

山口市の観光動態等について

1 観光客数の推移 [平成26年1月～12月の状況]

- (1) 観光客数
- (2) 宿泊客数と日帰り客数
- (3) 湯田温泉
- (4) 外国人観光客

2 来訪者の状況 [山口市観光動態アンケート調査]

- (1) 男女別
- (2) 居住地
- (3) 旅行グループ(同行者)
- (4) 情報源(旅行のきっかけ)
- (5) 山口市の魅力
- (6) 山口市内での宿泊日数
- (7) 山口市内で立ち寄った観光施設数
- (8) 項目別の満足度

3 観光客等のながれ

◇地域経済への波及につながる取り組みの推進

4 山口市まち・ひと・しごと創生総合戦略・やまぐち地方創生100プロジェクト

◇オール山口による観光地域づくりの推進

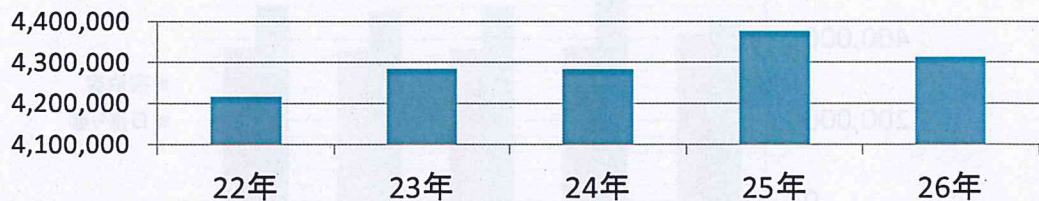
1

1 観光客数の推移

(1) 観光客数

観光客数は、平成20年以降増加傾向にありましたが、平成26年は4,312,787人(前年比▲62,962人)となりました。

昨年までの大型行事の反動やイベント開催時の天候不良等の影響はあったものの、これまでの情報発信加え、豪雨災害からの復興に向けた誘客へも注力したことにより、7年ぶりの減少幅は、前年比率 98.6%(微減)となっています。



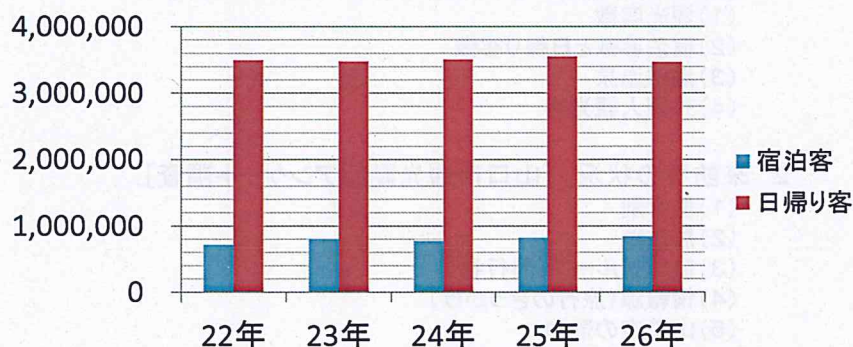
(単位:人)

	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
観光客数	4,216,384	4,284,090	4,283,248	4,375,749	4,312,787
前年比率	109.9%	101.6%	100.0%	102.2%	98.6%
開催行事等	山口開府650年、湯田温泉復活300年記念事業	山口国体・山口大会	山口イヤー観光交流キャンペーン	YCAM10周年記念祭、日本ジャンボリー、WILD BUNCH FEST	中原中也記念館開館20周年、WILD BUNCH FEST

2

(2) 宿泊客数と日帰り客数

宿泊客数は緩やかな増加傾向にあり、平成26年は過去10年で最高(845,760人)となりましたが、日帰り客数については、3年ぶりに減少(前年比率97.6%)となりました。



