

山口市委託調査

2018年山口市観光動態アンケート調査  
集計・分析報告書

2019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、2017年は約483万5千人と堅調に増加しており、宿泊客（約90万9千人）は減少したものの日帰り客（約392万6千人）が増加し、外国人観光客（約8万8千人）の増加も引き続き勢いを保っている。

本報告書の対象年である2018年は、2017年に実施された明治維新150年に向けた幕末維新やまぐちデスティネーションキャンペーン（山口市も明治維新策源地として観光キャンペーンに取り組んだ）の効果を引き継ぐ形で、やまぐち夢花博（第35回全国都市緑化やまぐちフェア）が山口きらら博記念公園（山口市阿知須）で9月14日から11月4日の52日間開催され、目標を大きく上回る136万人の来場者で賑わった。

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ふまでもない。

本報告書は、その調査結果について2018年の観光客の動向や満足度のほか、2009年から2018年における10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 2018 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	28
1-2-1 性別にみた旅行者の特徴	28
1-2-2 年齢別にみた旅行者の特徴	32
1-2-3 居住地別にみた旅行者の特徴	35
1-2-4 旅行グループ別にみた旅行者の特徴	40
1-2-5 山口市外の訪問地区	41
1-2-6 旅行のきっかけとなった情報源	47
1-3 湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」と周遊	57
1-3-1 「狐の足あと」訪問者の特徴	57
1-3-2 情報媒体としての「狐の足あと」	63
1-4 旅行の評価と満足度	67
1-4-1 山口市までの交通手段別の評価	67
1-4-2 山口市内での移動手段別の評価	73
1-4-3 山口市内の周遊行動における満足度	79
1-4-4 訪問者の情報源別評価と満足度	88
1-4-5 満足度の決定要因	91
調査票（2018 年版）	96
第 2 部 2009 年～2018 年における時系列の集計結果	98
2-1 性別	98
2-2 年齢	99
2-3 職業	100
2-4 居住地	101
2-5 山口市以外の立ち寄りエリア	103
2-6 旅行の主な目的	104
2-7 山口市を候補にあげたきっかけの媒体	105
2-8 旅行の同行者	106
2-9 旅行の同行人数	107
2-10 山口市への旅行回数	108
2-11 山口市への訪問月	109
2-12 山口市までの主な交通手段	110
2-13 山口市内での主な移動手段	111

2-14 今回の旅行の全行程 .....	112
2-15 山口市内での宿泊数 .....	113
2-16 山口市内での平均消費額 .....	114
2-17 山口市内での宿泊地 .....	115
2-18 旅行の評価と満足度 .....	116
2-19 旅行において重視する項目 .....	133
2-20 山口市の魅力 .....	141
2-22 山口市内で立ち寄った観光施設数 .....	152
2-23 山口市内での旅行中の情報 .....	153
2-24 山口市への再訪問の意思 .....	157
<b>第3部 山口市における観光の現状・課題と提言 .....</b>	<b>158</b>
3-1 山口市における観光の現状と課題 .....	158
3-1-1 アンケート集計結果からみる山口市観光の現状 .....	158
3-1-2 アンケート集計結果からみる山口市観光の課題 .....	163
3-2 山口市の観光振興へ向けての提言 .....	165
3-2-1 提言 .....	165
3-2-2 おわりに .....	166

# 第 1 部 2018 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、2018 年 1 月から 2018 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。

2018 年の回収総数は、1,166 枚であった（有効回答数）。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。

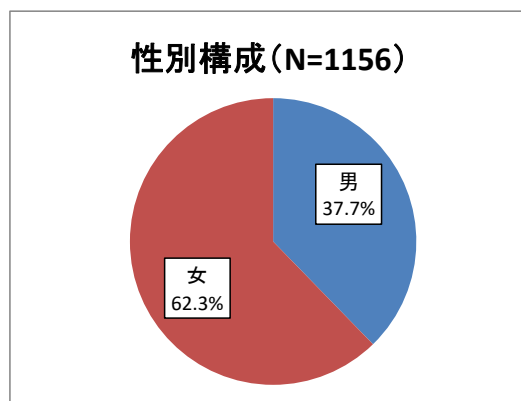
#### (1) 性別

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 37.7%、女性が 62.3%で、女性が多かった。

表 1-1-4 性別の回答数

性別	回答数	%
男	436	37.7%
女	720	62.3%
回答数計	1,156	100.0%

図 1-1-1 性別構成



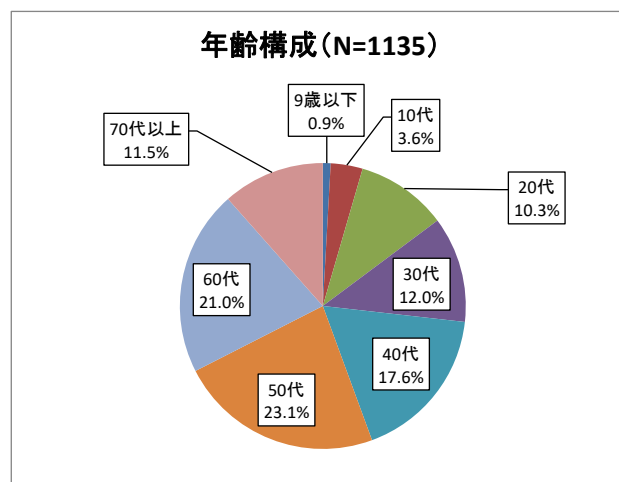
#### (2) 年齢

表 1-1-5 は、年齢別の回答数を表したものである。40代から60代が同程度で最も多く 20%前後である。次に多いのが30代の12.0%である。一方、最も少ない年齢層は9歳以下で0.9%であり、10代は3.6%、20代は10.3%、70代以上11.5%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	10	0.9%
10代	41	3.6%
20代	117	10.3%
30代	136	12.0%
40代	200	17.6%
50代	262	23.1%
60代	238	21.0%
70代以上	131	11.5%
回答数計	1,135	100.0%

図 1-1-2 年齢構成



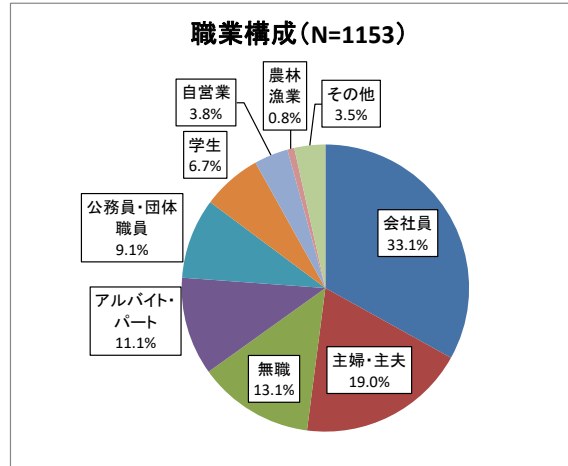
### (3) 職業

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 33.0%であり、次いで主婦・主夫の 18.9%である。3 番目は無職の 13.0%である。

表 1-1-6 職業

職業	回答数	%
会社員	380	33.0%
農林漁業	9	0.8%
自営業	44	3.8%
公務員・団体職員	104	9.0%
学生	77	6.7%
主婦・主夫	218	18.9%
アルバイト・パート	127	11.0%
無職	150	13.0%
その他	44	3.8%
回答数計	1,153	100.0%

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、27.0%が山口県内居住者であり、73.0%が山口県外の居住者であった。

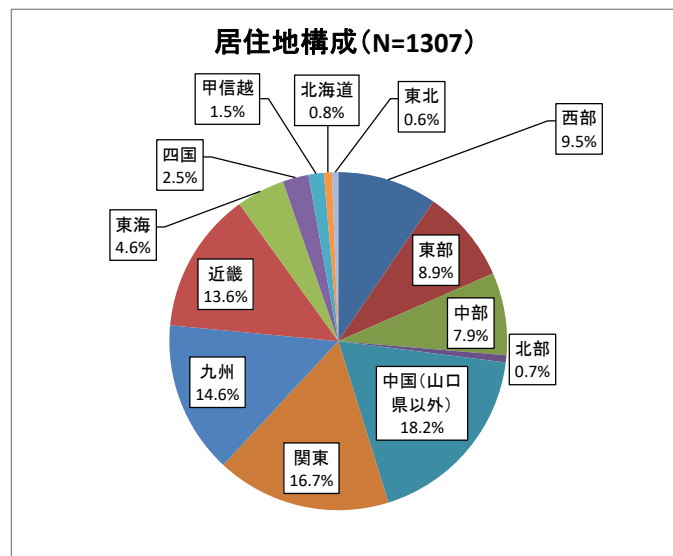
山口県内の居住者を東部、中部、北部、西部の 4 地域に区分すると、西部地域が最も多く、次いで東部地域が多くなっている。また、近隣の県については、広島県が 11.7%、福岡県が 9.9%である。山口県内は 27.0%であることから、山口市への訪問者は約半数が山口県民と両隣の県民ということになる。

さらに地方別に区分すると、山口県を除く中国地方が 18.2%と最も多く、次いで関東が 16.7%、九州が 14.6%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	104 8.9%
	中部	92 7.9%
	北部	8 0.7%
	西部	111 9.5%
	山口県計	315 27.0%
山口県外	北海道	9 0.8%
	東北	7 0.6%
	関東	195 16.7%
	甲信越	17 1.5%
	東海	54 4.6%
	近畿	158 13.6%
	中国(山口県以外)	212 18.2%
	鳥取県	6 0.5%
	島根県	34 2.9%
	岡山県	35 3.0%
	広島県	137 11.7%
	四国	29 2.5%
	九州	170 14.6%
	福岡県	115 9.9%
	山口県外計	851 73.0%
回答数計	1,166 100.0%	

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

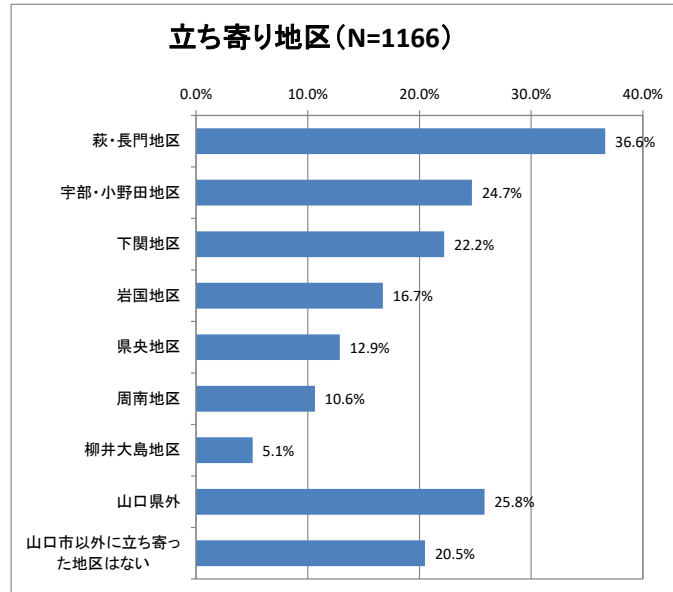
表 1-1-8 は、山口市以外で立ち寄った地区の割合を示したものである。複数回答項目であるため分母を回答者数の 1,166 として立ち寄り地区の割合を算出すると、山口県内においては、萩・長門地区が 36.6%と最も多く、宇部・小野田地区が 24.7%、下関地区が 22.2%と続く。一方で、山口市以外に立ち寄った地区はないとする回答割合は 20.5%であった。なお、山口県外への立ち寄りは 25.8%となっている。

表 1-1-8 立ち寄り地区

立ち寄り地区	回答数	%
岩国地区	195	16.7%
柳井大島地区	59	5.1%
周南地区	124	10.6%
県央地区	150	12.9%
萩・長門地区	427	36.6%
下関地区	259	22.2%
宇部・小野田地区	288	24.7%
山口県外	301	25.8%
山口市以外に立ち寄った地区はない	239	20.5%
合計	2,042	175.1%
回答者数	1,166	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



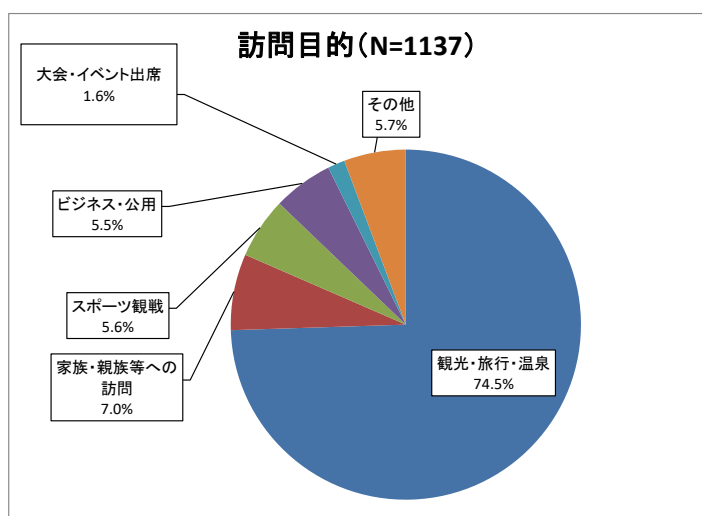
### (6) 旅行の主な目的

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 74.5%と最も多く、次いで家族・親族等への訪問が 7.0%である。スポーツ観戦は 5.6%、ビジネス・公用は 5.5%、大会・イベント出席は 1.6%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	847	74.5%
ビジネス・公用	63	5.5%
家族・親族等への訪問	80	7.0%
スポーツ観戦	64	5.6%
大会・イベント出席	18	1.6%
その他	65	5.7%
回答数計	1,137	100.0%

図 1-1-6 旅行目的 (構成)



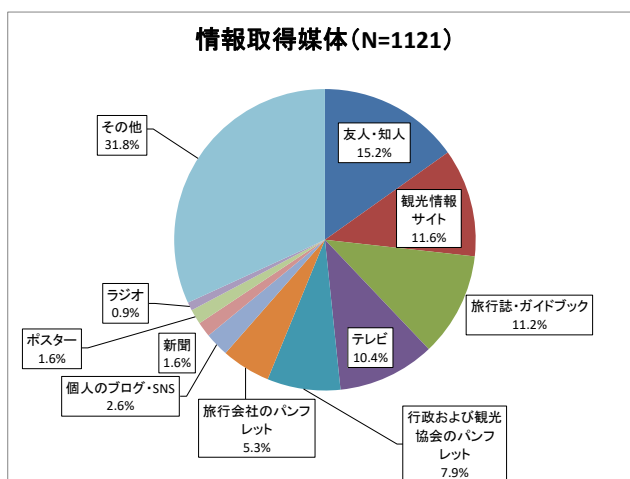
### (7) 山口市を候補にあげた情報媒体

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 31.8%と最も多いものの、友人・知人が 15.2%、観光情報サイトが 11.6%、旅行誌・ガイドブックが 11.2%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	117	10.4%
ラジオ	10	0.9%
新聞	18	1.6%
旅行誌・ガイドブック	125	11.2%
ポスター	18	1.6%
行政および観光協会のパンフレット	88	7.9%
旅行会社のパンフレット	59	5.3%
友人・知人	170	15.2%
観光情報サイト	130	11.6%
個人のブログ・SNS	29	2.6%
その他	357	31.8%
回答数計	1,121	100.0%

図 1-1-7 山口市をあげた情報媒体（構成）



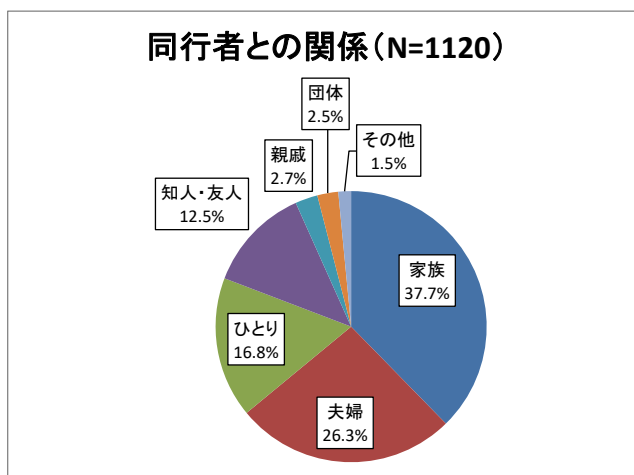
### (8) 旅行の同行者との関係

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 42.7%と最も多く、次いで、夫婦が 25.0%、ひとりが 13.6%、知人・友人が 12.3%、親戚が 2.2%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	188	16.8%
家族	422	37.7%
夫婦	295	26.3%
親戚	30	2.7%
知人・友人	140	12.5%
団体	28	2.5%
その他	17	1.5%
回答数計	1,120	100.0%

図 1-1-8 旅行の同行者との関係（構成）



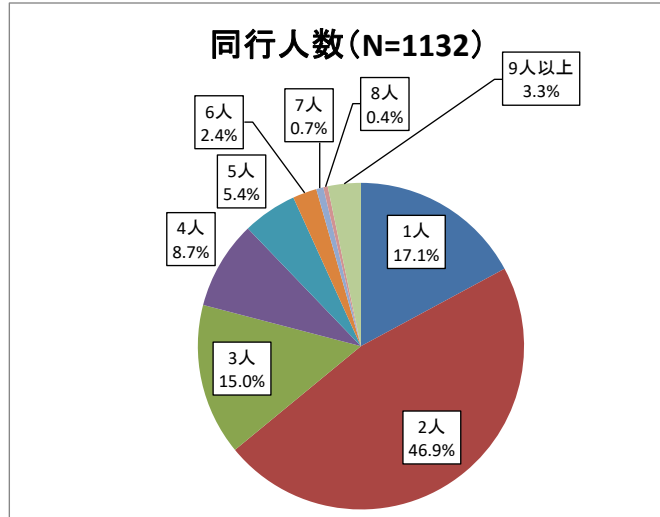
### (9) 旅行の同行者の人数

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 46.9%と最も多く、次に同行者なしの 1 人が 17.1%、3 人が 15.0%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	194	17.1%
2人	531	46.9%
3人	170	15.0%
4人	99	8.7%
5人	61	5.4%
6人	27	2.4%
7人	8	0.7%
8人	5	0.4%
9人以上	37	3.3%
回答数計	1,132	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

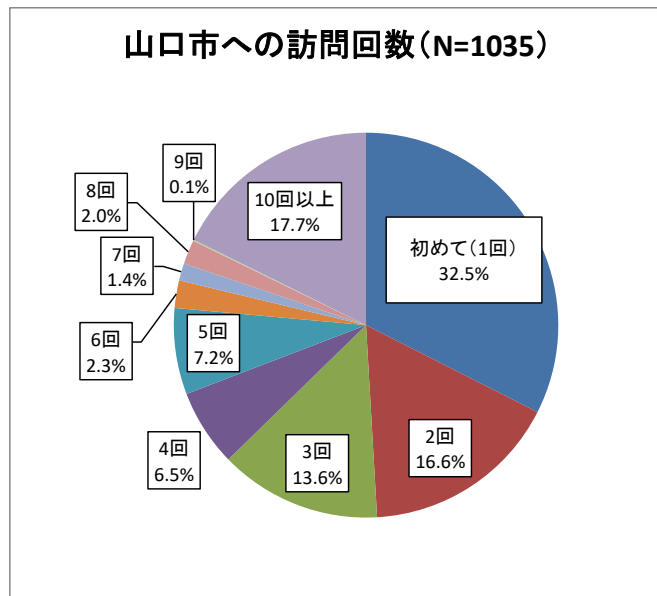
表 1-1-13 は、山口市への旅行回数を示したものである。初めての 1 回が 32.5%と最も多く、次いで 10 回以上が 17.7%、2 回が 16.6%、3 回が 13.6%となっている。

初めて訪れた旅行者は全体の 32.5%なので、リピーターは 67.5%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)	336	32.5%
2回	172	16.6%
3回	141	13.6%
4回	67	6.5%
5回	75	7.2%
6回	24	2.3%
7回	15	1.4%
8回	21	2.0%
9回	1	0.1%
10回以上	183	17.7%
回答数計	1,035	100.0%

図 1-1-10 初めて訪れた旅行者とリピーター (構成)



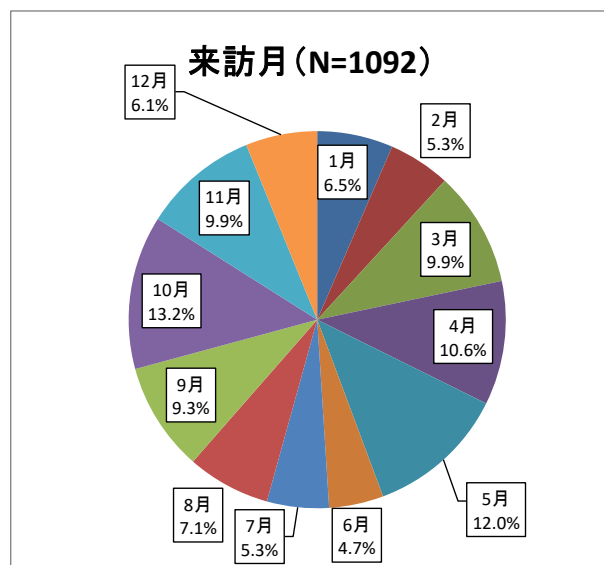
### (11) 山口市への来訪月

表 1-1-14 は、山口市への来訪月を示したものである。10月が最も多く 13.2%であり、次いで5月が 12.0%、4月が 10.6%であり、休曜日の多い月の訪問が比較的多い傾向がある。一方で、6月が最も少なく 4.7%であった。

表 1-1-14 山口市への来訪月

来訪月	回答数	%
1月	71	6.5%
2月	58	5.3%
3月	108	9.9%
4月	116	10.6%
5月	131	12.0%
6月	51	4.7%
7月	58	5.3%
8月	78	7.1%
9月	102	9.3%
10月	144	13.2%
11月	108	9.9%
12月	67	6.1%
回答数計	1,092	100.0%

図 1-1-11 山口市への来訪月（構成）



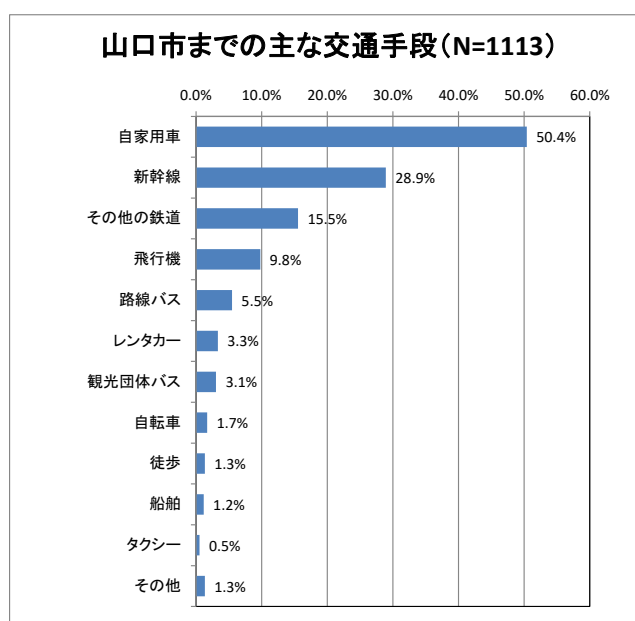
### (12) 山口市までの主な移動手段

表 1-1-15 は、山口市ま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 50.4%であった。次いで新幹線が 28.9%、その他の鉄道が 15.5%と続く。

表 1-1-15 山口市までの移動手段

交通手段	回答数	%
新幹線	322	28.9%
その他の鉄道	173	15.5%
自家用車	561	50.4%
船舶	13	1.2%
観光団体バス	34	3.1%
路線バス	61	5.5%
タクシー	6	0.5%
レンタカー	37	3.3%
飛行機	109	9.8%
自転車	19	1.7%
徒歩	15	1.3%
その他	15	1.3%
合計	1,365	122.6%
回答者数	1,113	100.0%

図 1-1-12 山口市までの移動手段



注) 複数回答項目である。

### (13) 山口市内での主な移動手段

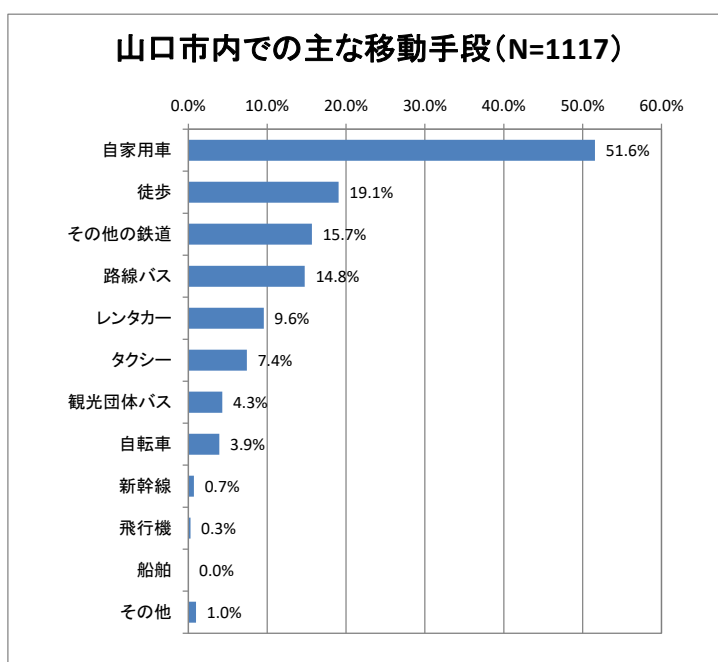
表 1-1-16 は、山口市内での主な移動手段である。複数回答項目であるため、回答者数を分母として利用割合を算出すると、自家用車が最も多く 51.6%であった。次いで徒歩が 19.1%、その他の鉄道が 15.7%、路線バスが 14.8%と続く。

表 1-1-15 山口市内での移動手段

移動手段	回答数	%
新幹線	8	0.7%
その他の鉄道	175	15.7%
自家用車	576	51.6%
船舶	0	0.0%
観光団体バス	48	4.3%
路線バス	165	14.8%
タクシー	83	7.4%
レンタカー	107	9.6%
飛行機	3	0.3%
自転車	44	3.9%
徒歩	213	19.1%
その他	11	1.0%
合計	1,433	128.3%
回答者数	1,117	100.0%

注) 複数回答項目である。

図 1-1-12 山口市内での移動手段



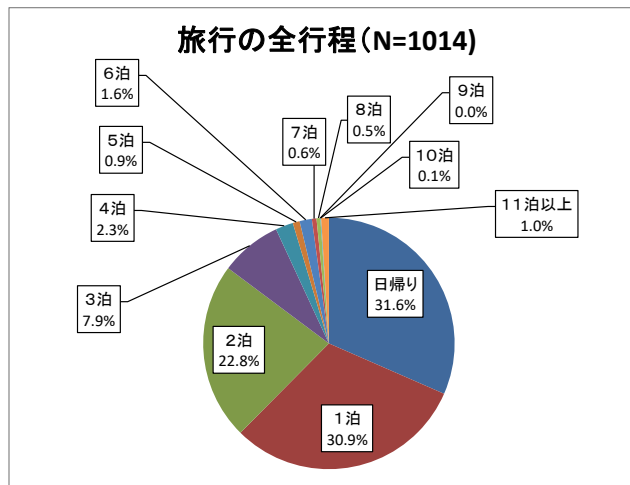
### (14) 今回の旅行の全行程

表 1-1-17 は、今回の旅行の全行程を示したものである。日帰りが 31.6%と最も多く、次いで 1泊の 30.9%が多くなっている。なお、通常の旅行動向からいけば、日帰りの割合がもっと高くなるのが一般的であるが、県外からの旅行者が 70%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も多く、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 1-1-16 旅行の全行程

旅行の全行程	回答数	%
日帰り	320	31.6%
1泊	313	30.9%
2泊	231	22.8%
3泊	80	7.9%
4泊	23	2.3%
5泊	9	0.9%
6泊	16	1.6%
7泊	6	0.6%
8泊	5	0.5%
9泊	0	0.0%
10泊	1	0.1%
11泊以上	10	1.0%
回答数計	1,014	100.0%

図 1-1-13 旅行の全行程



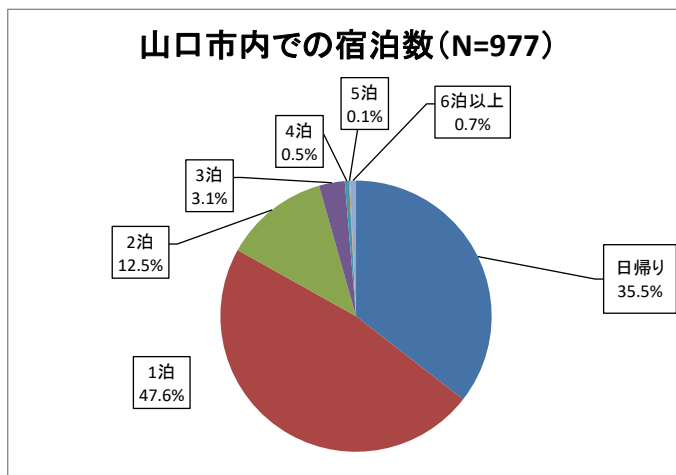
### (15) 山口市内での宿泊日数

表 1-1-18 は、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 47.6%と最も多く、次いで日帰り（無泊）が 35.5%、2泊が 12.5%となっている。

表 1-1-17 山口市内での宿泊日数

山口市内宿泊数	回答数	%
日帰り	347	35.5%
1泊	465	47.6%
2泊	122	12.5%
3泊	30	3.1%
4泊	5	0.5%
5泊	1	0.1%
6泊以上	7	0.7%
回答数計	977	100.0%

図 1-1-14 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 14,189 円で最も多く、次いで、交通費が 5,079 円となっている。合計額は約 32,500 円となっている。

表 1-1-18 平均消費額

	消費金額
宿泊費	¥14,189
飲食費	¥4,624
土産物	¥4,396
交通費	¥5,079
施設見学料	¥1,178
その他	¥3,001
合計	¥32,467

図 1-1-15 平均消費額（単位：円）

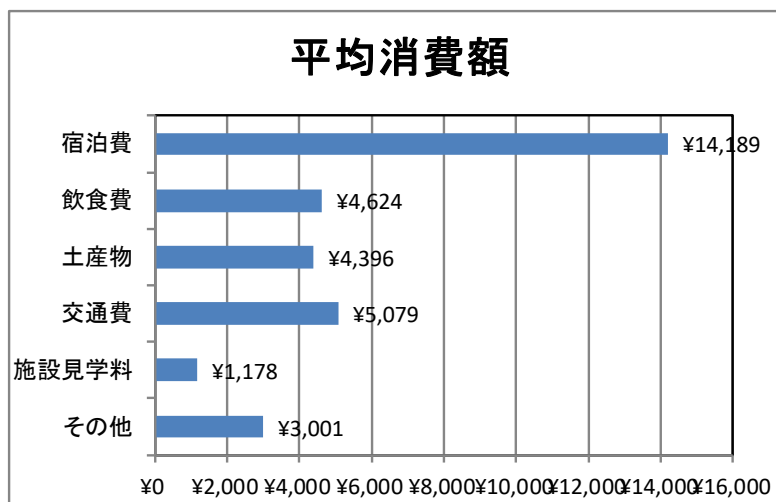


表 1-1-20 は、複数日に亘る宿泊数を考慮して 1 日あたりに換算した山口市内での平均消費額を示したものである。宿泊費が 6,496 円で最も多く、次いで、飲食費が 2,290 円となっている。合計額は約 14,500 円となっている。

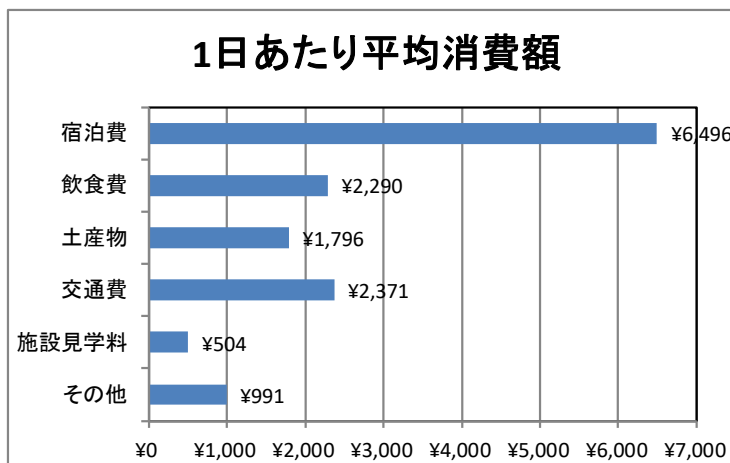
表 1-1-19 1 日あたり平均消費額

	消費金額
宿泊費	¥6,496
飲食費	¥2,290
土産物	¥1,796
交通費	¥2,371
施設見学科	¥504
その他	¥991
合計	¥14,447

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 1-1-16 1 日あたり平均消費額 (単位: 円)



### (17) 山口市内での宿泊地

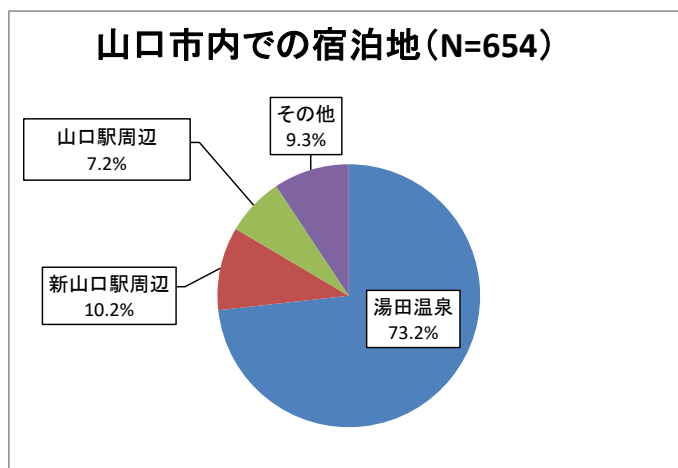
表 1-1-21 は、山口市内での宿泊地を示したものである。複数回答であるが、便宜上合計値を分母として割合を算出すると、湯田温泉が 73.2% で最も多く、次いで新山口駅周辺の 10.2% となっている。

表 1-1-20 山口市内での宿泊地

宿泊地	回答数	%
湯田温泉	479	73.2%
新山口駅周辺	67	10.2%
山口駅周辺	47	7.2%
その他	61	9.3%
合計	654	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 1-1-17 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。ここで、宿泊地が新山口駅周辺と山口駅周辺は標本サイズが小さいため、該当のない(空欄)となったり、旅行目的別の数値が一般的な傾向と異なる可能性に注意する必要がある。宿泊費は、宿泊地と旅行目的によって異なっ

いるが、全体的には湯田温泉で高い傾向にある。飲食費は、ビジネス・公用で平均消費額が高い傾向にあるが、宿泊地による差異は小さい。土産物は、少数のサンプルによる変動が激しく傾向を読み取ることは難しい。交通費は、山口駅が全体的に低くなっている。施設見学科も、山口駅が低い傾向にあり、宿泊地によって利用する施設に差異がある可能性を示唆している。

表 1-1-21 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	18,755	12,882	16,000
	ビジネス・公用	14,772	11,711	27,325
	家族・親族等への訪問	18,300	20,000	9,250
	大会・イベント出席	8,488	7,566	10,000
	スポーツ観戦	16,531	11,283	9,250
	その他	13,415	20,250	9,083
	平均	15,043	13,949	13,485
飲食費	観光・旅行・温泉	5,486	6,028	6,070
	ビジネス・公用	7,203	9,667	8,600
	家族・親族等への訪問	5,693	6,000	5,333
	大会・イベント出席	4,111	3,225	4,000
	スポーツ観戦	6,988	5,333	6,750
	その他	6,283	6,382	6,167
	平均	5,961	6,106	6,153
土産物	観光・旅行・温泉	5,349	4,018	2,880
	ビジネス・公用	5,607	4,333	4,800
	家族・親族等への訪問	5,268	2,667	20,000
	大会・イベント出席	2,022	3,118	10,000
	スポーツ観戦	7,467	7,500	3,875
	その他	6,224	17,233	5,800
	平均	5,323	6,478	7,893
交通費	観光・旅行・温泉	6,269	5,932	4,452
	ビジネス・公用	6,335	4,456	3,667
	家族・親族等への訪問	4,167	6,000	9,000
	大会・イベント出席	5,900	8,750	6,500
	スポーツ観戦	2,840	2,750	1,933
	その他	7,228	3,931	3,000
	平均	5,456	5,303	4,759
施設見学科	観光・旅行・温泉	1,283	1,125	1,630
	ビジネス・公用	1,522	1,900	200
	家族・親族等への訪問	1,834	1,333	500
	大会・イベント出席	1,343	2,130	200
	スポーツ観戦	1,508	1,555	575
	その他	1,452	1,250	825
	平均	1,490	1,549	655



図 1-1-18 宿泊地別平均消費額（宿泊費）

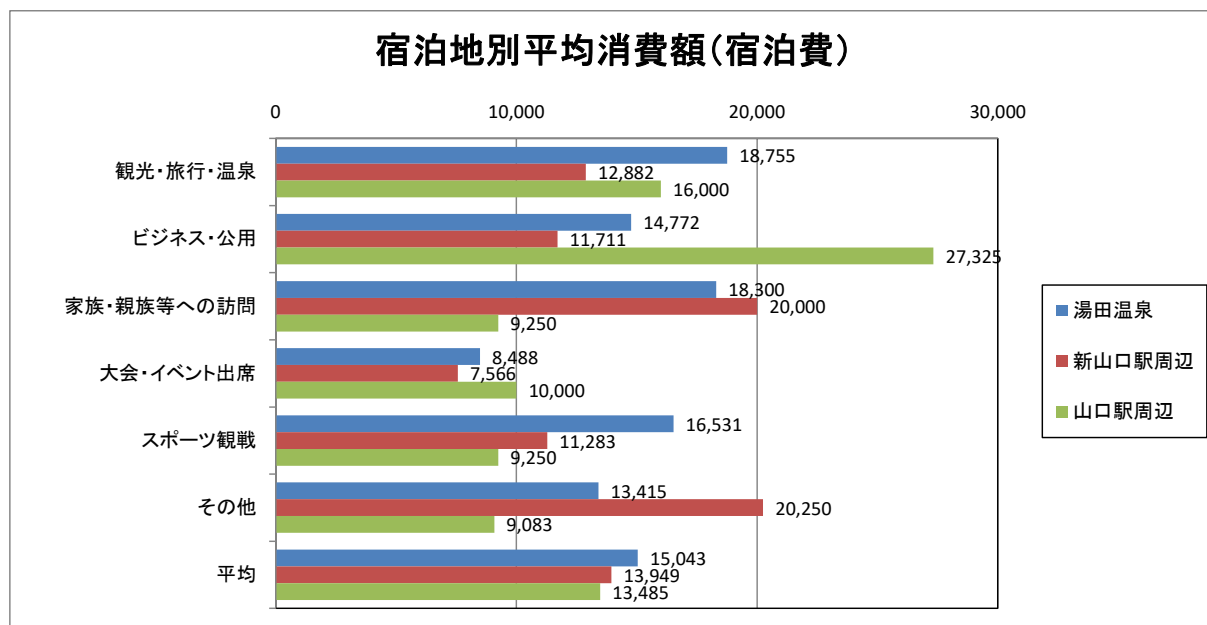


図 1-1-19 宿泊地別平均消費額（飲食費）

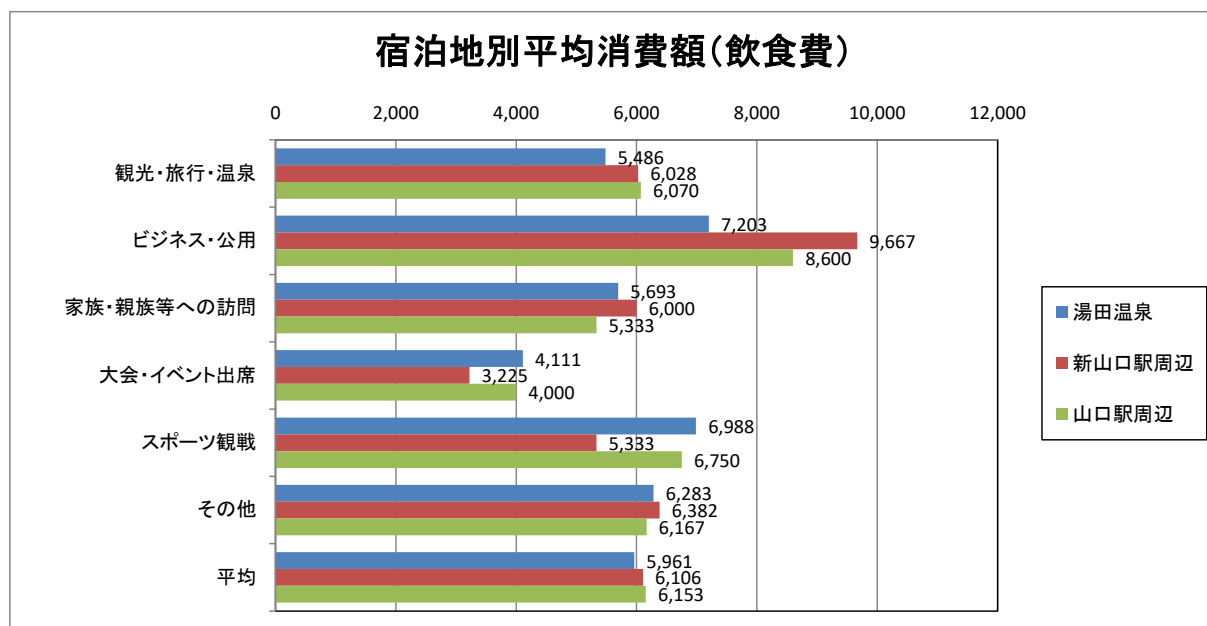


図 1-1-20 宿泊地別平均消費額（土産物）

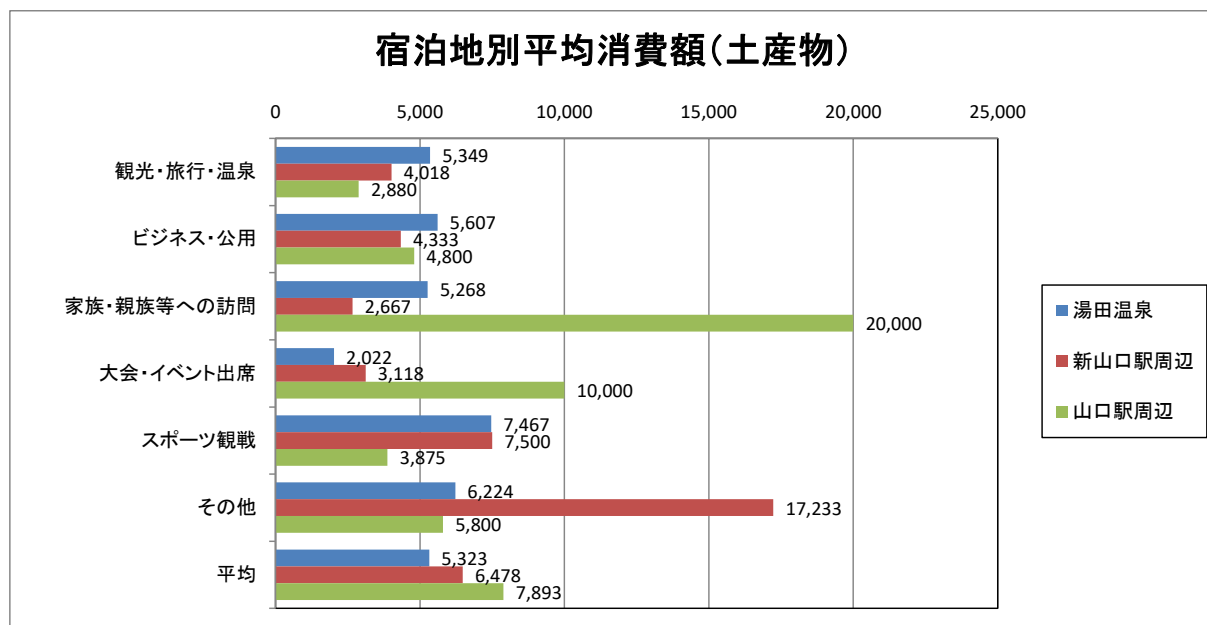


図 1-1-21 宿泊地別平均消費額（交通費）

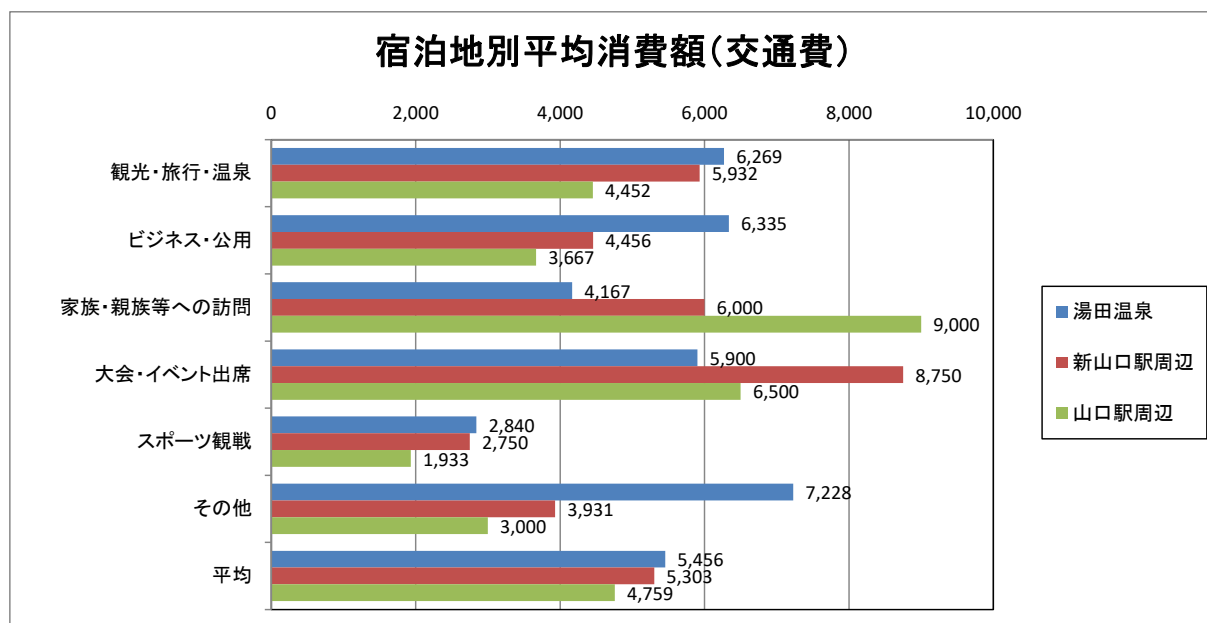
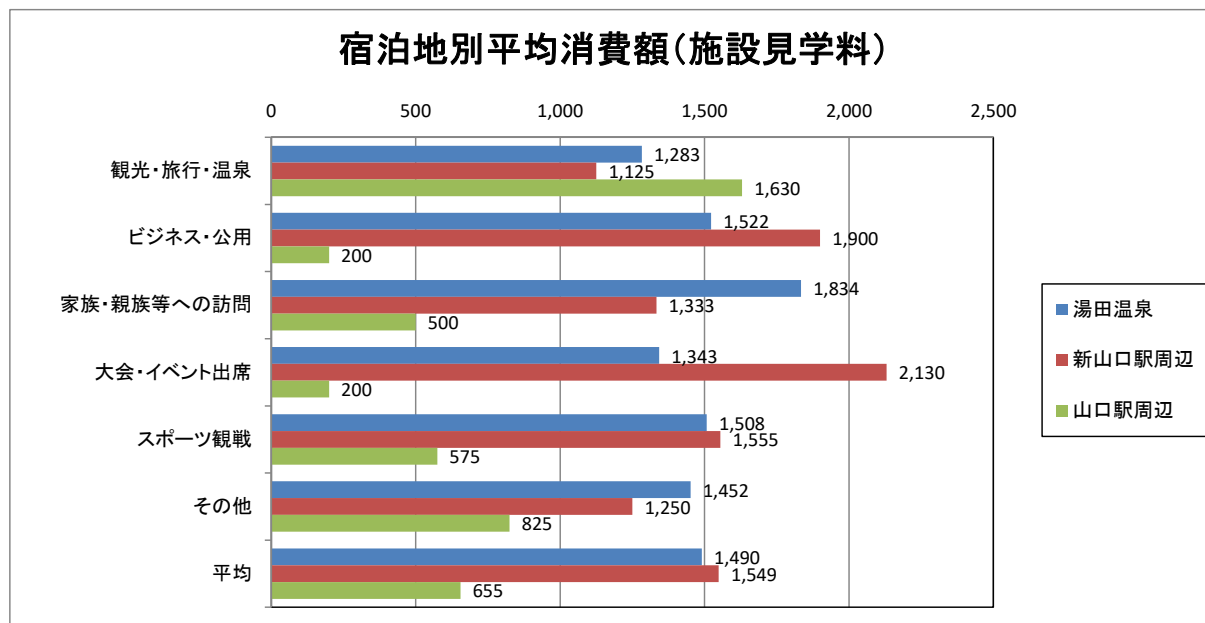


図 1-1-22 宿泊地別平均消費額（施設見学科料）



### (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。

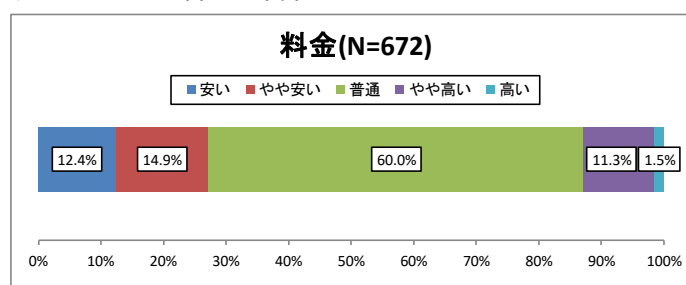
#### a. 料金

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60.0%で最も多く、やや安いが14.9%、安いが12.4%であった。

表 1-1-22 料金の評価

料金の評価	回答数	%
安い	83	12.4%
やや安い	100	14.9%
普通	403	60.0%
やや高い	76	11.3%
高い	10	1.5%
回答数計	672	100.0%

図 1-1-23 料金の評価



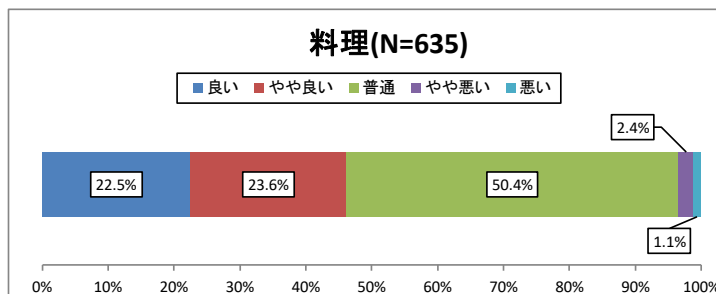
## b. 料理

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 50.4%と最も多く、次いで、やや良いが 23.6%、良いが 22.5%と続いており、比較的良い評価になっている。

表 1-1-23 料理の評価

料理の評価	回答数	%
良い	143	22.5%
やや良い	150	23.6%
普通	320	50.4%
やや悪い	15	2.4%
悪い	7	1.1%
回答数計	635	100.0%

図 1-1-24 料理の評価



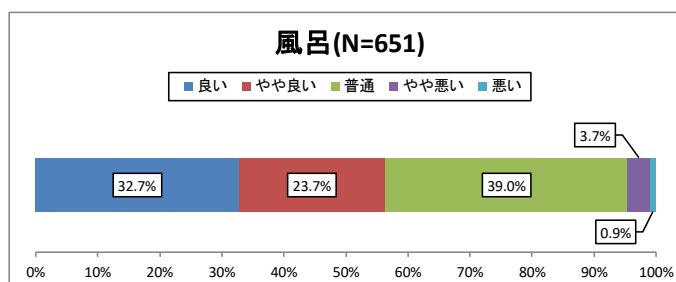
## c. 風呂

表 1-1-25 は、宿泊施設の風呂についての評価である。普通が 39.0%で最も多く、良いが 32.7%、やや良いが 23.7%であった。良い、やや良いとする回答を合わせると 56.4%であり、6割近くの人で宿泊施設の風呂に対する評価が高いことがわかる。

表 1-1-24 風呂の評価

風呂の評価	回答数	%
良い	213	32.7%
やや良い	154	23.7%
普通	254	39.0%
やや悪い	24	3.7%
悪い	6	0.9%
回答数計	651	100.0%

図 1-1-25 風呂の評価



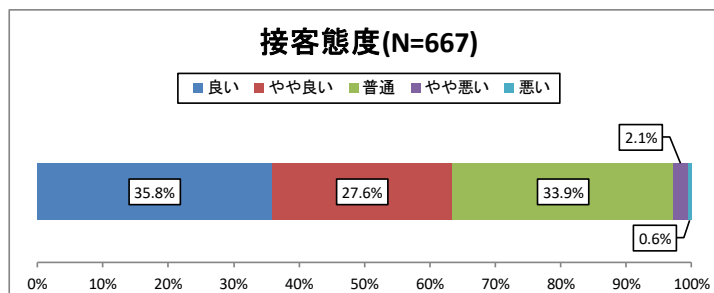
## d. 接客態度

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 35.8%で最も多く、普通が 33.9%、やや良いが 27.6%である。接客態度も風呂と同様に比較的評価が高い。

表 1-1-25 接客態度の評価

接客態度の評価	回答数	%
良い	239	35.8%
やや良い	184	27.6%
普通	226	33.9%
やや悪い	14	2.1%
悪い	4	0.6%
回答数計	667	100.0%

図 1-1-26 接客態度の評価



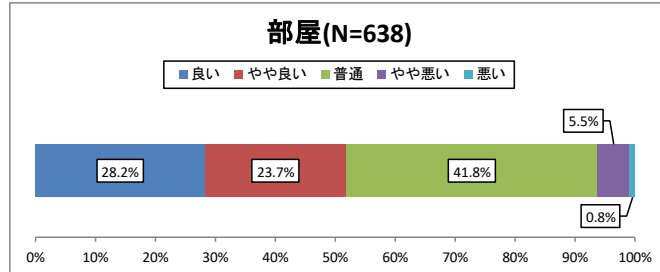
### e. 部屋

表 1-1-27 は、宿泊施設の部屋についての評価である。普通が 41.8% で最も多く、良いが 28.2%、やや良いが 23.7% である。部屋については良いと評価する回答は 5 割を超えている。

表 1-1-26 部屋の評価

部屋の評価	回答数	%
良い	180	28.2%
やや良い	151	23.7%
普通	267	41.8%
やや悪い	35	5.5%
悪い	5	0.8%
回答数計	638	100.0%

図 1-1-27 部屋の評価



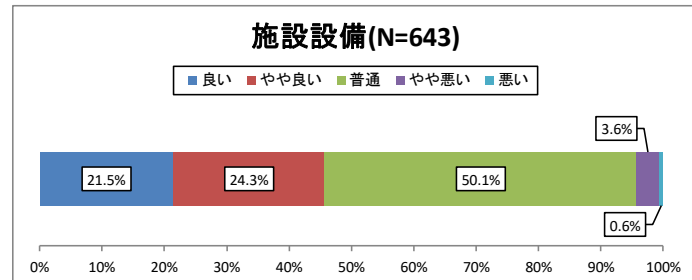
### f. 施設設備

表 1-1-28 は、施設設備についての評価である。普通が 50.1% で最も多く、良いが 21.5%、やや良いが 24.3% であった。

表 1-1-27 施設設備の評価

施設設備の評価	回答数	%
良い	138	21.5%
やや良い	156	24.3%
普通	322	50.1%
やや悪い	23	3.6%
悪い	4	0.6%
回答数計	643	100.0%

図 1-1-28 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。

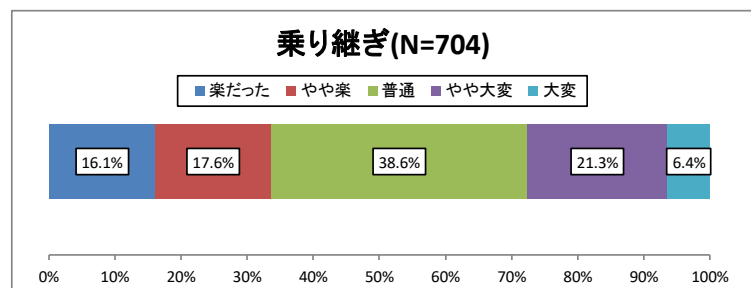
### a. 乗り継ぎ

表 1-1-29 は、乗り継ぎについての評価である。普通が 38.6% で最も多く、やや大変が 21.3% で、やや楽の 17.6% を上回っている。やや大変と大変を合わせると 27.7% で、楽とする評価の割合 33.7% に近づいている。

表 1-1-28 乗り継ぎの評価

乗り継ぎ	回答数	%
楽だった	113	16.1%
やや楽	124	17.6%
普通	272	38.6%
やや大変	150	21.3%
大変	45	6.4%
回答数計	704	100.0%

図 1-1-29 乗り継ぎの評価



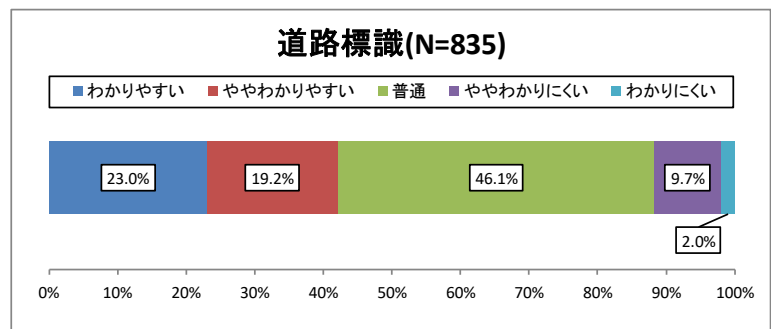
## b. 道路標識

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 46.1%、わかりやすいが 23.0%、ややわかりやすいが 19.2%である。ややわかりにくいとする回答も 9.7%であった。

表 1-1-29 道路標識の評価

道路標識	回答数	%
わかりやすい	192	23.0%
ややわかりやすい	160	19.2%
普通	385	46.1%
ややわかりにくい	81	9.7%
わかりにくい	17	2.0%
回答数計	835	100.0%

図 1-1-30 道路標識の評価



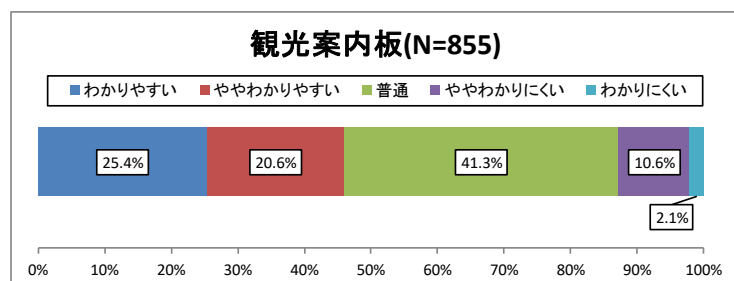
## c. 観光案内板

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 41.3%、わかりやすいが 25.4%、ややわかりやすいが 20.6%である。ややわかりにくいとする回答も 10.6%であった。

表 1-1-30 観光案内板の評価

観光案内板	回答数	%
わかりやすい	217	25.4%
ややわかりやすい	176	20.6%
普通	353	41.3%
ややわかりにくい	91	10.6%
わかりにくい	18	2.1%
回答数計	855	100.0%

図 1-1-31 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みる。

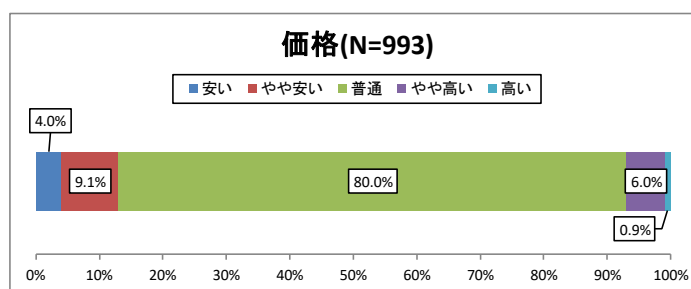
### a. 土産物の価格

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 80.0%、やや安いのが 9.1%、やや高いが 6.0%である。普通とする評価が極めて多くなっている。

表 1-1-31 土産物の評価（価格）

土産の価格	回答数	%
安い	40	4.0%
やや安い	90	9.1%
普通	794	80.0%
やや高い	60	6.0%
高い	9	0.9%
回答数計	993	100.0%

図 1-1-32 土産物の評価（価格）



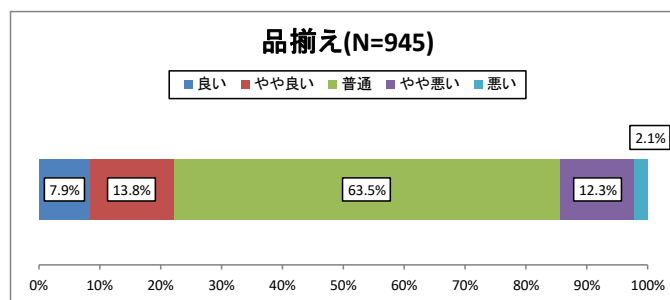
### b. 土産物の品揃え

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 63.5%、良いが 8.4%、やや良いが 13.8%である一方、やや悪いも 12.3%であった。

表 1-1-32 土産物の評価（品揃え）

土産の品揃え	回答数	%
良い	79	8.4%
やや良い	130	13.8%
普通	600	63.5%
やや悪い	116	12.3%
悪い	20	2.1%
回答数計	945	100.0%

図 1-1-33 土産物の評価（品揃え）



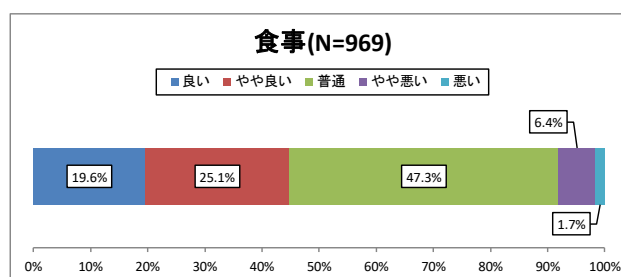
## (22) 食事（宿泊施設以外）についての評価

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 47.3%と最も多いが、やや良いが 25.1%、良いが 19.6%で、良いとする評価が約 45%と悪いとする評価を大きく上回っている。

表 1-1-33 食事の評価

食事	回答数	%
良い	190	19.6%
やや良い	243	25.1%
普通	458	47.3%
やや悪い	62	6.4%
悪い	16	1.7%
回答数計	969	100.0%

図 1-1-34 食事の評価



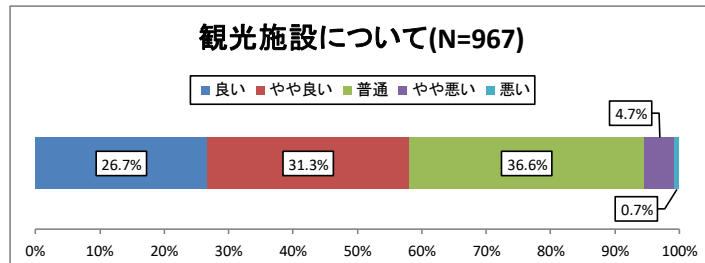
### (23) 観光施設についての評価

表 1-1-35 は、観光施設についての評価である。普通が 36.6%、やや良いが 31.3%、良いが 26.7% である。観光施設については約 6 割が良いと評価している。

