.3%	4.2%	14.5%	20.1%	2.5%	13.3%	100.0%
2016年	6.8%	6.8%	0.3%	6.1%	0.5%	0.6%	15.9%	1.0%	3.8%	16.7%	24.7%	3.6%	13.3%	100.0%

図 2-4-1 居住地の推移（山口県内・県外別）

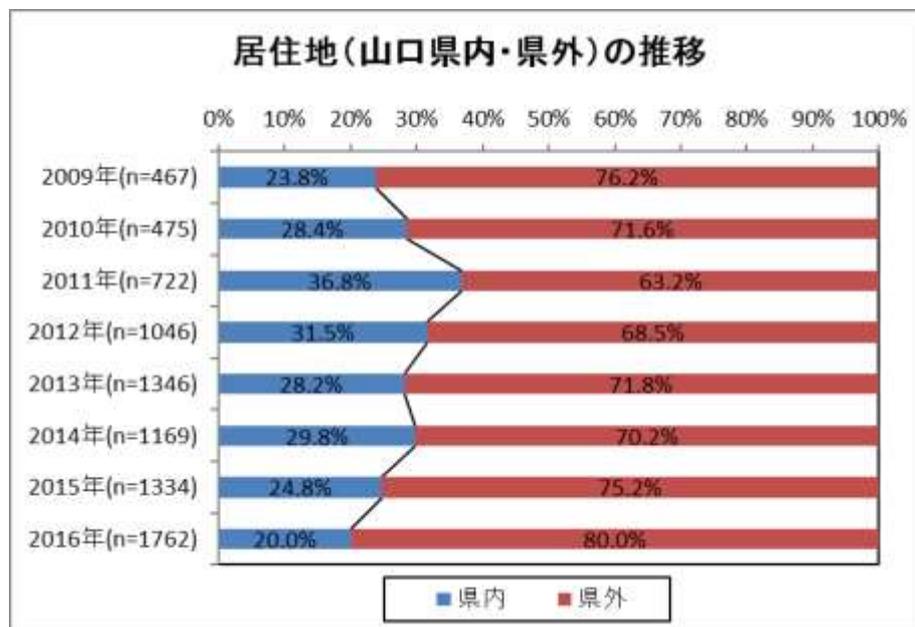
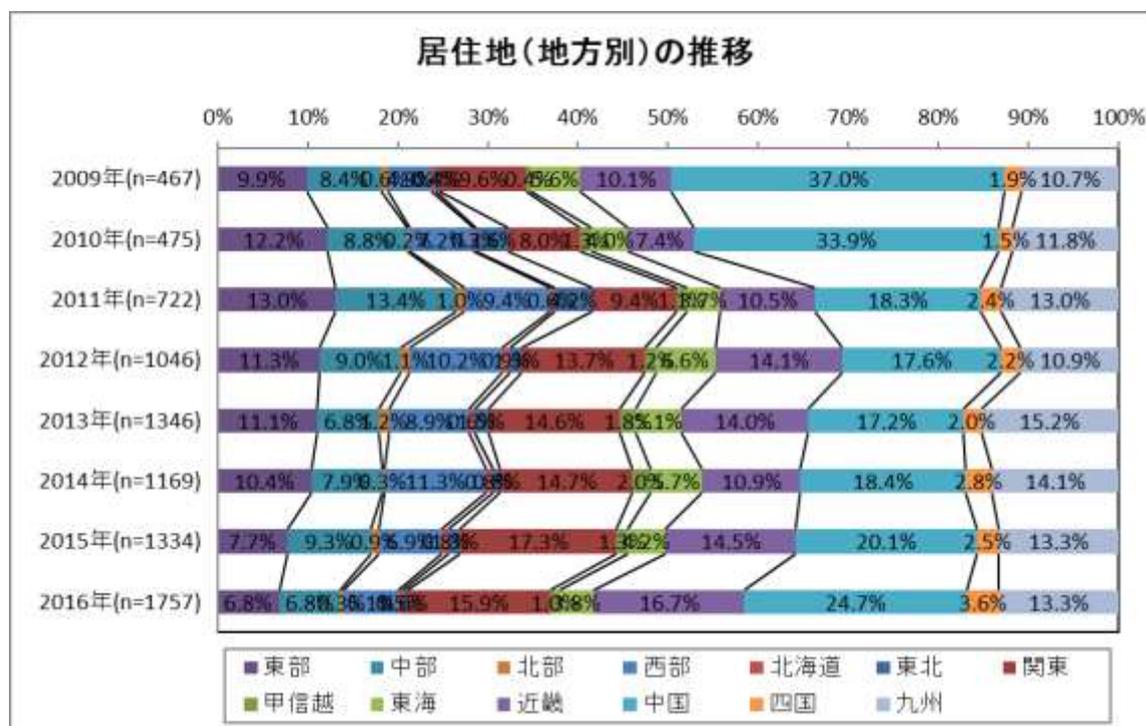


図 2-4-2 居住地構成の推移（地方別）



## 2-5 山口市以外の立ち寄りエリア

表 2-5-1 は、2009 年から 2016 年までの山口市以外で立ち寄った地域の割合を表したものである。いずれの年も山口県内においては、萩・長門地区が最も多く、それに続き宇部・小野田地区と下関地区が高い割合を占めている。

表 2-5-1 立ち寄りエリアの回答（複数回答）

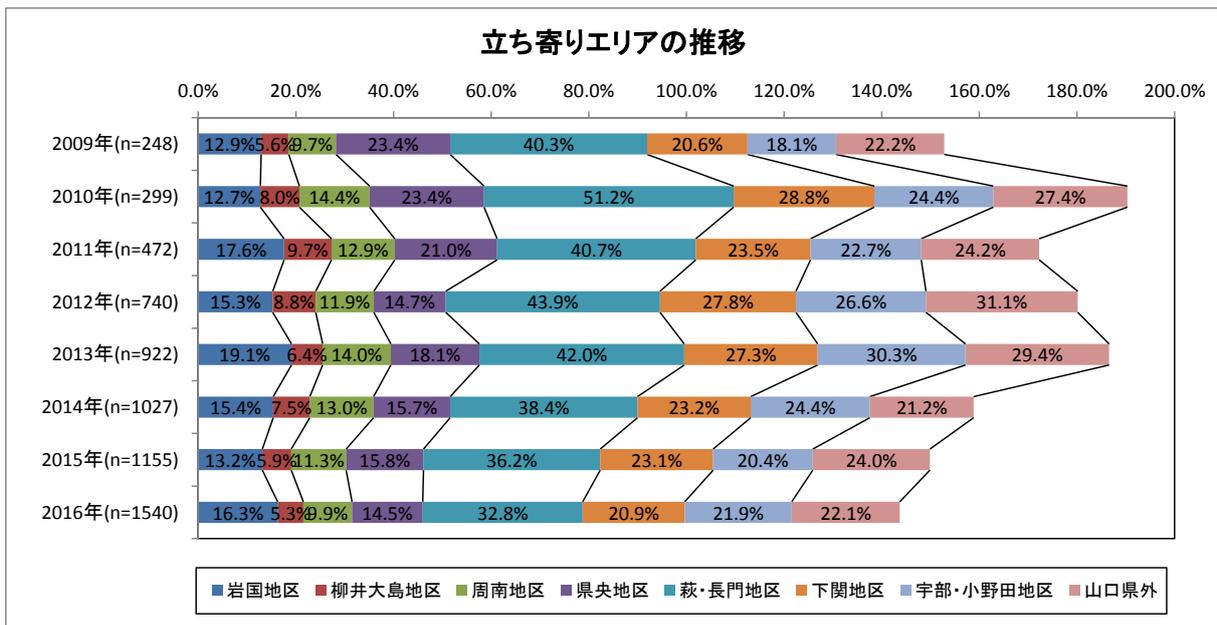
立ち寄り エリア	岩国 地区	柳井大島 地区	周南 地区	県央 地区	萩・長門 地区	下関 地区	宇部・小 野田地区	山口県外	合計	回答者数
2009年	32	14	24	58	100	51	45	55	379	248
2010年	38	24	43	70	153	86	73	82	569	299
2011年	83	46	61	99	192	111	107	114	813	472
2012年	113	65	88	109	325	206	197	230	1,333	740
2013年	176	59	129	167	387	252	279	271	1,720	922
2014年	158	77	134	161	394	238	251	218	1,631	1,027
2015年	152	68	130	183	418	267	236	277	1,731	1,155
2016年	251	81	153	223	505	322	337	341	2,213	1,540

### 【構成比】

立ち寄り エリア	岩国 地区	柳井大島 地区	周南 地区	県央 地区	萩・長門 地区	下関 地区	宇部・小 野田地区	山口県外	合計	回答者数
2009年	12.9%	5.6%	9.7%	23.4%	40.3%	20.6%	18.1%	22.2%	152.8%	100.0%
2010年	12.7%	8.0%	14.4%	23.4%	51.2%	28.8%	24.4%	27.4%	190.3%	100.0%
2011年	17.6%	9.7%	12.9%	21.0%	40.7%	23.5%	22.7%	24.2%	172.2%	100.0%
2012年	15.3%	8.8%	11.9%	14.7%	43.9%	27.8%	26.6%	31.1%	180.1%	100.0%
2013年	19.1%	6.4%	14.0%	18.1%	42.0%	27.3%	30.3%	29.4%	186.6%	100.0%
2014年	15.4%	7.5%	13.0%	15.7%	38.4%	23.2%	24.4%	21.2%	158.8%	100.0%
2015年	13.2%	5.9%	11.3%	15.8%	36.2%	23.1%	20.4%	24.0%	149.9%	100.0%
2016年	16.3%	5.3%	9.9%	14.5%	32.8%	20.9%	21.9%	22.1%	143.7%	100.0%

注) 複数回答項目であるため合計は 100% とならない。

図 2-5-1 立ち寄りエリアの推移（複数回答）



## 2-6 旅行の主な目的

表 2-6-1 は、2009 年から 2016 年までの旅行の主な目的を表したものである。いずれの年も観光を目的とした訪問が最も多くなっている。2011 年は、大会・イベント出席の割合が増加しているが、山口国体・山口大会の影響と考えられ、その後の割合は低下している。

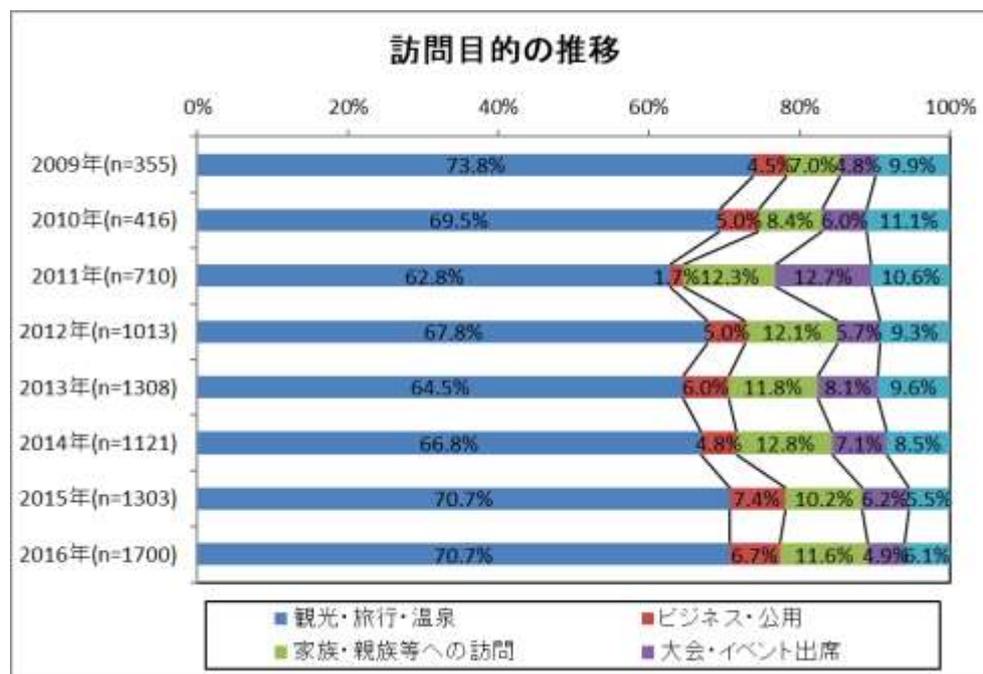
表 2-6-1 訪問目的の回答数

訪問目的	観光・旅行・温泉	ビジネス・公用	家族・親族等への訪問	大会・イベント出席	その他	合計
2009年	262	16	25	17	35	355
2010年	289	21	35	25	46	416
2011年	446	12	87	90	75	710
2012年	687	51	123	58	94	1,013
2013年	844	79	154	106	125	1,308
2014年	749	54	143	80	95	1,121
2015年	921	96	133	81	72	1,303
2016年	1,202	114	197	84	103	1,700

【構成比】

訪問目的	観光・旅行・温泉	ビジネス・公用	家族・親族等への訪問	大会・イベント出席	その他	合計
2009年	73.8%	4.5%	7.0%	4.8%	9.9%	100.0%
2010年	69.5%	5.0%	8.4%	6.0%	11.1%	100.0%
2011年	62.8%	1.7%	12.3%	12.7%	10.6%	100.0%
2012年	67.8%	5.0%	12.1%	5.7%	9.3%	100.0%
2013年	64.5%	6.0%	11.8%	8.1%	9.6%	100.0%
2014年	66.8%	4.8%	12.8%	7.1%	8.5%	100.0%
2015年	70.7%	7.4%	10.2%	6.2%	5.5%	100.0%
2016年	70.7%	6.7%	11.6%	4.9%	6.1%	100.0%

図 2-6-1 訪問目的の推移



## 2-7 山口市を候補にあげたきっかけの媒体

表 2-7-1 は、2009 年から 2016 年までの山口市を旅行先の候補にあげたきっかけの媒体別の回答数である。本質問は、回答数を 1 つのみ選択するものである。いずれの年もその他が最も多く、続いて友人・知人が高い割合を占めている。2015 年は例年に比べテレビの割合が高くなっており、大河ドラマの放映が影響していると考えられる。

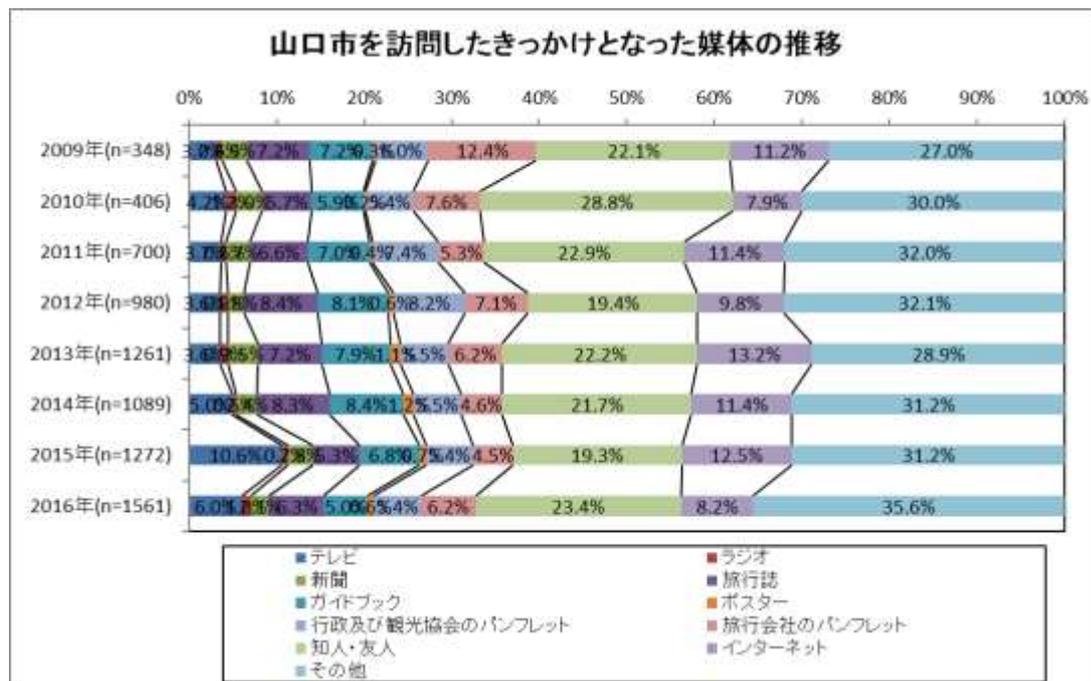
表 2-7-1 山口市を候補にあげたきっかけの媒体

山口市を訪問したきっかけ	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	知人・友人	インターネット	その他	合計
2009年	11	2	10	25	25	1	21	43	77	39	94	348
2010年	17	5	12	23	24	1	22	31	117	32	122	406
2011年	26	4	19	46	49	3	52	37	160	80	224	700
2012年	35	9	18	82	79	6	80	70	190	96	315	980
2013年	45	11	44	91	99	14	69	78	280	166	364	1,261
2014年	54	5	26	90	91	13	60	50	236	124	340	1,089
2015年	135	9	36	68	87	9	69	57	246	159	397	1,272
2016年	94	16	33	98	78	10	85	97	366	128	556	1,561

### 【構成比】

山口市を訪問したきっかけ	テレビ	ラジオ	新聞	旅行誌	ガイドブック	ポスター	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	知人・友人	インターネット	その他	合計
2009年	3.2%	0.6%	2.9%	7.2%	7.2%	0.3%	6.0%	12.4%	22.1%	11.2%	27.0%	100.0%
2010年	4.2%	1.2%	3.0%	5.7%	5.9%	0.2%	5.4%	7.6%	28.8%	7.9%	30.0%	100.0%
2011年	3.7%	0.6%	2.7%	6.6%	7.0%	0.4%	7.4%	5.3%	22.9%	11.4%	32.0%	100.0%
2012年	3.6%	0.9%	1.8%	8.4%	8.1%	0.6%	8.2%	7.1%	19.4%	9.8%	32.1%	100.0%
2013年	3.6%	0.9%	3.5%	7.2%	7.9%	1.1%	5.5%	6.2%	22.2%	13.2%	28.9%	100.0%
2014年	5.0%	0.5%	2.4%	8.3%	8.4%	1.2%	5.5%	4.6%	21.7%	11.4%	31.2%	100.0%
2015年	10.6%	0.7%	2.8%	5.3%	6.8%	0.7%	5.4%	4.5%	19.3%	12.5%	31.2%	100.0%
2016年	6.0%	1.0%	2.1%	6.3%	5.0%	0.6%	5.4%	6.2%	23.4%	8.2%	35.6%	100.0%

図 2-7-1 山口市を候補にあげたきっかけの媒体の推移



## 2-8 旅行の同行者

表 2-8-1 は、旅行の同行者との関係について示したものである。いずれの年も家族が最も多く、続いて夫婦と知人・友人の割合が例年高くなっている。2015 年以降は、ひとりの割合が増加している。

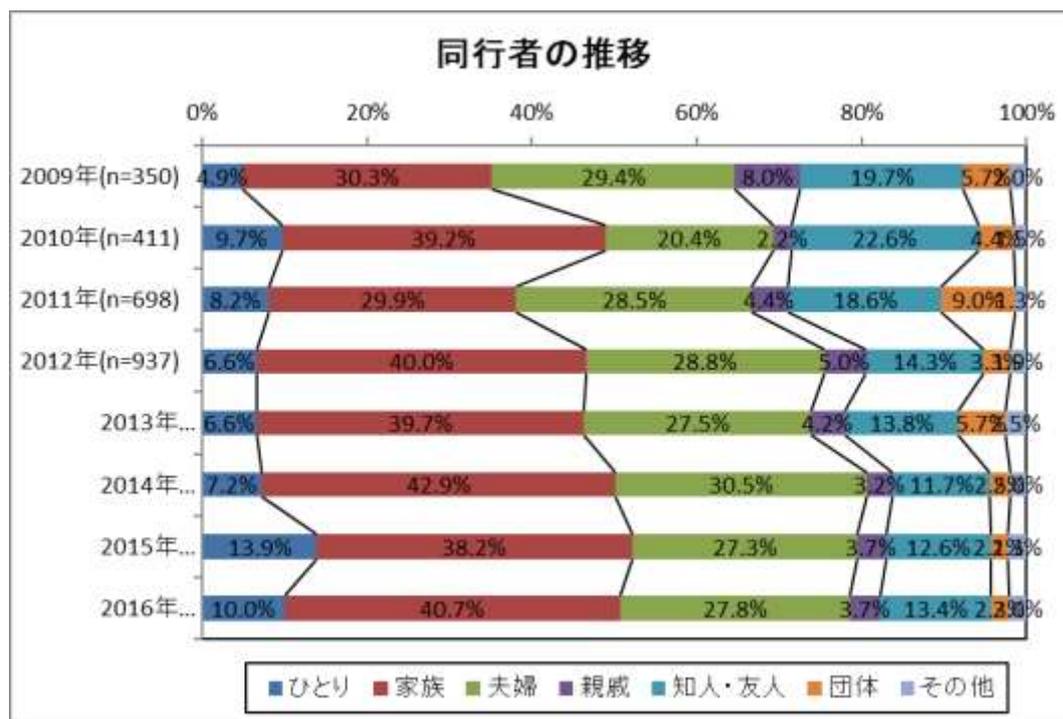
表 2-8-1 旅行の同行者

同行者	ひとり	家族	夫婦	親戚	知人・友人	団体	その他	合計
2009年	17	106	103	28	69	20	7	350
2010年	40	161	84	9	93	18	6	411
2011年	57	209	199	31	130	63	9	698
2012年	62	375	270	47	134	31	18	937
2013年	79	473	328	50	164	68	30	1,192
2014年	73	432	307	32	118	25	20	1,007
2015年	175	481	343	46	158	26	29	1,258
2016年	162	658	450	60	216	37	33	1,616

【構成比】

同行者	ひとり	家族	夫婦	親戚	知人・友人	団体	その他	合計
2009年	4.9%	30.3%	29.4%	8.0%	19.7%	5.7%	2.0%	100.0%
2010年	9.7%	39.2%	20.4%	2.2%	22.6%	4.4%	1.5%	100.0%
2011年	8.2%	29.9%	28.5%	4.4%	18.6%	9.0%	1.3%	100.0%
2012年	6.6%	40.0%	28.8%	5.0%	14.3%	3.3%	1.9%	100.0%
2013年	6.6%	39.7%	27.5%	4.2%	13.8%	5.7%	2.5%	100.0%
2014年	7.2%	42.9%	30.5%	3.2%	11.7%	2.5%	2.0%	100.0%
2015年	13.9%	38.2%	27.3%	3.7%	12.6%	2.1%	2.3%	100.0%
2016年	10.0%	40.7%	27.8%	3.7%	13.4%	2.3%	2.0%	100.0%

図 2-8-1 旅行の同行者の推移



## 2-9 旅行の同行人数

表 2-9-1 は、旅行の同行者の人数を示したものである。いずれの年も 2 人が最も多くなっている。近年大きな変動はないが、5 人の割合がやや増加している。

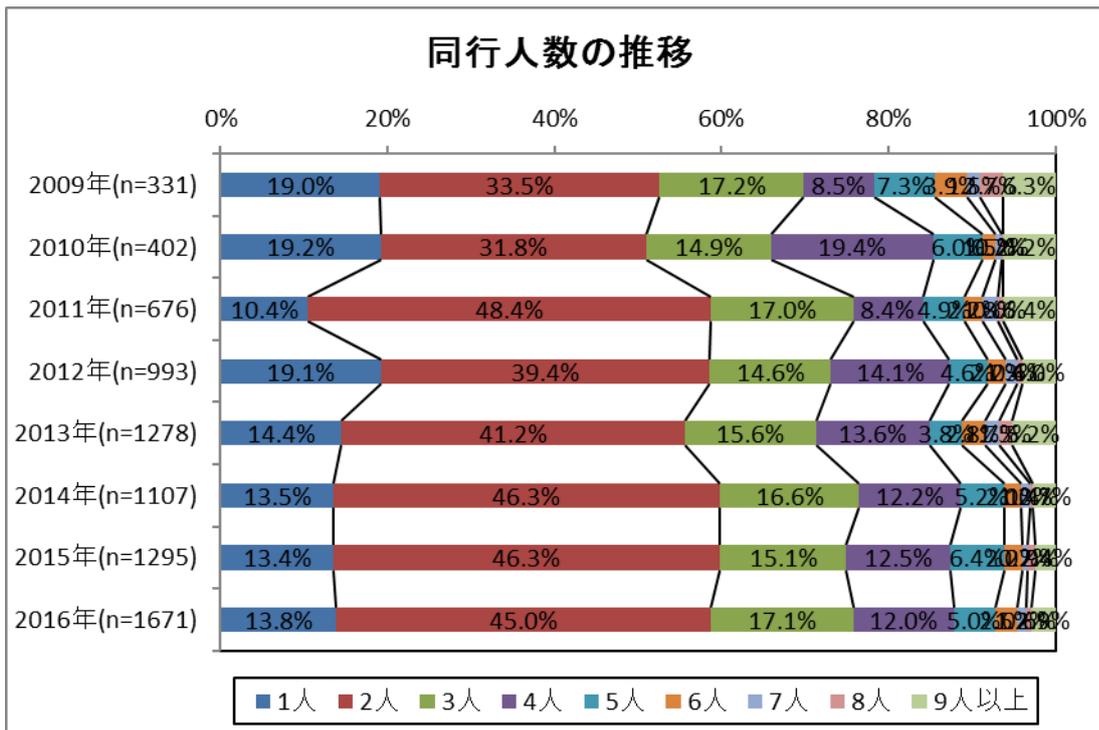
表 2-9-1 旅行の同行人数

同行人数	1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人	9人以上	合計
2009年	63	111	57	28	24	13	5	9	21	331
2010年	77	128	60	78	24	6	3	1	25	402
2011年	70	327	115	57	33	15	12	4	43	676
2012年	190	391	145	140	46	22	13	6	40	993
2013年	184	527	200	174	49	36	22	19	67	1,278
2014年	149	513	184	135	58	23	11	4	30	1,107
2015年	174	600	196	162	83	28	9	12	31	1,295
2016年	230	752	285	200	84	42	20	10	48	1,671

【構成比】

同行人数	1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人	9人以上	合計
2009年	19.0%	33.5%	17.2%	8.5%	7.3%	3.9%	1.5%	2.7%	6.3%	100.0%
2010年	19.2%	31.8%	14.9%	19.4%	6.0%	1.5%	0.7%	0.2%	6.2%	100.0%
2011年	10.4%	48.4%	17.0%	8.4%	4.9%	2.2%	1.8%	0.6%	6.4%	100.0%
2012年	19.1%	39.4%	14.6%	14.1%	4.6%	2.2%	1.3%	0.6%	4.0%	100.0%
2013年	14.4%	41.2%	15.6%	13.6%	3.8%	2.8%	1.7%	1.5%	5.2%	100.0%
2014年	13.5%	46.3%	16.6%	12.2%	5.2%	2.1%	1.0%	0.4%	2.7%	100.0%
2015年	13.4%	46.3%	15.1%	12.5%	6.4%	2.2%	0.7%	0.9%	2.4%	100.0%
2016年	13.8%	45.0%	17.1%	12.0%	5.0%	2.5%	1.2%	0.6%	2.9%	100.0%

図 2-9-1 旅行の同行者人数の推移



## 2-10 山口市への旅行回数

表 2-10-1 は、山口市への旅行回数の推移を示したものである。いずれの年も初めて(1回)と10回以上の割合が高い傾向がある。2015年は2回の割合も高くなっている。