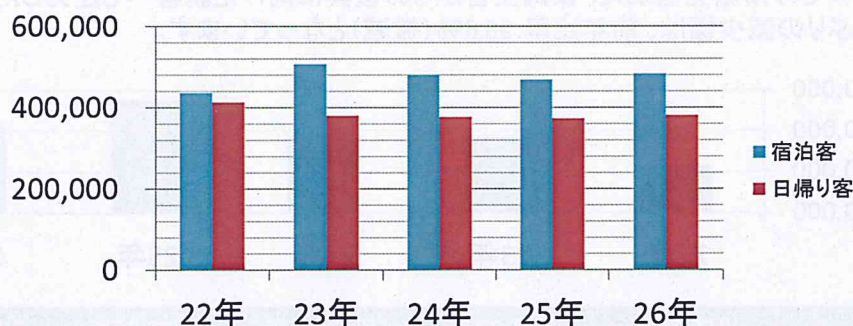
(単位: 人、%)

	平成22年	前年比率	平成23年	前年比率	平成24年	前年比率	平成25年	前年比率	平成26年	前年比率
宿泊客数	716,633	99.2	807,072	112.6	772,064	95.7	823,982	106.7	845,760	102.6
日帰り客数	3,499,751	112.3	3,477,018	99.4	3,511,184	101.0	3,551,767	101.2	3,467,027	97.6
計	4,216,384	109.9	4,284,090	101.6	4,283,248	100.0	4,375,749	102.2	4,312,787	98.6

3

(3) 湯田温泉

湯田温泉は、コンベンション誘致や、外国人観光客の増加もあり、宿泊客数・日帰り客数ともに前年よりも増加となりました。



(単位: 人、%)

	平成22年	前年比率	平成23年	前年比率	平成24年	前年比率	平成25年	前年比率	平成26年	前年比率
宿泊客数	436,027	97.4	507,081	116.3	479,978	94.7	468,628	97.6	483,152	103.1
日帰り客数	413,997	116.9	380,277	91.9	377,676	99.3	373,171	98.8	381,404	102.2
計	850,024	106.0	887,358	104.4	857,654	96.7	841,799	98.2	864,556	102.7

4

(4) 外国人観光客

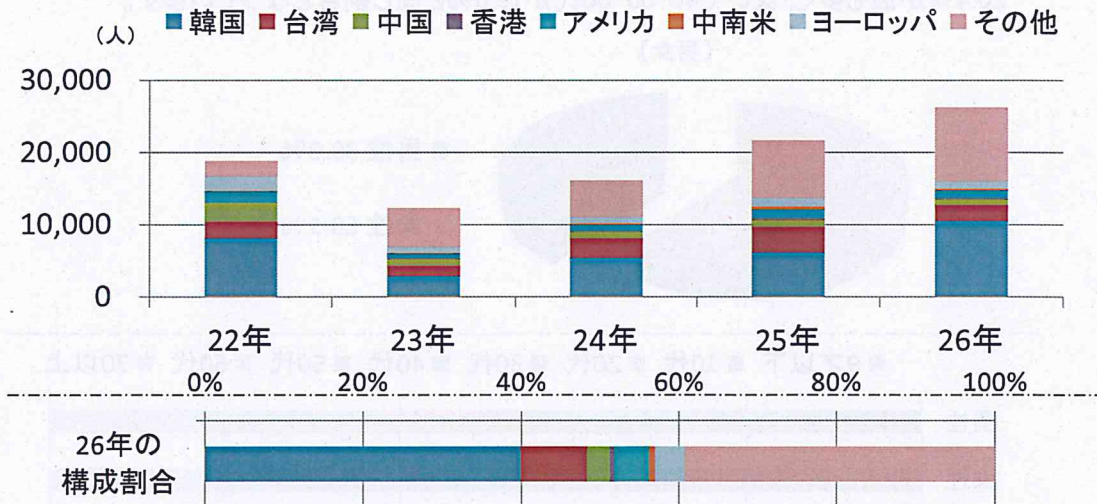
外国人観光客は、韓国からの山口宇部空港へのチャーター機の増便もあり、韓国から前年比4,368人増(前年比率171.8%)となったことから東アジア地域からの観光客が大きく伸び、全体として過去5年で最高(26,264人)となりました。

(単位: 人、%)