表 1-1-34 観光施設の評価

観光施設の評価	回答数	%
良い	258	26.7%
やや良い	303	31.3%
普通	354	36.6%
やや悪い	45	4.7%
悪い	7	0.7%
回答数計	967	100.0%

図 1-1-35 観光施設の評価



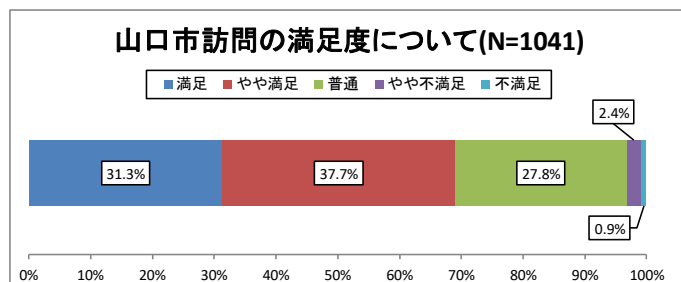
### (24) 山口市訪問の満足度

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 37.7%、満足が 31.3% で、合わせて約 7 割が満足と評価している。

表 1-1-35 山口市訪問の満足度

山口市訪問の満足度	回答数	%
満足	326	31.3%
やや満足	392	37.7%
普通	289	27.8%
やや不満足	25	2.4%
不満足	9	0.9%
回答数計	1,041	100.0%

図 1-1-36 山口市訪問の満足度



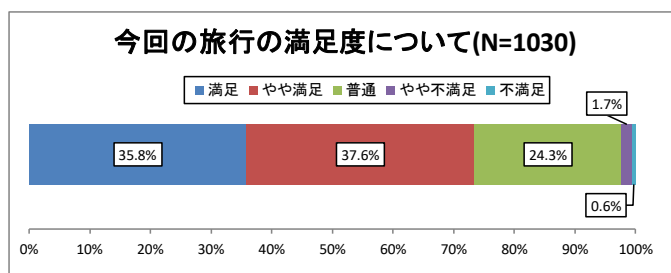
### (25) 今回の旅行の満足度

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 36.4%、普通が 22.5% である。全体で約 75% が満足と評価している。

表 1-1-36 今回の旅行の満足度

今回の旅行の満足度	回答数	%
満足	369	35.8%
やや満足	387	37.6%
普通	250	24.3%
やや不満足	18	1.7%
不満足	6	0.6%
回答数計	1,030	100%

図 1-1-37 今回の旅行の満足度





## (26) 山口市の魅力（2015年調査票からの新規調査項目）

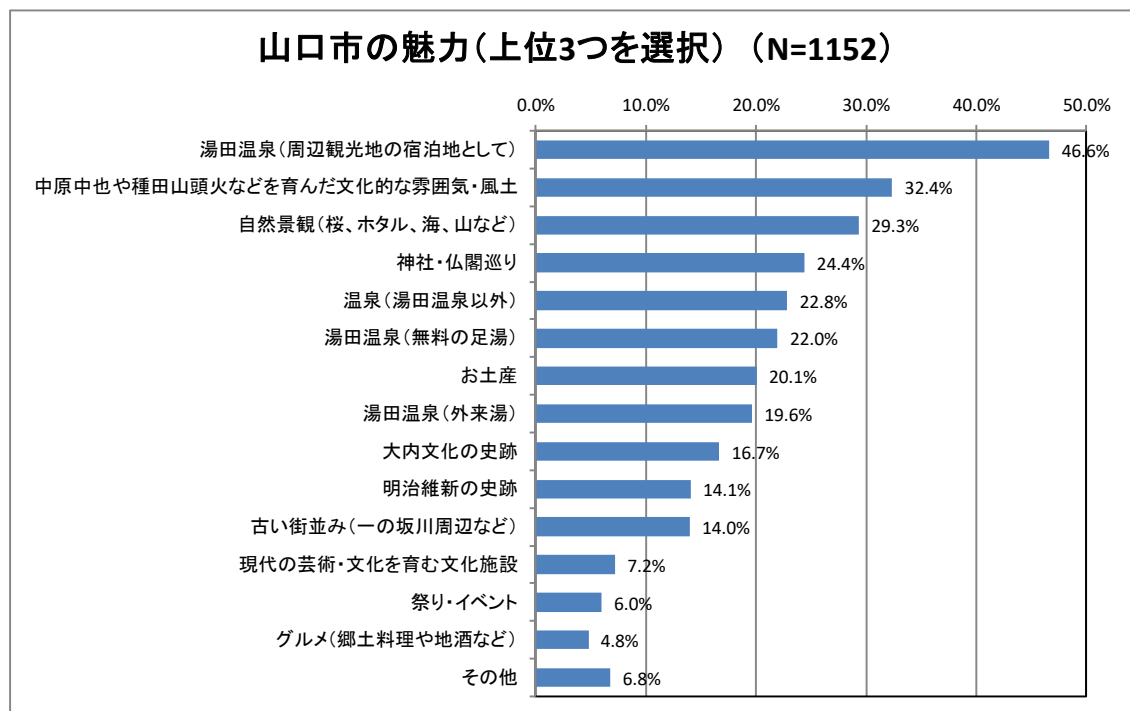
表 1-1-40 は、山口市は何が魅力的だと思うかについて、表に示す選択肢を挙げ、上位 3 つまで選択されたものを集計した結果である。

回答者数を分母として回答割合を算出したところ、最も多かったのは、湯田温泉で 46.6%であった。次に、文化的な雰囲気・風土が 32.4%、3 番目が自然景観で 29.3%であった。

表 1-1-37 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)	537	46.6%
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	373	32.4%
自然景観(桜、ホタル、海、山など)	338	29.3%
神社・仏閣巡り	281	24.4%
温泉(湯田温泉以外)	263	22.8%
湯田温泉(無料の足湯)	253	22.0%
お土産	231	20.1%
湯田温泉(外来湯)	226	19.6%
大内文化の史跡	192	16.7%
明治維新の史跡	162	14.1%
古い街並み(一の坂川周辺など)	161	14.0%
現代の芸術・文化を育む文化施設	83	7.2%
祭り・イベント	69	6.0%
グルメ(郷土料理や地酒など)	55	4.8%
その他	78	6.8%

図 1-1-38 山口市の魅力（上位 3 つを選択）



(27) 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 21.8%と最も多く、次いで、3 か所の 20.8%、1 か所の 19.1%となっている。

表 1-1-38 立ち寄った観光施設数

立ち寄りか所	回答数	%
0ヶ所	14	1.9%
1ヶ所	141	19.1%
2ヶ所	161	21.8%
3ヶ所	154	20.8%
4ヶ所	88	11.9%
5ヶ所	76	10.3%
6ヶ所以上	106	14.3%
回答数計	740	100.0%

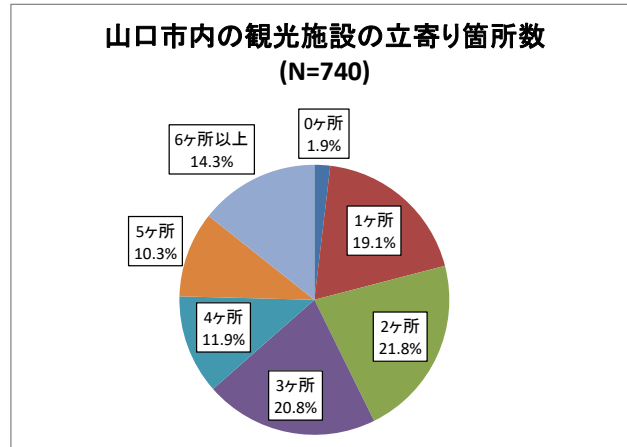


図 1-1-39 立ち寄った観光施設数

## (28) 山口市内で訪れた観光施設

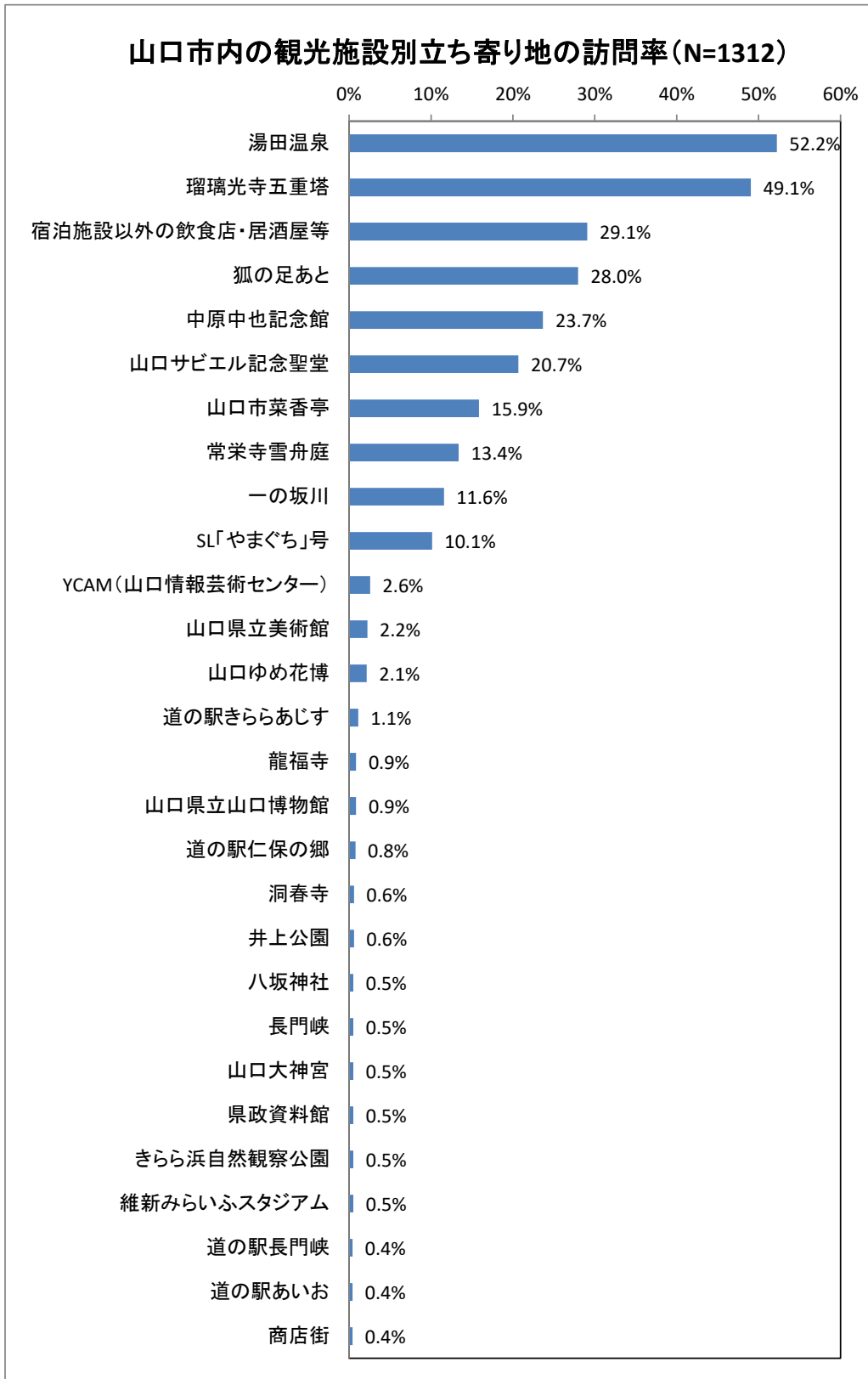
表 1-1-42 は、山口市内で訪れた観光施設のうち上位 28 位までを示したものである。最も多くの旅行者が訪れているのは湯田温泉の 609 人であり、訪問率は 52.2%であった。回答者のうち、半数強が湯田温泉を訪問していることになる。次いで、瑠璃光寺五重塔が 572 人で訪問率が 49.1%、狐の足あとが 326 人で 28.0%、中原中也記念館が 276 人で 23.7%であった。また、山口ゆめ花博が 25 人で 2.1%となっており、山口ゆめ花博から市内の他施設へ周遊する動きも見られる。

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、宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等が湯田温泉に多いこと中原中也記念館・狐の足あとの近接性から湯田温泉内での周遊行動への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 1-1-39 訪れた観光施設(上位 28 施設)

	訪れた観光施設	訪問者数	訪問率 (n=1,166)
1	湯田温泉	609	52.2%
2	瑠璃光寺五重塔	572	49.1%
3	宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	339	29.1%
4	狐の足あと	326	28.0%
5	中原中也記念館	276	23.7%
6	山口サビエル記念聖堂	241	20.7%
7	山口市菜香亭	185	15.9%
8	常栄寺雪舟庭	156	13.4%
9	一の坂川	135	11.6%
10	SL「やまぐち」号	118	10.1%
11	YCAM(山口情報芸術センター)	30	2.6%
12	山口県立美術館	26	2.2%
13	山口ゆめ花博	25	2.1%
14	道の駅きららあじす	13	1.1%
15	龍福寺	10	0.9%
16	山口県立山口博物館	10	0.9%
17	道の駅仁保の郷	9	0.8%
18	洞春寺	7	0.6%
19	井上公園	7	0.6%
20	八坂神社	6	0.5%
21	長門峡	6	0.5%
22	山口大神宮	6	0.5%
23	県政資料館	6	0.5%
24	きらら浜自然観察公園	6	0.5%
25	維新みらいふスタジアム	6	0.5%
26	道の駅長門峡	5	0.4%
27	道の駅あいお	5	0.4%
28	商店街	5	0.4%

1-1-40 訪問率(上位 28 施設)



## (29) 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

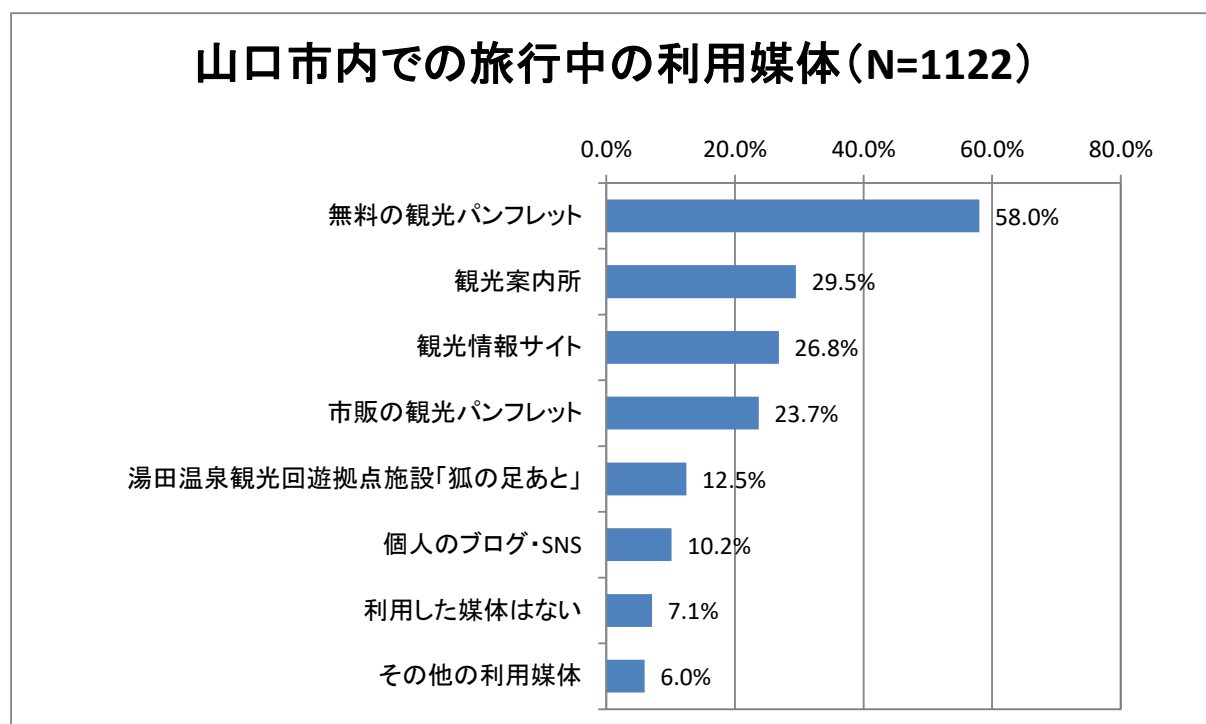
表 1-1-43 は、山口市内での旅行中に利用した情報媒体を示したものである。複数回答であるため、回答者数を分母として利用割合を算出すると、無料パンフレットが最も多く 58.0%であった。次いで、観光案内所は 29.5%、観光情報サイトが 26.8%であった。湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」は 12.5%であった。

表 1-1-40 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	266	23.7%
無料の観光パンフレット	651	58.0%
観光案内所	331	29.5%
観光情報サイト	301	26.8%
個人のブログ・SNS	114	10.2%
湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	140	12.5%
その他の利用媒体	67	6.0%
利用した媒体はない	80	7.1%
回答数計	1,950	173.8%
回答者数	1,122	100.0%

注) 複数回答項目である。

図 1-1-41 山口市内での旅行中の利用媒体



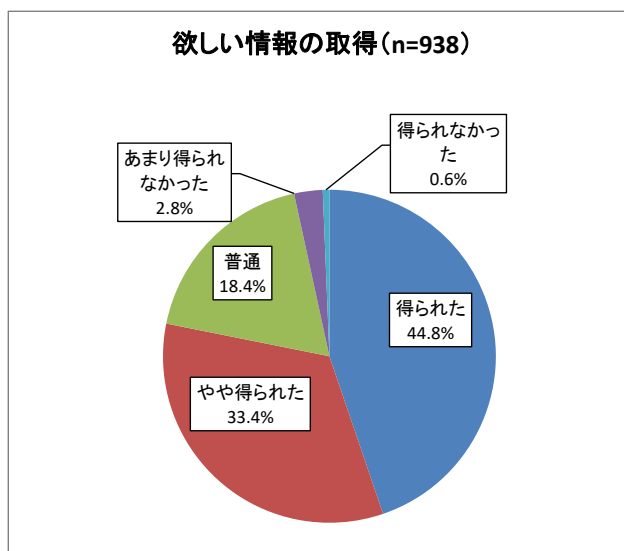
### b. 欲しい情報の取得

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 44.8%、やや得られたが 33.4%であり、両者を足すと約 78%が欲しい情報が得られたとしている。

表 1-1-41 欲しい情報の取得

情報の取得	回答数	%
得られた	420	44.8%
やや得られた	313	33.4%
普通	173	18.4%
あまり得られなかった	26	2.8%
得られなかった	6	0.6%
回答数計	938	100.0%

図 1-1-42 欲しい情報の取得



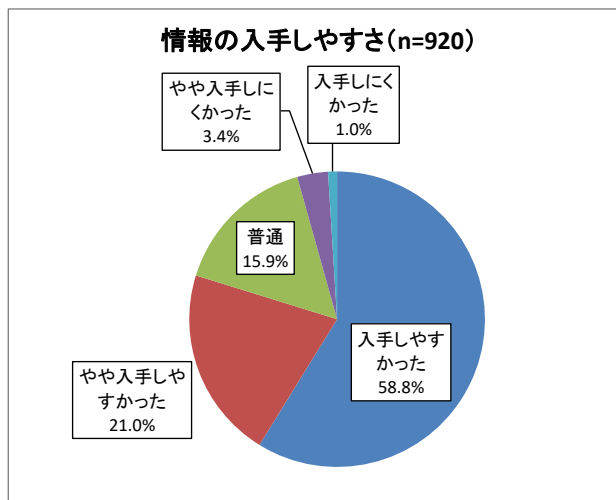
### c. 情報の入手のしやすさ

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 58.8%、やや入手しやすかったが 21.0%であった。入手しにくかったは 1.0%であり、やや入手しにくかったは 3.4%であった。

表 1-1-42 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	541	58.8%
やや入手しやすかった	193	21.0%
普通	146	15.9%
やや入手しにくかった	31	3.4%
入手しにくかった	9	1.0%
回答数計	920	100%

図 1-1-43 情報の入手のしやすさ



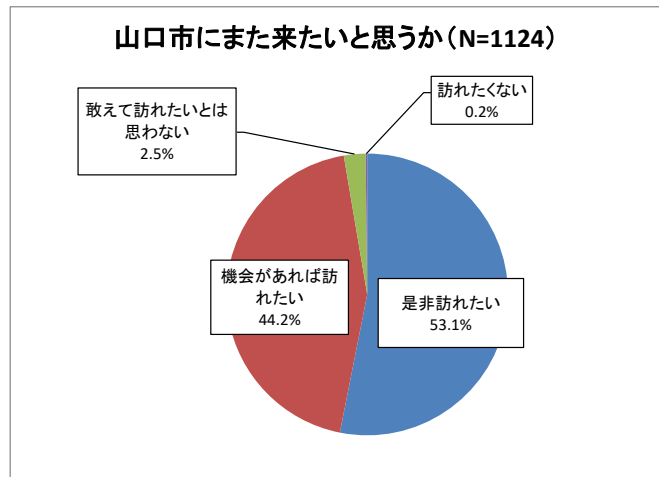
### (30) 山口市を再び訪れることに関する意向

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 53.1%、機会があれば訪れたいが 44.2%であった。この 2つの回答の合計値は 97.3%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 1-1-43 山口市への再訪の意向

再訪の意向	回答数	%
是非訪れたい	597	53.1%
機会があれば訪れたい	497	44.2%
敢えて訪れたいとは思わない	28	2.5%
訪れたくない	2	0.2%
回答数計	1,124	100.0%

図 1-1-44 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 25.8%と最も多く、次いで 50 代が 21.8%、40 代は 16.7%、70 代以上が 15.8%であった。女性は 50 代が 24.0%で最も多く、次いで 40 代が 18.2%、60 代が 18.0%、30 代が 13.4%であった。20 代については、男性が 6.7%であるが、女性は 12.5%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

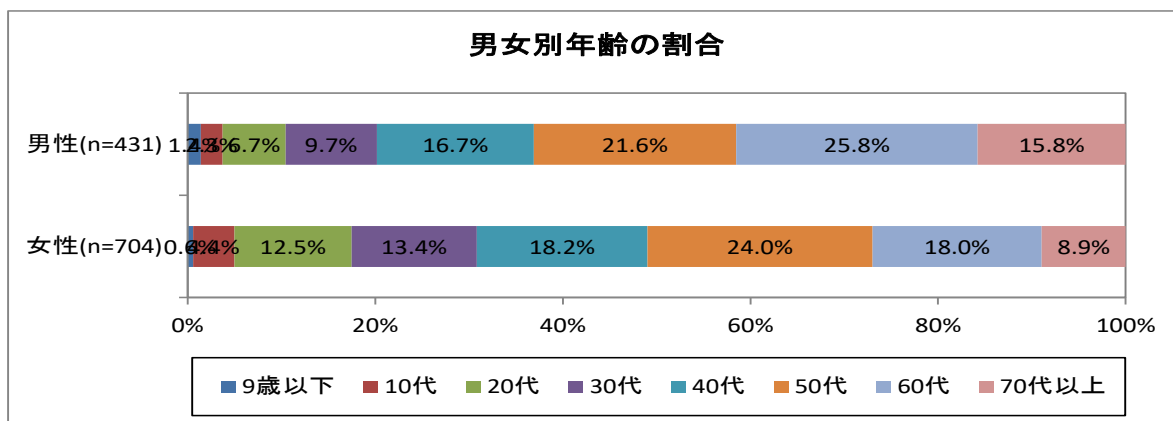


図 1-2-2 は、居住地を山口県外、山口県内に分けて男女別に表したものである。山口県内は男性が 25.2%、女性が 27.8%であるのに対して、山口県外は男性が 74.8%、女性は 72.2%で、男女ともに県外からの旅行者が 7 割以上を占めている。

図 1-2-2 男女別の居住地

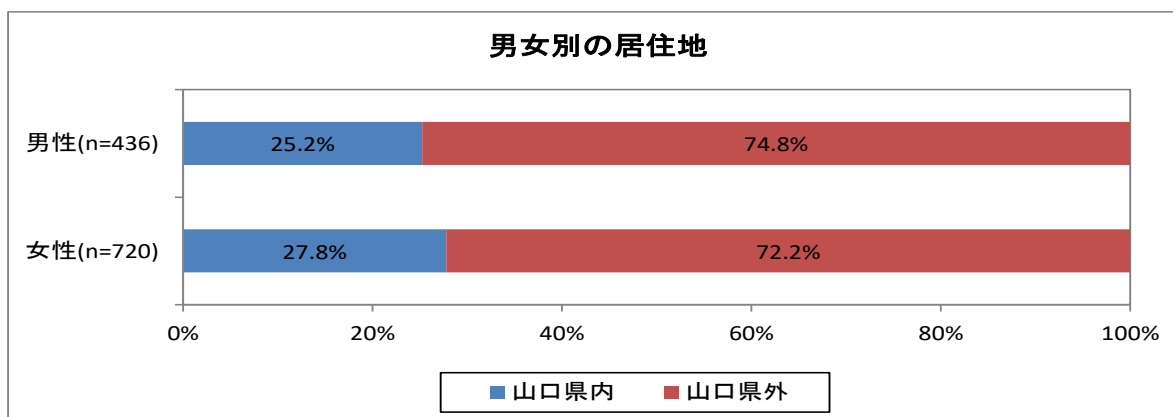




図 1-2-3 は、山口県内から訪れている旅行者のうち、山口県を東部・中部・北部・西部の 4 つの地域に区分して男女別に表にしたものである。男性では西部が 35.5%と最も多く、次いで中部が 31.8%、東部が 31.8%、北部からは 0.9%となっている。女性も西部が 36.0%と最も多く、次いで西部が 34.0%、中部が 27.0%、北部からは 3.0%である。男性、女性ともに西部が多い結果となっている。

図 1-2-3 男女別居住地（県内地域）

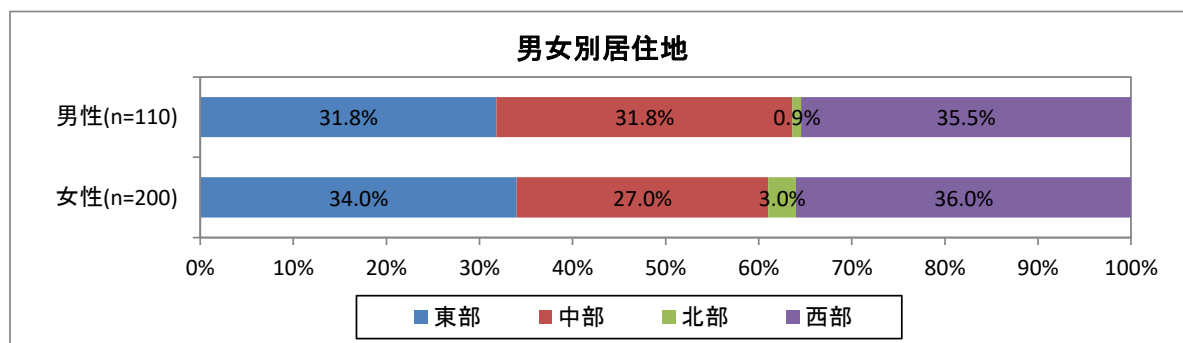


図 1-2-4 は、全国を 9 つの地域に区分して男女別に表したものである。男女とも中国地方が最も多く 42.4%と 46.5%であり、次に多いのが、男性は関東地方で 18.6%、女性は九州地方で 16.1%であった。

図 1-2-4 男女別にみた全国の地方別居住地

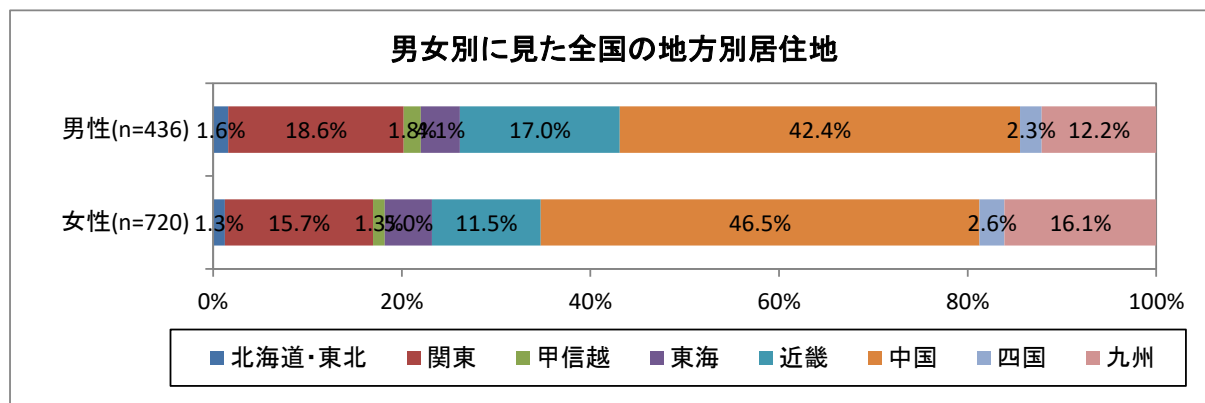


図 1-2-5 は、全旅行日程を男女別に表したものである。男性は 1 泊が最も多く 30.0%、次いで日帰りが 27.8%であり、女性は、日帰りが最も多く 33.8%、1 泊が 31.0%であった。

図 1-2-5 男女別の旅行日程

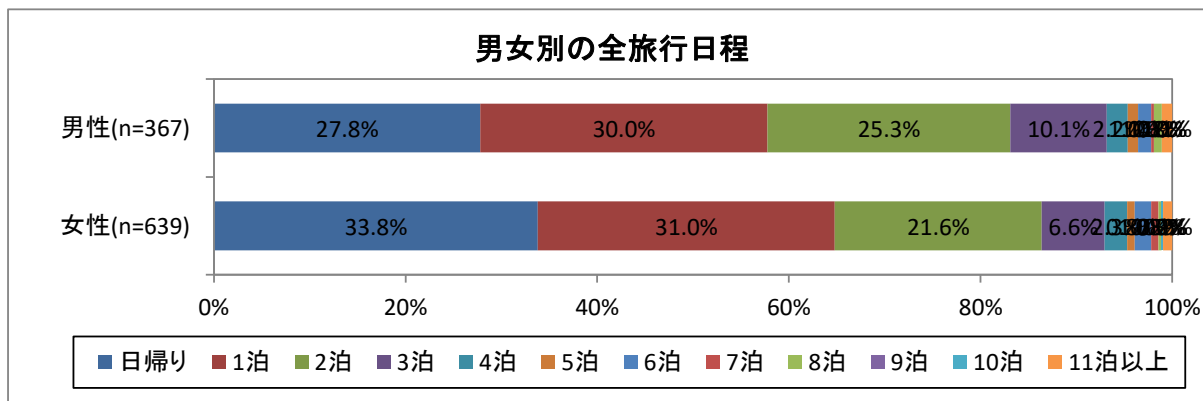


図 1-2-6 は、旅行者のうち、山口市内での旅行日程を男女別に表したものである。男女ともに 1 泊の割合が多く、男性が 51.0%であり、女性は 45.5%であった。

図 1-2-6 男女別の山口市内旅行日程

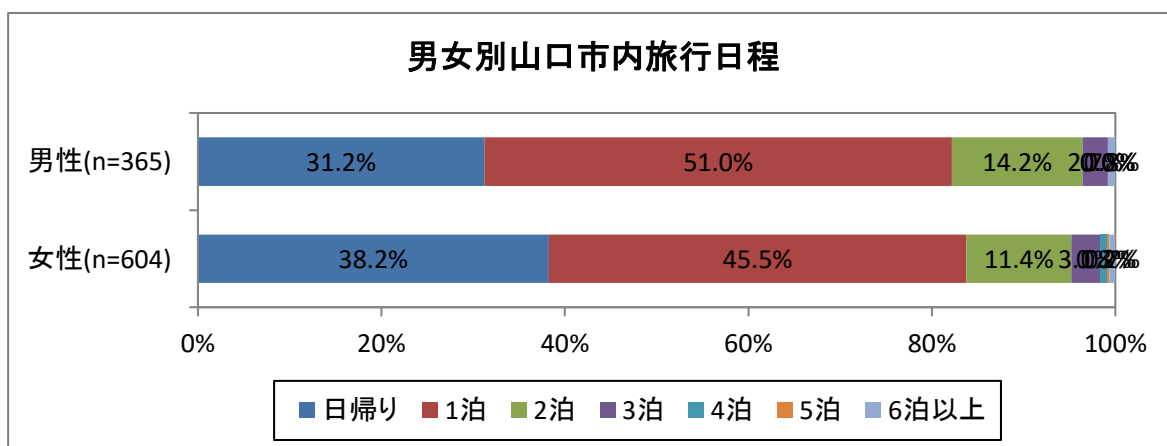
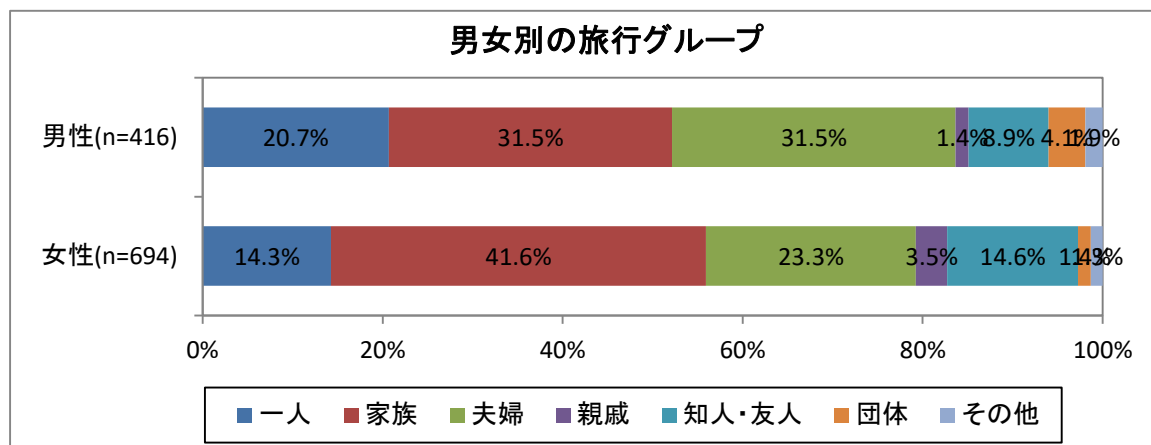


図 1-2-7 は、旅行グループを男女別に表したものである。男性は家族と夫婦が 31.5%と最も多くなっている。女性は家族で訪れている割合が 41.6%と最も多く、次いで夫婦が 23.3%、知人・友人が 14.6%と多い。ひとりの割合は男性で 20.7%、女性では 14.3%という結果になった。

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。山口県外が半数を超えており、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

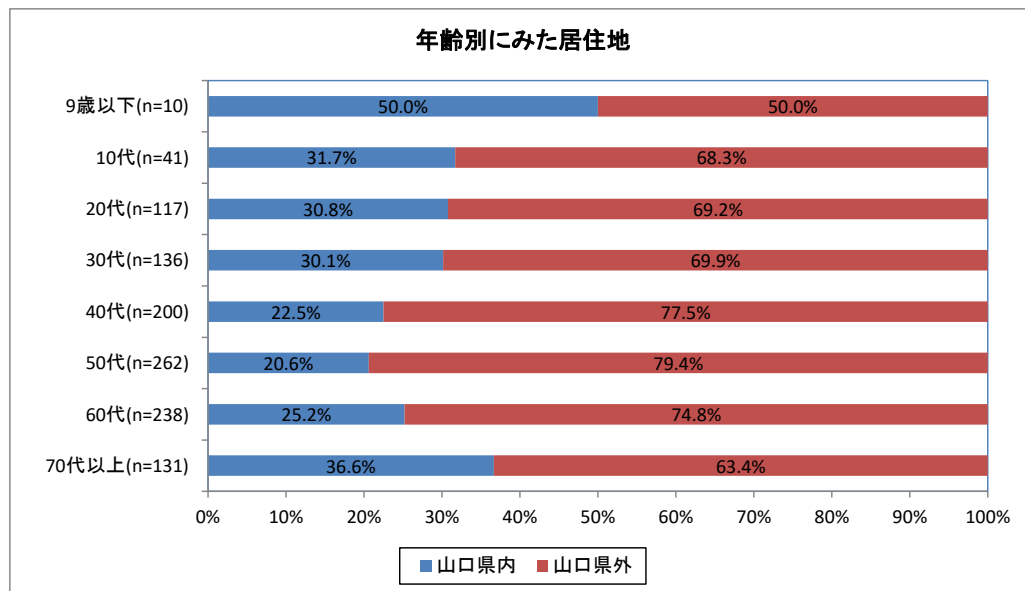


図 1-2-9 は、山口県内居住者を4つに区分し年齢別にみたものである。50代では西部がやや多いが、他の年齢層は東部・中部・西部が均衡した結果になっている (n=30 以上)。

図 1-2-9 年齢別にみた山口県内の居住地

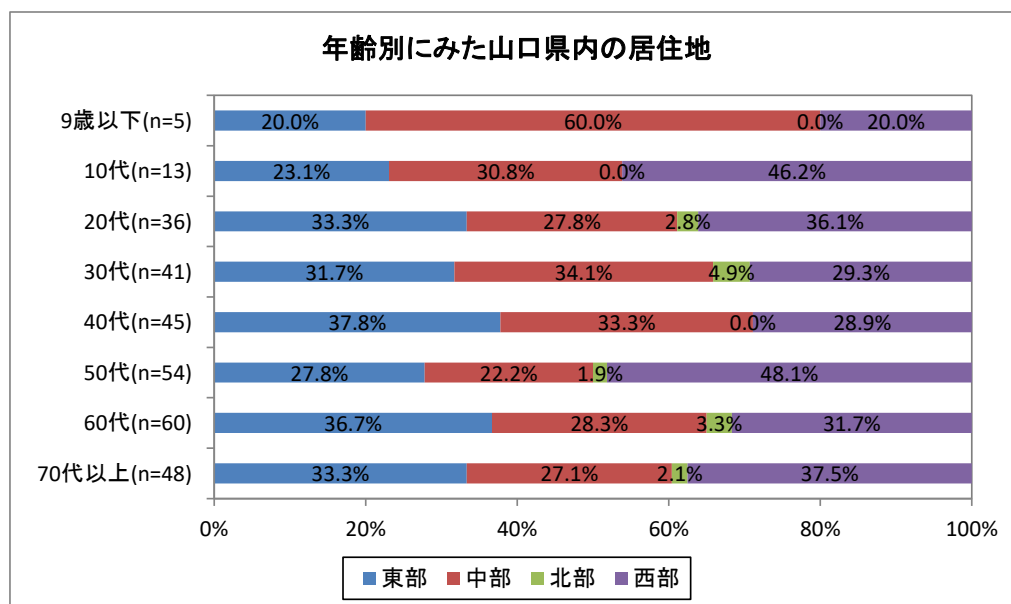


図 1-2-10 は、居住地を 8 つの地方に区分し年齢別に表したものである。どの年齢層も中国地方の割合が最も多くなっている。次いで 20 代～50 代で関東地方が 20%程度と多く、近畿地方と九州地方が 14～17%程度で続いている。

図 1-2-10 年齢別にみた居住地の地方

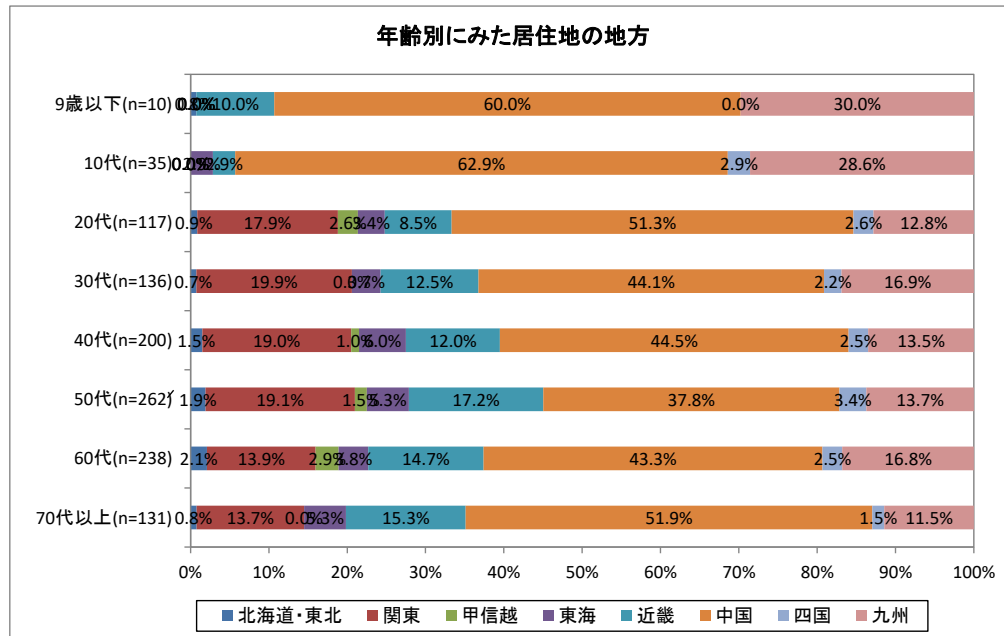


図 1-2-11 は、年齢別の旅行の全行程を表したものである。10 代～30 代で日帰りが 37%程度と高く、40 代～50 代で 1 泊の割合が高くなっている。30 代と 40 代では 2 泊の割合もある程度高く、対応して 10 代でも高い割合となっている（家族旅行が想定される）。

図 1-2-11 年齢別にみた旅行の全行程

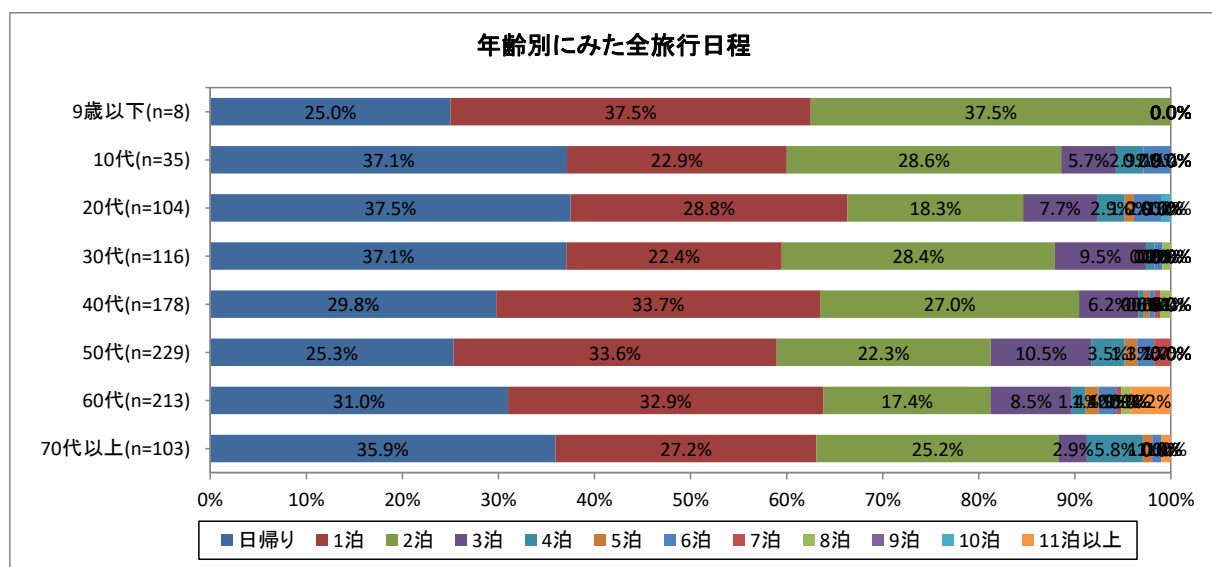


図 1-2-12 は、全旅行日程で宿泊している旅行者のうち、山口市内での旅行日程を年齢別に示したものである。20代と30代で日帰りが40%程度と多く、40代以上の年齢層で1泊が5割程度を占める結果となっている。

図 1-2-12 年齢別にみた山口市内の旅行日程

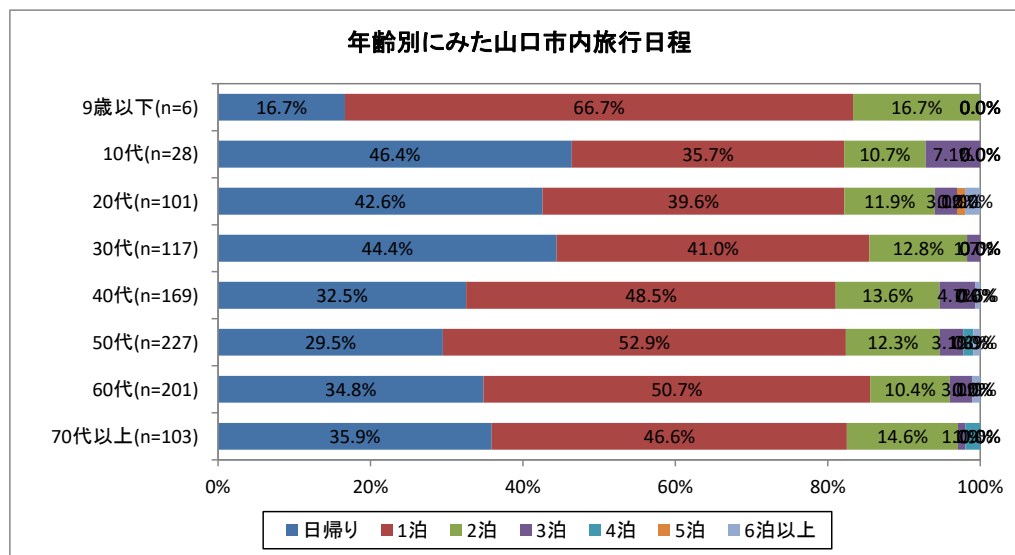
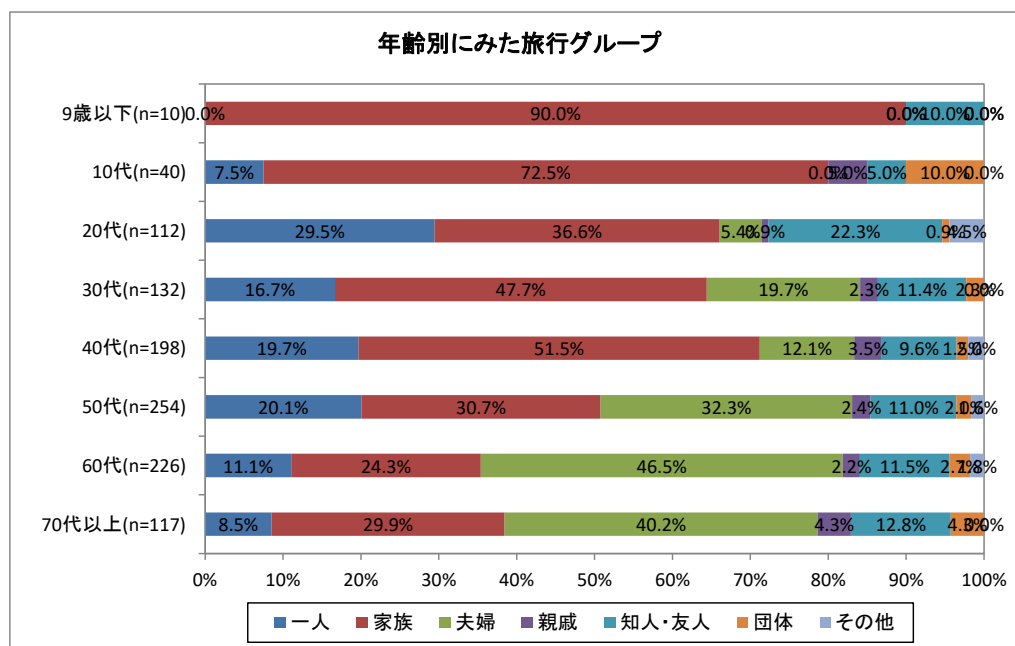


図 1-2-13 は、年齢別の旅行グループを表したものである。30代と40代で約5割が家族で訪れていることがわかる。また年齢が高くなるにつれ、夫婦で訪れる割合が高くなる傾向にある。

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 79.0%と高い割合となった。山口県外居住者は 1泊が多く 35.7%、次に 2泊が 29.3%、日帰りが 15.5%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

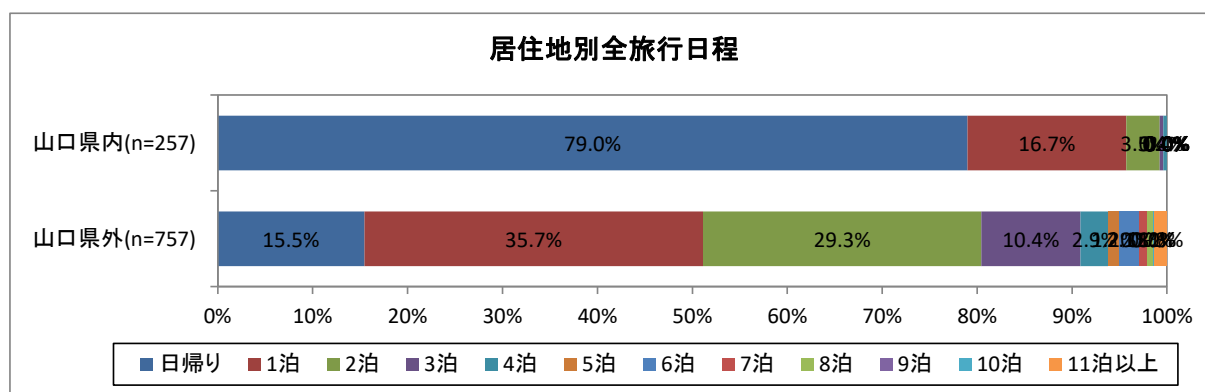


図 1-2-15 は、全旅行日程で宿泊している旅行者のうち、山口市内での旅行日程を山口県内居住者と山口県外居住者別に表したものである。山口県内居住者は 80.2%と日帰りの割合が最も多く、山口県外居住者は 1泊が 58.1%で最も多かった。

図 1-2-15 県内居住者と県外居住者の山口市内旅行日程

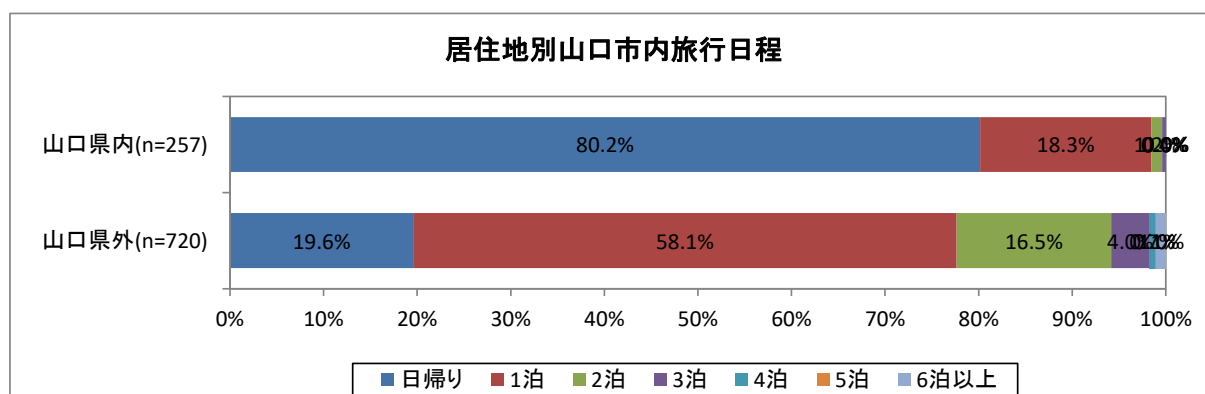


図 1-2-16 は、居住地別の旅行グループを集計したものである。山口県内居住者、山口県外居住者どちらも家族の割合が最も多く、それぞれ 46.2%と 34.7%であり、次いで夫婦の割合がそれぞれ 22.4%と 27.7%となっている。

図 1-2-16 居住地別にみた旅行グループ

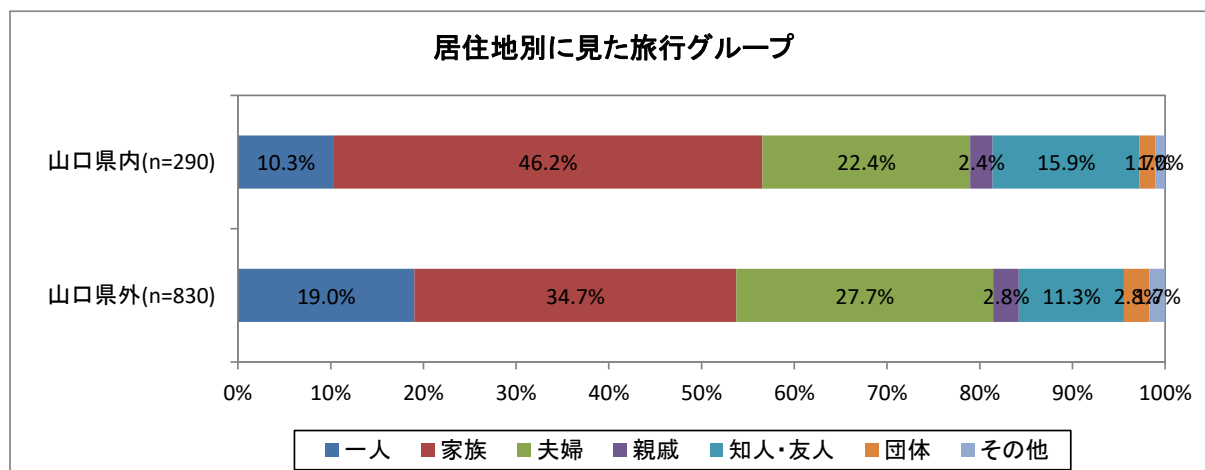


図 1-2-17 は、山口県内居住者を旅行の行程別に表したものである。どの地域においても日帰りが 7 割を超えている。

図 1-2-17 山口県内地区別にみた旅行の全行程

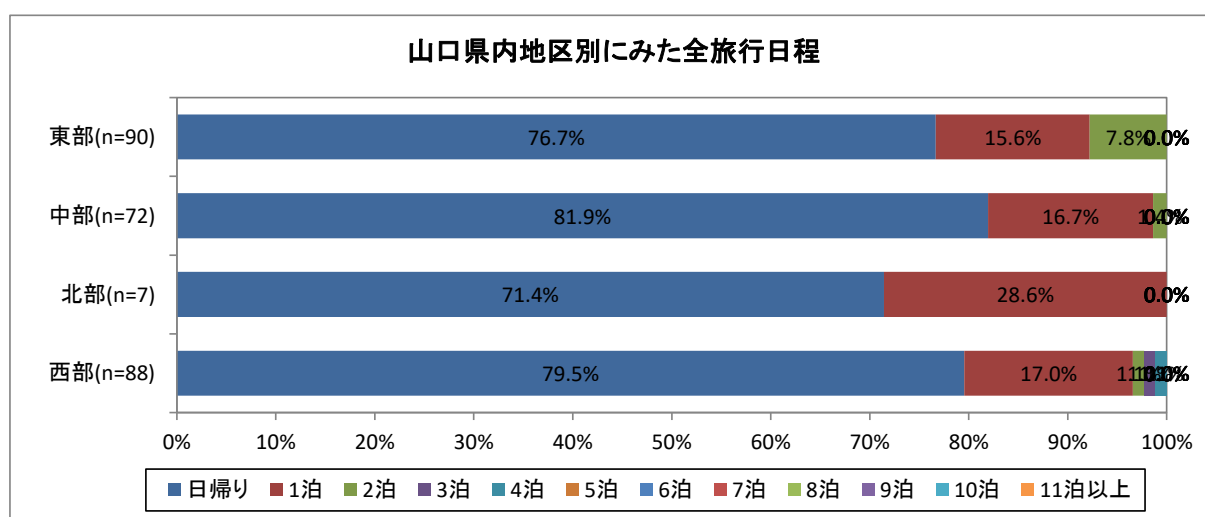




図 1-2-18 は、山口県内居住者のうち、山口市内での旅行日程を居住地区別に表したものである。北部では回答者数そのものが少ないことに注意が必要であるが、どの地区も日帰りの割合が 8 割程度と高かった。

図 1-2-18 山口県内地区別にみた山口市内の旅行日程

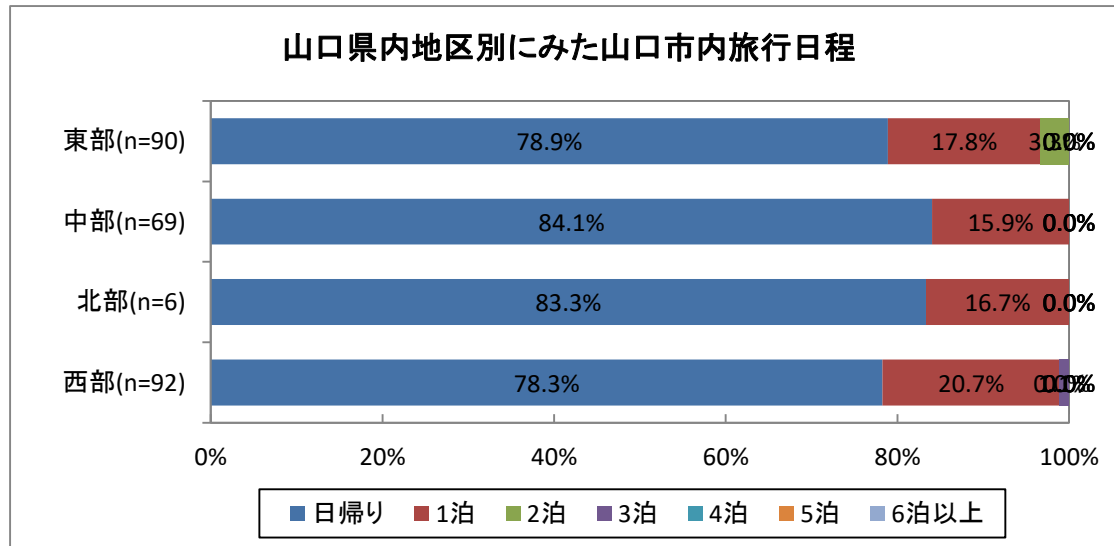


図 1-2-19 は、山口県内居住者を旅行グループ別に集計したものである。すべての地区で家族での訪問の割合が 4~5 割を占めている。夫婦の割合も 20~25%を占めている。

図 1-2-19 山口県内の居住地別にみた旅行グループ

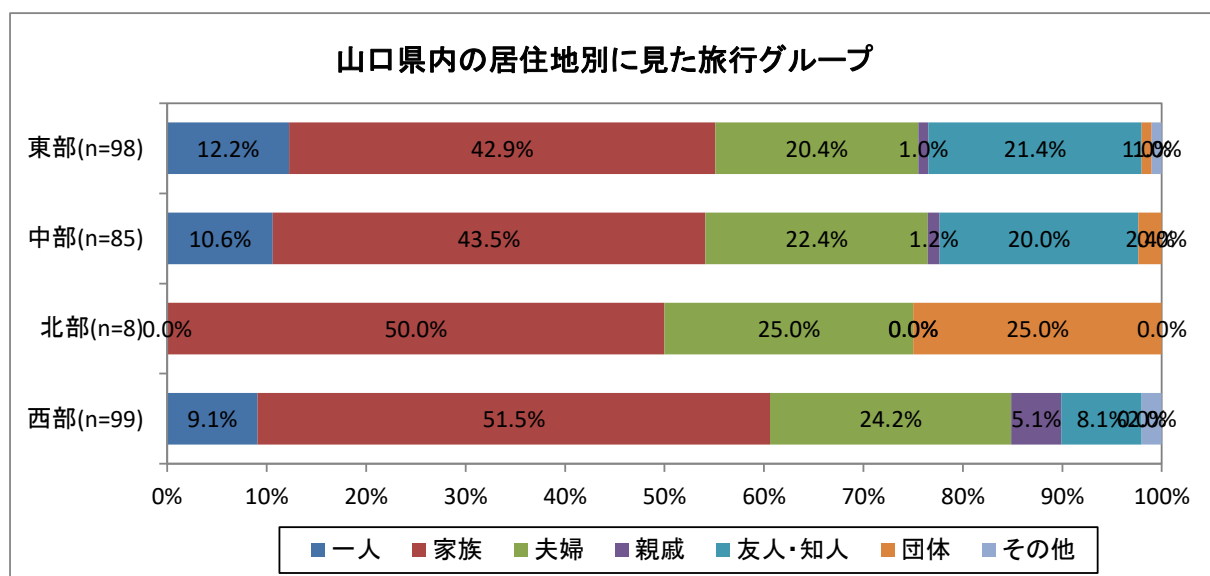


図 1-2-20 は、地方別にみた全旅行日程を表したものである。中国は日帰りが 60.7%と多かったが、九州では 1泊が 50%程度を占める。近畿、東海、甲信越、関東、北海道・東北と山口から離れている地域は 1泊から 3泊の割合が多い結果となった。

図 1-2-20 地方別にみた全旅行日程

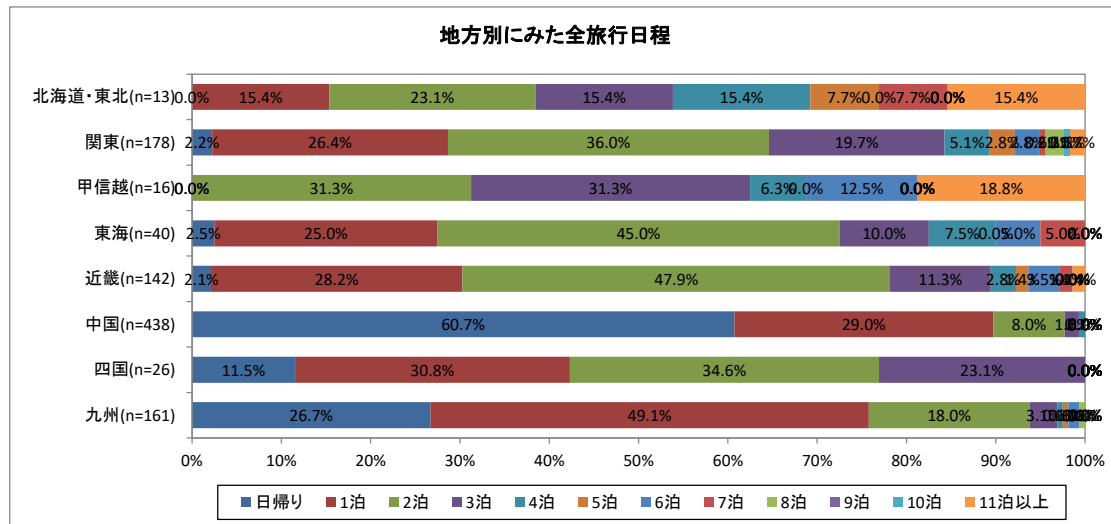


図 1-2-21 は、旅行者のうち、山口市内での旅行日程を地方別に表したものである。中国を除く地方で 1泊の割合が 50%を超えている (n=30 以上の地方)。さらに 1泊と 2泊で約 8割を占めている。関東と東海、近畿では 1泊の割合が 6割を超えている。関東、東海、近畿で 2泊の割合が高くなっている。