図 2-10-1 は、山口市に初めて訪れた旅行者とリピーターの構成の推移を示したグラフである。2011年から4回以上のリピーターがやや減少傾向にある。

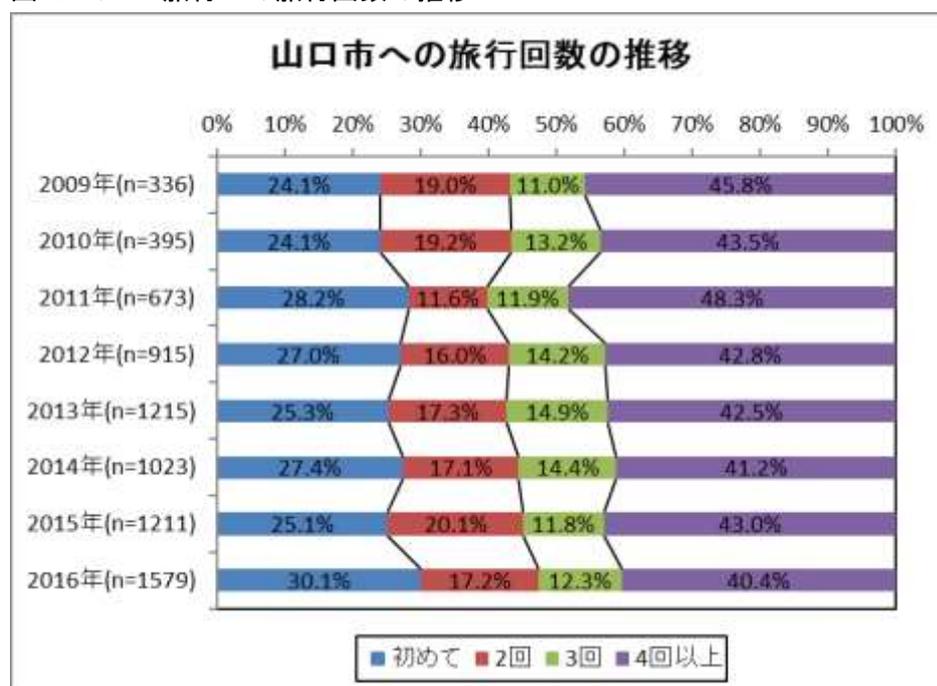
表 2-10-1 山口市への旅行回数

旅行回数	初めて (1回)	2回	3回	4回	5回	6回	7回	8回	9回	10回 以上	合計
2009年	81	64	37	10	37	8	5	0	1	93	336
2010年	95	76	52	25	34	13	7	5	0	88	395
2011年	190	78	80	33	61	21	14	5	1	190	673
2012年	247	146	130	52	101	26	21	7	1	184	915
2013年	308	210	181	76	120	29	28	13	6	244	1,215
2014年	280	175	147	49	103	39	14	14	1	201	1,023
2015年	304	243	143	78	131	29	24	20	4	235	1,211
2016年	475	272	194	91	169	48	31	23	8	268	1,579

### 【構成比】

旅行回数	初めて (1回)	2回	3回	4回	5回	6回	7回	8回	9回	10回 以上	合計
2009年	24.1%	19.0%	11.0%	3.0%	11.0%	2.4%	1.5%	0.0%	0.3%	27.7%	100.0%
2010年	24.1%	19.2%	13.2%	6.3%	8.6%	3.3%	1.8%	1.3%	0.0%	22.3%	100.0%
2011年	28.2%	11.6%	11.9%	4.9%	9.1%	3.1%	2.1%	0.7%	0.1%	28.2%	100.0%
2012年	27.0%	16.0%	14.2%	5.7%	11.0%	2.8%	2.3%	0.8%	0.1%	20.1%	100.0%
2013年	25.3%	17.3%	14.9%	6.3%	9.9%	2.4%	2.3%	1.1%	0.5%	20.1%	100.0%
2014年	27.4%	17.1%	14.4%	4.8%	10.1%	3.8%	1.4%	1.4%	0.1%	19.6%	100.0%
2015年	25.1%	20.1%	11.8%	6.4%	10.8%	2.4%	2.0%	1.7%	0.3%	19.4%	100.0%
2016年	30.1%	17.2%	12.3%	5.8%	10.7%	3.0%	2.0%	1.5%	0.5%	17.0%	100.0%

図 2-10-1 旅行への旅行回数の推移



## 2-11 山口市への訪問月

表 2-11-1 は、山口市への訪問月を示したものである。なお、本調査は、2012 年から通年の実施となったため、2012 年からの推移を示す。

2013 年～2015 年において、1 月～5 月の訪問割合が高くなっている。2016 年は 8 月が大幅に増加している。

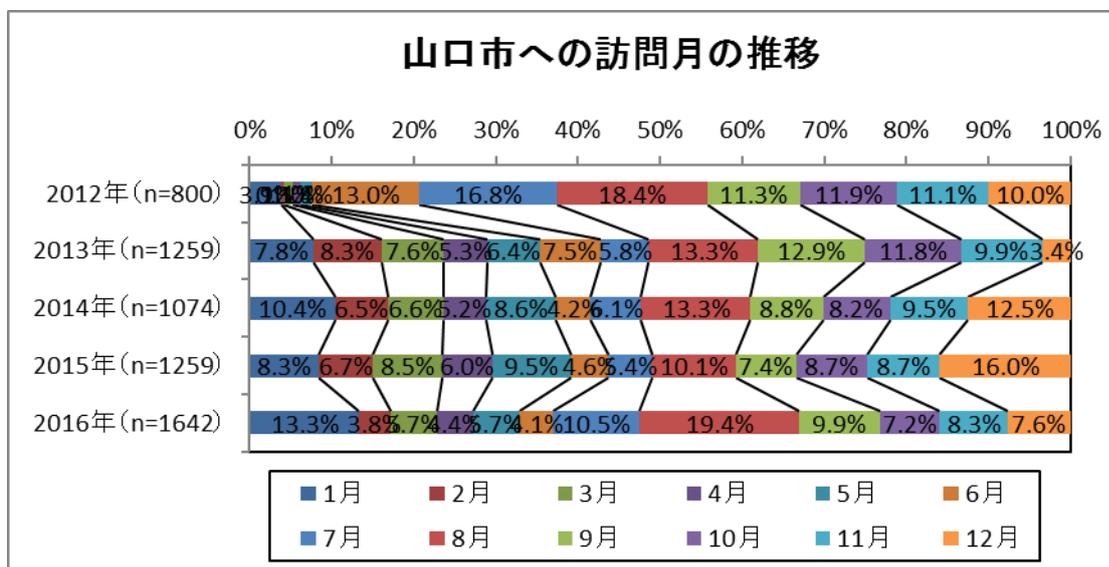
表 2-11-1 山口市への訪問月

訪問月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
2012年	31	2	9	8	11	104	134	147	90	95	89	80	800
2013年	98	104	96	67	80	94	73	168	163	148	125	43	1,259
2014年	112	70	71	56	92	45	66	143	95	88	102	134	1,074
2015年	105	84	107	76	120	58	68	127	93	110	109	202	1,259
2016年	219	62	93	72	93	68	173	318	163	119	137	125	1,642

### 【構成比】

訪問月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
2012年	3.9%	0.3%	1.1%	1.0%	1.4%	13.0%	16.8%	18.4%	11.3%	11.9%	11.1%	10.0%	100.0%
2013年	7.8%	8.3%	7.6%	5.3%	6.4%	7.5%	5.8%	13.3%	12.9%	11.8%	9.9%	3.4%	100.0%
2014年	10.4%	6.5%	6.6%	5.2%	8.6%	4.2%	6.1%	13.3%	8.8%	8.2%	9.5%	12.5%	100.0%
2015年	8.3%	6.7%	8.5%	6.0%	9.5%	4.6%	5.4%	10.1%	7.4%	8.7%	8.7%	16.0%	100.0%
2016年	13.3%	3.8%	5.7%	4.4%	5.7%	4.1%	10.5%	19.4%	9.9%	7.2%	8.3%	7.6%	100.0%

図 2-11-1 旅行への訪問月の推移



## 2-12 山口市までの主な交通手段

表 2-12-1 は、山口市までの主な交通手段を示したものである。いずれの年も自家用車が最も多い割合を占めている。次が新幹線となっている。2014 年から自転車、徒歩を選択肢として加えているが、いずれも割合は低い。

表 2-12-1 山口市までの主な交通手段（複数回答）

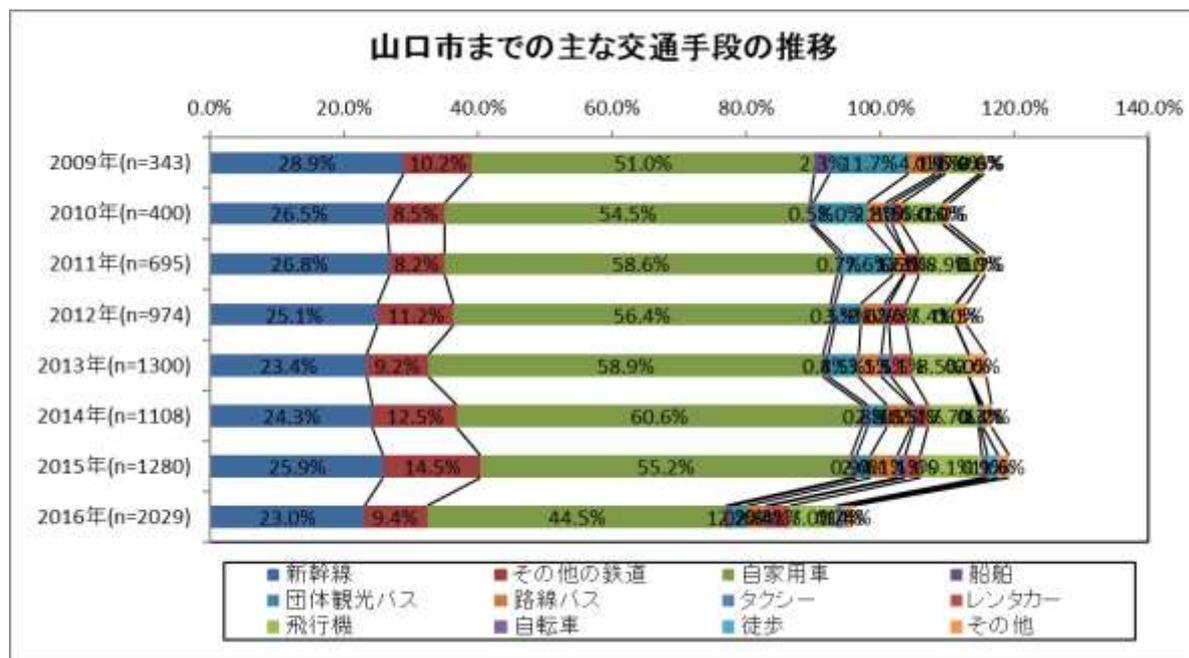
山口市までの交通手段	新幹線	その他の鉄道	自家用車	船舶	団体観光バス	路線バス	タクシー	レンタカー	飛行機	自転車	徒歩	その他	合計	回答者数
2009年	99	35	175	8	40	14	3	2	18	-	-	2	396	343
2010年	106	34	218	2	32	11	4	6	24	-	-	4	441	400
2011年	186	57	407	5	53	11	2	14	62	-	-	6	803	695
2012年	244	109	549	5	38	35	7	25	72	-	-	15	1,099	974
2013年	304	119	766	10	58	45	19	40	110	-	-	34	1,505	1,300
2014年	269	138	671	9	31	39	6	23	85	3	4	13	1,291	1,108
2015年	331	186	706	11	26	53	14	29	117	11	20	21	1,525	1,280
2016年	467	191	902	21	45	56	8	63	142	15	9	29	1,948	2,029

### 【構成比】

山口市までの交通手段	新幹線	その他の鉄道	自家用車	船舶	団体観光バス	路線バス	タクシー	レンタカー	飛行機	自転車	徒歩	その他	合計	回答者数
2009年	28.9%	10.2%	51.0%	2.3%	11.7%	4.1%	0.9%	0.6%	5.2%	-	-	0.6%	115.5%	100.0%
2010年	26.5%	8.5%	54.5%	0.5%	8.0%	2.8%	1.0%	1.5%	6.0%	-	-	1.0%	110.3%	100.0%
2011年	26.8%	8.2%	58.6%	0.7%	7.6%	1.6%	0.3%	2.0%	8.9%	-	-	0.9%	115.5%	100.0%
2012年	25.1%	11.2%	56.4%	0.5%	3.9%	3.6%	0.7%	2.6%	7.4%	-	-	1.5%	112.8%	100.0%
2013年	23.4%	9.2%	58.9%	0.8%	4.5%	3.5%	1.5%	3.1%	8.5%	-	-	2.6%	115.8%	100.0%
2014年	24.3%	12.5%	60.6%	0.8%	2.8%	3.5%	0.5%	2.1%	7.7%	0.3%	0.4%	1.2%	116.5%	100.0%
2015年	25.9%	14.5%	55.2%	0.9%	2.0%	4.1%	1.1%	2.3%	9.1%	0.9%	1.6%	1.6%	119.1%	100.0%
2016年	23.0%	9.4%	44.5%	1.0%	2.2%	2.8%	0.4%	3.1%	7.0%	0.7%	0.4%	1.4%	96.0%	100.0%

注)複数回答項目である。

図 2-12-1 山口市までの主な交通手段の推移（複数回答）



## 2-13 山口市内での主な移動手段

表 2-13-1 は、山口市内での主な移動手段の推移を示したものである。いずれの年も自家用車が最も多い割合を占めている。2014 年から新しく選択肢に加えた自転車と徒歩により、全体として市内での移動手段が増加している。

表 2-13-1 山口市内での主な移動手段（複数回答）

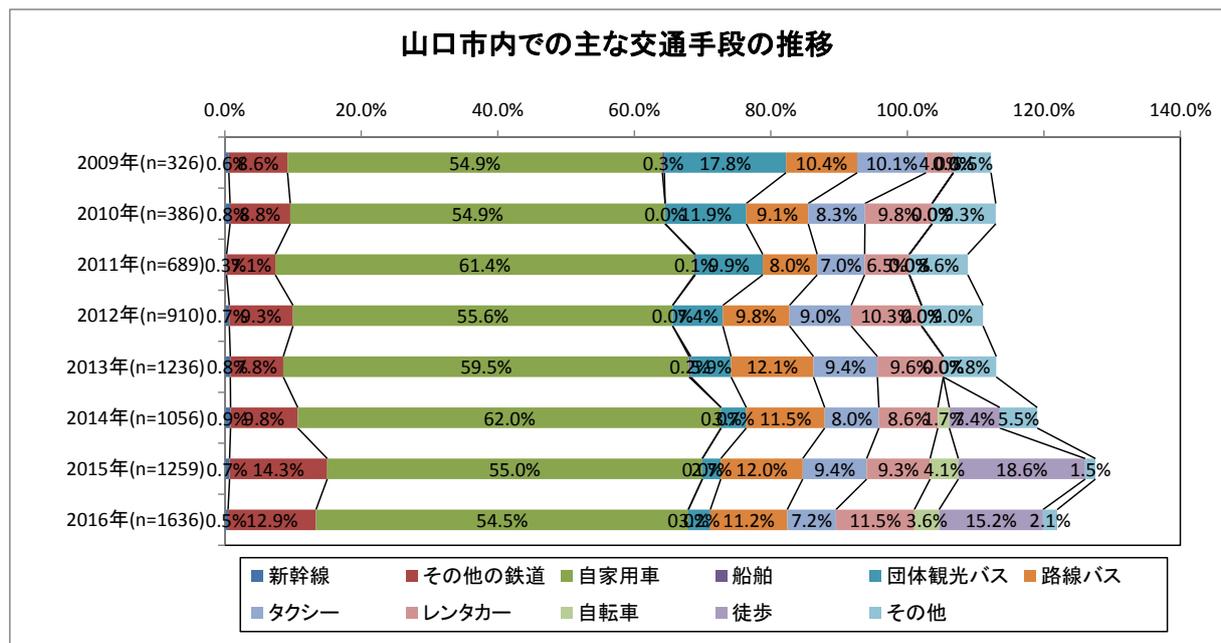
山口市内での主な交通手段	新幹線	その他の鉄道	自家用車	船舶	団体観光バス	路線バス	タクシー	レンタカー	飛行機	自転車	徒歩	その他	合計	回答者数
2009年	2	28	179	1	58	34	33	13	0	-	-	18	366	326
2010年	3	34	212	0	46	35	32	38	0	-	-	36	436	386
2011年	2	49	423	1	68	55	48	45	0	-	-	59	750	689
2012年	6	85	506	0	67	89	82	94	0	-	-	82	1,014	910
2013年	10	96	735	3	73	149	116	119	0	-	-	96	1,397	1,236
2014年	9	104	655	0	39	121	84	91	0	18	78	58	1,257	1,056
2015年	9	180	692	0	34	151	118	117	0	52	234	19	1,606	1,259
2016年	8	211	892	0	53	184	117	188	0	59	249	34	1,995	1,636

### 【構成比】

山口市内での主な交通手段	新幹線	その他の鉄道	自家用車	船舶	団体観光バス	路線バス	タクシー	レンタカー	飛行機	自転車	徒歩	その他	合計	回答者数
2009年	0.6%	8.6%	54.9%	0.3%	17.8%	10.4%	10.1%	4.0%	0.0%	-	-	5.5%	112.3%	100.0%
2010年	0.8%	8.8%	54.9%	0.0%	11.9%	9.1%	8.3%	9.8%	0.0%	-	-	9.3%	113.0%	100.0%
2011年	0.3%	7.1%	61.4%	0.1%	9.9%	8.0%	7.0%	6.5%	0.0%	-	-	8.6%	108.9%	100.0%
2012年	0.7%	9.3%	55.6%	0.0%	7.4%	9.8%	9.0%	10.3%	0.0%	-	-	9.0%	111.4%	100.0%
2013年	0.8%	7.8%	59.5%	0.2%	5.9%	12.1%	9.4%	9.6%	0.0%	-	-	7.8%	113.0%	100.0%
2014年	0.9%	9.8%	62.0%	0.0%	3.7%	11.5%	8.0%	8.6%	0.0%	1.7%	7.4%	5.5%	119.0%	100.0%
2015年	0.7%	14.3%	55.0%	0.0%	2.7%	12.0%	9.4%	9.3%	0.0%	4.1%	18.6%	1.5%	127.6%	100.0%
2016年	0.5%	12.9%	54.5%	0.0%	3.2%	11.2%	7.2%	11.5%	0.0%	3.6%	15.2%	2.1%	121.9%	100.0%

注)複数回答項目である。

図 2-13-1 山口市内での主な移動手段の推移（複数回答）



注) 飛行機は現実的に考えられないため除外している。

## 2-14 今回の旅行の全行程

表 2-14-1 は、今回の旅行の全行程の推移を示している。宿泊のうち 1泊が最も多い。2012 年までは日帰りと宿泊は、ほぼ同割合で推移していたが、2013 年は宿泊の割合が増加し、2014 年には再び日帰りが増加している。そして、2015 年以降は再び宿泊の割合が増加している。

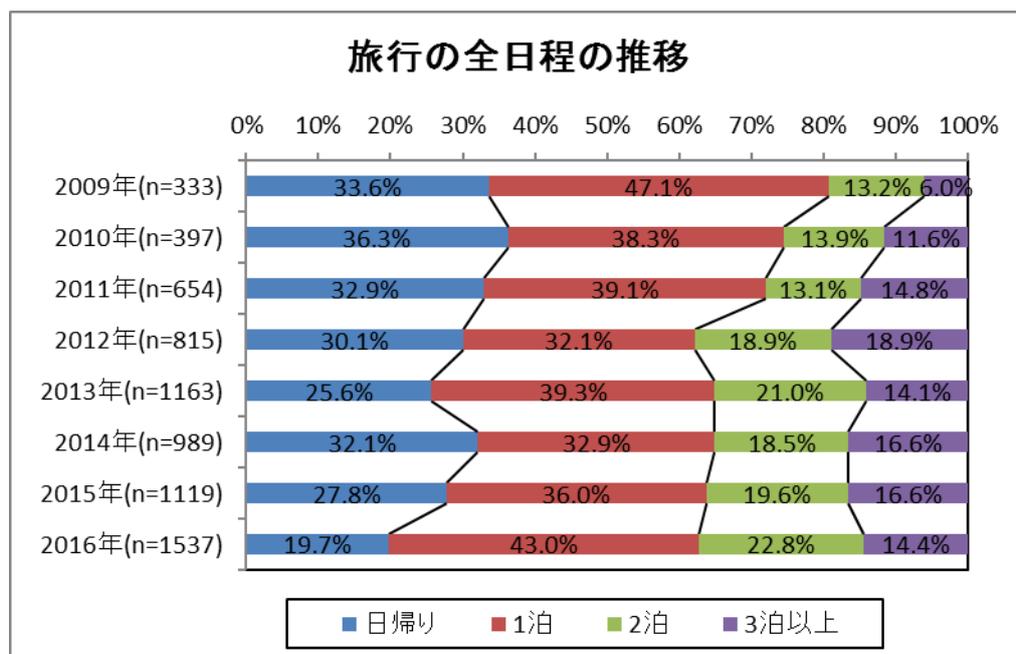
表 2-14-1 旅行の全行程

旅行の全日程	日帰り	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊	7泊	8泊	9泊	10泊	11泊以上	合計
2009年	112	157	44	9	4	3	0	1	0	0	1	2	333
2010年	144	152	55	23	12	8	0	0	1	1	0	1	397
2011年	215	256	86	35	15	35	3	3	2	1	2	1	654
2012年	245	262	154	68	38	16	9	12	0	0	3	8	815
2013年	298	457	244	77	32	14	12	14	3	1	4	7	1,163
2014年	317	325	183	65	40	20	9	7	2	4	10	7	989
2015年	311	403	219	94	37	17	15	6	3	4	1	9	1,119
2016年	303	661	351	121	33	36	12	5	2	1	4	8	1,537

### 【構成比】

旅行の全日程	日帰り	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊	7泊	8泊	9泊	10泊	11泊以上	合計
2009年	33.6%	47.1%	13.2%	2.7%	1.2%	0.9%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.6%	100.0%
2010年	36.3%	38.3%	13.9%	5.8%	3.0%	2.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%	100.0%
2011年	32.9%	39.1%	13.1%	5.4%	2.3%	5.4%	0.5%	0.5%	0.3%	0.2%	0.3%	0.2%	100.0%
2012年	30.1%	32.1%	18.9%	8.3%	4.7%	2.0%	1.1%	1.5%	0.0%	0.0%	0.4%	1.0%	100.0%
2013年	25.6%	39.3%	21.0%	6.6%	2.8%	1.2%	1.0%	1.2%	0.3%	0.1%	0.3%	0.6%	100.0%
2014年	32.1%	32.9%	18.5%	6.6%	4.0%	2.0%	0.9%	0.7%	0.2%	0.4%	1.0%	0.7%	100.0%
2015年	27.8%	36.0%	19.6%	8.4%	3.3%	1.5%	1.3%	0.5%	0.3%	0.4%	0.1%	0.8%	100.0%
2016年	19.7%	43.0%	22.8%	7.9%	2.1%	2.3%	0.8%	0.3%	0.1%	0.1%	0.3%	0.5%	100.0%

図 2-14-1 旅行の全行程の推移



## 2-15 山口市内での宿泊数

表 2-15-1 は、山口市内の宿泊数の推移を示している。いずれの年も 1泊が最も多く、続いて 2泊となっている。

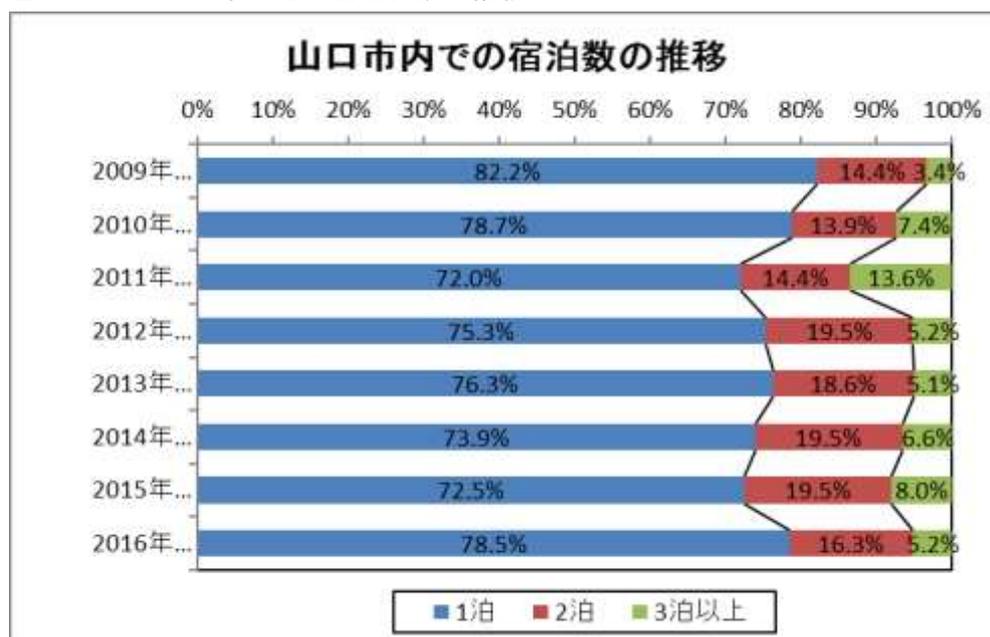
表 2-15-1 山口市内での宿泊日数

山口市内での 宿泊数	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊 以上	合計
2009年	143	25	3	1	1	1	174
2010年	170	30	10	2	3	1	216
2011年	270	54	14	8	26	3	375
2012年	433	112	13	8	3	6	575
2013年	627	153	25	8	3	6	822
2014年	450	119	16	17	3	4	609
2015年	569	153	42	7	4	10	785
2016年	907	188	33	11	7	9	1,155

### 【構成比】

山口市内での 宿泊数	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊 以上	合計
2009年	82.2%	14.4%	1.7%	0.6%	0.6%	0.6%	100.0%
2010年	78.7%	13.9%	4.6%	0.9%	1.4%	0.5%	100.0%
2011年	72.0%	14.4%	3.7%	2.1%	6.9%	0.8%	100.0%
2012年	75.3%	19.5%	2.3%	1.4%	0.5%	1.0%	100.0%
2013年	76.3%	18.6%	3.0%	1.0%	0.4%	0.7%	100.0%
2014年	73.9%	19.5%	2.6%	2.8%	0.5%	0.7%	100.0%
2015年	72.5%	19.5%	5.4%	0.9%	0.5%	1.3%	100.0%
2016年	78.5%	16.3%	2.9%	1.0%	0.6%	0.8%	100.0%

図 2-15-1 山口市内での宿泊日数の推移



注) グラフでは、3泊以上を合計している。

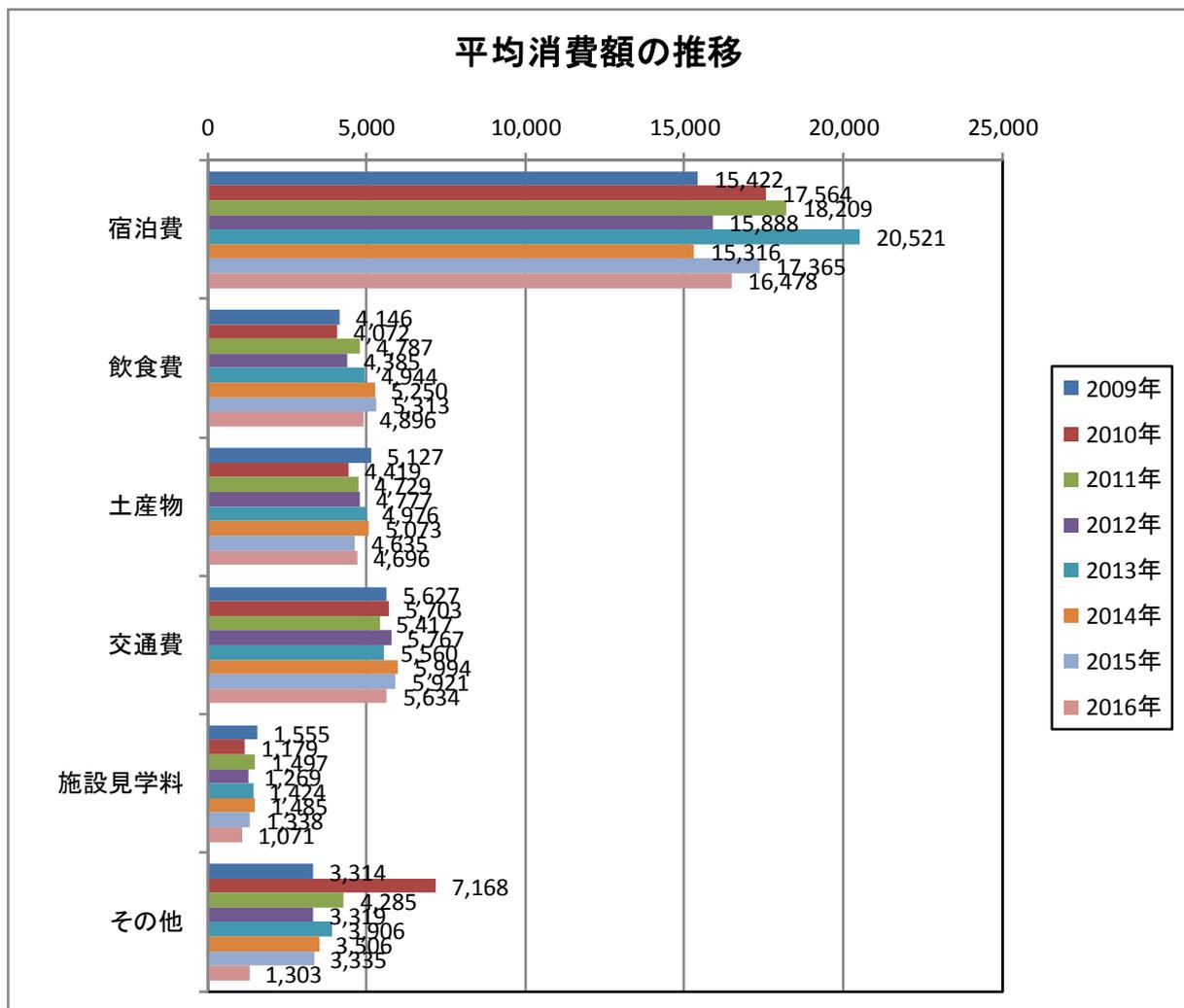
## 2-16 山口市内での平均消費額

表 2-16-1 は、山口市内での平均消費額の推移を示したものである。どの年も大きな変化はみられないが、宿泊費は変動があり、2013 年の宿泊費が増加し、2015 年にもやや増加している。その他、飲食費が増加傾向にある。

