

第2回 旅行や観光に対する意識調査 調査結果分析 (2020年10月調査分)

2021年3月10日

津山市・（公社）津山市観光協会（津山版DMO候補法人）

調査の概要

調査の背景及び目的

未だに収束の見通しが立たない新型コロナウイルス感染症が本市の経済にも大きな影響をもたらす中、経済活動と感染症対策の両立を図るため、7月22日からは「Go Toキャンペーン」が開始され、津山市においても9月1日から「津山Come on!キャンペーン」が始まりました。6月から7月にかけて実施した「津山市旅行意識調査」をもとに、前回から消費者の動向にどのような変化が見られるのかを分析し、市内観光事業者が対策を考え再興・実行していくための判断材料とするため、第2回となる調査を実施したものの。

調査期間

2020年10月1日(木)～10月11日(日)

調査方法

無記名でのWebアンケート方式

調査対象

津山市及び津山市外の市民、津山市職員

→津山市公式LINE及びフェイスブックでの発信、津山珈琲倶楽部会員等、各種メール登録者へのダイレクトメールにて周知。また、津山市職員向け掲示板でも同様の調査を行いました。

調査実施主体

津山市、（公社）津山市観光協会

回答数

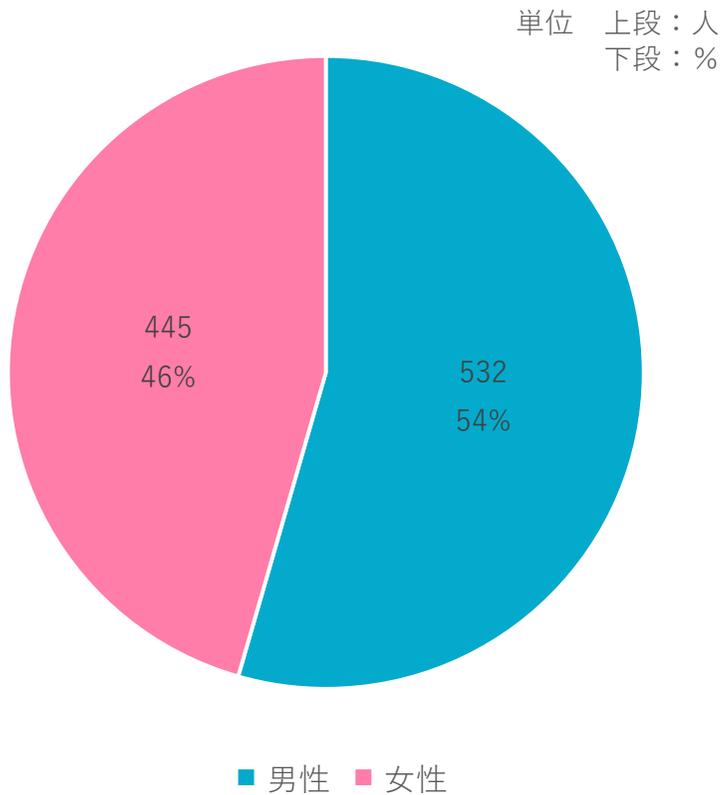
977名

備考

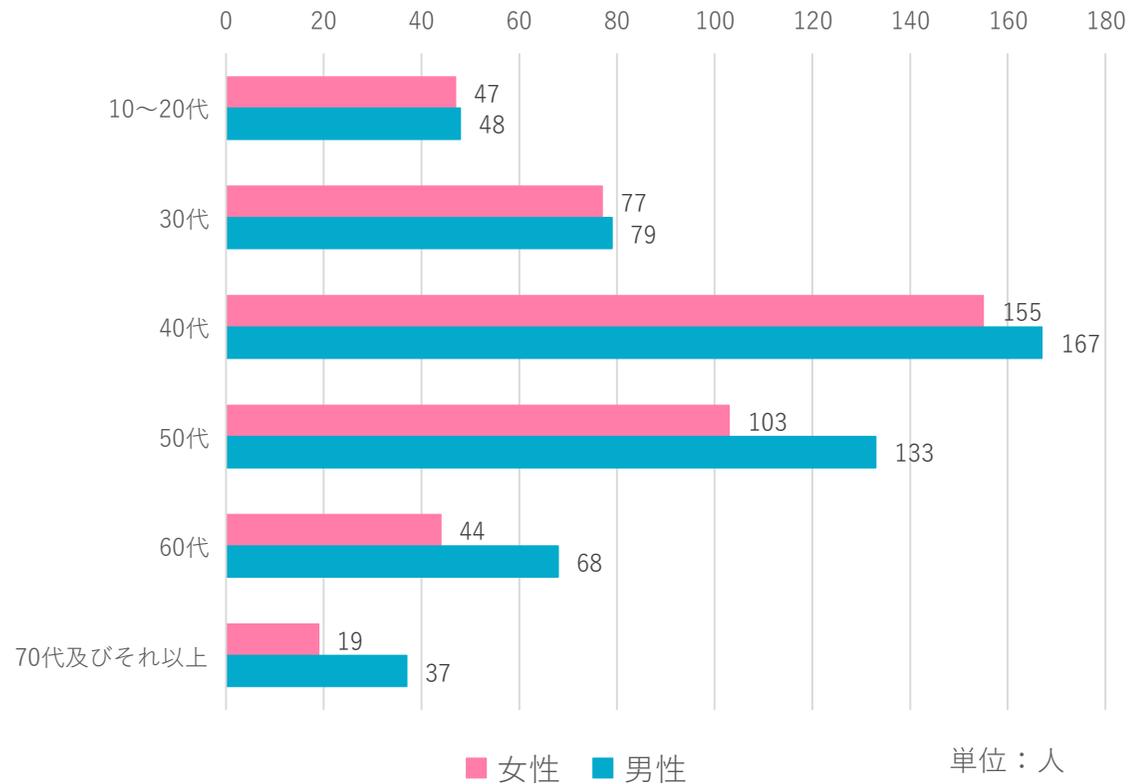
本調査は、あくまで2020年10月1日～10月11日時点での消費者の状況・心情を踏まえた回答結果となります。

回答者属性

性別 (N=977)



年齢 (N=977)



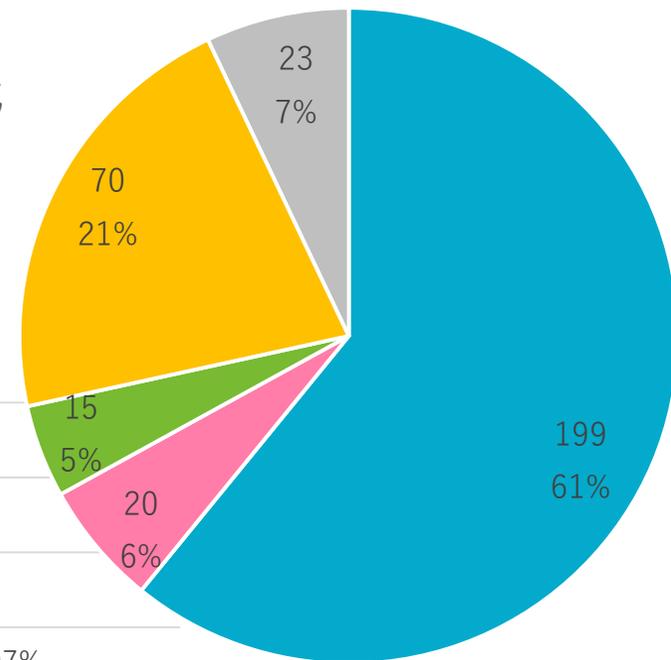
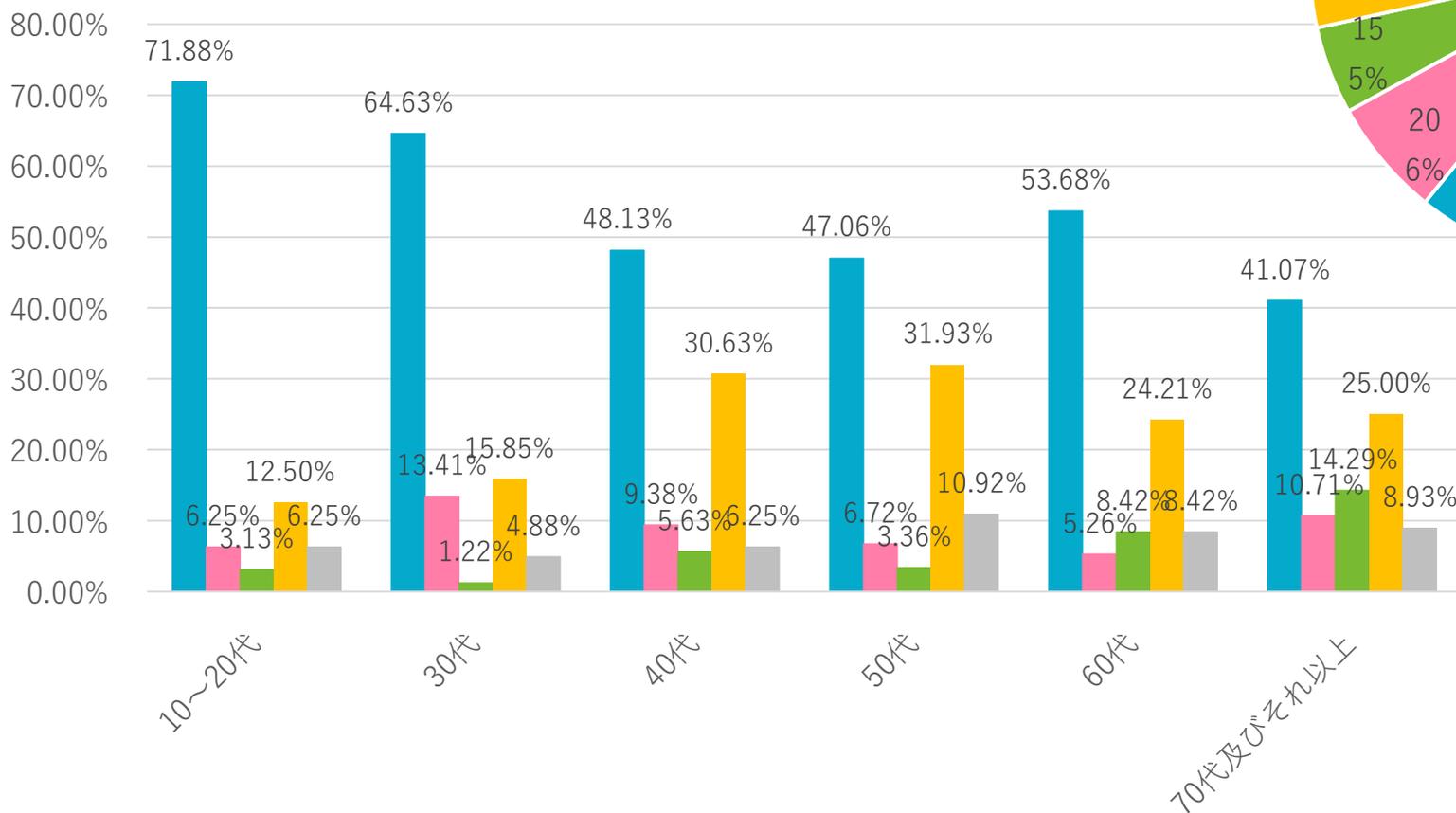
女性よりも男性の方が回答数が多いですが、女性の回答数が極端に少ないわけではなく、男女比については大きな差もなく回答をいただくことができました。回答者の年齢構成については、男女ともに同様の比率となっています。

