

岡山県観光客満足度調査結果概要

1 調査実施概要

(1) 調査目的

県内の主要観光地における来訪者の属性や旅行の形態を把握するとともに、観光地の満足度や再来訪意向を把握し、本県の観光地の満足度向上やリピーターの増加につなげるための資料とする。

(2) 調査場所

県内の主要観光地各回20箇所

(3) 調査対象

上記観光地を訪れた観光客

(4) 調査方法

調査員による面接調査

(5) 調査期間と回答数

調査回	調査期間	回答数(人)
第1回	平成19年6月16日(土)・17日(日)	1,032
第2回	平成19年8月4日(土)・5日(日)	1,027
第3回	平成19年11月3日(土祝)・4日(日)	1,059
第4回	平成20年1月12日(土)・13日(日)・19日(土)	1,002

2 調査結果のまとめ

(1) 観光客の概要

- ・ 県内：県外比率・・・ほぼ半々。県外からは、その半数を近畿圏、3割程度を中国地方からが占める。首都圏、中京圏からの訪問は少ない。
- ・ 利用交通機関・・・8割が自家用車。
- ・ 旅行日程・・・宿泊が3割程度。宿泊場所は岡山市内が約3割、倉敷美観地区が約2割。
- ・ 旅行目的・・・「自然にふれる」、「名所を見る」、「ドライブ」が多い。
- ・ 情報収集源・・・口コミが多く、次いで「インターネット」「旅行情報誌やガイドブック」

(2) 観光地に来たことで感じる「経験価値」

「心が癒される」が圧倒的に多い。加えて「季節感が感じられる」、「楽しい気持ちになれる」、「歴史や文化に触れられる」価値も多く感じられている。

(3) 観光地の評価

- ・ 要素別満足度・・・「景色や風情」「静けさ・のどかさ」が7～8割と高い。
- ・ 総合満足度・・・6割以上が「満足」と回答しているが、「大変満足」との高い評価は2割弱にとどまる。
- ・ 事前期待度・・・3割前後が期待よりも「良い」と回答しているが、期待を「大きく上回る」は1割前後。
- ・ 再来訪意向・・・8割以上が「また来たい」と回答しているが、「ぜひ行きたい」との強い意向は35%前後にとどまる。

(4) 満足度向上とリピーターの醸成

より高い評価を目指す

総合満足度、事前期待度、再来訪意向ともに高い評価ではあるが、評価をもう一段上のレベルへ、数ある地域から「選ばれる」地域になるためには、訪問者に強い印象を残し、高い評価を受ける必要がある。

さらに、再来訪意向を醸造するためには、観光地として当然の価値だけではなく、その価値の高さを理解してもらったり、付加価値を感じてもらうことが重要である。

再来訪（リピート）推進のための工夫

提案1 「季節感」を訴求し、観光地の異なる顔を見せる

提案2 企画やイベントで観光地を体験。「楽しさ」とともに理解を深める。

提案3 他にない「希少性、独自性」を感じてもらう。

提案4 テーマを決め、各観光地と連携して訴求。

提案5 「価格や行く手間に見合った価値」は常に注意する。

3 今後取り組むべき課題

(1) 広域集客の強化

(2) 観光地同士で連携し、域内・広域観光の推進

(3) 二次交通の整備

(4) 名産品・郷土料理など「食」の魅力を強化、観光と連携した訴求の実施

(5) 観光地の魅力を実感できる「体験型」観光の推進

(6) 地域をよく知り、親しみを持ってもらえるような「交流型」観光の推進

(7) 地域の魅力を訪問者に伝える観光「伝道師」の人材育成