

# 令和4年度しまなみ観光魅力度向上調査事業 結果概要

## 【調査背景】

しまなみ海道の今後のさらなる誘客拡大に向けて、ターゲットの選定やターゲットに働きかけるための有効な情報媒体、必要な諸施策等を検討するための基礎資料を得ることを目的として実施した。

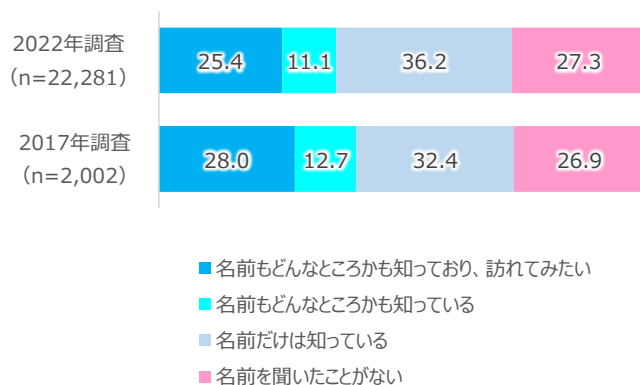
「しまなみ海道を訪れたことがない人」（非来訪者）については、しまなみ海道の認知度やイメージの変化を過年度調査結果と比較分析するとともに、「しまなみ海道を訪れたことがある人」（来訪者）については、周遊の実態や満足度などを聴取し、課題と今後の対策について検討を行った。

## 【調査概要】

- 調査対象：18-79歳の男女
- 調査地域：全国
- 回収数：スクリーニング調査28,480サンプル  
本調査1,140サンプル  
うち、しまなみ海道来訪者 804サンプル  
しまなみ海道非来訪者 336サンプル
- 調査方法：インターネット調査
- 調査期間：令和5年1月27日～2月13日

## 認知度・イメージの変化

### しまなみ海道の認知度（過年度比較）\*



\*しまなみ海道を訪れたことがない人に対する質問

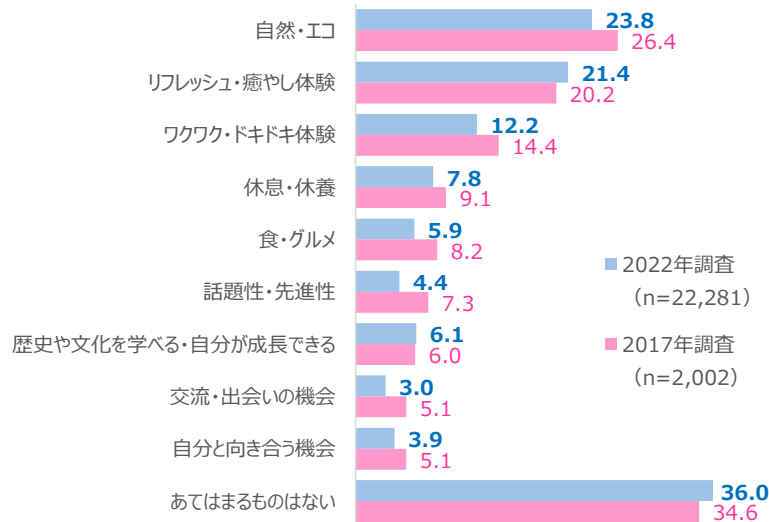
### 【認知度】

- 過年度の調査結果と比較すると、しまなみ海道の認知度に際立って大きな変化は見られない。

### 【イメージ】

- しまなみ海道のイメージもわずかなポイント差は見られるものの、「自然・エコ」、「リフレッシュ・癒やし体験」、「ワクワク・ドキドキ体験」のイメージが強い傾向は変わっていない。

### しまなみ海道のイメージ（過年度比較）\*



\*しまなみ海道を訪れたことがない人に対する質問

# 令和4年度しまなみ観光魅力度向上調査事業 結果概要

## 来訪者の行動実態

### 【主目的地】

- しまなみ海道を主目的として訪れた人は18.8%であり、残りの約8割はその他の場所を訪れたついでにしまなみ海道を訪れたと回答している。
- 「松山・四国方面」の場所を訪れたついでにしまなみ海道を訪れる人が多く、全体で4割を超えている。