どうやってアンケートを知ったか

右側の円グラフは全体の比率です。

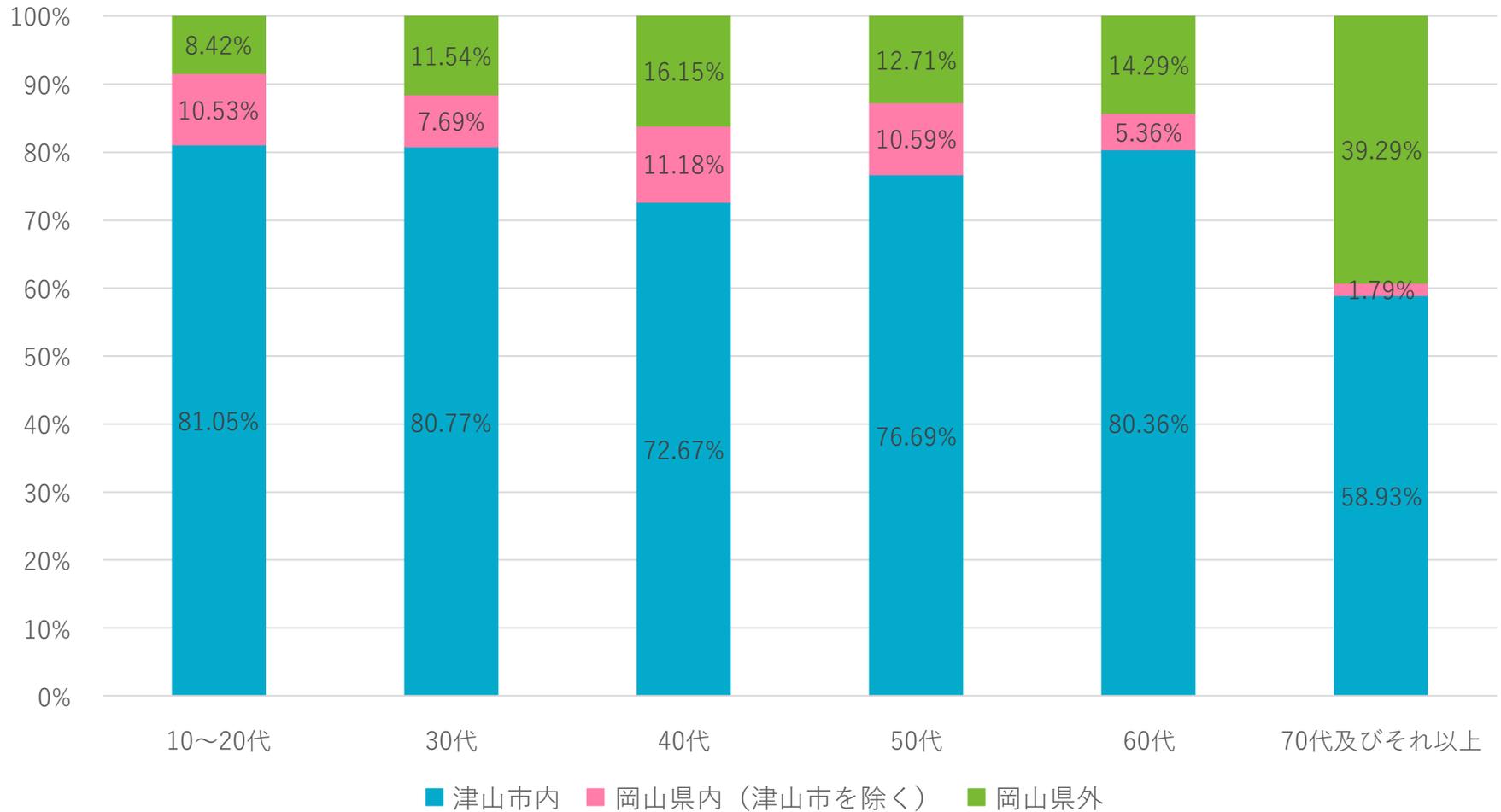
LINE（通知あり）の効果が大きいことが見て取れるほか、60代以上は公式ホームページの比率が上がってきています。

LINEとダイレクトメールは全く逆の推移となっていますが、これは両者が「通知を受け取る」という同じ機能として使われているためではないかと思われます。



- 津山市公式LINE
- 津山市公式フェイスブック
- 津山市公式ホームページ
- ダイレクトメール
- その他

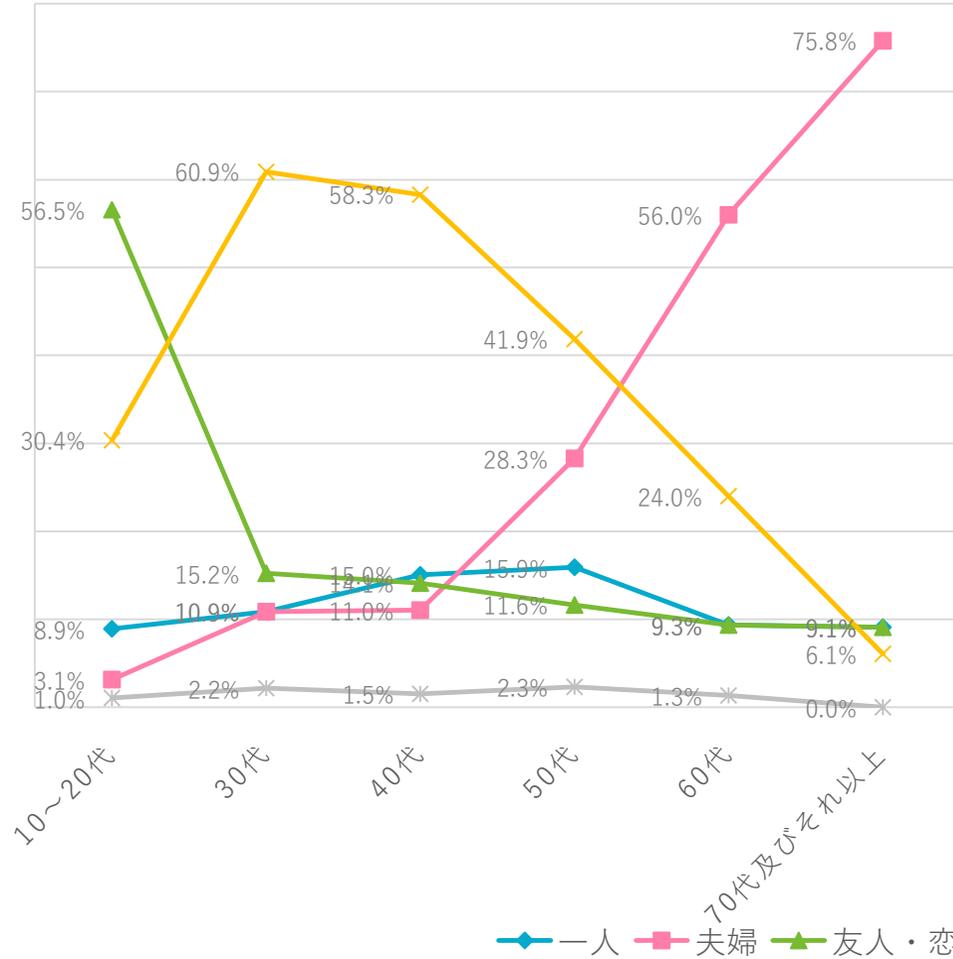
居住地の年代ごとの分布



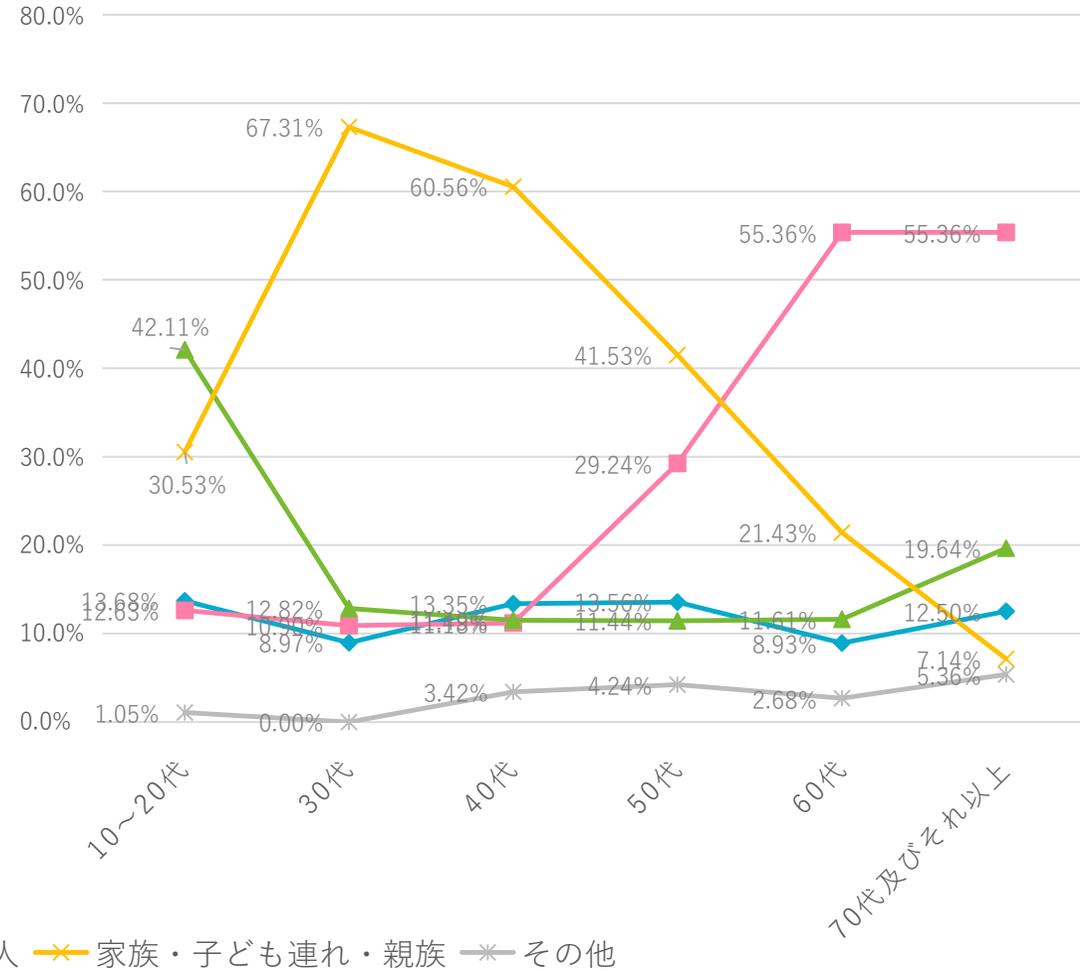
主に津山市民向け情報を発信している津山市公式LINEアカウントでこのアンケートを知った人が多く、その影響か、津山市内在住者からの回答が全ての年代において過半数を占めています。