表 2-16-1 山口市内での平均消費額

平均消費額	宿泊費	飲食費	土産物	交通費	施設見学料	その他	合計
2009年	15,422	4,146	5,127	5,627	1,555	3,314	35,190
2010年	17,564	4,072	4,419	5,703	1,179	7,168	40,104
2011年	18,209	4,787	4,729	5,417	1,497	4,285	38,924
2012年	15,888	4,385	4,777	5,767	1,269	3,319	35,406
2013年	20,521	4,944	4,976	5,560	1,424	3,906	41,330
2014年	15,316	5,250	5,073	5,994	1,485	3,506	36,624
2015年	17,365	5,313	4,635	5,921	1,338	3,335	37,907
2016年	16,628	4,968	4,700	5,830	1,071	3,919	37,116

図 2-16-1 山口市内での平均消費額の推移



## 2-17 山口市内での宿泊地

表 2-17-1 は、山口市内での宿泊地の推移を示したものである。なお、宿泊地の質問は、2012年の調査から開始しているため、2012年からの推移となっている。

いずれの年も湯田温泉の割合が高く、7～8割の間となっている。新山口駅と山口駅周辺が7%程度となっている。

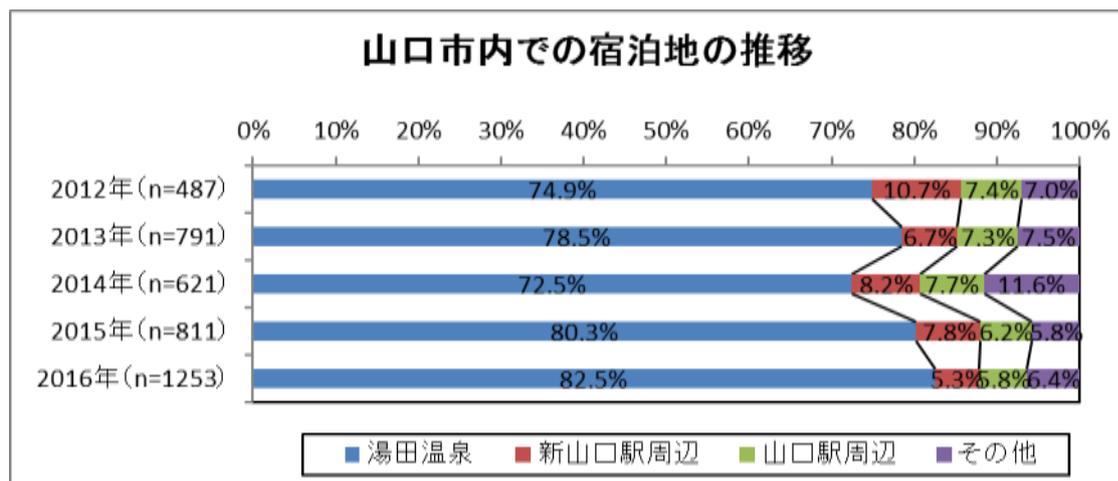
表 2-17-1 山口市内での宿泊地

山口市内での宿泊地	湯田温泉	新山口駅周辺	山口駅周辺	その他	合計
2012年	365	52	36	34	487
2013年	621	53	58	59	791
2014年	450	51	48	72	621
2015年	651	63	50	47	811
2016年	1,034	66	73	80	1,253

【構成比】

山口市内での宿泊地	湯田温泉	新山口駅周辺	山口駅周辺	その他	合計
2012年	74.9%	10.7%	7.4%	7.0%	100.0%
2013年	78.5%	6.7%	7.3%	7.5%	100.0%
2014年	72.5%	8.2%	7.7%	11.6%	100.0%
2015年	80.3%	7.8%	6.2%	5.8%	100.0%
2016年	82.5%	5.3%	5.8%	6.4%	100.0%

図 2-17-1 山口市内での宿泊地の推移



## 2-18 旅行の評価と満足度

### (1) 宿泊施設の料金についての評価

表 2-18-1 は、宿泊施設における料金についての満足度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も料金に関しては普通の割合が最も多く、高いが最も低かった。

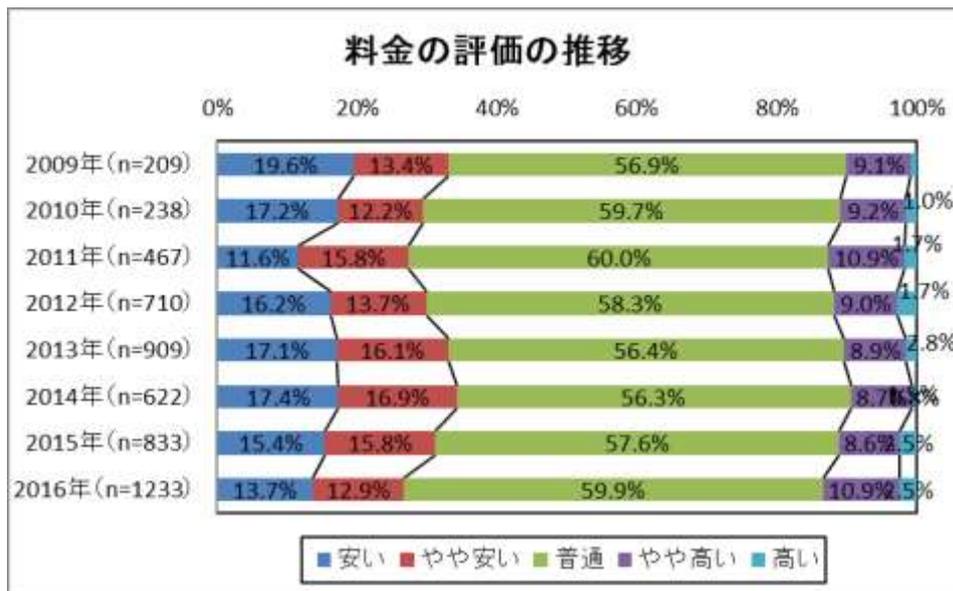
表 2-18-1 料金の評価

料金	安い	やや安い	普通	やや高い	高い	合計
2009年	41	28	119	19	2	209
2010年	41	29	142	22	4	238
2011年	54	74	280	51	8	467
2012年	115	97	414	64	20	710
2013年	155	146	513	81	14	909
2014年	108	105	350	54	5	622
2015年	128	132	480	72	21	833
2016年	169	159	739	135	31	1,233

#### 【構成比】

料金	安い	やや安い	普通	やや高い	高い	合計
2009年	19.6%	13.4%	56.9%	9.1%	1.0%	100.0%
2010年	17.2%	12.2%	59.7%	9.2%	1.7%	100.0%
2011年	11.6%	15.8%	60.0%	10.9%	1.7%	100.0%
2012年	16.2%	13.7%	58.3%	9.0%	2.8%	100.0%
2013年	17.1%	16.1%	56.4%	8.9%	1.5%	100.0%
2014年	17.4%	16.9%	56.3%	8.7%	0.8%	100.0%
2015年	15.4%	15.8%	57.6%	8.6%	2.5%	100.0%
2016年	13.7%	12.9%	59.9%	10.9%	2.5%	100.0%

図 2-18-1 料金の評価の推移



## (2) 宿泊施設の料理についての評価

表 2-18-2 は、宿泊施設における料理についての満足度を 5 段階評価で示したものである。これも普通の評価が最も多く、良いとやや良いとする回答の割合が高く、高い評価を得ている。

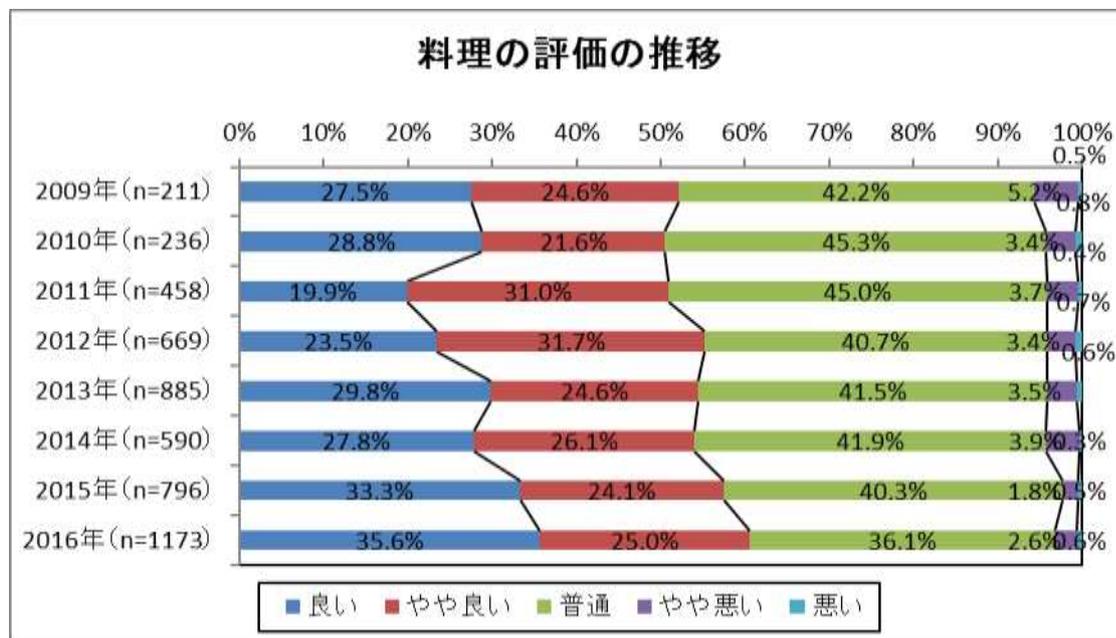
表 2-18-2 料理の評価

料理	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	58	52	89	11	1	211
2010年	68	51	107	8	2	236
2011年	91	142	206	17	2	458
2012年	157	212	272	23	5	669
2013年	264	218	367	31	5	885
2014年	164	154	247	23	2	590
2015年	265	192	321	14	4	796
2016年	418	293	424	31	7	1,173

### 【構成比】

料理	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	27.5%	24.6%	42.2%	5.2%	0.5%	100.0%
2010年	28.8%	21.6%	45.3%	3.4%	0.8%	100.0%
2011年	19.9%	31.0%	45.0%	3.7%	0.4%	100.0%
2012年	23.5%	31.7%	40.7%	3.4%	0.7%	100.0%
2013年	29.8%	24.6%	41.5%	3.5%	0.6%	100.0%
2014年	27.8%	26.1%	41.9%	3.9%	0.3%	100.0%
2015年	33.3%	24.1%	40.3%	1.8%	0.5%	100.0%
2016年	35.6%	25.0%	36.1%	2.6%	0.6%	100.0%

図 2-18-2 料理の評価の推移



### (3) 宿泊施設の風呂についての評価

表 2-18-3 は、宿泊施設における風呂についての満足度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年をみても良い、やや良い、普通の評価の割合が高く、高い満足度を得ていることがわかる。2014 年以降は、良いとする評価の割合が増加傾向にある。

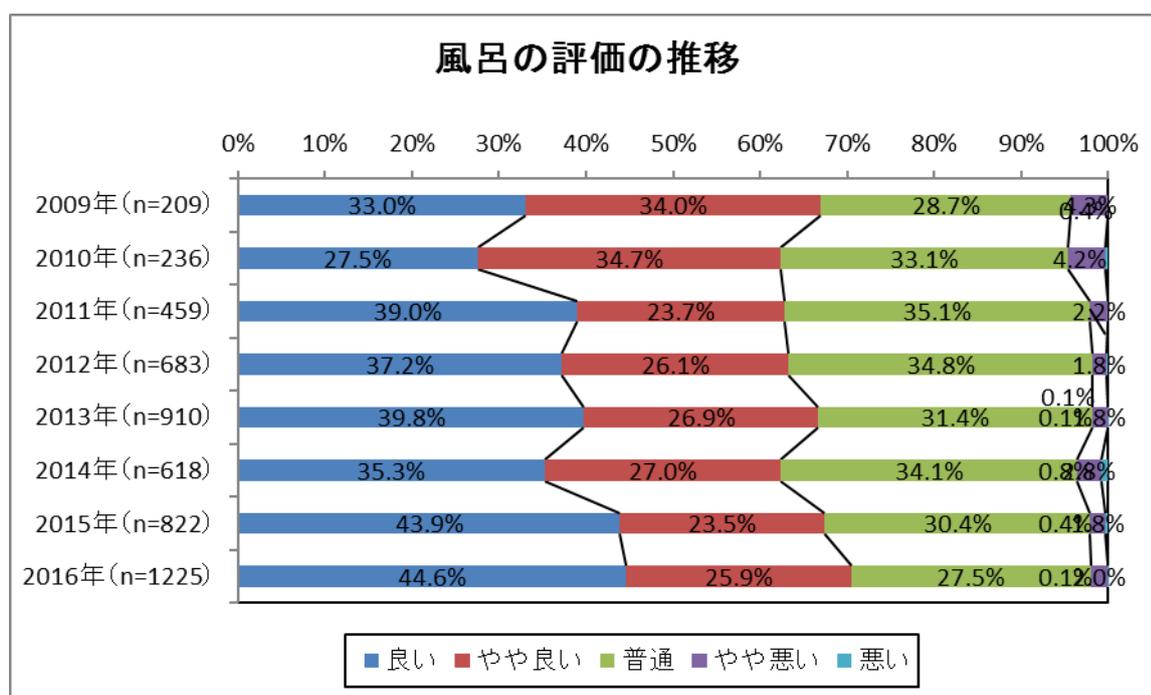
表 2-18-3 風呂についての評価

風呂	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	69	71	60	9	0	209
2010年	65	82	78	10	1	236
2011年	179	109	161	10	0	459
2012年	254	178	238	12	1	683
2013年	362	245	286	16	1	910
2014年	218	167	211	17	5	618
2015年	361	193	250	15	3	822
2016年	546	317	337	24	1	1,225

#### 【構成比】

	良い	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年		33.0%	34.0%	28.7%	4.3%	0.0%	100.0%
2010年		27.5%	34.7%	33.1%	4.2%	0.4%	100.0%
2011年		39.0%	23.7%	35.1%	2.2%	0.0%	100.0%
2012年		37.2%	26.1%	34.8%	1.8%	0.1%	100.0%
2013年		39.8%	26.9%	31.4%	1.8%	0.1%	100.0%
2014年		35.3%	27.0%	34.1%	2.8%	0.8%	100.0%
2015年		43.9%	23.5%	30.4%	1.8%	0.4%	100.0%
2016年		44.6%	25.9%	27.5%	2.0%	0.1%	100.0%

図 2-18-3 風呂についての評価の推移



#### (4) 宿泊施設の接客態度についての評価

表 2-18-4 は、宿泊施設における接客態度の満足度を 5 段階評価で示してのものである。接客態度についても良い、やや良い、普通の評価の割合が高く、満足していることがわかる。

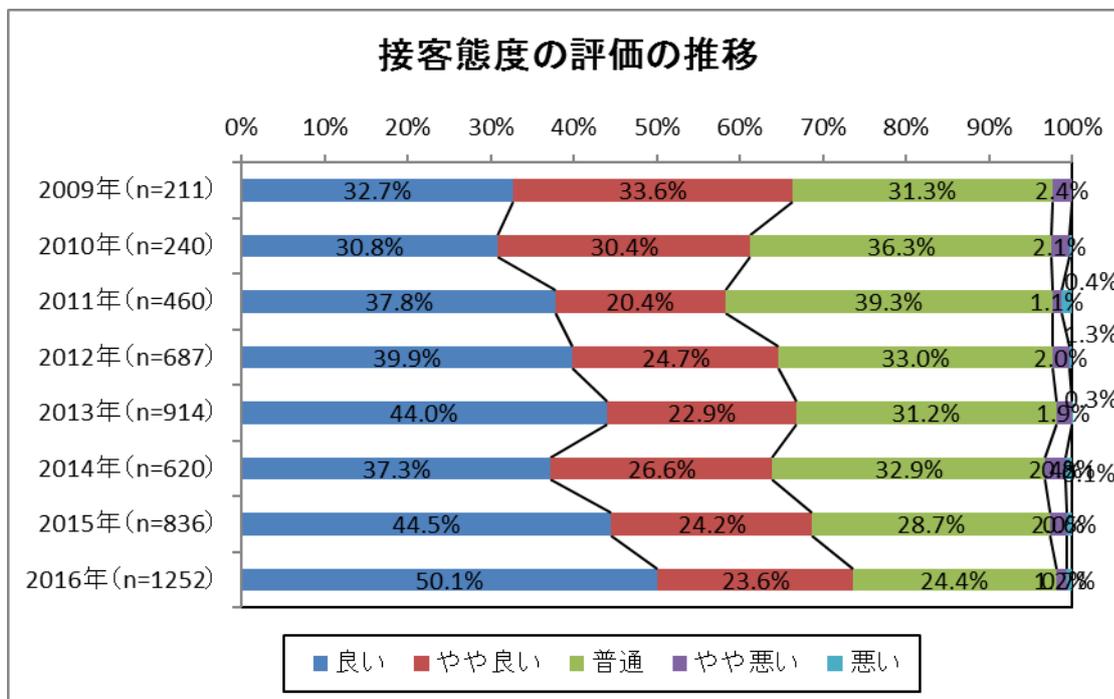
表 2-18-4 接客態度の評価

接客態度	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	69	71	66	5	0	211
2010年	74	73	87	5	1	240
2011年	174	94	181	5	6	460
2012年	274	170	227	14	2	687
2013年	402	209	285	17	1	914
2014年	231	165	204	15	5	620
2015年	372	202	240	17	5	836
2016年	627	295	306	15	9	1,252

#### 【構成比】

接客態度	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	32.7%	33.6%	31.3%	2.4%	0.0%	100.0%
2010年	30.8%	30.4%	36.3%	2.1%	0.4%	100.0%
2011年	37.8%	20.4%	39.3%	1.1%	1.3%	100.0%
2012年	39.9%	24.7%	33.0%	2.0%	0.3%	100.0%
2013年	44.0%	22.9%	31.2%	1.9%	0.1%	100.0%
2014年	37.3%	26.6%	32.9%	2.4%	0.8%	100.0%
2015年	44.5%	24.2%	28.7%	2.0%	0.6%	100.0%
2016年	50.1%	23.6%	24.4%	1.2%	0.7%	100.0%

図 2-18-4 接客態度の評価の推移



### (5) 宿泊施設の部屋についての評価

表 2-18-5 は、宿泊施設における部屋についての満足度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も普通の評価が多く、2011 年から良いがやや良いとする回答を上回り、高い評価を得ている。2015 年以降は良いの評価が多くなっている。

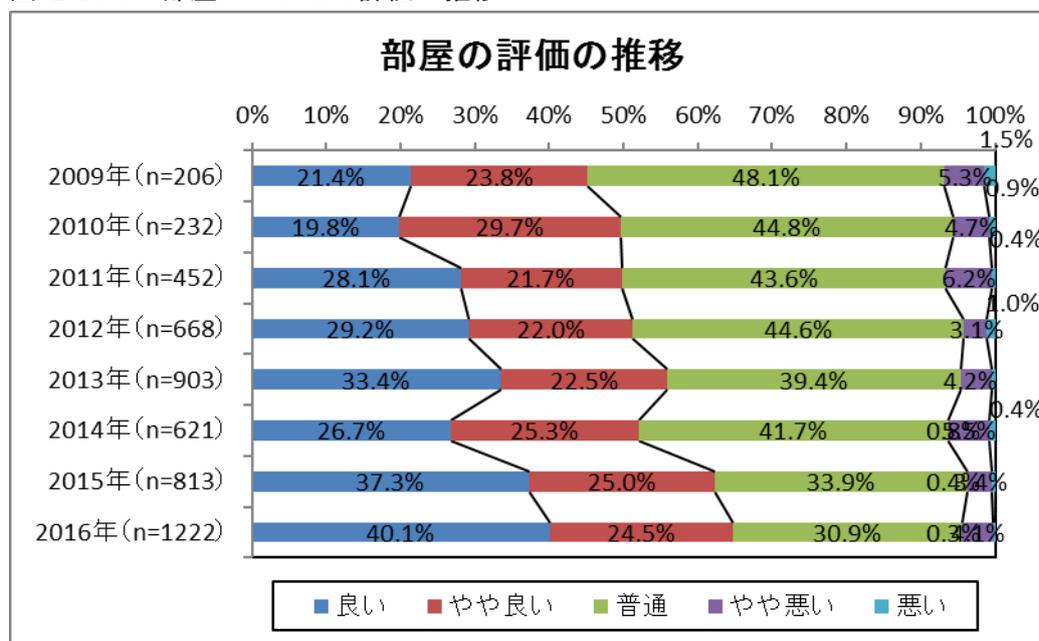
表 2-18-5 部屋についての評価

部屋	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	44	49	99	11	3	206
2010年	46	69	104	11	2	232
2011年	127	98	197	28	2	452
2012年	195	147	298	21	7	668
2013年	302	203	356	38	4	903
2014年	166	157	259	34	5	621
2015年	303	203	276	28	3	813
2016年	490	300	378	50	4	1,222

#### 【構成比】

部屋	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	21.4%	23.8%	48.1%	5.3%	1.5%	100.0%
2010年	19.8%	29.7%	44.8%	4.7%	0.9%	100.0%
2011年	28.1%	21.7%	43.6%	6.2%	0.4%	100.0%
2012年	29.2%	22.0%	44.6%	3.1%	1.0%	100.0%
2013年	33.4%	22.5%	39.4%	4.2%	0.4%	100.0%
2014年	26.7%	25.3%	41.7%	5.5%	0.8%	100.0%
2015年	37.3%	25.0%	33.9%	3.4%	0.4%	100.0%
2016年	40.1%	24.5%	30.9%	4.1%	0.3%	100.0%

図 2-18-5 部屋についての評価の推移



## (6) 宿泊施設の施設設備についての評価

表 2-18-6 は、宿泊施設における施設設備についての満足度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も普通の評価が多く、2011 年まではやや良い、良いの順に多くなっているが、2012 年からは良いがやや良いを上回っている。

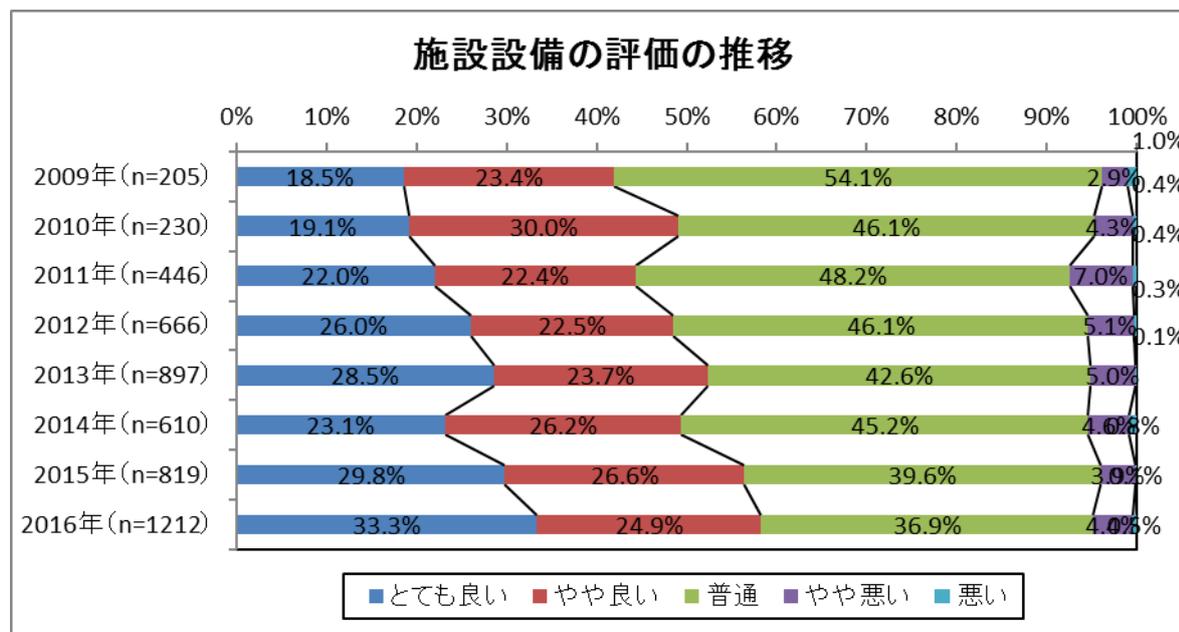
表 2-18-6 施設設備についての評価

施設設備	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	38	48	111	6	2	205
2010年	44	69	106	10	1	230
2011年	98	100	215	31	2	446
2012年	173	150	307	34	2	666
2013年	256	213	382	45	1	897
2014年	141	160	276	28	5	610
2015年	244	218	324	32	1	819
2016年	404	302	447	53	6	1,212

### 【構成比】

施設設備	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	18.5%	23.4%	54.1%	2.9%	1.0%	100.0%
2010年	19.1%	30.0%	46.1%	4.3%	0.4%	100.0%
2011年	22.0%	22.4%	48.2%	7.0%	0.4%	100.0%
2012年	26.0%	22.5%	46.1%	5.1%	0.3%	100.0%
2013年	28.5%	23.7%	42.6%	5.0%	0.1%	100.0%
2014年	23.1%	26.2%	45.2%	4.6%	0.8%	100.0%
2015年	29.8%	26.6%	39.6%	3.9%	0.1%	100.0%
2016年	33.3%	24.9%	36.9%	4.4%	0.5%	100.0%

図 2-18-6 施設設備についての評価の推移



## (7) 交通の便の乗り継ぎについての評価

表 2-18-7 は、交通の便における乗り継ぎについて、2011 年から 2016 年の満足度を 5 段階評価で示したものである。2014 年には楽だったとする評価の割合が増加し、2015 年以降は、やや楽だったとする回答も増加し、評価が良くなっている。やや大変とする割合も 20% 台で推移しているが、大変とする割合は減少している。

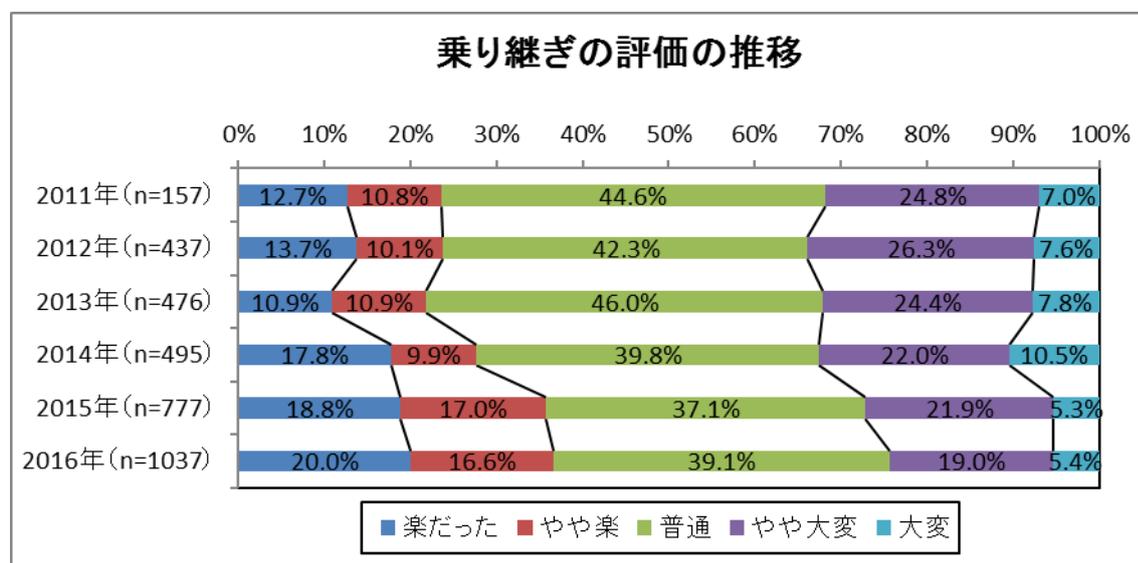
表 2-18-7 乗り継ぎについての評価

乗り継ぎ	楽だった	やや楽	普通	やや大変	大変	合計
2011年	20	17	70	39	11	157
2012年	60	44	185	115	33	437
2013年	52	52	219	116	37	476
2014年	88	49	197	109	52	495
2015年	146	132	288	170	41	777
2016年	207	172	405	197	56	1,037