	平成22年	前年 比率	平成23年	前年 比率	平成24年	前年 比率	平成25年	前年 比率	平成26年	前年 比率
東アジア	12,963	98.2	5,246	40.5	9,020	171.9	10,771	119.4	13,545	125.8
韓国	8,063	103.7	2,796	34.7	5,328	190.6	6,087	114.2	10,455	171.8
台湾	2,346	99.7	1,509	64.3	2,780	184.2	3,583	128.9	2,246	62.7
中国	2,528	84.7	903	35.7	875	96.9	901	103.0	733	81.4
香港	26	31.3	38	146.2	37	97.4	200	540.5	111	55.5
アメリカ	1,649	100.9	742	45.0	989	133.3	1,311	132.6	1,220	93.1
中南米	95	60.9	109	114.7	139	127.5	399	287.1	202	50.6
ヨーロッパ	1,934	109.3	744	38.5	803	107.9	1,146	142.7	974	85.0
その他	2,249	121.4	5,519	245.4	5,223	94.6	8,089	154.9	10,323	127.6
計	18,890	101.5	12,360	65.4	16,174	130.9	21,716	134.3	26,264	120.9

5

国(地域)別の、平成26年の構成割合では、韓国が最も多く39.8%、次いで台湾8.6%、アメリカ4.6%となっています。
東アジア地域としては、韓国・台湾・中国・香港の合計が、51.6%となっています。



6

2 来訪者の状況

■ 2014年山口市観光動態アンケート調査

本アンケート調査は、山口市を訪れた訪問客を対象として、山口市内21地点にハガキ形式のアンケート票を設置し、2014年1月から12月にかけて回収したものです。

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ものです。(2009年～実施)

2014年の回収総数は、1,175枚で、全てを合わせて集計した結果についてまとめています。

本アンケート調査は、山口市からの委託事業として、山口大学経済学部観光経済経営研究プロジェクトにおいてまとめられたものです。

[アンケート配布場所]

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

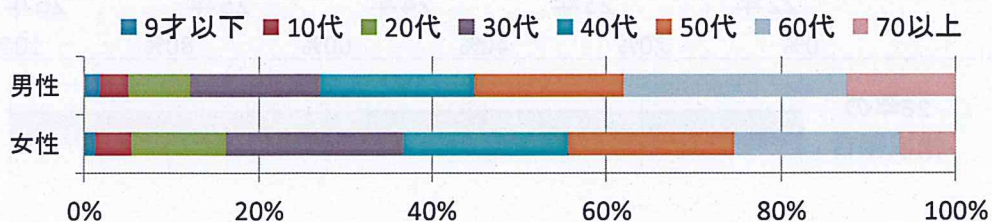
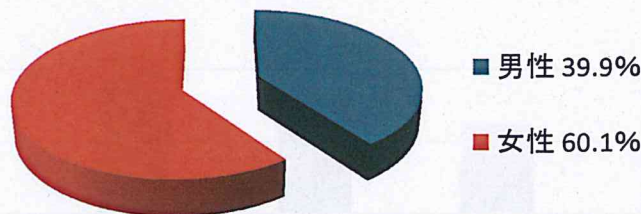
7

(1) 男女別

男女別では、男性 39.9%、女性 60.1%となっています。

男性は、60代25.5%が最も多く、次いで40代17.8%、50代17.1%となり、女性は、30代20.4%が最も多く、次いで40・50・60代が19.0%と同じ割合となっています。

【男女】



男性：① 60代25.5%、② 40代17.8%、③ 50代17.1%、④ 30代14.9%、⑤ 70代以上12.5%
 女性：① 30代20.4%、② 40代19.0%、③ 50代19.0%、④ 60代19.0%、⑤ 20代10.7%