図 1-2-21 地方別にみた山口市内の旅行日程

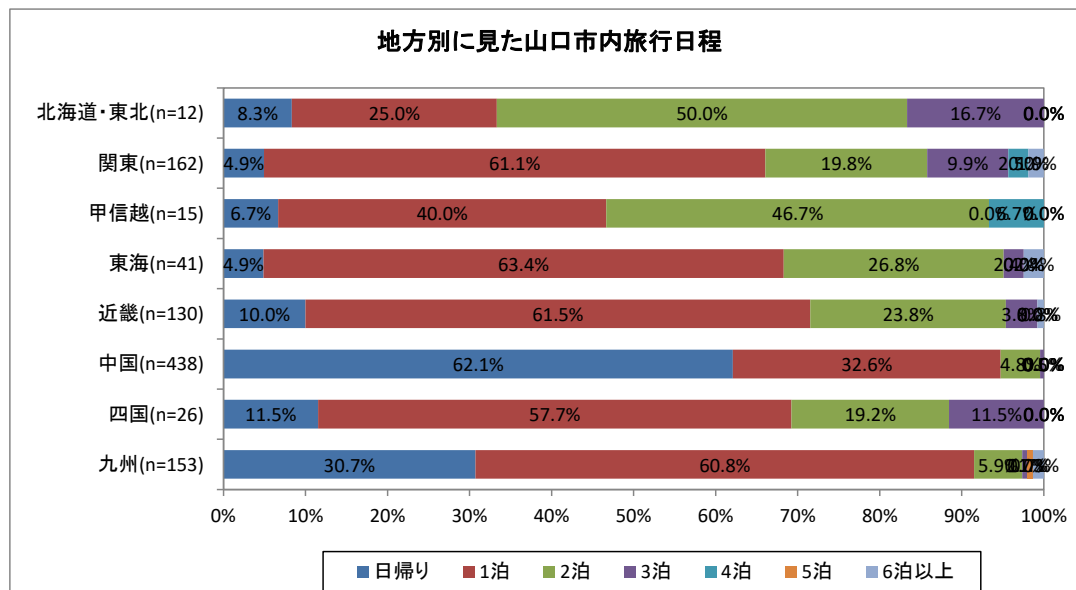
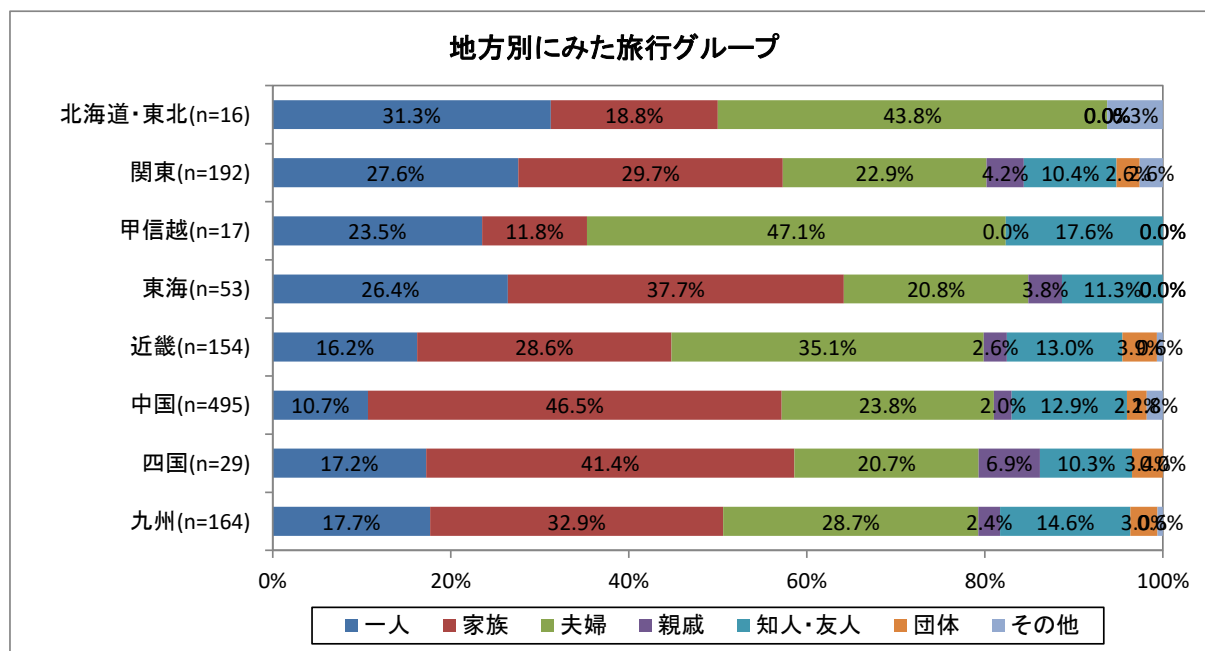


図 1-2-22 は、地方別にみた旅行グループを表したものである。家族の割合が多かったのは、中国が 46.5%、四国が 41.4%、東海が 37.7%であった。北海道・東北、甲信越は夫婦が多くなっている。

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 36.7%、1泊が 30.7%と約 3 割を占めている。それに次ぐ回答数の夫婦では、1泊が 29.8%と約 3 割で、日帰りが 26.0%となった。団体では 1泊が 56.3%と 5 割以上、3泊が 3 割以上の結果となった。

図 1-2-23 旅行グループ別にみた全旅行日程

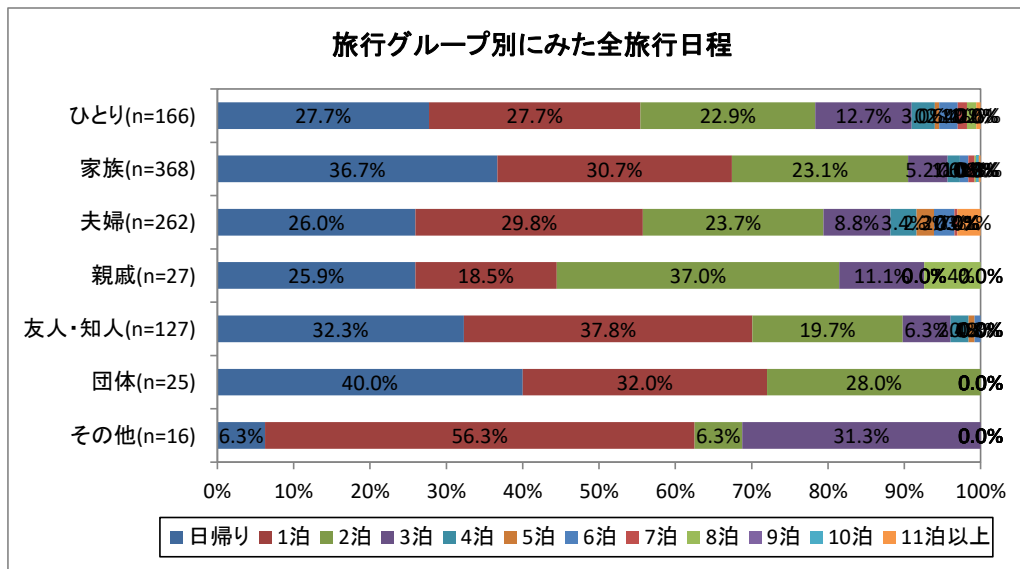
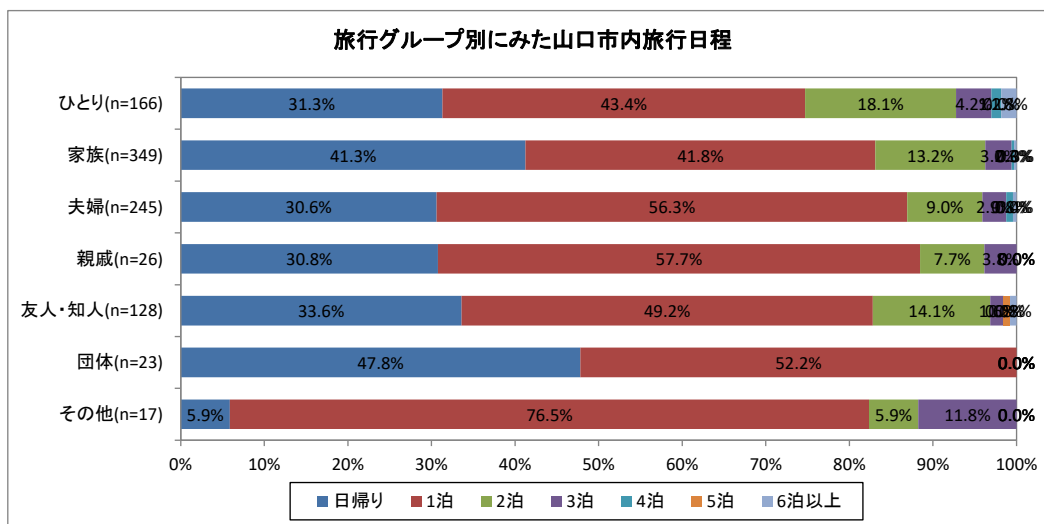


図 1-2-24 は、山口市内での旅行日程を旅行グループ別に表したものである。すべてのグループで 1泊が最も高い割合を占め、なかでも夫婦、親戚、友人・知人、団体で 5 割前後の結果となった。

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

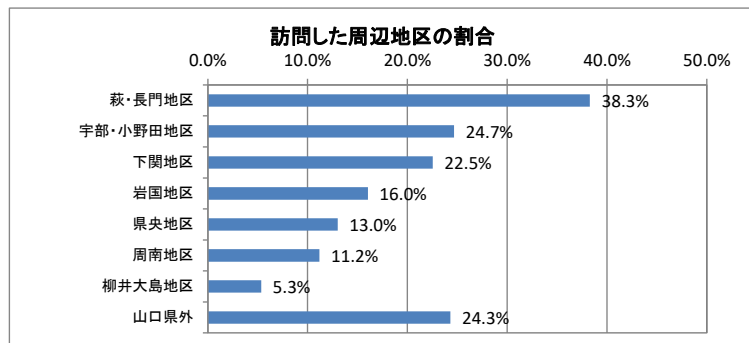
表 1-2-1 は、山口市外の地区への訪問者を示したものである。山口市を訪れる際、その他に訪問した周辺地区は、萩・長門地区が 38.3%と最も多い。次いで宇部・小野田地区が 24.7%、下関地区が 22.5%となっている。山口市を訪問する旅行者は山口県内の地域だけを周遊するのではなく、山口県外地域も 24.3%が訪れている。

表 1-2-1 訪問地区

	回答数	割合
岩国地区	165	16.0%
柳井大島地区	55	5.3%
周南地区	115	11.2%
県央地区	134	13.0%
萩・長門地区	394	38.3%
下関地区	232	22.5%
宇部・小野田地区	254	24.7%
山口県外	250	24.3%
合計	1599	155.4%
回答者数	1029	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。山口市と他の地区を訪れている観光客はすべての地域で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・長門地区は最も女性の比率が高い。

表 1-2-2 性別の訪問地区

	男性	女性	合計
岩国地区	72	91	163
柳井大島地区	27	27	54
周南地区	53	61	114
県央地区	56	77	133
萩・長門地区	154	238	392
下関地区	93	138	231
宇部・小野田地区	102	151	253
山口県外	101	147	248
合計	658	930	1,588
回答者数	436	720	1,156

注) 複数回答である。

図 1-2-26 性別の訪問地区

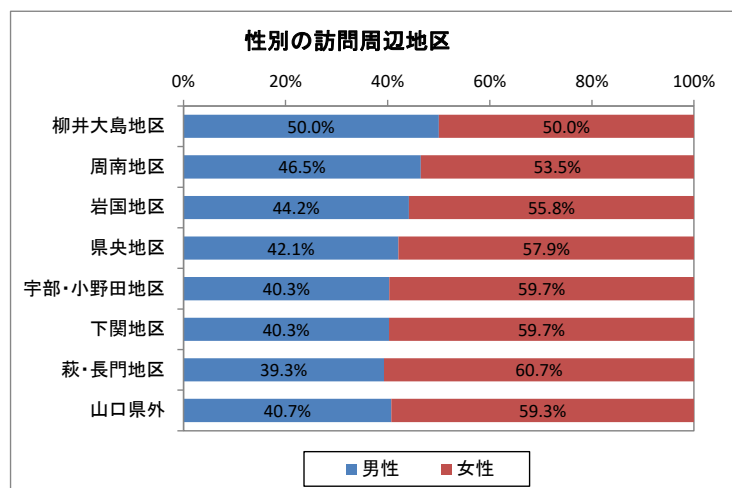


表 1-2-3 は、山口市外の地区を訪問した訪問者の年齢構成を示したものである。他の地区を訪問した年齢は、30代～60代が多い結果となった。他の地区別では山口市とともに周遊する回答数が多い萩・長門地区は60代が多く25.8%である。また、柳井大島地区では60代が40.4%が最も高い比率となっている。

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	3	5	20	18	25	34	39	17	161
柳井大島地区	0	0	6	4	5	9	21	7	52
周南地区	1	3	12	16	11	16	37	13	109
県央地区	1	3	9	24	25	22	32	12	128
萩・長門地区	0	12	31	43	61	93	100	47	387
下関地区	2	5	26	25	39	46	57	27	227
宇部・小野田地区	2	7	24	27	52	49	64	24	249
山口県外	5	12	21	25	45	58	52	26	244
合計	14	47	149	182	263	327	402	173	1,557

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

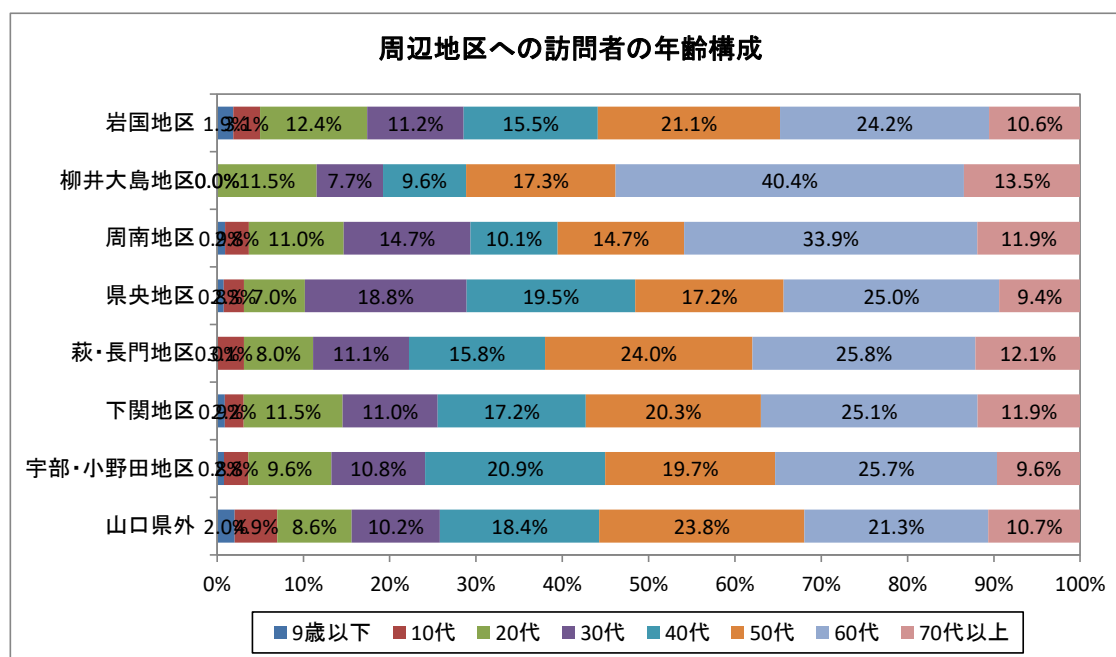


表 1-2-4 は、山口市外の地区への訪問者の居住地を示したものである。県外客が訪問している地区で最も比率が高かったのが下関地区で 87.5%、岩国地区が 87.3%であり、山口県外も 87.2%と山口県内外の地域で周遊していることがわかる。

また、県内居住者においては、周南地区への訪問が 33.0%と最も多い。次いで、県央地区が 26.1%、柳井大島地区が 21.8%、萩・長門地区が 19.3%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	21	144	165
柳井大島地区	12	43	55
周南地区	38	77	115
県央地区	35	99	134
萩・長門地区	76	318	394
下関地区	29	203	232
宇部・小野田地区	44	210	254
山口県外	32	218	250
合計	287	1,312	1,599

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

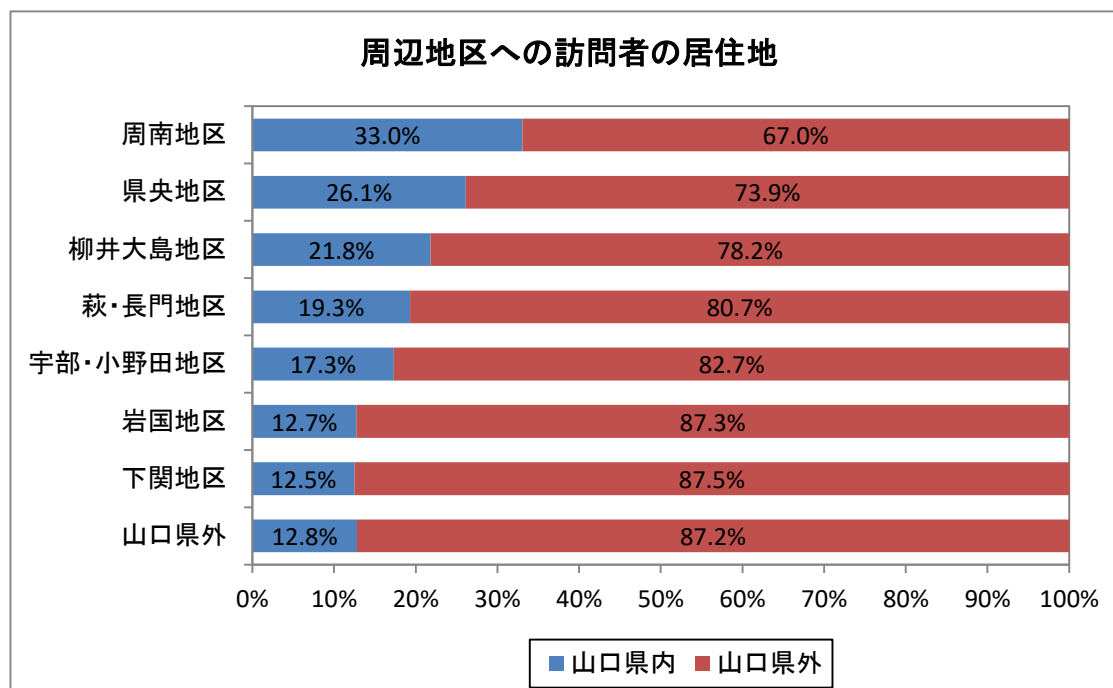


表 1-2-5 は、山口市外の地区を訪問した訪問者の全旅行日程を示したものである。山口市外の地区を訪問する訪問者のうち、日帰りの比率が高いのは周南地区が 28.4%であり、県央地区への訪問が 22.5%であった。宿泊した訪問者の割合が多いのは 1泊と 2泊である。県外への訪問者では 2泊する割合が 39.0%と高い。

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	23	34	48	19	3	1	5	2	2	0	0	8	145
柳井大島地区	3	12	9	5	0	0	6	0	2	0	0	5	42
周南地区	29	38	10	10	0	1	5	0	0	0	0	9	102
県央地区	27	34	30	15	3	2	2	0	0	0	0	7	120
萩・長門地区	59	92	99	41	15	7	11	2	3	0	0	8	337
下関地区	29	51	65	27	10	3	9	1	0	0	0	7	202
宇部・小野田地区	46	57	74	24	8	2	5	1	4	0	0	5	226
山口県外	24	50	87	26	13	5	4	5	3	0	0	6	223
合計	240	368	422	167	52	21	47	11	14	0	0	55	1,397

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

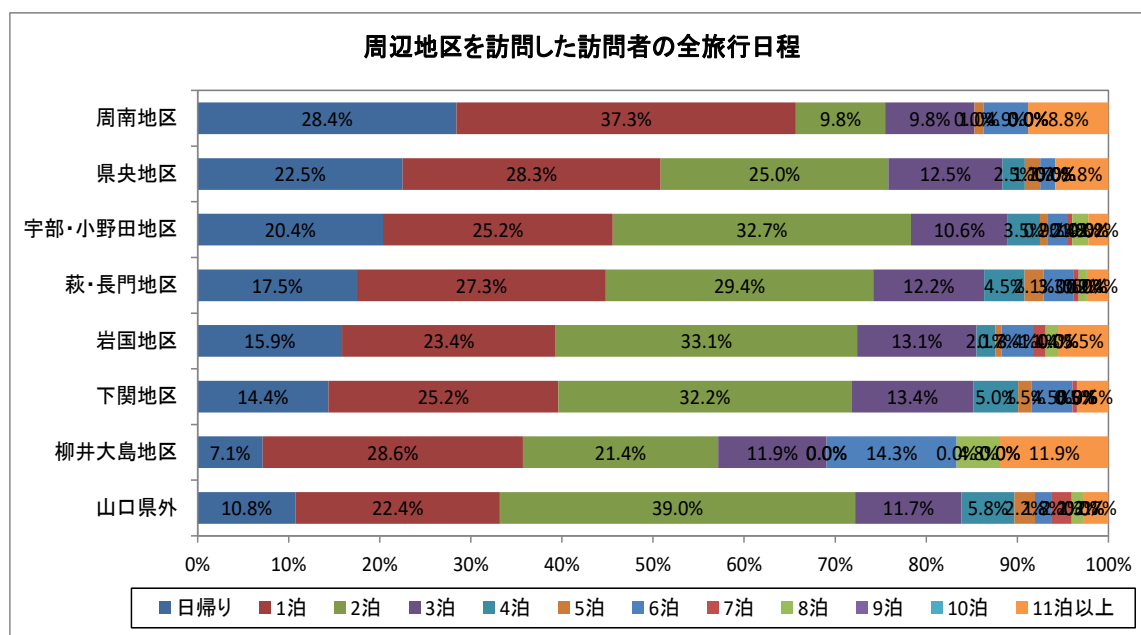




表 1-2-6 は、山口市外の地区を訪問した訪問者の山口市内での旅行日程を表したものである。山口市内に宿泊する訪問者のうち割合が多いのは1泊で、柳井大島地区が63.4%であり、下関地区が59.9%であった。これら以外の地区を周遊する訪問者も山口市内で1泊する割合は50%を超えている（県央地区の44.4%を除く）。

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	27	78	20	6	0	0	1	132
柳井大島地区	5	26	7	3	0	0	0	41
周南地区	35	49	11	3	0	0	0	98
県央地区	38	48	19	2	0	0	1	108
萩・長門地区	76	170	46	19	5	1	4	321
下関地区	34	112	27	7	2	1	4	187
宇部・小野田地区	54	108	36	11	1	0	3	213
山口県外	30	131	27	5	3	1	2	199
合計	299	722	193	56	11	3	15	1,299

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

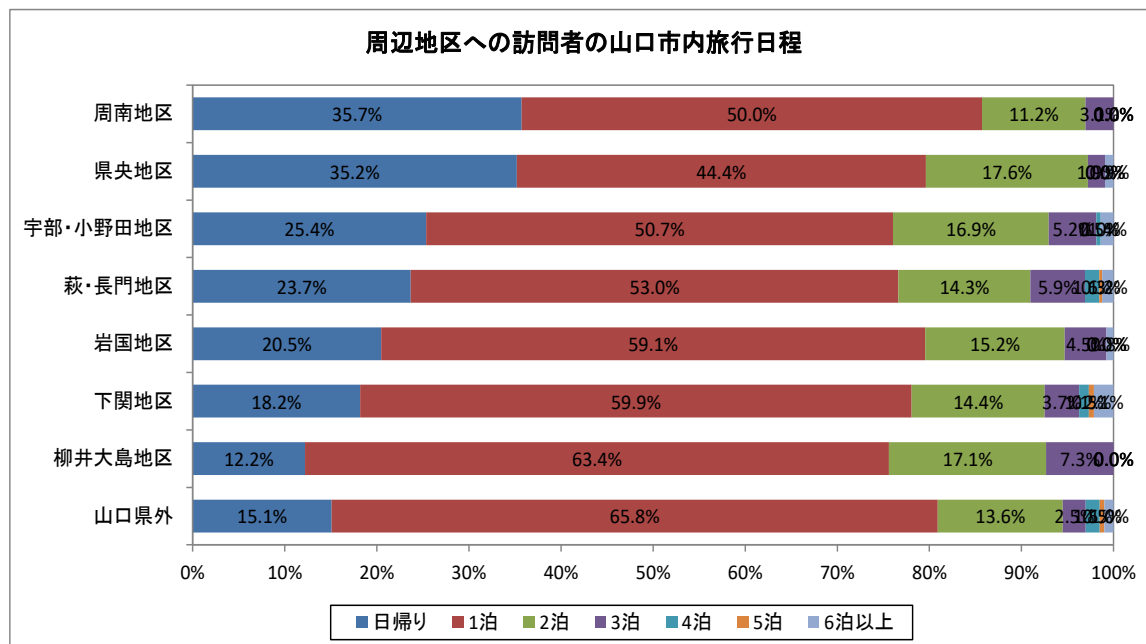


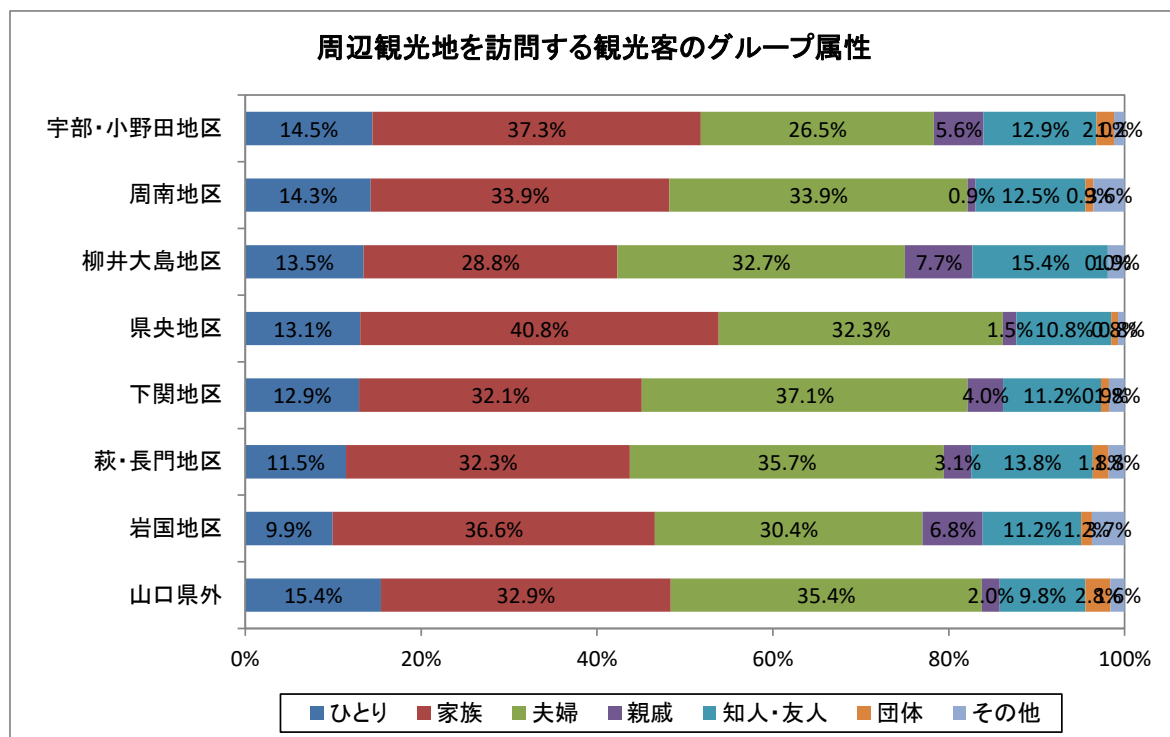
表 1-2-7 は、山口市外の地区を訪問した訪問者のグループ属性を表したものである。山口市外の地区を訪問する訪問者は家族連れや夫婦が多く、2つの合計がすべての地区で半数超を占めている。家族で訪問する地区は40.8%で県央地区が最も多く、次いで岩国地区が36.6%、宇部・小野田地区が33.9%となっている。

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	16	59	49	11	18	2	6	161
柳井大島地区	7	15	17	4	8	0	1	52
周南地区	16	38	38	1	14	1	4	112
県央地区	17	53	42	2	14	1	1	130
萩・長門地区	44	124	137	12	53	7	7	384
下関地区	29	72	83	9	25	2	4	224
宇部・小野田地区	36	93	66	14	32	5	3	249
山口県外	38	81	87	5	24	7	4	246
合計	203	535	519	58	188	25	30	1,558

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、友人・知人が 15.2%で最多であった。次いで観光情報サイトが 11.6%で、旅行誌・ガイドブックが 11.2%であった。

表 1-2-8 旅行のきっかけとなった情報源

訪問者の情報源	回答数	割合
テレビ	117	10.4%
ラジオ	10	0.9%
新聞	18	1.6%
旅行誌・ガイドブック	125	11.2%
ポスター	18	1.6%
行政および観光協会のパンフレット	88	7.9%
旅行会社のパンフレット	59	5.3%
友人・知人	170	15.2%
観光情報サイト	130	11.6%
個人のブログ・SNS	29	2.6%
その他	357	31.8%
合計	1,121	100.0%

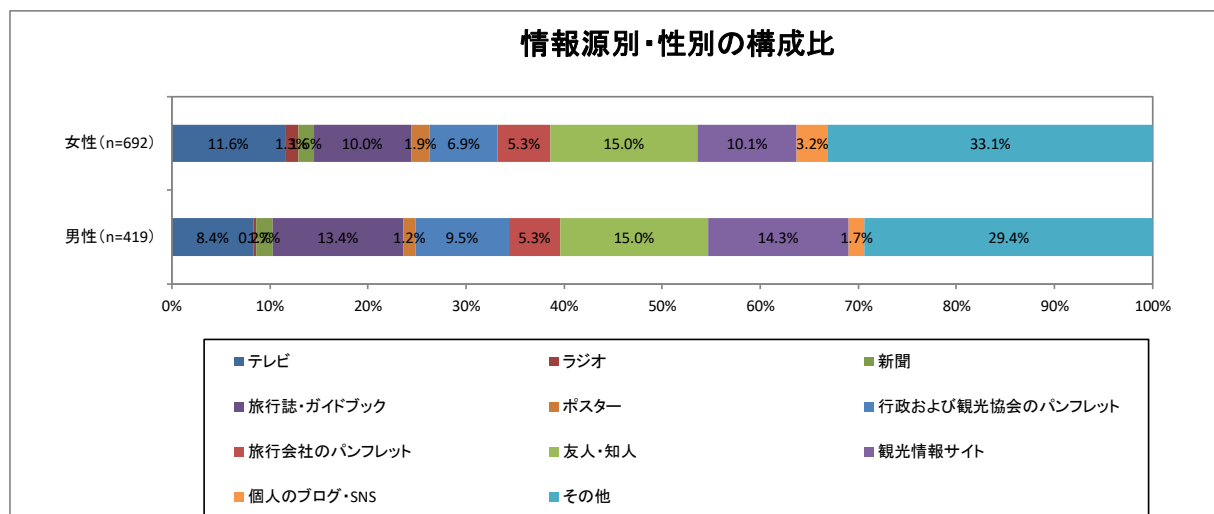
## (2) 性別の情報源

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。観光情報サイトや旅行誌・ガイドブックでは男性が上回っており、テレビでは女性が上回っているが、それ以外の情報源では男女で大きな差がみられない（3ポイント以内）。

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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
男性	35	1	7	56	5	40	22	63	60	7	123	419
女性	80	9	11	69	13	48	37	104	70	22	229	692
合計	115	10	18	125	18	88	59	167	130	29	352	1,111

図 1-2-32 情報源別・性別の構成比



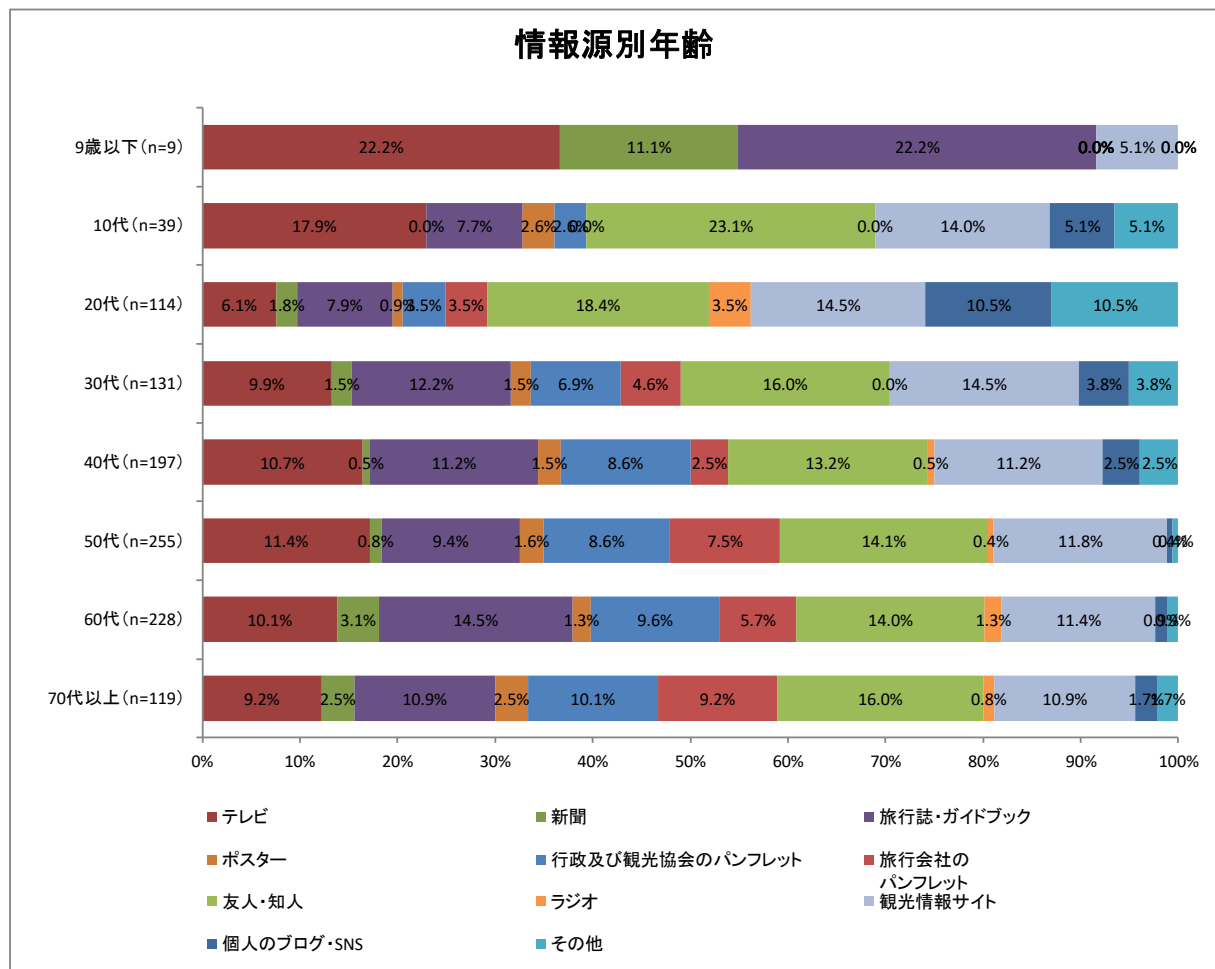
### (3) 年齢別の情報源

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。友人・知人と答えた比率がどの年代でも多くなっており、10~20%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。また、30代以上では旅行誌・ガイドブックの割合が比較的高く、若年層では観光情報サイトの割合が高い。特に20代では個人のブログ・SNSが10.5%と比較的高い割合となっている。

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	行政及び観光協会のパンフレット	旅行会社のパンフレット	友人・知人	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
9歳以下	2	0	1	2	0	0	0	0	0	0	4	9
10代	7	0	0	3	1	1	4	9	2	2	14	39
20代	7	4	2	9	1	4	4	21	16	12	34	114
30代	13	0	2	16	2	9	6	21	19	5	38	131
40代	21	1	1	22	3	17	5	26	22	5	74	197
50代	29	1	2	24	4	22	19	36	30	1	87	255
60代	23	3	7	33	3	22	13	32	26	2	64	228
70代以上	11	1	3	13	3	12	11	19	13	2	31	119
合計	113	10	18	122	17	87	58	164	128	29	346	1092

図 1-2-33 年齢別の情報源



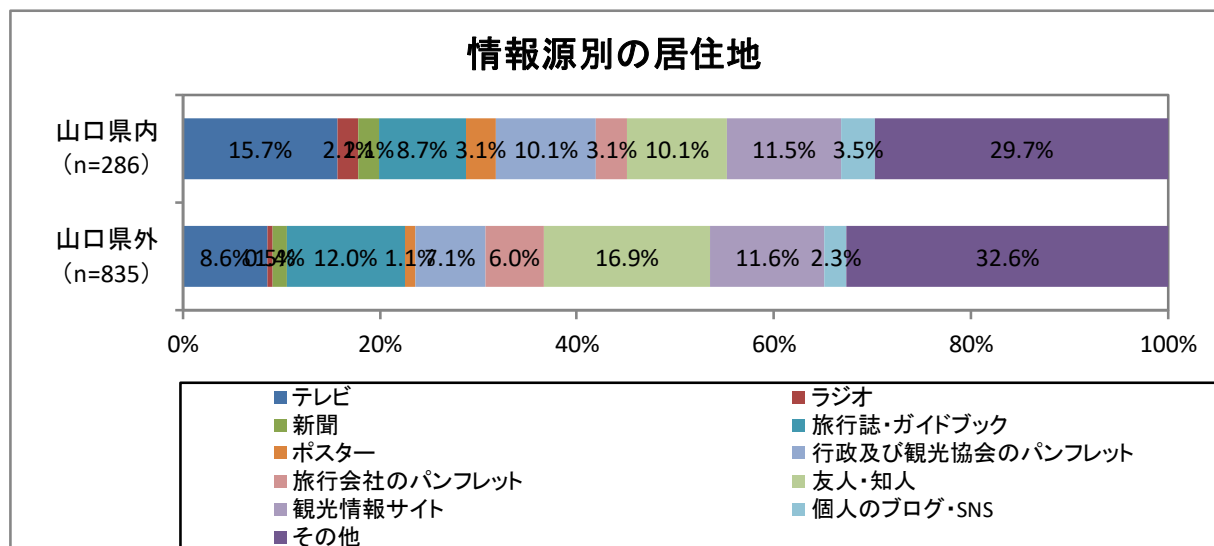
#### (4) 居住地別の情報源

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、旅行誌・ガイドブック、旅行会社のパンフレットでは、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は県内で強く表れている。

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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
県内	45	6	6	25	9	29	9	29	33	10	85	286
県外	72	4	12	100	9	59	50	141	97	19	272	835
合計	117	10	18	125	18	88	59	170	130	29	357	1,121

図 1-2-34 居住地別の情報源

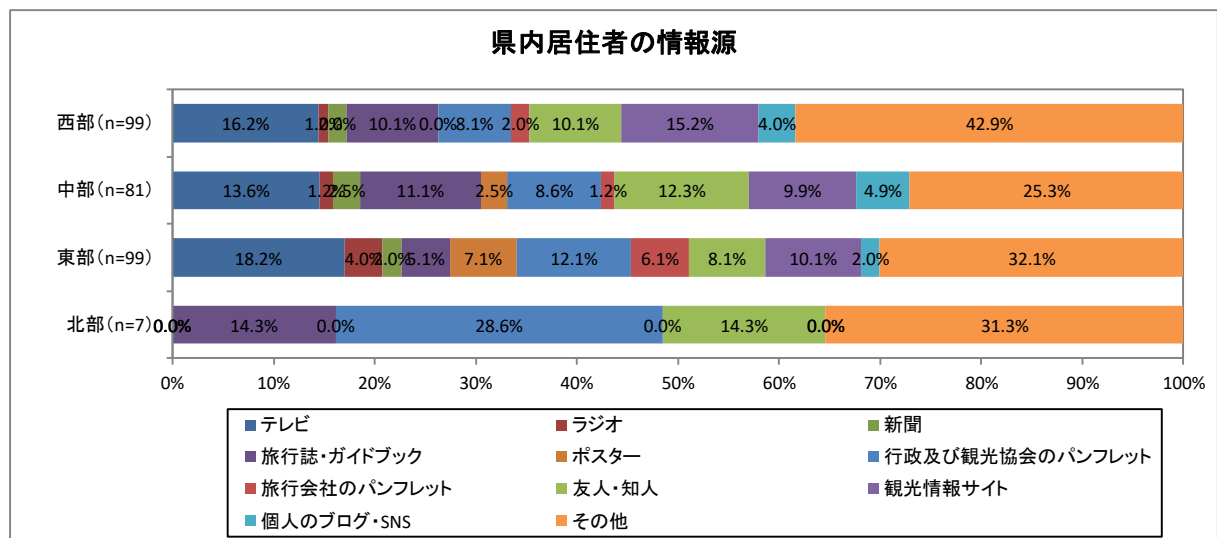


次に、表 1-2-12 で県内居住者の居住地域別の情報源についてみると、西部、中部、東部からの旅行者が大半を占めるなか、友人・知人が比較的高い比率を示している。また、東部ではテレビの割合も比較的高くなっている。北部は回答者数が少ないので、結果の解釈には注意が必要である。

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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
西部	16	1	2	10	0	8	2	10	15	4	31	99
中部	11	1	2	9	2	7	1	10	8	4	26	81
東部	18	4	2	5	7	12	6	8	10	2	25	99
北部	0	0	0	1	0	2	0	1	0	0	3	7
合計	45	6	6	25	9	29	9	29	33	10	85	286

図 1-2-35 県内居住者の情報源

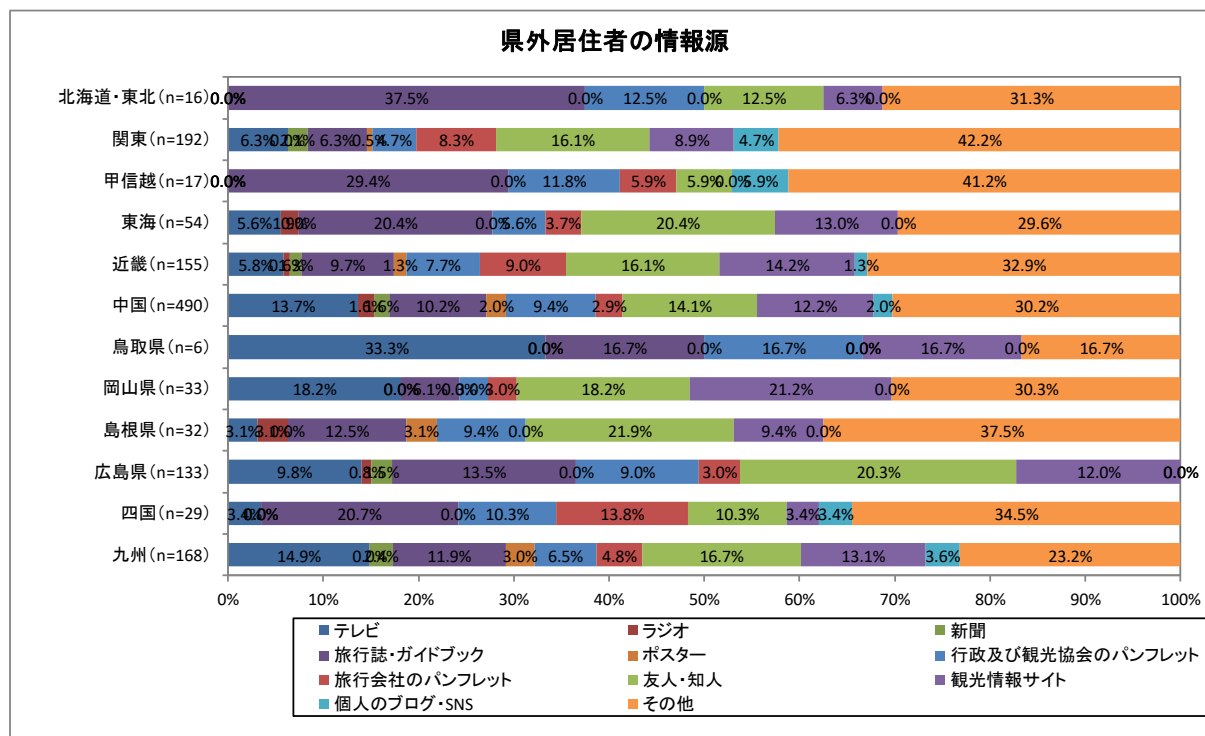


また、表 1-2-13 は、県外居住者の居住地域別の情報源を示している。旅行者が最多の中国地方で、友人・知人とテレビの比率が比較的大きい。東海や関東、九州、四国地方も友人・知人の割合が高い。友人・知人に次いで比率が高いのはテレビと旅行誌・ガイドブック、観光情報サイトである。回答数が一定数以上ある地域では、友人・知人、観光情報サイト、テレビ、旅行誌・ガイドブックの比率が大きいため、遠方から来る旅行者に対しては、インターネットやテレビなどで魅力的な情報を発信していくことが重要である。

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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
北海道・東北	0	0	0	6	0	2	0	2	1	0	5	16
関東	12	0	4	12	1	9	16	31	17	9	81	192
甲信越	0	0	0	5	0	2	1	1	0	1	7	17
東海	3	1	0	11	0	3	2	11	7	0	16	54
近畿	9	1	2	15	2	12	14	25	22	2	51	155
中国	67	8	8	50	10	46	14	69	60	10	148	490
鳥取県	2	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	6
岡山県	6	0	0	2	0	1	1	6	7	0	10	33
島根県	1	1	0	4	1	3	0	7	3	0	12	32
広島県	13	1	2	18	0	12	4	27	16	0	40	133
四国	1	0	0	6	0	3	4	3	1	1	10	29
九州	25	0	4	20	5	11	8	28	22	6	39	168
合計	117	10	18	125	18	88	59	170	130	29	357	1,121

図 1-2-36 県外居住者の情報源





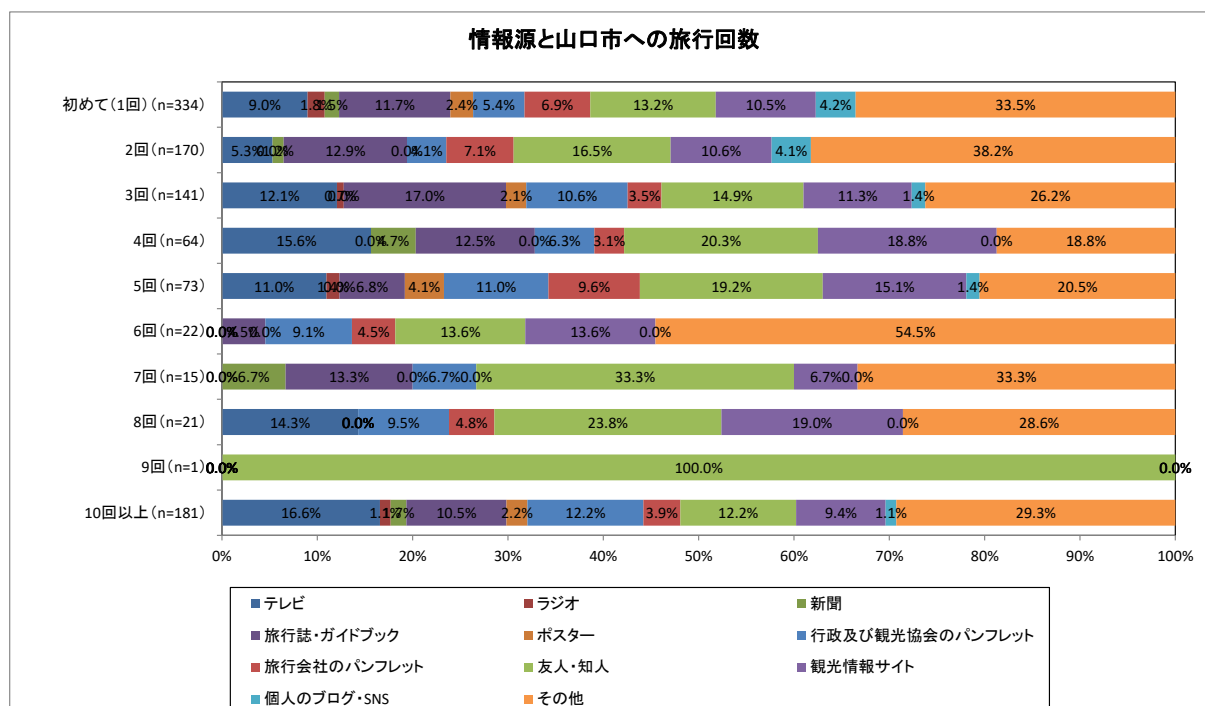
## (5) 情報源と山口市への旅行回数

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）では友人・知人が最も多く、次に旅行誌・ガイドブックが多い。訪問回数が増えるにつれて、テレビや旅行誌・ガイドブックなどの紙媒体の割合も高くなっている。観光情報サイトも同様に割合が高くなることから、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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
初めて(1回)	30	6	5	39	8	18	23	44	35	14	112	334
2回	9	0	2	22	0	7	12	28	18	7	65	170
3回	17	1	0	24	3	15	5	21	16	2	37	141
4回	10	0	3	8	0	4	2	13	12	0	12	64
5回	8	1	0	5	3	8	7	14	11	1	15	73
6回	0	0	0	1	0	2	1	3	3	0	12	22
7回	0	0	1	2	0	1	0	5	1	0	5	15
8回	3	0	0	0	0	2	1	5	4	0	6	21
9回	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
10回以上	30	2	3	19	4	22	7	22	17	2	53	181
合計	107	10	14	120	18	79	58	156	117	26	317	1022

図 1-2-37 情報源と山口市への旅行回数



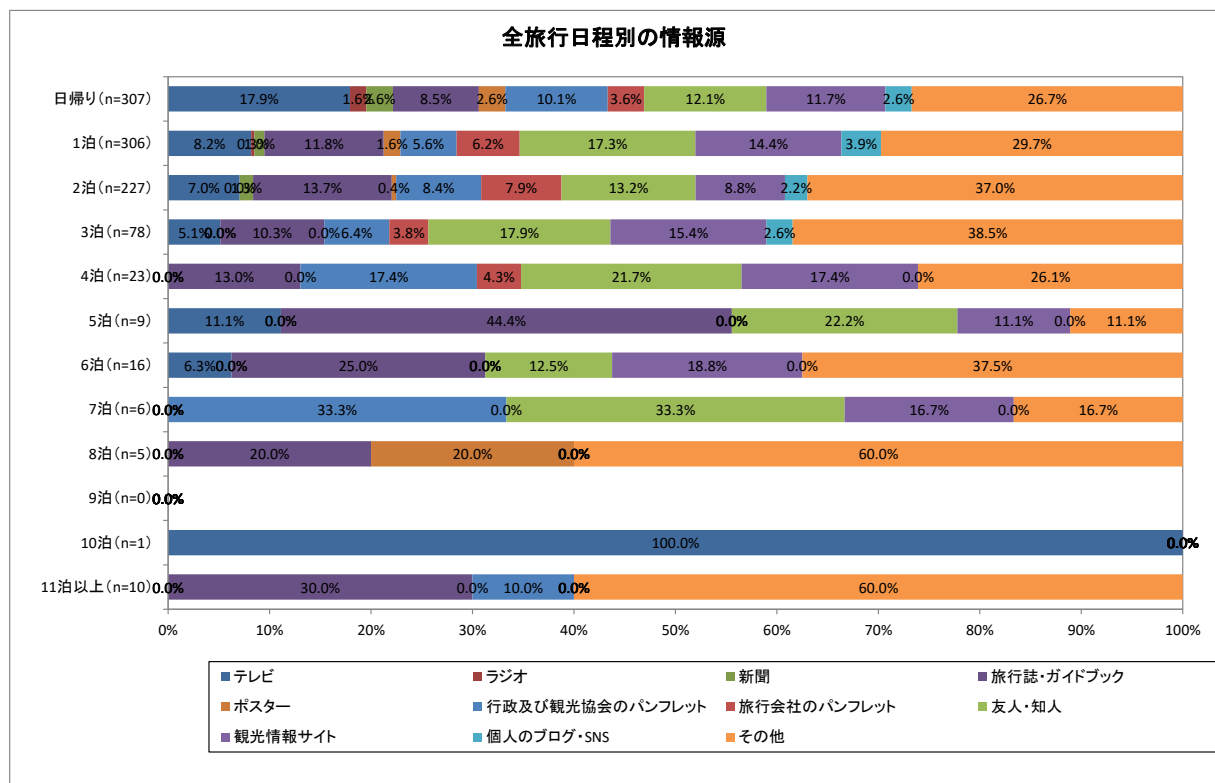
## (6) 情報源と旅行の全行程

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。標本サイズの十分にある 5 泊より短い旅行日程では友人・知人の比率が高く、やはり口コミの効果は大きい。次いで、テレビや旅行誌・ガイドブック、観光情報サイトの割合が高く様々なメディアに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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
日帰り	55	5	8	26	8	31	11	37	36	8	82	307
1泊	25	1	3	36	5	17	19	53	44	12	91	306
2泊	16	0	3	31	1	19	18	30	20	5	84	227
3泊	4	0	0	8	0	5	3	14	12	2	30	78
4泊	0	0	0	3	0	4	1	5	4	0	6	23
5泊	1	0	0	4	0	0	0	2	1	0	1	9
6泊	1	0	0	4	0	0	0	2	3	0	6	16
7泊	0	0	0	0	0	2	0	2	1	0	1	6
8泊	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	3	5
9泊	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10泊	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
11泊以上	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	6	10
合計	103	6	14	116	15	79	52	145	121	27	310	988

図 1-2-38 全旅行日程別の情報源



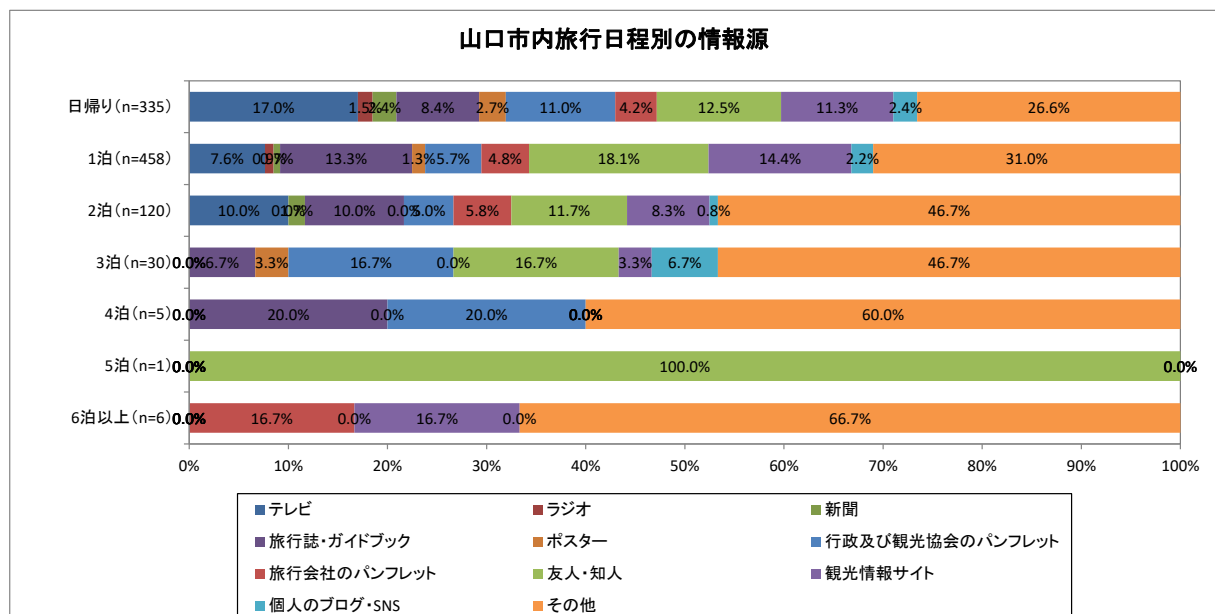
## (7) 情報源と山口市内旅行日程

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泊では友人・知人の比率が高く、やはり口コミの効果は大きい。日帰りではテレビや行政及び観光協会のパンフレット、観光情報サイトの比率が高くローカルなPRの効果を強く反映している。1泊、2泊では旅行誌・ガイドブックや観光情報サイトなどより詳細な媒体を参考にして訪れている。山口市での宿泊者を増やすには口コミに加え、観光情報サイトや旅行誌・ガイドブックの充実も必要である。

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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
日帰り	57	5	8	28	9	37	14	42	38	8	89	335
1泊	35	4	3	61	6	26	22	83	66	10	142	458
2泊	12	0	2	12	0	6	7	14	10	1	56	120
3泊	0	0	0	2	1	5	0	5	1	2	14	30
4泊	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	3	5
5泊	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
6泊以上	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	4	6
合計	104	9	13	104	16	75	44	145	116	21	308	955

図 1-2-39 旅行日程別の情報源



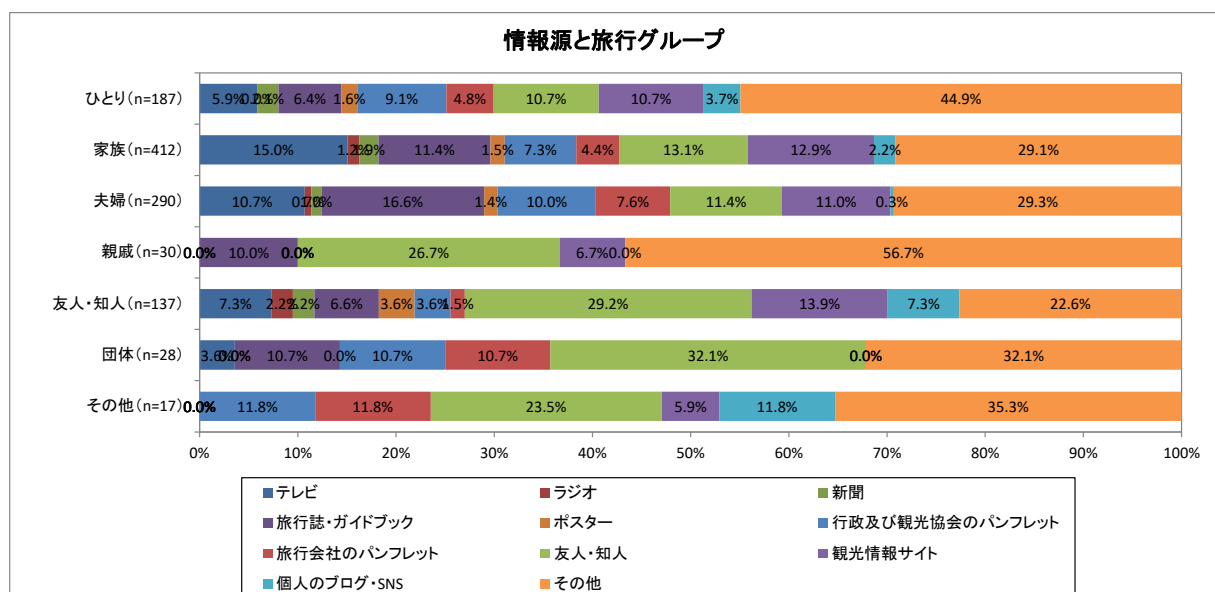
## (8) 情報源と旅行グループ

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、ひとり、友人・知人である。家族、夫婦ではテレビや旅行誌・ガイドブック、友人・知人、観光情報サイトが 10～17% で並んでおり、行政及び観光協会のパンフレットも比較的多い。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。友人・知人のグループでは、友人・知人を情報源とする比率が比較的高く、約 3 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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
ひとり	11	0	4	12	3	17	9	20	20	7	84	187
家族	62	5	8	47	6	30	18	54	53	9	120	412
夫婦	31	2	3	48	4	29	22	33	32	1	85	290
親戚	0	0	0	3	0	0	0	8	2	0	17	30
友人・知人	10	3	3	9	5	5	2	40	19	10	31	137
団体	1	0	0	3	0	3	3	9	0	0	9	28
その他	0	0	0	0	0	2	2	4	1	2	6	17
合計	115	10	18	122	18	86	56	168	127	29	352	1,101

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。

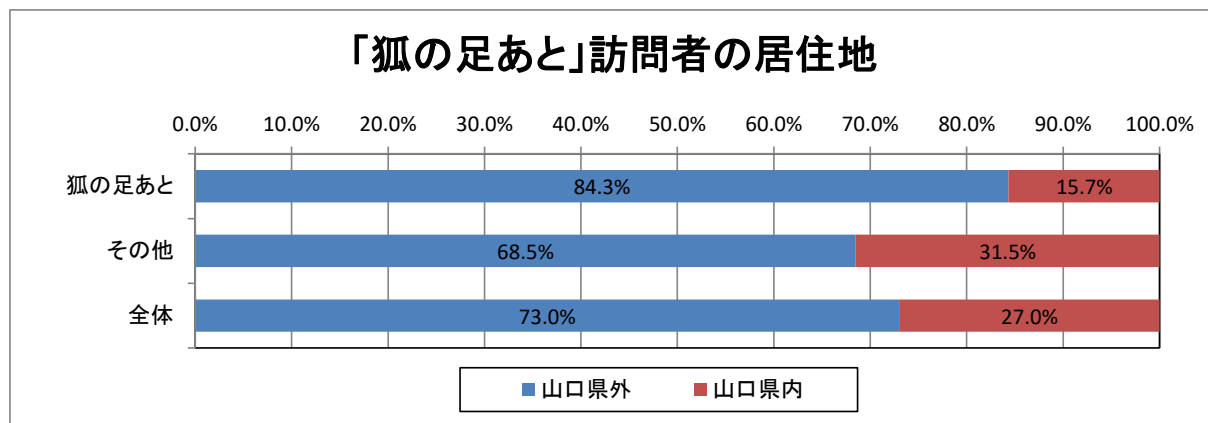
#### (1) 「狐の足あと」訪問者の居住地

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 84.3% を占めており、その他、全体と比較して高い割合である。

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	280	571	851	84.3%	68.5%	73.0%
山口県内	52	263	315	15.7%	31.5%	27.0%
合計	332	834	1,166	100.0%	100.0%	100.0%