### 【構成比】

乗り継ぎ	楽だった	やや楽	普通	やや大変	大変	合計
2011年	12.7%	10.8%	44.6%	24.8%	7.0%	100.0%
2012年	13.7%	10.1%	42.3%	26.3%	7.6%	100.0%
2013年	10.9%	10.9%	46.0%	24.4%	7.8%	100.0%
2014年	17.8%	9.9%	39.8%	22.0%	10.5%	100.0%
2015年	18.8%	17.0%	37.1%	21.9%	5.3%	100.0%
2016年	20.0%	16.6%	39.1%	19.0%	5.4%	100.0%

図 2-18-7 乗り継ぎについての評価の推移



### (8) 交通の便の道路標識についての評価

表 2-18-8 は、交通の便における道路標識について、2011 年から 2016 年の満足度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も普通の割合が最も高く、続いてわかりやすい、ややわかりやすいとなっている。わかりやすいとする割合は近年増加傾向にあるものの、ややわかりやすいと合わせた評価は、2016 年は増加している。

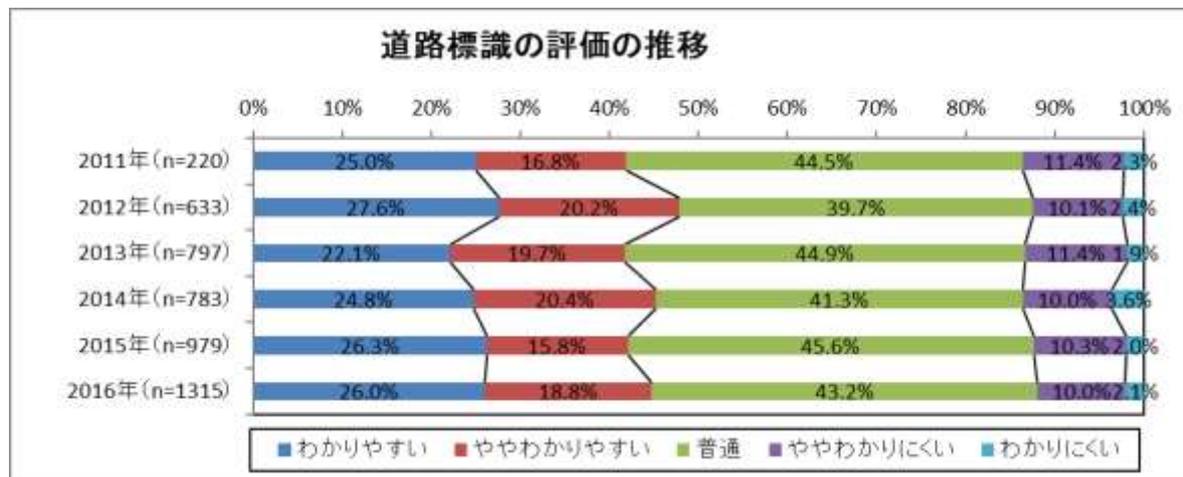
表 2-18-8 道路標識についての評価

道路標識	わかりやすい	ややわかりやすい	普通	ややわかりにくい	わかりにくい	合計
2011年	55	37	98	25	5	220
2012年	175	128	251	64	15	633
2013年	176	157	358	91	15	797
2014年	194	160	323	78	28	783
2015年	257	155	446	101	20	979
2016年	342	247	568	131	27	1,315

【構成比】

道路標識	わかりやすい	ややわかりやすい	普通	ややわかりにくい	わかりにくい	合計
2011年	25.0%	16.8%	44.5%	11.4%	2.3%	100.0%
2012年	27.6%	20.2%	39.7%	10.1%	2.4%	100.0%
2013年	22.1%	19.7%	44.9%	11.4%	1.9%	100.0%
2014年	24.8%	20.4%	41.3%	10.0%	3.6%	100.0%
2015年	26.3%	15.8%	45.6%	10.3%	2.0%	100.0%
2016年	26.0%	18.8%	43.2%	10.0%	2.1%	100.0%

図 2-18-8 道路標識についての評価の推移



### (9) 交通の便の観光案内板についての評価

表 2-18-9 は、交通の便における観光案内板について、2011 年から 2016 年の満足度を 5 段階評価で示したものである。わかりやすい、ややわかりやすいとする評価の合計が全体の約半数を占めているが大きな変化はない。2015 年以降はややわかりにくい、わかりにくいの評価の割合が減少している。

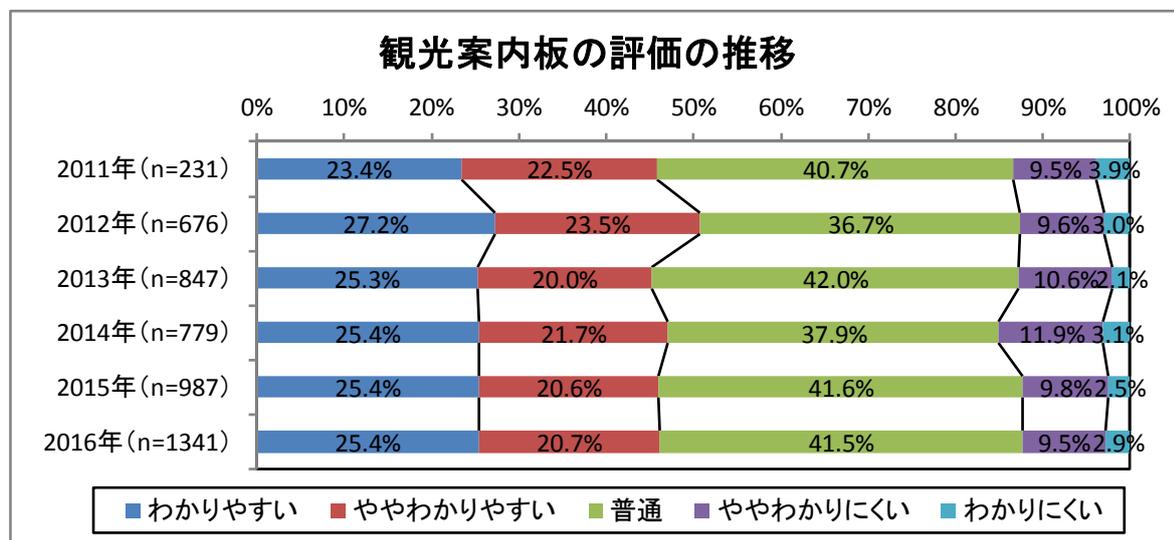
表 2-18-9 観光案内板についての評価

観光案内板	わかりやすい	ややわかりやすい	普通	ややわかりにくい	わかりにくい	合計
2011年	54	52	94	22	9	231
2012年	184	159	248	65	20	676
2013年	214	169	356	90	18	847
2014年	198	169	295	93	24	779
2015年	251	203	411	97	25	987
2016年	341	277	557	127	39	1,341

#### 【構成比】

観光案内板	わかりやすい	ややわかりやすい	普通	ややわかりにくい	わかりにくい	合計
2011年	23.4%	22.5%	40.7%	9.5%	3.9%	100.0%
2012年	27.2%	23.5%	36.7%	9.6%	3.0%	100.0%
2013年	25.3%	20.0%	42.0%	10.6%	2.1%	100.0%
2014年	25.4%	21.7%	37.9%	11.9%	3.1%	100.0%
2015年	25.4%	20.6%	41.6%	9.8%	2.5%	100.0%
2016年	25.4%	20.7%	41.5%	9.5%	2.9%	100.0%

図 2-18-9 観光案内板についての評価の推移



## (10) 土産物の価格についての評価

土産物については、2011年調査から価格と品揃えに分けて尋ねており、2011年から6年間の推移である。

表 2-18-10 は、土産物の価格についての 2011 年から 2016 年の満足度を 5 段階評価で示したものである。2012 年には、安いとする評価が減少し、やや高いとする評価が増加した。2013 年以降は安いとする評価が減少し、やや安いとする評価と合わせると、安いとの評価が減少傾向にある。

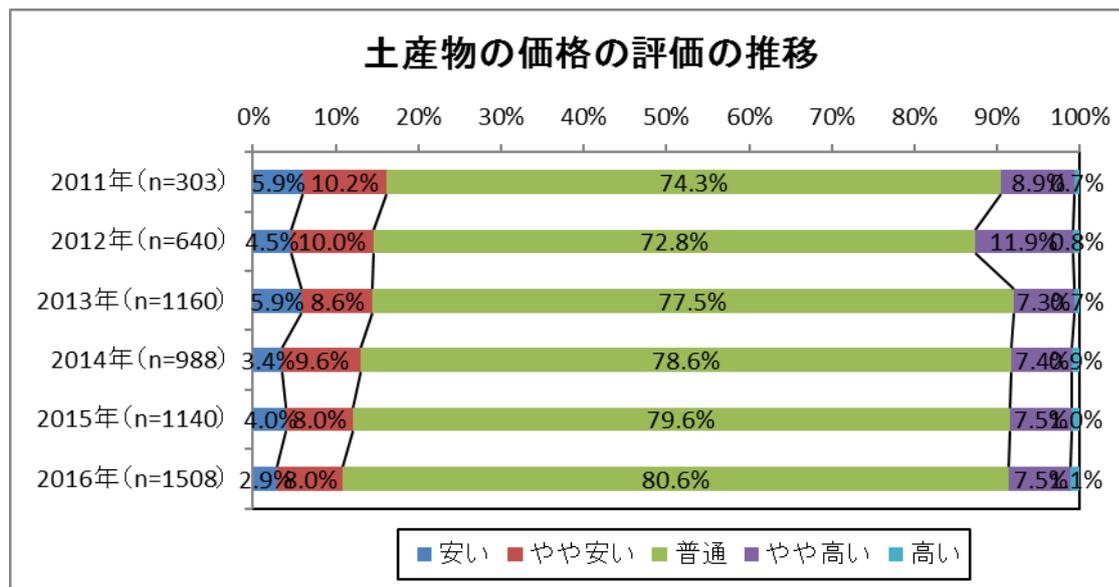
表 2-18-10 土産物の価格の評価

土産物の価格	安い	やや安い	普通	やや高い	高い	合計
2011年	18	31	225	27	2	303
2012年	29	64	466	76	5	640
2013年	68	100	899	85	8	1,160
2014年	34	95	777	73	9	988
2015年	46	91	907	85	11	1,140
2016年	43	121	1,215	113	16	1,508

### 【構成比】

土産物の価格	安い	やや安い	普通	やや高い	高い	合計
2011年	5.9%	10.2%	74.3%	8.9%	0.7%	100.0%
2012年	4.5%	10.0%	72.8%	11.9%	0.8%	100.0%
2013年	5.9%	8.6%	77.5%	7.3%	0.7%	100.0%
2014年	3.4%	9.6%	78.6%	7.4%	0.9%	100.0%
2015年	4.0%	8.0%	79.6%	7.5%	1.0%	100.0%
2016年	2.9%	8.0%	80.6%	7.5%	1.1%	100.0%

図 2-18-10 土産物の価格の評価の推移



### (11) 土産物の品揃えについての評価

表 2-18-11 は、土産物の品揃えについての 2011 年から 2016 年の満足度を 5 段階評価で示したものである。

良いとする評価がやや減少し、やや良いが減少しており、良いとする評価が減少傾向にある。一方で、2016 年には、やや悪いとする評価が増加し、やや良いの割合が多くなっている。

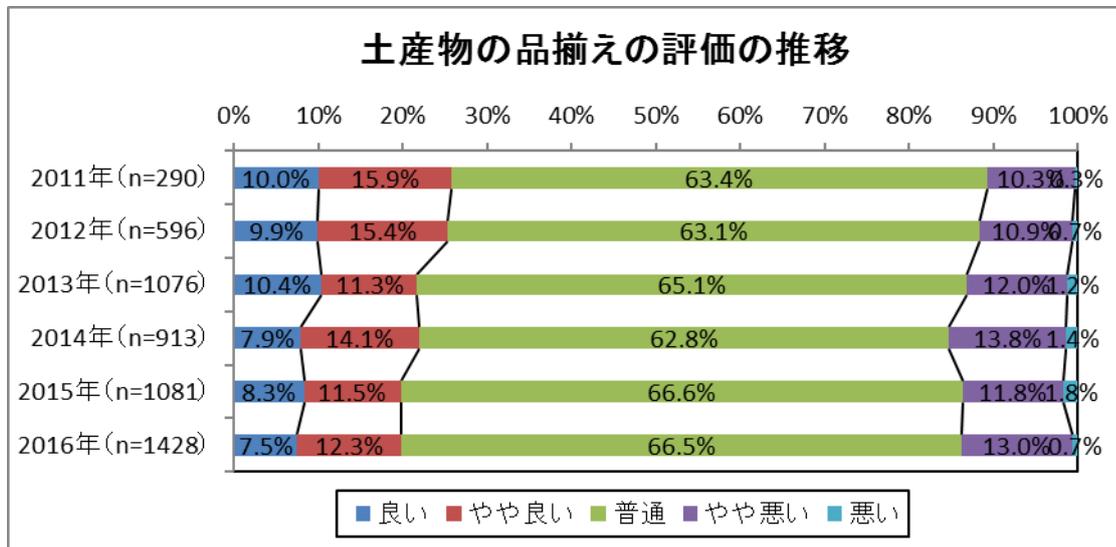
表 2-18-11 土産物の品揃えの評価

土産物の品揃え	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2011年	29	46	184	30	1	290
2012年	59	92	376	65	4	596
2013年	112	122	700	129	13	1,076
2014年	72	129	573	126	13	913
2015年	90	124	720	128	19	1,081
2016年	107	176	949	186	10	1,428

【構成比】

土産物の品揃え	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2011年	10.0%	15.9%	63.4%	10.3%	0.3%	100.0%
2012年	9.9%	15.4%	63.1%	10.9%	0.7%	100.0%
2013年	10.4%	11.3%	65.1%	12.0%	1.2%	100.0%
2014年	7.9%	14.1%	62.8%	13.8%	1.4%	100.0%
2015年	8.3%	11.5%	66.6%	11.8%	1.8%	100.0%
2016年	7.5%	12.3%	66.5%	13.0%	0.7%	100.0%

図 2-18-11 土産物の品揃えの評価の推移



## (12) 観光施設についての評価

表 2-18-12 は、観光施設についての満足度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も普通の評価が多い。良い、やや良いの評価を合わせると半数以上が良いと評価しているが、横ばいの傾向にある。

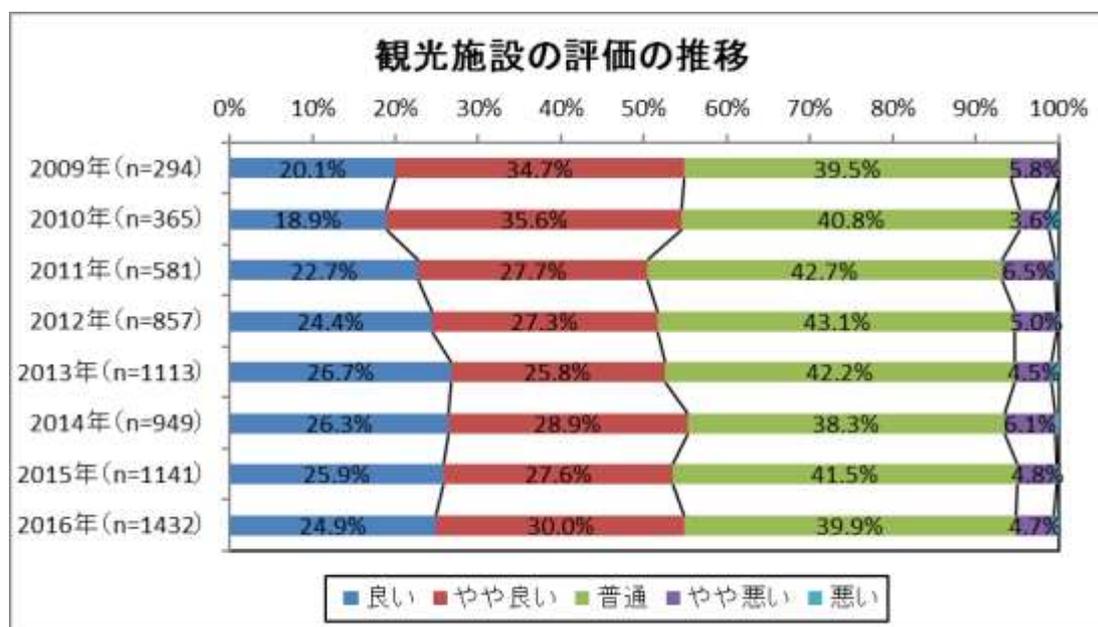
表 2-18-12 観光施設についての評価

観光施設	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	59	102	116	17	0	294
2010年	69	130	149	13	4	365
2011年	132	161	248	38	2	581
2012年	209	234	369	43	2	857
2013年	297	287	470	50	9	1,113
2014年	250	274	363	58	4	949
2015年	295	315	474	55	2	1,141
2016年	357	429	572	67	7	1,432

### 【構成比】

観光施設	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2009年	20.1%	34.7%	39.5%	5.8%	0.0%	100.0%
2010年	18.9%	35.6%	40.8%	3.6%	1.1%	100.0%
2011年	22.7%	27.7%	42.7%	6.5%	0.3%	100.0%
2012年	24.4%	27.3%	43.1%	5.0%	0.2%	100.0%
2013年	26.7%	25.8%	42.2%	4.5%	0.8%	100.0%
2014年	26.3%	28.9%	38.3%	6.1%	0.4%	100.0%
2015年	25.9%	27.6%	41.5%	4.8%	0.2%	100.0%
2016年	24.9%	30.0%	39.9%	4.7%	0.5%	100.0%

図 2-18-12 観光施設についての評価の推移



### (13) 山口市訪問の満足度についての評価

表 2-18-13 は、山口市訪問についての満足度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年もやや満足とする評価が高く、2011 年からは満足が普通を上回り、山口市の満足度は高いものとなっている。

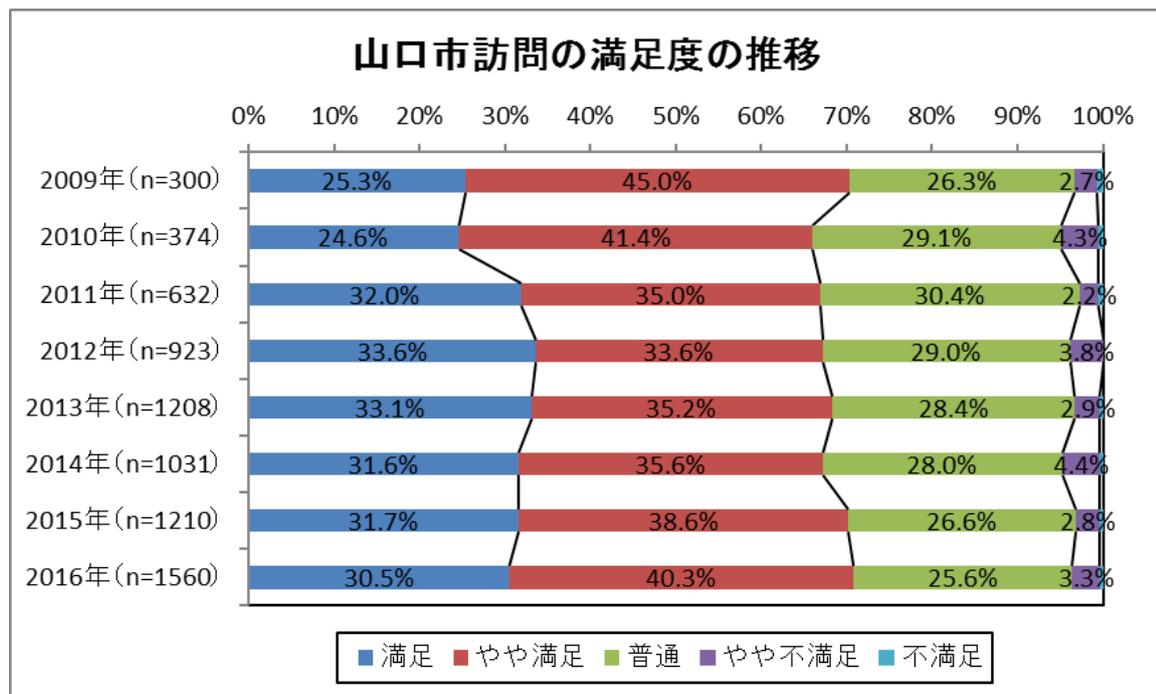
表 2-18-13 山口市訪問の満足度

山口市訪問	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
2009年	76	135	79	8	2	300
2010年	92	155	109	16	2	374
2011年	202	221	192	14	3	632
2012年	310	310	268	35	0	923
2013年	400	425	343	35	5	1,208
2014年	326	367	289	45	4	1,031
2015年	383	467	322	34	4	1,210
2016年	476	628	400	51	5	1,560

#### 【構成比】

山口市訪問	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
2009年	25.3%	45.0%	26.3%	2.7%	0.7%	100.0%
2010年	24.6%	41.4%	29.1%	4.3%	0.5%	100.0%
2011年	32.0%	35.0%	30.4%	2.2%	0.5%	100.0%
2012年	33.6%	33.6%	29.0%	3.8%	0.0%	100.0%
2013年	33.1%	35.2%	28.4%	2.9%	0.4%	100.0%
2014年	31.6%	35.6%	28.0%	4.4%	0.4%	100.0%
2015年	31.7%	38.6%	26.6%	2.8%	0.3%	100.0%
2016年	30.5%	40.3%	25.6%	3.3%	0.3%	100.0%

図 2-18-13 山口市訪問の満足度の推移



### (14) 今回の旅行の満足度についての評価

表 2-18-14 は、今回の旅行の満足度を 5 段階評価で示したものである。2011 年からやや満足を満足が上回り、2012 年には最も高い割合となっていることから、旅行全体でも満足していることがわかる。

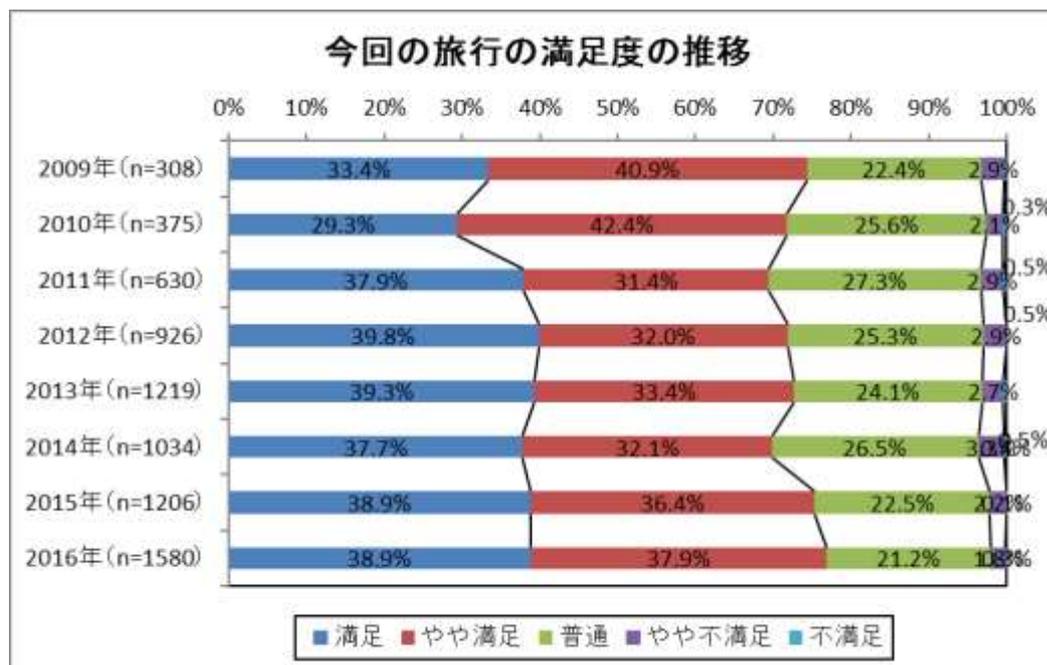
表 2-18-14 今回の旅行の満足度

今回の旅行	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
2009年	103	126	69	9	1	308
2010年	110	159	96	8	2	375
2011年	239	198	172	18	3	630
2012年	369	296	234	27	0	926
2013年	479	407	294	33	6	1,219
2014年	390	332	274	34	4	1,034
2015年	469	439	271	26	1	1,206
2016年	614	599	335	28	4	1,580

#### 【構成比】

今回の旅行	満足	やや満足	普通	やや不満足	不満足	合計
2009年	33.4%	40.9%	22.4%	2.9%	0.3%	100.0%
2010年	29.3%	42.4%	25.6%	2.1%	0.5%	100.0%
2011年	37.9%	31.4%	27.3%	2.9%	0.5%	100.0%
2012年	39.8%	32.0%	25.3%	2.9%	0.0%	100.0%
2013年	39.3%	33.4%	24.1%	2.7%	0.5%	100.0%
2014年	37.7%	32.1%	26.5%	3.3%	0.4%	100.0%
2015年	38.9%	36.4%	22.5%	2.2%	0.1%	100.0%
2016年	38.9%	37.9%	21.2%	1.8%	0.3%	100.0%

図 2-18-14 今回の旅行の満足度の推移



## 2-19 旅行において重視する項目

### (1) 観光施設等

表 2-19-1 は、旅行における観光施設等の重視度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も重視するとする評価が最も多く、続いてやや重視するが多く、旅行をする目的として高い割合を占めていることがわかる。

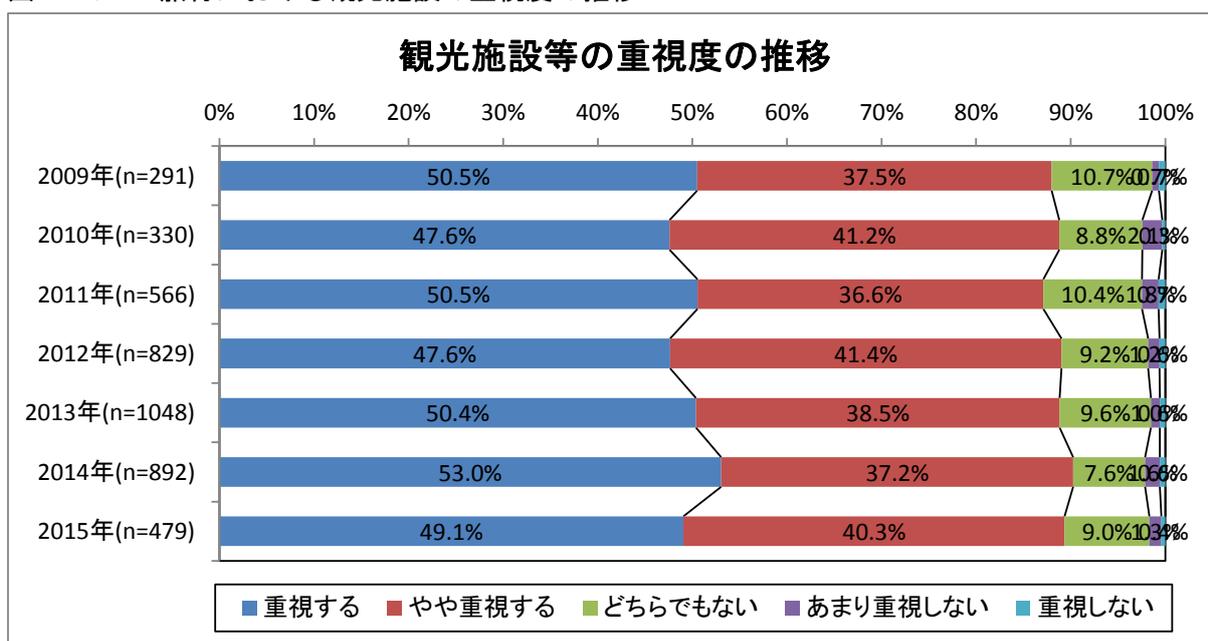
表 2-19-1 旅行における観光施設の重視度

観光施設等	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	147	109	31	2	2	291
2010年	157	136	29	7	1	330
2011年	286	207	59	10	4	566
2012年	395	343	76	10	5	829
2013年	528	403	101	10	6	1,048
2014年	473	332	68	14	5	892
2015年	235	193	43	6	2	479