誰と旅行に行くことが多いか

第1回調査

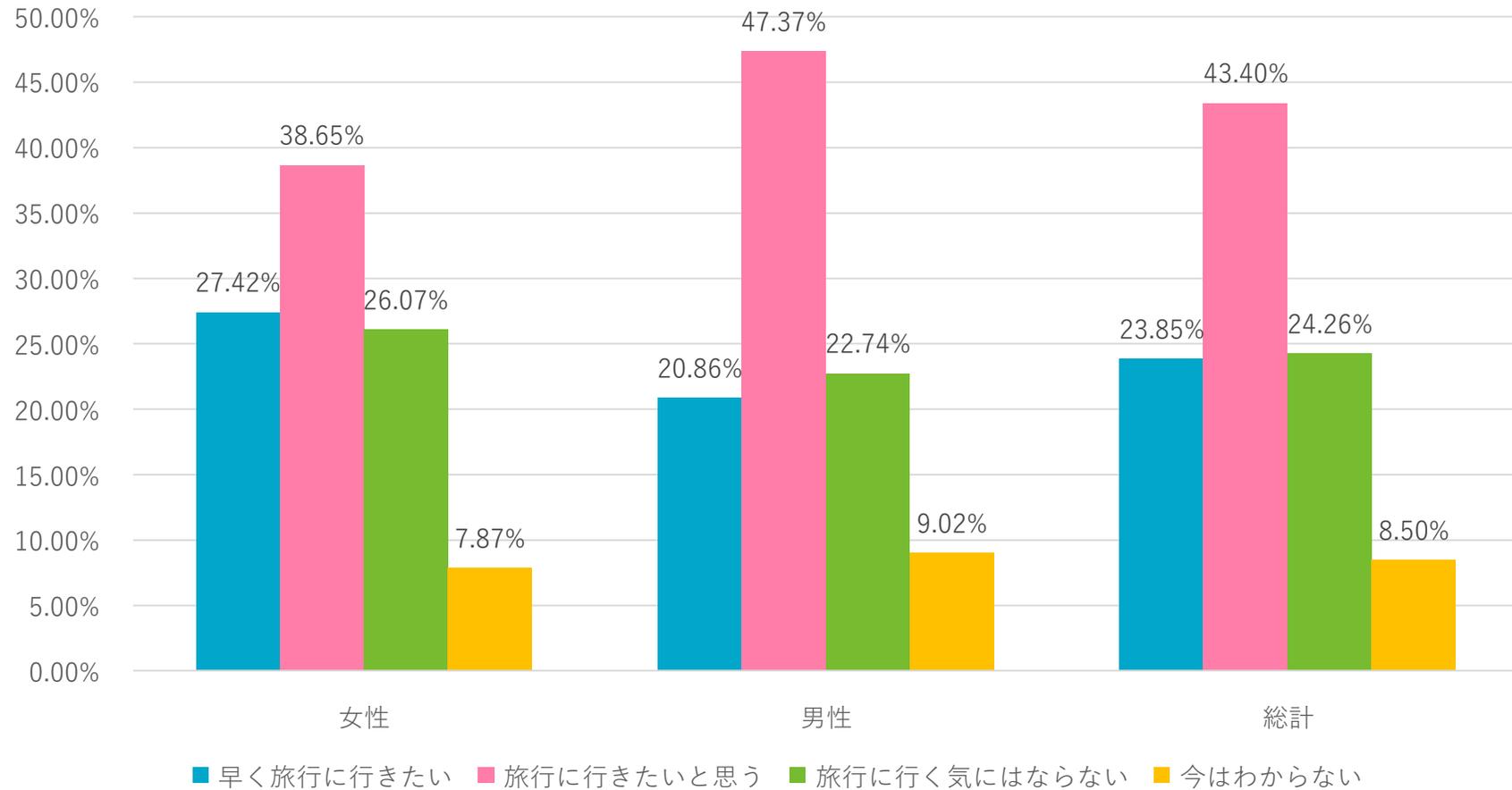


第2回調査



調査の時期や新型コロナウイルスの影響の有無に関わらず、回答にあまり影響が出ない設問だと思われます。2回調査を行いました、傾向としては変わっていません。

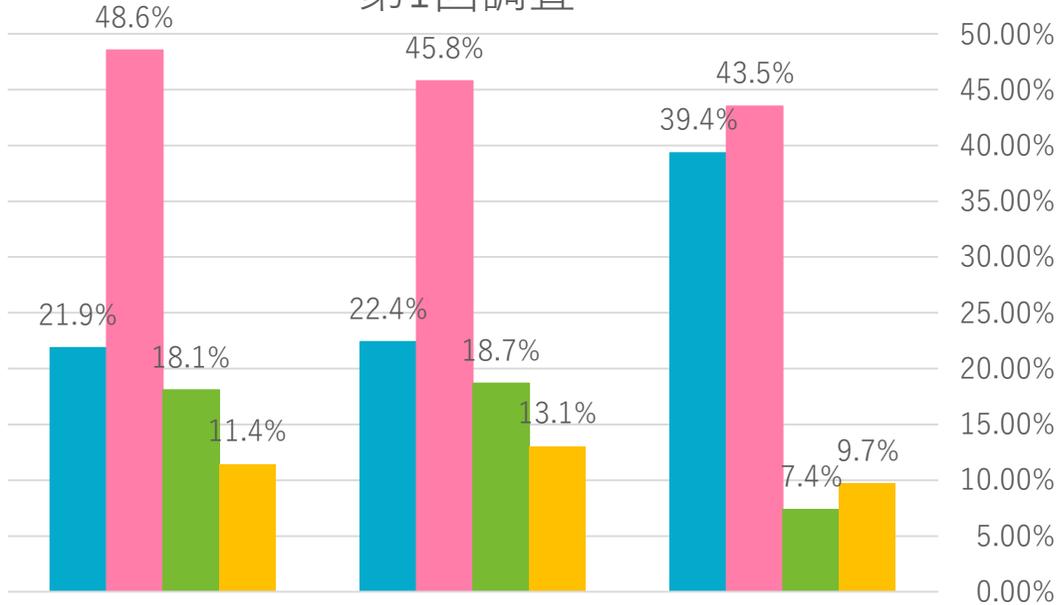
旅行への意欲があるかどうか



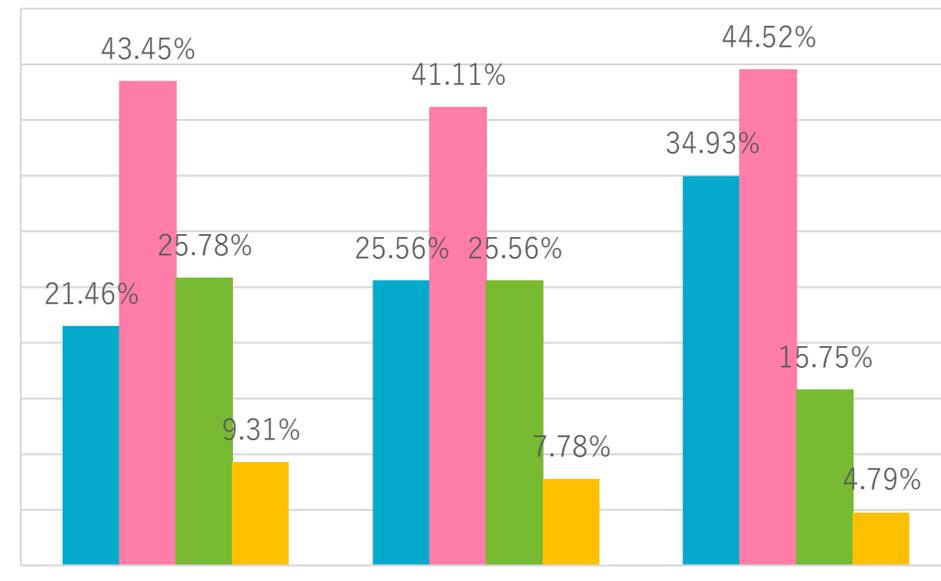
旅行意欲の有無について、性別による考え方に差はないことがわかります。

旅行への意欲があるかどうか

第1回調査



第2回調査

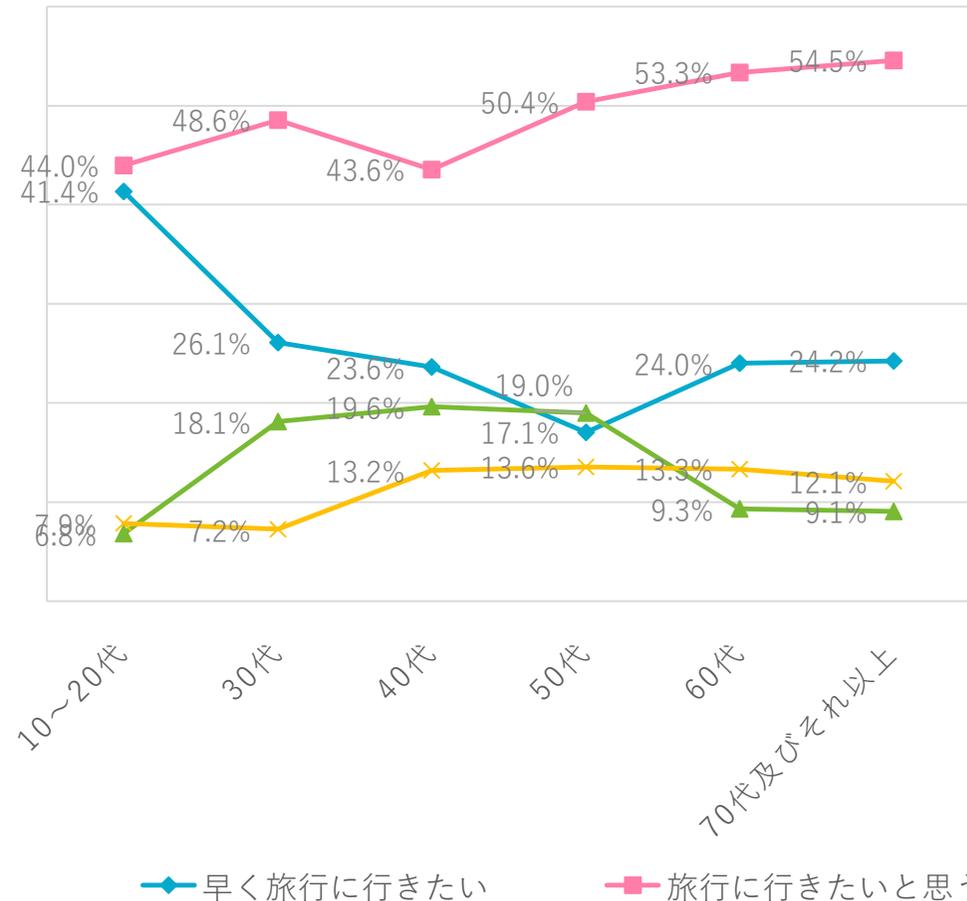


■ 早く旅行に行きたい ■ 旅行に行きたいと思う ■ 旅行に行く気にはならない ■ 今はわからない

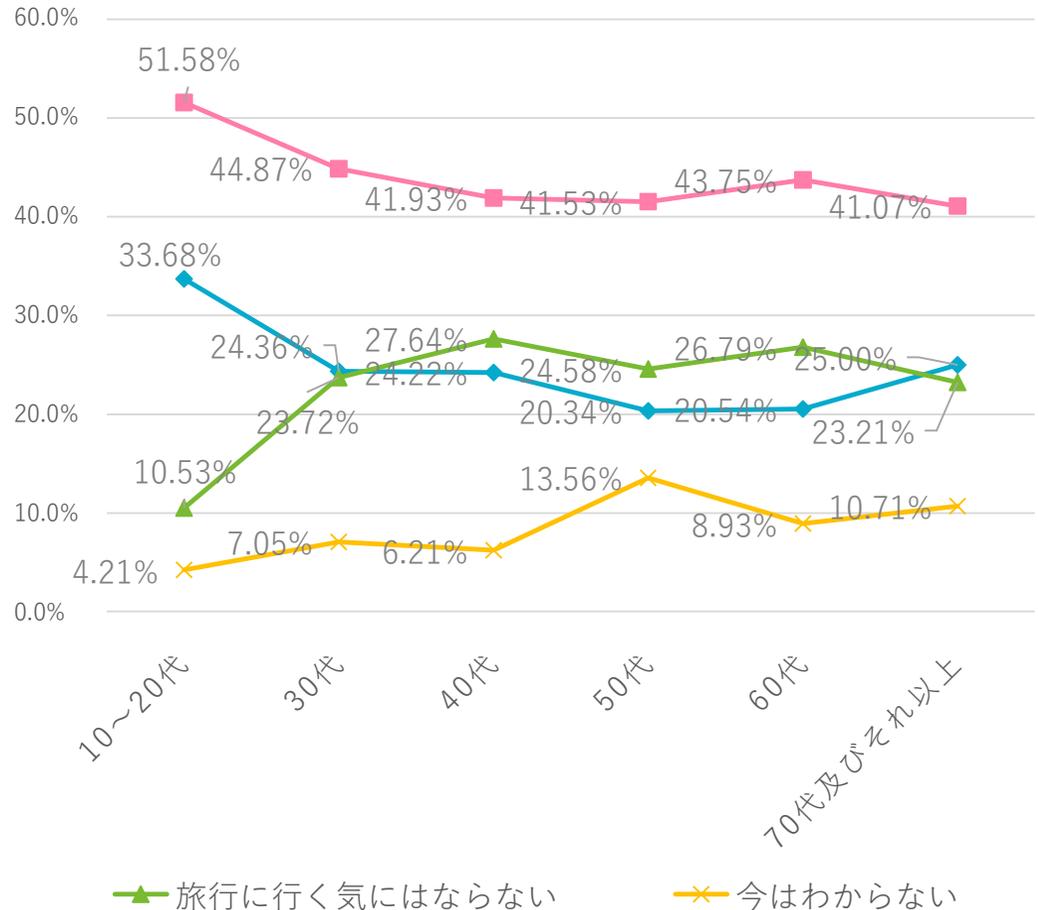
居住地ごとに分けてみると、第2回調査の方では「行く気にならない」が全体として増えており、特に津山市内在住者は「旅行に行く気にはならない」が「早く旅行に行きたい」を上回っています。しかし、県外在住者の方が旅行意欲がある人が多いという傾向は1回目から変わっていません。