図 1-3-1 「狐の足あと」訪問者の居住地



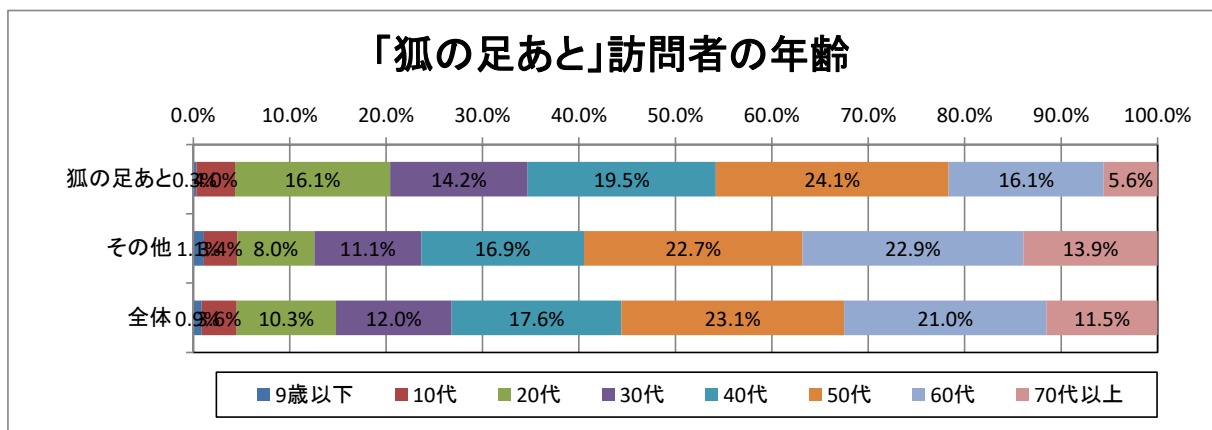
## (2) 「狐の足あと」訪問者の年齢

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。40代と50代の割合が比較的高く、20～60代でそれぞれ14%を超えている。全体と比較して70代以上は少ないことがわかる。

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	1	9	10	0.3%	1.1%	0.9%
10代	13	28	41	4.0%	3.4%	3.6%
20代	52	65	117	16.1%	8.0%	10.3%
30代	46	90	136	14.2%	11.1%	12.0%
40代	63	137	200	19.5%	16.9%	17.6%
50代	78	184	262	24.1%	22.7%	23.1%
60代	52	186	238	16.1%	22.9%	21.0%
70代以上	18	113	131	5.6%	13.9%	11.5%
合計	323	812	1,135	100.0%	100.0%	100.0%

図 1-3-2 「狐の足あと」訪問者の年齢



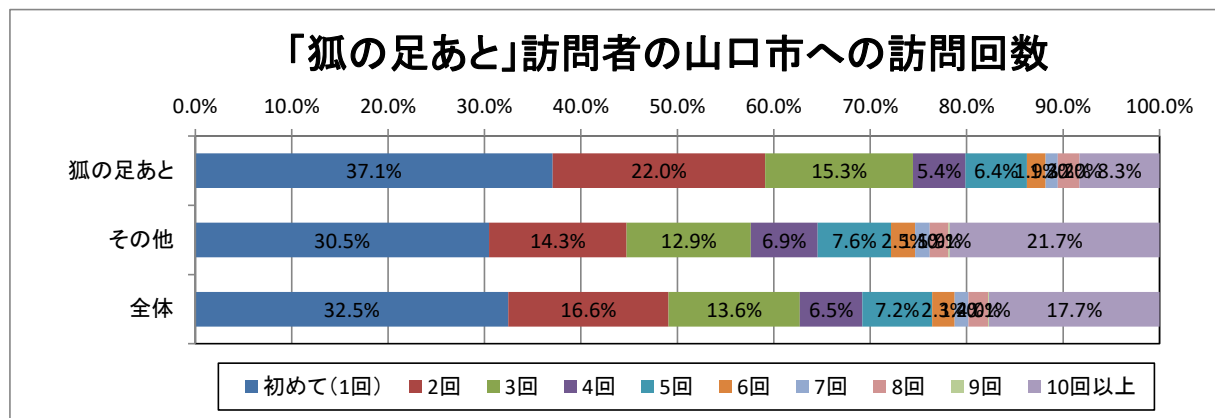
### (3) 「狐の足あと」訪問者の山口市への訪問回数

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 37.1% 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)	116	220	336	37.1%	30.5%	32.5%
2回	69	103	172	22.0%	14.3%	16.6%
3回	48	93	141	15.3%	12.9%	13.6%
4回	17	50	67	5.4%	6.9%	6.5%
5回	20	55	75	6.4%	7.6%	7.2%
6回	6	18	24	1.9%	2.5%	2.3%
7回	4	11	15	1.3%	1.5%	1.4%
8回	7	14	21	2.2%	1.9%	2.0%
9回	0	1	1	0.0%	0.1%	0.1%
10回以上	26	157	183	8.3%	21.7%	17.7%
合計	313	722	1,035	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



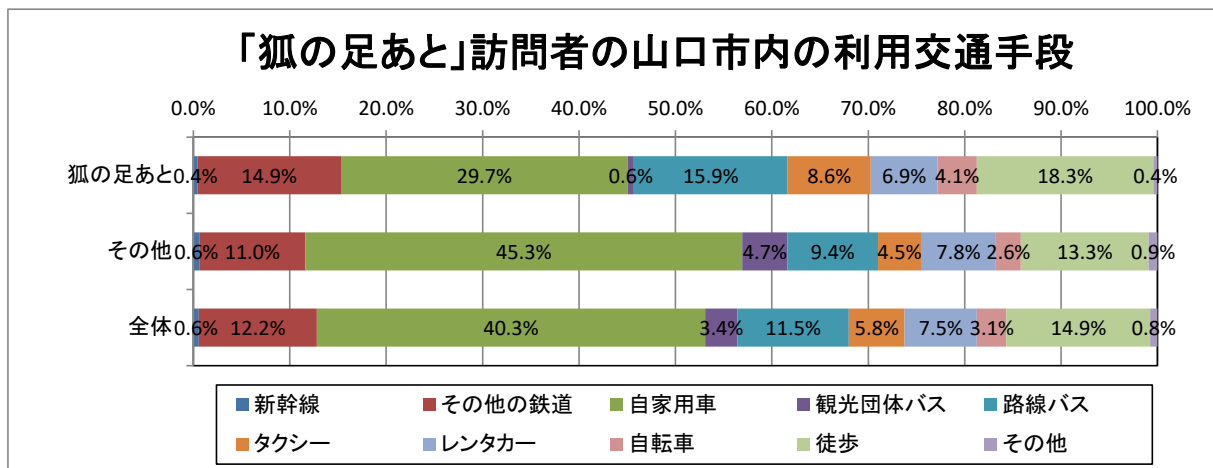
#### (4) 「狐の足あと」訪問者の山口市内の利用交通手段

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 29.7%で最も多くなっている。また、その他に比べて、徒歩の 18.3%、その他鉄道の 14.9%、路線バスの 15.9%、タクシーの 8.6%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	2	6	8	0.4%	0.6%	0.6%
その他の鉄道	69	106	175	14.9%	11.0%	12.2%
自家用車	138	438	576	29.7%	45.3%	40.3%
観光団体バス	3	45	48	0.6%	4.7%	3.4%
路線バス	74	91	165	15.9%	9.4%	11.5%
タクシー	40	43	83	8.6%	4.5%	5.8%
レンタカー	32	75	107	6.9%	7.8%	7.5%
自転車	19	25	44	4.1%	2.6%	3.1%
徒歩	85	128	213	18.3%	13.3%	14.9%
その他	2	9	11	0.4%	0.9%	0.8%
合計	464	966	1,430	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





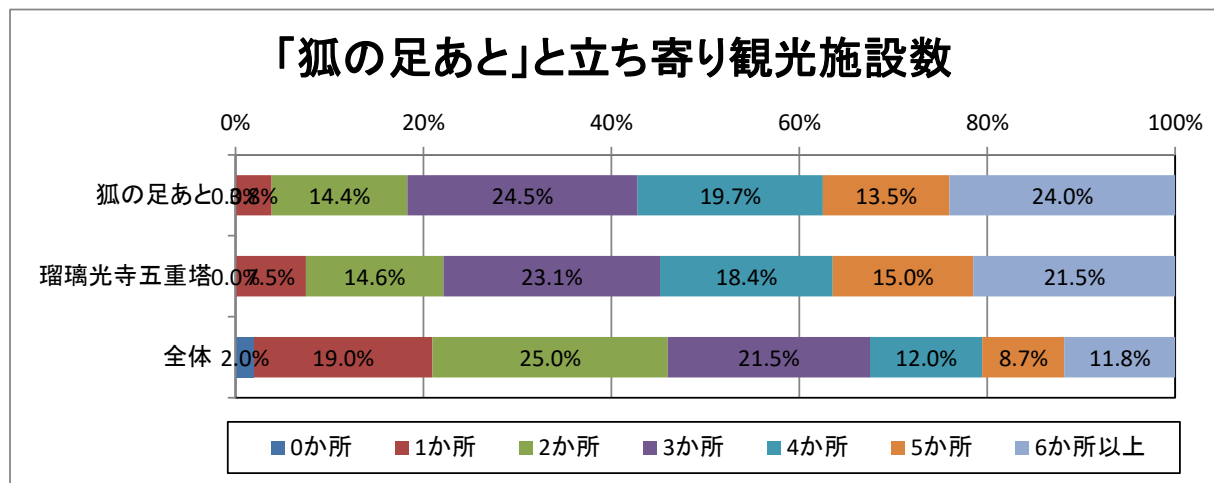
### (5) 「狐の足あと」と立ち寄り観光施設数

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。比較対象として最も訪問数の多かった瑠璃光寺五重塔を取り上げてみると、狐の足あとの訪問者は、4 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、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	瑠璃光寺五重塔	全体
0か所	0	0	14	0.0%	0.0%	2.0%
1か所	8	24	135	3.8%	7.5%	19.0%
2か所	30	47	178	14.4%	14.6%	25.0%
3か所	51	74	153	24.5%	23.1%	21.5%
4か所	41	59	85	19.7%	18.4%	12.0%
5か所	28	48	62	13.5%	15.0%	8.7%
6か所以上	50	69	84	24.0%	21.5%	11.8%
合計	208	321	711	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 332 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 165 人（49.7%）であり、同様にしてみると、湯田温泉が 74.1%、中原中也記念館が 56.0%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 1278 人で、332 人を分母とすると、384.9%となる。これは、狐の足あとの訪問者が平均的に 3.8 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、522 人の訪問者はその他に、湯田温泉に 57.3%、山口サビエル記念聖堂に 34.1%、中原中也記念館に 30.1%が訪問している。合計は延べ 1842 人で 352.9%となり、平均的に 3.5 か所の観光地を訪問している計算になる。

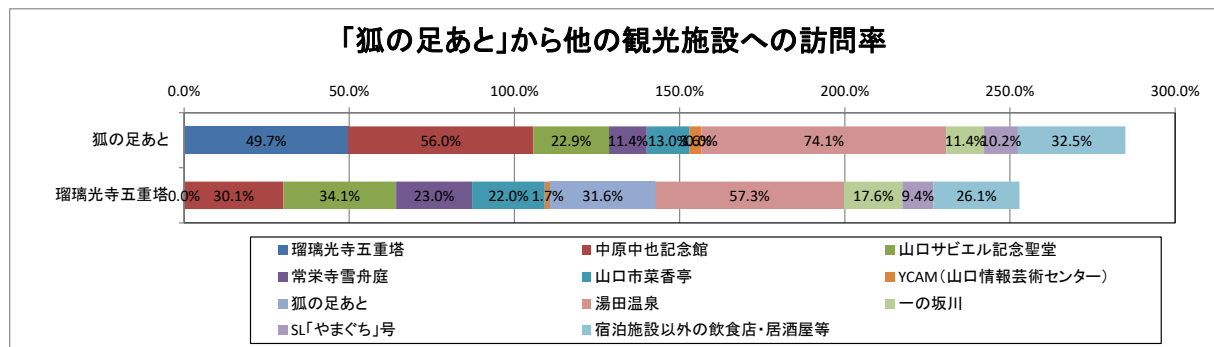
総じて、狐の足あとの訪問者の方が主要観光施設への周遊施設数が多いことを示している。また、2つの施設から他の施設への訪問割合をみると、比較的距離の近いところへ周遊していることもわかり、自転車や徒歩（まち歩き）による周遊も検討事項としてあげられる。

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	165	522	49.7%	-
中原中也記念館	186	157	56.0%	30.1%
山口サビエル記念聖堂	76	178	22.9%	34.1%
常栄寺雪舟庭	38	120	11.4%	23.0%
山口市菜香亭	43	115	13.0%	22.0%
YCAM(山口情報芸術センター)	12	9	3.6%	1.7%
狐の足あと	332	165	-	31.6%
湯田温泉	246	299	74.1%	57.3%
一の坂川	38	92	11.4%	17.6%
SL「やまぐち」号	34	49	10.2%	9.4%
宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	108	136	32.5%	26.1%
合計	1,278	1,842	384.9%	352.9%

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 か所の割合は大幅に増加しており、観光案内所も6 か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。

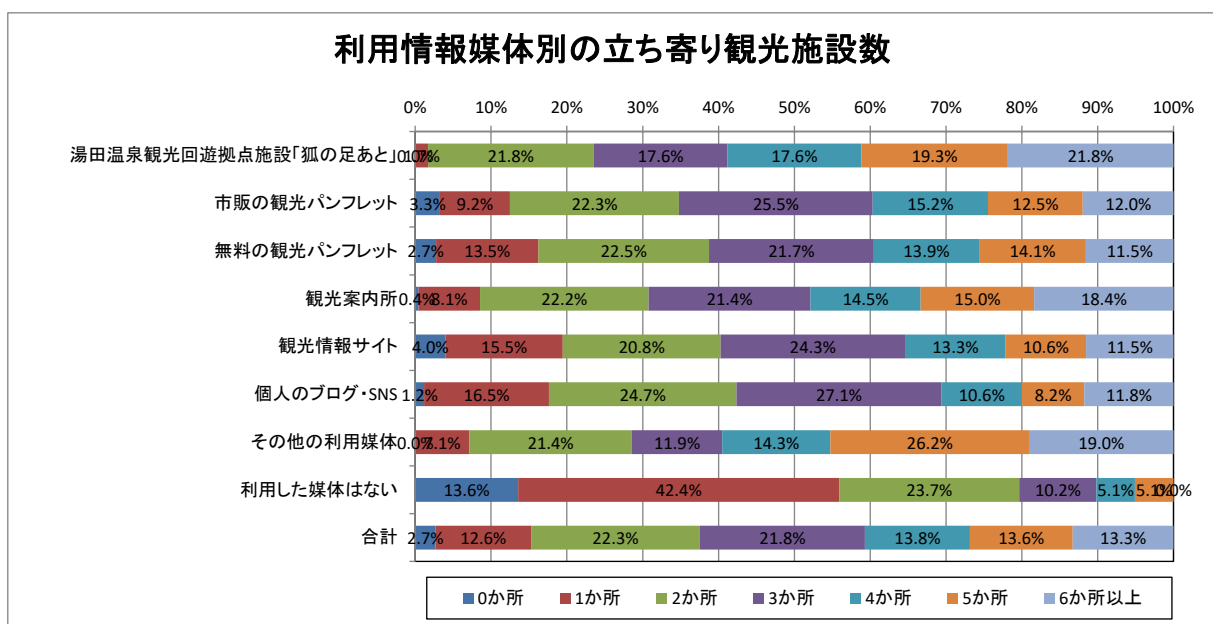
表 1-3-7 利用情報媒体別の立ち寄り観光施設数

	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」	1	19	41	35	21	16	22	155
市販の観光パンフレット	9	63	83	83	53	44	62	397
無料の観光パンフレット	0	19	42	50	32	26	41	210
観光案内所	2	27	45	38	28	18	28	186
観光情報サイト	3	14	27	11	6	8	8	77
個人のブログ・SNS	0	3	14	23	18	10	22	90
その他の利用媒体	0	11	10	8	8	6	4	47
利用した媒体はない	2	25	13	12	0	0	3	55
合計	17	181	275	260	166	128	190	1,217

#### 【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」	0.0%	1.7%	21.8%	17.6%	17.6%	19.3%	21.8%	100.0%
市販の観光パンフレット	3.3%	9.2%	22.3%	25.5%	15.2%	12.5%	12.0%	100.0%
無料の観光パンフレット	2.7%	13.5%	22.5%	21.7%	13.9%	14.1%	11.5%	100.0%
観光案内所	0.4%	8.1%	22.2%	21.4%	14.5%	15.0%	18.4%	100.0%
観光情報サイト	4.0%	15.5%	20.8%	24.3%	13.3%	10.6%	11.5%	100.0%
個人のブログ・SNS	1.2%	16.5%	24.7%	27.1%	10.6%	8.2%	11.8%	100.0%
その他の利用媒体	0.0%	7.1%	21.4%	11.9%	14.3%	26.2%	19.0%	100.0%
利用した媒体はない	13.6%	42.4%	23.7%	10.2%	5.1%	5.1%	0.0%	100.0%
合計	2.7%	12.6%	22.3%	21.8%	13.8%	13.6%	13.3%	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やや高いことがわかる。無料の観光パンフレットも得られたとする回答が多いが、これは目的に合ったものといえる。その他の利用媒体も高い割合であることから、観光客の利用情報媒体についてさらに検討する必要がある。

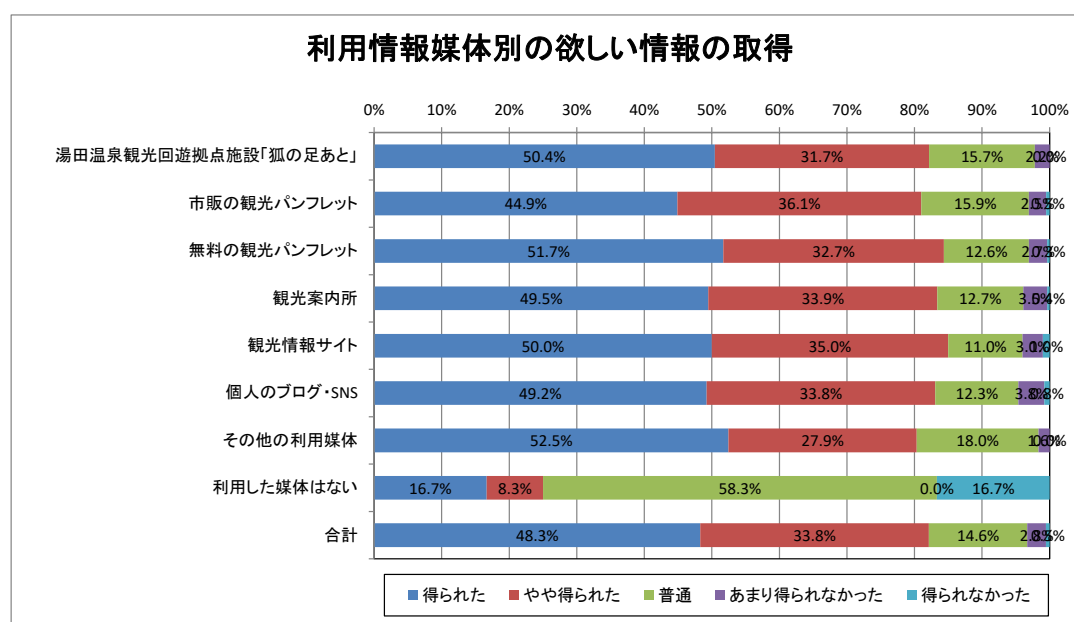
表 1-3-8 利用情報媒体別の欲しい情報の取得

	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」	116	73	36	5	0	230
市販の観光パンフレット	265	213	94	15	3	590
無料の観光パンフレット	152	96	37	8	1	294
観光案内所	140	96	36	10	1	283
観光情報サイト	50	35	11	3	1	100
個人のブログ・SNS	64	44	16	5	1	130
その他の利用媒体	32	17	11	1	0	61
利用した媒体はない	2	1	7	0	2	12
合計	821	575	248	47	9	1,700

### 【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」	50.4%	31.7%	15.7%	2.2%	0.0%	100.0%
市販の観光パンフレット	44.9%	36.1%	15.9%	2.5%	0.5%	100.0%
無料の観光パンフレット	51.7%	32.7%	12.6%	2.7%	0.3%	100.0%
観光案内所	49.5%	33.9%	12.7%	3.5%	0.4%	100.0%
観光情報サイト	50.0%	35.0%	11.0%	3.0%	1.0%	100.0%
個人のブログ・SNS	49.2%	33.8%	12.3%	3.8%	0.8%	100.0%
その他の利用媒体	52.5%	27.9%	18.0%	1.6%	0.0%	100.0%
利用した媒体はない	16.7%	8.3%	58.3%	0.0%	16.7%	100.0%
合計	48.3%	33.8%	14.6%	2.8%	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。狐の足あとと観光案内所を媒体とした場合、入手しやすかったとする回答の割合が 62% 以上と比較的高いことがわかる。ここでも有人施設という共通点が見受けられる。入手しやすかったとする回答をみると、観光情報サイトの割合が 61.9%と個人のブログ・SNS より低いことから、今後はインターネットを活用した情報提供の充実が求められる。

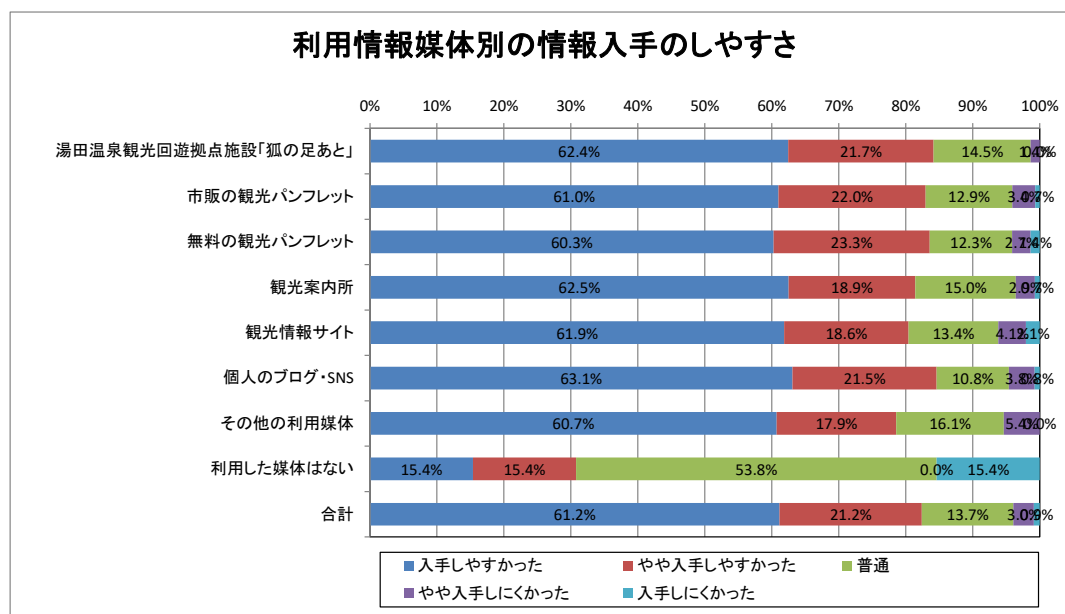
表 1-3-9 利用情報媒体別の情報入手のしやすさ

	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」	138	48	32	3		221
市販の観光パンフレット	358	129	76	20	4	587
無料の観光パンフレット	176	68	36	8	4	292
観光案内所	175	53	42	8	2	280
観光情報サイト	60	18	13	4	2	97
個人のブログ・SNS	82	28	14	5	1	130
その他の利用媒体	34	10	9	3		56
利用した媒体はない	2	2	7		2	13
合計	1,025	356	229	51	15	1,676

#### 【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」	62.4%	21.7%	14.5%	1.4%	0.0%	100.0%
市販の観光パンフレット	61.0%	22.0%	12.9%	3.4%	0.7%	100.0%
無料の観光パンフレット	60.3%	23.3%	12.3%	2.7%	1.4%	100.0%
観光案内所	62.5%	18.9%	15.0%	2.9%	0.7%	100.0%
観光情報サイト	61.9%	18.6%	13.4%	4.1%	2.1%	100.0%
個人のブログ・SNS	63.1%	21.5%	10.8%	3.8%	0.8%	100.0%
その他の利用媒体	60.7%	17.9%	16.1%	5.4%	0.0%	100.0%
利用した媒体はない	15.4%	15.4%	53.8%	0.0%	15.4%	100.0%
合計	61.2%	21.2%	13.7%	3.0%	0.9%	100.0%

図 1-3-9 利用情報媒体別の情報入手のしやすさ



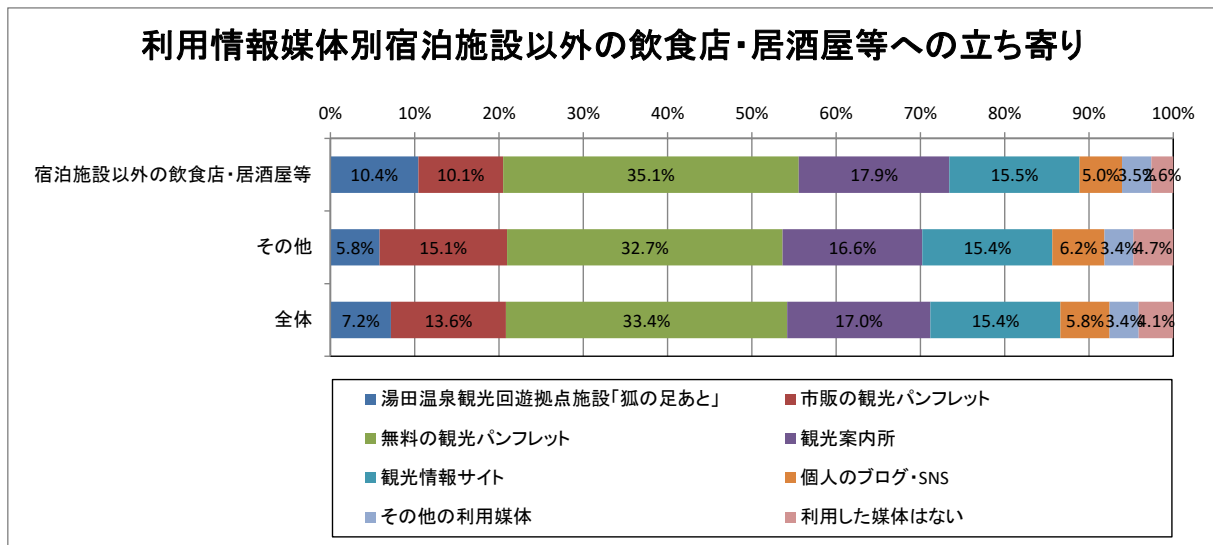
#### (4) 利用情報媒体別宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等への立ち寄り

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。狐の足あとを媒体とした場合、飲食店・居酒屋等への立ち寄り割合が高い。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」	60	80	140	10.4%	5.8%	7.2%
市販の観光パンフレット	58	208	266	10.1%	15.1%	13.6%
無料の観光パンフレット	202	449	651	35.1%	32.7%	33.4%
観光案内所	103	228	331	17.9%	16.6%	17.0%
観光情報サイト	89	212	301	15.5%	15.4%	15.4%
個人のブログ・SNS	29	85	114	5.0%	6.2%	5.8%
その他の利用媒体	20	47	67	3.5%	3.4%	3.4%
利用した媒体はない	15	65	80	2.6%	4.7%	4.1%
合計	576	1,374	1,950	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。

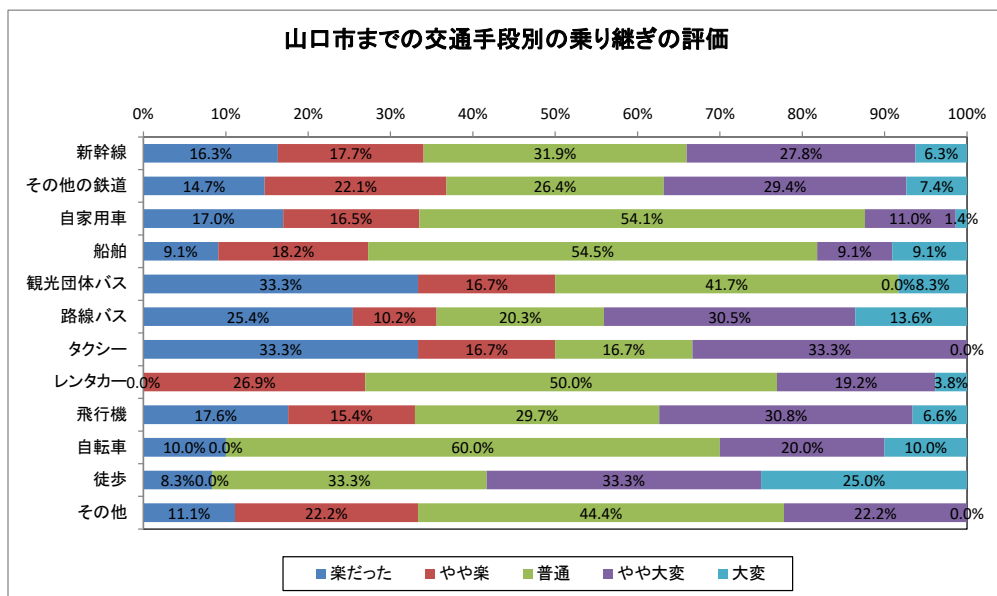
#### (1) 乗り継ぎ

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・タクシーを除いて、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	47	51	92	80	18	288
その他の鉄道	24	36	43	48	12	163
自家用車	37	36	118	24	3	218
船舶	1	2	6	1	1	11
観光団体バス	4	2	5	0	1	12
路線バス	15	6	12	18	8	59
タクシー	2	1	1	2	0	6
レンタカー	0	7	13	5	1	26
飛行機	16	14	27	28	6	91
自転車	1	0	6	2	1	10
徒歩	1	0	4	4	3	12
その他	1	2	4	2	0	9
合計	149	157	331	214	54	905

図 1-4-1 利用交通手段別の乗り継ぎの評価



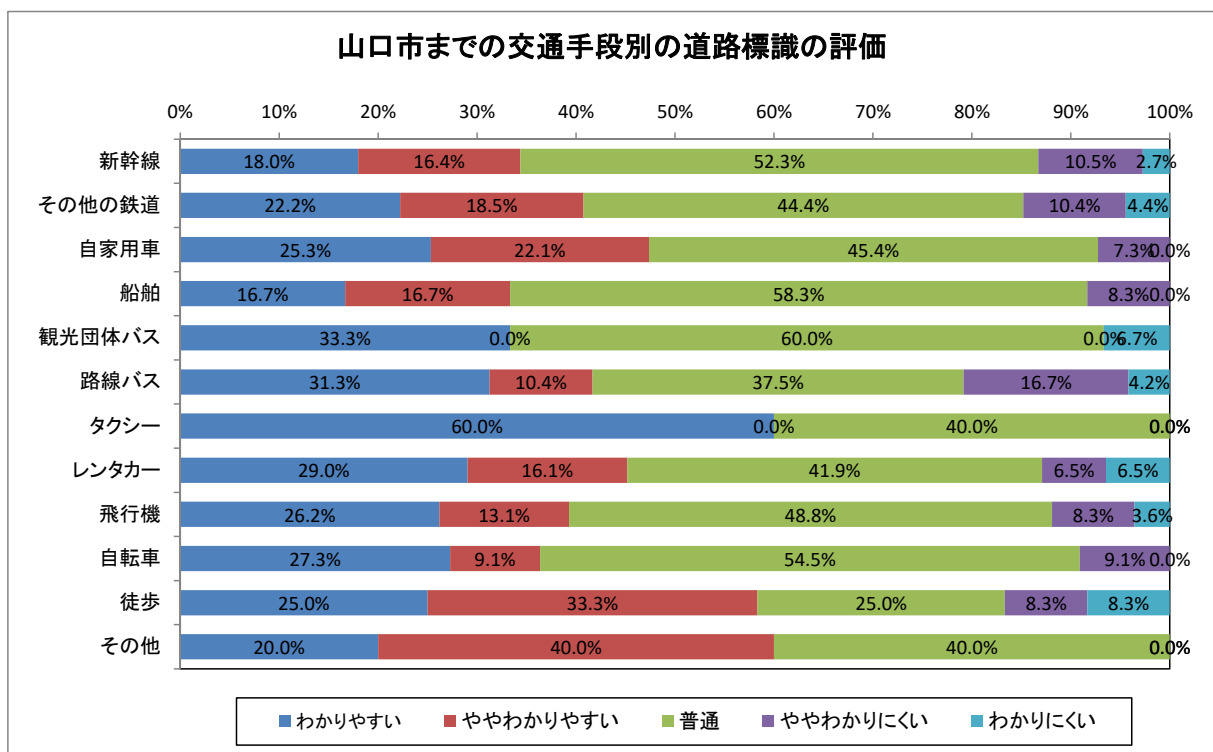
## (2) 道路標識

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 5 割弱を占める。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レンタカー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 40%以上を占めている。

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	46	42	134	27	7	256
その他の鉄道	30	25	60	14	6	135
自家用車	101	88	181	29	0	399
船舶	2	2	7	1	0	12
観光団体バス	5	0	9	0	1	15
路線バス	15	5	18	8	2	48
タクシー	3	0	2	0	0	5
レンタカー	9	5	13	2	2	31
飛行機	22	11	41	7	3	84
自転車	3	1	6	1	0	11
徒歩	3	4	3	1	1	12
その他	2	4	4	0	0	10
合計	241	187	478	90	22	1,018

図 1-4-2 利用交通手段別の道路標識の評価





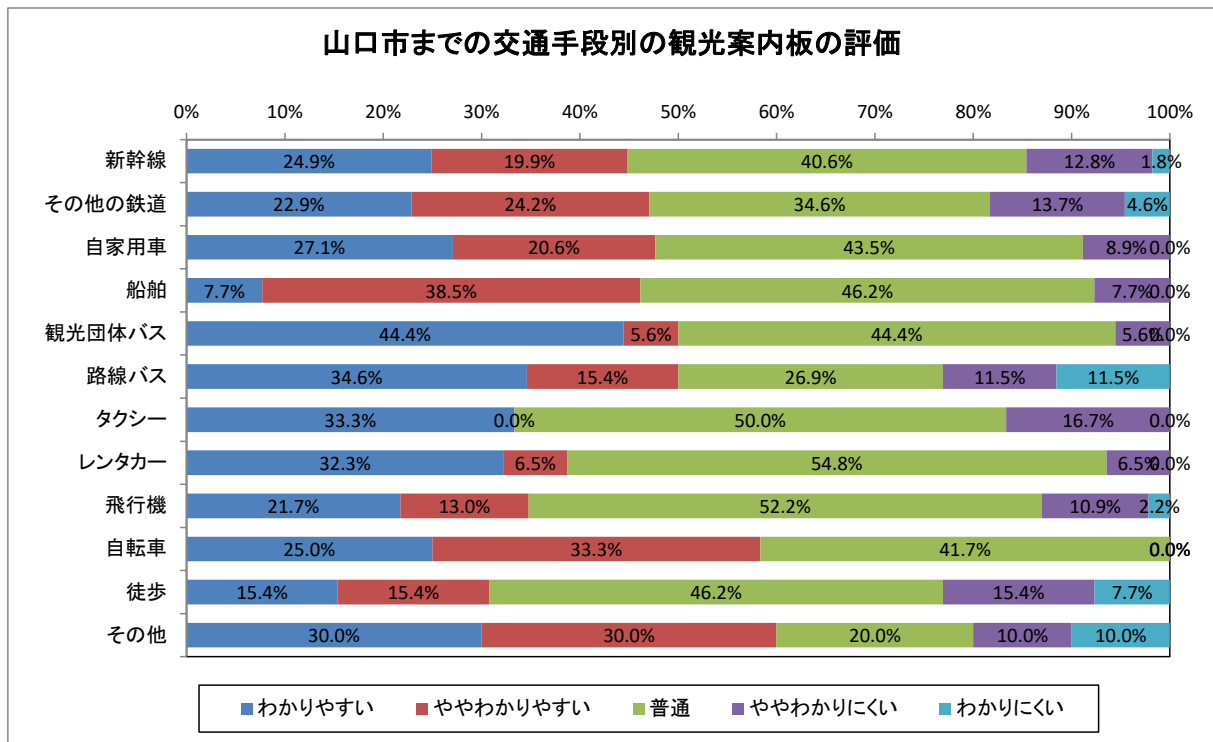
### (3) 観光案内板

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。一方で、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、路線バス利用者の対策が必要である。

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	70	56	114	36	5	281
その他の鉄道	35	37	53	21	7	153
自家用車	104	79	167	34	0	384
船舶	1	5	6	1	0	13
観光団体バス	8	1	8	1	0	18
路線バス	18	8	14	6	6	52
タクシー	2	0	3	1	0	6
レンタカー	10	2	17	2	0	31
飛行機	20	12	48	10	2	92
自転車	3	4	5	0	0	12
徒歩	2	2	6	2	1	13
その他	3	3	2	1	1	10
合計	276	209	443	115	22	1,065

図 1-4-3 利用交通手段別の観光案内板の評価



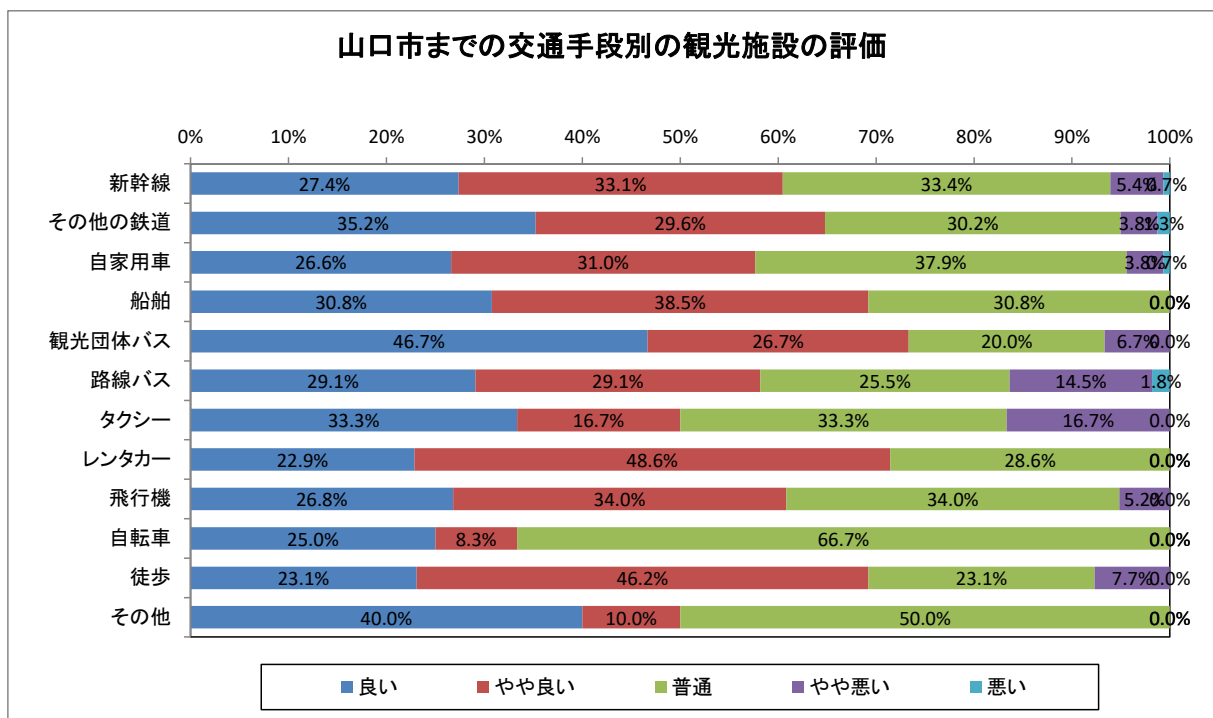
#### (4) 観光施設の評価

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、ほとんどの利用交通手段で 50%以上が良いとしている。しかし、タクシーは 50%を下回っている。

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	81	98	99	16	2	296
その他の鉄道	56	47	48	6	2	159
自家用車	120	140	171	17	3	451
船舶	4	5	4	0	0	13
観光団体バス	14	8	6	2	0	30
路線バス	16	16	14	8	1	55
タクシー	2	1	2	1	0	6
レンタカー	8	17	10	0	0	35
飛行機	26	33	33	5	0	97
自転車	3	1	8	0	0	12
徒歩	3	6	3	1	0	13
その他	4	1	5	0	0	10
合計	337	373	403	56	8	1,177

図 1-4-4 利用交通手段別の観光施設の評価



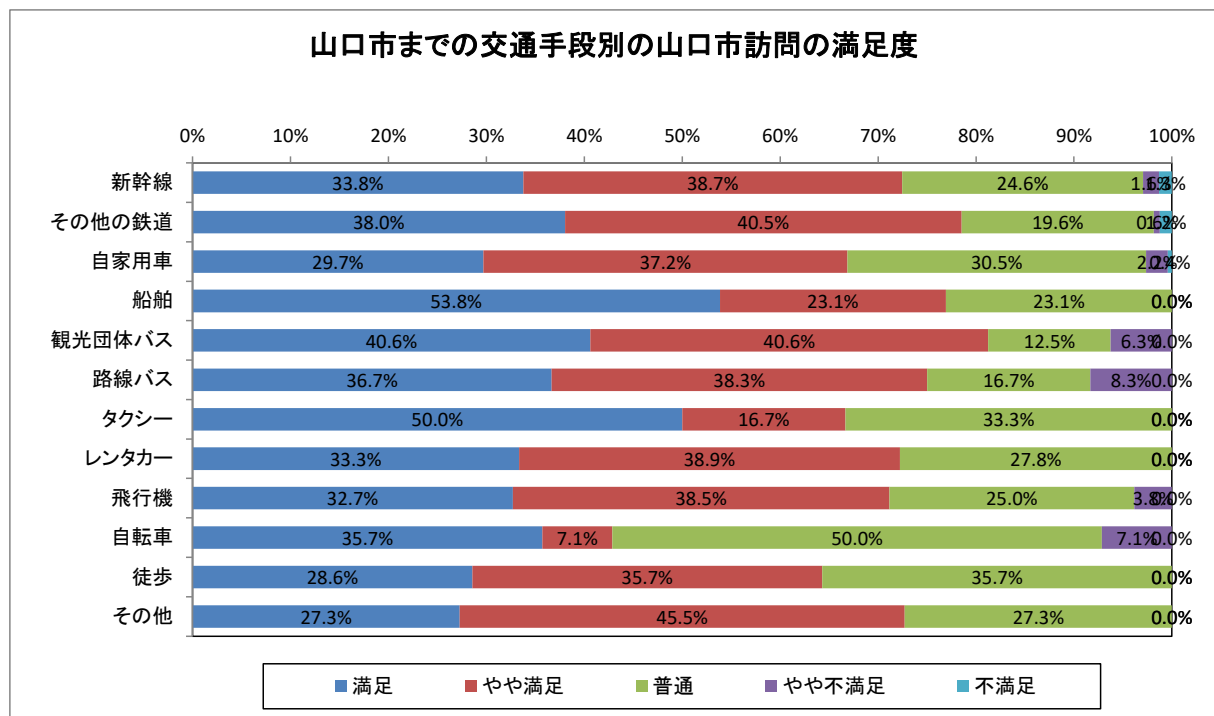
## (5) 山口市訪問の満足度

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新幹線と自家用車でも約 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	103	118	75	5	4	305
その他の鉄道	62	66	32	1	2	163
自家用車	147	184	151	11	2	495
船舶	7	3	3	0	0	13
観光団体バス	13	13	4	2	0	32
路線バス	22	23	10	5	0	60
タクシー	3	1	2	0	0	6
レンタカー	12	14	10	0	0	36
飛行機	34	40	26	4	0	104
自転車	5	1	7	1	0	14
徒歩	4	5	5	0	0	14
その他	3	5	3	0	0	11
合計	415	473	328	29	8	1253

図 1-4-5 利用交通手段別の山口市訪問の満足度



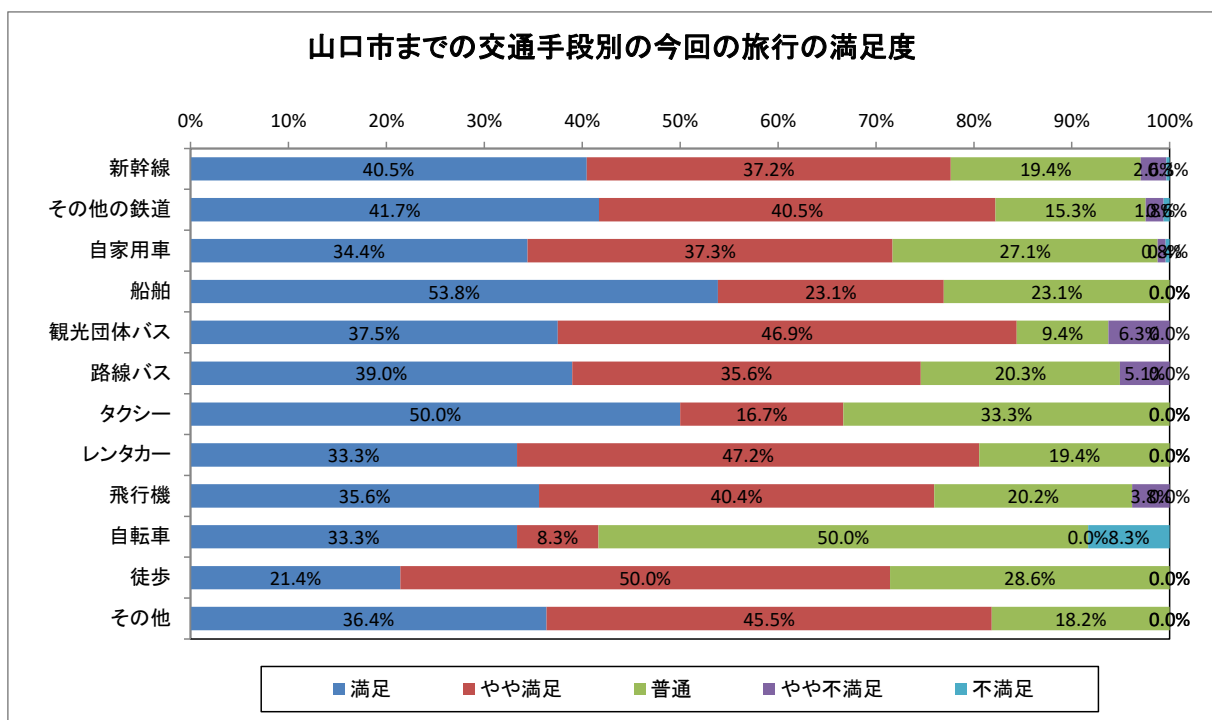
## (6) 今回の旅行の満足度

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	123	113	59	8	1	304
その他の鉄道	68	66	25	3	1	163
自家用車	169	183	133	4	2	491
船舶	7	3	3	0	0	13
観光団体バス	12	15	3	2	0	32
路線バス	23	21	12	3	0	59
タクシー	3	1	2	0	0	6
レンタカー	12	17	7	0	0	36
飛行機	37	42	21	4	0	104
自転車	4	1	6	0	1	12
徒歩	3	7	4	0	0	14
その他	4	5	2	0	0	11
合計	465	474	277	24	5	1,245

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。

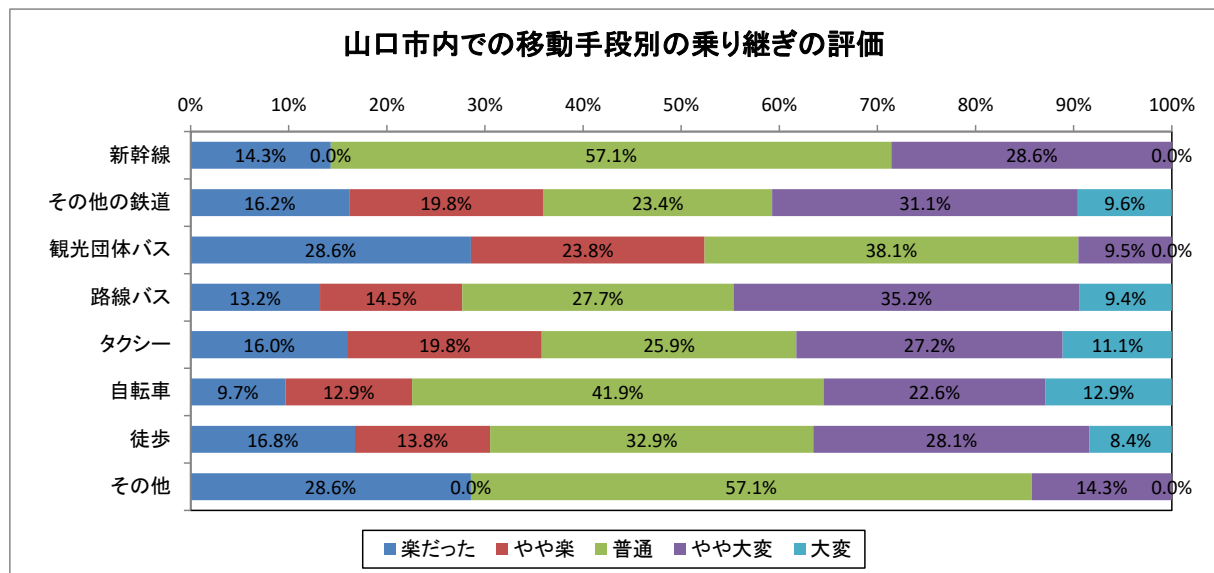
### (1) 乗り継ぎの評価

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。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。新幹線は回答数も少なく回答に混乱がある可能性が高い。

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	0	4	2	0	7
その他の鉄道	27	33	39	52	16	167
観光団体バス	6	5	8	2	0	21
路線バス	21	23	44	56	15	159
タクシー	13	16	21	22	9	81
自転車	3	4	13	7	4	31
徒歩	28	23	55	47	14	167
その他	2	0	4	1	0	7
合計	101	104	188	189	58	640

図 1-4-7 移動手段別の乗り継ぎの評価



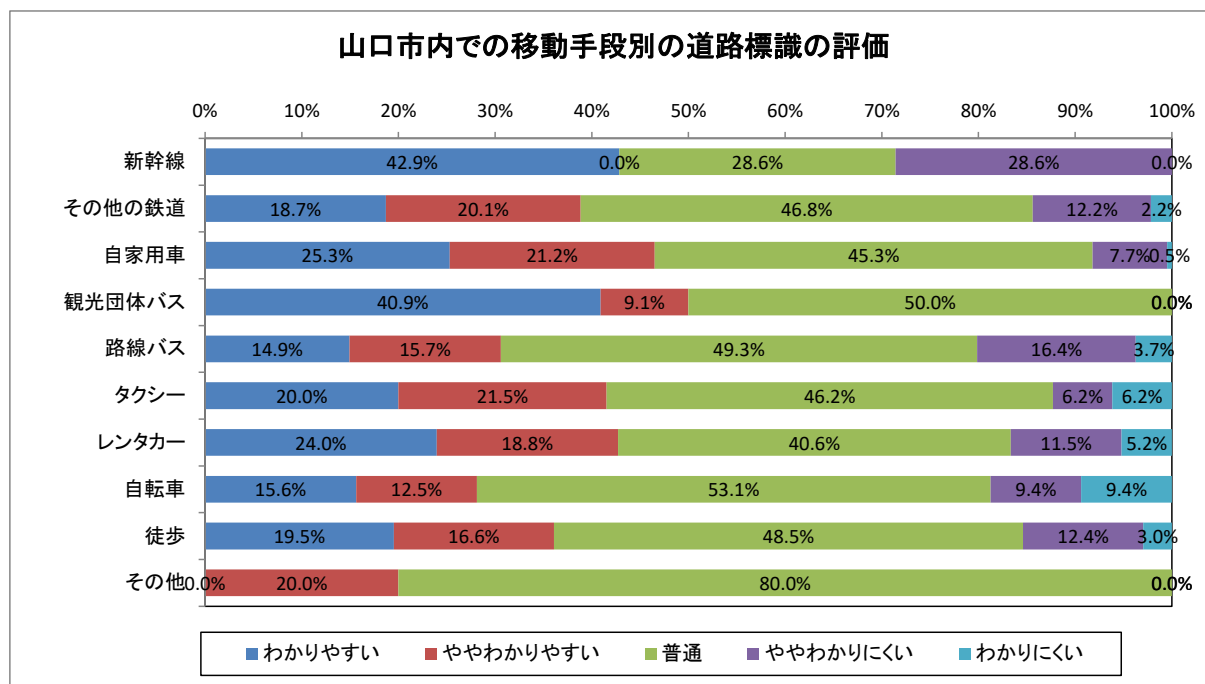
## (2) 道路標識の評価

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。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	3		2	2		7
その他の鉄道	26	28	65	17	3	139
自家用車	105	88	188	32	2	415
観光団体バス	9	2	11			22
路線バス	20	21	66	22	5	134
タクシー	13	14	30	4	4	65
レンタカー	23	18	39	11	5	96
自転車	5	4	17	3	3	32
徒歩	33	28	82	21	5	169
その他		1	4			5
合計	237	204	504	112	27	1,084

図 1-4-8 移動手段別の道路標識の評価



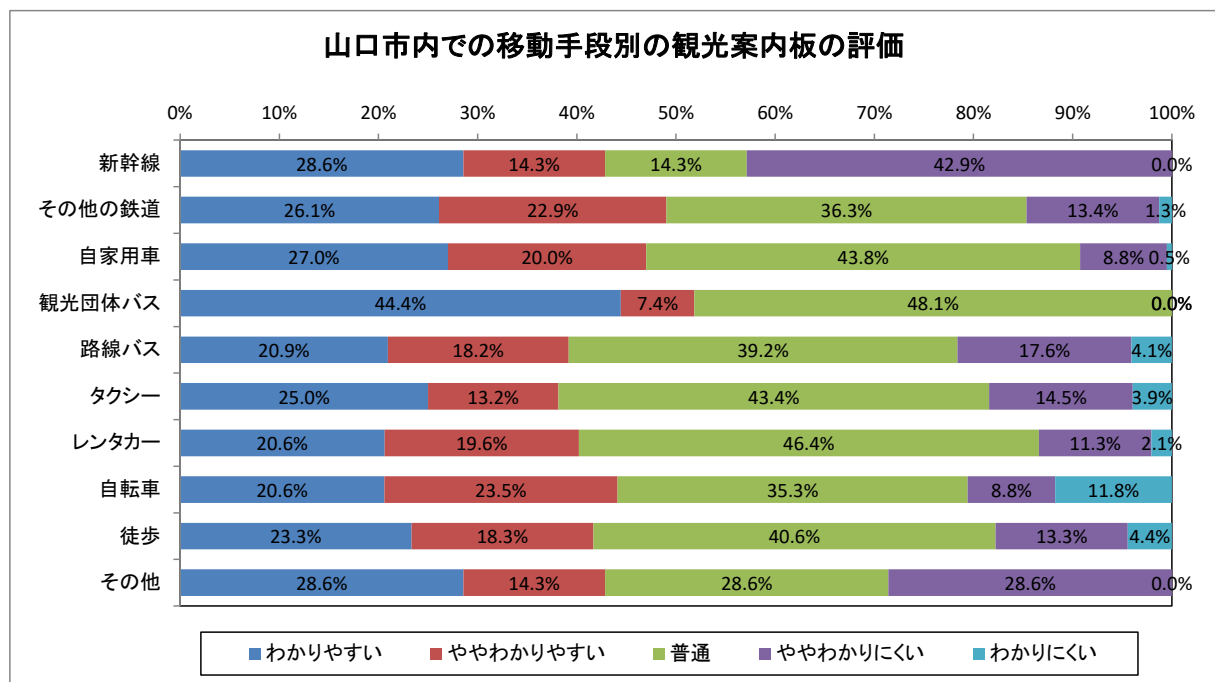
### (3) 観光案内板の評価

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。その他の鉄道でわかりやすいとする評価が低く、自転車では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	1	1	3		7
その他の鉄道	41	36	57	21	2	157
自家用車	108	80	175	35	2	400
観光団体バス	12	2	13	0	0	27
路線バス	31	27	58	26	6	148
タクシー	19	10	33	11	3	76
レンタカー	20	19	45	11	2	97
自転車	7	8	12	3	4	34
徒歩	42	33	73	24	8	180
その他	2	1	2	2	0	7
合計	284	217	469	136	27	1,133

図 1-4-9 移動手段別の観光案内板の評価



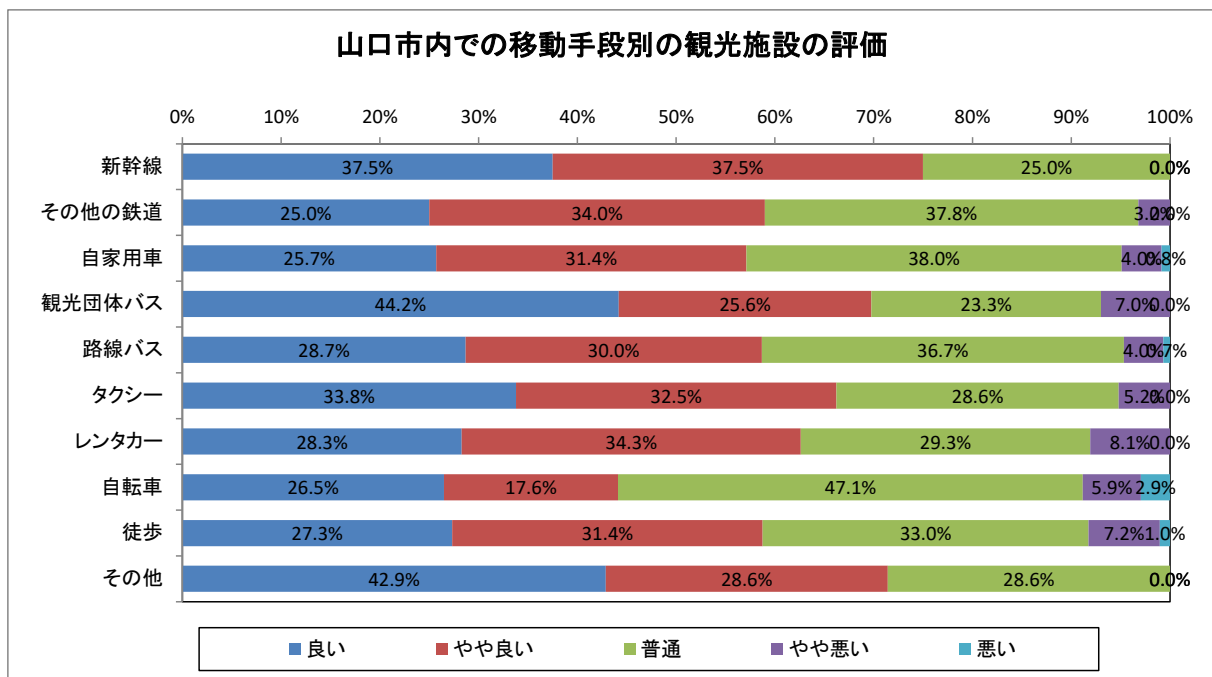
#### (4) 観光施設の評価

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。観光団体バス、タクシー、レンタカーで良い、やや良いを合わせた評価が 60%を超えている。

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	3	3	2	0	0	8
その他の鉄道	39	53	59	5	0	156
自家用車	121	148	179	19	4	471
観光団体バス	19	11	10	3	0	43
路線バス	43	45	55	6	1	150
タクシー	26	25	22	4	0	77
レンタカー	28	34	29	8	0	99
自転車	9	6	16	2	1	34
徒歩	53	61	64	14	2	194
その他	3	2	2	0	0	7
合計	344	388	438	61	8	1,239

図 1-4-10 移動手段別の観光施設の評価





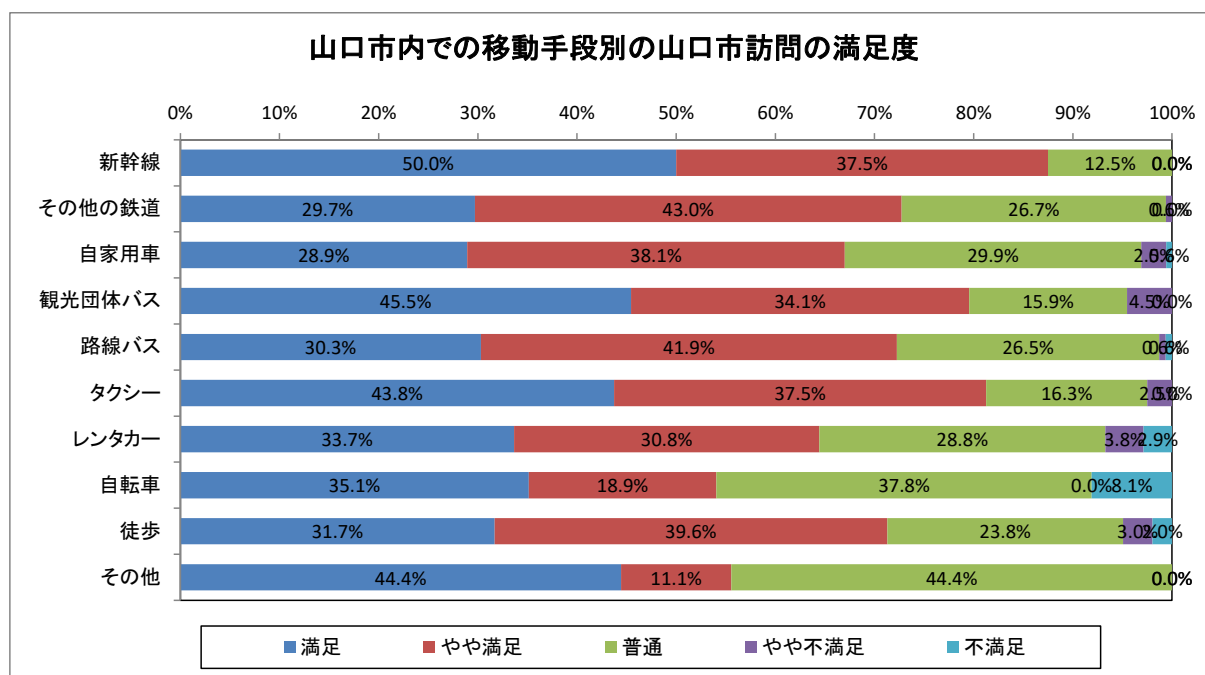
## (5) 山口市訪問の満足度

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。とりわけ観光団体バスとタクシーの満足度が高い。自転車ではやや満足度が低くなっている。

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	4	3	1			8
その他の鉄道	49	71	44	1		165
自家用車	149	196	154	13	3	515
観光団体バス	20	15	7	2		44
路線バス	47	65	41	1	1	155
タクシー	35	30	13	2		80
レンタカー	35	32	30	4	3	104
自転車	13	7	14		3	37
徒歩	64	80	48	6	4	202
その他	4	1	4			9
合計	420	500	356	29	14	1,319