#### 【構成比】

観光施設等	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	50.5%	37.5%	10.7%	0.7%	0.7%	100.0%
2010年	47.6%	41.2%	8.8%	2.1%	0.3%	100.0%
2011年	50.5%	36.6%	10.4%	1.8%	0.7%	100.0%
2012年	47.6%	41.4%	9.2%	1.2%	0.6%	100.0%
2013年	50.4%	38.5%	9.6%	1.0%	0.6%	100.0%
2014年	53.0%	37.2%	7.6%	1.6%	0.6%	100.0%
2015年	49.1%	40.3%	9.0%	1.3%	0.4%	100.0%

図 2-19-1 旅行における観光施設の重視度の推移



## (2) 温泉

表 2-19-2 は、旅行における温泉の重視度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も重視するが最も多く、続いてやや重視すると温泉は旅行においての目的の高い項目となっていることがわかる。

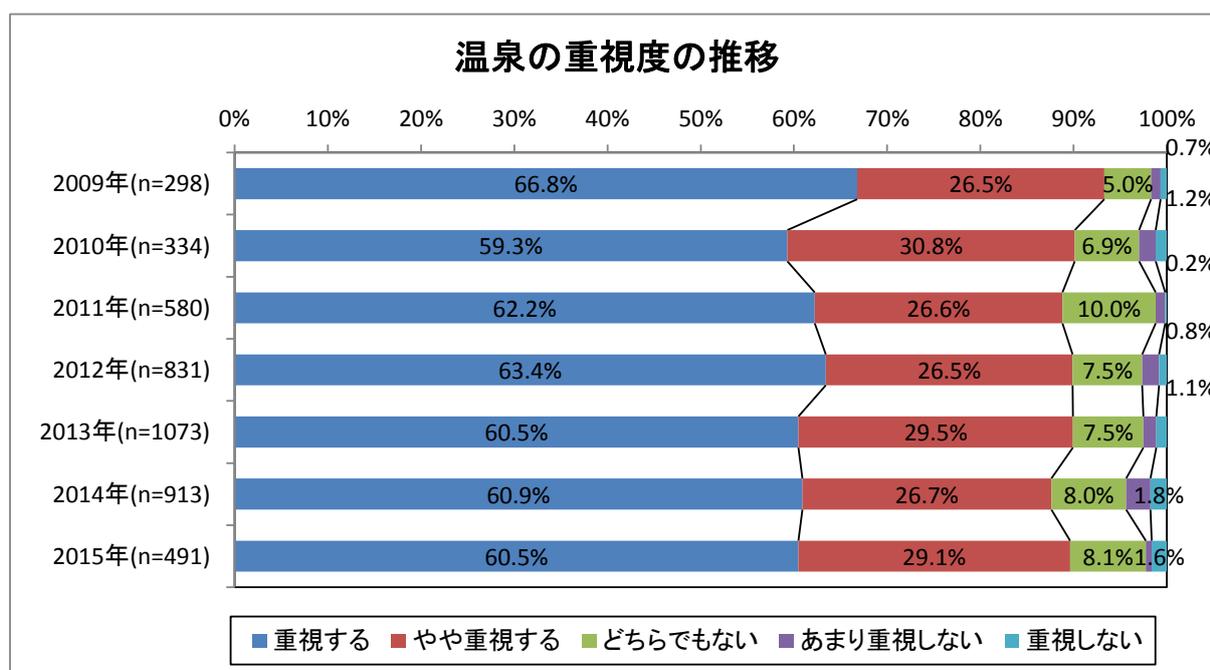
表 2-19-2 旅行における温泉の重視度

温泉	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	199	79	15	3	2	298
2010年	198	103	23	6	4	334
2011年	361	154	58	6	1	580
2012年	527	220	62	15	7	831
2013年	649	316	81	15	12	1,073
2014年	556	244	73	24	16	913
2015年	297	143	40	3	8	491

### 【構成比】

温泉	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	66.8%	26.5%	5.0%	1.0%	0.7%	100.0%
2010年	59.3%	30.8%	6.9%	1.8%	1.2%	100.0%
2011年	62.2%	26.6%	10.0%	1.0%	0.2%	100.0%
2012年	63.4%	26.5%	7.5%	1.8%	0.8%	100.0%
2013年	60.5%	29.5%	7.5%	1.4%	1.1%	100.0%
2014年	60.9%	26.7%	8.0%	2.6%	1.8%	100.0%
2015年	60.5%	29.1%	8.1%	0.6%	1.6%	100.0%

図 2-19-2 旅行における温泉の重視度の推移



### (3) 食事

表 2-19-3 は、旅行における食事の重視度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も重視するとの割合が多く、旅行においての目的として重視されていることがわかる。

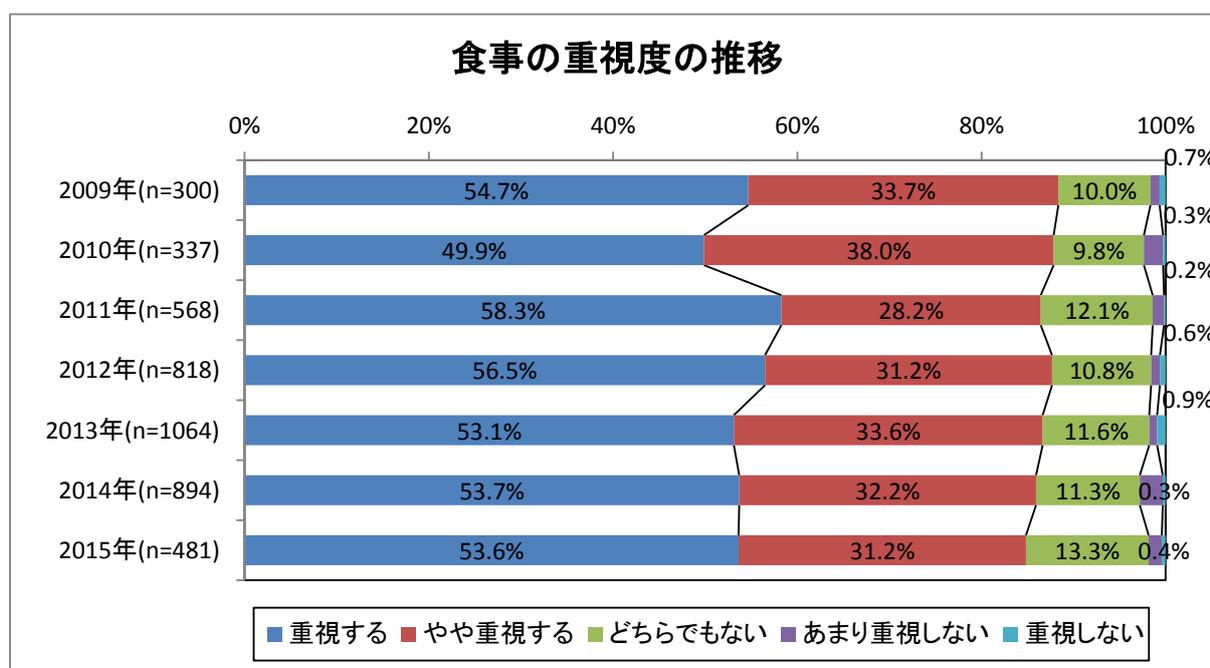
表 2-19-3 旅行における食事の重視度

食事	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	164	101	30	3	2	300
2010年	168	128	33	7	1	337
2011年	331	160	69	7	1	568
2012年	462	255	88	8	5	818
2013年	565	357	123	9	10	1,064
2014年	480	288	101	22	3	894
2015年	258	150	64	7	2	481

#### 【構成比】

食事	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	54.7%	33.7%	10.0%	1.0%	0.7%	100.0%
2010年	49.9%	38.0%	9.8%	2.1%	0.3%	100.0%
2011年	58.3%	28.2%	12.1%	1.2%	0.2%	100.0%
2012年	56.5%	31.2%	10.8%	1.0%	0.6%	100.0%
2013年	53.1%	33.6%	11.6%	0.8%	0.9%	100.0%
2014年	53.7%	32.2%	11.3%	2.5%	0.3%	100.0%
2015年	53.6%	31.2%	13.3%	1.5%	0.4%	100.0%

図 2-19-3 旅行における食事の重視度の推移



#### (4) 祭り

表 2-19-4 は、旅行における祭りの重視度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年もどちらでもないが最も多く、続いてやや重視するとなっている。他の項目と比較しても、旅行の目的としてはあまり高くないことがわかる。

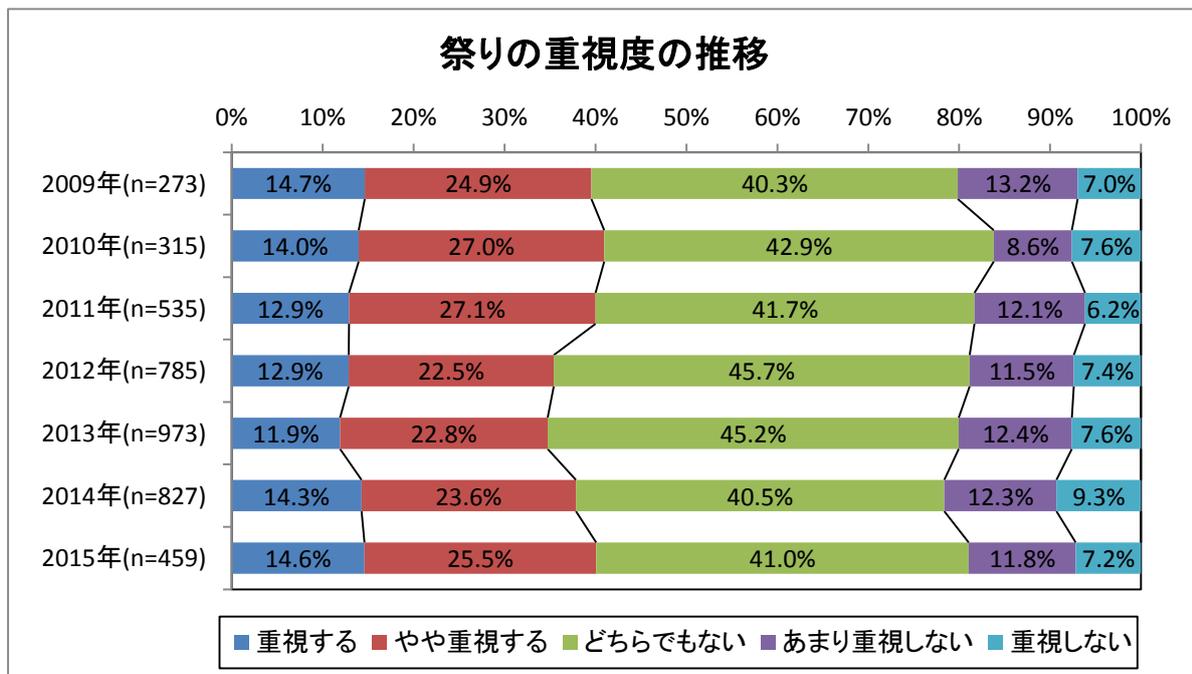
表 2-19-4 旅行における祭りの重視度

祭り	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	40	68	110	36	19	273
2010年	44	85	135	27	24	315
2011年	69	145	223	65	33	535
2012年	101	177	359	90	58	785
2013年	116	222	440	121	74	973
2014年	118	195	335	102	77	827
2015年	67	117	188	54	33	459

#### 【構成比】

祭り	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	14.7%	24.9%	40.3%	13.2%	7.0%	100.0%
2010年	14.0%	27.0%	42.9%	8.6%	7.6%	100.0%
2011年	12.9%	27.1%	41.7%	12.1%	6.2%	100.0%
2012年	12.9%	22.5%	45.7%	11.5%	7.4%	100.0%
2013年	11.9%	22.8%	45.2%	12.4%	7.6%	100.0%
2014年	14.3%	23.6%	40.5%	12.3%	9.3%	100.0%
2015年	14.6%	25.5%	41.0%	11.8%	7.2%	100.0%

図 2-19-4 旅行における祭りの重視度の推移



## (5) イベント（祭り以外）

表 2-19-5 は、旅行におけるイベント(祭り以外)の重視度を 5 段階評価で示したものである。祭りの評価と同様にあまり重視する割合は多くないが、いずれの年もどちらでもないが最も多く、続いてやや重視するが多くなっている。

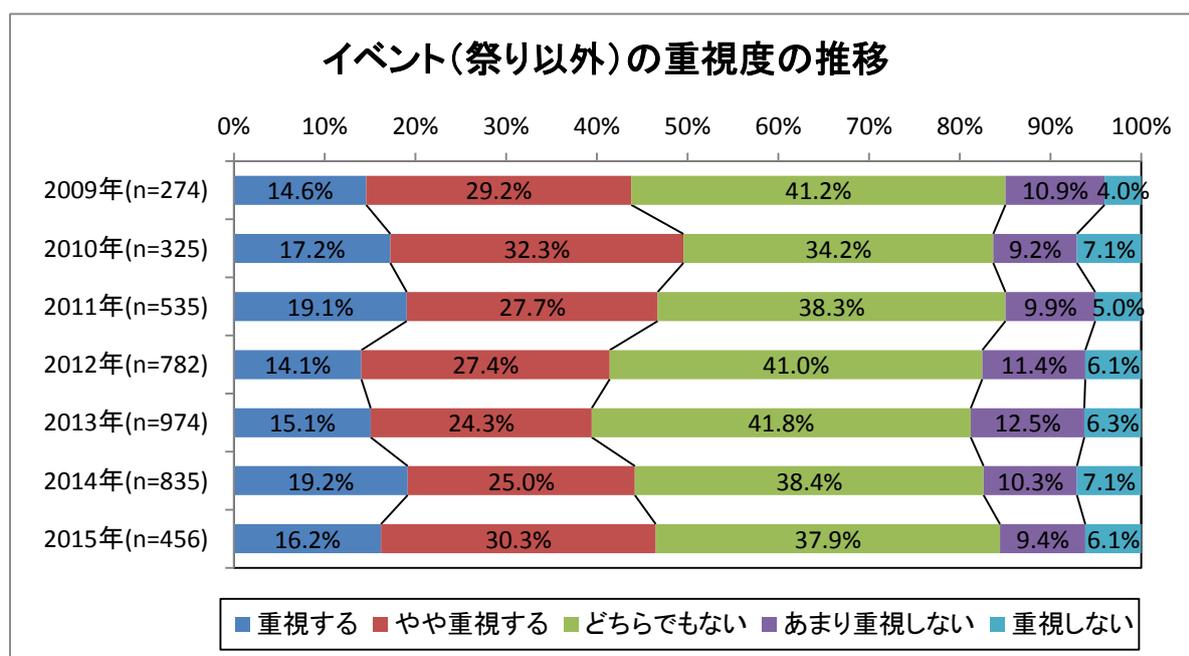
表 2-19-5 旅行におけるイベント(祭り以外)の重視度

イベント (祭り以外)	重視する	やや 重視する	どちらでも ない	あまり 重視しない	重視しない	合計
2009年	40	80	113	30	11	274
2010年	56	105	111	30	23	325
2011年	102	148	205	53	27	535
2012年	110	214	321	89	48	782
2013年	147	237	407	122	61	974
2014年	160	209	321	86	59	835
2015年	74	138	173	43	28	456

### 【構成比】

イベント (祭り以外)	重視する	やや 重視する	どちらでも ない	あまり 重視しない	重視しない	合計
2009年	14.6%	29.2%	41.2%	10.9%	4.0%	100.0%
2010年	17.2%	32.3%	34.2%	9.2%	7.1%	100.0%
2011年	19.1%	27.7%	38.3%	9.9%	5.0%	100.0%
2012年	14.1%	27.4%	41.0%	11.4%	6.1%	100.0%
2013年	15.1%	24.3%	41.8%	12.5%	6.3%	100.0%
2014年	19.2%	25.0%	38.4%	10.3%	7.1%	100.0%
2015年	16.2%	30.3%	37.9%	9.4%	6.1%	100.0%

図 2-19-5 旅行におけるイベント(祭り以外)の重視度の推移



## (6) 神社・仏閣めぐり

表 2-19-6 は、旅行における神社・仏閣めぐりの重視度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年もやや重視するが最も多く、重視するも高い割合を示していることから、旅行の目的として重視されていることがわかる。

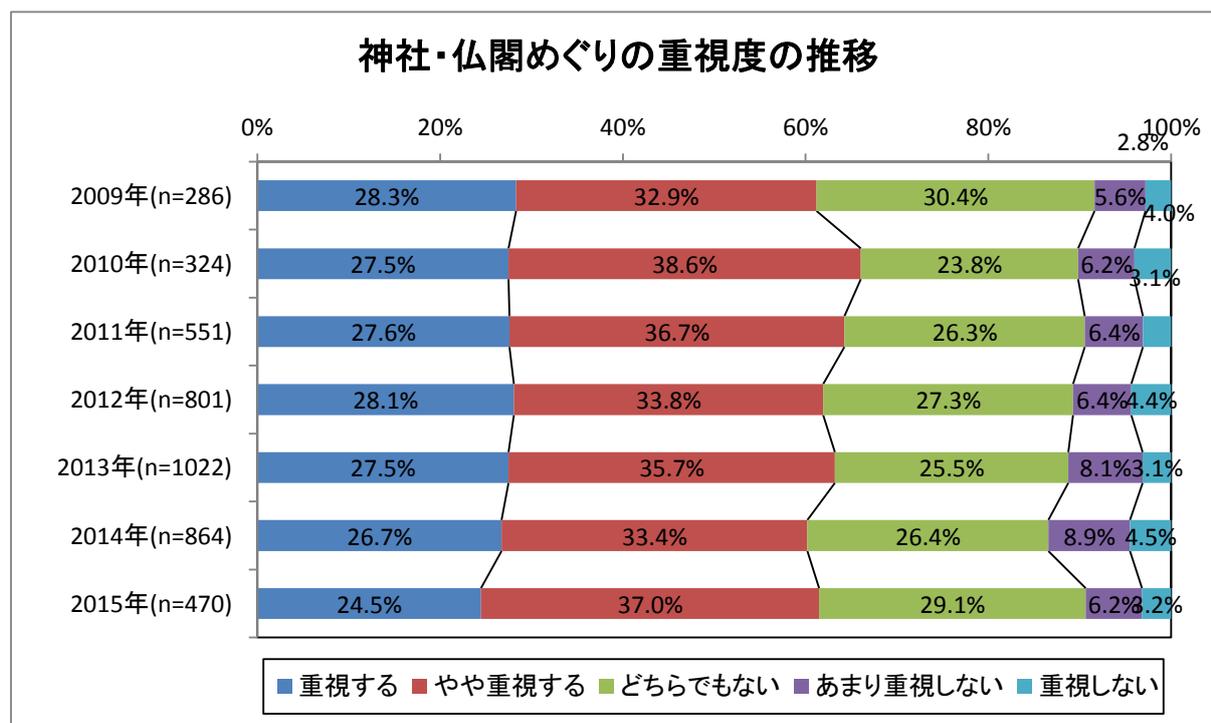
表 2-19-6 旅行における神社・仏閣めぐりの重視度

神社・仏閣めぐり	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	81	94	87	16	8	286
2010年	89	125	77	20	13	324
2011年	152	202	145	35	17	551
2012年	225	271	219	51	35	801
2013年	281	365	261	83	32	1,022
2014年	231	289	228	77	39	864
2015年	115	174	137	29	15	470

### 【構成比】

神社・仏閣めぐり	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	28.3%	32.9%	30.4%	5.6%	2.8%	100.0%
2010年	27.5%	38.6%	23.8%	6.2%	4.0%	100.0%
2011年	27.6%	36.7%	26.3%	6.4%	3.1%	100.0%
2012年	28.1%	33.8%	27.3%	6.4%	4.4%	100.0%
2013年	27.5%	35.7%	25.5%	8.1%	3.1%	100.0%
2014年	26.7%	33.4%	26.4%	8.9%	4.5%	100.0%
2015年	24.5%	37.0%	29.1%	6.2%	3.2%	100.0%

図 2-19-6 旅行における神社・仏閣めぐりの重視度の推移



## (7) お花の見物

表 2-19-7 は、旅行におけるお花の見物の重視度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年もやや重視するがどちらでもないとともに、高い割合となっている。近年は重視度がやや低調に推移している。

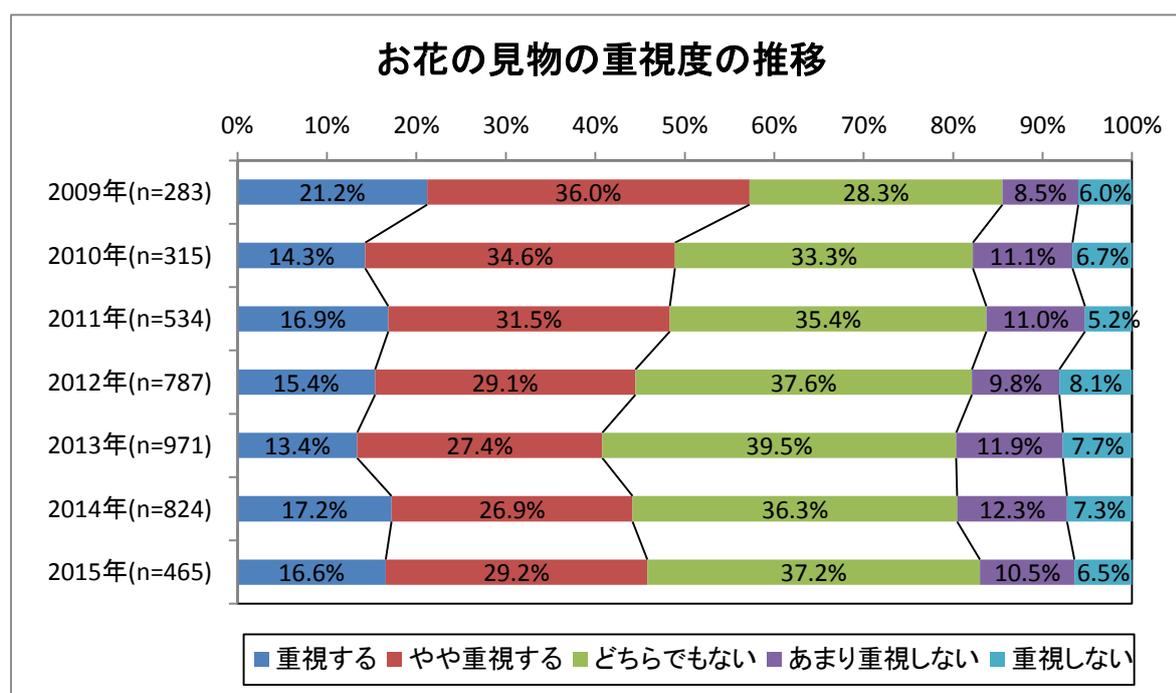
表 2-19-7 旅行におけるお花の見物の重視度

お花の見物	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	60	102	80	24	17	283
2010年	45	109	105	35	21	315
2011年	90	168	189	59	28	534
2012年	121	229	296	77	64	787
2013年	130	266	384	116	75	971
2014年	142	222	299	101	60	824
2015年	77	136	173	49	30	465

### 【構成比】

お花の見物	重視する	やや重視する	どちらでもない	あまり重視しない	重視しない	合計
2009年	21.2%	36.0%	28.3%	8.5%	6.0%	100.0%
2010年	14.3%	34.6%	33.3%	11.1%	6.7%	100.0%
2011年	16.9%	31.5%	35.4%	11.0%	5.2%	100.0%
2012年	15.4%	29.1%	37.6%	9.8%	8.1%	100.0%
2013年	13.4%	27.4%	39.5%	11.9%	7.7%	100.0%
2014年	17.2%	26.9%	36.3%	12.3%	7.3%	100.0%
2015年	16.6%	29.2%	37.2%	10.5%	6.5%	100.0%

図 2-19-7 旅行におけるお花の見物の重視度の推移



### (8) 山口市への旅行で重視するもの（加重平均）

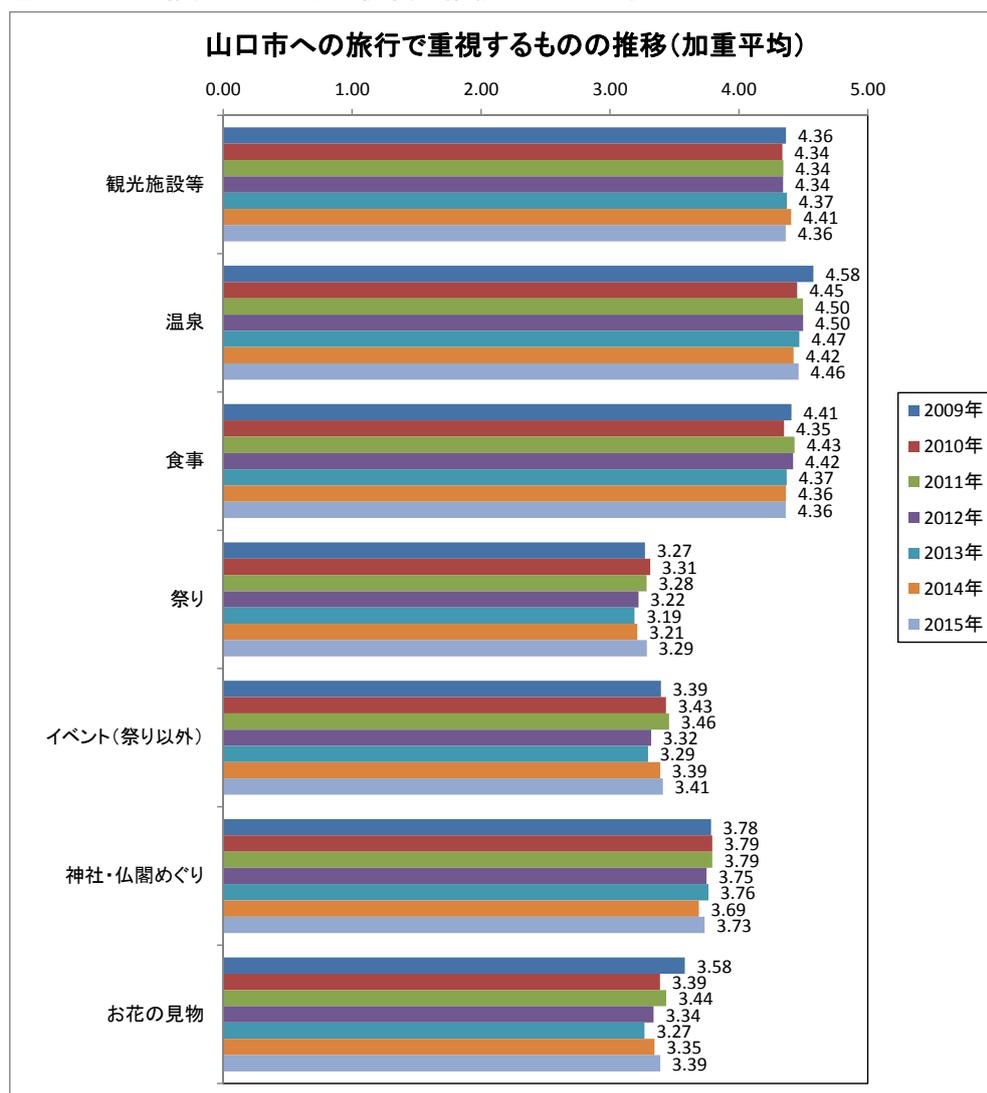
表 2-19-8 は、山口市への旅行における各項目の評価について、「重視する」とした回答を 5 点、「やや重視する」を 4 点、「どちらでもない」を 3 点、「あまり重視しない」を 2 点、「重視しない」を 1 点として、それぞれに回答者数をかけて平均値（加重平均値）をとったものである。

すべての項目について、いずれの年も 3 点を超えていることから、重視する傾向にある。そのうち、観光施設、温泉、食事の重視度は高く、その推移も高い傾向にある。一方で、祭り、イベント、お花の見物については重視度も他に比べて低い傾向にある。