8

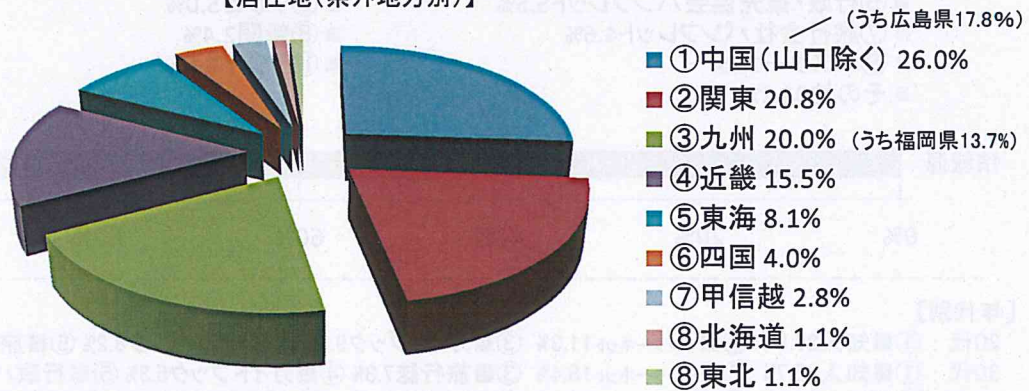
(2) 居住地

県内外で区分した場合、県内は29.6%(約3割)、県外は69.9%(約7割)となっています。
 県外を地方別に見ると、中国地方が26.0%と最も多く、次いで関東20.8%、九州20.0%となっています。

近隣県では、広島県が17.8%、福岡県が13.7%と多くなっています。

男女別は、いずれも中国地方が最も多く、次に多いのは、男性は関東地方、女性は九州地方となっています。

【居住地(県外地方別)】



【男女・県外地方別】

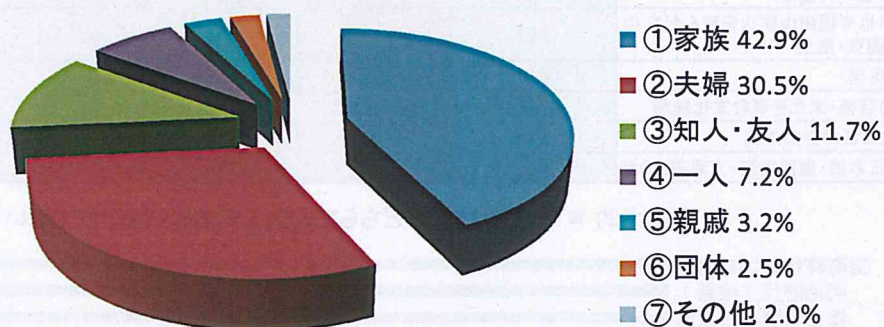
男性：①中国 44.4%、②関東 18.7%、③九州 13.7%、④近畿 11.3%、⑤東海 5.0%
 女性：①中国 50.3%、②九州 14.3%、③関東 12.3%、④近畿 10.7%、⑤東海 6.2%

(3) 旅行グループ(同行者)

旅行グループは、家族が42.9%と最も多く、次いで夫婦30.5%、知人・友人11.7%となっています。

男女別にみると、男性は夫婦38.1%が最も多く、次いで家族32.6%、一人12.4%となっており、女性は家族が49.3%と最も多く、次いで夫婦26.0%、知人・友人13.2%となっています。

【旅行グループ(同行者)】

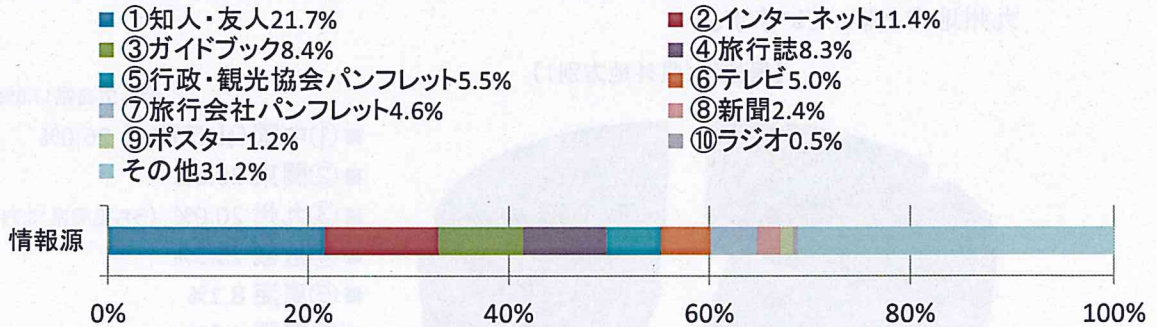


【男女別】

男性：①夫婦38.1%、②家族32.6%、③一人12.4%、④知人・友人8.8%、⑤団体2.6%
 女性：①家族49.3%、②夫婦26.0%、③知人・友人13.2%、④一人4.1%、⑤親戚3.6%

(4) 情報源(旅行のきっかけ)