図 1-4-11 移動手段別の山口市訪問の満足度



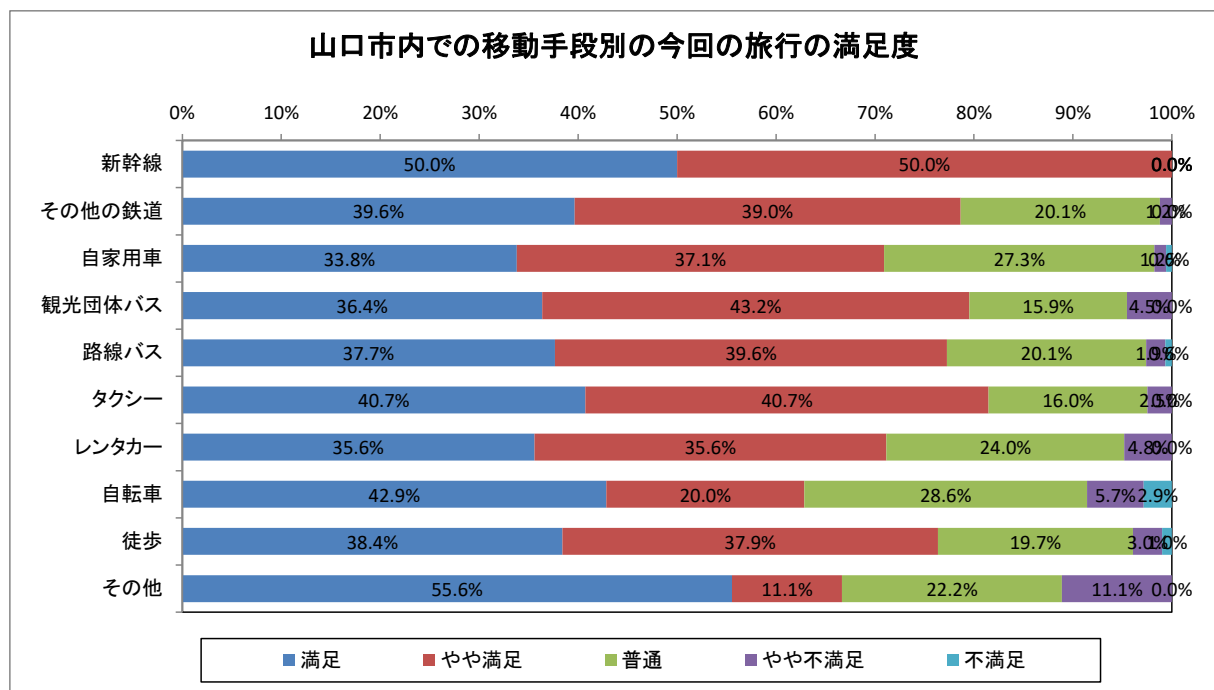
## (6) 今回の旅行の満足度

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、自家用車と自転車、レンタカーでは約 70%であるが、その他は約 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	4	0	0	0	8
その他の鉄道	65	64	33	2	0	164
自家用車	172	189	139	6	3	509
観光団体バス	16	19	7	2	0	44
路線バス	58	61	31	3	1	154
タクシー	33	33	13	2	0	81
レンタカー	37	37	25	5	0	104
自転車	15	7	10	2	1	35
徒歩	78	77	40	6	2	203
その他	5	1	2	1	0	9
合計	483	492	300	29	7	1,311

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

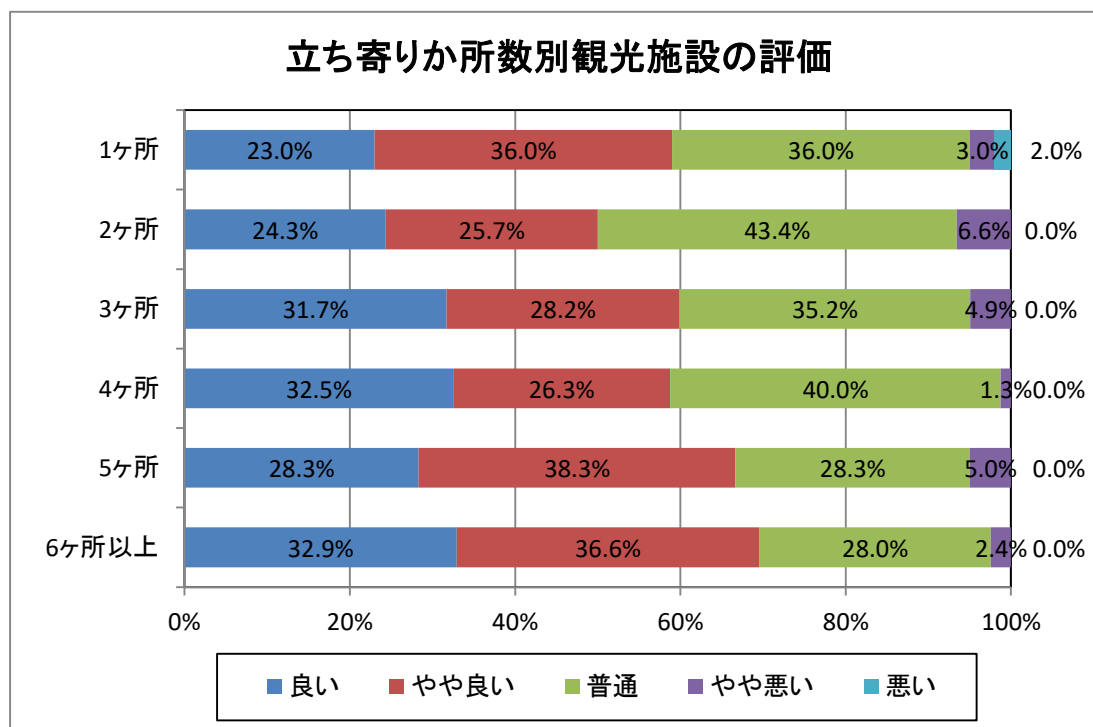
#### (1) 立ち寄りか所数別の観光施設の評価

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。全体として立ち寄りか所が多くなると、良いとする評価の割合が 60%以上と高くなっている。多くの観光施設に立ち寄るように周遊行動を促進することで、満足度を高くすることが可能になると考えられる。

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	23	36	36	3	2	100
2ヶ所	37	39	66	10	0	152
3ヶ所	45	40	50	7	0	142
4ヶ所	26	21	32	1	0	80
5ヶ所	17	23	17	3	0	60
6ヶ所以上	27	30	23	2	0	82

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か所数、交通手段別の観光施設の評価を示したものである。いずれの立ち寄りか所数についても、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、立ち寄りか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	2	7	4	0	0	13
	自家用車	11	21	20	1	1	54
	団体観光バス	5	2	3	0	0	10
	路線バス	0	7	12	2	0	21
	タクシー	1	6	4	0	0	11
	レンタカー	2	2	2	1	0	7
	その他	0	0	0	0	0	0
2ヶ所	その他の鉄道	3	6	13	1	0	23
	自家用車	22	17	29	3	0	71
	団体観光バス	5	3	2	1	0	11
	路線バス	2	7	4	0	0	13
	タクシー	2	3	3	0	0	8
	レンタカー	2	7	10	2	0	21
	その他	1	0	0	0	0	1
3ヶ所	その他の鉄道	8	7	12	1	0	28
	自家用車	25	18	23	4	0	70
	団体観光バス	1	1	1	0	0	3
	路線バス	5	8	9	2	0	24
	タクシー	2	3	3	0	0	8
	レンタカー	7	5	4	2	0	18
	その他	0	1	0	0	0	1
4ヶ所	その他の鉄道	10	3	3	1	0	17
	自家用車	5	10	17	0	0	32
	団体観光バス	1	0	0	0	0	2
	路線バス	10	5	5	0	0	20
	タクシー	2	2	2	0	0	6
	レンタカー	4	2	4	0	0	10
	その他	0	0	1	0	0	1
5ヶ所	その他の鉄道	4	6	2	1	0	13
	自家用車	6	9	11	2	0	28
	団体観光バス	0	0	0	0	0	0
	路線バス	3	6	2	1	0	12
	タクシー	3	2	1	1	0	7
	レンタカー	5	5	1	0	0	11
	その他	0	0	0	0	0	0
6ヶ所以上	その他の鉄道	3	7	4	0	0	14
	自家用車	9	8	7	1	0	25
	団体観光バス	0	1	1	0	0	2
	路線バス	10	6	6	2	0	24
	タクシー	7	7	4	1	0	19
	レンタカー	2	3	5	0	0	10
	その他	0	0	0	0	0	0

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

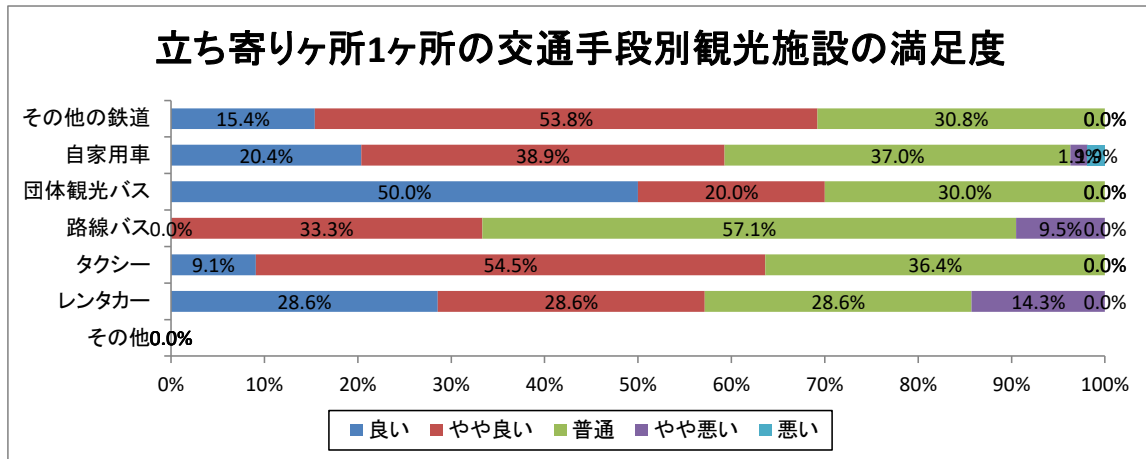


図 1-4-15 立ち寄りか所 2 か所の交通手段別観光施設の評価

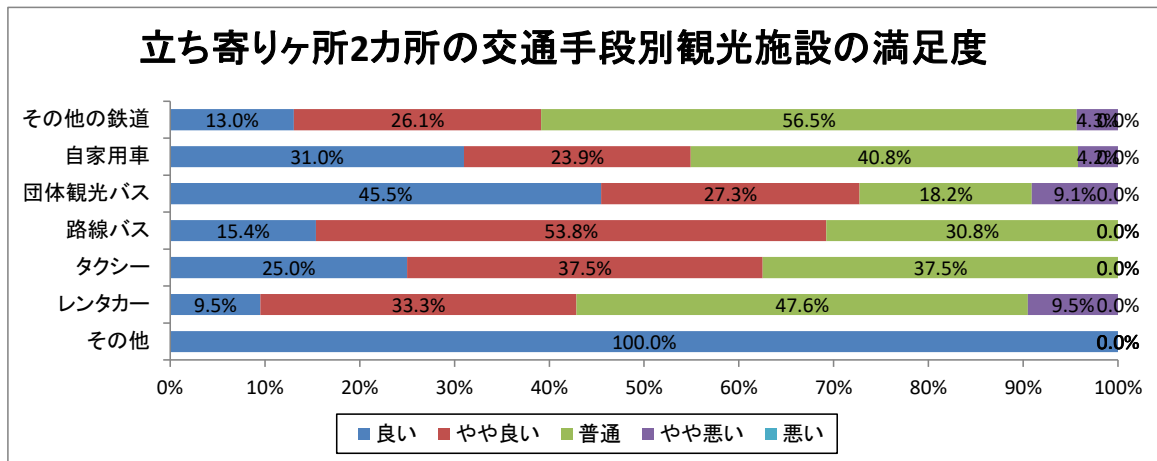


図 1-4-16 立ち寄りか所 3 か所の交通手段別観光施設の評価

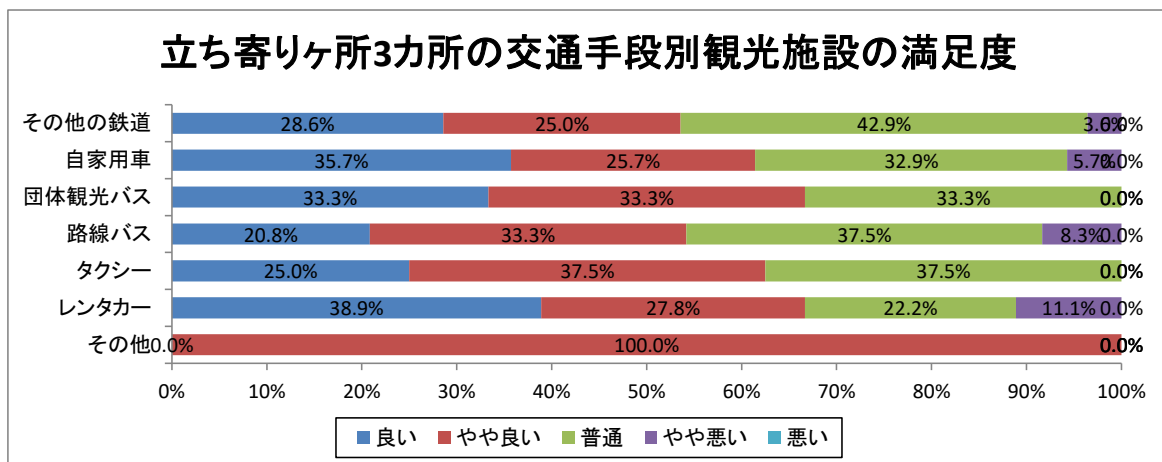


図 1-4-17 立ち寄りか所 4 か所の交通手段別観光施設の満足度

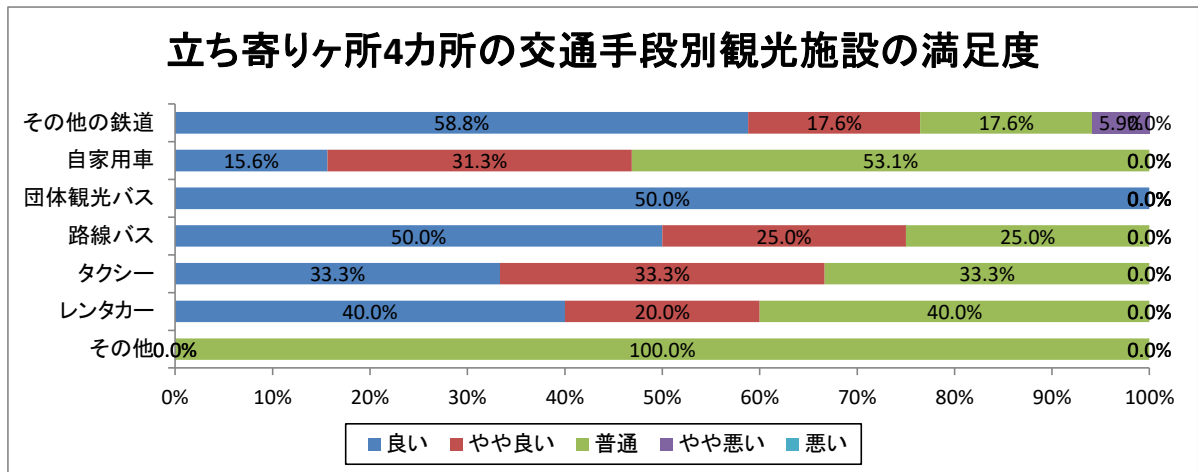


図 1-4-18 立ち寄りか所 5 か所の交通手段別観光施設の満足度

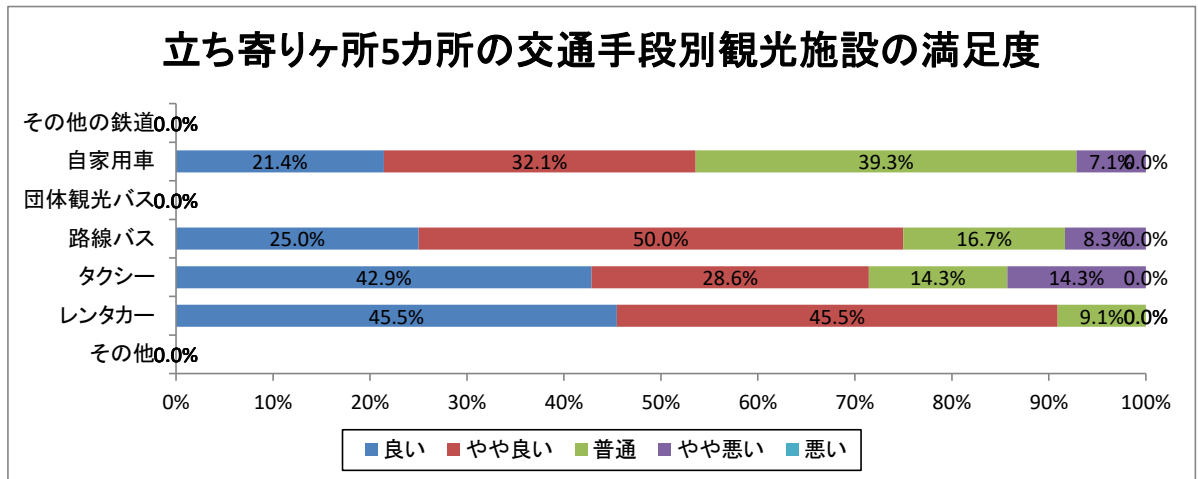
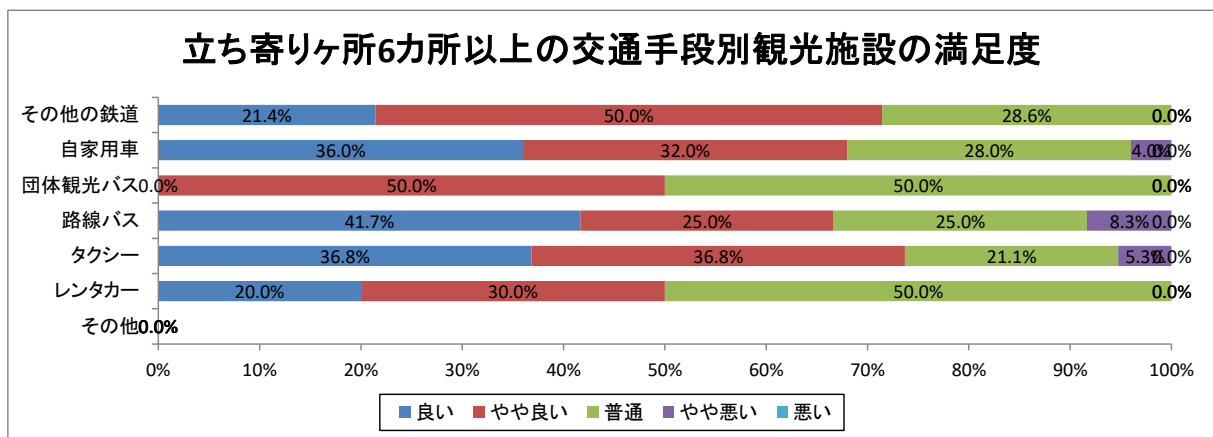


図 1-4-19 立ち寄りか所 6 か所の交通手段別観光施設の満足度



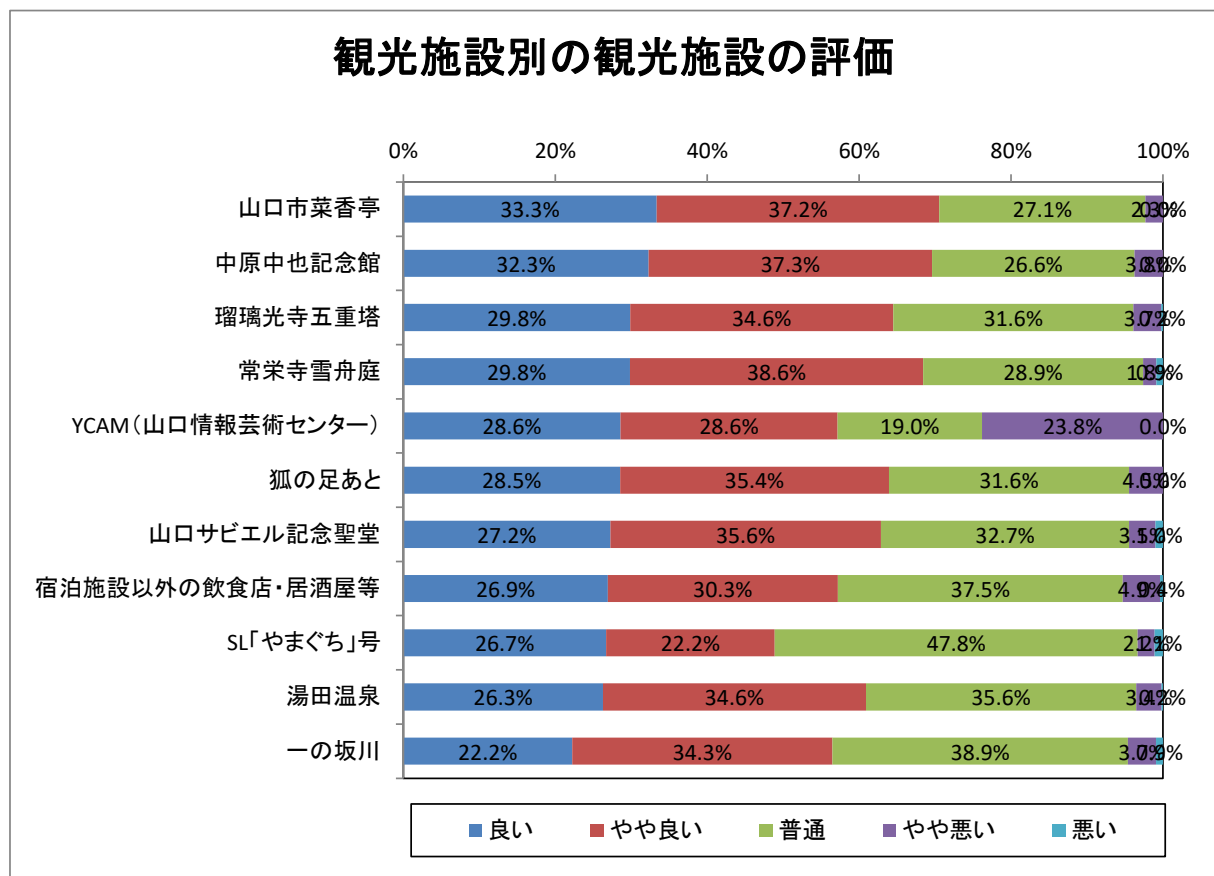
### (3) 立ち寄り観光施設と観光施設の評価

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	141	186	191	18	1	537
瑠璃光寺五重塔	137	159	145	17	1	459
中原中也記念館	103	119	85	12	0	319
狐の足あと	83	103	92	13	0	291
宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	71	80	99	13	1	264
山口サビエル記念聖堂	55	72	66	7	2	202
山口市菜香亭	43	48	35	3	0	129
常栄寺雪舟庭	34	44	33	2	1	114
一の坂川	24	37	42	4	1	108
SL「やまぐち」号	24	20	43	2	1	90
YCAM(山口情報芸術センター)	6	6	4	5	0	21

図 1-4-20 立ち寄り観光施設別の観光施設の評価



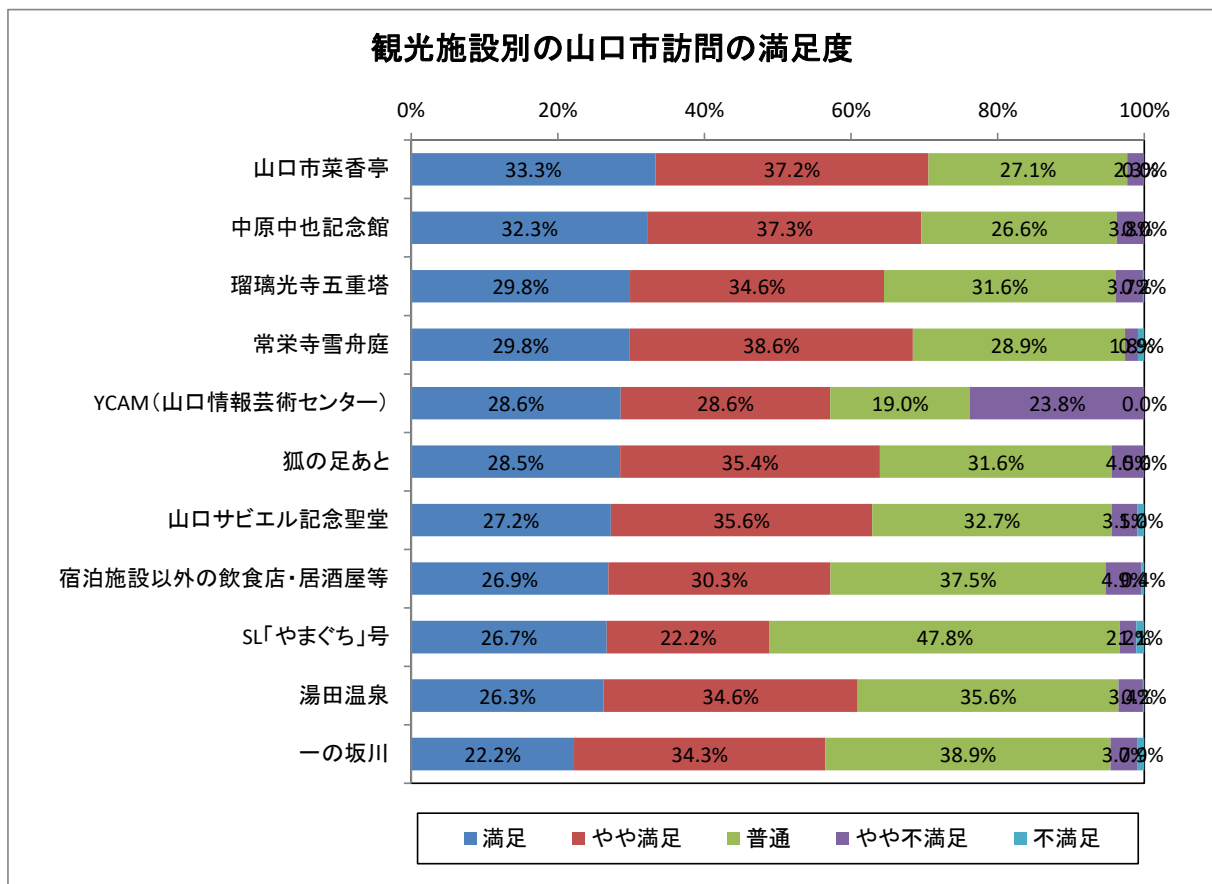
#### (4) 主要観光施設と山口市訪問の満足度

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。各施設とも満足とやや満足を合わせると約 60%となっているが、SL「やまぐち」号の満足度がやや低くなっている。

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
湯田温泉	141	186	191	18	1	537
瑠璃光寺五重塔	137	159	145	17	1	459
中原中也記念館	103	119	85	12	0	319
狐の足あと	83	103	92	13	0	291
宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	71	80	99	13	1	264
山口サビエル記念聖堂	55	72	66	7	2	202
山口市菜香亭	43	48	35	3	0	129
常栄寺雪舟庭	34	44	33	2	1	114
一の坂川	24	37	42	4	1	108
SL「やまぐち」号	24	20	43	2	1	90
YCAM(山口情報芸術センター)	6	6	4	5	0	21

図 1-4-21 立ち寄り観光施設別の山口市訪問の満足度





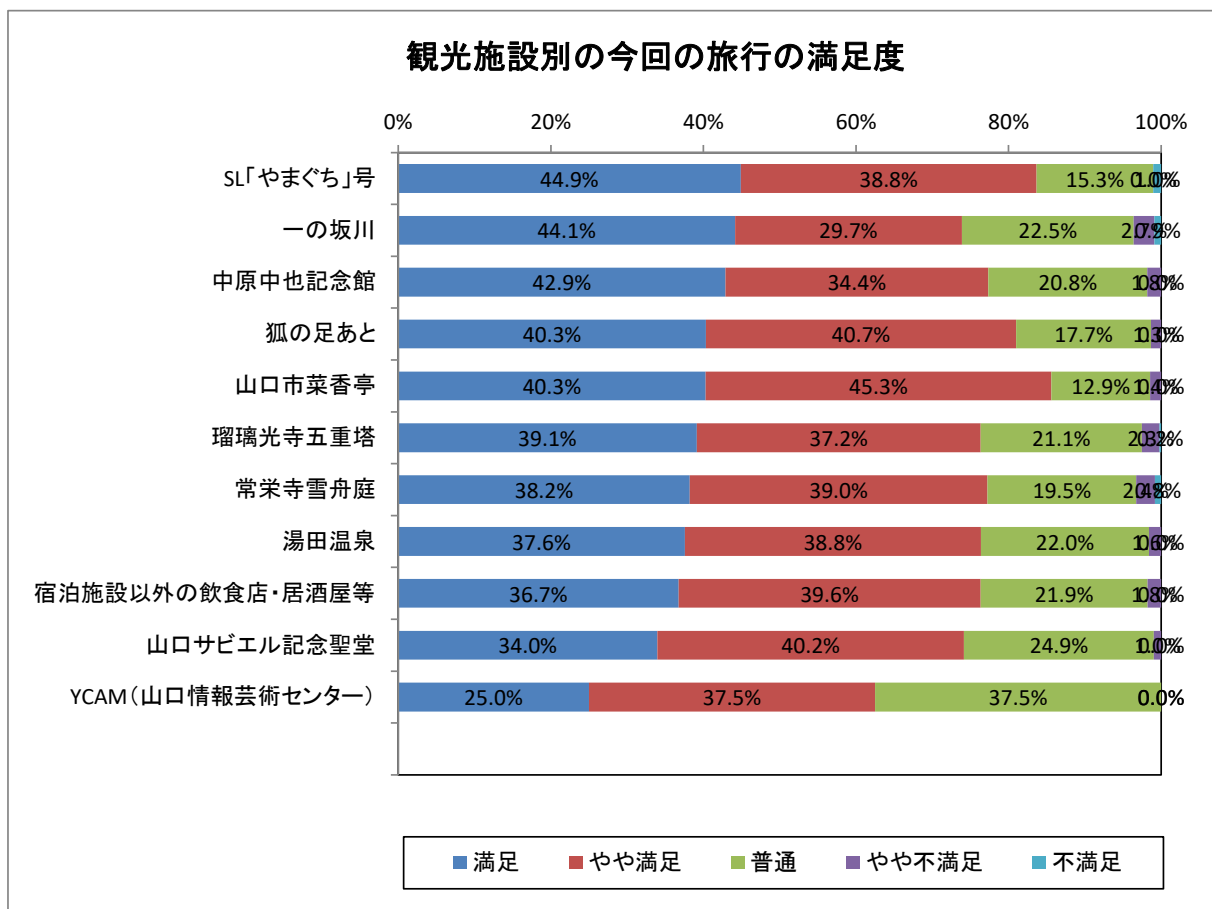
### (5) 主要観光施設と今回の旅行の満足度

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。満足とやや満足を合計すると全体的に 70%超が満足しているといえる。YCAM はやや低いがそれでも 60%超である。

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
湯田温泉	210	217	123	9	0	559
瑠璃光寺五重塔	187	178	101	11	1	478
中原中也記念館	142	114	69	6	0	331
狐の足あと	121	122	53	4	0	300
宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等	104	112	62	5	0	283
山口サビエル記念聖堂	71	84	52	2	0	209
山口市菜香亭	56	63	18	2	0	139
常栄寺雪舟庭	47	48	24	3	1	123
一の坂川	49	33	25	3	1	111
SL「やまぐち」号	44	38	15	0	1	98
YCAM(山口情報芸術センター)	6	9	9	0	0	24

図 1-4-22 立ち寄り観光施設別の今回の旅行の満足度



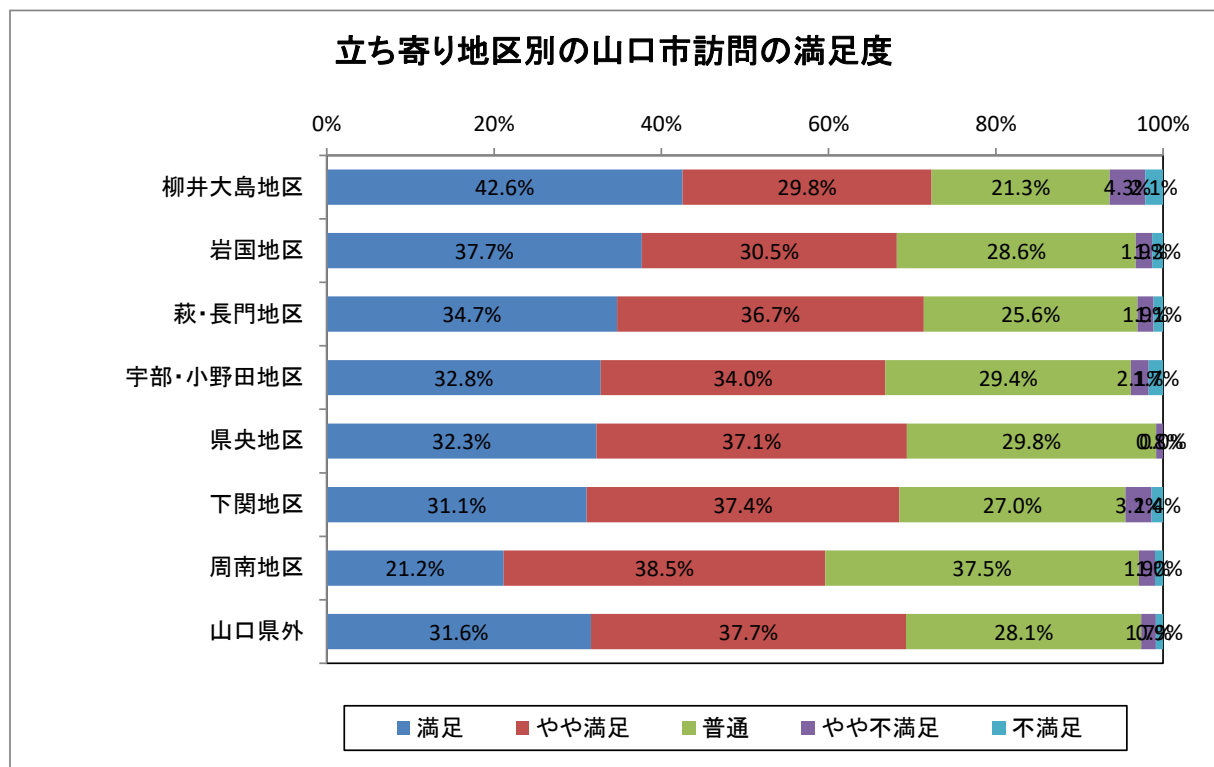
### (6) 立ち寄り地区別の山口市訪問の満足度

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。柳井大島地区、岩国地区を訪問した旅行者が山口市訪問を満足とする割合が 37%以上と高い。満足とやや満足を合わせると、萩・長門地区を訪問した旅行者の満足度が高く 71.4%となっている。一方で、周南地区は満足の割合が 21.2%と低い。

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
萩・長門地区	125	132	92	7	4	360
宇部・小野田地区	77	80	69	5	4	235
下関地区	69	83	60	7	3	222
岩国地区	58	47	44	3	2	154
県央地区	40	46	37	1	0	124
周南地区	22	40	39	2	1	104
柳井大島地区	20	14	10	2	1	47
山口県外	73	87	65	4	2	231

図 1-4-23 立ち寄り地区別の山口市訪問の満足度



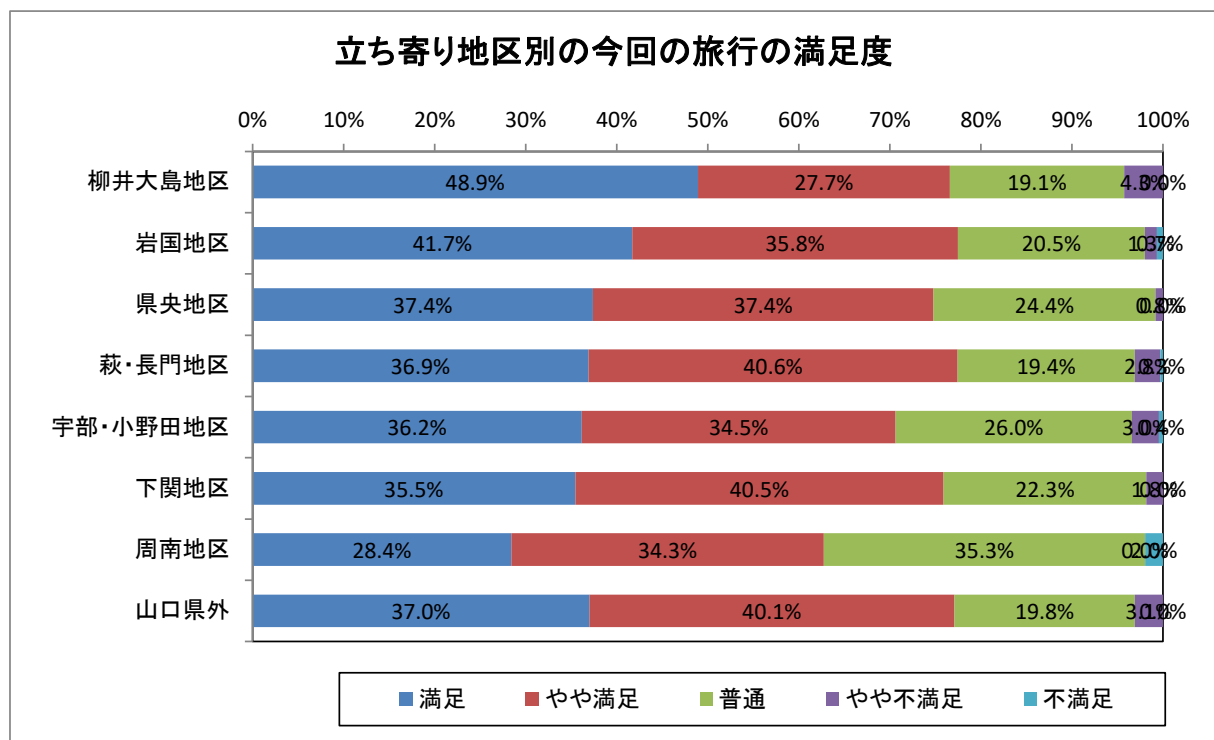
### (7) 立ち寄り地区別の今回の旅行の満足度

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山口県外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
萩・長門地区	131	144	69	10	1	355
宇部・小野田地区	85	81	61	7	1	235
下関地区	78	89	49	4	0	220
岩国地区	63	54	31	2	1	151
県央地区	46	46	30	1	0	123
周南地区	29	35	36	0	2	102
柳井大島地区	23	13	9	2	0	47
山口県外	84	91	45	7	0	227

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

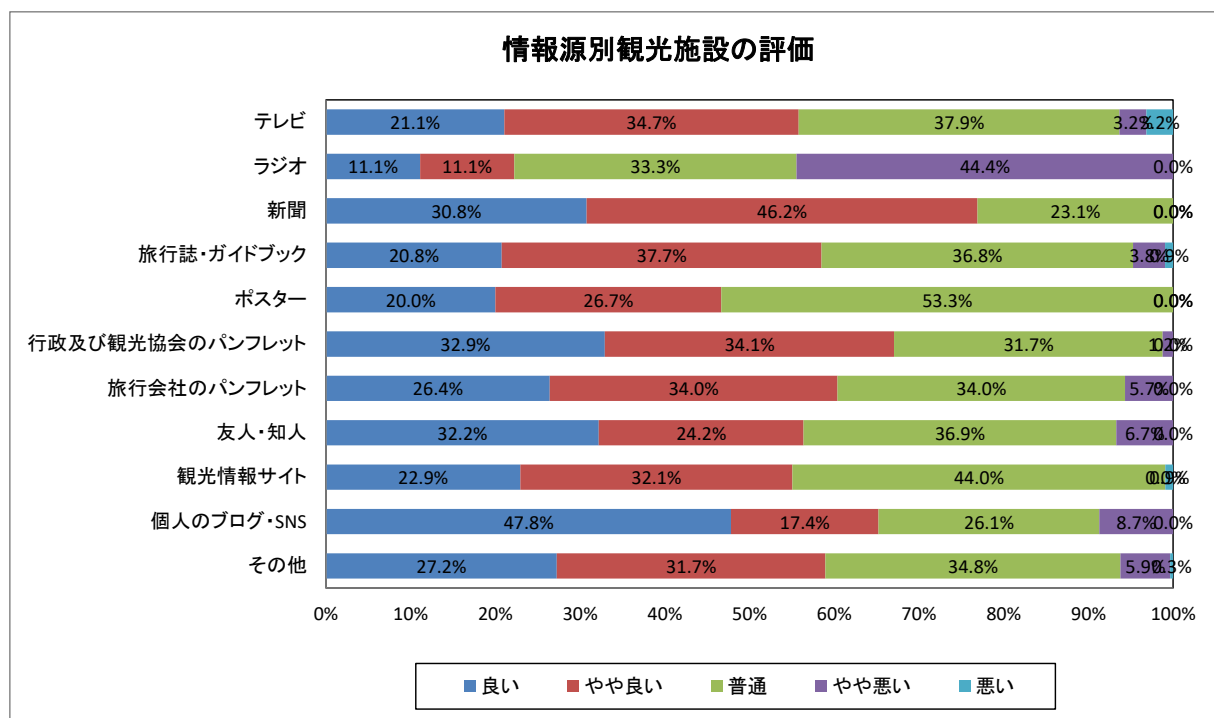
### (1) 情報源別の観光施設の評価

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。観光施設を良いと評価したのは、個人のブログが 47.8%、行政及び観光協会のパンフレットが 32.9%となっている。

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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
良い	20	1	4	22	3	27	14	48	25	11	79	254
やや良い	33	1	6	40	4	28	18	36	35	4	92	297
普通	36	3	3	39	8	26	18	55	48	6	101	343
やや悪い	3	4	0	4	0	1	3	10	0	2	17	44
悪い	3	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	6
合計	95	9	13	106	15	82	53	149	109	23	290	944

図 1-4-25 情報源別の観光施設の評価



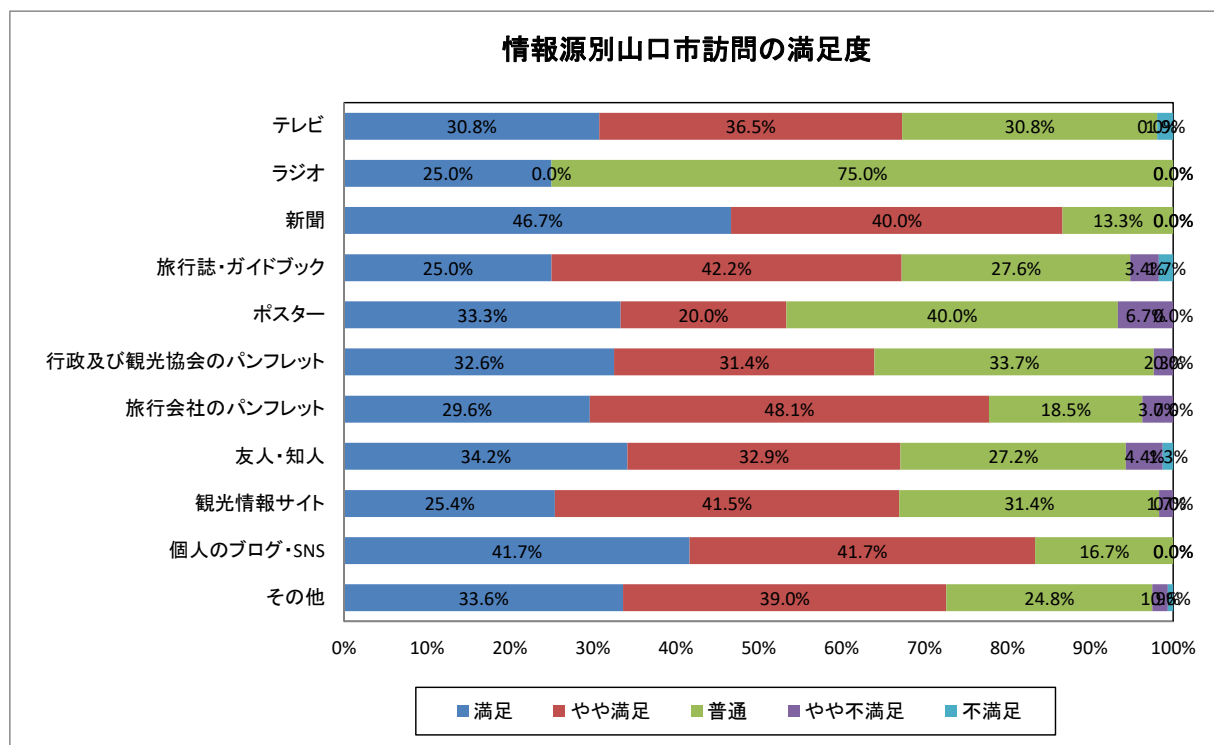
## (2) 情報源別の山口市訪問の満足度

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。満足とやや満足を合わせた数値で見ると、情報源では個人のブログ・SNS が 83.4%、旅行会社のパンフレットが 77.7%が高い満足度となっている。標本サイズは小さいものの新聞が 86.7%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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
満足	32	2	7	29	5	28	16	54	30	10	107	320
やや満足	38	0	6	49	3	27	26	52	49	10	124	384
普通	32	6	2	32	6	29	10	43	37	4	79	280
やや不満足	0	0	0	4	1	2	2	7	2	0	6	24
不満足	2	0	0	2	0	0	0	2	0	0	2	8
合計	104	8	15	116	15	86	54	158	118	24	318	1,016

図 1-4-26 情報源別の山口市訪問の満足度



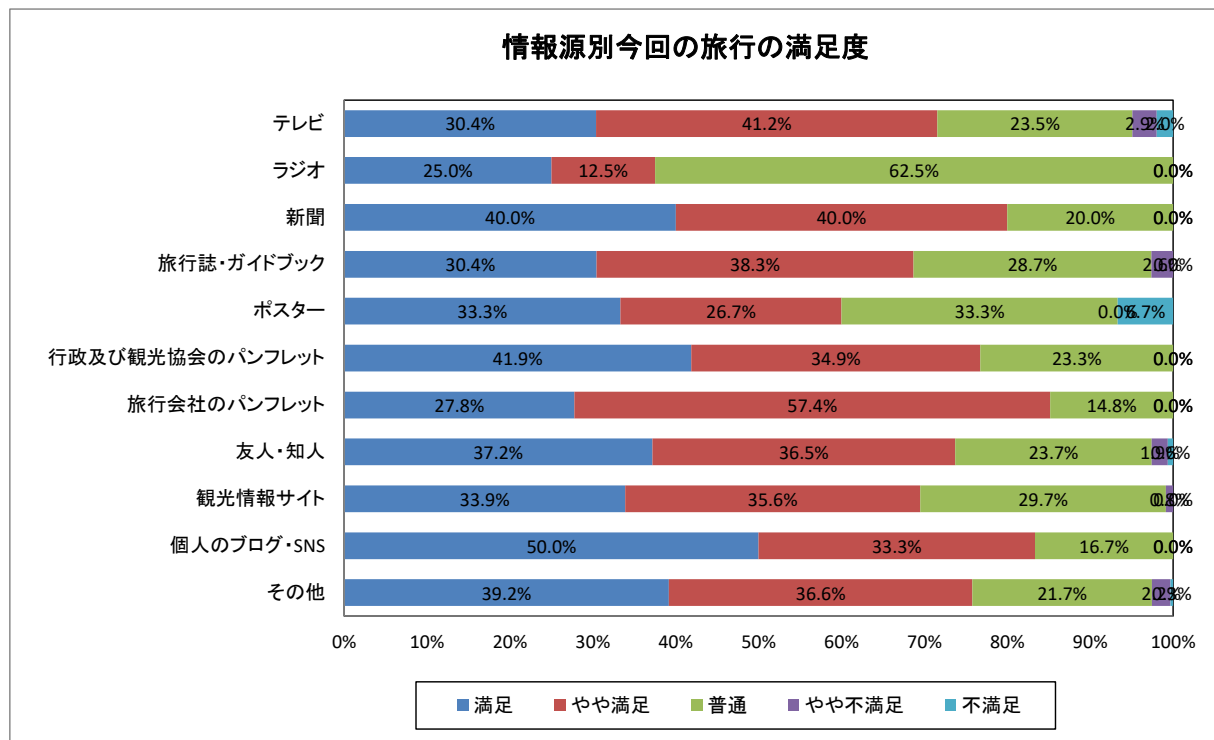
### (3) 情報源別の今回の旅行の満足度

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、旅行会社のパンフレットが 85.2%、個人のブログ・SNS が 83.3%、新聞が 80.0%である。また、標本サイズは小さいものの、ポスターでのやや不満足と不満足を合わせた数値が他と比較し高かった。

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	観光情報サイト	個人のブログ・SNS	その他	合計
満足	31	2	6	35	5	36	15	58	40	12	123	363
やや満足	42	1	6	44	4	30	31	57	42	8	115	380
普通	24	5	3	33	5	20	8	37	35	4	68	242
やや不満足	3	0	0	3	0	0	0	3	1	0	7	17
不満足	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	5
合計	102	8	15	115	15	86	54	156	118	24	314	1,007

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、60%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 80.0%、品揃えは 63.5%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 21.3%であり、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。

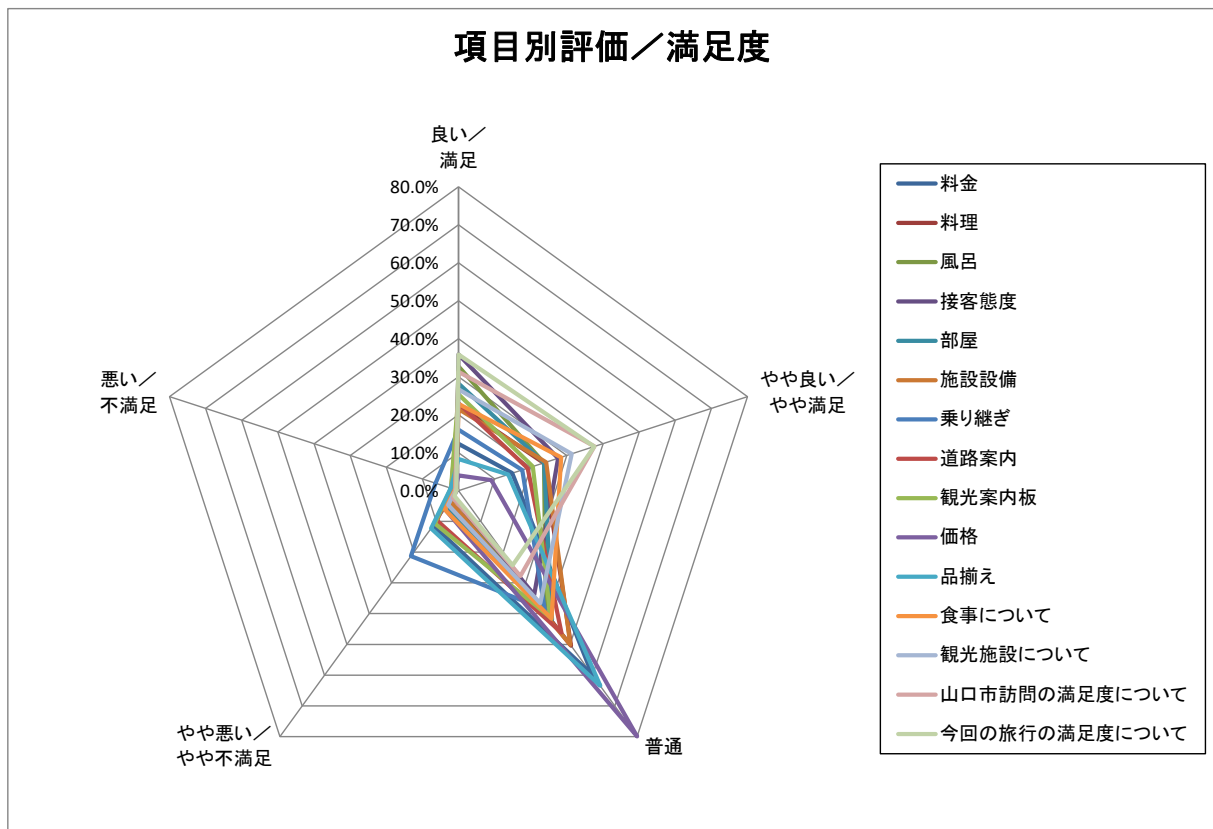
表 1-4-23 項目別評価／満足度

		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	83	100	403	76	10	672
	料理	143	150	320	15	7	635
	風呂	213	154	254	24	6	651
	接客態度	239	184	226	14	4	667
	部屋	180	151	267	35	5	638
	施設設備	138	156	322	23	4	643
交通の便について	乗り継ぎ	113	124	272	150	45	704
	道路案内	192	160	385	81	17	835
	観光案内板	217	176	353	91	18	855
土産物について	価格	40	90	794	60	9	993
	品揃え	79	130	600	116	20	945
食事について		190	243	458	62	16	969
観光施設について		258	303	354	45	7	967
山口市訪問の満足度について		326	392	289	25	9	1,041
今回の旅行の満足度について		369	387	250	18	6	1,030

【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	12.4%	14.9%	60.0%	11.3%	1.5%	100.0%
	料理	22.5%	23.6%	50.4%	2.4%	1.1%	100.0%
	風呂	32.7%	23.7%	39.0%	3.7%	0.9%	100.0%
	接客態度	35.8%	27.6%	33.9%	2.1%	0.6%	100.0%
	部屋	28.2%	23.7%	41.8%	5.5%	0.8%	100.0%
	施設設備	21.5%	24.3%	50.1%	3.6%	0.6%	100.0%
交通の便について	乗り継ぎ	16.1%	17.6%	38.6%	21.3%	6.4%	100.0%
	道路案内	23.0%	19.2%	46.1%	9.7%	2.0%	100.0%
	観光案内板	25.4%	20.6%	41.3%	10.6%	2.1%	100.0%
土産物について	価格	4.0%	9.1%	80.0%	6.0%	0.9%	100.0%
	品揃え	8.4%	13.8%	63.5%	12.3%	2.1%	100.0%
食事について		19.6%	25.1%	47.3%	6.4%	1.7%	100.0%
観光施設について		26.7%	31.3%	36.6%	4.7%	0.7%	100.0%
山口市訪問の満足度について		31.3%	37.7%	27.8%	2.4%	0.9%	100.0%
今回の旅行の満足度について		35.8%	37.6%	24.3%	1.7%	0.6%	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（あるいは背後に影響を与えている共通の要因があると解釈できる）。

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、その他に観光施設との相関が強い。旅行の満足度としては、お土産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	<b>0.738</b>	1.000													
	風呂	<b>0.775</b>	<b>0.836</b>	1.000												
	接客態度	<b>0.833</b>	<b>0.848</b>	<b>0.883</b>	1.000											
交通	部屋	<b>0.795</b>	<b>0.798</b>	<b>0.856</b>	<b>0.912</b>	1.000										
	施設設備	<b>0.798</b>	<b>0.824</b>	<b>0.857</b>	<b>0.908</b>	<b>0.929</b>	1.000									
	乗り継ぎ	0.383	0.382	0.407	0.415	0.417	0.413	1.000								
土産物	道路標識	0.265	0.270	0.284	0.305	0.308	0.323	0.319	1.000							
	観光案内板	0.313	0.312	0.323	0.364	0.359	0.357	0.371	<b>0.771</b>	1.000						
	価格	0.256	0.267	0.266	0.282	0.271	0.282	0.277	0.391	0.409	1.000					
食事	品揃え	0.226	0.298	0.270	0.290	0.279	0.287	0.264	0.389	0.460	<b>0.743</b>	1.000				
	食事	0.266	0.274	0.274	0.305	0.289	0.302	0.233	0.403	0.406	<b>0.512</b>	<b>0.505</b>	1.000			
観光施設		0.226	0.260	0.247	0.288	0.279	0.303	0.257	0.385	0.417	0.481	0.472	<b>0.626</b>	1.000		
山口市訪問の満足度		0.263	0.299	0.293	0.326	0.323	0.321	0.273	0.419	0.456	<b>0.501</b>	0.481	<b>0.637</b>	<b>0.711</b>	1.000	
今回の旅行の満足度		0.288	0.298	0.309	0.358	0.351	0.353	0.272	0.420	0.455	<b>0.522</b>	0.493	<b>0.626</b>	<b>0.691</b>	<b>0.885</b>	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

$$\begin{aligned} &= 0.956 & - & 0.027 \times \text{料金} & + & 0.032 \times \text{料理} & + & 0.008 \times \text{風呂} \\ & (12.95) ** & (-0.912) & (1.081) & (-0.246) \\ & & + & 0.014 \times \text{接客態度} & - & 0.099 \times \text{部屋} & - & 0.093 \times \text{施設設備} \\ & & (0.328) & (-2.331) * & (-2.096) * \\ & & + & 0.009 \times \text{乗り継ぎ} & + & 0.019 \times \text{道路標識} & + & 0.073 \times \text{観光案内板} \\ & & (0.489) & (0.757) & (2.830) ** \\ & & + & 0.112 \times \text{土産物の価格} & + & 0.007 \times \text{土産物の品揃え} \\ & & (3.169) ** & (0.242) \\ & & + & 0.227 \times \text{食事} & + & 0.403 \times \text{観光施設} \\ & & (9.366) ** & (17.69) ** \end{aligned}$$

n (標本数) = 1,166、決定係数 : 0.596、自由度修正済み決定係数 : 0.591、F 値 = 130.6\*\*  
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 5%で有意の変数をみると、山口市訪問の満足度は、宿泊施設の部屋と施設設備、観光案内板、お土産の価格、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、観光案内板、土産物の価格、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 0.403 と最も高く、次に食事が 0.227 となっていることから、観光施設と食事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

$$\begin{aligned} &= 0.915 & - & 0.028 \times \text{料金} & - & 0.052 \times \text{料理} & - & 0.015 \times \text{風呂} \\ &(11.80) & ** & (-0.902) & & (-1.686) & & (-0.456) \\ & & + & 0.096 \times \text{接客態度} & + & 0.085 \times \text{部屋} & - & 0.032 \times \text{施設設備} \\ & & & (2.170) & * & (1.902) & & (-0.692) \\ & & - & 0.001 \times \text{乗り継ぎ} & + & 0.023 \times \text{道路標識} & + & 0.063 \times \text{観光案内板} \\ & & & (-0.057) & & (0.873) & & (2.327) * \\ & & + & 0.163 \times \text{土産物の価格} & + & 0.021 \times \text{土産物の品揃え} & & \\ & & & (4.363) & ** & (0.645) & & \\ & & + & 0.218 \times \text{食事} & + & 0.381 \times \text{観光施設} & & \\ & & & (8.525) & ** & (15.91) & ** & \end{aligned}$$

n（標本数）=1,166、決定係数：0.583、自由度修正済み決定係数：0.578、F値=123.9\*\*  
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5%で有意な変数をみると、今回の旅行の満足度は、宿泊施設の接客態度、観光案内板、土産物の価格、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、宿泊施設の接客態度、観光案内板、土産物の価格、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0.381、食事が0.218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。

# 調査票（2018年版）

（表面）



7 5 3 8 7 9 0

山口市亀山町2番1号  
山口市役所 ふるさと創生部 観光交流課行



お住みの市町村	〒	番	町・支所	番	町・丁目	村
お住みの郵便番号	TEL( ) -					
性別	1. 男	2. 女	年齢	歳		
職業について当てはまるものを1つだけ○で囲んでください。 1. 会社員 2. 農林漁業 3. 自営業 4. 公務員・団体職員 5. 学生 6. 主婦・主夫 7. アルバイト・パート 8. 無業・定年退職 9. その他( )						
山口市にあたらぬ良いもの又は不足しているものは何ですか。						
普段から旅行情報の収集に利用する媒体（旅行雑誌・HP等）の名称をご記入下さい。						
山口市の観光についてのご感想・ご意見を記入下さい。						
今回の旅行で山口市以外にお立ち寄りになった地区番号とそのお立ち寄り地名を○印で囲んでください。 1. 岩国地区（岩国市） 2. 柳井大島地区（柳井市、美防大島町、平生町、上関町、田布施町） 3. 高瀬地区（高瀬市、下関市、波佐町） 4. 萩地区（萩市） 5. 萩・長門地区（萩市、長門市、阿武町） 6. 下関地区（下関市） 7. 宇部・小野田地区（宇部市、山崎小野田市、美祿市） 8. 山口県外（広島県・福岡県・その他） 9. 山口市以外に立ち寄った地区はない						

真面目に请填写。



## 山口市観光動態アンケート

「山口市」へようこそいらっしゃいました。  
みなさまのご旅行をより楽しくしていただくための資料といたしますので、恐れ入りますが、アンケートにご回答いただき、切り取り線で切り離し、お近くのポストにご投函ください。（切手不要）

### 抽選で山口市の記念品をプレゼント!

※プレゼントの当選は発送をもってかえさせていただきます。

#### ～アンケートの記入について(お願い)～

左枠内におとこ、おなまえ等をご記入いただき、裏面のアンケートにご協力ください。

## 山口県



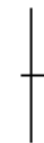
お問い合わせは

山口市ふるさと創生部  
観光交流課  
TEL 083-934-2810  
FAX 083-934-2549

山口大学経済学部  
観光経済経営研究プロジェクト  
・野村研究室 TEL/FAX 083-933-5572

★山口市観光公式サイト 西の京やまぐち 検索 <http://yamaguchi-city.jp/>

※アンケートはがきによる個人情報について  
ご記入いただいた個人情報は、プレゼントの選考及びお問い合わせに必要と見られる場合の連絡のみに使用させていただきます。



# 調査票（2018年版）

（裏面）

次の質問は目的の欄を必ず記入欄にご記入ください。

①今回の山口市でのご旅行の主な目的の番号を1つだけ選択してください。  
 1. 観光・旅行・出張 2. ビジネス・公務 3. 家族・親戚等への訪問  
 4. スキーが目的 5. 大衆イベント出席 6. その他

②今回のご旅行で、山口市も最寄り駅に駅が与えられたまっかげとなった路線の番号を1つだけ選択してください。  
 1. JR山陽 2. JR山口 3. 新幹線  
 4. 旅行会社・ガイドブック 5. ポスト 6. 行先のみが観光地ゆきの特快  
 7. 旅行会社のパンフレット 8. 友人・知人 9. 観光情報サイト  
 10. 個人のブログなど 11. その他

③ご旅行の同行者について番号を選択してください。また、ご自身を含む人数をご記入ください。  
 1. ひとりで 2. 家族 3. 夫婦 4. 親戚 5. 友人・知人 6. 同僚 7. その他

④山口市への旅行は今度で何回目ですか、回数をご記入ください。  
 今回ばかりの場合は1とご記入ください。

⑤今回の山口市へのご旅行は何月でしたか？

⑥山口市まででの主な交通手段と⑦山口市内の移動手段の番号を全て選択し、( )にご記入ください。(複数回答可)  
 1. 新幹線 2. その他の鉄道 3. 自動車 4. 船  
 5. 観光バス 6. 路線バス 7. タクシー 8. レンタカー  
 9. 飛行機 10. 自転車 11. 徒歩 12. その他

⑧今回のご旅行の全行程は何日でしたか。  
 宿泊回数を記入ください。(山口市以外も含む)