旅行への意欲があるかどうか

第1回調査



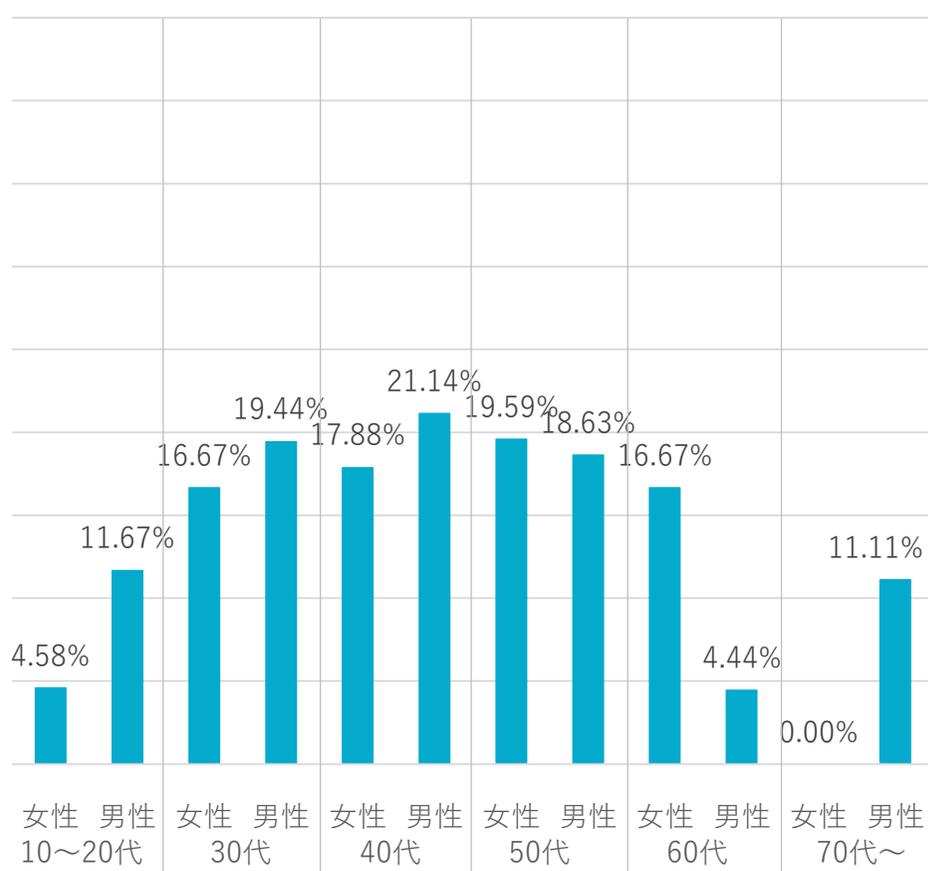
第2回調査



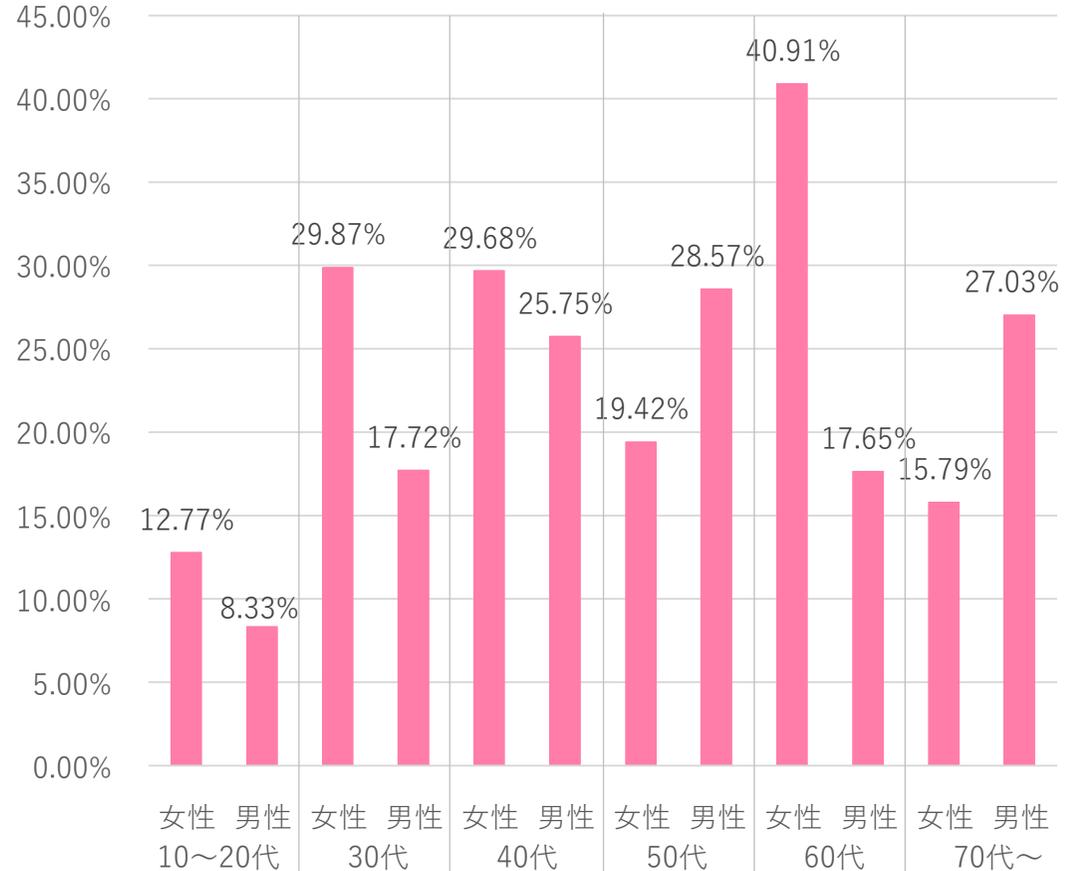
年代ごとに分けてみると、第2回調査では60代以上の年代での「行く気にならない」が大幅に増えていることがわかります。また、全体で見ても「行く気にならない」が増加しています。

「旅行へ行く気にはならない」の分布

第1回調査



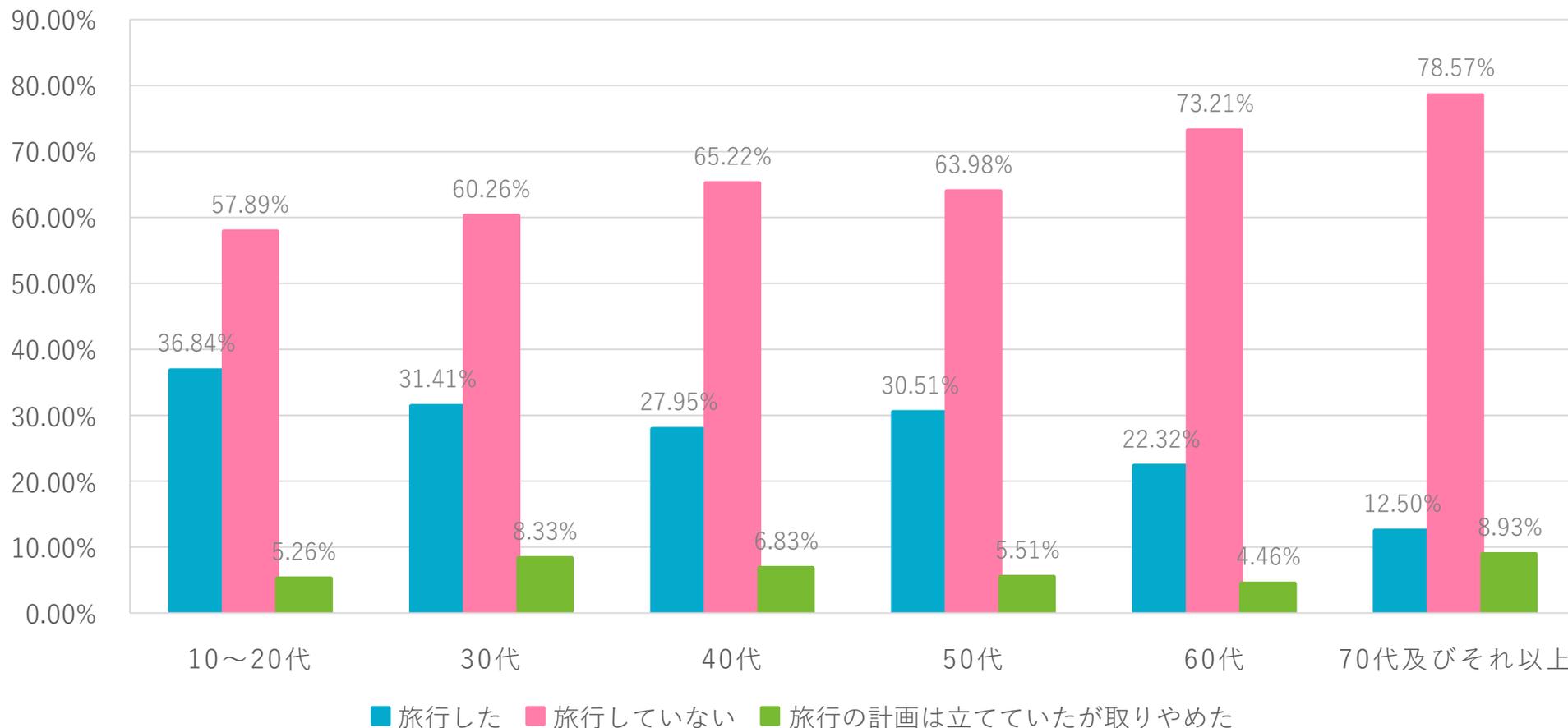
第2回調査



旅行意欲の有無のうち、「旅行に行く気にはならない」を抽出し、さらに年齢・性別で分けたものです。第2回調査ではそもそもの数が増えているのは前項までで示したとおりですが、特に30、40、60代女性や50、70代男性に「旅行に行く気にはならない」と考えている人が多いという結果となっています。

6月22日の移動自粛要請解除後に近隣エリアへ旅行したか

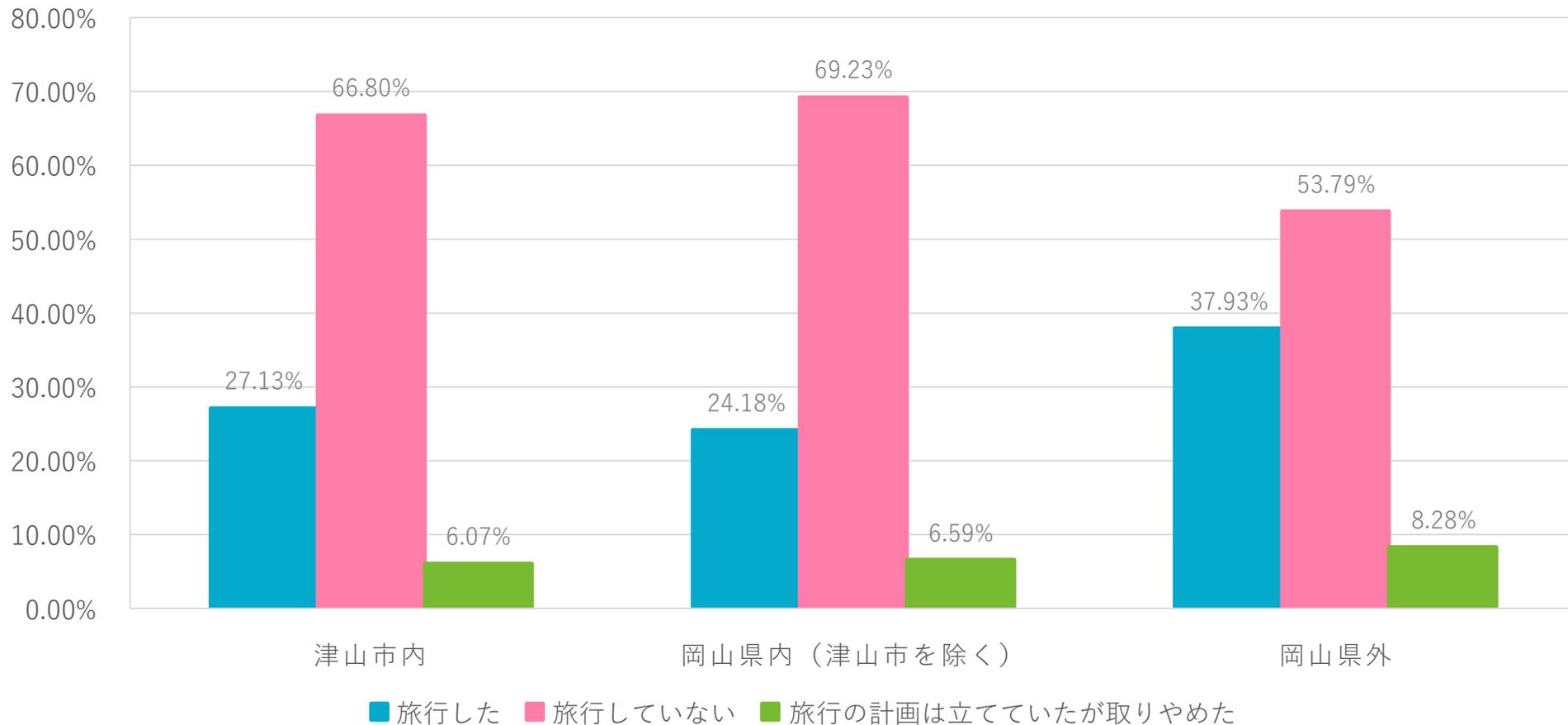
年齢による分類



年齢が上がるにつれて「旅行していない」が増えています。「旅行していない」が最も少ない10～20代でも36%程度しか旅行していません。秋の行楽シーズンであり、Go Toトラベルキャンペーンが推進された時期とはいえ、社会全体では自粛ムードが続いています。