旅行のきっかけとなった情報源は、知人・友人が21.7%と最も多く、次いでインターネット11.4%、ガイドブック8.4%となっており、男女別に大きな差はありませんでした。年代別にみても、知人・友人がどの年代でも最も多く、次いで20代から50代まではインターネット、60代以上は旅行誌となっています。



【年代別】

20代：① 知人27.8% ② インターネット11.3% ③ ガイドブック9.3% ④ 行政パンフ8.2% ⑤ 旅行誌6.2%
 30代：① 知人25.7% ② インターネット18.4% ③ 旅行誌7.3% ④ ガイドブック5.3% ⑤ 行政パンフ4.9%
 40代：① 知人22.1% ② インターネット12.3% ③ ガイドブック10.3% ④ 旅行誌8.3% ⑤ テレビ4.4%
 50代：① 知人15.5% ② インターネット12.4% ③ ガイドブック10.8% ④ テレビ8.2% ⑤ 旅行誌7.7%
 60代：① 知人23.6% ② 旅行誌10.0% ③ 行政パンフ8.7% ④ ガイドブック8.3% ⑤ 旅行パンフ7.9%
 70代～：① 知人15.9% ② 旅行誌11.0% ③ インターネット7.3% ④ ガイドブック6.1% ⑤ 新聞6.1%

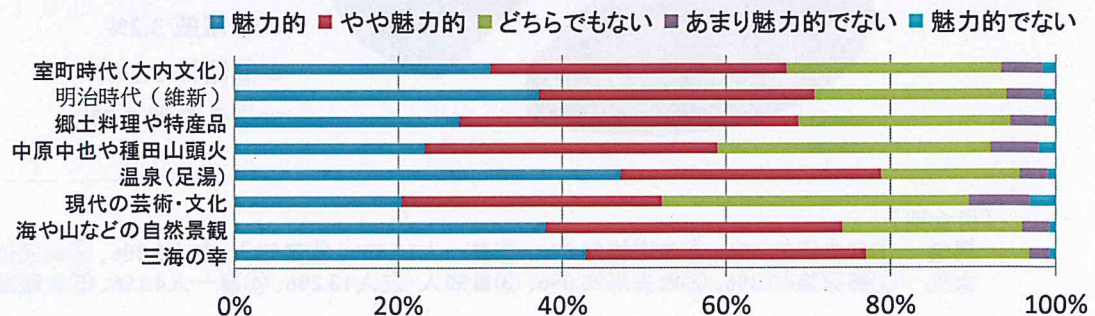
11

(5) 山口市の魅力

山口市の魅力について、魅力的とする回答の割合がもっとも高かったのは、温泉(足湯)47.2%、次いで三海(日本海・瀬戸内海・玄界灘)の幸42.8%となっています。

(単位：%)

	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
室町時代(大内文化)の史跡	31.2	36.2	26.0	5.0	1.6
明治時代(維新)の史跡	37.1	33.8	23.2	4.4	1.6
郷土料理や特産品	27.4	41.4	25.6	4.5	1.0
中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土	23.2	35.7	33.1	5.8	2.1
温泉(足湯)	47.2	31.8	16.7	3.4	1.0
現代の芸術・文化を育む文化施設	20.4	31.8	37.3	7.3	3.2
海や山などの自然景観	37.9	36.3	21.7	3.3	0.8
三海(日本海・瀬戸内海・玄界灘)の幸	42.8	34.2	19.7	2.4	0.8