⑨山口市内で使った一人当たりの金額をご記入ください。

⑩山口市内で利用した宿泊施設、交通の便や旅行の満足度などについて、項目ごと評価するものを○で選んでください。

⑪山口市は何が魅力だと感じますか。  
 上位3つまで番号を○で選んでください。

⑫今回の旅行中に山口市内で立ち寄った観光施設と主な観光史をお答えください。

⑬山口市内での旅行中の管理についてお尋ねします。項目ごと評価するものを○で選んでください。

⑭また山口市を訪れたいと感じますか、独自の番号を1つだけ選択してください。

右欄にご記入下さい。

①訪問年月(TO)	②訪問年月(FROM)	③旅行中の滞在日数(泊)と訪問先(市町村)
		滞在日数 ( )泊 訪問先 ( )市 ( )町 ( )村
訪問地	訪問地	訪問地(市町村)で交通手段
項目	内	山口市内の移動手段
④ 今回の旅行の全行程 ( )市 ( )町 ( )村		
⑤ 山口市内で使った <u>一人当たり</u> の金額をご記入ください。右の欄に項目も記入してください。		
1. 宿泊費(食事代別)別室別	2. 交通費	3. 観光費
4. 交通費	5. 観光費	6. その他
⑥ ⑦でご記入ください。山口市内で利用していない交通手段は、右欄に移動手段で、観光施設について、		
1. 新幹線	2. 鉄道	3. 自動車
4. 船	5. 観光バス	6. 路線バス
7. タクシー	8. レンタカー	9. 飛行機
10. 自転車	11. 徒歩	12. その他
⑧ 旅行中の滞在日数(泊)と訪問先(市町村)		
滞在日数 ( )泊	訪問先 ( )市 ( )町 ( )村	
⑨ 山口市内で使った <u>一人当たり</u> の金額をご記入ください。		
1. 宿泊費(食事代別)別室別	2. 交通費	3. 観光費
4. 交通費	5. 観光費	6. その他
⑩ 山口市内で利用した宿泊施設、交通の便や旅行の満足度などについて、項目ごと評価するものを○で選んでください。		
1. 新幹線	2. 鉄道	3. 自動車
4. 船	5. 観光バス	6. 路線バス
7. タクシー	8. レンタカー	9. 飛行機
10. 自転車	11. 徒歩	12. その他
⑪ 山口市は何が魅力だと感じますか。上位3つまで番号を○で選んでください。		
1. 観光地	2. 自然	3. 食文化
4. 歴史	5. 温泉	6. 温泉
7. 温泉	8. 温泉	9. 温泉
10. 温泉	11. 温泉	12. 温泉
⑫ 今回の旅行中に山口市内で立ち寄った観光施設と主な観光史をお答えください。		
1. 観光地	2. 自然	3. 食文化
4. 歴史	5. 温泉	6. 温泉
7. 温泉	8. 温泉	9. 温泉
10. 温泉	11. 温泉	12. 温泉
⑬ 山口市内での旅行中の管理についてお尋ねします。項目ごと評価するものを○で選んでください。		
1. 新幹線	2. 鉄道	3. 自動車
4. 船	5. 観光バス	6. 路線バス
7. タクシー	8. レンタカー	9. 飛行機
10. 自転車	11. 徒歩	12. その他
⑭ また山口市を訪れたいと感じますか、独自の番号を1つだけ選択してください。		
1. 訪ねたい	2. 訪ねたい	3. 訪ねたい
4. 訪ねたい	5. 訪ねたい	6. 訪ねたい
7. 訪ねたい	8. 訪ねたい	9. 訪ねたい
10. 訪ねたい	11. 訪ねたい	12. 訪ねたい

ご協力ありがとうございます。

## 第2部 2009年～2018年における時系列の集計結果

第2部では、2009年から2018年において行ったアンケート調査結果を10年の時系列としてまとめる。なお、10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、10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2018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、10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。

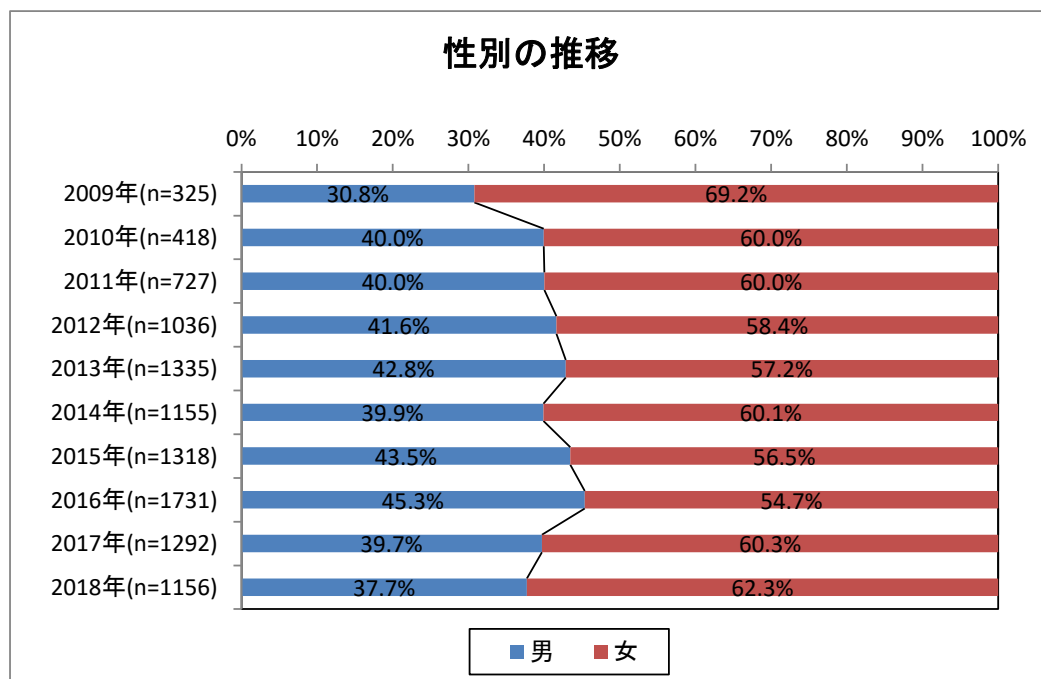
表 2-1-1 性別の回答数

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
2017年	513	779	1,292
2018年	436	720	1,156

【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%
2017年	39.7%	60.3%	100.0%
2018年	37.7%	62.3%	100.0%

図 2-1-1 性別の推移



## 2-2 年齢

表 2-2-1 は、2009 年から 2018 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 50 代、60 代の割合が多い。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。

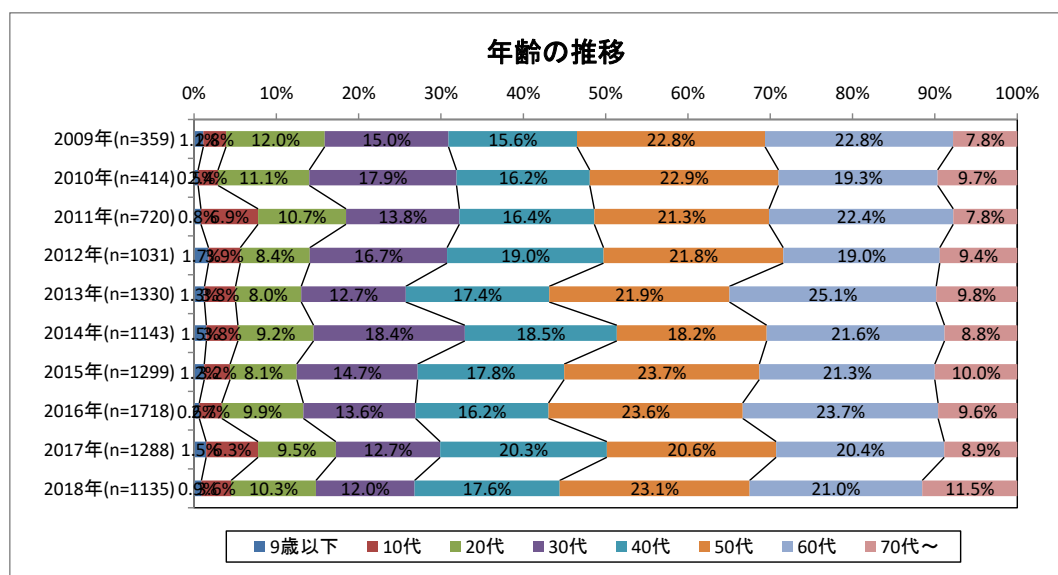
表 2-2-1 年齢別の回答数

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
2017年	19	81	122	163	261	265	263	114	1,288
2018年	10	41	117	136	200	262	238	131	1,135

### 【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%
2017年	1.5%	6.3%	9.5%	12.7%	20.3%	20.6%	20.4%	8.9%	100.0%
2018年	0.9%	3.6%	10.3%	12.0%	17.6%	23.1%	21.0%	11.5%	100.0%

図 2-2-1 年齢の推移



## 2-3 職業

表 2-3-1 は、2009 年から 2018 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。

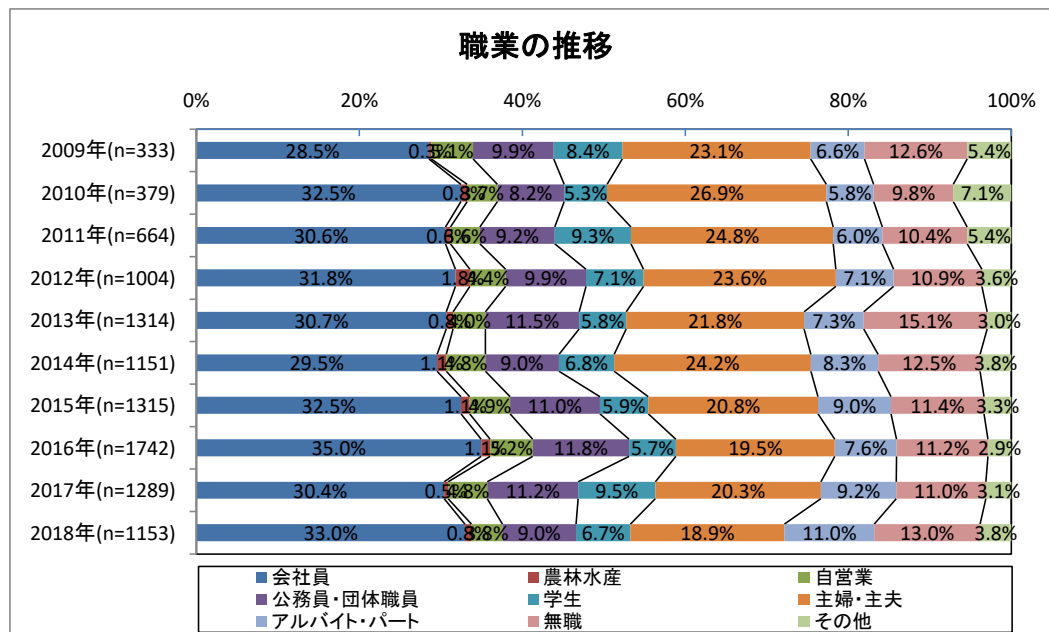
表 2-3-1 職業

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
2017年	392	6	62	144	122	262	119	142	40	1,289
2018年	380	9	44	104	77	218	127	150	44	1,153

### 【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%
2017年	30.4%	0.5%	4.8%	11.2%	9.5%	20.3%	9.2%	11.0%	3.1%	100.0%
2018年	33.0%	0.8%	3.8%	9.0%	6.7%	18.9%	11.0%	13.0%	3.8%	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 2018 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てとれる。

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
2017年	314	993	1,307
2018年	315	851	1,166

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	
2017年	128	100	7	79	8	6	221	23	59	191	249	47	183	1,301	
2018年	104	92	8	111	9	7	195	17	54	158	212	29	170	1,166	

### 【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%
2017年	24.0%	76.0%	100.0%
2018年	27.0%	73.0%	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	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%	
2017年	9.8%	7.7%	0.5%	6.1%	0.6%	0.5%	17.0%	1.8%	4.5%	14.7%	19.1%	3.6%	14.1%	100.0%	
2018年	8.9%	7.9%	0.7%	9.5%	0.8%	0.6%	16.7%	1.5%	4.6%	13.6%	18.2%	2.5%	14.6%	100.0%	

図 2-4-1 居住地の推移（山口県内・県外別）

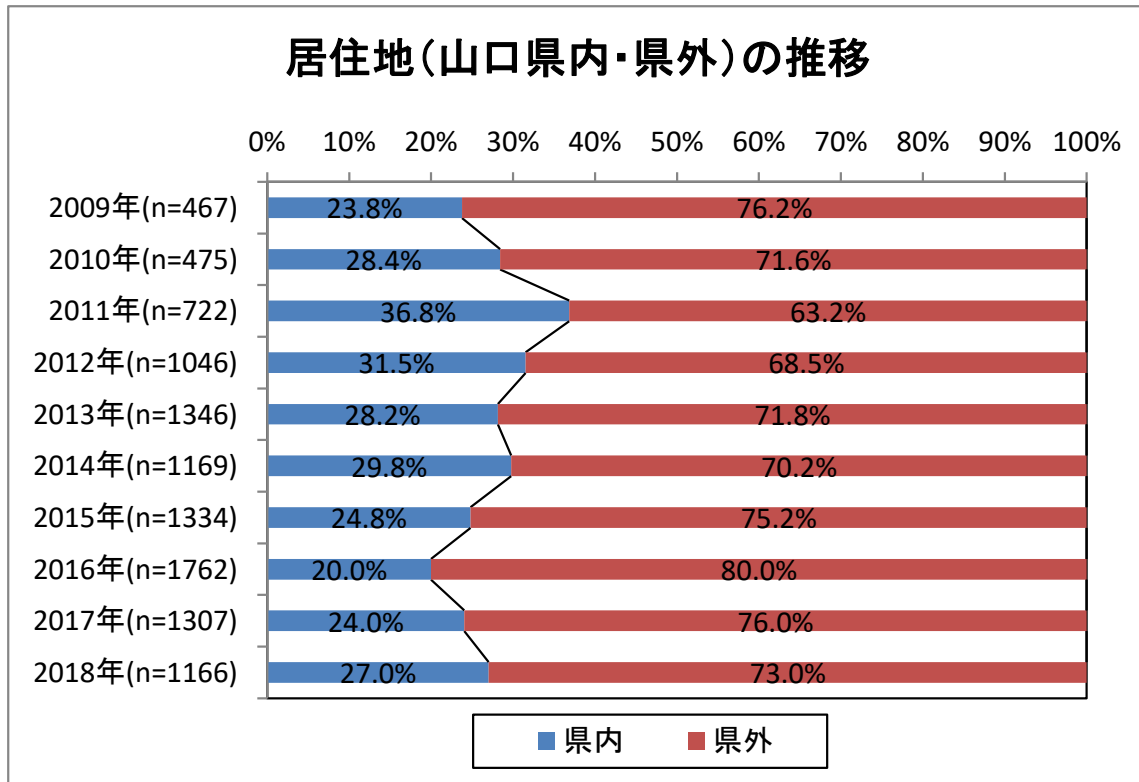
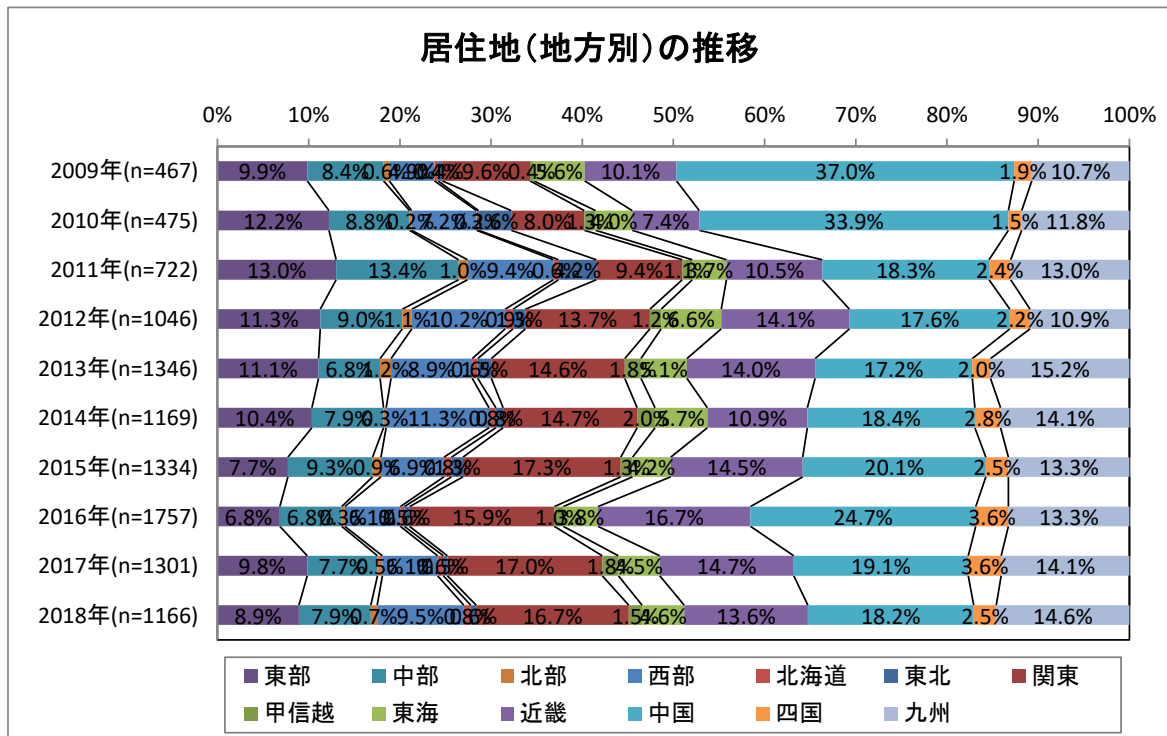


図 2-4-2 居住地構成の推移（地方別）



## 2-5 山口市以外の立ち寄りエリア

表 2-5-1 は、2009 年から 2018 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。また、2014 年以降は全体的に立ち寄りエリアの数が減少していたが、2017 年に再び増加し 2018 年も比較的高い水準を維持している。

表 2-5-1 立ち寄りエリアの回答（複数回答）

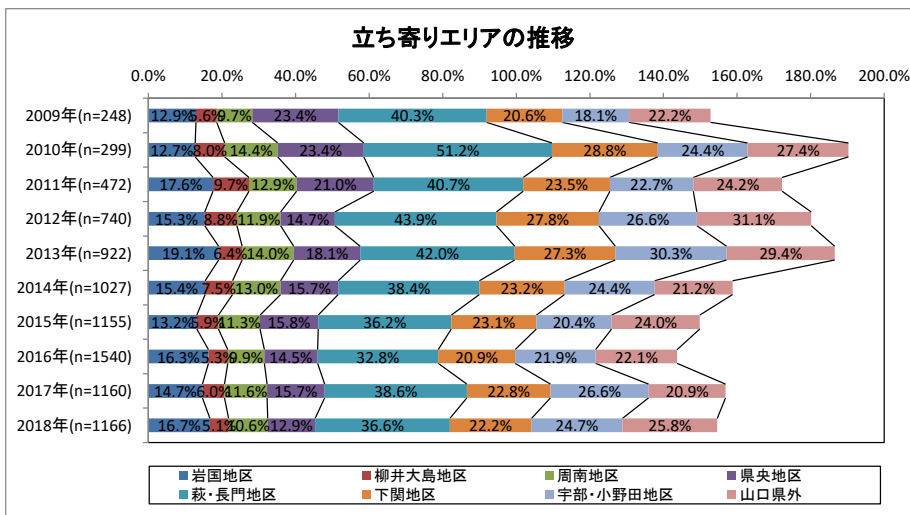
立ち寄り エリア	岩国 地区	柳井大島 地区	周南 地区	県央 地区	萩・長門 地区	下関 地区	宇部・小 野田地区	山口県外	合計	回答者数
2009年	32	14	24	58	100	51	45	55	379	248
2010年	38	24	43	70	153	86	73	82	569	299
2011年	83	46	61	99	192	111	107	114	813	472
2012年	113	65	88	109	325	206	197	230	1,333	740
2013年	176	59	129	167	387	252	279	271	1,720	922
2014年	158	77	134	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
2017年	170	70	134	182	448	264	309	243	1,820	1,160
2018年	195	59	124	150	427	259	288	301	1,803	1,166

### 【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%
2017年	14.7%	6.0%	11.6%	15.7%	38.6%	22.8%	26.6%	20.9%	156.9%	100.0%
2018年	16.7%	5.1%	10.6%	12.9%	36.6%	22.2%	24.7%	25.8%	154.6%	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 2017 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・旅行・温泉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。

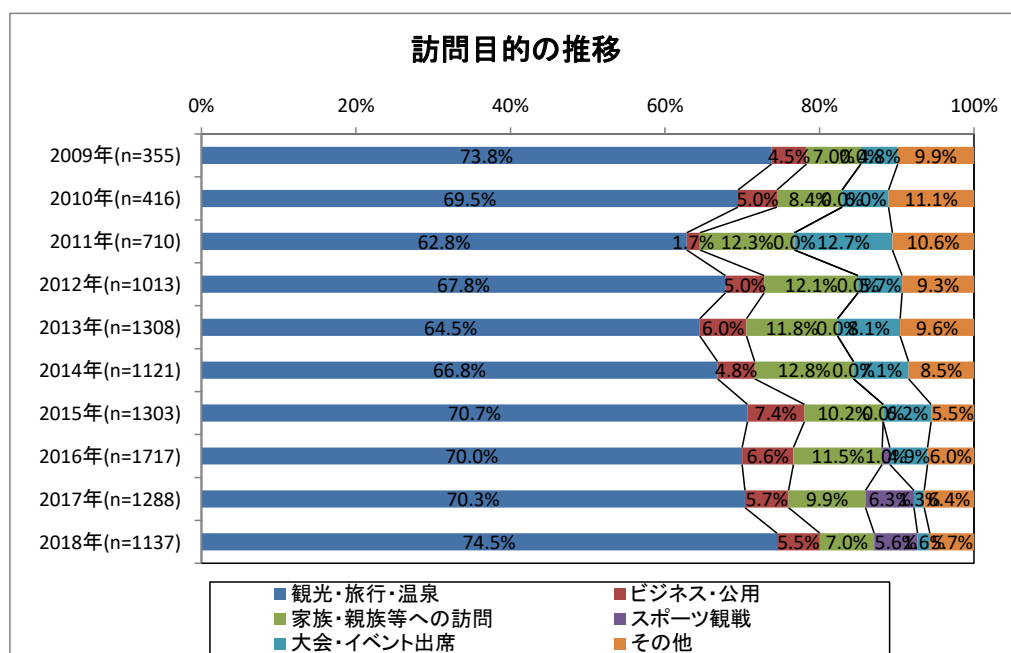
表 2-6-1 訪問目的の回答数

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	スポーツ観戦	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	17	84	103	1,717
2017年	906	73	128	81	17	83	1,288
2018年	847	63	80	64	18	65	1,137

### 【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	スポーツ観戦	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	70.0%	6.6%	11.5%	1.0%	4.9%	6.0%	100.0%
2017年	70.3%	5.7%	9.9%	6.3%	1.3%	6.4%	100.0%
2018年	74.5%	5.5%	7.0%	5.6%	1.6%	5.7%	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 2018 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・知人が多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。旅行誌の項目は 2018 年以降はガイドブックを含んだ数値、インターネットの項目は 2017 年以降は観光情報サイトの数値である。

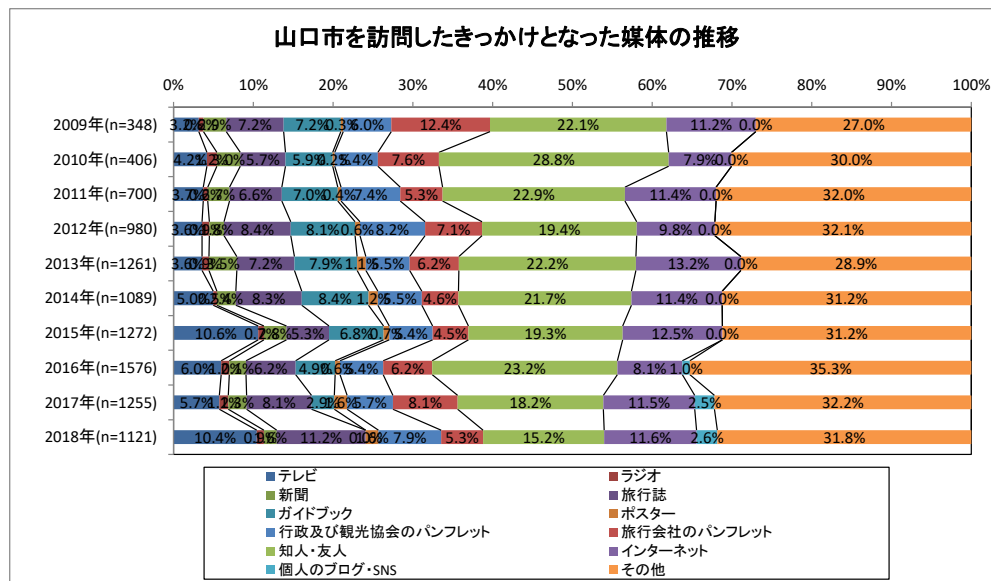
表 2-7-1 山口市を候補にあげたきっかけの媒体

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	個人のブログ・SNS	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	15	556	1,576
2017年	72	14	29	102	36	20	72	102	229	144	31	404	1,255
2018年	117	10	18	125	-	18	88	59	170	130	29	357	1,121

### 【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	個人のブログ・SNS	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%	6.2%	4.9%	0.6%	5.4%	6.2%	23.2%	8.1%	1.0%	35.3%	100.0%
2017年	5.7%	1.1%	2.3%	8.1%	2.9%	1.6%	5.7%	8.1%	18.2%	11.5%	2.5%	32.2%	100.0%
2018年	10.4%	0.9%	1.6%	11.2%	-	1.6%	7.9%	5.3%	15.2%	11.6%	2.6%	31.8%	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、続いて夫婦と友人・知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。

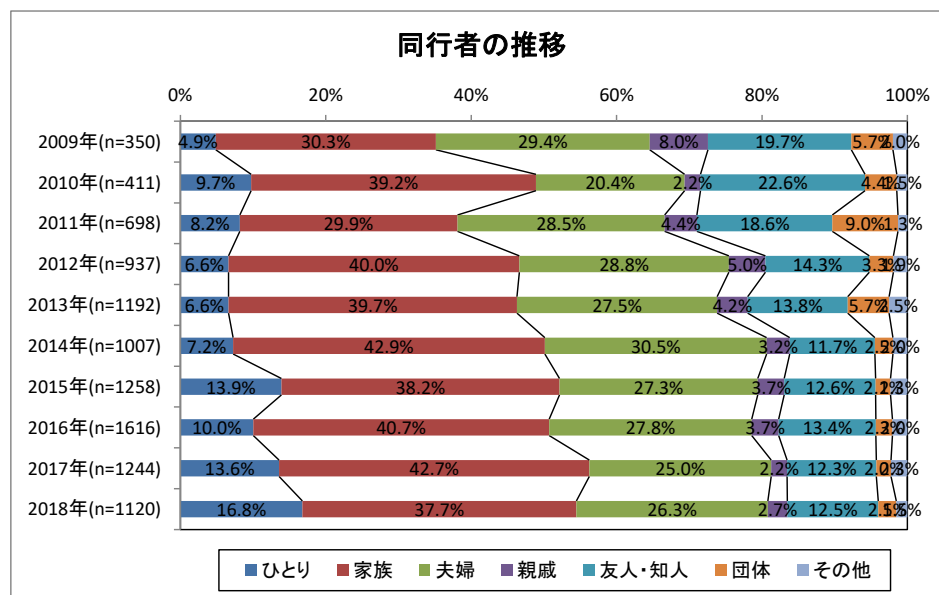
表 2-8-1 旅行の同行者

同行者	ひとり	家族	夫婦	親戚	友人・知人	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
2017年	169	531	311	27	153	25	28	1,244
2018年	188	422	295	30	140	28	17	1,120

### 【構成比】

同行者	ひとり	家族	夫婦	親戚	友人・知人	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%
2017年	13.6%	42.7%	25.0%	2.2%	12.3%	2.0%	2.3%	100.0%
2018年	16.8%	37.7%	26.3%	2.7%	12.5%	2.5%	1.5%	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、2009 年から 2018 年までの旅行の同行者の人数の推移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。また、どの項目も大きな変動は無い。

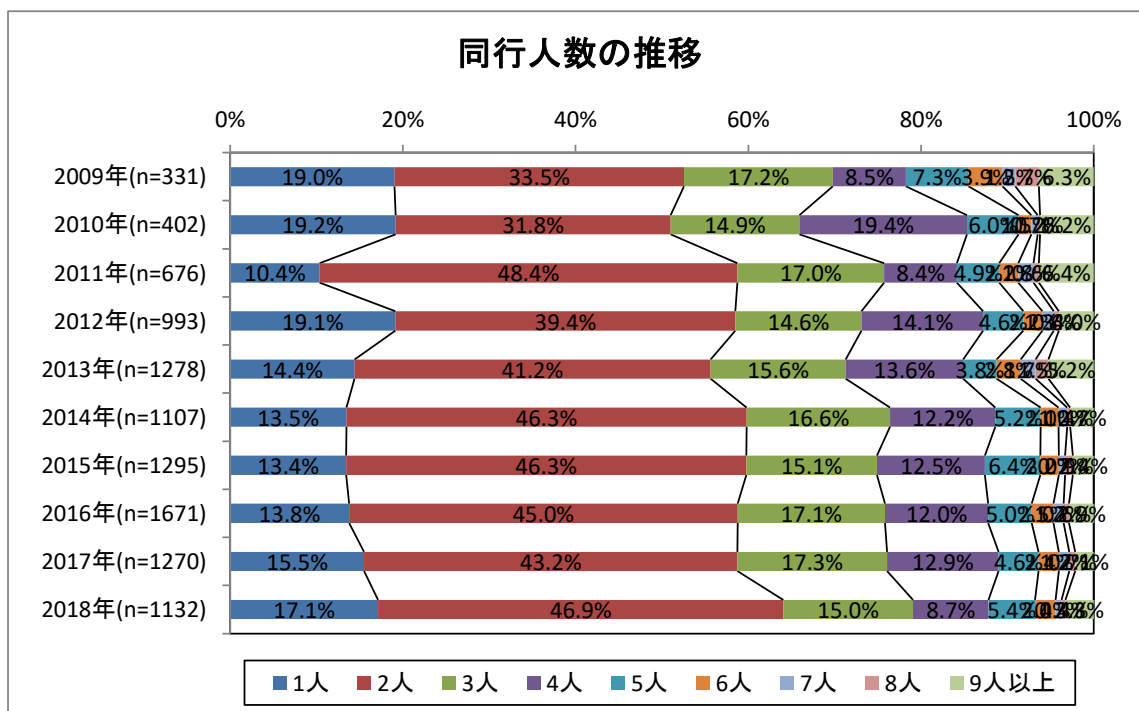
表 2-9-1 旅行の同行人数

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
2017年	197	549	220	164	59	30	15	9	27	1,270
2018年	194	531	170	99	61	27	8	5	37	1,132

### 【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%
2017年	15.5%	43.2%	17.3%	12.9%	4.6%	2.4%	1.2%	0.7%	2.1%	100.0%
2018年	17.1%	46.9%	15.0%	8.7%	5.4%	2.4%	0.7%	0.4%	3.3%	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、2009 年から 2018 年までの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2回、10回以上の割合が高い傾向がある。

図 2-10-1 は、2009 年から 2018 年までの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。初めて訪れた旅行者の割合が徐々に増加している。

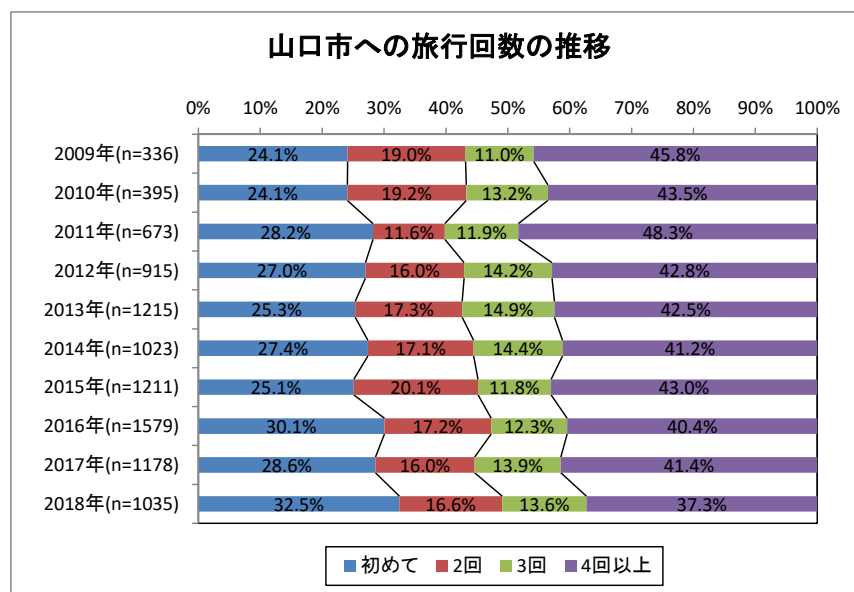
表 2-10-1 山口市への旅行回数

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
2017年	337	189	164	78	119	30	17	23	1	220	1,178
2018年	336	172	141	67	75	24	15	21	1	183	1,035

### 【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%
2017年	28.6%	16.0%	13.9%	6.6%	10.1%	2.5%	1.4%	2.0%	0.1%	18.7%	100.0%
2018年	32.5%	16.6%	13.6%	6.5%	7.2%	2.3%	1.4%	2.0%	0.1%	17.7%	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 年以降は 1 月～5 月の訪問割合が高くなっている。逆に 6 月と 7 月の割合は減少傾向にある（ただし 2016 年では 7 月が増加している）。2015 年 12 月と 2016 年 8 月の割合は大きく増加している。2018 年は 4 月と 5 月の割合が大きく増加している。

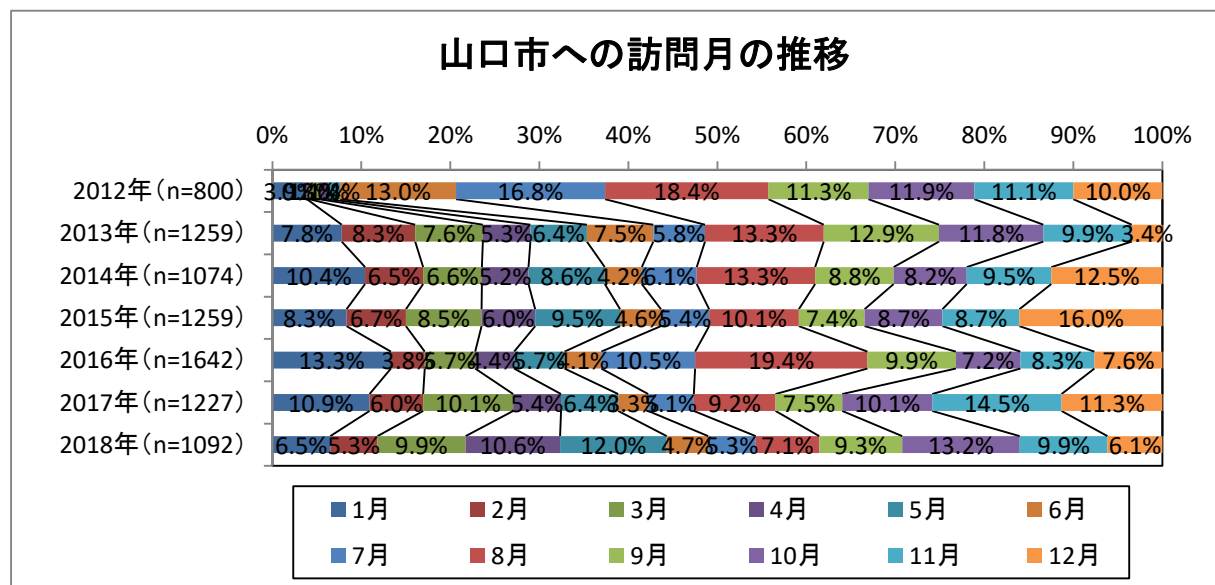
表 2-11-1 山口市への訪問月

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
2017年	134	74	124	66	79	41	63	113	92	124	178	139	1,227
2018年	71	58	108	116	131	51	58	78	102	144	108	67	1,092

### 【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%
2017年	10.9%	6.0%	10.1%	5.4%	6.4%	3.3%	5.1%	9.2%	7.5%	10.1%	14.5%	11.3%	100.0%
2018年	6.5%	5.3%	9.9%	10.6%	12.0%	4.7%	5.3%	7.1%	9.3%	13.2%	9.9%	6.1%	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、2009 年から 2018 年までの山口市までの主な交通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。次が新幹線となっている。団体観光バスは年々減少傾向にあるが、飛行機は変動があるものの増加傾向にあると言える。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）

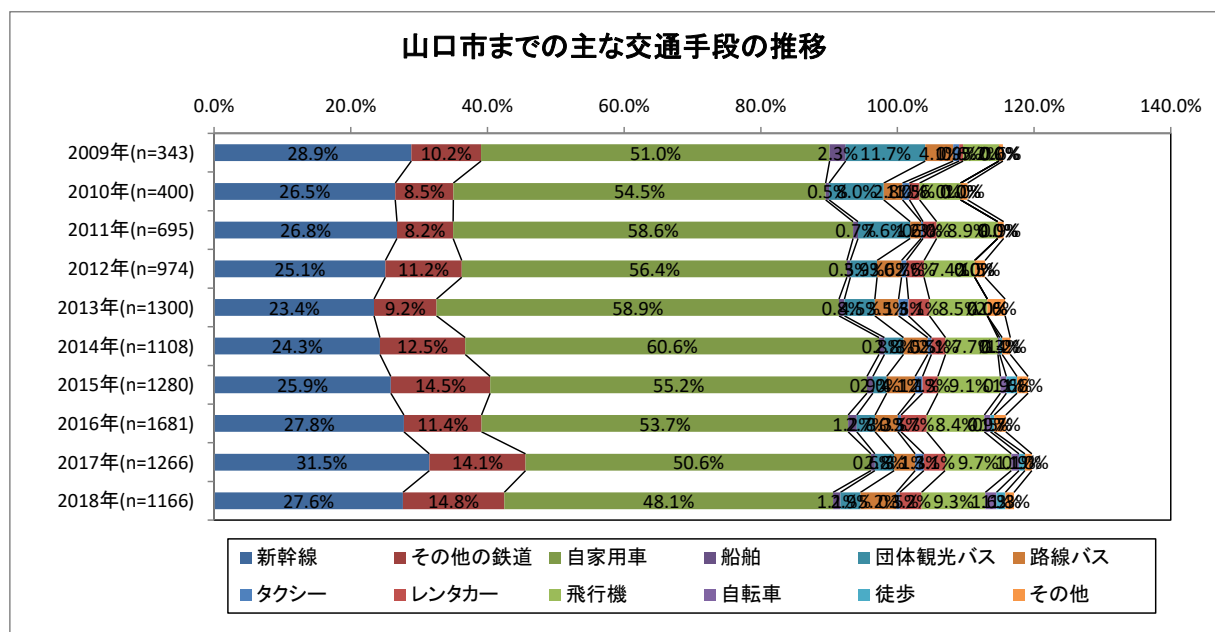
山口市までの交通手段	新幹線	その他の鉄道	自家用車	船舶	団体観光バス	路線バス	タクシー	レンタカー	飛行機	自転車	徒歩	その他	合計	回答者数
2009年	99	35	175	8	40	14	3	2	18	-	-	2	396	343
2010年	106	34	218	2	32	11	4	6	24	-	-	4	441	400
2011年	186	57	407	5	53	11	2	14	62	-	-	6	803	695
2012年	244	109	549	5	38	35	7	25	72	-	-	15	1,099	974
2013年	304	119	766	10	58	45	19	40	110	-	-	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	1,681
2017年	399	178	640	7	36	39	16	39	123	14	11	13	1,515	1,266
2018年	322	173	561	13	34	61	6	37	109	19	15	15	1,365	1,166

### 【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	27.8%	11.4%	53.7%	1.2%	2.7%	3.3%	0.5%	3.7%	8.4%	0.9%	0.5%	1.7%	115.9%	100.0%
2017年	31.5%	14.1%	50.6%	0.6%	2.8%	3.1%	1.3%	3.1%	9.7%	1.1%	0.9%	1.0%	119.7%	100.0%
2018年	27.6%	14.8%	48.1%	1.1%	2.9%	5.2%	0.5%	3.2%	9.3%	1.6%	1.3%	1.3%	117.1%	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、2009 年から 2018 年までの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。その他の鉄道と路線バスは増加傾向にあるが、団体観光バスは減少傾向にある。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）

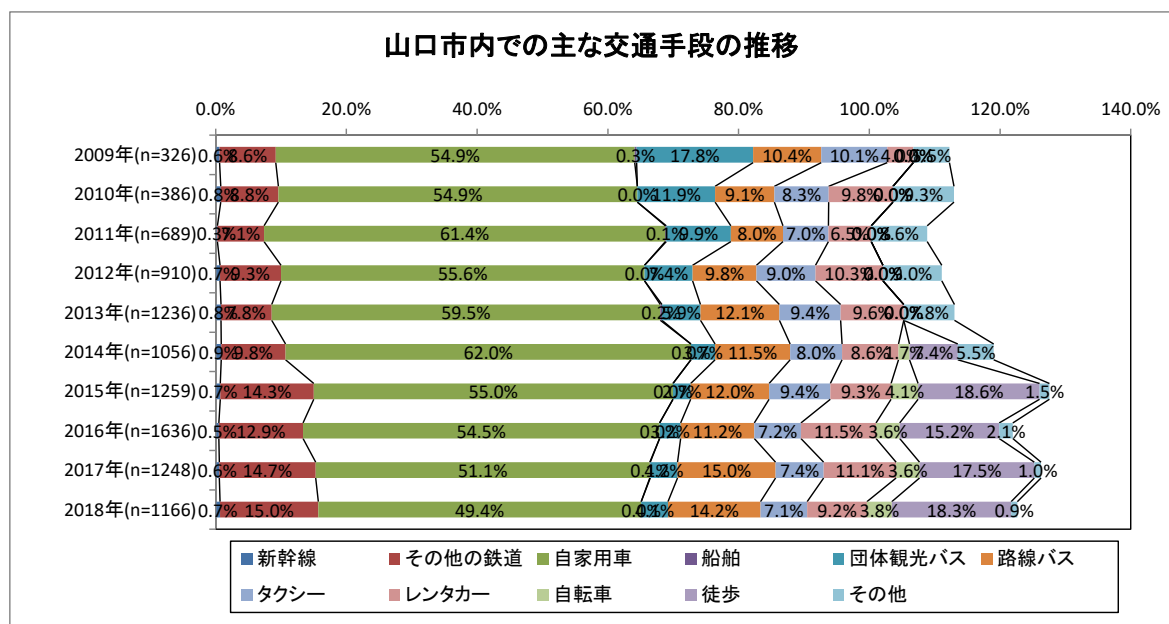
山口市内での主な交通手段	新幹線	その他の鉄道	自家用車	船舶	団体観光バス	路線バス	タクシー	レンタカー	飛行機	自転車	徒歩	その他	合計	回答者数
2009年	2	28	179	1	58	34	33	13	0	-	-	18	366	326
2010年	3	34	212	0	46	35	32	38	0	-	-	36	436	386
2011年	2	49	423	1	68	55	48	45	0	-	-	59	750	689
2012年	6	85	506	0	67	89	82	94	0	-	-	82	1,014	910
2013年	10	96	735	3	73	149	116	119	0	-	-	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
2017年	7	184	638	1	52	187	92	138	1	45	219	13	1,577	1,248
2018年	8	175	576	0	48	165	83	107	3	44	213	11	1,433	1,166

### 【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%
2017年	0.6%	14.7%	51.1%	0.1%	4.2%	15.0%	7.4%	11.1%	0.1%	3.6%	17.5%	1.0%	126.4%	100.0%
2018年	0.7%	15.0%	49.4%	0.0%	4.1%	14.2%	7.1%	9.2%	0.3%	3.8%	18.3%	0.9%	122.9%	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、2009 年から 2018 年までの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。日帰りは 2016 年まではやや減少傾向にあったが、この 2 年は増加傾向にある。2 泊、3 泊以上の割合は 2016 年にかけて増加し、この 2 年はその水準を維持している。

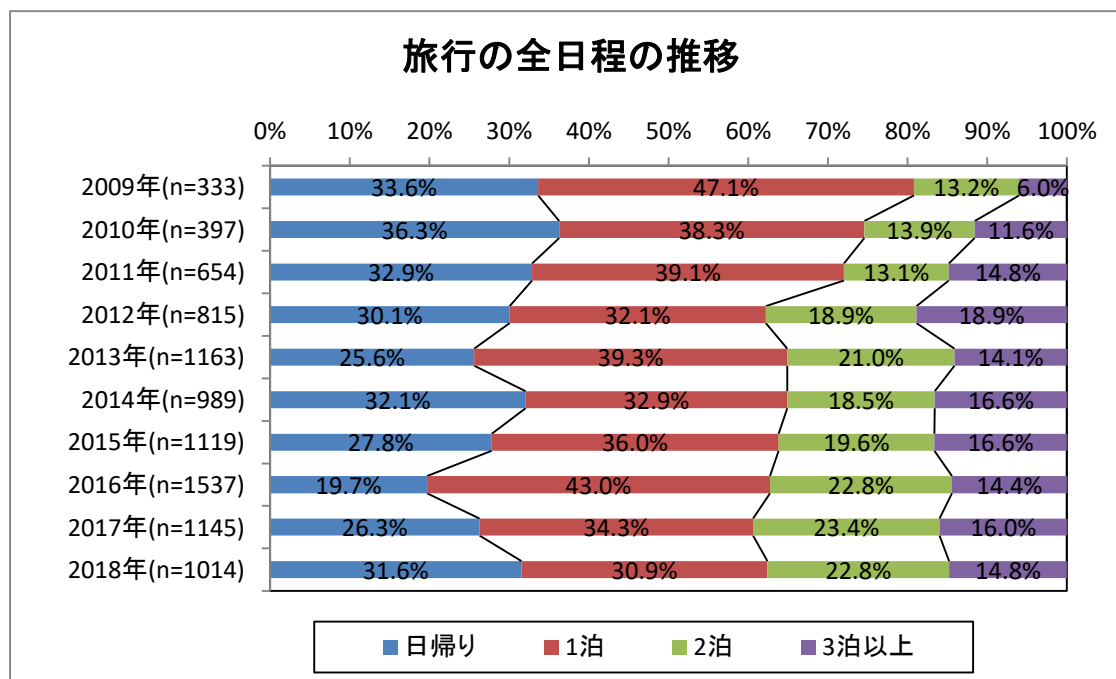
表 2-14-1 旅行の全行程

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
2017年	301	393	268	75	42	22	16	11	6	4	2	5	1,145
2018年	320	313	231	80	23	9	16	6	5	0	1	10	1,014

### 【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%
2017年	26.3%	34.3%	23.4%	6.6%	3.7%	1.9%	1.4%	1.0%	0.5%	0.3%	0.2%	0.4%	100.0%
2018年	31.6%	30.9%	22.8%	7.9%	2.3%	0.9%	1.6%	0.6%	0.5%	0.0%	0.1%	1.0%	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、2009 年から 2018 年までの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。2011 年では 3 泊以上の割合が大きく増えている。

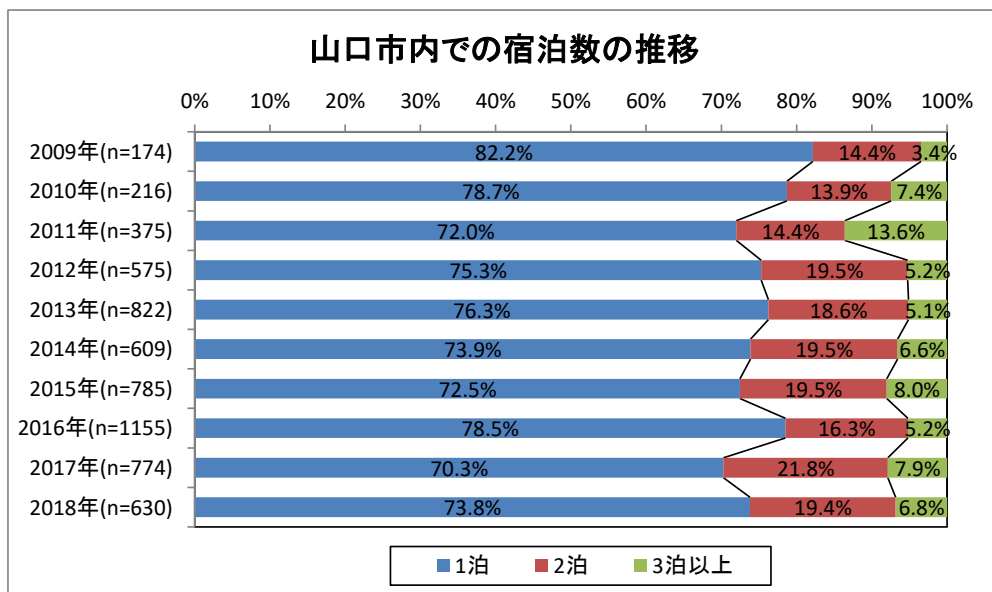
表 2-15-1 山口市内での宿泊日数

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
2017年	544	169	37	14	4	6	774
2018年	465	122	30	5	1	7	630

### 【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%
2017年	70.3%	21.8%	4.8%	1.8%	0.5%	0.8%	100.0%
2018年	73.8%	19.4%	4.8%	0.8%	0.2%	1.1%	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。

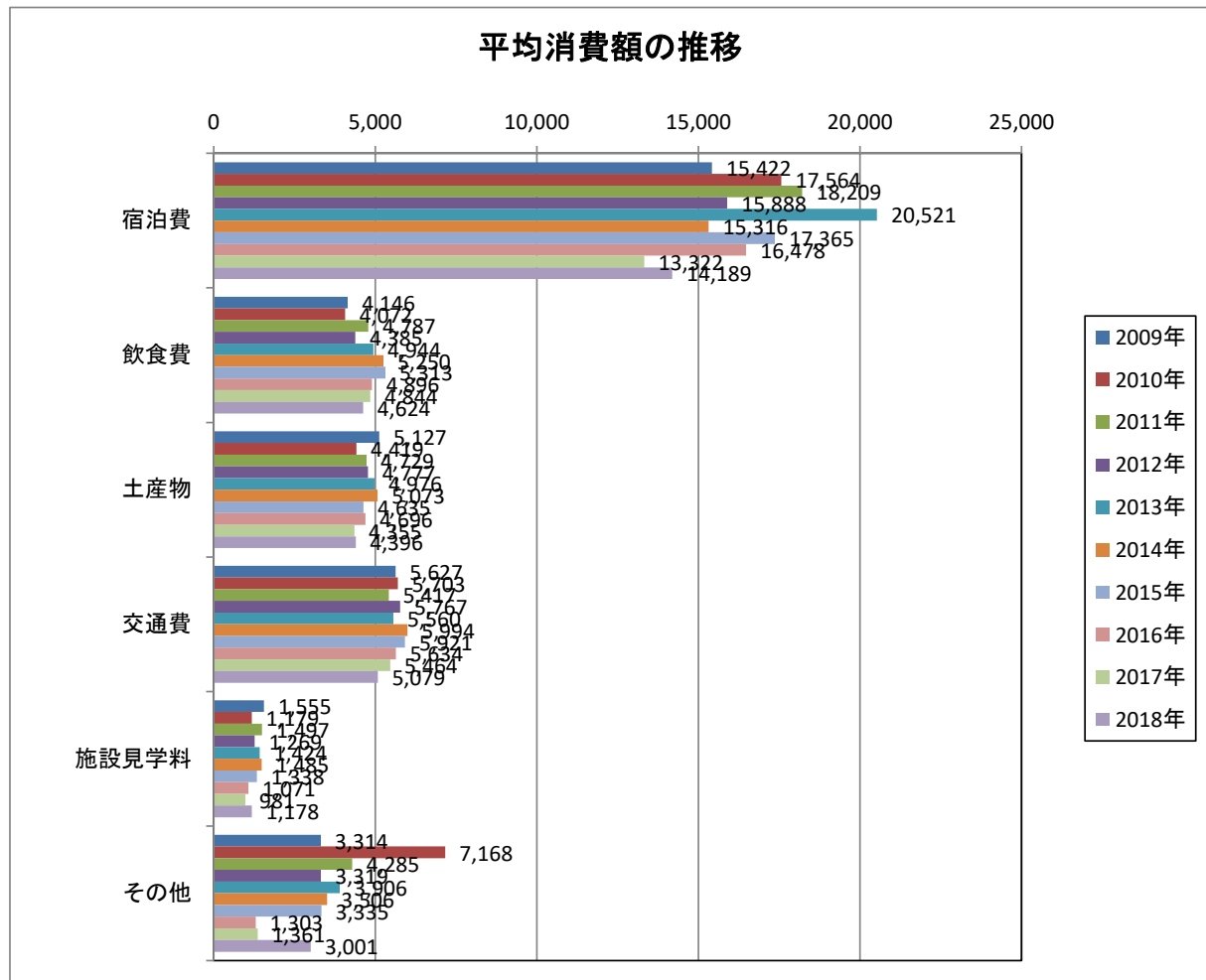
## 2-16 山口市内での平均消費額

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。2013 年の宿泊費が大幅に増加しているが、2017 年は大幅に減少している。その他では 2010 年が大きく増加しているが翌年以降は減少し、2016 年以降は割合が大きく減少している。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	16,478	4,896	4,696	5,634	1,071	1,303	34,078
2017年	13,322	4,844	4,355	5,464	981	1,361	30,327
2018年	14,189	4,624	4,396	5,079	1,178	3,001	32,467

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7～10%前後の割合となっている。

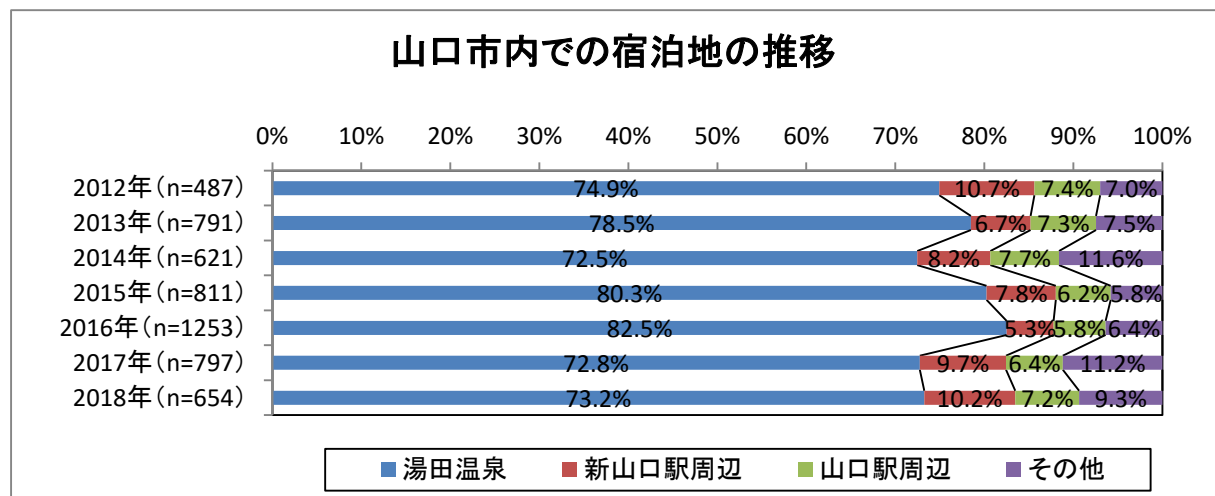
表 2-17-1 山口市内での宿泊地

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
2017年	580	77	51	89	797
2018年	479	67	47	61	654

### 【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%
2017年	72.8%	9.7%	6.4%	11.2%	100.0%
2018年	73.2%	10.2%	7.2%	9.3%	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。

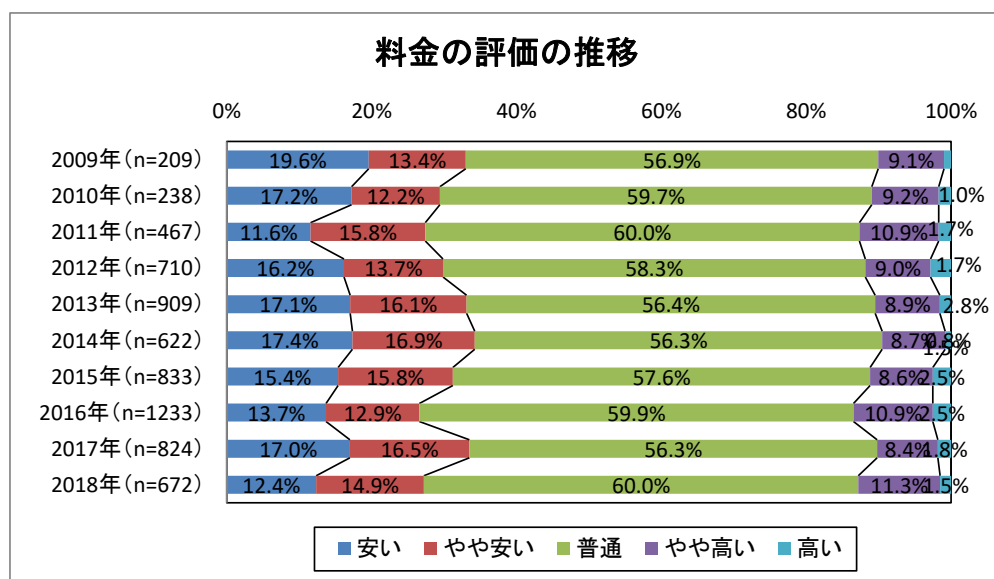
表 2-18-1 料金の評価

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
2017年	140	136	464	69	15	824
2018年	83	100	403	76	10	672

#### 【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%
2017年	17.0%	16.5%	56.3%	8.4%	1.8%	100.0%
2018年	12.4%	14.9%	60.0%	11.3%	1.5%	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かった。また、良いとやや良いとする回答の割合も高く、高い評価を得ている。

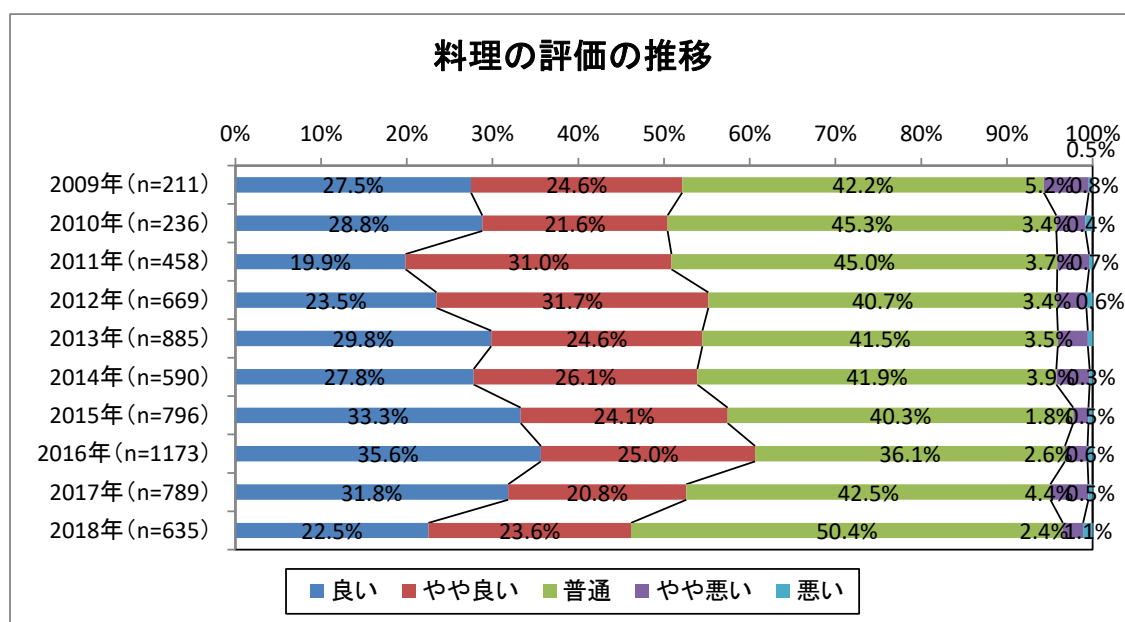
表 2-18-2 料理の評価

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
2017年	251	164	335	35	4	789
2018年	143	150	320	15	7	635

### 【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%
2017年	31.8%	20.8%	42.5%	4.4%	0.5%	100.0%
2018年	22.5%	23.6%	50.4%	2.4%	1.1%	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。2015～2016 年は、良いとする評価の割合が高かったが、この 2 年は低下傾向にある。

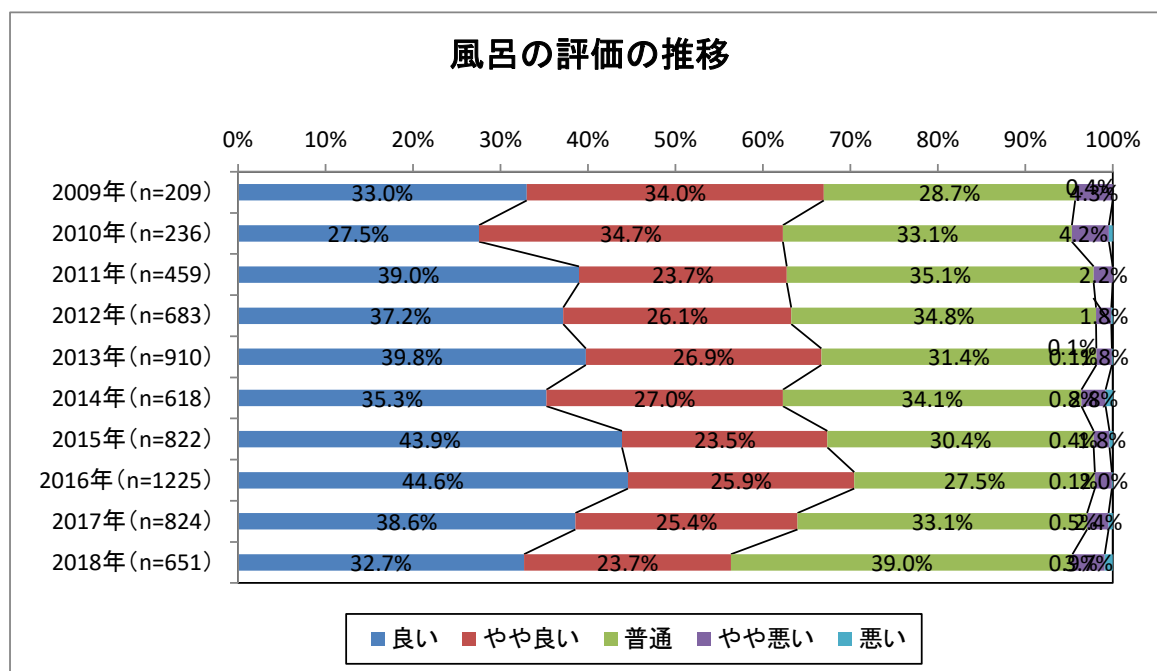
表 2-18-3 風呂についての評価

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
2017年	318	209	273	20	4	824
2018年	213	154	254	24	6	651