6月22日の移動自粛要請解除後に近隣エリアへ旅行したか

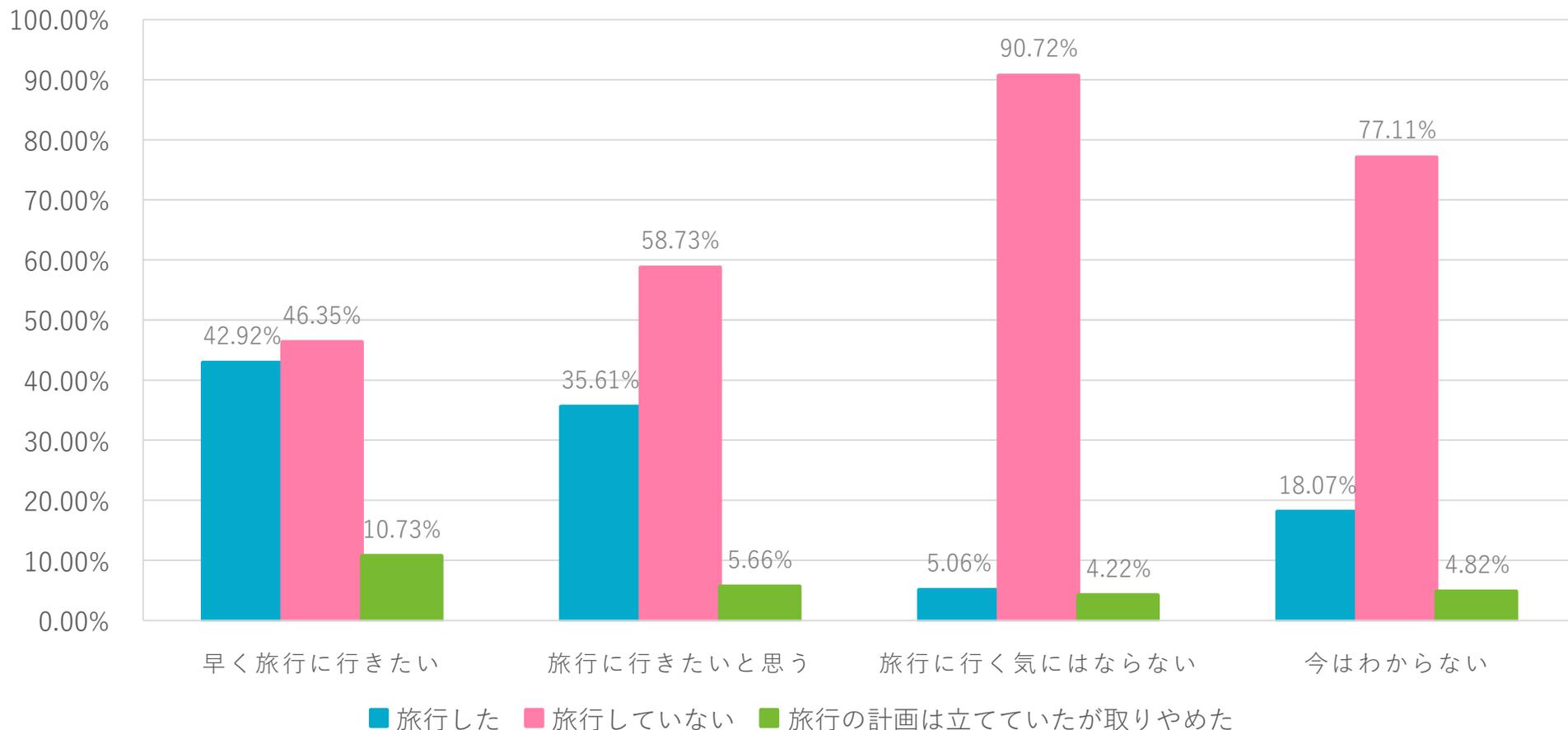
居住地による分類



旅行意欲の項目で岡山県外在住者が岡山県内在住者よりも旅行意欲が高いという結果が出ていましたが、それに連動して、近隣エリアへ旅行した人の割合も岡山県外在住者が最も高くなっています。