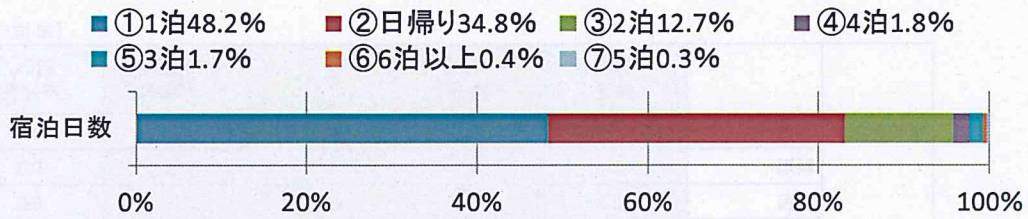


12

(6) 山口市内での宿泊日数

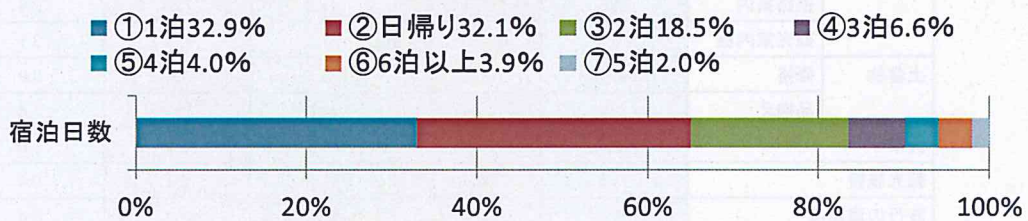
山口市内での宿泊数は、1泊が48.2%と最も多く、次いで日帰り34.8%、2泊12.7%となっています。

【山口市内宿泊】



今回の旅行の全行程では、1泊が32.9%と最も多く、次いで日帰り32.1%、2泊18.5%となっています。

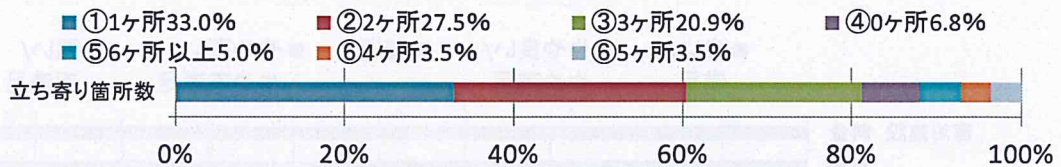
【今回の旅行の全行程】



※通常の旅行動向からすると、日帰り割合が高くなるのが一般的ですが、アンケート票を宿泊施設でも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ます。

(7) 山口市内で立ち寄った観光施設数

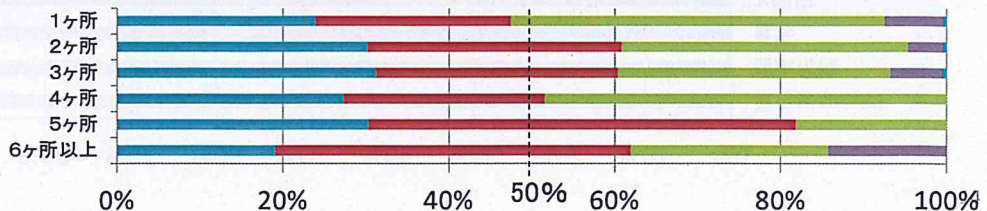
今回の旅行中に山口市内で立ち寄った観光施設数は、1ヶ所が33.0%と最も多く、次いで2ヶ所27.5%、3ヶ所20.9%となっています。



立ち寄りヶ所数と観光施設の評価をみると、全体として2ヶ所以上になると、良いとする割合が50%以上と高くなっています。

(単位: %)

立ち寄りヶ所	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い
1ヶ所	23.9	23.5	45.1	7.1	0.4
2ヶ所	30.2	30.6	34.5	4.3	0.4
3ヶ所	31.2	29.1	32.8	6.3	0.5
4ヶ所	27.3	24.2	48.5	0.0	0.0
5ヶ所	30.3	51.5	18.2	0.0	0.0
6ヶ所以上	19.0	42.9	23.8	14.3	0.0