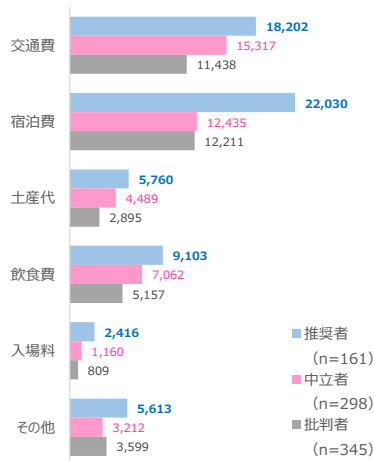
### 【消費金額】

- 推奨度が高い人ほど消費している金額も大きい。

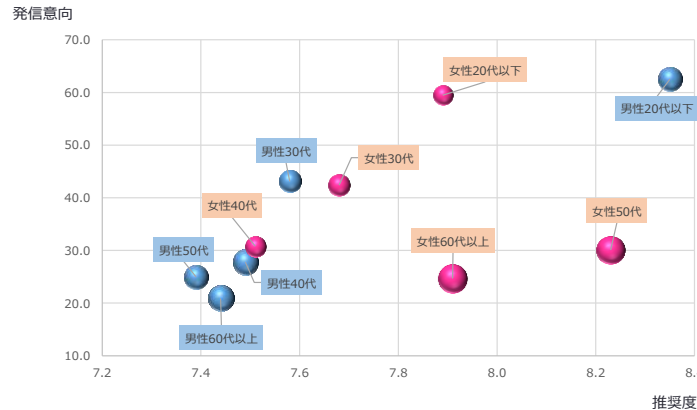
### 【推奨度・SNS発信意向・消費金額の関係】

- 男性20代以下では推奨度・SNS発信意向がともに高く、また消費金額も平均並みとなっている。
- 女性50代・60代は推奨度は高いもののSNS発信意向が低いが、消費金額が高い傾向がある。
- 男性40代～60代は消費金額は平均並みであるが、推奨度・SNS発信意向ともに低い。

### 消費金額（推奨度別比較）\*



### しまなみ海道来訪者の推奨度・SNS発信意向・消費金額の関係\*



|               | 推奨度 | SNS発信意向 | 消費金額 (平均) |
|---------------|-----|---------|-----------|
| 男性20代以下(n=88) | 8.4 | 62.5    | 30,728    |
| 男性30代(n=79)   | 7.6 | 43.1    | 26,226    |
| 男性40代(n=90)   | 7.5 | 27.8    | 35,170    |
| 男性50代(n=100)  | 7.4 | 25.0    | 30,274    |
| 男性60代以上(n=86) | 7.4 | 20.9    | 36,445    |
| 女性20代以下(n=74) | 7.9 | 59.5    | 19,797    |
| 女性30代(n=59)   | 7.7 | 42.4    | 24,005    |
| 女性40代(n=78)   | 7.5 | 30.8    | 22,824    |
| 女性50代(n=73)   | 8.2 | 30.1    | 41,455    |
| 女性60代以上(n=77) | 7.9 | 24.7    | 45,358    |

推奨度は0～10の11段階評価の平均点（点）  
 SNS発信意向は「ぜひ発信したい」「8があれば発信したい」と回答した人の割合の合計（%）  
 消費金額は交通費・宿泊費・土産代・入場料その他の費目をすべて合計して算出した平均（円）

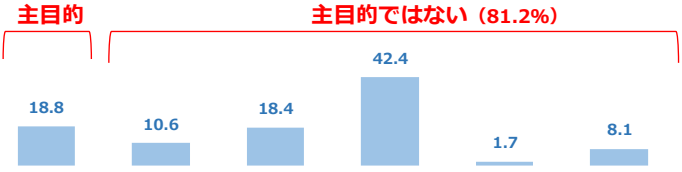
\*しまなみ海道を訪れたことがある人に対する質問

\*しまなみ海道を訪れたことがある人に対する質問

### しまなみ海道を主目的地として訪れたか\*

全体 n=804

\*しまなみ海道を訪れたことがある人に対する質問



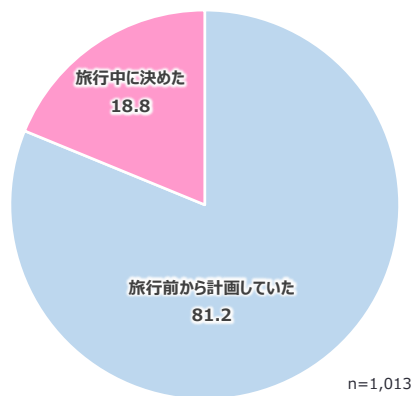
|               | しまなみ海道だけを主目的として訪れた | 岡山方面（東側）の場所を訪れたついで | 山口・広島方面（西側）の場所を訪れたついで | 松山・四国方面（南側）の場所を訪れたついで | 島根方面（北側）の場所を訪れたついで | その他の場所を訪れたついで |
|---------------|--------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|---------------|
| 北海道・東北 (n=58) | 3.7                | 3.7                | 33.3                  | 37.0                  | 3.7                | 18.5          |
| 関東 (n=363)    | 16.3               | 14.4               | 19.1                  | 41.6                  | 2.9                | 5.7           |
| 中部 (n=136)    | 11.6               | 9.3                | 20.9                  | 47.7                  | 0.0                | 10.5          |
| 関西 (n=291)    | 19.4               | 12.3               | 18.1                  | 42.7                  | 0.9                | 6.6           |
| 中四国 (n=206)   | 27.8               | 5.9                | 15.5                  | 39.6                  | 2.1                | 9.1           |
| 九州・沖縄 (n=86)  | 14.7               | 10.3               | 16.2                  | 47.1                  | 1.5                | 10.3          |