6月22日の移動自粛要請解除後に近隣エリアへ旅行したか

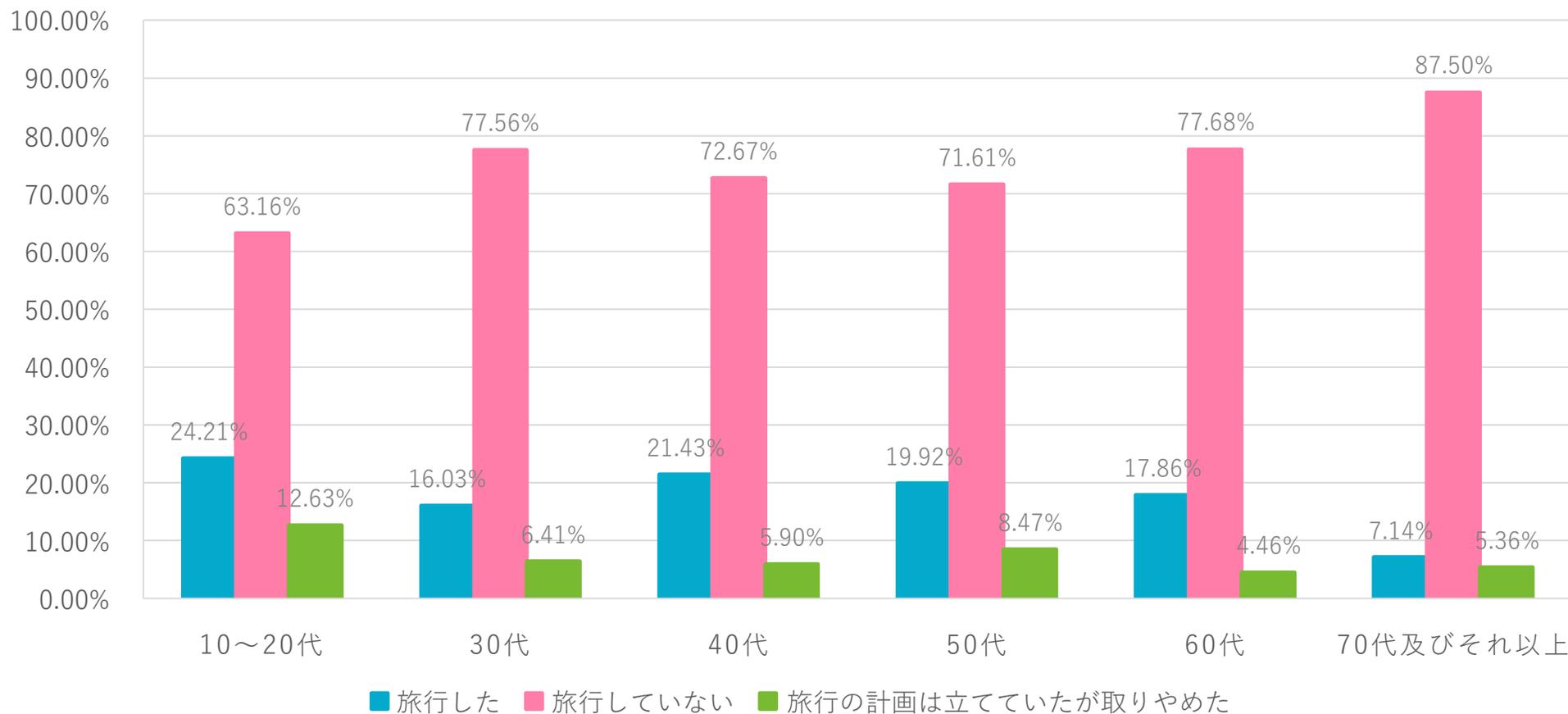
旅行意欲の有無による分類



旅行意欲と実際に旅行したかどうかについては、当然とも言えるかもしれませんが、旅行意欲の高い人ほど実際に旅行し、反対に旅行意欲の低い人は旅行していません。

6月22日の移動自粛要請解除後に遠方（国内）へ旅行したか

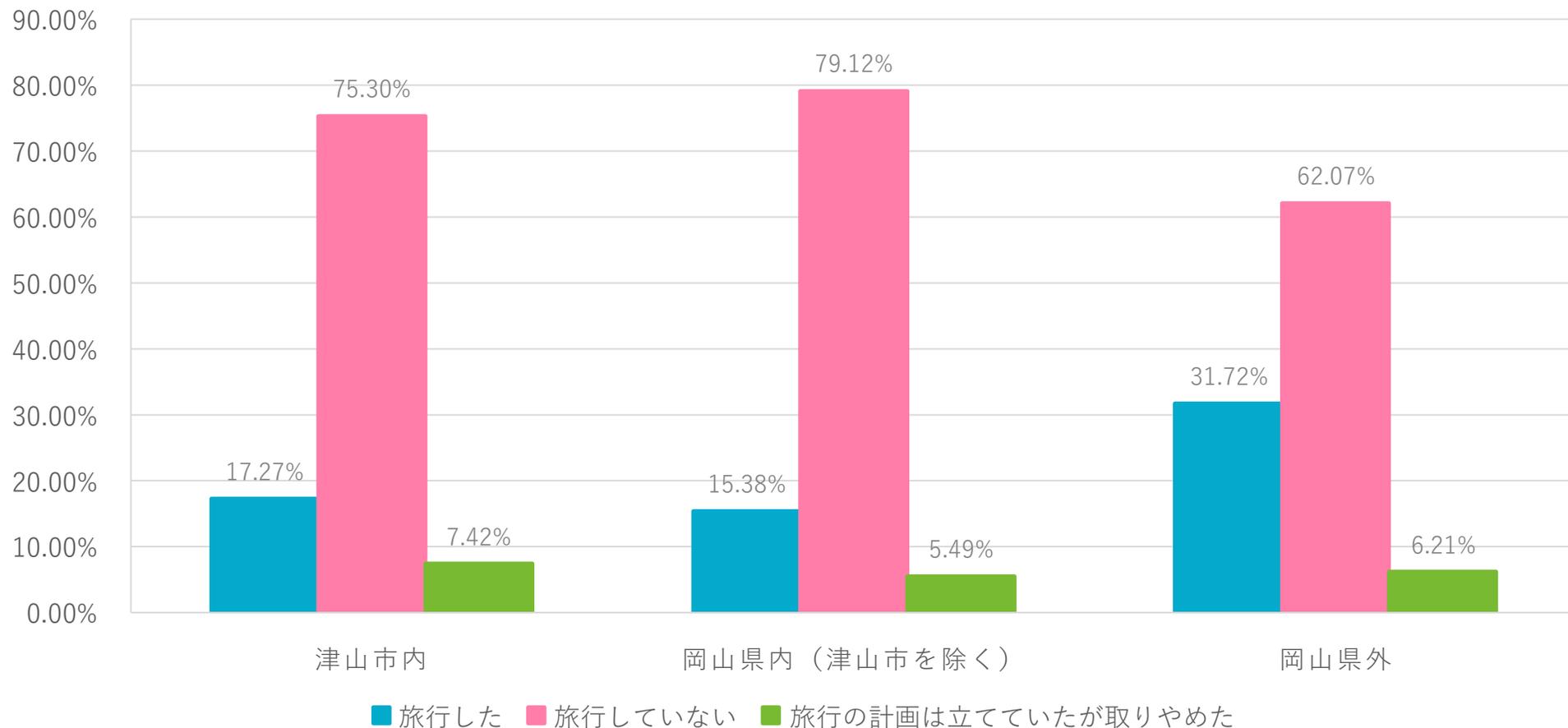
年齢による分類



遠方への旅行となると、近隣エリアと比べてさらに実際に旅行した人は少なくなっています。

6月22日の移動自粛要請解除後に遠方（国内）へ旅行したか

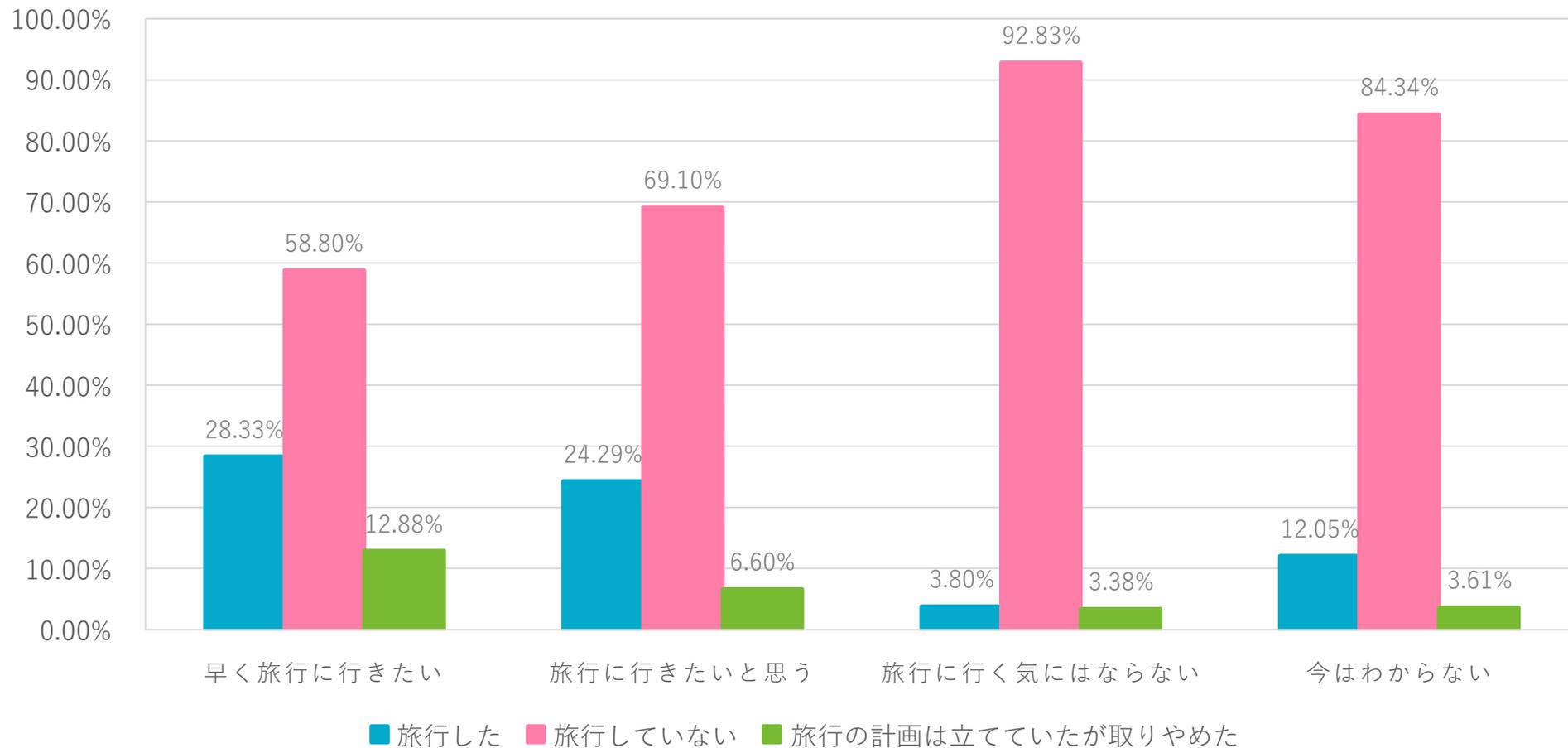
居住地による分類



ここでも、「旅行していない」が増えてはいますが、近隣エリアへの旅行の有無の項目と同じような分布となっています。

6月22日の移動自粛要請解除後に遠方（国内）へ旅行したか

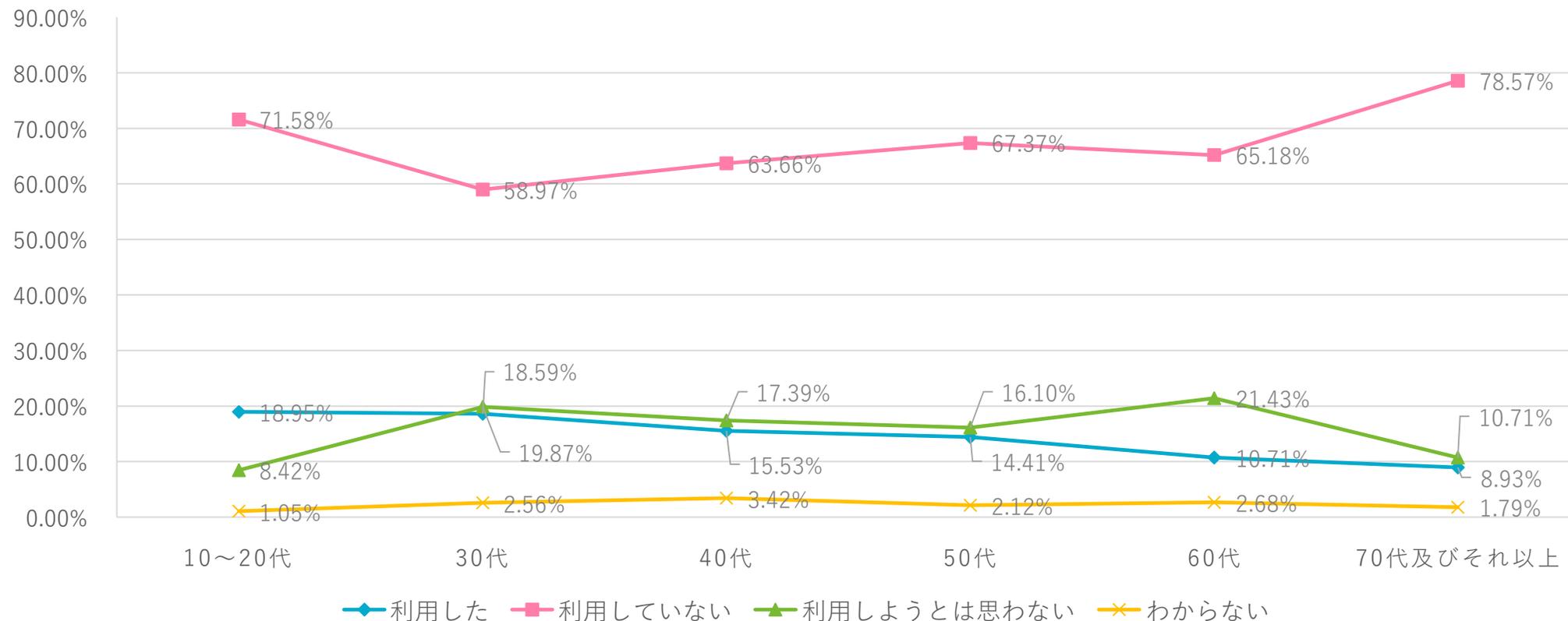
旅行意欲の有無による分類



ここでも、「旅行していない」が増えてはいますが、近隣エリアへの旅行の有無の項目と同じような分布となっています。

Go To トラベルキャンペーンを利用したか

年齢による分類

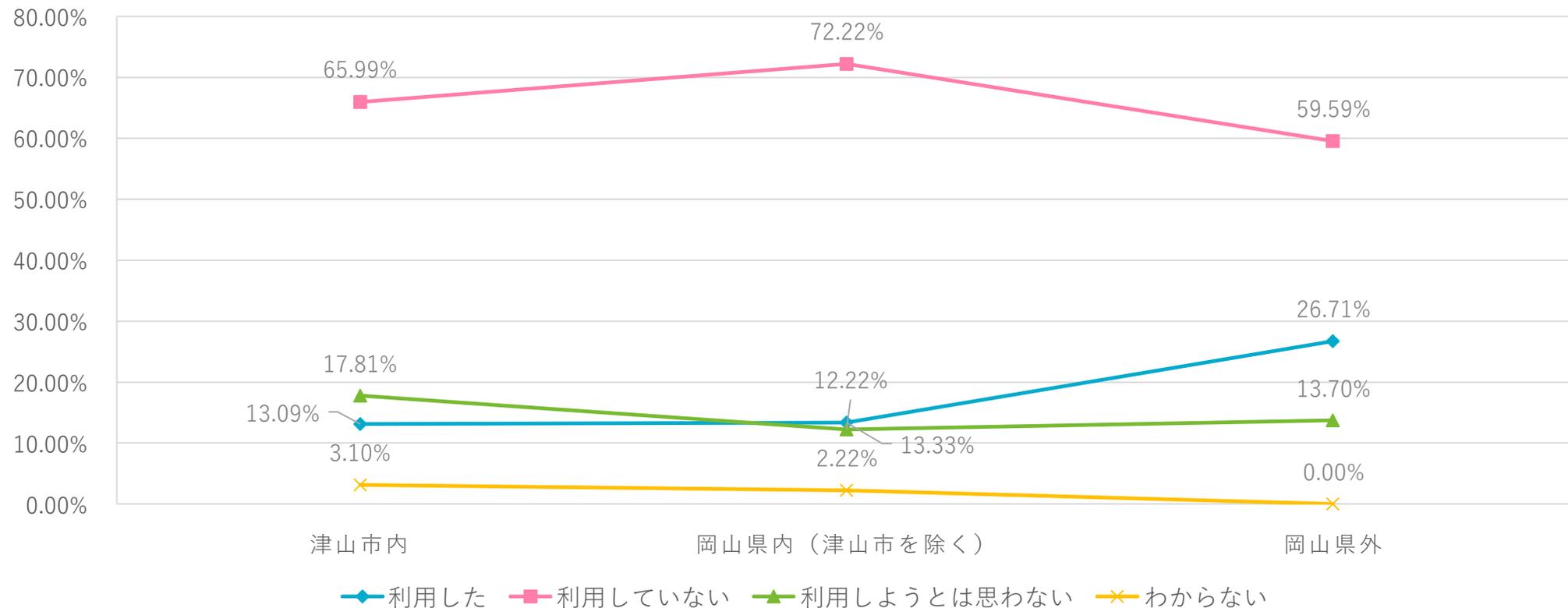


どの年代においても、「利用していない」が多くを占めています。10~20代及び70代以上では、他の年代と比べて「利用していない」が多いものの、「利用しようとは思わない」は逆に低くなっています。

※「利用していない」に「利用予定はあるがまだ利用していない」等が含まれてい可能性もあります。

Go To トラベルキャンペーンを利用したか

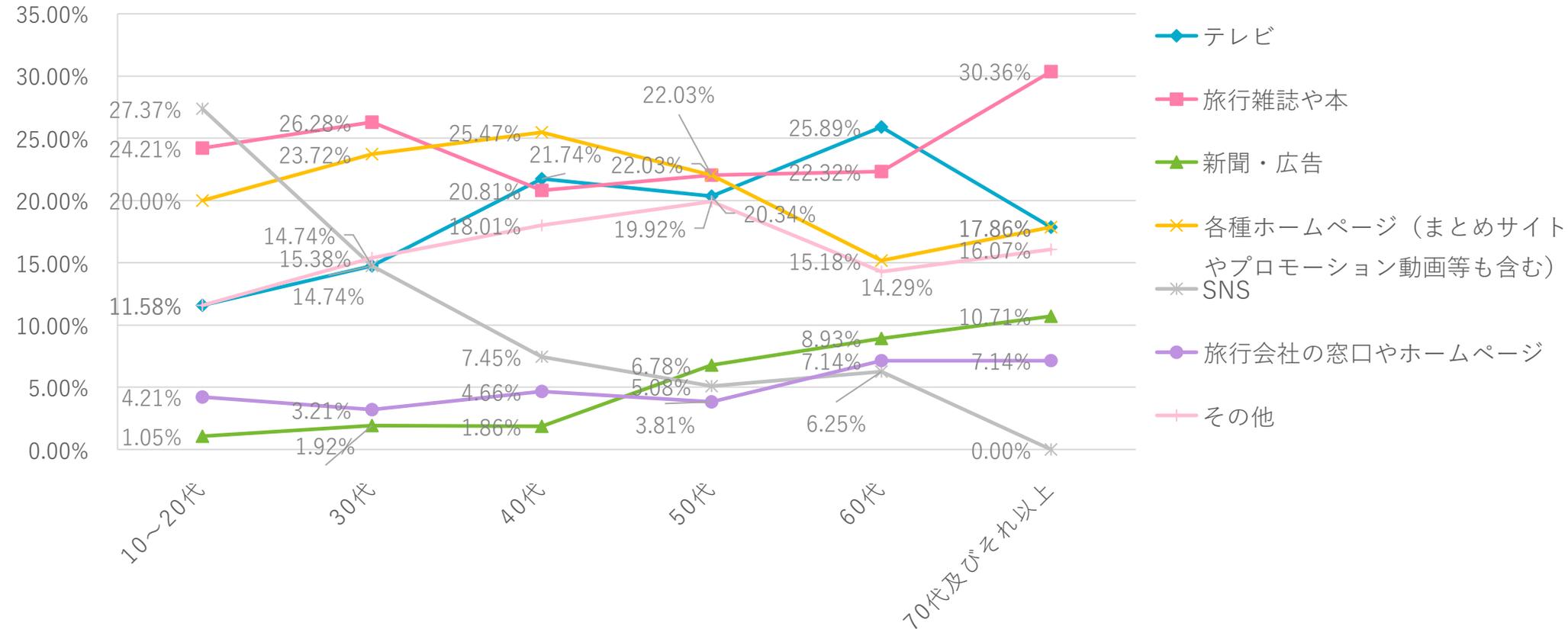
居住地による分類



居住地にかかわらず、「利用していない」が多数を占めます。また、津山市内在住者のみ、「利用しようとは思わない」が「利用した」を上回っています。旅行意欲の有無に関する質問で、最も「旅行する気にはならない」の割合が多かったのも津山市内在住者であり、旅行意欲の低さがキャンペーン利用率にも表れていると言えます。