#### 【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%	良い	34.0%	28.7%	4.3%	0.0%	100.0%
2010年	27.5%	良い	34.7%	33.1%	4.2%	0.4%	100.0%
2011年	39.0%	良い	23.7%	35.1%	2.2%	0.0%	100.0%
2012年	37.2%	良い	26.1%	34.8%	1.8%	0.1%	100.0%
2013年	39.8%	良い	26.9%	31.4%	1.8%	0.1%	100.0%
2014年	35.3%	良い	27.0%	34.1%	2.8%	0.8%	100.0%
2015年	43.9%	良い	23.5%	30.4%	1.8%	0.4%	100.0%
2016年	44.6%	良い	25.9%	27.5%	2.0%	0.1%	100.0%
2017年	38.6%	良い	25.4%	33.1%	2.4%	0.5%	100.0%
2018年	32.7%	良い	23.7%	39.0%	3.7%	0.9%	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 段階評価で示したものである。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。

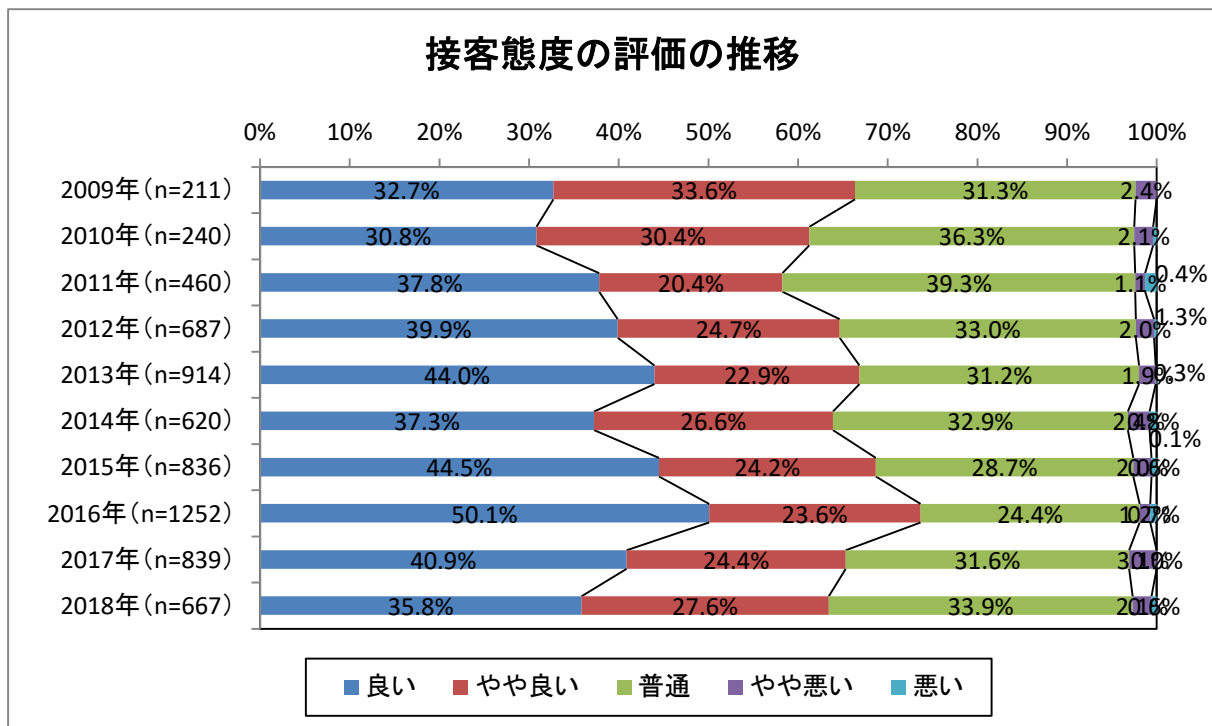
表 2-18-4 接客態度の評価

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
2017年	343	205	265	26		839
2018年	239	184	226	14	4	667

#### 【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%
2017年	40.9%	24.4%	31.6%	3.1%	0.0%	100.0%
2018年	35.8%	27.6%	33.9%	2.1%	0.6%	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い。2011 年以降は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。特に 2016 年は良いの評価が多くなっている。

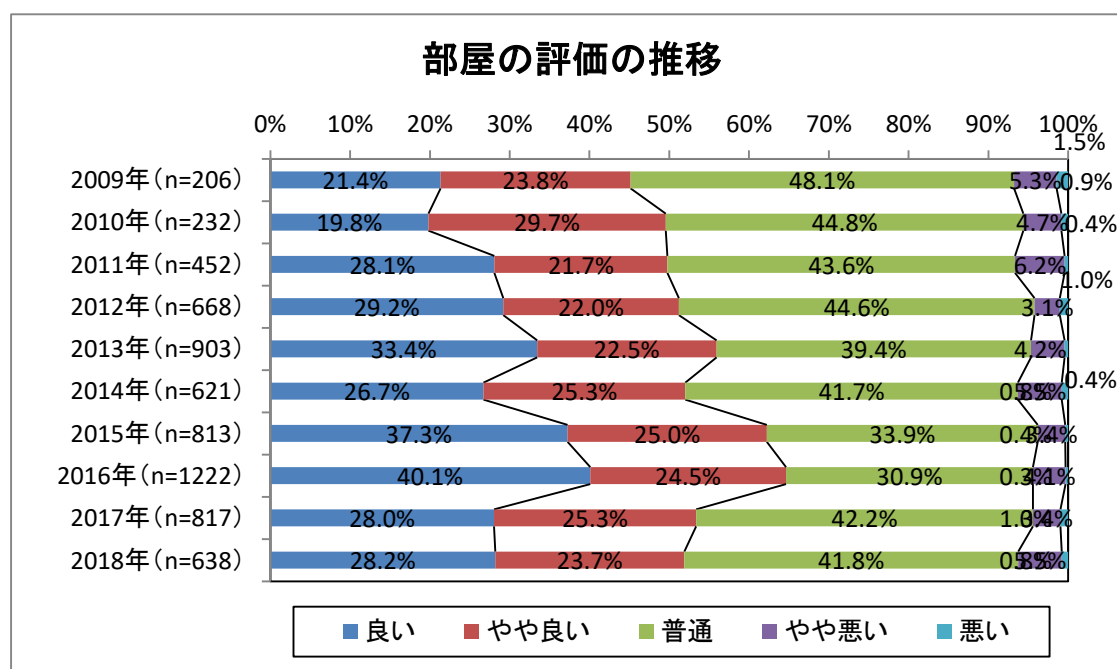
表 2-18-5 部屋についての評価

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
2017年	229	207	345	28	8	817
2018年	180	151	267	35	5	638

#### 【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%
2017年	28.0%	25.3%	42.2%	3.4%	1.0%	100.0%
2018年	28.2%	23.7%	41.8%	5.5%	0.8%	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、良いとやや良いは 20～30%の間で変動している。

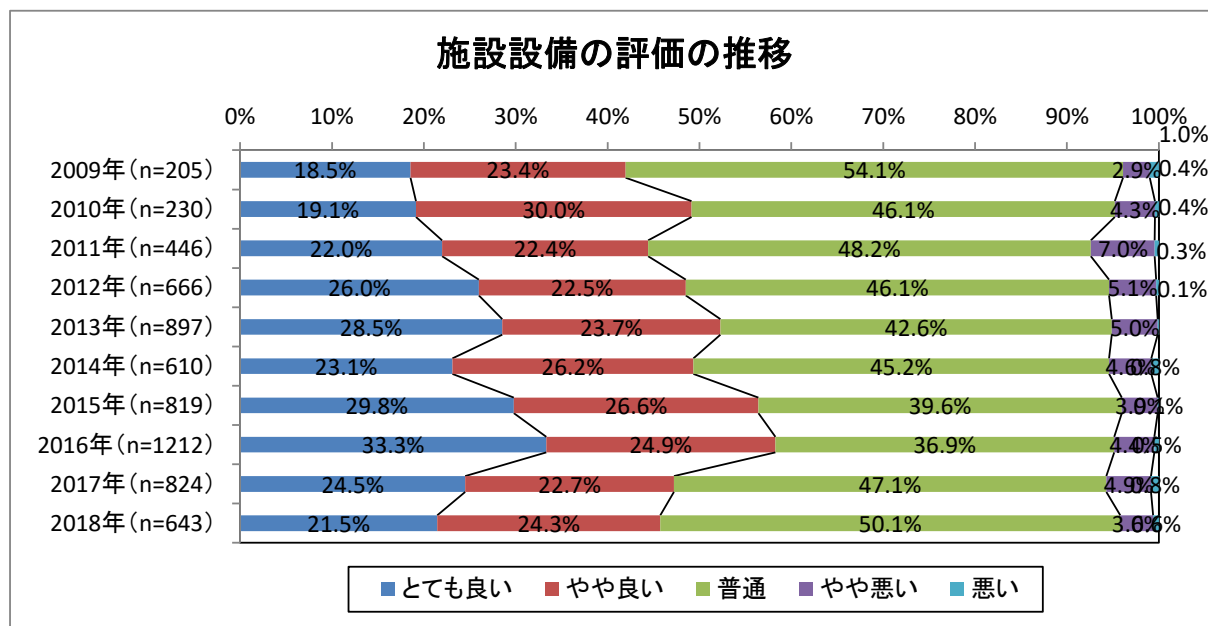
表 2-18-6 施設設備についての評価

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
2017年	202	187	388	40	7	824
2018年	138	156	322	23	4	643

### 【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%
2017年	24.5%	22.7%	47.1%	4.9%	0.8%	100.0%
2018年	21.5%	24.3%	50.1%	3.6%	0.6%	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 2018 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 年には、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。ただし、この 2 年は良いとする評価が低下傾向にある。やや大変とする割合は 20% 台で推移しており、大変とする割合は 7% 前後で推移している。

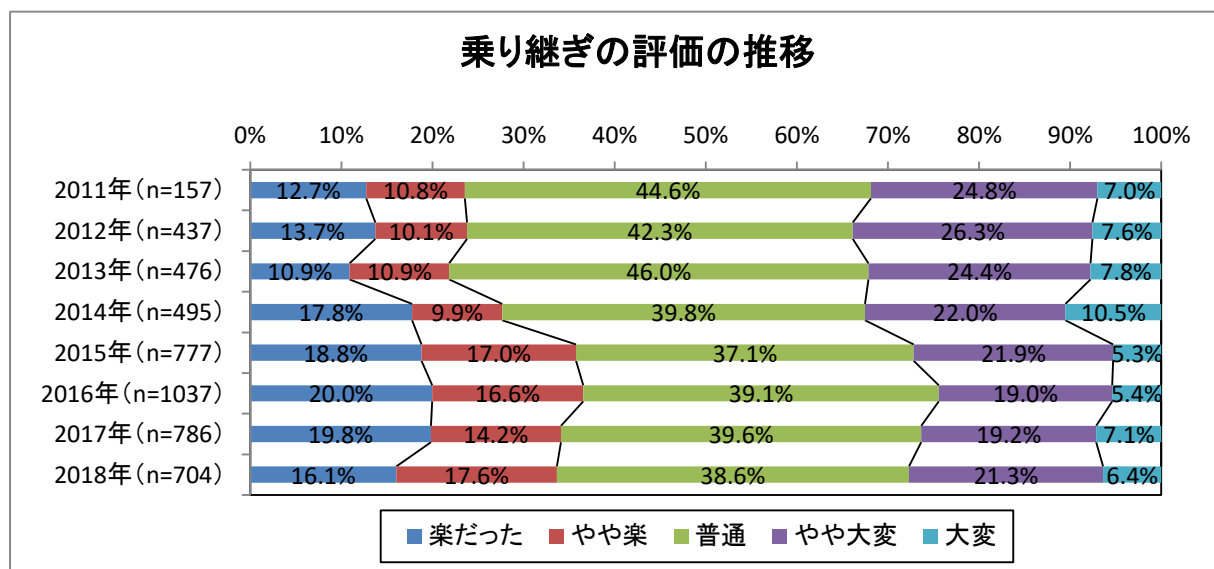
表 2-18-7 乗り継ぎについての評価

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
2017年	156	112	311	151	56	786
2018年	113	124	272	150	45	704

#### 【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%
2017年	19.8%	14.2%	39.6%	19.2%	7.1%	100.0%
2018年	16.1%	17.6%	38.6%	21.3%	6.4%	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 2018 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。

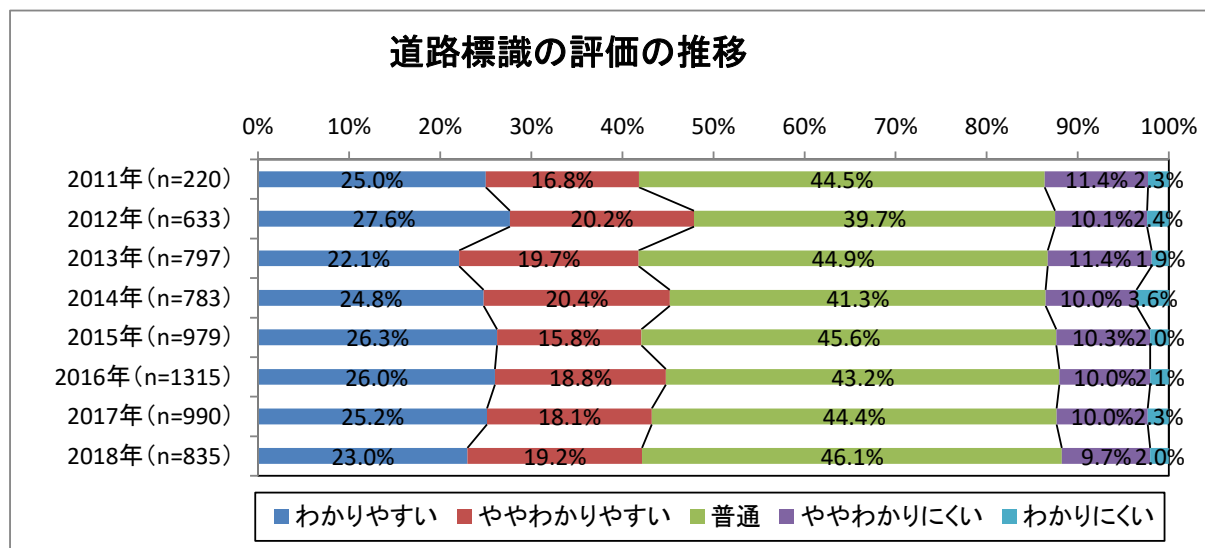
表 2-18-8 道路標識についての評価

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
2017年	249	179	440	99	23	990
2018年	192	160	385	81	17	835

#### 【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%
2017年	25.2%	18.1%	44.4%	10.0%	2.3%	100.0%
2018年	23.0%	19.2%	46.1%	9.7%	2.0%	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 2018 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 年に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たが、2017 年以降はややわかりにくいとの割合が再び 10%台になっている。

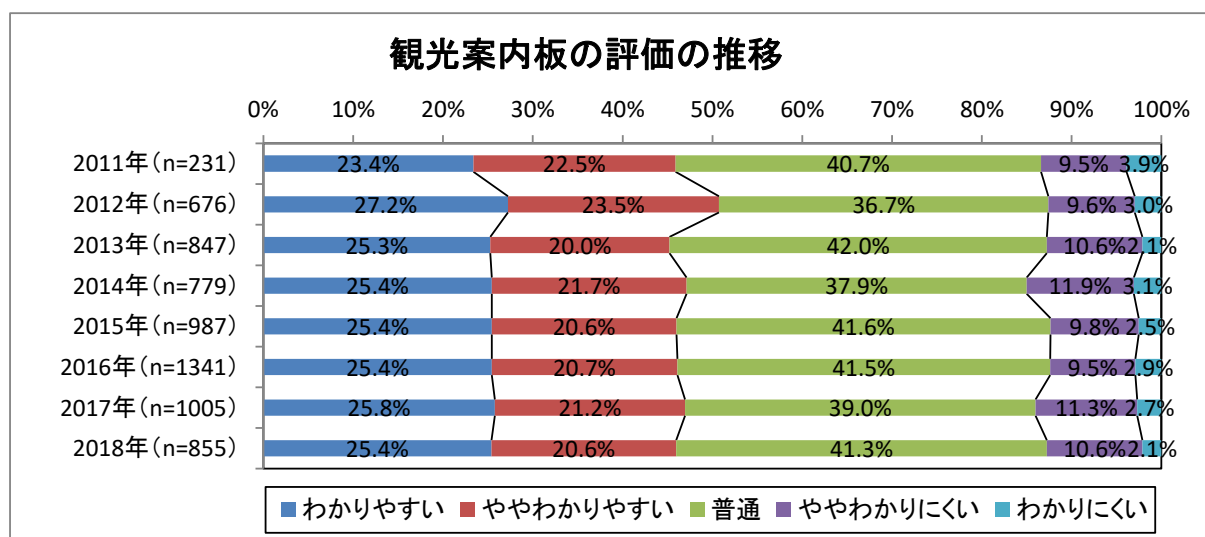
表 2-18-9 観光案内板についての評価

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
2017年	259	213	392	114	27	1,005
2018年	217	176	353	91	18	855

#### 【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%
2017年	25.8%	21.2%	39.0%	11.3%	2.7%	100.0%
2018年	25.4%	20.6%	41.3%	10.6%	2.1%	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8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 2018 年の満足度を 5 段階評価で示したものである。安いとする評価は 2014 年と 2016 年に約 3 % と落ち込んでいるが、その他の年は 4 ~ 6 % で推移しており、2015 年以降は 4 % 前後である。やや高いは 2013 年以降 7% 前後の割合だったが、2017 年以降は約 6% に減少している。

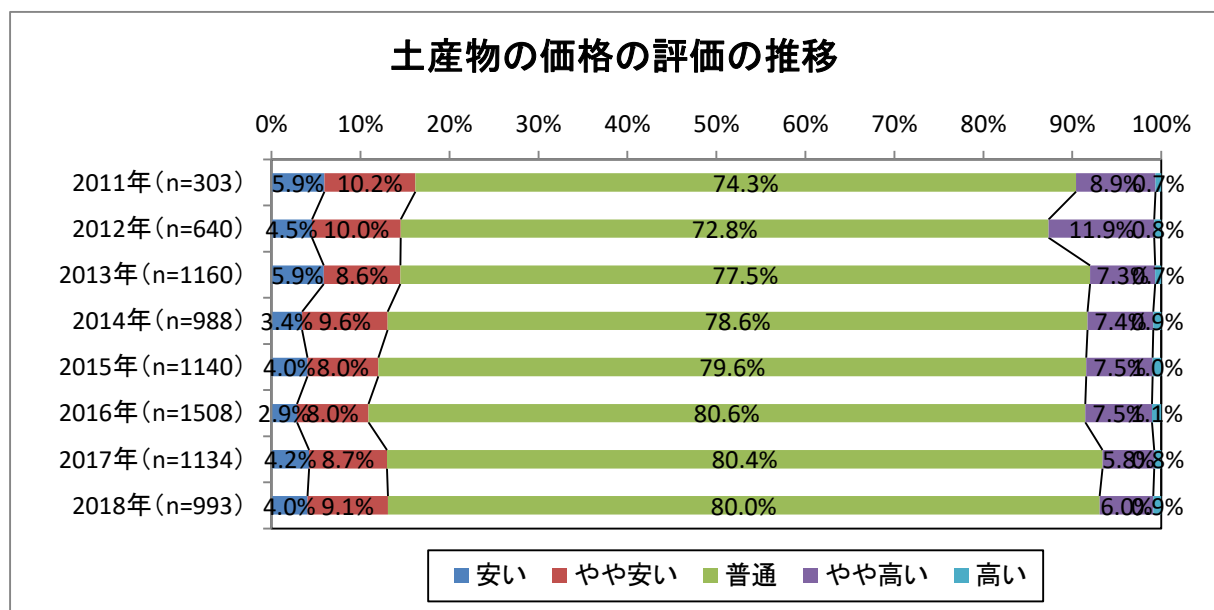
表 2-18-10 土産物の価格の評価

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
2017年	48	99	912	66	9	1,134
2018年	40	90	794	60	9	993

### 【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%
2017年	4.2%	8.7%	80.4%	5.8%	0.8%	100.0%
2018年	4.0%	9.1%	80.0%	6.0%	0.9%	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 2018 年の満足度を 5 段階評価で示したものである。普通が最も多く、いずれの項目も大きな変動はない。すべての年でやや悪いの割合が良いを上回っている。

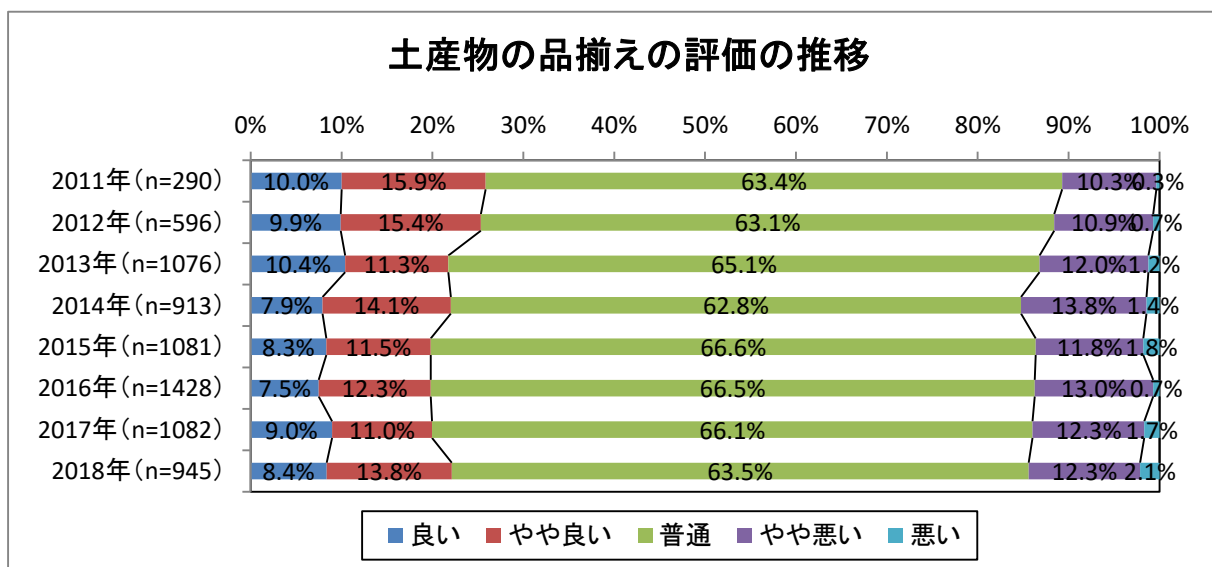
表 2-18-11 土産物の品揃えの評価

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
2017年	97	119	715	133	18	1,082
2018年	79	130	600	116	20	945

#### 【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%
2017年	9.0%	11.0%	66.1%	12.3%	1.7%	100.0%
2018年	8.4%	13.8%	63.5%	12.3%	2.1%	100.0%

図 2-18-11 土産物の品揃えの評価の推移



## (12) 食事についての評価

表 2-18-12 は、食事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約半数が良いと評価しているが、横ばいの傾向にある。

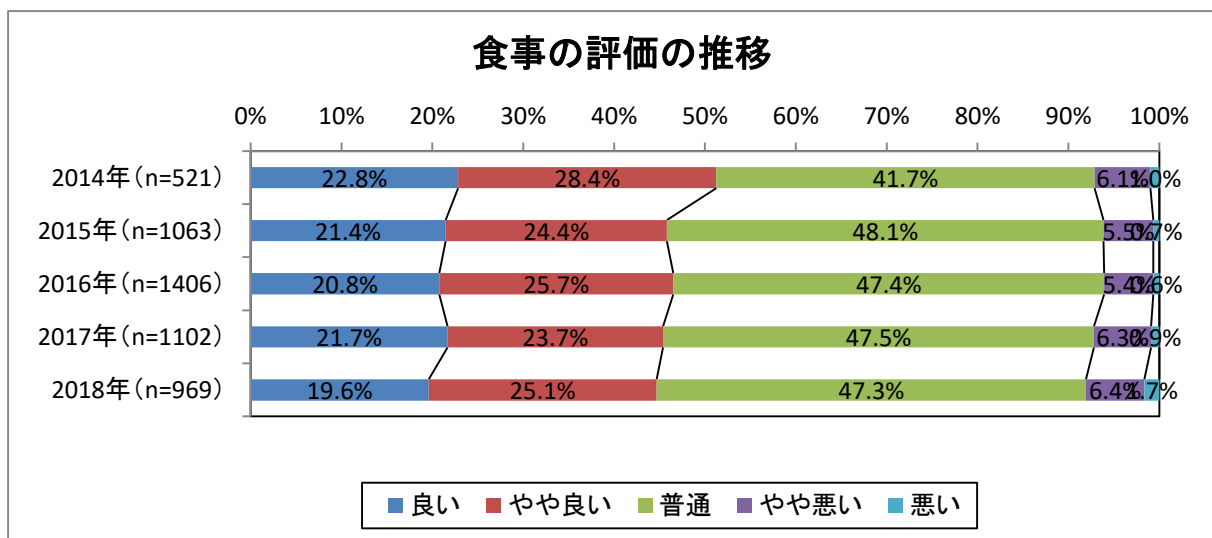
表 2-18-12 食事についての評価

食事	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2014年	119	148	217	32	5	521
2015年	228	259	511	58	7	1,063
2016年	292	362	667	76	9	1,406
2017年	239	261	523	69	10	1,102
2018年	190	243	458	62	16	969

### 【構成比】

食事	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
2014年	22.8%	28.4%	41.7%	6.1%	1.0%	100.0%
2015年	21.4%	24.4%	48.1%	5.5%	0.7%	100.0%
2016年	20.8%	25.7%	47.4%	5.4%	0.6%	100.0%
2017年	21.7%	23.7%	47.5%	6.3%	0.9%	100.0%
2018年	19.6%	25.1%	47.3%	6.4%	1.7%	100.0%

図 2-18-12 食事についての評価の推移



### (13) 観光施設についての評価

表 2-18-13 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おり、2011 年以降は増加傾向にある。

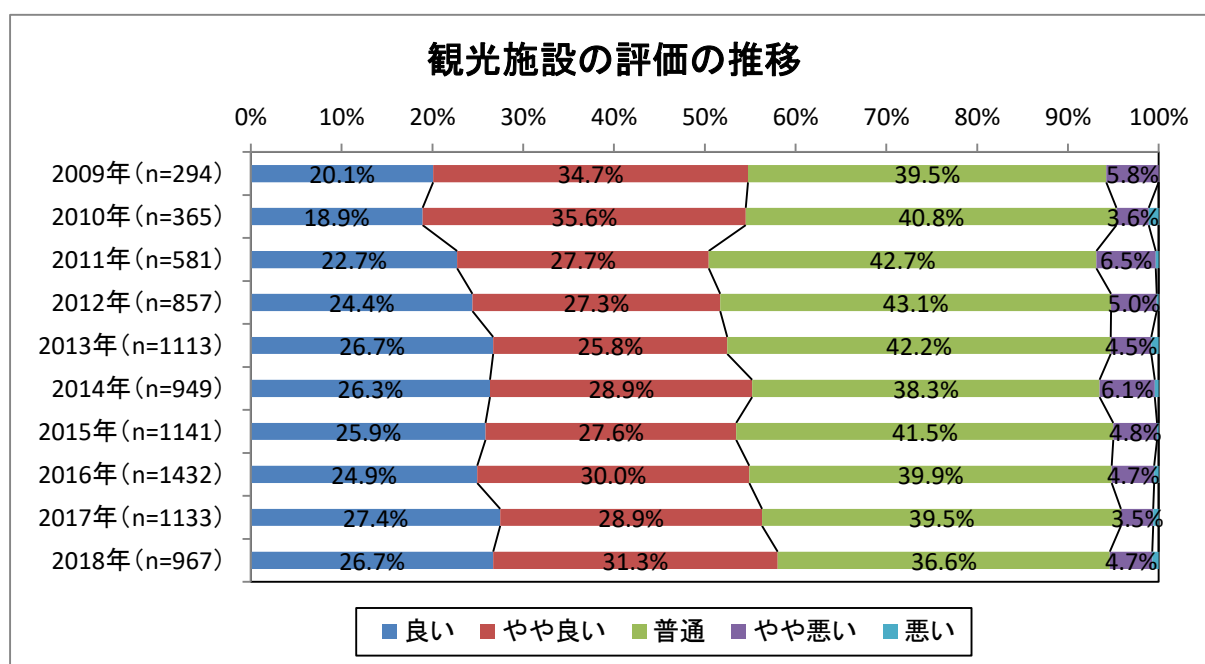
表 2-18-13 観光施設についての評価

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
2017年	311	327	448	40	7	1,133
2018年	258	303	354	45	7	967

#### 【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%
2017年	27.4%	28.9%	39.5%	3.5%	0.6%	100.0%
2018年	26.7%	31.3%	36.6%	4.7%	0.7%	100.0%

図 2-18-13 観光施設についての評価の推移



### (14) 山口市訪問の満足度についての評価

表 2-18-14 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多く、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。

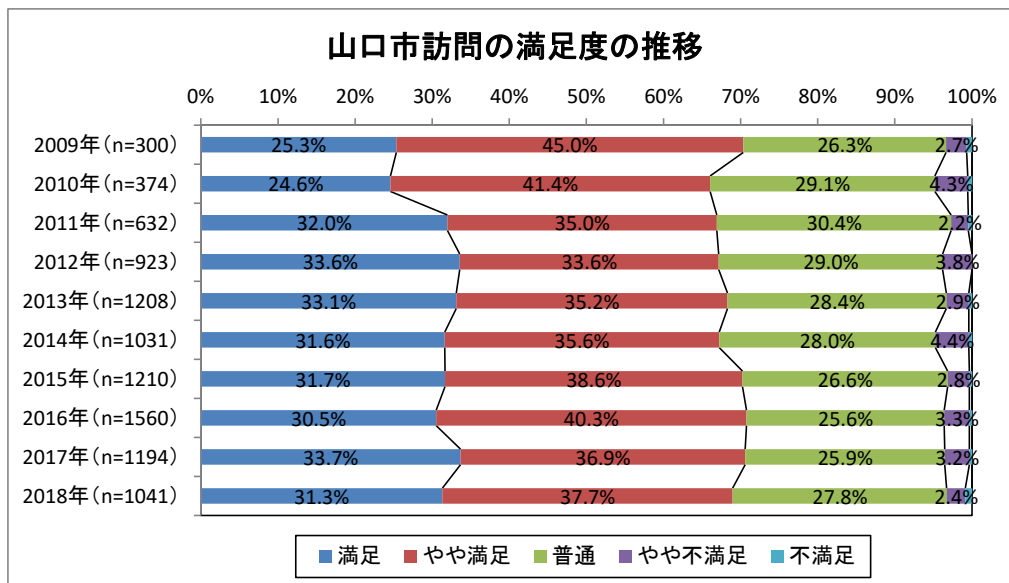
表 2-18-14 山口市訪問の満足度

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
2017年	402	441	309	38	4	1,194
2018年	326	392	289	25	9	1,041

#### 【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%
2017年	33.7%	36.9%	25.9%	3.2%	0.3%	100.0%
2018年	31.3%	37.7%	27.8%	2.4%	0.9%	100.0%

図 2-18-14 山口市訪問の満足度の推移



### (15) 今回の旅行の満足度についての評価

表 2-18-15 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、2017 年には最も高い割合となったが、2018 年は 35.8%と低下し、やや満足を下回っている。

表 2-18-15 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
2017年	466	406	291	24	4	1,191
2018年	369	387	250	18	6	1,030

#### 【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%
2017年	39.1%	34.1%	24.4%	2.0%	0.3%	100.0%
2018年	35.8%	37.6%	24.3%	1.7%	0.6%	100.0%

図 2-18-15 今回の旅行の満足度の推移

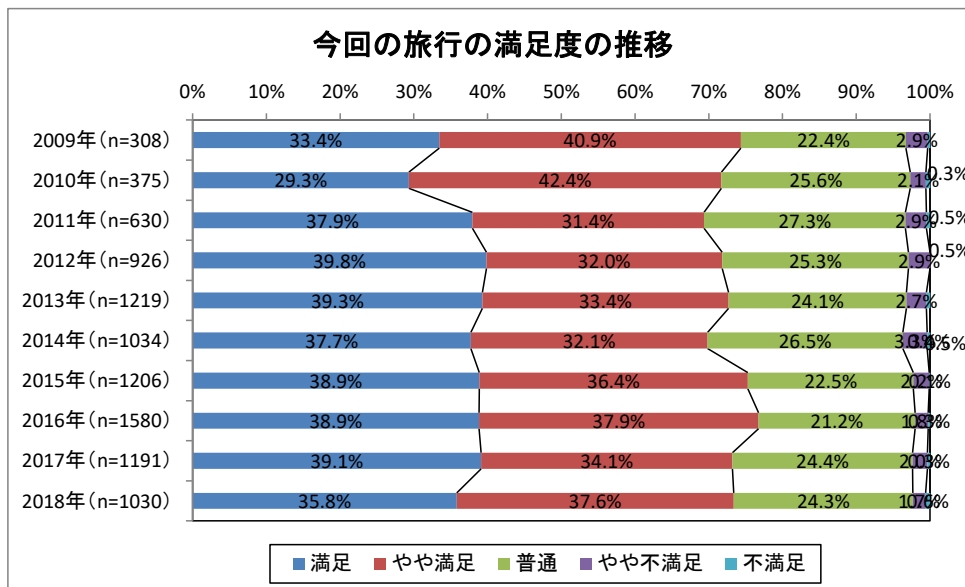
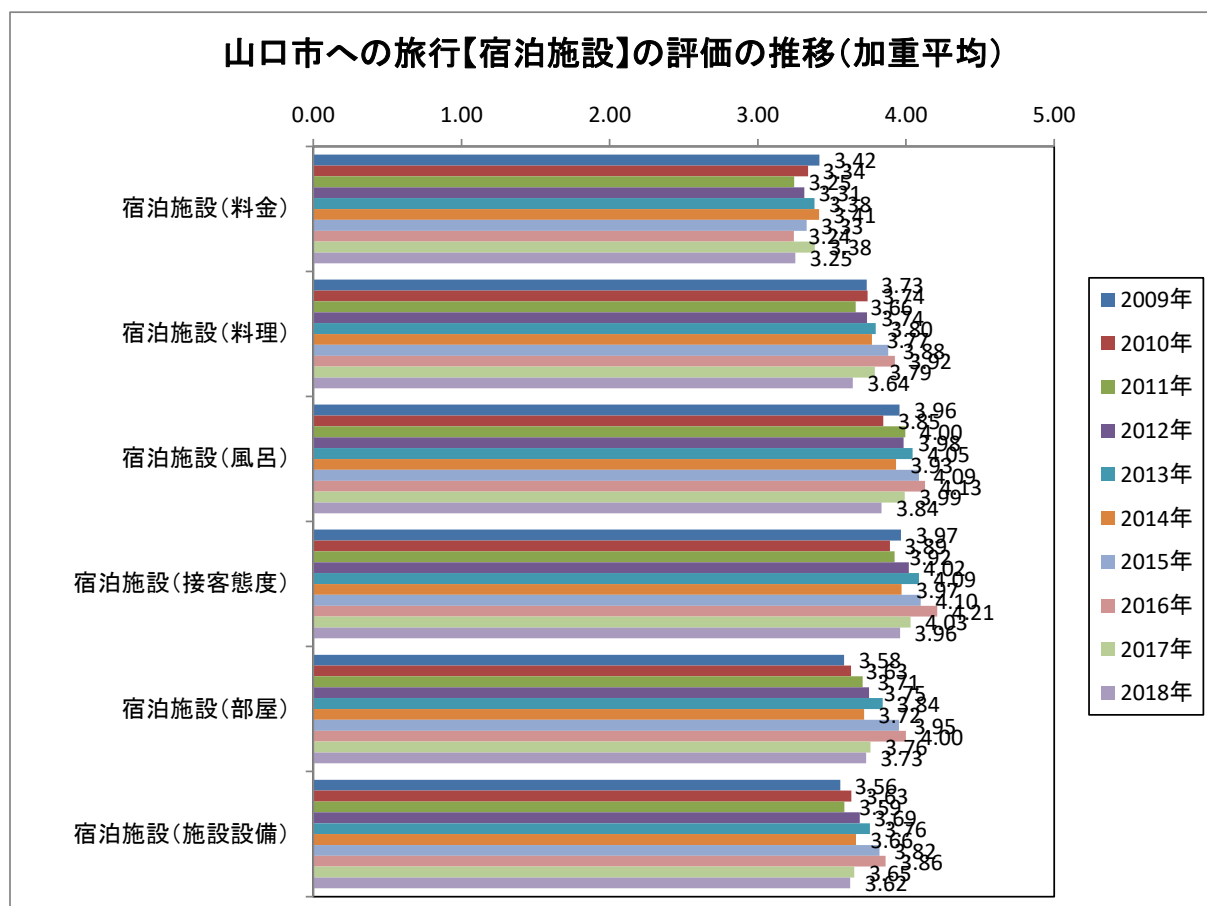


表 2-18-16 今回の旅行の満足度（加重平均）

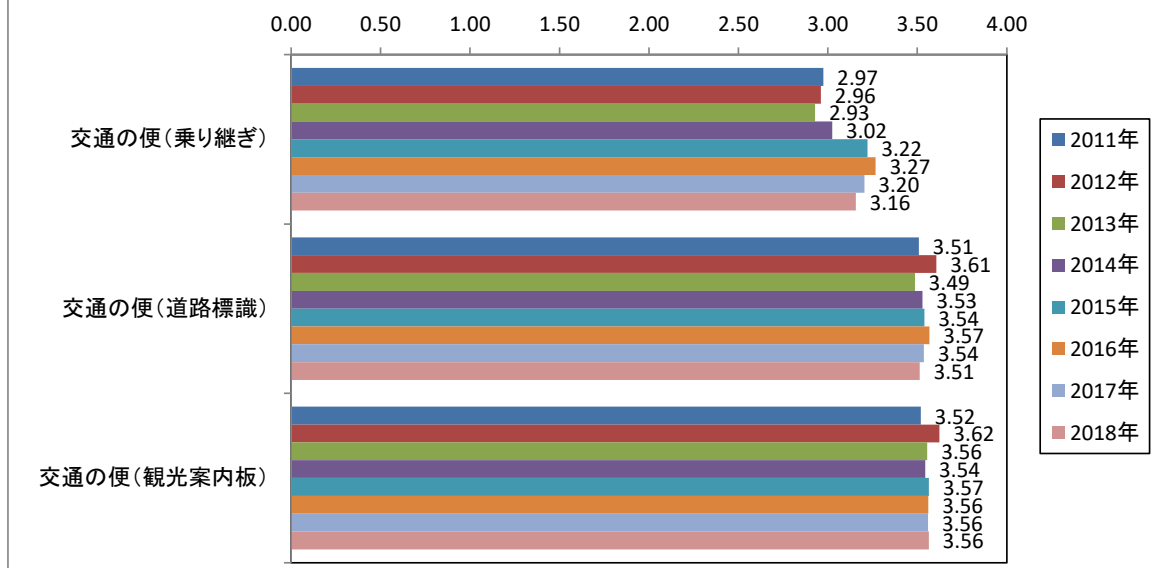
山口市への旅行の評価	宿泊施設(料金)	宿泊施設(料理)	宿泊施設(風呂)	宿泊施設(接客態度)	宿泊施設(部屋)	宿泊施設(施設設備)
2009年	3.42	3.73	3.96	3.97	3.58	3.56
2010年	3.34	3.74	3.85	3.89	3.63	3.63
2011年	3.25	3.66	4.00	3.92	3.71	3.59
2012年	3.31	3.74	3.98	4.02	3.75	3.69
2013年	3.38	3.80	4.05	4.09	3.84	3.76
2014年	3.41	3.77	3.93	3.97	3.72	3.66
2015年	3.33	3.88	4.09	4.10	3.95	3.82
2016年	3.24	3.92	4.13	4.21	4.00	3.86
2017年	3.38	3.79	3.99	4.03	3.76	3.65
2018年	3.25	3.64	3.84	3.96	3.73	3.62

山口市への旅行の評価	交通の便(乗り継ぎ)	交通の便(道路標識)	交通の便(観光案内板)	土産物(価格)	土産物(品揃え)	食事	観光施設	山口市訪問の満足度	今回の旅行全体の満足度
2009年	-	-	-	-	-	-	3.69	3.92	4.04
2010年	-	-	-	-	-	-	3.68	3.85	3.98
2011年	2.97	3.51	3.52	3.12	3.25	-	3.66	3.96	4.03
2012年	2.96	3.61	3.62	3.06	3.23	-	3.71	3.97	4.09
2013年	2.93	3.49	3.56	3.12	3.18	-	3.73	3.98	4.08
2014年	3.02	3.53	3.54	3.07	3.13	3.66	3.75	3.94	4.03
2015年	3.22	3.54	3.57	3.07	3.13	3.60	3.74	3.98	4.12
2016年	3.27	3.57	3.56	3.04	3.13	3.61	3.74	3.97	4.13
2017年	3.20	3.54	3.56	3.10	3.13	3.59	3.79	4.00	4.10
2018年	3.16	3.51	3.56	3.09	3.14	3.55	3.79	3.96	4.06

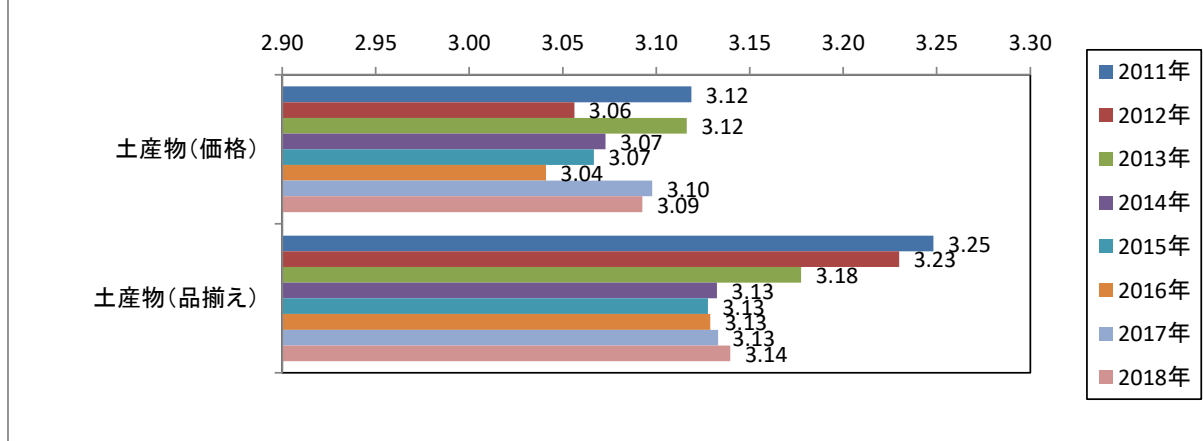
図 2-18-16 今回の旅行の満足度（加重平均）



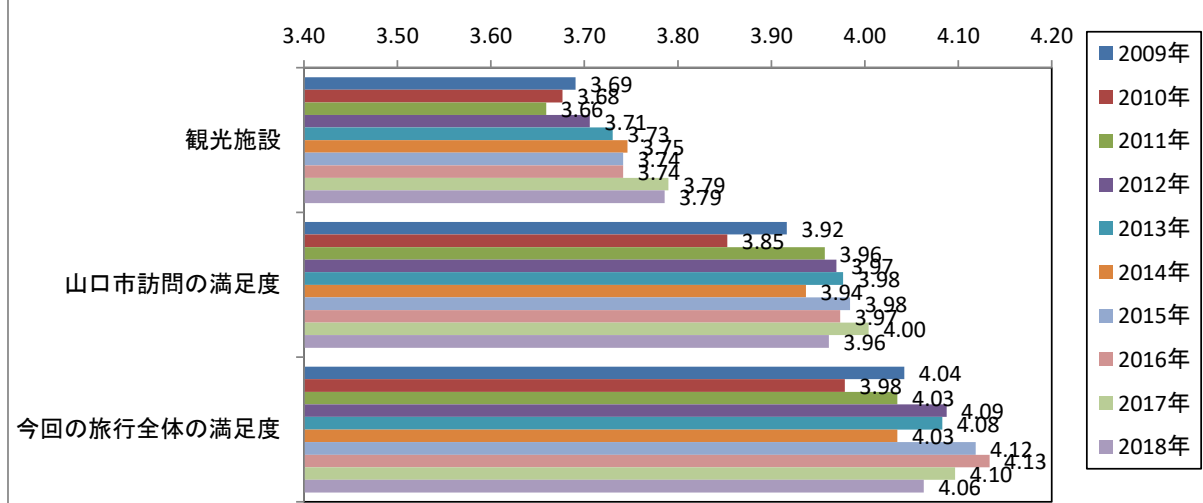
### 山口市への旅行【交通の便】の評価の推移(加重平均)



### 山口市への旅行【土産物】の評価の推移(加重平均)



### 山口市への旅行【観光施設・満足度】の評価の推移(加重平均)





## 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。

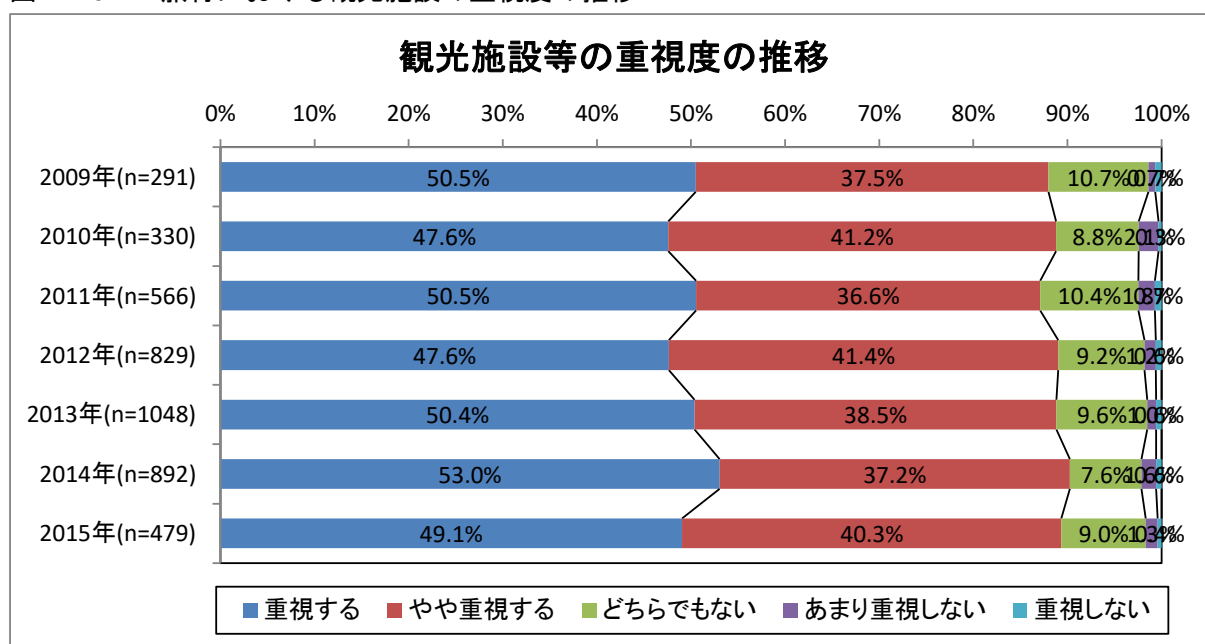
表 2-19-1 旅行における観光施設の重視度

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なっており、温泉は旅行においての目的となる割合が高い項目となっていることがわかる。

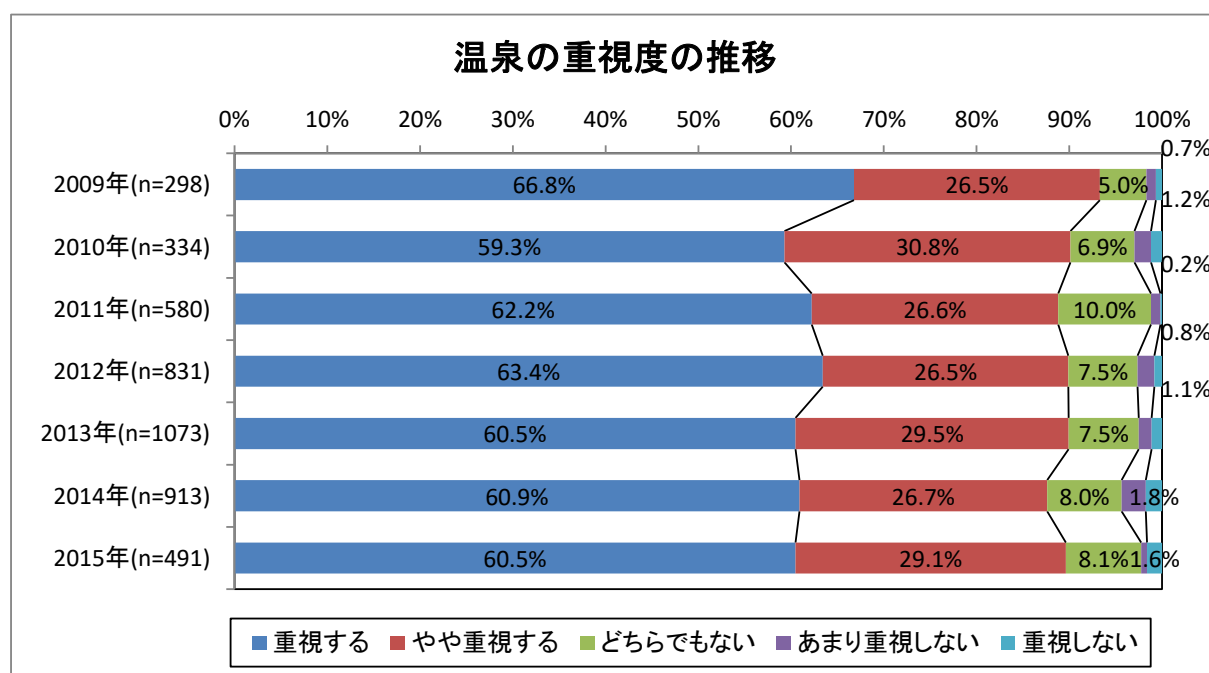
表 2-19-2 旅行における温泉の重視度

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。

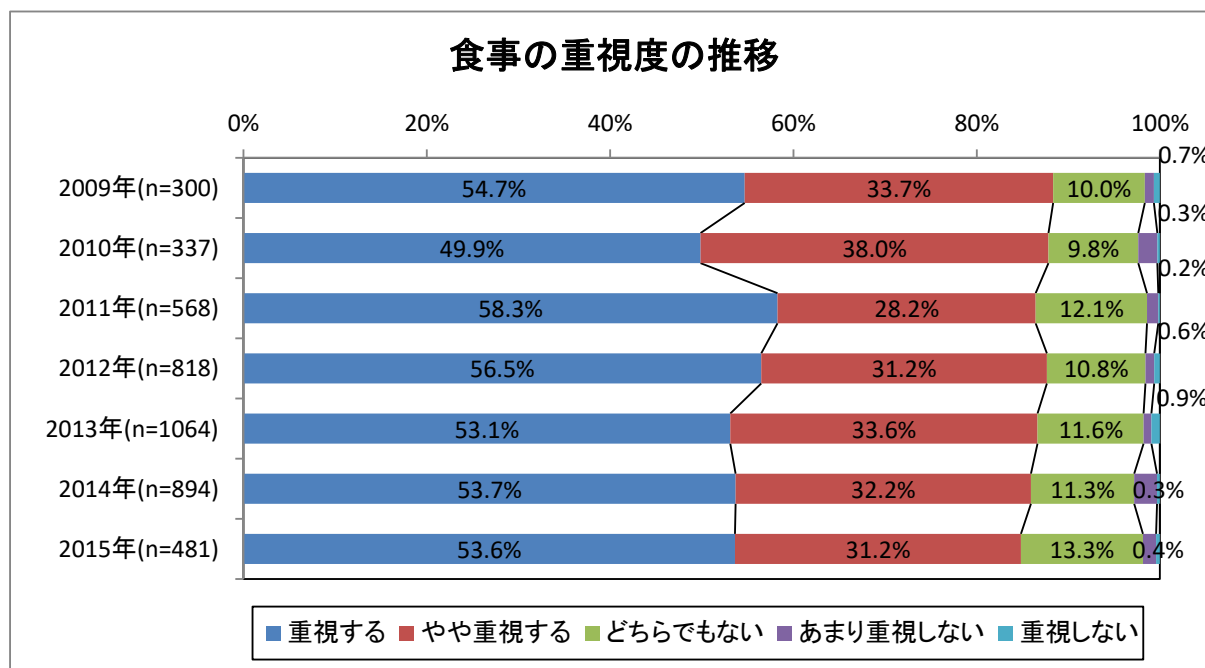
表 2-19-3 旅行における食事の重視度

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。

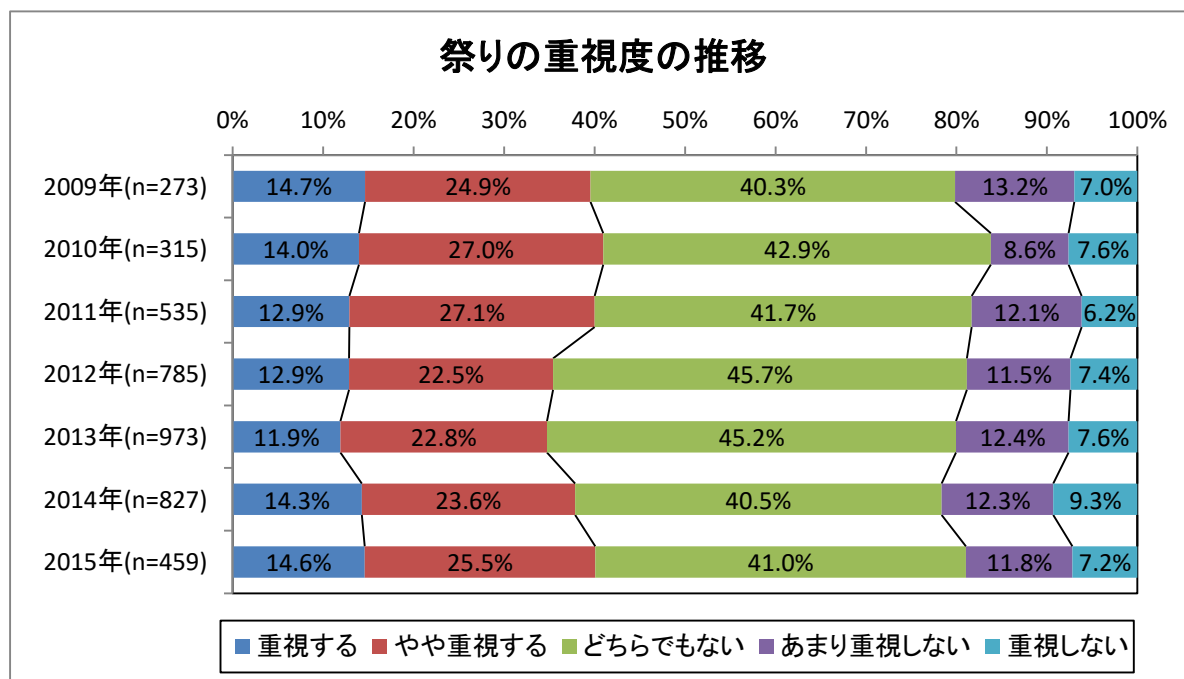
表 2-19-4 旅行における祭りの重視度

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。

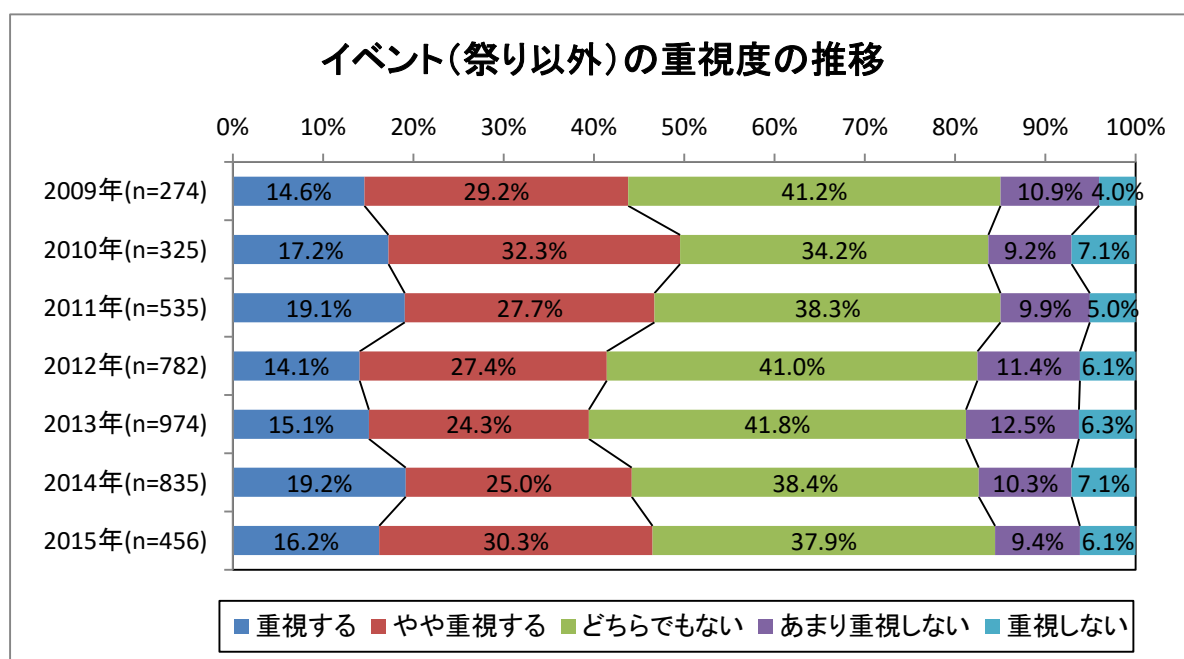
表 2-19-5 旅行におけるイベント(祭り以外)の重視度

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。

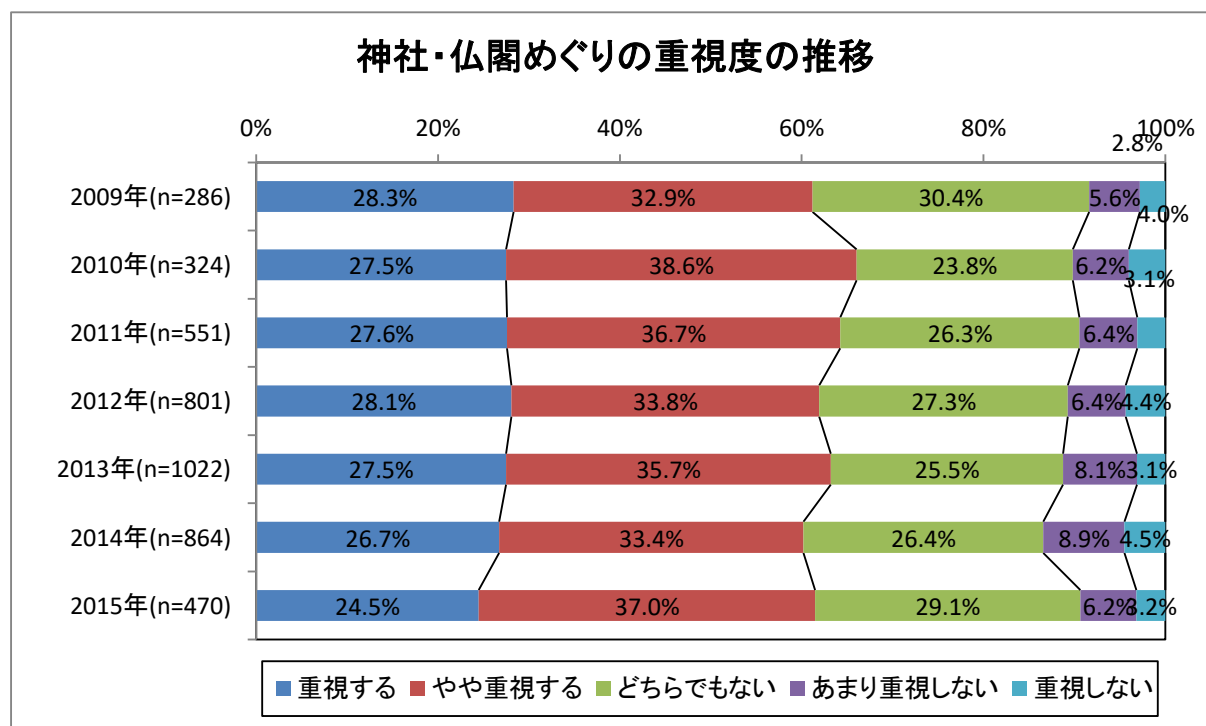
表 2-19-6 旅行における神社・仏閣めぐりの重視度

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。

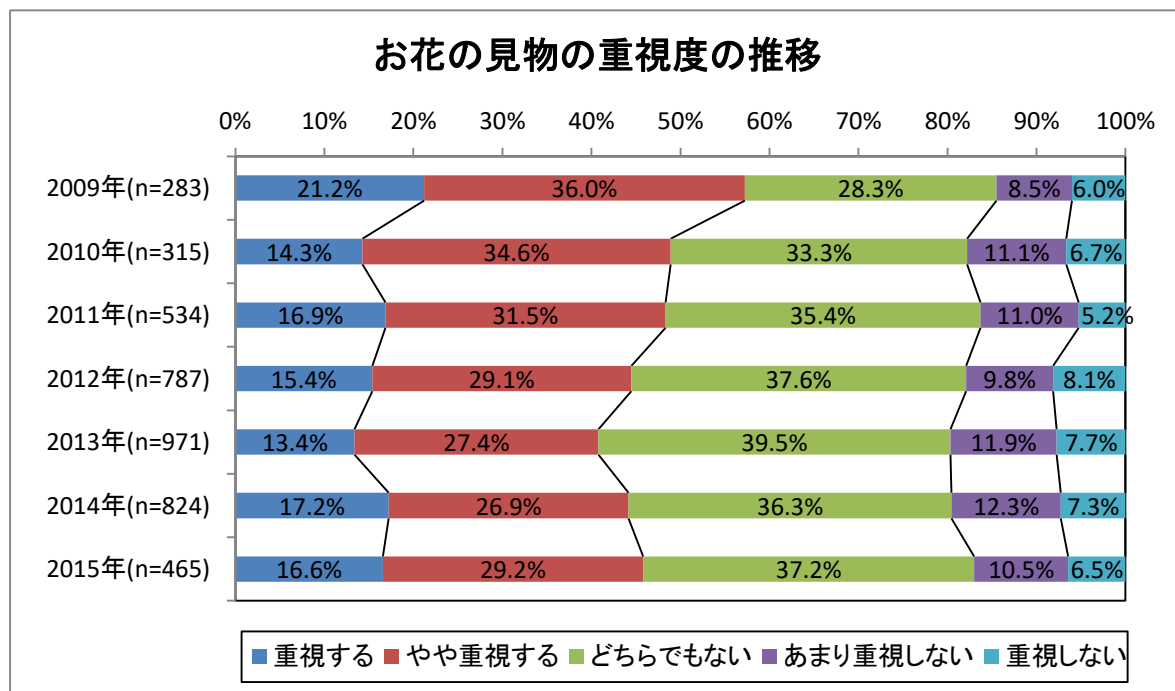
表 2-19-7 旅行におけるお花の見物の重視度

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）

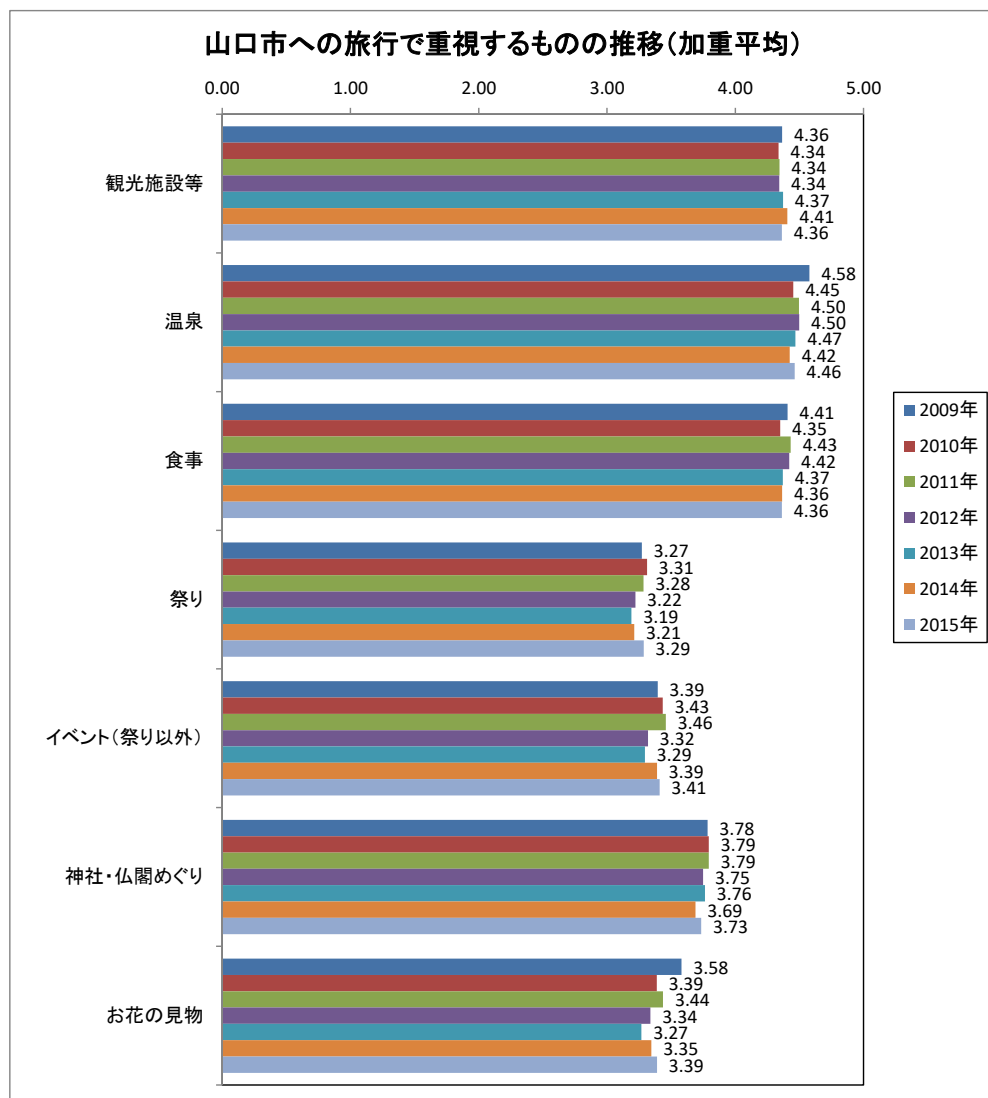
表 2-19-8 は、山口市への旅行における各項目の評価について、「重視する」とした回答を 5 点、「やや重視する」を 4 点、「どちらでもない」を 3 点、「あまり重視しない」を 2 点、「重視しない」を 1 点として、それぞれに回答者数をかけて平均値（加重平均値）をとったものである。