表 2-19-8 旅行におけるその他の重視度

山口市への旅行で重視するもの	観光施設等	温泉	食事	祭り	イベント(祭り以外)	神社・仏閣めぐり	お花の見物
2009年	4.36	4.58	4.41	3.27	3.39	3.78	3.58
2010年	4.34	4.45	4.35	3.31	3.43	3.79	3.39
2011年	4.34	4.50	4.43	3.28	3.46	3.79	3.44
2012年	4.34	4.50	4.42	3.22	3.32	3.75	3.34
2013年	4.37	4.47	4.37	3.19	3.29	3.76	3.27
2014年	4.41	4.42	4.36	3.21	3.39	3.69	3.35
2015年	4.36	4.46	4.36	3.29	3.41	3.73	3.39

図 2-19-8 旅行における重視度の推移（加重平均）



## 2-20 山口市の魅力

### (1) 室町時代（大内文化）の史跡

表 2-20-1 は、山口市における室町時代(大内文化)の史跡の魅力度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年もやや魅力的が最も多く、魅力的とする割合も高くなっている。室町時代(大内文化)の史跡は山口市の魅力であるということがわかる。

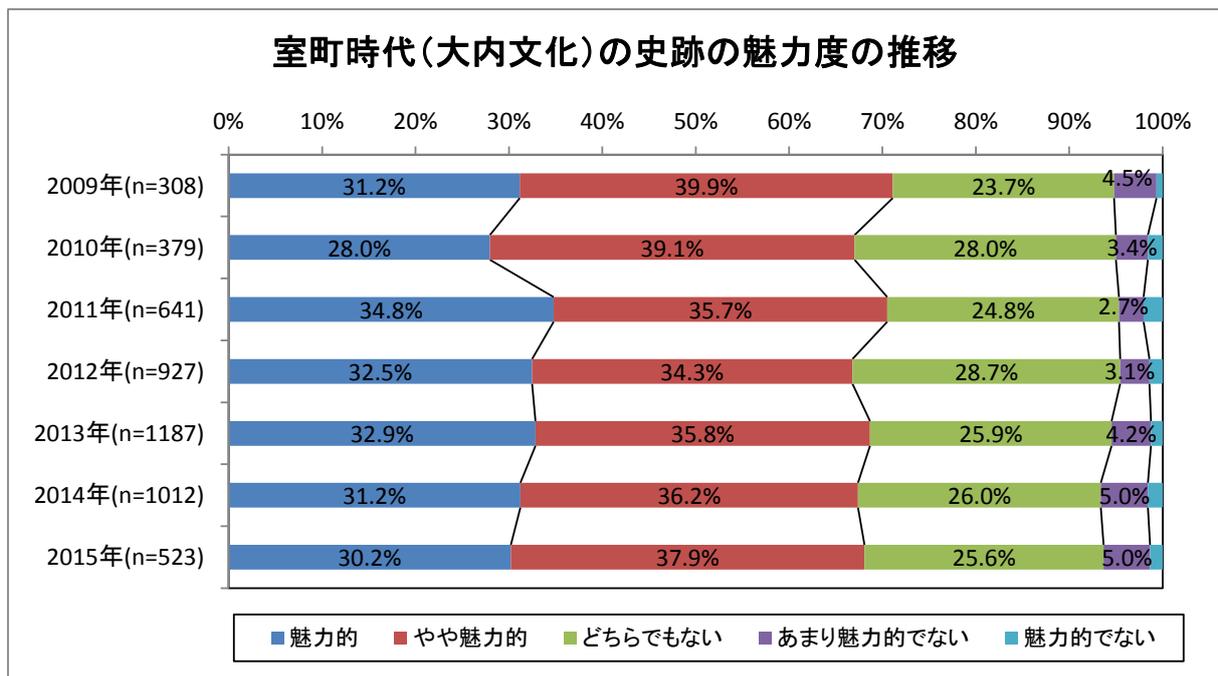
表 2-20-1 山口市における室町時代(大内文化)の魅力度

室町時代 (大内文化)の史跡	魅力的	やや 魅力的	どちらでも ない	あまり 魅力的でない	魅力的 でない	合計
2009年	96	123	73	14	2	308
2010年	106	148	106	13	6	379
2011年	223	229	159	17	13	641
2012年	301	318	266	29	13	927
2013年	390	425	307	50	15	1,187
2014年	316	366	263	51	16	1,012
2015年	158	198	134	26	7	523

#### 【構成比】

室町時代 (大内文化)の史跡	魅力的	やや 魅力的	どちらでも ない	あまり 魅力的でない	魅力的 でない	合計
2009年	31.2%	39.9%	23.7%	4.5%	0.6%	100.0%
2010年	28.0%	39.1%	28.0%	3.4%	1.6%	100.0%
2011年	34.8%	35.7%	24.8%	2.7%	2.0%	100.0%
2012年	32.5%	34.3%	28.7%	3.1%	1.4%	100.0%
2013年	32.9%	35.8%	25.9%	4.2%	1.3%	100.0%
2014年	31.2%	36.2%	26.0%	5.0%	1.6%	100.0%
2015年	30.2%	37.9%	25.6%	5.0%	1.3%	100.0%

図 2-20-1 山口市における室町時代(大内文化)の魅力度の推移



## (2) 明治時代(維新)の史跡

表 2-20-2 は、山口市における明治時代(維新)の史跡の魅力度を 5 段階評価で示したものである。2011 年には魅力的がやや魅力的を上回り、山口市において魅力的なものになっている。いずれの年でも魅力的やや魅力的の割合が多くなっている。

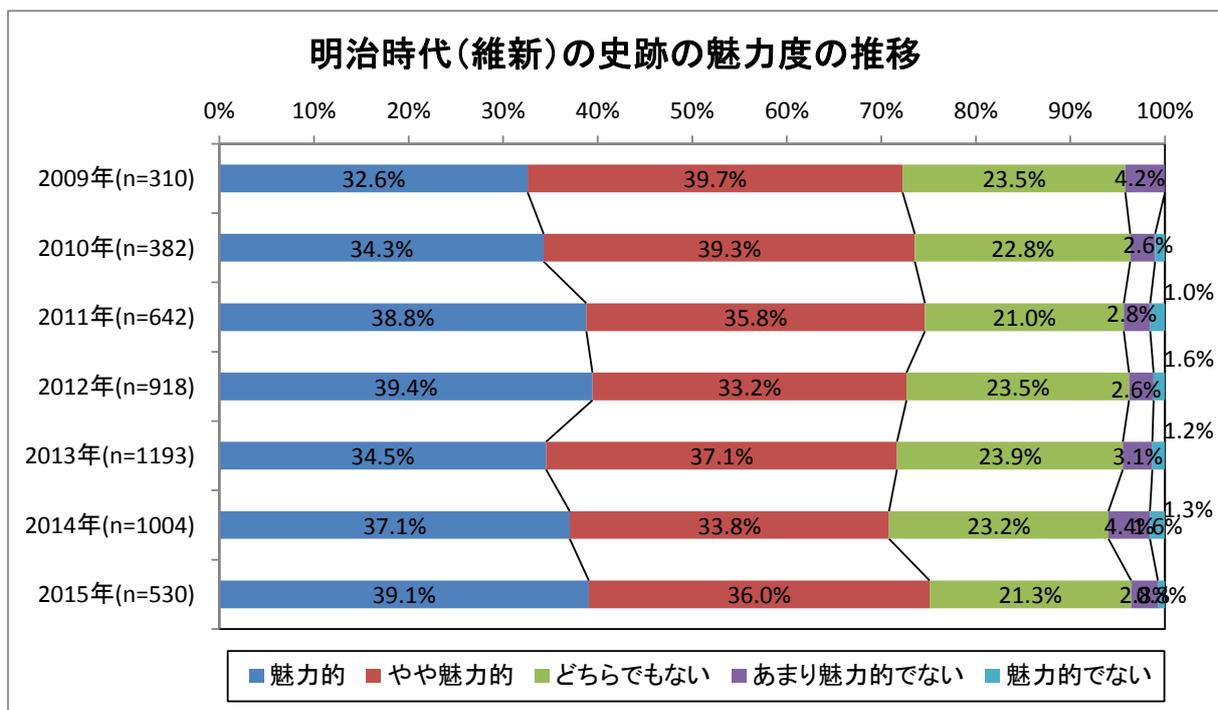
表 2-20-2 山口市における明治時代(維新)の史跡の魅力度

明治時代 (維新)の史跡	魅力的	やや 魅力的	どちらでも ない	あまり 魅力的でない	魅力的 でない	合計
2009年	101	123	73	13	0	310
2010年	131	150	87	10	4	382
2011年	249	230	135	18	10	642
2012年	362	305	216	24	11	918
2013年	412	443	285	37	16	1,193
2014年	372	339	233	44	16	1,004
2015年	207	191	113	15	4	530

### 【構成比】

明治時代 (維新)の史跡	魅力的	やや 魅力的	どちらでも ない	あまり 魅力的でない	魅力的 でない	合計
2009年	32.6%	39.7%	23.5%	4.2%	0.0%	100.0%
2010年	34.3%	39.3%	22.8%	2.6%	1.0%	100.0%
2011年	38.8%	35.8%	21.0%	2.8%	1.6%	100.0%
2012年	39.4%	33.2%	23.5%	2.6%	1.2%	100.0%
2013年	34.5%	37.1%	23.9%	3.1%	1.3%	100.0%
2014年	37.1%	33.8%	23.2%	4.4%	1.6%	100.0%
2015年	39.1%	36.0%	21.3%	2.8%	0.8%	100.0%

図 2-20-2 山口市における明治時代(維新)の史跡の魅力度の推移



### (3) 郷土料理や特産品

表 2-20-3 は、山口市における郷土料理や特産品の魅力度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年もやや魅力的の割合が多く、魅力的とする割合が高くなっている。

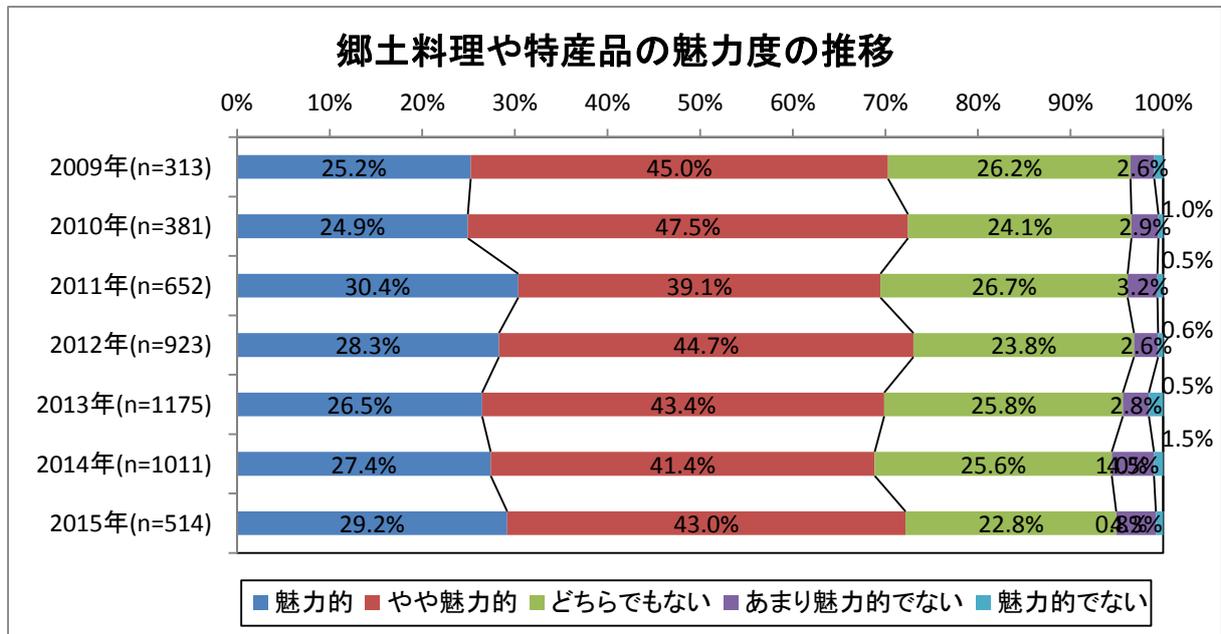
表 2-20-3 山口市における郷土料理や特産品の魅力度

郷土料理や特産品	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	79	141	82	8	3	313
2010年	95	181	92	11	2	381
2011年	198	255	174	21	4	652
2012年	261	413	220	24	5	923
2013年	311	510	303	33	18	1,175
2014年	277	419	259	46	10	1,011
2015年	150	221	117	22	4	514

【構成比】

郷土料理や特産品	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	25.2%	45.0%	26.2%	2.6%	1.0%	100.0%
2010年	24.9%	47.5%	24.1%	2.9%	0.5%	100.0%
2011年	30.4%	39.1%	26.7%	3.2%	0.6%	100.0%
2012年	28.3%	44.7%	23.8%	2.6%	0.5%	100.0%
2013年	26.5%	43.4%	25.8%	2.8%	1.5%	100.0%
2014年	27.4%	41.4%	25.6%	4.5%	1.0%	100.0%
2015年	29.2%	43.0%	22.8%	4.3%	0.8%	100.0%

図 2-20-3 山口市における郷土料理や特産品の魅力度の推移



#### (4) 中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土

表 2-20-4 は、山口市における中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土の魅力度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も非常に魅力的とやや魅力的の合計が半数を超えていることから山口市の魅力になっているといえる。

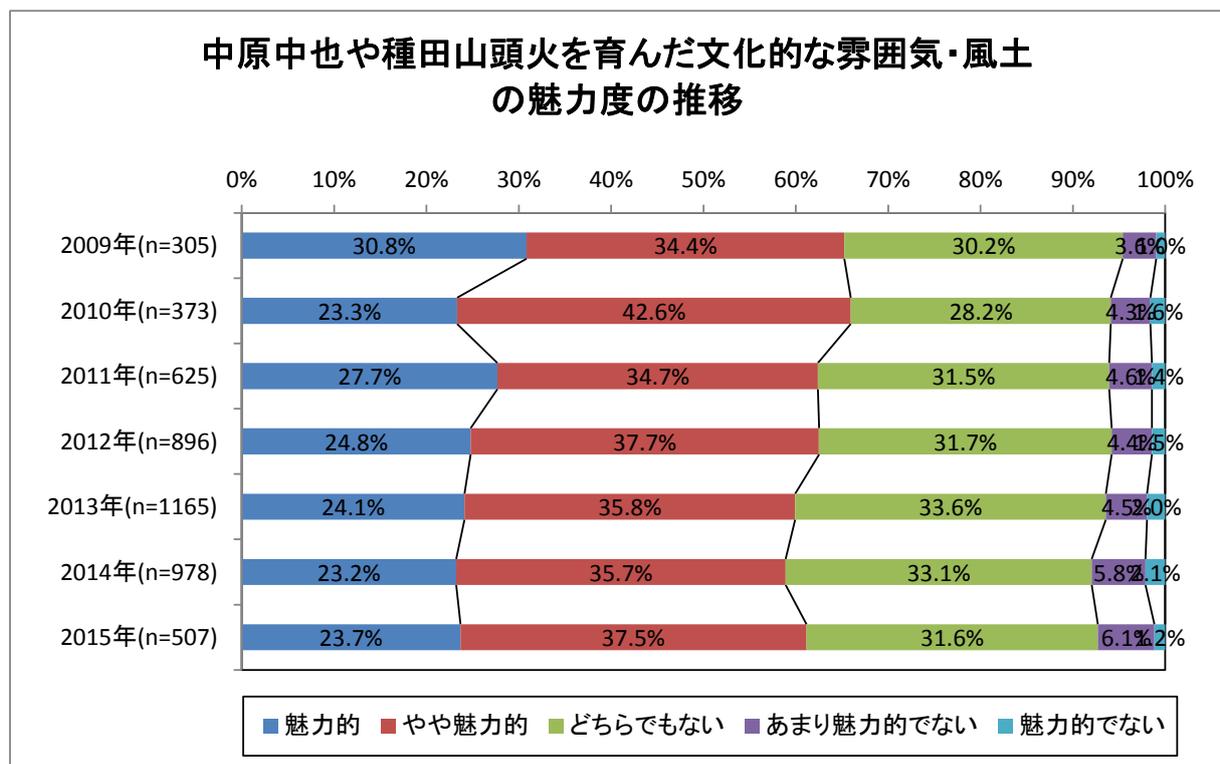
表 2-20-4 山口市における中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土の魅力度

中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	94	105	92	11	3	305
2010年	87	159	105	16	6	373
2011年	173	217	197	29	9	625
2012年	222	338	284	39	13	896
2013年	281	417	392	52	23	1,165
2014年	227	349	324	57	21	978
2015年	120	190	160	31	6	507

#### 【構成比】

中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	30.8%	34.4%	30.2%	3.6%	1.0%	100.0%
2010年	23.3%	42.6%	28.2%	4.3%	1.6%	100.0%
2011年	27.7%	34.7%	31.5%	4.6%	1.4%	100.0%
2012年	24.8%	37.7%	31.7%	4.4%	1.5%	100.0%
2013年	24.1%	35.8%	33.6%	4.5%	2.0%	100.0%
2014年	23.2%	35.7%	33.1%	5.8%	2.1%	100.0%
2015年	23.7%	37.5%	31.6%	6.1%	1.2%	100.0%

図 2-20-4 山口市における中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土の魅力度の推移



### (5) 温泉（足湯）

表 2-20-5 は、山口市における温泉（足湯）の魅力度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も魅力的や、やや魅力的の割合が多いが、なかでも魅力的がおよそ半数を占めており、山口市において魅力あるものであるといえる。

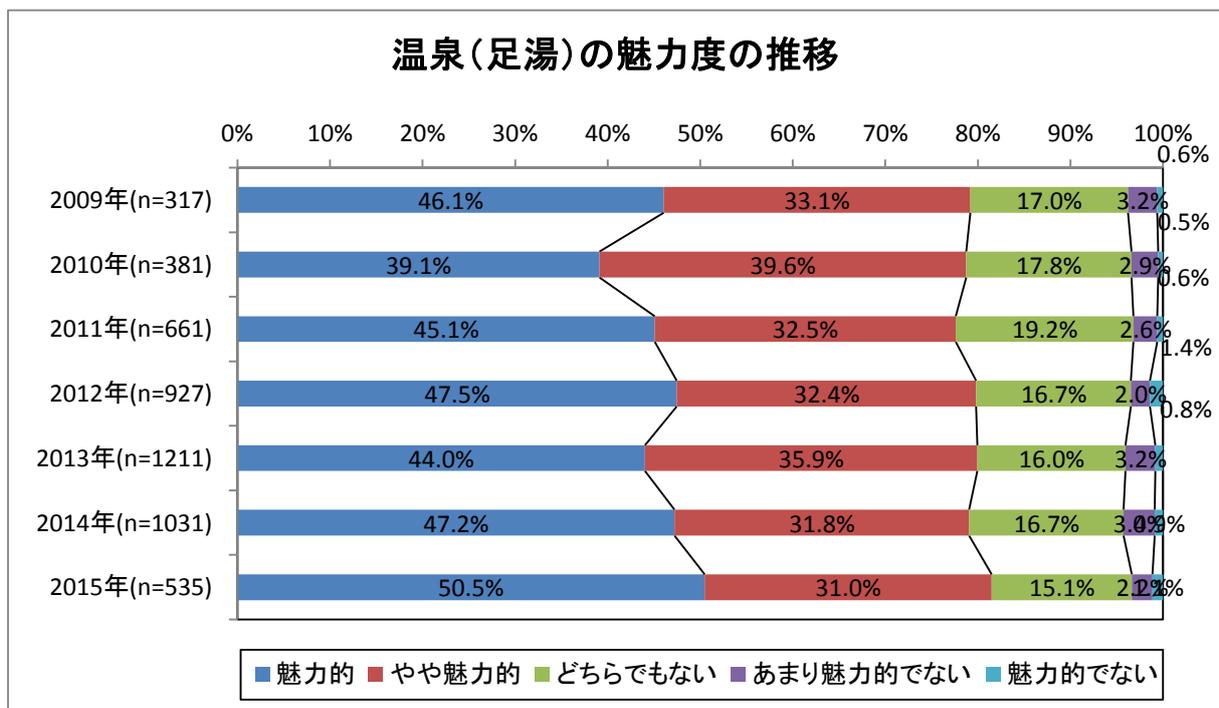
表 2-20-5 山口市における温泉(足湯)の魅力度

温泉(足湯)	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	146	105	54	10	2	317
2010年	149	151	68	11	2	381
2011年	298	215	127	17	4	661
2012年	440	300	155	19	13	927
2013年	533	435	194	39	10	1,211
2014年	487	328	172	35	9	1,031
2015年	270	166	81	12	6	535

【構成比】

温泉(足湯)	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	46.1%	33.1%	17.0%	3.2%	0.6%	100.0%
2010年	39.1%	39.6%	17.8%	2.9%	0.5%	100.0%
2011年	45.1%	32.5%	19.2%	2.6%	0.6%	100.0%
2012年	47.5%	32.4%	16.7%	2.0%	1.4%	100.0%
2013年	44.0%	35.9%	16.0%	3.2%	0.8%	100.0%
2014年	47.2%	31.8%	16.7%	3.4%	0.9%	100.0%
2015年	50.5%	31.0%	15.1%	2.2%	1.1%	100.0%

図 2-20-5 山口市における温泉(足湯)の魅力度の推移



## (6) 現代の芸術・文化を育む文化施設

表 2-20-6 は、山口市における現代の芸術・文化を育む文化施設の魅力度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年もどちらでもないが最も多く、続いてやや魅力的となっている。

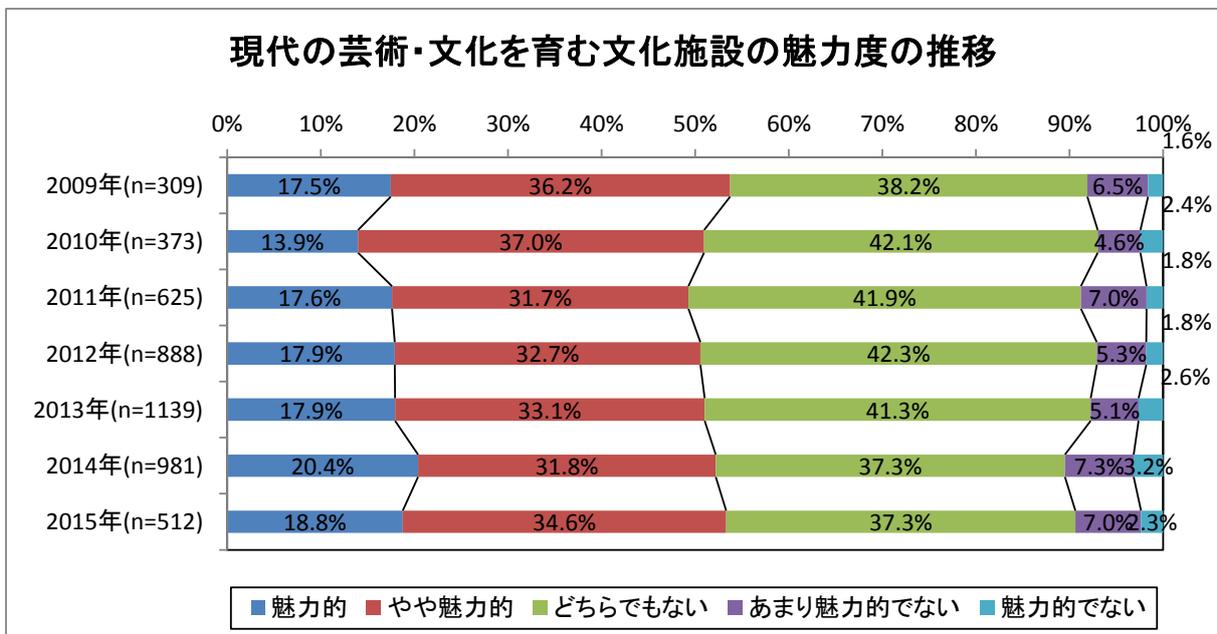
表 2-20-6 山口市における現代の芸術・文化を育む文化施設の魅力度

現代の芸術・文化を育む文化施設	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	54	112	118	20	5	309
2010年	52	138	157	17	9	373
2011年	110	198	262	44	11	625
2012年	159	290	376	47	16	888
2013年	204	377	470	58	30	1,139
2014年	200	312	366	72	31	981
2015年	96	177	191	36	12	512

### 【構成比】

現代の芸術・文化を育む文化施設	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	17.5%	36.2%	38.2%	6.5%	1.6%	100.0%
2010年	13.9%	37.0%	42.1%	4.6%	2.4%	100.0%
2011年	17.6%	31.7%	41.9%	7.0%	1.8%	100.0%
2012年	17.9%	32.7%	42.3%	5.3%	1.8%	100.0%
2013年	17.9%	33.1%	41.3%	5.1%	2.6%	100.0%
2014年	20.4%	31.8%	37.3%	7.3%	3.2%	100.0%
2015年	18.8%	34.6%	37.3%	7.0%	2.3%	100.0%

図 2-20-6 山口市における現代の芸術・文化を育む文化施設の魅力度の推移



### (7) 海や山などの自然景観

表2-20-7は、山口市における海や山などの自然景観の魅力度を5段階評価で示したものである。いずれの年も魅力的や、やや魅力的の割合が高くなっている。2015年は魅力的とする割合がやや減少している。

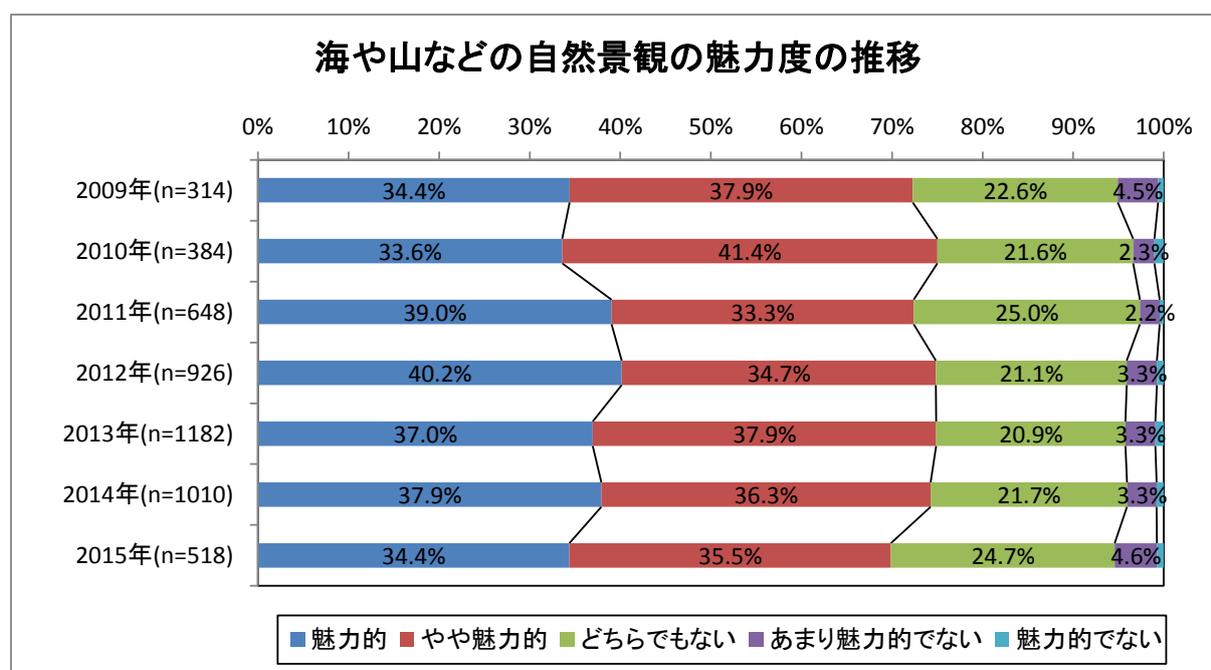
表 2-20-7 山口市における海や山などの自然景観の魅力度

海や山などの自然景観	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	108	119	71	14	2	314
2010年	129	159	83	9	4	384
2011年	253	216	162	14	3	648
2012年	372	321	195	31	7	926
2013年	437	448	247	39	11	1,182
2014年	383	367	219	33	8	1,010
2015年	178	184	128	24	4	518