旅行先を決めるきっかけ①

旅行の行き先を決める際に、
どういったメディアの情報を参考にするか

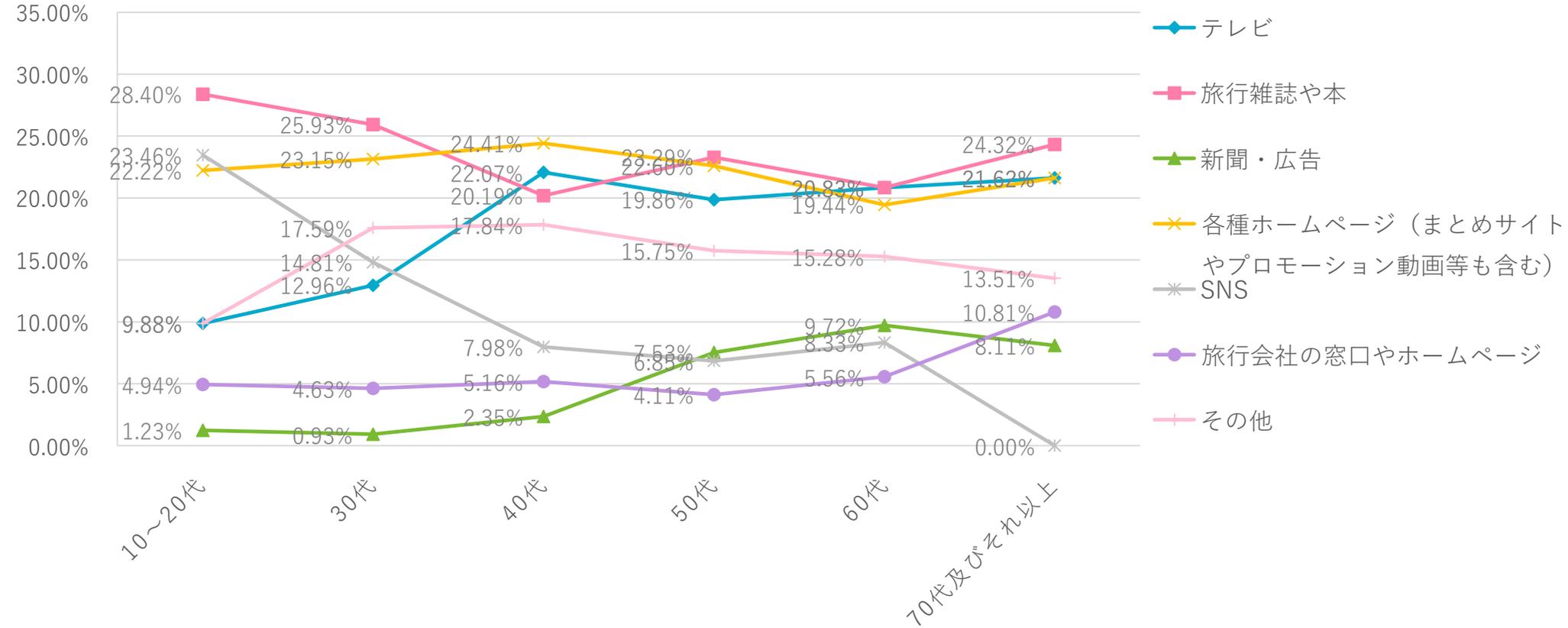


「旅行雑誌や本」は、増減はあるものの、全年代に対して一定の需要があることがわかります。

「SNS」において、旅行先を決める際の情報収集に使う媒体は年代によって異なっており、PRしたい年齢層によってメディアを使い分けることが必要となってきます。

旅行先を決めるきっかけ②

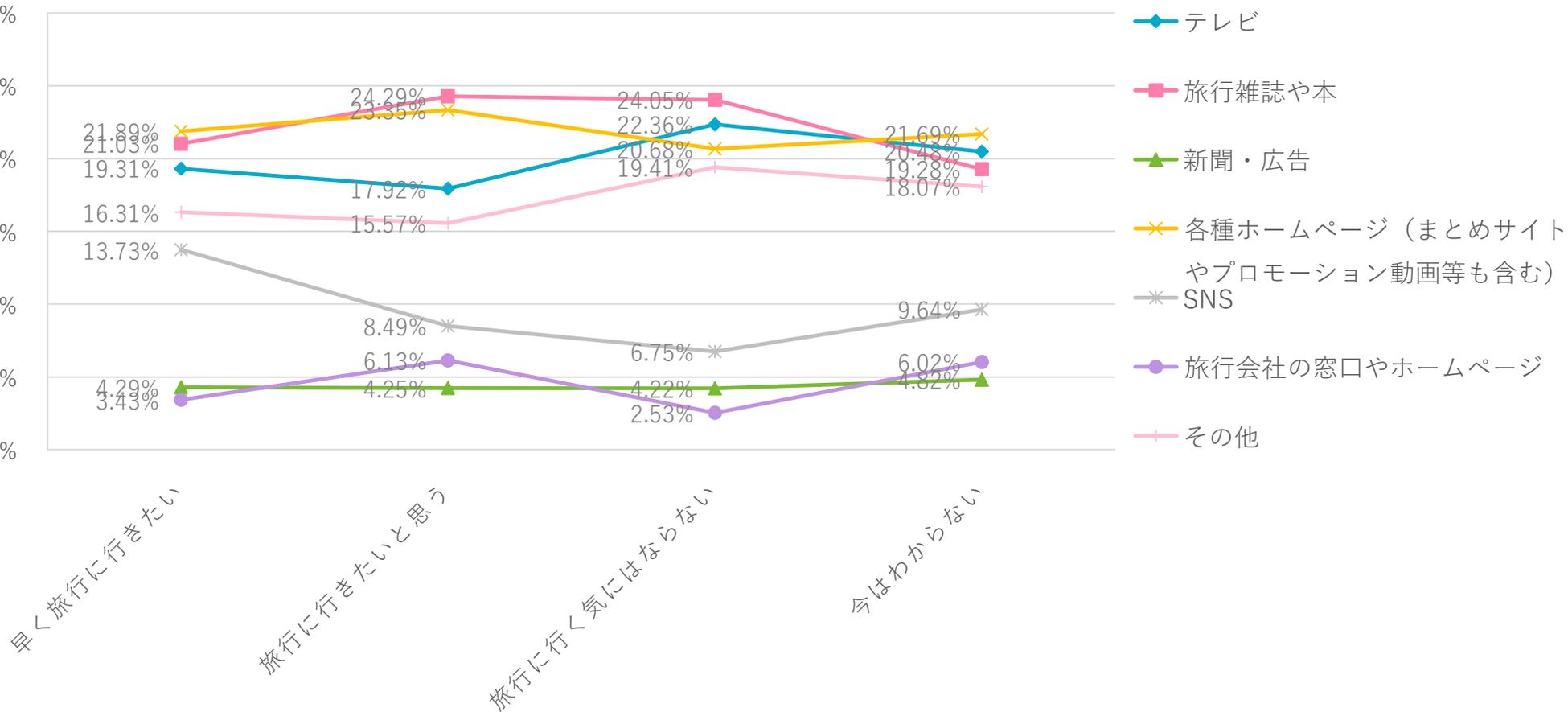
「早く旅行に行きたい」「旅行に行きたいと思う」と回答した人を抽出



前項の結果から、旅行意欲のある人（「早く旅行に行きたい」及び「旅行に行きたいと思う」を選択した人）を抽出したものです。ここでも「旅行雑誌や本」が年代にかかわらず一定数に選ばれています。

旅行先を決めるきっかけ③

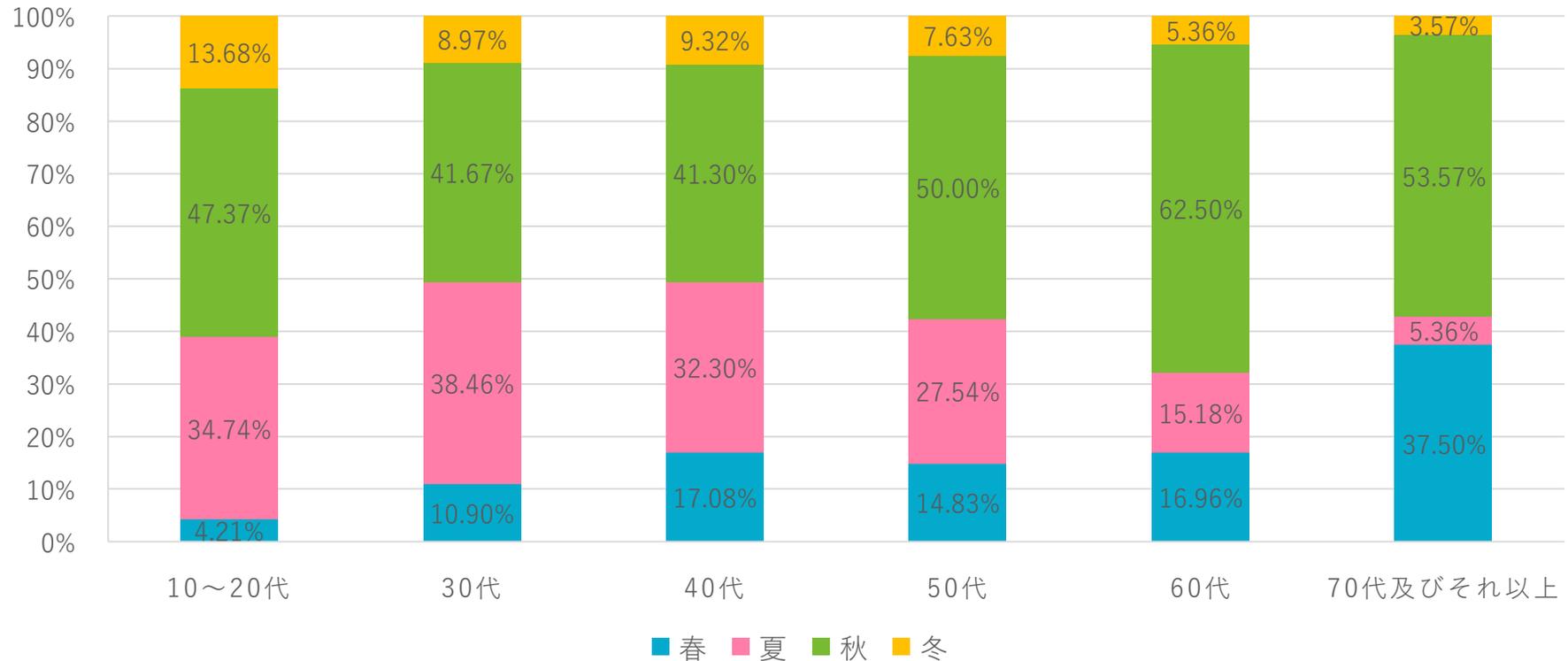
旅行意欲と旅行先を決めるきっかけとなる媒体の関係



ここでは、旅行先を決める際の情報収集について、年代ごとではなく旅行意欲によって分類しています。旅行意欲の高い人ほどSNSを使っており、特定のアカウントをフォローしているなど、特に意識していなくても日常的に旅行情報に接しているのではないかと考えられます。手軽に情報を得られるSNSの特性がうまく使われていると思われます。逆にテレビは旅行意欲の低い人により使われています。SNSやホームページなどとは違い、受動的な情報収集が主であると考えられます。