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。

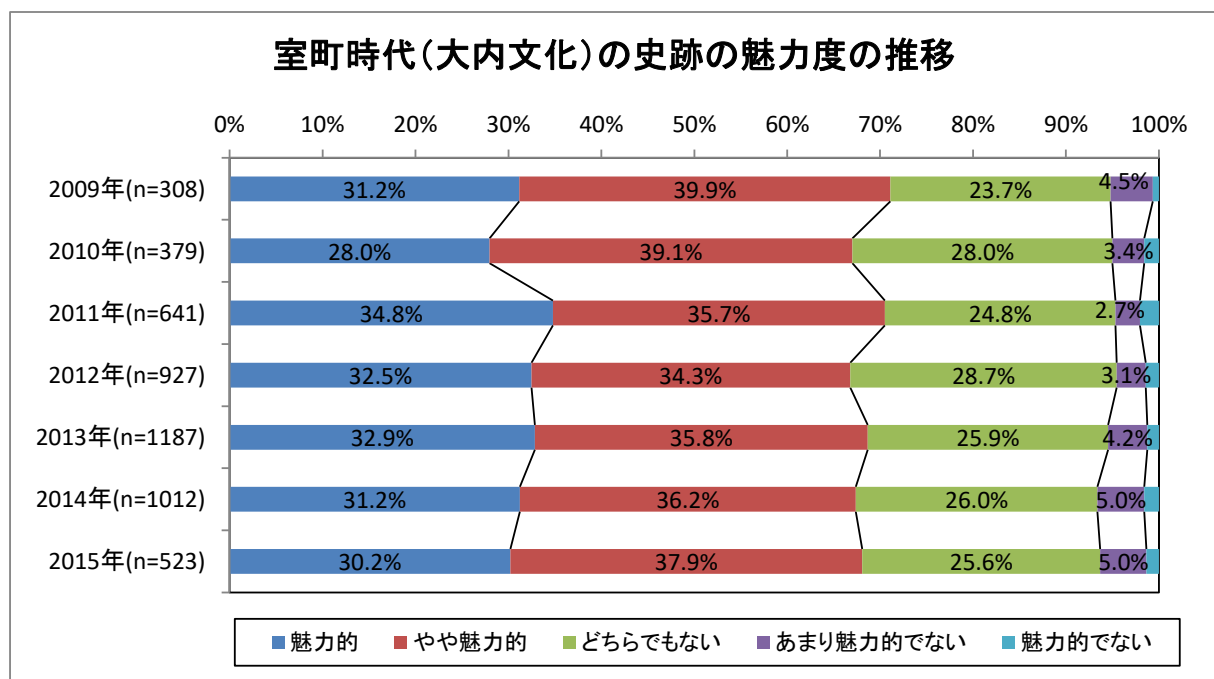
表 2-20-1 山口市における室町時代(大内文化)の魅力度

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とやや魅力的の割合が多くなっている。

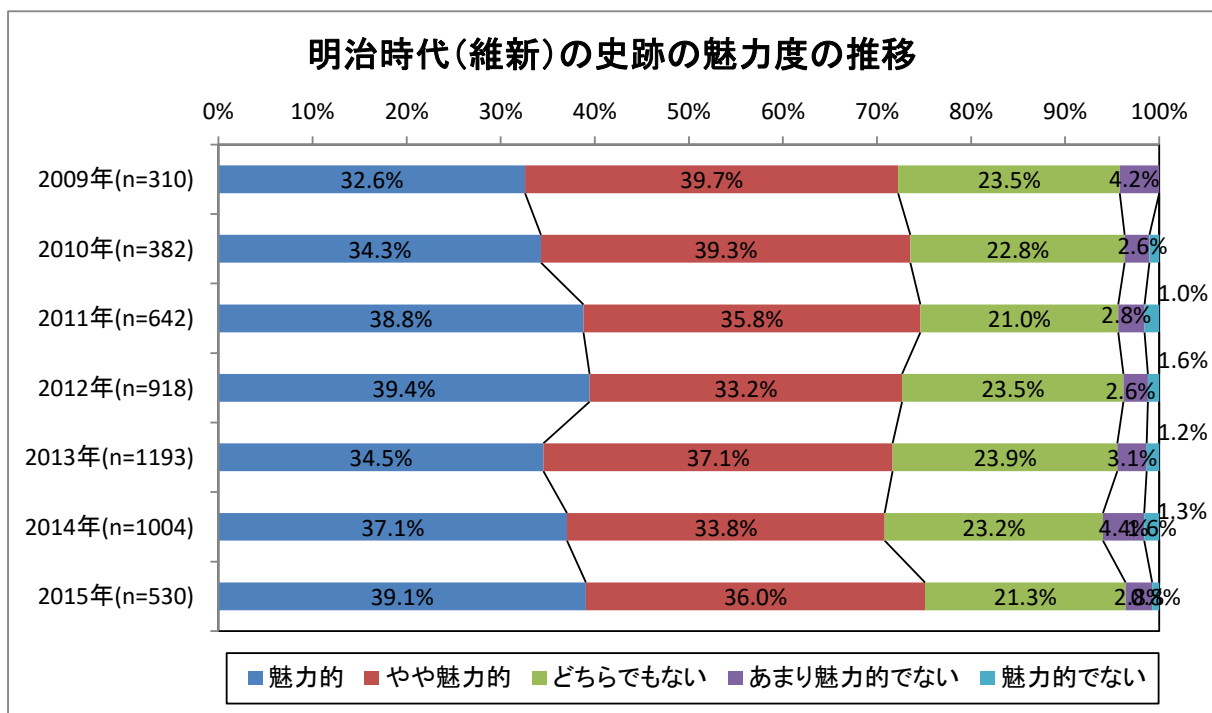
表 2-20-2 山口市における明治時代(維新)の史跡の魅力度

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。

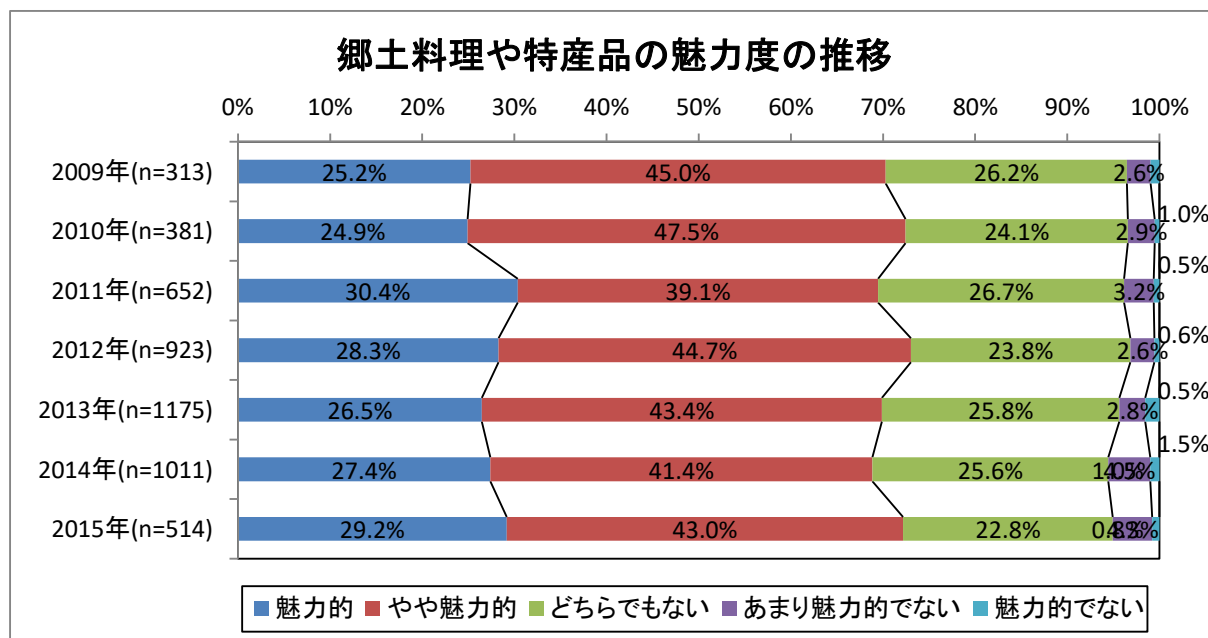
表 2-20-3 山口市における郷土料理や特産品の魅力度

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。

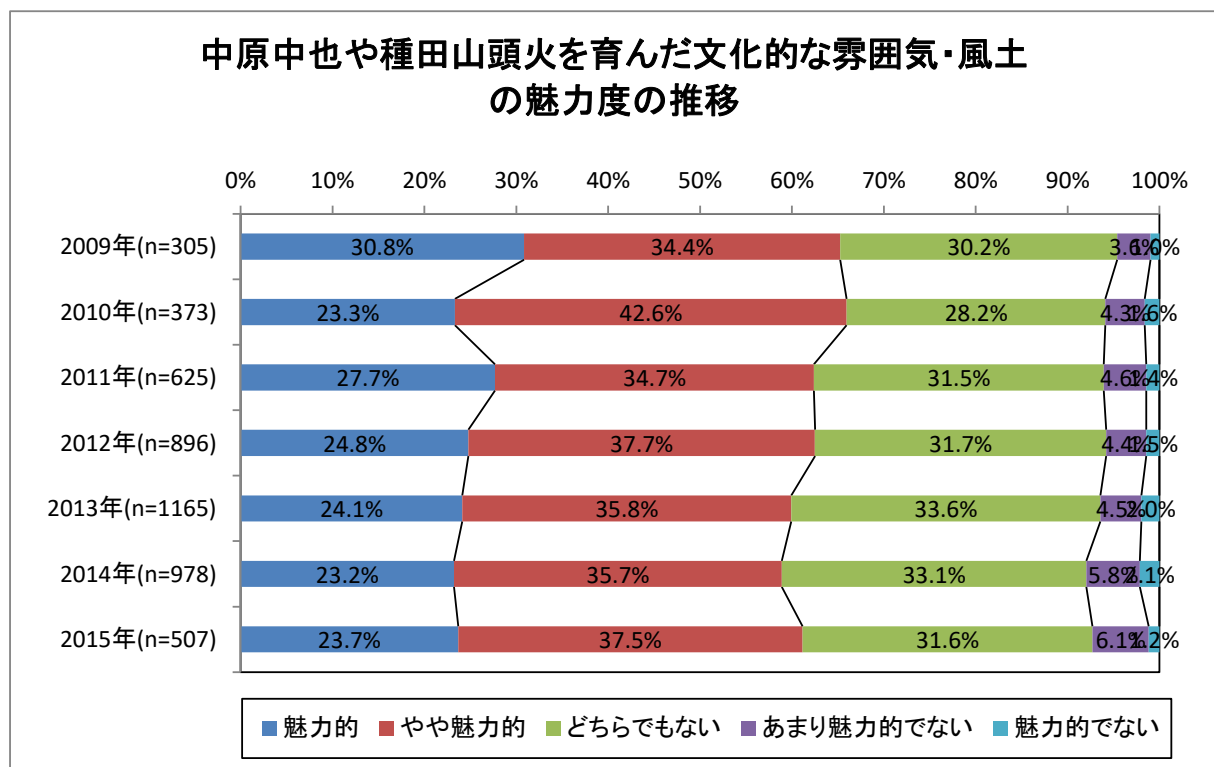
表 2-20-4 山口市における中原中也や種田山頭火を育んだ文化的な雰囲気・風土の魅力度

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。

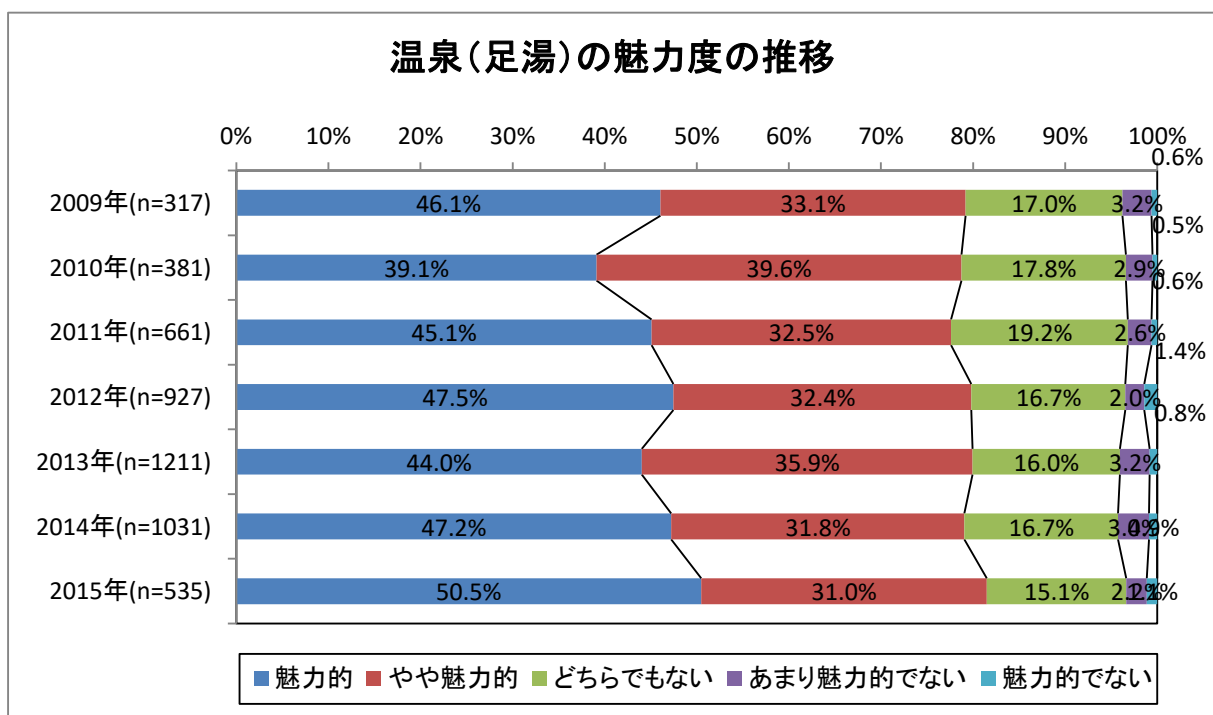
表 2-20-5 山口市における温泉(足湯)の魅力度

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。

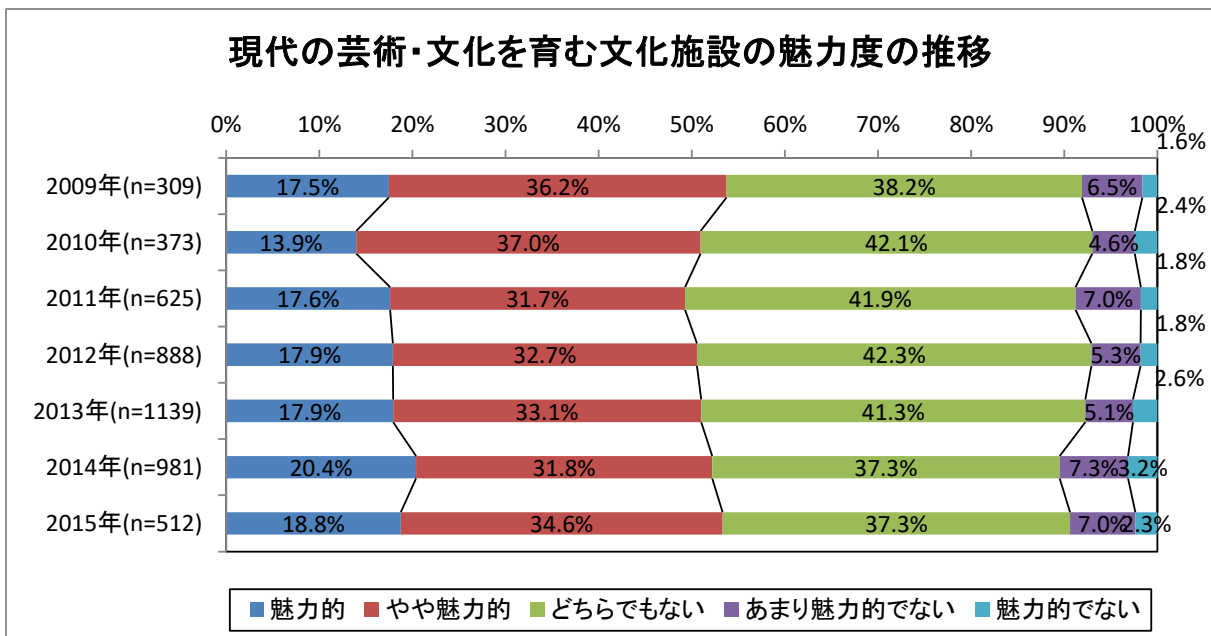
表 2-20-6 山口市における現代の芸術・文化を育む文化施設の魅力度

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。

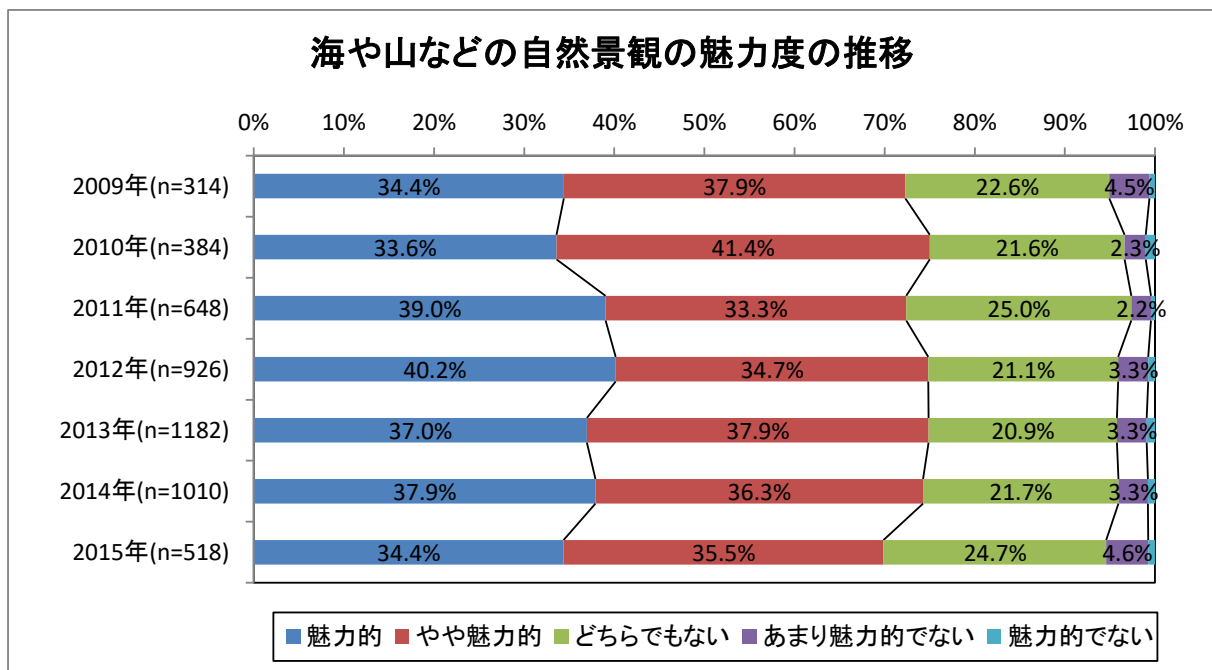
表 2-20-7 山口市における海や山などの自然景観の魅力度

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。

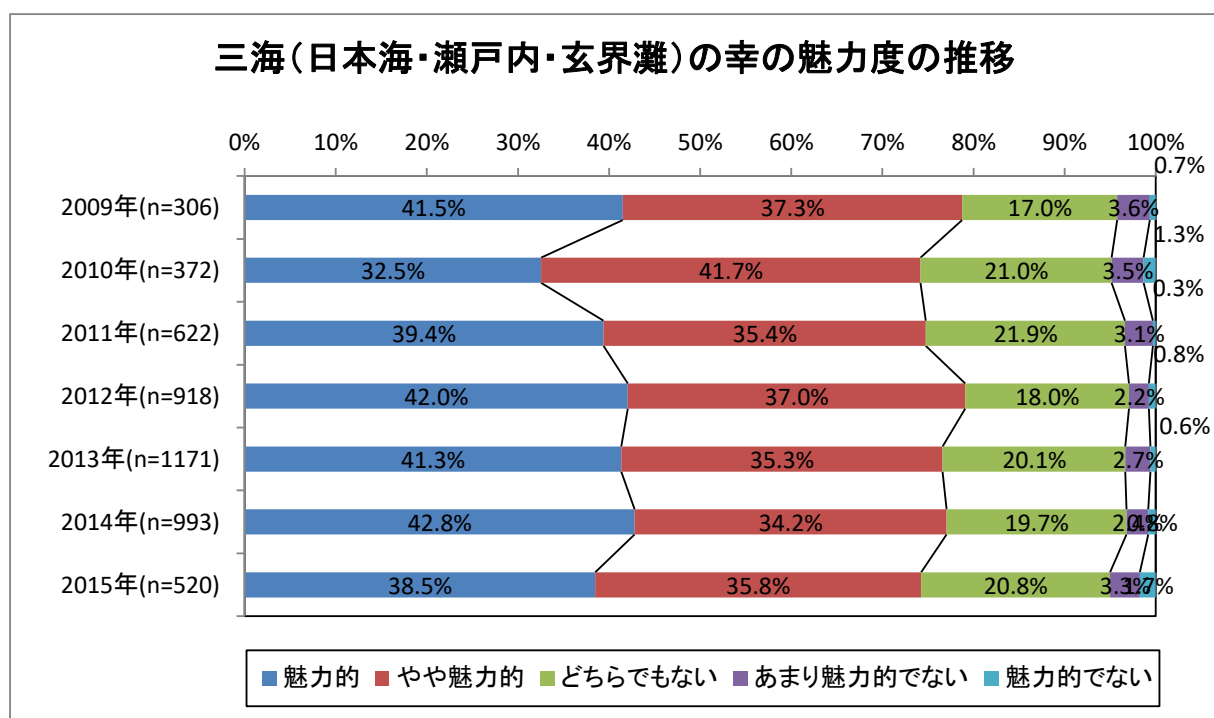
表 2-20-8 山口市における三海(日本海、瀬戸内、玄界灘)の幸の魅力度

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）

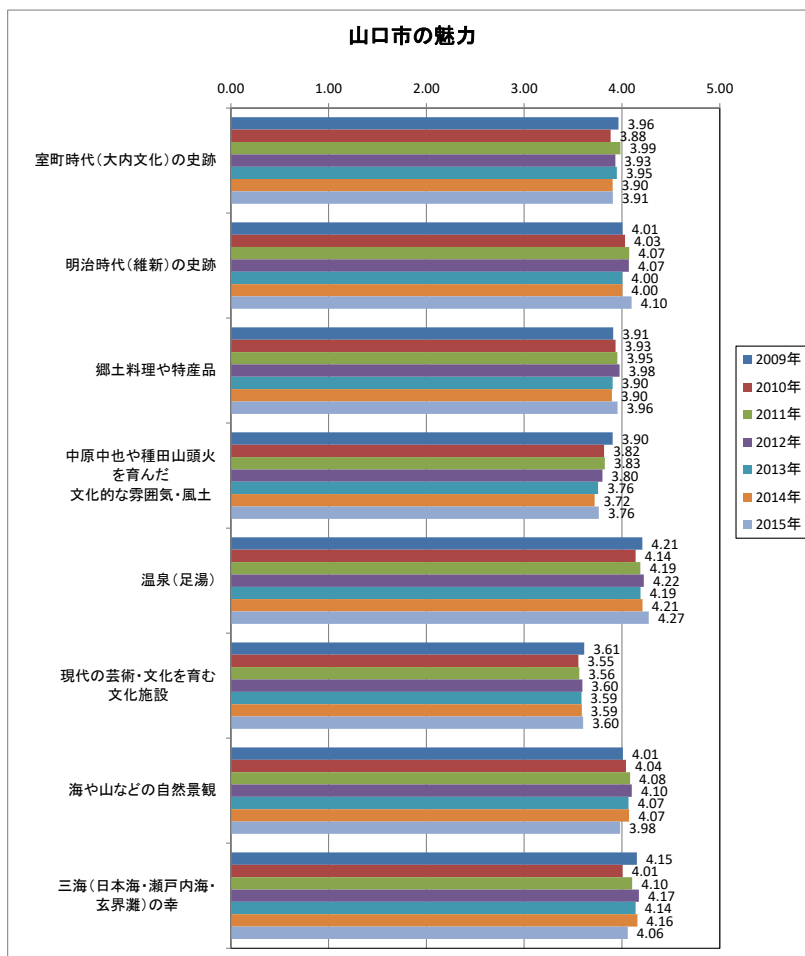
表 2-20-9 は、山口市の魅力に関する各項目の評価について、「魅力的」とした回答を 5 点、「やや魅力的」を 4 点、「どちらでもない」を 3 点、「あまり魅力的でない」を 2 点、「魅力的でない」を 1 点として、それぞれに回答者数をかけて平均値（加重平均値）をとったものである。

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 山口市の魅力（上位3つを選択）

表 2-21-1 山口市の魅力（2016～2018）

山口市の魅力	湯田温泉(周辺観光地の宿泊地として)	湯田温泉(外来湯)	湯田温泉(無料の足湯)	温泉(湯田温泉以外)	グルメ(郷土料理や地酒など)	お土産	大内文化の史跡	明治維新の史跡
2016年	1015	226	423	87	430	213	251	473
2017年	632	195	341	66	309	172	197	351
2018年	537	162	281	55	253	161	192	338

山口市の魅力	神社・仏閣巡り	自然景観(桜、ホタル、海、山など)	古い街並み(一の坂川周辺など)	祭り・イベント	現代の芸術・文化を育む文化施設	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	その他	回答者数
2016年	416	315	322	53	81	311	88	1699
2017年	399	229	244	75	89	252	70	1272
2018年	373	231	226	83	69	263	78	1152

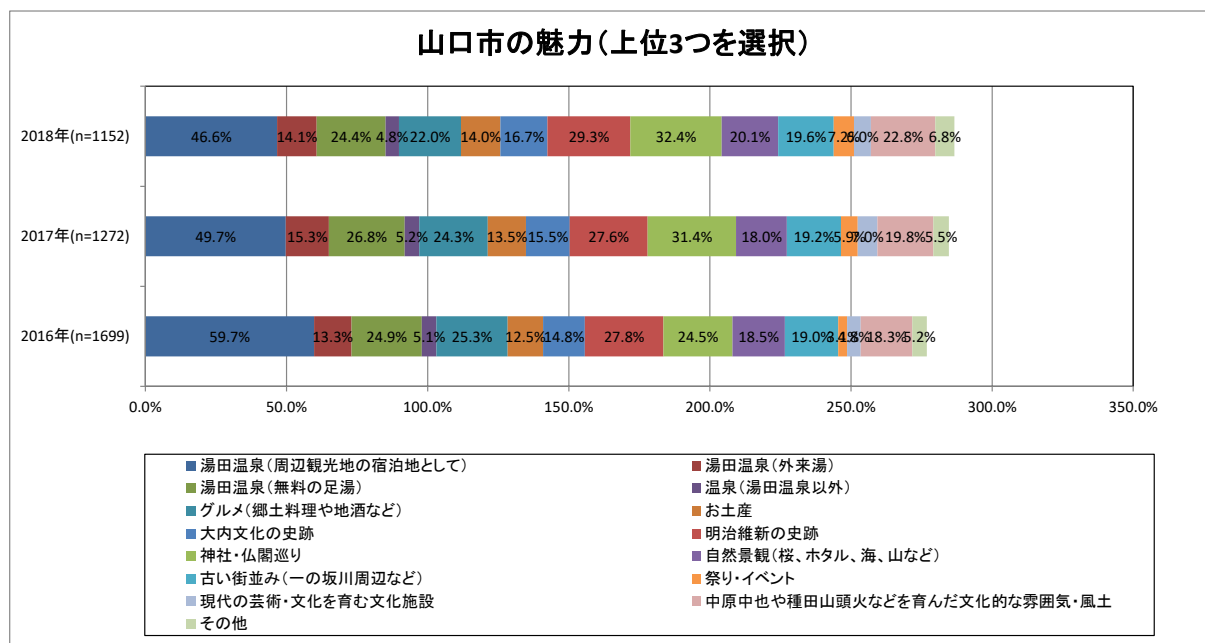
  

山口市の魅力	湯田温泉(周辺観光地の宿泊地として)	湯田温泉(外来湯)	湯田温泉(無料の足湯)	温泉(湯田温泉以外)	グルメ(郷土料理や地酒など)	お土産	大内文化の史跡	明治維新の史跡
2016年(n=1699)	59.7%	13.3%	24.9%	5.1%	25.3%	12.5%	14.8%	27.8%
2017年(n=1272)	49.7%	15.3%	26.8%	5.2%	24.3%	13.5%	15.5%	27.6%
2018年(n=1152)	46.6%	14.1%	24.4%	4.8%	22.0%	14.0%	16.7%	29.3%

山口市の魅力	神社・仏閣巡り	自然景観(桜、ホタル、海、山など)	古い街並み(一の坂川周辺など)	祭り・イベント	現代の芸術・文化を育む文化施設	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	その他	回答者数
2016年(n=1699)	24.5%	18.5%	19.0%	3.1%	4.8%	18.3%	5.2%	100.0%
2017年(n=1272)	31.4%	18.0%	19.2%	5.9%	7.0%	19.8%	5.5%	100.0%
2018年(n=1152)	32.4%	20.1%	19.6%	7.2%	6.0%	22.8%	6.8%	100.0%

図 2-21-1 山口市の魅力（上位 3 つを選択）



## 2-22 山口市内で立ち寄った観光施設数

表 2-22-1 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 2015 年では 1 か所が最も多くなっており、続いて 2 か所、3 か所となっている。しかし、2016 年以降は 1 ヶ所の割合が減少し、2 ヶ所の割合が一番多くなっている。

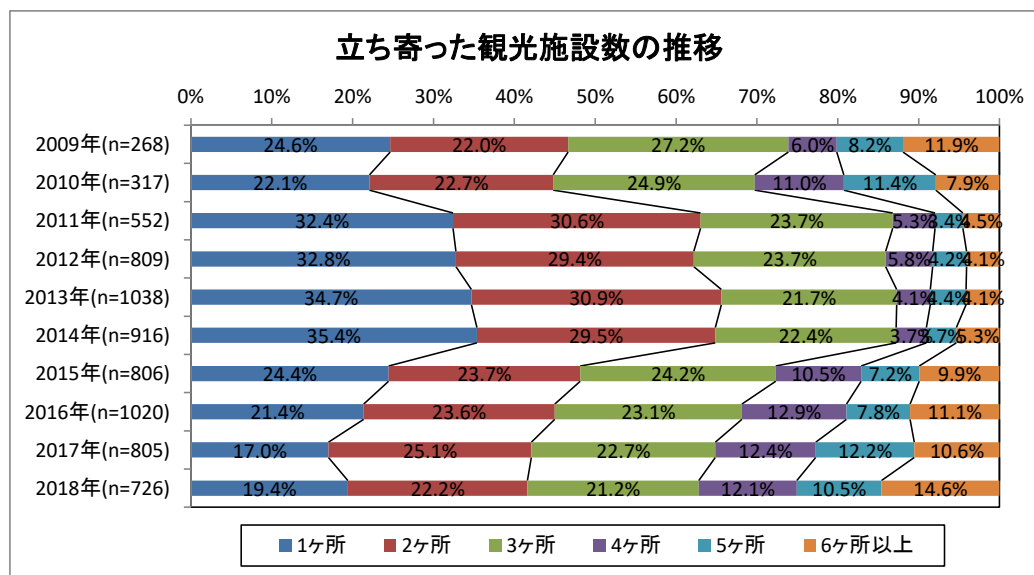
表 2-22-1 山口市内で立ち寄った観光施設数

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
2017年	137	202	183	100	98	85	805
2018年	141	161	154	88	76	106	726

### 【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%
2017年	17.0%	25.1%	22.7%	12.4%	12.2%	10.6%	100.0%
2018年	19.4%	22.2%	21.2%	12.1%	10.5%	14.6%	100.0%

図 02-1 山口市内で立ち寄った観光施設数の推移



## 2-23 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 2-23-1 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はやや減少傾向にある。また、携帯情報端末の利用率が年々増加していき、2015年には25%台に達したが、2016年には約16%に減少している。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 2-23-1 旅行中の情報媒体（複数回答）

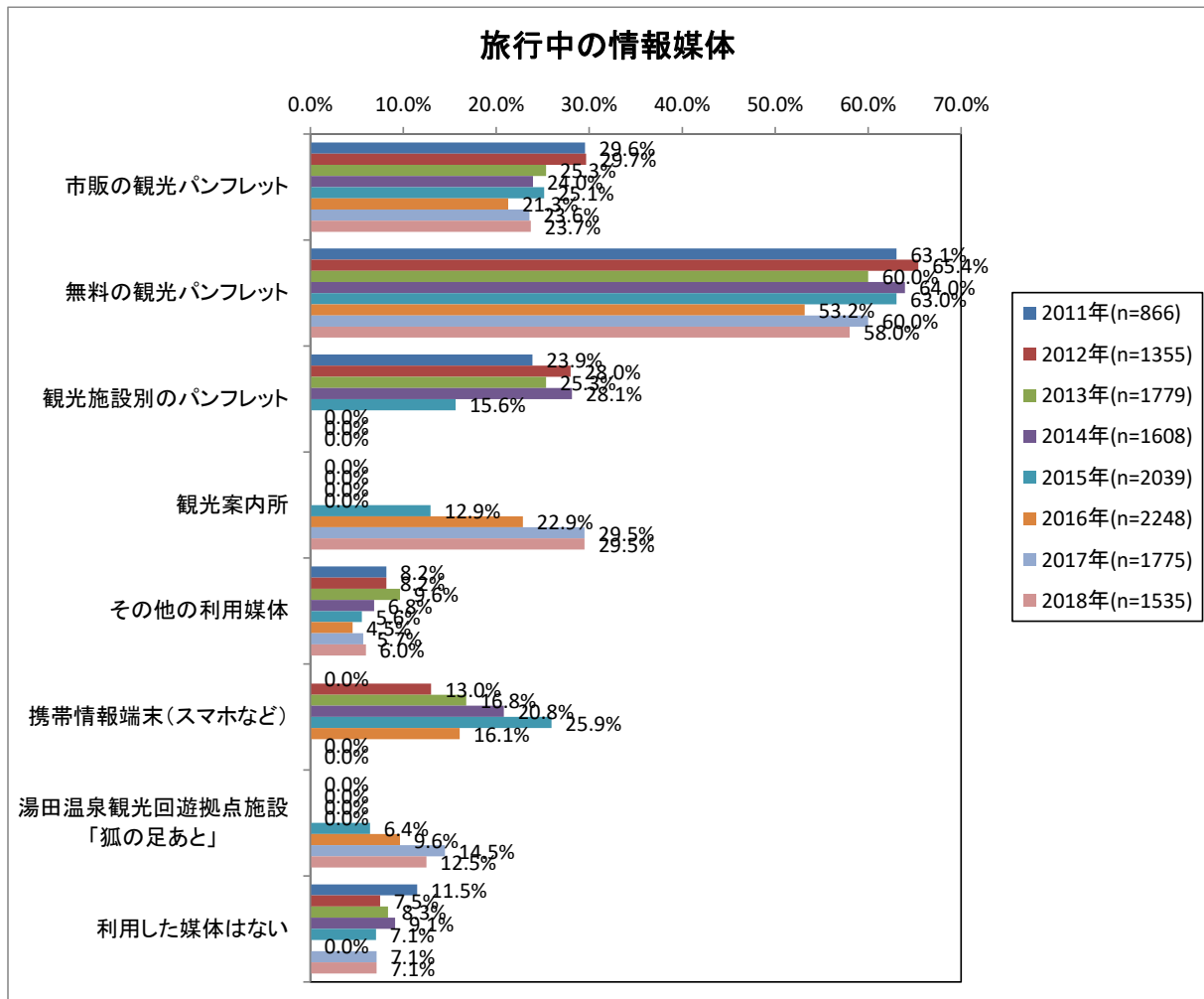
旅行中の情報媒体	市販の観光パンフレット	無料の観光パンフレット	観光施設別のパンフレット	観光案内所	その他の利用媒体	携帯情報端末（スマホなど）	湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」	利用した媒体はない	合計	回答者数
2011年	188	401	152	-	52	-	-	73	866	636
2012年	265	584	250	-	73	116	-	67	1,355	893
2013年	310	734	310	-	118	205	-	102	1,779	1,223
2014年	252	673	296	-	72	219	-	96	1,608	1,052
2015年	317	795	197	163	70	327	81	89	2,039	1,261
2016年	375	937	-	403	80	283	170	0	2,248	1,762
2017年	298	759	-	373	72	-	183	90	1,775	1,265
2018年	266	651	-	331	67	-	140	80	1,535	1,122

#### 【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%	0.0%	127.6%	100.0%
2017年	23.6%	60.0%	-	29.5%	5.7%	-	14.5%	7.1%	140.3%	100.0%
2018年	23.7%	58.0%	-	29.5%	6.0%	-	12.5%	7.1%	136.8%	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 2-23-1 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 2-23-2 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。

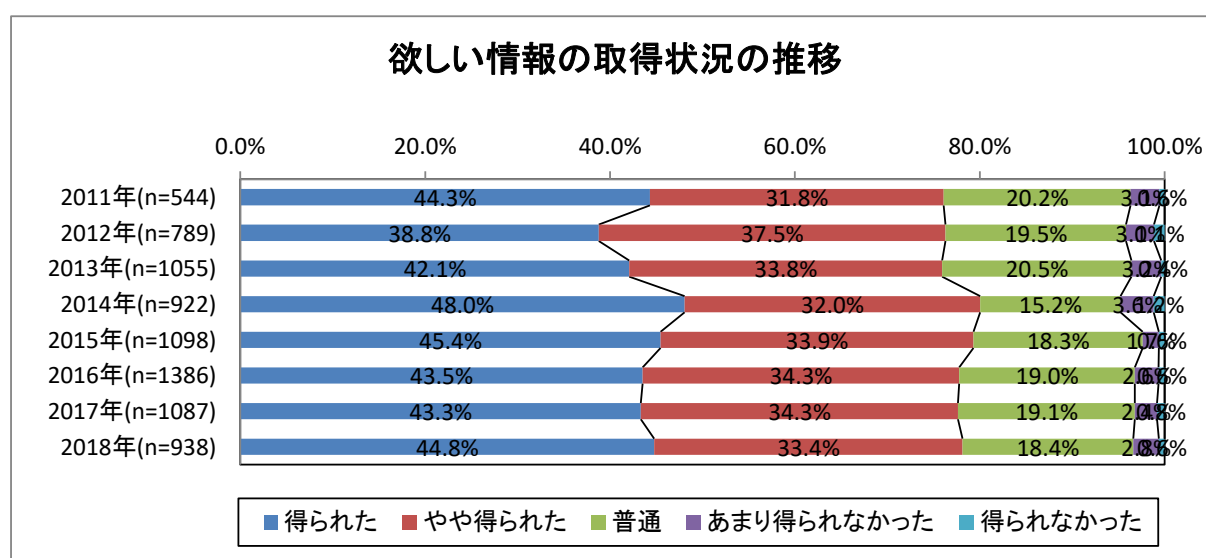
表 2-23-2 欲しい情報の取得状況

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
2017年	471	373	208	26	9	1,087
2018年	420	313	173	26	6	938

### 【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%
2017年	43.3%	34.3%	19.1%	2.4%	0.8%	100.0%
2018年	44.8%	33.4%	18.4%	2.8%	0.6%	100.0%

図 2-23-2 欲しい情報の取得状況の推移



### (3) 情報の入手しやすさ

表 2-23-3 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。

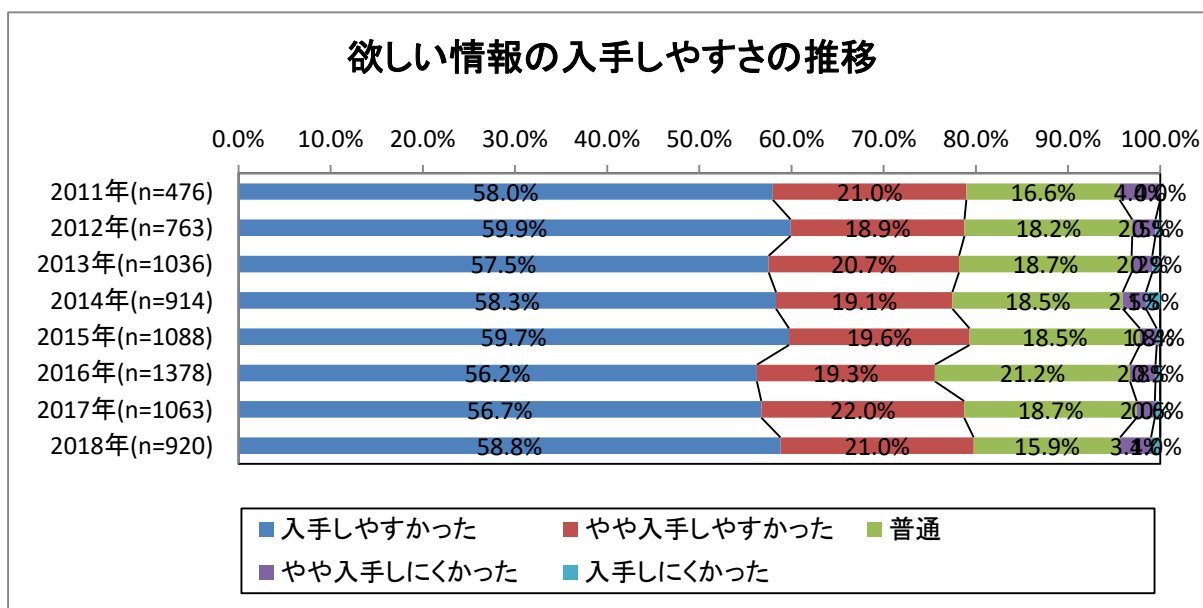
表 2-23-3 情報の入手しやすさ

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
2017年	603	234	199	21	6	1,063
2018年	541	193	146	31	9	920

#### 【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%
2017年	56.7%	22.0%	18.7%	2.0%	0.6%	100.0%
2018年	58.8%	21.0%	15.9%	3.4%	1.0%	100.0%

図 2-23-3 情報の入手状況の推移





## 2-24 山口市への再訪問の意思

表 2-24-1 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 年と 2012 年には高い水準に達したものの、その後は 52~55%の間で推移している。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。

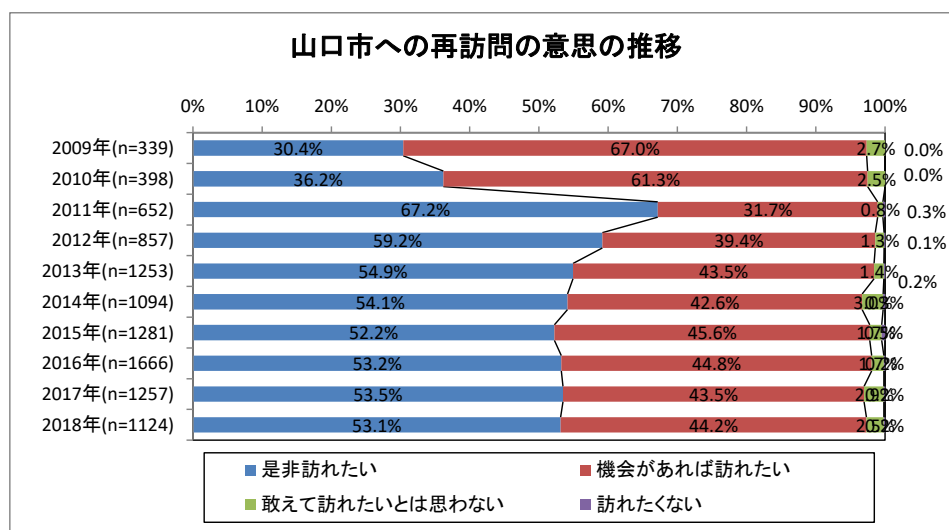
表 2-24-1 山口市への再訪問の意思

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
2017年	672	547	36	2	1,257
2018年	597	497	28	2	1,124

### 【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%
2017年	53.5%	43.5%	2.9%	0.2%	100.0%
2018年	53.1%	44.2%	2.5%	0.2%	100.0%

図 2-24-1 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) 2018年における山口市への訪問者の現状

ここでは、2018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37.7%、女性が62.3%で、女性が多かった。
- ・ 年齢は、40代から60代が同程度で最も多く20%前後である。次に多いのが30代の12.0%である。一方、最も少ない年齢層は9歳以下で0.9%であり、10代は3.6%、20代は10.3%、70代以上11.5%となっている。
- ・ 職業は、最も多いのは会社員の33.0%であり、次いで主婦・主夫の18.9%である。3番目は無職の13.0%である。
- ・ 居住地別は、全回答を山口県内外に区分した場合、27.0%が山口県内居住者であり、73.0%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、西部地域が最も多く、次いで東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11.7%、福岡県が9.9%である。山口県内は27.0%であることから、山口市への訪問者は約半数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18.2%と最も多く、次いで関東が16.7%、九州が14.6%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1,166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36.6%と最も多く、宇部・小野田地区が24.7%、下関地区が22.2%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20.5%であった。なお、山口県外への立ち寄り率は25.8%となっている。
- ・ 旅行の主な目的は、観光・旅行・温泉が74.5%と最も多く、次いで家族・親族等への訪問が7.0%である。スポーツ観戦は5.6%、ビジネス・公用は5.5%、大会・イベント出席は1.6%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31.8%と最も多いものの、友人・知人が15.2%、観光情報サイトが11.6%、旅行誌・ガイドブックが11.2%となっている。
- ・ 旅行の同行者との関係は、家族が42.7%と最も多く、次いで夫婦が25.0%、ひとりが13.6%、知人・友人が12.3%、親戚が2.2%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46.9%と最も多く、次に同行者なしの1人が17.1%、3人が15.0%である。

- ・ 山口市への旅行回数は、初めての1回が32.5%と最も多く、次いで10回以上が17.7%、2回が16.6%、3回が13.6%となっている。初めて訪れた旅行者は全体の32.5%なので、リピーターは67.5%となった。
- ・ 山口市への来訪月は、10月が最も多く13.2%であり、次いで5月が12.0%、4月が10.6%であり、休假日の多い月の訪問が比較的多い傾向がある。一方で、6月が最も少なく4.7%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、自家用車が最も多く50.4%であった。次いで新幹線が28.9%、その他の鉄道が15.5%と続く。
- ・ 今回の旅行の全行程は、日帰りが31.6%と最も多く、次いで1泊の30.9%が多くなっている。なお、通常の旅行動向からいえば、日帰りの割合がもっと高くなるのが一般的であるが、県外からの旅行者が70%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。
- ・ 宿泊旅行者のうち、山口市内で何泊しているかを示したものである。1泊が47.6%と最も多く、次いで日帰り（無泊）が35.5%、2泊が12.5%となっている。
- ・ 山口市内での平均消費額は、宿泊費が14,189円で最も多く、次いで、交通費が5,079円となっている。合計額は約32,500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73.2%で最も多く、次いで新山口駅周辺の10.2%となっている。
- ・ 宿泊施設の料金についての5段階評価は、普通が60.0%で最も多く、やや安いが14.9%、安いが12.4%であった。
- ・ 宿泊施設の料理についての評価は、普通が50.4%と最も多く、次いで、やや良いが23.6%、良いが22.5%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、普通が39.0%で最も多く、良いが32.7%、やや良いが23.7%であった。良い、やや良いとする回答を合わせると56.4%であり、6割近くの人で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35.8%で最も多く、普通が33.9%、やや良いが27.6%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、普通が41.8%で最も多く、良いが28.2%、やや良いが23.7%である。部屋については良いと評価する回答は5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50.1%で最も多く、良いが21.5%、やや良いが24.3%であった。
- ・ 交通の便についての5段階評価について、乗り継ぎについては、普通が38.6%で最も多く、やや大変が21.3%で、やや楽の17.6%を上回っている。やや大変と大変を合わせると27.7%で、楽とする評価の割合33.7%に近づいている。
- ・ 道路標識についての評価は、普通が46.1%、わかりやすいが23.0%、ややわかりやすいが19.2%である。ややわかりにくいとする回答も9.7%であった。
- ・ 観光案内板についての評価は、普通が41.3%、わかりやすいが25.4%、ややわかりやすいが20.6%である。ややわかりにくいとする回答も10.6%であった。
- ・ 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80.0%、やや安いが9.1%、

やや高いが 6.0%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 63.5%、良いが 8.4%、やや良いが 13.8%である一方、やや悪いも 12.3%であった。
- ・ 宿泊施設以外の食事についての評価は、普通が 47.3%と最も多いが、やや良いが 25.1%、良いが 19.6%で、良いとする評価が約 45%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 36.6%、やや良いが 31.3%、良いが 26.7%である。観光施設については約 6割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 37.7%、満足が 31.3%で、合わせて約 7割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 36.4%、普通が 22.5%である。全体で約 75%が満足と評価している。
- ・ 山口市の魅力については、回答者数を分母として回答割合を算出したところ、最も多かったのは、湯田温泉で 46.6%であった。次に、文化的な雰囲気・風土が 32.4%、3番目が自然景観で 29.3%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 21.8%と最も多く、次いで、3か所の 20.8%、1か所の 19.1%となっている。
- ・ 山口市内で訪れた観光施設のうち上位 28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 609人であり、訪問率は 52.2%であった。回答者のうち、半数強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 572人で訪問率が 49.1%、狐の足あとが 326人で 28.0%、中原中也記念館が 276人で 23.7%であった。また、山口ゆめ花博が 25人で 2.1%となっており、山口ゆめ花博から市内の他施設へ周遊する動きも見られる。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、宿泊施設以外の飲食店・居酒屋等が湯田温泉に多いこと中原中也記念館・狐の足あとの近接性から湯田温泉内での周遊行動への相乗効果があったことも推測される。
- ・ 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 58.0%であった。次いで、観光案内所は 29.5%、観光情報サイトが 26.8%であった。湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」は 12.5%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 44.8%、やや得られたが 33.4%であり、両者を足すと約 78%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 58.8%、やや入手しやすかったが 21.0%であった。入手しにくかったは 1.0%であり、やや入手しにくかったは 3.4%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 53.1%、機会があれば訪れたいが 44.2%であった。この 2つの回答の合計値は 97.3%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～2018年）でみる山口市への訪問者の傾向

ここでは、2009年～2018年の10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、10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。
- ・ 年齢は、いずれの年も50代、60代の割合が多い。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、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。
- ・ 居住地は、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。
- ・ 山口市以外の立ち寄りエリアは、萩・長門地区が最も多く40%程度で推移しており、また山口県外の割合も20%～30%程度で推移している。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てとれる。
- ・ 旅行の主な目的は、いずれの年も観光・旅行・温泉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。
- ・ 山口市を候補にあげたきっかけの情報媒体は、いずれの年もその他が最も多く、続いて友人・知人が多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。
- ・ 旅行の同行者は、いずれの年も家族が最も多く、続いて夫婦と友人・知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。
- ・ 同行者の人数は、いずれの年も2人が最も多くなっている。また、どの項目も大きな変動は無い。
- ・ 山口市への旅行回数は、いずれの年も初めて(1回)と2回、10回以上の割合が高い傾向がある。
- ・ 山口市への訪問月は、2013年以降は1月～5月の訪問割合が高くなっている。逆に6月と7月の割合は減少傾向にある(ただし2016年では7月が増加している)。2015年12月と2016年8月の割合は大きく増加している。2018年は4月と5月の割合が大きく増加している。
- ・ 山口市までの主な交通手段は、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。団体観光バスは年々減少傾向にあるが、飛行機は変動があるものの増加傾向にあると言える。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。
- ・ 山口市内での主な移動手段は、いずれの年も自家用車が最も多い割合を占めている。その他の鉄道と路線バスは増加傾向にあるが、団体観光バスは減少傾向にある。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。
- ・ 旅行の全行程の日程は、宿泊のうち1泊が最も多い。日帰りは2016年まではやや減少傾向にあったが、この2年は増加傾向にある。2泊、3泊以上の割合は2016年にかけて増加し、この2年はその水準を維持している。
- ・ 宿泊旅行者の山口市内での宿泊数は、いずれの年も1泊が最も多く、続いて2泊となっている。2011年では3泊以上の割合が大きく増えている。
- ・ 山口市での平均消費額は、2013年の宿泊費が大幅に増加しているが、2017年は大幅に減少している。その他では2010年が大きく増加しているが翌年以降は減少し、2016年以降は割

合が大きく減少している。飲食費が増加傾向にある。

- ・ 山口市内での宿泊地は、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7～10%前後の割合となっている。
- ・ 旅行の満足度についての評価では、宿泊施設の料金について、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。
- ・ 宿泊施設の料理については、これも普通の評価が最も多かった。また、良いとやや良いとする回答の割合も高く、高い評価を得ている。
- ・ 宿泊施設の風呂についての評価は、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。2015～2016年は、良いとする評価の割合が高かったが、この2年は低下傾向にある。
- ・ 宿泊施設の接客態度についての評価は、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。
- ・ 宿泊施設の部屋についての評価は、いずれの年も普通の評価が多い。2011年以降は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。特に2016年は良いの評価が多くなっている。
- ・ 宿泊施設の施設設備についての評価は、いずれの年も普通の評価が多く、良いとやや良いは20～30%の間で変動している。
- ・ 交通の便に関する評価では、乗り継ぎについては、2011年から2018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年には、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。ただし、この2年は良いとする評価が低下傾向にある。やや大変とする割合は20%台で推移しており、大変とする割合は7%前後で推移している。
- ・ 交通の便の道路標識については、2011年から2018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。
- ・ 交通の便の観光案内板については、2011年から2018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年に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たが、2017年以降はややわかりにくい割合が再び10%台になっている。
- ・ 土産物の価格についての評価は、安いとする評価は2014年と2016年に約3%と落ち込んでいるが、その他の年は4～6%で推移しており、2015年以降は4%前後である。やや高いは2013年以降7%前後の割合だったが、2017年以降は約6%に減少している。
- ・ 土産物の品揃えについての評価は、普通が最も多く、いずれの項目も大きな変動はない。すべての年でやや悪いの割合が良いを上回っている。
- ・ 食事についての評価は、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約半数が良いと評価しているが、横ばいの傾向にある。
- ・ 観光施設についての評価は、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おり、2011年以降は増加傾向にある。
- ・ 山口市訪問の満足度については、いずれの年もやや満足とする評価が多く、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。
- ・ 今回の旅行の満足度については、2011年からやや満足を満足が上回り、2017年には最も高

い割合となったが、2018年は35.8%と低下し、やや満足を下回っている。

- ・ 山口市内で立ち寄った観光施設数は、2010年までは3か所が最も多いが、2011年から2015年では1か所が最も多くなっており、続いて2か所、3か所となっている。しかし、2016年以降は1ヶ所の割合が減少し、2ヶ所の割合が一番多くなっている。
- ・ 旅行中に利用した情報媒体については、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はやや減少傾向にある。また、携帯情報端末の利用率が年々増加していき、2015年には25%台に達したが、2016年には約16%に減少している。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。
- ・ 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、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。
- ・ 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。
- ・ 山口市への再訪の意向については、2009年から2010年までは、是非訪れたいが30%台であり、2011年と2012年には高い水準に達したものの、その後は52~55%の間で推移している。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。

### 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、2018年の調査結果（クロス集計結果）と時系列の集計結果から見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、近年はスマホやインターネットの活用が増加しているが、旅行誌・ガイドブックなどを情報源とする旅行者も引き続き多い。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、市販の観光パンフレットで得られたとする回答の割合がやや低いが、これは情報の取得形態の変化を反映しており、今後は有人の観光案内所や狐の足あとのような丁寧な情報提供とインターネットを経由した手軽な情報媒体の充実が求められていると考えられる。また、情報が入手しやすかったとする回答をみても、インターネット経由（個人のブログ・SNS）や観光案内所の割合が比較的高く、高齢者へは有人の観光案内所や狐の足あとでの情報提供が好まれ、インターネットに馴染みのある若年層でインターネット経由での情報提供が好まれていることを示唆している。

#### (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。乗り継ぎは、

全体での評価を時系列でみると 2016 年までは改善傾向にあったが近年では低下が続いており、その要因について検証が必要である。

- ・ 自家用車やレンタカー、自転車での旅行の満足度がやや低いことから、自動車や自転車向けの道路標識や観光案内板が十分に配慮されているかについても検討が必要である。

### (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。2015年のNHK大河ドラマや世界遺産認定、明治維新150年で萩・長門地区への訪問者が増加している一方で、山口市の宿泊客数は近年減少しており、山口市を宿泊拠点とした周遊の魅力や利便性が低下している可能性がある。小郡萩道路の整備などにより自動車による周遊観光が容易になっており、自動車による周遊観光客を山口市に宿泊させるような工夫が求められている。
- ・ 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、2018年の調査でYCAMを訪問したのは30人（2.6%）に過ぎない。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83人（7.2%）と少ない。ただし徐々には増加傾向にあり、満足度も高水準となっている。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。YCAMは独自性や希少性のあるコンテンツとして観光交流事業の戦略的な観光資源となり得る可能性があることから、その有効な活用について引き続き検討が求められる。

### (4) 満足度

- ・ お土産物の価格・品揃え、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、お土産物は価格・品揃えとも評価は低い水準で推移しており、食事の評価も低下傾向にあることから、お土産物と食事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年に関連してデスティネーションキャンペーンの実施ややまぐち夢花博の開催など積極的な情報発信が行われたが、その効果について詳細な分析が必要であり、特に県外からの誘客への効果を検証することが重要である。
- ・ 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、インターネット情報端末の利用割合が増加していることから、情報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は、自転車やまち歩きを中心とした回遊促進を積極化することが期待できるため、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しての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している。外国人観光客の受け入れ体制を整備し、外国人観光客誘致の機会を逃さないように取り組むことが重要である。
- ・ 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、2018年の集計結果と2009年から2018年までの10年分の時系列での集計結果をまとめた。

2018年は、明治維新150年を迎え、やまぐち夢花博に代表される観光キャンペーンも引き続き活発に行われた。やまぐち夢花博が目標以上の集客に成功した一方で、会場となった山口市での宿泊数は減少している。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も進み、山口市の観光拠点としての魅力や市内の周遊環境の改善は進んでいる一方で、萩・長門地区への高速道路整備の充実もあり、山口市を經由しない県内周遊の動きも強まっている。観光による地域への効果は宿泊に伴うものが大きく、宿泊数を増加させる取り組みが求められている。また、2015年に開館した湯田温泉観光回遊拠点施設「狐の足あと」は情報提供施設として、また市内の回遊促進施設としても一定の成果が現われつつある。新山口駅北地区拠点施設整備事業が進む中で新山口駅の魅力向上を図り、狐の足あとを活用した市内観光の活性化策の検討も求められる。

2016年には、地方創生のもと観光DMO(Destination Management/Marketing Organization)が山口県にも発足し、芸術、文化、スポーツを通じた魅力創出事業も推進されている。明治維新150年を迎え、取り組みも加速するなか、井上公園の活用やYCAMとの連携による一層の芸術・文化との融合が必要である。レノファ山口FCはJ2の3年目に過去最高順位となる8位と健闘したが、観客数は期待通りには増加していない。毎年のようにカテゴリーを上昇した頃の勢いが落ち着いてきており、今後は着実な増加を維持するような多様な取り組みが求められている。アウェイに訪れる試合観戦者は特に近隣地域から堅調であり、スポーツツーリズムを意識した更なる施策や、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有効な取り組みとなると期待される。

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、10年分の時系列での集計結果もまとめている。10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探索を行い、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。