(8)項目別の満足度

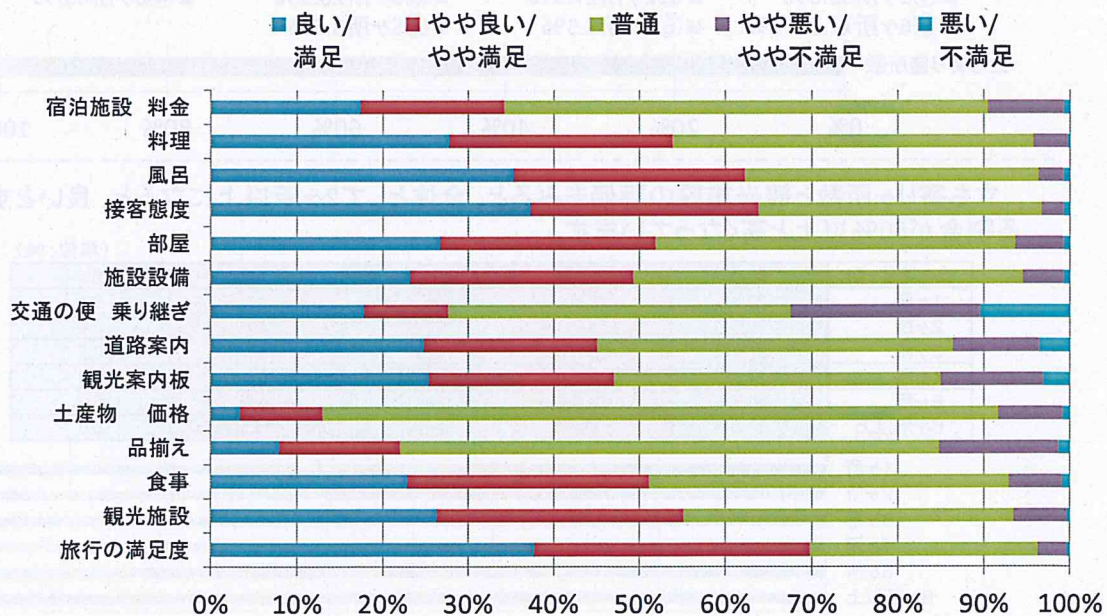
項目別の満足度については、特徴として、普通と評価されている項目が目立つこと、交通の便についての乗り継ぎに関して“やや悪い”と評価する割合がやや目立っていることがあげられます。

(単位:%)

		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
宿泊施設	料金	17.4	16.9	56.3	8.7	0.8
	料理	27.8	26.1	41.9	3.9	0.3
	風呂	35.3	27.0	34.1	2.8	0.8
	接客態度	37.3	26.6	32.9	2.4	0.8
	部屋	26.7	25.3	41.7	5.5	0.8
	施設整備	23.1	26.2	45.2	4.6	0.8
交通の便	乗り継ぎ	17.8	9.9	39.8	22.0	10.5
	道路案内	24.8	20.4	41.3	10.0	3.6
	観光案内板	25.4	21.7	37.9	11.9	3.1
土産物	価格	3.4	9.6	78.6	7.4	0.9
	品揃え	7.9	14.1	62.8	13.8	1.4
食事		22.8	28.4	41.7	6.1	1.0
観光施設		26.3	28.9	38.3	6.1	0.4
旅行の満足度		37.7	32.1	26.5	3.3	0.4

15

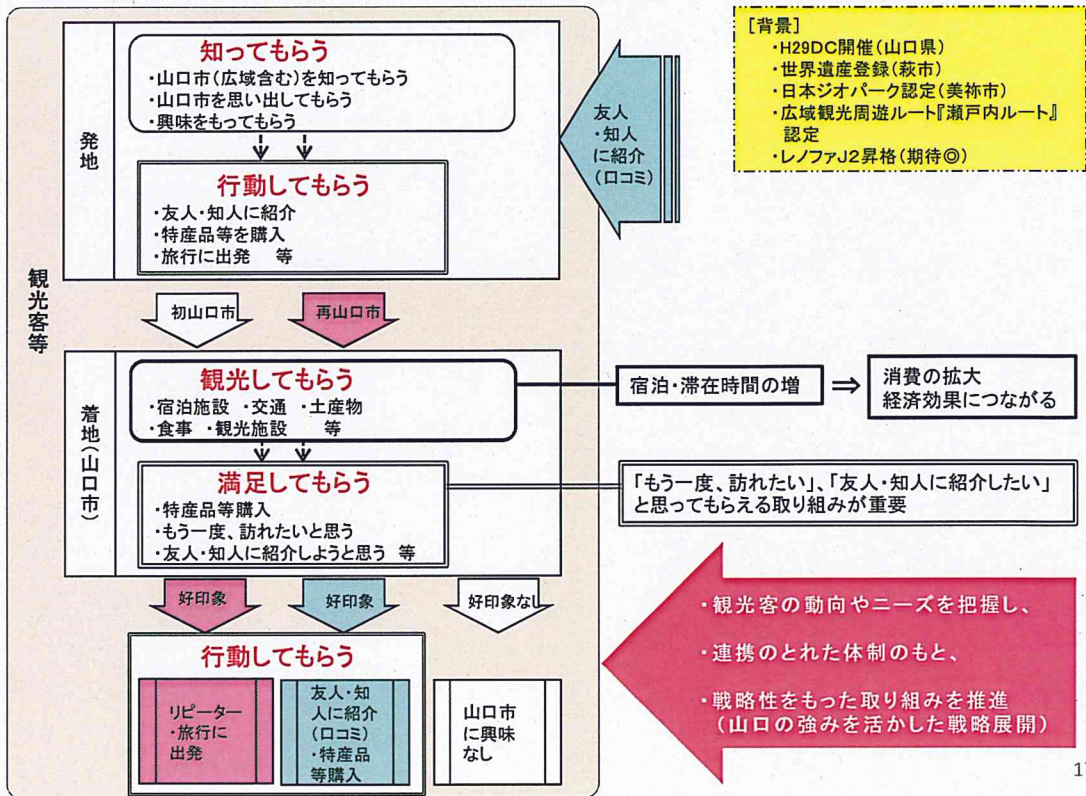
満足度の高い観光地は良い評価とともに、口コミなどによって潜在的な観光客に紹介され、一方で、満足度が低いと逆の効果がもたらされ、観光客数やリピーター数の減少に繋がると考えられます。満足度を向上させることは、観光客の再訪を促す直接的な効果のほかに、潜在的な観光客をひきつける効果も期待されます。