普段旅行をする季節①

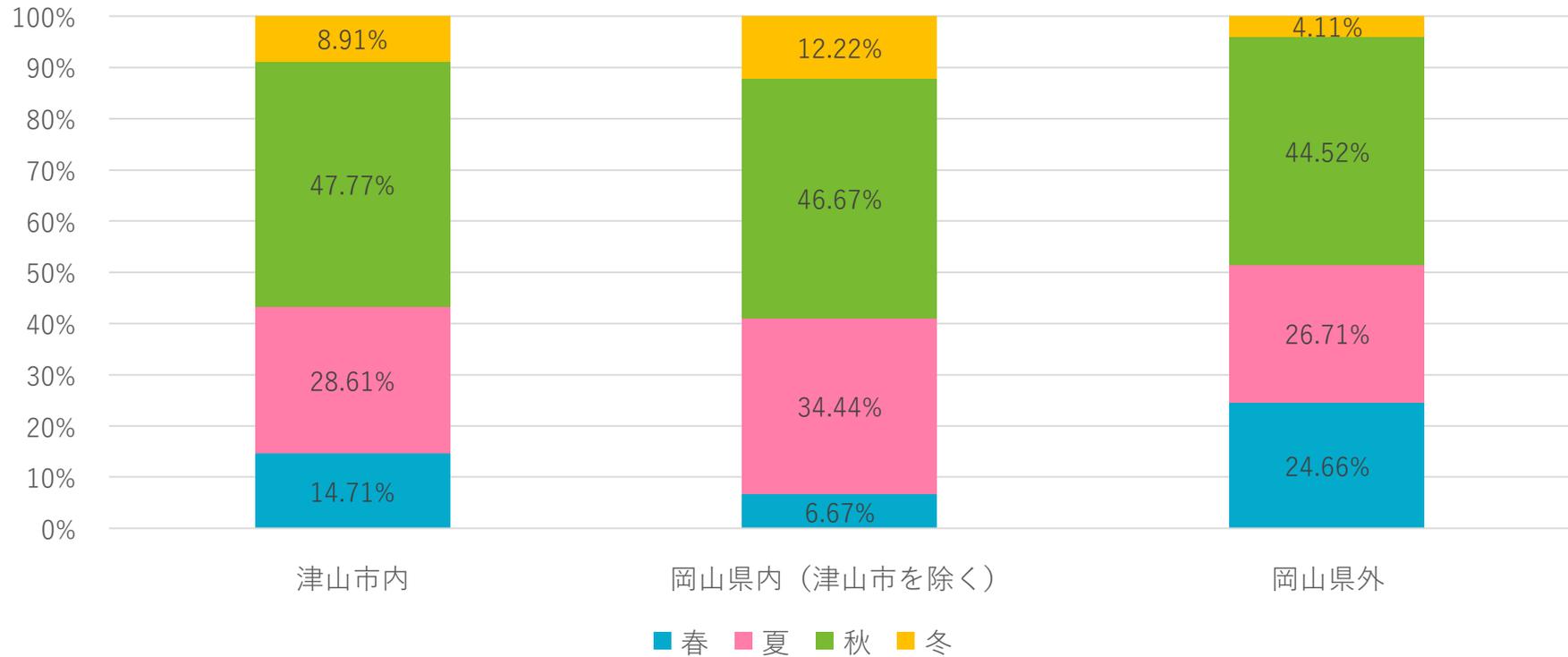
年代による分類



どの年代においても秋に旅行する人が一番多いという結果となっています。理由としては、季候が良い・春と違い年度の変わり目ではないので落ち着いていることなどが考えられます。次いで夏の旅行も多いですが、年代が上がるにつれて夏の旅行は減少しており、これは夏休みに旅行をかねて帰省する世代と、帰省される側の世代の差と思われます。

普段旅行をする季節②

居住地による分類

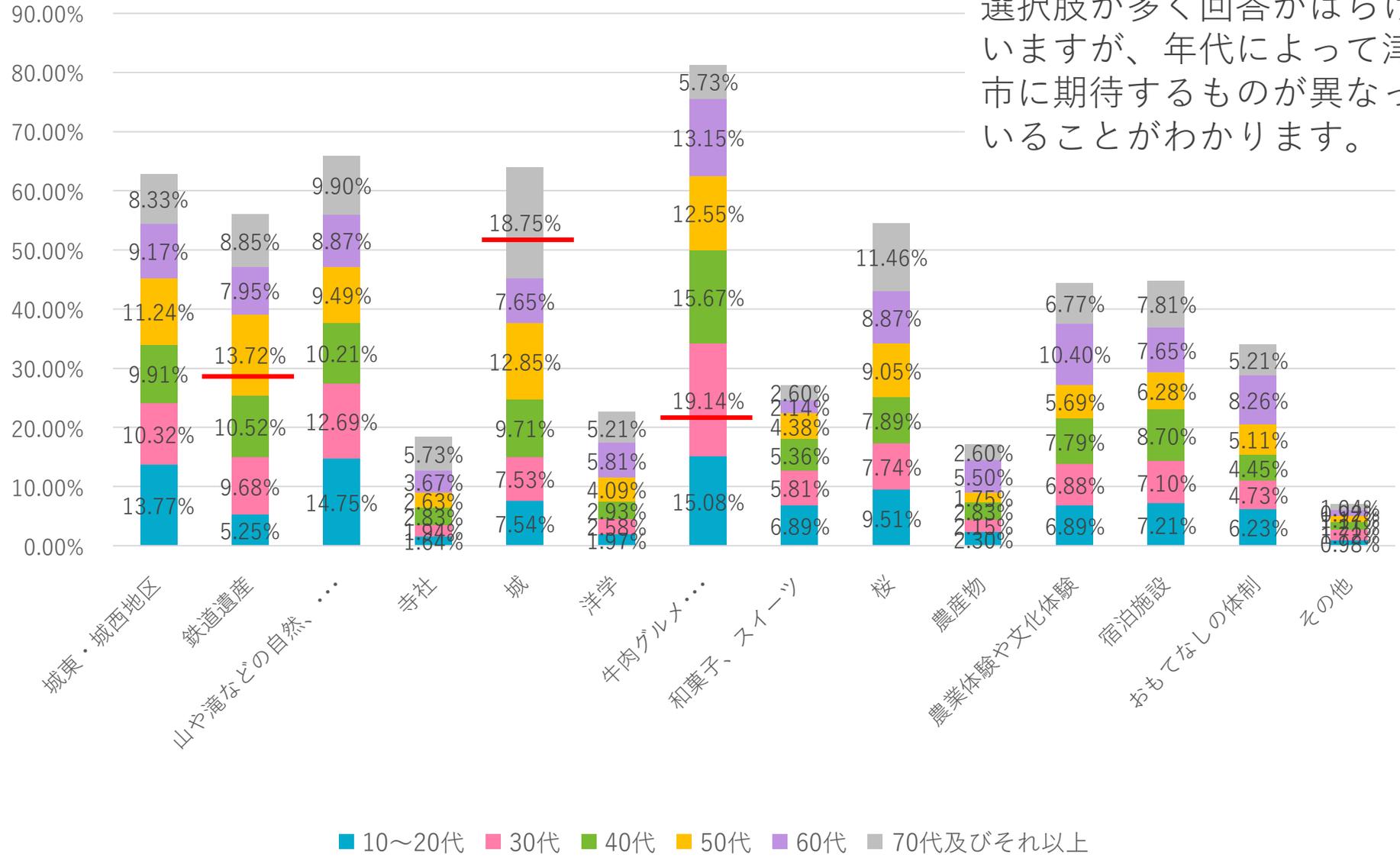


旅行する季節については、居住地による大きな違いは見られませんでした。

これから伸ばしていきたい観光地①

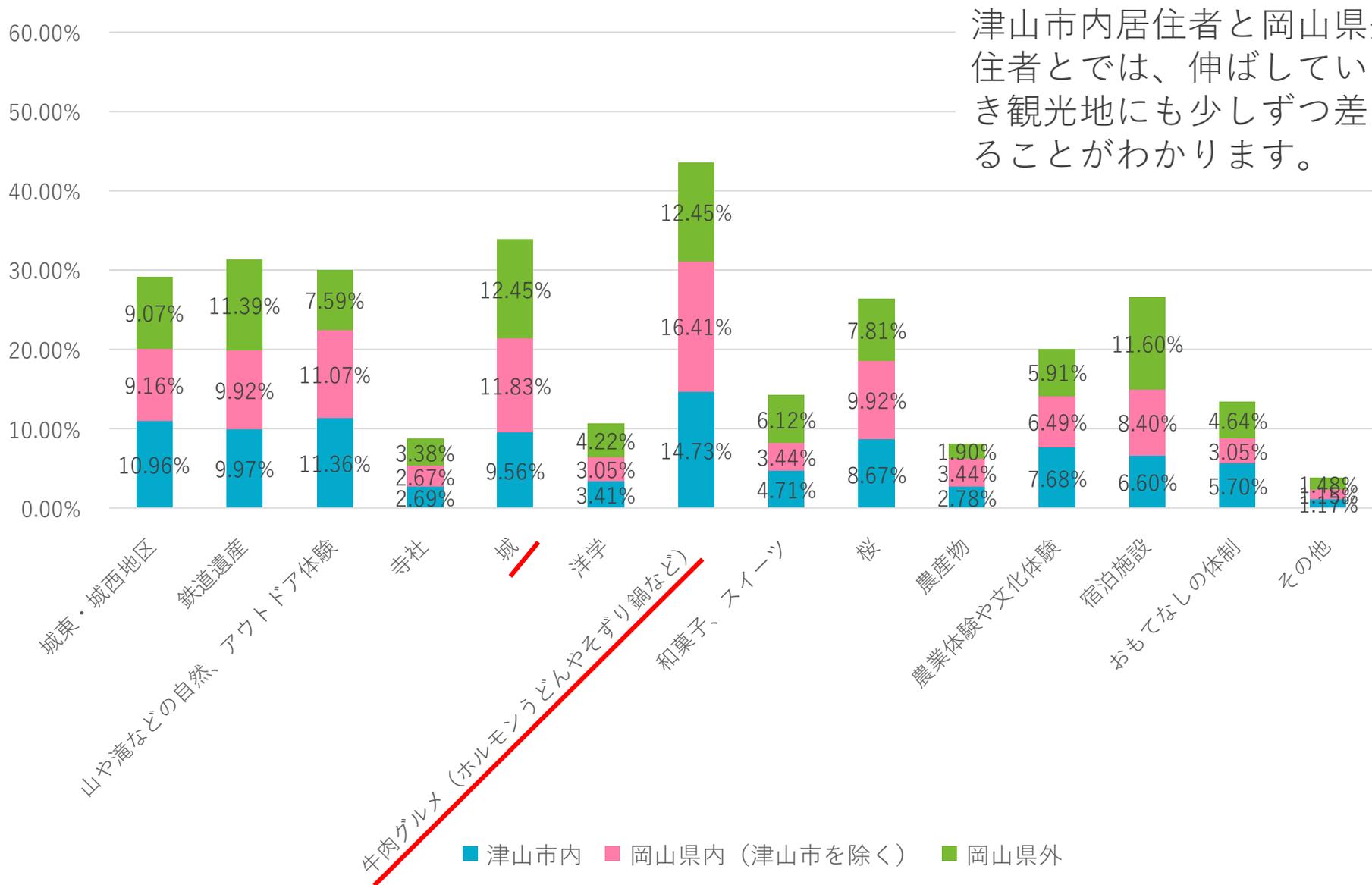
年齢による分類

選択肢が多く回答がばらけていますが、年代によって津山市に期待するものが異なっていることがわかります。



これから伸ばしていきたい観光地①

居住地による分類



総括

これまで2回の調査を行ってきましたが、調査を通してそれぞれの年齢層ごとに使われているメディアが違うことに加え、旅行意欲によっても利用媒体が異なっているという結果が得られました。季節・年代等を考慮した上で、情報発信媒体を選ぶ必要があることがわかります。

また、観光客が何を求めているか等、観光客の目線に立った観光地作りが必要という点も見えてきました。地域の誇れるものをPRし、受入体制等を整備していくことももちろん重要ですが、今回のような調査結果をもとに、来訪者に求められる・選ばれる観光地作りを進めていくことが重要になってきます。

今回、Go Toキャンペーンの利用についても調査の中で尋ねました。その結果、現段階では利用者数が少なく、利用しようと思っていないと回答した人の数も多く見られました。緊急事態宣言の解除後や、感染症の収束以後、こういったキャンペーンの利用者は増加するのかどうかについて注視し、その動向を見ながら、今後の観光誘客に繋げていく必要があります。

二次利用等について

この調査内容及び結果について、許可なく二次利用することを禁じます。

また、調査結果については、津山市及び（公社）津山市観光協会（津山版DMO候補法人）で行う施策に活用いたします。その際、関係機関等に調査内容及び結果を提供することがあります。

問合せ先

津山市産業文化部観光振興課

電話 0868-32-2082

メール kankou@city.tsuyama.lg.jp