【構成比】

海や山などの自然景観	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	34.4%	37.9%	22.6%	4.5%	0.6%	100.0%
2010年	33.6%	41.4%	21.6%	2.3%	1.0%	100.0%
2011年	39.0%	33.3%	25.0%	2.2%	0.5%	100.0%
2012年	40.2%	34.7%	21.1%	3.3%	0.8%	100.0%
2013年	37.0%	37.9%	20.9%	3.3%	0.9%	100.0%
2014年	37.9%	36.3%	21.7%	3.3%	0.8%	100.0%
2015年	34.4%	35.5%	24.7%	4.6%	0.8%	100.0%

図 2-20-7 山口市における海や山などの自然景観の魅力度の推移



### (8) 三海（日本海、瀬戸内、玄界灘）の幸

表 2-20-8 は、山口市における三海(日本海、瀬戸内、玄界灘)の幸の魅力度を 5 段階評価で示したものである。いずれの年も魅力的とやや魅力的の合計が半数を超えているものの、2015 年は魅力的とする割合がやや減少している。

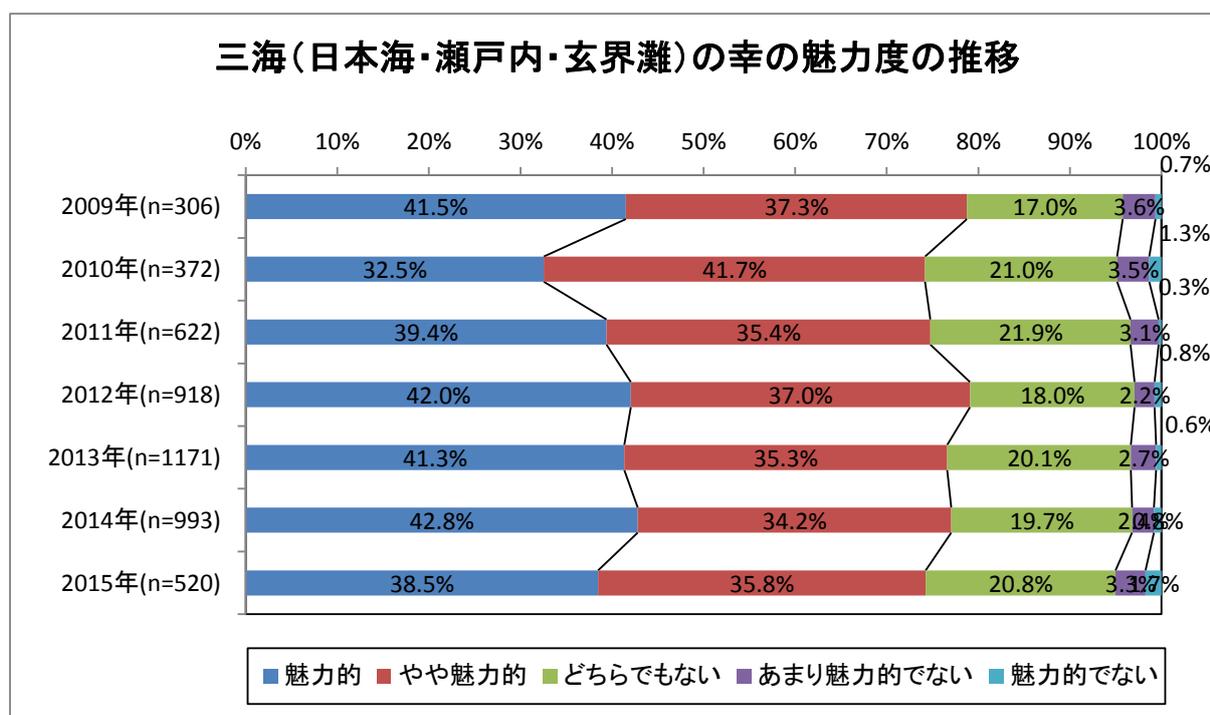
表 2-20-8 山口市における三海(日本海、瀬戸内、玄界灘)の幸の魅力度

三海(日本海・瀬戸内海・玄界灘)の幸	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	127	114	52	11	2	306
2010年	121	155	78	13	5	372
2011年	245	220	136	19	2	622
2012年	386	340	165	20	7	918
2013年	484	413	235	32	7	1,171
2014年	425	340	196	24	8	993
2015年	200	186	108	17	9	520

#### 【構成比】

三海(日本海・瀬戸内海・玄界灘)の幸	魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	魅力的でない	合計
2009年	41.5%	37.3%	17.0%	3.6%	0.7%	100.0%
2010年	32.5%	41.7%	21.0%	3.5%	1.3%	100.0%
2011年	39.4%	35.4%	21.9%	3.1%	0.3%	100.0%
2012年	42.0%	37.0%	18.0%	2.2%	0.8%	100.0%
2013年	41.3%	35.3%	20.1%	2.7%	0.6%	100.0%
2014年	42.8%	34.2%	19.7%	2.4%	0.8%	100.0%
2015年	38.5%	35.8%	20.8%	3.3%	1.7%	100.0%

図 2-20-8 山口市における三海(日本海、瀬戸内、玄界灘)の幸の魅力度の推移



### (9) 山口市の魅力（加重平均）

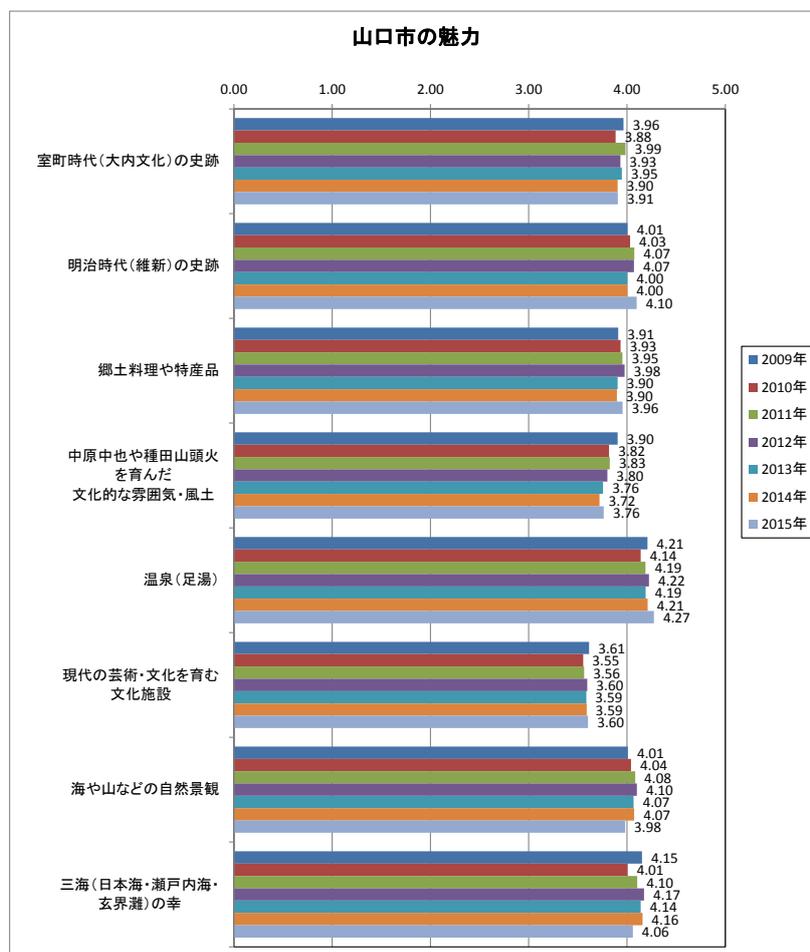
表 2-20-9 は、山口市の魅力に関する各項目の評価について、「魅力的」とした回答を 5 点、「やや魅力的」を 4 点、「どちらでもない」を 3 点、「あまり魅力的でない」を 2 点、「魅力的でない」を 1 点として、それぞれに回答者数をかけて平均値（加重平均値）をとったものである。

すべての項目について、いずれの年も 3 点を超えていることから、魅力的とする傾向にある。そのうち、温泉、明治時代の史跡、海や山などの自然景観、三海の幸の魅力度が高い傾向にある。一方で、現代の芸術・文化を育む文化施設の魅力度がその他に比べて低い傾向にある。また、中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土に対する魅力度は、やや減少傾向にある。

表 2-20-9 山口市の魅力（加重平均）

山口市の魅力	室町時代（大内文化）の史跡	明治時代（維新）の史跡	郷土料理や特産品	中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土	温泉（足湯）	現代の芸術・文化を育む文化施設	海や山などの自然景観	三海（日本海・瀬戸内海・玄界灘）の幸
2009年	3.96	4.01	3.91	3.90	4.21	3.61	4.01	4.15
2010年	3.88	4.03	3.93	3.82	4.14	3.55	4.04	4.01
2011年	3.99	4.07	3.95	3.83	4.19	3.56	4.08	4.10
2012年	3.93	4.07	3.98	3.80	4.22	3.60	4.10	4.17
2013年	3.95	4.00	3.90	3.76	4.19	3.59	4.07	4.14
2014年	3.90	4.00	3.90	3.72	4.21	3.59	4.07	4.16
2015年	3.91	4.10	3.96	3.76	4.27	3.60	3.98	4.06

図 2-20-9 山口市の魅力の推移（加重平均）



## 2-21 山口市内で立ち寄った観光施設数

表 2-21-1 は、山口市内で立ち寄った観光施設数を示したものである。2010 年までは 3 か所が最も多いが、2011 年から 2014 年では 1 か所が多くなっており、続いて 2 か所、3 か所となっている。2015 年以降は、4 か所以上の割合が増加していることから回答者当たりの立ち寄り施設数は増加しているといえる。

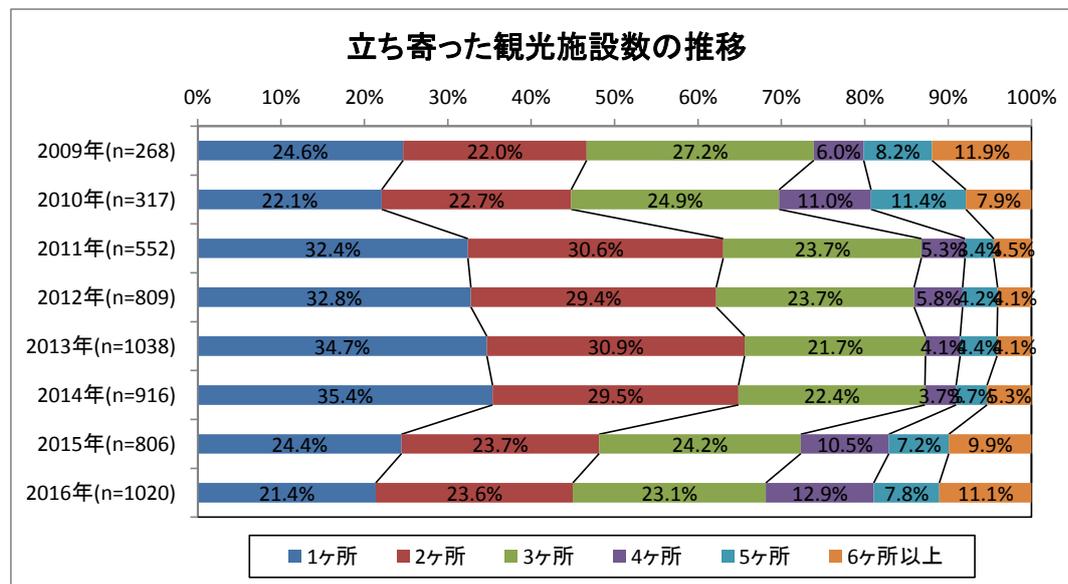
表 2-21-1 山口市内で立ち寄った観光施設数

立ち寄った観光施設数	1ヶ所	2ヶ所	3ヶ所	4ヶ所	5ヶ所	6ヶ所以上	合計
2009年	66	59	73	16	22	32	268
2010年	70	72	79	35	36	25	317
2011年	179	169	131	29	19	25	552
2012年	265	238	192	47	34	33	809
2013年	360	321	225	43	46	43	1,038
2014年	324	270	205	34	34	49	916
2015年	197	191	195	85	58	80	806
2016年	218	241	236	132	80	113	1,020

### 【構成比】

立ち寄った観光施設数	1ヶ所	2ヶ所	3ヶ所	4ヶ所	5ヶ所	6ヶ所以上	合計
2009年	24.6%	22.0%	27.2%	6.0%	8.2%	11.9%	100.0%
2010年	22.1%	22.7%	24.9%	11.0%	11.4%	7.9%	100.0%
2011年	32.4%	30.6%	23.7%	5.3%	3.4%	4.5%	100.0%
2012年	32.8%	29.4%	23.7%	5.8%	4.2%	4.1%	100.0%
2013年	34.7%	30.9%	21.7%	4.1%	4.4%	4.1%	100.0%
2014年	35.4%	29.5%	22.4%	3.7%	3.7%	5.3%	100.0%
2015年	24.4%	23.7%	24.2%	10.5%	7.2%	9.9%	100.0%
2016年	21.4%	23.6%	23.1%	12.9%	7.8%	11.1%	100.0%

図 2-21-1 山口市内で立ち寄った観光施設数の推移



## 2-22 山口市内での旅行中の情報

### (1) 旅行中に利用した情報媒体

旅行中に利用した情報媒体については、2011年から調査を開始している。

表 2-22-1 は、旅行中に利用した情報媒体の推移を表したものである。無料の観光パンフレットが半数以上を占めているが、市販の観光パンフレットの利用率も前年よりもやや増加している。また、携帯情報端末の利用率が年々増加し、25%台に達している。一方で、観光施設別のパンフレットは利用率が大幅に低下している。

表 2-22-1 旅行中の情報媒体（複数回答）

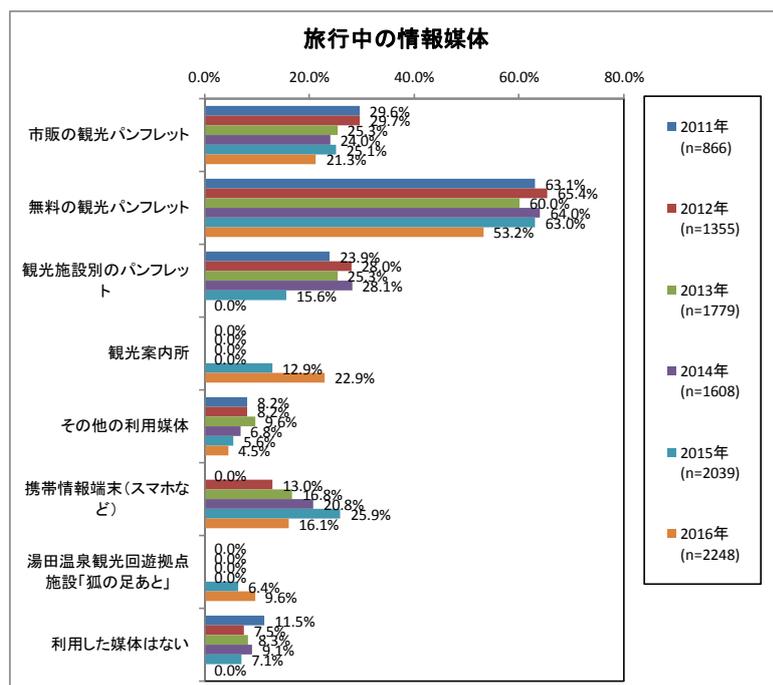
旅行中の情報媒体	市販の観光パンフレット	無料の観光パンフレット	観光施設別のパンフレット	観光案内所	その他の利用媒体	携帯情報端末（スマホなど）	湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	利用した媒体はない	合計	回答者数
2011年	188	401	152	-	52	-	-	73	866	636
2012年	265	584	250	-	73	116	-	67	1,355	893
2013年	310	734	310	-	118	205	-	102	1,779	1,223
2014年	252	673	296	-	72	219	-	96	1,608	1,052
2015年	317	795	197	163	70	327	81	89	2,039	1,261
2016年	375	937	-	403	80	283	170	148	2,396	1,762

#### 【構成比】

旅行中の情報媒体	市販の観光パンフレット	無料の観光パンフレット	観光施設別のパンフレット	観光案内所	その他の利用媒体	携帯情報端末（スマホなど）	湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	利用した媒体はない	合計	回答者数
2011年	29.6%	63.1%	23.9%	-	8.2%	-	-	11.5%	136.2%	100.0%
2012年	29.7%	65.4%	28.0%	-	8.2%	13.0%	-	7.5%	151.7%	100.0%
2013年	25.3%	60.0%	25.3%	-	9.6%	16.8%	-	8.3%	145.5%	100.0%
2014年	24.0%	64.0%	28.1%	-	6.8%	20.8%	-	9.1%	152.9%	100.0%
2015年	25.1%	63.0%	15.6%	12.9%	5.6%	25.9%	6.4%	7.1%	161.7%	100.0%
2016年	21.3%	53.2%	-	22.9%	4.5%	16.1%	9.6%	8.4%	136.0%	100.0%

注) 複数回答項目である。携帯情報端末については、2012年から項目を入れている。

図 2-22-1 旅行中の情報媒体の推移（複数回答）



## (2) 欲しい情報の取得状況

表 2-22-2 は、欲しい情報が得られたかどうかを示したものである。得られた、やや得られたとする回答を合わせると、80%程度で推移している。

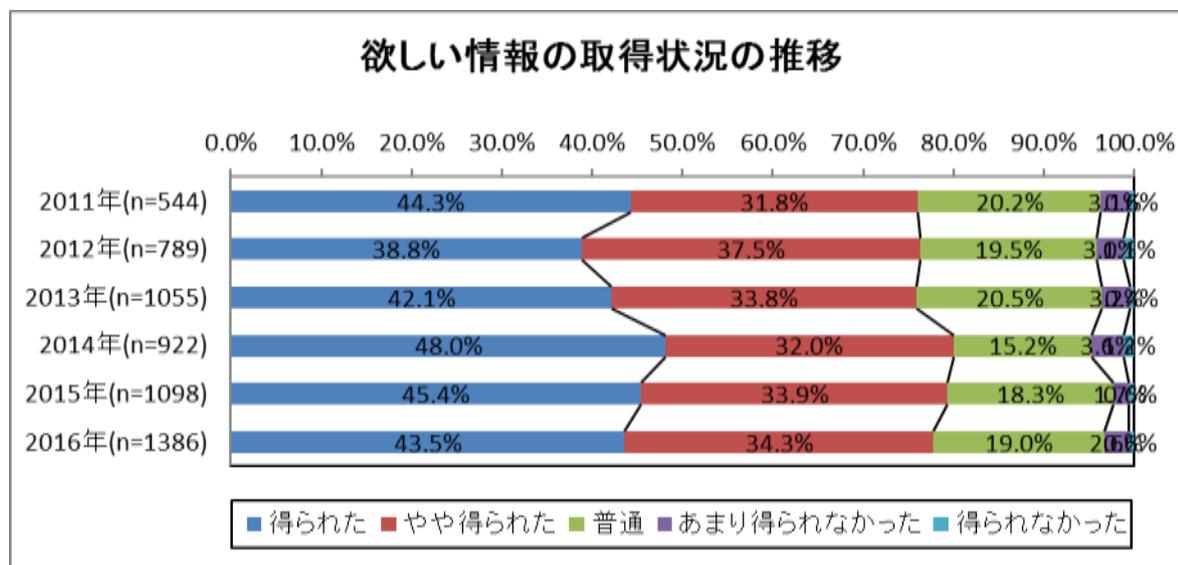
表 2-22-2 欲しい情報の取得状況

欲しい情報の取得状況	得られた	やや得られた	普通	あまり得られなかった	得られなかった	合計
2011年	241	173	110	17	3	544
2012年	306	296	154	24	9	789
2013年	444	357	216	34	4	1,055
2014年	443	295	140	33	11	922
2015年	499	372	201	19	7	1,098
2016年	603	475	263	36	9	1,386

### 【構成比】

欲しい情報の取得状況	得られた	やや得られた	普通	あまり得られなかった	得られなかった	合計
2011年	44.3%	31.8%	20.2%	3.1%	0.6%	100.0%
2012年	38.8%	37.5%	19.5%	3.0%	1.1%	100.0%
2013年	42.1%	33.8%	20.5%	3.2%	0.4%	100.0%
2014年	48.0%	32.0%	15.2%	3.6%	1.2%	100.0%
2015年	45.4%	33.9%	18.3%	1.7%	0.6%	100.0%
2016年	43.5%	34.3%	19.0%	2.6%	0.6%	100.0%

図 2-22-2 欲しい情報の取得状況の推移



### (3) 情報の入手しやすさ

表 2-22-3 は、情報の入手しやすさを示したものである。入手しやすかったとやや入手しやすかったを合わせると、約 80%が入手しやすかったと評価しており、同程度で推移している。

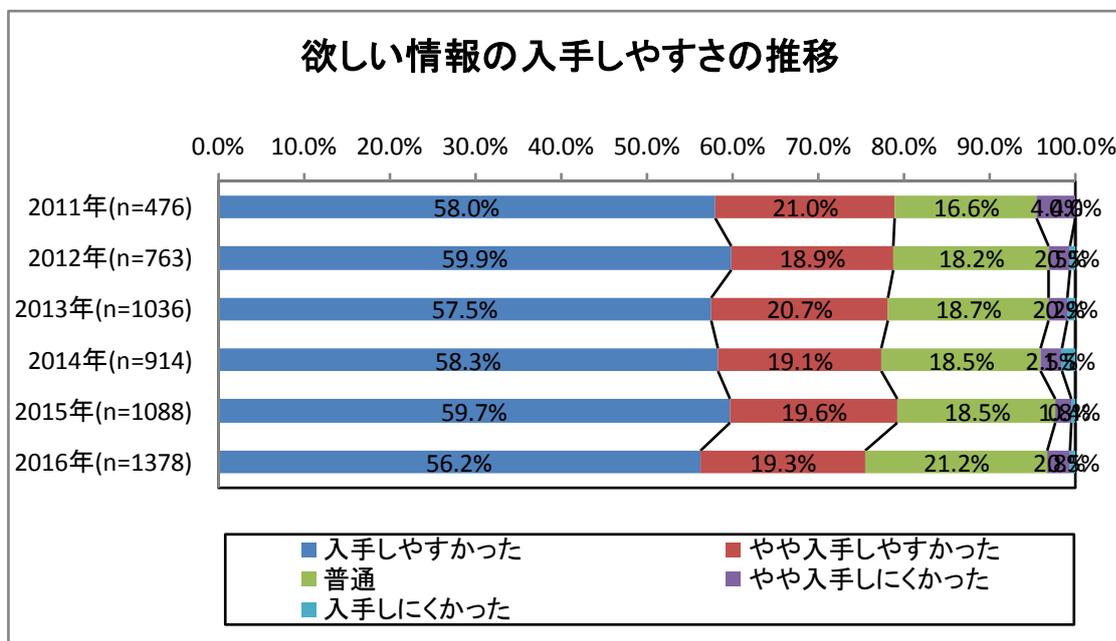
表 2-22-3 情報の入手しやすさ

情報の入手しやすさ	入手しやすかった	やや入手しやすかった	普通	やや入手しにくかった	入手しにくかった	合計
2011年	276	100	79	21	0	476
2012年	457	144	139	19	4	763
2013年	596	214	194	23	9	1,036
2014年	533	175	169	23	14	914
2015年	650	213	201	20	4	1,088
2016年	775	266	292	38	7	1,378

#### 【構成比】

情報の入手しやすさ	入手しやすかった	やや入手しやすかった	普通	やや入手しにくかった	入手しにくかった	合計
2011年	58.0%	21.0%	16.6%	4.4%	0.0%	100.0%
2012年	59.9%	18.9%	18.2%	2.5%	0.5%	100.0%
2013年	57.5%	20.7%	18.7%	2.2%	0.9%	100.0%
2014年	58.3%	19.1%	18.5%	2.5%	1.5%	100.0%
2015年	59.7%	19.6%	18.5%	1.8%	0.4%	100.0%
2016年	56.2%	19.3%	21.2%	2.8%	0.5%	100.0%

図 2-22-3 情報の入手状況の推移



## 2-23 山口市への再訪問の意思

表 2-23-1 は、また山口市を訪れたいと思うかを尋ねたものである。2009 年から 2010 年までは、是非訪れたいが 30%台であり、2011 年には大幅に増加したものの、その後は減少傾向にある。全体としては、再び訪れたいとする回答割合が高く、90%台後半で推移している。

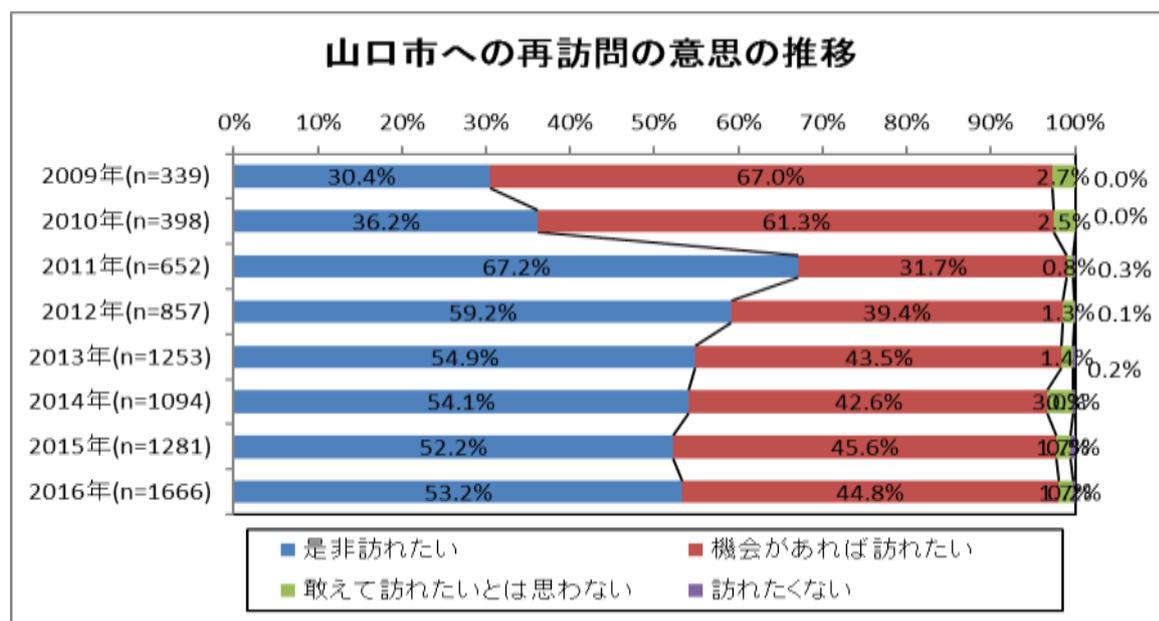
表 2-23-1 山口市への再訪問の意思

山口市への再訪問	是非訪れたい	機会があれば訪れたい	敢えて訪れたいとは思わない	訪れたくない	合計
2009年	103	227	9	0	339
2010年	144	244	10	0	398
2011年	438	207	5	2	652
2012年	507	338	11	1	857
2013年	688	545	18	2	1,253
2014年	592	466	33	3	1,094
2015年	669	584	22	6	1,281
2016年	887	747	29	3	1,666

【構成比】

山口市への再訪問	是非訪れたい	機会があれば訪れたい	敢えて訪れたいとは思わない	訪れたくない	合計
2009年	30.4%	67.0%	2.7%	0.0%	100.0%
2010年	36.2%	61.3%	2.5%	0.0%	100.0%
2011年	67.2%	31.7%	0.8%	0.3%	100.0%
2012年	59.2%	39.4%	1.3%	0.1%	100.0%
2013年	54.9%	43.5%	1.4%	0.2%	100.0%
2014年	54.1%	42.6%	3.0%	0.3%	100.0%
2015年	52.2%	45.6%	1.7%	0.5%	100.0%
2016年	53.2%	44.8%	1.7%	0.2%	100.0%