16

3 観光客等のながれ

◇地域経済への波及につながる取り組みの推進



17

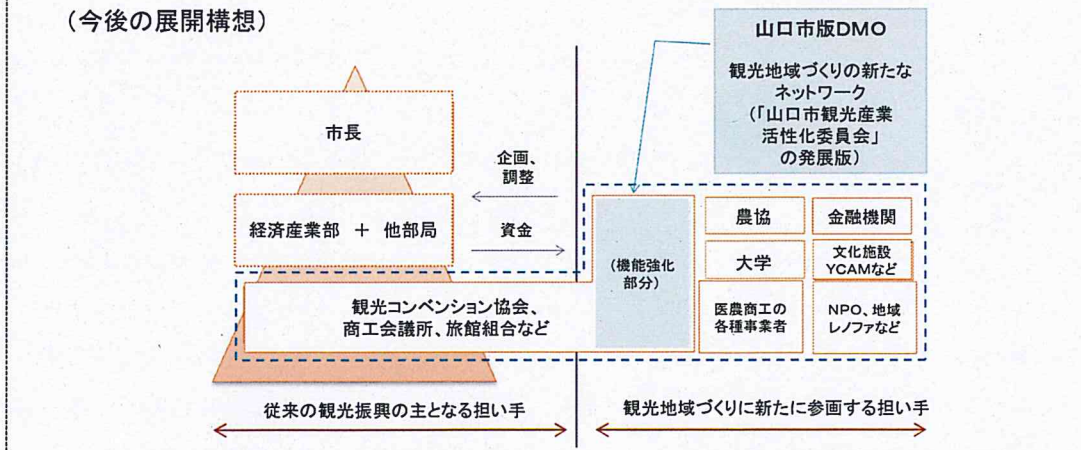
4 山口市まち・ひと・しごと創生総合戦略・やまぐち地方創生100プロジェクト

◇オール山口による観光地域づくりの推進

様々なセクターが連携し、観光地域づくりを総合的に推進するための体制強化(山口市版DMO機能の強化)をはじめ、外部人材を積極的に活用する仕組みづくり、地域経済への波及が大きい各種コンベンション誘致、MICE誘致の強化を図っていきます。

〔山口市まち・ひと・しごと創生総合戦略・やまぐち地方創生100プロジェクトー抜粋ー〕

(今後の展開構想)



※DMOとは、観光地のブランドづくり、情報発信やプロモーション、マーケティング、戦略策定などを担う観光地域づくりの推進主体のこと。

※MICEとは、企業等の会議(Meeting)、報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Event)の頭文字で、集客・交流が見込まれるビジネスイベントなどのこと。

18