\*しまなみ海道を訪れたことがある人に対する質問

# 令和4年度しまなみ観光魅力度向上調査事業 結果概要

## サイクリングの事前計画性

サイクリングを旅行前に計画していたか\*



\*しまなみ海道を訪れサイクリングした人に対する質問

### 【サイクリングの事前計画性】

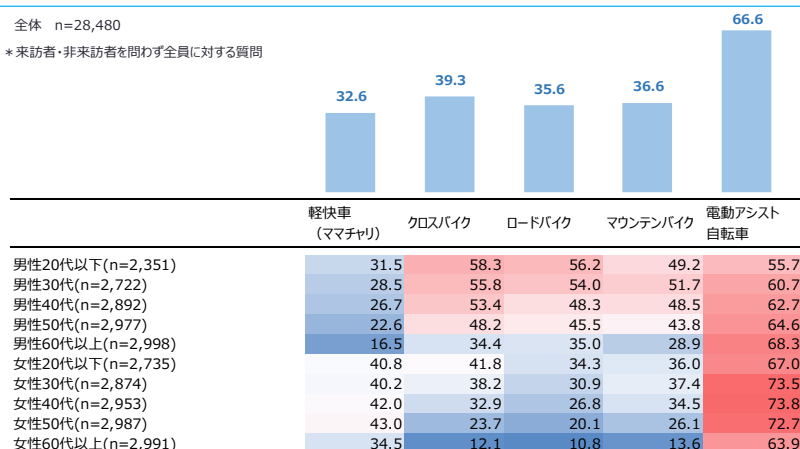
- しまなみでサイクリングをしたことがある人は約8割が旅行前から計画している。

## レンタルして乗りたい自転車

しまなみ海道でレンタルして乗りたい自転車\*

全体 n=28,480

\* 来訪者・非来訪者を問わず全員に対する質問



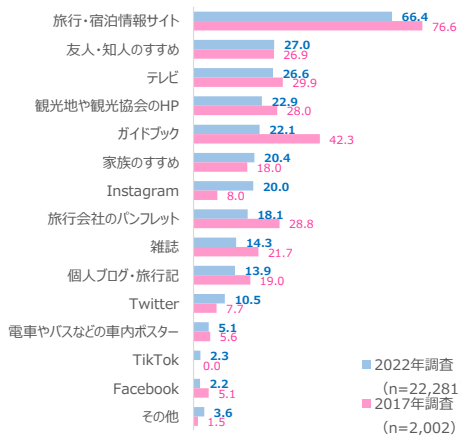
\* 数値は「他の自転車より高額でもいので乗りたい」「他の自転車と同等くらいの価格なら乗りたい」と回答した人の割合の合計

### 【レンタルして乗りたい自転車】

- 全年代で電動自転車の人気が高い。男性若年層ではクロスバイクやロードバイクも人気。

## 情報媒体

旅行の行き先を決める際に参考にする情報媒体\*



\*しまなみ海道を訪れたことがある人に対する質問

### 【情報媒体】

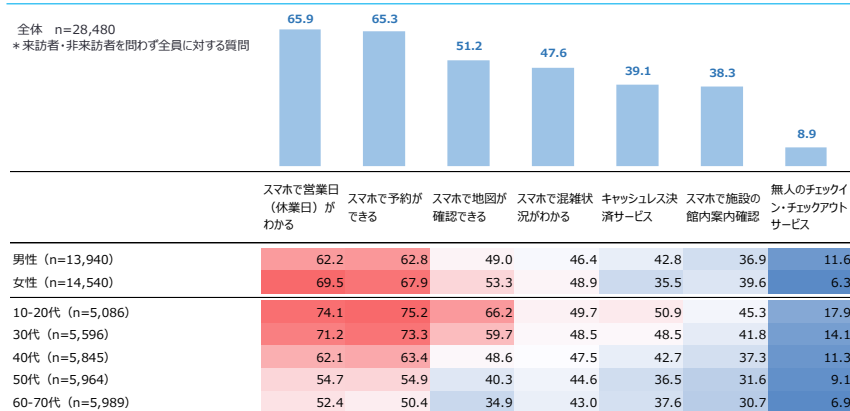
- 経年比較では「ガイドブック」「パンフレット」などの紙媒体の割合が減少し、「Instagram」が増加している。

## デジタル化への期待

観光のデジタル化に対する意識

全体 n=28,480

\* 来訪者・非来訪者を問わず全員に対する質問



\* 数値は「必ずこのサービスに対応している施設を選ぶ」「このサービスに対応している施設を優先的に選ぶ」と回答した人の割合の合計

### 【観光のデジタル化に対する期待】

- スマートフォン等で「営業日（休業日）がわかる」こと、「予約ができる」ことが求められている。
- とりわけ若年層では強い傾向が見られる。