図 2-23-1 山口市への再訪問の意思の推移



## 第3部 山口市における観光の現状・課題と提言

ここでは、第1部から第2部における集計と分析に基づいて、山口市観光の現状と課題を整理した後、観光振興へ向けた提言をまとめる。

### 3-1 山口市における観光の現状と課題

#### 3-1-1 アンケート集計結果からみる山口市観光の現状

##### (1) 2016年における山口市への訪問者の現状

ここでは、2016年調査の単純集計結果からみえる山口市への訪問者の現状をまとめる。

- ・ 性別は、男性が45.3%、女性が54.7%で、女性が多かった。
- ・ 年齢は、60代が最も多く23.7%である。次に多いのが50代の23.6%である。30代から40代が13~16%でほぼ同数であった。一方、最も少ない年齢層は9歳以下で0.6%であり、10代は2.7%、20代は9.9%、70代以上は9.6%となっている。
- ・ 職業は、最も多いのが会社員の35.0%であり、次いで主婦・主夫の19.5%である。3番目は公務員、団体職員の11.8%であり、無職も11.2%とほぼ同数である。
- ・ 居住地別は、全回答を山口県内外に区分した場合、20.0%が山口県内居住者であり、80.0%が山口県外の居住者であった。
- ・ 山口県内の居住者を東部、中部、北部、西部の4地域に区分すると、東部及び中部地域が最も多く、次いで西部地域が多くなっている。また、近隣の県については、広島県が18.4%、福岡県が7.4%である。山口県内は20.0%であることから、山口市への訪問者は半数近くが山口県民と両隣の県民ということになる。さらに地方別に区分すると、山口県を除く中国地方が24.6%と最も多く、次いで近畿が16.7%、関東が15.8%と続いている。
- ・ 山口市以外で立ち寄った地区は、複数回答項目であるため分母を回答者数の1,540として立ち寄り地区の割合を算出すると、山口県内においては、萩・長門地区が32.8%と最も多く、宇部・小野田地区が21.9%、下関地区が20.9%と続く。一方で、山口市以外に立ち寄った地区はないとする回答割合は21.2%であった。
- ・ 旅行の主な目的は、観光・旅行・温泉が70.0%と最も多く、次いで家族・親族等への訪問が11.5%である。大会・イベント出席は4.9%、ビジネス・公用は6.6%であった。
- ・ 山口市を旅行先の候補にあげた情報媒体別の回答数は、その他が33.1%と最も多いものの、知人・友人が21.8%、インターネットが7.6%、観光情報サイトが6.2%とネット媒体が続き、旅行誌と旅行会社のパンフレットが5.8%となっている。
- ・ 旅行の同行者との関係は、家族が40.7%と最も多く、次いで、夫婦が27.8%、知人・友人が13.4%、ひとりが10.0%、親戚が3.7%となっている。
- ・ 旅行の同行者の自分自身を含めた人数は、2人が45.0%と最も多く、次に3人が17.1%、同行者なしの1人が13.8%である。
- ・ 山口市への旅行回数は、1回が30.1%と最も多く、次いで2回の17.2%、10回以上が17.0%、3回の12.3%となっている。初めて訪れた旅行者は全体の30.1%であり、リピーターは69.9%

であった。

- ・ 山口市への来訪月は、8月が最も多く19.4%であり、次いで1月が13.3%、7月が10.5%であり、休假日の多い月の訪問が比較的多い。一方で、2月が最も少なく3.8%であった。
- ・ 山口市までの主な交通手段は、複数回答項目であるため、回答者数を分母として利用割合を算出すると、最も多いのは自家用車の53.7%であり、次いで、新幹線の27.8%、その他の鉄道が11.4%であった。
- ・ 山口市内での主な移動手段は、複数回答項目であるため、回答者数を分母として利用割合を算出すると、自家用車が最も多く54.5%であった。次いで徒歩が15.2%、その他の鉄道が12.9%と続く。
- ・ 今回の旅行の全行程は、1泊が43.0%と最も多く、次いで2泊の22.8%が多くなっている
- ・ 宿泊旅行者のうち、山口市内での宿泊数は、1泊が75.9%と最も多く、次いで2泊の15.7%となっている。
- ・ 山口市内での平均消費額は、宿泊費が16,478円で最も多く、次いで、交通費が5,634円となっている。合計すると約34,000円となっている。複数日に亘る宿泊数を考慮して1日あたりに換算した山口市内での平均消費額は、宿泊費が8,308円で最も多く、次いで、飲食費が2,833円となっている。合計すると約17,000円となっている。
- ・ 山口市内での宿泊地は、複数回答であるが、便宜上合計値を分母として割合を算出すると、湯田温泉が82.5%で最も多く、次いで山口駅周辺の5.8%となっている。
- ・ 宿泊施設の料金についての5段階評価は、料金については普通が59.9%で最も多く、安い13.7%、やや安い12.9%であった。
- ・ 宿泊施設の料理についての評価は、普通が36.1%と最も多く、次いで、良いが35.6%、やや良いが25.0%と続いており、比較的良い評価になっている。
- ・ 宿泊施設の風呂についての評価は、良いが44.6%で最も多く、普通が27.5%、やや良いが25.9%であった。良い、やや良いとする回答を加えると70.5%であり、7割以上の人が山口市の宿泊施設の風呂に対する評価が高いことがわかる。
- ・ 宿泊施設の接客態度についての評価は、良いが50.1%で最も多く、普通が24.4%、やや良いが23.6%である。接客態度も風呂と同様に比較的評価が高い。
- ・ 宿泊施設の部屋についての評価は、良いが40.1%で最も多く、普通が30.9%、やや良いが24.5%である。部屋について良いと評価するのは6割を超えている。
- ・ 宿泊施設の施設設備についての評価は、普通が36.9%で最も多く、良いが33.3%、やや良いが24.9%であった。
- ・ 交通の便についての5段階評価について、乗り継ぎの評価は、普通が39.1%で最も多く、楽だったが20.0%で、やや大変の19.0%を上回っている。やや大変と大変を合わせると24.4%で、昨年と違い、大変とする評価よりも楽とする評価の割合が高くなっている。
- ・ 道路標識についての評価は、普通が43.2%、わかりやすいが26.0%、ややわかりやすいが18.8%である。ややわかりにくいとする回答も10.0%であった。
- ・ 観光案内板についての評価は、普通が41.5%、わかりやすいが25.4%、ややわかりやすいが20.7%、その他の交通の便に関する項目と比較すると、良いという評価が多くなっている。
- ・ 土産物についての5段階評価では、価格についての評価は、普通が80.6%、やや安い8.0%、やや高い7.5%である。普通とする評価が極めて多くなっている。
- ・ 土産物の品揃えについての評価は、普通が66.5%、良いが7.5%、やや良いが12.3%である

一方、やや悪いも 13.0%であった。

- ・ 宿泊施設以外の食事についての評価は、普通が 47.4%と最も多いが、やや良いが 25.7%、良いが 20.8%で良いとする評価が約 47%と悪いとする評価を大きく上回っている。
- ・ 観光施設についての評価は、普通が 39.9%、やや良いが 30.0%、良いが 24.9%である。観光施設については半数以上が良いと評価している。
- ・ 山口市訪問の満足度については、やや満足が 40.3%、満足が 30.5%で、合わせて約 70%が満足と評価している。
- ・ 今回の旅行の満足度は、満足が 38.9%、やや満足が 37.9%、普通が 21.2%である。全体で約 75%が満足と評価している。
- ・ 山口市は何が魅力的だと思うかについて選択肢を挙げ、上位 3 つまでを選択したものを集計した結果、最も多かったのは湯田温泉で 59.7%であった。次に、明治維新の史跡が 27.8%、3 番目がグルメ（郷土料理や地酒など）で 25.3%であった。
- ・ 今回の旅行中に山口市内で立ち寄った観光施設数は、2 か所が 22.6%と最も多く、次いで、3 か所の 22.1%、1 か所の 20.5%となっている。
- ・ 山口市内で訪れた観光施設のうち上位 33 位のなかで、最も多くの旅行者が訪れているのは湯田温泉の 1033 人であり、訪問率は 58.6%であった。回答者のうち、6 割弱が湯田温泉を訪問していることになる。次いで、瑠璃光寺五重塔が 749 人で訪問率が 42.5%、狐の足あとが 438 人で 24.9%、中原中也記念館が 436 人で 24.7%であった。
- ・ 山口市内での旅行中に利用した情報媒体は、複数回答であるため、回答者数を分母として利用割合を算出すると、無料パンフレットが最も多く 53.2%であった。次いで、観光案内所は 22.9%、市販の観光パンフレットが 21.3%であった。湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」は 9.6%であった。
- ・ 山口市内を旅行中に欲しい情報が得られたかは、得られたとする回答が 43.5%、やや得られたが 34.3%であり、両者を足すと約 80%が欲しい情報が得られたとしている。
- ・ 山口市内を旅行中に欲しい情報は入手しやすかったかは、入手しやすかったが 56.2%、やや入手しやすかったが 19.3%であった。入手しにくかったは 0.5%であり、やや入手しにくかったは 2.8%であった。
- ・ また山口市を訪れたいと思うかは、是非訪れたいが 53.2%、機会があれば訪れたいが 44.8%であった。この 2 つの回答の合計値は 98.0%であり、山口市へ再び訪れたいという意向が高い結果になった。

## (2) 時系列（2009 年～2016 年）でみる山口市への訪問者の傾向

ここでは、2009 年～2016 年の 8 年間の調査結果からみる山口市への訪問客の傾向をまとめる。

- ・ 性別は、男性が約 40%、女性が約 60%で推移しており、大きな変化はなく、女性が多い傾向にある。
- ・ 年齢は、いずれの年も 60 代の割合が多いが、2014 年以外は 50 代の割合も多くなっている。一方、最も少ない年齢層は 9 歳以下で、続いて 10 代という傾向がある。
- ・ 職業は、会社員が多く約 30%で推移し、次いで主婦・主夫が約 20%台で推移している。
- ・ 居住地は、山口県内が 20～30%台で推移し、山口県外は 70～80%台である。居住地構成を地方別にみると、関東地方の割合が 10%台でやや増加傾向にあったが、2016 年は減少した。中国地方の割合も 20%台で推移している。また、九州地方も 10%台で推移している。
- ・ 山口市以外の立ち寄りエリアは、萩・長門地区が最も多く 30～40%程度で推移しており、ま

た山口県外の割合は 20%台で推移している。

- ・ 旅行の主な目的は、観光・旅行・温泉が最も多く 70%程度で推移している。2011 年には山口国体・山口大会の影響と考えられる大会・イベント出席が 10%台に増加していたが、2012 年以降は 10%未満で推移している。
- ・ 山口市を候補にあげたきっかけの情報媒体は、その他を除き、知人・友人が最も多く 20%程度で推移し、次いでインターネットが 10%程度で推移している。
- ・ 旅行の同行者は、家族が多い傾向にあり 40%程度で推移し、次いで夫婦が 30%程度で推移している。2016 年は知人、友人の割合が増加している。
- ・ 同行者の人数は、2 人が最も多く 40%程度であり、次いで 1 人と 3 人、4 人が 10%台で推移している。2011 年には 2 人の割合が約 50%となり、2012 年は 40%程度に減少したものの、近年は横ばい傾向である。
- ・ 山口市への旅行回数は、初めてが 30%程度で推移している。複数回であるリピーターは 70%台で推移しており、そのうち 2 回、3 回が 10%を超えて推移している。4 回以上のリピーターも 5%程度で推移している。
- ・ 山口市への訪問月は、8 月が 10%台で推移している。2013 年と 2014 年において、1 月～5 月の訪問割合が低くなっている。2016 年では 12 月が減少し、8 月が大幅に増加している。
- ・ 山口市までの主な交通手段は、自家用車が約 50%台と最も多く、次いで新幹線が 20%台で推移している。自転車、徒歩を 2014 年より選択肢として加えているが、いずれも割合は低い。
- ・ 山口市内での主な移動手段は、自家用車が約 50%台と最も多く、その他の鉄道や路線バス、レンタカーがいずれも 10%程度で推移している。2014 年より新しく選択肢に加えた自転車と徒歩により、全体として市内での移動手段が増加している。
- ・ 旅行の全行程の日程は、日帰りが 30%台で推移していたが、2016 年は 20%程度に減少している。一方で、宿泊は、1 泊が 30～40%程度であり、2 泊が 10%台で推移している。2012 年以降は 2 泊の割合が 20%程度と大きくなっている。
- ・ 宿泊旅行者の山口市内での宿泊数は、日帰りを除く宿泊数だけを集計しているが、1 泊が 70%台で推移し、2 泊が 10%台である。
- ・ 山口市での平均消費額は、2013 年の宿泊費が 20,000 円台になっているが、概ね宿泊費が約 15,000 円～20,000 円で推移し、飲食費は 4,000 円台から 5,000 円台にやや増加傾向にある。土産物は 5,000 円程度で横ばい、交通費も 5,000 円台で横ばい、施設見学料は 1,500 円程度で横ばいとなっているが 2015 年以降は低下傾向にある。
- ・ 山口市内での宿泊地は、湯田温泉が 70%～80%で推移し、新山口駅、山口駅が 6～8%程度となっている。
- ・ 旅行の満足度についての評価では、宿泊施設の料金は普通が 60%程度で推移している。安いとやや安いとする評価は 15%程度で、両者を加えた安いという評価は 30%程度で推移している。一方で、やや高いとする評価は 10%程度で推移している。
- ・ 宿泊施設の料理については、普通が 40%台であるが、良い、やや良いとする評価が多く、両者を加えた数値は 50%以上で推移している。
- ・ 宿泊施設の風呂についての評価は、良いとやや良いとする評価を加えると約 70%が良いと評価している。
- ・ 宿泊施設の接客態度についての評価は、良いとする評価が 30%台から上昇傾向にあり、2016 年は 50%となった。やや良いとする評価が 20～30%となっており、両者を合わせると、6

0～70%が良いと評価する傾向がある。

- ・ 宿泊施設の部屋についての評価は、普通が40%程度で推移していたが、2015年以降は30%近くまで低下している。代わりに、良いとする評価が40%程度まで上昇している。やや良いも20%台であり、両者を合わせた数値は約50%を超えている。
- ・ 宿泊施設の施設設備についての評価は、普通が40～50%程度で推移してきたが、全体的には低下傾向にある。また、良いが20%台で上昇傾向にあり、やや良いの20%台を合わせると良いという評価が50%を超えてきている。
- ・ 交通の便に関する評価では、乗り継ぎについては、普通が40%程度であり、楽だったが10%台、やや楽が10%程度で、両者を合わせて20%程度で推移していた。2014年以降は楽だったとする回答が増え、20%まで増加している。一方で、やや大変が20%台で推移している。大変とする回答は2014年に10%を超えたものの、2015年以降は5%台に低下している。
- ・ 交通の便の道路標識については、普通が40%台であり、わかりやすいが20%程度、ややわかりやすいが20%程度となっており、40%程度がわかりやすいと評価している。
- ・ 交通の便の観光案内板については、普通が40%程度で、わかりやすい、ややわかりやすいが20%台で推移している。2014年はややわかりにくいとする評価がやや増加しているが、2015年以降はまた下がっている。
- ・ 土産物の価格についての評価は、普通が70～80%で推移し、安いとするのは5%程度、やや安いが10%程度で推移している。やや高いとする評価も10%程度で推移している。
- ・ 土産物の品揃えについての評価は、普通が65%程度で推移し、良いが10%程度、やや良いも10%程度で推移している。一方、やや悪いが10%程度で推移し、近年増加傾向にあるが、2015年はやや良いとする評価とやや悪いとする評価の両者が減少し、普通が増加している。2016年は2015年と同様な割合である。
- ・ 観光施設についての評価は、普通が40%程度で推移しており、良いが25%程度でやや増加傾向にあり、やや良いも30%前後で推移しており、両者を合わせると半数が良いと評価している横ばい傾向にある。
- ・ 山口市訪問の満足度については、満足が20%台から30%台へ増加し横ばい傾向にあり、やや満足が40%台まで増加している。両者を合わせると60%超となり、満足度は高い水準で推移している。
- ・ 今回の旅行の満足度については、満足が30%台後半で推移し、やや満足も30%台後半で推移している。両者を合わせると約70%が満足としている。
- ・ 旅行において重視する項目は、観光施設は、重視するが50%程度で推移し、やや重視するが40%程度となっている。傾向としては、両者を合わせて90%弱が重視している傾向にある。
- ・ 温泉の重視度は、重視するが60%程度、やや重視するが30%程度で推移しており、温泉も約90%が重視している。
- ・ 食事の重視度は、重視するが50%台、やや重視するが30%程度で推移しており、こちらも約90%が重視しているが、近年減少傾向にある。
- ・ 祭りの重視度は、重視するが10%台、やや重視するが20%台で推移しており、他の項目に比べて重視度が相当低いが、近年やや重視する傾向が高くなってきている。
- ・ イベント（祭り以外）の重視度は、重視するが10%台、やや重視するが20%台で推移しており、イベントについても重視度はあまり高くないが、2014年以降やや重視度が高くなっている。

- ・ 神社・仏閣めぐりの重視度は、重視するが 20%台、やや重視するが 30%台で推移しており、60%程度で推移しているものの、近年減少傾向にある。
- ・ お花の見物の重視度は、重視するが 10%台、やや重視するが 30%程度で推移しているが、重視度は近年やや持ち直している。
- ・ 山口市の魅力については、室町時代（大内文化）の史跡は、魅力的が 30%程度、やや魅力的が 30%台で推移しており、約 70%が魅力的としている。
- ・ 明治時代（維新）の史跡については、魅力的が 30%台で推移し、やや魅力的も 30%台で推移している。両者を合わせると、約 70%と高い割合で推移しており、魅力的とする評価は横ばいである。
- ・ 郷土料理や特産品については、魅力的が 20%台で推移し、やや魅力的は 40%程度で推移している。両者を合わせると 70%程度が魅力的としている。
- ・ 中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土については、魅力的が 20%台、やや魅力的が 30%台で推移しているが、2010 年以降魅力度がやや減少傾向にある。
- ・ 温泉（足湯）については、魅力的が 40%台で増加傾向にあり、やや魅力的が 30%台で推移している。両者を合わせると約 80%が魅力的としており、魅力度は高い。
- ・ 現代の芸術・文化を育む文化施設については、魅力的が 10%台であり、やや魅力的は 30%台で推移している。両者を合わせて約 50%弱と他の項目に比べてやや低い割合で推移しているが、2011 年以降やや増加傾向にある。
- ・ 海や山などの自然景観については、魅力的が 30%程度、やや魅力的も 30%台で推移しており、両者を合わせて約 70%で推移している。
- ・ 三海（日本海、瀬戸内海、玄界灘）の幸については、魅力的が 40%台で推移しており、やや魅力的も 30%台後半で推移しており、魅力度は横ばいである。
- ・ 山口市内で立ち寄った観光施設数は、1 か所とする回答が 20%台から 30%へ増加傾向にあったが、2015 年に 20%台に減少し、2 か所も 30%程度で推移していたが、同様に減少している。代わりに 3 か所や 4 か所が 2015 年以降は増加傾向にある。2016 年は 6 か所以上と回答する割合が 10%を超えた。全体としては、回答者当たりの立ち寄りか所数が増加しているといえる。
- ・ 旅行中に利用した情報媒体については、2011 年からの調査で 5 年間となる。無料の観光パンフレットの利用率が 60%台で高く、次いで、市販の観光パンフレットが 20%台で推移している。市販のパンフレットの推移がやや減少している一方で、携帯情報端末（スマホなど）の利用率が増加傾向にあり、25%に達している。
- ・ 旅行中に欲しい情報が取得できたかどうかについては、得られたとする回答が 40%程度、やや得られたが 30%台で推移し、70%以上が得られたとしている。
- ・ 旅行中の情報の入手しやすさについては、入手しやすかったが 60%程度、やや入手しやすかったが 20%程度で推移しており、80%と高い評価で推移している。
- ・ 山口市への再訪の意向については、是非訪れたいが 30%台から 2011 年には 60%へと大幅に増加したものの、2012 年以降減少傾向にある。その分、機会があれば訪れたいとする回答が 2011 年に 60%台から 30%へ減少したものの、2012 年以降増加し、両者を合わせれば、約 90%台後半で再び訪れたいと回答しており、この傾向はこの 7 年で変化せず、高い割合で推移している。

## 3-1-2 アンケート集計結果からみる山口市観光の課題

以下では、2016年の調査結果（クロス集計結果）と時系列の集計結果からみえてくる山口市観光における特性と課題について、いくつかの項目に分けて整理する。必ずしもすべての課題を網羅できているわけではないが、提言へ向けた主な課題として整理する。

### (1) 観光のための情報

- ・ 山口県外居住者の情報源については、どの地域でも友人・知人の割合が最も高い。2015年の調査では、遠方の地域ではテレビをみて来訪する人が多くみられた。NHK大河ドラマの効果も考えられる。また、2014年に引き続きインターネットや旅行誌などを情報源とする旅行者も多い。このことから、多様なメディアをうまく活用した情報発信がこれからも必要であるといえる。
- ・ 山口市内での旅行中に利用した情報媒体別の欲しい情報の取得状況をみると、無料の観光パンフレットや携帯電話等の情報端末では、得られたとする回答の割合がやや低いことから、これらの改善が望まれる。また、情報が入手しやすかったとする回答をみると、携帯情報端末の割合が50%台にとどまり、他の情報媒体に比べて低いことから、今後は携帯情報端末向けの情報提供の充実も求められる。

### (2) 交通・移動

- ・ 路線バスの利用者は、乗り継ぎ、道路標識、観光案内板の評価でいずれもわかりにくいとする評価が高くなっているため、とりわけ路線バス利用者への対策が必要である。ただし、乗り継ぎは、全体での評価を時系列でみると改善傾向が表れており、引き続き評価を上げるための取り組みが望まれる。
- ・ 自転車や徒歩での旅行の満足度は高く、今後も自転車、徒歩での旅行が増えることが予想されるため、自転車、徒歩向けの道路標識や観光案内板の整備も視野に入れる必要がある。

### (3) 周遊行動

- ・ 山口市外の周辺地区を訪問した訪問者の全旅行日程では、日帰り、1泊、2泊が各地区で半数以上を占めている。これらの訪問者の山口市内での旅行日程ではすべての地区で1泊が半数以上を占めている。このことより山口市を旅行の起点として宿泊している旅行者が多いと考えられる。また、2015年のNHK大河ドラマや世界遺産の効果もあって萩・長門地区への訪問割合は依然多く、山口市の地の利を活かした全県的な拠点としての機能をさらに強めることが重要である。
- ・ 狐の足あとを訪問したり、有人案内所を情報媒体として利用したりすることで、訪問する観光施設数が増加していることから、有人案内施設のより一層の充実が重要である。
- ・ 県外居住者で、鉄道や路線バスを利用して初めて山口市に来訪する若年層の旅行者を狐の足あとに積極的に呼び込み、観光施設の訪問数を増やす取り組みが望まれる。
- ・ 飲食店の利用増加を図るうえでも、食事の時間帯に一度狐の足あとや観光案内所に立ち寄るような仕掛けができれば、滞在時間を伸ばし、消費額を増加させる手段ともなりうる。
- ・ YCAM（山口芸術情報センター）への訪問数が伸び悩んでおり、2015年の調査でYCAMを

訪問したのは29人(2.2%)に過ぎない。2016年は58人(3.3%)と増加したものの、依然低い水準である。また山口市の魅力として「現代の芸術・文化を育む文化施設」を選択したのは81人(4.8%)と少ないなかで、YCAMを実際に訪問したのは58人となっている。全国におけるメディアアート分野での知名度は高いものの、観光交流行動との結びつきが弱い面がみられる。観光交流事業に文化、スポーツを組み込んでいくうえで、YCAMを戦略的に位置づけて、文化・スポーツ観光に相乗効果をもたらす施策が必要である。

#### (4) 満足度

- ・ お土産物の価格、食事、観光施設は、山口市訪問のほか、旅行全体の満足度に影響を及ぼす重要な要素であることに変わりはないことから、これらの改善への取り組みは引き続き必要である。とりわけ、土産物は価格のほかに、品揃えの評価も低下傾向にあることから、品揃えと価格の両面での改善が喫緊の課題である。
- ・ 十朋亭、山口市菜香亭、一の坂川を訪問した旅行者の満足度が高い傾向にあり、一の坂川周辺のまち歩きなどの回遊を促進することも検討課題である。

## 3-2 山口市の観光振興へ向けての提言

### 3-2-1 提言

#### (1) 情報発信

- ・ 明治維新 150 年を迎えるにあたり、県内地域との連携はもちろん、県外への周遊者も多いことから、他県・他地域との連携のほか、ツアーの企画や情報誌などによる情報発信を積極的に行っていくことが重要である。
- ・ 山口市を旅行中の利用情報媒体は、無料の観光パンフレットの利用頻度が高いことから引き続き充実を図っていくとともに、携帯情報端末の利用割合が増加していることから、携帯端末で得やすいコンテンツの作成や情報の提供を行っていく必要がある。
- ・ 狐の足あとや観光案内所を経由することで、立ち寄り観光施設数が増加したり、欲しい情報を入手できたりする機会が増加したり、飲食店への立ち寄り割合が増加していることから、有人施設における情報提供とスタッフの知識の蓄積、ならびにホスピタリティの強化が重要である。

#### (2) 自転車や徒歩を利用した回遊の促進

- ・ 山口市内で自転車や徒歩を利用した旅行の満足度は高いことから、自転車やまち歩きを中心とした回遊促進を積極的に行う。一の坂川周辺を基点とするまち歩きを強化していくことも考えられる。
- ・ サイクリングロードや歩道の拡充を図り、観光のみならず地域住民も利用しやすい環境を整えることも重要である。
- ・ 現在ある宿泊施設や駅前におけるレンタサイクルのほかに、レンタサイクルの基地を充実したり、利用しやすくしたりする工夫も必要である。また、自転車利用者の道路標識や観光案内板に対する評価が低いことから、自転車や徒歩での旅行者にもわかりやすい案内板等の整備を行う必要もある。
- ・ また、自転車や徒歩で周遊する際は、自身の荷物やお土産などは持ち運びが不便になるため積極的な購入が期待しにくい。そこで、観光案内所や拠点となる施設での預かりサービスや配送サービス、あるいは、購入した商品を自宅まで簡素な手続きにより配送できるシステムがあれば便利である。

#### (3) 外国人観光客の誘致

- ・ 本調査においては把握できていないが、観光立国による全国的な外国人観光客の増加を受けて、山口市でも外国人観光客が増加傾向にある。2016 年には、山口宇部空港と韓国・仁川空港間の定期便化も実現している。この結果、山口県の韓国からの宿泊者が約 5000 人、観光客数が約 25000 人増加した。中国からのクルーズ船の立ち寄りなどとも合わせて、外国人観光客の受け入れ体制を、この機会を逃さないように整備していくことも重要である。
- ・ YCAM を中心としたメディアアートのほか、新山口駅の南北自由通路の壁面緑化など、外国人にもアピール可能な資源を積極的に PR する。
- ・ 今後は、外国人観光客を含めた観光動態の把握も検討されるべきである。

### 3-2-2 おわりに

本報告書では、山口市観光動態アンケート調査に基づいて、2016年の集計結果と2009年から2016年までの8年分の時系列での集計結果をまとめた。

2016年は、NHK大河ドラマ「花燃ゆ」放映や「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の世界遺産登録の翌年ということで、山口県全体としては観光客の反動減の年となった。また、世界スカウトジャンボリーやねんりんピックなどの大きなイベントも終了したため、山口市でも反動減要因となったが、前年の高い水準を維持することが出来た。これは2012年度から継続実施している観光キャンペーン「やまぐち幕末ISHIN祭」の効果や新山口駅の橋上駅舎・南北自由通路、一の坂川周辺の整備など、相乗的な効果も表れたものと考えられる。2015年3月22日に開館した湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」は利用者を増やしつつあり、山口市内の回遊促進にも一定の成果が表れつつあると言える。

2016年には、地方創生のもと観光DMO(Destination Management/Marketing Organization)をはじめ、芸術、文化、スポーツを通じた魅力創出事業も開始された。明治維新150年へ向けた取り組みも加速するなか、井上公園の整備やYCAMとの連携による一層の芸術・文化との融合のほか、国内プロサッカーリーグのJ2に留まったレノファ山口FCの試合観戦などのスポーツツーリズムや、サイクリングやトレッキングなどの健康増進と一体となった観光振興も期待される場所である。

最後に、観光振興へ向けたより具体的な分析と提言を行うためには、アンケート調査における分析の視点を絞り込み、有益な集計結果(情報)を提供していくことも必要である。さらに、経済的な視野でデータを収集し、分析することもこれからの課題である。

本報告書では、8年分の時系列での集計結果もまとめている。8年分のデータの蓄積により大まかな傾向が見えてきた部分もあるし、そうでない部分もあるが、継続的な調査によって徐々にデータの蓄積が進んでおり、観光客の動態をより詳細に把握することが可能になりつつあるといえる。一方で、よりの確な観光動態の把握のために調査項目の改訂も行っている。これもデータの蓄積が進んだことで可能になったことである。山口市のさらなる観光の振興へ向けた課題の出しを行い、的確な分析、対策を検討するためにも継続的な調査によるデータの蓄積が重要であることはいままでのない。